

รายงานผลการดำเนินงาน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566
ของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ
(องค์การมหาชน)





ผลการดำเนินงานตามแผนงาน
ประจำปีงบประมาณ
พ.ศ. 2566

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์/ หมวดงาน/ โครงการ	ผลการดำเนินงาน			งบประมาณที่ได้รับจัดสรร	ผลการใช้จ่ายงบประมาณ	ระยะเวลาในการดำเนินงาน		ปัญหา/ อุปสรรค	ข้อเสนอแนะ
	หน่วยนับ	เป้ารายปี	ผลงาน			วันที่เริ่ม (ระบุ วัน เดือน ปี)	วันที่สิ้นสุด (ระบุ วัน เดือน ปี)		
ผลการดำเนินงานตามแผนงานประจำปี 2566				637,338,800	499,833,745				
เป้าหมายหลักที่ 3 : พัฒนาอุตสาหกรรมไม่ซ์ด้วยนวัตกรรม									
ยุทธศาสตร์สสพ: 4. สร้างองค์การสมรรถนะสูงที่คล่องตัวและทันโลก									
กลยุทธ์: 4.1 พัฒนาระบบและกระบวนการทำงานสู่องค์กรที่มีความคล่องตัว (Agile Organization)									
หมวดงาน: แผนงานพื้นฐาน									
ค่าใช้จ่ายพื้นฐานประจำสำนักงาน ประจำปีงบประมาณ 2566	ร้อยละ	96%	93%	47,464,600	44,207,792	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	ไม่มี	ไม่มี
				161,494,200	153,389,457				
กลยุทธ์: 4.2 พัฒนาบุคลากรให้มีสมรรถนะ (Competency) และพร้อมต่อการปฏิบัติงานและการให้บริการที่เป็นเลิศ									
หมวดงาน : แผนงานบุคลากร									
ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับบุคลากร ประจำปีงบประมาณ 2566	ร้อยละ	96%	95%	161,494,200	153,389,457	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	ไม่มี	ไม่มี
				342,380,000	254,813,740				
เป้าหมายหลักที่ 1: การสร้างรายได้และพัฒนาเศรษฐกิจ									
ยุทธศาสตร์สสพ: 1. ประเทศไทยเป็นผู้นำในการจัดการกิจกรรมไม่ซ์ระดับโลกเพื่อเพิ่มรายได้ และขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ									
กลยุทธ์: 1.1 เสริมสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ และสร้างโอกาสทางธุรกิจเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับประเทศ									
หมวดงาน: สนับสนุนการจัดงาน				75,852,000	56,483,325				
สนับสนุนกลุ่มลูกค้าองค์กรจากต่างประเทศ	คน	4,000	140,479	6,000,000	4,698,615	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	ไม่มี	ไม่มี
สนับสนุนการจัดประชุมนานาชาติ	งาน	7	64	4,450,000	9,886,760	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	ไม่มี	ไม่มี
สนับสนุนการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติเดิม	งาน	19	16	14,800,000	9,400,900	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	มีการปรับแผนด้านอุตสาหกรรมการแสดงสินค้านานาชาติ ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ เพื่อบริหารงบประมาณที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด	ในปีถัดไปควรมีการคำนวณและจัดสรรงบประมาณให้สอดคล้องกับการดำเนินงานที่แท้จริง และสะท้อนถึงแผนการตลาดที่ปรับเปลี่ยนไป
สนับสนุนการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติใหม่	งาน	11	8	6,500,000	6,400,900	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66		
ประชุมเมืองไทย ปลอดภัยกว่า	คน	35,000	77,100	39,000,000	23,243,450	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	ไม่มี	ไม่มี
สนับสนุนการจัดงานแสดงสินค้าภายในประเทศ	งาน	7	9	5,102,000	2,852,700	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	ไม่มี	ไม่มี

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์/ หมวดงาน/ โครงการ	ผลการดำเนินงาน			งบประมาณที่ได้รับจัดสรร	ผลการใช้จ่ายงบประมาณ	ระยะเวลาในการดำเนินงาน		ปัญหา/ อุปสรรค	ข้อเสนอแนะ
	หน่วยนับ	เป็ารายปี	ผลงาน			งบประมาณ	ตั้งเบิก + เบิกจ่าย		
หมวดงาน: การจัดงานและประมุขสิทธิ์				59,240,000	18,402,171				
ประมุขสิทธิ์การประชุมนานาชาติสำคัญ One Ministry One Convention	งาน	3	4	40,000,000	5,286,492	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	มีการจัดสรรงบประมาณที่ไม่สอดคล้องกับผลการดำเนินงานอย่างชัดเจน	ในปีถัดไปควรมีการคำนวณและจัดสรรงบประมาณให้สอดคล้องกับการดำเนินงานที่แท้จริง
ประมุขสิทธิ์งานประชุมนานาชาติ	งาน	1	19	1,000,000	3,666,692	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	มีการบริหารงบประมาณโดยรับโอนมาจากโครงการ/กิจกรรมอื่น	
ประมุขสิทธิ์ UFI Asia 2025	Bid Book	1	1	2,000,000	427,500	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	มีการจัดสรรงบประมาณที่ไม่สอดคล้องกับผลการดำเนินงาน	ในปีถัดไปควรมีการคำนวณและจัดสรรงบประมาณให้สอดคล้องกับการดำเนินงานที่แท้จริง
ประมุขสิทธิ์งานเมกะอีเวนท์และเทศกาลนานาชาติ	งาน	3	3	10,342,000	4,974,870	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	ไม่มี	ไม่มี
ประมุขสิทธิ์งานเมกะอีเวนท์ระดับโลก ที่ผ่านมติ ครม. แล้ว	งาน	1	1	5,898,000	4,046,617	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	ไม่มี	ไม่มี
หมวดงาน: การตลาดเชิงรุกกับเครือข่ายพันธมิตร				250,000	1,743,394				
สร้างเครือข่ายพันธมิตรนานาชาติในวงการอุตสาหกรรมการประชุมนานาชาติ	หน่วยงาน	2	3	250,000	1,743,394	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	มีการบริหารงบประมาณโดยรับโอนมาจากโครงการ/กิจกรรมอื่น	ไม่มี
หมวดงาน: พัฒนาศักยภาพ				300,000	30,470				
สนับสนุนและพัฒนาสมาคมและผู้ประกอบการในประเทศไทย (Association & Industry Engagement)	งาน	1	1	300,000	30,470	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	ไม่มี	ไม่มี
กลยุทธ์: 1.2 ขยายฐานตลาดใหม่ และรักษาตลาดที่มีคุณภาพ สำหรับการจัดกิจกรรมไม่ช้ระดับชาติและนานาชาติ									
หมวดงาน: ตัวแทนการตลาด				39,800,000	36,440,120				
ตัวแทนตลาดลูกค้าองค์กรจากต่างประเทศ	งาน	150	604	26,000,000	23,915,399	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	ไม่มี	ไม่มี
ตัวแทนตลาดการประชุมนานาชาติ	งาน	33	49	8,800,000	9,026,652	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	มีการบริหารงบประมาณโดยรับโอนมาจากโครงการ/กิจกรรมอื่น	ไม่มี
ตัวแทนตลาดงานแสดงสินค้านานาชาติ	งาน	1	1	5,000,000	3,498,069	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	ไม่มี	ไม่มี
หมวดงาน: Trade Show				800,000	1,846,392				
สร้างโอกาสทางการตลาดของประเทศไทยในเวทีสากล	งาน	20	120	600,000	536,315	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	ไม่มี	ไม่มี
กิจกรรมการตลาดต่างประเทศในตลาดเป้าหมาย	งาน	2	8	200,000	1,310,077	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	มีการบริหารงบประมาณมาจากโครงการ/กิจกรรมอื่น	ไม่มี
หมวดงาน: Road Show/Sales Mission/Overseas Activities				5,870,900	2,989,266				
จัดทำกิจกรรมการตลาด ณ ประเทศออสเตรเลีย	งาน	20	22	2,200,000	1,978,635	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	ไม่มี	ไม่มี
จัดกิจกรรมการตลาดต่างประเทศ (Oversea Activities)	งาน	20	5	3,670,900	1,010,631	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	มีการยกเลิก Business Forum ณ ประเทศญี่ปุ่นและเกาหลี 2-66EX03003 และ 2-66EX03004 เนื่องจากปรับแผนงานและโครงการให้สอดคล้องกับสถานการณ์ให้เกิดประโยชน์สูงสุด	ไม่มี

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์/ หมวดงาน/ โครงการ	ผลการดำเนินงาน			งบประมาณที่ได้รับจัดสรร	ผลการใช้จ่ายงบประมาณ	ระยะเวลาในการดำเนินงาน		ปัญหา/ อุปสรรค	ข้อเสนอแนะ
	หน่วยนับ	เป้ารายปี	ผลงาน			วันที่เริ่ม (ระบุ วัน เดือน ปี)	วันที่สิ้นสุด (ระบุ วัน เดือน ปี)		
หมวดงาน: Familization Trip/Familiarization Trip with Partners				1,370,000	869,215				
ความร่วมมือและเสริมสร้างพันธมิตรเครือข่ายระหว่างภาครัฐและเอกชน ทั้งในประเทศและต่างประเทศ	ครั้ง	1	0	1,370,000	869,215	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	ยังไม่สามารถจัดกิจกรรมความร่วมมือกลุ่มเป้าหมาย เครือข่ายพันธมิตรทั้งภาครัฐและเอกชน ได้ครอบคลุมในทุกกิจกรรม/งานด้านไมซ์ เนื่องจาก 1. งบประมาณที่ได้รับมีจำกัด จึงจำเป็นต้องเลือกกลุ่มและจำนวนเฉพาะเรื่องที่สำคัญ/เร่งด่วน 2. การตีความ/ระบุหน่วยงานและบุคลากร ที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย อาจยังไม่ตรง/ชัดเจน	ควรเพิ่มรูปแบบการจัดกิจกรรมเสริมสร้างความสัมพันธ์ เครือข่ายหน่วยงานพันธมิตรให้หลากหลายมากขึ้น เพื่อให้สามารถแก้ไขปัญหา และต่อยอดความร่วมมือด้านไมซ์ ให้เกิดประโยชน์กับสำนักงานสูงสุด ภายใต้งบประมาณที่ได้รับจัดสรร
หมวดงาน: การตลาดเชิงรุกกับเครือข่ายพันธมิตร				3,000,000	2,796,718				
Thailand Incentive and Meeting Exchange (TIME)	งาน	15	19	3,000,000	2,796,718	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	ไม่มี	ไม่มี
เป้าหมายหลักที่ 2: การกระจายรายได้และความเจริญ									
ยุทธศาสตร์สสพ: 2. ยกระดับความสามารถในการแข่งขันของจุดหมายปลายทางด้วยความหลากหลายของอัตลักษณ์เชิงพื้นที่และประสบการณ์ที่มีคุณค่า									
กลยุทธ์: 2.1 พัฒนาและส่งเสริมความร่วมมือกับชุมชนและเครือข่ายในท้องถิ่น เพื่อต่อยอดพัฒนาจุดหมายปลายทางแห่งไมซ์และสร้างมูลค่าเพิ่ม									
หมวดงาน: พัฒนาศักยภาพ				24,525,500	20,061,341				
มาตรฐานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์	แห่ง	150	174	14,525,500	12,957,089	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	ไม่มี	ไม่มี
ยกระดับศักยภาพบุคลากรด้านไมซ์ระดับนานาชาติ	คน	80	85	5,900,000	4,886,265	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	ไม่มี	ไม่มี
ยกระดับมาตรฐานบุคลากรไมซ์ระดับชาติ	คน	230	2,124	4,100,000	2,217,988	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	มีจำนวนผู้สมัครใหม่ระบบ MICE e-Learning สูงกว่าเป้าหมายค่อนข้างมาก	ในปีถัดๆ ไป การตั้งค่าเป้าหมายต้องสอดคล้องกับงบประมาณและผลการดำเนินงานที่ทำได้จริงในปีก่อนหน้า
หมวดงาน: พัฒนาการและประสิทธิภาพการดำเนินงาน				9,710,000	8,910,262				
ตัวแทนการตลาดและจัดทำการตลาดอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคเหนือ	คน	2	2	2,500,000	2,141,938	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	ไม่มี	ไม่มี
ตัวแทนการตลาดและจัดทำการตลาดอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	คน	2	2	2,000,000	1,778,947	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	ไม่มี	ไม่มี
ตัวแทนการตลาดและจัดทำการตลาดอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคกลางและภาคตะวันออก	คน	2	2	2,710,000	2,505,233	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	ไม่มี	ไม่มี
ตัวแทนการตลาดและจัดทำการตลาดอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้	คน	2	2	2,500,000	2,484,145	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	ไม่มี	ไม่มี

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์/ หมวดงาน/ โครงการ	ผลการดำเนินงาน			งบประมาณที่ได้รับจัดสรร	ผลการใช้จ่ายงบประมาณ	ระยะเวลาในการดำเนินงาน		ปัญหา/ อุปสรรค	ข้อเสนอแนะ
	หน่วยนับ	เป้ารายปี	ผลงาน	งบประมาณ	ตั้งเบิก + เบิกจ่าย	วันที่เริ่ม (ระบุ วัน เดือน ปี)	วันที่สิ้นสุด (ระบุ วัน เดือน ปี)		
หมวดงาน: พัฒนาพื้นที่ด้วยไม้ซ่ กระจายคนได้สู่ชุมชน				6,000,000	215,649				
พัฒนาต่อยอดอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และสินค้าชุมชน: World Tea and Coffee Expo	คูธุรกิจ	10	0	6,000,000	215,649	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	1. วิธีการทำการเกษตรของผู้ประกอบการชา กาแฟ ต้นน้ำ กลางน้ำ มีความสัมพันธ์กับฤดูกาลอย่างมีนัยสำคัญ และด้วยอุตสาหกรรมชา กาแฟ นับว่าเป็นเกษตรมูลค่าสูง ที่ต้องมีการดำเนินการตั้งแต่การเพาะปลูก จนกระทั่งการเก็บเกี่ยวอย่างระมัดระวัง ทำให้ผู้ประกอบการชา กาแฟไม่สามารถร่วมเข้าร่วมกิจกรรมของ สสพ. ในช่วงเวลาที่ สสพ. วางไว้ได้ เนื่องจากอยู่ในช่วงเวลาเพาะปลูก ซึ่งผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับกิจกรรมทางการเกษตรเป็นสิ่งสำคัญที่สุด 2. เรื่องของการวางแผนดำเนินกิจกรรมในส่วนการจัดงานแสดงสินค้า เนื่องจากสำนักภาคเหนือได้กำหนดวันจัดงานที่เป็นห้วงเวลาที่ผู้ประกอบการชา กาแฟ สามารถมาร่วมออกร้านแสดงสินค้าได้ แต่ในห้วงเวลานั้น สถานที่จัดงานได้มีการจองพื้นที่โดยผู้จัดงานอื่นไปก่อนแล้ว และเมื่อจัดสรรเวลาใหม่ ปรากฏว่าจะเป็นช่วงเวลาเดียวกับผู้ประกอบการชา กาแฟ ต้องให้ความสำคัญกับผลผลิต ทั้งการบำรุง การดูแลวัชพืช	1. พิจารณาการเลือกและจองสถานที่จัดงานล่วงหน้า ให้สอดคล้องกับกิจกรรมที่จัด และสอดคล้องกับช่วงเวลาที่เหมาะสมที่สุด
กลยุทธ์: 2.2 สร้างภาพลักษณ์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ของท้องถิ่น และสร้างประสบการณ์แก่นักเดินทางไม้ซ่									
หมวดงาน: การตลาดและประชาสัมพันธ์				37,750,000	32,801,165				
ส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรและอุตสาหกรรมไม้ซ่ไทย	บาท	27,000,000	833,732,045	4,900,000	4,553,445	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	ไม่มี	ไม่มี
พัฒนาเนื้อหาและสื่อสร้างการรับรู้องค์กรและอุตสาหกรรมไม้ซ่ไทย	หน้า	690	805	2,800,000	2,466,048	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	ไม่มี	ไม่มี
สื่อสารภาพลักษณ์องค์กรและอุตสาหกรรมไม้ซ่ไทย	ชิ้นงาน	2,000	5,035	2,000,000	1,940,436	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	ไม่มี	ไม่มี
บริหารจัดการสื่อเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรและอุตสาหกรรมไม้ซ่ไทย	คน (Reach)	5,500,000	51,819,873	15,500,000	11,721,489	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	ไม่มี	ไม่มี
พัฒนาและบริหารจัดการสื่อดิจิทัลเพื่ออุตสาหกรรมไม้ซ่ไทย	ครั้ง	10	17	1,300,000	1,295,289	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	ไม่มี	ไม่มี
ผลิตสื่อเพื่อการสื่อสาร	ชิ้นงาน	20	25	1,700,000	1,634,900	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	ไม่มี	ไม่มี
จัดกิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์ในประเทศ	ครั้ง	10	15	4,650,000	4,521,821	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	ไม่มี	ไม่มี
พัฒนาและบริหารจัดการสื่อดิจิทัลเพื่ออุตสาหกรรมไม้ซ่ไทย	Visitors/Views	3,000,000	4,443,195	4,900,000	4,667,739	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	ไม่มี	ไม่มี
เป้าหมายหลักที่ 3: พัฒนาอุตสาหกรรมไม้ซ่ด้วยนวัตกรรม									
ยุทธศาสตร์สสพ: 3. ขับเคลื่อนนวัตกรรมยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันไม้ซ่ไทยบนเวทีโลก									
กลยุทธ์: 3.1 พัฒนาศูนย์กลางข้อมูลอุตสาหกรรมไม้ซ่ และส่งเสริมการพัฒนาทักษะด้านดิจิทัล (MICE Intelligence Center and Digital Literacy)									
หมวดงาน: พัฒนาศักยภาพ				2,000,000	1,862,990				
พัฒนาเครือข่ายพันธมิตร และเผยแพร่องค์ความรู้ในอุตสาหกรรมไม้ซ่ (Content Partnership)	หน่วยงาน	4	5	2,000,000	1,862,990	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	ไม่มี	ไม่มี

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์/ หมวดงาน/ โครงการ	ผลการดำเนินงาน			งบประมาณที่ได้รับจัดสรร	ผลการใช้จ่ายงบประมาณ	ระยะเวลาในการดำเนินงาน		ปัญหา/ อุปสรรค	ข้อเสนอแนะ
	หน่วยนับ	เป้ารายปี	ผลงาน	งบประมาณ	ตั้งเบิก + เบิกจ่าย	วันที่เริ่ม (ระบุ วัน เดือน ปี)	วันที่สิ้นสุด (ระบุ วัน เดือน ปี)		
หมวดงาน: สํารวจและจัดเก็บข้อมูล				15,300,000	14,412,600				
จัดทำแนวทางคำนวณมูลค่าเพิ่มทั้งเชิงเศรษฐกิจและสังคมของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยปี 2566	รายงาน	6	6	6,800,000	6,361,300	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	ข้อจำกัดเรื่องการเข้าสำรวจงานประเภท Meeting และ Incentive เนื่องจากลักษณะงานเป็นงานปิด ทำให้ยากที่จะได้รับอนุญาตจากทางผู้จัดงานหรือเจ้าของงานเพื่อเข้าสำรวจข้อมูล	ต้องมีการหารือร่วมกับฝ่ายต่างๆ ที่ใช้งบประมาณ สนับสนุนการจัดงาน ว่าหากประสงค์จะรับเงินสนับสนุนจาก สสปน. แล้วต้องให้ความยินยอมให้ทีมสำรวจสถิติของ สสปน. เข้าไปสำรวจข้อมูล
จัดเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติเพื่อขับเคลื่อนกลยุทธ์ตามแผนยุทธศาสตร์ขององค์กร ปี 2566	รายงาน	9	9	8,500,000	8,051,300	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	ข้อมูลระดับมหภาคที่ยังไม่สามารถตอบโจทย์ความต้องการได้ จำเป็นต้องมีข้อมูลเชิงลึกของแต่ละภูมิภาคเพื่อมาประกอบการวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลระดับมหภาค	ต้องมีการดำเนินงานร่วมกับทีมการตลาดในการนำข้อมูล insight ของตลาดแต่ละภูมิภาคมาประกอบการวิเคราะห์
กลยุทธ์: 3.2 พัฒนานวัตกรรมด้านการบริการไมซ์ (MICE Service Innovation)									
หมวดงาน: สนับสนุนการจัดงาน				3,260,000	3,051,877				
MICE Marketplace เพื่อเชื่อมโยงข้อมูลและความต้องการในการซื้อ/ขายสินค้าและบริการของผู้ประกอบการไมซ์ (Thai MICE Connect)	New Register	300	2,076	3,260,000	3,051,877	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	ไม่มี	ไม่มี
หมวดงาน: พัฒนานวัตกรรม				5,500,000	4,228,154				
ยกระดับอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี (MICE Winnovation)	คู่มือธุรกิจ	150	216	5,500,000	4,228,154	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	ไม่มี	ไม่มี
ยุทธศาสตร์สสปน: 4. สร้างองค์การสมรรถนะสูงที่คล่องตัวและทันโลก									
กลยุทธ์: 4.1 พัฒนาระบบและกระบวนการทำงานสู่องค์กรที่มีความคล่องตัว (Agile Organization)									
หมวดงาน: การตลาดและประชาสัมพันธ์				309,000	300,000				
พัฒนาประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กร	รายงาน	12	12	309,000	300,000	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	ไม่มี	ไม่มี
หมวดงาน: แก้ไขปัญหาอุปสรรคและอำนวยความสะดวก				4,845,000	3,369,346				
บูรณาการหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ ภายใต้คณะกรรมการประสานงานภาครัฐฯ	งาน	2	0	200,000	79,094	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	กฎระเบียบของหน่วยงานภาครัฐ ไม่เอื้ออำนวยต่อการจัดงานไมซ์เท่าที่ควร ส่งผลให้ผู้ประกอบการไม่จัดงานไมซ์ไม่สะดวกและล่าช้า	ควรมีการผลักดันประกาศชงนโยบายของภาครัฐ และปรับปรุงกฎหมาย เพื่ออำนวยความสะดวกต่อการจัดงานไมซ์ให้มากขึ้น นำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยเช่น การนำเข้าเครื่องสำอาง ผัก และผลไม้ เครื่องจักรกล ภาพวาดศิลปะและดนตรี เป็นต้น
One-Stop Service Center for MICE ตามยุทธศาสตร์การปฏิรูปของรัฐบาล	รายงาน	1	0	1,000,000	995,000	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	เว็บไซต์ Thailand MICE One Stop Service เปิดให้บริการเมื่อปี 2565 เพื่อเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานไมซ์เท่านั้น ซึ่งอาจยังไม่ตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการไมซ์เท่าที่ควร	ควรมีการประชุมกับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เพื่อหารือแนวทางความร่วมมือเรื่องการเชื่อมโยงฐานข้อมูลบนเว็บไซต์และเรื่องการพิจารณาหรืออนุมัติเพื่ออำนวยความสะดวกด้านมิชลิสติกส์ทั้งเรื่องคนและสิ่งของสำหรับงานไมซ์ตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการ ณ จุดเดียว
การให้บริการอำนวยความสะดวกในการเข้าเมืองของนักเดินทางกลุ่มไมซ์ (MICE Lane)	คน	8	8	3,645,000	2,295,251	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	สถานการณ์วิกฤตการณ์โรคระบาดเพิ่มเริ่มฟื้นตัว และการเดินทางไปยังพื้นที่อื่นนอกประเทศยังมีมีมนัก จึงทำให้การขอรับบริการของ MICE Lane มีปริมาณไม่มากเมื่อเทียบกับปีก่อนมีการระบาดของโควิด 19	1. การเลือกงานเด่นๆ ที่ประเทศไทยได้รับเลือกเป็นเจ้าภาพ สำหรับบริการให้บริการต้อนรับ MICE Lane รวมไปถึงการอำนวยความสะดวกในด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง จะช่วยให้เกิดแรงจูงใจในการกระตุ้นการใช้บริการ และการเลือกประเทศไทยเป็นประเทศจุดหมายในการจัดงานไมซ์ 2. เพิ่มปริมาณเจ้าหน้าที่ MICE Lane และเพิ่มการบริการที่หลากหลาย เพื่อให้เกิดความแตกต่างและสร้างความประทับใจ

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์/ หมวดงาน/ โครงการ	ผลการดำเนินงาน			งบประมาณที่ได้รับจัดสรร	ผลการใช้จ่ายงบประมาณ	ระยะเวลาในการดำเนินงาน		ปัญหา/ อุปสรรค	ข้อเสนอแนะ
	หน่วยนับ	เป้ารายปี	ผลงาน	งบประมาณ	ตั้งเบิก + เบิกจ่าย	วันที่เริ่ม (ระบุ วัน เดือน ปี)	วันที่สิ้นสุด (ระบุ วัน เดือน ปี)		
หมวดงาน: พัฒนาการและประสิทธิภาพการดำเนินงาน				37,867,600	32,828,417				
พัฒนาประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างส่วนกลาง (ปี 2566)	ร้อยละ	100	100	1,900,000	1,866,333	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	ไม่มี	ไม่มี
ปรับปรุงเพิ่มประสิทธิภาพระบบสารสนเทศของสำนักงาน	ร้อยละ	100	100	2,000,000	1,952,483	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	ไม่มี	ไม่มี
จัดการข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ เพื่อใช้สำหรับการประเมินผลการปฏิบัติงานของ ผอ. สสปน.	รายงาน	2	2	150,000	150,000	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	ไม่มี	ไม่มี
จัดทำ ISO มาตรฐานในการปฏิบัติงาน สำหรับฝ่ายบริหาร	ร้อยละ	100	99%	300,000	297,460	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	ไม่มี	ไม่มี
ปรับปรุงกระบวนการและระบบบัญชีและการเงินอย่างต่อเนื่อง	รายงาน	1	1	1,800,000	1,674,847	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	ไม่มี	ไม่มี
สนับสนุนการกำกับดูแลองค์การมหาชนของคณะกรรมการ และคณะอนุกรรมการ	ร้อยละ	80	95	6,200,000	4,863,874	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	ไม่มี	ไม่มี
ส่งเสริมและสนับสนุนประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของผู้อำนวยการ และรองผู้อำนวยการ	งาน	39	12	2,300,000	4,563,326	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	ไม่มี	ไม่มี
สนับสนุนและพัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานด้านกฎหมายและกำกับดูแลองค์กร	รายงาน	12	10	4,020,000	3,777,136	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	มีเจ้าหน้าที่ประสานงานโครงการลาออกก่อนครบสัญญา 12 เดือน	ไม่มี
พัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพงานอำนวยความสะดวก	ครั้ง	1	1	2,320,000	1,528,833	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	ไม่มี	ไม่มี
จัดทำแผนการดำเนินธุรกิจต่อเนื่อง (Business Continuity Plan: BCP)	แผนงาน	1	1	1,000,000	850,000	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	ไม่มี	ไม่มี
พัฒนาประสิทธิภาพการบริหารความเสี่ยงองค์กรและการควบคุมภายใน	ครั้ง	2	2	400,000	0	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	ไม่มี	ไม่มี
พัฒนาประสิทธิภาพด้านยุทธศาสตร์ และกลยุทธ์องค์กร	แผนงาน	1	2	1,350,000	510,824	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	ไม่มี	ไม่มี
เพิ่มประสิทธิภาพการจัดทำแผนงานและงบประมาณ	แผนงาน	1	1	1,603,600	496,234	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	ไม่มี	ไม่มี
เพิ่มประสิทธิภาพด้านการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานของ สสปน.	แผนงาน	5	7	3,300,000	1,073,068	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	ไม่มี	ไม่มี
งบนโยบาย (อยู่ระหว่างจัดสรร)				9,224,000	9,224,000	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	ไม่มี	ไม่มี
กลยุทธ์: 4.2 พัฒนาบุคลากรให้มีสมรรถนะ (Competency) และพร้อมต่อการปฏิบัติงานและการให้บริการที่เป็นเลิศ									
หมวดงาน: พัฒนาศักยภาพ				830,000	3,455,598				
ภัยตามความต้องการ	รายงาน	1	2	830,000	3,455,598	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	ได้รับโอนงบประมาณจากโครงการอื่น เพื่อบูรณาการพัฒนาศักยภาพบุคลากร	ควรมีการวัดและประเมินผลศักยภาพบุคลากร เพื่อตอบโต้ภัยความต้องการ/ สถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง
ยุทธศาสตร์สสปน: 5. พลิกโฉมโมเดลไทยด้วยความยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม									
กลยุทธ์: 5.1 พัฒนาระบบการสนับสนุนการพัฒนาที่ยั่งยืนของอุตสาหกรรมไมซ์									
หมวดงาน: พัฒนาศักยภาพ				2,600,000	2,488,191				
รับรองมาตรฐานการบริหารการจัดงานอย่างยั่งยืนประเทศไทย (Thailand Sustainable Event Management Standard TSEMS)	องค์กร	25	75	2,600,000	2,488,191	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	ไม่มี	ไม่มี
กลยุทธ์: 5.2 พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์มีความสามารถในการดำเนินการตามแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน									
หมวดงาน: พัฒนาศักยภาพ				5,400,000	5,227,080				
พัฒนาผู้ประกอบการไมซ์ด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน	คน	150	294	2,300,000	2,184,527	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	ไม่มี	ไม่มี
ประชาสัมพันธ์ประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน	เมือง	2	2	1,500,000	1,487,772	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	ไม่มี	ไม่มี
ยกระดับธุรกิจไมซ์สู่ภูมิภาคโลกอื่น	องค์กร	30	44	1,600,000	1,554,781	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	ไม่มี	ไม่มี

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์/ หมวดงาน/ โครงการ	ผลการดำเนินงาน			งบประมาณที่ได้รับจัดสรร	ผลการใช้จ่ายงบประมาณ	ระยะเวลาในการดำเนินงาน		ปัญหา/ อุปสรรค	ข้อเสนอแนะ
	หน่วยนับ	เป้ารายปี	ผลงาน			วันที่เริ่ม (ระบุ วัน เดือน ปี)	วันที่สิ้นสุด (ระบุ วัน เดือน ปี)		
				59,000,000	40,994,525				
เป้าหมายหลัก: 1. การสร้างรายได้และพัฒนาเศรษฐกิจ									
ยุทธศาสตร์สสพ: 1. ประเทศไทยเป็นผู้นำในการจัดกิจกรรมไมซ์ระดับโลก เพื่อเพิ่มรายได้ และขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ									
ส่งเสริมการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว	ร้อยละ	100.00%	71.66%	59,000,000	40,994,525	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	ไม่มี	ไม่มี
				27,000,000	6,428,231				
เป้าหมายหลัก: 2. การกระจายคนได้และความเจริญ									
ยุทธศาสตร์สสพ: 2. ยกระดับความสามารถในการแข่งขันของ จุดหมายปลายทางด้วยความหลากหลายของอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ และประสบการณ์ที่มีคุณค่า									
ส่งเสริมการบูรณาการเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกในพื้นที่ EEC	ร้อยละ	100.00%	36.19%	27,000,000	6,428,231	1 ต.ค. 65	30 ก.ย. 66	ไม่มี	ไม่มี



ผลการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ 2566 ของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. ดำเนินงานตามวิสัยทัศน์ของยุทธศาสตร์ของแผนปฏิบัติราชการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566 - 2570) กล่าวคือ สสปน. มุ่งมั่นเป็นพันธมิตรเพื่อความสำเร็จของธุรกิจ ขับเคลื่อนประเทศไทยและพื้นที่เป้าหมายในฐานะปลายทางของไมซ์ ด้วยนวัตกรรมและการสร้างความยั่งยืนร่วมกัน ทั้งนี้ สสปน. มีทิศทางการดำเนินงานในภาพรวม ปีงบประมาณ 2566 ที่ สสปน. จะดำเนินการเชิงรุก ใช้ไมซ์ขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ชูธงชิงความได้เปรียบ แสดงบทบาท/ศักยภาพไมซ์ไทย และในระดับนานาชาติ ต่อยอดจากการเป็นเจ้าภาพการประชุม APEC 2022 ของไทย โดยแคมเปญ “MICE to Meet You in Thailand 2023” แต่ยังคงเน้นสร้างความเข้มแข็งจากภายในประเทศ ทำเรื่องสำคัญและมีประโยชน์สูง อย่างบูรณาการทั้งภายในและภายนอก เพื่อขับเคลื่อน พื้นฟู และพัฒนาประเทศสู่ระดับพื้นที่ตามนโยบายสำคัญของรัฐบาล”

จุดเน้นการดำเนินงานในการดำเนินงานปี 2566 รายยุทธศาสตร์ ดังนี้

- ยุทธศาสตร์ที่ 1 ประเทศไทยเป็นผู้นำในการจัดกิจกรรมไมซ์ระดับโลก เพื่อเพิ่มรายได้ และขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ**
มีจุดเน้นการดำเนินงานในประเด็นการกระตุ้นการจัดงานคุณภาพทั้งในประเทศและนานาชาติ กระจายลงสู่ไมซ์ซิตี้
- ยุทธศาสตร์ที่ 2 ยกระดับความสามารถในการแข่งขันของจุดหมายปลายทาง ด้วยความหลากหลายของอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ และประสบการณ์ที่มีคุณค่า**
มีจุดเน้นการดำเนินงานในประเด็นการสร้างความเชื่อมั่นไมซ์ไทยทั้งระดับประเทศและพื้นที่ ผ่านแคมเปญส่งเสริมการตลาด และประสบการณ์พิเศษระดับพื้นที่
- ยุทธศาสตร์ที่ 3 ขับเคลื่อนนวัตกรรมยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันไมซ์ไทยบนเวทีโลก**
มีจุดเน้นการดำเนินงานในประเด็นการผลักดันการใช้ประโยชน์ต่อยอดนวัตกรรมที่เชื่อมโยงกับพันธมิตร
- ยุทธศาสตร์ที่ 4 สร้างองค์การสมรรถนะสูงที่คล่องตัวและทันโลก**

มีจุดเน้นการดำเนินงานในประเด็นการผลักดันการบูรณาการภายในและภายนอก มีความยืดหยุ่น คล่องตัว

ยุทธศาสตร์ที่ 5 พลิกโฉมไมซ์ไทยด้วยความยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

มีจุดเน้นการดำเนินงานในประเด็นการผลักดันการใช้แนวปฏิบัติที่ยั่งยืนให้เกิดผลทุกภาคส่วน

ผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการ ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 รายงานตามยุทธศาสตร์ สรุปได้ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1: ประเทศไทยเป็นผู้นำในการจัดกิจกรรมไมซ์ระดับโลก เพื่อเพิ่มรายได้ และขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ

ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 สสปน. มีการดำเนินงานที่เน้นการสร้างรายได้ โดยดำเนินงานที่เน้นการสร้างและดึงงานผ่านการจัดกิจกรรมไมซ์ที่จัดงานในประเทศไทย โดยมีผลการดำเนินงานหลักที่สำคัญ ดังนี้

1. สนับสนุนการจัดงานในประเทศไทย (Event Support/Subsidy) รวมทั้งสิ้น 255 งาน มีผู้เข้าร่วมประชุมต่างชาติ จำนวน 127,365 คน และชาวไทยจำนวน 15,040 คน ประมาณการรายได้ 11,452.12 ล้านบาท แบ่งตามกลุ่มตลาดเป้าหมาย ดังนี้

1.1 สนับสนุนเพื่อผลักดันการเพิ่มปริมาณนักท่องเที่ยวกลุ่มลูกค้าองค์กรจากต่างประเทศ มีจำนวน 172 งาน และคาดว่าจะมีผู้เข้าร่วมจำนวน 124,902 คน ประมาณการรายได้เข้าประเทศ จำนวน 8,243.53 ล้านบาท มีตัวอย่างงานสำคัญ ดังนี้

- Date With Destiny Aarambh
- Herbalife India Leadership Retreat Group
- GOLDMEDAL CHANNEL PARTNER MEET
- Glenmark Star Award
- The 12th Global Freight Forwarding Conference
- Precoa Escapes 2023
- AT Global Services Limited Convention in Bangkok
- KICKOFF CELEBRATION
- Magic
- Leadership Training Seminar
- WSB2023 THAILAND SUPER TRIP
- Alembic Phamaceutical Employee Incentive Trip
- VESTIGE GROUP SERIES

- Sun Pharma Star Club Awards 2023
- Luminous Thailand
- Pro-Health Elite Sales Incentive
- Dongguan Daiweiyi Cosmetics Thailand tour
- Jeunesse Conference

1.2 สนับสนุนการจัดประชุมนานาชาติในประเทศไทย จำนวน 69 งาน มีผู้เข้าร่วมประชุมต่างชาติ จำนวน 34,746 คน และชาวไทยจำนวน 15,040 คน ประมาณการรายได้เข้าประเทศ จำนวน 2,342.87 ล้านบาท มีตัวอย่างงานสำคัญ ดังนี้

- World IP (Intellectual professionals) Forum
- Bett Asia 2022
- The 18th Security Cargo Network Annual Conference
- IAAPA (International Association of Amusement Parks and Attractions) APAC Trade Summit 2022
- The 20th International Congress for Tropical Medicine and Malaria (ICTMM2020)
- The 15th International Conference of Asian Society of Conservation Medicine 2022 (ASCM 2022)
- The 52nd Annual EARCOS Leadership Conference 2022
- SEA Brew Conference & Trade Fair
- ACIIA (Asian Confederation of Institutes of Internal Auditors) 2022
- The 19th International Symposium on Rice Functional Genomics
- The 22nd Congress of the Indo-Pacific Prehistory Association (IPPA22)
- Asia Pacific Signal and Information Processing Association Annual Summit and Conference 2022 (APSIPA ASC 2022)
- The 6th International Palaeontological Congress
- The 20th International Meeting on Radiation Processing
- The 8th Global Summit on Medicinal and Aromatic Plants
- The 12th International Leptospirosis Society Conference (ILS2022)
- IEEE 802 Plenary Session
- Asian Seed Congress (ASC) 2022

- The 14th SEA Regional Scientific Meeting of the International Epidemiological Association and International Conference on Public Health and Sustainable Development, 2022
- The 11th Asian Neuro-Ophthalmology Society Congress 2022 (ASNOS 2022)
- The 8th Asia Cornea Society Scientific Meeting (ACS 2022)
- RAINMAKER THAILAND – The 38th M&A (Merging & Acquisition) Worldwide Convention
- International Congress of Aesthetic Dermatology 2022 (ICAD 2022)
- Sustainable Industrial Processing Summit & Exhibition (SIPS 2022)
- Bangkok International Symposium of Implant Dentistry 2022 (BIS 2022)
- Asia-Pacific Health, Fitness & Wellness Festival
- 2022 International Conference on Electrical Machines and Systems (ICEMS 2022)
- Affiliate World Asia 2022
- The 14th International Congress of Asian Society of Cardiothoracic Anesthesia (ASCA2022)
- The 8th International Weed Science Congress (IWSC)
- EU-ASEAN High-Performance Computing (HPC) School 2022: System Design and HPC Applications ครั้งที่ 2
- Joint International Tropical Medicine Meeting 2022
- Asia Real Estate Summit (ARES)
- The 22nd International Society of Radiographers and Radiological Technologists (ISRRT) World Congress
- International Innovation Summit and International Innovation Awards 2022
- The 25th Bangkok International Symposium on HIV Medicine 2023
- The 6th World Congress on Recurrent Pregnancy Loss 2023
- The 21st Asian Oceanian Congress of Radiology (AOCR 2023)
- The 15th International Petroleum Technology Conference (IPTC)
- The Cooperative's Annual Meeting
- SubOptic 2023
- The Asia-Pacific Association for International Education 2023 (APAIE 2023)

- The 29th FOBISIA (Federation of British International Schools in Asia) Leadership Conference
- The 6th Asian Congress on Inherited Metabolic Diseases (6th ACIMD)
- Smart Delivery Expo 2023
- Southeast Asia Technology Conference 2023 (SEAT 2023)
- World Congress of Nephrology 2023
- The 9th Congress of the Association of South-East Asian Pain Societies (ASEAPS 2023)
- ISTAT (International Society of Transport Aircraft Trading) Asia
- The Eurasia Media & Distribution Consultation (EMDC)
- AGRICONNECT Conference and Exhibition 2023
- The 8th International Symposium on Emerging and Re-emerging Pig Diseases (ISERPD 2023) ร่วมกับ The 5th International Workshop on Streptococcus suis (IWSs)
- IMCAS (International Master Course on Aging Science) Asia 2023
- ESG (Environmental Social Governance) World Summit and GRIT (Sustainable Growth, Resilience, Innovation & Intention, Transformation) Awards
- SERRA'S 80th International Convention
- World Chinese Entrepreneurs Convention (WCEC) สมัยที่ 16
- The 16th Global Conference on Ageing
- International Conference on Creative Technology (CreTech 2023)
- The 29th International Montessori Congress
- The 23rd Genomics Standards Consortium 2023
- 2023 National and International Conference of the National Institute of Development Administration (2nd NIC-NIDA Conference, 2023)
- Sustainable Energy Technology Asia (SETA 2023) & Solar+Storage Asia (SSA 2023)
- Executive Asian Energy Leadership Forum

1.3 สนับสนุนการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติเดิม (Existing & Upgrade Show) จำนวน 3 งาน มีผู้เข้าร่วมงาน 5,021 คน ประมาณการรายได้เข้าประเทศ 331 ล้านบาท ได้แก่

- Thailand Marine & Offshore Expo 2022 มีผู้เข้าร่วมประชุมต่างชาติ 455 คน

- InfoComm Southeast Asia 2022 มีผู้เข้าร่วมประชุมต่างชาติ 2,254 คน
- Labelexpo Southeast Asia 2023 มีผู้เข้าร่วมประชุมต่างชาติ 2,312 คน

1.4 สนับสนุนการจัดงาน IT&CMA/CTW 2023 โดยมีบริษัทองค์กรต่างชาติที่นำผู้เข้าร่วมงานจากต่างประเทศทั่วโลกเข้ามาจัดกิจกรรมในประเทศไทย

- มีผู้ประกอบการไทยที่เข้าร่วมงานทั้งสิ้น 39 หน่วยงาน
- ก่อให้เกิดการเจรจาธุรกิจจำนวนนัดหมายทั้งสิ้นภายในคูหาฯ 1,280 นัดหมาย (รวม สสปน.) จำนวนงานที่คาดว่าจะมาจัดในประเทศไทยในอนาคตรวมทั้งสิ้น (MI Leads) 135 งาน ประเมินการจำนวนนักเดินทาง (MI Visitors) 26,732 ราย ประเมินการรายได้ที่คาดว่าจะได้รับ 1,764 ล้านบาท

1.5 สนับสนุนและส่งเสริมการขายและการตลาดในกลุ่มประเทศอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง จำนวน 10 งาน มีผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติ 8,096 คน ประเมินการรายได้เข้าประเทศ จำนวน 534.34 ล้านบาท ได้แก่

- DONG TAM GROUP ANNUAL OUTING 2023
- TALENTNET ANNUAL TRIP
- Heineken Vietnam Dinner
- AMAZING TOUR – AUSTDOOR GROUP
- Gala Dinner for Vietnam Incentive Group
- AIA MDRT Conference 2023
- 4 Orange Gala Dinner
- URAI PHANICH VIETNAM
- Bitney Fans Club Vietnam Recognition Night
- Riway Vietnam Company

2. สนับสนุนการประมุขสิทธิ์การจัดงานและการสร้างงานใหม่ รวมทั้งสิ้น 32 งาน ผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติ 30,204 คน และชาวไทย 11,630 คน ประเมินการรายได้ 2,031.84 ล้านบาท โดยแบ่งตามกลุ่มตลาดเป้าหมาย ดังนี้

2.1 สนับสนุนการประมุขสิทธิ์งานประชุมนานาชาติ จำนวน 23 งาน ได้แก่

- Global Minor Use Summit 2023
- The 23rd Federation of Asian Veterinary Associations Congress 2024 (FAVA)
- Congress of the Asean Federation of Endocrine Societies 2023 (AFES 2023)

- The World Congress of Nephrology 2023
- Global Congress on Manufacturing and Management (GCMM 2024)
- ESMO Asia 2024
- Asia-Pacific Association for International Education (APIAE) 2023
- World Congress of Pediatric Surgery 2028 (WOFAPS)
- SIGGRAPH Asia 2024
- World Congress on Innovation and Technology 2024 (WCIT)
- International Congress on Mathematical Education 2028 (ICME-16)
- Asian Animation Summit 2023
- International Sea Turtle Symposium 2024
- The Asia Optometric Conference 2024
- FACE AHEAD 2026 & Governance Meetings
- The Congress of World Union of Wholesale Markets 2023 (WUWM 2023)
- International Maternal and Newborn Health Conference 2025
- The International Association Suicide Prevention (IASP) APAC Conference - 2024 or 2026
- World Sleep Congress 2025
- 2026 Annual Meetings of the International Monetary Fund and the World Bank Group
- FIFA Congress 2024
- UCCN Annual Conference 2025
- World Congress on Pain 2026

2.2 สนับสนุนการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติใหม่ (New Show) จำนวน 5 งาน มีผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติ 2,204 คน และชาวไทย 11,630 คน ประมาณการรายได้ 183.84 ล้านบาท

- The Roads & Traffic Expo Thailand 2022
- ASEAN Tools Expo 2023
- CBA Expo 2023
- Sugarex Thailand 2023
- GIFA & METEC Southeast Asia 2023

2.3 ยื่นประมูลสิทธิ์ให้ประเทศไทยเป็นเจ้าภาพการจัดงาน จำนวน 2 งาน

- UFI Asia Pacific Conference 2025
- การจัดงานมหกรรมพืชสวนโลกจังหวัดอุดรธานี พ.ศ.2569

3. การยกระดับการจัดงานไมซ์และการกระจายงานสู่ภูมิภาค จำนวน 37 งาน ดังนี้

3.1 ยกระดับงานเทศกาลนานาชาติของไทยระดับเอเชีย (Asia's Flagship Festival) จำนวน 23 งาน ได้แก่

- งาน Hotel Art Fair 2022
- งาน Unfolding Kafka 2022
- เทศกาลออกแบบเชียงใหม่ 2565 (Chiang Mai Design Week 2022)
- งาน AWAKENING BANGKOK 2022
- งาน Wonderfruit 2022
- เทศกาลศิลปะร่วมสมัยนานาชาติ บางกอก อาร์ต เบียนนาเล่ ปี 2022
- เทศกาลงานออกแบบกรุงเทพฯ 2566 (Bangkok Design Week 2023)
- โครงการ Clay Craft Carnival
- โครงการ K-BATTLE SUMMER HIPHOP FESTIVAL 2023 (K-BATTLE 2023)
- งาน Bangkok International Performing Arts Meeting 2023 (BIPAM2023)
- งาน Unfolding Bangkok
- Isan Creative Festival
- Thailand Toy Expo 2023
- งานเทศกาลศิลปะ Mango Art Festival 2023
- โครงการซินิฮาร์ลฟมาราธอนจันทบุรี 2023
- งานแข่งขันวิ่งประเภทถนน รายการ “ KHONKAEN 21” ประจำปี 2566
- งานวิ่งซูเปอร์สปอร์ต ลาгуน่า ภูเก็ต มาราธอน 2566
- Thailand Coffee Fest 2023
- Bangkok International Digital Content Festival 2023
- My Little Owl 2023
- Bangsaen10
- Scenic Half Marathon Krabi 2023
- TGU 2023

3.2 สนับสนุนส่งเสริมการขายและการตลาดสำหรับกลุ่มประเทศ CLMV & GMS จำนวน 2 งาน มีผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติ จำนวน 102 คน ประเมินการรายได้จากการเจรจาธุรกิจ 6,732 ล้านบาท

- Logistics Automation Expo & Cold Chain Exhibition 2023
- Asia Fashion (Thailand) Show

3.3 ยกระดับงานแสดงสินค้าในประเทศ ระดับภูมิภาค Empower Thailand Exhibition (EMTEX) จำนวน 7 งาน ได้แก่

- งาน Smart Business expo 2022 จัดขึ้นระหว่างวันที่ 5 – 10 ตุลาคม 2565
- งาน AGROFEX 2022 จัดขึ้นระหว่างวันที่ 1 – 4 ธันวาคม 2565 ณ จังหวัดนครราชสีมา
- งานเกษตรภาคเหนือ Northern Agri CMU expo 2022 จัดขึ้นระหว่างวันที่ 1 – 12 ธันวาคม 2565 ณ จังหวัดเชียงใหม่
- งาน Fruit innovation Fair 2022 จัดขึ้นระหว่างวันที่ 8 – 11 ธันวาคม ๒๕๖๕ ณ จังหวัดจันทบุรี
- งาน Thai Rice Expo 2022 จัดขึ้นระหว่างวันที่ 23 – 25 ธันวาคม 2565 ณ จังหวัดร้อยเอ็ด
- Automation Expo 2023
- Halal Products and Exhibition 2023: World HAPEX 2023 ณ ศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ ๖๐ ปี มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ อ่าเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

3.4 บูรณาการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ EEC

- จัดกิจกรรมนิทรรศการแสดงศักยภาพและงานแสดงสินค้า S-CURVE ในพื้นที่ EEC ผู้เข้าร่วมงานระหว่างวันที่ 6-8 กันยายน 2566 จำนวน 5,768 คน แบ่งออกเป็นผู้เข้าร่วมงานคนไทย จำนวน 5,672 คน และผู้เข้าร่วมงานต่างชาติ จำนวน 96 คน

3.5 ยกระดับการเชื่อมโยงความร่วมมือที่เชื่อมโยงเศรษฐกิจการท่องเที่ยว ผ่านการจัดกิจกรรมไมซ์ จำนวน 4 งาน ได้แก่

- BIAL TOURISM & MICE BUSINESS MATCHING & งาน TITF
- GTEC Roadshow 2023 ก่อให้เกิด Business Matching จำนวน 54 ราย Established Turnover จำนวน 61,124,328 บาท
- One Belt One Road MICE Business Roadshow 2023 ใน 3 จังหวัด ได้แก่ เชียงราย – พิษณุโลก – กรุงเทพฯ ซึ่งก่อให้เกิดการเจรจาธุรกิจ เชียงราย 264 คู่ธุรกิจ / พิษณุโลก 244 คู่ธุรกิจ / กรุงเทพฯ 1,044 คู่ธุรกิจ รวมมูลค่าการซื้อขาย 25.5 ล้านบาท
- CVTEC MICE BUSINESS ROADSHOW ก่อให้เกิดการเจรจาจับคู่ธุรกิจ 60 คู่

4. สนับสนุนการจัดงานไมซ์ในประเทศเพื่อกระจายรายได้ลงสู่ภูมิภาค

4.1. สนับสนุนกิจกรรมภายใต้แคมเปญประชุมเมืองไทย เร่งสร้างเศรษฐกิจไทย

- กิจกรรมจัดประชุมองค์กรและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลในประเทศ ผู้เข้าร่วม 39,270 คน
- กิจกรรมการจัดประชุมวิชาการในประเทศ (Conventions) ผู้เข้าร่วม 37,830 คน
- สื่อสารประชาสัมพันธ์และจัดกิจกรรมการตลาดโครงการ กิจกรรมแถลงข่าว จัดกิจกรรม Roadshow และ workshop แก่กลุ่มเป้าหมายในแต่ละภูมิภาค ได้แก่ สงขลา ขอนแก่น อุดรธานี พิษณุโลก และเชียงใหม่

4.2. สนับสนุนการจัดงานแสดงสินค้าภายในประเทศ (Domestic Exhibition) จำนวน 8 งาน ได้แก่

- งาน E-San International Auto Expo ครั้งที่ 4
- งาน Lab Future & Bio Expo 2022
- Esan Coffee Fair 2023
- Wellness & Travel Fair 2023
- เกษตรนเรศวร ครั้งที่ 18 (NAI EXPO 2023)
- Andaman Hotelier 2023
- Krabi Food & Hotel Expo 2023
- Chiangmai Coffee Week 2023

4.3. สนับสนุนส่งเสริมกิจกรรมไมซ์ร่วมกับหน่วยงานภาคี (Alliance Support) จำนวน 18 งาน ได้แก่

- งานสัมมนา “ปรับกลยุทธ์ พิชิตธุรกิจ ด้วยการจัดงานอย่างยั่งยืนและการลดโลกร้อน”
- งาน HR TECH ของ สมาคมการจัดการงานบุคคลแห่งประเทศไทย PMAT
- งาน “ATTA ครบรอบ 55 ปี”
- งานเทศกาลจริงใจ ม่วนม่วน มาร์เก็ต
- งานเชียงใหม่ที่เดียวกินเที่ยวประชุม
- กิจกรรมประชุมเพื่อเพิ่มศักยภาพในสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศและส่งเสริมให้ผู้ประกอบการนำเที่ยวที่ให้บริการรองรับตลาด MICE
- กิจกรรมหลักสูตรพัฒนาองค์ความรู้ไมซ์ สำหรับผู้บริหารภาครัฐ รุ่น 4
- กิจกรรมไมซ์ร่วมกับหน่วยงานภาคี แก่มูลนิธิสังคมสุขใจ ณ สวนสามพราน จังหวัดนครปฐม
- งานสัมมนาหอการค้าทั่วประเทศครั้งที่ 40
- MICE for all Thailand Friendly Design Expo 2022

- เทศกาลท่องเที่ยวพิพิธภัณฑน์ในยามค่ำคืน Night at the Museums
- สนับสนุนบุรุษอาหารในงาน “ATTA ครบรอบ 55 ปี”
- สนับสนุนกิจกรรม Chef’s Table เมืองพริบพรี
- ประชุมสมาชิกสัจจอร์ของสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ
- กิจกรรมไมซ์ร่วมกับมูลนิธิสังคัมสุขใจ
- ISAN MICE EXPO 2023
- ผ้าไหมอีสานสู่สากล
- The 1st SE FUND Forum and Fundraising: Bigger roles, Wider opportunities

5. จัดตั้งตัวแทนการตลาดในต่างประเทศและการดำเนินกิจกรรมการตลาดของตัวแทน (Overseas Marketing Representatives) โดยสามารถจัดหาจำนวนงานและจำนวนกลุ่มเป้าหมายที่มีศักยภาพที่คาดว่าจะเข้ามาจัดในประเทศไทยทั้งสิ้น 570 Leads งาน

- ตลาดการจัดประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล (MI) จำนวน 505 Lead งาน
- ตลาดการจัดประชุมนานาชาติ (CV) ในต่างประเทศ จำนวน 46 Lead งาน
- ตลาดการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (EX) จำนวน 19 Leads งาน

6. กิจกรรมการตลาดเพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้จัดงานในต่างประเทศ สร้างโอกาสทางการตลาดของประเทศไทยในเวทีสากล ได้แก่

- กิจกรรม TICA Destination Update for Meetings & Conventions (TDU for Meetings & Conventions)
- กิจกรรม Networking Function at IMEX America
- จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ในงาน Money20/20 Asia
- สร้างเครือข่ายความร่วมมือกับองค์กรต่างชาติ (Social Sharing) ผ่านการเป็นสมาชิกสมาคม SITE
- พัฒนามาตรฐานงานแสดงสินค้านานาชาติของประเทศไทย (Exhibition Audit) ตรวจสอบและรับรองจำนวนผู้เข้าร่วมงานและพื้นที่การจัดงานให้ได้ตรงตามมาตรฐานสากลของงานแสดงสินค้าโลก จำนวน 1 งาน คือ Thailand International Boat Show 2023
- เทรดโชว์ IMEX Frankfurt 2023 โดย MI และ CV สามารถหาจำนวนงานที่คาดว่าจะเข้ามาจัดในประเทศไทย (Leads) 124 งาน ประมาณการจำนวนนักเดินทาง (MI Visitors) 66,991 ราย ประมาณการรายได้ 4,421 ล้านบาท
- การตลาดเชิงรุกกับเครือข่ายพันธมิตรผ่านงาน Thailand Incentive and Meeting Exchange (TIME) สามารถหาจำนวนงานที่คาดว่าจะเข้ามาจัดในประเทศไทย (Leads) 19 งาน ประมาณการจำนวนนักเดินทาง (MI Visitors) 5,382 ราย ประมาณการรายได้ 355 ล้านบาท

- สร้างการรับรู้ตลาดกลุ่มประเทศ GMS (Familiarization Trip / Familiarization with Partners) สามารถหาจำนวนงานที่คาดว่าจะเข้ามาจัดในประเทศไทย (Leads) 37 งาน ประเมินการจำนวนนักเดินทาง (MI Visitors) 3,270 ราย ประเมินการรายได้ 216 ล้านบาท
- กิจกรรมส่งเสริมการขาย (GMS Roadshow/Sales Mission) สามารถหาจำนวนงานที่คาดว่าจะเข้ามาจัดในประเทศไทย (Leads) 66 งาน ประเมินการจำนวนนักเดินทาง (MI Visitors) 7,064 ราย ประเมินการรายได้ 466 ล้านบาท
- กิจกรรม Australia Roadshow 2023 ณ ประเทศออสเตรเลีย โดย MI และ CV สามารถหาจำนวนงานที่คาดว่าจะเข้ามาจัดในประเทศไทย (Leads) 26 งาน ประเมินการจำนวนนักเดินทาง (MI Visitors) 5,400 ราย ประเมินการรายได้ 356 ล้านบาท
- กิจกรรมเข้าร่วมเป็นพันธมิตรสนับสนุนการจัดงาน Thailand Travel Mart Plus (TTM+) เพื่อทำตลาดเชิงรุกร่วมกับเครือข่ายพันธมิตร (Business Sharing)
- กิจกรรม TCEB Networking Dinner กับผู้จัดงานแสดงสินค้านานาชาติของสาธารณรัฐฝรั่งเศส เพื่อนำเสนอข้อมูลของประเทศไทย และประชาสัมพันธ์ถึงความพร้อมของประเทศไทยในฐานะศูนย์กลางงานแสดงสินค้านานาชาติแห่งภูมิภาคอาเซียนในสาธารณรัฐฝรั่งเศส
- กิจกรรมสร้างโอกาสทางการขายให้กับผู้ประกอบการผ่าน Thailand MICE Roadshow in India 2023 ณ เมืองมุมไบและเมืองนิวเดลี โดยสามารถหางานที่คาดว่าจะมาจัดในประเทศไทยในอนาคตรวมทั้งสิ้น (MI Leads) 54 งาน ประเมินการจำนวนนักเดินทาง (MI Visitors) 47,480 ราย ประเมินการรายได้ที่คาดว่าจะได้รับ 3,134 ล้านบาท และ Thailand MICE Roadshow in China 2023 ณ กรุงปักกิ่ง โดยสามารถหางานที่คาดว่าจะมาจัดในประเทศไทยในอนาคตรวมทั้งสิ้น (MI Leads) 54 งาน ประเมินการจำนวนนักเดินทาง (MI Visitors) 53,306 ราย ประเมินการรายได้ที่คาดว่าจะได้รับ 3,518 ล้านบาท
- กิจกรรม TCEB's Business Forum in Vietnam และ กิจกรรม One on One Meeting in CLMV & GMS โดยสามารถหางานที่คาดว่าจะมาจัดในประเทศไทยในอนาคตรวมทั้งสิ้น (Leads) 108 งาน และ 16 นัดหมาย
- จัดกิจกรรม Best Practice Sharing for Trade Shows in Thailand เพื่อให้ผู้ประกอบการและเจ้าหน้าที่ สสพ. ได้ทราบถึงข้อมูลภาพรวมและข้อมูลเชิงลึกในอุตสาหกรรมการแสดงสินค้านานาชาติ ของตลาดเอเชียและตลาดยุโรป เพื่อนำไปปรับใช้ในธุรกิจหรือนำไปวางแผนรวมถึงการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน ที่จะจัดงานแสดงสินค้าใหม่เข้ามาจัดในประเทศไทย

- จัดกิจกรรม Business Forum ภายใต้กิจกรรม Thailand MICE Roadshow in China 2023 โดยสามารถหางานที่คาดว่าจะมาจัดในประเทศไทยในอนาคตรวมทั้งสิ้น (Potential Lead) ประมาณ 30 Leads

ยุทธศาสตร์ที่ 2 : ยกระดับความสามารถในการแข่งขันของจุดหมายปลายทาง ด้วยความหลากหลายของ อัตลักษณ์เชิงพื้นที่ และประสบการณ์ที่มีคุณค่า

ในปีงบประมาณ 2566 มีการดำเนินงานที่เน้นการยกระดับความสามารถในการแข่งขันของจุดหมายปลายทาง ด้วยความหลากหลายของอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ และประสบการณ์ที่มีคุณค่า ผ่านกิจกรรมการหลักที่สำคัญ ดังนี้

1. พัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจในพื้นที่ที่มีศักยภาพ ผ่าน 2 กิจกรรม

- บูรณาการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ: โหม้สร้างสรรค์
- สนับสนุนโหม้ซิติ์และเมืองที่มีศักยภาพในการทำตลาดเมือง (Destination Marketing) โดยใช้ยุทธศาสตร์กำหนดจุดขายเมืองจาก City DNA

2. งานด้านการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมโหม้ แบ่งออกเป็น

2.1 ด้านมาตรฐาน (Standard)

- ประชุม Mutual Recognition Arrangement on Tourism Professionals (MRA on TP)
 - Event Professionals - Regional Group Meeting ร่วมกับผู้แทนประเทศสมาชิกอาเซียน จัดขึ้นระหว่างวันที่ 6 – 8 ธันวาคม ๒๕๖๕ ณ จังหวัดเชียงใหม่
- จัดกิจกรรมสัมมนาการพัฒนามาตรฐานสมรรถนะขั้นพื้นฐานของบุคลากรอาเซียน (MRA on TP) สาขา Event Professionals เอาวัตถุประสงค์ไปต่อ event Professionals เพื่อสร้างการรับรู้และกระตุ้นให้บุคลากรโหม้ของไทย ได้เตรียมความพร้อมในการยกระดับมาตรฐานสมรรถนะสู่ระดับอาเซียน โดยมีผู้เข้าร่วมในรูปแบบปกติ จำนวน 17 คนและผ่านระบบออนไลน์ จำนวน 392 คน
- มาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย Thailand MICE Venue Standard (TMVS) โดยมีสถานประกอบการที่ผ่านการรับรอง จำนวน 151 แห่ง และเกณฑ์การประเมินด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย (2HY) จำนวน 23 คน และได้รับผลสำรวจความพึงพอใจของโครงการมากกว่าร้อยละ 90
- มาตรฐานสถานที่จัดงาน (ASEAN MICE Venue Standard - AMVS) โดยมีสถานประกอบการสมัครเข้ารับการประเมิน จำนวน 31 แห่ง และผ่านการประเมิน จำนวน 29 แห่ง แบ่ง

ออกเป็น Meeting Room จำนวน 20 แห่ง Exhibition Venue จำนวน 3 แห่ง และ Event Venue จำนวน 6 แห่ง

- ปรับปรุงคู่มือมาตรฐานสถานที่จัดงานอาเซียน (ASEAN MICE Venue Standard - AMVS) ประเภท Meeting Room

2.2 ด้านพัฒนา (Development) ผ่านกิจกรรมหลัก ได้แก่

- อบรมหลักสูตร “การเป็นผู้ประสานงาน (Liaison) มีอาชีพสำหรับงานอีเวนต์ระดับนานาชาติ อย่างเป็นทางการเบื้องต้น” จัดขึ้นระหว่างวันที่ 22 – 23 พฤศจิกายน 2565 ณ อาคารเอกาทศรถ มหาวิทยาลัยนเรศวร จังหวัดพิษณุโลก มีผู้เข้าร่วมจำนวน 245 คนโดยมีนักศึกษาจำนวน 92 คน และอาจารย์/บุคลากรทางการศึกษา/บุคคลทั่วไป จำนวน 156 คน
- โครงการพัฒนาและส่งเสริมสายอาชีพเครือข่ายภาคการศึกษาศูนย์ความเป็นเลิศด้านไมซ์ในประเทศไทยและการจัดประชุมวิชาการระดับชาติในด้านอุตสาหกรรมไมซ์ จัดขึ้นระหว่างวันที่ 21 – 22 ธันวาคม 2565 โรงแรมเซ็นทาราและคอนเวนชันเซ็นเตอร์ จังหวัดอุดรธานี มีผู้เข้าร่วม 258 คน โดยมีนักศึกษา/อาจารย์/บุคลากรทางการศึกษา/บุคคลทั่วไป จำนวน 255 คน และผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ จำนวน 3 คน
- จัดกิจกรรมอบรม Venue Management Course – VM ครั้งที่ 3 ณ จังหวัดอุดรธานี มีจำนวนบุคลากรที่ผ่านการอบรมหลักสูตร จำนวน 26 คน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้องค์ความรู้แก่บุคลากร ด้านการจัดงานไมซ์ ทั้งในส่วนของภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อเตรียมความพร้อมการรองรับการเป็นเจ้าภาพในการจัดงานพีชสวโลกในปี 2569
- จัดกิจกรรมอบรมหลักสูตร Certified in Exhibition Management (Week 1) มีผู้เข้าร่วมหลักสูตร 34 คน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อยกระดับอุตสาหกรรมไมซ์ โดยมุ่งเน้นพัฒนาบุคลากรและมาตรฐานผู้ประกอบการด้านการการบริหารจัดการงานแสดงสินค้า
- จัดกิจกรรมพัฒนา MICE Speaker Bureau มีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมทักษะการเป็นวิทยากรแก่ผู้เชี่ยวชาญด้านไมซ์ผู้ที่จะเป็นต้นแบบในการแบ่งปันความรู้และประสบการณ์ทั้งในเวทีระดับชาติและนานาชาติไปยังบุคลากรไมซ์ทุกภูมิภาค โดยมีผู้เข้าร่วมหลักสูตร Train the Trainer 30 คน และมี Alumni เข้าร่วมกิจกรรมวิทยากรเครือข่าย 17 คน รวมทั้งสิ้นมีผู้เข้าร่วมกิจกรรม 47 คน ทั้งนี้ สสปน. ได้สร้างวิทยากรเครือข่ายรุ่น 1-4 จำนวน 120 คน
- จัดกิจกรรมอบรมหลักสูตรผู้ประสานงานสำหรับการประชุมระดับนานาชาติอย่างเป็นทางการ (Certified Liaison Program)
- จัดกิจกรรมหลักสูตรด้าน Meetings และ/หรือ Events สำหรับผู้ประกอบการไมซ์ที่ผ่านหลักสูตร Event Design Certificate (EDC) จำนวน 20 คน

- สนับสนุนสมาคมไมซ์ในการพัฒนาทักษะเฉพาะทางสำหรับไมซ์ แก่สมาคม TICA เพื่อการพัฒนาและอบรมหลักสูตรเพื่อให้ความรู้ด้านการจัดการการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลอย่างมืออาชีพและพัฒนาบุคลากรในสายอาชีพ
- จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ระบบ MICE e-Learning โดยมีจำนวนผู้สมัครใหม่ระบบ MICE e-Learning 2,046 Unique Users (รวม 6,260 Unique Users)
- จัดกิจกรรมหลักสูตร Certified in Exhibition Management (Week 2) มีผู้เข้าร่วมอบรมทั้งสิ้น 31 คน เป็นชาวไทย 30 คน และพม่า 1 คน และมีผู้ผ่านการรับรองทั้งสิ้น 23 คน

2.3 ด้านการศึกษา (Academics) ผ่านกิจกรรมหลัก ได้แก่

- จัดกิจกรรม Thailand Future MICE Leaders Series จัดที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีผู้เข้าร่วมกิจกรรม 544 คน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างผู้นำเยาวชนรุ่นใหม่ผ่านกิจกรรมที่มุ่งการพัฒนาทักษะกระบวนการคิด (mindset) ทักษะความสามารถ (skillset) และชุดเครื่องมือ (toolset) เตรียมความพร้อมเข้าสู่สายอาชีพในอุตสาหกรรมไมซ์
- จัดกิจกรรมประชุมเชิงปฏิบัติการพัฒนาโมเดลการจัดการเรียนรู้ร่วมกับสถานประกอบการและสถานศึกษาเครือข่าย ในกลุ่มสายอาชีพไมซ์และการท่องเที่ยวรายได้ดี มีผู้เข้าร่วม 45 คน ในภาคใต้ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อได้กรอบแนวทาง และโมเดลการพัฒนาเส้นทางสายอาชีพไมซ์ของผู้สำเร็จการศึกษา เพื่อนำไปจัดการเรียนการสอนอาชีพศึกษาคุณภาพสูง
- จัดกิจกรรมอบรมหลักสูตรผู้ประสานงานสำหรับการประชุมระดับนานาชาติอย่างเป็นทางการ (Certified Liaison Program) มีนักศึกษาเข้าร่วมอบรมทั้งสิ้น 103 คน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาบุคลากรด้านภาษาอังกฤษ นำไปปฏิบัติงานจริงที่เกี่ยวข้องกับการประชุมพิธีการ และการรับรองบุคคลสำคัญชาวต่างชาติที่ร่วมการประชุมระดับนานาชาติในประเทศไทย
- จัดกิจกรรมรับรองมาตรฐานคุณวุฒิวิชาชีพไมซ์ 5 สาขาอาชีพ (อาชีพนักจัดการการจัดประชุม ระดับ 3-4-5) เพื่อผลักดันคุณวุฒิวิชาชีพสำหรับสมรรถนะบุคคล สาขาวิชาชีพธุรกิจการจัดประชุมและนิทรรศการ ด้านอาชีพนักจัดการการจัดประชุม แก่อุตสาหกรรมไมซ์ไทย
- จัดกิจกรรมอบรม Venue Management Course – VMC โดยมีจำนวนผู้เข้าร่วมงาน 38 คน จาก 26 หน่วยงาน และจัดกิจกรรมแนะนำ “หลักสูตรมาตรฐานรับรองคุณวุฒิวิชาชีพสำหรับบัณฑิตจบใหม่”
- พัฒนาระบบ MICE Career Platform: <https://miccareer.tceb.or.th/page/>
- จัดกิจกรรม ASEAN MICE Academic Cluster Program เพื่อขยายเครือข่ายพันธมิตรไปยังกลุ่มประเทศอาเซียน เพื่อมุ่งสู่การเป็นศูนย์กลางการศึกษาไมซ์ในอาเซียน (ASEAN MICE Education Hub)

- จัดกิจกรรม Thailand MICE Youth Challenge 2023 โดยมีผู้เข้าร่วมกิจกรรมรวมทั้งหมด 414 คน
- จัดกิจกรรมพัฒนาบุคลากรรุ่นใหม่สายอาชีพไมซ์ ผ่านเครือข่ายการศึกษาไมซ์นานาชาติ (iProgram 2023)

3. ส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรและอุตสาหกรรมไมซ์ไทย ผ่านกิจกรรมสำคัญ ดังนี้

3.1 สร้างการรับรู้และความเข้าใจบทบาทหน้าที่ และการบริการ สสปน.

- จัดกิจกรรมแถลงข่าว MOU สนับสนุนประเทศไทยเสนอตัวเป็นเจ้าภาพจัดงาน Expo 2028 Phuket Thailand ในวันที่ 25 มกราคม 2566
- จัดกิจกรรมแถลงข่าว ทีเส็บเปิดแผนยุทธศาสตร์ 5 ปี ในวันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2566
- จัดกิจกรรมแถลงข่าว การประชุมความร่วมมือกับภาคเอกชน ในการสนับสนุนการเสนอตัวเป็นเจ้าภาพจัดงาน Expo 2028 Phuket Thailand ในวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2566
- จัดกิจกรรมแถลงข่าว งานเปิดตัวโครงการประชุมเมืองไทย เร่งสร้างเศรษฐกิจไทย ในวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2566
- จัดกิจกรรมแถลงข่าวงาน MICE Techno Mart 2023 เมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2566
- จัดทำวารสารรู้งาน MICE Guru ฉบับที่ 28 ประจำเดือนมกราคม – กุมภาพันธ์ 2566 ในรูปแบบไฟล์ E-Book และ PDF
- สร้างการรับรู้สินค้าและบริการด้านไมซ์ในพื้นที่ภูมิภาค (Domestic Fam Trip) ณ จังหวัดชลบุรี - ระยอง
- งาน EEC MICE FAMTRIP เปิดประสบการณ์ไมซ์ เปิดมิติใหม่ในพื้นที่อีอีซี และพิธีเปิดงาน EEC Cluster Fair 2023 โดยมีมูลค่าข่าวเดือนกันยายน 59,195,020.00 บาท จำนวน 280 ชิ้นข่าว
- พัฒนาและ/หรือบริหารจัดการเนื้อหา เพื่อการสร้างภาพลักษณ์องค์กรและอุตสาหกรรมไมซ์ ทั้งในและต่างประเทศ
- รายงานและสรุปข่าวประชาสัมพันธ์
- งาน MICE DAY 2023 (26 เม.ย. 66) โดยมีผู้เข้าร่วมงาน (On-Site) ทั้งหมด 439 คน และมียอดผู้ชมผ่านทางออนไลน์ 3,500 views เกิดมูลค่าข่าว 67,460,655 บาท จากจำนวน 508 ชิ้นข่าว
- แถลงข่าว เปิดมิติใหม่ ส่งเสริมตลาดไมซ์ในประเทศ (12 มิ.ย. 66) ก่อให้เกิดมูลค่าข่าว 175,397,386.00 บาท จากจำนวน 1,180 ชิ้นข่าว
- ผลิตเอกสารประชาสัมพันธ์และการสื่อสารองค์กร จำนวน 10 ชิ้นงาน

- รายงานและสรุปข่าวประชาสัมพันธ์
- ผลิตสื่อเพื่อการสื่อสารภาพลักษณ์องค์กรและอุตสาหกรรมไมซ์ไทย

3.2 ส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรและอุตสาหกรรมไมซ์ไทย ผ่านกิจกรรมหลัก ได้แก่

- งาน Specialised Expo 2028 Phuket Thailand to BIE จำนวน 2 ชิ้นงาน
- เข้าร่วมกิจกรรมบูธประชาสัมพันธ์เคลื่อนที่ (TCEB POP UP BOOTH) งานวันมวยไทย วันที่ 4 – 6 กุมภาพันธ์ 2566 ณ อุทยานราชภักดิ์ อ.หัวหิน จ.ประจวบคีรีขันธ์
- จัดประชุมความร่วมมือกับภาคเอกชนสนับสนุนการเสนอตัวเป็นเจ้าของภาพจัดงาน Expo 2028 วันที่ 2 กุมภาพันธ์ 2566 ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์
- สนับสนุนงาน Honda LPGA Thailand 2023 วันที่ 23-26 กุมภาพันธ์ 2566 สนามกอล์ฟสยามคันทรีคลับ จ.ชลบุรี โดยใช้สื่อประชาสัมพันธ์ทางการตลาด อาทิ Backdrop Kangaroo, Counter, Roll (TCEB POP UP BOOTH)
- จัดกิจกรรมในรูปแบบคูหานิทรรศการประเทศไทย (Thailand Pavilion) จำนวน 1 ครั้ง ในงาน IMEX FRANKFURT 2023 ณ เมืองแฟรงค์เฟิร์ต สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี โดยผลสำรวจความพึงพอใจการบริหารจัดการคูหานิทรรศการ Thailand Pavilion (Booth Management) = 84.47%
- พัฒนาและบริหารจัดการสื่อดิจิทัลเพื่ออุตสาหกรรมไมซ์ไทย บริหารจัดการเว็บไซต์ และสื่อสังคมออนไลน์ : 2, 613,363 visitors/Views
- พัฒนาแผนและผลิตเพื่อการสื่อสารภาพลักษณ์องค์กรและอุตสาหกรรมไมซ์ไทย
- ส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรและอุตสาหกรรมไมซ์ไทยผ่านการซื้อสื่อในประเทศและต่างประเทศ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 : ขับเคลื่อนนวัตกรรมยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันไมซ์ไทยบนเวทีโลก

ในปีงบประมาณ 2566 มีการดำเนินงานขับเคลื่อนนวัตกรรมยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันไมซ์ไทยบนเวทีโลก ดังนี้

1. ยกระดับอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยนวัตกรรม (MICE Innovation)

1.1 การสนับสนุนการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีส่งเสริมความปลอดภัยและอำนวยความสะดวกเดินทางไมซ์ จำนวน 11 งาน ได้แก่

- Taste It All @ Ratchaprasong
- Intercare Asia 2022
- Thailand Smart City

- Asia International Hemp Expo 2022
- Intercare Asia 2022
- Thailand Smart City
- Asia International Hemp Expo 2022
- Automation Expo 2023
- Thailand Toy Expo
- Jewellery & Gem ASEAN Bangkok 2023
- Intermach 2023

1.2 การพัฒนานวัตกรรมและ Digital Service (แอปพลิเคชัน BlzConnect) เพื่อสนับสนุนการจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้แก่

- งาน SMART BUSINESS EXPO 2022
- งาน PATA Annual Summit 2022
- งานมหกรรมยานยนต์ E SAN International Auto Expo ครั้งที่ 4
- งาน NORTHERN AGRI CMU EXPO 2022

1.3 การจัดงาน MICE TechnoMart เพื่อนำเสนอเทคโนโลยีและนวัตกรรมสำหรับสร้างความเชื่อมั่นในการเข้าร่วมงานอย่างปลอดภัย โดยในงานมีการจับคู่ธุรกิจ จำนวน 217 คู่ และผู้เข้าร่วมงาน 234 คน

1.4 การปรับปรุงและบำรุงรักษาเว็บแอปพลิเคชันสำหรับการสนับสนุนงานไมซ์ (TCEB Online Financial Support) โดยมีงานขอรับการสนับสนุนผ่านระบบออนไลน์ จำนวน 544 งาน

1.5 การพัฒนาแพลตฟอร์ม Thai MICE Connect โดยเพิ่มบทวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า (Customer Journey Analysis) และมีจำนวนผู้เข้าชมตามจำนวนนับ Page views อยู่ที่ 911,720 Views และจำนวนผู้ใช้งานที่มีการเข้าใช้งานอย่างต่อเนื่อง โดยเป็นการเข้ามาใช้งานซ้ำๆ (Active User) อยู่ที่ 26,218 User ผลสำรวจความพึงพอใจของการใช้ระบบภาพรวมอยู่ที่ร้อยละ 85.21

2. ยกระดับอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยองค์ความรู้ที่สำคัญ (MICE Intelligence)

2.1 จัดทำบทวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า (Customer Journey Analysis) เพื่อศึกษาและติดตามพฤติกรรมการใช้งาน Thai MICE Connect

2.2 ศึกษาเจาะลึกอุตสาหกรรมเป้าหมายเพื่อขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ภูมิภาค (Industry Focused Report Update) เพื่อนำเสนออุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศให้กับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์ โดยเฉพาะกลุ่ม PEO ที่สามารถพัฒนาให้เกิดงานในอุตสาหกรรมนั้น ๆ ได้ในอนาคต

- 2.3 จัดทำเนื้อหาสำหรับผู้ประกอบการไมซ์ไทยหลังผลกระทบจากโควิด (MICE Outlook) เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลองค์ความรู้ของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์ เพื่อสามารถนำไปพัฒนาต่อยอดในการดำเนินธุรกิจได้
- 2.4 ศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจ (Economic Impact) ของอุตสาหกรรมไมซ์ ในประเทศไทยปี 2566 เพื่อใช้ตอบเรื่องการใช้ไมซ์เป็นเครื่องมือขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยและความคุ้มค่าของการมีอยู่ขององค์กร
- 2.5 สำรวจสถิติการจัดประชุม การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และการจัดงานแสดงสินค้า ในประเทศไทย ปี 2566 (MICE Statistics)
- 2.6 จัดทำดัชนีอุตสาหกรรมไมซ์ไทย (Thailand MICE Index) ปี 2566
- 2.7 ประเมินผลการดำเนินงานของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและ นิทรรศการ (360 Degree Evaluation)
- 2.8 สำรวจความพึงพอใจต่อการให้บริการของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ประจำปีงบประมาณ 2566
- 2.9 จัดทำรายงานสำคัญขององค์กรเพื่อนำเสนอต่อรองนายกรัฐมนตรีที่กำกับดูแล

ยุทธศาสตร์ที่ 4 : สร้างองค์การสมรรถนะสูงที่คล่องตัวและทันโลก

ในปีงบประมาณ 2566 มีการดำเนินงานที่เน้นการสร้างองค์การสมรรถนะสูงที่คล่องตัวและทันโลก ผ่านกิจกรรมหลักที่สำคัญ ดังนี้

1. พัฒนาด้านกลยุทธ์องค์กร ผ่านกิจกรรมหลัก ได้แก่

- 1.1 ทหารเรือแนวทางการดำเนินการ หลักการพิจารณาการจัดสรรงบประมาณ และค่าของบกลางกับสำนักงานงบประมาณ (สงป.)
- 1.2 จัดตั้งคณะทำงานยกระดับระบบคุณภาพตามเกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA4.0) ประจำปี 2566
- 1.3 เตรียมแผนงานเรื่องประเมินความคุ้มค่าองค์การมหาชน ประจำปี 2566
- 1.4 จัดกิจกรรมสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจบทบาท สสพน. ในการขับเคลื่อนการบรรลุเป้าหมายประเด็นการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ ภายใต้แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2566 - 2570 และยุทธศาสตร์องค์กร ผ่านกิจกรรม CSD Road Show ร่วมกับฝ่ายต่างๆ ภายใน สสพน.
- 1.5 ผลคะแนนระบบคุณภาพตามเกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ (PMQA4.0) ประจำปี 2566 คือ 460.21 คะแนน ซึ่งผลประเมินสูงกว่าปีก่อน

- 1.6 ผลคะแนนการประเมินตัวชี้วัดองค์กรตามเกณฑ์ ก.พ.ร. คือ 97.04 คะแนน
- 1.7 จัดทำรายงานผลการจัดทำห่วงโซ่ผลการดำเนินงาน (Result chain) และการวิเคราะห์บทบาทของ สสปน. ในระบบนิเวศ (Ecosystem) ที่ได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการ สสปน.
- 1.8 จัดให้มีแผน BCP เพื่อรองรับภาวะฉุกเฉินที่อาจเกิดขึ้น เพื่อให้องค์กรมีความพร้อมต่อการดำเนินงานและลดความเสียหาย และสัมมนาเชิงปฏิบัติการซักซ้อมแนวทางปฏิบัติการจัดการความเสี่ยงในสถานการณ์วิกฤติ

2. การพัฒนาระบบบริหาร ได้แก่

- 2.1 การปรับโครงสร้างองค์กร ของ สสปน. ให้สอดคล้องกับแนวทางการบริหารงานที่มีความคล่องตัวและบูรณาการระหว่างฝ่าย มีผลตั้งแต่ 1 กุมภาพันธ์ 2566
- 2.2 การจัดทำระบบบริหารคุณภาพ ISO9001:2015 เพื่อปรับปรุงกระบวนการทำงานภายใต้ฝ่ายบริหารตามมาตรฐานสากล

ยุทธศาสตร์ที่ 5 : พลิกโฉมไมซ์ไทยด้วยความยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ในปีงบประมาณ 2566 มีการดำเนินงานที่เน้นพลิกโฉมไมซ์ไทยด้วยความยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ผ่านกิจกรรมสำคัญ ดังนี้

1. เข้าร่วมงาน GCNT Forum 2022 โดยมี นายกรัฐมนตรี พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา เป็นประธานในงานใหญ่แห่งปี GCNT Forum 2022 และเป็นสักขีพยานในการประกาศเจตนารมณ์ของสมาชิก GCNT ร่วมกับผู้นาองค์กรสมาชิก GCNT ภายใต้แนวคิด Accelerating Business Solutions to Tackle Climate & Biodiversity Challenges
2. รับรองมาตรฐานการบริหารการจัดงานอย่างยั่งยืนประเทศไทย (Thailand Sustainable Event Management Standard: TSEMS) จำนวน 29 องค์กร
3. จัดกิจกรรมอบรมหลักสูตร "มืออาชีพด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน" และหลักสูตร "Sustainable Event Professional Certificate" (SEPC) ผู้ผ่านการอบรม จำนวน 31 คน ครอบคลุม 3 ภูมิภาค
4. จัดกิจกรรมยกระดับธุรกิจไมซ์สู่วิถีโลกไร้รอย (การอบรมการจัดงานแบบลดโลกร้อน) มีผู้ประกอบการเข้าร่วม 44 คน รวม 29 องค์กร
5. จัดกิจกรรมตรวจประเมินและรับรองมาตรฐานการบริหารการจัดงานอย่างยั่งยืนประเทศไทย (Thailand Sustainable Event Management Standard: TSEMS) มุ่งเป้าที่การกระจายไปสู่ MICE Supply Chain อื่นๆ ที่นอกเหนือจาก MICE Venue ที่มีสัดส่วนอยู่เป็นจำนวนมากที่สุดในขณะนี้ มีจำนวนองค์กรที่ผ่านการรับรองฯ 46 องค์กร

6. จัดกิจกรรม MICE Sustainability Executive Program and The Completion of SEPC โดยมีผู้ประกอบการเข้าร่วมจำนวน 31 คน เป็นชาวไทย 26 คนและชาวต่างชาติ 6 คน เพื่อพัฒนาทักษะและองค์ความรู้ของผู้ประกอบการไมซ์ด้านการจัดงานได้อย่างยั่งยืนและมีความรับผิดชอบต่อรูปแบบที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ
7. กิจกรรมจัดอบรมหลักสูตร "มืออาชีพด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน" (ออนไลน์)) มีผู้เข้าอบรมรวมทั้งสิ้น 124 คน (ผ่านการอบรม 122 คน)
8. จัดกิจกรรมอบรมผู้ประกอบการโครงการยกระดับธุรกิจไมซ์สู่วิกฤตโลกร้อน จำนวน 2 พื้นที่ที่มีผู้ประกอบการเข้าร่วมอบรม แบ่งเป็น กทม. จำนวน 44 คน 29 องค์กร และพัทยา จำนวน 24 คน 15 องค์กร รวมทั้งสิ้น 68 คน 44 องค์กร
9. เข้าร่วมโครงการ Global Destination Sustainability Movement โดยมีการนำส่งเมืองไมซ์ซิตี้จำนวน 2 เมืองคือ กทม. และสงขลา เพื่อเข้ารับการจัดอันดับเมืองที่มีศักยภาพในการจัดงานอย่างยั่งยืน หรือ Global Destination Sustainability Index

หมายเหตุ การคำนวณรายได้โดยใช้ Spending ต่อคนต่อทริปประจำปี 2566 จัดทำโดย ฝ่าย MICE Intelligence และนวัตกรรม ได้คำนวณจากข้อมูลดังนี้

- ตลาดไมซ์ต่างประเทศ ชาวต่างชาติ x 66,000 บาท
- ตลาดไมซ์ในประเทศ ชาวไทย x 3,300 บาท
- ตลาดเมกะอีเวนต์และเทศกาลนานาชาติ ชาวต่างชาติ x 55,000 บาท ชาวไทย x 4,800 บาท