

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. สนับสนุนการประมุขสิทธิ์จัดงานประชุมนานาชาติ 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 สสปน. 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"> ●หารือกับผู้แทนภาคเอกชนเพื่อขอข้อเสนอแนะในการขับเคลื่อนนโยบายไมซ์ในระดับพื้นที่ และการขยายแนวร่วมในการขับเคลื่อนโครงการประชุมเมืองไทยในระดับองค์กรภาคเอกชน 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 ฝ่ายพัฒนากลยุทธ์องค์กร
 - 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

รายงานการกำกับติดตามการใช้จ่ายงบประมาณประจำปี 2564 รอบ 6 เดือน สิ้นสุด 31 มีนาคม 2564)

แผนงานบุคลากรภาครัฐ : 148.8462 ล้านบาท

หน่วย : ล้านบาท

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลงาน	งบประมาณ	ผูกพัน	เบิกจ่าย	รวมการใช้จ่าย	คงเหลือ
รวมแผนงานบุคลากรภาครัฐ				148.8462	0.2844	81.5308	81.8153	67.0309
เป้าหมายหลักที่ 3 : พัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยนวัตกรรม				148.8462	0.2844	81.5308	81.8153	67.0309
ยุทธศาสตร์ที่ 5 : พัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานภายในขององค์กร				148.8462	0.2844	81.5308	81.8153	67.0309
กลยุทธ์ที่ 5.1 : ยกระดับศักยภาพบุคลากรของ สสพ. ให้มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร				148.8462	0.2844	81.5308	81.8153	67.0309
ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับบุคลากร	เดือน	12	6	148.8462	0.2844	81.5308	81.8153	67.0309

แผนงานพื้นฐาน : 47.5529 ล้านบาท

หน่วย : ล้านบาท

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลงาน	งบประมาณ	ผูกพัน	เบิกจ่าย	รวมการใช้จ่าย	คงเหลือ
รวมแผนงานพื้นฐาน				47.5529	18.7367	15.0626	33.7993	13.7536
เป้าหมายหลักที่ 3 : พัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยนวัตกรรม				47.5529	18.7367	15.0626	33.7993	13.7536
ยุทธศาสตร์ที่ 5 : พัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานภายในขององค์กร				47.5529	18.7367	15.0626	33.7993	13.7536
กลยุทธ์ที่ 5.2 : ใช้นวัตกรรม การจัดการความรู้ และการบูรณาการร่วมกันภายใน สสพ. เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานตามหลักธรรมาภิบาล				47.5529	18.7367	15.0626	33.7993	13.7536
งบบุคลากรสำนักงาน	เดือน	12	6	47.5529	18.7367	15.0626	33.7993	13.7536

รายงานการกำกับติดตามการใช้จ่ายงบประมาณประจำปี 2564 รอบ 6 เดือน สิ้นสุด 31 มีนาคม 2564)

แผนงานยุทธศาสตร์ : 478.9644 ล้านบาท

หน่วย : ล้านบาท

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลงาน	งบประมาณ	ผูกพัน	เบิกจ่าย	รวมการใช้จ่าย	คงเหลือ
รวมแผนงานยุทธศาสตร์				478.9644	193.7239	46.3821	240.1060	238.8584
เป้าหมายหลักที่ 1 : การสร้างรายได้และพัฒนาเศรษฐกิจ				223.9345	87.0941	17.4071	104.5013	119.4332
ยุทธศาสตร์ที่ 1 : ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศด้วยอุตสาหกรรมใหม่				145.0000	68.3121	15.0804	83.3926	61.6074
กลยุทธ์ที่ 1.1 : รักษาและยกระดับกิจกรรมใหม่ให้เติบโตอย่างมั่นคงและมีความยั่งยืน				123.0500	59.4388	14.4848	73.9236	49.1264
หมวดงาน : สนับสนุนการจัดงาน				45.3400	24.2423	0.8251	25.0674	20.2726
1) สนับสนุนการจัดประชุมนานาชาติ	งาน	45	12	24.5000	4.1018	0.7960	4.8977	19.6023
2) สนับสนุนการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติเดิม (Existing & Upgrade Show)	งาน	30	1	19.2000	18.7000	0.0000	18.7000	0.5000
3) สนับสนุนเพื่อผลักดันการเพิ่มปริมาณนักท่องเที่ยวกลุ่มลูกค้าองค์กรจากต่างประเทศ (Event Support/Subsidy/Mega Event)	ชิ้นงาน	10	2	1.6400	1.4405	0.0291	1.4696	0.1704
หมวดงาน : เจ้าภาพการจัดงาน				3.0000	0.0000	0.0000	0.0000	3.0000
1) การสนับสนุนการจัดงานและเข้าร่วมงานเทรดโชว์งาน IT&CMA and CTW Asia-Pacific 2021 (Hybrid Event)	Lead งาน	50		3.0000	0.0000	0.0000	0.0000	3.0000
หมวดงาน : การจัดงานและการประมูลสิทธิ์				9.9600	1.4100	0.5787	1.9887	7.9713
1) การสนับสนุนการประมูลสิทธิ์งานประชุมนานาชาติ	งาน	30	8	9.9600	1.4100	0.5787	1.9887	7.9713
หมวดงาน : ตัวแทนการตลาด				42.1000	28.5687	10.5804	39.1491	2.9509
1) จัดตั้งตัวแทนการตลาดในตลาดต่างประเทศสำหรับตลาดการประชุมนานาชาติ	Lead งาน	36	16	11.3000	6.2955	3.0045	9.3000	2.0000
2) จัดตั้งตัวแทนการตลาดในตลาดต่างประเทศสำหรับอุตสาหกรรมการแสดงสินค้านานาชาติ	รายงาน	1	4	2.8000	2.0602	0.4898	2.5500	0.2500
3) จัดตั้งตัวแทนการตลาดในตลาดต่างประเทศสำหรับตลาดด้านการจัดประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล	ราย	7	7	28.0000	20.2130	7.0862	27.2991	0.7009

รายงานการกำกับติดตามการใช้จ่ายงบประมาณประจำปี 2564 รอบ 6 เดือน สิ้นสุด 31 มีนาคม 2564)

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลงาน	งบประมาณ	ผูกพัน	เบิกจ่าย	รวมการใช้จ่าย	คงเหลือ
หมวดงาน : Trade Show				0.1600	0.0000	0.1374	0.1374	0.0226
1) การเข้าร่วมงาน/การจัดกิจกรรมการตลาดในตลาดกลุ่มเป้าหมายการประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล	Lead งาน	2	8	0.1600	0.0000	0.1374	0.1374	0.0226
หมวดงาน : Familiarization Trip / Familiarization Trip with Partners				5.0000	2.1000	0.0000	2.1000	2.9000
1) Thailand Incentive and Meeting Exchange (TIME)	Lead งาน	50		5.0000	2.1000	0.0000	2.1000	2.9000
หมวดงาน : การตลาดเชิงรุกกับเครือข่ายพันธมิตร				17.4900	3.1179	2.3631	5.4810	12.0090
1) สร้างเครือข่ายพันธมิตรนานาชาติในวงการอุตสาหกรรมการประชุมนานาชาติ	องค์กร	3	3	6.9400	1.3316	0.6276	1.9592	4.9808
2) การตลาดเชิงรุกกับเครือข่ายพันธมิตร	กิจกรรม	2		5.5500	0.0000	0.0097	0.0097	5.5403
3) ส่งเสริมการตลาดแบบมีส่วนร่วม Market Sharing	สมาคม/ หน่วยงาน	4/1	1/6	5.0000	1.7863	1.7258	3.5121	1.4879
กลยุทธ์ที่ 1.2 : ขับเคลื่อนกิจกรรมใหม่ๆใหม่ตามความต้องการของตลาดกับศักยภาพและนโยบายของประเทศ				21.9500	8.8733	0.5957	9.4690	12.4810
หมวดงาน : สนับสนุนการจัดงาน				4.5500	4.4000	0.0000	4.4000	0.1500
1) สนับสนุนการจัดงานแสดงสินค้าใหม่ (New Show)	งาน	4		4.1000	4.1000	0.0000	4.1000	0.0000
2) Bidding Fund (New Show Essentials)	Lead งาน	3	2	0.4500	0.3000	0.0000	0.3000	0.1500
หมวดงาน : เจ้าภาพการจัดงาน				7.0000	0.0000	0.0000	0.0000	7.0000
1) จัดงานหลังการประชุม AFECA	กิจกรรม	2		7.0000			0.0000	7.0000
หมวดงาน : การจัดงานและการประมูลสิทธิ์				10.4000	4.4733	0.5957	5.0690	5.3310
1) ประมูลสิทธิ์งานเมกะอีเวนต์และเทศกาลนานาชาติ	งาน	6		10.4000	4.4733	0.5957	5.0690	5.3310

รายงานการกำกับติดตามการใช้จ่ายงบประมาณประจำปี 2564 รอบ 6 เดือน สิ้นสุด 31 มีนาคม 2564)

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลงาน	งบประมาณ	ผูกพัน	เบิกจ่าย	รวมการใช้จ่าย	คงเหลือ
ยุทธศาสตร์ที่ 3 : ส่งเสริมภาพลักษณ์ของไทยและ สสพ.				78.9345	18.7820	2.3267	21.1087	57.8258
กลยุทธ์ที่ 3.1 : ส่งเสริมการตลาดสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยเพื่อให้เป็นจุดหมายปลายทางไม่ซ้ำระดับนานาชาติ โดยเน้นจุดเด่นด้านธุรกิจบริการและอัตลักษณ์ความเป็นไทย				67.8455	12.0844	2.0992	14.1836	53.6619
หมวดงาน : การตลาดและประชาสัมพันธ์				67.8455	12.0844	2.0992	14.1836	53.6619
1) พัฒนาเนื้อหาและสื่อสร้างการรับรู้องค์กร	ชิ้นงาน / เล่ม	4 /16,000	1/4,500	2.8430	1.7471	0.5129	2.2600	0.5830
2) พัฒนากลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ (Brand Strategy & Campaign Development)	แผนงาน /ชิ้นงาน	2 / 4,000	1/3	8.0000	0.6519	0.3879	1.0398	6.9602
3) โครงการบริหารจัดการสื่อและสนับสนุนการจัดงานสื่อเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ (Media Buying & Sponsorship)	คน (Reach)	18,000,000		31.8025	4.1237	1.1984	5.3221	26.4804
4) บริหารจัดการสื่อดิจิทัล (Digital Management)	Visitor / Views	3,000,000 / 2,000,000		7.0000	0.0000	0.0000	0.0000	7.0000
5) ผลิตสื่อเพื่อการสื่อสาร	ชิ้นงาน (ออนไลน์) / ชิ้นงาน (ออฟไลน์)	20 / 2,000	2	3.8000	0.2995	0.0000	0.2995	3.5005
6) จัดกิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์ (Corporate Image Event)	ครั้ง	12		5.7500	4.7842	0.0000	4.7842	0.9658
7) MICE DAY	คน	100		2.0000	0.0000	0.0000	0.0000	2.0000
8) World Expo 2020 Dubai	คน	168,560		3.7000	0.0000	0.0000	0.0000	3.7000
9) Marketing Promotion	คน/ ตารางเมตร	150 / 300		1.7500	0.0000	0.0000	0.0000	1.7500
10) Integrated Marketing Communication for Thailand's Exhibitions (IMC)	ชิ้นงาน	24		0.7000	0.0000	0.0000	0.0000	0.7000
11) เปิดเมืองปลอดภัย จัดงานไม่ซ้ำมันใจ ด้วยมาตรฐาน	กิจกรรม	1		0.5000	0.4780	0.0000	0.4780	0.0220
กลยุทธ์ที่ 3.2 : สร้างการรับรู้และปรับมุมมองขององค์กรภายนอกต่อบทบาทและภาพลักษณ์ของ สสพ.				11.0890	6.6976	0.2275	6.9251	4.1640
หมวดงาน : การตลาดและประชาสัมพันธ์				11.0890	6.6976	0.2275	6.9251	4.1640
1) ส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรในและต่างประเทศ	ครั้ง	5		5.2390	3.3175	0.1000	3.4175	1.8215
2) สนับสนุนและพัฒนาสมาคมและผู้ประกอบการในประเทศไทย - Association & Industry Engagement				5.8500	3.3800	0.1275	3.5075	2.3425

รายงานการกำกับติดตามการใช้จ่ายงบประมาณประจำปี 2564 รอบ 6 เดือน สิ้นสุด 31 มีนาคม 2564)

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลงาน	งบประมาณ	ผูกพัน	เบิกจ่าย	รวมการใช้จ่าย	คงเหลือ
เป้าหมายหลักที่ 2 : การกระจายรายได้และความเจริญ				95.1825	28.1010	11.8166	39.9176	55.2649
ยุทธศาสตร์ที่ 2 : กระจายรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจของภูมิภาคผ่านอุตสาหกรรมใหม่				95.1825	28.1010	11.8166	39.9176	55.2649
กลยุทธ์ที่ 2.1 : พัฒนาและยกระดับกิจกรรมไม่ซ์เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในภูมิภาค เมือง พื้นที่เศรษฐกิจ				93.1825	28.1010	11.8166	39.9176	53.2649
หมวดงาน : สนับสนุนการจัดงาน				89.5825	25.5281	10.9523	36.4804	53.1021
1) สนับสนุนส่งเสริมกิจกรรมไม่ซ์ร่วมกับหน่วยงานภาคี (Alliance Support)	งาน	7	4	6.5700	3.4088	2.5692	5.9780	0.5920
2) ส่งเสริมและกระตุ้นกิจกรรมจัดประชุม สัมมนาและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในประเทศ (MIC Subsidy)	งาน	10		0.3000	0.0300	0.1500	0.1800	0.1200
3) สนับสนุนผู้จัดงานไทยในการจัดงานอีเวนต์และเทศกาลนานาชาติ (Thailand Power Up)	งาน	16	8	29.0000	8.8236	7.2706	16.0942	12.9058
4) สนับสนุนการตลาดเชิงรุกกับเครือข่ายพันธมิตรอุตสาหกรรมเมกะอีเวนต์และเทศกาลนานาชาติ	งาน	3		4.0000	1.4000	0.6000	2.0000	2.0000
5) สนับสนุนการจัดงานแสดงสินค้าภายในประเทศ	งาน	10		13.4625	7.4561	0.2718	7.7279	5.7346
6) สนับสนุนและส่งเสริมการประชุมวิชาการ	งาน	1		3.5000	0.1138	0.0845	0.1982	3.3018
7) ประชุมเมืองไทยปลอดภัยกว่า	กลุ่ม	1,133		25.5000	2.0200	0.0000	2.0200	23.4800
8) เตรียมความพร้อมการดำเนินการกิจกรรมนำร่องในกลุ่มประชุมภาคเอกชนลงสู่พื้นที่เป้าหมาย	คู่ธุรกิจ	60		5.0000	0.9259	0.0062	0.9321	4.0679
9) New Norm S-Curve Domestic Conference	อุตสาหกรรม	5		2.2500	1.3500		1.3500	0.9000
หมวดงาน : Familiarization Trip/Familiarization Trip with Partners				1.6000	1.3449	0.1809	1.5258	0.0742
1) เส้นทางสายไม่ซ์ในเมืองรอง	งาน	1		1.6000	1.3449	0.1809	1.5258	0.0742
หมวดงาน : พัฒนาการและประสิทธิภาพการดำเนินงาน				2.0000	1.2280	0.6835	1.9115	0.0885
1) ศูนย์ประสานงานและอำนวยความสะดวกสำหรับอุตสาหกรรมไม่ซ์ในภูมิภาค	จังหวัด / ร้อยละ	4/ 80		2.0000	1.2280	0.6835	1.9115	0.0885
กลยุทธ์ที่ 2.2 : สร้างกิจกรรมไม่ซ์เพื่อลดความเหลื่อมล้ำในภูมิภาค เมือง พื้นที่เศรษฐกิจ				2.0000	0.0000	0.0000	0.0000	2.0000
หมวดงาน : เข้าภาพการจัดงาน				2.0000	0.0000	0.0000	0.0000	2.0000
1) D-MICE MART	ครั้ง / องค์การ	1/20		2.0000			0.0000	2.0000

รายงานการกำกับติดตามการใช้จ่ายงบประมาณประจำปี 2564 รอบ 6 เดือน สิ้นสุด 31 มีนาคม 2564)

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลงาน	งบประมาณ	ผูกพัน	เบิกจ่าย	รวมการใช้จ่าย	คงเหลือ
เป้าหมายหลักที่ 3 : พัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยนวัตกรรม				153.0446	78.5287	17.1583	95.6871	57.3575
ยุทธศาสตร์ที่ 4 : เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์และยกระดับไมซ์ให้เป็นวาระแห่งชาติ				115.1922	66.7642	7.4373	74.2015	40.9907
กลยุทธ์ที่ 4.1 : นำข้อมูลเชิงลึก เทคโนโลยีสารสนเทศ และนวัตกรรมมาสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์				57.9167	40.9785	3.8023	44.7808	13.1359
หมวดงาน : พัฒนาศักยภาพ				17.6557	14.5003	0.1518	14.6521	3.0037
1) มาตรฐานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์	แห่ง (TMVS) แห่ง (AMVS)	155 20		17.6557	14.5003	0.1518	14.6521	3.0037
หมวดงาน : พัฒนานวัตกรรม				21.4034	10.9619	0.7066	11.6685	9.7348
1) พัฒนานวัตกรรมและ Digital Service เพื่อสนับสนุนการจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์	ร้อยละ	99		4.9000	2.6304	0.2793	2.9097	1.9903
2) จัดทำรายงานเจาะลึกอุตสาหกรรมเป้าหมายเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยอุตสาหกรรมไมซ์ (Industry Focused Report)	อุตสาหกรรม / ร้อยละ	29,252		1.9650	1.6703	0.2948	1.9650	0.0000
3) พัฒนาเสริมสร้างองค์ความรู้ผู้ประกอบการผ่าน MICE Intelligence Center	users	300,000		4.3384	4.1706	0.0000	4.1706	0.1677
4) จัดทำรายงานระบบนิเวศนวัตกรรม (Innovation Ecosystem) ในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย (Flagship Report)	รูปแบบ / หน่วยงาน	3 / 50		1.8000	1.6806	0.0000	1.6806	0.1194
5) สนับสนุนเทคโนโลยีเพื่อมาตรฐานการจัดงานไมซ์อย่างปลอดภัยไร้โควิด	ระบบ	2		5.4000	0.8100	0.1326	0.9426	4.4574
6) สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม Virtual Event	งาน	6		3.0000			0.0000	3.0000
หมวดงาน : สํารวจและจัดเก็บข้อมูล				18.8576	15.5164	2.9439	18.4602	0.3974
1) สํารวจสถิติการจัดประชุม การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และการจัดงานแสดงสินค้า ในประเทศไทย ปี 2564	ฉบับ	6	2	7.4626	5.5938	1.8688	7.4626	0.0000
2) ศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมไมซ์ต่อประเทศไทย (Economic Impact Study of Thailand's MICE Industry) ปี 2564	ฉบับ	3	1	6.0000	4.8088	0.8538	5.6626	0.3374
3) ศึกษาผลกระทบทางสังคม (Social Impact) ของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย	ฉบับ	3		2.0000	1.9400	0.0000	1.9400	0.0600
4) ศึกษาเพื่อจัดทำดัชนีอุตสาหกรรมไมซ์ไทย (Thailand MICE Index)	ฉบับ	4		1.9200	1.9200	0.0000	1.9200	0.0000
5) สํารวจความพึงพอใจต่อการให้บริการของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ประจำปีงบประมาณ 2564	ฉบับ	3	1	1.4750	1.2538	0.2213	1.4750	0.0000

รายงานการกำกับติดตามการใช้จ่ายงบประมาณประจำปี 2564 รอบ 6 เดือน สิ้นสุด 31 มีนาคม 2564)

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลงาน	งบประมาณ	ผูกพัน	เบิกจ่าย	รวมการใช้จ่าย	คงเหลือ
กลยุทธ์ที่ 4.2 : ยกระดับอุตสาหกรรมไมซ์โดยพัฒนาบุคลากรและมาตรฐานผู้ประกอบการ				44.5131	20.8518	1.8209	22.6727	21.8404
หมวดงาน : พัฒนาศักยภาพ				44.5131	20.8518	1.8209	22.6727	21.8404
1) พัฒนามาตรฐานบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์	Competency Standards	20		4.2500	1.9678	0.0000	1.9678	2.2822
2) ยกระดับมาตรฐานบุคลากรไมซ์ระดับชาติ	หน่วยงาน	3	2	5.3000	1.3454	0.1042	1.4496	3.8504
3) ยกระดับศักยภาพบุคลากรด้านไมซ์ระดับนานาชาติ	คน/ลำดับที่	30/5		6.5000	3.0103	0.6282	3.6385	2.8615
4) หลักสูตรพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการศึกษา	คน	600		4.8308	3.8662	0.9646	4.8308	0.0000
5) พัฒนาหลักสูตรการบริหารสถานที่จัดงาน (Venue Management 101)	หลักสูตร / หน่วยงาน	1 / 60		1.0000	0.7898	0.0129	0.8027	0.1973
6) ประชาสัมพันธ์ประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน	กิจกรรม	2		2.0000	0.0000	0.0000	0.0000	2.0000
7) รับรองมาตรฐานการบริหารการจัดงานอย่างยั่งยืนประเทศไทย (Thailand Sustainable Event Management Standard: TSEMS)	องค์กร	15		1.7000	1.4910	0.1110	1.6020	0.0980
8) พัฒนาผู้ประกอบการไมซ์ด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน	คน	220		5.2000	2.0067	0.0000	2.0067	3.1933
9) พัฒนาศักยภาพเครือข่ายภาคการศึกษาไมซ์ในภูมิภาค (MICE Academic Cluster)	คน	1,000		2.0000	0.6000	0.0000	0.6000	1.4000
10) เครือข่ายเยาวชนไมซ์สู่การเป็นผู้ประกอบการไมซ์รุ่นใหม่ (MICE Student Chapter & MICE Start Up)	คน	200	1,430	1.0000	1.0000	0.0000	1.0000	0.0000
11) พัฒนามาตรฐานงานแสดงสินค้านานาชาติของประเทศไทย(Exhibition Audit)	งาน	40		4.7822	4.7744	0.0000	4.7744	0.0078
12) สนับสนุนเพื่อส่งเสริมองค์ความรู้ด้านสุขอนามัยและนวัตกรรมการจัดงานเสมือนจริง (Hygiene & Hybrid) แก่สถานที่จัดงานที่ได้มาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย (TMVS)	แห่ง	100		5.0000	0.0000	0.0000	0.0000	5.0000
13) Upskills ผู้ประกอบการด้านดิจิทัล ผ่านหลักสูตร Digital Event Strategist (DES)	ราย	20		0.9500	0.0000	0.0000	0.0000	0.9500

รายงานการกำกับติดตามการใช้จ่ายงบประมาณประจำปี 2564 รอบ 6 เดือน สิ้นสุด 31 มีนาคม 2564)

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลงาน	งบประมาณ	ผูกพัน	เบิกจ่าย	รวมการใช้จ่าย	คงเหลือ
กลยุทธ์ที่ 4.3 : ผลักดันและยกระดับไมซ์ให้เป็นวาระแห่งชาติให้ครอบคลุมทุกมิติทั้งเชิงนโยบาย มาตรการ และอำนวยความสะดวก				7.0040	3.6610	0.6099	4.2709	2.7331
หมวดงาน: พัฒนาศักยภาพ				0.5000	0.5000	0.0000	0.5000	0.0000
1) สนับสนุนการถ่ายทำวีดีทัศน์การปฏิบัติงานผู้ติดตามด้านการแพทย์และสาธารณสุข	ครั้ง	1		0.5000	0.5000	0.0000	0.5000	0.0000
หมวดงาน: แก้ไขปัญหาอุปสรรคและอำนวยความสะดวก				6.5040	3.1610	0.6099	3.7709	2.7331
1) One-Stop Service Center for MICE ตามยุทธศาสตร์การปฏิรูปของรัฐบาล	ระบบ /หน่วยงาน	1/5		2.5000	2.3000	0.0000	2.3000	0.2000
2) การบริการอำนวยความสะดวกในการเข้าเมืองของนักเดินทางกลุ่มไมซ์ (MICE Lane)	เมือง / หน่วยงาน	5-Feb		4.0040	0.8610	0.6099	1.4709	2.5331
กลยุทธ์ที่ 4.4 : ร่วมมือกับพันธมิตรทั้งในและต่างประเทศเพื่อผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ไทยเป็นแกนกลางของอาเซียน				5.7585	1.2729	1.2042	2.4771	3.2814
หมวดงาน : แก้ไขปัญหาอุปสรรคและอำนวยความสะดวก				5.2585	1.0808	1.2032	2.2840	2.9745
1) บูรณาการหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ ภายใต้คณะอนุกรรมการประสานงานภาครัฐฯ	ครั้ง	5		1.3000	0.0000	0.1420	0.1420	1.1580
2) ความร่วมมือและเสริมสร้างพันธมิตรเครือข่ายระหว่างภาครัฐและเอกชน ทั้งในประเทศและต่างประเทศ	ครั้ง /หน่วยงาน	2/ 5		1.4765	0.2040	0.7812	0.9852	0.4913
3) เผยแพร่องค์ความรู้ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและการสร้างเครือข่ายหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ตามนโยบายรัฐบาล	ครั้ง	4		2.4820	0.8768	0.2800	1.1568	1.3252
หมวดงาน: พัฒนานวัตกรรม				0.5000	0.1921	0.0010	0.1931	0.3069
1) การพัฒนาเครือข่ายพันธมิตร และเผยแพร่องค์ความรู้ในอุตสาหกรรมไมซ์	หน่วยงาน	3		0.5000	0.1921	0.0010	0.1931	0.3069

รายงานการกำกับติดตามการใช้จ่ายงบประมาณประจำปี 2564 รอบ 6 เดือน สิ้นสุด 31 มีนาคม 2564)

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลงาน	งบประมาณ	ผูกพัน	เบิกจ่าย	รวมการใช้จ่าย	คงเหลือ
ยุทธศาสตร์ที่ 5 : พัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานภายในขององค์กร				37.8523	11.7646	9.7210	21.4856	16.3668
กลยุทธ์ที่ 5.1 : ยกระดับศักยภาพบุคลากรของ สสพ. ให้มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร				22.3480	5.3289	6.5879	11.9168	10.4312
หมวดงาน: สำรวจและจัดเก็บข้อมูล				0.3850	0.3850	0.0000	0.3850	0.0000
1) จัดทำรายงานสำคัญขององค์กรเพื่อนำเสนอต่อรองนายกรัฐมนตรีที่กำกับดูแล (DPM Report)	รายงาน	2		0.3850	0.3850	0.0000	0.3850	0.0000
หมวดงาน : พัฒนางค์กรและเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน				17.5830	4.2294	4.9153	9.1447	8.4382
1) พัฒนาระบบสารสนเทศด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล	ร้อยละ	100		0.4200	0.0000	0.0000	0.0000	0.4200
2) จัดการข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ เพื่อใช้สำหรับการประเมินผลการปฏิบัติงานของ ผอ. สสพ.	ฉบับ	2	1	0.2000	0.1500	0.0000	0.1500	0.0500
3) พัฒนาประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างส่วนกลาง	ร้อยละ	100		2.0000	0.8340	0.8340	1.6680	0.3320
4) การเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กร	ครั้ง	4	1	0.9812	0.5359	0.1453	0.6812	0.3000
5) ประชุมคณะกรรมการ และอนุกรรมการ ประจำปี 2564	ร้อยละ	80		5.6113	0.3710	2.3356	2.7065	2.9047
6) สนับสนุนการกำกับดูแลกิจการองค์การมหาชนของคณะกรรมการ คณะอนุกรรมการ และผู้บริหาร สสพ.	ครั้ง	4		2.0605	0.2238	0.1941	0.4179	1.6426
7) นำผู้บริหารสร้างความเชื่อมั่นให้กับธุรกิจอุตสาหกรรมโมเซียมในประเทศและต่างประเทศ	งาน	5		4.3850	0.9947	0.8463	1.8411	2.5439
8) สนับสนุนและพัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านกฎหมายและธรรมาภิบาล	เดือน	12	4	1.9250	1.1200	0.5600	1.6800	0.2450
หมวดงาน : พัฒนาศักยภาพบุคลากร				4.3800	0.7145	1.6725	2.3871	1.9929
1) เสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพบุคลากร	ร้อยละ	80		3.9800	0.7145	1.6725	2.3871	1.5929
2) สร้างระดับความผูกพันของพนักงาน สสพ.	ฉบับ	1		0.4000	0.0000	0.0000	0.0000	0.4000

รายงานการกำกับติดตามการใช้จ่ายงบประมาณประจำปี 2564 รอบ 6 เดือน สิ้นสุด 31 มีนาคม 2564)

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลงาน	งบประมาณ	ผูกพัน	เบิกจ่าย	รวมการใช้จ่าย	คงเหลือ
กลยุทธ์ที่ 5.2 : ใช้นวัตกรรม การจัดการความรู้ และการบูรณาการร่วมกันภายใน สสพ. เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานตามหลักธรรมาภิบาล				15.5044	6.4357	3.1331	9.5688	5.9356
หมวดงาน : พัฒนาศักยภาพและเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน				15.5044	6.4357	3.1331	9.5688	5.9356
1) ปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพระบบสารสนเทศของสำนักงาน	ระบบ	3	1	2.9901	0.4100	0.9836	1.3936	1.5964
2) ปรับปรุงกระบวนการและระบบบัญชีและการเงินอย่างต่อเนื่อง	รายงาน	1	1	1.5900	0.9660	0.2945	1.2605	0.3295
3) ปรับปรุงระบบสำนักงานอิเล็กทรอนิกส์	ระบบ	1		2.3183	0.1650	0.1637	0.3287	1.9895
4) พัฒนาศักยภาพองค์การสู่การเป็นระบบราชการ 4.0 ตามเกณฑ์การประเมินสถานะของหน่วยงานภาครัฐในการเป็นระบบราชการ 4.0 (PMQA 4.0)	แผนงาน	2		1.4000	1.3000	0.0128	1.3128	0.0872
5) การพัฒนาประสิทธิภาพด้านยุทธศาสตร์และกลยุทธ์องค์กร	แผนงาน	1	1	1.5000	1.4900	0.0000	1.4900	0.0100
6) การบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายใน	แผนงาน	1		1.3593	0.3000	0.9215	1.2215	0.1378
7) เพิ่มประสิทธิภาพการจัดทำแผนงานและงบประมาณ	แผนงาน	2	1	0.7150	0.0000	0.0000	0.0000	0.7150
8) เพิ่มประสิทธิภาพด้านการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานของ สสพ. ประจำปี 2564	ระบบ	1		2.1757	0.8616	0.5940	1.4556	0.7201
9) เสริมสร้างคุณธรรม จริยธรรม และความเข้มแข็งของกลไกต่อต้านการทุจริต ประจำปี 2564	ร้อยละ	90		1.4561	0.9431	0.1630	1.1061	0.3500
งานเร่งด่วนจำเป็นตามพันธกิจ				6.8028			0.0000	6.8028

รายงานการกำกับติดตามการใช้จ่ายงบประมาณประจำปี 2564 รอบ 6 เดือน สิ้นสุด 31 มีนาคม 2564)

แผนงานบูรณาการท่องเที่ยว : 79.6151 ล้านบาท

หน่วย : ล้านบาท

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลงาน	งบประมาณ	ผูกพัน	เบิกจ่าย	รวมการใช้จ่าย	คงเหลือ
รวมแผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว				79.6151	20.8853	1.4159	22.3012	57.3139
เป้าหมายหลักที่ 2 : การกระจายรายได้และความเจริญ				79.6151	20.8853	1.4159	22.3012	57.3139
ยุทธศาสตร์ที่ 2 : กระจายรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจของภูมิภาคผ่านอุตสาหกรรมใหม่				79.6151	20.8853	1.4159	22.3012	57.3139
หมวดงาน : แผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว				79.6151	20.8853	1.4159	22.3012	57.3139
1) โครงการบูรณาการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ	ร้อยละ อันดับ ICCA	5 1 ใน 23		75.0713	20.2891	1.3897	21.6788	53.3925
2) โครงการพัฒนาสินค้าและบริการของอุตสาหกรรมเรือสำราญและอาหารพื้นถิ่นผ่านงานใหม่	งาน/ เส้นทาง / ร้อยละ	1/2/1980		4.5438	0.5962	0.0262	0.6224	3.9214

แผนงานบูรณาการพื้นที่ระดับภาค : 7.5000 ล้านบาท

หน่วย : ล้านบาท

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลงาน	งบประมาณ	ผูกพัน	เบิกจ่าย	รวมการใช้จ่าย	คงเหลือ
รวมแผนงานบูรณาการพื้นที่ระดับภาค				7.5000	2.2047	0.0401	2.2448	5.2552
เป้าหมายหลักที่ 2 : การกระจายรายได้และความเจริญ				7.5000	2.2047	0.0401	2.2448	5.2552
ยุทธศาสตร์ที่ 2 : กระจายรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจของภูมิภาคผ่านอุตสาหกรรมใหม่				7.5000	2.2047	0.0401	2.2448	5.2552
กลยุทธ์ที่ 2.2 : สร้างกิจกรรมใหม่เพื่อลดความเหลื่อมล้ำในภูมิภาค เมือง พื้นที่เศรษฐกิจ				7.5000	2.2047	0.0401	2.2448	5.2552
หมวดงาน : แผนงานบูรณาการพัฒนาพื้นที่ระดับภาค				7.5000	2.2047	0.0401	2.2448	5.2552
1) พัฒนาศูนย์อุตสาหกรรมสร้างสรรค์และสินค้าชุมชน: World Tea and Coffee Expo	คู่ (เจรจาธุรกิจ) ร้อยละ (รายได้เพิ่มขึ้น)	25 5		7.5000	2.2047	0.0401	2.2448	5.2552

แผนงานบูรณาการเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก : 24.0780 ล้านบาท

หน่วย : ล้านบาท

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลงาน	งบประมาณ	ผูกพัน	เบิกจ่าย	รวมการใช้จ่าย	คงเหลือ
รวมแผนงานบูรณาการเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก				24.0780	5.9790	0.3109	6.2898	17.7882
เป้าหมายหลักที่ 2 : การกระจายรายได้และความเจริญ				24.0780	5.9790	0.3109	6.2898	17.7882
ยุทธศาสตร์ที่ 2 : กระจายรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจของภูมิภาคผ่านอุตสาหกรรมใหม่				24.0780	5.9790	0.3109	6.2898	17.7882
กลยุทธ์ที่ 2.2 : สร้างกิจกรรมใหม่เพื่อลดความเหลื่อมล้ำในภูมิภาค เมือง พื้นที่เศรษฐกิจ				24.0780	5.9790	0.3109	6.2898	17.7882
หมวดงาน : แผนงานบูรณาการเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC)				24.0780	5.9790	0.3109	6.2898	17.7882
1) โครงการบูรณาการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ EEC	Lead งาน / บริษัท	4 / 2,000		24.0780	5.9790	0.3109	6.2898	17.7882