

ทิศทางกลยุทธ์ไมซ์ไทย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.๒๕๖๑

THAILAND'S MICE INDUSTRY STRATEGY IN FY 2018





สารบัญ

บทที่ 1

ภาพรวมเศรษฐกิจโลกและไทย

| | |
|---------------------------|----|
| ภาพรวมเศรษฐกิจโลกปี 2560 | 6 |
| แนวโน้มเศรษฐกิจโลกปี 2561 | 12 |
| ภาพรวมเศรษฐกิจไทยปี 2560 | 16 |
| แนวโน้มเศรษฐกิจไทยปี 2561 | 21 |

บทที่ 2

ทิศทางอุตสาหกรรมไมซ์ในและต่างประเทศปี 2560 และ 2561

| | |
|-----------------------------------|----|
| ภาพรวมสถานการณ์ไมซ์โลกปี 2560 | 24 |
| ภาพรวมสถานการณ์ไมซ์ไทยปี 2560 | 34 |
| แนวโน้มอุตสาหกรรมไมซ์โลกปี 2561 | 40 |
| แนวโน้มอุตสาหกรรมไมซ์ไทยในปี 2561 | 48 |

บทที่ 3

ทิศทางและการดำเนินงานของทีเส็บประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561

| | |
|---|----|
| แผนงานในการกิจหลักของทีเส็บ ระยะ 20 ปี พ.ศ. 2560-2579 | 54 |
| ยุทธศาสตร์ของแผนงานในการกิจหลักของทีเส็บ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) | 66 |
| แผนแม่บททีเส็บประจำปี 2560-2564 | 88 |
| กลยุทธ์การตลาดปีงบประมาณ 2561 | 90 |
| แนวทางการดำเนินงานปี พ.ศ. 2561 | 91 |

บทที่ 4

แผนขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยด้วยอุตสาหกรรมไมซ์ประจำปี 2561

| | |
|---|-----|
| แผนขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยด้วยอุตสาหกรรมไมซ์ประจำปี 2561 | 92 |
| ภาพรวมกลยุทธ์และแผนงานส่งเสริมไมซ์ | 95 |
| แคมเปญส่งเสริมการตลาด | 102 |
| แผนงานด้านการส่งเสริมภาพลักษณ์ไมซ์ไทย | 106 |
| แผนงานด้านการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรม | 118 |
| แผนงานด้านการบูรณาการความร่วมมือพัฒนา และส่งเสริมไมซ์ในประเทศ | 122 |
| ตัวอย่างสิ่งพิมพ์และสื่อโทรทัศน์สำหรับสื่อสารในประเทศ | 125 |

CONTENTS

CHAPTER 1

Overview: The Global and Thailand Economies

| | |
|---|----|
| Overview of the Global and Thailand Economy in 2017 | 6 |
| World Economic Outlook for 2018 | 12 |
| Thailand Economic Overview 2017 | 16 |
| Thailand Economic Overview 2018 | 21 |

CHAPTER 2

Global and Thailand MICE Industry 2017-2018

| | |
|--|----|
| Overview of the Global MICE Industry in 2017 | 24 |
| Overview of MICE Thailand in 2017 | 34 |
| MICE Global Business Overview 2018 | 40 |
| Thailand's MICE Industry in 2018 | 48 |

CHAPTER 3

Direction and Operation of TCEB Fiscal Year 2018

| | |
|--|----|
| Operational Plan Supporting TCEB 20-Year Mission 2017-2036 | 54 |
| TCEB Strategy for 20-Year Plan (2017-2036) | 66 |
| MICE Industry Master Plan (2017-2021) | 88 |
| Marketing Strategy for Fiscal Year 2018 | 90 |
| Operational Guidelines in 2018 | 91 |

CHAPTER 4

MICE Plan to Drive Thai Economy in 2018

| | |
|--|-----|
| MICE Plan to Drive Thai Economy in 2018 | 92 |
| The Strategy Overview | 95 |
| Marketing Campaign 2018 | 102 |
| MICE Thailand Branding Plan | 106 |
| Industry Capacity Development Plan | 118 |
| Plan for Integrated Collaboration and Promotion for Thailand's Domestic MICE | 122 |
| Examples of Print Media and Television for Domestic MICE Market Communication | 125 |

1

ภาพรวมเศรษฐกิจโลก และไทย

Overview: The Global and
Thailand Economies

1.1

ภาพรวมเศรษฐกิจโลกปี 2560

Overview of the Global Economy in 2017

กองทุนการเงินระหว่างประเทศ หรือ IMF ได้ประเมินภาพรวมเศรษฐกิจในปี 2560 ว่าเศรษฐกิจโลกขยายตัวได้ดีกว่าปีที่ผ่านมา แต่ยังมีทิศทางที่ไม่แน่นอน โดย IMF คาดว่าจะเติบโตได้ร้อยละ 3.4 ในปีหน้า เทียบกับปีนี้ที่การเติบโตอยู่ที่ร้อยละ 3.1 จากการฟื้นตัวของประเทศเศรษฐกิจเกิดใหม่เป็นหลัก อาทิ อินเดีย จีน และ Asean-5 ที่เติบโตในปีหน้าเฉลี่ยร้อยละ 6.3 อย่างไรก็ตามในปี 2560 ยังมีความผันผวนทางเศรษฐกิจที่เกิดจากปัจจัยต่าง ๆ ในโลก อาทิ ความไม่แน่นอนทางการเมืองในยุโรป ทั้งการเลือกตั้งประธานาธิบดีในฝรั่งเศส การเลือกตั้งทั่วไปของเยอรมนีในไตรมาสที่ 3 ของปี และกรณีการลงประชามติไม่รับร่างแก้ไขรัฐธรรมนูญในประเทศอิตาลี ซึ่งอาจเป็นชนวนให้อิตาลีแยกตัวจากสหภาพยุโรป แต่ทั้งนี้ยังมีการขยายตัวในเกณฑ์ดีอย่างต่อเนื่อง ของกลุ่มประเทศเศรษฐกิจหลัก

The International Monetary Fund (IMF) has estimated that 2017 will close with an improved global economic outlook when compared with 2016. IMF reports a growth of 3.4%, compared with 3.1% growth in emerging economies such as India, China and Asean-5. Growth is expected to be 6.3% next year. However, in 2017 experts observe the volatility of global economic uncertainties, such as political uncertainty in Europe over Brexit, presidential elections in France and a closely contested general election in Germany in the third quarter of the year that led to protracted confusion over the make-up of a coalition government and a referendum over constitutional amendments in Italy, which could



โดยเฉพาะสหรัฐอเมริกา แคนาดา รวมทั้งการปรับตัวด้านเศรษฐกิจที่ดีขึ้นของประเทศสำคัญอื่น ๆ อย่าง อินเดีย รัสเซีย กลุ่มประเทศอุตสาหกรรมใหม่ และประเทศกำลังพัฒนาอื่น ๆ ที่มีการฟื้นตัวและกระจายตัวเป็นวงกว้างอย่างชัดเจนมากขึ้น ตามการขยายตัวเร่งขึ้นของปริมาณการค้าโลก และการปรับตัวดีขึ้นของราคาสินค้าส่งออก การปรับตัวที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่องทำให้การขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศสำคัญ ๆ เริ่มกลับสู่ศักยภาพการขยายตัวทางเศรษฐกิจในระยะยาวมากขึ้น ในขณะที่ธนาคารกลางยุโรป และสหราชอาณาจักร ส่งสัญญาณการพิจารณาปรับเปลี่ยนทิศทางนโยบายการเงินอย่างชัดเจนมากขึ้น แม้กระนั้น ความต่อเนื่องในการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจโลกและราคาสินค้าในตลาดโลก ทิศทางการดำเนินนโยบายการเงิน รวมทั้งการเคลื่อนย้ายเงินทุนและอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างเงินสกุลสำคัญ ๆ ยังมีความผันผวนตามปัจจัยสำคัญ ประกอบด้วยเงื่อนไข อาทิ

ultimately trigger Italy to secede from the European Union. However, major economies continue to expand in particular, China, the United States, Canada, India and Russia. The recovery and widening of the global economy is due to the expansion of world trade and the improvement of export prices. Continued improvement has led to significant economic growth in these countries. Meanwhile, the European Central Bank and the United Kingdom are signaling a clearer shift in monetary policy against the on-going global economic recovery and improved world market prices. Monetary policy direction Including capital movements and exchange rates between major currencies causes fluctuations based on key factors as follows:

1

ความคืบหน้าในการขับเคลื่อนนโยบายทางการคลังของสหรัฐฯ การปรับเพิ่มเพดานหนี้สาธารณะ

Progress in driving US fiscal policy; rising public debt ceiling

2

ผลการเจรจา The North American Free Trade Agreement (NAFTA) และผลการพิจารณาและการดำเนินมาตรการทางการค้าของสหรัฐฯ ที่มีความไม่เป็นธรรมทางการแข่งขันกับประเทศอื่น ๆ

Direction of the North American Free Trade Agreement (NAFTA) and the outcome of the US Trade Facilitation and Measures that could lead to unfair competition

3

ความคืบหน้าของผลการเจรจา BREXIT (Britain+Exit) อาจทำให้บรรยากาศความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจในยุโรปและสหราชอาณาจักรเพิ่มขึ้น

The progress of the Brexit (Britain + Exit) negotiations will cause an uncertain economic climate in the UK that will impact on EU trade

4

เงื่อนไขทางการเมืองและการคาดการณ์ผลการเลือกตั้งของอิตาลีในช่วงต้นปี 2561

Political conditions and possible dramatic Italian election results in early 2018

**"จากสถานการณ์เหล่านี้ส่งผลให้เศรษฐกิจและการค้าโลกในปี 2560
มีทิศทางการเติบโตอยู่ที่ร้อยละ 3.4 และ 4.0 ตามลำดับ
ซึ่งมีการเติบโตขึ้นจากปี 2559 อยู่ที่ร้อยละ 3.1 และ 2.6"**

*"As a result, the world economy and trade in 2017 will grow by 3.4% and 4.0%,
respectively, with growth of 3.1% and 2.6% respectively."*



เศรษฐกิจสหรัฐอเมริกา United States

ขยายตัวร้อยละ 2.2 โดยมีปัจจัยสนับสนุนหลักมาจากการใช้จ่ายภาคครัวเรือนที่ขยายตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่องตามการปรับตัวของตลาดแรงงาน การเพิ่มขึ้นของราคาหลักทรัพย์และที่อยู่อาศัย และสัดส่วนภาระหนี้ต่อรายได้ที่สามารถจ่ายใช้สอยของภาคครัวเรือนที่อยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 12 ปี รวมทั้งการปรับตัวดีขึ้นของความเชื่อมั่นและบรรยากาศทางเศรษฐกิจ ที่จะเป็ปัจจัยสนับสนุนการลงทุนอย่างต่อเนื่อง แม้กระนั้นก็ตาม ความล่าช้าในการขับเคลื่อนกฎหมายทางการคลังและการปรับเพิ่มเพดานหนี้สาธารณะยังเป็นปัจจัยเสี่ยงที่สำคัญต่อความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจ

Grew by 2.2%, mainly due to the continued expansion of household spending as a result of labor market adjustments. The rise in stock prices and housing, and the proportion of debt to household spending is at the lowest level in 12 years, based on improved confidence in the economic outlook and continued support for investment. Nevertheless, the delay in driving fiscal law and the increase in public debt ceilings are also important risk factors that could derail economic confidence.



เศรษฐกิจกลุ่มประเทศยูโรโซน Eurozone

ขยายตัวร้อยละ 2.0 โดยได้รับปัจจัยสนับสนุนจากการปรับตัวขึ้นของสภาพคล่องในระบบเศรษฐกิจที่เกิดจากการดำเนินนโยบายการเงินผ่อนคลายเป็นต่อเนื่อง รวมทั้งความคืบหน้าในการปฏิรูปเศรษฐกิจในประเทศที่เคยประสบปัญหาวิกฤติ

Increased by 2%, supported by an improvement of liquidity in the economy caused by an easing of monetary policy. Other factors include progress in economic reform in countries that previously

และในประเทศสำคัญ ๆ ที่ทำให้การคลังสามารถกลับมาสนับสนุนการขยายตัวทางเศรษฐกิจได้มากขึ้น การปรับตัวดีขึ้นของภาคการส่งออกและการค้าในกลุ่มประเทศยุโรป รวมทั้งการปรับตัวดีขึ้นของความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจภายหลังการเลือกตั้งในฝรั่งเศส การปรับตัวดีขึ้นอย่างชัดเจนของเศรษฐกิจทำให้มีความเป็นไปได้ที่ธนาคารกลางยุโรปจะเริ่มปรับลดขนาด การเข้าซื้อสินทรัพย์ควบคู่ไปกับการขยายระยะเวลาการซื้อสินทรัพย์หากความเสี่ยงจากผลการเจรจา BREXIT ต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจ รวมทั้งความเสี่ยงจากการแข็งค่าของเงินยูโรและการชะลอตัวของอัตราเงินเฟ้อลดลงอย่างมีนัยสำคัญ

suffered a crisis and in major countries leading economic growth. The fiscal sector should improve to support more economic growth, while export and trade sectors in European countries will grow. As well as the improvement of economic confidence after the election in France, there have been clear improvements in the economic outlook. This has made it possible for the European Central Bank to start reducing debt. Asset acquisition coupled with an extension of the asset acquisition period will reduce risks rising from difficult BREXIT negotiations. Including the risk of appreciation of the euro while deceleration of inflation could significantly slow.



เศรษฐกิจญี่ปุ่น Japan

ขยายตัวร้อยละ 1.5 ปรับตัวดีขึ้น โดยได้รับปัจจัยสนับสนุนจากการปรับตัวดีขึ้นของการส่งออกตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก และการอ่อนค่าของเงินเยน ซึ่งส่งผลให้การลงทุนและภาคการผลิตขยายตัวเร่งขึ้น รวมทั้งมีปัจจัยสนับสนุนจากการดำเนินมาตรการกระตุ้นทางการคลังอย่างต่อเนื่องของภาครัฐ การปรับตัวดีขึ้นของเศรษฐกิจส่งผลให้อัตราการว่างงานปรับตัวลดลงและความเชื่อมั่นปรับตัวดีขึ้น แม้กระนั้นก็ตาม อัตราเงินเฟ้อยังคงเพิ่มขึ้นอย่างล่าช้าและยังไม่มีแนวโน้มที่จะสามารถกลับเข้าสู่เป้าหมายของนโยบายการเงินได้ในระยะอันใกล้ ซึ่งทำให้ธนาคารกลางญี่ปุ่นยังมีแนวโน้มคงระดับ การผ่อนคลายนโยบายการเงินทั้งในด้านอัตราดอกเบี้ยนโยบายและขนาดการเข้าซื้อสินทรัพย์ไว้ที่ระดับเดิมอย่างต่อเนื่อง

Expanding 1.5%, the economy is supported by improvement in exports following the recovery of the world economy and the weakening of the yen. As a result, investment and manufacturing sectors accelerated. There are also factors supporting the continuation of fiscal stimulus measures by the government. The improvement of the economy resulted in the unemployment rate dropping, which improved the confidence index. Nevertheless inflation has continued to rise and is unlikely to return to levels closer to monetary policy goals in the near term. The Bank of Japan is likely to remain stable. The monetary policy easing, both in terms of policy rate and asset value, continued at the same level.



เศรษฐกิจจีน China

ขยายตัวร้อยละ 6.8 ตามการปรับตัวดีขึ้นของภาคการส่งออก ซึ่งส่งผลให้กำลังการผลิตส่วนเกินในอุตสาหกรรมสำคัญ ๆ ปรับตัวลดลงและสนับสนุนการขยายตัวของภาคการผลิตได้มากขึ้น รวมทั้งแรงขับเคลื่อนจากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจทางการคลังของภาครัฐที่มุ่งเน้นการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่เสถียรภาพเศรษฐกิจภาคต่างประเทศปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง แม้กระนั้นก็ตาม การขยายตัวทางเศรษฐกิจในช่วงครึ่งปีหลังยังมีข้อจำกัดจากหนี้สะสมในภาคธุรกิจที่ยังอยู่ในระดับสูงและความพยายามของภาครัฐในการแก้ไขปัญหาในภาคการเงิน

Increased by 6.8% in line with improvements in the export sector, resulting in excess capacity in key industries. However, there has been a decline in support for the expansion of the manufacturing sector. The government's fiscal stimulus measures focused on mega infrastructure investment. Meanwhile, external economic stability has continued to improve. Nevertheless economic growth in the second half was still limited by the high level of corporate debt and efforts to strengthen governance of the financial sector.

เศรษฐกิจกลุ่มประเทศอุตสาหกรรมใหม่ (NIEs)

The NIEs

เศรษฐกิจกลุ่มประเทศอุตสาหกรรมใหม่ (NIEs) มีการปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่อง ตามการส่งออกซึ่งส่งผลให้ภาคการผลิตและอุปสงค์ภายในประเทศปรับตัวดีขึ้น โดยคาดว่า เศรษฐกิจฮ่องกงสิงคโปร์ และไต้หวัน จะขยายตัวร้อยละ 3.0 ร้อยละ 2.4 และร้อยละ 2.0 ในขณะที่การชะลอตัวของการลงทุนภาคเอกชนโดยเฉพาะในภาคก่อสร้างจะยังเป็นข้อจำกัดต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจของเกาหลีใต้ ซึ่งคาดว่าทั้งปีจะขยายตัวร้อยละ 2.6 เช่นเดียวกับเศรษฐกิจกลุ่มประเทศอาเซียน โดยคาดว่าเศรษฐกิจมาเลเซีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ และเวียดนามจะขยายตัวร้อยละ 4.6 ร้อยละ 5.0 ร้อยละ 6.3 และร้อยละ 6.0

Continued improvement with exports expanding resulted in better production and supported domestic demand. The growth rate should level off at 3.0%, 2.4%, and 2.0% respectively in Hong Kong, Singapore and Taiwan. Private companies, especially in the construction sector, are still constrained by a lack of economic growth in South Korea. It is expected that the year will close with an overall average growth of 2.6% for the economies of ASEAN countries. It is expected that the economy of Malaysia, Indonesia, the Philippines and Vietnam will grow by 4.6%, 5%, 6.3% and 6%, respectively.



1.2

แนวโน้มเศรษฐกิจโลกปี 2561 World Economic Outlook for 2018

ภาพรวมเศรษฐกิจโลกมีอัตราการเติบโตอยู่ที่ร้อยละ 3.5 โดยคาดการณ์ว่าการเติบโตทางเศรษฐกิจในปี 2561 อยู่ที่ร้อยละ 1.9 สำหรับประเทศที่พัฒนาแล้ว ลดลงร้อยละ 0.1 โดยจะต่ำกว่าเดือนเมษายนปี 2560 และมีตัวเลขการเติบโตร้อยละ 4.8 สำหรับประเทศเศรษฐกิจเกิดใหม่ และประเทศกำลังพัฒนา เท่ากับปีที่ผ่านมา ซึ่งตัวเลขดังกล่าวได้อิงจากสมมติฐานทางนโยบายเศรษฐกิจของประเทศสหรัฐฯ และจีน

The global economy is projected to grow at around 3.5% this year. Economic growth in 2018 is forecast at 1.9% for developed countries, down by 0.1% when compared with April 2017. Emerging economies will grow 4.8%, while developed countries will maintain the 2017 level based on the economic assumptions of the United States and China.

กลุ่มประเทศที่มีความเจริญทางเศรษฐกิจสูง Countries of High Economic Growth



เศรษฐกิจสหราชอาณาจักร United Kingdom

ประมาณการการเติบโตที่ลดลงยังเกิดขึ้นที่สหราชอาณาจักร ซึ่งมีนโยบายรัดเข็มขัดในช่วงไตรมาสแรกเช่นกัน

Lower growth projections are also taking place in the United Kingdom. The first quarter of the year also had a tightening policy.



เศรษฐกิจสหรัฐอเมริกา United States

ประมาณการการเติบโตทางเศรษฐกิจของสหรัฐฯ ปรับลดลงจากร้อยละ 2.3 เป็นร้อยละ 2.1 ในปี 2560 และจากร้อยละ 2.5 เป็นร้อยละ 2.1 ในปี 2561 ซึ่งการปรับลดเป้าของประมาณการในปี 2560 สะท้อนให้เห็นถึงการเติบโตที่อ่อนตัวลงในไตรมาสแรกแห่งปี ซึ่งมาจากปัจจัยที่สหรัฐฯ มีนโยบายการรัดเข็มขัดมากขึ้น และไม่ลงทุนอย่างในปีที่ผ่านมา รวมถึงนโยบายการคลังของสหรัฐฯ ก็ใช้มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจที่ลดลงด้วย

The U.S. economic growth projections are down from 2.3% to 2.1% in 2017 and 2.5% to 2.1% in 2018. The downward revision of the 2017 projections reflects a weaker growth in the first quarter of the year. The U.S. fiscal policy has tightened and economic stimulus measures have also been reduced.



เศรษฐกิจกลุ่มประเทศยูโรโซน Euro Area Countries

การคาดการณ์การเติบโตสำหรับประเทศอื่น ๆ ในกลุ่มประเทศยุโรป อาทิ ฝรั่งเศส เยอรมนี อิตาลี และสเปน มีการเติบโตสูงขึ้นในไตรมาสที่ 1 ของปี 2560 ซึ่งเหนือกว่าที่คาดการณ์ไว้

Forecasts for other countries. In Europe, France, Germany, Italy and Spain, concluded that growth was higher than expected in the first quarter of 2017.

กลุ่มประเทศที่มีศักยภาพและประเทศกำลังพัฒนา Emerging and Developing Economies



เศรษฐกิจจีน China

การเติบโตทางเศรษฐกิจของจีนนั้น คาดว่าลดลงเพียงเล็กน้อยในปี 2561 ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 6.4 จากการคาดการณ์ในปี 2560 จะมีการปรับเพิ่มร้อยละ 0.1 ซึ่งแสดงผลประกอบการดีขึ้น กว่าที่คาดการณ์ไว้ในช่วงไตรมาสแรกในปี โดยได้รับแรงหนุนจากมาตรการผ่อนคลายและการปฏิรูปด้านอุปทาน (รวมถึงการลดกำลังการผลิตส่วนเกินในภาคอุตสาหกรรม) สำหรับปี 2561 การปรับลดร้อยละ 0.2 ขึ้นไป สะท้อนให้เห็นถึงความคาดหวังว่าหน่วยงานต่าง ๆ จะชะลอการปรับตัวทางการคลัง (โดยเฉพาะการลงทุนภาครัฐที่มีอยู่ในระดับสูง) เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของการเพิ่มขึ้นของ GDP ในปี 2553 เป็นสองเท่าในปี 2563 การเพิ่มขึ้นของหนี้สินที่มีขนาดใหญ่ อย่างไรก็ตาม ความเสี่ยงที่ชะลอตัวลงในช่วงนี้ก็เพิ่มขึ้นเช่นกัน

The economic growth rate for China is expected to shrink slightly in 2018 to 6.4 percent. The forecast for 2017 was revised up by 0.1 percentage point, reflecting the stronger than expected outturn in the first quarter of the year underpinned by previous policy easing and supply-side reforms (including efforts to reduce excess capacity in the industrial sector). For 2018, the upward revision of 0.2 percentage point mainly reflects an expectation that the authorities will delay the needed fiscal adjustment (especially by maintaining high public investment) to meet their target of doubling 2010 real GDP by 2020. Delay comes at the cost of further large increases in debt, however, so downside risks around this baseline have also increased.



เศรษฐกิจอินเดีย India

ด้านการเติบโตของเศรษฐกิจอินเดียนั้น คาดการณ์ว่าจะมีการขยายตัวในปี 2561 ด้านเศรษฐกิจมีการชะลอตัวลงเป็นผลจากการปรับนโยบายด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงิน ทำให้การเติบโตในปี 2560 อยู่ที่ร้อยละ 7.1 ซึ่งสูงขึ้นจากนโยบายการใช้จ่ายของภาครัฐ และการทบทวนข้อมูลในช่วงไตรมาสแรกของปี ด้านเศรษฐกิจของประเทศผู้นำในอาเซียน 5 ประเทศนั้น คาดการณ์ว่าจะเติบโตประมาณร้อยละ 5 ในไตรมาสแรก ซึ่งเติบโตสูงกว่าคาดการณ์ไว้

The growth of the Indian economy is forecast to pick up further in 2018. While activity slowed following the currency exchange initiative, growth for 2017 - at 7.1 percent - was higher than anticipated due to strong government spending and data revisions that show stronger momentum in the first part of the year. With a pickup in global trade and strengthening domestic demand, growth in the ASEAN-5 economies is projected to remain robust at around 5 percent in the first quarter.

กลุ่มประเทศที่มีศักยภาพและประเทศกำลังพัฒนาในยุโรป Emerging and Developing Europe

กลุ่มละตินอเมริกา Latin America

ด้านเศรษฐกิจของประเทศในกลุ่มนี้อย่างอาร์เจนตินา และ บราซิล จะกลับมาฟื้นตัวภายในปี 2561 บราซิลจะมีการส่งออกที่เพิ่มขึ้น แต่ในทางกลับกัน การบริโภคในประเทศจะลดลง เนื่องจากการเมืองภายในประเทศและนโยบายด้านเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอน สำหรับประเทศเม็กซิโกนั้น การเติบโตทางเศรษฐกิจจะเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 1.7 เป็นร้อยละ 1.9 เนื่องจากนโยบายเศรษฐกิจที่เข้มแข็งในไตรมาสแรกของปี ประเทศอื่นในกลุ่มละตินอเมริกานั้นมีการเติบโตทางเศรษฐกิจลดลง

The economies of Argentina and Brazil will begin recover in 2018. Brazil will have increased exports. But on the other hand, domestic consumption will be reduced, due to uncertain economic policies. Mexico's economic growth will increase from 1.7% to 1.9% due to strong economic policies in the first quarter of the year. Other Latin American countries will experience declining economic growth.

กลุ่มตะวันออกกลางและกลุ่มแอฟริกาเหนือ Middle East and North Africa

คาดว่าจะการเติบโตทางเศรษฐกิจจะปรับตัวในทิศทางบวกภายในปี 2561 ทั้งนี้การคาดการณ์ของปี 2560 และ 2561 นั้นไม่แตกต่างจากที่ได้ประมาณเมื่อเดือนเมษายนของปี 2560 ซึ่งมีผลมาจากราคาน้ำมันเป็นหลัก ในทางกลับกัน หากราคาน้ำมันยังไม่มีปรับตัวเพิ่มขึ้นจะส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศนี้

Economic growth is expected to be positive in 2018. The 2017–2018 forecast is broadly unchanged relative to the April 2017. The recent decline in oil prices, if sustained, could weigh further on the outlook for the region's oil exporters.

1.3

ภาพรวมเศรษฐกิจไทยปี 2560 Thailand Economic Overview 2017

เศรษฐกิจไทยปี 2560 มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องโดยได้รับปัจจัยสนับสนุนจากการส่งออกและภาคการผลิตสำคัญ ๆ โดยเฉพาะสาขาการท่องเที่ยว อุตสาหกรรมการก่อสร้าง และบริการที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะทำให้ฐานรายได้ของภาคครัวเรือน และปัจจัยสนับสนุนให้การใช้จ่ายภาคครัวเรือนขยายตัวในเกณฑ์ดี ในขณะที่การลงทุนภาครัฐมีแนวโน้มขยายตัวเร่งขึ้นตามการใช้จ่ายงบประมาณภายใต้กรอบสำคัญ ๆ และความคืบหน้าของโครงการโครงสร้างพื้นฐานของภาครัฐเสถียรภาพทางเศรษฐกิจยังอยู่ในเกณฑ์ดี โดยอัตราเงินเฟ้อยังอยู่ในระดับต่ำและการเกินดุลบัญชีเดินสะพัดยังอยู่ในระดับสูงอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่สัดส่วนหนี้สินครัวเรือนต่อ GDP ปรับตัวลดลงตามการปรับตัวดีขึ้นของฐานรายได้ครัวเรือนในสาขาเศรษฐกิจสำคัญ ๆ แม้กระนั้นก็ตาม การขยายตัวของเศรษฐกิจไทยยังมีปัจจัยเสี่ยง และข้อจำกัดจากสถานการณ์อุทกภัยที่ส่งผลกระทบต่อขยายตัวของเศรษฐกิจ รวมทั้งเงื่อนไขทางเศรษฐกิจและการเมืองในประเทศสำคัญ ๆ ที่ส่งผลให้การฟื้นตัวของเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าและราคาสินค้าในตลาดโลกมีความผันผวนและล่าช้ากว่าที่คาดการณ์

The Thai economy in 2017 continued to grow, supported by exports and major manufacturing sectors, especially tourism, construction, and retail services. Encouraging household spending proved to be a sound policy. Meanwhile, public investment is likely to accelerate as reflected in a robust budget spending and the progress of government infrastructure projects. Inflation remains low and current account surpluses continue to be positive. Meanwhile, the proportion of household debt to GDP declined in line with the improvement in household income in key economic sectors. Nevertheless the expansion of the Thai economy also faces challenging factors and limitations at the hands of nature in the form of floods and storms that caused a negative impact on economic growth. There have been signs of economic recovery in leading trading partner nations and a strong Thai Baht against major currencies has exerted a positive influence on imports and consumer pricing.



ปัจจัยสนับสนุนการขยายตัวทางเศรษฐกิจ

Supporting Factors for the Economic Growth

1

เศรษฐกิจโลกและการค้าโลกที่ขยายตัวได้ดี สอดคล้องกับการปรับเพิ่มประมาณการการขยายตัวของเศรษฐกิจโลกและปริมาณการค้าโลก โดยเฉพาะการปรับเพิ่มอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศยุโรป จีน ญี่ปุ่น และกลุ่มประเทศอาเซียน ซึ่งมีสัดส่วนในตลาดการส่งออกของไทยรวมกันคิดเป็นประมาณร้อยละ 46 ของมูลค่าการส่งออกโดยรวม ในขณะที่เศรษฐกิจสหรัฐฯ ซึ่งมีสัดส่วนในการส่งออกประมาณร้อยละ 11.4 ของการส่งออกมีการขยายตัวใกล้เคียงกับการประมาณการครั้งก่อนหน้า ปัจจัยดังกล่าวทำให้แรงขับเคลื่อนจากภาคการส่งออกต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจทั้งปีสูงขึ้น

The world economy and trade volumes have expanded in line with the revised global economic growth projections, in particular the increase in the economic growth rates for exports to Europe, China, Japan and ASEAN countries. The share of the total export market in Thailand is approximately 46% of the total export value. Exports to the US account for about 11.4% of total exports, and are expected to grow further. These factors have driven the export sectors to accelerate growth for the whole year.

2

การปรับตัวดีขึ้นของการลงทุนภาครัฐและเอกชน แม้ว่าการลงทุนภาครัฐในไตรมาสที่สองจะปรับตัวลดลง เนื่องจาก

Improvements in public and private investment, but government investment in the second quarter declined.

- การลดลงของการเบิกจ่ายงบลงทุนภายใต้กรอบงบประมาณรายจ่ายประจำปี อันเนื่องมาจากการเร่งรัดเบิกจ่ายของหน่วยงานสำคัญ ๆ ในช่วงก่อนหน้ารวมถึงความล่าช้าที่เกิดจากปัญหาอุปสรรคในการเบิกจ่าย

- Reduced disbursement of funds under the annual expenditure framework due to accelerated disbursement by key agencies during the previous fiscal budget period.

- งบประมาณรายจ่ายเพิ่มเติมปีงบประมาณ 2560 ยังอยู่ในระยะแรกของการเบิกจ่าย
- การขอเบิกจ่ายของคู่สัญญาในโครงการสำคัญ ๆ ยังล่าช้ากว่าความคืบหน้าของงาน แต่การลงทุนภาครัฐในช่วงที่เหลือของปีมีแนวโน้มเร่งขึ้นตามการเร่งรัดการเบิกจ่ายงบลงทุนภายใต้กรอบงบประมาณรายจ่ายประจำปีของหน่วยงานที่การเบิกจ่ายยังมีความล่าช้า รวมทั้งการเบิกจ่ายจากงบประมาณรายจ่ายเพิ่มเติมที่จะเร่งตัวขึ้น และการขอรับการเบิกจ่ายเงินงวดของคู่สัญญาในโครงการลงทุนสำคัญ ๆ ในขณะที่การลงทุนภาคเอกชน มีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นและเร่งขึ้นอย่างช้า ๆ อย่างต่อเนื่อง ทั้งในส่วนของการลงทุนในหมวดเครื่องจักรอุปกรณ์และการก่อสร้าง สอดคล้องกับการปรับตัวดีขึ้นของปริมาณการนำเข้าสินค้าลดลง

- The budget for fiscal year 2017 is still in its early stages of disbursement for major projects. However, government investment during the rest of the year is likely to accelerate.
- Disbursement of funds under the annual budget including disbursement of expenditure will accelerate. This includes contractual installments for major investment projects funded by both government and private investment. The trend is improving in terms of investment in machinery, equipment and construction.

3

การขยายตัวเร่งขึ้นของสาขาการผลิตที่สำคัญ ๆ ประกอบด้วย

The acceleration of key production sectors including :

- สาขาโรงแรมและภัตตาคารซึ่งมีการขยายตัวในเกณฑ์สูงและเร่งตัวขึ้น โดยที่จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้นจากนักท่องเที่ยวจากอาเซียน ยุโรป ออสเตรเลีย และสหรัฐฯ ซึ่งสอดคล้องกับการปรับตัวดีขึ้นของเศรษฐกิจประเทศสำคัญ ๆ ในขณะที่จำนวนนักท่องเที่ยวจากจีนซึ่งมีสัดส่วนร้อยละ 27.2 ซึ่งถือว่าลดลงเล็กน้อย อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวจากจีนเริ่มปรับตัวเข้าสู่ภาวะปกติอย่างชัดเจนมากขึ้นในช่วงเดือน พฤษภาคม-มิถุนายน และเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้จำนวนและรายรับจากการท่องเที่ยวขยายตัวสูงกว่าที่ประมาณการไว้
- แม้ว่าการส่งออกในช่วงที่ผ่านมาส่วนหนึ่งเป็นการส่งออกสินค้าคงคลังซึ่งทำให้การผลิตภาคอุตสาหกรรมยังฟื้นตัวล่าช้าก็ตาม แต่การปรับตัวลดลงอย่างต่อเนื่องของสินค้าคงคลังในอุตสาหกรรมสำคัญ ๆ ทำให้การผลิตภาคอุตสาหกรรมเร่งตัวขึ้น สอดคล้องกับการขยายตัวเร่งขึ้นของปริมาณการนำเข้าสินค้าวัตถุดิบที่ขยายตัว รวมทั้งความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการที่ยังอยู่ในเกณฑ์ดี

- Hotels and restaurants sector has expanded significantly. The number of tourists increased from ASEAN, Europe, Australia and the United States. This is in line with the improvement of major economies. Meanwhile, the number of tourists from China was 27.2%, which is slightly decreased, and recovered during May-June and are a key factor in boosting overall arrivals and revenue. Tourism expanded faster than expected, mainly due to recovery in the China market.
- Despite the fact that exports in earlier periods were partly from inventory which caused the production sector to recover slowly, the rundown of inventory in major industries signals the acceleration of manufacturing production in the latter half of the year. Additionally, raw materials import increased, and the business confidence index remained favorable.

- สาขาการก่อสร้างขยายตัวดีขึ้นตามความคืบหน้าของการลงทุนภาครัฐและการก่อสร้างภาคเอกชนที่ปรับตัวดีขึ้นตามสัญญาณการเริ่มกลับมาขยายตัวอย่างชัดเจนมากขึ้นของพื้นที่รับอนุญาตก่อสร้างที่อยู่อาศัยและโรงงานอุตสาหกรรม รวมทั้งการเพิ่มขึ้นของโครงการอสังหาริมทรัพย์เปิดตัวใหม่ในภาคอสังหาริมทรัพย์

- The construction sector expanded in line with government investment and private sector construction, which enjoyed a resurgence of housing construction and industrial facilities.

4

การปรับตัวดีขึ้นของฐานรายได้ครัวเรือนที่เริ่มมีความชัดเจนและกระจายตัวมากขึ้นตามลำดับ

The improvement of the household income is becoming clearer and more fragmented

- ฐานรายได้ครัวเรือนในภาคเกษตรและบริการที่เกี่ยวข้องยังขยายตัวในเกณฑ์ดี การเพิ่มขึ้นของผลผลิตหลังจากภัยแล้งสิ้นสุดลง รวมทั้งปริมาณน้ำในเขื่อนสำคัญ ๆ และสภาพดินฟ้าอากาศที่เอื้ออำนวยต่อการเพาะปลูกมากขึ้น แม้ว่าปัจจัยสนับสนุนด้านราคาสินค้าเกษตรจะลดลงตามการเพิ่มขึ้นของผลผลิตในประเทศและในประเทศผู้ผลิตสำคัญ ๆ และการขยายตัวของผลผลิตสินค้าเกษตรสำคัญจะเริ่มชะลอตัวลงตามฐานการขยายตัวที่สูงขึ้นก็ตาม
- ฐานรายได้ของครัวเรือนในภาคอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออกและบริการปรับตัวดีขึ้นตามการขยายตัวของการส่งออกและการขยายตัวเร่งขึ้นของการผลิตภาคอุตสาหกรรม
- ฐานรายได้ของครัวเรือนในภาคการท่องเที่ยวและบริการปรับตัวขึ้นตามการขยายตัวเร่งขึ้นของจำนวนและรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ และรายได้จากนักท่องเที่ยวในประเทศที่มีแนวโน้มเร่งขึ้น และกระจายตัวมากขึ้น ตามการปรับตัวขึ้นของภาวะเศรษฐกิจและมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศของภาครัฐ

- Household income in agriculture and related services continued to expand. Increased productivity is due to higher water levels in major dams. The weather is more favorable to multiple crops. Price support is likely to decline due to increases in domestic production in agriculture.
- The income base of households dependent on the industrial sector, exports and services has improved.
- The income base of households relying on the tourism and hospitality sector has improved due to the accelerated growth in the tourist arrival numbers and revenue earned from foreign tourists. Income from tourists in the country is likely to accelerate. The improvement of the economy and measures to promote tourism in the country are strong factors favouring tourism.

ข้อจำกัด

Limitations and Risk Factors

1

สถานการณ์อุทกภัยและภัยพิบัติทางธรรมชาติเป็นปัจจัยเสี่ยงต่อการขยายตัวของการผลิตภาคเกษตรซึ่งเป็นปัจจัยสนับสนุนการขยายตัวทางเศรษฐกิจที่สำคัญในปี 2560 การผลิตภาคเกษตรเริ่มชะลอตัวลงอย่างช้า ๆ ในขณะที่แรงขับเคลื่อน การขยายตัวจากการผลิตนอกภาคเกษตรจะขยายตัวเร่งขึ้น โดยเฉพาะในสาขาอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว การคมนาคมขนส่ง และการก่อสร้าง อย่างไรก็ตาม สถานการณ์อุทกภัยและภัยพิบัติยังเป็นปัจจัยเสี่ยงสำคัญที่อาจทำให้การผลิต ภาคเกษตรชะลอตัวลงมากกว่าที่คาดการณ์ไว้ รวมทั้งเป็นปัจจัยเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจสาขาการผลิตสำคัญอื่น ๆ ซึ่งเป็นสถานการณ์ที่จะต้องติดตาม ฝ้าระวัง และแก้ไขปัญหาอย่างใกล้ชิด

Floods and natural disasters are a risk factor for the expansion of agricultural production, which is a major contributor to economic growth. In 2017, agricultural production began to slow down. However, there was a growth of non-agricultural products, especially in the field of industry, tourism and transportation. On the negative side floods and disasters could slow down agricultural production more than expected, and may impact on economic activity.

2

การขยายตัวของเศรษฐกิจโลก ราคาสินค้าในตลาดโลก การเคลื่อนย้ายเงินทุน รวมทั้งอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราสกุลสำคัญ ๆ และค่าเงินบาทยังมีความเสี่ยงที่จะผันผวนตามเงื่อนไขทางเศรษฐกิจและการเมืองที่สำคัญ ประกอบด้วย

The global economy, commodity prices, capital movement, and foreign exchange rate of major currencies including Thai Baht are at risk of become fluctuate following key economic and political conditions including:

- ทิศทางและความคืบหน้าของการดำเนินนโยบายของสหรัฐฯ ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของนักลงทุน โดยเฉพาะความล่าช้าในการผลักดันร่างกฎหมายงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ 2561 และการขยายเพดานหนี้สาธารณะ รวมทั้งการดำเนินนโยบายและมาตรการการค้า โดยเฉพาะการเจรจา The North American Free Trade Agreement (NAFTA) ผลการตรวจสอบและการดำเนินมาตรการทางการค้ากับประเทศที่สหรัฐฯ มีความเห็นว่าดำเนินนโยบายการค้าที่ไม่เป็นธรรม
- ทิศทางการดำเนินนโยบายการเงินของประเทศสำคัญ ๆ ที่ส่งผลให้สภาพคล่องปรับตัวเร็วกว่าปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะธนาคารกลางสหรัฐฯ มีการ

- Direction and progress of the US economic policies which might dampen investors' confidence particularly the delay in FY2018 government budgetary process, the concerns over public debt ceiling raising, and the US's trade policy particularly the result from NAFTA re-negotiation as well as the implementation of the trade measure to limit unfair competitions from other foreign countries
- Direction of monetary policy of major countries. As a result, liquidity improved faster than economic fundamentals, especially those of the US Federal Reserve. The balance of

เริ่มปรับลดขนาดงบดุลและการปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยนโยบายอย่างต่อเนื่อง และธนาคารกลางประเทศเศรษฐกิจหลักอื่น ๆ (ยกเว้นญี่ปุ่น) ส่งสัญญาณของการปรับเปลี่ยนทิศทางนโยบายการเงินมากขึ้น

- การเจรจา BREXIT มีสัญญาณของความล่าช้า ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจของสหราชอาณาจักรและสหภาพยุโรป
- การคาดการณ์ผลการเลือกตั้งอิตาลีในช่วงต้นปี 2561

payments and interest rates increases have continued to escalate as major central banks. (except Japan) signaled a change of monetary policy direction

- BREXIT talks face obstacles, which could affect the economic recovery of the United Kingdom and the European Union.
- The expected result of general election in Italy during early 2018

1.4

แนวโน้มเศรษฐกิจไทยปี 2561 Thailand Economic Overview 2018

Economic Intelligence Center (EIC) ประเมินเศรษฐกิจไทยปี 2561 ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.5 จากแรงหนุนการลงทุนทั้งรัฐและเอกชน นอกจากการลงทุนก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคมขนส่งของภาครัฐแล้ว อีไอซียังเห็นหลายสัญญาณบ่งชี้ว่าภาคเอกชนน่าจะมีการลงทุนเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัดในปี 2561 ทั้งจากภาคอุตสาหกรรมส่งออกที่มีอัตราการใช้กำลังการผลิตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และจากความสนใจของต่างชาติที่จะลงทุนในโครงการระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC) นอกจากนี้ แนวโน้มของตลาดผู้บริโภคดิจิทัลที่กำลังเติบโตอย่างรวดเร็วในหลายประเทศในเอเชีย ไม่ว่าจะเป็น อินเดีย จีน และกลุ่มประเทศอาเซียนรวมทั้งไทยได้ก่อให้เกิดโอกาสทางธุรกิจอย่างมหาศาล โดยกลุ่มธุรกิจอีคอมเมิร์ซขนาดใหญ่จากต่างประเทศได้เริ่มเข้ามาบุกตลาดในไทยอย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2560 อีไอซีคาดว่าแนวโน้มดังกล่าวจะนำไปสู่ความต้องการการลงทุนในด้านต่าง ๆ เช่น การขนส่ง การเก็บและกระจายสินค้า การเก็บและวิเคราะห์ข้อมูล เป็นต้น อย่างไรก็ตาม การที่ประเด็นการขาดแคลนแรงงานจากการปรับตัวรับ พรก. แรงงานต่างด้าวฉบับใหม่ และกำลังซื้อของครัวเรือนไทยส่วนใหญ่ที่ยังชะลอตัว เป็นปัจจัยหลักที่อาจจะส่งผลกระทบต่อการลงทุนในปี 2561 ได้

Economic Intelligence Center (EIC) estimates the Thai economy in 2018 grew by 3.5%, driven by both state and private investment. In addition to the construction of public transportation infrastructure. EIC sees several signs that the private sector is likely to see a significant increase in investment in 2018, both from the export sector with a continuous increase in capacity utilisation. In addition, the rapidly growing digital consumer market in many Asian countries, such as India, China, and ASEAN is a trend to watch. Thailand has enormous business opportunities to capture foreign investment. Large international e-commerce businesses have started to penetrate the Thai market. Since 2016, EIC expects that this trend will lead to increased demand for investment in areas such as transportation, storage and distribution. However, the shortage of workers due to the adjustment in rules governing foreign workers will impact on expansion. Consumer spending by Thai households is still slow.

การส่งออก

Exports

คาดว่าจะเติบโตต่อเนื่องที่ร้อยละ 4.8 สอดคล้องกับการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก บริษัทเล็กมีจำนวนผู้ประกอบการมากถึงร้อยละ 77 ของระบบ ส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการไทย ขณะที่บริษัทใหญ่ ๆ มีจำนวนผู้ประกอบการเพียงร้อยละ 23 ซึ่งส่วนใหญ่เป็นต่างชาติ ทั้งนี้ อุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มส่งออกดี ได้แก่ เคมีภัณฑ์ เครื่องจักร เครื่องใช้ไฟฟ้า และยานยนต์

Expect a continued growth of 4.8% in line with global economic recovery. Much of the growth is driven by small companies that have a market share of 77%. Most of them are owned by Thai entrepreneurs. The remaining 23% are major corporations and most of them have foreign investors. The promising sectors are chemicals, machinery, electrical appliances and motor vehicles.

การลงทุนภาคเอกชน

Private Investment

แนวโน้มในปี 2561 คาดว่าภาพรวมการลงทุนภาคเอกชนมีแนวโน้มขยายตัวร้อยละ 3.8 มาจากการลงทุนของบริษัทใหญ่ ร้อยละ 3 ซึ่งมีความพร้อมที่จะขยายการลงทุน เมื่อพิจารณาจากอัตราผลตอบแทนการลงทุน (ROE) และกระแสเงินสด (FCF) รวมทั้งได้รับปัจจัยหนุนจากนโยบายส่งเสริมการลงทุน ทั้ง BOI โครงการระเบียงเขตเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC) และการร่วมลงทุนระหว่างภาครัฐและเอกชน (PPP) ตลอดจนเป็นบริษัทที่อยู่ในอุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มเติบโตดี ในหมวดบริการ อาทิ การสื่อสารและโทรคมนาคม การก่อสร้างของโครงการใหญ่ และหมวดอุตสาหกรรม ได้แก่ ยานยนต์ อิเล็กทรอนิกส์ ปิโตรเคมี ในขณะที่บริษัทเล็กมีส่วนการเติบโตของการลงทุนอยู่เพียง ร้อยละ 0.8 เท่านั้น เนื่องจากมีความสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนระดับต่ำ อีกทั้งการที่ผู้ประกอบการ SME ส่วนใหญ่อยู่ในภาคการค้า ทำให้ความจำเป็นที่ต้องลงทุนมีไม่มากนัก

The outlook for private investment in 2018 is positive with a growth of 3.8%. This is based on ROE and cash flow (FCF) as well as support from BOI, the Eastern Economic Corridor (EEC) and joint investment between the public and private sectors (PPP), as well as companies that are in the industry with good growth in services such as communications and telecommunications. Private investment benefits real estate construction, automotive electronics and petrochemicals. But small companies have only a 0.8% growth in investment, due to their low level of access to capital, and the fact that most SMEs are in the trading sector, where the need for investment is minimal.

การบริโภคภาคเอกชน

Private Consumption

การบริโภคภาคเอกชน เป็นภาพที่เชื่อมโยงจากการส่งออก และการลงทุน โดยใช้การจ้างงานเป็นตัวบ่งชี้เราพบว่าแม้ว่าบริษัทใหญ่ที่มีแนวโน้มเติบโตกลับมีสัดส่วนการจ้างงานที่ต่ำเพียงร้อยละ 13 ของแรงงานทั้งระบบเมื่อเทียบกับบริษัทเล็ก และภาคเกษตรที่มีการจ้างงานเป็นจำนวนมากและกระจายทั่วภูมิภาค กอปรกับในปี 2561 คาดว่าราคาสินค้าเกษตรจะทรงตัวในระดับต่ำ ทำให้การบริโภคภาคเอกชนมีแนวโน้มขยายตัวที่ ร้อยละ 3.2 ใกล้เคียงกับปี 2560

Using employment as an indicator, we find that even with large growth companies, the employment rate is low at only 13% of the workforce, compared with small and agricultural companies that employ a large number of people and distribute across the region. In 2018, prices for agricultural products are expected to remain low. Private consumption is expected to expand at 3.2% by the close of 2017.

การเงิน

Financials

ภาวะตลาดการเงิน โดยเฉพาะตลาดอัตราแลกเปลี่ยนมีแนวโน้มผันผวนมากขึ้นจากปัจจัยต่างประเทศ โดยเฉพาะนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจสหรัฐฯ นโยบายการเงินของธนาคารกลาง และความเสี่ยงด้านภูมิรัฐศาสตร์ อย่างไรก็ตาม ค่าเงินบาทจะมีทิศทางแข็งค่าขึ้นและมีโอกาสแตะ 32.50 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ ในช่วงปลายปี 2561 จากแนวโน้มเงินทุนไหลเข้าต่อเนื่องหนุนโดยปัจจัยพื้นฐานเศรษฐกิจไทยที่แข็งแกร่งขึ้น

In particular, the exchange rate market is more volatile driven by foreign factors, especially the US stimulus, monetary policy of the Central Bank and geopolitical risks. The Baht will assume a stronger direction and could settle at round 32.50 Baht per US dollar in late 2018, supported by stronger Thai economic fundamentals.



2

ทิศทางอุตสาหกรรมไมซ์ ในและต่างประเทศปี 2560 และ 2561

Global and Thailand MICE Industry 2017-2018

2.1

ภาพรวมสถานการณ์ไมซ์โลกปี 2560

Overview of the Global MICE Industry in 2017

ภาพรวมตลาดการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Meetings & Incentives) ในปี 2016 GBTA ได้เผยแพร่รายงาน 2016 Global BTI Outlook ซึ่งเป็นการสำรวจภาพรวมการเติบโตของการเดินทางกลุ่มประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ภายใน 5 ปี (พ.ศ. 2559 – 2563) พบว่าประเทศที่มีอัตราการเติบโตสูงได้แก่ อินเดีย อินโดนีเซีย ตุรกี และจีน ส่วนประเทศที่มีอัตราการเติบโตในระดับปานกลาง ได้แก่ สหรัฐอเมริกา และยุโรป

An overview of the meetings & incentives by GBTA published in 2016 “Global BTI Outlook, a survey of growth in the meetings and incentives segments, showed that during 2016 to 2020 the countries with high growth were India, Indonesia, Turkey and China, with moderate growth in the United States and Europe.



นอกจากนี้ จากรายงาน 2017 Global Meetings and Events Forecast ซึ่งจัดทำโดย American Express พบว่า ในปี 2560 นี้ ระยะเวลาการพำนักรของนักเดินทางกลุ่มประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจะยังคงทรงตัว โดยมีการประชุมน้อยกว่า 12 ชั่วโมงต่อครั้ง และมีระยะเวลาการพำนักรเฉลี่ย 3-3.5 วัน ทุกภูมิภาค ด้านตลาดยุโรป คาดว่านักเดินทางกลุ่มการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจะเดินทางพำนักรลดลงครึ่งวัน ในขณะที่อเมริกากลางและอเมริกาใต้มีระยะเวลาการพำนักรยาวนานกว่าในปีที่ผ่านมา โดยภาพรวม คาดการณ์ว่าในปี 2560 ระยะเวลาการพำนักรของนักเดินทางกลุ่มประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจะลดลงทุกประเภท ในส่วนของค่าใช้จ่ายต่อคน คาดว่านักเดินทางกลุ่มการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจะมีค่าใช้จ่ายต่อคนสูงสุด สาเหตุจากการที่องค์กรให้รางวัลกับผู้ที่ทำยอดขายสูง ส่วนนักเดินทางกลุ่มการจัดประชุมนานาชาติมีค่าใช้จ่ายต่อคนที่สูงเป็นอันดับสอง

ทั้งนี้ พบว่านักเดินทางกลุ่มการจัดประชุมนานาชาติในภูมิภาคอเมริกากลางและอเมริกาใต้มีแนวโน้มการวางแผนและควบคุมค่าใช้จ่ายทำให้ค่าใช้จ่ายต่อคนลดลง ด้านนักเดินทางกลุ่มสัมมนาและประชุมในองค์กรมีแนวโน้มการใช้จ่ายลดลง โดยภาพรวมค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนในอเมริกาเหนือยุโรป และเอเชียแปซิฟิกอยู่ในระดับใกล้เคียงกัน ในขณะที่ค่าใช้จ่ายต่อคนในอเมริกากลางและอเมริกาใต้เพิ่มสูงขึ้น ซึ่งคาดว่าจะ

In addition, the 2017 Global Meetings and Events Forecast, by American Express, in 2017, the length of stay for meetings and incentives remained stable. The average length of stay varied from 3 to 3.5 days in all regions. In Europe the average was shorter by a day. In Central America and South America had longer length of stays than average. Overall, length of stay for meetings and incentives groups has reduced due to time constraints. In terms of spending per person incentive travel was the highest as organisation linked the travel prize to the highest sales targets. Convention organisers have the second highest spending per person.

Overall, the average spending per person in North America, Europe and Asia Pacific was at a similar level, while the spending per person in Central and South America was higher. This is being due to the trend of staying at high-end hotels such as resorts or luxury hotels. The factors MICE travellers adopted to consider the venue included the ease of getting there and safety factors linked to the destination. The report also found that MICE travellers

ผลมาจากการเข้าพักในโรงแรมที่มีระดับที่สูงขึ้น อาทิ รีสอร์ทหรือที่พักหรูหรานานาชาติในย่านศูนย์กลางของภูมิภาค ปัจจัยที่นักเดินทางกลุ่มไมซ์ใช้พิจารณาสำหรับการเลือกใช้สถานที่จัดประชุม ประกอบด้วย ปัจจัยด้านความสะดวกในการเดินทางและปัจจัยด้านความปลอดภัย ทั้งนี้ จากรายงานยังพบว่านักเดินทางกลุ่มไมซ์ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ยุโรป อเมริกากลาง และอเมริกาใต้ คำนึงถึงปัจจัยด้านความปลอดภัยเป็นอันดับแรก นอกจากนี้ นักเดินทางกลุ่มไมซ์ในภูมิภาคยุโรปยังคำนึงถึงปัจจัยด้านความมั่นคงทางเศรษฐกิจและการเมืองอีกด้วย

สำหรับธุรกิจไมซ์ภาพรวมของปี 2560 มีปัจจัยที่เข้ามาเป็นส่วนสำคัญในการประกอบธุรกิจไมซ์ทั่วโลกในด้านต่าง ๆ ที่สำคัญ อาทิ ด้านเทคโนโลยีและการใช้ดิจิทัลเข้ามามีบทบาทต่ออุตสาหกรรมไมซ์มากขึ้นในหลายด้านทั้งการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ การวางแผนและการดำเนินการจัดกิจกรรมเพื่อให้เกิดประสบการณ์สำหรับผู้เข้าร่วมงาน เช่น เทคโนโลยีเสมือนจริง Virtual Reality, Location Based Technology, Mobile Application หรือ Social Media เป็นต้น แต่ก็ไม่ได้ลดความสำคัญของการพบปะและการสื่อสารที่เป็นแบบการเผชิญหน้า (Face to Face) อย่างไรก็ตามผู้จัดงานยังคงต้องคำนึงถึงความสะดวกของการใช้เทคโนโลยีกับค่าใช้จ่ายเพื่อให้เกิดความคุ้มค่าในการดำเนินงาน มากไปกว่านั้น แนวโน้มที่สำคัญสำหรับปี 2560 และในปีต่อ ๆ ไป คือการจัดกิจกรรมไมซ์ที่เน้น Work Along with Play หรือ Business Travel with Pleasure (Bleisure) นอกจากนี้กลุ่มนักเดินทางธุรกิจยังสนใจกิจกรรมเพื่อประโยชน์ต่อสังคม (CSR) อีกด้วย

in Asia Pacific, Europe, Central and South America and Europe also take into account economic and political security factors

For MICE business success, the overall for 2017 gave prominence to technology and digital applications. The MICE industry has played a with experiences such as Virtual Reality, Location Based Technology, Mobile Application, or Social Media, but it does not diminish the importance of face-to-face communications. However, organisers still have to take into account the balance of technology with reference to use and costs to achieve value for money. Moreover, major trends during 2017 and in the future, suggest MICE activities that focus on "Work Along with Play" or "Business Travel with Pleasure" (Bleisure). Business travellers are also interested in social activities Corporate Social Responsibility (CSR).

ภาพรวมตลาดไมซ์แบบรายอุตสาหกรรม

MICE Industry Overview

ตลาดการประชุมและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

Meetings and Incentives

การขยายตัวของเศรษฐกิจขั้นสูงทำให้เศรษฐกิจเริ่มฟื้นตัวขึ้น ในปี 2560 การบริโภคภาคเอกชนเริ่มดีขึ้น การลงทุนและการค้าเริ่มดีขึ้น ในขณะที่ตลาดเกิดใหม่เน้นสร้างโอกาสในการเติบโตให้แก่การเดินทางธุรกิจทั่วโลก ซึ่งทำให้การใช้จ่ายของนักเดินทางธุรกิจอยู่ในระดับที่สูงกว่าระดับการเติบโตที่ร้อยละ 3 โดยเน้นหนักที่กิจกรรมการลงทุน การส่งออกที่จะผลักดันการเติบโตทั้งหมดในช่วงห้าปีข้างหน้า อย่างไรก็ตาม การเติบโตของการลงทุนที่ร้อยละ 1.6 ในปี 2560 จะเพิ่มขึ้นตลอดระยะเวลาคาดการณ์ซึ่งอยู่ที่ร้อยละ 4.4 ในปี 2563 ซึ่งสะท้อนถึงวัฏจักรการเปลี่ยนสินค้าทุนที่ล้นล้ามาเป็นเวลานาน

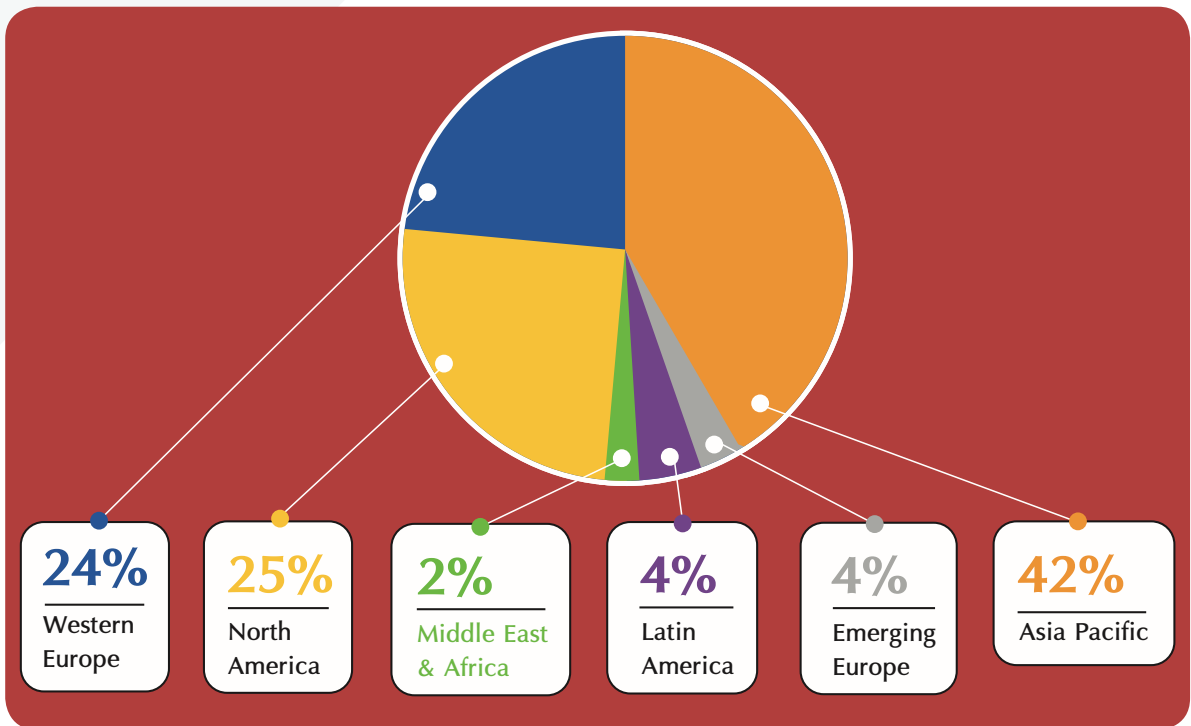
Economic recovery in 2017 has improved discretionary and consumer spending. Investment and trade has also improved while emerging markets are driving growth their opportunities for business travellers around the world. This led to a 3% increase in business travellers spending, with a focus on investment. Exports will drive total growth. However, the investment growth of 1.6% in 2017 will increase throughout the forecast period, which is 4.4% in 2020, reflecting the long-term capital change cycle.

Business Traveller's Spending



“จากกราฟจะเห็นได้ว่า การใช้จ่ายในการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลทั่วโลกเติบโตขึ้น 3.5% ในปี 2559 และมีแนวโน้มที่จะเติบโตถึง 5.2% ในปี 2560 โดยมีปัจจัยสนับสนุนทางด้านการผลิต การเติบโตทางเศรษฐกิจ และการเปลี่ยนแปลงทางด้านการเงินและมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง”

“As seen in graph, global meetings and incentives spending grew 3.5% in 2016 and should grow 5.2% in 2017, with production support linked to economic and financial stability.”



อัตราส่วนการใช้จ่ายในรายภูมิภาคยังคงไม่เปลี่ยนแปลงจากเดิม โดยภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกและยุโรปตะวันตกมีส่วนแบ่งทางตลาดที่เพิ่มขึ้นเล็กน้อย ในขณะที่ภูมิภาคอเมริกาเหนือเสียการครองส่วนแบ่งทางตลาดไปเล็กน้อย ส่วนในภูมิภาคอื่น ๆ ยังคงไม่เปลี่ยนแปลง ทั้งนี้คาดว่าทั้งภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกและยุโรปตะวันตก จะมีส่วนแบ่งตลาดที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ภายในปี 2564 ในขณะที่อเมริกาเหนือจะสูญเสียส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 1 (ที่มา: GBTA BTI™ Outlook ANNUAL GLOBAL REPORT & FORECAST, July 2017)

The ratio of spending in the region remains unchanged. Asia-Pacific and Western Europe have slightly increased market share. North America lost market share slightly. In other regions the Asia Pacific and Western Europe will see an increase in market share around 1% around the year 2064, while North America will lose 1% of market share. (source: GBTA BTI™ Outlook ANNUAL GLOBAL REPORT & FORECAST, July 2017).

ตลาดการประชุมนานาชาติ

Conventions

แนวโน้มการประชุมนานาชาติขนาดใหญ่จะมีขนาดใหญ่ขึ้น แต่จะมีการประชุมที่แยกเป็นรายภูมิภาคเพิ่มขึ้น การประชุมมีขนาดเล็กลงแต่มีความถี่เพิ่มขึ้นเช่นเป็นรายปี และแนวโน้มจำนวนวันจัดงานลดลง ความน่าดึงดูดของจุดหมายปลายทางยังคงเป็นปัจจัยสนับสนุนในการเลือกสถานที่จัดงาน การแข่งขันในระดับโลกมีความรุนแรงขึ้น มีคู่แข่งใหม่ ๆ ทั้งจากในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก หรือตะวันออกกลาง เทคโนโลยีทันสมัยมีความสำคัญมากขึ้นทั้งในส่วนที่เป็นปัจจัยพื้นฐาน เช่น WIFI หรือ Smart Meeting Technology อื่น ๆ มากขึ้น การปรับเปลี่ยนสถานที่ประชุมที่มีความยืดหยุ่นในการใช้งาน เป็นต้น (ที่มา: JWC Report)

จากสถิติการประชุมนานาชาติของ International Congress and Convention Association (ICCA) พบว่าตลอดช่วงระยะเวลาหลายสิบปี ภูมิภาคยุโรปเป็นภูมิภาคที่ได้ส่วนแบ่งตลาดในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติมากที่สุดมาโดยตลอด หากพิจารณาเป็นรายประเทศจะพบว่าสหรัฐอเมริกาเป็นสถานที่ที่ได้รับความนิยมสูงสุดในการจัดประชุมนานาชาติ โดยมีเยอรมัน อังกฤษ ฝรั่งเศส และสเปน เป็นสถานที่ที่ได้รับความนิยมรองลงมา

ในปี 2559 สหรัฐฯ มีการจัดการประชุมนานาชาติมากที่สุดเป็นอันดับ 1 กล่าวคือ มีการจัดประชุมถึง 934 ครั้ง อันดับที่ 2 คือเยอรมัน มีการจัดประชุม 689 ครั้ง และรองลงมาคือ อังกฤษ ฝรั่งเศส และสเปน ได้รับความนิยมเป็นอันดับที่ 3-5 มีการจัดประชุม 582 ครั้ง 545 ครั้ง และ 533 ครั้ง ตามลำดับ สำหรับประเทศในเอเชียที่ได้รับความนิยมใน 30 อันดับแรกของโลกในปี 2559 ได้แก่ จีนและญี่ปุ่น อันดับที่ 7 เกาหลีใต้ อันดับที่ 13 ขณะที่ประเทศไทยได้รับความนิยมเป็นอันดับที่ 24 ของโลก ซึ่งขึ้นมาจากปี 2558

The mega international conference trend will continue to grow, but there will be more regional conventions. Smaller conventions will be held more frequently, or at least annually but the number of convention days will decline. The destination's attractions continue to be a factor in choosing the venue as this adds value and appeals to business travellers. Global competition is more intense. There emerging competitors in the Asia Pacific and the Middle East Modern and in these regions technology is more important in terms of fundamentals and conference requirements such as WIFI or other Smart Meeting Technology. Flexible meeting place modifications are also important. (Source: JWC Report)

Based on international conference's statistics by the International Congress and Convention Association (ICCA) it was concluded that following the dominant trend of past decades, the United States will continue to host the most conventions when compared with other competition countries. However, the regional picture indicates, Europe will continue to host the largest share of international conventions, with Germany, England, France and Spain being the most popular.

In 2016, the United States holds the largest number of international conferences, with 934 conventions. The second is Germany, with 689 conventions, followed by the UK, France and Spain. with 582, 545 and 533, respectively. For the top 30 destinations in Asia, China and Japan ranked 7th. The South Korea ranked 13th, while Thailand ranked 24th.

จำนวนการประชุมของประเทศในระดับนานาชาติ

Number of International Meetings

| RANK | 2015 | | 2016 | |
|-------|-------------------|------------|-------------------|------------|
| | COUNTRY | #MEETINGS | COUNTRY | #MEETINGS |
| 1 | U.S.A | 925 | U.S.A | 934 |
| 2 | Germany | 667 | Germany | 689 |
| 3 | Unted Kingdom | 582 | Unted Kingdom | 582 |
| 4 | Spain | 572 | France | 545 |
| 5 | France | 522 | Spain | 533 |
| 6 | Italy | 504 | Italy | 468 |
| 7 | Japan | 355 | China-P.R. | 410 |
| 8 | China-P.R. | 333 | Japan | 410 |
| 9 | Natherlands | 333 | Natherlands | 368 |
| 10 | Canada | 308 | Canada | 287 |
| 11 | Brazil | 292 | Potugal | 287 |
| 12 | Potugal | 278 | Austria | 268 |
| 13 | Republic of Korea | 267 | Republic of Korea | 267 |
| 14 | Austria | 258 | Sweden | 260 |
| 15 | Australia | 247 | Brazil | 244 |
| 16 | Belgium | 216 | Australia | 211 |
| 17 | Sweden | 216 | Poland | 195 |
| 18 | Turkey | 211 | Belgium | 194 |
| 19 | Denmark | 204 | Atgentina | 188 |
| 20 | Switzerland | 194 | Switzerland | 184 |
| 21 | Poland | 193 | Mexico | 182 |
| 22 | Mexico | 184 | Denmark | 180 |
| 23 | Atgentina | 181 | Finland | 178 |
| 24 | Singapore | 156 | Thailand | 174 |
| 25 | Czech Republic | 154 | Greece | 168 |
| 26 | Greece | 152 | Iceland | 157 |
| 27 | Thailand | 151 | Czech Republic | 156 |
| 28 | Norway | 144 | Singapore | 151 |
| 29 | Finland | 141 | Colombia | 147 |
| 30 | Colombia | 138 | Norway | 144 |
| TOTAL | | 9,078 | TOTAL | 9,161 |

จำนวนการประชุมของประเทศในภูมิภาคเอเชีย

Number of Meetings in Asia

2015

| RANK | COUNTRY | #MEETINGS |
|------|-----------------------|------------|
| 1 | Japan | 355 |
| 2 | China-P.R. | 333 |
| 3 | Republic of Korea | 267 |
| 4 | Singapore | 156 |
| 5 | Thailand | 151 |
| 6 | India | 132 |
| 7 | Chinese Taipei | 124 |
| 8 | Malaysia | 113 |
| 9 | Hong Kong, China-P.R. | 112 |
| 10 | Indonesia | 78 |

2016

| RANK | COUNTRY | #MEETINGS |
|------|-----------------------|------------|
| 1 | China-P.R. | 410 |
| 2 | Japan | 410 |
| 3 | Republic of Korea | 267 |
| 4 | Thailand | 174 |
| 5 | Singapore | 151 |
| 6 | India | 143 |
| 7 | Chinese Taipei | 141 |
| 8 | Malaysia | 115 |
| 9 | Hong Kong, China-P.R. | 99 |
| 10 | Indonesia | 94 |

จากสถิติของ ICCA ในปี 2559 พบว่าประเทศในภูมิภาคเอเชีย ที่ได้รับความนิยมสูงสุด ในการจัดการประชุมนานาชาติมี 2 ประเทศ คือ จีนและญี่ปุ่น รองลงมา คือ เกาหลีใต้ ส่วน ประเทศไทยได้รับความนิยมเป็นลำดับที่ 4 ของภูมิภาค

According to ICCA statistics in 2016, the two most popular Asian countries in the region were China and Japan, followed by South Korea and Thailand was the 4th.

จำนวนการประชุมของเมืองในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

Number of Meeting in Asia Pacific by City

| RANK | COUNTRY | #MEETINGS |
|------|-------------------|------------|
| 1 | Singapore | 151 |
| 2 | Seoul | 137 |
| 3 | Bangkok | 121 |
| 4 | Beijing | 113 |
| 5 | Hong Kong | 99 |
| 6 | Tokyo | 95 |
| 7 | Taipei | 83 |
| 8 | Shanghai | 79 |
| 9 | Kuala Lumpur | 68 |
| 10 | Kyoto | 58 |
| 28 | Chiang Mai | 20 |
| 48 | Phuket | 13 |
| 92 | Pattaya | 5 |

จากสถิติของ ICCA ในปี 2559 พบว่าเมืองในเอเชียที่ได้รับความนิยมสูงสุดในการจัดการประชุมนานาชาติ คือ สิงคโปร์ รองลงมา คือ กรุงโซล และกรุงเทพฯ ได้รับความนิยมเป็นอันดับที่ 3 ของเอเชีย โดยเชียงใหม่ ภูเก็ตและพัทยาได้รับความนิยมเป็นอันดับที่ 28 อันดับที่ 48 และอันดับที่ 92 ของทวีปเอเชีย ตามลำดับ

According to ICCA statistics in 2016, the most popular Asian cities worldwide were Singapore, Seoul and Bangkok was the 3rd. More detailed Asian comparisons indicated the rising popularity of Chiang Mai, Phuket and Pattaya. They were ranked 28th, ranked 48th and 92nd in Asia, respectively.

ที่มา: ICCA Statistics Report 2016, International Congress and Convention Association (ICCA)

Source: ICCA Statistics Report 2016, International Congress and Convention Association (ICCA)

ตลาดการแสดงสินค้านานาชาติ

International Exhibitions

การจัดการแสดงสินค้าในระดับโลก จะมีการขยายหรือทดแทนด้วยงานในระดับภูมิภาค หรือระดับประเทศมากขึ้น ผู้จัดงานระดับนานาชาติจะมีการดำเนินการในลักษณะพันธมิตรกับผู้จัดงานในท้องถิ่นมากขึ้น ทั้งในลักษณะที่เป็น M&A (Merger & Acquisition) โดยเริ่มของงานจะสอดคล้องกับการเติบโตของเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม แต่จะมีแนวโน้มในการจัดกิจกรรมที่ครบวงจร ทั้งการประชุมและการแสดงสินค้าและนิทรรศการด้วยกันในงานเดียว การคำนึงถึงความคุ้มค่าในการลงทุน (ROI) จะมีมากขึ้นทั้งในด้านของผู้จัดงาน ผู้ขายและผู้ซื้อ

UFI ได้เผยแพร่รายงาน The Trade Fair Industry in Asia, 13th edition ซึ่งเป็นรายงานการสำรวจตลาดงานแสดงสินค้าในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกปี 2559 พบว่าจำนวนพื้นที่ในการจัดแสดงสินค้าในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.5 และมีพื้นที่จัดงานแสดงสินค้าที่ขายได้มากถึงกว่า 20.9 ล้านตารางเมตร โดยร้อยละ 57 ของพื้นที่ในการจัดงานแสดงสินค้าเกิดขึ้นในประเทศจีน หรือคิดเป็นพื้นที่ 12 ล้านตารางเมตร ส่วนประเทศญี่ปุ่น เป็นอันดับ 2 ของภูมิภาค มีพื้นที่จัดงานแสดงสินค้าทั้งหมด 2.06 ล้านตารางเมตร หรือร้อยละ 10 ของภูมิภาค ทั้งนี้ จากงานแสดงสินค้ามากกว่า 2,200 งานที่จัดขึ้นในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก เกือบ 1,000 งานถูกจัดที่ประเทศจีนและญี่ปุ่น หรือคิดเป็น ร้อยละ 44 ของงานแสดงสินค้าทั้งหมดที่จัดในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกปี 2559 ประเทศอินเดีย เป็นประเทศที่มีพื้นที่จัดงานแสดงสินค้าเป็นอันดับ 3 ของภูมิภาค อยู่ที่ 1.07 ล้านตารางเมตร ส่วนประเทศเกาหลี และฮ่องกงมีพื้นที่จัดงานแสดงสินค้าเป็นอันดับ 4 และ 5 ของภูมิภาค อยู่ที่ 0.98 ล้านตารางเมตร และ 0.95 ล้านตารางเมตร ตามลำดับ ในขณะที่ประเทศไทย มีพื้นที่จัดงานแสดงสินค้าเป็นอันดับ 8 ของภูมิภาค มีพื้นที่อยู่ที่ 0.59 ล้านตารางเมตร

Exhibitions will expand with regional editions as international exhibitions will partner with local organisers. M & A (Merger & Acquisition) says this is consistent with the growth in industry and regional economies. However, there is a trend towards integrated activities. The meetings and exhibitions segments will be presented as a single event offering better value and a return on investment (ROI) for the organisers and participating sellers and buyers.

UFI has published the 13th edition of the Trade Fair Industry Report Asia, which surveys the Asia Pacific region. In 2016 it shows the gross exhibition space rented in the Asia Pacific region increased by 5.5%. Fair organisers sold more than 20.9 million square meters in exhibition space. 57% of the gross sold space in Asia was for exhibitions held in China. Japan had the second largest trade fair sold space with an area of 2.06 million square meters or 10% of the region's total. More than 1,000 exhibitions were held in China and Japan, about 44% of all the exhibitions held in the Asia-Pacific region. India was the region's third largest with sold exhibition space of 1.07 million square meters. Korea Hong Kong were the region's 4th and 5th with 0.98 million square meters and 0.95 million square meters, respectively.

จำนวนของสถานที่และพื้นที่จัดงานแสดงสินค้าในเอเชียปี 2560

Table Number of Venues and Exhibition Space in Asia in 2017

| COUNTRY | EXHIBITION SPACE (M ²) | #Of Venues |
|-----------------|------------------------------------|------------|
| China | 5,761,039 | 112 |
| Japan | 373,409 | 14 |
| India | 337,392 | 16 |
| Korea | 308,368 | 12 |
| Thailand | 244,323 | 9 |
| Singapore | 219,970 | 4 |
| Australia | 172,092 | 12 |
| Hong Kong | 149,820 | 2 |
| Malaysia | 125,342 | 6 |
| Indonesia | 120,135 | 9 |
| Taiwan | 117,178 | 5 |
| Macau | 76,715 | 2 |
| Pakistan | 37,191 | 2 |
| Philippines | 33,635 | 5 |
| Vietnam | 22,278 | 3 |
| Myanmar | 13,000 | 3 |
| Cambodia | 11,156 | 2 |
| Total | 8,122,044 | 218 |

ปี 2560 จะมีสถานที่จัดแสดงสินค้าและนิทรรศการในเอเชียจำนวน 218 แห่ง จากเดิมที่มีจำนวน 101 แห่งในปี 2548 จำนวนของพื้นที่จัดแสดงสินค้ามากกว่าร้อยละ 70 จะอยู่ที่จีน ซึ่งมีขนาดใหญ่กว่า 15 เท่าของตลาดใหญ่อันดับถัดไปคือ ญี่ปุ่น โดยในปี 2561 นั้น มาเลเซีย ออสเตรเลีย จีน อินเดีย จะมีการเพิ่มขนาดของสถานที่ ทั้งนี้มาเลเซียมีแผนจะเพิ่มพื้นที่การแสดงสินค้าของ Malaysia International Trade and Exhibition Centre (MITEC) ให้ได้ถึง 50,000 ตารางเมตร ในขณะที่จีนถ้าสถานที่จัดงานขนาดใหญ่ของเซินเจิ้นเปิดให้บริการในเวลานี้จะมีการเพิ่มพื้นที่จัดงานแสดงสินค้าถึง 400,000 ตารางเมตรในปี 2561

There will be 218 exhibition halls, or centers, in Asia of which 101 of the venues were established since 2005. Of the total 70% of the venues are located in China, the top destination in terms of available exhibition space, 15 times greater than the exhibition space available in second placed Japan. Starting in 2018, Malaysia, Australia, China, India will be the key drivers of growth in the exhibition sector. Malaysia plans to increase its exhibition space at the Malaysia International Trade and Exhibition Center (MITEC) to 50,000 square meters, while China will add a new large exhibition venue in Shenzhen. The overall available exhibition space will increase 400,000 square meters in 2018.

2.2

ภาพรวมสถานการณ์ไมซ์ไทยปี 2560
Overview of MICE Thailand in 2017

2.2.1

ภาพรวมธุรกิจไมซ์ต่างประเทศ
MICE Global Business Overview

ภาพรวมอุตสาหกรรมไมซ์ต่างประเทศในปี 2560 เน้นการทำงานที่สอดคล้องกับวิสัยทัศน์รัฐบาล มุ่งพัฒนาประเทศอย่าง มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน โดยการกำหนดยุทธศาสตร์อุตสาหกรรมไมซ์ให้สอดคล้องกับการพัฒนายุทธศาสตร์ชาติไมซ์ 20 ปี ชู 3 แนวทางหลัก คือ การสร้างรายได้ การพัฒนาประเทศด้วยนวัตกรรม และการสร้างความเจริญเพื่อมุ่งประโยชน์ส่วนรวมในทุกภาคส่วนของสังคม ตั้งเป้าหมายไมซ์ให้เป็นอุตสาหกรรมหลักพัฒนาเศรษฐกิจประเทศ กระจายความเจริญและรายได้สู่ทุกภูมิภาคอย่างยั่งยืน

ด้วยบทบาทของอุตสาหกรรมไมซ์ที่เป็นกลไกในการสร้างรายได้ด้วยเม็ดเงินกว่าแสนล้านบาทในแต่ละปี และมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2547 ถึง 2559 ซึ่งมีการเติบโตเฉลี่ยรวมร้อยละ 13 อุตสาหกรรมไมซ์ไทยมีบทบาทสำคัญในการนำรายได้เข้าประเทศควบคู่กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตลอดหลายปีที่ผ่านมา ด้วยเหตุการณ์สำคัญช่วงไตรมาสสุดท้ายของปี 2559 ผลกระทบจากสภาวะเศรษฐกิจโลกชะลอตัวในหลายประเทศของกลุ่มสหภาพยุโรป (อียู) รวมถึงบรรยากาศภายในประเทศไทย ส่งผลต่อการฟื้นตัวของภาคอุตสาหกรรมไมซ์ในต้นปี 2560 โดยมีงานสำคัญที่ประเทศไทยเป็นเจ้าภาพกว่า 14 งาน ทั้งกลุ่มการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล กลุ่มการประชุมนานาชาติ และการแสดงสินค้านานาชาติ อาทิ Herbalife Southeast Extravaganza, การประชุมกลุ่มบริษัท Infinitus, PCMA Global Professionals Conference, Asia Pacific 2017, UIA Round Table Asia Pacific เป็นต้น

This overview of the MICE industry in 2017, illustrates the strong commitment that is in place to reach out to the government's vision for stability prosperity and sustainability in line with a 20-year MICE strategy. There are three major directions that are being adopted by developing countries; build with innovation, generate more revenues and create prosperity for the benefit of all sectors of society. This vision targets MICE industry as a major economic development and spreads the prosperity and income to all regions sustainably.

The MICE industry has an important role to play, as a mechanism to generate revenue of 1 billion Baht annually. The industry has continued to expand between 2004 and 2016 at an average growth of 13%. This has generated revenue over the past decade. In the last quarter of 2016, the impact of an economic slowdown in many EU countries and the situation in Thailand, the MICE industry rose to the challenge in 2017, hosting over 14 events including incentives, international conferences and exhibitions such as Herbalife Southeast Extravaganza, Infinitus Group Conference, PCMA Global Professionals Conference, Asia Pacific 2017, UIA Round Table Asia Pacific.

ภาพรวมการดำเนินงานตลาดไมซ์ต่างประเทศปีงบประมาณ 2560

Overview of MICE Market Fiscal Year 2017

| MICE Industry | No. of MICE Visitors (pax) | | | Revenue (Million Baht) | | |
|---------------|----------------------------|-----------|------------|------------------------|--------|------------|
| | 2016 | 2017 | Growth (%) | 2016 | 2017 | Growth (%) |
| M | 258,483 | 259,901 | 0.55% | 23,445 | 24,478 | 4.41% |
| I | 263,556 | 271,793 | 3.13% | 16,217 | 16,696 | 2.95% |
| C | 298,564 | 300,273 | 0.57% | 25,789 | 26,145 | 1.38% |
| E | 180,480 | 215,992 | 19.68% | 15,686 | 18,869 | 20.29% |
| Total | 1,001,083 | 1,047,950 | 4.68% | 81,137 | 86,188 | 6.23% |

ในปีที่ผ่านมา ประเทศไทยมีนักเดินทางกลุ่มไมซ์รวมทั้งสิ้น 1,047,950 คน สร้างรายได้ 86,188 ล้านบาท โดยคิดเป็น นักเดินทางกลุ่มการประชุม จำนวน 259,901 คน สร้างรายได้ 24,478 ล้านบาท นักเดินทางกลุ่มการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล จำนวน 271,793 คน สร้างรายได้ 16,696 ล้านบาท นักเดินทางกลุ่มการประชุมนานาชาติ จำนวน 300,273 คน สร้างรายได้ 26,145 ล้านบาท และนักเดินทางกลุ่มงานแสดงสินค้านานาชาติ จำนวน 215,992 คน สร้างรายได้ 18,869 ล้านบาท ซึ่งเติบโตขึ้นจากปีที่แล้ว 6.23%

ตลาดไมซ์ไทยยังให้ความสำคัญที่ตลาดเอเชียเป็นหลัก โดยเฉพาะประเทศจีน ซึ่งมีศักยภาพสามารถดึงดูดผู้เข้าร่วมงานได้กว่า 1 หมื่นคนขึ้นไป และมีกำลังซื้อสูง มีนักเดินทางกลุ่มไมซ์มาจัดงานในประเทศไทยหลายปีอย่างต่อเนื่อง ตลาดนี้เป็นตลาดสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนธุรกิจไมซ์ไทยในปี 2560 สำหรับประเทศอื่น ๆ ยังคงมีแนวโน้มด้านบวก เช่น ยุโรป นำโดย สหราชอาณาจักร เยอรมนี ที่ยังแข็งแกร่ง เสริมด้วยตลาดใหม่ในยุโรปตะวันออก อาทิ โปแลนด์ สาธารณรัฐเชก และตลาดรัสเซียหลังผ่านวิกฤติเศรษฐกิจที่ผ่านมา

In the past year, there were 1,047,950 MICE travellers who delivered revenue of 86,188 million Baht. Meetings delivered 259,901 visitors and created revenue of 24,478. Incentives delivered 271,793 visitors and revenue of 16,696 million Baht. Conventions attracted 300,273 delegates and generated 26,145 million Baht. Exhibitions attracted 215,992 participants and generated revenue of 18,869 million Baht. The total average growth rate for all sectors was 6.23%.

Thailand's MICE market is drawn mainly from Asian markets. China is the top market and has performed well in 2017. For other countries, there are positive trends mainly in Europe, led by the United Kingdom, Germany that high potential for growth. New markets in eastern Europe, such as Poland, the Czech Republic and the Russian market are showing signs of recovery after a recent economic downturn.

อันดับประเทศที่มีนักเดินทางกลุ่มไมซ์มาประเทศไทยในปี 2560

MICE Travellers Entering Thailand in 2017

Top 10 MICE Markets for Thailand in 2017

| Country | No. of MICE Travelers (pax) |
|-------------|-----------------------------|
| China | 153,312 |
| India | 129,717 |
| Singapore | 97,683 |
| Malaysia | 84,352 |
| Korea | 51,790 |
| Japan | 50,226 |
| Hong Kong | 44,424 |
| Indoneisa | 37,328 |
| U.S.A | 35,783 |
| Philippines | 29,085 |

10 อันดับประเทศที่มีจำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์เข้าประเทศไทยสูงที่สุดในปีงบประมาณ 2560 ได้แก่ จีน จำนวน 153,312 คน อินเดีย จำนวน 129,717 คน สิงคโปร์ จำนวน 97,683 คน มาเลเซีย จำนวน 84,352 คน เกาหลี จำนวน 51,790 คน ญี่ปุ่น จำนวน 50,226 คนฮ่องกง จำนวน 44,424 คน อินโดนีเซีย จำนวน 37,328 คน สหรัฐอเมริกา จำนวน 35,783 คน และฟิลิปปินส์ จำนวน 29,085 คน ซึ่งจำนวนคนในแต่ละประเทศมีจำนวนเพิ่มขึ้นจากปี 2559

10 countries with the highest number of MICE travellers entering Thailand in fiscal year 2017 were China 153,312, India 129,717, Singapore 97,683, Malaysia 84,352, South Korea 51,790, Japan 50,226, Hong Kong 44,424, Indonesia 37,328, United States 35,783 and 29,085 in the Philippines. The number of MICE travellers in each country has increased from 2016.



2.2.2

ภาพรวมอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศ

Overview of Domestic MICE in Thailand

การส่งเสริมประชุมสัมมนาและการแสดงสินค้าในประเทศไทย เป็นธุรกิจสำคัญที่ช่วยส่งเสริมการกระจายรายได้ กระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศและเป็นกลไกในการพัฒนาชาติที่สำคัญ สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลที่มุ่งเน้นให้หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชน จัดประชุมและสัมมนาในประเทศไทย เพื่อผลักดันให้เกิดการเติบโตของธุรกิจไมซ์ในประเทศ

ด้วยวิสัยทัศน์ 20 ปี ของที่เส็บที่จะเดินทางเป็นองค์กรหลักในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ เพื่อเป็นกลไกในการสร้างเศรษฐกิจที่มั่นคงของประเทศ กระจายความเจริญไปสู่ทุกภาคส่วน และสร้างความยั่งยืนด้วยปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงนั้น จึงได้จัดทำโครงการ “ก้าวตามรอยพ่อ ประชุมเมืองไทย อิ่มใจตามรอยพระราชดำริ” เพื่อกระตุ้นองค์กรและหน่วยงานเอกชนจัดประชุมสัมมนาในประเทศในโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริที่กระจายอยู่ทุกภูมิภาคทั่วประเทศ ซึ่งโครงการนี้นับเป็นโครงการแรกที่เป็นความร่วมมือระหว่าง 3 หน่วยงาน คือ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) สมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทย และสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยใช้แนวคิด “ก้าวตามรอยพ่อ” ที่ได้รับแรงบันดาลใจมาจากการพัฒนา “โมเดลการจัดประชุมสัมมนาในโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ” ตามหลักแนวคิด 3 พอ ได้แก่ พอเพียง เพิ่มพูน และพัฒนา ผ่านการดำเนิน 3 กิจกรรม คือ การสัมมนาเรียนรู้โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ การทำกิจกรรมในพื้นที่โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ และการจัดช่วงแลกเปลี่ยนสรุปองค์ความรู้เพื่อปรับใช้ในการทำงานและการใช้ชีวิต มาใช้เป็นต้นแบบการเรียนรู้ โดยคัดเลือกโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ 3 โครงการต้นแบบ ได้แก่ ศูนย์ศึกษาพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบน (จ.จันทบุรี) ในเรื่อง “พอเพียง” โครงการพัฒนาดอยตุง (พื้นที่ทรงงาน) อันเนื่องมาจากพระราชดำริ ในเรื่อง “เพิ่มพูน” และ ศูนย์ศึกษาวิจัยและพัฒนาแพลัญจกรรม (จ.เพชรบุรี) ในเรื่อง “พัฒนา” และได้รับเกียรติจากพันธมิตรองค์กรภาค

The promotion of meetings and exhibitions in Thailand is an essential factor to distribute income and stimulate the economy of the country as well as meet key national development objectives. This is in line with the government's policy of focusing on both public and private sectors to deliver prosperity to every province in Thailand rather than just key urban centres. Growing the MICE business will diversify the benefits beyond popular tourist resorts and cities to emerging destinations.

TCEB's 20-year vision focuses on turning the nation into a major player in the MICE industry at both domestic and international levels. The MICE industry provides a mechanism to create and encourage a stable economy in the country. It will spread prosperity to all sectors and create sustainability that meets the objectives of a sufficiency economic philosophy. The project "Follow the King's Footsteps...A Royal Trail Inspiration" It has been developed to encourage both government agencies and the private sector to organise meetings on royal initiative projects and by doing so provide tuition in the principles of sustainable living. To launch the initiative, the first project is a collaboration between the three organisations; Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization), the Advertising Association of Thailand and the Association of Domestic Travel Thailand. The meetings concept behind the "Follow the King's Footsteps" module and the "Model for the Royal Project" is based on three concepts: Sufficiency, Growth and Development. The three concepts provide the themes for learning models

เอกชนระดับประเทศ เป็นหน่วยงานนำร่องเข้าร่วมขยายองค์ความรู้สู่กลุ่มพนักงานและลูกค้าที่เข้าร่วมโครงการเพื่อจัดประชุมสัมมนาในโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริอย่างเป็นทางการ โดยที่เส็บได้จัดทำแพ็คเกจสนับสนุนการจัดประชุมสัมมนาหรือทำกิจกรรมในโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ ให้กับหน่วยงานภาคเอกชนทั่วประเทศที่พากลุ่มพนักงานหรือลูกค้าเข้าร่วมไม่ว่ากว่า 30 คน ใน 19 โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริทุกภูมิภาคทั่วประเทศที่มีศักยภาพความพร้อมรองรับกลุ่มผู้ประชุมสัมมนา โดยจะได้รับการสนับสนุนค่าเดินทางกลุ่มละ 30,000 บาทต่อหน่วยงาน เริ่มตั้งแต่เดือนตุลาคม 2560–เดือนกันยายน 2561

นอกจากนี้ที่เส็บได้สานต่อโครงการไทยแลนด์โดเมสติคไมซ์มาร์ท (Thailand Domestic Mice Mart) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 ซึ่งเป็นหนึ่งในกิจกรรมภายใต้แผนส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ไทยในเมืองไมซ์ซิตี้ โดยเป็นการยกระดับการจัดงาน ขยายความร่วมมือ และสร้างโอกาสทางธุรกิจในกลุ่มผู้ประกอบการอุตสาหกรรมไมซ์ ซึ่งทำให้มีนักเดินทางกลุ่มไมซ์เดินทางเข้าสู่เมืองไมซ์ซิตี้ที่จัดงานเพิ่มมากขึ้น และก่อให้เกิดรายได้จำนวนมาก ซึ่งจะสามารถช่วยขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ได้ตั้งแต่ระดับย่อยไปจนถึงใหญ่ระดับนานาชาติ นอกจากนี้ยังมีการดำเนินงานเพื่อส่งเสริมการประชุมสัมมนาและงานแสดงสินค้าในพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษและจังหวัดที่มีศักยภาพรองรับตลาด GMS อาทิ จัดกิจกรรมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ กิจกรรม Roadshow ที่ประเทศในกลุ่ม CLMV ซึ่งได้รับการตอบรับอย่างดีจากทุกประเทศใน CLMV โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเสริมสร้างความร่วมมือและความแข็งแกร่งในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ระหว่าง ผู้ประกอบการไมซ์ในกลุ่มประเทศ CLMV เป็นเวทีรับฟังข้อมูล แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและประสบการณ์ รวมทั้งการกำหนดนโยบายเพื่อพัฒนาด้านการค้า การลงทุนร่วมกัน การสร้างความร่วมมือเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ร่วมกันระหว่างกลุ่มประเทศ เพื่อให้อุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาคมีความแข็งแกร่ง และสามารถดึงดูดเงินเข้าสู่ทุกประเทศในภูมิภาคได้มากขึ้น

demonstrating specific activities in the Royal Development Projects Area and provide a platform for the exchange of knowledge that can be applied to work and life. Projects under the Royal Initiative that are highlighted in this program are; Kung Krabaen Bay Development Study Center (Chantaburi), the "Sufficiency" Project, Doi Tung Development Project, in Chiang Rai province, the "Growth" Project and Laem Phak Bia Research and Development Center (Phetchaburi), the "Development" Project. With honored by the national private sector partners. It is a pilot agency to expand the knowledge to the employees and the participating clients. To organise a symposium on the Royal Project. To organise a symposium on the Royal Projects, TCEB has prepared a package to support meetings, incentives, or activities that are hosted on site in one of 19 Royal Projects. To encourage private sector organisations to host an event at a Royal Project, TCEB offers a meeting grant of 30,000 Baht, began on October 2017 up until September 2018, for groups of 30 people or more.

In addition, TCEB continues its Thailand Domestic Mice Mart project for the fourth year, which is part of a wider MICE Thailand programme to support MICE Cities around the country by raising the quality of event services and creating business networking opportunities. The objective of the marts is to create business opportunities among MICE industry operators and to encourage both domestic and international event organisers to host meetings in an emerging MICE cities that will generate revenue and boost the local economy. This will drive the nation's MICE industry to achieve recognition at international level for a wide variety of MICE destinations across the country. In the Greater Mekong Sub-region market, meetings have been organised and well received by Cambodia, Laos, Myanmar and Vietnam (CLMV) to enhance

cooperation and strengthen the development of the industry. MICE operators in the CLMV countries attended forums to exchange ideas and discuss policies for trade development as well as joint investment cooperation. It had encouraged stronger ties between the MICE industries in neighbouring countries. Subsequently, the MICE industry in the region is stronger and this ensures revenue growth and benefits for the region.

| Industry Sector | Accumulate No. of Domestic MICE Travellers and Revenue FY 2017 Categorize by Industry | | | | | |
|-----------------|---|------------------|---------|------------------------|------------------|---------|
| | No. of D - MICE Travellers (pax) | | | Revenue (Million Baht) | | |
| | Fiscal Year 2016 | Fiscal Year 2017 | Growth | Fiscal Year 2016 | Fiscal Year 2017 | Growth |
| M | 571,659 | 2,776,453 | 385.68% | 720 | 4,229 | 487.36% |
| I | 181,548 | 153,492 | -15.45% | 641 | 438 | -31.67% |
| C | 3,713,680 | 3,416,462 | -8.00% | 5,321 | 4,661 | -12.40% |
| E | 24,387,174 | 28,970,101 | 18.79% | 66,640 | 81,814 | 22.77% |
| Total | 28,854,061 | 35,326,508 | 22.40% | 73,322 | 91,142 | 24.30% |

จากตารางด้านบน จะเห็นได้ว่า ในปี 2560 มีจำนวน นักเดินทางกลุ่มไมซ์ในประเทศไทยรวมทั้งสิ้น 35,316,508 คน สร้างรายได้ 91,142 ล้านบาท คิดเป็นนักเดินทางกลุ่ม การประชุมจำนวน 2,776,453 คน สร้างรายได้ 4,229 ล้านบาท นักเดินทางกลุ่มการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล จำนวน 153,492 คน สร้างรายได้ 438 ล้านบาท นักเดินทางกลุ่ม การประชุมนานาชาติ จำนวน 3,416,462 คน สร้างรายได้ 4,661 ล้านบาท นักเดินทางกลุ่มการแสดงสินค้านานาชาติ จำนวน 28,970,101 คน สร้างรายได้ 81,814 ล้านบาท

Table above shown, in 2017 there are 35,316,508 MICE travellers in the country, generated revenue of 91,142 million Baht, Meeting business travellers 2,776,453, generated 4,229 million Baht. For Incentive travellers 153,492 people generated revenue of 438 million Baht. And International Convention travellers 3,416,462 people generated revenue of 4,661 million Baht. International Exhibition travellers 28,970,101 people and revenue of 81,814 million Baht.

2.3

แนวโน้มอุตสาหกรรมไมซ์โลกปี 2561

MICE Global Bussiness Overview 2018

สำหรับแนวโน้มและทิศทางของธุรกิจไมซ์ในปีหน้านั้น ยังคงมีการพัฒนาและขยายตัวในทิศทางบวก อย่างไรก็ตาม ผู้วางแผนการจัดงานควรคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ ตลอดจนรูปแบบใหม่ ๆ ของการจัดงานซึ่งจะช่วยทำให้กำหนดแผนการจัดงานที่ตอบโจทย์ลูกค้ามากขึ้น เช่น การจัดงานแบบยั่งยืน ตั้งแต่การก่อสร้าง การปรับปรุงสถานที่ การเดินทางของผู้ร่วมประชุม อาหารและความบันเทิง การจัดงานเชิงธุรกิจที่มีมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม การพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสาร และการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตที่จะช่วยให้ผู้จัดประชุมสามารถสร้างระบบออนไลน์เพื่อแบ่งปันข้อมูลและความรู้ที่เป็นประโยชน์กับผู้ร่วมประชุม การใช้ระบบลงทะเบียนแบบสมาร์ตที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้ผู้จัดงาน และสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่การจัดงาน โดยเฉพาะการใช้โซเชียลมีเดีย เช่น การเผยแพร่กิจกรรม การสร้างวิดีโอแบบ real time จะเข้ามามีส่วนช่วยในการเพิ่มประสิทธิภาพของงานมากยิ่งขึ้น และยังพบว่าในโลกปัจจุบัน มีแนวโน้มที่น่าสนใจในอุตสาหกรรมไมซ์ คือการจัดงานที่สามารถสร้างประสบการณ์เฉพาะตัวและการประชุมที่ออกแบบเฉพาะบุคคล โดยการให้ความสำคัญกับประสบการณ์ของผู้เข้าร่วม ดังนั้นผู้จัดงานต้องหากกลยุทธ์เพื่อตอบสนองความคาดหวังของผู้เข้าร่วมประชุม โดยในอนาคตนั้นผู้จัดงานไมซ์ ต่างมองหาสถานที่จัดงานที่เหมาะสมและไม่ซ้ำกัน ความต้องการสำหรับสถานที่พิเศษแปลกใหม่จะเป็นการเพิ่มมูลค่าให้การจัดงานไมซ์มากยิ่งขึ้น อาทิ การจัดงานในสภาพแวดล้อมที่มีความยืดหยุ่น ผ่อนคลาย อากาศบริสุทธิ์ สถานที่ท่องเที่ยว รวมทั้งอาหารก็เป็นส่วนสำคัญที่ ผู้เข้าร่วมประชุมคาดหวัง แนวคิดการรับประทานอาหาร เพิ่มนวัตกรรม สร้างประสบการณ์จะเป็นการสร้างแรงดึงดูด อาทิ อินทรียมังสวิรัติ อาหารที่มีแหล่งผลิตในประเทศ ผู้จัดงานยังลดจำนวนอาหารรูปแบบบุฟเฟ่ต์แต่เน้นเสนออาหารสไตล์ครอบครัวมากขึ้น

MICE trend in 2018, provides indicators that show the industry is expanding in a positive direction. However, meeting planner and organisers should take into account various factors such as adopting new formats to draw more clients, and events need to be sustainable. Organisers can use new locations and add new food and entertainment experiences to make events more attractive. The development of communications technology and internet access will help organisers create systems that share information and knowledge with attendees. The use of smart registration systems and social media technology such as real-time video also add value. By focusing on enhancing the experience of participants, organisers will meet the expectations of attendees that are changing. This will require an organiser to find new venues, to add value and make it unique. It could involve the use of outdoor venues weather permitting that offer fresh air and a variety of organic foods. Attendees will expect innovative ideas and getting new experiences while organisers will want to reduce the standard offer of buffet meals, for more family-style meals and dining.



สหรัฐอเมริกา United States

คาดการณ์ว่าค่าใช้จ่ายในการเดินทางธุรกิจจะมีมูลค่าถึง 342.9 พันล้านเหรียญสหรัฐภายในปี 2564 โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 3.7% ระหว่างปี 2560 ถึง 2564 การขยายตัวของธุรกิจท่องเที่ยวในช่วง 5 ปีข้างหน้าจะเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับ การกลั่นปิโตรเลียม การศึกษาการผลิตยาง และพลาสติกอุปกรณ์ การขนส่ง บริการทางสังคมและส่วนบุคคล อสังหาริมทรัพย์และโรงแรม และภัตตาคารโดยเฉลี่ยอัตราการเติบโตร้อยละ 5 ต่อปี

Business traveller's spending is expected to reach \$342.9 billion by 2021, with an average growth rate of 3.7% according to forecasts for 2017 to 2021. The expansion of the industry over the next five years will see industries such as petroleum refining, tire and plastic production, transportation equipment, social and personal services, real estate, hotel and restaurants expanding at an average growth rate of 5% per year.



สหราชอาณาจักร United Kingdom

ค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการเดินทางธุรกิจในสหราชอาณาจักรมีมูลค่าถึง 50.4 พันล้านเหรียญสหรัฐในปี 2560 ซึ่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.9 ในช่วงห้าปีถัดไป คาดว่าจะมีกำไรเพิ่มขึ้นจากการใช้จ่ายด้านการเดินทางเพื่อธุรกิจซึ่งส่วนใหญ่มาจากธุรกิจ การขนส่งอุปกรณ์ บริการทางสังคมและส่วนบุคคล อสังหาริมทรัพย์ การสาธารณสุขโรค การผลิตยาง และพลาสติก และอุตสาหกรรมโรงแรมและภัตตาคาร ซึ่งคาดว่าจะขยายตัวได้มากกว่าร้อยละ 10 ต่อปี ในช่วงปี 2560 ถึง 2564 โดยคาดว่าจะใช้จ่ายได้ถึง 78.9 พันล้านเหรียญสหรัฐในปี 2564 โดยมีอัตราการเติบโตร้อยละ 11.2 ต่อปีในอีก 5 ปีข้างหน้า

Total expenditures of MICE Travellers of \$50.4 billion in 2017 increased by 6.9%. The next five years, should generate more profit from business traveller's expenses, mainly from business, transportation equipment, social and personal services, real estate, rubber and plastic production, hotel and the restaurant industry. The expected growth forecast suggests plus 10% per year between 2017 and 2021. Revenue will grow to \$ 78.9 billion in 2021 with a 11.2% growth over the next five years.



จีน China

ตลาดการเดินทางเพื่อทำธุรกิจของจีนมีมูลค่า 318.0 พันล้านเหรียญสหรัฐในปี 2559 และ 26.7 พันล้านดอลลาร์ในปี 2558 การชะลอตัวของเศรษฐกิจจีนอย่างต่อเนื่องคาดว่าจะการการเดินทางเพื่อทำธุรกิจจะยังคงมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยที่ร้อยละ 5.9 ต่อปี คิดเป็นรายได้ 433.5 พันล้านเหรียญสหรัฐภายในปี 2564 การเติบโตของธุรกิจท่องเที่ยวในช่วงปี 2560-2564 จะอยู่ที่ธุรกิจไฟฟ้า เครื่องจักรและอุปกรณ์ อสังหาริมทรัพย์ รัฐบาล การผลิตยางและพลาสติกและกระดาษโดยจะมีการเติบโตขึ้นในอัตรามากกว่าร้อยละ 7 ต่อปี ในช่วงห้าปีถัดไป

The MICE market is estimated at \$ 26.7 billion in 2015 and \$ 318.0 billion in 2016. The Chinese economy is expected to continue with a business growth averaging 5.9 annually and is estimated to reach \$ 433.5 billion by 2021. Industry will expand during 2017-2021, with an emphasis on machinery equipment, real estate, government, rubber and plastics and paper production and grow by more than 7% per year over the next five years.



ญี่ปุ่น Japan

การเดินทางเพื่อธุรกิจ在日本มีมูลค่าถึง 65.2 พันล้านเหรียญสหรัฐในปี 2559 ซึ่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.4 คาดว่าการใช้จ่ายเพื่อการเดินทางธุรกิจในอีกห้าปีข้างหน้าซึ่งจะเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 1 ต่อปีระหว่างปี 2560 และ 2565 อุตสาหกรรมที่คาดว่าจะช่วยรักษาการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวของญี่ปุ่นในปี 2564 จะเป็นจากอุตสาหกรรมปิโตรเลียมและการกลั่น เครื่องจักรและเครื่องมือไฟฟ้า สาธารณูปโภคและสังคม และบริการส่วนบุคคลเติบโตขึ้นทุกปีร้อยละ 3 ตั้งแต่ปี 2560 ถึง 2564

Business travelling in Japan was valued at \$ 65.2 billion in 2016, an increase of 4.4%. MICE spending in the next five years should increase by approximately 1% per year during 2017-2022. Industries that will contribute the biggest benefits are petroleum and refining industries, machinery and electrical utilities and personal services that have been growing 3% every year from 2017 to 2021.



เกาหลีใต้ South Korea

ตลาดการเดินทางเพื่อธุรกิจของเกาหลีใต้มีมูลค่า 33.4 พันล้านเหรียญสหรัฐในปี 2559 เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.4 ในปี 2558 ในอีก 5 ปีข้างหน้าคาดว่าจะมีการใช้จ่ายเงินถึงปีละประมาณร้อยละ 3.6 และเข้าถึงการใช้จ่าย 40.4 พันล้านเหรียญสหรัฐในขณะที่เศรษฐกิจยังคงเติบโตต่อไป การเดินทางเพื่อธุรกิจเติบโตในอุตสาหกรรมปิโตรเลียมร้อยละ 8.8 ต่อปี ตามด้วยบริการทางสังคมและส่วนบุคคล ร้อยละ 6.5% การผลิตโลหะขั้นพื้นฐานร้อยละ 6.0% เครื่องจักรไฟฟ้าร้อยละ 5.8 และ สาธารณูปโภคร้อยละ 5.5 ระหว่างปี 2560 ถึง 2564

The South Korean MICE market was worth \$ 33.4 billion in 2016, an increase of 2.4% over 2015. In the next five years, spending is expected to grow by 3.6% to reach \$ 40.4 billion, while the economy continues to grow. Industries that will create MICE travelling growth are petroleum up 8.8%, followed by social and personal services up 6.5%. Industries expanding are basic metal production 6%, electrical machinery 5.8% and utilities 5.5% during 2017-2021.



อินเดีย India

การใช้จ่ายด้านการเดินทางทางธุรกิจของอินเดียยังคงขยายตัวต่อเนื่องตลอดปีโดยมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.4 ในช่วงปี 2558 และสร้างรายได้ 33.0 พันล้านเหรียญสหรัฐเมื่อปีที่แล้ว คาดว่าในอีก 5 ปีข้างหน้าจะมีความก้าวหน้าใกล้เคียงกันโดยมีมูลค่าถึง 59,500 ล้านเหรียญสหรัฐภายในปี 2564 อุตสาหกรรมที่สร้างรายได้จากการเดินทางธุรกิจได้แก่ การกลั่นน้ำมันปิโตรเลียมและบริการทางสังคมและส่วนบุคคล คาดว่าทั้งสองอุตสาหกรรมจะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีร้อยละ 15 ในช่วงปี 2560 ถึง 2564 อุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่จะส่งผลต่อตลาดการเดินทางเพื่อธุรกิจของอินเดีย ได้แก่ อสังหาริมทรัพย์ การผลิตโลหะขั้นพื้นฐาน บริการขนส่ง บริการด้านสื่อสารโทรคมนาคม ยาง การผลิตพลาสติก การก่อสร้างสิ่งทอและบริการ

The business travel spending in India continued to grow at 11.4% in 2015 and revenue reached \$ 33.0 billion last year. The next few years should see annual revenue reach \$ 59.5 billion. The industries that generate income for business travelling are refining, social and personal services. It is expected that these industries will grow at an average annual rate of 15% between 2017 to 2021. Other industries showing growth are real estate, metal, transportation, telecommunication, rubber and plastics, construction, textile and services.

แนวโน้มด้านการประชุม และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล Meetings and Incentives Trends

ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการประชุม และการท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัลจำเป็นต้องมองหาสิ่งใหม่ เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์ของโลกและเทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทต่อการตัดสินใจของลูกค้าไม่ซ้ำมากขึ้น แนวโน้มที่ผู้ประกอบการจำเป็นต้องเตรียมตัวและเรียนรู้ เนื่องจากมีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจมีดังนี้

Meetings and incentives stakeholders need to look for new elements to offer business travellers. New technology plays a greater role in the decision-making of MICE clients. Trend that stakeholders need to prepare themselves and learn as there are essential factors for decision makers as following;

ความปลอดภัยและการรักษาความปลอดภัย Safety & Security

ทั้งความปลอดภัยต่อร่างกายและทรัพย์สิน ไม่ว่าจะเป็นการเดินทางเข้าร่วมงานของผู้เข้าร่วมประชุม ความปลอดภัยและสะอาดของอาหารที่ต้องรับประทานระหว่างเข้าร่วมงาน นอกจากนั้นสิ่งที่สำคัญเป็นอย่างมากในปัจจุบันและอนาคตคือความความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์

Personal safely and belongings for delegates, food hygiene during an event is very important. In addition, the presence of strong cyber security service is now a vital issue for event organisers.

สถานที่ที่จัดงานได้หลากหลายรูปแบบ Multipurpose Venue

สิ่งที่เป็นปัจจัยหลักต่อการตัดสินใจมายังประเทศไทย หรือเลือกจัดประชุมในจังหวัดต่าง ๆ ของประเทศไทยนั้น ได้แก่ สถานที่จัดงานประชุม สัมมนา หรือแสดงสินค้า เพราะหากสถานที่จัดงานไม่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าแล้วนั้น จะทำเสียโอกาสในการรับงานต่าง ๆ สถานที่จัดงานในปัจจุบันและที่จะมีการสร้างใหม่ในอนาคตจึงมีความจำเป็นที่ต้องสามารถรับงานได้หลากหลาย หรือที่เรียกว่า Multipurpose Venue เนื่องจากความต้องการของลูกค้านั้นมีความหลากหลายและปรับเปลี่ยนตลอดเวลา

The key factors favouring Thailand is the variety of MICE venues. The emergence of multi-purpose venues is an important factor to be considered as organisers look for convenience. The more requirements are met, the higher opportunities for that venue holding MICE events. Current venues or in the future are necessary for variety of functions called Multi-purpose venue. Customers are diverse and constantly changing their requirements.



แนวโน้มด้านการประชุมนานาชาติ Conventions Trends

เนื่องจากลูกค้ากลุ่มการประชุมนานาชาติเป็นลูกค้ากลุ่มใหญ่ มีจำนวนมาก และมีความคาดหวังมากขึ้นในโลกปัจจุบัน จึงทำให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการประชุมนานาชาติ ต้องมองหาแนวทางการจัดงานแบบใหม่ ๆ เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป โดยลูกค้ากลุ่มการประชุมนานาชาติจะให้ความสนใจกับแนวทางการจัดงานดังนี้

International convention delegates have more expectations in today's world. As a result, organisers must seek for new ways to deliver creative events. To meet the changing needs of delegates and associations, international conference should focus on the following trends;

การจัดงานแบบไฮบริด Hybrid Events

การประชุมแบบไฮบริดที่ได้รับความนิยม คือ การรวมการถ่ายทอดสดกับรายการเสมือนจริง ตัวอย่างเช่นเมื่อที่เส็บจัดประชุมเชิงปฏิบัติการด้านอุตสาหกรรมการประชุมในปี 2558 ก็มีการเชื่อมโยงกับโครงการวิจัยการขายและการตลาดประจำปีของ ICCA ซึ่งจัดขึ้นที่เมืองอัมสเตอร์ดัม อีกตัวอย่างหนึ่งคือ Australian Veterinary Association แม้ว่าจะยังไม่ได้เพิ่มจำนวนกิจกรรมของสมาชิกที่จัดขึ้นทุกปี แต่ก็มีการจัดสัมมนาผ่านเว็บบ่อยครั้งขึ้นในช่วงหลายปีที่ผ่านมาเพื่อที่จะเข้าถึงสมาชิกได้มากขึ้น เทคโนโลยีทำให้การผลิตของการสัมมนาผ่านเว็บง่ายและราคาไม่แพงให้กับผู้ที่พลาดการประชุมสด

The popular hybrid meeting is a live event with virtual reality. For example, when TCEB organised a conference workshop in 2015, it was linked real-time to the ICCA's annual sales and marketing research program held in Amsterdam. Another example is the Australian Veterinary Association. Although it offers yearly activities for member the number of events has not increased. Webinars are now more popular to reach more members. Technology makes the production of webinars easy and affordable for those who cannot attend the conventions.

ความคาดหวังที่สูงขึ้นในผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) Higher expectations for return on investment (ROI)

แม้ว่าจะมีประโยชน์มากมายจากการจัดประชุมและการประชุมสมาคมที่ยากที่จะวัดผล แต่ก็มีความต้องการจากสมาคมและนักวางแผนการประชุมในการวัดผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) เพื่อให้เห็นคุณค่าและความเกี่ยวข้องกับสมาชิกและผู้เข้าร่วมประชุมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Although many of the benefits of conferences and meetings are difficult to measure in value, there is a need for associations and organisers to measure the return on investment (ROI) in order to effectively value and engage members and attendees.

สมาชิกต้องการค่ามากขึ้นกว่าเดิมในช่วงเวลาที่มีข้อจำกัดด้านงบประมาณและการควบคุมค่าใช้จ่าย สำหรับสมาคมการวัด ROI ช่วยให้พวกเขาระบุค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นและสิ่งที่สามารถทำได้เพื่อดึงดูดผู้เข้าร่วมและรายได้มากขึ้น

Members need more values with the limitation of budget and cost controlling. For associations, ROI measurement helps them identify unnecessary costs and what can be done to attract participants and generates more revenues.

แนวโน้มการแสดงสินค้านานาชาติ Exhibitions Trends

อุตสาหกรรมการแสดงสินค้านานาชาติเป็นอีกอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีการขยายตัวค่อนข้างรวดเร็ว และสร้างรายได้เป็นจำนวนมาก ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมนี้ ต้องพัฒนางานอยู่ตลอดเวลา เพื่อสนองความต้องการของลูกค้า โดยลูกค้ากลุ่มการแสดงสินค้านานาชาติจะให้ความสนใจในแนวโน้มต่าง ๆ ดังนี้

The International Exhibition Industry is another fast-growing industry generating high volume of income for stakeholders in this industry, who need to improve quality of the shows to meet the requirements of customers. International trade exhibitors will be interested in the following trends;

ผลตอบแทนการลงทุนจากผู้ร่วมงาน (ROI) Exhibitors Benefits for Return on Investment (ROI)

ผู้เข้าร่วมงานคาดว่าจะได้รับประโยชน์เชิงปริมาณมากขึ้น ผู้จัดงานต้องทำงานหนักขึ้นเพื่อมอบประสบการณ์ที่ดียิ่งขึ้นด้วยผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) ที่จับต้องได้มากขึ้น พร้อมกับรักษาลงทุนประกอบการทางการเงินที่แข็งแกร่ง มีการเน้นไปที่ ROI การสร้างฐานข้อมูลและการติดตามอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ทางเลือกดิจิทัลจำนวนมากสำหรับการจัดแสดงสินค้าที่ทำให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย สามารถวัด ROI ได้อย่างง่ายดาย

Exhibitors are expected to gain more quantifiable benefits. Organisers must work harder to provide a better experience with more tangible ROI, with strong financial results. There is an emphasis on ROI, database management and tracking system. There are numerous digital options for product displays that reach the target audience and can easily measure ROI.

การใช้เทคโนโลยีมากขึ้น Technology

ในปัจจุบันการลงทุนในระบบดิจิทัลส่วนใหญ่ได้รับการกำกับเพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการแสดง เทคโนโลยีสามารถให้โอกาสสำหรับรายได้ใหม่ที่มีความหมายสำหรับผู้จัดงาน เครื่องมือด้านดิจิทัลมีส่วนสำคัญให้เกิดประสิทธิภาพในงานมากขึ้น การใช้แอปพลิเคชันที่แสดงให้เห็นถึงความเคลื่อนไหวบนพื้นที่แสดงสินค้า จะช่วยผู้จัดงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

The investments in digital system are being improved to provide a new revenue stream for the organiser. Digital tools play an important role in improving performance of the shows. Applications that demonstrate the movement on the exhibition floor also help organisers to be more efficient.

ระบบเครือข่าย Networking

การเชื่อมต่อเครือข่ายได้กลายเป็นจุดสำคัญของผู้เข้าร่วมงานแสดงสินค้า เพื่อให้ประสบความสำเร็จอย่างต่อเนื่องในระยะยาว สถานที่ที่ได้รับเลือกให้เป็นที่ตั้งงานต้องพิจารณาวิธีที่ดีที่สุดที่จะสามารถอำนวยความสะดวกหลากหลายมากขึ้น ซึ่งจะช่วยให้เพิ่มประสบการณ์เครือข่าย การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตที่รวดเร็วและสามารถเข้าถึงได้ ตลอดจนความสามารถในการใช้ดิจิทัลจะเพิ่มความได้เปรียบด้านการแข่งขัน (ที่มา: Overview of the Meetings Industry in Asia (UNWTO), June 2017)

Networking has become necessary for exhibitors, in order to be successful in the long term. Organisers must consider the best solutions that will increase the network experience. A fast and accessible internet connection for all participants will increase competitive advantage. (Source: Overview of the Meetings Industry in Asia (UNWTO), June 2017)

2.4

แนวโน้มอุตสาหกรรมไมซ์ไทยปี 2561 Thailand's MICE Industry in 2018

อุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย เป็นธุรกิจภาคบริการที่มีส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ช่วยต่อยอดและสร้างเครือข่ายการค้าการลงทุนของนักธุรกิจไทยและชาวต่างชาติทั้งทางตรงและทางอ้อม ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูล องค์ความรู้ นวัตกรรมอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน จากการศึกษาเรื่องผลกระทบเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทยพบว่า มูลค่าการใช้จ่ายทั้งหมดในระบบเศรษฐกิจจากการดำเนินกิจกรรมของอุตสาหกรรมไมซ์คิดเป็นจำนวน 2.2 แสนล้านบาท อุตสาหกรรมไมซ์ยังส่งผลต่อการจ้างงานในระบบเศรษฐกิจประมาณ 164,427 อัตราจากการเติบโตอย่างสำคัญดังกล่าวทำให้รัฐบาลได้กำหนดให้อุตสาหกรรมไมซ์เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมภาคบริการที่สำคัญในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) และยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) หนึ่งในกลยุทธ์ของการขับเคลื่อนไมซ์ตามแผนแม่บท คือ การดำเนินงานส่งเสริมตลาดไมซ์โดยให้เป็นไปตามนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ที่มุ่งส่งเสริมความรู้ สร้างนวัตกรรมและมูลค่าเพื่อให้ประเทศไทยก้าวสู่เป้าหมายแห่งการประเทศที่มีรายได้สูง ซึ่งอุตสาหกรรมไมซ์ถือเป็น 1 ในฐานเศรษฐกิจใหม่ของโมเดลไทยแลนด์ 4.0 เนื่องจากเป็นการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ในสาขาวิชาชีพ ที่ผู้ร่วมงานไมซ์สามารถใช้เป็นฐานพัฒนาขีดความสามารถสำหรับต่อยอดนำไปพัฒนา

The MICE industry in Thailand is a service sector that plays an important role in propelling the country's economy forward. It contributes and helps to build investment networking between Thai and foreign companies directly and indirectly. In addition it encourages Information exchange leading to innovation. According to a study on impact of the MICE economy showed that it generates revenue estimated at 2.2 trillion Baht and creates 164,427 jobs. It is one of the key service industries in the National Economic and Social Development Plan, No. 12 (2017-2021) and the 20-year National Strategy (2017-2036). One of the strategies of the MICE industry, according to the master plan is to promote MICE market in accordance with the Thailand 4.0 policy aimed at creating knowledge, innovation and added value for Thailand that will ultimately achieve the goal of a high-income economy. MICE industry is part of the Thailand 4.0 model because of the exchange of knowledge in professional fields for developing capabilities to further the development of products and services or innovation including

สินค้าและบริการหรือสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ รวมทั้งการสร้างเครือข่ายของผู้ร่วมสาขาวิชาชีพเดียวกันต่อยอดไปสู่การร่วมมือในการพัฒนาในอนาคต

professional networking for collaboration in the future.

นโยบายประเทศไทย 4.0 คือ การขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรม

Thailand 4.0 is an Innovation-Driven Economy

โดยเปลี่ยนจากที่ลงมือทำมากแต่ได้ผลตอบแทนน้อย มาเป็นลงมือทำน้อยแต่ได้ผลตอบแทนมากขึ้น โดยการเอาความคิดสร้างสรรค์เป็นแรงผลักดัน และนำนวัตกรรมเข้ามาช่วยเปลี่ยนจากการผลิตสินค้าไปสู่การบริการมากขึ้น ภายใต้นโยบายประเทศไทย 4.0 ซึ่งเป็นนโยบายในการขับเคลื่อนประเทศไทยโดยเน้นการสร้างสรรค์ธุรกิจใหม่ใน 5 กลุ่มเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมเป้าหมาย ประกอบด้วย

By moving from producing commodities to high valued products; emphasizing on promoting technology, creativity and innovation as a driving force to achieve Thailand 4.0 goals that focus on five target industries.

- 1 กลุ่มอาหาร เกษตร และเทคโนโลยีชีวภาพ เช่น สร้างเส้นทางธุรกิจใหม่ (New Startups) ด้านเทคโนโลยีการเกษตร เทคโนโลยีอาหาร เป็นต้น
- 2 กลุ่มสาธารณสุข สุขภาพ และเทคโนโลยีทางการแพทย์ เช่น พัฒนาเทคโนโลยีสุขภาพ เทคโนโลยีการแพทย์ สปา เป็นต้น
- 3 กลุ่มเครื่องมือ อุปกรณ์อัจฉริยะ หุ่นยนต์ และระบบเครื่องกลที่ใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ควบคุม เช่น เทคโนโลยีหุ่นยนต์ เป็นต้น
- 4 กลุ่มดิจิทัล เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตที่เชื่อมต่อและบังคับอุปกรณ์ต่าง ๆ ปัญญาประดิษฐ์และเทคโนโลยีสมองกลฝังตัว เช่น เทคโนโลยีด้านการเงิน อุปกรณ์เชื่อมต่อออนไลน์โดยไม่ต้องใช้คน เทคโนโลยีการศึกษา อี-มาร์เก็ตเพลส อี-คอมเมิร์ซ เป็นต้น
- 5 กลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วัฒนธรรม และบริการที่มีมูลค่าสูง เช่น เทคโนโลยีการออกแบบ ธุรกิจไลฟ์สไตล์ เทคโนโลยีการท่องเที่ยว การเพิ่มประสิทธิภาพการบริการ เป็นต้น

- 1 Food, agriculture & Bio-Tech, such as new startups in agricultural and food technology
- 2 Health and wellness & Bio-Med, such as health technology development, medical and spa technology
- 3 Smart devices, robotics and mechatronics, such as Robotic Technology.
- 4 Digital, IoT, Artificial Intelligence & Embedded Technology Internet technology group that connects and enforces various devices. The device connects online without using human intervention. Educational technology, e-market place, e-commerce, etc.
- 5 Creative, Culture & High Value Services. Lifestyle Travel Technology and enhanced services

การที่รัฐบาลมีเป้าหมายชัดเจนที่จะ “พลิกโฉม” ประเทศไทยสู่ “Thailand Economy 4.0” หรือจากเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยฐานแรงงานเข้มข้นในอุตสาหกรรมหนัก ไปสู่การพัฒนาอุตสาหกรรมที่ใช้นวัตกรรม เพื่อสร้างอุตสาหกรรมไฮเทคขับเคลื่อนเศรษฐกิจในอนาคต โดยมี 10 อุตสาหกรรมเป็นเครื่องยนต์ตัวใหม่ (New Engine of Growth) แบ่งเป็น First S-curve หรือการต่อยอด 5 อุตสาหกรรมที่มีศักยภาพ ได้แก่ อุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่ อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดี และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การเกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพ และอุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร และ New S-curve อีก 5 อุตสาหกรรมแห่งอนาคต ประกอบด้วย อุตสาหกรรมหุ่นยนต์ อุตสาหกรรมการบินและโลจิสติกส์, อุตสาหกรรมเชื้อเพลิงชีวภาพและเคมีชีวภาพ อุตสาหกรรมดิจิทัล และอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร นอกจากนี้ รัฐบาลยังเดินหน้านำยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยอย่างเข้มข้นและเป็นรูปธรรมมากขึ้น เพื่อส่งเสริมให้นักลงทุนมีความมั่นใจมากขึ้น โดยให้มีการจัดตั้งเขตเศรษฐกิจการลงทุนพิเศษภาคตะวันออก หรือ ระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor: EEC) ทำให้พื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก 3 จังหวัด ครอบคลุมจังหวัดเป้าหมายใหม่ของไทย หรือ พัทยา ไม้ซ์ชิตี รวมถึงการพัฒนาโครงข่ายพื้นที่โดยรอบ ไม่ว่าจะเป็นการคมนาคมทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ ส่งผลให้พื้นที่ชายทะเลดังกล่าวจะสร้างโอกาสทางธุรกิจไม่ใช่น้อย

The government has a clear goal to "turn Thailand" into "Thailand Economy 4.0" graduating from a labor-intensive economy to innovative industries. To create a new high-tech industries, new areas have been identified. They include New Engine of Growth, First S-curve or five existing industrial sectors which can be developed by adding value through advanced technologies; Next-Generation Automotive, Smart Electronics, High-Income Tourism and Medical Tourism, Efficient Agriculture and Biotechnology and Food Innovation. The New S-curve or five sectors which can serve as growth engines to accelerate Thailand's future growth; Automation and Robotics, Aerospace, Bio-Energy and Bio-chemicals, Digital and Medical and Healthcare. In addition, the government continues to enhance the competitiveness of Thailand and facilitate investment in the Eastern Special Economic Zone (Eastern Economic Corridor: EEC) will be established through expedited development of public utilities, transport infrastructure, human resources. Three eastern coastal areas are in Rayong, Chon Buri, and Chachoengsao provinces. The development in the coastal area will create tremendous MICE opportunities.

โครงการระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออกกับการกระจายศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ไทยจากกรุงเทพฯ สู่มัทยง

Eastern Economic Corridor Project Thailand MICE Industry from Bangkok to Pattaya

โครงการระเบียงเขตเศรษฐกิจภาคตะวันออก หรือ (EEC) เป็นแผนยุทธศาสตร์ต่างประเทศภายใต้นโยบายประเทศไทย 4.0 ที่ต่อยอดความสำเร็จจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจภาคตะวันออก หรือ Eastern Seaboard และเพื่อสนับสนุนนโยบาย

The Eastern Economic Corridor (EEC) comes under the Thailand 4.0 banner, outlined in the Eastern Seaboard Economic Development Plan and supports the government's policy of building a

ของรัฐบาลในการสร้างศูนย์กลางการพัฒนาพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor: EEC) ได้แก่ จังหวัดฉะเชิงเทรา จังหวัดชลบุรี และจังหวัดระยอง ให้เป็นศูนย์กลางทางธุรกิจการค้าและการท่องเที่ยวที่ทันสมัย โดย EEC จะเป็นพื้นที่นำร่องการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษของประเทศ เพื่อส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมอย่างก้าวกระโดดของภูมิภาค ทั้งนี้พื้นที่ในบริเวณนี้ นับเป็นประตูสู่อาเซียน จีน และอินเดีย เป็นฐานอุตสาหกรรมด้านพลังงาน และโครงสร้างพื้นฐาน ประกอบด้วยโรงกลั่นน้ำมันขนาดใหญ่ 5 โรง, กลุ่มอุตสาหกรรมกลุ่มปิโตรเคมี 3 แห่ง, โรงผลิตไฟฟ้า 20 โรง, นิคมอุตสาหกรรม 29 แห่ง เชื่อมโยงด้วยโครงสร้างพื้นฐานการขนส่งที่เพียงพอพร้อม ระยะทาง 200 กม. จากกรุงเทพฯ เชื่อมผ่านเส้นทางสายหลัก, ท่าเรือพาณิชย์แหลมฉบัง, สนามบินอู่ตะเภา และท่าเรืออุตสาหกรรมมาบตาพุด โดยมีการคาดการณ์เม็ดเงินลงทุนในพื้นที่ดังกล่าวสูงถึง 1.505 ล้านล้านบาท ในช่วงระยะเวลา 5 ปีข้างหน้า

นอกจากนี้ยังมีการพัฒนาโครงการระดับใหญ่หลายโครงการ อาทิ การยกระดับสนามบินอู่ตะเภาและท่าเรือแหลมฉบัง โครงการพัฒนารถไฟความเร็วสูง โครงการพัฒนาโครงข่ายด้านคมนาคมและโครงสร้างพื้นฐาน รวมไปถึงการจูงใจนักลงทุนด้วยมาตรการทางภาษี เพื่อส่งเสริมให้อีสอีซี เป็นฐานของ 10 อุตสาหกรรมแห่งอนาคตตามเป้าหมายนโยบายประเทศ 4.0

ซึ่งโครงการทั้งหมดนี้จะส่งผลดีต่อพหุวิทยาการในการเป็นจุดหมายของนักธุรกิจและนักเดินทางกลุ่มไมซ์ ผนวกกับความพร้อมในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่พหุวิทยามีรองรับอยู่แล้ว เช่น ศูนย์แสดงนิทรรศการ สถานที่จัดงานประชุมสัมมนาที่มีให้เลือกหลากหลาย โรงแรมห้องพักรับรองหลายระดับ แหล่งท่องเที่ยวชายทะเลอันเป็นที่นิยม และแหล่งกิจกรรมผ่อนคลายสำหรับนักเดินทางกลุ่มไมซ์ โดยโครงการที่เกิดขึ้นใหม่ในพหุวิทยาการ ศูนย์การจัดประชุมและนิทรรศการนานาชาติแห่งใหม่ที่สวนนางนุช พร้อมหอประชุมขนาดใหญ่ รองรับผู้เข้าร่วมสัมมนาได้เป็นจำนวนมาก คานโชว์ (KANN Show) ซึ่งเป็นการแสดงไลฟ์โชว์โดยประยุกต์เรื่องราวจากวรรณคดีไทย และเฮลท์แลนด์สปา พัทยา (Health Land Spa Pattaya) ซึ่งเป็นหนึ่งในด้านการนวดและสปาในระดับภูมิภาค EEC จึงเป็นแรงกระตุ้นที่สำคัญให้นโยบายการกระจายรายได้ของ

center for economic development. Eastern Economic Corridor (EEC): Chachoengsao, Chonburi and Rayong. This is a pilot area for the development of the special economic zone for the country, to promote regional industrial development. It is the gateway to ASEAN, China and India for the energy industry and infrastructure. There are five large oil refineries, three petrochemical industry groups, 20 power plants and 29 industrial estates linked by a well-developed transport infrastructure stretching for 200 km from Bangkok. Connect via U-Tapao Airport and Map Ta Phut Industrial Port. Investment in this area is projected to reach Bt1,505 trillion over the next five years.

There are also large-scale projects under development, such as U-Tapao airport and Laem Chabang port, a high speed rail project and transport infrastructure. The plan promotes the EEC as the base for priority industries outlined in the Thailand 4.0 policy, all of which will benefit Pattaya as a destination for business and leisure travellers.

Pattaya is well-equipped with facilities including an exhibition center. There is a wide range of conference and seminar facilities and a comprehensive range of hotels, restaurants, shopping malls and support services. New projects in Pattaya include an international convention and exhibition center at Nong Nooch Garden, Kann Thai culture show and the Thai and Health Land Spa Pattaya, that offers one of the most popular massage therapies in Thailand. EEC is a significant contributor to the MICE sector's revenue distribution policy and is outlined in the TCEB policy for support and promotions. The continued support has been in place over the past several years to encourage sustainable development of the Thai MICE industry. This may reduce the concentration of MICE activities in Bangkok, while

อุตสาหกรรมไมซ์สู่ภูมิภาคบรรลุผลอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งแนวทางดังกล่าวเป็นสิ่งที่ได้สืบสานมาอย่างต่อเนื่องในช่วงหลายปีที่ผ่านมาเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ไทยอย่างยั่งยืน ลดการกระจุกตัวของกิจกรรมไมซ์ในกรุงเทพฯ และเติมเต็มช่องว่างทางศักยภาพที่เหลืออยู่ของพัทยา นอกจาก EEC ที่กำลังส่งผลเชิงบวกโดยตรงต่อพัทยา เขตเศรษฐกิจพิเศษในรูปแบบคลัสเตอร์ซึ่งครอบคลุม 33 จังหวัดกระจายอยู่ทั่วประเทศ กำลังจะส่งแรงกระตุ้นต่อเมืองไมซ์อื่น ๆ ของไทย ทั้งเชียงใหม่ ขอนแก่น ภูเก็ต ตลอดจนจังหวัดอื่น ๆ ที่มีศักยภาพเหมาะสมต่อการพัฒนาเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมไมซ์ในอนาคต

encouraging growth and demand for new venues in Special Economic Zones identified in 33 provinces and spread across the country. Ultimately this will take the pressure off Bangkok's infrastructure by diverting MICE events to Chiang Mai, Khon Kaen, Phuket and other provinces that have the potential to become a future MICE industry hubs.



เป้าหมายทางการตลาดปี 2561

Marketing Goal of 2018

จากการวิเคราะห์และการนำแนวโน้มทางด้านตลาดไมซ์โลก มาเป็นปัจจัยในการกำหนดกลยุทธ์การขับเคลื่อนไมซ์นั้น ที่เสถียรตั้งเป้าหมายว่าในปี 2561 อุตสาหกรรมไมซ์จะสามารถสร้างรายได้ให้แก่เศรษฐกิจของประเทศทั้งสิ้น 174,000 ล้านบาท จากจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์เป็น 30.19 ล้านคน แบ่งเป็น จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์จากต่างประเทศ จำนวน 1,192,000 คน และสร้างรายได้ 112,000 ล้านบาท ด้านเป้าหมายนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในประเทศคิดเป็นจำนวน 29 ล้านคน สร้างรายได้ 62,000 ล้านบาท โดยในปี 2564 นั้น ที่เสถียรได้กำหนดเป้าหมายว่าจะสามารถติดอันดับ 1 ใน 5 ของประเทศในเอเชียที่มีนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์เข้ามามากที่สุด และเป็นไปตามวิสัยทัศน์ในการดำเนินงานที่มุ่งส่งเสริมไมซ์ให้สามารถพัฒนาประเทศได้อย่างมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ตามนโยบายของรัฐบาล

With analysis of MICE global market trends that will drive the Thailand MICE strategy, TCEB has set its 2018 target at 174 billion Baht in revenue earned from 30.19 million domestic and international MICE travellers. This includes 1,192,000 international MICE travellers generate revenue of 112 billion Baht. Domestic MICE travellers should reach 29 million and generate a revenue of 62 billion Baht. By 2021, TCEB aims to gain a ranking that places Thailand in the top five countries in Asia for MICE Destinations. The mission is to promote the development of MICE Industry with stability, prosperity and sustainability in accordance with government policy.



Top 5 of Asia* in 2021

| | Treveller (pax) | Revenue (Million Baht) | % Growth (Traveller/ Revenue) |
|---------------|-------------------|------------------------|-------------------------------|
| International | 1,192,000 | 112,000 | 8%/11% |
| Domestic | 29,000,000 | 62,000 | 8%/11% |
| Total | 30,192,000 | 174,000 | |

*ไม่รวม Mega-Events

*Excluded Mega-Events

ที่มา: แผนแม่บทระยะ 5 ปี (2560-2564) ของ สสปท.

source: 5-year MICE industry master plan (2017-2021)

3

ทิศทางและการดำเนินงานของที่เลียบ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561

Direction and Operation of TCEB

Fiscal Year 2018

3.1

แผนงานในการกิจหลักของที่เลียบ ระยะ 20 ปี พ.ศ. 2560–2579

Operational Plan Supporting TCEB 20-Year Mission 2017-2036

การจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนากิจการไม่ใช้ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) ของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ ที่เลียบ มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาทิศทางการพัฒนาเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมของประเทศ เพื่อสร้างความเชื่อมโยงในการกำหนดแผนยุทธศาสตร์การพัฒนากิจการไม่ใช้ให้สอดคล้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมหลักของประเทศ และมุ่งหวังที่จะกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนากิจการไม่ใช้ทั้งในระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว เพื่อขับเคลื่อนอุตสาหกรรมของประเทศ เพิ่มขีดความสามารถ และศักยภาพทางการแข่งขันในระดับนานาชาติ เพิ่มรายได้ให้แก่ประชากร เกิดการกระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่น และพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของไทยให้เติบโตได้อย่างมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนต่อไป ตามนโยบายของรัฐบาลการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมของประเทศไทยให้เติบโตอย่างมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน นั้นสามารถใช้กิจกรรมการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การประชุมนานาชาติ และการแสดงสินค้า

TCEB's 20-year strategic plan for MICE industry development (2017-2036) will be based on a study of the country's projected economic and industrial development trajectory. The plan will create linkages in the formulation of a MICE industry strategic plan in line with development of the country's major economic and industry sectors. A MICE industry development strategy will be developed with short, medium and long-term goals, in order to propel the country's MICE industry and enhance competency and competitiveness at international level. The plan also aims to boost incomes and broaden distribution of MICE employment and incomes to reach local communities. Overall, the plan contributes to national economic and social development to create a stable, prosperous and sustainable society, in line with government



นานาชาติ หรือที่เรียกว่าอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) เป็นหนึ่งในกลไกการขับเคลื่อนได้ โดยอุตสาหกรรมไมซ์ มีส่วนสำคัญในการช่วยขับเคลื่อนอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศไทย ผ่านการจัดงานและกิจกรรมต่าง ๆ ของไมซ์ เนื่องจากอุตสาหกรรมไมซ์จะก่อให้เกิดเงินหมุนเวียนจำนวนมากในการช่วยกระจายรายได้และขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศจากการใช้จ่ายของผู้จัดงานและผู้ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งก่อให้เกิดการซื้อขาย การแลกเปลี่ยนสินค้า การนำเข้า ส่งออก และการลงทุนต่าง ๆ นอกจากนี้ในการจัดงานไมซ์ ยังมีประโยชน์ที่ไม่ได้เป็นตัวเงิน เช่น การแลกเปลี่ยนความรู้และเทคโนโลยี การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ตลอดจนการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ รวมไปถึงการขยายตลาดสินค้าของแต่ละอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นการเสริมสร้างความเข้มแข็งและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมในประเทศไทยด้วย

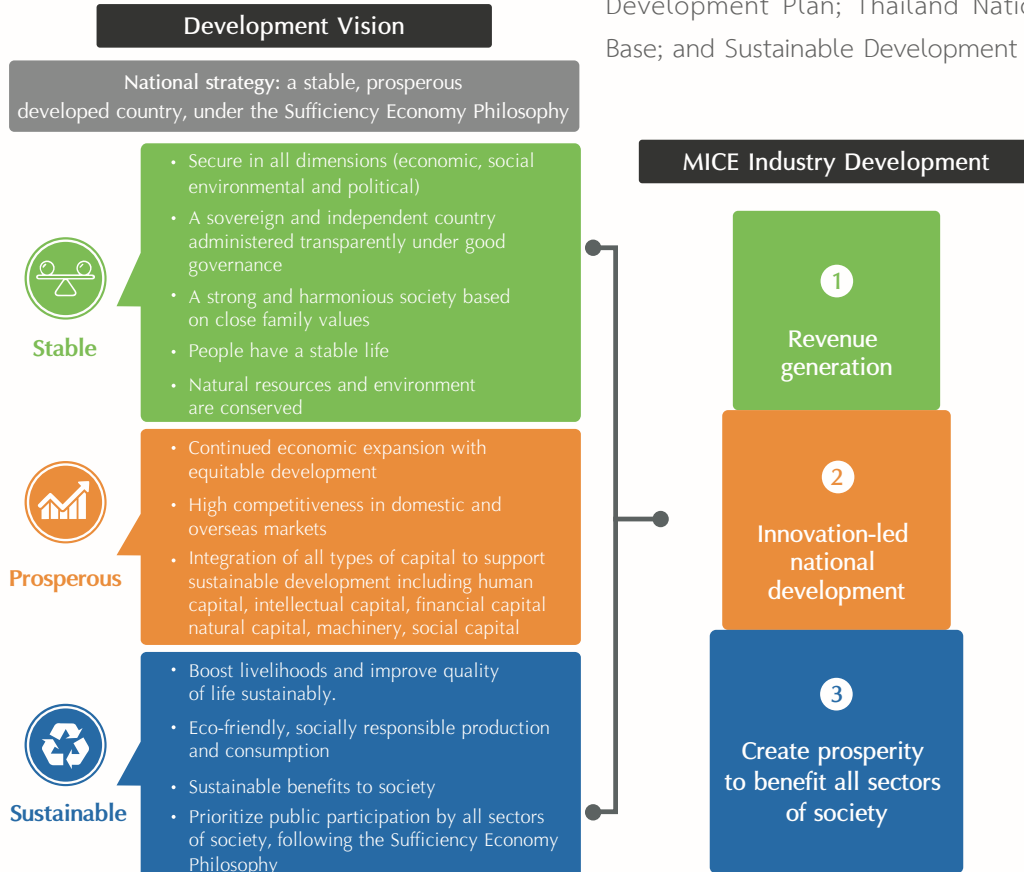
policy. Thailand's meetings, incentives, conventions and exhibitions (MICE) can serve as an important driver to realise the government's aspiration to create such a stable, prosperous and sustainable economy. The MICE industry is an important driver of other industry sectors through MICE events to showcase and facilitate business partnerships and trade. The MICE industry generates significant revenues, contributing to income distribution and the national economy, through a diverse range of MICE activities and events, attracting large numbers of participants and boosting trade and business partnerships. MICE events are designed to create new business partnerships and expand markets for key industry sectors. In addition, the MICE industry also generates non-monetary benefits, including exchanges of knowledge and technology. Altogether, Thailand's MICE industry contributes to strengthen and enhance the competitiveness of all Thailand's industry sectors.


ความเชื่อมโยงของแผนงานภารกิจหลักของทีเส็บ 20 ปี กับทิศทางการพัฒนาของประเทศ


Alignment between TCEB's 20-Year Core Mission
with the Nation's Development Direction



ในการกำหนดทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์เพื่อใช้เป็น
กลไกสำคัญในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมและเศรษฐกิจของ
ประเทศ จึงควรทำการศึกษาแผนพัฒนาอุตสาหกรรมและ
เศรษฐกิจที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนา
อุตสาหกรรมไมซ์ให้สอดคล้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรม
และเศรษฐกิจของประเทศและวิสัยทัศน์ในการพัฒนา
ประเทศไทยอย่าง มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน โดยแผนการ
พัฒนาที่ควรศึกษาได้แก่ วิสัยทัศน์ประเทศไทย แผนพัฒนา
เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เป้าหมายวาระของประเทศไทย
(Agenda Base) และเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน SDGs
(Sustainable Development Goals)

In order to define the direction of development
of Thailand's MICE industry as a key driver of
national economic development, it is important
to study sectoral development for key industries.
This will facilitate a cohesive and targeted
strategy for MICE industry development in line
with industrial and economic development
targets and the government's vision for stability,
prosperity and sustainability. Key strategic plans
to be considered include the Thailand Vision
2015-2020; National Economic and Social
Development Plan; Thailand National Agenda
Base; and Sustainable Development Goals (SDGs).



| 12 th NESDP under 20-Year Strategic Framework | Key goals/ Development Approaches | 20-Year MICE Strategic Plan |
|---|---|---|
| Strategy 3  Strengthening the economy and underpinning sustainable competitiveness | <ul style="list-style-type: none"> Competitiveness in business services sector should grow by at least 6% Per capita income should reach USD 8,200 by 2021 Strengthening the economy by sectors The annual income from tourism > 3 trillion Baht | <ul style="list-style-type: none"> Strengthen industry by organising seminars, trade shows and exhibitions to facilitate business matching, trade and investment Increase revenues from MICE travellers Boost revenues for hotel businesses and services |

| Thailand National Agenda | Guidelines for Thailand's Agenda | 20-Year MICE Strategic Plan |
|--|---|---|
| Agenda 6  Boost Thailand's economic potential | <ul style="list-style-type: none"> Private sector investment and investment in infrastructure Help farmers, e.g. in reducing production costs and help with farm inputs Attract foreign tourists Promotion and development of the industry in line with country's the potential Empower SME entrepreneurs Promote the digital economy | <ul style="list-style-type: none"> Strengthen key industry sectors by organising seminars on agriculture. Trade shows and exhibitions to facilitate business matching, trade and investment Strengthen SMEs through training and seminars. Including trade fairs to increase marketing channels for SMEs Promote the Digital Economy through seminars and training, to transfer knowledge and develop digital skills, showcase digital products and technologies to entrepreneurs and match with digital service providers Boost revenues from MICE business visitors to Thailand |

| The Global Goals For Sustainable Development | Sustainable Development Goals: SDGs | 20-Year MICE Strategic Plan | Indicators Based on the 20-Year MICE Strategic Plan |
|--|---|--|--|
| SDG 8  | Encourage continued, inclusive and sustainable economic growth, full employment, and productive employment and employment opportunities for all | <ul style="list-style-type: none"> Boost revenues from MICE travellers Boost revenues for the hotel business, accommodation and MICE services | <ul style="list-style-type: none"> GDP from the direct MICE industry Number of jobs in MICE activities |
| SDG 12  | Ensure sustainable consumption and production patterns | <ul style="list-style-type: none"> Boost revenues for MICE-related and extended businesses Strengthen the industry by organising seminars, trade shows and exhibitions to facilitate business matching, trade and investment | Added value from GDP generated from MICE industry |

ที่มา: ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี อนาคตประเทศไทยเพื่อความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน
 ดร.ปรเมธี วิมลศิริ เลขาธิการคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ

Source: Thailand 20-year Strategic Plan and Reform,
 by Dr. Poramettee Vimolsiri, Secretary-General of the National Economic and Social Development Board (NESDB)

วิสัยทัศน์ประเทศไทย Thailand Vision

ในการกำหนดทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์เพื่อใช้เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรม และเศรษฐกิจของประเทศให้สามารถเติบโตได้อย่างมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ในการพัฒนาประเทศ จึงต้องมีการศึกษาถึงรายละเอียดของวิสัยทัศน์ในการพัฒนาประเทศไทย










วิสัยทัศน์ประเทศไทย พ.ศ. 2558–2563 ที่มุ่งพัฒนาประเทศไปสู่ “ประเทศมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” นั้นได้มีการเน้นถึงการพัฒาที่สอดคล้องกับหลัก 3 ประการ คือ มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน เพื่อนำไปสู่แนวคิดในการวางแผนงานในการกิจหลักของทีเส็บ โดยมีเป้าหมาย 3 ประการ คือ

- 1 **การสร้างรายได้** การจัดงานเพื่อสร้างรายได้จากอุตสาหกรรมไมซ์ และขับเคลื่อนให้เกิดการซื้อขายในอุตสาหกรรมหลัก เพื่อเพิ่มรายได้อันจะเป็นการสร้าง ความมั่งคั่งให้แก่ประเทศ
- 2 **การพัฒนาประเทศด้วยนวัตกรรม** ผ่านการจัดงานไมซ์ให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้และเทคโนโลยีต่าง ๆ เกิดการพัฒนาองค์ความรู้และการสร้างสรรค์นวัตกรรม โดยเฉพาะการจัดงานเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนา กลุ่มเทคโนโลยีเป้าหมายตามนโยบาย ประเทศไทย 4.0 เมื่อประเทศมีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีก็จะสามารถ สร้างความมั่นคงให้แก่ประเทศในระยะยาว
- 3 **การสร้างเศรษฐกิจเพื่อมุ่งประโยชน์ส่วนรวมในทุกภาคส่วนของสังคม** โดยการจัดเตรียมความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานด้านไมซ์ ตลอดจนผู้ประกอบการและบุคลากรไมซ์ให้ได้มาตรฐาน มีคุณภาพ เพื่อรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรมอย่างยั่งยืนต่อไปในอนาคต

In order to enable the MICE industry to act effectively as an important mechanism to drive the country's industry and economy to grow steadily, prosperously, and sustainably in line with the national vision, it is necessary to study the details of the “Thailand Vision” as conceptualised.

Thailand Vision 2015-2020 aims to develop the country to achieve security, prosperity and sustainability under the concept of the Sufficiency Economy philosophy, TCEB's mission is fully aligned with this goal, and aims to achieve the following three main objectives:

- 1 **Revenue generation:** Generation of MICE revenues from venues, exhibitors, delegates, visitors and associated tourism, and by boosting domestic and international trade in key industry sectors.
- 2 **Innovation-led development:** Fostering exchange of knowledge and technology, and national innovation-led development under the Thailand 4.0 policy. Technological advancement will be essential to the country's long-term competitiveness.
- 3 **Inclusive and sustainable growth:** TCEB aims to create wealth for all sectors of society by boosting readiness for MICE infrastructure around the country, as well as by enhancing the calibre and skills of MICE industry entrepreneurs and personnel, to meet international quality standards and support sustainable growth.

| Target | Stability | Prosperity | Sustainability | Plan | Strategy Development |
|------------------------------------|---|---|---|---|---|
| 1 Revenue Generation |  |  |  | <ul style="list-style-type: none"> Revenue Generation from MICE Activities Organise International MICE Events Bidding International MICE Events | <ul style="list-style-type: none"> The MICE industry is an important driver of other industry sectors through MICE events Enhancing the competitiveness of regional MICE destinations |
| 2 Innovation-led Development |  |  |  | <ul style="list-style-type: none"> Promote innovation-led development under the Thailand 4.0 policy | <ul style="list-style-type: none"> The MICE industry is an important driver of the other industry sectors through MICE events |
| 3 Inclusive and Sustainable Growth |  |  |  | <ul style="list-style-type: none"> Develop MICE Sustainability Supports achievement of national targets under the United Nations Sustainable Development Goals (SDGs) | <ul style="list-style-type: none"> Developing the Thai MICE brand at national and international level Develop MICE support services, infrastructure, regulations and standards |

แผนงานในการกิจหลัก ระยะ 20 ปี ประกอบด้วย ประเด็นทางยุทธศาสตร์ 4 ประเด็น

The 20-Year Plan Comprises Four Strategic Components

- 1** การขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไทยผ่านกลไกการจัดกิจกรรมไมซ์ โดยเพิ่มจำนวนกิจกรรมไมซ์ในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ ตลอดจนการเพิ่มรายได้จากการจัดกิจกรรมไมซ์ และยกระดับกิจกรรมไมซ์ของประเทศไทยให้ก้าวสู่ความเป็นงานในระดับภูมิภาค (Regional)
- 2** การสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของพื้นที่ในภูมิภาค เพื่อเพิ่มการกระจายรายได้จากการจัดกิจกรรมไมซ์ไปสู่ภูมิภาค เพิ่มจำนวนผู้ประกอบการในภูมิภาค และการพัฒนากิจกรรมไมซ์ในภูมิภาคให้สามารถยกระดับไปสู่งานนานาชาติได้
- 3** การพัฒนาตลาด แบรินต์ไมซ์ในระดับประเทศและนานาชาติ เพื่อยกระดับภาพลักษณ์ของไมซ์ในระดับประเทศและในระดับภูมิภาค
- 4** การยกระดับมาตรฐานผู้ให้บริการโครงสร้างพื้นฐานสนับสนุนไมซ์เพื่อเพิ่มจำนวนผู้ประกอบการไมซ์ที่ผ่านการรับรองมาตรฐานในส่วนกลางและในภูมิภาค เพื่อเพิ่มจำนวนสถานที่จัดงานที่ผ่านการรองรับมาตรฐานในส่วนกลางและในภูมิภาค
- 1** Driving industry growth by organising more MICE activities targeting priority industry sectors, in addition to increasing revenue generation directly from MICE activities. The plan also aims to raise Thailand's status as a regional MICE industry hub for the region.
- 2** Enhancing the competitiveness of regional MICE destinations in order to broaden distribution of revenues and benefits from MICE activities to all regions of the country, and maximise benefits to communities and local economies. Under the plan, the number of MICE operators in all regions of the country will grow, and service quality standards boosted to allow promotion of events to the international arena.
- 3** Developing the Thai MICE brand at national and international level, in order to build awareness of Thailand's potential and enhance the country's image as a domestic, regional and global MICE destination.
- 4** Upgrading standards among MICE infrastructure service providers in order to increase the number of certified MICE operators in Bangkok and all regions of the country. The plan will also lead to more internationally-certified MICE venues in Bangkok and all regions.

ประเด็นสำคัญในการพัฒนาแผนงานในการกิจหลัก ระยะ 20 ปี

Key Issues that are Important to Develop of the 20-Year Plan

ได้มีการพิจารณาใน 10 ด้านที่มีความสำคัญ เพื่อกำหนดเป็น 4 ประเด็นในแผนงานในการกิจหลัก ระยะ 20 ปี โดยมีรายละเอียด ดังนี้

There are 10 issues that are important to development of the 20-year plan under the four strategic components, as follows:

- 1** ผลักดันให้เกิดกิจกรรมไมซ์ตามยุทธศาสตร์ (Agenda Base) ของประเทศ
 - 2** ร่วมมือกับภาคอุตสาหกรรมเพื่อใช้อุตสาหกรรมไมซ์เป็นกลไกในการพัฒนาประเทศ
 - 3** บูรณาการการทำงานร่วมกับทุกภาคส่วนเพื่อสร้างความเจริญให้กับประเทศ
 - 4** พัฒนาและกระจายกิจกรรมไมซ์ไปสู่ทุกภูมิภาคเพื่อสร้างความมั่นคง และยั่งยืน
 - 5** สร้างและรักษาผู้จัดงาน และผู้แสดงงานแสดงสินค้าต่างประเทศในการขับเคลื่อนไมซ์ไทย
 - 6** สร้างความเข้าใจให้หน่วยงานทุกภาคส่วนถึงศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์
 - 7** สร้างภาพลักษณ์ของประเทศในการเป็นศูนย์กลางไมซ์
 - 8** สร้างมาตรฐานของสถานที่จัดงานไมซ์เพื่อรักษาคุณภาพการให้บริการ
 - 9** ยกกระดับมาตรฐานวิชาชีพของอุตสาหกรรมไมซ์เพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการ
 - 10** เพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการไมซ์เพื่อรักษาคุณภาพการให้บริการ
- 1** Promote MICE activities according to the National Agenda Base
 - 2** Coordinate with key industry sectors to promote use of MICE as a mechanism for sector and national development
 - 3** Integration among all key sectors to boost national prosperity
 - 4** Develop and disseminate MICE activities to all regions to foster stability and sustainability
 - 5** Nurture and support MICE event organisers and international exhibitors to drive Thailand's MICE industry
 - 6** Raise understanding of the potential of the MICE industry among all agencies and industry sectors
 - 7** Build the country's image as a regional and global MICE hub
 - 8** Establish and implement MICE venue standards to assure the highest service quality
 - 9** Raise professional standards within the MICE industry to improve service quality
 - 10** Enhance the capacity of MICE operators to increase service quality.

| Key Issues that are important to development of the 20-Year Plan | |
|--|--|
| 1 | Promote MICE activities according to the National Agenda Base |
| 2 | Coordinate with key industry sectors to promote use of MICE as a mechanism for sector and national development |
| 3 | Integration among all key sectors to boost national prosperity |
| 4 | Develop and disseminate MICE activities to all regions to foster stability and sustainability |
| 5 | Nurture and support MICE event organisers and international exhibitors to drive Thailand's MICE industry |
| 6 | Raise understanding of the potential of the MICE industry among all agencies and industry sectors |
| 7 | Build the country's image as a regional and global MICE hub |
| 8 | Establish and implement MICE venue standards to assure the highest service quality |
| 9 | Raise professional standards within the MICE industry to improve service quality |
| 10 | Enhance the capacity of MICE operators to increase service quality |



แผนงานในการกิจหลักของทีเส็บ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579)

TCEB 20-Year Plan (2017-2036)

นโยบายประเทศไทย 4.0 (Thailand 4.0) มุ่งเน้นการปรับเปลี่ยนโครงสร้างทางเศรษฐกิจจากเดิมที่ขับเคลื่อนด้วยการพัฒนาประสิทธิภาพในการผลิตภาคอุตสาหกรรม ไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม (Innovation Drive Economy) เพื่อพัฒนาประเทศไทยให้หลุดพ้นกับดักรายได้ปานกลาง (Middle Income Trap) กับดักความเหลื่อมล้ำของการกระจายรายได้หรือปัญหาความไม่เท่าเทียมกัน (Inequality Trap) และปัญหากับดักความไม่สมดุลของการพัฒนา (Imbalance Trap) พร้อมกับการนำประเทศมุ่งสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน อย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งอุตสาหกรรมไมซ์ถือได้ว่ามีส่วนสำคัญในการช่วยขับเคลื่อนนโยบายประเทศไทย 4.0 ผ่านการจัดงานและกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การจัดประชุม (Meetings) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentives) การประชุมนานาชาติ (Conventions) และงานแสดงสินค้านานาชาติ (Exhibitions) โดยการจัดกิจกรรมไมซ์สามารถช่วยสนับสนุนอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ เนื่องจากกิจกรรมไมซ์ก่อให้เกิดการซื้อขายแลกเปลี่ยน

The Thailand 4.0 policy aims to transform the economic structure from an industry-driven economy to an innovation and technology-driven economy. The policy also aims to enable the country to escape the middle income and inequality traps as well as unbalanced economic development. Overall, the policy sets a national goal to achieve prosperity, stability and sustainability. The MICE industry is considered an important contributor to realising this goal. Through MICE activities and events such as meetings, incentives, conventions and exhibitions, the sector can contribute to economic goals in all key industry sectors. MICE events boost the exchange of goods and services, investment, business matching and international trade. MICE events also serve as platforms for exchanging knowledge and technology for innovation. Such

เปลี่ยนสินค้าในภาคอุตสาหกรรม เกิดการลงทุน การจับคู่ทางธุรกิจ และยังเป็นเวทีในการแลกเปลี่ยนความรู้และเทคโนโลยีในการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ ๆ อีกด้วย ซึ่งผลประโยชน์จากกิจกรรมเหล่านี้ เป็นปัจจัยในการเสริมสร้างความเข้มแข็งและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไทย

activities are therefore an important factor in strengthening and enhancing the competitiveness of Thai industry.

วิสัยทัศน์ Vision

“องค์กรหลักในการผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ให้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศด้วยนวัตกรรม เพื่อสร้างความเจริญและกระจายรายได้ไปสู่มหาภาคส่วนอย่างยั่งยืน”

“An organisation that aimed at positioning the MICE industry as a development tool for economic development through innovation whereby promote inclusive and sustainable growth for all stakeholders”

พันธกิจ Mission

- | | |
|--|--|
| <p>1 สนับสนุนการจัดงานไมซ์ในประเทศไทย เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและกระจายรายได้สู่ชุมชน</p> | <p>1 Promote MICE activities, stimulate the economy and generate MICE industry revenues</p> |
| <p>2 ส่งเสริมภาพลักษณ์อุตสาหกรรมไมซ์ไทยด้วยผลิตภัณฑ์บริการชั้นเลิศและมีอัตลักษณ์ความเป็นไทย</p> | <p>2 Enhance MICE branding through leveraging Thailand's unique identity using premium services and product quality</p> |
| <p>3 พัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยองค์ความรู้ มาตรฐาน รวมถึงการพัฒนาบุคลากรและผู้ประกอบการ</p> | <p>3 Create a sustainable foundation for Thailand's MICE industry to compete efficiently and effectively by acquiring industry knowledge, develop industry standards and promote human resource and entrepreneur development.</p> |
| <p>4 ส่งเสริมแนวปฏิบัติด้านความยั่งยืน เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน</p> | <p>4 Develop and promote guidelines for sustainable best practise to increase competitive advantage</p> |



เป้าหมาย Target

1

สร้างรายได้ให้แก่ประเทศไทยด้วยกิจกรรมไมซ์ ทำให้ประเทศก้าวผ่านประเทศที่มีรายได้ปานกลาง จากการบริการที่มีมูลค่าเพิ่ม โดยการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งรายได้จากอุตสาหกรรมไมซ์จากในประเทศและนานาชาติ

Boost MICE industry revenues to drive Thailand to overcome the middle income trap through high value services and increased numbers of MICE travellers (both domestic and international).

2

เพิ่มการพัฒนานวัตกรรมในประเทศผ่านการจัดกิจกรรมไมซ์ ทำให้เกิดการลงทุนและกระจายรายได้จากอุตสาหกรรมไมซ์ไปสู่ผู้ประกอบการ และชุมชนในภูมิภาค โดยการพัฒนาให้มีการกระจายรายได้จากอุตสาหกรรมไมซ์ไปสู่ภูมิภาคเพิ่มขึ้น โดยมีสัดส่วนของมูลค่าของผลกระทบของอุตสาหกรรมไมซ์ที่มีต่อเศรษฐกิจ สังคมของพื้นที่ในระดับภูมิภาคต่อรายได้รวมประมาณ ร้อยละ 40

Promote MICE innovation and investment, and enhance equitable income distribution to all regions of the country, with a targeted 40% growth in incomes.

3

การสร้างความสำเร็จเพื่อมุ่งประโยชน์ส่วนรวมในทุกภาคส่วนของสังคม สร้างการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมไมซ์ให้เติบโตอย่างมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน โดยมีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจในภาคบริการ ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 6.0

Promote inclusive growth for all stakeholders and create stability, prosperity and sustainable growth for the MICE industry, with a target of 6% economic growth for the service sector.



| The 20-Year Plan | | 2016 | 2018 | 2021 | 2026 | 2036 |
|--|--|---------|------|-------------------------------------|---------|-------|
| To drive Thailand to overcome the middle income trap through high value services | MICE Traveller (Million) | | | | | |
| | International | 1.00 | 1.19 | 1.48 | 1.98 | 3.08 |
| | Domestic | 28.8 | 29.0 | 36.6 | 48.98 | 76.05 |
| | MICE Revenue (MB) | | | | | |
| | International | 0.81 | 1.12 | 1.53 | 2.46 | 5.57 |
| | Domestic | 0.73 | 0.62 | 0.85 | 1.37 | 3.09 |
| Enhance equitable income distribution to all regions of the country | Average Income / Month (Baht) | 26,915 | | Average Income/ Month +15% 4,037 | | |
| | Per Capita Income (USD) | 5,775 | | 8,200 | 12,966 | |
| | Direct Contribution MICE 1% (MB) | 103,000 | | 200,900 | 318,000 | |
| Create stability, prosperity, and sustainable growth for the MICE industry | Economic Growth for the Service Sector | 3.5% | | Target of Economic Growth 6.0% | | |

ที่มา: การสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน พ.ศ. 2558 สำนักงานสถิติแห่งชาติ

คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

หมายเหตุ: ประเทศรายได้สูง GNI = USD 2,735 ภาคการท่องเที่ยว 17% ของ GDP

Source: Socio-Economic Survey of Households, 2015 National Statistical Office, National Economic and Social Development Board

Note: High income countries GNI = USD 2,735; Tourism sector contributes 17% of GDP



ยุทธศาสตร์ของแผนงานในการกิจหลักของทีเส็บ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560–2579)

TCEB Strategy for 20-Year Plan (2017-2036)

อุตสาหกรรมไมซ์มีส่วนสำคัญในการช่วยขับเคลื่อนอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศไทย เช่น อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า อิเล็กทรอนิกส์และโทรคมนาคม อุตสาหกรรมปิโตรเคมี และเคมีภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม อุตสาหกรรมดิจิทัล และอุตสาหกรรมบริการแพทย์ครบวงจร เป็นต้น ผ่านการจัดงานและกิจกรรมต่าง ๆ ของไมซ์ เช่น การประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การประชุมนานาชาติ และการแสดงสินค้านานาชาติ อุตสาหกรรมไมซ์จะก่อให้เกิดเงินหมุนเวียนจำนวนมาก ในการช่วยกระจายรายได้และขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศจากการใช้จ่ายของผู้จัดงานและผู้ที่เกี่ยวข้องทำให้เกิดการซื้อขาย การแลกเปลี่ยนสินค้า การนำเข้าส่งออก และการลงทุนต่าง ๆ นอกจากนี้ในการจัดงานไมซ์ยังก่อให้เกิดประโยชน์ที่ไม่ได้เป็นตัวเงิน เช่น การแลกเปลี่ยนความรู้และเทคโนโลยี การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ รวมไปถึงการขยายตลาดของแต่ละอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นการเสริมสร้างความเข้มแข็งและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมประเทศไทยด้วย

Thailand's MICE industry has played an important role in helping to drive Thailand's key industries, including automotive and parts, electrical appliances, electronics and telecommunications, petrochemicals and environment-friendly chemicals, agribusiness, textiles and apparel, digital industries and medical services. Through MICE events and activities such as meetings, incentives, convention and exhibitions, the MICE industry generates considerable earnings that stimulates monetary circulation and distributes revenues around the country. In addition, the MICE event also provides non-monetary benefits such as exchanges of knowledge and technology. New business partnerships are facilitated, and markets are expanded for each industry sector, further strengthening and enhancing the competitiveness of Thai industry.

**"องค์กรหลักในการผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์
ให้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศด้วยนวัตกรรม
เพื่อสร้างความเจริญ และกระจายรายได้ไปสู่ทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน"**

*"An organisation that aimed at positioning the MICE industry as a development tool
for economic development through innovation whereby promote inclusive
and sustainable growth for all stakeholders"*



Mission

- 1** Promote MICE activities, stimulate the economy and generate MICE industry revenues
- 2** Enhance MICE branding through leveraging Thailand's unique identity
- 3** Create a sustainable foundation for MICE industry and develop industry standards and promote human resource and entrepreneur development
- 4** Develop and promote guidelines for sustainable best practise to increase competitive advantage

Target

- 1** Revenue Generation
- 2** Innovation-led Development
- 3** Inclusive and Sustainable Growth

TCEB 20-Year Plan (2017-2036)

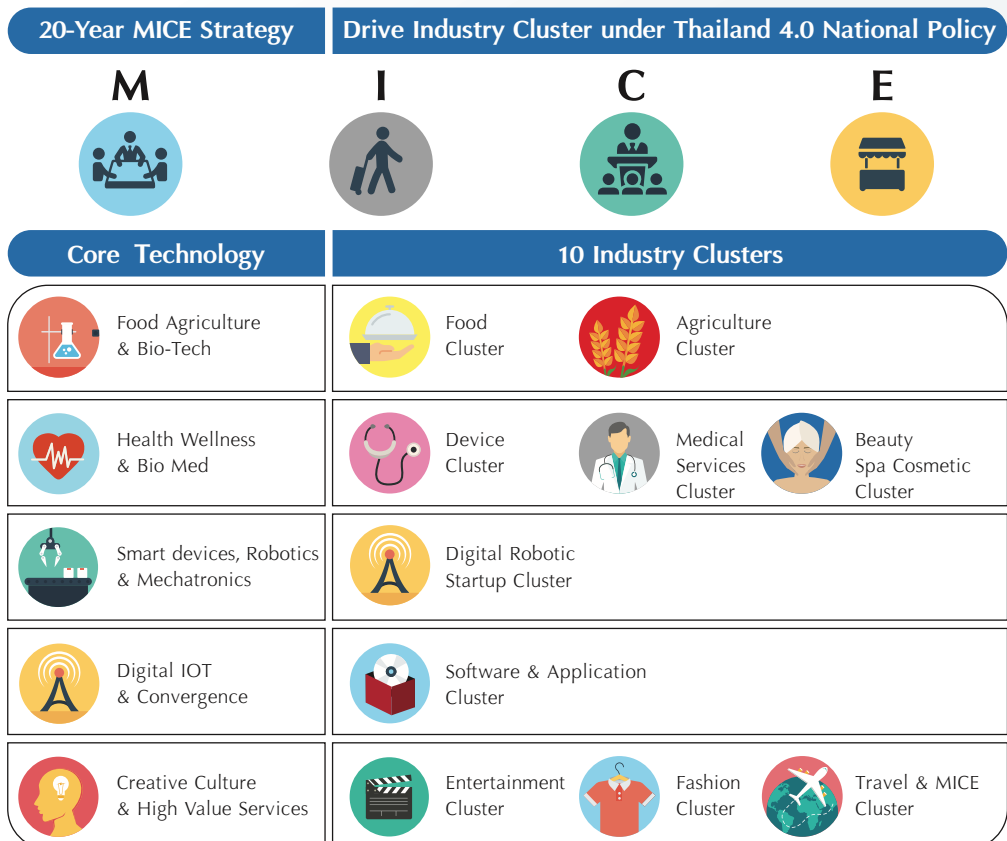
| Strategic Theme | TCEB 20-Year Plan (2017-2036) | | | |
|-----------------|---|--|--|---|
| | Stable | Prosperous | Sustainable | |
| | Revenue Generation | Innovation-led National Development | Inclusive and Sustainable Growth | |
| | Strategic Theme 1 | Strategic Theme 2 | Strategic Theme 3 | Strategic Theme 4 |
| | Drive Thai industry through MICE activities | Enhance MICE industry competitiveness across all regions | Market and promote Thailand brand as Top domestic and international destination | Develop MICE support services, infrastructure, regulations and standards |
| Target | 1.1 Generate revenues from domestic and international MICE activities 1.2 Drive Thailand's economy focusing on supporting 5 industry clusters under Thailand 4.0 1.3 Raise Thailand's status as a regional MICE industry hub for the region. | 2.1 Enhance equitable income distribution to all regions of the country 2.2 Grow the number of MICE operators in all regions of the country 2.3 Increase MICE events and enhance events to the international arena | 3.1 Develop the Thai MICE brand at national and international level 3.2 Upgrade Thai MICE brand at MICE city level for all region | 4.1 Increase the number of certified MICE operators in Bangkok and all regions 4.2 Lead to more internationally - certified MICE venues in Bangkok and all regions |
| Indicator | 1.1 Overseas MICE travellers 1.2 Domestic MICE travellers 1.3 Revenues from international MICE industry 1.4 Revenues from domestic MICE industry 1.5 Number of MICE clusters / International events | 2.1 Proportion of MICE value to national income in all regions of the country 2.2 Number of certified MICE operators in all regions of the country 2.3 Number of highlighted events (flagship events) | 3.1 Global rankings of international MICE association/ MICE industry revenues 3.2 Top of mind ranking in overall from MICE survey | 4.1 Number of certified MICE professionals at international level 4.2 Number of certified MICE operators at international level 4.3 Number of potential cities passed the assessment of the exhibition venue category |
| Strategy | 1.1 Promote MICE clusters targeted industry clusters through MICE cluster development under Thailand 4.0 1.2 Enhance collaboration among government agencies, business associations and MICE entrepreneurs 1.3 Create new sustainable events, upgrade existing events, and promote MICE destinations, products and services | 2.1 Upgrade regional MICE activities to support strategic industrial clusters in the regions 2.2 Develop regional Convention Visitor Bureau (CVB) to drive MICE regional development 2.3 Enhance regional CVB connectivity with ASEAN MICE development | 3.1 Market Thailand as a top MICE destination and create new business alliances 3.2 Promote the Thailand brand as a quality destination for MICE travellers and media | 4.1 Develop and enhance the potential of the MICE enterprises through premium services and high quality standards 4.2 Upgrade infrastructure to meet MICE standards & guidelines 4.3 Revise relevant regulations and constraint to facilitate MICE implementation |

ยุทธศาสตร์ที่ 1: ขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไทยผ่านกลไกการจัดกิจกรรมไมซ์

Strategic Theme 1: Drive Thai Industry through MICE Activities

การใช้การจัดกิจกรรมไมซ์ในการช่วยขับเคลื่อนนโยบายประเทศไทย 4.0 ผ่านการจัดงานและกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การจัดประชุม (Meetings) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentives) การประชุมนานาชาติ (Conventions) และงานแสดงสินค้านานาชาติ (Exhibitions) ซึ่งการจัดกิจกรรมไมซ์นั้นสามารถช่วยสนับสนุนอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศเนื่องจากกิจกรรมไมซ์ก่อให้เกิดการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าในภาคอุตสาหกรรม เกิดการลงทุน การจับคู่ทางธุรกิจ และยังเป็นเวทีในการแลกเปลี่ยนความรู้และเทคโนโลยีในการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ ๆ อีกด้วยซึ่งประโยชน์จากกิจกรรมไมซ์เหล่านี้เป็นปัจจัยในการเสริมสร้างความเข้มแข็งและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไทย

The Thailand 4.0 policy will be strengthened through activities such as meetings, incentives, conventions and exhibitions. These activities can focus on specific national priority industry sectors, serving as a stimulus to boost exchange of goods and services, marketing, investment and business matching. MICE events also serve as an ideal platform for exchanging knowledge and technology for innovation. These benefits from MICE activities provide a major contribution to strengthen and enhance the competitiveness of Thai industry.



กลยุทธ์ที่ 1

Strategy 1

พัฒนาคลัสเตอร์ไมซ์เพื่อรองรับการขับเคลื่อน 5 คลัสเตอร์อุตสาหกรรมเป้าหมาย ภายใต้นโยบายประเทศไทย 4.0

Promote MICE Clusters Targeted Industry Clusters through MICE Cluster Development under Thailand 4.0

การส่งเสริมการจัดกิจกรรมไมซ์แต่ละด้านทั้งการจัดประชุม (Meetings) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentives) การประชุมนานาชาติ (Conventions) และงานแสดงสินค้านานาชาติ (Exhibitions) ที่มีความเชื่อมโยงกันให้อยู่รวมกันเป็นคลัสเตอร์ เพื่อสนับสนุนการสร้างองค์ความรู้ การทำธุรกิจซื้อขาย ให้รองรับกับกลุ่มคลัสเตอร์อุตสาหกรรมเป้าหมาย ภายใต้นโยบายประเทศไทย 4.0

Promotion of MICE activities in each area, including meetings, incentives, conventions and exhibitions. These activities will be linked together as an integrated cluster to support knowledge creation and sharing as well as trade, in order to support target industry clusters established under Thailand 4.0.

กลยุทธ์ที่ 2

Strategy 2

ยกระดับกิจกรรมไมซ์ โดยการบูรณาการงานไมซ์ ระหว่างหน่วยงานของภาครัฐ สมาคมธุรกิจ และผู้ประกอบการไมซ์

Enhance Collaboration among Government Agencies, Business Associations and MICE Entrepreneurs

การยกระดับการจัดกิจกรรมไมซ์ เช่น การจัดประชุม (Meetings) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentives) การประชุมนานาชาติ (Conventions) และงานแสดงสินค้านานาชาติ (Exhibitions) ของแต่ละหน่วยงานทั้งภาครัฐ สมาคมธุรกิจ และผู้ประกอบการไมซ์ ที่มีการจัดซ้ำซ้อน ให้มีการจัดงานร่วมกัน เพื่อสร้างงานไมซ์ที่ได้มาตรฐาน และมีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมคลัสเตอร์เป้าหมายภายใต้

Under this component, MICE activities in each category will be elevated via meetings, incentives, conventions and exhibitions targeting government agencies, business associations and MICE operators. TCEB will encourage stakeholders to integrate by co-organising industry events to build scale and impact for the target industry cluster under Thailand 4.0. These

นโยบายประเทศไทย 4.0 ซึ่งจะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวไมซ์ทั้งจากในประเทศและต่างประเทศได้

larger, integrated events will attract more MICE travellers, both domestic and international.

กลยุทธ์ที่ 3 Strategy 3

สนับสนุนการพัฒนางานไมซ์เกิดใหม่ให้ เติบโตอย่างมั่นคง และมีความยั่งยืน Create New Sustainable Events, Upgrade Existing Events, and Promote MICE Destinations, Products and Services

การสนับสนุนให้เกิดการจัดกิจกรรมไมซ์ในรูปแบบใหม่ ๆ ทั้งการจัดประชุม (Meetings) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentives) การประชุมนานาชาติ (Conventions) และงานแสดงสินค้านานาชาติ (Exhibitions) และสร้างให้เกิดงานไมซ์ที่มีความหลากหลายรองรับกับการเติบโตของอุตสาหกรรมเป้าหมาย ภายใต้ New S-Curve Industry ซึ่งจะกระตุ้นให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ทางเทคโนโลยีในแต่ละอุตสาหกรรม และการเจรจาซื้อขายทางธุรกิจ สร้างเม็ดเงินเข้าสู่ประเทศไทย

New and emerging models for MICE activities such as meetings, incentives, conventions and exhibitions will support a vibrant and diversified MICE industry that caters to industry growth under the New S-Curve Industry. The process will stimulate exchange of technology and knowledge, drive industry growth and new partnership, and boost foreign exchange earnings for the nation.





Chiang Rai Chiang Mai

As a Regional Hub for
MICE in Northern Region



Nakhon Ratchasima Khon Kaen Udonthani

As a Regional Hub for
MICE in Northeastern
Region



Bangkok

As a Regional Hub for
MICE in Central Region

Cha-Am Pattaya Rayong

As a Regional Hub for
MICE in Eastern Region



Phuket Hua Hin Krabi Songkhla Samui Island

Covering MICE in
Southern Thailand



ยุทธศาสตร์ที่ 2: สร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของพื้นที่ในระดับภูมิภาค

Strategic Theme 2: Enhance MICE Industry Competitiveness across all Regions

การเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจไมซ์ในระดับภูมิภาค โดยใช้ศักยภาพของจังหวัดให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการสร้างกิจกรรมการประชุม สัมมนา และนิทรรศการใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้นภายในจังหวัด รวมถึงการพัฒนาผลักดันและเพิ่มมาตรฐานและคุณภาพของบุคลากร ตลอดจนผู้ประกอบการด้านธุรกิจไมซ์ในพื้นที่ การส่งเสริมผู้ประกอบการไมซ์ให้มีการทำการตลาดในเชิงรุกโดยการประชาสัมพันธ์ไปยังพื้นที่เป้าหมายเพื่อให้คนภายนอกเล็งเห็นถึงความพร้อมของบุคลากรและสถานที่ในการจัดกิจกรรมไมซ์ของจังหวัด และดึงงานเข้าสู่จังหวัด เป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมไมซ์ของแต่ละพื้นที่ และก่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาค เพื่อขับเคลื่อนให้เศรษฐกิจประเทศสามารถเติบโตได้อย่างมั่นคง

The competitiveness of regional MICE activities will be strengthened throughout Thailand, highlighting the unique strengths of each province to build awareness of the potential and diverse benefits of holding MICE activities in alternative destinations outside traditional centres such as Bangkok. This strategy will also develop, strengthen and promote human resource quality standards among TCEB staffs and MICE businesses. TCEB will actively promote these provincial destinations and encourage MICE operators to do likewise, so that potential event organisers, companies and organisations can fully appreciate the readiness of provincial venues, facilities and services for all categories of MICE activities. In an increasingly competitive industry, regional venues offer value for money, and deliver social benefits by injecting MICE income into local economies and communities, and broadening income distribution. At national level, this strategy will also drive balanced economic growth throughout the country.

กลยุทธ์ที่ 1

Strategy 1

ยกระดับกิจกรรมไมซ์ในภูมิภาคเพื่อรองรับการขยายตัวของคลัสเตอร์อุตสาหกรรมของแต่ละภูมิภาค

Upgrade Regional MICE Activities to Support Strategic Industrial Clusters in the Regions

การสนับสนุนและขยายการจัดกิจกรรมไมซ์โดยเฉพาะการจัดประชุม นิทรรศการ และงานแสดงสินค้าไปสู่พื้นที่เป้าหมายในแต่ละภูมิภาคให้มากขึ้น โดยเฉพาะการจัดงานไมซ์ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเป้าหมาย เพื่อรองรับการพัฒนาและการเติบโตของคลัสเตอร์อุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศในแต่ละพื้นที่ภายใต้นโยบายประเทศไทย 4.0 เช่น เขตเศรษฐกิจพิเศษ (Special Economic Zone)

Expansion of MICE activities, especially conferences and exhibitions, to more target areas in each region of the country, specifically focusing on MICE industry-related events, will support development and growth of regional industrial clusters under the Thailand 4.0 policy, including the Special Economic Zone, the Eastern Economic Zone and Smart City.



เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Zone) และการพัฒนาเมืองอัจฉริยะ (Smart City) ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการพัฒนาผู้ประกอบการไมซ์ในพื้นที่ และเพิ่มการกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาคมากขึ้น

This will stimulate emergence of locally-based MICE operators in these areas, and boost distribution of revenues to the regions and local communities.

กลยุทธ์ที่ 2

Strategy 2

พัฒนาระบบสนับสนุนการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์สำหรับภูมิภาค

Develop Regional Convention Visitor Bureau (CVB) to Drive MICE Regional Development

การพัฒนาระบบในการสนับสนุนการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ภายในประเทศ (Domestic MICE) ของแต่ละพื้นที่เพื่อพัฒนาการจัดกิจกรรมแต่ละพื้นที่ โดยการส่งเสริมการยกระดับมาตรฐานและคุณภาพของผู้ประกอบการไมซ์ในท้องถิ่น การพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ การส่งเสริมการพัฒนาการตลาดและการประชาสัมพันธ์ถึงศักยภาพและอัตลักษณ์ที่แตกต่างกันของเมืองไมซ์ (MICE City) ในแต่ละเมือง การจัดตั้งหน่วยงานย่อยของทีเส็บ ในแต่ละภูมิภาค เพื่อสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในด้านต่าง ๆ ให้เป็นไปอย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ

In order to support and stimulate the domestic MICE industry in each area of the country, TCEB will enhance capability and maturity of locally-based MICE operators and venues throughout Thailand by promoting international MICE standards and enhancing quality of service delivered by local MICE operators. TCEB will also promote market development and generate publicity to raise awareness of the potential and unique local identity for each target MICE city. Finally, TCEB will also establish offices in each region to maximise the effectiveness of its support for MICE industry development throughout the country.



กลยุทธ์ที่ 3

Strategy 3

ขยายบทบาทของ Regional CVB ในการเชื่อมโยงการพัฒนาไมซ์ระดับภูมิภาคอาเซียน

Enhance Regional CVB Connectivity with ASEAN MICE Development

การขยายบทบาทของหน่วยงานย่อยของทีเส็บ ในแต่ละภูมิภาค ให้มีการทำงานเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน เช่น หน่วยงานในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีการประชาสัมพันธ์ และทำการตลาดไมซ์ชิดกับประเทศลาว หน่วยงานในภาคเหนือมีการประชาสัมพันธ์และทำการตลาดไมซ์ชิดกับประเทศพม่า หน่วยงานในภาคใต้มีการประชาสัมพันธ์และทำการตลาดไมซ์ชิดกับประเทศมาเลเซีย หน่วยงานในภาคตะวันออกมีการประชาสัมพันธ์และทำการตลาดไมซ์ชิดกับประเทศกัมพูชา ส่วนหน่วยงานกลางทำงานประชาสัมพันธ์ไมซ์ในภาพรวมของประเทศ เป็นต้น ซึ่งจะสามารถดึงดูดให้เกิดการจัดกิจกรรมไมซ์ ในระดับภูมิภาคอาเซียนได้

TCEB will reach out to neighbouring countries to expand the role of its offices in each region. For example, in the northeast of the country, TCEB will marketing its MICE Cities in Laos, while agencies in the northern region will focus their promotion and marketing activities for Chiang Mai as a MICE City to Myanmar. Likewise, TCEB's office in the south will focus on Malaysia in promoting and marketing MICE Cities in southern Thailand. In the eastern region, the focus will be to market MICE Cities in the Eastern region with Cambodia. TCEB's Headquarters office in Bangkok will promote MICE across the country as a whole, and will work to attract MICE activities from the entire ASEAN region.

ยุทธศาสตร์ที่ 3: พัฒนาลาดแบรนด์ไมซ์ในระดับประเทศ และระดับนานาชาติ

Strategic Theme 3: Market and Promote Thailand Brand as Top Domestic and International Destination

การประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการสร้างแบรนด์ไมซ์ประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักในระดับนานาชาติ รวมถึงการประชาสัมพันธ์เมืองไมซ์ (MICE City) ต่าง ๆ ของประเทศไทยให้เป็นจุดหมายการจัดงานไมซ์ในระดับนานาชาติและในภูมิภาค โดยมีการจัดทำสื่อและแผนงานการประชาสัมพันธ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่ที่เป็นไมซ์ซิตี้ ทั้งในด้านโรงแรมที่พัก สถานที่ประชุม รวมไปถึงเส้นทางการท่องเที่ยวที่หลากหลายทั้งในเชิงธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม เพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าภายในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งจะสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการจัดกิจกรรมไมซ์ของประเทศไทยทั้งงานในระดับนานาชาติ ระดับประเทศ และระดับภูมิภาค นอกจากนี้เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งของไมซ์ในประเทศ จึงควรมีการสร้างความร่วมมือระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการสร้างพันธมิตรกับประเทศใกล้เคียงในภูมิภาค เช่น กลุ่มประเทศอาเซียน (ASEAN) และมีการจัดตั้งตัวแทนเพื่อประชาสัมพันธ์และทำการตลาดในประเทศเศรษฐกิจหลักต่าง ๆ ทั่วโลกด้วย

Under this strategic theme, Thailand's MICE brand will become internationally recognised around the world. In addition, Thailand's MICE Cities will be promoted as venues for international and regional MICE events. Media and public relations programmes will be organised to showcase the potential of the location of each MICE City, including hotel accommodation, meeting venues, and a wide range of tourist routes focusing on local cultural, historical and natural attractions. These initiatives will highlight Thailand's world-class capabilities to organise MICE events, both domestic, regional and global. In addition, to strengthen the domestic MICE market, cooperation among industry sectors will be needed to promote Thailand as a regional MICE destination and build partnerships with neighbouring countries in the region, particularly among ASEAN Member States. To support this process, TCEB will appoint public relations and marketing representatives in key countries both in Asia and around the world.



กลยุทธ์ที่ 1

Strategy 1

ส่งเสริมการตลาด ประชาสัมพันธ์ และพันธมิตรประเทศไทยด้านอุตสาหกรรมไมซ์

Market Thailand as a Top MICE Destination and Create New Business Alliances

การสร้างเครือข่ายด้านการตลาดในแต่ละพื้นที่ เพื่อส่งเสริมการพัฒนาการจัดงานไมซ์โดยเฉพาะในคลัสเตอร์เป้าหมายเพิ่มมากขึ้น โดยการสร้างความร่วมมือระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ ในการวางแผนและกลยุทธ์การตลาดร่วมกัน การสร้างพันธมิตรกับตัวแทนในกลุ่มประเทศใกล้เคียงในภูมิภาคเพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งของอุตสาหกรรมไมซ์ของไทย การสร้างสื่อที่มีประสิทธิภาพเพื่อประชาสัมพันธ์ถึงความพร้อมศักยภาพ ตลอดจนอัตลักษณ์ของเมืองไมซ์ (MICE City) ในแต่ละเมืองเพื่อดึงดูดและเพิ่มจำนวนการจัดงานไมซ์ในแต่ละเมืองไมซ์ (MICE City)

By expanding TCEB's marketing networks around the country, MICE industry development will be stimulated, especially within target industry clusters. The bureau will foster cooperation among industry sectors to plan and implement joint marketing strategies, and establish partnerships with representatives of neighbouring countries across the Asian region to strengthen Thailand's MICE industry. Effective media campaigns will be launched to promote the readiness, potential and identity of all of Thailand's MICE Cities, in order to attract and increase the number of MICE events in each MICE City destination.

กลยุทธ์ที่ 2

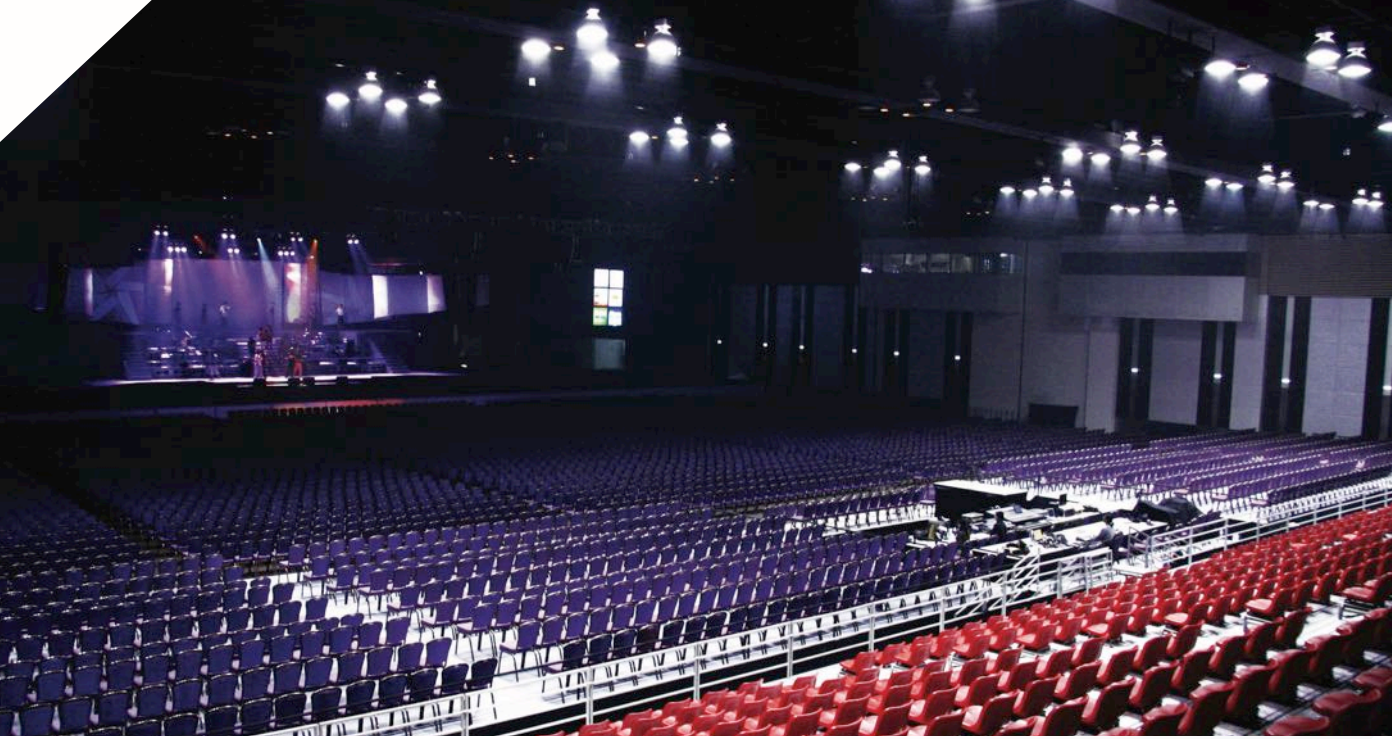
Strategy 2

ส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทยเป็นจุดหมายด้านไมซ์คุณภาพกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและสื่อ

Promote the Thailand Brand as a Quality Destination for MICE Travellers and Media

การส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทยให้เป็นหนึ่งในประเทศที่มีจุดหมายด้านการจัดงานไมซ์คุณภาพโดยเฉพาะกับกลุ่มเป้าหมายต่างชาติโดยการขยายเครือข่ายตัวแทนการตลาดของไมซ์ในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก การจัดทำโครงการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ในกลุ่มประเทศอาเซียน และส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการจัดงานไมซ์ในภูมิภาคเอเชีย การจัดทำสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Social Media) และการตลาดดิจิทัล (Digital Marketing) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์และการเข้าถึงกลุ่มลูกค้า

Supported through an expanded network of MICE market representatives located in key countries around the world, Thailand's image as world-class quality MICE destination, especially targeting international audiences, will be further strengthened. Promotion of Thailand as a regional hub for MICE events in Asia will make extensive use of electronic media and digital marketing channels to enhance public customer reach and boost impact.



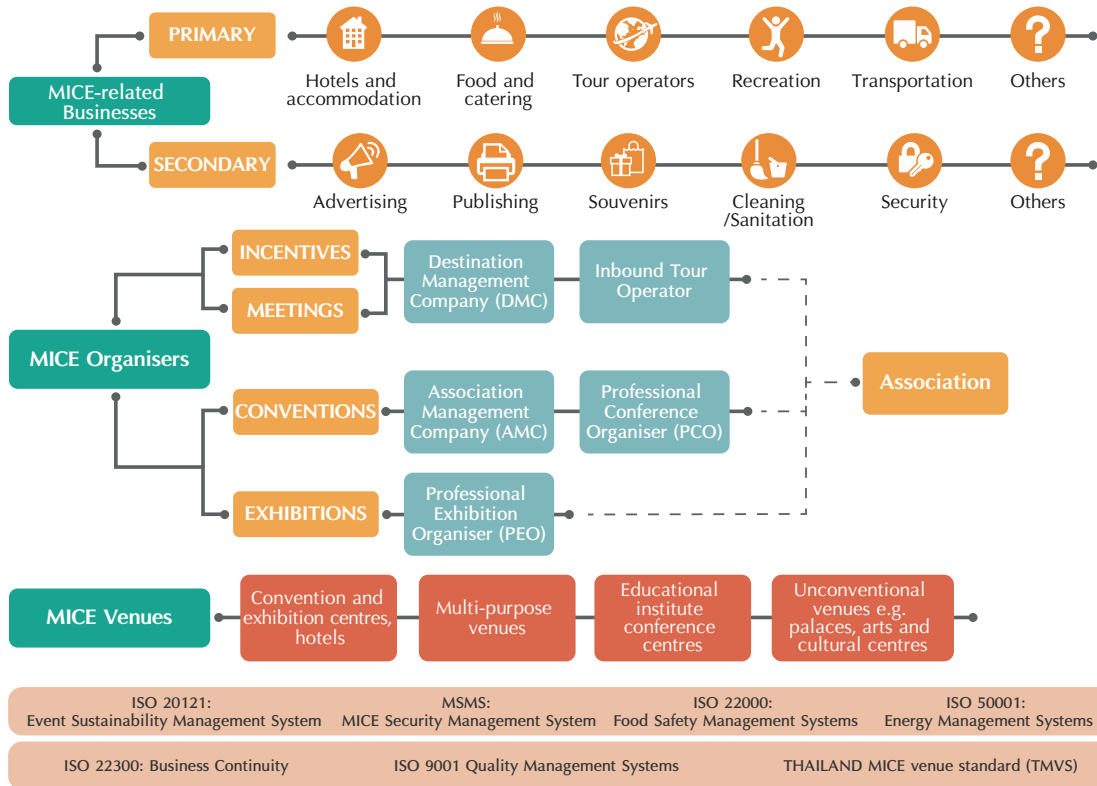
ยุทธศาสตร์ที่ 4: ยกระดับมาตรฐานผู้ให้บริการโครงสร้าง สนับสนุนไมซ์

Strategic Theme 4: Develop MICE Support Services, Infrastructure, Regulations and Standards

การสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ให้
แก่ทั้งประชาชนและบุคลากรที่มีส่วนสนับสนุนให้เกิดการจัด
กิจกรรมไมซ์ภายในพื้นที่ เพื่อขับเคลื่อนให้การพัฒนา
จังหวัดไปสู่การเป็นไมซ์ซิตี้ที่สามารถดำเนินไปได้อย่าง
ต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการวางแผนและ
โครงสร้างหลักสูตรในการพัฒนา และยกระดับขีดความ
สามารถของบุคลากรที่มีส่วนสนับสนุนให้เกิดการจัด
กิจกรรมไมซ์ภายในพื้นที่ เพื่อสร้างความพร้อมสำหรับ
การจัดงานไมซ์ในระดับประเทศ การผลักดันการพัฒนา
โครงสร้างพื้นฐานเพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมไมซ์ การ
ศึกษาเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนการจัด
กิจกรรมไมซ์ รวมถึงการส่งเสริมและผลักดันให้ผู้ประกอบการ
ธุรกิจไมซ์นำเทคโนโลยีดังกล่าวมาปรับใช้เพื่อประสิทธิภาพ
ในการให้บริการ และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน
นอกจากนี้ยังมีการปรับปรุงแก้ไขกฎระเบียบต่าง ๆ เพื่อ
ลดปัญหาอุปสรรคและอำนวยความสะดวกต่อการพัฒนา
อุตสาหกรรมไมซ์ เช่น การพัฒนาและจัดทำพระราชบัญญัติ
ในการขับเคลื่อนและส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ เป็นต้น

This strategy aims to raise awareness and understanding
of the MICE industry among both the general public
and local MICE stakeholders, in order to drive
progress and establish thriving MICE Cities around
the country. Moreover, TCEB will continue to plan
a curriculum structure to develop and build human
capacity of locally-based MICE industry personnel
and drive higher standards of service delivery by
domestic MICE activities. TCEB will also study the
use of innovative modern technologies to support
MICE activities, and encourage their deployment
by MICE operators in order to improve service
efficiency and competitiveness. Finally, regulatory
changes will be made to reduce trade barriers and
stimulate development of the MICE industry, such
as the promulgation and implementation of a MICE
Act to drive and promote the industry.

Upgrade Standards for MICE Infrastructure Service Providers by Category



กลยุทธ์ที่ 1

Strategy 1

พัฒนาและเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการไมซ์ให้ได้มาตรฐาน จากการอบรมและการสร้างพันธมิตร

Develop and Enhance the Potential of the MICE Enterprises through Premium Services and High Quality Standards

การพัฒนาหลักสูตรการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มจำนวนบุคลากรด้านไมซ์ พัฒนาขีดความสามารถของบุคลากรและผู้ประกอบการในภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ให้ได้มาตรฐาน การสร้างเครือข่ายการศึกษากับต่างประเทศ (Academic Exchange Program: AEP) เพื่อร่วมพัฒนาและแลกเปลี่ยน สร้างโอกาสการเรียนรู้จากต่างประเทศ และการสร้างพันธมิตรระหว่างผู้ประกอบการไทยกับผู้ประกอบการต่างประเทศในการยกระดับคุณภาพของงานกิจกรรมไมซ์

Using a specially-designed training curriculum, the number of qualified MICE personnel will be increased, and workforce skills and competencies enhanced. In addition, a new academic network – the Academic Exchange Program (AEP) - will enable joint curriculum development and create new and diverse learning opportunities through overseas partners. The overall quality of MICE events will be greatly enhanced through new alliances among Thai MICE entrepreneurs and overseas partners.

กลยุทธ์ที่ 2

Strategy 2

ยกระดับโครงสร้างพื้นฐานในการจัดประชุมไมซ์ให้ได้คุณภาพ มาตรฐาน และมีความทันสมัย

Upgrade Infrastructure to Meet MICE Standards & Guidelines

การยกระดับการพัฒนาสถานที่จัดการประชุม สถานที่พัก และการเดินทางเชื่อมโยงระหว่างกันอย่างเป็นระบบและมีมาตรฐาน พร้อมกับการศึกษาเทคโนโลยีที่ช่วยในการสนับสนุนการจัดงานไมซ์ และส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยมาช่วยในการเพิ่มประสิทธิภาพและยกระดับมาตรฐานในการจัดประชุมและนิทรรศการ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย

Venues, meetings, accommodation and travel links will be upgraded in a systematic and standardised way, and the latest technological solutions will be harnessed to help MICE operators organise modern, state-of-the-art MICE experiences. TCEB will support deployment of new technologies to drive efficiency and raise standards in meetings and exhibitions, and enhance the competitiveness of Thailand's MICE industry.

กลยุทธ์ที่ 3

Strategy 3

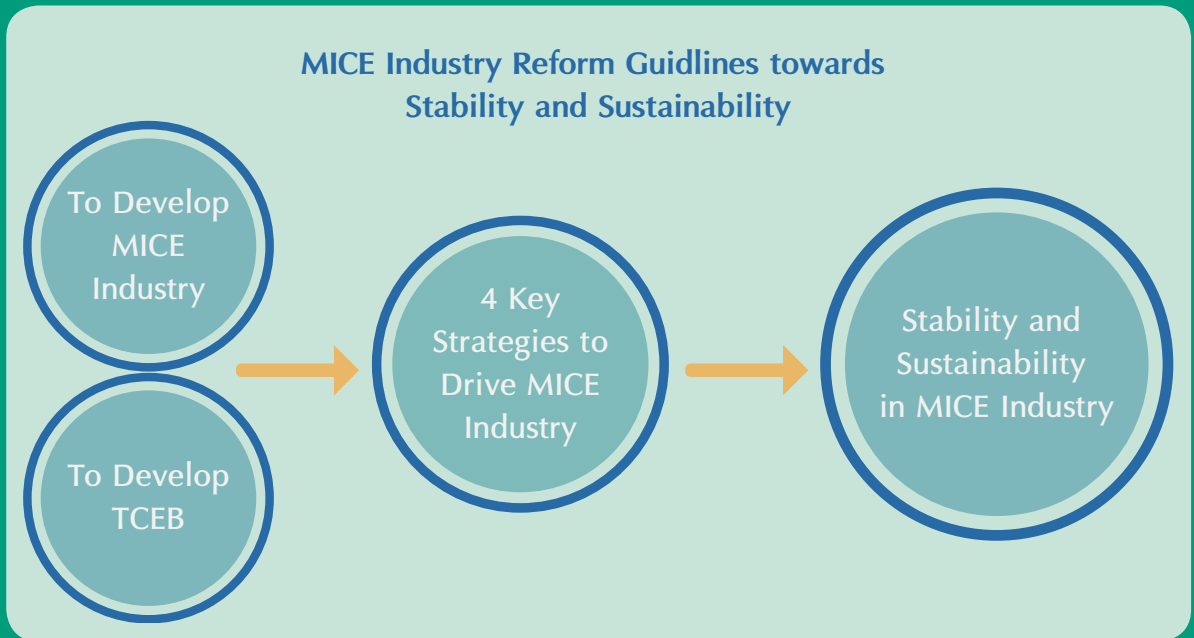
ปรับปรุงกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องให้เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจไมซ์สำหรับผู้ประกอบการไมซ์ไทยและต่างประเทศ

Revise Relevant Regulations and Constraint to Facilitate MICE Implementation

การปรับปรุงแก้ไขกฎระเบียบและข้อจำกัดต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกในการจัดงานสำหรับผู้ประกอบการไทยและผู้แสดงนิทรรศการจากต่างประเทศ เช่น การนำเข้าสินค้าเพื่อการแสดง การอำนวยความสะดวกแก่นักเดินทางไมซ์ และการจัดทำพระราชบัญญัติในการขับเคลื่อนและส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์

Regulatory revisions will be proposed to government to ease restrictions and streamline event organisation for MICE operators, including those applying to importation of goods and samples for exhibition purposes, facilities for MICE travellers and legislation to promote and stimulate the industry.

วิสัยทัศน์การทำงานของผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริม การจัดประชุมและนิทรรศการ หรือ ทีเส็บ Vision of the TCEB President



ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ทีเส็บดำเนินงานตามนโยบายรัฐบาล โดยเฉพาะแนวทางการปฏิรูปประเทศ นโยบายประเทศไทย 4.0 รวมถึงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) เป็นแนวทางการทำงานในการขับเคลื่อนไม่ซ์ ซึ่งปัจจุบันอุตสาหกรรมไม่ซ์กลายเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ

จากวิสัยทัศน์และภารกิจหลักของทีเส็บ ในระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560–2579) ได้นำไปสู่วิสัยทัศน์การทำงานของนายจิรุตม์ อิศรางกูร ณ อยุธยา ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ หรือทีเส็บ จึงมุ่งเน้นการผลักดันทีเส็บ ซึ่งเป็นองค์กรหลักในด้านไม่ซ์ที่พัฒนาเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรมเพื่อความเจริญและกระจายรายได้ สอดคล้องกับนโยบายรัฐบาลในการพัฒนาประเทศ และมีเครื่องชี้วัดชัดเจนนอกเหนือจากงานการตลาดเชิงรุกที่ดำเนินอยู่แล้ว ทีเส็บจะต้องทุ่มเทกับการประสานงาน การทำความเข้าใจ และระดมความร่วมมือจากทุกภาคส่วน เพื่อให้เกิดการพัฒนาแนวทางใหม่ที่เกิดประโยชน์แก่ส่วนรวมอย่างมั่นคงและ

Since its establishment, TCEB has operated in support of the government's policies, in particular, the recently-announced Thailand 4.0 policy and the establishment of Special Economic Zones. This cluster-based approach provides an effective basis to drive integration of Thailand's MICE industry. At present, the MICE industry has emerged as an important mechanism and driver of the national economy.

With the establishment of its 20-year vision, TCEB is strengthening its position as a lead organisation to empower Thailand's MICE industry as a mechanism for national economic development. The initiative aims to create stability, distribute prosperity across all sectors through the use of innovation, and foster long-term sustainability by implementing the principles of the Philosophy of the Sufficiency

ทุกฝ่ายพึงพอใจ ภายใต้กลยุทธ์เพื่อการเติบโตของ
อุตสาหกรรมไมซ์ 4 ประการ ได้แก่

Economy. Guided by this long-term vision, four key
strategies will be deployed to drive the Thailand's
MICE industry towards stability and sustainability.

4 Key Strategies to Drive MICE Industry towards Stability and Sustainability

1

Growing in Parallel with the Country's Development

2

Growth with Potential

3

Equal Growth

4

Strong Growth



กลยุทธ์ที่ 1

Strategy 1

การเติบโตคู่ขนานกับการพัฒนาประเทศ

Growing in Parallel with the Country's Development

การเติบโตคู่ขนานกับการพัฒนาประเทศ เน้นการรักษาตลาดเดิมและเพิ่มตลาดใหม่ เจาะกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมายตามนโยบายประเทศ 4.0 อาทิ กลุ่มอาหาร เกษตร ชีวภาพ กลุ่มสาธารณสุขและสุขภาพ รวมถึงเจาะกลุ่มธุรกิจที่มีศักยภาพ อาทิ กลุ่มพลังงาน คมนาคม สื่อสาร และบันเทิง เป็นต้น โดยการส่งเสริมอุตสาหกรรมดังกล่าวจะได้จัดทำโครงการแผนปฏิบัติการจัดงานไมซ์ ในคลัสเตอร์อุตสาหกรรมเป้าหมายตามนโยบายประเทศ 4.0 (MICE Cluster Theme) รวมถึงส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนการจัดงานไมซ์ในประเทศไทยสู่การเป็น SMART MICE THAILAND

The MICE industry will grow in line with broader economic development, focusing on retaining existing MICE markets and penetrating emerging markets. Targeted industries under the Thailand 4.0 policy include food, agriculture, biotechnology, public health and wellness, as well as other potential industries such as energy, transport, communications, entertainment, etc. To enhance MICE activities supporting these sectors, TCEB will develop a MICE events calendar categorised by MICE Cluster Theme, together with a series of tailored activities to drive innovation and elevate business events under the theme “SMART MICE THAILAND”.



กลยุทธ์ที่ 2

Strategy 2

การเติบโตในตลาดที่มีศักยภาพ

Growth with Potential

การเติบโตในตลาดที่มีศักยภาพมุ่งเน้นภูมิภาคที่มีการเติบโตทางเศรษฐกิจสูง และมีความเชื่อมโยงกับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเน้น ตลาดหลัก ได้แก่ ภูมิภาคอาเซียน เอเชีย กลุ่มประเทศ CLMV/ GMS ตลาดรอง ได้แก่ ภูมิภาคยุโรป อเมริกา โอเชียเนีย และตลาดที่มีศักยภาพอย่าง ภูมิภาคยุโรปตะวันออก และละตินอเมริกา

Growing in a high potential market, Strategy 2 focuses on regions with high growth and strong linkages with the development of Thailand's economy. Under the strategy, primary target markets are ASEAN, Asia, and the CLMV/ GMS; secondary markets are Europe, America and Oceania, with Eastern Europe and Latin America as additional potential markets.



โดยมี กิจกรรมส่งเสริมการตลาดสำคัญ อาทิ เข้าร่วมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการสำหรับกลุ่มผู้เดินทางธุรกิจและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซีในต่างประเทศ (Trade Show) กิจกรรมโรดโชว์ และการจัดตั้งตัวแทนการตลาดในต่างประเทศ

Activities outlined for targeted markets in these regions include participating in international trade shows, organising road show events, appointing representative offices, and reinforcing promotion activities to enhance targeted industry sectors.

Participating in international trade shows, organising road show events, appointing representative offices, and reinforcing promotion activities

IMEX American 2017
(Las Vegas)

IBTM World 2017
(Barcelona)

IT&CM China 2018
(Shanghai)

IMEX Frankfurt 2018
(Frankfurt)

ITCMA&CTW 2018
(Bangkok)

China
India
Japan
Korea
Malaysia
Singapore
Europe
Australia

Singapore
China
Japan
UK & Europe
USA
India
Australia
Vietnam

Market Intelligence & MICE Innovation



A TCEB Think-tank



Research and analysis of market trends to support development of business plans



Seeking business opportunities



Provide market information to strengthen private sector competitiveness

กลยุทธ์ที่ 3

Strategy 3

การเติบโตอย่างเท่าเทียม

Equal Growth

การเติบโตอย่างเท่าเทียมด้วยการพัฒนาระบบส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาค เสริมสร้างศักยภาพของไมซ์ซิตี้ และเมืองที่มีศักยภาพ อย่าง สงขลา เชียงราย และอุดรธานี ผ่านโครงการสำคัญ อาทิ Thailand Domestic MICE Mart โครงการการประชุมระดับเศรษฐกิจหลวงพระบาง อินโดจีน เมาะลำไย สัมมนาเชิงปฏิบัติการในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ รวมทั้ง การสร้างงานตามอัตลักษณ์ของท้องถิ่น ตามนโยบาย Super cluster ของรัฐบาล อาทิ งานฮาลาลหาดใหญ่ งานผ้าไหมภาคอีสาน

Equitable growth will be driven by creating new opportunities for MICE industry growth as well as maximising the competence of MICE Cities and high potential cities (Songkhla, Chiang Rai, and Udonthani). The development will be enhanced through activities such as the Thailand Domestic MICE Mart, Luangprabang-Indochina-Mawlamyine Economic Corridor (LIMEC) International Conference, workshops in special Economic Zones and key events under the government's Super Cluster Policy that will help establish unique local identities, for example the Halal Festival in Had Yai and E-San Silk Festival.

Professional Development: Product Development & Area Managers

Product Development

Area Manager

Focus on strategies including Thailand 4.0 and EEC

Understand target areas from a qualitative perspective

Understand the country's infrastructure from a macro perspective

Drive MICE strategy in local areas, supported by market Intelligence team, and serve as a mentor to support locally-based MICE operators

Understand the country's economic trends

Understand the status, needs and challenges of Thailand's MICE industry

Appoint locally-based private sector representatives to jointly develop Public Private Partnerships (PPP)

MICE Cities and High Potential Cities



กลยุทธ์ที่ 4

Strategy 4

การเติบโตอย่างเข้มแข็ง

Strong Growth

การเติบโตอย่างเข้มแข็ง โดยการสร้างความเข้มแข็งให้อุตสาหกรรมไมซ์ อาทิ โครงการ Thailand MICE Venue Standard ที่พัฒนาสู่โครงการ ASEAN MICE Venue Standard เพื่อสร้างมาตรฐานสถานที่จัดประชุมและนิทรรศการระดับอาเซียน รวมถึงการปรับกระบวนการของงานและการจัดการองค์กร โดยการจัดตั้งระบบประเมินกระบวนการทำงาน เพื่อเป็นเครื่องมือสร้างความเข้มแข็งให้องค์กร

Growing strongly, by strengthening the MICE Industry through development. TCEB's Thailand MICE Venue Standard is a major success story; the Standard has now been developed and adopted as the ASEAN MICE Venue Standard. The campaign establishes an international standard for convention and exhibition venues at all levels. In addition, TCEB is strengthening the organisation by developing its internal systems to better support the industry in the future.



แผนแม่บททีเส็บประจำปี 2560–2564

MICE Industry Master Plan (2017–2021)

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ ทีเส็บ จัดทำแผนแม่บทอุตสาหกรรมไมซ์ พ.ศ. 2560-2564 เพื่อความสอดคล้องและต่อยอดจากแผนแม่บทอุตสาหกรรมไมซ์ พ.ศ. 2555-2559 โดยมุ่งเน้นให้อุตสาหกรรมไมซ์สามารถรองรับนโยบายของรัฐบาลและตอบรับการเปลี่ยนแปลงและแนวโน้มทางเศรษฐกิจและสังคมโลก

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization) or TCEB has developed a 5-year MICE Industry Master Plan (2017-2021). The plan will help Thailand's MICE industry to better respond to national policies and global trends.

วัตถุประสงค์ของโครงการ

Project Objectives

1

เพื่อจัดทำแผนแม่บทอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE Industry master plan) ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2560–2564) ซึ่งถือเป็นแผนกลยุทธ์ระดับองค์กรของทีเส็บ (Corporate Strategy) ให้มีทิศทางและแนวทางการดำเนินงานที่ชัดเจน โดยศึกษาวางแผนงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้มาซึ่งแผนปฏิบัติงานซึ่งสามารถบูรณาการความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ให้สามารถแข่งขันกับประเทศคู่แข่งในระดับนานาชาติได้

To develop a 5-year MICE industry master plan (2017-2021), which represents TCEB's corporate strategy, in order to set a clear direction and approach, with measurable and concrete goals to achieve the organisation's vision, mission and goals.

2

เพื่อจัดทำแผนกลยุทธ์ระดับหน่วยงาน (Department Strategy Plan) และให้มีความสอดคล้องกับแผนแม่บทอุตสาหกรรมไมซ์ (พ.ศ. 2560 – 2564) เพื่อให้สามารถนำมาใช้ดำเนินการได้อย่างเป็นรูปธรรม และเป็นแนวทางในการจัดทำแผนปฏิบัติการประจำปีของทีเส็บ โดยมีกลยุทธ์เป้าหมายและแนวทางการดำเนินงานที่ชัดเจน วัดผลได้ และเป็นรูปธรรม

To develop department strategy plan that is aligned with the corporate strategy and practical for implementation at the operational level

MICE Industry Master Plan 2017 to 2021

Vision

Driver for Thailand to become Asia's top business events destination, bringing sustainable growth

Mission

To proactively bring business events to Thailand to generate economic impacts including income distribution

To promote business event destinations with product and service excellence and uphold Thai attributes

To develop industry capabilities with research intelligence, standards, and development of human resources and entrepreneurs

To promote leading sustainability practices at global level to enable competitive advantages

Goal

Competitiveness

Professionalism

Sustainability

Strategic Theme

1

Boost business event (MICE) industry demand

2

Attract business events and travellers

3

Promote Thailand's business event (MICE) brands and destinations

4

Develop business event (MICE) industry capabilities

5

Enhance operational excellence with good governance

6

Support the industry to achieve sustainability

7 Engage with strategic networks to enhance policy, rules and regulations



3.2

กลยุทธ์การตลาดปีงบประมาณ 2561 Marketing Strategy for Fiscal Year 2018

Strategic Partnership

- Marketing cooperation and integration of partners in both public and private sectors
- Cooperation of Integrated Marketing Communication and PR
- Integration of the market promotion activities
- Collaboration in development and preparation of marketing strategic data

Differentiate Products and Services

- Products and services to meet the needs of MICE travellers
- Products and services to meet the needs of MICE entrepreneurs
- Enhance the MICE traveller's experiences
- Utilizing innovation to enhance the effectiveness of communications and business networking activities (Smart MICE Thailand)

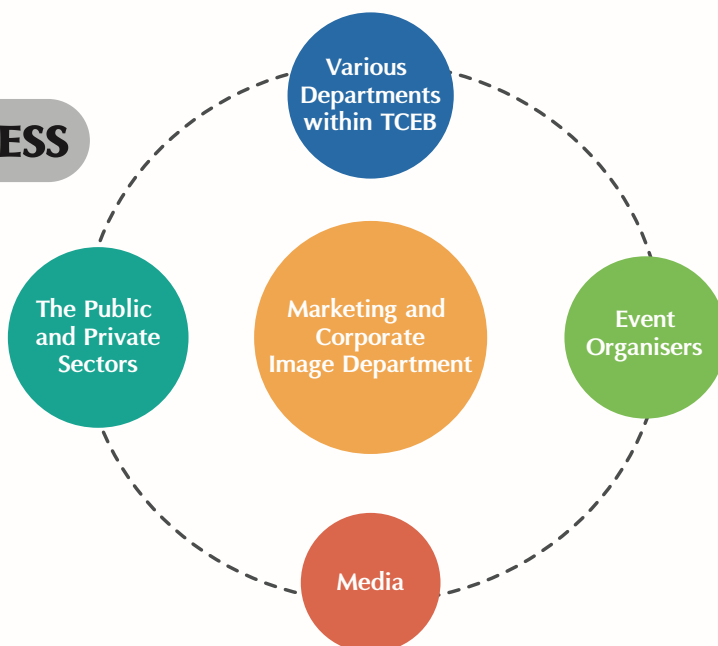
Build Professionals (People, Organisations, Destinations)

- Enhance a major marketing outreach to proactively attract more prestige events to Thailand under Thailand 4.0
- Develop and conduct the brand of Thai MICE, MICE cities and potential cities
- Marketing promotion materials for regional markets such as SEZ, EEC, CLMV and GMS
- Promoting Thailand MICE standard and carbon footprint measurement (Sustainability MICE Thailand)

กลุ่มเป้าหมาย

Target Group

TOGETHERNESS



แนวทางการดำเนินงานปี พ.ศ. 2561

Operational Guidelines in 2018

- ① บูรณาการการทำงานร่วมกับภาครัฐและเอกชน เพื่อหารือแนวทางการส่งเสริมการตลาด พัฒนาสินค้าบริการ และสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์
- ② พัฒนากิจกรรมส่งเสริมการตลาด ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย โดยประสานงานร่วมกับฝ่ายงานต่าง ๆ ภายในทีเส็บและพันธมิตร ทั้งภาครัฐและผู้ประกอบการภาคเอกชน
- ③ ศึกษาข้อมูลการตลาด สํารวจแบรนด์คู่แข่ง และทบทวนจุดแข็งของแบรนด์ไมซ์ไทย และไมซ์ซิตี้ เพื่อพัฒนาแผนงานและทิศทางตลาดในต่างประเทศเน้นแนวคิด Bleisure Destination และในประเทศเน้นพัฒนา MICE City Branding
- ④ นำเสนอภาพความสำเร็จของไมซ์ไทยในเวทีระดับโลก เน้นการพัฒนาสื่อวิทัศน์ (Audio Visual) การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ ด้านการตลาดไมซ์อย่างต่อเนื่อง และเน้นเผยแพร่ผ่านสื่อไมซ์
- ⑤ นำเสนอองค์ความรู้และประโยชน์ของอุตสาหกรรมหลักต่อยอดจากงานไมซ์ที่จัดขึ้นในประเทศไทย
- ① Integration of implementation between the public and private sectors, in order to consult and agree on priorities and approaches to market promotion, develop new products and services, and obtain new insights and perspectives on the MICE industry.
- ② Develop market promotion activities aligned with the needs of target customers, coordinating with various departments within TCEB as well as external partners and stakeholders within government as well as the private sector.
- ③ Conduct market analyses, survey competing brands, and review the strengths of the 'Thai MICE' and 'MICE Cities' brands as a basis for developing effective international marketing plans, highlighting the 'Bleisure Destination' concept and on building the 'MICE City' brand in the domestic market.
- ④ Showcase the success of MICE Thailand in the global arena, using new audio-visual media, and in organising regular market promotion activities, to be disseminated via influential MICE media.
- ⑤ Introduce knowledge and benefits of Thailand's key national industry sectors at MICE events held in Thailand.

4

แผนขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย ด้วยอุตสาหกรรมไมซ์ประจำปี 2561

MICE Plan to Drive Thai Economy in 2018

4.1

แผนขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยด้วยอุตสาหกรรมไมซ์ ประจำปี 2561

MICE Plan to Drive Thai Economy in 2018

แผนการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยด้วยอุตสาหกรรมไมซ์ ในปีหน้าเน้นการทำงานภายใต้นโยบายประเทศ 4.0 ของรัฐบาลเพื่อกำหนดแผนงานกิจกรรมไมซ์ตาม คลัสเตอร์ธุรกิจ ที่รวมทั้งการประชุม (Meetings) และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentives) การประชุมนานาชาติ (Conventions) และงานแสดง สินค้านานาชาติ (Exhibitions) โดยมี 5 แนวทาง ดังนี้

Thailand's MICE industry is set to drive Thailand's economy in 2018, focusing on supporting industry clusters under the government's new Thailand 4.0 policy. The plan will enhance the growth of all MICE sectors including meetings, incentives, conventions and exhibitions. The MICE industry will boost key industry sectors in five ways:



- การใช้กิจกรรมไมซ์เพื่อเป็นกลไกในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรม ทั้งการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานเครือข่ายที่เกี่ยวข้องกับไมซ์ในแต่ละกลุ่มคลัสเตอร์
- การผลักดันและกำหนดให้มีศูนย์กลางเจ้าภาพหลักในการจัดกิจกรรมไมซ์ในแต่ละคลัสเตอร์
- การกำหนดและจัดลำดับความสำคัญของกลุ่มคลัสเตอร์ย่อยนโยบายประเทศ 4.0
- การจัดทำแผนกิจกรรมไมซ์เพื่อขับเคลื่อนตามนโยบาย
- การกำหนดปัจจัยและมาตรการในการสนับสนุนการจัดกิจกรรมไมซ์
- Use MICE-related activities as a mechanism to drive industry growth and market expansion
- Foster collaboration among MICE-related organisations and networks in each industry cluster and set up a central hub to serve as a host for MICE activities in each cluster
- Evaluate and prioritisation Thailand's industry sub-clusters under Thailand 4.0 policy
- Establish a MICE development plan to propel the economy under the government's policy
- Set the support criteria and procedure for supporting MICE events



4.2

ภาพรวมกลยุทธ์และแผนงานส่งเสริมไมซ์

The Strategy Overview

แผนงานด้านการประมูลสิทธิ์และจัดงาน

Bidding Strategic Plan

แผนงานด้านการประมูลสิทธิ์และจัดงานในปีหน้า เน้นการดำเนินงานทางด้านการตลาดเชิงรุก ที่มุ่งเน้นการประมูลสิทธิ์การจัดงาน และเพิ่มจำนวนผู้เข้าร่วมงานจากต่างประเทศ โดยเฉพาะการจัดงานประชุมนานาชาติขนาดใหญ่เพิ่มมากขึ้น ตั้งเป้าหมายประมูลสิทธิ์งานในกลุ่มคลัสเตอร์เศรษฐกิจที่รัฐบาลขับเคลื่อนทั้งงานใน 5 อุตสาหกรรมเดิม (The First S-Curves) ซึ่งมีฐานที่แข็งแกร่งอยู่แล้วในระดับหนึ่ง แต่จำเป็นต้องต่อยอดให้มีการวิจัยและพัฒนาด้านเทคโนโลยี และนวัตกรรม เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและสามารถแข่งขันได้ในเวทีโลก ประกอบไปด้วย

The bidding strategic plan for 2018 will focus on a major marketing outreach to proactively attract more prestige events to Thailand and boost the number of international delegates, especially focusing on international mega-events. The strategy will target events supporting the government's five priority industry clusters (The First S-Curves). Though already well-established, research, technological development and innovation are need in these industries to create more value-added and strengthen sector competitiveness in the global arena. These priority industries are as follows:

- | | |
|---|--|
| ❶ อุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่ | ❶ Next-Generation Automotive |
| ❷ อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ | ❷ Smart Electronics |
| ❸ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดี และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ | ❸ Affluent, Medical and Wellness Tourism |
| ❹ อุตสาหกรรมการเกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพ | ❹ Agriculture and Biotechnology |
| ❺ อุตสาหกรรมอาหารแห่งอนาคต | ❺ Food for the Future |

และเพิ่มเติมใน 5 อุตสาหกรรมใหม่ (The New S-Curves) เพื่อพัฒนาขีดความสามารถ ให้รองรับการแข่งขันในอนาคต ประกอบไปด้วย

Five additional industry sectors (the New S-Curves) will also be prioritised as key sectors to underpin the long-term development of Thailand's future global competitiveness:

5.1 อุตสาหกรรมหุ่นยนต์เพื่อการอุตสาหกรรม

5.1 Robotics

5.2 อุตสาหกรรมการบินและโลจิสติกส์

5.2 Aviation and Logistics

5.3 อุตสาหกรรมเชื้อเพลิงชีวภาพและเคมีชีวภาพ

5.3 Biofuels and Biochemicals

5.4 อุตสาหกรรมดิจิทัล

5.4 Digital

5.5 อุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร

5.5 Medical hub

*“ทีเส็บ ได้พัฒนากิจกรรมเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ไทย
ด้วยงบประมาณ 958.468 ล้านบาท”*

*“TCEB has developed activities to enhance the success of Thailand’s MICE industry
with a total budget of Baht 958.468 million.”*

1

สนับสนุนการจัดงานในประเทศไทย Event Support/ Subsidies

• จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้าร่วมการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล 40,000 ราย

• 40,000 international business travellers attending meetings and incentives

• จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้าร่วมการประชุมนานาชาติ 40,000 ราย

• 40,000 overseas business travellers attending international conventions

• จำนวนการจัดแสดงสินค้านานาชาติ 33 งาน

• 33 international exhibitions

ตัวอย่างงานสำคัญ ด้านการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล Highlight Meetings and Incentives

- | | |
|---|---|
| <p>1 งานประชุมกลุ่ม MAGIC QSP ประเทศอินเดีย เดือน ธันวาคม 2560 กรุงเทพมหานคร ผู้เข้าร่วมงานจำนวน 8,000 คน</p> | <p>1 MAGIC QSP Group Conference (India), December 2017, Bangkok, 8,000 participants</p> |
| <p>2 งาน Qnet Dream International Convention 2018 เดือนมกราคม 2561 กรุงเทพมหานคร ผู้เข้าร่วมงานจำนวน 8,000 คน</p> | <p>2 Qnet Dream International Convention 2018, January 2018, Bangkok, 8,000 participants</p> |
| <p>3 งาน Herbalife North Asia Extravaganza 2018 เดือนมิถุนายน 2561 กรุงเทพมหานคร ผู้เข้าร่วมงานจำนวน 10,000 คน</p> | <p>3 Herbalife North Asia Extravaganza 2018, June 2018, Bangkok, 10,000 participants</p> |

ตัวอย่างงานสำคัญ ด้านการประชุมนานาชาติ Highlight Conventions

- | | |
|---|---|
| <p>1 งาน 14th World Congress of Chinese Medicine วันที่ 21-22 ตุลาคม 2560 กรุงเทพมหานคร</p> | <p>1 The 14th World Congress of Chinese Medicine, 21-22 October 2017, Bangkok</p> |
| <p>2 งาน 49th EARCOS (East Asia Regional Council of Schools) Leadership Conference วันที่ 26-28 ตุลาคม 2560 กรุงเทพมหานคร</p> | <p>2 The 49th EARCOS (East Asia Regional Council of Schools) Leadership Conference, 26-28 October 2017, Bangkok</p> |

ตัวอย่างงานสำคัญ ด้านการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติ

Highlight Exhibitions/ Trade Fairs

- | | |
|--|--|
| 1 งาน Intermach 2018 วันที่ 16-19 พฤษภาคม 2561 ไบเทค บางนา | 1 Intermach 2018, 16-19 May 2018 at BITEC Bangna |
| 2 งาน THAIFEX - World Food of ASIA 2018 วันที่ 29 พฤษภาคม - 2 มิถุนายน 2561 อิมแพค เมืองทองธานี | 2 THAIFEX - World Food of ASIA 2018, 29 May-2 June 2018 at Muang Thong Thani |
| 3 งาน ASEAN Sustainable Energy Week 2018 วันที่ 6-9 มิถุนายน 2561 ไบเทค บางนา | 3 ASEAN Sustainable Energy Week 2018, 6-9 June 2018 at BITEC Bangna |
| 4 งาน ProPak Asia 2018 วันที่ 13-16 มิถุนายน 2561 ไบเทค บางนา | 4 ProPak Asia 2018, 13-16 June 2018 at BITEC Bangna |
| 5 งาน Manufacturing Expo 2018 วันที่ 20-23 มิถุนายน 2561 ไบเทค บางนา | 5 Manufacturing Expo 2018, 20-23 June 2018 at BITEC Bangna |
| 6 งาน Beyond Beauty ASEAN-BANGKOK 2018 วันที่ 20-22 กันยายน 2561 อิมแพค เมืองทองธานี | 6 Beyond Beauty ASEAN-BANGKOK 2018, 20-22 September 2018 at IMPACT Muang Thong Thani |
| 7 งาน VIV Asia 2019 วันที่ 13-15 มีนาคม 2562 ไบเทค บางนา | 7 VIV Asia 2019, 13-15 March 2019 at BITEC Bangna |

2

สนับสนุนการประมูลสิทธิการจัดประชุมนานาชาติใน ประเทศไทย 28 งาน

Support for 28 Bids to Host Conventions in Thailand

ตัวอย่างงานสำคัญ

Highlight international conferences:

- | | |
|--|--|
| 1 งาน Million Dollar Round Table (MDRT) Experience and Global Conference 2018 ผู้เข้า ร่วมงาน 4,100 คน แบ่งเป็นในประเทศ 100 คน และ ต่างประเทศ 4,000 คน กรุงเทพมหานคร | 1 Million Dollar Round Table (MDRT) Experience and Global Conference 2018, over 4,100 delegates (4,000 overseas delegates and 100 domestic delegates), Bangkok |
|--|--|

② งาน 13th Asian Clinical Oncology Society ผู้เข้าร่วมงาน 2,500 คน แบ่งเป็น ในประเทศ 1,500 คน และต่างประเทศ 1,000 คน เชียงใหม่

② The 13th Asian Clinical Oncology Society, over 2,500 delegates (1,000 overseas and 1,500 domestic), Chiang Mai

3

การสนับสนุนการเป็นเจ้าภาพจัดงานไมซ์ อาทิ งาน IT& CM Asia 2018

Support for Hosting MICE Events such as IT&CM Asia 2018

4

การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าสำหรับกลุ่มผู้เดินทางธุรกิจและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์ในต่างประเทศ

Participation in International Trade Shows for Business Travellers and MICE Operators

• IMEX America 2017 ณ นครลาสเวกัส ประเทศสหรัฐอเมริกา

• IMEX America 2017 in Las Vegas, USA

• IBTM World 2017 ณ เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน

• IBTM World 2017 in Barcelona, Spain

• IT&CM China 2018 ณ นครเซี่ยงไฮ้ ประเทศจีน

• IT&CM China 2018 in Shanghai, China

• IMEX Frankfurt 2018 ณ เมืองแฟรงก์เฟิร์ต ประเทศเยอรมนี

• IMEX Frankfurt 2018 in Frankfurt, Germany



5

จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด Road Show/ Sales Mission ในตลาดต่างประเทศ

Organise Roadshows/ Sales Missions in International Markets

- ประเทศจีน (2 เมือง)
- ประเทศญี่ปุ่น
- ประเทศอินเดีย (2 เมือง)
- ประเทศเกาหลี
- ประเทศมาเลเซีย
- ประเทศสิงคโปร์
- ประเทศออสเตรเลีย (2 เมือง)
- ภูมิภาคยุโรป (1 เมือง)
- China Road Show (2 cities)
- Japan Road Show
- India Road Show (2 cities)
- Korea Road Show
- Malaysia Road Show
- Singapore Road Show
- Australia Road Show (2 cities)
- Europe Road Show (1 city)

6

การส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศ (Domestic MICE) มุ่งเน้นอุตสาหกรรมเป้าหมายที่เป็นจุดแข็งของประเทศ

Support for Domestic MICE focusing on Thailand's Key Industry Sectors

ดำเนินงานผ่านกิจกรรมหลัก ได้แก่

Main activities include:

- ส่งเสริมการจัดงาน Domestic MICE สร้างการจัดงานและสนับสนุนงานข้ามภูมิภาค
- การประชุมวิชาชีพร่วมกับหน่วยงานภาคี (Alliance Support) เช่น หอการค้า สภาอุตสาหกรรม โครงการพระราชรัฐและภาคเอกชนในจังหวัดต่าง ๆ
- จัดงาน Thailand Domestic MICE Mart 2018
- ส่งเสริมการจัดงาน Domestic Exhibition สนับสนุนการจัดงานใหม่ ๆ ในภูมิภาคเน้นการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการควบคู่ไปกับการจัดสัมมนาตามแผนนโยบายประเทศไทย 4.0
- Promoting Domestic MICE by supporting and organising inter-regional events
- Professional meetings in collaboration with Alliance Support e.g. Chambers of Commerce, Federation of Thai Industries, the Public Participation Project, together with private sector companies in key provinces
- Organise Thailand Domestic MICE Mart 2018
- Promote organisation of new domestic MICE events in each region of the country, focusing on trade fairs. Exhibitions will also be held in conjunction with seminars to promote the Thailand 4.0 policy



4.3 แคมเปญส่งเสริมการตลาด 2561

Marketing Campaign 2018

ตลาดการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

Meetings and Incentives

โปรโมชั่นส่งเสริมการขาย

Promotional Campaign

Meet NOW

“Meet NOW” สนับสนุนการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ในรูปแบบที่ไม่อยู่ในรูปตัวเงิน (Non-financial support) ให้แก่กลุ่มลูกค้าองค์กร สำหรับการเดินทางที่มีจำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์จากต่างประเทศ 100 คนขึ้นไป มีระยะเวลาพำนักรในประเทศไทยอย่างน้อย 3 คืน

The “Meet NOW” promotion supports meetings and incentives via non-financial subsidies to corporate meetings and incentives with more than 100 international business travellers, staying a minimum of 3 nights in Thailand.

* Terms and conditions apply

Meet SMART

“Meet SMART” สนับสนุนการจัดงานประชุมของกลุ่มลูกค้าองค์กร/ บริษัทภายใต้กลุ่มอุตสาหกรรม Thailand 4.0 ในรูปแบบเงินสนับสนุน (Financial Support) สูงสุด 100,000 บาทต่องาน สำหรับนักเดินทางไมซ์กลุ่มองค์กร/ บริษัทที่ดำเนินธุรกิจใน 5 อุตสาหกรรมหลักภายใต้นโยบาย Thailand 4.0 ได้แก่ 1. กลุ่มอาหาร เกษตรกรรม และเทคโนโลยีชีวภาพ 2. กลุ่มสาธารณสุขและเทคโนโลยีการแพทย์ 3. กลุ่มหุ่นยนต์อัจฉริยะ และระบบเครื่องกลอิเล็กทรอนิกส์ควบคุม 4. กลุ่มดิจิทัล เทคโนโลยี และอินเทอร์เน็ตเชื่อมต่อ 5. กลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วัฒนธรรม และบริการที่มีมูลค่าสูง มีผู้เข้าร่วมประชุมชาวต่างชาติจำนวน 100 คนขึ้นไป มีระยะเวลาการจัดงานประชุมอย่างน้อย 2 วัน ณ สถานที่จัดงานที่ได้รับมาตรฐาน Thailand MICE Venue Standard (TMVS)

The "Meet SMART" promotion campaign supports meetings within key industry sectors defined under the Thailand 4.0 policy. TCEB offers financial support up to 100,000 Baht per event. These key industry sectors are as follows: 1. Food, Agriculture & Bio-tech 2. Health, Wellness & Bio-Med 3. Smart Devices, Robotics & Mechatronics 4. Digital, IOT & Convergence 5. Creative, Culture & High Value Services, The promotion is exclusive for meetings with more than 100 international participants with at least 2 full-day meeting at venue certified by Thailand MICE Venue Standard (TMVS).

* Terms and conditions apply

Meet MEGA

“Meet MEGA” สนับสนุนการจัดงานในรูปแบบเงินสนับสนุน (Financial Support) สูงสุด 1,000,000 บาทต่องาน ร่วมกับการสนับสนุนที่ไม่อยู่ในรูปตัวเงิน (Non-financial support) สำหรับนักเดินทางกลุ่มการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ที่มีผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติจำนวน 3,000 คนขึ้นไป มีระยะเวลาพำนักรในประเทศไทยอย่างน้อย 3 คืน และจัดงานในสถานที่ที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน Thailand MICE Venue Standard (TMVS)

The “Meet MEGA” promotion offers financial support up to 1,000,000 Baht for mega group of meetings and incentives held in Thailand, in addition to a wide range of non-financial support options. Eligible events must have a minimum 3,000 international business travellers, with a minimum 3 nights stay in Thailand. The event must be held or staying at a certified venue under the Thailand MICE Venue Standard (TMVS).

* Terms and conditions apply

ตลาดการจัดประชุมนานาชาติ Conventions

“Visitor Promotion” แคมเปญการตลาด สนับสนุนให้ผู้จัดงาน ในประเทศไทยทำกิจกรรมการตลาดเพื่อประชาสัมพันธ์งานประชุมในประเทศไทย และดึงดูดลูกค้าจากต่างประเทศให้เดินทางมาร่วมงานในประเทศไทย ซึ่งเป็นการช่วยเพิ่มจำนวนผู้เดินทางมายังประเทศไทย และช่วยผลักดันให้ไทยเป็นศูนย์กลางการประชุมนานาชาติ โดยผู้จัดงานที่จะได้รับการสนับสนุน ต้องเป็นผู้จัดงานประชุมที่ได้รับการสนับสนุนจากทีเส็บ และเป็นงานประชุมที่มีผู้เข้าร่วมประชุมจากต่างประเทศ 500 คนขึ้นไป โดยสามารถเดินทางไปประชาสัมพันธ์งานประชุมในตลาดต่างประเทศได้ 1 ครั้ง ทั้งนี้ มีวงเงินสนับสนุน 200,000 บาท

TCEB's Visitor Promotion campaign encourages event organisers in Thailand to conduct market promotion activities to raise the profile and visibility of international conventions to be hosted in Thailand, and attract more international business travellers to Thailand. The campaign aims to establish Thailand as regional and global hub for international conventions. Eligible events must have more than 500 international business travellers, Under the campaign, or one promotion activity can be organised in overseas market with 200,000 Baht financial support.



“Convene in Paradise” แคมเปญการตลาดให้การสนับสนุนการประชุมนานาชาติ ที่จัดโดยผู้จัดงานที่เป็นสมาคม หน่วยงานรัฐ สถาบันการศึกษา องค์กรที่ไม่มีผลประโยชน์ และบริษัทผู้จัดงาน เพื่อสนับสนุนการประชุมนานาชาติขนาดใหญ่ในประเทศไทย ได้แก่

The “Convene in Paradise” marketing campaign offers tailored support for large international conferences in Thailand organised by professional associations, government agencies and educational institutions, not-profit organisations and event organisers, as follows:

- 1 การประชุมนานาชาติที่มีผู้เข้าร่วมประชุมจากต่างประเทศอย่างน้อย 1,000 คน โดยที่เสีบจะให้การสนับสนุนงบประมาณ เป็นจำนวนเงิน 1,000,000 บาท
 - 2 การประชุมนานาชาติใน 5 อุตสาหกรรมหลัก และมีผู้เข้าร่วมประชุมจากต่างประเทศอย่างน้อย 500 คน (ประกอบด้วย สุขภาพและการแพทย์/ พลังงาน อาหารและอุตสาหกรรมเกษตร/ โครงสร้างพื้นฐานและ โลจิสติกส์/ ยานยนต์/ อิเล็กทรอนิกส์) โดยที่เสีบจะให้การสนับสนุนงบประมาณ เป็นจำนวนเงิน 1,000,000 บาท
 - 3 การประชุมของสมาคมวิชาชีพในต่างประเทศที่เข้ามาจัดงานประชุมในประเทศไทย (offshore meeting) โดยจะต้องมีผู้เข้าร่วมประชุมจากต่างประเทศอย่างน้อย 200 คน และร้อยละ 80 ของผู้เข้าร่วมประชุมจากต่างประเทศจะต้องมาจากประเทศเดียวกัน โดยที่เสีบจะให้การสนับสนุนงบประมาณ เป็นจำนวนเงิน 300,000 บาท
- 1 TCEB offers a subsidy of 1,000,000 Baht for international conventions with a minimum attendance of 1,000 international business travellers.
 - 2 TCEB offers a subsidy of 1,000,000 Baht for international for conventions in 5 ‘Focus Industries’ with a minimum of 500 international business travellers. The five industries comprise: Transportation & Infrastructure, Health & Wellness, Energy, Food & Agribusiness and Automotive/ Electronics.
 - 3 TCEB offers a subsidy of 300,000 Baht for offshore conventions with a minimum attendance of 200 international business travellers, where 80% of the originate from the same country.

ตลาดการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติ

Thailand Extra Exhibitions



“Premier Exhibition Access Programme” โปรแกรมสำหรับอำนวยความสะดวกในการทำ Site Inspection การให้ข้อมูลเชิงลึกของอุตสาหกรรมแสดงสินค้าของไทย และการเชื่อมโยงเครือข่ายทางธุรกิจกับหน่วยงานภาครัฐของไทยให้กับผู้จัดงานจากต่างประเทศเพื่อชักจูงให้เกิดการตัดสินใจในการนำงานแสดงสินค้าเข้ามาจัดที่ประเทศไทย

The Premier Exhibition Access Programme aims to familiarise exhibition organisers with the facilities and services available in Thailand. The program will facilitate activities such as site inspections and access to the resource centre of Thailand's Exhibition Industry Fast Track. The campaign will also create new business linkages between overseas MICE businesses and government agencies aiming to bring more exhibitions to Thailand.



“Exhibiz in Market” จัดทำขึ้นสำหรับผู้ร่วมออกงานแสดงสินค้าจากกลุ่มสมาคม สมาพันธ์ หอการค้า องค์กรไม่แสวงหาผลกำไร และตัวแทนขายพื้นที่งานแสดงสินค้าในประเทศไทย ให้นำคูหาพิธีการนานาชาติ (International Pavilion) เข้ามาร่วมจัดงานในประเทศไทย ซึ่งแคมเปญนี้ จะช่วยขยายพื้นที่จัดงานแสดงสินค้าและดึงดูดผู้ร่วมออกงานแสดงสินค้าที่มีคุณภาพให้กับประเทศมากขึ้น โดยที่เส็บจะให้การสนับสนุนงบประมาณสูงสุด 5,780 ดอลลาร์สหรัฐ (ประมาณ 200,000 บาท) ต่องาน

The “EXHIBIZ IN MARKET” is an exclusive promotion for exhibition space expansion targets pavilion leaders and sales agents including business trade associations, Federations, Chambers of Commerce, Non-Profit Organisations and Exhibition Sales Agents from around the world. It is expected that this campaign will boost growth in exhibition space and also attract high quality exhibitors to Thailand. TCEB offers financial support up to US\$ 5,780 (approximately 200,000 Baht) per exhibition under this scheme.

CONNECT BUSINESSES

“CONNECT Business” กิจกรรมทางการตลาดเพื่อการจับคู่และการเจรจาทางธุรกิจในงานแสดงสินค้าที่จัดขึ้นในประเทศไทย เจาะกลุ่มสมาคม สมาพันธ์ หอการค้า องค์กรไม่แสวงหาผลกำไร และสื่อสิ่งพิมพ์เจาะอุตสาหกรรมจากประเทศอาเซียนบวกหกและกลุ่มประเทศ BIMSTEC ซึ่งแคมเปญนี้ จะช่วยเพิ่มคุณภาพและจำนวนกลุ่มนักเดินทางธุรกิจที่เข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติ และยังส่งเสริมให้งานมีคุณภาพในระดับสากลมากยิ่งขึ้น โดยที่เส็บจะให้การสนับสนุนงบประมาณ 100 ดอลลาร์สหรัฐ (ประมาณ 3,500 บาท) ต่อนักธุรกิจ 1 ท่าน เมื่อรวมกลุ่มนักธุรกิจได้อย่างน้อย 10 คน ที่ทำการจับคู่ธุรกิจได้อย่างน้อย 30 คู่ต่อกลุ่ม

“CONNECT Businesses” is an exclusive promotion for match-making at international exhibitions in Thailand, targeting Business Trade Associations, Federations, Chambers of Commerce, Non-Profit Organisations and Industrial Publications from ASEAN+6 and BIMSTEC countries. The campaign aims to increase the quality and number of business travellers to international trade exhibitions organised in Thailand, and to improve and upgrade shows in terms of quality, internationalisation, and business. TCEB offers trade promoters US\$100 (approximately 3,500 Baht) for each trade visitor in a group of 10 trade visitors that achieve a minimum of 30 business matching meetings.

4.4

แผนงานด้านการส่งเสริมภาพลักษณ์ไมซ์ไทย MICE Thailand Branding Plan

แผนงานด้านการส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะผู้นำด้านการจัดงานไมซ์ในภูมิภาคเอเชียอย่างยั่งยืน เน้นการส่งเสริมแบรนด์ของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยในระดับนานาชาติผ่านกิจกรรมทางการตลาดต่างๆ รวมถึงการร่วมมือกับภาครัฐและเอกชนทั้งในและต่างประเทศ นอกจากนี้ยังส่งเสริมเอกลักษณ์ของจุดหมายไมซ์ระดับท้องถิ่น ส่งเสริมการสร้างและกำหนดตำแหน่งแบรนด์ที่เป็นเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่น และประชาสัมพันธ์จุดหมายไมซ์ระดับท้องถิ่นสู่ตลาดเป้าหมายในและต่างประเทศ พร้อมทั้งให้ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ ผ่านทุกช่องทางการสื่อสารครบทุกมิติ ด้วยงบประมาณ 190.8 ล้านบาท โดยดำเนินงานผ่านกิจกรรมหลัก ดังต่อไปนี้

Thailand's branding/ image promotion plan aims to strengthen global recognition of Thailand as a leader of sustainability for Asia's MICE industry. The programme will focus on aligning both public and private sectors in joint initiatives to promote the Thai MICE brand at international level through a range of marketing activities. Moreover, the programme will promote the unique identities and strengths of Thailand's MICE destinations to the domestic MICE market in order to build local MICE brands. All major channels of communication will be used to raise awareness of domestic MICE destinations, both within Thailand itself and internationally in target markets. A budget of Baht 190.8 million has been allocated for the following key activities.

1

การตอกย้ำจุดขายอุตสาหกรรมไมซ์ไทยผ่านสื่อทั้งในและต่างประเทศ

Reinforcing Key Selling Points of the Thai MICE Industry through Local and International Media

เน้นบูรณาการงานด้านการสื่อสารแบบครบวงจร (Integrated Marketing Communication) ชูประเทศไทยให้เป็นจุดเชื่อมโยงธุรกิจในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไปสู่ความสำเร็จระดับโลก ผลักดันประเทศไทยให้เป็นจุดหมายปลายทางของการจัดงานไมซ์ยั่งยืนในภูมิภาคเอเชีย

Focusing on 'Integrated Marketing Communication' to strengthen Thailand's linkages to the global economy and promote Thailand as MICE destination in Asia.

1.1

พัฒนาแบรนด์และส่งเสริมภาพลักษณ์อุตสาหกรรมไมซ์ไทย Thailand CONNECT ปี 2561 ให้สอดคล้องกับแผนการพัฒนา ประเทศในภาพรวม

Develop the Brand and Promote the Image of MICE Thailand through
the Thailand CONNECT 2018 Plan



มุ่งหวังให้อุตสาหกรรมไมซ์เป็นส่วนหนึ่งของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ สู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน โดยใช้กลยุทธ์สื่อสารการตลาด นำเสนอจุดเด่นของประเทศไทยใน 3 ด้าน ได้แก่ ความหลากหลายของสถานที่และจุดหมายในการจัดกิจกรรมไมซ์ (destination) โอกาสทางธุรกิจที่เปิดกว้าง (business) รวมถึงความมีเอกลักษณ์และความเป็นมืออาชีพของบุคลากรของไทย (people) ที่สามารถรองรับการจัดงานไมซ์ระดับโลก ด้วยความสำเร็จของแคมเปญ Thailand CONNECT: Your Vibrant Journey to Business Success ทำให้ปี 2561 ที่เสืบจึงต่อยอดแคมเปญดังกล่าวให้ชัดเจนเพิ่มความเข้มข้นด้วยการดึงดูดขายของไทยที่มีความสอดคล้องกับนโยบายขับเคลื่อนไมซ์ของรัฐบาลตามนโยบายประเทศ 4.0 โดยพัฒนาเป็น “Thailand CONNECT: Your Vibrant Journey to Business Success, decoded with chapters of possibilities” หรือ “ไทยแลนด์ คอนเนกต์ สีสันของการเดินทางสู่ความสำเร็จทางธุรกิจ ถอดรหัสความสำเร็จด้วยพลังแห่งสีสันของโอกาสที่ไม่รู้จบ” เน้นทั้ง 3 เสาหลักของประเทศไทย

In line with the national development plan which sees the MICE industry as an economic driver to propel the country as a secure, prosperous and sustainable economy. Market communication strategies will highlight three key strengths: a diversity of MICE locations and destinations; endless business opportunities, and the uniqueness and high calibre of Thailand's MICE professionals to host world-class MICE events. Building on the success of the "Thailand CONNECT: Your Vibrant Journey to Business Success" campaign, TCEB will sharpen the focus and redouble its efforts to raise global awareness of Thailand's key strengths, in line with the government's Thailand MICE 4.0 policy under “Thailand CONNECT: Your Vibrant Journey to Business Success, decoded with chapters of possibilities”. The three pillars of the country's MICE industry remain the key focus.

ด้านมนต์เสน่ห์ของจุดหมายปลายทาง

Fascinating Destinations

นำเสนอการผสมผสานเอกลักษณ์อันโดดเด่นของพื้นที่จัดงาน ที่รองรับกิจกรรมแบบ Bleisure โดยมี 3 องค์ประกอบหลัก

Explore vibrant destinations brimming with captivating inspirations. The key elements of the value proposition include:

- ความพร้อมระดับมาตรฐานและหลากหลายของสถานที่จัดงานไมซ์ไทย ที่รองรับกิจกรรมแบบ Bleisure การันตีจากการจัดอันดับในฐานะจุดหมายปลายทางยอดนิยมระดับโลก อาทิ ประเทศไทยได้อันดับที่ 24 ของโลก รวมทั้งกรุงเทพฯ ภูเก็ต พัทยา และเชียงใหม่ ก็ติดอันดับต้นๆ ในฐานะเมืองแห่งการประชุม โดยสมาคมส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ (ICCA) ด้านการทำธุรกิจไทย ติดอันดับที่ 46 ในฐานะเมืองที่เหมาะสมสำหรับการทำธุรกิจ โดย World Bank ด้านท่องเที่ยวภูเก็ตติดอันดับที่ 25 ของโลกในฐานะเมืองที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวโดย Tripadvisor
- การขยายตัวด้านโครงสร้างพื้นฐานที่รองรับการจัดงานไมซ์ อาทิ การขยายความสามารถในการรองรับผู้โดยสารของสนามบินนานาชาติในประเทศไทย การยกระดับสนามบินอู่ตะเภาและท่าเรือแหลมฉบัง โครงการพัฒนารถไฟความเร็วสูง โครงการพัฒนาโครงข่ายด้านคมนาคมและโครงสร้างพื้นฐาน
- การเติมสีสันแบบ Real Experience (การสัมผัสประสบการณ์แบบจริง) กับการเดินทางธุรกิจ ด้วยกิจกรรมที่เน้นลงมือทำ และแปลกใหม่ต่อกาย้าเอกลักษณ์แบบไทย อาทิ กิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) อย่างการปลูกป่า (Reforestation) กิจกรรมทำอาหารสไตล์ไทย (Culinary) รวมถึงได้สัมผัสภูมิปัญญาด้านวัฒนธรรม (Cultural Wisdom) ที่สร้างความตื่นตาตื่นใจตลอดการจัดกิจกรรม
- Perfect stops for Bleisure Trips: Concentration on quality business and leisure activity has helped Thailand's competitiveness and a rise in the country's global rankings. Thailand is ranked the 24th place of the Most Popular MICE Destination in a recent survey conducted by the International Congress and Convention Association (ICCA). Leading MICE cities namely Bangkok, Pattaya and Chang Mai also perform well in the ICCA's ranking. In addition, a recent World Bank report ranked Thailand in 46th place on the Ease of Doing Business index. For tourism, TripAdvisor ranked Phuket in 25th place in the Travellers' Top-Rated Places in the World.
- Extensive accessibility and Travel Routes: The expansion of basic infrastructure and MICE facilities offers endless opportunities for business. Major development projects underway include expansion of international airports, upgrading of U-Tapao International Airport, Laem Chabang Deep Sea Port expansion, and High-Speed Train development.
- Colouring your business journey: By offering the 'real experience' through fun-filled activities combined with the uniqueness of Thai culture, Thailand can transform an ordinary business event into a unique and impressive experience. Examples of highlighted experiences include CSR experience – reforestation without planting, or culinary experiences – Thai cooking classes showcasing cultural wisdom.

ด้านอำนาจธุรกิจ

Business Empowerment

เพื่อโอกาสการเติบโตอย่างก้าวกระโดดใน 3 องค์ประกอบหลัก

Resourceful Thailand offers essential collaboration for international opportunities. 3 Key features include:

- โอกาสการเติบโตของแพลตฟอร์มธุรกิจใหม่ ๆ ที่สอดคล้องกับนโยบายประเทศ 4.0 และภายใต้อุตสาหกรรมเป้าหมายต่าง ๆ ของภาครัฐ (New S-Curve) รวมไปถึงการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษต่าง ๆ อาทิ โครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก หรือ อีอีซี พื้นที่ยุทธศาสตร์การลงทุนในภูมิภาคอาเซียน
- การใช้นวัตกรรมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการติดต่อและเชื่อมต่อทางธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะการส่งเสริมการจัดงานแบบ SMART MICE ทั้งการพัฒนาแคมเปญส่งเสริมการตลาดออนไลน์ และการสร้างแพลตฟอร์มเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้จัดงานไมซ์ในไทย
- จุดเด่นแบบ “ศูนย์กลางของพลังความร่วมมือ” ทั้งระหว่างประเทศ หรือ ในประเทศ ของภาครัฐและเอกชนที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้การจัดงานไมซ์เป็นไปอย่างคล่องตัว อาทิ ความร่วมมือระหว่างที่เลียบกับหน่วยงานไทย หน่วยงานด้านประชุมนานาชาติ อย่าง Professional Convention Management Association (PCMA)/ International Congress and Convention Association (ICCA) เป็นต้น
- *Progressive platform for business ventures: The country offers growth opportunities for new business ventures that align with the Thailand 4.0 economic policy and industries that support future competitiveness (New S-Curve), as well as Thailand's Eastern Economic Corridor (EEC) project, a Special Economic Zone (SEZ) designated by ASEAN.*
- *Innovative borderless connectivity: Utilising innovation to enhance the effectiveness of communications and business networking activities. The SMART MICE events are encouraged through online marketing promotion campaigns and the development of a digital platform that help to facilitate the event organisers.*
- *The Heart of energetic collaboration: International and domestic collaborations for business events will highlight Thailand as a leading MICE destination in Asia. Examples of international and domestic collaborations include TCEB & PCMA (Professional Convention Management Association) and TCEB & TEAM THAILAND.*

ด้านบุคลากรที่เต็มไปด้วยความมุ่งมั่น

Professional Passion

นำเสนอบุคลากรไมซ์ไทยที่มีทักษะในการทำงานระดับมาตรฐานนานาชาติ ใน 2 องค์ประกอบหลัก

- ความพร้อมของบุคลากรรัฐและเอกชน ที่ประสานความร่วมมือในการให้บริการที่เปี่ยมเสน่ห์ที่ได้มาตรฐานไมซ์ไทย อาทิ การต้อนรับด้วยบริการ MICE LANE การจัดทำ Welcome Package ที่ช่วยให้การจัดงานในไทยสะดวกสบายยิ่งขึ้น
- บุคลากรไมซ์คุณภาพที่พร้อมรองรับการให้บริการการันตีด้วยมาตรฐานพัฒนาบุคลากรขององค์กรระดับนานาชาติ อาทิ Certified Exhibitions Management (CEM), Certified Meeting Professional (CMP)

Meet passionate professionals with a touch of Thai vibrancy. Key features include:

- *Positive energy of warm and engaging Thais: Outstanding collaborative efforts between public and private sectors make it so much easier for international travellers to attend business events in Thailand. TCEB's cooperation projects that showcase a warm welcoming to MICE visitors are the MICE Lane and the Thai Welcome Package.*
- *Highly-skilled and effective talents: The competence of professionals in the Thai MICE industry is guaranteed by international institutions of human resource development, such as Certified in Exhibitions Management (CEM), and Certified Meeting Professional (CMP).*

1.2

พัฒนาธุรกิจสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมไมซ์ในต่างประเทศ

Development of MICE Products and Services for International

พัฒนาธุรกิจสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมไมซ์ในต่างประเทศ ได้แก่ การบูรณาการความร่วมมือระหว่างที่เสียบและหน่วยงานภาคอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน สอดคล้องกับกลยุทธ์หลักขององค์กรและตามแนวทางของรัฐบาล โดยร่วมกันพัฒนาสินค้าบริการและผลิตแพ็คเกจส่งเสริมการขาย Thailand CONNECT Welcome Package มอบสิทธิประโยชน์พิเศษ เพื่อสร้างแรงจูงใจให้กลุ่มเป้าหมายมาจัดงานไมซ์ที่ประเทศไทย ไม่ว่าจะเป็นด้านการบริการ การเดินทาง การติดต่อสื่อสาร และสนันทนาการต่าง ๆ สำหรับนักเดินทางธุรกิจ อาทิ บัตรรถไฟฟ้ามหานคร บัตรฟรีไวไฟ บัตรส่วนลดสำหรับการใช้บริการในพื้นที่ราชประสงค์ บัตรส่วนลดคิงเพาเวอร์ บัตรส่วนลดการบริการ ณ สนามบินสุวรรณภูมิ และข้อมูลแผนที่ศูนย์ประชุมต่าง ๆ ทั่วประเทศ เป็นต้น

Development of MICE products and services for international MICE travellers, including integration of TCEB and MICE industry partners in both public and private sectors in line with TCEB's core corporate strategy and government policy. The Thailand CONNECT Welcome Package offers special privileges to incentivise target groups to host their MICE events in Thailand, whether they be related to travel, communication or recreational services. For business travellers, the package includes BTS Sky train pass, free Wi-Fi, discount vouchers for use in the Ratchaprasong shopping area, King Power duty-free discount card and discount card for Suvarnabhumi International Airport, as well as maps and information on convention centres across the country.

1.3

บริหารจัดการคูหาภัณฑสถานประเทศไทยประจำปี 2561

Organise National Pavilions at International Trade Fairs during 2018

การออกแบบ จัดทำ และบริหารจัดการคูหาภัณฑสถานประเทศไทยในงานเทรดโชว์ภายใต้แคมเปญ “Thailand CONNECT: Your Vibrant Journey To Business Success, decoded with chapters of possibilities” จำนวน 5 งาน ได้แก่ IT&CM China 2018, IMEX Frankfurt 2018, IT&CMA and CTW 2018, IMEX America 2018 และ IBTM WORLD 2018

- การสร้างการรับรู้ผ่านสื่อ Visibility ในงานเทรดโชว์ เช่น แบนเนอร์ สื่อออนไลน์ และสื่อสิ่งพิมพ์
- การจัดทำสื่อส่งเสริมกิจกรรมการตลาด เช่น VR Thailand 360 องศา กิจกรรมและโชว์การแสดงภายในงานตลอดจนของที่ระลึกการจัดงาน เป็นต้น
- การสนับสนุนงานไม่สื่อมวลชนทั้งในและต่างประเทศ เช่น การสนับสนุนงาน Bloomberg Business Summit 2018 เป็นต้น

Design and manage Thailand exhibition booths or Thai Pavilions under the campaign “Thailand CONNECT: Your Vibrant Journey to Business Success, decoded with chapters of possibilities” at key international trade fairs: IT&CM 2018, IMEX Frankfurt 2018, IT&CMA and CTW 2018, IMEX America 2018 and IBTM WORLD 2018.

- Create visibility through media at key trade shows, including banners, online and print media.
- Promote marketing activities such as 360-degree VR Thailand show, live performances and demonstrations within the event as well as souvenirs and other activities.
- Support for MICE events (both domestic and international), such as the Bloomberg Business Summit 2018.



2

การทำการตลาดและประชาสัมพันธ์ Marketing and Public Relations

สร้างการรับรู้ถึงอุตสาหกรรมไมซ์ต่างประเทศ โดยวางแผนงบประมาณกิจกรรมด้านการโฆษณาร้อยละ 50 กิจกรรมด้านการประชาสัมพันธ์ร้อยละ 30 และกิจกรรมด้านการจัดอีเวนต์ร้อยละ 20 เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด

Marketing and PR to raise awareness of Thailand's MICE industry overseas. The budget is set at 50% for advertising, 30% for public relations activities and 20% for events organisation in order to maximise penetration of key target markets.

2.1

สร้างการรับรู้อุตสาหกรรมไมซ์ต่างประเทศ โดยการจัดทำ ผลิต และเผยแพร่สื่อส่งเสริมการตลาดสำหรับตลาดต่างประเทศ Create Awareness of the MICE Industry Overseas by Producing and Distributing Promotional Materials for International Markets

สร้างการรับรู้อุตสาหกรรมไมซ์ต่างประเทศ โดยการจัดทำ ผลิต และเผยแพร่สื่อส่งเสริมการตลาดสำหรับตลาดต่างประเทศ เช่น การจัดทำเอกสารส่งเสริมการขาย โบรชัวร์ แผ่นพับ วิดีทัศน์ โรลอัพ สปอตโฆษณา สกู๊ป และบทความประชาสัมพันธ์ โดยมีวางกลยุทธ์สื่อ แบ่งตามภูมิภาคดังนี้

- สื่อที่ครอบคลุมภูมิภาคเอเชียร้อยละ 70
- สื่อที่ครอบคลุมภูมิภาคยุโรป อเมริกา ร้อยละ 20
- สื่อที่ครอบคลุมทั่วโลก ร้อยละ 10

Create awareness of the MICE industry overseas by producing and distributing promotional materials for international markets including brochures, leaflets, videos, roll up, TV spots, advertising spots, scoops and press releases. In addition, articles will be published in trade media channels, selected and classified by region

- Media covering Asia (70%)
- Media covering Europe and America (20%)
- Media covering global MICE trade market (10%)

สำหรับการดำเนินการจัดทำแผนการวางสื่อสิ่งพิมพ์ต่างประเทศนั้น จะแบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่

- สื่อธุรกิจในเอเชีย (Business Asia) อาทิ นิตยสาร TIMES นิตยสาร The Economist หนังสือพิมพ์ The Nikkei ASEAN Review เป็นต้น
- สื่ออุตสาหกรรมไมซ์ในเอเชีย (MICE Asia) อาทิ นิตยสาร Exhibition World นิตยสาร Business Traveller นิตยสาร MICE in Asia นิตยสาร Biz

To plan and implement effective media exposure, media publications will be focused and selected as follows:

- Business media: Business Asia (TIMES), The Economist, The Nikkei ASEAN Review
- MICE Asia Media: Exhibition World Magazine, Business Traveller Magazine, Biz Events Asia, TTT MICE (ASIA), AMI Magazine, Headquarters

Events Asia นิตยสาร *TTG MICE (ASIA)* นิตยสาร *AMI* นิตยสาร *Headquarters* และนิตยสาร *Headquarters Asia* เป็นต้น

- สื่ออุตสาหกรรมไมซ์ทั่วโลก (*MICE Worldwide*) อาทินิตยสาร *สวัสดี* นิตยสาร *Convene* เป็นต้น

นอกจากนี้ยังมีการเผยแพร่ผ่านสื่อโทรทัศน์ต่างประเทศ อาทิ สถานีโทรทัศน์ CNN ซึ่งเน้นเผยแพร่ครอบคลุมตลาดเอเชีย รวมถึงสร้างการรับรู้ถึงอุตสาหกรรมไมซ์ผ่านการซื้อสื่อภายในงานไมซ์ที่สื่อทั้งในและต่างประเทศเป็นผู้จัดงานสำหรับการดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์ต่างประเทศนั้น จะเป็นการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ต่างประเทศผ่านกลุ่มสื่อมวลชนต่างประเทศในกิจกรรมเทรดโชว์ และกิจกรรมประชาสัมพันธ์ในงานโรดโชว์ตลาดเป้าหมาย อาทิ ญี่ปุ่น และจีน เป็นต้น รวมถึงการเชิญสื่อมวลชนต่างประเทศร่วมสัมผัสประสบการณ์ไมซ์ในประเทศไทยประจำปี

Magazine, and Headquarters Asia Magazine, etc.

- *Global MICE media, such as Sawasdee Magazine, Convene Magazine*

In addition, TCEB campaigns will be distributed through international TV channels including CNN, which focuses on Asian markets. TCEB will also boost awareness of Thailand's MICE industry through media channels covering domestic and international MICE events. Thai MICE will be promoted overseas via overseas PR events organised by overseas media at trade shows and roadshows to be held in key target markets such as Japan and China. TCEB will also invite international media to join the annual MICE International Media Familiarisation Trip in Thailand.

2.2

สร้างการรับรู้ถึงอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศ โดยการจัดทำ ผลิต และเผยแพร่สื่อส่งเสริมการตลาดสำหรับตลาดในประเทศ

Raise Awareness of Thailand's MICE Industry by Producing and Distributing Promotional Materials for the Domestic Markets

สร้างการรับรู้ถึงอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศ โดยการจัดทำ ผลิต และเผยแพร่สื่อส่งเสริมการตลาดสำหรับตลาดในประเทศ เช่น การจัดทำเอกสารส่งเสริมการขาย โบรชัวร์ แผ่นพับ วิดีทัศน์ โรลอัพ สปอตโฆษณา สกู๊ปและบทความประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อในประเทศประเภทสิ่งพิมพ์ วารสาร นิตยสาร วิทยุ และโทรทัศน์ เป็นต้น

Raise awareness of Thailand's MICE industry by producing and distributing promotional materials for the domestic markets including promotional brochures, leaflets, videos, roll up, advertising spots, scoops and press releases to be disseminated via local media channels, publications and magazines, radio and television.

2.3

ส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรในประเทศ จัดทำ ผลิต และเผยแพร่ สื่อองค์กรสำหรับตลาดในและต่างประเทศ

Promote Corporate Image in the Country by Producing and Distributing Corporate Media Materials for Domestic and Overseas Markets

ส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรในประเทศ จัดทำ ผลิต และเผยแพร่ สื่อองค์กรสำหรับตลาดในและต่างประเทศ เช่น วารสาร ทีเส็บ (TCEB Newsletter) วารสารอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE Journal) รายงานประจำปี (Annual Report) กิจกรรม ประชาสัมพันธ์และสื่อมวลชนสัมพันธ์ การแถลงข่าว การ สัมภาษณ์ผู้บริหาร

Promote corporate image in the country by producing and distributing corporate media materials for domestic and overseas markets including TCEB Newsletter, MICE Journal, Annual Report, public relations and media relations activities, press conferences and CEO interviews.

2.4

การจัดกิจกรรมการตลาดที่เส็บ

TCEB's Marketing Activities

การจัดกิจกรรมการตลาดที่เส็บ ได้แก่ การจัดทำบูธเคลื่อนที่ ส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ 'Pop Up Thailand' สนับสนุนการจัดงานของทีเส็บ และการสร้างการรับรู้ให้กับอุตสาหกรรมไมซ์ ทั้งในและต่างประเทศ

TCEB's marketing activities include a mobile booth to promote Thailand's MICE Industry a 'Pop Up Thailand' event to promote TCEB's activities, and to boost awareness of Thailand's MICE industry, both domestically and internationally.



3

ประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างการรับรู้อุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าในประเทศ

Public Relations to Enhance Awareness of the Domestic Exhibition Industry

ประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างการรับรู้อุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าในประเทศ อาทิ การจัดทำและผลิตเอกสารเผยแพร่ ข้อมูลและรายละเอียด การขอรับการสนับสนุนกรณีจัดงานแสดงสินค้าในประเทศไทย เพื่อเผยแพร่ไปยังช่องทางสื่อต่าง ๆ รวมถึงเผยแพร่ปฏิทินงานแสดงสินค้าในประเทศผ่านทางสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ และสื่อวิทยุ เป็นต้น

Public relations to enhance awareness of the domestic exhibition industry including production and dissemination of publicity materials and information related to hosting of events and trade fairs in Thailand, and through disseminating the calendar of exhibition events in the country via print media, television and radio.

4

การส่งเสริมแบรนด์ของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยในระดับนานาชาติ และประชาสัมพันธ์เอกลักษณ์ของไมซ์ในระดับท้องถิ่นด้วยเทคโนโลยีสื่อสารออนไลน์

Promote the Thai MICE Brand Internationally and Promote MICE Identity at Local Level via E-Marketing

การส่งเสริมแบรนด์ของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยในระดับนานาชาติ และประชาสัมพันธ์เอกลักษณ์ของไมซ์ในระดับท้องถิ่นด้วยเทคโนโลยีสื่อสารออนไลน์ (E-Marketing) ดำเนินการผ่านกิจกรรมหลัก ได้แก่

4.1 พัฒนาเนื้อหาและจัดทำสื่อการประชาสัมพันธ์ดิจิทัล และสื่อการขายดิจิทัล (Digital Media Production) อาทิ

- จัดทำเนื้อหา สื่อประชาสัมพันธ์ดิจิทัลและสื่อส่งเสริมการขายดิจิทัล (Digital Media Production)
- การจัดทำ Smart BIZ Application เพื่อสนับสนุนการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล ประกอบไปด้วย Smart BIZ Events และ Smart BIZ Organisers ซึ่งเป็นสื่อส่งเสริมการขายดิจิทัลสำหรับผู้ประกอบการไมซ์ที่จะมาร่วมงานได้ลงทะเบียนเข้าร่วมงานไมซ์ในประเทศไทย
- การจัดทำ Digital Sales Kit ในรูปแบบ Virtual Reality (VR 360) เพื่อนำเสนอข้อมูลสถานที่จัดงานประชุมและงานแสดงสินค้าในประเทศไทย
- การบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Management)
- การสื่อสารและประชาสัมพันธ์ E-Mail Marketing และการโปรโมทสื่อดิจิทัล

4.2 โฆษณาออนไลน์ (Online Advertising) สำหรับต่างประเทศ ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายตามกลยุทธ์ตลาด

4.3 ประชาสัมพันธ์ออนไลน์เพื่อสนับสนุนการจัดประชุมในพื้นที่ชุมชน เพื่อช่วยกระจายรายได้ให้กับชุมชนอย่างยั่งยืน ได้แก่ โครงการ SMART VILLAGE “ถ้าสมาร์ทชุมชนไทย จุดหมาย MICE 4.0”

Promote the Thai MICE brand internationally and promote MICE identity at local level via E-Marketing through the following activities:

4.1 Develop content and produce digital MICE media, including the following:

- Develop digital media content for MICE sales and promotion
- Develop a Smart BIZ Application to support digital organisation of MICE events, including Smart BIZ Events and Smart BIZ Organisers, as digital promotion media to support MICE operators bringing their events to Thailand
- Digital Sales Kit (VR360-Virtual Reality) to present information on MICE venues and trade shows in Thailand.
- Social Media Management
- Communication and public relations via email marketing and digital media

4.2 Online advertising for international MICE markets, covering key target markets

4.3 Online public relations to promote domestic MICE events in local communities, in order to promote equitable and sustainable distribution of MICE revenues and benefits to the local level, including the SMART VILLAGE project: “Smart Thai Community, MICE Destination 4.0”.



4.5

แผนงานด้านการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรม Industry Capacity Development Plan

แผนงานด้านการพัฒนาดำเนินการเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศ ด้วยการจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยทั้งระยะสั้นและระยะยาว ผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการศึกษาด้านไมซ์ของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ พัฒนาศักยภาพและเพิ่มจำนวนบุคลากรด้านไมซ์ โดยมีแผนการตั้ง “ASEAN MICE Institute” เพื่อเป็นหน่วยงานที่กำหนดและรับรองมาตรฐานต่าง ๆ รวมถึงการจัดทำหลักสูตรพัฒนาผู้ประกอบการไมซ์ทั้งระดับบุคคลและองค์กรให้มีศักยภาพในการแข่งขันระดับนานาชาติ พร้อมทั้งสนับสนุนอุตสาหกรรมไมซ์ให้เติบโตอย่างยั่งยืน ด้วยการเสริมสร้างยกระดับมาตรฐานให้กับอุตสาหกรรมไมซ์ และผลักดันให้ผู้ประกอบการและผู้จัดงานผ่านการรับรองมาตรฐานด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน รวมถึงการผลักดันให้นำคู่มือการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของอุตสาหกรรมไมซ์ไปสู่การปฏิบัติเพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายหลักทั้ง 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการหลัก กลุ่มผู้ประกอบการใหม่หรือกลุ่มเมืองแห่งไมซ์ และกลุ่มภาคการศึกษา ด้วยงบประมาณทั้งสิ้น 50 ล้านบาท โดยดำเนินงานตามแผนงาน ดังต่อไปนี้

The development plan aims to enhance the competitiveness of Thailand’s MICE industry, through a master plan covering the development of the MICE industry in Thailand in both the short and long term. TCEB also aims to position Thailand as ASEAN’s MICE education hub, and the premier destination for MICE standardisation in the region. An “ASEAN MICE Institute” will be established as an accredited agency to set standards and issue MICE certifications, as well as develop MICE training and education curricula for a MICE Entrepreneurship Development Program to develop professional skills and boost competitiveness in both domestic and international markets. The institute will contribute to sustainable growth by enhancing industry standards and encouraging entrepreneurs and organisers to comply with international sustainable MICE venue standards. It will also promote the implementation of TCEB’s Sustainable Operations Guidelines. The programme targets three major groups: key MICE entrepreneurs, startup entrepreneurs and MICE City groups, and educational institutes. With a budget of Baht 50 million, the project is implemented as follows:

1

พัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ด้านการศึกษา สำหรับสถาบันการศึกษาและเยาวชน ตลอดจนบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์และหน่วยงานภาครัฐ เพื่อผลักดันประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางองค์ความรู้ด้านอุตสาหกรรมไมซ์ของอาเซียน ดำเนินงานผ่านกิจกรรมหลัก ได้แก่

1.1) กิจกรรม MICE Academy & Career Day สำหรับปีที่สิบได้พัฒนาหลักสูตรใหม่จำนวน 1 หลักสูตร คือ วิชาการจัดงานนิทรรศการ หรือ Exhibition 101 เพื่อต่อยอดองค์ความรู้ด้านการจัดงานแสดงสินค้า และจัดตั้งเครือข่ายสถาบันการศึกษาไมซ์ในภูมิภาค หรือ MICE Academy Cluster เพื่อการพัฒนางานองค์ความรู้สู่ภูมิภาค

Develop MICE industry potential for educational and youth institutions to propel Thailand as ASEAN’s MICE education hub. Main activities are as follows:

1.1) MICE Academy & Career Day. For 2018, TCEB has developed a new ‘Exhibition 101’ curriculum, to enhance knowledge and understanding of the exhibitions industry, and especially to establish a MICE Academic as a regional academic network or MICE Academic Cluster to foster knowledge sharing at regional level.

1.2) การจัดงานสัมมนาเชิงปฏิบัติการวิชาการจัดประชุมและนิทรรศการครั้งที่ 8 (8th Coach the Coaches Program for MICE Industry) ที่เสื้บได้ดำเนินการจัดงานต่อเนื่องมาเป็นปีที่ 8 และในปีนี้มีกิจกรรมกระจายองค์ความรู้ไปยังเมืองไมซ์ซีดีที่มีศักยภาพ โดยวางแผนให้การสนับสนุนการจัดงาน MICE Academy Day และ Coach the Coaches Program for MICE Industry and Career Advisory ที่จังหวัดขอนแก่น และสงขลา

1.3) งานประชุมวิชาการ The 1st International MICE Conference and Forum ร่วมกับพันธมิตรการศึกษาไมซ์ในระดับนานาชาติ เพื่อเพิ่มความแข็งแกร่งด้านการศึกษาไมซ์ให้แก่อุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย และสร้างภาพลักษณ์ในการจัดวางให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางด้านการศึกษาไมซ์ในภูมิภาคอาเซียนอีกด้วย

1.4) การจัดหลักสูตรประกาศนียบัตรด้านไมซ์ระดับนานาชาติ (International MICE Certification Program) โดยเสริมสร้างความร่วมมือและขยายเครือข่ายพันธมิตรด้านการศึกษาและพัฒนาไมซ์ระดับนานาชาติ เพื่อให้ประเทศไทยเป็นเจ้าภาพจัดอบรมหลักสูตรด้านไมซ์นานาชาติสาขาต่าง ๆ ให้แก่กลุ่มผู้ประกอบการไมซ์ อาทิ Certified in Exhibitions Management (CEM) ซึ่งเป็นหลักสูตรเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านงานแสดงสินค้านานาชาติ และ Certified Meeting Professional (CMP) ซึ่งเป็นหลักสูตรเกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการประชุมนานาชาติ รวมถึงการลงนามความร่วมมือกับสมาคมการจัดงานแสดงสินค้าและการจัดงานอีเวนต์นานาชาติ หรือ International Association of Exhibitions and Events (IAEE) และสมาคม Meeting Professional Internationals (MPI) เพื่อผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ด้านไมซ์ของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

1.2) TCEB will organise the Coach the Coaches Program for the MICE Industry for the 8th consecutive year. The 2018 event will share information on Thailand's MICE Cities with potential. TCEB plans to support the hosting of the MICE Academy Day and Coach the Coaches and Career Advisory events in Khon Kaen and Songkhla.

1.3) TCEB will also host an International MICE Forum & Research for Graduates and Undergraduates, in collaboration with international MICE educational institutes, in order to boost Thailand's global competitiveness in MICE education and to develop high quality MICE professionals.

1.4) The establishment of the International MICE Certification Program aims to strengthen cooperation and expand Thailand's network of international MICE education and development partners, in order to establish Thailand as a MICE training hub to host a wide range of international MICE professional development programs such as Certified in Exhibitions Management (CEM) programme. TCEB will also enter collaboration agreements with the International Association of Exhibitions and Events (IAEE) and the Meeting Professional Internationals Association (MPI) to promote Thailand as a MICE learning hub for Southeast Asia.

2

พัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์ด้านงานมาตรฐานดำเนินงานผ่านกิจกรรมหลัก ได้แก่

2.1) การสนับสนุนและพัฒนามาตรฐานระดับนานาชาติ เพื่อยกระดับมาตรฐานและส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางธุรกิจไมซ์ในภูมิภาคเอเชียด้วยมาตรฐานสากล เช่น ISO22301 ISO5001 ISO20101 เป็นต้น

Develop the potential of the MICE industry through event standard programmes. Main activities include:

2.1) Support and develop international MICE standards to promote Thai MICE as the first in Asia to be certified under the following international standards such as ISO22301 ISO5001 and ISO20101

2.2) โครงการ Thailand MICE Venue Standard (TMVS) เพื่อยกระดับมาตรฐานสถานที่จัดงานไมซ์ในประเทศไทย โดยแบ่งออกเป็น 3 ประเภทได้แก่ 1) ประเภทห้องประชุม (Meeting Room) ซึ่งเป็นการดำเนินการต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา โดยมุ่งผลักดันและพัฒนาสถานที่จัดงานในประเทศไทยให้มีมาตรฐานเพื่อรองรับและสร้างความมั่นใจในศักยภาพของประเทศไทย ซึ่งในปีนี้ได้เพิ่มการรับรองมาตรฐานสถานที่จัดงานไมซ์ในประเทศไทย ประเภทห้องประชุมให้แก่สถานที่จัดงานไมซ์ อีกจำนวน 101 แห่ง 215 ห้อง 2) ประเภทสถานที่แสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibition Venue) เป็นปีแรกที่ได้รับรองมาตรฐานสถานที่จัดงานไมซ์ในประเทศไทยให้แก่สถานที่จัดงานไมซ์ เพื่อให้ครอบคลุมพื้นที่เมืองไมซ์ซีดีทั้ง 5 แห่งและเมืองที่มีศักยภาพการจัดงานไมซ์ตามคลัสเตอร์ของรัฐบาล พร้อมทั้งเดินหน้าเริ่มการประเมินมาตรฐานสถานที่จัดงานในประเทศไทย 3) ประเภทสถานที่จัดกิจกรรมพิเศษ (Special Venues) ในพื้นที่เมืองไมซ์ซีดีทั้ง 5 แห่งอีกด้วย

2.3) โครงการ ASEAN MICE Venue Standard (AMVS) มีการตรวจประเมินมาตรฐานสถานที่จัดงานไมซ์ในอาเซียน ประเภทห้องประชุม และมีแผนผลักดันให้เกิดการจัดทำมาตรฐานประเภทอื่น ๆ เช่น ประเภทสถานที่แสดงสินค้าและนิทรรศการ รวมถึงประเภทสถานที่จัดกิจกรรมพิเศษด้วย

2.2) The Thailand MICE Venue Standard (TMVS), which was developed to elevate venue facility and meeting room standards in Thailand, divided into three categories 1) Meeting room : building on its success in 2017, the initiative will encourage MICE venues in Thailand to adopt the TMVS standard for all their events. This year, 101 more MICE venues and 215 meeting rooms in Thailand have joined the scheme and for the first time. 2) Exhibition events have been held in certified MICE venues in all five MICE Cities as well as cities with potential to host MICE events under the government's cluster policy. 3) Thai MICE venues to assess their suitability for categorisation as "Special Venues" in the five MICE Cities.

2.3) Continue to promote the ASEAN MICE Venue Standard (AMVS) to promote adoption of uniform standards for all categories of MICE venues throughout ASEAN, including convention centre and meeting rooms and future plan to extend the standard to other categories i.e. trade fairs and exhibition venues, as well as unconventional venues.

3

พัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์ด้านการส่งเสริมการจัดงานแบบอนุรักษ์ธรรมชาติและการทำงานแบบยั่งยืน หรือ MICE Sustainability Thailand ยกระดับความสามารถพัฒนาองค์ความรู้ และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน และการจัดงานโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ อีกทั้งยังเป็นการตอบสนองนโยบายองค์การสหประชาชาติที่กำหนดเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน หรือ Sustainable Development Goals (SDGs) โดยดำเนินงานผ่านกิจกรรมหลัก ได้แก่

Improve the MICE industry's contribution to environmental conservation, energy, nature and sustainable tourism, through the MICE Sustainability Thailand programme. The programme sets standards for MICE operators, serves as a hub for knowledge and expertise to help MICE operators enhance their competitiveness through sustainable development. The programme also supports achievement of national targets under the United Nations Sustainable Development Goals (SDGs).

3.1) การจัดกิจกรรมกระตุ้นการตระหนักรู้ ชี้ให้เห็นความสำคัญและก้าวทันแนวโน้มต่าง ๆ ด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน พัฒนาผู้ประกอบการ ผ่านโครงการส่งเสริมด้าน Sustainability โดยดำเนินการจัดอบรมหลักสูตร “การจัดประชุมสัมมนาและนิทรรศการอย่างยั่งยืน” หรือ Sustainable Events Professional Certificate (SEPC) เพื่อให้องค์ความรู้แก่ผู้ประกอบการไมซ์ในการจัดงานโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ ร่วมถึงการจัดกิจกรรมที่มุ่งพัฒนาผู้ประกอบการไมซ์ผ่านโครงการต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ประกอบการไมซ์มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและสังคม อาทิ โครงการ Farm to Functions โครงการชดเชยคาร์บอน โครงการลดและจัดการขยะ และโครงการ Sustainable Menu เป็นต้น

3.2) จัดทำมาตรฐานระบบการบริหารการจัดงานอย่างยั่งยืนประเทศไทย (Thailand Sustainable Event Management Standard) เพื่อยกระดับมาตรฐานผู้ประกอบการไมซ์ไทยสู่การรับรองมาตรฐานระดับชาติที่เกี่ยวข้องกับการบริหารการจัดงานโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคม เศรษฐกิจ และการพัฒนาอย่างยั่งยืน

3.3) การส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะผู้นำด้านการจัดประชุมสัมมนาและนิทรรศการอย่างยั่งยืน (MICE Sustainability Destination) โดยส่งเสริมการเข้าร่วมจัดลำดับ MICE Sustainable Destination Index/ Ranking เพื่อผลักดันให้ประเทศไทยเป็นผู้นำด้านการจัดการประชุมสัมมนาและนิทรรศการอย่างยั่งยืน

3.1) Organising awareness-raising activities to stimulate the industry to identify and respond to key trends and innovations, to foster implementation of the principles of sustainable development among private sector MICE operators. TCEB will develop and conducting training courses for MICE operators - the “Sustainable Events Professional Certificate”, or SEPC to help expand the knowledge and skills of sustainability professionals in the context of environment, society, and economy for the MICE industry. MICE operators will be encouraged to participate in a range of environmental and social conservation projects such as Farm to Functions Program, Carbon Neutral Events, waste management and sustainable menus.

3.2) Develop Thailand Sustainable Event Management Standard to raise the standard of Thai MICE operators to the national certification standards related to the management of the event, taking into account the environment, society, economy and sustainable development.

3.3) Promoting Thailand's image as a leading 'MICE Sustainability Destination' by promoting participation in the MICE Sustainable Destination Index/ Ranking.

สนับสนุนและพัฒนาเครือข่ายพันธมิตร โดยการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานพันธมิตรภาครัฐและเอกชนทั้งในระดับชาติและระดับนานาชาติ เพื่อยกระดับมาตรฐานบุคลากรและองค์กรในอุตสาหกรรมไมซ์

Develop a network of MICE partners through collaboration with government and private sector organisations, both within Thailand and at regional and international levels.

4.6

แผนงานด้านการบูรณาการความร่วมมือพัฒนา และส่งเสริมไมซ์ในประเทศ

Plan for Integrated Collaboration and Promotion for Thailand's Domestic MICE

เป็นการบูรณาการการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชน เพื่อจัดประชุมสัมมนาในประเทศไทยเพื่อส่งเสริมการจัดงานไมซ์ภายในประเทศ (Domestic MICE events) ให้เป็นธุรกิจสำคัญที่ช่วยส่งเสริมการกระจายรายได้ กระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศและเป็นกลไกในการพัฒนาชาติที่สำคัญ สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล ด้วยงบประมาณ 51 ล้านบาท โดยดำเนินการผ่านกิจกรรมหลัก ดังต่อไปนี้

Through an integrated approach, bringing together government agencies, the private sector and the public, TCEB will organise seminars and workshops to promote Thailand's domestic MICE sector as an important and emerging opportunity to improve income distribution across all regions of the country, to stimulate the national economy and also serve as a key mechanism for national development, in line with government policy. A budget of 51 million Baht has been allocated for the following activities:

1

การเสริมสร้างศักยภาพของเมืองไมซ์ซิตี้และเมืองรองที่มีศักยภาพ จำนวน 8 เมือง ได้แก่ กรุงเทพฯ พัทยา ภูเก็ต เชียงใหม่ ขอนแก่น สุราษฎร์ธานี พิษณุโลก หัวหิน-ชะอำ

Capacity building for 8 designated primary and secondary MICE Cities: Bangkok, Pattaya, Phuket, Chiang Mai, Khon Kaen, Surat Thani, Phitsanulok and Hua Hin/ Cha Am.

2

การขยายตลาดและความร่วมมือด้านการจัดประชุมและการแสดงสินค้าในเขตเศรษฐกิจพิเศษ และจังหวัดที่มีศักยภาพ รองรับตลาด Great Mekong Subregion (GMS)

Drive market expansion and collaboration in organising conferences and exhibitions in Special Economic Zones and high-potential provinces supporting the Greater Mekong Subregion (GMS) market.



ด้านการบูรณาการงานด้านสื่อสารในประเทศนั้น มุ่งเน้นกิจกรรมด้านการโฆษณาร้อยละ 40 กิจกรรมด้านการประชาสัมพันธ์ร้อยละ 40 และกิจกรรมด้านการจัดอีเวนต์ร้อยละ 20 โดยมีกิจกรรมสำคัญด้านการสื่อสารที่ดำเนินการในปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 โดยสรุปประกอบด้วย

- 1 การจัดกิจกรรม Domestic MICE MART เพื่อสร้างเวทีเจรจาธุรกิจให้กับกลุ่มผู้ซื้อและผู้ขายรวมถึงการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์ในประเทศ
- 2 การจัดกิจกรรมเพื่อขยายตลาดการประชุมและงานแสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ (SEZ) เชียงราย ตาก มุกดาหาร นครพนม สระแก้ว กาญจนบุรี สงขลา นราธิวาส ตรัง หนองคาย และกลุ่มประเทศ กัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม (CLMV)
- 3 ส่งเสริมการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในพื้นที่โครงการพระราชดำริ ที่มีศักยภาพในการรองรับกลุ่มประชุมและสัมมนา ภายใต้โครงการ “ประชุมเมืองไทย อิ่มใจตามรอยพระราชดำริ”
- 4 การจัดทำ City DNA และข้อมูลโปรไฟล์ไมซ์ซิตี้ทั้งห้าจังหวัด คือ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ ภูเก็ต ขอนแก่น และพัทยา
- 5 การผลิตสื่อส่งเสริมการตลาดสำหรับตลาดในประเทศครอบคลุมเมืองไมซ์ทั้ง 5 เมือง ประกอบด้วย การจัดทำเอกสารส่งเสริมการขายภาพรวมอุตสาหกรรมในประเทศ การผลิตวิดีโอต้นน้ำเสนออุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศและไมซ์ซิตี้ Testimonials เผยแพร่ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ในประเทศ
- 6 การผลิตและเผยแพร่สื่อส่งเสริมการตลาดสำหรับตลาดในประเทศผ่านสื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อวิทยุครอบคลุมไมซ์ซิตี้
- 7 การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ อาทิ การจัดงานแถลงข่าวแก่สื่อมวลชนในเมืองไมซ์ซิตี้ อาทิ โครงการ Thailand Domestic MICE MART กิจกรรมสร้างงานแสดงสินค้ากระตุ้นการค้าเศรษฐกิจบริเวณพื้นที่ตะเข็บชายแดน เป็นต้น
- 8 การจัดทำสื่อองค์กรเพื่อส่งเสริมการตลาดไมซ์ เช่น วารสาร (TCEB Newsletter) ไมซ์เจอร์นัล (MICE Journal) รายงานประจำปี (Annual Report)

To foster integration of communication in the countries of the GMS, TCEB will allocate its efforts as follows: 40% for advertising, 40% for public relations activities and 20% for event organisation. These are summarised as follows:

- 1 Organise Domestic MICE MART to serve as a business negotiation forum for buyers and sellers, as well as to provide insights into domestic MICE events and opportunities
- 2 Organise activities to expand markets, meetings and trade fair events taking place in the Special Economic Zones (SEZ) of Chiang Rai, Tak, Mukdahan, Nakhon Phanom, Sra Kaeo, Kanchanaburi, Songkhla, Narathiwat, Trat, Nong Khai and the CLMV countries (Cambodia, Laos, Myanmar and Vietnam)
- 3 Promote and facilitate meetings and incentive travel events in Royal Project areas that have potential to host meeting groups and seminars, under the theme: “Meetings in Thailand: Follow the King’s footsteps.”
- 4 Develop “City DNA” and profiles for all primary MICE Cities (Bangkok, Chiang Mai, Phuket, Khon Kaen and Pattaya)
- 5 Produce promotional materials for the domestic market covering all 5 MICE cities, including brochures, industry overview, video production, MICE industry presentations in MICE Cities and elsewhere in the country, and testimonials published via domestic media channels
- 6 Produce and distribute MICE City marketing promotional materials for the local market via television, print media and radio
- 7 Organise public relations activities such as press conferences in MICE Cities, including the Thailand Domestic MICE MART, as well as local trade fairs to boost local economies in border areas
- 8 Create corporate MICE media, e.g. TCEB Newsletter, MICE Journal and Annual Report

ตัวอย่างสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อโทรทัศน์ สำหรับสื่อสารในประเทศ

Examples of Print Media and Television for Domestic MICE Market Communication

สื่อโทรทัศน์

- 1 รายการ Business Watch ช่อง 24 TNN
- 2 รายการ MICE Inside เผยแพร่ทาง โมเดิร์นไนน์ทีวี ช่อง 32 ไทยรัฐทีวี ช่อง 34 อมรินทร์ทีวี ช่อง 22 เนชั่นทีวี และช่อง 19 สปริงนิวส์

Television

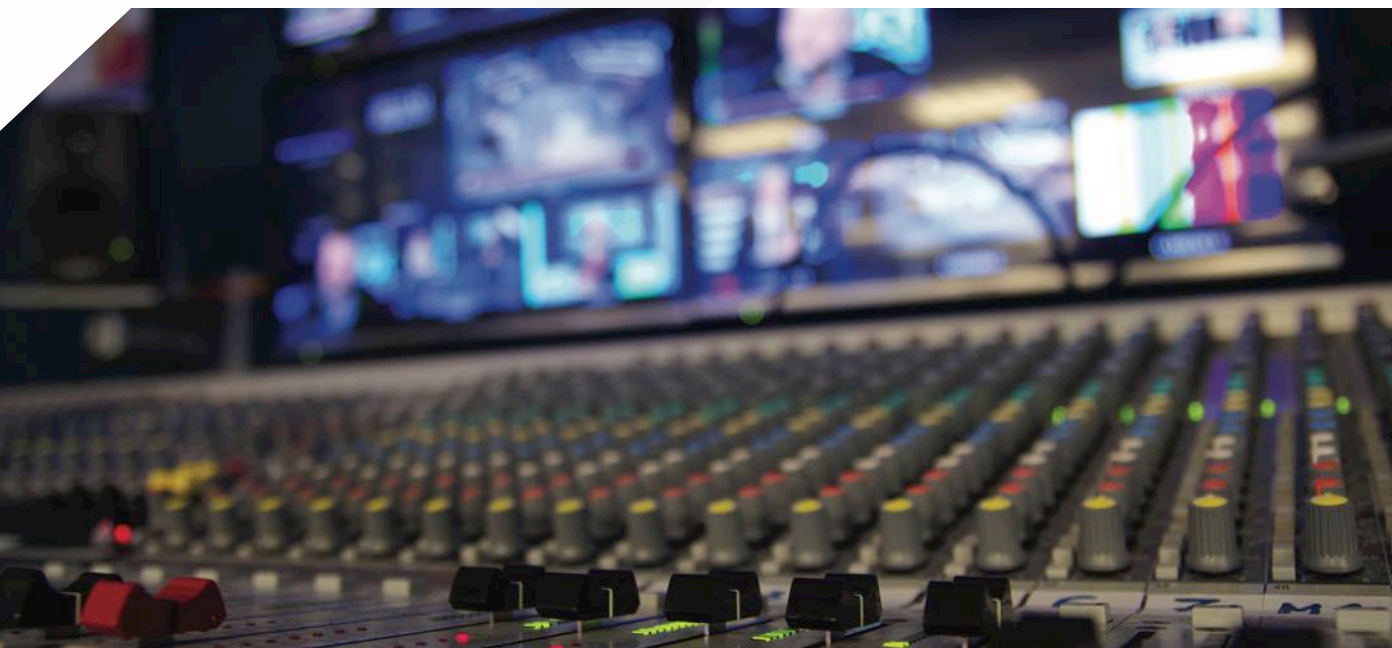
- 1 Business Watch: TNN (Channel 24)
- 2 MICE Inside broadcast: Modern Nine TV, Thairath TV (Channel 32), Amarin TV (Channel 34), Nation TV (Channel 22), and Spring News (Channel 19)

สื่อวิทยุ

- 1 คลื่นวิทยุในกรุงเทพมหานคร ได้แก่ FM 93.5 MHz, FM 96.5 MHz และ FM 100.5 MHz
- 2 คลื่นวิทยุในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ FM 98.0 MHz
- 3 คลื่นวิทยุในจังหวัดขอนแก่น ได้แก่ FM 98.5 MHz
- 4 คลื่นวิทยุในจังหวัดภูเก็ต ได้แก่ FM 102.25 MHz
- 5 คลื่นวิทยุในพัทยา ได้แก่ FM 104.75 MHz
- 6 คลื่นวิทยุในจังหวัดอุดรธานี ได้แก่ FM 93.75 MHz

Radio

- 1 Radio stations in Bangkok, including FM 93.5 MHz, FM 96.5 MHz and FM 100.5 MHz
- 2 Chiang Mai local radio (FM 98.0 MHz)
- 3 Khon Kaen local radio (FM 98.5 MHz)
- 4 Phuket local radio (FM 102.25 MHz)
- 5 Pattaya local radio (FM 104.75 MHz)
- 6 Udon Thani local radio (FM 93.75 MHz)





สื่อสิ่งพิมพ์

- 1 หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ
- 2 หนังสือพิมพ์เดอะเนชั่น
- 3 หนังสือพิมพ์คมชัดลึก
- 4 หนังสือพิมพ์ อปท.นิวส์
- 5 นิตยสาร หนีกรุง
- 6 นิตยสาร 24 7

Print Media

- 1 Krungthep Turakij national newspaper (Thai)
- 2 The Nation national newspaper (English)
- 3 Khom Chat Leuk national newspaper (Thai)
- 4 OPT News newspaper (Thai)
- 5 Neekrung magazine (Thai)
- 6 24 7 magazine (Thai)



MICE



สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
อาคารสยามพิวรรณหาวเวอร์ ชั้นที่ 25, 26 ชั้นใต้ดิน 2, บี1 และ บี2
เลขที่ 989 ถนนพระราม 1 แขวง/เขต ปทุมวัน กทม. 10330
โทรศัพท์ : +66 (0) 2 694 6000 โทรสาร : +66 (0) 2 658 1411
อีเมล : info@tceb.or.th
เว็บไซต์ : www.tceb.or.th

Thailand Convention & Exhibition Bureau (Public Organization)

Siam Piwat Tower Building, 25, 26 Fl., Unit A2, B1 and B2
989 Rama 1 Road, Pathumwan, Bangkok 10330
Tel: +66 (0) 2 694 6000 Fax: +66 (0) 2 658 1411
E-mail: info@tceb.or.th
Website: www.tceb.or.th

