

รายงานการกำกับติดตามการดำเนินงานประจำปี ๒๕๖๔ รอบ ๖ เดือน
สิ้นสุดวันที่ ๓๑ มีนาคม ๒๕๖๔

๑ ผลงานตามเป้าหมายหลัก

เป้าหมายของจำนวนนักท่องเที่ยวธุรกิจกลุ่มไมซ์ทั้งจากต่างประเทศและภายในประเทศ รวมทั้งรายได้จากการใช้จ่ายจากการจัดกิจกรรมไมซ์ ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการ สสปน. ครั้งที่ ๔/ ๒๕๖๓ ในวันที่ ๒๙ พฤษภาคม ๒๕๖๓

๑.๑ นักเดินทางธุรกิจกลุ่มไมซ์จากต่างประเทศและรายได้จากการใช้จ่าย ไตรมาส ๒ ประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๔

ตารางที่ ๑ : จำนวนและรายได้นักท่องเที่ยวไมซ์นานาชาติ ไตรมาส ๒ ประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๔

นักเดินทางกลุ่มไมซ์จากต่างประเทศ (คน)

ปี ๒๕๖๔	ไตรมาส ๑	ไตรมาส ๒	ไตรมาส ๓	ไตรมาส ๔	รวม
เป้าหมาย	๒๔,๐๐๐	๗๐,๐๐๐	๑๔๐,๐๐๐	๒๕๙,๔๐๐	๔๙๓,๔๐๐
ผลงาน	๒๖๔	๐	๐	๐	๒๖๔
ร้อยละ	๑.๑๐%	๐.๐๐%	๐.๐๐%	๐.๐๐%	๐.๐๕%

รายได้จากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์จากต่างประเทศ (ล้านบาท)

ปี ๒๕๖๔	ไตรมาส ๑	ไตรมาส ๒	ไตรมาส ๓	ไตรมาส ๔	รวม
เป้าหมาย	๑,๕๐๐	๔,๓๗๐	๘,๗๔๐	๑๖,๑๙๐	๓๐,๘๐๐
ผลงาน	๑๔	๐	๐	๐	๑๔
ร้อยละ	๐.๙๑%	๐.๐๐%	๐.๐๐%	๐.๐๐%	๐.๐๔%

ตารางที่ ๒ : จำนวนและรายได้นักท่องเที่ยวไมซ์นานาชาติแบ่งตามตลาด เปรียบเทียบไตรมาสที่ ๒ ระหว่างปี ๒๕๖๓ และ ปี ๒๕๖๔ (เดือนมกราคม - มีนาคม)

ตลาด	นักเดินทางธุรกิจกลุ่มไมซ์จากต่างประเทศ (คน)			รายได้จากกลุ่มไมซ์จากต่างประเทศ (ล้านบาท)		
	ไตรมาส ๒		+/-	ไตรมาส ๒		+/-
	ปี ๒๕๖๓	ปี ๒๕๖๔		ปี ๒๕๖๓	ปี ๒๕๖๔	
M	๔๔,๒๘๖	๐	-๑๐๐.๐๐%	๒,๖๖๒	๐	-๑๐๐.๐๐%
I	๒๓,๗๔๗	๐	-๑๐๐.๐๐%	๘๔๒	๐	-๑๐๐.๐๐%
C	๕๔,๙๑๑	๐	-๑๐๐.๐๐%	๓,๕๕๒	๐	-๑๐๐.๐๐%
E	๕๒,๙๗๗	๐	-๑๐๐.๐๐%	๓,๘๘๑	๐	-๑๐๐.๐๐%
รวม	๑๗๕,๙๒๑	๐	-๑๐๐.๐๐%	๑๐,๙๓๗	๐	-๑๐๐.๐๐%

รายงานการกำกับติดตามการดำเนินงานประจำปี ๒๕๖๔ รอบ ๖ เดือน
สิ้นสุดวันที่ ๓๑ มีนาคม ๒๕๖๔

๑.๒ นักเดินทางธุรกิจกลุ่มไม่ซีในประเทศไทยและรายได้จากการใช้จ่าย ไตรมาส ๒ ประจำปี ๒๕๖๔

ตารางที่ ๓ : จำนวนและรายได้ นักเดินทางไม่ซีภายในประเทศ ไตรมาส ๒ ประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๔

นักเดินทางกลุ่มไม่ซีจากในประเทศ (คน)

ปี ๒๕๖๔	ไตรมาส ๑	ไตรมาส ๒	ไตรมาส ๓	ไตรมาส ๔	รวม
เป้าหมาย	๖๔๑,๐๐๐	๑,๕๕๐,๐๐๐	๒,๓๐๖,๐๐๐	๕,๔๑๔,๐๐๐	๑๒,๑๐๒,๐๐๐
ผลงาน	๓,๐๔๙,๘๐๕	๙๒๓,๖๘๔	๐	๐	๓,๙๗๓,๔๘๙
ร้อยละ	๔๗๕.๗๙%	๕๙.๕๙%	๐.๐๐%	๐.๐๐%	๖๕.๖๗%

รายได้จากการใช้จ่ายของนักเดินทางกลุ่มไม่ซีจากในประเทศ (ล้านบาท)

ปี ๒๕๖๔	ไตรมาส ๑	ไตรมาส ๒	ไตรมาส ๓	ไตรมาส ๔	รวม
เป้าหมาย	๒,๑๕๐	๕,๑๙๐	๗,๗๒๕	๑๘,๑๓๕	๓๓,๒๐๐
ผลงาน	๖,๕๒๐	๑,๙๗๐	๐	๐	๘,๔๙๐
ร้อยละ	๓๐๓.๒๖%	๓๗.๙๖%	๐.๐๐%	๐.๐๐%	๒๕.๕๗%

ตารางที่ ๔ : จำนวนนักเดินทางไม่ซีและรายได้ภายในประเทศแบ่งตามตลาด เปรียบเทียบไตรมาสที่ ๒ ระหว่างปี ๒๕๖๓ และ ปี ๒๕๖๔ (เดือนมกราคม - มีนาคม)

ตลาด	นักเดินทางธุรกิจกลุ่มไม่ซีในประเทศไทย (คน)			รายได้จากกลุ่มไม่ซีในประเทศไทย (ล้านบาท)		
	ไตรมาส ๒		+/-	ไตรมาส ๒		+/-
	ปี ๒๕๖๓	ปี ๒๕๖๔		ปี ๒๕๖๓	ปี ๒๕๖๔	
M	๒๐๑,๕๖๐	๑๑,๕๗๕	-๙๔.๒๖%	๖๖๙	๔๔	-๙๓.๔๖%
I	๓๙,๙๒๘	๐	-๑๐๐.๐๐%	๒๒๖	๐	-๑๐๐.๐๐%
C	๗๘๔,๕๖๓	๓๔,๗๐๙	-๙๕.๕๘%	๒,๒๓๕	๙๕	-๙๕.๗๖%
E	๒,๗๓๗,๘๙๘	๘๗๗,๔๐๐	-๖๗.๙๕%	๗,๐๘๕	๑,๘๓๑	-๗๔.๑๕%
รวม	๓,๗๖๓,๙๔๙	๙๒๓,๖๘๔	-๗๕.๔๖%	๑๐,๒๑๖	๑,๙๗๐	-๘๐.๗๒%

หมายเหตุ

ที่มาของข้อมูลโดย รายงานสถิติอุตสาหกรรมไม่ซี ส่วนงานวิเคราะห์ข้อมูล ฝ่ายพัฒนากลยุทธ์องค์กร สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) โดยเป็นข้อมูลประมาณการ ณ วันที่ ๗ เมษายน ๒๕๖๔

รายงานการกำกับติดตามการดำเนินงานประจำปี ๒๕๖๔ รอบ ๖ เดือน
สิ้นสุดวันที่ ๓๑ มีนาคม ๒๕๖๔

๒. ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการ ประจำปีไตรมาส ๒ ปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๔ รายงานตาม
เป้าหมายและยุทธศาสตร์ สรุปได้ดังนี้

ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
เป้าหมายที่ ๑ สร้างรายได้และพัฒนาเศรษฐกิจ	
ยุทธศาสตร์ที่ ๑: ขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ของประเทศด้วย อุตสาหกรรมใหม่	<p>ไตรมาสที่ ๒ ประจำปี ๒๕๖๔ มีการดำเนินงานที่เน้นการสร้างและดึงงาน ผ่านการจัดกิจกรรมไมซ์ในประเทศไทย โดยมีงานหลักที่สำคัญดังนี้</p> <p>สนับสนุนการจัดงานในประเทศไทย (Event Support/Subsidy) มีจำนวน <u>๒ งาน</u></p> <p>๑. มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการจัดงานเป็นแบบผสมผสาน (Hybrid) ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> ● The 23rd Bangkok International Symposium on HIV Medicine 2021 คาดว่าจะมีผู้เข้าร่วมประชุมต่างชาติ (ผ่านออนไลน์) ประมาณ ๒๖๖ คน และคนไทยประมาณ ๕๐๐ คน ● The 38th International Conference of the Microscopy Society of Thailand คาดว่าจะมีผู้เข้าร่วมประชุมต่างชาติ (ผ่านออนไลน์) ประมาณ ๖๐ คน และคนไทยประมาณ ๖๐ คน <p>สนับสนุนการประมุขสิทธิ์การจัดงานและการสร้างงานใหม่ รวมทั้งสิ้น ๑๐ งาน โดยแบ่งผลงานด้านการประมุขสิทธิ์การจัดงาน ออกเป็น</p> <p>๒. งานที่ได้รับการประกาศชนะการประมุขสิทธิ์เพื่อจัดงานประชุมนานาชาติในประเทศไทย จำนวน ๒ งาน ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> ● The 58th International Skating Union Ordinary Congress 2022 ● Asia-Pacific AIDS & Co-infections Conference (APACC 2021) <p>๓. สนับสนุนการประมุขสิทธิ์งานประชุมนานาชาติ จำนวน ๘ งาน ประมาณการจำนวนชาวต่างชาติที่จะเข้าร่วมงาน ๑๖,๕๒๐ คน ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> ● The 8th Asia Cornea Society Scientific Meeting (ACS 2022) ● The 25th International Conference on Emergency Medicine (ICEM 2026)

รายงานการกำกับติดตามการดำเนินงานประจำปี ๒๕๖๔ รอบ ๖ เดือน
สิ้นสุดวันที่ ๓๑ มีนาคม ๒๕๖๔

ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
	<ul style="list-style-type: none"> ● IEEE Technology & Engineering Management Conference Asia Pacific 2021 (IEEE TEMSCON Asia Pacific 2021) ● The 62nd Annual Conference of the Particle Therapy Co-Operative Group 2024 (PTCOG 62) ● The 2024 International Society on Thrombosis and Haemostasis (ISTH) Congress ● The 6th International Conference on Public Policy 2023 (ICPP2023) ● GAMA Global Lamp Asia 2022 ● The 81st Serra International Convention 2023 <p>๔. จัดกิจกรรม Virtual Site Inspection: IEEE Technology & Engineering Management Conference Asia Pacific 2021 (IEEE TEMSCON Asia Pacific 2021) โดยมีกลุ่มประเทศเป้าหมายจาก อเมริกา อินเดีย และออสเตรเลียเข้าร่วมกิจกรรม</p> <p>จัดตั้งตัวแทนการตลาดในต่างประเทศและการดำเนินกิจกรรมการตลาดของตัวแทน (Overseas Marketing Representatives)</p> <p>๕. จัดตั้งตัวแทนการตลาดในต่างประเทศด้านการจัดประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล มีการจัดกิจกรรมการตลาดของตัวแทนการตลาดในต่างประเทศ ๙ ครั้ง ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Call for collaboration for “MICEHOTSPOTS.COM” (India) ● Shanghai & Hangzhou sales call (China) ● Client & supplier in Sydney / TCEB in Melbourne ● New corporate account telesales blitz ● Digital Sales Call with MICE Agents (India) ● 1st Thailand MICE Live Room (China) - Virtual ● AMI Webinar “Events as a Marketing Channel (Australia)

รายงานการกำกับติดตามการดำเนินงานประจำปี ๒๕๖๔ รอบ ๖ เดือน
สิ้นสุดวันที่ ๓๑ มีนาคม ๒๕๖๔

ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
	<ul style="list-style-type: none"> ● “Thailand MICE Corporate Meetup” (Digital Sales Call with partners in ๓ cities (Tier ๑) meet corporate clients) (India) ● Thailand MICE Live Room 2nd (India) - Virtual <p>๖. จัดตั้งตัวแทนการตลาดในตลาดต่างประเทศสำหรับตลาดการประชุมนานาชาติ โดยสามารถจัดหางานที่คาดว่าจะเข้ามาจัดในประเทศไทยได้ จำนวน ๑๕ งาน แบ่งออกเป็น</p> <ul style="list-style-type: none"> ตลาดประจำภูมิภาคเอเชีย จำนวน ๓ งาน ● SMBA APAC Precious Metals Conference ● BIIA AP Conference ● Annual Congress – ADASIA 2025 ตลาดประจำภูมิภาคยุโรป จำนวน ๒ งาน ● Asia-Pacific AIDS & Co-infections Conference (APACC) 2021 ● Asia-Pacific AIDS & Co-infections Conference (APACC) 2022 ตลาดประจำภูมิภาคอเมริกาเหนือ จำนวน ๑๐ งาน ● International Union of Biochemistry and Molecular Biology ● International Union of Pure and Applied Chemistry (IUPAC) ● NASS - Advancing Global Spine Care ● World Design Assembly ● Congress of the International Society on Thrombosis and Hemostasis ● YPO Asia Regional Conference ● 2025 IETF 122 ● 2022 International Meeting on Radiation Processing ● 2024 Pacific Asia Conference on Information Systems ● 2023 IEEE International Parallel and Distributed Processing Symposium

รายงานการกำกับติดตามการดำเนินงานประจำปี ๒๕๖๔ รอบ ๖ เดือน
สิ้นสุดวันที่ ๓๑ มีนาคม ๒๕๖๔

ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
	<p>i. จัดตั้งตัวแทนการตลาดในตลาดต่างประเทศสำหรับตลาดการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ สามารถจัดหางานที่คาดว่าจะเข้ามาจัดในประเทศไทยได้ จำนวน ๑ งาน คืองาน Chaoyu Exhibition ถือเป็นงานระดับนานาชาติ กลุ่ม Chaoyu เป็นหนึ่งในสมาชิกภายใต้ UFI มีภารกิจในการเชื่อมโยงซัพพลายเออร์ของจีนกับผู้ซื้อในตลาดเกิดใหม่ทั่วโลก</p> <p>จัดกิจกรรมตลาดเชิงรุกกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย จำนวน ๓ กิจกรรม เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลกับกลุ่มเป้าหมาย (Content Sharing) และกิจกรรมการตลาดเชิงรุกร่วมกับเครือข่ายพันธมิตร (Business Sharing) ได้แก่</p> <p>๘. จัดกิจกรรม Sponsorship งาน SITE Global Conference 2021</p> <p>๙. จัดประชุมหารือกับคณะกรรมการฝ่ายการตลาดของสมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) หรือ TICA และการจัดงานเพื่อแสดงความขอบคุณแก่ผู้ชำนาญการตลาด Market Champions ณ โรงแรม Kimpton Maa-Lai กรุงเทพฯ</p> <p>๑๐. จัดกิจกรรม Sponsorship การจัดงาน SITE Talk & SITE Night</p>
<p>ยุทธศาสตร์ ๓: ส่งเสริมภาพลักษณ์ของไมซีไทยและสสปน.</p>	<p>การดำเนินงานส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรในประเทศและต่างประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับองค์กร และเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับบทบาท พันธกิจ และกิจกรรมขององค์กรแก่กลุ่มเป้าหมายในวงกว้าง อันได้แก่ หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ผู้ประกอบการ และประชาชนทั่วไป ดังนี้</p> <p>ii. สร้างความเชื่อมั่นประเทศไทยผ่านงานประชาสัมพันธ์ เพื่อผลักดันการเพิ่มปริมาณนักท่องเที่ยวทางกลุ่มลูกค้าองค์กรจากต่างประเทศ</p> <ul style="list-style-type: none"> ● TCEB Travel Recommendation ฉบับที่ ๑ ● บทความเรื่อง Personal Resilience – The strength inside and out redefined เพื่อโพสต์ลงบน SITE Global website https://motivate.siteglobal.com/personal-resilience-the-strength-inside-and-out-redefined/ <p>๒. สร้างความเชื่อมั่นประเทศไทยผ่านการเข้าร่วมงาน Travel Meet Asia 2021 (Southeast Asia) ในรูปแบบการจัดงานเสมือนจริง (Virtual) เพื่อรักษาโอกาสทางการ</p>

รายงานการกำกับติดตามการดำเนินงานประจำปี ๒๕๖๔ รอบ ๖ เดือน
สิ้นสุดวันที่ ๓๑ มีนาคม ๒๕๖๔

ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
	<p>ตลาดของประเทศไทยในการพบปะและเจรจาธุรกิจกับกลุ่มผู้ซื้อในภูมิภาคอาเซียน ทั้งนี้สามารถจัดหางานที่คาดว่าจะเข้ามาจัดในประเทศไทยได้ จำนวน ๘ งาน</p> <p>๓. สร้างความเชื่อมั่นประเทศไทยผ่านการสนับสนุนและพัฒนาสมาคมและผู้ประกอบการในประเทศไทย - Association & Industry Engagement</p> <p>๔. ส่งเสริมภาพลักษณ์ผ่านการซื้อสื่อในประเทศ (Local Media) โดยให้ข้อมูลเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์และการจัดงานของประเทศไทยผ่านการจัดทำ Banner ผ่านสื่อต่างๆ รวมถึงการจัดทำ artwork ขาวในหนังสือพิมพ์และหนังสือในกลุ่มเป้าหมาย จำนวนทั้งสิ้น ๒๙ ชิ้นงาน</p> <p>๕. ส่งเสริมภาพลักษณ์ผ่านการผลิตสื่อเพื่อการสื่อสารออนไลน์โดยให้ข้อมูลเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์และการจัดงานของประเทศไทย จำนวน ๒ ครั้ง</p> <p>๖. พัฒนาเนื้อหาและสื่อสร้างการรับรู้องค์กร ผ่านการผลิตวารสาร/หนังสือ/บทความเพื่อสร้างการรับรู้บทบาท พันธกิจ และกิจกรรมขององค์กร จำนวน ๔,๕๐๐ เล่ม</p> <p>๗. พัฒนาและ/หรือบริหารจัดการเนื้อหา เพื่อการสร้างภาพลักษณ์ทั้งในและต่างประเทศ (Content Development & Management)</p> <p>๘. พัฒนากลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ (Brand Strategy & Campaign Development) จำนวน ๑ แผนงาน</p> <p>๙. สร้างการรับรู้และปรับมุมมองขององค์กรภายนอกต่อบทบาทและภาพลักษณ์ของ สสพ. ผ่านงานงานแถลงข่าวเปิดตัวโครงการ MICE Winnovation จำนวน ๖ ชิ้นงาน</p>
เป้าหมายที่ ๒ กระจายรายได้และความเจริญ	
<p>ยุทธศาสตร์ ๒: กระจายรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจของภูมิภาคผ่านอุตสาหกรรมไมซ์</p>	<p>ไตรมาสที่ ๒ ประจำปี ๒๕๖๔ มีการดำเนินงานที่เน้นการกระจายรายได้และความเจริญสู่ภูมิภาค ผ่านกิจกรรมการหลักที่สำคัญ ดังนี้</p> <p>สนับสนุนผู้จัดงานไทยในการจัดงานอีเวนต์และเทศกาลนานาชาติ (Thailand Power Up) เพื่อกระจายคนได้และกระตุ้นเศรษฐกิจของภูมิภาคผ่านอุตสาหกรรมไมซ์</p> <p>iii. สนับสนุนการตลาดเชิงรุกกับเครือข่ายพันธมิตรอุตสาหกรรมเมกะอีเวนต์และเทศกาลนานาชาติ จำนวน ๔ งาน ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> ● งานเทศกาล ลำพูน ไม่ลำพอง

รายงานการกำกับติดตามการดำเนินงานประจำปี ๒๕๖๔ รอบ ๖ เดือน
สิ้นสุดวันที่ ๓๑ มีนาคม ๒๕๖๔

ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
	<ul style="list-style-type: none"> ● งานเทศกาล Wonderblue Andaman ● งานเทศกาล Diamond of the salt ● งานเทศกาล Huahin Hop Fest <p>iv. ผู้จัดงานไทยในการจัดงานอีเวนท์และเทศกาลนานาชาติ (Thailand Event Line Up Campaign) จำนวน ๔ งาน ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> ● งาน The Living Art Festival 2020 ● งาน Bangkok Illustration Fair 2021 ● งานเทศกาลอีสานสร้างสรรค์ ๒๕๖๔ (Isan Creative Festival 2021) ● งาน Low Fat Art Fes Vol.4: Loei Art Fes (LAF) 2021 <p>v. สนับสนุนแพลตฟอร์มที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานเทศกาล (N2N Tech Savvy Campaign) จำนวน ๔ งาน ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> ● งาน SB'2021 ASIA PACIFIC ● งาน Harmony Puppet Theatre Online 2021 ● งาน BICT FEST International Webinar 2021: Rethinking Theatre and Education for the New Chapter. ● งาน My Little Owl 2021 <p>เสริมสร้างการจัดงานไมซ์ภายในประเทศ</p> <p>สนับสนุนการจัดงานประชุมวิชาการภายในประเทศ จำนวน ๑ งาน ได้แก่ งานประชุมสัมมนา โครงการประชุมสัมมนา Library Care the Bear โดยมีผู้เข้าร่วมงาน จำนวน ๘๘ คน</p>
เป้าหมายที่ ๓ พัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยนวัตกรรม	
<p>ยุทธศาสตร์ ๔: เสริมสร้างขีด ความสามารถในการ แข่งขันของ อุตสาหกรรมไมซ์</p>	<p>ไตรมาสที่ ๒ ประจำปี ๒๕๖๔ มีการดำเนินงานที่เน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยนวัตกรรม รวมถึงการประชาสัมพันธ์ประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน ผ่านกิจกรรมการหลักที่สำคัญ ดังนี้</p>

รายงานการกำกับติดตามการดำเนินงานประจำปี ๒๕๖๔ รอบ ๖ เดือน
สิ้นสุดวันที่ ๓๑ มีนาคม ๒๕๖๔

ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
<p>และยกระดับไมซ์ให้เป็นวาระแห่งชาติ</p>	<p>vi. ยกระดับศักยภาพบุคลากรด้านไมซ์ระดับนานาชาติ ผ่านการจัดหลักสูตรรับรองความเชี่ยวชาญด้านการจัดงานแบบดิจิทัล (DES - Digital Event Strategist DES) โดยมีผู้เข้าร่วมอบรม ๒๐ คน</p> <p>vii. ให้การสนับสนุนสมาคมการแสดงสินค้า (ไทย) ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๔ เพื่อพัฒนาทักษะและองค์ความรู้สำหรับผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับไมซ์</p> <p>viii. พัฒนาเสริมสร้างองค์ความรู้ผู้ประกอบการผ่าน MICE Intelligence Center โดยมีกิจกรรมสำคัญ ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> ● เผยแพร่องค์ความรู้อุตสาหกรรมไมซ์ผ่าน MICE Podcast มีจำนวนผู้เข้าฟัง MICE Podcast EP1 จำนวน ๕๓๓ คน ● ถ่ายทอดองค์ความรู้ในรูปแบบไมซ์วิถีใหม่ (MICE Intelligence Talk) ให้แก่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์ ในหัวข้อที่เกี่ยวกับการจัดงานในรูปแบบ Virtual and Hybrid Events มีจำนวนผู้เข้าร่วม ๓๘ คน <p>ix. สืบค้นข้อมูลเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ ผ่านรายงานสถิติสำคัญ ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> ● สืบค้นสถิติการจัดประชุม การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทย ประจำปี ๒๕๖๔ ● ศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมไมซ์ต่อประเทศไทย (Economic Impact Study of Thailand's MICE Industry) ปี ๒๕๖๔ ● สืบค้นความพึงพอใจต่อการให้บริการของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๔
<p>ยุทธศาสตร์ ๕: พัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานภายในขององค์กร</p>	<p>พัฒนากลยุทธ์องค์กร</p> <p>x. ขับเคลื่อนนโยบายและยุทธศาสตร์ของ สสปน.และไมซ์ไปสู่การปฏิบัติของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผ่านกิจกรรมสำคัญ ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> ● ทหารือกับผู้แทนภาคเอกชนเพื่อขอข้อเสนอแนะในการขับเคลื่อนนโยบายไมซ์ในระดับพื้นที่ และ การขยายแนวร่วมในการขับเคลื่อนโครงการประชุมเมืองไทยในระดับองค์กรภาคเอกชน หน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีความพร้อม

รายงานการกำกับติดตามการดำเนินงานประจำปี ๒๕๖๔ รอบ ๖ เดือน
สิ้นสุดวันที่ ๓๑ มีนาคม ๒๕๖๔

ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
	<ul style="list-style-type: none"> ● ดำเนินการจัดกิจกรรมการประชุมหรือแนวทางการจัดงาน Thailand International Health Expo 2021 โดยมีผู้เข้าร่วมงานจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวน ๓๗ คน ● เข้าร่วมประชุมกับผู้แทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี กองทุนส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (CPF) TICA, TEA, THA และ ผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อหารือเรื่องการกำหนดวันสำคัญของชาติที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ โดยเสนอให้วันที่ ๒๖ เมษายน ซึ่งเป็นวันที่มีการจัดงานแสดงสินค้าครั้งแรกในประเทศไทย เป็นวันส่งเสริมการประชุมแห่งชาติ ทั้งนี้ต้องร่วมกันจัดทำรายละเอียดต่างๆ สนับสนุนให้มีความชัดเจนเพิ่มเติมและผลักดันให้เป็นรูปธรรมต่อไป <p>xi. เพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กร ผ่านการจัดทำวารสารภายในองค์กร TCEB Outlook เดือนมกราคม-กุมภาพันธ์ ๒๕๖๔</p> <p>xii. ปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพระบบสารสนเทศของสำนักงาน เพื่อรองรับการดำเนินงานแบบ New Normal Working</p>

หมายเหตุ:

- ๑) ข้อมูลผลการดำเนินงานจากระบบติดตามและประเมินผล (EPS) ณ วันที่ ๗ เมษายน ๒๕๖๔
- ๒) การคำนวณรายได้โดยใช้ spending ต่อคนต่อทริป จัดทำโดยส่วนงานวิเคราะห์ข้อมูล ฝ่ายพัฒนา กลยุทธ์องค์กร
 - ตลาดไมซ์ต่างประเทศ ชาวต่างชาติ x ๖๓,๐๐๐ บาท
 - ตลาดไมซ์ในประเทศ ชาวไทย x ๓,๓๐๐ บาท
 - ตลาดเมกะอีเวนท์และเทศกาลนานาชาติ ชาวต่างชาติ x ๕๕,๐๐๐ บาท ชาวไทย x ๔,๘๐๐ บาท
- ๓) รายงานการกำกับติดตามการดำเนินงานประจำปี ๒๕๖๔ รอบ ๖ เดือน สิ้นสุดวันที่ ๓๑ มีนาคม ๒๕๖๔ นำเสนอต่อคณะกรรมการกลยุทธ์และแผนงาน การบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายใน ในคราวประชุมครั้งที่ ๓/๒๕๖๔ เมื่อวันที่ ๒๑ เมษายน ๒๕๖๔

จัดทำโดย
ส่วนงานติดตามผลการปฏิบัติงานองค์กร
ฝ่ายพัฒนากลยุทธ์องค์กร