



แผนแม่บทอุตสาหกรรมการจัดประชุมและ
งานแสดงสินค้านานาชาติ ปี พ.ศ. 2560-2564

ของ

สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

ฉบับปรับปรุง ณ มีนาคม พ.ศ. 2561

คำนำ

รายงานนี้เป็นรายงานการทบทวนแผนแม่บทอุตสาหกรรมการจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติ พ.ศ. 2560-2564 ของสำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการปรับปรุงแผนแม่บทเดิมให้มีความทันสมัยสอดคล้องกับสถานการณ์ นโยบาย ภาครัฐ บริบท และปัจจัยต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศที่ได้เปลี่ยนแปลงไป เพื่อเป็นการวางแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ให้เป็นกลไกในการสนับสนุนและขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมของประเทศให้สามารถเติบโตได้อย่างมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนต่อไป

เนื้อหาของรายงานโครงการทบทวนแผนแม่บทอุตสาหกรรมการจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติ พ.ศ. 2560-2564 แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ 1) การศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการทบทวนแผนแม่บทฯ และ 2) แผนแม่บทอุตสาหกรรมการจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติ พ.ศ. 2560-2564 ซึ่งประกอบด้วย รายละเอียดแผนและกลยุทธ์ เป้าหมายตัวชี้วัด และรายละเอียดของโครงการ

โดยหวังว่างานแผนแม่บทอุตสาหกรรมการจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติ พ.ศ. 2560-2564 ฉบับปรับปรุง จะเป็นประโยชน์ต่อการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมของประเทศ เพิ่มขีดความสามารถและศักยภาพทางการแข่งขันในระดับนานาชาติ เพิ่มรายได้ให้แก่ประชากร เกิดการกระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่น และพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของไทยให้ก้าวหน้าและยั่งยืนต่อไป

สารบัญ

	หน้า
1. การศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	1
1.1 แนวโน้มสถานการณ์โลก	1
1.2 วิเคราะห์สถานการณ์ของอุตสาหกรรมไมซ์.....	11
1.2.1 แนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับโลก.....	11
1.2.2 แนวโน้มการเติบโต อุปสงค์และอุปทานของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย	18
1.2.3 สมรรถนะของอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย	23
1.2.4 ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย.....	31
1.3 นโยบายของประเทศไทยที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมไมซ์	42
1.3.1 กรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี.....	42
1.3.2 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12.....	44
1.3.3 นโยบายประเทศไทย 4.0	47
1.3.4 แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ.2560-2564)	52
1.3.5 แนวทางการจัดสรรงบประมาณของภาครัฐ (แผนที่บูรณาการ 3 มิติ).....	53
1.4 นโยบายและแผนงานของ สสปน. ที่เกี่ยวข้อง	56
1.4.1 นโยบายและวิสัยทัศน์ของผู้บริหาร สสปน.....	56
1.4.2 แผนงานในภารกิจหลัก 20 ปี	59
1.4.3 แผนแม่บทอุตสาหกรรมการจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติ ปี 2560-2564 (ฉบับ เดิม)	62
1.4.4 แผนงานอื่นๆ ของ สสปน.....	73
1.4.5 การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงของนโยบายและแผนต่างๆ	85
1.5 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย และการวิเคราะห์ สสปน.	88
2. แผนแม่บทอุตสาหกรรมการจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติ ปี 2560-2564 (ฉบับปรับปรุง).....	95
2.1 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมาย	95
2.2 ยุทธศาสตร์ของแผนแม่บทอุตสาหกรรมการจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติ	96
2.3 แผนงานและแผนการขับเคลื่อน	106
2.4 รายละเอียดของแผนงาน.....	132

สารบัญรูปลูกภาพ

	หน้า
รูปที่ 1-1 การเติบโตของเศรษฐกิจในแต่ละภูมิภาคของโลก 2560.....	1
รูปที่ 1-2 การเติบโตของเศรษฐกิจในแต่ละภูมิภาคของโลก 2558-2560.....	2
รูปที่ 1-3 ประมาณการการเติบโตของเศรษฐกิจในแต่ละภูมิภาคของโลก 2561	3
รูปที่ 1-4 แนวโน้มการพัฒนาเทคโนโลยีที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมไมซ์ 2561	9
รูปที่ 1-5 สถิติการจัดงานประชุมทั่วโลก 2559	14
รูปที่ 1-6 การจัดอันดับการจัดงานประชุมทั่วโลกตามรายประเทศ 2559	15
รูปที่ 1-7 สถิติจำนวนพื้นที่จัดแสดงที่จำหน่ายในแต่ละปีในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก 2559	16
รูปที่ 1-8 การจัดอันดับจำนวนพื้นที่จัดแสดงที่จำหน่ายในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกตามรายประเทศ 2559	16
รูปที่ 1-9 การเติบโตของอุตสาหกรรมไมซ์นานาชาติ (International MICE) ในประเทศไทย 2547-2560....	18
รูปที่ 1-10 การเติบโตของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศ (Domestic MICE) 2557-2560.....	19
รูปที่ 1-11 ประมาณการรายได้ของอุตสาหกรรมไมซ์นานาชาติ.....	20
รูปที่ 1-12 ห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมไมซ์	20
รูปที่ 1-13 ผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมไมซ์	21
รูปที่ 1-14 สมรรถนะของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย.....	23
รูปที่ 1-15 การจัดอันดับจำนวนนักท่องเที่ยวตามรายประเทศ 2559	27
รูปที่ 1-16 การเปรียบเทียบดัชนีค่าครองชีพแต่ละประเทศ 2560.....	29
รูปที่ 1-17 การเปรียบเทียบดัชนีค่าครองชีพในประเทศ	29
รูปที่ 1-18 การเปรียบเทียบดัชนีอาชญากรรมแต่ละประเทศ 2560	30
รูปที่ 1-19 ดัชนีอาชญากรรมของประเทศไทย 2560	30
รูปที่ 1-20 กรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี	43
รูปที่ 1-21 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564.....	45
รูปที่ 1-22 นโยบายประเทศไทย 4.0.....	48
รูปที่ 1-23 วงจรชีวิตของนวัตกรรม	49
รูปที่ 1-24 การต่อยอดอุตสาหกรรมแห่งอนาคต	50
รูปที่ 1-25 แนวทางการจัดสรรงบประมาณของภาครัฐ	54

รูปที่ 1-26 มิติด้านพื้นที่ (Area Based)	55
รูปที่ 1-27 วิสัยทัศน์ของผู้บริหาร สสปน.....	56
รูปที่ 1-28 โครงการของผู้บริหาร สสปน.....	58
รูปที่ 1-29 แผนงานในภารกิจหลัก 20 ปี ของ สสปน.....	60
รูปที่ 1-30 แผนแม่บทอุตสาหกรรมอุตสาหกรรมการจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติ ปี 2560-2564 (ฉบับเดิม).....	62
รูปที่ 1-31 ยุทธศาสตร์การพัฒนากิจกรรมการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล.....	74
รูปที่ 1-32 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และกลยุทธ์ ของฝ่ายอุตสาหกรรมแสดงสินค้านานาชาติ.....	76
รูปที่ 1-33 แผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมตลาดในประเทศ	78
รูปที่ 1-34 แผนแม่บทการเผยแพร่และตรวจประเมินมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย	81
รูปที่ 1-35 กรอบแผนการพัฒนายั่งยืน	84
รูปที่ 1-36 การวิเคราะห์ SWOT ของอุตสาหกรรมไมซ์ของไทย	88
รูปที่ 1-37 การวิเคราะห์ PEST ของอุตสาหกรรมไมซ์ของไทย	90
รูปที่ 1-38 การวิเคราะห์ SWOT ของ สสปน.....	92
รูปที่ 2-1 แผนแม่บทอุตสาหกรรมการจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติ ปี 2560-2564 (ฉบับปรับปรุง)	96

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1-1 แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของโลก 2561	4
ตารางที่ 1-2 แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมไมซ์ในโลก 2561	11
ตารางที่ 1-3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่จัดงานไมซ์	17
ตารางที่ 1-4 สถิติเที่ยวบินของท่าอากาศยานนานาชาติ ปีงบประมาณ 2560 (ต.ค. 2559 - ก.ย. 2560)	24
ตารางที่ 1-5 การจัดอันดับเป็นสนามบินที่มีคนพลุกพล่านที่สุด (World's busiest airports) 2559	25
ตารางที่ 1-6 ตารางแสดงสถานที่จัดงานประชุมและงานแสดงสินค้าในประเทศไทย	28
ตารางที่ 1-7 โรงแรมที่พักในประเทศไทย	28
ตารางที่ 1-8 ตัวชี้วัดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์	31
ตารางที่ 1-9 การเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์	34
ตารางที่ 1-10 สรุปความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์	35
ตารางที่ 1-11 การติดตามความสำเร็จของแผนแม่บทอุตสาหกรรมไมซ์ 2560-2564 (ฉบับเดิม)	65
ตารางที่ 1-12 การประเมินความสำเร็จของแผนแม่บทอุตสาหกรรมการจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติ 2560-2564 (ฉบับเดิม)	69
ตารางที่ 1-13 การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงของแผนงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง	86
ตารางที่ 2-1 ตัวชี้วัดแผนแม่บทอุตสาหกรรมการจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติ ปี 2560-2564 .	100
ตารางที่ 2-2 เป้าหมายแผนแม่บทอุตสาหกรรมการจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติ ปี 2560-2564	102

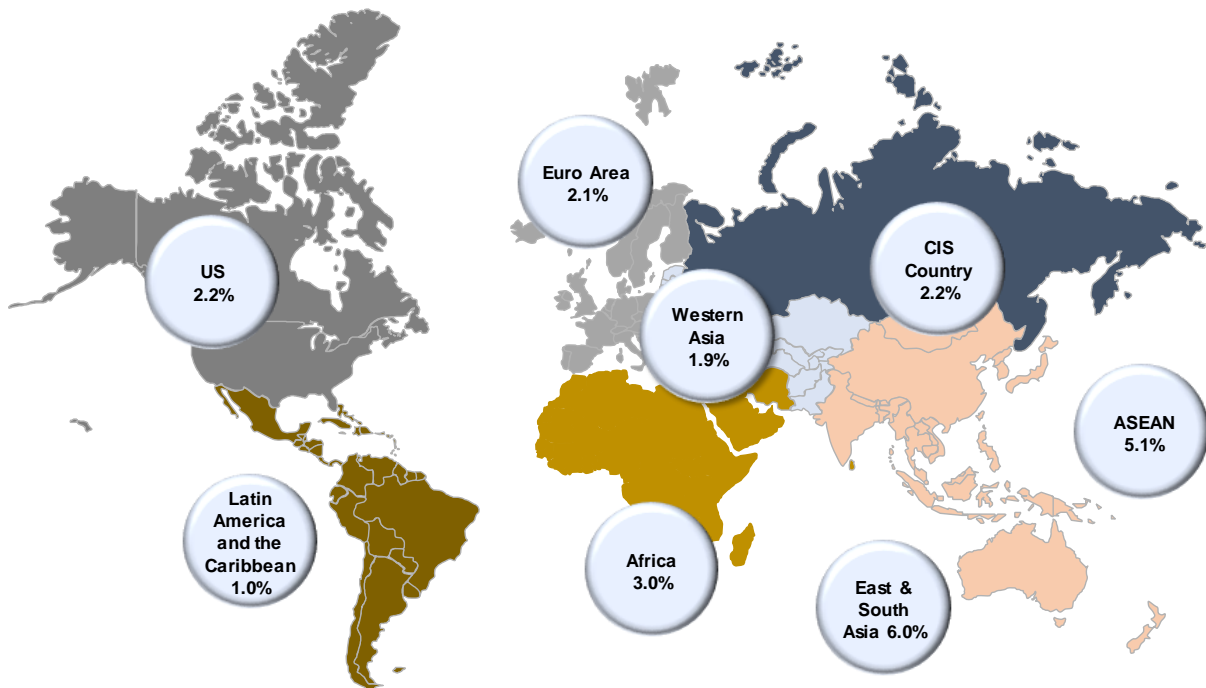
บทที่ 1

การศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการทบทวนแผนแม่บทการจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติ ปี 2560-2564 จำเป็นต้องมีการศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยและบริบทต่างๆ ที่อาจจะส่งผลกระทบต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย และเนื่องจากปัจจัยต่างๆ มีการเปลี่ยนแปลงไป และมีปัจจัยใหม่เพิ่มเติม เช่น นโยบายของรัฐบาลที่ประกาศออกมาใหม่ สถานการณ์ของโลกที่เปลี่ยนแปลงไป หรือความก้าวหน้าของเทคโนโลยีดิจิทัล เป็นต้น ซึ่งในการทบทวนแผนแม่บทการจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติ ปี 2560-2564 ในครั้งนี้ จะมีการศึกษาปัจจัยและบริบทในด้านต่างๆ โดยแบ่งออกเป็น 5 หัวข้อหลัก ได้แก่ 1. แนวโน้มสถานการณ์โลก 2. การวิเคราะห์สถานการณ์ของอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในประเทศไทยและในระดับนานาชาติ 3. การศึกษานโยบายของประเทศไทยที่อาจส่งผลกระทบต่อพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ 4. การศึกษานโยบายและแผนงานของ สสพ. ที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำแผนแม่บท และ 5. การวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย โดยได้มีการนำการศึกษาทั้งหมดมาวิเคราะห์ร่วมกับการสัมภาษณ์ความคิดเห็นจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ ซึ่งปัจจัยต่างๆ มีรายละเอียดดังนี้

1.1 แนวโน้มสถานการณ์โลก

การศึกษาแนวโน้มสถานการณ์โลก จะศึกษาถึงสภาพเศรษฐกิจในภูมิภาคต่างๆ ของโลก แนวโน้มการเติบโตของเศรษฐกิจ ตลอดจนประเด็นสำคัญต่างๆ ทางด้านเศรษฐกิจ นอกจากนี้ยังมีการศึกษาถึงแนวโน้มของสถานการณ์ต่างๆ ทั่วโลก ที่ก่อให้เกิดกระแสการเปลี่ยนแปลง หรือก่อให้เกิดผลกระทบในวงกว้าง



ที่มา: World Economic Situation and Prospects 2561, United Nations

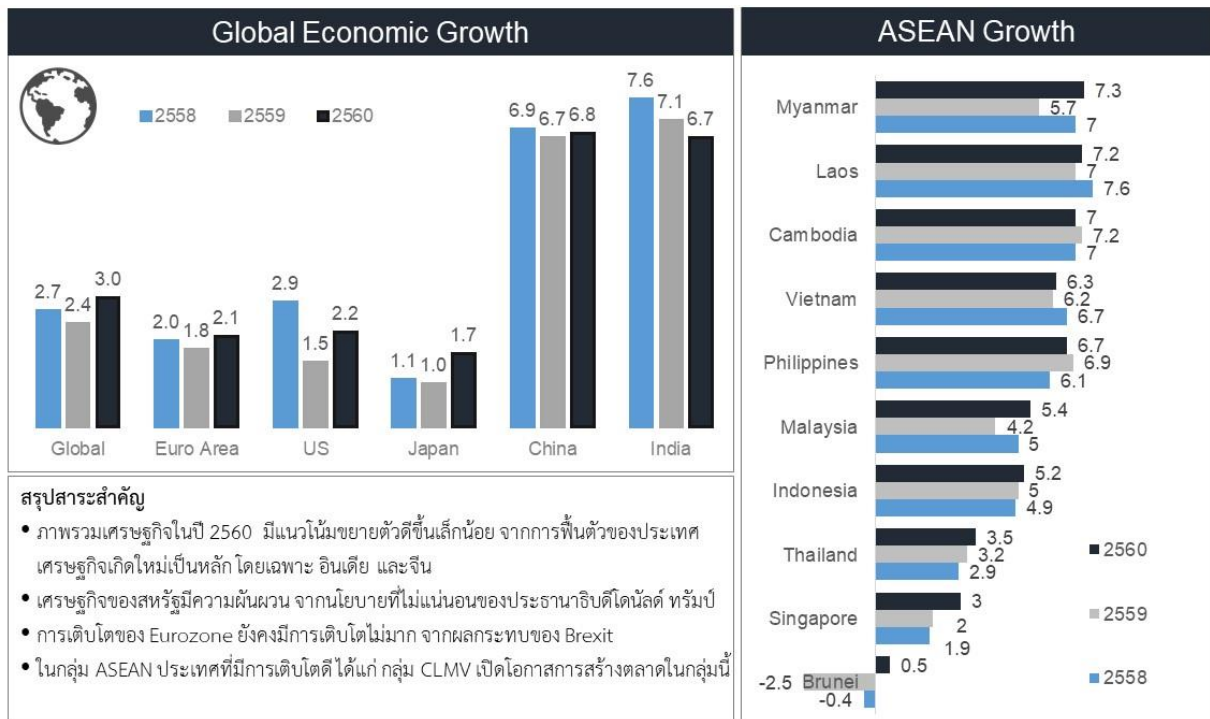
รูปที่ 1-1 การเติบโตของเศรษฐกิจในแต่ละภูมิภาคของโลก 2560

ภาพรวมเศรษฐกิจในปี 2560 เศรษฐกิจโลกมีอัตราการขยายตัวได้ดีกว่าปีที่ผ่านมา จากรายงาน World Economic Situation and Prospects 2561 โดยองค์การสหประชาชาติ (United Nations: UN) เศรษฐกิจโลกเติบโตร้อยละ 3.0 ในปี 2560 โดยเพิ่มขึ้นจากระดับร้อยละ 2.4 ในปี 2559 ซึ่งส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลจากการฟื้นตัวของประเทศเศรษฐกิจเกิดใหม่เป็นหลัก เช่น อินเดีย ซึ่งมีการเติบโตที่ร้อยละ 6.7 จีน เติบโตร้อยละ 6.8 และกลุ่มประเทศอาเซียนที่มีอัตราการเติบโตค่อนข้างดีประมาณร้อยละ 5.1

ในขณะที่กลุ่มประเทศในสหภาพยุโรปมีแนวโน้มการขยายตัวทางเศรษฐกิจในระดับต่ำ โดยอยู่ที่ร้อยละ 2.1 เนื่องจากผลกระทบของการที่ประเทศสหราชอาณาจักรประกาศถอนตัวออกจากกลุ่ม (British Exit :Brexit) และความไม่แน่นอนทางการเมืองของกลุ่มประเทศสมาชิก เนื่องจากในปี 2560 มีการเลือกตั้งในหลายประเทศ

ส่วนเศรษฐกิจของสหรัฐอเมริกา ถึงแม้จะเติบโตที่ดีขึ้นกว่าปีก่อน โดยมีการเติบโตร้อยละ 2.2 แต่อย่างไรก็ดี เศรษฐกิจของสหรัฐยังคงมีความผันผวนจากความไม่แน่นอนของนโยบายทางด้านการเมืองและเศรษฐกิจของประธานาธิบดี โดนัลด์ ทรัมป์ ซึ่งมีนโยบายที่ สุดโต่งซึ่งส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจ

ส่วนเศรษฐกิจในภูมิภาคอื่นมีการขยายตัวไม่มากนัก กลุ่มประเทศเครือรัฐเอกราช (The Commonwealth of Independent States: CIS) ร้อยละ 2.2 กลุ่มประเทศเอเชียตะวันตก ร้อยละ 1.9 กลุ่มประเทศแอฟริกา ร้อยละ 3.0 และกลุ่มละตินอเมริกาและประเทศแถบแคริบเบียน ร้อยละ 1.0

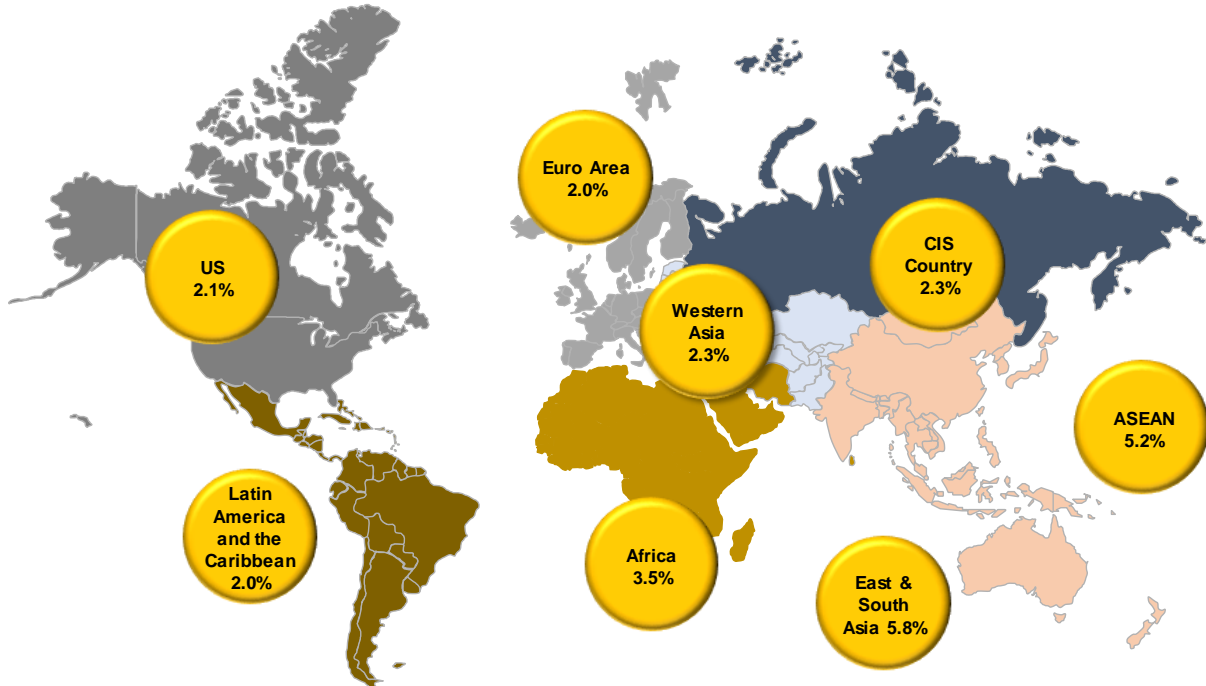


ที่มา: World Economic Situation and Prospects 2561, United Nations

รูปที่ 1-2 การเติบโตของเศรษฐกิจในแต่ละภูมิภาคของโลก 2558-2560

การการเติบโตทางเศรษฐกิจในกลุ่มประเทศอาเซียนในปี 2560 ค่อนข้างดี โดยประเทศที่มีอัตราการเติบโตสูงที่สุดในกลุ่มได้แก่ กลุ่ม CLMV ซึ่งประกอบด้วย กัมพูชา (ร้อยละ 7.0) สปป. ลาว (ร้อยละ 7.2) พม่า (ร้อยละ 7.3) และเวียดนาม (ร้อยละ 6.3) ส่วนประเทศอื่นๆ ที่เหลือก็มีการขยายตัวเช่นกัน ฟิลิปปินส์ ขยายตัว

ร้อยละ 6.7 ลดลงจากปีก่อนเล็กน้อย อินโดนีเซีย ขยายตัวร้อยละ 5.2 มาเลเซีย ร้อยละ 5.4 ประเทศไทย ขยายตัวร้อยละ 3.5 บรูไน ร้อยละ 3.0 และ สิงคโปร์ ร้อยละ 0.5



ที่มา: World Economic Situation and Prospects 2561, United Nations

รูปที่ 1-3 ประมาณการการเติบโตของเศรษฐกิจในแต่ละภูมิภาคของโลก 2561

การคาดการณ์เศรษฐกิจในปี 2561 คาดว่าเศรษฐกิจโลกมีแนวโน้มขยายตัวดีขึ้น จากรายงาน World Economic Situation and Prospects 2561 โดยองค์การสหประชาชาติ (United Nations: UN) คาดว่าเศรษฐกิจโลกในปี 2561 จะเติบโตร้อยละ 3.0 ใกล้เคียงกับในปี 2560 ซึ่งส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลจากการฟื้นตัวของประเทศในภูมิภาคเอเชียใต้และตะวันออก (East & South Asia) เป็นหลัก โดยคาดว่ากลุ่มนี้จะมีอัตราการเติบโตที่ร้อยละ 5.8 ในปี 2561 กลุ่มที่มีอัตราการเติบโตสูงรองลงมาได้แก่ กลุ่มประเทศอาเซียน (ASEAN) ซึ่งมีอัตราการเติบโตร้อยละ 5.2 ส่วนประเทศอื่นๆ ก็มีแนวโน้มการเติบโตที่ดีขึ้น

จากการศึกษาสถานะการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศต่างๆ ทั่วโลก พบว่าในปัจจุบันเริ่มมีการเปลี่ยนผู้อำนวยการทางเศรษฐกิจ โดยกลุ่มประเทศเกิดใหม่ในเอเชีย โดยเฉพาะประเทศ จีน และ อินเดีย มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจสูงขึ้น และมีบทบาทต่อเศรษฐกิจโลกมากขึ้น จากเดิมที่มีเพียงแต่กลุ่มประเทศฝั่งอเมริกาและยุโรป ซึ่งเป็นโอกาสในการขยายตลาดของอุตสาหกรรมไมซ์ไปยังกลุ่มประเทศเหล่านี้ นอกจากนี้กลุ่มประเทศเพื่อนบ้านในอาเซียนก็มีการเติบโตสูงเช่นกัน ซึ่งมีโอกาสพัฒนาเป็นตลาดไมซ์ที่สำคัญของไทยในอนาคต

นอกจากนี้ยังมีการศึกษาประเด็นแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ต่างๆ ในโลก (Global Trend) โดยพบว่า มี 7 หัวข้อหลัก ได้แก่ 1. การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากร 2. วิกฤติจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ 3. การก้าวกระโดดของเทคโนโลยีดิจิทัล 4. อาชญากรรมไซเบอร์และความปลอดภัยทางไซเบอร์ 5. ความขัดแย้งระหว่างรัฐและการก่อการร้าย 6. การเปลี่ยนผู้อำนวยการทางเศรษฐกิจ และ 7. กระแสการพัฒนาที่ยั่งยืน

ตารางที่ 1-1 แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของโลก 2561

ประเด็นการเปลี่ยนแปลง	รายละเอียด	ผลกระทบต่ออุตสาหกรรมไมซ์
<p>1. การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากร (Demographic)</p> 	<p>- การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ทางองค์การสหประชาชาติคาดการณ์ว่าในปี 2573 จะมีผู้สูงอายุ (60 ปีขึ้นไป) มากถึง 1.4 พันล้านคน หรือร้อยละ 16.5 ของประชากรโลกทั้งหมด 8.4 พันล้านคน</p>	<p>- การจัดงานไมซ์ด้านเทคโนโลยี การแพทย์ งานประชุมสัมมนาด้านการแพทย์</p> <p>- งานแสดงสินค้าสำหรับผู้สูงอายุ ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ</p>
<p>2. วิกฤติจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Crisis from Climate Change)</p> 	<p>- ปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศก่อให้เกิดการขาดแคลนทรัพยากรน้ำและอาหาร ในขณะที่ประชากรโลกยังเพิ่มขึ้น ซึ่งอาจเสี่ยงต่อภาวะขาดแคลนน้ำ บางประเทศจะประสบปัญหาขาดแคลนน้ำรุนแรงในปี 2583</p>	<p>- การจัดงานไมซ์ที่เกี่ยวข้องกับพลังงานทางเลือก การใช้พลังงานอย่างยั่งยืน การลดคาร์บอน ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม</p>
<p>3. การก้าวกระโดดของเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Technology Disrupting)</p> 	<p>- การพัฒนาเทคโนโลยีอย่างก้าวกระโดด ทุกกิจกรรมความเคลื่อนไหวจะถูกแปรเป็นข้อมูลดิจิทัล ใช้ระบบอัตโนมัติมากขึ้น เครื่องจักรและหุ่นยนต์สื่อสารกันเอง ไม่ต้องพึ่งพาแรงงานมนุษย์ ทำให้พฤติกรรมการใช้ชีวิตเปลี่ยนไปอย่างสิ้นเชิง</p>	<p>- การจัดงานไมซ์เพื่อติดตามและเพิ่มทักษะด้านเทคโนโลยีต่างๆ งานประชุมของกลุ่มธุรกิจเกิดใหม่ (Startup) งานแสดงสินค้าเทคโนโลยี การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดงานไมซ์</p>
<p>4. อาชญากรรมไซเบอร์และความปลอดภัยทางไซเบอร์ (Cyber Attacks & Cyber Security)</p> 	<p>- สิ่งที่มาพร้อมกับการเติบโตอย่างก้าวกระโดดของโลกดิจิทัล คือ การเพิ่มขึ้นของอาชญากรรมทางไซเบอร์ ซึ่งได้มีการพัฒนามาตรการและเทคโนโลยีในการรักษาความปลอดภัยเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล</p>	<p>- การจัดงานไมซ์ด้านเทคโนโลยีต่างๆ ในการป้องกันอาชญากรรมโลกไซเบอร์ อาชญากรรมการเงินดิจิทัล เทคโนโลยีรักษาความปลอดภัยระบบดิจิทัลและรักษาข้อมูลผู้ใช้</p>

ประเด็นการเปลี่ยนแปลง	รายละเอียด	ผลกระทบต่ออุตสาหกรรมไมซ์
5. ความขัดแย้งระหว่างรัฐและการก่อการร้าย (Interstate Conflict & Terrorist Attacks) 	<ul style="list-style-type: none"> - ปัญหาความขัดแย้งระหว่างรัฐหรือประเทศต่างๆ ยังคงเป็นปัญหาสำคัญ ทั้งการแข่งขันของชาติมหาอำนาจ ปัญหาในตะวันออกกลาง ปัญหาเกาหลีเหนือ หรือปัญหาทะเลจีนใต้ - การก่อการร้ายทั้งจากกลุ่มหัวรุนแรง และจากพฤติกรรมเลียนแบบ 	<ul style="list-style-type: none"> - งานประชุมของผู้นำระดับชาติในการแก้ปัญหา - การจัดงานประชุมเสวนาในกลุ่มนักธุรกิจประชาชน นักวิชาการ เพื่อวิเคราะห์ปัญหา เตรียมความพร้อมการรับมือปัญหาต่างๆ
6. การเปลี่ยนขั้วอำนาจทางเศรษฐกิจ (Economic Power Shift) 	<ul style="list-style-type: none"> - การเปลี่ยนขั้วอำนาจทางเศรษฐกิจของโลก โดยในอนาคตเศรษฐกิจของโลกจะถูกขับเคลื่อนโดยตลาดเกิดใหม่ (Emerging Market) โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มประเทศ BRICS ได้แก่ บราซิล รัสเซีย อินเดีย จีน และแอฟริกาใต้ 	<ul style="list-style-type: none"> - การจัดงานไมซ์โดยมีเป้าหมายเป็นกลุ่มตลาดเกิดใหม่ - งานประชุมสัมมนาให้ความรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจในกลุ่มตลาดเกิดใหม่
7. กระแสการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development) 	<ul style="list-style-type: none"> - การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ตั้งแต่โครงสร้างประชากร การก้าวกระโดดของยุคดิจิทัล โลกภิวัตน์ การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ปัญหาสิ่งแวดล้อม ภัยพิบัติ ซึ่งการที่จะสามารถอยู่รอดได้ในสภาวะการเปลี่ยนแปลงนี้ต้องอาศัยหลักการพัฒนาที่ยั่งยืน 	<ul style="list-style-type: none"> - การจัดงานไมซ์ที่เกี่ยวกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน การจัดสัมมนาอบรมเรื่องการพัฒนาอย่างยั่งยืน การจัดกิจกรรมศึกษาดูงานศูนย์พัฒนาต่างๆ

ที่มา: World Economic Forum 2561

แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของโลก 7 ประการ

1. การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากร (Demographic)

การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรเข้าสู่สังคมผู้สูงวัย ทางองค์การสหประชาชาติคาดการณ์ว่าในปี 2573 จะมีผู้สูงอายุ (60 ปีขึ้นไป) มากถึง 1.4 พันล้านคน หรือร้อยละ 16.5 ของประชากรโลกทั้งหมด 8.4 พันล้านคน จากความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีการแพทย์ทำให้คนมีอายุยืนยาวขึ้นมีภาวะการณเสียชีวิตลดลง ประกอบกับภาวะเจริญพันธุ์ที่อยู่ในระดับต่ำจากการมีบุตรล่าช้า หรือการมีบุตรจำนวนน้อย ส่งผลให้ประชากรวัยแรงงานของโลกมีสัดส่วนลดลง ในขณะที่ประชากรสูงวัยมีสัดส่วนเพิ่มขึ้น ซึ่งการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างประชากรดังกล่าวส่งผลให้เกิดอุปสรรคในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในอนาคต เมื่อประชากรวัยแรงงาน

ลดลงทำให้ความสามารถในการผลิตลดลง การสร้างรายได้แก่ระบบเศรษฐกิจลดลง ส่วนประชากรสูงวัยซึ่งต้องได้รับการดูแลมีจำนวนมากขึ้น ทำให้ต้องเพิ่มงบประมาณในการดูแลผู้สูงวัย สร้างปัญหาแก่ระบบเศรษฐกิจและอาจเกิดปัญหาด้านความเหลื่อมล้ำและปัญหาด้านสังคมตามมาอีกด้วย

ผลกระทบที่มีต่ออุตสาหกรรมไมซ์ ได้แก่ การเปิดโอกาสให้มีการจัดงานไมซ์ด้านเทคโนโลยีการแพทย์ งานประชุมสัมมนาด้านการแพทย์ งานแสดงสินค้าสำหรับผู้สูงวัย ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ การสัมมนาและแสดงสินค้าเกี่ยวกับการประกันในผู้สูงอายุ บ้านพักผู้สูงวัย (Senior Nursing Home) การสัมมนาด้านการออมและการลงทุนเพื่อวัยเกษียณ เป็นต้น

2. วิกฤติจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Crisis from Climate Change)

ปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศก่อให้เกิดการขาดแคลนทรัพยากรน้ำและอาหาร ในขณะที่ประชากรโลกยังเพิ่มขึ้น ซึ่งอาจเสี่ยงต่อภาวะขาดแคลนน้ำ บางประเทศจะประสบปัญหาขาดแคลนน้ำรุนแรงในปี 2583 และยังมีความเสี่ยงที่จะเกิดสภาพอากาศรุนแรง เช่น คลื่นความร้อน ความแห้งแล้ง และ น้ำท่วม ในปัจจุบันความแห้งแล้งทั่วโลกได้เพิ่มสูงขึ้นมากในช่วง 30 ปีที่ผ่านมาถึง 2 เท่า สัตว์สายพันธุ์ต่างๆ เสี่ยงต่อการสูญพันธุ์มากขึ้น และเกิดความสูญเสียด้านความหลากหลายทางชีวภาพ ความร้อนที่เกิดจากการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทำให้เกิดการละลายของน้ำแข็งขั้วโลก ซึ่งจะทำให้ระดับน้ำทะเลเพิ่มสูงขึ้น โดยการจัดการกับปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ มี 2 ลักษณะ คือ การลดสิ่งที่กระตุ้นและทำให้เกิด Climate Change เช่นลดการปล่อยสารและก๊าซพิษเข้าสู่ระบบอากาศ และการปรับตัวให้เข้ากับสภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนไป เช่น การสร้างเขื่อนป้องกันน้ำท่วมจากปริมาณน้ำฝน จากระดับน้ำทะเลและจากน้ำหลากจากภูเขา หรือ การสร้างฉนวนเพื่อป้องกันความร้อนให้กับที่อยู่อาศัย

ผลกระทบที่มีต่ออุตสาหกรรมไมซ์ ได้แก่ การสัมมนาด้านเทคโนโลยีการผลิตแบบสะอาดที่ไม่สร้างมลพิษ การลดคาร์บอน การประชุมสัมมนาด้านการประหยัดพลังงาน พลังงานทางเลือก การใช้พลังงานอย่างยั่งยืน งานแสดงสินค้าเกี่ยวกับพลังงาน ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การประชุมสัมมนาด้านภัยพิบัติ การเตรียมพร้อมรับมือกับภัยพิบัติ เทคโนโลยีการก่อสร้างเพื่อรองรับภัยพิบัติ เทคโนโลยีด้านการพยากรณ์และการเตือนภัย เทคโนโลยีการเพาะปลูกในพื้นที่แห้งแล้งที่ใช้น้ำน้อย เป็นต้น

3. การก้าวกระโดดของเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Technology Disrupting)

การพัฒนาเทคโนโลยีอย่างก้าวกระโดด หรือเทคโนโลยีเปลี่ยนโลก ทำให้ทุกกิจกรรมความเคลื่อนไหวจะถูกแปรเป็นข้อมูลดิจิทัล มีการใช้ระบบอัตโนมัติมากขึ้น เครื่องจักรและหุ่นยนต์สื่อสารกันเอง ไม่ต้องพึ่งแรงงานมนุษย์ ทำให้พฤติกรรมการใช้ชีวิตเปลี่ยนไปอย่างสิ้นเชิง โดยในรายงานของ McKinsey Global Institute 2558 ได้ระบุเทคโนโลยี 12 ประเภท ที่จะเข้ามามีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงโลก ได้แก่

- 1) อินเทอร์เน็ตไร้สาย (Wireless Internet)
- 2) เทคโนโลยีอัตโนมัติในด้านการวิเคราะห์ (Automation and Knowledge Work)
- 3) อินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง (Internet of Things)
- 4) ระบบประมวลผลคลาวด์ (Cloud Computing)
- 5) เทคโนโลยีหุ่นยนต์ (Robotics)

- 6) ยานพาหนะอัตโนมัติหรือกึ่งไร้คนขับ (Autonomous and Near-autonomous Vehicles)
- 7) เทคโนโลยีชีวภาพ (Genomics)
- 8) อุปกรณ์หรือระบบกักเก็บพลังงาน (Energy Storage)
- 9) เทคโนโลยีการพิมพ์สามมิติ (3D Printing)
- 10) เทคโนโลยีวัสดุชาญฉลาด (Advanced Materials)
- 11) เทคโนโลยีสำรวจและขุดเจาะน้ำมัน (Advanced Oil and Gas Exploration)
- 12) เทคโนโลยีพลังงานทดแทน (Renewable Energy)

McKinsey Global Institute ได้ประเมินว่า การใช้เทคโนโลยีทั้ง 12 ประเภทดังกล่าว จะสามารถก่อให้เกิดผลกระทบทางเศรษฐกิจ มูลค่ารวมประมาณ 14 – 33 ล้านล้านเหรียญสหรัฐฯ ต่อปี ในปี 2568 เทคโนโลยีต่างๆ ที่จะมีบทบาทต่อโลกในอนาคตอันใกล้สามารถสร้างประโยชน์มหาศาล แต่ยังคงมีความท้าทายในการเตรียมความพร้อมสำหรับผลกระทบที่จะเกิดขึ้นอีกด้วย ซึ่งอาจเพิ่มให้เกิดความเหลื่อมล้ำสำหรับผู้ที่ไม่สามารถปรับตัวให้ทันต่อเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะภาคธุรกิจที่ไม่สามารถปรับตัวได้อาจจะได้รับผลกระทบในที่สุด

ผลกระทบต่ออุตสาหกรรมไม่ซ์ ได้แก่ การจัดงานไม่ซ์เพื่อติดตามและเพิ่มทักษะด้านเทคโนโลยีต่างๆ งานประชุมของกลุ่มธุรกิจเกิดใหม่ (Startup) งานแสดงสินค้าเทคโนโลยี การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการอำนวยความสะดวกและเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดงานไม่ซ์ เป็นต้น

4. อาชญากรรมไซเบอร์และความปลอดภัยทางไซเบอร์ (Cyber Attacks & Cyber Security)

สิ่งที่มาพร้อมกับการเติบโตอย่างก้าวกระโดดของโลกดิจิทัล คือ การเพิ่มขึ้นของอาชญากรรมทางไซเบอร์ ที่อาศัยช่องโหว่ของเครือข่าย ไม่ว่าจะเป็นจากเทคโนโลยีหรือบุคลากร เช่น การโจรกรรมข้อมูล อาชญากรรมทางการเงินดิจิทัล หรือการขู่กรรโชกทางดิจิทัล ซึ่งได้มีการพัฒนามาตรการในการรักษาความปลอดภัย เช่น การออกกฎหมายการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (General Data Protection Regulation: GDPR) ในสหภาพยุโรป และการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มความปลอดภัยทางไซเบอร์ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล

ผลกระทบต่ออุตสาหกรรมไม่ซ์ ได้แก่ การจัดงานไม่ซ์ด้านเทคโนโลยีต่างๆ ในการป้องกันอาชญากรรมของโลกไซเบอร์ การป้องกันอาชญากรรมทางการเงินดิจิทัล การแสดงเทคโนโลยีรักษาความปลอดภัยของระบบดิจิทัล มาตราการในการรักษาข้อมูลของผู้ใช้ เป็นต้น

5. ความขัดแย้งระหว่างรัฐและการก่อการร้าย (Interstate Conflict & Terrorist Attacks)

ปัญหาความขัดแย้งระหว่างรัฐหรือประเทศต่างๆ ยังคงเป็นปัญหาสำคัญ ทั้งการแข่งขันของชาติมหาอำนาจระหว่างสหรัฐอเมริกา รัสเซีย และจีน ปัญหาในตะวันออกกลางที่ยังคงมีความผันผวนทั้งด้านการเมืองและศาสนา ปัญหานิวเคลียร์ของเกาหลีเหนือตลอดจนท่าทีของผู้นำเกาหลีเหนือและสหรัฐอเมริกา ปัญหาในทะเลจีนใต้ที่ถึงแม้จะคลายความตึงเครียดลงแต่ก็ยังคงเป็นประเด็นอยู่ และยังมีปัญหาข้อพิพาทในภูมิภาคอื่นๆ นอกจากนี้ยังมีปัญหาการก่อการร้ายจากกลุ่มหัวรุนแรงของ 4 องค์กรหลัก ได้แก่ Islamic State, Al-Qaeda, Boko Haram, และ Taliban ถึงแม้จะโดนกระชับพื้นที่การปฏิบัติการ แต่ดูเหมือนว่าลัทธิก่อการ

ร้ายได้กลายเป็นภัย ขยายวงนอกอาณาเขตตนเอง และทำให้เกิดพฤติกรรมเลียนแบบ ในลักษณะการก่อเหตุแบบ ฉายเดี่ยวในหลายประเทศทั้งสหรัฐและยุโรป

ผลกระทบต่ออุตสาหกรรมไมซ์ ได้แก่ การจัดงานประชุมของผู้มีระดับชาติในการเจรจาเพื่อการแก้ไข ปัญหาต่างๆ การจัดงานประชุมเสวนาในกลุ่มนักธุรกิจ ประชาชน นักวิชาการ ตลอดจนผู้สนใจ เพื่อวิเคราะห์ ปัญหาความขัดแย้งต่างๆ ตลอดจนการเตรียมความพร้อมในการรับมือปัญหาต่างๆ และการแสดงสินค้าด้าน เทคโนโลยีในการรักษาความปลอดภัย เป็นต้น

6. การเปลี่ยนอำนาจทางเศรษฐกิจ (Economic Power Shift)

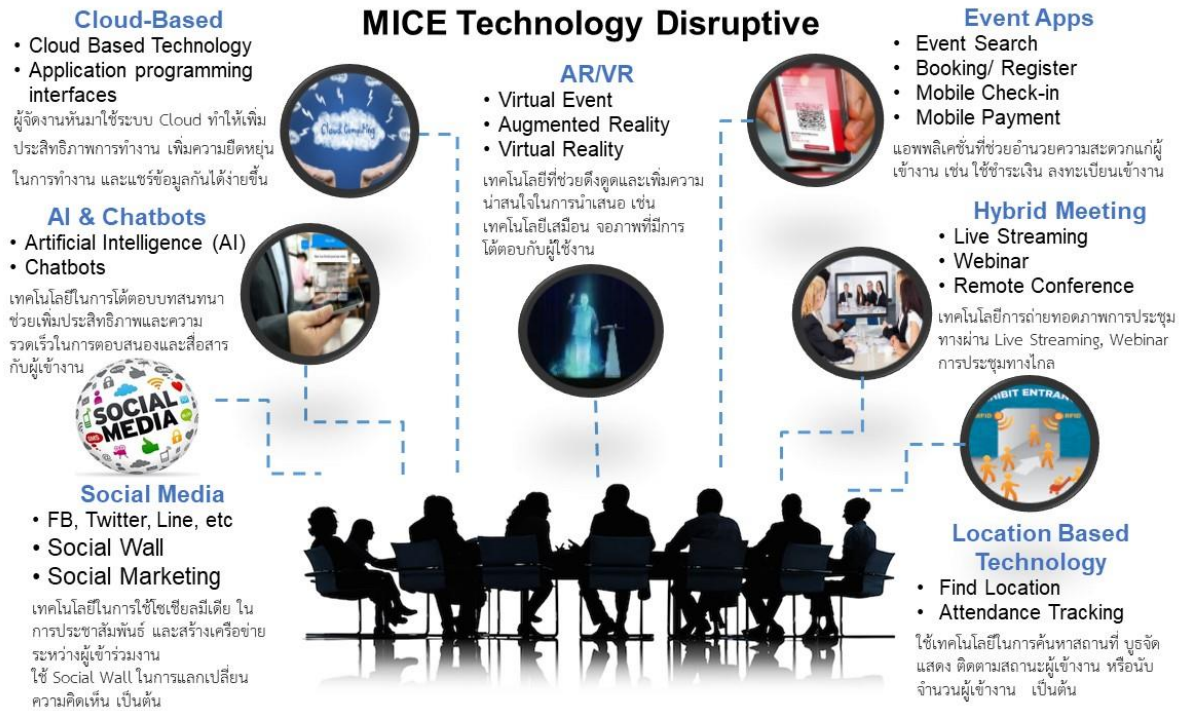
การเปลี่ยนอำนาจทางเศรษฐกิจของโลก จากเดิมที่สหรัฐและกลุ่มประเทศในยุโรปมีบทบาทสำคัญใน การขับเคลื่อนเศรษฐกิจของโลก แต่ปัจจุบันปัญหาและความผันผวนต่างๆ ทำให้สหรัฐและกลุ่มประเทศใน ยุโรปมีการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ลดลงเมื่อเทียบกับประเทศตลาดเกิดใหม่ โดยในอนาคตมีการคาดการณ์ว่า เศรษฐกิจของโลกจะถูกขับเคลื่อนโดยตลาดเกิดใหม่ (Emerging Market) โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มประเทศ BRICS ได้แก่ บราซิล รัสเซีย อินเดีย จีน และแอฟริกาใต้ จากการขยายตัวทางเศรษฐกิจของกลุ่มนี้ ประกอบ กับประเทศกลุ่มตลาดเกิดใหม่มีจำนวนประชากรจำนวนมากซึ่งเป็นทั้งตลาดขนาดใหญ่ และยังเป็นแรงงาน มหาศาลในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ

ผลกระทบต่ออุตสาหกรรมไมซ์ ได้แก่ การจัดงานไมซ์โดยมีเป้าหมายเป็นกลุ่มตลาดเกิดใหม่ และกลุ่มที่มี การขยายตัวทางเศรษฐกิจสูง เช่น เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เอเชียใต้ รวมทั้งประเทศในกลุ่มอาเซียน การจัดงาน ประชุมสัมมนาให้ความรู้เกี่ยวกับการทำธุรกิจในกลุ่มตลาดเกิดใหม่ เป็นต้น

7. กระแสการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development)

การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ตั้งแต่โครงสร้างประชากร การก้าวกระโดดของยุคดิจิทัล โลกาภิวัตน์ การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ปัญหาสิ่งแวดล้อม ภัยพิบัติ ซึ่งการที่จะสามารถอยู่รอดได้ในสภาวะ การเปลี่ยนแปลงนี้ต้องอาศัยหลักการพัฒนาที่ยั่งยืน ด้วยเหตุนี้องค์การสหประชาชาติ (United Nations: UN) จึงได้กำหนดเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals) ให้เป็นกรอบทิศทางการ พัฒนาของโลก ในที่ประชุมสมัชชาสหประชาชาติสมัยสามัญ ครั้งที่ 70 วันที่ 25 กันยายน 2558 ณ สำนักงาน ใหญ่สหประชาชาตินครนิวยอร์ก ประเทศสหรัฐอเมริกา ได้รับรองวาระการพัฒนาที่ยั่งยืน ค.ศ. 2030 (The 2030 Agenda for Sustainable Development) และเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) เพื่อให้ประเทศ ต่างๆ นำไปปฏิบัติให้บรรลุผลสำเร็จ เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ในช่วง ระยะเวลา 15 ปี (เดือนกันยายน 2558 – สิงหาคม 2573)

ผลกระทบต่ออุตสาหกรรมไมซ์ ได้แก่ การจัดงานไมซ์ที่เกี่ยวกับการพัฒนาที่ยั่งยืน การจัดสัมมนาอบรม เรื่องการพัฒนาที่ยั่งยืน การจัดกิจกรรมศึกษาดูงานศูนย์พัฒนาต่างๆ และการนำแนวทางการพัฒนาอย่าง ยั่งยืนมาประยุกต์ใช้ในการจัดงานไมซ์ เป็นต้น



ที่มา: MICE Trends to Watch in 2560, AR Hotels & Resorts และ Corbin Ball & Co 2561

รูปที่ 1-4 แนวโน้มการพัฒนาเทคโนโลยีที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมไมซ์ 2561

จากการที่เทคโนโลยีดิจิทัลและเทคโนโลยีต่างๆ ถูกพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว การจัดงานไมซ์ต่างๆ ทั่วโลกเริ่มมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการเพิ่มประสบการณ์ให้แก่ผู้เข้าร่วมงาน ซึ่งเป็นการเปลี่ยนรูปแบบการจัดงานให้มีความน่าสนใจและสามารถดึงดูดผู้เข้าร่วมงานได้มากขึ้น โดยตัวอย่างเทคโนโลยีที่เป็นที่นิยมใช้ในการจัดงานไมซ์ ได้แก่

- 1) ระบบประมวลผลแบบกลุ่มเมฆ (Cloud Based) ผู้จัดงานเริ่มนำเทคโนโลยีนี้มาใช้ โดยสามารถผสมรวมกลุ่มของผลิตภัณฑ์แพลตฟอร์มเป็นบริการต่างๆ ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการแก้ปัญหาและการดำเนินงาน เช่น การรวมระบบซอฟต์แวร์ CRM และเครื่องมือทางการตลาดอัตโนมัติ การทำงานร่วมกันที่หลากหลายนี้ช่วยให้สะดวกในการวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้าและความสนใจและสามารถเชื่อมโยงกับโปรไฟล์ของลูกค้าเพื่อให้สามารถสื่อสารด้านการตลาดให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ามากขึ้น ระบบประมวลผลแบบกลุ่มเมฆยังช่วยให้มีความยืดหยุ่นในการทำงาน และทำให้การแชร์ข้อมูลระหว่างฝ่ายต่างๆ เป็นไปอย่างสะดวกและรวดเร็ว
- 2) ปัญญาประดิษฐ์และหุ่นยนต์สนทนา (AI & Chatbots) เป็นเทคโนโลยีในการโต้ตอบบทสนทนา ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและความรวดเร็วในการตอบสนองและสื่อสารกับผู้ใช้งาน โดยสามารถส่งข้อความแจ้งข่าวสารและข้อมูลต่างๆ แก่ผู้ใช้งาน ทั้งวาระการประชุม กำหนดการ คำถามที่พบบ่อย แบบสำรวจ แบบสอบถามคำถามที่มาจากผู้ชมและข้อมูลเกี่ยวกับงานประชุม และการส่งข้อความของผู้เข้าร่วมการตอบรับการสำรวจ เป็นต้น

- 3) สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เป็นเทคโนโลยีที่สามารถนำมาช่วยในการประชาสัมพันธ์การจัดงาน ถ่ายทอดการจัดงานผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook Live ตลอดจนการสร้างเครือข่ายระหว่างผู้เข้าร่วมงาน (Networking) เช่น การใช้ Social Wall ในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างผู้เข้าร่วมงาน เป็นการส่งเสริมการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน เป็นต้น
- 4) เทคโนโลยีเสมือน (Virtual Reality & Augment Reality: AR/VR) การนำเทคโนโลยีเสมือนมาใช้เพื่อช่วยเพิ่มความน่าสนใจให้กับงาน และช่วยยกระดับประสบการณ์ของผู้เข้าร่วมงาน (Customer Experience) เช่น การใช้จอภาพที่สามารถโต้ตอบกับผู้เข้าร่วมงาน การแสดงผลสามมิติ ที่สามารถให้ข้อมูลต่างๆ แก่ผู้เข้าร่วมงาน เช่น แผนที่บูธ เส้นทาง รายละเอียดเกี่ยวกับบูธหรือสินค้าต่างๆ เป็นต้น
- 5) การประชุมแบบไฮบริด (Hybrid Meeting) เป็นการรวมการประชุมในหลายๆ แบบ เช่น มีการถ่ายทอดสดการประชุมผ่าน Live Streaming หรือ Webinar เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกสำหรับผู้ที่ไม่สามารถเดินทางมาร่วมงานประชุมได้ การประชุมทางไกล Remote Conference ซึ่งทำควบคู่ไปกับการประชุมแบบปกติ เพื่อเป็นการเปิดช่องทางในการเข้าร่วมงานประชุม ทำให้ผู้ที่อยู่ห่างไกลหรือไม่สะดวกเดินทาง ยังสามารถเข้าร่วมงานประชุมผ่านเทคโนโลยีต่างๆ เหล่านี้ได้
- 6) แอปพลิเคชันการจัดงาน (Event Application) เป็นเทคโนโลยีที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการจัดงานไมซ์ โดยมีรูปแบบการใช้งานที่หลากหลาย ตั้งแต่การประชาสัมพันธ์งาน ค้นหาข้อมูลของงานสำรองที่นั่งในงาน จองตั๋วเครื่องบินและที่พัก และยังสามารถใช้ในการลงทะเบียนเข้างานแบบออนไลน์ ชำระค่าบริการผ่านโทรศัพท์มือถือ (Mobile Payment) รวมถึงการลงคะแนนและแสดงความคิดเห็นในการปรับปรุงการจัดงานในอนาคต
- 7) เทคโนโลยีระบุพิกัดและสถานที่ (Location Based Technology) เป็นเทคโนโลยีที่สามารถติดตามสถานะของผู้เข้าร่วมงาน สามารถใช้ร่วมกับบีคอน (Beacon) ในการช่วยแสดงข้อมูลของสินค้าหรือบูธให้แก่ผู้เข้าร่วมงานที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียง นับจำนวนผู้เข้าร่วมงาน และประมวลผลตรวจสอบความหนาแน่นของผู้เข้าร่วมงานในบริเวณต่างๆ ได้อีกด้วย



1.2 วิเคราะห์สถานการณ์ของอุตสาหกรรมไมซ์

การศึกษาและวิเคราะห์การเติบโตของอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งอุตสาหกรรมในประเทศไทย และการเติบโตของอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับโลก รวมถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับนานาชาติ ตลอดจนวิเคราะห์ถึงสมรรถนะของอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย ความสามารถในการแข่งขันของไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ จะช่วยให้การวางยุทธศาสตร์ในการปรับปรุงแผนแม่บทอุตสาหกรรมการจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติ มีความแม่นยำและสามารถนำไปใช้ให้เกิดประสิทธิผลได้ดียิ่งขึ้น โดยในส่วนนี้จะแบ่งการศึกษาอุตสาหกรรมไมซ์ออกเป็น 4 หัวข้อ ได้แก่ 1. แนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับโลก 2. แนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย การวิเคราะห์อุปสงค์และอุทยานอุตสาหกรรมไมซ์ของไทย 3. การวิเคราะห์สมรรถนะอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย และ 4. การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับในภูมิภาค โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1.2.1 แนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับโลก

อุตสาหกรรมไมซ์ทั่วโลกมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ประเทศต่างๆ ให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมไมซ์ เพราะนอกจากจะสร้างรายได้ทางตรงให้แก่ประเทศจากการจัดงาน การเดินทาง การใช้จ่าย และการท่องเที่ยวพักผ่อนของนักเดินทางไมซ์แล้ว อุตสาหกรรมไมซ์ยังสามารถเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศได้อีกด้วย จากการศึกษาอุตสาหกรรมไมซ์ ทั้งการจัดงานไมซ์และพฤติกรรมของนักเดินทางไมซ์จากประเทศต่างๆ พบแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับโลก โดยมีประเด็นการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 1-2 แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมไมซ์ในโลก 2561

MICE TREND 2018	รายละเอียด
1.Go Local 	<ul style="list-style-type: none"> - การท่องเที่ยวในชุมชนท้องถิ่น หรือทำกิจกรรมหลังการประชุมกับชุมชนท้องถิ่น ช่วยเปิดประสบการณ์ของนักเดินทางไมซ์ - เปิดโอกาสในการทำกิจกรรมแปลกใหม่ และสามารถเข้าถึงท้องถิ่นนั้นๆ ทั้งยังเพิ่มการมีส่วนร่วมของชุมชน ตลอดจนการกระจายรายได้สู่ชุมชน
2.Culture Vulture 	<ul style="list-style-type: none"> - การสัมผัสถึงวัฒนธรรมที่แตกต่างของแต่ละท้องถิ่น มีการบอกเล่าเรื่องราวในการพัฒนาทางสังคมผ่านทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม - เปิดโอกาสการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น เช่น การเที่ยวชมเทศกาลคาร์นิวัลสวมหน้ากากในเมืองเวนิส ชมงานหัตถกรรมจากศิลปินในฮอยอัน เป็นต้น

MICE TREND 2018	รายละเอียด
<p>3. Off the Beaten Track</p> 	<ul style="list-style-type: none"> - นักเดินทางต้องการแสวงหาความแปลกใหม่ ทั้งสถานที่ใหม่ๆ ในที่ห่างไกล หรือสัมผัสกับจุดหมายปลายทางที่เป็นที่รู้จักในมุมที่แตกต่างจากเดิม - การแสวงหาและตามรอยเส้นทางวิถีแบบใหม่ใน สกี้อตแลนต์ในชนบทที่งดงาม การเข้าร่วมกิจกรรมของวัดเส้าหลินในเมืองลั่วหยาง ประเทศจีน เป็นต้น
<p>4. Community Impact</p> 	<ul style="list-style-type: none"> - การจัดงานในอนาคตจะมีการคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมและชุมชน มีการจัดงานที่ไม่สร้างความเดือดร้อนแก่ชุมชนและสิ่งแวดล้อมโดยรอบ - เพิ่มการมีส่วนร่วมกับชุมชนมากยิ่งขึ้น เช่น เพิ่มกิจกรรมเพื่อสังคมในรูปแบบต่างๆ หรือกิจกรรมการเรียนรู้ชุมชน เพื่อเข้าใจและเข้าถึงวิถีชีวิตชุมชนต่างๆ
<p>5. Bleisure Trips</p> 	<ul style="list-style-type: none"> - นักเดินทางไมซ์จำนวนมากคิดว่าควรจะควมรวมทริปเดินทางธุรกิจ (Business) กับการท่องเที่ยว (Leisure) เข้าด้วยกัน - นักเดินทาง Bleisure จะขยายเวลาพักในแต่ละเมืองเพื่อเที่ยวชมสถานที่และทำกิจกรรมต่างๆ โดยเฉพาะช่วงสุดสัปดาห์ไม่ว่าจะเป็นก่อนหรือหลังงานไมซ์
<p>6. The Festivalization of Meeting</p> 	<ul style="list-style-type: none"> - การผสมผสานการจัดงานประชุมเข้ากับงานเทศกาล เช่น งานประชุมของ Airbnb ที่จัดเป็นงาน “A Festival of Hosting” ซึ่งมีทั้งเทศกาล การประชุมและแสดงสินค้า Festival + Conference + Expo - การจัดงาน Concert + Conference ในสถานที่จัดงานที่สวยงามและแปลกใหม่ เพื่อเป็นการสร้างแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ไอเดียธุรกิจใหม่ๆ

ที่มา: Pacific World, Global Destination and Event Management Company, 2561

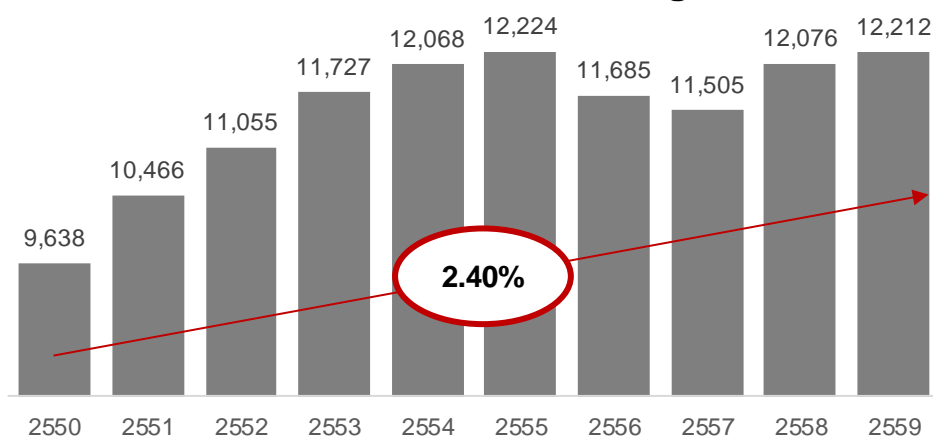
แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมไมซ์ในโลก

- 1) การท่องเที่ยวในชุมชนท้องถิ่น (Go Local) หรือทำกิจกรรมหลังการประชุมกับชุมชนท้องถิ่น ช่วยเปิดประสบการณ์ของนักเดินทางไมซ์ เปิดโอกาสในการทำกิจกรรมแปลกใหม่ และสามารถเข้าถึงท้องถิ่นนั้นๆ ทั้งยังเพิ่มการมีส่วนร่วมของชุมชน ตลอดจนการกระจายรายได้สู่ชุมชน ซึ่งหลายชุมชนมีความกระตือรือร้นและยินดีในการเป็นเจ้าภาพ รวมถึงการช่วยออกแบบกิจกรรมสำหรับนักเดินทางไมซ์ด้วย ตัวอย่างเช่น ในป่าทางตอนใต้ของกรุงโซล แยกผู้เข้าพักจะได้รับเชิญให้ปรุงอาหารในวัดพุทธแบบโบราณและเรียนรู้เกี่ยวกับการแบ่งปันอาหาร
- 2) กิจกรรมเชิงวัฒนธรรม (Culture Vulture) การสัมผัสถึงประสบการณ์ทางวัฒนธรรมที่แตกต่างของแต่ละท้องถิ่นผ่านการบอกเล่าเรื่องราวจากคนในท้องถิ่น หรือเข้าร่วมสัมผัสกิจกรรมต่างๆ กิจกรรมทางวัฒนธรรมสามารถบ่งบอกการพัฒนาทางสังคมผ่านทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เปิดโอกาส

การเรียนรู้ทางวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น เช่น การเที่ยวชมเทศกาลคาร์นิวัลสวมหน้ากากในเมืองเวนิส ชมงานหัตถกรรมจากศิลปินในฮอยอัน เป็นต้น

- 3) **การแสวงหาเส้นทางใหม่ (Off the Beaten Track)** นักเดินทางต้องการแสวงหาความแปลกใหม่ที่สถานที่ใหม่ๆ ในที่ห่างไกล หรือสัมผัสกับจุดหมายปลายทางที่เป็นที่รู้จักในมุมที่แตกต่างจากเดิม เช่น การแสวงหาและตามรอยเส้นทางวิสกี้แบบใหม่ในสกอตแลนด์ท่ามกลางชนบทที่งดงาม การเข้าร่วมกิจกรรมของวัดเส้าหลิน เช่น ฝึกมวยเส้าหลิน ในเมืองลั่วหยาง ประเทศจีน เป็นต้น
- 4) **การตระหนักถึงผลกระทบต่อชุมชน (Community Impact)** การจัดงานในอนาคตจะมีการคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคมและชุมชน มีการจัดงานที่ไม่สร้างความเดือดร้อนแก่ชุมชนและสิ่งแวดล้อมโดยรอบ และเพิ่มการมีส่วนร่วมกับชุมชนมากยิ่งขึ้น เช่น เพิ่มกิจกรรมเพื่อสังคมในรูปแบบต่างๆ หรือกิจกรรมการเรียนรู้ชุมชน เพื่อเข้าใจและเข้าถึงวิถีชีวิตชุมชนต่างๆ โดยกิจกรรมต่างๆ เหล่านี้นอกจากจะช่วยสร้างความสัมพันธ์อันดีกับชุมชนโดยรอบ ยังสามารถช่วยในการกระจายรายได้ไปสู่ชุมชนต่างๆ จากการใช้จ่ายของนักเดินทางไมซ์ นอกจากนี้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์ยังสามารถช่วยโดยการอุดหนุนผลิตภัณฑ์ในชุมชน เช่น การรับผลผลิตในท้องถิ่นมาใช้เป็นวัตถุดิบในการปรุงอาหาร การรับรองด้วยเมนูอาหารท้องถิ่น เปิดโอกาสการเรียนรู้วัฒนธรรมการกิน การอุดหนุนผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นเพื่อแจกเป็นของที่ระลึกและสร้างความประทับใจแก่ผู้เข้าร่วมงาน เป็นต้น
- 5) **Bleisure Trips** คือ การรวมการเดินทางเพื่อธุรกิจ (Business Trips) กับการท่องเที่ยวพักผ่อน (Leisure Trips) ไว้ในทริปเดียวกัน เนื่องจากปัจจุบันนักเดินทางไมซ์จำนวนมากคิดว่าควรจะควรรวมทริปเดินทางเพื่อทำธุรกิจกับการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวพักผ่อนเข้าด้วยกัน ซึ่งนักเดินทางประเภทนี้จะขยายเวลาในการพักในแต่ละเมืองเพื่อเที่ยวชมสถานที่และทำกิจกรรมต่างๆ โดยเฉพาะช่วงสุดสัปดาห์ โดยอาจจะเป็นการท่องเที่ยวก่อนเข้าร่วมงานไมซ์หรือท่องเที่ยวหลังจากเสร็จสิ้นงานไมซ์ก็ได้ การเดินทางแบบ Bleisure Trips เป็นที่นิยมมากขึ้นในหมู่นักเดินทางรุ่นใหม่ จากความก้าวหน้าของการสื่อสารออนไลน์ทำให้การวางแผนพักผ่อนหลังจบการทำงานเป็นไปโดยง่าย นักเดินทางสามารถจองที่พักเพิ่ม จองร้านอาหาร บริการนำเที่ยว และกิจกรรมต่างๆ กระทั่งสามารถเลื่อนเที่ยวบินออกไปได้อย่างสะดวกรวดเร็ว
- 6) **เทศกาลการประชุม (The Festivalization of Meeting)** เป็นการผสมผสานการจัดงานประชุมเข้ากับงานเทศกาล เช่น งานประชุมของ Airbnb ที่จัดเป็นงาน “A Festival of Hosting” ซึ่งมีทั้งเทศกาล การประชุมและแสดงสินค้า (Festival + Conference + Expo) หรือการจัดงานแบบรวมงานประชุมเข้ากับงานแสดงดนตรี (Concert + Conference) โดยมีการเลือกสถานที่จัดงานที่สวยงามและมีความแปลกใหม่ เพื่อสร้างบรรยากาศให้การประชุมมีสีสัน น่าสนใจมากขึ้น และยังเป็นการสร้างแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ไอเดียธุรกิจใหม่ๆ ได้อีกด้วย

No. of World Wide Meeting

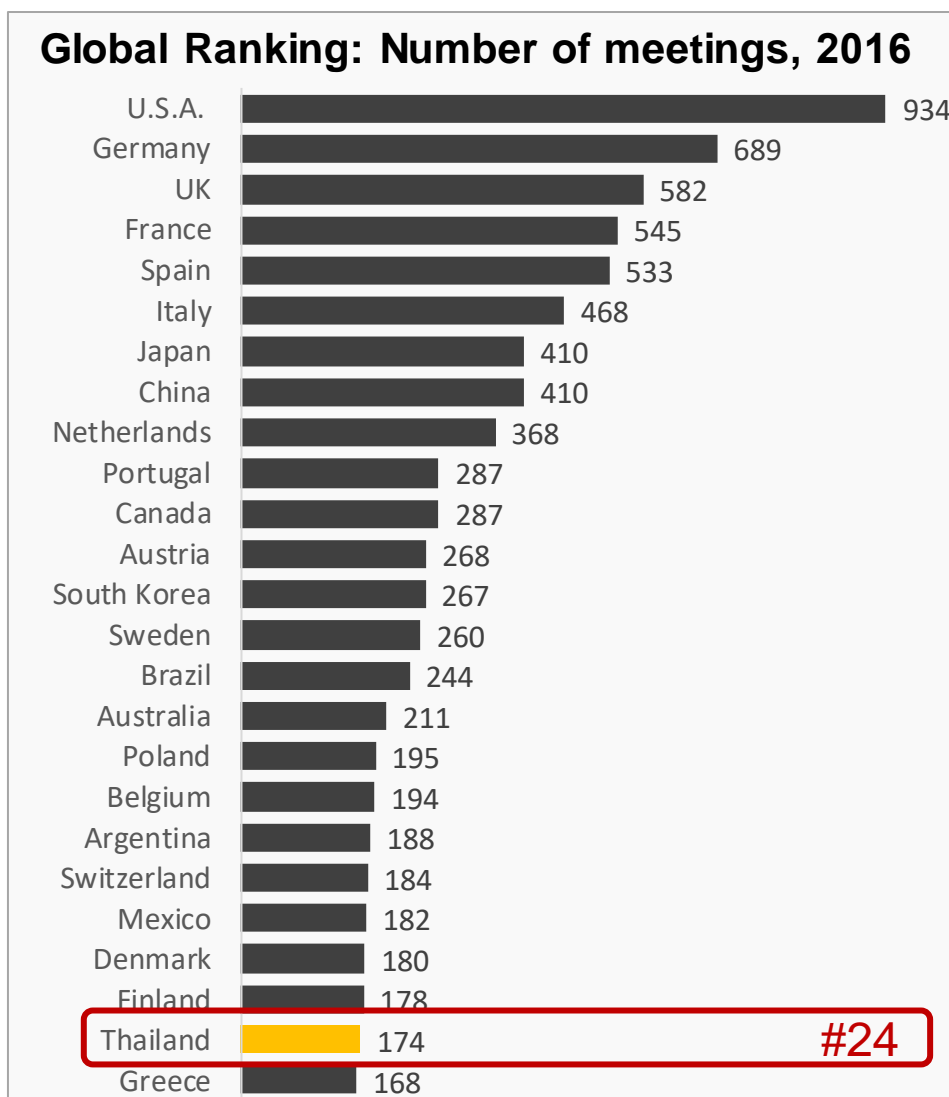


ที่มา: International Congress and Convention Association (ICCA)

รูปที่ 1-5 สถิติการจัดงานประชุมทั่วโลก 2559

อุตสาหกรรมไมซ์ทั่วโลกมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยจากการสำรวจของ International Congress and Convention Association (ICCA) พบว่า ในปี 2559 มีการจัดประชุมขึ้นทั่วโลกทั้งสิ้น 12,212 งาน ซึ่งเพิ่มขึ้น 136 งาน จากปี 2558 หรือคิดเป็นร้อยละ 1.11 และเมื่อพิจารณาจากสถิติการจัดงานประชุมตลอด 10 ปีที่ผ่านมา พบว่ามีอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 2.4 แสดงถึงแนวโน้มในการจัดงานประชุมที่ค่อยๆ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตลอด 10 ปีที่ผ่านมา

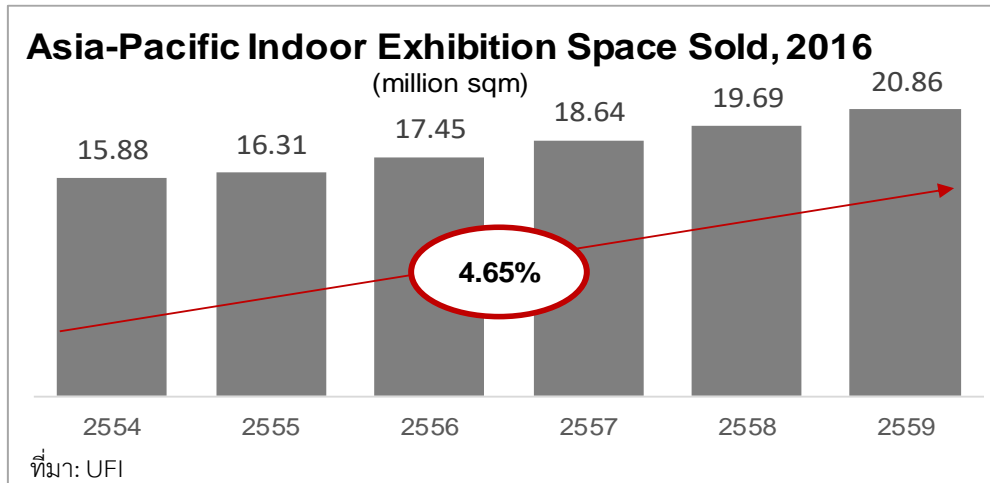
จากสถิติการจัดอันดับการจัดงานประชุมเรียงตามรายประเทศของ ICCA ในปี 2559 พบว่าประเทศที่มีจำนวนการจัดงานประชุมมากที่สุดอันดับหนึ่ง ได้แก่ สหรัฐอเมริกา มีการจัดงานประชุมทั้งหมด 934 งาน รองลงมา ได้แก่ เยอรมัน 689 งาน สหราชอาณาจักร 582 งาน ฝรั่งเศส 545 งาน สเปน 533 งาน ส่วนประเทศไทย มีการจัดงานทั้งสิ้น 174 งาน อยู่อันดับที่ 24 ส่วนเมืองที่มีการจัดงานมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ ปารีส 196 งาน เวียนนา 186 งาน บาร์เซโลน่า 181 งาน เบอร์ลิน 176 งาน และ ลอนดอน 153 งาน



ที่มา: International Congress and Convention Association (ICCA)

รูปที่ 1-6 การจัดอันดับการจัดงานประชุมทั่วโลกตามรายประเทศ 2559

ส่วนสถิติเกี่ยวกับงานแสดงสินค้านานาชาติ จากรายงานของสมาคมอุตสาหกรรมจัดงานแสดงสินค้าโลก (Union des Foires Internationales: UFI) พบว่าการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นกัน โดยพิจารณาจากสถิติพื้นที่ของการจัดแสดงสินค้าที่จำหน่ายได้ในแต่ละปี โดยในปี 2559 จำนวนพื้นที่จัดแสดงสินค้าที่จำหน่ายได้ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกมีจำนวน 20.86 ล้านตารางเมตร ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2558 ที่จำหน่ายได้ 19.69 ล้านตารางเมตร คิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 5.94 นอกจากนี้เมื่อพิจารณาการเติบโตในช่วง 6 ปีที่ผ่านมา พบว่าจำนวนพื้นที่จัดแสดงสินค้าที่จำหน่ายได้มีอัตราการเติบโตโดยเฉลี่ยประมาณร้อยละ 4.56 ซึ่งแสดงถึงแนวโน้มการเติบโตของการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก



ที่มา: Union des Foires Internationales (UFI)

รูปที่ 1-7 สถิติจำนวนพื้นที่จัดแสดงที่จำหน่ายในแต่ละปีในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก 2559



ที่มา: Union des Foires Internationales (UFI)

รูปที่ 1-8 การจัดอันดับจำนวนพื้นที่จัดแสดงที่จำหน่ายในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกตามรายประเทศ 2559

และเมื่อพิจารณาการจัดอันดับจำนวนการจำหน่ายพื้นที่จัดแสดงสินค้าของกลุ่มประเทศในทวีปเอเชียแปซิฟิกตามรายประเทศ พบว่าประเทศที่มียอดจำหน่ายพื้นที่จัดแสดงสินค้ามากที่สุดในปี 2559 ได้แก่ จีน ซึ่งมีการจำหน่ายพื้นที่จัดแสดงสูงถึง 12.05 ล้านตารางเมตร รองลงมาคือ ญี่ปุ่น 2.06 ล้านตารางเมตร อินเดีย 1.07 ล้านตารางเมตร เกาหลีใต้ 0.98 ล้านตารางเมตร และฮ่องกง 0.95 ล้านตารางเมตร ส่วนประเทศไทยมีการจำหน่ายพื้นที่จัดแสดงสินค้าสูงเป็นอันดับที่ 8 ซึ่งมีจำนวนจำหน่ายพื้นที่จัดแสดง 0.59 ล้านตารางเมตร

ตารางที่ 1-3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่จัดงานไม่ซ์

ปัจจัย	ร้อยละของปัจจัย			
	อเมริกาเหนือ	ยุโรป	อเมริกากลางและใต้	เอเชียแปซิฟิก
สถานที่เฉพาะที่สามารถตอบโจทย์วัตถุประสงค์ของผู้จัดหรือผู้เข้าร่วมงาน เช่น สนามบิน อยู่ใกล้กับลูกค้า หรือมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบ	41	45	37	28
ความสะดวกในการเดินทาง, เที่ยวบิน	40	42	35	33
เสถียรภาพทางเศรษฐกิจและการเมือง	17	26	15	24
ความปลอดภัย	13	27	28	48
ประสบการณ์ที่ผ่านมาของลูกค้า	21	15	24	10
การมีส่วนร่วมในการจัดโปรแกรมกิจกรรมที่น่าสนใจ	21	11	7	14
ประสบการณ์ที่ผ่านมาของผู้จัด	11	9	9	9
จุดหมายปลายทางเดิมสำหรับการประชุม	14	14	13	10
สถานที่ที่น่าสนใจโดยรอบสถานที่ประชุม	14	8	7	10
ค่าเงิน	5	4	24	9
บทวิจารณ์ออนไลน์	2	0	2	5

ที่มา: American Express Meetings & Events North American, European, Asia Pacific, Central/South American and Key Supplier Surveys, August 2016

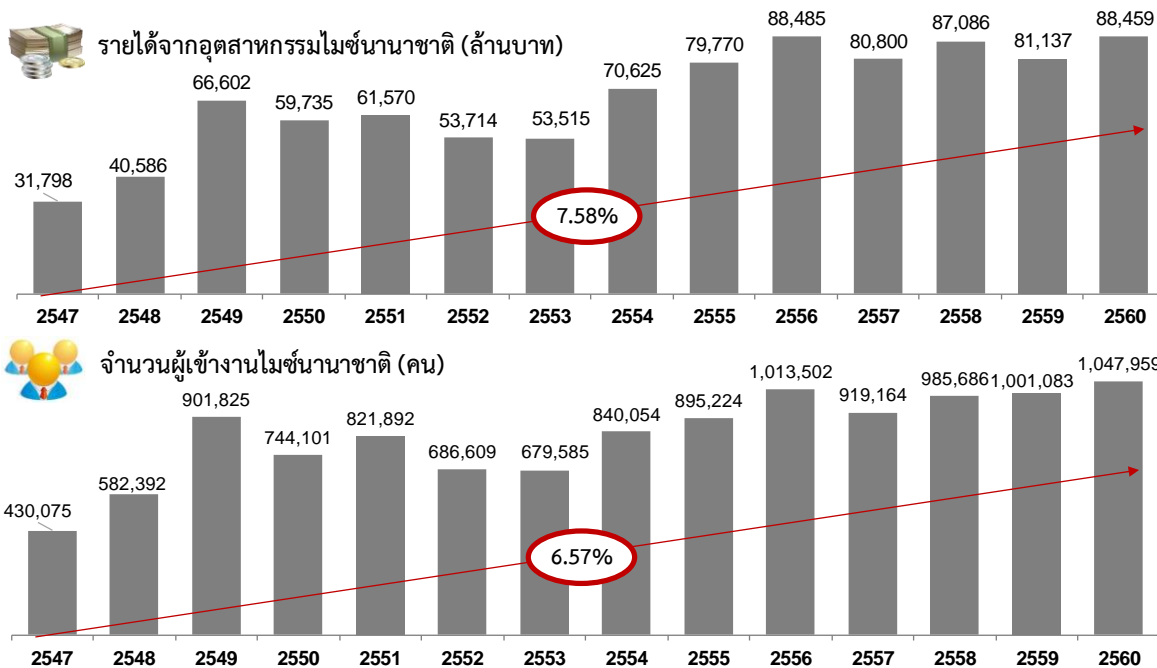
จากรายงานของ American Express ในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่จัดงานไม่ซ์ทั่วโลก พบว่าปัจจัย 5 อันดับแรก ที่เป็นเกณฑ์สำคัญในการเลือกสถานที่จัดงานประชุมและอีเวนต์ ได้แก่ 1. สถานที่ตั้งที่จำเพาะเจาะจง เช่น อยู่ใกล้สนามบิน ใกล้ศูนย์อบรม หรืออยู่ใกล้กับสำนักงานหรือโรงงานลูกค้า 2. ความสะดวกในการเดินทางของผู้เข้าร่วมงาน เช่น มีเที่ยวบินตรง มีเที่ยวบินให้เลือกมาก เดินทางจากสนามบินไปที่จัดงานได้สะดวก 3. ความมั่นคงทางการเมืองและเศรษฐกิจของประเทศที่เป็นที่จัดงาน 4. ความปลอดภัย จากทั้งภัยธรรมชาติ อาชญากรรม และการก่อการร้าย และ 5. ลูกค้าเป็นผู้เลือกสถานที่จากประสบการณ์ที่ผ่านมา โดยลูกค้าจะเป็นผู้กำหนดสถานที่จัดงานเอง จากประสบการณ์ที่เข้าร่วมงานที่ต่างๆ

โดยผู้จัดงานในกลุ่มประเทศอเมริกาเหนือ จะให้ความสำคัญกับ สถานที่เฉพาะที่ตรงวัตถุประสงค์การจัดงาน การเดินทางที่สะดวก การเลือกจากประสบการณ์ที่ผ่านมาของลูกค้า และกิจกรรมที่น่าสนใจ ในขณะที่กลุ่มยุโรปจะให้ความสำคัญกับสถานที่เฉพาะที่ตรงวัตถุประสงค์การจัดงาน การเดินทางที่สะดวก ด้านเศรษฐกิจ ความมั่นคงทางการเมือง และความปลอดภัย กลุ่มประเทศอเมริกากลางและใต้จะให้ความสำคัญกับ สถานที่เฉพาะที่ตรงวัตถุประสงค์การจัดงาน การเดินทางที่สะดวก ความปลอดภัย การเลือกจากประสบการณ์ที่ผ่านมาของลูกค้า และปัจจัยด้านอัตราแลกเปลี่ยน ส่วนกลุ่มทวีปเอเชียแปซิฟิก จะให้ความสำคัญกับเรื่อง

ความปลอดภัยมากที่สุด รองลงมาคือ ความสะดวกในการเดินทาง สถานที่เฉพาะที่ตรงวัตถุประสงค์การจัดงาน และด้านเศรษฐกิจ ความมั่นคงทางการเมือง

1.2.2 แนวโน้มการเติบโต อุปสงค์และอุปทานของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย

ประเทศไทยถือเป็นประเทศที่มีความเข้มแข็งและมีศักยภาพในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ และเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับการจัดงานไมซ์ที่สำคัญในภูมิภาค ที่ผ่านมามีการจัดงานไมซ์เป็นจำนวนมากและมีแนวโน้มการจัดงานเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง



หมายเหตุ: รายได้และจำนวนคนในปี 2558-2560 ไม่รวม Mega Event โดยหากรวม Mega Event จะมีการเติบโตของรายได้ ร้อยละ 8.8 และการเติบโตของจำนวนคน ร้อยละ 8.08

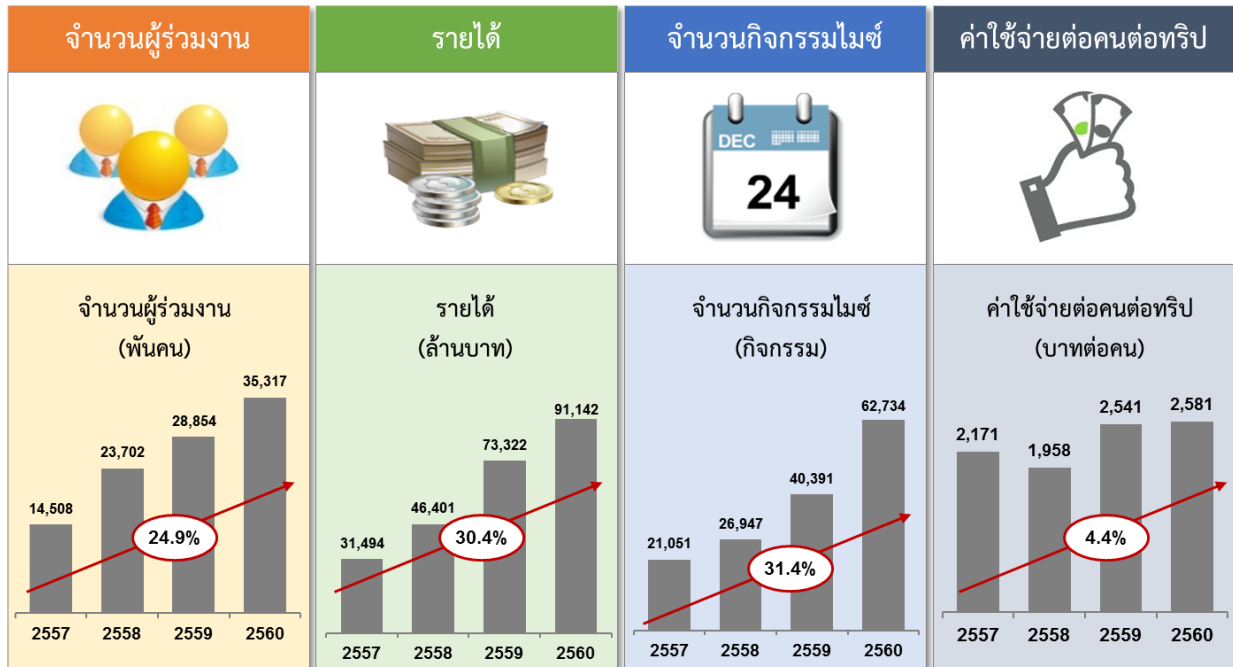
ที่มา: รายงานผลการศึกษาโครงการสำรวจสถิติการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติ ในประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ 2560

รูปที่ 1-9 การเติบโตของอุตสาหกรรมไมซ์นานาชาติ (International MICE) ในประเทศไทย 2547-2560

จากสถิติอุตสาหกรรมไมซ์ที่ผ่านมามีการสร้างรายได้จากอุตสาหกรรมไมซ์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2560 ประเทศไทยมีรายได้จากอุตสาหกรรมไมซ์นานาชาติ 88,459 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.02 จาก ระดับ 81,137 ล้านบาทในปี 2559 และเมื่อพิจารณาในช่วง 14 ปีที่ผ่านมา ตั้งแต่ปี 2547 ที่มีรายได้เพียง 31,798 ล้านบาท จะเห็นว่ารายได้จากอุตสาหกรรมไมซ์นานาชาติมีการขยายตัวสูงถึงร้อยละ 7.58

เมื่อพิจารณาจากจำนวนผู้เข้างานไมซ์นานาชาติ ในปี 2560 มีจำนวนผู้เข้าร่วมงาน 1.05 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.86 จากปี 2558 ที่มีผู้เข้างาน 1 ล้านคน และในตลอด 14 ปีที่ผ่านมา ตั้งแต่ปี 2547 จำนวนผู้เข้างานเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยร้อยละ 6.57 จากที่ในปี 2547 มีผู้เข้างานประมาณ 4 แสนคน ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการขยายตัวอย่างต่อเนื่องของการจัดงานไมซ์ในประเทศไทย

นอกจากอุตสาหกรรมไมซ์นานาชาติแล้ว อุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทยก็มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องเช่นกัน โดยในปี 2560 มีจำนวนผู้เข้างานไมซ์ในประเทศไทยจำนวน 35.32 ล้านคน เพิ่มขึ้นจาก 28.85 ล้านคนในปี 2558 ถึงร้อยละ 22.4 ในด้านรายได้ ปี 2560 อุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศสร้างรายได้จำนวน 91,142 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 24.3 จาก 73,322 ล้านบาทในปี 2559 โดยในปี 2560 มีจำนวนการจัดงานทั้งสิ้น 62,734 งาน ซึ่งสูงกว่าปี 2559 ที่มีการจัดงาน 40,391 งาน ถึงร้อยละ 55.31 ในขณะเดียวกันค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริปของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศก็เพิ่มขึ้นเช่นกัน โดยในปี 2560 มีจำนวนค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริปอยู่ที่ 2,580 บาท เพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 1.56 จากปี 2559 ที่มีค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริปอยู่ที่ 2,541

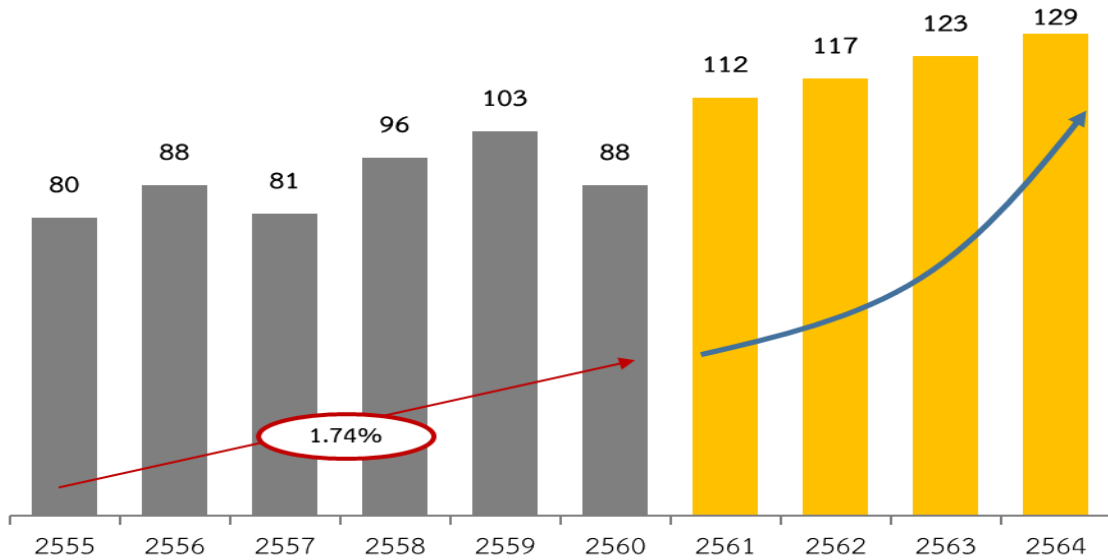


ที่มา: รายงานผลการศึกษาโครงการสำรวจสถิติการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดงานแสดงสินค้า/นิทรรศการในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างประเทศที่มีถิ่นพำนักถาวรในประเทศไทย ปีงบประมาณ 2560

รูปที่ 1-10 การเติบโตของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศ (Domestic MICE) 2557-2560

จากสถิติดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงศักยภาพในการเติบโตของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย ซึ่งการเตรียมการเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ นอกจากจะศึกษาสถิติที่ผ่านมาในอดีตแล้ว จำเป็นต้องวิเคราะห์ถึงปริมาณอุปสงค์ของอุตสาหกรรมไมซ์ในอนาคต ตลอดจนปริมาณของอุปทานในอุตสาหกรรมที่มีอยู่ เพื่อการวางแผนทางในการเตรียมความพร้อมสำหรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมไมซ์

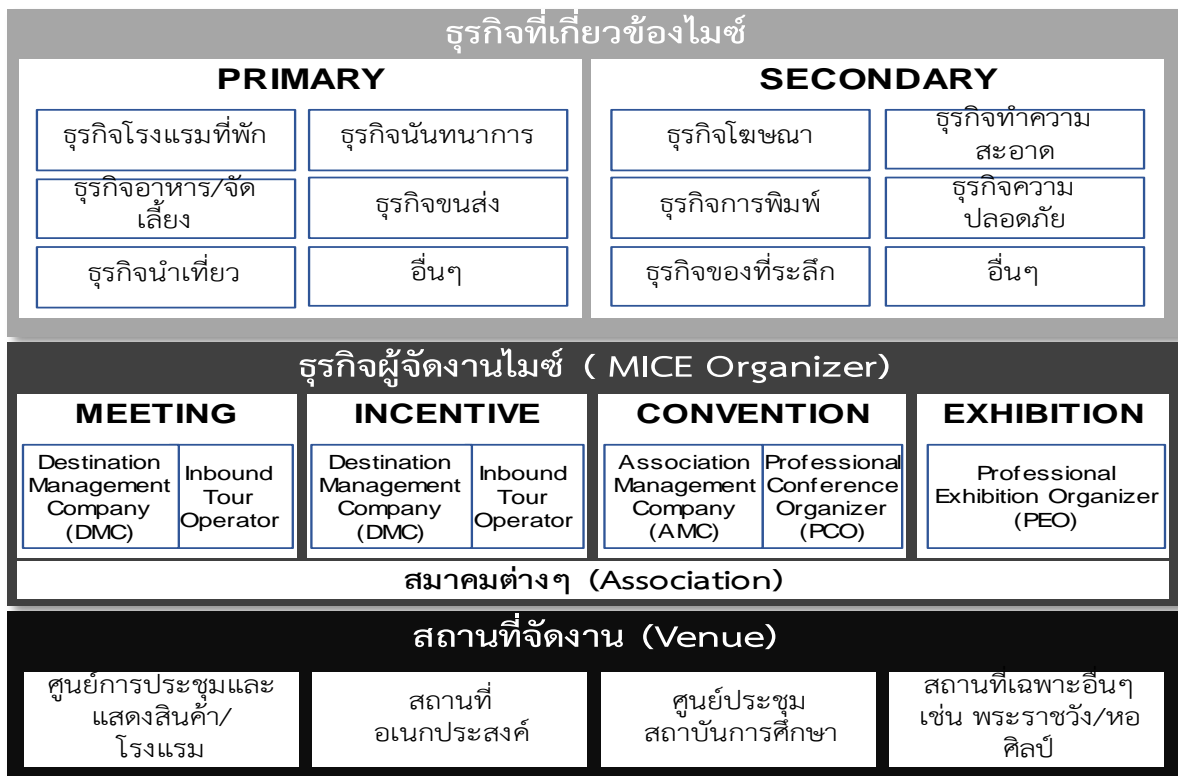
ในด้านอุปสงค์การจัดงานไมซ์ ทาง สสพ. ได้มีการกำหนดเป้าหมายการเติบโตของอุตสาหกรรมไมซ์ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมไมซ์นานาชาติ ซึ่งคาดว่าจะสร้างรายได้เพิ่มเป็น 1.12 ล้านบาทในปี 2561 เพิ่มขึ้นเป็น 1.17 ล้านบาทในปี 2562 และเพิ่มขึ้นเป็น 1.23 ล้านบาทในปี 2563 จนถึง 1.29 ล้านบาทในปี 2564



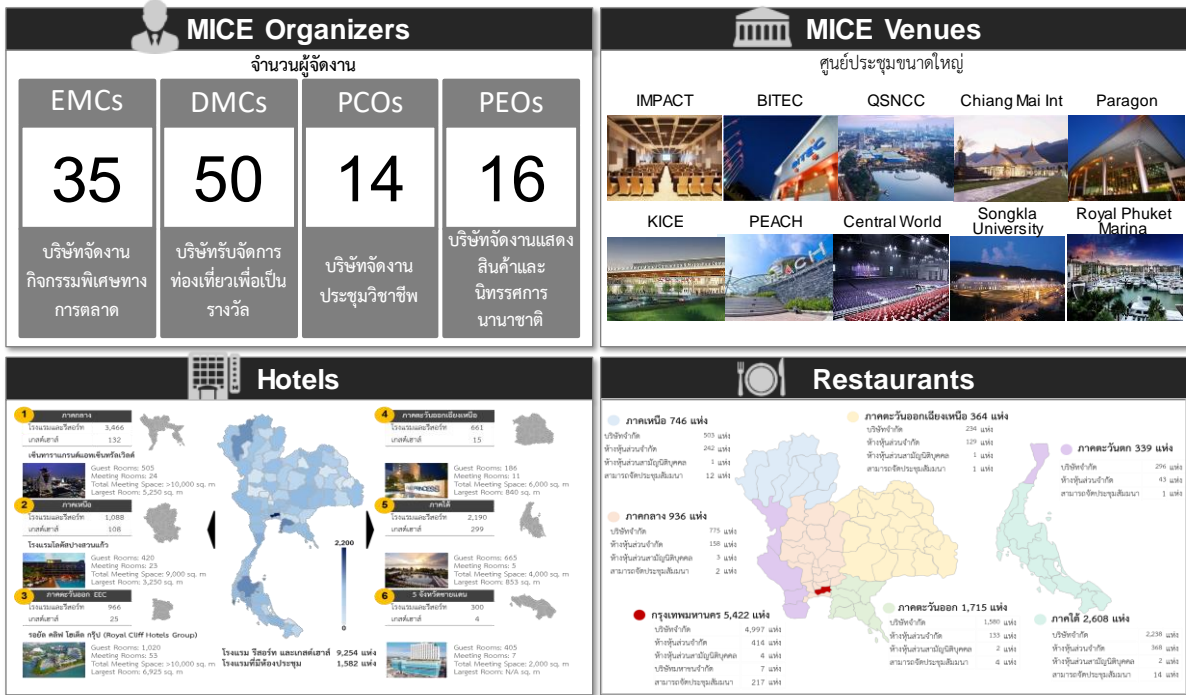
ที่มา: ประมาณการของ สสปน., กุมภาพันธ์ 2561

รูปที่ 1-11 ประมาณการรายได้ของอุตสาหกรรมไมซ์นานาชาติ

ในด้านการวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่าของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย โดยผู้ประกอบการในห่วงโซ่มูลค่าของอุตสาหกรรมไมซ์ประกอบด้วย 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ กลุ่มธุรกิจผู้จัดงาน (MICE Organizer) กลุ่มสถานที่จัดงาน (MICE Venue) และกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น โรงแรม ที่พัก จัดเลี้ยง ร้านอาหาร การขนส่ง เป็นต้น



รูปที่ 1-12 ห่วงโซ่มูลค่าของอุตสาหกรรมไมซ์



ที่มา: จำนวนผู้จัดงานไมซ์ที่ได้มาตรฐาน จาก สสพ. ณ วันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2561,

จำนวนโรงแรม และ จำนวนร้านอาหาร จากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

รูปที่ 1-13 ผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมไมซ์

การศึกษาจำนวนผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย แบ่งออกเป็นกลุ่มผู้จัดงาน ศูนย์ประชุมขนาดใหญ่ โรงแรมที่พัก และร้านอาหาร โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ผู้จัดงานไมซ์ ประเทศไทยมีผู้จัดงานไมซ์ที่มีศักยภาพและประสบการณ์ในการทำงาน ซึ่งสามารถรองรับการจัดงานในระดับนานาชาติได้ โดยสามารถแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม คือ
 - 1) บริษัทจัดงานกิจกรรมพิเศษทางการตลาด มีจำนวน 35 ราย
 - 2) บริษัทบริหารจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล จำนวน 50 ราย
 - 3) บริษัทจัดงานประชุมวิชาชีพ จำนวน 14 ราย
 - 4) บริษัทจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติ จำนวน 16 ราย
2. ศูนย์ประชุมขนาดใหญ่ โดยมีศูนย์ประชุมที่สามารถรองรับการจัดงานขนาดใหญ่ได้ จำนวน 10 แห่ง ได้แก่
 - 1) ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุม อิมแพ็ค เมืองทองธานี (IMPACT Exhibition and Convention Center)
 - 2) ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค (Bangkok International Trade and Exhibition Centre: BITEC)
 - 3) ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ (Queen Sirikit National Convention Center: QSNCC)

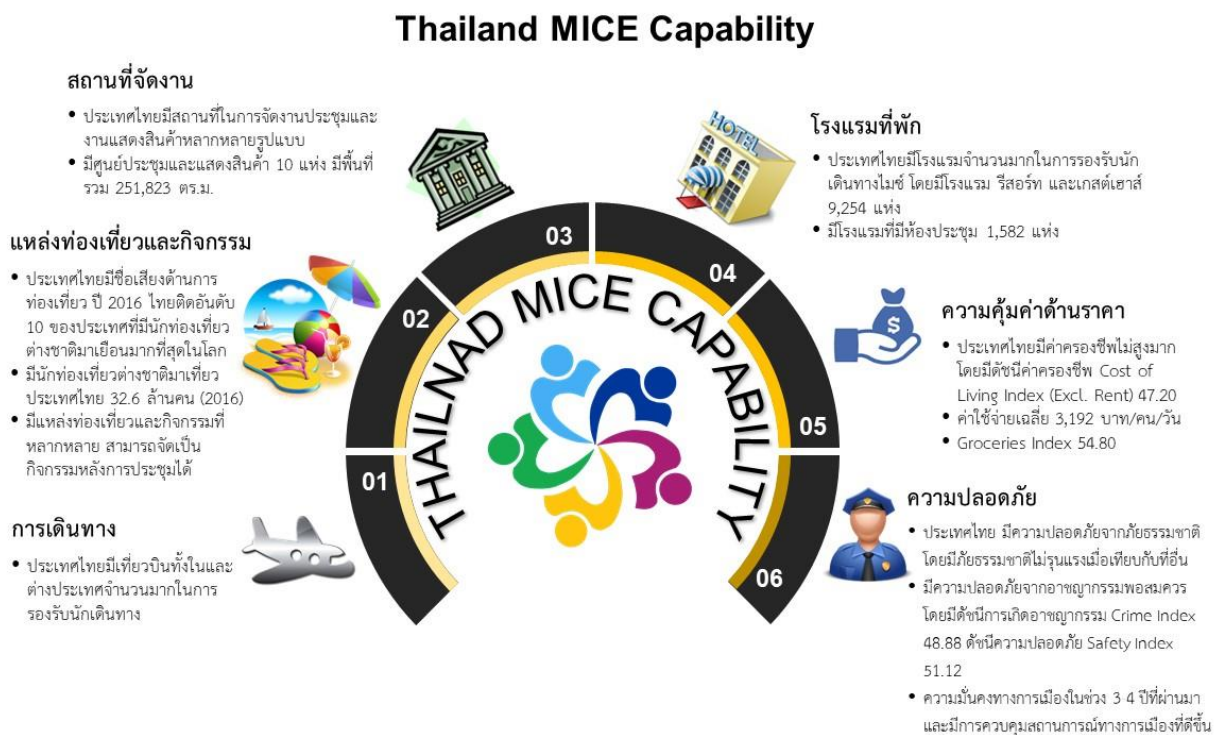
- 4) ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติเฉลิมพระเกียรติ 7 รอบ พระชนมพรรษา 5 ธันวาคม 2554 หรือ ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ เชียงใหม่ (Chiang Mai International Exhibition and Convention Centre)
 - 5) รอยัลพารากอนฮอลล์ (Royal Paragon Hall)
 - 6) ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ ขอนแก่น (Khonkaen International Convention Exhibition Center: KICE)
 - 7) ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้าพัทยา พีชไทยแลนด์ (Pattaya Exhibition and Convention Hall: PEACH)
 - 8) เซ็นทาราแกรนด์และบางกอกคอนเวนชันเซ็นเตอร์ เซ็นทรัลเวิลด์ (Centara Grand & Bangkok Convention Centre at CentralWorld)
 - 9) ศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
 - 10) ศูนย์จัดประชุมและนิทรรศการ รอยัล ภูเก็ต มารีน่า (Royal Phuket Marina)
3. โรงแรมที่พัก ประเทศไทยมีโรงแรมที่พักจำนวนมาก และมีความหลากหลาย สามารถรองรับนักท่องเที่ยวไมซ์ได้ โดยมีโรงแรม รีสอร์ท และเกสต์เฮาส์ทั่วประเทศที่มีการจดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้ากว่า 9,254 แห่ง ทั้งนี้โรงแรมที่มีห้องประชุม 1,582 แห่ง โดยโรงแรมกระจายอยู่ตามภูมิภาคต่างๆ ดังนี้
- 1) ภาคกลาง มีโรงแรมและรีสอร์ท 3,466 แห่ง เกสต์เฮาส์ 132 แห่ง
 - 2) ภาคเหนือ มีโรงแรมและรีสอร์ท 1,088 แห่ง เกสต์เฮาส์ 108 แห่ง
 - 3) ภาคตะวันออก มีโรงแรมและรีสอร์ท 966 แห่ง เกสต์เฮาส์ 25 แห่ง
 - 4) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีโรงแรมและรีสอร์ท 661 แห่ง เกสต์เฮาส์ 15 แห่ง
 - 5) ภาคใต้ มีโรงแรมและรีสอร์ท 2,190 แห่ง เกสต์เฮาส์ 299 แห่ง
 - 6) กลุ่ม 5 จังหวัดชายแดนภาคใต้ มีโรงแรมและรีสอร์ท 300 แห่ง เกสต์เฮาส์ 4 แห่ง
4. ร้านอาหาร ประเทศไทยมีชื่อเสียงด้านอาหารที่หลากหลาย และเป็นที่ยอดนิยมของนักท่องเที่ยว ร้านอาหารในประเทศไทยมีจำนวนมากกระจายอยู่ในทุกพื้นที่ ซึ่งสามารถรองรับนักท่องเที่ยวไมซ์ได้ โดยจำนวนร้านอาหารที่มีการจดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ที่อยู่ในแต่ละพื้นที่ มีดังนี้
- 1) ร้านอาหารในกรุงเทพมหานคร 5,422 แห่ง
 - 2) ร้านอาหารในภาคกลาง 936 แห่ง
 - 3) ร้านอาหารในภาคเหนือ 746 แห่ง
 - 4) ร้านอาหารในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 365 แห่ง
 - 5) ร้านอาหารในภาคตะวันออก 1,715 แห่ง
 - 6) ร้านอาหารในภาคตะวันตก 339 แห่ง
 - 7) ร้านอาหารในภาคใต้ 2,608 แห่ง

จากการศึกษาผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย พบว่ามีผู้ประกอบการที่มีศักยภาพจำนวนมาก ที่จะสามารถช่วยในการขับเคลื่อนและพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยให้พัฒนาและเติบโตต่อไปได้ นอกจากนี้ประเทศไทยยังมีจุดเด่นในด้านต่างๆ ที่มีสมรรถนะในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในไทย ซึ่งสามารถดึงดูดทั้งผู้จัดงานไมซ์และนักเดินทางไมซ์ให้มาจัดงานไมซ์ในประเทศไทย

1.2.3 สมรรถนะของอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย

จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่จัดงานไมซ์ของ American Express พบว่าปัจจัย 5 อันดับแรก ที่เป็นเกณฑ์สำคัญในการเลือกสถานที่จัดงาน ได้แก่ 1. สถานที่ตั้งที่จำเพาะเจาะจง เช่น อยู่ใกล้สนามบิน ใกล้ศูนย์อوبرม หรืออยู่ใกล้กับสำนักงานหรือโรงงานลูกค้า 2. ความสะดวกในการเดินทางของผู้เข้าร่วมงาน 3. ความมั่นคงทางการเมืองและเศรษฐกิจ 4. ความปลอดภัย และ 5. ประสบการณ์ที่ผ่านมาของลูกค้า โดยปัจจัยที่ 1 และ 5 เป็นปัจจัยที่ขึ้นอยู่กับลูกค้าโดยตรง ส่วนปัจจัยที่ 2, 3 และ 4 เป็นปัจจัยที่แต่ละพื้นที่สามารถพัฒนาเพื่อดึงดูดกลุ่มนักเดินทางไมซ์ได้

ดังนั้น ในการศึกษาและวิเคราะห์สมรรถนะของอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์เพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ จึงมีการวิเคราะห์ถึงปัจจัยด้านความสะดวกในการเดินทาง ความปลอดภัย และปัจจัยด้านอื่นๆ โดยแบ่งการวิเคราะห์สมรรถนะออกเป็น 6 ด้าน ได้แก่ 1. การเดินทาง 2. แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรม 3. สถานที่จัดงาน 4. โรงแรมที่พัก 5. ความคุ้มค่าด้านราคา และ 6. ความปลอดภัย โดยมีรายละเอียด ดังนี้



รูปที่ 1-14 สมรรถนะของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย

1) ด้านการเดินทาง

การเดินทางเข้าสู่ประเทศไทยเป็นไปอย่างสะดวก เนื่องจากประเทศไทยมีท่าอากาศยานนานาชาติถึง 6 แห่ง ภายใต้การดำเนินงานของ บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ในการรองรับนักท่องเที่ยวจากทุกมุมโลก โดยมีเที่ยวบินทั้งสิ้นกว่า 400,000 เที่ยวบินต่อปี นอกจากนี้ยังมีท่าอากาศยานนานาชาติอื่นนอกเหนือจากท่าอากาศยานที่ดำเนินการโดยบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ได้แก่ ท่าอากาศยานขอนแก่น ท่าอากาศยานนานาชาติกระบี่ และท่าอากาศยานนานาชาติสุราษฎร์ธานี ภายใต้กรมท่าอากาศยาน และท่าอากาศยานนานาชาติอู่ตะเภา ของกองทัพเรือ โดยมีรายละเอียดเที่ยวบินในแต่ละสนามบิน ดังนี้

ตารางที่ 1-4 สถิติเที่ยวบินของท่าอากาศยานนานาชาติ ปีงบประมาณ 2560 (ต.ค. 2559 - ก.ย. 2560)

สนามบิน	จังหวัด	จำนวนเที่ยวบินนานาชาติ	จำนวนเที่ยวบินในประเทศ
สุวรรณภูมิ	กรุงเทพฯ	259,906	85,861
ดอนเมือง	กรุงเทพฯ	83,263	170,281
เชียงใหม่	เชียงใหม่	18,101	53,940
แม่ฟ้าหลวง	เชียงราย	743	16,158
ภูเก็ต	ภูเก็ต	51,466	53,383
หาดใหญ่	สงขลา	1,859	28,613
ขอนแก่น*	ขอนแก่น	1	15,033
กระบี่*	กระบี่	11,457	17,678
สุราษฎร์ธานี*	สุราษฎร์ธานี	1,778	14,701
อู่ตะเภา**	ระยอง	3,281	6,972

ที่มา: บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน)

หมายเหตุ: * ข้อมูลจากกรมท่าอากาศยาน ระหว่างเดือนมกราคม - ธันวาคม 2560

** ข้อมูลจากท่าอากาศยานนานาชาติอู่ตะเภา ระหว่างเดือนตุลาคม 2559- กันยายน 2560

นอกจากนี้ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิซึ่งเป็นท่าอากาศยานที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในประเทศไทย ยังได้รับการจัดอันดับอยู่ใน อันดับที่ 20 ของสนามบินที่มีผู้คนพลุกพล่านมากที่สุดในโลก (World's Busiest Airports) ในปี 2559 โดยมีผู้โดยสารที่ใช้บริการสนามบินตลอดทั้งปี จำนวน 55.89 ล้านคน มีเที่ยวบินเฉลี่ยประมาณ 1,600 เที่ยวบินต่อวัน สนามบินสุวรรณภูมิให้บริการกว่า 500 สายการบินทั่วโลก ซึ่งแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของประเทศไทยในการอำนวยความสะดวกด้านการเดินทางโดยเฉพาะทางอากาศแก่นักเดินทางที่มาจากเยือนประเทศไทย

ตารางที่ 1-5 การจัดอันดับเป็นสนามบินที่มีคนพลุกพล่านที่สุด (World's busiest airports) 2559

#	Airport	Country	Passenger
1	Hartsfield–Jackson Atlanta International Airport	US	104,171,935
2	Beijing Capital International Airport	China	94,393,454
3	Dubai International Airport	UAE	83,654,250
4	Los Angeles International Airport	US	80,921,527
5	Tokyo International Airport	Japan	79,699,762
6	O'Hare International Airport	US	78,327,479
7	Heathrow Airport	UK	75,715,474
8	Hong Kong International Airport	Hong Kong	70,314,462
9	Shanghai Pudong International Airport	China	66,002,414
10	Charles de Gaulle Airport	France	65,933,145
11	Dallas/Fort Worth International Airport	US	65,670,697
12	Amsterdam Airport Schiphol	Netherlands	63,625,534
13	Frankfurt Airport	Germany	60,786,937
14	Istanbul Atatürk Airport	Turkey	60,248,741
15	Guangzhou Baiyun International Airport	China	59,732,147
16	John F. Kennedy International Airport	US	58,813,103
17	Singapore Changi Airport	Singapore	58,698,000
18	Denver International Airport	US	58,266,515
19	Seoul Incheon International Airport	South Korea	57,849,814
20	Suvarnabhumi Airport	Thailand	55,892,428

ที่มา: World Airport Codes

นอกจากนี้ประเทศไทยยังมีสนามบินอื่นๆ ที่ให้บริการเที่ยวบินในประเทศอีกจำนวนมาก โดยมีทั้งสิ้น 33 สนามบินที่มีการให้บริการเที่ยวบินเชิงพาณิชย์ โดยกระจายอยู่ในภูมิภาคต่างๆ ดังนี้

ภาคกลาง

1. สนามบินนานาชาติสุวรรณภูมิ
2. สนามบินนานาชาติดอนเมือง

ภาคใต้

3. สนามบินนานาชาติหาดใหญ่
4. สนามบินนานาชาติภูเก็ต
5. สนามบินสมุย
6. สนามบินสุราษฎร์ธานี
7. สนามบินนครศรีธรรมราช
8. สนามบินกระบี่
9. สนามบินตรัง
10. สนามบินระนอง

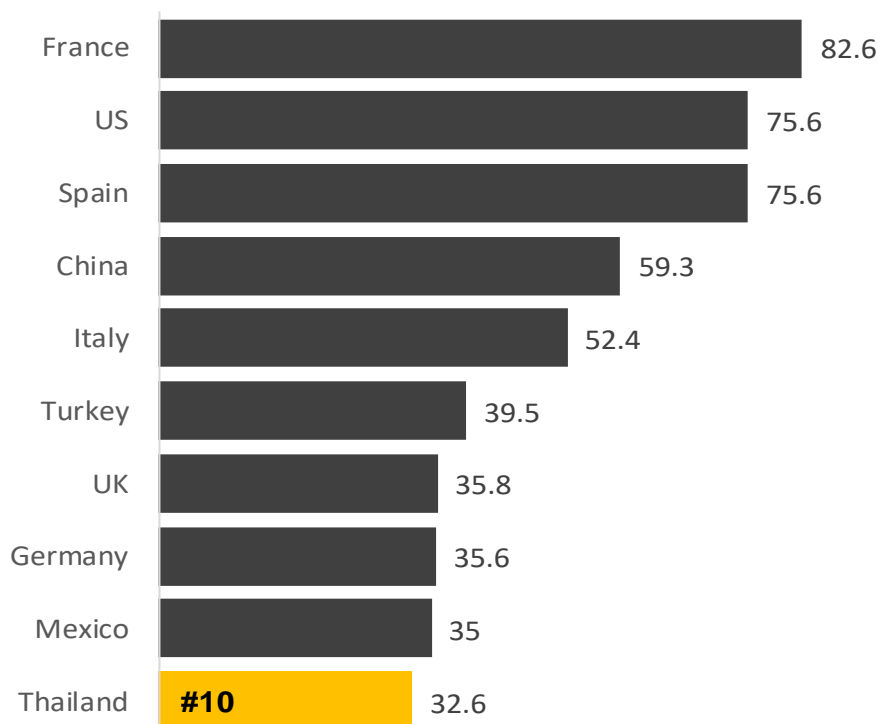
- | | |
|------------------------------|-----------------------------|
| 11. สนามบินชุมพร | 12. สนามบินหัวหิน |
| 13. สนามบินนราธิวาส | |
| ภาคตะวันออก | |
| 14. สนามบินตราด | 15. สนามบินอู่ตะเภา (พัทยา) |
| ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ | |
| 16. สนามบินร้อยเอ็ด | 17. สนามบินนครพนม |
| 18. สนามบินอุบลราชธานี | 19. สนามบินเลย |
| 20. สนามบินขอนแก่น | 21. สนามบินอุดรธานี |
| 22. สนามบินสกลนคร | 23. สนามบินบุรีรัมย์ |
| ภาคเหนือ | |
| 24. สนามบินนานาชาติเชียงใหม่ | 25. สนามบินเชียงราย |
| 26. สนามบินแม่สอด | 27. สนามบินแม่ฮ่องสอน |
| 28. สนามบินปาย | 29. สนามบินลำปาง |
| 30. สนามบินพิษณุโลก | 31. สนามบินสุโขทัย |
| 32. สนามบินน่าน | 33. สนามบินแพร่ |

นอกจากสนามบินแล้ว นักเดินทางยังสามารถเดินทางไปยังจังหวัดต่างๆ ของประเทศไทยได้ทั้งทางรถรถไฟ โดยมีรถขนส่งสาธารณะระหว่างเมืองให้บริการ และมีเส้นทางรถไฟเชื่อมโยงไปยังทุกภูมิภาคของประเทศ นอกจากนี้ประเทศไทยยังมีโครงการรถไฟความเร็วสูงและรถไฟรางเบาอีกหลายเส้นทางซึ่งอยู่ระหว่างการพัฒนา โดยเมื่อแล้วเสร็จจะสามารถอำนวยความสะดวกด้านการเดินทางได้อีกมาก

2) แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรม

ประเทศไทยมีความโดดเด่นในด้านการท่องเที่ยว โดยมีแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ในปี 2559 ประเทศไทยได้รับการจัดอันดับจาก United Nations World Tourism Organization ว่าเป็นจุดหมายปลายทางที่มีนักท่องเที่ยวมาเยือนมากที่สุดเป็นอันดับ 10 ของโลก โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวมาเยือนประเทศไทยในปี 2559 ประมาณ 32.6 ล้านคน

Most Visited Destinations by International Tourist Arrivals: 2016 (million)



ที่มา: United Nations World Tourism Organization

รูปที่ 1-15 การจัดอันดับจำนวนนักท่องเที่ยวตามรายประเทศ 2559

สถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่โดดเด่นของประเทศไทย สามารถแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ 1. สถานที่ท่องเที่ยวที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ (Landmark) 2. สถานที่ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ 3. สถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นมรดกโลก และ 4. งานประเพณีเทศกาลต่างๆ

- 1) สถานที่ท่องเที่ยวที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ (Landmark) ซึ่งสะท้อนถึงวัฒนธรรมแบบไทยๆ ที่เป็นเอกลักษณ์ของประเทศซึ่งนักท่องเที่ยวนิยมมาเยือน เช่น พระบรมมหาราชวัง วัดพระศรีรัตนศาสดาราม วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม วัดอรุณราชวราราม ปราสาทหินพิมาย เป็นต้น
- 2) สถานที่ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ มีทั้งที่ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ได้แก่ ทะเล ชายหาด หมู่เกาะ ซึ่งส่วนมากอยู่ทางภาคใต้และภาคตะวันออกของประเทศ โดยเฉพาะกลุ่มจังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามัน เช่น หมู่เกาะพีพี อ่าวพังงา หาดไร่เลย์ หมู่เกาะสิมิลัน เกาะเต่า เขาหลัก เขื่อนรัชชประภา เป็นต้น และภูเขา เทือกเขา และน้ำตกต่างๆ ในภาคเหนือ ภาคกลาง และภาคตะวันตก
- 3) สถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก ในประเทศไทย มีอยู่ 5 แห่ง ได้แก่ แหล่งโบราณคดีบ้านเชียง ผืนป่าดงพญาเย็น เขาใหญ่ อุทยานประวัติศาสตร์อยุธยา อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย และผืนป่าทุ่งใหญ่นเรศวร-ห้วยขาแข้ง
- 4) งานประเพณีเทศกาลต่างๆ อันเป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทยที่สามารถสร้างความตื่นตาตื่นใจให้นักท่องเที่ยวที่มาเยือน เช่น งานเทศกาลสงกรานต์ เทศกาลลอยกระทง ประเพณีลอยโคมยี่เป็ง งานบุญบั้งไฟ และเทศกาลผีตาโขน เป็นต้น

3) สถานที่จัดงาน

ประเทศไทยมีสถานที่จัดงานการประชุม สัมมนา และงานแสดงสินค้าจำนวนมากทั่วประเทศ โดยมีศูนย์ประชุมขนาดใหญ่ที่สุดของประเทศจำนวน 10 แห่ง เรียงตามลำดับ ดังนี้

ตารางที่ 1-6 ตารางแสดงสถานที่จัดงานประชุมและงานแสดงสินค้าในประเทศไทย

สถานที่จัดงาน	เมือง	พท. ในร่ม (ตร.ม.)	จำนวนหอประชุม	จำนวนห้องประชุม	ห้องใหญ่สุด (ตร.ม.)
1. ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุม อิมแพ็ค เมืองทองธานี	กรุงเทพ	137,000	13	52	60,000
2. ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค	กรุงเทพ	57,339	8	28	20,320
3. ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์	กรุงเทพ	13,971	3	28	4,690
4. ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติเฉลิมพระเกียรติ 7 รอบ พระชนมพรรษา	เชียงใหม่	8,505	3	41	N/A
5. รอยัลพารากอนฮอลล์	กรุงเทพ	7,800	3	9	N/A
6. ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ ขอนแก่น	ขอนแก่น	7,500	1	N/A	4,000
7. ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้าพัทยา พิชไทยแลนด์	พัทยา	6,925	1	N/A	N/A
8. เซ็นทาราแกรนด์และบางกอกคอนเวนชันเซ็นเตอร์ เซ็นทรัลเวิลด์	กรุงเทพ	5,403	1	N/A	N/A
9. ศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	สงขลา	4,880	2	N/A	N/A
10. ศูนย์จัดประชุมและนิทรรศการ รอยัล ภูเก็ต มารีน่า	ภูเก็ต	2,500	1	N/A	N/A

ที่มา: UFI, Cvent

สถานที่จัดงานที่ได้มาตรฐาน มีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อม สามารถรองรับการจัดงานได้ โดยผ่านเกณฑ์มาตรฐานของสถานที่จัดงานประเทศไทย (ประเภทห้องประชุม) หรือ Thailand MICE Venue Standard (TMVS): Category Meeting Room ทั่วประเทศในปี 2560 มีจำนวน 107 แห่ง 332 ห้อง

4) โรงแรมที่พัก

ประเทศไทยมีโรงแรม รีสอร์ท และเกสต์เฮาส์ 9,580 แห่งทั่วประเทศ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว โดยมีโรงแรมหลากหลายประเภทในการตอบสนองต่อความต้องการที่หลากหลายของนักท่องเที่ยวต่างๆ โดยที่พักเหล่านี้กระจายอยู่ตามภูมิภาคต่างๆ ทั่วประเทศ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 1-7 โรงแรมที่พักในประเทศไทย

ภูมิภาค	จำนวนโรงแรมและรีสอร์ท	จำนวนเกสต์เฮาส์
ภาคกลาง	2,705	110
ภาคเหนือ	1,136	111
ภาคตะวันออก	1,268	36
ภาคตะวันตก	595	15
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	695	16
ภาคใต้	2,569	324
รวม	8,968	612

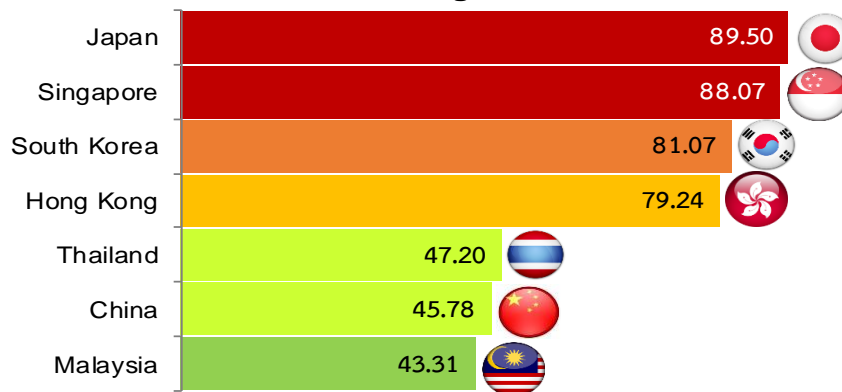
ที่มา: จำนวนโรงแรม รีสอร์ท และเกสต์เฮาส์จากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ณ วันที่ 19 มีนาคม 2561

นอกจากให้บริการที่พักแล้ว บางโรงแรมยังมีห้องประชุมและห้องจัดสัมมนาให้บริการอีกด้วย โดยจากการข้อมูลของ Cvent ผู้ให้บริการเทคโนโลยีการจัดประชุมและอีเวนต์ โรงแรมในประเทศไทยที่มีห้องประชุมและห้องจัดสัมมนาให้บริการ มีจำนวนทั้งสิ้น 2,597 แห่ง ซึ่งแสดงถึงศักยภาพในการมีทั้งที่พักและที่จัดงานที่เพียงพอต่อการรองรับการจัดงานไมซีในประเทศไทย

5) ความคุ้มค่าด้านราคา

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความคุ้มค่าทางด้านราคา เนื่องจากมีค่าครองชีพไม่สูงมากเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ นักเดินทางสามารถซื้อหาสินค้าและบริการที่ดีและมีคุณภาพในราคาที่ไม่แพงมาก โดยในกลุ่มประเทศเอเชีย ในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงและเอเชียใต้ ประเทศที่มีค่าครองชีพสูง ได้แก่ ญี่ปุ่น ซึ่งมีดัชนีค่าครองชีพที่ 89.5 รองมาคือ สิงคโปร์ 88.07 เกาหลีใต้ 81.07 ฮองกง 79.24 ส่วนประเทศไทย มีดัชนีค่าครองชีพอยู่ที่ 47.2 ซึ่งใกล้เคียงกับค่าเฉลี่ยของประเทศจีน ที่ 45.78

Cost of Living Index



ที่มา: Numbeo

รูปที่ 1-16 การเปรียบเทียบดัชนีค่าครองชีพแต่ละประเทศ 2560

อย่างไรก็ดี ในเมืองหรือจังหวัดขนาดใหญ่ที่เป็นที่นิยมอาจจะมีค่าครองชีพสูงกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศ ตัวอย่างเช่น ในกรุงเทพฯ มีดัชนีค่าครองชีพอยู่ที่ 54.15 และมีค่าใช้จ่ายต่อเดือนโดยเฉลี่ยประมาณ 20,138.61 บาท ภูเก็ต มีดัชนีค่าครองชีพ 55.08 ค่าใช้จ่ายต่อเดือนโดยเฉลี่ยประมาณ 19,138.54 บาท เชียงใหม่ มีดัชนีค่าครองชีพ 47.5 ค่าใช้จ่ายต่อเดือนโดยเฉลี่ยประมาณ 17,270.58 บาท และพัทยา มีดัชนีค่าครองชีพ 47.02 ค่าใช้จ่ายต่อเดือนโดยเฉลี่ยประมาณ 17,275.70 บาท



Bangkok

Cost of Living Index: 54.15
Rent Index: 24.69
Cost of Living + Rent Index: 39.64
Groceries Index: 63.28
A single person monthly costs: 20,138.61 Baht without rent.



Phuket

Cost of Living Index: 55.08
Rent Index: 13.90
Cost of Living + Rent Index: 34.81
Groceries Index: 60.64
A single person monthly costs: 19,138.54 Baht without rent.



Chiang Mai

Cost of Living Index: 47.50
Rent Index: 11.72
Cost of Living + Rent Index: 29.88
Groceries Index: 60.84
A single person monthly costs: 17,270.58 Baht without rent.



Pattaya

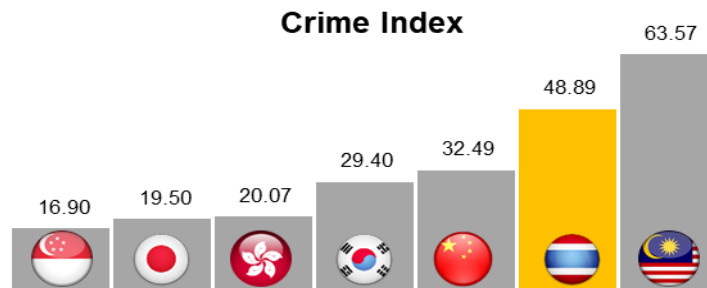
Cost of Living Index: 47.02
Rent Index: 17.05
Cost of Living + Rent Index: 32.27
Groceries Index: 53.16
A single person monthly costs: 17,275.70 Baht without rent.

ที่มา: Numbeo

รูปที่ 1-17 การเปรียบเทียบดัชนีค่าครองชีพในประเทศ

6) ความปลอดภัย

ในด้านของความปลอดภัย ถึงแม้จะมีดัชนีอาชญากรรมสูงกว่าประเทศสิงคโปร์ ญี่ปุ่น ฮองกง เกาหลีใต้ และจีน โดยประเทศไทยมีดัชนีอาชญากรรม (Crime Index) ที่ 48.89 และมีดัชนีความปลอดภัย (Safety Index) ที่ 51.11 อย่างไรก็ตามประเทศไทยค่อนข้างมีความปลอดภัย เนื่องจาก ปัญหาเรื่องการเหยียดเชื้อชาติ และศาสนาอยู่ในระดับต่ำ รวมทั้ง ปัญหาด้านภัยพิบัติทางธรรมชาติที่ไม่รุนแรงมากนักเมื่อเทียบกับประเทศอื่น



ที่มา: Numbeo

รูปที่ 1-18 การเปรียบเทียบดัชนีอาชญากรรมแต่ละประเทศ 2560

ปัญหาอาชญากรรมส่วนใหญ่ของไทยได้รับผลกระทบจาก ปัญหาด้านการทุจริตคอร์รัปชัน (84.56) การเพิ่มขึ้นของอาชญากรรม (64.6) และปัญหายาเสพติด (63.18)

และเมื่อเปรียบเทียบดัชนีอาชญากรรมตามรายจังหวัด พบว่ามีดัชนีอาชญากรรมเรียงจากมากไปน้อย ดังนี้ ชลบุรี (66.41) กระบี่ (64.06) สมุทรปราการ (62.50) ภูเก็ต (58.46) พัทยา (57.85) หัวหิน (55.88) ระยอง (55.00) สมุย (53.80) กรุงเทพฯ (48.59) บุรีรัมย์ (42.45) ขอนแก่น (39.51) หาดใหญ่ (34.9) เชียงใหม่ (29.65) และเชียงราย (24.84)



ที่มา: Numbeo

รูปที่ 1-19 ดัชนีอาชญากรรมของประเทศไทย 2560

จากการศึกษาสมรรถนะของประเทศไทยในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ พบว่าประเทศไทยมีศักยภาพในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ให้เติบโตได้ โดยประเทศไทยมีจุดเด่นที่เอื้อต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ ทั้งด้านการเดินทางเข้าสู่ประเทศที่มีหลายเที่ยวบิน การเดินทางในประเทศก็สามารถทำได้โดยสะดวก ประเทศไทยมีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวทำให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวไมซ์และผู้จัดงานไมซ์ให้มาจัดงานในประเทศไทยได้นอกจากนี้ยังมีความพร้อมในด้านสถานที่จัดงานและโรงแรมที่พักที่ได้มาตรฐานและพอเพียงต่อการจัดงาน อีกทั้งประเทศไทยยังมีค่าครองชีพที่ไม่แพงจนเกินไป ทำให้ประเทศไทยเป็นตัวเลือกที่ดีในการจัดงาน และประเทศไทยนับเป็นประเทศที่มีความปลอดภัยพอสมควร โดยไม่มีปัญหาด้านภัยพิบัติที่รุนแรงหรือการก่อการร้ายและวินาศกรรมเมื่อเทียบกับประเทศอื่น

1.2.4 ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย

การศึกษาและวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศต่างๆ ในภูมิภาค จะทำให้ทราบถึงจุดเด่นและข้อจำกัดของอุตสาหกรรมไมซ์ในด้านต่างๆ เมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาต่อไป โดยแบ่งการศึกษาออกเป็นด้านต่างๆ ได้แก่ 1. ความสะดวกในการเดินทาง 2. การสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน 3. กิจกรรมนอกจากการประชุม 4. ที่พักและสถานที่จัดงาน 5. ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของประเทศ 6. สภาพแวดล้อมของประเทศ และ 7. ความเสี่ยงและความปลอดภัย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 1-8 ตัวชี้วัดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์

ประเภท	เกณฑ์การวัด	จีน	ญี่ปุ่น	เกาหลีใต้	ฮ่องกง	สิงคโปร์	มาเลเซีย	ไทย
1. ความสะดวกในการเดินทาง	เที่ยวบินระหว่างประเทศ (Available Seat Kilometres, International) ⁽¹⁾	4,489	3,647	2,248	2,641	2,364	1,481	2,426
	เที่ยวบินในประเทศ (Available Seat Kilometres, Domestic) ⁽¹⁾	11,209	2,174	197	n/a	n/a	457	475
	จำนวนสายการบินที่ให้บริการ (Number of Operating Airlines) ⁽¹⁾	158	100	76	90	73	78	122
	ประสิทธิภาพการคมนาคมทางบก (Ground Transport Efficiency) ⁽¹⁾	4.8	6.6	5.6	6.1	5.9	4.8	3
	ดัชนีสภาพจราจรติดขัด (Traffic Index) ⁽²⁾	175.38	154.8	111.31	140.99	172.27	164.72	189.76
2. การสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน	ความสะดวกในการดำเนินธุรกิจ (Ease of Doing Business Rank) ⁽³⁾	78	34	4	5	2	24	26
	โอกาสทางธุรกิจ (Global Opportunity Rank) ⁽⁴⁾	46	9	11	1	6	26	41
	นโยบายและมาตรฐานสากล (International Standard & Policy Rank) ⁽⁴⁾	102.0	28.0	47.0	14.0	19.0	57.0	68.0
	การสนับสนุนของรัฐด้านการท่องเที่ยว (Government Prioritization of Travel and Tourism Industry) ⁽¹⁾	5	5.8	5.3	6.1	6.2	5.7	5.9

ประเภท	เกณฑ์การวัด	จีน	ญี่ปุ่น	เกาหลีใต้	ฮ่องกง	สิงคโปร์	มาเลเซีย	ไทย
	คุณภาพการให้บริการ การใส่ใจลูกค้า (Degree of Customer Orientation) ⁽¹⁾	4.6	6.2	5.3	5.7	5.8	5.6	5.4
	บุคลากรที่มีคุณภาพ (Ease of Finding Skilled Employees) ⁽¹⁾	5	4.8	4.8	4.7	5.1	5.3	3.9
	ความสามารถการสื่อสารภาษาอังกฤษ (English Proficiency Index) ⁽¹⁾	50.94	51.69	54.87	54.29	63.52	60.7	47.21
3. กิจกรรมนอก จากการประชุม	แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural Resources) ⁽¹⁾	5.3	4.3	2.3	3.5	2.4	4.1	4.9
	แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและการเดินทางธุรกิจ (Cultural Resources & Business Travel) ⁽¹⁾	6.9	6.5	4.9	3.0	3.1	2.9	2.8
4. ที่พักและ สถานที่จัดงาน	ดัชนีราคาโรงแรม (Hotel Price Index) ⁽¹⁾	81.2	140.6	143.8	184.5	205	85.2	102
	ความได้เปรียบด้านราคา (Price Competitiveness) ⁽¹⁾	5.3	4.6	4.7	4.2	4.7	6.1	5.6
	จำนวนห้องโรงแรม/ประชากร 100 คน (Hotel Rooms Number/100 pop.) ⁽¹⁾	0.1	1.1	0.2	1.2	1.1	1.0	1.0
	จำนวนโรงแรม 3 -5 ดาว (3-5 Star Hotels) ⁽⁵⁾	14,008	6,528	1,018	275	290	2,395	7,418
5. ภาวลักษณะ และควมมี ชื่อเสียงของ ประเทศ	พื้นที่จัดประชุมและแสดงสินค้า (Gross Indoor Size of Exhibition Center: 1000 sq.m.) ⁽⁶⁾	5,761	373	308	150	220	124	244
	ภาพลักษณ์ของประเทศ (Country Brand Strategy Rating) ⁽¹⁾	82.6	79.5	78.7	84.8	79.7	72.1	74.7
	ประสิทธิภาพประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว (Effectiveness of marketing and branding to attract tourists) ⁽¹⁾	4.9	5.1	4.5	5.7	6	5.7	5.3
	การจัดอันดับของ UFI ในกลุ่มประเทศเอเชียแปซิฟิก (UFI (Asia Pacific) Ranking) ⁽⁶⁾	1	2	4	5	9	10	8
	การจัดอันดับของ ICCA (ICCA Global Ranking) ⁽⁷⁾	7	7	13	38	28	35	24
6. สภาพแวดล้อม ของประเทศ	คุณภาพของโครงสร้างพื้นฐานทางอากาศ (Quality of Air Transport Infrastructure) ⁽¹⁾	4.8	5.6	5.7	6.6	6.9	5.7	5
	คุณภาพของถนน (Quality of Roads) ⁽¹⁾	4.8	6.1	5.6	6.2	6.3	5.5	4.2
	คุณภาพทางรถไฟ (Quality of Railroad Infrastructure) ⁽¹⁾	5.1	6.7	5.5	6.4	5.7	5.1	2.5
	คุณภาพของท่าเรือ (Quality of Port Infrastructure) ⁽¹⁾	4.6	5.3	5.2	6.4	6.7	5.4	4.2
	ความครอบคลุมของเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Network Coverage) ⁽¹⁾	99.5	99.9	99.9	100	100	96	97

ประเภท	เกณฑ์การวัด	จีน	ญี่ปุ่น	เกาหลีใต้	ฮ่องกง	สิงคโปร์	มาเลเซีย	ไทย
	ความพร้อมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (ICT Readiness) ⁽¹⁾	4.6	6.1	6.2	6.5	6.1	5.2	4.8
7. ความเสี่ยงและ ความปลอดภัย	ดัชนีอาชญากรรม (Crime Index) ⁽²⁾	32.49	19.5	29.4	20.07	16.9	63.57	48.88
	ดัชนีการก่อการร้าย (Index of Terrorism Incidence) ⁽¹⁾	3.5	6.9	7	7	7	6.7	1

ที่มา: (1) WEF T&T 2560

(2) Numbeo

(3) World Bank Group 2561

(4) Global Opportunity Index 2559

(5) Booking.com

(6) UFI 2559



(7) ICCA 2559

ตารางที่ 1-9 การเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์

ประเภท	ตัวชี้วัด	จีน	ญี่ปุ่น	เกาหลีใต้	ฮ่องกง	สิงคโปร์	มาเลเซีย	ไทย
1. ความสะดวกในการเดินทาง	เที่ยวบินระหว่างประเทศ (Available Seat Kilometres, International) ⁽¹⁾							
	เที่ยวบินในประเทศ (Available Seat Kilometres, Domestic) ⁽¹⁾				n/a	n/a		
	จำนวนสายการบินที่ให้บริการ (Number of Operating Airlines) ⁽¹⁾							
	ประสิทธิภาพการคมนาคมทางบก (Ground Transport Efficiency) ⁽¹⁾							
	ดัชนีสภาพจราจรติดขัด (Traffic Index) ⁽²⁾							
2. การสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน	ความสะดวกในการดำเนินธุรกิจ (Ease of Doing Business Rank) ⁽³⁾							
	โอกาสทางธุรกิจ (Global Opportunity Rank) ⁽⁴⁾							
	นโยบายและมาตรฐานสากล (International Standard & Policy Rank) ⁽⁴⁾							
	การสนับสนุนของรัฐด้านการท่องเที่ยว (Government Prioritization of Travel and Tourism Industry) ⁽¹⁾							
	คุณภาพการให้บริการ การใส่ใจลูกค้า (Degree of Customer Orientation) ⁽¹⁾							
	บุคลากรที่มีคุณภาพ (Ease of Finding Skilled Employees) ⁽¹⁾							
	ความสามารถการสื่อสารภาษาอังกฤษ (English Proficiency Index) ⁽¹⁾							
3. กิจกรรมนอกจากการประชุม	แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural Resources) ⁽¹⁾							
	แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและการเดินทางธุรกิจ (Cultural Resources & Business Travel) ⁽¹⁾							
4. ที่พักและสถานที่จัดงาน	ดัชนีราคาโรงแรม (Hotel Price Index) ⁽¹⁾							
	ความได้เปรียบด้านราคา (Price Competitiveness) ⁽¹⁾							
	จำนวนห้องโรงแรม/ประชากร 100 คน (Hotel Rooms Number/100 pop.) ⁽¹⁾							
	จำนวนโรงแรม 3-5 ดาว (3-5 Star Hotels) ⁽⁵⁾							
	พื้นที่จัดประชุมและแสดงสินค้า (Gross Indoor Size of Exhibition Center: 1000 sq.m.) ⁽⁶⁾							
5. ภาพลักษณ์และความมีชื่อเสียงของประเทศ	ภาพลักษณ์ของประเทศ (Country Brand Strategy Rating) ⁽¹⁾							
	ประสิทธิภาพประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว (Effectiveness of marketing and branding to attract tourists) ⁽¹⁾							
	การจัดอันดับของ UFI ในกลุ่มประเทศเอเชียแปซิฟิก (UFI (Asia Pacific) Ranking) ⁽⁶⁾							
	การจัดอันดับของ ICCA (ICCA Global Ranking) ⁽⁷⁾							
6. สภาพแวดล้อมของประเทศ	คุณภาพของโครงสร้างพื้นฐานทางอากาศ (Quality of Air Transport Infrastructure) ⁽¹⁾							
	คุณภาพของถนน (Quality of Roads) ⁽¹⁾							
	คุณภาพทางรถไฟ (Quality of Railroad Infrastructure) ⁽¹⁾							
	คุณภาพของท่าเรือ (Quality of Port Infrastructure) ⁽¹⁾							
	ความครอบคลุมของเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Network Coverage) ⁽¹⁾							
	ความพร้อมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (ICT Readiness) ⁽¹⁾							
7. ความเสี่ยงและความปลอดภัย	ดัชนีอาชญากรรม (Crime Index) ⁽²⁾							
	ดัชนีการก่อการร้าย (Index of Terrorism Incidence) ⁽¹⁾							

หมายเหตุ: Poor Excellent

ตารางที่ 1-10 สรุปความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์


ความสามารถในการแข่งขัน	 จีน	 ญี่ปุ่น	 เกาหลีใต้	 ฮองกง	 สิงคโปร์	 มาเลเซีย	 ไทย
1.ความสะดวกในการเดินทาง							
2.การสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน							
3.กิจกรรมนอกจากการประชุม							
4.ที่พักและสถานที่จัดงาน							
5.ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของประเทศ							
6.สภาพแวดล้อมของประเทศ							
7.ความเสี่ยงและความปลอดภัย							


หมายเหตุ: Poor      Excellent

แต่ละประเทศมีความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ โดยมีจุดแข็งและจุดอ่อนในด้านต่างๆ แตกต่างกันไป โดยใช้เกณฑ์ในการพิจารณาเมืองที่เหมาะสมสำหรับการจัดงานไมซ์ใน 7 ด้านด้วยกัน จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล พบว่าแต่ละประเทศมีความสามารถการแข่งขันในด้านต่างๆ ดังนี้

1. ประเทศจีน


ประเทศจีน มีกิจกรรมเพิ่มเติมนอกจากการประชุมมาก มีที่พักและสถานที่จัดงานมาก ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของประเทศดีเยี่ยม ความสะดวกในการเดินทางค่อนข้างดี มีความปลอดภัยค่อนข้างมาก มีการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชนพอสมควร และสภาพแวดล้อมของประเทศอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีรายละเอียด ดังนี้


 ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศจีน	
1.ความสะดวกในการเดินทาง	<ul style="list-style-type: none"> ● มีความสะดวกในการเดินทางเข้าสู่ประเทศโดยมีเที่ยวบินเชื่อมโยงกับประเทศต่างๆ และมีเที่ยวบินในประเทศเชื่อมโยงระหว่างเมืองต่างๆ เป็นจำนวนมาก ● เนื่องจากประเทศจีนมีพื้นที่มาก ทำให้ถนนและระบบรางยังไม่ครอบคลุมทั่วประเทศ ● ตามเมืองใหญ่ของประเทศจีนมีการจราจรหนาแน่นโดยเฉพาะในช่วงวันเร่งด่วน
2.การสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน	<ul style="list-style-type: none"> ● มีความสะดวกในการดำเนินธุรกิจ และโอกาสในการทำธุรกิจพอสมควร ● นโยบายและมาตรการต่างๆ ยังไม่ได้มาตรฐานสากลมากนัก การสนับสนุนของรัฐด้านการท่องเที่ยวอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง ● บุคลากรคุณภาพมีจำนวนมาก ทักษะด้านภาษาดี แต่คุณภาพด้านบริการมีปานกลาง

 ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศจีน	
3. กิจกรรมเพิ่มเติม นอกเหนือจากการประชุม	<ul style="list-style-type: none"> • มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเป็นจำนวนมาก และมีความโดดเด่น • ประเทศจีนเป็นประเทศใหญ่มีประวัติศาสตร์ยาวนานจึงมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์และโบราณสถาน เป็นจำนวนมาก
4. ที่พักและสถานที่จัดงาน	<ul style="list-style-type: none"> • มีโรงแรมระดับ 3 ดาวขึ้นไปจำนวนมาก ราคาที่พักโดยเฉลี่ยถูกเมื่อเทียบกับประเทศอื่น • มีสถานที่จัดงานจำนวนมาก • มีความได้เปรียบด้านราคา ค่าครองชีพไม่แพง
5. ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของประเทศ	<ul style="list-style-type: none"> • ภาพลักษณ์ของประเทศดีเยี่ยม การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพพอสมควร • การจัดอันดับของ UFI ในกลุ่มประเทศเอเชียแปซิฟิกดีเยี่ยม อยู่อันดับ 1 • การจัดอันดับของ ICCA ดีเยี่ยม อยู่อันดับ 7
6. สภาพแวดล้อมของประเทศ	<ul style="list-style-type: none"> • คุณภาพโครงสร้างพื้นฐานทางอากาศปานกลาง • คุณภาพถนนปานกลาง ระบบรางค่อนข้างดี คุณภาพท่าเรือปานกลาง • ระบบเครือข่ายมือถือครอบคลุมทั่วประเทศ มีความพร้อมของเทคโนโลยีสารสนเทศปานกลาง
7. ความเสี่ยงและความปลอดภัย	<ul style="list-style-type: none"> • มีความปลอดภัยจากอาชญากรรมพอสมควร • มีปัญหาการก่อการร้ายค่อนข้างน้อย

2. ประเทศญี่ปุ่น


ประเทศญี่ปุ่น มีความสะดวกในการเดินทางดีเยี่ยม มีการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชนดีเยี่ยม ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของประเทศดีเยี่ยม สภาพแวดล้อมของประเทศดีเยี่ยม มีความปลอดภัยสูง มีกิจกรรมเพิ่มเติมนอกจากการประชุมค่อนข้างมาก และมีที่พักและสถานที่จัดงานค่อนข้างมาก โดยมีรายละเอียด ดังนี้

 ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศญี่ปุ่น	
1. ความสะดวกในการเดินทาง	<ul style="list-style-type: none"> • มีความสะดวกในการเดินทางเข้าสู่ประเทศโดยมีเที่ยวบินเชื่อมโยงกับประเทศต่างๆ และมีเที่ยวบินในประเทศเชื่อมโยงระหว่างเมืองต่างๆ เป็นจำนวนมาก • ระบบขนส่งทางบกมีประสิทธิภาพดีเยี่ยม มีระบบรางเชื่อมโยงไปสู่ภูมิภาคต่างๆ ทั่วประเทศ
2. การสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน	<ul style="list-style-type: none"> • มีความสะดวกในการดำเนินธุรกิจดี และมีโอกาสในการทำธุรกิจมาก • นโยบายและมาตรการต่างๆ เป็นไปมาตรฐานสากล รัฐบาลให้การสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวดี • บุคลากรคุณภาพมีจำนวนมาก ทักษะด้านภาษาดี คุณภาพด้านบริการดีเยี่ยม
3. กิจกรรมเพิ่มเติม นอกเหนือจากการประชุม	<ul style="list-style-type: none"> • มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเป็นจำนวนมาก • มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และโบราณสถาน เป็นจำนวนมาก และมีงานประเพณีต่างๆ มากมาย
4. ที่พักและสถานที่จัดงาน	<ul style="list-style-type: none"> • มีโรงแรมระดับ 3 ดาวขึ้นไปจำนวนค่อนข้างมาก ราคาที่พักค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับประเทศอื่น • มีสถานที่จัดงานค่อนข้างมาก • มีความได้เปรียบด้านราคาปานกลาง ค่าครองชีพค่อนข้างสูง
5. ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของประเทศ	<ul style="list-style-type: none"> • ภาพลักษณ์ของประเทศดี การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพดี • การจัดอันดับของ UFI ในกลุ่มประเทศเอเชียแปซิฟิกดีเยี่ยม อยู่อันดับ 2 • การจัดอันดับของ ICCA ดีเยี่ยม อยู่อันดับ 7

 ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศญี่ปุ่น	
6. สภาพแวดล้อมของประเทศ	<ul style="list-style-type: none"> • คุณภาพโครงสร้างพื้นฐานทางอากาศดี • คุณภาพถนนดีเยี่ยม ระบบรางดีเยี่ยม คุณภาพท่าเรือดี • ระบบเครือข่ายมือถือครอบคลุมทั่วประเทศ มีความพร้อมของเทคโนโลยีสารสนเทศดีเยี่ยม
7. ความเสี่ยงและความปลอดภัย	<ul style="list-style-type: none"> • มีความปลอดภัยสูง ไม่ค่อยมีปัญหาอาชญากรรม • มีปัญหาการก่อการร้ายปานกลาง

3. ประเทศเกาหลีใต้

ประเทศเกาหลีใต้ มีความสะดวกในการเดินทางค่อนข้างมาก มีการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชนค่อนข้างมาก ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของประเทศดี สภาพแวดล้อมของประเทศดี มีความปลอดภัยค่อนข้างสูง มีกิจกรรมเพิ่มเติมนอกจากการประชุมพอสสมควร และมีที่พักและสถานที่จัดงานพอสสมควร โดยมีรายละเอียดดังนี้

 ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศเกาหลีใต้	
1. ความสะดวกในการเดินทาง	<ul style="list-style-type: none"> • มีความสะดวกในการเดินทางเข้าสู่ประเทศโดยมีเที่ยวบินเชื่อมโยงกับประเทศต่างๆ และมีเที่ยวบินในประเทศเชื่อมโยงระหว่างเมืองต่างๆ • ระบบขนส่งทางบกค่อนข้างดี มีถนนและระบบรางเชื่อมโยงทั่วประเทศ
2. การสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน	<ul style="list-style-type: none"> • มีความสะดวกในการดำเนินธุรกิจดีเยี่ยม และมีโอกาสในการทำธุรกิจมาก • นโยบายและมาตรการต่างๆ เป็นไปมาตรฐานสากล รัฐสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวปานกลาง • บุคลากรคุณภาพมีจำนวนมาก ทักษะด้านภาษาดี คุณภาพด้านบริการดี
3. กิจกรรมเพิ่มเติม นอกเหนือจากการประชุม	<ul style="list-style-type: none"> • มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเป็นจำนวนมาก • มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และโบราณสถาน เป็นจำนวนมาก
4. ที่พักและสถานที่จัดงาน	<ul style="list-style-type: none"> • มีโรงแรมระดับ 3 ดาวขึ้นไปจำนวนมาก ราคาที่พักค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับประเทศอื่น • มีสถานที่จัดงานค่อนข้างมาก • มีความได้เปรียบด้านราคาปานกลาง ค่าครองชีพค่อนข้างสูง
5. ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของประเทศ	<ul style="list-style-type: none"> • ภาพลักษณ์ของประเทศดี การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพพอสสมควร • การจัดอันดับของ UFI ในกลุ่มประเทศเอเชียแปซิฟิกดีเยี่ยม อยู่อันดับ 4 • การจัดอันดับของ ICCA ดี อยู่อันดับ 13
6. สภาพแวดล้อมของประเทศ	<ul style="list-style-type: none"> • คุณภาพโครงสร้างพื้นฐานทางอากาศดี • คุณภาพถนนดี ระบบรางค่อนข้างดี คุณภาพท่าเรือดี • ระบบเครือข่ายมือถือครอบคลุมทั่วประเทศ มีความพร้อมของเทคโนโลยีสารสนเทศดีเยี่ยม
7. ความเสี่ยงและความปลอดภัย	<ul style="list-style-type: none"> • มีความปลอดภัยค่อนข้างมาก ปัญหาอาชญากรรมน้อย • มีปัญหาการก่อการร้ายปานกลาง


4. ประเทศฮ่องกง


ประเทศฮ่องกง มีการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชนดีเยี่ยม สภาพแวดล้อมของประเทศดีเยี่ยม มีความสะดวกในการเดินทางค่อนข้างมาก ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของประเทศดี มีความปลอดภัยค่อนข้างสูง มีกิจกรรมเพิ่มเติมนอกจากการประชุมพอสสมควร และมีที่พักและสถานที่จัดงานพอสสมควร โดยมีรายละเอียด ดังนี้

 ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศฮ่องกง	
1. ความสะดวกในการเดินทาง	<ul style="list-style-type: none"> ● มีความสะดวกในการเดินทางเข้าสู่ประเทศโดยมีเที่ยวบินเชื่อมโยงกับประเทศต่างๆ ● ระบบขนส่งทางบกมีประสิทธิภาพ มีถนนและระบบรางเชื่อมโยงทั่วประเทศ
2. การสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน	<ul style="list-style-type: none"> ● มีความสะดวกในการดำเนินธุรกิจดีเยี่ยม และมีโอกาสในการทำธุรกิจมาก ● นโยบายและมาตรการต่างๆ เป็นไปมาตรฐานสากล รัฐสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวมาก ● บุคลากรคุณภาพมีจำนวนมาก ทักษะด้านภาษาดี คุณภาพด้านบริการดี
3. กิจกรรมเพิ่มเติม นอกเหนือจากการประชุม	<ul style="list-style-type: none"> ● มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติพอสสมควร ● มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และโบราณสถาน พอสสมควร
4. ที่พักและสถานที่จัดงาน	<ul style="list-style-type: none"> ● มีโรงแรมระดับ 3 ดาวขึ้นไปจำนวนปานกลาง ราคาที่พักสูงเมื่อเทียบกับประเทศอื่น ● มีสถานที่จัดงานไม่มากนัก ● มีความได้เปรียบด้านราคาปานกลาง ค่าครองชีพค่อนข้างสูง
5. ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของประเทศ	<ul style="list-style-type: none"> ● ภาพลักษณ์ของประเทศดีเยี่ยม การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพดี ● การจัดอันดับของ UFI ในกลุ่มประเทศเอเชียแปซิฟิกดีเยี่ยม อยู่อันดับ 5 ● การจัดอันดับของ ICCA ปานกลาง อยู่อันดับ 38
6. สภาพแวดล้อมของประเทศ	<ul style="list-style-type: none"> ● คุณภาพโครงสร้างพื้นฐานทางอากาศดีเยี่ยม ● คุณภาพถนนดีเยี่ยม ระบบรางดีเยี่ยม คุณภาพท่าเรือดีเยี่ยม ● ระบบเครือข่ายมือถือครอบคลุมทั่วประเทศ มีความพร้อมของเทคโนโลยีสารสนเทศดีเยี่ยม
7. ความเสี่ยงและความปลอดภัย	<ul style="list-style-type: none"> ● มีความปลอดภัยค่อนข้างมาก ปัญหาอาชญากรรมน้อย ● มีปัญหาการก่อการร้ายปานกลาง

5. ประเทศสิงคโปร์


ประเทศสิงคโปร์ มีการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชนดีเยี่ยม สภาพแวดล้อมของประเทศดีเยี่ยม มีความปลอดภัยสูง มีความสะดวกในการเดินทางค่อนข้างมาก ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของประเทศดี มีที่พักและสถานที่จัดงานพอสสมควร แต่มีกิจกรรมเพิ่มเติมนอกจากการประชุมค่อนข้างน้อย โดยมีรายละเอียด ดังนี้


 ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศสิงคโปร์	
1. ความสะดวกในการเดินทาง	<ul style="list-style-type: none"> ● มีความสะดวกในการเดินทางเข้าสู่ประเทศโดยมีเที่ยวบินเชื่อมโยงกับประเทศต่างๆ ● ระบบขนส่งทางบกมีประสิทธิภาพ มีถนนและระบบรางเชื่อมโยงทั่วประเทศ ● มีปัญหาการจราจรหนาแน่น ทำให้การเดินทางด้วยรถยนต์อาจใช้เวลานาน

 ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศสิงคโปร์	
2. การสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน	<ul style="list-style-type: none"> ● มีความสะดวกในการดำเนินธุรกิจดีเยี่ยม และมีโอกาสในการทำธุรกิจมาก ● นโยบายและมาตรการต่างๆ เป็นไปมาตรฐานสากล รัฐสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวมาก ● บุคลากรคุณภาพมีจำนวนมาก ทักษะด้านภาษาดีเยี่ยม คุณภาพด้านบริการดี
3. กิจกรรมเพิ่มเติม นอกเหนือจากการประชุม	<ul style="list-style-type: none"> ● มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติน้อย ส่วนใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างขึ้น ● มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมพอสมควร
4. ที่พักและสถานที่จัดงาน	<ul style="list-style-type: none"> ● มีโรงแรมระดับ 3 ดาวขึ้นไปจำนวนปานกลาง ราคาที่พักสูงเมื่อเทียบกับประเทศอื่น ● มีสถานที่จัดงานจำนวนปานกลาง ● มีความได้เปรียบด้านราคาปานกลาง ค่าครองชีพค่อนข้างสูง
5. ภาพลักษณ์และความมีชื่อเสียงของประเทศ	<ul style="list-style-type: none"> ● ภาพลักษณ์ของประเทศดี การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพดีเยี่ยม ● การจัดอันดับของ UFI ในกลุ่มประเทศเอเชียแปซิฟิกดี อยู่อันดับ 9 ● การจัดอันดับของ ICCA ดี อยู่อันดับ 28
6. สภาพแวดล้อมของประเทศ	<ul style="list-style-type: none"> ● คุณภาพโครงสร้างพื้นฐานทางอากาศดีเยี่ยม ● คุณภาพถนนดีเยี่ยม ระบบรางค่อนข้างดี คุณภาพท่าเรือดีเยี่ยม ● ระบบเครือข่ายมือถือครอบคลุมทั่วประเทศ มีความพร้อมของเทคโนโลยีสารสนเทศดีเยี่ยม
7. ความเสี่ยงและความปลอดภัย	<ul style="list-style-type: none"> ● มีความปลอดภัยค่อนข้างสูง ไม่ค่อยมีปัญหาอาชญากรรม ● มีปัญหาการก่อการร้ายปานกลาง

6. ประเทศมาเลเซีย


ประเทศมาเลเซีย มีที่พักและสถานที่จัดงานมาก มีการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชนค่อนข้างดี สภาพแวดล้อมของประเทศค่อนข้างดี มีความสะดวกในการเดินทางปานกลาง มีกิจกรรมเพิ่มเติมนอกจากการประชุมปานกลาง ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของประเทศอยู่ในระดับปานกลาง มีความปลอดภัยพอสมควร โดยมีรายละเอียด ดังนี้


 ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศมาเลเซีย	
1. ความสะดวกในการเดินทาง	<ul style="list-style-type: none"> ● มีความสะดวกในการเดินทางเข้าสู่ประเทศโดยมีเที่ยวบินเชื่อมโยงกับประเทศต่างๆ และมีเที่ยวบินในประเทศไปยังภูมิภาคต่างๆ ● ระบบขนส่งทางบกมีประสิทธิภาพพอสมควร ● มีปัญหาการจราจรหนาแน่น ทำให้การเดินทางด้วยรถยนต์อาจใช้เวลานาน
2. การสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน	<ul style="list-style-type: none"> ● มีความสะดวกในการดำเนินธุรกิจดี และมีโอกาสในการทำธุรกิจค่อนข้างมาก ● นโยบายและมาตรการต่างๆ เป็นไปมาตรฐานสากล รัฐสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวค่อนข้างมาก ● บุคลากรคุณภาพมีจำนวนมาก ทักษะด้านภาษาดีเยี่ยม คุณภาพด้านบริการดี
3. กิจกรรมเพิ่มเติม นอกเหนือจากการประชุม	<ul style="list-style-type: none"> ● มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติค่อนข้างมาก ● มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และโบราณสถาน พอประมาณ

 ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศมาเลเซีย	
4. ที่พักและสถานที่จัดงาน	<ul style="list-style-type: none"> ● มีโรงแรมระดับ 3 ดาวขึ้นไปจำนวนมาก ราคาที่พักถูกเมื่อเทียบกับประเทศอื่น ● มีสถานที่จัดงานไม่มากนัก ● มีความได้เปรียบด้านราคามาก ค่าครองชีพถูก
5. ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของประเทศ	<ul style="list-style-type: none"> ● ภาพลักษณ์ของประเทศดี การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพดี ● การจัดอันดับของ UFI ในกลุ่มประเทศเอเชียแปซิฟิกดี อยู่อันดับ 10 ● การจัดอันดับของ ICCA ปากกลาง อยู่อันดับ 35
6. สภาพแวดล้อมของประเทศ	<ul style="list-style-type: none"> ● คุณภาพโครงสร้างพื้นฐานทางอากาศดี ● คุณภาพถนนดี ระบบรางค่อนข้างดี คุณภาพท่าเรือดี ● ระบบเครือข่ายมือถือครอบคลุมทั่วประเทศ มีความพร้อมของเทคโนโลยีสารสนเทศดี
7. ความเสี่ยงและความปลอดภัย	<ul style="list-style-type: none"> ● ความปลอดภัยค่อนข้างน้อยเมื่อเทียบกับประเทศอื่น มีปัญหาอาชญากรรม ● มีปัญหาการก่อการร้ายปานกลาง

7. ประเทศไทย

ประเทศไทย มีความปลอดภัยสูง มีที่พักและสถานที่จัดงานค่อนข้างมาก ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของประเทศดี มีความสะดวกในการเดินทางปานกลาง การสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชนปานกลาง มีกิจกรรมเพิ่มเติมนอกจากการประชุมปานกลาง และสภาพแวดล้อมของประเทศอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีรายละเอียด ดังนี้

 ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย	
1. ความสะดวกในการเดินทาง	<ul style="list-style-type: none"> ● มีความสะดวกในการเดินทางเข้าสู่ประเทศโดยมีเที่ยวบินเชื่อมโยงกับประเทศต่างๆ และมีเที่ยวบินในประเทศเชื่อมโยงระหว่างเมืองต่างๆ ● ระบบขนส่งทางบกมีประสิทธิภาพต่ำสุดเมื่อเทียบกับประเทศอื่น โดยรัฐบาลกำลังเร่งพัฒนาระบบราง เช่น โครงการรถไฟความเร็วสูง รถไฟรางคู่ ● มีปัญหาการจราจรหนาแน่นโดยเฉพาะในเมืองใหญ่ ทำให้ต้องใช้เวลาในการเดินทางนาน
2. การสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน	<ul style="list-style-type: none"> ● มีความสะดวกในการดำเนินธุรกิจดี และมีโอกาสในการทำธุรกิจปานกลาง ● นโยบายและมาตรการต่างๆ เป็นไปมาตรฐานสากลพอสมควร รัฐสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวค่อนข้างมาก ● บุคลากรคุณภาพมีจำนวนปานกลาง ทักษะด้านภาษาปานกลาง คุณภาพด้านบริการดี
3. กิจกรรมเพิ่มเติม นอกเหนือจากการประชุม	<ul style="list-style-type: none"> ● มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติค่อนข้างมาก ● มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และโบราณสถาน พอประมาณ
4. ที่พักและสถานที่จัดงาน	<ul style="list-style-type: none"> ● มีโรงแรมระดับ 3 ดาวขึ้นไปจำนวนมาก ราคาที่พักค่อนข้างถูกเมื่อเทียบกับประเทศอื่น ● มีสถานที่จัดงานมีจำนวนปานกลาง ● มีความได้เปรียบด้านราคาค่อนข้างมาก ค่าครองชีพค่อนข้างถูก

 ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย	
5. ภาพลักษณ์และ ความมีชื่อเสียงของ ประเทศ	<ul style="list-style-type: none"> ● ภาพลักษณ์ของประเทศดี การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพดี ● การจัดอันดับของ UFI ในกลุ่มประเทศเอเชียแปซิฟิกดี อยู่อันดับ 8 ● การจัดอันดับของ ICCA ดี อยู่อันดับ 24
6. สภาพแวดล้อมของ ประเทศ	<ul style="list-style-type: none"> ● คุณภาพโครงสร้างพื้นฐานทางอากาศดี ● คุณภาพถนนปานกลาง ระบบรางค่อนข้างแย่ คุณภาพท่าเรือปานกลาง ● ระบบเครือข่ายมือถือครอบคลุมทั่วประเทศ มีความพร้อมของเทคโนโลยีสารสนเทศปานกลาง
7. ความเสี่ยงและ ความปลอดภัย	<ul style="list-style-type: none"> ● มีความปลอดภัยจากอาชญากรรมพอสมควร ● ไม่ค่อยมีปัญหาการก่อการร้าย

ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ พบว่ายังมีจุดอ่อนที่ต้องเร่งพัฒนา ได้แก่ การเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งทางบก โดยต้องเร่งพัฒนาการขนส่งระบบรางและคุณภาพของถนน การแก้ปัญหาด้านการจราจรที่ติดขัด การเพิ่มทักษะและคุณภาพของบุคลากรพัฒนาสถานที่จัดงานที่ได้มาตรฐาน การพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ การกวาดขันด้านความปลอดภัย ปัญหาอาชญากรรม และการเอาเปรียบนักท่องเที่ยว

1.3 นโยบายของประเทศไทยที่ส่งผลต่ออุตสาหกรรมไมซ์

เพื่อให้สามารถวางแผนแม่บทอุตสาหกรรมการจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับทิศทางในการพัฒนาประเทศในปัจจุบัน จึงต้องมีการศึกษาและทบทวนนโยบายของประเทศไทยที่อาจส่งผลกระทบต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติ ซึ่งนโยบายที่เกี่ยวข้องที่จะทำการศึกษา ได้แก่ 1. กรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี 2. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 3. นโยบาย ประเทศไทย 4.0 4. แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2560-2564) และ 5. แนวทางการจัดสรรงบประมาณของภาครัฐ (แผนที่บูรณาการ 3 มิติ) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

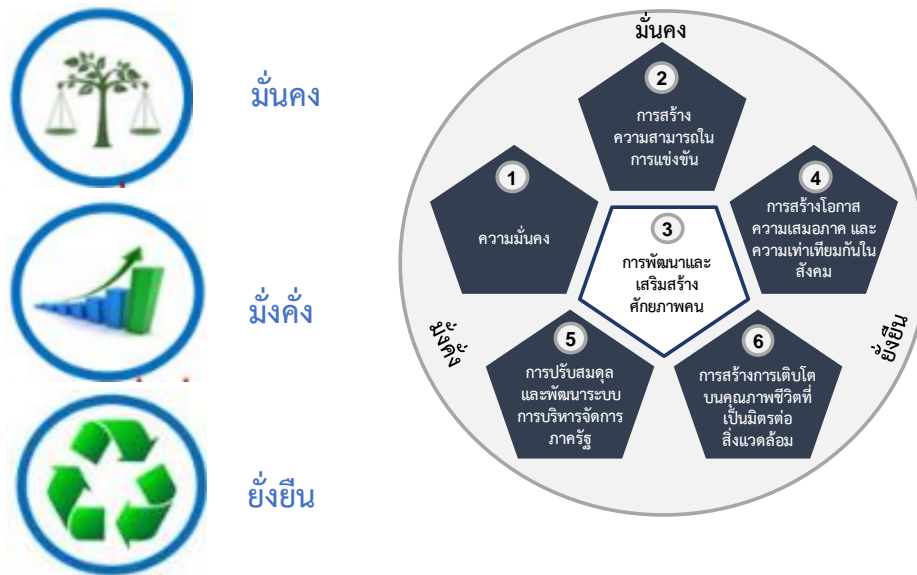
1.3.1 กรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี

กรอบทิศทางและยุทธศาสตร์ 20 ปี ของประเทศไทย มีจุดมุ่งหมายในการพัฒนาประเทศไปสู่ “ประเทศมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” โดยมีการเน้นย้ำการพัฒนาที่สอดคล้องกับหลัก 3 ประการ คือ มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน ตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” โดยมีรายละเอียด ในแต่ละด้าน ดังนี้

- **ความมั่นคง:** การมีความมั่นคงปลอดภัย จากการเปลี่ยนแปลงทั้งภายในและภายนอกประเทศ และมีความมั่นคงในทุกมิติ ทั้งมิติเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และการเมือง ความมั่นคงในเอกราชและอธิปไตย ระบบการเมืองที่มั่นคงเป็นกลไกที่นำไปสู่การบริหารประเทศที่ต่อเนื่องและโปร่งใสตามหลักธรรมาภิบาล สังคม มีความปรองดองและความสามัคคี ชุมชนมีความเข้มแข็ง ครอบครัวมีความอบอุ่น ประชาชน มีความมั่นคงในชีวิต มีงานและรายได้ที่มั่นคงเพียงพอต่อการดำรงชีวิต ความมั่นคงของทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม ความมั่นคงของอาหาร พลังงาน และน้ำ
- **ความมั่งคั่ง:** ประเทศไทยมีการขยายตัวของเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง ประชาชนได้รับผลประโยชน์จากการพัฒนาอย่างเท่าเทียม เศรษฐกิจมีความสามารถในการแข่งขันสูง สามารถสร้างรายได้ทั้งจากภายในและภายนอกประเทศ การเชื่อมโยงในภูมิภาคทั้งการคมนาคมขนส่ง การผลิต การค้า การลงทุน และการทำธุรกิจ ความสมบูรณ์ในทุนที่จะสามารถสร้างการพัฒนาต่อเนื่อง ได้แก่ ทุนมนุษย์ ทุนทางปัญญา ทุนทางการเงิน ทุนเครื่องจักร ทุนทางสังคม และทุนทางทรัพยากรธรรมชาติ
- **ความยั่งยืน:** การพัฒนาที่สามารถสร้างความเจริญ รายได้ และคุณภาพชีวิตของประชาชนให้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง การผลิตและการบริโภคเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และสอดคล้องกับกฎระเบียบของประชาคมโลกซึ่งเป็นที่ยอมรับร่วมกัน คนมีความรับผิดชอบต่อสังคม มุ่งประโยชน์ส่วนรวมอย่างยั่งยืน ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของประชาชนทุกภาคส่วน เพื่อการพัฒนาในทุกระดับอย่างสมดุล มีเสถียรภาพ ประชาชนทุกภาคส่วนในสังคมยึดถือและปฏิบัติตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

ทั้งนี้ จากกรอบวิสัยทัศน์ดังกล่าว จึงมีการกำหนดออกมาเป็นยุทธศาสตร์ชาติทั้งสิ้น 6 ยุทธศาสตร์หลักด้วยกัน ได้แก่ 1) ยุทธศาสตร์ด้านความมั่นคง 2) ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน 3) ยุทธศาสตร์การพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพคน 4) ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างโอกาสความเสมอภาคและ

เท่าเทียมกันทางสังคม 5) ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และ 6) ยุทธศาสตร์ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้



รูปที่ 1-20 กรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี

- **ยุทธศาสตร์ที่ 1 ยุทธศาสตร์ด้านความมั่นคง** เป็นยุทธศาสตร์เพื่อการสร้างความมั่นคงในทุกมิติทั้งการเมือง และทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยการปฏิรูปการบริหารจัดการประเทศ การป้องกันภัยคุกคามจากภายนอกให้เกิดความมั่นคง ความเชื่อมั่น และความสงบสุขเรียบร้อยภายในประเทศ
- **ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน** เป็นยุทธศาสตร์ที่มีเป้าหมายหลักคือ การนำพาประเทศไทยก้าวข้ามกับดักประเทศรายได้ปานกลางขึ้นสู่การเป็นประเทศพัฒนาแล้ว มุ่งเน้นการพัฒนาภาคการผลิตและบริการบนฐานของการพัฒนานวัตกรรม การขยายกิจกรรมการผลิตและบริการ การพัฒนาอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพสูง และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน
- **ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพคน** เพื่อสร้างความพร้อมทางกาย ใจ และสติปัญญา ความเป็นสากล มีทักษะการคิดวิเคราะห์อย่างมีเหตุผล มีระเบียบวินัย ทั้งยังให้ความสำคัญกับการยกระดับคุณภาพการศึกษาและการเรียนรู้ให้มีคุณภาพ เท่าเทียม และทั่วถึง
- **ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างโอกาสความเสมอภาคและเท่าเทียมกันทางสังคม** โดยการลดความเหลื่อมล้ำและสร้างความมั่นคงในสังคม บริหารจัดการระบบสาธารณสุขอย่างทั่วถึงพร้อมทั้งพัฒนาสภาพแวดล้อมและนวัตกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมสูงวัย อีกทั้งสร้างความเข้มแข็งของสถาบันสังคม และให้การสื่อสารมวลชนเป็นกลไกในการขับเคลื่อนการพัฒนา
- **ยุทธศาสตร์ที่ 5 ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม** เป็นยุทธศาสตร์ที่มีเป้าหมายเพื่อดูแล รักษา พัฒนา และป้องกันทรัพยากรธรรมชาติ การใช้ทรัพยากรต่างๆ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงการกำหนดและใช้นโยบายเพื่อสิ่งแวดล้อม

- ยุทธศาสตร์ที่ 6 ยุทธศาสตร์ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ เพื่อให้
เกิดการดำเนินงานบริหารจัดการ และบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ รวมทั้งกฎหมายและระเบียบต่างๆ ที่เอื้อ
ต่อการลงทุนจากต่างชาติ

จากการศึกษากรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ที่มุ่งเน้นการพัฒนาประเทศให้เกิดความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน
ดังนั้นการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์เองจึงควรมีจุดมุ่งหมายให้สอดคล้องกับกรอบยุทธศาสตร์ของชาติ ซึ่งนำไปสู่
แนวคิดในการวางแผนยุทธศาสตร์อุตสาหกรรมไมซ์โดยมีเป้าหมาย 3 ประการ คือ การพัฒนาเศรษฐกิจ การ
สร้างนวัตกรรมเพื่อพัฒนาประเทศ และการกระจายรายได้เพื่อสร้างความเจริญในทุกภาคส่วนของสังคม

- 1) การสร้างรายได้เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ การจัดงานไมซ์และขยายตลาดไมซ์เพื่อสร้างรายได้จาก
อุตสาหกรรมไมซ์ และขับเคลื่อนให้เกิดการซื้อขายในอุตสาหกรรมหลัก เพื่อเพิ่มรายได้อันจะเป็นการ
สร้างความมั่งคั่งให้แก่ประเทศ
- 2) การพัฒนาประเทศด้วยนวัตกรรม ผ่านการจัดงานไมซ์ให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ อุตสาหกรรมเทคโนโลยี
ต่างๆ เกิดการพัฒนาองค์ความรู้และการสร้างสรรค์นวัตกรรม โดยเฉพาะการจัดงานเพื่อส่งเสริมและ
สนับสนุนการพัฒนากลุ่มเทคโนโลยีเป้าหมายตามนโยบาย ประเทศไทย 4.0 เมื่อประเทศมี
ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีก็จะสามารถสร้างความมั่นคงให้แก่ประเทศในระยะยาว
- 3) การกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นเพื่อสร้างความเจริญในทุกภาคส่วนของสังคม และก่อให้เกิดการพัฒนา
อย่างยั่งยืน ซึ่งเน้นการจัดเตรียมความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานด้านไมซ์ ตลอดจนผู้ประกอบการ
และบุคลากรไมซ์ทั้งในเมืองและในภูมิภาคให้ได้มาตรฐาน มีคุณภาพ เพื่อรองรับการเติบโตของ
อุตสาหกรรมอย่างยั่งยืนต่อไปในอนาคต

1.3.2 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 – 2564) ยึดหลักการพัฒนาตาม “ปรัชญา
ของเศรษฐกิจพอเพียง” “การพัฒนาที่ยั่งยืน” และ “คนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา” ที่ต่อเนื่องจากแผนพัฒนาฯ
ฉบับที่ 9-11 และยึดหลักการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ลดความเหลื่อมล้ำและขับเคลื่อนการเจริญเติบโตจาก
การเพิ่มผลผลิตการผลิตบนฐานการใช้ภูมิปัญญาและนวัตกรรม โดยยึดวิสัยทัศน์ตามกรอบยุทธศาสตร์ชาติ
ระยะยาว 20 ปี มาเป็นกรอบในการกำหนดเป้าหมายที่จะบรรลุในระยะ 5 ปี โดยได้กำหนดเป้าหมายหลักของ
การดำเนินงานพัฒนาตามแผนพัฒนาฯ ไว้ดังนี้

- 1) คนไทยมีคุณลักษณะเป็นคนไทยที่สมบูรณ์มีวินัย มีทัศนคติและพฤติกรรมตามบรรทัดฐาน ที่ดีของ
สังคม มีความรับผิดชอบและทำประโยชน์ต่อส่วนรวม มีวิถีชีวิตที่พอเพียง และมีความเป็นไทย
- 2) ความเหลื่อมล้ำทางด้านรายได้และความยากจนลดลง เศรษฐกิจฐานรากมีความเข้มแข็ง
ประชาชนทุกคนมีโอกาสในการเข้าถึงทรัพยากร การประกอบอาชีพ และบริการทางสังคมที่มี
คุณภาพอย่างทั่วถึง และเป็นธรรม กลุ่มที่มีรายได้ต่ำสุดร้อยละ 40 มีรายได้เพิ่มขึ้นอย่างน้อย
ร้อยละ 15

- 3) ระบบเศรษฐกิจมีความเข้มแข็งและแข่งขันได้ พัฒนาเศรษฐกิจฐานบริการและดิจิทัล มีผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ผู้ประกอบการสามารถใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลในการสร้างสรรค์คุณค่าสินค้าและบริการ มีระบบการผลิตที่มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและชุมชน รวมทั้งกระจายฐานการผลิตและการให้บริการสู่ภูมิภาคเพื่อลดความเหลื่อมล้ำ โดยเศรษฐกิจไทยมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 5 ต่อปี
- 4) ทูทางธรรมชาติและคุณภาพสิ่งแวดล้อมสามารถสนับสนุนการเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีความมั่นคงทางอาหาร พลังงาน และน้ำ โดยเพิ่มพื้นที่ป่าไม้ให้ได้ร้อยละ 40 ของพื้นที่ประเทศ ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในภาคพลังงานและขนส่งไม่น้อยกว่าร้อยละ 7 ภายในปี 2563 และรักษาคุณภาพน้ำและคุณภาพอากาศในพื้นที่วิกฤตให้อยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน
- 5) มีความมั่นคงในเอกราชและอธิปไตย สังคมปลอดภัย สามัคคี สร้างภาพลักษณ์ดี และเพิ่มความเชื่อมั่นของนานาชาติต่อประเทศไทย ความขัดแย้งทางอุดมการณ์และความคิดในสังคมลดลง ปัญหาอาชญากรรมลดลง ประเทศไทยมีส่วนร่วมในการกำหนดบรรทัดฐานระหว่างประเทศ เกิดความเชื่อมโยงการขนส่ง โลจิสติกส์ ห่วงโซ่มูลค่า เป็นหุ้นส่วนการพัฒนาที่สำคัญในอนุภูมิภาค ภูมิภาค และโลก และอัตราการเติบโตของมูลค่าการลงทุนและการส่งออก ของไทยในอนุภูมิภาค ภูมิภาค และอาเซียนสูงขึ้น
- 6) มีระบบบริหารจัดการภาครัฐที่มีประสิทธิภาพ ทันสมัย โปร่งใส ตรวจสอบได้ กระจายอำนาจและมีส่วนร่วมจากประชาชน เพิ่มการใช้ระบบดิจิทัลในการให้บริการ ลดปัญหาคอร์รัปชัน เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานภาครัฐ ยกอันดับความง่ายในการดำเนินธุรกิจในประเทศดีขึ้น รวมถึงมีบุคลากรภาครัฐที่มีความรู้ความสามารถและปรับตัวได้ทันกับยุคดิจิทัลเพิ่มขึ้น



รูปที่ 1-21 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564

เพื่อให้การพัฒนาประเทศในช่วงระยะ 5 ปีนี้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ จึงได้กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์หลักภายใต้แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 รวมทั้งสิ้น 10 ประเด็นยุทธศาสตร์ ดังนี้

- 1) **ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์:** มุ่งเน้นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อให้คนไทยมีความรู้ มีค่านิยมที่ดีงาม ได้รับการศึกษาที่มีคุณภาพ และมีคุณภาพชีวิตที่ดี โดยการส่งเสริมค่านิยมที่ดีงาม จริยธรรม จิตสาธารณะ พัฒนาความรู้ความสามารถให้คนไทยมีกระบวนการคิดวิเคราะห์ที่เป็นระบบและสร้างสรรค์ มีทักษะในการประกอบวิชาชีพ และพัฒนาคุณภาพการศึกษารวมถึงส่งเสริมการดูแลสุขภาพและพัฒนาาระบบสาธารณสุข
- 2) **ยุทธศาสตร์การสร้างความเป็นธรรมและลดความเหลื่อมล้ำในสังคม:** เป็นการสร้างโอกาสในการเข้าถึงบริการต่างๆ ของภาครัฐ ทั้งด้านการศึกษา สาธารณสุข และสวัสดิการ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของคนไทยพร้อมไปกับการส่งเสริมการใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในการดำเนินชีวิต สร้างความเป็นธรรมและลดความเหลื่อมล้ำในสังคม
- 3) **ยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน:** ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการนโยบายการเงินและนโยบายการคลัง รวมถึงการปฏิรูปภาษีทั้งระบบเพื่อรักษาเสถียรภาพและเพิ่มประสิทธิภาพของระบบเศรษฐกิจ การปรับโครงสร้างทั้งห่วงโซ่คุณค่าในภาคเกษตรอุตสาหกรรม บริการ การลงทุน การพัฒนา SMEs และเกษตรกรรมรุ่นใหม่
- 4) **ยุทธศาสตร์การเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน:** มุ่งแก้ไข รักษา ฟื้นฟู และสร้างสมดุลให้กับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมต่างๆ ให้มีความอุดมสมบูรณ์ สามารถใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมได้อย่างยั่งยืน โดยการพัฒนาการจัดการทรัพยากรน้ำ แก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เป็นต้น
- 5) **ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างความมั่นคงแห่งชาติการพัฒนาประเทศสู่ความมั่นคงและยั่งยืน:** เป็นการดูแลรักษาความมั่นคงภายในประเทศและพัฒนาศักยภาพในการป้องกันประเทศเพื่อให้เกิดความสงบสุขภายในประเทศ ปราศจากภัยคุกคาม โดยมีการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศ รวมถึงการมีส่วนร่วมของประชาชนในการสร้างความมั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืนในประเทศ
- 6) **ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการในภาครัฐ การป้องกันการทุจริตประพฤติมิชอบและธรรมาภิบาลในสังคมไทย:** เป็นการปรับปรุงและพัฒนาการทำงานของภาครัฐให้มีประสิทธิภาพ โปร่งใสและตรวจสอบได้มากยิ่งขึ้น เพื่อให้เกิดการบริการที่มีประสิทธิภาพ มาตรฐาน รวดเร็วและมีความครอบคลุม ประชาชนได้รับการบริการจากภาครัฐอย่างทั่วถึงและเท่าเทียม รวมถึงการปฏิรูปยกระดับกฎหมายและกระบวนการยุติธรรมให้มีประสิทธิภาพและได้รับการยอมรับมากขึ้น
- 7) **ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และระบบโลจิสติกส์:** มุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพโครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคมขนส่ง การเชื่อมโยงเครือข่ายโทรคมนาคม และการบริหารจัดการโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อสนับสนุนการพัฒนาพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ พื้นที่เมือง การเชื่อมโยงการเดินทางและขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ
- 8) **ยุทธศาสตร์การพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัย และนวัตกรรม:** มุ่งให้เกิดการพัฒนาเมืองในแต่ละพื้นที่ แต่ละภาคให้มีความเหมาะสมเพื่อยกระดับความเจริญและเพื่อสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจ โดยอาศัยความร่วมมือจากหลายฝ่ายให้การพัฒนามีประสิทธิภาพสูงสุด

9) ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาภาค เมือง และพื้นที่เศรษฐกิจ: มุ่งเน้นการพัฒนาและเร่งดำเนินการในประเด็นท้าทาย ได้แก่ การสร้างความเข้มแข็งของฐานการผลิตและบริการเดิมและขยายฐานการผลิตและบริการใหม่ที่สร้างรายได้สำหรับประชาชนในภาคการพัฒนาเมืองให้เติบโตอย่างมีคุณภาพ การพัฒนาและฟื้นฟูพื้นที่บริเวณชายฝั่งทะเลตะวันออกให้รองรับการขยายตัวของภาคอุตสาหกรรมอย่างมีสมดุล และการบริหารจัดการพื้นที่เศรษฐกิจชายแดนให้เจริญเติบโตและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน รวมทั้งการเพิ่มประสิทธิภาพกลไกการขับเคลื่อนการพัฒนาภาคและเมืองให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อกระจายความเจริญและโอกาสทางเศรษฐกิจ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และพัฒนาชีวิตของคนในชุมชน

10) ยุทธศาสตร์ด้านความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อการพัฒนา: มุ่งเน้นการผลักดันให้ความเชื่อมโยงด้านกฎระเบียบและในเชิงสถาบันให้มีความคืบหน้า มีความชัดเจนในระดับปฏิบัติการและในแต่ละจุดพื้นที่เชื่อมโยงระหว่างประเทศภายใต้กรอบความร่วมมือในอนุภูมิภาคและภูมิภาค ควบคู่ไปกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเชิงกายภาพที่จะต้องดำเนินการให้คืบหน้าตามแผนการลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐานทั้งเครือข่ายภายในประเทศและการต่อเชื่อมกับประเทศเพื่อนบ้านและการเตรียมความพร้อมให้ประเทศไทยเป็นประตูไปสู่ภาคตะวันตกและตะวันออก ความเชื่อมโยงที่สมบูรณ์และการลงทุนของไทยในภูมิภาค จะส่งผลให้ประเทศไทยสามารถใช้จุดเด่นในเรื่องที่ตั้งเชิงภูมิศาสตร์ให้เกิดผลเต็มที่ใน การที่จะเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจและการค้าที่สำคัญแห่งหนึ่งของภูมิภาค ทั้งนี้ ยุทธศาสตร์ความร่วมมือระหว่างประเทศของไทยต้องยึดหลักคิดเสรี เปิดเสรี และเปิดโอกาส

ประเด็นยุทธศาสตร์ทั้ง 10 ยุทธศาสตร์ในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 ล้วนมีความเกี่ยวข้องเนื่องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ โดยเฉพาะด้านการสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน ซึ่งอุตสาหกรรมไมซ์สามารถมีส่วนช่วยในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมและเศรษฐกิจของประเทศผ่านการจัดงานไมซ์ เช่น การจัดสัมมนา การจัดนิทรรศการ และงานแสดงสินค้า เพื่อก่อให้เกิดการจับคู่ทางธุรกิจ การซื้อขายการลงทุน การสร้างรายได้จากนักท่องเที่ยวไมซ์ สร้างรายได้ให้กับธุรกิจการโรงแรม ที่พักและบริการ นอกจากนี้ยุทธศาสตร์อื่นๆ ยังเอื้อต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ โดยเป็นการสร้างความพร้อมในการพัฒนาประเทศเพื่อเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวไมซ์ ทั้งการมุ่งพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และคุณภาพการศึกษา เพิ่มบุคลากรที่มีคุณภาพและมีมาตรฐาน การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจ สร้างความเข้มแข็งในการแข่งขันอย่างยั่งยืน และการสร้างความมั่นคง ซึ่งก่อให้เกิดความเชื่อมั่นให้นักเดินทางไมซ์และดึงดูดให้มีการจัดงานไมซ์ในประเทศไทยมากขึ้น ตลอดจนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์ตามเมืองต่างๆ ที่สามารถช่วยอำนวยความสะดวกในการเดินทางให้นักเดินทางไมซ์และผู้จัดงานไมซ์ ทำให้สามารถเพิ่มจำนวนการจัดงานไมซ์ในประเทศไทยให้มากยิ่งขึ้น

1.3.3 นโยบายประเทศไทย 4.0

ประเทศไทยได้มีการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมมาอย่างต่อเนื่อง โดยมีการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อการขับเคลื่อนความมั่งคั่งของประเทศมาโดยตลอด โดยในระยะแรกมีการใช้โมเดลประเทศไทย 1.0 ที่เน้นการขับเคลื่อนประเทศด้วยเกษตรกรรม เนื่องจากประเทศไทยมีความอุดมสมบูรณ์ทางด้านทรัพยากรธรรมชาติและ

ความหลากหลายทางชีวภาพ การขับเคลื่อนเศรษฐกิจในยุคนี้จึงมีการพึ่งพาการใช้ทรัพยากรธรรมชาติเป็นหลัก โดยมีการส่งออกสินค้าเกษตรของไทยไปยังต่างประเทศ ระยะต่อมาเมื่อประเทศไทยเข้าสู่ยุคของอุตสาหกรรม จึงมีการใช้โมเดลประเทศไทย 2.0 ซึ่งเน้นในด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมเบา เริ่มจากอุตสาหกรรมการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้า ตามด้วยโมเดลประเทศไทย 3.0 ที่เน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมหนัก เน้นการผลิตเพื่อการส่งออกมากขึ้น เช่น สินค้าอิเล็กทรอนิกส์ ยานยนต์ และชิ้นส่วนต่าง ๆ ซึ่งเป็นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยภาคอุตสาหกรรมที่เน้นการพัฒนาประสิทธิภาพในการผลิตและการให้บริการขั้นพื้นฐานในการสร้างรายได้ให้แก่ประเทศ

Smart Industry + Smart City + Smart People



รูปที่ 1-22 นโยบายประเทศไทย 4.0

ภายใต้โมเดล ประเทศไทย 3.0 ที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ประเทศไทยกำลังเผชิญกับปัญหากับดักประเทศรายได้ปานกลาง (Middle Income Trap) ความเหลื่อมล้ำของการกระจายรายได้หรือปัญหาความไม่เท่าเทียมกัน (Inequality Trap) และปัญหากับดักความไม่สมดุลของการพัฒนา (Imbalance Trap) ซึ่งนำไปสู่ความขัดแย้งในด้านต่าง ๆ ดังนั้นในการที่จะก้าวข้ามปัญหาดังกล่าวจำเป็นที่จะต้องมีการปฏิรูปประเทศอีกครั้งด้วยความร่วมมือของทุกภาคส่วนโดยใช้ โมเดลประเทศไทย 4.0 เป็นเครื่องมือในการนำประเทศให้ก้าวไปสู่การเป็นประเทศในโลกที่หนึ่งที่มีความมั่งคั่งและยั่งยืน พัฒนาจากประเทศรายได้ปานกลางไปสู่ประเทศรายได้สูง โดยจะต้องมีการปรับเปลี่ยนจากการขับเคลื่อนด้วยประสิทธิภาพ เป็นการขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม และปรับเปลี่ยนจากการให้บริการพื้นฐานเป็นบริการที่ต้องใช้ทักษะขั้นสูง

โมเดลประเทศไทย 4.0 ต้องมีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจจากเดิมที่ขับเคลื่อนด้วยการพัฒนาประสิทธิภาพในการผลิตภาคอุตสาหกรรม ไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม (Innovation Drive Economy) โดยต้องขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงใน 3 มิติที่สำคัญ ได้แก่

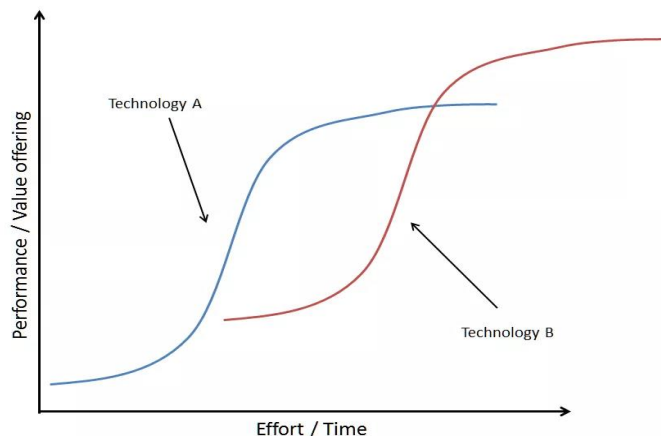
1. เปลี่ยนจากการผลิตสินค้าโภคภัณฑ์ ไปสู่สินค้าเชิงนวัตกรรม

2. เปลี่ยนจากการขับเคลื่อนประเทศด้วยภาคอุตสาหกรรม ไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม
3. เปลี่ยนจากการเน้นภาคการผลิตสินค้า ไปสู่การเน้นภาคบริการมากขึ้น

จากแนวคิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างดังกล่าว ประเทศไทย 4.0 จะต้องมีการเปลี่ยนผ่านทั้งระบบใน 4 องค์ประกอบสำคัญ คือ

1. เปลี่ยนจากการเกษตรแบบดั้งเดิม (Traditional Farming) ในปัจจุบัน ไปสู่การเกษตรสมัยใหม่ ที่เน้นการบริหารจัดการและเทคโนโลยี (Smart Farming) โดยเกษตรกรต้องมีรายได้มากขึ้น และเป็นเกษตรกรแบบเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneur)
2. เปลี่ยนจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแบบเดิม (Traditional SMEs) ที่รัฐต้องให้ความช่วยเหลืออยู่ตลอดเวลา ไปสู่การเป็น Smart Enterprises และ Startups ที่มีศักยภาพสูงและเป็นวิสาหกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (Innovation Driven Enterprises: IDE)
3. เปลี่ยนจากการให้บริการแบบเดิม (Traditional Services) ซึ่งมีการสร้างมูลค่าค่อนข้างต่ำ ไปสู่การบริการที่สร้างมูลค่าสูง (High Value Services)
4. เปลี่ยนจากแรงงานทักษะต่ำไปสู่แรงงานที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และทักษะสูง

การพัฒนาประเทศให้หลุดพ้นจากกับดักประเทศรายได้ปานกลาง แล้วก้าวเข้าไปสู่ประเทศที่มีรายได้สูงนั้น จำเป็นที่จะต้องมีการปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมอันเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยต้องมีการมุ่งเน้นในการพัฒนาอุตสาหกรรมที่มีการใช้เทคโนโลยีขั้นสูงในการผลิต และเป็นอุตสาหกรรมที่มีการพัฒนาในด้านความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรมต่างๆ

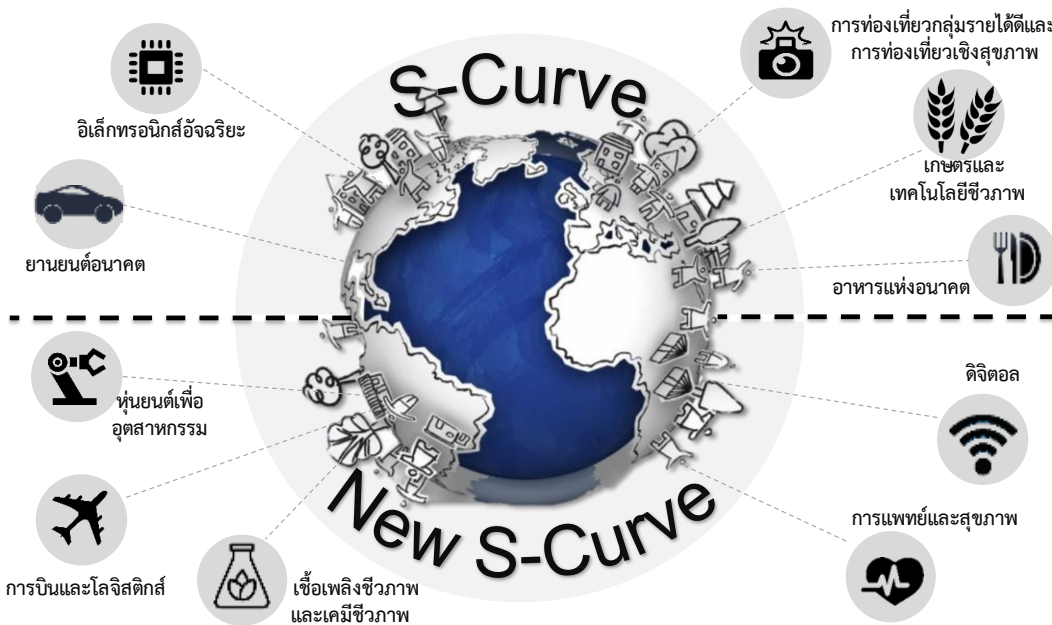


รูปที่ 1-23 วงจรชีวิตของนวัตกรรม

โดยปกติแล้วเทคโนโลยีและนวัตกรรมต่างๆ จะมีวงจรชีวิตของนวัตกรรม (Innovation Lifecycle) ซึ่งอธิบายได้ด้วยกราฟเส้นโค้งรูปตัวเอส หรือ S-curve โดยเป็นกราฟแสดงการเติบโตของเทคโนโลยี ที่ใช้อธิบายถึงประสิทธิภาพและความประหยัดต้นทุนของเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปตามเวลาที่ผ่านไป ในระยะแรกที่เทคโนโลยีเพิ่งได้รับการคิดค้นขึ้นมาใหม่นั้น เทคโนโลยีดังกล่าวยังต้องการการปรับปรุงประสิทธิภาพหลายอย่างซึ่งต้องใช้ทั้งเงินลงทุนและเวลา เมื่อพัฒนาต่อไปประสิทธิภาพของเทคโนโลยีก็จะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

จนถึงจุดที่เทคโนโลยีเริ่มมีการอิมิตัว ซึ่งองค์กรต้องแสวงหานวัตกรรม เทคโนโลยีใหม่หรือ S-curve เส้นใหม่ เพื่อให้เกิดการพัฒนาต่อไป ไม่เช่นนั้นองค์กรนั้นก็หยุดนิ่งหรือล้าหลังในที่สุด

ในการขับเคลื่อนการพัฒนาเทคโนโลยีอุตสาหกรรมของประเทศก็เช่นเดียวกัน เพื่อให้การพัฒนาอุตสาหกรรมเป็นไปอย่างต่อเนื่อง ต้องมีการเตรียมการเพื่อแสวงหาวัตกรรมหรือเทคโนโลยีใหม่ เพื่อการต่อยอด S-curve เดิมที่กำลังจะถึงจุดอิมิตัว ให้มีการพัฒนาต่อไปได้อย่างต่อเนื่อง ดังนั้นจึงต้องมุ่งเน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมใหม่ที่มีการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อเป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจต่อไป



รูปที่ 1-24 การต่อยอดอุตสาหกรรมแห่งอนาคต

ดังนั้นในการพัฒนาประเทศตามกรอบนโยบาย ประเทศไทย 4.0 จึงได้มีการกำหนดอุตสาหกรรมเป้าหมายให้เป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในอนาคต โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ อุตสาหกรรมเดิมที่มีศักยภาพ (First S-Curve) และอุตสาหกรรมอนาคต (New S-Curve) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. การต่อยอดอุตสาหกรรมเดิมที่มีศักยภาพ (First S-curve) ซึ่งเป็นการลงทุนในกลุ่มอุตสาหกรรมเดิมที่มีอยู่แล้ว เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้จ่ายผลิต โดยการลงทุนชนิดนี้จะส่งผลต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในระยะสั้นและระยะกลางในลักษณะการต่อยอด ประกอบด้วย
 - 1) อุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่ ได้แก่ การผลิตเครื่องยนต์และชิ้นส่วนเครื่องยนต์ ผลิตชิ้นส่วนยานพาหนะที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง ผลิตชิ้นส่วนความปลอดภัยและประหยัดพลังงาน ผลิตอุปกรณ์สำหรับรถยนต์ Hybrid, Electric Vehicles (EV) และ Plug in Hybrid Electric Vehicles (PHEV) ผลิตยางล้อ ผลิตชิ้นส่วนระบบเชื้อเพลิง ผลิตชิ้นส่วนระบบส่งกำลัง ผลิตรถจักรยานยนต์ (ยกเว้นที่มีความจุกระบอกสูบต่ำกว่า 248 ซีซี) ยานยนต์ไฟฟ้า

- 2) **อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ** ได้แก่ การผลิตดังต่อไปนี้
 - กลุ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ : SSD, OLED/Flat Panel Display, Chip on Board LED, Sensors, RFID, Electronic Controlling devices, Internet of Things/Smart Home, CCTV, Wearable Devices, อุปกรณ์โทรคมนาคม
 - กลุ่มผลิตภัณฑ์เดิมที่มีศักยภาพ : HDD, IC, Diode, Transistor, Multilayer PCB และ Flexible Printed Circuit
 - กลุ่มกิจการออกแบบทางอิเล็กทรอนิกส์ : Microelectronics Design, Embedded System Design, IC Design
 - 3) **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดีและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ** ได้แก่ การท่องเที่ยวที่สร้างมูลค่า การท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว (Long Stay) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Medical Tourism) เป็นต้น
 - 4) **การเกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพ** ได้แก่ การผลิตสารสกัดจากวัตถุดิบธรรมชาติ สารออกฤทธิ์ (Active Ingredient) จากวัตถุดิบทางธรรมชาติ และผลิตภัณฑ์จากยางธรรมชาติ (ถุงมือยาง ถุงยางอนามัย ยางแปรง) เป็นต้น
 - 5) **อุตสาหกรรมการแปรรูปอาหาร** ได้แก่ อาหารและเครื่องดื่มเสริมสุขภาพ (Functional Foods) อาหารทางการแพทย์ (Medical Food) ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร (Food Supplement) นวัตกรรมอาหาร (Food Innovation) เป็นต้น
2. **อุตสาหกรรมอนาคต (New S-curve)** เนื่องจากทั้ง 5 อุตสาหกรรมเดิมมีขีดจำกัด ไม่เพียงพอที่จะทำให้เศรษฐกิจของประเทศไทยเติบโตได้อย่างก้าวกระโดด จึงจำเป็นต้องมีการพัฒนา New S-curve ควบคู่ไปด้วย เพื่อเปลี่ยนรูปแบบสินค้าและเทคโนโลยี ประกอบด้วย
- 1) **อุตสาหกรรมหุ่นยนต์ (Robotics)** ได้แก่ หุ่นยนต์ที่ใช้ในอุตสาหกรรมต่าง ๆ เช่น อุตสาหกรรมยานยนต์ กระบวนการฉีดพลาสติก อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ หุ่นยนต์ด้านการแพทย์ เป็นต้น
 - 2) **อุตสาหกรรมการบินและโลจิสติกส์ (Aviation and Logistics)** ได้แก่ กิจการสาธารณูปโภคและบริการเพื่อการขนส่ง ศูนย์รวมกิจการโลจิสติกส์ทันสมัย การบริการและซ่อมบำรุงอากาศยาน (Maintenance, Repair and Overhaul: MRO) อุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนอากาศยาน ธุรกิจมูลค่าสูงที่ต้องการความเร็วจากการขนส่งทางอากาศ (Time Sensitive Product) อากาศยานไร้คนขับ (Drone) การผลิตชิ้นส่วนอากาศยาน ระบบนำทางและซอฟต์แวร์ต่าง ๆ และสถาบันการศึกษาและอบรมด้านการบิน เป็นต้น
 - 3) **อุตสาหกรรมเชื้อเพลิงชีวภาพและเคมีชีวภาพ (Biofuels and Biochemicals)** ได้แก่ อุตสาหกรรมเคมีชีวภาพครบวงจร เคมีชีวภาพและพลาสติกชีวภาพ (Bio-Chemical/Bioplastic) การพัฒนาเศรษฐกิจชีวภาพ (Bioeconomy)
 - 4) **อุตสาหกรรมทางการแพทย์ครบวงจร (Medical Hub)** ได้แก่ การบริการทางการแพทย์ การแพทย์ทางไกลผ่าน ICT เพื่อการติดตาม ปรีกษา วินิจฉัย และรักษา การผลิตเครื่องมือแพทย์ ผลิตภัณฑ์

สำหรับผู้สูงอายุ การผลิตยา ยาประเภทชีววัตถุต้นแบบ (Biologic) ชีววัตถุคล้ายคลึง (Biosimilar) และการผลิตยาสมุนไพร

- 5) อุตสาหกรรมดิจิทัล (Digital) ได้แก่ สมอกลฝังตัว (Embedded Software) ซอฟต์แวร์ช่วยในการบริหารจัดการ (Enterprise Software) เนื้อหาดิจิตอล (Digital Content) ธุรกิจอีเล็คทรอนิกส์ (E-Commerce) การวิเคราะห์ข้อมูลของผู้บริโภค (Consumer insight Analytics and Data Center) ระบบประมวลผลกลุ่มเมฆ (Cloud Computing) ระบบความปลอดภัยในโลกไซเบอร์ (Cyber Security) เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเชื่อมต่ออุปกรณ์ (Internet of Thing) เมืองอัจฉริยะ (Smart City) สื่อและแอนิเมชันสร้างสรรค์ (Creative Media and Animation)

เนื่องจากอุตสาหกรรมไมซ์สามารถเป็นกลไกในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมหลักที่เป็นอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศผ่านการจัดงานไมซ์ในรูปแบบต่างๆ ดังนั้นเพื่อให้การพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์สอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาประเทศ จึงควรมีการมุ่งเป้าในการจัดงานไมซ์ที่มีความเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ ทั้ง 10 อุตสาหกรรมดังกล่าวข้างต้น ทั้งการจัดสัมมนาเพื่อเผยแพร่ความรู้ อบรม เทคโนโลยี และสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง หรือการจัดงานแสดงสินค้าที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมดังกล่าว เพื่อกระตุ้นให้เกิดการซื้อขายแลกเปลี่ยน การลงทุน และการเจรจาทางธุรกิจ เพื่อช่วยในการขับเคลื่อนให้อุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศไทยสามารถเติบโตต่อไปได้

1.3.4 แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (พ.ศ.2560-2564)

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564) ถูกจัดทำขึ้นเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยให้บรรลุเป้าหมายในการทำให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพของโลกที่เติบโตอย่างมีดุลยภาพบนพื้นฐานความเป็นไทย ที่ส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้ของคนในประเทศอย่างยั่งยืน ซึ่งมีเป้าประสงค์หลัก 4 ประการ คือ

- 1) พัฒนาประเทศไทยให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน
- 2) เพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของรายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างสมดุล
- 3) สร้างการกระจายรายได้และผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวสู่ทุกพื้นที่และทุกภาคส่วน
- 4) พัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน บนพื้นฐานอัตลักษณ์และวิถีไทย ทั้งในเชิงสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม

เพื่อที่จะบรรลุเป้าประสงค์ จึงได้มีการกำหนดยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยประกอบด้วยยุทธศาสตร์ทั้งหมด 5 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

- 1) **ยุทธศาสตร์ที่ 1** การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้า และบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน โดยการพัฒนาสินค้าและบริการให้ได้มาตรฐาน มีความเชื่อมโยง รวมถึงการนำเอาเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นมาพัฒนาให้เกิดความโดดเด่น พัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวในเมืองรองที่มีศักยภาพ และสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐ เอกชน และชุมชน เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย

- 2) **ยุทธศาสตร์ที่ 2** การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อรองรับการขยายตัวของการท่องเที่ยวที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง และมีความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไป รวมทั้งสภาวะการแข่งขันที่สูงขึ้นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยการพัฒนาระบบระบบโลจิสติกส์ เส้นทางคมนาคมทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางและสร้างความเชื่อมต่อระหว่างเมือง และบริการอินเทอร์เน็ตไร้สาย เป็นต้น
- 3) **ยุทธศาสตร์ที่ 3** การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยการพัฒนาศูนย์การเรียนรู้ให้มีประสิทธิภาพมาตรฐาน และเพียงพอต่อความต้องการของตลาด พร้อมทั้งส่งเสริมให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยว และเปิดโอกาสให้ประชาชนและชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ตลอดจนสร้างความเข้าใจและความภาคภูมิใจในความเป็นไทย สร้างจิตสำนึกท้องถิ่นและการเป็นเจ้าบ้านที่ดี
- 4) **ยุทธศาสตร์ที่ 4** การสร้างความสมดุลให้กับการท่องเที่ยวไทย ผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม ส่งเสริมวิถีไทย และการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว โดยการสร้างภาพลักษณ์ให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ และความปลอดภัย ส่งเสริมเอกลักษณ์ในแต่ละท้องถิ่นผ่านสินค้าและบริการ หรือสื่อต่างๆ มีการจัดทำตลาดเฉพาะกลุ่มโดยนำเอาเทคโนโลยีมาช่วย และสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อผลักดันประเทศไทยสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพตามเป้าหมาย สามารถสร้างรายได้และส่งเสริมการกระจายรายได้ให้แก่ประชาชนอย่างยั่งยืน
- 5) **ยุทธศาสตร์ที่ 5** การบูรณาการการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศ โดยการพัฒนาระบบบริหารจัดการ ติดตาม และประเมินผลการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ ให้มีการออกนโยบาย กฎหมายข้อบังคับ และมาตรการต่างๆ เพื่อให้สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวและสร้างความเป็นระเบียบเรียบร้อย ส่งเสริมการมีส่วนร่วมและการบูรณาการของภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาชนให้มีเอกภาพและมีประสิทธิภาพ สนับสนุนความร่วมมือระหว่างประเทศในการพัฒนาการท่องเที่ยว

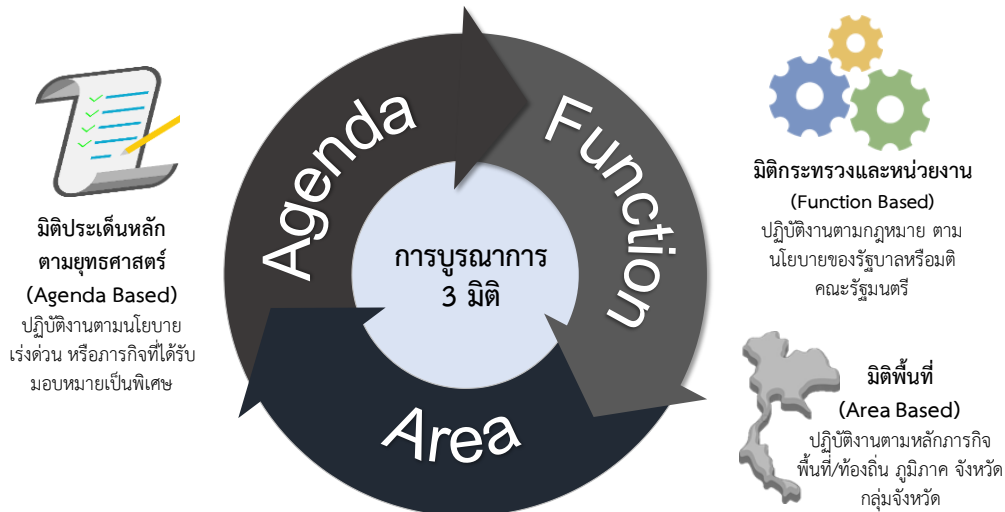
จากยุทธศาสตร์ของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564) ที่ได้กำหนดให้มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก บุคลากรด้านการท่องเที่ยว และการบูรณาการการบริหารจัดการการท่องเที่ยว สิ่งต่างๆ เหล่านี้จะเป็นปัจจัยที่สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยวและนักเดินทางไมซ์ ซึ่งจะเป็นผลดีแก่อุตสาหกรรมไมซ์ โดยจะสามารถดึงดูดนักเดินทางไมซ์และผู้จัดงานไมซ์ให้เลือกประเทศไทยเป็นสถานที่จัดงานมากยิ่งขึ้น

1.3.5 แนวทางการจัดสรรงบประมาณของภาครัฐ (แผนที่บูรณาการ 3 มิติ)

เนื่องจากที่ผ่านมาการจัดสรรงบประมาณของหน่วยงานภาครัฐมักจะเป็นการจัดสรรตามยุทธศาสตร์ (Agenda) หรือตามมิติกระทรวงและหน่วยงาน (Function) ซึ่งเป็นการดำเนินงานตามปกติเป็นหลัก โดยยังขาดการบูรณาการร่วมกัน คณะรัฐมนตรีจึงมีมติให้มีการใช้แนวทางการจัดสรรงบประมาณแบบบูรณาการ 3 มิติ ตั้งแต่ปีงบประมาณ 2560 เป็นต้นไป

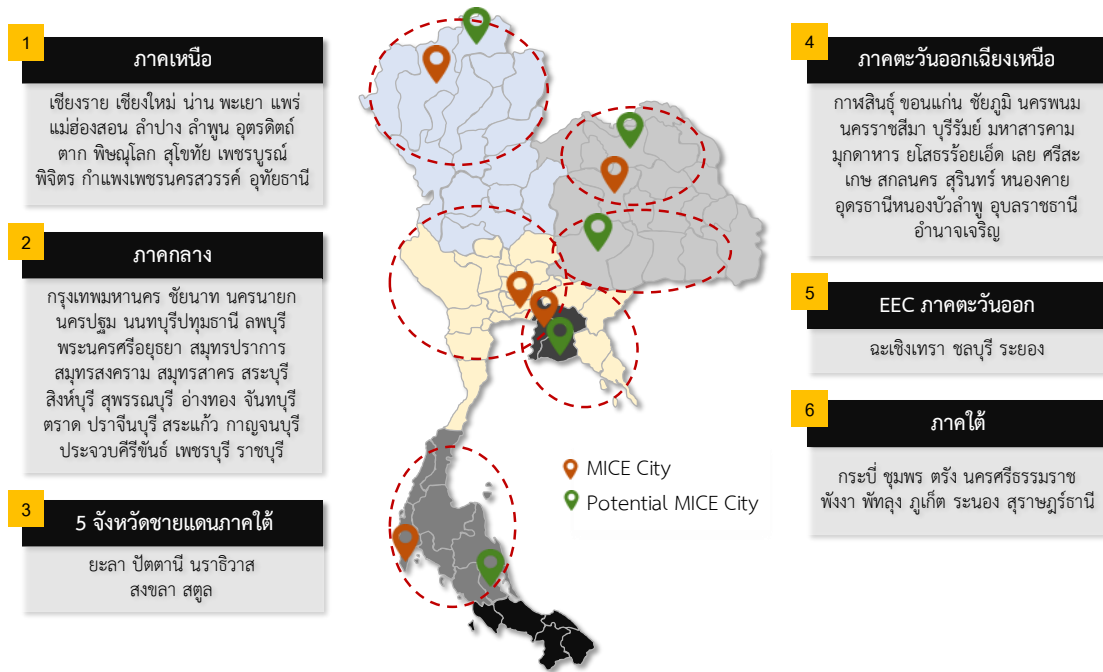
แนวทางการจัดสรรงบประมาณแบบบูรณาการ 3 มิติ ประกอบด้วย

- 1) มิติประเด็นหลักตามยุทธศาสตร์ (Agenda Based) ซึ่งเป็นงบประมาณสำหรับการปฏิบัติงานตามนโยบายเร่งด่วน หรือตามภารกิจที่ได้รับมอบหมายเป็นพิเศษ
- 2) มิติกระทรวงและหน่วยงาน (Function Based) ซึ่งเป็นงบประมาณสำหรับการปฏิบัติงานตามปกติของหน่วยงาน ตามนโยบายของรัฐบาลหรือมติของคณะรัฐมนตรี
- 3) มิติพื้นที่ (Area Based) เป็นงบประมาณสำหรับการปฏิบัติงานตามภารกิจ โดยแยกออกตามพื้นที่ท้องถิ่น ภูมิภาค จังหวัด หรือกลุ่มจังหวัด



รูปที่ 1-25 แนวทางการจัดสรรงบประมาณของภาครัฐ

แนวทางการจัดสรรงบประมาณแบบบูรณาการ 3 มิติ นับเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนแผนงานต่างๆ ของรัฐบาล ทั้งแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ นโยบายรัฐบาล แผนปฏิรูปภาครัฐ นโยบายความมั่นคงแห่งชาติ และแผนหลักอื่นๆ เพื่อให้เกิดความชัดเจนในการตั้งงบประมาณ เนื่องจากกำลังงบประมาณรายจ่ายประจำปีในแต่ละปีที่มีอยู่อย่างจำกัด รัฐบาลจึงต้องเน้นการตั้งงบประมาณให้เกิดความประหยัด คุ่มค่า และมีประสิทธิภาพในการใช้จ่ายสูงสุด เพื่อก่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ตามเป้าหมาย และตัวชี้วัดที่กำหนดไว้ โดยทำการปรับลดเรื่องที่มีลำดับความสำคัญต่ำกว่า เช่น งบประมาณตามแผนงาน Function ที่เป็นการดำเนินการตามปกติของหน่วยงาน แล้วนำไปดำเนินการเรื่องที่มีลำดับความสำคัญสูงกว่า เช่น งบประมาณตามแผนงาน Agenda หรือพื้นที่ Area ซึ่งรัฐบาลให้ความสำคัญ เป็นต้น



รูปที่ 1-26 มิติด้านพื้นที่ (Area Based)

การแบ่งพื้นที่ตามกรอบมิติด้านพื้นที่ (Area Based) ของการจัดสรรงบประมาณแบบบูรณาการ 3 มิติ มีการแบ่งออกเป็น 6 ภูมิภาค ได้แก่

- 1) ภาคเหนือ ประกอบด้วย เชียงราย เชียงใหม่ น่าน พะเยา แพร่ แม่ฮ่องสอน ลำปาง ลำพูน อุตรดิตถ์ ตาก พิชณโลก สุโขทัย เพชรบูรณ์ พิจิตร กำแพงเพชรนครสวรรค์ อุทัยธานี
- 2) ภาคกลาง ประกอบด้วย กรุงเทพมหานคร ชัยนาท นครนายก นครปฐม นนทบุรีปทุมธานี ลพบุรี พระนครศรีอยุธยา สมุทรปราการ สมุทรสงคราม สมุทรสาคร สระบุรี สิงห์บุรี สุพรรณบุรี อ่างทอง จันทบุรี ตราด ปราจีนบุรี สระแก้ว กาญจนบุรี ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี ราชบุรี
- 3) 5 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ประกอบด้วย ยะลา ปัตตานี นราธิวาส สงขลา สตูล
- 4) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบด้วย กาฬสินธุ์ ขอนแก่น ชัยภูมิ นครพนม นครราชสีมา บุรีรัมย์ มหาสารคาม มุกดาหาร ยโสธรร้อยเอ็ด เลย ศรีสะเกษ สกลนคร สุรินทร์ หนองคาย อุดรธานีหนองบัวลำพู อุบลราชธานี อำนาจเจริญ
- 5) เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor: EEC) ประกอบด้วย ฉะเชิงเทรา ชลบุรี ระยอง
- 6) ภาคใต้ ประกอบด้วย กระบี่ ชุมพร ตรัง นครศรีธรรมราช พังงา พัทลุง ภูเก็ต ระนอง สุราษฎร์ธานี

นโยบายในการจัดสรรงบประมาณแบบบูรณาการ 3 มิติ ของรัฐบาล เป็นปัจจัยที่สำคัญที่ต้องพิจารณาในการทบทวนแผนแม่บทอุตสาหกรรมการจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติ เพื่อให้การวางนโยบาย ยุทธศาสตร์ และงบประมาณ สอดคล้องกับนโยบายการจัดสรรงบประมาณของรัฐบาลที่เน้นการบูรณาการการจัดสรรทั้ง 3 ด้าน คือ มิติด้านยุทธศาสตร์ มิติด้านหน่วยงาน และมิติด้านพื้นที่

1.4 นโยบายและแผนงานของ สสปน. ที่เกี่ยวข้อง

ก่อนที่จะทำการทบทวนแผนแม่บทอุตสาหกรรมการจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติ จำเป็นที่จะต้องมีการศึกษาถึงวิสัยทัศน์และนโยบายของผู้บริหารของ สสปน. รวมถึงแผนงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การทบทวนแผนแม่บทอุตสาหกรรมไมซ์ มีความสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ เป้าหมาย และทิศทางในการดำเนินงานขององค์กร ซึ่งการศึกษานโยบายและแผนงานของ สสปน. แบ่งออกเป็น 5 หัวข้อ ได้แก่ 1. นโยบายและวิสัยทัศน์ของผู้บริหาร สสปน. 2. แผนงานในภารกิจหลัก 20 ปี 3. แผนแม่บทอุตสาหกรรมไมซ์ ปี 2560-2564 (ฉบับเดิม) 4. แผนงานอื่นๆ ของ สสปน. และ 5. การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงของนโยบายและแผนต่างๆ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1.4.1 นโยบายและวิสัยทัศน์ของผู้บริหาร สสปน.

จากวิสัยทัศน์ของ สสปน. ซึ่งคือ “สสปน. เป็นองค์กรหลักในด้านไมซ์ที่พัฒนาเศรษฐกิจ ด้วยนวัตกรรมเพื่อความเจริญและกระจายรายได้” นำไปสู่การตั้งเป้าหมายการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ใน 3 ด้าน คือ การพัฒนาเศรษฐกิจ การส่งเสริมการสร้างนวัตกรรม และส่งเสริมให้เกิดการกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาค



รูปที่ 1-27 วิสัยทัศน์ของผู้บริหาร สสปน.

วิสัยทัศน์

สสปน. เป็นองค์กรหลักในด้านไมซ์ที่พัฒนาเศรษฐกิจ ด้วยนวัตกรรมเพื่อความเจริญและกระจายรายได้

1. ส่งเสริม สนับสนุน ผลักดัน และยกระดับ ให้ประเทศไทยเป็นผู้นำไมซ์ในเวทีโลก (Global Leader)
2. เป็นผู้นำการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในภาครัฐและเอกชน เน้นการบูรณาการกับหน่วยงานรัฐและเอกชน
3. กระจายเศรษฐกิจผ่านอุตสาหกรรมไมซ์สู่ภูมิภาค เน้นการชูธุรกิจไมซ์เป็นแพลตฟอร์ม เพื่อสร้างรายได้สู่ท้องถิ่น
4. ผลักดันใช้นวัตกรรม และ สร้าง MICE Intelligence เพื่อสนับสนุนและยกระดับความสามารถทางการแข่งขัน เน้นแนวคิดการสร้างงานแบบสมาร์ทไมซ์ (SMART MICE) เพิ่มความทันสมัย ยั่งยืน สร้างสรรค์ ช่วยสร้างประสบการณ์และความน่าสนใจให้แก่การจัดงานไมซ์
5. ผลักดัน สสปน. ในฐานะองค์กรที่มีความโปร่งใส และมีธรรมาภิบาล (Good Governance)

โดยอาศัย 4 กลยุทธ์การปฏิรูปอุตสาหกรรมไมซ์ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามวิสัยทัศน์ ซึ่งกลยุทธ์ทั้ง 4 ได้แก่

กลยุทธ์

1. เติบโตตามการพัฒนาประเทศ การใช้อุตสาหกรรมไมซ์เพื่อส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ ช่วยขับเคลื่อนอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ ได้แก่

1) อุตสาหกรรมเป้าหมายตามนโยบาย ประเทศไทย 4.0 ซึ่งประกอบด้วย

- กลุ่มอาหาร เกษตร ชีวภาพ
- กลุ่มสาธารณสุข และสุขภาพ
- กลุ่มเครื่องมือ อุปกรณ์อัจฉริยะ
- กลุ่มดิจิทัล ปัญญาประดิษฐ์
- กลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เช่น แฟชั่น บ้านเทิง วัฒนธรรม

2) โครงสร้างพื้นฐานและพลังงาน

- การสื่อสารคมนาคม
- พลังงาน

3) ด้านเขตเศรษฐกิจพิเศษ

- ตะวันออก
- ตาก
- หนองคาย

2. เติบโตในตลาดที่มีศักยภาพ การมุ่งเจาะตลาดในภูมิภาคที่มีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ หรือ แสวงหาตลาดที่มีศักยภาพ ได้แก่

- 1) อาเซียน
- 2) อนุภูมิภาคน้ำโขง
- 3) เอเชียตะวันออก/ เอเชียใต้
- 4) ออสเตรเลีย/ นิวซีแลนด์

3. เติบโต อย่างเท่าเทียม พัฒนาระบบส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาค ในเมืองที่มีศักยภาพ ได้แก่ เชียงใหม่ ขอนแก่น พัทยา และสงขลา

4. เติบโต อย่างเข้มแข็ง โดยการ

- 1) ปรับกระบวนการทำงานและการจัดการองค์กร
- 2) ยึดหลักการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน
- 3) เสริมการวิเคราะห์ข้อมูลสนับสนุน

นอกจากนี้ยังมีโครงการและกิจกรรมสำคัญที่จะดำเนินการ 7 โครงการ ได้แก่



รูปที่ 1-28 โครงการของผู้บริหาร สสปน.

โครงการ

- จัดตั้งคณะผู้บริหารระดับสูง (Executive Committee) เพื่อเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ ซึ่งจัดตั้งโดยความร่วมมือจากเครือข่ายและภาคส่วนต่างๆ เช่น กระทรวงพาณิชย์ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย เอกชนจากส่วนกลาง เอกชนจากต่างจังหวัด และ สสปน.
- สร้างบุคลากร Product Development and Area Managers โดย
 - Product Development จะเน้นการพัฒนาเฉพาะด้านตามยุทธศาสตร์ของประเทศ เช่น นโยบาย ประเทศไทย 4.0 และเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก และต้องมีความรู้ในภาพรวมของโครงสร้างพื้นฐานของประเทศ มีความรู้ด้านภาวะและแนวโน้มทางเศรษฐกิจของประเทศ และเข้าใจภาวะของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย
 - Area Manager จะต้องมีความรู้ความเข้าใจในพื้นที่เป้าหมาย สามารถขับเคลื่อนกลยุทธ์การพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในพื้นที่ ให้คำแนะนำและช่วยพัฒนาผู้ประกอบการไมซ์ในพื้นที่ และควรมีการจัดตั้งเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน (Public Private Partnership: PPP) เพื่อร่วมกันพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์
- สร้างทีมวิเคราะห์ตลาด และสร้างสรรคนวัตกรรมไมซ์ (Market Intelligence & MICE Innovation) เพื่อทำหน้าที่ค้นหา ศึกษา และวิเคราะห์ทิศทางการตลาด การพัฒนาแผนธุรกิจ การแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ และเผยแพร่ข้อมูลไมซ์ให้แก่เอกชน เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้แก่เอกชน
- จัดตั้งระบบประเมินกระบวนการทำงาน (Process Assessment) เพื่อเป็นเครื่องมือในการเพิ่มความเข้มแข็งให้องค์กร สามารถตรวจวัดมาตรฐานการทำงาน และกระบวนการทำงาน จากปัจจุบันที่วัดเฉพาะผลผลิต (Output) ทำให้รู้ถึงจุดที่เป็นคอขวดในการทำงาน (Bottleneck) จึงสามารถทำให้ปรับปรุงการทำงานได้อย่างต่อเนื่อง สร้างกระบวนการทำงานที่มีประสิทธิภาพ และสามารถประเมินบุคลากรในมิติเชิงคุณภาพได้มากขึ้น

5. จัดระเบียบโครงสร้างองค์กรให้เหมาะสม (Right Sizing) โดยอาจจะเป็นการเพิ่มหรือลดขนาดองค์กร มีการปรับปรุงขั้นตอนและระบบการทำงาน และการบริหารจำนวนทรัพยากรบุคคลและงบประมาณ ให้เหมาะสมกับปริมาณของงาน
6. Roadshows “Thailand Moves Forward” โดยการ ใช้ Marketing Intelligence มาช่วยวิเคราะห์ ในการเลือกพื้นที่เป้าหมายเพื่อทำ Road Show ให้เหมาะสมกับศักยภาพที่แท้จริงของตลาด ทำ Road Show ร่วมกับหน่วยงานต่างๆ เช่น หอการค้า สมาอุตสาหกรรม และแสวงหาโอกาสในการ ส่งเสริมเศรษฐกิจและการลงทุนร่วมกับคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) และกระทรวงพาณิชย์ ในการจัดงานแสดงสินค้าในประเทศ
7. ส่งเสริม ไมซีในภูมิภาค ให้เติบโตไปพร้อมกัน โดยการสร้างงานตามอัตลักษณ์ของท้องถิ่นให้สอดคล้อง กับนโยบาย ประเทศไทย 4.0 และศักยภาพของแต่ละท้องถิ่น เช่น การจัดงานฮาลาลหาดใหญ่ งานผ้าไหมภาคอีสาน เมืองนวัตกรรมอาหาร (Food Innopolis)

1.4.2 แผนงานในภารกิจหลัก 20 ปี

สสพ. ได้วางแผนงานในภารกิจหลักขององค์กรในระยะ 20 ปี โดย สสพ. จะมีบทบาทเป็นผู้ ประชาสัมพันธ์ (Promoter) ผู้ทำการตลาด (Marketer) ผู้พัฒนางาน (Developer) และผู้ให้คำปรึกษาด้าน การจัดงาน (Facilitator) ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซีของไทย และได้ตั้งวิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมาย ไว้ดังนี้

วิสัยทัศน์





“องค์กรหลักในการผลักดันอุตสาหกรรมไมซีให้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศด้วย นวัตกรรม เพื่อสร้างความเจริญและกระจายรายได้ไปสู่ทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน”

พันธกิจ

1. สนับสนุนการจัดงานไมซีในประเทศไทย เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและกระจายรายได้สู่ชุมชน
2. ส่งเสริมภาพลักษณ์อุตสาหกรรมไมซีไทยด้วยผลิตภัณฑ์ บริการชั้นเลิศและมีอัตลักษณ์ความเป็นไทย
3. พัฒนาอุตสาหกรรมไมซีด้วยองค์ความรู้ มาตรฐาน รวมถึงการพัฒนาบุคลากรและผู้ประกอบการ
4. ส่งเสริมแนวปฏิบัติด้านความยั่งยืน เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

เป้าหมาย

1. สร้างรายได้ให้แก่ประเทศไทยด้วยกิจกรรมไมซี: โดยการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวไมซีทั้งในประเทศและ ต่างประเทศ รวมทั้งรายได้จากอุตสาหกรรมไมซีจากในประเทศและนานาชาติ
2. เพิ่มการพัฒนานวัตกรรมในประเทศผ่านการจัดกิจกรรมไมซี: โดยการพัฒนาให้มีการกระจายรายได้ จากอุตสาหกรรมไมซีไปสู่ภูมิภาคเพิ่มขึ้น โดยมีสัดส่วนของมูลค่าของผลกระทบของอุตสาหกรรมไมซีที่มีต่อเศรษฐกิจ สังคมของพื้นที่ในระดับภูมิภาคต่อรายได้รวมประมาณ ร้อยละ 40
3. การสร้างความเจริญเพื่อมุ่งประโยชน์ส่วนรวมในทุกภาคส่วนของสังคม: สร้างการเจริญเติบโตของ อุตสาหกรรมไมซีให้เติบโต โดยมีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจในภาคบริการ ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 6.0

แผนงานในการกิจหลัก ระยะ 20 ปี (พ.ศ 2560 – 2579)			
วิสัยทัศน์	องค์กรหลักในการผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ให้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศด้วยนวัตกรรม เพื่อสร้างความเจริญและกระจายรายได้ไปสู่ทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน		
พันธกิจ	1. สนับสนุนการจัดงานไมซ์ในประเทศไทย เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและกระจายรายได้สู่ชุมชน 2. ส่งเสริมภาพลักษณ์อุตสาหกรรมไมซ์ไทยด้วยผลิตภัณฑ์ บริการ ชั้นเลิศและอัตลักษณ์ความเป็นไทย 3. พัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยองค์ความรู้ มาตรฐาน รวมถึงการพัฒนาบุคลากรและผู้ประกอบการ 4. ส่งเสริมแนวปฏิบัติด้านความยั่งยืน เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน		
เป้าหมาย	1. การสร้างรายได้ 2. การพัฒนาประเทศด้วยนวัตกรรม 3. การสร้างความเจริญเพื่อมุ่งประโยชน์ส่วนรวมในทุกภาคส่วนของสังคม		
ยุทธศาสตร์ที่ 1	ยุทธศาสตร์ที่ 2	ยุทธศาสตร์ที่ 3	ยุทธศาสตร์ที่ 4
 ขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไทยผ่านกลไกการจัดกิจกรรมไมซ์	 สร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของพื้นที่ในระดับภูมิภาค	 พัฒนาตลาด แบนด์ไมซ์ในระดับประเทศและระดับนานาชาติ	 ยกระดับมาตรฐานผู้ให้บริการโครงสร้างพื้นฐานสนับสนุนไมซ์
1.1 พัฒนาคัลล์เซ็นเตอร์ไมซ์เพื่อรองรับการขับเคลื่อน 5 คลัสเตอร์อุตสาหกรรมเป้าหมายภายใต้ Thailand 4.0 1.2 ยกระดับกิจกรรมไมซ์โดยการบูรณาการงานไมซ์ระหว่างหน่วยงานของภาครัฐ สมาคมธุรกิจ และผู้ประกอบการไมซ์ 1.3 สนับสนุนการพัฒนางานไมซ์เกิดใหม่ให้เติบโตอย่างมั่นคงและมีความยั่งยืน	2.1 ยกระดับกิจกรรมไมซ์ในภูมิภาคเพื่อรองรับการขยายตัวของคลัสเตอร์อุตสาหกรรมของแต่ละภูมิภาค 2.2 พัฒนาระบบสนับสนุนการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์สำหรับภูมิภาค (Regional CVB) 2.3 ขยายบทบาทของ Regional CVB ในการเชื่อมโยงการพัฒนาไมซ์ระดับภูมิภาคอาเซียน/CLMVT	3.1 ส่งเสริมการตลาด ประชาสัมพันธ์ และพันธมิตรประเทศไทยด้านอุตสาหกรรมไมซ์ 3.2 ส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทยให้เป็นจุดหมายด้านไมซ์คุณภาพกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและสื่อ	4.1 พัฒนาและเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการไมซ์ให้ได้มาตรฐานจากทางอบรมและการสร้างพันธมิตร 4.2 ยกระดับโครงสร้างพื้นฐานในการจัดประชุม ไมซ์ให้ได้คุณภาพ มาตรฐาน และมีความทันสมัย 4.3 ปรับปรุงกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องให้เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจไมซ์ สำหรับผู้ประกอบการไมซ์ไทย และต่างประเทศ

รูปที่ 1-29 แผนงานในการกิจหลัก 20 ปี ของ สสพ.

ยุทธศาสตร์ของแผนงานในการกิจหลักของ สสพ. ทั้ง 4 ยุทธศาสตร์ มีรายละเอียดของเป้าหมาย ตัวชี้วัด และกลยุทธ์ต่างๆ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1: ขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไทยผ่านกลไกการจัดกิจกรรมไมซ์

การใช้การจัดกิจกรรมไมซ์ในการช่วยขับเคลื่อนนโยบายประเทศไทย 4.0 ผ่านการจัดงานและกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อช่วยสนับสนุนอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ กระตุ้นการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าในภาค อุตสาหกรรม เกิดการลงทุน การจับคู่ทางธุรกิจ ยุทธศาสตร์นี้มีเป้าหมายเพื่อเพิ่มรายได้จากกิจกรรมไมซ์ (MICE) จากในประเทศและต่างประเทศ เพิ่มกิจกรรมไมซ์ในการขับเคลื่อน 5 คลัสเตอร์อุตสาหกรรมเป้าหมายภายใต้นโยบาย ประเทศไทย 4.0 และยกระดับงานไมซ์ที่พัฒนาขึ้นในประเทศให้ไปเป็นงานระดับภูมิภาค ซึ่งทำให้ประเทศมีความเจริญก้าวหน้า มีความมั่นคง อีกทั้งยังกระตุ้นให้เกิดการพัฒนานวัตกรรมในประเทศไทยอีกด้วย

ตัวชี้วัดได้แก่ มูลค่าของผลกระทบของอุตสาหกรรมไมซ์ที่มีต่อเศรษฐกิจ และสังคมจากทางตรงและทางอ้อม จำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์ (ต่างชาติ/ไทย) รายได้จากอุตสาหกรรมไมซ์(นานาชาติ/ไทย) และจำนวนกลุ่มงานไมซ์ /งานในระดับนานาชาติ โดยยุทธศาสตร์นี้ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ คือ

กลยุทธ์ที่ 1: พัฒนาคัลล์เซ็นเตอร์ไมซ์เพื่อรองรับการขับเคลื่อน 5 คลัสเตอร์อุตสาหกรรมเป้าหมายภายใต้นโยบาย ประเทศไทย 4.0

กลยุทธ์ที่ 2: ยกระดับกิจกรรมไมซ์โดยการบูรณาการงานไมซ์ระหว่างหน่วยงานของภาครัฐ สมาคมธุรกิจ และผู้ประกอบการไมซ์

กลยุทธ์ที่ 3: สนับสนุนการพัฒนางานไมซ์เกิดใหม่ให้เติบโตอย่างมั่นคงและมีความยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ 2: สร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของพื้นที่ในระดับภูมิภาค

การสร้างกิจกรรมการประชุม สัมมนา และนิทรรศการใหม่ๆ ให้เกิดขึ้นภายในจังหวัด โดยใช้ศักยภาพของจังหวัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด รวมถึงการส่งเสริมผู้ประกอบการด้านธุรกิจไมซ์ในพื้นที่ให้มีการทำการตลาดในเชิงรุก และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมไมซ์ของแต่ละพื้นที่ ยุทธศาสตร์นี้มีเป้าหมายเพื่อเพิ่มการกระจายรายได้จากกิจกรรมไมซ์ไปสู่ภูมิภาค เพิ่มจำนวนผู้ประกอบการไมซ์ในภูมิภาค เพิ่มจำนวนงานไมซ์ในภูมิภาค เป็นการกระจายรายได้ให้แก่ประชาชนในทุกภูมิภาค ที่จะส่งผลให้ประเทศสามารถเติบโตได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน

ตัวชี้วัดของยุทธศาสตร์นี้ได้แก่ มูลค่าของผลกระทบของอุตสาหกรรมไมซ์ที่มีต่อเศรษฐกิจ สังคมของพื้นที่ในระดับภูมิภาค จำนวนร้อยละที่เพิ่มขึ้นของผู้ประกอบการ ผู้จัดงานไมซ์ในภูมิภาค และจำนวนงานไมซ์ในไมซ์ซิตี้/ระดับนานาชาติ โดยยุทธศาสตร์นี้ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ คือ

กลยุทธ์ที่ 1: ยกระดับกิจกรรมไมซ์ในภูมิภาคเพื่อรองรับการขยายตัวของคลัสเตอร์อุตสาหกรรมของแต่ละภูมิภาค

กลยุทธ์ที่ 2: พัฒนาระบบสนับสนุนการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์สำหรับภูมิภาค (Regional CVB)

กลยุทธ์ที่ 3: ขยายบทบาทของ Regional CVB ในการเชื่อมโยงการพัฒนาไมซ์ระดับภูมิภาคอาเซียน

ยุทธศาสตร์ที่ 3: พัฒนาตลาด แบรินต์ไมซ์ในระดับประเทศและระดับนานาชาติ

การจัดทำสื่อและแผนงานการประชาสัมพันธ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่ที่เป็นไมซ์ซิตี้ เพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าภายในประเทศและต่างประเทศ ยุทธศาสตร์นี้มีเป้าหมายเพื่อยกระดับภาพลักษณ์ของไมซ์ในระดับประเทศและพื้นที่ และยกระดับภาพลักษณ์ของไมซ์ในระดับพื้นที่ในภูมิภาค เพื่อดึงดูดผู้จัดงานและนักเดินทางจากต่างประเทศเข้าสู่ประเทศไทย ทำให้เกิดโอกาสในการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน

ตัวชี้วัดของยุทธศาสตร์นี้ได้แก่ ได้แก่ อันดับของประเทศจากการจัดอันดับโดยองค์กรไมซ์นานาชาติ และอันดับของประเทศไทยและเมืองไมซ์ซิตี้จากแบบสำรวจ Top of Mind ในภาพรวม โดยยุทธศาสตร์นี้ประกอบด้วย 2 กลยุทธ์ คือ

กลยุทธ์ที่ 1: ส่งเสริมการตลาด ประชาสัมพันธ์ และพันธมิตรประเทศไทยด้านอุตสาหกรรมไมซ์

กลยุทธ์ที่ 2: ส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทยเป็นจุดหมายด้านไมซ์คุณภาพกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและสื่อ

ยุทธศาสตร์ที่ 4: ยกระดับมาตรฐานผู้ให้บริการโครงสร้างสนับสนุนไมซ์

การสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ให้แก่ประชาชนและบุคลากรที่มีส่วนสนับสนุนให้เกิดการจัดกิจกรรมไมซ์ พัฒนาและยกระดับขีดความสามารถของบุคลากรที่มีส่วนสนับสนุนให้เกิดการจัดกิจกรรมไมซ์ตลอดจนการพัฒนาเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการในภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ ยุทธศาสตร์นี้มีเป้าหมายเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ประกอบการไมซ์ที่ผ่านการรับรองมาตรฐานในส่วนกลางและในภูมิภาค และเพิ่มจำนวนสถานที่จัดงานที่ผ่านการรับรองมาตรฐานในส่วนกลางและในภูมิภาค

ตัวชี้วัดของยุทธศาสตร์นี้ได้แก่ จำนวนบุคลากรด้านไมซ์ที่ผ่านการรับรองมาตรฐานระดับสากล จำนวนผู้ประกอบการด้านไมซ์ที่ผ่านการรับรองมาตรฐานระดับสากล และจำนวนจุดหมายที่มีศักยภาพในการจัดงานไมซ์ ที่ผ่านเกณฑ์การประเมิน โดยยุทธศาสตร์นี้ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ คือ

กลยุทธ์ที่ 1: พัฒนาและเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการไมซ์ให้ได้มาตรฐานจากการอบรมและการสร้างพันธมิตร

กลยุทธ์ที่ 2: ยกระดับโครงสร้างพื้นฐานในการจัดประชุมไมซ์ให้ได้คุณภาพ มาตรฐาน และมีความทันสมัย

กลยุทธ์ที่ 3: ปรับปรุงกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องให้เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจไมซ์ สำหรับผู้ประกอบการไมซ์ไทยและต่างประเทศ

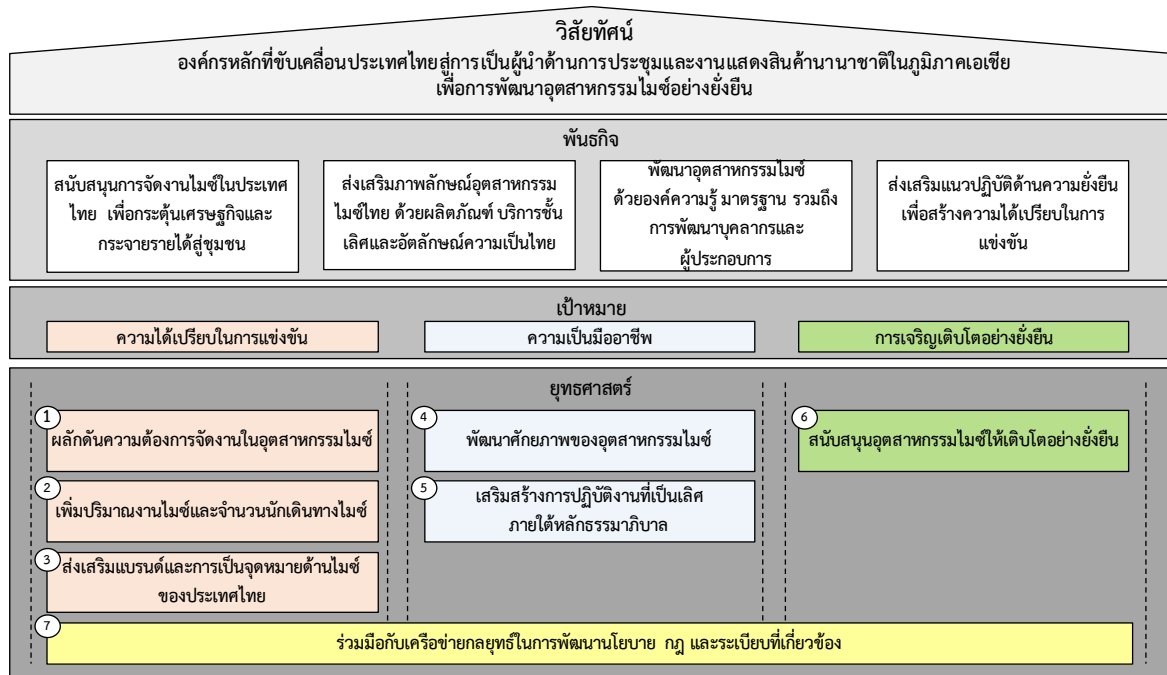
1.4.3 แผนแม่บทอุตสาหกรรมการจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติ ปี 2560-2564 (ฉบับเดิม)

วิสัยทัศน์

“องค์กรหลักที่ขับเคลื่อนประเทศไทยสู่การเป็นผู้นำด้านการประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติในภูมิภาคเอเชีย เพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์อย่างยั่งยืน”

พันธกิจ

1. สนับสนุนการจัดงานไมซ์ในประเทศไทย เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและกระจายรายได้สู่ชุมชน
2. ส่งเสริมภาพลักษณ์อุตสาหกรรมไมซ์ไทย ด้วยผลิตภัณฑ์ บริการชั้นเลิศและอัตลักษณ์ความเป็นไทย
3. พัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ ด้วยองค์ความรู้ มาตรฐาน รวมถึงการพัฒนาบุคลากรและผู้ประกอบการ
4. ส่งเสริมแนวปฏิบัติด้านความยั่งยืน เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน



รูปที่ 1-30 แผนแม่บทอุตสาหกรรมอุตสาหกรรมการจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติ ปี 2560-2564 (ฉบับเดิม)

เป้าหมาย

1. ความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitiveness)
2. ความเป็นมืออาชีพ (Professionalism)
3. การเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน (Sustainability)

ยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ผลักดันความต้องการจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์

เพื่อเป็นการเพิ่มจำนวนงานด้านไมซ์ในประเทศไทย สสพ. ต้องมุ่งเน้นการสร้างอุปสงค์ในการจัดงาน ทั้งผ่านการสร้างความร่วมมือกับพันธมิตรทางกลยุทธ์ การสร้างนวัตกรรมที่สามารถสร้างความแตกต่าง และดึงดูดนักท่องเที่ยว ตลอดจนการมีองค์ความรู้และข้อมูลสถิติที่ช่วยในการวางแผนอุตสาหกรรมไมซ์

กลยุทธ์ที่ 1: ผนึกกำลังร่วมกับพันธมิตรกลยุทธ์ในการขยายตลาดและเพิ่มความต้องการการจัดงาน

กลยุทธ์ที่ 2: ผลักดันการสร้างองค์ความรู้และนวัตกรรม

ยุทธศาสตร์ที่ 2 เพิ่มปริมาณงานไมซ์และจำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์

อุตสาหกรรมไมซ์ถูกจัดเป็นอุตสาหกรรมดาวรุ่งที่มีอัตราการเติบโตอยู่ในระดับที่สูง เพื่อให้สามารถเป็นผู้นำอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับเอเชีย สสพ. ควรมุ่งเน้นการดึงดูดงานจากระดับนานาชาติ (International MICE) และสร้างงานในระดับประเทศ (Domestic MICE) ผ่านผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างและยั่งยืน ตลอดจนมุ่งเน้นการเสริมสร้างประสบการณ์ของผู้จัดงานและนักท่องเที่ยวไมซ์

กลยุทธ์ที่ 1: เพิ่มปริมาณงานไมซ์และนักท่องเที่ยวไมซ์ด้วยผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างและยั่งยืน

กลยุทธ์ที่ 2: เพิ่มและเสริมสร้างการจัดงานไมซ์ภายในประเทศ (Domestic MICE Event)

กลยุทธ์ที่ 3: เสริมสร้างประสบการณ์ของผู้จัดงานและนักท่องเที่ยวไมซ์

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมแบรนด์และการเป็นจุดหมายด้านไมซ์ของประเทศไทย

อุตสาหกรรมไมซ์ไทยเริ่มเป็นที่รู้จักในระดับนานาชาติ แต่แบรนด์ในระดับเมืองท้องถิ่นยังมีอยู่อย่างจำกัด สสพ. ควรมุ่งเน้นการสร้างภาพลักษณ์ของไทยและจุดหมายระดับท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จักในเวทีโลก ผ่านทางสื่อประเภทออนไลน์และออฟไลน์

กลยุทธ์ที่ 1: ส่งเสริมแบรนด์ของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยในระดับนานาชาติ

กลยุทธ์ที่ 2: ส่งเสริมเอกลักษณ์ของจุดหมายไมซ์ระดับท้องถิ่น

ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรม

ศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์ในปัจจุบัน ถือเป็นประเด็นที่ควรมุ่งเน้นการพัฒนา ทั้งในด้านของการพัฒนาทรัพยากรบุคคลทั้งในด้านของจำนวนและคุณภาพบุคลากรในอุตสาหกรรม และผู้ประกอบการ ตลอดจนโครงสร้างพื้นฐานของอุตสาหกรรมไมซ์และสิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงสถานที่จัดงานของจุดหมายไมซ์

กลยุทธ์ที่ 1: พัฒนาศักยภาพและเพิ่มจำนวนบุคลากรด้านไมซ์

กลยุทธ์ที่ 2: จัดทำ นำไปใช้ และเสริมสร้างมาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์

กลยุทธ์ที่ 3: สนับสนุนการพัฒนาจุดหมายการจัดประชุมและงานนิทรรศการที่มีศักยภาพ (สิ่งอำนวยความสะดวก โครงสร้างพื้นฐาน และ โลจิสติกส์ ฯลฯ)

ยุทธศาสตร์ที่ 5 เสริมสร้างการปฏิบัติงานที่เป็นเลิศภายใต้หลักธรรมาภิบาล

เพื่อให้สามารถรองรับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของอุตสาหกรรมไมซ์ ตลอดจนเพื่อให้สามารถดำเนินการตามบทบาทหน้าที่ที่กำหนดไว้ สสพ. ควรให้ความสำคัญถึงการดำเนินงานภายในได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวดเร็ว โปร่งใส และยั่งยืน

กลยุทธ์ที่ 1: ทบทวนแบบจำลองในการดำเนินธุรกิจในอนาคต (Future Business Model)

กลยุทธ์ที่ 2: เสริมสร้างโครงสร้างองค์กร ชีตความสามารถของบุคลากร กระบวนการและระบบ ภายใต้หลักธรรมาภิบาล

กลยุทธ์ที่ 3: พัฒนาและนำแนวทางการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของ สสพ. ไปปฏิบัติ

ยุทธศาสตร์ที่ 6 สนับสนุนอุตสาหกรรมไมซ์ให้เติบโตอย่างยั่งยืน

การพัฒนาอย่างยั่งยืนมีบทบาทเป็นอย่างมากในปัจจุบัน ทั้งยังเป็นหนึ่งแนวโน้มที่สำคัญของอุตสาหกรรมไมซ์ ผู้จัดงานและนักเดินทางต่างให้ความสนใจกับการจัดงานประชุมและแสดงสินค้าที่ตอบสนองต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนครอบคลุมทั้งมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม สสพ. เล็งเห็นถึงความสำคัญดังกล่าวและได้มีการส่งเสริมการตระหนักรู้และการปฏิบัติอย่างยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง เพื่อมุ่งสู่การเป็นผู้นำด้านความยั่งยืนของอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับภูมิภาค

กลยุทธ์ที่ 1: ประเมินผลกระทบด้านความยั่งยืนที่มีต่ออุตสาหกรรมไมซ์ (ด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม)

กลยุทธ์ที่ 2: จัดทำคู่มือการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของอุตสาหกรรมไมซ์ และการนำไปปฏิบัติ

ยุทธศาสตร์ที่ 7 ร่วมมือกับเครือข่ายกลยุทธ์ในการพัฒนานโยบาย และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง

เนื่องจากอุตสาหกรรมไมซ์เป็นอุตสาหกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับหลายหน่วยงาน การผลักดันการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมไมซ์จึงจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนอย่างจริงจังจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ซึ่งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายในอุตสาหกรรมได้มีการประสานงานกันอยู่เสมอ ทั้งนี้การประสานงานกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภายนอกอุตสาหกรรมนับเป็นสิ่งจำเป็นในการผลักดันให้อุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้สามารถเติบโตได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดย สสพ. สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ความเป็นมืออาชีพ และความยั่งยืนของอุตสาหกรรมไมซ์

กลยุทธ์ที่ 1: ร่วมมือกับเครือข่ายกลยุทธ์ในการผลักดันการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคเพื่อขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์

จากการดำเนินงานตามแผนแม่บทอุตสาหกรรมการจัดประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ ปี 2560-2564 ที่ผ่านมา สามารถติดตามความสำเร็จในการดำเนินงานตามแผนแม่บทในปี 2560 ได้ ดังนี้

ตารางที่ 1-11 การติดตามความสำเร็จของแผนแม่บทอุตสาหกรรมไมซ์ 2560-2564 (ฉบับเดิม)

ตัวชี้วัดเป้าหมายที่องค์กรต้องการ	เป้าหมาย 2564	ความเชื่อมโยงยุทธศาสตร์							ปีงบประมาณ 2560			หมายเหตุ		
		1	2	3	4	5	6	7	เป้าหมาย	ผลงาน	%สำเร็จ			
ระดับวิสัยทัศน์	1) อันดับของประเทศจากการจัดอันดับโดยองค์กรไมซ์นานาชาติ													
	- อันดับในเอเชียของ ICCA (Convention)	อันดับ 5	✓	✓	✓	✓			✓	อันดับ 6	อันดับ 4	130%		
	- อันดับในเอเชียของ UFI (Exhibition)	อันดับ 6	✓	✓	✓	✓			✓	อันดับ 7	อันดับ 7	100%		
	2) รายได้จากอุตสาหกรรมไมซ์ (ล้านบาท)	255,000	✓	✓	✓	✓			✓	167,000	198,054	119%	รายได้รวม นานาชาติและในประเทศ Growth 11.1%	
	3) อันดับของประเทศไทยจากแบบสำรวจ Top of Mind ในภาพรวม	อันดับ 2	✓	✓	✓	✓			✓	อันดับที่ 3	ไม่ได้มี การศึกษา ในปี 60		คะแนนเฉลี่ยในปี 2560 ไม่น้อยกว่า 14% และ กำหนดให้ปีถัดไป ต้องเพิ่มขึ้นปีละ 1%	
4) ผลกระทบของอุตสาหกรรมไมซ์ที่มีต่อ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม								✓		ไม่ได้มี การศึกษา ในปี 60		ผลกระทบของ อุตสาหกรรมมี 3 มิติ คือ 1) เศรษฐกิจ 2) สังคม 3) สิ่งแวดล้อม		
ระดับเป้าหมายหลัก 3 มิติ	เป้าหมาย 1: ความได้เปรียบในการแข่งขัน													
	1) จำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์นานาชาติ (ล้านคน)	1.6	✓	✓	✓				✓	1.2	1,276	106%	Growth 8%	
	2) จำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์ในประเทศ (ล้านคน)	36.5	✓	✓	✓				✓	26.8	35,31	132%	Growth 8%	
	3) รายได้จากอุตสาหกรรมไมซ์นานาชาติ (ล้านบาท)	170,000	✓	✓	✓				✓	112,000	106,912	95%	Growth 11.0%	
	4) รายได้จากอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศ (ล้านบาท)	85,000	✓	✓	✓				✓	56,000	91,142	163%	Growth 11.2%	
	เป้าหมาย 2: ความเป็นมืออาชีพ													
	1) จำนวนบุคลากรด้านไมซ์ที่ผ่านการรับรองมาตรฐานระดับสากล (คน)	134				✓			✓	90	62	69%	Growth 10%	
	2) จำนวนผู้ประกอบการและสถานที่จัดงานที่ได้ผ่านการรับรองจากมาตรฐานอุตสาหกรรมระดับสากล (บริษัท/องค์กร)	93				✓			✓	76	100	132%	Growth 5%	
	3) จำนวนจุดหมายที่มีศักยภาพในการจัดงานไมซ์ที่ผ่านเกณฑ์การประเมิน (เมือง)	10				✓			✓	6	7	117%	เพิ่มปีละ 1 เมือง	
	เป้าหมาย 3: การเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน													
1) ผลกระทบของอุตสาหกรรมไมซ์ที่มีต่อ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม								✓		ไม่ได้มี การศึกษา ในปี 60		ผลกระทบ 3 มิติ 1) เศรษฐกิจ 2) สังคม 3) สิ่งแวดล้อม		













ตัวชี้วัดเป้าหมายที่องค์กรต้องการ	เป้าหมาย 2564	ความเชื่อมโยงยุทธศาสตร์							ปีงบประมาณ 2560			หมายเหตุ	
		1	2	3	4	5	6	7	เป้าหมาย	ผลงาน	%สำเร็จ		
2) จำนวนร้อยละที่เพิ่มขึ้นของผู้ประกอบการ ผู้จัดงาน และองค์กรที่ผ่านมาตรฐานการจัดการและบริหารธุรกิจไอเวนทอย่างยั่งยืน (ISO20121)								√		3			
ระดับยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ที่ 1 ผลักดันความต้องการจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์												
	1.1 รายได้จากอุตสาหกรรมไมซ์	255,000								167,000	198,054	119%	รายได้รวม นานาชาติและในประเทศ Growth 11.1%
	1.2 อันดับของประเทศไทยจากแบบสำรวจ มุมมองของผู้จัดงานและนักเดินทางไมซ์ในฐานะเป็นจุดหมายหลักของการจัดงานไมซ์ (Top of mind Survey)	อันดับที่ 2								อันดับที่ 3	ไม่ได้มี การศึกษา ในปี 60		คะแนนเฉลี่ยในปี 2560 ไม่น้อยกว่า 14% และ กำหนดให้ปีถัดไป ต้องเพิ่มขึ้นปีละ 1%
	ยุทธศาสตร์ที่ 2 เพิ่มปริมาณงานไมซ์และจำนวนนักเดินทางไมซ์												
	2.1 จำนวนงานไมซ์ (งาน)												
	- นานาชาติ	10,400								8,230	7,876	96%	
	- ในประเทศ	42,770								31,440	62,251	198%	
	2.2 จำนวนนักเดินทางไมซ์ (ล้านคน)												
	- นานาชาติ	1.650								1.234	1.276	103%	
	- ในประเทศ	36.60								26.90	35.32	131%	
	2.3 จำนวนงาน/นักเดินทางไมซ์คุณภาพสูง										ไม่ได้มี การศึกษา ในปี 60		
	2.4 รายได้จากอุตสาหกรรมไมซ์ (ล้านบาท)									155,000	179,601	116%	
	- นานาชาติ	169,200								111,600	106,912	96%	Growth 11.0% (รวมรายได้ Mega Event)
	- ในประเทศ	85,500								55,900	91,142	163%	Growth 11.2%
	2.5 ความพึงพอใจของนักเดินทางไมซ์ต่อ ประสบการณ์ที่ได้รับ										83.60%		จากการทำ สำรวจ MICE STAT การวัด ความพึงพอใจที่มี ต่อกิจกรรมไมซ์ ในประเทศ
	ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมแบรนด์และการเป็นจุดหมายด้านไมซ์ของประเทศไทย												
	3.1 อันดับของประเทศไทยจากแบบสำรวจ Top of mind (ด้านชื่อเสียงการจัดงานไมซ์)	อันดับที่ 2									อันดับที่ 3	ไม่ได้มี การศึกษา ในปี 60	คะแนนเฉลี่ยในปี 2560 ไม่น้อยกว่า 14% และ กำหนดให้ปีถัดไป
















ตัวชี้วัดเป้าหมายที่องค์กรต้องการ	เป้าหมาย 2564	ความเชื่อมโยงยุทธศาสตร์							ปีงบประมาณ 2560			หมายเหตุ	
		1	2	3	4	5	6	7	เป้าหมาย	ผลงาน	%สำเร็จ		
													ต้องเพิ่มขึ้นปีละ 1%
3.2 อัตราการรับรู้ของแบรนด์อุตสาหกรรมไมซ์ไทยและจุดหมายระดับท้องถิ่น													
- ระดับการรับรู้ของต่างชาติ									เพิ่มขึ้น 5% จากปีก่อน	55.0%			จากการทำสำรวจ Brand Health Check
- ระดับการรับรู้ของประชาชนในประเทศ									เพิ่มขึ้น 10% จากปีก่อน	ไม่ได้มีการศึกษาในปี 60			จากการทำสำรวจ
ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์													
4.1 จำนวนบุคลากรที่ผ่านการอบรมในหลักสูตรด้านไมซ์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานระดับสากล (คน)	134									90	62	69%	Growth 10%
4.2 จำนวนผู้ประกอบการและสถานที่จัดงานที่ผ่านการรับรองมาตรฐานระดับสากล (ราย)	93									76	100	132%	
4.3 จำนวนจุดหมายที่มีศักยภาพในการจัดงานไมซ์ (เมือง)	10									6	7	117%	เพิ่มปีละ 1 เมือง
ยุทธศาสตร์ที่ 5 เสริมสร้างการปฏิบัติงานที่เป็นเลิศภายใต้หลักธรรมาภิบาล													
5.1 ผลการศึกษารูปแบบการดำเนินงาน (Operating model) ขององค์กรในอนาคต	สำเร็จ ร้อยละ 100 ตามเป้าหมาย										สำเร็จร้อยละ 100 ตามเป้าหมาย	100%	
5.2 โครงการเสริมสร้างโครงสร้างองค์กร ซีดความสามารถของบุคลากร กระบวนการและระบบแล้วเสร็จตามแผน	สำเร็จ ร้อยละ 100 ตามเป้าหมาย									เริ่มดำเนินการในปี 2560	สำเร็จร้อยละ 100 ตามเป้าหมาย	100%	
5.3 ผลการจัดระดับการกำกับดูแลขององค์การภาครัฐตามหลักธรรมาภิบาลของการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีของ กพร.	ผ่านระดับ 4 ขึ้นไป									ผ่านระดับ 4 ขึ้นไป	5 (86.51%)	100%	
5.4 จำนวนความคิดริเริ่ม/โครงการต่างๆ ที่สนับสนุนการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของ สสปน. ที่ถูกนำไปปฏิบัติ											ไม่ได้มีการตั้งเป้าหมายและแผนการดำเนินงานในปี 60		
ยุทธศาสตร์ที่ 6 สนับสนุนอุตสาหกรรมไมซ์ให้เติบโตอย่างยั่งยืน													
6.1 ผลกระทบของอุตสาหกรรมไมซ์ที่มีต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม										เพิ่มขึ้น 2% จากปีก่อนหน้า	ไม่ได้มีการศึกษาในปี 60		รวม D-MICE



ตัวชี้วัดเป้าหมายที่องค์กรต้องการ	เป้าหมาย 2564	ความเชื่อมโยงยุทธศาสตร์							ปีงบประมาณ 2560			หมายเหตุ
		1	2	3	4	5	6	7	เป้าหมาย	ผลงาน	%สำเร็จ	
6.2 จำนวนร้อยละที่เพิ่มขึ้นของ ผู้ประกอบการ ผู้จัดงาน และองค์กรที่ผ่าน มาตรฐานการจัดการและบริหารธุรกิจอีเวนต์ อย่างยั่งยืน (ISO20121)										3		
ยุทธศาสตร์ที่ 7 ร่วมมือกับเครือข่ายกลยุทธ์ในการพัฒนานโยบาย กฎ และระเบียบที่เกี่ยวข้อง												
7.1 จำนวนข้อริเริ่มในการแก้ไขปัญหา กฎระเบียบต่างๆ เพื่อขับเคลื่อนอุตสาหกรรม ไมซ์									ข้อริเริ่ม ได้รับการ ติดตาม และ ผลักดัน การแก้ไข ปัญหาร้อย ละ 100	4 งาน*		*เป็น Baseline ในการดำเนินงาน ปีแรก

จากการติดตามผลการดำเนินงานในปี 2560 ของแผนแม่บทอุตสาหกรรมการจัดประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ ปี 2560-2564 ที่ผ่านมา สามารถประเมินความสำเร็จของแผนแม่บทอุตสาหกรรมไมซ์ได้ ดังนี้

ตารางที่ 1-12 การประเมินความสำเร็จของแผนแม่บทอุตสาหกรรมการจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติ 2560-2564
(ฉบับเดิม)

ตัวชี้วัดเป้าหมายที่องค์กรต้องการ		ปีงบประมาณ 2560			การประเมินความสำเร็จ	
		เป้าหมาย	ผลงาน	%ความสำเร็จ		
ระดับวิสัยทัศน์	1) อันดับของประเทศจากการจัดอันดับโดยองค์กรไมซ์นานาชาติ					
	- อันดับในเอเชียของ ICCA (Convention)	อันดับ 6	อันดับ 4	130%		
	- อันดับในเอเชียของ UFI (Exhibition)	อันดับ 7	อันดับ 7	100%		
	2) รายได้จากอุตสาหกรรมไมซ์ (ล้านบาท)	155,000	179,600	116%		
	3) อันดับของประเทศไทยจากแบบสำรวจ Top of Mind ในภาพรวม	อันดับที่ 3	ไม่ได้มีการศึกษา			
4) ผลกระทบของอุตสาหกรรมไมซ์ที่มีต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม		ไม่ได้มีการศึกษา				
ระดับเป้าหมายหลัก 3 มิติ	เป้าหมาย 1: ความได้เปรียบในการแข่งขัน					
	1) จำนวนนักเดินทางไมซ์นานาชาติ (ล้านคน)	1.2	1.276	106%		
	2) จำนวนนักเดินทางไมซ์ในประเทศ (ล้านคน)	26.8	35.31	132%		
	3) รายได้จากอุตสาหกรรมไมซ์นานาชาติ (ล้านบาท)	112,000	106,912	95%		
	4) รายได้จากอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศ (ล้านบาท)	56,000	91,143	163%		
	เป้าหมาย 2: ความเป็นมืออาชีพ					
	1) จำนวนบุคลากรด้านไมซ์ที่ผ่านการรับรองมาตรฐานระดับสากล (คน)	90	62	69%		
	2) จำนวนผู้ประกอบการและสถานที่จัดงานที่ได้ผ่านการรับรองจากมาตรฐานอุตสาหกรรมระดับสากล (บริษัท/องค์กร)	76	100	132%		
	3) จำนวนจุดหมายที่มีศักยภาพในการจัดงานไมซ์ที่ผ่านเกณฑ์การประเมิน (เมือง)	6	7	117%		

ตัวชี้วัดเป้าหมายที่องค์กรต้องการ	ปีงบประมาณ 2560			การประเมินความสำเร็จ	
	เป้าหมาย	ผลงาน	%ความสำเร็จ		
เป้าหมาย 3: การเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน					
1) ผลกระทบของอุตสาหกรรมไมซ์ที่มีต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม		ไม่ได้มีการศึกษา			
2) จำนวนร้อยละที่เพิ่มขึ้นของผู้ประกอบการ ผู้จัดงาน และองค์กรที่ผ่านมาตรฐานการจัดการและบริหารธุรกิจไอเว้นท์อย่างยั่งยืน (ISO20121)		3			
ยุทธศาสตร์ที่ 1 ผลักดันความต้องการจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์					
1.1 รายได้จากอุตสาหกรรมไมซ์	167,000	194,353	116%		
1.2 อันดับของประเทศไทยจากแบบสำรวจมุมมองของผู้จัดงานและนักเดินทางไมซ์ในฐานะเป็นจุดหมายหลักของการจัดงานไมซ์ (Top of mind Survey)	อันดับที่ 3	ไม่ได้มีการศึกษา			
ยุทธศาสตร์ที่ 2 เพิ่มปริมาณงานไมซ์และจำนวนนักเดินทางไมซ์					
2.1 จำนวนงานไมซ์ (งาน)					
- นานาชาติ	8,230	7,876	96%		
- ในประเทศ	31,440	62,251	198%		
2.2 จำนวนนักเดินทางไมซ์ (ล้านคน)					
- นานาชาติ	1.234	1.276	103%		
- ในประเทศ	26.90	35.32	131%		
2.3 จำนวนงาน/นักเดินทางไมซ์คุณภาพสูง		ไม่ได้มีการศึกษา			
2.4 รายได้จากอุตสาหกรรมไมซ์ (ล้านบาท)	155,000	179,601	116%		
- นานาชาติ	111,600	106,912	96%		
- ในประเทศ	55,900	91,142	163%		
2.5 ความพึงพอใจของนักเดินทางไมซ์ต่อประสบการณ์ที่ได้รับ		83.60%			
ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมแบรนด์และการเป็นจุดหมายด้านไมซ์ของประเทศไทย					
3.1 อันดับของประเทศไทยจากแบบสำรวจ Top of mind	อันดับที่ 3	ไม่ได้มีการศึกษา			
3.2 อัตราการรับรู้ของแบรนด์อุตสาหกรรมไมซ์ไทยและจุดหมายระดับท้องถิ่น					
- ระดับการรับรู้ของต่างชาติ	เพิ่มขึ้น 10% จากปีก่อน	ไม่ได้มีการศึกษา			
- ระดับการรับรู้ของประชาชนในประเทศ	เพิ่มขึ้น 5% จากปีก่อน	55.0%	100%		

ตัวชี้วัดเป้าหมายที่องค์กรต้องการ	ปีงบประมาณ 2560			การประเมินความสำเร็จ	
	เป้าหมาย	ผลงาน	%ความสำเร็จ		
ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์					
4.1 จำนวนบุคลากรที่ผ่านการอบรมในหลักสูตรด้านไมซ์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานระดับสากล (คน)	90	62	69%		
4.2 จำนวนผู้ประกอบการและสถานที่จัดงานที่ผ่านการรับรองมาตรฐานระดับสากล (ราย)	76	100	132%		
4.3 จำนวนจุดหมายที่มีศักยภาพในการจัดงานไมซ์ (เมือง)	6	7	117%		
ยุทธศาสตร์ที่ 5 เสริมสร้างการปฏิบัติงานที่เป็นเลิศภายใต้หลักธรรมาภิบาล					
5.1 ผลการศึกษารูปแบบการดำเนินงาน (Operating model) ขององค์กรในอนาคต		สำเร็จร้อยละ 100 ตามเป้าหมาย	100%		
5.2 โครงการเสริมสร้างโครงสร้างองค์กร ชิดความสามารถของบุคลากร กระบวนการและระบบแล้วเสร็จตามแผน	เริ่มดำเนินการในปี 2560	สำเร็จร้อยละ 100 ตามเป้าหมาย	100%		
5.3 ผลการจัดระดับการกำกับดูแลขององค์การภาครัฐตามหลักธรรมาภิบาลของการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีของ กพร.	ผ่านระดับ 4 ขึ้นไป	5 (86.51%)	100%		
5.4 จำนวนความคิดริเริ่ม/โครงการต่างๆ ที่สนับสนุนการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของ สสบน. ที่ถูกนำไปปฏิบัติ		ไม่ได้มีการตั้งเป้าหมายและแผน			
ยุทธศาสตร์ที่ 6 สนับสนุนอุตสาหกรรมไมซ์ให้เติบโตอย่างยั่งยืน					
6.1 ผลกระทบของอุตสาหกรรมไมซ์ที่มีต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม	เพิ่มขึ้น 2% จากปีก่อน	ไม่ได้มีการศึกษา			
6.2 จำนวนร้อยละที่เพิ่มขึ้นของผู้ประกอบการ ผู้จัดงาน และองค์กรที่ผ่านมาตรฐานการจัดการและบริหารธุรกิจไอเว้นท์อย่างยั่งยืน (ISO20121)		3			
ยุทธศาสตร์ที่ 7 ร่วมมือกับเครือข่ายกลยุทธ์ในการพัฒนานโยบาย กฎ และระเบียบ					
7.1 จำนวนข้อริเริ่มในการแก้ไขปัญหากฎระเบียบต่างๆ เพื่อขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์	ได้รับการแก้ไขปัญหาร้อยละ 100	4 งาน (เป็น Baseline ในการดำเนินงานปีแรก)			



จากการประเมินความสำเร็จในปี 2560 ของแผนแม่บทอุตสาหกรรมการจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติ ปี 2560-2564 (ฉบับเดิม) มีการแบ่งการประเมินออกเป็นระดับวิสัยทัศน์ ระดับเป้าหมายหลัก 3 มิติ และระดับยุทธศาสตร์ โดยการประเมินในแต่ละระดับมีรายละเอียด ดังนี้

- 1) การประเมินความสำเร็จระดับวิสัยทัศน์ ประกอบด้วยตัวชี้วัด 4 ตัวชี้วัด โดยมีการติดตามผลเพียง 2 ตัวชี้วัด ได้แก่ 1. อันดับของประเทศจากการจัดอันดับโดยองค์กรไมซ์นานาชาติ และ 2. รายได้จากอุตสาหกรรมไมซ์ ซึ่งมีผลความสำเร็จดีเลิศ คือเกิน 100% ทั้ง 2 ตัวชี้วัด
- 2) การประเมินระดับเป้าหมายหลัก 3 มิติ ประกอบด้วย 3 เป้าหมาย ได้แก่
 - 2.1) ความได้เปรียบในการแข่งขัน ประกอบด้วยตัวชี้วัด 4 ตัวชี้วัด ความสำเร็จโดยรวมอยู่ในระดับดีเลิศ โดยมีผลความสำเร็จดีเลิศ คือเกิน 100% 3 ตัวชี้วัด และมีผลสำเร็จในระดับดี คือ เกิน 80% 1 ตัวชี้วัด
 - 2.2) ความเป็นมืออาชีพ ประกอบด้วยตัวชี้วัด 3 ตัวชี้วัด ความสำเร็จโดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีผลความสำเร็จดีเลิศ คือเกิน 100% 2 ตัวชี้วัด มีผลสำเร็จในระดับดี คือ เกิน 80% 1 ตัวชี้วัด และมีผลสำเร็จในระดับปานกลาง คือ เกิน 60% 1 ตัวชี้วัด
 - 2.3) การเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน ประกอบด้วยตัวชี้วัด 2 ตัวชี้วัด ซึ่งไม่มีการตั้งเป้าเป้าหมาย และไม่มีการติดตามผลความสำเร็จในข้อนี้
- 3) การประเมินระดับยุทธศาสตร์ ประกอบด้วย 7 ยุทธศาสตร์ ได้แก่
 - 3.1) ผลักดันความต้องการจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ ประกอบด้วย 2 ตัวชี้วัด มีการติดตามผลเพียง 1 ตัวชี้วัด ซึ่งมีผลความสำเร็จดีเลิศ
 - 3.2) เพิ่มปริมาณงานไมซ์และจำนวนนักเดินทางไมซ์ ประกอบด้วย 5 ตัวชี้วัด มีการติดตามผลเพียง 3 ตัวชี้วัด ซึ่งมีผลความสำเร็จดีเลิศทั้ง 3 ตัว
 - 3.3) ส่งเสริมแบรนด์และการเป็นจุดหมายด้านไมซ์ของประเทศไทย ประกอบด้วย 2 ตัวชี้วัด มีการติดตามผลเพียง 1 ตัวชี้วัด ซึ่งมีผลความสำเร็จดีเลิศ
 - 3.4) พัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์ ประกอบด้วยตัวชี้วัด 3 ตัวชี้วัด ความสำเร็จโดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีผลความสำเร็จดีเลิศ 2 ตัวชี้วัด และมีผลสำเร็จในระดับปานกลาง 1 ตัวชี้วัด
 - 3.5) เสริมสร้างการปฏิบัติงานที่เป็นเลิศภายใต้หลักธรรมาภิบาล ประกอบด้วย 4 ตัวชี้วัด มีการติดตามผลเพียง 3 ตัวชี้วัด ซึ่งมีผลความสำเร็จดีเลิศ
 - 3.6) สนับสนุนอุตสาหกรรมไมซ์ให้เติบโตอย่างยั่งยืน ประกอบด้วยตัวชี้วัด 2 ตัวชี้วัด ซึ่ง 1 ตัวชี้วัด ไม่มีการตั้งเป้าเป้าหมาย และอีก 1 ตัวไม่มีการติดตามผลความสำเร็จ
 - 3.7) ร่วมมือกับเครือข่ายกลยุทธ์ในการพัฒนานโยบาย กฎ และระเบียบ ประกอบด้วยตัวชี้วัด 1 ตัวชี้วัด ซึ่งไม่มีการตั้งเป้าเป้าหมาย

การประเมินผลความสำเร็จตามแผนแม่บทอุตสาหกรรมการจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติ ปี 2560-2564 (ฉบับเดิม) ในภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ดี แต่เนื่องจากหลายตัวชี้วัดไม่มีการติดตามผลการดำเนินงาน ทำให้ไม่สามารถสะท้อนผลการดำเนินงานที่แท้จริงได้ โดยจากแผนแม่บทฯ มีตัวชี้วัดทั้งสิ้น 32 ตัว แต่มีการติดตามผลเพียง 19 ตัว โดยตัวชี้วัดบางตัวอาจมีความยากลำบากในการเก็บข้อมูล จึงอาจต้องมีการทบทวนตัวชี้วัดและแผนแม่บทอุตสาหกรรมไม่ซีให้เหมาะสม

1.4.4 แผนงานอื่นๆ ของ สสปน.

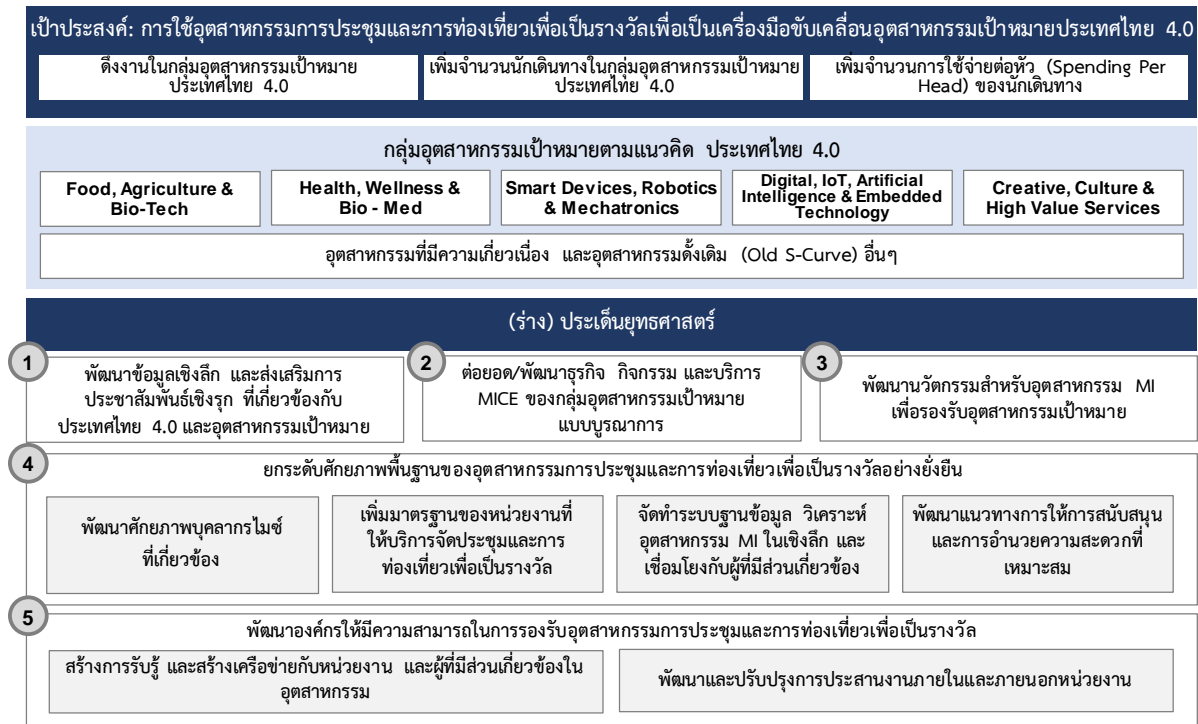
การศึกษาแผนแม่บทฯ ของแต่ละฝ่าย เพื่อให้การกำหนดแผนแม่บทอุตสาหกรรมการจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติ มีความสอดคล้องกัน เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และสามารถนำไปใช้ในการขับเคลื่อนได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยแผนงานที่ศึกษา ได้แก่ 1. ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมการประชุม (Meetings) และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentives) ของประเทศไทย 2. วิสัยทัศน์ พันธกิจ และกลยุทธ์ ของฝ่ายอุตสาหกรรมแสดงสินค้านานาชาติ 3. แผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมตลาดในประเทศ 4. แผนแม่บทการเผยแพร่และตรวจประเมินมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย และ 5. กรอบแผนแม่บทการพัฒนาที่ยั่งยืน ของฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1) ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมประชุม (Meetings) และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentives) ของประเทศไทย

เพื่อเป็นการวางแนวทางในการใช้อุตสาหกรรมประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเป็นเครื่องมือขับเคลื่อนอุตสาหกรรมเป้าหมายตามแนวคิดประเทศไทย 4.0 ให้สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาของประเทศ และสามารถเตรียมพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต โดยแนวคิดหลักในการจัดทำยุทธศาสตร์ดังกล่าว มีด้วยกันทั้งหมด 4 ประเด็นหลัก อันได้แก่

1. การเปลี่ยนจากคำนึงถึงปริมาณ (Quantity) ไปสู่การคำนึงถึงคุณภาพ (Quality)
2. การเปลี่ยนจากการมีเป้าหมายทั่วไป (Generic) ไปเป็นเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจงมากขึ้น (Focus)
3. การเปลี่ยนจากการทำงานแบบแบ่งแยก (Individual) เป็นการทำงานแบบร่วมมือและเชื่อมโยง (Collaborative)
4. การเปลี่ยนจากการทำงานเชิงรับ (Reactive) เป็นการทำงานเชิงรุก (Proactive)

ซึ่งแผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล มีสาระสำคัญดังต่อไปนี้



รูปที่ 1-31 ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

เป้าประสงค์ (Strategic Objectives)

เป้าประสงค์หลักของแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลฉบับนี้ คือ การใช้อุตสาหกรรมการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเพื่อเป็นเครื่องมือขับเคลื่อนอุตสาหกรรมเป้าหมายประเทศไทย 4.0 โดยมีเป้าหมายดังต่อไปนี้

1. เพิ่มจำนวนกิจกรรมการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ในกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมายและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องตามแนวคิดประเทศไทย 4.0
2. เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวในการเข้าร่วมกิจกรรมการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ในกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมายและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องตามแนวคิดประเทศไทย 4.0
3. เพิ่มจำนวนการใช้จ่ายต่อหัว (Spending Per Head) ของนักท่องเที่ยว

ประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategies)

ยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาข้อมูลเชิงลึก และส่งเสริมการประชาสัมพันธ์เชิงรุก ที่เกี่ยวข้องกับประเทศไทย 4.0 และอุตสาหกรรมเป้าหมาย (Insight Development & Communication Regarding Thailand 4.0)

กลยุทธ์ที่ 1.1 ส่งเสริมการศึกษา และจัดทำข้อมูลเชิงลึกของนโยบาย และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับประเทศไทย 4.0

กลยุทธ์ที่ 1.2 พัฒนาการจัดกิจกรรมสร้างการรับรู้ และให้ความรู้แก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

กลยุทธ์ที่ 1.3 จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ และ Sales kit ตามประเภทกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ต่อยอด/พัฒนาธุรกิจ กิจกรรมและบริการไมซ์ของกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมาย แบบบูรณาการ (Integrated Business Development for Thailand 4.0 Targeted Industries)

กลยุทธ์ที่ 2.1 ส่งเสริมการร่วมพัฒนาธุรกิจ หรือกิจกรรม (Business Development)

กลยุทธ์ที่ 2.2 คิดค้นรูปแบบกิจกรรมการให้บริการไมซ์ต้นแบบ (Prototype MICE Package)

กลยุทธ์ที่ 2.3 พัฒนามาตรการจูงใจเพื่อดึงดูดกลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมาย (Incentives) ตามประเภท
กิจกรรม

ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนานวัตกรรมสำหรับอุตสาหกรรมการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เพื่อรองรับ
อุตสาหกรรมเป้าหมาย (Technology & Innovation Implementation for Thailand 4.0 Targeted
Industries)

กลยุทธ์ที่ 3.1 แสวงหาเทคโนโลยี และการจัดการนวัตกรรมสมัยใหม่ พร้อมการทำ Pilot เพื่อทดสอบ

กลยุทธ์ที่ 3.2 ศึกษาและพัฒนาแนวทางการขยายผล

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยกระดับศักยภาพพื้นฐานของอุตสาหกรรมการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลอย่าง
ยั่งยืน (MI Fundamental Enhancement)

กลยุทธ์ที่ 4.1 พัฒนาศักยภาพบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อ
เป็นรางวัล (Competency Development)

กลยุทธ์ที่ 4.2 สร้างมาตรฐานของผู้ประกอบการ และการให้บริการในอุตสาหกรรมการประชุมและ
การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Standard Improvement)

กลยุทธ์ที่ 4.3 จัดทำระบบฐานข้อมูล วิเคราะห์อุตสาหกรรมการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็น
รางวัลในเชิงลึก และเชื่อมโยงกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง (Integrated MI Database)

กลยุทธ์ที่ 4.4 พัฒนาแนวทางการให้การสนับสนุนและการอำนวยความสะดวกที่เหมาะสม
(Incentive System Design)

ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาองค์กรให้มีความสามารถในการรองรับอุตสาหกรรมการประชุมและการท่องเที่ยวเป็น
รางวัล (TCEB Organization Development)

กลยุทธ์ที่ 5.1 สร้างการรับรู้ และสร้างเครือข่ายกับหน่วยงาน และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม
เพื่อสร้างความร่วมมือในการทำงานร่วมกัน (Building Awareness & Strengthening
Network)

กลยุทธ์ที่ 5.2 พัฒนาและปรับปรุงการประสานงานภายในและนอกหน่วยงาน (Process
Improvement)

2) วิสัยทัศน์ พันธกิจ และกลยุทธ์ ของฝ่ายอุตสาหกรรมแสดงสินค้านานาชาติ

เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมแสดงสินค้านานาชาติของประเทศไทย จึงได้มีการกำหนด
วิสัยทัศน์ พันธกิจ และกลยุทธ์ขึ้นเป็นกรอบในการพัฒนาให้มีแนวทางไปในทิศทางเดียวกัน ให้การพัฒนา
อุตสาหกรรมแสดงสินค้านานาชาติมีประสิทธิภาพและสัมฤทธิ์ผล โดยมีรายละเอียด ดังนี้



รูปที่ 1-32 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และกลยุทธ์ ของฝ่ายอุตสาหกรรมแสดงสินค้านานาชาติ

วิสัยทัศน์

เพื่อพัฒนาประเทศไทยให้กลายเป็นสถานที่จัดงานแสดงสินค้าที่ดีที่สุดในอาเซียน (We make Thailand the best place for exhibitions in ASEAN)

พันธกิจ

ดึงดูดและสนับสนุนผู้จัดงาน ผู้จัดแสดงสินค้า และผู้เข้าชมงานแสดงสินค้า ในประเทศไทยโดยการช่วยอำนวยความสะดวก ส่งเสริมการยกระดับมาตรฐาน และการพัฒนาขีดความสามารถอุตสาหกรรมไมซ์ (We attract and support organizers, exhibitors and visitors of exhibitions in Thailand by making it easy for them to do business, promoting the highest quality standards and developing capabilities throughout the Industry)

เป้าหมายระยะยาว

1. พัฒนาทักษะและความเป็นมืออาชีพของบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยการฝึกอบรม (Improve the Professionalism and Skills of People in the Industry Through Training and Education)
2. สร้างความตระหนักถึงอุตสาหกรรมไมซ์ในภาครัฐและวิสาหกิจ (Raise Awareness of the Government and State-Owned Enterprises to Make Exhibition Business Easier)
3. ให้การสนับสนุนเพื่อเพิ่มจำนวนผู้จัดงานภายในประเทศและจำนวนการจัดงาน โดยการยกระดับคุณภาพและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในระดับสากล (Provide Targeted Support to Increase Number of Domestic Organizers and Number of Their Shows by Improving Overall Quality and Ability to Compete Internationally)
4. ดึงดูดและรักษาผู้จัดงานต่างประเทศ (Attract and Retain International Organizers)

5. ดึงดูดและรักษาผู้จัดแสดงสินค้า และผู้เข้าชมงานจากต่างประเทศ (Attract and Retain International Exhibitors and Visitors)
6. ปรับปรุงมาตรฐาน และคุณภาพของสถานที่จัดงาน (Improve Standards in Venue Quality and Portfolio of Available Venues)
7. ใช้ผู้ให้บริการเพื่อให้ได้มาตรฐานสากล (Enable Service Providers to Achieve International Standards)
8. กำหนดตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ของประเทศไทยให้เป็นสถานที่จัดงานแสดงสินค้าชั้นนำ โดยการประชาสัมพันธ์กับสมาคม สื่อ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่นๆ (Position Thailand as Premier Exhibition Destination with Associations, Media and Other Stakeholders)

กลยุทธ์ มีการกำหนดโครงการต่างๆ ภายใต้กลยุทธ์หลัก 3 กลยุทธ์ ได้แก่

1. การพัฒนา (Develop)
2. การประชาสัมพันธ์ (Promote)
3. การให้ความรู้ (Inform & Educate)

3) แผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมตลาดในประเทศ ของฝ่ายส่งเสริมตลาดในประเทศ

ฝ่ายส่งเสริมการตลาดในประเทศ มีหน้าที่ส่งเสริม สนับสนุน สื่อสาร ประชาสัมพันธ์ และจัดกิจกรรมให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ภายในประเทศ และยกระดับจังหวัดที่มีศักยภาพทั่วประเทศเป็นเมืองแห่งไมซ์ (MICE City) รวมถึงขยายโอกาสของผู้ประกอบการไมซ์ภายในประเทศ ตลอดจนสร้างและพัฒนาเครือข่ายที่เกี่ยวข้องในการสร้างนวัตกรรมในอุตสาหกรรมไมซ์เพื่อยกระดับและเพิ่มขีดความสามารถของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศให้เป็นที่ยอมรับ ทั้งนี้ ฝ่ายส่งเสริมการตลาดในประเทศได้มีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมตลาดในประเทศ พ.ศ. 2561 – 2565 ซึ่งได้มีการตั้งวิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมาย ไว้ดังนี้

วิสัยทัศน์

“เป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศด้วยนวัตกรรม เพื่อสร้างความเจริญและกระจายรายได้ไปสู่ทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน”

พันธกิจ

1. ส่งเสริมภาพลักษณ์อุตสาหกรรมไมซ์ไทยด้วยผลิตภัณฑ์ บริการชั้นเลิศ และมีอัตลักษณ์ความเป็นไทย
2. ส่งเสริมแนวปฏิบัติด้านความยั่งยืน เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน
3. สนับสนุนการจัดงานไมซ์ในประเทศไทย เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและกระจายรายได้สู่ชุมชน
4. พัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยองค์ความรู้ มาตรฐาน รวมถึงการพัฒนาบุคลากรและผู้ประกอบการ

เป้าหมาย

1. สร้างรายได้ให้แก่ประเทศด้วยการจัดกิจกรรมไมซ์ในประเทศเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและขับเคลื่อนอุตสาหกรรมหลักของประเทศ โดยพัฒนาการบริการที่สร้างมูลค่า และเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ
2. พัฒนาผู้ประกอบการไมซ์ในพื้นที่ที่ได้มาตรฐานและมีโครงสร้างพื้นฐานที่เพียงพอต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในอนาคต
3. กระตุ้นให้เกิดการลงทุน กระจายรายได้ไปสู่พื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษทั่วประเทศ
4. สร้างความเจริญจากอุตสาหกรรมไมซ์เพื่อมุ่งประโยชน์ส่วนรวมในทุกภาคส่วนของสังคม

แผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมตลาดในประเทศ (พ.ศ 2561 – 2565)				
วิสัยทัศน์	“เป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศด้วยนวัตกรรม เพื่อสร้างความเจริญและกระจายรายได้ไปสู่ทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน”			
พันธกิจ	<ol style="list-style-type: none"> 1. ส่งเสริมภาพลักษณ์อุตสาหกรรมไมซ์ไทยด้วยผลิตภัณฑ์ บริการชั้นเลิศและมีอัตลักษณ์ความเป็นไทย 2. ส่งเสริมแนวปฏิบัติด้านความยั่งยืน เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน 3. สนับสนุนการจัดงานไมซ์ในประเทศไทย เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและกระจายรายได้สู่ชุมชน 4. พัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยองค์ความรู้ มาตรฐาน รวมถึงการพัฒนาบุคลากรและผู้ประกอบการ 			
เป้าหมาย	<ol style="list-style-type: none"> 1. สร้างรายได้ให้แก่ประเทศด้วยการจัดกิจกรรมไมซ์ในประเทศเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและขับเคลื่อนอุตสาหกรรมหลักของประเทศ 2. พัฒนาผู้ประกอบการไมซ์ในพื้นที่ที่ได้มาตรฐานและมีโครงสร้างพื้นฐานที่เพียงพอต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในอนาคต 3. กระตุ้นให้เกิดการลงทุน กระจายรายได้ไปสู่พื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษทั่วประเทศ 4. สร้างความเจริญจากอุตสาหกรรมไมซ์เพื่อมุ่งประโยชน์ส่วนรวมในทุกภาคส่วนของสังคม 			
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1	ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2	ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3	ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4	
ส่งเสริมการตลาด และภาพลักษณ์ไมซ์ในระดับประเทศ	พัฒนางานไมซ์ใหม่และงานไมซ์เดิมให้เกิดความยั่งยืนพร้อมกับการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมเป้าหมาย	หมุนเวียนและกระจายรายได้ผ่านอุตสาหกรรมไมซ์จากส่วนกลางไปสู่ภูมิภาคและระหว่างภูมิภาค	เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ระดับภูมิภาค	
เป้าประสงค์	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อสร้างความรู้และความเข้าใจต่ออุตสาหกรรมไมซ์แก่กลุ่มเป้าหมายในระดับพื้นที่ 2. เพื่อยกระดับภาพลักษณ์ของเมืองประทุมในการจัดงานไมซ์ระดับพื้นที่ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อยกระดับงานไมซ์เดิมที่พัฒนาขึ้นภายในพื้นที่ให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง 2. เพื่อพัฒนางานไมซ์ใหม่ที่ตรงตามความต้องการของตลาดและศักยภาพของพื้นที่ 3. เพื่อเพิ่มกิจกรรมไมซ์ในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมเป้าหมายภายใต้นโยบายของประเทศไทย 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อเพิ่มการกระจายรายได้จากการจัดงานไมซ์ไปสู่ภูมิภาค 2. เพื่อเพิ่มจำนวนงานไมซ์ในภูมิภาค และยกระดับไปสู่งานในระดับ CLMV/ GMS 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมไมซ์ของแต่ละภูมิภาค ผ่านการยกระดับผู้ประกอบการในพื้นที่ทั้งในแง่ของจำนวนและคุณภาพ 2. เพื่อเพิ่มจำนวนและรักษาฐานเดิมของสถานที่จัดงานที่ผ่านการรับรองมาตรฐานในพื้นที่ 3. เพื่อสร้างความเข้มแข็งของเครือข่ายในพื้นที่อุตสาหกรรม
กลยุทธ์	<ol style="list-style-type: none"> 1.1 ส่งเสริมกิจกรรมทางการตลาดของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศ 1.2 ส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กร และพื้นที่ให้เป็นจุดหมายปลายทางของกิจกรรมไมซ์ในประเทศ 	<ol style="list-style-type: none"> 2.1 สร้างความเข้มแข็งของงานไมซ์เดิมในพื้นที่ให้เติบโตอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน 2.2 ยกระดับงานไมซ์เกิดใหม่ในพื้นที่ให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน 2.3 สร้างงานไมซ์เพื่อรองรับการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมเป้าหมายภายใต้นโยบายประเทศไทย 4.0 	<ol style="list-style-type: none"> 3.1 หมุนเวียนงานไมซ์จากส่วนกลางไปสู่ภูมิภาคและระหว่างภูมิภาคเพื่อก่อให้เกิดการกระจายรายได้เข้าสู่พื้นที่ 3.2 พัฒนาและส่งเสริมการตลาดไมซ์ในภูมิภาคสู่การเป็นศูนย์กลางไมซ์ของประเทศรอบข้าง 	<ol style="list-style-type: none"> 4.1 พัฒนาและเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการไมซ์ตลอดห่วงโซ่การบริการให้ได้คุณภาพและมาตรฐาน 4.2 ยกระดับโครงสร้างพื้นฐานในการจัดประชุมไมซ์ให้ได้คุณภาพ มาตรฐาน และมีความทันสมัย 4.3 เสริมสร้างเครือข่ายพันธมิตรในการสนับสนุนการจัดงานไมซ์ในประเทศ

รูปที่ 1-33 แผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมตลาดในประเทศ

แผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมตลาดในประเทศ ประกอบด้วย 4 ยุทธศาสตร์ มีรายละเอียดของเป้าหมายตัวชี้วัด และกลยุทธ์ต่างๆ ดังนี้

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1: ส่งเสริมการตลาด และภาพลักษณ์ไมซ์ในระดับประเทศ (Promote)

การส่งเสริมภาพลักษณ์ของเมืองไมซ์ที่ดีและพื้นที่ที่มีศักยภาพให้เป็นจุดหมายด้านการจัดงานไมซ์ภายในประเทศที่มีคุณภาพ การจัดทำสื่อและแผนงานการประชาสัมพันธ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่ ทั้งในแง่ของโรงแรมที่พัก สถานที่ประชุม รวมไปถึงเส้นทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งในเชิงธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการจัดกิจกรรมไมซ์ของพื้นที่

เป้าประสงค์

1. เพื่อสร้างความรู้และความเข้าใจต่ออุตสาหกรรมไมซ์แก่กลุ่มเป้าหมายในระดับพื้นที่

2. เพื่อยกระดับภาพลักษณ์ของเมืองประชุมในการจัดงานไมซ์ระดับพื้นที่

กลยุทธ์

กลยุทธ์ที่ 1.1: ส่งเสริมกิจกรรมทางการตลาดของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศ (Promote MICE Industry)

กลยุทธ์ที่ 1.2: ส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กร และพื้นที่ให้เป็นจุดหมายปลายทางของกิจกรรมไมซ์ในประเทศ
(Create Branding MICE Destination)

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2: พัฒนางานไมซ์ใหม่และงานไมซ์เดิมให้เกิดความยั่งยืนพร้อมกับการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมเป้าหมาย (Win)

การสร้างและยกระดับงานไมซ์และงานมหกรรมในระดับภูมิภาคในพื้นที่เป้าหมาย เพื่อใช้กิจกรรมไมซ์ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมเป้าหมายภายในพื้นที่ ตลอดจนการสร้างรูปแบบการจัดงานไมซ์ให้มีความหลากหลาย เนื่องจากกิจกรรมไมซ์ก่อให้เกิดการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้า เกิดการลงทุน การจับคู่ทางธุรกิจ และเป็นเวทีในการแลกเปลี่ยนความรู้และเทคโนโลยีในการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ อีกด้วย ซึ่งผลประโยชน์จากกิจกรรมไมซ์เป็นปัจจัยในการเสริมสร้างความเข้มแข็งและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของพื้นที่

เป้าประสงค์

1. เพื่อยกระดับงานไมซ์เดิมที่พัฒนาขึ้นภายในพื้นที่ให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง
2. เพื่อพัฒนางานไมซ์ใหม่ที่ตรงตามความต้องการของตลาดและศักยภาพของพื้นที่
3. เพื่อเพิ่มกิจกรรมไมซ์ในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมเป้าหมายภายใต้นโยบายของประเทศไทย

กลยุทธ์

กลยุทธ์ที่ 2.1: สร้างความเข้มแข็งของงานไมซ์เดิมในพื้นที่ให้เติบโตอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน (Strengthen Local MICE Public Show)

กลยุทธ์ที่ 2.2: ยกระดับงานไมซ์เกิดใหม่ในพื้นที่ให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน (Building New Potential Home Grown Flagship Event)

กลยุทธ์ที่ 2.3: สร้างงานไมซ์เพื่อรองรับการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมเป้าหมายภายใต้นโยบายประเทศไทย 4.0 (Target S - Curve MICE Event)

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3: หมุนเวียนและกระจายรายได้ผ่านอุตสาหกรรมไมซ์จากส่วนกลางไปสู่ภูมิภาคและระหว่างภูมิภาค (Win)

การสร้างกิจกรรมไมซ์ให้เกิดขึ้นภายในไมซ์ซิตี้และคลัสเตอร์จังหวัดรอบข้าง โดยใช้ศักยภาพของพื้นที่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด กระตุ้นและส่งเสริมให้พื้นที่มีการทำการตลาดในเชิงรุก เพื่อกระจายรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจภายในพื้นที่ รวมทั้งเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมไมซ์ของแต่ละพื้นที่

เป้าประสงค์

1. เพื่อเพิ่มการกระจายรายได้จากการจัดงานไมซ์ไปสู่ภูมิภาค
2. เพื่อเพิ่มจำนวนงานไมซ์ในภูมิภาค และยกระดับไปสู่งานในระดับ CLMV/ GMS

กลยุทธ์

กลยุทธ์ที่ 3.1: หมุนเวียนงานไมซ์จากส่วนกลางไปสู่ภูมิภาคและระหว่างภูมิภาคเพื่อก่อให้เกิดการกระจายรายได้เข้าสู่พื้นที่ (Rotate MICE into Regional Cities)

กลยุทธ์ที่ 3.2: พัฒนาและส่งเสริมการตลาดไมซ์ในภูมิภาคสู่การเป็นศูนย์กลางไมซ์ของประเทศรอบข้าง (Expand Regional Hub to Neighboring Countries)

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4: เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ระดับภูมิภาค (Develop)

การพัฒนาและยกระดับขีดความสามารถของบุคลากรที่มีส่วนสนับสนุนให้เกิดการจัดกิจกรรมไมซ์ และผู้ประกอบการในภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ เช่น การประชาสัมพันธ์ การนำเที่ยว และการบริการในโรงแรม เป็นต้น ทั้งในแง่ของจำนวนและคุณภาพ เพื่อเตรียมความพร้อมให้สามารถรองรับสำหรับการจัดงานไมซ์ได้ ตลอดจนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ รวมไปถึงการพัฒนาเครือข่ายพันธมิตรโดยเฉพาะกับหน่วยงานภาครัฐ ในการสร้างมาตรฐานของโปรแกรมสนับสนุนการจัดงานไมซ์ให้มีความชัดเจน เพื่อกระตุ้นให้เกิดการงานไมซ์ภายในประเทศ

เป้าประสงค์

1. เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมไมซ์ของแต่ละภูมิภาค ผ่านการยกระดับผู้ประกอบการไมซ์ในพื้นที่ทั้งในแง่ของจำนวนและคุณภาพ
2. เพื่อเพิ่มจำนวนและรักษาฐานเดิมของสถานที่จัดงานที่ผ่านการรับรองมาตรฐานในพื้นที่
3. เพื่อสร้างความเข้มแข็งของเครือข่ายในพื้นที่อุตสาหกรรม

กลยุทธ์

กลยุทธ์ที่ 4.1: พัฒนาและเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการไมซ์ตลอดห่วงโซ่การบริการให้ได้คุณภาพและมาตรฐาน (Enhance Human Capital Across Supply Chain)

กลยุทธ์ที่ 4.2: ยกระดับโครงสร้างพื้นฐานในการจัดประชุมไมซ์ให้ได้คุณภาพ มาตรฐาน และมีความทันสมัย (Expand TMVS Venues)

กลยุทธ์ที่ 4.3: เสริมสร้างเครือข่ายพันธมิตรในการสนับสนุนการจัดงานไมซ์ในประเทศ (Build Collaboration with Government Agency for MICE Industry)

4) แผนแม่บทการเผยแพร่และตรวจประเมินมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย ของฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์

เนื่องจากการจัดทำมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย Thailand MICE Venue Standard (TMVS) เป็นยุทธศาสตร์สำคัญที่จะช่วยส่งเสริมให้เกิดสถานที่จัดงานและบริการที่มีคุณภาพ การจัดทำมาตรฐาน TMVS ได้ระบุถึงข้อกำหนดต่างๆ เกี่ยวกับการบริหารจัดการห้องประชุมประเทศไทย รวมถึงการบริการที่มีคุณภาพ และการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ดังนั้น สสปน. จึงได้วางแผนแม่บทฯ

เผยแพร่ และตรวจประเมินมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย ให้เกิดความต่อเนื่องอย่างยั่งยืน เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ให้เติบโตอย่างรวดเร็วและมั่นคงต่อไป

วิสัยทัศน์

ประเทศไทยเป็นผู้นำการพัฒนามาตรฐานสถานที่จัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์สู่ระดับนานาชาติ

พันธกิจ

1. พัฒนามาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย (TMVS) ให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล
2. พัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย
3. พัฒนาระบบสารสนเทศด้านมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย
4. ประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาดมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย (TMVS)
5. ส่งเสริมมาตรฐานสถานที่จัดงานในกลุ่มประเทศอาเซียน (AMVS)
6. ขับเคลื่อนมาตรฐานสถานที่จัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ให้เกิดความยั่งยืน

แผนแม่บทการเผยแพร่และตรวจประเมินมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย		
วิสัยทัศน์	ประเทศไทยเป็นผู้นำการพัฒนามาตรฐานสถานที่จัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์สู่ระดับนานาชาติ	
พันธกิจ	<ol style="list-style-type: none"> 1. พัฒนามาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย (TMVS) ให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล 2. พัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย 3. พัฒนาระบบสารสนเทศด้านมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย 4. ประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาดมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย (TMVS) 5. ส่งเสริมมาตรฐานสถานที่จัดงานในกลุ่มประเทศอาเซียน (AMVS) 6. ขับเคลื่อนมาตรฐานสถานที่จัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ให้เกิดความยั่งยืน 	
ยุทธศาสตร์ที่ 1	ยุทธศาสตร์ที่ 2	ยุทธศาสตร์ที่ 3
การพัฒนามาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย (TMVS) ให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล	การพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย	การพัฒนาระบบสารสนเทศด้านมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย
<ol style="list-style-type: none"> 1. ประเทศไทยมีมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทยที่ครอบคลุมอุตสาหกรรมไมซ์ และสอดคล้องกับมาตรฐานสากล 2. มีการประเมินรับรองมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย 3. มีการปรับปรุงมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย 	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีการประชุมหรือฝึกอบรมหรือสัมมนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย ได้แก่ (1) ผู้ประกอบการ (2) ผู้ประเมิน (3) บุคลากรของสปน. (4) นักวิชาการ และ (5) นักเรียน นิสิต นักศึกษา 2. มีการเสริมสร้างศักยภาพการเรียนรู้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานสถานที่จัดงาน 	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีโครงการสำรวจข้อมูลและจัดทำระบบสารสนเทศด้านมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย 2. มีการปรับปรุงฐานข้อมูลและสารสนเทศมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย
ยุทธศาสตร์ที่ 4	ยุทธศาสตร์ที่ 5	ยุทธศาสตร์ที่ 6
การประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาดมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย (TMVS)	การส่งเสริมมาตรฐานสถานที่จัดงานในกลุ่มประเทศอาเซียน (AMVS)	การขับเคลื่อนมาตรฐานสถานที่จัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ให้เกิดความยั่งยืน
<ol style="list-style-type: none"> 1. มีกิจกรรมประชาสัมพันธ์มาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย (TMVS) 2. มีกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย (TMVS) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. กลุ่มอาเซียนมีมาตรฐานสถานที่จัดงานที่ครอบคลุมอุตสาหกรรมไมซ์ และสอดคล้องกับมาตรฐานสากล 2. มีการประชุม หรือฝึกอบรม หรือสัมมนามูลค่าที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานสถานที่จัดงานอาเซียน (AMVS) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีบุคลากรภายในฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ให้สอดคล้องกับการจัดงานมาตรฐาน คือการจัดหา ประสานงาน และกำกับติดตามกับหน่วยงานที่เป็นพันธมิตรในการขับเคลื่อนมาตรฐานสถานที่จัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ให้เกิดความยั่งยืน 2. ผลักดันให้มาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย เป็นมาตรฐานภายใต้พระราชกฤษฎีกาการจัดตั้ง สปน. 3. มีการส่งเสริมและประสานงานการทำงานร่วมกับเครือข่ายในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย

รูปที่ 1-34 แผนแม่บทการเผยแพร่และตรวจประเมินมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย

ยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ และตัวชี้วัด

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนามาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย (TMVS) ให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล

เป้าประสงค์

1. ประเทศไทยมีมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทยที่ครอบคลุมอุตสาหกรรมไมซ์ และสอดคล้องกับมาตรฐานสากล

2. มีการประเมินรับรองมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย
3. มีการปรับปรุงมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย

ตัวชี้วัด

1. จำนวนมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทยที่ครอบคลุมอุตสาหกรรมไมซ์ และสอดคล้องกับมาตรฐานสากล
2. จำนวนพื้นที่ในอุตสาหกรรมไมซ์ที่ขอรับการประเมินเพื่อรับรองมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย
3. จำนวนมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทยที่ได้รับการปรับปรุง

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย

เป้าประสงค์

1. มีการประชุมหรือฝึกอบรมหรือสัมมนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย ได้แก่ (1) ผู้ประกอบการ (2) ผู้ประเมิน (3) บุคลากรของสสปน. (4) นักวิชาการ และ (5) นักเรียน นิสิต นักศึกษา
2. มีการเสริมสร้างศักยภาพการเรียนรู้แก่บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย

ตัวชี้วัด

1. จำนวนครั้งของการประชุม หรือฝึกอบรม หรือสัมมนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย
2. จำนวนครั้งของกิจกรรมเสริมสร้างศักยภาพการเรียนรู้แก่บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาระบบสารสนเทศด้านมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย

เป้าประสงค์

1. มีโครงการสำรวจข้อมูลและจัดทำระบบสารสนเทศด้านมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย
2. มีการปรับปรุงฐานข้อมูลและสารสนเทศมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย

ตัวชี้วัด

1. ระบบสารสนเทศที่จัดทำขึ้นสามารถใช้งานได้ภายในปี พ.ศ.2560
2. จำนวนครั้งของการปรับปรุงฐานข้อมูลและสารสนเทศมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาดมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย (TMVS)

เป้าประสงค์

1. มีกิจกรรมประชาสัมพันธ์มาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย (TMVS)
2. มีกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย (TMVS)

ตัวชี้วัด

1. จำนวนกิจกรรมประชาสัมพันธ์มาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย (TMVS)
2. จำนวนกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย (TMVS)

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริมมาตรฐานสถานที่จัดงานในกลุ่มประเทศอาเซียน (AMVS)

เป้าประสงค์

1. กลุ่มอาเซียนมีมาตรฐานสถานที่จัดงานที่ครอบคลุมอุตสาหกรรมไมซ์ และสอดคล้องกับมาตรฐานสากล
2. มีการประชุม หรือฝึกอบรม หรือสัมมนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานสถานที่จัดงานอาเซียน (AMVS)

ตัวชี้วัด

1. จำนวนมาตรฐานสถานที่จัดงานอาเซียนที่ครอบคลุมอุตสาหกรรมไมซ์ และสอดคล้องกับมาตรฐานสากล
2. จำนวนครั้งของการประชุม หรือฝึกอบรม หรือสัมมนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับสถานที่จัดงานอาเซียน (AMVS)

ยุทธศาสตร์ที่ 6 การขับเคลื่อนมาตรฐานสถานที่จัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ให้เกิดความยั่งยืน

เป้าประสงค์

1. มีบุคลากรภายในฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ให้สอดคล้องกับภารกิจด้านมาตรฐาน คือการจัดทำ ประสานงาน และกำกับติดตามกับหน่วยงานที่เป็นพันธมิตรในการขับเคลื่อนมาตรฐานสถานที่จัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ให้เกิดความยั่งยืน
2. ผลักดันให้มาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย เป็นมาตรฐานภายใต้พระราชกฤษฎีกาการจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.)
3. มีการส่งเสริมและประสานงานการทำงานร่วมกับเครือข่ายในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย

ตัวชี้วัด

- 1) จำนวนบุคลากรภายในฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ที่ปฏิบัติหน้าที่จัดทำ ประสานงาน และกำกับติดตามหน่วยงานที่เป็นพันธมิตร ในการขับเคลื่อนมาตรฐานสถานที่จัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ให้เกิดความยั่งยืน
- 2) มาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย ได้รับการบรรจุ เป็นมาตรฐานภายใต้พระราชกฤษฎีกาการจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) ภายใน ปี 2563
- 3) จำนวนกิจกรรมส่งเสริมและประสานงานการทำงานร่วมกับเครือข่ายในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย

5) กรอบแผนแม่บทการพัฒนาที่ยั่งยืน Sustainable Destination Master Plan

การจัดทำกรอบแผนแม่บทการพัฒนาที่ยั่งยืน เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน และยกระดับให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางในการจัดงานไมซ์

อย่างยั่งยืน โดยต้องมีแผนการขับเคลื่อนในการดำเนินการพัฒนาที่ชัดเจน มีทีมงานที่มีประสิทธิภาพและมีโครงสร้างการกำกับดูแลที่ดี

ยุทธศาสตร์ตามกรอบแผนแม่บทการพัฒนาที่ยั่งยืน ประกอบด้วย 6 ยุทธศาสตร์ ได้แก่

1. Consolidate existing markets and expand target markets การรวบรวมตลาดที่มีอยู่และขยายตลาดเป้าหมาย
2. Promote Thailand as Top of Mind in Asia's MICE market การประชาสัมพันธ์ประเทศไทยให้เป็น Top of Mind ของตลาดไมซ์ในเอเชีย
3. Support for continued growth and development of the domestic MICE market การสนับสนุนการเติบโตอย่างต่อเนื่องและการพัฒนาตลาดไมซ์ในประเทศ
4. Develop Thailand's MICE cities as regional MICE hubs การพัฒนาเมืองไมซ์ของไทยในฐานะศูนย์กลางของไมซ์ในระดับภูมิภาค
5. Strengthen domestic and international networks and collaboration การเสริมสร้างเครือข่ายในประเทศและต่างประเทศรวมถึงการประสานการทำงานร่วมกัน
6. Elevate the role of TCEB การยกระดับบทบาทของ สสพ.

Sustainable Destination Master Plan กรอบแผนแม่บทการพัฒนาที่ยั่งยืน		
Objective	Create a strategic sustainable destination master plan for the MICE industry and ensure successful implementation is managed by an effective team and strong governance structure จัดทำแผนยุทธศาสตร์จุดหมายปลายทางจัดงานที่ยั่งยืนสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ และสร้างความมั่นใจในการดำเนินงานที่ประสบความสำเร็จโดยทีมงานที่มีประสิทธิภาพและโครงสร้างการกำกับดูแลที่ดี	
ยุทธศาสตร์ที่ 1	ยุทธศาสตร์ที่ 2	ยุทธศาสตร์ที่ 3
Consolidate existing markets and expand target markets รวบรวมตลาดที่มีอยู่และขยายตลาดเป้าหมาย	Promote Thailand as Top of Mind in Asia's MICE market ประชาสัมพันธ์ประเทศไทยให้เป็น Top of Mind ของตลาดไมซ์ในเอเชีย	Support for continued growth and development of the domestic MICE market สนับสนุนการเติบโตอย่างต่อเนื่องและการพัฒนาตลาดไมซ์ในประเทศ
ยุทธศาสตร์ที่ 1	ยุทธศาสตร์ที่ 2	ยุทธศาสตร์ที่ 3
Develop Thailand's MICE cities as regional MICE hubs พัฒนาเมืองไมซ์ของไทยในฐานะศูนย์กลางของไมซ์ในระดับภูมิภาค	Strengthen domestic and international networks and collaboration เสริมสร้างเครือข่ายในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงการประสานการทำงานร่วมกัน	Elevate the role of TCEB ยกระดับบทบาทของ สสพ.

รูปที่ 1-35 กรอบแผนการพัฒนาที่ยั่งยืน

1.4.5 การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงของนโยบายและแผนต่างๆ

การวิเคราะห์ถึงความเชื่อมโยงของนโยบายและแผนงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับแผนแม่บทอุตสาหกรรมการจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติ เพื่อให้การทบทวนแผนแม่บทอุตสาหกรรมการจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติมีความครอบคลุมและครบถ้วน จากการศึกษาแผนงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนนโยบายและวิสัยทัศน์ของผู้บริหารของ สสปน. พบว่าแผนงานต่างๆ มีความเชื่อมโยงสอดคล้องกัน จึงศึกษาเป็นข้อมูลเพื่อใช้ในการทบทวนแผนแม่บทอุตสาหกรรมการจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติ ปี 2560-2564 โดยแผนงานที่นำมาเป็นต้นแบบหลัก ได้แก่ 1. แผนงานในภารกิจหลัก ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) 2. วิสัยทัศน์ แนวทางการดำเนินงานของผู้บริหาร สสปน. และ 3. แผนแม่บทอุตสาหกรรมการจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติ ปี 2560-2564 ฉบับเดิม โดยแผนงานทั้ง 3 มีความเชื่อมโยงสอดคล้องกัน ดังนี้

ตารางที่ 1-13 การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงของแผนงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

	แผนงานในการกิจหลัก ระยะ 20 ปี (พ.ศ 2560 – 2579)	วิสัยทัศน์แนวทางการดำเนินงานของ ผู้บริหาร สสปน.	แผนแม่บทอุตสาหกรรมไมซ์ 2560-2564 (ฉบับเดิม)	แผนแม่บทอุตสาหกรรมไมซ์ 2560-2564 (ฉบับปรับปรุง)
วิสัยทัศน์	องค์กรหลักในการผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ให้ เป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจของ ประเทศด้วยนวัตกรรม เพื่อสร้างความเจริญ และกระจายรายได้ไปสู่ทุกภาคส่วนอย่าง ยั่งยืน	องค์กรหลักในด้านไมซ์ที่พัฒนาเศรษฐกิจ ด้วยนวัตกรรมเพื่อความเจริญ และ กระจายรายได้	องค์กรหลักที่ขับเคลื่อนประเทศไทย สู่การเป็นผู้นำด้านการประชุมและ งานแสดงสินค้านานาชาติ ในภูมิภาคเอเชีย เพื่อการพัฒนา อุตสาหกรรมไมซ์อย่างยั่งยืน	องค์กรหลักในการผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ให้ เป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจของ ประเทศด้วยนวัตกรรม เพื่อสร้างความเจริญ และกระจายรายได้ไปสู่ทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน
พันธกิจ	<ol style="list-style-type: none"> สนับสนุนการจัดงานไมซ์ในประเทศไทย เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและกระจายรายได้สู่ ชุมชน ส่งเสริมภาพลักษณ์อุตสาหกรรมไมซ์ไทย ด้วยผลิตภัณฑ์ บริการชั้นเลิศและอัต ลักษณ์ความเป็นไทย พัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยองค์ความรู้ มาตรฐาน รวมถึงการพัฒนาบุคลากรและ ผู้ประกอบการ ส่งเสริมแนวปฏิบัติด้านความยั่งยืน เพื่อ สร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน 		<ol style="list-style-type: none"> สนับสนุนการจัดงานไมซ์ในประเทศไทย เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและกระจาย รายได้สู่ชุมชน ส่งเสริมภาพลักษณ์อุตสาหกรรมไมซ์ ไทย ด้วยผลิตภัณฑ์ บริการชั้นเลิศ และอัตลักษณ์ความเป็นไทย พัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยองค์ความรู้ มาตรฐาน รวมถึงการพัฒนาบุคลากร และผู้ประกอบการ ส่งเสริมแนวปฏิบัติด้านความยั่งยืน เพื่อ สร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน 	<ol style="list-style-type: none"> สนับสนุนการจัดงานไมซ์ในประเทศไทย เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและกระจายรายได้สู่ ชุมชน ส่งเสริมภาพลักษณ์อุตสาหกรรมไมซ์ไทย ด้วยผลิตภัณฑ์ บริการชั้นเลิศและอัต ลักษณ์ความเป็นไทย พัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยองค์ความรู้ มาตรฐาน รวมถึงการพัฒนาบุคลากรและ ผู้ประกอบการ ส่งเสริมแนวปฏิบัติด้านความยั่งยืน เพื่อ สร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน
เป้าหมาย	<ol style="list-style-type: none"> การสร้างรายได้ การพัฒนาประเทศด้วยนวัตกรรม การสร้างความเจริญเพื่อมุ่งประโยชน์ ส่วนรวมในทุกภาคส่วนของสังคม 	<ol style="list-style-type: none"> พัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ การพัฒนานวัตกรรม การกระจายรายได้ 	<ol style="list-style-type: none"> ความได้เปรียบในการแข่งขัน ความเป็นมืออาชีพ การเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน 	<ol style="list-style-type: none"> การสร้างรายได้และพัฒนาเศรษฐกิจ การพัฒนาประเทศด้วยนวัตกรรม การกระจายรายได้และความเจริญในทุก ภาคส่วนของสังคม

	แผนงานในภารกิจหลัก ระยะ 20 ปี (พ.ศ 2560 – 2579)	วิสัยทัศน์แนวทางการดำเนินงานของ ผู้บริหาร สสปน.	แผนแม่บทอุตสาหกรรมไมซ์ 2560-2564 (ฉบับเดิม)	แผนแม่บทอุตสาหกรรมไมซ์ 2560-2564 (ฉบับปรับปรุง)
ยุทธศาสตร์	1. ขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไทยผ่านกลไกการจัดกิจกรรมไมซ์	1. เป็นผู้นำการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในภาครัฐและเอกชน เน้นทำงานแบบบูรณาการกับหน่วยงานรัฐและเอกชน 2. ส่งเสริม สนับสนุน ผลักดัน และยกระดับ ให้ประเทศไทยเป็นผู้นำไมซ์ในเวทีโลก (Global Leader)	1. ผลักดันความต้องการจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ 2. เพิ่มปริมาณงานไมซ์และจำนวนนักเดินทางไมซ์ 3. สนับสนุนอุตสาหกรรมไมซ์ให้เติบโตอย่างยั่งยืน	1. ขับเคลื่อนเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมไทยผ่านกลไกการจัดกิจกรรมไมซ์
	2. สร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของพื้นที่ในระดับภูมิภาค	3. กระจายเศรษฐกิจผ่านอุตสาหกรรมไมซ์สู่ภูมิภาค เน้นการชูธุรกิจไมซ์เป็นแพลตฟอร์ม เพื่อสร้างรายได้สู่ท้องถิ่น		2. กระจายรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจของภูมิภาคผ่านอุตสาหกรรมไมซ์
	3. พัฒนาตลาด แบรินด์ไมซ์ในระดับประเทศและระดับนานาชาติ		4. ส่งเสริมแบรนด์และการเป็นจุดหมายด้านไมซ์ของประเทศไทย	3. ส่งเสริมการตลาด และภาพลักษณ์ไมซ์ของประเทศไทยและ สสปน.
	4. ยกระดับมาตรฐานผู้ให้บริการโครงสร้างพื้นฐานสนับสนุนไมซ์	4. ผลักดันใช้นวัตกรรม สร้าง MICE Intelligence และงาน SMART MICE	5. พัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์ 6. ร่วมมือกับเครือข่ายในการพัฒนานโยบาย กฎ และระเบียบที่เกี่ยวข้อง	4. เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์
		5. ผลักดัน สสปน. ในฐานะองค์กรที่มีความโปร่งใส และมีธรรมาภิบาล (Good Governance)	7. เสริมสร้างการปฏิบัติงานที่เป็นเลิศภายใต้หลักธรรมาภิบาล	5. พัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานภายในขององค์กร

1.5 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย และการวิเคราะห์ สสปน.

วิธีการศึกษาและวิเคราะห์อุตสาหกรรมไมซ์ของไทย แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ คือ 1. การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของอุตสาหกรรมไมซ์ และ 2. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมเชิงมหภาค คือ วิเคราะห์ด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี จากการวิเคราะห์ทั้ง 2 รูปแบบพบว่าประเทศไทยมี ศักยภาพ ความพร้อม และข้อจำกัดของการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ ดังต่อไปนี้



รูปที่ 1-36 การวิเคราะห์ SWOT ของอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย

การวิเคราะห์ SWOT

1. จุดแข็ง (Strength)

- 1) ประเทศไทยมีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ ทั้งด้านศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี และอาหารไทยที่มีความโดดเด่นเป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้คนไทยยังมีความเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ
- 2) มีสถานที่ท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติ และทางวัฒนธรรม ที่หลากหลาย และงานประเพณีท้องถิ่นต่างๆ ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว
- 3) มีความได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้งที่เป็นจุดศูนย์กลางของกลุ่มประเทศอาเซียน ซึ่งสะดวกต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยวไมซ์
- 4) มีความสะดวกสบายในด้านการเดินทาง โดยมีท่าอากาศยานนานาชาติ และมีเที่ยวบินที่ให้บริการบินตรงไปยังจุดหมายปลายทางหลายประเทศทั่วโลก
- 5) มีสถานที่จัดงานหลากหลายทั้งขนาดใหญ่และขนาดเล็กเพื่อรองรับความจ้องการของผู้จัดงาน สถานที่จัดงานที่ได้คุณภาพมีจำนวนเพียงพอแก่ความต้องการของการจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์

- 6) มีโรงแรมและที่พักที่หลากหลายในการรองรับนักท่องเที่ยว โดยเป็นโรงแรมที่มีคุณภาพและมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน
- 7) ประเทศไทยมีความคุ้มค่าด้านราคา โดยมีค่าครองชีพไม่แพงมาก ราคาสินค้าและบริการเหมาะสม และมีความคุ้มค่า

2. จุดอ่อน (Weakness)

- 1) ในบางเมืองยังมีข้อจำกัดในการเข้าถึงสถานที่จัดงาน (Accessibility) โดยเฉพาะเมืองเล็กๆ ที่การเดินทางยังไม่สะดวก หรือระบบขนส่งสาธารณะมีจำกัด
- 2) กฎระเบียบและขั้นตอนการนำเข้าสินค้าเข้ามาเพื่อจัดแสดงมีความซับซ้อนและใช้เวลานาน
- 3) ศูนย์การประชุมและสถานที่จัดงานขนาดใหญ่ รวมทั้งผู้จัดงานที่มีทักษะและเป็นมืออาชีพ มักจะมีจำนวนจำกัดและกระจุกตัวอยู่ในกรุงเทพฯ
- 4) ภาพลักษณ์ด้านความมั่นคงปลอดภัย ที่ผ่านมามีข่าวความไม่มีเสถียรภาพทางการเมือง การก่อการร้าย ข่าวอาชญากรรมและความรุนแรงต่อนักท่องเที่ยว ซึ่งมีผลต่อความเชื่อมั่นของนักเดินทางบางส่วน
- 5) ขาดกระบวนการจัดเก็บข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ ทั้งข้อมูลในเชิงลึกของอุตสาหกรรม แผนงานและนโยบาย และข้อมูลอื่นๆ รวมถึงไม่มีการอัปเดตข้อมูลที่ทันสมัย
- 6) บุคลากรในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องยังขาดความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์ และบุคลากรบางส่วนยังขาดทักษะการสื่อสารภาษาต่างประเทศ
- 7) หลายหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนยังไม่ตระหนักถึงความสำคัญและบทบาทหน้าที่ของ สสปน. ทำให้ยังมีข้อจำกัดในการประสานงานกับหน่วยงานภายนอก

3. โอกาส (Opportunity)

- 1) การเชื่อมโยงเศรษฐกิจในกลุ่มประเทศ ASEAN, GMS และ ภูมิภาคเอเชีย ก่อให้เกิดสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างประเทศ เปิดโอกาสในการเพิ่มจำนวนการจัดงานไมซ์ระหว่างประเทศในภูมิภาค
- 2) การเปิดเสรีทางการค้าผ่านความร่วมมือต่างๆ กระตุ้นให้เกิดการเดินทางเชิงธุรกิจมากขึ้น และสร้างโอกาสในการจัดงานและเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว
- 3) นโยบายภาครัฐในการผลักดันนโยบายประเทศไทย 4.0 สนับสนุนการยกระดับอุตสาหกรรมเป้าหมายและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการส่งเสริมการท่องเที่ยว
- 4) แนวโน้มการขยายตัวของชุมชนเมือง และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น โครงการรถไฟความเร็วสูง การขยายเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งช่วยอำนวยความสะดวกแก่นักเดินทางไมซ์
- 5) แนวโน้มการให้ความสำคัญกับการพัฒนาอย่างยั่งยืน เพิ่มโอกาสการจัดงานที่มุ่งเน้นการพัฒนาที่ครอบคลุมในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม และยังก่อให้เกิดแนวทางการจัดงานอย่างยั่งยืน การลดของเสียจากการจัดงาน การจัดงานที่เป็นมิตรแก่ชุมชนและสิ่งแวดล้อม

- 6) ความก้าวหน้าของการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ สามารถนำมาใช้ในการจัดงาน เพื่ออำนวยความสะดวกและเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดงาน รวมถึงสามารถวิเคราะห์ความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้า เพื่อปรับปรุงให้เหมาะสมแก่ความต้องการลูกค้ามากขึ้น
- 7) การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ช่วยเพิ่มโอกาสในการจัดงานและเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวจากกลุ่มอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มสาธารณสุข สุขภาพและเทคโนโลยีทางการแพทย์

4. อุปสรรค (Threat)

- 1) การนำเสนอข่าวความไม่มีเสถียรภาพทางการเมือง ข่าวอาชญากรรมและหลอกลวงนักท่องเที่ยวของสื่อต่างชาติ ส่งผลต่อภาพลักษณ์ความปลอดภัยของประเทศไทย
- 2) แต่ละประเทศต่างก็สนับสนุนและผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ ทำให้เกิดการแข่งขันในอุตสาหกรรมไมซ์มากขึ้น
- 3) ผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลกที่ผันผวน ส่งผลต่อพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวไมซ์ เช่น บริษัทอาจชะลอใช้จ่ายด้านการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลลง
- 4) ผู้ประกอบการหลายรายโดยเฉพาะผู้ประกอบการรายย่อยที่ไม่สามารถปรับตัวได้ทันกับเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว ทำให้ไม่มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดงาน ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการจัดดูนักท่องเที่ยวไมซ์
- 5) การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุจะทำให้จำนวนของแรงงานลดลง ต้องมีการวางแผนการจัดหาบุคลากรและเตรียมความพร้อมในการพัฒนาศักยภาพในการรองรับการปฏิบัติงาน
- 6) การติดต่อประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐ มีความซับซ้อน ยุ่งยาก และใช้เวลา ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อชาวต่างชาติที่ต้องการมาจัดงานไมซ์ในประเทศไทย



รูปที่ 1-37 การวิเคราะห์ PEST ของอุตสาหกรรมไมซ์ของไทย

การวิเคราะห์ PEST

1. ด้านการเมือง (Politic)

- 1) การที่สื่อต่างชาตินำเสนอข่าวเกี่ยวกับความไม่มีเสถียรภาพทางการเมืองของประเทศไทย ทำให้ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นของนักเดินทางไมซ์ และผู้จัดงานไมซ์
- 2) มีกฎ ระเบียบและขั้นตอนหลายอย่างที่ซับซ้อนและใช้เวลาในการดำเนินการนาน ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อนักเดินทางไมซ์ และผู้จัดงานไมซ์ เช่น การขออนุมัติวีซ่า และการขออนุญาตนำเข้าสินค้าเข้ามาเพื่อจัดแสดงในงานไมซ์
- 3) หน่วยงานภายนอกหลายหน่วยงานยังคงขาดความเข้าใจและมีความสับสนต่ออุตสาหกรรมไมซ์ โดยมองว่าอุตสาหกรรมไมซ์มีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมากกว่าการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ

2. ด้านเศรษฐกิจ (Economic)

- 1) เศรษฐกิจหลักของโลกอย่างสหรัฐและยุโรปมีการขยายตัวในอัตราที่ลดลง ในขณะที่เศรษฐกิจในกลุ่มประเทศเอเชีย เช่น จีน และอินเดีย มีการเติบโตทางเศรษฐกิจค่อนข้างดี จึงมีโอกาสขยายตลาดในกลุ่มนี้
- 2) การเชื่อมโยงเศรษฐกิจในกลุ่ม ASEAN, GMS และ เอเชีย ทำให้ทั้งผู้ประกอบการและนักลงทุนต่างๆ ใช้ประเทศไทยเป็นฐานในการเชื่อมโยงไปสู่ประเทศอื่น เนื่องจากประเทศไทยมีทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม มีศักยภาพ และเป็นจุดยุทธศาสตร์ที่สามารถเชื่อมโยงไปสู่ประเทศในภูมิภาคได้โดยง่าย โดยสะดวกทั้งในด้านการเดินทางและการขนส่งสินค้าต่างๆ
- 3) มีการเปิดเสรีทางการค้ากับประเทศต่างๆ และความร่วมมือต่างๆ ช่วยเปิดโอกาสทางธุรกิจ ตลอดจนทำให้เกิดการเดินทางเชิงธุรกิจมากขึ้น

3. ด้านสังคม (Social)

- 1) การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรของประเทศต่างๆ ทั่วโลกที่มีแนวโน้มในการเพิ่มจำนวนของผู้สูงอายุ หรือการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ส่งผลให้เกิดงานไมซ์เกี่ยวกับผู้สูงอายุมากขึ้น
- 2) ปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ สภาพแวดล้อม และการขาดแคลนทรัพยากร ทำให้ในปัจจุบันเริ่มมีการให้ความสำคัญกับการจัดงานอย่างยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ลดการสร้างมลพิษ ของเสีย และขยะจากการจัดงาน รวมถึงการใช้พลังงานในการจัดงานอย่างคุ้มค่า
- 3) แนวโน้มการทำกิจกรรมเพื่อสังคมมีมากขึ้น มีการจัดงานโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อชุมชนข้างเคียง โดยรอบ และการทำกิจกรรม CSR การคืนกำไรสู่สังคม การสร้างประโยชน์ต่อชุมชนและส่วนรวม

4. ด้านเทคโนโลยี (Technology)

- 1) มีการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาช่วยอำนวยความสะดวกและเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดงานไมซ์ในด้านต่างๆ เช่น แอปพลิเคชัน ในการลงทะเบียน การโหวต การนับจำนวนผู้เข้างาน

- 2) การนำเทคโนโลยีมาช่วยเพิ่มความน่าสนใจและน่าดึงดูดในการนำเสนอ เช่น การฉายภาพ 3 มิติ เทคโนโลยีเสมือน การโต้ตอบอัตโนมัติ
- 3) การใช้ Social Media ในการช่วยประชาสัมพันธ์งานไม่ซีไปในวงกว้าง ซึ่งเป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพและมีต้นทุนน้อย แต่สามารถประชาสัมพันธ์และเข้าถึงผู้ร่วมงานไม่ซีจำนวนมากได้

จากการศึกษาและวิเคราะห์บริบทและปัจจัยต่างๆ ที่อาจจะส่งผลกระทบต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมไม่ซีของประเทศไทย ดังที่กล่าวมาข้างต้น ซึ่งเป็นข้อมูลสำคัญที่จะนำไปใช้ในการทบทวนแผนแม่บทอุตสาหกรรมการจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติ ปี พ.ศ. 2560 – 2564 ต่อไป

นอกจากการวิเคราะห์อุตสาหกรรมไม่ซีแล้ว ควรมีการวิเคราะห์ถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของ สสพ. ด้วย เพื่อประโยชน์ในการทบทวนแผนแม่บทอุตสาหกรรมการจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติ ปี พ.ศ. 2560 – 2564 โดยมีการวิเคราะห์ สสพ. ดังนี้



รูปที่ 1-38 การวิเคราะห์ SWOT ของ สสพ.

1. จุดแข็ง (Strength)

- 1) บุคลากรของ สสพ. ล้วนมีความเชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ในอุตสาหกรรมไม่ซี ซึ่งสามารถให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการไม่ซี ตลอดจนสามารถถ่ายทอดความรู้ ข้อมูลข่าวสารแก่ผู้ประกอบการและบุคลากรไร่อุตสาหกรรมไม่ซี

- 2) สสปน. มีทั้งเครือข่ายพันธมิตรและเครือข่ายในการดำเนินงานจำนวนมากทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งเป็นประโยชน์ในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์
- 3) สสปน. มีการรวบรวมข้อมูลเชิงลึกของอุตสาหกรรมไมซ์ ทั้งข้อมูลด้านสถิติ ข่าวสารและเทคโนโลยีด้านไมซ์ ซึ่งสามารถนำไปวิเคราะห์ คาดการณ์ตลาดและแนวโน้มอุตสาหกรรมได้

2. จุดอ่อน (Weakness)

- 1) การกำหนดนโยบายของ สสปน. ยังขาดความชัดเจน ไม่มุ่งเป้าหมายไปในทิศทางเดียวกัน และหลายส่วนงานยังขาดการวางแผนในระยะยาวอย่างต่อเนื่อง
- 2) โดยส่วนมากการปฏิบัติงานของแต่ละฝ่ายใน สสปน. จะแยกกันค่อนข้างชัดเจน มีการบูรณาการในการทำงานร่วมกันและการแบ่งปันข้อมูลระหว่างกันค่อนข้างจำกัด
- 3) บทบาทและหน้าที่ของฝ่ายงานบางส่วนใน สสปน. มีความซ้ำซ้อนกัน ทำให้เกิดความสับสน และขาดความชัดเจน
- 4) จำนวนบุคลากรค่อนข้างจำกัด เมื่อเทียบกับภาระงาน เนื่องจากอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทยเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทำให้ภาระงานของ สสปน. เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ในขณะที่บุคลากรที่รับผิดชอบงานยังมีจำนวนเท่าเดิม

3. โอกาส (Opportunity)

- 1) รัฐบาลมีนโยบายในการใช้อุตสาหกรรมไมซ์เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ ทำให้ สสปน. มีความสำคัญในฐานะหน่วยงานที่มีบทบาทในการช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ
- 2) มีตัวแทนจากภาคส่วนต่างๆ เข้าร่วมอยู่ในคณะกรรมการบริหารของ สสปน. ซึ่งสามารถเป็นช่องทางในการประสานความร่วมมือกับภาคส่วนต่างๆ ได้สะดวกยิ่งขึ้น
- 3) ปัจจุบันมีเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ช่วยอำนวยความสะดวกต่อการจัดงานไมซ์จำนวนมาก ซึ่งสามารถนำมาใช้เพื่ออำนวยความสะดวก เพิ่มประสิทธิภาพในการจัดงาน และยังช่วยสร้างความน่าสนใจและดึงดูดผู้ชมงานได้

4. อุปสรรค (Threat)

- 1) หน่วยงานภายนอกส่วนใหญ่ยังขาดความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์ โดยมีความเข้าใจว่าอุตสาหกรรมไมซ์มีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมากกว่าการเป็นกลไกในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมและเศรษฐกิจของประเทศ
- 2) ทั้งภาครัฐและเอกชนยังไม่รู้จัก สสปน. เท่าที่ควร ไม่ทราบถึงบทบาทและหน้าที่ของ สสปน. และไม่ทราบถึงบริการของ สสปน. ว่าสามารถสนับสนุนอะไรได้บ้าง
- 3) ขั้นตอน ระเบียบในการดำเนินงาน และกฎระเบียบต่างๆ ยุ่งยากและซับซ้อนเกินไป ทำให้ใช้เวลาในการดำเนินการนาน เป็นอุปสรรคต่อทั้งผู้มาขอรับบริการ และเจ้าหน้าที่ในการดำเนินงาน

จากการศึกษาและวิเคราะห์บริบทและปัจจัยต่างๆ ที่อาจจะส่งผลกระทบต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย และการดำเนินงานของ สสปน. ในฐานะองค์กรหลักที่มีบทบาทในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย ดังที่กล่าวมาข้างต้น ซึ่งเป็นข้อมูลสำคัญที่จะนำไปใช้ในการวางแผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์เพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ ในการทบทวนแผนแม่บทอุตสาหกรรมการจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติ ปี พ.ศ. 2560 – 2564 ต่อไป

บทที่ 2

แผนแม่บทอุตสาหกรรมการจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติ ปี 2560-2564 (ฉบับปรับปรุง)

การพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ให้สามารถเป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. จึงได้มีการจัดทำแผนแม่บทอุตสาหกรรมการจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติ ปี พ.ศ. 2560 – 2564 ขึ้นเพื่อเป็นแนวทางในการบริหารงานของ สสปน. ในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ แต่เนื่องจากปัจจัยต่างๆ ที่มีการเปลี่ยนแปลงทั้งปัจจัยภายในประเทศเองและปัจจัยภายนอก ทำให้ต้องมีการทบทวนแผนแม่บทดังกล่าวให้มีความทันสมัยและสอดคล้องกับบริบทที่เปลี่ยนไป ตลอดจนมีแนวทางที่สอดคล้องกับนโยบายระดับประเทศ ดังนั้นจึงต้องมีการทบทวนแผนแม่บทอุตสาหกรรมการจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติเพื่อให้สามารถเป็นตัวกำหนดทิศทางในการดำเนินงานของ สสปน. ต่อไป

2.1 วิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมาย

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) เป็นหน่วยงานภาครัฐที่ก่อตั้งโดยพระราชกฤษฎีกาในปีพ.ศ. 2545 เพื่อส่งเสริมและพัฒนากิจการงานกิจกรรมทางธุรกิจในประเทศไทย ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2547 เพื่อผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการจัดงานกิจกรรมทางธุรกิจที่โดดเด่นของทวีปเอเชีย โดยการสนับสนุนและอำนวยความสะดวกให้เกิดการจัดงานไมซ์ขึ้นในประเทศไทย ทั้งนี้สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ได้มีการทบทวนแผนแม่บทอุตสาหกรรมการจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติ ปี พ.ศ. 2560 – 2564 โดยปรับปรุงให้มีความทันสมัยสอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งได้มีการตั้งวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย และตัวชี้วัด ไว้ดังนี้

วิสัยทัศน์

“องค์กรหลักในการผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ให้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศด้วยนวัตกรรม เพื่อสร้างความเจริญและกระจายรายได้ไปสู่ทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน”

พันธกิจ

5. สนับสนุนการจัดงานไมซ์ในประเทศไทย เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและกระจายรายได้สู่ชุมชน
6. ส่งเสริมภาพลักษณ์อุตสาหกรรมไมซ์ไทยด้วยผลิตภัณฑ์ บริการชั้นเลิศและอัตลักษณ์ความเป็นไทย
7. พัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยองค์ความรู้ มาตรฐาน รวมถึงการพัฒนาบุคลากรและผู้ประกอบการ
8. ส่งเสริมแนวปฏิบัติด้านความยั่งยืน เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

เป้าหมาย

เป้าหมายในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศ คือ การผลักดันให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางระดับโลกของการจัดกิจกรรมไมซ์ เพื่อกระตุ้นอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศและเป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยมีเป้าหมาย ดังต่อไปนี้



1. การสร้างรายได้และพัฒนาเศรษฐกิจ
2. การพัฒนาประเทศด้วยนวัตกรรม

3. การกระจายรายได้และความเจริญในทุกภาคส่วนของสังคม

2.2 ยุทธศาสตร์ของแผนแม่บทอุตสาหกรรมการจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติ

อุตสาหกรรมไมซ์มีส่วนสำคัญในการช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย ผ่านการจัดงานและกิจกรรมต่าง ๆ ของไมซ์ เช่น การจัดประชุมของบริษัทเอกชน การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การประชุมของกลุ่มองค์กร หรือการประชุมวิชาชีพ การแสดงสินค้านานาชาติ และงานมหกรรมระดับนานาชาติ โดยในส่วนของงานมหกรรมนานาชาตินั้น ประเทศไทยใช้เป็นกลยุทธ์ในการดึงดูดงานขนาดใหญ่ระดับโลกเพื่อการประชาสัมพันธ์ สร้างแบรนด์ และการรับรู้ รวมทั้งสร้างรายได้ให้แก่ประเทศ

อุตสาหกรรมไมซ์จะก่อให้เกิดเงินหมุนเวียนจำนวนมากในการช่วยกระจายรายได้และขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศจากการใช้จ่ายของผู้จัดงานและผู้ที่เกี่ยวข้อง และก่อให้เกิดการซื้อขาย การแลกเปลี่ยนสินค้า การนำเข้า ส่งออก และการลงทุนต่าง ๆ ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้และเทคโนโลยี ตลอดจนการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ ซึ่งเป็นการเสริมสร้างความเข้มแข็งและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย ทั้งนี้สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ในฐานะหน่วยงานระดับชาติที่มีภารกิจหลักที่สำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศ จึงได้กำหนดแผนแม่บทอุตสาหกรรมการจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติไว้ 5 ด้าน คือ 1. ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศด้วยอุตสาหกรรมไมซ์ (Win) 2. กระจายรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจของภูมิภาคผ่านอุตสาหกรรมไมซ์ (Win) 3. ส่งเสริมการตลาด และภาพลักษณ์ไมซ์ ของประเทศไทย และ สสพ. (Promote) 4. เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ (Develop) และ 5. พัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานภายในขององค์กร (Develop)

แผนแม่บทอุตสาหกรรมการจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติ 2560-2564						
วิสัยทัศน์	องค์กรหลักในการผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ให้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศด้วยนวัตกรรม เพื่อสร้างความเจริญ และกระจายรายได้ไปสู่ทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน					
พันธกิจ	1. สนับสนุนการจัดงานไมซ์ในประเทศไทย เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและกระจายรายได้สู่ชุมชน 2. ส่งเสริมภาพลักษณ์อุตสาหกรรมไมซ์ไทยด้วยผลิตภัณฑ์ บริการชั้นเลิศ และอัตลักษณ์ความเป็นไทย 3. พัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยองค์ความรู้ มาตรฐาน รวมถึงการพัฒนาบุคลากรและผู้ประกอบการ 4. ส่งเสริมแนวปฏิบัติด้านความยั่งยืน เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน					
เป้าหมาย	 1. การสร้างรายได้และพัฒนาเศรษฐกิจ	 2. การพัฒนาประเทศด้วยนวัตกรรม	 3. การกระจายรายได้และความเจริญในทุกภาคส่วนของสังคม			
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1	ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2	ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3	ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4	ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 5		
ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศด้วยอุตสาหกรรมไมซ์ (Win)	กระจายรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจของภูมิภาคผ่านอุตสาหกรรมไมซ์ (Win)	ส่งเสริมการตลาด และภาพลักษณ์ไมซ์ ของประเทศไทย และ สสพ. (Promote)	เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ (Develop)	พัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานภายในขององค์กร (Develop)		
เป้าประสงค์	1. เพื่อยกระดับงานไมซ์เดิมที่พัฒนาขึ้นในประเทศให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง 2. เพิ่มกิจกรรมไมซ์ในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมเป้าหมายภายใต้ นโยบายของประเทศ 3. เพิ่มกิจกรรมไมซ์ใหม่ที่ตรงตามความต้องการของตลาดและศักยภาพของประเทศ	1. เพื่อเพิ่มการกระจายรายได้จากกิจกรรมไมซ์ไปสู่ภูมิภาค 2. เพิ่มจำนวนงานไมซ์ในภูมิภาค และยกระดับไปสู่รายนานาชาติ ซึ่งจะ ทำให้ประเทศมีการพัฒนาในทุกภูมิภาคอย่างเท่าเทียม	1. เพื่อยกระดับภาพลักษณ์ของไมซ์ในระดับประเทศและพื้นที่ 2. ยกระดับภาพลักษณ์ของไมซ์ ทำให้ไทยเป็นที่รู้จักของนานาประเทศ 3. ดึงดูดผู้จัดงาน นักลงทุนและนักเดินทางธุรกิจจากต่างประเทศ 4. ปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ของ สสพ. ให้มีความชัดเจนและเป็นที่รู้จัก	1. ยกระดับผู้ประกอบการไมซ์ทั้งจำนวนและคุณภาพ 2. เพิ่มจำนวนองค์กรด้านไมซ์ที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน 3. การพัฒนานวัตกรรมและรูปแบบการจัดงานใหม่ๆ 4. อำนวยความสะดวกกับผู้ประกอบการไมซ์	1. เพื่อเพิ่มศักยภาพภายในองค์กรของ สสพ. ให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพภายใต้หลักธรรมาภิบาล 2. สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ปฏิบัติงานและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์	
กลยุทธ์	1.1 รักษา และยกระดับกิจกรรมไมซ์เดิมให้เติบโตอย่างมั่นคงและมีความยั่งยืน 1.2 สร้างกิจกรรมไมซ์ใหม่เพื่อรองรับอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ 1.3 ขับเคลื่อนกิจกรรมไมซ์ใหม่ตามความต้องการของตลาดกับศักยภาพและนโยบายของประเทศ	2.1 ยกระดับกิจกรรมไมซ์ในภูมิภาค เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในภูมิภาค 2.2 สร้างกิจกรรมไมซ์เพื่อลดความเหลื่อมล้ำในภูมิภาค	3.1 ส่งเสริมกิจกรรมการตลาด สร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยให้เป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ระดับนานาชาติ 3.2 ปรับเปลี่ยนมุมมองขององค์กร ภายนอก ภาครัฐ และภาพลักษณ์ของ สสพ. 3.3 ประชาสัมพันธ์เมืองที่มีศักยภาพและความพร้อมของเมืองในการรองรับการจัดกิจกรรมไมซ์ในระดับประเทศและนานาชาติ	4.1 ยกระดับมาตรฐานผู้ประกอบการไมซ์ และโครงสร้างสนับสนุนไมซ์ 4.2 พัฒนาและส่งเสริมการใช้ นวัตกรรมในการจัดงาน พัฒนาองค์ความรู้และรูปแบบการจัดงาน 4.3 ผลักดัน ยกระดับมาตรฐาน และปรับปรุงระเบียบที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ไทย 4.4 สร้างความร่วมมือกับเครือข่ายพันธมิตรผ่านแพลตฟอร์มไมซ์	5.1 ยกระดับศักยภาพบุคลากร ของ สสพ. ให้มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร 5.2 ปรับปรุง พัฒนา และใช้นวัตกรรม ในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ของ สสพ. ภายใต้หลักธรรมาภิบาล	

รูปที่ 2-1 แผนแม่บทอุตสาหกรรมการจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติ ปี 2560-2564 (ฉบับปรับปรุง)

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1: ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศด้วยอุตสาหกรรมไมซ์ (Win)

การใช้การจัดกิจกรรมไมซ์ในการช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมของประเทศไทย ตามนโยบายของรัฐบาล ผ่านการจัดงานและกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การจัดประชุมสัมมนา (Meeting) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive) การประชุมของกลุ่มองค์กร (Non-Corporate Meeting) หรือการประชุมวิชาชีพ (Conventions) งานแสดงสินค้านานาชาติ (Exhibition) และงานมหกรรมระดับนานาชาติ (Mega Events) ซึ่งการจัดกิจกรรมไมซ์นั้นสามารถช่วยสนับสนุนเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ เนื่องจากกิจกรรมไมซ์ก่อให้เกิดการซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้า เกิดการลงทุน การจับคู่ทางธุรกิจ และเป็นเวทีในการแลกเปลี่ยนความรู้และเทคโนโลยีในการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ ๆ อีกด้วย ซึ่งผลประโยชน์จากกิจกรรมไมซ์เป็นปัจจัยในการเสริมสร้างความเข้มแข็งและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย

เป้าประสงค์

1. เพื่อยกระดับงานไมซ์เดิมที่พัฒนาขึ้นในประเทศให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง
2. เพิ่มกิจกรรมไมซ์ในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมเป้าหมายภายใต้นโยบายของประเทศ
3. เพิ่มกิจกรรมไมซ์ใหม่ที่ตรงตามความต้องการของตลาดและศักยภาพของประเทศ

กลยุทธ์

กลยุทธ์ที่ 1.1: รักษา และยกระดับกิจกรรมไมซ์เดิมให้เติบโตอย่างมั่นคงและมีความยั่งยืน (Maintain MICE Event)

กลยุทธ์ที่ 1.2: สร้างกิจกรรมไมซ์ใหม่เพื่อรองรับอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ (Build New MICE Event S-curve with Government Agency)

กลยุทธ์ที่ 1.3: ขับเคลื่อนกิจกรรมไมซ์ใหม่ตามความต้องการของตลาดกับศักยภาพและนโยบายของประเทศ (Build New MICE/Events)

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2: กระจายรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจของภูมิภาคผ่านอุตสาหกรรมไมซ์ (Win)

การสร้างกิจกรรมไมซ์ให้เกิดขึ้นภายในมิชซีดีและจังหวัดรอบข้าง ยกเว้นกรุงเทพมหานคร โดยใช้ศักยภาพของพื้นที่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด กระตุ้นและส่งเสริมให้พื้นที่ที่มีการทำการตลาดในเชิงรุก โดยการประชาสัมพันธ์ศักยภาพและความพร้อมของพื้นที่ไปยังกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อให้คนภายนอกเล็งเห็นถึงความพร้อมของบุคลากรและสถานที่ในการจัดกิจกรรมไมซ์ของจังหวัด และดึงงานเข้าสู่จังหวัด เป็นการกระจายรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจภายในพื้นที่ รวมทั้งเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมไมซ์ของแต่ละพื้นที่ด้วย

เป้าประสงค์

1. เพื่อเพิ่มการกระจายรายได้จากกิจกรรมไมซ์ไปสู่ภูมิภาค
2. เพิ่มจำนวนงานไมซ์ในภูมิภาค และยกระดับไปสู่งานนานาชาติ ซึ่งจะทำให้ประเทศมีการพัฒนาในทุกภูมิภาคอย่างเท่าเทียม

กลยุทธ์

กลยุทธ์ที่ 2.1: ยกกระดับกิจกรรมไมซ์ในภูมิภาค เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในภูมิภาค (Uplift, Rotate and Regionalized MICE/Event)

กลยุทธ์ที่ 2.2: สร้างกิจกรรมไมซ์เพื่อลดความเหลื่อมล้ำในภูมิภาค (Build New Regionalized MICE/Events)

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3: ส่งเสริมการตลาด และภาพลักษณ์ไมซ์ ของประเทศไทย และ สสปน. (Promote)

การส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทยและเมืองไมซ์ที่ดีให้เป็นหนึ่งในประเทศจุดหมายด้านการจัดงานไมซ์ที่มีคุณภาพโดยเฉพาะกับกลุ่มเป้าหมายต่างชาติ การจัดทำสื่อและแผนงานการประชาสัมพันธ์ศักยภาพของแต่ละพื้นที่ ทั้งในแง่ของโรงแรมที่พัก สถานที่ประชุม รวมไปถึงเส้นทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งในเชิงธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการจัดกิจกรรมไมซ์ของประเทศไทย ทั้งงานในระดับนานาชาติ ระดับประเทศ และระดับภูมิภาค รวมไปถึงการสร้างภาพลักษณ์และกำหนดบทบาทขององค์กร สสปน. ให้มีความชัดเจน และเป็นที่ยอมรับของหน่วยงานต่างๆ ในฐานะของผู้ที่มีภารกิจหลักที่สำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศ

เป้าประสงค์

1. เพื่อยกระดับภาพลักษณ์ของไมซ์ในระดับประเทศและพื้นที่
2. ยกกระดับภาพลักษณ์ของไมซ์ ทำให้ไทยเป็นที่รู้จักของนานาชาติ
3. ดึงดูดผู้จัดงาน นักลงทุนและนักเดินทางธุรกิจจากต่างประเทศ
4. ปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ของ สสปน. ให้มีความชัดเจนและเป็นที่ยอมรับ

กลยุทธ์

กลยุทธ์ที่ 3.1: ส่งเสริมกิจกรรมการตลาด สร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยให้เป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ระดับนานาชาติ (Branding MICE Destination)

กลยุทธ์ที่ 3.2: ปรับเปลี่ยนมุมมองขององค์กรภายนอกต่อ บทบาท และภาพลักษณ์ของ สสปน. (Change Perspective on TCEB Roles and Image)

กลยุทธ์ที่ 3.3: ประชาสัมพันธ์เมืองที่มีศักยภาพและความพร้อมของเมืองในการรองรับการจัดกิจกรรมไมซ์ในระดับประเทศและนานาชาติ (City Readiness PR)

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4: เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ (Develop)

การสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ให้แก่ประชาชนและบุคลากรที่มีส่วนสนับสนุนให้เกิดการจัดกิจกรรมไมซ์ภายในพื้นที่ รวมทั้งพัฒนาและยกระดับขีดความสามารถของบุคลากรที่มีส่วนสนับสนุนให้เกิดการจัดกิจกรรมไมซ์ และการพัฒนาเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการในภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ เช่น การประชาสัมพันธ์ การนำเที่ยว และการบริการในโรงแรม เป็นต้น ทั้งในแง่ของจำนวนและคุณภาพเพื่อเตรียมความพร้อมให้สามารถรองรับสำหรับการจัดกิจกรรมไมซ์ได้ ตลอดจนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ การสร้างรูปแบบการจัดงานไมซ์ให้มี

ความหลากหลาย รวมทั้งการผลักดันให้เกิดการแก้ไขกฎระเบียบบางอย่างที่เป็นอุปสรรคต่อการจัดกิจกรรม
ไมซ์

เป้าประสงค์

1. ยกระดับผู้ประกอบการไมซ์ทั้งจำนวนและคุณภาพ
2. เพิ่มจำนวนองค์กรด้านไมซ์ที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน
3. การพัฒนานวัตกรรมและรูปแบบการจัดงานใหม่ๆ
4. อำนวยความสะดวกกับผู้ประกอบการไมซ์

กลยุทธ์

กลยุทธ์ที่ 4.1: ยกระดับมาตรฐานผู้ประกอบการไมซ์ และโครงสร้างสนับสนุนไมซ์ (Enhance Human Capital and Infrastructure)

กลยุทธ์ที่ 4.2: พัฒนาและส่งเสริมการใช้นวัตกรรมในการจัดงาน พัฒนาการความรู้และรูปแบบการจัดงาน (Promote Innovation, Knowledge and Design MICE Format)

กลยุทธ์ที่ 4.3: ผลักดัน ยกระดับมาตรฐาน และปรับปรุงระเบียบที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ไทย (Promote Thailand MICE Industry Standard and Relax MICE Constraints)

กลยุทธ์ที่ 4.4: สร้างความร่วมมือกับเครือข่ายพันธมิตรผ่านแพลตฟอร์มไมซ์ (Build Collaboration Platform for MICE Industry)

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 5: พัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานภายในขององค์กร (Internal Development)

การพัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานภายในองค์กร เพื่อให้สามารถรองรับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของอุตสาหกรรมไมซ์ ตลอดจนการยกระดับศักยภาพของบุคลากรภายในองค์กรให้สามารถดำเนินการตามบทบาทที่กำหนดไว้ และการปรับปรุงวิธีการดำเนินงานขององค์กรให้มีความคล่องตัวมากยิ่งขึ้น

เป้าประสงค์

1. เพื่อเพิ่มศักยภาพภายในองค์กรของ สสปน. ให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพภายใต้หลักธรรมาภิบาล
2. สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ปฏิบัติงานและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์

กลยุทธ์

กลยุทธ์ที่ 5.1: ยกระดับศักยภาพบุคลากรของ สสปน. ให้มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร (Enhance Capability of TCEB Personnel)

กลยุทธ์ที่ 5.2: ปรับปรุง พัฒนา และใช้นวัตกรรมในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของ สสปน. ภายใต้หลักธรรมาภิบาล (Enhance Process Improvement Under Corporate Governance)

ทั้งนี้สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ในฐานะหน่วยงานระดับชาติที่มีภารกิจหลักที่สำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศ ได้กำหนดตัวชี้วัดและเป้าหมายของแผนแม่บท

อุตสาหกรรมการจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติ ปี 2560-2564 ตามยุทธศาสตร์ทั้ง 5 ยุทธศาสตร์ ไว้
ดังนี้

ตารางที่ 2-1 ตัวชี้วัดแผนแม่บทอุตสาหกรรมการจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติ ปี 2560-2564

ประเด็นยุทธศาสตร์	ตัวชี้วัด	การประเมิน
1. ขับเคลื่อนเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมไทยผ่านกลไกการจัดกิจกรรมไม่ซี (Win)	1. ผลกระทบทางเศรษฐกิจของการจัดกิจกรรมไม่ซี (Economic Impact)	การศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจของการจัดงานไม่ซีทั้งหมดในประเทศไทย
	2. ผลกระทบทางสังคมของการจัดกิจกรรมไม่ซี (Social Impact)	การศึกษาผลกระทบทางสังคมของการจัดงานไม่ซีทั้งหมดในประเทศไทย
	3. จำนวนงานไม่ซีในประเทศที่จัดต่อเนื่องนาน 3 ปี	จำนวนงานไม่ซีที่จัดต่อเนื่องมาตลอดอย่างน้อย 3 ปีขึ้นไป หรืองานที่จัดต่อเนื่องครั้งที่ 3 (Edition)
	4. อันดับของประเทศจากการจัดอันดับโดยองค์กรไม่ซีนานาชาติ 4.1 อันดับของ ICCA ในเอเชีย 4.2 อันดับของ UFI ในเอเชีย	อันดับของไทยในกลุ่มประเทศเอเชียจากการจัดอันดับของ ICCA อันดับของไทยในกลุ่มประเทศเอเชียจากการจัดอันดับของ UFI
	5. จำนวนงานไม่ซีที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเป้าหมาย (S-Curve Industry)	จำนวนงานไม่ซีใหม่ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมในกลุ่ม S-Curve โดยเป็นผลงานของการชนะการประมูลสิทธิ์การจัดงาน หรือ การให้การสนับสนุนใหม่การจัดงาน หรืองานที่เกิดจากการบ่มเพาะให้มีการจัดงาน โดย สสปน.
	6. จำนวนงานไม่ซีนานาชาติระดับโลกหรือภูมิภาค ที่ สสปน. สนับสนุนในการประมูลสิทธิ์การจัดงาน/ ดึงงาน	จำนวนงานไม่ซีนานาชาติที่ สสปน. สนับสนุนในการยื่นประมูลสิทธิ์หรือจัดงานเข้ามา
	7. จำนวนงานไม่ซีนานาชาติระดับโลกหรือภูมิภาค ที่ สสปน. ให้การสนับสนุนเป็นครั้งแรก หรืองานที่ชนะประมูลสิทธิ์ (New Event or Win Bidding)	จำนวนงานไม่ซีนานาชาติที่ สสปน. สนับสนุนหรือจัดขึ้นเป็นครั้งแรก หรือสามารถประมูลงานเข้ามาได้เป็นผลสำเร็จ
2. กระจายรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจของภูมิภาคผ่านอุตสาหกรรมไม่ซี	1. ผลกระทบทางเศรษฐกิจของการจัดกิจกรรมไม่ซี ในภูมิภาค (Regional Economic Impact)	การศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจของงานไม่ซีที่จัดในภูมิภาค (นอกพื้นที่ กทม.)
	2. ผลกระทบทางสังคมของการจัดกิจกรรมไม่ซีในภูมิภาค (Regional Social Impact)	การศึกษาผลกระทบทางสังคมของการจัดงานไม่ซีในภูมิภาค (นอกพื้นที่ กทม.)
	3. จำนวนงานท้องถิ่นที่ได้รับการยกระดับให้ได้คุณภาพตามที่กำหนด	จำนวนงานไม่ซีในท้องถิ่นที่ สสปน. ช่วยยกระดับให้ได้คุณภาพตามที่กำหนด
	4. จำนวนงานไม่ซีใหม่ที่ สสปน. ผลักดันให้มีการจัดขึ้นในภูมิภาค	จำนวนงานไม่ซีใหม่ในต่างจังหวัดที่ สสปน. สนับสนุนหรือผลักดันให้มีการจัดขึ้น
	5. จำนวนงานไม่ซีระดับนานาชาติที่เมืองเป็นเจ้าภาพ/ ให้การสนับสนุน	จำนวนงานไม่ซีระดับนานาชาติที่เมืองเป็นเจ้าภาพ หรือให้การสนับสนุน ผ่านการสนับสนุนจาก สสปน. หรือเป็นการดำเนินงานร่วมกัน
3. ส่งเสริมตลาด และภาพลักษณ์ไม่ซีของ	1. ระดับการรับรู้ (Exposure) ถึงภาพลักษณ์ของอุตสาหกรรมไม่ซีประเทศไทยในระดับนานาชาติ ผ่านกิจกรรมและ/หรือสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ	การศึกษาระดับการรับรู้ถึงภาพลักษณ์ของอุตสาหกรรมไม่ซีประเทศไทยในระดับนานาชาติ ผ่านกิจกรรมและ/หรือสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ

ประเด็นยุทธศาสตร์	ตัวชี้วัด	การประเมิน
ประเทศไทยและ สสปน.	2. ระดับการรับรู้ (Exposure) ถึงภาพลักษณ์ของอุตสาหกรรมไมซ์ ประเทศไทยในระดับพื้นที่ ผ่านกิจกรรมและ/หรือสื่อ ประชาสัมพันธ์ต่างๆ	การศึกษาระดับการรับรู้ถึงภาพลักษณ์ของ อุตสาหกรรมไมซ์ประเทศไทยในระดับพื้นที่ ผ่าน กิจกรรมและ/หรือสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ
	3. ระดับการรับรู้ถึงบทบาทของ สสปน. ของหน่วยงานภายนอก	การศึกษาระดับการรับรู้ถึงบทบาทของ สสปน. ของหน่วยงานภายนอก
4. เสริมสร้างขีด ความสามารถในการ แข่งขันของ อุตสาหกรรมไมซ์	1. จำนวนบุคลากรด้านไมซ์ที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน 1.1 มาตรฐานระดับสากล เช่น CEM, CMP, EMD, IAPCO, Site, etc 1.2 มาตรฐานในประเทศ (National Certified Program)	จำนวนบุคลากรไมซ์ที่ผ่านมาตรฐานสากล เช่น CEM, CMP, EMD, IAPCO, Site, etc จำนวนบุคลากรไมซ์ที่ผ่านมาตรฐาน National Certified Program
	2. จำนวนสถานที่จัดงานที่ได้รับมาตรฐาน TMVS	จำนวนสถานที่จัดงานที่ได้รับมาตรฐาน TMVS
	3. จำนวนโครงการริเริ่ม (Initiative) ในการอำนวยความสะดวก ให้กับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์	จำนวนโครงการริเริ่ม (Initiative) ที่ สสปน. ได้ ช่วยทำหรือปรับปรุง เพื่อช่วยอำนวยความสะดวก แก่ผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์
	4. จำนวนนวัตกรรมที่ สสปน. พัฒนาขึ้น	จำนวนของนวัตกรรมของ สสปน. ที่พัฒนาขึ้น
	5. จำนวนข้อมูล Intelligence ที่ สสปน. พัฒนาขึ้น	จำนวนข้อมูล Intelligence ที่ สสปน. พัฒนาขึ้น
	6. จำนวนงานไมซ์ที่อยู่บนฐานของความยั่งยืน (Sustainability MICE Event)	จำนวนงานไมซ์ที่จัดตามแนวทางการจัดงาน อย่างยั่งยืน (Sustainability MICE Event) - งานที่ลดคาร์บอนเหลือ 0 - งานที่ผ่านเกณฑ์ร้อยละ 80 ของ sustain event
	7. จำนวนหน่วยงานพันธมิตรที่ สสปน. ผลักดันให้เกิดการพัฒนาใน การจัดงานไมซ์	จำนวนหน่วยงานพันธมิตรที่ สสปน. ได้เข้าไป ผลักดันให้เกิดการพัฒนาหรือปรับปรุงการจัดงาน ไมซ์ให้ดีขึ้น
5. พัฒนา ประสิทธิภาพการ ปฏิบัติงานภายในของ องค์กร	1. ร้อยละของความสำเร็จของการประเมินพนักงานที่ได้ตาม คุณลักษณะที่กำหนด	ร้อยละของคะแนนในการประเมินพนักงานตาม คุณลักษณะที่กำหนด
	2. ระดับความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร	ระดับคะแนนจากการประเมินความผูกพันของ พนักงานต่อองค์กร
	3. ร้อยละของความสำเร็จในการปรับปรุงกระบวนการเป้าหมาย	ร้อยละของความสำเร็จในการปรับปรุง กระบวนการเป้าหมาย

หมายเหตุ: *ผลกระทบทางเศรษฐกิจของการจัดกิจกรรมไมซ์ (Economic Impact) ประกอบด้วย 2 ตัวชี้วัดคือ

- 1) จำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์ (ล้านคน) ประเมินจากจำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์ทั้งชาวไทยและต่างชาติ
- 2) รายได้จากงานไมซ์ (แสนล้านบาท) ประเมินจากรายได้จากการจัดงานไมซ์ทั้งระดับนานาชาติและในประเทศ

**ผลกระทบทางเศรษฐกิจของการจัดกิจกรรมไมซ์ในภูมิภาค (Regional Economic Impact) ประกอบด้วย 2 ตัวชี้วัดคือ

- 1) จำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์ในไมซ์ซิตีและคลัสเตอร์ (ล้านคน) ประเมินจากจำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์ในไมซ์ซิตีและคลัสเตอร์
ยกเว้นกรุงเทพมหานคร
- 2) รายได้จากงานไมซ์ในไมซ์ซิตีและคลัสเตอร์ (แสนล้านบาท) ประเมินจากรายได้จากการจัดงานไมซ์ในไมซ์ซิตีและคลัสเตอร์
ยกเว้นกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 2-2 เป้าหมายแผนแม่บทอุตสาหกรรมการจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติ ปี 2560-2564

เป้าประสงค์	กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	ผลงาน 2560	เป้าหมาย					ผู้รับผิดชอบกรอกค่า เป้าหมาย
				2561	2562	2563	2564		
ยุทธศาสตร์ 1: ขับเคลื่อนเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมไทยผ่านกลไกการจัดกิจกรรมไมซ์ (Win)									
1. เพื่อยกระดับงานไมซ์เดิมที่พัฒนาขึ้นในประเทศให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง	1 รักษา และยกระดับกิจกรรมไมซ์เดิมให้เติบโตอย่างมั่นคงและมีความยั่งยืน	1. ผลกระทบทางเศรษฐกิจของการจัดกิจกรรมไมซ์ (Economic Impact) (ล้านบาท)	N/A	233,848	245,540	257,817	270,708	<ul style="list-style-type: none"> S&P *จะเริ่มศึกษาในปี 2562 	
		2. ผลกระทบทางสังคมของการจัดกิจกรรมไมซ์ (Social Impact)	N/A*	N/A*	N/A*	N/A*	N/A*		
		3. จำนวนงานไมซ์ในประเทศที่จัดต่อเนื่องนาน 3 ปี	22	19	25	30	35	<ul style="list-style-type: none"> E 	
		4. อันดับของประเทศจากการจัดอันดับโดยองค์กรไมซ์นานาชาติ 1) อันดับของ ICCA ในเอเชีย 2) อันดับของ UFI ในเอเชีย	อันดับ 4 อันดับ 7	Top 5 Top 7	Top 5 Top 7	Top 5 Top 6	Top 5 Top 5	<ul style="list-style-type: none"> C/E 	
2. เพิ่มกิจกรรมไมซ์ในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมเป้าหมายภายใต้นโยบายของประเทศ	2. สร้างกิจกรรมไมซ์ใหม่เพื่อรองรับอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ	5. จำนวนงานไมซ์ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเป้าหมาย (S-Curve Industry)	9	18	23	25	29	<ul style="list-style-type: none"> MI MG Project E C 	
3. เพิ่มกิจกรรมไมซ์ใหม่ที่ตรงตามความต้องการของตลาดและศักยภาพของประเทศ	3. ขับเคลื่อนกิจกรรมไมซ์ใหม่ตามความต้องการของตลาดกับศักยภาพและนโยบายของประเทศ	6. จำนวนงานไมซ์นานาชาติระดับโลกหรือภูมิภาค ที่ สสปน. สนับสนุนในการประมูลสิทธิ์การจัดงาน/ จัดงาน	47	45	46	50	52	<ul style="list-style-type: none"> MI MG Project E C 	

เป้าประสงค์	กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	ผลงาน 2560	เป้าหมาย				ผู้รับผิดชอบกรอกค่า เป้าหมาย
				2561	2562	2563	2564	
		7 จำนวนงานไมซ์นานาชาติระดับโลกหรือภูมิภาค ที่ สสปน. ให้การสนับสนุนเป็นครั้งแรก หรืองานที่ชนะประมูลสิทธิ์ (New Event or Win Bidding)	32	31	31	33	34	<ul style="list-style-type: none"> ● MI ● MG Project ● E ● C
ยุทธศาสตร์ 2: กระจายรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจของภูมิภาคผ่านอุตสาหกรรมไมซ์								
1. เพื่อเพิ่มการกระจายรายได้จากกิจกรรมไมซ์ไปสู่ภูมิภาค	1. ยกระดับกิจกรรมไมซ์ในภูมิภาค เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในภูมิภาค	1. ผลกระทบทางเศรษฐกิจของการจัดกิจกรรมไมซ์ในภูมิภาค (Regional Economic Impact)	N/A*	N/A*	N/A*	N/A*	N/A*	<ul style="list-style-type: none"> ● S&P *จะเริ่มศึกษาในปี 2562
		2. ผลกระทบทางสังคมของการจัดกิจกรรมไมซ์ในภูมิภาค (Regional Social Impact)	N/A*	N/A*	N/A*	N/A*	N/A*	
		3. จำนวนงานท้องถิ่นที่ได้รับการยกระดับให้ได้คุณภาพตามที่กำหนด	10	11	14	17	19	<ul style="list-style-type: none"> ● D-MICE ● Area Based ● MG Project
2. เพิ่มจำนวนงานไมซ์ในภูมิภาค และยกระดับไปสู่งานนานาชาติ ซึ่งจะทำให้ประเทศมีการพัฒนาในทุกภูมิภาคอย่างเท่าเทียม	2. สร้างกิจกรรมไมซ์เพื่อลดความเหลื่อมล้ำในภูมิภาค	4. จำนวนงานไมซ์ใหม่ที่ สสปน. ผลักดันให้มีการจัดขึ้นในภูมิภาค	8	10	14	17	20	<ul style="list-style-type: none"> ● MI ● D-MICE ● MG Project ● E
		5. จำนวนงานไมซ์ระดับนานาชาติที่เมืองเป็นเจ้าภาพ/ ให้การสนับสนุน	4	6	11	16	21	<ul style="list-style-type: none"> ● Area Based ● MG Project ● MI ● C/ E

เป้าประสงค์	กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	ผลงาน 2560	เป้าหมาย					ผู้รับผิดชอบกรอกค่า เป้าหมาย
				2561	2562	2563	2564		
ยุทธศาสตร์ 3: ส่งเสริมตลาด และภาพลักษณ์ไมซ์ของประเทศไทยและ สสปน.									
1. เพื่อยกระดับภาพลักษณ์ของไมซ์ในระดับประเทศและพื้นที่ 3. ยกระดับภาพลักษณ์ของไมซ์ทำให้ไทยเป็นที่รู้จักของนานาชาติ	1. ส่งเสริมกิจกรรมการตลาด สร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยให้เป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ระดับนานาชาติ	1. ระดับการรับรู้ (Exposure) ถึงภาพลักษณ์ของอุตสาหกรรมไมซ์ประเทศไทยในระดับนานาชาติ ผ่านกิจกรรมและ/หรือสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ	N/A	N/A	50%	55%	60%	• MSD (การวัด Brand Health Check)	
	3. ประชาสัมพันธ์เมืองที่มีศักยภาพและความพร้อมของเมืองในการรองรับการจัดกิจกรรมไมซ์ในระดับประเทศและนานาชาติ	2. ระดับการรับรู้ (Exposure) ถึงภาพลักษณ์ของอุตสาหกรรมไมซ์ประเทศไทยในระดับพื้นที่ ผ่านกิจกรรมและ/หรือสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ	N/A*	N/A*	N/A*	N/A*	N/A*	• MSD *จะเริ่มศึกษาในปี 2562	
2. ปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ของ สสปน. ให้มีความชัดเจนและเป็นที่ยอมรับ	2. ปรับเปลี่ยนมุมมองขององค์กรภายนอกต่อ บทบาท และภาพลักษณ์ของ สสปน.	3. ระดับการรับรู้ถึงบทบาทของ สสปน. ของหน่วยงานภายนอก	N/A	N/A	60%	65%	70%	• Corp Com (ศึกษาวิจัยการรับรู้ถึงบทบาทของ สสปน. ของหน่วยงานภายนอกตามกลุ่มเป้าหมายรายปี)	
ยุทธศาสตร์ 4: เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์									
1. ยกระดับผู้ประกอบการไมซ์ทั้งจำนวนและคุณภาพ 2. เพิ่มจำนวนองค์กรด้านไมซ์ที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน	1. ยกระดับมาตรฐานผู้ประกอบการไมซ์ และโครงสร้างสนับสนุนไมซ์	1. จำนวนบุคลากรด้านไมซ์ที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน	62	80	80	105	130	• MICE Cap	
		1) มาตรฐานระดับสากล เช่น CEM, CMP, EMD, IAPCO, Site 2) มาตรฐานในประเทศ (National Certified Program)	62 0	30 50	30 50	30 75	30 100		
		2. จำนวนสถานที่จัดงานที่ได้รับมาตรฐาน TMVS	100	120	140	155	167	• MICE Cap	
3. การพัฒนานวัตกรรมและรูปแบบการจัดงานใหม่ๆ	2. พัฒนาและส่งเสริมการใช้นวัตกรรมในการจัดงาน พัฒนา	3. จำนวนนวัตกรรมที่ สสปน. พัฒนาขึ้น	1	2	1	2	2	• Innovation	
		4. จำนวนข้อมูล Intelligence ที่ สสปน. พัฒนาขึ้น	2	4	5	6	7		

เป้าประสงค์	กลยุทธ์	ตัวชี้วัด	ผลงาน 2560	เป้าหมาย					ผู้รับผิดชอบกรอกค่า เป้าหมาย
				2561	2562	2563	2564		
	องค์ความรู้และรูปแบบการจัดงาน	5. จำนวนงานไมซ์ที่อยู่บนฐานของความยั่งยืน (Sustainability MICE Event)	5	10	20	30	40	● MICE Cap	
4.อำนวยความสะดวกกับผู้ประกอบการไมซ์	3.ผลักดัน ยกระดับมาตรฐาน และปรับปรุงระเบียบที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ไทย	6. จำนวนโครงการริเริ่ม (Initiative) ในการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์	4	4	4	3	3	● GCA	
	4.สร้างความร่วมมือกับเครือข่ายพันธมิตรผ่านแพลตฟอร์มไมซ์	7. จำนวนหน่วยงานพันธมิตรที่ สสปน. ผลักดันให้เกิดการพัฒนาในการจัดงานไมซ์	17	19	19	20	20	● GCA	
ยุทธศาสตร์ 5: พัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานภายในองค์กร									
1.เพื่อเพิ่มศักยภาพภายในองค์กรของ สสปน. ให้สามารถปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพภายใต้หลักธรรมาภิบาล 2.สามารถสร้างความพึงพอใจให้ผู้ปฏิบัติงานและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์	1.ยกระดับศักยภาพบุคลากร ของ สสปน. ให้มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร	1. ร้อยละของความสำเร็จของการประเมินพนักงานที่ได้ตามคุณลักษณะที่กำหนด	80	80	80	80	80	● ADM	
	2.ปรับปรุง พัฒนา และใช้นวัตกรรมในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของ สสปน. ภายใต้หลักธรรมาภิบาล	2.ระดับความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร	2. ระดับความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร	N/A	60	70	75	80	● ADM
		3. ร้อยละของความสำเร็จในการปรับปรุงกระบวนการเป้าหมาย	3. ร้อยละของความสำเร็จในการปรับปรุงกระบวนการเป้าหมาย	N/A	100	100	100	100	● ADM ● AF

หมายเหตุ: ** ไมซ์ซิตี้และคลัสเตอร์ ได้แก่ เชียงใหม่ ภูเก็ต พัทยา ขอนแก่น นครปฐม หัวหิน ชะอำ เชียงราย หาดใหญ่ สุราษฎร์ธานี กระบี่ นครราชสีมา

2.3 แผนงานและแผนการขับเคลื่อน

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1: ขับเคลื่อนเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมไทยผ่านกลไกการจัดกิจกรรมไมซ์ (Win)

กลยุทธ์ที่ 1: รักษา และยกระดับกิจกรรมไมซ์เดิมให้เติบโตอย่างมั่นคงและมีความยั่งยืน

รายละเอียดของแผนงาน/ โครงการ	ระยะเวลา 2560-2564					ผู้รับผิดชอบ	ผลที่จะได้รับ
	60	61	62	63	64		
1. แผนงานพัฒนาการจัดกิจกรรมการจัดการประชุมองค์กรและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล							<ul style="list-style-type: none"> การจัดการประชุมองค์กรและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น จำนวนผู้เข้าร่วมงานมากขึ้น มีรายได้จากการจัดงานไมซ์มากขึ้น
1.1 การสนับสนุนการจัดงานในประเทศไทย (Event Support)	X	X	X	X	X	• MI	
1.2 การสนับสนุนการเป็นเจ้าภาพจัดงาน (IT&CMA และ SITE Global Conference 2019)	X	X	X	X		• MI	
1.3 การจัดตั้งตัวแทนการตลาดในต่างประเทศ - ตลาดการจัดประชุมและเดินทางเพื่อเป็นรางวัล (Japan / India / Singapore / USA / China / Oceania / Europe)	X	X	X	X	X	• MI	
1.4 การส่งเสริมการขายและการตลาดเป้าหมายกลุ่มการประชุมและเดินทางเพื่อเป็นรางวัล - Trade Show/Road Show/Sale Mission	X	X	X	X	X	• MI	
1.5 Fam Trip / Famtrip with Partners	X	X	X	X	X	• MI	
1.6 การส่งเสริมการตลาดแบบมีส่วนร่วม ใน 3 มิติ - สร้างเครือข่ายความร่วมมือกับองค์กรต่างชาติ (Social Sharing) - แลกเปลี่ยนข้อมูลกับกลุ่มเป้าหมาย (Content Sharing) - ตลาดเชิงรุกร่วมกับเครือข่ายพันธมิตร (Business Sharing)	X	X	X	X	X	• MI	
1.7 Thailand Incentive and Meeting Exchange - TIME	X	X	X	X	X	• MI	

รายละเอียดของแผนงาน/ โครงการ	ระยะเวลา 2560-2564					ผู้รับผิดชอบ	ผลที่จะได้รับ
	60	61	62	63	64		
2. แผนงานพัฒนาและยกระดับการจัดงานประชุมวิชาชีพและงานแสดงสินค้าในประเทศไทย							<ul style="list-style-type: none"> งานไมซ์ที่มีขนาดใหญ่ขึ้น มีผู้แสดงสินค้ามากขึ้นและผู้เข้าร่วมงานมากขึ้น มีรายได้จากการจัดงานไมซ์มากขึ้น ได้งานไมซ์ที่มีชื่อเสียงและมีคุณภาพจากการประมูลสิทธิ์มาจัดในประเทศไทย
2.1 การสนับสนุนการจัดงานประชุมนานาชาติ	X	X	X	X	X	• C	
2.2 การดำเนินกิจกรรมการตลาดในประเทศและต่างประเทศ Roadshow/ Overseas activities/Sponsorship ในตลาดเป้าหมาย	X	X	X	X	X	• C	
2.3 การจัดตั้งตัวแทนการตลาดในตลาดต่างประเทศ – ตลาดการประชุมนานาชาติ	X	X	X	X	X	• C	
2.4 การเข้าร่วมงานเทรดโชว์ในตลาดเป้าหมายกลุ่มการจัดงานประชุมนานาชาติ	X	X	X	X	X	• C	
2.5 การสร้างเครือข่ายพันธมิตรนานาชาติในวงการอุตสาหกรรมการประชุมนานาชาติ	X	X	X	X	X	• C	
2.6 Marketing Promotion	X	X	X	X	X	• E	
2.7 การสนับสนุนและยกระดับการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทย (Existing and Upgrade show)	X	X	X	X	X	• E	
2.8 การทำกิจกรรมการตลาดในต่างประเทศ	X	X	X	X	X	• E	
2.9 การจัดตั้งตัวแทนการตลาดในต่างประเทศ (pay per performance)	X	X	X	X	X	• E	
3. แผนงานเสริมสร้างความเข้มแข็งของกรกิจกรรมไมซ์ในประเทศไทย							<ul style="list-style-type: none"> สร้างเครือข่ายการจัดงานไมซ์ สร้างความเข้มแข็งของการจัดงานแสดงสินค้า
3.1 Oversea Networking Session	X	X	X	X	X	• Mega Project	
3.2 Home grown clusters development program (BEF 2 ss)		X	X	X	X	• Mega Project	
3.3 Empowering Thai Exhibition		X	X	X	X	• D-MICE	

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1: ขับเคลื่อนเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมไทยผ่านกลไกการจัดกิจกรรมไมซ์ (Win)

กลยุทธ์ที่ 2: สร้างกิจกรรมไมซ์ใหม่เพื่อรองรับอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศผ่านหน่วยงานภาครัฐ

รายละเอียดของแผนงาน/ โครงการ	ระยะเวลา 2560-2564					ผู้รับผิดชอบ	ผลที่จะได้รับ
	60	61	62	63	64		
1. แผนงานการสนับสนุนหน่วยงานภาครัฐในการเป็นเจ้าภาพในการจัดงานไมซ์ (Support Government to host MICE event)							<ul style="list-style-type: none"> • จำนวนการจัดงานไมซ์เพิ่มขึ้น • จำนวนงานไมซ์ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเป้าหมาย S-Curve เพิ่มขึ้น
1.1 การสร้าง Industry Flagship ด้านการประชุม			X	X	X	• C	
1.2 การสนับสนุนงานแสดงสินค้าใหม่ ICONIC 4.0			X	X	X	• E	

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1: ขับเคลื่อนเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมไทยผ่านกลไกการจัดกิจกรรมไมซ์ (Win)

กลยุทธ์ที่ 3: พัฒนากิจกรรมไมซ์ใหม่เพื่อรองรับความต้องการตลาดและสอดคล้องกับศักยภาพของประเทศ

รายละเอียดของแผนงาน/ โครงการ	ระยะเวลา 2560-2564					ผู้รับผิดชอบ	ผลที่จะได้รับ
	60	61	62	63	64		
1. แผนงานการขับเคลื่อนการพัฒนางานไมซ์ใหม่ตามความต้องการของตลาดกับศักยภาพและนโยบายของประเทศ							<ul style="list-style-type: none"> • จำนวนงานไมซ์เพิ่มขึ้น • เครือข่ายพันธมิตรในการจัดงานไมซ์เข้มแข็งขึ้น
1.1 การสนับสนุนการประมูลสิทธิงานประชุมนานาชาติ	X	X	X	X	X	• C	
1.2 การดำเนินกิจกรรมการตลาดเชิงรุกเพื่อสร้างภาพลักษณ์และสร้างโอกาสในด้านการประชุมนานาชาติของประเทศไทยในงานที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในตลาดต่างๆ	X	X				• C	
1.3 การเสริมสร้างศักยภาพกลุ่มเป้าหมายเพื่อเพิ่มความต้องการในการจัดงาน	X	X	X	X	X	• C	
1.4 Bidding & Co Creation (Event & Destination) การศึกษาและการประเมินความเป็นไปได้ในการเป็นเจ้าภาพการจัดงานระดับโลก			X	X	X	• Mega Project	
1.5 การสนับสนุนการจัดงานแสดงสินค้าใหม่ (New show)	X	X	X	X	X	• E	
1.6 การสนับสนุนงานแสดงสินค้าใหม่ที่แตกออกจากงานเดิม (Spin to new)			X	X	X	• E	
1.7 Bidding Fund			X	X	X	• E	

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2: กระจายรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจของภูมิภาคผ่านอุตสาหกรรมไมซ์ (Win)

กลยุทธ์ที่ 1: ยกกระดับกิจกรรมไมซ์ในภูมิภาค เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในภูมิภาค

รายละเอียดของแผนงาน/ โครงการ	ระยะเวลา 2560-2564					ผู้รับผิดชอบ	ผลที่จะได้รับ
	60	61	62	63	64		
1. แผนงานการพัฒนาและยกระดับกิจกรรมไมซ์หลักที่สำคัญของไมซ์ซีดีและคลัสเตอร์ (MICE flagship event development in the region)							<ul style="list-style-type: none"> • กิจกรรมไมซ์ที่ร่วมมือระหว่าง สสปน. กับจังหวัด • เตรียมความพร้อมให้ไมซ์ซีดีในการ เป็นเจ้าภาพในการจัดงาน • งานไมซ์ในภูมิภาคมีขนาดใหญ่ขึ้น และมีผู้เข้าชมมากขึ้น
1.1 Event Industry Dialogue การอบรมและแลกเปลี่ยนความรู้ในการจัดงานอีเวนต์ นานาชาติ และการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ร่วมกับหน่วยงานในต่างประเทศ		X	X	X	X	• D-MICE	
1.2 การสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับพันธมิตรเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรม MICE ภายในประเทศ		X	X	X	X	• D-MICE	
1.3 การสนับสนุนการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในประเทศ (D-MI) การประชุมวิชาการในประเทศ (D-C) และ สนับสนุนเครือข่ายไมซ์ (Alliance Support) เพื่อส่งเสริมการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการประชุม วิชาชีพ		X	X	X	X	• D-MICE	
1.4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ไมซ์ใหม่ในพื้นที่ไมซ์ซีดี (ตาม 7 Themes)		X	X	X	X	• Area Based	
1.5 การสนับสนุนงานยกระดับงานแสดงสินค้า (Upgrade)		X	X	X	X	• D-MICE	
1.6 การยกระดับงานเด่นในไมซ์ซีดี (Flagship Events)	X	X	X	X	X	• Area Based	

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2: กระจายรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจของภูมิภาคผ่านอุตสาหกรรมไมซ์ (Win)

กลยุทธ์ที่ 2: สร้างกิจกรรมไมซ์ใหม่ในภูมิภาค เพื่อรองรับความต้องการของตลาดในพื้นที่

รายละเอียดของแผนงาน/ โครงการ	ระยะเวลา 2560-2564					ผู้รับผิดชอบ	ผลที่จะได้รับ
	60	61	62	63	64		
1. แผนงานการสร้างและพัฒนากิจกรรมไมซ์ใหม่ในพื้นที่ไมซ์ซิตี้และภูมิภาค							<ul style="list-style-type: none"> • การจัดงานไมซ์ในภูมิภาคเพิ่มขึ้น • มีสินค้าและบริการใหม่ๆ เพิ่มขึ้น • สร้างความร่วมมือในชุมชน
1.1 การสนับสนุนกระจายงานแสดงสินค้าไปยังภูมิภาค (Clone)	X	X	X	X	X	• D-MICE	
1.2 การสนับสนุนการสร้างงานแสดงสินค้าชิ้นใหม่ (New)			X	X	X	• D-MICE	
1.3 การพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ทางด้านไมซ์	X	X	X	X	X	• Area Based	
2. แผนงานเสริมสร้างศักยภาพของเมืองไมซ์ซิตี้ในการรองรับการจัดงานไมซ์							<ul style="list-style-type: none"> • เสริมสร้างศักยภาพของเมืองเพื่อดึงดูดการจัดงาน • ความร่วมมือและการแลกเปลี่ยนข้อมูลความริระหว่างเมืองไมซ์
2.1 การส่งเสริมและกระตุ้นการเยี่ยมชม ศึกษาดูงานหรือจัดสัมมนาในกลุ่มย่อยในโครงการพระราชดำริและสหกรณ์ชุมชน	X	X	X			• D-MICE	
2.2 การจัด FAM TRIP เพื่อทำการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมเส้นทางการจัดประชุมสัมมนาไปยังกลุ่มเป้าหมายในประเทศ	X	X	X	X	X	• D-MICE	
2.3 TCEB Partnership Program : การสร้างองค์ความรู้ร่วมกับพันธมิตรและเมือง MICE City ในการสนับสนุนงานใหม่ที่เกิดขึ้น ณ เมือง MICE City	X	X	X	X	X	• Mega Project	
2.4 การเสริมสร้างศักยภาพของ MICE City และเมืองรองที่มีศักยภาพ	X	X	X	X	X	• Area Based	
2.5 การแลกเปลี่ยนผ่านกิจกรรมเชิงปฏิบัติการระหว่างไมซ์ซิตี้ เมืองที่มีศักยภาพ และสปน. (MICE City Summit)	X	X	X	X	X	• Area Based	

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3: ส่งเสริมการตลาด และภาพลักษณ์ไมซ์ของประเทศไทยและ สสปน. (Promote)

กลยุทธ์ที่ 1: ส่งเสริมกิจกรรมทางการตลาด และสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยให้เป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ระดับนานาชาติ

รายละเอียดของแผนงาน/ โครงการ	ระยะเวลา 2560-2564					ผู้รับผิดชอบ	ผลที่จะได้รับ
	60	61	62	63	64		
1. แผนงานการส่งเสริมภาพลักษณ์และการตลาดของประเทศไทย							<ul style="list-style-type: none"> • แผนการพัฒนาแบรนด์และส่งเสริมภาพลักษณ์ของไมซ์ประเทศไทย • ภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทยในการจัดงานอย่างยั่งยืน • กิจกรรมการตลาดต่างๆ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการจัดงานไมซ์ในไทย • เว็บไซต์ของ สสปน. มีประสิทธิภาพและง่ายต่อการใช้งาน
1.1 การสนับสนุนการจัดงานหลังประมุขสิทธิ์ UFI Congress 2019			X	X		• E	
1.2 การพัฒนายุทธศาสตร์แบรนด์ (Thailand MICE Destination Branding Strategy) ทั้งในและต่างประเทศ			X	X	X	• MSD	
1.3 การปรับปรุงพัฒนา และบำรุงรักษาระบบเว็บไซต์ สสปน.		X	X	X	X	• MSD	
1.4 การจัดกิจกรรมการตลาดประเทศไทย ภายในงาน Trade Show นานาชาติ		X	X	X	X	• MSD	

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3: ส่งเสริมการตลาด และภาพลักษณ์ใหม่ของประเทศไทยและ สสปน. (Promote)

กลยุทธ์ที่ 2: ปรับเปลี่ยนมุมมองขององค์กรภายนอกต่อ บทบาท และภาพลักษณ์ของ สสปน.

รายละเอียดของแผนงาน/ โครงการ	ระยะเวลา 2560-2564					ผู้รับผิดชอบ	ผลที่จะได้รับ
	60	61	62	63	64		
1. แผนงานในการส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรของ สสปน.							<ul style="list-style-type: none"> • สสปน. เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้นทั้งในและต่างประเทศ • ภาพลักษณ์ที่ดีของ สสปน. • หน่วยงานต่างๆ รู้จักบทบาทของ สสปน. มากยิ่งขึ้น
1.1 การส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรในประเทศ	X	X	X	X	X	• Crop Com	
1.2 การส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรในต่างประเทศ	X	X	X	X	X	• Crop Com	
1.3 การพัฒนาแบรนด์และสื่อสร้างการรับรู้องค์กร			X	X	X	• Crop Com	
1.4 การส่งเสริมบทบาทและพันธกิจองค์กร		X	X	X	X	• Crop Com	
1.5 การตั้งศูนย์บริการข้อมูลลูกค้าองค์กร (Call Center)			X	X	X	• Crop Com	
1.6 การสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักธุรกิจกลุ่มไมซ์ในประเทศและต่างประเทศของผู้บริหาร สสปน.	X	X	X	X	X	• President Off.	

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3: ส่งเสริมการตลาด และภาพลักษณ์ไมซ์ของประเทศไทยและ สปป. (Promote)

กลยุทธ์ที่ 3: ประชาสัมพันธ์เมืองไมซ์ที่ดีและความพร้อมของไมซ์ซิตี้ในการรองรับการจัดกิจกรรมไมซ์

รายละเอียดของแผนงาน/ โครงการ	ระยะเวลา 2560-2564					ผู้รับผิดชอบ	ผลที่จะได้รับ
	60	61	62	63	64		
1. แผนงานส่งเสริมและประชาสัมพันธ์เมืองไมซ์ที่ดี (Thailand MICE City on the Spot)							<ul style="list-style-type: none"> เมืองไมซ์ซิตี้เป็นที่รู้จัก และดึงดูดการจัดงานไมซ์
1.1 การบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์และสื่อสารประชาสัมพันธ์ Email Marketing			X	X	X	<ul style="list-style-type: none"> MSD 	<ul style="list-style-type: none"> เครือข่ายความร่วมมือในการประชาสัมพันธ์เมืองไมซ์ สื่อออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์เมืองไมซ์

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4: เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ (Develop)

กลยุทธ์ที่ 1: ยกระดับมาตรฐานผู้ประกอบการไมซ์ และโครงสร้างสนับสนุนการจัดกิจกรรมไมซ์ ตลอดห่วงโซ่การบริการให้ได้คุณภาพและมาตรฐาน

รายละเอียดของแผนงาน/ โครงการ	ระยะเวลา 2560-2564					ผู้รับผิดชอบ	ผลที่จะได้รับ
	60	61	62	63	64		
1. แผนงานการพัฒนาและสร้างขีดความสามารถของบุคลากรด้านไมซ์ในประเทศ							<ul style="list-style-type: none"> เพิ่มจำนวนบุคลากรและแรงงานด้านไมซ์ ยกระดับทักษะและมาตรฐานของแรงงานด้านไมซ์ ยกระดับและพัฒนาขีดความสามารถของผู้เชี่ยวชาญด้านไมซ์ เครือข่ายภาคการศึกษากับต่างประเทศ สื่อประชาสัมพันธ์ความก้าวหน้าทางอาชีพไมซ์
1.1 การจัดหลักสูตรด้านไมซ์ระดับนานาชาติ (International MICE Certification Program)	X	X	X	X	X	• MICE Cap	
1.2 การพัฒนาหลักสูตรด้านไมซ์ระดับชาติ (National Certificated Program)	X	X	X	X	X	• MICE Cap	
1.3 การส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านการศึกษาและสร้างความรู้ด้านการศึกษาไมซ์	X	X	X	X	X	• MICE Cap	
1.4 การผลิตแรงงานในระดับปฏิบัติการหลักสูตรทวิภาคีสายอาชีพไมซ์	X	X	X	X	X	• MICE Cap	
1.5 การเสริมสร้างพันธมิตรและขยายเครือข่ายการศึกษากับสถาบันการศึกษาและหน่วยงานด้านไมซ์ในต่างประเทศ	X	X	X	X	X	• MICE Cap	
1.6 Thailand MICE Youth Challenge / Student Chapter			X	X	X	• MICE Cap	
1.7 การรวบรวมข้อมูลและจัดทำฐานข้อมูล MICE Career Center (Job opportunity platform)	X	X				• MICE Cap	
1.8 การจัดทำระบบ MICE Career Center (Job opportunity platform)			X	X	X	• MICE Cap	
1.9 การส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพการศึกษาด้านไมซ์ระดับภูมิภาค			X	X	X	• MICE Cap	
1.10 การจัดทำหลักสูตรไมซ์	X	X	X	X	X	• MICE Cap	

รายละเอียดของแผนงาน/ โครงการ	ระยะเวลา 2560-2564					ผู้รับผิดชอบ	ผลที่จะได้รับ
	60	61	62	63	64		
2. แผนงานสร้างขีดความสามารถของผู้ประกอบการในประเทศ							<ul style="list-style-type: none"> ผู้ประกอบการไมซ์ในไทยมีทักษะและความสามารถมากขึ้น ผู้ประกอบการไมซ์มีมาตรฐานที่ดีขึ้น เครือข่ายสมาคมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องมีความเข้มแข็งมากขึ้น การพัฒนาและยกระดับเนื้อหาการจัดงาน มาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย TMVS มาตรฐานสถานที่จัดงานอาเซียน ASEAN MICE Venue Standard
2.1 การยกระดับผู้ประกอบการเพื่อสร้างขีดความสามารถการแข่งขันระดับนานาชาติ			X			• MI	
2.2 การบ่มเพาะผู้จัดงานแสดงสินค้า SME (Groom to grow)			X	X	X	• E	
2.3 การยกระดับขีดความสามารถและสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการงาน D-EX ในภูมิภาคหรือเขตเศรษฐกิจพิเศษ และเพิ่มประสิทธิภาพและยกระดับการพัฒนาอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าในประเทศ	X	X	X	X	X	• D-MICE	
2.4 การสร้างความร่วมมือกับพันธมิตรด้านองค์ความรู้และนวัตกรรมเพื่ออุตสาหกรรมไมซ์			X			• IN	
2.5 การส่งเสริมมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย Thailand MICE Venue Standard	X	X	X	X	X	• MICE Cap	
2.6 การส่งเสริมมาตรฐานสถานที่จัดงานอาเซียน ASEAN MICE Venue Standard	X		X	X	X	• MICE Cap	
2.7 การสนับสนุนและพัฒนามาตรฐานระดับชาตินานาชาติสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์	X	X	X	X	X	• MICE Cap	

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4: เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ (Develop)

กลยุทธ์ที่ 2: พัฒนานวัตกรรม และรูปแบบการจัดกิจกรรมไมซ์ให้รองรับความต้องการของตลาดและอยู่บนพื้นฐานของความยั่งยืน

รายละเอียดของแผนงาน/ โครงการ	ระยะเวลา 2560-2564					ผู้รับผิดชอบ	ผลที่จะได้รับ
	60	61	62	63	64		
1. แผนงานพัฒนาและยกระดับรูปแบบการจัดงานไมซ์อย่างสร้างสรรค์และยั่งยืน sustainable event							<ul style="list-style-type: none"> แนวทางการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของอุตสาหกรรมไมซ์
1.1 การประชาสัมพันธ์ประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน	X	X	X	X	X	• MICE Cap	<ul style="list-style-type: none"> แนวทางการจัดงานไมซ์อย่างยั่งยืน
1.2 การรับรองมาตรฐาน Thailand Sustainable Event Management Standard (TSEMS)			X	X	X	• MICE Cap	<ul style="list-style-type: none"> จำนวนงานไมซ์ที่มีการจัดงานอย่างยั่งยืนเพิ่มขึ้น
1.3 การพัฒนาผู้ประกอบการไมซ์ด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน	X	X	X	X	X	• MICE Cap	
2. แผนงานพัฒนานวัตกรรมและส่งเสริมการใช้นวัตกรรมในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์						• MICE Cap	<ul style="list-style-type: none"> ระบบการประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมไมซ์
2.1 การพัฒนานวัตกรรมเพื่อสนับสนุนชุมชนในการจัดงานแบบสมาร์ทไมซ์ (SMART MICE ACCELERATORS)			X	X	X	• MICE Cap	<ul style="list-style-type: none"> ระบบสารสนเทศออนไลน์
2.2 Smart Biz Application เพื่อสนับสนุนการจัดงาน MICE แบบ Digital	X	X	X	X	X	• MICE Cap	<ul style="list-style-type: none"> อุตสาหกรรมไมซ์
2.3 การพัฒนาเครื่องมือและข้อมูลด้านการให้บริการสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์			X	X	X	• MICE Cap	<ul style="list-style-type: none"> แอปพลิเคชันในการจัดงานไมซ์
2.4 การปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการ e-Library	X	X	X	X	X	• MICE Cap	
2.5 การพัฒนาและเชื่อมโยงฐานข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์			X	X	X	• MICE Cap	

รายละเอียดของแผนงาน/ โครงการ	ระยะเวลา 2560-2564					ผู้รับผิดชอบ	ผลที่จะได้รับ
	60	61	62	63	64		
3. แผนงานการสร้างองค์ความรู้เพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์							<ul style="list-style-type: none"> • ฐานข้อมูลสถิติอุตสาหกรรมไมซ์ • รายงานผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมของการจัดงานไมซ์ • ระบบจัดการฐานข้อมูลของอุตสาหกรรมไมซ์ • เครือข่ายพันธมิตรด้านข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ • ศูนย์ความรู้ของอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE Intelligence) • การพัฒนาองค์ความรู้ด้านอุตสาหกรรม
3.1 การแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ร่วมกับหน่วยงานทั้งในและต่างประเทศ (Industry Dialogue & Network collaboration)	X	X	X	X	X	• IN	
3.2 การจัดทำ MICE Operation manual on applications for organizers			X			• IN	
3.3 การผลักดันการดึงลิขสิทธิ์ในการจัดงาน C2 เข้ามาจัดในประเทศไทย			X			• MI	
3.4 การพัฒนามาตรฐานงานแสดงสินค้านานาชาติของประเทศไทย			X	X	X	• E	
3.5 การศึกษาและจัดทำข้อมูลยุทธศาสตร์ของเมืองที่มีศักยภาพ (City Profile)	X	X	X	X	X	• Area Based	
3.6 การประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมของการจัดงาน Festival & Event	X	X	X	X	X	• Mega Project	
3.7 การดำเนินกิจกรรมการเข้าฐานข้อมูลสื่อต่างประเทศเพื่อต่อยอดประชาสัมพันธ์ข่าวสารของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทยไปยังสื่อต่างประเทศทั่วโลก		X	X	X	X	• IN	
3.8 การบริหารจัดการข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE Industry Management)		X	X	X	X	• IN	
3.9 การจัดทำรายงาน MICE Review and Forecast	X	X	X	X	X	• IN	
3.10การจัดทำรายงาน MICE Service Innovation (White Paper) ส่งเสริมเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อสร้างมูลค่าธุรกิจไมซ์			X	X	X	• IN	
3.11การจัดทำรายงานวิเคราะห์อุตสาหกรรมไมซ์ (MICE Industry Report)			X	X	X	• IN	
3.12การเสริมสร้างการวิจัยและพัฒนาเพื่อเผยแพร่องค์ความรู้ด้านไมซ์ (Enhance research and development to drive MICE Intelligence)			X	X	X	• IN	
3.13การจัดทำแผนแม่บทเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยอุตสาหกรรมไมซ์	X		X			• S&P	
3.14การจัดทำแผนแม่บทอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยระยะ 3 ปี พ.ศ. 2563-2565			X			• S&P	
3.15การศึกษาเพื่อพัฒนารูปแบบธุรกิจไมซ์ในเขตเศรษฐกิจในระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (MICE Business Model for EEC)		X				• S&P	

รายละเอียดของแผนงาน/ โครงการ	ระยะเวลา 2560-2564					ผู้รับผิดชอบ	ผลที่จะได้รับ
	60	61	62	63	64		
3.16การจัดทำแผนยุทธศาสตร์เพื่อการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ในระบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (MICE Strategic Roadmap for EEC)			X			• S&P	
3.17การจัดทำดัชนีความเชื่อมั่นอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย (MICE Confident Index)		X				• S&P	
3.18การศึกษาการจัดทำ Ease of Doing MICE Business Index			X			• S&P	
3.19การสำรวจสถิติการจัดประชุม การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และการจัดงานแสดงสินค้า/นิทรรศการในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างประเทศที่มีถิ่นพำนักถาวรในประเทศไทย	X	X	X	X	X	• S&P	
3.20การศึกษาผลกระทบต่อทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย(Economic Impact Study of Thai MICE Industry)		X	X	X	X	• S&P	
3.21การศึกษาอุปสงค์ของภาครัฐและภาคเอกชนต่อการจัดงานไมซ์ในประเทศไทย (MICE Demand size and budget allocation pattern study)			X	X	X	• S&P	
3.22การพัฒนากรอบประชากรของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์ (Development of MICE national population frame study)				X	X	• S&P	
3.23การพัฒนาแบบจำลองเพื่อประมาณการสถิติอุตสาหกรรมไมซ์ (Thailand MICE Industry Forecasting model study)			X	X	X	• S&P	
3.24การสำรวจสถิติการจัดประชุม การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติ	X	X	X	X	X	• S&P	
3.25การปรับปรุงระบบจัดเก็บข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์และการจัดทำบัญชีประชาชาติด้านอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE TSA)	X	X	X	X	X	• S&P	
3.26การศึกษบทบาทและความสำคัญของหน่วยงานภาครัฐต่ออุตสาหกรรมไมซ์			X	X	X	• S&P	
3.27การศึกษาปัจจัยอำนวยความสะดวกในการประกอบธุรกิจไมซ์ของประเทศไทย (Ease of Doing MICE Business)			X			• S&P	
3.28การศึกษผลกระทบต่อทางสังคม (Social Impact) ของอุตสาหกรรมไมซ์ในไทย			X			• S&P	

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4: เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ (Develop)

กลยุทธ์ที่ 3: ผลักดัน ยกระดับมาตรฐาน และปรับปรุงระเบียบที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ไทย

รายละเอียดของแผนงาน/ โครงการ	ระยะเวลา 2560-2564					ผู้รับผิดชอบ	ผลที่จะได้รับ
	60	61	62	63	64		
1. แผนงานการปรับปรุงกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องเพื่ออำนวยความสะดวกในการจัดกิจกรรมไมซ์							<ul style="list-style-type: none"> • กฎระเบียบใหม่ที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจไมซ์ • พระราชบัญญัติไมซ์ • วีซ่าไมซ์
1.1 การจัด Green Lane เพื่ออำนวยความสะดวกเรื่องการนำเข้าสิ่งของ สำหรับงาน ThaiFex 2017	X					• GCA	
1.2 การจัดทำคู่มือ (Manual) ขั้นตอนและกระบวนการจัดงานไมซ์ที่เกี่ยวข้องทั้งเรื่องคนและสิ่งของ	X	X	X	X	X	• GCA	
1.3 การจัดทำวีซ่าสำหรับนักเดินทางกลุ่มไมซ์ (MICE Visa)		X	X			• GCA	
1.4 การจัดประชุมคณะทำงานร่วมภาคสนาม เพื่ออำนวยความสะดวกเรื่องการนำเข้าสิ่งของสำหรับงานไมซ์	X	X	X	X	X	• GCA	
1.5 การจัดกิจกรรม MICE Clinic สำหรับการอำนวยความสะดวกทั้งเรื่องคนและสิ่งของ	X	X	X	X	X	• GCA	

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4: เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ (Develop)

กลยุทธ์ที่ 4: ยกระดับมาตรฐานผู้ประกอบการไมซ์ และโครงสร้างสนับสนุนการจัดกิจกรรมไมซ์ ตลอดห่วงโซ่การบริการให้ได้คุณภาพและมาตรฐาน

รายละเอียดของแผนงาน/ โครงการ	ระยะเวลา 2560-2564					ผู้รับผิดชอบ	ผลที่จะได้รับ
	60	61	62	63	64		
1. แผนงานการเสริมสร้างและพัฒนาความสัมพันธ์กับเครือข่ายและหน่วยงานพันธมิตรในอุตสาหกรรมไมซ์							<ul style="list-style-type: none"> • ความร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ ในการจัดงานไมซ์ • เครือข่ายพันธมิตรในการจัดงานไมซ์ มีความเข้มแข็งมากขึ้น • หน่วยงานภายนอกรู้จัก สสพ. มากขึ้น • เพิ่มโอกาสในการดึงงานจากต่างชาติ มาจัดในประเทศไทย
1.1 การสร้างความร่วมมือกับเครือข่ายพันธมิตรในอุตสาหกรรมแสดงสินค้านานาชาติ	X	X	X	X	X	• E	
1.2 การสนับสนุนกิจกรรมการตลาดสมาคมการค้าไทย (TEA)	X	X	X	X	X	• E	
1.3 การสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ เพื่อกระชับความสัมพันธ์ระหว่าง สสพ. และหน่วยงานพันธมิตรอย่างต่อเนื่อง	X	X	X	X	X	• President Off.	
1.4 การสร้างความร่วมมือหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ภาครัฐและเอกชน เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์	X	X	X	X	X	• GCA	

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 5: พัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานภายในขององค์กร (Internal Development)

กลยุทธ์ที่ 1: ยกระดับศักยภาพบุคลากรของ สสปน. ให้มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร

รายละเอียดของแผนงาน/ โครงการ	ระยะเวลา 2560-2564					ผู้รับผิดชอบ	ผลที่จะได้รับ
	60	61	62	63	64		
1. แผนงานพัฒนาขีดความสามารถของบุคลากรของ สสปน							<ul style="list-style-type: none"> บุคลากรมีทักษะและความสามารถเพิ่มขึ้น แผนงานและหลักสูตรในการพัฒนาบุคลากร แผนกำกับดูแลกิจการองค์การมหาชน
1.1 การพัฒนาและสนับสนุนการปฏิบัติงานด้านกฎหมายและธรรมาภิบาล	X	X	X	X	X	• President Off.	
1.2 การจัดประชุมคณะกรรมการ และอนุกรรมการ	X	X	X	X	X	• President Off.	
1.3 การสนับสนุนการกำกับดูแลกิจการองค์การมหาชนของคณะกรรมการ คณะอนุกรรมการ และผู้บริหาร สสปน.	X	X	X	X	X	• President Off.	
1.4 การพัฒนาประสิทธิภาพด้านยุทธศาสตร์ กลยุทธ์องค์กร	X	X	X			• S&P	
1.5 การจัดทำแผนแม่บทในการพัฒนาระบบงานทรัพยากรบุคคล		X				• Admin	
1.6 การจัดการข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติเพื่อใช้ในการวางแผนงานด้านทรัพยากรบุคคล (Skill Gap, Successor Planning, etc.)		X	X	X	X	• Admin	
1.7 การเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพบุคลากรเพื่อเตรียมความพร้อมในการทำงาน (ฝึกอบรม)	X	X	X	X	X	• Admin	

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 5: พัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานภายในขององค์กร (Internal Development)

กลยุทธ์ที่ 2: ปรับปรุงและพัฒนาการทำงานของ สสปน. ให้มีประสิทธิภาพภายใต้หลักธรรมาภิบาล

รายละเอียดของแผนงาน/ โครงการ	ระยะเวลา 2560-2564					ผู้รับผิดชอบ	ผลที่จะได้รับ
	60	61	62	63	64		
1. แผนงานพัฒนาประสิทธิภาพขององค์กร							<ul style="list-style-type: none"> การวิเคราะห์ความเสี่ยงของอุตสาหกรรมไมซ์และองค์กร ประสิทธิภาพการจัดทำแผนงานและงบประมาณเพิ่มขึ้น ประสิทธิภาพด้านยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และแผนงานเพิ่มขึ้น ประสิทธิภาพของงานด้านกฎหมายและธรรมาภิบาลเพิ่มขึ้น
1.1 การบริหารจัดการการสื่อสารภายในองค์กร			X	X	X	• Corp Com	
1.2 การเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กร		X	X	X	X	• Corp Com	
1.3 การสร้างความผูกพันของพนักงาน Employee Engagement			X	X	X	• Admin	
1.4 การดำเนินการแปลสัญญาและงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง	X	X	X	X	X	• President Off.	
1.5 การบูรณาการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการกำกับดูแล ติดตาม และบริหารผลการปฏิบัติงาน	X	X	X	X	X	• President Off.	
1.6 การยกระดับการบริหารความเสี่ยงองค์กร	X	X	X			• S&P	
1.7 การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดทำแผนงานและงบประมาณ	X	X	X			• S&P	
1.8 การสำรวจความพึงพอใจต่อการให้บริการของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)	X	X	X			• S&P	
1.9 การพัฒนาระบบการจัดซื้อจัดจ้างกลางของสำนักงานรองรับ พรบ.จัดซื้อจัดจ้าง		X	X	X		• Admin	

รายละเอียดของแผนงาน/ โครงการ	ระยะเวลา 2560-2564					ผู้รับผิดชอบ	ผลที่จะได้รับ
	60	61	62	63	64		
2 แผนงานการบริการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ภายในองค์กร เพื่อเตรียมความพร้อมสู่การเป็นองค์กร 4.0							<ul style="list-style-type: none"> • แผนการพัฒนาระบบสารสนเทศ • ระบบเทคโนโลยีภายในมีความเชื่อมโยง • Intranet System มีประสิทธิภาพขึ้น • ระบบสารสนเทศด้านบัญชีและการเงิน • แอปพลิเคชันขององค์กรมีประสิทธิภาพมากขึ้น
2.1 การพัฒนาระบบการตรวจสอบการเบิกจ่าย	X					• AF	
2.2 การปรับปรุงระเบียบการเงินการบัญชีที่เกี่ยวข้อง เพื่อรองรับการรับจ่ายเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ตามนโยบายรัฐบาล		X				• AF	
2.3 การพัฒนากระบวนการทำงาน เพื่อรองรับการรับ การจ่ายเงิน/ภาษี ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ตามนโยบายรัฐบาล			X	X	X	• AF	
2.4 การเพิ่มประสิทธิภาพและบูรณาการฐานข้อมูล ของส่วนงานกฎหมายและธรรมาภิบาล	X	X	X	X	X	• President Off.	

แผนงานการขับเคลื่อนแผนแม่บทอุตสาหกรรมไมซ์ 2560-2564

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศด้วยอุตสาหกรรมไมซ์ (Win)

ยุทธศาสตร์	2560	2561	2562	2563	2564
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 ขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ของประเทศด้วย อุตสาหกรรมไมซ์ (Win)	1.การสนับสนุนการจัดงานกลุ่มลูกค้าองค์กร (Event Support)				
	2. การสนับสนุนการเป็นเจ้าภาพจัดงาน (IT&CMA และ SITE Global Conference 2019)				
	3.การจัดตั้งตัวแทนการตลาดในต่างประเทศ				
	4. การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายและการตลาดเป้าหมายในประเทศและต่างประเทศ- Trade Show/Road Show/Sale Mission				
	5. การสนับสนุนการจัดงานประชุมนานาชาติ				
	6. Marketing Promotion				
	7. การสนับสนุนและยกระดับการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทย (Existing and Upgrade show)				
	8. Home grown clusters development program (BEF 2 ss)				
	9. Empowering Thai Exhibition				
	10. การสร้าง Industry Flagship ด้านการประชุม				
	11. การสนับสนุนงานแสดงสินค้าใหม่ ICONIC 4.0				
	12. การสนับสนุนการประมุขสิทธิงานประชุมนานาชาติ				
	13. การเสริมสร้างศักยภาพกลุ่มเป้าหมายเพื่อเพิ่มความต้องการในการจัดงาน				
	14. Bidding & Co Creation (Event & Destination) การศึกษาและการประเมินความเป็นไปได้ในการเป็นเจ้าภาพการจัดงานระดับโลก				
	15. การสนับสนุนการจัดงานแสดงสินค้าใหม่ (New show)				
	16. การสนับสนุนงานแสดงสินค้าใหม่ที่แตกออกจากงานเดิม (Spin to new)				

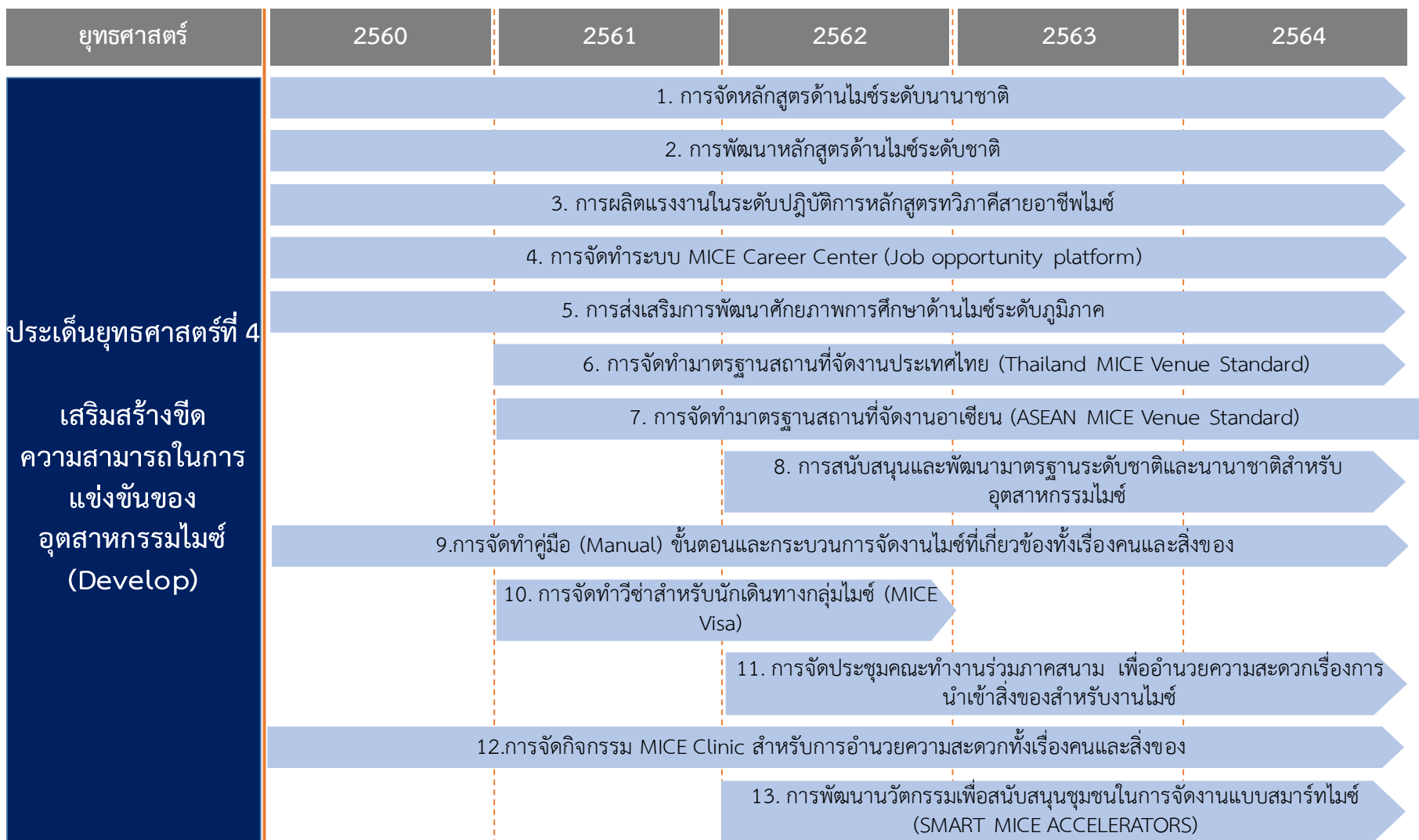
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 กระจายรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจของภูมิภาคผ่านอุตสาหกรรมไมซ์ (Win)

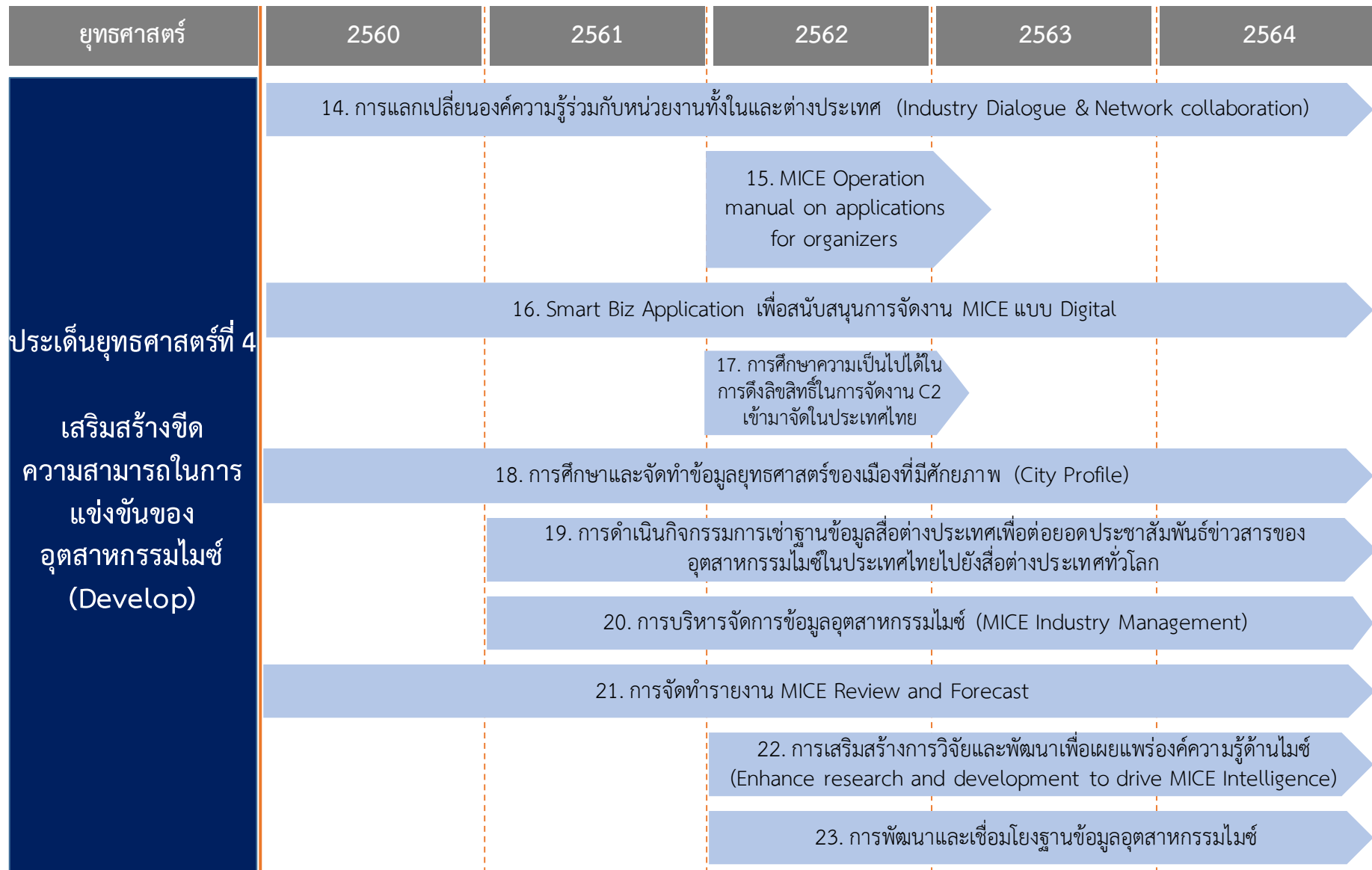
ยุทธศาสตร์	2560	2561	2562	2563	2564
<p>ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2</p> <p>กระจายรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจของภูมิภาคผ่านอุตสาหกรรมไมซ์ (Win)</p>		<p>1. Event Industry Dialogue การอบรมและแลกเปลี่ยนความรู้ในการจัดงานอีเวนต์นานาชาติ และการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ร่วมกับหน่วยงานในต่างประเทศ</p>			
		<p>2. การสนับสนุนการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในประเทศ (D-MI) การประชุมวิชาการในประเทศ (D-C) และสนับสนุนเครือข่ายไมซ์ (Alliance Support) เพื่อส่งเสริมการจัดประชุม ท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และประชุมวิชาชีพ</p>			
			<p>3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ไมซ์ใหม่ในพื้นที่ไมซ์ซิตี้ (ตาม 7 Themes)</p>		
			<p>4. การสนับสนุนงานยกระดับงานแสดงสินค้า (Upgrade)</p>		
			<p>5. การยกระดับงานเด่นในไมซ์ซิตี้ (Flagship Events)</p>		
			<p>6. การสนับสนุนกระจายงานแสดงสินค้าไปยังภูมิภาค (Clone)</p>		
				<p>7. การสนับสนุนการสร้างงานแสดงสินค้าขึ้นใหม่ (New)</p>	
				<p>8. การพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ทางด้านไมซ์</p>	
				<p>9. TCEB Partnership Program : สร้างองค์ความรู้ร่วมกับพันธมิตรและเมือง MICE City ในการสนับสนุนงานใหม่ที่เกิดขึ้น ณ เมือง MICE City</p>	
				<p>10. การเสริมสร้างศักยภาพของ MICE City และเมืองรองที่มีศักยภาพ</p>	
				<p>11. การสร้างเวทีแลกเปลี่ยนผ่านกิจกรรมเชิงปฏิบัติการระหว่างไมซ์ซิตี้ เมืองที่มีศักยภาพ และสสปน. (MICE City Summit)</p>	

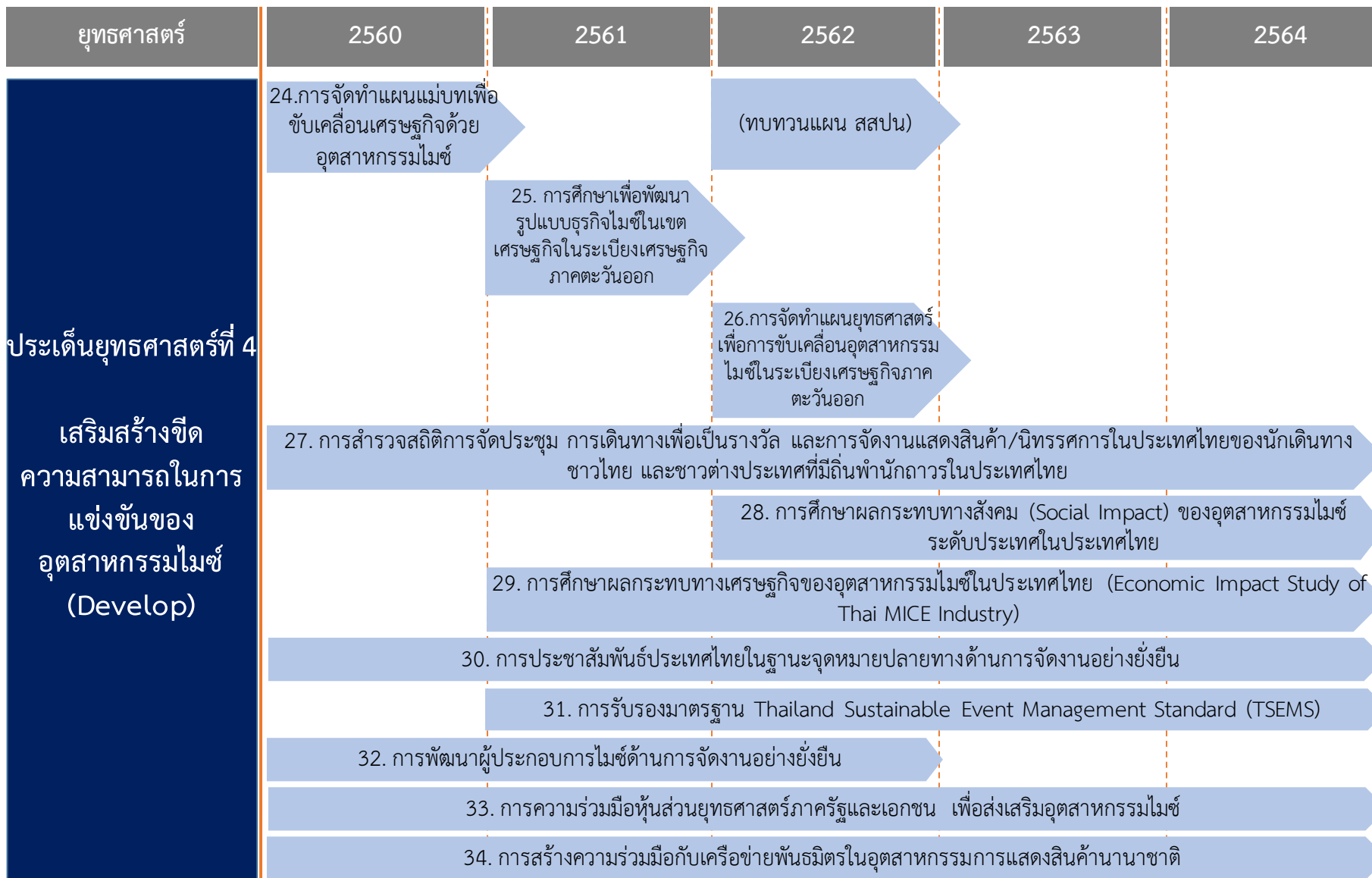
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมการตลาด และภาพลักษณ์ไมซ์ ของประเทศไทย และ สปป. (Promote)

ยุทธศาสตร์	2560	2561	2562	2563	2564
<p>ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3</p> <p>ส่งเสริมการตลาด และภาพลักษณ์ไมซ์ ของประเทศไทย และ สปป. (Promote)</p>			1. การพัฒนายุทธศาสตร์แบรนด์ (Thailand MICE Destination Branding Strategy) ทั้งในและต่างประเทศ (กิจกรรม Brand Health Check)		
			2. การปรับปรุงพัฒนา และบำรุงรักษาระบบเว็บไซต์ สปป.		
			3. การบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์และสื่อสารประชาสัมพันธ์ Email Marketing		
			4. การส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรในประเทศ		
			5. การส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรในต่างประเทศ		
			6. การพัฒนาแบรนด์และสื่อสร้างการรับรู้องค์กร		
			7. การส่งเสริมบทบาทและพันธกิจองค์กร		
			8. การจัดตั้งศูนย์บริการข้อมูลลูกค้าองค์กร (Call Center)		

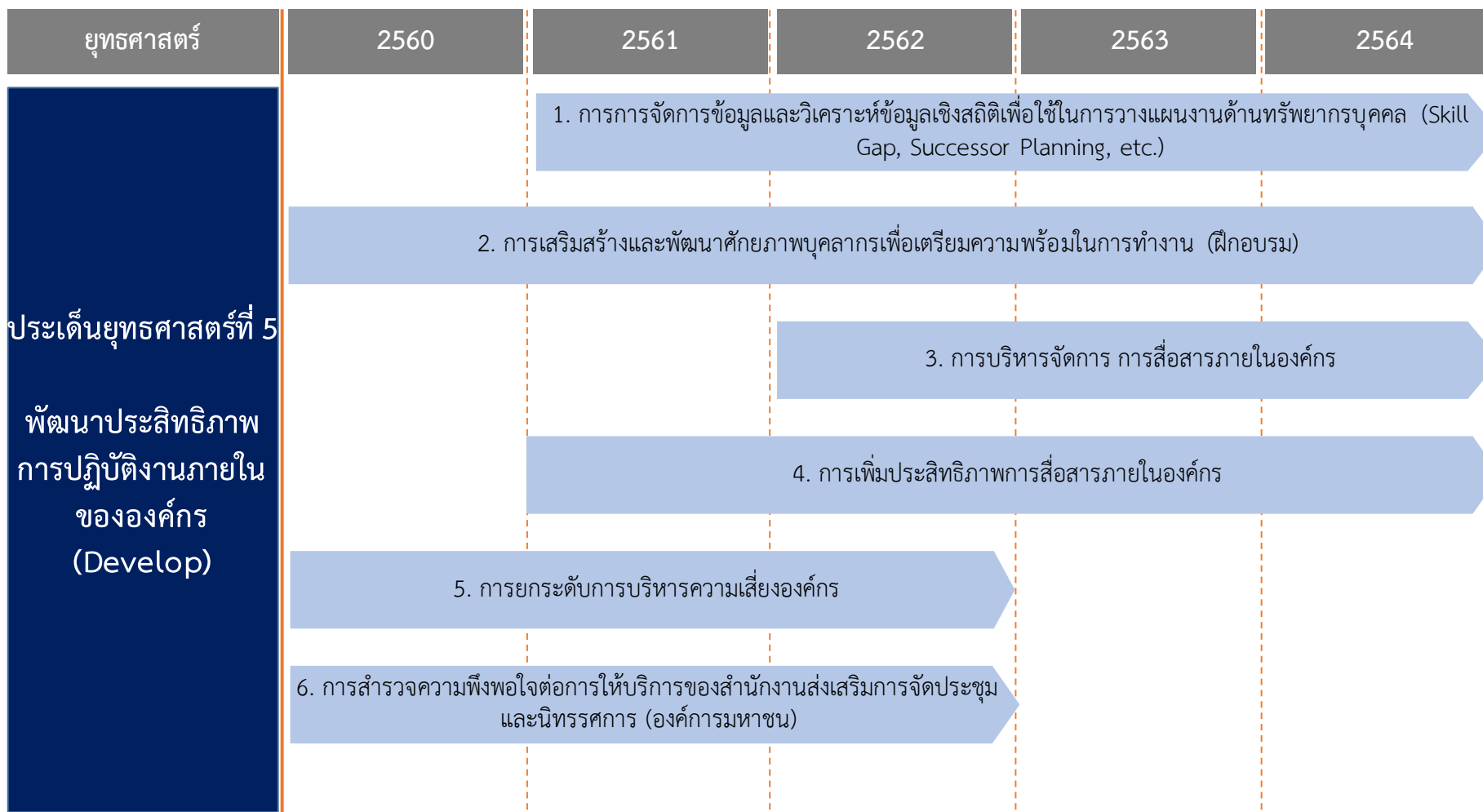
ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ (Develop)







ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานภายในขององค์กร (Develop)



2.4 รายละเอียดของแผนงาน

A11. แผนงานพัฒนาการจัดการจัดการประชุมองค์กรและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

ประเด็นยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ 1: ขับเคลื่อนเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมไทยผ่านกลไกการจัดกิจกรรมไมซ์ (Win)						
กลยุทธ์	กลยุทธ์ 1: รักษา และยกระดับกิจกรรมไมซ์เดิมให้เติบโตอย่างมั่นคงและมีความยั่งยืน						
ผลที่จะได้รับ	<ul style="list-style-type: none"> การจัดการประชุมองค์กรและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น จำนวนผู้เข้าร่วมงานมากขึ้น 			<ul style="list-style-type: none"> มีรายได้จากการจัดงานไมซ์มากขึ้น 			
รายละเอียดของแผนงาน							
โครงการ	รายละเอียด	ผู้รับผิดชอบ	2560	2561	2562	2563	2564
1 การสนับสนุนการจัดงานในประเทศไทย (Event Support)	เป็นโครงการเพื่อดึงงานที่มีคุณภาพที่ส่งเสริมผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจและภาพลักษณ์ต่อประเทศไทยเพื่อให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายหลักของการจัดงานประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในภูมิภาคเอเชีย	• MI	X	X	X	X	X
2 การสนับสนุนการเป็นเจ้าภาพจัดงาน (IT&CMA และ SITE Global Conference 2019)	สนับสนุนการเป็นเจ้าภาพจัดงาน IT&CMA & CTW Asia-Pacific ตามข้อตกลงระหว่าง สสพ. และ บริษัท ทีทีจีเอซีเอ็มเดีย จำกัด เมื่อวันที่ 10 เมษายน 2560 และ การเป็นเจ้าภาพจัดงาน SITE Global Conference 2019 ตามข้อตกลงการประมูลสิทธิ์การเป็นประเทศเจ้าภาพ	• MI	X	X	X	X	
3 การจัดตั้งตัวแทนการตลาดในต่างประเทศ - ตลาดการจัดประชุมและเดินทางเพื่อเป็นรางวัล (Japan / India / Singapore / USA / China / Oceania / Europe)	การจัดตั้งตัวแทนการตลาดในต่างประเทศที่เป็นตลาดหลักของไทย เพื่อให้ตัวแทนการตลาดฯ มีส่วนช่วยในการทำตลาดเชิงรุก ผ่านการเข้าไปสร้างความสัมพันธ์กับผู้วางแผนการจัดงานเจ้าของงาน และกลุ่มนักเดินทางไมซ์เป้าหมายและขยายฐานข้อมูลลูกค้าโดยเฉพาะการเจาะกลุ่มตลาดบน (Luxury/High-spending) และตลาดที่มีศักยภาพสูง (High-growth)	• MI	X	X	X	X	X
4 การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายและการตลาดเป้าหมายกลุ่มการประชุมและเดินทางเพื่อเป็นรางวัล - Trade Show/Road Show/Sale Mission	โครงการการเข้าร่วม Trade Show/Road Show และจัดกิจกรรม Sale Mission ในตลาดเป้าหมาย เพื่อการสร้างโอกาสทางการขายและการตลาดให้กับผู้ประกอบการไมซ์ไทย รวมถึงการนำเสนอศักยภาพในการแข่งขันของประเทศไทยในเวทีโลก เพื่อดึงการจัดงานประชุมและเดินทางเพื่อเป็นรางวัลให้เข้ามาจัดในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น	• MI	X	X	X	X	X
5 Fam Trip / Famtrip with Partners	จ้างบริษัท DMC, ค่าบัตรโดยสาร, ค่าเดินทาง จนท.และอื่นๆ	• MI	X	X	X	X	X
6 การส่งเสริมการตลาดแบบมีส่วนร่วม ใน 3 มิติ	<ul style="list-style-type: none"> - สร้างเครือข่ายความร่วมมือกับองค์กรต่างชาติ (Social Sharing) - แลกเปลี่ยนข้อมูลกับกลุ่มเป้าหมาย (Content Sharing) - ตลาดเชิงรุกร่วมกับเครือข่ายพันธมิตร (Business Sharing) 	• MI	X	X	X	X	X
7 Thailand Incentive and Meeting Exchange - TIME (ASEAN)	เพื่อเสริมสร้างประสบการณ์ทางการตลาดและศักยภาพการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยในอุตสาหกรรมการจัดประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลให้ทัดเทียมกับนานาชาติ	• MI	X	X	X	X	X

A12. แผนงานพัฒนาและยกระดับการจัดงานประชุมวิชาชีพและงานแสดงสินค้าในประเทศไทย

ประเด็นยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ 1: ขับเคลื่อนเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมไทยผ่านกลไกการจัดกิจกรรมไมซ์ (Win)								
กลยุทธ์	กลยุทธ์ 1: รักษา และยกระดับกิจกรรมไมซ์เดิมให้เติบโตอย่างมั่นคงและมีความยั่งยืน								
ผลที่จะได้รับ	<ul style="list-style-type: none"> งานไมซ์ที่มีขนาดใหญ่ขึ้น มีผู้แสดงสินค้ามากขึ้นและผู้เข้าร่วมงานมากขึ้น มีรายได้จากการจัดงานไมซ์มากขึ้น ได้งานไมซ์ที่มีชื่อเสียงและมีคุณภาพจากการประมูลสิทธิ์มาจัดในประเทศไทย 								
รายละเอียดของแผนงาน									
โครงการ	รายละเอียด	ผู้รับผิดชอบ	2560	2561	2562	2563	2564		
1 การสนับสนุนการจัดงานประชุมนานาชาติ	เป็นโครงการซึ่งทางฝ่ายฯ ให้การสนับสนุนการจัดงานผ่านทางผู้จัดงานชาวไทยหรือชาวต่างประเทศ เพื่อให้การจัดงานในประเทศไทยประสบความสำเร็จ	• C	X	X	X	X	X	X	
2 การดำเนินกิจกรรมการตลาดในประเทศ และต่างประเทศ Roadshow/ Overseas activities/Sponsorship ในตลาดเป้าหมาย	รูปแบบของการทำตลาดประกอบด้วยการทำ Roadshow การเข้าพบโดยตรง (Sales Visit) หรือการเป็นsponsor ในงานต่างๆ ซึ่งเป็นอีกหนึ่งช่องทางในการการตลาดของฝ่ายฯ เพื่อสร้างการรับรู้ ความพร้อมและศักยภาพในการรองรับและการให้บริการด้านการจัดงานไมซ์และการสนับสนุนของ สสพ.	• C/E	X	X	X	X	X	X	
3 การจัดตั้งตัวแทนการตลาดในตลาดต่างประเทศ – ตลาดการประชุมนานาชาติ	จัดตั้งตัวแทนการตลาดต่างประเทศให้สามารถเสนอบริการและให้ข้อมูลลูกค้าต่างประเทศที่เป็นกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว มีประสิทธิภาพ ลดปัญหาความแตกต่างด้านเวลา และเป็นการเพิ่มตัวแทนในตลาดหลักในภูมิภาคยุโรป	• C	X	X	X	X	X	X	
4 การเข้าร่วมงานเทรดโชว์ในตลาดเป้าหมายกลุ่มการจัดงานประชุมนานาชาติ	เข้าร่วมงานเทรดโชว์ เช่น เทรดโชว์ในออสเตรเลีย, IMEX Frankfurt , IMEX America, IBTM World งาน ITCMA โดยมีการส่งเจ้าหน้าที่ของฝ่ายฯ เข้าร่วมเจรจาธุรกิจภายในคูหา นิทรรศการประเทศไทยที่รับผิดชอบ พบปะลูกค้าเป้าหมาย สร้างเครือข่ายในภาคธุรกิจ ความเชื่อมั่นต่อประเทศไทยในเวทีโลก	• C	X	X	X	X	X	X	
5 การสร้างเครือข่ายพันธมิตรนานาชาติในวงการอุตสาหกรรมการประชุมนานาชาติ	เป็นการทำกิจกรรมร่วมหรือเข้าร่วมงานประชุมประจำปีของสมาคมที่เป็นสมาชิกหรือพันธมิตรในอุตสาหกรรมอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดี	• C	X	X	X	X	X	X	
6 Marketing Promotion	ประชาสัมพันธ์กิจกรรมขององค์กรและอุตสาหกรรมไมซ์ของไทย สร้างการรับรู้ให้เข้าใจถึงบทบาท หน้าที่และกิจกรรมส่งเสริมการตลาด กระตุ้นผู้ซื้อ (visitor) ที่มีคุณภาพจากต่างประเทศผ่านกิจกรรม CONNECT Businesses เพื่อให้เกิดการจับคู่ทางธุรกิจ และเพื่อดึงดูดผู้ขาย (exhibitor) ที่มีคุณภาพผ่านกิจกรรม Exhibiz in Market เพิ่มจำนวนผู้ออกงาน (exhibitor) จากทั่วโลก และยังเป็น การเพิ่มพื้นที่งานแสดงสินค้าในรูปแบบ Country Pavilion	• E	X	X	X	X	X	X	

ประเด็นยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ 1: ขับเคลื่อนเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมไทยผ่านกลไกการจัดกิจกรรมไมซ์ (Win)						
กลยุทธ์	กลยุทธ์ 1: รักษา และยกระดับกิจกรรมไมซ์เดิมให้เติบโตอย่างมั่นคงและมีความยั่งยืน						
ผลที่จะได้รับ	<ul style="list-style-type: none"> งานไมซ์ที่มีขนาดใหญ่ขึ้น มีผู้แสดงสินค้ามากขึ้นและผู้เข้าร่วมงานมากขึ้น มีรายได้จากการจัดงานไมซ์มากขึ้น ได้งานไมซ์ที่มีชื่อเสียงและมีคุณภาพจากการประมูลสิทธิ์มาจัดในประเทศไทย 						
รายละเอียดของแผนงาน							
โครงการ	รายละเอียด	ผู้รับผิดชอบ	2560	2561	2562	2563	2564
7 การสนับสนุนและยกระดับการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทย (Existing and Upgrade show)	มุ่งเน้นการเพิ่มยอดนักธุรกิจชาวต่างชาติทั้งผู้เข้าร่วมแสดงสินค้า (trade exhibitors) และผู้เข้าร่วมชมงานแสดงสินค้า (trade visitor) เข้าประเทศไทยผ่านงานสนับสนุนดังกล่าว โดยมีจุดมุ่งหมายให้งานแสดงสินค้าเติบโตขึ้น จำนวนผู้เข้าร่วมงาน พื้นที่การจัดแสดงงาน ผลกระทบทางเศรษฐกิจ เป็นต้น	• E	X	X	X	X	X
8 การกิจกรรมการตลาดในต่างประเทศ	เพื่อประชาสัมพันธ์อุตสาหกรรมแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทย โดยสร้างการรับรู้ให้เข้าใจถึงบทบาท หน้าที่ และ ข้อมูลการสนับสนุนของ สสปน. และ ฝ่ายอุตสาหกรรมแสดงสินค้านานาชาติ อีกทั้งเพื่อกระตุ้นและดึงดูดนักธุรกิจจากต่างประเทศเข้าร่วมงานในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น	• E	X	X	X	X	X
9 การจัดตั้งตัวแทนการตลาดในต่างประเทศ (pay per performance)	โดยจะสรรหาบริษัทซึ่งทำหน้าที่ทำการตลาดในประเทศกลุ่มเป้าหมายให้กับฝ่ายอุตสาหกรรมแสดงสินค้านานาชาติ โดยเน้นเฉพาะในประเทศที่มีความแตกต่างกันมากทั้งในด้านของ ภาษา วัฒนธรรม หรือในกลุ่มประเทศที่เป็นตลาดหลักและต้องการผู้ที่มีความเชี่ยวชาญชำนาญการพิเศษในการเจาะลึกข้อมูลและฐานการตลาด จนสามารถดึงงานใหม่เข้ามาจัดในประเทศ	• E	X	X	X	X	X

A13. แผนงานเสริมสร้างความเข้มแข็งของการกิจกรรมไมซ์ในประเทศไทย

ประเด็นยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ 1: ขับเคลื่อนเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมไทยผ่านกลไกการจัดกิจกรรมไมซ์ (Win)						
กลยุทธ์	กลยุทธ์ 1: รักษา และยกระดับกิจกรรมไมซ์เดิมให้เติบโตอย่างมั่นคงและมีความยั่งยืน						
ผลที่จะได้รับ	<ul style="list-style-type: none"> • สร้างเครือข่ายการจัดงานไมซ์ • สร้างความเข้มแข็งของการจัดงานแสดงสินค้า 						
รายละเอียดของแผนงาน							
โครงการ	รายละเอียด	ผู้รับผิดชอบ	2560	2561	2562	2563	2564
1 Oversea Networking Session	การเสริมสร้างเครือข่ายกับผู้จัดงานในต่างประเทศจะเป็นการช่วยผู้จัดงานในประเทศไทย โดยเฉพาะผู้จัดงานประเภท Home Grown จะสามารถนำองค์ความรู้ เทคโนโลยีต่างๆ ที่ได้แลกเปลี่ยนกับผู้จัดงานในประเทศนำมายกระดับการจัดงานในประเทศไทยให้ทัดเทียมนานาชาติ ส่งผลให้ไทยมีโอกาที่จะเป็นเจ้าภาพการจัดงานใหม่ๆ ที่ตรงกับเมืองและศักยภาพของผู้จัดงานของไทย	• Mega Project	X	X	X	X	X
2 Home grown clusters development program (BEF 2 ss)	การสนับสนุนงานกลุ่มธุรกิจที่ไทยมีความเข้มแข็งในเมืองหลักสำคัญได้แก่ กรุงเทพมหานคร และเชียงใหม่ เช่น Digital Entertainment ซึ่งเป็นงานที่สนับสนุนภายใต้แบรนด์ Bangkok Entertainment Fest จะเป็นการพัฒนางานให้เป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติและสร้างจุดต่างให้แก่ประเทศไทยในการสร้างงานที่เป็นที่รู้จักในระดับโลก นอกจากนี้ สสพ.ยังคัดเลือกงานที่โดดเด่นใน MICE City เช่น เชียงใหม่ ที่มีจุดแข็งและสร้างงานตามอัตลักษณ์ของเมือง เช่น Chiangmai Design Week และ The Living Arts เป็นต้น	• Mega Project		X	X	X	X
3 Empowering Thai Exhibition	ยกระดับงานแสดงสินค้าเพื่อพัฒนาสู่งานTrade และความเป็นนานาชาติใน 3 ปี	• D-MICE		X	X	X	X

A21 แผนงานการสนับสนุนหน่วยงานภาครัฐในการเป็นเจ้าภาพในการจัดงานไมซ์

ประเด็นยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ 1: ขับเคลื่อนเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมไทยผ่านกลไกการจัดกิจกรรมไมซ์ (Win)						
กลยุทธ์	กลยุทธ์ 2: สร้างกิจกรรมไมซ์ใหม่เพื่อรองรับอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ						
ผลที่จะได้รับ	<ul style="list-style-type: none"> • จำนวนการจัดงานไมซ์เพิ่มขึ้น • จำนวนงานไมซ์ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเป้าหมาย S-Curve เพิ่มขึ้น 						
รายละเอียดของแผนงาน							
โครงการ	รายละเอียด	ผู้รับผิดชอบ	2560	2561	2562	2563	2564
1 การสร้าง Industry Flagship ด้านการประชุม	เพื่อเป็นการส่งเสริมนโยบาย thailand 4.0 จึงเห็นควรที่จะพัฒนาหน่วยงานในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดเครือข่ายในอุตสาหกรรมในระดับนานาชาติและส่งเสริมให้มีการจัดงานภายใต้อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้าง industry flagship ที่ตอบสนองนโยบายรวมของประเทศ	• C			X	X	X
2 การสนับสนุนงานแสดงสินค้าใหม่ ICONIC 4.0	เป็นโครงการใหม่ จุดประสงค์เพื่อดึงงานแสดงสินค้าใหม่ที่เป็นงานแสดงสินค้านานาชาติระดับโลกที่อยู่ในอันดับ 1 -5 ของแต่ละอุตสาหกรรม โดยมุ่งเป้าหมายในการดึงงานในอุตสาหกรรม 4.0	• E			X	X	X

A31แผนงานการขับเคลื่อนการพัฒนางานไมซ์ใหม่ตามความต้องการของตลาดกับศักยภาพและนโยบายของประเทศ

ประเด็นยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ 1: ขับเคลื่อนเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมไทยผ่านกลไกการจัดกิจกรรมไมซ์ (Win)						
กลยุทธ์	กลยุทธ์ 3: ขับเคลื่อนกิจกรรมไมซ์ใหม่ตามความต้องการของตลาดกับศักยภาพและนโยบายของประเทศ						
ผลที่จะได้รับ	<ul style="list-style-type: none"> • จำนวนงานไมซ์เพิ่มขึ้น • เครือข่ายพันธมิตรในการจัดงานไมซ์เข้มแข็งขึ้น 						
รายละเอียดของแผนงาน							
โครงการ	รายละเอียด	ผู้รับผิดชอบ	2560	2561	2562	2563	2564
1 การสนับสนุนการประมูลสิทธิ์งานประชุมนานาชาติ	เพื่อนำงานประชุมนานาชาติเข้ามาจัดในประเทศไทยโดยใช้วิธีการประมูลสิทธิ์ซึ่งจะต้องแข่งขันกับประเทศต่างๆ เพื่อให้ได้สิทธิ์เป็นเจ้าภาพจัดงานดังกล่าว	• C	X	X	X	X	X
2 การดำเนินกิจกรรมการตลาดเชิงรุกเพื่อสร้างภาพลักษณ์และสร้างโอกาสในการประชุมนานาชาติของประเทศไทยในงานที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในตลาดต่างๆ	เข้าร่วมกับพันธมิตรหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการประชุมนานาชาติ เพื่อสร้างเครือข่ายในภาคธุรกิจและสร้างการรับรู้ ความพร้อมในการรองรับและการให้บริการด้านไมซ์ นอกจากนี้เพื่อเป็นการสนับสนุนการทำการตลาดเชิงรุกข้างต้นจึงมีการจัดกิจกรรมการตรวจสอบสถานที่ (Site Inspection) และกิจกรรมทัศนศึกษา (Educational Trip) ขึ้น โดยการเชิญผู้ที่มีส่วนในการตัดสินใจคัดเลือกสถานที่มาดูความพร้อมในด้านต่างๆ ของประเทศไทย	• C	X	X			
3 การเสริมสร้างศักยภาพกลุ่มเป้าหมายเพื่อเพิ่มความต้องการในการจัดงาน	โดยจัดงาน ICCA Bidding Seminar/ Tea Talk และ การจัดงาน Convention Day โดย ICCA Bidding Seminar และ Tea Talk เป็นการร่วมมือระหว่าง สสปน. และ ICCA Thailand ในการพัฒนาและยกระดับมาตรฐานการจัดงานประชุมนานาชาติของไทย ส่วนงาน Convention Day เป็นการมอบเข็มเชิดชูเกียรติให้กับบุคคลของสมาคมวิชาชีพ สถาบันการศึกษา หน่วยงาน หรือองค์กรที่มีบทบาทสำคัญในการชนะการประมูลสิทธิ์ได้	• C	X	X	X	X	X
4 การ Bidding & Co Creation (Event & Destination) ศึกษาและการประเมินความเป็นไปได้ในการเป็นเจ้าภาพการจัดงานระดับโลก	การดึงการจัดงานเชิงธุรกิจ (Business Events) ที่มีขนาดใหญ่ (Mega Project) นับว่าเป็นการช่วยสร้างรายได้ให้แก่ประเทศไทย ตลอดจนเป็นการประชาสัมพันธ์ประเทศไทยในฐานะจุดหมายของการจัดงานเชิงธุรกิจ ที่มีผู้เข้าร่วมงานจากทั่วโลก การให้การสนับสนุนแก่ผู้จัดงานทั้งในและต่างประเทศในการจัดงานเข้ามาจัดในประเทศไทยจะเป็นการเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้แก่อุตสาหกรรมไมซ์และเป็นการสร้างรายได้แก่ประเทศ	• Mega Project			X	X	X

ประเด็นยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ 1: ขับเคลื่อนเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมไทยผ่านกลไกการจัดกิจกรรมไมซ์ (Win)							
กลยุทธ์	กลยุทธ์ 3: ขับเคลื่อนกิจกรรมไมซ์ใหม่ตามความต้องการของตลาดกับศักยภาพและนโยบายของประเทศ							
ผลที่จะได้รับ	<ul style="list-style-type: none"> • จำนวนงานไมซ์เพิ่มขึ้น • เครือข่ายพันธมิตรในการจัดงานไมซ์เข้มแข็งขึ้น 							
รายละเอียดของแผนงาน								
โครงการ	รายละเอียด	ผู้รับผิดชอบ	2560	2561	2562	2563	2564	
5 การสนับสนุนการจัดงานแสดงสินค้าใหม่ (New show)	โครงการสนับสนุนต่อเนื่องประจำปี เพื่อให้เกิดการกระตุ้นการจัดงานแสดงสินค้าใหม่ หรือการสร้างงานแสดงสินค้าใหม่ๆ โดยที่จะแสดงให้เห็นถึงศักยภาพในการจัดงานแสดงสินค้าของประเทศไทย และการเพิ่มปริมาณงานไมซ์และจำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์	• E	X	X	X	X	X	
6 การสนับสนุนงานแสดงสินค้าใหม่ที่แตกออกจากงานเดิม (Spin to new)	เป็นโครงการใหม่ จุดประสงค์เพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการไทยที่จัดงานภายใต้อุตสาหกรรม 4.0 เพื่อกระตุ้นให้ผู้จัดงานแสดงสินค้าแตกงานใหม่จากงานเดิม (Spin to new)	• E			X	X	X	
7 Bidding Fund	เป็นโครงการใหม่ เพื่อเพิ่มศักยภาพและสนับสนุนให้ศูนย์การประชุมและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมแสดงสินค้าในประเทศไทยมีส่วนร่วมในการสร้างงานใหม่ และเปิดโอกาสให้กับ สสปน. ศึกษาข้อมูลตลาดใหม่ ประเทศที่มีศักยภาพในการนำงานมาจัดในประเทศไทย ผ่านการบูรณาการกิจกรรมการทำการตลาดร่วมกับภาครัฐและเอกชนและทุกภาคส่วน พันธมิตรที่เกี่ยวข้องที่มีเป้าประสงค์ในการดึงงานเข้ามาจัดในประเทศไทย	• E			X	X	X	

B11 แผนงานการพัฒนาและยกระดับกิจกรรมไมซ์หลักที่สำคัญของไมซ์ซิตี้และคลัสเตอร์

ประเด็นยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ 2: กระจายรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจของภูมิภาคผ่านอุตสาหกรรมไมซ์ (Win)							
กลยุทธ์	กลยุทธ์ 1: ยกระดับกิจกรรมไมซ์ในภูมิภาค เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในภูมิภาค							
ผลที่จะได้รับ	<ul style="list-style-type: none"> กิจกรรมไมซ์ที่ร่วมมือระหว่าง สสบน. กับจังหวัด เตรียมความพร้อมให้ไมซ์ซิตี้ในการเป็นเจ้าภาพในการจัดงาน งานไมซ์ในภูมิภาคมีขนาดใหญ่ขึ้น และมีผู้เข้างานมากขึ้น 							
รายละเอียดของแผนงาน								
โครงการ	รายละเอียด	ผู้รับผิดชอบ	2560	2561	2562	2563	2564	
1 Event Industry Dialogue การอบรม และแลกเปลี่ยนความรู้การจัดอีเวนต์นานาชาติ และการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ร่วมกับหน่วยงานในต่างประเทศ	การพัฒนาผู้จัดงานในระยะยาวมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ภายในอุตสาหกรรมเดียวกันเพื่อยกระดับความรู้ ทักษะและศักยภาพของผู้ประกอบการ การจัดกิจกรรมส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสามารถมาเข้าร่วมเพื่อพัฒนาและรับฟังข้อมูลอัปเดตของอุตสาหกรรมโดยผู้เชี่ยวชาญในวงการ	• D-MICE	X	X	X	X	X	
2 การสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับพันธมิตรเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรม MICE ภายในประเทศ	สนับสนุนกิจกรรมต่างๆ เพื่อกระชับความสัมพันธ์ระหว่าง สสบน.และหน่วยงานพันธมิตรอย่างต่อเนื่อง	• D-MICE		X	X	X	X	
3 การสนับสนุนการจัดงานไมซ์ในประเทศ และ สนับสนุนเครือข่ายไมซ์ (Alliance Support)	สนับสนุนการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในประเทศ (D-MI) การประชุมวิชาการในประเทศ (D-C) และ สนับสนุนเครือข่ายไมซ์ (Alliance Support) เพื่อส่งเสริมการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการประชุมวิชาชีพ	• D-MICE		X	X	X	X	
4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ไมซ์ใหม่ในพื้นที่ไมซ์ซิตี้ (ตาม 7 Themes)	การพัฒนา 7 Themes เพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาดในการนำเสนอสินค้าและบริการใหม่ๆ ให้แก่นักเดินทางไมซ์ เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดการจัดงานไมซ์ตามผลิตภัณฑ์ไมซ์ใหม่ในพื้นที่ไมซ์ซิตี้	• Area Based		X	X	X	X	
5 การสนับสนุนงานยกระดับงานแสดงสินค้า (Upgrade)	สนับสนุนการจัดงานแสดงสินค้าเพื่อพัฒนางานแสดงสินค้าในประเทศไทย ให้มีการเติบโตอย่างยั่งยืน	• D-MICE		X	X	X	X	
6 การยกระดับงานเด่นในไมซ์ซิตี้ (Flagship Events)	สนับสนุนงบประมาณให้กับหน่วยงานเจ้าของโครงการ โดยเน้นกิจกรรมยกระดับการจัดงาน การวางแผนยุทธศาสตร์การจัดงาน และการประชาสัมพันธ์	• Area Based	X	X	X	X	X	

B21 แผนงานการสร้างและพัฒนากิจกรรมไมซ์ใหม่ในพื้นที่ไมซ์ซีดีและภูมิภาค

ประเด็นยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ 2: กระจายรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจของภูมิภาคผ่านอุตสาหกรรมไมซ์ (Win)							
กลยุทธ์	กลยุทธ์ 2: สร้างกิจกรรมไมซ์เพื่อลดความเหลื่อมล้ำในภูมิภาค							
ผลที่จะได้รับ	<ul style="list-style-type: none"> • การจัดงานไมซ์ในภูมิภาคเพิ่มขึ้น • มีสินค้าและบริการใหม่ๆ เพิ่มขึ้น • สร้างความร่วมมือในชุมชน 							
รายละเอียดของแผนงาน								
โครงการ	รายละเอียด	ผู้รับผิดชอบ	2560	2561	2562	2563	2564	
1 การสนับสนุนกระจายงานแสดงสินค้าไปยังภูมิภาค (Clone)	สนับสนุนให้เกิดการกระจายการจัดงานแสดงสินค้าจากส่วนกลางไปยังภูมิภาคต่างๆ (Clone)	• D-MICE	X	X	X	X	X	
2 การสนับสนุนการสร้างงานแสดงสินค้าขึ้นใหม่ (New)	สนับสนุนให้เกิดการสร้างงานแสดงสินค้าขึ้นใหม่ (New) ในพื้นที่ไมซ์ซีดีและภูมิภาค เพื่อสร้างการกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาค	• D-MICE			X	X	X	
3 การพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ทางด้านไมซ์	พัฒนาสินค้าและบริการใหม่ทางด้านไมซ์ของแต่ละพื้นที่เพื่อสร้างแรงดึงดูดในการเข้ามาจัดงานไมซ์ในพื้นที่	• Area Based	X	X	X	X	X	

B22 แผนงานเสริมสร้างศักยภาพของเมืองไมซ์ซิตี้ในการรองรับการจัดงานไมซ์

ประเด็นยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ 2: กระจายรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจของภูมิภาคผ่านอุตสาหกรรมไมซ์ (Win)						
กลยุทธ์	กลยุทธ์ 2: สร้างกิจกรรมไมซ์เพื่อลดความเหลื่อมล้ำในภูมิภาค						
ผลที่จะได้รับ	<ul style="list-style-type: none"> เสริมสร้างศักยภาพของเมืองเพื่อดึงดูดการจัดงาน ความร่วมมือและการแลกเปลี่ยนข้อมูลความริระหว่างเมืองไมซ์ 						
รายละเอียดของแผนงาน							
โครงการ	รายละเอียด	ผู้รับผิดชอบ	2560	2561	2562	2563	2564
1 การส่งเสริมและกระตุ้นการเยี่ยมชมศึกษาดูงานหรือจัดสัมมนาในกลุ่มย่อยในโครงการพระราชดำริและสหกรณ์ชุมชน	สนับสนุนให้หน่วยงาน/ องค์กรต่างๆ เข้าไปใช้พื้นที่โครงการพระราชดำริฯ เพื่อโอกาสในการจัดประชุมสัมมนาในกลุ่มย่อย หรือเพื่อศึกษาดูงาน	<ul style="list-style-type: none"> D-MICE 	X	X	X		
2 การจัด FAM TRIP เพื่อทำการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมเส้นทางการจัดประชุมสัมมนาใหม่ยังกลุ่มเป้าหมายในประเทศ	เชิญตัวแทนผู้ซื้อ ผู้วางแผนการงาน หรือผู้ที่ต้องการจัดงานไมซ์ในประเทศไทยให้เดินทางยังเส้นทางใหม่ เพื่อทำการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมเส้นทางการจัดประชุมสัมมนาใหม่ยังกลุ่มเป้าหมายในประเทศ	<ul style="list-style-type: none"> D-MICE 	X	X	X	X	X
3 TCEB Partnership Program: การสร้างองค์ความรู้ร่วมกับพันธมิตรและเมือง MICE City ในการสนับสนุนงานใหม่ที่เกิดขึ้น ณ เมือง MICE City	เพื่อสนับสนุนงานใหม่ที่เกิดขึ้นเป็นครั้งแรกของประเทศไทย เพิ่มโอกาสในการเป็นเจ้าภาพการจัดงานใหม่ๆ ในประเทศไทย สร้างความเชื่อมั่นและชื่อเสียงให้ประเทศไทยเป็นที่รับรู้ถึงศักยภาพในการจัดงานที่ได้มาตรฐานและเป็นที่ยอมรับจากทั่วโลก	<ul style="list-style-type: none"> Mega Project 	X	X	X	X	X
4 การเสริมสร้างศักยภาพของ MICE City และเมืองรองที่มีศักยภาพ	การพัฒนาคุณภาพพื้นที่ สินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่คุณค่าไมซ์โดยใช้ฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น ส่งเสริมวิถีไทย ผ่านกิจกรรมต่างๆ เช่น การส่งเสริมและให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานอุตสาหกรรมไมซ์ ผ่านการเข้าร่วมกิจกรรมภายในประเทศ เป็นต้น	<ul style="list-style-type: none"> Area Based 	X	X	X	X	X
5 การแลกเปลี่ยนผ่านกิจกรรมเชิงปฏิบัติการระหว่างไมซ์ซิตี้ เมืองที่มีศักยภาพ และสสปน. (MICE City Summit)	กิจกรรมระดมความคิดเห็น แลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ให้แก่ผู้เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ในไมซ์ซิตี้ พื้นที่เป้าหมายที่มีศักยภาพ และ สสปน.	<ul style="list-style-type: none"> Area Based 	X	X	X	X	X

C11 แผนงานการส่งเสริมภาพลักษณ์และการตลาดของประเทศไทย

ประเด็นยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ 3: ส่งเสริมการตลาด และภาพลักษณ์ไมซ์ของประเทศไทยและ สสปน. (Promote)							
กลยุทธ์	กลยุทธ์ 1: ส่งเสริมกิจกรรมทางการตลาด และสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยให้เป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ระดับนานาชาติ							
ผลที่จะได้รับ	<ul style="list-style-type: none"> แผนการพัฒนาแบรนด์และส่งเสริมภาพลักษณ์ของไมซ์ประเทศไทย ภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทยในการจัดงานอย่างยั่งยืน 				<ul style="list-style-type: none"> กิจกรรมการตลาดต่างๆ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการจัดงานไมซ์ในไทย เว็บไซต์ของ สสปน. มีประสิทธิภาพและง่ายต่อการใช้งาน 			
รายละเอียดของแผนงาน								
โครงการ	รายละเอียด	ผู้รับผิดชอบ	2560	2561	2562	2563	2564	
1 การสนับสนุนการจัดงานหลังประมุขสิทธิ์ UFI Congress 2019	เพื่อประชาสัมพันธ์ประเทศไทยในฐานะศูนย์กลางการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติในอาเซียน เพื่อสร้างเวทีพบปะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่นำงานแสดงสินค้านามาจัดที่ประเทศไทย เพื่อสร้างเครือข่ายอุตสาหกรรม	• E			X	X		
2 การพัฒนายุทธศาสตร์แบรนด์ (Thailand MICE Destination Branding Strategy) ทั้งในและต่างประเทศ	จัดทำ Brand Health Check แปรต้นในประเทศ จัดทำแผนงานแบรนด์ไมซ์ในประเทศ จัดทำการศึกษาและพัฒนาแบรนด์ไมซ์ซิติ์ 5 เมือง เดินทางเข้าร่วมกิจกรรมทางการตลาด / การประชุมในประเทศ	• MSD			X	X	X	
3 การปรับปรุงพัฒนา และบำรุงรักษาระบบเว็บไซต์ สสปน.	ดำเนินการบำรุงรักษาระบบงาน ฐานข้อมูล ระบบบริหารจัดการเนื้อหาเว็บไซต์ (Content Management System) ซึ่งเป็นซอฟต์แวร์ที่ชื่อ Typo3 ระบบค้นหา (Search Engine) และซอฟต์แวร์ต่าง ๆ ของระบบเว็บไซต์ businesseventsthailand.com ที่มีอยู่ในปัจจุบัน เพื่อให้ระบบงานและซอฟต์แวร์ดังกล่าว ยังคงสามารถใช้งานได้ตามสภาพการใช้งานปกติ และมีประสิทธิภาพสูงสุดเสมอ รวมถึงดำเนินการต่ออายุ domain name	• MSD		X	X	X	X	
4 การจัดกิจกรรมการตลาดประเทศไทย ภายในงาน Trade Show นานาชาติ	การจัดทำและบริหารจัดการคูหานิทรรศการประเทศไทย และกิจกรรมอื่นๆ ภายในงาน Trade Show นานาชาติ เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์แคมเปญการสื่อสารแบรนด์ไมซ์ประเทศไทย และเพื่อต่อยอดการเป็นประเทศจุดหมายของการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การประชุมนานาชาติ และการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติ	• MSD		X	X	X	X	

C21 แผนงานในการส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรของ สสปน.

ประเด็นยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ 3: ส่งเสริมการตลาด และภาพลักษณ์ไมซ์ของประเทศไทยและ สสปน. (Promote)							
กลยุทธ์	กลยุทธ์ 2: ปรับเปลี่ยนมุมมองขององค์กรภายนอกต่อ บทบาท และภาพลักษณ์ของ สสปน.							
ผลที่จะได้รับ	<ul style="list-style-type: none"> • สสปน. เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้นทั้งในและต่างประเทศ • ภาพลักษณ์ที่ดีของ สสปน. • หน่วยงานต่างๆ รู้จักบทบาทของ สสปน. มากยิ่งขึ้น 							
รายละเอียดของแผนงาน								
โครงการ	รายละเอียด	ผู้รับผิดชอบ	2560	2561	2562	2563	2564	
1 การส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรในประเทศ	เพื่อสร้างการรับรู้และความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาท พันธกิจ ตลอดจนขอบเขตการให้บริการ และการดำเนินกิจกรรมของสสปน. ต่อกลุ่มเป้าหมาย สร้างภาพลักษณ์ที่ดีของสสปน. ตามบทบาทภารกิจในฐานะองค์กรรัฐผู้ทำหน้าที่หลักในการผลักดันและพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ไทยไปยังกลุ่มเป้าหมาย	• Corp Com	X	X	X	X	X	
2 การส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรในต่างประเทศ	เพื่อสร้างการรับรู้ส่งเสริมภาพลักษณ์ และสร้างความรู้ความเข้าใจ บทบาท หน้าที่ พันธกิจ การให้บริการ ของที่เส็บ รวมถึงพัฒนากลยุทธ์ เนื้อหา และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายต่างประเทศรู้จักสสปน. ในฐานะ CVB ของประเทศไทยที่ส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ไทย	• Corp Com	X	X	X	X	X	
3 การพัฒนาแบรนด์และสื่อสร้างการรับรู้องค์กร	ดำเนินการพัฒนาสื่อสร้างการรับรู้และกิจกรรมให้สอดคล้องกับทิศทางแบรนด์องค์กร ช่วยสื่อสารบทบาทและพันธกิจองค์กรเป็นที่รู้จักในวงกว้าง จัดทำสื่อเพื่อสร้างการรับรู้ทั้งออฟไลน์และออนไลน์ รวมถึงการสำรวจการรับรู้	• Corp Com			X	X	X	
4 การส่งเสริมบทบาทและพันธกิจองค์กร	เป็นโครงการที่เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ การทำงาน และกิจกรรมขององค์กรให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในวงกว้าง ผ่านช่องทางสื่อต่างๆ อาทิ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อออนไลน์ เพื่อให้การดำเนินการของสำนักงานฯ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ	• Corp Com		X	X	X	X	
5 การจัดตั้งศูนย์บริการข้อมูลลูกค้าองค์กร (Call Center)	จ้างเจ้าหน้าที่จ้างเหมาบริการ จำนวน 2 คน บำรุงรักษาระบบ ค่าธรรมเนียมและ ค่าใช้จ่ายอื่นที่เกี่ยวข้อง	• Corp Com			X	X	X	
6 การสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักธุรกิจกลุ่มไมซ์ในประเทศและต่างประเทศของผู้บริหาร สสปน.	การเดินทางเข้าร่วมกิจกรรมการตลาดTrade Show/Road Show ในต่างประเทศ ของ ผู้อำนวยการ สสปน. และรองผู้อำนวยการ สสปน. จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง ในการสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักลงทุนกลุ่มไมซ์ในต่างประเทศ ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายในการเข้ามาจัดงาน ประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดงานแสดงสินค้าในระดับนานาชาติ	• President Off.	X	X	X	X	X	

C31 แผนงานส่งเสริมและประชาสัมพันธ์เมืองไมซ์ซีดี (Thailand MICE City on the Spot)

ประเด็นยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ 3: ส่งเสริมการตลาด และภาพลักษณ์ไมซ์ของประเทศไทยและ สสปน. (Promote)						
กลยุทธ์	กลยุทธ์ 3: ประชาสัมพันธ์เมืองที่มีศักยภาพและความพร้อมของเมืองในการรองรับการจัดกิจกรรมไมซ์ในระดับประเทศและนานาชาติ						
ผลที่จะได้รับ	<ul style="list-style-type: none"> เมืองไมซ์ซีดีเป็นที่รู้จัก และดึงดูดการจัดงานไมซ์ เครือข่ายความร่วมมือในการประชาสัมพันธ์เมืองไมซ์ 			<ul style="list-style-type: none"> สื่อออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์เมืองไมซ์ 			
รายละเอียดของแผนงาน							
โครงการ	รายละเอียด	ผู้รับผิดชอบ	2560	2561	2562	2563	2564
1 การบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์และสื่อสารประชาสัมพันธ์ Email Marketing	การพัฒนาเนื้อหาคุณภาพสำหรับการเผยแพร่สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อให้ดิจิทัลแพลตฟอร์ม เป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ กิจกรรม สถานที่จัดงานไมซ์ ให้แก่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจนและมีประสิทธิภาพ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์อุตสาหกรรมไมซ์ไทยผ่านการส่งเสริมการตลาด และการสร้างประเทศไทยให้เป็นจุดหมายสำคัญของการจัดงานอุตสาหกรรมไมซ์	<ul style="list-style-type: none"> MSD 			X	X	X

D11 แผนงานการพัฒนาและสร้างขีดความสามารถของบุคลากรด้านไมซ์ในประเทศ

ประเด็นยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ 4: เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ (Develop)							
กลยุทธ์	กลยุทธ์ 1: ยกระดับมาตรฐานผู้ประกอบการไมซ์ และโครงสร้างสนับสนุนไมซ์							
ผลที่จะได้รับ	<ul style="list-style-type: none"> เพิ่มจำนวนบุคลากรและแรงงานด้านไมซ์ ยกระดับทักษะและมาตรฐานของแรงงานด้านไมซ์ ยกระดับและพัฒนาขีดความสามารถของผู้เชี่ยวชาญด้านไมซ์ 				<ul style="list-style-type: none"> เครือข่ายภาคการศึกษากับต่างประเทศ สื่อประชาสัมพันธ์ความก้าวหน้าทางอาชีพไมซ์ 			
รายละเอียดของแผนงาน								
โครงการ	รายละเอียด	ผู้รับผิดชอบ	2560	2561	2562	2563	2564	
1 การจัดหลักสูตรด้านไมซ์ระดับนานาชาติ (International MICE Certification Program)	เป็นโครงการต่อเนื่องประจำปี เพื่อพัฒนาทักษะด้านการบริหารจัดการงานด้านการจัดงานไมซ์ และยกระดับมาตรฐานบุคลากรอุตสาหกรรมไมซ์ให้ทัดเทียมระดับนานาชาติ อีกทั้งยังเป็นการวางรากฐานให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ด้านไมซ์ของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้	• MICE Cap	X	X	X	X	X	
2 การพัฒนาหลักสูตรด้านไมซ์ระดับชาติ (National Certificated Program)	เป็นโครงการเพื่อพัฒนาหลักสูตรระดับชาติทั้งในระดับปฏิบัติการ ระดับผู้บริหารระดับต้น/กลาง/สูง เพื่อพัฒนาและยกระดับมาตรฐานบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ วางระบบให้การรับรองบุคลากรวิชาชีพไมซ์ในระดับชาติ และสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการไมซ์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานระดับชาติ	• MICE Cap	X	X	X	X	X	
3 การส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านการศึกษาและสร้างความรู้ด้านการศึกษาไมซ์	การส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านการศึกษาและสร้างความรู้ด้านการศึกษาไมซ์ ผ่านการสร้างตัวแทนไมซ์ยูทูบ การจัดกิจกรรมบ่มเพาะต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาศักยภาพและเสริมสร้างองค์ความรู้ด้านการศึกษาไมซ์ของประเทศไทย	• MICE Cap	X	X	X	X	X	
4 การผลิตแรงงานในระดับปฏิบัติการ หลักสูตรทวิภาคีสายอาชีพไมซ์	การส่งเสริมการผลิตแรงงานไมซ์ในระดับปฏิบัติการที่มีความชำนาญแต่ละตำแหน่งงานให้สถานประกอบการด้านไมซ์ ผ่านความร่วมมือกับสถาบันอาชีวศึกษา โดยส่งเสริมให้นักศึกษาได้มีโอกาสเข้าทำงาน เรียนรู้งานจากการทำงานจริงในสถานประกอบการไมซ์	• MICE Cap	X	X	X	X	X	
5 การเสริมสร้างพันธมิตรและขยายเครือข่ายการศึกษากับสถาบันการศึกษาและหน่วยงานด้านไมซ์ในต่างประเทศ อาทิ MOU & Matching Program และสนับสนุนงานประชุมวิชาการหรืองานนิทรรศการด้านการศึกษาด้านไมซ์ในต่างประเทศเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ในประเทศไทยถูกจัดวางให้เป็นศูนย์การศึกษาด้านไมซ์ในเอเชีย		• MICE Cap	X	X	X	X	X	

ประเด็นยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ 4: เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ (Develop)						
กลยุทธ์	กลยุทธ์ 1: ยกระดับมาตรฐานผู้ประกอบการไมซ์ และโครงสร้างสนับสนุนไมซ์						
ผลที่จะได้รับ	<ul style="list-style-type: none"> เพิ่มจำนวนบุคลากรและแรงงานด้านไมซ์ ยกระดับทักษะและมาตรฐานของแรงงานด้านไมซ์ ยกระดับและพัฒนาขีดความสามารถของผู้เชี่ยวชาญด้านไมซ์ 		<ul style="list-style-type: none"> เครือข่ายภาคการศึกษากับต่างประเทศ สื่อประชาสัมพันธ์ความก้าวหน้าทางอาชีพไมซ์ 				
รายละเอียดของแผนงาน							
โครงการ	รายละเอียด	ผู้รับผิดชอบ	2560	2561	2562	2563	2564
6 Thailand MICE Youth Challenge / Student Chapter	การส่งเสริมสนับสนุนการรวมกลุ่มของนิสิต นักศึกษาในระดับภูมิภาค เพื่อกระจายองค์ความรู้ กิจกรรมต่างๆ ของอุตสาหกรรมไมซ์ได้อย่างทั่วถึง	• MICE Cap			X	X	X
7 การรวบรวมข้อมูลและจัดทำฐานข้อมูล MICE Career Center (Job opportunity platform)	การรวบรวมข้อมูลและจัดทำฐานข้อมูล MICE Career Center ระหว่างสถานประกอบการไมซ์ และบุคลากรที่สนใจในอุตสาหกรรมไมซ์ (กลุ่มนิสิต นักศึกษา)	• MICE Cap	X	X			
8 การจัดทำระบบ MICE Career Center (Job opportunity platform)	จัดทำระบบ Job Online Platform ที่สามารถเปิดให้บริการแก่ผู้ประกอบการและนิสิต นักศึกษา บัณฑิต หรือผู้ที่สนใจในสายอาชีพไมซ์ เพื่อเป็นศูนย์กลางการจัดหางานระหว่างกัน ให้เป็นไปได้อย่างรวดเร็วและเข้าถึงได้ตรงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น	• MICE Cap			X	X	X
9 การส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพ การศึกษาด้านไมซ์ระดับภูมิภาค	การกระจายองค์ความรู้ออกไปยังระดับภูมิภาค เพื่อให้เกิดมาตรฐานด้านการศึกษา ผ่านการรวบรวมและพัฒนาบรรยายรายนามของคณาจารย์ และประวัติโดยย่อ สำหรับรองรับเพื่อเป็น ศูนย์กลางของผู้เชี่ยวชาญด้านองค์ความรู้ไมซ์ (MICE Coach) จากสถาบันการศึกษาทั้ง ระดับอุดมศึกษาและอาชีวศึกษาที่ได้เข้าร่วมโครงการหลักสูตรไมซ์มาตรฐานสากล MICE 101 กว่า 81 สถาบัน เพื่อเป็นประโยชน์ในการแลกเปลี่ยนข่าวสาร องค์ความรู้และร่วมพัฒนา บุคลากร เสริมสร้างความสัมพันธ์ และสร้างสรรค์กิจกรรมร่วมกันเพื่ออุตสาหกรรมไมซ์ไทย	• MICE Cap			X	X	X
10 การจัดทำหลักสูตรไมซ์	พัฒนาหลักสูตรไมซ์เพื่อพัฒนาทักษะด้านการบริหารจัดการงานด้านการจัดงานไมซ์ และ ยกระดับมาตรฐานบุคลากรอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย	• MICE Cap	X	X	X	X	X

D12 แผนงานสร้างขีดความสามารถของผู้ประกอบการในประเทศ

ประเด็นยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ 4: เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ (Develop)							
กลยุทธ์	กลยุทธ์ 1: ยกระดับมาตรฐานผู้ประกอบการไมซ์ และโครงสร้างสนับสนุนไมซ์							
ผลที่จะได้รับ	<ul style="list-style-type: none"> ผู้ประกอบการไมซ์ในไทยมีทักษะและความสามารถมากขึ้น ผู้ประกอบการไมซ์มีมาตรฐานที่ดีขึ้น เครือข่ายสมาคมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องมีความเข้มแข็งมากขึ้น 		<ul style="list-style-type: none"> การพัฒนาและยกระดับเนื้อหาการจัดงาน มาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย TMVS มาตรฐานสถานที่จัดงานอาเซียน ASEAN MICE Venue Standard 					
รายละเอียดของแผนงาน								
โครงการ	รายละเอียด	ผู้รับผิดชอบ	2560	2561	2562	2563	2564	
1 การยกระดับผู้ประกอบการเพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันในระดับนานาชาติ	ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมยังไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้เนื่องจากขาดเครือข่ายเชื่อมโยงทางธุรกิจ สสปน. จึงได้มีแผนงานที่จะส่งเสริมให้ผู้ประกอบการไทยได้มีโอกาสนำเสนอผลงานในเวทีสากล ยกระดับผู้ประกอบการไทยให้เป็นที่รู้จักและสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้	• MI			X			
2 การบ่มเพาะผู้จัดงานแสดงสินค้า SME (Groom to grow)	โครงการใหม่เพื่อพัฒนาศักยภาพของผู้จัดงานแสดงสินค้าในประเทศไทย เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งในการจัดงาน และเพิ่มศักยภาพในการร่วมมือการจัดงานร่วมกับผู้จัดงานจากต่างประเทศ	• E			X	X	X	
3 การยกระดับขีดความสามารถและสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการงาน D-EX ในภูมิภาคหรือเขตเศรษฐกิจพิเศษ และเพิ่มประสิทธิภาพและยกระดับการพัฒนาอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าในประเทศ	ยกระดับขีดความสามารถและสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการงานแสดงสินค้าในประเทศ D-EX ในภูมิภาคหรือเขตเศรษฐกิจพิเศษ และเพิ่มประสิทธิภาพและยกระดับการพัฒนาอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าในประเทศ	• D-MICE	X	X	X	X	X	
4 การสร้างความร่วมมือกับพันธมิตรด้านองค์ความรู้และนวัตกรรมเพื่ออุตสาหกรรมไมซ์	เผยแพร่ข้อมูลอุตสาหกรรมและองค์ความรู้ไมซ์ พร้อมนำเสนอบทบาทของนวัตกรรมในการเพิ่มมูลค่าในอุตสาหกรรม ประกอบด้วย การจัดสัมมนา Thailand MICE Intelligence & Innovation การจัดงาน Innovation awards เพื่อบูรณาการการทำงานกับหน่วยงานพันธมิตรแบบครบวงจร สร้างการรับรู้ด้านข้อมูลและนวัตกรรม การสร้างนวัตกรรมในอุตสาหกรรมไมซ์	• IN			X			

ประเด็นยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ 4: เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ (Develop)						
กลยุทธ์	กลยุทธ์ 1: ยกระดับมาตรฐานผู้ประกอบการไมซ์ และโครงสร้างสนับสนุนไมซ์						
ผลที่จะได้รับ	<ul style="list-style-type: none"> ผู้ประกอบการไมซ์ในไทยมีทักษะและความสามารถมากขึ้น ผู้ประกอบการไมซ์มีมาตรฐานที่ดีขึ้น เครือข่ายสมาคมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องมีความเข้มแข็งมากขึ้น 		<ul style="list-style-type: none"> การพัฒนาและยกระดับเนื้อหาการจัดงาน มาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย TMVS มาตรฐานสถานที่จัดงานอาเซียน ASEAN MICE Venue Standard 				
รายละเอียดของแผนงาน							
โครงการ	รายละเอียด	ผู้รับผิดชอบ	2560	2561	2562	2563	2564
5 การส่งเสริมมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย Thailand MICE Venue Standard	โครงการมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย เป็นโครงการการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการไมซ์ ประเภทสถานที่จัดงานให้มีมาตรฐานการให้บริการให้ทัดเทียมระดับสากล โดยลักษณะโครงการคือการให้องค์ความรู้ด้านมาตรฐานในพื้นที่กลุ่มเป้าหมาย และการตรวจประเมินสถานที่จัดงาน	• MICE Cap	X	X	X	X	X
6 การส่งเสริมมาตรฐานสถานที่จัดงานอาเซียน ASEAN MICE Venue Standard	โครงการมาตรฐานสถานที่จัดงานอาเซียน (ASEAN MICE Venue Standard) เป็นโครงการที่พัฒนามาตรฐานสถานที่จัดงานของอาเซียน โดยที่นำต้นแบบของมาตรฐานของประเทศไทยเป็นต้นแบบในการจัดทำ ทั้งนี้ที่ประชุมอาเซียนได้มอบหมายให้ประเทศไทยโดย สสปท. เป็นเจ้าภาพหลักในการจัดทำมาตรฐาน	• MICE Cap	X		X	X	X
7 การสนับสนุนและพัฒนามาตรฐานระดับชาติและนานาชาติสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์	เป็นโครงการที่ส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการไมซ์ของประเทศไทย จัดทำมาตรฐานนานาชาติในด้านต่างๆ เช่น มาตรฐาน ISO 22000 Food Safety Management Systems ISO 20121 Event Sustainability Management Systems เป็นต้น	• MICE Cap	X	X	X	X	X

D21แผนงานพัฒนาและยกระดับรูปแบบการจัดงานไมซ์อย่างสร้างสรรค์และยั่งยืน sustainable event

ประเด็นยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ 4: เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ (Develop)							
กลยุทธ์	กลยุทธ์ 2: พัฒนาและส่งเสริมการใช้นวัตกรรมในการจัดงาน พัฒนาการความรู้และรูปแบบการจัดงาน							
ผลที่จะได้รับ	<ul style="list-style-type: none"> • แนวทางการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของอุตสาหกรรมไมซ์ • แนวทางการจัดงานไมซ์อย่างยั่งยืน • จำนวนงานไมซ์ที่มีการจัดงานอย่างยั่งยืนเพิ่มขึ้น 							
รายละเอียดของแผนงาน								
โครงการ	รายละเอียด	ผู้รับผิดชอบ	2560	2561	2562	2563	2564	
1 การประชาสัมพันธ์ประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน	เผยแพร่ภาพลักษณ์ของไทยในฐานะจุดหมายหลักในการเดินทางด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยในระดับโลก ผ่านการดำเนินงาน เช่น สนับสนุนให้หน่วยงานภาครัฐใช้สินค้าและบริการด้านไมซ์อย่างยั่งยืนผ่านกิจกรรมประชุม สัมมนา และนิทรรศการ รวมทั้งศึกษาและรวบรวมรายชื่อผู้ประกอบการไมซ์ที่ให้บริการด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนและสร้างเป็นฐานข้อมูลเพื่อใช้ประโยชน์และประชาสัมพันธ์ต่อไป เป็นต้น	• MICE Cap	X	X	X	X	X	
2 การรับรองมาตรฐาน Thailand Sustainable Event Management Standard (TSEMS)	การจัดทำมาตรฐานระบบการบริหารการจัดงานอย่างยั่งยืนประเทศไทย (Thailand Sustainable Event Management Standard (TSEMS)) เพื่อให้การดำเนินงานด้านการมาตรฐานเป็นไปอย่างเท่าทันต่อสถานการณ์ ครอบคลุมองค์ประกอบของอุตสาหกรรมไมซ์ และตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ รวมถึงตรวจประเมินและรับรอง	• MICE Cap			X	X	X	
3 การพัฒนาผู้ประกอบการไมซ์ด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน	เตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการของไทย เกี่ยวกับนโยบายด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม และการบริหารจัดการตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน อันจะช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันและภาพลักษณ์ที่ดีแก่ผู้ประกอบการและประเทศ ตลอดจนนำไปสู่การผลักดันให้ประเทศไทยเป็นหนึ่งในจุดหมายหลักของการเดินทางด้านไมซ์ที่มีการพัฒนาอย่างยั่งยืนในระดับโลก ผ่านกิจกรรม เช่น จัดอบรมหลักสูตร Thailand Sustainable Event Professional Certificate รวมทั้ง จัดทำ Thailand's Destination Sustainability Report เพื่อวัดระดับความสามารถในการดำเนินการด้าน MICE Sustainability ของประเทศไทย เป็นต้น	• MICE Cap	X	X	X	X	X	

D22 แผนงานพัฒนานวัตกรรมและส่งเสริมการใช้งานนวัตกรรมในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์

ประเด็นยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ 4: เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ (Develop)							
กลยุทธ์	กลยุทธ์ 2: พัฒนาและส่งเสริมการใช้งานนวัตกรรมในการจัดงาน พัฒนางค์ความรู้และรูปแบบการจัดงาน							
ผลที่จะได้รับ	<ul style="list-style-type: none"> ระบบการประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมไมซ์ ระบบสารสนเทศออนไลน์อุตสาหกรรมไมซ์ แอปพลิเคชันในการจัดงานไมซ์ 							
รายละเอียดของแผนงาน								
โครงการ	รายละเอียด	ผู้รับผิดชอบ	2560	2561	2562	2563	2564	
1 การพัฒนานวัตกรรมเพื่อสนับสนุนชุมชนในการจัดงานแบบสมาร์ทไมซ์ (SMART MICE ACCELERATORS)	จัดทำโครงการต้นแบบเพื่อทำงานร่วมกับชุมชนในการพัฒนาสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับไมซ์ในชุมชนและใช้เทคโนโลยีเพื่อเผยแพร่ข้อมูลและอำนวยความสะดวกให้กับนักเดินทางด้วยระบบ GPS นำทาง การใช้ NFC หรือ บลูทูธ การใช้ไมซ์เลน เช็คอินในโรงแรม การใช้จ่ายแบบ cashless payment เป็นต้น โดยคัดเลือกนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ตอบโจทย์การเป็น Smart MICE Accelerator เพื่อยกระดับคุณภาพสินค้าและบริการในต่างจังหวัด	• IN			X	X	X	
2 การพัฒนา Smart Biz Application เพื่อสนับสนุนการจัดงาน MICE แบบ Digital	ศึกษาและวิเคราะห์ระบบ รวมถึงความต้องการ และพฤติกรรมของผู้บริโภค เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการออกแบบ Application ให้ใช้งานและตอบโจทย์สิ่งที่ผู้ประกอบการไมซ์ต้องการ	• IN	X	X	X	X	X	
3 การพัฒนาเครื่องมือและข้อมูลด้านการให้บริการสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์	เน้นการนำข้อมูลมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้ประกอบการอุตสาหกรรมไมซ์ ทั้งในแง่ของตัวเลขข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ บทความ รายงานอุตสาหกรรมไมซ์ ขณะเดียวกันยังต้องพัฒนาระบบเพื่อรองรับการให้บริการข้อมูลที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคต	• IN			X	X	X	
4 การปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการ e-Library	ปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการ e-Library ให้สามารถให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพและอย่างต่อเนื่อง	• IN	X	X	X	X	X	
5 การพัฒนาและเชื่อมโยงฐานข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์	พัฒนาและเชื่อมโยงฐานข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์กับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่มีความพร้อมในการแลกเปลี่ยนข้อมูลเพื่อเป็นศูนย์กลางแลกเปลี่ยนข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์	• IN			X	X	X	

D23 แผนงานการสร้างความรู้เพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์

ประเด็นยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ 4: เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ (Develop)								
กลยุทธ์	กลยุทธ์ 2: พัฒนาและส่งเสริมการใช้นวัตกรรมในการจัดงาน พัฒนาศักยภาพและรูปแบบการจัดงาน								
ผลที่จะได้รับ	<ul style="list-style-type: none"> ฐานข้อมูลสถิติอุตสาหกรรมไมซ์ รายงานผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมของการจัดงานไมซ์ ระบบจัดการฐานข้อมูลของอุตสาหกรรมไมซ์ 			<ul style="list-style-type: none"> เครือข่ายพันธมิตรด้านข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ ศูนย์ความรู้ของอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE Intelligence) การพัฒนาศักยภาพด้านอุตสาหกรรมไมซ์ 					
รายละเอียดของแผนงาน									
โครงการ	รายละเอียด	ผู้รับผิดชอบ	2560	2561	2562	2563	2564		
1 การแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ร่วมกับหน่วยงานทั้งในและต่างประเทศ (Industry Dialogue & Network collaboration)	เป็นการสร้างเครือข่าย การทำกิจกรรมร่วมกันระหว่าง สสปน. กับผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ เพื่อร่วมกันบูรณาการความร่วมมือในการพัฒนาศักยภาพใหม่ ๆ ให้กับอุตสาหกรรม	• IN	X	X	X	X	X		
2 MICE Operation manual on applications for organizers	โครงการพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อเผยแพร่คู่มือในการจัดงานไมซ์สำหรับผู้จัดงานไมซ์ เป็นโครงการที่ช่วยให้ผู้ประกอบการเข้าถึงข้อมูลในการจัดงานไมซ์ได้โดยง่าย	• IN			X				
3 การผลักดันการดึงลิขสิทธิ์ในการจัดงาน C2 เข้ามาจัดในประเทศไทย	งานประชุม C2 Conference เป็นการจัดแบบนอกรอบที่มีการนำนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ เข้ามาเพื่อสร้างประสบการณ์ให้กับผู้เข้าร่วมงาน สสปน. จึงเห็นเป็นโอกาสที่ควรจะให้มีการศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดงานดังกล่าวเข้ามาในประเทศไทย	• MI			X				
4 การพัฒนามาตรฐานงานแสดงสินค้านานาชาติของประเทศไทย	เพื่อนำข้อมูลจากการตรวจประเมินและรับรองพื้นที่จัดงานแสดงสินค้า จำนวนผู้เข้าร่วมงานทั่วไปและที่ผ่านกิจกรรมการตลาดของฝ่ายฯ ผลความพึงพอใจต่อการให้บริการของตัวแทนการตลาด สสปน. ในต่างประเทศ และข้อมูลความเคลื่อนไหวของอุตสาหกรรมการแสดงสินค้า รวมทั้งข้อมูลด้านมูลค่าทางเศรษฐกิจ มาประมวลและวิเคราะห์เพื่อจัดทำและวางแผนการดำเนินงาน เพื่อส่งเสริมและผลักดันอุตสาหกรรมการแสดงสินค้าของไทยได้ถูกทิศทาง	• E			X	X	X		
5 การศึกษาและจัดทำข้อมูลยุทธศาสตร์ของเมืองที่มีศักยภาพ (City Profile)	การศึกษาและจัดทำข้อมูลยุทธศาสตร์ของพื้นที่ที่มีศักยภาพ เช่น กาญจนบุรี อุบลราชธานี นครศรีธรรมราช ฯลฯ เป็นต้น เพื่อสนับสนุนการเป็นจุดหมายที่รองรับการประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล งานแสดงสินค้า และงานมหกรรมทั้งในระดับประเทศและนานาชาติ	• Area Based	X	X	X	X	X		

ประเด็นยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ 4: เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ (Develop)						
กลยุทธ์	กลยุทธ์ 2: พัฒนาและส่งเสริมการใช้นวัตกรรมในการจัดงาน พัฒนาการองค์ความรู้และรูปแบบการจัดงาน						
ผลที่จะได้รับ	<ul style="list-style-type: none"> ฐานข้อมูลสถิติอุตสาหกรรมไมซ์ รายงานผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมของจัดงานไมซ์ ระบบจัดการฐานข้อมูลของอุตสาหกรรมไมซ์ 	<ul style="list-style-type: none"> เครือข่ายพันธมิตรด้านข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ ศูนย์ความรู้ของอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE Intelligence) การพัฒนาองค์ความรู้ด้านอุตสาหกรรมไมซ์ 					
รายละเอียดของแผนงาน							
โครงการ	รายละเอียด	ผู้รับผิดชอบ	2560	2561	2562	2563	2564
6 การประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมของจัดงาน Festival & Event	เพื่อศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมของงานเทศกาลที่จัดขึ้นในประเทศไทย การศึกษาความเป็นไปได้ในการเป็นเจ้าภาพจัดงานตามธุรกิจหลัก 4 กลุ่ม ได้แก่ ศิลปะและวัฒนธรรม บันเทิง ธุรกิจสร้างสรรค์และไลฟ์สไตล์ จะเป็นการสร้างความเชื่อมั่นในการดำเนินงานอย่างมีกลยุทธ์และมีโอกาสชนะการประมูลสิทธิ์การเป็นเจ้าภาพงานรูปแบบใหม่ๆ ให้แก่ประเทศไทย	• Mega Project	X	X	X	X	X
7 การดำเนินกิจกรรมการเข้าฐานข้อมูลสื่อต่างประเทศเพื่อต่อยอดประชาสัมพันธ์ข่าวสารของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทยไปยังสื่อต่างประเทศทั่วโลก	เป็นหนึ่งในเครื่องมือนวัตกรรมสนับสนุนผู้ประกอบการอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทยในการยกระดับงานไมซ์ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น โดยสร้างการรับรู้ไปยังกลุ่มสื่อมวลชนเป้าหมายในต่างประเทศให้เกิดความตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทยและนำข้อมูลไปสื่อสารต่อยังกลุ่มผู้อ่านในต่างประเทศ เป้าหมายเพื่อกระตุ้นจำนวนนักเดินทางไมซ์มายังประเทศไทยให้มากขึ้นและยังช่วยกระจายรายได้สู่ภูมิภาคที่มีการจัดงานไมซ์	• IN		X	X	X	X
8 การบริหารจัดการข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE Industry Management)	เป็นโครงการที่ต้องการจัดการข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ของ สสปน. โดยเน้นการนำข้อมูลมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้ประกอบการอุตสาหกรรมไมซ์	• IN		X	X	X	X
9 การจัดทำรายงาน MICE Review and Forecast	เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกถึงแนวโน้มอุตสาหกรรม รวมถึงการนำข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ไปใช้ในการทำแผนธุรกิจ ซึ่งจะเผยแพร่ผลงานเป็นรายไตรมาส ให้กับหน่วยงานต่างๆ และผู้ที่เกี่ยวข้อง	• IN	X	X	X	X	X
10 การจัดทำรายงาน MICE Service Innovation (White Paper) ส่งเสริมเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อสร้างมูลค่าธุรกิจไมซ์	รายงานส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อสร้างมูลค่าธุรกิจไมซ์ ทำให้ผู้ประกอบการไมซ์ตระหนักถึงความสำคัญของการใช้นวัตกรรมเป็นเครื่องมือเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก	• IN			X	X	X
11 การจัดทำรายงานวิเคราะห์อุตสาหกรรมไมซ์ (MICE Industry Report)	การวิเคราะห์อุตสาหกรรมไมซ์ในปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต ทั้งในไทยและในทวีปเอเชีย โดยวิเคราะห์เศรษฐกิจของโลก/ ภูมิภาค/ ประเทศ สภาพอุตสาหกรรมไมซ์ ศักยภาพ อุปสรรคและความเสี่ยง กุญแจเบียบ เป็นต้น	• IN			X	X	X

ประเด็นยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ 4: เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ (Develop)							
กลยุทธ์	กลยุทธ์ 2: พัฒนาและส่งเสริมการใช้นวัตกรรมในการจัดงาน พัฒนาการองค์ความรู้และรูปแบบการจัดงาน							
ผลที่จะได้รับ	<ul style="list-style-type: none"> ฐานข้อมูลสถิติอุตสาหกรรมไมซ์ รายงานผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมของจัดงานไมซ์ ระบบจัดการฐานข้อมูลของอุตสาหกรรมไมซ์ 		<ul style="list-style-type: none"> เครือข่ายพันธมิตรด้านข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ ศูนย์ความรู้ของอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE Intelligence) การพัฒนาองค์ความรู้ด้านอุตสาหกรรมไมซ์ 					
รายละเอียดของแผนงาน								
โครงการ	รายละเอียด	ผู้รับผิดชอบ	2560	2561	2562	2563	2564	
12การเสริมสร้างการวิจัยและพัฒนาเพื่อเผยแพร่องค์ความรู้ด้านไมซ์ (Enhance research and development to drive MICE Intelligence)	การศึกษาภาพรวมและวิเคราะห์อุตสาหกรรมที่จำเป็นต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ ซึ่งประกอบไปด้วย - ข้อมูลเชิงลึกจากลูกค้า (Customer Insight) ข้อมูลเชิงลึกจากตลาด (Market Insight) ข้อมูลเชิงลึกด้านผลิตภัณฑ์ (Product Intelligence) ข้อมูลเชิงลึกด้านคู่แข่ง (Competitor Intelligence) เป็นต้น	•IN			X	X	X	
13การจัดทำแผนแม่บทเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยอุตสาหกรรมไมซ์	เตรียมการจัดทำแผนขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมของประเทศด้วยอุตสาหกรรมไมซ์ สำหรับระยะ 5 ปีถัดไป (2565-2569) ที่สอดคล้องกับแผนระดับชาติ	•S&P	X		X			
14การจัดทำแผนแม่บทอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยระยะ 3 ปี พ.ศ. 2563-2565	การพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์จะประสบความสำเร็จได้จำเป็นต้องเกิดจากความร่วมมือจากหลายภาคส่วนทั้งภาครัฐและเอกชน ดังนั้นเพื่อให้ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทราบถึงเป้าหมาย และทิศทางของประเทศร่วมกันจึงเป็นสิ่งจำเป็น ที่ผ่านมามีประเทศไทยอาจจะยังไม่เคยมีการจัดทำแผนแม่บทระดับชาติเพื่อให้ทุกภาคส่วนร่วมกันพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ จึงอาจจะทำให้พัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศเป็นไปอย่างค่อยเป็นไปค่อยไป แต่ในโลกที่มีการแข่งขันที่สูงขึ้น ประเทศไทยมีความจำเป็นที่จะต้องให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมไมซ์ซึ่งถือเป็นหนึ่งใน Business Platform ที่สำคัญในระบบเศรษฐกิจ โลกการค้าและการลงทุน ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่ประเทศไทยควรจะทำแผนแม่บทอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศขึ้น เพื่อกำหนดทิศทางพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยและสื่อสารให้กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องได้ตระหนักถึงบทบาทของตนในการร่วมขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศ การมีแผนระดับประเทศ จะช่วยทำให้เกิดการทำงานอย่างบูรณาการข้ามหน่วยงานโดยเฉพาะภาครัฐได้อย่างแท้จริง อีกทั้งทำให้ทุกภาคส่วนเห็นทิศทางการพัฒนาที่ชัดเจนร่วมกัน โดยสรุปจะมีการทำแผนฯ เพื่อเสนอผ่าน ครม เพื่อผลักดันให้ประกาศใช้เป็นแผนระดับชาติต่อไป	•S&P			X			

ประเด็นยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ 4: เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ (Develop)							
กลยุทธ์	กลยุทธ์ 2: พัฒนาและส่งเสริมการใช้งานนวัตกรรมในการจัดงาน พัฒนาการองค์ความรู้และรูปแบบการจัดงาน							
ผลที่จะได้รับ	<ul style="list-style-type: none"> ฐานข้อมูลสถิติอุตสาหกรรมไมซ์ รายงานผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมของจัดงานไมซ์ ระบบจัดการฐานข้อมูลของอุตสาหกรรมไมซ์ 				<ul style="list-style-type: none"> เครือข่ายพันธมิตรด้านข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ ศูนย์ความรู้ของอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE Intelligence) การพัฒนาองค์ความรู้ด้านอุตสาหกรรมไมซ์ 			
รายละเอียดของแผนงาน								
โครงการ	รายละเอียด	ผู้รับผิดชอบ	2560	2561	2562	2563	2564	
15การศึกษาเพื่อพัฒนารูปแบบธุรกิจไมซ์ในเขตเศรษฐกิจในระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (MICE Business Model for EEC)	ประเทศไทยมียุทธศาสตร์การสร้างเขตระเบียงเศรษฐกิจพิเศษ โดยมุ่งหวังที่จะกระตุ้นให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจในระยะยาว ความสำเร็จของยุทธศาสตร์ดังกล่าวมิได้จำกัดเพียงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน แต่ยังรวมถึงการนำ new business platform มาช่วยขับเคลื่อนกิจกรรมทางเศรษฐกิจด้วย ธุรกิจไมซ์ถือเป็นหนึ่งใน platform ที่สำคัญ แต่มีความจำเป็นต้องเลือกใช้รูปแบบการดำเนินธุรกิจไมซ์ (business model) ที่เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่การพัฒนาด้วย Business Model จะช่วยหน่วยงานภาครัฐเข้าใจบทบาทตนเอง และสามารถจัดทำมาตรการ นโยบายสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ได้อย่างตรงจุด และเป็นเชิงกลยุทธ์มากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังจะได้ทราบถึงรูปแบบการทำธุรกิจที่เหมาะสมกับบริบทดังกล่าวทำให้เกิดการเตรียมความพร้อมในการทำธุรกิจได้อย่างเหมาะสม	•S&P		X				
16การจัดทำแผนยุทธศาสตร์เพื่อการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ในระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (MICE Strategic Roadmap for EEC)	เขตเศรษฐกิจพิเศษถือว่ามีรูปแบบการบริหารจัดการและการดำเนินการที่มีความจำเพาะ ดังนั้นในการจะนำธุรกิจใดๆไปพัฒนาในพื้นที่ดังกล่าวจำเป็นต้องมีการศึกษาและวางกลยุทธ์ที่เหมาะสม ดังนั้นการจะสร้างธุรกิจไมซ์ในเขตอุตสาหกรรมดังกล่าวจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องจัดทำแผนเชิงกลยุทธ์ (Strategic Roadmap) เพื่อให้การพัฒนาประสบความสำเร็จทั้งในระยะสั้นและยาว	•S&P			X			
17การจัดทำดัชนีความเชื่อมั่นอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย (MICE Confidential Index)	พัฒนาเครื่องบ่งชี้และติดตามสถานการณ์ในอุตสาหกรรมไมซ์ที่มีความกระชับสั้น สามารถใช้สื่อสารให้เข้าใจถึงความเป็นไปของอุตสาหกรรมได้โดยวิเคราะห์จากตัวเลขเพียงไม่กี่ตัว โครงการจะพัฒนาตัวชี้วัดที่ติดตามถึงระดับความเชื่อมั่นที่ผู้ซื้อและผู้ขายในอุตสาหกรรมไมซ์เพื่อสะท้อนทิศทางของตลาดอันจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนามาตรการกระตุ้น ส่งเสริมอุตสาหกรรมได้อย่างเหมาะสมต่อไป	•S&P		X				

ประเด็นยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ 4: เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ (Develop)						
กลยุทธ์	กลยุทธ์ 2: พัฒนาและส่งเสริมการใช้นวัตกรรมในการจัดงาน พัฒนาการองค์ความรู้และรูปแบบการจัดงาน						
ผลที่จะได้รับ	<ul style="list-style-type: none"> ฐานข้อมูลสถิติอุตสาหกรรมไมซ์ รายงานผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมของจัดงานไมซ์ ระบบจัดการฐานข้อมูลของอุตสาหกรรมไมซ์ 			<ul style="list-style-type: none"> เครือข่ายพันธมิตรด้านข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ ศูนย์ความรู้ของอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE Intelligence) การพัฒนาองค์ความรู้ด้านอุตสาหกรรมไมซ์ 			
รายละเอียดของแผนงาน							
โครงการ	รายละเอียด	ผู้รับผิดชอบ	2560	2561	2562	2563	2564
18การศึกษาการจัดทำ Ease of Doing MICE Business Index	เป็นการศึกษาตัวชี้วัดในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ เพื่อใช้วิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนและโอกาสในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย และใช้เป็นแนวทางการพัฒนาและแก้ไขปัญหา และวางบทบาทของ สสปน. และหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์	•S&P			X		
19การสำรวจสถิติการจัดประชุม การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และการจัดงานแสดงสินค้า/นิทรรศการในประเทศไทย ของนักเดินทางชาวไทย และชาวต่างประเทศที่มีถิ่นพำนักถาวรในไทย	โครงการสำรวจสถิติการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและการจัดงานแสดงสินค้า/นิทรรศการในประเทศไทยเพื่อดำเนินการสำรวจ/รวบรวมข้อมูลเชิงสถิติในเรื่องดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการใช้งานในปัจจุบันและการวางแผนทางการตลาดในอนาคต	•S&P	X	X	X	X	X
20การศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย (Economic Impact Study of Thai MICE Industry)	โดยประเมินทั้งทางด้านรายได้จากการจัดเก็บภาษีของภาครัฐที่จัดเก็บได้จากอุตสาหกรรมไมซ์ จำนวนการจ้างงานที่เกิดขึ้นจากอุตสาหกรรมไมซ์ และสัดส่วนของ GDP ของประเทศไทยที่เพิ่มขึ้นที่เกิดจากอุตสาหกรรมไมซ์	•S&P		X	X	X	X
21การศึกษาอุปสงค์ของภาครัฐและภาคเอกชนต่อการจัดงานไมซ์ในประเทศไทย (MICE Demand size and budget allocation pattern study)	เป็นการศึกษาว่าภาครัฐและภาคเอกชนมีความต้องการต่อกิจกรรมไมซ์อย่างไร ไม่ว่าจะเป็นการจัดสรรงบประมาณ ความถี่ในการเข้าร่วมงาน รูปแบบการจัดหาหรือการเข้าถึงงานไมซ์ ประเภทต่างๆ รวมถึงการนำไมซ์ไปใช้ประโยชน์ในธุรกิจ ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ให้บริการในอุตสาหกรรมไมซ์ได้เกิดความเข้าใจถึง Demand และพฤติกรรมลูกค้าในกลุ่มไมซ์ จึงได้นำมาจัดทำกลยุทธ์การส่งมอบบริการได้ตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายดังกล่าว	•S&P			X	X	X

ประเด็นยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ 4: เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ (Develop)							
กลยุทธ์	กลยุทธ์ 2: พัฒนาและส่งเสริมการใช้นวัตกรรมในการจัดงาน พัฒนาการองค์ความรู้และรูปแบบการจัดงาน							
ผลที่จะได้รับ	<ul style="list-style-type: none"> ฐานข้อมูลสถิติอุตสาหกรรมไมซ์ รายงานผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมของการจัดงานไมซ์ ระบบจัดการฐานข้อมูลของอุตสาหกรรมไมซ์ 		<ul style="list-style-type: none"> เครือข่ายพันธมิตรด้านข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ ศูนย์ความรู้ของอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE Intelligence) การพัฒนาองค์ความรู้ด้านอุตสาหกรรมไมซ์ 					
รายละเอียดของแผนงาน								
โครงการ	รายละเอียด	ผู้รับผิดชอบ	2560	2561	2562	2563	2564	
22การพัฒนากรอบประชากรของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์ (Development of MICE national population frame study)	เป็นการพัฒนาฐานข้อมูลที่รวบรวมผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการในกลุ่ม Venue ผู้ประกอบการในกลุ่ม PMO, PCO รวมทั้งจำนวนแรงงาน และจำนวนบุคลากรในอุตสาหกรรม เป็นต้น เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ได้อย่างทั่วถึงและครบทุกมิติ ในรูปแบบต่างๆ เช่น การสำรวจมูลค่าของอุตสาหกรรม การพัฒนา Venue เป็นต้น	•S&P				X	X	
23การพัฒนาแบบจำลองเพื่อประมาณการสถิติอุตสาหกรรมไมซ์ (Thailand MICE Industry Forecasting model study)	เป็นการพัฒนาแบบจำลองทางเศรษฐศาสตร์เพื่อใช้ในการพยากรณ์มูลค่าของอุตสาหกรรมไมซ์ เพื่อส่งเสริมการทำงานพัฒนาอุตสาหกรรมเชิงรุก	•S&P			X	X	X	
24การสำรวจสถิติการจัดประชุม การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติ	โครงการสำรวจสถิตินักเดินทางไมซ์ที่เดินทางเข้ามาประเทศไทยเพื่อเข้าร่วมการประชุม นานาชาติ การเดินทางเพื่อเป็นรางวัลนานาชาติและการแสดงสินค้านานาชาติ ในประเทศไทย	•S&P	X	X	X	X	X	
25การปรับปรุงระบบจัดเก็บข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์และการจัดทำบัญชีประชาชาติด้านอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE TSA)	เพื่อพัฒนาการจัดเก็บข้อมูลให้มีความครอบคลุม และมีความแม่นยำยิ่งขึ้น ซึ่งโครงการนี้เน้นการใช้กรอบแนวคิดที่เป็นสากลและการจัดเก็บข้อมูล ณ จุดผ่านแดนที่สำคัญ เช่น ท่าอากาศยาน ซึ่งเป็นจุดการจัดเก็บเดียวกันกับการทำตัวเลขของกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา อันจะส่งผลให้ข้อมูลสถิติของ สสปน. มีความแม่นยำและสอดคล้องกับสถิตินักเดินทางให้ภาพรวมของประเทศ	•S&P	X	X	X	X	X	

ประเด็นยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ 4: เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ (Develop)							
กลยุทธ์	กลยุทธ์ 2: พัฒนาและส่งเสริมการใช้นวัตกรรมในการจัดงาน พัฒนาการองค์ความรู้และรูปแบบการจัดงาน							
ผลที่จะได้รับ	<ul style="list-style-type: none"> ฐานข้อมูลสถิติอุตสาหกรรมไมซ์ รายงานผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมของงานจัดงานไมซ์ ระบบจัดการฐานข้อมูลของอุตสาหกรรมไมซ์ 		<ul style="list-style-type: none"> เครือข่ายพันธมิตรด้านข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ ศูนย์ความรู้ของอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE Intelligence) การพัฒนาองค์ความรู้ด้านอุตสาหกรรมไมซ์ 					
รายละเอียดของแผนงาน								
โครงการ	รายละเอียด	ผู้รับผิดชอบ	2560	2561	2562	2563	2564	
26 การศึกษาบทบาทและความสำคัญของหน่วยงานภาครัฐต่ออุตสาหกรรมไมซ์	สำรวจกิจกรรมไมซ์ของหน่วยงานระดับกรมขึ้นไป ในมิติต่างๆ งบประมาณ, จำนวนกิจกรรม, การใช้ประโยชน์จากกิจกรรม, ความถี่ในการจัดงาน, ความช่วยเหลือที่ต้องการเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์ เป็นต้น เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่จะนำไปจัดทำนโยบาย มาตรการกระตุ้น หรือมาตรการสนับสนุนส่งเสริมต่อไป	• S&P			X	X	X	
27 การศึกษาปัจจัยอำนวยความสะดวกในการประกอบธุรกิจไมซ์ของประเทศไทย (Ease of Doing MICE Business)	สสพ. มีพันธกิจหลักด้านการส่งเสริมและพัฒนา และอำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการและนักเดินทางกลุ่มไมซ์ เช่น พิธีการด้านศุลกากร และกฎระเบียบการขอใบอนุญาต การตรวจลงตราวีซ่า หรือการจัดตั้งองค์การระหว่างประเทศ เป็นต้น ซึ่งข้อกำหนด ระเบียบ และขั้นตอนต่างๆ ไม่เอื้ออำนวย จึงมีความจำเป็นที่ต้องช่วยผลักดัน ส่งเสริม เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ไทย	• S&P			X			
28 การศึกษาผลกระทบทางสังคม (Social Impact) ของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย	ศึกษาผลกระทบทางสังคมในระดับภาพรวมของประเทศอันเนื่องมาจากอุตสาหกรรมไมซ์ ประเมินผลกระทบทางสังคมของอุตสาหกรรมไมซ์ที่ได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับ ทำให้เห็นประโยชน์ของอุตสาหกรรมไมซ์	• S&P			X			

D31แผนงานการปรับปรุงกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องเพื่ออำนวยความสะดวกในการจัดกิจกรรมไมซ์

ประเด็นยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ 4: เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ (Develop)						
กลยุทธ์	กลยุทธ์ 3: ผลักดัน ยกระดับมาตรฐาน และปรับปรุงระเบียบที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ไทย						
ผลที่จะได้รับ	<ul style="list-style-type: none"> กฎระเบียบใหม่ที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจไมซ์ พระราชบัญญัติไมซ์ 			<ul style="list-style-type: none"> วีซ่าไมซ์ 			
รายละเอียดของแผนงาน							
โครงการ	รายละเอียด	ผู้รับผิดชอบ	2560	2561	2562	2563	2564
1 การจัด Green Lane เพื่ออำนวยความสะดวกเรื่องการนำเข้าสิ่งของ สำหรับงาน ThaiFex 2017	การบูรณาการความร่วมมือจากกรมศุลกากรและสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ในการอำนวยความสะดวกแก่ผู้จัดงานเกี่ยวกับการนำเข้าสิ่งของเข้ามาจัดแสดงในไทย โดยการเปิดช่องทางพิเศษเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ Exhibitor ให้เกิดความรวดเร็วและราบรื่นมากยิ่งขึ้น	• GCA	X				
2 การจัดทำคู่มือ (Manual) ขั้นตอนและกระบวนการจัดงานไมซ์ที่เกี่ยวข้องทั้งเรื่องคนและสิ่งของ	การบูรณาการความร่วมมือของหน่วยงานภาครัฐในการอำนวยความสะดวกทางธุรกิจแก่ภาคเอกชน (Ease of Doing Business) เพื่อจัดทำเป็นคู่มือเกี่ยวกับขั้นตอนและกระบวนการจัดงานไมซ์ที่เกี่ยวข้องทั้งเรื่องคนและของ เพื่อลดอุปสรรคในการจัดงานไมซ์ และอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการภาคเอกชนในอุตสาหกรรมไมซ์	• GCA	X	X	X	X	X
3 การจัดทำวีซ่าสำหรับนักเดินทางกลุ่มไมซ์ (MICE Visa)	ประสานงานและสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องในการขับเคลื่อนการจัดทำ MICE VISA	• GCA		X	X		
4 การจัดประชุมคณะทำงานร่วมภาคสนาม เพื่ออำนวยความสะดวกเรื่องการนำเข้าสิ่งของสำหรับงานไมซ์	เพื่อพิจารณาถึงปัญหาและอุปสรรคต่างๆ โดยยกเป็นประเด็นศึกษาจากงานประชุมและแสดงสินค้าจากผู้จัดงานภาคเอกชน และการจัดตั้งเป็นคณะทำงานร่วมภาคสนาม ประกอบด้วยผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ผู้จัดงาน และ สสปน. เพื่อร่วมหารือถึงประเด็นอุปสรรคและร่วมหาแนวทางแก้ไขอุปสรรคและอำนวยความสะดวกในการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) ของประเทศไทยให้มีความคล่องตัว และเพื่อสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันของประเทศไทย	• GCA	X	X	X	X	X
5 การจัดกิจกรรม MICE Clinic สำหรับการอำนวยความสะดวกทั้งเรื่องคนและสิ่งของ	การถ่ายทอดองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้อง กับกฎระเบียบ นโยบายของภาครัฐ ที่เป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมไมซ์ เช่น พิธีการศุลกากร สิทธิประโยชน์ทางศุลกากร ประกาศของกรมการจัดหางาน การอำนวยความสะดวกการตรวจลงตรา (Visa Facilitation) เป็นต้น เพื่อให้ผู้ประกอบการภาคเอกชนเกิดความรู้ ความเข้าใจในข้อกำหนดและเงื่อนไขต่างๆ สำหรับการดำเนินการในอุตสาหกรรมไมซ์ และสร้างความมั่นใจให้กับนักเดินทางกลุ่มไมซ์ในการเดินทางเข้ามาในประเทศไทยมากยิ่งขึ้น	• GCA	X	X	X	X	X

D41แผนงานการเสริมสร้างและพัฒนาความสัมพันธ์กับเครือข่ายและหน่วยงานพันธมิตรในอุตสาหกรรมไมซ์

ประเด็นยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ 4: เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ (Develop)						
กลยุทธ์	กลยุทธ์ 4: สร้างความร่วมมือกับเครือข่ายพันธมิตรผ่านแพลตฟอร์มไมซ์						
ผลที่จะได้รับ	<ul style="list-style-type: none"> • ความร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ ในการจัดงานไมซ์ • เครือข่ายพันธมิตรในการจัดงานไมซ์มีความเข้มแข็งมากขึ้น • หน่วยงานภายนอกรู้จัก สสพ. มากขึ้น • เพิ่มโอกาสในการดึงงานจากต่างชาติมาจัดในประเทศไทย 						
รายละเอียดของแผนงาน							
โครงการ	รายละเอียด	ผู้รับผิดชอบ	2560	2561	2562	2563	2564
1 การสร้างความร่วมมือกับเครือข่ายพันธมิตรในอุตสาหกรรม การแสดงสินค้านานาชาติ	ซึ่งมุ่งผลสัมฤทธิ์ในการเสริมสร้างความแข็งแกร่งและพัฒนาความร่วมมือกับเครือข่ายพันธมิตรในอุตสาหกรรม การแสดงสินค้า ตลอดจนเพื่อประชาสัมพันธ์อุตสาหกรรม การแสดงสินค้าของไทยให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อให้อุตสาหกรรม การแสดงสินค้าของไทยเป็นอันดับหนึ่งในอาเซียน	• E	X	X	X	X	X
2 การสนับสนุนกิจกรรมการตลาดสมาคม การแสดงสินค้าไทย (TEA)	โครงการเพื่อสนับสนุนสมาคม การแสดงสินค้าไทย (TEA) ในการส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ อุตสาหกรรม การแสดงสินค้าในต่างประเทศ เพื่อดึงดูดธุรกิจ ผู้ซื้อ-ผู้ขายที่มีคุณภาพจากต่างประเทศให้เข้ามาในไทย	• E	X	X	X	X	X
3 การสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ เพื่อกระชับความสัมพันธ์ระหว่าง สสพ. และหน่วยงานพันธมิตรอย่างต่อเนื่อง	เพื่อสร้างสัมพันธ์ภาพอันดีระหว่างหน่วยงานพันธมิตรทั้งในส่วนภาครัฐและภาคเอกชน องค์การ สมาคม สสพ. ได้จัดโครงการพิเศษเพื่อสนับสนุนกิจกรรมหน่วยงานพันธมิตรขึ้น เพื่อก่อให้เกิดการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานพันธมิตร	• President Off.	X	X	X	X	X
4 การสร้างความร่วมมือหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ ภาครัฐและเอกชน เพื่อส่งเสริม อุตสาหกรรมไมซ์	เชิญผู้แทนของพันธมิตรภาครัฐและเอกชนเข้าร่วมประชุมกับหน่วยงานพันธมิตรในต่างประเทศ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักธุรกิจกลุ่มไมซ์ และศึกษาเกี่ยวกับขั้นตอน MICE Logistics และเข้าร่วมประชุมกับเครือข่ายหน่วยงานภาครัฐในกรอบอาเซียนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์	• GCA	X	X	X	X	X

E11 แผนงานพัฒนาขีดความสามารถของบุคลากรของ สสปน.

ประเด็นยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ 5: พัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานภายในขององค์กร (Internal Development)						
กลยุทธ์	กลยุทธ์ 1: ยกระดับศักยภาพบุคลากรของ สสปน. ให้มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร						
ผลที่จะได้รับ	<ul style="list-style-type: none"> บุคลากรมีทักษะและความสามารถเพิ่มขึ้น แผนงานและหลักสูตรในการพัฒนาบุคลากร 						
รายละเอียดของแผนงาน							
โครงการ	รายละเอียด	ผู้รับผิดชอบ	2560	2561	2562	2563	2564
1 การพัฒนาและสนับสนุนการปฏิบัติงานด้านกฎหมายและธรรมาภิบาล	เพิ่มประสิทธิภาพและบูรณาการฐานข้อมูล ของส่วนงานกฎหมายและธรรมาภิบาล จ้างบริษัท/เจ้าหน้าที่จ้างเหมาบริการ	• President Off.	X	X	X	X	X
2 การจัดประชุมคณะกรรมการ และอนุกรรมการ	ฝ่ายสำนักงานผู้อำนวยการ สสปน. มีภารกิจหลักในการบริหารจัดการงานประชุม จัดทำหนังสือเชิญ วาระการประชุม บันทึกรายงานการประชุม และการเบิกจ่ายเบี้ยประชุม เพื่อให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อยและบรรลุผลสำเร็จตามเป้าประสงค์ที่ตั้งไว้	• President Off.	X	X	X	X	X
3 การสนับสนุนการกำกับดูแลกิจการองค์กรมหาชนของคณะกรรมการ คณะอนุกรรมการ และผู้บริหาร สสปน.	ประชุมมอบนโยบายประจำปี (Get together) จัดประชุมคณะกรรมการ (สัญจร)	• President Off.	X	X	X	X	X
4 การพัฒนาประสิทธิภาพด้านยุทธศาสตร์ กลยุทธ์องค์กร	การพัฒนาและวางแผนแม่บทอุตสาหกรรมไมซ์ จัดทำยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ของ สสปน. ทั้งระยะสั้นและระยะยาว การจัดทำตัวชี้วัดขององค์กร ติดตามประเมินและรายงานผลต่อสำนักงาน กพร. ขับเคลื่อนแผนแม่บทฯ ให้ไปสู่การปฏิบัติในระดับต่างๆอย่างเป็นรูปธรรม การสร้างองค์ความรู้ ความเข้าใจของผู้ที่เกี่ยวข้อง การศึกษาทบทวนเพื่อปรับปรุงแนวทางการดำเนินงานของ สสปน. ให้มีความทันสมัยและสอดคล้องกับบริบทสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง	• S&P	X	X	X		X

ประเด็นยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ 5: พัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานภายในขององค์กร (Internal Development)							
กลยุทธ์	กลยุทธ์ 1: ยกระดับศักยภาพบุคลากรของ สสปน. ให้มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร							
ผลที่จะได้รับ	<ul style="list-style-type: none"> บุคลากรมีทักษะและความสามารถเพิ่มขึ้น แผนงานและหลักสูตรในการพัฒนาบุคลากร 							
รายละเอียดของแผนงาน								
โครงการ	รายละเอียด	ผู้รับผิดชอบ	2560	2561	2562	2563	2564	
5 การจัดทำแผนแม่บทในการพัฒนาระบบงานทรัพยากรบุคคล	จัดทำแผนการฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพบุคลากร จัดการอบรมหรือส่งบุคลากรเข้าอบรมตามที่กำหนด	• Admin		X			X	
6 การจัดการข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติเพื่อใช้ในการวางแผนงานด้านทรัพยากรบุคคล (Skill Gap, Successor Planning, etc.)	การจัดการข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติเพื่อใช้สำหรับการประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้บริหาร สสปน. เป็นโครงการที่นำผลการประเมินการปฏิบัติงานของ ผอ. สสปน. จากกลุ่มผู้ประเมินต่างๆ ตามระเบียบ กฎเกณฑ์ วิธีปฏิบัติ มาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติเพื่อนำผลที่ได้มาจัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์ได้อย่างครบถ้วนและถูกต้อง	• Admin		X	X	X	X	
7 การเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพบุคลากรเพื่อเตรียมความพร้อมในการทำงาน (ฝึกอบรม)	การเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพบุคลากร (ฝึกอบรม) เป็นโครงการด้านการฝึกอบรมให้กับพนักงาน สสปน. โดยแบ่งเป็นการจัดอบรมภายในและการส่งพนักงานเข้าร่วมอบรมกับหน่วยงานภายนอก เพื่อเพิ่มพูนทักษะ ความรู้ ทักษะและพฤติกรรมที่พึงประสงค์ เป็นไปตาม Competency ของพนักงานในตำแหน่งต่างๆ สามารถนำความรู้ที่ได้รับมาต่อยอดและพัฒนาตนเองและงานในหน้าที่ให้มีประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้	• Admin	X	X	X	X	X	

E21 แผนงานพัฒนาขีดความสามารถของบุคลากรของ สสปน

ประเด็นยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ 5: พัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานภายในขององค์กร (Internal Development)						
กลยุทธ์	กลยุทธ์ 2: ปรับปรุง พัฒนา และใช้นวัตกรรมในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของ สสปน. ภายใต้หลักธรรมาภิบาล						
ผลที่จะได้รับ	<ul style="list-style-type: none"> การวิเคราะห์ความเสี่ยงของอุตสาหกรรมไมซ์และองค์กร ประสิทธิภาพการจัดทำแผนงานและงบประมาณเพิ่มขึ้น 		<ul style="list-style-type: none"> ประสิทธิภาพด้านยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และแผนงานเพิ่มขึ้น ประสิทธิภาพของงานด้านกฎหมายและธรรมาภิบาลเพิ่มขึ้น 				
รายละเอียดของแผนงาน							
โครงการ	รายละเอียด	ผู้รับผิดชอบ	2560	2561	2562	2563	2564
1 การบริหารจัดการการสื่อสารภายในองค์กร	การจัดทำกลยุทธ์การสื่อสารภายในองค์กร โดยการสำรวจวิจัยการสื่อสาร เพื่อเป็นเครื่องมือในการวางแผน กำหนดกลยุทธ์ รูปแบบการสื่อสารภายในองค์กรได้อย่างเหมาะสม	• Corp Com			X	X	X
2 การเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กร	จ้างเจ้าหน้าที่จ้างเหมาบริการ จำนวน 1 คน และการจัดทำสื่อเพื่อการสื่อสารภายในองค์กร	• Corp Com		X	X	X	X
3 การสร้างความผูกพันของพนักงาน Employee Engagement	การสร้างความผูกพันของพนักงานเป็นโครงการสนับสนุนการสร้าง Engagement ให้เกิดขึ้นกับพนักงาน เริ่มตั้งแต่สำรวจความพึงพอใจในมิติต่างๆ ความสัมพันธ์ ความผูกพันที่มีต่องานและองค์กรของพนักงาน ทำให้ผู้บริหารรู้ว่าพนักงานคิดและรู้สึกกับเรื่องต่างๆ อย่างไรกับองค์กรบ้าง จะต้องพัฒนาหรือปรับปรุงเรื่องอะไร เพื่อให้พนักงานมีรักความผูกพันต่อองค์กร มีผลผลิตของงานที่ดีขึ้น ทำงานอย่างมีความสุข และสร้างความรู้สึผูกพันของพนักงานต่อองค์กรให้สูงขึ้น	• ADM			X	X	X
4 การดำเนินการแปลสัญญาและงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง	การดำเนินการแปลสัญญา เอกสารการขอเงินสนับสนุน TOR ตามที่ สสปน. ร้องขอพร้อมให้ความเห็นทางกฎหมาย	• President Off.	X	X	X	X	X
5 การบูรณาการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการกำกับดูแล ติดตาม และบริหารผลการปฏิบัติงาน	สนับสนุนกิจกรรมทางการตลาดและการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรของคณะกรรมการและผู้บริหารระดับรองผู้อำนวยการ สสปน.ขึ้นไป เพื่อสร้างความร่วมมือในการทำงานร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนแบบบูรณาการ ตลอดจนสนับสนุนการเดินทางไปปฏิบัติราชการทั้งภายในประเทศและต่างประเทศของเจ้าหน้าที่ฝ่ายสำนักงานผู้อำนวยการ สสปน.	• President Off.	X	X	X	X	X

ประเด็นยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ 5: พัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานภายในขององค์กร (Internal Development)						
กลยุทธ์	กลยุทธ์ 2: ปรับปรุง พัฒนา และใช้นวัตกรรมในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของ สสปน. ภายใต้หลักการธรรมาภิบาล						
ผลที่จะได้รับ	<ul style="list-style-type: none"> การวิเคราะห์ความเสี่ยงของอุตสาหกรรมไมซ์และองค์กร ประสิทธิภาพการจัดทำแผนงานและงบประมาณเพิ่มขึ้น 		<ul style="list-style-type: none"> ประสิทธิภาพด้านยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และแผนงานเพิ่มขึ้น ประสิทธิภาพของงานด้านกฎหมายและธรรมาภิบาลเพิ่มขึ้น 				
รายละเอียดของแผนงาน							
โครงการ	รายละเอียด	ผู้รับผิดชอบ	2560	2561	2562	2563	2564
6 การยกระดับการบริหารความเสี่ยงองค์กร	การสร้างความรู้ความเข้าใจและการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนในองค์กร ตั้งแต่ระดับผู้บริหาร จนถึงพนักงานระดับปฏิบัติการเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้แผนงานสามารถบรรลุผลได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดการบูรณาการแผนงานต่างๆภายในให้มีความสอดคล้องกันอย่างเป็นระบบและวัดผลได้อย่างเป็นรูปธรรม	<ul style="list-style-type: none"> S&P 	X	X	X		
7 การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดทำแผนงานและงบประมาณ	จัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อจัดทำกรอบแผนงานและงบประมาณ จัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อจัดทำแผนงานและงบประมาณประจำปี เสริมสร้างประสิทธิภาพการปฏิบัติงานในจัดทำแผนงานงบประมาณ และการติดตามผลการปฏิบัติงาน พัฒนาระบบติดตามประเมินผล	<ul style="list-style-type: none"> S&P 	X	X	X		
8 การสำรวจความพึงพอใจต่อการให้บริการของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)	โครงการสำรวจความพึงพอใจต่อการให้บริการของ สสปน. ในทุกด้าน เพื่อนำผลการการประเมินนี้ไปปรับปรุงแผนงานการให้บริการ และการพัฒนาบุคลากรของ สสปน. ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์แก่อุตสาหกรรมไมซ์ต่อไป	<ul style="list-style-type: none"> S&P 	X	X	X		
9 การพัฒนาระบบการจัดซื้อจัดจ้างกลางของสำนักงานรองรับ พรบ.จัดซื้อจัดจ้าง	จ้างเจ้าหน้าที่จ้างเหมาบริการ จำนวน 6 คน	<ul style="list-style-type: none"> Admin 		X	X	X	

E23แผนงานการบริหารจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศภายในองค์กร เตรียมความพร้อมสู่การเป็นองค์กร 4.0

ประเด็นยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ 5: พัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานภายในขององค์กร (Internal Development)						
กลยุทธ์	กลยุทธ์ 2: ปรับปรุง พัฒนา และใช้นวัตกรรมในการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของ สสปน. ภายใต้หลักธรรมาภิบาล						
ผลที่จะได้รับ	<ul style="list-style-type: none"> แผนการพัฒนาระบบสารสนเทศ ระบบเทคโนโลยีภายในมีความเชื่อมโยง Intranet System มีประสิทธิภาพขึ้น ระบบสารสนเทศด้านบัญชีและการเงิน แอปพลิเคชันขององค์กรมีประสิทธิภาพมากขึ้น 						
รายละเอียดของแผนงาน							
โครงการ	รายละเอียด	ผู้รับผิดชอบ	2560	2561	2562	2563	2564
1 การพัฒนาระบบการตรวจสอบการเบิกจ่าย	พัฒนาแนวการตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของค่าใช้จ่าย ตามระเบียบที่เกี่ยวข้อง และปรับปรุงแบบฟอร์มรายละเอียดเอกสารการเบิกจ่ายตามระเบียบที่เกี่ยวข้อง	• AF	X				
2 การปรับปรุงระเบียบการเงินการบัญชีที่เกี่ยวข้อง เพื่อรองรับการรับจ่ายเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ตามนโยบายรัฐบาล	เพื่อพัฒนาระบบการทำงานของฝ่ายบัญชีและการเงินให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น รวมถึงการแก้ไขปรับปรุงกฎระเบียบต่างๆ เพื่อความเหมาะสมกับการดำเนินงานของสำนักงาน อีกทั้งการปรับปรุงระบบการปฏิบัติงานให้มีความถูกต้องและสอดคล้องกับระเบียบและกฎเกณฑ์ต่างๆ ที่มีการเปลี่ยนแปลง	• AF		X			
3 การพัฒนากระบวนการทำงาน เพื่อรองรับการรับ การจ่ายเงิน/ภาษี ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ตามนโยบายรัฐบาล	พัฒนากระบวนการ ได้แก่ การพัฒนาระบบ E-tax/E-withholding tax/E-tax receipt/E-tax invoice และการพัฒนาระบบการรับเงินผ่านทาง Website	• AF			X	X	X
4 การเพิ่มประสิทธิภาพและบูรณาการฐานข้อมูล ของส่วนงานกฎหมายและธรรมาภิบาล	การดำเนินการเผยแพร่ ปลูกฝัง ส่งเสริม และรณรงค์กฎหมายและธรรมาภิบาลให้เจ้าหน้าที่ พนักงาน ลูกจ้าง ของสำนักงาน	• President Off.	X	X	X	X	X