

แผนปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

วิสัยทัศน์



“ เป็นองค์กรหลักในการผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ให้เป็นเครื่องมือ ในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศด้วยนวัตกรรม เพื่อสร้างความเจริญและกระจายรายได้ไปสู่ทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน ”

พันธกิจ



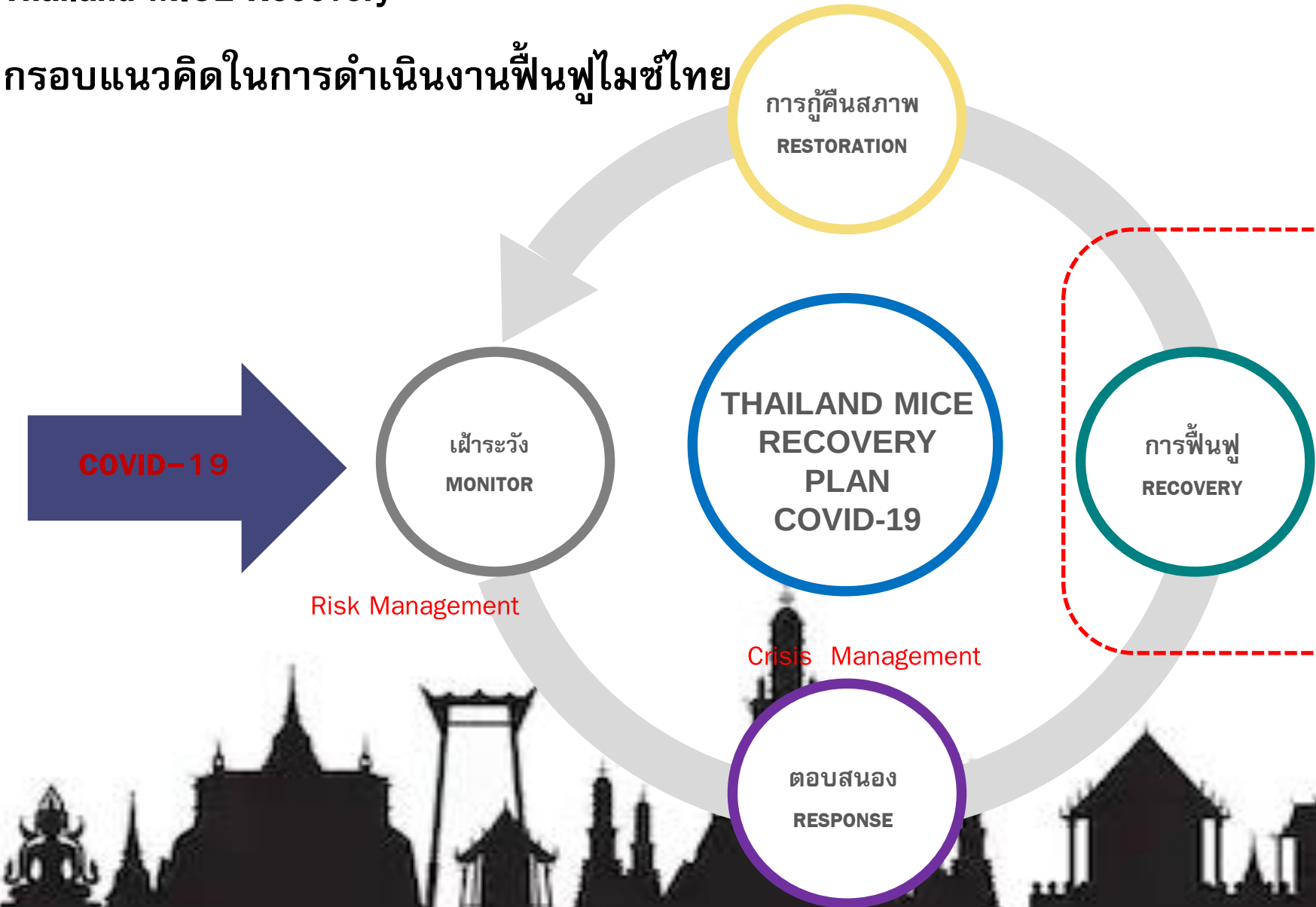
1. สนับสนุนการจัดงานไมซ์ในประเทศไทย เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและกระจายรายได้สู่ชุมชน
2. เป็นตัวแทนของประเทศในการจัดทำข้อเสนอเพื่อขอรับเป็นเจ้าภาพจัดประชุมและนิทรรศการ
3. ส่งเสริมภาพลักษณ์อุตสาหกรรมไมซ์ไทยด้วยผลิตภัณฑ์ บริการชั้นเลิศและอัตลักษณ์ความเป็นไทย
4. พัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยองค์ความรู้ มาตรฐาน รวมถึงการพัฒนาบุคลากรและผู้ประกอบการ
5. ส่งเสริมแนวปฏิบัติด้านความยั่งยืนเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

เป้าหมาย



1. การสร้างรายได้และพัฒนาเศรษฐกิจ
2. การกระจายรายได้และความเจริญ
3. พัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยนวัตกรรม

กรอบแนวคิดในการดำเนินงานฟื้นฟูไมซ์ไทย



แนวทางการดำเนินงาน 2563-2564

แนวทางการดำเนินงานของ สทปน. เพื่อฟื้นฟูอุตสาหกรรมไมซ์ จากสถานการณ์ COVID-19
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2563-2564

ระยะการตอบสนอง (Immediate Response) 3 เดือน (ก.พ.-เม.ย. 63)	ระยะสั้น (Short-Term Recovery Plan) 3-6 เดือน (พ.ค.-ก.ย. 63)	ระยะกลาง (Medium-Term Recovery Plan) 12 เดือน (ก.ค. 63 - ก.ย. 64)
- ช่วยเหลือผู้ประกอบการไมซ์ไทยที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ COVID-19 ในระยะเร่งด่วน - ปรับปรุงแผนด้านนิเวศธุรกิจต่อเนื่องและจัดทำแผนเพื่อเสริมสร้างอุตสาหกรรมไมซ์ - สร้างศูนย์ข้อมูล COVID-19 เพื่อเป็นศูนย์กลางในการสื่อสารข้อมูลถูกต้อง ทันเหตุการณ์ต่อผู้มีส่วนได้เสีย	- จัดตั้งคณะกรรมการเฉพาะกิจด้านการพัฒนาและส่งเสริมแนวโน้ม MICE Hygiene Guideline - ส่งเสริมการฟื้นฟูหรือการขยายออนไลน์ : Virtual Meeting Space เสริมความพร้อมรองรับระยะฟื้นฟู - ผลักดันเชิงนโยบายและจัดทำแผนปฏิบัติการ - จัดประชุมในระดับพื้นที่ภาคธุรกิจ - สื่อสารประชาสัมพันธ์ทั้งในและต่างประเทศ สร้างการรับรู้ภาคเอกชนที่มีต่อผลกระทบและสร้างความเชื่อมั่นในการเดินทางและจัดการไมซ์ - เสริมการดำเนินงานระดับภูมิภาคทั่วประเทศ	- ศึกษาผู้ประกอบการ MICE (Convention) ที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ COVID-19 ตามแผนแม่บทการฟื้นฟูอุตสาหกรรมไมซ์ ประเด็นต่อเนื่องที่สำคัญ - พัฒนาผู้ประกอบการไมซ์ไทยในระดับโลก เน้นเรื่อง Safety Hygiene Disinfection และระบบนิเวศ (Eco-Friendly) ระดับจังหวัดและระดับภูมิภาค - พัฒนาเครือข่ายพันธมิตรภาคเอกชนและพันธมิตรจากต่างประเทศ ในการสร้างความร่วมมือทางธุรกิจ - ส่งเสริมการตลาดและการบริการต่างๆ ที่พัฒนาได้ให้มีการนำไปใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่ เช่น ระบบ MICE One Stop Service / MICE Lane ผลักดันการนำมาตรฐาน/แนวปฏิบัติไปใช้ในการฟื้นฟูปฏิเสธต่างๆ ที่มีอยู่ภายใต้การพิจารณา - พัฒนาบุคลากร ทั้ง Up Skill / Re Skill / New Skill ฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ - พัฒนาเครือข่ายร่วมมือภาคเอกชน

แนวทางการดำเนินงานของ สสปน. เพื่อฟื้นฟูอุตสาหกรรมไมซ์ จากสถานการณ์ COVID-19

ปีงบประมาณ พ.ศ. 2563-2564

ระยะการตอบสนอง (Immediate Response) 3 เดือน (กพ.-เมย. 63)	ระยะสั้น (Short-Term Recovery Plan) 3-6 เดือน (พค.-กย. 63)	ระยะกลาง (Medium-Term Recovery Plan) 12 เดือน (ตค. 63 – กย. 64)
- ช่วยเหลือผู้ประกอบการไมซ์ไทยที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ COVID-19 ในระยะเร่งด่วน - ปรับปรุงแผนดำเนินธุรกิจต่อเนื่องและจัดทำแผนเพื่อเตรียมฟื้นฟูอุตสาหกรรมไมซ์ - สร้างศูนย์ข้อมูล COVID-19 เพื่อเป็นจุดศูนย์กลางในการสื่อสารข้อมูลที่ถูกต้อง ทันเหตุการณ์ต่อผู้มีส่วนได้เสีย	ร่วมมือกับภาครัฐและภาคเอกชน ดำเนินการ - พัฒนาและส่งเสริมแนวปฏิบัติ MICE Hygiene Guideline - ส่งเสริมการใช้เครื่องมือการประชุมออนไลน์ : Virtual Meeting Space เตรียมความพร้อมรองรับระยะฟื้นฟู - ผลักดันเชิงนโยบายและจัดทำแคมเปญกระตุ้นการจัดประชุมในประเทศเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ - สื่อสารประชาสัมพันธ์ทั้งในและต่างประเทศ สร้างการรับรู้ภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทยและสร้างความเชื่อมั่นในการเดินทางและจัดกิจกรรมไมซ์ - เตรียมการจัดงานไมซ์ระดับโลกมาจัดที่ประเทศไทย	- จัดงานประชุมนานาชาติ (Convention) เพื่อขับเคลื่อนการเป็นศูนย์กลางการประชุมนานาชาติของไทย ตามแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ - โฆษณาประชาสัมพันธ์ไมซ์ไทยในระดับโลก เน้นเรื่อง Safety Hygiene Destination และความเป็นไทย (Thai Hospitality) ระดับในประเทศกระตุ้นให้เกิดการกิจกรรมไมซ์ในประเทศอย่างกว้างขวางเป็นรูปธรรม - พัฒนาเครือข่ายตัวแทนการตลาดและพันธมิตรเป็นกำลังสำคัญในการทำตลาด/จัดงาน/สร้างงานต่างๆ - ต่อยอดนวัตกรรมและบริการต่างๆที่ได้พัฒนาไว้แล้วให้มีการใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่ เช่น ยกกระดับ MICE One Stop Service / MICE Lane ผลักดันการใช้นาฏยฐาน/แนวปฏิบัติ/โปรแกรมหรือแอปพลิเคชันต่างๆที่มีให้ไปสู่งานจริง - พัฒนาบุคลากร ทั้ง Up-Skill / Re-Skill / New Skill ให้สอดคล้องกับภารกิจบทบาทที่อาจเปลี่ยนไปตามสถานการณ์

จุดเน้นการดำเนินงานด้านการตลาด

ตลาดต่างประเทศ

- เตรียมความพร้อม แสวงหาตลาด
- เน้นสร้างคุณค่าของประเทศและการได้ประโยชน์ที่ยั่งยืน
- เพิ่มบทบาท สสปน. ต่อตลาดโลก

ตลาดในประเทศ

- ขับเคลื่อน การประชุม ภายในประเทศทุก รูปแบบ : รัฐ/เอกชน
- กำหนดพื้นที่เป้าหมาย ตามความพร้อมของพื้นที่ โดย สสปน.มีบทบาทในฐานะเป็นผู้สนับสนุนและอำนวยความสะดวก

ด้านการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์

- ประชาสัมพันธ์บทบาท สสปน.
- การจัดกิจกรรมสำคัญขององค์กร TCEB Flagship Event
- เตรียมการ Global Marketing Communication

ด้านการตลาดและการ สนับสนุนการจัดงาน

- ทบทวนแนวทางการดำเนินงานด้านการตลาด วางแผนการตลาดเชิงระบบ และสนับสนุนเอกชน
- ทบทวนหลักเกณฑ์การสนับสนุนการจัดงานในทุกกลุ่ม เพื่อเสริมสภาพคล่องและเยียวยาผู้ประกอบการไทย

จุดเน้นการดำเนินงานรายยุทธศาสตร์



เป้าหมาย

สร้างรายได้และพัฒนาเศรษฐกิจ

กระจายรายได้และความเจริญ

พัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยนวัตกรรม

ยุทธศาสตร์

1 ขับเคลื่อนเศรษฐกิจ
ของประเทศด้วย
อุตสาหกรรมไมซ์

3 ส่งเสริมภาพลักษณ์
ของไมซ์ไทย และ สสพ.

2 กระจายรายได้และกระตุ้น
เศรษฐกิจ ของภูมิภาคผ่าน
อุตสาหกรรมไมซ์

4 เสริมสร้างขีดความสามารถ
แข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์และ
ยกระดับไมซ์ให้เป็นวาระแห่งชาติ

5 พัฒนาประสิทธิภาพ
การปฏิบัติงานภายในของ
องค์กร

จุดเน้น

- ขยายพันธมิตรแนวร่วมเพื่อประสิทธิผลการประชุมนานาชาติ
- ส่งเสริมการจัดงานแสดงสินค้าในรูปแบบ New Normal
- ใช้ตัวแทนการตลาดในต่างประเทศในการจัดงาน
- ผลักดันการจัดงานประชุมองค์กรบริษัทข้ามชาติ MNC ในประเทศไทย

- ส่งเสริมภาพลักษณ์ไมซ์ไทยในเวทีโลกประเด็น Safety & Hygiene และอัตลักษณ์ความเป็นไทย
- โฆษณาเพื่อขับเคลื่อนให้มีการจัดงานไมซ์ในประเทศอย่างมีนัยสำคัญ
- สร้างการรับรู้ของสาธารณชนในวงกว้างเรื่อง บทบาทของ สสพ.

- สนับสนุนการสร้างงานไมซ์ในภูมิภาคของภาคีเครือข่ายชุมชนเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์/จุดแข็งของท้องถิ่น
- สร้างงานแสดงสินค้า Flagship ในภูมิภาคผ่านกลไก EMTEX
- ส่งเสริมการพัฒนาเมืองให้มีความพร้อมรองรับธุรกิจไมซ์ในบริบทใหม่สอดคล้องกับแนวทางและมาตรฐานที่ สสพ. ได้พัฒนาไว้แล้ว

- ส่งเสริมนวัตกรรมในทุกมิติ เน้นต่อยอดจากของเดิมที่มีอยู่ไม่สร้างเพิ่ม
- เน้น Up-Skill/ Re-Skill ผู้ประกอบการ สำหรับ New Normal
- ผลักดันให้เกิดช่องทางพิเศษสำหรับนักเดินทางไมซ์

- สร้าง Talent ขององค์กรให้มีความสามารถหลากหลาย
- สร้างให้ สสพ. เป็น Happy Workplace

งบประมาณประจำปีงบประมาณ 2564 ของสสพน.

แผนงาน	ปีงบประมาณ 2564
รวม	786.5566
• แผนงานบุคลากร	148.8462
• แผนงานพื้นฐาน	47.5529
• แผนงานยุทธศาสตร์	478.9644
• แผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว	79.6151
• แผนงานบูรณาการพัฒนาพื้นที่ระดับภาค	7.5000
• แผนงานบูรณาการเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC)	24.0780

การดำเนินงานหลักแผนงานยุทธศาสตร์ 2564

1

การสร้างรายได้และพัฒนาเศรษฐกิจ

- 1) สนับสนุน / ประมูลสิทธิการจัดงานในประเทศ
- 2) ดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการตลาด/ส่งเสริมการขาย
 - ร่วมงาน Trade Show / Road Show
 - Marketing Promotion
 - จัดตั้งตัวแทนการตลาด
 - TIME : Thailand Incentive and Meeting Exchange 2021
 - Familiarization Trip
 - บริการ MICE LANE
- 3) พัฒนา / สร้างแบรนด์ไมซ์ไทยเชิงคุณภาพสำหรับตลาดในและต่างประเทศ

แผนงาน
ยุทธศาสตร์

การสร้าง
รายได้และ
พัฒนา
เศรษฐกิจ

การพัฒนา
ประเทศด้วย
นวัตกรรม

การกระจาย
รายได้และ
ความเจริญ

3

การกระจายรายได้และความเจริญ

เสริมสร้างการจัดงานไมซ์ในประเทศ เพื่อกระจายรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจของภูมิภาคผ่านอุตสาหกรรมไมซ์

- 1) สนับสนุนส่งเสริมการประชุมสัมมนาภายในภูมิภาค (Domestic MICE - Meeting & Incentives)
- 2) สนับสนุนการจัดงานประชุมวิชาการภายในประเทศ (Domestic Convention)
- 3) สนับสนุนการจัดงานแสดงสินค้าในประเทศ (Domestic Exhibition)
- 4) ยกกระดับการจัดงาน EVENT นานาชาติ และสนับสนุนการจัดงาน World Festival ไปจัดในภูมิภาค

เป้าหมาย (ผลผลิต)

- จำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์จากต่างประเทศ 493,400 คน
- รายได้ไมซ์จากนักท่องเที่ยวต่างประเทศ 30,800 ล้านบาท
- จำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์ในประเทศ 9,911,000 คน
- รายได้จากนักท่องเที่ยวไมซ์ในประเทศ 33,200 ล้านบาท

2

การพัฒนาประเทศด้วยนวัตกรรม

การกำหนดมาตรฐานและการรับรองคุณภาพการให้บริการ

- 1) MICE Standard : สนับสนุนผู้ประกอบการให้ได้การรับรองมาตรฐาน ISO
 - Thailand MICE Venue Standard : พัฒนาและสนับสนุนมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย
 - ASEAN MICE Venue Standard : ผลักดันมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทยเป็นมาตรฐานอาเซียน
 - MICE Sustainable Thailand : ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางด้านการจัดประชุมและจัดงานแสดงสินค้าอย่างยั่งยืน
- 2) สร้างเครือข่ายพันธมิตรกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน
- 3) พัฒนานวัตกรรมไมซ์

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	งบประมาณ (ลบ.)
รวมแผนงานบุคลากรภาครัฐ	148.8462
เป้าหมายหลักที่ 3 : พัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยนวัตกรรม	148.8462
ยุทธศาสตร์ที่ 5 : พัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานภายในขององค์กร	148.8462
กลยุทธ์ที่ 5.1 : ยกระดับศักยภาพบุคลากรของ สสปน. ให้มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร	148.8462
ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับบุคลากร	148.8462
รวมแผนงานพื้นฐาน	47.5529
เป้าหมายหลักที่ 3 : พัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยนวัตกรรม	47.5529
ยุทธศาสตร์ที่ 5 : พัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานภายในขององค์กร	47.5529
กลยุทธ์ที่ 5.2 : ใช้นวัตกรรม การจัดการความรู้ และการบูรณาการร่วมกันภายใน สสปน. เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานตามหลักธรรมาภิบาล	47.5529
งบบริหารสำนักงาน	47.5529

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	งบประมาณ (ลบ.)
รวมแผนงานยุทธศาสตร์			478.9644
เป้าหมายหลักที่ 1 : การสร้างรายได้และพัฒนาเศรษฐกิจ			270.3000
ยุทธศาสตร์ที่ 1 : ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศด้วยอุตสาหกรรมใหม่			177.1500
กลยุทธ์ที่ 1.1 : รักษาและยกระดับกิจกรรมใหม่ให้เติบโตอย่างมั่นคงและมีความยั่งยืน			142.5500
หมวดงาน : สนับสนุนการจัดงาน			62.2000
1) สนับสนุนเพื่อผลักดันการเพิ่มปริมาณนักท่องเที่ยวกลุ่มลูกค้าองค์กรจากต่างประเทศ (Event Support)	14,000	ราย	18.0000
2) สนับสนุนการจัดประชุมนานาชาติ	45	งาน	25.0000
3) สนับสนุนการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติเดิม (Existing & Upgrade Show)	30	งาน	19.2000
หมวดงาน : เจ้าภาพการจัดงาน			3.0000
1) สนับสนุนการประมูลสิทธิ์การเป็นเจ้าภาพจัดงานในประเทศไทย	50 /50	ราย/ Lead	3.0000
หมวดงาน : การจัดงานและการประมูลสิทธิ์			9.9600
1) การสนับสนุนการประมูลสิทธิ์งานประชุมนานาชาติ	30 /2	งาน /กิจกรรม	9.9600
หมวดงาน : ตัวแทนการตลาด			40.1000
1) จัดตั้งตัวแทนการตลาดด้านการจัดประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล	7	ราย	28.0000
2) จัดตั้งตัวแทนการตลาดในตลาดต่างประเทศสำหรับตลาดการประชุมนานาชาติ	36	Lead งาน	9.3000
3) จัดตั้งตัวแทนทางการตลาดในต่างประเทศ (Representative) สำหรับงานแสดงสินค้านานาชาติ	1	บริษัท	2.8000

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	งบประมาณ (ลบ.)
หมวดงาน : Familiarization Trip/Familiarization Trip with Partners			10.0000
1) Thailand Incentive and Meeting Exchange (TIME)	75	Lead งาน	10,0000
หมวดงาน : การตลาดเชิงรุกกับเครือข่ายพันธมิตร			17.2900
1) ส่งเสริมการตลาดแบบมีส่วนร่วม Market Sharing (ด้านการจัดประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล)	4 /1	รายงาน / หน่วยงาน	5.0000
2) สร้างเครือข่ายพันธมิตรนานาชาติในวงการอุตสาหกรรมการประชุมนานาชาติ	5	องค์กร	6.4400
3) การตลาดเชิงรุกกับเครือข่ายพันธมิตรสำหรับงานแสดงสินค้านานาชาติ	2	กิจกรรม	5.8500
กลยุทธ์ที่ 1.2 : ขับเคลื่อนกิจกรรมใหม่ตามความต้องการของตลาดกับศักยภาพและนโยบายของประเทศ			23.6000
หมวดงาน : สนับสนุนการจัดงาน			4.6000
1) Bidding Fund (New Show Essentials)	5	Lead งาน	0.5000
2) สนับสนุนการจัดงานแสดงสินค้าใหม่ (New Show)	4	งาน	4.1000
หมวดงาน : ภาพการจัดงาน			7.0000
1) จัดงานหลังการประมูลสิทธิ์ AFECA	100 /10 20	คน / Leads นัดหมาย	7.0000
หมวดงาน : การจัดงานและการประมูลสิทธิ์			12.0000
1) ประมูลสิทธิ์งานเมกะอีเวนท์และเทศกาลนานาชาติ	6	กิจกรรม	12.0000
งานเร่งด่วนจำเป็นตามพันธกิจ			11.0000

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	งบประมาณ (ลบ.)
ยุทธศาสตร์ที่ 3 : ส่งเสริมภาพลักษณ์ของไมซ์ไทยและ สสปน.			93.1500
กลยุทธ์ที่ 3.1 : ส่งเสริมการตลาดสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยเพื่อให้เป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ระดับนานาชาติ โดยเน้นจุดเด่นด้านธุรกิจบริการและอัตลักษณ์ความเป็นไทย			82.4025
หมวดงาน : Trade Show			8.3000
1) การเข้าร่วมงาน/การจัดกิจกรรมการตลาดในตลาดการประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล	10	Lead งาน	1.0000
2) เข้าร่วมงาน Trade Events	10	งาน	0.8000
3) จัดกิจกรรมการตลาดประเทศไทย ภายในงานเทรดโชว์นานาชาติ (International Tradeshow)	2 / 75	ครั้ง / ร้อยละ	6.5000
หมวดงาน : Road Show/Sales Mission/Overseas activities			5.3500
1) กิจกรรมการตลาดต่างประเทศ (Road show Oversea Activity/ one on one meeting/ Business Forum/ Sponsorship / Networking)	3 / 120 / 20	กิจกรรม / คน / Lead	5.3500
หมวดงาน : การตลาดและประชาสัมพันธ์			68.7525
1) Integrated Marketing Communication for Thailand's Exhibitions (IMC)	200,000	ครั้งต่อการแสดงผล	0.7000
2) Marketing Promotion	200 / 500	คน/ ตารางเมตร	2.5000
3) พัฒนากลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ (Brand Strategy & Campaign Development)	2 / 4,000	แผนงาน / ชิ้นงาน	8.0000
4) ผลิตสื่อเพื่อการสื่อสาร	20 / 2,000	ชิ้นงาน (ออนไลน์) / ชิ้นงาน (ออฟไลน์)	3.8000
5) บริหารจัดการสื่อดิจิทัล (Digital Management)	3,000,000 / 2,000,000	Visitor Views	7.0000
6) พัฒนาเนื้อหาและสื่อสร้างการรับรู้องค์กร	4 / 16,000	ชิ้นงาน / เล่ม	3.3000

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	งบประมาณ (ลบ.)
7) จัดกิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์ (Corporate Image Event)	12	ครั้ง	5.9500
8) MICE DAY	101	คน	2.0000
9) บริหารจัดการสื่อและสนับสนุนการจัดงานสื่อเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ (Media Buying & Sponsorship)	18,000,000	คน (Reach)	31.8025
10) ส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ในงาน World Expo 2020 Dubai	168,560	คน	3.7000
กลยุทธ์ที่ 3.2 : สร้างการรับรู้และปรับมุมมองขององค์กรภายนอกต่อบทบาทและภาพลักษณ์ของ สสปน.			10.7475
หมวดงาน : การตลาดและประชาสัมพันธ์			10.7475
1) สนับสนุนและพัฒนาสมาคมและผู้ประกอบการในประเทศไทย - Association & Industry Engagement	5 / 4	ราย / ครั้ง (กิจกรรม)	5.5000
2) ส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรในและต่างประเทศ	5 / 26,237,500	ครั้ง / บาท	5.2475
เป้าหมายหลักที่ 2 : การกระจายรายได้และความเจริญ			59.0000
ยุทธศาสตร์ที่ 2 : กระจายรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจของภูมิภาคผ่านอุตสาหกรรมไมซ์			59.0000
กลยุทธ์ที่ 2.1 : พัฒนาและยกระดับกิจกรรมไมซ์เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในภูมิภาค เมือง พื้นที่เศรษฐกิจ			57.0000
หมวดงาน : สนับสนุนการจัดงาน			55.0000
1) สนับสนุนผู้จัดงานไทยในการจัดงานอีเวนต์และเทศกาลนานาชาติ (Thailand Power Up)	16	งาน	29.0000
2) สนับสนุนการตลาดเชิงรุกกับเครือข่ายพันธมิตรอุตสาหกรรมเมกะอีเวนต์และเทศกาลนานาชาติ	3	งาน	4.0000
3) สนับสนุนและส่งเสริมการประชุมวิชาการ	36	งาน	3.5000
4) ส่งเสริมและกระตุ้นกิจกรรมจัดประชุม สัมมนาและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในประเทศ (MIC Subsidy)	10	งาน	0.3000
5) สนับสนุนส่งเสริมกิจกรรมไมซ์ร่วมกับหน่วยงานภาคี (Alliance Support)	5	งาน	4.7000
6) สนับสนุนการจัดงานแสดงสินค้าภายในประเทศ	10	งาน	13.5000

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	งบประมาณ (ลบ.)
หมวดงาน : พัฒนางองค์กรและประสิทธิภาพการดำเนินงาน			2.0000
1) ศูนย์ประสานงานและอำนวยความสะดวกสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาค	4 / 80	จังหวัด / ร้อยละ	2.0000
กลยุทธ์ที่ 2.2 : สร้างกิจกรรมไมซ์เพื่อลดความเหลื่อมล้ำในภูมิภาค เมือง พื้นที่เศรษฐกิจ			2.0000
หมวดงาน : เจ้าภาพการจัดงาน			2.0000
1) D-MICE MART	1 / 20	ครั้ง / องค์กร	2.0000
เป้าหมายหลักที่ 3 : พัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยนวัตกรรม			149.6644
ยุทธศาสตร์ที่ 4 : เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์และยกระดับไมซ์ให้เป็นวาระแห่งชาติ			114.2000
กลยุทธ์ที่ 4.1 : นำข้อมูลเชิงลึก เทคโนโลยีสารสนเทศ และนวัตกรรมมาสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์			58.9500
หมวดงาน : พัฒนานวัตกรรม			21.5000
1) จัดทำรายงานเจาะลึกอุตสาหกรรมเป้าหมายเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยอุตสาหกรรมไมซ์ (Industry Focused Report)	2 /80	อุตสาหกรรม / ร้อยละ	2.0000
2) จัดทำรายงานระบบนิเวศนวัตกรรม (Innovation Ecosystem) ในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย (Flagship Report)	3 / 50	รูปแบบ / หน่วยงาน	1.8000
3) พัฒนาเสริมสร้างองค์ความรู้ผู้ประกอบการผ่าน MICE Intelligence Center	300,000	users	5.2000
4) ศึกษาข้อมูลตลาดใหม่ที่มีศักยภาพสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ไทยในอนาคต (New MICE Market)	3 /300	ประเทศ / หน่วยงาน	2.0000
5) สนับสนุนเทคโนโลยีเพื่อมาตรฐานการจัดงานไมซ์อย่างปลอดภัยไร้โควิด	2	ระบบ	5.1000
6) พัฒนานวัตกรรมและ Digital Service เพื่อสนับสนุนการจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์	99	ร้อยละ	5.4000

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	งบประมาณ (ลบ.)
หมวดงาน : สำรวจและจัดเก็บข้อมูล			19.7000
1) ศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมไมซ์ต่อประเทศไทย (Economic Impact Study of Thailand’s MICE Industry) ปี 2564	ฉบับ	3	6.0000
2) สำรวจความพึงพอใจต่อการให้บริการของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ประจำปีงบประมาณ 2564	ฉบับ	3	1.5000
3) ศึกษาผลกระทบทางสังคม (Social Impact) ของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย	ฉบับ	3	2.0000
4) จัดทำรายงานสำคัญขององค์กรเพื่อนำเสนอต่อรองนายกรัฐมนตรีที่กำกับดูแล (DPM Report)	ฉบับ	2	0.4000
5) ศึกษาเพื่อจัดทำดัชนีอุตสาหกรรมไมซ์ไทย (Thailand MICE Index)	ฉบับ	4	2.0000
6) สำรวจสถิติการจัดประชุม การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และการจัดงานแสดงสินค้า ในประเทศไทย ปี 2564	ฉบับ	6	7.8000
หมวดงาน : พัฒนาศักยภาพ			17.7500
1) มาตรฐานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์	แห่ง (TMVS) แห่ง (AMVS)	155 20	17.7500
กลยุทธ์ที่ 4.2 : ยกระดับอุตสาหกรรมไมซ์โดยพัฒนาบุคลากรและมาตรฐานผู้ประกอบการ			38.9500
หมวดงาน : พัฒนาศักยภาพ			38.9500
1) พัฒนามาตรฐานงานแสดงสินค้านานาชาติของประเทศไทย(Exhibition Audit)	งาน	40	5.0000
2) พัฒนามาตรฐานบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์	Competency Standards	20	4.2500
3) ยกระดับมาตรฐานบุคลากรไมซ์ระดับชาติ	หน่วยงาน	3	5.3000
4) ยกระดับศักยภาพบุคลากรด้านไมซ์ระดับนานาชาติ	คน/ลำดับที่	30/5	6.5000

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	งบประมาณ (ลบ.)
5) หลักสูตรพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการศึกษา	คน	600	5.0000
6) พัฒนาศักยภาพเครือข่ายภาคการศึกษาไมซ์ในภูมิภาค (MICE Academic Cluster)	คน	1,000	2.0000
7) เครือข่ายเยาวชนไมซ์สู่การเป็นผู้ประกอบการไมซ์รุ่นใหม่ (MICE Student Chapter & MICE Start Up)	คน	300	1.0000
8) พัฒนาหลักสูตรการบริหารสถานที่จัดงาน (Venue Management 101)	หลักสูตร / หน่วยงาน	1 / 60	1.0000
9) ประชาสัมพันธ์ประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน	กิจกรรม	2	2.0000
10) รับรองมาตรฐานการบริหารการจัดงานอย่างยั่งยืนประเทศไทย (Thailand Sustainable Event Management Standard: TSEMS)	องค์กร	15	1.7000
11) พัฒนาผู้ประกอบการไมซ์ด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน	คน	220	5.2000
กลยุทธ์ที่ 4.3 : ผลักดันและยกระดับไมซ์ให้เป็นวาระแห่งชาติให้ครอบคลุมทุกมิติทั้งเชิงนโยบาย มาตรการ และอำนวยความสะดวกฯ			6.5040
หมวดงาน : แก้ไขปัญหาอุปสรรคและอำนวยความสะดวก			6.5040
1) One-Stop Service Center for MICE ตามยุทธศาสตร์การปฏิรูปของรัฐบาล	ระบบ / หน่วยงาน	1 / 5	2.5000
2) การบริการอำนวยความสะดวกในการเข้าเมืองของนักเดินทางกลุ่มไมซ์ (MICE Lane)	เมือง / หน่วยงาน	2 / 5	4.0040
กลยุทธ์ที่ 4.4 : ร่วมมือกับพันธมิตรทั้งในและต่างประเทศเพื่อผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ไทยเป็นแกนกลางของอาเซียน			9.7960
หมวดงาน : แก้ไขปัญหาอุปสรรคและอำนวยความสะดวก			9.2960
1) เผยแพร่องค์ความรู้ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและการสร้างเครือข่ายหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ตามนโยบายรัฐบาล	ครั้ง / คน	2 / 300	2.1880
2) ความร่วมมือและเสริมสร้างพันธมิตรเครือข่ายระหว่างภาครัฐและเอกชน ทั้งในประเทศและต่างประเทศ	ครั้ง / หน่วยงาน	2 / 5	5.5080
3) บูรณาการหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ ภายใต้ คณะกรรมการประสานงานภาครัฐฯ	ครั้ง	5	1.6000

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	งบประมาณ (ลบ.)
หมวดงาน : พัฒนานวัตกรรม			0.5000
1) การพัฒนาเครือข่ายพันธมิตร และเผยแพร่องค์ความรู้ในอุตสาหกรรมไมซ์	หน่วยงาน	3	0.5000
ยุทธศาสตร์ที่ 5 : พัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานภายในขององค์กร			35.4644
กลยุทธ์ที่ 5.1 : ยกระดับศักยภาพบุคลากรของ สสปน. ให้มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร			22.5818
หมวดงาน : พัฒนาองค์กรและประสิทธิภาพการดำเนินงาน			18.2018
1) พัฒนาระบบสารสนเทศด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล	ร้อยละ	100	0.4200
2) พัฒนาประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างส่วนกลาง	ร้อยละ	100	2.0000
3) จัดการข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ เพื่อใช้สำหรับการประเมินผลการปฏิบัติงานของ ผอ. สสปน.	ฉบับ	2	0.2000
4) การเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กร	ครั้ง	4	1.1000
5) สนับสนุนและพัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านกฎหมายและธรรมาภิบาล	เดือน	12	1.9250
6) สนับสนุนการกำกับดูแลกิจการองค์การมหาชนของคณะกรรมการ คณะอนุกรรมการ และผู้บริหาร สสปน.	ครั้ง	4	1.9455
7) สร้างความเชื่อมั่นให้กับนักธุรกิจอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศและต่างประเทศ	งาน	7	5.0000
8) ประชุมคณะกรรมการ และอนุกรรมการ ประจำปี 2564	ร้อยละ	80	5.6113
หมวดงาน : พัฒนาบุคลากร			4.3800
1) เสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพบุคลากร	ร้อยละ	80	3.9800
2) สร้างระดับความผูกพันของพนักงาน สสปน.	ฉบับ	1	0.4000

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	งบประมาณ (ลบ.)
กลยุทธ์ที่ 5.2 : ใช้นวัตกรรม การจัดการความรู้ และการบูรณาการร่วมกันภายใน สสปน. เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานตามหลักธรรมาภิบาล			12.8827
หมวดงาน : พัฒนางองค์กรและประสิทธิภาพการดำเนินงาน			12.8827
1) ปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพระบบสารสนเทศของสำนักงาน	ระบบ	3	3.0000
2) ปรับปรุงระบบสำนักงานอิเล็กทรอนิกส์	ระบบ	1	2.3183
3) เพิ่มประสิทธิภาพการจัดทำแผนงานและงบประมาณ	แผนงาน	2	2.5400
4) เพิ่มประสิทธิภาพด้านการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานของ สสปน. ประจำปี 2564	ระบบ	1	1.1500
5) การบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายใน	แผนงาน	1	0.7150
6) การพัฒนาประสิทธิภาพด้านยุทธศาสตร์และกลยุทธ์องค์กร	แผนงาน	1	1.5594
7) ปรับปรุงกระบวนการและระบบบัญชีและการเงินอย่างต่อเนื่อง	รายงาน	1	1.6000

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	งบประมาณ (ลบ.)
รวมแผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว			79.6151
เป้าหมายหลักที่ 2 : การกระจายรายได้และความเจริญ			79.6151
ยุทธศาสตร์ที่ 2 : กระจายรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจของภูมิภาคผ่านอุตสาหกรรมไมซ์			79.6151
หมวดงาน : แผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว			79.6151
1) โครงการบูรณาการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ	ร้อยละ อันดับ ICCA	5 1 ใน 23	75.0713
2) โครงการพัฒนาสินค้าและบริการของอุตสาหกรรมเรือสำราญและอาหารพื้นถิ่นผ่านงานไมซ์	งาน/ เส้นทาง / ร้อยละ	1 / 2 / 80	4.5438
รวมแผนงานบูรณาการพัฒนาพื้นที่ระดับภาค			7.5000
เป้าหมายหลักที่ 2 : การกระจายรายได้และความเจริญ			7.5000
ยุทธศาสตร์ที่ 2 : กระจายรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจของภูมิภาคผ่านอุตสาหกรรมไมซ์			7.5000
หมวดงาน : แผนงานบูรณาการพัฒนาพื้นที่ระดับภาค			7.5000
1) โครงการพัฒนาต่อยอดอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และสินค้าชุมชน : World Tea and Coffee Expo	คู่ (เจรจาธุรกิจ) ร้อยละ (รายได้เพิ่มขึ้น)	25 5	7.5000
รวมแผนงานบูรณาการเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC)			24.0780
เป้าหมายหลักที่ 2 : การกระจายรายได้และความเจริญ			24.0780
ยุทธศาสตร์ที่ 2 : กระจายรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจของภูมิภาคผ่านอุตสาหกรรมไมซ์			24.0780
หมวดงาน : แผนงานบูรณาการเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC)			24.0780
1) โครงการบูรณาการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ EEC	Lead งาน / บริษัท	4 / 2,000	24.0780



THAILAND CONVENTION
& EXHIBITION BUREAU