

รายงานผลการใช้จ่ายงบประมาณประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 (ณ 30 กันยายน 2562)

ผลการปฏิบัติงานและผลการใช้จ่ายงบประมาณ : (ส่วนที่ 1)

แผนงานบุคลากรภาครัฐ : 131.0797 ล้านบาท

หน่วย : ล้านบาท

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลงาน (30 ก.ย. 62)	งบประมาณ	ผลการใช้จ่าย (30 ก.ย. 62)	คงเหลือ
เป้าหมายหลักที่ 2 : พัฒนาประเทศด้วยนวัตกรรม				131.0797	130.4428	0.6369
ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานภายในขององค์กร				131.0797	130.4428	0.6369
กลยุทธ์ที่ 1 : ยกระดับศักยภาพบุคลากรของสสพ. ให้มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร				131.0797	130.4428	0.6369
ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับบุคลากร	เดือน	12	12	131.0797	130.4428	0.6369

แผนงานพื้นฐาน : 51.9340 ล้านบาท

หน่วย : ล้านบาท

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลงาน (30 ก.ย. 62)	งบประมาณ	ผลการใช้จ่าย (30 ก.ย. 62)	คงเหลือ
เป้าหมายหลักที่ 2 : พัฒนาประเทศด้วยนวัตกรรม				51.9340	50.0782	1.8558
ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานภายในขององค์กร				51.9340	50.0782	1.8558
กลยุทธ์ที่ 1 : ยกระดับศักยภาพบุคลากรของสสพ. ให้มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร				51.9340	50.0782	1.8558
งบบุคลากรสำนักงาน	เดือน	12	12	51.9340	50.0782	1.8558

แผนงานยุทธศาสตร์ : 580.4690 ล้านบาท

หน่วย : ล้านบาท

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลงาน (30 ก.ย. 62)	งบประมาณ	ผลการใช้จ่าย (30 ก.ย. 62)	คงเหลือ
รวม				580.4690	566.1325	14.3365
เป้าหมายหลักที่ 1 : สร้างรายได้				402.2496	394.8007	7.4489
ยุทธศาสตร์ที่ 1 : ขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไทยผ่านกลไกการจัดกิจกรรมไมซ์				256.0454	251.5978	4.4476
กลยุทธ์ที่ 1 : รักษา และยกระดับกิจกรรมไมซ์เดิมให้เติบโตอย่างมั่นคงและมีความยั่งยืน				190.2045	187.3549	2.8496
1. สนับสนุนการจัดงานในประเทศไทย (Event Support/Subsidy)				74.7154	74.6748	0.0406
1) สนับสนุนเพื่อผลักดันการเพิ่มปริมาณงานนักเดินทางกลุ่มลูกค้าองค์กรจากต่างประเทศ	ราย งานใหญ่ (งาน)	50,000 5	188,916 13	39.2216	39.2216	0.0000
2) สนับสนุนการจัดประชุมนานาชาติ	ราย	26,000	49,173	17.0858	17.0858	0.0000
3) สนับสนุนและยกระดับการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทย (Existing and Upgrade show)	งาน	20	26	18.4080	18.3674	0.0406
2. สนับสนุนเป็นเจ้าของจัดงาน				33.5436	32.5345	1.0091
1) สนับสนุนการเป็นเจ้าของจัดงาน IT&CMA & CTW Asia 2019	ผู้ประกอบการ (ราย) Lead (งาน) นัดหมาย (PSA)	60 52 520	69 217 2,276	22.8942	22.6531	0.2410
2) สนับสนุนการเป็นเจ้าของจัดงาน SITE Global Conference 2019	งาน	1	1	5.6494	5.6494	0.0000
3) โครงการสร้างความเชื่อมั่นเพื่อนำเสนอประเทศไทยเป็นเจ้าภาพจัดงานมหกรรมพืชสวนโลก ค.ศ. 2026	งาน	1	1	5.0000	4.2319	0.7681
3. เข้าร่วมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการสำหรับกลุ่มผู้เดินทางธุรกิจและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์ในต่างประเทศ (Trade Show)				3.3462	3.3395	0.0067
1) เข้าร่วมงานเทรดโชว์ในตลาดกลุ่มเป้าหมายการประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล (AIME, IT&CM China, IMEX Frankfurt, IMEX America, IBTM World)	งาน	5	5	2.3266	2.3199	0.0067
2) เข้าร่วมงานเทรดโชว์ในตลาดกลุ่มเป้าหมายการประชุมนานาชาติ (IMEX Frankfurt, IMEX America)	งาน (Potential Leads)	10	16	1.0196	1.0196	0.0000

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลงาน (30 ก.ย. 62)	งบประมาณ	ผลการใช้จ่าย (30 ก.ย. 62)	คงเหลือ
<b>4. จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด Road Show/Sale Mission/ Overseas activities ในตลาดเป้าหมาย ในต่างประเทศ</b>				23.4599	22.7916	0.6683
1) สร้างโอกาสทางการขายให้กับผู้ประกอบการผ่านเวที Roadshow ด้านการประชุมและการเดินทางเพื่อ เป็นรางวัล (Australia / China/ Europe/ India)	งาน	4	5	7.6220	7.6183	0.0037
2) ส่งเสริมการตลาดเชิงรุกในกลุ่มประเทศเป้าหมายด้านการประชุมนานาชาติ Sales Mission (Asia / Long Haul)	ตลาด	2	2	4.6299	4.5593	0.0706
3) ดำเนินกิจกรรมการตลาดในประเทศและต่างประเทศในตลาดเป้าหมายด้านงานแสดงสินค้านานาชาติ Local Roadshow และ Sale Mission ในต่างประเทศ	ราย	60	74	3.5693	3.3428	0.2264
4) กิจกรรมการตลาดในต่างประเทศ Roadshow/ Sale Mission/Overseas activities ในตลาด เป้าหมายด้านการแสดงสินค้านานาชาติ	กิจกรรม	15	21	7.6387	7.2712	0.3675
<b>5. จัดตั้งตัวแทนการตลาดในต่างประเทศและการดำเนินกิจกรรมการตลาดของตัวแทน (Overseas Marketing Representatives)</b>				40.5561	39.9685	0.5877
1) จัดตั้งตัวแทนการตลาดด้านการประชุมและการเดินทาง เพื่อเป็นรางวัลในต่างประเทศ (Japan / India / China / Oceania / Europe/North America/Singapore)	ราย กิจกรรมการตลาด (งาน) ครั้ง (ประชุมประจำปี)	7 14 1	7 15 1	29.8553	29.3128	0.5425
2) จัดตั้งตัวแทนการตลาดในตลาดต่างประเทศสำหรับตลาดการประชุมนานาชาติ	งาน	24	16	6.7189	6.6737	0.0452
3) จัดตั้งตัวแทนการตลาดในต่างประเทศ (pay per performance) สำหรับตลาดงานแสดงสินค้านานาชาติ	new show leads	10	12	3.9820	3.9820	0.0000
<b>6. ทำการตลาดและประชาสัมพันธ์เพื่อกระตุ้นให้มีนักเดินทางไม่ซ้ำมาเข้าร่วมงานมากขึ้น</b>				14.4011	14.0461	0.3550
1) Thailand Incentive and Meeting Exchange - TIME	ลูกค้า (ราย) ผู้ประกอบการ (ราย)	30 100	31 184	7.4500	7.1613	0.2887
2) สร้างความเชื่อมั่นให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในศักยภาพของไทย Famtrip with Partners	งาน / ลูกค้า (ราย)	2/16	4/28	2.1700	2.1337	0.0363
3) Marketing Promotion (ส่งเสริมการตลาด ASEAN Privilege (Visitor Promotion) และโปรโมชั่น การตลาด Exhibiz in Market (Exhibitor Promotion))	คน ห้องพัก ตารางเมตร	400 200 800	390 316 2,392	4.7811	4.7511	0.0300

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลงาน (30 ก.ย. 62)	งบประมาณ	ผลการใช้จ่าย (30 ก.ย. 62)	คงเหลือ
กลยุทธ์ที่ 2 : สร้างกิจกรรมใหม่เพื่อรองรับอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ				4.6485	4.5748	0.0737
7. สนับสนุนงานไมซ์เพื่อรองรับอุตสาหกรรมเป้าหมาย				4.6485	4.5748	0.0737
1) จัดตั้งผู้เชี่ยวชาญเพื่อดึงงานแสดงสินค้าใหม่ ICONIC 4.0	อุตสาหกรรมเป้าหมายเพื่อ ศึกษาสำหรับการดึงงาน	2	4	4.6485	4.5748	0.0737
กลยุทธ์ที่ 3 : ขับเคลื่อนกิจกรรมไมซ์ใหม่ตามความต้องการของตลาดกับศักยภาพและนโยบายของประเทศ				61.1924	59.6681	1.5244
8. สนับสนุนการประมูลสิทธิ์การจัดงานและการสร้างงานใหม่				23.7941	23.6011	0.1930
1) สนับสนุนการประมูลสิทธิ์งานประชุมนานาชาติ (Bidding)	งาน	28	29	10.0672	9.9733	0.0939
2) สนับสนุนการจัดงานแสดงสินค้าใหม่ (New show)	งาน	8	16	11.7269	11.6278	0.0991
3) Bidding Fund	new show leads	10	12	2.0000	2.0000	0.0000
9. ขยายตลาดและเพิ่มความต้องการการจัดงานในประเทศไทย				25.9760	25.6335	0.3425
1) บูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐในการประมูลสิทธิ์งานระดับ MEGA EVENT มาจัดที่ประเทศไทย (Bidding & Co-creation)	จำนวนงานที่เกิดขึ้นจากความร่วมมือในการประมูลสิทธิ์ (งาน)	2	3	10.8728	10.6995	0.1733
2) ยกระดับงานเมกะอีเวนต์ของไทยสู่สากล (Event Hybridization with World Event)	การร่วมลงทุนระหว่างผู้จัดงาน เมกะอีเวนต์ของไทยและเมกะอี เวนต์ระดับโลก (งาน)	2	4	5.1256	4.9699	0.1557
3) พัฒนาศักยภาพงานอีเวนต์ของไทยให้เป็นเมกะอีเวนต์ระดับนานาชาติ	จำนวนงานที่ได้รับการตอบรับ จากผู้เชี่ยวชาญหรือผู้มีชื่อเสียง ในระดับสากลของอุตสาหกรรม เข้าร่วมงาน (งาน)	6	8	9.9776	9.9641	0.0134
10. จัดกิจกรรมการตลาดเชิงรุกร่วมกับเครือข่ายพันธมิตรในอุตสาหกรรมไมซ์				11.4223	10.4334	0.9889
1) ส่งเสริมการตลาดแบบมีส่วนร่วม Market Sharing (Social Sharing / Content Sharing / Business Sharing)	สมาคมต่างชาติ ครั้ง หน่วยงาน	5 4 1	5 5 3	2.9244	2.8570	0.0674

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลงาน (30 ก.ย. 62)	งบประมาณ	ผลการใช้จ่าย (30 ก.ย. 62)	คงเหลือ
2) สร้างเครือข่ายพันธมิตรนานาชาติในวงการอุตสาหกรรมการประชุมนานาชาติ	ราย	60	20	1.7300	1.7217	0.0083
3) การตลาดเชิงรุกเพื่อสร้างภาพลักษณ์และสร้างโอกาสในด้านการประชุมนานาชาติของประเทศไทย	ราย	95	117	6.1274	5.2957	0.8317
4) สร้างความร่วมมือกับเครือข่ายพันธมิตรในอุตสาหกรรมการแสดงสินค้านานาชาติ	กิจกรรม	2	3	0.6406	0.5590	0.0816
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 3 : ส่งเสริมการตลาด และภาพลักษณ์ไมซ์ของประเทศไทยและ สเปน.</b>				<b>146.2042</b>	<b>143.2029</b>	<b>3.0013</b>
<b>กลยุทธ์ที่ 1 : ส่งเสริมกิจกรรมทางการตลาด และสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยให้เป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ระดับนานาชาติ</b>				<b>120.2128</b>	<b>117.5586</b>	<b>2.6542</b>
<b>11. ส่งเสริมแบรนด์และการเป็นจุดหมายด้านไมซ์ของประเทศไทย</b>				<b>6.3693</b>	<b>6.3325</b>	<b>0.0368</b>
1) พัฒนากลยุทธ์การตลาดอุตสาหกรรมไมซ์ประเทศไทย	แผนงาน ครั้ง คนครั้ง	2 1 3	2 1 4	6.3650	6.3325	0.0325
2) ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศร่วมกับสมาคมส่งเสริมการจัดประชุมแห่งเอเชีย (AACVB)	ครั้ง	1	1	0.0043	0.0000	0.0043
<b>12. ผลิตภัณฑ์ส่งเสริมการตลาดและสร้างการรับรู้อุตสาหกรรมไมซ์ในและต่างประเทศ</b>				<b>52.2090</b>	<b>50.1209</b>	<b>2.0881</b>
1) สร้างการรับรู้อุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ (Advertising & PR Campaign)	จำนวนคนรับรู้ (Industry Focus) สื่อ (Global Mainstream Media) จำนวนคนรับรู้ (Global Mainstream Media) งาน (Media Sponsorship) งาน (International PR) งาน (Mass Media & PR) จำนวนคนรับรู้ (Mass Media & PR) งาน (International Media Familiarization)	10,000,000  1 3,000,000 1 3 ยกเลิก ยกเลิก 1	0  2 5,292,397 0 2  1	27.9003	27.4562	0.4441

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลงาน (30 ก.ย. 62)	งบประมาณ	ผลการใช้จ่าย (30 ก.ย. 62)	คงเหลือ
	สื่อ (International Media Familiarization)	20	20			
2) ผลิตสื่อส่งเสริมการตลาดสำหรับตลาดในประเทศและต่างประเทศ	ชิ้นงาน (Artwork Development) ชิ้นงาน (Artwork Adjustment) ชิ้นงาน (Print Material) ชิ้นงาน (Display Material) ชิ้นงาน (ผลิตของที่ระลึก) ชิ้นงาน ((MI/C/MICE Cap Focus/Website) ชิ้นงาน (Exhibition Focus) ชิ้นงาน (Copy Writer, PR News, Speech, etc) ชิ้นงาน (Domestic Focus) ครั้ง (เดินทาง)	13 120 7,000 20 80,000 50 40 150 30 8	0 104 0 0 500 0 0 13 12 0	20.4558	18.8119	1.6440
3) สนับสนุนงาน Bloomberg ASEAN Business Summit 2018	งาน	1	1	3.8529	3.8529	0.0000
<b>13. จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด Trade Show</b>				<b>53.4915</b>	<b>53.1805</b>	<b>0.3110</b>
1) กิจกรรมการตลาดประเทศไทย ภายในงานเทรดโชว์นานาชาติ	งาน (คูหานิทรรศการ) ร้อยละความพึงพอใจ งาน (เช่าพื้นที่) งาน (Visibility onsite) งาน Advertorial (Show Daily)	5 75 6 3 4	4 61 6 4 4	53.4915	53.1805	0.3110

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลงาน (30 ก.ย. 62)	งบประมาณ	ผลการใช้จ่าย (30 ก.ย. 62)	คงเหลือ
	งาน (Opening Ceremony of IT&CMA/CTW)	1	1			
	ครั้ง (เดินทาง)	4	4			
<b>14. พัฒนาประสิทธิภาพงาน Digital Marketing และการตลาดออนไลน์</b>				<b>8.1430</b>	<b>7.9247</b>	<b>0.2183</b>
1) บริหารจัดการ Digital Platform	Viewership (International)	2,000,000	1,805,508	8.1430	7.9247	0.2183
	Viewership (Local)	1,000,000	1,398,237			
	ครั้ง	2	3			
<b>กลยุทธ์ที่ 2 : ปรับเปลี่ยนมุมมองขององค์กรภายนอกต่อบทบาทและภาพลักษณ์ของ สสพ.</b>				<b>25.9914</b>	<b>25.6443</b>	<b>0.3471</b>
<b>15. ส่งเสริมการตลาด และภาพลักษณ์ไมซ์ของประเทศไทยและสสพ.</b>				<b>25.9914</b>	<b>25.6443</b>	<b>0.3471</b>
1) ส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรในและต่างประเทศ	ครั้ง (สร้างการรับรู้ฯ)	6	29	7.1915	6.9153	0.2761
	มูลค่าข่าวปชส (สร้างการรับรู้ฯ)	12.00 ลบ.	759.23 ลบ.			
	ชิ้นงาน (ประชาสัมพันธ์)	36	163			
	สื่อและผู้สนับสนุน	80	18			
	รายชื่อ/สื่อและพันธมิตร	100	200			
	ครั้ง (สรุปข่าวประจำเดือน)	12	12			
	(ชิ้น/ครั้ง) จำนวนข่าว ประชาสัมพันธ์ที่ส่งออก	18	22			
2) เพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กร	ชิ้นงาน(ที่เผยแพร่ภายใน องค์กร)	24	72	1.4299	1.4299	0.0000
	ครั้ง (ที่เผยแพร่ฯ)	6	6			
	ครั้ง (กิจกรรมสื่อสารเพื่อ สร้างการมีส่วนร่วม)	6	10			
	ครั้ง (จัดจ้างผู้ดำเนินงาน)	1	1			
3) พัฒนาเนื้อหาและสื่อสร้างการรับรู้องค์กร	ชิ้นงาน	5	15	2.8065	2.7756	0.0309

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลงาน (30 ก.ย. 62)	งบประมาณ	ผลการใช้จ่าย (30 ก.ย. 62)	คงเหลือ
	เล่ม	6,000	23,000			
4) ส่งเสริมบทบาทและพันธกิจองค์กร	ชิ้นงาน ครึ่ง (ที่เผยแพร่สื่อ) งาน สนับสนุน	10 133 1	39 325 3	14.5636	14.5236	0.0400
<b>เป้าหมายหลักที่ 2 : พัฒนาประเทศด้วยนวัตกรรม</b>				<b>151.1178</b>	<b>146.6146</b>	<b>4.5032</b>
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 4 : เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์</b>				<b>109.3227</b>	<b>105.7489</b>	<b>3.5738</b>
<b>กลยุทธ์ที่ 1 : ยกระดับมาตรฐานผู้ประกอบการไมซ์ และโครงสร้างสนับสนุนไมซ์</b>				<b>46.4593</b>	<b>45.9797</b>	<b>0.4796</b>
<b>16. พัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์</b>				<b>23.4982</b>	<b>23.2152</b>	<b>0.2830</b>
1) จัดหลักสูตรไมซ์ระดับนานาชาติ	หลักสูตร/คน หลักสูตร/คน	9/30 (CEM) 1/50 (CIS)	9/96 1/70	9.9878	9.7625	0.2253
2) สนับสนุนงบประมาณด้านการศึกษาและพัฒนาให้แก่หน่วยงานด้านไมซ์	หน่วยงาน	3	3	1.8250	1.7921	0.0329
3) พัฒนาหลักสูตรประกาศนียบัตรด้านไมซ์	หลักสูตร	1	1	1.0000	1.0000	0.0000
4) พัฒนาหลักสูตรด้านไมซ์มาตรฐานสากล (Meetings, Incentives, Conventions)	หลักสูตร	3	0	3.9700	3.9544	0.0156
5) ส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพการศึกษาด้านไมซ์ระดับภูมิภาค (MICE Academic Cluster)	ภูมิภาค (ครึ่ง) คน	4 1,000	7 1,192	3.4357	3.4357	0.0000
6) พัฒนาศักยภาพผู้เชี่ยวชาญด้านไมซ์ (Train the Trainer)	คน	30	30	0.9695	0.9695	0.0000
7) เครือข่ายเยาวชนไมซ์สู่การเป็นผู้ประกอบการไมซ์รุ่นใหม่ (MICE Student Chapter & MICE Start Up)	ภูมิภาค คน	3 500	5 934	2.3102	2.3009	0.0092
<b>17. พัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์</b>				<b>22.9611</b>	<b>22.7645</b>	<b>0.1966</b>
1) มาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย (Thailand MICE Venue Standard)	องค์กร องค์กร กิจกรรม	150 (TMVS) 10 (AMVS) 1	159 20 1	14.7300	14.5384	0.1916
2) พัฒนาองค์ความรู้ด้านมาตรฐานในอุตสาหกรรมไมซ์ (Venue Management Course)	คน	150	153	1.5400	1.5350	0.0050
3) ส่งเสริมผู้ประกอบการไมซ์ให้ได้รับมาตรฐานนานาชาติ	องค์กร	5	6	1.1911	1.1911	0.0000
4) พัฒนามาตรฐานงานแสดงสินค้านานาชาติของประเทศไทย	งาน	44	38	5.5000	5.5000	0.0000



เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลงาน (30 ก.ย. 62)	งบประมาณ	ผลการใช้จ่าย (30 ก.ย. 62)	คงเหลือ
กลยุทธ์ที่ 2 : พัฒนาและส่งเสริมการใช้นวัตกรรมในการจัดงาน พัฒนาองค์ความรู้และรูปแบบการจัดงาน				42.8256	41.3436	1.4820
18. พัฒนาการจัดงานด้านไม่ซ่ออย่างยั่งยืน				5.7913	5.0729	0.7184
1) พัฒนาผู้ประกอบการไม่ซ่อด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน	กิจกรรม/คน หลักสูตร/คน องค์กร	1/60 1/80 3	1/68 1/90 3	2.8953	2.8642	0.0311
2) รับรองมาตรฐาน Thailand Sustainable Event Management Standard	องค์กร	15	0	1.4900	1.4545	0.0355
3) ประชาสัมพันธ์ประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน	กิจกรรม	1	1	1.4059	0.7541	0.6518
19. สร้างสรรค์นวัตกรรมไมซ์ (MICE Intelligence & Innovation)				29.8505	29.3407	0.5099
1) พัฒนาเครื่องมือและ Digital Service เพื่อสนับสนุนการจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์	ระบบ/ร้อยละความสำเร็จของ โครงการ	1/100	1/100	3.4000	3.2511	0.1489
2) ยกระดับการจัดงานแบบสมาร์ทไมซ์ด้วยนวัตกรรม (ร่วมกับเครือข่ายนวัตกรรมเช่น NIA การ incentivize ให้เกิดนวัตกรรมในไมซ์)	โครงการต้นแบบ (โครงการ) นวัตกรรมใหม่ (นวัตกรรม)	1 2	3 2	4.5000	4.4585	0.0415
3) พัฒนานวัตกรรมเพื่อสนับสนุนการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล (BizConnect Application)	ความสำเร็จของการพัฒนา ระบบ (ร้อยละ) จำนวนผู้ใช้งาน (ดาวน์โหลด) สนับสนุนงานไมซ์ (งาน)	100 10,000 30	59.29 18,553 49	4.8538	4.8324	0.0214
4) เสริมสร้างการวิจัยและพัฒนาเนื้อหาสำหรับ MICE Intelligence Center	รายงานบทวิเคราะห์ (ชิ้นงาน) Infographic (ชิ้นงาน) วิดีโอ ร้อยละความพึงพอใจผู้อ่าน (ร้อยละ)	15 12 4 80	19 16 4 81.4	5.5589	5.5489	0.0100
5) จัดงานสัมมนา MICE Intelligence & Innovation Conference และแลกเปลี่ยนองค์ความรู้กับ	จำนวนผู้เข้าร่วมงาน (คน)	200	456	6.3257	6.3249	0.0008

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลงาน (30 ก.ย. 62)	งบประมาณ	ผลการใช้จ่าย (30 ก.ย. 62)	คงเหลือ
หน่วยงานพันธมิตรทั้งในและต่างประเทศ	จำนวนรายงานข้อมูลสำคัญ (รายงาน) กิจกรรมพัฒนาองค์ความรู้ ไมซ์ร่วมกับพันธมิตร (กิจกรรม)	1  7	1  9			
6) ต่อยอดทักษะความสามารถด้านดิจิทัลในองค์กร	ร้อยละความสำเร็จของ โครงการ องค์กร	100  3	75  3	1.8000	1.5254	0.2746
7) Leading Innovation สำหรับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนเพื่อส่งเสริมนวัตกรรมในอุตสาหกรรมไมซ์	การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ (ครั้ง) รายงานด้านนวัตกรรม (Post-program report)	1  1	1  1	3.4121	3.3995	0.0127
<b>20) สํารวจข้อมูลเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์</b>				<b>7.1838</b>	<b>6.9300</b>	<b>0.2538</b>
1) สํารวจความพึงพอใจต่อการให้บริการของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ประจำปีงบประมาณ 2562	รายงานผลการศึกษา (ฉบับ) แผนปรับปรุงการให้บริการ (แผนงาน) ผลการสำรวจองค์กรได้ คะแนนความพึงพอใจไม่น้อย กว่า (ร้อยละ)	3  1  80	3  1  85.64	1.4600	1.4500	0.0100
2) ปรับปรุงระบบจัดเก็บข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์และการจัดทำบัญชีประชาชาติด้านอุตสาหกรรมไมซ์ ปี 2562	ฉบับ (รายงาน)	6	3	4.7800	4.7778	0.0022
3) การพัฒนาประสิทธิภาพด้านวิจัยและพัฒนา	รายงาน	6	6	0.5438	0.3117	0.2321
4) จัดกิจกรรม "การนำเสนอสมุดปกขาวและร่างแผนปฏิบัติการด้านการประชุมและนิทรรศการ ระยะเร่งด่วน 3 ปี (พ.ศ.2563-2565)"	กิจกรรม	1	1	0.4000	0.3906	0.0095

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลงาน (30 ก.ย. 62)	งบประมาณ	ผลการใช้จ่าย (30 ก.ย. 62)	คงเหลือ
	จำนวนผู้เข้าร่วมสัมมนา	100	211			
<b>กลยุทธ์ที่ 3 : ผลักดัน ยกระดับมาตรฐาน และปรับปรุงระเบียบที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ไทย</b>				<b>18.0379</b>	<b>16.4257</b>	<b>1.6122</b>
<b>21. ส่งเสริมและบริหารรัฐกิจวิสาหกิจ</b>				<b>18.0379</b>	<b>16.4257</b>	<b>1.6122</b>
1) ประสานงานภาครัฐเพื่อการอำนวยความสะดวกทางการค้าและบริการอุตสาหกรรมไมซ์	ครั้ง	19	29	10.1913	8.6665	1.5248
2) Ease of Doing Business for MICE ตามยุทธศาสตร์การปฏิรูปของรัฐบาล	งาน	2	2	4.8000	4.7126	0.0874
3) อำนวยความสะดวกในการเข้าเมืองของนักเดินทางกลุ่มไมซ์ (MICE Lane)	งาน	160	196	3.0466	3.0466	0.0000
<b>กลยุทธ์ที่ 4 : สร้างความร่วมมือกับเครือข่ายพันธมิตรผ่านแพลตฟอร์มไมซ์</b>				<b>2.0000</b>	<b>2.0000</b>	<b>0.0000</b>
<b>22. เสริมสร้างและพัฒนาความสัมพันธ์กับเครือข่ายและหน่วยงานพันธมิตรในอุตสาหกรรมไมซ์</b>				<b>2.0000</b>	<b>2.0000</b>	<b>0.0000</b>
1) สนับสนุนกิจกรรมการตลาดสมาคมการแสดงสินค้าไทย (TEA)	กิจกรรม	3	3	2.0000	2.0000	0.0000
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 5 : พัฒนาประสิทธิภาพด้านบัญชี การเงิน และการงบประมาณ</b>				<b>41.7951</b>	<b>40.8657</b>	<b>0.9294</b>
<b>กลยุทธ์ที่ 1 : ยกระดับมาตรฐานผู้ประกอบการไมซ์ และโครงสร้างสนับสนุนไมซ์</b>				<b>41.7951</b>	<b>40.8657</b>	<b>0.9294</b>
<b>23. พัฒนาประสิทธิภาพด้านบัญชี การเงิน และการงบประมาณ</b>				<b>4.6638</b>	<b>4.5585</b>	<b>0.1053</b>
1) ปรับปรุงกระบวนการและระบบบัญชีและการเงินอย่างต่อเนื่อง	ผู้สอบบัญชี/คน/เรื่อง	1/2/4	1/2/4	1.3817	1.2764	0.1053
2) เพิ่มประสิทธิภาพการจัดทำแผนงานและงบประมาณ	ร้อยละประสิทธิภาพการจัดทำแผนและงบประมาณเพิ่มขึ้น	80	80	3.2821	3.2821	0.0000
<b>24. พัฒนาประสิทธิภาพด้านยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ แผนงาน และการติดตามประเมินผล</b>				<b>3.9415</b>	<b>3.3776</b>	<b>0.5639</b>
1) พัฒนาประสิทธิภาพด้านยุทธศาสตร์ กลยุทธ์องค์กร	กรอบทิศทาง/ครั้ง/ร้อยละ/รายงาน	2/4/80/4	2/6/100/4	2.4348	2.2722	0.1626
2) ยกระดับการบริหารความเสี่ยงองค์กร	แผนงาน/ การเสริมสร้างความรู้	1/100 2	1/102 2	0.9900	0.9900	0.0000
3) ประเมินความคุ้มค่าของการดำเนินงานโครงการของ สสพ.	แผนงาน/ คน	1/50	1/51	0.5167	0.1154	0.4013
<b>25. พัฒนาการบริหารองค์กร</b>				<b>26.6445</b>	<b>26.4621</b>	<b>0.1824</b>

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลงาน (30 ก.ย. 62)	งบประมาณ	ผลการใช้จ่าย (30 ก.ย. 62)	คงเหลือ
1) ประชุมคณะกรรมการ และคณะอนุกรรมการ ประจำปีงบประมาณ 2562	ร้อยละ 70 ของจำนวนการประชุมมีกรรมการเข้าร่วมประชุมร้อยละ 80 ขึ้นไปของจำนวนกรรมการ	70	64	4.3243	4.2781	0.0462
2) สนับสนุนการกำกับดูแลกิจการองค์การมหาชนของคณะกรรมการ คณะอนุกรรมการ และผู้บริหาร สสปน. ประจำปีงบประมาณ 2562	ครั้ง/หลักสูตร	3/2	3/1	3.4680	3.4680	0.0000
3) เพิ่มประสิทธิภาพสายงานบริหารภายในองค์กร และสนับสนุนกิจกรรมต่างๆเพื่อกระชับความสัมพันธ์ระหว่าง สสปน.และหน่วยงานพันธมิตร ประจำปีงบประมาณ 2562	ครั้ง/งาน/วิดิทัศน์ (ครั้ง)	12/12/2	3/6/2	1.4861	1.4861	0.0000
4) เข้าร่วมงานเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักธุรกิจกลุ่มไมซีในประเทศและต่างประเทศ ประจำปีงบประมาณ 2562	งาน	10	22	11.0353	11.0353	0.0000
5) เพิ่มประสิทธิภาพและบูรณาการฐานข้อมูล ของส่วนงานกฎหมายและธรรมาภิบาล	คน/ระบบ	1/1	1/0	0.3120	0.2460	0.0660
6) พัฒนาและสนับสนุนการปฏิบัติงานด้านกฎหมายและธรรมาภิบาล	ฉบับ/ครั้ง	4/1	4/0	0.2000	0.2000	0.0000
7) พัฒนาบุคลากรด้านกฎหมายและธรรมาภิบาล	ครั้ง	2	2	0.1500	0.0798	0.0702
8) วางระบบธรรมาภิบาลเพื่อการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี	รายงาน (ฉบับ)	3	3	3.8712	3.8712	0.0000
<b>26. พัฒนางองค์กร</b>				<b>6.5452</b>	<b>6.4674</b>	<b>0.0778</b>
1) จ้างเหมาบริการเพื่อดำเนินงานด้านจัดซื้อจัดจ้างส่วนกลางของ สสปน.	โครงการ หรือกิจกรรม/คน ร้อยละความพึงพอใจ	240 70	240 77.5	1.5452	1.5452	0.0000
2) พัฒนาบุคลากร	จำนวนพนักงานที่เข้ารับการ พัฒนาบุคลากร (ฝึกอบรม)ไม่ น้อยกว่าร้อยละ	96	97.17	5.0000	4.9222	0.0778
<b>เป้าหมายหลักที่ 3 : กระจายรายได้และความเจริญในทุกภาคส่วนของสังคม</b>				<b>27.1016</b>	<b>24.7172</b>	<b>2.3844</b>
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 2 : กระจายรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจของภูมิภาคผ่านอุตสาหกรรมไมซ์</b>				<b>27.1016</b>	<b>24.7172</b>	<b>2.3844</b>
<b>กลยุทธ์ที่ 1 : ยกกระดับกิจกรรมไมซีในภูมิภาค เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในภูมิภาค</b>				<b>12.8432</b>	<b>10.7785</b>	<b>2.0647</b>
<b>27. เสริมสร้างการจัดงานไมซ์ภายในประเทศ</b>				<b>12.8432</b>	<b>10.7785</b>	<b>2.0647</b>
1) สนับสนุนการจัดกิจกรรมไมซ์ภายในประเทศร่วมกับหน่วยงานภาคี (Alliance Support)	งาน	10	17	5.9034	4.9034	1.0000

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลงาน (30 ก.ย. 62)	งบประมาณ	ผลการใช้จ่าย (30 ก.ย. 62)	คงเหลือ
	หน่วยงาน	5	11			
2) สนับสนุนการจัดงานประชุมวิชาการภายในประเทศ (Domestic Convention)	งาน	10	10	1.4631	1.4631	0.0000
3) สร้างเครือข่ายความร่วมมือกับพันธมิตรเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ภายในประเทศ	ครั้ง	2	2	0.1000	0.0998	0.0002
4) Empower Thailand Exhibition	งาน	2	2	1.2500	1.2000	0.0500
5) สนับสนุนการยกระดับงานแสดงสินค้าภายในประเทศ (Upgrade)	งาน	7	7	4.1267	3.1122	1.0145
<b>กลยุทธ์ที่ 2 : สร้างกิจกรรมไมซ์เพื่อลดความเหลื่อมล้ำในภูมิภาค</b>				<b>14.2584</b>	<b>13.9387</b>	<b>0.3197</b>
<b>28. สนับสนุนการจัดงานเพื่อกระจายรายได้</b>				<b>14.2584</b>	<b>13.9387</b>	<b>0.3197</b>
1) สนับสนุนกระจายงานแสดงสินค้าไปยังภูมิภาค (Clone)	งาน	4	4	2.3382	2.3382	0.0000
2) สนับสนุนการสร้างงานแสดงสินค้าขึ้นใหม่ (New)	งาน	2	5	2.7918	2.7918	0.0000
3) สนับสนุนการจัดประชุมสัมมนาและศึกษาดูงานในโครงการพระราชดำริ (Royal Project) และชุมชนสหกรณ์	กรุ๊ป	10	14	3.5700	3.5700	0.0000
4) สร้างการรับรู้สินค้าและบริการด้านไมซ์ (Domestic FAM Trip)	ราย	90	91	3.2400	2.9694	0.2706
5) จัดทำบุญนิธิทรศการร่วมกับกรมส่งเสริมสหกรณ์	รายงาน (ฉบับ)	1	1	0.3184	0.3184	0.0000
6) ออกบูธ MICE PAVILION ในงาน HR TECH	รายงาน (ฉบับ)	1	1	2.0000	1.9508	0.0492

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลงาน (30 ก.ย. 62)	งบประมาณ	ผลการใช้จ่าย (30 ก.ย. 62)	คงเหลือ
--	----------	----------	-----------------------	----------	------------------------------	---------

**แผนงานบูรณาการท่องเที่ยว : 66.1563 ล้านบาท**

หน่วย : ล้านบาท

<b>เป้าหมายหลักที่ 2 : พัฒนาประเทศด้วยนวัตกรรม</b>				<b>66.1563</b>	<b>60.4719</b>	<b>5.6844</b>
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 2 : กระจายรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจของภูมิภาคผ่านอุตสาหกรรมไมซ์</b>				<b>66.1563</b>	<b>60.4719</b>	<b>5.6844</b>
กลยุทธ์ที่ 1: ยกระดับกิจกรรมไมซ์ในภูมิภาค เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในภูมิภาค				<b>66.1563</b>	<b>60.4719</b>	<b>5.6844</b>
<b>29. ส่งเสริมการจัดงานและกระจายรายได้สู่ภูมิภาค</b>				<b>25.7903</b>	<b>25.2958</b>	<b>0.4945</b>
1) ยกระดับงานเด่นในไมซ์ซิติ์ (Flagship Events)	งาน	6	7	6.8563	6.6666	0.1897
2) ส่งเสริมและให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานอุตสาหกรรมไมซ์	ครั้ง	20	43	1.0350	1.0350	0.0000
3) ทำตลาด/การประชาสัมพันธ์/การสร้างเครือข่ายธุรกิจ และแสดงศักยภาพไมซ์ซิติ์ผ่านการเข้าร่วมงาน Tradeshow/Roadshow/Industrial Meetings ฯลฯ	งาน	8	9	3.0852	2.9927	0.0925
4) สร้างเวทีแลกเปลี่ยนผ่านกิจกรรมเชิงปฏิบัติการระหว่างไมซ์ซิติ์ เมืองที่มีศักยภาพ และสสพ. (MICE City Summit)	คน	30	40	2.6758	2.6758	0.0000
5) พัฒนามลฑลธีมใหม่ในพื้นที่ไมซ์ซิติ์และเมืองที่มีศักยภาพ (7 Themes )	เมือง	10	14	5.0000	4.8134	0.1866
6) PATA Destination Marketing Forum 2019	งาน	1	0	4.9630	4.9622	0.0007
7) ศึกษาและจัดทำข้อมูลยุทธศาสตร์ของเมืองที่มีศักยภาพ (City Profile)	เมือง/ฉบับ workshop/ครั้ง	3 6	3 6	2.1750	2.1501	0.0249
<b>30. ส่งเสริมตลาดไมซ์ในประเทศและขยายตลาดกลุ่มประเทศ GMS/ CLMV/ SEZ</b>				<b>40.3660</b>	<b>35.1762</b>	<b>5.1899</b>
1) สนับสนุนการยกระดับงานประชุมนานาชาติในพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจ (LIMEC)	งาน	1	1	2.1000	2.0416	0.0584
2) สนับสนุนส่งเสริมการเป็นศูนย์กลางและการประชุมสัมมนาในพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจ (Economic Corridor) และเขตเศรษฐกิจพิเศษ (SEZ) ภายใต้ยุทธศาสตร์อนุภูมิภาคแม่น้ำโขง	งาน	4	4	12.2000	12.2000	0.0000
3) สนับสนุนการสร้างเครือข่ายไมซ์ผ่านบริษัทข้ามชาติในไทย (EXPAT)	งาน ราย	2 60	1 340	1.0000	0.4250	0.5750
4) สนับสนุนและส่งเสริมการขายและการตลาดในกลุ่มประเทศอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง	ราย	10,000	10,542	6.2000	3.0496	3.1504
5) ส่งเสริมและสร้างการรับรู้ตลาดกลุ่มประเทศ CLMV (Fam trip)	ลูกค้า (ราย)	10	10	1.4499	1.4499	0.0000
6) ส่งเสริมการขายและการตลาดในกลุ่มประเทศ CLMV	ประเทศ	4	4	3.2598	2.6534	0.6065

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลงาน (30 ก.ย. 62)	งบประมาณ	ผลการใช้จ่าย (30 ก.ย. 62)	คงเหลือ
	ลูกค้า (ราย)	100	300			
	ผู้ประกอบการ (ราย)	18	33			
7) จัดกิจกรรมการตลาดโรดโชว์ในกลุ่มประเทศ CLMV	งาน	5	5	6.7755	6.7451	0.0304
	ความพึงพอใจ (ร้อยละ)	75	76.67			
8) แผนบูรณาการกลุ่มประเทศ GMS	งาน	3	5	3.8781	3.6064	0.2717
9) กิจกรรมการตลาดในต่างประเทศ	คน/นัดหมาย	120/60	172/83	3.5027	3.0052	0.4975
	นัดหมาย/ Leads	8/2	8/12			
	คน/ห้อง	400/200	681/767			

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลงาน (30 ก.ย. 62)	งบประมาณ	ผลการใช้จ่าย (30 ก.ย. 62)	คงเหลือ
--	----------	----------	-----------------------	----------	------------------------------	---------

**แผนงานบูรณาการพื้นที่ระดับภาค : 54.0000 ล้านบาท**

หน่วย : ล้านบาท

เป้าหมายหลักที่ 2 : พัฒนาประเทศด้วยนวัตกรรม				54.0000	47.0948	6.9052
ยุทธศาสตร์ที่ 2 : กระจายรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจของภูมิภาคผ่านอุตสาหกรรมใหม่				54.0000	47.0948	6.9052
กลยุทธ์ที่ 1: ยกระดับกิจกรรมใหม่ซีในภูมิภาค เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในภูมิภาค				54.0000	47.0948	6.9052
<b>31. ส่งเสริมการบูรณาการภาค</b>				54.0000	47.0948	6.9052
1) จัดเก็บข้อมูลด้านไมซ์ของภาคกลาง กรุงเทพมหานคร (MICE Intelligence)	ระบบ	1	0	18.0000	17.6437	0.3563
	ร้อยละการยอมรับฯ	85	0			
2) จัดเก็บข้อมูลด้านไมซ์ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดขอนแก่น (MICE Intelligence)	ระบบ	1	0	18.0000	16.1444	1.8556
	ร้อยละการยอมรับฯ	85	0			
3) จัดเก็บข้อมูลด้านไมซ์ของภาคใต้ จังหวัดภูเก็ต (MICE Intelligence)	ระบบ	1	0	18.0000	13.3067	4.6933
	ร้อยละการยอมรับฯ	85	0			