

รายงานผลการปฏิบัติงานของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๒

(เสนอต่อคณะกรรมการ สสปน. ในการประชุม ครั้งที่ ๙/๒๕๖๒ วันอังคารที่ ๓๑ ตุลาคม ๒๕๖๒)

เป้าหมายและผลการดำเนินงานของนักเดินทางธุรกิจกลุ่มไม่ซ์จากต่างประเทศและรายได้จากการใช้จ่าย

รายการ	ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๒				
	ไตรมาส ๑	ไตรมาส ๒	ไตรมาส ๓	ไตรมาส ๔	รวม
<b>นักเดินทางกลุ่มไม่ซ์จากต่างประเทศ (คน)</b>					
เป้าหมาย (ร้อยละ)	๒๓๓,๐๐๐ ๑๘.๙๙%	๓๓๔,๐๐๐ ๒๙.๙๙%	๓๑๒,๐๐๐ ๒๕.๐๐%	๓๒๕,๐๐๐ ๒๖.๐๔%	<u>๑,๒๐๔,๐๐๐</u> <u>๑๐๐.๐๐%</u>
ผลงาน (ร้อยละ)	๒๕๓,๓/๕๓ ๒๐.๓๓%	๓๖๑,๓๓๘ ๒๘.๙๙%	๓๕๒,๓/๓๓ ๒๘.๒๖%	๓๐๕,๓/๓๓ ๒๔.๕๐%	<u>๑,๒๓๓,๕๖๕</u> <u>๑๐๒.๐๕%</u>
ผลงานสะสม (ร้อยละ)	<u>๒๕๓,๓/๕๓</u> ๒๐.๓๓%	<u>๖๑๕,๐๙๑</u> ๔๙.๒๙%	<u>๙๖๗,๘๒๔</u> ๗๙.๕๕%	<u>๑,๒๓๓,๕๖๕</u> <u>๑๐๒.๐๕%</u>	
<b>รายได้จากการใช้จ่ายของนักเดินทางกลุ่มไม่ซ์จากต่างประเทศ (ล้านบาท)</b>					
เป้าหมาย (ร้อยละ)	๒๒,๒๖๐ ๑๘.๙๘%	๓๕,๐๐๐ ๒๙.๘๕%	๒๙,๕๐๐ ๒๕.๑๖%	๓๐,๕๐๐ ๒๖.๐๑%	<u>๑๑๗,๒๖๐</u> <u>๑๐๐.๐๐%</u>
ผลงาน (ร้อยละ)	๑๘,๒๑๙ ๑๕.๕๕%	๒๓,๔๓๓ ๒๓.๕๓%	๒๔,๓/๔๑ ๒๑.๑๐%	๒๓,๔๙๓ ๒๐.๐๓%	<u>๙๙,๙๓๐</u> <u>๘๕.๑๐%</u>
ผลงานสะสม (ร้อยละ)	<u>๑๘,๒๑๙</u> ๑๕.๕๕%	<u>๔๕,๖๕๖</u> ๓๘.๙๙%	<u>๗๐,๙๓๗</u> ๖๐.๐๓%	<u>๙๔,๙๓๐</u> ๘๐.๑๐%	

เป้าหมายและผลการดำเนินงานของนักเดินทางธุรกิจกลุ่มไม่ซ์จากในประเทศและรายได้จากการใช้จ่าย

รายการ	ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๒				
	ไตรมาส ๑	ไตรมาส ๒	ไตรมาส ๓	ไตรมาส ๔	รวม
<b>นักเดินทางกลุ่มไม่ซ์จากในประเทศ (คน)</b> <span style="float: right;">หมายเหตุ * ตัวเลขประมาณการ</span>					
เป้าหมาย (ร้อยละ)	๘,๔๓๘,๐๐๐ ๒๓.๐๐%	๖,๙๐๘,๐๐๐ ๒๒.๐๐%	๕,๙๖๖,๐๐๐ ๑๙.๐๐%	๑๐,๐๕๘,๐๐๐ ๓๒.๐๐%	<u>๓๑,๔๐๐,๐๐๐</u> <u>๑๐๐.๐๐%</u>
ผลงาน (ร้อยละ)	๖,๔๑๒,๑๑๓ ๒๐.๔๒%	๗,๓/๕๒,๘๖๔ ๒๔.๖๙%	๙,๓๖๐,๓๔๑ ๒๙.๘๑%	๖,๑๒๐,๒๐๙ ๑๙.๔๙%	<u>๒๙,๖๕๕,๕๓๑</u> <u>๙๔.๔๑%</u>
ผลงานสะสม (ร้อยละ)	<u>๖,๔๑๒,๑๑๓</u> ๒๐.๔๒%	<u>๑๔,๑๖๔,๙๘๑</u> ๔๕.๑๑%	<u>๒๓,๕๒๕,๓๒๒</u> ๗๕.๙๒%	<u>๒๙,๖๕๕,๕๓๑</u> <u>๙๔.๔๑%</u>	
<b>รายได้จากการใช้จ่ายของนักเดินทางกลุ่มไม่ซ์จากในประเทศ (ล้านบาท)</b>					
เป้าหมาย (ร้อยละ)	๑๙,๐๐๐ ๒๓.๕๕%	๑๕,๐๐๐ ๒๑.๓/๔%	๑๓,๐๐๐ ๑๘.๘๕%	๒๒,๐๐๐ ๓๑.๘๘%	<u>๖๙,๐๐๐</u> <u>๑๐๐.๐๐%</u>
ผลงาน (ร้อยละ)	๒๔,๔๙๔ ๓๕.๕๐%	๒๘,๐๖๙ ๔๐.๖๘%	๓๐,๖๐๕ ๔๔.๓๖%	๒๕,๒๖๔ ๓๖.๖๑%	<u>๑๐๘,๔๓๒</u> <u>๑๕๗.๑๕%</u>
ผลงานสะสม (ร้อยละ)	<u>๒๔,๔๙๔</u> ๓๕.๕๐%	<u>๕๒,๕๖๓</u> ๗๖.๑๘%	<u>๘๓,๑๖๘</u> ๑๒๐.๕๓%	<u>๑๐๘,๔๓๒</u> ๑๕๗.๑๕%	

๑. ผลการปฏิบัติงาน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๒

ผลงานตามเป้าหมายหลัก

๑.๑ สถานการณ์การจัดประชุม การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และการจัดงานแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ ของนักเดินทางไมซ์นานาชาติ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๒

ในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๒ มีผู้เข้าร่วมงานการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติ หรือที่เรียกว่า นักเดินทางไมซ์นานาชาติ จำนวนทั้งสิ้น ๑,๒๗๓,๕๖๕ คน ในจำนวนนี้ กลุ่มการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล (Incentive: I) มีจำนวนมากที่สุด คือ ๓๗๐,๘๓๑ คน รองลงมาได้แก่ กลุ่มการประชุมของบริษัทเอกชน (Meeting: M) จำนวน ๓๓๑,๐๕๕ คน กลุ่มการประชุมของกลุ่มองค์กรภาครัฐหรือองค์กรไม่ใช่บริษัทเอกชน (Convention: C) จำนวน ๓๐๘,๐๓๓ คน และกลุ่มการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติ (Exhibition: E) จำนวน ๒๖๓,๖๔๖ คน ตามลำดับ

เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา นักเดินทางไมซ์นานาชาติ ขยายตัวร้อยละ ๑.๔๐ โดยนักเดินทางไมซ์นานาชาติกลุ่มการแสดงสินค้านานาชาติขยายตัวมากที่สุด คือ ร้อยละ ๑๓.๐๔ ตามมาด้วยกลุ่มการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล ขยายตัวเล็กน้อยที่ร้อยละ ๐.๔๐ อันเกิดจากปัจจัยบวกของการยกเว้นค่าธรรมเนียม VISA on Arrival ให้แก่ชาวอินเดียและจีน ในขณะเดียวกัน กลุ่มนักเดินทางไมซ์ที่มีการหดตัวได้แก่ กลุ่มการประชุมของกลุ่มองค์กรภาครัฐหรือองค์กรไม่ใช่บริษัทเอกชน และกลุ่มการประชุมของบริษัทเอกชน กลับมีอัตราเติบโตที่หดตัวอยู่ที่ร้อยละ (-๒.๙๕) และ (-๑.๔๗) ตามลำดับ เนื่องจากได้รับผลกระทบจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก

สำหรับในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๒ รายได้จากนักเดินทางไมซ์นานาชาติมีมูลค่ารวม ๙๓,๙๓๐ ล้านบาท หดตัวร้อยละ (-๑.๗๗) สอดคล้องกับการหดตัวของจำนวนนักเดินทางไมซ์นานาชาติ ตามการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก ที่มีปัจจัยมาจากสงครามการค้าระหว่างจีนและสหรัฐและการยึดเยื้อของ BREXIT รวมถึงการแข็งค่าอย่างต่อเนื่องของเงินบาทที่ส่งผลโดยตรงต่อค่าใช้จ่ายในการเดินทางที่สูงขึ้น

กลุ่มตลาด/ อุตสาหกรรม	จำนวนนักเดินทางไมซ์นานาชาติ (คน)			รายได้จากนักเดินทางไมซ์นานาชาติ (ล้านบาท)		
	ปี ๒๕๖๑	ปี ๒๕๖๒	เปลี่ยนแปลง	ปี ๒๕๖๑	ปี ๒๕๖๒	เปลี่ยนแปลง
M	๓๓๕,๙๙๑	๓๓๑,๐๕๕	-๑.๔๗%	๓๐,๔๗๓	๒๙,๕๖๗	-๒.๙๗%
I	๓๖๙,๓๓๐	๓๗๐,๘๓๑	๐.๔๐%	๒๐,๖๖๙	๒๐,๑๖๖	-๒.๔๓%
C	๓๑๗,๓๙๖	๓๐๘,๐๓๓	-๒.๙๕%	๒๕,๓๒๕	๒๓,๙๖๒	-๕.๓๘%
E	๒๓๓,๒๒๘	๒๖๓,๖๔๖	๑๓.๐๔%	๑๙,๑๕๖	๒๐,๒๓๕	๕.๖๓%
รวม	<u>๑,๒๕๕,๙๙๕</u>	<u>๑,๒๗๓,๕๖๕</u>	<u>๑.๔๐%</u>	<u>๙๕,๖๒๓</u>	<u>๙๓,๙๓๐</u>	<u>-๑.๗๗%</u>

ที่มา : ส่วนงานวิจัยและพัฒนา ฝ่ายพัฒนากลยุทธ์องค์กร

๑.๒ สถานการณ์การจัดประชุม การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และการจัดงานแสดงสินค้า/นิทรรศการ ในประเทศไทยของนักเดินทางชาวไทย และนักเดินทางชาวต่างประเทศที่มีถิ่นพำนักถาวรในประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๒

ในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๒ มีผู้เข้าร่วมงานการจัดประชุม การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และการจัดงานแสดงสินค้าภายในประเทศ หรือที่เรียกว่า นักเดินทางไมซ์ภายในประเทศ จำนวนทั้งสิ้น ๒๙,๖๔๕,๕๓๑ คน ในจำนวนนี้ เป็นกลุ่มผู้เข้าการจัดงานแสดงสินค้าในประเทศไทย (Exhibition: E) มากที่สุด จำนวน ๒๓,๖๑๘,๕๓๕ คน รองลงมาได้แก่ กลุ่มผู้เข้ามาจัดประชุมของกลุ่มองค์กรภาครัฐหรือองค์กรไม่ใช่บริษัทเอกชน (Convention: C) จำนวน ๔,๑๕๔,๗๘๒ คน กลุ่มผู้เข้ามาจัดประชุมของบริษัทเอกชนในประเทศไทย (Meeting: M) ๑,๖๙๔,๐๕๙ คน และกลุ่มการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล (Incentive: I) ๑๗๘,๑๕๕ คน ตามลำดับ

เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมาพบว่า โดยภาพรวมนักเดินทางไมซ์ภายในประเทศมีอัตราเติบโตหดตัวเฉลี่ยร้อยละ (-๑๑.๓๖) โดยนักเดินทางไมซ์ในประเทศกลุ่มการประชุมของกลุ่มองค์กรภาครัฐหรือองค์กรไม่ใช่บริษัทเอกชน หดตัวมากที่สุด ที่ร้อยละ (-๑๔.๓๖) ตามมาด้วยกลุ่มงานแสดงสินค้าในประเทศที่หดตัวอยู่ที่ร้อยละ (-๑๑.๗๗) และกลุ่มการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลหดตัวอยู่ที่ร้อยละ (-๐.๖๓) ตามลำดับ อย่างไรก็ตามนักเดินทางไมซ์กลุ่มการประชุมของบริษัทเอกชนในประเทศไทยมีอัตราการเติบโตอยู่ที่ร้อยละ ๓.๑๗

สำหรับรายได้ที่เกิดขึ้นจากการใช้จ่ายของนักเดินทางไมซ์ภายในประเทศในปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๒ มีมูลค่ารวม ๑๐๘,๔๓๒ ล้านบาท หดตัวร้อยละ (-๕.๒๐) เทียบกับปีที่ผ่านมา สอดคล้องกับการลดลงของจำนวนนักเดินทางไมซ์ในประเทศ ที่ได้รับปัจจัยลบจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลกซึ่งส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศ รวมถึงการแข็งค่าอย่างต่อเนื่องของเงินบาท ที่กระทบต่อภาคการส่งออกของประเทศ

กลุ่มตลาด/ อุตสาหกรรม	จำนวนนักเดินทางไมซ์ในประเทศ (คน)			รายได้จากนักเดินทางไมซ์ในประเทศ (ล้านบาท)		
	ปี ๒๕๖๑	ปี ๒๕๖๒	เปลี่ยนแปลง	ปี ๒๕๖๑	ปี ๒๕๖๒	เปลี่ยนแปลง
M	๑,๖๔๒,๐๐๕	๑,๖๙๔,๐๕๙	๓.๑๓%	๑,๘๒๓	๓,๕๒๒	๙๓.๒๒%
I	๑๗/๙,๒๘๙	๑๗/๘,๑๕๕	-๐.๖๓%	๔๔๓	๑,๐๖๙	๑๓๙.๐๔%
C	๔,๘๕๑,๕๖๘	๔,๑๕๔,๗๘๒	-๑๔.๓๖%	๕,๖๘๒	๙,๐๕๖	๕๙.๓๓%
E	๒๖,๗๗๐,๕๐๓	๒๓,๖๑๘,๕๓๕	-๑๑.๗๗%	๑๐๖,๔๒๔	๙๔,๗๘๕	-๑๐.๙๔%
Total	๓๓,๔๔๓,๓๖๕	๒๙,๖๔๕,๕๓๑	-๑๑.๓๖%	๑๑๔,๓๗๖	๑๐๘,๔๓๒	-๕.๒๐%

ที่มา : ส่วนงานวิจัยและพัฒนา ฝ่ายพัฒนากลยุทธ์องค์กร

๒. ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการและแผนการใช้จ่ายงบประมาณ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๒ สรุปได้ดังนี้

ผลการปฏิบัติงานของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ตามแผนแม่บทอุตสาหกรรมไมซ์ พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๒ มีดังนี้

เป้าประสงค์	ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
สร้างรายได้	ยุทธศาสตร์ที่ ๑: ขับเคลื่อน อุตสาหกรรมไทยผ่าน กลไกการจัดกิจกรรม ไมซ์	<p>สนับสนุนการจัดงานในประเทศไทย (Event Support/Subsidy) มีจำนวนงานทั้งสิ้น <b>๓๖๑ งาน</b> มีผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติ <b>จำนวน ๓๐๔,๑๘๔ คน</b> งบประมาณการรายได้เข้าประเทศรวม <b>๒๓,๑๕๙ ล้านบาท</b> และก่อให้เกิดมูลค่าผลผลิตทางเศรษฐกิจจากเมกะอีเวนต์จำนวน <b>๔ งาน</b> รวม <b>๖,๔๕๐ ล้านบาท</b> โดยมีงานสำคัญตามกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>๑. กลุ่มบริษัทเอกชนที่เข้ามาประชุมและเดินทางเพื่อเป็นรางวัล (Meeting &amp; Incentives) มีจำนวนรวม <b>๒๔๑ งาน</b> และมีจำนวนผู้เข้าร่วมงานจากต่างประเทศรวม <b>๑๘๘,๙๑๖ คน</b> งบประมาณการรายได้เข้าประเทศรวม <b>๑๔,๓๘๓ ล้านบาท</b> โดยมีงานที่สำคัญ อาทิ <ul style="list-style-type: none"> <li>● Crador Global Family Training Conference จัดในเดือนตุลาคม ๒๕๖๑ เป็นงานที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีน ผู้เข้าร่วมงานต่างชาติประมาณ ๒๐,๐๐๐ คน</li> <li>● Date with Destiny Event (QNET) จัดในเดือนมีนาคม ๒๕๖๒ เป็นงานที่มาจากหมู่เกาะเวอร์ดจินของอังกฤษ ผู้เข้าร่วมงานต่างชาติประมาณ ๑๒,๐๐๐ คน</li> <li>● Haiji Industry (Shenzhen) Co., Ltd. จัดในเดือนมีนาคม ๒๕๖๒ เป็นงานที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีน ผู้เข้าร่วมงานต่างชาติประมาณ ๑๐,๐๐๐ คน</li> <li>● Infinitus China Hope Trip in Thailand, จัดในเดือนกันยายน ๒๕๖๒ เป็นงานที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีน มีผู้เข้าร่วมงานต่างชาติประมาณ ๑๒,๐๐๐ คน</li> <li>● Guangzhou Aurance Biotechnology Co., Ltd., จัดในเดือนกันยายน ๒๕๖๒ เป็นงานที่มาจากสาธารณรัฐประชาชนจีน มีผู้เข้าร่วมงานต่างชาติประมาณ ๑๐,๐๐๐ คน</li> </ul> </li> <li>๒. กลุ่มสมาคม องค์กร ที่เข้ามาจัดประชุมนานาชาติ (Conventions) มีจำนวนรวม <b>๙๐ งาน</b> และมีจำนวนผู้เข้าร่วมงานจากต่างประเทศรวม <b>๔๙,๑๗๓ คน</b> งบประมาณการรายได้เข้าประเทศรวม <b>๓,๗๔๔ ล้านบาท</b> โดยมีงานที่สำคัญ อาทิ</li> </ol>

เป้าประสงค์	ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
		<ul style="list-style-type: none"> <li>● BNI Global Convention 2018 ผู้เข้าร่วมงานต่างชาติ ๔,๐๐๐ คน</li> <li>● Affiliate World Asia 2018 ผู้เข้าร่วมงานต่างชาติ ๓,๐๐๐ คน</li> <li>● IEEE PES GTD Grand International Conference and Exposition Asia 2019 มีผู้เข้าร่วมงานต่างชาติประมาณ ๓,๐๐๐ คน</li> <li>● The 34 th Congress of Asia-Pacific Academy of Ophthalmology (APAO 2019) ประมาณการผู้เข้าร่วมงานต่างชาติ ๕,๕๐๐ คน</li> <li>● 2019 International Dragon Award (IDA) Annual Congress มีผู้เข้าร่วมงานต่างชาติประมาณ ๗,๓๙๘ คน</li> </ul> <p>๓. กลุ่มผู้ประกอบการที่เข้ามาจัดงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทย (Upgrade &amp; Existing Shows) <b>จำนวนรวม ๒๖ งาน</b> จำนวนผู้เข้าร่วมงานจากต่างประเทศรวม <b>๖๖,๐๙๕ คน</b> ประมาณการรายได้เข้าประเทศรวม <b>๕,๐๓๒ ล้านบาท</b> โดยมีงานที่สำคัญ อาทิ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● VIV Asia 2019 เป็นมหกรรมการแสดงสินค้านานาชาติ งานแสดงนวัตกรรมและเทคโนโลยีด้านปศุสัตว์และสัตว์น้ำระดับโลกและยิ่งใหญ่ที่สุดในเอเชีย โดยมีผู้จัดงานต่างชาติประมาณ ๒๓,๗๔๒ คน</li> <li>● ProPak Asia 2019 งานแสดงสินค้าเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมและเทคโนโลยีด้านกระบวนการผลิต การแปรรูปและบรรจุภัณฑ์แห่งภูมิภาคอาเซียน โดยมีผู้จัดงานต่างชาติประมาณ ๘,๕๐๕ คน</li> <li>● Medical Fair Thailand 2019 งานแสดงสินค้าเกี่ยวกับการแพทย์และเภสัชกรรม โดยมีผู้จัดงานต่างชาติประมาณ ๖,๖๑๐ คน</li> <li>● Wire and Tube South East Asia 2019 งานแสดงสินค้าเกี่ยวกับการผลิตท่อและสายเคเบิล มีผู้จัดงานต่างชาติประมาณ ๕,๐๓๖ คน</li> <li>● PACK PRINT INTERNATIONAL 2019 งานแสดงสินค้าด้านอุตสาหกรรมผลิตบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์ มีผู้จัดงานต่างชาติประมาณ ๕,๓๓๗ คน</li> </ul>

เป้าประสงค์	ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
		<p>๔. กลุ่มผู้จัดงานที่มีวัตถุประสงค์เพื่อยกระดับงานเมกะอีเวนต์ของไทยสู่สากล (Event Hybridization with World Event) จำนวน ๔ งาน ก่อให้เกิดมูลค่าผลผลิตทางเศรษฐกิจรวม ๖,๔๕๐ ล้านบาท ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● งาน Bangkok Design Week X Pechakucha 2019 โดยประมาณการผู้เข้าร่วมงาน ๔๐๐,๐๐๐ คน ก่อให้เกิดมูลค่าผลผลิตทางเศรษฐกิจ ๑๘๔ ล้านบาท</li> <li>● งาน Thailand Toy Expo 2019 ประมาณการผู้เข้าร่วมงาน ๕๕๐,๐๐๐ คน เป็นชาวต่างประเทศ ๘๐,๐๐๐ คน และชาวไทย ๔๗๐,๐๐๐ คน ก่อให้เกิดมูลค่าผลผลิตทางเศรษฐกิจ ๔,๓๗๔ ล้านบาท</li> <li>● งาน Laguna Phuket Marathon 2019 โดยความร่วมมือกับ UNHCR เพื่อส่งเสริมและพัฒนาการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Mass Participation) และร่วมเป็นกลไกผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการจัดกิจกรรมกีฬาเพื่อมวลชนในระดับนานาชาติ ก่อให้เกิดมูลค่าผลผลิตทางเศรษฐกิจ ๕๐๓ ล้านบาท</li> <li>● งาน Bangkok International Digital Content Festival 2019 คาดว่ามีผู้ประกอบการต่างชาติ ๔๐ บริษัท และ ผู้ประกอบการไทย ๗๐ บริษัท โดยมีผู้เข้าร่วมงานมากกว่า ๓,๐๐๐ คน ก่อให้เกิดมูลค่าผลผลิตทางเศรษฐกิจ ๑,๓๘๙ ล้านบาท</li> </ul>
		<p>สนับสนุนการประมูลสิทธิ์การจัดงาน (Bidding) และการสร้างงาน MICE ใหม่ในประเทศไทย มีจำนวนงานทั้งสิ้น ๔๙ งาน มีผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติ จำนวน ๑๒๒,๙๓๒ คน ประมาณการรายได้เข้าประเทศรวม ๙,๓๖๐ ล้านบาท ได้ดังนี้</p> <p>๕. ประมูลสิทธิ์การเป็นเจ้าภาพจัดงานในประเทศไทย IT&amp;CMA &amp; CTW Asia 2019 ประมาณการผู้เข้าร่วมงานจากต่างประเทศรวม ๒๕,๑๓๘ คน ประมาณการรายได้เข้าประเทศรวม ๑,๙๑๔ ล้านบาท</p> <p>๖. ประมูลสิทธิ์การจัดงานประชุมนานาชาติ จำนวน ๒๙ งาน และมีจำนวนผู้เข้าร่วมงานจากต่างประเทศรวม ๕๑,๒๐๐ คน ประมาณการรายได้เข้าประเทศรวม ๓,๘๙๘ ล้านบาท โดยมีงานที่สำคัญ อาทิ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● World Diabetes Congress 2021 งานประชุมวิชาการนานาชาติด้านการรักษา วิจัย และพัฒนาการป้องกันโรคเบาหวานที่ถือว่ามีขนาดใหญ่ที่สุดในโลก ประมาณการผู้เข้าร่วมงานต่างชาติ ๘,๐๐๐ คน</li> </ul>

เป้าประสงค์	ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
		<ul style="list-style-type: none"> <li>● International Association for the Study of Pain (IASP) International World Congress on Pain ๒๐๒๔ ประมาณการผู้เข้าร่วมงานต่างชาติ ๕,๐๐๐ คน</li> <li>● World Allergy Congress (WAC) ๒๐๒๒ ประมาณการผู้เข้าร่วมงานต่างชาติ ๒,๐๐๐ คน</li> </ul> <p>๗. ประมูลสิทธิ์การจัดงาน Mega events จำนวน ๓ งาน มีจำนวนผู้เข้าร่วมงานจากต่างประเทศรวม ๓๕,๕๒๕ คน ประมาณการรายได้เข้าประเทศรวม ๒,๗๐๕ ล้านบาท ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Thailand Biennale, Krabi เสริมสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ผู้เข้าชมงานในการวางแผนการเดินทางและมีส่วนร่วมกับการแข่งขันงานศิลปะ ประมาณการผู้เข้าร่วมงาน ๒๖,๐๒๕ คน</li> <li>● การจัดแข่งขันกีฬาซีมา รายการ 1st Asian Continental Championship 2019 โดยมีนักกีฬาจากประเทศต่างๆเข้าร่วมแข่งขันกว่า ๑๐ ประเทศ ประมาณการผู้เข้าร่วมงาน ๕,๐๐๐ คน</li> <li>● Global Running Summit 2019 เพื่อสร้างมาตรฐานและเป็นการยกระดับการจัดงานของไทยให้เทียบเท่างานระดับโลก</li> </ul> <p>๘. สนับสนุนการสร้างงานใหม่ (New Shows) งานแสดงสินค้านานาชาติที่เข้ามาจัดในประเทศไทย (International Exhibitions) จำนวน ๑๖ งาน โดยประมาณการผู้เข้าร่วมงานจากต่างชาติรวม ๑๑,๐๖๙ คน ประมาณการรายได้เข้าประเทศรวม ๘๔๓ ล้านบาท มีงานสำคัญ อาทิ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● CPhi Southeast Asia 2019 งานแสดงสินค้าและเจรจาธุรกิจเกี่ยวกับเทคโนโลยีและประชุมด้านส่วนประกอบอิเล็กทรอนิกส์สำหรับอุตสาหกรรมในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติ ๒,๘๓๖ คน</li> <li>● Asia Lifestyle Expo 2019 งานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทยซึ่งเป็นงานแสดงสินค้านานาชาติเกี่ยวกับสินค้าไลฟ์สไตล์จากทั่วอาเซียน มีผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติ ๑,๐๓๐ คน</li> <li>● The Smart Manufacturing Exhibition (Thailand) งานแสดงสินค้านานาชาติ ซึ่งเป็นงานแสดงสินค้านานาชาติและเทคโนโลยีเกี่ยวกับอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลและโลหะการ มีผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติ ๑,๗๒๘ คน</li> </ul>

เป้าประสงค์	ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
		<p>สนับสนุนเพื่อยกระดับงาน (Upgrade Shows) ให้มีศักยภาพและพัฒนาระดับสากล มีจำนวนทั้งสิ้น <b>๑๕ งาน</b> ผู้เข้าร่วมงาน <b>๖๙๗,๘๔๒ คน</b> ประเมินการรายได้เข้าประเทศรวม <b>๒,๔๔๒ ล้านบาท</b> แบ่งออกตามกลุ่มตลาดเป้าหมาย ได้ดังนี้</p> <p>๙. ยกระดับงาน Mega Events ให้เป็นสากล (Homegrown development) จำนวน <b>๘ งาน</b> มีจำนวนผู้เข้าร่วมงาน <b>๖๒๙,๐๓๒ คน</b> มีงานสำคัญ อาทิ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Phuket Harmony World Puppet Festival 2018 เน้นการส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการจัดเทศกาลหุ่นโลก มีผู้ชมงานชาวไทยและชาวต่างชาติเข้าชมงาน ๒๐๐,๐๐๐ คน</li> <li>● Chiangmai Design Week 2018 เทศกาลมีการจัดกิจกรรมหลากหลายรูปแบบกว่า ๒๐๐ กิจกรรม ซึ่งมีนักออกแบบนักสร้างสรรค์มีผู้ชมงานชาวไทยและชาวต่างชาติเข้าชมงาน ๑๐๐,๐๐๐ คน</li> <li>● Bangkok Motorbike Festival 2019 งานจัดแสดงรถจักรยานยนต์ที่ใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีผู้ชมงานชาวไทยและชาวต่างชาติเข้าชมงาน ๒๕๐,๐๐๐ คน</li> </ul> <p>๑๐. ยกระดับงานแสดงสินค้าในภูมิภาค (DMICE Upgrade) จำนวน <b>๗ งาน</b> มีจำนวนผู้เข้าร่วมงาน <b>๖๘,๘๑๐ คน</b> มีงานที่สำคัญ อาทิ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● สนับสนุนการจัดงาน Coffee and Bakery Fair 2019 ตอบสนองนโยบาย MICE CITY ของจังหวัดและกระตุ้นเศรษฐกิจให้เกิดการค้าการขายและการลงทุนในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับกาแฟและเบเกอรี่ของภาคอีสาน</li> <li>● สนับสนุนการจัดงาน OEM Manufacturer Expo 2019 by FTI &amp; NEO เป็นการจัดงานร่วมกับสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (FTI) มีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในธุรกิจด้านการรับจ้างผลิต</li> <li>● สนับสนุนการจัดงานมหกรรมเครื่องเขียนภาคอีสานครั้งที่ 2 (I-San Stationary Fair 2019) งานแสดงด้านอุปกรณ์เครื่องเขียนสำนักงาน สินค้าด้านหนังสือและสื่อสิ่งพิมพ์</li> </ul>



เป้าประสงค์	ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
		<p>จัดกิจกรรมการตลาดกับกลุ่มเป้าหมายในต่างประเทศ (Trade Show/ Road Show/ Sales Mission) โดยมีจำนวนงานที่คาดว่าจะมาจัดงานในประเทศไทยในอนาคต (Leads) ทั้งสิ้น <b>๔๐๑</b> งาน มีนักเดินทางไมซ์รวม <b>๘๙,๓๙๙</b> ราย ประเมินการรายได้ที่คาดว่าจะได้รับ <b>๖,๘๐๖</b> ล้านบาท แบ่งออกตามกลุ่มตลาดเป้าหมาย ได้ดังนี้</p> <p>๑๑. ตลาดด้านการประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล โดยจัดกิจกรรมการตลาดในต่างประเทศ ๒ กิจกรรม ได้จำนวนงานที่คาดว่าจะมาจัดงานในประเทศไทยในอนาคต (Leads) รวม <b>๒๙๗</b> งาน ประเมินการจำนวนนักเดินทางไมซ์ (MI Visitors) <b>๘๙,๓๙๙</b> ราย ประเมินการรายได้ที่คาดว่าจะได้รับ <b>๖,๘๐๖</b> ล้านบาท</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● เข้าร่วมงานเทรดโชว์ 3 งาน* คือ 1) AIME 2019 2) IT&amp;CM China 2019 และ 3) IMEX Frankfurt 2019 มีจำนวนงานที่คาดว่าจะมาจัดงานในประเทศไทยในอนาคต (Leads) ๑๓๒ งาน ประเมินการจำนวนนักเดินทางไมซ์ (MI Visitors) ๔๙,๑๕๐ ราย หมายเหตุ * มีอีก ๒ งาน จัดในเดือน ต.ค. - พ.ย. ๒๕๖๒</li> <li>● จัดกิจกรรมโรดโชว์ ๔ ประเทศ คือ ออสเตรเลีย จีน ยุโรป และ อินเดีย มีจำนวนงานที่คาดว่าจะมาจัดงานในประเทศไทยในอนาคต (Leads) รวมทั้งสิ้น ๑๓๙ งาน ประเมินการจำนวนนักเดินทางไมซ์ (MI Visitors) ๓๖,๖๔๔ คน</li> <li>● จัดกิจกรรมการตลาดเชิงรุกในกลุ่มประเทศเป้าหมาย ๓ ประเทศ คือ สิงคโปร์ เกาหลี และรัสเซีย มีจำนวนงานที่คาดว่าจะมาจัดงานในประเทศไทยในอนาคต (Leads) ๒๖ งาน ประเมินการจำนวนนักเดินทางไมซ์ (MI Visitors) ๓,๖๐๕ คน</li> </ul> <p>๑๒. ตลาดการจัดประชุมนานาชาติ โดยจัดกิจกรรมการตลาดในต่างประเทศ ๒ กิจกรรม ได้จำนวนงานที่คาดว่าจะมาจัดงานในประเทศไทยในอนาคต (Leads) รวม <b>๑๖</b> งาน และ ลูกค้านักเดินทางไมซ์ จำนวน <b>๖๔</b> ราย</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● เข้าร่วมงานเทรดโชว์ ๒ งาน คือ ๑) IMEX Frankfurt 2019 และ ๒) IMEX USA 2019 โดยมีจำนวนงานที่คาดว่าจะมาจัดงานในประเทศไทยในอนาคต (Leads) รวม ๑๖ งาน</li> <li>● จัดกิจกรรมโรดโชว์และ Sale Mission ในต่างประเทศทั้งในทวีปเอเชียและยุโรป จำนวน ๑๖ กิจกรรม โดยมีกลุ่มตัวแทนสมาคม/องค์กรที่มีศักยภาพ จำนวน ๖๔ หน่วยงาน</li> </ul>

เป้าประสงค์	ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
		<p>๑๓. ตลาดอุตสาหกรรมการแสดงสินค้านานาชาติ โดยจัดกิจกรรมการตลาดในต่างประเทศ ๔ กิจกรรม ในตลาดเอเชียและยุโรป ได้จำนวนงานที่คาดว่าจะมาจัดงานในประเทศไทยในอนาคต (Leads) รวม ๘๘ งาน</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● จัดกิจกรรมโรดโชว์ มีจำนวนงานที่คาดว่าจะมาจัดงานในประเทศไทยในอนาคต (Leads) ๑๑ งาน</li> <li>● จัดกิจกรรม one-on-one มีจำนวนงานที่คาดว่าจะมาจัดงานในประเทศไทยในอนาคต (Leads) ๒๑ งาน</li> <li>● จัดกิจกรรม Sponsorship &amp; Networking session มีจำนวนงานที่คาดว่าจะมาจัดงานในประเทศไทยในอนาคต (Leads) ๒๐ งาน</li> <li>● จัดกิจกรรม TCEB-Exhibition Business Forum 2019 มีจำนวนงานที่คาดว่าจะมาจัดงานในประเทศไทยในอนาคต (Leads) ๓๖ งาน</li> </ul>
		<p>จัดกิจกรรมเสริมสร้างประสบการณ์ทางการตลาด และกิจกรรมส่งเสริมการตลาด (Marketing promotion) กับกลุ่มเป้าหมายในประเทศไทย โดยมีจำนวนงานที่คาดว่าจะมาจัดงานในประเทศไทยในอนาคต (Leads) รวม ๓๖ งาน ประมาณการนักเดินทางไมซ์ ๙,๘๙๑ ราย ประมาณการรายได้ที่คาดว่าจะได้รับ ๗๕๓ ล้านบาท แบ่งตามกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้</p> <p>๑๓. ตลาดด้านการประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล โดยจัดกิจกรรมการตลาดในประเทศ ๒ กิจกรรม ได้จำนวนงานที่คาดว่าจะมาจัดงานในประเทศไทยในอนาคต (Leads) รวม ๓๖ งาน ประมาณการนักเดินทางไมซ์ ๙,๘๙๑ คน</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● จัดกิจกรรม Thailand Incentive &amp; Meeting Exchange (TIME) 2019 กลุ่มเป้าหมายคือ ตัวแทนผู้จัดการประชุมและการประชุมเพื่อเป็นรางวัล (MICE Agents, Corporate Agents) จากกลุ่มประเทศอาเซียน+๖ (ASEAN Plus Six) โดยมีงานที่คาดว่าจะมาจัดในประเทศไทยในอนาคตรวม (Leads) ๑๙ งาน ประมาณการนักเดินทางไมซ์ ๗,๑๐๓ คน</li> <li>● จัดกิจกรรม Familiarization Trip with Partner กลุ่มเป้าหมายคือ ตลาดอินเดีย ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย และสิงคโปร์ โดยมีงานที่คาดว่าจะมาจัดในประเทศไทยในอนาคตรวมทั้งสิ้น (Leads) ๑๗ งาน ประมาณการนักเดินทางไมซ์ ๒,๗๘๘ คน</li> </ul>

เป้าประสงค์	ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
		<p>๑๔. ตลาดการจัดประชุมนานาชาติจัดกิจกรรมการตลาดในประเทศ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● จัดกิจกรรม Roadshow ในประเทศกับพันธมิตร อาทิ ราชวิทยาลัยโสต ศอ นาสิกแพทย์แห่งประเทศไทย, สมาคมโรคไตแห่งประเทศไทย, สมาคมพืชสวนแห่งประเทศไทย, หน่วยงานภาครัฐจากสำนักงานกลุ่มงานโครงการพิเศษและผู้อำนวยการศูนย์พัฒนาดิจิทัลและนวัตกรรม และสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน), Lions Clubs International</li> </ul> <p>๑๕. ตลาดอุตสาหกรรมการแสดงสินค้านานาชาติ จัดกิจกรรมการตลาดในประเทศที่สำคัญ อาทิ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● จัดกิจกรรมการตลาด Visitor Promotion for ASEAN+6 Privilege โดยมี Exhibitor ชาวต่างชาติที่ผ่านหลักเกณฑ์ จำนวน ๓๗๑ คน</li> <li>● จัดกิจกรรมการตลาด Exhibiz in Market เพื่อเพิ่มพื้นที่งานแสดงสินค้า จำนวน ๒,๓๙๒ ตร.ม.</li> </ul>
		<p><b>จัดตั้งตัวแทนการตลาดในต่างประเทศ (Overseas Representatives)</b> โดยมีผลการดำเนินงาน ประเมินการรายได้ที่คาดว่าจะได้รับ <b>๒๑,๐๗๗ ล้านบาท</b></p> <p>๑๖. บริหารจัดการตัวแทนการตลาดใน ๗ ประเทศ ได้แก่ ออสเตรเลีย จีน อินเดีย ญี่ปุ่น สิงคโปร์ สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา โดยประมาณการจำนวนนักเดินทางไมซ์กลุ่มตลาดด้านการประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล (MI Visitors) รวม <b>๒๗๖,๘๔๓ คน</b> ประเมินการรายได้ที่คาดว่าจะได้รับ <b>๒๑,๐๗๗ ล้านบาท</b></p>
	<p><b>ยุทธศาสตร์ ๓:</b> ส่งเสริมการตลาดและภาพลักษณ์ไมซ์ของประเทศไทย</p>	<p><b>ส่งเสริมการตลาดในรูปแบบต่างๆ เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะจุดหมายหลักของอุตสาหกรรมไมซ์ จำนวน ๔ กิจกรรมสำคัญ ดังนี้</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>๑. บริหารจัดการคูหาสิทธิการประเทศไทยและกิจกรรมการตลาดภายในงานเทรดโชว์นานาชาติ จำนวน ๓ เทรดโชว์* <i>หมายเหตุ * มีอีก ๒ งาน จัดในเดือน ต.ค. - พ.ย. ๒๕๖๒</i></li> <li>๒. บริหารจัดการ Digital Platform ด้านสื่อสังคมออนไลน์ โดยมี Viewership จำนวน ๔๕๐,๐๐๐ views</li> <li>๓. สร้างการรับรู้อุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ (Advertising &amp; PR Campaign) ผ่านกิจกรรมสำคัญ อาทิ <ul style="list-style-type: none"> <li>● จัดกิจกรรมซื้อสื่อระดับโลก (Global Mainstream Media) ผ่านโทรทัศน์ต่างประเทศ (CNN) ๕.๓ ล้านการรับรู้ (Reach)</li> </ul> </li> </ol>

เป้าประสงค์	ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
		<ul style="list-style-type: none"> <li>● จัดกิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์การตลาดในต่างประเทศ (International PR) ๒ ครั้ง ๑) การจัดงาน TCEB Press Briefing ในงาน ITCM China 2019 และ ๒) การจัดงาน Press Conference in IMEX Frankfurt 2019</li> <li>● สร้างการรับรู้และประชาสัมพันธ์อุตสาหกรรมไมซ์ผ่านสื่อมวลชนต่างประเทศ จำนวน ๒๐ สื่อ</li> </ul> <p>๔. จัดทำแผนงานการสร้างแบรนด์ไมซ์ประเทศไทยเชิงคุณภาพตลาดในและต่างประเทศ</p>
		<p><b>ส่งเสริมการตลาด และภาพลักษณ์ไมซ์ของประเทศไทยและ สสพ. จำนวน ๔ กิจกรรมสำคัญ ดังนี้</b></p> <p>๕. กิจกรรมสร้างการรับรู้และความเข้าใจบทบาทหน้าที่ และการบริการ สสพ. ผ่านกิจกรรมจำนวน ๒๙ ครั้ง มีมูลค่าข่าวประชาสัมพันธ์ ๗๕๖,๒๓๔,๖๗๑ บาท ผลิตเอกสารประชาสัมพันธ์และการสื่อสารองค์กร จำนวน ๑๖๓ ชิ้นงานประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกสำนักงาน</p> <p>๖. กิจกรรมเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กร ผ่านกิจกรรมสร้างการรับรู้และความเข้าใจบทบาทหน้าที่ และการบริการ สสพ. จำนวน ๗๒ ชิ้นงานที่เผยแพร่ภายในองค์กร และจัดทำ Internal Newsletter จำนวน ๖ ครั้งที่เผยแพร่</p> <p>๗. กิจกรรมพัฒนาเนื้อหาและสื่อสร้างการรับรู้องค์กร ผ่านกิจกรรมการจัดทำเนื้อหาและผลิตสื่อ ๑๕ ชิ้นงาน และผลิตวารสาร/หนังสือ/บทความเพื่อสร้างการรับรู้บทบาท พันธกิจ และกิจกรรมต่างๆขององค์กร จำนวน ๒๓,๐๐๐ เล่ม</p> <p>๘. กิจกรรมส่งเสริมบทบาทและพันธกิจองค์กร ผ่านสื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ สื่อออนไลน์ และสื่อกลางแจ้ง จำนวน ๓๙ ชิ้นงาน โดยมี ๓๒๕ ครั้งที่เผยแพร่ผ่านสื่อ</p>
<p>กระจายรายได้สู่ภูมิภาค</p>	<p><b>ยุทธศาสตร์ ๒:</b> กระจายรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจของภูมิภาคผ่านอุตสาหกรรมไมซ์</p>	<p><b>สนับสนุนการจัดงานไมซ์ภายในประเทศ (Domestic MICE) มีจำนวนทั้งสิ้น ๓๕ งาน มีผู้เข้าร่วมงานจำนวนทั้งสิ้น ๓๙๒,๗๑๕ คน ประมวลการรายได้จากการใช้จ่าย ๑,๓๗๕ ล้านบาท แบ่งออกตามกลุ่มการสนับสนุน ได้ดังนี้</b></p> <p>๑. สนับสนุนการสร้างงานแสดงสินค้าขึ้นใหม่ (New) จำนวน ๕ งาน มีผู้เข้าร่วมงานรวม ๒๖๑,๘๐๐ คน ประมวลการรายได้จากการใช้จ่าย ๙๑๖ ล้านบาท ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● งาน RICE Expo 2018 ครั้งที่ ๑ มีผู้เข้าร่วมงาน ๑๕,๘๐๐ คน</li> </ul>

เป้าประสงค์	ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
		<ul style="list-style-type: none"> <li>● งานมหกรรมหนังสือภาคใต้ครั้งที่ ๕ มีจำนวนผู้เข้าร่วมงาน ๒๐๐,๐๐๐ คน</li> <li>● งาน Khon Kean Motor Show มีผู้เข้าร่วมงาน ๑๕,๕๐๐ คน</li> <li>● งาน Care Expo Thailand 2019 มีผู้เข้าร่วมงาน ๒๐,๐๐๐ คน</li> <li>● งานมุกดาหารอุตสาหกรรมแฟร์ มีผู้เข้าร่วมงาน ๑๑,๓๐๐ คน</li> </ul> <p>๒. สนับสนุนกระจายงานแสดงสินค้าไปยังภูมิภาค (Clone) จำนวน ๒ งาน มีผู้เข้าร่วมงานรวม ๑๑๐,๐๐๐ คน ประเมินการรายได้จากการใช้จ่าย ๓๘๕ ล้านบาท ได้แก่ งานหอการค้าแฟร์ และงาน Phuket Hotel Craft &amp; Skill Expo 2019</p> <p>๓. สนับสนุนการจัดกิจกรรมไม่ซ้ำภายในประเทศร่วมกับหน่วยงานภาคี (Alliance Support) จำนวน ๑๗ งาน ผู้เข้าร่วมงาน ๑๓,๖๙๐ คน ประเมินการรายได้จากการใช้จ่าย ๔๘ ล้านบาท งานสำคัญ อาทิ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● สนับสนุนการจัดงาน HR Tech 2019 &amp; Conference Exposition ผู้เข้าร่วมงานประมาณ ๖,๐๐๐ คน</li> <li>● สนับสนุนการจัดงาน Thailand HR Day 2018 ผู้เข้าร่วมงานประมาณ ๑,๕๐๐ คน</li> <li>● สนับสนุนการจัดงาน Exponential Manufacturing ผู้เข้าร่วมงานประมาณ ๑,๐๐๐ คน</li> </ul> <p>๔. สนับสนุนการจัดงานประชุมวิชาการภายในประเทศ (Domestic Convention) จำนวน ๑๐ งาน ประเมินการผู้เข้าร่วมงาน ๗,๒๒๕ คน ประเมินการรายได้จากการใช้จ่าย ๒๕ ล้านบาท งานสำคัญ อาทิ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● สัมมนาหอการค้าทั่วประเทศ ครั้งที่ ๓๖ ผู้เข้าร่วมงานประมาณ ๑,๐๐๐ คน</li> <li>● Creative Talk Conference ผู้เข้าร่วมงานประมาณ ๑,๐๐๐ คน</li> <li>● CLMVT Logistic Conference ผู้เข้าร่วมงาน ๒,๗๒๐ คน</li> </ul> <p>๕. สนับสนุนการสร้างเครือข่ายไมซ์ผ่านบริษัทข้ามชาติในไทย (EXPAT) จำนวน ๑ งาน ผ่านการจัดกิจกรรม Business Innovation 4.0 Forum &amp; Networking, Chiang Mai Connect Edition สัมมนาธุรกิจนวัตกรรม 4.0 เพื่อส่งเสริมการลงทุนด้าน SME 4.0</p> <p>๖. สนับสนุนการจัดประชุมสัมมนาและศึกษาดูงานในโครงการพระราชดำริ (Royal Project) และชุมชนสหกรณ์ จำนวน ๑๔ กรุป</p>
		ส่งเสริมตลาดไมซ์ในประเทศและขยายตลาดกลุ่มประเทศ GMS/ CLMV/ SEZ จำนวนผู้เข้าร่วมงานในกลุ่ม ประเทศ GMS/ CLMV/

เป้าประสงค์	ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
		<p><b>SEZ ทั้งสิ้น ๑๗,๐๘๑ คน และประมาณการรายได้ ๑,๓๐๐ ล้านบาท</b> แบ่งออกตามกลุ่มตลาดเป้าหมาย ดังนี้</p> <p>๗. สนับสนุนการยกระดับงานประชุมนานาชาติในพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจ (LIMEC) จำนวน ๑ งาน ผ่านการจัดประชุมนานาชาติ ระเบียงเศรษฐกิจ หลวงพระบาง อินโดจีน เมะลำไย ครั้งที่ ๕</p> <p>๘. สนับสนุนส่งเสริมการเป็นศูนย์กลางและการประชุมสัมมนาในพื้นที่ ระเบียงเศรษฐกิจ (Economic Corridor) และเขตเศรษฐกิจพิเศษ (SEZ) ภายใต้ยุทธศาสตร์อนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง จำนวน ๓ งาน</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● งานประชุมสัมมนานานาชาติเชื่อมโยงระเบียงเศรษฐกิจพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ GMS (GTEC)</li> <li>● งาน GMS Logistics Forum</li> <li>● งาน 2 nd Cambodia-Vietnam-Thailand Economic Corridor Cooperation Conference หรือ CVTEC ครั้งที่ ๒</li> </ul> <p>๙. สนับสนุนการจัดงานกลุ่มบริษัทเอกชน CLMV ที่เข้ามาประชุมและ เพื่อเป็นรางวัล (Meeting &amp; Incentives) จำนวน ๔๔ งาน และมี ผู้เข้าร่วมงานจากต่างประเทศรวม ๑๐,๕๔๒ คน ประมาณการรายได้ ๘๐๓ ล้านบาท</p> <p>๑๐. ส่งเสริมการขายและการตลาดในกลุ่มประเทศ CLMV ใน ๔ ประเทศ ได้แก่ กัมพูชา เมียนมาร์ ลาว และ เวียดนาม โดยงานที่คาดหวัง หมายความว่ามาจัดในประเทศไทยในอนาคตรวมทั้งสิ้น (Leads) ๔๒ งาน ประมาณการจำนวนนักเดินทางไมซ์ ๕,๘๓๙ คน ประมาณการ รายได้ ๔๔๕ ล้านบาท</p> <p>๑๑. จัดกิจกรรม CLMV Familiarization Trip โดยเชิญตัวแทน MICE Agent, Travel Agent, MICE Planner และสื่อมวลชนท้องถิ่น ที่มี ศักยภาพจากกลุ่มประเทศ CLMV จำนวน ๑๐ ราย โดยงานที่ คาดหมายหมายความว่ามาจัดในประเทศไทยในอนาคตรวมทั้งสิ้น (Leads) ๗ งาน ประมาณการจำนวนนักเดินทางไมซ์ ๗๐๐ คน ประมาณการรายได้ ๕๓ ล้านบาท</p>
		<p>ส่งเสริมการจัดงานและกระจายรายได้สู่ภูมิภาค (MICE Area Based) โดยส่งเสริมและยกระดับกิจกรรมไมซ์ในภูมิภาค เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ ในภูมิภาคผ่านกิจกรรมหลัก ๔ กิจกรรม ดังนี้</p>

เป้าประสงค์	ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
		<p>๑๒. พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ในพื้นที่โมซ์ซิตี้และเมืองที่มีศักยภาพ 7 Themes จำนวน ๑๔ เมือง ได้แก่ ๑) กรุงเทพมหานคร ๒) สมุทรสาคร ๓) สมุทรสงคราม ๔) เชียงใหม่ ๕) เชียงราย ๖) ขอนแก่น ๗) อุตรธานี ๘) ภูเก็ต ๙) สงขลา ๑๐) นครศรีธรรมราช ๑๑) พัทยา ๑๒) ชลบุรี ๑๓) ระยอง และ ๑๔) ฉะเชิงเทรา</p> <p>๑๓. ยกระดับงานเด่นในโมซ์ซิตี้ (Flagship Events) จำนวน ๗ งาน ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● งานเทศกาลไหมนานาชาติ ผูกสิริและงานกาชาด ๒๕๖๑ จ. ขอนแก่น</li> <li>● งานเทศกาล “สีเส้นแห่งดอยตุง” 2018 จ. เชียงราย</li> <li>● งาน Chiang Mai Blooms จ. เชียงใหม่</li> <li>● งาน Lanna Expo 2019 จ. เชียงใหม่</li> <li>● งานชาคาแฟ Tea and Coffee Symposium 2019 จ. เชียงราย</li> <li>● งานประเพณีแห่เทียนเข้าพรรษา จ. อุบลราชธานี</li> <li>● งานมหกรรมผ้าทอมือ อนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง 2019 จ. อุตรธานี</li> </ul> <p>๑๔. ศึกษาและจัดทำข้อมูลยุทธศาสตร์ของเมืองที่มีศักยภาพ (City Profile) จำนวน ๓ เมือง ได้แก่ นครศรีธรรมราช อุบลราชธานี และ กาญจนบุรี</p> <p>๑๕. ส่งเสริมและให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน อุตสาหกรรมโมซ์ เพื่อรายงานผลความคืบหน้าการดำเนินโครงการต่างๆ และรับฟังวาระประชุมอื่นๆ อันเป็นภารกิจด้านโมซ์ซิตี้ที่สำคัญ</p>
<p>พัฒนา อุตสาหกรรม โมซ์ด้วย นวัตกรรม</p>	<p><b>ยุทธศาสตร์ ๔:</b> เสริมสร้างขีด ความสามารถในการ แข่งขันของ อุตสาหกรรมโมซ์</p>	<p><b>พัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมโมซ์ ยกระดับมาตรฐานผู้ประกอบการ และโครงสร้างสนับสนุนโมซ์ โดยมีกิจกรรมที่สำคัญ ดังนี้</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>๑. พัฒนามาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย (Thailand MICE Venue Standards) จำนวน ๑๗๓ แห่ง และมาตรฐานสถานที่จัดงานอาเซียน (ASEAN MICE Venue Standards) จำนวน ๒๐ แห่ง</li> <li>๒. สร้างเครือข่ายเยาวชนโมซ์สู่การเป็นผู้ประกอบการโมซ์รุ่นใหม่ (MICE Student Chapter &amp; MICE Start Up) จัดกิจกรรมอบรมบ่มเพาะ พัฒนาเครือข่ายเยาวชนโมซ์ โดยมีจำนวนเยาวชน นิสิต นักศึกษาในสถาบันการศึกษาที่เข้าร่วมโครงการ ๙๓๔ คน ใน ๕ ภูมิภาค คือ ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคตะวันออก และ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ</li> </ol>

เป้าประสงค์	ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
		<p>๓. พัฒนาศักยภาพผู้เชี่ยวชาญด้านไมซ์ (Train the Trainer) โดยมีผู้ผ่านการอบรม จำนวน ๓๐ คน</p> <p>๔. พัฒนาองค์ความรู้ด้านมาตรฐานในอุตสาหกรรมไมซ์ ผ่านหลักสูตรไมซ์ระดับนานาชาติ จำนวน ๓ หลักสูตร ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● หลักสูตรด้านการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล (CIS- Certified Incentive specialist) มีผู้เข้าร่วมอบรมหลักสูตร รวม ๗๐ คน</li> <li>● หลักสูตรด้านการบริหารจัดการงานแสดงสินค้านานาชาติระดับนานาชาติ (CEM-Certified in Exhibition Management) มีผู้เข้าร่วมอบรมหลักสูตร รวม ๙๖ คน</li> <li>● หลักสูตรบริหารสถานที่จัดงานประเทศไทย (Venue Management Course) มีผู้เข้าร่วมอบรมหลักสูตร รวม ๑๕๓ คน</li> </ul>
		<p><b>พัฒนาและส่งเสริมการใช้นวัตกรรมในการจัดงาน และพัฒนาองค์ความรู้รวมถึงรูปแบบการจัดงาน ผ่านกิจกรรมสร้างสรรค์นวัตกรรมไมซ์ (MICE Intelligence &amp; Innovation) ผ่าน ๔ กิจกรรมสำคัญ อาทิ</b></p> <p>๕. พัฒนานวัตกรรมเพื่อสนับสนุนการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล (BizConnect Application) โดยได้สนับสนุนงานแล้วจำนวน ๔๙ งาน มีผู้ที่ใช้งาน App จำนวน ๑๘,๕๕๓ คน (ยอดการดาวน์โหลด ๗,๓๗๖ ดาวน์โหลด/ลงทะเบียนผ่านเว็บไซต์ ๑๑,๑๗๗ User)</p> <p>๖. พัฒนาเครื่องมือและ Digital Service เพื่อสนับสนุนการจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ โดยปรับปรุงและพัฒนา TCEB E-library โดยมีจำนวน ๕๓,๕๗๘ page views รวมถึงการปรับปรุงและพัฒนา TCEB swift apply โดยมีผู้ที่ขอรับการสนับสนุนผ่านระบบ RFS จำนวน ๓๐ งาน</p> <p>๗. พัฒนาเนื้อหาสำหรับ MICE Intelligence Center จำนวน ๑๙ ชิ้นงาน</p> <p>๘. จัดงานสัมมนา MICE Intelligence &amp; Innovation Conference โดยผู้เข้าร่วมงาน (Onsite) ที่มาจากทั้งภาคเอกชนและภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ จำนวน ๔๕๖ คน</p>
		<p><b>ประสานงานภาครัฐเพื่อการอำนวยความสะดวกทางการค้าและบริการอุตสาหกรรมไมซ์ ผ่าน ๓ กิจกรรมสำคัญ อาทิ</b></p> <p>๙. จัดงานสัมมนาเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE Talk 2019) ภายใต้หัวข้อ "Regional Connectivity : Thailand MICE's</p>



เป้าประสงค์	ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
		<p>Opportunity" มีผู้เข้าร่วมงานที่อยู่ในอุตสาหกรรมไมซ์ จำนวน ๒๕๐ คน</p> <p>๑๐. เสนอแนะแผนที่เส้นทาง (Roadmap) การบูรณาการประสานงานหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนสำหรับ สสพ. (พ.ศ. 2563 – 2565) เพื่อยกระดับการทำงานของ สสพ. ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน</p> <p>๑๑. ศึกษารูปแบบการให้บริการแบบเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว (One-Stop Service Center for MICE) เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันอุตสาหกรรมไมซ์ของไทย</p>
	<p><b>ยุทธศาสตร์ ๕:</b> พัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานภายในขององค์กร</p>	<p><b>พัฒนาประสิทธิภาพด้านยุทธศาสตร์ กลยุทธ์องค์กร</b></p> <p>๑. จัดทำและนำเสนอสมุดปกขาวและร่างแผนปฏิบัติการด้านการประชุมและนิทรรศการ ระยะเร่งด่วน ๓ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๓-๒๕๖๕)</p> <p>๒. ทบทวนแผนปฏิบัติการระยะ ๓ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๓-๒๕๖๕) ของ สสพ. ให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติและแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ เพื่อให้ประกาศใช้และนำเข้าระบบระบบติดตามตรวจสอบและประเมินผลแห่งชาติ (eMENSER) ต่อไป</p> <p><b>เสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพบุคลากร ให้พนักงานได้รับการอบรมหลักสูตรการพัฒนาความรู้ จำนวนทั้งสิ้น ๑๔๘ หลักสูตร แบ่งเป็น</b></p> <p>๓. หลักสูตรพัฒนาความรู้ ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน (Technical Skill) สำหรับพนักงานทุกระดับ จำนวน ๖๕ หลักสูตร</p> <p>๔. หลักสูตรการพัฒนาผู้บริหาร (Leadership &amp; Management Skill) สำหรับพนักงานระดับผู้บริหารและหัวหน้างานจำนวน ๗ หลักสูตร</p> <p>๕. หลักสูตรพัฒนาตนเองเพื่อเสริมสร้างทักษะการทำงาน (Soft Skill) สำหรับพนักงานทุกระดับ จำนวน ๗๖ หลักสูตร</p>

ทั้งนี้ คณะกรรมการ สสพ. ได้ให้ข้อเสนอแนะต่อผลการปฏิบัติงานและการใช้จ่ายงบประมาณ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๒ ในการประชุมครั้งที่ ๙/๒๕๖๒ เมื่อวันที่ ๓๑ ตุลาคม ๒๕๖๒ โดยขอให้ สสพ. มีมาตรการเร่งรัดการใช้จ่ายงบประมาณในปีงบประมาณ ๒๕๖๓ โดยเฉพาะเร่งรัดงานสำคัญ เช่น การปรับปรุงอาคารสำนักงาน เป็นต้น