

2016 | ANNUAL TCEB | REPORT

รายงานประจำปี พ.ศ. 2559 สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)





Contents สารบัญ

001

Message from the Chairman
สารจากประธานกรรมการ

009

History of TCEB
ประวัติ วิทยาลัยฯ และ พันธกิจ

018

Management Team
คณะผู้บริหาร

070

MICE Trend 2017
แนวโน้มธุรกิจไมซ์ปี พ.ศ. 2560

005

Message from the President
สารจากผู้อำนวยการ

012

TCEB Organisational Chart
โครงสร้างองค์กร สสปน.

022

Overseas Representatives
ผู้แทนประจำภูมิภาคต่างประเทศ

073

Financial Statements 2016
งบการเงินปี พ.ศ. 2559

014

Board of Directors
คณะกรรมการ

023

Success of Thailand's MICE Industry in 2016
ภาพรวมความสำเร็จของการดำเนินงานในปี พ.ศ. 2559



Message from the Chairman สารจากประธานกรรมการ สสปน.



รายงานประจำปีของ สสปน. เล่มนี้ เป็นฉบับแรก หลังจาก
ที่ผมได้เข้ามารับตำแหน่งประธานกรรมการส่งเสริมการ
จัดประชุมและนิทรรศการโดยการอนุมัติแต่งตั้งจากคณะ
รัฐมนตรีเมื่อเดือนตุลาคม พ.ศ. 2558 โดยการปฏิบัติหน้าที่ใน
ฐานะประธาน สสปน. ผมได้กำหนดแนวคิดเชิงกลยุทธ์ ทิศทาง
การดำเนินงาน และเป้าหมาย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหาร
จัดการ และขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ให้มีความเข้มแข็งและ
ยั่งยืน โดยเฉพาะการวางตำแหน่งให้ สสปน. มีหน้าที่ในการ
เชื่อมโยงกับหน่วยงานต่างๆ ทั้งจากภาครัฐและเอกชน เน้น
สร้างความเข้มแข็งของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์
มากกว่าจะมุ่งเป้าหมายจำนวนนักท่องเที่ยว และรายได้
เพียงอย่างเดียว

สสปน. จะต้องเป็นศูนย์กลางข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ และ
มีบทบาทในการพัฒนาศักยภาพผู้จัดการประชุมมืออาชีพ ต้อง
ขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ ให้ประเทศไทยเป็นจุดเชื่อมต่อ
ธุรกิจภูมิภาคต่างๆ และส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นที่ตั้ง
สำนักงานระดับภูมิภาคขององค์กรต่างๆ โดย สสปน. จะ
ประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องเพื่อปรับปรุง
กฎระเบียบให้จูงใจต่อการทำธุรกิจ ธุรกิจในประเทศไทย
มากขึ้น สามารถเทียบเคียงกับสิงคโปร์ และฮ่องกง เราจึงจะ
ต้องก้าวไปสู่สิ่งที่ใช้สมองมากขึ้น จากการเป็นประเทศผู้ให้
บริการด้วยมือ เราจะต้องให้บริการด้วยสมอง 'Deliver by
head, not only by hand'

หันมาดูด้านเศรษฐกิจโลกในปี พ.ศ. 2559 เป็นปีที่
ภาพรวมเศรษฐกิจประเทศสำคัญ ส่งสัญญาณการฟื้นตัวอย่าง
ต่อเนื่อง โดยเศรษฐกิจของสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และจีนมีการ
ขยายตัวที่เร่งขึ้น ในขณะที่กลุ่มประเทศยูโรโซนยังรักษาพลวัต
การฟื้นตัวได้อย่างต่อเนื่อง การฟื้นตัวที่ชัดเจนมากขึ้นของ
ประเทศสำคัญ เมื่อรวมกับการปรับตัวเพิ่มขึ้นของราคาน้ำมัน
และราคาสินค้าโภคภัณฑ์ในตลาดโลก ส่งผลให้การส่งออกและ
การขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศในภูมิภาคเอเชียปรับตัว
ในทิศทางที่ดีขึ้น ในทางเดียวกันเศรษฐกิจของไทยมีอัตราการ

ขยายตัวร้อยละ 3.2 ปรับตัวดีขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อนที่เติบโต
ร้อยละ 2.9

ด้านธุรกิจไมซ์ มีอัตราการขยายตัวที่ยิ่ง ปีนี้ประเทศไทยมี
โอกาสต้อนรับนักเดินทางกลุ่มไมซ์รวมทั้งสิ้น 1,273,465 คน
สร้างรายได้ 102,936 ล้านบาท ด้านจำนวนคนขยายตัว
ร้อยละ 16 และรายได้ร้อยละ 7 จำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์
สูงสุดมาจากภูมิภาคเอเชีย ยุโรป อเมริกา และโอเชียเนีย โดย
ธุรกิจประชุมนานาชาติมีนักเดินทางกลุ่มไมซ์เข้ามามากที่สุด
ตามด้วยกลุ่มเดินทางเพื่อเป็นรางวัล กลุ่มการประชุมองค์กร
และการแสดงสินค้านานาชาติ นักเดินทางกลุ่มไมซ์จาก
ประเทศจีนยังคงอยู่ในอันดับที่หนึ่ง ด้านกลุ่มเดมสติคไมซ์มี
นักเดินทางกลุ่มไมซ์สูงถึง 28.85 ล้านคน เติบโตถึงร้อยละ 21
ด้านรายได้เติบโตร้อยละ 58 หรือ คิดเป็นจำนวนรายได้ 73,000
ล้านบาท

ความสำเร็จของการดำเนินงานในปีงบประมาณ พ.ศ.
2559 พิสูจน์ได้จากการที่ประเทศไทยได้รับสิทธิ์เป็นเจ้าภาพ
ในการจัดงานไมซ์ที่สำคัญ อาทิ ด้านการประชุมนานาชาติ
เป็นเจ้าภาพ การประชุมเยาวชนโลก ปี 2558 (One Young
World Summit 2015) ซึ่งเป็นการประชุมผู้นำรุ่นใหม่ของโลก
เปิดโอกาสให้เยาวชนซึ่งเป็นตัวแทนจากแต่ละประเทศ ร่วม
แลกเปลี่ยนมุมมองเกี่ยวกับสิทธิมนุษยชน และปัญหาด้านต่างๆ
ของเยาวชน และมีบุคคลสำคัญของโลกมาเป็นผู้บรรยายสร้าง
แรงบันดาลใจให้เยาวชน / การประชุมภาคพิเศษของพยาน
พระยะโฮวา ปี 2558 (Special Convention of Jehovah's
Witnesses 2015) มีผู้แทนพยานพระยะโฮวา จากนานา
ประเทศ ร่วมแลกเปลี่ยนแนวทางการใช้ชีวิตให้มีความสุข
ตามหลักศาสนา ด้านการประชุมและท่องเที่ยวเพื่อเป็น
รางวัล มีงานประชุมองค์กรขนาดใหญ่ จากบริษัทขายตรงด้าน
อาหารเสริมและเวชภัณฑ์จากประเทศจีน อย่าง การประชุม
บริษัท Infnitus China Overseas Training 2016 และ การ
ประชุมบริษัท Pro Health 2016 ที่เลือกไทยเป็นสถานที่จัด
ประชุมและอินเซนทิฟ ให้แก่สมาชิกซึ่งเป็นผู้ขายของบริษัท

ด้านการแสดงสินค้านานาชาติ จังหวัดเชียงใหม่ ยังเป็นเจ้าภาพ
การประชุม UFI Open Seminar in Asia 2016 เวทีการประชุม
สำหรับผู้ดำเนินธุรกิจเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมกรรมการแสดงสินค้า
นานาชาติ ได้ร่วมแลกเปลี่ยนประสบการณ์เกี่ยวกับธุรกิจแสดง
สินค้าในปัจจุบัน / งาน ProPak Asia 2016 งานแสดงสินค้า
อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี กระบวนการผลิต การแปรรูป
อาหาร และบรรจุภัณฑ์ที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาคเอเชีย / งาน
Asian Utility Week 2016 งานแสดงสินค้าธุรกิจสาธารณูปโภค
และไฟฟ้าใหญ่ระดับภูมิภาค นอกจากนี้ประเทศไทยยังเป็น
เจ้าภาพงานมหกรรมบันเทิงอย่าง Bangkok Entertainment
Week 2016 ที่รวบรวมงานในธุรกิจบันเทิงและดิจิทัลคอนเทนท์
ถึง 4 งานเข้าด้วยกัน ได้แก่ Bangkok Comic Con 2016,
Bangkok International Digital Content Festival 2016,
Thailand Comic Con 2016, และ Thailand Toy Expo
2016

ความสำเร็จที่เกิดขึ้นนั้น มาจากการทำงานเป็นเครือข่าย
ซึ่งมีทั้งหน่วยงานรัฐ เอกชน สื่อมวลชน ชุมชนท้องถิ่นที่ต่าง
ร่วมมือกันทำงานบนพื้นฐานการยอมรับ และมีความไว้วางใจ
ซึ่งกันและกัน ร่วมบูรณาการความร่วมมือในการพัฒนา
อุตสาหกรรมไมซ์ ต้องขอบคุณรัฐบาลที่สนับสนุน ด้านการ
ลงทุนโครงสร้างพื้นฐาน และการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่
ประเทศในองคร่วม ขอขอบคุณหน่วยงานเอกชนที่ให้ผมได้ใช้
Listing Trip พุดคุย หรือ แบ่งปัน แก๊ซ และขับเคลื่อนไมซ์ใน
ระดับสนามแล้วนำกลับมาพิจารณาในที่ประชุมคณะกรรมการ

ท้ายสุดนี้ผมขอขอบคุณคณะกรรมการ คณะผู้บริหาร
สสปน. เจ้าหน้าที่ที่ได้มุ่งมั่น ใส่ใจ ในการจัดกระบวนการ
บริหารจัดการองค์กร ให้มีประสิทธิภาพและมีความโปร่งใส
สร้างวัฒนธรรมองค์กรให้ดำเนินงานในทิศทางที่ถูกต้อง ถือว่า
มีความสำคัญมากต่อการขับเคลื่อนองค์กรให้บรรลุเป้าหมาย
ขอบคุณทุกแรงกาย แรงใจ ที่สร้างศักยภาพของประเทศไทย
ในฐานะจุดหมายปลายทางของการจัดงานไมซ์ระดับโลก
อย่างยิ่ง

นายวิระกิตต์ ไควสุรัตน์
ประธานกรรมการส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ

This TCEB annual report is the first issue following my appointment as the bureau's chairman, approved by the Cabinet in October 2015.

In my capacity as TCEB's chairman, I have defined a strategic concept, operational direction and goals to enhance management effectiveness and drive the MICE industry to be strong and sustainable. In particular I have positioned TCEB to provide the links with various agencies, both public and private, with the priority to strengthen MICE operators. In the long-term this will prove to be more important than just concentrating on numbers of travelers and income.

TCEB must be the MICE industry's information center and play a role in developing the skills of professional meeting organisers. In addition, it must drive the MICE industry to ensure Thailand becomes a hub for businesses linkage in different regions and to promote Thailand as the regional headquarters of various organisations. TCEB will coordinate with relevant government agencies to improve regulations to encourage more business and transactions in Thailand that will compare favorably with Singapore and Hong Kong. We will have to raise our game plan and step up to a higher level of expertise that uses the brain more, or to coin a phrase; "Deliver by head, not only by hand".

As for the world economy in 2016, it was a year that saw important countries for the MICE industry signal recovery. The economies of the United States, Japan and China have accelerated, while Eurozone countries have maintained their recovery dynamics. The clearer economic recovery outlook in major countries is seen in the context of rising oil prices and global commodity prices. This has resulted in improved exports and

economic growth in Asia. In the same way, the Thai economy grew by 3.2%, an improvement on 2.9% growth in the previous year.

For MICE business, the growth rate in 2016 was excellent. Thailand welcomed 1,273,465 MICE travelers increasing 16% and generated THB102,936 million improving 7%. Asia was the top source of MICE visitors followed by Europe, the Americas and Oceania. Also, convention business delivered the most MICE travelers followed by incentives, meetings and exhibitions. In international supply markets, China ranked first delivering the most MICE visitors. For the domestic market, the number of MICE travelers reached 28.85 million an increase of 21% and circulated THB73,000 million growing 58%.

Successful ventures in the 2016 fiscal year resulted in Thailand winning the right to host various important MICE events. In the conventions segment one success was the One Young World Summit 2015, a stage for a new generation of leaders to explore opportunities to exchange views on human rights and various issues of related to youth that drew inspirational speakers. Another notable event was the Special Convention of Jehovah's Witnesses 2015, which attracted representatives of the Jehovah's Witnesses movement to share opinions and discuss religious principles.

Incentives: There were large corporate meetings organised by direct sales companies in the supplementary food and medical supply business in China. They included Infinitus China Overseas Training 2016 and Pro Health 2016, which selected Thailand as an event venue for their members.

Exhibitions: Chiang Mai hosted the UFI Open

Seminar in Asia 2016, a stage for business-related industries exhibitors to share experiences concerning current trade show trend.

ProPak Asia 2016 was hosted in Thailand, the largest fair in Asia presenting industry and technology products, production, food processing and packaging.

Asian Utility Week 2016 presented utility and electricity products. In addition, Thailand also hosted entertainment events such as Bangkok Entertainment Week 2016 that included four entertainment and digital fairs together; namely Bangkok Comic Con 2016, Bangkok International Digital Content Festival 2016, Thailand Comic Con 2016 and Thailand Toy Expo 2016.

These successes came from working as a network with both public and private agencies, media, local communities. They worked on a mutually acceptable basis, demonstrating trust in each other that helped them to integrate and develop the various segments of the MICE industry.

I have to thank the government for supporting infrastructure investment and building confidence in the country as well as the private sector that allowed me to interact, listen, learn and share ideas on how to drive MICE forward. It ensured I could present ideas to the TCEB board meeting for its consideration.

Last but not least, I would like to thank the Board of Directors, Management team and TCEB staff, who have committed themselves to organise the corporate governance process to be effective and transparent. They have created an organisational culture that allows us to work in the right direction. This is very important to ensure the organisation achieves its goal to build on Thailand's strengths and elevate the country to become a world-class MICE events destination.

Mr. Weerasak Kowsurat

Chairman of the Board of TCEB

Thailand Convention & Exhibition Bureau (Public Organization)





Message from the President สารจากผู้อำนวยการ

ปี พ.ศ. 2559 นับเป็นอีกปีที่อุตสาหกรรมไมซ์มีการพัฒนาไปเกินกว่าเป้าหมายที่วางไว้ทั้งในด้านจำนวนคนและรายได้ ด้วยการดำเนินงานตามแผนแม่บท ของ สสปน. ที่ยังคงกำหนดกลยุทธ์ ทั้งด้านการจัดงาน การส่งเสริม และการพัฒนาให้เป็นแนวทางรุกตลาดไมซ์และส่งเสริมประเทศไทยสู่เสติณขั้นของการจัดงานระดับโลก

ด้านการจัดงานต่างประเทศ ปีนี้ สสปน. เร่งเครื่องทั้ง 4 ธุรกิจไมซ์ เริ่มจากกลุ่มประชุมองค์กร เน้นรุกตลาดผ่านกลุ่มเป้าหมายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ เช่น ประธานบริษัท ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เจาะกลุ่มนักเดินทางขนาดเมกะไซส์ ในธุรกิจสำคัญอย่าง บริษัทขายตรง บริษัทประกันชีวิต บริษัทยานยนต์ ซึ่งประเทศไทยต้องพัฒนาการบริหารจัดการให้เกิดความประทับใจมากขึ้นมีความหมายมากขึ้น ในขณะที่การจัดประชุมนานาชาติ เป็นตลาดที่ต้องมีการเตรียมการล่วงหน้าอย่างน้อย 6 เดือน ซึ่งถือเป็นเวทีแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ทางวิชาการจึงต้องช่วยให้มีการใช้เครื่องมือและวิธีสื่อสารสาระที่ทรงพลังมากขึ้น ด้านการแสดงสินค้าเป็นเวทีที่แสดงความก้าวหน้าทางนวัตกรรมและเทคโนโลยี เน้นดึงดูดกลุ่มผู้ซื้อนานาชาติเข้ามาซื้อ และส่งเสริมให้เกิดการจัดงานแสดงสินค้าในธุรกิจที่รัฐบาลให้ความสนใจ โดยกลยุทธ์จัดงานปี พ.ศ. 2559 ยังคงเน้นใน 5 อันดับประเทศที่เข้ามาอย่าง จีน อินเดีย สิงคโปร์ มาเลเซีย และญี่ปุ่น

ด้านตลาดในประเทศ เดินหน้าภายใต้ นโยบายประชารัฐ เน้นการผนึกกำลังของหน่วยงานไทย ติมภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม กระตุ้นตลาดไมซ์ในประเทศ สร้างความต่อเนื่องของ แคมเปญประชุมเมืองไทย ภูมิใจช่วยชาติ / ส่งเสริมการจัดกิจกรรมไมซ์ในพื้นที่พิเศษ ชูโครงการพระราชดำริ

ภายใต้กิจกรรม 3 ปีติ ส่งเสริมตลาด สร้างการรับรู้ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ และ สนับสนุนหน่วยงานภาคีให้จัดกิจกรรมประชุมองค์กร และวิชาชีพในประเทศ

ด้านการส่งเสริม ยังได้ออกแคมเปญสื่อสารประเทศไทย Thailand CONNECT Our Heart... Your World ส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศไทย ศูนย์กลางไมซ์แห่งภูมิภาค จุดเชื่อมโยงธุรกิจสู่ความสำเร็จระดับสากล ภายใต้จุดเด่น 3 ประการ จุดหมายปลายทาง โอกาสทางธุรกิจ บุคลากรมืออาชีพ เน้นสร้างประสบการณ์การจัดงานไมซ์ที่น่าประทับใจ ผ่านรูปแบบการสร้างสรรค์กิจกรรม การนำเสนอมิติของไมซ์ซีดีที่หลากหลาย และนำเสนอทีมจัดงานไมซ์ชาวไทยที่มีความเป็นมืออาชีพ รักในงานบริการ ซึ่งเป็นพันธมิตรที่ยอดเยี่ยมในการจัดงานเชิงธุรกิจ

ด้านการพัฒนา เป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่สร้างชื่อเสียงให้ประเทศไทยในปีนี้เป็นอย่างมาก โดยชาวติระดับภูมิภาคนั้น สสปน.ได้ผลักดันมาตรฐานสถานที่จัดงานของประเทศไทยให้เป็นที่ยอมรับของประเทศสมาชิกอาเซียน ซึ่งจากการประชุมระดับเจ้าหน้าที่อาวุโสด้านการท่องเที่ยวอาเซียนครั้งที่ 43 ณ กรุงมะนิลา ประเทศฟิลิปปินส์ ที่ประชุมอาเซียนเห็นชอบให้ MICE Venue Standard ที่มาจากมาตรฐานของไทย ถูกบรรจุไว้ใน ASEAN Tourism Strategic Plan 2016 -2025 โดยประเทศไทยเป็นผู้รับผิดชอบเรื่องมาตรฐานไมซ์อาเซียน และได้มอบหมายให้ประเทศไทยเป็นเจ้าภาพคณะอนุกรรมการในการพัฒนามาตรฐานร่วมกับสมาชิกอีก 9 ประเทศ ทำให้ประเทศไทยมีบทบาทสำคัญ เป็นผู้นำองค์ความรู้ด้านมาตรฐานสถานที่จัดงานไมซ์ และส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศในฐานะศูนย์กลางไมซ์แห่งอาเซียน

ในขณะที่ ชาวติระดับประเทศนั้น ปีนี้ผู้ประกอบการไมซ์ไทย ยังผ่านการประเมินและเข้ารับมอบตราสัญลักษณ์

มาตรฐานสถานที่จัดงานไมซ์ (ประเภทห้องประชุม) จำนวนทั้งสิ้น 100 แห่ง มีห้องประชุมรวม 227 ห้อง เพิ่มขึ้นจากปีงบประมาณ 2558 ซึ่งมีผู้ประกอบการไมซ์ที่ผ่านการประเมินได้รับมอบตราสัญลักษณ์จำนวนทั้งสิ้น 42 แห่ง คิดเป็นห้องประชุมรวม 114 ห้อง ครอบคลุมทั้ง 5 เมืองไมซ์ซีดี

เป้าหมายของไมซ์ในปี พ.ศ. 2560 ยังเต็มไปด้วยความท้าทาย ทั้งจากแนวโน้มตลาดโลกที่เน้นกระแสสร้างธุรกิจด้วยดิจิทัล เศรษฐกิจโลกที่ยังมีความผันผวน และการใส่ความยั่งยืนให้แก่ธุรกิจไมซ์ระดับโลก ทำให้การเดินทางตามแผนแม่บทของ สสปน. ยิ่งต้องเข้มข้น และมีการประเมินทุกมิติ อย่างไรก็ตาม สสปน. ตั้งเป้าหมายภาพรวมในการสร้างรายได้ให้แก่เศรษฐกิจของประเทศทั้งสิ้น 155,000 ล้านบาท และเพิ่มจำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์ 27.1 ล้านคน โดยแบ่งเป็นรายได้จากตลาดต่างประเทศ 101,000 ล้านบาท จำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์จากต่างประเทศ 1,109,000 คน และรายได้จากตลาดในประเทศ 54,000 ล้านบาท และจำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์ 26 ล้านคน

ผมต้องขอขอบคุณ ภาครัฐ ส่วนราชการ ภาคเอกชน สื่อมวลชน คณะกรรมการ สสปน. คณะผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่ของ สสปน. ที่ได้สร้างไมซ์ให้เติบโตได้มาอีกปีหนึ่ง และสร้างผลงานอันน่าประทับใจ ทำให้ประเทศไทยไปปรากฏอยู่ในแผนที่ประวัติศาสตร์ด้านไมซ์ของโลก ผมเชื่อมั่นครับว่าอุตสาหกรรมไมซ์เป็นธุรกิจที่กำลังมาแรงในขณะนี้ และด้วยความร่วมมืออย่างดียิ่งจากทุกท่านจะเป็นแรงสำคัญที่ทำให้ประเทศไทยก้าวสู่ความเป็นผู้นำด้านไมซ์ และต้อนรับนักเดินทางจากทั่วโลกได้อย่างประทับใจ ตามสโลแกน THAILAND CONNECT THE WORLD

นายพนรัตน์ เปราวีกุลชัย
ผู้อำนวยการ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ
(องค์การมหาชน)

2016 is another year in which the MICE industry has exceeded its goals in terms of visitor numbers and income. TCEB has worked according to its master plan that pursues core objectives: To Win, To Promote and to Develop. They are paths of opportunity to penetrate the MICE market and position Thailand as a world-class destination for organising business events.

In order to win, TCEB is accelerating efforts in all MICE business segments, this year. To promote meetings we will target decision makers such as corporation presidents and chief executive officers. In the incentive sector, TCEB will tap mega-size events in key business segments such as direct sales, life insurance and automotive companies. Thailand is an ideal venue for incentives and our role focuses on developing contacts with management to ensure the event will make a big impression and be more meaningful.

The convention sector requires at least six months advance preparation, while a forum for exchanging academic knowledge will need tools and support to ensure the event has a powerful message to communicate.

Exhibitions create a stage to show progress, innovation and technology advancements by attracting international buyers. Our strategy is to encourage trade fairs in government-focused businesses. Our To win strategy in 2016 remained focus on the top five countries -China, India, Singapore, Malaysia and Japan.

In the domestic market, our policy and strategy is in line with the government's civil state or Pracharat approach that emphasizes integration of public and private sectors with the people. We will encourage growth in the domestic MICE industry and continue our

Meetings in Thailand campaign that promotes MICE activities in special areas and highlight the Royal Projects. Our promotions will create awareness in the special economic zones and support partner organisations to organise corporate and professional events in the country.

At the heart of our promotions is the campaign, Thailand CONNECT Our Heart....Your World, which presents Thailand as a regional MICE Hub and a business link to international success. The three key elements are destination, business opportunity and professional services. Our objective is to highlight the impressive MICE experience through activities, present MICE Cities in various dimensions and focus on our team of MICE professionals in Thailand who are service minded.

To develop is another strategy that has made Thailand famous this year. The good news in the region touches on TCEB's success in pushing Thailand's MICE venue standards to be recognised by ASEAN member countries.

On the occasion of the 43rd ASEAN Senior Officials Meeting in Manila, the Philippines, the meeting approved Thailand MICE Venue Standard to be included in the ASEAN Tourism Strategic Plan 2016 to 2025.

Thailand was made responsible for the ASEAN MICE standard. It assigned Thailand to host a subcommittee on standards development with the nine other country members that make up ASEAN. Thailand plays the important role of project leader to establish a workable standard for MICE venues and promote the image of the country as the MICE hub in ASEAN.

The good news for the country is that this year we

have 100 MICE venues with 227 meeting rooms certified under the Thailand MICE Venue Standard. This has increased from 42 MICE venues, comprising of 114 meeting rooms covering all five MICE cities in 2015.

To achieve MICE industry goals in 2017 will require the industry to rise to the challenges of the global market and its emerging trends. The focus is on creating business by digital channels against the backdrop of fluctuations in the world economy and the need to achieve sustainability in the MICE business worldwide.

To achieve progress, the TCEB master plan is even more intensive and evaluates every dimension. However, TCEB has set an overall goal of generating revenue for the country's economy of THB155,000 million and increasing the number of MICE visitors to 27.1 million. Of that total, THB101,000 million will come from the international market generated by 1,109,000 visitors and THB54,000 million from domestic market earned from 26 million domestic MICE visitors.

I would like to thank the government, private sector, media, TCEB Board of Directors, and TCEB staff, who have fostered MICE growth for another year and created an impressive work record. Their efforts have secured for Thailand a place on the world map of the MICE industry.

I firmly believe that the MICE industry is a thriving business and I am confident the positive growth trend will continue in the future. With great cooperation from all of you, together we will be a vital force to make Thailand a MICE leader and welcome travelers from around the world and in doing so we will achieve our mission slogan; THAILAND CONNECT THE WORLD.

Mr. Nopparat Maythaveekulchai
President, Thailand Convention and Exhibition Bureau
(Public Organization)



TCEB - Driver of the MICE industry in Thailand สสพ. ผู้ขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย

History

The Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization) or TCEB is a government agency under the supervision of the Office of the Prime Minister, established by Royal Decree as published in the Royal Thai Government Gazette on 28 September 2002. It has been in operation since 2004.

TCEB plays a role in developing and linking successful business events. Under the 'Growth Driver' paradigm, the focus is on being a business partner that inspires creativity in business-oriented events that span all different needs in order to achieve outstanding success.

Since its inception, TCEB has adhered to its mission to promote, develop, and facilitate the organisation of meetings, incentive travels, conventions and exhibitions widely known as the MICE industry. The bureau also focuses on maintaining standards within the MICE industry, developing its capabilities, and raising the proficiency of all MICE professionals. These are the key elements involved in generating MICE revenue that contributes to the broader Thai economy, while enhancing the competitiveness of the Thai MICE sector on domestic and world stages.

Vision

To establish Thailand as a globally recognised and preferred MICE destination in Asia.

Mission

- To increase MICE revenue, while enhancing the economic impact of Thailand's MICE industry
- To increase the long-term competitiveness and capabilities of Thailand's MICE industry on the world stage

Strategies for Driving the Thai MICE Industry

Based on its vision and mission, TCEB's goal is to drive Thailand to achieve the status of the preferred MICE destination in the region through three key strategies: To Win, To Promote, and To Develop, To achieve those goals there are eight strategic plans outlined in Thailand's MICE Industry Development Master Plan (2012 to 2016), as follows:

Win

Strategy 1: Consolidate existing markets and expand into new target markets.

Promote

Strategy 2: Establish Thailand as a Top-of-the-Mind MICE destination in Asia.

Develop

Strategy 3: Enhance the continuous growth of the domestic MICE market.

Strategy 4: Develop MICE Cities to establish Thailand as a MICE leader in the region.

Strategy 5: Differentiate Thailand's MICE market and add value through the creative economy.

Strategy 6: Develop Thailand's MICE infrastructure to sustain international competitiveness.

Strategy 7: Strengthen networks of cooperation in both local and international markets.

Strategy 8: Enhance the role and potential of TCEB.

ประวัติความเป็นมาของ สสพ.

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสพ. เป็นหน่วยงานภาครัฐชั้นนำ ที่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของสำนักนายกรัฐมนตรี ก่อตั้งโดยพระราชกฤษฎีกาตามประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 28 กันยายน พ.ศ. 2545 และได้เริ่มดำเนินงานตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 สสพ. มีบทบาทในการพัฒนาและเชื่อมโยงความสำเร็จของการจัดงานเชิงธุรกิจภายใต้กระบวนการที่ขับเคลื่อนความสำเร็จ (Growth Driver) มุ่งเน้นสู่การเป็นพันธมิตรทางธุรกิจที่จุดประกายความคิดสร้างสรรค์ สร้างแรงบันดาลใจสู่การจัดงานเชิงธุรกิจครอบคลุมทุกความต้องการที่แตกต่างกัน ที่ความสำเร็จที่เป็นหนึ่งเดียว

ตลอดระยะเวลาในการดำเนินงานนั้น สสพ.ได้ดำเนินงานตามพันธกิจหลัก ประกอบด้วย การส่งเสริมพัฒนา กำกับ ดูแล ประสานงาน และอำนวยความสะดวกในการดำเนินธุรกิจการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การประชุมนานาชาติ การจัดนิทรรศการและการแสดงสินค้านานาชาติ หรือที่เรียกว่า อุตสาหกรรมไมซ์ รวมทั้งสร้างมาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ พัฒนาองค์ความรู้และสร้างบุคลากรไมซ์ นอกจากนี้ สสพ.ยังมุ่งเน้นการพัฒนาประสานเครือข่ายความร่วมมือ ต่อยอดและสร้างโอกาสทางธุรกิจ เพื่อวางรากฐานการเติบโตในระยะยาว ส่งเสริมระบบเศรษฐกิจและรายได้ของประเทศ เพิ่มศักยภาพทางการแข่งขัน อันจะนำไปสู่ความสำเร็จที่ยั่งยืน ตั้งแต่ระดับประเทศ ระดับภูมิภาค และระดับโลก

วิสัยทัศน์ สสพ.

ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางหลักในการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการแสดงสินค้าระดับโลกในภูมิภาคเอเชีย

พันธกิจของ สสพ.

- เพิ่มรายได้เข้าประเทศไทย ซึ่งถือเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจผ่านอุตสาหกรรมไมซ์
- สร้างศักยภาพทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมไมซ์ของไทยสู่การแข่งขันในตลาดโลก

กลยุทธ์ขับเคลื่อนไมซ์

จากวิสัยทัศน์และพันธกิจ ที่ต้องผลักดันประเทศไทยสู่จุดหมายปลายทางของการจัดงานไมซ์ในระดับภูมิภาค สสพ. ดำเนินการภายใต้ 3 กลยุทธ์หลัก คือ กลยุทธ์การดึงดูดงาน (WIN) กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (PROMOTE) และกลยุทธ์การพัฒนา (DEVELOP) ภายใต้ 8 ยุทธศาสตร์หลักสำคัญของแผนแม่บทอุตสาหกรรมการจัดประชุมและการแสดงสินค้านานาชาติ พ.ศ. 2555-2559 อันประกอบไปด้วย

กลยุทธ์การดึงดูดงาน (WIN)

ยุทธศาสตร์ที่ 1: รักษาตลาดเดิมและขยายตลาดเป้าหมาย

กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ (PROMOTE)

ยุทธศาสตร์ที่ 2: การผลักดันให้ประเทศไทยเป็น Top of Mind ของไมซ์ในเอเชีย

กลยุทธ์การพัฒนา (DEVELOP)

ยุทธศาสตร์ที่ 3: การสนับสนุนอุตสาหกรรมไมซ์ภายในประเทศ (Domestic MICE) ให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง

ยุทธศาสตร์ที่ 4: การพัฒนาเมืองแห่งไมซ์ในการรองรับการเป็นผู้นำการจัดงานไมซ์ในภูมิภาค

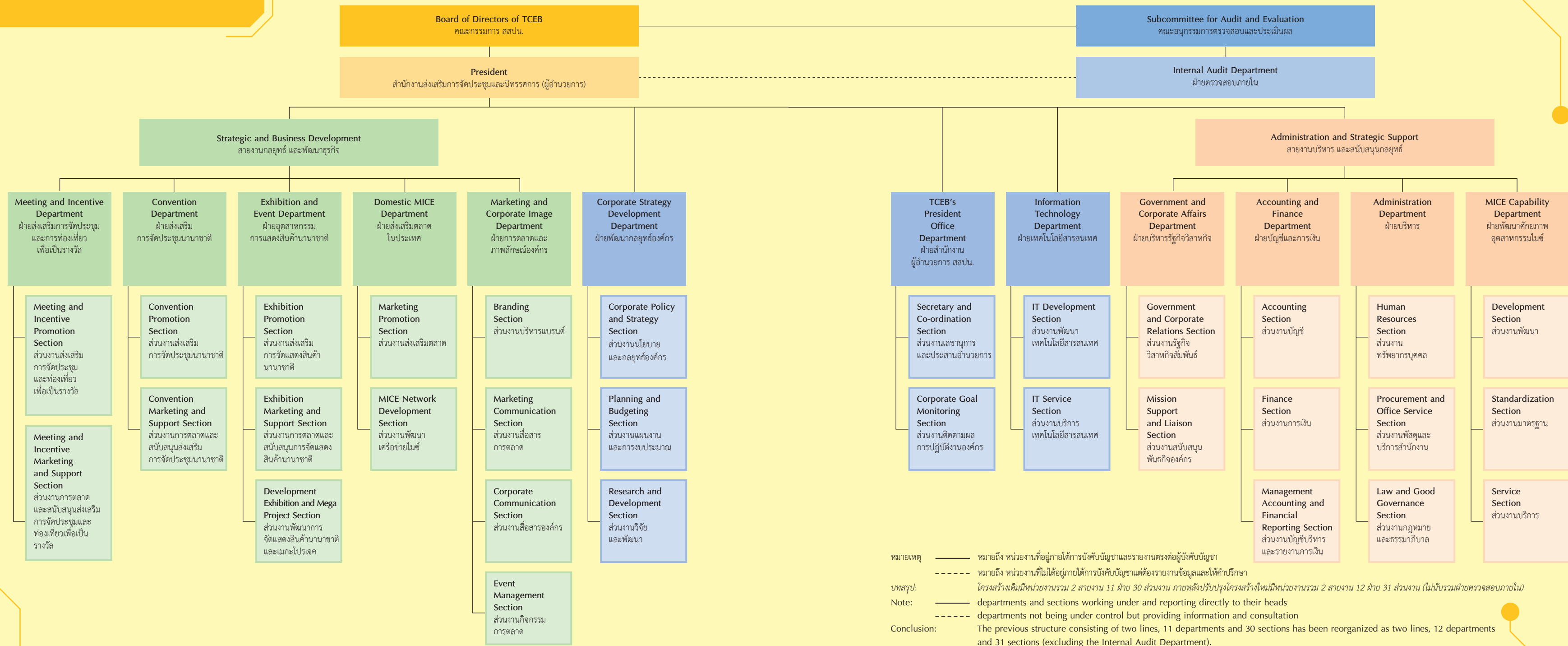
ยุทธศาสตร์ที่ 5: การสร้างความแตกต่างและเพิ่มมูลค่าด้วยเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ยุทธศาสตร์ที่ 6: การพัฒนาขีดความสามารถโครงสร้างพื้นฐานอุตสาหกรรมไมซ์

ยุทธศาสตร์ที่ 7: การเสริมสร้างความเข้มแข็งระหว่างเครือข่ายความร่วมมือทั้งในและต่างประเทศ

ยุทธศาสตร์ที่ 8: การยกระดับศักยภาพและบทบาทของ สสพ.

TCEB Organisation Chart
โครงสร้างองค์กร สปบ.



หมายเหตุ: ————— หมายถึง หน่วยงานที่อยู่ภายใต้การบังคับบัญชาและรายงานตรงต่อผู้บังคับบัญชา
----- หมายถึง หน่วยงานที่ไม่ได้อยู่ภายใต้การบังคับบัญชาแต่ต้องรายงานข้อมูลและให้คำปรึกษา
บทสรุป: โครงสร้างเดิมมีหน่วยงานรวม 2 สายงาน 11 ฝ่าย 30 ส่วนงาน ภายใต้ปรับปรุงโครงสร้างใหม่มีหน่วยงานรวม 2 สายงาน 12 ฝ่าย 31 ส่วนงาน (ไม่นับรวมฝ่ายตรวจสอบภายใน)
Note: ————— departments and sections working under and reporting directly to their heads
----- departments not being under control but providing information and consultation
Conclusion: The previous structure consisting of two lines, 11 departments and 30 sections has been reorganized as two lines, 12 departments and 31 sections (excluding the Internal Audit Department).



Board of Directors คณะกรรมการ

Mr. Weerasak Kowsurat
Chairman of the
Board of Directors

นายวีระศักดิ์ โควสุรัตน์
ประธานกรรมการ

Current Position:

- Secretary-General, The National Federation of Motion Pictures and Contents Associations
- Secretary-General, Thai with Disability Foundation
- Chairman, MCS Automation Technology Co. Ltd
- Chairman, Contemporary Art and Culture Fund
- Vice Chairman, Thai Institute Directors Association
- Independent Director and Chairman of Corporate Governance and Corporate Social Responsibility Committee, AEC Securities Public Company Limited
- Board member, Safe and Creative Media Development Fund (SCF)
- Board member, Eastern Asia University
- Board member, North Eastern University
- Advisor, Office of The Electronic Transactions Commission
- Advisor, Siam Premier International Law Office Limited
- Advisor, National Olympic Committee
- Member of Asian Peace and Reconciliation Council (APRC)

ตำแหน่งปัจจุบัน

- เลขาธิการสมาพันธ์สมาคมภาพยนตร์แห่งชาติ
- เลขาธิการมูลนิธิพัฒนาคนพิการไทย
- ประธานกรรมการ บริษัท MCS ออโตเมชั่น เทคโนโลยี จำกัด
- ประธานกรรมการกองทุนศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย
- รองประธานกรรมการ สมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย (IOD)
- กรรมการอิสระ และประธานกรรมการ CG / CSR บริษัท หลักทรัพย์ เอไอซี จำกัด (มหาชน)
- กรรมการพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์
- กรรมการ สภามหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย (EAU)
- กรรมการ สภามหาวิทยาลัยนวัตกรรมเทคโนโลยี (SBAC)
- ที่ปรึกษาลำดับงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน)
- ที่ปรึกษาลำดับงานกฎหมายสากลสยามปริเมียร์จำกัด
- ที่ปรึกษาคณะกรรมการโอลิมปิกแห่งชาติ
- มন্ত্রীสมาชิก คณะมนตรีเพื่อสันติภาพและความปรองดอง (APRC)





Mrs. Malee Choklumlerd
Board member

Work Experience
Current Position
• Director-General,
Department of International
Trade Promotion

นางมาลี โชคล้ำเลิศ
กรรมการ

ประวัติการทำงาน
ปัจจุบัน
• อธิบดีกรมส่งเสริมการค้า
ระหว่างประเทศ



Mr. Sek Wannamethee
Board member

Work Experience
Current Position
• Director-General,
Department of Information
and Spokesperson of the
Ministry of Foreign Affairs

นายเสข วรณเมธี
กรรมการ

ประวัติการทำงาน
ปัจจุบัน
• อธิบดีกรมสารนิเทศและ
โฆษกกระทรวงการต่างประเทศ



Mr. Chamroen Phothiyod
Board member

Work Experience
Current Position
• Deputy-Director General
Acting Principal Advisor
on Management and
Development of Duty
Collection

นายจำเริญ โพธิยอด
กรรมการ

ประวัติการทำงาน
ปัจจุบัน
• รักษาการ ที่ปรึกษาด้านการพัฒนา
และบริหารการจัดเก็บภาษี
ตรวจเยี่ยมน่านศุลกากร
กรมศุลกากร



Mr. Sugree Sithivanich
Board member

Work Experience
Current Position
• Deputy Governor for
Marketing Communications,
Tourism Authority
of Thailand

นายศุภกรีย์ สิกธีวินิช
กรรมการ

ประวัติการทำงาน
ปัจจุบัน
• รองผู้อำนวยการ
ด้านสื่อสารการตลาด
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย



Mrs. Pornthip Hirunkate
Board member

Work Experience
Current Position
• Managing Director,
Destination Asia
(Thailand) Limited

นางพรทิพย์ หิรัญเกต
กรรมการ

ประวัติการทำงาน
ปัจจุบัน
• กรรมการผู้จัดการ บจก.
เดสทินเนชั่นเซอร์วิสเชส
(ประเทศไทย)



Mrs. Prapee Buri
Board member

Work Experience
Current Position
• Chief Financial Officer,
Bhiraj Buri Group

นางประไพร์ บุรี
กรรมการ

ประวัติการทำงาน
ปัจจุบัน
• ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
สายงานการเงินกลุ่มบริษัทบุรี



Ms. Supawan
Tanomkieatipume
Board member

Work Experience
Current Position
• Executive Assistant
Manager
The Twin Towers Hotel

นางสาวศุภวรรณ
ทนอมเกียรติภูมิ
กรรมการ

ประวัติการทำงาน
ปัจจุบัน
• รองผู้จัดการทั่วไปโรงแรม
เดอะ ทวินทาวเวอร์ กรุงเทพฯ



Mr. Thongchai Sridama
Board member

Work Experience
Current Position
• Chairman of the Board
of Greenhouse Gas
Management Organization
(Public Organization)

นายธงชัย ศรีดามา
กรรมการ

ประวัติการทำงาน
ปัจจุบัน
• ประธานกรรมการองค์การบริหาร
จัดการก๊าซเรือนกระจก
(องค์การมหาชน)



Dr. Rutchaneeporn
Pookayaporn
Board member

Work Experience
Current Position
• President Sripatum
University

ดร.รัชนีพร พุคยากรณ์
กรรมการ

ประวัติการทำงาน
ปัจจุบัน
• อธิการบดี มหาวิทยาลัยศรีปทุม



Mr. Nopparat
Maythaveekulchai
Board member and
Secretary

Work Experience
Current Position
• President of Thailand
Convention & Exhibition
Bureau

นายณพรัตน์ เมธาวีกุลชัย
กรรมการและเลขานุการ

ประวัติการทำงาน
ปัจจุบัน
• ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมการ
จัดประชุมและนิทรรศการ
(องค์การมหาชน)



Management Team คณะผู้บริหาร

Mr. Nopparat Maythaveekulchai
President

นายบวรรัตน์ เมธาวิกุลชัย
ผู้อำนวยการ

Current Position:
• President, TCEB

ตำแหน่งปัจจุบัน
• ผู้อำนวยการ สสปน.

Work Experience

- Executive Vice-president, TOT Plc.
- Committee of Information Technology and Communication, House of Representatives
- Acting Managing Director, ACT Mobile Co., Ltd.
- Committee, ACT Mobile Co., Ltd.
- Committee, Advance Data Network Communication Co., Ltd.
- Acting Manager, THAlmobile

ประวัติการทำงาน

- ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)
- กรรมการเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สภาผู้แทนราษฎร
- รักษาการกรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท เอซีที โมบาย จำกัด
- กรรมการ บริษัท เอซีที โมบาย จำกัด
- กรรมการ บริษัท แอดวานซ์ ดาต้า เน็ตเวิร์ค คอมมิวนิเคชั่น จำกัด
- รักษาการผู้จัดการร่วมค้าไทยโมบาย



Mrs. Supawan Teerarat
Vice President, Strategic and Business Development

Work Experience
• Director, Exhibitions Department, TCEB

นางศุภวรรณ ตีระรัตน์
รองผู้อำนวยการ สายงานกลยุทธ์ และพัฒนาธุรกิจ

ประวัติการทำงาน
• ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาดนานาชาติ สสปน.



Mr. Chiruit Isarangkun
Na Ayuthaya
Vice President, Administration and Strategic Support

Work Experience
• Director, Domestic MICE Department, TCEB

นายจิรุตต์ อิศรางกูร ณ อยุธยา
รองผู้อำนวยการ สายงานบริหาร และสนับสนุนกลยุทธ์

ประวัติการทำงาน
• ผู้อำนวยการฝ่ายส่งเสริมตลาดในประเทศ สสปน.



Mr. Chatri Thongnak
Director, Internal Audit Department

Work Experience
• Senior Manager, Law and Good Governance, TCEB

นายชาตรี ทองนาค
ผู้อำนวยการ ฝ่ายตรวจสอบภายใน

ประวัติการทำงาน
• ผู้จัดการอาวุโสส่วนกฎหมายและธรรมาภิบาล สสปน.



Ms. Nooch Homrossukhon
Director, Meeting and Incentive Department

Work Experience
• Senior Manager, Meeting and Incentive Department, TCEB

นางสาวบุษ หอมรสสุคนธ์
ผู้อำนวยการฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมและการท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล

ประวัติการทำงาน
• ผู้จัดการอาวุโส ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมและการท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล สสปน.



Ms. Vichaya Soonthornsaratoon
Director, Convention Department

Work Experience
• Director, Meetings Industry Department, TCEB

นางสาววิชญา สุนทรสารทอน
ผู้อำนวยการฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ

ประวัติการทำงาน
• ผู้อำนวยการฝ่ายอุตสาหกรรมการประชุม สสปน.



Mrs. Jaruwan Suwannasat
Director, Exhibition and
Event Department

Work Experience
• Brand Activation Manager-
Heineken, Thai Asia Pacific
Brewery Co., Ltd.

นางจรรววรรณ สุวรรณศาสน์
ผู้อำนวยการฝ่ายอุตสาหกรรม
การแสดงสินค้านานาชาติ

ประวัติการทำงาน
• Brand Activation Manager-
Heineken บริษัท ไทยเอเชีย แปซิฟิค
บริวเวอรี่ จำกัด



Mr. Puripan Bunnag
Director, Domestic MICE
Department

Work Experience
• Chief of Domestic Tourism
Industry Relations
Section, Tourism Authority
of Thailand

นายภูริพันธ์ บุนนาค
ผู้อำนวยการฝ่ายส่งเสริมตลาด
ในประเทศ

ประวัติการทำงาน
• หัวหน้างานตลาดในประเทศ
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย



Ms. Parichat Svetasreni
Director, Marketing and
Corporate Image
Department

Work Experience
• Senior Manager, Public
Relations Division,
Marketing Communication
Department, TCEB

นางสาวปาริฉัตร เสวตรเศรษฐ์
ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาดและ
ภาพลักษณ์องค์กร

ประวัติการทำงาน
• ผู้จัดการอาวุโสส่วนประชาสัมพันธ์
ฝ่ายสื่อสารการตลาด สสปน.



Mr. Chartchai Debpang
Director, TCEB President's
Office Department

Work Experience
• Director, Government &
Corporate Affairs
Department, TCEB

นายชาติชาย เทพแปง
ผู้อำนวยการฝ่ายสำนักงาน
ผู้อำนวยการ สสปน.

ประวัติการทำงาน
• ผู้อำนวยการฝ่ายบริหารรัฐกิจ
วิสาหกิจ สสปน.



Mrs. Sarita Chintakanond
Director, Information
Technology Department
Acting Director, Corporate
Strategy Development
Department

Work Experience
• Business and Investment
Strategy Advisor, Thanachart
Holding Co., Ltd.

นางสรिता จินตกานนท์
ผู้อำนวยการฝ่ายเทคโนโลยี
สารสนเทศ รักษาการ ผู้อำนวยการ
ฝ่ายพัฒนากลยุทธ์องค์กร

ประวัติการทำงาน
• ที่ปรึกษาด้านธุรกิจและการลงทุน
บริษัท ธนชาติ โฮลดิ้ง จำกัด



Ms. Wiparat
Tharateerapab
Director, Government and
Corporate Affairs
Department

Work Experience
• Director, Administrative
Department, TCEB

นางสาววิภารัตน์ ธาราธีรภาพ
ผู้อำนวยการฝ่ายบริหาร
รัฐกิจวิสาหกิจ

ประวัติการทำงาน
• ผู้อำนวยการฝ่ายบริหาร สสปน.



Ms. Jutharat Vorrarith
Director, Accounting &
Finance Department

Work Experience
• General Manager, National
Institute for Brain-based
Learning (NBL), Office of
Knowledge Management
and Development
(Public Organization)

นางสาวจุฑารัตน์ วรฤกษ์
ผู้อำนวยการฝ่ายบัญชี
และการเงิน

ประวัติการทำงาน
• ผู้จัดการทั่วไป สถาบันวิทยาการ
การเรียนรู้ (สวร.) สำนักงานบริหาร
และพัฒนาองค์ความรู้
(องค์การมหาชน)



Mr. Salanroj Sutaschuto
Director, Administration
Department

Work Experience
• Director of Board
Coordinating Department,
TCEB

นายสรานโรจน์ สุทัศนชูโต
ผู้อำนวยการฝ่ายบริหาร

ประวัติการทำงาน
• ผู้อำนวยการฝ่ายประสานงาน
คณะกรรมการ สสปน.



Mrs. Nichapa Yoswee
Director, MICE
Capabilities Department

Work Experience
• Managing Director,
Thailand and Vietnam,
Reed Tradex Co.,Ltd.

นางนิชาภา ยศวีร์
ผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนาศักยภาพ
อุตสาหกรรมไมซ์

ประวัติการทำงาน
• กรรมการผู้จัดการ
ประเทศไทยและเวียดนาม
บริษัท รีด เทรดเด็กซ์ จำกัด

Overseas Representatives

ผู้แทนประจําภูมิภาคต่างประเทศ



Kumi Ikeda
Japan
MICE Japan Co, Ltd.



Nitin Sachdeva
India
Venture Marketing



Stella Tsitsipatis
North Americas
Development Counselor
International (DCI)



Gladys Chua
Singapore
The Tourism Company Pte. Ltd.



Eric Zhu
China
Arch International Media Ltd.



Ms. Daniella Middleton
USA
Development Counsellors
International



Mr. Sachin Manocha
India
AVIGHNA



Mr. Nguyen Ba Vinh
Vietnam
Minh Vi Exhibition &
Advertisement Services Co., Ltd.



Mr. Mark Cochrane
China, Hong Kong,
Macau, and Taiwan
Business Strategies Group Ltd.



Mr. Evan Li
China, Hong Kong,
Macau, and Taiwan
Business Strategies Group Ltd.



Success of Thailand's MICE Industry in 2016

MICE Progression 2016

Based on the study of the economic impact of the MICE industry in Thailand in 2015, Thailand's MICE industry is recognised as being important factor in many aspects of economic growth. The total spend contribution to the economy through the MICE industry is estimated at THB2.2 trillion. The sector employs 164,000 people and delivers quantifiable benefits such as networking, bonding and sharing of skills between industries.

In 2016, TCEB continued to drive progress in the MICE business in accordance with Thailand's five-year MICE Industry Master Plan (2012 to 2016), through clearly defined corporate strategies: To Win; To Promote; and To Develop. This includes the development of Thailand's brand communications strategy Thailand CONNECT Our Heart....Your World. It encompasses three fundamental pillars of the Thai MICE sector: Destination; Business; and People. To achieve success, promotional campaigns have been developed, both in international and domestic markets, while standards have been established that enhance skills and personnel potential. This is a priority to achieve competitiveness in the global MICE industry.

International MICE Performance Overview 2016 (October 2015 to September 2016)

Industry	Number of MICE visitors			Revenue (THB million)		
	FY 2015	FY 2016	Growth	FY 2015	FY 2016	Growth
Meetings	262,538	258,483	-1.54%	28,397	23,445	-17.44%
Incentives	254,125	263,556	3.71%	16,136	16,217	0.50%
Conventions	294,371	298,564	1.42%	27,339	25,789	-5.67%
Exhibition	174,652	180,480	3.34%	15,214	15,686	3.10%
Events	110,309	272,382	146.93%	8,789	21,799	148.03%
MICE	985,686	1,001,083	1.56%	87,086	81,137	-6.83%
MICE+Events	1,095,995	1,273,465	16.19%	95,875	102,936	7.36%

International MICE Market

In fiscal year 2016, Thailand attracted 1,273,465 international MICE visitors and generated THB102,936 million. Of that, meetings attracted 258,483 visitors circulating THB23,445 million; incentives 263,556 visitors with THB16,217 million; conventions 298,564 visitors with THB25,789 million; exhibitions 180,480 visitors with THB15,686 million; and events 272,382 visitors with THB21,799 million.

Major International MICE Events in fiscal year 2016

TCEB was highly successful in attracting MICE events to be held in Thailand. Major events were Organo Gold Asia Convention 2015, the 28th World Young Women's Christian Association (YWCA) Council 2015, One Young World 2015, the 3rd Asia Pacific Glaucoma Congress 2016, Special Convention of Jehovah's Witness 2015, Infinitus China Overseas Training 2016, ProHealth 2016, UFI Open Seminar in Asia 2016, Bangkok Entertainment 2016, ProPak Asia 2016 and Asian Utility Week 2016.

ความสำเร็จของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยในปี พ.ศ. 2559

ไมซ์ก้าวหน้า พ.ศ. 2559

จากการศึกษาเรื่องผลกระทบเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยในองค์รวมในปี พ.ศ. 2558 พบว่าอุตสาหกรรมไมซ์ของไทย มีส่วนสำคัญต่อการเติบโตของเศรษฐกิจหลายด้าน โดยมูลค่าการใช้จ่ายทั้งหมดในระบบเศรษฐกิจจากการดำเนินกิจกรรมของอุตสาหกรรมไมซ์ คิดเป็นจำนวน 2.2 แสนล้านบาท อุตสาหกรรมไมซ์ยังส่งผลต่อการจ้างงานในระบบเศรษฐกิจประมาณ 164,000 อัตรา และยังส่งผลประโยชน์เชิงปริมาณที่เกิดจากการสร้างเครือข่าย การสร้างตราสินค้าและการแบ่งปันทักษะระหว่างอุตสาหกรรม ในปี พ.ศ. 2559 สสพ. จึงเดินหน้าขับเคลื่อนธุรกิจไมซ์ตามแผนแม่บทอุตสาหกรรมการจัดประชุมและการแสดงสินค้านานาชาติปี พ.ศ. 2555-2559 ผ่าน 3 กลยุทธ์หลัก ได้แก่ กลยุทธ์การดึงดูด (WIN) กลยุทธ์การส่งเสริม (Promote) และกลยุทธ์การพัฒนา (Develop) พร้อมพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารแบรนด์ประเทศไทยปี พ.ศ. 2559 Thailand CONNECT Our Heart.... Your World ส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศไทยสู่ศูนย์กลางไมซ์แห่งภูมิภาค จุดเชื่อมโยงธุรกิจสู่ความสำเร็จระดับสากล ภายใต้จุดเด่น 3 ประการ จุดหมายปลายทาง (destination) โอกาสทางธุรกิจ (business) บุคลากรมืออาชีพ (people) และยังพัฒนาแคมเปญการส่งเสริมการขายทั้งตลาดต่างประเทศและในประเทศ รวมทั้งพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ด้านมาตรฐานและบุคลากร เสริมขีดความสามารถในการแข่งขันกับตลาดโลก

ตารางภาพรวมนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ต่างประเทศ และรายได้ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2559 (ตุลาคม พ.ศ. 2558 ถึง กันยายน พ.ศ. 2559)

อุตสาหกรรม	จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศ (คน)			รายได้ (ล้านบาท)		
	พ.ศ. 2558	พ.ศ. 2559	เติบโต	พ.ศ. 2558	พ.ศ. 2559	เติบโต
Meetings	262,538	258,483	-1.54%	28,397	23,445	-17.44%
Incentives	254,125	263,556	3.71%	16,136	16,217	0.50%
Conventions	294,371	298,564	1.42%	27,339	25,789	-5.67%
Exhibition	174,652	180,480	3.34%	15,214	15,686	3.10%
Events	110,309	272,382	146.93%	8,789	21,799	148.03%
MICE	985,686	1,001,083	1.56%	87,086	81,137	-6.83%
MICE+Events	1,095,995	1,273,465	16.19%	95,875	102,936	7.36%

ตลาดไมซ์ต่างประเทศ

ภาพรวมของธุรกิจไมซ์ต่างประเทศ ปีงบประมาณ พ.ศ. 2559 ประเทศไทยต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์รวมทั้งสิ้น 1,273,465 คน สร้างรายได้ 102,936 ล้านบาท คิดเป็นกลุ่มการประชุมองค์กร (Meetings) จำนวน 258,483 คน สร้างรายได้ 23,445 ล้านบาท กลุ่มท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentives) จำนวน 263,556 คน สร้างรายได้ 16,217 ล้านบาท กลุ่มประชุมนานาชาติ (Conventions) จำนวน 298,564 คน สร้างรายได้ 25,789 ล้านบาท กลุ่มแสดงสินค้านานาชาติ (Exhibitions) จำนวน 180,480 คน สร้างรายได้ 15,686 ล้านบาท และกลุ่มกิจกรรมจัดงานอีเวนต์ (Events) จำนวน 272,382 คน สร้างรายได้ 21,799 ล้านบาท

งานไมซ์ต่างประเทศสำคัญในปีงบประมาณ พ.ศ. 2559

สสพ. ประสบความสำเร็จอย่างสูงในการจัดงานไมซ์เข้ามาจัด โดยมีงานสำคัญที่เกิดขึ้น อาทิ งาน Organo Gold Asia Convention 2015 / งาน 28th World Young Women's Christian Association (YWCA) Council 2015 / งาน One Young World 2015 / งาน 3rd Asia Pacific Glaucoma Congress 2016 / การประชุม Special Convention of Jehovah's Witnesses 2015 / การประชุมบริษัท Infinitus China Overseas Training 2016 / การประชุมกลุ่มบริษัท Pro-Health 2016 /การประชุม UFI Open Seminar in Asia 2016 / งาน Bangkok Entertainment Week 2016 / งาน ProPak Asia 2016 / งานประชุมนานาชาติ Asian Utility Week 2016

Success of Thailand’s MICE Industry in 2016

Domestic MICE Market

In fiscal year 2016, there were 28,854,061 domestic MICE visitors who generated THB73,322 million in revenue. Of that, meetings attracted 571,659 visitors with THB720 million; incentives 181,548 visitors with THB641 million; conventions 3,713,680 visitors with THB5,321 million; and exhibitions 24,387,174 visitors with THB66,640 million.

Domestic MICE Performance Overview 2016
(October 2015 to September 2016)

Industry	Number of MICE visitors			Revenue (THB million)		
	FY 2015	FY 2016	Growth	FY 2015	FY 2016	Growth
Meetings	314,379	571,659	81.84%	431	720	67.05%
Incentives	403,361	181,548	-54.99%	2,770	641	-76.86%
Conventions	1,300,795	3,713,680	185.49%	2,545	5,321	109.08%
Exhibition	21,683,953	24,387,174	12.47%	40,655	66,640	63.92%
D-MICE	23,702,488	28,854,061	21.73%	46,401	73,322	58.02%

Major Domestic MICE Events in 2016

2016 was the year that TCEB made significant progress promoting and boosting the domestic MICE market. The target required TCEB to stimulate the market and increase the number of MICE visitors in the country while boosting spending. To achieve the goals TCEB developed MICE capacity in Thailand, while building quality in events, MICE products and human resources. Major domestic MICE events in 2016 were the Thailand Domestic MICE Mart (TDMM 2016) / Meeting in Thailand following Royal Initiatives.

There was also a push to create new trade shows that would spread benefits to various parts of the country. Successes included the Motor Show Hat Yai 2016 and the Furniture Fair and Exhibition highlighting electrical appliances and audio equipment in Chiang Mai.

To explore opportunities in neighbouring countries new events were created such as Fruitpital Fair, a MICE network to develop events for emerging MICE cities as well as marketing activities in the CLMV and Special Economic Zones (SEZ) such as Thailand MICE Roadshows in Myanmar, Lao PDR, Vietnam and Cambodia.

ความสำเร็จของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยในปี พ.ศ. 2559

ตลาดไมซ์ในประเทศ

ภาพรวมของธุรกิจไมซ์ในประเทศ ปีงบประมาณ พ.ศ. 2559 มีจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มดีเอ็มซีรวม 28,854,061 คน สร้างรายได้ 73,322 ล้านบาท โดยคิดเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มการประชุมองค์กร (Meetings) จำนวน 571,659 คน สร้างรายได้ 720 ล้านบาท กลุ่มท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentives) จำนวน 181,548 คน สร้างรายได้ 641 ล้านบาท กลุ่มประชุมนานาชาติ (Conventions) จำนวน 3,713,680 คน สร้างรายได้ 5,321 ล้านบาท กลุ่มแสดงสินค้านานาชาติ (Exhibitions) จำนวน 24,387,174 คน สร้างรายได้ 66,640 ล้านบาท

ตารางภาพรวมนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในประเทศ และรายได้ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2559
(ตุลาคม พ.ศ. 2558 ถึง กันยายน พ.ศ. 2559)

อุตสาหกรรม	จำนวนนักท่องเที่ยวในประเทศ (คน)			รายได้ (ล้านบาท)		
	พ.ศ. 2558	พ.ศ. 2559	เติบโต	พ.ศ. 2558	พ.ศ. 2559	เติบโต
Meetings	314,379	571,659	81.84%	431	720	67.05%
Incentives	403,361	181,548	-54.99%	2,770	641	-76.86%
Conventions	1,300,795	3,713,680	185.49%	2,545	5,321	109.08%
Exhibition	21,683,953	24,387,174	12.47%	40,655	66,640	63.92%
D-MICE	23,702,488	28,854,061	21.73%	46,401	73,322	58.02%

งานไมซ์ในประเทศสำคัญในปี พ.ศ. 2559

ปี พ.ศ. 2559 เป็นปีที่ สสพ. เดินหน้าส่งเสริมและกระตุ้นตลาดไมซ์ในประเทศ มุ่งเป้ากระตุ้นตลาดในเชิงจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในประเทศ และเพิ่มมูลค่าการใช้จ่าย และมีเป้าหมายเชิงพัฒนาสมรรถนะด้านไมซ์ของประเทศไทย ทั้งการพัฒนาคุณภาพงาน คุณภาพสินค้า และคุณภาพคน โดยงานสำคัญในปีนี้อาทิโครงการ Thailand Domestic MICE Mart 2016 (TDMM 2016) / โครงการ ประชุมเมืองไทย อิมใจตามรอยพระราชดำริ / การสร้างงานผลิตภัณฑ์งานแสดงสินค้าใหม่กระจายงานไปยังส่วนภูมิภาคต่างๆ ภายในประเทศ เช่น งานมอเตอร์โชว์หาดใหญ่ 2016 / งาน Furniture Fair และงานมหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและเครื่องเสียงลดราคา จังหวัดเชียงใหม่ และสร้างงานใหม่ในเขตภูมิภาค เช่น งานมหานครแห่งผลไม้ (Fruitpital Fair) / การพัฒนาเครือข่ายไมซ์ในพื้นที่ MICE city / การจัดกิจกรรมการตลาดในพื้นที่ CLMV และเขตเศรษฐกิจพิเศษ (SEZ) ได้แก่ กิจกรรม Thailand MICE Roadshow ในประเทศ เมียนมา ลาว เวียดนาม และกัมพูชา

Marketing and Corporate Image Department in 2016

Marketing and Branding

TCEB's marketing strategies in 2016 focused on building collaboration with targeted partners in order to integrate the promotion and development of MICE products and services for Thailand to become a Top of Mind destination to host MICE events from around the region.

A Major launch event focused on the Thailand CONNECT Our Heart...Your World, a campaign to promote Thailand's image as a MICE hub in the region and a business link to international success.

In the context of marketing, it has been a successful year for the Thailand's MICE UNITED campaign now in its third year. The Thailand CONNECT Welcome Package was organised to provide incentives for event organisers and MICE visitors to Thailand.

The package comprised of a theme branded Thailand CONNECT prepaid BTS Connect SmartPass and Free Wi-Fi Trial by TrueMove H including privileges such as discounts on accommodation, restaurants and spas at eight hotels, all members of the Ratchaprasong Square Trade Association.

Corporate Communications

The role of Corporate Communications is to raise awareness of TCEB and the MICE industry. TCEB's main task was to promote this sector to stakeholders including public and private organisations, associations, and educational institutes both in Thailand and overseas. During fiscal year 2016, TCEB's implemented the following:



THAILAND CONVENTION & EXHIBITION BUREAU (PUBLIC ORGANIZATION) ANNUAL REPORT 2016

1. Domestic Corporate Communications Activities: press conferences and familiarisation programmes for domestic media and public relations across the nation. Outstanding PR presentations:

Date	Public Relations and Corporate Communications Activities
15 October 2015	Press Conference: UFI Open Seminar in Asia 2016
17-18 October 2015	Thainess Rally activity of the Economic Reporters Association
14-19 November 2015	Media Fam Trip for IBTM World 2015 in Barcelona, Spain
27 November 2015	2015 Thank You Party for Media
18 December 2015	Media interview for community activities project at Yaicha sub district, Sampran district, Nakhon Pathom of corporate customers
15 January 2016	Press Conference: UFI Open Seminar in Asia 2016 in Chiang Mai
28 January 2016	Press briefing on Thailand International Exhibitions and Events Forum (TIEFF 2016)
29 January 2016	Press Conference: The Thailand MICE Venue Standard Certificate Ceremony 2017
3-4 March 2016	2016 Media Fam Trip: Bangkok-Nakhon Pathom and press conference to mark the signing of a cooperation agreement for MICE operators purchasing organic products from farmers directly or Farm to Functions project
11 March 2016	Press Conference: MICE Capabilities plan 2016 and MICE Academy & Career Day
29 March 2016	Press Conference: ASEAN Rising Trade Show 2016

ฝ่ายการตลาดและภาพลักษณ์องค์กรในปี พ.ศ. 2559

ด้านการตลาดและการสร้างแบรนด์

สำหรับกลยุทธ์การตลาดของ ปี พ.ศ. 2559 เน้นการสร้างความร่วมมือพันธมิตรกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างการมีส่วนร่วม พัฒนาสินค้า และบริการด้านไมซ์ รวมทั้งการส่งเสริมประเทศไทยในฐานะ TOP OF MIND ในการจัดงานไมซ์ของภูมิภาค การดำเนินงานสำคัญ คือ การเปิดตัวแคมเปญสื่อสารประเทศไทย Thailand CONNECT Our Heart...Your World ส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศไทยสู่ศูนย์กลางไมซ์แห่งภูมิภาค จุดเชื่อมโยงธุรกิจสู่ความสำเร็จระดับสากล

สำหรับด้านการตลาดนับเป็นปีที่ประสบความสำเร็จในการสานต่อโครงการ Thailand's MICE UNITED เป็นปีที่ 3 โดยปีนี้มีการจัดทำ Thailand CONNECT Welcome Package เพื่อเป็นข้อเสนอในการจูงใจผู้จัดงานและนักเดินทางกลุ่มไมซ์ให้มาจัดงานในประเทศไทย ภายในแพ็คเกจประกอบด้วย บัตรโดยสารรถไฟฟ้า BTS Connect SmartPass ประเภเติมเงิน สกรีนลาย Thailand CONNECT และ Free WiFi Trial by TrueMove H และเพิ่มเติมสิทธิประโยชน์ต่างๆ เช่น ส่วนลดที่พัก ร้านอาหาร และ สปาในเครือข่ายโรงแรม 8 แห่งที่เป็นสมาชิกของสมาคมผู้ประกอบการวิสาหกิจในย่านราชประสงค์

ด้านการสื่อสารองค์กร

เน้นสร้างการรับรู้บทบาทการดำเนินงานของ สสปน. และส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์แก่กลุ่มเป้าหมายทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สมาคม สถาบันการศึกษาผ่านช่องทางการสื่อสารของสื่อมวลชนทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยในปีงบประมาณ พ.ศ. 2559 นั้น มีกิจกรรมสื่อสารองค์กรที่ได้ดำเนินการ ประกอบด้วย



1. กิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายในประเทศ ประกอบด้วย การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์สำหรับสื่อมวลชนในประเทศ กิจกรรมสื่อมวลชนสัมพันธ์ และกิจกรรมสื่อสารองค์กรกับส่วนกลาง และส่วนภูมิภาค โดยมีกิจกรรมสำคัญ อาทิ

วันที่จัดกิจกรรม	กิจกรรมประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร
15 ตุลาคม 2558	งานแถลงข่าวการจัดงาน UFI Open Seminar in Asia 2016
17-18 ตุลาคม 2558	กิจกรรมแรลลี่ วิกิไทย ของสมาคมผู้สื่อข่าวเศรษฐกิจ
14-19 พฤศจิกายน 2558	นำสื่อมวลชนไทยเข้าร่วมงาน เทรดโชว์ IBTM WORLD 2015 ณ เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน
27 พฤศจิกายน 2558	กิจกรรมขอบคุณสื่อมวลชนประจำปี พ.ศ. 2558
18 ธันวาคม 2558	การสัมภาษณ์สื่อมวลชน โครงการจัดกิจกรรมเพื่อชุมชน ตำบลยายชา อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ของกลุ่มลูกค้าองค์กร
15 มกราคม 2559	งานแถลงข่าว UFI Open Seminar in Asia 2016 ณ จังหวัดเชียงใหม่
28 มกราคม 2559	กิจกรรมสัมภาษณ์พิเศษสื่อมวลชนกลุ่มย่อย งาน Thailand International Exhibitions and Events Forum (TIEFF 2016)
29 มกราคม 2559	งานแถลงข่าวพิธีมอบตราสัญลักษณ์มาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย
3-4 มีนาคม 2559	กิจกรรมสื่อมวลชนสัญจรประจำปี พ.ศ. 2559 เส้นทาง กรุงเทพฯ-นครปฐม และ แถลงข่าวการลงนามข้อตกลงความร่วมมือโครงการส่งเสริมผู้ประกอบการใช้ในการจัดซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์จากเกษตรกรโดยตรง หรือ Farm to Functions
11 มีนาคม 2559	งานแถลงข่าวทิศทางการพัฒนาศักยภาพบุคลากรไมซ์ ปี พ.ศ. 2559 และ MICE Academy & Career Day โครงการเชื่อมโยงบัณฑิตสู่สายอาชีพไมซ์
29 มีนาคม 2559	งานแถลงข่าวโครงการ ASEAN Rising Trade Show 2016

รายงานประจำปี พ.ศ. 2559 สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

1. Domestic Corporate Communications Activities: press conferences and familiarisation programmes for domestic media and public relations across the nation. Outstanding PR presentations:

Date	Public Relations and Corporate Communications Activities
25 April 2016	Press Conference: Digital Marketing and Spice Up Your Business Agenda 2016
16 May 2016	Media interview on mega size events for incentive segment plan and Infinitus China Overseas Training 2016
30 May 2016	Press Conference: Domestic MICE plan in line with the government policy and Thailand Domestic MICE Mart 2016 (TDMM 2016)
15 July 2016	2016 Activity to develop relations with the Economic Reporters Association
12 August 2016	Support for August 12th Half Marathon Bangkok 2016
16 August 2016	Press Conference: Thailand Incentive and Meeting Exchange 2016 (TIME 2016)
31 August 2016	Media interview on incentive marketing plan 2017 and Industry Day 2016
7 September 2016	Press Conference: Online marketing operations in Q3 2016 and Spice Up Your Business Agenda 2016 updating through Bloggers Familiarisation Trip activity
15 September 2016	Press Conference: The promotional plans for conventions 2017 and organising Convention Day-The Essence of Fame event
28 September 2016	Press Conference: IT&CM Asia and CTW Asia-Pacific 2016
28 September 2016	Media interview on ASEAN Conference on MICE in collaboration with UNWTO

2. International Public Relations Activities: Main activities to promote international media relations in Asia, Europe, the Americas and Oceania included:

Date	Public Relations and Corporate Communications Activities
13 October 2015	Press Conference: IMEX America 2015 in Las Vegas, the United States
17 November 2015	Press Conference: IBTM World 2015 in Barcelona, Spain
23 February 2016	Press Conference: Asia-Pacific Incentives and Meetings Expo (AIME 2016) in Melbourne, Australia
7 April 2016	Press Conference: IT&CM China 2016 in Shanghai, China
20 April 2016	Press Conference: IMEX Frankfurt 2016 in Frankfurt, Germany
28 May 2016	Press Conference: Signing ceremony between TCEB and China Chamber of International Commerce (CCIOC) in Beijing, China
25-29 July 2016	TCEB International Media Familiarisation Trip 2016 (IMFT 2016) on Bangkok-Chiang Rai route
28 September 2016	Press Conference: Thailand communication campaign 2017 at IT&CM Asia and CTW Asia-Pacific 2016 for overseas media

1. กิจกรรมประชาสัมพันธ์ภายในประเทศ ประกอบด้วย การจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ สำหรับสื่อมวลชนในประเทศ กิจกรรมสื่อมวลชนสัมพันธ์ และกิจกรรมสื่อสารองค์กร ทั้งส่วนกลาง และส่วนภูมิภาค โดยมีกิจกรรมสำคัญ อาทิ

วันที่จัดกิจกรรม	กิจกรรมประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร
25 เมษายน 2559	งานแถลงข่าวแผนการตลาดออนไลน์ และเปิดตัวแคมเปญ Spice Up Your Business Agenda 2016
16 พฤษภาคม 2559	กิจกรรมสัมมนาพิเศษสื่อมวลชน แผนส่งเสริมตลาดกลุ่ม MEGA SIZE ขว่ธุรกิจการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดประชุม Infinitus China Overseas Training 2016
30 พฤษภาคม 2559	งานแถลงข่าวแผนส่งเสริมธุรกิจไมซ์ภายในประเทศ Domestic MICE ตามนโยบายประชารัฐของรัฐบาล และการเปิดตัวโครงการ Thailand Domestic MICE Mart 2016 (TDMM 2016)
15 กรกฎาคม 2559	กิจกรรมสานสัมพันธ์ สมากมผู้สื่อข่าวเศรษฐกิจ ประจำปี พ.ศ. 2559
12 สิงหาคม 2559	งานสนับสนุน 12 สิงหาคม ฮาล์ฟ มาราธอน กรุงเทพฯ 2016
16 สิงหาคม 2559	งานแถลงข่าว เปิดตัวโครงการ Thailand Incentive and Meeting Exchange 2016 (TIME 2016)
31 สิงหาคม 2559	กิจกรรมสัมมนาพิเศษสื่อมวลชน แผนการตลาดของธุรกิจการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ประจำปี พ.ศ. 2560 และการจัดงาน Industry Day 2016
7 กันยายน 2559	งานแถลงข่าวกลุ่มย่อยสื่อมวลชน การดำเนินงานด้านการตลาดออนไลน์ใน 3 ไตรมาสของปีงบประมาณ พ.ศ. 2559 และความคืบหน้าแคมเปญ Spice Up Your Business Agenda 2016 ผ่านกิจกรรม Bloggers Familiarisation Trip
15 กันยายน 2559	งานแถลงข่าวแผนส่งเสริมธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติประจำปี พ.ศ. 2560 และ การจัดงาน Convention Day-The Essence of Fame
28 กันยายน 2559	งานแถลงข่าวการจัดงาน IT&CM Asia and CTW Asia-Pacific 2016
28 กันยายน 2559	กิจกรรมสัมมนาพิเศษสื่อมวลชนงาน ASEAN Conference on MICE in collaboration with UNWTO

2. กิจกรรมประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ โดยจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์สำหรับสื่อมวลชนต่างประเทศครอบคลุมภูมิภาคเอเชีย ยุโรป อเมริกา โอเชียเนีย และอื่นๆ โดยมีกิจกรรมสำคัญ อาทิ

วันที่จัดกิจกรรม	กิจกรรมประชาสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร
13 ตุลาคม 2558	งานแถลงข่าวแก่สื่อมวลชนต่างประเทศ งานเทรดโชว์ IMEX America 2015 ณ เมืองลาสเวกัส สหรัฐอเมริกา
17 พฤศจิกายน 2558	งานแถลงข่าวแก่สื่อมวลชนต่างประเทศ งานเทรดโชว์ IBTM WORLD 2015 ณ เมืองบาเซิล ประเทศสเปน
23 กุมภาพันธ์ 2559	งานแถลงข่าวสื่อมวลชนต่างประเทศ งานเทรดโชว์ Asia-Pacific Incentives and Meetings Expo (AIME 2016) ณ เมืองเมลเบิร์น ประเทศออสเตรเลีย
7 เมษายน 2559	งานแถลงข่าวสื่อมวลชนต่างประเทศ งานเทรดโชว์ IT&CM China 2016 ณ นครเซี่ยงไฮ้ สาธารณรัฐประชาชนจีน
20 เมษายน 2559	งานแถลงข่าวสื่อมวลชนต่างประเทศ งานเทรดโชว์ IMEX Frankfurt 2016 ณ เมืองแฟรงก์เฟิร์ต สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี
28 พฤษภาคม 2559	กิจกรรมแถลงข่าวลงนามความร่วมมือระหว่าง สสป. และ China Chamber of International Commerce (CCIOC) ณ กรุงปักกิ่ง สาธารณรัฐประชาชนจีน
25-29 กรกฎาคม 2559	กิจกรรมสื่อมวลชนต่างประเทศสัมพันธ์ TCEB International Media Familiarisation Trip 2016 (IMFT 2016) เส้นทางกรุงเทพฯ-เชียงราย
28 กันยายน 2559	งานแถลงข่าวเปิดตัวแคมเปญสื่อสารประเทศไทยปี พ.ศ. 2560 ในการจัดงาน IT&CM Asia and CTW Asia-Pacific 2016 แก่สื่อมวลชนต่างประเทศ

Marketing and Corporate Image Department in 2016



Marketing Communications

Marketing communications focused on the use of international and domestic media tools in 2016 to build awareness of the MICE industry, which included:

Domestic Media

- The production of MICE INSIDE programme and scoop news in the Money Daily programme
- Public relations through TV interview on Business Watch Channel TNN 24
- Public relations through radio interviews on FM 97.0 Ruay Duay Khao programme on air on Saturday to Sunday
- Public Relations through newspapers, free magazine weekly 24 7 / Neekrung Magazine / Money & Banking Magazine

ฝ่ายการตลาดและภาพลักษณ์องค์กรในปี พ.ศ. 2559



ด้านการสื่อสารการตลาด

เน้นการใช้สื่อทั้งภายในและต่างประเทศโดยสื่อประชาสัมพันธ์ที่ใช้เพื่อสร้างการรับรู้อุตสาหกรรมไมซ์และองค์กรทั้งในและต่างประเทศ ในปี พ.ศ. 2559 ประกอบด้วย

สื่อในประเทศ

- การผลิตรายการ MICE INSIDE และ สกู๊ปข่าวประชาสัมพันธ์ รายการ Money Daily
- การประชาสัมพันธ์ผ่านการสัมภาษณ์ทางโทรทัศน์ ในรายการ Business Watch ช่อง TNN 24
- การประชาสัมพันธ์ผ่านการสัมภาษณ์ทางวิทยุคลื่น FM 97.0 ในช่วงรายการคุยด้วยชาวเสาร์-อาทิตย์
- การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ทาง นิตยสารแจกฟรีรายสัปดาห์ 24 7 / นิตยสารหนีกรุง / วารสารการเงินธนาคาร

Marketing and Corporate Image Department in 2016



International Media

Creating work pieces to create awareness in foreign media both for television and print media matching the MICE target group.

- Media related to MICE business tapping into Asia, Europe and Americas markets such as TIME, CEI, Biz Event Asia, Business Traveller, TTG MICE, MICE China, Trade Fair and Exhibition World.
- Media taps to global targets such as CNN television station, Sawasdee magazine and SKYNEWS television station.

Event Management

Event management focused on promoting marketing promotions linked to TCEB's domestic and foreign activities including the POP UP THAILAND project, a mobile booth presenting TCEB information and Thailand identity through cultural activities.

- TCEB supported trade shows such as IMEX America 2015, IBTM World 2015, AIME 2016, IT&CM China 2016, IMEX Frankfurt 2016, IBTM China 2016 and IT&CMA/CTW 2016.
- Supported events such as CNBC Exchange 2015, seminar to raise the quality and standard of Thailand's five exhibition linked industries, Bloomberg ASEAN Business Summit 2015 and Thailand International Exhibition & Events Forum 2016.
- A Pop-up Thailand exhibition booth located at the UFI Open Seminar in Asia 2016, Honda LPGA Thailand 2016 and Thailand Domestic MICE Mart 2016.

ฝ่ายการตลาดและภาพลักษณ์องค์กรในปี พ.ศ. 2559



สื่อต่างประเทศ

การจัดทำชิ้นงานเพื่อสร้างการรับรู้ในสื่อต่างประเทศ ทั้งสื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ ที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

- สื่อที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ เจาะตลาดเอเชีย ยุโรป อเมริกา อาทิ TIME, CEI, Biz Event Asia, Business Traveller, TTG MICE, MICE China, Trade Fair, Exhibition World เป็นต้น
- สื่อที่เจาะกลุ่มเป้าหมายทั่วโลก อาทิ สถานีโทรทัศน์ CNN นิตยสารสวัสดี สถานีโทรทัศน์ SKYNEWS เป็นต้น

ด้านกิจกรรมส่งเสริมการตลาด

เน้นสนับสนุน การบริหารกิจกรรมส่งเสริมการตลาด สำหรับกิจกรรมขององค์กรทั้งในและต่างประเทศ รวมทั้งในปีนี้ ยังจัดทำโครงการ POP UP THAILAND เพื่อเป็น บูธนิทรรศการเคลื่อนที่ในการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับ สสบน. และการนำเสนออัตลักษณ์ของประเทศไทยผ่านการจัดกิจกรรมส่งเสริมวัฒนธรรมต่างๆ

- กิจกรรมเทรดโชว์ที่ ทางส่วนงาน สนับสนุน ได้แก่ IMEX America 2015, IBTM World 2015, AIME 2016, IT&CM China 2016, IMEX Frankfurt 2016, IBTM China 2016, IT&CMA/CTW 2016
- กิจกรรมสนับสนุนงานอีเวนต์ อาทิ งาน CNBC Exchange 2015, การประชุมสัมมนาเพื่อยกระดับ 5 อุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าของไทย, Bloomberg ASEAN Business Summit 2015, Thailand International Exhibition & Events Forum 2016
- บูธนิทรรศการ Pop-up Thailand อาทิ งาน UFI Open Seminar in Asia 2016, Honda LPGA Thailand 2016, Thailand Domestic MICE Mart 2016 เป็นต้น

Meetings and Incentives Department in 2016

In fiscal year 2016, TCEB attracted 258,483 travellers generating THB23,445 million in revenue from corporate meetings and 263,556 incentive travel visitors generating THB16,217 million which represented an increase of 3.71% from the 2015 arrivals figure and 0.50% over last year revenue.

Bidding and Support

1. Domestic Event Support
 - 1.1 Direct support for the arrangement of meetings and incentive travels for corporate audiences: 92,651 MICE travellers and five events under the campaign of Thailand Big Thanks.
2. Bid Support
 - 2.1 Arranging five large scale meetings and incentives in Thailand: Infinitus China Overseas Training 2016, Baishengkang Healthcare Biotechnology Co., Ltd., Pro-Health 2016 Incentive Trip to Phuket, Xiuzheng Pharmaceutical Group Company Limited Incentive Tour, RMTH 3rd Anniversary.
 - 2.2 Winning the bid to host SITE Global Conference 2019 in Bangkok which is expected to attract 400 participants worldwide.
3. Assignment of overseas agents: In fiscal year 2016, there were five overseas agents in Japan, India, Singapore, North America and China.

Marketing and Development Promotion

1. Participation in six international MICE trade shows: IMEX AMERICA 2015 / IBTM World 2015 / AIME 2016 / IT&CM China 2016 / IMEX Frankfurt 2016 / IBTM China 2016.
2. Participation and support for the 24th IT&CM Asia and 19th CTW Asia-Pacific on 27 to 29 September 2016 at the Bangkok Convention Centre, CentralWorld. There were 63 booths of Thai MICE entrepreneurs, and 2,782 foreign participants from 52 countries.
3. Organising six roadshows in Japan, Malaysia, Singapore, China, Indonesia and the United Kingdom.
4. Organising of eight Familiarisation and Inspection Trips to show the nation's image and potential for international targeted markets.
5. Organising Connections Plus to show Thailand's potential and readiness to host meetings and incentive events in Samui, Surat Thani and Bangkok.

ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในปี พ.ศ. 2559

ปีงบประมาณ พ.ศ. 2559 ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ดึงจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์และรายได้เข้าประเทศ โดยแบ่งเป็นกิจกรรมการประชุมองค์กร จำนวน 258,483 คน สามารถสร้างรายได้ 23,445 ล้านบาท และด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล มีนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์จำนวน 263,556 คน สร้างรายได้ 16,217 ล้านบาท จำนวนคนเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2558 ร้อยละ 3.71 และมีรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.50

ด้านการดำเนินงานและสนับสนุนงาน

1. การสนับสนุนการจัดงานในประเทศไทย (Event Support)
 - 1.1 โครงการสนับสนุนการประชุมนานาชาติและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล กลุ่มลูกค้าองค์กรมีนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์จำนวน 92,651 คน ซึ่งมีจำนวน 5 งาน อยู่ภายใต้โครงการ Thailand Big Thanks
2. การสนับสนุนการประมูลสิทธิ์
 - 2.1 การจัดงานขนาดใหญ่เข้ามาจัดประชุมในประเทศไทย (Meetings and Incentives) จำนวน 5 งาน ได้แก่ Infinitus China Overseas Training 2016, Baishengkang Healthcare Biotechnology Co., Ltd., Pro-Health 2016 Incentive Trip to Phuket, Xiuzheng Pharmaceutical Group Company Limited Incentive Tour, RMTH 3rd Anniversary
 - 2.2 ชนะการประมูลสิทธิ์การเป็นประเทศเจ้าภาพจัดงาน SITE Global Conference 2019 ณ กรุงเทพฯ คาดว่ามีผู้เข้าร่วมประชุมประมาณ 400 คน จากทั่วโลก
3. การจัดตั้งตัวแทนตลาดต่างประเทศ ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2559 มีตัวแทนตลาดต่างประเทศ จำนวน 5 คน ประกอบด้วย ญี่ปุ่น อินเดีย สิงคโปร์ อเมริกาเหนือ และจีน

การส่งเสริมการตลาดและการพัฒนา

1. ร่วมงานเทรดโชว์ในต่างประเทศ จำนวน 6 งาน ประกอบด้วย IMEX America 2015 / IBTM World 2015 / AIME 2016 / IT&CM China 2016 / IMEX Frankfurt 2016 / IBTM China 2016
2. เข้าร่วมงานและให้การสนับสนุนการจัดงาน The 24th IT&CM Asia and 19th CTW Asia-Pacific ระหว่างวันที่ 27-29 กันยายน พ.ศ. 2559 ณ บางกอก คอนเวนชันเซ็นเตอร์ เซ็นทรัลเวิลด์ มีผู้ประกอบการไมซ์เข้าร่วมงานภายใต้คูหาประเทศไทยจำนวน 63 ราย และมีจำนวนผู้เข้าร่วมงานทั้งสิ้นจำนวน 2,782 คน จาก 52 ประเทศทั่วโลก
3. จัดงานโรดโชว์ต่างประเทศ จำนวน 6 งาน ประกอบด้วย ญี่ปุ่น มาเลเซีย สิงคโปร์ สาธารณรัฐประชาชนจีน อินโดนีเซีย และสหราชอาณาจักร
4. จัดกิจกรรมสร้างภาพลักษณ์และแสดงศักยภาพของประเทศไทยให้กับกลุ่มเป้าหมายชาวต่างชาติ (Familiarisation and Inspection Trips) จำนวน 8 ครั้ง
5. จัดกิจกรรมประจำปี Connections Plus เพื่อแสดงศักยภาพและความพร้อมของประเทศไทยในการจัดงานประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ณ เกาะสมุย สุราษฎร์ธานี และกรุงเทพฯ

Meetings and Incentives Department in 2016



Marketing and Development Promotion (Cont'd)

6. Initiating the Thailand Incentive & Meeting Exchange (TIME), 16 to 21 August 2016 focusing on the China market. There were three key activities such as Knowledge Exchange, a stage to exchange knowledge for tapping into MI market; Business Exchange, a stage for table-top sessions to create marketing and sales opportunity for Thai entrepreneurs with representatives from China; and Experience Exchange, a large-scale field visit for MICE agents from China in Phuket.

7. Organising of Meetings Industry Day, 31 August 2016, at AVANI Riverside Bangkok Hotel with 289 participants. This event is held annually to report on meeting situation and trends for entrepreneurs and a platform for industry networking.

8. The development of marketing promotion Sales & Market tools such as Thailand the Ultimate MI Destination in English, Japanese and Chinese and Thailand Presentation to promote marketing activities.

ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในปี พ.ศ. 2559



การส่งเสริมการตลาดและการพัฒนา (ต่อ)

6. จัดกิจกรรมประจำปี Thailand Incentive & Meeting Exchange (TIME) ระหว่างวันที่ 16-21 สิงหาคม 2559 โดยเน้นที่ตลาดจีนมีกิจกรรม 3 ส่วนหลัก ประกอบด้วย กิจกรรม Knowledge Exchange เวทีแลกเปลี่ยนความรู้เจาะตลาด MI กิจกรรม Business Exchange เวทีสำหรับเจรจาธุรกิจ (Table-top Session) เพื่อสร้างโอกาสทางการตลาดและการขายให้ผู้ประกอบการไทยกับตัวแทนผู้จัดการประชุมจากจีน และ กิจกรรม Experience Exchange จัดทัศนศึกษาขนาดใหญ่สำหรับตัวแทนผู้จัดการประชุม (MICE Agent) จากจีน ณ จังหวัดภูเก็ต

7. จัดกิจกรรมประจำปี Meetings Industry Day เพื่อรายงานสถานการณ์อุตสาหกรรมการประชุมและแนวโน้มธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการ และเป็นเวทีให้ผู้ประกอบการสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์เมื่อวันที่ 31 สิงหาคม 2559 ณ โรงแรมอวานี กรุงเทพ ริเวอร์ไซด์ มีผู้เข้าร่วมงานทั้งสิ้นจำนวน 289 คน

8. จัดทำผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการตลาดและสื่อสารการตลาด ได้แก่ Thailand the Ultimate MI Destination ภาษาอังกฤษ ภาษาญี่ปุ่น และภาษาจีน และ Thailand Presentation สำหรับส่งเสริมกิจกรรมการตลาด

Meetings and Incentives Department in 2016

Marketing and Development Promotion (Cont'd)

9. Maintenance of memberships of key industry international associations, such as Society for Incentive Travel Excellence (SITE), Meeting Professionals International (MPI), and Global Business Travel Association (GBTA). TCEB participated in three annual meetings to increase knowledge and develop good relations with member organisations, and support two marketing activities, also as a co-organiser, to promote TCEB and Thailand.
10. The study project on potential markets for meetings and incentives, which included two sub-activities. They are:
- (1) study potential meetings and incentives marketing in Asia such Indonesia, Hong Kong, South Korea, Taiwan and Europe such as Germany, England, France and Italy;
 - (2) study on the possibilities to tap new potential meetings and incentives markets in Eastern Europe and CIS countries.

Event highlights in fiscal year 2016

MEETINGS AND INCENTIVES

1. Infinitus China Overseas Training 2016	11-30 June 2016	14,000 participants
2. Baishengkang Healthcare Biotechnology Co., Ltd.	25 June-1 July 2016	2,200 participants
3. Pro-Health 2016 Incentive Trip to Phuket	9 July-28 August 2016	5,300 participants
4. Xiuzheng Pharmaceutical Group Company Limited Incentive Tour	20-30 September 2016	2,000 participants
5. RMTH 3 rd Anniversary	24 September-2 October 2016	10,000 participants

ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในปี พ.ศ. 2559

การส่งเสริมการตลาดและการพัฒนา (ต่อ)

9. คงสมาชิกภาพในสมาคมที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ Society for Incentive Travel Excellence (SITE), Meeting Professionals International (MPI), Global Business Travel Association (GBTA) และเข้าร่วมการประชุมประจำปีของสมาคมจำนวน 3 ครั้ง เพื่อเพิ่มพูนความรู้และสร้างเครือข่ายภายในกลุ่มสมาชิก รวมทั้งเข้าร่วมกิจกรรมการตลาดและจัดกิจกรรมร่วมกับสมาคมจำนวน 2 ครั้ง เพื่อส่งเสริมการตลาดของทีเส็บและประเทศไทย
10. โครงการศึกษาข้อมูลทางการตลาดที่มีศักยภาพในอุตสาหกรรมการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ประกอบด้วย 2 กิจกรรมย่อยได้แก่
- (1) ศึกษาข้อมูลทางการตลาดที่มีศักยภาพในอุตสาหกรรมการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ในประเทศทวีปเอเชีย ได้แก่ อินโดนีเซีย ฮังการี เกาหลีใต้ ไต้หวัน และประเทศในทวีปยุโรป ได้แก่ เยอรมัน อังกฤษ ฝรั่งเศส อิตาลี
 - (2) ศึกษาความเป็นไปได้ในการเจาะตลาดศักยภาพใหม่ในอุตสาหกรรมการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล กลุ่มประเทศในยุโรปตะวันออก (Eastern Europe) และกลุ่มประเทศเครือรัฐเอกราช (CIS Countries)



Convention Department in 2016



In fiscal year 2016, the Convention Department attracted 298,564 international MICE travellers increasing 1.42% from 2015 and generating THB25,789 million in revenue from 2,670 convention events hosted in Thailand.

Bidding and Support

1. Projects to support associations and organisations to arrange conventions in Thailand (Event Support / Subsidy). It resulted in 111 events attracting 45,066 MICE travellers.
2. Supporting bids for conventions, which helped to secure 22 winning events.
3. Assignment of overseas agent in the United States.
4. Support to help increase the number of participants in conventions through marketing campaign by arranging Visitor Promotions. All-told, 12 events joined the marketing promotion campaign.

ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติในปี พ.ศ. 2559



ปีงบประมาณ พ.ศ. 2559 มีจำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์และรายได้เข้าประเทศ จากกิจกรรมการประชุมนานาชาติที่จัดในประเทศไทย จำนวน 298,564 คน สร้างรายได้ 25,789 ล้านบาท เมื่อเปรียบเทียบกับปีงบประมาณ พ.ศ. 2558 พบว่าจำนวนนักเดินทางเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.42

ด้านการตีวงและสนับสนุนงาน

1. โครงการให้การสนับสนุนสมาคม และหน่วยงานในการจัดประชุมนานาชาติในไทย (Event Support/Subsidy) มีจำนวนงานที่สนับสนุนรวมทั้งสิ้น 111 งาน และมีจำนวนผู้เข้าร่วมประชุมจากต่างประเทศ จำนวน 45,066 ราย
2. โครงการสนับสนุนการประมูลสิทธิ์จัดงานประชุมนานาชาติ โดยมีจำนวนงานที่ชนะการประมูลสิทธิ์ จำนวน 22 งาน
3. การจัดตั้งตัวแทนตลาดต่างประเทศ จำนวน 1 ประเทศ ได้แก่ ประเทศสหรัฐอเมริกา
4. สนับสนุนเพื่อเพิ่มจำนวนผู้เข้าร่วมงานประชุมผ่านแผนงานส่งเสริมการตลาด โดยการจัดทำ Visitor Promotion โดยมีจำนวนงานที่เข้าร่วมโปรโมชันส่งเสริมการตลาดจำนวน 12 งาน

Convention Department in 2016

Bidding and Support (Cont'd)

5. The development of 11 marketing promotional assets to promote the MICE industry in Thailand and the department role.
6. Participation in four trade shows: AIME 2016 / IMEX Frankfurt 2016 / IMEX America 2015 / IBTM World 2015.
7. Organising Road Shows / Sales Missions / One-on-One meetings for targeted markets such as Singapore, Taiwan, South Korea, China, Japan and the United Kingdom.
8. The organising of familiarisation trips to show the country's potential and readiness such as SITE Inspection and Education trip.
9. Promoting brand image and aggressive marketing through collaboration with overseas partners in the industry such as ASAE Annual Meeting & Exposition / America Society of Association Executives (APAC) / European Association Congress and India Association Congress / marketing activity during annual meeting of ICCA AGM 2015.

Development for Thailand MICE industry

Maintenance of memberships in key industry associations such as the International Congress and Convention Association, Union of International Associations, Professional Convention Management Association to participate in proactive market activities and create network with these associations such as participated in annual meetings of PCMA Convening Leaders and ICCA AGM 2015 and coordinated with ICCA to organise ICCA Thailand Seminar 2016 to convey knowledge of bidding and organising convention events for the country professional associations and entrepreneurs and marketing activities with associations such as being membership of International Congress and Convention Association, Union of International Association and Professional Convention Management Association including attend annual meetings as PCMA Convening Leaders and ICCA AGM 2015.

Winning events in 2016

1. IFFO (The Marine Ingredients Organisation) Annual Conference 2016
2. INTO University Partnerships Global Recruitment Conference 2016 (GRC 2016)
3. The World Scholar's Cup Global Round 2016
4. The 16th Forum of Ethical Review Committees on the Asian and Western Pacific Region International Conference (FERCAP 2016)
5. The 8th Shelf Life International Meeting (SLIM 2017)
6. World Travel and Tourism Council Global Summit 2017 (WTTC Global Summit 2017)
7. The 30th International Air Transport Association Ground Handling Conference (IGHC 2017)
8. The 30th Asia Pacific Plant Protection Commission (APPPC 2017)
9. World Clown Festival 2017
10. SIGGRAPH Asia 2017
11. The 12th Asia Pacific Travel Health Congress (APTHC 2018)
12. The 13th International Conference of the Asian Clinical Oncology Society (ACOS 2018)
13. The 3rd International Conference on One Medicine One Science (iCOMOS 2018)
14. The 15th Asia Pacific Conference on Giftedness (APCG 2018)
15. The 24th International Conference on Multimedia Modeling (MMM 2018)
16. The 8th Education International World Congress (WEC 2019)
17. The World Veterinary Poultry Association Congress 2019 (WVPA 2019)
18. World Conference of the International Council for Traditional Music 2019 (ICTM 2019)
19. The 34th Asia-Pacific Academy of Ophthalmology Congress 2019 (APAO 2019)
20. Federation of Asian Small Animal Veterinary Association Congress 2020 (FASAVA 2020)
21. The 38th World Congress of International Society of Hematology 2020 (ISH 2020)
22. International Weed Science Congress 2020 (IWSC 2020)

ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติในปี พ.ศ. 2559

ด้านการด้วงานและสนับสนุนงาน (ต่อ)

5. การจัดทำผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการตลาดและสื่อสารการตลาด จำนวน 11 ชิ้นงาน เพื่อประชาสัมพันธ์ประเทศไทยและบทบาทของฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ
6. การเข้าร่วมงานนิทรรศการสำหรับกลุ่มผู้เดินทางธุรกิจและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์ในต่างประเทศ (Trade Show) จำนวน 4 งาน ได้แก่ AIME 2016 / IMEX Frankfurt 2016 / IMEX America 2015 และ IBTM World 2015
7. จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด Road Show / Sales Mission / One on One Meeting ในตลาดเป้าหมายในต่างประเทศ อาทิ สิงคโปร์ ไต้หวัน เกาหลีใต้ จีน ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เป็นต้น
8. จัดกิจกรรมดูงานเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในศักยภาพและความพร้อมของประเทศ (Familiarisation Trip) อาทิ กิจกรรม SITE Inspection และ Educational trip
9. ส่งเสริมภาพลักษณ์และดำเนินการตลาดเชิงรุกร่วมกับ Industry Partners ในต่างประเทศ อาทิ ASAE Annual Meeting & Exposition / American Society of Association Executives (APAC) / European Association Congress และ India Association Congress / ดำเนินกิจกรรมการตลาดในระหว่างเข้าร่วมประชุมประจำปี ICCA AGM 2015 เป็นต้น

ด้านการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมของประเทศไทย (DEVELOP)

คงสมาชิกภาพในสมาคมนานาชาติที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการประชุม เช่น International Congress and Convention Association (ICCA) / Union of International Association (UIA) / Professional Convention Management Association (PCMA) เพื่อร่วมกิจกรรม ดำเนินการตลาดเชิงรุก และสร้างเครือข่ายกับสมาคมเหล่านี้ อาทิ การเข้าร่วมประชุมประจำปี PCMA Convening Leaders และ การเข้าร่วมประชุมประจำปี ICCA AGM 2015 และการร่วมมือกับ ICCA ในการจัด ICCA Thailand Seminar 2016 เพื่อถ่ายทอดความรู้ด้านการประชุมลิสต์ และการจัดงานประชุมนานาชาติให้กับสมาคมวิชาชีพและผู้ประกอบการชาวไทย และกิจกรรมการตลาดร่วมกับสมาคมต่างๆ อาทิ การเป็นสมาชิกสมาคมในรูปแบบองค์กรของ International Congress and Convention Association / Union of International Association / Professional Convention Management Association รวมทั้ง การเข้าร่วมประชุมประจำปี PCMA Convening Leaders และการเข้าร่วมประชุมประจำปี ICCA AGM 2015



Thailand CONNECT TCEB
www.businesseventsthailand.com

Thailand celebrates the success of your convention with you

Convene in Thailand with our "Convene in Paradise" promotional campaign and make your event even more remarkable with up to 1,000,000 Baht support!

Exhibition and Event Department in 2016

In fiscal year 2016, TCEB's Exhibition and Event Department facilitated 175,575 MICE visitors who attended international exhibitions and trade shows in Thailand. This in turn generated revenue of THB15,241 million, an increase of 0.53% in visitors and 0.18% in revenue when compared with 2015.

The much greater numbers in 2016 were partly due to the hosting of mega events, supported by TCEB, which attracted over 272,382 MICE visitors increasing 146.93% and generating THB21,799 million an improvement of 148.02% over the previous year.

There were four key activities in 2016 fiscal year:

1. Road Shows / Trade Promoter Workshops/ One-on-One meetings

- Philippines Roadshow 2015, 9 December 2015 in Manila, the Philippines promoted Thailand's international exhibition industry, building on and expanding cooperation and networks between governmental agencies of foreign countries. The objective was to increase the number of business travellers participating in exhibitions in Thailand.
- Trade Promoter Workshop in Vietnam 2015, 22 December 2015, in Can Tho and 24 December 2015, in Ho Chi Minh City, Vietnam to promote Connect Business Campaign and Reward Programme.
- Participate UFI Congress 2015 in Milan, Italy, 6 November 2015. The department organized a lunch meeting and a One-on-One Meeting to promote and seek opportunities to win new events for Thailand.
- India Business Forum 2016, 10 February 2016, in New Delhi, India. The event attracted Indian media and participants from related associations including organisers from Thailand for a session of business matching with associations and federations attending the event.
- Korea Roadshow 2016, 19 April 2016 in Busan, South Korea, to create awareness and promote Thailand's exhibition industry, create networks in targeted markets particularly associations, organisations, exhibition organisers and businessmen in South Korea.
- Indonesia Business Forum 2016, held 24 to 27 May 2016 in Jakarta, Indonesia, that attracted media from Indonesia and participants from related associations.
- Hosted a seminar under the topic of Maximise your export growth through trade fair participation under government support, a joint venture with Vietnam Trade Promotion Agency (Vietrade) and Thai Exhibition Association (TEA), 29 to 30 May 2016. The activity was based on the MoU signed between TCEB and Vietrade in 2010 to exchange information and knowledge of the exhibition industry between the countries.
- Sponsorship activity for Thailand Pavilion in CIFTIS 2016 (China Beijing International Fair for Trade in Services 2016) including signing a Memorandum of Understanding (MoU) between TCEB and China Chamber of International Commerce (CCOIC), 28 May to 1 June 2016 in Beijing, China.
- One-on-One meeting activity with mega event organisers both public and private sector from MICE City, 31 May to 4 June 2016, in Sydney, Australia. It proved to be a successful channel for public relations activities and created opportunities to win events to be hosted in Thailand.

ฝ่ายอุตสาหกรรมและการแสดงสินค้านานาชาติในปี พ.ศ. 2559

ปีงบประมาณ พ.ศ. 2559 มีนักเดินทางกลุ่มไมซ์เข้าร่วมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติจำนวน 175,575 คน สร้างรายได้ ให้แก่ประเทศรวม 15,241 ล้านบาท และเมื่อเปรียบเทียบกับปีงบประมาณ พ.ศ. 2558 พบว่าจำนวนนักเดินทางธุรกิจในการแสดงสินค้านานาชาติเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.53 สร้างรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.18 ในส่วนของงานเทศกาลและเมกะอีเวนท์ ที่ สสพ. ให้การสนับสนุน สามารถดึงดูดนักเดินทางกลุ่มไมซ์ได้มากกว่า 272,382 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 146.93 และสร้างรายได้รวมถึง 21,799 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 148.02 จากปีก่อนหน้า

รายละเอียดความสำคัญต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในปีงบประมาณ พ.ศ. 2559 แบ่งได้เป็น 4 กิจกรรมหลักดังนี้

1. กิจกรรม Road Shows / Trade Promoter Workshop / One-on-One meeting ที่สำคัญ ได้แก่

- Philippines Roadshow 2015 จัดขึ้นเมื่อวันที่ 9 ธันวาคม พ.ศ. 2558 ณ กรุงมะนิลา ประเทศฟิลิปปินส์ เพื่อประชาสัมพันธ์และขยายเครือข่ายความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐของต่างประเทศและเพิ่มจำนวนนักเดินทางธุรกิจในส่วนของผู้เข้าร่วมชมงานแสดงสินค้า
- Trade Promoter Workshop in Vietnam 2015 จัดขึ้นเมื่อวันที่ 22 ธันวาคม พ.ศ. 2558 ณ เมืองกันทอ และวันที่ 24 ธันวาคม พ.ศ. 2558 ณ เมืองโฮจิมินห์ ประเทศเวียดนาม เพื่อประชาสัมพันธ์ Connect Businesses Campaign และ Reward Program
- เข้าร่วมงาน UFI Congress 2015 ณ เมืองมิลาน ประเทศอิตาลี เมื่อวันที่ 6 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558 โดยมีการจัด Luncheon Meeting และ One on One Meeting เพื่อประชาสัมพันธ์และหาโอกาสที่จะจัดงานใหม่มาจัดที่ประเทศไทย
- India Business Forum 2016 จัดขึ้นเมื่อวันที่ 10 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2559 ณ กรุงนิวเดลี ประเทศอินเดีย โดยมีสื่อมวลชนชาวอินเดีย และผู้เข้าร่วมงานจากสมาคมต่างๆ รวมทั้งผู้จัดงานจากประเทศไทย เพื่อทำการจับคู่ธุรกิจกับสมาคมและสมาพันธ์ที่เกี่ยวข้องภายในงานด้วย
- Korea Roadshow 2016 จัดขึ้นเมื่อวันที่ 19 เมษายน พ.ศ. 2559 ณ เมืองปูซาน ประเทศเกาหลีใต้ เพื่อสร้างการรับรู้ และประชาสัมพันธ์อุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าไทย สร้างเครือข่ายยังกลุ่มเป้าหมายที่เป็นสมาคมหรือหน่วยงานต่างๆ ผู้จัดงานแสดงสินค้า และนักธุรกิจเกาหลีใต้
- Indonesia Business Forum 2016 จัดขึ้นเมื่อวันที่ 24-27 พฤษภาคม พ.ศ. 2559 ณ กรุงจาการ์ตา ประเทศอินโดนีเซีย มีสื่อมวลชนจากประเทศอินโดนีเซีย และผู้เข้าร่วมงานจากสมาคมต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง
- กิจกรรมสัมมนาภายใต้หัวข้อ Maximize your export growth through trade fair participation under Government support ร่วมกับ Vietnam Trade Promotion Agency (Vietrade) และสมาคมการค้าแสดงสินค้าไทย (TEA) จัดขึ้นเมื่อวันที่ 29-30 พฤษภาคม 2559 ซึ่งเป็นกิจกรรมต่อเนื่องจากการทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือระหว่าง สสพ. และ Vietrade ตั้งแต่ปี 2010 ในการแลกเปลี่ยนให้ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการแสดงสินค้านานาชาติระหว่าง 2 ประเทศ
- กิจกรรม Sponsorship ในการเข้าร่วมจัดแสดงงานใน Thailand Pavilion งาน CIFTIS 2016 (China Beijing International Fair for Trade in Services 2016) พร้อมพิธีลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) ระหว่าง สสพ. และ China Chamber of International Commerce (CCOIC) ระหว่างวันที่ 28 พฤษภาคม-1 มิถุนายน พ.ศ. 2559 ณ กรุงปักกิ่ง ประเทศจีน
- กิจกรรม One on One Meeting กับผู้จัดงานมหกรรมนานาชาติและเมกะอีเวนท์ พร้อมทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนจากไมซ์ซิตี้ ระหว่างวันที่ 31 พฤษภาคม-4 มิถุนายน พ.ศ. 2559 ณ เมืองซิดนีย์ ประเทศออสเตรเลีย เพื่อใช้เป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์ และสร้างโอกาสในการจัดงานมหกรรมนานาชาติมาจัดที่ประเทศไทย

Exhibition and Event Department in 2016



2. Major events in 2016

- Thailand International Exhibitions & Events Forum 2016 held, 28 January 2016, to distribute information and share knowledge of the exhibition industry, events and festivals. Presentations from speakers, well known on the international stage, focused on industry trends, government support and the department's strategy and plan in 2016.
- UFI Open Seminar in Asia 2016, held 25 to 26 February 2016, in Chiang Mai, which was an international workshop for exhibition sector and related industries.

ฝ่ายอุตสาหกรรมและการแสดงสินค้านานาชาติในปี พ.ศ. 2559



2. งานสำคัญในปี พ.ศ. 2559 ได้แก่

- งาน Thailand International Exhibitions & Events Forum 2016 จัดขึ้นเมื่อวันที่ 28 มกราคม พ.ศ. 2559 เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรม การแสดงสินค้า อีเวนต์และเฟสติวัล จากวิทยากรที่มีชื่อเสียงในระดับนานาชาติ แนวโน้มอุตสาหกรรม การสนับสนุนจากภาครัฐ รวมถึงกลยุทธ์และทิศทางการดำเนินงานในปี พ.ศ. 2559
- งาน UFI Open Seminar in Asia 2016 จัดขึ้นระหว่างวันที่ 25-26 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2559 ณ จังหวัดเชียงใหม่ เป็นงานสัมมนาเชิงปฏิบัติการระดับนานาชาติ ที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรม การแสดงสินค้าและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

Exhibition and Event Department in 2016

3. Marketing promotion campaign 2016

Extra Exhibition Advantage Programme Activity

- CONNECT Business campaign attracted 968 people, or 3,217 paired business matching links in 2016.
- Be My Guest campaign supported accommodation for international buyers attending events in Thailand.
- Premier Exhibition Access Programme supported a venue exploration programme for international exhibitors.

ASEAN Rising Trade Show (ART)

ASEAN Rising Trade Show (ART) campaign in an ongoing three-year programme (2015 to 2017) to raise the exhibition industry's quality sustainably and to act as a platform linking ASEAN trade in order to drive the economy and push Thailand as a Trading Nation. There are nine exhibition events under four industries during the second-year of the ART campaign. They are:

- Food & Hotel Thailand 2016 and SIMA ASEAN Thailand 2016 under food and agriculture industry;
- Automotive Manufacturing 2016 and Assembly, Automation Technology 2016 and Global Rubber, Latex & Tire Expo 2016 (GRTE) under automotive industry;
- ASEAN Sustainable Energy Week 2016 and 3W+CPPE Expo 2016 under the energy industry;
- Thailand Lab International 2016 and Beyond Beauty ASEAN Bangkok 2016 under the health and wellness industry.

The success of the projects supported by the project include:

- Number of international visitors and exhibitors under the ART 2016 campaign from ASEAN increased 30%

4. Example of sponsorship of international exhibition events 2016

Event	Date
Metalex 2015	18-21 November 2015
GRTE 2016	9-11 March 2016
INTERMACH 2016	11-14 May 2016
ProPak Asia 2016	15-18 June 2016
Manufacturing Expo 2016	22-25 June 2016
Food and Hotel Thailand 2016	7-10 September 2016

ฝ่ายอุตสาหกรรมและการแสดงสินค้านานาชาติในปี พ.ศ. 2559

3. กิจกรรมส่งเสริมการตลาดในปี พ.ศ. 2559 ได้แก่

กิจกรรม Extra Exhibition Advantage Program

- แคมเปญ CONNECT Businesses ซึ่งในปี พ.ศ. 2559 ที่ผ่านมามีกลุ่มผู้เข้าร่วมกิจกรรมการตลาด CONNECT Businesses รวมทั้งสิ้น 968 คน คิดเป็น 3,217 คู่ธุรกิจ
- แคมเปญ Be My Guest ซึ่งเป็นแคมเปญการสนับสนุนห้องพักสำหรับผู้ซื้อจากทั่วโลก
- แคมเปญ Premier Exhibition Access Program สนับสนุนการจัดโปรแกรมสำรวจพื้นที่จัดงานตามความต้องการอย่างเฉพาะเจาะจงสำหรับผู้จัดงานแสดงสินค้าจากต่างประเทศ



โครงการ ASEAN Rising Trade Show (ART)

เป็นกิจกรรมส่งเสริมการตลาดแบบต่อเนื่อง 3 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558-2560 เพื่อยกระดับคุณภาพอุตสาหกรรมแสดงสินค้านานาชาติของไทยให้เติบโตและเป็นเวทีเชื่อมการค้าอาเซียน ขับเคลื่อนเศรษฐกิจพร้อมผลักดันประเทศไทยสู่การเป็นชาติการค้า (Trading Nation) ซึ่งโครงการ ART ปีที่ 2 มีงานแสดงสินค้านานาชาติภายใต้การสนับสนุนของโครงการฯ รวม 9 งานภายใต้ 4 อุตสาหกรรม ได้แก่

- งาน Food & Hotel Thailand 2016 และงาน SIMA ASEAN Thailand 2016 ภายใต้อุตสาหกรรมอาหารและการเกษตร
- งาน Automotive Manufacturing 2016 และ งาน Assembly and Automation Technology 2016 และงาน Global Rubber, Latex & Tire Expo 2016 (GRTE) ภายใต้อุตสาหกรรมยานยนต์
- งาน ASEAN Sustainable Energy Week 2016 และงาน 3W+CPPE Expo 2016 ภายใต้อุตสาหกรรมพลังงาน
- งาน Thailand Lab International 2016 และงาน Beyond Beauty ASEAN Bangkok 2016 ภายใต้อุตสาหกรรมสุขภาพ

โดยความสำเร็จของงานที่ได้รับการสนับสนุนจากโครงการฯ ได้แก่

- จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ (visitors) และผู้ร่วมงานแสดงสินค้า (Exhibitors) ภายใต้โครงการ ART 2016 จากประเทศในอาเซียนเพิ่มขึ้น 30%

รายงานประจำปี พ.ศ. 2559 สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

Domestic MICE Department in 2016



MICE promotion and projects to stimulate activities for domestic MICE 2016 are as follows:

Thailand Domestic MICE Mart 2016 (TDMM 2016)

a platform for MICE business negotiations has been held for the third consecutive year to encourage business negotiations between buyers and sellers. There was a total of 1,734 appointments and a sales value of THB3,303,000 as a result of the initiative.

Meeting in Thailand Following Royal Initiatives campaign

The campaign marked three significant royal occasions during 2016. The three auspicious national celebrations, that underscored the importance of Royal Projects, were the 70th Anniversary of the Late His Majesty King Bhumibol Adulyadej's Accession to the Throne, the 88th Birthday Anniversary of the Late His Majesty King Bhumibol Adulyadej and the 84th Birthday Anniversary of Her Majesty Queen Sirikit.

TCEB partners with Pid Thong Lang Phra (The Royal Initiative Discovery Foundation), Association of Domestic Travel and Thailand Incentive and Convention Association to organise programmes to honour the late King and HM the Queen that include the possibility of pre and post tours in the Royal Project destinations. Organisations are encouraged to showcase the Royal Project initiatives and how lessons learned during the visit can be adapted to daily life. Activities carried under the campaign include media trips to the 12 royal project routes, nationwide, such as Bangkok, Prachuap Khiri Khan, Nakhon Phanom, Sakon Nakhon, Ratchaburi, Chiang Mai, Mae Hong Son, Nakhon Si Thammarat, Ayutthaya and Angthong. The bureau has subsidised travel for over 5,500 corporate clients.

ฝ่ายส่งเสริมตลาดในประเทศในปี พ.ศ. 2559



กิจกรรมส่งเสริมและกระตุ้นตลาดไมซ์ในประเทศปี พ.ศ. 2559 ที่สำคัญประกอบด้วย

โครงการ Thailand Domestic MICE Mart 2016 (TDMM 2016)

งานเจรจาธุรกิจด้านไมซ์ ซึ่งมีการจัดอย่างต่อเนื่องมาเป็นปีที่ 3 มีการเจรจาธุรกิจระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายมีจำนวนการนัดหมายทั้งสิ้น 1,734 นัดหมาย และมูลค่าการซื้อขายภายในงานทั้งสิ้นเป็นจำนวน 3,303,000 บาท

โครงการ ประชุมเมืองไทย อ้อมใจตามรอยพระราชดำริ

ในปี พ.ศ. 2559 เป็นปีมหามงคลแห่งการเฉลิมฉลองวาระสำคัญ 3 ปีได้แก่ วาระครบรอบ 70 ปี ครองราชย์ของ พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช และทรงเจริญพระชนมพรรษาครบ 88 พรรษา และสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ฯ เสด็จพระชนมพรรษา 84 พรรษา ที่เสด็จ ร่วมกับ สถาบันส่งเสริมและพัฒนากิจกรรม ปิดทองหลังพระ สืบสานแนวพระราชดำริ สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ (สทท.) และสมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) จัดทำโครงการ เพื่อร่วมเทิดพระเกียรติทั้งสองพระองค์ และส่งเสริมให้เกิดกิจกรรมหลังการประชุม (Post Tour) โดยการไปศึกษาดูงานในโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ เพื่อให้องค์กรต่างๆ ได้น้อมนำแนวพระราชดำริมาปรับใช้ในการทำงานหรือชีวิตประจำวัน กิจกรรมภายใต้โครงการประกอบด้วย กิจกรรมนำสื่อมวลชนเข้าเยี่ยมชมโครงการ พระราชดำรินี้ 12 เส้นทาง ครอบคลุมทุกภูมิภาคทั่วประเทศ อาทิ กรุงเทพฯ ประจวบคีรีขันธ์ นครพนม สกลนคร ราชบุรี เชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน นครศรีธรรมราช อุรุษยา และอ่างทอง โดยให้การสนับสนุนค่าเดินทางแก่กลุ่มลูกค้าองค์กร กว่า 5,500 คน

Domestic MICE Department in 2016

Manual development project of Meet in Thailand ... Prosperous Thailand or the Prachum Muangthai Pumjai Chuay Chart campaign.

The seminar routes are identified in 14 books covering 14 provinces around Bangkok, which is the country's largest MICE source market. They include updates on City Breaks in five MICE Cities that provide up-dated information, both in print and digital formats, which can be accessed through the website www.dmiceplanner.com.

Driving new trade shows to cover various parts of the country

upgrading national standards are a priority. In the 2016 fiscal year, the bureau focused on spreading successful events from the central region to other areas of the country. The Motor Show Hat Yai 2016, Furniture Fair and Exhibition focusing on electrical appliances and audio equipment in Chiang Mai and the creation of new regional events such as the Fruitpital Fair are examples of TCEB's success in this venture.

MICE network development in the MICE City

areas focuses on building MICE City as a quality MICE destination through creating an events strategy that increases the footprint of provincial events. For example the strategy helped Lanna Expo, to attract more visitors from outside the area of Chiang Mai by 20%. Organising MICE City Summit activities will help to further understand the role of cities in promoting the MICE industry.

Marketing activities in CLMV

areas and building awareness in Special Economic Zone (SEZ). Activities for CLMV are the Thailand MICE Roadshow in Myanmar, Lao PDR, Vietnam and Cambodia and roadshows in secondary destinations such as Myawaddy in Myanmar, Danang in Vietnam, Khammouane in Laos and Siem Reap in Cambodia.

In addition, TCEB subsidises and is the co-host with Thai Federation of Provincial Tourism Association (TFOPTA) to organise workshops in SEZ areas in three provinces-Trat, Nakhon Phanom and Kanchanaburi. The objective is to tap knowledge, production, trade, investment and employment resources through tourism meetings between Thailand and CLMV countries to encourage operators in the areas to expand their business to include meetings and seminars in Special Economic Zones.

(CLMV: Cambodia, Laos, Myanmar and Vietnam)

ฝ่ายส่งเสริมตลาดในประเทศในปี พ.ศ. 2559

โครงการ พัฒนาคู่มือ ประชุมเมืองไทย ภูมิช่วยชาติ

ในเส้นทางสัมมนารอบกรุง จำนวน 14 เล่ม ครอบคลุมพื้นที่ 14 จังหวัดรอบกรุงเทพฯ ซึ่งเป็นตลาดไมซ์ที่ใหญ่ที่สุด รวมถึงการปรับปรุง City Break ของเมืองไมซ์ทั้งห้าให้มีความทันสมัย โดยข้อมูลทั้งหมดมีทั้งในรูปแบบสิ่งพิมพ์มาตรฐาน และ digital ที่เข้าถึงได้ทาง website: www.dmiceplanner.com และ application MICE Cities ทั้ง 5 เมือง

การผลักดันงานแสดงสินค้าใหม่ กระจายงานไปยังส่วนภูมิภาคต่างๆ ภายในประเทศ

ยกระดับงานสู่มาตรฐานระดับประเทศ โดยในปีงบประมาณ พ.ศ. 2559 มุ่งเน้นการกระจายงานที่ประสบความสำเร็จในส่วนกลางไปยังส่วนภูมิภาค เช่น งานมอเตอร์โชว์หาดใหญ่ 2016 / งาน Furniture Fair และงานมหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและเครื่องเสียงลดราคา จังหวัดเชียงใหม่ และสร้างงานใหม่ในเขตภูมิภาค เช่น งานมหานครแห่งผลไม้ (Fruitpital Fair)

การพัฒนาเครือข่ายไมซ์ในพื้นที่ MICE city

เน้นการสร้างเมืองไมซ์ให้เป็นจุดหมายปลายทางไมซ์คุณภาพ ผ่านยุทธศาสตร์การสร้างงาน ยกระดับงานเด่นประจำจังหวัดนั้นๆ อาทิ งาน Lanna Expo ที่สามารถเพิ่มจำนวนผู้เข้าชมงานจากนอกพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่เป็น 20% การจัดกิจกรรม MICE city Summit เพื่อสร้างความเข้าใจถึงบทบาทเมืองในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์

กิจกรรมการตลาดในพื้นที่ CLMV

กิจกรรมสัมมนาและการสร้างการรับรู้ในเขตเศรษฐกิจพิเศษ (SEZ) ได้ดำเนินการจัดกิจกรรมในกลุ่มประเทศ CLMV ได้แก่ กิจกรรม Thailand MICE Roadshow ใน เมียนมา ลาว เวียดนาม และกัมพูชา และในเมืองรองของแต่ละประเทศที่จัด Roadshow เช่น เมืองเมียวดี ประเทศเมียนมา เมืองดานัง ประเทศเวียดนาม เมืองคำม่วน ประเทศลาว และ เมืองเสียมเรียบ ประเทศกัมพูชา

นอกจากนี้ สสป. ได้สนับสนุนงบประมาณและร่วมเป็นเจ้าภาพกับสมาคมสมาพันธ์ธุรกิจการท่องเที่ยวส่วนภูมิภาคแห่งประเทศไทย (TFOPTA) จัดโครงการสัมมนาเชิงปฏิบัติการในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ SEZ ใน 3 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดตราด จังหวัดนครพนม และจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อเชื่อมโยงความรู้ การผลิต การค้าการลงทุน แรงงาน ทรัพยากร การท่องเที่ยวเชิงการประชุมระหว่างไทยกับประเทศในกลุ่ม CLMV เพื่อให้ผู้ประกอบการในพื้นที่ปรับตัวเพื่อรองรับการประชุมและสัมมนาในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ

(CLMV: กัมพูชา, ลาว, เมียนมา และ เวียดนาม)

MICE Capabilities Department in 2016



The department is working to raise the potential and quality of the Thai MICE industry to an international level. In 2016, the following major projects were implemented:

MICE Standards

The department implemented the Thailand MICE Venue Standard (TMVS)-meeting room in which 227 meeting rooms from 100 MICE venues certified the standard's criteria in 2016, an increase from 42 MICE venues with 114 meeting rooms in the 2015 fiscal year.

In addition, the 43rd ASEAN Senior Officials Meeting on Tourism in the Philippines agreed to designate the MICE Venue Standard formulated by Thailand as the template to be included in the ASEAN Tourism Strategic Plan 2016 to 2025. Thailand was nominated to be the lead coordinator in charge of the ASEAN MICE Standard and now plays an important role in the ASEAN MICE industry to implement the standard across all 10 nations of ASEAN. It involves organising training programmes on the venue standard for ASEAN member countries and adopting a lead role to introduce the standard's methodology and knowledge base. As the project is implemented it will enhance MICE venues standards across the region, while underscoring Thailand's role as a ASEAN MICE centre that leads in quality. The ASEAN MICE Venue Standard will be completed and announced in 2017.

ฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในปี พ.ศ. 2559



มีการดำเนินงานเพื่อยกระดับศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้แข่งขันได้ในระดับสากลในปี พ.ศ. 2559
มีการดำเนินงานโครงการสำคัญดังนี้

การดำเนินงานด้านมาตรฐานสากล

ฝ่ายได้ดำเนินโครงการมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย (ประเภทห้องประชุม) (Thailand MICE Venue Standard : TMVS) โดยมีห้องประชุมได้รับการรับรองทั้งสิ้น 227 ห้องจาก 100 สถานประกอบการ เพิ่มขึ้นจากปีงบประมาณ พ.ศ. 2558 ซึ่งมีผู้ประกอบการไมซ์ที่ผ่านการประเมินได้รับมอบตราสัญลักษณ์จำนวนทั้งสิ้น 42 ราย คิดเป็นห้องประชุมรวม 114 ห้อง

นอกจากนี้ ได้ผลักดันมาตรฐานสถานที่จัดงานของประเทศไทยให้เป็นที่ยอมรับของประเทศสมาชิกอาเซียนใช้เป็นต้นแบบของการพัฒนามาตรฐานไมซ์อาเซียน ซึ่งจากการประชุมระดับเจ้าหน้าที่อาวุโสด้านการท่องเที่ยวอาเซียนครั้งที่ 43 ณ กรุงมะนิลา ประเทศฟิลิปปินส์ ที่ประชุมอาเซียนเห็นชอบให้ MICE Venue Standard ที่มาจากมาตรฐานของไทย ถูกบรรจุไว้ใน ASEAN Tourism Strategic Plan 2016-2025 โดยประเทศไทยเป็นผู้รับผิดชอบเรื่องมาตรฐานไมซ์อาเซียน ทำให้ประเทศไทยมีบทบาทสำคัญในเวทีอาเซียนด้านอุตสาหกรรมไมซ์และกำหนดแผนต่อยอด โดยเตรียมจัดอบรมองค์ความรู้ด้านมาตรฐานสถานที่จัดงานให้แก่ประเทศในอาเซียน ชูบทบาทของไทยให้เป็นผู้นำองค์ความรู้ด้านมาตรฐานสถานที่จัดงานไมซ์ และส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศในฐานะศูนย์กลางไมซ์ของอาเซียน คาดการณ์ว่าการจัดทำมาตรฐาน ASEAN MICE VENUE STANDARD จะเสร็จสิ้นและประกาศใช้ได้ในปี พ.ศ. 2560

MICE Capabilities Department in 2016



MICE Sustainability

Organising the MICE Sustainability Forum: The core action involves distributing international knowledge for MICE operators and interested parties by publishing the Thailand Sustainable Events Guide, which is a standard for entrepreneurs to organise quality events and supporting UFI Sustainability Focus Meeting, while supporting the Farm to Functions project to directly connect agriculture with MICE producers.

MICE Academy

Improving books and media for teaching and learning related to meetings and exhibitions. There are 89 educational institutes that have joined with TCEB and the education network extends to Hong Kong Polytechnic University. In addition, the department organized MICE Academy & Career Day to provide knowledge for teachers, students and interested persons. There are opportunities for MICE operators to recruit staff for a MICE career through job fairs and booths.

Trade Education

Creating the first CEM 57 certified professional in Thailand under the IAEE license and MPI Association. TCEB was granted the right to organise the CMP (Certified Meeting Professional) Boot Camp, which attracted 49 participants.

ฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในปี พ.ศ. 2559



การดำเนินงานด้านการจัดงานไมซ์อย่างยั่งยืน

จัดกิจกรรม MICE Sustainability Forum: Big Action เพื่อให้เผยแพร่องค์ความรู้ระดับนานาชาติให้แก่ผู้ประกอบการไมซ์และผู้สนใจ โดยจัดทำคู่มือการจัดงานไมซ์อย่างยั่งยืน (Thailand Sustainable Events Guide) เพื่อเป็นมาตรฐานสำหรับผู้ประกอบการในการจัดงานอย่างมีคุณภาพ และให้การสนับสนุนงาน UFI Sustainability Focus Meeting และผลักดันโครงการ Farm to Functions โดยเชื่อมโยงภาคการเกษตรซึ่งเป็นผู้ผลิตกับธุรกิจไมซ์โดยตรง

การดำเนินงานด้านการศึกษา

ดำเนินการปรับปรุงหนังสือและสื่อประกอบการเรียนการสอน วิชาการจัดประชุมและนิทรรศการ ให้มีความทันสมัยสอดคล้องกับสถานการณ์ สำหรับสถาบันอุดมศึกษาพันธมิตรทั่วประเทศที่ได้ลงนามความร่วมมือกับ สสพ.แล้วกว่า 89 แห่ง และได้ขยายเครือข่ายด้านการศึกษากับ Hong Kong Polytechnic University ด้วย นอกจากนี้ยังได้จัดงาน MICE Academy & Career Day เพื่อให้องค์ความรู้ทั้งแก่คณาจารย์ นิสิต นักศึกษา และผู้สนใจ เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการไมซ์ร่วมออกบูธรับสมัครงานสายอาชีพไมซ์

การดำเนินงานด้านภาครธุรกิจ

สร้างมืออาชีพที่ได้รับการรับรอง CEM 57 ราย รุ่นแรกในประเทศไทย ภายใต้ลิขสิทธิ์สมาคม IAEE และได้รับสิทธิ์จากสมาคม MPI ในการจัดหลักสูตร CMP (Certified Meeting Professional) Boot Camp โดยมีผู้เข้าร่วมกิจกรรม 49 ราย

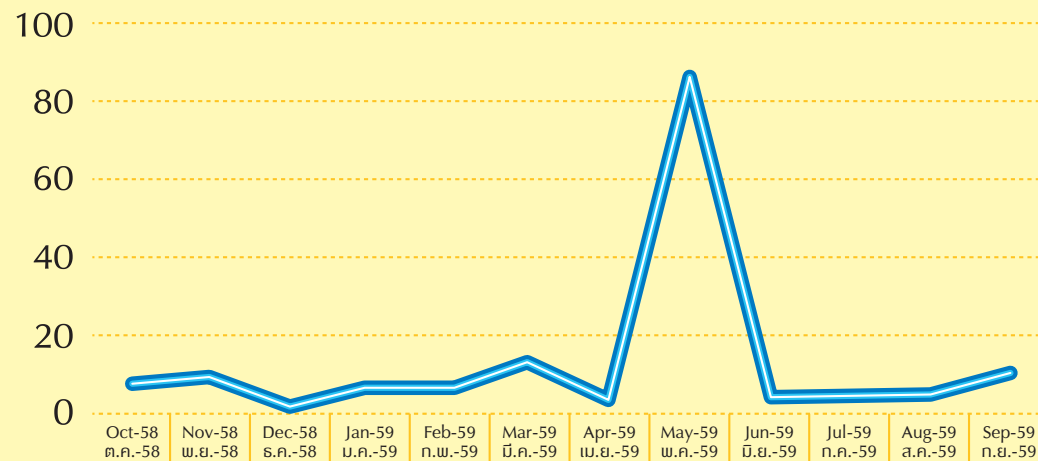
Government and Corporate Affairs Department in 2016

The main task is to coordinate activities between government agencies and private sector associations to promote MICE activity in 2016. The focus is on priority tasks that will enhance the MICE experience.

1. MICE Lane Service at Suvarnabhumi International Airport

The project offers warm Thai hospitality and introduces a high level of convenience for MICE visitors attending business events in Thailand. In the 2016 fiscal year, the service supported major events such as the Ministry of Tourism and Sports World Tourism Day, Ministry of Commerce's CLMVT event including TCEB sponsored events such as Infinitus China and IT&CMA. MICE visitors gave the MICE Lane service a 94.19% satisfaction score.

Overview of MICE Lane users (100 person) / จำนวนผู้ใช้บริการ MICE Lane (ร้อยละ)



Overview of MICE Lane users (100 person) จำนวนผู้ใช้บริการ MICE Lane (ร้อยละ)	Oct-15 ต.ค.-58	Nov-15 พ.ย.-58	Dec-15 ธ.ค.-58	Jan-16 ม.ค.-59	Feb-16 ก.พ.-59	Mar-16 มี.ค.-59	Apr-16 เม.ย.-59	May-16 พ.ค.-59	Jun-16 มิ.ย.-59	Jul-16 ก.ค.-59	Aug-16 ส.ค.-59	Sep-16 ก.ย.-59
	5.54	6.72	1.04	4.93	4.6	11.46	1.39	85.91	1.86	2.53	2.64	8.25

Overview of MICE Lane users (100 person) / จำนวนผู้ใช้บริการ MICE Lane (ร้อยละ)

Overview of MICE Lane users in 2016 / ตารางภาพรวมจำนวนผู้ใช้บริการ MICE Lane ในปี พ.ศ. 2559

2. Integrated collaborative programme creates partnership between public and private sectors

2.1 Thai Team Roadshow brought together senior executives from government agencies to promote Thailand internationally and develop good relations and collaboration with TCEB's associates.

- The Global Meetings & Incentive Exhibition (IBTM World 2015) during 15 to 20 November 2015 in Barcelona, Spain.
- Asia-Pacific Incentives & Meetings Expo 2016 (AIME) during 22 to 25 February 2016 in Melbourne, Australia.

2.2 Familiarisation trips focused on integrated strategies to promote and develop the Thai MICE industry.

- Held during 27 to 29 January 2016 in Phetchaburi, the event attracted 43 representatives from public and private sectors.
- Held during 23 to 25 March 2016 in Sukhothai the event attracted 36 representatives from public and private sectors.

ฝ่ายบริหารรัฐกิจวิสาหกิจในปี พ.ศ. 2559

กิจกรรมประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐและสมาคมภาคเอกชน เพื่อส่งเสริมกิจกรรมไมซ์ในปี พ.ศ. 2559 ที่สำคัญประกอบด้วย

1. โครงการ การบริการต้อนรับและอำนวยความสะดวก ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ (MICE Lane)

การให้บริการ MICE Lane ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ มีวัตถุประสงค์เพื่อให้บริการต้อนรับและอำนวยความสะดวกแก่นักเดินทางกลุ่มไมซ์ที่เดินทางเข้ามาจัดประชุมและแสดงนิทรรศการในประเทศไทย เพื่อสร้างความประทับใจแก่ผู้เดินทางและเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทย และเป็นหนึ่งในการตัดสินใจของผู้ประกอบการไมซ์ในการเลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางในการจัดงานประชุมและนิทรรศการ โดยในปีงบประมาณ พ.ศ. 2559 มีการให้บริการ MICE Lane สำหรับงานใหญ่และงานสำคัญๆ เช่น งาน World Tourism Day ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา งาน CLMVT ของกระทรวงพาณิชย์ รวมทั้งงานสำคัญของ สสพ. เช่น งาน Infinitus China, IT&CMA เป็นต้น โดยผลคะแนนความพึงพอใจในการให้บริการ MICE Lane ของนักเดินทางกลุ่มไมซ์ ในปีที่ผ่านมาอยู่ที่ร้อยละ 94.19



2. โครงการส่งเสริมความร่วมมืออย่างบูรณาการระหว่างหน่วยงานพันธมิตรภาครัฐและเอกชน

2.1 กิจกรรมนำคณะผู้บริหารระดับสูงของหน่วยงานพันธมิตรภาครัฐเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการตลาดในต่างประเทศ (Thai Team Road Show) จัดกิจกรรมจำนวน 2 ครั้ง ดังนี้

- เข้าร่วมงาน The Global Meetings & Incentive Exhibition (IBTM World 2015) จัดขึ้นระหว่างวันที่ 15-20 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558 ณ เมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน

- เข้าร่วมงาน Asia-Pacific Incentives & Meetings Expo 2016 (AIME) จัดขึ้นระหว่างวันที่ 22-25 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2559 ณ เมืองเมลเบิร์น ประเทศออสเตรเลีย

2.2 กิจกรรมการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับพันธมิตรและหน่วยงานภาครัฐ เพื่อพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศ (Familiarisation Trips) จัดกิจกรรมเป็นจำนวน 2 ครั้ง ดังนี้

- ครั้งที่ 1 จัดขึ้นระหว่างวันที่ 27-29 มกราคม พ.ศ. 2559 ณ จังหวัดเพชรบุรี โดยมีผู้แทนหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนเข้าร่วมงานเป็นจำนวน 43 คน
- ครั้งที่ 2 จัดขึ้นระหว่างวันที่ 23-25 มีนาคม พ.ศ. 2559 ณ จังหวัดสุโขทัย โดยมีผู้แทนหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนเข้าร่วมงานเป็นจำนวน 36 คน



Government and Corporate Affairs Department in 2016



3. Promotional activities of Thai Team TCEB

3.1 Cooperative activities with government agencies and private sector to strengthen the competitiveness of the MICE industry. There were four integration meetings:

- Seminar on opportunities and MICE potential under five key industries in Thailand, 20 November, 2015, at Pathumwan Princess Hotel, Bangkok.
- A follow-up meeting on the action plan 15 January 2016, at TCEB.
- Conference on integrating MICE promotion for health and wellness sector, 4 March 2016, at the Department of Health Service Support, Ministry of Public Health.
- Integrated meeting to promote MICE in five major industries, 29 April 2016, at Siam Kempinski Hotel

3.2 Public and private conference to promote MICE industry 2016. The ASEAN Conference on MICE 2016 in Collaboration with UNWTO was held alongside the UNWTO World Tourism Day celebrations, 28 September 2016, at the InterContinental Hotel Bangkok.

4. Project for brainstorming sessions on issues and obstacles for entrepreneurs and stakeholders in the MICE industry

- Meeting and visit to the Ministry of Public Health's Food and Drug Administration's One-Stop Service Centre, 6 July 2016.
- Working Lunch with Thai, 14 September 2016, at Dusit Thani Hotel, Bangkok.
- Workshop of public and private sectors to reduce barriers and improve MICE industry capabilities, 17 June 2016, at Sheraton Grande Sukhumvit.

ฝ่ายบริหารรัฐกิจวิสาหกิจในปี พ.ศ. 2559



3. โครงการส่งเสริมกิจการ THAI TEAM

3.1 กิจกรรมบูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ มีการจัดประชุมบูรณาการฯ จำนวนทั้งสิ้น 4 ครั้งได้แก่

- กิจกรรมการสัมมนาโอกาสและศักยภาพไมซ์ ภายใต้ 5 อุตสาหกรรมหลักของไทย วันที่ 20 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558 ณ โรงแรมปทุมวัน ปริ้นเซส กรุงเทพฯ
- การประชุมเพื่อติดตามผลและการจัดทำแผนบูรณาการการทำงานร่วมกัน (Action Plan) วันที่ 15 มกราคม พ.ศ. 2559 ณ สสพ.
- ประชุมเพื่อการบูรณาการในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ในสาขาสุขภาพ (Health and Wellness) วันที่ 4 มีนาคม พ.ศ. 2559 ณ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข
- การประชุมบูรณาการเพื่อส่งเสริมไมซ์ใน 5 อุตสาหกรรมหลัก วันที่ 29 เมษายน พ.ศ. 2559 ณ โรงแรมสยามเคมปินสกี

3.2 กิจกรรมงานประชุมเสวนาระหว่างพันธมิตรภาครัฐและเอกชนเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ประจำปี พ.ศ. 2559 ได้แก่ การประชุม ASEAN Conference on MICE 2016 in Collaboration with UNWTO โดยความร่วมมือกับองค์การการท่องเที่ยวโลก หรือ UNWTO จัดขึ้นวันที่ 28 กันยายน 2559 ณ ห้องบอลรูม โรงแรมอินเตอร์คอนติเนนตัล กรุงเทพฯ

4. โครงการการประชุมเพื่อระดมความคิดเห็นในการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคสำหรับผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ จัดให้มีการประชุมดังนี้

- การประชุมและศึกษาดูงานศูนย์บริการผลิตภัณฑ์สุขภาพเบ็ดเสร็จ วันที่ 6 กรกฎาคม พ.ศ. 2559 ณ ศูนย์บริการผลิตภัณฑ์สุขภาพเบ็ดเสร็จ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา
- การประชุมหารือร่วมข้อราชการกับกรมศุลกากร (Working Lunch) วันที่ 14 กันยายน พ.ศ. 2559 ณ โรงแรมดุสิตธานี กรุงเทพฯ
- การประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) ภาครัฐและเอกชน เพื่อการลดอุปสรรคและพัฒนาขีดความสามารถอุตสาหกรรมไมซ์ วันที่ 17 มิถุนายน พ.ศ. 2559 ณ โรงแรมเชรราตัน แกรนด์ สุขุมวิท

Information Technology Department in 2016



Digital MICE marketing online operations have been highly successful with TCEB's social media platforms and projects, both in the country and overseas, creating visibility to over 30 million international viewership and over 8 million domestic viewership.

TCEB's web domain www.businesseventsthailand.com provides comprehensive information to meet the needs and serve users in eight languages, which has attracted 754,624 page views.

At the end of April 2016, TCEB launched a Mobile Application of the website Biz Thailand, a bilingual application in Thai and English to provide information for MICE events throughout Thailand, hotels and accommodation, flights information, restaurants and department stores including promotions and updates based on the user's current location (Location-based service).

This application is suitable for TCEB's targeted market and the general public interested in conferences, exhibitions and events held in Thailand. Biz Thailand mobile application has a total of 2,000 downloads and creates visibility through social media with 3.4 million views.

ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศในปี พ.ศ. 2559



การดำเนินงานด้านการตลาดออนไลน์ DIGITAL MICE ประสบความสำเร็จอย่างสูง โดยเครือข่ายสังคมออนไลน์ หรือ Social Media ของ สสปน. ทั้งตลาดต่างประเทศและในประเทศนั้น สร้างการรับรู้ (Visibility) ของกลุ่มผู้ใช้จากต่างประเทศ จำนวนกว่า 30 ล้านวิว และกลุ่มผู้ใช้ในประเทศ จำนวนกว่า 8 ล้านวิว

ด้านเว็บไซต์ของ สสปน. www.businesseventsthailand.com ที่ให้ข้อมูลครอบคลุมเพื่อตอบโจทย์และให้บริการผู้ใช้ครบถ้วนตามความต้องการทั้ง 8 ภาษานั้น มียอดผู้เข้าชมเว็บไซต์ 754,624 เพจวิว ในปลายเดือนเมษายน พ.ศ. 2559 ได้เปิดตัว Mobile Application ของเว็บไซต์ ชื่อว่า Biz Thailand ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันสองภาษา อังกฤษ-ไทย ที่รวบรวมข้อมูล งานไมซ์โอเวนท์ทั่วประเทศไทย สถานที่จัดงานไมซ์ โรงแรมที่พัก เที่ยวบิน แหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหาร ห้างสรรพสินค้าไว้อย่างครบครัน อีกทั้งยังมีการอัปเดตข่าวสารเกี่ยวกับโปรโมชั่น โดยอ้างอิงกับตำแหน่งปัจจุบันของผู้ใช้ (Location-based service) แอปพลิเคชันนี้เหมาะสำหรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย สสปน. และบุคคลทั่วไป ที่มีความสนใจในงานประชุม งานแสดงสินค้า และงานอีเวนท์ที่จัดขึ้นในประเทศไทย โฆษณาแอปพลิเคชัน Biz Thailand มีจำนวนดาวน์โหลด 2,000 ครั้ง สร้างการรับรู้ผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ 3.4 ล้านวิว

Information Technology Department in 2016



International Online Marking Promotion

1. The Spice Up Your Business Agenda 2016 campaign offers exclusive privileges on goods and services to MICE travellers to enhance awareness. It provides a positive experience for MICE travellers throughout the year, while stimulating a bigger spend and extending length of stay in Thailand. The campaign attracted 46 MICE events from 16 companies that registered to join the campaign. Around 25,000 coupons were downloaded. The campaign generated 15 million views through social media and substantially increasing visibility.

2. Bloggers Familiarisation Trip is an extension campaign of Spice Up Your Business Agenda campaign to create awareness for Thailand as a Business and Leisure destination through international bloggers from China, Singapore, Taiwan, England and Australia. The bloggers gain a chance to visit international convention and exhibition centres and experience the products and services presented by the campaign.



Domestic Online Marking Promotion

1. MICE Trip Challenge focuses on engaging and motivating through social networking that focuses on people presenting potential event venues nationwide. Over 20,000 visitors visited www.micetripchallenge.com and over 33,000 votes were registered / It created visibility of 7 million views through online channels.

2. Digital MICE Award 2016 “Young VDO Contest” opened an opportunity for a new generation of students and the general public to send VDO clips to take part in a contest. It provided knowledge and understanding of the MICE industry and encouraged public and private organisations to create more MICE events in the country. The campaign attracted 78,386 views and created visibility of 1.6 million through online channels.

3. MEET IN THE VILLAGE # Best Company Outing Ever is a significant campaign that TCEB co-sponsored with MICE partners to create online campaign encouraged companies and organisations to arrange company outings and CSR trips to community areas that generated income for local communities in a sustainable fashion in line with government policy.

ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศในปี พ.ศ. 2559



แคมเปญตลาดออนไลน์ตลาดต่างประเทศ

1. แคมเปญ Spice Up Your Business Agenda 2016 นำเสนอสิทธิพิเศษของสินค้าและบริการที่น่าสนใจแก่นักเดินทางกลุ่มไมซ์ เพื่อเพิ่มความประทับใจและมอบประสบการณ์ที่ดีให้กับนักเดินทางกลุ่มไมซ์ตลอดปี พ.ศ. 2559 และกระตุ้นการใช้จ่ายและขยายระยะเวลาพำนัในประเทศไทยมากขึ้น พบว่า มีจำนวนงานไมซ์ 46 งาน จาก 16 บริษัทของผู้จัดงาน ลงทะเบียนร่วมแคมเปญฯ มีจำนวนการแลกรับคูปองประมาณ 25,000 ครั้ง สามารถสร้างการรับรู้ผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ กว่า 15 ล้านวิว

2. กิจกรรม Bloggers Familiarisation Trip ต่อยอดจากแคมเปญ Spice Up Your Business Agenda สร้างการรับรู้ของประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางเชิงธุรกิจและการท่องเที่ยว (Business with Leisure) ผ่านมุมมองของบล็อกเกอร์ต่างประเทศที่มีชื่อเสียงจาก 5 ประเทศ ได้แก่ จีน สิงคโปร์ ไต้หวัน อังกฤษ และออสเตรเลีย บล็อกเกอร์ต่างประเทศมีโอกาสเยี่ยมชมศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ ได้สัมผัสประสบการณ์และความประทับใจในการใช้สิทธิพิเศษของสินค้าและบริการต่างๆ ของแคมเปญ



แคมเปญตลาดออนไลน์ในประเทศ

1. MICE Trip Challenge เน้นสร้างการมีส่วนร่วมและกระตุ้นให้เกิดการบอกต่อผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้เกิดกระแสไวรัล มีผู้นำเสนอสถานที่จัดประชุม-สัมมนาที่มีศักยภาพจากทั่วประเทศ โดยมีผู้เข้าชมแคมเปญไซด์ www.micetripchallenge.com จำนวนกว่า 2 หมื่นราย ได้รับเสียงโหวตรวมกว่า 33,000 ครั้ง และสร้างการรับรู้ผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ ถึง 7 ล้านวิว

2. แคมเปญ Digital MICE Award 2016 “Young VDO Contest” เปิดโอกาสให้คนรุ่นใหม่ทั้งนักศึกษา และบุคคลทั่วไป ร่วมส่งผลงานคลิปวิดีโอเข้าประกวดเพื่อให้ความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศ และส่งเสริมให้องค์กรภาครัฐและเอกชน จัดงานไมซ์ในประเทศไทยมากขึ้น แคมเปญนี้มีผู้เข้าชมผลงานวิดีโอ 78,386 วิว สร้างการรับรู้ผ่านช่องทางออนไลน์ 1.6 ล้านการรับรู้

3. แคมเปญ MEET IN THE VILLAGE # Best Company outing ever นับเป็นแคมเปญสำคัญของตลาดในประเทศที่ สสพ. ร่วมกับพันธมิตรไมซ์ จัดแคมเปญออนไลน์เพื่อประชาสัมพันธ์ให้บริษัทและองค์กรต่างๆ ไปจัดกิจกรรม Company outing และ CSR trip ในพื้นที่ชุมชนสร้างรายได้แก่เศรษฐกิจชุมชนท้องถิ่นได้อย่างยั่งยืน

The mission to promote communities also created CEO Village Ambassadors. It required each team to promote a community through a Blog, Youtube, Facebook and Instagram to create the most awareness via social media. The campaign generated visibility of 6.7 million online views.

Website and Social network

International Market

Facebook: BusinessEventsThailand

LinkedIn: businesseventsthailand

Twitter:@ThailandCVB

Youtube: businesseventsth

Instagram: businesseventsth

Flickr: businesseventsthailand

Google+: +Businesseventsthailand

Wechat: businesseventsthailand

Domestic Market

Facebook: miceinthailand

Instagram: miceinthailand

ตามยุทธศาสตร์สานพลังประชารัฐเพื่อเศรษฐกิจฐานรากของรัฐบาล การกิจกรรมแข่งขันโปรโมทชุมชนครั้งนี้คือ CEO Village Ambassador และทีมนักศึกษาของแต่ละทีมจะต้องโปรโมทสื่อของชุมชน ได้แก่ Blog, Youtube, facebook, Instagram เพื่อสร้างการรับรู้ผ่านช่องทางออนไลน์ให้ได้มากที่สุด ผลของแคมเปญสามารถสร้างการรับรู้ผ่านช่องทางออนไลน์ 6.7 ล้านการรับรู้

MOBILE APPLICATION



Biz Thailand Description

'Business Events Thailand' is the essential app for anyone visiting Thailand for a conference, trade show, meeting, or business event. Created by the Thailand Convention and Exhibition Bureau (TCB), 'Business Events Thailand' is completely free and packed with tons of useful information for anyone attending a business event in Thailand, whether you are a visitor or local resident. The app uses location-based services to help you browse and find attractions, restaurants, hotels, business venues, events, and other points-of-interest in Bangkok, Phuket, Chiang Mai, Pattaya and other popular business destinations in Thailand.

'Business Events Thailand' features the following sections:

- **Business Events** - a comprehensive directory of trade shows, conferences, and business events throughout Thailand
- **City Guide** - a location-based travel guide for attractions, dining, entertainment, shopping, and other points-of-interest
- **Venues** - a directory of business meeting venues with key information for MICE organizers
- **Hotels** - a directory of business-friendly hotels throughout Thailand
- **Flight Information** - a quick & easy search engine for airlines and their flight times to Thailand from major cities around the world, as well as domestic flight searches
- **Campaign and Promotions** - special deals for MICE organizers and business travelers

All information in the app can be conveniently saved in a "Favorites" section, as well as shared with friends and colleagues via social media. Download 'Business Events Thailand' now and make your trip to Thailand your most memorable and productive business trip!



68

THAILAND CONVENTION & EXHIBITION BUREAU
(PUBLIC ORGANIZATION) ANNUAL REPORT 2016

MICE Trend in 2017

Thai Economy

The Thai overall economy in 2017 is expected to grow at 3%, improving from 2016, supported by the recovery of the export sector, spending and investment that continued at a high level over the past year. Revenue from tourism continued to grow. As tourism is a financial driver expansion in the MICE sector should make a significant contribution to draw high spending visitors to Thailand.

It is estimated that in 2017, world tourism will expand by 3.8% with competition and the continued growth of low cost airlines stimulating tourism growth. It is forecast that there will be more European tourists visiting Asia. There will also be infrastructure developments that support tourism such as the expansion of Don Mueang, Phuket and U-Tapao airports and the government's tourism policy that support growth to secondary destinations.

MICE 2017

For the global MICE outlook in 2017, technology will play an increasingly important role in the MICE industry that will support creativity, planning and the introduction of innovative virtual reality tools that will tap the full potential of location-based technology, mobile applications and social media.

Industry-specific market trending

For the incentive segment, visitors will face a reduction of travel time and programme activities. It will impact on the selection of a destination and budget costs will come into play. This may encourage so called 'Bleisure' trend, where social benefits and a mix of work and play are merged into the MICE activity.

For conventions, the scale will be bigger, but there will be more regional meetings. It is possible that in the long-term some conventions will become smaller, but convene more frequently and the event's duration will decrease. Attractions at the destination will continue to be a strong supporting factor when making a decision to choose a specific venue.

In the exhibitions segment, trends in world-class exhibitions suggest some will expand, or be replaced with more regional and national level events. International exhibitors will be doing more in partnership with local organisers through M&A (Merger & Acquisition). This will lead to an event's theme or topic being more consistent with economic and industrial growth. However, there will be a tendency for comprehensive activities that will merge conferences and exhibition content into a single event. The organisers, sellers and buyers will consider this formula more value for their investment.

Regional market trends

According to the 2016 GBTA Global BTI Outlook, an overview survey of the growth of countries budgeting for business travel within five years (2016 to 2020), the Asia-Pacific region is an important region. Asia is the main market for MICE visitors, which currently shares over 75% of visitors and the trend is boosting intra-regional travel.

Europe remains the second largest market after Asia, with a market share of 10% due to be the location of professional associations and many international organisations and a potential for high spend delegates.

The Americas is the third largest market after Europe, with a market share of 5%. However, the market is still important as many organisations have their headquarters in this region. These associations and leading companies influence the economy and technology advances. They enjoy good economic recovery that will encourage more business travel.

Oceania is the fourth largest market after the Americas. The market share is at 2.5%. Although it has a low market share, it is a relatively short haul destination that is convenient from a travel perspective and has factors to support economic cooperation within the framework of ASEAN+6, which will encourage more trade, investment and exchange relations.

แนวโน้มธุรกิจไมซ์ในปี พ.ศ. 2560

เศรษฐกิจไทยปีระกา

ภาพรวมเศรษฐกิจไทยปี พ.ศ. 2560 คาดว่าจะมีอัตราการขยายตัวสูงร้อยละ 3 ปรับตัวดีขึ้นกว่าปี พ.ศ. 2559 โดยได้รับปัจจัยสนับสนุนจากการฟื้นตัวของภาคการส่งออก การใช้จ่ายและการลงทุนภาครัฐที่ยังอยู่ในเกณฑ์สูงอย่างต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา และรายได้จากการท่องเที่ยวยังเป็นธุรกิจสำคัญที่นำรายได้หลักเข้าประเทศ ทั้งนี้ภาคท่องเที่ยวไทยปีระกายังมีแนวโน้มขยายตัวในเกณฑ์ดี คาดการณ์ว่าในปี 2560 การท่องเที่ยวโลกจะขยายตัวร้อยละ 3.8 โดยการแข่งขันและการเติบโตของสายการบินต้นทุนต่ำ จะช่วยกระตุ้นการท่องเที่ยวของโลก และมีแนวโน้มนักท่องเที่ยวยุโรปจะมาเอเชียมากขึ้น รวมทั้งมีการพัฒนาด้านโครงสร้างพื้นฐานที่สนับสนุนการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการขยายศักยภาพของสนามบินดอนเมือง ภูเก็ต และอุตะภา และนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวในมิติต่างๆ ของรัฐบาล

ธุรกิจไมซ์ปี 2560

สำหรับภาพรวมธุรกิจไมซ์ในเวทีโลก ปี พ.ศ. 2560 เทคโนโลยีทันสมัยเข้ามามีบทบาทต่ออุตสาหกรรมไมซ์มากขึ้น ทั้งการส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ การวางแผนและดำเนินกิจกรรมให้เกิดประสบการณ์สำหรับผู้เข้าร่วมงาน เช่น เทคโนโลยีเสมือนจริง Virtual Reality, Location Based Technology, Mobile Application หรือ Social Media

ด้านแนวโน้มตลาดแบบรายอุตสาหกรรม

ตลาดการประชุมและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล มีแนวโน้มที่ระยะเวลาการเดินทางสั้นลง กิจกรรมในโปรแกรมน้อยลง และเลือกจุดหมายปลายทางที่มีความคุ้มค่าทางการใช้งบประมาณมากขึ้น รวมทั้งต้องมีการบรรจุกิจกรรมเพื่อประโยชน์ต่อสังคมไว้ด้วยเสมอ และมีแนวโน้ม Work Along with Play หรือ Business Travel with Pleasure (Bleisure) มากขึ้น ด้านแนวโน้มการประชุมนานาชาติขนาดใหญ่จะใหญ่ขึ้น แต่จะมีการประชุมที่แยกเป็นรายภูมิภาคเพิ่มขึ้น การประชุมมีขนาดเล็กลงแต่มีความถี่เพิ่มขึ้น และแนวโน้มจำนวนวันจัดงานลดลง ความน่าดึงดูดของจุดหมายปลายทาง ยังคงเป็นปัจจัยสนับสนุนในการเลือกสถานที่จัดงาน ด้านธุรกิจการแสดงสินค้านานาชาติ แนวโน้มการจัดการแสดงสินค้าในลักษณะระดับโลก จะมีการขยายหรือทดแทนด้วยงานในระดับภูมิภาค หรือระดับประเทศมากขึ้น ผู้จัดงานระดับนานาชาติจะมีการดำเนินการในลักษณะพันธมิตรกับผู้จัดงานในท้องถิ่นมากขึ้น ทั้งในลักษณะที่เป็น M&A (Merger & Acquisition) โดย Theme / Topic ของงานจะสอดคล้องกับการเติบโตของเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม แต่จะมีแนวโน้มในการจัดกิจกรรมที่ครบวงจร ทั้งการประชุม และการแสดงสินค้าด้วยกันในงานเดียว การคำนึงถึงความคุ้มค่าในการลงทุนจะมีมากขึ้นทั้งในด้านของผู้จัดงาน ผู้ขาย และผู้ซื้อ

ด้านแนวโน้มตลาดแบบรายภูมิภาค

จากข้อมูลของ 2016 GBTA Global BTI Outlook ที่สำรวจภาพรวมการเติบโตของประเทศต่างๆ ในโลกของการใช้งบประมาณสำหรับการเดินทางเชิงธุรกิจ ภายใน 5 ปี (พ.ศ.2559-2563) พบว่าภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกเป็นภูมิภาคที่มีความสำคัญตลาดเอเชีย : เป็นตลาดหลักที่มาของนักเดินทางกลุ่มไมซ์ปัจจุบันมีสัดส่วนนักเดินทางกว่าร้อยละ 75 และมีแนวโน้มการเดินทางระหว่างกันภายในภูมิภาค (Intra-regional travel) ตลาดยุโรป ยังคงเป็นตลาดสำคัญอันดับ 2 รองจากเอเชีย มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ ร้อยละ 10 เนื่องจากเป็นแหล่งที่ตั้งของหน่วยงานสมาคมวิชาชีพ องค์การระหว่างประเทศต่างๆ เป็นจำนวนมาก และเป็นตลาดที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง ตลาดอเมริกา เป็นตลาดที่สำคัญอันดับ 3 รองจากยุโรป มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ร้อยละ 5 อย่างไรก็ตามเป็นตลาดที่ยังคงมีความสำคัญ เป็นกลุ่มที่มาของสำนักงานใหญ่ขององค์กร สมาคมและบริษัทชั้นนำที่มีอิทธิพลในด้านเศรษฐกิจและเทคโนโลยีต่างๆ และการฟื้นตัวของเศรษฐกิจที่อยู่ในระดับที่ดีที่จะส่งเสริมให้มีการเดินทางเชิงธุรกิจมากขึ้น ตลาดโอเชียเนีย เป็นตลาดที่สำคัญอันดับ 4 รองจากอเมริกา มีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ร้อยละ 2.5 อย่างไรก็ตามแม้ยังมีส่วนแบ่งทางการตลาดที่ต่ำเนื่องจากเป็นตลาดที่มีความอ่อนไหวค่อนข้างมากต่อสถานการณ์ความไม่ปกติต่างๆ แต่เนื่องจากเป็นตลาดที่มีความใกล้ชิดในด้านระยะทางที่มีความสะดวกต่อการเดินทางและมีปัจจัยเอื้อในด้านความร่วมมือทางเศรษฐกิจในกรอบของอาเซียนบวก 6 จะส่งเสริมให้มีความสัมพันธ์ด้านการค้า การลงทุน และการแลกเปลี่ยนความสัมพันธ์ในด้านต่างๆ มากขึ้น

Thailand MICE Plan

For developing MICE in 2017, the bureau has implemented a strategy in line with the 20-year national strategic framework, the 12th National Economic and Social Development Plan, Thailand 4.0, Pracha Rath policy and global MICE trends. It focus on cooperation with partners in all sectors, public and private, in the country and overseas to win new events and tap the potential of the global MICE market.

Strategy 1 Create revenue for prosperity by tapping key international MICE markets focusing on Asia, Europe, America and Oceania respectively, increase length of stay, spread revenue to other regions, encourage venues nationwide to have standards, create sustainability for MICE industry, and promote Thailand as a destination for mega size event by stimulating travel movement through marketing campaigns.

Strategy 2 Innovation for development will outline and create an experience for MICE visitors by using innovation through digital marketing under the Thailand SMART MICE concept, use technology and social media as a tool to develop the MICE market and communicate to the targeted markets to access information for planning and managing on MICE activity quickly and efficiently.

Strategy 3 Creating prosperity for the benefit of all sectors of society to achieve sustainability and focus on the main guidelines for the MICE industry's development in the country. This involves developing location and venue standards, creating new events and upgrading existing events, improving products and services through brand building and Thai identity and developing professional MICE human resources to create opportunities for MICE industry development in a sustainable manner.

แนวทางขับเคลื่อนไมซ์ไทย

สำหรับการพัฒนาธุรกิจไมซ์ปี พ.ศ. 2560 กำหนดยุทธศาสตร์ขับเคลื่อนไมซ์ตามกรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 นโยบายประเทศไทย 4.0 นโยบายประชารัฐ และเทรนด์ตลาดไมซ์โลก มุ่งเน้นบูรณาการความร่วมมือกับพันธมิตรในทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ เอกชน ทั้งในประเทศและนานาชาติ เพื่อผลักดันให้เกิดการสร้างงานใหม่และเพิ่มการดึงดูดไมซ์คุณภาพให้เข้ามาในประเทศไทย

ด้านกลยุทธ์ที่ 1 การสร้างรายได้เพื่อความมั่งคั่ง เจาะตลาดหลักไมซ์ต่างประเทศ เน้นตลาดเอเชีย ยุโรป อเมริกา และโอเชียเนีย ตามลำดับ มุ่งขยายระยะเวลาการพำนักรในประเทศไทย และกระจายรายได้ในการเดินทางต่อเนื่องไปยังภูมิภาคต่าง ๆ ส่งเสริมสถานที่จัดงานทั่วประเทศให้มีมาตรฐาน และสร้างความยั่งยืนให้กับธุรกิจไมซ์ พร้อมส่งเสริมศักยภาพประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางของงานไมซ์ขนาดเมกะไซส์ โดยกระตุ้นการเดินทางผ่านแคมเปญส่งเสริมการตลาด

ด้านกลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนาประเทศด้วยนวัตกรรม วางแนวทางสร้างประสบการณ์นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ด้วยนวัตกรรมผ่านการตลาดไมซ์ดิจิทัล (Digital Marketing) ภายใต้แนวคิด Thailand SMART MICE ใช้เทคโนโลยีและสื่อออนไลน์เป็นเครื่องมือการพัฒนาตลาดไมซ์ และสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย ให้สามารถเข้าถึงข้อมูลในการวางแผนการจัดกิจกรรมไมซ์ของไทยได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

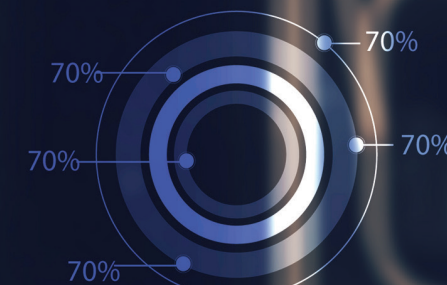
ด้านกลยุทธ์ที่ 3 การสร้างความเจริญเพื่อมุ่งประโยชน์ส่วนรวมในทุกภาคส่วนของสังคม เพื่อความยั่งยืน ชูแนวทางหลักเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศ ทั้งการพัฒนามาตรฐานเชิงพื้นที่และสถานที่ การสร้างงานใหม่และการยกระดับงานเดิม การพัฒนาสินค้าและบริการผ่านการสร้างแบรนด์และอัตลักษณ์ไทย รวมถึงการพัฒนาบุคลากรไมซ์มืออาชีพ เพื่อการสร้างโอกาสการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์กระจายสู่ภูมิภาคอย่างยั่งยืน



FINANCIAL REPORT



30% Lorem ipsum dolor sit amet
40% Lorem ipsum dolor sit amet
70% Lorem ipsum dolor sit amet



AUDITOR’S REPORT

To the Board of Directors of Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)

I have audited the accompanying financial statements of Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization), which comprise the statement of financial position as at 30 September 2016, and the statements of financial performance, changes in net assets and cash flows for the year then ended and a summary of significant accounting policies and other notes.

Management’s Responsibility for the Financial Statements

Management is responsible for the preparation and fair presentation of these financial statements in accordance with accounting standards and policies for Government Units issued by the Ministry of Finance, and for such internal control as management determines is necessary to enable the preparation of financial statements that are free from material misstatement, whether due to fraud or error.

Auditor’s Responsibility

My responsibility is to express an opinion on these financial statements based on my audit. I conducted my audit in accordance with Thai Standards on Auditing. Those standards require that I comply with ethical requirements and plan and perform the audit to obtain reasonable assurance about whether the financial statements are free from material misstatement.

An audit involves performing procedures to obtain audit evidence about the amounts and disclosures in the financial statements. The procedures selected depend on the auditor’s judgment, including the assessment of the risks of material misstatement of the financial statements, whether due to fraud or error. In making those risk assessments, the auditor considers internal control relevant to the entity’s preparation and fair presentation of the financial statements in order to design audit procedures that are appropriate in the circumstances, but not for the purpose of expressing an opinion on the effectiveness of the entity’s internal control. An audit also includes evaluating the appropriateness of accounting policies used and the reasonableness of accounting estimates made by management, as well as evaluating the overall presentation of the financial statements.

I believe that the audit evidence I have obtained is sufficient and appropriate to provide a basis for my audit opinion.

Opinion

In my opinion, the financial statements referred to above present fairly, in all material respects, the financial position of Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization) as at 30 September 2016, and its financial performance and its cash flows for the year then ended in accordance with accounting standards and policies for Government Units issued by the Ministry of Finance.

S. Wong-ariyaporn

Sukhumaporn Wong-ariyaporn
Certified Public Accountant (Thailand) No. 4843
PricewaterhouseCoopers ABAS Ltd.
Bangkok
2017

รายงานของผู้สอบบัญชีรับอนุญาต

เสนอคณะกรรมการ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

ข้าพเจ้าได้ตรวจสอบงบการเงินของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ซึ่งประกอบด้วยงบแสดงฐานะการเงิน ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2559 งบแสดงผลการดำเนินงานทางการเงิน งบแสดงการเปลี่ยนแปลงสินทรัพย์สุทธิ และงบกระแสเงินสดสำหรับปีสิ้นสุดวันเดียวกัน รวมถึงหมายเหตุสรุบบัญชีการบัญชีที่สำคัญและหมายเหตุเรื่องอื่นๆ

ความรับผิดชอบของผู้บริหารต่อการเงิน

ผู้บริหารเป็นผู้รับผิดชอบในการจัดทำและการนำเสนอการเงินเหล่านี้โดยถูกต้องตามที่ควรตามมาตรฐานและนโยบายการบัญชีภาครัฐที่กำหนดโดยกระทรวงการคลัง และรับผิดชอบเกี่ยวกับการควบคุมภายในที่ผู้บริหารพิจารณาว่าจำเป็นเพื่อให้สามารถจัดทำงบการเงินที่ปราศจากการแสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญไม่ว่าจะเกิดจากการทุจริตหรือข้อผิดพลาด

ความรับผิดชอบของผู้สอบบัญชี

ข้าพเจ้าเป็นผู้รับผิดชอบในการแสดงความเห็นต่องบการเงินดังกล่าวจากผลการตรวจสอบของข้าพเจ้า ข้าพเจ้าได้ปฏิบัติตามตรวจสอบตามมาตรฐานการสอบบัญชี ซึ่งกำหนดให้ข้าพเจ้าปฏิบัติตามข้อกำหนดด้านจรรยาบรรณ รวมถึงวางแผนและปฏิบัติตามตรวจสอบเพื่อให้ได้ความเชื่อมั่นอย่างสมเหตุสมผลว่างบการเงินปราศจากการแสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญหรือไม่

การตรวจสอบรวมถึงการใช้วิธีการตรวจสอบเพื่อให้ได้มาซึ่งหลักฐานการสอบบัญชีเกี่ยวกับจำนวนเงินและการเปิดเผยข้อมูลในงบการเงิน วิธีการตรวจสอบที่เลือกใช้ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของผู้สอบบัญชี ซึ่งรวมถึง การประเมินความเสี่ยงจากการแสดงข้อมูลที่ขัดต่อข้อเท็จจริงอันเป็นสาระสำคัญของงบการเงินไม่ว่าจะเกิดจากการทุจริตหรือ

ข้อผิดพลาด ในการประเมินความเสี่ยงดังกล่าว ผู้สอบบัญชีพิจารณาการควบคุมภายในที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำและการนำเสนอการเงินโดยถูกต้องตามที่ควรของกิจการ เพื่อออกแบบวิธีการตรวจสอบที่เหมาะสมกับสถานการณ์ แต่ไม่ใช่เพื่อวัตถุประสงค์ในการแสดงความเห็นต่อประสิทธิภาพของการควบคุมภายในของกิจการ การตรวจสอบรวมถึงการประเมินความเหมาะสมของนโยบายการบัญชีที่ผู้บริหารใช้และความสมเหตุสมผลของประมาณการทางบัญชีที่จัดทำขึ้นโดยผู้บริหาร รวมทั้งการประเมินการนำเสนอการเงินโดยรวม

ข้าพเจ้าเชื่อว่าหลักฐานการสอบบัญชีที่ข้าพเจ้าได้รับเพียงพอและเหมาะสมเพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการแสดงความเห็นของข้าพเจ้า

ความเห็น

ข้าพเจ้าเห็นว่างบการเงินข้างต้นนี้แสดงฐานะการเงินของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2559 ผลการดำเนินงานทางการเงิน และกระแสเงินสดสำหรับปีสิ้นสุดวันเดียวกันโดยถูกต้องตามที่ควรในสาระสำคัญตามมาตรฐานและนโยบายการบัญชีภาครัฐที่กำหนดโดยกระทรวงการคลัง

สุกษมากรณ์ ววงศ์ริยาพร

สุกษมากรณ์ ววงศ์ริยาพร
ผู้สอบบัญชีรับอนุญาตเลขที่ 4843
บริษัท ไพร์ซวอเตอร์เฮาส์คูเปอร์ส เอบีเอส จำกัด
กรุงเทพมหานคร
พ.ศ. 2560

Statement of financial position

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)
As at 30 September 2016

	Notes	2016 Baht	2015 Baht
Assets			
Current assets			
Cash and cash equivalents	3	606,865,311	620,147,394
Short-term investments	4	121,097,787	97,937,021
Account receivables	5	1,262,716	2,842,889
Other current assets	6	14,243,957	14,575,376
Total current assets		743,469,771	735,502,680
Non-current assets			
Equipment	7	30,660,173	33,798,795
Intangible assets	8	33,445,618	34,591,473
Deposit	9	5,406,740	3,976,657
Total non-current assets		69,512,531	72,366,925
Total assets		812,982,302	807,869,605

The notes to the financial statements on pages 88 to 119 are an integral part of these financial statements.



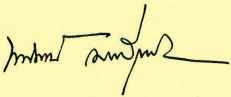
Mr. Nopparat Maythaveekulchai
President, Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)

งบแสดงฐานะการเงิน

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2559

	หมายเหตุ	พ.ศ. 2559 บาท	พ.ศ. 2558 บาท
สินทรัพย์			
สินทรัพย์หมุนเวียน			
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	3	606,865,311	620,147,394
เงินลงทุนระยะสั้น	4	121,097,787	97,937,021
ลูกหนี้	5	1,262,716	2,842,889
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	6	14,243,957	14,575,376
รวมสินทรัพย์หมุนเวียน		743,469,771	735,502,680
สินทรัพย์ไม่หมุนเวียน			
อุปกรณ์	7	30,660,173	33,798,795
สินทรัพย์ไม่มีตัวตน	8	33,445,618	34,591,473
เงินมัดจำจ่าย	9	5,406,740	3,976,657
รวมสินทรัพย์ไม่หมุนเวียน		69,512,531	72,366,925
รวมสินทรัพย์		812,982,302	807,869,605

หมายเหตุประกอบงบการเงินในหน้า 88 ถึง 119 เป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้



นายพนรัตน์ เมธวิกุลชัย
ผู้อำนวยการ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

Statement of financial position cont'd

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)
As at 30 September 2016

	Notes	2016 Baht	2015 Baht
Liabilities			
Current liabilities			
Account payables	10	69,500,272	73,346,565
Retention	11	13,775,504	10,104,152
Other current liabilities	12	4,449,194	4,652,602
Total current liabilities		87,724,970	88,103,319
Non-current liabilities			
Provisions for legal claims	21	54,048,772	50,848,486
Other non-current liabilities	13	21,111,264	18,889,212
Total non-current liabilities		75,160,036	69,737,698
Total liabilities		162,885,006	157,841,017
Net assets		650,097,296	650,028,588
Net assets			
Accumulated surpluses		650,097,296	650,028,588
Total net assets		650,097,296	650,028,588

The notes to the financial statements on pages 88 to 119 are an integral part of these financial statements.

Mr. Nopparat Maythaveekulchai
President, Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)

งบแสดงฐานะการเงิน (ต่อ)

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2559

	หมายเหตุ	พ.ศ. 2559 บาท	พ.ศ. 2558 บาท
หนี้สิน			
หนี้สินหมุนเวียน			
เจ้าหนี้	10	69,500,272	73,346,565
เงินประกัน	11	13,775,504	10,104,152
หนี้สินหมุนเวียนอื่น	12	4,449,194	4,652,602
รวมหนี้สินหมุนเวียน		87,724,970	88,103,319
หนี้สินไม่หมุนเวียน			
ประมาณการหนี้สินคดีฟ้องร้องทางกฎหมาย	21	54,048,772	50,848,486
หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	13	21,111,264	18,889,212
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียน		75,160,036	69,737,698
รวมหนี้สิน		162,885,006	157,841,017
สินทรัพย์สุทธิ		650,097,296	650,028,588
สินทรัพย์สุทธ			
รายได้สูงกว่าค่าใช้จ่ายสะสม		650,097,296	650,028,588
รวมสินทรัพย์สุทธ		650,097,296	650,028,588

หมายเหตุประกอบงบการเงินในหน้า 88 ถึง 119 เป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้

นายณพรัตน์ เมธาวีกุลชัย
ผู้อำนวยการ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

Statement of financial position cont'd

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)
As at 30 September 2016

	Notes	2016 Baht	2015 Baht
Revenues from operations			
Revenues from government			
Government budget appropriations		1,029,536,600	1,146,624,279
Total revenues from government		1,029,536,600	1,146,624,279
Revenues from other sources			
Income from organizing training and seminars		1,712,150	938,318
Income from registration fee for exhibition participation	14	10,071,076	7,200,517
Interest income from deposits at financial institutions		7,306,514	9,299,330
Other income		186,916	1,413,192
Total revenues from other sources		19,276,656	18,851,357
Total revenues from operations		1,048,813,256	1,165,475,636
Operating expenses			
Personnel expenses	15	144,905,313	130,239,192
Administrative expenses	16	170,304,291	216,646,263
Marketing and promotion expenses	17	475,838,575	501,699,967
Grants	18	232,217,718	219,777,110
Depreciation and amortisation		25,589,029	20,783,864
Total operating expenses		1,048,854,926	1,089,146,396
Revenues over operating expenses		(41,670)	76,329,240
Non-operating income (expenses)	19	110,378	(783,686)
Revenues over expenses for the year		68,708	75,545,554

The notes to the financial statements on pages 88 to 119 are an integral part of these financial statements.

Mr. Nopparat Maythaveekulchai

President, Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)

งบแสดงฐานะการเงิน (ต่อ)

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2559

	หมายเหตุ	พ.ศ. 2559 บาท	พ.ศ. 2558 บาท
รายได้จากการดำเนินงาน			
รายได้จากรัฐบาล			
รายได้จากเงินงบประมาณ		1,029,536,600	1,146,624,279
รวมรายได้จากรัฐบาล		1,029,536,600	1,146,624,279
รายได้จากแหล่งอื่น			
รายได้จากการจัดอบรมสัมมนา		1,712,150	938,318
รายได้ค่าลงทะเบียนเข้าร่วมงานนิทรรศการ	14	10,071,076	7,200,517
รายได้จากดอกเบี้ยเงินฝากสถาบันการเงิน		7,306,514	9,299,330
รายได้อื่น		186,916	1,413,192
รวมรายได้จากแหล่งอื่น		19,276,656	18,851,357
รวมรายได้จากการดำเนินงาน		1,048,813,256	1,165,475,636
ค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงาน			
ค่าใช้จ่ายด้านบุคลากร	15	144,905,313	130,239,192
ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	16	170,304,291	216,646,263
ค่าใช้จ่ายส่งเสริมการตลาด	17	475,838,575	501,699,967
ค่าใช้จ่ายเงินอุดหนุน	18	232,217,718	219,777,110
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย		25,589,029	20,783,864
รวมค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงาน		1,048,854,926	1,089,146,396
รายได้สูงกว่าค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงาน		(41,670)	76,329,240
กำไร (ค่าใช้จ่าย) อื่นที่ไม่ได้เกิดจากการดำเนินงาน	19	110,378	(783,686)
รายได้สูงกว่าค่าใช้จ่ายสำหรับปี		68,708	75,545,554

หมายเหตุประกอบงบการเงินในหน้า 88 ถึง 119 เป็นส่วนหนึ่งของการเงินนี้

นายพรัตน์ เมธาวีกุลชัย

ผู้อำนวยการ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

Statements of changes in net assets

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)
For the year ended 30 September 2016

	Accumulated surpluses Baht
Opening balance as at 1 October 2014	574,483,034
Revenues over expenses for the year	75,545,554
Closing balance as at 30 September 2015	650,028,588
Opening balance as at 1 October 2015	650,028,588
Revenues over expenses for the year	68,708
Closing balance as at 30 September 2016	650,097,296

The notes to the financial statements on pages 88 to 119 are an integral part of these financial statements.



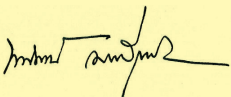
Mr. Nopparat Maythaveekulchai
President, Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)

งบแสดงการเปลี่ยนแปลงสินทรัพย์สุทธิ

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2559

	รายได้สูงกว่าค่าใช้จ่ายสะสม บาท
ยอดยกมา ณ วันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2557	574,483,034
รายได้สูงกว่าค่าใช้จ่ายสำหรับปี	75,545,554
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2558	650,028,588
ยอดยกมา ณ วันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2558	650,028,588
รายได้สูงกว่าค่าใช้จ่ายสำหรับปี	68,708
ยอดคงเหลือ ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2559	650,097,296

หมายเหตุประกอบงบการเงินในหน้า 88 ถึง 119 เป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้



นายณพรัตน์ เมธาวีกุลชัย
ผู้อำนวยการ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

Statement of cash flows

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)
For the year ended 30 September 2016

	Notes	2016 Baht	2015 Baht
Cash flows from operating activities:			
Revenues over expenses for the year		68,708	75,545,554
Adjustments to net cash from operating activities			
Depreciation and amortisation	7, 8	25,589,029	20,783,864
Write off equipment and intangible assets	7, 8	135,809	132,183
Gains on foreign exchange translation		(11,623)	(32,610)
Interest income		(7,306,514)	(9,299,330)
Revenues over expenses before changes in operating assets and liabilities:		18,475,409	87,129,661
(Increase) / decrease in operating assets			
Account receivables		1,419,297	6,586,571
Deposit		(1,430,082)	(1,500)
Other current assets		331,419	2,245,787
Increase / (decrease) in operating liabilities			
Account payables		(6,417,146)	8,015,620
Retention		3,671,352	3,031,601
Other current liabilities		(203,408)	823,004
Provisions for legal claims		3,200,287	50,848,486
Employee benefit obligations less payment		2,397,532	2,135,578

Cash generated from operations	21,444,660	160,814,808
Interest received	7,467,389	9,209,468

Net cash generated from operating activities	28,912,049	170,024,276
---	-------------------	--------------------

The notes to the financial statements on pages 88 to 119 are an integral part of these financial statements.



Mr. Nopparat Maythaveekulchai
President, Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)

งบกระแสเงินสด

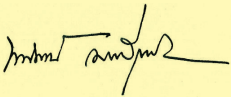
สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2559

	หมายเหตุ	พ.ศ. 2559 บาท	พ.ศ. 2558 บาท
กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน			
รายได้สูงกว่าค่าใช้จ่ายสำหรับปี		68,708	75,545,554
ปรับกระทบยอดเป็นกระแสเงินสดสุทธิจากกิจกรรมดำเนินงาน			
ค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่าย	7, 8	25,589,029	20,783,864
ตัดจำหน่ายอุปกรณ์และสินทรัพย์ไม่มีตัวตน	7, 8	135,809	132,183
กำไรจากการแปลงค่าเงินตราต่างประเทศ		(11,623)	(32,610)
รายได้ดอกเบี้ย		(7,306,514)	(9,299,330)
รายได้สูงกว่าค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงานก่อนการเปลี่ยนแปลงในสินทรัพย์และหนี้สินดำเนินงาน		18,475,409	87,129,661
สินทรัพย์ดำเนินงาน (เพิ่มขึ้น) ลดลง			
ลูกหนี้		1,419,297	6,586,571
เงินมัดจำจ่าย		(1,430,082)	(1,500)
สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น		331,419	2,245,787
หนี้สินดำเนินงานเพิ่มขึ้น (ลดลง)			
เจ้าหนี้		(6,417,146)	8,015,620
เงินประกัน		3,671,352	3,031,601
หนี้สินหมุนเวียนอื่น		(203,408)	823,004
ประมาณการหนี้สินคดีฟ้องร้องทางกฎหมาย		3,200,287	50,848,486
การระดมทุนผลประโยชน์พนักงานสุทธิจากการจ่าย		2,397,532	2,135,578

เงินสดได้มาจากการดำเนินงาน	21,444,660	160,814,808
ดอกเบี้ยรับ	7,467,389	9,209,468

เงินสดสุทธิได้มาจากการดำเนินงาน	28,912,049	170,024,276
--	-------------------	--------------------

หมายเหตุประกอบงบการเงินในหน้า 88 ถึง 119 เป็นส่วนหนึ่งของการเงินนี้



นายอนุรัตน์ เมธาวีกุลชัย
ผู้อำนวยการ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

Statement of cash flows cont'd

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)
For the year ended 30 September 2016

	Notes	2016 Baht	2015 Baht
Cash flows from investing activities:			
Cash paid for acquisition of short-term investment		(121,097,808)	(98,178,485)
Cash received from redemption of short-term investment		97,937,042	87,378,072
Cash paid for acquisition of equipment		(8,200,008)	(5,826,763)
Cash paid for acquisition of intangible assets		(10,857,094)	(8,989,760)

Net cash used in investing activities (42,217,868) (25,616,936)

Net increase (decrease) in cash and cash equivalents	(13,305,819)	144,407,340
Cash and cash equivalents at beginning of the year	620,147,394	475,760,904
Exchange losses (gains) on cash and cash equivalents	23,736	(20,850)

Cash and cash equivalents at ending of the year 3 606,865,311 620,147,394

Supplemental cash flow information

Non-cash related transactions:			
Payable for purchases of equipment and intangible assets		2,558,740	19,153

The notes to the financial statements on pages 88 to 119 are an integral part of these financial statements.



Mr. Nopparat Maythaveekulchai
President, Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)

งบกระแสเงินสด (ต่อ)

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2559

	หมายเหตุ	พ.ศ. 2559 บาท	พ.ศ. 2558 บาท
กระแสเงินสดจากกิจกรรมลงทุน			
เงินสดจ่ายเพื่อซื้อเงินลงทุนระยะสั้น		(121,097,808)	(98,178,485)
เงินสดรับจากการไถ่ถอนเงินลงทุนระยะสั้น		97,937,042	87,378,072
เงินสดจ่ายซื้ออุปกรณ์		(8,200,008)	(5,826,763)
เงินสดจ่ายซื้อสินทรัพย์ไม่มีตัวตน		(10,857,094)	(8,989,760)

เงินสดสุทธิใช้ไปในกิจกรรมลงทุน (42,217,868) (25,616,936)

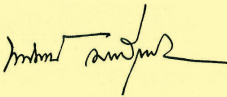
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดเพิ่มขึ้น (ลดลง) สุทธิ	(13,305,819)	144,407,340
เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดต้นปี	620,147,394	475,760,904
ขาดทุน (กำไร) จากอัตราแลกเปลี่ยน	23,736	(20,850)

เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดปลายปี 3 606,865,311 620,147,394

ข้อมูลเพิ่มเติมประกอบงบกระแสเงินสด

รายการที่ไม่เกี่ยวข้องกับกระแสเงินสด			
การซื้ออุปกรณ์และสินทรัพย์ไม่มีตัวตนที่ยังไม่ได้ชำระ		2,558,740	19,153

หมายเหตุประกอบงบการเงินในหน้า 88 ถึง 119 เป็นส่วนหนึ่งของงบการเงินนี้



นายณพรัตน์ เมธาวีกุลชัย
ผู้อำนวยการ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

Note to the financial statements

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)
For the year ended 30 September 2016

1. General information

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization) (“TCEB”) was established according to the Royal Decree for the Establishment of Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization) B.E. 2545 which was announced in the Government Gazette on 27 September 2002. TCEB’s objectives are:

- To promote the organizing of meetings, incentive travel and exhibition in Thailand.
- To support and organize the presentation of Thai art and culture for the preservation purpose.
- To provide technical know-how and training to government officials and the public in order to gain skills related to tourism industry which is equivalent to that of international standards.
- To be an information center for international meetings, conventions and exhibitions.
- To provide knowledge for the operators of tourism business to understand the preservation of environments and natural resources.

The operations to achieve the abovementioned objectives are carried out with the targets to enhance the further development and expansions of Thailand’s potential as a center for international meetings, incentive travel and international exhibitions.

TCEB is located at Siam Piwat Tower Building, 25th and 26th Floor Unit A2, B1, B2, 989 Rama 1 Road, Pathumwan, Bangkok 10330.

The financial statements have been approved by TCEB’s Board of Directors on 30 March 2017.

2. Accounting policies

The principal accounting policies adopted in the preparation of the financial statements are set out below:

2.1. Basis of preparation

These financial statements have been prepared in accordance with the accounting standards and policies for Government Units issued by the Ministry of Finance.

The financial statements have been prepared under the historical cost convention.

The preparation of financial statements requires the use of certain critical accounting estimates. It also requires management to exercise its judgement in the process of applying the accounting policies. The actual results may differ from those estimates.

An English version of the financial statements has been prepared from the statutory financial statements that are in the Thai language. In the event of a conflict or a difference in interpretation between the two languages, the Thai language statutory financial statements shall prevail.

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2559

1. ข้อมูลทั่วไป

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) (“สำนักงานฯ”) จัดตั้งขึ้นตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2545 ซึ่งประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 27 กันยายน พ.ศ. 2545 โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

- ส่งเสริมการจัดประชุมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและการจัดนิทรรศการในประเทศไทย
- สนับสนุนหรือจัดให้มีการนำเสนอศิลปะและวัฒนธรรมไทยอันเป็นการทะนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรมไทย
- ให้บริการบริการด้านความรู้และฝึกอบรมแก่เจ้าหน้าที่ของรัฐหรือประชาชนให้เกิดความชำนาญและทักษะเทียบเท่ามาตรฐานสากลเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
- เป็นศูนย์กลางข้อมูลด้านการประชุมและการจัดนิทรรศการ
- ให้ความรู้แก่ผู้ดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวให้เข้าใจการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ

ทั้งนี้การดำเนินการตามวัตถุประสงค์ดังกล่าวเพื่อมุ่งพัฒนาและเพิ่มศักยภาพของประเทศไทยในการเป็นศูนย์กลางการประชุมนานาชาติการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและการจัดนิทรรศการนานาชาติ

สำนักงานฯมีที่ทำการอยู่ที่อาคารสยามพิวรรธน์ทาวเวอร์ ชั้น 25 และ 26 ห้องเลขที่ A2 B1 B2 เลขที่ 989 ถนนพระราม 1 แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330

งบการเงินนี้ได้รับการอนุมัติให้ออกงบการเงินโดยคณะกรรมการของสำนักงานฯ เมื่อวันที่ 30 มีนาคม พ.ศ. 2560

2. นโยบายการบัญชี

นโยบายการบัญชีที่สำคัญซึ่งใช้ในการจัดทำงบการเงินมีดังต่อไปนี้

2.1 เกณฑ์การจัดทำงบการเงิน

งบการเงินนี้ได้จัดทำขึ้นตามมาตรฐานและนโยบายการบัญชีภาครัฐที่กำหนดโดยกระทรวงการคลัง

งบการเงินนี้ได้จัดทำขึ้นโดยใช้เกณฑ์ราคาทุนเดิมในการวัดมูลค่าขององค์ประกอบของงบการเงิน

การจัดทำงบการเงินให้ใช้ประมาณการทางบัญชีที่สำคัญและการใช้ดุลยพินิจของผู้บริหารซึ่งจัดทำขึ้นตามกระบวนการในการนำนโยบายการบัญชีของสำนักงานฯ ไปถือปฏิบัติ ซึ่งผลที่เกิดขึ้นจริงภายหลังอาจแตกต่างไปจากจำนวนที่ประมาณการไว้

งบการเงินฉบับภาษาอังกฤษจัดทำขึ้นจากงบการเงินตามกฎหมายที่เป็นภาษาไทย ในกรณีที่มีเนื้อความขัดแย้งกันหรือมีการตีความในสองภาษาแตกต่างกัน ให้ใช้งบการเงินตามกฎหมายฉบับภาษาไทยเป็นหลัก

Note to the financial statements

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)
For the year ended 30 September 2016

2. Accounting policies (Cont'd)

2.2. New accounting standards for Government Unit

Accounting standards for Government Units which are not early adopted before the effective date

1) Effective for the periods beginning on or after 1 October 2016

Accounting standard for Government Units no. 5	Borrowing costs
Accounting standard for Government Units no. 16	Investment Property

2) Effective for the periods beginning on or after 1 October 2017

Accounting standard for Government Units no. 17	Property, Plant and Equipment
---	-------------------------------

TCEB's management has determined that these new accounting standards for Government Units which are not early adopted will not incur significant impact to the financial statements being presented.

2.3. Foreign currency translation

Items included in the financial statements are measured using Thai Baht. The financial statements are presented in Thai Baht.

At the end of each reporting period, foreign currency monetary balances are translated by using the exchange rate at the closing rate. Monetary assets denominated in foreign currency are translated to Thai Baht by using average bank's buying rate calculated by Bank of Thailand and monetary liabilities denominated in foreign currency are translated to Thai Baht by using an average bank's selling rate calculated by Bank of Thailand. Non-monetary balances denominated in a foreign currency are carried at cost using the exchange rate at the date of transaction.

Gains and losses resulting from the settlement of foreign currency transactions and from the translation of monetary assets and liabilities denominated in foreign currencies are recognised as income or expenses for the fiscal year.

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2559

2. นโยบายการบัญชี (ต่อ)

2.2. มาตรฐานการบัญชีภาครัฐฉบับใหม่

มาตรฐานการบัญชีภาครัฐที่ยังไม่ได้นำมาถือปฏิบัติก่อนวันที่มีผลบังคับใช้

1) มีผลบังคับใช้สำหรับรอบระยะเวลาบัญชีที่เริ่มในหรือหลังวันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2559

มาตรฐานการบัญชีภาครัฐ ฉบับที่ 5	เรื่อง ต้นทุนการกู้ยืม
มาตรฐานการบัญชีภาครัฐ ฉบับที่ 16	เรื่อง อสังหาริมทรัพย์เพื่อการลงทุน

2) มีผลบังคับใช้สำหรับรอบระยะเวลาบัญชีที่เริ่มในหรือหลังวันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2560

มาตรฐานการบัญชีภาครัฐ ฉบับที่ 17	เรื่อง ที่ดิน อาคาร และอุปกรณ์
----------------------------------	--------------------------------

ผู้บริหารสำนักงานฯ ได้ประเมินและเห็นว่ามาตรฐานการบัญชีภาครัฐฉบับใหม่ที่ยังไม่ได้นำมาถือปฏิบัติข้างต้น จะไม่มีผลกระทบที่เป็นสาระสำคัญต่อการเงินที่นำเสนอ

2.3. การแปลค่าเงินตราต่างประเทศ

รายการต่างๆ ในงบการเงินของสำนักงานฯ วัดมูลค่าโดยใช้สกุลเงินบาท งบการเงินนำเสนอในสกุลเงินบาท

ณ วันสิ้นรอบระยะเวลารายงาน สำนักงานฯ แปลงค่ารายการที่เป็นตัวเงินที่เป็นสกุลเงินตราต่างประเทศให้เป็นเงินบาทโดยใช้อัตราปิด โดยแปลงสินทรัพย์ที่เป็นตัวเงินที่เป็นสกุลเงินตราต่างประเทศ โดยใช้อัตราถัวเฉลี่ยที่ธนาคารพาณิชย์รับซื้อซึ่งธนาคารแห่งประเทศไทยคำนวณไว้ และแปลงหนี้สินที่เป็นตัวเงินที่เป็นสกุลเงินตราต่างประเทศ โดยใช้อัตราถัวเฉลี่ยที่ธนาคารพาณิชย์ขายซึ่งธนาคารแห่งประเทศไทยคำนวณไว้ สำหรับรายการที่ไม่เป็นตัวเงินที่อยู่ในรูปเงินตราต่างประเทศ ซึ่งบันทึกไว้ด้วยราคาทุนเดิม สำนักงานฯ แปลงค่ารายการนี้โดยใช้อัตราแลกเปลี่ยน ณ วันที่เกิดรายการ

รายการกำไรและรายการขาดทุนที่เกิดจากการรับหรือจ่ายชำระที่เป็นเงินตราต่างประเทศ และที่เกิดจากการแปลงค่าสินทรัพย์และหนี้สินที่เป็นตัวเงินดังกล่าว ให้รับรู้เป็นรายได้หรือค่าใช้จ่ายประจำปีงบประมาณ

Note to the financial statements

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)
For the year ended 30 September 2016

2. Accounting policies (Cont'd)

2.4. Cash and cash equivalents

Cash comprise cash on hand, deposit held at call with banks but exclude deposits with banks which are restricted deposits. Cash equivalents comprise short-term highly liquid investments with maturities of three months or less from the date of acquisition.

2.5. Short-term investment

Short-term investment is investment intended to be held for less than one year. It includes fixed deposit with maturities more than three months to one year, trading securities, available-for sale-securities, general investments and debt securities with maturities within one year.

2.6. Account receivables

Account receivables are accrued income and advance receivables to staff for operating purposes. The advance receivables are carried at the original payment amount and subsequently measured at the remaining amount after deducting any expenditure incurred in the period.

2.7. Equipment

Equipment is stated at cost less any accumulated depreciation and allowance for a decrease in value (if any). Assets are recognised for any item of Baht 5,000 or more.

Cost of equipment comprises purchase price, import duties and non-refundable purchase taxes (after deducting trade discounts and rebates) and any costs directly attributable to bringing the asset to the location and condition necessary for them to be capable of operating in the manner intended by management. These include the estimate of dismantling and removing costs, and restoring the site in which the asset is located. An entity incurs such obligation either when asset is acquired or as a consequence of having used such asset during a period.

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2559

2. นโยบายการบัญชี (ต่อ)

2.4. เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด

เงินสด หมายถึงเงินสดในมือ และเงินฝากธนาคารประเภทจ่ายคืนเมื่อทวงถาม แต่ไม่รวมเงินฝากธนาคารที่มีข้อกำหนดในการเบิกถอน รายการเทียบเท่าเงินสด รวมถึงเงินลงทุนระยะสั้นอื่นที่มีสภาพคล่องสูงซึ่งมีอายุไม่เกินสามเดือนนับจากวันที่ได้มา

2.5. เงินลงทุนระยะสั้น

เงินลงทุนระยะสั้น คือ เงินลงทุนที่สำนักงานฯ ตั้งใจจะถือไว้ไม่เกินหนึ่งปี ซึ่งหมายถึง เงินฝากประจำอายุเกินสามเดือนถึงหนึ่งปี หลักทรัพย์เพื่อค้า หลักทรัพย์เพื่อขาย เงินลงทุนทั่วไป และตราสารหนี้ที่จะครบกำหนดภายในหนึ่งปี

2.6. ลูกหนี้

ลูกหนี้ หมายถึง รายได้ค้างรับ และลูกหนี้เงินทรองและสำรองจ่ายภายในหน่วยงานกรณีให้พนักงาน เจ้าหน้าที่เพื่อทรองไปใช้จ่ายในการปฏิบัติงานของสำนักงานฯ ซึ่งรับรู้เริ่มแรกด้วยมูลค่าตามจำนวนเงินทรองจ่ายที่จ่ายจริงและวัดมูลค่าต่อมาด้วยจำนวนเงินที่เหลือหลังหักค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจริงในระหว่างงวด

2.7. อุปกรณ์

อุปกรณ์ แสดงรายการด้วยราคาทุนหักค่าเสื่อมราคาสะสม และค่าเผื่อการลดลงของมูลค่า (ถ้ามี) และรับรู้ในบัญชีสินทรัพย์เฉพาะรายการที่มีมูลค่าตั้งแต่ 5,000 บาทขึ้นไป

ราคาทุนของรายการอุปกรณ์ รวมถึง ราคาซื้อ อกรขาเข้า ภาษีซื้อที่เรียกคืนไม่ได้ (หลังหักส่วนลดการค้า และจำนวนที่ได้รับคืนจากผู้ขาย) และต้นทุนทางตรงอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดหาสินทรัพย์เพื่อให้สินทรัพย์นั้นอยู่ในสถานที่และสภาพที่พร้อมจะใช้งานได้ตามความประสงค์ของฝ่ายบริหาร รวมทั้งต้นทุนที่ประมาณที่ดีที่สุดสำหรับการรื้อ การขนย้าย และการบูรณะสถานที่ตั้งของสินทรัพย์ ซึ่งเป็นการผูกพันของกิจการที่เกิดขึ้นเมื่อกิจการได้สินทรัพย์นั้นมาหรือเป็นผลจากการใช้สินทรัพย์นั้นในช่วงเวลาหนึ่ง

Note to the financial statements

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)
For the year ended 30 September 2016

2. Accounting policies (Cont'd)

2.7. Equipment (Cont'd)

Equipment is depreciated on the straight-line basis over the estimated useful lives of the assets as follows:

Leasehold improvement	8 - 10 years
Office equipment	10 years
Electronic and radiogram equipment	10 years
Advertising equipment	5 years
Computers	3 years
Household equipment	5 years
Vehicles	5 years

Whenever there is an indication showing a permanent decrease in the value of fixed asset; such as an evidence of obsolescence or physical damage of an asset, significant changes in the manner in which an asset is used or is expected to be used, loss on a decrease in value is recognised in statement of financial performance where the carrying amount of asset is higher than the recoverable amount. The recoverable amount of asset is the higher of its fair value less costs to sell and its value in use.

2.8. Intangible assets

Computer software is valued at cost less accumulated amortisation. Costs of computer software comprise costs that are directly attributable to the acquisition and development of computer software, or acquisition costs of right to use computer software. These costs are amortised on the straight-line basis over their estimated useful lives 5 years.

2.9. Leases - where the entity is the lessee

Leases not transferring a significant portion of the risks and rewards of ownership to the lessee are classified as operating leases. Payments made under operating leases (net of any incentives received from the lessor) are charged to the statement of financial performance on a straight-line basis over the period of the lease agreement.

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2559

2. นโยบายการบัญชี (ต่อ)

2.7. อุปกรณ์ (ต่อ)

ค่าเสื่อมราคาคำนวณโดยใช้วิธีเส้นตรงเพื่อลดราคาตามบัญชีของสินทรัพย์ แต่ละชนิดตลอดอายุการให้ประโยชน์ที่ประมาณการไว้ของสินทรัพย์ ดังนี้

ส่วนปรับปรุงอาคารสำนักงานเช่า	8 - 10 ปี
ครุภัณฑ์สำนักงาน	10 ปี
ครุภัณฑ์ไฟฟ้าและวิทยุ	10 ปี
ครุภัณฑ์โฆษณาและเผยแพร่	5 ปี
ครุภัณฑ์คอมพิวเตอร์	3 ปี
ครุภัณฑ์งานบ้านงานครัว	5 ปี
ครุภัณฑ์ยานพาหนะและขนส่ง	5 ปี

ในกรณีที่มีข้อบ่งชี้ว่ารายการอุปกรณ์ มีมูลค่าลดลงอย่างถาวร เช่น มีหลักฐานแสดงให้เห็นว่าสินทรัพย์ล้าสมัยหรือชำรุดเสียหาย หรือ มีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญเกี่ยวกับลักษณะที่ใช้หรือคาดว่าจะใช้สินทรัพย์ สำนักงานฯ จะรับรู้ผลขาดทุนจากการลดลงของมูลค่าของอุปกรณ์ในงบแสดงผลการดำเนินงานทางการเงิน หากราคาตามบัญชีสูงกว่ามูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืน ซึ่งมูลค่าที่คาดว่าจะได้รับคืน หมายถึง มูลค่ายุติธรรมหักต้นทุนในการขายหรือมูลค่าจากการใช้ของสินทรัพย์นั้น แล้วแต่จำนวนใดจะสูงกว่า

2.8. สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

โปรแกรมคอมพิวเตอร์แสดงด้วยราคาทุนหักค่าตัดจำหน่ายสะสม ราคาทุนของโปรแกรมคอมพิวเตอร์รวมถึงต้นทุนที่เกิดขึ้นในการจัดหาหรือพัฒนาโปรแกรมคอมพิวเตอร์ในส่วนที่ระบุได้โดยตรงว่าเกี่ยวข้องกับการจัดหาหรือพัฒนาโปรแกรมคอมพิวเตอร์ หรือต้นทุนในการได้มาซึ่งสิทธิในการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ โดยจะตัดจำหน่ายโดยวิธีเส้นตรงตลอดอายุประมาณการให้ประโยชน์ 5 ปี

2.9. สัญญาเช่าระยะยาว - กรณีที่สำนักงานฯ เป็นผู้เช่า

สัญญาระยะยาวเพื่อเช่าสินทรัพย์ซึ่งผู้ให้เช่าเป็นผู้รับความเสี่ยงและผลตอบแทนของความเป็นเจ้าของเป็นส่วนใหญ่ สัญญาเช่านั้นถือเป็นสัญญาเช่าดำเนินงาน เงินที่ต้องจ่ายภายใต้สัญญาเช่าดังกล่าว (สุทธิจากสิ่งตอบแทนจูงใจที่ได้รับจากผู้ให้เช่า) จะบันทึกในงบแสดงผลการดำเนินงานทางการเงินโดยใช้วิธีเส้นตรงตลอดอายุของสัญญาเช่า

Note to the financial statements

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)
For the year ended 30 September 2016

2. Accounting policies (Cont'd)

2.10. Employee benefits

Provident fund

TCEB provides a provident fund, a defined contribution plan, which was held separately from TCEB's assets and managed by the external fund manager. Such provident fund is contributed by the employees and TCEB. Contributions to provident fund are recognised as expense in the statements of financial performance in the period.

Post-employment benefits

Provision for employee benefit is estimated following TCEB's rule and regulation relating to staff welfare and benefit B.E. 2554. It is calculated based on actuarial technique by using a projected unit credit method. Remeasurement gains and losses arising from experience adjustments and changes in actuarial assumptions are charged or credited to statement of financial performance in the period in which they arise.

2.11. Provisions

Provisions are recognised when an entity has a present legal or constructive obligation as a result of past events. It is probable that an outflow of economic benefits resources will be required to settle the obligation and a reliable estimate of the amount can be made. Provisions are recognised based on best estimation of amounts to be settled.

Where it is expected that a provision will be reimbursed, the reimbursement is recognised as a separate asset but only when the reimbursement is virtually certain. The amount recognised for reimbursement should not exceed the amount of the provision.

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2559

2. นโยบายการบัญชี (ต่อ)

2.10. ผลประโยชน์พนักงาน

กองทุนสำรองเลี้ยงชีพพนักงาน

สำนักงานฯ จัดให้มีกองทุนสำรองเลี้ยงชีพซึ่งเป็นลักษณะของแผนการจ่ายสมทบตามที่ได้กำหนดการจ่ายสมทบไว้แล้ว สินทรัพย์ของกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ได้แยกออกไปจากสินทรัพย์ของสำนักงานฯ และได้รับการบริหารโดยผู้จัดการกองทุนภายนอก กองทุนสำรองเลี้ยงชีพดังกล่าวได้รับเงินสะสมเข้ากองทุนจากพนักงานและเงินสมทบจากสำนักงานฯ เงินจ่ายสมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพบันทึกเป็นค่าใช้จ่ายในงบแสดงผลการดำเนินงานทางการเงินสำหรับรอบระยะเวลาบัญชีที่เกิดรายการนั้น

ผลประโยชน์หลังออกจากงาน

สำนักงานฯ ได้ประมาณการหนี้สินตามโครงการผลประโยชน์ของพนักงานหลังออกจากงานตามระเบียบสำนักงานฯ ว่าด้วยสวัสดิการและสิทธิประโยชน์ของพนักงานและลูกจ้าง พ.ศ. 2554 ซึ่งคำนวณโดยใช้วิธีคิดลดแต่ละหน่วยที่ประมาณการไว้ตามหลักคณิตศาสตร์ประกันภัยกำไรและขาดทุนจากการประมาณการตามหลักคณิตศาสตร์ประกันภัยเกิดขึ้นจากการปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงข้อสมมติฐานจะรับรู้ในงบแสดงผลการดำเนินงานทางการเงินในงวดที่เกิด

2.11. ภาระหนี้สิน

สำนักงานฯ จะบันทึกประมาณการหนี้สินเมื่อมีความเป็นไปได้ค่อนข้างแน่ของการเกิดการผูกพันในปัจจุบันตามกฎหมายหรือจากการอนุমানอันเป็นผลสืบเนื่องมาจากเหตุการณ์ในอดีต ภาระผูกพันดังกล่าวคาดว่าจะส่งผลให้สูญเสียทรัพยากรที่มีประโยชน์เชิงเศรษฐกิจเพื่อจ่ายชำระภาระผูกพัน และจำนวนที่ต้องจ่ายสามารถประมาณการได้อย่างน่าเชื่อถือ สำนักงานฯ จะรับรู้ประมาณการหนี้สิน

ด้วยจำนวนประมาณการที่ดีที่สุดของรายการที่จะต้องจ่ายชำระหากสำนักงานฯ คาดว่าจะได้รับคืนจากรายจ่ายที่จ่ายชำระไปตามประมาณการหนี้สินทั้งหมดหรือบางส่วนอย่างแน่นอน สำนักงานฯ จะรับรู้รายการที่ได้รับคืนเป็นสินทรัพย์แยกต่างหาก แต่ต้องไม่เกินจำนวนประมาณการหนี้สินที่เกี่ยวข้อง

Note to the financial statements

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)
For the year ended 30 September 2016

2. Accounting policies (Cont'd)

2.12. Revenue recognition

Budget from the government is unconditional budget. It is recognised as income when received.

Interest income is recognised on a time proportion basis.

Other income is recognised on an accrual basis.

2.13. Expenses

Expenses are recognised on an accrual basis when incurred. Grants are recognised as expenses when they are approved to pay to eligible receivers and the conditions are complied.

3. Cash and cash equivalents

Cash and cash equivalents as at 30 September 2016 and 2015 are as follows:

	2016 Baht	2015 Baht
Cash	100,000	61,108
Current account	2,000	2,000
Savings accounts	407,011,661	419,104,350
Fixed deposit - 3 months	199,751,650	200,979,936
Total cash and cash equivalents	606,865,311	620,147,394

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2559

2. นโยบายการบัญชี (ต่อ)

2.12. การรับรู้รายได้

เงินงบประมาณรับจากรัฐบาลเป็นลักษณะจ่ายขาดจากรัฐบาลโดยไม่มีเงื่อนไข จึงรับรู้เป็นรายได้จากเงินงบประมาณเมื่อได้รับเงิน

รายได้ดอกเบี้ยรับรู้ตามเกณฑ์สัดส่วนของเวลา

รายได้อื่นรับรู้ตามเกณฑ์คงค้าง

2.13. การรับรู้ค่าใช้จ่าย

ค่าใช้จ่ายรับรู้ตามเกณฑ์คงค้างเมื่อรายการนั้นเกิดขึ้น ยกเว้น ค่าใช้จ่ายเงินอุดหนุนจะรับรู้เป็นค่าใช้จ่ายเมื่อได้รับการอนุมัติให้จ่ายแก่ผู้มีสิทธิและได้มีการปฏิบัติตามเงื่อนไขที่ได้ตกลงกันแล้ว

3. เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด

เงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2559 และ พ.ศ. 2558 มีรายละเอียดดังนี้

	พ.ศ. 2559 บาท	พ.ศ. 2558 บาท
เงินสด	100,000	61,108
เงินฝากกระแสรายวัน	2,000	2,000
เงินฝากออมทรัพย์	407,011,661	419,104,350
เงินฝากประจำประเภท 3 เดือน	199,751,650	200,979,936
รวมเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด	606,865,311	620,147,394

Note to the financial statements

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)
For the year ended 30 September 2016

4. Short-term investments

Short-term investments as at 30 September 2016 and 2015 are as follows:

	2016 Baht	2015 Baht
Fixed deposit - 6 months to 1 year	121,097,787	97,937,021
Total short-term investments	121,097,787	97,937,021

5. Account receivables

Account receivables as at 30 September 2016 and 2015 are as follows:

	2016 Baht	2015 Baht
Advance receivables	795,213	273,880
Advance receivables for organizing exhibitions	147,897	2,088,528
Interest receivable	319,606	480,481
Total account receivables	1,262,716	2,842,889

6. Other current assets

Other current assets as at 30 September 2016 and 2015 are as follows:

	2016 Baht	2015 Baht
Prepaid expenses for organising exhibitions	7,941,749	10,601,158
Other prepaid expenses	3,035,492	3,436,478
Deposit for office rental and decorations	3,127,546	-
Refundable of air tickets	139,170	537,740
Total other current assets	14,243,957	14,575,376

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2559

4. เงินลงทุนระยะสั้น

เงินลงทุนระยะสั้น ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2559 และ พ.ศ. 2558 มีรายละเอียดดังนี้

	พ.ศ. 2559 บาท	พ.ศ. 2558 บาท
เงินฝากประจำประเภท 6 เดือน - 1 ปี	121,097,787	97,937,021
รวมเงินลงทุนระยะสั้น	121,097,787	97,937,021

5. ลูกหนี้

ลูกหนี้ ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2559 และ พ.ศ. 2558 มีรายละเอียดดังนี้

	พ.ศ. 2559 บาท	พ.ศ. 2558 บาท
ลูกหนี้เงินทรองจ่าย	795,213	273,880
ลูกหนี้เงินสำรองจ่ายงานนิทรรศการ	147,897	2,088,528
ดอกเบี้ยค้างรับ	319,606	480,481
รวมลูกหนี้	1,262,716	2,842,889

6. สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น

สินทรัพย์หมุนเวียนอื่น ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2559 และ พ.ศ. 2558 มีรายละเอียดดังนี้

	พ.ศ. 2559 บาท	พ.ศ. 2558 บาท
ค่าจัดนิทรรศการจ่ายล่วงหน้า	7,941,749	10,601,158
ค่าใช้จ่ายล่วงหน้าอื่น	3,035,492	3,436,478
เงินมัดจำและประกันค่าตกแต่งสำนักงาน	3,127,546	-
ค่าตัวโดยสารรอรับคืน	139,170	537,740
รวมสินทรัพย์หมุนเวียนอื่น	14,243,957	14,575,376

Note to the financial statements

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)
For the year ended 30 September 2016

7. Equipment

Equipment as at 30 September 2016 and 2015 is as follows:

	Leasehold improvement Baht	Office equipment Baht	Electronic and radiogram equipment Baht	Advertising equipment Baht	Computers Baht	Household equipment Baht	Vehicle Baht	Total Baht
As at 1 October 2015								
Cost	42,510,872	6,663,719	4,665,339	778,338	18,114,704	296,733	290,000	73,319,705
Less Accumulated depreciation	(19,526,477)	(4,146,001)	(2,724,035)	(449,183)	(12,290,841)	(146,176)	(238,197)	(39,520,910)
Net book amount	22,984,395	2,517,718	1,941,304	329,155	5,823,863	150,557	51,803	33,798,795
For the year ended 30 September 2016								
Opening net book amount	22,984,395	2,517,718	1,941,304	329,155	5,823,863	150,557	51,803	33,798,795
Additions	1,436,248	463,012	5,592,044	-	1,057,467	6,634	-	8,555,405
Write-offs, net	-	-	-	-	(2)	-	-	(2)
Depreciation charge	(7,029,063)	(482,379)	(696,233)	(122,784)	(3,263,219)	(48,545)	(51,802)	(11,694,025)
Closing net book amount	17,391,580	2,498,351	6,837,115	206,371	3,618,109	108,646	1	30,660,173
As at 30 September 2016								
Cost	43,947,120	7,126,731	10,257,383	778,338	18,996,469	303,367	290,000	81,699,408
Less Accumulated depreciation	(26,555,540)	(4,628,380)	(3,420,268)	(571,967)	(15,378,360)	(194,721)	(289,999)	(51,039,235)
Net book amount	17,391,580	2,498,351	6,837,115	206,371	3,618,109	108,646	1	30,660,173

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2559

7. อุปกรณ์

อุปกรณ์ ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2559 และ พ.ศ. 2558 มีรายละเอียดดังนี้

	ส่วนปรับปรุงอาคาร สำนักงานเช่า บาท	ครุภัณฑ์ สำนักงาน บาท	ครุภัณฑ์ไฟฟ้า และวิทยุ บาท	ครุภัณฑ์โฆษณา และเผยแพร่ บาท	ครุภัณฑ์ คอมพิวเตอร์ บาท	ครุภัณฑ์ งานบ้าน งานครัว บาท	ครุภัณฑ์ยานพาหนะ และขนส่ง บาท	รวม บาท
ณ วันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2558								
ราคาทุน	42,510,872	6,663,719	4,665,339	778,338	18,114,704	296,733	290,000	73,319,705
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	(19,526,477)	(4,146,001)	(2,724,035)	(449,183)	(12,290,841)	(146,176)	(238,197)	(39,520,910)
ราคาตามบัญชี - สุทธิ	22,984,395	2,517,718	1,941,304	329,155	5,823,863	150,557	51,803	33,798,795
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2559								
ราคาตามบัญชีต้นปี - สุทธิ	22,984,395	2,517,718	1,941,304	329,155	5,823,863	150,557	51,803	33,798,795
เพิ่มขึ้น	1,436,248	463,012	5,592,044	-	1,057,467	6,634	-	8,555,405
ตัดจำหน่าย, สุทธิ	-	-	-	-	(2)	-	-	(2)
ค่าเสื่อมราคา	(7,029,063)	(482,379)	(696,233)	(122,784)	(3,263,219)	(48,545)	(51,802)	(11,694,025)
ราคาตามบัญชีปลายปี - สุทธิ	17,391,580	2,498,351	6,837,115	206,371	3,618,109	108,646	1	30,660,173
ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2559								
ราคาทุน	43,947,120	7,126,731	10,257,383	778,338	18,996,469	303,367	290,000	81,699,408
หัก ค่าเสื่อมราคาสะสม	(26,555,540)	(4,628,380)	(3,420,268)	(571,967)	(15,378,360)	(194,721)	(289,999)	(51,039,235)
ราคาตามบัญชี - สุทธิ	17,391,580	2,498,351	6,837,115	206,371	3,618,109	108,646	1	30,660,173

Note to the financial statements

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)
For the year ended 30 September 2016

8. Intangible assets

Intangible assets as at 30 September 2016 and 2015 are as follows:

	Computer software Baht	Computer software in progress Baht	Total Baht
As at 1 October 2015			
Cost	72,378,027	935,595	73,313,622
Less Accumulated amortisation	(38,722,149)	-	(38,722,149)
Net book amount	33,655,878	935,595	34,591,473
For the year ended 30 September 2016			
Opening net book amount	33,655,878	935,595	34,591,473
Additions	38,306	12,858,788	12,897,094
Write-offs, net	(147,945)	-	(147,945)
Transfer in / (out)	9,204,383	(9,204,383)	-
Amortisation charges	(13,895,004)	-	(13,895,004)
Closing net book amount	28,855,618	4,590,000	33,445,618
As at 30 September 2016			
Cost	81,260,715	4,590,000	85,850,715
Less Accumulated amortisation	(52,405,097)	-	(52,405,097)
Net book amount	28,855,618	4,590,000	33,445,618

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2559

8. สินทรัพย์ไม่มีตัวตน

สินทรัพย์ไม่มีตัวตน ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2559 และ พ.ศ. 2558 มีรายละเอียดดังนี้

	โปรแกรม คอมพิวเตอร์ บาท	โปรแกรม คอมพิวเตอร์ ระหว่างพัฒนา บาท	รวม บาท
ณ วันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2558			
ราคาทุน	72,378,027	935,595	73,313,622
หัก ค่าตัดจำหน่ายสะสม	(38,722,149)	-	(38,722,149)
ราคาตามบัญชี - สุทธิ	33,655,878	935,595	34,591,473
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2559			
ราคาตามบัญชีต้นปี - สุทธิ	33,655,878	935,595	34,591,473
เพิ่มขึ้น	38,306	12,858,788	12,897,094
ตัดจำหน่าย, สุทธิ	(147,945)	-	(147,945)
โอนเข้า / (ออก)	9,204,383	(9,204,383)	-
ค่าตัดจำหน่าย	(13,895,004)	-	(13,895,004)
ราคาตามบัญชีปลายปี - สุทธิ	28,855,618	4,590,000	33,445,618
ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2559			
ราคาทุน	81,260,715	4,590,000	85,850,715
หัก ค่าตัดจำหน่ายสะสม	(52,405,097)	-	(52,405,097)
ราคาตามบัญชี - สุทธิ	28,855,618	4,590,000	33,445,618

Note to the financial statements

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)
For the year ended 30 September 2016

9. Deposit

Deposit as at 30 September 2016 and 2015 is as follows:

	2016 Baht	2015 Baht
Office rental deposit	5,335,160	3,907,177
Others	71,580	69,480
Total deposit	5,406,740	3,976,657

10. Account payables

Account payables as at 30 September 2016 and 2015 are as follows:

	2016 Baht	2015 Baht
Local payables	58,543,846	64,461,974
Overseas payables	9,162,382	6,572,513
Accrued expenses	1,794,044	2,312,078
Total account payables	69,500,272	73,346,565

Local payables included liabilities of Baht 8.52 million which were under the lawsuit process (Note 21).

11. Retention

Retention as at 30 September 2016 and 2015 is as follows:

	2016 Baht	2015 Baht
Retention for contracts and performance	11,720,504	6,934,152
Retention for bidding	2,055,000	3,170,000
Total retention	13,775,504	10,104,152

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2559

9. เงินมัดจำจ่าย

เงินมัดจำจ่าย ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2559 และ พ.ศ. 2558 มีรายละเอียดดังนี้

	พ.ศ. 2559 บาท	พ.ศ. 2558 บาท
เงินมัดจำค่าเช่าสำนักงาน	5,335,160	3,907,177
เงินมัดจำอื่น	71,580	69,480
รวมเงินมัดจำจ่าย	5,406,740	3,976,657

10. เจ้าหนี้

เจ้าหนี้ ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2559 และ พ.ศ. 2558 มีรายละเอียดดังนี้

	พ.ศ. 2559 บาท	พ.ศ. 2558 บาท
เจ้าหนี้วัสดุและบริการ - ในประเทศ	58,543,846	64,461,974
เจ้าหนี้วัสดุและบริการ - ต่างประเทศ	9,162,382	6,572,513
ค่าใช้จ่ายค้างจ่าย	1,794,044	2,312,078
รวมเจ้าหนี้	69,500,272	73,346,565

เจ้าหนี้วัสดุและบริการ-ในประเทศ ได้รวมหนี้สินจำนวน 8.52 ล้านบาท ซึ่งเป็นหนี้สินที่อยู่ระหว่างการฟ้องร้อง ตามรายละเอียดในหมายเหตุประกอบงบการเงินข้อ 21

11. เงินประกัน

เงินประกัน ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2559 และ พ.ศ. 2558 มีรายละเอียดดังนี้

	พ.ศ. 2559 บาท	พ.ศ. 2558 บาท
เงินประกันสัญญาและผลงาน	11,720,504	6,934,152
หลักประกันซอง	2,055,000	3,170,000
รวมเงินประกัน	13,775,504	10,104,152

Note to the financial statements

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)
For the year ended 30 September 2016

12. Other current liabilities

Other current liabilities as at 30 September 2016 and 2015 are as follows:

	2016 Baht	2015 Baht
Unearned income - registration fee	1,903,257	2,037,126
Withholding tax payable	1,962,575	1,818,735
VAT payable	583,362	796,741
Total other current liabilities	4,449,194	4,652,602

13. Other non-current liabilities

Other non-current liabilities as at 30 September 2016 and 2015 are as follows:

	2016 Baht	2015 Baht
Post-employment benefits obligation	13,440,016	11,042,484
Provisions for decommissioning cost	6,580,500	6,755,980
Retention for contracts	1,090,748	1,090,748
Total other non-current liabilities	21,111,264	18,889,212

14. Income from registration fee for exhibition participation

Income from registration fee for exhibition participation represented registration fee collected from Thai private entrepreneurs operating in the MICE industry for the participation in Trade and Road Shows activities with TCEB relating to sale promotions and business negotiations between entrepreneurs and visitors.

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2559

12. หนี้สินหมุนเวียนอื่น

หนี้สินหมุนเวียนอื่น ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2559 และ พ.ศ. 2558 มีรายละเอียดดังนี้

	พ.ศ. 2559 บาท	พ.ศ. 2558 บาท
รายได้ค่าลงทะเบียนรับล่วงหน้า	1,903,257	2,037,126
ภาษีเงินได้หัก ณ ที่จ่ายค้างจ่าย	1,962,575	1,818,735
ภาษีมูลค่าเพิ่มค้างจ่าย	583,362	796,741
รวมหนี้สินหมุนเวียนอื่น	4,449,194	4,652,602

13. หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น

หนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2559 และ พ.ศ. 2558 มีรายละเอียดดังนี้

	พ.ศ. 2559 บาท	พ.ศ. 2558 บาท
ภาระผูกพันผลประโยชน์พนักงานหลังออกจากงาน	13,440,016	11,042,484
ประมาณการหนี้สินการรื้อถอน	6,580,500	6,755,980
เงินประกันสัญญา	1,090,748	1,090,748
รวมหนี้สินไม่หมุนเวียนอื่น	21,111,264	18,889,212

14. รายได้ค่าลงทะเบียนเข้าร่วมงานนิทรรศการ

รายได้ค่าลงทะเบียนเข้าร่วมงานนิทรรศการเป็นรายได้ ที่สำนักงานฯ จัดเก็บจากผู้ประกอบการภาคเอกชน ในอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทยที่มีความประสงค์เข้าร่วมงาน Trade Show และ Road Show กับสำนักงานฯ เพื่อจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายและการเจรจาธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการกับผู้เข้าร่วมงาน

Note to the financial statements

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)
For the year ended 30 September 2016

15. Personnel expenses

Personnel expenses for the year ended 30 September 2016 and 2015 are as follows:

	2016 Baht	2015 Baht
Salaries	107,642,013	97,515,154
Annual rewards	8,708,240	7,282,701
Provident fund contribution expenses	6,861,566	5,143,386
Staff welfare	19,295,962	18,162,373
Post-employment benefit	2,397,532	2,135,578
Total personnel expenses	144,905,313	130,239,192

16. Administrative expenses

Administrative expenses for the year ended 30 September 2016 and 2015 are as follows:

	2016 Baht	2015 Baht
Training expenses	26,235,214	20,410,484
Travelling expenses	45,812,979	43,807,703
Rental expenses	23,676,292	18,657,331
Utility expenses	5,302,833	4,823,779
Meeting expenses	2,574,250	2,250,500
Remuneration to external parties	29,044,305	27,052,660
Other service fees	24,514,834	36,031,338
Reserve for loss from legal claims	3,200,287	50,848,486
Other expenses	9,943,297	12,763,982
Total administrative expenses	170,304,291	216,646,263

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2559

15. ค่าใช้จ่ายด้านบุคลากร

ค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรสำหรับปี พ.ศ. 2559 และ พ.ศ. 2558 มีรายละเอียดดังนี้

	พ.ศ. 2559 บาท	พ.ศ. 2558 บาท
เงินเดือน	107,642,013	97,515,154
เงินรางวัลประจำปี	8,708,240	7,282,701
เงินสมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพ	6,861,566	5,143,386
ค่าสวัสดิการพนักงาน	19,295,962	18,162,373
ค่าใช้จ่ายผลประโยชน์พนักงานหลังออกจากงาน	2,397,532	2,135,578
รวมค่าใช้จ่ายด้านบุคลากร	144,905,313	130,239,192

16. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานสำหรับปี พ.ศ. 2559 และ พ.ศ. 2558 มีรายละเอียดดังนี้

	พ.ศ. 2559 บาท	พ.ศ. 2558 บาท
ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม	26,235,214	20,410,484
ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	45,812,979	43,807,703
ค่าเช่า	23,676,292	18,657,331
ค่าสาธารณูปโภค	5,302,833	4,823,779
ค่าเบี้ยประชุม	2,574,250	2,250,500
ค่าตอบแทนบุคคลภายนอก	29,044,305	27,052,660
ค่าจ้างเหมาบริการอื่น	24,514,834	36,031,338
สำรองค่าใช้จ่ายหนี้สินคดีฟ้องร้องทางกฎหมาย	3,200,287	50,848,486
ค่าใช้จ่ายอื่น	9,943,297	12,763,982
รวมค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	170,304,291	216,646,263

Note to the financial statements

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)
For the year ended 30 September 2016

17. Marketing and promotion expenses

Marketing and promotion expenses for the year ended 30 September 2016 and 2015 are as follows:

	2016 Baht	2015 Baht
Marketing supplies	10,923,322	16,660,433
Public relation expenses	166,086,948	179,844,476
Booth expenses	22,846,287	39,569,489
Area and equipment rental	54,499,862	50,146,034
Marketing and research expenses	45,492,103	38,495,773
Promotion expenses	175,990,053	176,983,762
Total marketing and promotion expenses	475,838,575	501,699,967

18. Grants

Grants for the year ended 30 September 2016 and 2015 are as follows:

	2016 Baht	2015 Baht
Grants - Non-profit private organization	69,232,897	57,407,370
Grants - Overseas private organization	38,302,144	20,596,254
Grants - Thai private organization	110,277,453	135,735,193
Grants - Government bureau	14,405,224	6,038,293
Total grants	232,217,718	219,777,110

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2559

17. ค่าใช้จ่ายส่งเสริมการตลาด

ค่าใช้จ่ายส่งเสริมการตลาดสำหรับปี พ.ศ. 2559 และ พ.ศ. 2558 มีรายละเอียดดังนี้

	พ.ศ. 2559 บาท	พ.ศ. 2558 บาท
ค่าวัสดุทางการตลาด	10,923,322	16,660,433
ค่าประชาสัมพันธ์	166,086,948	179,844,476
ค่าบูธ	22,846,287	39,569,489
ค่าเช่าพื้นที่และอุปกรณ์	54,499,862	50,146,034
ค่าวิจัยตลาด	45,492,103	38,495,773
ค่าส่งเสริมทางการตลาด	175,990,053	176,983,762
รวมค่าใช้จ่ายส่งเสริมการตลาด	475,838,575	501,699,967

18. ค่าใช้จ่ายเงินอุดหนุน

ค่าใช้จ่ายเงินอุดหนุนสำหรับปี พ.ศ. 2559 และ พ.ศ. 2558 มีรายละเอียดดังนี้

	พ.ศ. 2559 บาท	พ.ศ. 2558 บาท
ค่าใช้จ่ายเงินอุดหนุนองค์กรเอกชนที่ไม่หวังผลกำไร	69,232,897	57,407,370
ค่าใช้จ่ายเงินอุดหนุนองค์กรเอกชนต่างประเทศ	38,302,144	20,596,254
ค่าใช้จ่ายเงินอุดหนุนองค์กรเอกชนไทย	110,277,453	135,735,193
ค่าใช้จ่ายเงินอุดหนุนหน่วยงานราชการ	14,405,224	6,038,293
รวมค่าใช้จ่ายเงินอุดหนุน	232,217,718	219,777,110

Note to the financial statements

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)
For the year ended 30 September 2016

19. Non-operating expenses (income)

Non-operating expenses (income) for the year ended 30 September 2016 and 2015 are as follows:

	2016 Baht	2015 Baht
Losses (gains) on foreign exchange translation	(246,187)	651,503
Write off equipment and intangible assets	135,809	132,183
Total non-operating expenses (income)	(110,378)	783,686

20. Commitments

TCEB entered into a lease and service agreement for office at Siam Piwat Tower and entered into operating contracts. These contracts are operating leases and irrevocable. The future aggregate minimum lease payments are as follow:

	2016 Baht	2015 Baht
Less than 1 year	112,776,533	92,602,399
Over 1 year but less than 5 years	32,010,959	-
	144,787,492	92,602,399

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2559

19. ค่าใช้จ่าย (กำไร) อื่นที่ไม่ได้เกิดจากการดำเนินงาน

ค่าใช้จ่าย (กำไร) อื่นที่ไม่ได้เกิดจากการดำเนินงานสำหรับปี พ.ศ. 2559 และ พ.ศ. 2558 มีรายละเอียดดังนี้

	พ.ศ. 2559 บาท	พ.ศ. 2558 บาท
ขาดทุน (กำไร) จากการแปลงค่าเงินตราต่างประเทศ	(246,187)	651,503
การตัดจำหน่ายอุปกรณ์และสินทรัพย์ไม่มีตัวตน	135,809	132,183
รวมค่าใช้จ่าย (กำไร) อื่นที่ไม่ได้เกิดจากการดำเนินงาน	(110,378)	783,686

20. ภาระผูกพัน

สำนักงานฯ ทำสัญญาเช่าอาคารและบริการเพื่อใช้เป็นสำนักงาน ณ อาคารสยามพิวรรธน์ทาวเวอร์และสัญญาจ้างดำเนินงาน สัญญาเหล่านี้เป็นสัญญาเช่าดำเนินงานที่ยกเลิกไม่ได้ ยอดรวมของจำนวนเงินขั้นต่ำที่ต้องจ่ายในอนาคตมีดังนี้

	พ.ศ. 2559 บาท	พ.ศ. 2558 บาท
ภายใน 1 ปี	112,776,533	92,602,399
เกินกว่า 1 ปี แต่ไม่เกิน 5 ปี	32,010,959	-
	144,787,492	92,602,399

Note to the financial statements

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)
For the year ended 30 September 2016

21. Lawsuits

As at 30 September 2016 and 2015, TCEB was sued as defendant in significant lawsuits as follows:

21.1 The lawsuits filed against TCEB for compensations of contractual damages relate to suspensions of payment by TCEB to counterparties in the fiscal year 2007 due to unusual transactions. TCEB submitted related supporting documents to the Office of the National Anti-Corruption Commission since 4 December 2007. There were 3 lawsuits totalling Baht 50.75 million. The details of these lawsuits are as follows:

1) On 30 April 2008, a private company sued TCEB at the Central Administrative Court, a lawsuit black case number 1524/2551, for damages amounting to Baht 22.27 million. On 10 April 2014, the Central Administrative Court ruled TCEB to pay damages of Baht 3.13 million with interest 7.5% per annum within 60 days from final judgement date. However, TCEB appealed the judgement on 8 May 2014. The lawsuit is currently under the consideration of the Supreme Administrative Court. 21 Lawsuits (Cont'd)

2) On 23 February 2010, a private company sued TCEB at the Central Administrative Court, a lawsuit black case number 318/2553, for damages amounting to Baht 23.32 million. On 30 August 2013, the Central Administrative Court ruled TCEB to pay damages of Baht 15.16 million with interest 7.5% per annum of principal of Baht 14.26 million from filing date to payment date. TCEB appealed the judgement on 27 September 2013. The lawsuit is currently under the consideration of the Supreme Administrative Court.

3) On 30 November 2011, a private company sued TCEB at the Central Administrative Court, a lawsuit black case number 2014/2554, for damages amounting to Baht 5.16 million. On 11 December 2014, the Central Administrative Court ruled TCEB to pay damages of Baht 6.75 million with interest 7.5% per annum within 60 days from final judgement date. However, TCEB appealed the judgement on 9 January 2015. The lawsuit is currently under the consideration of the Supreme Administrative Court.

Its outcome has been considered and reviewed by management. It is probable that TCEB may lose for these cases. Therefore, TCEB recorded provisions including principle and interest totalling Baht 26.58 million based on the judgements of the Central Administrative.

21.2. Other lawsuits

On 28 October 2011, a private company sued TCEB and the Customs Department at the Central Administrative Court, a lawsuit black case number 2134/2554, for damages related to the negligence amounting to Baht 20.00 million. On 10 February 2015, the Central Administrative Court dismissed the case and the plaintiff subsequently appealed the judgement. The lawsuit is currently under the consideration of the Supreme Administrative Court. The management has considered that the judgement of the Supreme Administrative Court may differ from the Central Administrative Court. Therefore, TCEB recorded provisions with interest 7.5% per annum totalling Baht 27.47 million based on the total claim.

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2559

21. คดีฟ้องร้องทางกฎหมาย

ณ วันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2559 และ พ.ศ. 2558 สำนักงานฯ ถูกฟ้องร้องเป็นจำเลยในคดีความที่มีสาระสำคัญ ดังต่อไปนี้

21.1. คดีเกี่ยวกับการให้สำนักงานฯ ชดเชยค่าเสียหายตามสัญญา ซึ่งเกี่ยวข้องกับกรณีที่สำนักงานฯ ระงับการจ่ายเงินให้คู่สัญญาในปีงบประมาณ พ.ศ. 2550 เนื่องจากมีการตรวจสอบสัญญาและพบความผิดปกติสำนักงานฯ ได้ส่งเอกสารหลักฐานให้สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติตั้งแต่วันที่ 4 ธันวาคม พ.ศ. 2550 คดีดังกล่าวประกอบด้วย 3 คดี มีทุนทรัพย์รวม 50.75 ล้านบาท มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) เมื่อวันที่ 30 เมษายน พ.ศ. 2551 บริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง ยื่นฟ้องสำนักงานฯ ต่อศาลปกครองกลาง เป็นคดีหมายเลขดำที่ 1524/2551 เรียกให้ชดเชยเงินเนื่องจากผิดสัญญาจ้างทำของ คิดเป็นทุนทรัพย์ จำนวน 22.27 ล้านบาท ศาลปกครองกลางมีคำพิพากษาเมื่อวันที่ 10 เมษายน พ.ศ. 2557 ให้สำนักงานฯ ชำระเงิน จำนวน 3.13 ล้านบาท พร้อมดอกเบี้ยในอัตราร้อยละ 7.5 ต่อปีให้แล้วเสร็จภายใน 60 วันนับแต่วันที่คดีถึงที่สุดแต่สำนักงานฯ ได้ยื่นอุทธรณ์คำพิพากษาเมื่อวันที่ 8 พฤษภาคม พ.ศ. 2557 ปัจจุบันคดีนี้อยู่ระหว่างการพิจารณาของศาลปกครองสูงสุด

2) เมื่อวันที่ 23 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2553 บริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง ยื่นฟ้องสำนักงานฯ ต่อศาลปกครองกลางเป็นคดีหมายเลขดำที่ 318/2553 เรียกให้ชดเชยเงินเนื่องจากผิดสัญญาจ้างทำของ คิดเป็นทุนทรัพย์ จำนวน 23.32 ล้านบาท ศาลปกครองกลางมีคำพิพากษาเมื่อวันที่ 30 สิงหาคม พ.ศ. 2556 ให้สำนักงานฯ ชำระเงินจำนวน 15.16 ล้านบาท พร้อมดอกเบี้ยในอัตราร้อยละ 7.5 ต่อปีของต้นเงิน จำนวน 14.26 ล้านบาท นับถัดจากวันฟ้องเป็นต้นไปจนกว่าจะชำระเสร็จ สำนักงานฯ ได้ยื่นอุทธรณ์คำพิพากษาเมื่อวันที่ 27 กันยายน พ.ศ. 2556 ปัจจุบันคดีนี้อยู่ระหว่างการพิจารณาของศาลปกครองสูงสุด

3) เมื่อวันที่ 30 พฤศจิกายน พ.ศ. 2554 บริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง ยื่นฟ้องสำนักงานฯ ต่อศาลปกครองกลาง เป็นคดีหมายเลขดำที่ 2014/2554 เรียกให้ชดเชยเงินเนื่องจากผิดสัญญาจ้างทำของคิดเป็นทุนทรัพย์จำนวน 5.16 ล้านบาท คดีนี้ศาลปกครองกลางมีคำพิพากษาเมื่อวันที่ 11 ธันวาคม พ.ศ. 2557 ให้สำนักงานฯ ชำระเงินจำนวน 6.75 ล้านบาท พร้อมดอกเบี้ยในอัตราร้อยละ 7.5 ต่อปีให้แล้วเสร็จภายใน 60 วัน นับแต่วันที่คดีถึงที่สุด สำนักงานฯ ได้ยื่นอุทธรณ์คำพิพากษาเมื่อวันที่ 9 มกราคม พ.ศ. 2558 คดีอยู่ระหว่างการพิจารณาของศาลปกครองสูงสุด

ฝ่ายบริหารได้ใช้ดุลยพินิจในการประเมินผลของคดีดังกล่าวแล้วมีความเห็นว่าเมื่อคดีถึงที่สุดมีความเป็นไปได้ที่สำนักงานฯ อาจจะต้องชดเชยค่าเสียหายสำนักงานฯ จึงรับรู้ประมาณการหนี้สินในส่วนของเงินต้นและดอกเบี้ยจนถึงปัจจุบันจำนวนทั้งหมด 26.58 ล้านบาท โดยอ้างอิงจากคำพิพากษาของศาลปกครองกลาง

21.2. คดีความอื่น ๆ

เมื่อวันที่ 28 ตุลาคม 2554 บริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง ยื่นฟ้องสำนักงานฯ และกรมศุลกากรต่อศาลปกครองกลาง เป็นคดีหมายเลขดำที่ 2134/2554 เรียกให้ชดเชยค่าเสียหายจากการละเลยต่อหน้าที่จึงใจให้เกิดความล่าช้าคิดเป็นทุนทรัพย์ จำนวน 20.00 ล้านบาท ศาลปกครองกลางมีคำพิพากษาเมื่อวันที่ 10 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2558 ให้ยกฟ้องแต่ผู้ฟ้องคดียื่นอุทธรณ์คำพิพากษา คดีอยู่ระหว่างการพิจารณาของศาลปกครองสูงสุด ฝ่ายบริหารได้ใช้ดุลยพินิจในการประเมินผลของคดีดังกล่าวแล้วมีความเห็นว่าผลการพิจารณาคดีของศาลปกครองสูงสุดอาจมีความเห็นแตกต่างจากศาลปกครองกลาง สำนักงานฯ จึงรับรู้ประมาณการหนี้สิน ซึ่งรวมดอกเบี้ยในอัตราร้อยละ 7.5 ต่อปีจำนวนทั้งหมด 27.47 ล้านบาท โดยอ้างอิงจากทุนทรัพย์ที่ถูกฟ้อง

Note to the financial statements

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization)
For the year ended 30 September 2016

22. Budgeting report

Budgeting report for the year ended 30 September 2016 and 2015 are as follows:

	2016				
	Total Baht	Reserve Baht	PO/Contract Baht	Payment Baht	Ending Baht
Budget plan					
Government grant budget	1,029,536,600	-	-	1,029,536,600	-
Total	1,029,536,600	-	-	1,029,536,600	-
	2015				
	Total Baht	Reserve Baht	PO/Contract Baht	Payment Baht	Ending Baht
Budget plan					
Government grant budget	1,086,274,900	-	-	1,086,274,900	-
Emergency budget	63,705,000	-	-	60,349,379	3,355,621
Total	1,149,979,900	-	-	1,146,624,279	3,355,621

TCEB returned the ending balance of emergency budget amount of Baht 3,355,621 to Ministry of finance on 21 September 2015.

หมายเหตุประกอบงบการเงิน

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
สำหรับปีสิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2559

22. รายงานฐานะเงินงบประมาณรายจ่าย

รายงานฐานะเงินงบประมาณรายจ่ายประจำปี พ.ศ. 2559 และ พ.ศ. 2558 มีรายละเอียดดังนี้

	พ.ศ. 2559				
	งบสุทธิ บาท	การสำรองเงิน บาท	ใบสั่งซื้อ / สัญญา บาท	เบิกจ่าย บาท	คงเหลือ บาท
แผนงบประมาณ					
งบอุดหนุน	1,029,536,600	-	-	1,029,536,600	-
รวม	1,029,536,600	-	-	1,029,536,600	-
	พ.ศ. 2558				
	งบสุทธิ บาท	การสำรองเงิน บาท	ใบสั่งซื้อ / สัญญา บาท	เบิกจ่าย บาท	คงเหลือ บาท
แผนงบประมาณ					
งบอุดหนุน	1,086,274,900	-	-	1,086,274,900	-
งบฉุกเฉิน	63,705,000	-	-	60,349,379	3,355,621
รวม	1,149,979,900	-	-	1,146,624,279	3,355,621

สำนักงานฯ ได้คืนเงินคงเหลือของงบฉุกเฉินจำนวน 3,355,621 บาท ให้กระทรวงการคลังแล้วในวันที่21 กันยายน พ.ศ. 2558

Financial Statement Analysis

The analysis of the strengths of the Statement of Financial Position shows that total assets of TCEB in 2016 were 650.10 million baht, an increase of 0.07 million baht or a 0.01% growth on 2015, because of the rise in total assets by 5.11 million baht and the rise in total liabilities by 5.04 million baht.

- Total assets in 2016 were 812.98 million baht, an increase on 807.87 million baht in 2015. Current assets increased by 1% when compared to the previous year due to the increment in cash, cash equivalents, and short-term investment from 718.09 million baht in 2015 to 727.96 million baht in 2016. Other current assets decreased from 14.57 million baht in 2015 to 14.24 million baht in 2016. Non-current assets increased by 1% per the increment of deposit by 36% when compared to the previous year, or an increase of 1.43 million baht, the reduction of equipment by 9% when compared to the previous year, or a decrease of 3.14 million baht, and the reduction of intangible assets by 3% when compared to the previous year or a decrease of 1.15 million baht.
- Total liabilities in 2016 were 162.89 million baht, an increase of 5.04 million baht from 157.84 million baht in 2015. Non-current liabilities increased by 8% when compared to the previous year, or an increase of 5.42 million baht. This represented the increment in provisions for legal claims by 6% when compared to the previous year, or an increase of 3.20 million baht, and the increment of post-employment benefits obligation by 22% or an increase of 2.40 million baht. Current liabilities decreased of 0.38 million baht from 88.10 million baht in 2015 to 87.72 million baht in 2016. This represented the reduction of account payable from 73.35 million baht in 2015 to 69.50 million baht in 2016, a decrease of 5%, and the increase of retention from 10.10 million baht in 2015 to 13.78 million baht in 2016, an increase of 36%.

Statement of Financial Performance in 2016 recorded the total revenues from operations at 1,048.81 million baht, total operating expenses at 1,048.85 million baht, and non-operating income at 0.11 million baht. The revenues over expenses in 2016 at 0.07 million baht, a decrease from 2015 - which was recorded at 75.55 million baht - to 75.48 million baht or a decrease by 99.91%.

- Total revenues from operations decrease by 10% or a decrease of 116.66 million baht from 1,165.48 million baht in 2015 to 1,048.81 million baht in 2016 per the 10% reduction of Government budget appropriations from 1,146.63 million baht to 1,029.54 million baht. The interest income from deposits at financial institutions reduced by 21% from 9.30 million baht to 7.31 million baht, and other income reduced by 87% from 1.41 million baht to 0.19 million baht. Nevertheless, the income from registration fee for exhibition participation increased by 40% from 7.20 million baht to 10.07 million baht, and the income from registration fee for seminar participation increased by 82% from 0.94 million baht to 1.71 million baht.
- Total operating expenses in 2016 decreased by 4% when compared to the previous year, or a decrease of 1,089.15 million baht to 1,048.85 million baht. This was because of the reduction of administrative expenses reduced by 21% or 46.34 million baht, marketing and promotion expenses reduced by 5% or 25.86 million baht, when compared to the previous year. Nevertheless, personnel expenses increased by 11% or 14.67 million baht, grants increased by 6% or 12.44 million baht and depreciation and amortisation increased by 23% or 4.81 million baht when compared to the previous year.

บทวิเคราะห์งบการเงิน

การวิเคราะห์ความแข็งแกร่งของงบแสดงฐานะทางการเงิน ในปี พ.ศ. 2559 สินทรัพย์สุทธิของ สสพ. เท่ากับ 650.10 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2558 จำนวน 0.07 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 0.01% โดยสาเหตุหลักมาจากสินทรัพย์รวมเพิ่มขึ้น 5.11 ล้านบาทและหนี้สินเพิ่มขึ้น 5.04 ล้านบาท

- สินทรัพย์ทั้งหมด ในปี พ.ศ. 2559 เท่ากับ 812.98 ล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2558 ซึ่งเท่ากับ 807.87 ล้านบาท สินทรัพย์หมุนเวียนเพิ่มขึ้น 1% เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน สาเหตุมาจากเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสดและเงินลงทุนระยะสั้น เพิ่มขึ้นจาก 718.09 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2558 มาที่ 727.96 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2559 ในส่วนของสินทรัพย์หมุนเวียนอื่น ลดลงจาก 14.57 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2558 มาที่ 14.24 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2559 และสินทรัพย์ไม่หมุนเวียนเพิ่มขึ้น 1% โดยสาเหตุมาจากการเพิ่มขึ้นของเงินมัดจำจ่าย 36% เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน หรือเพิ่มขึ้น 1.43 ล้านบาท การลดลงของอุปกรณ์ 9% เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน หรือลดลง 3.14 ล้านบาท และสินทรัพย์ไม่มีตัวตนลดลง 3% เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน หรือลดลง 1.15 ล้านบาท
- หนี้สินทั้งหมด ในปี พ.ศ. 2559 เท่ากับ 162.89 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 5.04 ล้านบาทจากปี พ.ศ. 2558 ซึ่งเท่ากับ 157.84 ล้านบาท หนี้สินไม่หมุนเวียนเพิ่มขึ้น 8% เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน หรือเพิ่มขึ้นเท่ากับ 5.42 ล้านบาท สาเหตุมาจากการเพิ่มขึ้นของประมาณการหนี้สินคดีฟ้องร้องทางกฎหมาย 6% เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน หรือเพิ่มขึ้น 3.20 ล้านบาท และการเพิ่มขึ้นของผลประโยชน์พนักงานหลังออกจากงาน 22% หรือเพิ่มขึ้น 2.40 ล้านบาท ในส่วนของหนี้สินหมุนเวียนลดลงจากปีก่อน 0.38 ล้านบาท จาก 88.10 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2558 เป็น 87.72 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2559 สาเหตุมาจากการลดลงของเจ้าหนี้ ซึ่งลดลงจาก 73.35 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2558 เป็น 69.50 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2559 คิดเป็นลดลง 5% เงินประกันเพิ่มขึ้นจาก 10.10 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2558 เป็น 13.78 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2559 คิดเป็น 36%

ผลการดำเนินงาน รายได้จากการดำเนินงานปี พ.ศ. 2559 เท่ากับ 1,048.81 ล้านบาท ค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงาน เท่ากับ 1,048.85 ล้านบาท และรายได้อื่นที่ไม่ได้เกิดจากการดำเนินงาน เท่ากับ 0.11 ล้านบาท ทำให้รายได้สูง(ต่ำ)กว่าค่าใช้จ่ายสุทธิปี พ.ศ. 2559 เท่ากับ 0.07 ล้านบาท ลดลงจากปี พ.ศ. 2558 ซึ่งเท่ากับ 75.55 ล้านบาท เป็นจำนวน 75.48 ล้านบาท หรือลดลง 99.91%

- รายได้จากการดำเนินงานลดลง 10% หรือลดลง 116.66 ล้านบาท จาก 1,165.48 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2558 เป็น 1,048.81 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2559 เนื่องจากรายได้จากเงินงบประมาณลดลง 10% จาก 1,146.63 ล้านบาทเป็น 1,029.54 ล้านบาท รายได้จากดอกเบี้ยเงินฝากสถาบันการเงินลดลง 21% จาก 9.30 ล้านบาทเป็น 7.31 ล้านบาท และรายได้อื่นลดลง 87% จาก 1.41 ล้านบาทเป็น 0.19 ล้านบาท โดยทั้งนี้ รายได้ค่าลงทะเบียนเข้าร่วมงานนิทรรศการเพิ่มขึ้น 40% จาก 7.20 ล้านบาท เป็น 10.07 ล้านบาท และรายได้จากการจัดอบรมสัมมนาเพิ่มขึ้น 82% จาก 0.94 ล้านบาทเป็น 1.71 ล้านบาท
- ค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงาน สำหรับปี พ.ศ. 2559 ลดลง 4% เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน โดยลดลงจาก 1,089.15 ล้านบาทเป็น 1,048.85 ล้านบาท สาเหตุเนื่องจากการลดลงของค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานลดลง 21% หรือลดลง 46.34 ล้านบาท ค่าใช้จ่ายส่งเสริมการตลาดลดลง 5% หรือลดลง 25.86 ล้านบาท เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน โดยทั้งนี้ ค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรเพิ่มขึ้น 11% หรือเพิ่มขึ้น 14.67 ล้านบาท ค่าใช้จ่ายเงินอุดหนุนเพิ่มขึ้น 6% หรือเพิ่มขึ้น 12.44 ล้านบาท และค่าเสื่อมราคาและค่าตัดจำหน่ายเพิ่มขึ้น 23% หรือเพิ่มขึ้น 4.81 ล้านบาท เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อน





TCEB
Thailand Convention
& Exhibition Bureau
(Public Organization)

Siam Piwat Tower, Floor 25 and 26,
989 Rama I Road, Pathumwan,
Bangkok 10330, Thailand
Tel: +66 2 694 6000 Fax: +66 2 658 1411
E-mail: info@tceb.or.th
Website: www.tceb.or.th

สสปน.

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุม
และนิทรรศการ
(องค์การมหาชน)

อาคารสยามพิรวรณทาวเวอร์ ชั้น 25 และ 26
เลขที่ 989 ถนนพระราม 1 แขวงปทุมวัน
เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
โทรศัพท์: +66 2 694 6000 โทรสาร: +66 2 658 1411
อีเมล: info@tceb.or.th
เว็บไซต์: www.tceb.or.th

จัดทำโดย
ฝ่ายการตลาดและภาพลักษณ์องค์กร
Marketing and Corporate Image Department