

รายงานการกำกับติดตามการใช้จ่ายงบประมาณ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 รอบ 6 เดือน (1 ต.ค. 61-31 มี.ค. 62)

แผนงานบุคลากรภาครัฐ : 131.0797 ล้านบาท

หน่วย : ล้านบาท

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลงาน (31 มี.ค. 62)	งบประมาณ	ผลการใช้จ่าย (31 มี.ค. 62)	คงเหลือ
เป้าหมายหลักที่ 2 : พัฒนาประเทศด้วยนวัตกรรม				131.0797	66.4897	64.5900
ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานภายในขององค์กร				131.0797	66.4897	64.5900
กลยุทธ์ที่ 1 : ยกระดับศักยภาพบุคลากรของสสพ. ให้มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร				131.0797	66.4897	64.5900
ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับบุคลากร	เดือน	12	6	131.0797	66.4897	64.5900

แผนงานพื้นฐาน : 51.9340 ล้านบาท

หน่วย : ล้านบาท

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลงาน (31 มี.ค. 62)	งบประมาณ	ผลการใช้จ่าย (31 มี.ค. 62)	คงเหลือ
เป้าหมายหลักที่ 2 : พัฒนาประเทศด้วยนวัตกรรม				51.9340	42.7615	9.1725
ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานภายในขององค์กร				51.9340	42.7615	9.1725
กลยุทธ์ที่ 1 : ยกระดับศักยภาพบุคลากรของสสพ. ให้มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร				51.9340	42.7615	9.1725
งบบริหารสำนักงาน	เดือน	12	6	51.9340	42.7615	9.1725

แผนงานยุทธศาสตร์ : 580.4690 ล้านบาท

หน่วย : ล้านบาท

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลงาน (31 มี.ค. 62)	งบประมาณ	ผลการใช้จ่าย (31 มี.ค. 62)	คงเหลือ
รวม				580.4690	319.5671	260.9019
เป้าหมายหลักที่ 1 : สร้างรายได้				410.2910	214.5977	195.6933
ยุทธศาสตร์ที่ 1 : ขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไทยผ่านกลไกการจัดกิจกรรมไมซ์				272.3110	162.9113	109.3997
กลยุทธ์ที่ 1 : รักษา และยกระดับกิจกรรมไมซ์เดิมให้เติบโตอย่างมั่นคงและมีความยั่งยืน				205.7590	130.8682	74.8909
1. สนับสนุนการจัดงานในประเทศไทย (Event Support/Subsidy)				67.7230	43.5691	24.1539
1) สนับสนุนเพื่อผลักดันการเพิ่มปริมาณงานนักเดินทางกลุ่มลูกค้าองค์กรจากต่างประเทศ	ราย งานใหญ่ (งาน)	50,000 5	95,599 5	28.6900	6.2240	22.4660
2) สนับสนุนการจัดประชุมนานาชาติ	ราย	26,000	34,444	18.5250	17.5390	0.9860
3) สนับสนุนและยกระดับการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทย (Existing and Upgrade show)	งาน	20	7	20.5080	19.8061	0.7019
2. สนับสนุนเป็นเจ้าของจัดงาน				42.2300	29.3342	12.8958
1) สนับสนุนการเป็นเจ้าของจัดงาน IT&CMA & CTW Asia 2019	ผู้ประกอบการ (ราย) Lead (งาน) นัดหมาย (PSA)	60 52 520	0 0 0	26.0000	23.6847	2.3153
2) สนับสนุนการเป็นเจ้าของจัดงาน SITE Global Conference 2019	งาน	1	1	16.2300	5.6494	10.5806
3. เข้าร่วมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการสำหรับกลุ่มผู้เดินทางธุรกิจและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์ในต่างประเทศ (Trade Show)				3.9230	1.0216	2.9014
1) เข้าร่วมงานเทรดโชว์ในตลาดกลุ่มเป้าหมายการประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล (AIME, IT&CM China, IMEX Frankfurt, IMEX America, IBTM World)	งาน	5	2	2.4230	1.0216	1.4014
2) เข้าร่วมงานเทรดโชว์ในตลาดกลุ่มเป้าหมายการประชุมนานาชาติ (IMEX USA / IBTM World / IMEX Frankfurt)	งาน (Potential Leads)	15	0	1.5000	0.0000	1.5000

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลงาน (31 มี.ค. 62)	งบประมาณ	ผลการใช้จ่าย (31 มี.ค. 62)	คงเหลือ
4. จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด Road Show/Sale Mission/ Overseas activities ในตลาดเป้าหมายในต่างประเทศ				22.0297	12.3475	9.6822
1) สร้างโอกาสทางการขายให้กับผู้ประกอบการผ่านเวที Roadshow ด้านการประชุมและการเดินทาง เพื่อเป็นรางวัล (Australia / China/ Europe/ India)	งาน	4	2	5.4597	4.7287	0.7310
2) ส่งเสริมการตลาดเชิงรุกในกลุ่มประเทศเป้าหมายด้านการประชุมนานาชาติ Sales Mission (Asia / Long Haul)	ตลาด	2	1	2.3700	0.7777	1.5923
3) ดำเนินกิจกรรมการตลาดในประเทศและต่างประเทศในตลาดเป้าหมายด้านงานแสดงสินค้านานาชาติ Local Roadshow และ Sale Mission ในต่างประเทศ	ราย	60	14	4.0000	1.6626	2.3374
4) กิจกรรมการตลาดในต่างประเทศ Roadshow/ Sale Mission/Overseas activities ในตลาดเป้าหมายด้านการแสดงสินค้านานาชาติ - ประชาสัมพันธ์สัญจร (Roadshows) - ประชุมกลุ่มย่อย (One on One Meeting) - Sponsorship and Networking session - Business Forum	กิจกรรม	15	6	10.2000	5.1785	5.0215
5. จัดตั้งตัวแทนการตลาดในต่างประเทศและการดำเนินกิจกรรมการตลาดของตัวแทน (Overseas Marketing Representatives)				41.5866	35.9557	5.6309
1) จัดตั้งตัวแทนการตลาดด้านการประชุมและการเดินทาง เพื่อเป็นรางวัลในต่างประเทศ (Japan / India / China / Oceania / Europe/North America/Singapore)	ราย กิจกรรมการตลาด (งาน) ครั้ง (ประชุมประจำปี)	7 14 1	7 9 0	28.6000	26.2844	2.3156
2) จัดตั้งตัวแทนการตลาดในตลาดต่างประเทศสำหรับตลาดการประชุมนานาชาติ	งาน	24	3	8.9866	5.6713	3.3153
3) จัดตั้งตัวแทนการตลาดในต่างประเทศ (pay per performance) สำหรับตลาดงานแสดงสินค้านานาชาติ	new show leads	10	0	4.0000	4.0000	0.0000

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลงาน (31 มี.ค. 62)	งบประมาณ	ผลการใช้จ่าย (31 มี.ค. 62)	คงเหลือ
6. ทำการตลาดและประชาสัมพันธ์เพื่อกระตุ้นให้민ักเดินทางไม่ซ้ำมาเข้าร่วมงานมากขึ้น				15.0000	8.6402	6.3598
1) Thailand Incentive and Meeting Exchange - TIME	ลูกค้า (ราย) ผู้ประกอบการ (ราย)	30 100	0 0	7.5000	7.4429	0.0571
2) สร้างความเชื่อมั่นให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในศักยภาพของไทย Famtrip with Partners	งาน / ลูกค้า (ราย)	2/16	0	2.0000	0.6450	1.3550
3) Marketing Promotion (ส่งเสริมการตลาด ASEAN Privilege (Visitor Promotion) และโปรโมชั่น การตลาด Exhibiz in Market (Exhibitor Promotion))	คน ห้องพัก ตารางเมตร	400 200 800	128 0 180	5.5000	0.5523	4.9477
งบบุคลากร				13.2667		13.2667
กลยุทธ์ที่ 2 : สร้างกิจกรรมไม่ซ้ำใหม่เพื่อรองรับอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศร่วมกับหน่วยงาน ภาครัฐ				4.0000	1.6641	2.3359
7. สนับสนุนงานไม่ซ้ำเพื่อรองรับอุตสาหกรรมเป้าหมาย				4.0000	1.6641	2.3359
1) จัดตั้งผู้เชี่ยวชาญเพื่อดึงงานแสดงสินค้าใหม่ ICONIC 4.0	อุตสาหกรรมเป้าหมาย เพื่อศึกษาสำหรับการ ดึงงาน	2	2	4.0000	1.6641	2.3359
กลยุทธ์ที่ 3 : ขับเคลื่อนกิจกรรมไม่ซ้ำใหม่ตามความต้องการของตลาดกับศักยภาพและนโยบายของ ประเทศ				62.5520	30.3790	32.1730
8. สนับสนุนการประมูลสิทธิ์การจัดงานและการสร้างงานใหม่				28.0000	12.1206	15.8794
1) สนับสนุนการประมูลสิทธิ์งานประจํานานาชาติ (Bidding)	งาน	28	3	12.0000	1.0668	10.9332
2) สนับสนุนการจัดงานแสดงสินค้าใหม่ (New show)	งาน	8	5	11.0000	10.8269	0.1731
3) Bidding Fund	new show leads	10	7	5.0000	0.2269	4.7731

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลงาน (31 มี.ค. 62)	งบประมาณ	ผลการใช้จ่าย (31 มี.ค. 62)	คงเหลือ
9. ขยายตลาดและเพิ่มความต้องการการจัดงานในประเทศไทย				21.3000	12.8039	8.4961
1) บูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐในการประมูลสิทธิ์งานระดับ MEGA EVENT มาจัดที่ประเทศไทย (Bidding & Co-creation)	จำนวนงานที่เกิดขึ้นจากความร่วมมือในการประมูลสิทธิ์ (งาน)	2	1	9.1000	4.3196	4.7804
2) ยกระดับงานเมกะอีเวนต์ของไทยสู่สากล (Event Hybridization with World Event)	การร่วมลงทุนระหว่างผู้จัดงานเมกะอีเวนต์ของไทยและเมกะอีเวนต์ระดับโลก (งาน)	2	1	6.2000	3.3612	2.8388
3) พัฒนาศักยภาพงานอีเวนต์ของไทยให้เป็นเมกะอีเวนต์ระดับนานาชาติ	จำนวนงานที่ได้รับการตอบรับจากผู้เชี่ยวชาญหรือผู้มีชื่อเสียงในระดับสากลของอุตสาหกรรมเข้าร่วมงาน (งาน)	6	5	6.0000	5.1232	0.8768
10. จัดกิจกรรมการตลาดเชิงรุกร่วมกับเครือข่ายพันธมิตรในอุตสาหกรรมไมซ์				13.2520	5.4545	7.7975
1) ส่งเสริมการตลาดแบบมีส่วนร่วม Market Sharing (Social Sharing / Content Sharing / Business Sharing)	สมาคมต่างชาติ ครั้ง หน่วยงาน	5 4 1	3 1 1	3.1800	2.9031	0.2769
2) สร้างเครือข่ายพันธมิตรนานาชาติในวงการอุตสาหกรรมการประชุมนานาชาติ	ราย	60	20	2.0000	0.7138	1.2862
3) การตลาดเชิงรุกเพื่อสร้างภาพลักษณ์และสร้างโอกาสในด้านการประชุมนานาชาติของประเทศไทย	ราย	95	5	7.0000	1.8253	5.1747
4) สร้างความร่วมมือกับเครือข่ายพันธมิตรในอุตสาหกรรมการแสดงสินค้านานาชาติ	กิจกรรม	2	1	1.0720	0.0122	1.0598

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลงาน (31 มี.ค. 62)	งบประมาณ	ผลการใช้จ่าย (31 มี.ค. 62)	คงเหลือ
ยุทธศาสตร์ที่ 3 : ส่งเสริมการตลาด และภาพลักษณ์ไมซ์ของประเทศไทยและ สสพ.				137.9800	51.6864	86.2936
กลยุทธ์ที่ 1 : ส่งเสริมกิจกรรมทางการตลาด และสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยให้เป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ระดับนานาชาติ				119.4800	40.7462	78.7338
11. ส่งเสริมแบรนด์และการเป็นจุดหมายด้านไมซ์ของประเทศไทย				6.9650	0.0016	6.9634
1) พัฒนากลยุทธ์การตลาดอุตสาหกรรมไมซ์ประเทศไทย	แผนงาน	2	0	6.6650	0.0016	6.6634
	ครั้ง	1	0			
	คนครั้ง	3	0			
2) ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศร่วมกับสมาคมส่งเสริมการจัดประชุมแห่งเอเชีย (AACVB)	ครั้ง	1	0	0.3000	0.0000	0.3000
12. ผลិតสื่อส่งเสริมการตลาดและสร้างการรับรู้อุตสาหกรรมไมซ์ในและต่างประเทศ				51.6000	2.5521	49.0479
1) สร้างการรับรู้อุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ (Advertising & PR Campaign)	จำนวนคนรับรู้ (Industry Focus)	10,000,000	0	31.9000	1.7796	30.1204
	สื่อ (Global Mainstream Media)	1	0			
	จำนวนคนรับรู้ (Global Mainstream Media)	3,000,000	0			
	งาน (Media Sponsorship)	1	0			
	งาน (International PR)	3	0			
	งาน (Mass Media & PR)		0			

	จำนวนคนรับรู้ (Mass Media & PR)	2,950,000	0			
	งาน (International Media Familiarization)	1	0			
	สื่อ (International Media Familiarization)	20	0			

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลงาน (31 มี.ค. 62)	งบประมาณ	ผลการใช้จ่าย (31 มี.ค. 62)	คงเหลือ
2) ผลิตสื่อส่งเสริมการตลาดสำหรับตลาดในประเทศและต่างประเทศ	ชิ้นงาน (Artwork Development)	13	0	19.7000	0.7724	18.9276
	ชิ้นงาน (Artwork Adjustment)	120	0			
	ชิ้นงาน (Print Material)	7,000	0			
	ชิ้นงาน (Print Material)	20	0			
	ชิ้นงาน (ผลิตของที่ระลึก)	80,000	0			
	ชิ้นงาน ((M/C/MICE Cap Focus/Website)	50	0			
	ชิ้นงาน (Exhibition Focus)	40	0			
	ชิ้นงาน (Copy Writer, PR News, Speech, etc)	150	0			
	ชิ้นงาน (Domestic Focus)	30	0			
ครั้ง (เดินทาง)	8	0				

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลงาน (31 มี.ค. 62)	งบประมาณ	ผลการใช้จ่าย (31 มี.ค. 62)	คงเหลือ
13. จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด Trade Show				56.8150	37.9926	18.8224
1) กิจกรรมการตลาดประเทศไทย ภายในงานเทรดโชว์นานาชาติ	งาน (คูหาพิธีการ)	5	1	56.8150	37.9926	18.8224
	ร้อยละความพึงพอใจ	75	0.375			
	งาน (เช่าพื้นที่)	6	1			
	งาน (Visibility onsite)	3	1			
	งาน (Show Daily)	4	2			
	งาน (Opening Ceremony of IT&CMA/CTW)	1	0			
	ครั้ง (เดินทาง)	4	1			
14. พัฒนาประสิทธิภาพงาน Digital Marketing และการตลาดออนไลน์				4.1000	0.2000	3.9000
1) บริหารจัดการ Digital Platform	Viewership (International)	2,000,000	0	4.1000	0.2000	3.9000
	Viewership (Local)	1,000,000	0			
	ครั้ง	2	1			

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลงาน (31 มี.ค. 62)	งบประมาณ	ผลการใช้จ่าย (31 มี.ค. 62)	คงเหลือ
กลยุทธ์ที่ 2 : ปรับเปลี่ยนมุมมองขององค์กรภายนอกต่อบทบาทและภาพลักษณ์ของ สสพ.				18.5000	10.9402	7.5598
15. ส่งเสริมการตลาด และภาพลักษณ์ไมซ์ของประเทศไทยและสสพ.				18.5000	10.9402	7.5598
1) ส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรในและต่างประเทศ	<p>ครั้ง (สร้างการรับรู้ฯ)</p> <p>มูลค่าข่าวปชส (สร้างการรับรู้ฯ)</p> <p>ชิ้นงาน (ประชาสัมพันธ์)</p> <p>สื่อและผู้สนับสนุน</p> <p>รายชื่อ/สื่อและพันธมิตร</p> <p>ครั้ง (สรุปข่าว ประจำเดือน)</p> <p>(ชิ้น/ครั้ง) จำนวนข่าว ประชาสัมพันธ์ที่ส่งออก</p>	<p>6</p> <p>12</p> <p>36</p> <p>80</p> <p>100</p> <p>12</p> <p>18</p>	<p>9</p> <p>409 ลบ.</p> <p>70</p> <p>10</p> <p>0</p> <p>6</p> <p>9</p>	7.0575	2.7201	4.3374
2) เพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กร	<p>ชิ้นงาน(ที่เผยแพร่ ภายในองค์กร)</p> <p>ครั้ง (ที่เผยแพร่ฯ)</p> <p>ครั้ง (กิจกรรมสื่อสาร เพื่อสร้างการมีส่วนร่วม)</p> <p>ครั้ง (จัดจ้างผู้ ดำเนินงาน)</p>	<p>24</p> <p>6</p> <p>6</p> <p>1</p>	<p>36</p> <p>3</p> <p>7</p> <p>1</p>	1.6760	1.0774	0.5986
3) พัฒนาเนื้อหาและสื่อสร้างการรับรู้องค์กร	<p>ชิ้นงาน</p> <p>เล่ม</p>	<p>5</p> <p>6,000</p>	<p>7</p> <p>2,000</p>	2.2665	0.5100	1.7565
4) ส่งเสริมบทบาทและพันธกิจองค์กร	ชิ้นงาน	10	14	7.5000	6.6327	0.8673

	ครั้ง (ที่เผยแพร่สื่อ)	133	36		
	งาน สนับสนุน	1	3		

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลงาน (31 มี.ค. 62)	งบประมาณ	ผลการใช้จ่าย (31 มี.ค. 62)	คงเหลือ
เป้าหมายหลักที่ 2 : พัฒนาประเทศด้วยนวัตกรรม				146.5356	97.3847	49.1509
ยุทธศาสตร์ที่ 4 : เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์				109.0700	78.1401	30.9299
กลยุทธ์ที่ 1 : ยกระดับมาตรฐานผู้ประกอบการไมซ์ และโครงสร้างสนับสนุนไมซ์				46.8000	36.9183	9.8817
16. พัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์				23.8000	17.1668	6.6332
1) จัดหลักสูตรไมซ์ระดับนานาชาติ	หลักสูตร/คน หลักสูตร/คน	9/30 (CEM) 1/50 (CIS)	4/45 1/70	11.3366	6.9765	4.3601
2) สนับสนุนงบประมาณด้านการศึกษาและพัฒนาให้แก่หน่วยงานด้านไมซ์	หน่วยงาน	3	2	1.8000	1.1214	0.6786
3) พัฒนาหลักสูตรประกาศนียบัตรด้านไมซ์	หลักสูตร	1	1	1.0000	1.0000	0.0000
4) พัฒนาหลักสูตรด้านไมซ์มาตรฐานสากล (Meetings, Incentives, Conventions)	หลักสูตร	3	0	4.0000	2.9100	1.0900
5) ส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพการศึกษาด้านไมซ์ระดับภูมิภาค (MICE Academic Cluster)	ภูมิภาค คน	4 1,000	2 265	3.4634	3.4116	0.0518
6) พัฒนาศักยภาพผู้เชี่ยวชาญด้านไมซ์ (Train the Trainer)	คน	30	0	1.0000	0.9695	0.0305
7) เครือข่ายเยาวชนไมซ์สู่การเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ (MICE Student Chapter & MICE Start Up)	ภูมิภาค คน	3 500	1 493	1.2000	0.7778	0.4222
17. พัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์				23.0000	19.7515	3.2485
1) มาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย (Thailand MICE Venue Standard)	องค์กร องค์กร กิจกรรม	150 (TMVS) 10 (AMVS) 1	59 20 1	14.7000	11.5254	3.1746
2) พัฒนาองค์ความรู้ด้านมาตรฐานในอุตสาหกรรมไมซ์ (Venue Management Course)	คน	150	0	1.5500	1.5350	0.0150
3) ส่งเสริมผู้ประกอบการไมซ์ที่ได้รับมาตรฐานนานาชาติ	องค์กร	5	6	1.2500	1.1911	0.0589
4) พัฒนามาตรฐานงานแสดงสินค้านานาชาติของประเทศไทย	งาน	44	0	5.5000	5.5000	0.0000

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลงาน (31 มี.ค. 62)	งบประมาณ	ผลการใช้จ่าย (31 มี.ค. 62)	คงเหลือ
กลยุทธ์ที่ 2 : พัฒนาและส่งเสริมการใช้นวัตกรรมในการจัดงาน พัฒนาการองค์ความรู้และรูปแบบการจัดงาน				41.5500	32.5584	8.9916
18. พัฒนาการจัดงานด้านไม่ช้อย่างยั่งยืน				5.4000	2.7472	2.6528
1) พัฒนาผู้ประกอบการไม่ช้อย่างยั่งยืน	กิจกรรม/คน หลักสูตร/คน องค์กร	1/60 1/80 3	1/68 0/0 0	2.9000	1.1253	1.7747
2) รับรองมาตรฐาน Thailand Sustainable Event Management Standard	องค์กร	15	0	1.5000	1.4545	0.0455
3) ประชาสัมพันธ์ประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน	กิจกรรม	1	0	1.0000	0.1674	0.8327
19. สร้างสรรค์นวัตกรรมไมซ์ (MICE Intelligence & Innovation)				28.8900	23.2689	5.6211
1) พัฒนาเครื่องมือและ Digital Service เพื่อสนับสนุนการจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์	ระบบ/ร้อยละ ความสำเร็จของโครงการ	1/100	1/0	2.4000	1.8511	0.5489
2) ยกระดับการจัดงานแบบสมาร์ตไมซ์ด้วยนวัตกรรม (ร่วมกับเครือข่ายนวัตกรรมเช่น NIA การ incentivize ให้เกิดนวัตกรรมไมซ์)	โครงการต้นแบบ (โครงการ) นวัตกรรมใหม่ (นวัตกรรม)	1 2	0 0	4.5000	3.0263	1.4737
3) พัฒนานวัตกรรมเพื่อสนับสนุนการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล (BizConnect Application)	ความสำเร็จของการ พัฒนาระบบ (ร้อยละ) จำนวนผู้ใช้งาน (ดาวน์โหลด) สนับสนุนงานไมซ์ (งาน)	100 10,000 30	25 2,683 19	3.5000	3.3460	0.1540

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลงาน (31 มี.ค. 62)	งบประมาณ	ผลการใช้จ่าย (31 มี.ค. 62)	คงเหลือ
4) เสริมสร้างการวิจัยและพัฒนาเนื้อหาสำหรับ MICE Intelligence Center	รายงานบทวิเคราะห์ (ชิ้นงาน)	15	7	6.8550	5.5589	1.2961
	Infographic (ชิ้นงาน)	12	4			
	วิดีโอ	4	1			
	ร้อยละความพึงพอใจ ผู้อ่าน (ร้อยละ)	80	0			
5) จัดงานสัมมนา MICE Intelligence & Innovation Conference และแลกเปลี่ยนองค์ความรู้กับ หน่วยงานพันธมิตรทั้งในและต่างประเทศ	จำนวนผู้เข้าร่วมงาน (คน)	200	456	5.6850	4.3649	1.3201
	จำนวนรายงานข้อมูล สำคัญ (รายงาน)	1	1			
	กิจกรรมพัฒนาองค์ ความรู้ไม่เข้าร่วมกับ พันธมิตร (กิจกรรม)	7	6			
6) ต่อยอดทักษะความสามารถด้านดิจิทัลในองค์กร	ร้อยละความสำเร็จของ โครงการ	100	0	1.8000	1.5954	0.2046
	องค์กร	3	2			
7) Leading Innovation สำหรับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนเพื่อส่งเสริมนวัตกรรมในอุตสาหกรรมไมซ์	การจัดประชุมเชิง ปฏิบัติการ (ครั้ง)	1	1	4.1500	3.5262	0.6238
	รายงานด้านนวัตกรรม (Post-program report)	1	1			

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลงาน (31 มี.ค. 62)	งบประมาณ	ผลการใช้จ่าย (31 มี.ค. 62)	คงเหลือ
20) สํารวจข้อมูลเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์				7.2600	6.5423	0.7177
1) สํารวจความพึงพอใจต่อการให้บริการของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ประจำปีงบประมาณ 2562	รายงานผลการศึกษา (ฉบับ) แผนปรับปรุงการ ให้บริการ (แผนงาน) ผลการสำรวจองค์กรได้ คะแนนความพึงพอใจ ไม่น้อยกว่า (ร้อยละ)	3 1 80	1 1 0	1.5000	1.4500	0.0500
2) ปรับปรุงระบบจัดเก็บข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์และการจัดทำบัญชีประชาชาติด้านอุตสาหกรรมไมซ์ ปี 2562	ฉบับ (รายงาน)	6	1	5.0000	4.7700	0.2300
3) การพัฒนาประสิทธิภาพด้านวิจัยและพัฒนา	รายงาน	6	1	0.7600	0.3223	0.4377
กลยุทธ์ที่ 3 : ผลักดัน ยกระดับมาตรฐาน และปรับปรุงระเบียบที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ไทย				18.7200	6.6634	12.0566
21. ส่งเสริมและบริหารรัฐกิจวิสาหกิจ				18.7200	6.6634	12.0566
1) ประสานงานภาครัฐเพื่อการอำนวยความสะดวกทางการค้าและบริการอุตสาหกรรมไมซ์	ครั้ง	19	14	10.9000	5.1173	5.7827
2) Ease of Doing Business for MICE ตามยุทธศาสตร์การปฏิรูปของรัฐบาล	งาน	2	0	5.0000	0.0234	4.9766
3) อำนวยความสะดวกในการเข้าเมืองของนักเดินทางกลุ่มไมซ์ (MICE Lane)	งาน	160	96	2.8200	1.5227	1.2973
กลยุทธ์ที่ 4 : สร้างความร่วมมือกับเครือข่ายพันธมิตรผ่านแพลตฟอร์มไมซ์				2.0000	2.0000	0.0000
22. เสริมสร้างและพัฒนาความสัมพันธ์กับเครือข่ายและหน่วยงานพันธมิตรในอุตสาหกรรมไมซ์				2.0000	2.0000	0.0000
1) สนับสนุนกิจกรรมการตลาดสมาคมการค้าสินค้าไทย (TEA)	กิจกรรม	3	2	2.0000	2.0000	0.0000

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลงาน (31 มี.ค. 62)	งบประมาณ	ผลการใช้จ่าย (31 มี.ค. 62)	คงเหลือ
ยุทธศาสตร์ที่ 5 : พัฒนาประสิทธิภาพด้านบัญชี การเงิน และการงบประมาณ				37.4656	19.2446	18.2210
กลยุทธ์ที่ 1 : ยกระดับมาตรฐานผู้ประกอบการไม่ซ์ และโครงสร้างสนับสนุนไม่ซ์				37.4656	19.2446	18.2210
23. พัฒนาประสิทธิภาพด้านบัญชี การเงิน และการงบประมาณ				4.7475	1.4681	3.2793
1) ปรับปรุงกระบวนการและระบบบัญชีและการเงินอย่างต่อเนื่อง	ผู้สอบบัญชี/คน/เรื่อง	1/2/4	0/2/2	1.6000	0.5422	1.0578
2) เพิ่มประสิทธิภาพการจัดทำแผนงานและงบประมาณ	ร้อยละประสิทธิภาพ การจัดทำแผนและ งบประมาณเพิ่มขึ้น	80	0	3.1475	0.9259	2.2215
24. พัฒนาประสิทธิภาพด้านยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ แผนงาน และการติดตามประเมินผล				2.5516	1.7064	0.8452
1) พัฒนาประสิทธิภาพด้านยุทธศาสตร์ กลยุทธ์องค์กร	แผนงาน/ร้อยละ/คน/ รายงาน	1/4	1/3	0.7516	0.5876	0.1640
2) ยกระดับการบริหารความเสี่ยงองค์กร	แผนงาน/ ระดับการมีส่วนร่วมฯ	1/100	1/49	1.1000	0.9900	0.1100
3) ประเมินความคุ้มค่าของการดำเนินงานโครงการของ สสปน.	แผนงาน/ คน	1/50	1/0	0.7000	0.1288	0.5712

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลงาน (31 มี.ค. 62)	งบประมาณ	ผลการใช้จ่าย (31 มี.ค. 62)	คงเหลือ
25. พัฒนาการบริหารองค์กร				23.3666	11.0619	12.3047
1) ประชุมคณะกรรมการ และคณะอนุกรรมการ ประจำปีงบประมาณ 2562	ร้อยละ 70 ของ จำนวนการประชุมมี กรรมการเข้าร่วม ประชุมร้อยละ 80 ขึ้น ไปของจำนวนกรรมการ	70	0	7.1600	1.8385	5.3215
2) สนับสนุนการกำกับดูแลกิจการองค์การมหาชนของคณะกรรมการ คณะอนุกรรมการ และผู้บริหาร สสพ. ประจำปีงบประมาณ 2562	ครั้ง/หลักสูตร	3/2	0/0	4.6204	1.5030	3.1174
3) เพิ่มประสิทธิภาพสายงานบริหารภายในองค์กร และสนับสนุนกิจกรรมต่างๆเพื่อกระชับความสัมพันธ์ ระหว่าง สสพ.และหน่วยงานพันธมิตร ประจำปีงบประมาณ 2562	ครั้ง/งาน/วิดิทัศน์ (ครั้ง)	12/12/2	3/2/0	1.2572	0.5522	0.7050
4) เข้าร่วมงานเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักธุรกิจกลุ่มไมซีในประเทศและต่างประเทศ ประจำปี งบประมาณ 2562	งาน	10	9	3.0380	2.5903	0.4477
5) เพิ่มประสิทธิภาพและบูรณาการฐานข้อมูล ของส่วนงานกฎหมายและธรรมาภิบาล	เดือน/ระบบ	12/1	0/0	0.3660	0.0000	0.3660
6) พัฒนาและสนับสนุนการปฏิบัติงานด้านกฎหมายและธรรมาภิบาล	ฉบับ/ครั้ง	4/1	0/0	1.0000	0.2000	0.8000
7) พัฒนาบุคลากรด้านกฎหมายและธรรมาภิบาล	ครั้ง	2	0	0.1500	0.0000	0.1500
8) วางระบบธรรมาภิบาลเพื่อการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี	รายงาน (ฉบับ)	3	0	3.8750	2.5804	1.2946
9) พัฒนาประสิทธิภาพด้านกฎหมายของสำนักงาน				1.9000	1.7976	0.1024
26. พัฒนาการองค์กร				6.8000	5.0083	1.7917
1) จ้างเหมาบริการเพื่อดำเนินงานด้านจัดซื้อจัดจ้างส่วนกลางของ สสพ.	โครงการหรือกิจกรรม/ คน ร้อยละความพึงพอใจ	20 70	5 0	1.8000	1.5452	0.2548
2) พัฒนาบุคลากร	จำนวนพนักงานที่เข้า รับการพัฒนาบุคลากร (ฝึกอบรม)ไม่น้อยกว่า ร้อยละ	80	15.65	5.0000	3.4631	1.5369

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลงาน (31 มี.ค. 62)	งบประมาณ	ผลการใช้จ่าย (31 มี.ค. 62)	คงเหลือ
เป้าหมายหลักที่ 3 : กระจายรายได้และความเจริญในทุกภาคส่วนของสังคม				23.6424	7.5847	16.0577
ยุทธศาสตร์ที่ 2 : กระจายรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจของภูมิภาคผ่านอุตสาหกรรมไมซ์				23.6424	7.5847	16.0577
กลยุทธ์ที่ 1 : ยกระดับกิจกรรมไมซ์ในภูมิภาค เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในภูมิภาค				12.6840	5.2276	7.4564
27. เสริมสร้างการจัดงานไมซ์ภายในประเทศ				12.6840	5.2276	7.4564
1) สนับสนุนการจัดกิจกรรมไมซ์ภายในประเทศร่วมกับหน่วยงานภาคี (Alliance Support)	งาน หน่วยงาน	10 5	8 4	5.6840	2.3381	3.3459
2) สนับสนุนการจัดงานประชุมวิชาการภายในประเทศ (Domestic Convention)	งาน	10	5	1.1000	0.5086	0.5914
3) สร้างเครือข่ายความร่วมมือกับพันธมิตรเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ภายในประเทศ	ครั้ง	2	0	0.1000	0.0000	0.1000
4) Empower Thailand Exhibition	งาน	2	0	0.9000	0.6000	0.3000
5) สนับสนุนการยกระดับงานแสดงสินค้าภายในประเทศ (Upgrade)	งาน	7	2	4.9000	1.7809	3.1191
กลยุทธ์ที่ 2 : สร้างกิจกรรมไมซ์เพื่อลดความเหลื่อมล้ำในภูมิภาค				10.9584	2.3571	8.6013
28. สนับสนุนการจัดงานเพื่อกระจายรายได้				10.9584	2.3571	8.6013
1) สนับสนุนกระจายงานแสดงสินค้าไปยังภูมิภาค (Clone)	งาน	4	0	3.4000	0.0000	3.4000
2) สนับสนุนการสร้างงานแสดงสินค้าชิ้นใหม่ (New)	งาน	2	3	1.7000	0.7418	0.9582
3) สนับสนุนการจัดประชุมสัมมนาและศึกษาดูงานในโครงการพระราชดำริ (Royal Project) และชุมชน สหกรณ์	กรุ๊ป	10	3	0.3000	0.1200	0.1800
4) สร้างการรับรู้สินค้าและบริการด้านไมซ์ (Domestic FAM Trip)	ราย	90	0	3.2400	1.1770	2.0631
5) จัดทำบูธนิทรรศการร่วมกับกรมส่งเสริมสหกรณ์	รายงาน (ฉบับ)	1	0	0.3184	0.3184	0.0000
6) ออกบูธ MICE PAVILION ในงาน HR TECH	รายงาน (ฉบับ)	1	0	2.0000	0.0000	2.0000

แผนงานบูรณาการท่องเที่ยว : 66.1563 ล้านบาท

หน่วย : ล้านบาท

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลงาน (31 มี.ค. 62)	งบประมาณ	ผลการใช้จ่าย (31 มี.ค. 62)	คงเหลือ
เป้าหมายหลักที่ 2 : พัฒนาประเทศด้วยนวัตกรรม				66.1563	28.7208	37.4355
ยุทธศาสตร์ที่ 2 : กระจายรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจของภูมิภาคผ่านอุตสาหกรรมใหม่				66.1563	28.7208	37.4355
กลยุทธ์ที่ 1: ยกระดับกิจกรรมไมซ์ในภูมิภาค เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในภูมิภาค				66.1563	28.7208	37.4355
29. ส่งเสริมการจัดงานและกระจายรายได้สู่ภูมิภาค				25.6563	9.9643	15.6920
1) ยกระดับงานเด่นในไมซ์ซิตี้ (Flagship Events)	งาน	6	3	6.3563	3.3914	2.9649
2) ส่งเสริมและให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานอุตสาหกรรมไมซ์	ครั้ง	20	36	0.6650	0.5016	0.1634
3) ทำตลาด/การประชาสัมพันธ์/การสร้างเครือข่ายธุรกิจ และแสดงศักยภาพไมซ์ซิตี้ผ่านการเข้าร่วมงาน Tradeshow/Roadshow/Industrial Meetings ฯลฯ	งาน	8	6	3.5842	1.4206	2.1636
4) สร้างเวทีแลกเปลี่ยนผ่านกิจกรรมเชิงปฏิบัติการระหว่างไมซ์ซิตี้ เมืองที่มีศักยภาพ และสสพ. (MICE City Summit)	คน	30	40	2.7758	2.6758	0.1000
5) พัฒนาผลิตภัณฑ์ไมซ์ใหม่ในพื้นที่ไมซ์ซิตี้และเมืองที่มีศักยภาพ (7 Themes)	เมือง	10	0	5.0000	0.0000	5.0000
6) PATA Destination Marketing Forum 2019	งาน	1	0	5.0000	0.0000	5.0000
7) ศึกษาและจัดทำข้อมูลยุทธศาสตร์ของเมืองที่มีศักยภาพ (City Profile)	เมือง/ฉบับ workshop/ครั้ง	3 6	0 0	2.2750	1.9750	0.3000

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลงาน (31 มี.ค. 62)	งบประมาณ	ผลการใช้จ่าย (31 มี.ค. 62)	คงเหลือ
30. ส่งเสริมตลาดไมซีในประเทศและขยายตลาดกลุ่มประเทศ GMS/ CLMV/ SEZ				40.5000	18.7564	21.7436
1) สนับสนุนการยกระดับงานประชุมนานาชาติในพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจ (LIMEC)	งาน	1	0	2.1000	2.0000	0.1000
2) สนับสนุนส่งเสริมการเป็นศูนย์กลางและการประชุมสัมมนาในพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจ (Economic Corridor) และเขตเศรษฐกิจพิเศษ (SEZ) ภายใต้ยุทธศาสตร์อนุภูมิภาคกลุ่มน้ำโขง	งาน	4	0	11.4000	6.0108	5.3892
3) สนับสนุนการสร้างเครือข่ายไมซีผ่านบริษัทข้ามชาติในไทย (EXPAT)	งาน ราย	2 60	0 0	1.0000		1.0000
4) สนับสนุนและส่งเสริมการขายและการตลาดในกลุ่มประเทศอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง	ราย	10,000	4,465	7.0000	0.9100	6.0900
5) ส่งเสริมและสร้างการรับรู้ตลาดกลุ่มประเทศ CLMV (Fam trip)	ลูกค้า (ราย)	10	0	1.5000	0.2300	1.2700
6) ส่งเสริมการขายและการตลาดในกลุ่มประเทศ CLMV	ประเทศ ลูกค้า (ราย) ผู้ประกอบการ (ราย)	4 100 18	2 154 20	2.5000	0.6293	1.8707
7) จัดกิจกรรมการตลาดโรดโชว์ในกลุ่มประเทศ CLMV	งาน ความพึงพอใจ (ร้อยละ)	5 75	5 75	7.0000	6.8676	0.1324
8) แผนบูรณาการกลุ่มประเทศ GMS	งาน	3	3	4.1000	1.1056	2.9944
9) กิจกรรมการตลาดในต่างประเทศ	คน/นัดหมาย นัดหมาย/ Leads คน/ห้อง	120/60 8/2 400/200	82/43 0/0 196/188	3.9000	1.0032	2.8968

แผนงานบูรณาการพื้นที่ระดับภาค : 54.0000 ล้านบาท

หน่วย : ล้านบาท

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	ผลงาน (31 มี.ค. 62)	งบประมาณ	ผลการใช้จ่าย (31 มี.ค. 62)	คงเหลือ
เป้าหมายหลักที่ 2 : พัฒนาประเทศด้วยนวัตกรรม				54.0000	33.5620	20.4380
ยุทธศาสตร์ที่ 2 : กระจายรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจของภูมิภาคผ่านอุตสาหกรรมใหม่				54.0000	33.5620	20.4380
กลยุทธ์ที่ 1: ยกระดับกิจกรรมไมซ์ในภูมิภาค เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในภูมิภาค				54.0000	33.5620	20.4380
31. ส่งเสริมการบูรณาการภาค				54.0000	33.5620	20.4380
1) จัดเก็บข้อมูลด้านไมซ์ของภาคกลาง กรุงเทพมหานคร (MICE Intelligence)	ระบบ ร้อยละการยอมรับฯ	1 85	0 0	18.0000	13.5000	4.5000
2) จัดเก็บข้อมูลด้านไมซ์ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดขอนแก่น (MICE Intelligence)	ระบบ ร้อยละการยอมรับฯ	1 85	0 0	18.0000	13.0639	4.9361
3) จัดเก็บข้อมูลด้านไมซ์ของภาคใต้ จังหวัดภูเก็ต (MICE Intelligence)	ระบบ ร้อยละการยอมรับฯ	1 85	0 0	18.0000	6.9981	11.0019