



Issue 2: Mar-Apr 2014 TCEB Call Center 1105

TCEB ONLINE

Marketing plan in 2014

D-MICE MART

to boost Thai economy

'MICE' - the bright future of ASEAN

MICE Update.....	2
Special Feature.....	4
News in Brief.....	6
ASEAN Corner.....	7



แผนตลาดออนไลน์ ปี 57 หนุนเอกชนรุกตลาดไมซ์ทั่วโลก

ที่เสียบเผยแผนการตลาดเชิงรุกผ่านโลกออนไลน์ เจาะกลุ่มเป้าหมายไมซ์จากทั่วโลก พร้อมเปิดตัวเว็บไซต์ศูนย์รวมข้อมูลไมซ์ครบวงจรที่ทันสมัยที่สุดและโครงการส่งเสริมการตลาดหลากหลายหวังรุกตลาดทั้งในและนอกประเทศรวมทั้งหนุนภาคเอกชนพัฒนาแผนการตลาดดิจิทัลเพื่อผนึกกำลังสร้างไทยสู่การเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับการจัดงานไมซ์ระดับภูมิภาค

ด้วยตระหนักถึงความสำคัญและศักยภาพของสื่อออนไลน์ที่สามารถสร้างการรับรู้ และสื่อสารข้อมูลของประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางสำหรับการประชุมและแสดงสินค้าไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อย่างกว้างขวาง รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ ดังนั้น ที่เสียบ จึงได้จัดทำแผนการตลาดออนไลน์ประจำปี 2557 ขึ้น เพื่อผลักดันการส่งเสริมภาพลักษณ์และศักยภาพของธุรกิจไมซ์ในประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างทั้งในและต่างประเทศโดยเน้นการมีส่วนร่วมของภาคธุรกิจไมซ์ในอุตสาหกรรมไมซ์ ทั้งกลุ่มผู้จัดงานไมซ์ นักเดินทางกลุ่มไมซ์ พันธมิตรทางธุรกิจทั้งในและต่างประเทศ ตลอดจนผู้ประกอบการภาคเอกชน เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้แก่อุตสาหกรรมไมซ์โดยรวมของไทยในระยะยาว

แผนการตลาดออนไลน์ในปี 2557 จะดำเนินงานใน 3 แผนงานหลัก เริ่มที่การพัฒนาเว็บไซต์ www.businesseventhailand.com ให้เป็นศูนย์รวมข้อมูลครบวงจรที่จะรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ที่ทันสมัยที่สุดให้กับกลุ่มเป้าหมายจากทั่วโลก โดยในเบื้องต้นจัดทำใน 3 ภาษา ได้แก่ ไทย อังกฤษ จีน และคาดว่าจะเพิ่มอีก 5 ภาษา คือ ญี่ปุ่น เวียดนาม อินโดนีเซีย เกาหลี และรัสเซีย ในปีนี้

เว็บไซต์ประกอบด้วยข้อมูลเกี่ยวกับประเทศไทยโดยรวม สถานที่จัดงานในประเทศไทย สถานที่ท่องเที่ยว ผู้ประกอบการไมซ์ในประเทศไทย และอื่นๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อนักเดินทางไมซ์และนักจัดงานจากทั่วโลก นอกจากนี้ ที่เสียบยังได้จัดทำเครื่องมือสื่อการตลาดและส่งเสริมการขายออนไลน์สำหรับผู้ประกอบการไมซ์ชาวไทย โดยมีวัตถุประสงค์ให้ผู้ประกอบการใช้เครื่องมือดังกล่าวในการสร้างสรรค์สื่อการขายด้วยตนเอง โดยสามารถเลือกรูปแบบและจัดทำเนื้อหาโดยใช้ฐานข้อมูลในเว็บไซต์ได้ตามความต้องการ พร้อมทั้งยังสามารถดาวน์โหลดสื่อการขายในเว็บไซต์ไปพัฒนาต่อยอดในการประชาสัมพันธ์ธุรกิจของตน ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการประหยัดทั้งเวลาและงบประมาณในการจัดทำสื่อการขายดิจิทัล

นอกจากนี้ ที่เสียบยังได้พัฒนาโครงการส่งเสริมการตลาดออนไลน์สำหรับตลาดไมซ์ในประเทศ และตลาดไมซ์ต่างประเทศ โดยในส่วนของตลาดไมซ์ต่างประเทศนั้น จะดำเนินการใน 3 โครงการหลัก ได้แก่ **1. Spice up Your Business Agenda** ซึ่งที่เสียบได้ร่วมมือกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ และ VISA ทำการรวบรวมสิทธิพิเศษรวมทั้งสินค้าและบริการต่างๆ เช่น บัตรโดยสารเครื่องบิน กอล์ฟ สปา สถานบันเทิง บริการอินเทอร์เน็ต มาแนะนำเสนอให้กับกลุ่มผู้แสดงสินค้าและนักเดินทางกลุ่มไมซ์ที่มาร่วมงานแสดงสินค้าในประเทศไทย ทั้งนี้ เพื่อสร้างความประทับใจและประสบการณ์ที่ดี รวมทั้งช่วยเพิ่มการใช้จ่ายและระยะเวลาพำนักของนักเดินทางไมซ์ในประเทศไทย โดยจะเปิดตัวโครงการอย่างเป็นทางการในเดือนเมษายนนี้

2. Itinerary Contest เป็นการประกวดการวางแผนจัดโปรแกรมการเดินทางท่องเที่ยวก่อนหรือหลังการประชุมในประเทศไทย โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อแนะนำสถานที่จัดงานไมซ์ และกิจกรรมที่น่าสนใจต่างๆ ในประเทศไทยให้แก่ผู้จัดงานไมซ์ นักเดินทางกลุ่มไมซ์และประชาชนทั่วไปโดยจะเริ่มดำเนินโครงการในเดือนพฤษภาคมนี้

3. Dream Meeting Contest กิจกรรมการตลาดออนไลน์บนเฟซบุ๊กที่เปิดโอกาสให้นักเดินทางไมซ์จากทั่วโลกเล่นเกมจัดงานไมซ์ออนไลน์เพื่อชิงรางวัลแพ็คเกจท่องเที่ยวประเทศไทย โดยจะเริ่มดำเนินโครงการในเดือนสิงหาคม 2557

ด้านการทำตลาดออนไลน์ภายในประเทศที่เสียบจะดำเนินโครงการ “MICE in Thailand” ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้เกิดการจัดประชุม สัมมนา และการแสดงสินค้าในประเทศไทย โดยมี 4 กิจกรรมหลักที่จะเกิดขึ้นตลอดทั้งปี ได้แก่ Thailand MICE Venues Awards 2014 กิจกรรมการโหวตเพื่อคัดเลือกสุดยอดสถานที่จัดประชุมในเมืองไทย MICE Photo Contest @ IG Project ที่เปิดโอกาสให้ผู้ใช้อินสตาแกรมร่วมส่งภาพประทับใจจากประสบการณ์การเข้าร่วมกิจกรรมไมซ์ในประเทศไทยเพื่อชิงรางวัลทุกเดือน Share and Like your MICE Experiences ที่เปิดโอกาสให้หน่วยงาน องค์กร บริษัทต่างๆ ส่งภาพการจัดกิจกรรมไมซ์ในเมืองไทยที่น่าประทับใจเพื่อชิงรางวัล และ MICE Guru บริการออนไลน์จากที่เสียบ ในการให้บริการข้อมูลและไขข้อข้องใจทุกคำถามที่เกี่ยวกับการจัดกิจกรรมไมซ์ในประเทศไทยผ่านเฟซบุ๊ก

ด้วยประสิทธิภาพของสื่อออนไลน์ประกอบกับโครงการส่งเสริมการตลาดต่างๆ ตลอดปี 2557 ที่เสียบเชื่อว่าจะสามารถเพิ่มจำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์ที่เข้ามาในประเทศไทยได้มากขึ้น รวมทั้งจะสามารถช่วยผลักดันให้ผู้ประกอบการไมซ์ไทยมีโอกาสพัฒนาช่องทางตลาดออนไลน์และเพิ่มศักยภาพในระดับที่สูงขึ้น อันจะส่งผลดีต่อการขยายตัวทางธุรกิจโดยรวมของประเทศไทย และทำให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางของอุตสาหกรรมไมซ์ระดับโลกต่อไป



TCEB REVEALS ONLINE MARKETING PLAN IN 2014

TCEB reveals its aggressive marketing plan through the online world, targeting MICE group from around the world by launching the most advanced information centre website and comprehensive MICE promotion plan which aims to penetrate varied markets domestically and internationally. The plan also aims to drive the private sector to develop digital marketing plans in a bid to strengthen Thailand as a destination for MICE events at regional level.

Recognising the importance and potential of online media that can create perception and publicize Thailand as a destination for MICE events, including conventions and trade shows to target groups more efficiently, quickly and broadly, TCEB, therefore, formulates the online marketing plan 2014 to promote brand image and drive the potential of MICE business in Thailand to be widely known at both domestic and international levels. The plan emphasizes the participation of the business sector in the MICE industry including a group of MICE organizers, MICE travellers, MICE business partners both at domestic and international levels as well as entrepreneurs from the private sector in order to strengthen Thailand's overall MICE industry in the long run.

TCEB's online marketing plan 2014 will operate three main programs. The plan starts with the development of the website of www.businesseventthailand.com to become an integrated information centre which gathers the most updated and modern MICE industry information for the target groups worldwide. Initially, the website will be developed in three languages: Thai, English and Chinese. There will be 5 more languages including Japanese, Vietnamese, Indonesian, Korean and Russian added into the website this year.

The website features information about the overview of Thailand, venues in Thailand, tourist attractions, MICE operators in Thailand and more, which will be beneficial for MICE travellers and event organizers from around the world. Furthermore, TCEB also formulates marketing tools and online promotion plans for Thai MICE operators with the objective of encouraging entrepreneurs to use such tools to create creative sales media by themselves. Entrepreneurs can choose the format and create contents by using a content database in the website as needed. They can also download sales media from the website for further development in promoting their own business. This will allow operators to save both costs and time in preparing digital sales media.

In addition, TCEB has developed an online marketing promotion project for the MICE market both domestically and internationally. For the international MICE market, TCEB plans to operate three main projects. **1. Spice up your Business Agenda** for which TCEB has partnered with the Tourism Authority of Thailand (TAT), Thai Airways International Public Company, The Department of International Trade Promotion, Ministry of Commerce and VISA. Under this project, MICE travellers and trade exhibitors who come to visit or organise the event in Thailand will be exclusively offered air tickets, golf tickets, spa tickets, tickets for entertainment venues and internet services. This is to build a good impression and great experiences. This will boost spending and help extend the length of stay of MICE travellers in Thailand. The project is expected to be launched officially in April.

2. Itinerary Contest: The project is a contest which encourages participants to arrange programs before and after meeting events in Thailand. This aims to introduce MICE venues and various interesting activities in Thailand for MICE organisers and business travellers as well as the general public. The project is expected to begin this May.

3. Dream Meeting Contest: The contest is an online marketing activity on Facebook that opens opportunities for business travellers from around the world to play games to win MICE travel packages in Thailand. The contest is expected to begin in August 2014.

For operating online marketing plans in Thailand, TCEB will run "MICE in Thailand" which aims to promote meetings, conferences and trade shows in Thailand through 4 main activities which will take place throughout the year. These include **Thailand MICE Venues Awards 2014**, an activity allowing participants to cast a vote for their favourite places in Thailand, **MICE Photo Contest @IG** Project that allows Instagram users to send the photos to share experiences to win monthly prizes, **Share and Like your MICE Experiences** that allows agencies, organisations and companies to send photos of MICE activities in Thailand to win prizes and **MICE Guru**, an online service initiated by TCEB for providing information and answering queries about MICE activities in Thailand on Facebook.

With the efficiency of online media combined with various marketing promotion projects throughout 2014, TCEB believes that this will help increase the number of MICE travellers coming to Thailand. It will also help encourage Thai MICE entrepreneurs to develop online marketing channels and can help enhance their online marketing channels to a higher level. This will provide a positive result for the overall business expansion in Thailand and will make Thailand a global MICE destination.





ตลาดไมซ์ในประเทศไทย กระตุ้นเศรษฐกิจไทยปีม้า

ปัจจุบัน ตลาดอุตสาหกรรมไมซ์ภายในประเทศสามารถสร้างรายได้คิดเป็นจำนวน 1 ใน 5 ของรายได้ที่มาจากอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งหมด ซึ่งที่เสียบเห็นว่าจะมีศักยภาพที่จะเติบโตได้อีกมากจึงมีแนวคิดที่จะกระตุ้นการเติบโตของตลาดไมซ์ภายในประเทศให้สอดคล้องกับกลยุทธ์หลัก 3 ประการในปี 2557 อันได้แก่ 1. Win การกระตุ้นให้เกิดการจัดงานไมซ์ในประเทศไทย 2. Promote การประชาสัมพันธ์ประเทศไทยในฐานะจุดหมายการจัดงานไมซ์คุณภาพระดับโลก 3. Develop การพัฒนาบุคลากร ผู้ประกอบการ และทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งระบบสู่ความเป็นเลิศ

แนวทางการกระตุ้นให้เกิดการจัดงานไมซ์ในประเทศเพิ่มขึ้น ภายในปีนี้ที่เสียบจะเน้นเจาะกลุ่มราชการ สร้างกระแสให้เกิดการจัดประชุมสัมมนาออกสถานที่ โดยเฉพาะช่วงโลว์ซีซั่น พร้อมทั้งเตรียมเสนอให้มีการผลักดันมาตรการทางภาษี 200% สำหรับการจัดประชุมสัมมนาในประเทศ นอกจากนี้ จะร่วมมือกับภาคเอกชนเร่งพัฒนาบุคลากรของไมซ์ซีทีแต่ละเมืองให้มีลักษณะเฉพาะสอดคล้องกับการสร้างงานแสดงสินค้า เช่น ผลักดันเชียงใหม่ให้เป็นเมืองแห่งที่ถดถรมมีการจัดงานประจำปี วางรากฐานจากระดับจังหวัดก่อนพัฒนาไปสู่ระดับประเทศ ยกยกระดับงานเทศกาลประจำปีของเมืองขอนแก่นให้ก้าวสู่ระดับประเทศ เช่น งานใหม่นานาชาติขอนแก่น พร้อมกับส่งเสริมให้เกิดการจัดงานแสดงสินค้าจากส่วนกลางออกไปยังภูมิภาคอื่นๆ ให้ประชาชนได้มีโอกาสเข้าถึงมากขึ้น

การเปิดตัวโครงการ 1st Domestic MICE Mart หรือ งานไมซ์มาร์ท ครั้งที่ 1 ขึ้นเป็นครั้งแรก มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อกระตุ้นตลาดไมซ์ภายในประเทศ และเป็นเวทีเจรจาธุรกิจระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายโดยตรง สนับสนุนให้กลุ่มเป้าหมายได้รับข้อมูลข่าวสารด้านไมซ์ของไทยอย่างรวดเร็ว และยังเป็นการสร้างความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์ให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในประเทศอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะจะเป็นการช่วยเสริมศักยภาพให้กับอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศ โดยเฉพาะไมซ์ซีทีทั้ง 5 แห่ง ส่งผลให้มีการซื้อขายสินค้าและบริการไมซ์ในประเทศเพิ่มขึ้น ผู้ประกอบการไมซ์สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้เกิดการกระจายธุรกิจการค้า รวมทั้งรายได้ออกไปยังภูมิภาคต่างๆ ทั่วประเทศมากขึ้น ช่วยฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศในภาพรวม

นอกจากนี้ ที่เสียบยังคงเดินทางไปประชาสัมพันธ์ไมซ์ซีที 5 แห่ง ได้แก่ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ ขอนแก่น พัทยา และภูเก็ต อย่างต่อเนื่อง โดยชูเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของไมซ์ซีทีแต่ละแห่ง เช่น กรุงเทพฯ จะมีจุดเด่นของการเป็นมหานคร พัทยาจะเน้นความสวยงามของทะเล เชียงใหม่ จะชูความโดดเด่นด้านวัฒนธรรมล้านนา ภูเก็ต โดดเด่นในเรื่องสถานที่ของการประชุมระดับหรู และขอนแก่น จะชูจุดแข็งในฐานะประตูที่เปิดสู่อินโดจีนและศูนย์กลางด้านการลงทุน พร้อมทั้งนี้ ที่เสียบจะผลักดันให้เกิดการจัดงานไมซ์ต่างๆ ของท้องถิ่นสู่ระดับประเทศ เพื่อสร้างคุณค่าและประสบการณ์ใหม่ของการจัดงานไมซ์ในประเทศให้หลากหลายและแปลกใหม่ยิ่งขึ้น ในขณะเดียวกัน ก็จะพัฒนาและประชาสัมพันธ์เมืองไมซ์ทางเลือกอื่นๆ ในภูมิภาคต่างๆ อาทิ สุโขทัย พิษณุโลก ประจวบคีรีขันธ์ กระบี่ สุราษฎร์ธานี ชุมพร นครศรีธรรมราช และอุบลราชธานี รวมทั้งขยายเมืองไมซ์แห่งใหม่ อาทิ นครสวรรค์ ระยอง และเขาใหญ่ ควบคู่กันไปด้วย

กลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมายหลักที่ที่เสียบเล็งเห็นว่าเป็นกลุ่มลูกค้าศักยภาพสูง ได้แก่ อุตสาหกรรมอาหาร เกษตรกรรม ท่องเที่ยว ยานยนต์ ในขณะที่กลุ่มอุตสาหกรรมการศึกษา วิชาชีพ และสิ่งแวดล้อม ก็มีอัตราการจัดงานไมซ์สูงมากในปัจจุบัน นอกจากนี้ ยังมีกลุ่มอุตสาหกรรมใหม่ที่รัฐบาลสนับสนุนเป็นพิเศษ เช่น ศิลปวัฒนธรรม พลังงานสะอาด และธุรกิจสร้างสรรค์ ซึ่งคาดว่าจะเป็กลุ่มเป้าหมายศักยภาพสูงที่น่าจับตามอง งานไมซ์มาร์ทครั้งที่ 1 มีกลุ่มผู้ซื้อจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เช่น กระทรวง กรม รัฐวิสาหกิจ องค์การบริหารส่วนจังหวัดและตำบล บริษัทขนาดใหญ่ ชาวต่างชาติที่ทำงานในประเทศไทย สมาคมวิชาชีพ และองค์กรต่างๆ รวมทั้งสิ้น 400 คน จาก 100 หน่วยงาน มาพบปะกับผู้ขาย ได้แก่ ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์จากเมืองไมซ์ทั้ง 5 แห่ง สายการบิน และผู้จัดบริการการเดินทาง จำนวน 50 หน่วย ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอีกมากมาย โดยจะมีกำหนดการจะหมุนเวียนกันไปจัดในเมืองไมซ์อีก 4 แห่งที่เหลือในระหว่างเดือนมีนาคม - สิงหาคมนี้

และสืบเนื่องจากความสำเร็จของโครงการ “ลัดฟ้าประชุมเมืองไทย...อิมใจ...ตามรอยพระราชดำริ” เมื่อปีที่ผ่านมาก็ได้นำโครงการนี้มาสานต่อในปีนี้เป็นส่วนเสริมในแผนกระตุ้นตลาดภายในประเทศโดยนำกลุ่มเป้าหมายเยี่ยมชมเส้นทางตัวอย่างในพื้นที่โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำรินพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวในจังหวัดต่างๆ รวมถึงการจัดแพคเกจทริปนำชมเส้นทางตัวอย่างส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ในส่วนของการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

ในด้านการส่งเสริมธุรกิจการแสดงสินค้านั้น ที่เสียบให้ความสำคัญกับการทำตลาดการค้าในจังหวัดชายแดนประเทศเพื่อนบ้าน เช่น เชียงรายหนองคาย สระแก้ว เพื่อดึงนักท่องเที่ยวจากประเทศเพื่อนบ้านให้เข้ามาทำธุรกิจในประเทศไทยหรือซื้อธุรกิจไทยไปต่อยอดในประเทศของตน โดยถือเป็นการเตรียมความพร้อมของตลาดไมซ์ หรือ ตลาดภายในประเทศสู่การยกระดับมาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์และการพัฒนาตลาดภายในภูมิภาค หรือ Intra Region โดยเฉพาะเมื่อก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ เออีซี

ในขณะที่นโยบายหลักทางด้านการพัฒนานั้น ที่เสียบได้ประสานความร่วมมือกับหน่วยงานภาคี เช่น TICA และ TEA เพื่อสร้างมาตรฐานสำหรับผู้ประกอบการ หรือ Certify Supplier โดยเฉพาะอย่างยิ่งไมซ์ซีที โดยให้ความสำคัญในเรื่องความปลอดภัยสำหรับสถานประกอบการ เป็นต้น

ทั้งนี้ ที่เสียบเชื่อมั่นว่าจากกลยุทธ์ทางการตลาดและมาตรการต่างๆ ที่ออกมาครั้งนี้จะมีส่วนช่วยให้ตลาดไมซ์ภายในประเทศเติบโตขึ้น ในขณะเดียวกันก็เป็นการพัฒนาคุณภาพอุตสาหกรรมไมซ์อย่างมีประสิทธิภาพทั้งในเรื่องของมาตรฐานผู้ประกอบการ ทักษะความรู้ของบุคลากร และศักยภาพของการให้บริการในอุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาคต่างๆ ได้ครอบคลุมทั่วประเทศมากยิ่งขึ้น โดยที่เสียบคาดว่าจะการแผนการดำเนินงานเพื่อกระตุ้นตลาดไมซ์ภายในประเทศจะสามารถเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์ได้ร้อยละ 2 และเพิ่มผลกำไรจากเดิมได้ถึงร้อยละ 4 ในปีนี้



D-MICE Mart to boost Thai economy

MICE is one of the most promising industries contributing to the country's economy. In terms of market share, the domestic market currently accounts for around one-fifth of all revenue generated by Thailand's MICE industry, and its share is growing.

With this in mind, TCEB has initiated a marketing campaign to stimulate the domestic MICE market in line with its corporate strategies for 2014. These include: 1. WIN: Encouraging the holding of major events in Thailand. 2. PROMOTE: Promoting Thailand as a world-class, high-quality MICE destination. 3. DEVELOP: Improving skilled personnel, entrepreneurs and all parties concerned in the Thai MICE ecosystem towards excellence.

To encourage the staging of more events in Thailand, TCEB will focus on government agencies with a promotion plan to encourage more onsite meetings, especially during the low-season. In addition, TCEB is working with the government to drive support for 200% tax exemption for agencies and associated parties who arrange meetings in Thailand. A collaboration with the private sector to identify characteristics for each MICE city that will match various exhibitions is also proceeding. For example, Chiang Mai is characterised as a city of handicrafts. To develop the MICE industry at regional level, TCEB will implement MICE events in each province and elevate the stature of local and regional MICE events to national level. A good example is the Silk Festival in Khon Kaen. Similar events and exhibitions will be staged across the country with the aim of attracting more visitors.

The first Domestic MICE Mart is a key activity to stimulate the domestic MICE industry.

It also serves as a platform for direct business negotiations for buyers and sellers. The event is also instrumental in creating better understanding about the MICE industry among stakeholders, in turn strengthening domestic MICE industry capabilities and boosting the domestic MICE market, especially in the five designated MICE cities. Moreover, entrepreneurs will be able to reach their target groups, thereby dispersing revenues and trade and business potential to different regions. As such, D-MICE Mart is poised to greatly contribute to the country's economy.

Meanwhile, TCEB will continue to promote the five MICE cities, including Bangkok, Chiang Mai, Khon Kaen, Pattaya, and Phuket, by highlighting the unique identity of each city. For example, Bangkok, "The Metropolis"; Pattaya, "The Festive Seaside"; Chiang Mai, "The Lanna MICE Destination"; Khon Kaen, "The Indo-China Gateway"; and Phuket, "The Luxury Festive". Meanwhile, TCEB will implement elevation of local

events to national level to offer new experiences and diversity of MICE events in Thailand. Add to all this extension of MICE locations to different regions, including Sukhothai, Phitsnulok, Prachuap Khiri Khan, Krabi, Surat Thani, Chumphon, Nakhon Si Thammarat, and Ubon Ratchathani, plus new emerging MICE cities such as Nakhon Sawan, Rayong, and Khao Yai.

Regarding potential target groups by industry, TCEB will focus on food, agriculture, tourism, and the auto industry. Education, careers, and environment industries are also seeing continuous growth in MICE events. Then there are certain emerging sectors and industries that the government specially supports, including arts & culture, clean energy, and creative businesses, all of which are also among the TCEB's target groups.

The 1st Domestic MICE Mart was attended by over 400 delegates from around 100 agencies in both the public and private sectors, including ministries, local administrations, companies, expatriate associations, professional associations, and other organisations. The delegates had the opportunity to review 50 MICE offerings, ranging venues, airlines, tour operators and other related businesses. The Domestic MICE Mart will be rotated to the other four MICE cities from March – August 2014.

Following the great success of "Domestic MICE: A Royal Trail Inspiration Project" last year, TCEB moved to create a second iteration this year as part of its domestic MICE market stimulation plan. The project includes a familiarization trip to visit the Royal Initiatives Project while targeting domestic meetings and incentive travel groups.

In staging these trade exhibitions, TCEB will prioritize trade in border areas around Chiang Rai, Nong Khai, and Sakaew with a view to drawing MICE travellers from neighbouring countries and building a solid foundation for intra-regional MICE in preparation for the Asean Economic Community (AEC).

Regarding its development policy, TCEB is collaborating with several allied agencies, including TICA and TEA, to create a benchmark for MICE entrepreneurs dubbed "Certify Supplier". This initiative is especially focused on MICE cities while also concentrating on raising security management standards.

TCEB believes that the aforementioned marketing strategy and proactive measures will greatly contribute to growth in the domestic MICE industry. It also expects to raise the standard of MICE personnel, entrepreneurs, and services at both a regional and national level.

Implementation of this year's domestic MICE marketing plan is expected to result in a 2% increase in MICE traffic and raise revenues by around 4%.



ทีเส็บ ระบุหน้าทำแผนฟื้นฟูอุตสาหกรรม การประชุมของประเทศไทย

ทีเส็บ จัดงานประชุมเพื่อหารือและพัฒนาแผนฟื้นฟูเพื่อให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนอุตสาหกรรมการประชุมในประเทศไทย เพื่อตอบสนองต่อสถานการณ์ทางการเมืองของประเทศไทย ในปัจจุบัน

งานประชุมดังกล่าวจัดขึ้นที่ โรงแรม JW Marriott มีผู้เชี่ยวชาญจากภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานในตลาดต่างประเทศ เช่น สมาคมโรงแรมไทย สายการบินต่างๆ รวมถึง บริษัททัวร์ที่มีความสามารถในการบริหารจัดการท่องเที่ยวในรูปแบบพิเศษๆ หรือที่เรียกว่า DMCs และสมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) หรือ ทีก้า นำโดยประธานและเหล่าผู้บริหารเข้าร่วมการประชุม

TCEB takes lead with recovery plan for Thailand's MICE industry

TCEB, in response to Thailand's current political situation, organised a meeting to discuss and develop a recovery plan to help and support Thailand's meetings industry. Held at JW Marriott Hotel, the meeting was joined by experts from related sectors operating in international markets, including Thai Hotel Association members, airlines and DMCS. Thailand Incentive and Convention Association (TICA) also joined the meeting, led by its President and executives.



เอกอัครราชทูตไทยในภูมิภาคยุโรป ร่วมพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ไทย

นายพรรัตน์ เมธาวิกุลชัย ผู้อำนวยการ ทีเส็บ (ที่ 4 จากขวา) และนายพพล คุณวิบูลย์ เอกอัครราชทูต ณ กรุงบรัสเซลส์ ราชอาณาจักรเบลเยียม (ที่ 4 จากซ้าย) ร่วมจัดการประชุมเพื่อสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ของไทยในภูมิภาคยุโรป ณ สถานทูตไทยในกรุงบรัสเซลส์ เบลเยียม โดยมีเอกอัครราชทูตไทยประจำภูมิภาคยุโรปเข้าร่วมทั้งสิ้นกว่า 14 ประเทศ เพื่อหารือการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ไทยในภูมิภาคยุโรปร่วมกัน

Ambassadors of the Kingdom of Thailand to Promote MICE Industry in Europe

Mr. Nopparat Methaveekulchai, the president of TCEB (4th from right) joined hand with Mr. Nopadol Gunavibool, Ambassador of the Kingdom of Thailand to the Kingdom of Belgium, Luxemburg, and the European Union (4th from left), to arrange 'the Promotion of Thailand's MICE Industry in Europe Seminar' at the Royal Thai Embassy, Brussels, Belgium, together with the ambassadors and representatives of the Kingdom of Thailand to the Kingdom of the European Union from 14 countries to discuss on the development of Thailand's MICE promotion in Europe.

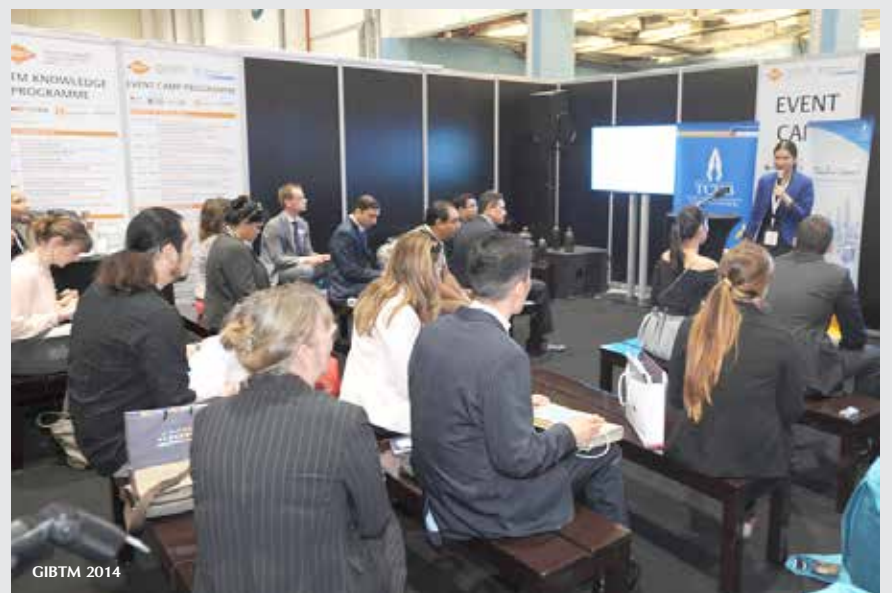


Kavin Intertrade จับมือ Diversified Communication Asia ยกกระต๊อบงานแสดงสินค้าแห่งอาเซียน

ทีเส็บเดินทางขึ้นเคเบิลอุตสาหกรรมแสดงสินค้านานาชาติตามแผนยุทธศาสตร์ปี 57 ด้วยการเป็นผู้เชื่อมโยงโอกาสทางธุรกิจ เพื่อพัฒนาเครือข่ายทั้งภาครัฐและเอกชน โดยล่าสุดได้จับคู่บริษัท กวิน อินเตอร์เทรด (Kavin Intertrade) ซึ่งเป็นผู้จัดการสัญชาติไทย ให้เกิดการจัดงานร่วมกันกับบริษัทผู้จัดการแสดงสินค้าชั้นนำของโลกจากสหรัฐอเมริกา ได้แก่ บริษัท ไตเวอร์ซิปายด์ คอมมูนิเคชันส์ เอเชีย (Diversified Communications Asia) ซึ่งมีความเชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมอาหาร โดยทั้งสองบริษัทจะร่วมกันทำงานและยกระดับการจัดงาน Thailand Franchise and Business Opportunities (TFBO) และงาน Thailand Retail, Food & Hospitality Services (TRAFS) ให้เติบโตขึ้น เพื่อต่อยอดการศึกษาภาพประเทศไทยในการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติและเป็นการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

Kavin Intertrade joins Diversified Communication Asia to lift Thailand's trade show business in ASEAN

As part of its strategic plan for 2014 to drive Thailand's international exhibition industry, TCEB has been working as a business connector/facilitator in a bid to develop networks with both public and private sectors. Recently, TCEB, in collaboration with Kavin Intertrade, a Thai events organiser, has succeeded in entailing creation of a joint venture with Diversified Communications Asia, a top American company in the food industry. The two companies will work together to grow and lift the standard of two trade shows – Thailand Franchise and Business Opportunities (TFBO) and Thailand Retail, Food & Hospitality Services (TRAFS). This, in turn, will strengthen Thailand's potential as a venue for international fairs and a stage for organising ASEAN international trade shows.



บุกตลาดตะวันออกกลาง ร่วมงาน GIBTM 2014

ทีเส็บเข้าร่วมงานเทรดดิ้งโชว์ The Gulf Incentive, Business Travel and Meetings Exhibition หรือ GIBTM 2014 ซึ่งจัดขึ้น ณ เมืองอาบูดาบี สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ โดยนำผู้ประกอบการไทยทั้งโรงแรม ศูนย์ประชุม และ บริษัทนำเที่ยวจำนวน 5 รายเข้าร่วมงาน โดยในปีนี้จะเสาะหาพันธมิตรตลาดตะวันออกกลางมากยิ่งขึ้นเนื่องจากตัวเลขการเติบโตไตรมาสที่ 1 นั้นสูงถึง 525% จากจำนวนนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางที่เข้ามาในไทยมากขึ้น อาทิ ซาอุดีอาระเบีย คูเวต อิสราเอล ตุรกี และจะเน้นการดำเนินงานใน 2 ประเด็นหลัก คือ รักษาทิศทางเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์ให้ยังคงอยู่ในแนวทาง เพื่อที่สามารถรักษาสวนแบ่งตลาดไว้ให้ได้ และพยายามเพิ่มค่าใช้จ่ายในการเดินทางเข้ามาจัดงานไมซ์และวันพักเพื่อให้รายได้เป็นไปตามเป้าหมาย

TCEB taps the Middle East market, joining GIBTM 2014

TCEB joined "The Gulf Incentive, Business Travel and Meetings Exhibition or GIBTM 2014". The event is held at Abu Dhabi, the United Arab Emirates. This year, TCEB will focus more on the Middle East market which grew by 525% in Q1 in terms of increased trips to Thailand by travellers from countries such as Saudi Arabia, Kuwait, Israel and Turkey. TCEB aims to emphasize two main marketing tactics: (i) maintaining the growth in MICE travellers and market share and (ii) raising rates for MICE events and extending the length of stay so as to boost revenues to meet higher targets.

“ธุรกิจไมซ์” อนาคตอันสดใสของอาเซียน

ที่เสียบัณฑิตให้ธุรกิจไมซ์เป็นวาระแห่งอาเซียน ชุมชนฐานสถานที่จัดงานไมซ์ไทยสู่ระดับภูมิภาค พร้อมบูรณาการความร่วมมือเครือข่ายภาคไมซ์อาเซียน เปลี่ยนคู่แข่งเป็นคู่ค้าในโครงการ “ASEAN Networking on MICE: Public & Private Partnership” ทั้งนี้ เพื่อผลักดันธุรกิจไมซ์เป็นหนึ่งในจุดแข็งของอาเซียนและส่งเสริมศักยภาพให้อาเซียนเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก

ที่เสียบัณฑิตได้รับความเห็นชอบจากที่ประชุมเวทีท่องเที่ยวอาเซียน (ASEAN Tourism Forum) ให้เป็นเจ้าภาพจัดโครงการ ASEAN Networking on MICE: Public & Private Partnership เพื่อเปิดเวทีให้ภาครัฐและเอกชนได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์ด้านการดำเนินงานในการพัฒนาธุรกิจไมซ์ของแต่ละประเทศ และต่อยอดความร่วมมือระหว่างกัน ทั้งนี้ เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งของกลไกอาเซียนทั้งระบบ อันจะส่งผลต่อการพัฒนาธุรกิจไมซ์ในระดับอาเซียน

โครงการนี้มีตัวแทนผู้รับผิดชอบด้านการพัฒนาธุรกิจไมซ์จากประเทศสมาชิกอาเซียน 8 ประเทศ ได้แก่ ไทย สิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย เวียดนาม ลาว กัมพูชา และ พม่า เข้าร่วมเสวนาถึงกรอบการทำงานและความเป็นไปได้ของการร่วมมือกันดำเนินงานในแต่ละระดับเพื่อเตรียมความพร้อมและพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ของอาเซียนอย่างเป็นระบบ โดยประเทศสมาชิกเห็นพ้องตรงกันในการยกประเด็นการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์เป็นวาระแห่งอาเซียน ทั้งนี้ เพราะเล็งเห็นศักยภาพบนความถนัดที่หลากหลายของแต่ละประเทศสมาชิก ซึ่งหากได้มีความร่วมมือที่แข็งแกร่งและเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันแล้ว จะส่งผลให้อุตสาหกรรมไมซ์ของอาเซียนสามารถเติบโตได้ไกลในเวทีโลก อันจะเป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจโดยรวมของภูมิภาคอาเซียนโดยเฉพาะอย่างยิ่ง

เมื่อเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี พ.ศ. 2558 ที่จะถึงนี้

หากมองตัวเลขจากรายงานกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวธุรกิจของอาเซียน ในปี พ.ศ. 2555 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมายังภูมิภาคอาเซียนจำนวนกว่า 87 ล้านคน โดยร้อยละ 46 เป็นนักท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียน มีการคาดการณ์ว่านักท่องเที่ยวในอาเซียนจะเพิ่มจำนวนขึ้นเป็น 118.63 ล้านคน ภายในปี พ.ศ. 2560 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 35 จากปี พ.ศ. 2555 ซึ่งหากอุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาคมีการพัฒนาและเติบโตในระดับเดียวกันจะมีนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์รวม 12 ล้านคนในปี พ.ศ. 2560 คิดเป็นรายได้สูงถึงร้อยละ 20 ของรายได้จากการท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว โดยจะเห็นได้ชัดเจนว่า ต่อจากนี้ อุตสาหกรรมไมซ์จะเป็นรากฐานที่แข็งแกร่งสำหรับการพัฒนาเศรษฐกิจโดยรวมของภูมิภาค

การพบปะและเสวนาของสมาชิกไมซ์และการท่องเที่ยวในกลุ่มอาเซียนครั้งนี้ ถือเป็นงานดำเนินการตามหลักยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ในอาเซียน 9 ข้อ ได้แก่ 1. ด้านการค้า 2. ด้านการลงทุน 3. ด้านการสร้างแบรนด์ 4. การอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า 5. การกระจายงาน 6. การส่งเสริมการเดินทางภายในภูมิภาค 7. การส่งเสริมตลาดระยะใกล้ 8. ยุทธศาสตร์การผนึกรวมตลาด และ 9. การจําแนกกลุ่มตลาด โดยครั้งนี้ประเทศไทยได้ริเริ่มให้มีการหารือเบื้องต้นเกี่ยวกับ 3 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ 1. ด้านการลงทุน ซึ่งเน้นความร่วมมือด้านการส่งเสริมตลาดไมซ์อาเซียน 2. ด้านการส่งเสริมการเดินทางภายในภูมิภาค โดยได้หารือถึงการร่วมดำเนินงานระดับโลกเข้าสู่ภูมิภาคอาเซียนและการส่งเสริมให้เกิดการจัดงานไมซ์หมุนเวียนในระดับภูมิภาค 3. ด้านการสร้างแบรนด์และการอำนวยความสะดวก

สะดวกลูกค้า ซึ่งได้หารือถึงภาพรวมของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยและการเป็นผู้นำในการพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์ของอาเซียน

ในโอกาสนี้ ที่เสียบัณฑิตได้รับเกียรติจาก Mr. Eddy Krismeidi Soemawilaga เจ้าหน้าที่อาวุโส สำนักเลขาธิการอาเซียนมาร่วมนำเสนอศักยภาพและทิศทางการส่งเสริมธุรกิจไมซ์ของอาเซียน ทั้งทางด้านการส่งเสริมการคมนาคมภายในภูมิภาค การผลักดันการจัดทำมาตรฐานสถานที่จัดงานไมซ์อาเซียน หรือ AMVS ซึ่งที่เสียบัณฑิตริเริ่มขึ้นเป็นครั้งแรก และได้รับความเห็นชอบในที่ประชุมเวทีท่องเที่ยวก่อนหน้านี้

นอกจากนี้ ยังมีการเสวนาของตัวแทนประเทศสมาชิกอาเซียนในหลากหลายประเด็น เช่น การผลักดันให้เกิดการประสานความร่วมมือระหว่างประเทศสมาชิกในการจัดกิจกรรมต่างๆ ร่วมกันมากกว่าการแข่งขัน การพัฒนาและยกระดับมาตรฐานสถานที่จัดงานไมซ์ระดับอาเซียน พร้อมทั้งการพัฒนาความรู้และทักษะของบุคลากรในรูปแบบของหลักสูตรการศึกษาหรือการอบรม โดยบทสรุปของการเสวนานี้ ประเทศสมาชิกลงความเห็นตรงกันว่า ควรจัดตั้งคณะทำงานที่ประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญในสาขาอาชีพ กลุ่มวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งหน่วยงานจากทั้งภาครัฐและเอกชนเพื่อร่วมกันเสนอแนวคิดและแนวทางปฏิบัติในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ใน 3 ด้านหลัก ได้แก่ มาตรฐานสถานที่จัดงานไมซ์ ทักษะบุคลากรไมซ์ และกลยุทธ์ทางการตลาดซึ่งจะพัฒนาต่อยอดเป็นกรอบการทำงานอย่างเป็นทางการในภายหลัง และข้อสรุปที่ได้ก็จะได้รับการนำเสนอสู่ที่ประชุม ASEAN Tourism Forum ในโอกาสต่อไป



‘MICE’ - the bright future of ASEAN

TCEB heightens Thailand's MICE standard venues to the regional level and is in high gear in integrating ASEAN MICE collaboration networks with the hope of changing competitors into partners under the project "ASEAN Networking on MICE: Public & Private Partnership". This is to push forward the MICE business to become one of the strengths of ASEAN and to enhance the potential of ASEAN as a destination for MICE travellers from around the world.

TCEB gets the green light at the ASEAN Tourism Forum to host the "ASEAN Networking on MICE: Public & Private Partnership" to open the platform for the public and private sector to share experiences in MICE business development and operations in each country and to continue to tighten mutual cooperation in order to strengthen the ASEAN mechanism in the whole system, resulting in further development of MICE business in ASEAN.

The project is run by the agents responsible for developing MICE business from 8 ASEAN member countries, including Thailand, Singapore, Malaysia, Indonesia, Vietnam, Laos, Cambodia and Myanmar. Representatives from 8 ASEAN countries join the project for discussion on the framework and the possibility of business cooperation at each level to prepare readiness and develop ASEAN's MICE industry systematically. All member countries agreed to raise the issue of the ASEAN MICE industry as a national agenda because each country has its own strengths and potential which can be integrated for stronger cooperation. If we have strong cooperation and unity, this will contribute to the further growth of the MICE industry in ASEAN on the

world stage which benefits the overall ASEAN economy, especially when the ASEAN Economic Community takes place in 2015.

Looking at the figures from the report on the ASEAN Business Travel Marketing Strategies 2012, over 87 million international tourists travelled to the ASEAN region. 46% of these are tourists from ASEAN countries. The number of ASEAN travellers is expected to increase to 118.63 million in 2017, up by 35% from 2012. If the MICE industry were to contribute in a similar proportion to current level that would equate 12 million arrivals in 2017 with 20% growth in revenues from tourism alone. It is clear that from now on, the MICE industry will become a solid foundation for overall economic development of the region.

Meetings and discussions of MICE and tourism members in ASEAN is considered a way to promote and develop the MICE industry in ASEAN in nine strategic platforms, including 1. Trade Strategy 2. Funding Strategy 3. Branding Strategy 4. Client Facilitation Strategy 5. Dispersal Strategy 6. Intra ASEAN Strategy 7. Short Haul Market Strategy 8. Integrated Marketing Strategy 9. Market Segmentation Strategy.

This time, Thailand has initiated preliminary discussions on three strategies 1. Trade and Investment which focuses on promoting ASEAN MICE markets. 2. Promoting travelling within the region by discussing with related agencies to bring global events to the ASEAN region and to enhance the idea of taking turns to organise MICE events within the region. 3. Branding and customer facilitation by discussing

with related agencies Thailand's MICE industry and leadership for the development of ASEAN MICE industry standards.

On this occasion, TCEB was honoured by Mr. Eddy Krismeidi Soemawilaga, Senior Officer, ASEAN Secretariat who spoke of the potential and direction for promoting MICE business in ASEAN, together with promoting transportation within the region, pushing forward the plan to formulate the ASEAN MICE Venue Standard (AMVS), initiated by TCEB and previously approved by the committee at the tourism meeting.

There were also discussions and presentations from representatives of ASEAN member countries on various issues such as promoting mutual cooperation among member countries in organising activities together rather than competing. Other issues discussed included development and raising the ASEAN MICE Venue Standard (AMVS) together with skills and knowledge development of personnel in the form of study courses and training. For the conclusion of the seminar, member countries agreed that it should establish a working group consisting of experts in each profession, including agencies from both the public and private sectors, to share their ideas and practices guideline for the development of the MICE industry in 3 aspects: Standards for MICE venues, Skilled MICE personnel, and Marketing strategies. These will be further developed to become a formal framework and conclusions will be further presented to the next ASEAN Tourism forum meeting.



THAILAND CONVENTION
& EXHIBITION BUREAU

Thailand Convention & Exhibition Bureau (TCEB)
Siam Tower, 12B and 26 Floor, 989 Rama 1 Road,
Pathumwan, Bangkok 10330
Tel: +66 (0) 2694 6000 Fax: +66 (0) 2658 1411
TCEB Call Center 1105
www.tceb.or.th
www.facebook.com/tceb.or.th