

รายงานผลการดำเนินงาน และผลการใช้จ่ายงบประมาณประจำปี งบประมาณ พ.ศ. 2564
สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) (สสปน.)

ในปีงบประมาณพ.ศ. 2564 สสปน. มีแนวทางการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ของแผนปฏิบัติราชการระยะ 3 ปี (พ.ศ. 2563-2565) ซึ่งได้มีการปรับปรุงกลยุทธ์การดำเนินงานในปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันตามแนวทางของกรอบการดำเนินงาน เพื่อฟื้นฟูอุตสาหกรรมไมซ์ระยะกลางจากการระบอบของโรคไวรัสโคโรนา (COVID-19) ของ สสปน. และนโยบายสำคัญของภาครัฐที่เกี่ยวข้อง โดยกำหนดเป็นจุดเน้นสำหรับการดำเนินงานที่สำคัญ ได้แก่

- 1) ดึงงานประชุมนานาชาติ เพื่อขับเคลื่อนการเป็นศูนย์กลางการประชุมนานาชาติของไทยตามแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ
- 2) ส่งเสริมภาพลักษณ์ของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยผ่านการโฆษณาประชาสัมพันธ์อุตสาหกรรมไมซ์ในระดับนานาชาติ โดยเน้นเรื่องการจัดงานอย่างปลอดภัย พร้อมส่งเสริมด้านมาตรฐานและความปลอดภัย (Safety & Hygiene) รวมถึงเอกลักษณ์ความเป็นไทย (Thai Hospitality) และสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศเน้นกระตุ้นให้เกิดการจัดกิจกรรมไมซ์ในประเทศอย่างกว้างขวางและเป็นรูปธรรม
- 3) พัฒนาเครือข่ายตัวแทนการตลาดและพันธมิตรเพื่อเป็นกำลังสำคัญในการทำการตลาดจัดงานและสร้างงานต่างๆ
- 4) ต่อยอดนวัตกรรมสินค้าและบริการต่างๆ ที่ได้พัฒนาไว้แล้วให้มีการใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่ เช่น การยกระดับศูนย์ประสานงานเพื่ออำนวยความสะดวกอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE One Stop Service) MICE Lane ผลักดันการใช้มาตรฐานแนวปฏิบัติ โปรแกรม หรือแอปพลิเคชันต่างๆ ที่มีอยู่เพื่อนำไปสู่การใช้งานจริง
- 5) พัฒนาบุคลากร ทั้งการส่งเสริมและพัฒนาเพื่อยกระดับทักษะเดิมให้ดีขึ้น (Up-Skill) การสร้างทักษะใหม่ (Re-Skill) และการเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้กับการทำงาน (New Skill) ให้สอดคล้องกับภารกิจ หรือบทบาทที่เปลี่ยนไปตามสถานการณ์

โดยมีผลการใช้จ่ายงบประมาณ และผลการดำเนินงาน ดังนี้

รายงานผลการใช้จ่ายงบประมาณประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 (ณ 30 กันยายน 2564) (ล้านบาท)

งบประมา น ใช้ไป ประจำปี งบประมา น พ.ศ. 2564	งบประมาณรวม	อยู่ระหว่าง จัดซื้อจัดจ้าง	งบผูกพัน	เบิกจ่ายแล้ว	รวมใช้จ่ายแล้ว	% การใช้ งบประมาณ
	786.5566	18.9398	324.1568	388.8219	712.9787	90.65%

ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการ ปีงบประมาณ พ.ศ. 2564

ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
เป้าหมายที่ 1 สร้างรายได้และพัฒนาเศรษฐกิจ	
ยุทธศาสตร์ที่ 1: ขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ของประเทศด้วย อุตสาหกรรมใหม่	ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 สสพ. มีการดำเนินงานที่เน้นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ผ่านการสนับสนุนและจัดงานในประเทศไทย รวมถึงการสนับสนุนการประมูลสิทธิ์การจัดงาน และการสร้างงานใหม่ โดยมีรายละเอียดงานต่างๆ ดังนี้ 1. สนับสนุนการจัดงานในประเทศไทย (Event Support/Subsidy) รวมทั้งสิ้นจำนวน 53 งาน โดยแบ่งการสนับสนุนการจัดงานในประเทศไทย ออกเป็น ● สนับสนุนการจัดงานและเข้าร่วมงานเทรดโชว์งาน IT&CMA and CTW Asia-Pacific 2021 (Hybrid Event) โดยก่อให้เกิดจำนวนงานที่คาดว่าจะมาจัดงานในประเทศไทยในอนาคต 69 งาน ● สนับสนุนการจัดประชุมนานาชาติในประเทศไทย จำนวน 28 งาน ได้แก่ - งาน Techsauce Global Summit 2020 - Special Edition - งาน The 46th International Congress on Science, Technology and Technology-based Innovation (STT46) - งาน Asia-Pacific AIDS & Co-infections Conference (APACC) - งาน The 4th International Conference on Nation-Building: “Nation-Building in the Pandemic New Normal” - งาน Last Mile ASEAN Conference & Expo 2020 - งาน ISSA-Global Biorisk Symposium - ASEAN - งาน The 20th Asia-Oceania Congress on Medical Physics (AOCMP), The 18th South-East Asia Congress of Medical Physics (SEACOMP), The 120th Scientific Meeting of Japan Society of Medical Physics (JSMP), The 12th Annual Meeting of Thai Medical Physicist Society (TMPS) - งาน The 4th Asia Pacific AKI CRRT (Acute Kidney Injury & Continuous Renal Replacement Therapy) Bangkok

ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
	- งาน Joint International Tropical Medicine Meeting 2020 (JITMM Virtual 2020) - งาน The Third Asian Horticulture Congress (AHC 2020) - งาน The 23rd Bangkok International Symposium on HIV Medicine 2021 - งาน The 30th Asian Pacific for The Study of Liver (APASL) 2021 - งาน The 38th International Conference of the Microscopy Society of Thailand - งาน The 7th International Conference on Engineering, Applied Sciences and Technology (ICEAST 2021) - งาน Asia Fitness Conference 2021: Online - งาน Asia-Pacific AIDS & Co-infections Conference (APACC) 2021 - งาน The 17th CDIO (Conceive – Design – Implement – Operate) International Conference (CDIO 2021) - งาน Materials Thailand: AMF-AMEC2021 (The 12th Asian Meeting on Ferroelectricity & The 12th Asian Meeting on Electroceramics) - งาน The Tenth International Conference on Advancement of Development Administration 2021—Social Sciences and Interdisciplinary Studies (The 10th ICADA 2021—SSIS) - งาน The Joint Conference of the 59th Annual Meeting of the Association for Computational Linguistics and the 11th International Joint Conference on Natural Language Processing (ACL-IJCNLP 2021) - งาน International Conference on Sustainable Aquaculture - งาน The 16th Asian Association for Sport Management Conference (The 16th AASM Conference 2021) - งาน The 19th Asian-Pacific Congress of Nephrology - งาน The 13th Asia Pacific Conference on Tobacco or Health (APACT 2021)

ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
	- งาน The 23rd Thailand-Japan Conference on Discrete and Computational Geometry, Graphs, and Games (TJCDCG3 2020) - งาน Mahidol International Endodontics Symposium (MIES) 2021 - งาน The 5th International Conference on Nation Building: Innovative Strategies for Crisis Recovery and Nation-Building - งาน The 21st Zonta International District 17 Conference ● สนับสนุนงานแสดงสินค้านานาชาติเดิม (Existing & Upgrade Show) จำนวน 24 งาน ได้แก่ - งาน Thailand Marine & Offshore Expo 2020 - งาน Horti Asia 2021 - งาน Agritechnica Asia 2021 - งาน INTERMACH 2021 - งาน SubCon Thailand 2021 - งาน MEDICAL FAIR THAILAND 2021 - งาน PACK PRINT INTERNATIONAL 2021 - งาน T-Plas 2021 - งาน wire/Tube Southeast Asia 2021 - งาน ProPak Asia 2021 - งาน Future Energy Asia 2021 - งาน Thailand Coffee, Tea & drinks 2021 and Thailand Bakery & Ice Cream 2021 - งาน ASEAN Retail 2021 - งาน Thailand Franchise & Business Opportunities (TFBO) 2021 - งาน Thailand Retail, Food & Hospitality Services (TRAFS) 2021 - งาน Intercare Asia 2021 - งาน CPhI South East Asia 2021 - งาน LED Expo Thailand + Light ASEAN 2021 - งาน Architect'21 - งาน Thailand Golf & Dive Expo Plus Outdoor & Traveler Expo 2021

ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
	- งาน Food ingredients Asia 2021 - งาน ASEAN Sustainable Energy Week 2021 - งาน Thailand Lab International 2021 - งาน Food and Hotel Thailand 2021 2. สนับสนุนการประมุขสิทธิ์การจัดงานและการสร้างงานใหม่ รวมทั้งสิ้น 49 งาน โดยแบ่งผลงานด้านการประมุขสิทธิ์การจัดงาน ออกเป็น ● สนับสนุนการประมุขสิทธิ์งานประชุมนานาชาติ จำนวน 34 งาน ประเมินการจำนวนชาวต่างชาติที่จะเข้าร่วมงาน 46,820 คน ได้แก่ - งาน IEEE International Conference on Multimedia and Expo 2022 (IEEE ICME 2022) - งาน The 8th Asia Cornea Society Scientific Meeting (ACS 2022) - งาน The 25th International Conference on Emergency Medicine (ICEM 2026) - งาน IEEE Technology & Engineering Management Conference Asia Pacific 2021 (IEEE TEMSCON Asia Pacific 2021) - งาน The 62nd Annual Conference of the Particle Therapy Co-Operative Group 2024 (PTCOG 62) - งาน The 2024 International Society on Thrombosis and Haemostasis (ISTH) Congress - งาน The 6th International Conference on Public Policy 2023 (ICPP2023) - งาน The 58th International Skating Union Ordinary Congress 2022 - งาน GAMA Global Lamp Asia 2022 - งาน Asia-Pacific AIDS & Co-infections Conference (APACC 2021) - งาน The 81st Serra International Convention 2023 - งาน The 27th Congress of the International Union for Biochemistry and Molecular Biology (IUBMB) 2027 - งาน The 30th Federation of Asian and Oceanian Biochemists and Molecular Biologists (FAOBMB) Conference 2023

ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
	- งาน World Chinese Entrepreneur Convention (WCEC) 2023 - งาน The 10th Asian-Pacific Hepato-Pancreato-Biliary Congress (A-PHPBA) 2025 - งาน The 27th IUPAC International conference on Chemistry Education (ICCE2024) - งาน Social Impact Summit 2022 - งาน The 21st Asian Oceanian Congress of Radiology (AOCR 2023) - งาน The 14th Asia Pacific International Academy of Pathology Congress (APIAP 2025) - งาน Asia Urban Energy Assembly 7th Global District Energy Climate Award 2021 - งาน World Social Entrepreneurs Marketplace 2022 - งาน MicroConf Asia 2022 - งาน The 8th International Symposium on Emerging and Re-emerging Pig Diseases 2023 (ISERPD 2023) - งาน Green Summit 2022 - งาน Peace Summit 2023 - งาน ETF 113 Bangkok - งาน World Congress of Gastroenterology 2025 (WCOG 2025) - งาน The World Hepatitis Summit (WHS) 2022 - งาน 2022 International Meeting on Radiation Processing (IMRP) - งาน The International Society for Peritoneal Dialysis Congress (ISPD 2024) - งาน IEEE International Smart Cities Conference (ISC2 2023) - งาน World Rice Conference 2021 - งาน Annual International Student Conference of the Harvard Project for Asian and International Relations 2022 (HPAIR 2022) - งาน Flogen Star Outreach - SIPS 2021 - งาน IEEE International Conference on Multimedia and Expo (ICME 2023)

ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
	● สนับสนุนการจัดงานแสดงสินค้าใหม่ (New Show) จำนวน 4 งาน ได้แก่ - งาน e-Biz&OEM Manufacturer Expo 2021 - งาน Thai Water Expo 2021 - งาน CorruTec Asia 2021 - งาน GIFA & METEC Southeast Asia 2021 ● การจัดงานแสดงสินค้า World ICONIC ระดับโลก 2 งาน ได้แก่ - งาน Manufacturing Transformation Thailand 2021 - งาน MBB Trade Show Education ● สนับสนุนกิจกรรมการตลาด Bidding Fund (New Show Essentials) จำนวนงานที่คาดว่าจะมาจัดงานในประเทศไทยในอนาคต 9 งาน ผ่าน 3 กิจกรรมหลัก โดยมีรายละเอียด ดังนี้ 1) สนับสนุน กิจกรรม Show Pitching Program เพื่อเข้าร่วมงานประชุม UFI European Conference 2021 2) PR Activities Support Program Online & Offline จำนวน 6 งาน - งาน Meat Pro Asia 2021 - งาน Free From Food Asia 2021 and Meat Pro Asia 2021 - งาน Cosmoprof CBE ASEAN Bangkok 2021 - งาน Manufacturing Transformation Expo 2021 - งาน Hotel and Restaurant Design Expo 2021 - งาน New Show Essentials Beyond Mobile 3) Preliminary Research จำนวน 2 งาน ได้แก่ - งาน Hotel and Restaurant Design Expo 2021 - งาน ASEAN Tools Expo 2021 3. งานที่ได้รับการประกาศชนะการประมูลสิทธิ์ (Won bid) รวมทั้งสิ้น จำนวน 25 งาน โดยงานได้ที่ได้รับการประกาศชนะการประมูลสิทธิ์ แบ่งออกเป็น ● งานที่ได้รับการประกาศชนะการประมูลสิทธิ์เพื่อจัดงานประชุมนานาชาติในประเทศไทย (Won bid) จำนวน 17 งาน ได้แก่ - งาน The 58th International Skating Union Ordinary Congress 2022

ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
	- งาน Asia-Pacific AIDS & Co-infections Conference (APACC 2021) - งาน IEEE Technology & Engineering Management Conference Asia Pacific 2021 (IEEE TEMSCON Asia Pacific 2021) - งาน The 3rd ISPO Global Educators Meeting 2022 (GEM2022) - งาน The 30th Federation of Asian and Oceanian Biochemists and Molecular Biologists (FAOBMB) Conference 2023 - งาน The 10th Asian-Pacific Hepato-Pancreato-Biliary Congress (A-PHPBA) 2025 - งาน The 21st Asian Oceanian Congress of Radiology (AOCR 2023) - งาน The World Hepatitis Summit (WHS) 2022 - งาน The 8th International Symposium on Emerging and Re-emerging Pig Diseases 2023 (ISERPD 2023) - งาน 2022 International Meeting on Radiation Processing (IMRP) - งาน IETF 113 Bangkok - งาน The 27th IUPAC International conference on Chemistry Education (ICCE2024) - งาน GAMA Global Lamp Asia 2022 - งาน The Green Summit 2022 - งาน Global Peace Summit 2023 - งาน Social Impact Summit 2023 - งาน ICCA Congress 2023 ● สนับสนุนการประมุขสิทธิ์งานเมกะอีเวนต์และเทศกาลนานาชาติที่ยินยอมมาจัดในประเทศไทย จำนวน 4 งาน ได้แก่ - งาน HERO Thailand - งาน L'ETAPE THAILAND BY LE TOUR DE FRANCE 2021 - งาน Spartan Race Thailand 2021 - งาน Travel Blog Exchange (TBEX) Asia 2021

ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
	● ชนะการประมูลสิทธิ์การจัดงานเมกะอีเวนต์ระดับโลกในพื้นที่ Thailand Riviera จำนวน 4 งาน ได้แก่ - งาน HuaHin Women's Half Marathon 2021 friendship race with Nagoya Women's Marathon - งาน Kang Krachan Cross Country in partnership with Lidingoloppet Cross Country, Sweden - งานเทศกาลขับเคลื่อน เกลือ-เมือง-เพชร สู่มืองเกลือระดับโลก (Diamond of The Salt Festival 2021) - งานเทศกาล Huahin Hop Fest 2021 4. ส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ในงาน World Expo 2020 Dubai เพื่อสร้างการรับรู้ศักยภาพ ของประเทศไทยในการเปิดโอกาสทางธุรกิจและในฐานะจุดหมายปลายทางการจัดงานระดับโลก โดยมีผู้เข้าร่วมจำนวน 109,520 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธ.ค. 2564) 5. จัดกิจกรรมเพื่อรักษารฐานกลุ่มลูกค้าในต่างประเทศ โดยมีกิจกรรมหลัก ดังนี้ - Virtual Site Inspection: IEEE Technology & Engineering Management Conference Asia Pacific 2021 (IEEE TEMSCON Asia Pacific 2021) โดยมีกลุ่มประเทศเป้าหมายจาก อเมริกา อินเดีย และออสเตรเลียเข้าร่วมกิจกรรม - เข้าร่วมงานประชุมประจำปี International Congress and Convention Association (ICCA) Congress 2021 รูปแบบ virtual ระหว่างวันที่ 24 – 27 ตุลาคม 2564 - จัดกิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Knowledge Sharing) ด้านการสร้างภาพจำและความแตกต่างให้ธุรกิจ MI, C, E และ ME ในประเทศไทย สำหรับร่วมกับทีมในสายงานธุรกิจ สร้างความโดดเด่นและเอกลักษณ์เฉพาะตัวเพื่อสร้างภาพจำให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในแต่ละอุตสาหกรรม 6. จัดตั้งตัวแทนการตลาดในต่างประเทศและการดำเนินกิจกรรมการตลาดของตัวแทน (Overseas Marketing Representatives)

ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
	- จัดตั้งตัวแทนการตลาดในต่างประเทศ สำหรับตลาดการประชุมนานาชาติ จำนวน 7 ประเทศ ได้แก่ สาธารณรัฐประชาชนจีน ประเทศญี่ปุ่น ประเทศอินเดีย ประเทศสิงคโปร์ สหราชอาณาจักร ประเทศออสเตรเลีย และอเมริกาเหนือ - จัดกิจกรรมการตลาดของตัวแทนการตลาดในต่างประเทศ สำหรับอุตสาหกรรมการจัดประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล จำนวน 41 ครั้ง ● จัดตั้งตัวแทนการตลาดในตลาดต่างประเทศสำหรับตลาดการประชุมนานาชาติ โดยสามารถจัดหางานที่คาดว่าจะเข้ามาจัดในประเทศไทยได้ จำนวน 43 งาน แบ่งออกเป็น 3 ตลาดในภูมิภาคหลัก ดังนี้ ตลาดประจำภูมิภาคเอเชีย จำนวน 12 งาน - งาน SMBA APAC Precious Metals Conference - งาน BIIA AP Conference - งาน Annual Congress – ADASIA 2025 - งาน Asia Video Summit - งาน ANGVA International Biennial Conference & Exhibition - งาน Mobile Marketing Association (Asia) IMPACT - งาน LNG Conference & Expo - งาน Asian Seed Congress - งาน Self Storage Association of Asia (SSAA) Annual Congress - งาน Smart Retail SEA - งาน Railway Expansion and Technology Summit - งาน Campus Plus SEA ตลาดประจำภูมิภาคยุโรป จำนวน 12 งาน - งาน Biennial International Conference on Public Policy 2023 - งาน International Conference on Teaching, Assessment and Learning for Engineering - งาน Asia-Pacific AIDS & Co-infections Conference (APACC) 2021 - งาน Asia-Pacific AIDS & Co-infections Conference (APACC) 2022 - งาน Asia Urban Energy Assembly 7th Global District Energy Climate Awards

ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
	- งาน Global Impact Summit - งาน Green Summit - งาน Peace Summit - งาน Bett Asia - งาน Velo City - งาน WCD - งาน Directions Asia ตลาดประจําภูมิภาคอเมริกาเหนือ จำนวน 19 งาน - งาน International Plant Protection Congress - งาน Scientific Conference of the International Global Atmospheric Chemistry Project - งาน International Union of Biochemistry and Molecular Biology - IUBMB - งาน International Union of Pure and Applied Chemistry -IUPAC- - งาน NASS - Advancing Global Spine Care - งาน World Design Assembly - งาน Congress of the International Society on Thrombosis and Haemostasis - งาน YPO Asia Regional Conference - งาน 2025 IETF 122 - งาน 2022 International Meeting on Radiation Processing - งาน 2024 Pacific Asia Conference on Information Systems - งาน 2023 IEEE International Parallel and Distributed Processing Symposium - งาน 2026 International Conference on Software Engineering - งาน 2022 MicroConf Asia - งาน 2030 International Orthodontic Congress - งาน 2025 World Congress of Gastroenterolog - งาน 2022 IEEE VHS Annual Spring or Fall Conference

ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
	- งาน YPO Chapter Leadership Workshop (CLW) APAC - งาน International Conference of Geosynthetics ● จัดตั้งตัวแทนการตลาดเพื่อจัดหางานในต่างประเทศที่คาดว่าจะมาจัดงานในประเทศไทยในอนาคต (Pay per Performance) - อินเดียและออสเตรเลีย ได้แก่ - ตลาดประจำประเทศอินเดีย จำนวน 3 งาน ได้แก่ - งาน All India Plastic Conference - งาน Mid-Term Conference for Indian Endodontic Society - งาน Multiple 322 Eastern Indian Lions Conventions - ตลาดประจำประเทศออสเตรเลีย จำนวน 3 งาน ได้แก่ - งาน The American Society of Hematology (ASH) in Asia Pacific - งาน LAWASIA - งาน National Serology Reference Laboratory (NRL) ● จัดตั้งตัวแทนทางการตลาดในตลาดต่างประเทศสำหรับตลาดงานแสดงสินค้านานาชาติ ณ สาธารณรัฐประชาชนจีน ได้หวัน ฮ่องกง มาเก๊า จำนวน 48 Leads งาน ● กิจกรรม Thailand Incentive & Meeting Exchange (TIME) – Business Exchange เป็นเวทีสำหรับการเจรจาธุรกิจเพื่อสร้างโอกาสทางการตลาดและการขายให้กับผู้ประกอบการไทยในอุตสาหกรรมการจัดประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล ก่อให้เกิด - จำนวนนัดหมายล่วงหน้า (PSA) รวมทั้งสิ้น 1,638 นัด - จำนวนงานที่คาดว่าจะมาจัดงานในประเทศไทยในอนาคต รวมทั้งสิ้น 53 งาน - ประมาณการจำนวนนักเดินทาง (MI Visitors) รวมทั้งสิ้น 29,335 คน
ยุทธศาสตร์ 3: ส่งเสริมภาพลักษณ์ ของไมซีไทยและ สสปน.	การดำเนินงานส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรในประเทศและต่างประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับองค์กร และเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับบทบาท พันธกิจ และกิจกรรมขององค์กรแก่กลุ่มเป้าหมายในวงกว้าง อันได้แก่ หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ผู้ประกอบการ และประชาชนทั่วไป ดังนี้ 1. ส่งเสริมภาพลักษณ์และสร้างความเชื่อมั่นของอุตสาหกรรมไมซีไทยแก่กลุ่มเป้าหมายทั้งในประเทศและต่างประเทศ ผ่านกิจกรรมหลัก จำนวน 36 กิจกรรม ดังนี้

ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
	● จัดกิจกรรมตลาดเชิงรุกกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย จำนวน 5 กิจกรรม เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลกับกลุ่มเป้าหมาย (Content Sharing) และกิจกรรมการตลาดเชิงรุกร่วมกับเครือข่ายพันธมิตร (Business Sharing) ได้แก่ - จัดกิจกรรมแผนการตลาดสมาคม TICA ประจำปีงบประมาณพ.ศ. 2564 - จัดกิจกรรมการตลาดเชิงรุกร่วมกับเครือข่ายพันธมิตร (Business Sharing) ผ่านการสนับสนุนการจัดงาน SITE Open House - จัดกิจกรรม Sponsorship งาน SITE Global Conference 2021 - จัดประชุมหารือกับคณะกรรมการฝ่ายการตลาดของสมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) หรือ TICA และการจัดงานเพื่อแสดงความขอบคุณแก่ผู้ชำนาญการตลาด Market Champions ณ โรงแรม Kimpton Maa-Lai กรุงเทพฯ - จัดกิจกรรม Sponsorship การจัดงาน SITE Talk & SITE Night ● รักษาและยกระดับกิจกรรมไมซ์เดิมให้เติบโตอย่างมั่นคงและมีความยั่งยืนผ่านกิจกรรมกับกลุ่มลูกค้าและพันธมิตร จำนวน 27 สมาคม ได้แก่ - กิจกรรมสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับองค์กรต่างชาติ (Social Sharing) จำนวน 3 สมาคม ได้แก่ MPI, PCOA และ ASEANTA - การสนับสนุน สมาคมงานแสดงสินค้าโลก (UFI) ในระดับไดมอนด์ (UFI Diamond Sponsorship) ได้รับสิทธิประโยชน์สำหรับสมาชิกรายปีสมาคม การแสดงสินค้าโลก (UFI Diamond Sponsorship) จำนวน 24 กิจกรรม ● การสนับสนุน กิจกรรมการตลาดสมาคมการแสดงสินค้า (ไทย) หรือ TEA จำนวน 4 กิจกรรม ได้แก่ - กิจกรรมประชาสัมพันธ์และรายงานสถานการณ์ธุรกิจการจัดงานผ่าน Social Media - กิจกรรม Webinar ครั้งที่ 1 หัวข้อ Gearing up Thailand Economic Recovery in 2022 and Beyond - กิจกรรม Webinar ครั้งที่ 2 หัวข้อ International perspective: Where to play and How to win - กิจกรรม Webinar ครั้งที่ 3 หัวข้อ International Market Trend and Thailand Opportunities

ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
	2. สร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับองค์กร และเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับบทบาท พันธกิจ และกิจกรรมขององค์กรแก่กลุ่มเป้าหมาย จำนวน 16 กิจกรรม ดังนี้ ● ส่งเสริมภาพลักษณ์ผ่านการซื้อสื่อในประเทศ (Local Media) โดยให้ข้อมูลเกี่ยวกับ อุตสาหกรรมไมซ์และการจัดงานของประเทศไทยผ่านการจัดทำ Banner ผ่านสื่อ ต่างๆ รวมถึงการจัดทำ artwork ขาวในหนังสือพิมพ์และหนังสือในกลุ่มเป้าหมาย จำนวนทั้งสิ้น 58 ชิ้นงาน และ จำนวน 546 ครั้ง ● ส่งเสริมภาพลักษณ์ผ่านการผลิตสื่อเพื่อการสื่อสารออนไลน์โดยให้ข้อมูลเกี่ยวกับ อุตสาหกรรมไมซ์และการจัดงานของประเทศไทย จำนวน 57 ชิ้นงาน ● ส่งเสริมภาพลักษณ์ผ่านกิจกรรม TCEB Pop Up Booth Thailand จำนวน 12 ครั้ง ● ส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรในและต่างประเทศผ่านการผลิตเอกสารประชาสัมพันธ์ และการสื่อสารองค์กร จำนวน 87 ชิ้นงาน ● ส่งเสริมภาพลักษณ์ผ่านการผลิตสื่อเพื่อการสื่อสารออฟไลน์โดยให้ข้อมูลเกี่ยวกับ อุตสาหกรรมไมซ์และการจัดงานของประเทศไทย จำนวน 10,087 ชิ้นงาน/หรือ เล่ม/หรือ แผ่น ● สร้างการรับรู้และส่งเสริมมาตรการกระตุ้นอุตสาหกรรมไมซ์ในช่วงวิกฤตโควิด-19 จำนวน 108 ชิ้นงาน เผยแพร่จำนวน 237,422 ครั้ง ● สร้างการรับรู้และความเข้าใจบทบาทหน้าที่ และการบริการ สสปน. จำนวน 12 ครั้ง ● พัฒนาเนื้อหาและสื่อสร้างการรับรู้องค์กร ผ่านการผลิตวารสาร/หนังสือ/บทความ เพื่อสร้างการรับรู้บทบาท พันธกิจ และกิจกรรมขององค์กร จำนวน 22,500 เล่ม ● พัฒนาและ/หรือบริหารจัดการเนื้อหา เพื่อการสร้างภาพลักษณ์ทั้งในและ ต่างประเทศ (Content Development & Management) ● พัฒนากลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ (Brand Strategy & Campaign Development) จำนวน 2 แผนงาน ● ผลิตสื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ สำหรับในและต่างประเทศ (Branding Material Production) จำนวนทั้งสิ้น 8,554 ชิ้นงาน ● จัดงาน MICE Day เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของไมซ์ไทยและ สสปน. สรุปจำนวนผู้ เข้าชมงาน 22,384 คน ผ่านสื่อออนไลน์ (LIVE STREAMING) ทุกช่องทาง จัดงาน นิทรรศการไมซ์ไทยรวมใจสร้างชาติ ในรูปแบบ Virtual Exhibition โดยเริ่มเปิดเข้า

ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
	ชมนิทรรศการ ตั้งแต่วันที่ 15 กันยายน 2564 สรุปรายงานผู้เข้าชมนิทรรศการ ตั้งแต่ 15-30 กันยายน 2564 จำนวน 514 คน ● จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์เพื่อผลักดันการเพิ่มปริมาณนักท่องเที่ยวกลุ่มลูกค้าองค์กร จากต่างประเทศ จำนวน 16 ชิ้นงาน - กิจกรรม TCEB Travel Recommendation ฉบับที่ 1 - บทความเรื่อง Personal Resilience – The strength inside and out redefined - กิจกรรม An Evening with MI&C Presentation - กิจกรรม Holiday Greeting ‘Songkran’ - กิจกรรม Travel Recommendations ฉบับที่ 2 - กิจกรรม Holiday Greeting ‘Japan’s Golden Week’ - กิจกรรม Customer Engagement Communication ฉบับที่ 10 หัวข้อ Travel with Your Noses - กิจกรรม Travel Recommendations ฉบับที่ 3 - กิจกรรม Holiday Greeting ‘USA’s Independence Day’ - กิจกรรม Travel Recommendations ฉบับที่ 4 - กิจกรรม Holiday Greeting ‘Singapore’s National Day’ - กิจกรรม Holiday Greeting ‘India’s Independence Day’ - กิจกรรม Customer Engagement Communication ฉบับที่ 11 หัวข้อ Phuket’s Rebound: Revive the Heritage, Rebuild the Business - กิจกรรม Publicity Features งาน IT&CM Asia 2021 - กิจกรรม eDM Blast to TTG event database งาน IT&CM Asia 2021 - กิจกรรม Holiday Greeting ‘Mid-Autumn Festival’ ● จัดทำโครงการพัฒนาพันธมิตร (Bid Agent) ในรูปแบบของการจัดอบรมพันธมิตร กลุ่มเป้าหมาย คือ ภาคการศึกษาและพันธมิตรภาคเอกชนที่เข้าร่วมอบรมทั้งแบบ onsite และ online รวมกว่า 100 คน ในการนี้ จึงได้สังเกตเห็นถึงผลตอบรับที่ดีและ ศักยภาพของ Bid Agent ที่เข้าร่วมโครงการฯ จึงเห็นควรให้มีการจัดอบรม Bid Agent Training ขึ้นอีกครั้งในปี 2564 เพื่อเพิ่มพูนความรู้และศักยภาพ ในฐานะ Thailand Bidding Team ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
	● จัดทำ Sale Kit สำหรับการรับสมัครผู้ออกงานแสดงสินค้า (Exhibitor) สำหรับใช้ในงาน Thailand International Health Expo 2021 เพื่อให้มีเครื่องมือและชิ้นงานในการใช้ประกอบการประชาสัมพันธ์และการขายพื้นที่ในงาน Thailand International Health Expo 2021 (Sale Kit for exhibitor recruitment) ● จัดกิจกรรม Networking Briefing เพื่อสร้างความร่วมมือกับพันธมิตรในการต่อยอดการบูรณาการทั้งองค์ความรู้ โอกาสทางธุรกิจ ทิศทาง และภาพลักษณ์ ของการจัดงาน Thailand International Health Expo 2021 มีผู้เข้าร่วมจำนวน 196 คน
เป้าหมายที่ 2 กระจายรายได้และความเจริญ	
ยุทธศาสตร์ 2: กระจายรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจของภูมิภาคผ่านอุตสาหกรรมไมซ์	มีการดำเนินงานที่เน้นการกระจายรายได้และความเจริญสู่ภูมิภาค ผ่านกิจกรรมหลักที่สำคัญ ดังนี้ 1. สนับสนุนการจัดงานนานาชาติภายในประเทศ รวมทั้งสิ้น จำนวน 42 งาน โดยแบ่งออกเป็น ● สนับสนุนผู้จัดงานไทยในการจัดงานอีเวนต์และเทศกาลนานาชาติ (Thailand Event Line Up Campaign) จำนวน 17 งาน ได้แก่ - งาน Global Running Summit 2020 - งานเทศกาลศิลปะร่วมสมัยนานาชาติ บางกอกอาร์ต เบียนนาเล่ ปี 2020 - งาน Bangkok Music City - งานวิ่งมาราธอน ซูเปอร์สปอร์ต ลาгуน่า ภูเก็ต - เทศกาลงานออกแบบเชียงใหม่ 2563 - งานหมู่บ้านวันเดอร์ โดยวันเดอร์ฟรุต - เทศกาลศิลปะแสง AWAKENING BANGKOK 2020 - เทศกาลงานออกแบบกรุงเทพฯ 2564 Bangkok Design Week 2021 - งาน The Living Art Festival 2020 - งาน Bangkok Illustration Fair 2021 - งานเทศกาลอีสานสร้างสรรค์ 2564 (Isan Creative Festival 2021) - งาน Low Fat Art Fes Vol.4: Loei Art Fes (LAF) 2021 - งาน Thailand Toy Expo 2021 - งาน AWAKENING SAMYAN 2021

ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
	- โครงการการแสดงศิลปกรรมร่วมสมัยนานาชาติ Thailand Biennale, Korat 2021 - มหกรรมศิลปะการแสดงและดนตรีนานาชาติ กรุงเทพฯ ครั้งที่ 22 - งาน Bangkok Projection Mapping Competition 2021 (BPMC 2021) ● สนับสนุนแพลตฟอร์มที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานเทศกาล (N2N Tech Savvy Campaign) จำนวน 10 งาน ได้แก่ - งานวิงฮาร์ลฟมาราธอน Bangsaen21 - งานเทศกาลดนตรีแจ๊สนานาชาติหัวหิน Hua Hin International Jazz Festival 2020 - การจัดโครงการ สสส. จอมบึงมาราธอน 2564 - 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 - งาน ASEAN Music Showcase Festival” ครั้งที่ 2 - งาน Bangkok International Performing Arts Meeting - งาน Bangkok International Digital Content Festival 2021 ● สนับสนุนการตลาดเชิงรุกกับเครือข่ายพันธมิตรอุตสาหกรรมเมกะอีเวนท์และเทศกาลนานาชาติ จำนวน 6 งาน ได้แก่ - งานเทศกาล ลำพูน ไม่ลำพัง - งานเทศกาล Wonderblue Andaman - งานเทศกาล Diamond of the salt - งานเทศกาล Huahin Hop Fest - งานเทศกาล 8 Shrines Festival เพื่อการยกระดับและพัฒนางานเทศกาล ร่วมกับย่านราชประสงค์ กรุงเทพมหานคร เป็นงานที่พัฒนาร่วมกับเมือง - งานเทศกาล Peranakan Festival งานเทศกาลที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของเมือง และพัฒนาต่อยอดจนเกิดเป็น “หนึ่งเมือง หนึ่งงานเทศกาล”

ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
	● สนับสนุนผู้ประกอบการไมซ์และหน่วยงานภาคเอกชนเพื่อก่อให้เกิดงานแสดงสินค้านานาชาติใหม่ที่เป็นงานแสดงสินค้านานาชาติ World Iconic จำนวน 3 งาน ได้แก่ - งาน Manufacturing Transformation Thailand 2021 - งาน ASEAN Tools Expo 2021 - งาน Safety Security & Hygiene Expo 2021 2. สนับสนุนการจัดงานในภูมิภาค รวมทั้งสิ้น จำนวน 37 งาน โดยงานสนับสนุนการจัดงานในภูมิภาค แบ่งออกเป็น ● สนับสนุนการจัดงานแสดงสินค้าภายในประเทศ จำนวน 10 งาน ได้แก่ - งานแสดงสินค้าภายในประเทศ งาน Chiangmai Root Agro Gastronomy 2021 - งาน E-SAN Northern International Auto Expo ครั้งที่ 1 - งานแสดงสินค้าภายในประเทศ งานสัปดาห์หนังสือแห่งชาติ ครั้งที่ 49 และงานสัปดาห์หนังสือนานาชาติ ครั้งที่ 19 - งาน Southern International Auto Expo ครั้งที่ 2 - งานแสดงสินค้าภายในประเทศ งาน Sport & Health Expo 2021 - งาน Smart SME Expo 2021 - งาน Chiangmai Coffee week 2021 - งานมหกรรมแฟรนไชส์สร้างอาชีพ ครั้งที่ 36 - งาน E-SAN International Auto Expo ครั้งที่ 2 - งาน Korat FooDex ครั้งที่ 2 ● สนับสนุนการจัดงานประชุมวิชาการภายในประเทศ (Domestic Convention) จำนวน 6 งาน มีผู้เข้าร่วมงานโดยประมาณ 1,081 คน ได้แก่ - ประชุมสัมมนาโครงการประชุมสัมมนา Library Care the Bear มีผู้เข้าร่วมงานจำนวน 100 คน - งานประชุมวิชาการให้ความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์พลังงาน มีผู้เข้าร่วมงานจำนวน 120 คน - งานประชุมวิชาการ “Green Seminar: Mini TREC on Tour 2021” มีผู้เข้าร่วมงาน จำนวน 60 คน - การประชุมวิชาการสัตว์ครั้งที่ 9 มีผู้เข้าร่วมงานจำนวน 593 คน

ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
	- งานเสวนาวิชาการสัญจร เรื่อง “โอกาสและความท้าทายของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจอาเซียน : กรณีศึกษาการคมนาคมทางราง ระหว่าง จีน-ลาว-ไทย มีผู้เข้าร่วมงานจำนวน 100 คน - งานการปรับตัวของมหาวิทยาลัยเพื่อสร้าง Young Smart Farmer 4.0 มีผู้เข้าร่วมงานจำนวน 108 คน ● สนับสนุนการจัดงาน Empower Thailand Exhibition (EMTEX) จำนวน 7 งาน ได้แก่ - งาน Food and Agro Tech 2021 - งาน Agro fex 2021 - งาน Air-Rail and Logistic Expo 2021 - งานจัดแสดงนวัตกรรมและจำหน่ายสินค้า Lanna Expo 2021 - งาน New North Expo 2021 Food & Lifestyle - งาน Fruitpital innovation Fair 2021 (FIF) - งาน Thai Rice Expo 2021 ● สนับสนุนการจัดงาน สัมมนาและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในประเทศ (MIC Subsidy) จำนวน 10 งาน ได้แก่ - โครงการประชุมเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกลุ่มภาคตะวันออก 2 เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจฐานรากในช่วงการแพร่ระบาดของ COVID-19 - โครงการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยววิถีใหม่ที่เน้นการกระจายรายได้ในช่วงการแพร่ระบาดของ COVID-19 - โครงการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อการมีส่วนร่วมการจัดทาแผนการท่องเที่ยวและบริการเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจฐานรากในพื้นที่จังหวัดสระแก้ว - โครงการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยววิถีใหม่ที่เน้นการกระจายรายได้ในช่วงการแพร่ระบาดของ COVID-19 - โครงการประชุมเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกลุ่มภาคตะวันออก 2 เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจฐานรากในช่วงการแพร่ระบาดของ COVID-19 - โครงการประชุมเชิงปฏิบัติการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวด้วย Mini MICE เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจฐานรากและการกระจายรายได้ในช่วงการแพร่ระบาดของ COVID-19

ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
	- โครงการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อจัดทำแผนการท่องเที่ยวชุมชนเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจฐานรากในช่วงการแพร่ระบาดของ COVID-19 จังหวัดสระแก้ว - โครงการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวกลุ่มท่องเที่ยวชายทะเล - โครงการประชุมเชิงปฏิบัติการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวด้วย Mini MICE เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจฐานรากและการกระจายรายได้ในช่วงการแพร่ระบาดของ COVID-19 - โครงการประชุมเชิงปฏิบัติการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ภายใต้วิถีชีวิตแบบ New Normal ● ดำเนินกิจกรรมเพิ่มเติมจากงานเชียงใหม่บลูมส์ 2021 (Chiang Mai Blooms 2021) จำนวน 3 กิจกรรม ได้แก่ - โครงการวิถีราชดำเนิน (Rachadamnoen Life) และการเดินทางของดอกไม้ (The Flower Journey) - เทศกาลคราฟท์ บลูมส์ (Craft Blooms Festival) - การประชุมวิชาการนานาชาติงานหัตถกรรม ● ดำเนินการประเมินความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ประจำศูนย์ประสานงานและอำนวยความสะดวกสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาค จัดทำการประเมินความพึงพอใจของเจ้าหน้าที่ท้องถิ่นที่ศูนย์ประสานงานและอำนวยความสะดวกสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาค ร้อยละความพึงพอใจ อยู่ที่ 88.64%
เป้าหมายที่ 3 พัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยนวัตกรรม	
ยุทธศาสตร์ 4: เสริมสร้างขีด ความสามารถในการ แข่งขันของ อุตสาหกรรมไมซ์ และ ยกระดับไมซ์ให้เป็น วาระแห่งชาติ	มีการดำเนินงานที่เน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยนวัตกรรม รวมถึงการ ประชาสัมพันธ์ประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน ผ่าน กิจกรรมหลักที่สำคัญ ดังนี้ 1. ยกระดับศักยภาพบุคลากรด้านไมซ์ระดับนานาชาติผ่านกิจกรรมสำคัญ ดังนี้ - จัดอบรมหลักสูตรด้านการบริหารจัดการงานแสดงสินค้าและอีเวนต์ (CEM) ประเทศไทยมีผู้รับรอง CEM เป็นอันดับ 1 ของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และ เป็นอันดับที่ 3 ของเอเชีย มีผู้รับรองทั้งสิ้น 203 คน

ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
	- จัดอบรมหลักสูตรนานาชาติด้านการบริหารจัดการการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล (CIS) ประเทศไทยมีผู้รับรอง CIS เป็นอันดับ 1 ของเอเชีย มีผู้รับรองทั้งสิ้น 173 คน - จัดหลักสูตรรับรองความเชี่ยวชาญด้านการจัดงานแบบดิจิทัล (DES - Digital Event Strategist DES) มีผู้เข้าร่วม จำนวน 20 คน 2. ยกระดับมาตรฐานบุคลากรไมซ์ระดับชาติผ่านกิจกรรมสำคัญ ดังนี้ - ให้การสนับสนุนด้านการศึกษาและพัฒนาทักษะและองค์ความรู้สำหรับผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับไมซ์ สมาคม EMA - ให้การสนับสนุนด้านการศึกษาและพัฒนาทักษะและองค์ความรู้สำหรับผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับไมซ์ TEA - ให้การสนับสนุนด้านการศึกษาและพัฒนาทักษะและองค์ความรู้สำหรับผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับไมซ์ TICA - จัดประชุมกรรมการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ 1/2564 มีผู้เข้าร่วมจำนวน 37 คน - จัดประชุมกรรมการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ 2/2564 มีผู้เข้าร่วม จำนวน 41 คน - จัดประชุมคณะกรรมการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ ครั้งที่ 3/2564 มีผู้เข้าร่วมประชุม มีผู้เข้าร่วมจำนวน 39 คน - จัดอบรมหลักสูตรระดับชาติในภูมิภาค มีผู้เข้าร่วม จำนวน 63 คน - จัดกิจกรรมวิทยากรเครือข่ายสู่ภูมิภาค หลักสูตร Train the Trainer มีผู้เข้าร่วม จำนวน 30 คน - จัดอบรมพัฒนาหลักสูตรความรู้สำหรับช่างไฟฟ้าตามมาตรฐานฝีมือแรงงานแห่งชาติ สาขาอาชีพช่างไฟฟ้า อิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์ สาขาช่างไฟฟ้าสำหรับอุตสาหกรรมการจัดงานประชุม การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และการแสดงสินค้า ระดับ 1 มีผู้เข้าร่วมอบรมมาตรฐานฝีมือแรงงานแห่งชาติ สาขาช่างไฟฟ้าสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์จำนวน 89 คน 3. พัฒนาผู้ประกอบการไมซ์ด้านการจัดงานอย่างยั่งยืนผ่านกิจกรรมสำคัญ ดังนี้ - จัดอบรมหลักสูตร มืออาชีพด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน (แบบออนไลน์) มีผู้ผ่านการอบรมและได้รับใบประกาศทั้งสิ้น 209 ราย

ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
	- พัฒนาและจัดอบรมหลักสูตรการให้บริการอาหารอย่างมีความรับผิดชอบ (Responsible Food and Beverage Operations) มีผู้ผ่านการอบรม จำนวน 62 คน 4. การรับรองมาตรฐานการบริหารการจัดงานอย่างยั่งยืนประเทศไทย (Thailand Sustainable Event Management Standard: TSEMS) โดยมีการตรวจประเมินและรับรองมาตรฐานการบริหารการจัดงานอย่างยั่งยืนประเทศไทย (Thailand Sustainable Event management Standard :TSEMS) ได้ครบตามเป้าหมาย 100% มีผู้ประกอบการที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน TSEMS จำนวน 15 องค์กร แบ่งเป็นสถานที่จัดงาน 14 องค์กรและผู้ให้บริการการจัดงาน 1 องค์กร ครอบคลุมทุกม. และภูมิภาคเหนือ (1 องค์กร) ตะวันออกเฉียงเหนือ (1องค์กร) ตะวันตกและใต้ (2 องค์กร) 5. จัดทำหลักสูตรพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการศึกษา ผ่านกิจกรรมสำคัญ จำนวน 5 หลักสูตร ได้แก่ - จัดอบรมหลักสูตรความรู้เบื้องต้นวิชาการจัดประชุมองค์กร (12th Coach the Coaches Program for Meetings101 Industry) มีผู้เข้าร่วมจำนวน 479 คน - จัดอบรมหลักสูตรความรู้เบื้องต้นวิชาการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล (12th Coach the Coaches Program for Incentives 101 Industry มีผู้เข้าร่วมจำนวน 538 คน - จัดอบรมหลักสูตรความรู้เบื้องต้นวิชาการแสดงสินค้าและนิทรรศการ (12th Coach the Coaches Program for Exhibitions101 Industry) มีผู้เข้าร่วมจำนวน 535 คน - จัดอบรมหลักสูตรความรู้เบื้องต้นวิชาการประชุมวิชาชีพ (12th Coach the Coaches Program for Conventions101 Industry มีผู้เข้าร่วมจำนวน 554 คน - จัดอบรมหลักสูตรความรู้เบื้องต้นวิชาการจัดประชุมองค์กร (12th Coach the Coaches Program for Event101 Industry) มีผู้เข้าร่วมจำนวน 503 คน - จัดอบรมพัฒนาหลักสูตรการบริหารสถานที่จัดงาน Venue Management 101 จำนวนการรับรู้ ทั้งหมด 360 คน จาก 5 ภูมิภาคทั่วประเทศไทย

ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
	6. พัฒนาศักยภาพเครือข่ายภาคการศึกษาไมซ์ในภูมิภาค (MICE Academic Cluster) ผ่านกิจกรรมสำคัญ จำนวน 6 กิจกรรม ได้แก่ - จัดอบรมหลักสูตร “Event Design and Design Thinking” มีผู้เข้าร่วมจำนวน 619 คน - จัดกิจกรรมโครงการประชุมเครือข่ายเพื่อพัฒนาและยกระดับอุตสาหกรรมไมซ์ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก มีผู้เข้าร่วมจำนวน 266 คน - จัดกิจกรรมโครงการเรียนรู้สู่สายอาชีพไมซ์ MICE Career day 2021 มีผู้เข้าร่วมจำนวน 302 คน - จัดกิจกรรมสัมมนา Sustainable Food and Beverage Services in MICE Business ให้แก่ อาจารย์ ผู้ประกอบการ และนักศึกษาในเครือข่ายภาคตะวันออกและภาคอื่นๆ มีผู้เข้าร่วมจำนวน 955 คน - จัดอบรมพัฒนาศักยภาพบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ เครือข่ายการศึกษาไมซ์ภาคใต้ (Southern MICE Academic Cluster) มีผู้เข้าร่วมจำนวน 566 คน - จัดอบรมการพัฒนาการฝึกประสบการณ์วิชาชีพนักศึกษาสาขาวิชาไมซ์และอีเวนต์ มีผู้เข้าร่วมจำนวน 211 คน 7. จัดทำเครือข่ายเยาวชนไมซ์สู่การเป็นผู้ประกอบการไมซ์รุ่นใหม่ (MICE Student Chapter & MICE Start up) จำนวน 3 หลักสูตร ได้แก่ - จัดอบรมโครงการ DMC Management for Southern MICE Student Chapter มีผู้เข้าร่วมจำนวน 420 คน โดยนักศึกษาจากเครือข่ายภาคการศึกษาไมซ์ภูมิภาคใต้จำนวน 417 คน และอาจารย์จากเครือข่ายภาคการศึกษาไมซ์ภูมิภาคใต้จำนวน 13 คน - จัดอบรมโครงการการพัฒนาหลักสูตรการส่งเสริมสายอาชีพด้านการจัดงานอีเวนต์ประเภทงานกีฬามวลชนไทย Mass Participation Events Short Course Training Development โดยมีผู้เข้าร่วมเป็นนักศึกษาเครือข่ายภาคการศึกษาไมซ์ในภูมิภาคตะวันออก มีผู้เข้าร่วมจำนวน 1,000 คน - จัดอบรมโครงการ Thailand Future MICE Leader Series นำเยาวชนภายใต้โครงการ MICE Student Chapter จากวิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล มีผู้เข้าร่วมจำนวน 1,115 คน

ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
	8. มาตรฐานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ผ่านกิจกรรมสำคัญ ดังนี้ - มาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย ประจำปี 2564 มีสถานประกอบการที่ผ่านการรับรอง จำนวน 200 แห่ง จากทั่วประเทศ - จัดกิจกรรมเสวนา MOVE 2 Innovative 2HY Experience (ออนไลน์) มีผู้เข้าร่วม 256 คน - กิจกรรมเสวนา MOVE 2 (TOMORROW) HY Creating 2HY Experience โดยมีผู้เข้าร่วมชมผ่าน Facebook Live Page MICE Capabilities มากกว่า 400 ราย - กิจกรรมเสวนา 2 HY MOVE Forward Together สู่มาตรฐานสากล ด้วยการจัดงานแบบ 2 HY เทคนิคการสร้างประสบการณ์รูปแบบใหม่ และไอเดียสร้างสรรค์การจัดงาน ครั้งที่ 1 (online) วันที่ 9 มิถุนายน 2564 มีผู้เข้าร่วมจำนวน 361 คน ครั้งที่ 2 (online) วันที่ 25 มิถุนายน 2564 มีผู้เข้าร่วมจำนวน 324 คน - จัดอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) เตรียมความพร้อมสถานประกอบการเพื่อตรวจประเมินมาตรฐานสถานที่จัดงานอาเซียน จำนวน 1 กิจกรรม เมื่อวันที่ 19 เมษายน 2564 ณ โรงแรม SO/ Bangkok โดยมีผู้ลงทะเบียน on ground จำนวน 11 ราย ลงทะเบียน online จำนวน 54 ราย และรับชมผ่าน Facebook Live: MICE capabilities จำนวน 144 ราย - จัดงาน MICE Standards Day 2021 เพื่อมอบตราสัญลักษณ์มาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย (TMVS) และโล่มาตรฐานสถานที่จัดงานอาเซียน (AMVS) ให้กับสถานประกอบการที่ผ่านการรับรองมาตรฐานสถานที่จัดงานปี 2564 (ผ่านช่องทางออนไลน์) มีผู้เข้าร่วม 279 คน - จัดกิจกรรมเสวนาเพื่อสร้างองค์ความรู้ให้กับบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ ในหัวข้อ "ขยะอาหารกับแนวทางจัดการอาหารส่วนเกินในธุรกิจไมซ์" มีผู้เข้าร่วมผ่านช่องทางออนไลน์รวมทั้งสิ้น 168 คน - จัดกิจกรรมเสวนาเพื่อสร้างองค์ความรู้ให้กับบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ หัวข้อ "สร้างมูลค่าเพิ่ม ยกระดับอุตสาหกรรมไมซ์ผ่านแนวปฏิบัติการจัดประชุมและนิทรรศการที่เป็นมิตรกับมุสลิม" ผู้เข้าร่วมผ่านช่องทางออนไลน์ 101 คน - มาตรฐานสถานที่จัดงานอาเซียน ปี 2564 มีสถานประกอบการผ่านการตรวจประเมินจำนวน 47 แห่ง

ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
	- จัดการประชุมมาตรฐานสถานที่จัดงานอาเซียน ครั้งที่ 9 มีวัตถุประสงค์เพื่อยกร่าง ASEAN MICE Venue Standard: AMVS ประเภท Special Event Venue ร่วมกับผู้แทนของเจ้าหน้าที่อาวุโสจาก 10 ประเทศอาเซียน และเจ้าหน้าที่จากสำนักงานเลขาธิการอาเซียน ด้านการ (Hybrid Meeting) มีผู้เข้าร่วมประชุม จำนวน 61 คน - การอบรมผู้ตรวจประเมินมาตรฐานสถานที่จัดงานอาเซียน ครั้งที่ 2 มีผู้เข้าร่วมอบรม-จำนวน 24 คน จาก 11 หน่วยงาน - จัดอบรมเพื่อเตรียมความพร้อมคณะกรรมการตรวจประเมินมาตรฐานสถานที่จัดงานอาเซียน (AMVS Auditor Training) มีผู้เข้าร่วมอบรมจำนวน 32 ราย (on ground จำนวน 24 ราย และ online ผ่าน zoom จำนวน 8 ราย) 9. พัฒนามาตรฐานบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ผ่านกิจกรรมสำคัญ ดังนี้ - ประชุมระดมสมองการพัฒนามาตรฐานสมรรถนะสำหรับบุคลากรสาขาไมซ์และการจัดกิจกรรมไมซ์ สาขา Event Professionals ในรูปแบบ Hybrid Meeting มีผู้เข้าร่วม-54 คน (on ground 20 คน และ online 34 คน) - จัดกิจกรรมให้องค์ความรู้ (ออนไลน์) การจัดงานที่เป็นมิตรกับมุสลิมโดยเป็นการประชาสัมพันธ์แนวปฏิบัติการจัดประชุมและงานนิทรรศการที่เป็นมิตรกับมุสลิม มีผู้เข้าร่วมผ่านระบบออนไลน์จำนวน 91 คน - จัดประชุมชี้แจงโครงการพัฒนามาตรฐานบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ กิจกรรมการพัฒนามาตรฐานสมรรถนะสำหรับบุคลากรสาขาไมซ์และการจัดกิจกรรมไมซ์ มีผู้เข้าร่วมจำนวน 35 คน - จัดประชุมคณะกรรมการพัฒนามาตรฐานสมรรถนะสำหรับบุคลากรสาขาไมซ์ และการจัดกิจกรรมไมซ์ (MRA on TP – Event Professionals) ครั้งที่ 1 ในรูปแบบการประชุมออนไลน์ มีผู้เข้าร่วมจำนวน 37 คน จาก 16 หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง - จัดประชุมคณะกรรมการวิพากษ์หลักสูตร Venue Management Course (Online Meeting) มีคณะกรรมการเข้าร่วม จำนวน 16 คน - จัดอบรมพัฒนาองค์ความรู้ด้านมาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์ (Venue Management Course – EP 2) ผู้เข้าร่วมอบรมผ่านระบบ zoom meeting มีผู้เข้าร่วมจำนวน 151 คน

ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
	10. พัฒนาเสริมสร้างองค์ความรู้ผู้ประกอบการผ่าน MICE Intelligence Center ผ่านกิจกรรมสำคัญ ดังนี้ - เผยแพร่องค์ความรู้อุตสาหกรรมไมซ์ผ่าน MICE Podcast มีจำนวนผู้เข้าฟัง MICE Podcast EP1 จำนวน 533 คน - ถ่ายทอดองค์ความรู้ในรูปแบบไมซ์วิถีใหม่ (MICE Intelligence Talk) ให้แก่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์ ในหัวข้อที่เกี่ยวกับการจัดงานในรูปแบบ Virtual and Hybrid Events มีผู้เข้าร่วมจำนวน 38 คน - การเสวนาเรื่อง มอนนโยบายการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ผ่านธุรกิจ MICE ออกอากาศวันที่ 29 มีนาคม 2564 - การเสวนาเรื่อง ยุกระดับ MICE สู่อนาคตการจัดงานยุคใหม่ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม ออกอากาศวันที่ 14 พฤษภาคม 2564 มีผู้เข้าฟังจำนวน 1,561 คน - การเสวนาเรื่อง ยุกระดับ MICE สู่อนาคตการจัดงานยุคใหม่ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม มีผู้เข้าฟังจำนวน 561 คน - MICE Podcast EP4: Virtual Event จัดอย่างไรให้ถูกใจผู้ชม โดย Mission to the Moon มีผู้เข้าฟังจำนวน 9,762 คน - ICE Podcast EP5: Green by Numbers โดย Techsauce มีผู้เข้าฟังจำนวน 626 คน - การถ่ายทอดองค์ความรู้ในรูปแบบไมซ์วิถีใหม่ (MICE Intelligence Talk) ครั้งที่ 3 ในหัวข้อ 'Service Design for MICE' 11. สนับสนุนเทคโนโลยีเพื่อมาตรฐานการจัดงานไมซ์อย่างปลอดภัยไร้โควิด รวมทั้งสิ้น จำนวน 32 งาน โดยงานสนับสนุนเทคโนโลยีเพื่อมาตรฐานการจัดงานไมซ์อย่างปลอดภัยไร้โควิด แบ่งออกเป็น ● ส่งเสริมและสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีเพื่อยกระดับนวัตกรรมสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ จำนวน 1 งาน คือ งาน PATA Beyond: Travel Recovery Solutions ● จัดงาน MICE TechnoMart เพื่อนำเสนอเทคโนโลยีและนวัตกรรมสำหรับสร้างความเชื่อมั่นในการร่วมงานกันอย่างปลอดภัยไร้โควิด จำนวน 6 งาน - งาน MICE Technomart ภาคกลาง - งาน Phuket Smart Link - งานรู้ไมซ์ จัดให้

ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
	- งาน Virtual MICE Technomart ครั้งที่ 2 - งาน Khonkaen Business Forum - งาน The New Chapter of Thai Domestic #1 BKK ● พัฒนาแพลตฟอร์มการกระจายตัวของผู้ใช้งานไม่ซ้ำอย่างปลอดภัยไร้โควิด (Density platform) จำนวนงานที่สนับสนุน 8 งาน - งาน Thailand Dive Expo 2021 - งาน Thailand Retail Food & Hospitality Services (TRAFS) - งาน Intercare Asia 2021 - งาน e-Biz & OEM Manufacturer Expo 2021 - งาน Thailand Education Technology Expo 2021 (EDTEX 2021) - งาน BICT On(line) the move - งาน Chiangmai Design Week 2021 - งาน Baan Lae Suan Midyear 2021 ● พัฒนาและสนับสนุนเทคโนโลยีเพื่อพัฒนาธุรกิจและสร้างมาตรฐานการจัดงานไม่ซ้ำอย่างปลอดภัยไร้โควิด (VMS phase 2: B2B platform for business matching) จำนวนงานที่สนับสนุน 11 งาน - งานประชุมวิชาการภายใต้การประชุมใหญ่โลออนไลน์สัปดาห์รวม 310 ประเทศไทย ครั้งที่ 55 - งาน Bangkok Projection Mapping Competition 2021 (BPMC2021) - งาน E-san International Auto Expo - งาน Worlddidac Asia - งาน Southern International Auto Expo - งาน THAIFEX-Anuga Asia 2021 - งาน ASEAN SUSTAINABLE ENERGY WEEK 2021 - งาน Bangkok Festival - งาน Thailand Marine & Offshore Expo (TMOX) 2021 - งาน AFECA Asia MICE Youth Challenge 2021 - การจัดอบรมหลักสูตรประชุมวิชาการวิถีใหม่ นำไทยสู่สากล ● สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม Virtual Event จำนวน 6 งาน ได้แก่

ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
	- งาน Thailand lab 2021 - งาน Architect'21 - งาน DigiTech ASEAN Thailand 2021 - งานมหกรรมนวัตกรรมทางการแพทย์และสุขภาพ Health Tech Thailand 2021 - งาน INTERMACH and SUBCON Thailand 2021 - งาน Korat Clay: Art & Innovation International Exhibition Trade Fair 2021 ● MICE Marketplace เพื่อเชื่อมโยงข้อมูลและความต้องการในการซื้อ/ขายสินค้าและบริการของผู้ประกอบการไมซ์ (Thai MICE Connect) จำนวน Page Views อยู่ที่ 1,327,859 12. การเผยแพร่องค์ความรู้ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและการสร้างเครือข่าย หน่วยงานภาครัฐและเอกชน ตามนโยบายรัฐบาลผ่านกิจกรรมสำคัญ ดังนี้ - การประชุมร่วมภาครัฐและเอกชนเกี่ยวกับกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานไมซ์ (MICE Clinic) ผ่านกิจกรรมหลักสูตรพัฒนาองค์ความรู้ไมซ์ สำหรับผู้บริหารภาครัฐ รุ่น 1 ระหว่างวันที่ 15 – 18 มีนาคม 2564 ณ ห้องแลนด์มาร์คบอลรูม โรงแรม แลนด์มาร์ค กรุงเทพฯ และ จังหวัดนครราชสีมา ระหว่างวันที่ 15 – 17 มีนาคม 2564 และในวันที่ 18 – 19 มีนาคม 2564 ตามลำดับ - การจัดประชุมความร่วมมือหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ภาครัฐและเอกชน เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE Talk) ภายใต้หัวข้อ "The Passage of Recovery : ทางเลือก ทางรอด ฝ่าวิกฤติโควิด" เมื่อวันพฤหัสบดีที่ 9 กันยายน 2564 ผ่านช่องทางออนไลน์ ผู้เข้าร่วมงาน จำนวน 411 คน 13. การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อการดำเนินการแก้ไขปัญหาอุปสรรคภายใต้ คณะอนุกรรมการประสานงานภาครัฐ เพื่อการอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการ จัดประชุมและนิทรรศการของประเทศ (Joint Operating Committees and Workshop) จำนวน 6 ครั้ง ในหัวข้อหลัก ดังนี้ - ประชุมเกี่ยวกับความร่วมมือในการสนับสนุนการจัดงานไมซ์ภายในประเทศ - ประชุมเรื่องการจัดตั้งเคาน์เตอร์ MICE Lane ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง - ประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) ภาครัฐและเอกชน เพื่อการอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการจัดประชุมและนิทรรศการของประเทศ

ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
	- ประชุมเรื่องการอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการจัดประชุมในประเทศและผลกระทบที่เกิดขึ้นในช่วงโควิด-19 - ประชุมหารือแนวทางการบูรณาการร่วมกันในการสนับสนุนอุตสาหกรรมไมซ์ - ประชุมเพื่อเตรียมความพร้อมในการจัดการเดินทางสำหรับกลุ่มนักธุรกิจต่างชาติที่เข้ามาในราชอาณาจักรในระยะสั้นแบบไม่กักตัว 14. ศูนย์ประสานงานเพื่อการอำนวยความสะดวกอุตสาหกรรมไมซ์ (One - Stop Service Center for MICE) ให้บริการด้านข้อมูลแก่ผู้ประกอบการไมซ์ให้สามารถทราบข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทยได้อย่างถูกต้องและสะดวกมากยิ่งขึ้น จำนวน 17 หน่วยงาน ได้แก่ - กรมการค้าต่างประเทศ - กรมธุรกิจพลังงาน - กรมประมง - กรมปศุสัตว์ - กรมวิชาการเกษตร - กรมสรรพสามิต - สถาบันไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ - สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา - สำนักงานคณะกรรมการอ้อยและน้ำตาลทราย - สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม - สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ - กรมศุลกากร - กรมการกงสุล - สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง - กรมการจัดหางาน - กรมสรรพากร - สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย

ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
	15. สํารวจข้อมูลเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ ผ่านรายงานสถิติสําคัญ ดังนี้ - สํารวจสถิติการจัดประชุม การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทย ประจำปี 2564 - ศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมไมซ์ต่อประเทศไทย (Economic Impact Study of Thailand's MICE Industry) ประจำปี 2564 - สํารวจความพึงพอใจต่อการให้บริการของสํานักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ประจำปีงบประมาณ 2564 - ศึกษาผลกระทบทางสังคม (Social Impact) ของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ 2564 - ศึกษาเพื่อจัดทำดัชนีอุตสาหกรรมไมซ์ไทย (Thailand MICE Index) ประจำปี 2564
ยุทธศาสตร์ 5: พัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานภายในขององค์กร	1. พัฒนาประสิทธิภาพด้านยุทธศาสตร์ กลยุทธ์องค์กร ผ่านกิจกรรมสําคัญ ดังนี้ - ทบทวนประเด็นความเสี่ยงและจัดทำแผนบริหารความเสี่ยงและควบคุมภายใน ปี 2564 และจัดกิจกรรมทบทวนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์องค์กร ซึ่งเป็นการกำหนดจุดเน้นการดำเนินงานของยุทธศาสตร์สำหรับปี 2564 - จัดทำกรอบคําของงบประมาณประจำปี 2564 ของ สสปน. ให้ตอบโจทยนโยบายรัฐบาลและสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ชาติ และแผนแม่บท สสปน. เพื่อผลักดันและขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ - จัดประชุมเพื่อขับเคลื่อนนโยบายไมซ์ผ่านกิจกรรม Thailand Health Expo 2021 เป็นการบูรณาการความร่วมมือในการใช้กิจกรรมไมซ์ด้านสาธารณสุขเป็นตัวขับเคลื่อนเชิงนโยบาย ในการกระตุ้นเศรษฐกิจและสังคมของประเทศอย่างเป็นรูปธรรม - ผลักดันการประกาศวันสําคัญของชาติที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กองทุนส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ (ไทย) สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติไทย สมาคมการแสดงสินค้าไทย สมาคมโรงแรมไทย โดยคณะรัฐมนตรีมีมติเมื่อวันที่ 1 มิถุนายน 2564 เห็นชอบให้วันที่ 26 เมษายน ของทุกปีให้เป็น“วันจัดประชุมและนิทรรศการแห่งชาติ” โดยไม่ถือเป็นวันหยุดราชการ - จัดทำแผนการปรับปรุง/พัฒนาการเป็นระบบราชการ 4.0 ของ สสปน. ประจำปี 2565 ตามกรอบแนวทางการประเมิน PMQA 4.0 - จัดทำรายงานสําคัญขององค์กรเพื่อนําเสนอต่อรองนายกรัฐมนตรีที่กำกับดูแล (DPM Report)

ยุทธศาสตร์	หมวดหมู่งานและรายละเอียดผลงาน
	- ทารอให้กับผู้แทนภาคเอกชนเพื่อขอข้อเสนอแนะในการขับเคลื่อนนโยบายไมซ์ในระดับพื้นที่ และ การขยายแนวร่วมในการขับเคลื่อนโครงการประชุมเมืองไทยในระดับองค์กรภาคเอกชน หน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีความพร้อม 2. เสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพบุคลากร ผ่านกิจกรรมสำคัญ ดังนี้ - การดำเนินโครงการใช้วิธีการจัดอบรมภายใน การส่งพนักงานเข้าอบรม /สัมมนา/ ศึกษา/ดูงาน กับหน่วยงานภายนอกและการจัดกิจกรรมพนักงานสัมพันธ์ ครอบคลุมกลุ่มความรู้และทักษะใน 5 ด้าน ● ความรู้ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน (Technical Skills) ● ความรู้ด้านการบริหารจัดการและภาวะผู้นำ (Leadership & Managerial skills) ● ความรู้ด้านสมรรถนะที่พึงประสงค์ตาม Competency องค์กร ● ความรู้ด้านการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัล ● ความรู้พื้นฐาน เช่น ความรู้เรื่องระเบียบวิธีปฏิบัติงาน มาตรฐานการปฏิบัติงาน และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน ความรู้ด้านธรรมาภิบาล คุณธรรม และความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ (ITA) 3. ปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพระบบสารสนเทศของสำนักงาน เพื่อรองรับการดำเนินงานแบบ New Normal Working 4. เพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กร ผ่านการจัดทำวารสารภายในองค์กร TCEB Outlook

หมายเหตุ:

การคำนวณรายได้โดยใช้ spending ต่อคนต่อทริป ตลาดไมซ์ต่างประเทศ ชาวต่างชาติ x 63,000 บาท

- ตลาดไมซ์ในประเทศ ชาวไทย x 3,300 บาท
- ตลาดเมกะอีเวนต์และเทศกาลนานาชาติ ชาวต่างชาติ x 55,000 บาท ชาวไทย x 4,800 บาท

รายงานผลการใช้จ่ายงบประมาณ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564
(ณ 30 กันยายน 2564)

แผนงานบุคลากรภาครัฐ : 148.8462 ล้านบาท

หน่วย : ล้านบาท

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลงาน	งบประมาณ	อยู่ระหว่าง จัดซื้อจัดจ้าง	ผูกพัน	เบิกจ่าย	รวมการใช้จ่าย	คงเหลือ
รวมแผนงานบุคลากรภาครัฐ				148.8462	0.0000	0.0092	148.8370	148.8462	0.0000
เป้าหมายหลักที่ 3 : พัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยนวัตกรรม				148.8462	0.0000	0.0092	148.8370	148.8462	0.0000
ยุทธศาสตร์ที่ 5 : พัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานภายในขององค์กร				148.8462	0.0000	0.0092	148.8370	148.8462	0.0000
กลยุทธ์ที่ 5.1 : ยกระดับศักยภาพบุคลากรของ สสพ. ให้มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร				148.8462	0.0000	0.0092	148.8370	148.8462	0.0000
ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับบุคลากร	เดือน	12	12	148.8462	0.0000	0.0092	148.8370	148.8462	0.0000

แผนงานพื้นฐาน : 47.5529 ล้านบาท

หน่วย : ล้านบาท

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลงาน	งบประมาณ	อยู่ระหว่าง จัดซื้อจัดจ้าง	ผูกพัน	เบิกจ่าย	รวมการใช้จ่าย	คงเหลือ
รวมแผนงานพื้นฐาน				47.5529	0.2295	9.5238	33.5275	43.0512	4.2722
เป้าหมายหลักที่ 3 : พัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยนวัตกรรม				47.5529	0.2295	9.5238	33.5275	43.0512	4.2722
ยุทธศาสตร์ที่ 5 : พัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานภายในขององค์กร				47.5529	0.2295	9.5238	33.5275	43.0512	4.2722
กลยุทธ์ที่ 5.2 : ใช้นวัตกรรม การจัดการความรู้ และการบูรณาการร่วมกันภายใน สสพ. เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานตามหลักธรรมาภิบาล				47.5529	0.2295	9.5238	33.5275	43.0512	4.2722
งบบุคลากรสำนักงาน	เดือน	12	12	47.5529	0.2295	9.5238	33.5275	43.0512	4.2722

แผนงานยุทธศาสตร์ : 478.9644 ล้านบาท

หน่วย : ล้านบาท

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลงาน	งบประมาณ	อยู่ระหว่าง จัดซื้อจัดจ้าง	ผูกพัน	เบิกจ่าย	รวมการใช้จ่าย	คงเหลือ
รวมแผนงานยุทธศาสตร์				478.9644	13.1659	239.6817	192.2923	431.9740	33.8245
เป้าหมายหลักที่ 1 : การสร้างรายได้และพัฒนาเศรษฐกิจ				207.7395	9.4459	106.1676	82.8707	189.0383	9.2553
ยุทธศาสตร์ที่ 1 : ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศด้วยอุตสาหกรรมใหม่				132.8203	2.9087	69.1433	59.0651	128.2084	1.7031
กลยุทธ์ที่ 1.1 : รักษาและยกระดับกิจกรรมใหม่ให้เติบโตอย่างมั่นคงและมีความยั่งยืน				112.2848	2.8437	51.1533	56.7167	107.8701	1.5710
หมวดงาน : สนับสนุนการจัดงาน				34.2768	0.2564	28.6423	4.5766	33.2189	0.8015
1) สนับสนุนการจัดประชุมนานาชาติ	งาน	20	28	13.5467	0.2064	9.9935	3.1557	13.1493	0.1911
2) สนับสนุนการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติเดิม (Existing & Upgrade Show)	งาน	30	21	19.2000	0.0000	17.6000	1.0000	18.6000	0.6000
3) สนับสนุนเพื่อผลักดันการเพิ่มปริมาณนักท่องเที่ยวกลุ่มลูกค้าองค์กรจากต่างประเทศ (Event Support/Subsidy/Mega Event)	ชิ้นงาน	10	16	1.5301	0.0500	1.0488	0.4209	1.4696	0.0104
หมวดงาน : เจ้าภาพการจัดงาน				1.8150	0.0000	1.5919	0.2231	1.8150	0.0000
1) การสนับสนุนการจัดงานและเข้าร่วมงานเทรดโชว์งาน IT&CMA and CTW Asia-Pacific 2021 (Hybrid Event)	Lead งาน	50	ผลงานเกิดเหลือปี	1.8150	0.0000	1.5919	0.2231	1.8150	0.0000
หมวดงาน : การจัดงานและการประมูลสิทธิ์				9.6600	0.2200	3.1614	6.2695	9.4310	0.0091
1) การสนับสนุนการประมูลสิทธิ์งานประชุมนานาชาติ	งาน	30	33	9.6600	0.2200	3.1614	6.2695	9.4310	0.0091
หมวดงาน : ตัวแทนการตลาด				41.6570	0.0113	8.6990	32.6454	41.3445	0.3012
1) จัดตั้งตัวแทนการตลาดในตลาดต่างประเทศสำหรับตลาดการประชุมนานาชาติ	Lead งาน	42	49	11.3730	0.0113	2.9746	8.3714	11.3461	0.0156
2) จัดตั้งตัวแทนการตลาดในตลาดต่างประเทศสำหรับอุตสาหกรรมการแสดงสินค้านานาชาติ	ราย	1	1	2.6000	0.0000	0.5053	2.0667	2.5720	0.0280
3) จัดตั้งตัวแทนการตลาดในตลาดต่างประเทศสำหรับตลาดด้านการจัดประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล	ราย	7	7	27.6840	0.0000	5.2190	22.2073	27.4264	0.2576
หมวดงาน : Trade Show				1.6450	1.5000	0.0000	0.1374	0.1374	0.0076
1) การเข้าร่วมงาน/การจัดกิจกรรมการตลาดในตลาดกลุ่มเป้าหมายการประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล	Lead งาน	2	8	1.6450	1.5000	0.0000	0.1374	0.1374	0.0076
หมวดงาน : Familiarization Trip / Familiarization Trip with Partners				5.0000	0.0400	3.4234	1.5264	4.9498	0.0102
1) Thailand Incentive and Meeting Exchange (TIME)	Lead งาน	50	53	5.0000	0.0400	3.4234	1.5264	4.9498	0.0102

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลงาน	งบประมาณ	อยู่ระหว่าง จัดซื้อจัดจ้าง	ผูกพัน	เบิกจ่าย	รวมการใช้จ่าย	คงเหลือ
หมวดงาน : การตลาดเชิงรุกกับเครือข่ายพันธมิตร				18.2310	0.8161	5.6354	11.3383	16.9736	0.4413
1) สร้างเครือข่ายพันธมิตรนานาชาติในวงการอุตสาหกรรมการประชุมนานาชาติ	องค์กร	3	3	6.9670	0.0401	1.4577	5.2607	6.7184	0.2084
2) การตลาดเชิงรุกกับเครือข่ายพันธมิตร	กิจกรรม	2	24	5.1500	0.0000	2.1235	2.8187	4.9422	0.2078
3) ส่งเสริมการตลาดแบบมีส่วนร่วม Market Sharing	สมาคม/ หน่วยงาน	4/1	5/6	4.6140	0.5000	1.0749	3.0140	4.0889	0.0251
4) จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้แคมเปญ SMILE เพื่อเสริมสร้างศักยภาพทางการแข่งขันของประเทศไทยในการดำเนินงานประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลสำหรับกลุ่มลูกค้าองค์กร (Corporate Market)	วิดิทัศน์ประชาสัมพันธ์	2	1	1.5000	0.2759	0.9793	0.2448	1.2241	0.0000
กลยุทธ์ที่ 1.2 : ขับเคลื่อนกิจกรรมใหม่ซีใหม่ตามความต้องการของตลาดกับศักยภาพและนโยบายของประเทศ				20.5355	0.0650	17.9900	2.3484	20.3383	0.1322
หมวดงาน : สนับสนุนการจัดงาน				5.4500	0.0000	4.7181	0.6039	5.3220	0.1280
1) สนับสนุนการจัดงานแสดงสินค้าใหม่ (New Show)	งาน	4	4	4.1000	0.0000	4.1000	0.0000	4.1000	0.0000
2) Bidding Fund (New Show Essentials)	Lead งาน	3	10	1.3500	0.0000	0.6181	0.6039	1.2220	0.1280
หมวดงาน : การจัดงานและการประชาสัมพันธ์				15.0855	0.0650	13.2718	1.7445	15.0163	0.0042
1) ประมูลสิทธิ์งานเมกะอีเวนท์และเทศกาลนานาชาติ	งาน	6	6	15.0855	0.0650	13.2718	1.7445	15.0163	0.0042
ยุทธศาสตร์ที่ 3 : ส่งเสริมภาพลักษณ์ของไทยและ สสพ.				74.9192	6.5371	37.0243	23.8055	60.8299	7.5522
กลยุทธ์ที่ 3.1 : ส่งเสริมการตลาดสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยเพื่อให้เป็นจุดหมายปลายทางไม่ซ้ำระดับนานาชาติโดยเน้นจุดเด่นด้านธุรกิจบริการและอัตลักษณ์ความเป็นไทย				64.1990	6.2322	32.7891	19.2969	52.0861	5.8807
หมวดงาน : การตลาดและประชาสัมพันธ์				64.1990	6.2322	32.7891	19.2969	52.0861	5.8807
1) พัฒนาเนื้อหาและสื่อสร้างการรับรู้องค์กร	ชิ้นงาน / เล่ม	4 /16,000	4 /18,000	2.8430	0.0185	0.7610	1.9805	2.7415	0.0830
2) พัฒนากลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ (Brand Strategy & Campaign Development)	แผนงาน /ชิ้นงาน	2 / 4,000	2/ 8,554	11.0000	3.2193	3.2469	3.3222	6.5691	1.2116
3) โครงการบริหารจัดการสื่อและสนับสนุนการจัดงานสื่อเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ (Media Buying & Sponsorship)	คน (Reach)	18,000,000	34,605,704	27.8560	2.6913	14.1461	7.2796	21.4256	3.7390
4) บริหารจัดการสื่อดิจิทัล (Digital Management)	Visitor / Views	3,000,000 / 2,000,000	4,394,410 / 3,795,540	6.8776	0.0000	5.4312	1.2442	6.6754	0.2022
5) ผลิตสื่อเพื่อการสื่อสาร	ชิ้นงาน (ออนไลน์) / ชิ้นงาน (ออฟไลน์)	20 / 2,000	34/ 10,087	2.9062	0.0000	1.4997	1.4065	2.9062	0.0000
6) จัดกิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์ (Corporate Image Event)	ครั้ง	12	2	5.1310	0.1200	2.6456	2.2099	4.8556	0.1554
7) MICE DAY	คน	100	22,898	1.9552	0.0000	1.6619	0.2933	1.9552	0.0000

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลงาน	งบประมาณ	อยู่ระหว่าง จัดซื้อจัดจ้าง	ผูกพัน	เบิกจ่าย	รวมการใช้จ่าย	คงเหลือ
8) World Expo 2020 Dubai	คน	168,560	ผลงานเกิดเหลือปี	3.7000	0.0000	2.6961	0.9011	3.5972	0.1028
9) Marketing Promotion	คน/ ตารางเมตร	150 / 300	n/a	0.7500	0.0000	0.3633	0.0000	0.3633	0.3867
10) Integrated Marketing Communication for Thailand's Exhibitions (IMC)	ชิ้นงาน	24	33	0.7000	0.1811	0.3373	0.1816	0.5190	0.0000
11) เปิดเมืองปลอดภัย จัดงานไม่ซัดใจ ด้วยมาตรฐาน	กิจกรรม	1	1	0.4800	0.0020	0.0000	0.4780	0.4780	0.0000
กลยุทธ์ที่ 3.2 : สร้างการรับรู้และปรับมุมมองขององค์กรภายนอกต่อบทบาทและภาพลักษณ์ของ สสพ.				10.7202	0.3049	4.2352	4.5086	8.7438	1.6715
หมวดงาน : การตลาดและประชาสัมพันธ์				10.7202	0.3049	4.2352	4.5086	8.7438	1.6715
1) ส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรในต่างประเทศ	ครั้ง	5	5	5.0968	0.0000	1.2319	2.1934	3.4253	1.6715
2) สนับสนุนและพัฒนาสมาคมและผู้ประกอบการในประเทศไทย - Association & Industry Engagement				5.6234	0.3049	3.0032	2.3152	5.3185	0.0000
เป้าหมายหลักที่ 2 : การกระจายรายได้และความเจริญ				107.5479	0.1195	68.3177	36.9205	105.2382	2.1902
ยุทธศาสตร์ที่ 2 : กระจายรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจของภูมิภาคผ่านอุตสาหกรรมไมซ์				107.5479	0.1195	68.3177	36.9205	105.2382	2.1902
กลยุทธ์ที่ 2.1 : พัฒนาและยกระดับกิจกรรมไมซ์เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในภูมิภาค เมือง พื้นที่เศรษฐกิจ				105.2979	0.1195	67.4177	35.5705	102.9882	2.1902
หมวดงาน : สนับสนุนการจัดงาน				82.5551	0.0261	50.1539	30.2149	80.3688	2.1602
1) สนับสนุนส่งเสริมกิจกรรมไมซ์ร่วมกับหน่วยงานภาคี (Alliance Support)	งาน	7	7	9.4700	0.0026	2.7930	6.3444	9.1374	0.3300
2) ส่งเสริมและกระตุ้นกิจกรรมจัดประชุม สัมมนาและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในประเทศ (MIC Subsidy)	งาน	10	10	0.3000	0.0000	0.1000	0.1800	0.2800	0.0200
3) สนับสนุนผู้จัดงานไทยในการจัดงานอีเวนต์และเทศกาลนานาชาติ (Thailand Power Up)	งาน	16	17	21.9955	0.0000	7.8320	13.9757	21.8077	0.1878
4) สนับสนุนการตลาดเชิงรุกกับเครือข่ายพันธมิตรอุตสาหกรรมเมกะอีเวนต์และเทศกาลนานาชาติ	งาน	3	6	7.7500	0.0000	5.6250	2.1250	7.7500	0.0000
5) สนับสนุนการจัดงานแสดงสินค้าภายในประเทศ	งาน	10	10	11.8325	0.0000	7.8528	2.9047	10.7575	1.0750
6) สนับสนุนและส่งเสริมการประชุมวิชาการ	งาน	12	6	1.2300	0.0000	0.7850	0.2300	1.0150	0.2150
7) ประชุมเมืองไทยปลอดภัยกว่า	กลุ่ม	1,133	ผลงานเกิดเหลือปี	24.9771	0.0235	20.9113	3.7099	24.6212	0.3324
8) เตรียมความพร้อมการดำเนินการกิจกรรมนำร่องในกลุ่มประชาคมอาเซียนสู่พื้นที่เป้าหมาย	คู่ธุรกิจ	60	ผลงานเกิดเหลือปี	5.0000	0.0000	4.2548	0.7452	5.0000	0.0000
หมวดงาน : Familiarization Trip/Familiarization Trip with Partners				1.6000	0.0349	0.5268	1.0383	1.5651	0.0000
1) เส้นทางสายไมซ์ในเมืองรอง	งาน	1	1	1.6000	0.0349	0.5268	1.0383	1.5651	0.0000
หมวดงาน: การตลาดและประชาสัมพันธ์				19.1428	0.0000	16.6819	2.4609	19.1428	0.0000
1) ขับเคลื่อนเศรษฐกิจผ่านการจัดงาน Thailand International Health Expo 2021	กิจกรรม	1	1	19.1428	0.0000	16.6819	2.4609	19.1428	0.0000
หมวดงาน : พัฒนาองค์กรและประสิทธิภาพการดำเนินงาน				2.0000	0.0585	0.0550	1.8565	1.9115	0.0300
1) ศูนย์ประสานงานและอำนวยความสะดวกสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาค	จังหวัด / ร้อยละ	4/ 80	ผลงานเกิดเหลือปี	2.0000	0.0585	0.0550	1.8565	1.9115	0.0300

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลงาน	งบประมาณ	อยู่ระหว่าง จัดซื้อจัดจ้าง	ผูกพัน	เบิกจ่าย	รวมการใช้จ่าย	คงเหลือ
กลยุทธ์ที่ 2.2 : สร้างกิจกรรมใหม่เพื่อลดความเหลื่อมล้ำในภูมิภาค เมือง พื้นที่เศรษฐกิจ				2.2500	0.0000	0.9000	1.3500	2.2500	0.0000
หมวดงาน : เจ้าภาพการจัดงาน				2.2500	0.0000	0.9000	1.3500	2.2500	0.0000
1) New Norm S-Curve Domestic Conference	ครั้ง	1	1	2.2500		0.9000	1.3500	2.2500	0.0000
เป้าหมายหลักที่ 3 : พัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยนวัตกรรม				153.6019	3.6005	65.1964	72.5011	137.6975	12.3039
ยุทธศาสตร์ที่ 4 : เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์และยกระดับไมซ์ให้เป็นวาระแห่งชาติ				117.8106	3.2713	56.9174	51.1922	108.1095	6.4298
กลยุทธ์ที่ 4.1 : นำข้อมูลเชิงลึก เทคโนโลยีสารสนเทศ และนวัตกรรมมาสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์				59.9377	1.3060	33.9668	22.3325	56.2993	2.3324
หมวดงาน : พัฒนาศักยภาพ				18.9126	0.4561	14.4669	2.9841	17.4510	1.0055
1) มาตรฐานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์	แห่ง (TMVS) แห่ง (AMVS)	155 20	200 47	18.9126	0.4561	14.4669	2.9841	17.4510	1.0055
หมวดงาน : พัฒนานวัตกรรม				22.2274	0.8498	12.1379	8.2503	20.3881	0.9895
1) พัฒนานวัตกรรมและ Digital Service เพื่อสนับสนุนการจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์	ร้อยละ	99	ผลงานเกิดเหลือมปี	4.8918	0.7704	2.3567	1.3221	3.6788	0.4426
2) จัดทำรายงานเจาะลึกอุตสาหกรรมเป้าหมายเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยอุตสาหกรรมไมซ์ (Industry Focused Report)	อุตสาหกรรม / ร้อยละ	2 /80	7 /83	1.9650	0.0000	0.4913	1.4738	1.9650	0.0000
3) พัฒนาเสริมสร้างองค์ความรู้ผู้ประกอบการผ่าน MICE Intelligence Center	users	300,000	144,644	4.1706	0.0000	2.4474	1.7233	4.1706	0.0000
4) จัดทำรายงานระบบนิเวศนวัตกรรม (Innovation Ecosystem) ในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย (Flagship Report)	รูปแบบ /หน่วยงาน	3 / 50	3/225	1.8000	0.0644	0.0000	1.6806	1.6806	0.0550
5) สนับสนุนเทคโนโลยีเพื่อมาตรฐานการจัดงานไมซ์อย่างปลอดภัยไร้โควิด	ระบบ	2	2	6.4000	0.0150	3.8425	2.0506	5.8931	0.4919
6) สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม Virtual Event	งาน	5	6	3.0000	0.0000	3.0000	0.0000	3.0000	0.0000
หมวดงาน : สำรวจและจัดเก็บข้อมูล				18.7976	0.0000	7.3621	11.0981	18.4602	0.3374
1) สำรวจสถิติการจัดประชุม การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และการจัดงานแสดงสินค้า ในประเทศไทย ปี 2564	ฉบับ	6	4	7.4626	0.0000	3.3588	4.1038	7.4626	0.0000
2) ศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมไมซ์ต่อประเทศไทย (Economic Impact Study of Thailand's MICE Industry) ปี 2564	ฉบับ	3	2	6.0000	0.0000	2.2663	3.3963	5.6626	0.3374
3) ศึกษาผลกระทบทางสังคม (Social Impact) ของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย	ฉบับ	3	2	1.9400	0.0000	0.8730	1.0670	1.9400	0.0000
4) ศึกษาเพื่อจัดทำดัชนีอุตสาหกรรมไมซ์ไทย (Thailand MICE Index)	ฉบับ	4	2	1.9200	0.0000	0.8640	1.0560	1.9200	0.0000
5) สำรวจความพึงพอใจต่อการให้บริการของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ประจำปีงบประมาณ 2564	ฉบับ	3	3	1.4750	0.0000	0.0000	1.4750	1.4750	0.0000
เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลงาน	งบประมาณ	อยู่ระหว่าง จัดซื้อจัดจ้าง	ผูกพัน	เบิกจ่าย	รวมการใช้จ่าย	คงเหลือ
กลยุทธ์ที่ 4.2 : ยกระดับอุตสาหกรรมไมซ์โดยพัฒนาบุคลากรและมาตรฐานผู้ประกอบการ				45.3104	0.5517	20.5834	23.0895	43.6729	1.0858
หมวดงาน : พัฒนาศักยภาพ				45.3104	0.5517	20.5834	23.0895	43.6729	1.0858

1) พัฒนามาตรฐานบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์	Competency Standards	20	ผลงานเกิดเหลือปี	4.1700	0.1952	2.0792	1.8739	3.9530	0.0218
2) ยกระดับมาตรฐานบุคลากรไมซ์ระดับชาติ	หน่วยงาน	3	3	5.5163	0.0673	3.3321	1.7053	5.0373	0.4117
3) ยกระดับศักยภาพบุคลากรด้านไมซ์ระดับนานาชาติ	คน/ลำดับที่	100/5	146/3	7.1000	0.0332	0.6224	5.9825	6.6049	0.4619
4) หลักสูตรพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการศึกษา	คน	600	2,609	4.8308	0.0000	2.4154	2.4154	4.8308	0.0000
5) พัฒนาหลักสูตรการบริหารสถานที่จัดงาน (Venue Management 101)	หลักสูตร / หน่วยงาน	1 / 60 □	1/168	0.7837	0.0000	0.5355	0.2482	0.7837	0.0000
6) ประชาสัมพันธ์ประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน	กิจกรรม	2	2	2.0000	0.0000	0.0000	1.9959	1.9959	0.0041
7) รับรองมาตรฐานการบริหารการจัดการจัดงานอย่างยั่งยืนประเทศไทย (Thailand Sustainable Event Management Standard: TSEMS)	องค์กร	15	15	1.6200	0.0180	0.9660	0.6360	1.6020	0.0000
8) พัฒนาผู้ประกอบการไมซ์ด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน	คน	220	448	5.2800	0.1445	3.5458	1.4197	4.9655	0.1700
9) พัฒนาศักยภาพเครือข่ายภาคการศึกษาไมซ์ในภูมิภาค (MICE Academic Cluster)	คน	1,000	2,829	2.0000	0.0000	0.4000	1.5950	1.9950	0.0050
10) เครือข่ายเยาวชนไมซ์สู่การเป็นผู้ประกอบการไมซ์รุ่นใหม่ (MICE Student Chapter & MICE Start Up)	คน	200	1,007	1.0000	0.0000	0.0000	1.0000	1.0000	0.0000
11) พัฒนามาตรฐานงานแสดงสินค้านานาชาติของประเทศไทย(Exhibition Audit)	งาน	40	ผลงานเกิดเหลือปี	4.7822	0.0000	4.7705	0.0039	4.7744	0.0078
12) สนับสนุนเพื่อส่งเสริมองค์ความรู้ด้านสุขอนามัยและนวัตกรรมจัดงานเสมือนจริง (Hygiene & Hybrid) แก่สถานที่จัดงานที่ได้มาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย (TMVS)	แห่ง	100	ผลงานเกิดเหลือปี	4.9869	0.0855	1.4396	3.4597	4.8993	0.0022
13) Upskills ผู้ประกอบการด้านดิจิทัล ผ่านหลักสูตร Digital Event Strategist (DES)	ราย	20	20	0.7604	0.0050	0.0000	0.7541	0.7541	0.0014
14) ขึ้นทะเบียนเป็นองค์กรรับรองสมรรถนะของบุคลากรตามมาตรฐานอาชีพและคุณวุฒิวิชาชีพ	แห่ง	1	1	0.4800	0.0030	0.4770	0.0000	0.4770	0.0000
กลยุทธ์ที่ 4.3 : ผลักดันและยกระดับไมซ์ให้เป็นวาระแห่งชาติให้ครอบคลุมทุกมิติทั้งเชิงนโยบาย มาตรการ และอำนวยความสะดวก				7.0040	1.1945	1.6075	3.2229	4.8304	0.9791
หมวดงาน: พัฒนาศักยภาพ				0.5000	0.0000	0.0000	0.4996	0.4996	0.0004
1) สนับสนุนการถ่ายทอดวิถีทัศน์การปฏิบัติงานผู้ติดตามด้านการแพทย์และสาธารณสุข	ครั้ง	1	1	0.5000	0.0000	0.0000	0.4996	0.4996	0.0004
หมวดงาน: แก้ไขปัญหาอุปสรรคและอำนวยความสะดวก				6.5040	1.1945	1.6075	2.7233	4.3309	0.9786
1) One-Stop Service Center for MICE ตามยุทธศาสตร์การปฏิรูปของรัฐบาล	ระบบ /หน่วยงาน	1/5	ผลงานเกิดเหลือปี	2.5000	0.0000	0.6939	1.6139	2.3078	0.1922
2) การบริการอำนวยความสะดวกในการเข้าเมืองของนักเดินทางกลุ่มไมซ์ (MICE Lane)	เดือน			4.0040	1.1945	0.9136	1.1094	2.0231	0.7864

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลงาน	งบประมาณ	อยู่ระหว่าง จัดซื้อจัดจ้าง	ผูกพัน	เบิกจ่าย	รวมการใช้จ่าย	คงเหลือ
กลยุทธ์ที่ 4.4 : ร่วมมือกับพันธมิตรทั้งในและต่างประเทศเพื่อผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ไทยเป็นแกนกลางของอาเซียน				5.5585	0.2191	0.7596	2.5472	3.3068	2.0325
หมวดงาน : แก้ไขปัญหาอุปสรรคและอำนวยความสะดวก				5.2585	0.2191	0.7596	2.3406	3.1002	1.9392
1) บูรณาการหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ ภายใต้คณะอนุกรรมการประสานงานภาครัฐฯ	ครั้ง	5	5	1.3000	0.0000	0.0000	0.1420	0.1420	1.1580
2) ความร่วมมือและเสริมสร้างพันธมิตรเครือข่ายระหว่างภาครัฐและเอกชน ทั้งในประเทศและต่างประเทศ	ครั้ง /หน่วยงาน	2/ 5	2/ 5	1.4765	0.0000	0.0000	0.9881	0.9881	0.4884
3) เผยแพร่องค์ความรู้ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและการสร้างเครือข่ายหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ตามนโยบายรัฐบาล	ครั้ง	4	4	2.4820	0.2191	0.7596	1.2105	1.9701	0.2928
หมวดงาน: พัฒนานวัตกรรม				0.3000	0.0000	0.0000	0.2067	0.2067	0.0933
1) การพัฒนาเครือข่ายพันธมิตร และเผยแพร่องค์ความรู้ในอุตสาหกรรมไมซ์	หน่วยงาน	3	3	0.3000	0.0000	0.0000	0.2067	0.2067	0.0933
ยุทธศาสตร์ที่ 5 : พัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานภายในขององค์กร				35.7914	0.3293	8.2790	21.3090	29.5880	5.8741
กลยุทธ์ที่ 5.1 : ยกระดับศักยภาพบุคลากรของ สสพ. ให้มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร				21.3111	0.1579	4.2766	13.1800	17.4566	3.6966
หมวดงาน: สำรวจและจัดเก็บข้อมูล				0.3850	0.0000	0.1925	0.1925	0.3850	0.0000
1) จัดทำรายงานสำคัญขององค์กรเพื่อนำเสนอต่อรองนายกรัฐมนตรีที่กำกับดูแล (DPM Report)	รายงาน	2	1	0.3850	0.0000	0.1925	0.1925	0.3850	0.0000
หมวดงาน : พัฒนางค์กรและเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน				16.5461	0.1160	2.7013	10.3641	13.0653	3.3648
1) พัฒนาระบบสารสนเทศด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล	ร้อยละ	100	100	0.4200	0.0000	0.2940	0.1260	0.4200	0.0000
2) จัดการข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ เพื่อใช้สำหรับการประเมินผลการปฏิบัติงานของ ผอ. สสพ.	ฉบับ	2	1	0.2000	0.0500	0.0750	0.0750	0.1500	0.0000
3) พัฒนาประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างส่วนกลาง	ร้อยละ	100	100	2.0000	0.0000	0.0000	1.6680	1.6680	0.3320
4) การเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กร	ครั้ง	4	4	0.9812	0.0000	0.0999	0.5813	0.6812	0.3000
5) ประชุมคณะกรรมการ และอนุกรรมการ ประจำปี 2564	ร้อยละ	80	100	5.6113	0.0000	0.1093	4.4593	4.5686	1.0427
6) สนับสนุนการกำกับดูแลกิจการองค์กรมหาชนของคณะกรรมการ คณะอนุกรรมการ และผู้บริหาร สสพ.	ครั้ง	4	4	1.0430	0.0000	0.5769	0.3845	0.9614	0.0816
7) นำผู้บริหารสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักธุรกิจอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศและต่างประเทศ	งาน	7	5	3.8657	0.0250	1.1045	1.2477	2.3522	1.4884
8) สนับสนุนและพัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านกฎหมายและธรรมาภิบาล	เดือน	12	12	2.4250	0.0410	0.4417	1.8223	2.2640	0.1200
หมวดงาน : พัฒนาศักยภาพบุคลากร				4.3800	0.0419	1.3828	2.6234	4.0062	0.3319
1) เสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพบุคลากร	ร้อยละ	80	100	3.9800	0.0169	1.0078	2.6234	3.6312	0.3319
2) สร้างระดับความผูกพันของพนักงาน สสพ.	ฉบับ	1	1	0.4000	0.0250	0.3750	0.0000	0.3750	0.0000

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลงาน	งบประมาณ	อยู่ระหว่าง จัดซื้อจัดจ้าง	ผูกพัน	เบิกจ่าย	รวมการใช้จ่าย	คงเหลือ
กลยุทธ์ที่ 5.2 : ใช้นวัตกรรม การจัดการความรู้ และการบูรณาการร่วมกันภายใน สสพ. เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานตามหลักธรรมาภิบาล				14.4803	0.1714	4.0024	8.1289	12.1314	2.1775
หมวดงาน : พัฒนองค์กรและเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน				14.4803	0.1714	4.0024	8.1289	12.1314	2.1775
1) ปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพระบบสารสนเทศของสำนักงาน	ระบบ	3	1	2.9901	0.1214	1.4686	1.3936	2.8622	0.0065
2) ปรับปรุงกระบวนการและระบบบัญชีและการเงินอย่างต่อเนื่อง	รายงาน	1	1	1.3515	0.0000	0.5933	0.7548	1.3480	0.0035
3) ปรับปรุงระบบสำนักงานอิเล็กทรอนิกส์	ระบบ	1	1	2.2740	0.0000	0.3451	0.7893	1.1344	1.1395
4) พัฒนาศักยภาพองค์การสู่การเป็นระบบราชการ 4.0 ตามเกณฑ์การประเมินสถานะของหน่วยงานภาครัฐในการเป็นระบบราชการ 4.0 (PMQA 4.0)	แผนงาน	2	2	1.4900	0.0000	1.2665	0.2235	1.4900	0.0000
5) การพัฒนาประสิทธิภาพด้านยุทธศาสตร์และกลยุทธ์องค์กร	แผนงาน	1	1	1.3593	0.0000	0.0000	1.2215	1.2215	0.1378
6) การบริหารความเสี่ยงและการควบคุมภายใน	แผนงาน	1	1	0.6623	0.0000	0.2684	0.1789	0.4473	0.2150
7) เพิ่มประสิทธิภาพการจัดทำแผนงานและงบประมาณ	แผนงาน	2	2	1.4971	0.0000	0.0417	1.4555	1.4971	0.0000
8) เพิ่มประสิทธิภาพด้านการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานของ สสพ. ประจำปี 2564	ระบบ	1	1	1.4561	0.0000	0.0190	0.7991	0.8181	0.6380
9) เสริมสร้างคุณธรรม จริยธรรม และความเข้มแข็งของกลไกต่อต้านการทุจริต ประจำปี 2564	ร้อยละ	90	ร้อยละ 100	1.4000	0.0500	0.0000	1.3128	1.3128	0.0372
งานเร่งด่วนจำเป็นตามพันธกิจ				10.0751	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	10.0751

แผนงานบูรณาการท่องเที่ยว : 79.6151 ล้านบาท

หน่วย : ล้านบาท

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลงาน	งบประมาณ	อยู่ระหว่าง จัดซื้อจัดจ้าง	ผูกพัน	เบิกจ่าย	รวมการใช้จ่าย	คงเหลือ
รวมแผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว				79.6151	0.5694	58.5073	10.0858	68.5931	10.4526
เป้าหมายหลักที่ 2 : การกระจายรายได้และความเจริญ				79.6151	0.5694	58.5073	10.0858	68.5931	10.4526
ยุทธศาสตร์ที่ 2 : กระจายรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจของภูมิภาคผ่านอุตสาหกรรมไมซ์				79.6151	0.5694	58.5073	10.0858	68.5931	10.4526
หมวดงาน : แผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว				79.6151	0.5694	58.5073	10.0858	68.5931	10.4526
1) โครงการบูรณาการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ	ร้อยละ อันดับ ICCA	5 1 ใน 23	-74.55 อันดับ ICCA ไม่มีการวัด ในปี 2564	75.0713	0.4640	55.6769	8.9482	64.6251	9.9821
2) โครงการพัฒนาสินค้าและบริการของอุตสาหกรรมเรือสำราญและอาหารพื้นถิ่นผ่านงานไมซ์	งาน/ เส้นทาง /ร้อยละ	1/2/1980	ผลงานเกิดเหลือมปี	4.5438	0.1054	2.8304	1.1376	3.9679	0.4705

แผนงานบูรณาการพื้นที่ระดับภาค : 7.5000 ล้านบาท

หน่วย : ล้านบาท

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลงาน	งบประมาณ	อยู่ระหว่าง จัดซื้อจัดจ้าง	ผูกพัน	เบิกจ่าย	รวมการใช้จ่าย	คงเหลือ
รวมแผนงานบูรณาการพื้นที่ระดับภาค				7.5000	4.8630	1.6886	0.7272	2.4158	0.2212
เป้าหมายหลักที่ 2 : การกระจายรายได้และความเจริญ				7.5000	4.8630	1.6886	0.7272	2.4158	0.2212
ยุทธศาสตร์ที่ 2 : กระจายรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจของภูมิภาคผ่านอุตสาหกรรมไมซ์				7.5000	4.8630	1.6886	0.7272	2.4158	0.2212
กลยุทธ์ที่ 2.2 : สร้างกิจกรรมไมซ์เพื่อลดความเหลื่อมล้ำในภูมิภาค เมือง พื้นที่เศรษฐกิจ				7.5000	4.8630	1.6886	0.7272	2.4158	0.2212
หมวดงาน : แผนงานบูรณาการพัฒนาพื้นที่ระดับภาค				7.5000	4.8630	1.6886	0.7272	2.4158	0.2212
1) พัฒนาต่อยอดอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และสินค้าชุมชน: World Tea and Coffee Expo	คู่ (เจรจาธุรกิจ) ร้อยละ (รายได้เพิ่มขึ้น)	25 5	ผลงานเกิดเหลือมปี ผลงานเกิดเหลือมปี	7.5000	4.8630	1.6886	0.7272	2.4158	0.2212

แผนงานบูรณาการเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก : 24.0780 ล้านบาท

หน่วย : ล้านบาท

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลงาน	งบประมาณ	อยู่ระหว่าง จัดซื้อจัดจ้าง	ผูกพัน	เบิกจ่าย	รวมการใช้จ่าย	คงเหลือ
รวมแผนงานบูรณาการเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก				24.0780	0.1120	14.7463	3.3521	18.0985	5.8675
เป้าหมายหลักที่ 2 : การกระจายรายได้และความเจริญ				24.0780	0.1120	14.7463	3.3521	18.0985	5.8675
ยุทธศาสตร์ที่ 2 : กระจายรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจของภูมิภาคผ่านอุตสาหกรรมใหม่				24.0780	0.1120	14.7463	3.3521	18.0985	5.8675
กลยุทธ์ที่ 2.2 : สร้างกิจกรรมใหม่เพื่อลดความเหลื่อมล้ำในภูมิภาค เมือง พื้นที่เศรษฐกิจ				24.0780	0.1120	14.7463	3.3521	18.0985	5.8675
หมวดงาน : แผนงานบูรณาการเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC)				24.0780	0.1120	14.7463	3.3521	18.0985	5.8675
1) โครงการบูรณาการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ EEC	Lead งาน / บริษัท	4 / 2,000	10 / 5,902	24.0780	0.1120	14.7463	3.3521	18.0985	5.8675

ปัญหา/อุปสรรค และข้อเสนอแนะจากการดำเนินงาน และการใช้จ่ายงบประมาณ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564

ปัญหา/อุปสรรคด้านการดำเนินงาน

- เนื่องจากสำนักงานงบประมาณมีการจัดสรรงบประมาณช่วงแรกตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขการใช้งบประมาณ รายจ่ายประจำปีงบประมาณ 2563 ไปพลางก่อน และเมื่อพระราชบัญญัติงบประมาณ 2564 ประกาศใช้ก็ ยังคงมีการจัดสรรงบประมาณเป็นรายงวด ทำให้โครงการ/กิจกรรมต่างๆ ไม่สามารถดำเนินการจัดจ้างหรือ เบิกจ่ายตามแผนที่กำหนด
- การระบาดของไวรัสโคโรนา (COVID 19) ที่ทวีความรุนแรงอย่างต่อเนื่อง รัฐบาลได้ประกาศใช้มาตรการ ต่าง ๆ เพื่อควบคุมป้องกันโรคระบาด ทำให้โครงการ/กิจกรรมที่เกี่ยวข้องมีการเลื่อนหรือยกเลิกการจัดงาน ทั้งนี้ จากการระบาดของโควิด-19 ในภาพรวมของปี 2564 ส่งผลกระทบต่อการจัดงานไม่ชัดเจน โดยตั้งแต่ ไตรมาสที่ 2 ของปีงบประมาณ 2564 จะเห็นว่าจำนวนผู้เข้าร่วมงานลดลงจาก 3.05 ล้านคน ใน ไตรมาสที่ 1 เป็น 0.42 ล้านคน และลดลงเหลือ 0.04 ล้านคน ในไตรมาสที่ 3 ของปีงบประมาณ 2564 และต่อมาในช่วง ไตรมาสที่ 4 ของปีงบประมาณ 2564 เมื่อสถานการณ์ระบาดภายในประเทศมีความรุนแรง มากขึ้น ส่งผลให้ ศูนย์บริหารสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือ ศบค. ได้ออกประกาศมาตรการ ควบคุมการระบาดของโควิด-19 อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการประกาศให้กรุงเทพฯ และปริมณฑลซึ่งเป็นพื้นที่ จัดงานสำคัญของประเทศ เป็นพื้นที่ควบคุมสูงสุดและเข้มงวด ซึ่งจากสถานการณ์ข้างต้น ส่งผลต่อ เป้าหมายการดำเนินงานในปี 2564 โดยเฉพาะจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์จากต่างประเทศ ที่ตั้งเป้าหมาย 493,400 คน แต่ผลงานมีเพียง 281 คน และรายได้จากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์จากต่างประเทศ ที่ตั้งเป้าหมาย 30,800 ล้านบาท โดยมีผลงานเพียง 14 ล้านบาท ในขณะที่จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์จากใน ประเทศ สสพ. ตั้งเป้าหมาย 9,911,000 คน ครั้ง แต่มีผลงาน 3,563,466 คน ครั้ง และรายได้จากการใช้จ่าย ของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์จากในประเทศ มีเป้าหมาย 33,200 ล้านบาท โดยมีผลงาน 7,648 ล้านบาท
- ปัญหาการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (COVID 19) ส่งผลทำให้ สสพ. ต้องมีการปรับแผนปฏิบัติงานและ งบประมาณระหว่างปีจำนวน 3 ครั้ง เพื่อบรรเทาปัญหาและเยียวยาผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์ และ ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการของ สสพ. ในการประชุมครั้งที่ 1/2564 วันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2564 การประชุม คณะกรรมการฯ วาระพิเศษ วันที่ 16 เมษายน 2564 และการประชุมครั้งที่ 7/2564 วันที่ 27 สิงหาคม 2564

ปัญหา/อุปสรรคด้านการใช้จ่ายงบประมาณ

- ความล่าช้าของเงินงบประมาณ เนื่องจากสำนักงบประมาณให้มีการจัดสรรงบประมาณช่วงแรกตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขการใช้งบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ 2563 ไปพลางก่อน และเมื่อพระราชบัญญัติงบประมาณ 2564 ประกาศใช้ จึงสามารถที่จะเบิกเงินใช้จ่ายตามปีงบประมาณได้
- ปัญหาการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (COVID 19) ส่งผลทำให้ สสพ. ต้องมีการปรับแผนปฏิบัติงานและงบประมาณระหว่างปีจำนวน 3 ครั้ง เพื่อบรรเทาปัญหาและเยียวยาผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์ และได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการของ สสพ. ในการประชุมครั้งที่ 1/2564 วันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2564 การประชุมคณะกรรมการฯ วาระพิเศษ วันที่ 16 เมษายน 2564 และการประชุมครั้งที่ 7/2564 วันที่ 27 สิงหาคม 2564
- เนื่องจากปัญหาการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (COVID 19) ทำให้การดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างไม่สามารถดำเนินการได้อย่างปกติ ทำให้เกิดความล่าช้าในการใช้จ่ายงบประมาณไปในบางโครงการ

ข้อเสนอแนะด้านการดำเนินงาน และด้านการใช้จ่ายงบประมาณ

- คณะกรรมการ สสพ. ได้ให้มีข้อเสนอแนะต่อการดำเนินงานที่สำคัญแก่ สสพ. ในการดำเนินงาน ได้แก่ ต้องมีการมุ่งเน้นการสื่อสารเพื่อรักษารฐานลูกค้าไมซ์ทั้งตลาดต่างประเทศและในประเทศ เช่น มีการตอบรับการสนับสนุนการจัดงาน แต่ให้เลื่อนการจัดงานออกไปจัดในปี 2565 หรือเมื่อสถานการณ์คลี่คลาย หรือมีความพร้อม นอกจากนี้ สสพ. ควรให้การสนับสนุนอื่นๆ เช่น ด้านนวัตกรรมจัดงานจากรูปแบบปกติ เป็นแบบผสมผสาน (Hybrid Meeting) อาทิ นวัตกรรม Hybrid & Virtual Solution สำหรับกลุ่มงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนวัตกรรม Livestreaming สำหรับกลุ่ม convention นวัตกรรม Crowd Management เทคโนโลยีจัดการฝูงชนส่งเสริมการจัดงานที่ปลอดภัยให้กับผู้จัดงานในกลุ่มงานแสดงสินค้า และเทศกาลนานาชาติ และการสนับสนุนองค์ความรู้และเครื่องมือการจัดงานไมซ์อย่างยั่งยืน และการเยียวยา ช่วยเหลือผู้ประกอบการทั้งการเข้าร่วมอบรมองค์ความรู้เพื่อ Re-skill, Up-skill และ New skill และค่าธรรมเนียมการเข้าร่วมงานต่าง ๆ เป็นต้น
- ส่วนของการจัดสรรงบประมาณนั้น สสพ. ต้องมีการจัดสรรงบประมาณให้สอดคล้องกับการดำเนินงานในแผนงานที่กำหนด อีกทั้งต้องมีการเร่งรัดการเบิกจ่ายเงินงบประมาณให้ได้ครบถ้วนตามแผนงานที่กำหนด ให้สำเร็จให้ได้ภายในปีงบประมาณ