

1) ผลงานตามเป้าหมายหลัก

1.1) สถานการณ์การจัดประชุม การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และการจัดงานแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ ของนักเดินทางไมซ์นานาชาติ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563

ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 มีผู้เข้าร่วมงานการจัดประชุม การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติ หรือที่เรียกว่า นักเดินทางไมซ์นานาชาติ จำนวนทั้งสิ้น 476,944 คน ในจำนวนนี้ กลุ่มการประชุมของบริษัทเอกชน (Meeting: M) มีจำนวนมากที่สุด จำนวน 149,638 คน รองลงมาได้แก่ กลุ่มการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล (Incentive: I) จำนวน 122,102 คน กลุ่มการประชุมของกลุ่มองค์กรภาครัฐหรือองค์กรไม่ใช่บริษัทเอกชน (Convention: C) จำนวน 116,268 คน และกลุ่มการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติ (Exhibition: E) จำนวน 88,936 คน ตามลำดับ

เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา นักเดินทางไมซ์นานาชาติ มีการหดตัวลงถึง ร้อยละ 62.56 โดยกลุ่มการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล (Incentive: I) มีการลดลงมากที่สุด ถึง ร้อยละ 67.08 ตามมาด้วยกลุ่มการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติ (Exhibition: E) ลดลงร้อยละ 66.31 และกลุ่มการประชุมของกลุ่มองค์กรภาครัฐหรือองค์กรไม่ใช่บริษัทเอกชน (Convention: C) ลดลงร้อยละ 62.25 และกลุ่มการประชุมของบริษัทเอกชน (Meeting: M) ลดลงน้อยที่สุด ร้อยละ 54.80 เนื่องจากได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

สำหรับรายได้จากนักเดินทางไมซ์นานาชาติมีมูลค่ารวม 29,843 ล้านบาท หดตัวร้อยละ 68.24 สอดคล้องกับการหดตัวของจำนวนนักเดินทางไมซ์นานาชาติ ตามการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลกที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

กลุ่มตลาด/ อุตสาหกรรม	จำนวนนักเดินทาง (คน)				รายได้ (ล้านบาท)			
	2562	2563	เพิ่ม/(ลด)	ร้อยละ เปลี่ยนแปลง	2562	2563	เพิ่ม/(ลด)	ร้อยละ เปลี่ยนแปลง
M	331,084	149,638	(181,446)	-54.80%	29,556	9,414	(20,142)	-68.15%
I	370,882	122,102	(248,780)	-67.08%	20,169	5,624	(14,545)	-72.12%
C	308,010	116,268	(191,742)	-62.25%	23,954	8,317	(15,637)	-65.28%
E	264,005	88,936	(175,069)	-66.31%	20,292	6,488	(13,804)	-68.03%
รวม	1,273,981	476,944	(797,037)	-62.56%	93,971	29,843	(64,128)	-68.24%

หมายเหตุ จำนวนนักเดินทางไมซ์ในรูปแบบออนไลน์ กลุ่มการประชุมของกลุ่มองค์กรภาครัฐหรือองค์กรไม่ใช่บริษัทเอกชน (Convention: C) จำนวน 23,371 คน

ที่มา : ส่วนงานวิเคราะห์ข้อมูล ฝ่ายพัฒนากลยุทธ์องค์กร

1.2) สถานการณ์การจัดประชุม การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และการจัดงานแสดงสินค้า/นิทรรศการ ในประเทศไทยของนักเดินทางชาวไทย และนักเดินทางชาวต่างประเทศที่มีถิ่นพำนักถาวรในประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563

ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 มีผู้เข้าร่วมงานการจัดประชุม การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และการจัดงานแสดงสินค้าภายในประเทศ หรือที่เรียกว่า นักเดินทางไมซ์ภายในประเทศ จำนวนทั้งสิ้น 10,005,122 คนครั้ง ในจำนวนนี้ เป็นกลุ่มผู้เข้าการจัดงานแสดงสินค้าในประเทศไทย (Exhibition: E) มากที่สุด จำนวน 7,804,363 คนครั้ง รองลงมาได้แก่ กลุ่มผู้เข้ามาจัดประชุมของกลุ่มองค์กรภาครัฐหรือองค์กรไม่ใช่บริษัทเอกชน (Convention: C) จำนวน 1,463,389 คนครั้ง กลุ่มผู้เข้ามาจัดประชุมของบริษัทเอกชนในประเทศไทย (Meeting: M) 636,889 คนครั้ง และกลุ่มการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล (Incentive: I) 100,481 คนครั้ง ตามลำดับ

เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมาพบว่า โดยภาพรวมนักเดินทางไมซ์ภายในประเทศ มีการอัตราการหดตัวลง ร้อยละ 66.21 ที่ได้รับปัจจัยลบจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) โดยนักเดินทางไมซ์ในประเทศกลุ่มงานแสดงสินค้าในประเทศหดตัวมากที่สุด ที่ร้อยละ 66.66 ตามมาด้วย กลุ่มผู้เข้ามาจัดประชุมของกลุ่มองค์กรภาครัฐหรือองค์กรไม่ใช่บริษัทเอกชน (Convention: C) หดตัวลงร้อยละ 65.69 กลุ่มผู้เข้ามาจัดประชุมของบริษัทเอกชนในประเทศไทย (Meeting: M) หดตัวลงร้อยละ 63.24 และ กลุ่มการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล (Incentive: I) หดตัวลงร้อยละ 50.41 ตามลำดับ

สำหรับรายได้ที่เกิดขึ้นจากการใช้จ่ายของนักเดินทางไมซ์ภายในประเทศในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 มีมูลค่ารวม 32,871 ล้านบาท หดตัวลง ร้อยละ 69.29 เทียบกับปีที่ผ่านมา สอดคล้องกับการลดลงของจำนวนนักเดินทางไมซ์ในประเทศ ที่ได้รับปัจจัยลบจากเศรษฐกิจโลกและภาวะเศรษฐกิจถดถอยในประเทศจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

กลุ่มตลาด/ อุตสาหกรรม	จำนวนนักเดินทาง (คนครั้ง)				รายได้ (ล้านบาท)			
	2562	2563	เพิ่ม/(ลด)	ร้อยละ เปลี่ยนแปลง	2562	2563	เพิ่ม/ (ลด)	ร้อยละ เปลี่ยนแปลง
M	1,732,410	636,889	(1,095,521)	-63.24%	4,098	1,639	(2,460)	-60.01%
I	202,620	100,481	(102,139)	-50.41%	1,261	527	(734)	-58.21%
C	4,265,162	1,463,389	(2,801,773)	-65.69%	10,175	3,603	(6,572)	-64.59%
E	23,411,821	7,804,363	(15,607,458)	-66.66%	91,514	27,102	(64,412)	-70.39%
รวม	29,612,013	10,005,122	(19,606,891)	-66.21%	107,048	32,871	(74,178)	-69.29%

หมายเหตุ จำนวนนักเดินทางไมซ์ในรูปแบบออนไลน์ กลุ่มการประชุมของกลุ่มองค์กรภาครัฐหรือองค์กรไม่ใช่บริษัทเอกชน (Convention: C) จำนวน 7,163 คนครั้ง

ที่มา : ส่วนงานวิเคราะห์ข้อมูล ฝ่ายพัฒนากลยุทธ์องค์กร

2) ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการและแผนการใช้จ่ายงบประมาณ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 ไตรมาสที่ 1 ตามแผนปฏิบัติราชการระยะ 3 ปี พ.ศ. 2563-2565 ของ สสพ.

ในปี 2563 สสพ. ดำเนินงานตามแผนแม่บทอุตสาหกรรมไมซ์ฯ เพื่อมุ่งเน้นการสร้างรายได้ กระจายรายได้สู่ภูมิภาค และ พัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยนวัตกรรม โดยจำแนกผลการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ได้ดังนี้

### ยุทธศาสตร์ที่ 1 ขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไทยผ่านกลไกการจัดกิจกรรมไมซ์

1. มีการสนับสนุนการจัดงานในประเทศไทย (Event Support/Subsidy) ทั้งสิ้น 152 งาน มีผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติจำนวน 184,960 คน รายได้เข้าประเทศรวม 12,292,598,000 บาท โดยมีงานสำคัญตามกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

1.1) กลุ่มบริษัทเอกชนที่เข้ามาประชุมและเดินทางเพื่อเป็นรางวัล (Meeting & Incentives) มีจำนวนรวม 93 งาน และมีจำนวนผู้เข้าร่วมงานจากต่างประเทศรวม 73,788 คน รายได้เข้าประเทศรวม 5,460,312,000 โดยมีงานที่สำคัญ อาทิ

- 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

1.2) กลุ่มสมาคม องค์กร ที่เข้ามาจัดประชุมนานาชาติ (Conventions) มีจำนวนรวม 40 งาน และมีจำนวนผู้เข้าร่วมงานจากต่างประเทศรวม 21,654คน รายได้เข้าประเทศรวม 1,602,396,000 บาท โดยมีงานที่สำคัญ อาทิ

- The 12th Asia Pacific Heart Rhythm Society Scientific Session (APHRs 2019) มีจำนวนผู้เข้าร่วมงานกว่า 2,500 คน
- Affiliate World Asia 2019 มีจำนวนผู้เข้าร่วมงานกว่า 3,322 คน
- The 10th World Environmental Education Congress 2019 (WEEC2019) มีจำนวนผู้เข้าร่วมงานกว่า 1,000 คน
- The 30th Regional Congress of the ISBT (International Society of Blood Transfusion) มีจำนวนผู้เข้าร่วมงานกว่า 1,000 คน

- The 28th Annual Meeting of The Asian Society for Cardiovascular and Thoracic Surgery (ASCVTS2020) มีจำนวนผู้เข้าร่วมงานกว่า 1,200 คน

1.3) กลุ่มผู้ประกอบการที่เข้ามาจัดงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทย (Existing Shows) จำนวนรวม **8 งาน** จำนวนผู้เข้าร่วมงานจากต่างประเทศรวม **12,049 คน** รายได้เข้าประเทศรวม **891,626,000 บาท** โดยมีงานที่สำคัญ อาทิ

- งาน Worldidac Asia 2019 ประมาณการผู้เข้าร่วมงาน 1,029 คน
- งาน in-cosmetics Asia 2019 จำนวนผู้เข้าร่วมงานจากต่างประเทศ 6,242 คน
- งาน Defense and Security 2019 จำนวนผู้เข้าร่วมงานจากต่างประเทศ 2,385 คน

1.4) กลุ่มผู้จัดงานที่มีวัตถุประสงค์เพื่อยกระดับการจัดงานอีเวนต์นานาชาติของไทย (Homegrown) จำนวน **11 งาน** มีจำนวนผู้เข้าร่วมงานทั้งสิ้น **1,640,053 คน** รายได้เข้าประเทศรวม **10,588,600,000 บาท** โดยมีงานที่สำคัญ อาทิ

- งาน Bangkok Motorbike Festival 2020
- งาน Bangkok Design Week 2020

**2. สนับสนุนการประมูลสิทธิ์การจัดงาน (Bidding) และการสร้างงาน MICE ใหม่ในประเทศไทย มีจำนวนงานทั้งสิ้น 27 งาน ประมาณการผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติ จำนวน 163,772คน และรายได้เข้าประเทศรวม 9,671 ล้านบาท ได้ดังนี้**

2.1) ประมูลสิทธิ์การจัดงานประชุมนานาชาติ จำนวน **21 งาน** ประมาณการจำนวนผู้เข้าร่วมงานจากต่างประเทศรวม **26,180 คน** และรายได้เข้าประเทศรวม **1,937,320,000 บาท** โดยมีงานที่สำคัญ อาทิ

- Orient and Southeast Asia Lions Forum 2022 (OSEAL 2022)
- International Hepato-Pancreato-Biliary Congress (IHPBA) 2026
- The 28th International Pig Veterinary Society Congress 2024 (IPVS 2024)
- International Society for Prosthetics and Orthotics World Congress (ISPO World Congress 2025)

2.2) ประมูลสิทธิ์งานใหม่และงานร่วมสร้างกับหน่วยงานภาครัฐ (Bidding & Co-creation) จำนวน **3 งาน** มีจำนวนผู้เข้าร่วมงาน **136,000 คน** รายได้เข้าประเทศรวม **7,616,000,000 บาท** ได้แก่

- งานออกแบบเชียงใหม่ (CHIANG MAI DESIGN WEEK) ร่วมงานกับสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) หรือ CEA ประมาณการผู้เข้าร่วมงาน 130,000 คน
- งาน Future Festival ร่วมงานกับ NCC Exhibition Organizer ประมาณการผู้เข้าร่วมงาน 1,000 คน
- งาน Slightshot ร่วมงานกับ BMC ประมาณการผู้เข้าร่วมงาน 5,000 คน

- 2.3) สนับสนุนการสร้างงานใหม่ (New Shows) งานแสดงสินค้านานาชาติที่เข้ามาจัดในประเทศไทย (International Exhibitions) **จำนวน 3 งาน** โดยประมาณการผู้เข้าร่วมงานจากต่างชาติรวม **1,592 คน** รายได้เข้าประเทศรวม **117,808,000 ล้านบาท** มีงานสำคัญ อาทิ
- Thailand Marine & Offshore Expo 2019 เป็นงานแสดงสินค้าด้านอุตสาหกรรมนอกชายฝั่งทะเล การต่อเรือและการขนส่งทางเรือที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย
  - ASEANbike powered by EUROBIKE เป็นงานแสดงสินค้าในด้านอุตสาหกรรมจักรยาน อาทิ ผู้ประกอบการรับจ้างผลิตสินค้าเกี่ยวกับจักรยาน ตัวแทนจำหน่าย ผู้ประกอบการนำเข้าและส่งออก และผู้ประกอบการที่สนใจลงทุนในธุรกิจจักรยาน โดยงาน ASEANbike จัดเป็นครั้งแรกในประเทศไทย
  - Maintenance & Resilience Asia 2019 เป็นงานด้านเทคโนโลยีในการบำรุงรักษาโรงงาน รวมถึงด้านโลจิสติกส์

### 3. จัดตั้งตัวแทนการตลาดในต่างประเทศ (Overseas Representatives) โดยมีผลการดำเนินงาน ประมาณการรายได้ที่คาดว่าจะได้รับ **7,800,192,000 บาท**

- 3.1) จัดตั้งตัวแทนการตลาดในต่างประเทศ สำหรับตลาดด้านการประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลใน 7 ประเทศ ได้แก่ ญี่ปุ่น อินเดีย สิงคโปร์ อเมริกา จีน โอเชียเนีย และยุโรป โดยสามารถจัดหา MICE visitors จำนวน 105,408คน และ กลุ่ม Mega และ Premium จำนวน 23 กลุ่ม เพื่อเข้ามาร่วมงานในประเทศไทย
- 3.2) จัดตั้งตัวแทนการตลาดในต่างประเทศ สำหรับตลาดการประชุมนานาชาติ สามารถจัดหางานที่มีศักยภาพ (Long haul) ทั้งในตลาดยุโรปและในตลาดอเมริกา รวม 10 งานสำคัญ
- 3.3) จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดของตัวแทนการตลาดเพื่อให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

### ยุทธศาสตร์ที่ 2 กระจายรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจของภูมิภาคผ่านอุตสาหกรรมไมซ์

#### 1. สนับสนุนการจัดงานไมซ์ภายในประเทศ มีจำนวนทั้งสิ้น **30 งาน** มีผู้เข้าร่วมงานจำนวนทั้งสิ้น **342,286 คน** รายได้จากการใช้จ่าย **1,562,124,000 บาท** แบ่งออกตามกลุ่มการสนับสนุน ได้ดังนี้

- 1.1) สนับสนุนและส่งเสริมการขายและการตลาดในกลุ่มอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง จำนวน **15 งาน** มีผู้เข้าร่วมงาน **4,868 คน** รายได้จากการใช้จ่าย **346,764,000 บาท**
- 1.2) สนับสนุนการสร้างงานแสดงสินค้าขึ้นใหม่ (New) จำนวน **4 งาน** มีผู้เข้าร่วมงานรวม **200,000 คน** รายได้จากการใช้จ่าย **720,000,000 บาท** ดังนี้
  - งาน Agri – Inno Asia 2019
  - งาน Southern International Auto Expo 2020
  - งาน Khon Kaen International Auto Expo ครั้งที่ 2

- งาน Thailand Franchise Expo 2020

1.3) สนับสนุนการยกระดับงานแสดงสินค้าภายในประเทศ (Upgrade) จำนวน **4 งาน** มีผู้เข้าร่วมงานรวม **132,000 คน** รายได้จากการใช้จ่าย **475,200,000 บาท** ได้แก่

- งานหอการค้าแฟร์ ณ จ.เชียงใหม่ มีผู้เข้าร่วมงานประมาณ 100,000 คน
- งาน Motor Show 2020 At Khonkaen มีผู้เข้าร่วมงานประมาณ 16,000 คน
- งาน I-San Stationary Fair 2020 มีผู้เข้าร่วมงานประมาณ 16,000 คน
- งาน Coffee and Bakery Fair 2020

1.4) สนับสนุนการจัดกิจกรรมไมซ์ภายในประเทศร่วมกับหน่วยงานภาคี (Alliance Support) จำนวน **4 งาน**

1.5) สนับสนุนการจัดงานประชุมวิชาการภายในประเทศ (Domestic Convention) จำนวน **3 งาน** มีผู้เข้าร่วมงานรวม **5,600 คน** รายได้จากการใช้จ่าย **20,160,000 บาท**

1.6) สนับสนุนการจัดประชุมสัมมนาและศึกษาดูงานในโครงการพระราชดำริ (Royal Project) และชุมชนสหกรณ์ จำนวน **4 ภูมิภาค**

1.7) ส่งเสริมไมซ์เพื่อพัฒนาและประชาสัมพันธ์ชุมชนร่วมกับชุมชนสหกรณ์ จำนวน **50 ชุมชน\*** โดยอยู่ในพื้นที่ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออก และภาคใต้

1.8) จัดแคมเปญ ประชุมเมืองไทยปลอดภัยกว่า โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อกระตุ้นกลุ่มบริษัท (Corporate) ผ่านการให้ Voucher สนับสนุนการจัดประชุมองค์กรและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลในประเทศไทย โดยมี **1,049\*** บริษัทเอกชนเข้าร่วมโครงการ (\* ข้อมูล ณ 26 ตุลาคม 2563)

2. ยกระดับการสร้างงานแสดงสินค้าในภูมิภาค ภายใต้โครงการ Empower Thailand Exhibition (EMTEX) จำนวน **6 งาน** ได้แก่

- งาน NORTHEAST TECT 2020 จังหวัดนครราชสีมา
- งาน AGROFEX 2020 จังหวัดนครราชสีมา
- งาน Rice Expo 2020 จังหวัดอุดรธานี
- งาน Fruitpital Innovation Fair 2020 จังหวัดจันทบุรี
- งาน OTOP CITY 2020 กรุงเทพมหานคร
- งานเทศกาลนานาชาติพลอยและเครื่องประดับจันทบุรี จังหวัดจันทบุรี (International Chanthaburi Gems and Jewelry Festival 2020)

3. ส่งเสริมตลาดไมซ์ในประเทศและขยายตลาดกลุ่มประเทศ CLMV โดยส่งเสริมการตลาด ASEAN Privilege (Visitor Promotion) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขัน รวมถึงกระจายรายได้ในประเทศสำหรับค่าใช้จ่ายที่พัก ของผู้เข้าร่วมงานจาก Cambodia Investor Association ที่มางาน CEBIT ASEAN Thailand 2019 จำนวน 20 คน จำนวนจับคู่ธุรกิจ 60 คู่

4. ส่งเสริมการจัดงานและกระจายรายได้สู่ภูมิภาค (MICE Area Based) โดยส่งเสริมและยกระดับกิจกรรมไมซ์ในภูมิภาค เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในภูมิภาคผ่านกิจกรรมหลัก 2 กิจกรรม ดังนี้

4.1) ยกระดับงานเด่นในไมซ์ซิตี้ (Flagship Events) จำนวน 2 งาน ได้แก่

- งานเทศกาลโหมหนานาชาติ จังหวัดขอนแก่น
- งานเชียงใหม่เบิกบานและมหกรรมไม้ดอกไม้ประดับ จังหวัดเชียงใหม่

4.2) ส่งเสริมและให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานอุตสาหกรรมไมซ์ เพื่อรายงานผลความคืบหน้าการดำเนินโครงการต่างๆ และรับฟังวาระประชุมอื่นๆ อันเป็นภารกิจด้านไมซ์ซิตี้ที่สำคัญ

**ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมการตลาด และภาพลักษณ์ไมซ์ของประเทศไทย**

1. ส่งเสริมการตลาด และภาพลักษณ์ไมซ์ของประเทศไทยและ สสพ. โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เป็นเวทีในการสร้างการรับรู้และการประชาสัมพันธ์ และสร้างการรับรู้และความเข้าใจของอุตสาหกรรมไมซ์ต่อหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สื่อมวลชนในอุตสาหกรรมไมซ์

- 1.1) จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดในต่างประเทศผ่านงาน IT&CM China 2020 โดยจัดงานในรูปแบบ virtual ก่อให้เกิดนัดหมายจำนวนทั้งสิ้น 428 นัดหมาย
- 1.2) จัดงาน Thailand Incentive and Meeting Exchange (TIME) 2020 มีจำนวนลูกค้า 90 ราย และผู้ประกอบการกว่า 200 รายที่เข้าร่วมงาน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างประสบการณ์ทางการตลาดและศักยภาพการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยในอุตสาหกรรมการจัดประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล
- 1.3) จัดงาน UIA Association Round Table Asia-Pacific 2020 เพื่อสร้างภาพลักษณ์และสร้างโอกาสในด้านการประชุมนานาชาติของประเทศไทย ผู้เข้าร่วมงานทั้งสิ้น 121 รายจาก 86 องค์กร และตัวแทนสมาคมฯที่เข้าร่วมงานจาก 5 สมาคม
- 1.4) ส่งเสริมบทบาทและพันธกิจองค์กร สร้างการรับรู้องค์กรผ่านสื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ สื่อออนไลน์ และสื่อกลางแจ้ง
  - พัฒนาและ/หรือผลิตเนื้อหา เพื่อการสร้างภาพลักษณ์ทั้งในและต่างประเทศ (Content Development & Management) จำนวน 59 ชิ้นงาน
  - ซื้อสื่อในประเทศ (Local Media) จำนวน 4 สื่อ
  - บริหารจัดการสื่อและจัดงานสื่อเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ (Media Buying & Sponsorship) โดยในต่างประเทศมีจำนวน 16 ล้านผู้รับรู้ผ่านสื่อ

## ยุทธศาสตร์ที่ 4 เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์

### 1. พัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์ ยกกระดับมาตรฐานผู้ประกอบการและโครงสร้างสนับสนุนไมซ์ โดยมีกิจกรรมที่สำคัญ ดังนี้

- 1) พัฒนามาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย (Thailand MICE Venue Standards)
  - ตรวจสอบประเมินมาตรฐานมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย (Thailand MICE Venue Standard - TMVS) จำนวน 194 แห่ง
  - มีผู้เข้าชมอบรมเชิงปฏิบัติการมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย 5 พื้นที่ผ่านออนไลน์ (Live) จำนวนทั้งสิ้น 1,617 คน
- 2) พัฒนามาตรฐานสถานที่จัดงานอาเซียน (ASEAN MICE Venue Standards)
  - ตรวจสอบประเมินมาตรฐานมาตรฐานสถานที่จัดงานอาเซียน (ASEAN MICE Venue Standards) จำนวน 28 แห่ง แบ่งออกเป็น Meeting Room จำนวน 25 แห่ง ประเภท Exhibition Venue จำนวน 3 แห่ง
- 3) สร้างเครือข่ายเยาวชนไมซ์สู่การเป็นผู้ประกอบการไมซ์รุ่นใหม่ (MICE Student Chapter & MICE Start Up) จัดกิจกรรมอบรมเฉพาะพัฒนาเครือข่ายเยาวชนไมซ์ โดยมีจำนวนเยาวชน นิสิต นักศึกษาในสถาบันการศึกษาที่เข้าร่วมโครงการ 18,790 คน ใน 5 ภูมิภาค คือ ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคตะวันออก และ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- 4) พัฒนาองค์ความรู้ด้านมาตรฐานในอุตสาหกรรมไมซ์ ผ่านหลักสูตรไมซ์ระดับนานาชาติ จำนวน 3 หลักสูตร มีผู้เข้าร่วมอบรมหลักสูตร รวมทั้งสิ้น 319 คน โดยมีหลักสูตรระดับนานาชาติ ได้แก่
  - หลักสูตร Certified in Exhibition Management
  - หลักสูตร Certified Incentive Specialist (CIS)
  - หลักสูตร Event Design Certificate (EDC)
- 5) พัฒนาและจัดอบรมให้กับผู้ประกอบการไมซ์ ได้แก่
  - หลักสูตรการบริหารสถานที่จัดงานประเทศไทย ด้านการบริการ (Service Management) มีผู้เข้าร่วมทั้งสิ้น 75 คน จาก 51 หน่วยงาน
  - หลักสูตร มืออาชีพด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน (แบบออนไลน์) โดยมีผู้ผ่านการอบรม จำนวน 234 คน รวมถึงจัดกิจกรรมสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานไมซ์นานาชาติเพื่อผลักดันมาตรฐานองค์ความรู้ MICE Sustainability
  - จัดกิจกรรมด้านการจัดประชุมอย่างไรปลอดภัยไว้ COVID-19 เพื่อสร้างความมั่นใจด้านการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการสถานที่จัดงาน โดยมีสถานประกอบการเข้าร่วมโครงการ จำนวนทั้งสิ้น 216 แห่ง จากทั่วประเทศ
- 6) ส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพการศึกษาด้านไมซ์ระดับภูมิภาค (MICE Academic Cluster) ผ่านกิจกรรมสำคัญ ดังนี้
  - จัดอบรมเชิงปฏิบัติการ MICE STARTUP for University Students in Eastern MICE Cluster มีผู้เข้าร่วมอบรม 155 คน



- พัฒนาหลักสูตรอบรมออนไลน์ “หลักสูตรการจัดการสุขอนามัยสำหรับโรงแรมที่รองรับการจัดงานประชุม (Meeting) และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Travel) E-learning” มีผู้เข้าร่วมอบรม 580 คน
- 7) พัฒนาผู้ประกอบการไมซ์ด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน โดยให้การสนับสนุนด้านการเงินและพัฒนาผู้ประกอบการโรงแรมฮอติเดย์อิน เชียงใหม่ ในการดำเนินโครงการลดของเสียจากการให้บริการอาหาร (Food Waste Prevention) และส่งเสริมหน่วยงานภาครัฐและเอกชนให้ใช้สินค้าและบริการด้านไมซ์อย่างยั่งยืน ผ่านกิจกรรมสนับสนุน Sponsorship งาน ASEAN B-Sustainability 2019
  - 8) จัดกิจกรรมสร้างการรับรู้การตรวจประเมินมาตรฐานสถานที่จัดงานอาเซียน (AMVS) เป็นกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการ ที่เปลี่ยนรูปแบบจากการอบรมปกติ มาเป็นแบบออนไลน์
  - 9) จัดกิจกรรมสร้างความเข้าใจและให้องค์ความรู้เรื่องการลดของเสียจากการให้บริการอาหาร (Food Waste Prevention) แก่ผู้ประกอบการไมซ์ในประเทศไทย เปลี่ยนรูปแบบจากการอบรมปกติ มาเป็นแบบออนไลน์โดยมีผู้เข้าร่วมอบรมรวมทั้งสิ้น 51 คน
2. พัฒนาและส่งเสริมการใช้นวัตกรรมในการจัดงาน และพัฒนาองค์ความรู้รวมถึงรูปแบบการจัดงานผ่านกิจกรรมสร้างสรรค์นวัตกรรมไมซ์ (MICE Intelligence & Innovation) ผ่าน 5 กิจกรรมสำคัญ อาทิ
- 1) ปรับปรุงและพัฒนาระบบการให้บริการขอรับการสนับสนุนออนไลน์ (TCEB Online Financial Support Request) จำนวน 174 งาน
  - 2) ปรับปรุงและพัฒนาระบบบริหารจัดการข้อมูลเพื่อวิเคราะห์ด้านการตลาด (MICE Business Intelligence) โดยมีจำนวน Page view อยู่ที่ 1.04 ล้าน page views
  - 3) จัดทำรายงานการศึกษาความต้องการต่อเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ ที่เป็นประโยชน์ในการยกระดับอุตสาหกรรมจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรม
  - 4) จัดทำระบบโซลูชันการประชุมทางวิดีโอระบบการสื่อสารวิดีโอแพลตฟอร์มการเรียนรู้ออนไลน์ ได้แก่ ระบบ Virtual Meeting Space (VMS)
  - 5) พัฒนาวិสาหกิจเริ่มต้นด้านนวัตกรรมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดงานไมซ์ (Thailand's MICE Startup) โดยมี 10 บริษัทเอกชน และมีหน่วยงานภาครัฐจำนวน 6 หน่วยงาน ที่เข้าร่วมกิจกรรม
3. ประสานงานภาครัฐเพื่อการอำนวยความสะดวกทางการค้าและบริการอุตสาหกรรมไมซ์เพื่อการอำนวยความสะดวกทางการค้าและบริการอุตสาหกรรมไมซ์ ผ่านการจัดประชุมร่วมภาครัฐและเอกชนโดยจัดกิจกรรมหลักสูตรพัฒนาองค์ความรู้ไมซ์ สำหรับผู้บริหารภาครัฐ รุ่น1 มีหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนเข้าร่วมเป็นจำนวน 35 คน
4. สืบค้นข้อมูลเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ ผ่านหัวข้อสำคัญ ดังนี้
- 1) สืบค้นสถิติการจัดประชุม การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทย ประจำปี 2563 (สถิติตลาดต่างประเทศ)

- 2) สำรวจสถิติการจัดประชุม การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และการจัดงานแสดงสินค้าในประเทศไทย ประจำปี 2563 (สถิติตลาดในประเทศ)
- 3) ศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย (Economic Impact Study of Thailand's MICE Industry – (รวมตลาดต่างประเทศและตลาดในประเทศ)
- 4) ศึกษาเพื่อจัดทำดัชนีอุตสาหกรรมไมซ์ไทย (Thailand MICE Index) ระยะเวลาที่ 2 (Ease of Doing Business)
- 5) ประเมินผลการดำเนินงานของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
- 6) จัดทำรายงานสรุปแนวคิดการจัดทำโครงการปีแห่งอุตสาหกรรมไมซ์ไทย (Concept Paper: Meet in Thailand Year)

### ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานภายในขององค์กร

1. พัฒนาประสิทธิภาพด้านยุทธศาสตร์ กลยุทธ์องค์กร ผ่านกิจกรรมสำคัญ ดังนี้
  - จัดทำรายงานสำคัญขององค์กรเพื่อนำเสนอต่อรองนายกรัฐมนตรีที่กำกับดูแล เพื่อใช้รายงานผลงานของสำนักงานในช่วง 6 เดือนแรก และ 6 เดือนหลังของปีงบประมาณ 2563
  - จัดทำแผนปฏิบัติการและแผนการใช้จ่ายงบประมาณ สำหรับเป็นแนวทางปฏิบัติงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564
2. เสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพบุคลากร ผ่านกิจกรรมสำคัญ ดังนี้
  - จัดกิจกรรมการอบรมและสัมมนาให้กับผู้บริหารและพนักงาน รวมทั้งส่งผู้บริหารและพนักงานเข้าอบรมกับหน่วยงานภายนอก จำนวน 120 คน จากจำนวนพนักงานทั้งหมด 140 คน คิดเป็นร้อยละ 86
3. เพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กร ผ่านกิจกรรมสำคัญ ดังนี้
  - จัดทำเนื้อหาและผลิตสื่อเพื่อการสื่อสารภายในองค์กร อาทิ การจัดทำ Artwork ต่างๆ การโปรโมท Social Media ไทย-อังกฤษ การจัดทำ TCEB Webinar Calendar
  - จัดกิจกรรมสื่อสารภายในองค์กรผ่านช่องทาง Intranet โดยจัดทำแคมเปญต่างๆ ผ่านช่องทาง intranet เพื่อให้พนักงานได้มีส่วนในการทำกิจกรรมร่วมกัน
  - จัดทำวารสารภายในองค์กร TCEB Outlook รวมถึง จัดทำ Internal Newsletter รายเดือน เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้พนักงานในองค์กร สสพ. ได้รับทราบข้อมูล ความรู้ ข่าวสาร ที่เป็นประโยชน์และสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างพนักงานในองค์กร
4. พัฒนาและปรับปรุงระบบการใช้ข้อมูลภายในสำนักงาน อาทิ ระบบติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน Evaluation Planning System หรือ (EPS) ระบบการบริหารงบประมาณ (e-Budgeting)
5. บำรุงรักษาระบบสารสนเทศกลางและจัดหาอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ทดแทน

---

หมายเหตุ :

1. ข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ไมซ์ ณ วันที่ 14 ธันวาคม 2563
2. ข้อมูลผลการดำเนินงานจากระบบติดตามและประเมินผล (EPS) ณ วันที่ 6 มกราคม 2564
3. การคำนวณรายได้โดยใช้ spending ต่อคนต่อทริป
  - ตลาดไมซ์ต่างประเทศ ชาวต่างชาติ x 74,000 บาท
  - ตลาดไมซ์ในประเทศ ชาวไทย x 3,600 บาท
  - ตลาดเมกะอีเวนต์และเทศกาลนานาชาติ ชาวต่างชาติ x 56,000 บาท ชาวไทย x 4,000 บาท