

แผนปฏิบัติงานและแผนการใช้จ่ายงบประมาณ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563



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 ให้บริการด้านความรู้และฝึกอบรมให้แก่เจ้าหน้าที่ของรัฐหรือประชาชนให้เกิดความชำนาญและทักษะเทียบเท่ามาตรฐานสากลเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว รวมทั้งเป็นศูนย์กลางข้อมูลด้านการจัดประชุมและนิทรรศการและให้ความรู้แก่ผู้ดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวให้เข้าใจในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ ภายใต้วัตถุประสงค์ดังกล่าวสำนักงานต้องมุ่งมั่นพัฒนาและเพิ่มศักยภาพของประเทศในการเป็นศูนย์กลางการจัดประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการนานาชาติ



วิสัยทัศน์

“องค์กรหลักในการผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ให้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศด้วยนวัตกรรม เพื่อสร้างความเจริญ และกระจายรายได้ไปสู่ทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน”

พันธกิจ



1. สนับสนุนการจัดงานไมซ์เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและกระจายรายได้
2. เป็นตัวแทนของประเทศในการจัดทำข้อเสนอเพื่อขอรับเป็นเจ้าภาพการจัดประชุมและนิทรรศการ
3. ส่งเสริมภาพลักษณ์ไมซ์ไทยด้วยผลิตภัณฑ์บริการชั้นเลิศและอัตลักษณ์ไทย
4. พัฒนาไมซ์ด้วยองค์ความรู้ มาตรฐาน พัฒนาบุคลากรและผู้ประกอบการ
5. ส่งเสริมแนวปฏิบัติด้านความยั่งยืนเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน



เป้าหมาย

1. การสร้างรายได้และพัฒนาเศรษฐกิจ
2. การกระจายรายได้และความเจริญ
3. พัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยนวัตกรรม

ความเชื่อมโยงงบประมาณในการจัดทำงบประมาณรายจ่ายฯ ปี 2563 ของสสพ.

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี	ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน					
ประเด็นแผนแม่บท	ประเด็น (5) การท่องเที่ยว					
เป้าหมายแผนแม่บท	1) ประเทศไทยเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว เศรษฐกิจเติบโตอย่างมีเสถียรภาพและยั่งยืน 2) ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น					
ตัวชี้วัดแผนแม่บท	1) สัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศด้านการท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศเพิ่มขึ้น ร้อยละ 22 ภายในปี 2565	2) สัดส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวของเมืองหลักและเมืองรอง เป็นร้อยละ 80:20	3) อันดับขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยโดย Travel & Tourism Competitiveness Index (TTCI) อยู่ในอันดับ 1 ใน 29 ของโลก ภายในปี 2565			
แผนแม่บทย่อย	ประเด็น การท่องเที่ยว แผนย่อยที่ 3.2 การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ					
เป้าหมายแผนแม่บทย่อย	1) รายได้จากการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจเพิ่มขึ้น			2) การเป็นจุดหมายปลายทางในการจัดการประชุมนานาชาติของไทย		
ตัวชี้วัดแผนแม่บทย่อย	1) อัตราการขยายตัวของรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจร้อยละ 5			2) อันดับของไทยในการเป็นจุดหมายปลายทางในการจัดประชุมนานาชาติ ดัชนี ICCA 1 ใน 23		
ยุทธศาสตร์จัดสรร	ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน					
แผนงานของสสพ.	บุคลากรภาครัฐ	พื้นฐาน	ยุทธศาสตร์	บูรณาการ สร้างรายได้จากการท่องเที่ยว	บูรณาการ พัฒนาพื้นที่ระดับภาค	บูรณาการ เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก
ผลสัมฤทธิ์หน่วยงาน	การสร้างรายได้ให้กับประเทศและกระจายรายได้ให้กับกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องตั้งแต่เจ้าของธุรกิจจนถึงชุมชนท้องถิ่น					
ตัวชี้วัดผลสัมฤทธิ์หน่วยงาน	การกระจายรายได้ที่เกิดจากอุตสาหกรรมไมซ์สู่เศรษฐกิจของประเทศไทย (Economic Impact) 250,000 ล้านบาท					
เป้าหมายการให้บริการ หน่วยงาน	เพื่อสร้างความเข้าใจและความเชื่อมั่นแก่นักเดินทางธุรกิจไมซ์ และฟื้นฟูภาพลักษณ์ของประเทศ ให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายหลักในการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ ในภูมิภาคเอเชีย					
ตัวชี้วัดเป้าหมายการให้บริการ หน่วยงาน	ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ : จำนวนนักท่องเที่ยวธุรกิจกลุ่มไมซ์จากต่างประเทศที่เดินทางเข้าสู่ประเทศไทย 1,386,000 คน ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ : รายได้จากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวธุรกิจกลุ่มไมซ์จากต่างประเทศที่เดินทางเข้าสู่ประเทศไทย 105,600 ล้านบาท					

ทิศทางของแผนปฏิบัติงานฯ ปี 2563

1) ทิศทางการดำเนินงาน



ยึดแนวทางตามแผนปฏิบัติราชการ ระยะ 3 ปี พ.ศ. 2563 – 2565 ไว้ 5 ยุทธศาสตร์ 12 กลยุทธ์เป็นหลัก ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศด้านอุตสาหกรรมไม่ซ์

กลยุทธ์ 1.1 รักษาและยกระดับกิจกรรมไม่ซ์เดิมให้เติบโตอย่างมั่นคงและมีความยั่งยืน

กลยุทธ์ 1.2 ขับเคลื่อนกิจกรรมไม่ซ์ใหม่ตามความต้องการของตลาดกับศักยภาพและนโยบายของประเทศ

ยุทธศาสตร์ที่ 2 กระจายรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจของภูมิภาคผ่านอุตสาหกรรมไม่ซ์

กลยุทธ์ 1. พัฒนาและยกระดับกิจกรรมไม่ซ์ เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในภูมิภาค เมือง พื้นที่เศรษฐกิจ

กลยุทธ์ 2. สร้างกิจกรรมไม่ซ์ เพื่อลดความเหลื่อมล้ำในภูมิภาค เมือง พื้นที่เศรษฐกิจ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมการตลาดและภาพลักษณ์ไม่ซ์ของประเทศไทย และสสปน.

กลยุทธ์ 3.1 ส่งเสริมการตลาด สร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยเพื่อให้เป็นจุดหมายปลายทางไม่ซ์ระดับนานาชาติ โดยเน้นจุดเด่นด้านธุรกิจบริการและอัตลักษณ์ความเป็นไทย

กลยุทธ์ 3.2 สร้างการรับรู้และปรับมุมมองขององค์กรภายนอกต่อบทบาทและภาพลักษณ์ของ สสปน.

ยุทธศาสตร์ที่ 4 เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไม่ซ์และยกระดับไม่ซ์ให้เป็นวาระแห่งชาติ

กลยุทธ์ 4.1 นำข้อมูลเชิงลึก เทคโนโลยีสารสนเทศ และนวัตกรรมมาสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไม่ซ์

กลยุทธ์ 4.2 ยกระดับอุตสาหกรรมไม่ซ์โดยพัฒนาบุคลากรและมาตรฐานผู้ประกอบการ

กลยุทธ์ 4.3 ผลักดันและยกระดับไม่ซ์ให้เป็นวาระแห่งชาติให้ครอบคลุมทุกมิติทั้งเชิงนโยบาย มาตรการ และอำนวยความสะดวกฯ

กลยุทธ์ 4.4 ร่วมมือกับพันธมิตรทั้งในและต่างประเทศ เพื่อผลักดันอุตสาหกรรมไม่ซ์ไทยเป็นแกนกลางของอาเซียน

ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานภายในองค์กร

กลยุทธ์ 5.1 ยกระดับศักยภาพบุคลากรของ สสปน. ให้มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร

กลยุทธ์ 5.2 ใช้นวัตกรรม การจัดการความรู้ และการบูรณาการร่วมกันภายใน สสปน. เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ตามหลัก 7 บาล

ทิศทางของแผนปฏิบัติงานฯ ปี 2563

2) ทิศทางการตลาด

ประกอบด้วย มิติเชิงพื้นที่ มิติเชิงอุตสาหกรรมเป้าหมาย มิติเชิงประเภทของงาน และมิติเชิงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายสำหรับกลุ่มไมซ์จากต่างประเทศ ดังนี้

มิติเชิงพื้นที่ กำหนดภูมิภาคเอเชียที่มีอัตราการเติบโตสูงเป็นตลาดหลัก โดยมี ยุโรป 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



มิติเชิงประเภทของงาน

ให้ความสำคัญกับการจัดงานและสนับสนุนงานที่สำคัญระดับนานาชาติและภูมิภาค เช่น งานประชุมสมาคมนานาชาติที่อยู่ในเกณฑ์ของสมาคม ICCA (ICCA Qualified Meetings) เป็นต้น

มิติเชิงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ได้แก่ กลุ่มผู้จัดงาน เจ้าของงาน นักเดินทางไมซ์ สื่อหรือผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ผู้ประกอบการ สถาบันการศึกษา หน่วยงานสนับสนุน ประชาสัมพันธ์ และประชาชนทั่วไป

มิติเชิงอุตสาหกรรมเป้าหมาย

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

สำหรับกลุ่มไมซ์ในประเทศ

กำหนดทิศทางการตลาด ในมิติเชิงพื้นที่ มีเมืองหลัก และเมืองรองต่างๆ ที่เป็นกลุ่มจังหวัด เป็นตลาดเป้าหมายหลัก เมืองหลักในภูมิภาคและในเขตระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC)เป็นตลาดรอง และเมืองที่มีศักยภาพรองรับงานไมซ์ในประเทศเป็นตลาดใหม่ มิติเชิงอุตสาหกรรมให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมเป้าหมายตามนโยบายรัฐบาล (S-Curve) เป็นหลัก และอุตสาหกรรมเด่นในแต่ละเมืองเป็นเป้าหมายรอง มิติเชิงประเภทของงาน เน้นการสนับสนุนการจัดงานแสดงสินค้าและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเป็นหลัก ส่วนงานประชุมวิชาการ (สมาคมและภาครัฐ) เป็นลำดับรอง

ทิศทางของแผนปฏิบัติการฯ ปี 2563

3) ทิศทางการบริหาร

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

นโยบายและทิศทางของผู้บริหาร สสปน. ปี 2563

ขับเคลื่อนเศรษฐกิจ
ของประเทศ
ด้วยอุตสาหกรรมไมซ์

1

ส่งเสริมภาพลักษณ์
ของไมซ์ไทย และ สสปน.

3

กระจายรายได้และกระตุ้น
เศรษฐกิจของภูมิภาคผ่าน
อุตสาหกรรมไมซ์

2

เสริมสร้างขีดความสามารถในการ
แข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์และ
ยกระดับไมซ์ให้เป็นวาระแห่งชาติ

4

พัฒนาประสิทธิภาพ
การปฏิบัติงานภายในของ
องค์กร

5

เป็นองค์กรที่คำนึงถึงแนวคิด CSR และ Sustainability โดยปรับใช้หรือปฏิบัติงานจริงได้ครอบคลุมทุกมิติของการดำเนินงาน

- เป็นตัวแทนของประเทศจัดทำข้อเสนอขอรับเป็นเจ้าภาพ
- ขยายพันธมิตรแนวร่วมเพื่อประมุขสิทธิ์
- เร่งดำเนินการตลาดเชิงรุก ตรงจุด
- ปรับวิธีการดำเนินงานให้พื้นที่หรือเจ้าของเรื่องมีส่วนร่วมเป็นเจ้าภาพ
- สนับสนุนงานเดิม พัฒนาให้ยกระดับดีขึ้น
- สร้างงานใหม่ที่เหมาะสมกับศักยภาพพื้นที่

- ส่งเสริมภาพลักษณ์ของไมซ์ไทยด้วยอัตลักษณ์ความเป็นไทย
- ส่งเสริมบทบาท สสปน. เป็น Thought Leader และ Facilitator
- ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ Digital ให้กลุ่มเป้าหมายเข้าถึงได้ง่ายและทันสมัย

- ส่งเสริมการจัดงานไมซ์ในภูมิภาค เชื่อมโยงกับอัตลักษณ์/จุดแข็งของชุมชนท้องถิ่น
- ลดความเหลื่อมล้ำในภูมิภาค เมือง พื้นที่เศรษฐกิจ

- ส่งเสริมนวัตกรรมในทุกมิติ
- สร้าง Ecosystem ที่เอื้อต่อการดำเนินงานประมุขสิทธิ์ และจัดกิจกรรมไมซ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งใน MICE City
- เป็นแกนกลางของอาเซียนในการสร้างบุคลากรที่มีมาตรฐาน เข้าสู่อุตสาหกรรมไมซ์

- บุคลากรปรับตัวทันต่อสถานการณ์ Open mind ร่วมมือร่วมใจกันทำงานทั้งภายในและข้ามหน่วยงาน
- สร้างให้ สสปน. เป็น Happy Workplace
- ทำงานโดยยึดหลักธรรมาภิบาลและความโปร่งใส
- บูรณาการความร่วมมือภายในและกับพันธมิตร
- ปรับปรุงกระบวนการงานให้คล่องตัว นำ IT และ Digital มาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ

สาระสำคัญของแผนปฏิบัติการ ปี 2563

เป้าหมายการดำเนินงาน ปี 2563

ผลผลิต		ปีงบประมาณ 2563				
		ไตรมาส 1	ไตรมาส 2	ไตรมาส 3	ไตรมาส 4	รวม
กลุ่มไมซ์ต่างประเทศ	จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)	250,000	388,000	374,000	374,000	1,386,000
	รายได้ (ล้านบาท)	20,000	29,600	28,000	28,000	105,600
กลุ่มไมซ์ในประเทศ	จำนวนนักท่องเที่ยว (คนครั้ง)	9,826,000	7,279,000	9,826,000	9,464,000	36,395,000
	รายได้ (ล้านบาท)	34,000	25,400	34,000	33,700	127,100

ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ โครงการและงบประมาณ ปี 2563

แผนงานบุคลากรภาครัฐ : 141.6678 ลบ.

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	งบประมาณ (ลบ.)
รวมแผนงานบุคลากรภาครัฐ			141.6678
เป้าหมายหลักที่ 3 : พัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยนวัตกรรม			141.6678
ยุทธศาสตร์ที่ 5 : พัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานภายในขององค์กร			141.6678
กลยุทธ์ที่ 5.1 : ยกระดับศักยภาพบุคลากรของ สสปน. ให้มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร			141.6678
ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับบุคลากร	เดือน	12	141.6678

แผนงานพื้นฐาน : 47.5529 ลบ.

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	งบประมาณ (ลบ.)
รวมแผนงานพื้นฐาน			47.5529
เป้าหมายหลักที่ 3 : พัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยนวัตกรรม			47.5529
ยุทธศาสตร์ที่ 5 : พัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานภายในขององค์กร			47.5529
กลยุทธ์ที่ 5.2 : ใช้นวัตกรรม การจัดการความรู้ และการบูรณาการร่วมกันภายใน สสพ. เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานตามหลักธรรมาภิบาล			47.5529
งบบุคลากรสำนักงาน	เดือน	12	47.5529

แผนงานยุทธศาสตร์ : 496.1130 ลบ.

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	งบประมาณ (ลบ.)
รวมแผนงานยุทธศาสตร์			496.1130
เป้าหมายหลักที่ 1 : การสร้างรายได้และพัฒนาเศรษฐกิจ			328.6700
ยุทธศาสตร์ที่ 1 : ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศด้วยอุตสาหกรรมไมซ์			139.8700
กลยุทธ์ที่ 1.1 : รักษาและยกระดับกิจกรรมไมซ์เดิมให้เติบโตอย่างมั่นคงและมีความยั่งยืน			118.6000
หมวดงาน : สนับสนุนการจัดงาน			56.3750
1) สนับสนุนเพื่อผลักดันการเพิ่มปริมาณนักท่องเที่ยวกลุ่มลูกค้าองค์กรจากต่างประเทศ	ราย งานใหญ่ (งาน)	35,000 5	16.3750
2) สนับสนุนการจัดประชุมนานาชาติ	ราย	30,000	20.0000
3) สนับสนุนการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติเดิม (Existing Shows)	งาน	38	20.0000
หมวดงาน : เจ้าภาพการจัดงาน			25.0000
1) สนับสนุนการเป็นเจ้าภาพจัดงาน IT&CMA & CTW Asia 2020	ผู้ประกอบการ (ราย) Lead (งาน) นัดหมาย (PSA)	60 52 520	25.0000
หมวดงาน : ตัวแทนการตลาด			34.1000
1) จัดตั้งตัวแทนการตลาดด้านการประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลในต่างประเทศ (Overseas Marketing Representatives)	ราย กิจกรรมการตลาด (ครั้ง)	7 14	27.6000
2) จัดตั้งตัวแทนการตลาดในตลาดต่างประเทศสำหรับตลาดการประชุมนานาชาติ	งาน	24	6.5000
หมวดงาน : การตลาดเชิงรุกกับเครือข่ายพันธมิตร			3.1250
1) ส่งเสริมการตลาดแบบมีส่วนร่วม	สมาคม หน่วยงาน	4 1	3.1250

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	งบประมาณ (ลบ.)
กลยุทธ์ที่ 1.2 : ขับเคลื่อนกิจกรรมไมซ์ใหม่ตามความต้องการของตลาดกับศักยภาพและนโยบายของประเทศ			21.2700
หมวดงาน : สนับสนุนการจัดงาน			10.2700
1) สนับสนุนการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติใหม่ (New Show)	งาน	14	8.7000
2) Bidding Fund	Lead งาน	10	1.5700
หมวดงาน : การจัดงานและการประมูลสิทธิ์			9.0000
1) สนับสนุนการประมูลสิทธิ์งานประชุมนานาชาติ	งาน	20	9.0000
หมวดงาน : ตัวแทนการตลาด			2.0000
1) จัดจ้างตัวแทนทำการตลาดในต่างประเทศ (ตลาดยุโรป)	บริษัท Lead งาน	1 10	2.0000
ยุทธศาสตร์ที่ 3 : ส่งเสริมภาพลักษณ์ของไมซ์ไทยและ สสปน.			188.8000
กลยุทธ์ที่ 3.1 : ส่งเสริมการตลาดสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยเพื่อให้เป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ระดับนานาชาติ โดยเน้นจุดเด่นด้านธุรกิจบริการและอัตลักษณ์ความเป็นไทย			174.2000
หมวดงาน : สนับสนุนการจัดงาน			7.6000
1) Marketing Promotion	ตารางเมตร คูหา คน คู่ธุรกิจ	900 15 400 1,200	5.1000
2) สนับสนุนการจัดงานหลังประมูลสิทธิ์ UFI Global Congress 2019	กิจกรรม คน นัดหมาย	2 120 160	2.5000

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	งบประมาณ (ลบ.)
หมวดงาน : Trade Show			63.8650
1) ร่วมงานเทรดโชว์ในตลาดกลุ่มเป้าหมายการประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล	(ผู้ประกอบการ) ราย (จำนวนนัดหมาย) นัดหมาย (จำนวน Lead) งาน	61 1,045 122	2.5000
2) เข้าร่วมงานเทรดโชว์ในตลาดเป้าหมายด้านการประชุมนานาชาติ	งาน	15	1.5000
3) จัดกิจกรรมการตลาดประเทศไทย ภายในงานเทรดโชว์นานาชาติ (International Trade Show)	งาน ร้อยละ (ความพึงพอใจ)	6 75	59.8650
หมวดงาน : Familiarization Trip/Familiarization Trip with Partners			9.2000
1) สร้างความเชื่อมั่นให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในศักยภาพของไทย Familiarization Trip / Familiarization with Partners	(จำนวนงาน) กิจกรรม (ลูกค้า Agent) ราย	1 5	0.2000
2) Thailand Incentive & Meeting Exchange (TIME) 2020	(ลูกค้า) ราย (ผู้ประกอบการ) ราย	40 80	9.0000
หมวดงาน : Road Show/Sales Mission/Overseas activities			16.0000
1) สร้างโอกาสทางการขายให้กับผู้ประกอบการผ่านเวที Roadshow	(ผู้ประกอบการ) ราย (ลูกค้า Agent) ราย	24 205	4.5000
2) ส่งเสริมการตลาดเชิงรุกในกลุ่มประเทศเป้าหมาย Sales Mission	(ลูกค้า) ราย (กิจกรรม) ครั้ง (จำนวนนัดหมาย) นัดหมาย (จำนวน Lead) งาน (กิจกรรม) ครั้ง	70 2 15 3 1	2.5000
3) ดำเนินกิจกรรมการตลาดในประเทศและต่างประเทศ Roadshow/ Sale Mission/Overseas activitiesในตลาดเป้าหมาย	ราย ครั้ง	40 2	2.5000
4) กิจกรรมการตลาดต่างประเทศ (Trade show / Road Show Oversea Activity / One On One Meeting / Business Forum / Sponsorship / Networking	กิจกรรม คน คู่ธุรกิจ	5 110 25	6.5000

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	งบประมาณ (ลบ.)
หมวดงาน : การตลาดเชิงรุกกับเครือข่ายพันธมิตร			12.4000
1) สร้างเครือข่ายพันธมิตรนานาชาติในวงการอุตสาหกรรมการประชุมนานาชาติ	ราย	60	2.0000
2) การตลาดเชิงรุกกับเครือข่ายพันธมิตร	กิจกรรม Lead	2 5	0.7000
3) การตลาดเชิงรุกเพื่อสร้างภาพลักษณ์และสร้างโอกาสในด้านการประชุมนานาชาติของประเทศไทย	ราย (Leads) / คน งาน	30 51	9.7000
หมวดงาน : การตลาดและประชาสัมพันธ์			65.1350
1) พัฒนากลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ (Brand Strategy & Campaign Development)	แผนงาน ชิ้นงาน ชิ้นงาน/เล่ม	2 120 5,000	12.0000
2) จัดกิจกรรมส่งเสริมภาพลักษณ์ (Corporate Image Event)	ครั้ง งาน	10 3	6.2500
3) บริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Management)	Visitor/ Viewer	3,000,000	4.2650
4) ส่งเสริมภาพลักษณ์อุตสาหกรรมไมซ์ไทยและองค์กรร่วมกับพันธมิตร (MICE Alliance for Thailand Branding)	คน ชิ้น	8 7,500	4.3200
5) บริหารจัดการสื่อและจัดงานสื่อเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ (Media Buying & Sponsorship)	จำนวนคนรับรู้ Readership/Viewership	9,000,000	29.3000
6) Thailand MICE Forum 2020	คน ร้อยละ (ความพึงพอใจ)	450 80	8.0000
7) MICE DAY 2020	คน	100	1.0000

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	งบประมาณ (ลบ.)
กลยุทธ์ที่ 3.2 : สร้างการรับรู้และปรับมุมมองขององค์กรภายนอกต่อบทบาทและภาพลักษณ์ของ สสปน.			14.6000
หมวดงาน : การตลาดและประชาสัมพันธ์			14.6000
1) ส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรในและต่างประเทศ	ครั้ง ล้านบาท (มูลค่าข่าว)	5 34	6.9000
2) พัฒนาเนื้อหาและสื่อสร้างการรับรู้องค์กร	ชิ้นงาน เล่ม	10 24,000	2.0000
3) ส่งเสริมบทบาทและพันธกิจองค์กร	ชิ้นงาน ครั้ง	5 50	5.7000
เป้าหมายหลักที่ 2 : การกระจายรายได้และความเจริญ			39.6000
ยุทธศาสตร์ที่ 2 : กระจายรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจของภูมิภาคผ่านอุตสาหกรรมไมซ์			39.6000
กลยุทธ์ที่ 2.1 : พัฒนาและยกระดับกิจกรรมไมซ์เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในภูมิภาค เมือง พื้นที่เศรษฐกิจ			37.6000
หมวดงาน : สนับสนุนการจัดงาน			13.1000
1) สนับสนุนการยกระดับงานแสดงสินค้าภายในประเทศ (Upgrade)	งาน	5	0.5000
2) สร้างงานแสดงสินค้าใหม่และกระจายงานแสดงสินค้าจากส่วนกลางไปยังภูมิภาค (New)	งาน	3	0.5000
3) สนับสนุนการจัดประชุมสัมมนาและศึกษาดูงานในโครงการพระราชดำริ (Royal Project)	กรุ๊ป	6	0.3000
4) สนับสนุนการจัดงานประชุมวิชาการภายในประเทศ (Domestic Convention)	งาน	2	0.5000
5) สนับสนุนการยกระดับความพร้อมพื้นที่ชุมชนสหกรณ์เพื่อรองรับลูกค้ากลุ่มไมซ์ (ไมซ์เพื่อชุมชน)	ชุมชน	50	4.3000
6) Empower Thailand Exhibition (EMTEX)	งาน	5	7.0000

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	งบประมาณ (ลบ.)
หมวดงาน : การจัดงานและการประมุขสิทธิ์			22.5000
1) ประมุขสิทธิ์ Mega event และสนับสนุนการจัดงาน World festival	งาน Lead องค์กร	18 20 2	22.5000
หมวดงาน : Familiarization Trip/Familiarization Trip with Partners			2.0000
1) สร้างการรับรู้สินค้าและบริการด้านไมซ์ในพื้นที่ภูมิภาค (Domestic MICE Fam Trip)	งาน ร้อยละ (ความพึงพอใจ)	4 80	2.0000
กลยุทธ์ที่ 2.2 : สร้างกิจกรรมไมซ์เพื่อลดความเหลื่อมล้ำในภูมิภาค เมือง พื้นที่เศรษฐกิจ			2.0000
หมวดงาน : เจ้าภาพการจัดงาน			2.0000
1) THAILAND DOMESTIC MICE TRADESHOW (MICE MART)	งาน (องค์กร)	1 20	2.0000

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	งบประมาณ (ลบ.)
เป้าหมายหลักที่ 3 : พัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยนวัตกรรม			127.8430
ยุทธศาสตร์ที่ 4 : เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์และยกระดับไมซ์ให้เป็นวาระแห่งชาติ			90.2000
กลยุทธ์ที่ 4.1 : นำข้อมูลเชิงลึก เทคโนโลยีสารสนเทศ และนวัตกรรมมาสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์			57.2000
หมวดงาน : พัฒนาศักยภาพ			26.9000
1) ตรวจสอบวัดผลมาตรฐานแสดงสินค้านานาชาติของประเทศไทย (Exhibition Audit) และตรวจสอบวัดผล การทำการจัดคู่ธุรกิจภายในแคมเปญ Visitor Promotion	งาน ฉบับ	34 4	4.5000
2) มาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย (Thailand MICE Venue Standard - TMVS)	องค์กร คน กิจกรรม (ปชส)	155 200 1	10.8000
3) มาตรฐานสถานที่จัดงานอาเซียน (ASEAN MICE Venue Standard - AMVS)	องค์กร กิจกรรม	20 1	1.6000
4) ส่งเสริมผู้ประกอบการไมซ์ให้ได้รับมาตรฐานนานาชาติ	องค์กร	10	2.0000
5) พัฒนาผู้ประกอบการไมซ์ด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน	คน พื้นที่ องค์กร กิจกรรม (sponsorship)	190 3 3 1	4.0000
6) พัฒนาหลักสูตรการบริหารสถานที่จัดงานประเทศไทย ด้านการบริการ (Service Management)	หลักสูตร คน	1 50	2.0000
7) รับรองมาตรฐาน Thailand MICE Sustainability Standard	องค์กร	30	2.0000

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	งบประมาณ (ลบ.)
หมวดงาน : พัฒนานวัตกรรม			10.5000
1) พัฒนานวัตกรรมและ Digital Service เพื่อสนับสนุนการจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์	งาน view หน่วยงาน งาน (Biz connect)	50 100,000 1 20	4.5000
2) เสริมสร้างและสนับสนุนด้านนวัตกรรมเพื่อผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE Innovation Lab)	หน่วยงาน ต้นแบบ กิจกรรม	1 1 2	1.5000
3) เสริมสร้างการวิจัยและพัฒนาเนื้อหาสำหรับ MICE Intelligence Resource Center	page view (บทวิเคราะห์) หน่วยงาน page view (VDO)	100,000 100 100,000	2.5000
4) บูรณาการความร่วมมือในการจัดทำองค์ความรู้กับหน่วยงานภาคเอกชน (MICE Insight)	ร้อยละ (ความพึงพอใจ) กลุ่มอุตสาหกรรม page view ชิ้นงาน	80 5 100,000 2	2.0000

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	งบประมาณ (ลบ.)
หมวดงาน : สำรวจและจัดเก็บข้อมูล			17.3000
1) สำรวจสถิติการจัดประชุม การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทย ประจำปี 2563 (สถิติตลาด Inter)	ฉบับ ฐานข้อมูล	1 1	3.8000
2) สำรวจสถิติการจัดประชุม การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และการจัดงานแสดงสินค้าในประเทศไทย ประจำปี 2563 (สถิติตลาด Domestic)	ฉบับ ฐานข้อมูล	1 1	4.0000
3) สำรวจความพึงพอใจต่อการให้บริการของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ประจำปีงบประมาณ 2563	ฉบับ ฐานข้อมูล	1 1	1.5000
4) ศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย (Economic Impact Study of Thailand's MICE Industry – (รวมตลาด Inter และ Domestic)	ฉบับ แบบจำลอง	1 1	6.0000
5) ศึกษาเพื่อจัดทำดัชนีอุตสาหกรรมไมซ์ไทย (Thailand MICE Index) ระยะที่ 2 (Ease of Doing Business)	รายงาน ดัชนี	1 1	2.0000
หมวดงาน : พัฒนางค์กรและเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน			2.5000
1) การประเมินผลการดำเนินงานของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)	ฉบับ	1	2.5000

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	งบประมาณ (ลบ.)
กลยุทธ์ที่ 4.2 : ยกระดับอุตสาหกรรมไมซ์โดยพัฒนาบุคลากรและมาตรฐานผู้ประกอบการ			20.0000
หมวดงาน : พัฒนาศักยภาพ			20.0000
1) ประชาสัมพันธ์ประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน	กิจกรรม (sponsorship) กิจกรรม	1 1	2.0000
2) จัดหลักสูตรด้านไมซ์ระดับนานาชาติ	คน กิจกรรม	80 3	8.9000
3) จัดหลักสูตรด้านไมซ์ระดับชาติ	หน่วยงาน ครั้ง พื้นที่ คน	3 2 1 25	2.1000
4) ส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพการศึกษาด้านไมซ์ระดับภูมิภาค (MICE Academic Cluster)	คน ภูมิภาค	1000 5	5.0000
5) เครือข่ายเยาวชนไมซ์สู่การเป็นผู้ประกอบการไมซ์รุ่นใหม่ (MICE Student Chapter & MICE Start Up)	กิจกรรม คน องค์กร	4 600 10	2.0000
กลยุทธ์ที่ 4.4 : ร่วมมือกับพันธมิตรทั้งในและต่างประเทศเพื่อผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ไทยเป็นแกนกลางของอาเซียน			13.0000
หมวดงาน : แก้ไขปัญหาอุปสรรคและอำนวยความสะดวก			13.0000
1) การประสานงานภาครัฐเพื่อการอำนวยความสะดวกทางการค้าและบริการอุตสาหกรรมไมซ์	ครั้ง	14	10.4000
2) Ease of Doing Business for MICE ตามยุทธศาสตร์การปฏิรูปของรัฐบาล	หน่วยงาน ระบบ	5 1	2.6000

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	งบประมาณ (ลบ.)
ยุทธศาสตร์ที่ 5 : พัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานภายในขององค์กร			37.6430
กลยุทธ์ที่ 5.1 : ยกระดับศักยภาพบุคลากรของ สสพ. ให้มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร			29.4430
หมวดงาน : การตลาดและประชาสัมพันธ์			3.4000
1) การเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กร			3.4000
หมวดงาน : พัฒนาการและเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน			19.2930
1) ประชุมคณะกรรมการ และคณะอนุกรรมการ	ร้อยละ (การเข้าประชุมฯ)	70	4.7855
2) สนับสนุนการกำกับดูแลกิจการองค์การมหาชนของคณะกรรมการ คณะอนุกรรมการ และผู้บริหาร สสพ.	ครั้ง หลักสูตร ร้อยละ (ผลประเมิน)	5 2 80	1.3400
3) เพิ่มประสิทธิภาพสายงานบริหารภายในองค์กร และสนับสนุนกิจกรรมต่างๆเพื่อกระชับความสัมพันธ์ระหว่าง สสพ.และหน่วยงานพันธมิตร	ครั้ง ฉบับ	6 1	1.0460
4) เข้าร่วมงานเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักธุรกิจกลุ่มไมซีในประเทศและต่างประเทศ	งาน	18	5.8500
5) นำคณะกรรมการ คณะที่ปรึกษา และผู้บริหารหน่วยงานพันธมิตรเข้าร่วมงาน	งาน	1	1.0000
6) เชื่อมสัมพันธ์อุตสาหกรรมไมซี และหน่วยงานพันธมิตร	กิจกรรม	5	0.4850
7) ศึกษาเพื่อจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและกลยุทธ์เพื่อบริหารจัดการองค์กร	ร้อยละ (การเข้าร่วมประชุม) ระเบียบ	90 6	0.9000
8) สนับสนุน และพัฒนาบุคลากรขององค์กรด้านกฎหมายและธรรมาภิบาล	ร้อยละ (อบรมจริยธรรม) ร้อยละ (อบรมด้านกฎหมาย) คน	70 70 1	0.3700
9) เสริมสร้างคุณธรรม จริยธรรม และความเข้มแข็งของกลไกต่อต้านการทุจริต (ITA)	ร้อยละ (ผลประเมิน ITA) ฉบับ	85 1	1.3665
10) เพิ่มประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างส่วนกลาง	ร้อยละ (ความพึงพอใจ) ร้อยละ (จัดจ้างได้ทัน)	80 100	2.1500

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	งบประมาณ (ลบ.)
หมวดงาน : พัฒนาบุคลากร			6.7500
1) เสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพบุคลากร	ร้อยละ (จำนวนพนักงานที่เข้ารับการอบรม)	≥ 80	5.5500
2) ศึกษาวิเคราะห์และดำเนินการเพื่อบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลอย่างมีประสิทธิภาพ	โปรแกรม/รายงาน แผนสวัสดิการ/รายงาน	1 1	1.2000
กลยุทธ์ที่ 5.2 : ใช้นวัตกรรม การจัดการความรู้ และการบูรณาการร่วมกันภายใน สสปน. เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานตามหลักธรรมาภิบาล			8.2000
หมวดงาน : สำรวจและจัดเก็บข้อมูล			2.0000
1) ขับเคลื่อนแผนปฏิบัติการด้านการพัฒนาและส่งเสริมการจัดประชุมและ นิทรรศการ (White Paper)	แผน/แนวทาง ประเด็น/เรื่อง	2 1	2.0000
หมวดงาน : พัฒนางองค์กรและเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน			6.2000
1) เพิ่มประสิทธิภาพการจัดทำแผนงานและงบประมาณ	ร้อยละ (ประสิทธิภาพการจัดทำแผนฯ)	85	1.3400
2) พัฒนาประสิทธิภาพด้านการติดตามและประเมินผล	คน	1	0.2600
3) การบริหารความเสี่ยงและควบคุมภายใน	รายงาน ร้อยละ (การมีส่วนร่วม)	2 80	0.3000
4) พัฒนาประสิทธิภาพด้านยุทธศาสตร์ กลยุทธ์องค์กร	แผน/แนวทาง กิจกรรม	1 10	2.0000
5) พัฒนาการเชื่อมโยงระบบสำนักงานอิเล็กทรอนิกส์เพื่อพัฒนาระบบบริหารจัดการภาครัฐ	ระบบ	1	0.5000
6) ปรับปรุงกระบวนการและระบบบัญชีและการเงินอย่างต่อเนื่อง	ผู้สอบบัญชี (ฉบับ) เรื่อง	1 4	1.4000
7) จัดการข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติเพื่อใช้สำหรับการประเมินผลการปฏิบัติงานของผอ. สสปน.	ฉบับ ร้อยละ (การจัดเก็บผลประเมิน)	2 > 80	0.2000
8) พัฒนาระบบสารสนเทศด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล	รายงาน ร้อยละความพึงพอใจ	12 80	0.2000

แผนงานบูรณาการท่องเที่ยว : 75.3559 ลบ.

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	งบประมาณ (ลบ.)
รวมแผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว			75.3559
เป้าหมายหลักที่ 2 : การกระจายรายได้และความเจริญ			72.3559
ยุทธศาสตร์ที่ 2 : กระจายรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจของภูมิภาคผ่านอุตสาหกรรมไมซ์			72.3559
กลยุทธ์ที่ 2.1: พัฒนาและยกระดับกิจกรรมไมซ์เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในภูมิภาค เมือง พื้นที่เศรษฐกิจ			25.4015
หมวดงาน : แผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว			25.4015
1) สนับสนุนส่งเสริมการขายและการตลาดสำหรับกลุ่มประเทศ CLMV	คน คู่ธุรกิจ	400 1,200	5.9475
2) ยกระดับงานเด่นในไมซ์ซิตี้ (Flagship Events)	งาน	6	6.3540
3) สนับสนุนไมซ์ซิตี้ในการทำการตลาดเมือง (Destination Marketing) โดยใช้ยุทธศาสตร์กำหนดจุดขายเมืองจาก City DNA	ฉบับ/ เมือง ครั้ง/เมือง	2 3	1.6000
4) พัฒนาผลิตภัณฑ์ไมซ์ใหม่ในพื้นที่ไมซ์ซิตี้และเมืองที่มีศักยภาพ (7 Themes)	เมือง (ร้อยละความเข้าใจ)	10 50	3.5000
5) ทบทวนและประเมินศักยภาพเมืองไมซ์ซิตี้ (MICE City Review/Audit)	เมือง	3	2.0000
6) สนับสนุนผู้ประกอบการเข้าร่วมงาน Tradewhow/ Roadshow สำคัญ	กิจกรรม คู่ธุรกิจ	13 150	4.5000
7) สร้างเวทีแลกเปลี่ยนผ่านกิจกรรมเชิงปฏิบัติการระหว่างเมือง MICE City (MICE Summit)	คน ร้อยละ (ความพึงพอใจ)	30 80	1.5000

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	งบประมาณ (ลบ.)
กลยุทธ์ที่ 2.2 : สร้างกิจกรรมไมซ์เพื่อลดความเหลื่อมล้ำในภูมิภาค เมือง พื้นที่เศรษฐกิจ			46.9544
หมวดงาน : แผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว			46.9544
1) สนับสนุนและส่งเสริมการขายและการตลาดในกลุ่มประเทศอนุภาคลุ่มแม่น้ำโขง	(จำนวนนักท่องเที่ยว) ราย	3,000	1.7000
2) จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย CLMV Roadshow	(ผู้ประกอบการ) ราย (ลูกค้า) ราย	16 50	3.0000
3) ดึงงานระดับโลกเข้ามาจัดในพื้นที่ Thailand Riviera	รายงาน งาน	3 2	22.3559
4) โรดโชว์ CLMV	งาน	2	2.2000
5) ส่งเสริมและให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาค	ครั้ง	20	0.5400
6) สนับสนุนการจัดงานในพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษและการจัดงานเกี่ยวกับความร่วมมือในกลุ่มประเทศ CLMV	งาน	7	12.1000
7) สนับสนุนส่งเสริมเพื่อยกระดับการพัฒนาและการมีส่วนร่วมของชุมชนสู่ Product MICE Premium	งาน	1	5.0000
งบนโยบาย			0.0585
เป้าหมายหลักที่ 3 : พัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยนวัตกรรม			3.0000
ยุทธศาสตร์ที่ 4 : เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์และยกระดับไมซ์ให้เป็นวาระแห่งชาติ			3.0000
กลยุทธ์ที่ 4.1 : นำข้อมูลเชิงลึก เทคโนโลยีสารสนเทศ และนวัตกรรมมาสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์			3.0000
หมวดงาน : แผนงานบูรณาการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว			3.0000
1) ยกระดับมาตรฐานสิ่งอำนวยความสะดวกการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจด้วย SMART MICE CARD	ร้อยละ (ความสำเร็จของโครงการ) หน่วยงาน	100 10	3.0000

แผนงานบูรณาการภาค = 49.2663 ลบ.

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	งบประมาณ (ลบ.)
รวมแผนงานบูรณาการพื้นที่ระดับภาค			49.2663
เป้าหมายหลักที่ 2 : การกระจายรายได้และความเจริญ			40.1843
ยุทธศาสตร์ที่ 2 : กระจายรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจของภูมิภาคผ่านอุตสาหกรรมไมซ์			40.1843
กลยุทธ์ที่ 2.2 : สร้างกิจกรรมไมซ์เพื่อลดความเหลื่อมล้ำในภูมิภาค เมือง พื้นที่เศรษฐกิจ			40.1843
หมวดงาน : แผนงานบูรณาการพัฒนาพื้นที่ระดับภาค			40.1843
1) จัดเก็บข้อมูลด้านไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ (MICE Intelligence)	ระบบ ร้อยละ (การยอมรับฯ)	1 85	12.6843
2) จัดเก็บข้อมูลด้านไมซ์ของจังหวัดชลบุรี (MICE Intelligence)	ระบบ ร้อยละ (การยอมรับฯ)	1 85	12.5000
3) สร้างงานไมซ์ขับเคลื่อนเศรษฐกิจภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	งาน รายงาน พื้นที่ ร้อยละ (ความพึงพอใจ)	1 1 5 80	15.0000
เป้าหมายหลักที่ 3 : พัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยนวัตกรรม			9.0820
ยุทธศาสตร์ที่ 4 : เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์และยกระดับไมซ์ให้เป็นวาระแห่งชาติ			9.0820
กลยุทธ์ที่ 4.1 : นำข้อมูลเชิงลึก เทคโนโลยีสารสนเทศ และนวัตกรรมมาสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์			9.0820
หมวดงาน : แผนงานบูรณาการพัฒนาพื้นที่ระดับภาค			9.0820
1) MICE Marketplace เพื่อเชื่อมโยงข้อมูลและความต้องการในการซื้อ/ขายสินค้าและบริการของผู้ประกอบการไมซ์ (ภาคกลาง)	ระบบ ร้อยละ (การยอมรับฯ)	1 85	9.0820

แผนงานบูรณาการ EEC = 19.4536 ลบ.

เป้าหมาย/ ยุทธศาสตร์/ ตัวชี้วัด/ แผนงาน/ โครงการ	หน่วยนับ	เป้าหมาย	งบประมาณ (ลบ.)
รวมแผนงานบูรณาการเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก			19.4536
เป้าหมายหลักที่ 2 : การกระจายรายได้และความเจริญ			19.4536
ยุทธศาสตร์ที่ 2 : กระจายรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจของภูมิภาคผ่านอุตสาหกรรมใหม่			19.4536
กลยุทธ์ที่ 2.2 : สร้างกิจกรรมใหม่เพื่อลดความเหลื่อมล้ำในภูมิภาค เมือง พื้นที่เศรษฐกิจ			19.4536
หมวดงาน : แผนงานบูรณาการเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC)			19.4536
1) การดำเนินงานระดับโลกมาจัดในพื้นที่ EEC เพื่อกระตุ้นการลงทุนและสร้างภาพลักษณ์และเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ (งานการบินและโลจิสติกส์)	คน Lead งาน	35,000 3	13.6261
2) พัฒนาเส้นทางและจัดทำคู่มือวางแผนกิจกรรมใหม่ในเขตพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (อีอีซี)	เส้นทาง	3	5.8275