

รายงานการกำกับติดตามการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 รอบ 6 เดือน

สิ้นสุด ณ 31 มีนาคม 2563

(เสนอคณะกรรมการ สสพ. ในการประชุมครั้งที่ ๓/๒๕๖๓ เมื่อวันที่อังคารที่ ๒๘ เมษายน ๒๕๖๓)

ผลการดำเนินงาน โครงการ/กิจกรรมสำคัญภายใต้เป้าหมายหลักและยุทธศาสตร์ของแผนปฏิบัติการฯ สรุปดังนี้

1 ผลงานตามเป้าหมายหลัก

1) นักเดินทางธุรกิจกลุ่มไมซ์จากต่างประเทศและรายได้จากการใช้จ่าย

ตารางที่ 1 :

จำนวนและรายได้นักท่องเที่ยวไมซ์นานาชาติไตรมาสที่ 2 ปีงบประมาณ 2563 (มกราคม - มีนาคม 2563)

	จำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์ต่างประเทศ (คน)			รายได้นักท่องเที่ยวไมซ์ต่างประเทศ (ล้านบาท)		
	Q2 ปี 2562	Q2 ปี 2563	Growth	Q2 ปี 2562	Q2 ปี 2563	Growth
M	112,968	44,286	-60.80%	10,513	2,662	-74.68%
I	106,617	23,747	-77.73%	5,939	842	-85.83%
C	84,516	54,911	-35.03%	6,435	3,552	-44.80%
E	49,155	52,977	7.78%	3,816	3,866	1.32%
Total	353,256	175,921	-50.20%	26,703	10,922	-59.10%

ที่มา : รายงานสถิติอุตสาหกรรมไมซ์ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

ตารางที่ 2 :

จำนวนและรายได้นักท่องเที่ยวไมซ์นานาชาติครึ่งปีแรกของปีงบประมาณ 2563 (ตุลาคม 2562 - มีนาคม 2563)

	จำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์ต่างประเทศ (คน)			รายได้นักท่องเที่ยวไมซ์ต่างประเทศ (ล้านบาท)		
	เป้าหมาย ปี 2563	ผลงาน ปี 2563	%เติบโต	เป้าหมาย ปี 2563	ผลงาน ปี 2563	%เติบโต
M	163,556	149,638	-8.51%	15,289	9,414	-38.43%
I	185,089	122,102	-34.03%	10,438	5,624	-46.12%
C	153,734	116,268	-24.37%	11,977	8,317	-30.56%
E	92,284	88,711	-3.87%	7,030	6,450	-8.26%
Total	594,663	476,719	-19.83%	44,734	29,804	-33.38%

ที่มา : รายงานสถิติอุตสาหกรรมไมซ์ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

รายงานการกำกับติดตามการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 รอบ 6 เดือน

สิ้นสุด ณ 31 มีนาคม 2563

ตารางที่ 3 :

จำนวนและรายได้นักท่องเที่ยวไมซ์นานาชาติครึ่งปีแรกของปีงบประมาณ 2563

(ตุลาคม 2562 - มีนาคม 2563) เทียบกับเป้าหมาย

ไตรมาส	จำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์ต่างประเทศ (คน)			รายได้นักท่องเที่ยวไมซ์ต่างประเทศ (ล้านบาท)		
	เป้าหมาย ปี 2563	ผลงาน ปี 2563	%เติบโต	เป้าหมาย ปี 2563	ผลงาน ปี 2563	%เติบโต
Q1	250,000	300,798	20.32%	20,000	18,882	-5.59%
Q2	388,000	175,921	-54.66%	29,600	10,922	-63.10%
Q3	374,000	0	-100.00%	28,000	0	-100.00%
Q4	374,000	0	-100.00%	28,000	0	-100.00%
Total	1,386,000	476,719	-65.60%	105,600	29,804	-71.78%

ที่มา : รายงานสถิติอุตสาหกรรมไมซ์ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

2) นักเดินทางธุรกิจกลุ่มไมซ์ในประเทศและรายได้จากการใช้จ่าย

ตารางที่ 4 :

จำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์และรายได้ภายในประเทศไตรมาสที่ 2 ของปีงบประมาณ 2563

(มกราคม - มีนาคม 2563)

	จำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์ภายในประเทศ (คน)			รายได้นักท่องเที่ยวไมซ์ภายในประเทศ (ล้านบาท)		
	Q2 ปี 2562	Q2 ปี 2563	Growth	Q2 ปี 2562	Q2 ปี 2563	Growth
M	400,636	201,560	-49.69%	789	669	-15.18%
I	65,375	39,928	-38.92%	395	226	-42.75%
C	1,408,477	784,563	-44.30%	2,798	2,236	-20.10%
E	5,878,376	2,737,898	-53.42%	24,087	7,085	-70.58%
Total	7,752,864	3,763,949	-51.45%	28,069	10,216	-63.60%

ที่มา : รายงานสถิติอุตสาหกรรมไมซ์ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

รายงานการกำกับติดตามการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 รอบ 6 เดือน
สิ้นสุด ณ 31 มีนาคม 2563

ตารางที่ 5 :

จำนวนและรายได้นักท่องเที่ยวไมซ์ภายในประเทศครึ่งปีแรกของปีงบประมาณ 2563

(ตุลาคม 2562 - มีนาคม 2563) แบ่งตามตลาด

	จำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์ภายในประเทศ (คน)			รายได้นักท่องเที่ยวไมซ์ภายในประเทศ (ล้านบาท)		
	เป้าหมาย ปี 2563	ผลงาน ปี 2563	%เติบโต	เป้าหมาย ปี 2563	ผลงาน ปี 2563	%เติบโต
M	833,815	576,899	-30.81%	1,757	1,480	-15.75%
I	115,140	100,481	-12.73%	683	527	-22.82%
C	1,867,740	1,237,731	-33.73%	3,550	2,984	-15.95%
E	11,348,286	7,387,663	-34.90%	46,573	26,080	-44.00%
Total	14,164,981	9,302,774	-34.33%	52,563	31,071	-40.89%

ที่มา : รายงานสถิติอุตสาหกรรมไมซ์ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

ตารางที่ 6 :

จำนวนและรายได้นักท่องเที่ยวไมซ์ภายในประเทศครึ่งปีแรกของปีงบประมาณ 2563

(ตุลาคม 2562 - มีนาคม 2563) เทียบกับเป้าหมาย

ไตรมาส	จำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์ภายในประเทศ (คน)			รายได้นักท่องเที่ยวไมซ์ภายในประเทศ (ล้านบาท)		
	เป้าหมาย ปี 2563	ผลงาน ปี 2563	%เติบโต	เป้าหมาย ปี 2563	ผลงาน ปี 2563	%เติบโต
Q1	9,826,000	5,538,825	-43.63%	34,000	20,855	-38.66%
Q2	7,279,000	3,763,949	-48.29%	25,400	10,216	-59.78%
Q3	9,826,000	0	-100.00%	34,000	0	-100.00%
Q4	9,464,000	0	-100.00%	33,700	0	-100.00%
Total	36,395,000	9,302,774	-74.44%	127,100	31,071	-75.55%

ที่มา : รายงานสถิติอุตสาหกรรมไมซ์ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

รายงานการกำกับติดตามการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 รอบ 6 เดือน

สิ้นสุด ณ 31 มีนาคม 2563

1. ผลงานตามเป้าหมายหลัก

1) นักเดินทางธุรกิจกลุ่มไมซ์จากต่างประเทศในช่วงเดือนตุลาคม 2562 - มีนาคม 2563 มีจำนวนทั้งสิ้น 476,719 คน ต่ำกว่าเป้าหมายร้อยละ 65.60 และรายได้จากการใช้จ่าย คือ 29,804 ล้านบาท ต่ำกว่าเป้าหมายมากถึงร้อยละ 71.78

ในไตรมาสที่ 1 คือ ช่วงเดือนตุลาคม - ธันวาคม 2562 นักเดินทางธุรกิจกลุ่มไมซ์จากต่างประเทศมีจำนวน 300,798 คน สูงกว่าเป้าหมายร้อยละ 20.32 และรายได้จากการใช้จ่ายคือ 18,882 ล้านบาท ต่ำกว่าเป้าหมายร้อยละ 5.59 ทั้งนี้ เมื่อเทียบช่วงเวลาเดียวกันในปีที่ผ่านมาจำนวนนักเดินทางไมซ์ต่างประเทศสูงกว่าเดิม เป็นผลจากตลาด MI ที่มีกลุ่ม mega จากจีนและอินเดียเข้ามา ซึ่งในช่วงเวลาดังกล่าวยังไม่เกิดวิกฤติโรคระบาดไวรัสโคโรนา 2019 หรือ COVID-19

สำหรับในช่วงเดือนมกราคม - มีนาคม 2563 มีนักเดินทางธุรกิจกลุ่มไมซ์จากต่างประเทศ จำนวน 175,921 คน ต่ำกว่าเป้าหมายร้อยละ 54.66 ในจำนวนนี้ แบ่งออกเป็นกลุ่มการประชุมของกลุ่มองค์กรภาครัฐ หรือองค์กรไม่ใช่บริษัทเอกชน (Convention: C) 54,911 คน รองลงมาให้แก่กลุ่มการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติ (Exhibition: E) 52,977 คน นักเดินทางไมซ์กลุ่มการประชุมของบริษัทเอกชน (Meeting: M) จำนวน 44,286 คน กลุ่มการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล (Incentive: I) 23,747 คน ตามลำดับ

สำหรับในไตรมาสที่ 2 ปี 2563 จำนวนนักเดินทางไมซ์จากต่างประเทศเมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันในปีที่ผ่านมา ปรับตัวลดลงอย่างเห็นได้ชัด ถึงร้อยละ -50.20 ส่งผลให้รายได้จากนักเดินทางไมซ์ต่างประเทศอยู่ที่ 10,922 ล้านบาท โดยหดตัวร้อยละ -59.10 สาเหตุหลักเกิดจากวิกฤติ COVID-19 ที่แพร่กระจายไปอย่างรวดเร็ว ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจทั่วโลก และอุตสาหกรรมไมซ์ที่ได้รับผลกระทบเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานและการเดินทางเป็นหลัก (รายละเอียดตามเอกสารแนบตารางที่ 1)

2) นักเดินทางธุรกิจกลุ่มไมซ์ในประเทศในช่วงเดือนตุลาคม 2562 - มีนาคม 2563 มีจำนวนทั้งสิ้น 9,302,774 คน ต่ำกว่าเป้าหมายร้อยละ -34.33 และรายได้จากการใช้จ่ายคือ 31,071 ล้านบาท ต่ำกว่าเป้าหมายร้อยละ -40.89

ในไตรมาสที่ 1 คือ ช่วงเดือนตุลาคม - ธันวาคม 2562 นักเดินทางธุรกิจกลุ่มไมซ์ในประเทศมีจำนวน 5,538,825 คน ต่ำกว่าเป้าหมายร้อยละ -43.64 และรายได้จากการใช้จ่ายคือ 20.855 ล้านบาท ต่ำกว่าเป้าหมายร้อยละ -38.66 ทั้งนี้ เมื่อเทียบช่วงเวลาเดียวกันในปีที่ผ่านมาจำนวนนักเดินทางไมซ์ในประเทศหดตัวลดลง เป็นผลจากสงครามการค้าระหว่างจีน-สหรัฐอเมริกา ซึ่งส่งผลกระทบต่อ การขยายตัวของเศรษฐกิจภายในของประเทศ

รายงานการกำกับติดตามการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 รอบ 6 เดือน

สิ้นสุด ณ 31 มีนาคม 2563

ในช่วงเดือนเดือนมกราคม - มีนาคม 2563 มี นักเดินทางธุรกิจกลุ่มไมซ์ในประเทศ จำนวน 3,763,949 คน ในจำนวนนี้ ได้แก่ กลุ่มการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติ (Exhibition: E) 2,737,898 คน มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 72.74 ของนักเดินทางธุรกิจกลุ่มไมซ์ในประเทศ รองลงมาได้แก่ กลุ่มการประชุมของกลุ่มองค์กรภาครัฐหรือองค์กร ไม่ใช่บริษัทเอกชน (Convention: C) 784,563 คน การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล (Incentive: I) 201,560 คน และการประชุมของบริษัทเอกชน (Meeting: M) 39,928 คน ตามลำดับ

สำหรับในไตรมาสที่ 2 ปี 2563 จำนวนนักเดินทางไมซ์ภายในประเทศ คือ 3,763,949 คน เมื่อเทียบกับ ช่วงเวลาเดียวกันในปีที่ผ่านมา ลดลงร้อยละ -51.45 ส่งผลให้รายได้จากนักเดินทางไมซ์ภายในประเทศอยู่ที่ 10,216 ล้านบาท หดตัวร้อยละ -63.60 สาเหตุหลักมาจากมาตรการต่างๆ ของทางรัฐบาลในช่วงวิกฤติ COVID-19 ที่ขอความร่วมมือจากทั้งภาครัฐและเอกชน ในการงดจัดงานหรือกิจกรรมที่มีการรวมกลุ่มกันเป็นจำนวนมาก เพื่อ ลดการแพร่กระจายของไวรัสโคโรนา 2019 หรือ COVID-19 จึงส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมไมซ์ที่ เน้นเรื่องการจัดงานเป็นอย่างมาก (รายละเอียดตามเอกสารแนบตารางที่ 4 : จำนวนและรายได้นักเดินทางไมซ์ใน ประเทศ ไตรมาสที่ 2 ปีงบประมาณ 2563)

2. ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการและแผนการใช้จ่ายงบประมาณประจำไตรมาส 1 และ 2 ปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 ตามแผนปฏิบัติการราชการระยะ 3 ปี พ.ศ. 2563-2565 ของ สสพ. มีดังนี้

ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการและแผนการใช้จ่ายงบประมาณประจำไตรมาสไตรมาส 1 และ 2 ปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 รายละเอียดของการดำเนินงานและผลงานตามเอกสารแนบ

สำหรับในไตรมาส 2 ปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 วิกฤตการณ์ COVID-19 ส่งผลกระทบต่อกิจกรรมไมซ์ ที่ สสพ. ให้การสนับสนุนในปีงบประมาณ 2563 พบว่า มีจำนวนงานที่ยกเลิกทั้งสิ้น 11 งาน เป็นงานของ อุตสาหกรรม Meeting & Incentive จำนวน 8 งาน และงาน Convention จำนวน 3 งาน โดยคาดการณ์ว่า รายได้ที่เข้าประเทศจากนักเดินทางไมซ์นานาชาติที่สูญหายจากการยกเลิกงานทั้ง 11 งานนี้ คิดเป็นมูลค่าประมาณ 365.56 ล้านบาท (รายละเอียดตามเอกสารแนบ ตารางที่ 7 : จำนวนงานไมซ์ที่ยกเลิก จากผลกระทบจาก COVID-19 ต่อกิจกรรมไมซ์ที่ สสพ. ให้การสนับสนุน)

สำหรับกิจกรรมไมซ์ที่ สสพ. ให้การสนับสนุนและมีกำหนดการเลื่อนจัดงานทั้งสิ้น 84 งาน โดยประมาณ การว่า จะมีนักเดินทางไมซ์นานาชาติเข้าร่วมงานเป็นจำนวนทั้งสิ้น 94,628 คน ที่จะสร้างรายได้เข้าประเทศกว่า 7,001 ล้านบาท งานไมซ์ที่เลื่อนจัดออกไปส่วนใหญ่เป็นงานของอุตสาหกรรมเป้าหมาย เช่น การบินและโลจิสติกส์ การแพทย์ ดิจิทัล สำหรับงานกลุ่มตลาด Convention และ อุตสาหกรรมอาหาร การเกษตร เครื่องจักร โลจิสติกส์

รายงานการกำกับติดตามการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 รอบ 6 เดือน

สิ้นสุด ณ 31 มีนาคม 2563

การก่อสร้าง สำหรับงานกลุ่มตลาด Exhibition เป็นต้น (รายละเอียดตามเอกสารแนบ ตารางที่ 8 : จำนวนงานไมซ์ที่เลื่อน จากผลกระทบจาก COVID-19 ต่อกิจกรรมไมซ์ที่ สสปน. ให้การสนับสนุน)

ในส่วนของงานเมกะอีเวนต์และเทศกาลนานาชาติ ที่ สสปน.ให้การสนับสนุนจำนวน 9 งาน มี 1 งานคือ Asian Half Marathon x Global Running Summit ที่มีแนวโน้มว่าจะเลื่อนจัดในปีงบประมาณ 2564 ส่วนที่เหลืออีก 8 งาน ยังคงยืนยันจัดตามแผนเดิม (รายละเอียดตามเอกสารแนบ ตารางที่ 9 :จำนวนงานเมกะอีเวนต์และเทศกาลนานาชาติที่ สสปน. ให้การสนับสนุนและได้รับผลกระทบจาก COVID-19)

หมายเหตุ : อ้างอิงข้อมูลจากศูนย์ข้อมูล TCEB COVID-19 Center

ตารางที่ 7 :

จำนวนงานไมซ์ที่ยกเลิก จากผลกระทบจาก COVID-19 ต่อกิจกรรมไมซ์ที่ สสปน. ให้การสนับสนุน

งานยกเลิก	As of 1 April 2020		
	จำนวนงาน	ผู้เข้าร่วมงานต่างชาติ (คน)	รายได้(ล้านบาท)*
Meeting & Incentive	9	2,910	215.34
Convention	4	2,380	176.12
รวม	13	5,290	391.46

หมายเหตุ : *คำนวณรายได้โดยใช้ spending ต่อคนต่อทริปที่ 74,000 บาท

ตารางที่ 8 :

จำนวนงานไมซ์ที่เลื่อน จากผลกระทบจาก COVID-19 ต่อกิจกรรมไมซ์ที่ สสปน. ให้การสนับสนุน

งานเลื่อน	As of 1 April 2020		
	จำนวนงาน	ผู้เข้าร่วมงานต่างชาติ (คน)	รายได้(ล้านบาท)*
Meeting & Incentive	33	42,667	3,157
Convention	31	21,400	1,583
Exhibition	24	44,739	3,310
รวม	88	108,806	8,050

หมายเหตุ : *คำนวณรายได้โดยใช้ spending ต่อคนต่อทริปที่ 74,000 บาท 24 44,739 3,310

รายงานการกำกับติดตามการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 รอบ 6 เดือน

สิ้นสุด ณ 31 มีนาคม 2563

ตารางที่ 9 :

จำนวนงานเมกะอีเวนต์และเทศกาลนานาชาติ ที่ สสปน.ให้การสนับสนุน และได้รับผลกระทบจาก COVID-19

ชื่องาน	กำหนดการจัดตาม แผน	ประมาณการผู้เข้าร่วมงาน (คน)	
		ต่างชาติ	ไทย
Thailand Toy Expo	30 April-3 May	39,200	240,800
Spartan Race World Series 2020#1	12-14 June	2,000	3,000
Laguna Phuket Marathon	12-14 June	3,000	12,000
Asian Half Marathon x Global Running Summit มีแนวโน้มว่าจะเลื่อนจัดในปีงบประมาณ 2564 (อย่างไม่เป็นทางการ)	16-19 July	1,000	7,000
Bangkok International Digital Content (BIDC)	July	200	1,000
World Creative City, The Living Art (Gastronomy)	27-30 August	1,000	7,000
World Gourmet Festival	31 Aug. - 6 Sep.	500	2,500
Spartan Race World Series 2020#2	11-13 September	2,000	3,000
Bangkok 's International Festival of Dance and Music 2019	Sep. – Oct.	9,348	30,652
ประมาณการผู้เข้าร่วมงาน		58,248	306,952
รายได้ต่อคนต่อทริป (บาท)		X 56,000	X 4,000
ประมาณการรายได้ (ล้านบาท)		3,261	1,227
ประมาณการรายได้รวม		4,488 ล้านบาท	

รายงานการกำกับติดตามการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 รอบ 6 เดือน
สิ้นสุด ณ 31 มีนาคม 2563

2. ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการ ประจำปีไตรมาส 1 และ 2 ปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 สรุปได้ดังนี้
ประจำปีไตรมาส 1 ปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 สรุปได้ดังนี้

ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
เป้าหมายที่ 1 สร้างรายได้และพัฒนาเศรษฐกิจ	
ยุทธศาสตร์ที่ 1: ขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ของประเทศด้วย อุตสาหกรรมใหม่	<p>ไตรมาสที่ 1 ประจำปี 2563 มีการดำเนินงานที่เน้นการสร้างรายได้ ผ่านการจัดงานในประเทศไทย โดยงานหลักที่สำคัญดังนี้</p> <p>สนับสนุนการจัดงานในประเทศไทย (Event Support/Subsidy) มีจำนวน <u>139 งาน</u> มีจำนวนผู้เข้าร่วมงานจากต่างชาติรวม <u>114,709 คน</u> ประมาณการรายได้เข้าประเทศรวม <u>8,461,14,258 บาท</u></p> <p>๑. การสนับสนุนเพื่อผลักดันการเพิ่มปริมาณนักท่องเที่ยวธุรกิจจากต่างประเทศ มีจำนวน <u>67 งาน</u> และมีจำนวนผู้เข้าร่วมงานรวม <u>61,896 คน</u> โดยมีงานที่มีขนาดใหญ่เป็น Mega event จำนวน 6 งาน ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Freedom เป็นงานของประเทศ United Arab Emirates มีผู้เข้าร่วมงานกว่า 8,000 คน ● The ZIB Thailand Meeting Even เป็นงานของประเทศจีน มีผู้เข้าร่วมงานกว่า 6,000 คน ● MAGIC QSP Bangkok เป็นงานของประเทศอินเดีย มีผู้เข้าร่วมงานกว่า 11,000 คน ● Leadership Retreat & Future President Team Retreat เป็นงานของประเทศอินเดีย มีผู้เข้าร่วมงานกว่า 3,800 คน ● Bansbao.Bansiang 2019 Star Ceremony เป็นงานของประเทศอินเดีย มีผู้เข้าร่วมงานกว่า 7,000 คน ● The Res-Green Meeting on China Healthy Living Products เป็นงานของประเทศจีน มีผู้เข้าร่วมงานกว่า 4,000 คน <p>๒. การสนับสนุนการจัดประชุมนานาชาติ มีจำนวน <u>28 งาน</u> และ <u>38 งาน*</u> มีจำนวนผู้เข้าร่วมงานรวม <u>18,244 คน</u> และ <u>23,811 คน*</u> ประมาณการรายได้เข้าประเทศรวม 1,345,714,000 บาท และ <u>1,773 ล้านบาท*</u> โดยมีงานที่สำคัญ อาทิเช่น</p>

รายงานการกำกับติดตามการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 รอบ 6 เดือน
สิ้นสุด ณ 31 มีนาคม 2563

ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
	<ul style="list-style-type: none"> ● Asia Fitness Conference 2019 ประมาณการผู้เข้าร่วมงาน 1,200 คน ● Breakthrough: A Global Summit for Oncology Innovators ประมาณการผู้เข้าร่วมงาน 1,500 คน ● The 12th Asia Pacific Heart Rhythm Society Scientific Session (APHRS 2019) ประมาณการผู้เข้าร่วมงาน 2,000 คน ● Affiliate World Asia 2019 ประมาณการผู้เข้าร่วมงาน 3,322 คน (หมายเหตุ * คือ ใช้งบประมาณนอกแผน (เหลือจ่าย/ รายได้ดอกเบี้ย) <p>๓. การสนับสนุนงานเดิม (Existing shows) สำหรับการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทย รวม 6 งาน ประมาณการผู้เข้าร่วมงานจากต่างชาติ 10,758 คน ประมาณการรายได้เข้าประเทศ 793,531,596 บาท ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> ● งาน Worldidac Asia 2019 ● งาน Smart Energy Transformation Asia 2019 (SETA 2019) ● งาน in-cosmetics Asia 2019 ● งาน CEBIT ASEAN Thailand 2019 ● งาน Defense and Security 2019 ● งาน Asia Cold Chain Show 2019 <p>สนับสนุนการประมุขสิทธิ์การจัดงานและการสร้างงานใหม่ รวมทั้งสิ้น 12 งาน มีจำนวนผู้เข้าร่วมงานจากต่างชาติรวม 6,042 คน ประมาณการรายได้เข้าประเทศรวม 445,670,004 บาท</p> <p>๔. สนับสนุนการยื่นประมุขสิทธิ์จัดงานประชุมนานาชาติ จำนวน 9 งาน ประมาณการผู้เข้าร่วมงานจากต่างชาติรวม 4,450 คน ประมาณการรายได้เข้าประเทศ 328,240,900 บาท</p> <ul style="list-style-type: none"> ● The 11th Asian Neuro-Ophtalmology Society Congress 2021 (ASNOS 2021) ● The 16th Asian Conference on Computer Aided Surgery 2020 (ACCAS 2020)

รายงานการกำกับติดตามการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 รอบ 6 เดือน

สิ้นสุด ณ 31 มีนาคม 2563

ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
	<ul style="list-style-type: none"> ● Symposium of the International Society for Clinical Electrophysiology of Vision 2022 ● World Congress on Leishmaniasis 2021 ● Comprehensive Cataract Conference (CCC2020) ● IEEE International Smart Cities Conference (ISCC2021) ● 11th International Prader-Willi Syndrome Conference 2022 ● Asian Chemical Conference (ACC 2023) ● Asia Pacific AIDS & Co-infections Conference (APACC) 2022 <p>๕. สนับสนุนการจัดงานแสดงสินค้าใหม่ (New show) จำนวน <u>3 งาน</u> โดยประมาณการผู้เข้าร่วมงานจากต่างชาติรวม <u>1,592 คน</u> ประมาณการรายได้เข้าประเทศ 117,429,104 บาท ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Thailand Marine & Offshore Expo 2019 ● ASEANbike powered by EUROBIKE ● Maintenance & Resilience Asia 2019 <p>ยกระดับการจัดงานให้มีความเป็นสากลและนานาชาติ รวม 14 งาน</p> <p>๖. สนับสนุนและยกระดับการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทย (Existing and upgrade show) จำนวน <u>7 งาน*</u> ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> ● งาน Medical Devices ASEAN 2019 ● งาน Thailand Franchise & Business Opportunities 2019 (TFBO 2019) ● งาน ASEAN Ceramics 2019 ● งาน Food Ingredients Asia 2019 ● งาน Intermat ASEAN 2019 ● งาน Beyond Beauty ASEAN Bangkok 2019 ● งาน Thailand Lab International 2019 <p>(หมายเหตุ * คือ ใช้งบประมาณนอกแผน (เหลือจ่าย/ รายได้ดอกเบีย)</p>

รายงานการกำกับติดตามการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 รอบ 6 เดือน
สิ้นสุด ณ 31 มีนาคม 2563

ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
	<p>๗. พัฒนาศักยภาพงานอีเว้นท์ของไทยให้เป็นเมกะอีเว้นท์ระดับนานาชาติ และยกระดับงานให้เป็นสากล (Homegrown development) จำนวน 7 งาน ประเมินการผู้เข้าร่วมงานรวม 1,018,108 คน ประเมินการรายได้ที่เกิดจากการใช้จ่าย 10,487,626,443 บาท</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Bangkok Music City 2019 ● Awakening Bangkok 2019 Lighting Festival ● Wonderfruit 2019 ● Chiang Mai Design Week 2019 ● Bangkok Motorbike Festival 2020 ● Bangkok Design Week 2020 ● UnKonscious Festival 2020 <p>จัดตั้งตัวแทนการตลาดในต่างประเทศและการดำเนินกิจกรรมการตลาดของตัวแทน (Overseas Marketing Representatives)</p> <p>๘. จัดตั้งตัวแทนการตลาดในต่างประเทศ สำหรับตลาดด้านการประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลใน 7 ประเทศ ได้แก่ ญี่ปุ่น อินเดีย สิงคโปร์ อเมริกา จีน โอเชียเนีย และยุโรป โดยสามารถจัดหา MICE visitors จำนวน 89,459 คน และ กลุ่ม Mega และ Premium จำนวน 22 กรุ๊ป เพื่อเข้ามาร่วมงานในประเทศไทย</p> <p>๙. จัดตั้งตัวแทนการตลาดในต่างประเทศ สำหรับตลาดการประชุมนานาชาติ สามารถจัดหางานที่มีศักยภาพ (Long haul) ทั้งในตลาดยุโรปและในตลาดอเมริกา รวม 6 งานสำคัญ ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> ● The World Congress for Neuro Rehabilitation (WCNR) 2024 ● Asia Pacific AIDS & Co-infections Conference (APACC) 2020 ● 18th Annual SCN International Conference 2020 ● 12th Vaccine Congress 2019 ● 2028 International Conference on Coordination Chemistry ● 2024 International Coral Reef Symposium

รายงานการกำกับติดตามการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 รอบ 6 เดือน
สิ้นสุด ณ 31 มีนาคม 2563

ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
	<ul style="list-style-type: none"> ● 2023 International Society for Behavioral Nutrition and Physical Activity Annual Meeting <p>ทำการตลาดและประชาสัมพันธ์เพื่อกระตุ้นให้มิ้นักเดินทางไม่ซ์มาเข้าร่วมงาน</p> <p>๑๐. เป็นเจ้าภาพจัดงาน UFI Global Congress 2019 ผู้เข้าร่วมงานโดยมากเป็นผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรม จำนวน 550 คน ผลการดำเนินงาน คือ</p> <ul style="list-style-type: none"> ● เพิ่มโอกาสทางธุรกิจและสร้างรายได้ให้กับประเทศไทย โดยประมาณการจำนวนงานใหม่ที่คาดว่าจะมาจัดที่ประเทศไทย 20 งาน ในกลุ่มอุตสาหกรรมสำคัญ อาทิ automotive, security, medical, health and wellness, smart devices, construction และ education ● สร้างความมั่นใจในการทำธุรกิจในประเทศไทย และแสดงถึงความพร้อมของกรุงเทพมหานครในการเป็นเจ้าภาพการจัดงานระดับโลก <p>๑๑. จัดกิจกรรมการตลาด Exhibiz in Market ให้กับ งาน cosmetics Asia 2019 และ งาน Defense and Security 2019 ก่อให้เกิดการใช้พื้นที่จัดงานแสดงสินค้าในประเทศไทย รวม 493 ตร.ม.</p>
<p>ยุทธศาสตร์ 3: ส่งเสริมภาพลักษณ์ของไมซ์ไทยและ สสปน.</p>	<p>การดำเนินงานส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรในประเทศและต่างประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับองค์กร และเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับบทบาท พันธกิจ และกิจกรรมขององค์กรแก่กลุ่มเป้าหมายในวงกว้าง อันได้แก่ หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ผู้ประกอบการ และประชาชนทั่วไป ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> ๑. ประชาสัมพันธ์องค์กรผ่านกิจกรรมประกวดจัดงานอย่างไร ลดการใช้พลาสติก ณ จังหวัดขอนแก่น ๒. สร้างการรับรู้องค์กรผ่านสื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ สื่อออนไลน์ และสื่อกลางแจ้ง จำนวน 2 ชิ้นงาน ได้แก่ <ul style="list-style-type: none"> ● จัดทำ Advertorial สัมภาษณ์ผู้บริหารสำหรับนิตยสาร BrandAge ● จัดทำ Advertorial สัมภาษณ์ผู้บริหารเผยแพร่ทางช่องทางออนไลน์

รายงานการกำกับติดตามการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 รอบ 6 เดือน
สิ้นสุด ณ 31 มีนาคม 2563

ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
	<p>๓. สร้างการรับรู้องค์การผ่านการสนับสนุนการจัดงานเทิดพระเกียรติ กษัตริย์ มหาราชในดวงใจไทยนิรันดร์</p> <p>๔. จัดงาน Thailand MICE Forum 2020 มีจำนวนผู้เข้าร่วม 637 คน* มี วัตถุประสงค์ ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> ๑. เพื่อให้เป็นเวทีในการสร้างการรับรู้และการประชาสัมพันธ์ ๒. นำเสนอแผนส่งเสริมธุรกิจไมซ์ในปีต่อไปขององค์กรรวมถึงข้อมูลที่เป็นปัจจุบันในธุรกิจไมซ์ ๓. สร้างการรับรู้และความเข้าใจของอุตสาหกรรมไมซ์ต่อหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สื่อมวลชนในอุตสาหกรรมไมซ์ ๔. นำเสนอนวัตกรรมประยุกต์ที่เป็นประโยชน์กับอุตสาหกรรมไมซ์ให้ ผู้เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ได้รับความรู้และประสบการณ์สามารถ นำเทคโนโลยีที่เป็นประโยชน์นำไปปรับใช้
เป้าหมายที่ 2 กระจายรายได้และความเจริญ	
<p>ยุทธศาสตร์ 2: กระจายรายได้และ กระตุ้นเศรษฐกิจของ ภูมิภาคผ่าน อุตสาหกรรมไมซ์</p>	<p>ไตรมาสที่ 1 ประจำปี 2563 มีการดำเนินงานที่เน้นการกระจายรายได้และความเจริญสู่ภูมิภาค ผ่านกิจกรรมหลักที่สำคัญ ดังนี้</p> <p>เสริมสร้างการจัดงานไมซ์ภายในประเทศ</p> <ol style="list-style-type: none"> ๑. ส่งเสริมไมซ์เพื่อชุมชนรวมถึงการประชาสัมพันธ์ต่างๆ จำนวนชุมชนสหกรณ์ 50 ชุมชน* ใน 5 ภูมิภาค ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออก และภาคใต้ (หมายเหตุ * คือ ใช้งบประมาณนอกแผน (เหลือจ่าย/ รายได้ดอกเบีย) ๒. สนับสนุนการยกระดับงานแสดงสินค้าภายในประเทศ (Upgrade) ได้แก่ งานหอการค้าแฟร์ ณ จ.เชียงใหม่ ประมาณการผู้เข้าร่วมงาน 100,000 คน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการร่วมกันแสดงศักยภาพของประเทศไทยในการประชาสัมพันธ์สินค้า การท่องเที่ยวและบริการการเพิ่มโอกาสและช่องทางการตลาด ตลอดจนสร้างความร่วมมือเชื่อมโยงเครือข่ายให้เกิดความเข้มแข็งในระดับภาครัฐและเอกชน ๓. สนับสนุนการสร้างงานแสดงสินค้าขึ้นใหม่ (New) ได้แก่ สนับสนุนการจัดงาน Agri – Inno Asia 2019 ประมาณการผู้เข้าร่วมงาน 3,000 คน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมภาคอุตสาหกรรมเกษตรและปศุสัตว์ โดยการ

รายงานการกำกับติดตามการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 รอบ 6 เดือน
สิ้นสุด ณ 31 มีนาคม 2563

ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
	<p>เพิ่มช่องทางการตลาด ต่อยอดธุรกิจ ส่งเสริมให้เกิดการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้เพื่อเพิ่มกำลังการผลิต ลดต้นทุนและสร้างความเข้มแข็งให้กับเกษตรกร</p> <p>๔. สนับสนุนการจัดประชุมสัมมนาและศึกษาดูงานในโครงการพระราชดำริ (Royal Project) จำนวน 4 กลุ่มลูกค้า ใน 4 ภูมิภาค ได้แก่ จังหวัดเพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ จันทบุรี และ ชลบุรี</p> <p>๕. ยกระดับและพัฒนาการจัดงานในภูมิภาค โดยยกระดับงานเด่นในโมซ์ซีดี (Flagship Events) จำนวน 1 งาน ได้แก่ งานเทศกาลโหมหนานาชาติ จังหวัดขอนแก่น และส่งเสริมและให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาคผ่านกิจกรรมการประชุมเครือข่ายไมซ์ในภูมิภาค จำนวน 6 ครั้ง</p> <p>๖. ส่งเสริมตลาดไมซ์ในประเทศและขยายตลาดกลุ่มประเทศ CLMV โดยส่งเสริมการตลาด ASEAN Privilege (Visitor Promotion) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขัน รวมถึงกระจายรายได้ในประเทศสำหรับค่าใช้จ่ายที่พัก ของผู้เข้าร่วมงานจาก Cambodia Investor Association ที่มางาน CEBIT ASEAN Thailand 2019 จำนวน 20 คน จำนวนจับคู่ธุรกิจ 60 คู่</p>
เป้าหมายที่ 3 พัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยนวัตกรรม	
<p>ยุทธศาสตร์ 4: เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ และยกระดับโมซ์ซีให้เป็นวาระแห่งชาติ</p>	<p>ไตรมาสที่ 1 ประจำปี 2563 มีการดำเนินงานที่เน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยนวัตกรรม รวมถึงการประชาสัมพันธ์ประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน ผ่านกิจกรรมหลักที่สำคัญ ดังนี้</p> <p>๑. พัฒนาผู้ประกอบการไมซ์ด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน โดยให้การสนับสนุนด้านการเงินและพัฒนาผู้ประกอบการโรงแรมฮอติเดย์อิน เชียงใหม่ ในการดำเนินโครงการลดของเสียจากการให้บริการอาหาร (Food Waste Prevention) และส่งเสริมหน่วยงานภาครัฐและเอกชนให้ใช้สินค้าและบริการด้านไมซ์อย่างยั่งยืน ผ่านกิจกรรมสนับสนุน Sponsorship งาน ASEAN B-Sustainability 2019</p> <p>๒. ประสานงานภาครัฐเพื่อการอำนวยความสะดวกทางการค้าและบริการอุตสาหกรรมไมซ์ ผ่านการจัดประชุมร่วมภาครัฐและเอกชนโดยจัดกิจกรรมหลักสูตรพัฒนาองค์ความรู้ไมซ์ สำหรับผู้บริหารภาครัฐ รุ่น1 มีหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนเข้าร่วมเป็นจำนวน 35 คน</p>

รายงานการกำกับติดตามการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 รอบ 6 เดือน

สิ้นสุด ณ 31 มีนาคม 2563

ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
	๓. พัฒนาและสร้างสรรค์นวัตกรรมไมซ์ (MICE Intelligence & Innovation) ผ่านการสนับสนุนงานด้านนวัตกรรมที่สามารถผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ได้แก่งาน Digital Thailand Big Bang 2019
ยุทธศาสตร์ 5: พัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานภายในขององค์กร	พัฒนาองค์กร ๑. พัฒนาศักยภาพบุคลากร (ฝึกอบรม) โดยดำเนินการให้พนักงานได้รับการอบรมหลักสูตรการพัฒนาความรู้ จำนวน 54 ครั้ง ๒. * ปรับและบำรุงรักษาระบบสารสนเทศกลางและจัดหาอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ทดแทน รวมถึงพัฒนาและปรับปรุงระบบติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน Evaluation Planning System (EPS) (หมายเหตุ * คือ ใช้งบประมาณนอกแผน (เหลือจ่าย/ รายได้ดอกเบีย)

ประจำไตรมาส 2 ปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 สรุปได้ดังนี้

ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
เป้าหมายที่ 1 สร้างรายได้และพัฒนาเศรษฐกิจ	
ยุทธศาสตร์ที่ 1: ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศด้วยอุตสาหกรรมไมซ์	ไตรมาสที่ 2 ประจำปี 2563 มีการดำเนินงานที่เน้นการสร้างรายได้ ผ่านการจัดงานในประเทศไทย โดยมางานหลักที่สำคัญดังนี้ สนับสนุนการจัดงานในประเทศไทย (Event Support/Subsidy) มีจำนวน 42 งาน มีจำนวนผู้เข้าร่วมงานจากต่างชาติรวม 34,416 คน ประมาณการรายได้เข้าประเทศรวม 2,538,592,992 บาท 1. การสนับสนุนเพื่อผลักดันการเพิ่มปริมาณนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ มีจำนวน 28 งาน และมีจำนวนผู้เข้าร่วมงานรวม 14,881 คน ประมาณการรายได้เข้าประเทศรวม 1,097,652,322 บาท โดยมีงานที่มีขนาดใหญ่เป็น Mega event จำนวน 2 งาน ได้แก่ <ul style="list-style-type: none"> ● International Conference of Vestige Marketing Pvt. Ltd. เป็นงานของประเทศอินเดีย มีผู้เข้าร่วมงานกว่า 2,020 คน ● KK Indonesia Trip 2020 เป็นงานของสาธารณรัฐอินโดนีเซีย มีผู้เข้าร่วมงานกว่า 2,000 คน 2. การสนับสนุนการจัดประชุมนานาชาติ มีจำนวน 11 งาน มีจำนวนผู้เข้าร่วมงานรวม 18,244 คน ประมาณการรายได้เข้าประเทศรวม 333,773,050 บาท โดยมีงานที่สำคัญ อาทิเช่น

รายงานการกำกับติดตามการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 รอบ 6 เดือน
สิ้นสุด ณ 31 มีนาคม 2563

ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
	<ul style="list-style-type: none"> ● The 28th Annual Meeting of the Asian Society for Cardiovascular and Thoracic Surgery (ASCVTS2020) ประมาณการผู้เข้าร่วมงาน 1,200 คน ● The 24th Regional Conference of Dermatology (Asian-Australasian) ประมาณการผู้เข้าร่วมงาน 800 คน <p>3. การสนับสนุนงานเดิม (Existing shows) สำหรับการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทย รวม 3 งาน ประมาณการผู้เข้าร่วมงานจากต่างชาติ 1,291 คน ประมาณการรายได้เข้าประเทศ 104,312,800 บาท ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Thailand Yacht Show & Rendezvous 2020 ● Future Energy Asia 2020 ● Thailand Coffee, Tea & Drinks 2020 and Thailand Bakery & Ice Cream 2020 <p>สนับสนุนการประมูลสิทธิ์การจัดงานและการสร้างงานใหม่ รวมทั้งสิ้น 9 งาน มีจำนวนผู้เข้าร่วมงานจากต่างชาติรวม 18,030 คน ประมาณการรายได้เข้าประเทศ 70,689,812,700 บาท</p> <p>4. การสนับสนุนการยื่นประมูลสิทธิ์งานประชุมนานาชาติ จำนวน 9 งาน ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> ● International Conference on Information Systems 2023 (ICIS 2023) ● Orient and Southeast Asia Lions Forum 2022 (OSEAL 2022) ● Spine Week 2024 ● The Asia Pacific Association of Cataract and Refractive Surgeons (APACRS 2025) ● International Hepato-Pancreato-Biliary Congress (IHPBA) 2026 ● ASEAN 2021 ● SERRA's 80th International Convention 2022 ● The 28th International Pig Veterinary Society Congress 2024 (IPVS 2024) ● World Conference of World Federation Medical Education (WFME) 2022

รายงานการกำกับติดตามการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 รอบ 6 เดือน
สิ้นสุด ณ 31 มีนาคม 2563

ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
	<p>จัดตั้งตัวแทนการตลาดในต่างประเทศและการดำเนินกิจกรรมการตลาดของ ตัวแทน (Overseas Marketing Representatives)</p> <p>5. จัดตั้งตัวแทนการตลาดในต่างประเทศ สำหรับตลาดด้านการประชุมและการ เดินทางเพื่อเป็นรางวัลใน 7 ประเทศ ได้แก่ ญี่ปุ่น อินเดีย สิงคโปร์ อเมริกา จีน โอเชียเนีย และยุโรป โดยสามารถจัดหา MICE visitors จำนวน 14,884 คน และ กลุ่ม Mega และ Premium จำนวน 5 กลุ่ม เพื่อเข้ามาร่วมงานในประเทศไทย</p> <p>6. จัดตั้งตัวแทนการตลาดในต่างประเทศ สำหรับตลาดการประชุมนานาชาติ สามารถจัดหางานที่มีศักยภาพ (Long haul) ทั้งในตลาดยุโรปและในตลาด อเมริกา รวม 9 งานสำคัญ ได้แก่</p> <p><u>ตลาดยุโรป</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ● Spine Week World Congress 2024 ● World Hepatitis Alliance ● World Sailing ● ICCO PR/SEA – Asia Pacific Congress <p><u>ตลาดอเมริกา</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ● International Congress on Neuromuscular Diseases ● The International Congress on Neuromuscular Diseases (ICNMD) 2024 ● 2020 Engineering Sustainable Development Conference ● 2024 World Congress on Endourology ● 2020 International Association of Amusement Parks and Attractions <p>7. จัดตั้งตัวแทนการตลาดในต่างประเทศ สำหรับตลาดด้านการจัดงานแสดงสินค้า นานาชาติในประเทศไทย โดยสามารถจัดหาจำนวนงานที่คาดหมายหมายว่าจะ มาจัดงานในประเทศไทยในอนาคต (Leads) = 10 งาน</p> <p>ทำการตลาดและประชาสัมพันธ์เพื่อกระตุ้นให้민ักเดินทางไมซ์มาเข้าร่วมงาน</p> <p>8. จัดกิจกรรมเข้าร่วมเทรดโชว์ งาน AIME 2020 ระหว่างวันที่ 17-19 กุมภาพันธ์ 2563 ณ นครเมลเบิร์น เครือรัฐออสเตรเลีย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดการ เข้าถึงกลุ่มลูกค้า (ผู้ซื้อ) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ ประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางไมซ์ ผลที่ได้คือ จำนวนงานที่คาดหมาย</p>

รายงานการกำกับติดตามการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 รอบ 6 เดือน

สิ้นสุด ณ 31 มีนาคม 2563

ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
	<p>หมายว่าจะมาจัดงานในประเทศไทยในอนาคต (Leads) = 34 งาน และประมาณการจำนวนนักเดินทาง (MI Visitors) = 7,345 ราย</p> <p>9. จัดกิจกรรม TCEB's Roadshow in Japan ระหว่างวันที่ 18 – 22 กุมภาพันธ์ 2563 ณ กรุงโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจให้แก่ผู้จัดงานแสดงสินค้าในประเทศไทย ในการจัดงานแสดงสินค้าของประเทศญี่ปุ่นมาจัดงานในประเทศไทย ผลที่ได้คือ มีจำนวนผู้เข้าร่วมงาน 71 คนและจำนวนการจัดบูธธุรกิจ 41 บูธธุรกิจ</p>
<p>ยุทธศาสตร์ 3: ส่งเสริมภาพลักษณ์ของ ไมซ์ไทยและ สสปน.</p>	<p>การดำเนินงานส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรในประเทศและต่างประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับองค์กร และเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับบทบาท พันธกิจ และกิจกรรมขององค์กรแก่กลุ่มเป้าหมายในวงกว้าง อันได้แก่หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ผู้ประกอบการ และประชาชนทั่วไป ดังนี้</p> <p>๕. สร้างการรับรู้โครงการประชุมเมืองไทยภูมิใจช่วยชาติ ตามมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยว ปี 2562 โดยการนำสื่อมวลชน ตัวแทนจากภาครัฐกิจ และตัวแทนจากสภาหอการค้า เดินทางไปทำกิจกรรมที่ชุมชนตะเคียนเตี้ย จ.ชลบุรี และแถลงข่าวที่โรงแรมอมารี พัทยา วันที่ 26 ก.พ. 2563</p> <p>๖. สร้างการรับรู้ให้แก่กลุ่มเป้าหมายที่เป็นบริษัทองค์กร กลุ่มผู้ประกอบการไมซ์ หน่วยงานภาครัฐและเอกชน ประชาชนและบุคคลทั่วไป ผ่านการจัดงานรูปแบบต่างๆ (CEO FAM Trip)</p>
<p>เป้าหมายที่ 2 กระจายรายได้และความเจริญ</p>	
<p>ยุทธศาสตร์ 2: กระจายรายได้และ กระตุ้นเศรษฐกิจของ ภูมิภาคผ่าน อุตสาหกรรมไมซ์</p>	<p>ไตรมาสที่ 2 ประจำปี 2563 มีการดำเนินงานที่เน้นการกระจายรายได้และความเจริญสู่ภูมิภาค ผ่านกิจกรรมหลักที่สำคัญ ดังนี้</p> <p>เสริมสร้างการจัดงานไมซ์ภายในประเทศ</p> <p>๗. ยกระดับงานเด่นในไมซ์ซิตี้ (Flagship Events) และเมืองที่มีศักยภาพ ได้แก่ งานเชียงใหม่เบิกบานและมหกรรมไม้ดอกไม้ประดับจังหวัดเชียงใหม่</p> <p>๘. สร้างเวทีแลกเปลี่ยนผ่านกิจกรรมเชิงปฏิบัติการระหว่างเมือง MICE City (MICE City Summit) มีวัตถุประสงค์เพื่อสะท้อนเห็นการพัฒนาไมซ์ในจังหวัด โดยมีผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน ตอบรับการเข้าร่วมกิจกรรมทั้งสิ้นรวม 41 ท่าน จาก 17 จังหวัด</p> <p>๙. ส่งเสริมและให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาค จำนวน 9 ครั้ง</p>

รายงานการกำกับติดตามการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 รอบ 6 เดือน
สิ้นสุด ณ 31 มีนาคม 2563

ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
	<p>๑๐. จัดแคมเปญ ประชุมเมืองไทยภูมิใจช่วยชาติ กระตุ้นบริษัท (Corporate) ผ่านการให้ Voucher สนับสนุนการจัดประชุมองค์กรและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลในประเทศไทย โดยมี 11 บริษัทเอกชนเข้าร่วมโครงการ</p> <p>๑๑. ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การประชุมเมืองไทยภูมิใจช่วยชาติมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยว ณ จังหวัดเชียงใหม่</p> <p>๑๒. ส่งเสริมตลาดโมชี่ในประเทศและขยายตลาดกลุ่มประเทศ CLMV โดยส่งเสริมการตลาด ASEAN + 6 Privilege for Thailand Coffee, Tea & Drinks 2020 and Thailand Bakery & Ice Cream 2020 จำนวนคู่ธุรกิจ 250 คู่ธุรกิจ</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Cambodia Business Association 105 คู่ธุรกิจ ● Cambodian Business and Franchise Association 85 คู่ธุรกิจ ● Development of Franchising Association จำนวน 60 คู่ธุรกิจ
เป้าหมายที่ 3 พัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยนวัตกรรม	
<p>ยุทธศาสตร์ 4: เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ และยกระดับไมซ์ให้เป็นวาระแห่งชาติ</p>	<p>ไตรมาสที่ 2 ประจำปี 2563 มีการดำเนินงานที่เน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยนวัตกรรม รวมถึงการประชาสัมพันธ์ประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน ผ่านกิจกรรมการหลักที่สำคัญ ดังนี้</p> <p>๔. เผยแพร่ประชาสัมพันธ์โครงการ Thailand MICE Venue Standard ในรูปแบบการจัดงาน MICE Standards Day 2020 มีผู้เข้าร่วมทั้งสิ้น 527 คน</p> <p>๕. จัดอบรมหลักสูตร Sustainable Event Professional Certificate (SEPC) and Food Waste Prevention มีผู้เข้าร่วมทั้งสิ้น 66 คน</p> <p>๖. จัดอบรมหลักสูตร มืออาชีพด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน ณ จังหวัดเพชรบุรี มีผู้เข้าอบรมที่โรงแรมดุสิตธานี หัวหิน จำนวน 9 คน และผู้เข้าอบรมทางวีดีโอ (ออนไลน์) จำนวน 14 คน รวมแล้วมีผู้เข้าอบรมจำนวน 23 คน</p> <p>๗. จัดกิจกรรมอบรมหลักสูตร Certified in Exhibition Management มีผู้เข้าร่วมอบรม 23 คน</p> <p>๘. เข้าร่วมงาน PCMA Convening Leaders 2020 เพื่อหารือกับ PCMA ในการร่วมมือนำเข้าหลักสูตรนานาชาติหรือการให้การรับรองผู้ประกอบการไมซ์ในระดับนานาชาติ</p> <p>๙. จัดกิจกรรมพัฒนาวิชาชีพด้านการจัดงานนิทรรศการผ่านการเรียนรู้แบบใช้โครงการเป็นฐาน (Career Development in Exhibition through Project-based Learning) ในวันที่ 7-8 มีนาคม 2563 ณ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์</p>

รายงานการกำกับติดตามการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 รอบ 6 เดือน

สิ้นสุด ณ 31 มีนาคม 2563

ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
	๑๐. จัดทำรายงานการศึกษาความต้องการต่อเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ ที่เป็นประโยชน์ในการยกระดับอุตสาหกรรมจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียใน อุตสาหกรรม ๑๑. จัดทำรายงานข้อมูลมูลค่าตลาด และการวิเคราะห์แนวโน้มการเติบโตของผู้จัด งานในอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) จำแนกตามประเภทของกลุ่มนักเดินทางไมซ์ ๑๒. พัฒนาออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ ต่อยอดจากระบบ Thai MICE Connect เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการลงทะเบียนเข้าร่วมโครงการในช่องทางออนไลน์ ทั้ง ด้านผู้ประกอบการ (Seller/Supply Side) และ ด้านนิติบุคคลเจ้าของงาน ประชุมสัมมนา (Buyer/Demand Side) รวมถึงระบบการบริหารจัดการที่ เกี่ยวข้อง เช่น การจับคู่ธุรกิจ การตรวจสอบเกณฑ์และการอนุมัติ พร้อมทั้ง พัฒนา Dash Board การแสดงผลข้อมูลของโครงการ
ยุทธศาสตร์ 5: พัฒนาประสิทธิภาพ การปฏิบัติงานภายใน ขององค์กร	พัฒนาองค์กร ๓. พัฒนาศักยภาพบุคลากร (ฝึกอบรม) โดยดำเนินการให้พนักงานได้รับการอบรม หลักสูตรการพัฒนาความรู้ ผ่านโปรแกรม Your Next U ๔. ปรับปรุงและพัฒนารูปแบบรายงานการมาปฏิบัติงานและการลาของพนักงาน เพิ่มเติม (ระบบ HRIS) โดยสามารถนำข้อมูลที่ได้มาจากการบันทึกเวลาการ ปฏิบัติงาน และการลาผ่านระบบมาวิเคราะห์และจัดทำรายงานรูปแบบต่างๆ เชิง สถิติเพื่อนำมาใช้ในการบริหารจัดการได้อย่างครบถ้วนและแม่นยำยิ่งขึ้น

ทั้งนี้ คณะกรรมการ สสพน. ในการประชุมครั้งที่ ๓/๒๕๖๓ เมื่อวันที่อังคารที่ ๒๘ เมษายน ๒๕๖๓ ได้พิจารณาผลการดำเนินงานและมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ให้เร่งดำเนินการปรับแผนงานและการใช้จ่ายงบประมาณ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ระบาดไวรัสโคโรนา 2019 หรือ COVID-19 ทั้งนี้ การปรับแผนและการโอนงบประมาณดังกล่าว สสพน. จะถือปฏิบัติตามระเบียบฯ ที่เกี่ยวข้องโดยเคร่งครัด และรายงานให้คณะกรรมการฯ ทราบต่อไป
2. ให้พิจารณาทบทวนเป้าหมายที่อาจได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 (COVID-19) เพื่อให้มีความเหมาะสมและเป็นไปได้สอดคล้องตามสถานการณ์ โดย สสพน. จะรวบรวมข้อมูลและเสนอคณะกรรมการฯ เพื่อพิจารณาตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายที่เหมาะสมต่อไป

จัดทำโดย
 ส่วนงานติดตามผลการปฏิบัติงานองค์กร
 ฝ่ายพัฒนากลยุทธศาสตร์องค์กร