

แผนปฏิบัติการ ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570)

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

(รายงานฉบับสมบูรณ์)



สารบัญ

บทที่ 1 การกิจการดำเนินงานของ สสปน.	4
บทที่ 2 ความสอดคล้องกับแผน 3 ระดับ ตามนโยบายของมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 4 ธันวาคม 2560	6
2.1 ยุทธศาสตร์ชาติ (แผนระดับที่ 1)	7
2.2 แผนระดับที่ 2 (เฉพาะที่เกี่ยวข้อง)	10
2.3 แผนระดับที่ 3 ที่เกี่ยวข้อง	17
บทที่ 3 การประเมินผลภาพรวมความสำเร็จของการดำเนินการตามแผนปฏิบัติราชการ ระยะ 3 ปี และ แผนงานในการกิจหลักระยะ 20 ปี ของ สสปน.	25
3.1 การประเมินผลภาพรวมความสำเร็จของการดำเนินการตามแผนปฏิบัติราชการระยะ 3 ปี (พ.ศ. 2563 – 2565)	26
3.2 การประเมินผลภาพรวมความสำเร็จของการดำเนินการตามแผนงานในการกิจหลัก ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579)	32
3.3 บทสรุปการประเมินผลภาพรวมความสำเร็จของการดำเนินการตามแผนปฏิบัติราชการ ระยะ 3 ปี และ แผนงานในการกิจหลักระยะ 20 ปี ของ สสปน.	36
บทที่ 4 สถานการณ์และแนวโน้มอุตสาหกรรมไมซ์	38
4.1 ประเทศติดอันดับโลกในฐานะเมืองที่นักท่องเที่ยวอยากมาประชุม	42
4.2 จุดแข็งของประเทศคู่แข่ง	43
4.3 สรุปแนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวอุตสาหกรรมไมซ์	53
4.4 สรุปผลกระทบต่ออุตสาหกรรมไมซ์	54
บทที่ 5 การวิเคราะห์บริบทเชิงยุทธศาสตร์	55
5.1 การวิเคราะห์ยุทธศาสตร์และนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน	55
5.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายในองค์กร	61
5.3 ทิศทางในปัจจุบันและอนาคตของ สสปน.	63

5.4 การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกองค์กรที่เกี่ยวข้องกับ สสปน.	68
5.5 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค (SWOT ANALYSIS)	69
5.6 การวิเคราะห์ SOAR	71
 บทที่ 6 สารสำคัญของแผนปฏิบัติการ ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570)	 73
6.1 วิสัยทัศน์ ของ สสปน.	73
6.2 พันธกิจของ สสปน.	75
6.3 ค่านิยมของ สสปน.	78
6.4 ยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของ สสปน.	79
6.5 การจัดทำแผนที่ยุทธศาสตร์ STRATEGY MAP และ BALANCED SCORECARD (BSC)	97
6.6 เป้าหมายการดำเนินงานระยะสั้น (ปี พ.ศ. 2566)	101
6.7 เป้าหมายการดำเนินงานระยะกลาง (ปี พ.ศ. 2567 -2568)	102
6.8 เป้าหมายการดำเนินงานระยะยาว (ปี พ.ศ. 2569 -2570)	103
6.9 ตัวชี้วัดระดับยุทธศาสตร์ และเป้าหมาย	110
6.10 ตัวชี้วัดระดับยุทธศาสตร์และค่าเป้าหมายตามแผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570)	113
6.11 ประมาณการวงเงินงบประมาณ (พ.ศ. 2566 – 2570)	120
6.12 แผนบริหารความเสี่ยงของ สสปน.	121
6.13 การนำแผนไปสู่การปฏิบัติและการติดตามประเมินผล	136

บทที่ 1 ภารกิจงานดำเนินงานของ สสปน.

ตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ฉบับที่ 3 พ.ศ. 2562 ซึ่งประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 31 พฤษภาคม 2562 และมีผลบังคับใช้วันที่ 1 มิถุนายน 2562 มาตรา 7 ได้กำหนดให้สำนักงาน มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. ส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาการจัดประชุมและนิทรรศการของประเทศให้มี มาตรฐานสากล
2. เป็นศูนย์กลางข้อมูลสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับการจัดประชุมและนิทรรศการในประเทศ เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ และให้บริการข้อมูลดังกล่าว รวมทั้งให้คำปรึกษาและคำแนะนำเกี่ยวกับ การจัดประชุมและนิทรรศการในประเทศ
3. ให้ความรู้ จัดการสัมมนา ฝึกอบรม และพัฒนาศักยภาพเกี่ยวกับการจัดประชุมและ นิทรรศการแก่ผู้ ดำเนินธุรกิจ เจ้าหน้าที่หรือบุคลากรภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อให้เกิดความชำนาญ และมีทักษะ เทียบเท่ามาตรฐานสากล และเพื่อให้เข้าใจการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ และแนวคิดด้านเศรษฐกิจสังคมและการพัฒนาที่ยั่งยืน
4. เป็นตัวแทนของประเทศในการจัดทำข้อเสนอต่อหน่วยงานต่างประเทศหรือระหว่างประเทศ เพื่อ ขอรับเป็นเจ้าภาพในการจัดประชุมและนิทรรศการในประเทศ
5. ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีและสร้างโอกาสให้กับประเทศ รวมทั้งเป็นศูนย์ประสานงานกับ หน่วยงานอื่น เพื่ออำนวยความสะดวกในเรื่องที่เกี่ยวกับการจัดประชุมและนิทรรศการในประเทศ

การดำเนินการตามวัตถุประสงค์ดังกล่าวจะต้องมุ่งพัฒนาและเพิ่มศักยภาพของประเทศเพื่อเป็นศูนย์กลาง ระหว่างประเทศในการจัดประชุมและนิทรรศการ โดยอำนาจและหน้าที่ของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและ นิทรรศการ (องค์การมหาชน) เป็นไปตามมาตรา 8 เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่กำหนดไว้ในมาตรา 7 โดยมี อำนาจ ดังต่อไปนี้

1. กำหนดนโยบายและมาตรการในการส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการของประเทศ ทั้งในระดับ ภายในประเทศและในระดับนานาชาติ
2. จัดให้มีการวิจัยและส่งเสริมการวิจัยเพื่อสนับสนุนการจัดประชุมและนิทรรศการในประเทศ
3. กำหนดมาตรฐานและรับรองคุณภาพของผู้ประกอบธุรกิจที่เกี่ยวกับการจัดประชุมและ นิทรรศการใน ประเทศ

4. สนับสนุนและพัฒนาโครงการที่จำเป็นต่อการจัดประชุมและนิทรรศการของประเทศภายใต้การสนับสนุนจากรัฐบาล
5. ให้การสนับสนุนแก่หน่วยงานต่างๆ ในการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดประชุมและ นิทรรศการในประเทศ
6. ถูกรรณสิทธิ มีสิทธิครอบครอง และมีทรัพย์สินต่างๆ
7. ก่อตั้งสิทธิหรือทำนิติกรรมทุกประเภทเพื่อประโยชน์ในการดำเนินการของสำนักงาน
8. ทำความตกลงและร่วมมือกับหน่วยงานในประเทศ ต่างประเทศ หรือระหว่างประเทศ ในกิจการที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการตามวัตถุประสงค์ของสำนักงาน
9. เรียกเก็บค่าธรรมเนียม ค่าบำรุง ค่าตอบแทน หรือค่าบริการในการดำเนินการต่างๆ ตามวัตถุประสงค์ของสำนักงาน ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์และอัตราที่คณะกรรมการกำหนด
10. ดำเนินการอื่นใดที่จำเป็นหรือต่อเนื่องเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของสำนักงาน
11. ปฏิบัติงานหรือดำเนินการอื่นใดตามที่คณะรัฐมนตรีหรือคณะกรรมการมอบหมาย

บทที่ 2 ความสอดคล้องกับแผน 3 ระดับ ตามนโยบายของมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 4 ธันวาคม 2560

การจัดทำแผนปฏิบัติการของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. ดำเนินการโดยคำนึงถึงนโยบายและแผนระดับต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการกิจและการดำเนินงานของ สสปน. โดยในการพัฒนาประเทศในปัจจุบัน รัฐบาลกำหนดให้มีแผน 3 ระดับ เพื่อใช้เป็นกรอบแนวทางการดำเนินงาน อย่างเป็นเอกภาพของส่วนราชการและภาคส่วนต่าง ๆ ประกอบด้วย (1) แผนระดับที่ 1 ยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (2) แผนระดับที่ 2 แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนการปฏิรูปประเทศ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 – 2570) และนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยความมั่นคง และ (3) แผนอื่นๆ อาทิ แผนปฏิบัติการเฉพาะด้าน และแผนปฏิบัติราชการ (ราย 5 ปี และรายปี) ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การดำเนินงานของ สสปน. มีความสอดคล้องและสามารถสนับสนุนการดำเนินงานของนโยบาย และแผนดังกล่าวอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

แผนภาพที่ 2-1: ความเชื่อมโยงของแผน 3 ระดับในการพัฒนาประเทศ



ที่มา: สศช.

แผนยุทธศาสตร์ของ สสปน. มีสถานะเป็นแผนระดับที่ 3 ตามกรอบการพัฒนาประเทศข้างต้น มีหลักการที่สอดคล้องกับแผนระดับที่ 1 และแผนระดับที่ 2 ซึ่งเป็นภาพรวมการพัฒนาในระยะยาวและระยะกลาง และมีความเชื่อมโยงกับแผนระดับที่ 3 ที่เป็นประเด็นการพัฒนาเฉพาะด้าน โดยสามารถวิเคราะห์ความเชื่อมโยงได้ดังนี้

2.1 ยุทธศาสตร์ชาติ (แผนระดับที่ 1)

ยุทธศาสตร์ชาติจะใช้เป็นกรอบแนวทางการพัฒนาในระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580) ประกอบด้วย 6 ยุทธศาสตร์ ได้แก่

- (1) ยุทธศาสตร์ด้านความมั่นคง
- (2) ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน
- (3) ยุทธศาสตร์การพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์
- (4) ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม
- (5) ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
- (6) ยุทธศาสตร์ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ

โดยมีส่วนที่เกี่ยวข้องกับ สสพ. ดังนี้

1) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน

(1) เป้าหมาย

(1.1) ประเทศไทยเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว เศรษฐกิจเติบโตอย่างมีเสถียรภาพและยั่งยืน

(1.2) ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น

(2) ประเด็นยุทธศาสตร์ การสร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว ในประเด็นย่อยการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ

(3) **การบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ** แผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 -2570) ของ สสพ. มีความเชื่อมโยงโดยตรงกับยุทธศาสตร์ชาติ ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ทั้งในเป้าหมายที่มุ่งให้ประเทศไทยเป็นประเทศพัฒนาแล้ว มีเศรษฐกิจที่เติบโตอย่างมีเสถียรภาพและยั่งยืน และให้ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น โดยแผนปฏิบัติการฯ ของ สสพ. มีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับประเด็นการสร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว ในประเด็นย่อยการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ ที่มุ่งสร้างแรงดึงดูดและสิ่งจูงใจให้ไทยเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ ด้วยการส่งเสริมการเป็นศูนย์กลางการจัดประชุมและนิทรรศการนานาชาติของโลก ซึ่งประเทศไทยสามารถใช้ความได้เปรียบเชิงภูมิศาสตร์ที่ตั้งและการบริการที่เป็นเอกลักษณ์ในการจูงใจให้เกิดการเดินทางเข้าประเทศเพื่อประกอบธุรกิจ ประชุม สัมมนา หรือท่องเที่ยวได้ รวมทั้งจะต้องมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน สาธารณูปโภค สาธารณูปการ ระบบขนส่ง ระบบดิจิทัลเพื่อการติดต่อสื่อสาร เพื่ออำนวยความสะดวกทั้งในการเดินทางเข้ามาเพื่อการประชุมและการสร้างความร่วมมือทางธุรกิจ พร้อมทั้งส่งเสริมการขยายพื้นที่จุดหมายปลายทางของการจัดประชุมและนิทรรศการ และการพักผ่อนระหว่างประชุมจากเมืองหลักสู่เมืองอื่นที่มีศักยภาพของไทย รวมถึงสร้าง

พื้นที่หรือช่องทางการจัดแสดงผลงานรูปแบบต่าง ๆ ทั้งการจัดแสดงผลงานจริงและในรูปแบบเสมือนจริง (Physical and Virtual Exhibition) ส่งเสริมให้การพักผ่อนระหว่างการประชุมเป็นการจูงใจและต่อยอด ตลอดจนส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรมที่เน้นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน ทั้งนี้ แผนปฏิบัติการฯ ของ สสปน. มุ่งเน้นการเป็นพันธมิตรเพื่อความสำเร็จทางธุรกิจ ส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์และธุรกิจเชื่อมโยงให้เกิดการยกระดับอุตสาหกรรมและบริการที่เกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่คุณค่า ซึ่งจะส่งเสริมการบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติได้

2) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม

(1) เป้าหมาย

- (1.1) สร้างความเป็นธรรม และลดความเหลื่อมล้ำในทุกมิติ
- (1.2) กระจายศูนย์กลางความเจริญทางเศรษฐกิจและสังคม เพิ่มโอกาสให้ทุกภาคส่วนเข้ามาเป็นกำลังของการพัฒนาประเทศในทุกระดับ

(2) ประเด็นยุทธศาสตร์

- (2.1) การลดความเหลื่อมล้ำ สร้างความเป็นธรรมในทุกมิติ ในประเด็นย่อยการปรับโครงสร้างเศรษฐกิจฐานราก และ ลงทุนทางสังคมแบบมุ่งเป้าเพื่อช่วยเหลือกลุ่มคนยากจนและกลุ่มผู้ด้อยโอกาสโดยตรง
- (2.2) การกระจายศูนย์กลางความเจริญทางเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยีไปประเด็นย่อย การพัฒนาศูนย์กลางความเจริญทางเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยีในภูมิภาค และการสนับสนุนการพัฒนาพื้นที่บนฐานข้อมูลความรู้ เทคโนโลยีและนวัตกรรม

- (3) การบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ แผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 – 2570) ของ สสปน. มุ่งเน้นการสร้างรายได้จากอุตสาหกรรมไมซ์และธุรกิจที่เกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่คุณค่า รวมทั้งขับเคลื่อนการพัฒนาศักยภาพและความพร้อมของพื้นที่ต่างๆในภูมิภาคในฐานะที่เป็นจุดหมายปลายทางของการจัดกิจกรรมไมซ์ให้พัฒนาไปอย่างต่อเนื่อง ด้วยการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนท้องถิ่น บนพื้นฐานของ อัตลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่น เพื่อกระจายรายได้ไปสู่ผู้ประกอบการ ชุมชน และท้องถิ่นทั่วประเทศ ซึ่งจะมีส่วนในตอบโจทย์ตัวชี้วัดของยุทธศาสตร์ด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม ในตัวชี้วัดความแตกต่างของรายได้และการเข้าถึงบริการภาครัฐระหว่างกลุ่มประชากร และตัวชี้วัดความก้าวหน้าในการพัฒนาจังหวัดในการเป็นศูนย์กลางความเจริญทางเศรษฐกิจสังคมและเทคโนโลยี

3) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

- (1) เป้าหมาย อนุรักษ์และรักษาทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม ให้คนรุ่นต่อไปได้ใช้อย่างยั่งยืน มีสมดุล
- (2) ประเด็นยุทธศาสตร์ สร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนบนสังคมเศรษฐกิจสีเขียว
- (3) การบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ แผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 – 2570) ของสสพ. มุ่งเสริมสร้างความยั่งยืนด้วยการสร้างสมดุลระหว่างผู้คน ความมั่งคั่ง และโลก ซึ่งรวมถึงการสร้างการมีส่วนร่วมในการทำให้เกิด Carbon Neutral เพื่อให้เกิดเศรษฐกิจแบบพึ่งพาตนเองได้ในระยะยาว มุ่งสนับสนุนการสร้างระบบนิเวศของไมซ์ที่จะส่งเสริมและสนับสนุนให้การใช้แนวปฏิบัติที่ยั่งยืนที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ หรือการจัดงานหรือกิจกรรมไมซ์รูปแบบต่างๆ โดยคาดหวังให้เกิดการเติบโตที่ยั่งยืนของอุตสาหกรรมไมซ์ ตามหลักการเติบโตสีเขียว (Green Growth) อันเป็นการส่งเสริมการอนุรักษ์และรักษาทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมให้คนรุ่นต่อไปได้ใช้อย่างยั่งยืนและสมดุล และมีส่วนสำคัญในการบรรลุตัวชี้วัดของยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ในตัวชี้วัดการเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

4) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ

- (1) เป้าหมาย
 - (1.1) ภาครัฐมีวัฒนธรรมการทำงานที่มุ่งผลสัมฤทธิ์และผลประโยชน์ส่วนรวม ตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างสะดวก รวดเร็ว โปร่งใส
 - (1.2) ภาครัฐมีความโปร่งใส ปลอดการทุจริตและประพฤติมิชอบ
- (2) ประเด็นยุทธศาสตร์
 - (2.1) ภาครัฐที่ยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง ตอบสนองความต้องการ แลให้บริการอย่างสะดวก รวดเร็ว โปร่งใส
 - (2.2) ภาครัฐบริหารงานแบบบูรณาการโดยมียุทธศาสตร์ชาติเป็นเป้าหมายและเชื่อมโยงการพัฒนาในทุกระดับ ทุกประเด็น ทุกภารกิจ และทุกพื้นที่
 - (2.3) ภาครัฐมีความทันสมัย
 - (2.4) บุคลากรภาครัฐเป็นคนดีและเก่ง ยึดหลักคุณธรรม จริยธรรม มีจิตสำนึก มีความสามารถสูง มุ่งมั่น และเป็นมืออาชีพ
 - (2.5) ภาครัฐมีความโปร่งใส ปลอดการทุจริตและประพฤติมิชอบ

- (3) **การบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ** แผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 – 2570) ของ สสพ. กำหนดวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ไว้ในการยกระดับสู่องค์กรแห่งนวัตกรรมและความยั่งยืน โดยมุ่งปรับปรุงกระบวนการทำงานภายในองค์กรโดยการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยี ปรับปรุงกระบวนการทำงานภายในองค์กรให้มีความคล่องตัว ยืดหยุ่น มีการบูรณาการร่วมกัน ระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ภายในองค์กร เป็นทีมงานแบบข้ามฝ่าย (Cross-functional Team) พัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการองค์กร และสนับสนุนการทำงานร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจ และหน่วยงานในระบบนิเวศของธุรกิจทั้งในกลุ่มไมซ์และธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสอดคล้องกับ เป้าหมายของยุทธศาสตร์ชาติด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ ที่มุ่งพัฒนาภาครัฐให้ทันสมัย มีประสิทธิภาพในการให้บริการ โดยยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง

2.2 แผนระดับที่ 2 (เฉพาะที่เกี่ยวข้อง)

2.2.1 แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2566 – 2580) ฉบับปรับปรุงเมื่อ มีนาคม 2566

(1) ประเด็นการท่องเที่ยว

(1.1) เป้าหมายระดับประเด็นของแผนแม่บทฯ

- เป้าหมายที่ 050001 ผลผลิตนักท่องเที่ยวรวมในประเทศด้านการท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศเพิ่มขึ้น
- เป้าหมายที่ 050002 รายได้จากการท่องเที่ยวของเมืองรองเพิ่มขึ้น
- เป้าหมายที่ 050003 ความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยดีขึ้น
- **การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บทฯ** โดยแผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 – 2570) ของ สสพ. มีความเชื่อมโยงโดยตรงกับแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นการท่องเที่ยว ที่กำหนดเป้าหมายในการยกระดับความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้ดียิ่งขึ้น ทันท่องกระแสของโลก ที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่อง ตลอดจนการให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กระจายรายได้จากการท่องเที่ยวไปสู่เมืองรอง เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายสูงสุดของการท่องเที่ยวในการเป็นเครื่องมือในการลดความเหลื่อมล้ำของสังคมไทย โดยแผนปฏิบัติการฯ ของ สสพ. มุ่งสร้างพันธมิตรเพื่อความสำเร็จทางธุรกิจ โดยสนับสนุนการสร้างความร่วมมือระหว่างรัฐและเอกชน และการสร้างความเชี่ยวชาญให้กับธุรกิจ และเร่งขับเคลื่อนนวัตกรรมเพื่อการเปลี่ยนแปลงและยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งจะเป็นการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ ซึ่งเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ สนับสนุนการบรรลุเป้าหมายที่ 050001 ผลผลิตนักท่องเที่ยวรวมในประเทศด้านการท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ แผนปฏิบัติการฯ ของ สสพ.

ยังมุ่งขับเคลื่อนจุดหมายปลายทางให้ก้าวไปข้างหน้าด้วยการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนท้องถิ่นและอัตลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่น อาทิ สนับสนุนการประมูลสิทธิ์การจัดงานอีเวนต์ระดับภูมิภาค การสร้างและพัฒนางานไมซ์ในระดับพื้นที่ร่วมกับพันธมิตรไมซ์ในชุมชนท้องถิ่น ซึ่งจะเป็นการสนับสนุนการบรรลุเป้าหมายที่ 050002 รายได้จากการท่องเที่ยวของเมืองรองเพิ่มขึ้น รวมทั้งยังมุ่งยกระดับความสามารถในการแข่งขันและสนับสนุนการขยายตัวของจุดหมายปลายทางด้วยอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ ตลอดจนสร้างความร่วมมือในการจัดกิจกรรมไมซ์ร่วมกับภาคีเครือข่ายและพันธมิตร ซึ่งจะเป็นการสนับสนุนการบรรลุเป้าหมายที่ 050003 ความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยดีขึ้น

(1.2) แผนย่อยการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ

● แนวทางการพัฒนา

แนวทางที่ 1 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกของเมืองท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ ให้มีความพร้อมสำหรับการเดินทางเพื่อประกอบธุรกิจ การจัดประชุมและนิทรรศการ การจัดงานแสดงสินค้า การจัดกิจกรรม การจัดการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ รวมถึงส่งเสริมการกระจายของการท่องเที่ยวธุรกิจไปยังพื้นที่ที่มีศักยภาพในการเป็นจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมและนิทรรศการ การจัดงานหรือกิจกรรมพิเศษ และเพิ่มช่องทางการเข้าถึงการจัดแสดงผลงานรูปแบบต่าง ๆ ทั้งการจัดแสดงผลงานจริงและในรูปแบบเสมือนจริง

แนวทางที่ 2 สนับสนุนมาตรการเพื่อสร้างแรงจูงใจและอำนวยความสะดวกในการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ รวมทั้งสร้างความพร้อมของธุรกิจที่เกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่คุณค่าและระบบนิเวศของการเดินทางท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ เช่น โรงแรม ที่พัก ร้านอาหาร การจัดเลี้ยง ของที่ระลึก บริการโลจิสติกส์ สถานบันเทิง ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจการจัดงาน เป็นต้น และส่งเสริมให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม วิสาหกิจเริ่มต้น และชุมชนท้องถิ่น ในการนำเสนอสินค้าและบริการเพื่อรองรับการเดินทางท่องเที่ยวเชิงธุรกิจรวมถึงการสร้าง ความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการและบุคลากรในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวทางที่ 3 ส่งเสริมการตลาดและสนับสนุนการเป็นเจ้าภาพจัดงานในระดับนานาชาติ รวมทั้งประชาสัมพันธ์เมือง/พื้นที่ท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ และส่งเสริมกิจกรรมที่ไทยมีศักยภาพในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อจูงใจให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ ทั้งก่อน ในระหว่าง และ หลังการประกอบธุรกิจหรือการทำกิจกรรมต่าง ๆ ต่อยอดอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ รวมถึงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การกีฬา เพื่อสนับสนุนให้เกิดการเข้าถึง การแลกเปลี่ยน องค์ความรู้และเทคโนโลยีที่นำไปสู่การสร้างนวัตกรรม ตลอดจนส่งเสริมให้เกิดเวทีเจรจาการค้าและการลงทุนของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเป้าหมาย

แนวทางที่ 4 พัฒนาขีดความสามารถในการประมุขสิทธิ์การจัดงานระดับนานาชาติ โดยพัฒนาประสิทธิภาพของสมาคม และกลุ่มผู้จัดงานในประเทศไทย ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการจัดงานระดับนานาชาติ ตลอดจน สร้างแม่เหล็กสำหรับการจัดประชุมนานาชาติ

● เป้าหมายของแผนย่อย

- เป้าหมายที่ 050201 รายได้จากการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจเพิ่มขึ้น
- เป้าหมายที่ 050202 การเป็นจุดหมายปลายทางในการจัดการประชุมนานาชาติของไทย

● การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บท

แผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 – 2570) ของ สสพ. จะส่งเสริมให้ประเทศบรรลุเป้าหมายของแผนแม่บทย่อยด้านการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ ทั้ง 2 เป้าหมาย ได้แก่ (1) รายได้จากการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ ซึ่งกำหนดเป้าหมายให้รายได้จากการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ ขยายตัวร้อยละ 10 ในปี 2566-2570 ร้อยละ 12 ในปี 2571-2575 และร้อยละ 15 ในปี 2576-2580 และ (2) การเป็นจุดหมายปลายทางในการจัดการประชุมนานาชาติของไทย ซึ่งกำหนดเป้าหมายให้ไทยมีอันดับตามดัชนี International Congress and Convention Association (ICCA) ไม่ต่ำกว่าอันดับที่ 20 ในปี 2570 อันดับที่ 18 ในปี 2575 และอันดับที่ 15 ในปี 2580 โดยการดำเนินการตามแผนปฏิบัติการฯ ของ สสพ. สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาของแผนแม่บทย่อยด้านการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจทั้ง 4 แนวทาง อันได้แก่ (1) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกของเมืองท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ รวมถึงการส่งเสริมการกระจายของการท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ที่มีศักยภาพในการเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับการส่งเสริมจุดหมายปลายทางในการจัดกิจกรรมไมซ์ ทั้งในเมืองใหญ่และในภูมิภาค (ไมซ์ซีดี) (2) สนับสนุนมาตรการเพื่อสร้างแรงจูงใจและอำนวยความสะดวกในการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ และสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการและบุคลากรในอุตสาหกรรมฯ ซึ่งสอดคล้องกับแผนปฏิบัติการฯ ของ สสพ. ที่มุ่งส่งเสริมการขยายตัวของอุตสาหกรรมไมซ์ผ่านมาตรการจูงใจต่าง ๆ รวมถึงมุ่งสร้างศักยภาพให้กับผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ (3) ส่งเสริมการตลาดและสนับสนุนการเป็นเจ้าภาพการจัดงานในระดับนานาชาติ สอดคล้องกับแผนปฏิบัติการฯ ของ สสพ. ที่กำหนดให้มีการจัดทำแผนและช่องทางการตลาดเชิงรุกเพื่อประชาสัมพันธ์จุดหมายปลายทางในพื้นที่ภูมิภาค เผยแพร่ประชาสัมพันธ์การจัดกิจกรรมไมซ์ทั้งกลุ่มลูกค้าเดิมและกลุ่มลูกค้าใหม่ ตลอดจนผลิตสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ทั้งตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ และ (4) พัฒนาขีดความสามารถในการประมุขสิทธิ์การจัดงานระดับนานาชาติ โดยพัฒนาประสิทธิภาพของสมาคม และกลุ่มผู้จัดงานในประเทศไทย ส่งเสริมความร่วมมือ

ระหว่างภาครัฐและเอกชน ในการจัดงานระดับนานาชาติ ตลอดจน สร้างแม่เหล็กสำหรับการ
จัดประชุมนานาชาติ

(2) ประเด็นการต่างประเทศ

(2.1) เป้าหมายระดับประเด็นของแผนแม่บทฯ

- เป้าหมายที่ 020001 การต่างประเทศไทยมี เอกภาพ ทำให้ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน มีมาตรฐานสากล และมีเกียรติภูมิในประชาคมโลก
- การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บทฯ แผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 – 2570) ของ สสพ. มุ่งเสริมสร้างความยั่งยืนด้วยการสร้างสมดุลระหว่างผู้คน ความมั่งคั่ง และโลก โดยมีแนวทางการดำเนินงานหลายด้าน อาทิ การส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์สีเขียว การสร้างมาตรฐานผลิตภัณฑ์บริการที่มีเอกลักษณ์ในชุมชนท้องถิ่น และการสร้างส่งเสริมตลาดคาร์บอนเครดิต/อุปทานภายในประเทศ อันจะเป็นการส่งเสริมการบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) ซึ่งเป็นเป้าหมายการพัฒนาที่ร่วมกันของประชาคมโลก ดังนั้น แผนปฏิบัติการฯ ของ สสพ. จึงส่งเสริมให้ประเทศไทยมีความยั่งยืน มีมาตรฐาน และมีเกียรติภูมิในประชาคมโลกได้

(2.2) แผนย่อย ความร่วมมือเศรษฐกิจและความร่วมมือเพื่อการพัฒนาต่างประเทศ

- แนวทางการพัฒนา เสริมสร้างความเป็นหุ้นส่วนเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนกับนานาประเทศ ทั้งในระดับ ทวิภาคี ไตรภาคี ภูมิภาค และพหุภาคี เพื่อบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยมีหลักปรัชญาของเศรษฐกิจ พอเพียงเป็นแนวทาง รวมทั้งส่งเสริมให้ไทยเป็นศูนย์กลางองค์ความรู้ด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน
- เป้าหมายของแผนย่อย ประเทศไทยเป็นหุ้นส่วน การพัฒนาที่ยั่งยืนกับต่างประเทศ เพื่อร่วมกันบรรลุเป้าหมาย การพัฒนาที่ยั่งยืนของโลก
- การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ แผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 – 2570) ของ สสพ. มุ่งเสริมสร้างความยั่งยืนในการพัฒนา ผ่านการสร้างสมดุลระหว่างผู้คน ความมั่งคั่ง และโลก ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายของแผนแม่บทย่อยที่มุ่งสร้างให้ไทยเป็นหุ้นส่วน การพัฒนาที่ยั่งยืนกับต่างประเทศ เพื่อร่วมกันบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นการต่างประเทศ พ.ศ. 2566 – 2570 ได้กำหนดตัวชี้วัดของแผนแม่บทย่อยนี้ คือ ร้อยละของเป้าหมายย่อย (Targets) ของเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ที่บรรลุค่าเป้าหมายของไทย โดยกำหนดเป้าหมายไม่ต่ำกว่าร้อยละ 85 เมื่อสิ้นปี 2570 และร้อยละ 100 เมื่อสิ้นปี 2573 ซึ่งการดำเนินการตามแผนปฏิบัติการฯ ของ สสพ. จะสนับสนุนให้ไทยสามารถบรรลุเป้าหมายดังกล่าวได้

(2.3) แผนย่อย การส่งเสริมสถานะและบทบาทของประเทศไทยในประชาคมโลก

- แนวทางการพัฒนา รักษาสถานะของไทยในฐานะหนึ่งในศูนย์กลางการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพของโลก และ ส่งเสริมให้ไทยเป็นที่หมายของการจัดประชุม/กิจกรรมระหว่างประเทศที่สำคัญของภูมิภาค เพื่อเสริมสร้าง ความนิยมและภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทย ในหมู่ชาวต่างชาติ รวมทั้งการขยายบทบาทการเป็นศูนย์กลาง ของที่ตั้งสำนักงาน สหประชาชาติและองค์การระหว่างประเทศในภูมิภาค
- เป้าหมายของแผนย่อย ประเทศไทยมีเกียรติภูมิ อำนาจต่อรอง และได้รับการยอมรับในสากลมากขึ้น
- การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ แผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 – 2570) ของ สสพ. มุ่งขับเคลื่อนจุดหมายปลายทางให้ก้าวไปข้างหน้า ด้วยนวัตกรรมและความยั่งยืนร่วมกัน โดยกำหนดเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ในการสร้างศูนย์ความเป็นเลิศด้านไมซ์ของเอเชีย (MICE Excellence Center of Asia) ซึ่งจะยกระดับเป็นสถาบันไมซ์แห่งอาเซียน (ASEAN MICE Institution) ตลอดจนมีเป้าหมายในการชนะงานประมูลสิทธิงานกิจกรรมระดับโลกให้มาจัดที่ประเทศไทย ซึ่งมีความสอดคล้องและตอบโจทย์แผนแม่บทย่อยนี้ ที่จะส่งเสริมให้ไทยเป็นจุดหมายปลายทางในการจัดประชุมและกิจกรรมระหว่างประเทศ

(3) ประเด็นการเติบโตอย่างยั่งยืน

(3.1) เป้าหมายระดับประเด็นของแผนแม่บทฯ

- เป้าหมายที่ 180001 สภาพแวดล้อมของประเทศไทยมีคุณภาพดีขึ้นอย่างยั่งยืน
- การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บทฯ แผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 – 2570) ของ สสพ. ส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์สีเขียว รวมทั้งมุ่งสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับผู้เกี่ยวข้อง ในอุตสาหกรรมไมซ์ ทั้งในส่วนกลางและชุมชนให้เข้าใจในประเด็นของความยั่งยืนในการพัฒนามากยิ่งขึ้น โดยมีเป้าหมายในการลดการสร้างก๊าซเรือนกระจกในการจัดกิจกรรมไมซ์ ตลอดจนส่งเสริมสังคมที่เป็นกลางทางคาร์บอน

(3.2) แผนย่อย การสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนบนสังคมที่เป็นมิตรต่อสภาพภูมิอากาศ

- แนวทางการพัฒนา สนับสนุนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และเพิ่มขีดความสามารถ ในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
- เป้าหมายของแผนย่อย การปล่อยก๊าซเรือนกระจกของประเทศไทยลดลง
- การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ แผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 – 2570) ของ สสพ. มุ่งเสริมสร้างที่ยั่งยืนและการสร้างความสมดุล โดยกำหนดเป้าหมาย

เชิงกลยุทธ์ในการสร้างการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสียเพื่อทำให้เกิดความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutral) อย่างชัดเจน โดยดำเนินการผ่านกลยุทธ์ต่าง ๆ อาทิ การพิจารณาเสนอการให้สิทธิประโยชน์แก่หน่วยงานที่ร่วมทำให้เกิดความเป็นกลางทางคาร์บอน หรือการส่งเสริมตลาดคาร์บอนในประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายของแผนย่อยนี้

(4) ประเด็นการบริการประชาชนและประสิทธิภาพภาครัฐ

(4.1) เป้าหมายระดับประเด็นของแผนแม่บทฯ

- เป้าหมายที่ 200002 ภาครัฐมีการดำเนินการที่มีประสิทธิภาพด้วยการนำนวัตกรรมเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้
- การบรรลุเป้าหมายตามแผนแม่บทฯ แผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 – 2570) ของ สสพ. มุ่งพัฒนา สสพ. ให้เป็นองค์กรสมรรถนะสูงด้วยนวัตกรรมและความยั่งยืน โดยการพัฒนสมรรถนะของบุคลากรให้มีความเป็นเลิศด้านนวัตกรรมและการจัดการที่ยั่งยืน ซึ่งจะตอบโจทย์การเป็นภาครัฐที่ทันสมัย มุ่งสู่การเป็นรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ และการบริการประชาชนอย่างมีประสิทธิภาพ

(4.2) แผนย่อย การพัฒนาระบบบริหารงานภาครัฐ

- แนวทางการพัฒนา (1) พัฒนาหน่วยงานภาครัฐให้เป็น “ภาครัฐทันสมัย เปิดกว้าง เป็นองค์กรขีดสมรรถนะสูง” (2) กำหนดนโยบายและการบริหารจัดการที่ตั้งอยู่บนข้อมูลและหลักฐานเชิงประจักษ์ และ (3) ปรับเปลี่ยนรูปแบบการจัดโครงสร้างองค์กรและออกแบบระบบการบริหารงานใหม่ ให้มีความยืดหยุ่น คล่องตัว กระชับ ทันสมัย
- เป้าหมายของแผนย่อย ภาครัฐมีขีดสมรรถนะสูง เทียบเท่า มาตรฐานสากล และมีความคล่องตัว
- การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ แผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 – 2570) ของ สสพ. กำหนดวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ในการปรับปรุงกระบวนการทำงานภายในองค์กร เพื่อมุ่งสู่การเป็นองค์กรที่ใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยี และเป็นองค์กรที่มีการทำงานแบบข้ามฝ่าย (Cross-functional Team) และพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการองค์กร ซึ่งจะช่วยให้ สสพ. เป็นองค์กรภาครัฐที่มีความทันสมัย เปิดกว้าง และมีขีดสมรรถนะสูง รวมทั้งมีความคล่องตัวและความยืดหยุ่นในการดำเนินงาน

2.2.2 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 – 2570)

(1) เป้าหมายการพัฒนาของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 13

- (1.1) เป้าหมายหลัก การปรับโครงสร้างการผลิตสู่เศรษฐกิจฐานนวัตกรรม แผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 – 2570) ของ สสพ. มีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับเป้าหมายด้านการปรับโครงสร้างการผลิตสู่เศรษฐกิจฐานนวัตกรรมโดยตรง ซึ่งจะสนับสนุนให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ในการสร้างไทยให้เป็นเศรษฐกิจฐานนวัตกรรม โดยมีเป้าหมายที่เพิ่มรายได้ประชาชาติต่อหัวประชากรให้เป็น 9,300 ดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อปี ภายในปี 2570 ผ่านการขยายตัวของอุตสาหกรรมไมซ์และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องเชื่อมโยง

ทั้งนี้ แผนปฏิบัติการฯ ของ สสพ. มีความเชื่อมโยงโดยตรงกับ**หมวดหมู่ที่ 2 ไทยเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน** ซึ่งมีเป้าหมายในการเปลี่ยนการท่องเที่ยวไทยเป็นการท่องเที่ยวคุณภาพสูงที่เชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมและบริการที่มีศักยภาพอื่น ปรับโครงสร้างการท่องเที่ยวให้พึ่งพานักท่องเที่ยวในประเทศและมีการกระจายโอกาสทางเศรษฐกิจมากขึ้น และสนับสนุนให้การท่องเที่ยวไทยมีการบริหารจัดการอย่างยั่งยืนในทุกมิติ สอดคล้องกับกลยุทธ์ที่ 1 การส่งเสริมการพัฒนากิจกรรม สินค้า และบริการ การท่องเที่ยวมูลค่าเพิ่มสูง กลยุทธ์ย่อยที่ 1.2 ส่งเสริมการพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวคุณภาพที่มีศักยภาพในการเติบโตสูง ที่กำหนดให้การขับเคลื่อนการพัฒนายจะต้องส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ และการท่องเที่ยวในรูปแบบของไมซ์ เพื่อเพิ่มการลงทุนทั้งจากภายในและภายนอกประเทศ อันจะก่อให้เกิดการเดินทางของกลุ่มนักธุรกิจ และกลุ่มอื่น ๆ ที่มีกำลังซื้อสูง อาทิ กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มพำนักระยะยาว และกลุ่มบุคคลที่เดินทางไปทำงานไปโดยใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัล เป็นต้น นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับกลยุทธ์ที่ 6 การพัฒนาระบบฐานข้อมูลการท่องเที่ยวให้เป็นระบบการท่องเที่ยวอัจฉริยะที่นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการและภาครัฐสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์ได้ง่าย โดยเฉพาะในกลยุทธ์ย่อยที่ 6.3 พัฒนาระบบฐานข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) สำหรับข้อมูลการท่องเที่ยว และบูรณาการความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดการสร้างองค์ความรู้ใหม่ร่วมกับของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง และให้นำข้อมูลเชิงวิเคราะห์ไปใช้ในการขับเคลื่อนการพัฒนาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งแผนปฏิบัติการฯ ของ สสพ. สอดคล้องกับกลยุทธ์การพัฒนาดังกล่าว ทั้งในด้านการพัฒนาระบบ Big Data และการใช้ประโยชน์จากการวิเคราะห์ Big Data โดย สสพ. ได้นำข้อมูลเชิงลึก เทคโนโลยีสารสนเทศ และนวัตกรรมมาวิเคราะห์และใช้สร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ของไทยมาอย่างต่อเนื่อง อันจะสนับสนุนการดำเนินการเพื่อสร้างความสำเร็จในการขับเคลื่อน**หมวดหมู่ที่ 2** ของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13

นอกจากนั้น แผนปฏิบัติการฯ ของ สสพ. ยังมีความเชื่อมโยงกับ**หมวดหมู่ที่ 4 ไทยเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์และสุขภาพมูลค่าสูง** ซึ่งสนับสนุนให้ประเทศไทยมีชื่อเสียงและ

บทบาทนำทางวิชาการการแพทย์ของโลก และจะดึงดูดให้เกิดการจัดประชุมวิชาการทางการแพทย์ระดับนานาชาติในไทย ส่งเสริมการขยายตัวของอุตสาหกรรมไมซ์และอุตสาหกรรมที่เชื่อมโยงได้

(1.2) เป้าหมายรอง

1.2.1 (1) การพัฒนาคนสำหรับโลกยุคใหม่ และ (2) การมุ่งสู่สังคมแห่งโอกาสและความเป็นธรรม โดยแผนปฏิบัติการฯ ของ สสพ. สอดคล้องกับ**หมวดหมู่ที่ 7 ไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง มีศักยภาพ และสามารถแข่งขันได้** ที่ส่งเสริมผู้ประกอบการและชุมชนให้เข้มแข็งด้วยการเติบโตของอุตสาหกรรมไมซ์ที่ครอบคลุมและยั่งยืนและ**หมวดหมู่ที่ 9 ไทยมีความยากจนข้ามรุ่นลดลง และมีความคุ้มครองทางสังคมที่เพียงพอเหมาะสม** โดยการดำเนินการตามยุทธศาสตร์ของ สสพ. ในประเด็นการสนับสนุนอุตสาหกรรมไมซ์ในเมืองรอง จะเป็นการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับ MSMEs และวิสาหกิจชุมชน รวมทั้งยังเป็นการส่งเสริมการกระจายรายได้ให้กับท้องถิ่นและชุมชนด้วย

1.2.2 การเปลี่ยนผ่านการผลิตและบริโภคไปสู่ความยั่งยืน โดยแผนปฏิบัติการของ สสพ. สอดคล้องกับ**หมวดหมู่ที่ 10 ไทยมีเศรษฐกิจหมุนเวียนและสังคมคาร์บอนต่ำ** ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์สีเขียวของ สสพ. หรือการส่งเสริมความยั่งยืน

1.2.3 การเสริมสร้างความสามารถของประเทศในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงและความเสี่ยงภายใต้บริบทโลกใหม่ โดยแผนปฏิบัติการฯ ของ สสพ. สอดคล้องกับ**หมวดหมู่ที่ 13 ไทยมีภาครัฐที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ และตอบโจทย์ประชาชน** โดย สสพ. ได้นำเทคโนโลยีสารสนเทศ และระบบการบริหารจัดการข้อมูล มาใช้ในการพัฒนาองค์การเพื่อให้สามารถตอบโจทย์การให้บริการกับภาคส่วนต่าง ๆ รวมถึงประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และมีการส่งเสริมทางด้านนวัตกรรมที่มากขึ้น

2.3 แผนระดับที่ 3 ที่เกี่ยวข้อง

2.3.1 แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566 – 2570) ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

หลักการสำคัญของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 คือการเตรียมความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงและความเสี่ยงทุกรูปแบบที่อาจเกิดขึ้น สร้างอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยให้พร้อมที่จะเติบโตอย่างยั่งยืน ซึ่งรวมถึงการสร้าง ความเข้มแข็งจากภายใน มุ่งส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ และยกระดับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องให้มีความทันสมัย ผ่านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรม พัฒนาบุคลากรและผู้ประกอบการให้มี

คุณภาพ เข้าใจสถานการณ์ และสามารถปรับตัวให้เข้ากับบริบทของการท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal) โดยเฉพาะการฟื้นตัวจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ตลอดจนให้ความสำคัญกับการบูรณาการร่วมกันของทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ เอกชน และภาคประชาสังคม ในการขับเคลื่อนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 ให้เกิดผลสัมฤทธิ์เป็นรูปธรรม ทั้งนี้ แผนดังกล่าวมีความครอบคลุม เชื่อมโยง และสอดคล้องกับแผนระดับที่ 1 และ 2 อันได้แก่ ยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นด้านท่องเที่ยว และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 – 2570) ที่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวในฐานะที่เป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ นอกจากนี้ แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 ยังให้ความสำคัญกับแนวคิดโมเดลเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียว (Bio-Circular-Green Economy Model: BCG Economy) ซึ่งจะทำให้เกิดการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

แผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 – 2570) ของ สสพ. มีความสอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 โดย สสพ. มุ่งส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เชื่อมโยงทั้งระบบ อันจะเป็นการสร้างคุณค่าให้กับกิจกรรมการท่องเที่ยวของไทย นอกจากนั้น แนวคิดอุตสาหกรรมไมซ์ที่ยั่งยืน (MICE Sustainability) หรืออุตสาหกรรมไมซ์สีเขียว (Green MICE) และการส่งเสริมความยั่งยืนยังสอดคล้องกับหลักการสำคัญของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวฯ ที่ต้องการสร้างอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยให้ยั่งยืนและปรับตัวได้เท่าทันสถานการณ์ต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้น โดยแนวคิดอุตสาหกรรมไมซ์สีเขียวจะสอดคล้องกับหลักการการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของแผนพัฒนาดังกล่าว และจะมีส่วนช่วยส่งเสริมการบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) และการขับเคลื่อนแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 ที่มีเป้าหมายในการพลิกโฉมประเทศไทยสู่การเป็น High-Value and Sustainable Thailand ซึ่งอุตสาหกรรมไมซ์และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะเป็นหัวใจสำคัญของการฟื้นตัวและการเติบโตของเศรษฐกิจไทย

2.3.2 ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Medical Hub) (พ.ศ. 2560 – 2569) ของกระทรวงสาธารณสุข

กระทรวงสาธารณสุขได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Medical Hub) (พ.ศ. 2560 – 2569) โดยมีจุดมุ่งหมายในการพัฒนาประเทศให้ก้าวเข้าสู่การเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติของโลก (Thailand Hub of Wellness and Medical Services) ภายในปี 2569 โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาและบูรณาการทำงานตามหลักปรัชญา

เศรษฐกิจพอเพียง นำศักยภาพ ขีดความสามารถ ทรัพยากรสุขภาพและทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมที่มีอยู่จำกัด ตลอดจนภูมิปัญญาไทยและวิถีชีวิตของชุมชนมาสร้างบริการและ ผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มีเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ จนสามารถเพิ่มสัดส่วนรายได้และพัฒนาคุณภาพชีวิต ของประชาชนในประเทศ เพื่อให้ประเทศไทยเกิดความมั่นคงและความมั่นคงทางเศรษฐกิจอย่าง ยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ Medical Hub ของไทย มีพันธกิจ 5 ประการ อันได้แก่ (1) พัฒนาและเพิ่มขีด ความสามารถของประเทศไทยในการแข่งขันด้านสุขภาพกับต่างประเทศตั้งแต่ระดับต้นน้ำถึงปลาย น้ำ (2) ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของสถานพยาบาล สถานประกอบการ ทั้งภาครัฐและเอกชน ให้สามารถจัดบริการสุขภาพที่ได้มาตรฐานสากล มีความเป็นเลิศ โดดเด่น เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ให้กับบริการและผลิตภัณฑ์สุขภาพ (3) ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพสถาบันการศึกษาให้มีความ เป็นเลิศทางด้านวิชาการในระดับนานาชาติ (4) พัฒนาระบบการคุ้มครองผู้บริโภคด้านบริการ สุขภาพ ด้วยการสร้างกระบวนการประกันคุณภาพ ความปลอดภัยให้แก่ผู้บริโภค และ (5) ส่งเสริม การตลาดและเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ เผยแพร่เอกลักษณ์ และภูมิปัญญาไทยให้ชาวต่างชาติ ยอมรับ เกิดความประทับใจ ตลอดจนสร้างความแตกต่างในบริการสุขภาพกับต่างประเทศ

แผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 – 2570) ของ สสพ. มีความสอดคล้องโดยตรงกับ ยุทธศาสตร์ Medical Hub ของไทยในยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาบริการวิชาการและงานวิจัยทางการ แพทย์ (Academic Hub) ในกลยุทธ์ที่ 3 ยกย่องการเป็นศูนย์กลางการประชุมวิชาการทางการ แพทย์ระดับนานาชาติ (MICE) ซึ่งมีกิจกรรมหลัก 4 กิจกรรม ประกอบด้วย

- (1) ส่งเสริมให้ สมาคม/ราชวิทยาลัยและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เป็นสมาชิกองค์การระดับนานาชาติ เพื่อมีสิทธิในการเข้าร่วมประมูลงาน (Bidding) และเป็นเจ้าภาพจัดการประชุมวิชาการระดับ นานาชาติ (World Congress)
- (2) ส่งเสริม สนับสนุนให้สมาคม/ราชวิทยาลัยและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มีขีดความสามารถในการ จัดการประชุมนานาชาติภายในประเทศและขยายผลเป็น Secretarial Body ในสาขาที่มีศักยภาพ
- (3) พัฒนาสถาบันการศึกษาให้มีการจัดการเรียนการสอนในหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม MICE รวมทั้งจัดทำ Career Path รองรับบุคลากร
- (4) จัดให้มีศูนย์นวัตกรรมวิชาการแพทย์และการบริการเพื่อสุขภาพ (Medi-Tech and Health Center)

ยุทธศาสตร์ Medical Hub ของไทย ให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมไม่ใช้อย่างมีนัยสำคัญ โดยได้ กำหนดให้การจัดประชุมวิชาการนานาชาติ ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาบริการวิชาการงานวิจัย ทางการแพทย์ (Academic Hub) เป็นโครงการสำคัญ (Flagship) ในระยะปานกลาง-ระยะยาว

ปี 2562 เป็นต้น ซึ่งการดำเนินการตามยุทธศาสตร์ของ สสพ. จะส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็น ศูนย์กลางทางการแพทย์ของโลกได้ตามเป้าประสงค์ที่กำหนดไว้ในยุทธศาสตร์ Medical Hub ดังกล่าว

2.3.3 แผนปฏิบัติการด้านการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศไทยด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG พ.ศ. 2564 – 2570 ของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

รัฐบาลได้กำหนดให้การขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน และ เศรษฐกิจสีเขียว (Bio-Circular-Green Economy: BCG Model) หรือ โมเดลเศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน เป็นวาระแห่งชาติ ตั้งแต่ปี 2564 เป็นต้นมา ตามมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 19 มกราคม 2564 โดยคณะกรรมการบริหารการพัฒนา BCG Model ได้จัดทำแผนปฏิบัติการด้านการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศไทยด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG พ.ศ. 2564 – 2570 ขึ้นเพื่อเป็น กรอบการทำงานสำหรับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยแผนปฏิบัติการ BCG มีวิสัยทัศน์ คือ เศรษฐกิจเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน ประชาชนมีรายได้ดี คุณภาพชีวิตดี รักษาและฟื้นฟูฐาน ทรัพยากรและความหลากหลายทางชีวภาพให้มีคุณภาพดี ด้วยการใช้ความรู้ เทคโนโลยี และ นวัตกรรม

แผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 – 2570) ของ สสพ. มีความสอดคล้องโดยตรงกับ แผนปฏิบัติการด้านการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศไทยด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG พ.ศ. 2564 – 2570 ในยุทธศาสตร์ที่ 3 การยกระดับการพัฒนาอุตสาหกรรมภายใต้เศรษฐกิจ BCG ให้สามารถ แข่งขันได้อย่างยั่งยืน ที่เน้นการยกระดับความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการ ด้วยความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรม โดยยุทธศาสตร์ของ สสพ. เกี่ยวโยงกับการพัฒนาสาขา ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่มุ่งปรับการท่องเที่ยวไปสู่การท่องเที่ยวสีเขียว และการท่องเที่ยวที่มีมูลค่าสูง ซึ่งมีแนวทางการดำเนินการ 5 ประการ ดังนี้

- (1) การผลักดันให้เกิดการนำโมเดลการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ เช่น Happy Model เพื่อกระจาย รายได้อย่างทั่วถึงไปสู่เมืองรอง ลดความเหลื่อมล้ำ และมุ่งสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน
- (2) การส่งเสริมการท่องเที่ยวยั่งยืน และการท่องเที่ยวสีเขียว เพื่อรักษาสีเขียวตามแนวทาง Happy Model
- (3) การกระจายนักท่องเที่ยวสู่เมืองท่องเที่ยวรองด้วยการพัฒนาสินค้าและบริการในเมืองท่องเที่ยว รอง โดยใช้อัตลักษณ์ท้องถิ่น วัฒนธรรม พัฒนาเรื่องราวและการอำนวยความสะดวก และความ ปลอดภัย และพัฒนาองค์ความรู้ด้วย Digital Technology

(4) การขยายตลาดการท่องเที่ยวด้วยการส่งเสริมพัฒนาระบบการจ่ายเงินแบบ One Payment System เพื่ออำนวยความสะดวกและรวบรวมข้อมูลพฤติกรรมค่าใช้จ่าย รวมถึงพัฒนาดิจิทัลคอนเทนต์ที่น่าสนใจจุดเด่นของประเทศไทยในด้านต่าง ๆ เช่น วัฒนธรรม

(5) การส่งเสริมการท่องเที่ยวคุณภาพสูงผ่านการจัดงานประชุมและนิทรรศการ กีฬา และ Event ขนาดใหญ่

ดังนั้น จึงเห็นได้ว่าการส่งเสริมอุตสาหกรรมไม่ช้จะสอดคล้องกับการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG ที่มีเป้าหมายในการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวของไทยให้เพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 10 ซึ่งจำแนกเป็น 3 กิจกรรมย่อย ได้แก่ (1) การสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมกีฬา อุตสาหกรรมจัดประชุม และอุตสาหกรรมบริการทางการแพทย์ (ระยะเวลาปี 2565 – 2570) โดยมี สสปน. รับผิดชอบร่วมกับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงสาธารณสุข และกระทรวงพาณิชย์ (2) การเสนอตัวเป็นเจ้าภาพจัดการประชุม หรือการจัดประชุมนานาชาติ (ระยะเวลาปี 2565 – 2570) โดยมีกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการต่างประเทศ และกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม เป็นหน่วยงานรับผิดชอบหลัก และ (3) การพัฒนาตลาดรูปแบบใหม่ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ (ระยะเวลาปี 2566 – 2569) โดยมีกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และภาคเอกชน เป็นหน่วยงานรับผิดชอบหลัก

ความสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) แห่งสหประชาชาติ

ยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	เป้าหมายหลัก (Goal)	เป้าหมายย่อย (Target)	ความเชื่อมโยง
1. ประเทศไทยเป็นผู้นำในการจัดกิจกรรมไมซ์ระดับโลก เพื่อเพิ่มรายได้ และขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ	1.1 เสริมสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ และสร้างโอกาสทางธุรกิจ เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับประเทศจากอุตสาหกรรมไมซ์	- SDG 8 งานที่มีคุณค่าและการเติบโตทางเศรษฐกิจ	- SDG 8.1 - SDG 8.5 - SDG 8.9	การเติบโตของอุตสาหกรรมไมซ์จะส่งผลให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศ (SDG 8.1) รวมทั้งส่งเสริมเกิดการจ้างงานในระบบเศรษฐกิจ (SDG 8.5) ตลอดจนการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (SDG 8.9)
	1.2 ขยายฐานตลาดใหม่ และรักษาตลาดเดิมที่มีคุณภาพสำหรับการจัดกิจกรรมไมซ์ระดับชาติและนานาชาติ	- SDG 8 งานที่มีคุณค่าและการเติบโตทางเศรษฐกิจ	- SDG 8.1	การขยายฐานตลาดใหม่และรักษาฐานตลาดเดิม รวมทั้งการส่งเสริมการประมูลสิทธิ์งานระดับนานาชาติ จะส่งผลต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ (SDG 8.1)
2. ยกระดับความสามารถในการแข่งขันของจุดหมายปลายทางด้วยความหลากหลายของอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ และประสบการณ์ที่มีคุณค่า	พัฒนาและส่งเสริมความร่วมมือกับชุมชนและเครือข่ายในท้องถิ่น เพื่อต่อยอดพัฒนาจุดหมายปลายทางใหม่ และสร้างมูลค่าเพิ่ม	- SDG 10 ลดความเหลื่อมล้ำ - SDG 8 งานที่มีคุณค่าและการเติบโตทางเศรษฐกิจ	- SDG 10.1 - SDG 8.5 - SDG 8.9	การส่งเสริมความร่วมมือกับท้องถิ่นและชุมชนในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ จะเป็นการสร้างการจ้างงานให้เกิดขึ้นในพื้นที่ (SDG 8.5) และการส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน (SDG 8.9) อันจะเป็นการลดความเหลื่อมล้ำ (SDG 10.1) ในระบบเศรษฐกิจของไทย
	2.2 สร้างภาพลักษณ์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ของท้องถิ่นและสร้างประสบการณ์แก่นักเดินทางไมซ์	- SDG 10 ลดความเหลื่อมล้ำ - SDG 8	- SDG 10.1 - SDG 8.1 - SDG 8.9	การสร้างภาพลักษณ์และการสื่อสารอัตลักษณ์ของท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมการเติบโตของอุตสาหกรรมไมซ์นั้น นอกจากจะทำให้เกิดการเติบโตทางเศรษฐกิจ (SDG 8.1) โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (SDG 8.9) แล้ว ยังช่วยลดความ

ยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	เป้าหมายหลัก (Goal)	เป้าหมายย่อย (Target)	ความเชื่อมโยง
		งานที่มีคุณค่าและการเติบโตทางเศรษฐกิจ		เหลื่อมล้ำที่เกิดขึ้นในสังคม (SDG 10.1) ด้วยการกระจายรายได้ให้กับคนในพื้นที่
3. ขับเคลื่อนนวัตกรรมยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันไมซ์ไทยบนเวทีไมซ์โลก	3.1 พัฒนาศูนย์กลางข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE Intelligence Center) และส่งเสริมการพัฒนาทักษะด้านดิจิทัล (Digital Literacy)	- SDG 17 ความร่วมมือเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน - SDG 4 การศึกษาที่มีคุณภาพ	- SDG 17.9 - SDG 4.4	การพัฒนาศูนย์กลางความเป็นเลิศทางไมซ์ ซึ่งรวมถึงการพัฒนาฐานข้อมูลกลางและการประยุกต์ใช้ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) จะเป็นการเสริมสร้างขีดความสามารถทางด้านสถิติของประเทศ (SDG 17.9) นอกจากนี้ การพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการและบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ด้าน Digital Literacy ยังเป็นการเสริมสร้างทักษะที่เกี่ยวข้องจำเป็น (SDG 4.4) ในการขับเคลื่อนสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้
	3.2 พัฒนานวัตกรรมด้านการบริการไมซ์ (MICE Service Innovation)	- SDG 9 โครงสร้างพื้นฐาน นวัตกรรม และอุตสาหกรรม - SDG 4 การศึกษาที่มีคุณภาพ	- SDG 9.5 - SDG 4.4	การพัฒนานวัตกรรมด้านการบริการไมซ์ โดยผ่านการวิจัยและพัฒนา (R&D) จะส่งเสริมการทำวิจัยเพื่อยกระดับขีดความสามารถของภาคอุตสาหกรรม (SDG 9.5) นอกจากนี้ การพัฒนาผู้ประกอบการและบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ด้านการบริการไมซ์ ยังเป็นการเสริมสร้างทักษะที่จำเป็น (SDG 4.4) ต่อการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์อย่างมีประสิทธิภาพ
4. สร้างองค์การสมรรถนะสูงที่คล่องตัวและทันโลก	4.1 พัฒนาระบบและกระบวนการทำงานสู่องค์กรที่มีความคล่องตัว	- SDG 9 โครงสร้างพื้นฐาน นวัตกรรม และอุตสาหกรรม	- SDG 9.5	การปรับปรุงการเป็นองค์กรที่มีความคล่องตัว (Agile Organization) โดยการพัฒนาฐานข้อมูลสำหรับการบริหารจัดการภายในองค์กร และการพัฒนาระบบการให้บริการ

ยุทธศาสตร์	กลยุทธ์	เป้าหมายหลัก (Goal)	เป้าหมายย่อย (Target)	ความเชื่อมโยง
				ภาครัฐผ่านระบบดิจิทัล เป็นการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในการยกระดับความสามารถของอุตสาหกรรมไมซ์ (SDG 9.5)
	4.2 พัฒนาบุคลากรให้มีสมรรถนะและพร้อมต่อการปฏิบัติงานและการให้บริการที่เป็นเลิศ	- SDG 4 การศึกษาที่มีคุณภาพ	- SDG 4.4	การพัฒนาบุคลากรให้มีสมรรถนะเพื่อสร้างองค์การที่มีความคล่องตัว ทันสมัย และพร้อมต่อการปฏิบัติงาน เป็นการเสริมสร้างทักษะที่จำเป็นต่อการทำงาน (SDG 4.4) ของผู้ปฏิบัติงาน
5. พลิกโฉมไมซ์ไทยด้วยความยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	5.1 พัฒนาระบบการสนับสนุนการพัฒนาที่ยั่งยืนของอุตสาหกรรมไมซ์	- SDG 13 การรับมือกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ - SDG 12 การผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน - SDG 14 ทรัพยากรทางทะเล - SDG 15 ระบบนิเวศบนบก	- SDG 13.2 - SDG 12 - SDG 14 - SDG 15	การมุ่งสู่ MICE Sustainability เป็นเป้าหมายในการลดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินกิจกรรมไมซ์ ซึ่งรวมถึงการลดปริมาณคาร์บอนที่เกิดขึ้นจากการดำเนินกิจกรรม MICE ต่าง ๆ (SDG 13.2) ซึ่งจะเป็นการดำเนินการตามหลักการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน (SDG 12) และการลดผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อระบบนิเวศทางทะเล (SDG 14) และทางบก (SDG 15)
	5.2 พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ให้มีความสามารถในการดำเนินการตามแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน	- SDG 17 ความร่วมมือเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน - SDG 4 การศึกษาที่มีคุณภาพ	- SDG 17.17 - SDG 4.4	การพัฒนาผู้มีส่วนได้เสียในอุตสาหกรรมไมซ์ให้มีขีดความสามารถในการพัฒนาที่ยั่งยืน เป็นการส่งเสริมหุ้นส่วนความร่วมมือในการขับเคลื่อนประเทศสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน (SDG 17.17) โดยส่งเสริมการพัฒนาทักษะที่จำเป็น (SDG 4.4) ซึ่งเกี่ยวข้องกับการพัฒนาที่ยั่งยืนให้แก่ผู้ประกอบการและบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์

หมายเหตุ: *เป้าหมายที่เกี่ยวข้องเป็นหลัก

บทที่ 3 การประเมินผลภาพรวมความสำเร็จของการดำเนินการตามแผนปฏิบัติการ ระยะ 3 ปี และแผนงานในภารกิจหลักระยะ 20 ปี ของ สสพ.

การประเมินผลภาพรวมความสำเร็จ หรือ ผลสัมฤทธิ์ของการดำเนินการ ของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) แบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลัก คือ

- 1) การประเมินผลภาพรวมความสำเร็จของการดำเนินการตามแผนปฏิบัติการระยะ 3 ปี (พ.ศ. 2563 – 2565)
- 2) การประเมินผลภาพรวมความสำเร็จของการดำเนินการตามแผนงานในภารกิจหลัก ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579)

โดยวัตถุประสงค์หลัก คือ เพื่อประเมินการดำเนินการว่า บรรลุเป้าหมายตามตัวชี้วัดของแผนปฏิบัติการระยะ 3 ปี และแผนงานในภารกิจหลัก ระยะ 20 ปี ที่กำหนดไว้ในแผนฯ หรือไม่ และเพื่อรายงานปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะของการดำเนินการตามแผนของ สสพ.

การประเมินผลสัมฤทธิ์ในส่วนนี้ดำเนินการเก็บรวบรวม ทั้งข้อมูลปฐมภูมิ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลทุติยภูมิ ที่ได้รับการดำเนินการรวบรวมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาประเมินผลการดำเนินงานตามตัวชี้วัด ตามรายยุทธศาสตร์

3.1 การประเมินผลภาพรวมความสำเร็จของการดำเนินการตามแผนปฏิบัติราชการระยะ 3 ปี (พ.ศ. 2563 – 2565)

ตัวชี้วัด	ชื่อตัวชี้วัด	หน่วยนับ	ค่าเป้าหมาย	ผู้จัดเก็บข้อมูล	ผลการดำเนินงาน	ประเมินผลการสำเร็จของโครงการ		
						สูง/เป็นไปตามเป้าหมาย	ต่ำกว่าเป้าหมาย	อยู่ระหว่างการดำเนินการ
เป้าหมาย การสร้างรายได้และพัฒนาเศรษฐกิจ								
1.1	อัตราการขยายตัวของรายได้จากงานไมซ์	ร้อยละ	ค่าเป้าหมายในปี 2565 เพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 5	CSD	เนื่องจากสถานการณ์ COVID-19 ส่งผลให้มีการลดลงของรายได้จากงานไมซ์ โดยมีการหดตัวลง -67.36% สำหรับรายได้จากงานไมซ์ในภาพรวม หดตัว -66.31% สำหรับรายได้จากงานไมซ์ต่างประเทศ และ หดตัว -70.38% สำหรับรายได้จากงานไมซ์ในประเทศ		/	
1.2	อันดับของประเทศไทยในการจัดอันดับอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับสากล (ICCA/UFI)	อันดับ/จำนวน	ค่าเป้าหมายปี 2565 อันดับ ICCA คือ 1 ใน 23 ของโลก และมีจำนวนงานจัดประชุมมากกว่าปีก่อน ค่าเป้าหมาย UFI คือ 1 ใน 5 ของเอเชีย	CSD	อันดับ ICCA - ปี 2563 ไม่มีการรายงาน - ปี 2564 มีการรายงาน Destination Performance Index โดยประเทศไทยติดอันดับ 1 ใน 50 * - ปี 2565 ยังไม่ประกาศอันดับ UFI - ปี 2564 อันดับที่ 7 ของเอเชีย		/	
1.3	จำนวนงานไมซ์ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเป้าหมาย	จำนวนงานที่เพิ่มขึ้น	ค่าเป้าหมายเพิ่มขึ้นจำนวน 5 งานทุกปี	MI/C/E/ME	จำนวนงานไมซ์ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเป้าหมาย - ยังไม่มีการจัดเก็บข้อมูลรายปี			/
1.4	จำนวนงานไมซ์นานาชาติระดับโลกหรือภูมิภาคที่สร้างใหม่และ/หรืองานที่ชนะประมูลสิทธิ์	จำนวนงาน	ค่าเป้าหมายเพิ่มขึ้นจำนวน 2 งานทุกปี	MI/C/E/ME	จำนวนงานไมซ์นานาชาติระดับโลกหรือภูมิภาคที่สร้างใหม่ และ/หรืองานที่ชนะประมูลสิทธิ์ครั้งแรก	/		

ตัวชี้วัด	ชื่อตัวชี้วัด	หน่วยนับ	ค่าเป้าหมาย	ผู้จัดเก็บข้อมูล	ผลการดำเนินงาน	ประเมินผลการสำเร็จของโครงการ		
						สูง/เป็นไปตามเป้าหมาย	ต่ำกว่าเป้าหมาย	อยู่ระหว่างการดำเนินการ
	ครั้งแรก (New Event or Win Bidding)				(New Event or Win Bidding) - ในส่วนของโครงการ Won bid โดยในปี 2565 มีจำนวน 4 งาน			
3.1	ผลสำรวจประเทศที่ได้รับเลือกให้เป็น MICE Destinations	อันดับ	ค่าเป้าหมาย อันดับ 1 ทุกปี	CIC	เนื่องจากสถานการณ์ COVID-19 จึงไม่มีการประเมิน ทั้งนี้จะมีการสำรวจในปี 2566			/
3.2	ผลสำรวจการรับรู้ภาพลักษณ์ของประเทศไทยด้านจุดเด่นด้านธุรกิจบริการและอัตลักษณ์ความเป็นไทย	ร้อยละ	ค่าเป้าหมาย ในปี 2565 ร้อยละ 80 ของกลุ่มตัวอย่างรับรู้	CIC	มีการประเมินการเข้าถึงและการรับรู้ภาพลักษณ์ของประเทศไทย แต่เป็นเพียงการประเมินในระดับผลผลิต แต่ยังไม่มีการประเมินในระดับผลลัพธ์ ซึ่งควรพัฒนารูปแบบการประเมินให้สะท้อนผลลัพธ์/ความสำเร็จในการสื่อสารภาพลักษณ์			/
3.3	ระดับการรับรู้ (Exposure) เรื่องไมซ์ของทุกภาคส่วน	ร้อยละ	ค่าเป้าหมาย ในปี 2565 ร้อยละ 80 ของกลุ่มตัวอย่างรับรู้	CIC	ไม่มีการประเมิน			/
3.4	ระดับการรับรู้ถึงบทบาทของ สส. ปน. ของหน่วยงานภายนอก	ร้อยละ	ค่าเป้าหมาย ในปี 2565 ร้อยละ 75 ของกลุ่มตัวอย่างรับรู้	CIC	ไม่มีการประเมิน			/
เป้าหมายการกระจายรายได้และความเจริญ								
2.1	รายได้จากงานไมซ์ในไมซ์ซิตี้และคลัสเตอร์	ร้อยละ	ค่าเป้าหมาย เพิ่มขึ้นเฉลี่ย ร้อยละ 5 ทุกปี	CSD	สัดส่วนรายได้จากงานไมซ์ในประเทศของเมืองอื่นๆ นอกจาก กทม. - ปี 2562 เท่ากับ 27.63% - ปี 2563 เท่ากับ 25.58% ผลของปีอื่นๆ ยังอยู่ขั้นตอนของการดำเนินการ			/

ตัวชี้วัด	ชื่อตัวชี้วัด	หน่วยนับ	ค่าเป้าหมาย	ผู้จัดเก็บข้อมูล	ผลการดำเนินงาน	ประเมินผลความสำเร็จของโครงการ		
						สูง/เป็นไปตามเป้าหมาย	ต่ำกว่าเป้าหมาย	อยู่ระหว่างการดำเนินการ
2.2	ผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมของการจัดกิจกรรมไมซ์ในภูมิภาค (Regional Economic and Social Impact)	ร้อยละ	ค่าเป้าหมายเฉพาะเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 5 ทุกปี / ค่าเป้าหมายทางสังคมคือ ไม่มีผลกระทบในด้านลบ	CSD	มีการจัดเก็บ Economic Impact และ Social Impact จากการจัดกิจกรรมไมซ์ แต่อาจจะไม่ได้อยู่ในรูปของการจัดกิจกรรมไมซ์ในภูมิภาค ซึ่งจะพัฒนาการจัดเก็บข้อมูลเป็นรายอุตสาหกรรมและรายภูมิภาคต่อไป			/
2.3	จำนวนงานไมซ์เดิมที่ได้รับการยกระดับให้ได้คุณภาพตามที่กำหนด	จำนวนงาน	ค่าเป้าหมายในปี 2565 คือ 19 งาน	CSD(RO)	มีการพัฒนาโครงการ FLAGSHIP ในภูมิภาค เพื่อยกระดับจำนวนงานไมซ์ที่มีคุณภาพ	/		
2.4	จำนวนงานไมซ์ใหม่ที่ สสปน. ผลักดันให้มีการจัดขึ้นในภูมิภาค	จำนวนงาน	ค่าเป้าหมายเพิ่มขึ้นจำนวน 2 งานทุกปี	CSD(RO)	จำนวนไมซ์ใหม่จำนวน 5 งาน	/		
2.5	จำนวนงานไมซ์ใหม่ระดับนานาชาติที่เมืองเป็นเจ้าภาพ/ ให้การสนับสนุน	จำนวนงาน	ค่าเป้าหมายเพิ่มขึ้นจำนวน 2 งานทุกปี	CSD(RO)	จำนวนไมซ์ในระดับนานาชาติที่เมืองเป็นเจ้าภาพหรือให้การสนับสนุน ใหม่จำนวน 5 งาน	/		
เป้าหมาย พัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยนวัตกรรม								
4.1	จำนวนนวัตกรรม/เทคโนโลยีที่พัฒนาหรือนำมาใช้ในอุตสาหกรรมไมซ์	ร้อยละ	ค่าเป้าหมายเพิ่มขึ้น ร้อยละ 10	M2I	มีจำนวนนวัตกรรม/เทคโนโลยีที่พัฒนาหรือนำมาใช้ในอุตสาหกรรมไมซ์ตามเป้าหมาย เช่น Thai MICE CONNECT /E-library	/		
4.2	ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้ประโยชน์จากข้อมูล	ร้อยละ	ค่าเป้าหมายในปี 2565 ร้อยละ 85	M2I	มีการสำรวจระดับความพึงพอใจของผู้ใช้ประโยชน์จากข้อมูลสารสนเทศและองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับ		/	

ตัวชี้วัด	ชื่อตัวชี้วัด	หน่วยนับ	ค่าเป้าหมาย	ผู้จัดเก็บข้อมูล	ผลการดำเนินงาน	ประเมินผลความสำเร็จของโครงการ		
						สูง/เป็นไปตามเป้าหมาย	ต่ำกว่าเป้าหมาย	อยู่ระหว่างการดำเนินการ
	สารสนเทศและองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์				อุตสาหกรรมไมซ์ เช่น E-library ร้อยละ 83.60			
4.3	จำนวนบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ที่ได้รับการพัฒนาศักยภาพ	จำนวนคน	ค่าเป้าหมายในปี 2565 คือ 1,040 คน	MC	ปี 2565 จำนวน 2,386 คน	/		
4.4	จำนวนสถานที่จัดงานที่ได้รับมาตรฐาน TMVS/AMVS	จำนวนแห่ง	ค่าเป้าหมายในปี 2565 คือ 180 แห่ง	MC	ในปี 2565 มีจำนวนสถานที่จัดงานได้รับมาตรฐาน รวม 186 แห่ง โดย TMVS/AMVS จำนวน 162 แห่ง และ AMVS จำนวน 24 แห่ง	/		
4.5	จำนวนหน่วยงานที่ได้รับมาตรฐาน TSEMS	จำนวนราย	ค่าเป้าหมายในปี 2565 คือ 20 ราย	MC	มีจำนวนหน่วยงานที่ได้รับมาตรฐาน TSEMS ปี 2565 จำนวน 32 แห่ง	/		
4.6	ร้อยละความสำเร็จของการปรับปรุงกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์	ร้อยละ	ค่าเป้าหมายในปี 2565 แล้วเสร็จทุกกิจกรรมหรือร้อยละ 100	GCA	มีความสำเร็จในการดำเนินงานปรับปรุงกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ ผ่านการประชุมคณะกรรมการ JOC โดยในปี 2565 มีการดำเนินการจำนวน 4 เรื่อง	/		
4.7	ระดับความสำเร็จในการผลักดันให้ไมซ์เป็นวาระแห่งชาติ	ระดับ	ค่าเป้าหมายในปี 2565 ระดับ 5 คือ บรรลุเป้าหมาย Execution Plan และได้ร่าง พ.ร.บ. ไมซ์	CSD	เป็นไปตามเป้าหมาย โดยมี 1. การผลักดันการจัดงานวันไมซ์แห่งชาติ MICE DAY โดยคณะรัฐมนตรีประกาศให้วันที่ 26 เมย. ของทุกปีเป็นวันจัดประชุมและนิทรรศการแห่งชาติ 2. มีการริเริ่มโครงการ MEET IN THAILAND ในปี 2565 แต่เนื่องจากสถานการณ์ การเปิดประเทศจึงเลื่อนการดำเนินงานออกไปเป็นปี	/		

ตัวชี้วัด	ชื่อตัวชี้วัด	หน่วยนับ	ค่าเป้าหมาย	ผู้จัดเก็บข้อมูล	ผลการดำเนินงาน	ประเมินผลความสำเร็จของโครงการ		
						สูง/เป็นไปตามเป้าหมาย	ต่ำกว่าเป้าหมาย	อยู่ระหว่างการดำเนินการ
					2566 แทน 3. มีการปรับปรุงกฎระเบียบภายใต้แผนปฏิรูปประเทศ แทนการจัดทำ พรบ.ไมซ์			
4.8	คะแนนของ MICE Index ภาพรวม	คะแนน	ค่าเป้าหมาย ในปี 2565 คือ 72	CSD	ปี 2565 อยู่ในระดับคะแนน 71.08 ซึ่งนับว่ามีระดับความสะดวกในการดำเนินการที่สูง แต่ยังไม่เป็นไปตามเป้า		/	
4.9	จำนวนหน่วยงานพันธมิตรที่ผลักดันให้เกิดความร่วมมือด้านการศึกษาและพัฒนาไมซ์ในอาเซียน	จำนวนหน่วยงาน	ค่าเป้าหมาย 1 แห่งทุกปี	MC	มีหน่วยงานพันธมิตรตามเป้าหมาย เช่น MOU MICE ACADEMY ศูนย์ภูมิภาคการศึกษา	/		
5.1	ร้อยละของบุคลากรที่มีผลการประเมินรายบุคคลผ่านในระดับ “ดี” ในภาพรวม	ร้อยละ	ค่าเป้าหมาย ในปี 2565 ร้อยละ 70	ADMIN (HR)	ปี 2565 บุคลากรทุกคนที่มีผลการประเมินรายบุคคลผ่านในระดับ “ดี”	/		
5.2	ร้อยละความผูกพันของบุคลากรต่อองค์กร (EE)	ร้อยละ	ค่าเป้าหมาย ในปี 2565 ร้อยละ 80	ADMIN (HR)	มีการสำรวจร่วมกับโครงการประเมิน 360 - ปี 2563 ได้ระดับ 85 คะแนน แต่อย่างไรก็ดีไม่มีการดำเนินการที่ต่อเนื่อง - ปี 2564 จึงควรมีเครื่องมือในการประเมินที่สามารถดำเนินการเองได้			/
5.3	ร้อยละของกระบวนการที่ได้รับการปรับเปลี่ยนให้เป็นดิจิทัลเทียบกับแผน	ร้อยละ	ค่าเป้าหมาย ร้อยละ 100 ทุกปี	ADMIN (HR)	มีกระบวนการที่ได้รับการปรับเปลี่ยนให้เป็นดิจิทัล เช่น E-budgeting/E-สารบรรณ/RFS Request for Support / Performance Management Support/	/		

ตัวชี้วัด	ชื่อตัวชี้วัด	หน่วยนับ	ค่าเป้าหมาย	ผู้จัดเก็บข้อมูล	ผลการดำเนินงาน	ประเมินผลความสำเร็จของโครงการ		
						สูง/เป็นไปตามเป้าหมาย	ต่ำกว่าเป้าหมาย	อยู่ระหว่างการดำเนินการ
					E-payment / ระบบการลาออนไลน์ (ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์)			
5.4	ผลการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ (ITA)	ร้อยละ	ค่าเป้าหมายร้อยละ 85 ทุกปี	BOD	ปี 2565 มีระดับคะแนน 95.01	/		
5.5	ร้อยละความพึงพอใจของผู้รับบริการ	ร้อยละ	ค่าเป้าหมายในปี 2565 ร้อยละ 90	CSD	ในปี 2565 มีระดับคะแนน 91.43	/		
5.6	ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานตามแผนการจัดการความรู้ของ สสปน.	ระดับ	ค่าเป้าหมายระดับ 5 บรรลุเป้าหมายทั้ง 3 ตัวชี้วัดการจัดการความรู้	ADMIN (HR)	ยังไม่มีผลการดำเนินงานอย่างเป็นรูปธรรม แต่มีการกำหนดแผนการจัดการความรู้ 3 ขั้นตอนหลัก และคณะทำงานโครงการนำร่องและเป็นประเด็นความเสี่ยงตามแผนบริหารความเสี่ยงระดับองค์กร และแผนพัฒนาองค์กรตามแนวทาง PMQA ซึ่งจะต้องขับเคลื่อนให้สอดคล้องไปกับแผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี			/
5.7	ระดับความสำเร็จของการเพิ่มประสิทธิภาพระบบการบริหารจัดการองค์กร	ระดับ	ค่าเป้าหมายในปี 2565 ระดับ 5 ได้รับรางวัล 1 ใน 6 หมวดของ PMQA	CSD	ในปี 2565 มีคะแนน 458.04 แต่ยังไม่มียุทธศาสตร์เพื่อเสนอขอรับรางวัล โดยจะดำเนินการในปี 2566			/

3.2 การประเมินผลภาพรวมความสำเร็จของการดำเนินการตามแผนงานในการกิจหลัก ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579)

ในแผนงานในการกิจหลักระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579) ของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ประกอบด้วยแผนยุทธศาสตร์ไว้ 4 ด้าน คือ

- 1) ขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไทยผ่านกลไกของไมซ์
- 2) สร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของพื้นที่ในภูมิภาค
- 3) พัฒนาตลาดแบรนด์ไมซ์ในระดับประเทศและระดับนานาชาติ
- 4) ยกกระดับมาตรฐานผู้ให้บริการโครงสร้างสนับสนุนไมซ์

โดยการประเมินผลภาพรวมความสำเร็จของการดำเนินการจะใช้เป้าหมายตามตัวชี้วัด ตามตารางที่ 3-2 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3-2 การประเมินผลภาพรวมความสำเร็จของการดำเนินการตามแผนงานในการกิจหลัก ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579)

ยุทธศาสตร์	ตัวชี้วัด	หน่วยนับ	ค่าเป้าหมาย	ผลการดำเนินการ	ดำเนินการได้ร้อยละ
1.ขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไทยผ่านกลไกของไมซ์	จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ	(ล้านคน)	1.48	ในปี 2562 (ปีก่อนสถานการณ์ COVID-19) จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติมีจำนวน 1.27 ล้านคน	85.81
	จำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์ในประเทศ	(ล้านคน)	36.6	ในปี 2562 (ปีก่อนสถานการณ์ COVID-19) จำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์ในประเทศจำนวน 29.6 ล้านคน	80.87
	รายได้อุตสาหกรรมไมซ์นานาชาติ	(แสนล้านบาท)	1.53	ในปี 2562 (ปีก่อนสถานการณ์ COVID-19) รายได้อุตสาหกรรมไมซ์ นานาชาติ 93,971 ล้านบาท (0.9397 แสนล้านบาท)	61.42
	รายได้อุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศ	(แสนล้านบาท)	0.85	ในปี 2562 (ปีก่อนสถานการณ์ COVID-19) รายได้อุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศ 107,046 ล้านบาท	100
	จำนวนกิจกรรมคัลเจอร์มิซ์/งานในระดับนานาชาติ	(งาน)	10	จำนวนงานในระดับนานาชาติปี 2562 (ปีก่อนสถานการณ์ COVID-19) 9,007 งาน	100

ยุทธศาสตร์	ตัวชี้วัด	หน่วยนับ	ค่าเป้าหมาย	ผลการดำเนินการ	ดำเนินการได้ร้อยละ
2. สร้างขีดความสามารถแข่งขันในระดับพื้นที่ในภูมิภาค	สัดส่วนของมูลค่าของผลกระทบของอุตสาหกรรมไมซ์ที่มีต่อเศรษฐกิจ สังคม ของพื้นที่ในระดับภูมิภาคต่อรายได้รวม	%	25	ยังไม่มีการรวบรวมข้อมูลมูลค่า ผลกระทบของอุตสาหกรรมไมซ์ ในระดับภูมิภาค โดยจะมีแต่มูลค่าระดับประเทศ	ไม่มีการจัดเก็บ
	จำนวนผู้ประกอบการผู้จัดงานไมซ์ที่ได้คุณภาพในภูมิภาค	จำนวนบริษัท	23	ยังไม่มีการรวบรวมข้อมูลผู้ประกอบการผู้จัดงานไมซ์ที่ได้คุณภาพในระดับภูมิภาค โดยจะมีแต่มีการรวบรวมสถานประกอบการที่ได้รับมาตรฐาน TMVS ในภูมิภาค	ไม่มีการจัดเก็บ
	จำนวนงานไมซ์ Flagship ในเมืองไมซ์ ภูมิภาค	จำนวนงาน	8	มีจำนวน 8 งานทุกปี	100
3. พัฒนาลาดไมซ์ในระดับประเทศและระดับนานาชาติ	อันดับของประเทศจากการจัดอันดับ โดยองค์กรไมซ์นานาชาติ	อันดับ	23 (ICCA) 5 (UFI)	ICCA - ปี 2560 อันดับ 25 - ปี 2561 อันดับ 21 - ปี 2562 อันดับ 27 - ปี 2563 ไม่มีการรายงาน - ปี 2564 รายงาน Destination Performance Index ประเทศไทยติดอันดับ 1 ใน 50 * - ปี 2565 ยังไม่ประกาศ อันดับ UFI ปีล่าสุด (2564) คืออันดับที่ 7 ของเอเชีย	ICCA ไม่มีการรายงานในปีล่าสุด จากข้อมูล UFI ปีล่าสุด 71.43

ยุทธศาสตร์	ตัวชี้วัด	หน่วยนับ	ค่าเป้าหมาย	ผลการดำเนินการ	ดำเนินการได้ร้อยละ
	อันดับของประเทศไทย และของเมือง ไม้ซ์จากแบบสำรวจ Top of Mind ใน ภาพรวม (อันดับในเอเชีย)	อันดับ	2	ยังไม่มีผลสำรวจ	ไม่มีการจัดเก็บ
4.ยกระดับมาตรฐานผู้ให้บริการโครงสร้าง สนับสนุนไม้ซ์	จำนวนบุคลากรด้านไม้ซ์ที่ผ่านการรับรองมาตรฐานระดับสากล /	จำนวนคน	134	ปี 2565 มีจำนวน 52 คน	38.81
	จำนวนผู้ประกอบการด้านไม้ซ์ที่ผ่านการรับรองมาตรฐานในระดับสากล	จำนวนบริษัท	93	ยังไม่มีผลสำรวจ	ไม่มีการจัดเก็บ
	จำนวนจุดหมายที่มีศักยภาพในการจัดงานไม้ซ์ที่ผ่านเกณฑ์การประเมิน	จำนวนพื้นที่	10	ปี 2565 มีจำนวน 15 เมืองที่มีศักยภาพในการจัดงานไม้ซ์ที่ผ่านเกณฑ์ประเมิน โดยมี 10 เมืองไม้ซ์ที่ดี	100

3.3 บทสรุปการประเมินผลภาพรวมความสำเร็จของการดำเนินการตามแผนปฏิบัติราชการ ระยะ 3 ปี และแผนงานในภารกิจหลักระยะ 20 ปี ของ สสพ.

จากการประเมินผลภาพรวมความสำเร็จของการดำเนินการตามแผนปฏิบัติราชการระยะ 3 ปี (พ.ศ. 2563 – 2565) พบว่า ผลการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใส ในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ (ITA) มีค่าสูงกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ และมีแนวโน้มการรักษาระดับอย่างต่อเนื่อง ในกระบวนการทำงาน ได้รับการปรับเปลี่ยนให้เป็นดิจิทัลนั้นมีประสิทธิภาพ รวมถึงการนำนวัตกรรม และเทคโนโลยี ที่พัฒนา หรือนำมาใช้ในอุตสาหกรรมไมซ์ได้อย่างเป็นไปตามเป้าหมาย ซึ่งสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ใช้งานโดยเฉพาะ E-library ผลความสำเร็จในด้านผลักดันให้อุตสาหกรรมไมซ์ให้เป็นวาระแห่งชาติได้มีการจัดงานวันไมซ์แห่งชาติ MICE DAY และ การวางแผนการจัดตั้งโครงการ MEET IN THAILAND รวมถึงมีการปรับปรุงกฎระเบียบภายใต้แผนปฏิรูปประเทศ แทนการจัดทำ พรบ. ไมซ์ ในด้านผลการประเมินรายบุคคลบุคลากร ทุกคนที่มีผลการประเมินรายบุคคลผ่านในระดับดี คุณภาพและจำนวนของงานไมซ์ได้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดอย่างดียิ่งเยี่ยมทั้งในระดับประเทศและภูมิภาค

เนื่องด้วยสถานการณ์โควิดทำให้มีผลกระทบต่อผลการประเมินผลภาพรวมความสำเร็จของการดำเนินการตามแผนปฏิบัติราชการในด้านผลสำรวจการรับรู้ภาพลักษณ์ของประเทศไทย อันดับของประเทศไทยในการจัดอันดับอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับสากล (ICCA/UFI) และคะแนนของ MICE Index ภาพรวม อีกทั้งสถานการณ์โควิดทำให้มีอัตราการขยายตัวของรายได้จากงานไมซ์ และความพึงพอใจของผู้รับบริการ อยู่ในระดับที่ต่ำกว่าเป้าหมาย ยังมีการประเมินอีกจำนวนหนึ่งที่ยังไม่มีการจัดทำอย่างเป็นรูปธรรม เช่น การประเมินความสำเร็จของการดำเนินงานตามแผนการจัดการความรู้ของ สสพ. ผลสำรวจประเทศที่ได้รับเลือกให้เป็น MICE Destinations และระดับการรับรู้ถึงบทบาทของ สสพ. ของหน่วยงานภายนอก เป็นต้น ซึ่งควรได้รับการประเมินอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อให้ทราบถึงประสิทธิภาพในการดำเนินเงินของแผนปฏิบัติราชการ และควรมีการจัดทำประเมินของผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมของการจัดกิจกรรมไมซ์ในภูมิภาคให้ชัดเจน

ทั้งนี้ควรเร่งจัดทำประเมินผลภาพรวมความสำเร็จของการดำเนินการตามแผนงานในภารกิจหลักระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579) ที่อยู่ในขั้นตอนการดำเนินงานให้สำเร็จโดยไว เพื่อให้ทราบถึง ประสิทธิภาพในการทำงาน และแนวทางในการปรับปรุง ของแผนปฏิบัติราชการในอนาคต และการพัฒนาจุดหมายปลายทางไมซ์ที่ดี มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง เพราะเป็นส่วนช่วยในการกระจายรายได้ และสร้างความเข้มแข็งให้กับท้องถิ่น ซึ่งนำมาสู่การขยายของสังคมเมืองไปสู่พื้นที่ และสร้างประสบการณ์ไมซ์ ที่มีคุณค่าให้แก่นักท่องเที่ยว ทั้งนี้ในปัจจุบันระบบดิจิทัล มีส่วนร่วมของเกือบทุกขณะของชีวิตประจำวัน ดังนั้นการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในการทำงาน จะยิ่งช่วยส่งเสริมประสิทธิภาพในการทำงานให้มากยิ่งขึ้นจึงทำก่อประโยชน์แก่ภายในและภายนอกขององค์กร

บทที่ 4 สถานการณ์และแนวโน้มอุตสาหกรรมไมซ์

สถานการณ์อุตสาหกรรมไมซ์

คาดการณ์การเติบโตของตลาดสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์

ศักยภาพของประเทศไทย

จุดแข็งของประเทศไทย

privilege ที่แต่ละ CVB ในประเทศไทยนำเสนอ

เทรนด์อุตสาหกรรมและพฤติกรรมนักเดินทาง แบ่งตาม

MC (meeting/convention)

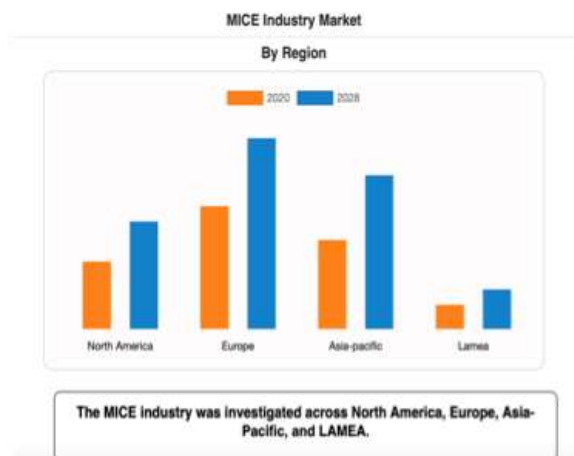
I (incentive)

E (exhibition)

Mega event



คาดการณ์การเติบโตของตลาดสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์



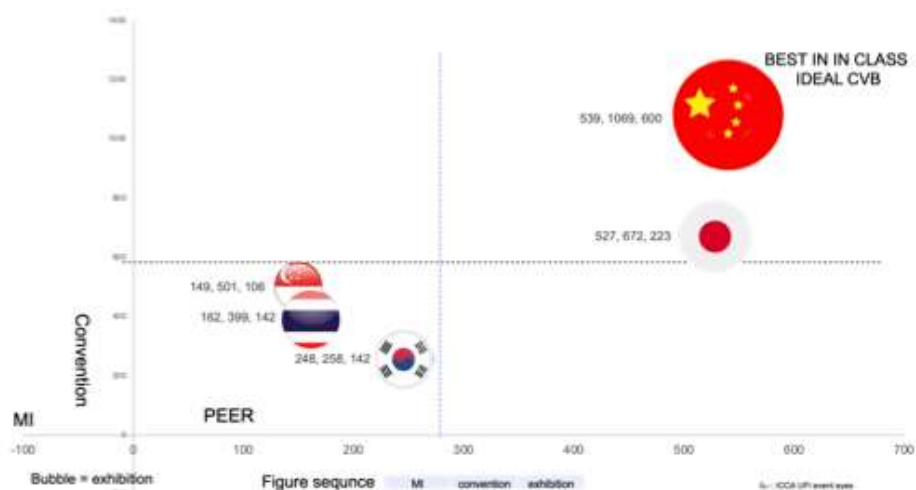
<https://www.researchdive.com/8408/mice-industry-market>

ตลาดสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในยุโรปจะเป็นตลาดที่โดดเด่นที่สุด แต่ตลาดอุตสาหกรรมไมซ์ในเอเชียแปซิฟิกจะเติบโตเร็วที่สุด

อุตสาหกรรมไมซ์ของยุโรปมีมูลค่า 405.4 พันล้านดอลลาร์ในปี 2563 และคาดว่าจะมีรายได้ 626.0 พันล้านดอลลาร์ในปี 2571 ส่วนแบ่งของอุตสาหกรรมไมซ์ในเอเชียแปซิฟิกคาดว่าจะเติบโตที่ CAGR 6.7% โดยมีรายได้ 501.3 พันล้านดอลลาร์ในปี 2571 การเติบโตนี้จะมีปัจจัยส่งเสริมจากการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว การเดินทางเพื่อธุรกิจ การพัฒนา

ศักยภาพของประเทศคู่แข่ง

ในเอเชียแปซิฟิกเอง CVB คู่แข่งและ CVB ที่เป็นแบบอย่างประเมินจากปริมาณงานที่จัดในอุตสาหกรรมไมซ์ ด้านประชุมสัมมนา งานจัดแสดงสินค้า



โดย CVB ที่ สสปน. ควรจับตามอง ในฐานะที่มีศักยภาพใกล้เคียงกัน คือ สิงคโปร์ เกาหลี และ CVB ที่เป็นแบบอย่าง คือ จีน ญี่ปุ่น เนื่องจากเป็นจุดหมายที่มีการจัดงานมากกว่าประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญ



Digital Readiness Index is measured in seven components – basic needs, human capital, ease of doing business, business and government investment, start-up environment, technology infrastructure and technology adoption.
Index score not available for Hong Kong SAR, Taiwan and Brunei Darussalam
Source: Cisco Digital Readiness Index 2019

Digital Readiness Index (Best - 25.0)

ประเทศที่มีความพร้อมทางด้าน
โครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล ระดับต้นๆ คือ
สิงคโปร์และเกาหลีใต้ แต่อย่างไรก็ดีใน
ส่วนของประเทศไทย ก็ยังคงเป็นผู้นำ
ด้านโครงสร้างพื้นฐานใน กลุ่มภูมิภาค
เอเชียตะวันออกเฉียงใต้

Safe Cities Index,

กรุงเทพติดอันดับที่ 43
สิงคโปร์อันดับที่ 3
โตเกียวติดอันดับที่ 5
โซล อันดับที่ 25 และ
เซี่ยงไฮ้ อันดับที่ 30

[https://
safecities.economist.com](https://safecities.economist.com)

All data are normalised to a scale of 0 to 100, where 100 = best health

Very high (75.1-100) High (50.1-74) Medium (25.1-49) Low (0-24)

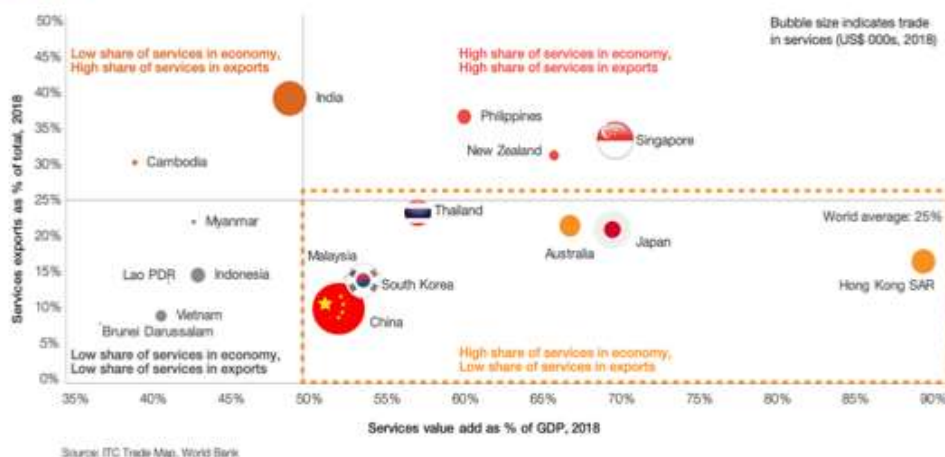
Overall score	1 Digital Security	2 Health Security	3 Infrastructure Security	4 Personal Security	5 Environmental Security
1. Copenhagen 81.4	1. Tokyo 81.2	1. Tokyo 81.2	1. Hong Kong 80.8	1. Copenhagen 80.4	1. Washington 80.2
2. Toronto 80.2	2. Singapore 80.2	2. Singapore 80.2	2. Singapore 80.1	2. Amsterdam 80.0	2. Toronto 80.0
3. Singapore 80.1	3. Copenhagen 80.1	3. Hong Kong 80.0	3. Copenhagen 80.0	3. Frankfurt 80.0	3. Washington, DC 80.0
4. Sydney 80.1	4. Los Angeles 80.0	4. Melbourne 80.0	4. Toronto 80.0	4. Stockholm 80.0	4. Bogotá 80.0
5. Tokyo 80.0	5. San Francisco 80.0	5. Osaka 80.0	5. Tokyo 80.0	5. Brussels 80.0	5. Milan 80.0
6. Amsterdam 79.9	6. New York 79.9	6. Seoul 80.0	6. Stockholm 80.0	6. Paris 79.9	6. Copenhagen 80.0
7. Wellington 79.9	7. Amsterdam 79.9	7. Toronto 80.0	7. Osaka 80.0	7. Wellington 80.0	7. Stockholm 80.0
8. Hong Kong 79.8	8. Melbourne 79.9	8. London 79.8	8. Washington, DC 80.0	8. Toronto 79.9	8. Rio de Janeiro 80.0
9. Melbourne 79.8	9. Wellington 79.9	9. Barcelona 79.1	9. Chicago 80.0	9. Lisbon 80.0	9. Zurich 80.0
10. Stockholm 79.8	10. Chicago 79.7	10. Sydney 79.7	10. Sydney 80.0	10. Madrid 80.0	10. Kuala Lumpur 80.0
11. Barcelona 79.8	11. Frankfurt 79.7	11. San Francisco 79.7	11. San Francisco 80.0	11. Sydney 80.0	11. Amsterdam 80.0
12. New York 79.8	12. London 79.8	12. Abu Dhabi 79.8	12. Wellington 80.0	12. Barcelona 80.0	12. New York 80.0
13. Frankfurt 79.7	13. Dallas 79.8	13. Dubai 79.8	13. Zurich 80.0	13. Singapore 80.0	13. Tokyo 80.0
14. Washington, DC 79.7	14. Toronto 79.8	14. New York 79.7	14. Frankfurt 80.0	14. London 80.0	14. Taipei 80.0
15. London 79.7	15. Zurich 79.8	15. Chicago 79.8	15. Madrid 80.0	15. Zurich 80.0	15. Quito 80.0
16. San Francisco 79.7	16. Barcelona 79.9	16. Los Angeles 79.8	16. Melbourne 80.0	16. Tokyo 80.0	16. Sydney 80.0
17. Osaka 79.7	17. Madrid 79.8	17. Dallas 79.8	17. Barcelona 80.0	17. Osaka 80.0	17. Buenos Aires 80.0
18. Los Angeles 79.6	18. Stockholm 79.8	18. Washington, DC 79.8	18. San Francisco 80.0	18. Melbourne 80.0	18. Barcelona 80.0
19. Zurich 79.6	19. Washington, DC 79.7	19. Beijing 79.8	19. Amsterdam 80.0	19. Taipei 80.0	19. San Francisco 80.0
20. Chicago 79.6	20. Tokyo 79.8	20. Shanghai 79.8	20. Seoul 80.0	20. Santiago 80.0	20. Rome 80.0
21. Madrid 79.7	21. Hong Kong 79.7	21. Taipei 79.8	21. Dallas 80.0	21. Hong Kong 80.0	21. Dallas 80.0
22. Dallas 79.6	22. Paris 79.8	22. Bangkok 79.7	22. Los Angeles 80.0	22. Seoul 80.0	22. Osaka 80.0
23. Paris 79.6	23. Brussels 79.8	23. Amsterdam 79.8	23. London 80.0	23. Rome 80.0	23. San Paulo 80.0
24. Taipei 79.6	24. Abu Dhabi 79.8	24. Frankfurt 79.8	24. Paris 80.0	24. Milan 80.0	24. Los Angeles 80.0
25. Seoul 79.8	25. Dubai 79.8	25. Istanbul 79.8	25. Taipei 80.0	25. Abu Dhabi 80.0	25. Melbourne 80.0
26. Brussels 79.8	26. Milan 79.7	26. Copenhagen 79.8	26. Brussels 80.0	26. Osaka 80.0	26. Frankfurt 80.0
27. Milan 79.8	27. Osaka 79.8	27. Kuwait City 79.7	27. Guangzhou 80.0	27. New York 80.0	27. Hong Kong 80.0
28. Lisbon 79.8	28. Lisbon 79.8	28. Moscow 79.8	28. Lisbon 80.0	28. Washington, DC 80.0	28. Lisbon 80.0
29. Rome 79.8	29. Santiago 79.8	29. Paris 79.8	29. Abu Dhabi 80.0	29. Los Angeles 80.0	29. Chicago 80.0
30. Shanghai 79.8	30. Taipei 79.8	30. Riyadh 79.8	30. Milan 80.0	30. Chicago 80.0	30. Jakarta 80.0
31. Abu Dhabi 79.8	31. Seoul 79.8	31. Brussels 79.8	31. Beijing 80.0	31. San Francisco 80.0	31. London 80.0
32. Kuala Lumpur 79.8	32. AVERAGE 79.8	32. Buenos Aires 79.8	32. Dubai 80.0	32. AVERAGE 80.0	32. Madrid 80.0
33. Santiago 79.8	33. Buenos Aires 79.8	33. AVERAGE 79.8	33. Rome 80.0	33. Dublin 80.0	33. Seoul 80.0
34. Buenos Aires 79.8	34. Moscow 79.8	34. Zurich 79.8	34. Moscow 80.0	34. Moscow 80.0	34. Moscow City 80.0
35. Dubai 79.8	35. Kuala Lumpur 79.8	35. Santiago 79.8	35. Istanbul 79.8	35. Beijing 80.0	35. Paris 80.0
36. Beijing 79.8	36. Istanbul 79.8	36. Stockholm 79.8	36. Santiago 80.0	36. Rio de Janeiro 80.0	36. Brussels 80.0
37. Istanbul 79.8	37. Mexico City 79.8	37. Rome 79.8	37. Kuala Lumpur 80.0	37. Kuwait City 80.0	37. Singapore 80.0
38. Moscow 79.8	38. Shanghai 79.8	38. Kuala Lumpur 80.0	38. San Paulo 80.0	38. Ho Chi Minh City 80.0	38. Shanghai 80.0
39. Rio de Janeiro 79.8	39. San Paulo 79.8	39. Ho Chi Minh City 80.0	39. Bangkok 80.0	39. Buenos Aires 80.0	39. AVERAGE 80.0
40. San Paulo 79.8	40. New Delhi 79.8	40. New Delhi 80.0	40. Jakarta 80.0	40. San Paulo 80.0	40. Ho Chi Minh City 80.0
41. Bogotá 79.8	41. Casablanca 79.8	41. Wellington 79.8	41. Rio de Janeiro 80.0	41. New Delhi 80.0	41. Manila 80.0
42. Mexico City 79.8	42. Johannesburg 79.8	42. Milan 79.8	42. Buenos Aires 80.0	42. Mexico City 80.0	42. Johannesburg 80.0
43. Bangkok 79.8	43. Riyadh 79.8	43. Johannesburg 80.0	43. Mexico City 80.0	43. Riyadh 80.0	43. Bangkok 80.0
44. Quito 79.8	44. Bangkok 79.8	44. Mumbai 80.0	44. New Delhi 80.0	44. Johannesburg 80.0	44. Istanbul 80.0
45. Ho Chi Minh City 79.8	45. Beijing 79.8	45. Bogotá 80.0	45. Ho Chi Minh City 80.0	45. Bogotá 80.0	45. Moscow 80.0
46. Jakarta 79.8	46. Bogotá 80.0	46. Jakarta 80.0	46. Quito 80.0	46. Quito 80.0	46. Mumbai 80.0
47. Johannesburg 79.8	47. Baku 79.8	47. Quito 80.0	47. Moscow 80.0	47. Moscow 80.0	47. Dhaka 80.0
48. New Delhi 79.8	48. New Delhi 79.8	48. San Paulo 80.0	48. Mumbai 80.0	48. Istanbul 80.0	48. Beijing 80.0
49. Riyadh 79.8	49. Mumbai 79.8	49. Lisbon 80.0	49. Bogotá 80.0	49. Casablanca 80.0	49. New Delhi 80.0
50. Mumbai 79.8	50. Lagos 79.8	50. Mexico City 80.0	50. Riyadh 80.0	50. Mumbai 80.0	50. Santiago 80.0
51. Manila 79.8	51. Ho Chi Minh City 79.8	51. Casablanca 80.0	51. Kuwait City 80.0	51. Cairo 80.0	51. Abu Dhabi 80.0
52. Baku 79.8	52. Quito 79.8	52. Dhaka 80.0	52. Manila 80.0	52. Jakarta 80.0	52. Baku 80.0
53. Kuwait City 79.8	53. Mumbai 79.8	53. Rio de Janeiro 80.0	53. Casablanca 80.0	53. Baku 80.0	53. Baku 80.0
54. Dubai 79.8	54. Cairo 79.8	54. Manila 80.0	54. Johannesburg 80.0	54. Dhaka 80.0	54. Dhaka 80.0
55. Casablanca 79.8	55. Kuwait City 79.8	55. Riyadh 80.0	55. Dhaka 80.0	55. Bangkok 80.0	55. Bangkok 80.0
56. Lagos 79.8	56. Dhaka 79.8	56. Baku 80.0	56. Cairo 80.0	56. Manila 80.0	56. Manila 80.0
57. Cairo 79.8	57. Karachi 79.8	57. Cairo 80.0	57. Karachi 80.0	57. Caracas 80.0	57. Karachi 80.0
58. Caracas 79.8	58. Jakarta 79.8	58. Yangon 80.0	58. Yangon 80.0	58. Yangon 80.0	58. Casablanca 80.0
59. Karachi 79.8	59. Caracas 79.8	59. Lagos 80.0	59. Caracas 80.0	59. Lagos 80.0	59. Cairo 80.0
60. Yangon 79.8	60. Yangon 79.8	60. Caracas 80.0	60. Lagos 80.0	60. Karachi 80.0	60. Kuwait City 80.0

Figure 16 Relevance of SME digital upskilling in Asia Pacific



การพัฒนาศักยภาพ SME ด้านดิจิทัล ประเทศไทยมีจำนวน SME มากมาย ที่มีศักยภาพไม่แพ้ชาติใด เพียงแต่ SME ของประเทศไทยยังขาดพื้นฐานด้านดิจิทัลมาเติมเต็มศักยภาพในการพัฒนาธุรกิจได้อย่างเต็มที่ ประเทศไทยควรพัฒนา SME ในเรื่องด้านดิจิทัลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้สูงขึ้น

Figure 8 Presence of services sector in overall economy and exports for Asia Pacific markets



ประเทศไทยมีศักยภาพด้านบริการที่มีคุณภาพ แต่จำกัดเพียงการบริการในประเทศ ต่างจากสิงคโปร์ที่มีการส่งออกบริการ ทำให้สร้าง GDP ให้แก่ประเทศ ตามเกณฑ์โลกที่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมโมฆะต่างจ้างช่วงเพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย หากประเทศไทยมีการยกระดับการบริการให้ได้มาตรฐานสากล จะสามารถสร้างงาน สร้างรายได้ และ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ดึงงานโมฆะเข้าประเทศไทยได้อีกมาก

4.1 ประเทศติดอันดับโลกในฐานะเมืองที่นักเดินทางอยากมาประชุม

GLOBAL RANKING

ตารางต่อไปนี้แสดงเมืองยอดนิยมในการประชุมนานาชาติ 101 อันดับแรก

โดยในปี 2564 ประเทศไทยติดอันดับ 6 ขึ้นมาจากอันดับ 8 เทียบกับปี 2563 ในเอเชียแปซิฟิกเอง ประเทศไทยเป็นรองเพียง สิงคโปร์ ปักกิ่ง และ โตเกียว เป็นที่น่าสนใจว่าสิงคโปร์ตกอันดับจาก ที่ 2 ในปี 2563 มาเป็นที่ 3 ในปี 2564

City	Score 2021	Rank 2021	Rank 2020	Score 2020	Change	City	Score 2021	Rank 2021	Rank 2020	Score 2020	Change
Paris	722.5	1	1	764.1	=	Kuala Lumpur	591.8	16	9	679.8	-7 ↓
New York	695.5	2	3	715.8	+1 ↑	Amsterdam	585.2	17	17	649.8	=
Singapore	680.6	3	2	744.9	-1 ↓	Seoul	571.9	18	18	633.5	=
Beijing	678.7	4	7	681.5	+3 ↑	Toronto	569.7	19	16	653.4	-3 ↓
Tokyo	671.8	5	5	701.7	=	Vienna	565.1	20	22	608.7	+2 ↑
Bangkok	642.1	6	8	680.7	+2 ↑	Macao	561.1	21	25	599.8	+4 ↑
London	638.8	7	10	673.4	+3 ↑	Bali	549.3	22	26	597.9	+4 ↑
Barcelona	623.8	8	4	704.2	-4 ↓	Vancouver	538.6	23	28	590.7	+5 ↑
Istanbul	622.4	9	15	656.8	+6 ↑	Brussels	537.1	24	33	568.8	+9 ↑
Washington	622.2	10	14	658.8	+4 ↑	Madrid	534.9	25	23	603.2	-2 ↓
Chicago	620.7	11	13	659.6	+2 ↑	Milan	534.5	26	19	616.0	-7 ↓
Hong Kong	614.4	12	6	691.1	-6 ↓	Melbourne	534.4	27	27	597.7	=
Shanghai	610.3	13	20	613.8	+7 ↑	Moscow	533.0	28	38	556.5	+10 ↑
Boston	601.6	14	11	665.3	-3 ↓	Montreal	532.8	29	29	582.3	=
Berlin	596.1	15	12	659.7	-3 ↓	Rome	532.2	30	24	602.2	-6 ↓

Source: GainingEdge's 101 Cities Global Survey

THAILAND VS. GLOBAL RANKING

นอกจากนี้ประเทศไทยยังติดอันดับมากมาย ในมุมมองของการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว

- อันดับ 1** เกาะพะงัน เป็นสถานที่เหมาะสำหรับการทำงานที่สุดในโลก(Workation)ประจำปี 2565
(ที่มา: William Russell.com)
- อันดับ 1** กรุงเทพฯ เป็นเมืองที่นักท่องเที่ยวทั่วโลกชื่นชอบมากที่สุด (Best City) ในการท่องเที่ยวเอเชียแปซิฟิก
(ที่มา: DestinAsian)
- อันดับ 3 และ 4** "เกาะที่ดีที่สุด" ภูเก็ต และ เกาะสมุยในภาคการท่องเที่ยว ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก
(ที่มา: DestinAsian)
- อันดับ 4** จุดหมายปลายทางท่องเที่ยวที่น่ามาเยือนมากที่สุดในโลก หลังสถานการณ์โควิด-19
(ที่มา: Visa Global Travel Intentions Study)
- อันดับ 9** เมืองที่นักเดินทางรอบโลก ให้ความสำคัญเป็นขวัญใจ นักช้อป
(ที่มา: Tripadvisor)

4.2 จุดแข็งของประเทศคู่แข่ง

สิงคโปร์ น่าจะมีการฟื้นตัวของอุตสาหกรรมไมซ์อย่างแข็งแกร่ง ก่อนสถานการณ์โควิด อุตสาหกรรมไมซ์ของสิงคโปร์คาดการณ์รายได้ถึง 5.2 พันล้านเหรียญสิงคโปร์ในปี 2027 เติบโตแบบก้าวกระโดดที่ 8.4% ต่อปี



- บริษัทข้ามชาติกว่า 7000 บริษัทมีสำนักงานอยู่ในสิงคโปร์
- บริษัทต่างชาติที่ติดต่อกับสิงคโปร์กว่า 37,400 บริษัท
- เชื่อมโยงกว่า 400 เมืองทั่วโลก
- สายการบินมากกว่า 100 สายการบินบินทางซี
- ศักยภาพของบุคลากรที่ด้านบริการ

โ ซอล์จัดเงินกว่า 2.2 ล้านเหรียญดอลลาร์เพื่อผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์

เน้นการสร้างแพลตฟอร์มไฮบริดคุณภาพสูงด้วยเทคโนโลยีชั้นนำ ด้วยโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีที่ล้ำสมัย และสนับสนุนการจัดงานแบบ virtual อย่างจริงจัง เช่น ช่วยออกแบบแพลตฟอร์ม virtual ฟรี โดยใช้

The Virtual Seoul platform's 3D graphics และจะได้รับเงินสวัสดิการสูงถึง 10 ล้านวอน (US\$8,980) มีเงื่อนไขตามที่กำหนด. ทำให้โซลมีจุดแข็งและ positioning ที่โดดเด่นสำหรับผู้ที่ต้องการจัดงานรองรับการเติบโตของด้านดิจิทัลในอนาคต





ญี่ปุ่น ครบ จบในที่เดียว

- เป็นศูนย์กลางของโลกเกี่ยวกับการศึกษา, วิจัย และอุตสาหกรรม
- เป็นที่ประจักษ์เรื่องความเป็นเลิศในการจัดงานประชุมและอีเวนต์ต่าง ๆ
- การต้อนรับและบริการระดับโลก
- เมืองอัจฉริยะ “เสาอัจฉริยะ” 5G “รถบินได้” ศูนย์งานในการใช้งาน มีการจัดทำสตูดิโอไฮเทค ช่วยให้ผู้เข้าร่วมประชุมแบบตัวต่อตัวสร้างเครือข่ายและสื่อสารกับผู้เข้าร่วมคนอื่นๆ ที่อยู่ระยะไกลไม่ว่าจะที่ไหนในโลก
- ไม่ใช่มีเพียงบูธไฮเทค แต่คงด้วยวัฒนธรรมอันทรงเสน่ห์ เป็นการผสมผสานของประเพณีและนวัตกรรมอย่างกลมกลืน
- ญี่ปุ่นแสดงให้เห็นถึงการเปิดกว้าง ตามที่เห็นในกีฬาโอลิมปิก มีการเฉลิมฉลองความแตกต่างของบุคคล โดยไม่คำนึงถึงอายุ เชื้อชาติ สัญชาติ เพศ รสนิยมทางเพศ ความเชื่อทางศาสนา หรือความบกพร่อง ซึ่งกำลังเป็นกระแสการจัดงานของโลก

จีน

นับ ตลาดผู้ซื้อผู้ขายขนาดใหญ่ โครงการ Belt and Road Initiative (BRI) จะขับเคลื่อนการพัฒนาของอุตสาหกรรมกิจกรรมทางธุรกิจ เป็นแผนของประเทศในการเชื่อมโยงพื้นที่ต่างๆ ทั่วโลกเข้ากับศูนย์กลางหลายแห่งในจีน ผ่านถนน ทางหลวง ทางรถไฟ และท่อส่งน้ำมัน ทางเชื่อมสองจุดที่จะสร้างโดยโครงการ BRI คือจีนไปยังลอนดอน เรลลิงค์ระยะทาง 12,000 กม. (7,456 ไมล์) ซึ่งเริ่มต้นในลอนดอนและสิ้นสุดในอู่ ในจังหวัดเจ้อเจียง และเส้นทางรถไฟซีโน-ไทย 837 กม. (520 ไมล์) ซึ่งจะเดินทางจากตอนใต้ของจีนไปยังประเทศลาวไปยังชายฝั่งตะวันออกของประเทศไทย

- ตลาดผู้ซื้อผู้ขายขนาดใหญ่
- สถานที่จัดงาน ศูนย์ประชุมระดับโลก : หนึ่งในเรื่องใหญ่ที่สุดที่เป็นศักยภาพสำหรับการเติบโตในประเทศจีนคือความสามารถในการพัฒนาสถานที่ใหม่ ๆ เข้าสู่ตลาด ไม่เพียงเกิดขึ้นในเมืองหลักเท่านั้น แต่ยังเกิดขึ้นทั่วประเทศด้วย มีการขยายตัวในอุตสาหกรรมโรงแรมและรายงานระบุว่าภายในปี 2566 อุตสาหกรรมโรงแรมของจีนจะมีมูลค่าถึง 1 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ห้องพัก 6.3 ล้านห้อง

ประเทศจีนมีสมาชิก ICCA ที่ใหญ่ที่สุด โดยมีสมาชิกเพิ่มขึ้น 300% จีนมีสมาชิก ICCA ที่เติบโตเร็วที่สุดในโลก โดยมีสมาชิกมากกว่า 80 รายทั่วประเทศ





ารสนับสนุนสำหรับการประชุมของ Convention Bureau ในสิงคโปร์ เกาหลี ญี่ปุ่น
(ไม่รวมจีน เนื่องจากยังไม่เปิดประเทศอย่างเป็นทางการ)

Support to Promote destination selection				
Type of Support	Japan	Korea	Singapore	
Site inspection support (provision of accommodation, food, tourist activities)	✓	✓	✓	
Creation of draft proposals, providing information	✓	✓	✓	
Bidding letter		✓	✓	
Bidding presentation support		✓	✓	
accompany bidding trip		✓	✓	
Support During event				
Type of Support	Japan	Korea	Singapore	
welcome and transfer	Japan	Korea	Singapore	
Welcome banners	✓	✓	✓	
Airport transfer services	✓	✓	✓	
Chartered transport (e.g. coaches)	✓	✓	✓	
Freebies	Japan	Korea	Singapore	
monetary support based on condition	✓	✓	✓	
Accommodation	✓	✓	✓	
Prepaid cards for public transport	✓	✓	✓	
Giveaways/gift	✓	✓	✓	
Discount coupons / tickets to tourist facilities	✓	✓	✓	
Lounge service at airport		✓	✓	
Free simcard or discount for simcard		✓	✓	
Discount air ticket		✓	✓	
Free 10 kg. baggage loading		✓	✓	
Experience programs	Japan	Korea	Singapore	
welcome dinner, local cuisine, traditional cuisine	✓	✓	✓	
Attractions, entertainment etc.	✓	✓	✓	
variety of exclusive programs (e.g. traditional show/performance)	✓	✓	✓	
exclusive shopping and meet with local designers	✓	✓	✓	
variety of free class/team building program (up to 80 program for Singapore)	✓	✓	✓	
exclusive venue	Japan	Korea	Singapore	
Venues (MICE facilities, unique venues, national gallery)	✓	✓	✓	
Event management services	Japan	Korea	Singapore	
business matching with government, relevant organization	✓	✓	✓	
Event management services	✓	✓	✓	
Recruiting volunteers to assist at events	✓	✓	✓	
Coordinating with relevant organizations	✓	✓	✓	
Arranging reception venues (including unique venues)	✓	✓	✓	
Arranging tour interpreters and guides	✓	✓	✓	
visa facilitation	✓	✓	✓	
fast lane at airport	✓	✓	✓	
invite important person/government party	✓	✓	✓	
PR marketing	Japan	Korea	Singapore	
Support for encouraging participation in the event	✓	✓	✓	
Supporting other PR activities	✓	✓	✓	
free logo on co-branded cards (e.g. prepaid card)		✓	✓	
online content development		✓	✓	
roadshow/booth promote		✓	✓	
follow up result		✓	✓	
help find buyers		✓	✓	
promotional material	Japan	Korea	Singapore	
Travel brochure	✓	✓	✓	
VDO promote destination	✓	✓	✓	
IT support	Japan	Korea	Singapore	
free or monetary support for virtual/hybrid platform development		✓	✓	
IT support/application development		✓	✓	
AI robot		✓	✓	
24 hours chatbot		✓	✓	
endorsement	Japan	Korea	Singapore	
tax reduction		✓	✓	
standard event trade mark (e.g. AIF for Singapore)		✓	✓	
hygiene protocol	Japan	Korea	Singapore	
hygiene tool support (e.g. face temperature detection, quarantine gate)	✓	✓	✓	
event safety guideline	✓	✓	✓	
clean space/hygiene kit	✓	✓	✓	
insurance	Japan	Korea	Singapore	
medical service (e.g. ambulance/ consult)		✓	✓	
insurance/compensation when event is cancel		✓	✓	
safety insurance when accident		✓	✓	
Service when robbery, cheating occurs		✓	✓	
sustainability	Japan	Korea	Singapore	
sustainability guidebook	✓	✓	✓	



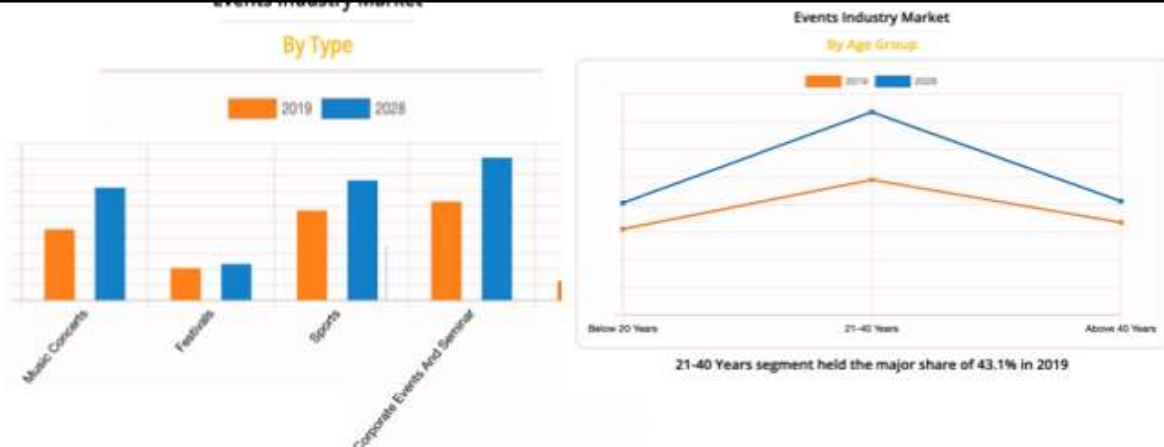
เทรนด์อุตสาหกรรมและพฤติกรรมการเดินทาง

เทรนด์อุตสาหกรรมและ พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

อัตราการเข้าร่วม event ที่เป็นแบบ exclusive มีสูงถึง 75% ขณะที่อีเวนต์แมสทั่วไปมีเพียง 35% เท่านั้น เทรนด์การออกแบบอีเวนต์ เน้นความเฉพาะเจาะจง ขณะเดียวกันก็เน้นการมีส่วนร่วมของ community มากขึ้น ผู้คนต้องการการพบปะแบบทรงคุณค่ามากกว่าการพบปะแบบทั่วไป



อีเวนต์เอ็นเตอร์เทนเมนต์ กีฬา และอีเวนต์องค์กร มีการเติบโตสูงจนถึงปี 2028



FROM ONLINE TO ONGROUND

ผู้ จัด 71% มีการทดลองจัด virtual events ในปี 2021, และมี 49% ที่ตั้งใจจะจัดรูปแบบ virtual ในปี 2022 เพราะสามารถขยายฐานคนดูออกไปได้กว้างขึ้น และเป็นโอกาสในการสร้างความสัมพันธ์ โดยหวังว่าจะสามารถกระตุ้นให้ลูกค้าใหม่ๆ อยากเข้าร่วมอีเวนต์แบบพบหน้ากันในอนาคต

Although



"Historic preservation takes a crowd, and our online festival on Eventbrite reached an international audience for the first time. We are moving toward hybrid programming to keep our international community engaged while getting back to the streets for history walking tours." Randall and Al of **SF Neon** in San Francisco, CA.

MORE CREATIVE & INNOVATIVE : Live Event Technology

สถานที่จัดงานที่รองรับเทคโนโลยีขั้นสูง กำลังเป็นที่ต้องการ เช่น สนามแข่ง e-sport เวทีคอนเสิร์ตแบบ virtual เพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้กับผู้บริโภค ในเดือนพฤษภาคม 2022 ชาวลอนดอนมีโอกาสได้ดูคอนเสิร์ต 'Abba's [return to the stage](#)' ในเวอร์ชัน avatar โดยผู้ชมได้ดู Abba ในเวอร์ชันหนุ่มสาวเหมือนที่เคยแสดงในปี 1970 ด้วย hologram technology คอนเสิร์ตนี้มีการสร้างฮอลล์ใหม่ที่รองรับเทคโนโลยีขั้นสูง เพราะต้องใช้กล้องกว่า 160 ตัว ไฟกว่า 500 ดวง โดยมีผู้เชี่ยวชาญด้าน visual effect กว่า 1000 คน และประมวลด้วย computer effect กว่า 1 พันล้านชั่วโมง ในการสร้าง avatar ที่แสดงได้สมจริง

ABBA Voyage - in numbers

42 years

since their last concert, in Japan

1,000 visual effects artists created the show

160 cameras captured the band performing

1bn computing hours to animate the avatars

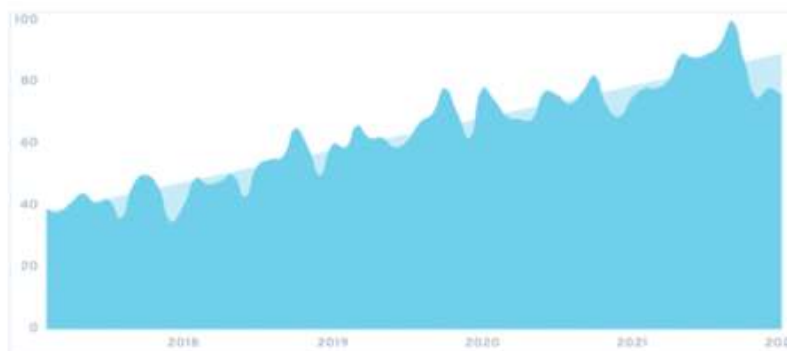
500 lights in the purpose-built arena

3,000 people can attend every show

Source: ABBA Voyage

ที่มา : Abba voyage

The FBI reported a **300%** increase in cybercrimes since 2020.



Search interest in "cybersecurity" has increased **94%** in the last five years.

How will we see events respond to this need for increased online security?

ที่มา : www.FBI.gov

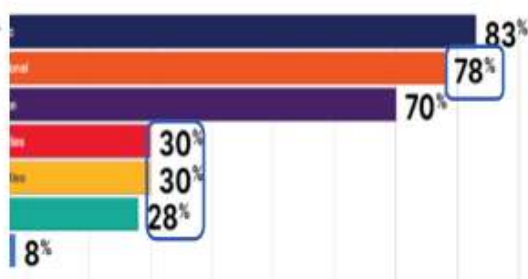
SECURITY CONCERN

FBI รายงานการเติบโตของ cyber crime สูงขึ้นถึง 300% ตั้งแต่ปี 2022 ผู้จัดงานคาดหวังการสนับสนุนเรื่องระบบความปลอดภัยทาง Cyber ขึ้นสูง จากหน่วยงานของรัฐบาล



งบประมาณในการจัด Incentive Travel สูงขึ้น 34% ในปี 2022 จาก 764 ดอลลาร์ เป็น 806 ดอลลาร์ ต่อคน โดย 81% ของบริษัทที่มีงบ incentive จะพิจารณา incentive travel ในปี 2022

ตลาดต่างประเทศ เริ่มกลับมา เมืองรอง การท่องเที่ยวทางเรือ เป็นที่นิยม



<https://www.pwcresearch.com/incentive-expectations-and-ability-in-the-hospitality-industry/>

เล็กลง ใกล้ขึ้น และยืดหยุ่น

ตลาด short-haul การท่องเที่ยวที่ระยะใกล้ เป็นการเดินทางระยะใกล้ และกรุ๊ปอาจมีขนาดเล็ก

ท่ามกลางสถานการณ์ COVID-19 ความเสี่ยงต่าง ๆ อาจเกิดขึ้น เช่น พนักงานติดโควิด รัฐบาลประกาศจำกัดการเดินทาง หรือมาตรการใหม่ ๆ ที่ประกาศกะทันหัน ทำให้ต้องยกเลิก เปลี่ยนแปลงการเดินทาง ซึ่งอาจส่งผลให้ต้นทุนสูงขึ้น และการบริหารจัดการยากขึ้น ความเสี่ยงดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งที่บริษัทไม่กล้าจัด incentive travel จึงต้องมีมาตรการยืดหยุ่น และรองรับความเสี่ยงต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นแบบฉับพลัน เพื่อทำให้บริษัทรู้สึกคลายกังวล และกล้าส่งพนักงานเดินทางมากขึ้น



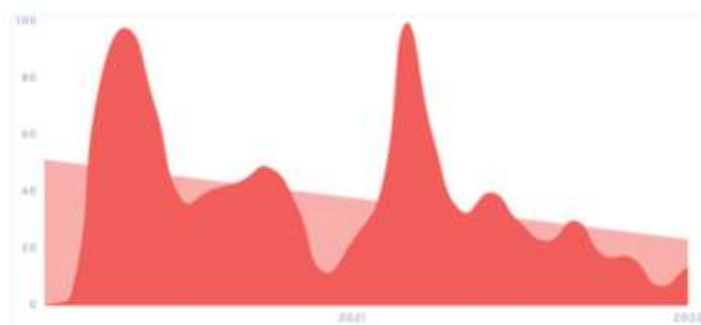


Virtual meetings have limitations to the networking discussions that face to face meetings offer	84%
At face to face meetings you meet new people and make new contacts in the field	70%
Face to face offers a sense of community	66%
Face to face offers the opportunity to immerse into the subject, away from daily tasks	53%
The ability to meet a wide range of people from across the globe in one place	44%
To enjoy the personality of the host destination	41%
To gain a better understanding of the subject matter and specialists from the host location	27%
Other	6%

'เจอกันทั้งปีผ่านการประชุมออนไลน์
ประสิทธิภาพในการสร้าง
networking ไม่เท่าเจอกันแค่
ครั้งเดียว' **84%** ยอมรับว่าการประชุม
ออนไลน์ไม่สามารถทดแทนการสร้าง
networking แบบ face to face ได้

ICCA-survey-2021-association-meeting-needs

After a couple of years of living virtually, many are experiencing "zoom fatigue," or mental exhaustion felt after hours of virtual communication.



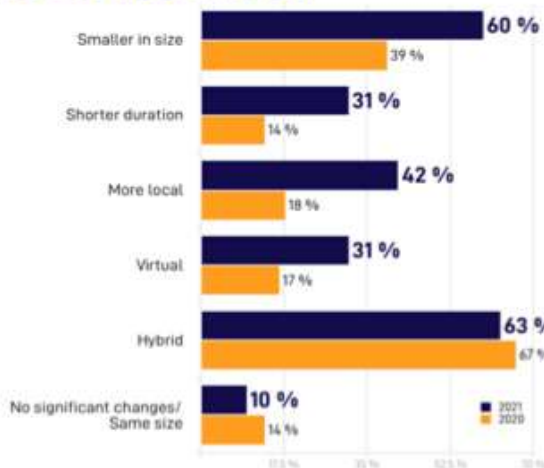
Over the last 24 months, search interest in "zoom fatigue" has increased 1,300%.

Currently, research indicates that only 42% of all attendees watch the entirety of a virtual session.

<https://explodingtopics.com/blog/event-industry-trends>

zoom fatigue หรืออาการล้า
จากการประชุมออนไลน์มากเกินไป โดยในช่วง 24 เดือนที่ผ่านมา
มีรายงานว่า zoom fatigue เพิ่มขึ้นถึง 1300% และมีเพียง 42%
ที่เข้าฟังประชุมแบบ Virtual
จนจบ

MICRO BUT MEANINGFUL



ที่มา: เบลูมเบิร์ก The State of the Event Industry Survey

reported by Statista, the average attendance for a meeting or a conference in 2018 was 4,932 (Statista, 2021). In 2021, the number dropped significantly to 1,356 (Statista, 2021) and micro-events became the most sought after events (Colliers, 2021).

มีแนวโน้มว่าการจัดงานแบบพบปะกันแบบ in-person จะกลับมา แต่ในรูปแบบที่จำนวนลดลง Simple และ Local มากขึ้น ผู้ร่วมงาน Conference ในปี 2018 มีจำนวนเฉลี่ย 4,932 คนต่องาน และลดลงเหลือ 1,356 คนต่องานในปี 2021

1. ขนาดของการจัดงานลดลง
2. ระยะเวลาการจัดงานลดลง
3. เป็นงานในพื้นที่ (Local) มากขึ้น

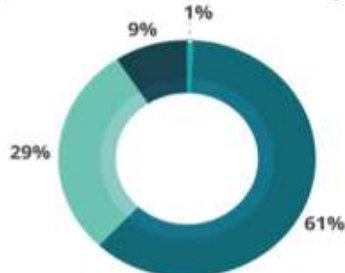
การเดินทางที่ต้องคุ้มค่ากว่าเดิม

เทรนด์ความยั่งยืน ทำให้บริษัทตั้งเป้าหมายในการลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม และเดินทางน้อยลง

Sustainability priorities will limit corporate travel's growth; 3 in 10 companies expect their green initiative to reduce 2025 spend by 11%–25%

■ Less than 10% ■ 11%–25% ■ 26%–50% ■ More than 50%

Expected reduction due to sustainability goals



Source: Deloitte Corporate Travel Survey 2022, N = 150.
Question: How much do you think sustainability considerations will impact (reduce) your company's travel in 2025?

Deloitte Insights | deloitte.com/insight

สิ่งที่ผู้จัดงานคาดหวัง

การบริการใหม่ ๆ การช่วยผลิตการประชุมบนออนไลน์แพลตฟอร์ม เพราะถึงแม้การประชุมแบบพบหน้าจะมีประสิทธิภาพมากกว่า แต่ผู้จัดงานส่วนใหญ่ไม่ทิ้งแพลตฟอร์มออนไลน์ เนื่องจากเป็นโอกาสในการขยายตลาด และเป็นทางเลือกสำหรับผู้ที่ไม่ได้มาร่วมทั้งรองรับพฤติกรรมคนรุ่นใหม่ในอนาคค

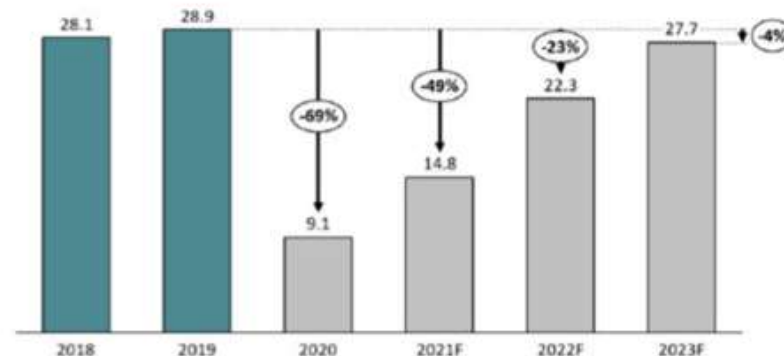
We are adding hybrid elements to all events or some events	49%	DMC / Logistics services	40%
We are using only low-cost solutions to support virtual/hybrid elements (e.g. Zoom, Webex, GoToMeeting)	40%	Production of hybrid events	40%
We are investing in professional production of digital elements for future events	38%	Integrated digital meeting platforms	40%
We are exploring high quality streaming options for hybrid sessions (e.g. only keynote)	18%	Congress organization for on-site events	38%
Technology has not changed how we are conducting our meetings in	4%	Registration Management	30%
Other	8%	Communication for events	30%
		Core POC services	19%
		Sponsorship and fundraising	18%
		Abstract Management	14%
		Session Management / Facilitation	12%
		Experiential and Meeting Design	10%

ICCA-survey-2021-association-meeting-needs



Overall market forecast, 2018-2023

คาดการณ์การจัด
งานแสดงสินค้ากลับ
มา 100% ภายในปี
2023



Source: AMR analysis

87% เห็นด้วยว่ารูปแบบการจัดงาน จะกลับมาเป็นแบบ physical

มากกว่า
**virtual/
hybrid.**

- 87% สถานการณ์ Covid-19 ทำให้เห็นคุณค่าของงานแบบ Face to Face มากขึ้น และเชื่อว่างานแบบ Face to Face จะกลับมา
- 61% รูปแบบงานจะเป็นแบบ Hybrid และยังคงมีองค์ประกอบทางดิจิทัลภายใน

31% จำนวนงาน International Exhibition ลดลง และจำนวนคนที่เข้าร่วมงานลดลง

Format of exhibitions in the coming years



ที่มา: ผลสำรวจจาก Global Barometer โดย UFI July 2022



71% ของ SMEs ประสบ
ความสำเร็จในการเจรจาธุรกิจ จาก
การพบปะพูดคุย

ขนาดของงานเล็กลง แต่เปี่ยมด้วยคุณภาพ

81% คนที่เดินทางไปร่วมงานแสดง

สินค้ามีแนวโน้มที่จะมีอำนาจตัดสินใจ



<https://www.tsnn.com/news/future-trade-shows>

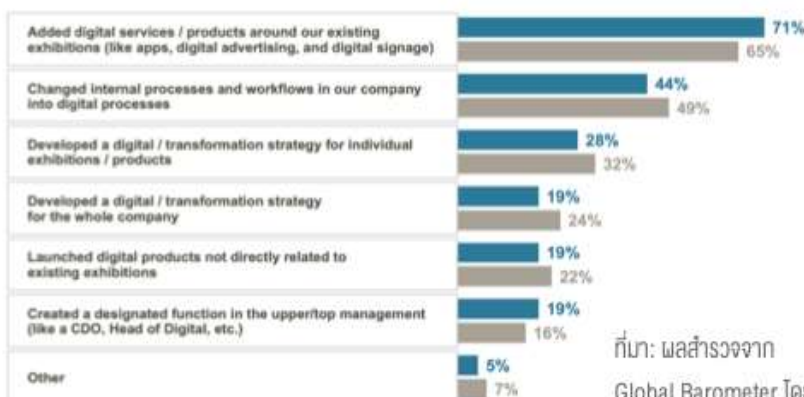
Virtual/Hybrid ยังคงเป็นทางเลือก เพื่อรองรับในกรณี

เกิดอุปสรรคในการเดินทาง ลดค่าใช้จ่าย และความเสี่ยง รวมถึงทลายข้อ

จำกัดที่เคยมี เช่น เชื้อวิทยาการ ระดับโลก รวมถึงโอกาสในการขยายตลาดใหม่ ๆ และ
อีเวนต์สามารถมีต่อเนื่องบนออนไลน์ได้ตลอดปี ดีต่อแบรนด์ของ สปอนเซอร์ แนว
โน้มการจัดงานจะเน้นด้าน Sustainability (Climate Change + Zero Carbon)

Digitisation:
implementation in Asia-Pacific and globally

Asia-Pacific Global



ที่มา: ผลสำรวจจาก

Global Barometer โดย UFI July 2022

4.3 สรุปแนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวอุตสาหกรรมไมซ์

สรุป



แนวโน้มพฤติกรรมนักเดินทางอุตสาหกรรมไมซ์

- การเติบโตของเทคโนโลยี ทำให้มีการประชุมผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น ประหยัดต้นทุน และเวลา
- คนรุ่นใหม่ (gen z, y) มีแนวโน้มที่จะใช้เวลาบนออนไลน์ และเกมส์
- องค์กรเลือกจุดหมายปลายทาง และสถานที่จัดงานที่สร้างความมั่นใจในเรื่องการบริหารจัดการที่ดี และไม่เสียประวัติการเกิดเคสโควิด
- ความเสี่ยงในการเดินทางสูงขึ้น เช่น พนักงานอาจต้องมีการกักตัวกักตักโควิด ไม่สามารถทำงานได้ ต้องการมาตรการที่ยืดหยุ่น หรือการประกัน
- หลายองค์กรใส่ใจ และตั้งเป้าหมายในการลดมลภาวะ ทำให้เกิดการเดินทางน้อยลง



- ใส่ใจผลตอบแทนที่จะได้รับทั้งรูปแบบของเวลา และประสบการณ์ของพนักงาน นำมาซึ่งผลประโยชน์ของบริษัทดีขึ้น
- มองหา unique venue และการมีส่วนร่วมของ local community ที่ตอบโจทย์เรื่อง sustainability
- กรุ๊ปมีขนาดเล็กลง แต่คนที่มามีคุณภาพมากขึ้น (ไม่ควรเน้นจำนวน เน้นการสร้างคุณค่า และการใช้จ่าย)
- ต้องการการออกแบบที่เฉพาะมากขึ้น (personalization)
- การท่องเที่ยวกรุ๊ปยังคงเป็นการเดินทางระยะใกล้ (short-haul)
- การท่องเที่ยวกรุ๊ป incentive เน้นยกระดับจิตใจ สร้างสรรค์สิ่งดีต่อสังคม ใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม เป็นการเดินทางที่สร้างคุณค่ามากกว่าการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนาน

4.4 สรุปผลกระทบต่ออุตสาหกรรมไมซ์

๙ รูปผลกระทบต่ออุตสาหกรรมไมซ์

- co-create กับภาคส่วนต่าง ๆ ในการยกระดับ digital venue ที่มีระบบ cyber security
- เตรียมพร้อมโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ เช่น live translation, digital token, NFT
- สร้างจุดขายในเรื่องการ up skill พนักงาน เช่น การประชุมที่ผสมผสานการกรนนิ่ง สร้างความรู้ ความสามารถใหม่ ๆ ให้พนักงานทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น เป็นประโยชน์ต่อองค์กร เพื่อกระตุ้นการเดินทาง
- สร้างความมั่นใจในเรื่องมาตรฐานด้านสาธารณสุข
- ลดความเสี่ยง จากการพันธมิตรกับบริษัทด้านประกันสุขภาพมากขึ้น
- วางมาตรฐานเรื่อง green meeting โดยพิจารณาจุดหมายปลายทางที่เป็น unique venue ใหม่ ๆ ที่เน้นธรรมชาติ และการมีส่วนร่วมของ local community
- เพิ่มคุณค่าอื่น ๆ เช่น wellness เพื่อการส่งพนักงาน เป็น reward scheme ไปด้วย หรือ กิจกรรม CSR ที่สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้บริษัท และความรู้สึกดีของพนักงาน
- เน้นการออกแบบประสบการณ์ที่สร้างคุณค่าให้ตนเอง สังคม และโลก เพราะประเทศไทยมีหลายชุมชนที่เข้มแข็ง มีเอกลักษณ์ที่สามารถสร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ และเป็นการช่วยโปรโมทเมืองรองให้มีเศรษฐกิจที่เติบโตขึ้น
- ขยาย ecosystem เน้นกิจกรรม ประสบการณ์ ที่สร้าง value added สามารถกระตุ้นการใช้จ่ายจากนักท่องเที่ยวให้สูงขึ้น เพราะจำนวนคนเดินทางน้อยลง แต่มีคุณภาพ
- พัฒนาความสามารถของ local contractor พนักงาน เพื่อให้รองรับงานที่ outsource มาจากต่างประเทศ

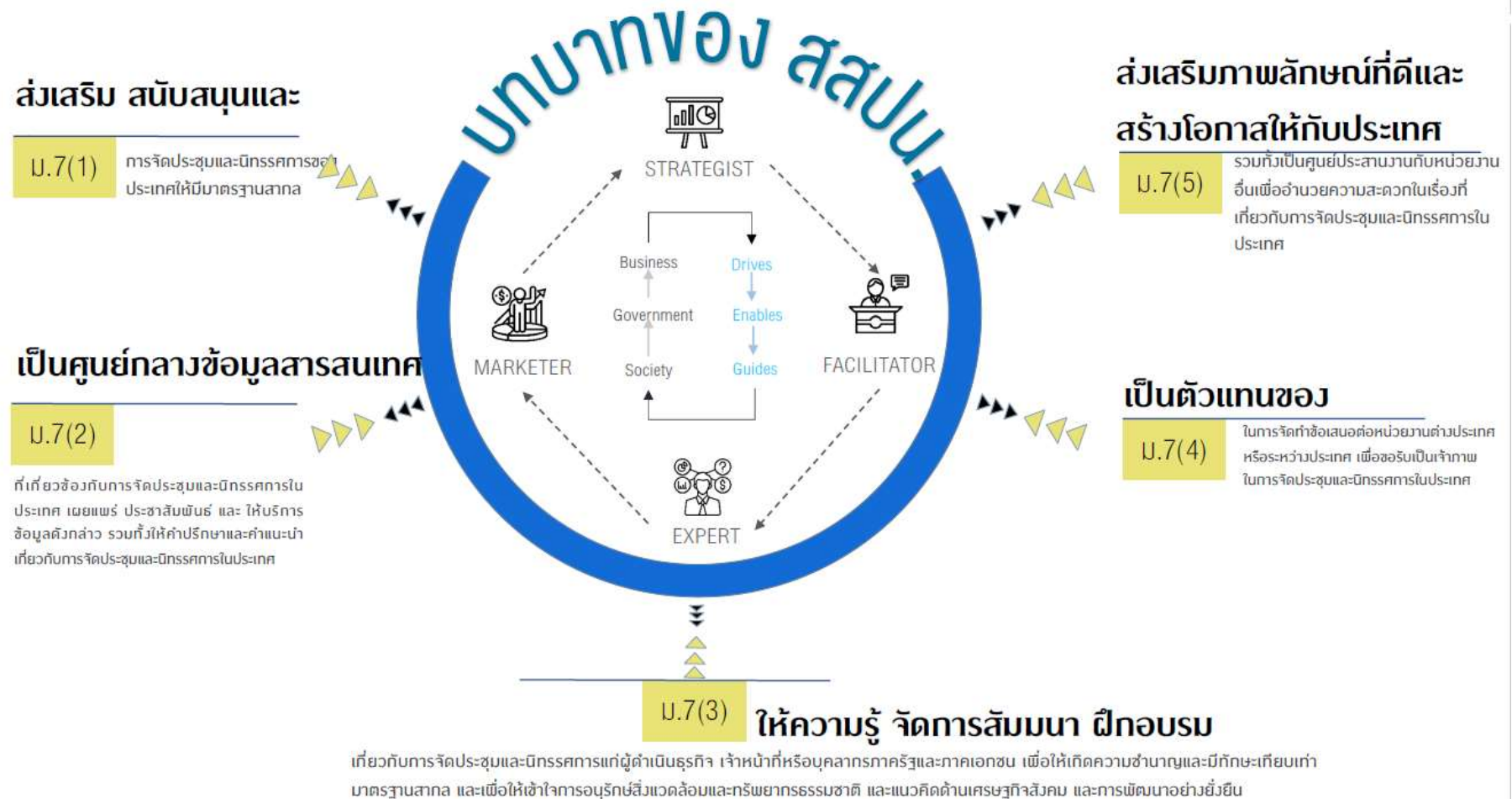


บทที่ 5 การวิเคราะห์บริบทเชิงยุทธศาสตร์

5.1 การวิเคราะห์ยุทธศาสตร์และนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน

บทบาทของ สสปน. ตามวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งนั้นเกี่ยวข้องกับการกิจโดยตรงในการส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาการจัดประชุมและนิทรรศการ หรือกิจกรรมไมซ์ให้มีมาตรฐานสากล ผ่านการส่งเสริม ไม่ว่าจะเป็นศูนย์การข้อมูลสารสนเทศเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ การให้ความรู้ การจัดอบรม และการพัฒนา ศักยภาพแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมไมซ์รวมถึงการประชาสัมพันธ์ประเทศไทยในฐานะจุดหมาย ปลายทางแห่งไมซ์ หรือสามารถกล่าวได้ว่า บทบาทของ สสปน. ตามวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งนั้นเกี่ยวข้องกับการ จัดหา/บริการ (Provide) เสริมสร้าง (Enhance) และ บูรณาการ (Integrate)

- จัดหา/บริการข้อมูล ทรัพยากร และการสนับสนุนทั้งในส่วนขององค์ความรู้ด้านมาตรฐาน, ศูนย์ข้อมูล อุตสาหกรรมไมซ์, การจัดการความรู้, โอกาสทางเครือข่าย, ผู้เชี่ยวชาญสำหรับการยกระดับกิจกรรม ไมซ์และจุดหมายปลายทางแห่งไมซ์
- เสริมสร้าง/ส่งเสริม การพัฒนาจุดหมายปลายทางแห่งไมซ์ในประเทศไทย และการสร้างภาพลักษณ์ ของประเทศไทยในมิติการเป็นจุดหมายปลายทางแห่งไมซ์
- บูรณาการ/ประสานงาน เพื่อสร้างความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่ออำนวยความสะดวกและพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ และ ก่อให้เกิดจุดหมายปลายทางแห่งไมซ์



ภาพที่ 5-1 บทบาทของ สสปน. ตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้ง

นอกจากนี้ กรอบแนวทางการดำเนินงานของ สสพ. นั้นยังเกี่ยวข้องกับ แผน 3 ระดับ ไม่ว่าจะเป็น แผน (1) แผนระดับที่ 1 ยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (2) แผนระดับที่ 2 แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนการปฏิรูปประเทศ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 – 2570) และนโยบาย และแผนระดับชาติว่าด้วยความมั่นคง และ (3) แผนอื่นๆ อาทิ แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2565 – 2570) แผนปฏิบัติการด้านการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศไทยด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG พ.ศ. 2564 – 2570 โดยมีรายละเอียดความเชื่อมโยงของแผนแต่ละระดับในบทที่ 2 โดยสาระสำคัญที่เกี่ยวข้อง โดยตรงกับการดำเนินงานของ สสพ. คือ สสพ. ได้รับมอบหมายให้เป็นหน่วยงานเจ้าภาพระดับที่ 3 ของ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นที่ 05 ด้านการท่องเที่ยว แผนย่อย 0502 การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ เป็นเจ้าภาพในเป้าหมาย 050202 การเป็นจุดหมายปลายทางในการจัดการการประชุมนานาชาติของไทย พร้อมทั้งเป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนเป้าหมาย 050201 รายได้จากการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจเพิ่มขึ้นด้วย โดยมุ่งสร้างแรงดึงดูดและสิ่งจูงใจให้ไทยเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ โดยส่งเสริมการ เป็นศูนย์กลางการจัดประชุมและนิทรรศการนานาชาติของโลก ซึ่งไทยสามารถใช้ความได้เปรียบเชิงภูมิศาสตร์ ที่ตั้งและการบริการที่เป็นเอกลักษณ์ในการจูงใจให้เกิดการเดินทางเข้าประเทศเพื่อประกอบธุรกิจ ประชุม สัมมนา หรือท่องเที่ยวได้ รวมทั้งจะต้องมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน สาธารณูปโภค สาธารณูปการ ระบบ ขนส่ง ระบบดิจิทัลเพื่อการติดต่อสื่อสาร เพื่ออำนวยความสะดวกทั้งในการเดินทางเข้ามาเพื่อการประชุมและ การสร้างความร่วมมือทางธุรกิจ พร้อมทั้งส่งเสริมการขยายพื้นที่จุดหมายปลายทางของการจัดประชุมและ นิทรรศการ และการพักผ่อนระหว่างประชุมจากเมืองหลักสู่เมืองอื่นที่มีศักยภาพของไทย รวมถึงสร้างพื้นที่หรือ ช่องทางการจัดแสดงผลงานรูปแบบต่าง ๆ ทั้งการจัดแสดงผลงานจริงและในรูปแบบเสมือนจริง (Physical and Virtual Exhibition) ส่งเสริมให้การพักผ่อนระหว่างการประชุมเป็นการจูงใจและต่อยอด ตลอดจน ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรมที่เน้นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและส่งเสริมเศรษฐกิจ ชุมชน

หน่วยงานเจ้าภาพของแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ตามมติ ครม. วันที่ 3 ธ.ค. 62



ภาพที่ 5-2 บทบาท สสปน. ในฐานะหน่วยงานเจ้าภาพ

นอกจากนี้ในส่วนของเป้าหมายภายใต้แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาตินั้น สสพ. มีส่วนร่วมในการพัฒนาเป้าหมาย 050201 รายได้จากการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ และ เป้าหมาย 050202 การเป็นจุดหมายปลายทางในการจัดประชุมนานาชาติ ดังภาพที่ 5.3

แผนแม่บทฯ ประเด็น (05) การท่องเที่ยว

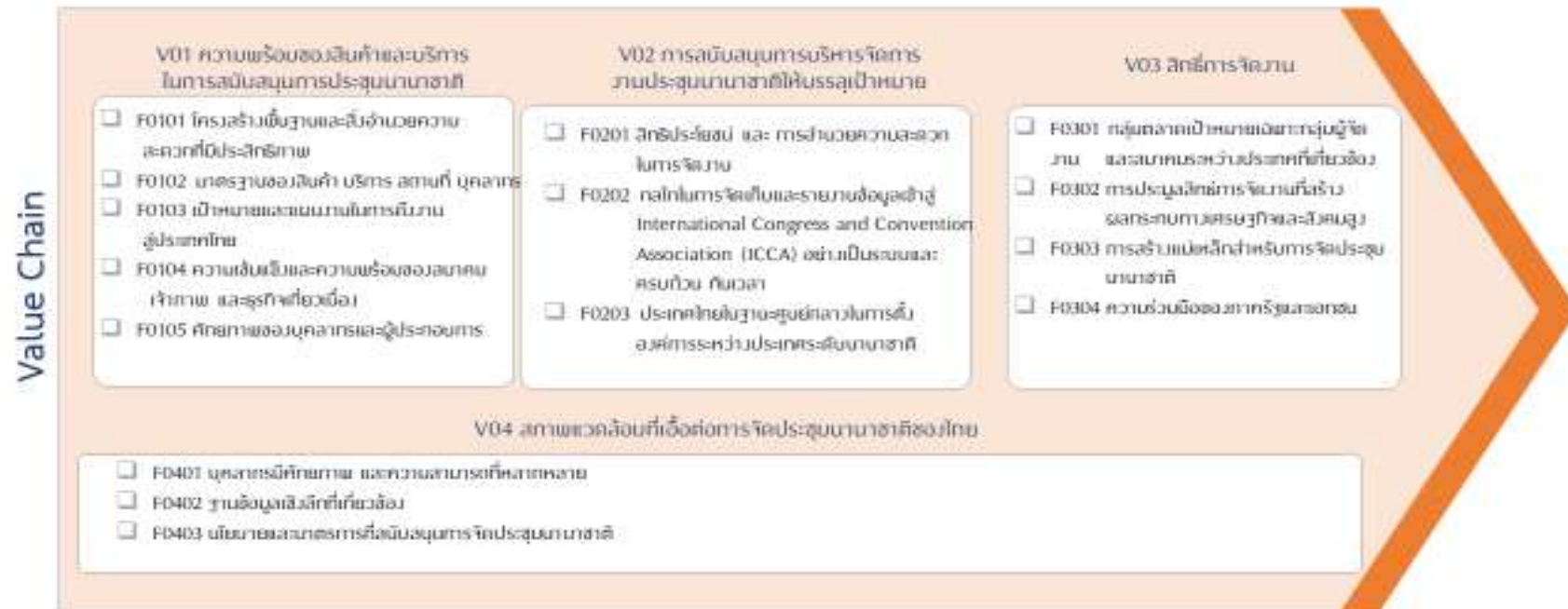
แผนแม่บทย่อย : 05.2 การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ

เป้าหมาย 050201 รายได้จากการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ เพิ่มขึ้น



แผนแม่บทย่อย : 05.2 การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ

เป้าหมาย 050202 การเป็นจุดหมายปลายทางในการจัดการประชุมนานาชาติของไทย



ภาพที่ 5.3 เป้าหมายของแผนแม่บทย่อยภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ

5.2 การวิเคราะห์ปัจจัยภายในองค์กร

จากการรวบรวมข้อมูลและการสัมภาษณ์สามารถวิเคราะห์ปัจจัยภายในองค์กรตามกรอบแนวคิดของ McKinsey 7s Framework ซึ่งจะพิจารณาถึงภายในองค์กรทั้ง 7 มิติ หรือ 2 กลุ่มใหญ่

(1) กลุ่มนโยบาย (Hard elements) สามารถจับต้องมองเห็นเป็นรูปธรรมได้ค่อนข้างชัดเจน ผู้บริหารสามารถปรับเปลี่ยนให้เป็นอย่างที่ต้องการในสถานะที่เป็นเครื่องมือทางการบริหาร ประกอบด้วย

1. โครงสร้าง (Structure)

โครงสร้าง สสพ. ในปัจจุบันเป็นรูปแบบ Functional-based ที่มีการแบ่งเป็นฝ่าย ซึ่งไม่เอื้อต่อการทำงานข้ามฝ่ายแบบบูรณาการ จึงควรมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการจัดการเพื่อให้เกิดความยืดหยุ่นและคล่องตัว เน้นการทำงานร่วมกัน (Collaboration) โดยอาจจะเน้นไปที่การทำงานแบบ Agenda-based หรือเป็นโครงการร่วมกันมากขึ้น

2. กลยุทธ์ (Strategy)

สสพ. มียุทธศาสตร์ 20 ปี ที่เชื่อมโยงกับภารกิจตามพระราชกฤษฎีกาการจัดตั้ง และภารกิจที่ได้รับในฐานะหน่วยงานเจ้าภาพในการขับเคลื่อนแผนย่อยในแผนยุทธศาสตร์ชาติ โดยมีเป้าหมาย 20 ปี ที่มุ่งเน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ โดยมีเป้าหมายหลักในการสร้างรายได้โดยการสร้างรายได้ให้แก่ประเทศด้วยการจัดงานไมซ์ทั้งการประมูลสิทธิ์การจัดงานไมซ์ในระดับนานาชาติมาจัดในประเทศไทย หรือการจัดงานไมซ์ในท้องถิ่นเพื่อการกระจายรายได้ ไปสู่ท้องถิ่น ซึ่งต้องมีการเตรียมความพร้อมและสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของพื้นที่ในระดับ ภูมิภาคให้สามารถรองรับการจัดงานไมซ์ได้ รวมถึงเป้าหมายการพัฒนาประเทศด้วยนวัตกรรม โดยการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไทยผ่านกลไกการจัดกิจกรรมไมซ์ โดยเฉพาะการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม รวมถึงเป้าหมายการสร้างความสำเร็จเพื่อมุ่งประโยชน์ส่วนรวมในทุกภาคส่วนของสังคม เป็นการสร้างความ ยั่งยืนให้แก่อุตสาหกรรมไมซ์ เพื่อตอบโจทย์เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

นอกจากนี้ สสพ. ยังมีแผนปฏิบัติการระยะ 3 ปี (พ.ศ. 2563 – 2565) ที่เน้นยุทธศาสตร์ทั้งหมด 5 ด้านหลัก คือ ยุทธศาสตร์ที่ 1 ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศด้วยอุตสาหกรรมไมซ์ ยุทธศาสตร์ที่ 2 กระจายรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจของภูมิภาคผ่านอุตสาหกรรมไมซ์ ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมภาพลักษณ์ของไมซ์ไทย และ สสพ. ยุทธศาสตร์ที่ 4 เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์และยกระดับไมซ์ให้เป็นวาระแห่งชาติ และยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานภายในขององค์กร

3. ระบบ (Systems)

จากการสัมภาษณ์บุคลากรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย พบว่า ระบบงานของ สสปน. ยังแยกเป็นฝ่าย โดยแต่ละฝ่ายจะมีระบบเทคโนโลยีของตนเองแต่ยังไม่เชื่อมต่อกัน ส่งผลให้ไม่มีข้อมูลร่วมกัน ดังนั้นการทำให้ระบบที่สามารถเชื่อมโยง หรือทำงานร่วมกัน รวมถึงกำหนดแนวทางในการติดตามการดำเนินงานผ่านระบบออนไลน์ เพื่อก่อให้เกิดความคล่องตัวในการทำงาน นอกจากนี้ควรมีระบบที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการสมรรถนะของบุคลากร การจัดการองค์ความรู้ และการบริหารความผูกพันของบุคลากร

กลุ่มปฏิบัติ (Soft Elements) เป็นกลุ่มขององค์ประกอบที่มองเห็นจำเป็นต้องเป็นรูปธรรมได้ยากกว่าองค์ประกอบในกลุ่มนโยบาย เนื่องจากคุณสมบัติที่มีอยู่ในองค์ประกอบกลุ่มนี้เคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ประกอบด้วย

4. ทักษะ (Skills)

บุคลากรของ สสปน. มีทักษะและความเชี่ยวชาญในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ อย่างไรก็ตามในส่วน of ทักษะที่จะช่วยในการขับเคลื่อนกลยุทธ์อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลนั้น สสปน. ควรมีการส่งเสริมการสร้างทักษะทำงานร่วมกัน ทักษะจัดการระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมถึงการพัฒนา Upskill Reskill ทักษะของบุคลากรที่มีความจำเป็นและบรรจุในแผนพัฒนาบุคลากร

5. รูปแบบ (Styles)

รูปแบบการทำงานของ สสปน. นั้นมีความมีส่วนร่วมและรับฟังความคิดเห็นของบุคลากรผ่านการประชุม การจัดทำการประชุมเชิงปฏิบัติการ โดย สสปน. มีการสำรวจความพึงพอใจและความผูกพันของบุคลากรต่อองค์กร

6. บุคลากร (Staffs)

บุคลากรของ สสปน. มีความเชี่ยวชาญและองค์ความรู้ในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ และ สสปน. มีแผนการพัฒนาบุคลากรรายบุคคล เพื่อพัฒนาบุคลากรของ สสปน. ให้มีคุณภาพ และสมรรถนะเพียงพอต่อการปฏิบัติงาน บรรลุผลสำเร็จตามภารกิจ และเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ขององค์กร อย่างไรก็ตามเรื่องของการสร้างบุคลากรเพื่อเป็นผู้สืบทอดตำแหน่ง และการถ่ายทอดองค์ความรู้ รวมถึงเครือข่ายเป็นเรื่องที่ สสปน. ควรเร่งมือพัฒนาเพื่อเป็นการเตรียมกำลังคนที่มีความสามารถโดดเด่นเป็นที่ประจักษ์ให้มีความพร้อมสำหรับการดำรงตำแหน่ง ทดแทนในตำแหน่งเดิมให้สอดคล้องกับทิศทางของ สสปน. ในอนาคต

7. คุณค่าที่มีร่วมกัน (Shared value)

ในมิตินี้เป็น Super-ordinated goal ไม่ได้อยู่ทั้งในกลุ่ม Hard และ Soft element แต่เป็นความเชื่อ ความคาดหวังซึ่งเป็นจุดมุ่งหมายที่ สสปน. ถูกสร้างขึ้นมาจากข้อมูล สสปน. มีการกำหนดค่านิยมองค์การ ที่ชัดเจนและสอดคล้องกับเป้าหมายในระยะยาว อย่างไรก็ตามการสร้างระบบการสื่อสารเพื่อให้บุคลากรตระหนัก และปฏิบัติจนเป็นวัฒนธรรมองค์กร เป็นอีกหนึ่งแนวทางการดำเนินงานที่ สสปน. พึ่งปฏิบัติ

5.3 ทิศทางในปัจจุบันและอนาคตของ สสปน.

5.3.1 ทิศทางในปัจจุบันของ สสปน.

สสปน. ในปัจจุบันหากมองเป็นบ้านหลังหนึ่ง ก็ควรเป็นบ้านที่สมาชิกในบ้านมีความรักและสามัคคีกัน ถ้าเป็นองค์กรก็คือ คนในองค์กรต้องทำงานด้วยความรักและสามัคคี ต้องเป็นองค์กรที่มีความมั่นคง พนักงาน รู้สึกมั่นคงในการทำงาน ซึ่ง สสปน. จะมีความมั่นคงได้ ก็ต้องพยายามสร้างผลงานเชิงประจักษ์ให้มากขึ้น ยิ่งผลงานโดดเด่นเป็นที่ประจักษ์มากเท่าใด ก็ยิ่งสร้างความน่าเชื่อถือและได้รับการยอมรับจากภาครัฐ ภาคเอกชน และลูกค้ามากยิ่งขึ้น

บทบาทของ สสปน. ในปัจจุบันเป็นเสมือนดวงไฟที่ช่วยนำทางให้กับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์ เป็นผู้สนับสนุนช่วยเหลือผู้ประกอบการให้สามารถเติบโตได้อย่างเข้มแข็งในอุตสาหกรรม สสปน. ได้นำเอา เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ มาถ่ายทอดให้กับผู้ประกอบการ รวมทั้งนำมาพัฒนาเป็นโมเดลทางธุรกิจใหม่ที่หลากหลาย เพื่อเสริมสร้างศักยภาพธุรกิจมีความเข้มแข็ง และทันต่อเหตุการณ์

ในช่วงที่ผ่านมา สสปน. เผชิญกับการเปลี่ยนแปลงและความท้าทายที่มีเข้ามาในธุรกิจเสมอ แต่ในวิกฤต ก็มีโอกาส ที่ สสปน. สามารถนำมาสร้างเป็นโอกาสทางธุรกิจ โดยการคิดนอกกรอบ (Think out of box) ร่วมกับการเปิดรับฟังความคิดเห็นจากทั้งภายในและภายนอก (Inside-out and Outside-in) เพื่อสร้างธุรกิจใหม่ที่จะสนับสนุนการเติบโตของ สสปน. ในอนาคต และยังคงยึดหลักการสร้างความยั่งยืน (Sustainability) ควบคู่ไปกับการดำเนินธุรกิจของ สสปน.

ปัจจุบัน สสปน. พยายามทำงานประสานไปกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อร่วมกัน กำหนดทิศทางการทำงานให้ไปด้วยกัน ทุกฝ่ายมีความพร้อมทั้ง Head – Heart – Hand เพื่อช่วยเติมความ แข็งแกร่งให้กับ สสปน. ในการร่วมสร้างเศรษฐกิจฐานรากให้เข้มแข็ง ร่วมผลักดันให้ สสปน. เติบโต และ ยกระดับผลงานในระดับที่สูงขึ้น อย่างไรก็ตาม กระบวนการทำงานในปัจจุบันของ สสปน. ยังขาดฟันเฟืองบาง ประการที่จะต้องหามาเติมเต็ม เพื่อให้การทำงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ภายในองค์กร และกับหน่วยงาน ภายนอกองค์กรมีประสิทธิภาพมากขึ้น ในทำนองที่ว่า “ทำน้อยแต่ได้มาก (Less for More)”

กลไกที่จะทำให้กระบวนการทำงานของ สสปน. มีความฉับไว และก้าวไปข้างหน้าอย่างรวดเร็วใน ทิศทางที่เหมาะสม จำเป็นต้องมีเครื่องมือ อุปกรณ์ กลไก กระบวนการ ตลอดจนแพลตฟอร์มที่สนับสนุนการ ทำงานภายในองค์กร และการทำงานร่วมกันระหว่าง สสปน. กับภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อให้งานเติบโต และ ขยายเพิ่มเติม

การเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้นำและคนในองค์กร การสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่มีความสุข ก็เป็นปัจจัยสำคัญที่สนับสนุนให้บุคลากรของ สสปน. มีความสุข รักองค์กร และพร้อมทุ่มเทให้กับการทำงานเพื่อส่วนรวม โดยมีทีมเวิร์คที่แข็งแกร่งจากทุกฝ่ายงานที่เกี่ยวข้อง

นอกจากนี้ การบริหารจัดการความเสี่ยง (Risk Management) ยังคงเป็นเรื่องสำคัญที่ สสปน. ให้ความสำคัญเสมอมา แต่อย่างไรก็ตาม การบริหารจัดการความเสี่ยงนั้นจำเป็นต้องประเมินและบริหารจัดการความเสี่ยงในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับองค์กร ไปจนถึงระดับประเทศ

5.3.2 ทิศทางในอนาคตของ สสปน. ในอีก 5 ปีข้างหน้า

สสปน. ในอีก 5 ปีข้างหน้า คือ การเดินทาง ทุกคนในองค์กรคือ นักเดินทาง กล่าวคือ ต้องมีการปรับองค์กรให้พร้อมต่อการเดินทางไปแสวงหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ หาดตลาดใหม่ หาพันธมิตรทางธุรกิจรายใหม่ ๆ หาผู้สนับสนุนรายใหม่ ๆ เป็นนักเดินทางที่พร้อมเดินทางในทุกที่ที่มีโอกาสทางธุรกิจ เพื่อการบรรลุวิสัยทัศน์ และเป้าประสงค์เชิงกลยุทธ์ขององค์กรที่มุ่งมั่นสร้างความมั่นคงให้กับเศรษฐกิจของประเทศบนพื้นฐานของความสมดุลและความยั่งยืนในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

การเตรียมความพร้อมของ สสปน. เพื่อการเดินทางอย่างก้าวกระโดดนั้น ต้องทำให้องค์กรมีรูปแบบการดำเนินงานที่รวดเร็วคล่องตัว และมีประสิทธิภาพ มีความพร้อมด้านบุคลากร ซึ่งจัดเป็นสินทรัพย์ (Asset) ที่องค์กรต้องให้การดูแลให้บุคลากรมีความสุขและรู้สึกมั่นคงในการทำงาน มีการปรับกระบวนการทำงานโครงสร้างพื้นฐาน เครื่องมืออุปกรณ์ แพลตฟอร์มต่างๆ รวมถึงสภาพแวดล้อมการทำงานที่เหมาะสม และสนับสนุนต่อการทำงานภายในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพในลักษณะที่เชื่อมประสานงานกันอย่างไร้รอยต่อ (Seamless) ทำงานแบบทีมข้ามฝ่ายงาน (Cross-functional Team) และในขณะเดียวกัน การเดินทางของ สสปน. ไม่สามารถเดินทางโดยลำพังได้ สสปน. จำเป็นต้องมีพันธมิตรทางธุรกิจที่เป็นผู้สนับสนุน ผู้ช่วยเหลือ ผู้ร่วมพัฒนา อีกทั้งลูกค้าที่มาใช้บริการ ดังนั้น สสปน. จึงต้องพร้อมที่จะเชื่อมประสานกับทุกหน่วยงานที่อยู่ในระบบนิเวศของธุรกิจไมซ์ นั้นหมายรวมถึงภารกิจสำคัญของ สสปน. จะต้องเร่งพัฒนาแพลตฟอร์มที่เป็นมาตรฐานที่พร้อมจะเชื่อมต่อกับทุกหน่วยงานได้อย่างราบรื่น โดยการทำงานร่วมกันของทุกองค์คาพยพที่เกี่ยวข้องในธุรกิจ สสปน. โดยมี สสปน. เป็นตัวกลางเชื่อมประสาน จำเป็นต้องมีการกำหนดเป้าหมายร่วมกันที่ชัดเจน ทุกฝ่ายต้องมี Passion ร่วมกันในการผลักดันการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมาย รวมทั้งร่วมดูแลเกื้อกูลซึ่งกันและกัน (Care) เพื่อการทำงานเป็นทีมที่มุ่งไปในทิศทางเดียวกันอย่างพร้อมเพรียงกัน และมีตัวชี้วัดความสำเร็จร่วมกัน ซึ่งการดำเนินงานเชิงกลยุทธ์นี้จำเป็นต้องมีผู้นำเชิงกลยุทธ์ (Strategic Leader) ที่จะทำหน้าที่กำหนดทิศทางและเป้าหมายของธุรกิจอย่างชัดเจน

การสร้างการเชื่อมต่อ (Connection) และการสร้างการเข้าถึง (Accessibility) ที่มีประสิทธิภาพถือเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญของการทำงานร่วมกันทั้งภายในองค์กร ระหว่างหน่วยงานภูมิภาคของ สสปน. และหน่วยงานในระบบนิเวศธุรกิจของ สสปน. ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของเครื่องมือ อุปกรณ์ ข้อมูล รวมทั้งกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง และจำเป็นต่อการดำเนินงานหรือกิจกรรมที่ทำร่วมกัน ตัวอย่างเช่น รูปแบบการให้บริการแบบ

One-stop Services เป็นรูปแบบหนึ่งที่ทำให้การเชื่อมต่อและการเข้าถึงทำได้ง่ายขึ้น กระชับ รวดเร็ว คล่องตัว และสามารถปรับตัวได้รวดเร็ว เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียของ สสพ. นอกจากนี้ แนวทางการสร้างแพลตฟอร์ม (Platform) ที่มีความพร้อมและสามารถทำให้ขับเคลื่อนให้ สสพ. ก้าวไปข้างหน้าอย่างรวดเร็ว สามารถเชื่อมต่อการทำงานกับทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หรือเข้าถึงกันได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการทำงานร่วมกันแบบทีมที่คล่องตัวทั้งภายในองค์กร และภายนอกองค์กร

แพลตฟอร์มของ สสพ. ที่จะพัฒนาเพื่อเป็นกลไกสำคัญในการก้าวต่อไปในอนาคต ไม่ว่าจะเป็น Single Platform หรือ Open-Platform จะเป็นพื้นที่ที่ให้ผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ ทั้งภาครัฐและเอกชน สามารถเชื่อมโยงกลยุทธ์ แผนงาน กระบวนการ รวมถึงกลไกที่จะทำให้เกิดการก้าวกระโดดไปสู่โอกาสทางธุรกิจต่างๆ การสร้างนวัตกรรมทางการบริการใหม่ ที่หลากหลายสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าหลากหลายกลุ่ม หรือการพัฒนาธุรกิจรูปแบบใหม่ที่มีมูลค่ามากขึ้นร่วมกัน โดยการนำจุดแข็งของทุกฝ่ายในระบบนิเวศน์ (Ecosystem) ทางธุรกิจของ สสพ. มาเสริมพลังกัน (Synergy) โดยรูปแบบความร่วมมือ อาจจะเป็นแบบการร่วมสร้างนวัตกรรมใหม่ (Co-creation) การร่วมด้วยช่วยกัน (Sharing Economy) การลงทุนร่วมกัน (Shared Investment) ฯลฯ ที่เอื้อให้ทั้ง สสพ. และพันธมิตรทางธุรกิจทั้งภาครัฐและเอกชน สามารถแบ่งปันผลประโยชน์ร่วมกัน เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน เสริมสร้างความสามารถในการปรับตัวให้ทันต่อการแข่งขัน ลดภาระด้านทรัพยากรในการดำเนินงานต่าง ๆ อาทิ เงินลงทุน บุคลากร อุปกรณ์เครื่องมือ ฯลฯ ได้ ด้วยการเติบโตทางด้านเทคโนโลยี โดยเฉพาะเทคโนโลยีสารสนเทศด้านดิจิทัล ถือเป็นเครื่องมือสำคัญที่ สสพ. สามารถนำมาใช้ในการสร้างแพลตฟอร์มให้กับองค์กร โดยจะต้องมีการบริหารจัดการข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) และการจัดการระบบฐานข้อมูลที่มีมาตรฐานการจัดเก็บข้อมูลที่เป็นสากล จะช่วยให้ทั้ง สสพ. และพันธมิตรทางธุรกิจ สามารถเข้าถึงข้อมูลในเรื่องความต้องการของลูกค้า ความต้องการของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์ ความต้องการของพันธมิตรทางธุรกิจ ฯลฯ เพื่อนำมาวิเคราะห์และสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจของธุรกิจให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับทุกฝ่าย รวมทั้งสนับสนุนการทำงานขององค์กรในทุกระดับ

นอกจากเรื่องการบริหารจัดการข้อมูลแล้ว การสร้างแพลตฟอร์มที่เอื้อต่อกระบวนการทำงานของ สสพ. จะช่วยจัดกระบวนการทำงานภายในองค์กรให้เป็นไปตามมาตรฐาน เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน ลดเวลา ลดต้นทุนการดำเนินงาน สามารถควบคุม ติดตาม และตรวจสอบแผนการดำเนินการต่าง ๆ ได้อย่างทั่วถึง บนพื้นฐานของความโปร่งใส และที่สำคัญ คือ เป็นเครื่องมือที่ช่วยเสริมการทำงานแบบข้ามฝ่ายงาน (Cross-function) อย่างไร้รอยต่อ (Seamless)

ส่วนการนำรูปแบบการดำเนินธุรกิจแบบแพลตฟอร์มมาใช้ในการเชื่อมประสานความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจที่ให้การสนับสนุน สสพ. ในด้านต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อร่วมกันวางแนวทางกลยุทธ์ พัฒนานวัตกรรมบริการ พัฒนารูปแบบธุรกิจใหม่ การใช้ทรัพยากรร่วมกัน ฯลฯ ช่วยกันเติมเต็มช่องว่างในห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) ของอุตสาหกรรมไมซ์ อาทิ เรื่องของการบริหารงบประมาณในรูปแบบ

ของการลงทุน/งบประมาณร่วมกัน ระหว่าง สสพ.และเครือข่ายพันธมิตรที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะช่วยทำให้มีเงินทุนที่มากขึ้นสำหรับการพัฒนานวัตกรรมหรือบริการใหม่ที่สนับสนุนและส่งเสริมให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์ และพันธมิตรในธุรกิจไมซ์ มีศักยภาพในการแข่งขันทางธุรกิจ รวมทั้งช่วยยกระดับคุณภาพ มาตรฐาน และความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจให้สูงขึ้น พร้อมทั้งจะก้าวสู่การเติบโตในระดับสากล

นอกจากนี้ เพื่อให้ สสพ. เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับจากลูกค้าและพันธมิตรทางธุรกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศ ควรให้ความสำคัญกับเรื่องของการสื่อสารภาพลักษณ์ที่โดดเด่นของ สสพ. อย่างต่อเนื่อง และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีวัตถุประสงค์การสื่อสารเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญ คือ การสร้างความตระหนักรู้ถึงบทบาทของ สสพ. ในการเป็นผู้นำเชิงกลยุทธ์ที่ชี้นำแนวโน้มของอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศ เป็นที่ปรึกษา เป็นโค้ช และเป็นผู้สนับสนุนที่อยู่เคียงข้างลูกค้าและผู้ประกอบการอุตสาหกรรมไมซ์ของไทย รวมทั้งเป็นองค์กรที่มีบทบาทสำคัญในการสร้างเศรษฐกิจฐานรากที่เข้มแข็งของประเทศผ่านการสร้างคุณค่าให้กับอุตสาหกรรมไมซ์ นอกจากนี้ จากผลงานที่ปรากฏและที่จะมีต่อไปในอนาคต จะต้องช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรให้มีความน่าเชื่อถือ ไว้วางใจได้ และเป็นที่พึ่งให้กับทุกฝ่ายในอุตสาหกรรมไมซ์

อย่างไรก็ตาม ภายใต้การเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ทางธุรกิจ และปัญหาภัยพิบัติที่รุนแรง สสพ. ต้องมีการประเมินความเสี่ยง และแผนการบริหารจัดการความเสี่ยง ทั้งระดับองค์กรและระดับประเทศ เพื่อเตรียมการป้องกัน รับมือ และแก้ไขได้อย่างทันท่วงที เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปได้อย่างต่อเนื่อง และโดยไม่มีผลกระทบหรือได้รับผลกระทบน้อยที่สุด

5.3.3 สรุปประเด็นขับเคลื่อนที่สำคัญในเชิงกลยุทธ์ของ สสพ. ใน 5 ปีข้างหน้า

- Same Goal, Same Direction/ Same Target/ Same KPIs

(มีการกำหนดทิศทางการทำงานไปในทิศทางเดียวกัน มีเป้าหมายที่ชัดเจนร่วมกัน และตัวชี้วัดเดียวกัน)

- Shared Passion

(ต้องมีเป้าหมายเดียวกัน เพื่อพุ่งทะยานไปพร้อมกัน Passion is Energy)

- Shared Budget/ Shared Investment

(ลงเงินทุนหรืองบประมาณร่วมกัน เพื่อร่วมสร้างผลงานที่ยิ่งใหญ่ขึ้น เกิดเป็นความมั่งคั่งของธุรกิจอุตสาหกรรม และผู้ประกอบการ)

- Co-creation/ Co-hospitality

(การมีแพลตฟอร์มที่สนับสนุนการทำงานร่วมกันของทุกหน่วยงานที่อยู่ใน Eco-system)

- Teamwork Movement

(แต่ละทีมต้องเคลื่อนที่หรือมุ่งไปในทิศทางเดียวกัน สามัคคีกัน และทำงานเป็นจังหวะเดียวกัน)

- Leadership

(ผู้นำองค์กรมีภาวะผู้นำที่ดี พร้อมนำองค์กรไปสู่ทิศทางธุรกิจที่เหมาะสม)

- Sustainability

(การดำเนินงานที่เน้นความสมดุลของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม)

- Accessibility

(ระบบที่เชื่อมโยงให้สามารถเข้าถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกองค์กร ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และรอบด้าน)

- Big Data & Database

(การมีข้อมูลและระบบฐานข้อมูลร่วมกัน เพื่อทำให้เกิด Connectivity ในการทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ)

- Well-known Brand

(TCEB เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในและนอกประเทศ)

- Communications

(กระบวนการสื่อสารในทุกมิติ เพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ TCEB)

- Happy Works – Happy People

(การทำงานอย่างเบิกบานและทุกคนมีความสุข)

- Risk Management

(ระบบบริหารจัดการความเสี่ยง เพื่อเตรียมการป้องกันและพร้อมรับมือแก้ไขในภาวะฉุกเฉิน)

(Sustainable Development Goals : SDGS) จึงเป็นผลต่อการจัดกิจกรรมไมซ์ที่จะต้องคำนึงการจัดงานอย่างยั่งยืน ซึ่งประเทศไทยเองได้ให้ความสำคัญในส่วนนี้เช่นกัน

6) ปัจจัยทางด้านกฎระเบียบ (Law)

ปัจจัยทางลบ – ปัจจัยทางด้านกฎระเบียบด้านลบในส่วนนี้คือ การที่ประเทศไทยมีกฎหมาย และพระราชบัญญัติจำนวนมากและซับซ้อนสำหรับการส่งออกและนำเข้าสินค้าที่อาจจะเป็นอุปสรรคต่อการจัดกิจกรรมไมซ์

5.5 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค (SWOT Analysis)

จากการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมไมซ์ และ สสปน. ข้อมูลเหล่านี้จะเป็นปัจจัยนำเข้าในการวิเคราะห์ SWOT Analysis โดย สามารถแบ่ง SWOT Analysis เป็น 2 มิติ คือ มิติของอุตสาหกรรมไมซ์ และมิติของ สสปน.

S	W	O	T
จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)	โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
1. บุคลากรมีความเชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ในอุตสาหกรรมไมซ์ 2. มีเครือข่ายพันธมิตรและเครือข่ายการดำเนินงานมีจำนวนมาก ทั้งในและต่างประเทศ 3. มีข้อมูลเชิงลึกของอุตสาหกรรมไมซ์ 4. มีความพร้อมในเรื่องเทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัลสำหรับการให้บริการ	1. การบูรณาการปฏิบัติงานของแต่ละฝ่ายงานยังขาดความเป็นระบบและควมมีประสิทธิภาพ 2. การจัดการองค์ความรู้ยังขาดความเป็นระบบและ ไม่ต่อเนื่อง 3. การสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้บทบาทของ สสปน. ในฐานะผู้สนับสนุนและให้คำปรึกษาแก่กลุ่มอุตสาหกรรมไมซ์ ยังขาดการเข้าถึงกับกลุ่มเป้าหมายอย่างกว้างขวางและทั่วถึง โดยเฉพาะกับองค์กรภาครัฐ เอกชน และองค์กรวิชาชีพในประเทศ 4. แผนการพัฒนาบุคลากรเพื่อทดแทนบุคลากรที่จะเกษียณอายุ โดยเฉพาะบุคลากรระดับบริหาร ยังไม่ชัดเจน 5. สสปน. ต้องเร่งการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลแบบบูรณาการทุกฝ่าย	1. รัฐบาลมีนโยบายในการใช้อุตสาหกรรมไมซ์เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ 2. นโยบายการพัฒนาเมืองไมซ์ (MICE City) ในแต่ละภูมิภาคของประเทศ 3. ภาครัฐมีนโยบายและแผนสนับสนุนการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมใหม่มาสนับสนุนการดำเนินงานของอุตสาหกรรมไมซ์ และการมุ่งสู่ Digital Transformation 4. ประเทศไทยมีความหลากหลายของวัฒนธรรม ประเพณี อาหาร และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่น่าสนใจ ทำให้เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวระดับโลก	1. หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรวิชาชีพส่วนใหญ่มีความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนเกี่ยวกับบทบาทของอุตสาหกรรมไมซ์ที่เป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจผ่านกิจกรรมที่หลากหลาย ไม่ใช่เฉพาะการท่องเที่ยว 2. ขั้นตอนในการดำเนินงาน และกฎระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรมไมซ์มีขั้นตอนที่ยุ่งยากและใช้เวลาในการดำเนินการขออนุญาตเป็นรายครั้ง 3. ระบบโครงสร้างพื้นฐานของเมืองไมซ์ (MICE CITY) ใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้น ยังขาดความพร้อมที่จะพัฒนากิจกรรมไมซ์ทั้งในระดับชาติและนานาชาติ

5.6 การวิเคราะห์ SOAR

SOAR Analysis เป็นอีกหนึ่งเครื่องมือทางกลยุทธ์ที่ถูกพัฒนามาด้วยการวิเคราะห์จาก Strength (จุดแข็ง) Opportunity (โอกาส) Aspiration (แรงบันดาลใจ) และ Result (ผลลัพธ์) ซึ่งมีความแตกต่างจาก SWOT Analysis ที่เป็นการวิเคราะห์สถานการณ์เบื้องต้นขององค์กรจากปัจจัยภายในและภายนอก แต่ไม่อาจจะระบุเป้าหมายหรือแนวทางในการดำเนินงานได้ ในขณะที่ SOAR Analysis ถูกออกแบบมาเพื่อสร้างให้ผู้วิเคราะห์มองเห็นไปถึงภาพสุดท้ายหรือผลลัพธ์ของการดำเนินงานได้อย่างชัดเจน

S	O	A	R
จุดแข็ง (Strengths)	โอกาส (Opportunities)	แรงบันดาลใจ (Aspiration)	ผลลัพธ์ (Result)
1. บุคลากรมีความเชี่ยวชาญ และมีประสบการณ์ในอุตสาหกรรมไมซ์	1. รัฐบาลมีนโยบายในการใช้อุตสาหกรรมไมซ์เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ	1. เพิ่มรายได้จากอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย	1. อัตราการขยายตัวของรายได้จากนักเดินทางไมซ์ (ทั้งในและต่างประเทศ)
2. มีเครือข่ายพันธมิตรและเครือข่ายการดำเนินงานมีจำนวนมากทั้งในและต่างประเทศ	2. นโยบายการพัฒนาเมืองไมซ์ (MICE City) ในแต่ละภูมิภาคของประเทศ	2. พัฒนาจุดหมายปลายทางในการจัดกิจกรรมไมซ์	2. อันดับของประเทศจากการจัดอันดับโดยองค์กรไมซ์นานาชาติ
3. มีข้อมูลเชิงลึกของอุตสาหกรรมไมซ์	3. ภาครัฐมีนโยบายและแผนสนับสนุนการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมใหม่มาสนับสนุนการดำเนินงานของอุตสาหกรรมไมซ์และการมุ่งสู่ Digital Transformation	3. พัฒนฐานข้อมูลและนวัตกรรมที่ส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์	3. ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้ข้อมูลและนวัตกรรมที่ส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์
4. มีความพร้อมในเรื่องเทคโนโลยีสารสนเทศ และดิจิทัลสำหรับการให้บริการ	4. ประเทศไทยมีความหลากหลายของวัฒนธรรม ประเพณี อาหาร และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่น่าสนใจ ทำให้เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวระดับโลก	4. ส่งเสริมการจัดกิจกรรมไมซ์ที่มีมาตรฐานและยั่งยืน	4. จำนวนงานไมซ์ที่มีมาตรฐานและจัดอยู่บนฐานของความยั่งยืน

ความท้าทายเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Challenges)

มิติอุตสาหกรรมไมซ์



การพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในทุกมิติ ทั้งในมุมการสร้างรายได้ การเสริมศักยภาพจุดหมายปลายทาง ภายใต้สถานการณ์ Post Covid



การขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ที่มีแนวปฏิบัติด้านความยั่งยืน



การพัฒนาจุดหมายปลายทางแห่งไมซ์ที่มีอัตลักษณ์

มิติองค์กร สสปน



การพัฒนาและบริหารฐานข้อมูลด้านอุตสาหกรรมไมซ์ที่ทันสมัย เพื่อใช้ประโยชน์ในการวิเคราะห์เพื่อส่งเสริมการตลาด



การสร้างระบบบริหารจัดการสมรรถนะของบุคลากรให้สอดคล้องกับแผนปฏิบัติการองค์กร



การพัฒนาระบบและกระบวนการทำงานขององค์กรที่เชื่อมโยงระหว่างฝ่าย มีการแลกเปลี่ยนข้อมูล และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้



การส่งเสริมภาพลักษณ์และการรับรู้บทบาทของ สสปน.

ความได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Advantage)

มิติอุตสาหกรรมไมซ์



ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางที่ได้รับความนิยมจากทั่วโลก โดยมีความหลากหลายและอัตลักษณ์ของแต่ละพื้นที่

มิติองค์กร สสปน



การพัฒนาและบริหารฐานข้อมูลด้านอุตสาหกรรมไมซ์ที่ทันสมัย เพื่อใช้ประโยชน์ในการวิเคราะห์เพื่อส่งเสริมการตลาด



ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ในอุตสาหกรรมไมซ์



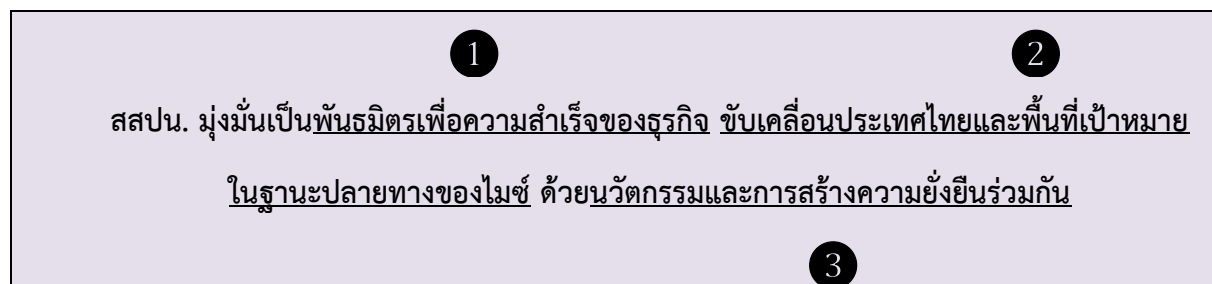
เครือข่ายพันธมิตรและเครือข่ายการดำเนินงานจำนวนมากทั้งในและต่างประเทศ

บทที่ 6 สารสำคัญของแผนปฏิบัติการ ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570)

6.1 วิสัยทัศน์ ของ สสปน.

ในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ สสปน. ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570) สสปน. ต้องกำหนดวิสัยทัศน์ เพื่อให้มีทิศทางองค์การและแนวทางในการปฏิบัติงานที่สอดคล้องกัน โดยในปี พ.ศ. 2566-2570 สสปน. ได้กำหนดวิสัยทัศน์ไว้ดังนี้

**สสปน. มุ่งมั่นเป็นพันธมิตรเพื่อความสำเร็จของธุรกิจ ขับเคลื่อนประเทศไทยและพื้นที่เป้าหมาย
ในฐานะปลายทางของไมซ์ ด้วยนวัตกรรมและการสร้างความยั่งยืนร่วมกัน**
(We are committed to be the dynamic partner for business success that
drives destinations forward through collaborative innovation & sustainability)



ตารางที่ 6.1 ที่มาและคำอธิบายวิสัยทัศน์ของ สสปน.

คำสำคัญ	คำอธิบาย
1. พันธมิตรเพื่อความสำเร็จของธุรกิจ	การเป็นผู้สนับสนุน ผู้ให้คำปรึกษา ผู้ชี้แนะทิศทางไมซ์ และผู้บูรณาการเครือข่ายพันธมิตรในระบบนิเวศไมซ์ อย่างมีอาชีพ เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจและขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ด้วยอุตสาหกรรมไมซ์
2. ขับเคลื่อนประเทศไทยและพื้นที่เป้าหมายในฐานะปลายทางของไมซ์	การขับเคลื่อนและยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยและไมซ์ซิตี้ในฐานะจุดหมายปลายทางไมซ์
3. นวัตกรรมและการสร้างความยั่งยืนร่วมกัน	การประสานความร่วมมือของพันธมิตรที่เกี่ยวข้องในระบบนิเวศไมซ์เพื่อพัฒนานวัตกรรมด้านการบริการไมซ์และการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ตามแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน

ตารางที่ 6.2 ตัวชี้วัดวิสัยทัศน์และค่าเป้าหมาย

ตัวชี้วัด	คำอธิบาย	2566	2567	2568	2569	2570
1. อัตราการขยายตัวของรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ (ทั้งในและต่างประเทศ)	อัตราการเพิ่มขึ้นของรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยวัดจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ (หน่วย : ร้อยละ)	10	10	10	10	10
2. อันดับของประเทศจากการจัดอันดับโดยองค์กรไมซ์นานาชาติ	อันดับของประเทศไทยในกลุ่มประเทศเอเชียจากการจัดอันดับของ องค์กรไมซ์นานาชาติ 2 องค์กร คือ ICCA และ UFI (หน่วย : อันดับ)	ICCA 1 ใน 20 โลก	ICCA 1 ใน 20 โลก	ICCA 1 ใน 20 โลก	ICCA 1 ใน 20 โลก	ICCA 1 ใน 20 โลก
		UFI 1 ใน 7 เอเชีย	UFI 1 ใน 7 เอเชีย	UFI 1 ใน 7 เอเชีย	UFI 1 ใน 7 เอเชีย	UFI 1 ใน 7 เอเชีย
3. อัตราการขยายตัวของผลกระทบทางสังคมจากการจัดกิจกรรมไมซ์ในมิสซีดี	อัตราการเพิ่มขึ้นของผลกระทบทางสังคม (Social Impact) ของการจัดงานไมซ์ในพื้นที่มิสซีดี (หน่วย : ร้อยละ)	5	5	5	5	5
4. อัตราการขยายตัวของจำนวนงานไมซ์ที่นำนวัตกรรมด้านการบริการไมซ์ที่ สสพ. ให้การสนับสนุนไปใช้ประโยชน์	อัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนงานไมซ์ที่ผู้จัดงานได้นำนวัตกรรมด้านการบริการไมซ์ที่ สสพ. ให้การสนับสนุนไปใช้ประโยชน์ในการจัดงานไมซ์ (หน่วย : ร้อยละ)	5	5	5	5	5
5. อัตราการขยายตัวของจำนวนงานไมซ์ที่อยู่บนฐานของความยั่งยืน (Sustainability MICE Event)	อัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนงานไมซ์ที่ผู้จัดงานได้ดำเนินการจัดงานตามกระบวนการจัดงานไมซ์ที่ยั่งยืน (Sustainability MICE Event) (หน่วย : ร้อยละ)	5	5	5	5	5

6.2 พันธกิจของ สสปน.

ในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ สสปน. ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570) เพื่อให้ สสปน. มีแนวทางในการปฏิบัติงานเพื่อการบรรลุตามวิสัยทัศน์ที่กำหนด จึงต้องมีการกำหนดพันธกิจของ สสปน. เพื่อแสดงถึงภารกิจสำคัญที่ สสปน. ต้องดำเนินการ เพื่อทำให้วิสัยทัศน์ของ สสปน. บรรลุผลสำเร็จ โดยในแผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570) ไว้กำหนดพันธกิจของ สสปน. ไว้ดังนี้

พันธกิจที่ 1 เป็นพันธมิตรเพื่อความสำเร็จทางธุรกิจในระดับมาตรฐานสากล โดยการสนับสนุนการสร้างร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน และการสร้างความเชี่ยวชาญให้กับธุรกิจ

พันธกิจที่ 2 ขับเคลื่อนจุดหมายปลายทางให้ก้าวไปข้างหน้าสู่มาตรฐานสากล ด้วยการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนท้องถิ่น และอัตลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่น

พันธกิจที่ 3 เร่งขับเคลื่อนนวัตกรรมเพื่อการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมและยกระดับความสามารถในการแข่งขัน โดยใช้ประโยชน์จากศูนย์ข้อมูลสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์

พันธกิจที่ 4 เสริมสร้างความยั่งยืนด้วยการสร้างสมดุลระหว่างสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม โดยการพัฒนาองค์กรและบุคลากรให้มีสมรรถนะเทียบเท่ามาตรฐานสากล

ตารางที่ 6.3 ความสอดคล้องของพันธกิจกับวัตถุประสงค์การจัดตั้ง สสปน.

พันธกิจ ที่	ชื่อพันธกิจ	วัตถุประสงค์การจัดตั้ง สสปน.				
		ม.7(1) ส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนา	ม.7(2) เป็นศูนย์กลางข้อมูล สารสนเทศ	ม.7(3) เป็นตัวแทนของ ประเทศในการจัดทำ ข้อเสนอแนะ	ม.7(4) ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ ดี และสร้างโอกาส ให้กับประเทศ	ม.7(5) ให้ความรู้ จัดการ สัมมนา ฝึกอบรม
1	เป็นพันธมิตรเพื่อความสำเร็จทางธุรกิจในระดับ มาตรฐานสากล โดยการสนับสนุนการสร้างความร่วมมือ ระหว่างภาครัฐและเอกชน และการสร้างความเชี่ยวชาญ ให้กับธุรกิจ	●	●	●	●	●
2	ขับเคลื่อนจุดหมายปลายทางให้ก้าวไปข้างหน้าสู่ มาตรฐานสากล ด้วยการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน ท้องถิ่น และอัตลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่น	●	●	●	●	●
3	เร่งขับเคลื่อนนวัตกรรมเพื่อการเปลี่ยน แปลงของ อุตสาหกรรมและยกระดับความสามารถในการแข่งขัน โดยใช้ ประโยชน์จากศูนย์ข้อมูลสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับ อุตสาหกรรมใหม่	●	●	●		
4	เสริมสร้างความยั่งยืนด้วยการสร้างสมดุลระหว่างสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม โดยการพัฒนาองค์กรและบุคลากร ให้มีสมรรถนะเทียบเท่ามาตรฐานสากล	●		●		●

หมายเหตุ

- ม.7(1) ส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาการจัดประชุมและนิทรรศการของประเทศให้มีมาตรฐานสากล
- ม.7(2) เป็นศูนย์กลางข้อมูลสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับการจัดประชุมและนิทรรศการในประเทศ เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ และให้บริการข้อมูลดังกล่าว รวมทั้งให้คำปรึกษาและคำแนะนำเกี่ยวกับการจัดประชุมและนิทรรศการในประเทศ
- ม.7(3) ให้ความรู้ จัดการสัมมนา ฝึกอบรม และพัฒนาศักยภาพเกี่ยวกับการจัดประชุมและนิทรรศการแก่ผู้ดำเนินธุรกิจ เจ้าหน้าที่หรือบุคลากรภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อให้เกิดความชำนาญและมีทักษะเทียบเท่ามาตรฐานสากล และเพื่อให้เข้าใจการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ และแนวคิดด้านเศรษฐกิจสังคมและการพัฒนาอย่างยั่งยืน
- ม.7(4) เป็นตัวแทนของประเทศในการจัดทำข้อเสนอต่อหน่วยงานต่างประเทศหรือระหว่างประเทศ เพื่อขอรับเป็นเจ้าภาพในการจัดประชุมและนิทรรศการในประเทศ
- ม.7(5) ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีและสร้างโอกาสให้กับประเทศ รวมทั้งเป็นศูนย์ประสานงานกับหน่วยงานอื่นเพื่ออำนวยความสะดวกในเรื่องที่เกี่ยวกับการจัดประชุมและนิทรรศการในประเทศ

6.3 ค่านิยมของ สสปน.

สสปน. ได้กำหนดค่านิยมขององค์กร คือ TCEB PRO เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่สนับสนุนและผลักดันให้ สสปน. มุ่งสู่การเป็นองค์กรสมรรถนะสูงที่คล่องตัวและทันโลกตามเป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ต่อไป

TCEB PRO สามารถขยายความได้ ดังนี้

T- Talent and Teamwork

เก่ง ดี และทำงานเป็นทีมอย่างมีความสุข ร่วมมือ ร่วมใจกันเพื่อความสำเร็จ ขององค์กร

C - Customer Focus

ให้ความสำคัญ และตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าและผู้มีส่วนได้เสีย มีจิตบริการ

E- Environmental and Social Responsibility

เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน

B - Be Innovative

เรียนรู้ตลอดเวลา มีความคิดสร้างสรรค์ เปิดรับสิ่งใหม่ๆ กล้าเปลี่ยนแปลงไปสู่สิ่งที่ดีกว่าเดิม

P - Professional

ทำงานเชิงรุก และมีความเป็นมืออาชีพ

R - Result-oriented

มุ่งผลสัมฤทธิ์

O - Opportunity seeking

แสวงหาโอกาสใหม่ๆ อยู่เสมอ

6.4 ยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของ สสปน.

ในการกำหนดยุทธศาสตร์ สสปน. ได้ทำการศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบต่อการทำงานของ สสปน. อย่างถี่ถ้วน การสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อการวางแผนยุทธศาสตร์ 5 ปีของ สสปน. หลังการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง สามารถกำหนดเป็นแผนยุทธศาสตร์ของ สสปน. ในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ไทยในช่วง 5 ปี (พ.ศ. 2566 – 2570) โดยมีธีมยุทธศาสตร์ (Strategic Theme) ที่สำคัญ คือ “ไมซ์ที่ยั่งยืนเพื่อทุกสรรพสิ่ง” (Sustainable MICE for All) และมีกรอบยุทธศาสตร์การดำเนินงาน คือ “TCEB-GO” ประกอบไปด้วย ยุทธศาสตร์ทั้งหมด 5 ด้าน โดยแต่ละด้านจะมีความสอดคล้อง สนับสนุน ซึ่งกันและกัน และมีสาระสำคัญต่อการขับเคลื่อนวิสัยทัศน์อย่างเป็นระบบ ยุทธศาสตร์ดังกล่าว ประกอบด้วย

ยุทธศาสตร์ที่ 1 : T – THAILAND AS GLOBAL MICE LEADER

ประเทศไทยเป็นผู้นำในการจัดกิจกรรมไมซ์ระดับโลก เพื่อเพิ่มรายได้ และขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ

ยุทธศาสตร์ที่ 2 : C – CREATE DESTINATION COMPETITIVENESS THROUGH DIVERSE LOCAL IDENTITY

ยกระดับความสามารถในการแข่งขันของจุดหมายปลายทาง ด้วยความหลากหลายของอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ และประสบการณ์ที่มีคุณค่า

ยุทธศาสตร์ที่ 3 : E - EXECUTE INNOVATIVE MICE SOLUTIONS

ขับเคลื่อนนวัตกรรม ยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันไมซ์ไทยบนเวทีโลก

ยุทธศาสตร์ที่ 4 : B - BUILD AGILE AND HIGH PERFORMANCE ORGANIZATION

สร้างองค์การสมรรถนะสูงที่คล่องตัวและทันโลก

ยุทธศาสตร์ที่ 5 : GO - GO FOR MICE SUSTAINABILITY

พลิกโฉมไมซ์ไทยด้วยความยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ตารางที่ 6.4 คำอธิบายยุทธศาสตร์ระยะ 5 ปี ของ สสปน. ตามกรอบยุทธศาสตร์ TCEB-GO

ยุทธศาสตร์ที่	ชื่อยุทธศาสตร์	คำอธิบาย
1	T – THAILAND AS GLOBAL MICE LEADER ประเทศไทยเป็นผู้นำในการจัดกิจกรรมไมซ์ระดับโลกเพื่อเพิ่มรายได้ และขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ	การพัฒนา ส่งเสริม และผลักดัน ให้ประเทศไทยยกระดับสู่การเป็นผู้นำการจัดกิจกรรมไมซ์ระดับโลก เพื่อเพิ่มรายได้และขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศจากอุตสาหกรรมไมซ์
2	C – CREATE DESTINATION COMPETITIVENESS THROUGH DIVERSE LOCAL IDENTITY ยกระดับความสามารถในการแข่งขันของจุดหมายปลายทาง ด้วยความหลากหลายของอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ และประสบการณ์ที่มีคุณค่า	การยกระดับความสามารถในการแข่งขันของไมซ์ซิตี้เป้าหมาย มุ่งเน้นการสร้างและยกระดับมาตรฐานในการจัดกิจกรรมไมซ์จากระดับประเทศสู่ระดับสากล รวมทั้งการสนับสนุนการขยายตัวของจุดหมายปลายทางด้วยการใช้อัตลักษณ์เชิงพื้นที่ และการสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าแก่นักเดินทางไมซ์
3	E – EXECUTE INNOVATIVE MICE SOLUTIONS ขับเคลื่อนนวัตกรรม ยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันไมซ์ไทยบนเวทีโลก	การยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยสู่ระดับโลกโดยการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการดำเนินงาน
4	B - BUILD AGILE AND HIGH -PERFORMANCE ORGANIZATION สร้างองค์การสมรรถนะสูงที่คล่องตัวและทันโลก	การปรับโครงสร้างองค์การ กระบวนการดำเนินงาน และการพัฒนาบุคลากรให้พร้อมต่อการเป็นองค์การที่มีสมรรถนะสูง มีความคล่องตัว และทันการเปลี่ยนแปลงของโลก
5	GO – GO FOR MICE SUSTAINABILITY พลิกโฉมไมซ์ไทยด้วยความยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	การเปลี่ยนโฉมของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยด้วยการยกระดับศักยภาพในการจัดงานไมซ์ให้อยู่บนพื้นฐานของการจัดการที่ยั่งยืน และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ตารางที่ 6.5 ความเชื่อมโยงระหว่างยุทธศาสตร์ และพันธกิจ ของ สสปน.

ยุทธศาสตร์ที่	ชื่อยุทธศาสตร์	การเชื่อมโยงกับพันธกิจของ สสปน.			
		พันธกิจที่ 1	พันธกิจที่ 2	พันธกิจที่ 3	พันธกิจที่ 4
1	T – THAILAND AS GLOBAL MICE LEADER ประเทศไทยเป็นผู้นำในการจัดกิจกรรมไมซ์ระดับโลกเพื่อเพิ่มรายได้และขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ	●	●	□	□
2	C – CREATE DESTINATION COMPETITIVENESS THROUGH DIVERSE LOCAL IDENTITY ยกระดับความสามารถในการแข่งขันของจุดหมายปลายทางด้วยความหลากหลายของอัตลักษณ์เชิงพื้นที่และประสบการณ์ที่มีคุณค่า	●	●	●	
3	E – EXECUTE INNOVATIVE MICE SOLUTIONS ขับเคลื่อนนวัตกรรมยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันไมซ์ไทยบนเวทีโลก	●	●	●	□
4	B - BUILD AGILE AND HIGH - PERFORMANCE ORGANIZATION สร้างองค์การสมรรถนะสูงที่คล่องตัวและทันโลก			●	●
5	GO - GO FOR MICE SUSTAINABILITY พลิกโฉมไมซ์ไทยด้วยความยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	●		●	□

หมายเหตุ ● เชื่อมโยงทางตรง (หลัก) □ เชื่อมโยงทางอ้อม (รอง)

พันธกิจที่ 1 เป็นพันธมิตรเพื่อความสำเร็จทางธุรกิจในระดับมาตรฐานสากล โดยการสนับสนุนการสร้างร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน และการสร้างความเชี่ยวชาญให้กับธุรกิจ

พันธกิจที่ 2 ขับเคลื่อนจุดหมายปลายทางให้ก้าวไปข้างหน้าสู่มาตรฐานสากล ด้วยการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนท้องถิ่น และอัตลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่น

พันธกิจที่ 3 เร่งขับเคลื่อนนวัตกรรมเพื่อการเปลี่ยน แปลงของอุตสาหกรรมและยกระดับความสามารถในการแข่งขัน โดยใช้ประโยชน์จากศูนย์ข้อมูลสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์

พันธกิจที่ 4 เสริมสร้างความยั่งยืนด้วยการสร้างสมดุลระหว่างสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม โดยการพัฒนาองค์กรและบุคลากรให้มีสมรรถนะเทียบเท่ามาตรฐานสากล

แผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570)

เป้าหมาย 20 ปี	การสร้างรายได้	กระจายรายได้และความเจริญ	พัฒนาประเทศด้วยนวัตกรรม		
วิสัยทัศน์ 5 ปี	“สสปน. มุ่งมั่นจะเป็นพันธมิตรเพื่อความสำเร็จของธุรกิจ ขับเคลื่อนประเทศไทยและพื้นที่เป้าหมายในฐานะปลายทางของไมซ์ ด้วยนวัตกรรมและการสร้างความยั่งยืนร่วมกัน”				
พันธกิจ	เป็นพันธมิตรเพื่อความสำเร็จทางธุรกิจ ในระดับมาตรฐานสากล ม/ก(1) – (5)	ขับเคลื่อนจุดหมายปลายทางให้ก้าวไปข้างหน้า สู่มาตรฐานสากล ม/ก(1) – (5)	เร่งขับเคลื่อนนวัตกรรมเพื่อการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรม ม/ก(1) – (3), (5)	เสริมสร้างความยั่งยืนด้วยการสนับสนุนระหว่างสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม ม/ก(1), (3), (5)	
ยุทธศาสตร์	T HAILAND AS GLOBAL MICE LEADER ยุทธศาสตร์ที่ 1 ประเทศไทยเป็นผู้นำในการจัด กิจกรรมไมซ์ระดับโลก เพื่อเพิ่ม รายได้ และขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ของประเทศ	C REATE DESTINATION COMPETITIVENESS THROUGH DIVERSE LOCAL IDENTITY ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยกระดับความสามารถในการแข่งขันของ จุดหมายปลายทาง ด้วยความหลากหลาย ของอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ และประสบการณ์ ที่มีคุณค่า	E XECUTE INNOVATIVE MICE SOLUTIONS ยุทธศาสตร์ที่ 3 ขับเคลื่อนนวัตกรรมยกระดับขีด ความสามารถในการแข่งขันไมซ์ไทย บนเวทีโลก	B UILD AGILE AND HIGH PERFORMANCE ORGANIZATION ยุทธศาสตร์ที่ 4 สร้างองค์กรสมรรถนะสูงที่ คล่องตัวและทันโลก	G O FOR MICE SUSTAINABILITY ยุทธศาสตร์ที่ 5 พลิกโฉมไมซ์ไทยด้วยความยั่งยืน และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
	เป้าประสงค์	การสร้างรายได้	การยกระดับศักยภาพจุดหมายปลายทาง แห่งไมซ์ในภูมิภาค	การพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยนวัตกรรม	การเป็นองค์กรสมรรถนะสูงและ ทันสมัย
กลยุทธ์	1. เสริมสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ และสร้างโอกาสทางธุรกิจ เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับประเทศ จากอุตสาหกรรมไมซ์ 2. ขยายฐานตลาดใหม่ และ รักษาตลาดเดิมที่มีคุณภาพ สำหรับการจัดกิจกรรมไมซ์ ระดับชาติและนานาชาติ	1. พัฒนาและส่งเสริมความร่วมมือกับ ชุมชนและเครือข่ายในท้องถิ่น เพื่อต่อ ยอดพัฒนาจุดหมายปลายทางแห่งไมซ์ และ สร้างมูลค่าเพิ่ม 2. สร้างภาพลักษณ์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ ของท้องถิ่นและสร้างประสบการณ์แก่ผู้ เดินทางไมซ์	1. พัฒนาศูนย์กลางข้อมูลอุตสาหกรรม ไมซ์ และส่งเสริมการพัฒนาทักษะด้าน ดิจิทัล (MICE Intelligence Center and Digital Literacy) 2. พัฒนานวัตกรรมด้านการบริการไมซ์ (MICE Service Innovation)	1. พัฒนาระบบและกระบวนการ ทำงานสู่องค์กรที่มีความ คล่องตัว 2. พัฒนาบุคลากรให้มีสมรรถนะ (Competency) และพร้อมต่อ การปฏิบัติงานและการ ให้บริการที่เป็นเลิศ	1. พัฒนาระบบการสนับสนุน การพัฒนาที่ยั่งยืนของ อุตสาหกรรมไมซ์ 2. พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ และบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ ในมิติความสามารถในการ ดำเนินการตามแนวทางในการ พัฒนาที่ยั่งยืน

T

C

E

B

P

R

O

Talent & Teamwork

Customer Focus

Environmental & Social Responsibility

Be Innovative

Professional

Result-oriented

Opportunity Seeking



Talent & Teamwork

Customer Focus

Environmental &
Social Responsibility

Be Innovative

Professional

Result-oriented

Opportunity Seeking

ภาพที่ 6-1 สารสำคัญของแผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 – 2570) ของ สสปน.

สสพ. ได้กำหนดกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการที่มุ่งเน้นการสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนของทุกภาคส่วนให้สอดคล้องตามธรรมาภิบาล “โมฆะที่ยั่งยืนเพื่อทุกสรรพสิ่ง” (Sustainable MICE for All) และกรอบยุทธศาสตร์ “TCEB-GO” โดยมีเป้าประสงค์ของกลยุทธ์และแผนปฏิบัติการที่สอดคล้องกัน คือ การพลิกโฉม (Go Transformer) อุตสาหกรรมไมซ์สู่ความเป็นเลิศ (Go Smarter) ในทุกมิติ สามารถสนองตอบความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างมีอาชีพ สร้างการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน ในการขับเคลื่อนนวัตกรรมเพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยบนเวทีโลก (Go Higher) รวมทั้งเสริมสร้างความเข้มแข็งของสังคมชุมชน (Go Stronger) อันจะนำไปสู่การเติบโตทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน (Go Together) รายละเอียดของกลยุทธ์ในแต่ละยุทธศาสตร์มี ดังนี้

6.4.1 ยุทธศาสตร์ที่ 1 : T – THAILAND AS GLOBAL MICE LEADER

ประเทศไทยเป็นผู้นำในการจัดกิจกรรมไมซ์ระดับโลก เพื่อเพิ่มรายได้และขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ

เป้าประสงค์ของยุทธศาสตร์ที่ 1

- 1) รายได้จากอุตสาหกรรมไมซ์เพิ่มขึ้น
- 2) ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางในการจัดกิจกรรมไมซ์

ตัวชี้วัดยุทธศาสตร์

- 1) อัตราการขยายตัวของรายได้จากนักเดินทางไมซ์ (ทั้งในและต่างประเทศ)
- 2) อันดับของประเทศจากการจัดอันดับโดยองค์กรไมซ์นานาชาติ
 - อันดับของ ICCA ระดับโลก
 - อันดับของ UFI ระดับเอเชีย
- 3) จำนวนงานไมซ์ระดับโลก/นานาชาติ หรือภูมิภาคที่ สสพ. ให้การสนับสนุนเป็นครั้งแรก/ชนะประมูลสิทธิ์ (New Event/ Won Bid)
- 4) จำนวนงาน EMTEX ที่ถูกยกระดับเป็นงานระดับชาติ
- 5) จำนวนงานไมซ์ต่างประเทศที่จัดประเทศไทยต่อเนื่องมากกว่า 2 ปี หรือกลับมาซ้ำ (ในรอบปี พ.ศ. 2566-2570)

กลยุทธ์สำหรับยุทธศาสตร์ที่ 1

- 1) กลยุทธ์ที่ 1.1 เสริมสร้างพันธมิตรทางธุรกิจและสร้างโอกาสทางธุรกิจ เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับประเทศจากอุตสาหกรรมไมซ์
- 2) กลยุทธ์ที่ 1.2 ขยายฐานตลาดใหม่ และรักษาตลาดเดิมที่มีคุณภาพสำหรับการจัดกิจกรรมไมซ์ระดับชาติและระดับนานาชาติ

6.4.2 ยุทธศาสตร์ที่ 2 : C – CREATE DESTINATION COMPETITIVENESS THROUGH DIVERSE LOCAL IDENTITY

ยกระดับความสามารถในการแข่งขันของจุดหมายปลายทางด้วยความหลากหลาย ของอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ และประสบการณ์ที่มีคุณค่า

เป้าประสงค์ของยุทธศาสตร์ที่ 2

- 1) ยกระดับศักยภาพในการแข่งขันของจุดหมายปลายทางแห่งไมซ์ในพื้นที่ภูมิภาค
- 2) ส่งเสริมภาพลักษณ์และพัฒนาการรับรู้ของจุดหมายปลายทางแห่งไมซ์ในพื้นที่ภูมิภาค

ตัวชี้วัดยุทธศาสตร์

- 1) จำนวนสถานประกอบการไมซ์ที่ได้รับมาตรฐาน TMVS/AMVS และกระจายไปยังไมซ์ซิตี้
- 2) อัตราการขยายตัวของผลกระทบทางสังคมจากการจัดกิจกรรมไมซ์ในไมซ์ซิตี้
- 3) จำนวนประเด็นในการอำนวยความสะดวกในการจัดงานไมซ์ ตามมิติ Thailand MICE INDEX
- 4) จำนวนการรับรู้ภาพลักษณ์ในการเป็นจุดหมายปลายทางแห่งไมซ์ (ประเทศไทยและ ไมซ์ซิตี้)

กลยุทธ์สำหรับยุทธศาสตร์ที่ 2

- 1) กลยุทธ์ที่ 2.1 พัฒนาและส่งเสริมความร่วมมือกับชุมชนและเครือข่ายในท้องถิ่นเพื่อต่อยอดพัฒนาจุดหมายปลายทางแห่งไมซ์ และสร้างมูลค่าเพิ่ม
- 2) กลยุทธ์ที่ 2.2 สร้างภาพลักษณ์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ของท้องถิ่นและสร้าง ประสบการณ์แก่นักเดินทางไมซ์

6.4.3 ยุทธศาสตร์ที่ 3 : E – EXECUTE INNOVATIVE MICE SOLUTIONS

ขับเคลื่อนนวัตกรรม ยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันไมซ์ไทยบนเวทีโลก

เป้าประสงค์ของยุทธศาสตร์ที่ 3

- 1) พัฒนาศูนย์กลางข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ และส่งเสริมการพัฒนาทักษะด้านดิจิทัล
- 2) พัฒนานวัตกรรมด้านการบริการไมซ์

ตัวชี้วัดยุทธศาสตร์

- 1) ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้ประโยชน์จากข้อมูลสารสนเทศและองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ของ สสปน.
- 2) จำนวนผู้เข้าใช้ฐานข้อมูลของ สสปน.
- 3) ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้ประโยชน์จากนวัตกรรมด้านการบริการไมซ์ที่ สสปน. ให้การสนับสนุน

- 4) จำนวนผู้ใช้นวัตกรรมด้านการบริการไมซ์ที่ สสปน. ให้การสนับสนุน
- 5) จำนวนนวัตกรรมด้านการบริการไมซ์ที่ สสปน. ให้การสนับสนุนและถูกนำไปใช้ประโยชน์โดยผู้ประกอบการ

กลยุทธ์สำหรับยุทธศาสตร์ที่ 3

กลยุทธ์ที่ 3.1 พัฒนาศูนย์กลางข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE Intelligence Center) และส่งเสริมการพัฒนาทักษะด้านดิจิทัล (Digital Literacy)

กลยุทธ์ที่ 3.2 พัฒนานวัตกรรมด้านการบริการไมซ์ (MICE Service Innovation)

6.4.4 ยุทธศาสตร์ที่ 4 : B - BUILD AGILE AND HIGH -PERFORMANCE ORGANIZATION

สร้างองค์การสมรรถนะสูงที่คล่องตัวและทันโลก

เป้าประสงค์ของยุทธศาสตร์ที่ 4

- 1) พัฒนาสู่องค์กรที่มีความคล่องตัว (Agile Organization)
- 2) พัฒนาบุคลากรในองค์กรทุกระดับให้มีความรู้ ความสามารถ และสมรรถนะ

ตัวชี้วัดยุทธศาสตร์

- 1) ผลการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ (Integrity & Transparency Assessment: ITA)
- 2) จำนวนข้อร้องเรียนที่ได้รับการแก้ไข/ปรับปรุง
- 3) จำนวนรายได้ของ สสปน. เพื่อลดงบประมาณภาครัฐ
- 4) ระดับความพึงพอใจต่อสมรรถนะของบุคลากร สสปน.
- 5) ระดับความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร
- 6) จำนวนนวัตกรรมการทำงานที่นำมาใช้เพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและยกระดับสู่องค์กรที่มีความคล่องตัว

กลยุทธ์สำหรับยุทธศาสตร์ที่ 4

- 1) กลยุทธ์ที่ 4.1 พัฒนาระบบและกระบวนการทำงานสู่องค์กรที่มีความคล่องตัว
- 2) กลยุทธ์ที่ 4.2 พัฒนาบุคลากรให้มีสมรรถนะ และพร้อมต่อการปฏิบัติงานและการให้บริการที่เป็นเลิศ

6.4.5 ยุทธศาสตร์ที่ 5 : GO - GO FOR MICE SUSTAINABILITY

พลิกโฉมไมซ์ไทยด้วยความยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

เป้าประสงค์ของยุทธศาสตร์ที่ 5

- 1) การพัฒนาที่ยั่งยืนของอุตสาหกรรมไมซ์
- 2) การพัฒนาผู้ประกอบการและบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ เพื่อตอบโจทย์เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) และโมเดลเศรษฐกิจ BCG

ตัวชี้วัดยุทธศาสตร์

- 1) จำนวนงานไมซ์ที่อยู่บนฐานของความยั่งยืน (Sustainability MICE Event)
- 2) จำนวนหน่วยงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ที่ดำเนินการตามแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน
- 3) จำนวนหน่วยงานที่ได้รับมาตรฐาน TSEMS และกระจายไปยังไมซ์ที่ดี

กลยุทธ์สำหรับยุทธศาสตร์ที่ 5

- 1) กลยุทธ์ที่ 5.1 พัฒนากระบวนการสนับสนุนการพัฒนาที่ยั่งยืนของอุตสาหกรรมไมซ์
- 2) กลยุทธ์ที่ 5.2 พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ให้มี

ความสามารถในการดำเนินการตามแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน

ตารางที่ 6.6 ตารางแสดงยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ กลยุทธ์ และตัวอย่างโครงการ

ยุทธศาสตร์ที่ 1 :T – THAILAND AS GLOBAL MICE LEADER

ประเทศไทยเป็นผู้นำในการจัดกิจกรรมไมซ์ระดับโลก เพื่อเพิ่มรายได้และขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ

เป้าประสงค์	กลยุทธ์	ลักษณะโครงการที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์	ตัวอย่างโครงการ
1) รายได้จากอุตสาหกรรมไมซ์เพิ่มขึ้น 2) ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางในการจัดกิจกรรมไมซ์	กลยุทธ์ที่ 1.1 เสริมสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ และสร้างโอกาสทางธุรกิจ เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับประเทศจากอุตสาหกรรมไมซ์	ได้แก่ โครงการที่นำไปสู่การสร้างรายได้ให้กับประเทศจากอุตสาหกรรมไมซ์ รวมถึงการให้เงินอุดหนุนการจัดกิจกรรมไมซ์ในประเทศไทย	1. โครงการเพิ่มปริมาณการจัดงานไมซ์ในประเทศไทยสำหรับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายใหม่ทั้งในและนอกประเทศ 2. โครงการเพิ่มปริมาณการจัดงานไมซ์รูปแบบใหม่สำหรับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเดิมที่เคยจัดงานไมซ์ในประเทศไทย 3. โครงการเพิ่มปริมาณการจัดงานไมซ์และจำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์ด้วยผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างในกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพ สมาคมวิชาชีพ หน่วยงานภาครัฐ และองค์กรเอกชน ทั้งในและนอกประเทศ 4. โครงการเพิ่มปริมาณการจัดงานไมซ์และจำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์ด้วยการพัฒนาและยกระดับการจัดงานไมซ์ในประเทศ เป็นการจัดงานในระดับนานาชาติ 5. โครงการเพิ่มปริมาณการจัดงานไมซ์และจำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์ด้วยการพัฒนางานอีเว้นท์และงานเทศกาลที่มีอัตลักษณ์ในพื้นที่ไมซ์ซิตี้แต่ละแห่ง 6. โครงการส่งเสริมการจับคู่ธุรกิจ และสนับสนุนด้านเงินทุนที่มีต้นทุนต่ำสำหรับการจัดงานไมซ์ใหม่ เพื่อส่งเสริมให้ผู้ประกอบการไทยนำพันธมิตรจากต่างประเทศมาจัดงานไมซ์ในประเทศไทย

เป้าประสงค์	กลยุทธ์	ลักษณะโครงการที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์	ตัวอย่างโครงการ
			7. โครงการส่งเสริมการจัดงานไมซ์ในประเทศผ่านมาตรการต่าง ๆ อาทิ การให้สิทธิประโยชน์ด้านภาษีเพื่อสนับสนุนการจัดงานภายใต้เงื่อนไขที่กำหนด การให้สิทธิประโยชน์ด้านการศุลกากรสำหรับการจัดงานไมซ์ รวมถึงมาตรการที่สร้างแรงจูงใจเพื่อส่งเสริมการจัดกิจกรรมไมซ์ในมิชชีดีเป้าหมาย ฯลฯ 8. โครงการพัฒนาสินค้าหรือบริการที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานไมซ์ เพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวไมซ์ในประเทศไทย อาทิ การนำเสนอแพคเกจด้านสุขภาพ แพคเกจด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทย เป็นต้น
	กลยุทธ์ที่ 1.2 ขยายฐานตลาดใหม่ และรักษาตลาดเดิมที่มีคุณภาพสำหรับการจัดกิจกรรมไมซ์ระดับชาติและระดับนานาชาติ	ได้แก่ โครงการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาตลาดหรือกลุ่มลูกค้าใหม่ที่ยังไม่เคยจัดงานไมซ์ในประเทศไทย การรักษากลุ่มเป้าหมายเดิมที่เคยจัดงานไมซ์ในประเทศไทย การเจาะตลาดกลุ่มเป้าหมายเดิมเพื่อให้เกิดการจัดงานไมซ์รูปแบบใหม่ๆ รวมถึงการสร้างและพัฒนาความสัมพันธ์กับพันธมิตรรายใหม่เพื่อร่วมจัดงานไมซ์ การสร้างและพัฒนาความสัมพันธ์กับตัวแทนการตลาดในต่างประเทศ	1. โครงการจัดทำแผนการตลาดด้านการพัฒนากิจกรรม/ข้อเสนอไมซ์รูปแบบใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด/ลูกค้าแต่ละกลุ่ม 2. โครงการบริหารลูกค้าไมซ์สัมพันธ์ (MICE Customer Relationship Program) เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าไมซ์กลุ่มเป้าหมาย 3. โครงการสร้างพันธมิตรที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมส่วนต่อ ยอด/ขยายจากกิจกรรมไมซ์ เพื่อพัฒนาแพคเกจที่น่าสนใจและกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวไมซ์ 4. โครงการบูรณาการการวางแผนเชิงกลยุทธ์ร่วมกับพันธมิตร/ตัวแทนการตลาดในต่างประเทศ เพื่อขยายตลาดใหม่ในต่างประเทศ และกระตุ้นความต้องการในการจัดงานไมซ์ในประเทศไทย 5. โครงการนำเสนอ/กระตุ้นความต้องการในการจัดงานไมซ์ในรูปแบบที่เน้นความเป็นอัตลักษณ์และวัฒนธรรมประจำถิ่น 6. โครงการจัดทำแผนการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดภายใต้แคมเปญที่สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ขององค์กรที่เน้นเรื่องนวัตกรรมและการพัฒนาที่ยั่งยืน เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวไมซ์

ยุทธศาสตร์ที่ 2 : C – CREATE DESTINATION COMPETITIVENESS THROUGH DIVERSE LOCAL IDENTITY

ยกระดับความสามารถในการแข่งขันของจุดหมายปลายทางด้วยความหลากหลายของอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ และประสบการณ์ที่มีคุณค่า

เป้าประสงค์	กลยุทธ์	ลักษณะโครงการที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์	ตัวอย่างโครงการ
1) ยกระดับศักยภาพในการแข่งขันของจุดหมายปลายทางแห่งไมซ์ในพื้นที่ภูมิภาค 2) ส่งเสริมภาพลักษณ์และพัฒนาการรับรู้ของจุดหมายปลายทางแห่งไมซ์ในพื้นที่ภูมิภาค	กลยุทธ์ที่ 2.1 พัฒนาและส่งเสริมความร่วมมือกับชุมชนและเครือข่ายในท้องถิ่นเพื่อต่อยอดพัฒนาจุดหมายปลายทางแห่งไมซ์และสร้างมูลค่าเพิ่ม	ได้แก่ โครงการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาพันธมิตร ชุมชน และเครือข่ายในพื้นที่ไมซ์ซิตี้ เพื่อร่วมพัฒนาให้ไมซ์ซิตี้มีศักยภาพและความพร้อมในการเป็นจุดหมายปลายทางของการจัดงานไมซ์ รวมถึงการพัฒนามาตรฐานการจัดงานไมซ์ และการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการไมซ์ในพื้นที่ไมซ์ซิตี้	1. โครงการบูรณาการความร่วมมือระหว่างพันธมิตร ชุมชน และเครือข่ายในพื้นที่ไมซ์ซิตี้ เพื่อสร้างมูลค่าของอุตสาหกรรมไมซ์ในพื้นที่ไมซ์ซิตี้ ด้วยการผสานวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ประจำถิ่นของไมซ์ซิตี้ เข้ากับนวัตกรรมที่เหมาะสม เพื่อพัฒนาให้เกิดการจัดงานไมซ์ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ (Uniqueness) 2. โครงการพัฒนาเพื่อยกระดับศักยภาพของผู้ประกอบการไมซ์ในพื้นที่ไมซ์ซิตี้ ให้ความพร้อมในการจัดงานไมซ์ขนาดใหญ่อย่างมีคุณภาพ ด้วยนวัตกรรมและการจัดการความยั่งยืน 3. โครงการบูรณาการความร่วมมือระหว่างพันธมิตร ชุมชน และเครือข่ายในพื้นที่ไมซ์ซิตี้ เพื่อเสริมสร้างประสบการณ์ที่ดีสำหรับนักเดินทางไมซ์ด้วยการพัฒนาสินค้าและบริการที่ต่อยอดจากกิจกรรมไมซ์ อาทิ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหรือการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในพื้นที่ไมซ์ซิตี้ การเชื่อมโยงกับ Medical Hub เป็นต้น 4. โครงการเสริมสร้างและยกระดับมาตรฐานการจัดงานไมซ์ในพื้นที่ไมซ์ซิตี้ จำแนกแผนตามกลุ่มไมซ์ซิตี้ (1st Tier, 2nd Tier และ 3rd Tier) 5. โครงการจัดทำแผนเพื่อยกระดับระบบการมาตรฐานไมซ์ของไทย ไปสู่ระบบการมาตรฐานไมซ์ระดับโลกเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ไทย 6. โครงการประสานและบูรณาการความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน (Public-Private Partnership: PPP) เพื่อพัฒนาไมซ์ซิตี้เป้าหมายให้มีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน ความ

เป้าประสงค์	กลยุทธ์	ลักษณะโครงการที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์	ตัวอย่างโครงการ
			สะดวกในการเข้าถึงพื้นที่ (Accessibility) ระบบโลจิสติกส์ และเทคโนโลยีด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานไมซ์
	กลยุทธ์ที่ 2.2 สร้างภาพลักษณ์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ของท้องถิ่นและสร้างประสบการณ์แก่นักเดินทางไมซ์	ได้แก่ โครงการที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมภาพลักษณ์ของอุตสาหกรรมไมซ์ไทย และ สสพ. การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communications) ตลอดจนการสื่อสารการตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing) เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ของท้องถิ่น และสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่นักเดินทางไมซ์	1. โครงการสื่อสารภาพลักษณ์ของประเทศไทยและไมซ์ซิตี้ ในฐานะจุดหมายปลายทางไมซ์ที่มีศักยภาพและมีมาตรฐานในการจัดงานไมซ์ เพื่อกระตุ้นและสร้างความต้องการในการจัดกิจกรรมไมซ์ในประเทศไทย 2. โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์ของอุตสาหกรรมไมซ์ไทย ผ่านกิจกรรมทางการตลาด และการร่วมมือกับภาครัฐและเอกชนทั้งในประเทศและต่างประเทศ 3. โครงการพัฒนาแบรนด์ของแต่ละไมซ์ซิตี้ (MICE City Branding) โดยใช้อัตลักษณ์ของท้องถิ่นเป็นฐาน 4. โครงการจัดทำแผนการตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing) เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของจุดหมายปลายทางไมซ์ ตลอดจนสร้างการจดจำ และกระตุ้นการตัดสินใจของผู้จัดงานไมซ์และนักเดินทางไมซ์ 5. โครงการพัฒนาการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ และการจัดกิจกรรมส่งเสริมเอกลักษณ์หรืออัตลักษณ์ของไมซ์ซิตี้ในกลุ่ม 1st Tier, 2nd Tier และ 3rd Tier ให้เป็นที่รู้จักของผู้จัดงานไมซ์และนักเดินทางไมซ์

ยุทธศาสตร์ที่ 3 : E – EXECUTE INNOVATIVE MICE SOLUTIONS

ขับเคลื่อนนวัตกรรม ยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันไมซ์ไทยบนเวทีโลก

เป้าประสงค์	กลยุทธ์	ลักษณะโครงการที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์	ตัวอย่างโครงการ
1) พัฒนา MICE Intelligence Center เป็นศูนย์กลางข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศ 2) พัฒนา MICE Service Innovation เป็นนวัตกรรมด้านการบริการไมซ์	กลยุทธ์ที่ 3.1 พัฒนาศูนย์กลางข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE Intelligence Center) และส่งเสริมการพัฒนาทักษะด้านดิจิทัล (Digital Literacy)	ได้แก่ โครงการที่เกี่ยวข้องกับการรวบรวมวิเคราะห์ และจัดทำฐานข้อมูล เพื่อนำไปใช้ประโยชน์สำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ รวมถึงการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการไมซ์ด้าน Digital Literacy	1. โครงการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการและบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ด้าน Digital Literacy 2. โครงการพัฒนาระบบฐานข้อมูลกลางที่บูรณาการข้อมูลสารสนเทศสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ให้มีความทันสมัย ถูกต้อง ครบถ้วน เพียงพอ และตรงตามความต้องการใช้งานของผู้ประกอบการไมซ์ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในโซ่อุปทานไมซ์ 3. โครงการส่งเสริมและผลักดันให้ผู้ประกอบการไมซ์นำข้อมูลสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ในการวางแผนการจัดกิจกรรมไมซ์ 4. โครงการบูรณาการข้อมูลร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ เพื่อนำข้อมูลเข้าสู่ MICE Intelligence Center 5. โครงการส่งเสริมและสนับสนุนการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ผ่านระบบศูนย์ข้อมูลเปิดภาครัฐ (Open Government Data)
	กลยุทธ์ที่ 3.2 พัฒนานวัตกรรมด้านการบริการไมซ์ (MICE Service Innovation)	ได้แก่ โครงการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนานวัตกรรมเพื่อการบริการไมซ์ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกิจกรรมไมซ์ เพิ่มความสะดวกรวดเร็วในการใช้บริการของลูกค้า และลดต้นทุนการดำเนินงานของผู้จัดงานไมซ์	1. โครงการส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์เพื่ออำนวยความสะดวกและยกระดับการสร้างประสบการณ์ให้กับการจัดงานไมซ์ 2. โครงการให้คำปรึกษาแนะนำในด้านการนำเทคโนโลยี นวัตกรรม และดิจิทัล มาใช้ในการพัฒนาการจัดงานไมซ์ให้ทันสมัย 3. โครงการพัฒนาผู้ประกอบการและบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ด้านการประยุกต์ใช้นวัตกรรมใน

เป้าประสงค์	กลยุทธ์	ลักษณะโครงการที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์	ตัวอย่างโครงการ
			การจัดกิจกรรมไมซ์รูปแบบใหม่ 4. โครงการส่งเสริมและผลักดันให้ผู้ประกอบการนำนวัตกรรมด้านการบริการไมซ์มาใช้ในการจัดงานไมซ์ ตามระดับความพร้อมของผู้ประกอบการ เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน 5. โครงการพัฒนาแพลตฟอร์มเพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจ (New Marketing Platform) ทั้งในและต่างประเทศ ผ่านแพลตฟอร์มที่เหมาะสมกับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมไมซ์ทุกระดับ 6. โครงการส่งเสริมและสนับสนุนการบูรณาการ การแลกเปลี่ยนความรู้ และการวิจัยพัฒนาด้านนวัตกรรมสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ ระหว่างผู้ประกอบการและบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ อาทิ กิจกรรม KM Day for MICE เป็นต้น

ยุทธศาสตร์ที่ 4 : B - BUILD AGILE AND HIGH PERFORMANCE ORGANIZATION

สร้างองค์การสมรรถนะสูงที่คล่องตัวและทันโลก

เป้าประสงค์	กลยุทธ์	ลักษณะโครงการที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์	ตัวอย่างโครงการ
1) พัฒนาสู่องค์กรที่มีความคล่องตัว (Agile Organization) 2) พัฒนาบุคลากรในองค์กรทุกระดับให้มีความรู้ ความสามารถ และสมรรถนะ	กลยุทธ์ที่ 4.1 พัฒนาระบบและกระบวนการทำงานสู่องค์กรที่มีความคล่องตัว	ได้แก่ โครงการที่เกี่ยวข้องกับการปรับปรุงกระบวนการทำงานภายในของ สสปน. เพื่อมุ่งสู่การเป็นองค์กรที่มีความคล่องตัว (Agile Organization)	1. โครงการพัฒนาระบบและกระบวนการทำงานภายในองค์กรเพื่อมุ่งสู่การเป็นองค์กรสมรรถนะสูงและมีความคล่องตัว โดยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ 2. โครงการส่งเสริมการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กรด้วยกลยุทธ์ AAA – Alignment (การเชื่อมโยงกระบวนการทำงาน), Agile (การเพิ่มความคล่องตัวในการดำเนินงาน) และ Agenda-based (การทำงานเชิงโครงการแบบบูรณาการข้ามฝ่ายงาน) 3. โครงการพัฒนาระบบการให้บริการ One Stop Services ของ สสปน. ให้เป็นระบบดิจิทัลเต็มรูปแบบ 4. โครงการส่งเสริมการปรับปรุงกระบวนการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพด้วยเทคนิคลีน (Lean) และไคเซ็น (Kaizen) 5. โครงการเสริมสร้างการนำหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดีมาใช้ในการปฏิบัติงาน 6. โครงการจัดทำแผนการจัดการความเสี่ยง การควบคุม และการตรวจสอบภายในให้สอดคล้องตามหลักธรรมาภิบาล 7. โครงการพัฒนาและผลักดันปัจจัยสนับสนุนให้เอื้อต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมไมซ์ของไทย (Enabling) และลดอุปสรรคในการประกอบธุรกิจ (Ease of Doing Business) 8. โครงการทบทวนและปรับปรุงระบบการจัดการทรัพยากรมนุษย์ให้ทันสมัยและสอดคล้องกับบริบทขององค์กร เพื่อสร้างความพึงพอใจและความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร

เป้าประสงค์	กลยุทธ์	ลักษณะโครงการที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์	ตัวอย่างโครงการ
	กลยุทธ์ที่ 4.2 พัฒนาบุคลากรให้มีสมรรถนะ และพร้อมต่อการปฏิบัติงาน และการให้บริการที่เป็นเลิศ	ได้แก่ โครงการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสมรรถนะของบุคลากร สสปน. ในทุกมิติ การสร้างวัฒนธรรมองค์การ และสภาพแวดล้อมในการทำงาน เพื่อเพิ่มศักยภาพของบุคลากร ส่งเสริมบรรยากาศการทำงานที่สร้างสรรค์ สนับสนุนการสร้างนวัตกรรมและการพัฒนาองค์การที่ยั่งยืน	1. โครงการกำหนดสมรรถนะและจัดทำแผนพัฒนาสมรรถนะของบุคลากร สสปน. ระยะยาว (Training and Development Road Map) เพื่อพัฒนาความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ที่จำเป็นต่อการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ขององค์การ 2. โครงการจัดการอบรมให้กับบุคลากร สสปน. ตามแผนการพัฒนารายบุคคล (Individual Development Plan) 3. โครงการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการสร้างวัฒนธรรมองค์การให้ทันสมัย และสอดคล้องกับวิสัยทัศน์องค์การ 4. โครงการส่งเสริมการจัดทำข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงงาน/กระบวนการทำงานของแต่ละฝ่ายงาน อาทิ กิจกรรมข้อเสนอแนะ (Suggestion System) กิจกรรมไคเซ็น (Kaizen) เพื่อการปรับปรุงงานอย่างต่อเนื่อง 5. โครงการจัดกิจกรรม TCEB Creativity and Innovation Day เพื่อเป็นเวทีประกวดผลงานสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรมและความยั่งยืนของพนักงาน สสปน. 6. โครงการสำรวจและประเมินผลความผูกพันของพนักงานต่อองค์การ 7. โครงการพัฒนาระบบบริหารจัดการความรู้ (KM) ที่สอดคล้องกับการพัฒนาความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ที่จำเป็นต่อการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ขององค์การ

ยุทธศาสตร์ที่ 5 : GO - GO FOR MICE SUSTAINABILITY

พลิกโฉมไมซ์ไทยด้วยความยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

เป้าประสงค์	กลยุทธ์	ลักษณะโครงการที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์	ตัวอย่างโครงการ
1) การพัฒนาที่ยั่งยืนของอุตสาหกรรมไมซ์ 2) การพัฒนาผู้ประกอบการและบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ เพื่อตอบโจทย์เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) และโมเดลเศรษฐกิจ BCG	กลยุทธ์ที่ 5.1 พัฒนากระบวนการสนับสนุนการพัฒนาที่ยั่งยืนของอุตสาหกรรมไมซ์	ได้แก่ โครงการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนากระบวนการจัดงานไมซ์เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน การกำหนดหลักเกณฑ์และการมาตรฐานเพื่อยกระดับอุตสาหกรรมไมซ์ของไทยสู่ความยั่งยืน	1. โครงการส่งเสริมการนำคู่มือการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของอุตสาหกรรมไมซ์ไปปฏิบัติอย่างทั่วถึง 2. โครงการส่งเสริมและสร้างแรงจูงใจกับผู้ประกอบการไมซ์ในการจัดงานไมซ์ตามมาตรฐานของแนวทางที่นำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนของอุตสาหกรรมไมซ์ 3. โครงการผลักดันให้ผู้ประกอบการและผู้จัดงานไมซ์ผ่านการรับรองมาตรฐานด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน 4. โครงการส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการไมซ์ส่งรายงานผลการดำเนินงานด้านความยั่งยืนเข้าประกวดเพื่อชิงรางวัลระดับชาติด้านความยั่งยืน 5. โครงการส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการ ผู้จัดงาน และองค์กรเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์ผ่านการรับรองมาตรฐาน ISO-20121 - การจัดการและบริหารธุรกิจอีเว้นท์อย่างยั่งยืน 6. โครงการผลักดันให้จุดหมายปลายทางไมซ์ของไทยได้รับการรับรองมาตรฐานด้านความยั่งยืนในระดับนานาชาติ อาทิ Global Destination Sustainability Index (SDSI) 7. โครงการจัดทำระบบการคำนวณคาร์บอนฟุตพริ้นท์สำหรับการจัดงานไมซ์ 8. โครงการส่งเสริมการจัดงานไมซ์รูปแบบใหม่ที่มุ่งเน้นความยั่งยืน ตามแนวทางขับเคลื่อนโมเดลเศรษฐกิจใหม่ (BCG Model) เพื่อส่งเสริมการบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ของไทย 9. โครงการสนับสนุนการวิจัยเพื่อพัฒนาระบบตรวจวัด ติดตาม และประเมินผล การลดการ

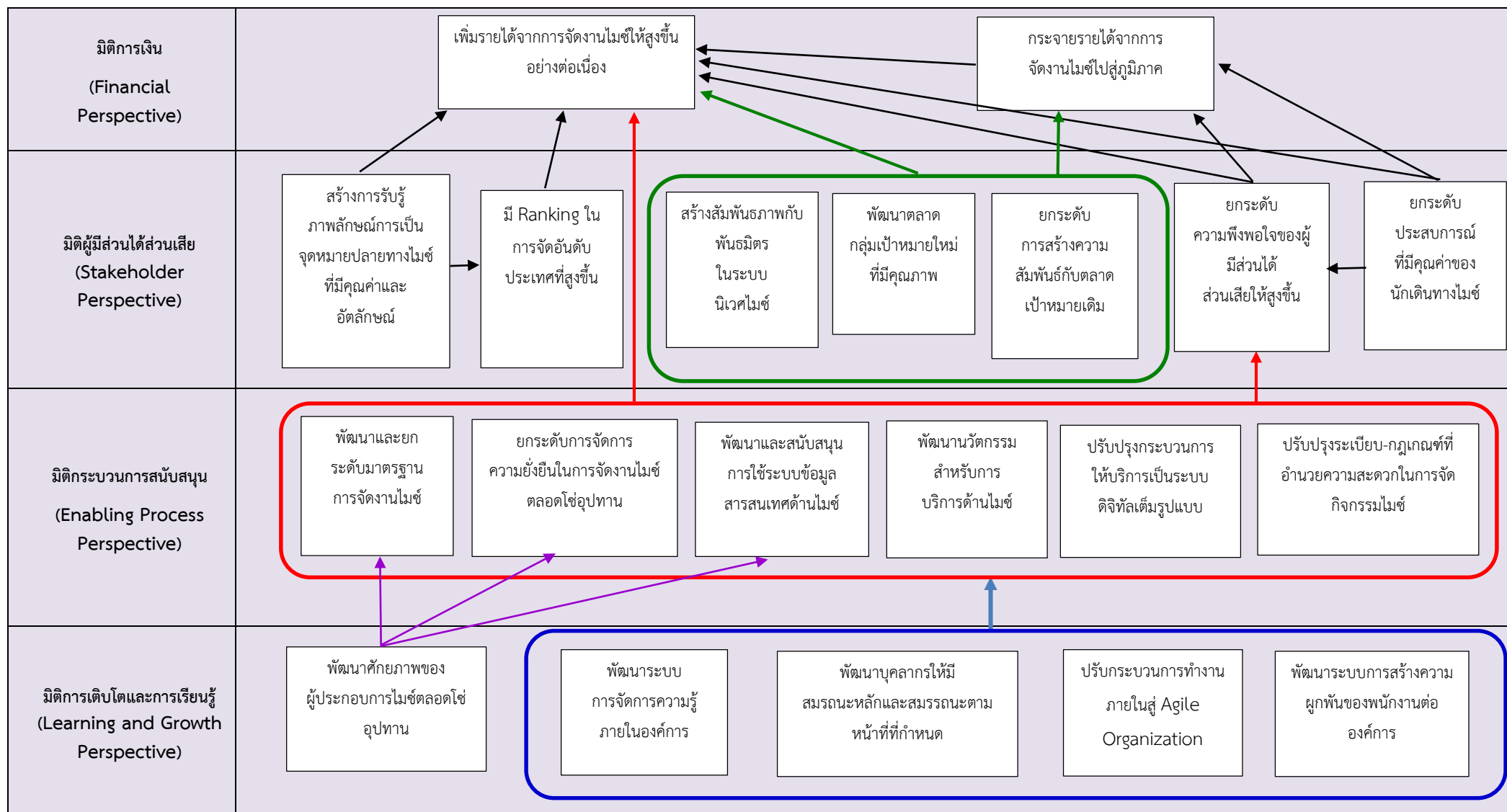
เป้าประสงค์	กลยุทธ์	ลักษณะโครงการที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์	ตัวอย่างโครงการ
			ปล่อยคาร์บอนสำหรับกิจกรรมไมซ์ 10. โครงการประสานและเสนอนโยบายต่อรัฐบาล เกี่ยวกับการให้สิทธิประโยชน์แก่องค์กร/หน่วยงานที่มีส่วนร่วมในโครงการ Net Zero Carbon for MICE อาทิ สิทธิประโยชน์ทางภาษี การคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม เป็นต้น
	กลยุทธ์ที่ 5.2 พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ให้มีความสามารถในการดำเนินการตามแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน	ได้แก่ โครงการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความรู้และความสามารถของผู้ประกอบการไมซ์ในการจัดงานไมซ์บนพื้นฐานของการพัฒนาที่ยั่งยืน รวมถึงการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักเกณฑ์และมาตรฐานเกี่ยวกับการจัดการงานไมซ์อย่างยั่งยืน	1. โครงการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการไมซ์ด้าน Sustainability Literacy สำหรับการจัดงานไมซ์ 2. โครงการเสริมสร้างความรู้และความเข้าใจของผู้ประกอบการไมซ์ด้านกระบวนการจัดการคาร์บอนในการจัดงานไมซ์ 3. โครงการพัฒนาระบบการจัดการความรู้ด้านการจัดงานไมซ์ที่ยั่งยืน เพื่อให้บริการแก่ผู้ประกอบการไมซ์ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 4. โครงการส่งเสริมการเรียนรู้ของชุมชนท้องถิ่นเกี่ยวกับการจัดการความยั่งยืนที่เฉพาะเจาะจงในพื้นที่ไมซ์ซิตี้ 5. โครงการจัดตั้งสถาบันไมซ์แห่งอาเซียน เพื่อพัฒนาศักยภาพบุคลากรของอุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาค 6. โครงการพัฒนาศักยภาพของผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการความยั่งยืนในอุตสาหกรรมไมซ์

6.5 การจัดทำแผนที่ยุทธศาสตร์ *Strategy Map* และ *Balanced Scorecard (BSC)*

ในการแสดงความเชื่อมโยงและความสอดคล้องของยุทธศาสตร์ที่จะเป็นตัวขับเคลื่อนให้องค์กรบรรลุเป้าหมายในระดับวิสัยทัศน์นั้น แสดงผ่านมุมมองของ Balanced Scorecard (BSC) ที่สามารถอธิบายระบบการบริหารงานและการดำเนินงานขององค์กร โดยจะแบ่งออกเป็น 4 มุมมอง ได้แก่

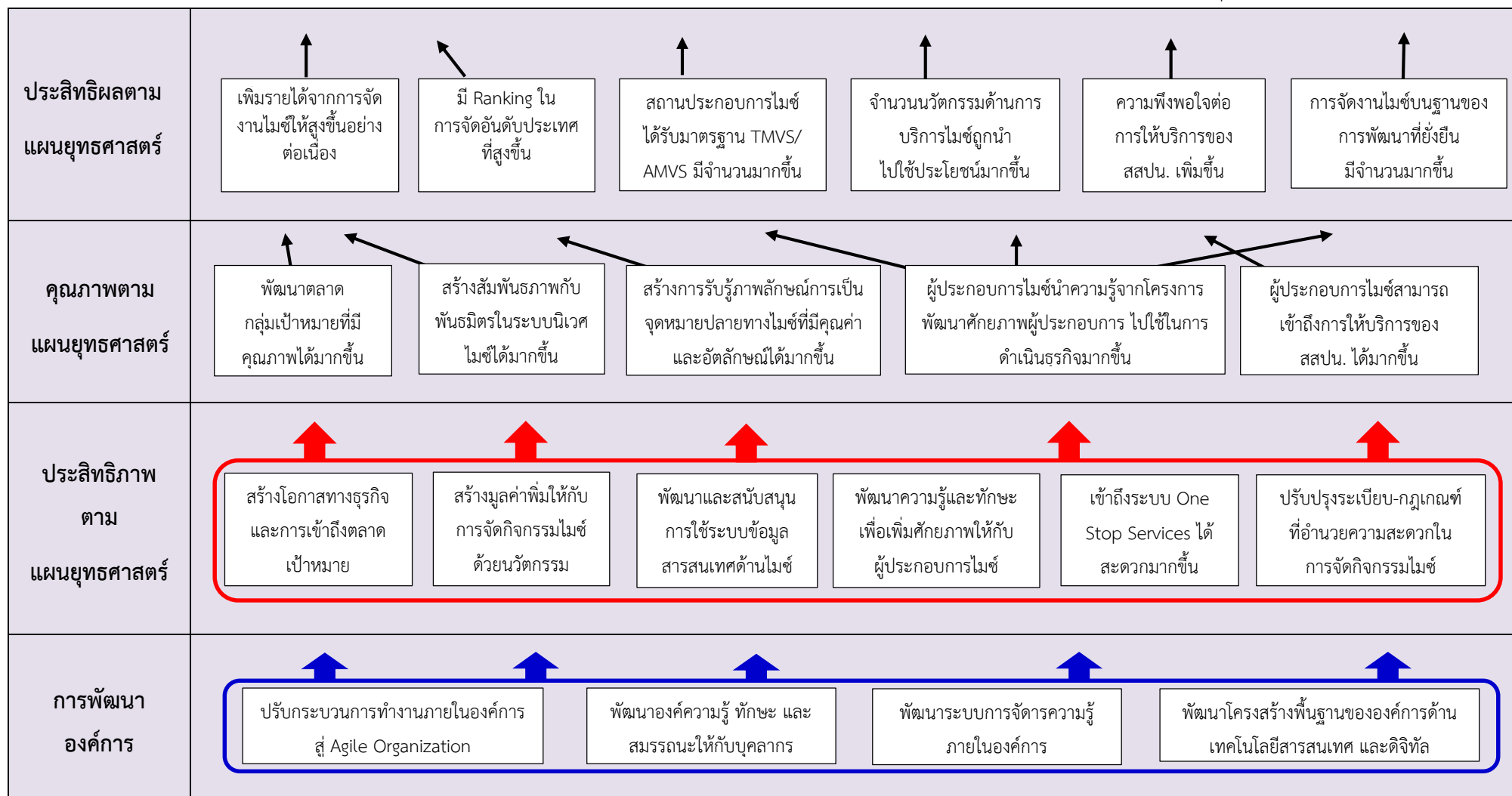
1. มุมมองด้านการเรียนรู้ และเติบโต
2. มุมมองด้านกระบวนการภายใน
3. มุมมองด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
4. มุมมองด้านการเงิน

จากแผนที่ยุทธศาสตร์แสดงให้เห็นว่าการเรียนรู้และเติบโตภายในองค์กรทั้งในด้านของทรัพยากรมนุษย์และการสื่อสารและปลูกฝังค่านิยมขององค์กร สร้างความสัมพันธ์และสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดี การกำหนดแรงจูงใจและความมั่นใจในความก้าวหน้าในสายงาน รวมถึงพัฒนาศักยภาพของบุคลากร อย่างเหมาะสม จะส่งผลให้เกิดกระบวนการทำงานภายในที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ผ่านการพัฒนาและปรับปรุงการทำงานด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม ซึ่งกระบวนการทำงานดังกล่าวจะสามารถตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและเพิ่มความพึงพอใจในประสบการณ์การเดินทางมากขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มรายได้จากการจัดงานไม่ซีให้สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง



ภาพที่ 6-2 แผนที่ยุทธศาสตร์ (Strategy Map) ในมิติ Balanced Scorecard สำหรับแผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 – 2570)

วิสัยทัศน์	สสปน. มุ่งมั่นจะเป็นพันธมิตรเพื่อความสำเร็จของธุรกิจ ขับเคลื่อนประเทศไทยและพื้นที่เป้าหมายในฐานะปลายทางของไมซ์ ด้วยนวัตกรรมและการสร้างความยั่งยืนร่วมกัน				
แผนยุทธศาสตร์	ประเทศไทยเป็นผู้นำในการจัดกิจกรรมไมซ์ระดับโลก เพื่อเพิ่มรายได้ และขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ	ยกระดับความสามารถในการแข่งขันของจุดหมายปลายทางด้วยความหลากหลายของอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ และประสบการณ์ที่มีคุณค่า	ขับเคลื่อนนวัตกรรมยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันไมซ์ไทยบนเวทีโลก	สร้างองค์การสมรรถนะสูงที่คล่องตัวและทันโลก	พลิกโฉมไมซ์ไทยด้วยความยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
เป้าประสงค์	1. รายได้จากอุตสาหกรรมไมซ์เพิ่มขึ้น 2. ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางในการจัดกิจกรรมไมซ์	1. ยกระดับศักยภาพในการแข่งขันของจุดหมายปลายทางแห่งไมซ์ ในพื้นที่ภูมิภาค 2. ส่งเสริมภาพลักษณ์และพัฒนาการรับรู้ของจุดหมายปลายทางแห่งไมซ์ในพื้นที่ภูมิภาค	1. พัฒนาศูนย์กลางข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ และส่งเสริมการพัฒนาทักษะด้านดิจิทัล 2. พัฒนานวัตกรรมด้านการบริการไมซ์	1. พัฒนาสู่องค์กรที่มีความคล่องตัว (Agile Organization) 2. พัฒนาบุคลากรในองค์กรทุกระดับให้มีความรู้ ความสามารถ และสมรรถนะ	1. การพัฒนาที่ยั่งยืนของอุตสาหกรรมไมซ์ 2. การพัฒนาผู้ประกอบการและบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ เพื่อตอบโจทย์เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน



ภาพที่ 6-3 แผนที่ยุทธศาสตร์ (Strategy Map) ในมิติประสิทธิผล-คุณภาพ-ประสิทธิภาพ-การพัฒนา สำหรับแผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 – 2570)

6.6 เป้าหมายการดำเนินงานระยะสั้น (ปี พ.ศ. 2566)

Recovery, Rebalance and Reconnect for Rebuilding MICE Ecosystem

บริหารจัดการเพื่อพลิกฟื้น คืนสู่ระดับ พร้อมพุ่งทะยานต่อ

การดำเนินงานในระยะสั้นจะเร่งการฟื้นฟูปอุตสาหกรรมไมซ์ในทุก ๆ มิติทั้งด้านศักยภาพของบุคลากร ในอุตสาหกรรมไมซ์ ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ ความพร้อมในการจัดกิจกรรมไมซ์ระดับ นานาชาติขนาดใหญ่ ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล ระบบโครงสร้างพื้นฐาน ฯลฯ กลไกสำคัญประกอบด้วย

- การฟื้นคืนความมั่นใจให้กับนักเดินทางไมซ์
- การส่งเสริมการจัดกิจกรรมไมซ์ภายในประเทศ
- การสนับสนุนการกลับมาของนักเดินทางไมซ์จากต่างประเทศ
- การสนับสนุนการปรับตัวของผู้ประกอบการไมซ์
- การเสาะหากลุ่มนักเดินทางไมซ์ ตลาด และสร้างประสบการณ์ใหม่
- การเชื่อมต่อเครือข่ายในอุตสาหกรรมไมซ์ให้เพื่อให้เกิดความร่วมมือในการทำงานที่ดียิ่งขึ้น

ตัวอย่างโครงการสำหรับเป้าหมายการดำเนินงานระยะสั้น

- โครงการเพิ่มปริมาณการจัดงานไมซ์และจำนวนนักเดินทางไมซ์ด้วยการพัฒนางานอีเว้นท์และงาน เทศกาลที่มีอัตลักษณ์ในพื้นที่ไมซ์ซิตี้แต่ละแห่ง
- โครงการสร้างพันธมิตรที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมส่วนต่อยอด/ขยายจากกิจกรรมไมซ์ เพื่อพัฒนา แพคเกจที่น่าสนใจและกระตุ้นการใช้จ่ายของนักเดินทางไมซ์
- โครงการจัดทำแผนการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดภายใต้แคมเปญที่สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ ขององค์กรที่เน้นเรื่องนวัตกรรมและการพัฒนาที่ยั่งยืน เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ประกอบการ และนักเดินทางไมซ์
- โครงการจัดทำแผนการสื่อสารภาพลักษณ์ของประเทศไทยและไมซ์ซิตี้ ในฐานะจุดหมาย ปลายทางไมซ์ที่มีศักยภาพและมีมาตรฐานในการจัดงานไมซ์ เพื่อกระตุ้นและสร้างความต้องการ ในการจัดกิจกรรมไมซ์ในประเทศไทย
- โครงการส่งเสริมการจัดจตุรัส และสนับสนุนด้านเงินทุนที่มีต้นทุนต่ำสำหรับการจัดงานไมซ์ใหม่ เพื่อส่งเสริมให้ผู้ประกอบการไทยนำพันธมิตรจากต่างประเทศมาจัดงานไมซ์ในประเทศไทย
- โครงการส่งเสริมการจัดงานไมซ์ในประเทศผ่านมาตรการต่าง ๆ อาทิ การให้สิทธิประโยชน์ด้าน ภาษีสิทธิประโยชน์ด้านการศุลกากร รวมถึงมาตรการจูงใจต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมการ จัดงานไมซ์ภายใต้เงื่อนไขที่กำหนด ฯลฯ

6.7 เป้าหมายการดำเนินงานระยะกลาง (ปี พ.ศ. 2567 -2568)

Dynamic Repositioning for Enhancing MICE Competitiveness

เสริมศักยภาพ ยกระดับการสร้างคุณค่า เพื่อก้าวทะยานสู่การเป็นจุดหมายปลายทางคุณภาพ

การดำเนินงานในระยะกลางจะมุ่งสร้างเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมไมซ์ ยกระดับคุณค่าในการจัดงานไมซ์ เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้จัดงานไมซ์และนักเดินทางไมซ์ และสร้างภาพลักษณ์ให้ประเทศไทยและไมซ์ซิตี้เป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ที่มีคุณภาพในระดับโลก กลไกสำคัญประกอบด้วย

- การพัฒนากลยุทธ์เชิงรุกจากการใช้ฐานข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์ตลาดไมซ์ที่มีคุณภาพและพฤติกรรมของตลาด
- การสร้างมูลค่าเพิ่มสูงสุดจากนวัตกรรมและการสร้างประสบการณ์ทางด้านบริการ
- การเชื่อมโยงกับไมซ์ซิตี้เพื่อยกระดับภาพลักษณ์ และพัฒนาจุดหมายปลายทางสู่การเป็นจุดหมายปลายทางแห่งไมซ์ที่มีคุณภาพและอัตลักษณ์
- การสนับสนุนด้านการเพิ่มทักษะในทุกมิติแก่ผู้ประกอบการ และพัฒนาศักยภาพแรงงานในไมซ์ซิตี้

ตัวอย่างโครงการสำหรับเป้าหมายการดำเนินงานระยะกลาง

- โครงการส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ และการผลักดันให้ผู้ประกอบการนำนวัตกรรมด้านการบริการไมซ์มาใช้ในการจัดงานไมซ์ เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน
- โครงการพัฒนาแพลตฟอร์มเพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจ (New Marketing Platform) ทั้งในและต่างประเทศ ผ่านแพลตฟอร์มที่เหมาะสมกับผู้ประกอบการอุตสาหกรรมไมซ์ทุกระดับ
- โครงการบูรณาการความร่วมมือระหว่างพันธมิตร ชุมชน และเครือข่ายในพื้นที่ไมซ์ซิตี้ เพื่อสร้างมูลค่าของอุตสาหกรรมไมซ์ในพื้นที่ไมซ์ซิตี้ ด้วยการผสมผสานวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ประจำถิ่นของไมซ์ซิตี้ เข้ากับนวัตกรรมที่เหมาะสม เพื่อพัฒนาให้เกิดการจัดงานไมซ์ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ (Uniqueness)
- โครงการเสริมสร้างและยกระดับมาตรฐานการจัดงานไมซ์ในพื้นที่ไมซ์ซิตี้ จำแนกแผนตามกลุ่มไมซ์ซิตี้ (1st Tier, 2nd Tier และ 3rd Tier)
- โครงการจัดทำแผนและการพัฒนาแบรนด์ของแต่ละไมซ์ซิตี้ (MICE City Branding) โดยใช้อัตลักษณ์ของท้องถิ่นเป็นฐาน
- โครงการพัฒนาเพื่อยกระดับศักยภาพของผู้ประกอบการไมซ์ในพื้นที่ไมซ์ซิตี้ ให้มีความพร้อมในการจัดงานไมซ์ขนาดใหญ่อย่างมีคุณภาพ ด้วยนวัตกรรมและการจัดการความยั่งยืน

6.8 เป้าหมายการดำเนินงานระยะยาว (ปี พ.ศ. 2569 -2570)

Transforming for a Sustainable, Prosperous, and Resilient MICE Industry

เสริมแกร่ง ต่อยอด และสร้างความมั่งคั่ง ด้วยโมเดลที่ยั่งยืนและปรับตัวได้เร็ว

การดำเนินงานในระยะยาวจะมุ่งเสริมสร้างความแข็งแกร่ง การเจริญเติบโต และการสร้างรายได้ทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง ด้วยกลไกการพัฒนาการจัดงานโมเดลที่ยั่งยืนและความสามารถในการปรับตัวที่รวดเร็วตามบริบทที่เปลี่ยนไป กลไกสำคัญประกอบด้วย

- การกำหนดทิศทางการจัดงานโมเดลในระยะยาว ให้เป็นงานโมเดลที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Carbon)
- การพัฒนารูปแบบการจัดกิจกรรมโมเดลที่ยั่งยืนสำหรับทุกคน ไม่จำกัดเฉพาะกลุ่มที่สนใจ
- การสนับสนุนความเป็นเลิศและประสิทธิภาพของแรงงาน ผู้ประกอบการ และการจัดงานในอุตสาหกรรมโมเดลสู่มาตรฐานความยั่งยืน

ตัวอย่างโครงการสำหรับเป้าหมายการดำเนินงานระยะยาว

- โครงการจัดตั้งสถาบันโมเดลแห่งอาเซียน เพื่อพัฒนาศักยภาพบุคลากรของอุตสาหกรรมโมเดลภูมิภาค
- โครงการสนับสนุนการวิจัยเพื่อพัฒนาระบบตรวจวัด ติดตาม และประเมินผล การลดการปล่อยคาร์บอนสำหรับกิจกรรมโมเดล
- โครงการส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการ ผู้จัดงาน และองค์กรเกี่ยวกับการจัดงานโมเดล ผ่านการรับรองมาตรฐาน ISO-20121 - การจัดการและบริหารธุรกิจอีเวนต์อย่างยั่งยืน
- โครงการผลักดันให้จุดหมายปลายทางโมเดลของไทยได้รับการรับรองมาตรฐานด้านความยั่งยืนในระดับนานาชาติ อาทิ Global Destination Sustainability Index (SDSI)
- โครงการส่งเสริมการจัดงานโมเดลรูปแบบใหม่ที่มุ่งเน้นความยั่งยืน ตามแนวทางขับเคลื่อนโมเดลเศรษฐกิจใหม่ (BCG Model) เพื่อส่งเสริมการบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) ของไทย
- โครงการประสานและเสนอนโยบายต่อรัฐบาล เกี่ยวกับการให้สิทธิประโยชน์แก่องค์กร/หน่วยงานที่มีส่วนร่วมในโครงการ Net Zero Carbon for MICE อาทิ สิทธิประโยชน์ทางภาษี การคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม เป็นต้น



ภาพที่ 6-4 เป้าหมายระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว ของแผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 -2570)

ตารางที่ 6.7 ตารางแสดงตัวอย่างโครงการสำหรับเป้าหมายการดำเนินงานระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว

Recovery, Rebalance and Reconnect for rebuilding MICE Ecosystem บริหารจัดการเพื่อพลิกฟื้น คืนสู่ระดับ พร้อมพุ่งทะยานต่อ พ.ศ. 2566	Dynamic Repositioning for Enhancing MICE Competitiveness เสริมศักยภาพ ยกระดับการสร้างคุณค่า เพื่อก้าวทะยาน สู่การเป็นจุดหมายปลายทางคุณภาพ พ.ศ. 2567-2568	Transforming for a Sustainable, Prosperous, and Resilient MICE Industry เสริมแกร่ง ต่อยอด และสร้างความมั่นคง ด้วยโมเดลที่ยั่งยืนและปรับตัวได้เร็ว พ.ศ. 2569 - 2570
การกระตุ้นเศรษฐกิจด้วยการประชุมสัมมนาในประเทศ “ประชุมเมืองไทย ปลอดภัยกว่า ปี 2566”	การจัดงาน Thailand Innovative Meetings Exchange (TIME) เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในการจัดงานประชุมนานาชาติ	การพัฒนาและส่งเสริมผู้ประกอบการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอุตสาหกรรมไมซ์ในพื้นที่โมซ์ซิตี้ ภายใต้ธีม Inspire Innovation - Create Uniqueness
การจัดทำแผนกลยุทธ์การขับเคลื่อนและจัดทำฐานข้อมูลเชิงลึกการแสดงผลสินค้าและนิทรรศการในประเทศไทย ในยุค New Normal	การส่งเสริมผู้ประกอบการโมซ์แบบมุ่งเป้าเพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันสำหรับเศรษฐกิจดิจิทัล (4 CLUSTERS – 1 PLATFORM)	การเตรียมความพร้อมระดับพื้นที่สำหรับการจัดงาน EXPO 2028 - Phuket, Thailand
การเป็นเจ้าภาพจัดงานประชุมประจำปีของสมาคม International Congress and Convention Association - 62th ICCA Congress 2023	การยกระดับการจัดงานเทศกาลนานาชาติเชิงธุรกิจ (International Business Festival)	การต่อยอดสินค้าอัตลักษณ์และภูมิปัญญาไทย เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและประสบการณ์ที่ดีแก่นักเดินทางไมซ์
การพัฒนาฐานข้อมูลเชิงลึกและวิเคราะห์พฤติกรรมธุรกิจการจัดประชุม-สัมมนา และการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลในประเทศ	การเตรียมการเป็นเจ้าภาพจัดงาน EXPO 2028 - Phuket, Thailand	การพัฒนาและสร้างแบรนด์โดยใช้อัตลักษณ์ของท้องถิ่นเป็นฐานสำหรับโมซ์ซิตี้ กลุ่ม 2nd Tier (2nd Tier MICE City Branding)
การพัฒนาและต่อยอดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจแนวชายแดนภาคตะวันออกเชิงเหนือสู่เวทีนานาชาติ	การประมูลสิทธิ์การเป็นเจ้าภาพการจัดงานมหกรรมพืชสวนโลก พ.ศ. 2572 จังหวัดนครราชสีมา	การพัฒนาและสร้างแบรนด์โดยใช้อัตลักษณ์ของท้องถิ่นเป็นฐานสำหรับโมซ์ซิตี้ กลุ่ม 3rd Tier (3rd Tier MICE City Branding)

Recovery, Rebalance and Reconnect for rebuilding MICE Ecosystem บริหารจัดการเพื่อพลิกฟื้น คืนสู่ระดับ พร้อมพุ่งทะยานต่อ พ.ศ. 2566	Dynamic Repositioning for Enhancing MICE Competitiveness เสริมศักยภาพ ยกระดับการสร้างคุณค่า เพื่อก้าวทะยาน สู่การเป็นจุดหมายปลายทางคุณภาพ พ.ศ. 2567-2568	Transforming for a Sustainable, Prosperous, and Resilient MICE Industry เสริมแกร่ง ต่อยอด และสร้างความมั่นคง ด้วยโมเดลที่ยั่งยืนและปรับตัวได้เร็ว พ.ศ. 2569 - 2570
การสนับสนุนการประมูลสิทธิ์การประชุมนานาชาติที่สำคัญ “One Ministry One Convention”	การเป็นเจ้าภาพจัดงานมหกรรมพืชสวนโลก พ.ศ. 2569 จังหวัด อุดรธานี	การส่งเสริมผู้ประกอบการโมเดลแบบมุ่งเป้า เพื่อเพิ่มศักยภาพด้าน การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการบริหารจัดการงานไมซ์อย่างมี ประสิทธิภาพ
	การเตรียมความพร้อมระดับพื้นที่มุ่งสู่ งานเทศกาลพืชสวนโลก ระดับนานาชาติกระตุ้นเศรษฐกิจไทย ขับเคลื่อนด้วยโมเดลภูมิภาค	การจัดมหกรรม Thailand MICE Innovation Hackathon เพื่อ สรรหานวัตกรรมด้านการบริการไมซ์ที่ทันสมัย และส่งเสริมให้ ผู้ประกอบการโมเดลนำไปใช้งาน
	การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการจากฐานทรัพยากรและอัต ลักษณ์ท้องถิ่นที่มีศักยภาพของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ ใน เมืองโมเดลไทย	การส่งเสริมและยกระดับความสามารถของผู้ประกอบการโมเดลใน การจัดงานไมซ์เพื่อความยั่งยืน
	การกระตุ้นเศรษฐกิจไทยด้วยงานแสดงสินค้าภายในประเทศระดับ ภูมิภาค-Regional Best Expo	การจัดงาน Sustainable MICE for All - Theme 2 : Thai MICE levels up ISO 20121 เพื่อผลักดันและส่งเสริมการจัดงานไมซ์ที่ ยั่งยืนตามมาตรฐาน ISO-20121I
	การสนับสนุนการประมูลสิทธิ์การประชุมนานาชาติที่สำคัญ “One Ministry One Convention”	การผลักดันให้โมเดลที่ดีของไทยได้รับการรับรองมาตรฐานด้านความ ยั่งยืนในระดับนานาชาติ - Global Destination Sustainability Index (SDSI)
	การประมูลสิทธิ์การจัดงานประชุมนานาชาติ และด้านการจัดแสดง สินค้านานาชาติ	การจัดมหกรรม Thailand MICE Sustainability Innovations เพื่อสรรหานวัตกรรมสำหรับการจัดงานไมซ์ที่ยั่งยืน และส่งเสริมให้ ผู้ประกอบการโมเดลนำไปใช้งาน

Recovery, Rebalance and Reconnect for rebuilding MICE Ecosystem บริหารจัดการเพื่อพลิกฟื้น คืนสู่ระดับ พร้อมพุ่งทะยานต่อ พ.ศ. 2566	Dynamic Repositioning for Enhancing MICE Competitiveness เสริมศักยภาพ ยกระดับการสร้างคุณค่า เพื่อก้าวทะยาน สู่การเป็นจุดหมายปลายทางคุณภาพ พ.ศ. 2567-2568	Transforming for a Sustainable, Prosperous, and Resilient MICE Industry เสริมแกร่ง ต่อยอด และสร้างความมั่นคง ด้วยโมเดลที่ยั่งยืนและปรับตัวได้เร็ว พ.ศ. 2569 - 2570
	การเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการจัดงานแสดงสินค้าด้านการบิน และโลจิสติกส์ (Road to Airshow)	การจัดงาน Thai MICE Carbon Neutral Forum เพื่อกระตุ้น ยกระดับความสามารถ และส่งเสริมผู้ประกอบการไมซ์ในการจัดงาน ไมซ์ในรูปแบบ Carbon Neutral Event
	การพัฒนาและยกระดับบทบาทเครือข่ายพันธมิตรในต่างประเทศ เพื่อขยายตลาดใหม่สำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ของไทย	การจัดงาน Thai MICE Net Zero Emission Forum เพื่อกระตุ้น ยกระดับความสามารถ และส่งเสริมผู้ประกอบการไมซ์ในการจัดงาน ไมซ์ในรูปแบบ Net Zero Emission Event
	การจัดงาน MICE City - Unique Identity Creating Value Experience เพื่อเพิ่มปริมาณการจัดงานไมซ์และจำนวนนักเดินทาง ในพื้นที่ไมซ์ซิตี้แต่ละแห่ง	การจัดทอ้งเที่ยวเชิงธุรกิจสัญจรไปยังไมซ์ซิตี้ ภายใต้ธีม TCEB GO for MICE sustainability เพื่อพัฒนาศักยภาพและให้คำปรึกษาแก่ ผู้ประกอบการให้สามารถจัดงานไมซ์ที่ยั่งยืน บนพื้นฐานความสมดุล ของทรัพยากรในท้องถิ่น
	การพัฒนาสินค้าและบริการคุณภาพเชื่อมโยงอัตลักษณ์และอารย ธรรมในพื้นที่ไมซ์ซิตี้ เพื่อยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ	
	การส่งเสริมผู้ประกอบการไมซ์แบบมุ่งเป้าเพื่อเตรียมความพร้อม ของผู้ประกอบการในไมซ์ซิตี้ สำหรับการจัดงานไมซ์ขนาดใหญ่	

Recovery, Rebalance and Reconnect for rebuilding MICE Ecosystem บริหารจัดการเพื่อพลิกฟื้น คืนสู่ระดับ พร้อมพุ่งทะยานต่อ พ.ศ. 2566	Dynamic Repositioning for Enhancing MICE Competitiveness เสริมศักยภาพ ยกระดับการสร้างคุณค่า เพื่อก้าวทะยาน สู่การเป็นจุดหมายปลายทางคุณภาพ พ.ศ. 2567-2568	Transforming for a Sustainable, Prosperous, and Resilient MICE Industry เสริมแกร่ง ต่อยอด และสร้างความมั่นคง ด้วยโมเดลที่ยั่งยืนและปรับตัวได้เร็ว พ.ศ. 2569 - 2570
	การจัดงาน Thailand' s Top Festival and Event MICE Destination เพื่อสร้างการรับรู้ภาพลักษณ์ในการเป็นจุดหมาย ปลายทางแห่งใหม่ การพัฒนาและสร้างแบรนด์โดยใช้อัตลักษณ์ของท้องถิ่นเป็นฐาน สำหรับโมเดลที่ดี กลุ่ม 1st Tier (1st Tier MICE City Branding) การส่งเสริมผู้ประกอบการโมเดลแบบมุ่งเป้า เพื่อเพิ่มศักยภาพด้าน การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการบริหารจัดการงานไมซ์อย่างมี ประสิทธิภาพ	
	การพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจ (New Marketing Platform) ทั้งในและต่างประเทศ การจัดมหกรรม Thailand MICE Innovation Hackathon เพื่อ สรรหานวัตกรรมด้านการบริการไมซ์ที่ทันสมัย และส่งเสริมให้ ผู้ประกอบการไมซ์นำไปใช้งาน	
	การส่งเสริมและยกระดับความสามารถของผู้ประกอบการไมซ์ใน การจัดงานไมซ์เพื่อความยั่งยืน	

Recovery, Rebalance and Reconnect for rebuilding MICE Ecosystem บริหารจัดการเพื่อพลิกฟื้น คืนสู่ระดับ พร้อมพุ่งทะยานต่อ พ.ศ. 2566	Dynamic Repositioning for Enhancing MICE Competitiveness เสริมศักยภาพ ยกระดับการสร้างคุณค่า เพื่อก้าวทะยาน สู่การเป็นจุดหมายปลายทางคุณภาพ พ.ศ. 2567-2568	Transforming for a Sustainable, Prosperous, and Resilient MICE Industry เสริมแกร่ง ต่อยอด และสร้างความมั่งคั่ง ด้วยโมเดลที่ยั่งยืนและปรับตัวได้เร็ว พ.ศ. 2569 - 2570
	การจัดงาน Sustainable MICE for All - Theme 1 : Thai MICE moves forward to TSEMs เพื่อผลักดันและส่งเสริมการจัดงาน โมเดลที่ยั่งยืนตามมาตรฐาน TSEMS การจัดท่องเที่ยวเชิงธุรกิจสู่กรุงไปยั้งโมซิดี้ ภายใต้ธีม TCEB GO for MICE Sustainability เพื่อพัฒนาศักยภาพและให้คำปรึกษาแก่ ผู้ประกอบการให้สามารถจัดงานโมเดลที่ยั่งยืน บนพื้นฐานความสมดุล ของทรัพยากรในท้องถิ่น	

6.9 ตัวชี้วัดระดับยุทธศาสตร์ และเป้าหมาย

ในการจัดทำแผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570) ได้กำหนดตัวชี้วัดระดับยุทธศาสตร์และค่าเป้าหมาย เพื่อเป็นข้อมูลในการติดตามผลการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ทั้ง 5 ยุทธศาสตร์ โดยมีรายละเอียดของตัวชี้วัดระดับยุทธศาสตร์ ดังนี้

ตัวชี้วัดระดับยุทธศาสตร์ตามแผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570)

ประเด็นยุทธศาสตร์	ตัวชี้วัดระดับยุทธศาสตร์	ค่าเป้าหมาย
ยุทธศาสตร์ที่ 1 : T – THAILAND AS GLOBAL MICE LEADER ประเทศไทยเป็นผู้นำในการจัดกิจกรรมไมซ์ระดับโลก เพื่อเพิ่มรายได้และขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ	1. อัตราการขยายตัวของรายได้จากนักเดินทางไมซ์ (ทั้งในและต่างประเทศ)	อัตราการเพิ่มขึ้นของรายได้จากนักเดินทางไมซ์ โดยวัดจากนักเดินทางไมซ์ชาวไทยและชาวต่างประเทศ เฉลี่ยร้อยละ 10 ต่อปี
	2. อันดับของประเทศจากการจัดอันดับโดยองค์กรไมซ์นานาชาติ 2.1 อันดับของ ICCA ระดับโลก 2.2 อันดับของ UFI ในเอเชีย	อันดับของประเทศไทยจากการจัดอันดับขององค์กรไมซ์นานาชาติ 2 องค์กร คือ ICCA และ UFI โดยมีเป้าหมาย คือ ICCA 1 ใน 20 ของโลก และ UFI 1 ใน 10 ของเอเชีย
	3. จำนวนงานไมซ์ นานาชาติระดับโลก หรือภูมิภาคที่ สสปน. ให้การสนับสนุนเป็นครั้งแรก/ชนะประมูลสิทธิ์ (New Event/ Won Bid)	จำนวนงานไมซ์นานาชาติระดับโลกหรือภูมิภาคที่ สสปน. ให้การสนับสนุนการจัดเป็นครั้งแรก หรือที่ชนะการประมูลสิทธิ์ ปีละ 20 งาน
	4. จำนวนงาน EMTEX ที่ถูกยกระดับเป็นงานระดับชาติ	จำนวนงาน EMTEX ที่ถูกยกระดับเป็นงานระดับชาติ ปีละ 7 งาน
	5. จำนวนงานไมซ์ต่างประเทศที่จัดในประเทศไทยต่อเนื่องมากกว่า 2 ปี หรือกลับมาซ้ำ (ในรอบปี พ.ศ. 2566-2570)	จำนวนงานไมซ์ต่างประเทศที่จัด ในประเทศไทยต่อเนื่องมากกว่า 2 ปี หรือกลับมาจัดซ้ำในรอบปี พ.ศ. 2566-2570 ปีละ 5 งาน
ยุทธศาสตร์ที่ 2 : C – CREATE DESTINATION COMPETITIVENESS THROUGH DIVERSE LOCAL IDENTITY	1. จำนวนสถานประกอบการไมซ์ที่ได้รับมาตรฐานTMVS/AMVS และกระจายไปยังไมซ์ซิตี้	จำนวนสถานประกอบการไมซ์ที่ได้รับมาตรฐาน TMVS/AMVS ทั้งในพื้นที่กรุงเทพฯ และไมซ์ซิตี้ในภูมิภาค เฉลี่ยปีละ 100 แห่ง
	2. อัตราการขยายตัวของผลกระทบทางสังคมจากการจัดกิจกรรมไมซ์ในไมซ์ซิตี้	อัตราการเพิ่มขึ้นของผลกระทบทางสังคม (Social Impact) ของการจัดงานไมซ์ในพื้นที่ไมซ์ซิตี้ เฉลี่ยร้อยละ 5

ประเด็นยุทธศาสตร์	ตัวชี้วัดระดับยุทธศาสตร์	ค่าเป้าหมาย
ยกระดับความสามารถในการแข่งขันของจุดหมายปลายทาง ด้วยความหลากหลายของอัตลักษณ์เชิงพื้นที่และประสบการณ์ที่มีคุณค่า	3. จำนวนประเด็นในการอำนวยความสะดวกในการจัดงานไมซ์ ตามมิติ Thailand MICE INDEX	จำนวนเรื่อง/ประเด็น ที่ สสปน. ได้ดำเนินการเพื่ออำนวยความสะดวกในการจัดงานไมซ์ ตามมิติ Thailand MICE INDEX เฉลี่ยปีละ 5 เรื่อง/ประเด็น
	4. จำนวนการรับรู้ภาพลักษณ์ในการเป็นจุดหมายปลายทางแห่งไมซ์ (ประเทศไทยและไมซ์ซิตี้)	จำนวนการรับรู้ภาพลักษณ์ของประเทศไทยและไมซ์ซิตี้ ในการเป็น จุดหมายปลายทางแห่งไมซ์ ร้อยละ 60 ของกลุ่มเป้าหมาย
ยุทธศาสตร์ที่ 3 : E – EXECUTE INNOVATIVE MICE SOLUTIONS ขับเคลื่อนนวัตกรรมยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันไมซ์ไทยบนเวทีโลก	1. ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้ประโยชน์จากข้อมูลสารสนเทศและองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ของ สสปน.	ร้อยละของคะแนนในการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ประโยชน์ จากข้อมูลสารสนเทศและองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ของ สสปน. ร้อยละ 80
	2. จำนวนผู้เข้าใช้งานข้อมูลของ สสปน.	จำนวนผู้เข้าใช้งานฐานข้อมูลของ สสปน. เพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 10 ต่อปี
	3. ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้ประโยชน์จากนวัตกรรมด้านการบริการไมซ์ที่ สสปน. ให้การสนับสนุน	ร้อยละของคะแนนในการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ประโยชน์ จากนวัตกรรมด้านการบริการไมซ์ที่ สสปน. ให้การสนับสนุน ร้อยละ 80
	4. จำนวนผู้ใช้นวัตกรรมด้านการบริการไมซ์ที่ สสปน. ให้การสนับสนุน	จำนวนผู้ใช้นวัตกรรมด้านการบริการไมซ์ที่ สสปน. ให้การสนับสนุน เฉลี่ยปีละ 150 ราย
	5. จำนวนนวัตกรรมด้านการบริการไมซ์ที่ สสปน. ให้การสนับสนุนและถูกนำไปใช้ประโยชน์โดยผู้ประกอบการ	จำนวนนวัตกรรมด้านการบริการไมซ์ที่ สสปน. ให้การสนับสนุน และถูกนำไปใช้ประโยชน์ในการจัดงานไมซ์ จำนวนเฉลี่ย 15 นวัตกรรมต่อปี

ประเด็นยุทธศาสตร์	ตัวชี้วัดระดับยุทธศาสตร์	ค่าเป้าหมาย
ยุทธศาสตร์ที่ 4 : B – BUILD AGILE AND HIGH PERFORMANCE ORGANIZATION สร้างองค์การสมรรถนะสูงที่คล่องตัวและทันโลก	1. ผลการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ (Integrity & Transparency Assessment: ITA)	ผลการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ ตามแนวทางประเมิน ITA ไม่ต่ำกว่า 95 คะแนน
	2. จำนวนข้อร้องเรียนที่ได้รับการแก้ไข/ปรับปรุง	จำนวนข้อร้องเรียนที่ได้รับการแก้ไข/ปรับปรุงเฉลี่ยไม่ต่ำกว่าร้อยละ 80
	3. จำนวนรายได้ของ สสปน. เพื่อลดงบประมาณภาครัฐ	จำนวนรายได้ที่ สสปน. สามารถจัดเก็บได้จากการให้บริการ หรือ กิจกรรมที่สร้างขึ้น ปีละ 10 ล้านบาท
	4. ระดับความพึงพอใจต่อสมรรถนะของบุคลากร สสปน.	ร้อยละของคะแนนในการประเมินความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อสมรรถนะในการทำงานของบุคลากร สสปน. ไม่ต่ำกว่า 90.00 คะแนน
	5. ระดับความผูกพันของพนักงานต่อองค์การ	ร้อยละของคะแนนในการประเมินความผูกพันของพนักงานต่อองค์การ ไม่ต่ำกว่า 80.00 คะแนน
	6. จำนวนนวัตกรรมการทำงานที่นำมาใช้เพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและยกระดับสู่องค์กรที่มีความคล่องตัว	จำนวนของนวัตกรรมที่ สสปน. นำมาใช้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและยกระดับสู่องค์กรที่มีความคล่องตัว ไม่ต่ำกว่า 2 เรื่องต่อปี
ยุทธศาสตร์ที่ 5 : GO - GO FOR MICE SUSTAINABILITY พลิกโฉมไมซ์ไทยด้วยความยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	1. จำนวนงานไมซ์ที่อยู่บนฐานของความยั่งยืน (Sustainability MICE Event)	จำนวนงานไมซ์ที่ผู้จัดงานได้ดำเนินการจัดงานตามกระบวนการจัดงานไมซ์ที่ยั่งยืน (Sustainability MICE Event) เฉลี่ย 20 งานต่อปี
	2. จำนวนหน่วยงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ที่ดำเนินการตามแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน	จำนวนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ ที่ดำเนินการตามแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน เฉลี่ย 30 หน่วยงานต่อปี
	3. จำนวนหน่วยงานที่ได้รับมาตรฐาน TSEMS และกระจายไปยังไมซ์ซิตี้	จำนวนหน่วยงานที่ได้รับมาตรฐาน TSEMS ทั้งในพื้นที่กรุงเทพฯ และไมซ์ซิตี้ในภูมิภาค เฉลี่ย 30 หน่วยงานต่อปี

6.10 ตัวชี้วัดระดับยุทธศาสตร์และค่าเป้าหมายตามแผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570)

ประเด็นยุทธศาสตร์	ตัวชี้วัดระดับยุทธศาสตร์	ผลงาน	ค่าเป้าหมาย				
		2565	2566	2567	2568	2569	2570
ยุทธศาสตร์ที่ 1 : T – THAILAND AS GLOBAL MICE LEADER ประเทศไทยเป็นผู้นำในการจัดกิจกรรมไมซ์ระดับโลก เพื่อเพิ่มรายได้และขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ	1. อัตราการขยายตัวของรายได้จากนักเดินทางไมซ์ (ทั้งในและต่างประเทศ) (หน่วย : ร้อยละ)	-67.36	10	10	10	10	10
	2. อันดับของประเทศจากการจัดอันดับโดยองค์กรไมซ์นานาชาติ	ICCA ไม่มี รายงาน	ICCA 1 ใน 20 ของโลก	ICCA 1 ใน 20 ของโลก	ICCA 1 ใน 20 ของโลก	ICCA 1 ใน 20 ของโลก	ICCA 1 ใน 20 ของโลก
	2.1 อันดับของ ICCA ระดับโลก	UFI อันดับที่ 7 (2564)	UFI 1 ใน 10 ของเอเชีย	UFI 1 ใน 10 ของเอเชีย	UFI 1 ใน 10 ของเอเชีย	UFI 1 ใน 10 ของเอเชีย	UFI 1 ใน 10 ของเอเชีย
	2.2 อันดับของ UFI ระดับเอเชีย						
	3. จำนวนงานไมซ์นานาชาติระดับโลกหรือภูมิภาคที่ สสปน. ให้การสนับสนุนเป็นครั้งแรก/ชนะประมูลสิทธิ์ (New Event/ Won Bid) (หน่วย : งาน)	4 (2564)	20	20	20	20	20

ประเด็นยุทธศาสตร์	ตัวชี้วัดระดับยุทธศาสตร์	ผลงาน	ค่าเป้าหมาย				
		2565	2566	2567	2568	2569	2570
	4. จำนวนงาน EMTEX ที่ได้รับการยกระดับเป็นงานระดับชาติ (หน่วย : งาน)	7	7	7	7	7	7
	5. จำนวนงานไมซ์ต่างประเทศที่จัดประเทศไทยต่อเนื่องมากกว่า 2 ปี หรือกลับมาซ้ำ (ในรอบปี พ.ศ. 2566-2570) (หน่วย : งาน)	-	5	5	5	5	5
ยุทธศาสตร์ที่ 2 : C – CREATE DESTINATION COMPETITIVENESS THROUGH DIVERSE LOCAL IDENTITY ยกระดับความสามารถในการแข่งขันของจุดหมายปลายทาง ด้วยความหลากหลายของอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ และประสบการณ์ที่มีคุณค่า	1. จำนวนสถานประกอบการไมซ์ที่ได้รับมาตรฐาน TMVS/AMVS และกระจายไปยังไมซ์ซิตี้ (หน่วย : แห่ง)	131	100	100	100	100	100
	2. อัตราการขยายตัวของผลกระทบทางสังคมจากการจัดกิจกรรมไมซ์ในไมซ์ซิตี้ (หน่วย : ร้อยละ)	62.66 (จากปี 2564)	10	10	10	10	10
	3. จำนวนประเด็นในการอำนวยความสะดวก	4	5	5	5	5	5

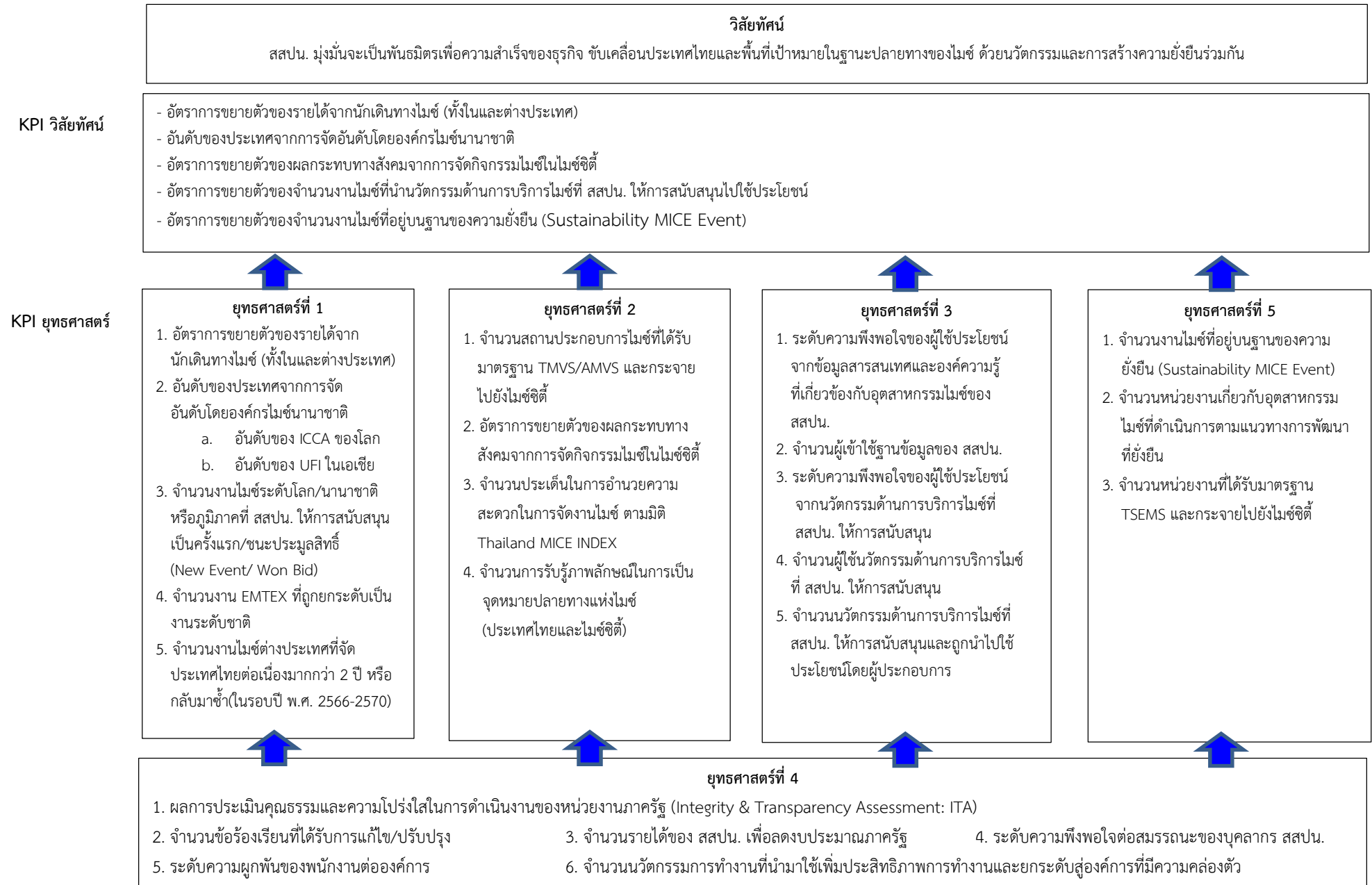
ประเด็นยุทธศาสตร์	ตัวชี้วัดระดับยุทธศาสตร์	ผลงาน	ค่าเป้าหมาย				
		2565	2566	2567	2568	2569	2570
ประเด็นยุทธศาสตร์ สะดวกในการจัดงานไมซ์ ตามมิติ Thailand MICE INDEX (หน่วย : เรื่อง) 4. จำนวนการรับรู้ภาพลักษณ์ในการเป็นจุดหมายปลายทางแห่งไมซ์ (ประเทศไทยและไมซ์ซิตี้) (หน่วย : ร้อยละ)							
		-	60	60	60	60	60
ยุทธศาสตร์ที่ 3 : E – EXECUTE INNOVATIVE MICE SOLUTIONS ขับเคลื่อนนวัตกรรมยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันไมซ์ไทยบนเวทีโลก	1. ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้ประโยชน์จากข้อมูลสารสนเทศและองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ของ สสปน.	83.60	80	80	80	80	80
	2. จำนวนผู้เข้าใช้ฐานข้อมูลของ สสปน.	1,365,084	1,501,592	1,651,752	1,816,927	1,998,619	2,198,481
	3. ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้ประโยชน์จาก	-	80	80	80	80	80

ประเด็นยุทธศาสตร์	ตัวชี้วัดระดับยุทธศาสตร์	ผลงาน	ค่าเป้าหมาย				
		2565	2566	2567	2568	2569	2570
	นวัตกรรมด้าน การบริการไมซ์ที่ สสพ. ให้การ สนับสนุน (หน่วย : ร้อยละ)						
	4. จำนวนผู้ใช้ นวัตกรรมด้าน การบริการไมซ์ที่ สสพ. ให้การ สนับสนุน (หน่วย : ราย)	166	150	150	150	150	150
	5. จำนวน นวัตกรรมด้าน การบริการไมซ์ที่ สสพ. ให้การ สนับสนุนและถูก นำไปใช้ ประโยชน์โดย ผู้ประกอบการ (หน่วย : นวัตกรรม)	14	15	15	15	15	15
ยุทธศาสตร์ที่ 4 : B – BUILD AGILE AND HIGH PERFORMANCE ORGANIZATION สร้างองค์การ สมรรถนะสูงที่ คล่องตัวและทันโลก	1. ผลการ ประเมินคุณธรรม และความ โปร่งใสในการ ดำเนินงานของ หน่วยงานภาครัฐ (Integrity & Transparency Assessment: ITA) (หน่วย : ร้อยละ)	97.04	95	95	95	95	95

ประเด็นยุทธศาสตร์	ตัวชี้วัดระดับ ยุทธศาสตร์	ผลงาน	ค่าเป้าหมาย				
		2565	2566	2567	2568	2569	2570
	2. จำนวนข้อ ร้องเรียนที่ได้รับ การแก้ไข/ ปรับปรุง (หน่วย : ร้อย ละ)	-	80	80	80	80	80
	3. จำนวนรายได้ ของ สสปน. เพื่อ ลดงบประมาณ ภาครัฐ (หน่วย : ล้าน บาท)	2.30	10	10	10	10	10
	4. ระดับความพึง พอใจต่อ สมรรถนะของ บุคลากร สสปน. (หน่วย : ร้อยละ)	91.43	90	90	90	90	90
	5. ระดับความ ผูกพันของ พนักงานต่อ องค์กร (หน่วย : ร้อยละ)	-	80	80	80	80	80
	6. จำนวน นวัตกรรมการ ทำงานที่นำมาใช้ เพิ่ม ประสิทธิภาพ การทำงานและ ยกระดับสู่ องค์กรที่มีความ คล่องตัว	-	2	2	2	2	2

ประเด็นยุทธศาสตร์	ตัวชี้วัดระดับ ยุทธศาสตร์	ผลงาน	ค่าเป้าหมาย				
		2565	2566	2567	2568	2569	2570
	(หน่วย : เรื่อง)						
ยุทธศาสตร์ที่ 5 : GO - GO FOR MICE SUSTAINABILITY พลิกโฉมไมซ์ไทยด้วย ความยั่งยืนและเป็น มิตรกับสิ่งแวดล้อม	1. จำนวนงาน ไมซ์ที่อยู่บนฐาน ของความยั่งยืน (Sustainability MICE Event) (หน่วย : งาน)	-	20	20	20	20	20
	2. จำนวน หน่วยงาน เกี่ยวกับ อุตสาหกรรมไมซ์ ที่ดำเนินการตาม แนวทางการ พัฒนาที่ยั่งยืน (หน่วย : หน่วยงาน)	-	30	30	30	30	30
	3. จำนวน หน่วยงานที่ได้รับ มาตรฐาน TSEMS และ กระจายไปยัง ไมซ์ซิตี้ (หน่วย : หน่วยงาน)	32	30	30	30	30	30

ความเชื่อมโยงจากวิสัยทัศน์สู่แผนปฏิบัติการ 5 ปี (พ.ศ. 2566 – 2570)



6.11 ประมาณการวงเงินงบประมาณ (พ.ศ. 2566 – 2570)

6.11.1 ประมาณการวงเงินงบประมาณทั้งหมด (หน่วย: ล้านบาท)

แหล่งเงิน				
เงินงบประมาณแผ่นดิน	เงินรายได้ของหน่วยงาน	เงินกู้		อื่นๆ
		ในประเทศ	ต่างประเทศ	
8,807.72	50.00	-	-	8,857.72

6.11.2 ประมาณการวงเงินงบประมาณตามแผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี ของ สสปน.

สรุปประมาณการวงเงินงบประมาณ (พ.ศ. 2566 – 2570)

ยุทธศาสตร์/แนวทาง	2566	2567	2568	2569	2570	รวม (ล้านบาท)
ส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นผู้นำในการจัดกิจกรรมไมซ์ระดับโลก เพื่อเพิ่มรายได้ และขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ	208.48	953.46	1,000.00	1,049.75	1,101.99	4,428.86
ยกระดับความสามารถในการแข่งขันของจุดหมายปลายทางด้วยความหลากหลายของอัตลักษณ์เชิงพื้นที่และประสบการณ์ ที่มีคุณค่า	145.39	476.73	500.00	524.88	550.99	2,214.43
ขับเคลื่อนนวัตกรรม ยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันไมซ์ไทยบนเวทีโลก	26.06	209.76	220.00	230.95	242.44	974.35
สร้างองค์การสมรรถนะสูงที่คล่องตัวและทันโลก	249.41	133.48	140.00	146.97	154.28	620.04
พลิกโฉมไมซ์ไทยด้วยความยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	8.00	133.48	140.00	146.97	154.28	620.04
รวม	637.34	1,906.92	2,000.00	2,099.50	2,203.98	8,857.72

หมายเหตุ : ประมาณการเบื้องต้นสามารถปรับปรุงเพิ่มเติมในขั้นตอนการจัดทำแผนปฏิบัติการประจำปี

6.12 แผนบริหารความเสี่ยงของ สสพ.

ในการดำเนินแผนปฏิบัติการแต่ละเป้าหมาย จะมีการวิเคราะห์แผนการบริหารความเสี่ยง โดยจะมีการระบุความเสี่ยง ปัจจัยเสี่ยง ตัวชี้วัดความเสี่ยง ระดับความเสี่ยงที่มีอยู่ และมาตรการจัดการความเสี่ยง

6.12.1 แนวทางการบริหารความเสี่ยง

การเปลี่ยนแปลงทางสภาพแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้นจากทั้งปัจจัยภายใน อาทิ การปรับเปลี่ยนภารกิจ กลยุทธ์ โครงสร้างการบริหารงาน และการจัดสรรทรัพยากรภายใน และปัจจัยภายนอก อาทิ นโยบายรัฐบาล เหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมือง ความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ระหว่างประเทศ ภัยพิบัติทางธรรมชาติ และภัยพิบัติทางสาธารณสุข เป็นต้น ส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) (สสพ.) อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ จึงจำเป็นต้องวิเคราะห์ถึงผลกระทบดังกล่าวเพื่อวางแผนรับมือกับเหตุการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างทันท่วงที

การบริหารความเสี่ยงเป็นองค์ประกอบของการกำกับดูแลกิจการที่ดี เพราะนอกจากจะสนับสนุนให้องค์กรสามารถดำเนินงานได้บรรลุเป้าหมายตามที่กำหนดแล้ว ยังเป็นสร้างมูลค่าต่อผู้มีส่วนได้เสียกับองค์กรได้อีกทางหนึ่ง โดย สสพ. ได้นำกรอบการบริหารจัดการความเสี่ยงเชิงบูรณาการมาประยุกต์ใช้เป็นกรอบและแนวทางในการพัฒนาระบบการบริหารความเสี่ยงเชิงกลยุทธ์ขององค์กร

● นิยามความเสี่ยง

ความเสี่ยง หมายถึง เหตุการณ์หรือการกระทำใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นภายในสถานการณ์ที่ไม่แน่นอน และจะส่งผลกระทบหรือสร้างความเสียหาย หรือก่อให้เกิดความล้มเหลว หรือลดโอกาสที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ และเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้ ซึ่งอาจเป็นได้ทั้งผลกระทบทางบวกและทางลบ

● ปัจจัยเสี่ยง

ปัจจัยเสี่ยง (Risk Factors) คือ สาเหตุของความเสี่ยงที่จะทำให้ไม่บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ซึ่งจะต้องระบุว่าเหตุการณ์ดังกล่าวจะเกิดขึ้นที่ใด เมื่อใด เกิดขึ้นอย่างไร และเหตุผลของการเกิดเหตุการณ์นั้นๆ โดยปัจจัยเสี่ยงแบ่งเป็น 2 กรณี ได้แก่

1) **ปัจจัยเสี่ยงภายนอก** เป็นปัจจัยที่องค์กรไม่สามารถควบคุมได้ อาทิ สถานการณ์ทางเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม การเมือง กฎหมาย และภูมิรัฐศาสตร์ระหว่างประเทศ รวมทั้งภาวะการแข่งขันของตลาด การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและนวัตกรรม การเกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติและโรคอุบัติใหม่ เป็นต้น

2) **ปัจจัยเสี่ยงภายใน** เป็นปัจจัยที่องค์กรสามารถควบคุมได้ อาทิ ภาวะเปื่อยและข้อบังคับขององค์กร วัฒนธรรมองค์กร นโยบายการบริหารและการจัดการ กระบวนการทำงาน ความรู้และความสามารถของบุคลากร ข้อมูล ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศขององค์กร เครื่องมือ และอุปกรณ์ เป็นต้น

6.12.2 กระบวนการ/ขั้นตอนบริหารความเสี่ยง

- 1) **การระบุความเสี่ยง** ในการบริหารความเสี่ยง การระบุความเสี่ยงเป็นขั้นตอนแรกของการดำเนินการ โดยเป็นการระบุเหตุการณ์ใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นทั้งที่มีผลดีและผลเสียต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ โดยอาจจะระบุสถานที่ ช่วงเวลา และสภาพการณ์ที่เหตุการณ์นั้น ๆ อาจเกิดขึ้นได้
- 2) **การประเมินความเสี่ยง** โดยวิเคราะห์และจัดลำดับความสำคัญของความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น รวมถึงการประเมินโอกาสที่จะเกิดความเสี่ยง และระดับความรุนแรงของผลกระทบจากเหตุการณ์ความเสี่ยง ทั้งนี้ ในการประเมินความเสี่ยงนั้น จะต้องอาศัยหลักเกณฑ์การวิเคราะห์ตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ อันจะนำมาซึ่งการตัดสินใจบริหารจัดการความเสี่ยงที่เหมาะสม
- 3) **การจัดการความเสี่ยง** โดยพิจารณามาตรการในการจัดการและควบคุมความเสี่ยง โดยเฉพาะเหตุการณ์ที่เสี่ยงสูง (Hight Risk) และสูงมาก (Extreme Risk) ให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ ซึ่งแผนจัดการความเสี่ยงนั้น จะต้องดำเนินการได้จริง สอดคล้องกับบริบทโดยรอบ และมีความคุ้มค่าด้านค่าใช้จ่ายและต้นทุนที่ต้องใช้ในการกำหนดมาตรการหรือแผนปฏิบัติการในการจัดการความเสี่ยง
- 4) **การติดตามและรายงานผล** โดยติดตามผลการดำเนินงานตามแผนจัดการความเสี่ยงที่ได้ปฏิบัติไป และรายงานผลการดำเนินงานดังกล่าวต่อผู้บริหารหรือคณะกรรมการบริหาร เพื่อรับฟังความคิดเห็นและขอความเห็นชอบต่อผลการดำเนินงานตามแผนจัดการความเสี่ยง
- 5) **การประเมินผลการบริหารความเสี่ยง** โดยประเมินการบริหารความเสี่ยงเป็นประจำทุกปี เพื่อตรวจสอบประสิทธิภาพของแผนบริหารความเสี่ยงขององค์กรให้มั่นใจว่ามีความเหมาะสมและเพียงพอ หรืออาจต้องกำหนดกลไกมาตรการควบคุมความเสี่ยงเพิ่มเติม เพื่อลดและควบคุมความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้
- 6) **การทบทวนการบริหารความเสี่ยง** โดยทบทวนประสิทธิภาพของแนวทางบริหารความเสี่ยงในทุกขั้นตอน เพื่อให้ทันต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างพลวัต ให้องค์กรมีความมั่นคงและเข้มแข็งอย่างต่อเนื่อง

6.12.3 หลักการประเมินความเสี่ยง

การประเมินความเสี่ยง คือ กระบวนการด้านการวิเคราะห์และการจัดระดับความเสี่ยงที่มีผลต่อการบรรลุเป้าหมายขององค์กร ซึ่งมี 3 ขั้นตอน ได้แก่

- 1) **การกำหนดเกณฑ์การประเมินมาตรฐาน** โดยกำหนดเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความเสี่ยง ได้แก่ ระดับโอกาสที่จะเกิดความเสี่ยง ระดับความรุนแรงของผลกระทบ และระดับของความเสี่ยง โดยจะใช้หลักเกณฑ์การให้คะแนนโอกาสที่จะเกิดความเสี่ยง (Likelihood) และความรุนแรงของผลกระทบ (Impact) ใน 5 ระดับ ดังนี้

หลักเกณฑ์การให้คะแนนโอกาสที่จะเกิดความเสี่ยงและความรุนแรงของผลกระทบ

ประเด็นที่พิจารณา	ระดับคะแนน				
	1 = น้อยมาก	2 = น้อย	3 = ปานกลาง	4 = สูง	5 = สูงมาก
โอกาสที่จะเกิดความเสี่ยง					
โอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	สูง	สูงมาก
ความรุนแรงของผลกระทบ					
มูลค่าความเสียหายต่อเศรษฐกิจ	น้อยมาก	น้อย	ปานกลาง	สูง	สูงมาก
ผลกระทบต่อภาพลักษณ์และการดำเนินงานขององค์กร	น้อยมาก	น้อย	ปานกลาง	สูง	สูงมาก

ระดับความเสี่ยง (Degree of Risk) พิจารณาได้จากความสัมพันธ์ระหว่างโอกาสที่จะเกิดความเสี่ยงและผลกระทบของความเสี่ยงต่อองค์กร โดยได้กำหนดเกณฑ์ในการประเมินความเสี่ยงไว้ 5 ระดับ ได้แก่ สูงมาก สูง ปานกลาง น้อย และน้อยมาก

ระดับความรุนแรงของผลกระทบ (Impact: I) ↑	สูงมาก (5)	5	10	15	20	25
	สูง (4)	4	8	12	16	20
	ปานกลาง (3)	3	6	9	12	15
	น้อย (2)	2	4	6	8	10
	น้อยมาก (1)	1	2	3	4	5
Scoring	น้อยมาก (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	สูง (4)	สูงมาก (5)	
ระดับโอกาสเกิดเหตุการณ์ความเสี่ยง (Likelihood: L) →						

2) **การประเมินโอกาสและผลกระทบของความเสี่ยง** โดยนำความเสี่ยงและปัจจัยเสี่ยงมาประเมินโอกาส (Likelihood) ที่จะเกิดเหตุการณ์ความเสี่ยงต่าง ๆ และประเมินระดับความรุนแรงของผลกระทบหรือมูลค่าความเสียหาย (Impact) จากความเสี่ยง เพื่อให้สามารถกำหนดการควบคุมความเสี่ยงได้อย่างเหมาะสมกับความเสี่ยงในระดับที่แตกต่างกัน

3) **การวิเคราะห์ความเสี่ยง** โดยนำโอกาส/ความถี่ที่จะเกิดเหตุการณ์ความเสี่ยง (Likelihood) และความรุนแรงของผลกระทบของแต่ละปัจจัยเสี่ยง (Impact) มาพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างโอกาสที่จะเกิดแลผลกระทบของความเสี่ยงว่าจะก่อให้เกิดความเสี่ยงระดับใด

$$\text{ระดับความเสี่ยง} = \text{โอกาสในการเกิดเหตุการณ์ต่าง ๆ} \times \text{ความรุนแรงของเหตุการณ์ต่าง ๆ}$$

โดยระดับความเสี่ยงจำแนกเป็น 5 ระดับ ได้แก่

(1) ระดับความเสี่ยงน้อยมาก (Very Low) คะแนนระดับความเสี่ยง 1-2 คะแนน โดยทั่วไปจะเป็นความเสี่ยงที่ยอมรับได้ และมีแผนควบคุมเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นอยู่แล้ว จึงไม่มีนโยบายต่อการดำเนินงานขององค์กร

(2) ระดับความเสี่ยงต่ำ (Low) คะแนนระดับความเสี่ยง 3-5 คะแนน โดยทั่วไปจะเป็นความเสี่ยงที่ยอมรับได้ และมีแผนควบคุมเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นอยู่แล้ว แต่ควรมีการเฝ้าระวังและติดตาม

(3) ระดับความเสี่ยงปานกลาง (Medium) คะแนนระดับความเสี่ยง 6-10 คะแนน เป็นระดับความเสี่ยงที่ยอมรับได้ แต่ต้องมีแผนควบคุมความเสี่ยง

(4) ระดับความเสี่ยงสูง (High) คะแนนระดับความเสี่ยง 11-16 คะแนน เป็นระดับที่ต้องมีแผนลดความเสี่ยง เพื่อให้ความเสี่ยงลดลงให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้

(5) ระดับความเสี่ยงสูงมาก (Extreme) คะแนนระดับความเสี่ยง 17-25 คะแนน ต้องมีแผนลดความเสี่ยงและประเมินซ้ำ เพื่อให้มั่นใจว่าสามารถควบคุมความเสี่ยงให้อยู่ในระดับที่ยอมรับได้ หรืออาจต้องมีการถ่ายโอนความเสี่ยง

6.12.4 การประเมินความเสี่ยง

การวิเคราะห์รายการความเสี่ยงตามยุทธศาสตร์ ภายใต้แผนปฏิบัติการ สสปน. ระยะ 5 ปี พ.ศ. 2566 – 2570 มีดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ประเทศไทยเป็นผู้นำในการจัดกิจกรรมไมซ์ระดับโลก เพื่อเพิ่มรายได้ และขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ มีรายการความเสี่ยงรวมทั้งสิ้น จำนวน 7 รายการ ภายใต้กลยุทธ์ คือ

- กลยุทธ์ที่ 1.1 เสริมสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ และสร้างโอกาสทางธุรกิจ เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับประเทศจากอุตสาหกรรมไมซ์ มีรายการความเสี่ยง จำนวน 4 รายการ

- กลยุทธ์ที่ 1.2 ขยายฐานตลาดใหม่ และรักษาตลาดเดิมที่มีคุณภาพสำหรับการจัดกิจกรรมไมซ์ระดับชาติและนานาชาติ มีรายการความเสี่ยง จำนวน 3 รายการ

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยกระดับความสามารถในการแข่งขันของจุดหมายปลายทางด้วยความหลากหลายของอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ และประสบการณ์ที่มีคุณค่า มีรายการความเสี่ยงรวมทั้งสิ้น จำนวน 3 รายการ ภายใต้กลยุทธ์ คือ

- กลยุทธ์ที่ 2.1 พัฒนาและส่งเสริมความร่วมมือกับชุมชนและเครือข่ายในท้องถิ่น เพื่อต่อยอดพัฒนาจุดหมายปลายทางใหม่ และสร้างมูลค่าเพิ่ม มีรายการความเสี่ยง จำนวน 2 รายการ
- กลยุทธ์ที่ 2.2 สร้างภาพลักษณ์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ของท้องถิ่นและสร้างประสบการณ์แก่นักเดินทางใหม่ มีรายการความเสี่ยง จำนวน 1 รายการ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ขับเคลื่อนนวัตกรรม ยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันไมซ์ไทยบนเวทีไมซ์โลก มีรายการความเสี่ยงรวมทั้งสิ้น จำนวน 4 รายการ ภายใต้กลยุทธ์ คือ

- กลยุทธ์ที่ 3.1 พัฒนาศูนย์กลางข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE Intelligence Center) และส่งเสริมการพัฒนาทักษะด้านดิจิทัล (Digital Literacy) มีรายการความเสี่ยง จำนวน 2 รายการ
- กลยุทธ์ที่ 3.2 พัฒนานวัตกรรมด้านการบริการไมซ์ (MICE Service Innovation) มีรายการความเสี่ยง จำนวน 2 รายการ

ยุทธศาสตร์ที่ 4 สร้างองค์การสมรรถนะสูงที่คล่องตัวและทันโลก มีรายการความเสี่ยงรวมทั้งสิ้น จำนวน 2 รายการ ภายใต้กลยุทธ์ คือ

- กลยุทธ์ที่ 4.1 พัฒนาระบบและกระบวนการทำงานสู่องค์กรที่มีความคล่องตัว มีรายการความเสี่ยง จำนวน 1 รายการ
- กลยุทธ์ที่ 4.2 พัฒนาบุคลากรให้มีสมรรถนะ และพร้อมต่อการปฏิบัติงานและการให้บริการที่เป็นเลิศ มีรายการความเสี่ยง จำนวน 1 รายการ

ยุทธศาสตร์ที่ 5 พลิกโฉมไมซ์ไทยด้วยความยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีรายการความเสี่ยงรวมทั้งสิ้น จำนวน 2 รายการ ภายใต้กลยุทธ์ คือ

- กลยุทธ์ที่ 5.1 พัฒนาระบบการสนับสนุนการพัฒนาที่ยั่งยืนของอุตสาหกรรมไมซ์ มีรายการความเสี่ยง จำนวน 1 รายการ
- กลยุทธ์ที่ 5.2 พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ให้มีความสามารถในการดำเนินการตามแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน มีรายการความเสี่ยง จำนวน 1 รายการ

ลำดับ	รายการความเสี่ยง ประเภท (S/O/F/C)		สาเหตุของความเสี่ยง (Risk Factors)	ตัวชี้วัดความเสี่ยง (Key Risk Indicators)	การประเมินระดับความเสี่ยงที่มีอยู่			
					โอกาสเกิด	ผลกระทบ	ผลคะแนน	เกณฑ์ความเสี่ยง
ยุทธศาสตร์ที่ 1 ประเทศไทยเป็นผู้นำในการจัดกิจกรรมไมซ์ระดับโลก เพื่อเพิ่มรายได้ และขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ								
กลยุทธ์ที่ 1.1 เสริมสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ และสร้างโอกาสทางธุรกิจ เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับประเทศจากอุตสาหกรรมไมซ์								
1	S	พันธมิตรไม่ให้ความร่วมมือในการพัฒนาและยกระดับอุตสาหกรรมไมซ์	- ภาวะการแข่งขันของตลาดสูง โดยเฉพาะในช่วงหลังการระบาดของ COVID-19	จำนวนเครือข่ายพันธมิตรที่ร่วมมือกับ สสปน. (เฉพาะที่ทำงานร่วมกันจริง) ลดลง	2	2	4	น้อย
2	O	การขาดการทบทวนและปรับปรุงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ถูกคัดเลือก	- การดำเนินงานภายในองค์กรไม่มีประสิทธิภาพ	จำนวนงานอีเว้นท์หรือจำนวนการประมูลสิทธิลดลง	3	3	9	ปานกลาง
3	S	การเปลี่ยนแปลงนโยบายของพันธมิตร/ภาคี ที่ไม่ก่อให้เกิดการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ไทย	-นโยบาย/การดำเนินงานของพันธมิตร เช่น สมาคมภาคเอกชน มีการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลกระทบต่อ การ ขับ เคลื่อน อุตสาหกรรมไมซ์ -พันธมิตร/ภาคี และผู้มีส่วนได้เสีย ไม่เข้าใจถึงผลประโยชน์ที่ได้จากอุตสาหกรรมไมซ์	จำนวนเครือข่ายพันธมิตรลดลง	2	4	8	ปานกลาง

ลำดับ	รายการความเสี่ยง ประเภท (S/O/F/C)		สาเหตุของความเสี่ยง (Risk Factors)	ตัวชี้วัดความเสี่ยง (Key Risk Indicators)	การประเมินระดับความเสี่ยงที่มีอยู่			
					โอกาสเกิด	ผลกระทบ	ผลคะแนน	เกณฑ์ความเสี่ยง
4	S	ความไม่แน่นอนของสถานการณ์ทางเศรษฐกิจและการเมืองทั้งในและต่างประเทศ ที่มีต่อการจัดกิจกรรมไมซ์ของกลุ่มเป้าหมาย	- สถานการณ์ทางภูมิรัฐศาสตร์ระหว่างประเทศที่มีความผันผวน เป็นผลให้เสถียรภาพทางเศรษฐกิจมหภาคของโลกลดต่ำลง - นโยบายส่งเสริมภาคอุตสาหกรรมไมซ์ไทยไม่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล	- อัตราการขยายตัวของค่าใช้จ่ายของนักเดินทางไมซ์ต่อคนต่อหัวลดลง - ผลกระทบทางเศรษฐกิจของการจัดกิจกรรมไมซ์ (Economic Impact (ล้านบาท) (ตัวชี้วัด กพร.)	3	4	12	สูง
กลยุทธ์ที่ 1.2 ขยายฐานตลาดใหม่ และรักษาตลาดเดิมที่มีคุณภาพสำหรับการจัดกิจกรรมไมซ์ระดับชาติและระดับนานาชาติ								
5	S	การประมูลงานระดับโลกไม่ประสบความสำเร็จ	- ความไม่มั่นคงในเสถียรภาพทางการเมืองภายใน - แนวโน้มการจัดงานขนาดใหญ่ที่อาจกระจุกตัวอยู่ในประเทศรายได้สูง (เพื่อสร้างรายได้หลังการฟื้นตัวจาก COVID-19)	จำนวนงานไมซ์นานาชาติระดับโลกหรือภูมิภาค ที่ สสปน. ให้การสนับสนุนเป็นครั้งแรก ขณะประมุขสิทธิต่ำกว่าเป้าหมายที่กำหนด	3	4	12	สูง

ลำดับ	รายการความเสี่ยง ประเภท (S/O/F/C)		สาเหตุของความเสี่ยง (Risk Factors)	ตัวชี้วัดความเสี่ยง (Key Risk Indicators)	การประเมินระดับความเสี่ยงที่มีอยู่			
					โอกาสเกิด	ผลกระทบ	ผลคะแนน	เกณฑ์ความเสี่ยง
6	○	การเกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติ	ภัยพิบัติทางธรรมชาติ อาทิ อุทกภัย วาตภัย หรืออัคคีภัย	จำนวนงานอีเว้นท์ลดลง อย่างมีนัยสำคัญ	1	5	5	น้อย
7	○	สถานการณ์ของโรคระบาดอุบัติใหม่/ ภัยพิบัติ/เหตุฉุกเฉิน ที่เป็นอุปสรรคต่อการจัดกิจกรรมไมซ์	- มีการแพร่กระจายของโรคอุบัติใหม่หรือโรคระบาดขนาดใหญ่ในพื้นที่จัดกิจกรรมไมซ์ - เกิดสภาวะวิกฤต หรือเหตุการณ์ฉุกเฉินในพื้นที่สำนักงาน หรือภายในหน่วยงาน ที่ส่งผลให้ สสปน. ไม่สามารถปฏิบัติงานได้ตามภารกิจ	จำนวนงานอีเว้นท์ลดลง อย่างมีนัยสำคัญ	3	5	15	สูง
ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยกระดับความสามารถในการแข่งขันของจุดหมายปลายทางด้วยความหลากหลายของอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ และประสบการณ์ที่มีคุณค่า								
กลยุทธ์ที่ 2.1 พัฒนาและส่งเสริมความร่วมมือกับชุมชนและเครือข่ายในท้องถิ่นเพื่อต่อยอดพัฒนาจุดหมายปลายทางแห่งไมซ์ และสร้างมูลค่าเพิ่ม								
8	S	การขาดการสนับสนุนและการดำเนินการจากระดับท้องถิ่นในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในพื้นที่	- ชุมชนและหน่วยงานในระดับท้องถิ่นไม่เข้าใจถึง	ความร่วมมือระหว่างสสปน. และท้องถิ่นพบข้อจำกัดเพิ่มขึ้น	3	4	12	สูง

ลำดับ	รายการความเสี่ยง ประเภท (S/O/F/C)		สาเหตุของความเสี่ยง (Risk Factors)	ตัวชี้วัดความเสี่ยง (Key Risk Indicators)	การประเมินระดับความเสี่ยงที่มีอยู่			
					โอกาสเกิด	ผลกระทบ	ผลคะแนน	เกณฑ์ความเสี่ยง
			ความสำคัญและประโยชน์ที่ได้จากการจัดกิจกรรมไมซ์ - การสื่อสารบริบทอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับท้องถิ่นยังไม่มี ความชัดเจนเพียงพอ - ผู้จัดงานไมซ์ในท้องถิ่นขาดเงินทุนสนับสนุนในการจัดกิจกรรมไมซ์อย่างต่อเนื่อง - ผู้ประกอบการในพื้นที่ลดความสำคัญของการพัฒนาทักษะและมาตรฐานการบริการ อันเนื่องมาจากไม่มีงบประมาณเพียงพอจากภาวะเศรษฐกิจถดถอย					
9	○	ข้อมูลเกี่ยวกับอัตลักษณ์และความเชี่ยวชาญในท้องถิ่นมีไม่เพียงพอ	- องค์กรความรู้ แหล่งข้อมูล และการเข้าถึงเชี่ยวชาญมีจำกัด - ชุมชนพื้นถิ่นไม่มีความสามารถในการ	การจัดกิจกรรมไมซ์ที่ไม่สื่อถึงอัตลักษณ์	3	4	12	สูง

ลำดับ	รายการความเสี่ยง ประเภท (S/O/F/C)		สาเหตุของความเสี่ยง (Risk Factors)	ตัวชี้วัดความเสี่ยง (Key Risk Indicators)	การประเมินระดับความเสี่ยงที่มีอยู่			
					โอกาสเกิด	ผลกระทบ	ผลคะแนน	เกณฑ์ความเสี่ยง
			ถ่ายทอดอัตลักษณ์ลงในกิจกรรมไมซ์					
กลยุทธ์ที่ 2.2 สร้างภาพลักษณ์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ของท้องถิ่นและสร้างประสบการณ์แก่นักเดินทางไมซ์								
10	S	ผลิตภัณฑ์และบริการไม่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า หรือไม่ สามารถเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็วเพื่อตอบสนองความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไป	- แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคมีความเป็นพลวัตสูง - การปรับตัวของผู้ประกอบการไม่ทันต่อการกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลก	ระดับความพึงพอใจของลูกค้าลดลง	3	4	12	สูง
ยุทธศาสตร์ที่ 3 ขับเคลื่อนนวัตกรรม ยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันไมซ์ไทยบนเวทีโลก								
กลยุทธ์ที่ 3.1 พัฒนาศูนย์กลางข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE Intelligence Center) และส่งเสริมการพัฒนาทักษะด้านดิจิทัล (Digital Literacy)								
11	O	การไม่มีความเชี่ยวชาญระดับสากลในการเป็นศูนย์ความเป็นเลิศด้านไมซ์	ขาดบุคลากรที่มีความเป็นเลิศด้านไมซ์ระดับโลก	การที่ไม่สามารถหาบุคลากรหลักประจำศูนย์ความเป็นเลิศด้านไมซ์	5	3	15	สูง

ลำดับ	รายการความเสี่ยง ประเภท (S/O/F/C)		สาเหตุของความเสี่ยง (Risk Factors)	ตัวชี้วัดความเสี่ยง (Key Risk Indicators)	การประเมินระดับความเสี่ยงที่มีอยู่			
					โอกาสเกิด	ผลกระทบ	ผลคะแนน	เกณฑ์ความเสี่ยง
12	O	ข้อมูลด้านไมซ์มีความคลาดเคลื่อน	การจัดเก็บข้อมูลที่ไม่มีประสิทธิภาพ	การมีข้อมูลด้านไมซ์ที่มีความคลาดเคลื่อน นำไปสู่การวิเคราะห์ข้อมูลที่คลาดเคลื่อน	3	4	12	สูง
กลยุทธ์ที่ 3.2 พัฒนานวัตกรรมด้านการบริการไมซ์ (MICE Service Innovation)								
13	S	ผู้เกี่ยวข้องไม่เห็นความสำคัญของการวิจัยและพัฒนาเพื่อยกระดับนวัตกรรมของอุตสาหกรรมไมซ์	การเปลี่ยนแปลงแนวโน้มการลงทุนในการวิจัยและพัฒนาของประเทศ	จำนวนงานวิจัยและพัฒนาเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ลดลง	3	2	6	ปานกลาง
14	O	การจัดทำฐานข้อมูลด้านไมซ์เพื่อการเปิดเผย (Open Data) ไม่บรรลุเป้าหมาย	- การขาดความร่วมมือจากหน่วยงานภายในที่เกี่ยวข้องในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่จะต้องใช้ในเปิดเผยต่อสาธารณชน เพื่อประโยชน์ต่อการพัฒนาข้อมูลและนวัตกรรมของอุตสาหกรรมไมซ์ - การขาดงบประมาณดำเนินงานในกระบวนการจัดเก็บข้อมูลที่อาจจะต้องใช้	ระดับความสำเร็จของการพัฒนาฐานข้อมูลด้านไมซ์ต่ำกว่าเป้าหมาย	4	3	12	สูง

ลำดับ	รายการความเสี่ยง ประเภท (S/O/F/C)		สาเหตุของความเสี่ยง (Risk Factors)	ตัวชี้วัดความเสี่ยง (Key Risk Indicators)	การประเมินระดับความเสี่ยงที่มีอยู่			
					โอกาสเกิด	ผลกระทบ	ผลคะแนน	เกณฑ์ความเสี่ยง
			เครื่องมือ/แอปพลิเคชันที่ สสปน. ไม่สามารถดำเนินการได้เอง					
ยุทธศาสตร์ที่ 4 สร้างองค์การสมรรถนะสูงที่คล่องตัวและทันโลก								
กลยุทธ์ที่ 4.1 พัฒนาระบบและกระบวนการทำงานสู่องค์กรที่มีความคล่องตัว								
15	O	ระบบสารสนเทศองค์กรเพื่อการปฏิบัติงาน ถูกคุกคามทำให้เสียหาย ข้อมูลรั่วไหล/สูญหาย (Cyber Attack)	- การขาดดำเนินการด้านความมั่นคงปลอดภัยทางไซเบอร์ (Cyber Security) ระดับองค์กร ที่เป็นปัจจุบันทันกาล เพื่อเตรียมการเฝ้าระวังและการตอบสนองเมื่อถูกคุกคาม - ภัยคุกคามทางไซเบอร์ ที่มีความสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบการโจมตีได้อย่างรวดเร็วมากขึ้น	ข้อมูลและสารสนเทศขององค์กรบนระบบ ถูกโจรกรรมบางส่วนหรือทั้งหมด	3	4	12	สูง

ลำดับ	รายการความเสี่ยง ประเภท (S/O/F/C)		สาเหตุของความเสี่ยง (Risk Factors)	ตัวชี้วัดความเสี่ยง (Key Risk Indicators)	การประเมินระดับความเสี่ยงที่มีอยู่			
					โอกาสเกิด	ผลกระทบ	ผลคะแนน	เกณฑ์ความเสี่ยง
กลยุทธ์ที่ 4.2 พัฒนาบุคลากรให้มีสมรรถนะ และพร้อมต่อการปฏิบัติงานและการให้บริการที่เป็นเลิศ								
16	○	การถ่ายทอดองค์ความรู้/แลกเปลี่ยนเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานภายในองค์กร ยังไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอให้เกิดการบูรณาการการทำงานร่วมกัน	- การไม่มีระบบการจัดการองค์ความรู้สำคัญขององค์กร (Knowledge Management: KM) ที่เป็นรูปธรรม - การขาดความรู้ในกระบวนการถ่ายทอดองค์ความรู้และแลกเปลี่ยนข้อมูลภายในแบบข้ามฝ่ายงานและข้ามสายงานเป็นผลให้ไม่ได้รับความร่วมมือในการดำเนินการ - ขั้นตอน/กระบวนการงานขององค์กรที่ยังยึดโยงกับการปฏิบัติในรูปแบบเดิม เป็นอุปสรรคต่อการเชื่อมโยงข้อมูลภายใน	ระดับความสำเร็จในการปฏิบัติงานของ สสปน. ต่ำกว่าเป้าหมาย	4	4	16	สูง

ลำดับ	รายการความเสี่ยง ประเภท (S/O/F/C)		สาเหตุของความเสี่ยง (Risk Factors)	ตัวชี้วัดความเสี่ยง (Key Risk Indicators)	การประเมินระดับความเสี่ยงที่มีอยู่			
					โอกาสเกิด	ผลกระทบ	ผลคะแนน	เกณฑ์ความเสี่ยง
ยุทธศาสตร์ที่ 5 พลิกโฉมไมซ์ไทยด้วยความยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม								
กลยุทธ์ที่ 5.1 พัฒนาระบบการสนับสนุนการพัฒนาที่ยั่งยืนของอุตสาหกรรมไมซ์								
17	S	การผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์สีเขียว (Green Meetings and Events) เพื่อความยั่งยืนไม่บรรลุเป้าหมาย	ผู้มีส่วนได้เสียในอุตสาหกรรมไมซ์ไม่คำนึงถึง หรือตระหนักถึงประเด็นสิ่งแวดล้อมในการจัดงานอีเวนต์ต่างๆ	ระดับความสำเร็จในการลดปริมาณคาร์บอนที่เกิดจากการจัดกิจกรรมไมซ์ต่ำกว่าเป้าหมาย	2	5	10	ปานกลาง
กลยุทธ์ที่ 5.2 พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ให้มีความสามารถในการดำเนินการตามแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน								
18	S	การขาดการมีส่วนร่วมจากผู้มีส่วนได้เสียในอุตสาหกรรมไมซ์ในโครงการต่างๆด้านความยั่งยืน	ผู้เกี่ยวข้องไม่มีความเข้าใจในหลักการพัฒนาที่ยั่งยืน	กิจกรรมไมซ์ที่สร้างความยั่งยืนมีข้อจำกัด	2	4	8	ปานกลาง

6.13 การนำแผนไปสู่การปฏิบัติและการติดตามประเมินผล

6.13.1 หลักการและเหตุผล

แผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570) ของสำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. มีความสัมพันธ์และความเชื่อมโยงระหว่างมิติเศรษฐกิจ มิติสังคม และมิติสิ่งแวดล้อมอย่างบูรณาการร่วมกันเพื่อผลักดันให้การดำเนินงานของ สสปน. บรรลุผลสำเร็จตามวิสัยทัศน์และพันธกิจที่ได้กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด กระบวนการสำคัญที่จะผลักดันไปสู่การปฏิบัติ และสามารถบรรลุวิสัยทัศน์ เป้าหมาย และเป้าประสงค์ได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ อาทิ ความชัดเจนของแนวนโยบายและเป้าหมายที่กำหนด การยอมรับและความเข้าใจต่อบทบาทและหน้าที่ความรับผิดชอบของทุกฝ่ายงาน ในการร่วมกันดำเนินการเพื่อผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศแบบบูรณาการ รวมทั้งระบบและกลไกการถ่ายทอดสู่การปฏิบัติที่มีความเชื่อมโยงกันในระดับต่าง ๆ ตั้งแต่ระดับงาน ฝ่ายงาน ฝ่าย สำนักงานภาค จนถึงระดับชุมชนท้องถิ่น โดยมีแนวทางการขับเคลื่อนแผนฯ ไปสู่การปฏิบัติ ดังนี้

- 1) การเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ ตระหนักถึงความสำคัญและพร้อมเข้าร่วมในการผลักดันแผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570) ของ สสปน. ไปสู่การปฏิบัติ
- 2) กำหนดกระบวนการถ่ายทอดตามแนวทางการบริหารจัดการภาครัฐสู่ความเป็นเลิศ (PMQA)
- 3) จัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อถ่ายทอดแผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570) ของ สสปน. ไปสู่การปฏิบัติ
- 4) จัดทำแนวทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์ ที่สามารถเข้าถึงบุคลากร พันธมิตรทางธุรกิจ ชุมชนท้องถิ่น และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของ สสปน. เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570) ของ สสปน.
- 5) พัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องให้สามารถทำหน้าที่สื่อสารและถ่ายทอดสาระสำคัญของ แผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570) ของ สสปน. ได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการส่งเสริมวัฒนธรรมการทำงานแบบมุ่งเน้นนวัตกรรมและความยั่งยืน เพื่อให้ความสำคัญกับการสื่อสารกลยุทธ์โดยกำหนดเป็นนโยบายจากผู้บริหารทุกระดับ
- 6) ควรกำหนดให้การประชุมแผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570) ของ สสปน. เป็นวาระของการประชุมผู้บริหารประจำทุกเดือนเพื่อติดตามและทบทวนผลการดำเนินงานให้ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน
- 7) สร้างระบบการติดตามประเมินผล และกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จ รวมทั้งแนวทางการสร้างขวัญกำลังใจ และผลตอบแทนในการมีส่วนร่วมขับเคลื่อนแผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570) ของ สสปน. สู่เป้าหมายที่กำหนด

6.13.2 การถ่ายทอดยุทธศาสตร์แบบบูรณาการ

สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) มีแนวทางการบริหารจัดการยุทธศาสตร์ให้สอดคล้องและเป็นไปตามทิศทางทางเดียวกับแผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570) ของ สสปน. เน้นการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดความเชื่อมโยง และเพื่อสะท้อนภาพใหญ่ในการประเมินผลการดำเนินงานองค์กรตามกรอบแนวคิดเชิงบูรณาการแบบองค์รวมอย่างเป็นระบบด้วยแนวคิดดุลยภาพที่ยั่งยืน (Sustainability Balanced Scorecard)

ขั้นตอนที่ 1 วิธีการการถ่ายทอดยุทธศาสตร์ให้เกิดการปฏิบัติ เป็นการนำแผนที่ยุทธศาสตร์ (Strategy Map) ของแผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570) ของ สสปน. และตารางตัวชี้วัด (Scorecard) ที่ได้รับการยืนยันจากผู้บริหารของ สสปน. แล้ว มาเป็นจุดตั้งต้นในการถ่ายทอดยุทธศาสตร์จากระดับบริหารลงสู่ระดับฝ่ายงาน และระดับปฏิบัติการต่อไป

ขั้นตอนที่ 2 การกำหนดค่าเป้าหมาย และการให้น้ำหนัก โดยออกแบบโครงสร้างน้ำหนักการถ่ายทอดยุทธศาสตร์ให้เหมาะสม พร้อมทั้งจัดทำตารางการถ่ายทอดยุทธศาสตร์ของฝ่าย เพื่อแสดงถึงยุทธศาสตร์ ตัวชี้วัด และเป้าหมายใดมีความสำคัญมากน้อยเพียงใด ซึ่งอาจจะมีความแตกต่างกันไปตามหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละฝ่าย

ขั้นตอนที่ 3 การตรวจสอบการเชื่อมโยงระหว่างกัน เพื่อตรวจสอบการถ่ายทอดยุทธศาสตร์ว่าสามารถถ่ายทอดไปยังฝ่ายต่าง ๆ ของ สสปน. ได้ครบถ้วน

ขั้นตอนที่ 4 การปรับตัวชี้วัด ค่าเป้าหมาย และน้ำหนัก ให้สอดคล้องกันและเกิดพลังร่วมทั้งองค์กรของ สสปน. ผ่านการประชุมและการสื่อสาร เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนในระดับฝ่ายและระดับบุคคล

6.13.3 ระบบติดตามและประเมินผลแห่งชาติ (eMENSCR)

การติดตามประเมินผลเป็นกระบวนการที่สำคัญของแผนกลยุทธ์ เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่า

การดำเนินงานตามแผนกลยุทธ์เกิดผลสัมฤทธิ์ตามเป้าหมายการดำเนินงานของ สสพ. ผลลัพธ์
ผลผลิตและตัวชี้วัดที่กำหนดไว้ ระบบติดตามที่ควรนำมาใช้งาน ได้แก่

1) ระบบบริหารการเงินการคลังภาครัฐ แบบอิเล็กทรอนิกส์ : Government Fiscal Management Information System (GFMIS) สสพ. ควรนำระบบ GFMIS มาเพื่อใช้ในระบบงบประมาณ ระบบการจัดซื้อจัดจ้าง ระบบรับและนำส่ง ระบบเบิกจ่ายเงิน ระบบบัญชีแยกประเภทและระบบบริหารทรัพยากรบุคคล โดยมีการนำเข้าสู่ข้อมูลในระบบและรายงานผลออกมาในรูปแบบการติดตามผลการเบิกจ่ายงบประมาณ ซึ่งจะสามารถรายงานผลการเบิกจ่ายงบประมาณได้ตรงกับความเป็นจริงและมีความรวดเร็ว

2) ระบบติดตามและประเมินผลแห่งชาติ : Electronic Monitoring and Evaluation System of National Strategy and Country Reform (eMENSCR)

ระบบติดตามและประเมินผลแห่งชาติ Electronic Monitoring and Evaluation System of National Strategy and Country Reform (eMENSCR) เพื่อให้หน่วยงานภาครัฐและในกำกับของรัฐรายงานผลการดำเนินงานตามแผนงาน/โครงการที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ และแผนการปฏิรูปประเทศเป็นระบบข้อมูลขนาดใหญ่ที่เชื่อมโยงข้อมูลจากส่วนงานต่าง ๆ ได้อย่างบูรณาการ สามารถเผยแพร่รายงานสรุปผลการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องให้ประชาชนทราบ ก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมของประชาชนในการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผล รวมทั้งช่วยลดภาระการให้ข้อมูลเพื่อประกอบการชี้แจงต่าง ๆ ของฝ่าย สสพ. สามารถนำระบบ eMENSCR ของสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ มาใช้สำหรับการติดตาม ตรวจสอบ แผนงาน/โครงการสำคัญ เพื่อตอบเป้าหมายและตัวชี้วัดของแผนระดับต่าง ๆ ทั้ง ได้แก่ ยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนปฏิรูปประเทศ นโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยความมั่นคงแห่งชาติ รวมถึงแผนปฏิบัติการราชการและแผนปฏิบัติการด้าน ต่าง ๆ ตามระเบียบ ว่าด้วยการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินการตามยุทธศาสตร์ชาติและแผนการปฏิรูปประเทศ พ.ศ. 2562

6.13.4 พระราชบัญญัติ ระเบียบและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

1) พระราชบัญญัติวิธีการงบประมาณ พ.ศ. 2561 พระราชบัญญัติวิธีการงบประมาณ พ.ศ. 2561 และกำหนดหลักเกณฑ์วิธีการติดตาม และประเมินผลตามแผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณของหน่วยรับงบประมาณให้ถือปฏิบัติ

หมวด 7 : การประเมินผลและการรายงาน

มาตรา 46 ให้ผู้อำนวยการจัดวางระบบการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานตามแผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณของหน่วยรับงบประมาณที่ได้รับการจัดสรรงบประมาณเพื่อการวัดผลสัมฤทธิ์หรือประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้จ่ายงบประมาณ โดยในระบบการติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน

ให้ประกอบด้วยการติดตามและประเมินผลก่อนการจัดสรรงบประมาณระหว่างการใช้จ่ายงบประมาณ และภายหลังจากการใช้จ่ายงบประมาณ

มาตรา 47 ให้หน่วยรับงบประมาณจัดให้มีระบบติดตามและประเมินผลการดำเนินงานตามแผนการปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณภายในหน่วยรับงบประมาณตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่ผู้อำนวยการกำหนดและให้ถือว่าการประเมินผลเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการบริหารงบประมาณที่ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องและเปิดเผยต่อสาธารณชนด้วย

มาตรา 48 ในกรณีที่ประเมินผลสัมฤทธิ์ของการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายของ หน่วยรับงบประมาณใดไม่ได้ตามเป้าหมายหรือตัวชี้วัดที่กำหนดให้ผู้อำนวยการจัดทำข้อเสนอแนะการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้หน่วยรับงบประมาณปรับปรุงแก้ไขภายในระยะเวลาที่กำหนดและรายงานรัฐมนตรีเจ้าสังกัดหรือรัฐมนตรีซึ่งกฎหมายกำหนดให้มีหน้าที่กำกับหรือควบคุมกิจการของหน่วยรับงบประมาณหรือรัฐมนตรีผู้รักษาการตามกฎหมายเพื่อทราบ

มาตรา 49 เมื่อสิ้นปีงบประมาณให้รัฐมนตรีประกาศรายงานการรับจ่ายเงิน งบประมาณประจำปีทีี่สิ้นสุดนั้น และเงินทุนสำรองจ่ายในราชกิจจานุเบกษาภายในหกสิบวัน

มาตรา 50 ให้หน่วยรับงบประมาณรายงานผลการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายในปีงบประมาณที่สิ้นสุด รวมทั้งผลการปฏิบัติงานให้ผู้อำนวยการทราบภายในสี่สิบหวันนับแต่วันสิ้นปีงบประมาณเพื่อผู้อำนวยการจัดทำรายงานผลการใช้จ่ายงบประมาณรายจ่ายและผลการปฏิบัติงานของหน่วยรับงบประมาณเสนอต่อคณะรัฐมนตรีภายในเก้าสิบวันนับแต่วันสิ้นปีงบประมาณ

มาตรา 51 ให้ผู้อำนวยการรายงานการโอนงบประมาณรายจ่ายงบกลางระหว่างรายการที่กำหนดไว้ในงบประมาณรายจ่ายงบกลาง หรือการโอนงบประมาณรายจ่ายบูรณาการและงบประมาณรายจ่ายบุคลากรระหว่างหน่วยรับงบประมาณเสนอต่อคณะรัฐมนตรีเพื่อรายงานต่อรัฐสภาภายในสามสิบวันนับแต่วันสิ้นปีงบประมาณนั้น

2) ระเบียบว่าด้วยการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินการตามยุทธศาสตร์ชาติ และแผนการปฏิรูปประเทศ พ.ศ. 2562

ข้อ 4 การติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินการตามยุทธศาสตร์ชาติและแผนการปฏิรูปประเทศ ให้คณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติและคณะกรรมการปฏิรูปกระทำผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นหลัก และจะใช้วิธีอื่นตามที่เห็นสมควรร่วมด้วยก็ได้ แต่ต้องไม่สร้างภาระแก่หน่วยงานของรัฐเกินสมควร ในการดำเนินการตามวรรคหนึ่ง คณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติอาจมอบหมายให้คณะกรรมการจัดทำยุทธศาสตร์ชาติพิจารณาเรื่องใดเรื่องหนึ่งแทนก็ได้

ข้อ 5 ให้สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) จัดให้มีการบำรุงรักษาและพัฒนาาระบบเพื่อให้คณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติและคณะกรรมการปฏิรูปใช้ในการติดตามตรวจสอบและประเมินผลการดำเนินการตามยุทธศาสตร์ชาติและแผนการปฏิรูปประเทศ โดยต้องจัดให้มีระบบเพื่อใช้ในการประมวลและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อประกอบการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลด้วย โดยระบบดังกล่าวจะต้องมีช่องทางให้ประชาชนมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์ต่อการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผล

การดำเนินการตามยุทธศาสตร์ชาติ และแผนการปฏิรูปประเทศด้วย ให้เป็นหน้าที่ของหัวหน้าหน่วยงานของรัฐแต่ละแห่งที่จะต้องดำเนินการเชื่อมโยงฐานข้อมูลที่อยู่ในความรับผิดชอบของหน่วยงานของรัฐนั้น เข้ากับระบบดังกล่าวภายในระยะเวลาที่สำนักงานกำหนด เพื่อให้ระบบมีข้อมูลครบถ้วนสมบูรณ์อันจะเป็นประโยชน์ต่อการติดตามตรวจสอบ และประเมินผลการดำเนินการตามยุทธศาสตร์ชาติและแผนการปฏิรูปประเทศ ในกรณีที่หน่วยงานของรัฐแห่งใดไม่สามารถดำเนินการเชื่อมโยงฐานข้อมูลกับสำนักงานให้แล้วเสร็จภายในระยะเวลาที่กำหนด ให้ชี้แจงเหตุผลที่ไม่สามารถดำเนินการดังกล่าวได้ให้สำนักงานทราบและร่วมกันกำหนดแนวทางการรายงานรูปแบบอื่นเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าวโดยเร็ว

ข้อ 6 ให้หัวหน้าหน่วยงานของรัฐทุกแห่งดำเนินการให้มีการรายงานผลการดำเนินการตามยุทธศาสตร์ชาติและแผนการปฏิรูปประเทศในระบบตามรายการและภายในระยะเวลาที่สำนักงานกำหนดประกอบด้วย

- (1) ข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดแผนงาน โครงการ หรือการดำเนินงาน
- (2) ความสอดคล้องกับการดำเนินการตามยุทธศาสตร์ชาติและแผนการปฏิรูปประเทศ
- (3) ความก้าวหน้าและผลสัมฤทธิ์ของการดำเนินการ
- (4) ปัญหาหรืออุปสรรค
- (5) ข้อเสนอแนะหรือแนวทางแก้ไขในการดำเนินงาน ในกรณีที่หัวหน้าหน่วยงานของรัฐไม่รายงาน

ผลการดำเนินการตามวรรคหนึ่งภายในระยะเวลาที่กำหนด หรือรายงานไม่ครบถ้วนตามรายการที่กำหนดให้สำนักงานแจ้งให้รัฐมนตรีเจ้าสังกัดหรือหัวหน้าองค์กรในฝ่ายนิติบัญญัติ ฝ่ายตุลาการ องค์กรอิสระ และองค์กรอัยการทราบพร้อมด้วยเหตุผลโดยเร็ว



THAILAND

