



THAILAND
REDEFINE
YOUR BUSINESS EVENTS



แผนปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณ
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

ภาพรวมของสสปน.

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 อันเป็นการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรมไทย ให้บริการด้านความรู้และฝึกอบรมให้แก่เจ้าหน้าที่ของรัฐหรือประชาชนให้เกิดความชำนาญและทักษะเทียบเท่ามาตรฐานสากลเกี่ยวกับอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว รวมทั้งเป็น ศูนย์กลางข้อมูลด้านการจัดประชุมและนิทรรศการและให้ความรู้แก่ผู้ดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวให้เข้าใจในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ ภายใต้วัตถุประสงค์ดังกล่าวสำนักงานต้องมุ่งมั่นพัฒนาและเพิ่มศักยภาพของประเทศในการเป็นศูนย์กลางการจัดประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการนานาชาติ

1) วิสัยทัศน์ พันธกิจ และภารกิจตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้ง สสปน.

วิสัยทัศน์ “องค์กรหลักในการผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ให้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศด้วยนวัตกรรมเพื่อสร้างความเจริญและกระจายรายได้ไปสู่ทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน”

พันธกิจ

- (1) สนับสนุนการจัดงานไมซ์ในประเทศไทย เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและรายได้สู่ชุมชน
- (2) ส่งเสริมภาพลักษณ์อุตสาหกรรมไมซ์ไทยด้วยผลิตภัณฑ์บริการชั้นนำและอัตลักษณ์ความเป็นไทย
- (3) พัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยองค์ความรู้ มาตรฐาน รวมถึงการพัฒนาบุคลากรและผู้ประกอบการ
- (4) ส่งเสริมแนวปฏิบัติด้านความยั่งยืน เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

ภารกิจตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2545

- (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) ให้การสนับสนุนหน่วยงานต่างๆในการจัดการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย
- (10) กระทำการอื่นใดที่จำเป็นหรือต่อเนื่องให้บรรลุวัตถุประสงค์ของสำนักงาน

2) เป้าหมาย

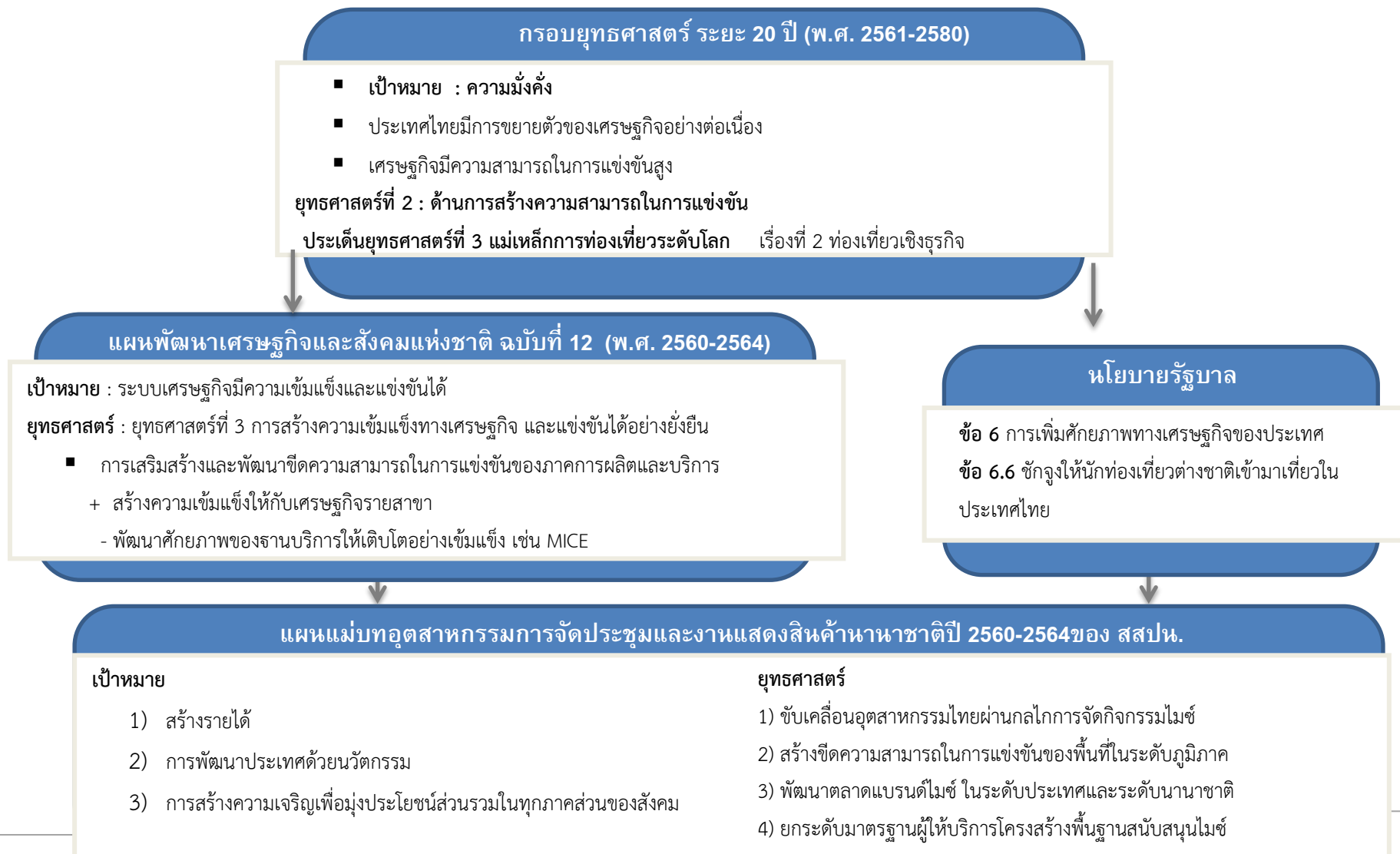
เป้าหมายการดำเนินงานของ สสพ. ในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศ คือ การผลักดันให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางระดับโลกของการจัด กิจกรรมไมซ์ เพื่อกระตุ้นอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศและเป็นกลเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยมีเป้าหมายเดียวกันกับแผนระยะ 20 ปี ดังนี้

- (1) การสร้างรายได้และพัฒนาเศรษฐกิจ
- (2) การพัฒนาประเทศด้วยนวัตกรรม
- (3) การกระจายรายได้และความเจริญในทุกภาคส่วนของสังคม

เป้าหมายผลผลิต ยึดเป้าหมายตามกรอบแผนงานฯ ปี 2562 โดยมีตัวชี้วัดดังนี้

- (1) **กลุ่มไมซ์จากต่างประเทศ**
 - จำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์จากต่างประเทศ 1,248,000 คน
 - รายได้จากนักท่องเที่ยวไมซ์จากต่างประเทศ 117,260 ล้านบาท
- (2) **กลุ่มไมซ์ในประเทศ**
 - จำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์ในประเทศ 31,400,000 คนครั้ง
 - รายได้จากนักท่องเที่ยวไมซ์ในประเทศ 69,000 ล้านบาท

ความเชื่อมโยงกับกรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี แผนในระดับต่างๆ นโยบายรัฐบาล และแผนแม่บทฯ สสปน.



แผนแม่บทอุตสาหกรรมการจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติปี 2560-2564 ของ สสปน.

วิสัยทัศน์

องค์กรหลักในการผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ให้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศด้วยนวัตกรรม เพื่อสร้างความเจริญ และกระจายรายได้ไปสู่ทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน

พันธกิจ

สนับสนุนการจัดงานไมซ์ เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ

ส่งเสริมภาพลักษณ์ไมซ์ไทย ด้วยผลิตภัณฑ์ บริการชั้นเลิศ และอัต

พัฒนาไมซ์ด้วยองค์ความรู้ มาตรฐาน พัฒนาบุคลากรและผู้ประกอบการ

ส่งเสริมแนวปฏิบัติด้านความยั่งยืน เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

เป้าหมาย



การสร้างรายได้และพัฒนาเศรษฐกิจ



การพัฒนาประเทศด้วยนวัตกรรม



การกระจายรายได้และความเจริญ

ยุทธศาสตร์



ประเด็นยุทธศาสตร์ 1
ขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยไมซ์
(Win)



ประเด็นยุทธศาสตร์ 2 กระจาย
รายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจ
ภูมิภาคผ่านไมซ์ (Win)



ประเด็นยุทธศาสตร์ 3 ส่งเสริม
การตลาด ภาพลักษณ์ไมซ์
ไทย และ สสปน.
(Promote)



ประเด็นยุทธศาสตร์ 4 เพิ่ม
ความสามารถ
การแข่งขันของไมซ์
(Develop)



ประเด็นยุทธศาสตร์ 5 พัฒนา
ประสิทธิภาพ
การปฏิบัติงานในองค์กร
(Develop)

เป้าประสงค์



- ยกระดับงานไมซ์เดิมให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง
- เพิ่มกิจกรรมไมซ์ที่ขับเคลื่อนอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ
- เพิ่มกิจกรรมไมซ์ใหม่ตามความต้องการตลาดและศักยภาพประเทศ

- เพิ่มการกระจายรายได้จากกิจกรรมไมซ์ไปสู่ภูมิภาค
- เพิ่มจำนวนงานไมซ์ในภูมิภาค และยกระดับไปสู่งานนานาชาติ

- ยกระดับภาพลักษณ์ไมซ์ไทยในระดับประเทศและพื้นที่
- สร้างภาพลักษณ์ไมซ์ไทย
- ดึงดูดผู้จัดงาน นักลงทุน และนักเดินทางธุรกิจ
- เปลี่ยนภาพลักษณ์ สสปน. ให้เป็นที่รู้จัก

- ยกระดับผู้ประกอบการไมซ์
- เพิ่มจำนวนองค์กรด้านไมซ์ที่ได้มาตรฐาน
- พัฒนานวัตกรรมและรูปแบบการจัดงานใหม่ๆ
- อำนวยความสะดวกกับผู้ประกอบการไมซ์

- เพิ่มศักยภาพของ สสปน. ให้ปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพภายใต้หลักธรรมาภิบาล
- สร้างความพึงพอใจแก่ผู้ปฏิบัติงานและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

กลยุทธ์



1. รักษา และยกระดับกิจกรรมไมซ์เดิมให้เติบโตอย่างมั่นคงและมีความยั่งยืน

2. สร้างกิจกรรมไมซ์ใหม่เพื่อรองรับอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศร่วมกับภาครัฐ

3. ขับเคลื่อนกิจกรรมไมซ์ใหม่ตามความต้องการของตลาดและศักยภาพของประเทศ

1. ยกระดับกิจกรรมไมซ์ในภูมิภาค เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในภูมิภาค

2. สร้างกิจกรรมไมซ์เพื่อลดความเหลื่อมล้ำในภูมิภาค

1. ส่งเสริมกิจกรรมการตลาด สร้างภาพลักษณ์ไทยให้เป็นจุดหมายไมซ์นานาชาติ

2. ปรับเปลี่ยนมุมมองขององค์กรภายนอกต่อบทบาท ภาพลักษณ์ของ สสปน.

3. ประชาสัมพันธ์เมืองที่มีศักยภาพในการรองรับการจัดกิจกรรมไมซ์

1. ยกระดับมาตรฐานผู้ประกอบการไมซ์ และโครงสร้างสหภาพ

2. พัฒนาและส่งเสริมการใช้นวัตกรรมจัดงาน พัฒนาการความรู้ รางแกจัดงาน

3. ยกระดับมาตรฐานและปรับปรุงระเบียบที่เกี่ยวข้อง

4. สร้างความร่วมมือกับเครือข่ายพันธมิตรไมซ์

1. ยกระดับศักยภาพบุคลากร สสปน. ให้มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร

2. พัฒนาและใช้นวัตกรรมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานภายใต้หลักธรรมาภิบาล

ทิศทางของแผนปฏิบัติงานฯ ปี 2562

สสปน. ทำการศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องที่มีผลกระทบ หรือเป็นเครื่องชี้้นำการปฏิบัติงานของ สสปน. ได้แก่ สถานการณ์และแนวโน้มภายนอกและภายในประเทศ ด้านเศรษฐกิจ การเมือง ความมั่นคง สังคม สิ่งแวดล้อมและเทคโนโลยี สถานการณ์และแนวโน้มอุตสาหกรรมไมซ์ระดับต่างๆ รวมทั้งกฎหมายใหม่ๆ ที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ได้มีการพิจารณาผลการศึกษาวิจัย และรายงานที่เกี่ยวข้อง โดยนำมาพิจารณาร่วมกับอำนาจหน้าที่และบทบาทของ สสปน. เพื่อกำหนดเป้าหมายและทิศทางการดำเนินงานของแผนงานประจำปี

ผลการศึกษาวิเคราะห์ พบว่า ปัจจัยด้านเศรษฐกิจที่ฟื้นตัวทุกภูมิภาครวมทั้งประเทศไทย ปัจจัยด้านความมั่นคงที่ความขัดแย้งในภูมิภาคต่างๆ เริ่มคลี่คลาย และปัจจัยด้านความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการเข้าถึงเทคโนโลยีของประชาชน มีผลกระทบเชิงบวก คาดว่าอุตสาหกรรมไมซ์ของโลกจะขยายตัวร้อยละ 3.2 สำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย จากรายงานสถิติยังมีแนวโน้มที่จะเติบโตอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามยังมีปัญหาการกระจุกตัวอยู่ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล นอกจากนี้นโยบายและแผนงานในระดับต่างๆ ในด้านเศรษฐกิจให้ความสำคัญกับการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันบนพื้นฐานของการพัฒนา 3 เรื่องหลัก คือ การวิจัยและพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และการพัฒนาระบบบริหารจัดการภาครัฐ จึงกำหนดทิศทางของแผนปฏิบัติงานฯ พ.ศ. 2562 ดังนี้

(1) **ทิศทางการดำเนินงาน** ตามยุทธศาสตร์ของแผนแม่บทอุตสาหกรรมไมซ์ พ.ศ. 2560-2564 ประกอบด้วย 5 ยุทธศาสตร์ 14 กลยุทธ์ โดยกำหนดจุดเน้นการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ ได้แก่

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศด้วยอุตสาหกรรมไมซ์ เน้นการสนับสนุนและดึงงานไมซ์โดยให้ความสำคัญกับงานที่เป็นนโยบายรัฐบาลและงานที่ช่วยยกอันดับประเทศ รวมทั้งวางกลยุทธ์เพื่อดึงงานขนาดใหญ่ หรืองานระดับโลกหรือภูมิภาค

ยุทธศาสตร์ที่ 2 กระจายรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจของภูมิภาคผ่านอุตสาหกรรมไมซ์ เน้นการเพิ่มจำนวนงานไมซ์ในภูมิภาคและยกระดับงานไมซ์สู่นานาชาติ เพื่อสร้างความเท่าเทียม จัดทำฐานข้อมูลและแผนพัฒนาไมซ์เมืองรอง และเมืองที่มีศักยภาพ ส่งเสริมไมซ์ภูมิภาคและกระตุ้นมาตรฐานเมืองเพื่อเป็นเมืองไมซ์

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมการตลาดและภาพลักษณ์ไมซ์ของประเทศไทย และของ สสพ. เน้นการวางกลยุทธ์ การทำการตลาดแบบเฉพาะเจาะจง ใช้ข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์เป้าหมายที่เหมาะสมกับศักยภาพของตลาด ให้ความสำคัญกับสื่อดิจิทัลและ Social Media และสร้างแคมเปญการตลาดกระตุ้นการจัดงานไมซ์

ยุทธศาสตร์ที่ 4 เสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ เน้นการวิจัยพัฒนานวัตกรรมเทคโนโลยีสนับสนุนการจัดงานไมซ์ พัฒนาการจัดเก็บและการจัดการฐานข้อมูล Big Data พัฒนาบุคลากรผู้ประกอบการและมาตรฐานสถานที่จัดงานอย่างเท่าเทียมทั่วถึง

ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานภายในองค์กร เน้น การยกระดับการให้บริการ เพิ่มศักยภาพกระบวนการภายในขับเคลื่อนและยกระดับองค์กรสู่ Digital Transformation มุ่งสู่องค์กรมหาชน 4.0

(2) **ทิศทางการตลาด** ประกอบด้วย มิติเชิงพื้นที่ มิติเชิงอุตสาหกรรมเป้าหมาย มิติเชิงประเภทของงาน และมิติเชิงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายสำหรับกลุ่มไม้ซ์จากต่างประเทศ กำหนดทิศทางการตลาด ดังนี้

มิติเชิงพื้นที่ กำหนดภูมิภาคเอเชียที่มีอัตราการเติบโตสูงเป็นตลาดหลัก โดยมียุโรป อเมริกา และโอเชียเนีย เป็นตลาดรอง

- กลุ่มการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวไมซ์ระยะสั้น (Short haul) ในตลาดเอเชีย (จีน/อินเดีย/อาเซียน) เป็นตลาดหลัก ยุโรป อเมริกา และโอเชียเนีย เป็นตลาดรอง โดยมี ลาตินอเมริกาและยุโรปตะวันออกเป็นตลาดเป้าหมายใหม่
- กลุ่มการประชุมนานาชาติ ตลาดหลักยังเป็นภูมิภาคเอเชีย โดยมี ยุโรป อเมริกา และโอเชียเนีย เป็นตลาดรอง
- กลุ่มการแสดงสินค้านานาชาติ เน้น ยุโรป (อังกฤษ เยอรมันนี ฝรั่งเศส) และเอเชีย (จีน สิงคโปร์ CLMV) เป็นตลาดหลัก สหรัฐอเมริกา เนเธอร์แลนด์ และเอเชีย (อินเดีย ไต้หวัน มาเลเซีย ฮองกง) เป็นตลาดรอง โดยมี ญี่ปุ่น เกาหลี และอิตาลี เป็นตลาดเป้าหมายใหม่

มิติเชิงอุตสาหกรรมเป้าหมาย ให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ และอุตสาหกรรมตามนโยบายรัฐบาล (S-Curve) คือ อุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่ อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดีและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การเกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพ อุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร อุตสาหกรรมหุ่นยนต์ อุตสาหกรรมการบินและโลจิสติกส์ อุตสาหกรรมเชื้อเพลิงชีวภาพและเคมีชีวภาพ อุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร อุตสาหกรรมดิจิทัล

มิติเชิงประเภทของงาน ให้ความสำคัญกับการจัดงานและสนับสนุนงานที่สำคัญระดับนานาชาติและภูมิภาค เช่น งานประชุมสมาคมนานาชาติที่อยู่ในเกณฑ์ของสมาคม ICCA (ICCA Qualified Meetings) เป็นต้น

มิติเชิงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ได้แก่ กลุ่มผู้จัดงาน เจ้าของงาน นักเดินทางไมซ์ สื่อหรือผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ผู้ประกอบการ สถาบันการศึกษา หน่วยงานสนับสนุน ประชาสังคม และประชาชนทั่วไป

สำหรับกลุ่มไมซีในประเทศ กำหนดทิศทางการตลาด ในมิติเชิงพื้นที่ที่มีเมืองหลัก และเมืองรองต่างๆ ที่เป็นกลุ่มจังหวัด เป็นตลาดเป้าหมายหลัก เมืองหลักในภูมิภาคและในเขตระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC) เป็นตลาดรอง และเมืองที่มีศักยภาพรองรับงานไมซีในประเทศเป็นตลาดใหม่ มิติเชิงอุตสาหกรรมให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมเป้าหมายตามนโยบายรัฐบาล (S-Curve) เป็นหลัก และอุตสาหกรรมเด่นในแต่ละเมืองเป็นเป้าหมายรอง มิติเชิงประเภทของงาน เน้นการสนับสนุนการจัดงานแสดงสินค้า และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเป็นหลัก ส่วนงานประชุมวิชาการ (สมาคมและภาครัฐ) เป็นลำดับรอง

(3) ทิศทางการบริหาร ให้ความสำคัญในประเด็นดังต่อไปนี้

- 1) ใช้กลไกที่มีอยู่ในปัจจุบัน เช่น คณะกรรมการ อนุกรรมการระดับต่างๆ และกลไกภาครัฐในการดำเนินการที่เกี่ยวข้อง
- 2) ให้ความสำคัญกับการบูรณาการความร่วมมือทั้งภายในและภายนอก อย่างเป็นระบบ
- 3) บูรณาการกับหน่วยงานภาครัฐที่บทบาทต่อการอำนวยความสะดวก เพื่อเพิ่มขีดความสามารถให้กับอุตสาหกรรมไมซี
- 4) ยึดหลักธรรมาภิบาล เปิดเผย โปร่งใส
- 5) ทำงานเชิงรุก (Pro-active)
- 6) ยึดหลักตามยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ
- 7) ให้มีการบริหารความเสี่ยงในทุกระดับ ทั้งระดับโครงการและระดับองค์กร

สาระสำคัญของแผนปฏิบัติการ ปี 2562

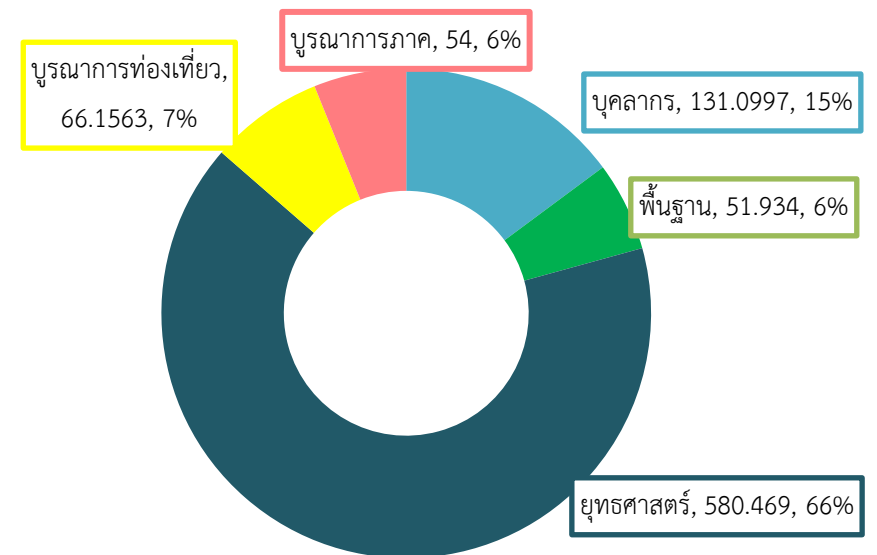
ความเชื่อมโยงเป้าหมายหลัก ยุทธศาสตร์ และงบประมาณของสสพ.

หน่วยนับ : ล้านบาท

เป้าหมายหลัก	ยุทธศาสตร์	แผนงาน					รวม
		บุคลากรฯ	พื้นฐานฯ	ยุทธศาสตร์ฯ	บูรณาการ ท่องเที่ยว	บูรณาการ พื้นที่	
	รวมงบประมาณ	131.0797	51.9340	580.4690	66.1563	54.0000	883.6390
1. การสร้างรายได้	ยุทธศาสตร์ที่ 1 ขับเคลื่อนเศรษฐกิจและ อุตสาหกรรมไทยผ่านกลไกการจัดกิจกรรมไมซ์			291.9794			291.9794
	ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมการตลาดและภาพลักษณ์ ไมซ์ไทยและ สสพ.			136.4800			136.4800
2. กระจายรายได้	ยุทธศาสตร์ที่ 2 กระจายรายได้และกระตุ้น เศรษฐกิจของภูมิภาคผ่านอุตสาหกรรมไมซ์			21.3240	66.1563	54.0000	141.4803
3. พัฒนาประเทศ ด้วยนวัตกรรม	ยุทธศาสตร์ที่ 4 เสริมสร้างขีดความสามารถในการ แข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์			101.9200			101.9200
	ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ภายในองค์กร	131.0797	51.9340	28.7656			211.7793

สสปน. ได้รับงบประมาณตามพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 จำนวน 883.6390 ล้านบาท โดยมีโครงสร้างงบประมาณ ประกอบด้วย 5 แผนงาน รายละเอียด ดังนี้

1) แผนงานบุคลากรภาครัฐ	131.0997 ลบ.
2) แผนงานพื้นฐานด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ	51.9340 ลบ.
3) แผนงานยุทธศาสตร์พัฒนาประสิทธิภาพและมูลค่าเพิ่มของภาคการผลิต บริการการค้า และการลงทุน	580.4690 ลบ.
4) แผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวกีฬาและวัฒนธรรม	66.1563 ลบ.
5) แผนงานบูรณาการเพื่อพัฒนาพื้นที่ระดับภาค	54.0000 ลบ.



งบประมาณ ปี 2562 จำแนกตามฝ่ายและจำแนกตามแผนงานของสำนักงานงบประมาณ ดังนี้

หน่วย : ล้านบาท

ลำดับ	ฝ่าย	แผนงาน					รวม
		บุคลากรฯ	พื้นฐานฯ	ยุทธศาสตร์ฯ	บูรณาการท่องเที่ยว	บูรณาการภาค	
1	ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (MI)			122.4527	11.0000		133.4527
2	ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ (CV)			54.0116			54.0116
3	ฝ่ายอุตสาหกรรมกรรมการแสดงสินค้านานาชาติ (EX)			68.7800	3.9000		72.6800
4	ฝ่ายส่งเสริมตลาดในประเทศ (D-MICE)			21.324	14.5000		35.8240
5	ฝ่ายการตลาด (MSD)			122.3000	11.1000		133.4000
6	ฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE CAP)			43.7000			43.7000
7	ฝ่าย MICE Intelligence และนวัตกรรม (IN)			24.2000			24.2000
8	ฝ่ายพัฒนากลยุทธ์องค์กร (CSD)			13.4990			13.4990
9	ฝ่ายบริหารรัฐกิจวิสาหกิจ (GCA)			15.9000			15.9000
10	ส่วนงานพัฒนาเครือข่ายไมซ์ (Area Based)				25.6563	54.0000	79.6563
11	ส่วนงานงานพัฒนาการจัดงานเมกะโปรเจค (Mega)			21.0000			21.0000
12	ฝ่ายบริหาร (ADM)	131.0797	51.9340	6.8000			189.8137
13	ฝ่ายบัญชีและการเงิน (AF)			1.6000			1.6000
14	ฝ่ายสื่อสารองค์กร (CM)			17.0000			17.0000
15	ฝ่ายสำนักงานผู้อำนวยการ สสปน. (OP) และงบนโยบาย			47.9017			47.9017
	รวม	131.0797	51.9340	580.4690	66.1563	54.0000	883.6390

ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ โครงการ และงบประมาณประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562

จำแนกตามแผนงาน รวม 5 แผนงาน ดังนี้

แผนงานบุคลากรภาครัฐ : 131.0797 ล้านบาท

หน่วยนับ : ล้านบาท

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	เป้าหมาย	หน่วยนับ	งบประมาณ
เป้าหมายหลักที่ 2 : พัฒนาประเทศด้วยนวัตกรรม			131.0797
ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานภายในขององค์กร			131.0797
กลยุทธ์ที่ 1 : ยกกระดับศักยภาพบุคลากรของสสพ. ให้มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร			
ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับบุคลากร			131.0797

แผนงานพื้นฐาน : 51.9340 ล้านบาท

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	เป้าหมาย	หน่วยนับ	งบประมาณ
เป้าหมายหลักที่ 2 : พัฒนาประเทศด้วยนวัตกรรม			51.9340
ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานภายในขององค์กร			51.9340
กลยุทธ์ที่ 1 : ยกระดับศักยภาพบุคลากรของสสพ. ให้มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร			51.9340
งบบริหารสำนักงาน			51.9340

แผนงานยุทธศาสตร์ : 580.4690 ล้านบาท

เป้าหมาย จำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์จากต่างประเทศ 1,248,000 คน/ รายได้จากนักท่องเที่ยวไมซ์จากต่างประเทศ 117,260 ล้านบาท

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	เป้าหมาย	หน่วยนับ	งบประมาณ
รวม			580.4690
เป้าหมายหลักที่ 1 : สร้างรายได้			428.4594
ยุทธศาสตร์ที่ 1 : ขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไทยผ่านกลไกการจัดกิจกรรมไมซ์			291.9794
กลยุทธ์ที่ 1 : รักษา และยกระดับกิจกรรมไมซ์เดิมให้เติบโตอย่างมั่นคงและมีความยั่งยืน			225.7994
1. สนับสนุนการจัดงานในประเทศไทย (Event Support/Subsidy)			67.7950
1) สนับสนุนเพื่อผลักดันการเพิ่มปริมาณงานนักท่องเที่ยวกลุ่มลูกค้าองค์กรจากต่างประเทศ	50,000/5	ราย/ งานใหญ่ (งาน)	28.6900
2) สนับสนุนการจัดประชุมนานาชาติ	26,000	คน	18.5250
3) สนับสนุนและยกระดับการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทย (Existing and Upgrade show)	20	งาน	20.5800
2. สนับสนุนเป็นเจ้าภาพจัดงาน			42.2300
1) สนับสนุนการเป็นเจ้าภาพจัดงาน IT&CMA & CTW Asia 2019	60 52 520	ผู้ประกอบการ (ราย) Lead (งาน) นัดหมาย (PSA)	26.0000
2) สนับสนุนการเป็นเจ้าภาพจัดงาน SITE Global Conference 2019	1	งาน	16.2300

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	เป้าหมาย	หน่วยนับ	งบประมาณ
3. เข้าร่วมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการสำหรับกลุ่มผู้เดินทางธุรกิจและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์ในต่างประเทศ (Trade Show)			3.9230
1) เข้าร่วมงานเทรดโชว์ในตลาดกลุ่มเป้าหมายการประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล (AIME, IT&CM China, IMEX Frankfurt, IMEX America, IBTM World)	5	งาน	2.4230
2) เข้าร่วมงานเทรดโชว์ในตลาดกลุ่มเป้าหมายการประชุมนานาชาติ (IMEX USA / IBTM World / IMEX Frankfurt)	15	งาน (Potential Leads)	1.5000
4. จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด Road Show/Sale Mission/ Overseas activities ในตลาดเป้าหมายในต่างประเทศ			22.0297
1) สร้างโอกาสทางการขายให้กับผู้ประกอบการผ่านเวที Roadshow ด้านการประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล (Australia / China/ Europe/ India)	4	งาน	5.4597
2) ส่งเสริมการตลาดเชิงรุกในกลุ่มประเทศเป้าหมายด้านการประชุมนานาชาติ Sales Mission (Asia / Long Haul)	2	ตลาด	2.3700
3) ดำเนินกิจกรรมการตลาดในประเทศและต่างประเทศในตลาดเป้าหมายด้านงานแสดงสินค้านานาชาติ Local Roadshow และ Sale Mission ในต่างประเทศ (ยุโรป /bhu=เอเชียแปซิฟิก)	60	ราย	4.0000
4) กิจกรรมการตลาดในต่างประเทศ Roadshow/ Sale Mission/Overseas activities ในตลาดเป้าหมายด้านการแสดงสินค้านานาชาติ <ul style="list-style-type: none"> - ประชาสัมพันธ์สัญจร (Roadshows) - ประชุมกลุ่มย่อย (One on One Meeting) - Sponsorship and Networking session - Business Forum 	13	กิจกรรม	10.2000

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	เป้าหมาย	หน่วยนับ	งบประมาณ
5. จัดตั้งตัวแทนการตลาดในต่างประเทศและการดำเนินกิจกรรมการตลาดของตัวแทน (Overseas Marketing Representatives)			41.5866
1) จัดตั้งตัวแทนการตลาดด้านการประชุมและการเดินทาง เพื่อเป็นรางวัลในต่างประเทศ (Japan / India / China / Oceania / Europe/North America/Singapore)	7 14 1	ราย กิจกรรมการตลาด (งาน) ครั้ง (ประชุมประจำปี)	28.6000
2) จัดตั้งตัวแทนการตลาดในตลาดต่างประเทศสำหรับตลาดการประชุมนานาชาติ	24	งาน	8.9866
3) จัดตั้งตัวแทนการตลาดในต่างประเทศ (pay per performance) สำหรับตลาดงานแสดงสินค้านานาชาติ	10	new show leads	4.0000
6. ทำการตลาดและประชาสัมพันธ์เพื่อกระตุ้นให้มินักเดินทางไม่ช้มาเข้าร่วมงานมากขึ้น			15.0000
1) Thailand Incentive and Meeting Exchange - TIME	30 100	ลูกค้า (ราย) ผู้ประกอบการ (ราย)	7.5000
2) สร้างความเชื่อมั่นให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในศักยภาพของไทย Famtrip with Partners	2 / 16	งาน / ลูกค้า (ราย)	2.0000
3) Marketing Promotion (ส่งเสริมการตลาด ASEAN Privilege (Visitor Promotion) และโปรโมชั่นการตลาด Exhibiz in Market (Exhibitor Promotion))	400 /200 800	คน /ห้องพัก ตารางเมตร	5.5000
งบนโยบาย			33.2351
กลยุทธ์ที่ 2 : สร้างกิจกรรมไม่ช้ใหม่เพื่อรองรับอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ			4.0000
7. สนับสนุนงานไม่ช้เพื่อรองรับอุตสาหกรรมเป้าหมาย			4.0000
1) จัดตั้งผู้เชี่ยวชาญเพื่อดึงงานแสดงสินค้าใหม่ ICONIC 4.0	2	อุตสาหกรรมเป้าหมายเพื่อ ศึกษาสำหรับการจัดงาน	4.0000

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	เป้าหมาย	หน่วยนับ	งบประมาณ
กลยุทธ์ที่ 3 : ขับเคลื่อนกิจกรรมไม่ซ้ำใหม่ตามความต้องการของตลาดกับศักยภาพและนโยบายของประเทศ			62.1800
8. สนับสนุนการประมูลสิทธิ์การจัดงานและการสร้างงานใหม่			28.0000
1) สนับสนุนการประมูลสิทธิ์งานประชุมนานาชาติ (Bidding)	28	งาน	12.0000
2) สนับสนุนการจัดงานแสดงสินค้าใหม่ (New show)	8	งาน	11.0000
3) Bidding Fund	10	new show leads	5.0000
9. ขยายตลาดและเพิ่มความต้องการการจัดงานในประเทศไทย			21.0000
1) บูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐในการประมูลสิทธิ์งานระดับ MEGA EVENT มาจัดที่ประเทศไทย (Bidding & Co-creation)	2	จำนวนงานที่เกิดขึ้นจากความร่วมมือในการประมูลสิทธิ์ (งาน)	9.0000
2) ยกระดับงานเมกะอีเวนต์ของไทยสู่สากล (Event Hybridization with World Event)	2	การร่วมลงทุนระหว่างผู้จัดงานเมกะอีเวนต์ของไทยและเมกะอีเวนต์ระดับโลก (งาน)	6.0000
3) พัฒนาศักยภาพงานอีเวนต์ของไทยให้เป็นเมกะอีเวนต์ระดับนานาชาติ	6	จำนวนงานที่ได้รับการตอบรับจากผู้เชี่ยวชาญหรือผู้มีชื่อเสียงในระดับสากลของอุตสาหกรรมเข้าร่วมงาน (งาน)	6.0000

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	เป้าหมาย	หน่วยนับ	งบประมาณ
10. จัดกิจกรรมการตลาดเชิงรุกร่วมกับเครือข่ายพันธมิตรในอุตสาหกรรมไมซ์			13.8000
1) ส่งเสริมการตลาดแบบมีส่วนร่วม Market Sharing (Social Sharing / Content Sharing / Business Sharing)	5 2 1	สมาคมต่างชาติ ครั้ง หน่วยงาน	3.1800
2) สร้างเครือข่ายพันธมิตรนานาชาติในวงการอุตสาหกรรมการประชุมนานาชาติ	60	ราย	2.0000
3) การตลาดเชิงรุกเพื่อสร้างภาพลักษณ์และสร้างโอกาสในด้านการประชุมนานาชาติของประเทศไทย	95	ราย	7.0000
4) สร้างความร่วมมือกับเครือข่ายพันธมิตรในอุตสาหกรรมแสดงสินค้านานาชาติ	2	กิจกรรม	1.0000
ยุทธศาสตร์ที่ 3 : ส่งเสริมการตลาด และภาพลักษณ์ไมซ์ของประเทศไทยและ สสพ.			136.4800
กลยุทธ์ที่ 1 : ส่งเสริมกิจกรรมทางการตลาด และสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยให้เป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ระดับนานาชาติ			119.4800
11. ส่งเสริมแบรนด์และการเป็นจุดหมายด้านไมซ์ของประเทศไทย			6.9650
1) พัฒนากลยุทธ์การตลาดอุตสาหกรรมไมซ์ประเทศไทย	2 1 3	แผนงาน ครั้ง คนครั้ง	6.6650
2) ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศร่วมกับสมาคมส่งเสริมการจัดประชุมแห่งเอเชีย (AACVB)	1	ครั้ง	0.3000

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	เป้าหมาย	หน่วยนับ	งบประมาณ
12. ผลิตสื่อส่งเสริมการตลาดและสร้างการรับรู้อุตสาหกรรมไมซ์ในและต่างประเทศ			51.7000
1) สร้างการรับรู้อุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ (Advertising & PR Campaign)	10,000,000 1/ 3,000,000 1 3 6/ 2,950,000 1 / 20	จำนวนคนรับรู้ (Industry Focus) สื่อ / จำนวนคนรับรู้ (Global Mainstream Media) งาน (Media Sponsorship) งาน (International PR) งาน / จำนวนคนรับรู้ งาน/ สื่อ (International Media Familiarization)	31.9000
2) ผลิตสื่อส่งเสริมการตลาดสำหรับตลาดในประเทศและต่างประเทศ	13 120 7,000 20 80,000 50 40 150 30 8	ชิ้นงาน (Artwork Development) ชิ้นงาน (Artwork Adjustment) ชิ้นงาน (Print Material) ชิ้นงาน (Print Material) ชิ้นงาน (ผลิตของที่ระลึก) ชิ้นงาน ((MI/C/MICE Cap Focus/Website) ชิ้นงาน (Exhibition Focus) ชิ้นงาน (Copy Writer, PR News, Speech, etc) ชิ้นงาน (Domestic Focus) ครั้ง (เดินทาง)	19.8000

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	เป้าหมาย	หน่วยนับ	งบประมาณ
13. จัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด Trade Show			56.8150
1) กิจกรรมการตลาดประเทศไทย ภายในงานเทรดโชว์นานาชาติ	5 75 6 3 4 1 4	งาน (คูหานิทรรศการ) ร้อยละความพึงพอใจ งาน (เช่าพื้นที่) งาน (Visibility onsite) งาน (Show Daily) งาน (Opening Ceremony of IT&CMA/CTW) ครั้ง (เดินทาง)	56.8150
14. พัฒนาประสิทธิภาพงาน Digital Marketing และการตลาดออนไลน์			4.0000
1) บริหารจัดการ Digital Platform	2,000,000 1,000,000 2	Viewership (International) Viewership (Local) ครั้ง	4.0000

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	เป้าหมาย	หน่วยนับ	งบประมาณ
กลยุทธ์ที่ 2 : ปรับเปลี่ยนมุมมองขององค์กรภายนอกต่อบทบาทและภาพลักษณ์ของ สสปน.			17.0000
15. ส่งเสริมการตลาด และภาพลักษณ์ไมซ์ของประเทศไทยและสสปน.			17.0000
1) ส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรในและต่างประเทศ	6 12 36 80 100 12 18	ครั้ง (สร้างการรับรู้ฯ) มูลค่าข่าวพชส (สร้างการรับรู้ฯ) ชิ้นงาน (ประชาสัมพันธ์) สื่อและผู้สนับสนุน รายชื่อ/สื่อและพันธมิตร ครั้ง (สรุปข่าวประจำเดือน) (ชิ้น/ครั้ง) จำนวนข่าว ประชาสัมพันธ์ที่ส่งออก	7.0575
2) เพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กร	24 6 6 1	ชิ้นงาน(ที่เผยแพร่ภายในองค์กร) ครั้ง (ที่เผยแพร่ฯ) ครั้ง (กิจกรรมสื่อสารเพื่อสร้าง การมีส่วนร่วม) ครั้ง (จัดจ้างผู้ดำเนินงาน)	2.0000
3) พัฒนาเนื้อหาและสื่อสร้างการรับรู้องค์กร	5 6,000	ชิ้นงาน เล่ม	1.9425
4) ส่งเสริมบทบาทและพันธกิจองค์กร	10 133 1	ชิ้นงาน ครั้ง (ที่เผยแพร่สื่อ) งาน สนับสนุน	6.0000

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	เป้าหมาย	หน่วยนับ	งบประมาณ
เป้าหมายหลักที่ 2 : พัฒนาประเทศด้วยนวัตกรรม			130.6856
ยุทธศาสตร์ที่ 4 : เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์			101.9200
กลยุทธ์ที่ 1 : ยกกระดับมาตรฐานผู้ประกอบการไมซ์ และโครงสร้างสนับสนุนไมซ์			43.8000
16. พัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์			23.8000
1) จัดหลักสูตรไมซ์ระดับนานาชาติ	9/30 (CEM) 1/50 (CIS)	หลักสูตร/คน หลักสูตร/คน	11.8000
2) สนับสนุนงบประมาณด้านการศึกษาและพัฒนาให้แก่หน่วยงานด้านไมซ์	3	หน่วยงาน	1.8000
3) พัฒนาหลักสูตรประกาศนียบัตรด้านไมซ์	1	หลักสูตร	1.0000
4) พัฒนาหลักสูตรด้านไมซ์มาตรฐานสากล (Meetings, Incentives, Conventions)	3	หลักสูตร	4.0000
5) ส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพการศึกษาด้านไมซ์ระดับภูมิภาค (MICE Academic Cluster)	4/1,000	ภูมิภาค/คน	3.0000
6) พัฒนาศักยภาพผู้เชี่ยวชาญด้านไมซ์ (Train the Trainer)	30	คน	1.0000
7) เครือข่ายเยาวชนไมซ์สู่การเป็นผู้ประกอบการไมซ์รุ่นใหม่ (MICE Student Chapter & MICE Start Up)	3/500	ภูมิภาค/คน	1.2000
17. พัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์			20.0000
1) มาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย (Thailand MICE Venue Standard)	150 (TMVS) /10 (AMVS) 1	องค์กร องค์กร กิจกรรม	11.7000
2) พัฒนาคอร์สความรู้ด้านมาตรฐานในอุตสาหกรรมไมซ์ (Venue Management Course)	150	คน	1.5500
3) ส่งเสริมผู้ประกอบการไมซ์ให้ได้รับมาตรฐานนานาชาติ	5	องค์กร	1.2500
4) พัฒนามาตรฐานงานแสดงสินค้านานาชาติของประเทศไทย	44	งาน	5.5000

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	เป้าหมาย	หน่วยนับ	งบประมาณ
กลยุทธ์ที่ 2 : พัฒนาและส่งเสริมการใช้นวัตกรรมในการจัดงาน พัฒนาคณะความรู้และรูปแบบการจัดงาน			37.4000
18. พัฒนาการจัดงานด้านไมซ์อย่างยั่งยืน			5.4000
1) พัฒนาผู้ประกอบการไมซ์ด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน	1/50 1/30 3	กิจกรรม/คน หลักสูตร/คน องค์กร	2.9000
2) รับรองมาตรฐาน Thailand Sustainable Event Management Standard	15	องค์กร	1.5000
3) ประชาสัมพันธ์ประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน	1	กิจกรรม	1.0000
19. สร้างสรรค์นวัตกรรมไมซ์ (MICE Intelligence & Innovation)			24.2000
1) พัฒนาเครื่องมือและ Digital Service เพื่อสนับสนุนการจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์	1/100	ระบบ/ร้อยละความสำเร็จของโครงการ	2.4000
2) ยกกระดับการจัดงานแบบสมาร์ทไมซ์ด้วยนวัตกรรม (ร่วมกับเครือข่ายนวัตกรรมเช่น NIA การ incentivize ให้เกิดนวัตกรรมในไมซ์)	1 2	โครงการต้นแบบ (โครงการ) นวัตกรรมใหม่ (นวัตกรรม)	4.5000
3) พัฒนานวัตกรรมเพื่อสนับสนุนการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล (BizConnect Application)	100 10,000 30	ความสำเร็จของการพัฒนาระบบ (ร้อยละ) จำนวนผู้ใช้งาน (ดาวโหลด) สนับสนุนงานไมซ์ (งาน)	3.5000
4) เสริมสร้างการวิจัยและพัฒนาเนื้อหาสำหรับ MICE Intelligence Center	15/12/4/80	รายงานบทวิเคราะห์ (ชิ้นงาน)/ Infographic (ชิ้นงาน)/วิดีโอ/ ร้อยละความพึงพอใจผู้อ่าน (ร้อยละ)	6.5000

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	เป้าหมาย	หน่วยนับ	งบประมาณ
5) จัดงานสัมมนา MICE Intelligence & Innovation Conference และแลกเปลี่ยนองค์ความรู้กับหน่วยงานพันธมิตรทั้งในและต่างประเทศ	200/1/7	จำนวนผู้เข้าร่วมงาน (คน) /จำนวนรายงานข้อมูลสำคัญ (รายงาน) / กิจกรรมพัฒนาองค์ความรู้ไม่ซ้ำร่วมกับพันธมิตร (กิจกรรม)	5.5000
6) ต่อยอดทักษะความสามารถด้านดิจิทัลในองค์กร	100/3	ร้อยละความสำเร็จของโครงการ/องค์กร	1.8000
20) สํารวจข้อมูลเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์			7.8000
1) สํารวจความพึงพอใจต่อการให้บริการของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ประจำปีงบประมาณ 2562	3/1/80	รายงานผลการศึกษา (ฉบับ)/ แผนปรับปรุงการให้บริการ (แผนงาน)/ผลการสำรวจองค์กรได้คะแนนความพึงพอใจไม่น้อยกว่า (ร้อยละ)	1.5000
2) ปรับปรุงระบบจัดเก็บข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์และการจัดทำบัญชีประชาชาติด้านอุตสาหกรรมไมซ์ ปี 2562	6	ฉบับ (รายงาน)	5.0000
3) การพัฒนาประสิทธิภาพด้านวิจัยและพัฒนา	6 12	รายงานผลการเข้าร่วมการประชุม สัมมนา (รายงาน) / พนักงานโครงการฯ (เดือน)	1.3000

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	เป้าหมาย	หน่วยนับ	งบประมาณ
กลยุทธ์ที่ 3 : ผลักดัน ยกระดับมาตรฐาน และปรับปรุงระเบียบที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ไทย			18.7200
21. ส่งเสริมและบริหารรัฐกิจวิสาหกิจ			18.7200
1) ประสานงานภาครัฐเพื่อการอำนวยความสะดวกทางการค้าและบริการอุตสาหกรรมไมซ์	19/2	ครั้ง/คน	10.9000
2) Ease of Doing Business for MICE ตามยุทธศาสตร์การปฏิรูปของรัฐบาล	2	งาน	5.0000
3) อำนวยความสะดวกในการเข้าเมืองของนักเดินทางกลุ่มไมซ์ (MICE Lane)	160	งาน	2.8200
กลยุทธ์ที่ 4 : สร้างความร่วมมือกับเครือข่ายพันธมิตรผ่านแพลตฟอร์มไมซ์			2.0000
22. เสริมสร้างและพัฒนาความสัมพันธ์กับเครือข่ายและหน่วยงานพันธมิตรในอุตสาหกรรมไมซ์			2.0000
1) สนับสนุนกิจกรรมการตลาดสมาคมการค้าสินค้าไทย (TEA)	3	กิจกรรม	2.0000
ยุทธศาสตร์ที่ 5 : พัฒนาประสิทธิภาพด้านบัญชี การเงิน และการงบประมาณ			28.7656
กลยุทธ์ที่ 1 : ยกระดับมาตรฐานผู้ประกอบการไมซ์ และโครงสร้างสนับสนุนไมซ์			28.7656
23. พัฒนาประสิทธิภาพด้านบัญชี การเงิน และการงบประมาณ			4.0990
1) ปรับปรุงกระบวนการและระบบบัญชีและการเงินอย่างต่อเนื่อง	1/2/4	ผู้สอบบัญชี/คน/เรื่อง	1.6000
2) เพิ่มประสิทธิภาพการจัดทำแผนงานและงบประมาณ	80	ร้อยละประสิทธิภาพการจัดทำ แผนและงบประมาณเพิ่มขึ้น	2.4990
24. พัฒนาประสิทธิภาพด้านยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ แผนงาน และการติดตามประเมินผล			3.2000
1) พัฒนาประสิทธิภาพด้านยุทธศาสตร์ กลยุทธ์องค์กร	1/100/1/4	แผนงาน/ร้อยละ/คน/รายงาน	1.0000
2) ยกระดับการบริหารความเสี่ยงองค์กร	1/1/80	แผนงาน/ครั้ง/ ระดับการมีส่วนร่วมฯ	1.5000
3) ประเมินความคุ้มค่าของการดำเนินงานโครงการของ สสพ.	1/50	แผนงาน/ คน	0.7000

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	เป้าหมาย	หน่วยนับ	งบประมาณ
25. พัฒนาการบริหารองค์กร			14.6666
1) ประชุมคณะกรรมการ และคณะอนุกรรมการ ประจำปีงบประมาณ 2562	70	ร้อยละ 70 ของจำนวนการประชุมมีกรรมการเข้าร่วมประชุมร้อยละ 80 ขึ้นไปของจำนวนกรรมการ	7.1600
2) สนับสนุนการกำกับดูแลกิจการองค์กรมหาชนของคณะกรรมการ คณะอนุกรรมการ และผู้บริหาร สสพ. ประจำปีงบประมาณ 2562	3/2	ครั้ง/หลักสูตร	1.5454
3) เพิ่มประสิทธิภาพสายงานบริหารภายในองค์กร และสนับสนุนกิจกรรมต่างๆเพื่อกระชับความสัมพันธ์ระหว่าง สสพ.และหน่วยงานพันธมิตร ประจำปีงบประมาณ 2562	12/12/2	ครั้ง/งาน/วิดิทัศน์ (ครั้ง)	1.2572
4) เข้าร่วมงานเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักธุรกิจกลุ่มไมซีในประเทศและต่างประเทศ ประจำปีงบประมาณ 2562	10	งาน	3.0380
5) เพิ่มประสิทธิภาพและบูรณาการฐานข้อมูล ของส่วนงานกฎหมายและธรรมาภิบาล	12/1	เดือน/ระบบ	0.3660
6) พัฒนาและสนับสนุนการปฏิบัติงานด้านกฎหมายและธรรมาภิบาล	4/1	ฉบับ/กิจกรรม	1.0000
7) พัฒนาบุคลากรด้านกฎหมายและธรรมาภิบาล	2	ครั้ง	0.3000
26. พัฒนางองค์กร			6.8000
1) จ้างเหมาบริการเพื่อดำเนินงานด้านจัดซื้อจัดจ้างส่วนกลางของ สสพ.	20/70	โครงการหรือกิจกรรม/คน/ ร้อยละความพึงพอใจ	1.8000
2) พัฒนาบุคลากร	80	จำนวนพนักงานที่เข้ารับการพัฒนาบุคลากร (ฝึกอบรม)ไม่น้อยกว่าร้อยละ	5.0000

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	เป้าหมาย	หน่วยนับ	งบประมาณ
เป้าหมายหลักที่ 3 : กระจายรายได้และความเจริญในทุกภาคส่วนของสังคม			21.3240
ยุทธศาสตร์ที่ 2 : กระจายรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจของภูมิภาคผ่านอุตสาหกรรมไมซ์			21.3240
กลยุทธ์ที่ 1 : ยกระดับกิจกรรมไมซ์ในภูมิภาค เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในภูมิภาค			12.6840
27. เสริมสร้างการจัดงานไมซ์ภายในประเทศ			12.6840
1) สนับสนุนการจัดกิจกรรมไมซ์ภายในประเทศร่วมกับหน่วยงานภาคี (Alliance Support)	10	งาน	5.6480
	5	หน่วยงาน	
2) สนับสนุนการจัดงานประชุมวิชาการภายในประเทศ (Domestic Convention)	10	งาน	1.1000
3) สร้างเครือข่ายความร่วมมือกับพันธมิตรเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ภายในประเทศ	2	ครั้ง	0.1000
4) Empower Thailand Exhibition	2	งาน	0.9000
5) สนับสนุนการยกระดับงานแสดงสินค้าภายในประเทศ (Upgrade)	7	งาน	4.9000
กลยุทธ์ที่ 2 : สร้างกิจกรรมไมซ์เพื่อลดความเหลื่อมล้ำในภูมิภาค			8.6400
28. สนับสนุนการจัดงานเพื่อกระจายรายได้			8.6400
1) สนับสนุนกระจายงานแสดงสินค้าไปยังภูมิภาค (Clone)	4	งาน	3.4000
2) สนับสนุนการสร้างงานแสดงสินค้าชิ้นใหม่ (New)	2	งาน	1.7000
3) สนับสนุนการจัดประชุมสัมมนาและศึกษาดูงานในโครงการพระราชดำริ (Royal Project) และชุมชนสหกรณ์	10	กรุ๊ป	0.3000
4) สร้างการรับรู้สินค้าและบริการด้านไมซ์ (Domestic FAM Trip)	90	ราย	3.2400

แผนงานบูรณาการท่องเที่ยว : 66.1563 ล้านบาท

เป้าหมาย จำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์ในประเทศ 31,400,000 คน / รายได้จากนักท่องเที่ยวไมซ์ในประเทศ 69,000 ล้านบาท

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	เป้าหมาย	หน่วยนับ	งบประมาณ
เป้าหมายหลักที่ 2 : พัฒนาประเทศด้วยนวัตกรรม			66.1563
ยุทธศาสตร์ที่ 2 : กระจายรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจของภูมิภาคผ่านอุตสาหกรรมไมซ์			66.1563
กลยุทธ์ที่ 1: ยกกระดับกิจกรรมไมซ์ในภูมิภาค เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในภูมิภาค			66.1563
29. ส่งเสริมการจัดงานและกระจายรายได้สู่ภูมิภาค			25.6563
1) ยกกระตบงานเด่นในไมซ์ซิติ (Flagship Events)	6	งาน	6.3563
2) ส่งเสริมและให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานอุตสาหกรรมไมซ์	20	ครั้ง	0.5400
3) ทำตลาด/การประชาสัมพันธ์/การสร้างเครือข่ายธุรกิจ และแสดงศักยภาพไมซ์ซิติผ่านการเข้าร่วมงาน Tradeshow/Roadshow/Industrial Meetings ฯลฯ	8	งาน	3.3600
4) สร้างเวทีแลกเปลี่ยนผ่านกิจกรรมเชิงปฏิบัติการระหว่างไมซ์ซิติ เมืองที่มีศักยภาพ และสสปน. (MICE City Summit)	30	คน	3.0000
5) พัฒนาผลิตภัณฑ์ไมซ์ใหม่ในพื้นที่ไมซ์ซิติและเมืองที่มีศักยภาพ (7 Themes)	10	เมือง	5.0000
6) PATA Destination Marketing Forum 2019	1	งาน	5.0000
7) ศึกษาและจัดทำข้อมูลยุทธศาสตร์ของเมืองที่มีศักยภาพ (City Profile)	3 6	เมือง/ฉบับ workshop/ครั้ง	2.4000

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	เป้าหมาย	หน่วยนับ	งบประมาณ
30. ส่งเสริมตลาดไมซ์ในประเทศและขยายตลาดกลุ่มประเทศ GMS/ CLMV/ SEZ			40.5000
1) สนับสนุนการยกระดับงานประชุมนานาชาติในพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจ (LIMEC)	1	งาน	2.1000
2) สนับสนุนส่งเสริมการเป็นศูนย์กลางและการประชุมสัมมนาในพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจ (Economic Corridor) และเขตเศรษฐกิจพิเศษ (SEZ) ภายใต้ยุทธศาสตร์อนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง	4	งาน	11.4000
3) สนับสนุนการสร้างเครือข่ายไมซ์ผ่านบริษัทข้ามชาติในไทย (EXPAT)	2	งาน	1.0000
	60	ราย	
4) สนับสนุนและส่งเสริมการขายและการตลาดในกลุ่มประเทศอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง	10,000	ราย	7.0000
5) ส่งเสริมและสร้างการรับรู้ตลาดกลุ่มประเทศ CLMV (Fam trip)	10	ลูกค้า (ราย)	1.5000
6) ส่งเสริมการขายและการตลาดในกลุ่มประเทศ CLMV	4	ประเทศ	2.5000
	100	ลูกค้า (ราย)	
	18	ผู้ประกอบการ (ราย)	
7) จัดกิจกรรมการตลาดโรดโชว์ในกลุ่มประเทศ CLMV	5	งาน	7.0000
	75	ความพึงพอใจ (ร้อยละ)	
8) แผนบูรณาการกลุ่มประเทศ GMS	3	งาน	4.1000
9) กิจกรรมการตลาดในต่างประเทศ	120/60	คน/นัดหมาย	3.9000
	8/2	นัดหมาย/ Leads	
	400/200	คน/ห้อง	

แผนงานบูรณาการพื้นที่ระดับภาค : 54.0000 ล้านบาท

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	เป้าหมาย	หน่วยนับ	งบประมาณ
เป้าหมายหลักที่ 2 : พัฒนาประเทศด้วยนวัตกรรม			54.0000
ยุทธศาสตร์ที่ 2 : กระจายรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจของภูมิภาคผ่านอุตสาหกรรมไมซ์			54.0000
กลยุทธ์ที่ 1: ยกกระดับกิจกรรมไมซ์ในภูมิภาค เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในภูมิภาค			54.0000
31. ส่งเสริมการบูรณาการภาค			54.0000
1) จัดเก็บข้อมูลด้านไมซ์ของภาคกลาง กรุงเทพมหานคร (MICE Intelligence)	1	ระบบ	18.0000
	85	ร้อยละการยอมรับฯ	
2) จัดเก็บข้อมูลด้านไมซ์ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดขอนแก่น (MICE Intelligence)	1	ระบบ	18.0000
	85	ร้อยละการยอมรับฯ	
3) จัดเก็บข้อมูลด้านไมซ์ของภาคใต้ จังหวัดภูเก็ต (MICE Intelligence)	1	ระบบ	18.0000
	85	ร้อยละการยอมรับฯ	