



แผนปฏิบัติการและแผนการใช้จ่ายงบประมาณ

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2560

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

แผนปฏิบัติการและแผนการใช้จ่ายงบประมาณ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2560

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) : สสปน.

❖ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) : สสปน.

จัดตั้งขึ้นตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2545 (ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 119 ตอนที่ 95 วันที่ 27 กันยายน 2545) เมื่อวันที่ 28 กันยายน 2545 โดยมีวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย สนับสนุนหรือจัดให้มีการนำเสนอศิลปะและวัฒนธรรมไทย อันเป็นการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรมไทย ให้บริการด้านความรู้และฝึกอบรมให้แก่เจ้าหน้าที่ของรัฐหรือประชาชนให้เกิดความชำนาญและทักษะเทียบเท่ามาตรฐานสากลเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว รวมทั้งเป็นศูนย์กลางข้อมูลด้านการจัดประชุมและนิทรรศการและให้ความรู้แก่ผู้ดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวให้เข้าใจในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ ภายใต้วัตถุประสงค์ดังกล่าวสำนักงานต้องมุ่งมั่นพัฒนาและเพิ่มศักยภาพของประเทศในการเป็นศูนย์กลางการจัดประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการนานาชาติ

วิสัยทัศน์ : องค์กรหลักที่ขับเคลื่อนประเทศไทยสู่การเป็นผู้นำด้านการประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติในภูมิภาคเอเชีย
เพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์อย่างยั่งยืน

พันธกิจ

- 1) สนับสนุนการจัดงานไมซ์ในประเทศไทย เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและกระจายรายได้สู่ชุมชน
- 2) ส่งเสริมภาพลักษณ์อุตสาหกรรมไมซ์ไทย ด้วยผลิตภัณฑ์ บริการชั้นเลิศและอัตลักษณ์ความเป็นไทย
- 3) พัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยองค์ความรู้ มาตรฐาน รวมถึงการพัฒนาบุคลากรและผู้ประกอบการ
- 4) ส่งเสริมแนวปฏิบัติด้านความยั่งยืน เพื่อสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน

ภารกิจ

อำนาจหน้าที่ตาม พรฎ. จัดตั้งสำนักงานฯ พ.ศ. 2545 (มาตรา 8)

1. กำหนดนโยบาย และมาตรการในการส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย
2. ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ธุรกิจการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย
3. เป็นตัวแทนของประเทศในการจัดทำข้อเสนอเพื่อขอรับเป็นเจ้าของภาพในการจัดงาน
4. เป็นศูนย์ข้อมูลและให้บริการข้อมูล รวมทั้งให้คำปรึกษาและคำแนะนำด้านการส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย
5. สนับสนุนหรือจัดการสัมมนาฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรเกี่ยวกับธุรกิจการจัดการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย
6. กำหนดมาตรฐานและรองรับคุณภาพของผู้ประกอบธุรกิจการจัดการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย
7. เป็นศูนย์ประสานงานและอำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการธุรกิจการจัดการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย
8. พัฒนาโครงการที่จำเป็นต่อการจัดการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย ภายใต้โครงการสนับสนุนจากทางรัฐบาล
9. ให้การสนับสนุนหน่วยงานต่างๆในการจัดการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย
10. กระทำการอื่นใดที่จำเป็นหรือต่อเนืองให้บรรลุวัตถุประสงค์ของสำนักงาน

❖ นโยบายรัฐบาล ยุทธศาสตร์ และกลยุทธ์

• นโยบายรัฐบาล

1. การป้องกันและเชิดชูสถาบันพระมหากษัตริย์
2. การรักษาความมั่นคงของรัฐและการต่างประเทศ
3. การลดความเหลื่อมล้ำของสังคม และการสร้างโอกาสการเข้าถึงบริการของรัฐ
4. การศึกษาและเรียนรู้ การทะนุบำรุงศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม
5. การยกระดับคุณภาพบริการด้านสาธารณสุข และสุขภาพของประชาชน
- 6. การเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ**
7. การส่งเสริมบทบาทและการใช้โอกาสในประชาคมอาเซียน
8. การพัฒนาและส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี การวิจัยและพัฒนา และนวัตกรรม
9. การรักษาความมั่นคงของฐานทรัพยากร และการสร้างสมดุลระหว่างการอนุรักษ์กับการใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืน
10. การส่งเสริมการบริหารราชการแผ่นดินที่มีธรรมาภิบาลและการป้องกันปราบปรามทุจริตและประพฤติมิชอบในภาครัฐ
11. การปรับปรุงกฎหมายและกระบวนการยุติธรรม

หมายเหตุ สสพ. มีแผนปฏิบัติการสอดคล้องกับนโยบายในข้อที่ 6

- **นโยบายการจัดทำแผนงานและงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2560**

ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2560 สสพ.ได้ดำเนินการจัดทำแผนงานและงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ 2560 ให้สอดคล้องกับนโยบายการจัดทำงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2560 ที่มีลักษณะเชิงบูรณาการ สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่สิบสอง พ.ศ. 2560-2564 ที่มีแนวทางการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการที่มีศักยภาพ สามารถรองรับการเปิดเสรีทางการค้าและกระแสความต้องการของตลาดโลกในส่วนที่เกี่ยวกับธุรกิจการจัดประชุมและแสดงนิทรรศการนานาชาติ อีกทั้งเจตนารมณ์และนโยบายของคณะรักษาความสงบแห่งชาติในด้านการต่างประเทศที่ให้มีการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจให้ชาวต่างชาติมีความเชื่อมั่นในทุกกระบวน เชื่อมโยงไปยังนโยบายรัฐบาลในการเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ

- **ยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ตามแผนแม่บทอุตสาหกรรมการจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติ พ.ศ. 2560-2564**

ปีงบประมาณ พ.ศ. 2560 สสพ. มีแผนงานที่สอดคล้องกับทิศทางนโยบายของแผนแม่บทอุตสาหกรรมการจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติ พ.ศ. 2560-2564 ประกอบด้วยเป้าหมายหลัก 3 เรื่อง คือ ความสำเร็จในการแข่งขัน ความเป็นมืออาชีพ และการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน-โดยโครงการกิจกรรมจะครอบคลุม 7 ยุทธศาสตร์ 16 กลยุทธ์ ตามรายละเอียด ดังนี้

ความได้เปรียบในการแข่งขัน

ยุทธศาสตร์	กลยุทธ์
1 ผลักดันความต้องการจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์	1.1 ฝึกกำลังร่วมกับพันธมิตรกลยุทธ์ในการขยายตลาดและเพิ่มความต้องการการจัดงาน
	1.2 ผลักดันการสร้างองค์ความรู้และนวัตกรรม
2 เพิ่มปริมาณงานไมซ์และจำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์	2.1 เพิ่มปริมาณงานไมซ์และนักท่องเที่ยวไมซ์ด้วยผลิตภัณฑ์ที่แตกต่าง
	2.2 เพิ่มและเสริมสร้างการจัดงานไมซ์ภายในประเทศ
	2.3 เสริมสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวไมซ์
3 ส่งเสริมแบรนด์และการเป็นจุดหมายด้านไมซ์ของประเทศไทย	3.1 ส่งเสริมแบรนด์ของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยในระดับนานาชาติ
	3.2 ส่งเสริมเอกลักษณ์ของจุดหมายไมซ์ระดับท้องถิ่น

ความเป็นมืออาชีพ

ยุทธศาสตร์	กลยุทธ์
พัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์	4.1 พัฒนาศักยภาพและเพิ่มจำนวนบุคลากรด้านไมซ์
	4.2 จัดทำ นำไปใช้ และเสริมสร้างมาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์
	4.3 สนับสนุนการพัฒนาจุดหมายการจัดงานไมซ์ที่มีศักยภาพ
เสริมสร้างการปฏิบัติงานที่เป็นเลิศภายใต้หลักธรรมาภิบาล	5.1 ทบทวนรูปแบบการดำเนินงาน (Operating model) ขององค์กรในอนาคต
	5.2 เสริมสร้างโครงสร้างองค์กร ขีดความสามารถของบุคลากร กระบวนการและระบบ ภายใต้หลักธรรมาภิบาล
	5.3 พัฒนาและนำแนวทางการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของ สสปน. ไปปฏิบัติ

การเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน

ยุทธศาสตร์	กลยุทธ์
6 สนับสนุนอุตสาหกรรมไมซ์ให้เติบโตอย่างยั่งยืน	6.1 ประเมินผลกระทบของอุตสาหกรรมไมซ์ที่มีต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม
	6.2 ผลักดันให้ผู้ประกอบการและผู้จัดงานผ่านการรับรองมาตรฐานด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน และนำคู่มือการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของอุตสาหกรรมไมซ์ไปปฏิบัติ

ยุทธศาสตร์

กลยุทธ์

7 ร่วมมือกับเครือข่ายกลยุทธ์ในการพัฒนานโยบาย กฎ และระเบียบที่เกี่ยวข้อง	7.1 ร่วมมือกับเครือข่ายกลยุทธ์ในการผลักดันการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคเพื่อขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์
---	--

❖ เป้าหมายการดำเนินงานและงบประมาณ

จากยุทธศาสตร์การจัดสรรงบประมาณรายจ่ายประจำปี 2560 สสพ.ได้จัดทำแผนงานให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ โดยมีเป้าหมายดังนี้

ยุทธศาสตร์	เร่งรัดวางรากฐานการพัฒนาที่ยั่งยืนของประเทศ
แผนงาน	พัฒนาและเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวและบริการ
ผลผลิต	การจัดประชุม และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติในประเทศไทย
ตัวชี้วัดและเป้าหมาย	<p>1. เชิงปริมาณ : จำนวนนักท่องเที่ยวธุรกิจกลุ่ม MICE จากต่างประเทศที่เดินทางเข้าสู่ประเทศไทย 1,109,000 คน</p> <p>จำนวนนักท่องเที่ยวธุรกิจกลุ่ม MICE จากในประเทศที่เดินทางเข้าสู่ประเทศไทย 26,000,000 คน</p> <p>2. เชิงคุณภาพ : รายได้จากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวธุรกิจกลุ่ม MICE จากต่างประเทศที่เดินทางมาประเทศไทย 101,000 ล้านบาท</p> <p>รายได้จากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวธุรกิจกลุ่ม MICE จากในประเทศที่เดินทางมาประเทศไทย 54,000 ล้านบาท</p>

<p>งบประมาณ</p>	<p>ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2560 สสพ. ได้รับงบประมาณ จำนวน 992.3327 ล้านบาท ลดลงจากงบประมาณปี 2559 (1,029.5366 ล้านบาท) จำนวน 37.2039 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 3.75 โดยจำแนกงบประมาณตามแผนงานการใช้จ่าย มีรายละเอียด ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. แผนงานบุคคลากรภาครัฐ 124.0627 ล้านบาท (ร้อยละ 12.50) 2. แผนงานบูรณาการ 90.0000 ล้านบาท (ร้อยละ 9.07) <ul style="list-style-type: none"> ● ส่งเสริมตลาดในประเทศ 87.0000 ล้านบาท ● งบสำรอง 3.0000 ล้านบาท 3. แผนงานพื้นฐาน 778.2700 ล้านบาท (ร้อยละ 78.43) แบ่งออกเป็น <ul style="list-style-type: none"> ● ความได้เปรียบในการแข่งขัน 599.4500 ล้านบาท คิดเป็น ร้อยละ 77.02 ● ความเป็นมืออาชีพ 139.4960 ล้านบาท คิดเป็น ร้อยละ 17.92 ● การเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน 9.9500 ล้าน คิดเป็น ร้อยละ 1.28 ● ความร่วมมือกับเครือข่ายกลยุทธ์ในการพัฒนานโยบาย กฎ และระเบียบที่เกี่ยวข้อง 18.0000 ล้านบาท คิดเป็น ร้อยละ 2.31 ● งบสำรอง 11.3740 ล้านบาท คิดเป็น ร้อยละ 1.46
------------------------	---

ความเชื่อมโยงของยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ กิจกรรมและงบประมาณ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2560

การดำเนินงานของ สสพ. ปีงบประมาณ พ.ศ. 2560 อาศัยยุทธศาสตร์ 7 ยุทธศาสตร์ โดยมีกลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์ดังกล่าว รวม 16 กลยุทธ์ ตามแผน ทิศทางนโยบายการดำเนินงานของ สสพ. เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2560-2564) ซึ่งจัดทำขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายการจัดทำงบประมาณรายจ่าย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2560

ยุทธศาสตร์และกลยุทธ์เชื่อมโยงไปสู่โครงการและกิจกรรมตามแผนงานและนำไปสู่งบประมาณประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2560 จำนวน 992.3327 ล้านบาท โดยสามารถแสดงความเชื่อมโยงของยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ โครงการ/กิจกรรม และงบประมาณได้ดังตารางต่อไปนี้

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

ยุทธศาสตร์/ แผนงาน/ โครงการ ตัวชี้วัด/กิจกรรม	เป้าหมาย	หน่วยนับ	งบประมาณ
แผนงานบุคคลากรภาครัฐ			124.0627
GOAL : ความเป็นมืออาชีพ			124.0627
DEVELOP พัฒนาปัจจัยเอื้อเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม ไมซ์ของประเทศไทย			124.0627
ยุทธศาสตร์ที่ 5 เสริมสร้างการปฏิบัติงานที่เป็นเลิศภายใต้หลักธรรมาภิบาล			124.0627

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

ยุทธศาสตร์/ แผนงาน/ โครงการ ตัวชี้วัด/กิจกรรม	เป้าหมาย	หน่วยนับ	งบประมาณ
<p>กลยุทธ์ที่ 5.2 เสริมสร้างโครงสร้างองค์กร ชีตความสามารถของบุคลากร กระบวนการและระบบ ภายใต้หลักธรรมาภิบาล</p> <p>KPI: โครงการเสริมสร้างโครงสร้างองค์กร ชีตความสามารถของบุคลากร กระบวนการและระบบแล้วเสร็จตามแผน</p> <p>KPI: ผลการจัดระดับการกำกับดูแลขององค์การภาครัฐตามหลักธรรมาภิบาล ของการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี ของกพร.</p>			124.0627
1 งบประมาณบุคลากร			124.0627

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

ยุทธศาสตร์/ แผนงาน/ โครงการ ตัวชี้วัด/กิจกรรม	เป้าหมาย	หน่วยนับ	งบประมาณ
แผนงานบูรณาการ			90.0000
GOAL : ความได้เปรียบในการแข่งขัน			67.1500
<u>WIN</u> ดำเนินการทางการตลาดเชิงรุกโดยมุ่งเน้นที่การประมุขสิทธิ์ การดำเนินงาน และ การเพิ่มจำนวนและรายได้จากนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE เข้าประเทศ			60.0000
ยุทธศาสตร์ที่ 1 ผลักดันความต้องการจัดงานในอุตสาหกรรมฯ			5.5000
กลยุทธ์ที่ 1.1 ผนึกกำลังร่วมกับพันธมิตรกลยุทธ์ ในการขยายตลาดและเพิ่มความต้องการการจัดงาน KPI: จำนวนข้อริเริ่มหรือโครงการทางการตลาดร่วมกับพันธมิตร KPI: ร้อยละความสำเร็จของโครงการทางการตลาดร่วมกับพันธมิตร			5.5000
1 ส่งเสริมการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการประชุม วิชาชีพร่วมกับหน่วยงานภาคี (Alliance Support)	6 6	หน่วยงาน แผนบูรณาการ (งาน)	4.000
2 สร้างพันธมิตรธุรกิจไทยผ่านบริษัทข้ามชาติที่มีฐานอยู่ในประเทศไทย (EXPAT)	1 30 50	ครั้ง Expat กทม. (ราย) ในจังหวัดที่จัดงาน (ราย)	1.5000

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

ยุทธศาสตร์/ แผนงาน/ โครงการ ตัวชี้วัด/กิจกรรม	เป้าหมาย	หน่วยนับ	งบประมาณ
ยุทธศาสตร์ที่ 2 เพิ่มปริมาณงานไมซ์และจำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์			54.5000
กลยุทธ์ที่ 2.1 เพิ่มปริมาณงานไมซ์และนักท่องเที่ยวไมซ์ด้วยผลิตภัณฑ์ที่แตกต่าง / ที่ยั่งยืน KPI: จำนวนงานไมซ์ KPI: จำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์ KPI: รายได้จากอุตสาหกรรมไมซ์ KPI: จำนวนงาน/ นักท่องเที่ยวไมซ์คุณภาพสูง			23.2000
3 สนับสนุนและส่งเสริมทางการขายและการตลาดกลุ่มประเทศ CLMV (Financial Subsidy)	8,000	ราย	6.5000
4 กระตุ้นการจัดประชุมสัมมนาและการจัดกิจกรรมการขายและการตลาด CLMVT SEZ (TS/RS/Sales Mission)	5	ครั้ง	7.7000
5 สัมมนาและการสร้างการรับรู้ในเขตเศรษฐกิจพิเศษ (SEZ)	3	ครั้ง	9.0000
กลยุทธ์ที่ 2.2 เพิ่มและเสริมสร้างการจัดงานไมซ์ภายในประเทศ (Domestic MICE event)			30.5000

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

ยุทธศาสตร์/ แผนงาน/ โครงการ ตัวชี้วัด/กิจกรรม	เป้าหมาย	หน่วยนับ	งบประมาณ
KPI: จำนวนงานไมซ์ภายในประเทศ KPI: จำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์ภายในประเทศ KPI: รายได้อุตสาหกรรมไมซ์ภายในประเทศ KPI: จำนวนงาน/ นักเดินทางไมซ์คุณภาพสูง			
6 ส่งเสริมการจัดงาน Domestic MICE (ประชุมเมืองไทย ภูมิใจช่วยชาติ)	4	กิจกรรม	10.4000
7 Thailand Domestic MICE Mart 2017 (TDMM2017)	3 300 / 150 300 3 1	ครั้ง ผู้ซื้อ / ผู้ขาย Sale leads กิจกรรมพิเศษ แผนงานบูรณาการ	9.5000
8 ส่งเสริมการจัดงาน Domestic Exhibition	3	กิจกรรม	6.1000
9 สนับสนุน Empowering Thai Exhibition ปีที่ 2	2	งาน	4.5000
กลยุทธ์ที่ 2.3 เสริมสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวไมซ์ KPI: ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไมซ์ต่อประสบการณ์ที่ได้รับ			0.8000

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

ยุทธศาสตร์/ แผนงาน/ โครงการ ตัวชี้วัด/กิจกรรม	เป้าหมาย	หน่วยนับ	งบประมาณ
10 ส่งเสริมทางการรับรู้ FAM Trip และการตลาดกลุ่มประเทศ CLMV โดยจัดกิจกรรม FAM เพื่อยกระดับการรับรู้สินค้าแก่กลุ่ม HI end CLMV	1 15 30	ครั้ง ผู้ซื้อ CLMV ผู้ขายไทย	0.8000
<u>PROMOTE</u> เสริมสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะจุดหมายหลักของอุตสาหกรรมไมซ์ในเอเชีย			7.1500
<u>ยุทธศาสตร์ที่ 3</u> ส่งเสริมแบรนด์และการเป็นจุดหมายด้านไมซ์ของประเทศไทย			7.1500
กลยุทธ์ที่ 3.1 ส่งเสริมแบรนด์ของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยในระดับนานาชาติ KPI: อัตราการรับรู้ (Awareness) ของแบรนด์อุตสาหกรรมไมซ์ไทยของกลุ่มเป้าหมายต่างชาติ KPI: ผลสำรวจมุมมอง (Perception) ของลูกค้า และนักเดินทางมีต่อแบรนด์อุตสาหกรรมไมซ์ไทย			4.6500
1 ทำตลาด/การประชาสัมพันธ์/การสร้างเครือข่ายธุรกิจ และแสดงศักยภาพไมซ์ที่ดีผ่านการเข้าร่วมงาน Tradeshow/Roadshow/Industrial Meetings ฯลฯ	5 1	งาน MICE City (งาน)	2.4000

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

ยุทธศาสตร์/ แผนงาน/ โครงการ ตัวชี้วัด/กิจกรรม	เป้าหมาย	หน่วยนับ	งบประมาณ
2 สร้างเวทีแลกเปลี่ยนผ่านกิจกรรมเชิงปฏิบัติการระหว่างไมซ์ซิตี้ เมืองที่มีศักยภาพ และสสปน. (MICE City Summit)	30 80	ผู้เข้าร่วมงาน (ราย) ร้อยละความพึงพอใจ	2.2500
กลยุทธ์ที่ 3.2 ส่งเสริมเอกลักษณ์ของจุดหมายไมซ์ระดับท้องถิ่น KPI: อัตราการรับรู้ (Awareness) ของกลุ่มเป้าหมายต่อจุดหมายไมซ์			2.5000
3 พัฒนาสินค้าและบริการไมซ์จากท้องถิ่นสู่ระดับสากล	3 3,000	เมือง ฉบับ/เล่ม	2.5000
<u>DEVELOP</u> พัฒนาปัจจัยเอื้อเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย			19.8500
GOAL : ความเป็นมืออาชีพ			19.8500
ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมฯ			19.8500
กลยุทธ์ที่ 4.1 พัฒนาศักยภาพและเพิ่มจำนวนบุคลากรด้านไมซ์			0.0000
กลยุทธ์ที่ 4.2 จัดทำ นำไปใช้ และเสริมสร้างมาตรฐานของอุตสาหกรรมฯ			0.0000

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

ยุทธศาสตร์/ แผนงาน/ โครงการ ตัวชี้วัด/กิจกรรม	เป้าหมาย	หน่วยนับ	งบประมาณ
กลยุทธ์ที่ 4.3 สนับสนุนการพัฒนาจุดหมายการจัดประชุมและงาน นิทรรศการที่มีศักยภาพ (สิ่งอำนวยความสะดวก โครงสร้างพื้นฐาน และโลจิสติกส์)			19.8500
KPI: จำนวนกิจกรรมการพัฒนาจุดหมายจัดงานไมซ์ KPI: จำนวนจุดหมายที่มีศักยภาพในการจัดงานไมซ์			
1 ศึกษาและจัดทำข้อมูลยุทธศาสตร์ของไมซ์ซิตี้และเมืองที่มีศักยภาพ (City Profile)	7 14	เมือง Workshop	4.8500
2 ยกระดับงานเด่นในไมซ์ซิตี้ (Flagship Events)	5 3	งาน พื้นที่เป้าหมาย	9.0000
3 ส่งเสริมและให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน อุตสาหกรรมไมซ์	24 24	ครั้ง รายงาน (ฉบับ)	1.0000
4 ส่งเสริมการตลาด Destination Promotion (นำเสนอเส้นทางใหม่ / Website / FB / App เป็นต้น)	12	เมือง	5.0000
งบนโยบาย - แผนงานบูรณาการ			3.0000

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

ยุทธศาสตร์/ แผนงาน/ โครงการ ตัวชี้วัด/กิจกรรม	เป้าหมาย	หน่วยนับ	งบประมาณ
แผนงานพื้นฐาน			778.2700
GOAL : ความได้เปรียบในการแข่งขัน			599.4500
<u>WIN</u> ดำเนินการทางการตลาดเชิงรุกโดยมุ่งเน้นที่การประมุขสิทธิ์ การดำเนินงาน และการเพิ่มจำนวนและรายได้จากนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE เข้าประเทศ			423.9500
ยุทธศาสตร์ที่ 1 ผลักดันความต้องการจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์			72.8110
กลยุทธ์ที่ 1.1 ผนึกกำลังร่วมกับพันธมิตรกลยุทธ์ ในการขยายตลาดและเพิ่มความต้องการการจัดงาน KPI: จำนวนข้อริเริ่มหรือโครงการทางการตลาดร่วมกับพันธมิตร KPI: ร้อยละความสำเร็จของโครงการทางการตลาดร่วมกับพันธมิตร			29.0110
1 กลยุทธ์ในการขยายตลาดและเพิ่มความต้องการการจัดงาน			20.1500
1.1 พัฒนาประสิทธิภาพด้านยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และแผนงาน	13	ครั้ง	0.8500
1.2 จัดทำแผนงานบูรณาการวางแผนเชิงกลยุทธ์และความริเริ่มในการตลาดร่วมกับพันธมิตรหลักเพื่อขยายตลาดและเพิ่มความต้องการการจัดงาน	1	ครั้ง	0.5000
1.3 สร้างศักยภาพให้กับกลุ่มเป้าหมายเพื่อเพิ่มความต้องการในการจัดงาน	10 100	ราย ราย	4.8000

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

ยุทธศาสตร์/ แผนงาน/ โครงการ ตัวชี้วัด/กิจกรรม	เป้าหมาย	หน่วยนับ	งบประมาณ
1.4 TCEB Partnership Program	11	กิจกรรม	10.0000
1.5 Oversea Networking Session	30 / 11	นัดหมาย / Leads	4.0000
2 เข้าร่วมเป็นสมาชิกและทำกิจกรรมต่างๆ กับสมาคมที่เกี่ยวข้อง	3 90 4,500 100	สมาคม ราย องค์กร ราย	7.2410
กลยุทธ์ที่ 1.2 ผลักดันการสร้างองค์ความรู้และนวัตกรรม KPI: จำนวนขององค์ความรู้ที่ถูกเผยแพร่และนวัตกรรมด้านไอซ์ทีถูกนำไป ประยุกต์ใช้โดยภาคอุตสาหกรรม KPI: ความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้เสียต่อการประยุกต์ใช้องค์ความรู้และ นวัตกรรมในอุตสาหกรรมไอซ์ที			43.8000
3 สร้างองค์ความรู้และนวัตกรรมในอุตสาหกรรมไอซ์ที			30.5000
3.1 ศึกษาความเป็นไปได้ของการจัดงานมหกรรมนานาชาติใน 4 ธุรกิจหลัก	13	รายงาน	5.0000
3.2 สำนวจสถิติการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและการจัดงาน แสดงสินค้านานาชาติ ในประเทศไทย ปี 2560	6	รายงาน (ฉบับ)	4.5000
3.3 ปรับปรุงระบบจัดเก็บข้อมูลอุตสาหกรรมไอซ์ทีและการจัดทำบัญชี ประชาชาติด้านอุตสาหกรรมไอซ์ที ปี 2560	6	รายงาน (ฉบับ)	5.0000

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

ยุทธศาสตร์/ แผนงาน/ โครงการ ตัวชี้วัด/กิจกรรม	เป้าหมาย	หน่วยนับ	งบประมาณ
3.4 ประเมินผลการดำเนินงานของ สสปน. (360 องศา)	3	รายงาน (ฉบับ)	1.5000
3.5 สํารวจสถิติการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดงานแสดงสินค้า โดยผู้จัดงานชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มีถิ่นพำนักถาวรในประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ 2560	6	รายงาน (ฉบับ)	3.5000
3.6 ศึกษาและวิเคราะห์ศักยภาพของอุตสาหกรรมภายในประเทศ (7 Themes)	3	รายงาน (ฉบับ)	1.5000
3.7 พัฒนาประสิทธิภาพของ MICE Intelligence Center และระบบ E-Library ปี 2560	5	กิจกรรม	5.2720
3.8 สร้างเครือข่ายพันธมิตรด้านข้อมูลของอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ	8	ครั้ง	4.2280
4 ส่งเสริมธุรกิจออนไลน์สำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ (E- Marketing)	4	แผนงาน	13.3000
ยุทธศาสตร์ที่ 2 เพิ่มปริมาณงานไมซ์และจำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์			351.1390
กลยุทธ์ที่ 2.1 เพิ่มปริมาณงานไมซ์และนักท่องเที่ยวไมซ์ด้วยผลิตภัณฑ์ที่แตกต่าง			322.7780
KPI: จำนวนงานไมซ์ KPI: จำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์ KPI: รายได้จากอุตสาหกรรมไมซ์ KPI: จำนวนงาน/ นักเดินทางไมซ์คุณภาพสูง			

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

ยุทธศาสตร์/ แผนงาน/ โครงการ ตัวชี้วัด/กิจกรรม	เป้าหมาย	หน่วยนับ	งบประมาณ
5 สนับสนุนการจัดงานในประเทศไทย (Event Support/Subsidy)			165.0000
5.1 สนับสนุนงานประชุมนานาชาติและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ลูกค้ากลุ่มองค์กร (Corporate)	43,000 4	ราย (Mega Event) งาน	25.0000
5.2 สนับสนุนการเป็นเจ้าภาพจัดงาน IT&CMA 2016	60 520 52 25 80 80 450	(ผู้ประกอบการ) ราย (จำนวนนัดหมาย) ราย (จำนวน Lead) งาน (Briefing) ราย (New Buyers) ราย (Pre/Post Tour) ราย (พิธีเปิด) ราย	40.0000
5.3 สนับสนุนการจัดงานประชุมนานาชาติ	3	กิจกรรม	27.0000
5.4 สนับสนุนงานแสดงสินค้าและส่งเสริมการตลาดภายใต้แคมเปญ ASEAN Rising Trade Shows	10 5	งาน กิจกรรม	23.0000
5.5 สนับสนุนการจัดงานแสดงสินค้าในประเทศไทย (Upgrade show)	27	งาน	22.0000
5.6 สนับสนุนการจัดงานแสดงสินค้าใหม่ (New show)	6	งาน	8.0000
5.7 International Recognition Program	13	งาน	20.0000

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

ยุทธศาสตร์/ แผนงาน/ โครงการ ตัวชี้วัด/กิจกรรม	เป้าหมาย	หน่วยนับ	งบประมาณ
6 สนับสนุนการประมูลสิทธิการจัดงาน			15.0000
6.1 สนับสนุนการประมูลสิทธิงานประชุมนานาชาติ	25	งาน	15.0000
7 จัดตั้งตัวแทนการตลาดในต่างประเทศและการดำเนินกิจกรรมการตลาด ของตัวแทน (Overseas Marketing Representatives)			51.6480
7.1 ด้านการประชุมและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล - จัดตั้งตัวแทน การตลาดในต่างประเทศ Retainer Fee (ญี่ปุ่น/อินเดีย/สิงคโปร์/ จีน/อเมริกา/ออสเตรเลีย/ยุโรป) และการเข้าร่วมประจำปีและ กิจกรรมการตลาดของตัวแทน	60,900 5 5 5	MI Visitor Mega Group (งาน) Premium Group (งาน) Corp. Meeting (งาน)	37.6000
7.2 ด้านการจัดประชุมนานาชาติ - จัดตั้งตัวแทนการตลาดในตลาด อเมริกาเหนือ และกิจกรรมการตลาดของตัวแทน	12	RFP	4.0480
7.3 ด้านงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ - จัดตั้งตัวแทนการตลาดใน ต่างประเทศและกิจกรรมการตลาดของตัวแทน	6 130	กิจกรรม นัดหมาย	10.0000
8 สนับสนุนเพื่อเพิ่มจำนวนผู้เข้าร่วมงานประชุม/ แสดงสินค้านานาชาติ	7	แผนงาน	30.5500
9 เข้าร่วมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการสำหรับกลุ่มผู้เดินทางธุรกิจและ ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์ในต่างประเทศ (Trade Show)	5	งาน	23.4900

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

ยุทธศาสตร์/ แผนงาน/ โครงการ ตัวชี้วัด/กิจกรรม	เป้าหมาย	หน่วยนับ	งบประมาณ
10 จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด Road Show/ Overseas activities ใน ตลาดเป้าหมายในต่างประเทศ			28.2300
10.1 ด้านการประชุมและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	3	ประเทศ	6.4300
10.2 ด้านการจัดประชุมนานาชาติ	50 / 4	หน่วยงาน / ครั้ง	6.8000
10.3 ด้านงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ	23	ครั้ง	15.0000
11 จัดกิจกรรมการตลาด Sales Mission			8.8600
11.1 ด้านการประชุมและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	76 4 20	ลูกค้า (ราย) Lead (งาน) นัดหมาย (ราย)	5.3600
11.2 ด้านการจัดประชุมนานาชาติ	62 30	ราย Lead (งาน)	3.5000
กลยุทธ์ที่ 2.2 เพิ่มและเสริมสร้างการจัดงานไมซ์ภายในประเทศ			0.0000
KPI: จำนวนงานไมซ์ภายในประเทศ KPI: จำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์ภายในประเทศ KPI: รายได้อุตสาหกรรมไมซ์ภายในประเทศ KPI: จำนวนงาน/ นักเดินทางไมซ์คุณภาพสูง			
กลยุทธ์ที่ 2.3 เสริมสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวไมซ์			28.3610
KPI: ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไมซ์ต่อประสบการณ์ที่ได้รับ			

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

ยุทธศาสตร์/ แผนงาน/ โครงการ ตัวชี้วัด/กิจกรรม	เป้าหมาย	หน่วยนับ	งบประมาณ
12 จัดกิจกรรมดูงานเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในศักยภาพและความพร้อมของ ประเทศ (Familiarization Trip)			15.3610
12.1 ส่งเสริมภาพลักษณ์	10	ครั้ง	8.3610
12.2 Site inspection/ Fam trip	2	ครั้ง	0.5000
12.3 Visitor Promotion (CONNECT Businesses)	1,200/ 60	คู่มือธุรกิจ/ องค์กร	2.5000
12.4 Be My Guest	1,000	รूमไนท์	4.0000
13 ส่งเสริมธุรกิจออนไลน์สำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ (E- Marketing) เพื่อ เสริมสร้างประสบการณ์ของผู้จัดงานและนักเดินทางไมซ์	3	แผนงาน	13.0000
<u>PROMOTE</u> เสริมสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะจุดหมายหลักของอุตสาหกรรม ไมซ์ในเอเชีย			175.5000
<u>ยุทธศาสตร์ที่ 3</u> ส่งเสริมแบรนด์และการเป็นจุดหมายด้านไมซ์ของประเทศไทย			175.5000
กลยุทธ์ที่ 3.1 ส่งเสริมแบรนด์ของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยในระดับนานาชาติ			143.5300

ยุทธศาสตร์/ แผนงาน/ โครงการ ตัวชี้วัด/กิจกรรม	เป้าหมาย	หน่วยนับ	งบประมาณ
KPI: อัตราการรับรู้ (Awareness) ของแบรนด์อุตสาหกรรมไมซ์ไทยของ กลุ่มเป้าหมายต่างชาติ KPI: ผลสำรวจมุมมอง (Perception) ของลูกค้า และนักเดินทางมีต่อแบรนด์ อุตสาหกรรมไมซ์ไทย			
14 ส่งเสริมการตลาดในรูปแบบต่างๆ เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ของ ประเทศไทยในฐานะจุดหมายหลักของอุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาคเอเชีย	11	แผนงาน	91.0300
15 ทำการตลาดและประชาสัมพันธ์เพื่อกระตุ้นให้มึ้นักเดินทางไมซ์มาร่วม เข้างานมากขึ้น	4	แผนงาน	30.0000
16 ส่งเสริมธุรกิจออนไลน์สำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ (E- Marketing) เพื่อ ส่งเสริมแบรนด์ของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยในระดับนานาชาติ	6	แผนงาน	22.5000
กลยุทธ์ที่ 3.2 ส่งเสริมเอกลักษณ์ของจุดหมายไมซ์ระดับท้องถิ่น KPI: อัตราการรับรู้ (Awareness) ของกลุ่มเป้าหมายต่อจุดหมายไมซ์			31.9700
17 ประชาสัมพันธ์เอกลักษณ์ของไมซ์ในระดับท้องถิ่น	6	แผนงาน	31.9700
GOAL : ความเป็นมืออาชีพ			139.4960
<u>DEVELOP</u> พัฒนาปัจจัยเอื้อเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม ไมซ์ของประเทศไทย			104.5910
ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์			56.0000

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

ยุทธศาสตร์/ แผนงาน/ โครงการ ตัวชี้วัด/กิจกรรม	เป้าหมาย	หน่วยนับ	งบประมาณ
กลยุทธ์ที่ 4.1 พัฒนาศักยภาพและเพิ่มจำนวนบุคลากรด้านไมซ์ KPI: จำนวนบุคลากรที่ผ่านการอบรมในหลักสูตรด้านไมซ์ที่ได้รับการรับรอง มาตรฐานระดับสากลเพิ่มขึ้น (IAPCO, CEM, MPI, EMD, เป็นต้น)			34.0000
18 พัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์			34.0000
18.1 MICE Academy & Career Day	4	กิจกรรม	8.5000
18.2 Roadshow - Academic Exchange Program /กิจกรรม เสริมสร้างพันธมิตรและขยายเครือข่ายการศึกษากับ สถาบันการศึกษาและหน่วยงานด้านไมซ์ในต่างประเทศ	2	ครั้ง	4.0000
18.3 สนับสนุนงบประมาณด้านการศึกษาและพัฒนาให้แก่สมาคมและ/ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์	3	หน่วยงาน	2.5000
18.4 Trade Education	3	กิจกรรม	19.0000
กลยุทธ์ที่ 4.2 จัดทำ นำไปใช้ และเสริมสร้างมาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ KPI: จำนวนผู้ประกอบการและสถานที่จัดงานที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน ระดับสากล			7.0000
19 ตรวจสอบเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ (Audit)			7.0000
19.1 Exhibition Audit	45	งาน	5.0000
19.2 TEA Marketing Support	10	กิจกรรม	2.0000

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

ยุทธศาสตร์/ แผนงาน/ โครงการ ตัวชี้วัด/กิจกรรม	เป้าหมาย	หน่วยนับ	งบประมาณ
กลยุทธ์ที่ 4.3 สนับสนุนการพัฒนาจุดหมายการจัดงานไมซ์ที่มีศักยภาพ KPI: จำนวนกิจกรรมการพัฒนาจุดหมายการจัดงานไมซ์ KPI: จำนวนจุดหมายที่มีศักยภาพในการจัดงานไมซ์			15.0000
20 พัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์			15.0000
20.1 สนับสนุนและพัฒนามาตรฐานระดับนานาชาติ	3	กิจกรรม	5.0000
20.2 ส่งเสริมมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย Thailand MICE Venue Standard	3	กิจกรรม	8.7600
20.3 ส่งเสริมมาตรฐานสถานที่จัดงานอาเซียน ASEAN MICE Venue Standard	1	กิจกรรม	1.2400
ยุทธศาสตร์ที่ 5 เสริมสร้างการปฏิบัติงานที่เป็นเลิศภายใต้หลักธรรมาภิบาล			83.4960
กลยุทธ์ที่ 5.1 ทบทวนรูปแบบการดำเนินงาน (Operating model) ของ องค์กรในอนาคต KPI: ผลการศึกษารูปแบบการดำเนินธุรกิจ (Operating model) ขององค์กร ในอนาคต			2.0000
21 ทบทวนรูปแบบการดำเนินงาน (Operating model)			2.0000

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

ยุทธศาสตร์/ แผนงาน/ โครงการ ตัวชี้วัด/กิจกรรม	เป้าหมาย	หน่วยนับ	งบประมาณ
กลยุทธ์ที่ 5.2 เสริมสร้างโครงสร้างองค์กร ชีตความสามารถของบุคลากร กระบวนการและระบบ ภายใต้หลักธรรมาภิบาล			80.9960
KPI: โครงการเสริมสร้างโครงสร้างองค์กร ชีตความสามารถของบุคลากร กระบวนการและระบบแล้วเสร็จตามแผน KPI: ผลการจัดระดับการกำกับดูแลขององค์การภาครัฐตามหลักธรรมาภิบาล ของการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี ของกพร.			
22 เพิ่มประสิทธิภาพการจัดทำแผนงานและงบประมาณ	5	กิจกรรม	3.5490
23 พัฒนาด้านบัญชีและการเงิน	3	แผนงาน	1.4520
24 พัฒนาด้านตรวจสอบภายใน	1	แผนงาน	0.2400
25 ปฏิบัติงานของผู้บริหารและคณะกรรมการในการดำเนินโครงการ/ กิจกรรมขององค์กร	6	แผนงาน	6.5000
26 พัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานสารสนเทศ (IT Infrastructure)	6	แผนงาน	6.2000
27 ค่าใช้จ่ายบริหารจัดการ			0.2000
<u>ADMIN</u> บริหารจัดการสำนักงาน			62.8550
28 บริหารจัดการสำนักงาน			55.8136
29 พัฒนาองค์กร			7.0414

ยุทธศาสตร์/ แผนงาน/ โครงการ ตัวชี้วัด/กิจกรรม	เป้าหมาย	หน่วยนับ	งบประมาณ
กลยุทธ์ที่ 5.3 พัฒนาและนำแนวทางการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของ สสปน. ไปปฏิบัติ			0.5000
KPI: การพัฒนากลยุทธ์ด้านความยั่งยืนของ สสปน. แล้วเสร็จตามแผน KPI: จำนวนความคิดริเริ่ม/โครงการต่างๆที่สนับสนุนการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของ สสปน. ที่ถูกนำไปปฏิบัติ			
30 เสริมสร้างและพัฒนาความสัมพันธ์เครือข่ายหน่วยงานพันธมิตร	10	งาน	0.5000
GOAL : ความเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน			9.9500
ยุทธศาสตร์ที่ 6 สนับสนุนอุตสาหกรรมไมซ์ให้เติบโตอย่างยั่งยืน			9.9500
กลยุทธ์ที่ 6.1 ประเมินผลกระทบของอุตสาหกรรมไมซ์ ที่มีต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม KPI: ผลกระทบของอุตสาหกรรมไมซ์ที่มีต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม			0.0000
กลยุทธ์ที่ 6.2 ผลักดันให้ผู้ประกอบการและผู้จัดงานผ่านการรับรองมาตรฐานด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน และนำคู่มือการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของอุตสาหกรรมไมซ์ไปปฏิบัติ KPI: จำนวนร้อยละที่เพิ่มขึ้นของผู้ประกอบการ ผู้จัดงาน และองค์กรที่ผ่านมาตรฐานการจัดการและบริหารธุรกิจอีเวนทอย่างยั่งยืน (ISO20121) KPI: จำนวนความคิดริเริ่ม/โครงการต่างๆที่นำคู่มือการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของอุตสาหกรรมไมซ์ไปปฏิบัติ			9.9500

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

ยุทธศาสตร์/ แผนงาน/ โครงการ ตัวชี้วัด/กิจกรรม	เป้าหมาย	หน่วยนับ	งบประมาณ
31 จัดทำแนวทางการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของอุตสาหกรรมไมซ์	3	แผนงาน	9.9500
GOAL : ความร่วมมือ			18.0000
ยุทธศาสตร์ที่ 7 ร่วมมือกับเครือข่ายกลยุทธ์ในการพัฒนานโยบาย กฎ และระเบียบที่เกี่ยวข้อง			18.0000
กลยุทธ์ที่ 7.1 ร่วมมือกับเครือข่ายกลยุทธ์ในการผลักดันการแก้ไขปัญหาและอุปสรรค เพื่อขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ KPI: จำนวนข้อริเริ่มในการแก้ไขปัญหากฎระเบียบต่างๆ เพื่อขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ KPI: จำนวนกิจกรรมการเสริมสร้างความสัมพันธ์กับพันธมิตรภาครัฐและเอกชน			18.0000
32 ส่งเสริมและบริหารรัฐกิจวิสาหกิจ			18.0000
32.1 ส่งเสริมความร่วมมือหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ภาครัฐและเอกชน เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์	3	ครั้ง	
	3	กิจกรรม	5.4000
32.2 ส่งเสริมความร่วมมือกับหน่วยงานพันธมิตรเครือข่ายกลยุทธ์ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักเดินทางกลุ่มไมซ์ (MICE Lane)	1	งาน	4.4700
32.3 บูรณาการหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันอุตสาหกรรมไมซ์	5	กิจกรรม	8.1300
งบกลาง รายการสำรองจ่ายฯ - แผนงานพื้นฐาน			11.3740