

# แผนปฏิบัติการและแผนการใช้จ่ายงบประมาณ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561

## แผนปฏิบัติการและแผนการใช้จ่ายงบประมาณ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. ถูกจัดตั้งขึ้นตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2545 (ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 119 ตอนที่ 95 วันที่ 27 กันยายน 2545) เมื่อวันที่ 28 กันยายน 2545 โดยมีวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย สนับสนุนหรือจัดให้มีการนำเสนอศิลปะและวัฒนธรรมไทย อันเป็นการทำนุบำรุง ศิลปะและวัฒนธรรมไทย ให้บริการด้านความรู้และฝึกอบรมให้แก่เจ้าหน้าที่ของรัฐหรือประชาชนให้เกิดความชำนาญและทักษะเทียบเท่ามาตรฐานสากลเกี่ยวกับอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว รวมทั้งเป็นศูนย์กลางข้อมูลด้านการจัดประชุมและนิทรรศการและให้ความรู้แก่ผู้ดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวให้เข้าใจในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและ ทรัพยากรธรรมชาติ ภายใต้วัตถุประสงค์ดังกล่าวสำนักงานต้องมุ่งมั่นพัฒนาและเพิ่มศักยภาพของประเทศในการเป็นศูนย์กลางการจัดประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็น รางวัล และการจัดนิทรรศการนานาชาติ

### วิสัยทัศน์ :

องค์กรหลักที่ขับเคลื่อนประเทศไทยสู่การเป็นผู้นำด้านการประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติในภูมิภาคเอเชีย เพื่อการ พัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์อย่างยั่งยืน

### พันธกิจ :

1. สนับสนุนการจัดงานไมซ์ในประเทศไทย เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและกระจายรายได้สู่ชุมชน
2. ส่งเสริมภาพลักษณ์อุตสาหกรรมไมซ์ไทย ด้วยผลิตภัณฑ์ บริการชั้นเลิศและอัตลักษณ์ความเป็นไทย
3. พัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยองค์ความรู้ มาตรฐาน รวมถึงการพัฒนาบุคลากรและผู้ประกอบการ
4. ส่งเสริมแนวปฏิบัติด้านความยั่งยืน เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

## ภารกิจ

อำนาจหน้าที่ตาม พรฎ. จัดตั้งสำนักงานฯ พ.ศ. 2545 (มาตรา 8)

1. กำหนดนโยบาย และมาตรการในการส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย
2. ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ธุรกิจการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย
3. เป็นตัวแทนของประเทศในการจัดทำข้อเสนอเพื่อขอรับเป็นเจ้าภาพในการจัดงาน
4. เป็นศูนย์ข้อมูลและให้บริการข้อมูล รวมทั้งให้คำปรึกษาและคำแนะนำด้านการส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย
5. สนับสนุนหรือจัดการสัมมนาฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรเกี่ยวกับธุรกิจการจัดการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย
6. กำหนดมาตรฐานและรองรับคุณภาพของผู้ประกอบธุรกิจการจัดการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย
7. เป็นศูนย์ประสานงานและอำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการจัดการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย
8. พัฒนาโครงการที่จำเป็นต่อการจัดการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย ภายใต้โครงการสนับสนุนจากทางรัฐบาล
9. ให้การสนับสนุนหน่วยงานต่างๆในการจัดการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย
10. กระทำการอื่นใดที่จำเป็นหรือต่อเนื่องให้บรรลุวัตถุประสงค์ของสำนักงาน

## 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

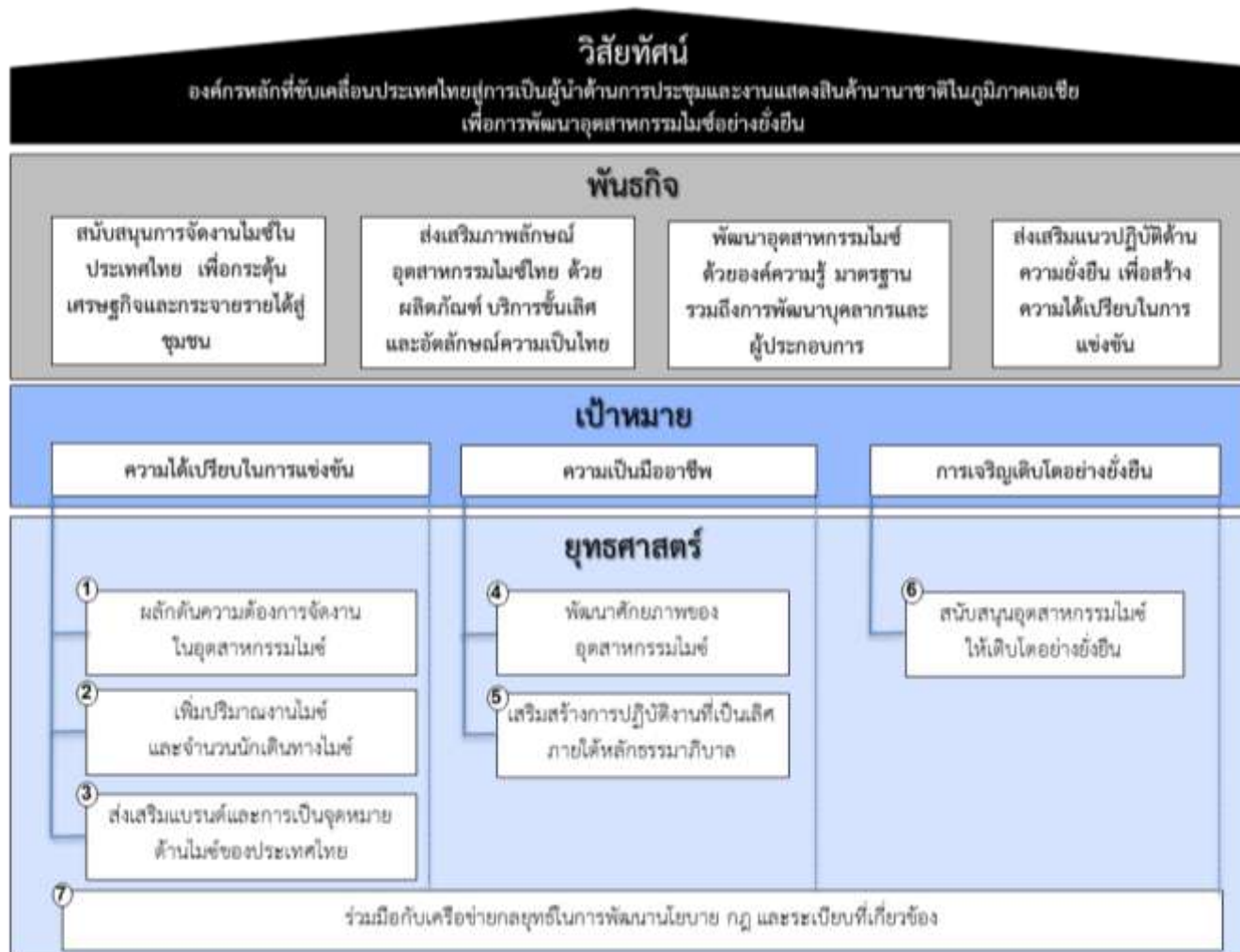
หมายเหตุ สสพ. มีแผนปฏิบัติการสอดคล้องกับนโยบายในข้อที่ 6

# แนวทางจัดทำ แผนงานและงบประมาณประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561



ยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ตามแผนแม่บทอุตสาหกรรมการจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติ พ.ศ. 2560-2564

ปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 สสพ. มีแผนงานที่สอดคล้องกับทิศทางนโยบายของแผนแม่บทอุตสาหกรรมการจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติ พ.ศ. 2560-2564 ประกอบด้วยเป้าหมายหลัก 3 เรื่อง คือ ความได้เปรียบในการแข่งขัน ความเป็นมืออาชีพ และการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน โดยโครงการกิจกรรมจะครอบคลุม 7 ยุทธศาสตร์ 16 กลยุทธ์ ตามรายละเอียด ดังนี้



### ความได้เปรียบในการแข่งขัน

ยุทธศาสตร์	กลยุทธ์
1 ผลักดันความต้องการจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์	1.1 ฝึกกำลังร่วมกับพันธมิตรกลยุทธ์ในการขยายตลาดและเพิ่มความต้องการการจัดงาน
	1.2 ผลักดันการสร้างองค์ความรู้และนวัตกรรม
2 เพิ่มปริมาณงานไมซ์และจำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์	2.1 เพิ่มปริมาณงานไมซ์และนักท่องเที่ยวไมซ์ด้วยผลิตภัณฑ์ที่แตกต่าง
	2.2 เพิ่มและเสริมสร้างการจัดงานไมซ์ภายในประเทศ
	2.3 เสริมสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวไมซ์
3 ส่งเสริมแบรนด์และการเป็นจุดหมายด้านไมซ์ของประเทศไทย	3.1 ส่งเสริมแบรนด์ของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยในระดับนานาชาติ
	3.2 ส่งเสริมเอกลักษณ์ของจุดหมายไมซ์ระดับท้องถิ่น

### ความเป็นมืออาชีพ

ยุทธศาสตร์	กลยุทธ์
พัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์	4.1 พัฒนาศักยภาพและเพิ่มจำนวนบุคลากรด้านไมซ์
	4.2 จัดทำ นำไปใช้ และเสริมสร้างมาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์
	4.3 สนับสนุนการพัฒนาจุดหมายการจัดงานไมซ์ที่มีศักยภาพ
เสริมสร้างการปฏิบัติงานที่เป็นเลิศภายใต้หลักธรรมาภิบาล	5.1 ทบทวนรูปแบบการดำเนินงาน (Operating model) ขององค์กรในอนาคต
	5.2 เสริมสร้างโครงสร้างองค์กร ชีตความสามารถของบุคลากร กระบวนการและระบบ ภายใต้หลักธรรมาภิบาล
	5.3 พัฒนาและนำแนวทางการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของ สสปน. ไปปฏิบัติ

### การเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน

ยุทธศาสตร์	กลยุทธ์
6 สนับสนุนอุตสาหกรรมไมซ์ให้เติบโตอย่างยั่งยืน	6.1 ประเมินผลกระทบของอุตสาหกรรมไมซ์ที่มีต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม
	6.2 ผลักดันให้ผู้ประกอบการและผู้จัดงานผ่านการรับรองมาตรฐานด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน และนำคู่มือการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของอุตสาหกรรมไมซ์ไปปฏิบัติ

### ยุทธศาสตร์

7 ร่วมมือกับเครือข่ายกลยุทธ์ในการพัฒนานโยบาย กฎ และระเบียบที่เกี่ยวข้อง
---

### กลยุทธ์

7.1 ร่วมมือกับเครือข่ายกลยุทธ์ในการผลักดันการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคเพื่อขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์
--

# เป้าหมายการดำเนินงาน และงบประมาณประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561

งบประมาณที่ได้ 958.4682 ล้านบาท

1. แผนงานยุทธศาสตร์ : 723.5340 ล้านบาท

เป้าหมายปี 2561 :

- |   |                 |
|---|-----------------|
| 1. นักเดินทางธุรกิจกลุ่มไมซ์จากต่างประเทศที่เดินทางเข้าสู่ประเทศไทย | 1,192,000 ราย   |
| 2. รายได้จากการใช้จ่ายของนักเดินทางธุรกิจกลุ่มไมซ์จากต่างประเทศ     | 112,000 ล้านบาท |

2. แผนงานบูรณาการ : 51.0000 ล้านบาท

เป้าหมายปี 2561 :

- |   |                |
|---|----------------|
| 1. นักเดินทางธุรกิจกลุ่มไมซ์จากในประเทศ                       | 29,000,000 ราย |
| 2. รายได้จากการใช้จ่ายของนักเดินทางธุรกิจกลุ่มไมซ์จากในประเทศ | 62,000 ล้านบาท |

3. แผนงานบุคคลากรภาครัฐ: 126.4164 ล้านบาท

4. แผนงานพื้นฐาน: 57.5178 ล้านบาท



# ความเชื่อมโยงของยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ กิจกรรมและงบประมาณ ประจำปี งบประมาณ พ.ศ. 2561

ยุทธศาสตร์และกลยุทธ์เชื่อมโยงไปสู่โครงการและกิจกรรมตามแผนงานและนำไปสู่งบประมาณประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561 จำนวน 958.4682 ล้านบาท โดยสามารถแสดงความเชื่อมโยงของยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ โครงการ/กิจกรรม และงบประมาณได้ดังตารางต่อไปนี้

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

แผนงาน บุคลากรภาครัฐ	แผนงาน พื้นฐาน	แผนงาน ยุทธศาสตร์	แผนงาน บูรณาการ
126.4164	57.5178	723.5340	51.0000
13.19%	6.00%	75.49%	5.32%

## รายละเอียดโครงการ กิจกรรม ของแต่ละแผนงาน แบ่งออกได้ดังนี้

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	เป้าหมาย	หน่วยนับ	งบประมาณ
1. แผนงานบุคคลากรภาครัฐ			<u>126.4164</u>
GOAL : ความเป็นมืออาชีพ			126.4164
<u>DEVELOP</u> พัฒนาปัจจัยเอื้อเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ ของประเทศไทย			126.4164
<u>ยุทธศาสตร์ที่ 5</u> เสริมสร้างการปฏิบัติงานที่เป็นเลิศภายใต้หลักธรรมาภิบาล			126.4164
กลยุทธ์ที่ 5.2 เสริมสร้างโครงสร้างองค์กร ชีตความสามารถของบุคลากร กระบวนการและระบบ ภายใต้หลักธรรมาภิบาล KPI: โครงการเสริมสร้างโครงสร้างองค์กร ชีตความสามารถของบุคลากร กระบวนการและระบบแล้วเสร็จตามแผน KPI: ผลการจัดระดับการกำกับดูแลขององค์การภาครัฐตามหลักธรรมาภิบาลของ การบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี ของกพร.			126.4164
1    งบบุคลากร			126.4164

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

เป้าหมาย/ กลยุทธ์หลัก/ ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์/ โครงการ	เป้าหมาย	หน่วยนับ	งบประมาณ
<b>2. แผนงานพื้นฐาน</b>			<b>57.5178</b>
GOAL : ความเป็นมืออาชีพ			57.5178
<u>ADMIN</u> บริหารจัดการสำนักงาน			57.5178
ยุทธศาสตร์ที่ 5 เสริมสร้างการปฏิบัติงานที่เป็นเลิศภายใต้หลักธรรมาภิบาล			57.5178
กลยุทธ์ที่ 5.2 เสริมสร้างโครงสร้างองค์กร ชีตความสามารถของบุคลากร กระบวนการและระบบ ภายใต้หลักธรรมาภิบาล			57.5178
1 บริหารจัดการสำนักงาน			57.5178

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

เป้าหมาย/ กลยุทธ์หลัก/ ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์/ ตัวชี้วัด/ โครงการ	เป้าหมาย	หน่วยนับ	งบประมาณ
<b>3. แผนงานยุทธศาสตร์</b>			<b>723.5340</b>
<b>GOAL : ความได้เปรียบในการแข่งขัน</b>			<b>605.9445</b>
<b>WIN</b> ดำเนินการทางการตลาดเชิงรุกโดยมุ่งเน้นที่การประมุขสิทธิ์ การดำเนินงาน และการเพิ่มจำนวนและรายได้จากนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE เข้าประเทศ			426.1445
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 1</b> ผลักดันความต้องการจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์			67.9350
กลยุทธ์ที่ 1.1 ผนึกกำลังร่วมกับพันธมิตรกลยุทธ์ในการขยายตลาดและเพิ่มความต้องการการจัดงาน KPI: จำนวนข้อริเริ่มหรือโครงการทางการตลาดร่วมกับพันธมิตร KPI: ร้อยละความสำเร็จของโครงการทางการตลาดร่วมกับพันธมิตร			34.2000
<b>1</b> กลยุทธ์ในการขยายตลาดและเพิ่มความต้องการการจัดงาน			<b>28.5000</b>
- ศึกษาเพื่อขยายผลโมเดลไมซ์เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจประเทศตามนโยบาย Thailand 4.0	1	รายงาน	1.0000
- เสริมสร้างศักยภาพกลุ่มเป้าหมายเพื่อเพิ่มความต้องการในการจัดงาน	110	ราย	6.0000
- บูรณาการวางแผนเชิงกลยุทธ์ในการทำตลาดร่วมกับพันธมิตรหลักเพื่อขยายตลาดและสนับสนุนให้เกิดงานใหม่	12	กิจกรรม	7.5000
- Oversea Networking Session ในตลาดเอเชียและตลาดยุโรป	20	นัดหมาย	2.0000
- Home grown clusters development program	11	งาน	12.0000

เป้าหมาย/ กลยุทธ์หลัก/ ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์/ ตัวชี้วัด/ โครงการ	เป้าหมาย	หน่วยนับ	งบประมาณ
<b>2</b> เข้าร่วมเป็นสมาชิกและทำกิจกรรมต่างๆ กับสมาคมที่เกี่ยวข้อง			<b>5.7000</b>
- สร้างเครือข่ายความร่วมมือกับองค์กรต่างชาติในวงการอุตสาหกรรมการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	3	สมาคม	2.0000
	2	กิจกรรม	
- สร้างเครือข่ายพันธมิตรนานาชาติในวงการอุตสาหกรรมการประชุมนานาชาติ	60	ราย	3.7000
	1	กิจกรรม	
<b>กลยุทธ์ที่ 1.2</b> ผลักดันการสร้างองค์ความรู้และนวัตกรรม KPI: จำนวนขององค์ความรู้ที่ถูกเผยแพร่และนวัตกรรมด้านไอซ์ที่ถูกนำไปประยุกต์ใช้โดยภาคอุตสาหกรรม KPI: ความพึงพอใจของผู้มีส่วนได้เสียต่อการประยุกต์ใช้องค์ความรู้และนวัตกรรมในอุตสาหกรรมไอซ์			<b>33.7350</b>
<b>3</b> สร้างองค์ความรู้และนวัตกรรมในอุตสาหกรรมไอซ์			<b>31.7350</b>
- Big Data & Marketing Analysis Management	1	ระบบ	8.0000
- สำรองสถิติการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติ ในประเทศไทย ปี 2561 (MICE Statistics 2018)	1	เรื่อง	3.4000
	6	รายงาน (ฉบับ)	
- สำรองสถิติการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดงานแสดงสินค้า/นิทรรศการ ในประเทศไทย โดยนักเดินทางชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มีถิ่นพำนักถาวรในประเทศไทย ปี 2561 (D-MICE Statistics 2018)	1	เรื่อง	3.5000
	6	รายงาน (ฉบับ)	

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

เป้าหมาย/ กลยุทธ์หลัก/ ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์/ ตัวชี้วัด/ โครงการ	เป้าหมาย	หน่วยนับ	งบประมาณ
- ปรับปรุงระบบจัดเก็บข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์และการจัดทำบัญชีประชาชาติด้านอุตสาหกรรมไมซ์ (TSA)	1 6	เรื่อง รายงาน (ฉบับ)	5.5000
- พัฒนาประสิทธิภาพ MICE Intelligence Center			5.8000
- สร้างเครือข่ายพันธมิตรด้านข้อมูลของอุตสาหกรรมไมซ์	9	ครั้ง	5.0350
- ยกระดับขีดความสามารถและสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการงานแสดงสินค้าในภูมิภาคและเขตศก. พิเศษ	1	ครั้ง	0.5000
<b>4 พัฒนาระบบสารสนเทศออนไลน์สำหรับอุตสาหกรรมไมซ์</b>			<b>2.0000</b>
- ผลิตนิตยสารดิจิทัลสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE Digital Magazine)	3	จำนวนนิตยสารดิจิทัลสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ (ฉบับ)	2.0000
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 2 เพิ่มปริมาณงานไมซ์และจำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์</b>			<b>358.2095</b>
<b>กลยุทธ์ที่ 2.1 เพิ่มปริมาณงานไมซ์และนักท่องเที่ยวไมซ์ด้วยผลิตภัณฑ์ที่แตกต่าง</b> KPI: จำนวนงานไมซ์ KPI: จำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์ KPI: รายได้จากอุตสาหกรรมไมซ์ KPI: จำนวนงาน/ นักเดินทางไมซ์คุณภาพสูง			<b>302.9395</b>
<b>5 สนับสนุนการจัดงานในประเทศไทย (Event Support / Subsidy)</b>			<b>145.5000</b>
- สนับสนุนงานประชุมนานาชาติและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลลูกค้ากลุ่มองค์กร (Corporate) ในประเทศไทย	40000 3	ราย (Mega Event) งาน	24.0000

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

เป้าหมาย/ กลยุทธ์หลัก/ ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์/ ตัวชี้วัด/ โครงการ	เป้าหมาย	หน่วยนับ	งบประมาณ
- สนับสนุนการเป็นเจ้าภาพจัดงาน			43.0000
- IT&CMA 2018	60 52 520	(ผู้ประกอบการ) ราย (จำนวน Lead) งาน (จำนวนนัดหมาย) ราย	38.0000
- SITE Global Conference 2019	1	งาน	5.0000
- สนับสนุนการจัดงานประชุมนานาชาติ			30.0000
- สนับสนุนการจัดงานประชุมนานาชาติ	40,000	ราย	28.0000
- ส่งเสริมและสนับสนุนเจ้าของงานประชุมนานาชาติในการทำกิจกรรมการตลาดและประชาสัมพันธ์ภายใต้แคมเปญส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์	10	กิจกรรม	2.0000
- สนับสนุนการจัดงานแสดงสินค้าในประเทศไทย (Upgrade show)	25	งาน	30.0000
- สนับสนุนการจัดงานแสดงสินค้าใหม่ (New show)	8	งาน	10.0000
- TCEB Partnership Program	6	งาน	3.5000
- International Recognition Program	5	งาน	5.0000
<b>6 สนับสนุนการประมูลสิทธิ์การจัดงาน</b>			<b>15.0000</b>
- สนับสนุนการประมูลสิทธิ์งานประชุมนานาชาติ	28	งาน	15.0000

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

เป้าหมาย/ กลยุทธ์หลัก/ ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์/ ตัวชี้วัด/ โครงการ	เป้าหมาย	หน่วยนับ	งบประมาณ
<b>7 จัดตั้งตัวแทนการตลาดในต่างประเทศและการดำเนินกิจกรรมการตลาดของตัวแทน (Overseas Marketing Representatives)</b>			<b>50.5000</b>
- ด้านการประชุมและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล - จัดตั้งตัวแทนการตลาดในต่างประเทศ Japan / India / Singapore / USA / China / Oceania / Europe และการเข้าร่วมประจำปีและกิจกรรมการตลาดของตัวแทน	78,000 5 5 7 / 14	MI Visitors Mega group Premium group ประเทศ / ครั้ง	37.0000
- ด้านการจัดประชุมนานาชาติ - จัดตั้งตัวแทนการตลาดในตลาดอเมริกาเหนือและกิจกรรมการตลาดของตัวแทน	12 12	งาน นัดหมาย	5.0000
- ด้านอุตสาหกรรมการแสดงสินค้านานาชาติ - จัดตั้งตัวแทนการตลาดในต่างประเทศและกิจกรรมการตลาดของตัวแทน (เวียดนาม อินเดีย และจีนรวมไต้หวัน ฮองกง มาเก๊า)	2 1 176	ตัวแทน (ราย) project base นัดหมาย	8.5000
<b>8 สนับสนุนเพื่อเพิ่มจำนวนผู้เข้าร่วมงานประชุม/ แสดงสินค้านานาชาติ</b>			<b>34.9895</b>
- แลกเปลี่ยนข้อมูลกับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมด้านการประชุมและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	3	กิจกรรม	2.6500
- จัดทำผลิตภัณฑ์/สื่อ/สิ่งพิมพ์เพื่อส่งเสริมการตลาดและสื่อสารการตลาดในอุตสาหกรรมเป้าหมาย	2	ชิ้นงาน	2.5000
- ร่วมกิจกรรมการตลาดเชิงรุกร่วมกับเครือข่ายพันธมิตร	3	ครั้ง	4.0000



หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

เป้าหมาย/ กลยุทธ์หลัก/ ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์/ ตัวชี้วัด/ โครงการ	เป้าหมาย	หน่วยนับ	งบประมาณ
- ส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินการการตลาดและกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง			3.4395
- ผลิตสื่อและซื้อสื่อประชาสัมพันธ์เจาะกลุ่มเป้าหมายทั้งในและต่างประเทศ	7 230,000	สื่อ ราย	3.1000
- จัดหา ออกแบบ ผลิต สื่อ และสิ่งพิมพ์ เพื่อประชาสัมพันธ์ ฝ่ายฯ	1,523	ชิ้น	0.2395
- ค่าใช้จ่ายในกิจกรรมที่ส่งเสริมการตลาดและการบริหารจัดการภายในของฝ่ายฯ	5	ครั้ง	0.1000
- จัดกิจกรรมการตลาดเชิงรุกสำหรับกลุ่มการจัดประชุมนานาชาติ	155	ราย	3.4000
- Marketing Promotion	2	กิจกรรม	8.0000
1. Visitor Promotion (CONNECT Businesses)	50/ 900/ 2,700	กลุ่ม/ คน/ คู่ธุรกิจ	3.8000
2. Exhibitor Promotion - Exhibiz in market	1,400	ตารางเมตร	4.2000
- ส่งเสริมและกระตุ้นการเยี่ยมชม ศึกษาดูงานหรือจัดสัมมนากลุ่มย่อยในโครงการพระราชดำริฯ	20	หน่วยงาน	1.0000
- ส่งเสริมการตลาด DMIC Seminar & Workshop ทั่วภูมิภาค	4	กิจกรรม	1.2000
- จัดงาน Thailand Domestic MICE Mart 2018	3	งาน	8.0000
- จัดกิจกรรมทางการตลาด Marketing Event- Top Sellers 3 ภูมิภาคในประเทศไทย อาทิ อุดรธานี เชียงราย หาดใหญ่			
- ผลิตของที่ระลึก 2 แบบ Grade A Grade B	1	งาน	0.8000

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

เป้าหมาย/ กลยุทธ์หลัก/ ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์/ ตัวชี้วัด/ โครงการ	เป้าหมาย	หน่วยนับ	งบประมาณ
<b>9</b> เข้าร่วมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการสำหรับกลุ่มผู้เดินทางธุรกิจและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์ในต่างประเทศ (Trade Show)			<b>20.7000</b>
- เข้าร่วมงานเทรดโชว์ในตลาดเป้าหมายกลุ่มการประชุมและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	4	งาน	19.4000
- เข้าร่วมงานเทรดโชว์ในตลาดเป้าหมายกลุ่มการจัดงานประชุมนานาชาติ	4	งาน	1.3000
<b>10</b> จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด Road Show/ Overseas activities ในตลาดเป้าหมายในต่างประเทศ			<b>11.5400</b>
- จัดกิจกรรม Road show ในตลาดเป้าหมายกลุ่มการประชุมและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	5	ครั้ง	9.4400
- จัดกิจกรรม Road show ในตลาดเป้าหมายกลุ่มการจัดงานประชุมนานาชาติ	2	ครั้ง	2.1000
<b>11</b> จัดกิจกรรมการตลาด Sales Mission			<b>6.7100</b>
- จัดกิจกรรม Sales Mission ในตลาดเป้าหมายกลุ่มการประชุมและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	35	ลูกค้า (ราย)	3.2100
- จัดกิจกรรม Sales Mission ในตลาดเป้าหมายกลุ่มการจัดงานประชุมนานาชาติ	50	ลูกค้า (ราย)	3.5000
<b>12</b> เข้าร่วมงานเทรดโชว์ในตลาดเป้าหมายกลุ่มอุตสาหกรรมแสดงสินค้านานาชาติ	25	กิจกรรม	<b>18.0000</b>

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

เป้าหมาย/ กลยุทธ์หลัก/ ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์/ ตัวชี้วัด/ โครงการ	เป้าหมาย	หน่วยนับ	งบประมาณ
กลยุทธ์ที่ 2.2 เพิ่มและเสริมสร้างการจัดงานไมซ์ภายในประเทศ KPI: จำนวนงานไมซ์ภายในประเทศ KPI: จำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์ภายในประเทศ KPI: รายได้อุตสาหกรรมไมซ์ภายในประเทศ KPI: จำนวนงาน/ นักเดินทางไมซ์คุณภาพสูง			18.5000
<b>13 เสริมสร้างการจัดงานไมซ์ภายในประเทศ</b>			<b>18.5000</b>
- MIC Subsidy ส่งเสริมการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการประชุมวิชาชีพผ่านการสนับสนุนหน่วยงานหรือสมาคมผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการส่งเสริมตลาด DMIC	6	หน่วยงาน	3.0000
- MIC Subsidy ส่งเสริมและกระตุ้นกิจกรรมการจัดประชุม สัมมนาและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในประเทศ	30	หน่วยงาน	3.0000
- ส่งเสริมการจัดงานแสดงสินค้าภายในประเทศ Domestic Exhibition	13	งาน	7.5000
- Empowering Thai Exhibition	2	งาน	3.0000
- เพิ่มประสิทธิภาพและยกระดับการพัฒนาอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าในประเทศ	1	โครงการ	1.5000
- ศึกษาการทำ MICE Credit ด้วยนวัตกรรม 4.0	1	รายงาน	0.5000

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

เป้าหมาย/ กลยุทธ์หลัก/ ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์/ ตัวชี้วัด/ โครงการ	เป้าหมาย	หน่วยนับ	งบประมาณ
กลยุทธ์ที่ 2.3 เสริมสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวไมซ์ KPI: ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไมซ์ต่อประสบการณ์ที่ได้รับ			36.7700
14 จัดกิจกรรมสำรวจสถานที่จริงและพบปะกับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย (Familiarization Trip) และพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านการบริการเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวไมซ์			19.7700
- ส่งเสริมภาพลักษณ์	7 / 20	ครั้ง / ราย	7.0000
- Cluster Event Promotion Program	3	Cluster	9.0000
- บริการอำนวยความสะดวกในการเข้าเมืองของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ (MICE Lane)	160	งาน	3.7700
15 ส่งเสริมแบรนด์ของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยและประชาสัมพันธ์เอกลักษณ์ของไมซ์ในระดับท้องถิ่นด้วยเทคโนโลยีสื่อสารออนไลน์			17.0000
- ปรับปรุงพัฒนาระบบเว็บไซต์ทำ และบำรุงรักษาระบบเว็บไซต์ และ Mobile Application (MA) ของเว็บไซต์ทำ สสปน.	100	ความสำเร็จของโครงการฯ	5.0000
- พัฒนาฐานข้อมูลสำหรับเว็บไซต์ทำ	100	ความสำเร็จของโครงการฯ	4.0000
- ปรับแต่งโครงสร้างและองค์ประกอบของเว็บไซต์ สสปน. (Search Engine Optimization : SEO)	100	ความสำเร็จของโครงการฯ (ภายในเดือน ก.ย. 2561)	4.0000
- ปรับปรุงพัฒนาและบำรุงรักษาระบบ TCEB Application เพื่อสนับสนุนการจัดงาน MICE แบบ Digital	100	ความสำเร็จของโครงการฯ (ภายในเดือน ก.ย. 2561)	4.0000

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

เป้าหมาย/ กลยุทธ์หลัก/ ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์/ ตัวชี้วัด/ โครงการ	เป้าหมาย	หน่วยนับ	งบประมาณ
<b>PROMOTE</b> เสริมสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะจุดหมายหลักของ อุตสาหกรรมไมซ์ในเอเชีย			179.8000
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 3</b> ส่งเสริมแบรนด์และการเป็นจุดหมายด้านไมซ์ของประเทศไทย			179.8000
<b>กลยุทธ์ที่ 3.1</b> ส่งเสริมแบรนด์ของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยในระดับนานาชาติ KPI: อัตราการรับรู้ (Awareness) ของแบรนด์อุตสาหกรรมไมซ์ไทยของ กลุ่มเป้าหมายต่างชาติ KPI: ผลสำรวจมุมมอง (Perception) ของลูกค้า และนักเดินทางมีต่อแบรนด์ อุตสาหกรรมไมซ์ไทย			137.2740
<b>16</b> ส่งเสริมการตลาดในรูปแบบต่างๆ เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทย ในฐานะจุดหมายหลักของอุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาคเอเชีย			81.9740
- พัฒนาแบรนด์และส่งเสริมภาพลักษณ์อุตสาหกรรมไมซ์ไทย	3	กิจกรรม	3.5000
- พัฒนารูรูกิจสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมไมซ์ในต่างประเทศ	2	กิจกรรม	3.2000
- สร้างความรู้ถึงอุตสาหกรรมไมซ์ต่างประเทศ	4	กิจกรรม	25.3500
- เชิญสื่อมวลชนต่างประเทศร่วมสัมผัสประสบการณ์ไมซ์ (International Media fam Trip)	30	ราย	7.0000
- จัดทำและบริหารจัดการคู่มือทรรศการประเทศไทย ประจำปี 2561	5	งาน	19.0000
	<b>75</b>	<b>ร้อยละความพึงพอใจ</b>	

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

เป้าหมาย/ กลยุทธ์หลัก/ ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์/ ตัวชี้วัด/ โครงการ	เป้าหมาย	หน่วยนับ	งบประมาณ
- ส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรในต่างประเทศ	4	กิจกรรม	7.1240
- สร้างการรับรู้ผ่านงาน International Trade Show	5	งาน	7.8000
- ส่งเสริมการตลาดผ่านการจัดงานของสื่อทั้งในและต่างประเทศ (Event Media Sponsorship)	3	งาน	9.0000
<b>17 ทำการตลาดและประชาสัมพันธ์เพื่อกระตุ้นให้นักเดินทางไมซ์มาร่วมเข้า งานมากขึ้น</b>			<b>35.3000</b>
- Fam Trip / Famtrip with Partners	4 / 24	งาน / ลูกค้ำ (ราย)	3.8000
- เสริมสร้างประสบการณ์ทางการตลาด (TIME) Thailand Incentive and Meeting Exchange	30 100	ลูกค้ำ (ราย) ผู้ประกอบการ (ราย)	9.0000
- IMC project Thailand's Exhibitions for AEC	5	กิจกรรม	21.0000
- ประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมและสร้างการรับรู้การพัฒนาอุตสาหกรรมงานแสดง สินค้าในประเทศ	1	งาน	1.5000
<b>18 ส่งเสริมแบรนด์ของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยและประชาสัมพันธ์เอกลักษณ์ของไมซ์ ในระดับท้องถิ่นด้วยเทคโนโลยีสื่อออนไลน์</b>	4	โครงการ	<b>20.0000</b>
<b>กลยุทธ์ที่ 3.2 ส่งเสริมเอกลักษณ์ของจุดหมายไมซ์ระดับท้องถิ่น KPI: อัตราการรับรู้ (Awareness) ของกลุ่มเป้าหมายต่อจุดหมายไมซ์</b>			<b>42.5260</b>
<b>19 ประชาสัมพันธ์เอกลักษณ์ของไมซ์ในระดับท้องถิ่น</b>	6	โครงการ	<b>42.5260</b>

เป้าหมาย/ กลยุทธ์หลัก/ ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์/ ตัวชี้วัด/ โครงการ	เป้าหมาย	หน่วยนับ	งบประมาณ
<b>DEVELOP</b> พัฒนาปัจจัยเอื้อเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย			111.4598
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 4</b> พัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์			54.1600
<b>กลยุทธ์ที่ 4.1</b> พัฒนาศักยภาพและเพิ่มจำนวนบุคลากรด้านไมซ์ KPI: จำนวนบุคลากรที่ผ่านการอบรมในหลักสูตรด้านไมซ์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานระดับสากลเพิ่มขึ้น (IAPCO, CEM, MPI, EMD, เป็นต้น)			27.1000
<b>20</b> พัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์			27.1000
- MICE Academy	3	กิจกรรม	6.5000
- Roadshow -Academic Exchange Program (AEP)	3	กิจกรรม	4.2000
- สนับสนุนงบประมาณด้านการศึกษาและพัฒนาบุคลากรและองค์กร	4	หน่วยงาน	1.5000
- จัดหลักสูตรประกาศนียบัตรด้านไมซ์ระดับนานาชาติ (International MICE Certification Program)	3	กิจกรรม	14.9000
<b>กลยุทธ์ที่ 4.2</b> จัดทำ นำไปใช้ และเสริมสร้างมาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ KPI: จำนวนผู้ประกอบการและสถานที่จัดงานที่ผ่านการรับรองมาตรฐานระดับสากล			11.5000
<b>21</b> พัฒนาและเสริมสร้างมาตรฐานของงานแสดงสินค้าและผู้ให้บริการในอุตสาหกรรมไมซ์			11.5000

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

เป้าหมาย/ กลยุทธ์หลัก/ ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์/ ตัวชี้วัด/ โครงการ	เป้าหมาย	หน่วยนับ	งบประมาณ
- The Royal Project Itinerary Development การพัฒนาศักยภาพความพร้อมในพื้นที่โครงการพระราชดำริ เพื่อรองรับการจัดประชุมสัมมนา และเพื่อให้เกิดเป็นโครงการต้นแบบ	4	งาน	3.0000
- สนับสนุนกิจกรรมการตลาดสมาคมการค้าสินค้าไทย (TEA Marketing Support)	12	กิจกรรม	2.5000
- ศึกษาและพัฒนามาตรฐานกิจกรรมการตลาดและงานแสดงสินค้านานาชาติ	4	กิจกรรม	6.0000
<b>กลยุทธ์ที่ 4.3</b> สนับสนุนการพัฒนาจุดหมายการจัดงานไมซ์ที่มีศักยภาพ KPI: จำนวนกิจกรรมการพัฒนาจุดหมายการจัดงานไมซ์ KPI: จำนวนจุดหมายที่มีศักยภาพในการจัดงานไมซ์			<b>15.5600</b>
<b>22 พัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์</b>			<b>15.5600</b>
- สนับสนุนและพัฒนามาตรฐานระดับนานาชาติ	2	กิจกรรม	4.5000
- ส่งเสริมมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย Thailand MICE Venue Standard (TMVS)	2	กิจกรรม	10.0600
- ส่งเสริมมาตรฐานสถานที่จัดงานอาเซียน ASEAN MICE Venue Standard	2	กิจกรรม	1.0000
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 5 เสริมสร้างการปฏิบัติงานที่เป็นเลิศภายใต้หลักธรรมาภิบาล</b>			<b>35.7298</b>
<b>กลยุทธ์ที่ 5.2 เสริมสร้างโครงสร้างองค์กร ชีตความสามารถของบุคลากร กระบวนการและระบบ ภายใต้หลักธรรมาภิบาล</b>			<b>32.7298</b>



หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

เป้าหมาย/ กลยุทธ์หลัก/ ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์/ ตัวชี้วัด/ โครงการ	เป้าหมาย	หน่วยนับ	งบประมาณ
KPI: โครงการเสริมสร้างโครงสร้างองค์กร ชีตความสามารถของบุคลากร กระบวนการและระบบแล้วเสร็จตามแผน KPI: ผลการจัดระดับการกำกับดูแลขององค์การภาครัฐตามหลักธรรมาภิบาลของ การบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี ของกพร.			
23 พัฒนาประสิทธิภาพด้านยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และแผนงาน	3	กิจกรรม	2.7000
24 เพิ่มประสิทธิภาพและพัฒนากิจการจัดทำแผนงานและงบประมาณ	6	กิจกรรม	4.5252
25 พัฒนาด้านบัญชีและการเงิน	3	กิจกรรม	1.6200
26 ปฏิบัติงานของผู้บริหารและคณะกรรมการในการดำเนินโครงการ/ กิจกรรม ขององค์กร	4	โครงการ	10.6186
27 พัฒนาประสิทธิภาพงาน Digital Marketing และ Technology Innovation	2	ครั้ง	1.0000
28 แผนงานพัฒนาบุคลากร	3	โครงการ	4.0000
29 พัฒนางค์กร	12	เดือน	8.2660
กลยุทธ์ที่ 5.3 พัฒนาและนำแนวทางการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของ สสปน. ไปปฏิบัติ KPI: การพัฒนากลยุทธ์ด้านความยั่งยืนของ สสปน. แล้วเสร็จตามแผน KPI: จำนวนความคิดริเริ่ม/โครงการต่างๆที่สนับสนุนการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของ สสปน. ที่ถูกนำไปปฏิบัติ			3.0000
30 เสริมสร้างและพัฒนาความสัมพันธ์เครือข่ายหน่วยงานพันธมิตร	10	งาน	0.5000

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

เป้าหมาย/ กลยุทธ์หลัก/ ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์/ ตัวชี้วัด/ โครงการ	เป้าหมาย	หน่วยนับ	งบประมาณ
<b>31 เสริมสร้างแนวทางการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของ สสปน.</b>			<b>2.5000</b>
- บริหารความเสี่ยงและควบคุมภายใน ของ สสปน. (Enterprise Risk Management)	3 / 1	ครั้ง / ชิ้นงาน	1.0000
- สำรวจความพึงพอใจต่อการให้บริการของ สสปน.	1 / 3	เรื่อง / รายงาน (ฉบับ)	1.5000
<b>GOAL : ความเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน</b>			<b>11.3400</b>
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 6 สนับสนุนอุตสาหกรรมไมซ์ให้เติบโตอย่างยั่งยืน</b>			<b>11.3400</b>
กลยุทธ์ที่ 6.1 ประเมินผลกระทบของอุตสาหกรรมไมซ์ ที่มีต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม KPI: ผลกระทบของอุตสาหกรรมไมซ์ที่มีต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม			4.0000
<b>32 ประเมินผลกระทบของอุตสาหกรรมไมซ์ที่มีต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม</b>	<b>17</b>	<b>งาน</b>	<b>4.0000</b>
กลยุทธ์ที่ 6.2 ผลักดันให้ผู้ประกอบการและผู้จัดงานผ่านการรับรองมาตรฐานด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน และนำคู่มือการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของอุตสาหกรรมไมซ์ไปปฏิบัติ KPI: จำนวนร้อยละที่เพิ่มขึ้นของผู้ประกอบการ ผู้จัดงาน และองค์กรที่ผ่านมาตรฐานการจัดการและบริหารธุรกิจอีเวนต์อย่างยั่งยืน (ISO20121) KPI: จำนวนความคิดริเริ่ม/โครงการต่างๆที่นำคู่มือการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของอุตสาหกรรมไมซ์ไปปฏิบัติ			7.3400

เป้าหมาย/ กลยุทธ์หลัก/ ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์/ ตัวชี้วัด/ โครงการ	เป้าหมาย	หน่วยนับ	งบประมาณ
<b>33 จัดทำแนวทางการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของอุตสาหกรรมไมซ์</b>			<b>7.3400</b>
- ยกระดับความสามารถ พัฒนางค์ความรู้ และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน	4	กิจกรรม	5.2400
- ส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะผู้นำด้านการจัดการประชุมสัมมนาและนิทรรศการอย่างยั่งยืน	2	กิจกรรม	2.1000
<b>GOAL : ความร่วมมือ</b>			<b>10.2300</b>
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 7 ร่วมมือกับเครือข่ายกลยุทธ์ในการพัฒนานโยบาย กฎ และระเบียบที่เกี่ยวข้อง</b>			<b>10.2300</b>
กลยุทธ์ที่ 7.1 ร่วมมือกับเครือข่ายกลยุทธ์ในการผลักดันการแก้ไขปัญหาและอุปสรรค เพื่อขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ KPI: จำนวนข้อริเริ่มในการแก้ไขปัญหากฎระเบียบต่างๆ เพื่อขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ KPI: จำนวนกิจกรรมการเสริมสร้างความสัมพันธ์กับพันธมิตรภาครัฐและเอกชน			10.2300
<b>34 ส่งเสริมและบริหารรัฐกิจวิสาหกิจ</b>			<b>10.2300</b>
- สร้างความร่วมมือหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ภาครัฐและเอกชน เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์			5.6800
- บูรณาการหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันอุตสาหกรรมไมซ์			4.5500
<b>งบสำรอง - แผนงานยุทธศาสตร์</b>			<b>6.1297</b>

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

เป้าหมาย/ กลยุทธ์หลัก/ ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์/ ตัวชี้วัด/ โครงการ	เป้าหมาย	หน่วยนับ	งบประมาณ
<b>4. แผนงานบูรณาการ</b>			<b>51.0000</b>
<b>GOAL : ความได้เปรียบในการแข่งขัน</b>			<b>36.0000</b>
<b>WIN</b> ดำเนินการทางการตลาดเชิงรุกโดยมุ่งเน้นที่การประมุขสิทธิ์ การดำเนินงาน และการเพิ่มจำนวนและรายได้จากนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE เข้าประเทศ			25.0000
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 1</b> ผลักดันความต้องการจัดงานในอุตสาหกรรมมา			10.5000
<b>กลยุทธ์ที่ 1.1</b> ผนึกกำลังร่วมกับพันธมิตรกลยุทธ์ ในการขยายตลาดและเพิ่มความต้องการการจัดงาน KPI: จำนวนข้อริเริ่มหรือโครงการทางการตลาดร่วมกับพันธมิตร KPI: ร้อยละความสำเร็จของโครงการทางการตลาดร่วมกับพันธมิตร			10.5000
1 สนับสนุนการจัดกิจกรรมสัมมนาและสร้างการรับรู้ในพื้นที่เขตศก. พิเศษ และพื้นที่ตะเข็บชายแดนเชื่อมต่อ CLMV / GMS /SEZ	3	ครั้ง	5.0000
2 สนับสนุนการจัดกิจกรรมประชุมสัมมนาร่วมกับภาคีเอกชนจาก CLMV / GMS ในไทย เพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางใน CLMV / GMS	2	ครั้ง	3.5000
3 สนับสนุนการจัดกิจกรรมสัมมนาและการสร้างการรับรู้ในพื้นที่ระยองศก. (LIMEC)	1	ครั้ง	2.0000
<b>ยุทธศาสตร์ที่ 2</b> เพิ่มปริมาณงานไมซ์และจำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์			14.5000
<b>กลยุทธ์ที่ 2.1</b> เพิ่มปริมาณงานไมซ์และนักท่องเที่ยวไมซ์ด้วยผลิตภัณฑ์ที่แตกต่าง			12.3000

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

เป้าหมาย/ กลยุทธ์หลัก/ ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์/ ตัวชี้วัด/ โครงการ	เป้าหมาย	หน่วยนับ	งบประมาณ
KPI: จำนวนงานไมซ์ KPI: จำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์ KPI: รายได้จากอุตสาหกรรมไมซ์ KPI: จำนวนงาน/ นักเดินทางไมซ์คุณภาพสูง			
4 สนับสนุนส่งเสริมการขายและการตลาดกลุ่มประเทศ GMS (Financial Subsidy)	9,000	ราย	5.0000
5 ส่งเสริมการขายและการตลาด GMS Roadshow (TS/RS/Sales Mission)	5 1	ประเทศ ประเทศ	7.3000
กลยุทธ์ที่ 2.3 เสริมสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวไมซ์ KPI: ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไมซ์ต่อประสบการณ์ที่ได้รับ			2.2000
6 สร้างพันธมิตรธุรกิจไทยผ่านบริษัทข้ามชาติ (EXPAT)	1	ครั้ง	1.0000
7 ส่งเสริมและสร้างการรับรู้ตลาดกลุ่มประเทศ GMS (Fam Trip GMS)	1	ครั้ง	1.0000
8 ศึกษาดูงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม 4.0 เพื่อตอบสนองการเดินทางของลูกค้ายกลุ่ม CLMV / GMS	1	ครั้ง	0.2000
PROMOTE เสริมสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะจุดหมายหลักของอุตสาหกรรมไมซ์ในเอเชีย			11.0000
ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมแบรนด์และการเป็นจุดหมายด้านไมซ์ของประเทศไทย			11.0000

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

เป้าหมาย/ กลยุทธ์หลัก/ ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์/ ตัวชี้วัด/ โครงการ	เป้าหมาย	หน่วยนับ	งบประมาณ
<p>กลยุทธ์ที่ 3.1</p> <p>ส่งเสริมแบรนด์ของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยในระดับนานาชาติ</p> <p>KPI: อัตราการรับรู้ (Awareness) ของแบรนด์อุตสาหกรรมไมซ์ไทยของกลุ่มเป้าหมายต่างชาติ</p> <p>KPI: ผลสำรวจมุมมอง (Perception) ของลูกค้า และนักเดินทางมีต่อแบรนด์อุตสาหกรรมไมซ์ไทย</p>			8.0000
9 ประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการขายและการตลาดกลุ่มประเทศ GMS และ SEZ	1	งาน	3.0000
10 ทำตลาด/การประชาสัมพันธ์/การสร้างเครือข่ายธุรกิจ และแสดงศักยภาพไมซ์ซิตี้ผ่านการเข้าร่วมงานTradeshow/ Roadshow/Industrial Meetings ฯลฯ	5	งาน	3.0000
11 สร้างเวทีแลกเปลี่ยนผ่านกิจกรรมเชิงปฏิบัติการระหว่างไมซ์ซิตี้ เมืองที่มีศักยภาพ และสสปน. (MICE City Summit)	1 / 1	งาน / รายงาน	2.0000
<p>กลยุทธ์ที่ 3.2 ส่งเสริมเอกลักษณ์ของจุดหมายไมซ์ระดับท้องถิ่น</p> <p>KPI: อัตราการรับรู้ (Awareness) ของกลุ่มเป้าหมายต่อจุดหมายไมซ์</p>			3.0000
12 พัฒนาผลิตภัณฑ์ไมซ์ใหม่ในพื้นที่เมืองไมซ์ (ตาม 7 themes)	5	เมือง	3.0000

หน่วย : ล้านบาท (ทศนิยม 4 ตำแหน่ง)

เป้าหมาย/ กลยุทธ์หลัก/ ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์/ ตัวชี้วัด/ โครงการ	เป้าหมาย	หน่วยนับ	งบประมาณ
GOAL : ความเป็นมืออาชีพ			15.0000
DEVELOP พัฒนาปัจจัยเอื้อเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย			15.0000
ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมฯ			15.0000
กลยุทธ์ที่ 4.3 สนับสนุนการพัฒนาจุดหมายการจัดประชุมและงานนิทรรศการที่มีศักยภาพ (สิ่งอำนวยความสะดวก โครงสร้างพื้นฐาน และโลจิสติกส์) KPI: จำนวนกิจกรรมการพัฒนาจุดหมายการจัดงานไมซ์ KPI: จำนวนจุดหมายที่มีศักยภาพในการจัดงานไมซ์			15.0000
13 ศึกษาและจัดทำข้อมูลยุทธศาสตร์ของเมืองที่มีศักยภาพ (City Profile)	3 / 3	เมือง / รายงาน	3.0000
14 ยกระดับงานเด่นในไมซ์ซิตี้ (Flagship Events)	5	งาน	11.5000
15 ส่งเสริมและให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานอุตสาหกรรมไมซ์	24	ครั้ง	0.5000