

# แผนปฏิบัติการและแผนการใช้จ่ายงบประมาณ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2559

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ  
(องค์การมหาชน)



แผนปฏิบัติการและแผนการใช้จ่ายงบประมาณ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2559

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) : สสปน.

---

❖ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) : สสปน.

• จัดตั้งขึ้นตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2545 (ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 119 ตอนที่ 95 วันที่ 27 กันยายน 2545) เมื่อวันที่ 28 กันยายน 2545 โดยมีวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย สนับสนุนหรือจัดให้มีการนำเสนอศิลปะและวัฒนธรรมไทย อันเป็นการทำนุบำรุงศิลปและวัฒนธรรมไทย ให้บริการด้านความรู้และฝึกอบรมให้แก่เจ้าหน้าที่ของรัฐหรือประชาชนให้เกิดความชำนาญและทักษะเทียบเท่ามาตรฐานสากลเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว รวมทั้งเป็นศูนย์กลางข้อมูลด้านการจัดประชุมและนิทรรศการและให้ความรู้แก่ผู้ดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวให้เข้าใจในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ ภายใต้วัตถุประสงค์ดังกล่าวสำนักงานต้องมุ่งมั่นพัฒนาและเพิ่มศักยภาพของประเทศในการเป็นศูนย์กลางการจัดประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการนานาชาติ

• วิสัยทัศน์

“ประเทศไทยเป็นจุดหมายหลักในการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดแสดงสินค้าระดับโลกในภูมิภาคเอเชีย”

• พันธกิจ

1. เพิ่มรายได้เข้าประเทศไทย ซึ่งถือเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจผ่านอุตสาหกรรมไมซ์
2. สร้างศักยภาพทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมไมซ์ของไทยสู่การแข่งขันในตลาดโลก

- **ภารกิจ**

อำนาจหน้าที่ตาม พ.ร.ฎ. จัดตั้งสำนักงานฯ พ.ศ. 2545 (มาตรา 8)

1. กำหนดนโยบาย และมาตรการในการส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย
2. ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ธุรกิจการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย
3. เป็นตัวแทนของประเทศในการจัดทำข้อเสนอเพื่อขอรับเป็นเจ้าของภาพในการจัดงาน
4. เป็นศูนย์ข้อมูลและให้บริการข้อมูล รวมทั้งให้คำปรึกษาและคำแนะนำด้านการส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย
5. สนับสนุนหรือจัดการสัมมนาฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรเกี่ยวกับธุรกิจการจัดการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย
6. กำหนดมาตรฐานและรองรับคุณภาพของผู้ประกอบธุรกิจการจัดการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย
7. เป็นศูนย์ประสานงานและอำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบธุรกิจการจัดการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย
8. พัฒนาโครงการที่จำเป็นต่อการจัดการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย ภายใต้โครงการสนับสนุนจากทางรัฐบาล
9. ให้การสนับสนุนหน่วยงานต่างๆ ในการจัดการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย
10. กระทำการอื่นใดที่จำเป็นหรือต่อเนืองให้บรรลุวัตถุประสงค์ของสำนักงาน

## ❖ นโยบายรัฐบาล ยุทธศาสตร์ และกลยุทธ์

### • นโยบายรัฐบาล

1. การป้องกันและเชิดชูสถาบันพระมหากษัตริย์
2. การรักษาความมั่นคงของรัฐและการต่างประเทศ
3. การลดความเหลื่อมล้ำของสังคม และการสร้างโอกาสการเข้าถึงบริการของรัฐ
4. การศึกษาและเรียนรู้ การทะนุบำรุงศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม
5. การยกระดับคุณภาพบริการด้านสาธารณสุข และสุขภาพของประชาชน

### 6. การเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ

7. การส่งเสริมบทบาทและการใช้โอกาสในประชาคมอาเซียน
8. การพัฒนาและส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี การวิจัยและพัฒนา และนวัตกรรม
9. การรักษาความมั่นคงของฐานทรัพยากร และการสร้างสมดุลระหว่างการอนุรักษ์กับการใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืน
10. การส่งเสริมการบริหารราชการแผ่นดินที่มีธรรมาภิบาลและการป้องกันปราบปรามทุจริตและประพฤติมิชอบในภาครัฐ
11. การปรับปรุงกฎหมายและกระบวนการยุติธรรม

หมายเหตุ สสพ. มีแผนปฏิบัติการสอดคล้องกับนโยบายในข้อที่ 6

- **นโยบายการจัดทำแผนงานและงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2559**

ในปีงบประมาณ 2559 สสพ.ได้ดำเนินการจัดทำแผนงานและงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ 2559 ให้สอดคล้องกับนโยบายการจัดทำงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2559 ที่มีลักษณะเชิงบูรณาการ สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่สิบเอ็ด พ.ศ. 2555-2559 ที่มีแนวทางการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการที่มีศักยภาพ สามารถรองรับการเปิดเสรีทางการค้าและกระแสความต้องการของตลาดโลกในส่วนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการจัดประชุมและแสดงนิทรรศการนานาชาติ อีกทั้งเจตนารมณ์และนโยบายของคณะรักษาความสงบแห่งชาติในด้านการต่างประเทศที่ให้มีการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจให้ชาวต่างชาติมีความเชื่อมั่นในทุกระบบ เชื่อมโยงไปยังนโยบายรัฐบาลในการเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ

- **ยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ตามแผนแม่บทอุตสาหกรรมการจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติ พ.ศ.2555-2559**

ปีงบประมาณ พ.ศ. 2559 สสพ. มีแผนงานที่สอดคล้องกับทิศทางนโยบายของแผนแม่บทอุตสาหกรรมการจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติ พ.ศ. 2555-2559 ประกอบด้วยกลยุทธ์หลัก 3 เรื่อง ได้แก่ การดึงดูดงานเข้าประเทศ (WIN) การส่งเสริมภาพลักษณ์อุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย (PROMOTE) และการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย (DEVELOP) ครอบคลุม 8 ยุทธศาสตร์ 19 กลยุทธ์ เป็นแนวทางในการกำหนดโครงการและกิจกรรม ดังนี้

## 1. กลยุทธ์หลัก : การดึงดูดงานเข้าประเทศ (WIN)

ยุทธศาสตร์ที่ 1 รักษาตลาดเดิมและขยายตลาดเป้าหมาย

- กลยุทธ์ที่ 1.1 พัฒนารูปแบบและยกระดับงานประชุมและนิทรรศการแสดงสินค้าให้สอดคล้องกับแนวโน้มของอุตสาหกรรมและมาตรฐาน
- กลยุทธ์ที่ 1.2 ใช้ Mega Event เพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศ AEC และเอเชีย
- กลยุทธ์ที่ 1.3 ร่วมมือกับหน่วยงานรัฐในต่างประเทศเพื่อทำการตลาดและประชาสัมพันธ์เชิงรุก
- กลยุทธ์ที่ 1.4 สนับสนุนบทบาทของเอกชนให้มีส่วนร่วมในการดึงดูดงานอย่างต่อเนื่อง
- กลยุทธ์ที่ 1.6 สนับสนุนการขยายตลาดระดับบน (Luxury) และตลาดที่มีศักยภาพสูง (High Growth)

## 2. กลยุทธ์หลัก : การส่งเสริมภาพลักษณ์อุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย (PROMOTE)

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ผลักดันให้ประเทศไทยเป็น Top of Mind ของไมซ์ในเอเชีย

- กลยุทธ์ที่ 2.1 พัฒนาช่องทางการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ที่ตรงกลุ่มเป้าหมาย
- กลยุทธ์ที่ 2.2 ส่งเสริมการรับรู้ถึงความสำคัญอุตสาหกรรมไมซ์รวมถึงบทบาทศักยภาพของ สสปน. ให้เป็นที่รู้จักทั้งในและต่างประเทศ
- กลยุทธ์ที่ 2.4 สร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้จัดงานและกลุ่มนักท่องเที่ยว รวมถึงการจัดทำแผนสำรองเพื่อรับมือกับสถานการณ์ฉุกเฉินที่มีประสิทธิภาพ

### 3. กลยุทธ์หลัก : การพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมของประเทศไทย (DEVELOP)

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสนับสนุนอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศ (Domestic MICE) ให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง

- กลยุทธ์ที่ 3.1 เพิ่มมูลค่าและจำนวนนักท่องเที่ยวของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศ (Domestic MICE) ให้มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องผ่านการจัดงานในพื้นที่ต่างๆ ของแต่ละภูมิภาค

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาเมืองไมซ์ในการรองรับการเป็นผู้นำการจัดงานไมซ์ในภูมิภาค

- กลยุทธ์ที่ 4.1 เพิ่มจำนวนพื้นที่ในการจัดงานในแต่ละภูมิภาครวมถึงพัฒนาศักยภาพของพื้นที่เพื่อรองรับการเติบโตของกลุ่มลูกค้าในอุตสาหกรรมไมซ์

ยุทธศาสตร์ที่ 5 สร้างความแตกต่างและเพิ่มมูลค่าด้วยเศรษฐกิจสร้างสรรค์

- กลยุทธ์ที่ 5.2 พัฒนารูปแบบและกิจกรรมเพิ่มมูลค่าภายในประเทศ โดยเน้นใช้ทรัพยากรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ยุทธศาสตร์ที่ 6 พัฒนาขีดความสามารถโครงสร้างพื้นฐานอุตสาหกรรมไมซ์

- กลยุทธ์ที่ 6.1 กำหนดและยกระดับมาตรฐานและคุณภาพของการจัดประชุมและนิทรรศการ
- กลยุทธ์ที่ 6.2 บริหารจัดการระบบฐานข้อมูล และการวิจัยเพื่อการบริหารอุตสาหกรรม

- กลยุทธ์ที่ 6.3 เพิ่มขีดความสามารถและศักยภาพขององค์กร ผู้ประกอบการและบุคลากรให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล เพื่อเตรียมความพร้อมในการเข้าเป็นสมาชิก AEC
- กลยุทธ์ที่ 6.5 เพิ่มความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยผ่านการปรับปรุงกฎระเบียบให้มีความสะดวกในการจัดงานมากยิ่งขึ้น

#### ยุทธศาสตร์ที่ 7 เสริมสร้างความเข้มแข็งระหว่างเครือข่ายความร่วมมือทั้งในและต่างประเทศ

- กลยุทธ์ที่ 7.1 เสริมสร้างความร่วมมืออย่างบูรณาการระหว่างหน่วยงานภาครัฐ และเอกชนในประเทศอย่างต่อเนื่อง
- กลยุทธ์ที่ 7.2 เสริมสร้างความเข้มแข็งในการร่วมมือระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ระหว่างประเทศโดยเฉพาะใน AEC

#### ยุทธศาสตร์ที่ 8 การยกระดับศักยภาพและบทบาทของ สสปน.

- กลยุทธ์ที่ 8.1 พัฒนาระบบบริหารงานภายในองค์กร
- กลยุทธ์ที่ 8.2 พัฒนาระบบการบริหารทรัพยากรบุคคลภายในองค์กร



❖ เป้าหมายการดำเนินงานและงบประมาณ

จากยุทธศาสตร์การจัดสรรงบประมาณรายจ่ายประจำปี 2559 สสพ.ได้จัดทำแผนงานให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ โดยมีเป้าหมายดังนี้

- ยุทธศาสตร์** : **เร่งรัดวางรากฐานการพัฒนาที่ยั่งยืนของประเทศ**
- **แผนงาน** : **พัฒนาและเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวและบริการ**
  - **ผลผลิต** : **การจัดประชุม และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติในประเทศไทย**
  - **ตัวชี้วัดและเป้าหมาย**
    - 1) **เชิงปริมาณ** : **จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์เข้าประเทศไทย** 1,060,000 **คน**
    - 2) **เชิงคุณภาพ** : **รายได้จากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์** 92,000 **ล้านบาท**

- **งบประมาณ**

สสพ. ได้รับงบประมาณ จำนวน 1,029.5366 ล้านบาท ลดจากงบประมาณปี 2558 (1,086.2749 ล้านบาท) จำนวน 56.7383 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 5.22 เมื่อจำแนกงบประมาณตามลักษณะการใช้จ่าย มีรายละเอียด ดังนี้

1.	งบบริหารสำนักงาน		182.3666	ล้านบาท	(ร้อยละ 17.71)
2.	งบดำเนินงานตามภารกิจของ สสพ.		847.1700	ล้านบาท	(ร้อยละ 82.29)
	• WIN	490.8620	ล้านบาท	คิดเป็น	ร้อยละ 47.68
	• PROMOTE	176.9900	ล้านบาท	คิดเป็น	ร้อยละ 17.19
	• DEVELOP	179.3180	ล้านบาท	คิดเป็น	ร้อยละ 17.42

งบดำเนินงานตามภารกิจของ สสพ. จำนวน 847.1700 ล้านบาท ประกอบด้วย กลยุทธ์หลักที่สำคัญ ได้แก่ กลยุทธ์การดึงงานเข้าประเทศ (WIN) มีกิจกรรมสำคัญ คือ การสนับสนุนการจัดงานในประเทศไทย สนับสนุนการประมูลสิทธิ์การจัดงานในประเทศไทย การจัดตั้งตัวแทนการตลาดในต่างประเทศและการดำเนินกิจกรรมการตลาดของตัวแทน การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการสำหรับกลุ่มผู้เดินทางธุรกิจและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์ในต่างประเทศ อาทิ Trade Show, Road Show, Fam. Trip วงเงินรวม 490.8620 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 47.68 ของงบดำเนินงานตามภารกิจ รองลงมาได้แก่ กลยุทธ์ด้านการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย (DEVELOP) มีกิจกรรมสำคัญ ได้แก่ การยกระดับอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศ (Domestic MICE) การพัฒนาศักยภาพบุคลากรและมาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์ การพัฒนาระบบฐานข้อมูล การสำรวจสถิติด้านอุตสาหกรรมไมซ์ รวมถึงการประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการสร้างความสามารถในการแข่งขันและจุดแข็งในอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศ วงเงินรวม 179.3180 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 17.42 ของงบดำเนินงานตามภารกิจ สุดท้ายได้แก่ กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมภาพลักษณ์อุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย (PROMOTE) กิจกรรม

สำคัญ คือ การส่งเสริมตลาดอุตสาหกรรมไมซีในรูปแบบต่างๆ การโฆษณาประชาสัมพันธ์สร้างภาพลักษณ์ประเทศไทย วงเงินทั้งสิ้น 176.9900 ล้านบาท หรือร้อยละ 17.19 ของงบดำเนินงานตามภารกิจ

- **ความเชื่อมโยงของยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ กิจกรรมและงบประมาณ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2559**

การดำเนินงานของ สสพ. ปีงบประมาณ พ.ศ. 2559 อาศัยยุทธศาสตร์ 8 ยุทธศาสตร์ โดยมีกลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์ดังกล่าว รวม 19 กลยุทธ์ ตามแผนทิศทางนโยบายการดำเนินงานของ สสพ. เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมไมซีระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2555-2559) ซึ่งจัดทำขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายการจัดทำงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2559

ยุทธศาสตร์และกลยุทธ์เชื่อมโยงไปสู่โครงการและกิจกรรมตามแผนงานและนำไปสู่งบประมาณประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2559 จำนวน 1,029.5366 ล้านบาท โดยสามารถแสดงความเชื่อมโยงของยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ โครงการ/กิจกรรม และงบประมาณได้ดังตารางต่อไปนี้

ความเชื่อมโยงของยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ โครงการ กิจกรรม และงบประมาณ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2559

กลยุทธ์หลัก ยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของ สสป.*	โครงการ/กิจกรรม	หน่วย นับ	เป้าหมาย กิจกรรม	งบประมาณ (บาท)
งบประมาณรวม				1,029,536,600
กลยุทธ์หลักที่ 1 การดำเนินงานเข้าประเทศ (WIN)				490,862,000
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 1 :</b> รักษาตลาดเดิมและขยายตลาดเป้าหมาย				490,862,000
<u>กลยุทธ์ที่ 1.1</u> พัฒนารูปแบบและยกระดับงานประชุมและนิทรรศการแสดง สินค้าให้สอดคล้องกับแนวโน้มของอุตสาหกรรมและมาตรฐาน	<ol style="list-style-type: none"> <li>ส่งเสริมการตลาดเชิงรุก <ul style="list-style-type: none"> <li>ศึกษาตลาดที่มีศักยภาพเพื่อวางกลยุทธ์การตลาด</li> <li>จัดทำผลิตภัณฑ์/สื่อ/สิ่งพิมพ์เพื่อส่งเสริมการตลาดและสื่อสารการตลาดเฉพาะอุตสาหกรรมเป้าหมาย</li> </ul> </li> <li>สนับสนุนการจัดงานด้านงานแสดงสินค้าในประเทศไทย <ul style="list-style-type: none"> <li>ASEAN Rising 10 งาน/ Upgrade 25 งาน/ New shows 5 งาน</li> </ul> </li> <li>ศึกษาและคัดเลือกอุตสาหกรรมเป้าหมายที่มีศักยภาพในการจัดงานแสดงสินค้า</li> <li>สนับสนุนงานตามนโยบาย</li> </ol>	<p>ชิ้นงาน</p> <p>งาน</p> <p>รายงาน</p>	<p>4</p> <p>40</p> <p>1</p>	<p>8,640,000</p> <p>74,000,000</p> <p>9,000,000</p> <p>6,200,000</p>

กลยุทธ์หลัก ยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของ สสพ.*	โครงการ/กิจกรรม	หน่วย นับ	เป้าหมาย กิจกรรม	งบประมาณ (บาท)
<u>กลยุทธ์ที่ 1.2</u> ใช้ Mega Event เพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรม โมซีใน AEC และเอเชีย	5. สนับสนุนการจัดงานมหกรรมนานาชาติและเมะอีเว้นท์และจัดงานใหญ่ Mega Event <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ด้านการแสดงสินค้านานาชาติ 17 งาน และด้านการจัดประชุมและการ                ท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล 3 งาน คาดว่ามีผู้เข้าร่วมงาน 20,000 ราย</li> </ul>	งาน ราย	20 20,000	56,000,000
<u>กลยุทธ์ที่ 1.3</u> สนับสนุนบทบาทของเอกชนให้มีส่วนร่วมในการจัดงานอย่าง ต่อเนื่อง	6. จัดตั้งตัวแทนการตลาดในต่างประเทศและการดำเนินกิจกรรมการตลาดของตัวแทน (Overseas Marketing Representatives)  7. ดำเนินกิจกรรมการตลาดเชิงรุกร่วมกับ CVB หรือ Industry Partner ต่างๆ เช่น การ เข้าร่วมงาน, เป็นวิทยากร, การตลาดร่วมกับสมาคมต่างๆ เป็นต้น	ราย  ครั้ง ราย	13  5 10	44,000,000  12,500,000
<u>กลยุทธ์ที่ 1.4</u> สนับสนุนบทบาทของเอกชนให้มีส่วนร่วมในการจัดงานอย่าง ต่อเนื่อง	8. สนับสนุนการจัดงานในประเทศไทย <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ด้านการประชุมและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล 32,000 ราย และด้านการ                ประชุมนานาชาติ 100 งาน คาดว่ามีผู้เข้าร่วมงาน 35,000 ราย</li> </ul> 9. สนับสนุนการประมูลสิทธิงานประชุมนานาชาติ	ราย งาน งาน	67,000 100 20	90,000,000  12,000,000

กลยุทธ์หลัก ยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของ สสปน.*	โครงการ/กิจกรรม	หน่วยนับ	เป้าหมาย กิจกรรม	งบประมาณ (บาท)
	<p>10. สนับสนุนเพื่อเพิ่มจำนวนผู้เข้าร่วมงานประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ โครงการ <i>Visitor Promotion</i> และการส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์</li> <li>▪ จัดทำ <i>Promotion</i> ทางการตลาด (<i>Connect Business/ Be My Guest Plus/ Sponsorship/ TEA Marketing support</i>)</li> </ul> <p>11. การสนับสนุนการเป็นเจ้าภาพงาน MICE</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>Pitch for Boom</i></li> <li>▪ <i>3<sup>rd</sup> Thailand Domestic MICE Mart 2016</i></li> </ul>	<p>งาน</p> <p>กิจกรรม</p> <p>กิจกรรม</p> <p>ราย</p>	<p>10</p> <p>4</p> <p>5</p> <p>500</p>	<p>26,000,000</p> <p>11,500,000</p>

กลยุทธ์หลัก ยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของ สสปน.*	โครงการ/กิจกรรม	หน่วยนับ	เป้าหมาย กิจกรรม	งบประมาณ (บาท)
	<p>12. ส่งเสริมการตลาดอุตสาหกรรมไมซ์ โดยการเข้าร่วม Trade Show ในต่างประเทศพร้อมผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ AIME 2016    ▪ IT&amp;CM China 2016    ▪ IMEX 2016</li> <li>▪ IBTM China 2016    ▪ IMEX America 2016</li> <li>▪ IBTM World 2016</li> </ul> <p>13. จัดจ้างบริหารจัดการคูหาหนิทรรศการประเทศไทย</p> <p>14. จัดงาน Road Show ในต่างประเทศและในประเทศไทยพร้อมผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง</p> <p>15. จัดกิจกรรมการตลาด (Sale Mission)</p> <p>16. จัดกิจกรรมดูงานเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในศักยภาพและความพร้อมของประเทศไทย (Familiarization Trip/Inspection Trip)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ด้านการประชุมและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล 9 ครั้ง ด้านงานประชุมนานาชาติ 6 ครั้ง ด้านการแสดงสินค้านานาชาติ 5 ครั้ง และด้านส่งเสริมตลาดในประเทศจัดกิจกรรมสัมมนา และการสร้างการรับรู้ในพื้นที่ตะเข็บชายแดน</li> </ul>	<p>งาน</p> <p>งาน</p> <p>งาน</p> <p>ราย</p> <p>ราย/ จังหวัด</p>	<p>6</p> <p>7</p> <p>35</p> <p>182</p> <p>345 / 3</p>	<p>29,846,000</p> <p>21,000,000</p> <p>37,174,000</p> <p>17,530,000</p> <p>30,022,000</p>

กลยุทธ์หลัก ยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของ สสปน.*	โครงการ/กิจกรรม	หน่วยนับ	เป้าหมาย กิจกรรม	งบประมาณ (บาท)
	17. เสริมสร้างความร่วมมือจากภาคเอกชน <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>Meeting Industry Day</i></li> <li>▪ <i>Market Briefing</i></li> <li>▪ <i>สนับสนุนและพัฒนาอุตสาหกรรมการประชุมนานาชาติ</i></li> </ul>	ครั้ง / ราย	4 / 250	5,050,000
<u>กลยุทธ์ที่ 1.6</u> สนับสนุนการขยายตลาดระดับบน (Luxury) และตลาดที่มี ศักยภาพสูง (High Growth)	18. ระดมความคิดจากภาคเอกชน (Industry Hearing)	ครั้ง	2	400,000



กลยุทธ์หลัก ยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของ สสปน.*	โครงการ/กิจกรรม	หน่วยนับ	เป้าหมาย กิจกรรม	งบประมาณ (บาท)
กลยุทธ์หลักที่ 2 การส่งเสริม (PROMOTE)				176,990,000
ยุทธศาสตร์ที่ 2 : ผลักดันให้ประเทศไทยเป็น Top of Mind ของไมซ์ในประเทศเอเชีย				176,990,00
<p>กลยุทธ์ที่ 2.1</p> <p>พัฒนาช่องทางการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ที่ตรงกลุ่มเป้าหมาย</p>	<p>1. จัดทำกิจกรรมการตลาดในรูปแบบต่างๆ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ สร้างความรู้ถึงอุตสาหกรรมไมซ์ต่างประเทศ</li> <li>▪ พัฒนาแบรนด์และส่งเสริมภาพลักษณ์อุตสาหกรรมไมซ์ไทย</li> <li>▪ ส่งเสริมศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยสำหรับสื่อมวลชนต่างประเทศ</li> <li>▪ พัฒนาธุรกิจสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมไมซ์</li> <li>▪ ส่งเสริมการตลาดผ่านการจัดงานของสื่อต่างประเทศ</li> <li>▪ จัดทำรายงานและแผนกลยุทธ์การตลาด</li> <li>▪ ประชาสัมพันธ์เพื่อกระตุ้นให้มีคนมาร่วมจัดงานมากขึ้น</li> <li>▪ TCEB Call Center 1105</li> <li>▪ จัดทำธุรกิจออนไลน์สำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ (E-Marketing)</li> </ul>	โครงการ	9	132,345,000

กลยุทธ์หลัก ยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของ สสปน.*	โครงการ/กิจกรรม	หน่วยนับ	เป้าหมายกิจกรรม	งบประมาณ (บาท)
<p><u>กลยุทธ์ที่ 2.2</u></p> <p>ส่งเสริมการรับรู้ถึงความสำคัญอุตสาหกรรมไมซ์รวมถึงบทบาทศักยภาพของ สสปน. ให้เป็นที่รู้จักทั้งในและต่างประเทศ</p>	<p>2. รณรงค์ส่งเสริมการขายผ่านสื่อสารองค์กรในและต่างประเทศ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรในประเทศ</li> <li>▪ จัดกิจกรรมการตลาดสสปน.</li> <li>▪ สร้างการรับรู้ผ่านงาน <i>International Trade Show</i></li> <li>▪ ส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรในต่างประเทศ</li> <li>▪ สร้างความรับรู้ถึงอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศ</li> </ul>	กิจกรรม	5	40,125,000
<p><u>กลยุทธ์ที่ 2.4</u></p> <p>สร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้จัดงานและกลุ่มนักท่องเที่ยว รวมถึงการจัดทำแผนสำรองเพื่อรับมือกับสถานการณ์ฉุกเฉินที่มีประสิทธิภาพ</p>	<p>3. สร้างความเชื่อมั่นในความปลอดภัยในการใช้ประเทศไทยเป็นจุดหมายในการจัดงานไมซ์ภายใต้แคมเปญประเทศไทย</p>	ชิ้นงาน	10	4,520,000

กลยุทธ์หลัก ยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของ สสปน.*	โครงการ/กิจกรรม	หน่วยนับ	เป้าหมาย กิจกรรม	งบประมาณ (บาท)
กลยุทธ์หลักที่ 3 การพัฒนา (DEVELOP)				179,318,000
ยุทธศาสตร์ที่ 3 : การสนับสนุนอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศ (Domestic MICE) ให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง				23,470,000
<u>กลยุทธ์ที่ 3.1</u> การเพิ่มมูลค่าและจำนวนนักท่องเที่ยวของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศ (Domestic MICE) ในประเทศไทยให้มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องผ่านการจัดงานในพื้นที่ต่างๆ ของแต่ละภูมิภาค	<p>1. ส่งเสริม Domestic MICE</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ส่งเสริมการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการประชุมวิชาชีพฯ (Alliance Support)</li> <li>▪ ส่งเสริมตลาดการประชุมสัมมนา และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ภายในประเทศ D – MIC</li> <li>▪ กระตุ้นการจัดประชุมสัมมนาและการจัดกิจกรรมการขาย และการตลาด CLMVและเขตพื้นที่ตะเข็บชายแดน (TS/RS/Sales Mission)</li> </ul>	กิจกรรม	3	23,470,000

กลยุทธ์หลัก ยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของ สสพ. *	โครงการ/กิจกรรม	หน่วยนับ	เป้าหมายกิจกรรม	งบประมาณ (บาท)
ยุทธศาสตร์ที่ 4 :พัฒนาเมืองแห่งไมซ์ในการรองรับการเป็นผู้นำการจัดงานไมซ์ในภูมิภาค				20,000,000
<p><u>กลยุทธ์ที่ 4.1</u></p> <p>การเพิ่มจำนวนพื้นที่ในการจัดงานในแต่ละภูมิภาค รวมถึงพัฒนาศักยภาพของพื้นที่เพื่อรองรับการเติบโตของกลุ่มลูกค้าในอุตสาหกรรมไมซ์</p>	<p>2. ส่งเสริมด้านไมซ์ซิตี้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ คัดเลือกและพัฒนางานแสดงสินค้าในประเทศใหม่ๆจากอุตสาหกรรมที่เป็นจุดแข็งของประเทศ (ระยะกลาง-ยาว)</li> <li>▪ ยกระดับงานเด่นในไมซ์ซิตี้</li> <li>▪ ส่งเสริมและให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของอุตสาหกรรมไมซ์</li> <li>▪ ทำตลาด/การประชาสัมพันธ์/การสร้างเครือข่ายธุรกิจ และแสดงศักยภาพของไมซ์ซิตี้ผ่านการเข้าร่วม Trade Show/ RoadShow/ Networking/Industrial Meetings ฯลฯ</li> <li>▪ จัดทำ MICE City Summit (กรณีศึกษาพัฒนาให้เป็น City Bureau)</li> <li>▪ สนับสนุนไมซ์ซิตี้ในการศึกษา City DNA และ Core Competency / Competitiveness (ภูเก็ตและพัทยา)</li> </ul>	กิจกรรม	6	20,000,000

กลยุทธ์หลัก ยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของ สสปน.*	โครงการ/กิจกรรม	หน่วยนับ	เป้าหมายกิจกรรม	งบประมาณ (บาท)
ยุทธศาสตร์ที่ 5 :สร้างความแตกต่างและเพิ่มมูลค่าด้วยเศรษฐกิจสร้างสรรค์				4,000,000
กลยุทธ์ที่ 5.2 พัฒนารูปแบบและกิจกรรมเพิ่มมูลค่าภายในประเทศโดยเน้นการใช้ทรัพยากรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	3. พัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ MICE SUSTAINABILITY THAILAND	กิจกรรม	2	4,000,000
ยุทธศาสตร์ที่ 6 : พัฒนาขีดความสามารถโครงสร้างพื้นฐานอุตสาหกรรม MICE				73,190,000
กลยุทธ์ที่ 6.1 การกำหนดและยกระดับมาตรฐานและคุณภาพของการจัดประชุมและนิทรรศการ	4. ตรวจสอบเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ (Audit) 5. พัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์ <ul style="list-style-type: none"><li>▪ มาตรฐานระดับชาติและนานาชาติสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์</li><li>▪ มาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย Thailand MICE Venue Standard</li><li>▪ มาตรฐานสถานที่จัดงานอาเซียน ASEAN MICE Venue Standard</li></ul>	งาน  โครงการ	42  3	5,000,000  17,000,000

กลยุทธ์หลัก ยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของ สสปน.*	โครงการ/กิจกรรม	หน่วยนับ	เป้าหมาย กิจกรรม	งบประมาณ (บาท)
<p><u>กลยุทธ์ที่ 6.2</u></p> <p>การบริหารจัดการระบบฐานข้อมูลและวิจัยเพื่อการบริหารอุตสาหกรรม</p>	<p>6. สํารวจและจัดเก็บข้อมูลทางการตลาดอุตสาหกรรมไมซ์</p> <p>7. พัฒนาระบบฐานข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ MICE Intelligence Center และระบบ e-Library</li> <li>▪ สร้างเครือข่ายพันธมิตรด้านข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์</li> </ul>	<p>เรื่อง</p> <p>กิจกรรม</p>	<p>6</p> <p>2</p>	<p>16,500,000</p> <p>9,000,000</p>
<p><u>กลยุทธ์ที่ 6.3</u></p> <p>เพิ่มขีดความสามารถและศักยภาพขององค์กร ผู้ประกอบการ และบุคลากรให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากลเพื่อเตรียมความพร้อมในการเข้าเป็นสมาชิก AEC</p>	<p>8. พัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ MICE Academy &amp; Career Day</li> <li>▪ จัดหรือเป็นผู้ให้การสนับสนุนกิจกรรมพัฒนาทักษะด้านไมซ์ และเข้าร่วมงานการศึกษาด้านไมซ์ระดับนานาชาติ (Trade Education)</li> <li>▪ สนับสนุนงบประมาณด้านการศึกษาและพัฒนาให้แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์</li> </ul>	<p>กิจกรรม</p>	<p>3</p>	<p>25,490,000</p>

กลยุทธ์หลัก ยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของ สสปน.*	โครงการ/กิจกรรม	หน่วยนับ	เป้าหมาย กิจกรรม	งบประมาณ (บาท)
<u>กลยุทธ์ที่ 6.5</u> เพิ่มความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยผ่าน การปรับปรุงกฎระเบียบให้มีความสะดวกในการจัดงานมาก ยิ่งขึ้น	9. จัดประชุมย่อยเพื่อรวบรวมปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับ กฎระเบียบที่เกิดจากภาครัฐ	ครั้ง	2	200,000
<u>ยุทธศาสตร์ที่ 7 : เสริมสร้างความเข้มแข็งระหว่างเครือข่าย            ความร่วมมือทั้งในและต่างประเทศ</u>				24,168,000
<u>กลยุทธ์ที่ 7.1</u> การเสริมสร้างความร่วมมืออย่างบูรณาการระหว่างหน่วยงาน ภาครัฐและเอกชนในประเทศอย่างต่อเนื่อง	10. สนับสนุนกิจกรรมการตลาด สมาคมแสดงสินค้าไทย (TEA) 11. ส่งเสริมความร่วมมืออย่างบูรณาการระหว่างหน่วยงานพันธมิตร ภาครัฐและเอกชน 12. ส่งเสริมกิจกรรม Thai Team และ MICE Lane <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <i>ผนึกความร่วมมือพันธมิตรภาครัฐและเอกชน เพื่อส่งเสริม อุตสาหกรรมไมซ์ (Thai Team)</i></li> <li>▪ <i>ร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐเพื่อขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ สู่เวทีอาเซียน</i></li> <li>▪ <i>บริหารงาน MICE Lane รองรับนักท่องเที่ยวธุรกิจไมซ์</i></li> </ul>	ครั้ง  หน่วยงาน  กิจกรรม	2  6  3	700,000  5,800,000  13,618,000

กลยุทธ์หลัก ยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของ สสปน.*	โครงการ/กิจกรรม	หน่วยนับ	เป้าหมาย กิจกรรม	งบประมาณ (บาท)
<u>กลยุทธ์ที่ 7.2</u> เสริมสร้างความเข้มแข็งในการร่วมมือระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ระหว่างประเทศโดยเฉพาะใน AEC	13. เข้าร่วมเป็นสมาชิกและกิจกรรมการตลาดร่วมกับสมาคมต่างๆ	สมาคม	5	4,050,000
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 8 :</b> <b>การยกระดับศักยภาพและบทบาทของสสปน.</b>				<b>34,490,000</b>
<u>กลยุทธ์ที่ 8.1</u> การพัฒนากระบวนการบริหารงานภายในองค์กร	14. พัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานสารสนเทศ (IT Infrastructure) 15. พัฒนากลยุทธ์องค์กร <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ด้านแผนงานและจัดทำงบประมาณ</li> <li>▪ ด้านนโยบายและกลยุทธ์องค์กร</li> </ul> 16. พัฒนาด้านบัญชีและการเงิน <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ พัฒนาระบบงานด้านบัญชีและการเงิน</li> <li>▪ ตรวจสอบบัญชี</li> </ul> 17. พัฒนาด้านตรวจสอบภายใน	กิจกรรม โครงการ กิจกรรม	8 2 2	10,000,000 6,798,000 2,452,000 240,000



กลยุทธ์หลัก ยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของ สสพ. *	โครงการ/กิจกรรม	หน่วยนับ	เป้าหมาย กิจกรรม	งบประมาณ (บาท)
	18. การปฏิบัติงานของผู้บริหารและคณะกรรมการฯ ในการดำเนินโครงการ/กิจกรรมขององค์กร	กิจกรรม	5	15,000,000
<b>การบริหารสำนักงาน (ADMIN)</b>				<b>182,366,6000</b>
<u>กลยุทธ์ที่ 8.1</u> การพัฒนาระบบการบริหารงานภายในองค์กร	1. การบริหารจัดการสำนักงาน <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ ค่าใช้จ่ายประจำ</li> <li>▪ ค่าเช่าสำนักงาน/ค่าสาธารณูปโภค</li> </ul>			
<u>กลยุทธ์ที่ 8.2</u> พัฒนาระบบการบริหารทรัพยากรบุคคลภายในองค์กร	2. การบริหารทรัพยากรบุคคลภายในองค์กร <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ พัฒนองค์กรและบุคลากร</li> </ul>	กิจกรรม	5	