



TCEB
THAILAND CONVENTION
& EXHIBITION BUREAU

แผนปฏิบัติการระยะ 3 ปี (พ.ศ. 2563 – 2565)
สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)



รายงานฉบับสมบูรณ์
ตุลาคม 2562

TRIS
CORP

คำนำ

แผนปฏิบัติการราชการ ระยะ 3 ปี พ.ศ. 2563 – 2565 ของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) (สสปน.) ได้จัดทำขึ้นให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ.2561 - 2580) แผนปฏิรูปประเทศ (พ.ศ. 2561 - 2565) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 – 2564) แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 และแผนปฏิบัติการด้านการพัฒนาและส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ระยะ 3 ปี (พ.ศ. 2563-2565) โดยให้ความสำคัญกับการยกระดับอุตสาหกรรมไมซ์ให้เป็นวาระแห่งชาติไปพร้อม ๆ กับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศไทย สร้างกิจกรรมไมซ์ภายในไมซ์ซิตี้และจังหวัดรอบข้าง โดยส่งเสริมให้เกิดการใช้ศักยภาพของพื้นที่ให้เป็นประโยชน์ รวมทั้งส่งเสริมภาพลักษณ์ของไทยและเมืองที่มีศักยภาพให้เป็นหนึ่งในจุดหมายของการจัดงานไมซ์คุณภาพ ในขณะที่เดียวกันก็พัฒนาศักยภาพไมซ์ของไทยโดยนำข้อมูลเชิงลึก เทคโนโลยี และนวัตกรรมมาใช้ในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน พัฒนาบุคลากรและมาตรฐานผู้ประกอบการ ยกย่องศักยภาพของบุคลากร สสปน. ตลอดจนการบูรณาการทำงานร่วมกันทั้งภายใน สสปน. และภายนอกกับทุกภาคส่วน

ทั้งนี้ แผนปฏิบัติการราชการ ระยะ 3 ปี พ.ศ. 2563 – 2565 ของ สสปน. ฉบับนี้ จัดทำขึ้นเพื่อใช้เป็นกรอบแนวทางในการดำเนินงานของสายงาน ฝ่าย ส่วนงานภายใน สสปน. และเป็นเครื่องมือสำหรับผู้บริหารในการใช้เป็นเครื่องมือในการกำกับดูแล และติดตามผลการดำเนินงานของโครงการ/กิจกรรมต่าง ๆ ในแต่ละผลผลิตให้สามารถดำเนินการได้ตามเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิภาพ และคุ้มค่า เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่ออุตสาหกรรมไมซ์ของไทยและของ สสปน.

ฝ่ายพัฒนากลยุทธ์องค์กร

29 ตุลาคม 2562

สารบัญ

	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร	i
1. การศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำ	
แผนปฏิบัติการราชการระยะ 3 ปี (พ.ศ. 2563 – 2565) ของ สสปน.	1
1.1 การศึกษาและวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกที่เกี่ยวข้องกับ สสปน.	3
1.1.1 การวิเคราะห์ด้วย PEST Analysis.....	3
1.1.2 การวิเคราะห์สถานการณ์ของอุตสาหกรรมไมซ์ในบริบทโลก และในประเทศไทย....	6
1.1.3 การวิเคราะห์สถิติอุตสาหกรรมไมซ์	11
1.1.4 การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงของนโยบายและแผนงาน สำคัญต่าง ๆ ของไทยกับ สสปน.	13
1.2 การศึกษาและวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในที่เกี่ยวข้องกับ สสปน.	22
1.2.1 นโยบายของผู้บริหารผู้บริหาร สสปน.....	22
1.2.2 กฎระเบียบของ สสปน. ที่เกี่ยวข้อง	23
1.3 การศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง กับ สสปน.....	25
1.3.1 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค (SWOT Analysis) ของอุตสาหกรรมไมซ์ไทย	26
1.3.2 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค (SWOT Analysis) ของ สสปน.....	28
2. ความสอดคล้องกับแผน 3 ระดับ ตามนโยบายของมติคณะรัฐมนตรี	
เมื่อวันที่ 4 ธันวาคม 2560	30
2.1 ยุทธศาสตร์ชาติ แผนระดับที่ 1.....	30
2.2 แผนระดับที่ 2 (เฉพาะที่เกี่ยวข้อง).....	32
2.3 แผนระดับที่ 3 ที่เกี่ยวข้อง	39
3. สารสำคัญของแผนปฏิบัติการราชการระยะ 3 ปี (พ.ศ. 2563-2565)	
ของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)	45
3.1 ภาพรวม	45
3.2 แผนปฏิบัติการ	46
3.3 ตัวชี้วัดของแผนปฏิบัติการ.....	56
3.4 รายชื่อแผนงาน/โครงการสำคัญ.....	67
3.5 ประมาณการวงเงินงบประมาณรวม (2563 – 2565).....	73

แผนปฏิบัติการระยะ 3 ปี (พ.ศ. 2563 – 2565) ของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

บทสรุปผู้บริหาร

แผนปฏิบัติการระยะ 3 ปี พ.ศ. 2563-2565 ของ สสปน. ฉบับนี้ จะใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานขององค์กร ในฐานะที่เป็นองค์กรระดับชาติที่มีภารกิจหลักที่สำคัญของประเทศในการผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ ให้สามารถขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ในยุทธศาสตร์ชาติ นโยบายรัฐบาล นโยบายเร่งด่วน แผนแม่บทภายใต้แผนยุทธศาสตร์ชาติ แผนปฏิรูปประเทศ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมและแห่งชาติ ฉบับที่ 12 แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 และแผนปฏิบัติการด้านการพัฒนาและส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ระยะ 3 ปี (พ.ศ. 2563-2565)

สาระสำคัญของแผนปฏิบัติการระยะ 3 ปี พ.ศ. 2563-2565 ของ สสปน. หรือแผนยุทธศาสตร์ สสปน. ให้มีความสำคัญกับการยกระดับอุตสาหกรรมไมซ์ให้เป็นวาระแห่งชาติ ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศไทย สร้างกิจกรรมไมซ์ภายในไมซ์ซิตี้และจังหวัดรอบข้าง โดยใช้ศักยภาพของพื้นที่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ส่งเสริมภาพลักษณ์ของไทยและเมืองที่มีศักยภาพให้เป็นหนึ่งในจุดหมายการจัดงานไมซ์คุณภาพ ใช้ข้อมูลเชิงลึก เทคโนโลยี และนวัตกรรมในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน พัฒนาบุคลากรและมาตรฐานผู้ประกอบการ ยกระดับศักยภาพของบุคลากร สสปน. ตลอดจนการบูรณาการการทำงานร่วมกันทั้งภายใน สสปน. และภายนอกกับทุกภาคส่วน เพื่อให้ สสปน. บรรลุเป้าหมายในการสร้างรายได้ พัฒนาเศรษฐกิจ กระจายรายได้ ลดความเหลื่อมล้ำ กระตุ้นเศรษฐกิจในภูมิภาค

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1: ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศด้วยอุตสาหกรรมไมซ์ ประกอบด้วยกลยุทธ์สำคัญ ได้แก่ 1) รักษา และยกระดับกิจกรรมไมซ์เดิมให้เติบโตอย่างมั่นคงและมีความยั่งยืน 2) ขับเคลื่อนกิจกรรมไมซ์ใหม่ตามความต้องการของตลาดกับศักยภาพและนโยบายของประเทศ

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2: กระจายรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจของภูมิภาคผ่านอุตสาหกรรมไมซ์ ประกอบด้วยกลยุทธ์สำคัญ ได้แก่ 1) พัฒนาและยกระดับกิจกรรมไมซ์ เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในภูมิภาค เมืองพื้นที่เศรษฐกิจ 2) สร้างกิจกรรมไมซ์ เพื่อลดความเหลื่อมล้ำในภูมิภาค เมือง พื้นที่เศรษฐกิจ

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3: ส่งเสริมภาพลักษณ์ของไมซ์ไทย และ สสปน. ประกอบด้วยกลยุทธ์สำคัญ ได้แก่ 1) ส่งเสริมการตลาด สร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยเพื่อเป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ระดับนานาชาติ โดยเน้นจุดเด่นด้านธุรกิจบริการและอัตลักษณ์ความเป็นไทย 2) สร้างการรับรู้และปรับมุมมองขององค์กรภายนอกต่อบทบาทและภาพลักษณ์ของ สสปน.

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4: เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์และยกระดับไมซ์ให้เป็นวาระแห่งชาติ ประกอบด้วยกลยุทธ์สำคัญ ได้แก่ 1) นำข้อมูลเชิงลึก เทคโนโลยีสารสนเทศ และนวัตกรรมมาสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ 2) ยกระดับอุตสาหกรรมไมซ์โดยพัฒนาบุคลากรและมาตรฐานผู้ประกอบการ 3) ผลักดันและยกระดับไมซ์ให้เป็นวาระแห่งชาติให้ครอบคลุมทุกมิติทั้งเชิงนโยบาย มาตรการ และอำนวยความสะดวก ฯลฯ 4) ร่วมมือกับพันธมิตรทั้งในและต่างประเทศ เพื่อผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ไทยเป็นแกนกลางของอาเซียน

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 5: พัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานภายในขององค์กร ประกอบด้วยกลยุทธ์สำคัญ ได้แก่ 1) ยกระดับศักยภาพบุคลากรของ สสปน. ให้มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร 2) ใช้นวัตกรรม การจัดการความรู้ และการบูรณาการร่วมกันภายใน สสปน. เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานตามหลักธรรมาภิบาล

แผนปฏิบัติการราชการระยะ 3 ปี (พ.ศ. 2563 – 2565) ของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

1. การศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำ

แผนปฏิบัติการราชการระยะ 3 ปี (พ.ศ. 2563 – 2565) ของ สสพน.

ตามที่กำหนดในพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546 หมวด 3 มาตรา 9 การบริหารราชการเพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ต่อภารกิจของรัฐ ให้ส่วนราชการปฏิบัติ ดังต่อไปนี้ (1) ก่อนจะดำเนินการตามภารกิจใด ส่วนราชการต้องจัดทำแผนปฏิบัติการไว้เป็นการล่วงหน้า (2) การกำหนดแผนปฏิบัติการของส่วนราชการตาม (1) ต้องมีรายละเอียดของขั้นตอน ระยะเวลาและงบประมาณที่จะต้องใช้ ในการดำเนินการของแต่ละขั้นตอน เป้าหมายของภารกิจ ผลสัมฤทธิ์ของภารกิจ และตัวชี้วัดความสำเร็จของ ภารกิจ รวมทั้งกำหนดในมาตรา 16 ให้ส่วนราชการจัดทำแผนปฏิบัติการของส่วนราชการนั้น โดยจัดทำ เป็นแผนสี่ปี ซึ่งจะต้องสอดคล้องกับแผนการบริหารราชการแผ่นดิน ในแต่ละปีงบประมาณให้ส่วนราชการ จัดทำแผนปฏิบัติการประจำปี โดยให้ระบุสาระสำคัญเกี่ยวกับนโยบายการปฏิบัติการของส่วนราชการ เป้าหมายและผลสัมฤทธิ์ของงาน รวมทั้งประมาณการรายได้และรายจ่ายและทรัพยากรอื่นที่จะต้อง ใช้ เสนอต่อรัฐมนตรีเพื่อความเห็นชอบ

นอกจากนั้น เมื่อวันที่ 4 ธันวาคม 2560 คณะรัฐมนตรี (ครม.) มีมติเกี่ยวกับแนวทางการเสนอแผน เข้าสู่การพิจารณาของคณะรัฐมนตรี ดังนี้ ข้อที่ 1 เห็นชอบการจำแนกแผนออกเป็น 3 ระดับ ประกอบด้วย แผนระดับที่ 1 ได้แก่ ยุทธศาสตร์ชาติ แผนระดับที่ 2 ได้แก่ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ แผนปฏิรูปประเทศ และแผนความมั่นคง และแผนระดับที่ 3 หมายถึง แผนที่จัดทำขึ้นเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของแผนระดับที่ 1 และแผนระดับที่ 2 ให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ หรือจัดทำขึ้นตามที่กฎหมายกำหนด หรือจัดทำขึ้นตามพันธกรณีหรืออนุสัญญาระหว่างประเทศ เช่น แผน ของส่วนราชการและหน่วยงานของรัฐต่าง ๆ แผนบูรณาการ รวมถึงแผนปฏิบัติการทุกระดับ สำหรับการเสนอแผน ระดับที่ 3 ให้ทุกส่วนราชการและหน่วยงานของรัฐเสนอแผนระดับที่ 3 ไปยัง สำนักงานคณะกรรมการ พัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) เพื่อพิจารณากลับกรองตามขั้นตอนที่ สศช. เสนอ โดยในการจัดทำ แผนให้หน่วยงานเจ้าของแผนดำเนินการ ดังนี้ 1) ระบุถึงความสอดคล้องของแผนที่เสนอกับยุทธศาสตร์ชาติ และ แผนในระดับที่ 2 ให้ชัดเจน และกำหนดองค์ประกอบของแผนที่แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนถึงการสนับสนุน การขับเคลื่อนแผนระดับที่ 1 และแผนระดับที่ 2 ให้สามารถบรรลุเป้าหมายในการพัฒนาประเทศตามแนวทาง ของยุทธศาสตร์ชาติ 2) มีเป้าหมายและตัวชี้วัดที่ชัดเจนเป็นรูปธรรม รวมทั้งกลไกการติดตามประเมินผล และ ควรรคานึงถึงวงเงินของประเทศ 3) กรณีที่แผนส่งผลกระทบต่อประเทศอย่างกว้างขวาง ก่อนเสนอ สศช. ให้รับฟัง

ความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้องและวิเคราะห์ผลกระทบอย่างรอบด้าน รวมทั้งสร้างการรับรู้และความเข้าใจกับผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน ทั้งนี้ ในกรณีที่แผนกำหนดให้ต้องมีการทำงานร่วมกันกับหลายหน่วยงาน ให้หน่วยงานเจ้าของแผนหรือร่วมกับหน่วยงาน/ภาคีที่เกี่ยวข้อง เพื่อบูรณาการแนวทางการดำเนินการด้วย

เมื่อวันที่ 8 ตุลาคม 2561 มีการประกาศใช้ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561-2580 (แผนระดับที่ 1) ตามข้อกำหนดในพระราชบัญญัติ (พ.ร.บ.) การจัดทำยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2560 คณะรัฐมนตรีมีมติเมื่อวันที่ 12 มีนาคม 2562 กำหนดให้หน่วยงานของรัฐปรับปรุงแผนที่มีอยู่ในความรับผิดชอบต่อ (แผนระดับที่ 3) ตามนโยบายมติ ครม. เมื่อวันที่ 4 ธันวาคม 2560 ให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ และแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ โดยวันที่ 18 เมษายน 2562 มีการประกาศใช้แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (แผนระดับที่ 2) ครบถ้วน

จากปัจจัยที่กล่าวข้างต้น ส่งผลให้สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) (สสพ.น.) ต้องทบทวนปรับปรุงรายละเอียดของแผนระดับที่ 3 หรือแผนแม่บทอุตสาหกรรมการจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติ พ.ศ. 2560-2564 ฉบับเดิมให้มีความสอดคล้อง และมีรายละเอียดครบถ้วนตามแนวทางที่ สศช. กำหนด เพื่อประกาศใช้เป็นแผนปฏิบัติการราชการระยะ 3 ปี พ.ศ. 2563-2565 ของ สสพ.น. ในการนำไปใช้เป็นแนวทางการดำเนินงานขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพสามารถเชื่อมโยงและขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ในยุทธศาสตร์ชาติต่อไป

โดยในการทบทวนแผนปฏิบัติการราชการระยะ 3 ปี พ.ศ. 2563-2565 ของ สสพ.น. จำเป็นต้องศึกษาวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก สสพ.น. ที่ส่งผลกระทบกับการดำเนินงานของ สสพ.น. เพื่อแสดงให้เห็นถึงปัจจัยหรือสภาวะแวดล้อมภายในและภายนอก ทั้งในและระหว่างประเทศมีการเปลี่ยนแปลงในลักษณะใด โดยการวิเคราะห์ปัจจัยภายในเพื่อให้องค์กรทราบถึงจุดแข็งและจุดอ่อนในการปฏิบัติงานของตนเอง สำหรับการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยภายนอกย่อมส่งผลให้เกิดโอกาสหรือข้อจำกัดต่อองค์กร รวมทั้งมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันและการปฏิบัติงานขององค์กร โดยในการจัดทำแผนปฏิบัติการราชการระยะ 3 ปี พ.ศ. 2563 – 2565 ของ สสพ.น. ครั้งนี้ มีการศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

1.1 สภาพแวดล้อมภายนอกที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย

- 1.1.1 การวิเคราะห์ด้วย PEST Analysis
- 1.1.2 การวิเคราะห์สถานการณ์ของอุตสาหกรรมไมซ์ของโลกและไทย
- 1.1.3 การวิเคราะห์สถิติอุตสาหกรรมไมซ์
- 1.1.4 การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงของนโยบายและแผนงานสำคัญต่าง ๆ ของไทยกับ สสพ.น.

1.2 สภาพแวดล้อมภายในที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย

- 1.2.1 นโยบายของผู้บริหาร
- 1.2.2 กฎระเบียบของ สสพ.น. ที่เกี่ยวข้อง

1.3 ข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย

- 1.3.1 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค (SWOT Analysis) ของอุตสาหกรรมไมซ์ไทย
- 1.3.2 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค (SWOT Analysis) ของ สสพ.น.

1.1 การศึกษาและวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกที่เกี่ยวข้องกับ สสพ.

โดยในการจัดทำแผนปฏิบัติการราชการระยะ 3 ปี พ.ศ. 2563 – 2565 ของ สสพ. ครั้งนี้ มีการศึกษาและวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกที่เกี่ยวข้องกับ สสพ. ดังนี้

1.1.1 การวิเคราะห์ด้วย PEST Analysis

การวิเคราะห์ด้วย PEST Analysis ของ Prof. Francis Aguilar Harvard ประกอบด้วย ปัจจัยด้านการเมือง (Politic) เศรษฐกิจ (Economy) สังคม (Society) และเทคโนโลยี (Technology) มีรายละเอียดดังนี้

1. ปัจจัยด้านการเมือง (Politic)

ภายหลังจากการเลือกตั้งเมื่อวันที่ 24 มีนาคม 2562 และมีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ แต่งตั้งนายกรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 9 มิถุนายน 2562 ให้พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา เป็นนายกรัฐมนตรีคนที่ 29 ของประเทศไทย และมีประกาศพระบรมราชโองการแต่งตั้งคณะรัฐมนตรี (ครม.) ในวันที่ 10 กรกฎาคม 2562 โดยคำแถลงนโยบายของคณะรัฐมนตรีต่อรัฐสภา แบ่งเป็น นโยบายหลัก 12 ด้าน และนโยบายเร่งด่วน 12 เรื่อง ซึ่งเกี่ยวข้องกับ สสพ. ดังนี้

1.1) นโยบายหลัก 12 ด้าน โดยแผนปฏิบัติการ ราชการ ระยะ 3 ปี พ.ศ. 2563 – 2565 ของ สสพ. มีความเชื่อมโยงกับนโยบายหลักด้านที่ 5 การพัฒนาเศรษฐกิจและความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย ในประเด็น 1) พัฒนาคุณภาพและความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ 2) ส่งเสริมให้เกิดการกระจายรายได้จากธุรกิจท่องเที่ยวสู่ชุมชน โดยพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจให้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาความเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจหลักธุรกิจรอง ธุรกิจสนับสนุน และการพัฒนาเชื่อมโยงในเชิงกลุ่มพื้นที่ที่มีศักยภาพ รวมทั้งพัฒนาทักษะและองค์ความรู้ของท้องถิ่น ชุมชน และสถาบันการศึกษา เพื่อสนับสนุนให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาและทำธุรกิจการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้มากขึ้น **ด้านที่ 6 การพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจและการกระจายความเจริญสู่ภูมิภาค** โดยส่งเสริมและเร่งรัดการพัฒนาเมืองอัจฉริยะนำอยู่ทั่วประเทศ โดยมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาเมืองศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของประเทศ ได้แก่ กรุงเทพมหานครและปริมณฑล จังหวัดเชียงใหม่ นครราชสีมา ขอนแก่น เมืองในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกสงขลา และภูเก็ต ภายใต้แนวคิดการขับเคลื่อนการพัฒนาเมืองอัจฉริยะและเมืองนำอยู่ที่มีระบบเศรษฐกิจดิจิทัล โครงสร้างพื้นฐานทางสังคม และพื้นที่สีเขียวที่เพียงพอ กระตุ้นให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมและธุรกิจบริการ พร้อมทั้งส่งเสริมให้เกิดการจ้างงานในพื้นที่ นอกจากนี้ยังเชื่อมโยงกับนโยบายหลักด้านที่ 11 การปฏิรูปการบริหารจัดการภาครัฐ โดยมีเป้าหมายเพื่อให้การขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศสามารถบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น การปฏิรูประบบการบริหารจัดการภาครัฐ โดยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาช่วยในการให้บริการของภาครัฐ และการบูรณาการการทำงานของหน่วยงานต่าง ๆ ดังนี้ พัฒนาโครงสร้างและระบบการบริหารจัดการภาครัฐสมัยใหม่ ส่งเสริมระบบธรรมาภิบาลในการบริหารจัดการภาครัฐ รวมถึงปรับปรุงระเบียบ กฎหมาย เพื่อเอื้อต่อ

การทำธุรกิจและการใช้ชีวิตประจำวัน โดยปรับปรุงขั้นตอนและระยะเวลาการให้บริการ การอำนวยความสะดวก ต้นทุนค่าใช้จ่าย กฎหมาย กฎ และระเบียบต่าง ๆ

1.2) นโยบายเร่งด่วน 12 เรื่อง โดยแผนปฏิบัติการ ระยะ 3 ปี พ.ศ. 2563 – 2565 ของ สสปน. มีความเชื่อมโยงกับนโยบายเร่งด่วนเรื่องที่ 3 มาตรการเศรษฐกิจเพื่อรองรับ ความผันผวนของเศรษฐกิจโลก โดยส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ ทั้งในส่วนในเมืองหลัก เมืองรอง และการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อกระจายรายได้ในรูปแบบเศรษฐกิจแบ่งปัน เพื่อสร้างรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจภายในประเทศในช่วงที่มีข้อจำกัดด้านการส่งออก และส่งเสริมผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม นอกจากนี้ยังเชื่อมโยงกับนโยบายเร่งด่วนเรื่องที่ 6 การวางรากฐานระบบเศรษฐกิจของประเทศสู่อนาคต และนโยบายเร่งด่วนเรื่องที่ 10 การพัฒนาระบบการให้บริการประชาชน โดยมุ่งสู่ความเป็นรัฐบาลดิจิทัลที่โปร่งใสตรวจสอบได้

2. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economy)

2.1) แนวโน้มเศรษฐกิจโลก ปี 2562 ภาวะเศรษฐกิจโลกผันผวนและชะลอตัว เนื่องจากมีปัจจัยเสี่ยงและความไม่แน่นอน ได้แก่ ผลกระทบจากสงครามการค้าระหว่างจีนกับสหรัฐอเมริกา ความไม่แน่นอนของการถอนตัวออกจากสหภาพยุโรปของสหราชอาณาจักร (Brexit) ทิศทางการดำเนินนโยบายการค้าในระยะต่อไปของสหรัฐฯ การเพิ่มขึ้นของแรงกดดันจากมาตรการกีดกันทางการค้า เงื่อนไขทางเศรษฐกิจและการเมืองของประเทศสมาชิกกลุ่มประเทศยูโรโซน ตลอดจนผลการเลือกตั้งของสภายุโรป สำหรับเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศอุตสาหกรรมใหม่ กลุ่มประเทศอาเซียน และประเทศกำลังพัฒนาที่สำคัญอื่นๆ ชะลอตัวลงอย่างเป็นวงกว้าง ตามการชะลอตัวและปรับตัวลดลงของมูลค่าการส่งออกในหลายๆ ประเทศ

2.2) การเปลี่ยนแปลงพลวัตทางเศรษฐกิจ (Shift in Global Economic Power) พบว่ากำลังซื้อของประเทศขั้วอำนาจเศรษฐกิจใหม่มีมากขึ้น และสัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศเหล่านี้มีสัดส่วนมากขึ้น ในขณะที่ประเทศขั้วอำนาจเศรษฐกิจเก่ามีสัดส่วนลดลง วิกฤติเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น ประกอบกับปัจจัยด้านแรงงานและผลิตภาพส่งผลให้ประเทศที่พัฒนาแล้วในทวีปยุโรป และอเมริกาเหนือประสบปัญหาการชะลอตัวทางเศรษฐกิจ หลายประเทศประสบภาวะถดถอยทางเศรษฐกิจ ในขณะที่ประเทศที่กำลังพัฒนาในทวีปเอเชีย และละตินอเมริกา มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจสูง โดยเฉพาะประเทศ ในกลุ่ม BRICS อย่างบราซิล รัสเซีย อินเดีย จีน และแอฟริกาใต้ที่มีเศรษฐกิจขนาดใหญ่และมีการขยายตัวอย่างมากในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ส่งผลให้หลายประเทศในเอเชียมีอำนาจทางเศรษฐกิจมากขึ้นและประชากรในประเทศเหล่านี้มีกำลังซื้อ และรายได้มากขึ้นเป็นลำดับ รวมถึงกลุ่มลูกค้าจากประเทศเหล่านี้มีความต้องการอุปโภคบริโภคอาหารและของใช้ที่มีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น ปัจจัยเหล่านี้มีผลให้ในอนาคตนักท่องเที่ยวจากทวีปเอเชียจะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวสำคัญที่มีกำลังในการใช้จ่ายใช้สอย โดยจะส่งผลบวกกับอุตสาหกรรมไมซ์ อาทิ การจัดงานไมซ์สำหรับกลุ่มตลาดใหม่ ได้แก่ กลุ่มเอเชียใต้ เอเชียตะวันออก และประเทศในกลุ่มอาเซียน เป็นต้น

3. ปัจจัยด้านสังคม (Society)

3.1) การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) พบแนวโน้มการขยายตัวของสังคมผู้สูงอายุในโลกเกิดจากประชากรผู้สูงอายุของโลกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง พิจารณาจากการเจริญพันธุ์ที่ต่ำลงและประชากรมีอายุยืนยาวขึ้น โดยสัดส่วนโครงสร้าง ประชากรสูงอายุนั้น กลุ่มอายุประมาณ 66-79 ปี มีสัดส่วนมากที่สุด โดยคาดการณ์ว่าภายในปี 2050 สัดส่วนประชากรผู้สูงอายุจะเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 21 ของจำนวนประชากรทั้งหมดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากร โดยประชากรส่วนมากของโลกจะมีอายุเฉลี่ยสูงขึ้น มีผลโดยตรงต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ และมีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมไมซ์ด้วย เช่น การจัดสัมมนาแพทย์ระดับนานาชาติ หรือนิทรรศการเกี่ยวกับเทคโนโลยีนวัตกรรมด้านการแพทย์ งานแสดงสินค้าเกี่ยวกับอุปกรณ์อำนวยความสะดวก และไลฟ์สไตล์ของผู้สูงอายุ ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับการสร้างเสริมสุขภาพ หรืองานสัมมนาด้านการลงทุนเพื่อวัยเกษียณ เป็นต้น

3.2) การขยายและพัฒนาตัวของเมืองใหญ่ (Urbanization) พบว่าทั่วโลกจะมีประชากรที่อาศัยอยู่ในเมืองใหญ่มากขึ้นเพิ่มเป็นร้อยละ 60 ของพื้นที่ในปี 2030 โดยทวีปหลักที่มีอัตราการเติบโตของประชากรอาศัยอยู่ในเมืองใหญ่สูงสุด ได้แก่ เอเชีย และแอฟริกา ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตด้านต่างๆ รวมไปถึงด้านการท่องเที่ยว การขยายตัวของสังคมเมืองย่อมส่งผลกระทบต่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจและพฤติกรรมของประชากรเมืองอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ การที่ประชากรอาศัยอยู่ในเมืองมากขึ้น และมีรายได้เพิ่มมากขึ้น ซึ่งส่งผลให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับความบันเทิงและการใช้ชีวิต โดยเฉพาะห้างสรรพสินค้า การท่องเที่ยวเพื่อการเลือกซื้อสินค้ามีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้น เพื่อรองรับการเติบโตของสังคมเมือง อีกทั้งอุตสาหกรรมไมซ์จะได้รับความนิยมนมากขึ้น เนื่องจากการขยายตัวของสังคมเมือง อันเกิดจากปัจจัยการขยายตัวทางธุรกิจที่จะส่งผลกระทบต่อขยายตัวของโรงแรม ห้องประชุม และสถานที่จัดนิทรรศการ

3.3) การให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม (Environmental Concern) นับว่าเป็นแนวโน้มที่ทั่วโลกตระหนักถึงความสำคัญมากยิ่งขึ้น พบว่าจำนวนอุบัติเหตุทางธรรมชาติเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และมูลค่าความเสียหายจากอุบัติเหตุเพิ่มขึ้น งบประมาณที่สนับสนุนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมนั้นมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 10 ภายในระยะเวลา 6 ปี ซึ่งสามารถสะท้อนให้เห็นถึงการให้ความสำคัญของสิ่งแวดล้อมที่มีมากขึ้นด้วย ดังนั้นการตระหนักรู้ถึงผลกระทบของพฤติกรรมมนุษย์ต่อสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืนทางธรรมชาติส่งผลให้เกิดกระแสการดำเนินธุรกิจที่เน้นความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม นับเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมไมซ์อย่างชัดเจน เพราะเมื่อมีการจัดงานสัมมนา ประชุม นิทรรศการ นักเดินทางไมซ์จำนวนมากเดินทางมาร่วมงาน ย่อมเกิดการบริโภคอุปโภคในประเทศจุดหมายปลายทางนั้นมากขึ้นด้วย จึงเป็นโอกาสให้ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ใช้ประโยชน์จากการดำเนินงานที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืนในทุกมิติของการดำเนินงาน เพื่อเป็นการดึงดูดเชื้อเชิญผู้จัดงานไมซ์ทั่วโลกให้เลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางของการจัดงาน

4. ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technology)

4.1) เทคโนโลยีและโลกยุคดิจิทัล (Digital Lifestyle) เทคโนโลยีได้ทำให้สังคมปัจจุบันเข้าสู่โลกดิจิทัล โดยสังเกตได้จากจำนวนอุปกรณ์เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตทั่วโลกได้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ประมาณ 100 เท่า ภายในระยะเวลา 17 ปี รวมถึงอัตราจำนวนอุปกรณ์ต่อประชากร 1 คนได้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วเช่นเดียวกัน นอกจากนี้ค่าใช้จ่ายของผู้บริโภคผ่านทางโทรศัพท์ได้เพิ่มขึ้น และสัดส่วนการใช้จ่ายผ่านอินเทอร์เน็ตสำหรับการท่องเที่ยว นั้นได้มีสัดส่วนเพิ่มขึ้นมากกว่าช่องทางอื่นๆ ดังนั้นแนวโน้มด้านเทคโนโลยีและโลกยุคดิจิทัลจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมไมซ์ เนื่องจากเพิ่มความสะดวกและความสะดวกในการเข้าถึง โดยผู้จัดงานไมซ์ และนักท่องเที่ยวไมซ์สามารถเข้าถึงข้อมูลงานประชุม สัมมนา นิทรรศการ ตั้งแต่สถานที่จัดงาน โรงแรม ระบบการเดินทาง บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นที่เกี่ยวข้อง หรือกล่าวได้ว่าเทคโนโลยียังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดงาน ลดเวลา ลดค่าใช้จ่าย ลดขั้นตอนการดำเนินงาน รักษาสิ่งแวดล้อม สร้างประสบการณ์แก่ผู้เข้าร่วมงาน ง่ายต่อการเข้าถึง เพิ่มความสะดวกในงานไมซ์มากขึ้น

1.1.2 การวิเคราะห์สถานการณ์ของอุตสาหกรรมไมซ์ในบริบทโลก และในประเทศไทย

1. สถานการณ์ของอุตสาหกรรมไมซ์ในบริบทโลก

แนวโน้มของอุตสาหกรรมไมซ์ในอนาคต จะให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม การใช้เทคโนโลยี รวมถึงการดำเนินงานที่มีความน่าสนใจ แบ่งเป็น 4 หัวข้อ คือ

1.1 การจัดกิจกรรมไมซ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ผู้เข้าร่วมงาน รวมถึงบริษัทเอกชนต่างๆ ให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อม นอกจากนี้การจัดงานจะพยายามใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ลดการใช้กระดาษ และสร้างบรรยากาศให้ผู้เข้าร่วมงานมีส่วนร่วมในออกแบบการพัฒนาอย่างยั่งยืน

1.2 การใช้เทคโนโลยีประกอบการจัดกิจกรรมไมซ์ โดยเทคโนโลยีช่วยอำนวยความสะดวกและเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดกิจกรรมไมซ์ ลดขั้นตอน เวลา และต้นทุน ใช้เทคโนโลยีต่างๆ ในการถ่ายทอดประสบการณ์ อำนวยความสะดวกตลอดจนการเชื่อมโยงสร้างเครือข่ายระหว่างผู้เข้าร่วมงาน

1.3 รูปแบบการจัดกิจกรรมที่แปลกใหม่ ผู้เข้าร่วมประชุมจะให้ความสำคัญกับกิจกรรมท่องเที่ยวที่เฉพาะตัว (Personalized) ภาพลักษณ์ (Brand) ของสถานที่ต่างๆ นอกจากนี้ระยะเวลาในการจัดกิจกรรมที่มีแนวโน้มลดลง กิจกรรมจะต้องมีการจัดอย่างสร้างสรรค์ มีความแปลกใหม่ เพื่อสร้างความประทับใจ

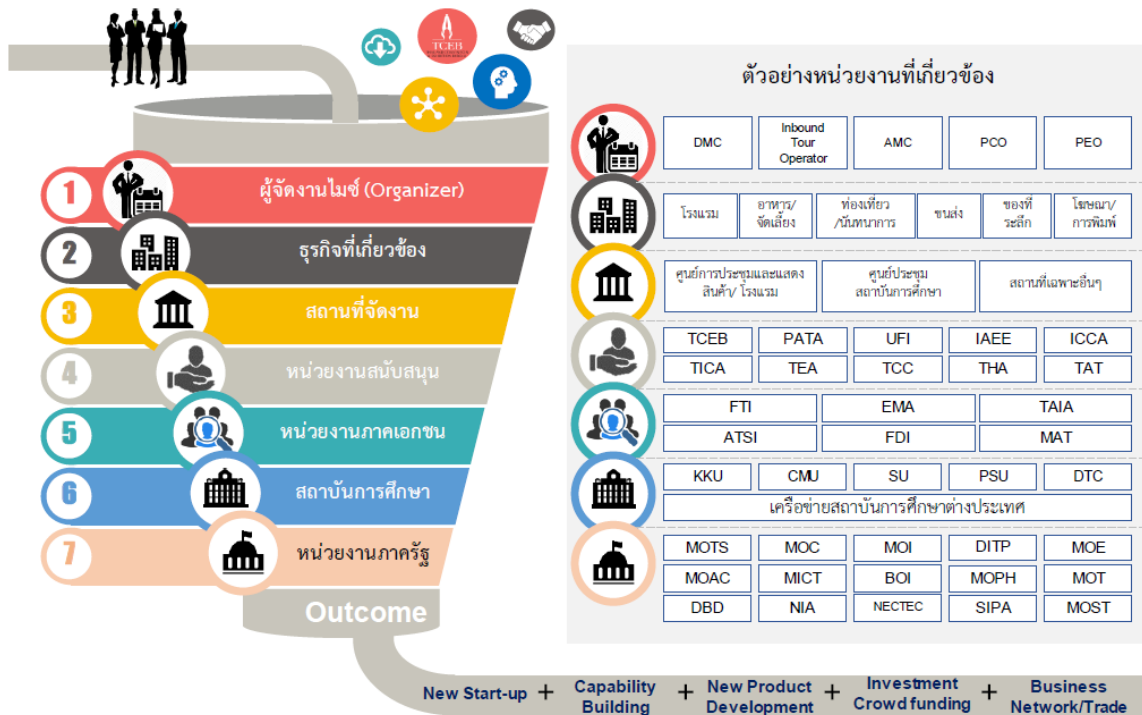
1.4 สถานที่การจัดกิจกรรมไมซ์ที่โดดเด่น ผู้จัดงานกิจกรรมไมซ์ให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ของพื้นที่ในการจัดกิจกรรมไมซ์ โดยต้องการสถานที่ที่ไม่ใช่เพียงห้องประชุมหรือห้องจัดเลี้ยงของโรงแรมเท่านั้น ควรเลือกใช้สถานที่ที่สวยงาม มีเอกลักษณ์ และมีความแปลกใหม่ เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ สร้างความน่าสนใจ

2. สถานการณ์ของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย

หากพิจารณาถึงแนวโน้มการเติบโต อุปสงค์ และอุปทานของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทยพบว่า ประเทศไทยถือเป็นประเทศหนึ่งที่มีความเข้มแข็ง มีศักยภาพในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ และเป็นจุดหมายปลายทาง สำหรับการจัดงานไมซ์ที่สำคัญในภูมิภาค โดยที่ผ่านมามีการจัดงานไมซ์เป็นจำนวนมาก และมีแนวโน้มการจัดงานเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งงานระดับนานาชาติที่ได้เข้ามาจัดในประเทศไทย และงานที่องค์กร หน่วยงาน หรือสมาคมภายในประเทศเป็นคนจัดขึ้นเองโดยจากสถิติอุตสาหกรรมไมซ์ที่ผ่านมามีรายได้จากอุตสาหกรรมไมซ์เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในปี พ.ศ. 2560 ประเทศไทยมีรายได้จากอุตสาหกรรมไมซ์นานาชาติ 88,459 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2559 ร้อยละ 9.02 มีจำนวนผู้เข้าร่วมงานไมซ์นานาชาติ จำนวน 1.05 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.69 ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริปของนักท่องเที่ยวไมซ์ คิดเป็น 84,410 บาทต่อคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.14 และในด้านของอุตสาหกรรมไมซ์ภายในประเทศ จะเห็นได้ว่า ในปี พ.ศ. 2561 อุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศสร้างรายได้จำนวน 91,142 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2559 ร้อยละ 24.30 มีจำนวนผู้จัดงานไมซ์ในประเทศจำนวน 35.32 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 22.4 มีจำนวนการจัดงานทั้งสิ้น 62,734 งาน ซึ่งสูงกว่าปี พ.ศ. 2559 ถึงร้อยละ 55.31 ในขณะที่ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริปของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศก็เพิ่มขึ้นเช่นกัน โดยมีค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริปอยู่ที่ 2,580 บาท เพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 1.56 ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการขยายตัวอย่างต่อเนื่องของการจัดงานไมซ์ในประเทศไทย ประเด็นที่น่าสนใจ คือ ภาพรวมของอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยในปี 2561 มีจำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์ทั้งจากต่างประเทศและในประเทศรวม 34.30 ล้านคน สร้างรายได้รวมกว่า 212,924 ล้านบาท โดยมีนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์จากต่างประเทศ 1.26 ล้านราย เพิ่มขึ้นร้อยละ 19.80 ก่อให้เกิดรายได้จากการใช้จ่าย 9.56 หมื่นล้านบาท เติบโตร้อยละ 8.00 โดยมีระยะเวลาพำนักเฉลี่ย 5 วัน ค่าใช้จ่ายมากถึง 76,135 บาทต่อคนต่อทริป ส่วนกลุ่มนักท่องเที่ยวไมซ์ในประเทศมีจำนวน 33 ล้านราย สร้างรายได้ในระบบเศรษฐกิจ 1.17 แสนล้านบาท เติบโตร้อยละ 29.00 นักเดินทางไมซ์ถือเป็นนักเดินทางคุณภาพสูงเนื่องจากการใช้จ่ายต่อทริปสูง โดยสูงกว่านักท่องเที่ยวธรรมดาถึง 3.50 เท่า นอกจากนี้ยังมีรายได้ทางอ้อมจากมูลค่าการซื้อขายในงานแสดงสินค้าขนาดใหญ่สูงถึง 1.50 หมื่นล้านบาทต่องาน ทั้งนี้ สสพ.น. คาดการณ์ว่าปี พ.ศ. 2562 นักเดินทางกลุ่มไมซ์จะเพิ่มขึ้นเป็น 35.90 ล้านคน สร้างรายได้ 2.20 แสนล้านบาทโดยแบ่งเป็นกลุ่มไมซ์ต่างประเทศประมาณ 1.32 ล้านคน สร้างรายได้ 1 แสนล้านบาท และกลุ่มไมซ์ในประเทศประมาณ 34.60 ล้านคน สร้างรายได้ 1.21 แสนล้านบาท

การขับเคลื่อนและผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์มีหน่วยงาน/องค์กร และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในหลายภาคส่วน ทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งสามารถจัดกลุ่มหน่วยงานและองค์กรได้เป็น 4 ภาคส่วนที่สำคัญ ได้แก่ กลุ่มผู้เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา และภาครัฐ ซึ่งจากการร่วมมือของทุกภาคส่วนจะทำให้เกิดสตาร์ทอัพที่เกี่ยวข้องกับไมซ์ใหม่ ๆ (New Startup) เสริมสร้างขีดความสามารถ (Capability Building) มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product Development) การระดมทุนจาก

มวลชน (Investment Crowdfunding) และเครือข่ายธุรกิจ (Business Network/Trade) โดยมีรายละเอียด ดังนี้



รูปที่ 1 โครงสร้างของอุตสาหกรรมไมซ์

ที่มา : แผนปฏิบัติการด้านการพัฒนาและส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ระยะ 3 ปี (พ.ศ. 2563 - 2565)

1. กลุ่มที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ สามารถแบ่งได้เป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

1.1 ผู้จัดงานไมซ์ (Organizer) เช่น บริษัทรับจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (DMCs) บริษัทธุรกิจจัดงานที่เกี่ยวเนื่องที่เดินทางมาจากต่างประเทศไปยังแหล่งท่องเที่ยวในประเทศ (Inbound Tour Operator) บริษัทจัดงานประชุมวิชาชีพ (PCOs) บริษัทจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติ (PEOs) เป็นต้น โดยจากการศึกษาและรวบรวมข้อมูลของจำนวนผู้จัดงานไมซ์ที่ได้มาตรฐานจาก สสพ. พบว่า ข้อมูล ณ วันที่ 23 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561 มีผู้จัดงานไมซ์ที่ได้รับมาตรฐาน ดังนี้

- บริษัทจัดงานกิจกรรมพิเศษทางการตลาด จำนวน 35 ราย
- บริษัทรับจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล จำนวน 50 ราย
- บริษัทรับจัดงานประชุมวิชาชีพ จำนวน 14 ราย
- บริษัทจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติ จำนวน 16 ราย

1.2 ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น ธุรกิจโรงแรม อาหารหรือการจัดเลี้ยง การท่องเที่ยวหรือการนันทนาการ การขนส่ง ของที่ระลึก โฆษณาหรือสื่อสิ่งพิมพ์ เป็นต้น

โดยประเทศไทยมีโรงแรม รีสอร์ท และเกสต์เฮาส์ ทั่วประเทศที่มีการจดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้ากว่า 9,254 แห่ง ทั้งนี้ มีโรงแรมที่มีห้องประชุม 1,582 แห่ง โดยโรงแรมกระจายอยู่ตามภูมิภาคต่าง ๆ ดังนี้

• ภาคกลาง	มีโรงแรมและรีสอร์ท 3,466 แห่ง	เกสต์เฮาส์ 132 แห่ง
• ภาคเหนือ	มีโรงแรมและรีสอร์ท 1,088 แห่ง	เกสต์เฮาส์ 108 แห่ง
• ภาคตะวันออก	มีโรงแรมและรีสอร์ท 966 แห่ง	เกสต์เฮาส์ 25 แห่ง
• ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	มีโรงแรมและรีสอร์ท 661 แห่ง	เกสต์เฮาส์ 15 แห่ง
• ภาคใต้	มีโรงแรมและรีสอร์ท 2,190 แห่ง	เกสต์เฮาส์ 299 แห่ง
• กลุ่ม 5 จังหวัดชายแดนภาคใต้	มีโรงแรมและรีสอร์ท 300 แห่ง	เกสต์เฮาส์ 4 แห่ง

ในส่วนของร้านอาหาร ประเทศไทยมีชื่อเสียงด้านอาหารที่หลากหลาย และเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว ร้านอาหารในประเทศไทยมีจำนวนมากกระจายอยู่ในทุกพื้นที่ ซึ่งสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ โดยจำนวนร้านอาหารที่มีการจดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ที่อยู่ในแต่ละพื้นที่ มีดังนี้

• ร้านอาหารในกรุงเทพมหานคร	5,422 แห่ง
• ร้านอาหารในภาคกลาง	936 แห่ง
• ร้านอาหารในภาคเหนือ	746 แห่ง
• ร้านอาหารในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	365 แห่ง
• ร้านอาหารในภาคตะวันออก	1,715 แห่ง
• ร้านอาหารในภาคตะวันตก	339 แห่ง
• ร้านอาหารในภาคใต้	2,608 แห่ง

1.3 สถานที่จัดงาน เช่น ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้าหรือโรงแรมที่มีห้องประชุม สถานที่อเนกประสงค์ ศูนย์ประชุมภายในสถาบันการศึกษา/หน่วยงานราชการ และสถานที่เฉพาะอื่น ๆ (เช่น พระราชวัง หอศิลป์) เป็นต้น ทั้งนี้ ศูนย์ประชุมที่สามารถรองรับการจัดงานขนาดใหญ่ในประเทศไทยได้ มีจำนวน 10 แห่ง ได้แก่

- ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุม อิมแพ็ค เมืองทองธานี (IMPACT Exhibition and Convention Center)
- ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค (Bangkok International Trade and Exhibition Centre: BITEC)
- ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ (Queen Sirikit National Convention Center: QSNCC)
- ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติเฉลิมพระเกียรติ 7 รอบ พระชนมพรรษา 5 ธันวาคม 2554 หรือศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ เชียงใหม่ (Chiang Mai International Exhibition and Convention Centre: CMECC)

- รอยัลพารากอนฮอลล์ (Royal Paragon Hall)
- ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ ขอนแก่น (Khonkaen International Convention Exhibition Center: KICE)
- ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้าน้ำพวย พัทยา (Pattaya Exhibition and Convention Hall: PEACH)
- เซ็นทาราแกรนด์และบางกอกคอนเวนชันเซ็นเตอร์ เซ็นทรัลเวิลด์ (Centara Grand & Bangkok Convention Centre at CentralWorld)
- ศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
- ศูนย์จัดประชุมและนิทรรศการ รอยัล ภูเก็ต มารีน่า (Royal Phuket Marina)
- ศูนย์ประชุมนานาชาติหนองพญา (NICE Pattaya, Convention & Exhibition Center).

1.4 หน่วยงานสนับสนุน เช่น สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (TCEB) สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (PATA) สมาคมอุตสาหกรรมจัดงานแสดงสินค้าโลก (UFI) สมาคมส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติไทย (TICA) สมาคมการแสดงสินค้าไทย (TEA) สมาคมโรงแรมไทย (THA) สมาคมธุรกิจสร้างสรรค์การจัดงาน (EMA) เป็นต้น

- 2. หน่วยงานภาคเอกชน** เป็นสมาคมต่าง ๆ เช่น สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (FTI) สมาคมอุตสาหกรรมยานยนต์ไทย (TAIA) สมาคมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ไทย (ATSI) องค์กรสหพันธ์ทันตกรรมโลก (FDI) สมาคมการตลาดแห่งประเทศไทย (MAT) เป็นต้น
- 3. สถาบันการศึกษา** ที่ได้ลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือกับ สสปน. ภายใต้ “โครงการการตั้งศูนย์เครือข่ายด้านการศึกษาไมซ์ในภูมิภาค” (MICE Academic Cluster) เพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจไมซ์และความต้องการของผู้ประกอบการไมซ์ในเมืองไมซ์ดีและเมืองรองระดับภูมิภาค พัฒนาองค์ความรู้และบุคลากร ได้แก่ มหาวิทยาลัยขอนแก่น (KKU) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (CMU) มหาวิทยาลัยศิลปากร (SU) วิทยาลัยดุสิตธานี ศูนย์การศึกษาเมืองพัทยา (DTC) และมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ (PSU)
- 4. หน่วยงานภาครัฐ** เช่น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (MOTS) กระทรวงพาณิชย์ (MOC) กระทรวงอุตสาหกรรม (MOI) สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA) กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (DBD) สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (NSTDA)

จากความพร้อมของบุคลากรในการสนับสนุนการจัดงานไมซ์ข้างต้น ทั้งในด้านของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และสื่อ สิ่งพิมพ์ ตลอดจนความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์ ผู้จัดงานส่วนมากจึงสามารถให้บริการและรองรับการจัดการประชุมขนาดใหญ่ได้เต็มรูปแบบ โดยเฉพาะผู้ประกอบการในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากมีความชำนาญและประสบการณ์ด้านการจัดงานค่อนข้างมาก ตลอดจนมีเทคโนโลยีในการจัดงาน เช่น ระบบแสง เสียงที่ทันสมัย และมีความน่าเชื่อถือ เป็นต้น

ทั้งนี้ เพื่อให้การผลักดันและพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง จึงได้มีการจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือที่รู้จักกันในนาม สสปน. ขึ้นในปี พ.ศ. 2547 ในรูปแบบขององค์การมหาชน เพื่อผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการจัดงานกิจกรรมทางธุรกิจที่โดดเด่นของทวีปเอเชีย โดยการสนับสนุนการจัดงานที่มีความคล่องตัวและเน้นการบริการเป็นหลักสำหรับนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจากทั่วโลก

1.1.3 การวิเคราะห์สถิติอุตสาหกรรมไมซ์

ผลการศึกษาตามโครงการสำรวจสถิติการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทย สรุปได้ว่า ในปีงบประมาณ 2561 (กันยายน 2560-ตุลาคม 2561) นักเดินทางชาวต่างประเทศที่เดินทางมายังประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเข้าร่วมประชุมนานาชาติทั้งของบริษัทเอกชน องค์กร การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และเพื่อเข้าร่วมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติ หรือเรียกโดยรวมว่านักเดินทางไมซ์ (MICE Traveller) มีจำนวนทั้งสิ้น 1,255,986 คน เพิ่มขึ้นจากปีงบประมาณ 2560 ร้อยละ 19.85 ประกอบด้วย การประชุมนานาชาติของบริษัทเอกชน 335,992 คน การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล 369,370 คน การประชุมนานาชาติขององค์กร 317,396 คน และงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติ 233,228 คน

รายได้จากนักเดินทางไมซ์ชาวต่างประเทศ ในปีงบประมาณ 2561 มีมูลค่าทั้งสิ้น 95,624.242 ล้านบาท ประกอบด้วยรายได้จากนักเดินทางไมซ์กลุ่มการประชุมนานาชาติของบริษัทเอกชน 30,473.613 ล้านบาท กลุ่มการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล 20,669.206 ล้านบาท กลุ่มการประชุมนานาชาติขององค์กร 25,325.042 ล้านบาท และกลุ่มการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติ 19,156.378 ล้านบาท รายได้จากนักเดินทางไมซ์โดยรวมขยายตัวจากปีงบประมาณ 2560 ร้อยละ 9.00 นักเดินทางไมซ์โดยรวม มีวันพักเฉลี่ย 5.22 วัน และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวัน 14,585.22 บาท พิจารณาแยกแต่ละประเภทของนักเดินทางไมซ์ ดังนี้

- นักเดินทางไมซ์กลุ่มการประชุมนานาชาติของบริษัทเอกชน (International Corporate Meeting: M) มีจำนวน 335,992 คน มีวันพักเฉลี่ย 5.57 และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 16,283.25 บาทต่อคนต่อวัน ประเมินการรายได้ทั้งสิ้น 30,473.613 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 16.68
- นักเดินทางไมซ์กลุ่มการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล (International Corporate Incentive Travel: I) มีจำนวน 369,370 คน มีวันพักเฉลี่ย 4.26 และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 13,135.68 บาทต่อคนต่อวัน ประเมินการรายได้ทั้งสิ้น 25,325.042 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 23.75
- นักเดินทางไมซ์กลุ่มการเดินทางเพื่อเข้าร่วมประชุมนานาชาติขององค์กร (International Non-Corporate Convention: C) มีจำนวน 317,396 คน มีวันพักเฉลี่ย 6.11 และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 13,058.93 บาทต่อคนต่อวัน ประเมินการรายได้ทั้งสิ้น 20,669.206 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 2.68

- นักเดินทางไมซ์กลุ่ม การจัดงานแสดงสินค้านานาชาติ (International exhibition: E) มีจำนวน 233,228 คน มีวันพักเฉลี่ย 4.26 และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 15,748.30 บาทต่อคนต่อวัน ประมาณการรายได้ทั้งสิ้น 19,156.378 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.85 จำแนกได้เป็นผู้เข้าร่วมแสดงสินค้า (Exhibitor) จำนวน 34,520 คน มีรายได้ 3,657.475 ล้านบาท และ ผู้เข้าร่วมงานแสดงสินค้า (Visitor) จำนวน 198,708 คน มีรายได้ 15,498.903 ล้านบาท

นอกจากนี้เมื่อคิดเฉพาะกลุ่มการประชุมนานาชาติของกลุ่มบริษัทเอกชน (Corporate meeting: M) และกลุ่มการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล (Incentive travel : I) หรือ กลุ่ม M และ I พบว่ามีจำนวนนักเดินทางรวมกันทั้งสิ้น 705,361 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 32.66 มีรายได้รวมกันทั้งสิ้น 51,142.821 ล้านบาท ขยายตัวจากปีงบประมาณ 2560 ร้อยละ 19.44 โดยนักเดินทางประเภท M และ I รวมกันมีสัดส่วนมากกว่าครึ่งหนึ่งของนักเดินทางไมซ์ทั้งหมด หรือมีสัดส่วนร้อยละ 56.16 และรายได้รวมของ M และ I มีสัดส่วนต่อรายได้รวมร้อยละ 53.48

สถานการณ์การเดินทางของชาวต่างประเทศมายังประเทศไทยเพื่อวัตถุประสงค์ด้านไมซ์ ในปีงบประมาณ 2561 มีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านจำนวนและรายได้นักเดินทาง โดยในปีงบประมาณ 2561 จากผลการศึกษาที่ได้กล่าวข้างต้นสามารถประมาณการรายได้จากนักเดินทางซึ่งมีมูลค่า 95,624.242 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 4.83 ของรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างประเทศทั้งสิ้น รายละเอียดดังตารางที่ 1 และตารางที่ 2

ตารางที่ 1 สถิติจำนวนนักเดินทางไมซ์ชาวต่างชาติ ปีงบประมาณ 2560 - 2561

รูปแบบการเดินทาง	จำนวนนักเดินทางไมซ์ชาวต่างชาติ	
	ปีงบประมาณ 2560	ปีงบประมาณ 2561
Meeting	259,901	335,992
Incentive	271,793	369,370
Convention	300,273	317,396
Exhibition	215,992	233,228
รวม	1,047,959	1,255,986

ที่มา: รายงานสถิติอุตสาหกรรมไมซ์ ปีงบประมาณ 2561 ของ สสปน.

ตารางที่ 2 สถิติจำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์ ระยะเวลาพำนักรเฉลี่ย และค่าใช้จ่าย ในปีงบประมาณ 2560 - 2561

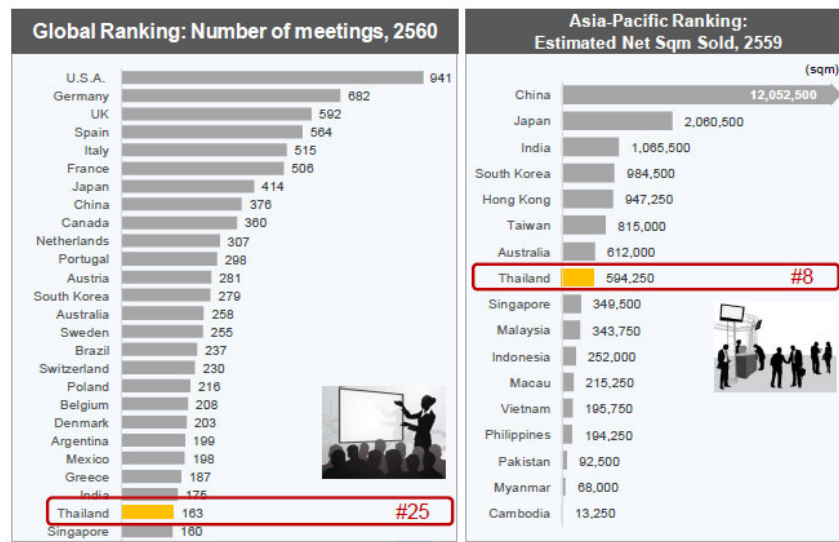
ภาพรวมนักเดินทางกลุ่ม MICE	ปีงบประมาณ 2560	ปีงบประมาณ 2561	% การเปลี่ยนแปลง
นักเดินทางกลุ่ม MICE (คน)	1,047,959	1,255,986	+ 19.85
ระยะเวลาพำนักรเฉลี่ย (วัน)	5.25	5.22	- 0.03
ค่าใช้จ่าย / คน / วัน (US\$)	461.54	450.93	- 2.30
ค่าใช้จ่าย / คน (US\$)	2,423.11	2,353.86	- 2.86

ภาพรวมนักเดินทางกลุ่ม MICE	ปีงบประมาณ 2560	ปีงบประมาณ 2561	% การเปลี่ยนแปลง
ค่าใช้จ่าย / คน / วัน (บาท)	15,945.90	14,585.22	- 8.53
ค่าใช้จ่าย / คน (บาท)	83,716.00	76,134.86	- 9.06
ประมาณการรายได้จาก MICE (US\$)	2,555,195,631.59	2,961,964,966.34	+ 15.92
ประมาณการรายได้จาก MICE (บาท)	87,730,930,928.28	95,624,241,978.94	+ 9.00

ที่มา: รายงานสถิติอุตสาหกรรมไมซ์ ปีงบประมาณ 2561 ของ สสปน.

โดยจากสถิติการจัดอันดับการจัดงานประชุมเรียงตามรายประเทศของ ICCA ในปี พ.ศ. 2560 พบว่าประเทศที่มีจำนวนการจัดงานประชุมมากที่สุดอันดับหนึ่ง ได้แก่ สหรัฐอเมริกา มีการจัดงานประชุมทั้งหมด 941 ครั้ง รองลงมา ได้แก่ เยอรมนี 682 ครั้ง สหราชอาณาจักร 592 ครั้ง สเปน 564 ครั้ง อิตาลี 515 ครั้ง ส่วนประเทศไทยมีการจัดงานทั้งสิ้น 163 ครั้ง จัดอยู่อันดับที่ 25 ซึ่งลดจากปี พ.ศ. 2559 ที่มีการจัดงานในไทย 174 ครั้ง

สำหรับการจัดอันดับจำนวนการจัดงานที่จัดแสดงสินค้าของกลุ่มประเทศในทวีปเอเชียแปซิฟิกตามรายประเทศ พบว่า ประเทศที่มียอดจำหน่ายพื้นที่จัดแสดงสินค้ามากที่สุดในปี พ.ศ. 2559 ได้แก่ ประเทศจีน ซึ่งมีการจำหน่ายพื้นที่จัดแสดงสูงถึง 12.05 ล้านตารางเมตร รองลงมาคือ ญี่ปุ่น 2.06 ล้านตารางเมตร อินเดีย 1.07 ล้านตารางเมตร เกาหลีใต้ 0.98 ล้านตารางเมตร และฮ่องกง 0.95 ล้านตารางเมตร ส่วนประเทศไทยมีการจำหน่ายพื้นที่จัดแสดงสินค้าสูงเป็นอันดับที่ 8 ซึ่งมีจำนวนจำหน่ายพื้นที่จัดแสดงสินค้า 0.59 ล้านตารางเมตร รายละเอียดแสดงได้ดังรูปที่ 2



รูปที่ 2 การจัดอันดับจำนวนการจัดประชุมระดับนานาชาติทั่วโลก

และพื้นที่จัดแสดงที่จำหน่ายในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

ที่มา: International Congress and Convention Association, ICCA (2560), Union des Foires Internationals, UFI (2559)

1.1.4 การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงของนโยบายและแผนงานสำคัญต่าง ๆ ของไทยกับ สสปน.

จากการศึกษาพบว่า แผนงานระดับที่ 1 และแผนงานระดับที่ 2 และแผนงานระดับที่ 3 ที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมไมซ์และ สสปน. มีดังนี้

1) แผนงานระดับที่ 1

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี เชื่อมโยง (โดยตรง) กับด้านที่ 2 สร้างความสามารถในการแข่งขัน มีเป้าหมายคือ 1) ประเทศไทยเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว เศรษฐกิจเติบโตอย่างมีเสถียรภาพและยั่งยืน 2) ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น ซึ่งอยู่ภายใต้ประเด็นที่ 4.3 สร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว ในประเด็นย่อยที่ 4.3.2 “สร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว (ท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ)” สร้างแรงดึงดูดและสิ่งจูงใจให้ไทยเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ โดยส่งเสริมการเป็นศูนย์กลางการจัดประชุมและนิทรรศการนานาชาติของโลก เนื่องจากไทยมีความได้เปรียบเชิงภูมิศาสตร์ที่เหมาะสมแก่การเดินทางเพื่อประกอบธุรกิจและการท่องเที่ยว ทั้งยังมีความพร้อมด้านการบริการที่เป็นเอกลักษณ์ โดยพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน สาธารณูปโภคและสาธารณูปการ ระบบขนส่ง ระบบดิจิทัล เพื่อการติดต่อสื่อสาร เพื่ออำนวยความสะดวก ทั้งในการเดินทางเข้ามาเพื่อการประชุมและการสร้างความร่วมมือทางธุรกิจระหว่างกัน พร้อมทั้งส่งเสริมการขยายพื้นที่จุดหมายปลายทางของการจัดประชุมและนิทรรศการ และการพักผ่อนระหว่างประชุมจากเมืองหลักสู่เมืองอื่นที่มีศักยภาพของไทย รวมถึงสร้างพื้นที่หรือช่องทางการจัดแสดงผลงานรูปแบบต่าง ๆ ทั้งการจัดแสดงผลงานจริงและในรูปแบบเสมือนจริง รวมถึงการส่งเสริมให้การพักผ่อนระหว่างการประชุมเป็นการจูงใจและต่อยอดการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรมที่เน้นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน ตลอดจนการสนับสนุนการท่องเที่ยวรูปแบบอื่นที่ไทยมีศักยภาพ และเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวในพื้นที่อื่น เพื่อให้เกิดการเติบโตทางเศรษฐกิจร่วมกัน ซึ่งรวมถึงการสร้างรูปแบบและจูงใจ การเดินทางเข้ามาประกอบธุรกิจและการท่องเที่ยวด้วยการอำนวยความสะดวกและมาตรการสนับสนุนต่าง ๆ พร้อมทั้งการสร้างความพร้อมของธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่ธุรกิจ นอกจากนี้ ยังเชื่อมโยง (ระดับรอง) กับด้านที่ 6 การปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ มีเป้าหมาย คือภาครัฐมีขนาดที่เล็กลง พร้อมปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง มีความโปร่งใส ปลอดภัยและประพฤตินิชอบ โดยอยู่ภายใต้ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4.1 ภาครัฐที่ยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง ตอบสนองความต้องการ และให้บริการอย่างสะดวกรวดเร็ว โปร่งใส และประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4.2 ภาครัฐบริหารงานแบบบูรณาการโดยมียุทธศาสตร์ชาติเป็นเป้าหมายและเชื่อมโยงการพัฒนาในทุกระดับ ทุกประเด็น ทุกภารกิจ และทุกพื้นที่ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4.4 ภาครัฐมีความทันสมัย และ ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4.6 ภาครัฐมีความโปร่งใส ปลอดภัยและประพฤตินิชอบ ทั้งนี้ หากแผนปฏิบัติการ ระยะ 3 ปี พ.ศ. 2563 – 2565 ของ สสพ. บรรลุเป้าหมายในการผลักดันให้ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมไม่ซ้ำซ้อนจากการจัดอันดับของไทยในการเป็นจุดหมายปลายทางในการจัดประชุมนานาชาติ ตามดัชนี International Congress and Convention Association (ICCA) เป็น 1 ใน 23 และจากการจัดอันดับตามดัชนี The Global Association of The Exhibition Industry (UFI) เป็นอันดับ 5 ในปี 2565 ด้วยการบูรณาการการทำงานร่วมกันภายใน สสพ. และกับทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐและเอกชนจะสามารถช่วยให้ยุทธศาสตร์ชาติบรรลุเป้าหมายเช่นเดียวกัน

2) แผนงานระดับที่ 2

แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ โดยแผนปฏิบัติการ ราชการ ระยะ 3 ปี พ.ศ. 2563 – 2565 ของ สสพ.น. มีความเชื่อมโยงกับด้านที่ 5 (ประเด็นหลัก) การท่องเที่ยว (พ.ศ. 2561-2580) มีเป้าหมายคือ 1) ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศด้านการท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศเพิ่มขึ้น 2) ความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของไทยดีขึ้น นอกจากนี้ในแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติยังมีแผนย่อย ซึ่งพิจารณาตาม พ.ร.ฎ. การจัดตั้ง สสพ.น. ปี 2562 ฉบับที่ 3 สสพ.น. เกี่ยวข้องโดยตรงกับแผนย่อยที่ 3.2 เรื่อง “การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ” ซึ่งกำหนดแนวทางการพัฒนา 3 เรื่อง คือ 1) ส่งเสริมการตลาด และสนับสนุนการเป็นเจ้าภาพจัดงานในระดับนานาชาติ รวมทั้งประชาสัมพันธ์เมือง/พื้นที่ท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ 2) สนับสนุนมาตรการเพื่อสร้างแรงจูงใจและอำนวยความสะดวก และ 3) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกของเมืองท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ และสอดคล้องกับตัวชี้วัดสำคัญของแผนย่อย 2 ตัวชี้วัด คือ 1) อัตราการขยายตัวของรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ ค่าเป้าหมาย คือ ร้อยละ 5 ในปี 2565 และ 2) อันดับของไทยในการเป็นจุดหมายปลายทางในการจัดประชุมนานาชาติ ดัชนี International Congress and Convention Association: ICCA ค่าเป้าหมาย คือ อันดับ 1 ใน 23 ของโลกในปี 2565 ทั้งนี้ หากแผนปฏิบัติการ ราชการ ระยะ 3 ปี พ.ศ. 2563 – 2565 ของ สสพ.น. ได้นำตัวชี้วัดทั้ง 2 ตัวที่กล่าวไว้มากำหนดเป็นตัวชี้วัดสำคัญ ในยุทธศาสตร์ที่ 1 ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศด้วยอุตสาหกรรมไมซ์ ซึ่ง สสพ.น. เป็นหน่วยงานหลัก ในการสนับสนุนให้เกิดการจัดงาน และกิจกรรมต่าง ๆ เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย ดังนั้น หาก สสพ.น. บรรลุเป้าหมายจะสามารถช่วยสนับสนุนให้เศรษฐกิจและอุตสาหกรรมของไทยให้เป็นไปตาม เป้าหมายที่แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติวางไว้เช่นเดียวกัน

แผนปฏิรูปประเทศ โดยแผนปฏิบัติการ ราชการ ระยะ 3 ปี พ.ศ. 2563 – 2565 ของ สสพ.น. มีความเชื่อมโยงโดยตรงในด้านที่ 5 ด้านเศรษฐกิจ ในประเด็นการปฏิรูปด้านที่ 1 การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ให้กับทุกภาคส่วนในระบบเศรษฐกิจ หรือการทำให้คนไทย ภาคธุรกิจไทย และภาครัฐไทยต้องเก่งขึ้น โดยการดำเนินงานในระยะสั้น เน้นการเพิ่มผลิตภาพ (Productivity) ในอุตสาหกรรมหลักที่ประเทศไทย มีความชำนาญ ได้แก่ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ กำหนดเป็นเป้าหมายที่จะเพิ่มผลิตภาพ โดยเฉลี่ยปีละไม่ต่ำกว่าร้อยละ 3 นอกจากนี้ เพื่อให้อุตสาหกรรมไทยมีความคล่องตัวเท่าทันการเปลี่ยนแปลง จึงควรมีการเพิ่มประสิทธิภาพด้วยการใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมและ Big data และมีการปรับปรุงกฎหมายการแข่งขันทางการค้า เพื่อสนับสนุนกลไกตลาดเสรีที่เท่าทันกับการเปลี่ยนแปลงรูปแบบ การดำเนินธุรกิจ รวมทั้งปรับปรุงกฎระเบียบด้านต่าง ๆ ให้เอื้อต่อการลงทุนและการดำเนินธุรกิจ (Ease of Doing Business: EoDB) ทั้งนี้ หากแผนปฏิบัติการ ราชการ ระยะ 3 ปี พ.ศ. 2563 – 2565 ของ สสพ.น. บรรลุ เป้าหมายตามยุทธศาสตร์ที่ 4 เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์และยกระดับไมซ์ ให้เป็นวาระแห่งชาติ จะช่วยให้ สสพ.น. สามารถนำแนวทางการพัฒนาต่างๆ เช่น นำข้อมูลเชิงลึก เทคโนโลยีสารสนเทศ และนวัตกรรมมาสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ ยกระดับอุตสาหกรรม ไมซ์โดยพัฒนาบุคลากรและมาตรฐานผู้ประกอบการ ผลักดันและยกระดับไมซ์ให้เป็นวาระแห่งชาติ ให้ครอบคลุมทุกมิติทั้งเชิงนโยบาย มาตรการ และอำนวยความสะดวก ฯลฯ รวมทั้งร่วมมือกับพันธมิตร

ทั้งในและต่างประเทศ เพื่อผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ไทยเป็นแกนกลางของอาเซียน ดังนั้น หาก สสพ.น. บรรลุเป้าหมายจะสามารถช่วยให้แผนปฏิรูปบรรลุเป้าหมายในการเพิ่มผลิตภาพ (Productivity) เช่น เพิ่มผู้ประกอบการที่มีคุณภาพ เพิ่มสถานที่ประกอบการที่มีคุณภาพ และมีกฎระเบียบ ที่เอื้อให้การประกอบธุรกิจไม่ซบเซาขึ้น เป็นต้น

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (แผนพัฒนาฯ) โดยแผนปฏิบัติการราชการระยะ 3 ปี พ.ศ. 2563 – 2565 ของ สสพ.น. มีความเชื่อมโยงกับวัตถุประสงค์ (หลัก) ของแผนพัฒนาฯ ข้อที่ 1.3 เพื่อให้เศรษฐกิจเข้มแข็ง แข่งขันได้ มีเสถียรภาพ และมีความยั่งยืน สร้างความเข้มแข็งของฐานการผลิตและบริการเดิมและขยายฐานใหม่โดยการใช้นวัตกรรมที่เข้มข้นมากขึ้น สร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานราก และสร้างความมั่นคงทางพลังงาน อาหาร และน้ำ และมีความเชื่อมโยงกับวัตถุประสงค์อื่นรองลงมา คือ ข้อที่ 1.6 เพื่อให้มีการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคโดยการพัฒนากลุ่มและเมือง เพื่อรองรับการพัฒนายกระดับฐานการผลิตและบริการเดิมและขยายฐานการผลิตและบริการใหม่ โดยมีเป้าหมายคือ ระบบเศรษฐกิจมีความเข้มแข็งและแข่งขันได้ ซึ่งแผนปฏิบัติการ ราชการ ระยะ 3 ปี พ.ศ. 2563 – 2565 ของ สสพ.น. มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับยุทธศาสตร์ที่ 3 คือ การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน โดยมีแนวทางการพัฒนา คือ การเสริมสร้างและพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการ และมีเป้าหมายของยุทธศาสตร์ คือ ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นและมีขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวสูงขึ้น ซึ่งสะท้อนความสำเร็จด้วยตัวชี้วัดที่ 4.1 รายได้จากการท่องเที่ยวไม่ต่ำกว่า 3 ล้านล้านบาท และตัวชี้วัดที่ 4.2 อันดับความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว (The Travel & Tourism Competitiveness Index: TTCI) ไม่ต่ำกว่าอันดับที่ 30 โดยมีแนวทางการพัฒนาที่สำคัญเรื่องที่ 3.2.3 การพัฒนาภาคบริการและการท่องเที่ยว ประกอบด้วยแนวทางการพัฒนา ดังนี้ เสริมสร้างขีดความสามารถการแข่งขันในเชิงธุรกิจของภาคบริการที่มีศักยภาพทั้งฐานบริการ เดิมและฐานบริการใหม่เพื่อส่งเสริมให้เศรษฐกิจของประเทศเติบโตได้อย่างเข้มแข็ง และมีแนวทางการพัฒนาที่ 1 **พัฒนาศักยภาพของฐานบริการเดิมให้เติบโตอย่างเข้มแข็ง** เช่น การท่องเที่ยว การจัดประชุมและนิทรรศการนานาชาติ (MICE) เป็นต้น โดยส่งเสริมการลงทุนเพื่อยกระดับศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจบริการ เสริมสร้างความเข้มแข็งของผู้ประกอบการไทยให้สามารถปรับตัวได้ทันต่อบริบทการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างเป็นพลวัต พัฒนาระบบรับรองมาตรฐานและกำหนดให้มีมาตรฐานธุรกิจภาคบริการตามมาตรฐานสากล พร้อมทั้งยกระดับฐานธุรกิจบริการใหม่ที่มีแนวโน้มขยายตัวและมีศักยภาพในการเติบโต ร่วมกับการสร้างกลไกการขับเคลื่อนภาคบริการที่เป็นเอกภาพ โดยกำหนดให้มีหน่วยงานเจ้าภาพหลักในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ภาคบริการของประเทศทั้งในระดับนโยบายและระดับปฏิบัติการ บูรณาการความร่วมมือจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม เพื่อร่วมกันสนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนาภาคบริการทั้งระบบ รวมทั้งแผนพัฒนาฯ ยังมีการกล่าวถึงแผนงานส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจบริการที่มีศักยภาพ โดยเฉพาะการจัดประชุมและนิทรรศการนานาชาติ (MICE) ซึ่งเป็นผลจากการที่ธุรกิจบริการสามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาด ผู้ประกอบการมีความเข้มแข็งและมีศักยภาพในการแข่งขัน ทำให้ธุรกิจบริการสาขาไมซ์มีแนวโน้มที่จะเติบโต

ต่อไปในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 และมีสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสพ.น. เป็นหน่วยงานดำเนินงานหลักภายใต้กรอบระยะเวลาดำเนินการ 5 ปี (พ.ศ. 2560 – 2564)

นอกจากนั้น แผนปฏิบัติการราชการ ระยะ 3 ปี พ.ศ. 2563 – 2565 ของ สสพ.น. ยังเกี่ยวข้องกับ ยุทธศาสตร์ที่ 9 การพัฒนาภาค เมือง และพื้นที่เศรษฐกิจ โดยมีเป้าหมาย คือ ลดช่องว่างรายได้ระหว่างภาค และมีการกระจายรายได้ที่เป็นธรรมมากขึ้น และยุทธศาสตร์ที่ 6 การบริหารจัดการในภาครัฐ การป้องกันการทุจริตประพฤติมิชอบ และธรรมาภิบาลในสังคมไทย โดยมีเป้าหมาย คือ ลดสัดส่วนค่าใช้จ่ายด้านบุคลากร และเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการและการให้บริการของภาครัฐ และประสิทธิภาพการประกอบธุรกิจของประเทศ ทั้งนี้ หาก สสพ.น. บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ในยุทธศาสตร์ที่ 2 กระจายรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจของภูมิภาคผ่านอุตสาหกรรมไมซ์ ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานภายในขององค์กร จะช่วยให้รายได้จากงานไมซ์ในไมซ์ซิตี้และคลัสเตอร์เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ทุกปี และ สสพ.น. เป็นองค์กรที่มีคุณภาพผ่านเกณฑ์การพัฒนาระบบบริหารจัดการภาครัฐ (Public Sector Management Quality Award : PMQA) และเกณฑ์ประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ (Integrity & Transparency Assessment: ITA) ที่ร้อยละ 85 ทุกปี ดังนั้น การบรรลุเป้าหมายดังกล่าวจะช่วยให้แผนพัฒนาฯ บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้เช่นเดียวกัน

3) แผนงานระดับที่ 3 หรือแผนอื่นของ สสพ.น.

สำหรับแผนงานระดับที่ 3 หรือแผนอื่นของ สสพ.น. ที่มีความเกี่ยวข้องกับแผนปฏิบัติการราชการ ระยะ 3 ปี พ.ศ. 2563 - 2565 ของ สสพ.น. ได้แก่ แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 - 2564) แผนปฏิบัติการด้านการพัฒนาและส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ระยะ 3 ปี (พ.ศ. 2563 - 2565)

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 - 2564) (แผนพัฒนาฯ) โดยแผนปฏิบัติการราชการ ระยะ 3 ปี พ.ศ. 2563 – 2565 ของ สสพ.น. มีความเชื่อมโยงกับเป้าประสงค์ 3 ข้อคือ การเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว การเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างสมดุล และการกระจายรายได้และผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวสู่ทุกพื้นที่และทุกภาคส่วน และประเมินผลสำเร็จของแผนพัฒนาฯ ด้วย 3 ตัวชี้วัด คือ จำนวนแหล่งท่องเที่ยวและสถานประกอบการด้านการท่องเที่ยวที่ได้รับเครื่องหมายรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทยเพิ่มสูงขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 5 ต่อปี อันดับขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย เป็น 1 ใน 30 อันดับแรกของโลก หรือ 1 ใน 7 อันดับแรกของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก และรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติมีอัตราการขยายตัวไม่ต่ำกว่าร้อยละ 10 ต่อปี รวมทั้งมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้า และบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดสมดุล และยั่งยืน โดยมีแนวทางการพัฒนา คือ พัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการทุกรูปแบบอย่างมีมาตรฐาน โดยการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวทั้งระบบ เสริมสร้าง พัฒนาและปรับปรุงมาตรฐานด้านการท่องเที่ยวและบริการให้ครอบคลุมทุกรูปแบบ ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา การท่องเที่ยวกลุ่ม MICE เป็นต้น โดยมีแนวทางระยะกลาง พ.ศ. 2562 – 2564 คือ

ยกระดับขีดความสามารถเพื่อส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวชั้นนำระดับภูมิภาคในการท่องเที่ยว ศักยภาพสูง เช่น การท่องเที่ยวเชิงกีฬา MICE เป็นต้น ทั้งนี้ หาก สสพ.น. บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ใน ยุทธศาสตร์ที่ 1 ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศด้วยอุตสาหกรรมไมซ์ ยุทธศาสตร์ที่ 2 กระจายรายได้และ กระตุ้นเศรษฐกิจ ของภูมิภาคผ่านอุตสาหกรรมไมซ์ และยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมภาพลักษณ์ของไมซ์ไทย และ สสพ.น. รวมถึงยุทธศาสตร์ที่ 4 เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์และยกระดับไมซ์ ให้เป็นวาระแห่งชาติ ซึ่งกำหนดวัตถุประสงค์สำเร็จจากจำนวนสถานที่จัดงานที่ได้รับมาตรฐาน Thailand MICE Venue Standards : TMVS/ ASEAN MICE Venue Standards : AMVS จำนวน 180 แห่งในปี 2565 และจำนวน หน่วยงานที่ได้รับมาตรฐานการบริการการจัดงานอย่างยั่งยืนของประเทศไทย (Thailand Sustainable Event Management Standard) 20 รายในปี 2565 เพื่อปรับปรุงมาตรฐานด้านการท่องเที่ยวไทยมีความแข็งแกร่ง ในด้านคุณภาพเป็นที่ยอมรับและสามารถสร้างโอกาสในแข่งขันในอุตสาหกรรมไมซ์ได้ และช่วยให้ อุตสาหกรรมไมซ์ในพื้นที่เป้าหมายไมซ์ซิตี้รวมทั้งจังหวัดรอบข้างมีความพร้อมในการจัดกิจกรรมไมซ์

แผนปฏิบัติการด้านการพัฒนาและส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ระยะ 3 ปี (พ.ศ. 2563 - 2565) (แผนปฏิบัติการฯ) ซึ่ง สสพ.น. จัดทำขึ้นเพื่อการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยในภาพรวม ซึ่งเป็นแผนปฏิบัติการในระดับที่ 3 ที่มีความสอดคล้องกับแผนระดับต่างๆ แล้ว ตั้งแต่ยุทธศาสตร์ชาติ (แผนระดับที่ 1) แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นการท่องเที่ยว (แผนระดับที่ 2) และแผนย่อยของแผน แม่บท: การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจแผนปฏิรูปประเทศด้านเศรษฐกิจในเรื่อง/ประเด็นการปฏิรูป การเพิ่ม ความสามารถ ในการแข่งขันของประเทศ ตลอดจนแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 และ แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 - 2564) ของคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยว แห่งชาติ (แผนระดับที่ 3) โดยแผนปฏิบัติการฯ มีรายละเอียดสำคัญ ดังนี้

เป้าหมาย คือ การผลักดันให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางระดับโลกของการจัดกิจกรรมไมซ์ เพื่อกระตุ้นอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศและเป็นกลไก ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยมี เป้าหมายแผนปฏิบัติการ คือ

1. เพิ่มโอกาสในการประชาสัมพันธ์แบรนด์ประเทศไทย ตลอดจนอัตลักษณ์ความเป็นไทย
2. เพิ่มการมีส่วนร่วมของอุตสาหกรรมไมซ์ในการเสริมความแข็งแกร่งต่อเศรษฐกิจชาติ อุตสาหกรรม เป้าหมายและนโยบายภาครัฐ
3. เพิ่มการจัดงานระดับโลกด้วยการสร้างความตระหนักในศักยภาพไทยในฐานะเป็นจุดหมาย ปลายทางของไมซ์ระดับโลก
4. เพิ่มการจัดงานไมซ์ไปในระดับภูมิภาคเพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในพื้นที่ต่างจังหวัด
5. ยกระดับความเป็นมืออาชีพและมาตรฐานของผู้ประกอบการไมซ์ และผลักดันการจัดงานไมซ์ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

พื้นที่เป้าหมาย ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมการจัดประชุมและนิทรรศการ ได้แก่ เมืองเศรษฐกิจ ที่มีศักยภาพ โดยประกอบด้วยเมืองไมซ์ซิตี้ 5 เมือง และเมืองเศรษฐกิจอื่นๆ เมืองไมซ์ซิตี้ ได้แก่

1. กรุงเทพมหานคร เมืองไมซ์ซิตี้ในพื้นที่ภาคกลาง และเป็นศูนย์กลางการจัดประชุมนิทรรศการนานาชาติของประเทศ
2. เชียงใหม่ เมืองไมซ์ซิตี้ในพื้นที่ภาคเหนือและเป็นศูนย์กลางการจัดประชุมนิทรรศการของภาคเหนือ
3. พัทยา เมืองไมซ์ซิตี้ในพื้นที่ภาคตะวันออก และเป็นศูนย์กลางการจัดประชุมนิทรรศการของภาคตะวันออก
4. ภูเก็ต เป็นเมืองไมซ์ซิตี้ในพื้นที่การจัดประชุมในกลุ่ม Luxury ภาคใต้
5. ขอนแก่น เป็นเมืองไมซ์ซิตี้ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือและเป็นศูนย์กลางการจัดประชุมนิทรรศการของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

และเมืองเศรษฐกิจอื่น ได้แก่ เชียงราย พิษณุโลก นครราชสีมา อุตรธานี อุบลราชธานี กาญจนบุรี หัวหิน-ชะอำ สุราษฎร์ธานี หาดใหญ่ และ นครศรีธรรมราช

แนวทางในการดำเนินการหรือยุทธศาสตร์ 4 ด้าน คือ

1. ขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมให้เกิดความมั่งคั่ง และมั่นคง ผ่านกลไกของไมซ์
2. สร้างความตระหนักและยกระดับให้ไมซ์กลายเป็นวาระแห่งชาติ
3. เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์
4. พัฒนาระบบนิเวศให้เอื้อต่อการขับเคลื่อนอุตสาหกรรม

ซึ่งแต่ละแนวทางในการดำเนินการ กำหนดวิธีการ และตัวชี้วัดสำคัญ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แนวทางในการดำเนินการ วิธีการ และตัวชี้วัดสำคัญของแผนปฏิบัติการด้านการพัฒนาและส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ระยะ 3 ปี (พ.ศ. 2563- 2565)

ประเด็นแนวทาง	วิธีการ	ตัวชี้วัด
1. ขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมให้เกิดความมั่งคั่ง และมั่นคงผ่านกลไกของไมซ์	1.1. ขับเคลื่อนกลุ่มเป้าหมาย (Target Cluster) และนโยบายรัฐด้วยแพลตฟอร์มและกลไกของไมซ์	1.1 ผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมของการจัดกิจกรรมไมซ์ในภาพรวมทั้งประเทศ
	1.2. ยกระดับคอนเทนต์งานไมซ์ สร้างและดึงดูดงานอีเวนต์ระดับโลกเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและสังคม	1.2 จำนวนงานไมซ์ที่มีคุณภาพ 1.3 จำนวนงานอีเวนต์ระดับโลกที่จัดในประเทศไทย
	1.3. พัฒนากิจกรรมไมซ์ในเมืองเศรษฐกิจเพื่อกระจายความเจริญ	1.4 ผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมของการจัดกิจกรรมไมซ์ในเมืองเศรษฐกิจ
2. สร้างความตระหนักและยกระดับให้ไมซ์กลายเป็นวาระแห่งชาติ	2.1. สร้างความตระหนักและการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการยกระดับให้ไมซ์กลายเป็นวาระแห่งชาติ	2.1 ระดับการรับรู้ (Exposure) เรื่องไมซ์ของทุกภาคส่วน
	2.2. สร้างภาพลักษณ์และประชาสัมพันธ์ประเทศไทยให้เป็นจุดหมายปลายทางของการจัดงานไมซ์	2.2 ดัชนีชี้วัดความภักดีของลูกค้า (Net Promoter Score) ที่กลับมาจัดงานไมซ์ในประเทศไทย
3. เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์	3.1. พัฒนาและยกระดับมาตรฐานบุคลากรด้านไมซ์เพื่อรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรม	3.1 จำนวนผู้ประกอบการไมซ์ที่ได้มาตรฐาน
	3.2. ยกระดับมาตรฐาน และคุณภาพการบริการตลอดห่วงโซ่อุตสาหกรรมไมซ์	3.2 จำนวนสถานที่จัดงานที่ได้มาตรฐาน
	3.3. พัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อส่งเสริมการสร้างมูลค่าในห่วงโซ่อุปทาน	3.3 สัดส่วนของงานไมซ์ที่มีการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม

ประเด็นแนวทาง	วิธีการ	ตัวชี้วัด
4. พัฒนาระบบนิเวศให้เอื้อต่อการขับเคลื่อนอุตสาหกรรม	4.1. ปรับปรุงกฎระเบียบ และสิทธิประโยชน์ของภาครัฐให้เอื้อต่อการขับเคลื่อนอุตสาหกรรม	4.1 อันดับของไทยด้านภาระระเบียบราชการ (WEF Global competitiveness Index: Government Regulation Burden)
	4.2. ขยายโครงสร้างพื้นฐานด้านโลจิสติกส์เพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมไมซ์	4.2 อันดับของไทยด้านภาระพิธีการทางศุลกากร (WEF Global Competitiveness Index : Customs Procedures Burden)
	4.3. พัฒนาการบริหารจัดการด้วยเทคโนโลยีการจัดการข้อมูลเพื่อขับเคลื่อนการเติบโตของไมซ์	4.3 อันดับของไทยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (WEF Global Competitiveness Index : ICT Readiness)

โดยแผนปฏิบัติการราชการระยะ 3 ปี พ.ศ. 2563-2565 ของ สสพ. มีความเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ทั้ง 4 ยุทธศาสตร์ที่กล่าวข้างต้น ผ่านทางบทบาทและภารกิจของ สสพ. ในการทำหน้าที่เป็นหน่วยงานหลักในการสนับสนุนการพัฒนาและส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการของประเทศไทยตามวิสัยทัศน์ที่ สสพ. กำหนดไว้ คือ “สสพ. เป็นองค์กรหลักในการผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ให้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศด้วยนวัตกรรม เพื่อสร้างความเจริญ และกระจายรายได้ไปสู่ทุกภาคส่วน อย่างยั่งยืน”

นอกจากนั้น แผนระดับที่ 3 ของ สสพ. ที่เกี่ยวข้องกับแผนปฏิบัติการราชการระยะ 3 ปี พ.ศ. 2563-2565 ของ สสพ. เช่น แผนงานบูรณาการเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 ของ สสพ. แผนงานโครงการภายใต้แผนพัฒนาภาค ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 ของ สสพ. แผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมตลาดในประเทศ พ.ศ. 2561 – 2565 (Domestic MICE Master Plan 2018 – 2022) แผนขับเคลื่อน MICE Intelligence และนวัตกรรมของอุตสาหกรรมไมซ์ ระยะ 3 ปี (พ.ศ. 2562 - 2564) เป็นต้น

ทั้งนี้ ความเชื่อมโยงของนโยบาย/ แผนงานของประเทศกับแผนปฏิบัติการ ระยะเวลา 3 ปี ของ สสพ. สามารถอธิบายได้ดังแผนภาพที่ 1

ความเชื่อมโยงของนโยบาย/แผนงานของประเทศกับแผนปฏิบัติการ ระยะ 3 ปี ของ สสพ.



แผนภาพที่ 1 ความเชื่อมโยงของแผนงานระดับที่ 1 และ 2 และ 3 ของประเทศกับแผนปฏิบัติการ ระยะ 3 ปี ของ สสพ.

1.2 การศึกษาและวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในที่เกี่ยวข้องกับ สสปน.

โดยในการจัดทำแผนปฏิบัติการระยะ 3 ปี พ.ศ. 2563 – 2565 ของ สสปน. ครั้งนี้ มีการศึกษาและวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในของ สสปน. ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1.2.1 นโยบายของผู้บริหาร

1.2.2 กฎระเบียบของ สสปน. ที่เกี่ยวข้อง

1.2.1 นโยบายของผู้บริหาร สสปน.

หลังจาก สสปน. จัดทำสมุดปกขาวเพื่อการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยขึ้นเพื่อเป็นแนวทางในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยในภาพรวม พร้อมกับจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการพัฒนาและส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ระยะ 3 ปี (พ.ศ.2563-2565) แล้วเสร็จ ผู้บริหาร สสปน. ได้ทบทวนและมอบนโยบายสำคัญสำหรับการดำเนินงานของ สสปน. ให้สอดคล้องกับแนวทางในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย จุดมุ่งเน้นในปีงบประมาณ พ.ศ. 2563-2565 มีรายละเอียดดังนี้

1. ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศด้วยอุตสาหกรรมไมซ์
 - เป็นตัวแทนของประเทศจัดทำข้อเสนอขอรับเป็นเจ้าภาพ
 - ขยายพันธมิตรแนวร่วมเพื่อประมุขสิทธิ์
 - เร่งดำเนินการตลาดเชิงรุก ตรงจุด
 - ปรับวิธีการดำเนินงานให้พื้นที่หรือเจ้าของเรื่องมีส่วนร่วมเป็นเจ้าภาพ
 - สนับสนุนงานเดิม พัฒนาให้ยกระดับดีขึ้น
 - สร้างงานใหม่ที่เหมาะสมกับศักยภาพพื้นที่
2. กระจายรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจของภูมิภาคผ่านอุตสาหกรรมไมซ์
 - ส่งเสริมการจัดงานไมซ์ในภูมิภาค เชื่อมโยงกับอัตลักษณ์/จุดแข็งของชุมชนท้องถิ่น
 - ลดความเหลื่อมล้ำในภูมิภาค เมือง พื้นที่เศรษฐกิจ
3. ส่งเสริมภาพลักษณ์ของไมซ์ไทยและ สสปน.
 - ส่งเสริมภาพลักษณ์ของไมซ์ไทยด้วยอัตลักษณ์ความเป็นไทย
 - ส่งเสริมบทบาท สสปน. เป็น Thought Leader และ Facilitator
 - ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ Digital ให้กลุ่มเป้าหมายเข้าถึงได้ง่าย และทันสมัย
4. เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์และยกระดับไมซ์ให้เป็นวาระแห่งชาติ
 - ส่งเสริมนวัตกรรมในทุกมิติ
 - สร้าง Ecosystem ที่เอื้อต่อการจัดงานประมุขสิทธิ์ และจัดกิจกรรมไมซ์ โดยเฉพาะใน MICE City
 - เป็นแกนกลางของอาเซียนในการสร้างบุคลากรที่มีมาตรฐานเข้าสู่อุตสาหกรรมไมซ์

5. พัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานภายในขององค์กร

- บุคลากรปรับตัวทันต่อสถานการณ์ Open mind ร่วมมือร่วมใจกันทำงานทั้งภายในและข้ามหน่วยงาน
 - สร้างให้ สสพ. เป็น Happy Workplace
 - ทำงานโดยยึดหลักธรรมาภิบาล และความโปร่งใส
 - บูรณาการความร่วมมือภายใน และกับพันธมิตร
 - ปรับปรุงกระบวนการงานให้คล่องตัว นำ IT และ Digital มาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ
- โดยการดำเนินงานทั้ง 5 ยุทธศาสตร์นั้น ทั้งบุคลากร และสสพ. ต้องคำนึงถึงแนวคิด CSR และ Sustainability โดยต้องสามารถนำไปประยุกต์ใช้ หรือปฏิบัติงานให้ครอบคลุมทุกมิติของการดำเนินงาน

1.2.2 กฎระเบียบของ สสพ. ที่เกี่ยวข้อง

กฎระเบียบของ สสพ. ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ พระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2562

สสพ. จัดตั้งขึ้นตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) โดยฉบับล่าสุด ซึ่งมีมาตราที่เกี่ยวข้องโดยตรง ดังนี้

- มาตรา 7 วัตถุประสงค์ของสำนักงานมี ได้แก่
 - (1) ส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาการจัดประชุมและนิทรรศการของประเทศให้มีมาตรฐานสากล
 - (2) เป็นศูนย์กลางข้อมูลสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับการจัดประชุมและนิทรรศการในประเทศ
 - (3) ให้ความรู้ จัดการสัมมนา ฝึกอบรม และพัฒนาศักยภาพเกี่ยวกับการจัดประชุมและนิทรรศการแก่ผู้ดำเนินธุรกิจ เจ้าหน้าที่หรือบุคลากรภาครัฐและภาคเอกชน
 - (4) เป็นตัวแทนของประเทศในการจัดทำข้อเสนอต่อหน่วยงานต่างประเทศ หรือระหว่างประเทศ เพื่อขอรับเป็นเจ้าภาพในการจัดประชุมและนิทรรศการในประเทศ
 - (5) ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีและสร้างโอกาสให้กับประเทศ รวมทั้งเป็นศูนย์กลางงานกับหน่วยงานอื่นเพื่ออำนวยความสะดวกในเรื่องที่เกี่ยวกับการจัดประชุมและนิทรรศการในประเทศ

โดยการดำเนินการตามวัตถุประสงค์ดังกล่าว ต้องมุ่งพัฒนาและเพิ่มศักยภาพของประเทศเพื่อเป็นศูนย์กลางระหว่างประเทศในการจัดประชุมและนิทรรศการ

- มาตรา 8 อำนาจและหน้าที่ของสำนักงาน ได้แก่
 - (1) กำหนดนโยบายและมาตรการในการส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการของประเทศ
 - (2) จัดให้มีการวิจัยและส่งเสริมการวิจัยเพื่อสนับสนุนการจัดประชุมและนิทรรศการในประเทศ
 - (3) กำหนดมาตรฐานและรับรองคุณภาพของผู้ประกอบธุรกิจที่เกี่ยวกับการจัดประชุมและนิทรรศการในประเทศ

- (4) สนับสนุนและพัฒนาโครงการที่จำเป็นต่อการจัดประชุมและนิทรรศการของประเทศภายใต้การสนับสนุนจากรัฐบาล
- (5) ให้การสนับสนุนแก่หน่วยงานต่าง ๆ ในการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดประชุมและนิทรรศการในประเทศ
- (6) ถือกรรมสิทธิ์ มีสิทธิครอบครอง และมีทรัพย์สินต่าง ๆ
- (7) ก่อตั้งสิทธิหรือทำนิติกรรมทุกประเภทเพื่อประโยชน์ในการดำเนินกิจการของสำนักงาน
- (8) ทำความตกลงและร่วมมือกับหน่วยงานในประเทศ ต่างประเทศ หรือระหว่างประเทศในกิจการที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการตามวัตถุประสงค์ของสำนักงาน
- (9) เรียกเก็บค่าธรรมเนียม ค่าบำรุง ค่าตอบแทน หรือค่าบริการในการดำเนินกิจการต่าง ๆ ตามวัตถุประสงค์ของสำนักงาน
- (10) ดำเนินการอื่นใดที่จำเป็นหรือต่อเนื่องเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของสำนักงาน
- (11) ปฏิบัติงานหรือดำเนินการอื่นใดตามที่คณะรัฐมนตรีหรือคณะกรรมการมอบหมาย

พระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) (ฉบับที่ 3) มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมไมซ์ และ สสปน. ได้แก่

1. มาตรา 6: ให้สำนักงานมีที่ตั้งของสำนักงานแห่งใหญ่อยู่ในกรุงเทพมหานครหรือจังหวัดใกล้เคียง และอาจตั้งสำนักงานสาขาได้ตามที่คณะกรรมการเห็นสมควรเปิดโอกาสให้มีการจัดตั้งสาขาของ สสปน. ในต่างจังหวัดได้ เพื่อเป็นตัวกลางในการประสานงานและการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ในต่างจังหวัด ได้ช่วยผลักดันและยกระดับการจัดงานไมซ์ในต่างจังหวัดได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. มาตรา 7: ข้อ 4 เป็นตัวแทนของประเทศในการจัดทำข้อเสนอต่อหน่วยงานต่างประเทศหรือระหว่างประเทศเพื่อขอรับเป็นเจ้าภาพในการจัดประชุมและนิทรรศการในประเทศ สสปน. สามารถเป็นตัวแทนของประเทศในการเสนอตัวเป็นเจ้าภาพการจัดงานระดับนานาชาติ ช่วยเพิ่มความคล่องตัวในการประมูลสิทธิ์การจัดงานไมซ์จากต่างประเทศ

3. มาตรา 14: ความใน (1) มิให้บังคับแก่กรรมการชาวต่างประเทศซึ่งสำนักงานจำเป็นต้องแต่งตั้งตามข้อผูกพันหรือตามลักษณะของกิจการของสำนักงานเปิดโอกาสให้มีกรรมการเป็นชาวต่างประเทศได้ ส่งผลให้สามารถเชิญผู้ทรงคุณวุฒิและมีความเชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมไมซ์จากต่างประเทศมาเป็นกรรมการช่วยพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ของไทยไปสู่ระดับสากลมากยิ่งขึ้น

โดย สสปน. มีบทบาทที่สำคัญในการส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมไมซ์ไทย 5 บทบาทประกอบไปด้วย

1. **คู่คิดอย่างมีกลยุทธ์ทางธุรกิจ** มีหน้าที่เป็นผู้ให้ข้อมูลคำปรึกษาทางธุรกิจไมซ์ด้วยการวางแผนเชิงกลยุทธ์เพื่อความสำเร็จทางธุรกิจ
2. **ผู้นำในการสร้างสรรค์งาน** มีหน้าที่เป็นผู้นำทางความคิดเชิงสร้างสรรค์เพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์

3. ผู้ให้คำปรึกษาในการแก้ปัญหา มีหน้าที่เป็นผู้ช่วยเหลือ รับมือกับการแข่งขัน เน้นแนวทางที่มุ่งเน้นการสร้างธุรกิจใหม่ให้เติบโตควบคู่กับการพัฒนาอย่างยั่งยืน
4. ผู้เชื่อมโยงความสำเร็จ มีหน้าที่เป็นผู้สร้างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการและพันธมิตรทั้งภายในประเทศ ระดับภูมิภาค และระดับโลก
5. ผู้พัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมใหม่ มีหน้าที่เพิ่มศักยภาพอุตสาหกรรมใหม่ มุ่งเน้นการสร้างมาตรฐานและพัฒนาความสามารถของบุคลากร



รูปที่ 3 บทบาทของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

ที่มา : แผนปฏิบัติการด้านการพัฒนาและส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ระยะ 3 ปี (พ.ศ. 2563 - 2565)

1.3 การศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ สสพ.

โดยในการจัดทำแผนปฏิบัติการราชการระยะ 3 ปี พ.ศ. 2563 – 2565 ของ สสพ. ครั้งนี้ มีการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ สสพ. ดังนี้

- 1.3.1 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค (SWOT Analysis) ของอุตสาหกรรมใหม่ไทย
- 1.3.2 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค (SWOT Analysis) ของ สสพ.

1.3.1 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค (SWOT Analysis) ของอุตสาหกรรมไมซ์ไทย

ผลการศึกษาและวิเคราะห์อุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย ซึ่งนำมาจากแผนปฏิบัติการด้านการพัฒนา และส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ระยะ 3 ปี (พ.ศ. 2563 – 2565) พบว่าประเทศไทยมีจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ ดังนี้

1. จุดแข็ง (Strengths)

- 1) สถานที่ท่องเที่ยวที่ตอบโจทย์ทุกความต้องการ ประเทศไทยมีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยว มีสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบ มีวัฒนธรรมและประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ มีอาหารรสเลิศที่หลากหลายเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยว และนักเดินทางไมซ์
- 2) ความสะดวกด้านการเดินทางและทำเลที่ตั้ง เป็นศูนย์กลางของภูมิภาคอาเซียนมีเที่ยวบินเชื่อมโยงกับประเทศต่างๆ ในภูมิภาคและทั่วโลก และมีเส้นทางถนนและด่านชายแดนเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศ CLMV ทำให้สามารถเป็นฐานการผลิตเพื่อกระจายสินค้า ผ่านเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจ Economic Corridor ประกอบกับมีสนามบิน 33 แห่ง สำหรับอำนวยความสะดวกแก่การเดินทางในประเทศ และกำลังมีการพัฒนาเครือข่ายรถไฟความเร็วสูงเพื่อยกระดับการเดินทางในประเทศ และเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านในอนาคต
- 3) สิ่งอำนวยความสะดวกในการจัดงานไมซ์ ทั้งสถานที่จัดงานจำนวนมาก ทั้งศูนย์ประชุมและแสดงสินค้าขนาดใหญ่ ห้องประชุมโรงแรม ที่สามารถดึงดูดนักเดินทางไมซ์ได้
- 4) บุคลากรด้านไมซ์มีจำนวนมาก ทั้งผู้จัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ผู้จัดการประชุมวิชาชีพ ผู้จัดการแสดงสินค้ามืออาชีพ และยังมีการพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพของบุคลากรด้านไมซ์อย่างต่อเนื่องเพื่อรองรับการเติบโตของตลาดไมซ์ในอนาคต
- 5) ความคุ้มค่า ประเทศไทยมีค่าครองชีพไม่สูงมากเมื่อเทียบกับประเทศจุดหมายปลายทางของไมซ์อื่น ๆ ถือเป็นปลายทางของการจัดงานที่มีความคุ้มค่า
- 6) ความปลอดภัย ประเทศไทยนับเป็นประเทศที่มีความสงบปลอดภัย ภัยธรรมชาติที่ไม่รุนแรง ไม่มีข้อพิพาทระหว่างประเทศ และการเกิดอาชญากรรมไม่สูงมาก สามารถสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้เข้าร่วมงาน

2. จุดอ่อน (Weaknesses)

- 1) ภาพลักษณ์ในการเป็นจุดหมายปลายทางการจัดงานไมซ์ยังไม่เป็นที่แพร่หลายในมุมมองของชาวต่างชาติ ถึงแม้ประเทศไทยจะเป็นจุดหมายปลายทางอันดับต้นๆ ของโลกในด้านการท่องเที่ยว แต่ชื่อเสียงด้านการเป็นจุดหมายปลายทางของการจัดงานไมซ์ยังไม่แพร่หลายมากนัก

- 2) ประชาชนในประเทศและหน่วยงานภาครัฐส่วนใหญ่ ยังขาดความรู้และความเข้าใจ อุตสาหกรรมไมซ์ การประชาสัมพันธ์ให้ความรู้และสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ ยังไม่เพียงพอ ทำให้คนส่วนใหญ่ไม่ได้ตระหนักถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมไมซ์
 - 3) การกระจุกตัวของการจัดงานไมซ์มักอยู่ในกรุงเทพมหานครเนื่องจากมีความพร้อมและผู้จัดการงานไมซ์ที่มีศักยภาพส่วนใหญ่จะอยู่ในกรุงเทพมหานคร ผู้ซื้อส่วนใหญ่จึงกระจุกอยู่ใน กรุงเทพมหานคร งานส่วนใหญ่จึงไม่สามารถขยายไปสู่ต่างจังหวัดได้ อีกทั้งพื้นที่การจัดงาน ในต่างจังหวัดยังไม่มีความพร้อมในการรองรับความต้องการของผู้จัดงานได้ และยังไม่สามารถรองรับผู้เข้าร่วมงานจำนวนมากได้
 - 4) มีความยากลำบากในการเดินทางเข้าถึงสถานที่จัดงาน ถึงแม้การเดินทางระหว่างจังหวัด จะมีทั้งทางรถยนต์และมีเที่ยวบินในการรองรับจำนวนมาก แต่การเดินทางภายในพื้นที่ยังมีความยากลำบาก โครงสร้างพื้นฐานด้านการเดินทางและการขนส่งสาธารณะภายในเมืองของแต่ละจังหวัดยังมีอยู่อย่างจำกัด
 - 5) กฎระเบียบและขั้นตอนที่ยุ่งยากและซับซ้อน ทั้งในด้านการนำเข้าสินค้าเข้ามาเพื่อจัดแสดง และการจัดทำวีซ่าของนักเดินทางไมซ์ซึ่งมีความซับซ้อน มีขั้นตอนมาก ต้องติดต่อหลายหน่วยงาน และใช้เวลานาน
 - 6) ภาครัฐยังไม่มีมาตรการที่ชัดเจนในการส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมไมซ์ เช่น สิทธิประโยชน์ต่างๆ แก่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์ หรือการกระตุ้นให้เกิดการลงทุน ในอุตสาหกรรมไมซ์
3. โอกาส (Opportunities)
- 1) การเชื่อมโยงเศรษฐกิจในภูมิภาค ทั้งในอาเซียน, กลุ่มประเทศ CLMV, กลุ่มประเทศลุ่มน้ำโขง GMS และเอเชีย และการพัฒนาเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจต่างๆ เชื่อมโยงในภูมิภาค
 - 2) วาระเร่งด่วนของภาครัฐในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์ (Logistics) ต่างๆ ทั่วประเทศ ซึ่งจะช่วยอำนวยความสะดวกแก่นักเดินทางไมซ์ในการเข้าสู่พื้นที่ได้ โดยสะดวก รวมถึงการขนส่งสินค้าเพื่อจัดแสดงจะทำได้ง่ายขึ้น เปิดโอกาสพัฒนา อุตสาหกรรมไมซ์ให้เติบโตขึ้นได้อย่างรวดเร็ว
 - 3) นโยบายภาครัฐในการส่งเสริมการลงทุนในเขตเศรษฐกิจพิเศษต่างๆ เช่น ภาคตะวันออก EEC ภาคเหนือ NEC ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ NeEC ภาคใต้ SEC ก่อให้เกิดการขยายตัวของเศรษฐกิจและการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในภูมิภาค เป็นโอกาสในการใช้ไมซ์ในการ ประชาสัมพันธ์ เชิญชวนนักลงทุน และสร้างเวทีในการซื้อขายสินค้า
 - 4) โอกาสในการได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐในการขับเคลื่อนนโยบายเป้าหมายของรัฐบาล เช่น EEC, 11 อุตสาหกรรม S-Curve, การพัฒนาผู้ประกอบการ Startup โดยไมซ์สามารถ เป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการส่งเสริมนโยบายของรัฐบาล

- 5) พระราชบัญญัติการร่วมลงทุนระหว่างรัฐและเอกชน ช่วยกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและบริการสาธารณะต่างๆ เช่น การพัฒนาศูนย์ประชุมและแสดงสินค้า การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านโลจิสติกส์ต่างๆ ทั้ง ถนน รถไฟ รถไฟฟ้า ท่าอากาศยาน ท่าเรือ รวมถึงการคมนาคมสื่อสาร เพื่อความพร้อมในการรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมไมซ์ได้
- 6) ร่างพระราชกฤษฎีกาจัดตั้ง สสพ. ฉบับ 2562 เปิดโอกาสให้สามารถจัดตั้งสาขา สสพ. เพื่อช่วยการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ในต่างจังหวัด สสพ. สามารถเป็นตัวแทนของประเทศในการเสนอตัวเป็นเจ้าของภาพการจัดการงาน เพิ่มความคล่องตัวในการยื่นประมูลงาน และสามารถแต่งตั้งผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญ ซึ่งเป็นชาวต่างชาติเป็นกรรมการได้

4. อุปสรรค (Threats)

- 1) ผลกระทบจากภาวะทางเศรษฐกิจทั้งในประเทศและเศรษฐกิจระดับโลก ส่งผลต่อพฤติกรรมการเดินทางของนักเดินทางไมซ์และการจัดงานไมซ์
- 2) การแข่งขันที่สูงขึ้นของอุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาค จากการที่ตลาดไมซ์ในเอเชียมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทำให้แต่ละประเทศต่างเริ่มให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมไมซ์ และเริ่มมีการขับเคลื่อนเพื่อการพัฒนาการจัดการจัดงานไมซ์ ทำให้มีคู่แข่งเพิ่มมากขึ้น
- 3) การพัฒนาเทคโนโลยีตลอดจนโครงสร้างพื้นฐานของประเทศไทยยังมีข้อจำกัดทำให้มีความติดขัดในการเชื่อมต่อ (Connectivity) ไม่เหมือนในประเทศชั้นนำ เช่น สิงคโปร์ ที่มีการพัฒนาเมืองไปสู่เมืองอัจฉริยะ และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยยังมีอยู่อย่างจำกัด ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาอุตสาหกรรม

1.3.2 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค (SWOT Analysis) ของ สสพ.

ผลการศึกษาและวิเคราะห์การดำเนินงานของ สสพ. พบว่า จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของ สสพ. มีรายละเอียดดังนี้

1. จุดแข็ง (Strengths)

- 1) บุคลากรมีความเชี่ยวชาญ และมีประสบการณ์ในอุตสาหกรรมไมซ์
- 2) มีเครือข่ายพันธมิตรและเครือข่ายการดำเนินงานจำนวนมาก
- 3) มีข้อมูลเชิงลึกของอุตสาหกรรมไมซ์
- 4) มีความพร้อมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และดิจิทัลสำหรับการให้บริการ

2. จุดอ่อน (Weaknesses)

- 1) การกำหนดเป้าหมายบางส่วนขาดความเชื่อมโยงกับแผนระดับที่ 1 และระดับที่ 2
- 2) แผนงานหลักภายในองค์กรบางแผนไม่เชื่อมโยงกับเป้าหมาย

- 3) อัตราการลาออกสูง การสรรหาบุคลากร ทดแทนไม่ทันตามความต้องการ
 - 4) การปฏิบัติงานของแต่ละฝ่ายยังไม่มีบูรณาการร่วมกัน
 - 5) บทบาทและหน้าที่ของฝ่ายงานบางส่วนมีความซ้ำซ้อนกัน
 - 6) ไม่มีการจัดการความรู้อย่างเป็นระบบ
3. โอกาส (Opportunities)
- 1) รัฐบาลมีนโยบายในการใช้ไมซ์เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ
 - 2) เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้กับอุตสาหกรรมไมซ์
 - 3) ประเทศไทยเป็นประธานอาเซียน
 - 4) มาตรการยกเว้นค่าธรรมเนียมในการขอวีซ่า และ VISA on arrival
 - 5) กระแสการท่องเที่ยวระดับโลกที่มีจุดหมายมายังประเทศในแถบเอเชียแปซิฟิก และไทย เป็นจุดหมายปลายทางที่ทั่วโลกให้ความสนใจ
 - 6) ประเทศไทยมีจุดเด่นเรื่องธุรกิจบริการ
 - 7) นโยบายรัฐบาลด้านการปฏิรูปการบริหารจัดการภาครัฐ
4. อุปสรรค (Threats)
- 1) หน่วยงานส่วนใหญ่เข้าใจว่าไมซ์มีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมากกว่าการเป็นกลไกขับเคลื่อนอุตสาหกรรมและเศรษฐกิจ
 - 2) ภาครัฐและเอกชนยังไม่รู้จัก สสปน. เท่าที่ควร
 - 3) ขั้นตอน ระเบียบในการดำเนินงาน และกฎระเบียบต่างๆ ยุ่งยากและซับซ้อนเกินไป
 - 4) ความไม่พร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานของจังหวัดเป้าหมายในภูมิภาคสำหรับการเป็นจุดหมายปลายทางด้านไมซ์
 - 5) การชะลอตัว และเสถียรภาพทางเศรษฐกิจโลกในประเทศชั้นนำ

2. ความสอดคล้องกับแผน 3 ระดับ ตามนโยบายของมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 4 ธันวาคม 2560

2.1 ยุทธศาสตร์ชาติ (แผนระดับที่ 1)

1) ยุทธศาสตร์ชาติ ด้านที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน (โดยตรง)

(1) เป้าหมาย

- ประเทศไทยเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว เศรษฐกิจเติบโตอย่างมีเสถียรภาพและยั่งยืน
- ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น

(2) ประเด็นยุทธศาสตร์

- ประเด็นที่ 4.3 **สร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว** โดยรักษาการเป็นจุดหมายปลายทางที่สำคัญของการท่องเที่ยวระดับโลกที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทุกระดับและเพิ่มสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพสูง มุ่งพัฒนาธุรกิจด้านการท่องเที่ยวให้มีมูลค่าสูงเพิ่มมากยิ่งขึ้น ด้วยอัตลักษณ์และวัฒนธรรมไทย และใช้ประโยชน์จากข้อมูลและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างสรรค์คุณค่าทางเศรษฐกิจและความหลากหลายของการท่องเที่ยว ให้สอดคล้องกับทิศทางและแนวโน้มของตลาดยุคใหม่ โดยการสร้างและใช้ประโยชน์จากข้อมูลขนาดใหญ่ รวมทั้ง เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการส่งเสริมการตลาด การดูแลความปลอดภัยและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ทุกกลุ่ม รวมถึงคนพิการและผู้สูงอายุ การใช้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวให้เอื้อต่อผลิตภัณฑ์ชุมชนและเศรษฐกิจ ต่อเนื่อง พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเดิมและสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะโดยคำนึงถึงศักยภาพของแต่ละพื้นที่ การส่งเสริมการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว ตลอดจนส่งเสริมการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ระบบนิเวศ และทรัพยากรที่เอื้อต่อการเติบโตของการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ เพื่อกระจายโอกาสในการสร้างรายได้ไปสู่ชุมชน และเมืองอย่างทั่วถึงและยั่งยืน และพัฒนาการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวไทยกับประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาค เพื่อการเป็นแม่เหล็กดึงดูดนักท่องเที่ยวอย่างประทับใจตลอดการท่องเที่ยวจนเกิดการท่องเที่ยวซ้ำและแนะนำต่อ

- ประเด็นย่อยที่ 4.3.2 **สร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว (ท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ)** สร้างแรงดึงดูดและสิ่งจูงใจให้ไทยเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ โดยส่งเสริมการเป็น ศูนย์กลางการจัดประชุมและนิทรรศการนานาชาติของโลก เนื่องจากไทยมีความได้เปรียบเชิงภูมิศาสตร์ ที่เหมาะแก่การเดินทางเพื่อประกอบธุรกิจและการท่องเที่ยว ทั้งยังมีความพร้อมด้านการบริการที่เป็น เอกลักษณ์ โดยพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน สาธารณูปโภคและสาธารณูปการ ระบบขนส่ง ระบบดิจิทัลเพื่อการ ติดต่อสื่อสาร เพื่ออำนวยความสะดวกทั้งในการเดินทางเข้ามาเพื่อการประชุมและการสร้างความร่วมมือทาง ธุรกิจระหว่างกัน พร้อมทั้งส่งเสริมขยายพื้นที่จุดหมายปลายทางของการจัดประชุมและนิทรรศการ และการพักผ่อน ระหว่างประชุมจากเมืองหลักสู่เมืองอื่นที่มีศักยภาพของไทย รวมถึงสร้างพื้นที่หรือช่องทาง การจัดแสดงผลงานรูปแบบต่าง ๆ ทั้งการจัดแสดงผลงานจริงและในรูปแบบเสมือนจริง รวมถึง การส่งเสริม ให้การพักผ่อนระหว่างการประชุม เป็นการจูงใจและต่อยอดการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และ วัฒนธรรมที่เน้นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชน ตลอดจนการสนับสนุนการท่องเที่ยว

รูปแบบอื่นที่ไทยมีศักยภาพและเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวในพื้นที่อื่น เพื่อให้เกิดการเติบโตทางเศรษฐกิจร่วมกัน ซึ่งรวมถึงการสร้างรูปแบบและจุดใจการเดินทางเข้ามาประกอบธุรกิจและการท่องเที่ยวด้วยการอำนวยความสะดวกและมาตรการสนับสนุนต่าง ๆ พร้อมทั้ง การสร้างความพร้อมของธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่ธุรกิจ

2) ยุทธศาสตร์ชาติ ด้านที่ 6 ด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ

(1) เป้าหมาย

- ภาครัฐมีวัฒนธรรมการทำงานที่มุ่งผลสัมฤทธิ์และผลประโยชน์ส่วนรวม ตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างสะดวก รวดเร็ว โปร่งใส
- ภาครัฐมีขนาดที่เล็กลง พร้อมปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง
- ภาครัฐมีความโปร่งใส ปลอดการทุจริตและประพฤติมิชอบ

(2) ประเด็นยุทธศาสตร์

- ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4.1 ภาครัฐที่ยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง ตอบสนองความต้องการและให้บริการอย่างสะดวก รวดเร็ว โปร่งใส หน่วยงานของรัฐต้องร่วมมือและช่วยเหลือกันในการปฏิบัติหน้าที่ มีระบบการบริหารจัดการ ที่ทันสมัย มีประสิทธิภาพ มีความโปร่งใส ให้การบริหารราชการแผ่นดินทั้งราชการส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค ส่วนท้องถิ่น และงานของรัฐอย่างอื่นให้เป็นไปตามหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี สร้างประโยชน์สุขแก่ประชาชน

- ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4.2 ภาครัฐบริหารงานแบบบูรณาการโดยมียุทธศาสตร์ชาติเป็นเป้าหมายและเชื่อมโยงการพัฒนาในทุกระดับ ทุกประเด็น ทุกภารกิจ และทุกพื้นที่ การบริหารจัดการ ภาครัฐมีความสอดคล้องเชื่อมโยงและเป็นกลไกสำคัญในการนำยุทธศาสตร์ชาติสู่การปฏิบัติในทุกระดับ มีการจัดสรรงบประมาณที่มีลักษณะยึดโยงกับยุทธศาสตร์ในทุกระดับ มีเป้าหมายร่วมกันทั้งในเชิงประเด็นเชิงภารกิจ และเชิงพื้นที่ โดยอาศัยข้อมูลขนาดใหญ่ รวมทั้งมีระบบการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานทั้งในระดับยุทธศาสตร์ ภารกิจและพื้นที่ เพื่อนำไปสู่การกำหนดประเด็นการพัฒนาการจัดทำนโยบาย และการติดตามประเมินผลที่เป็นระบบอย่างต่อเนื่อง

- ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4.4 ภาครัฐมีความทันสมัย ทันการเปลี่ยนแปลง และมีขีดสมรรถนะสูง สามารถปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ มีความคุ้มค่า เทียบได้กับมาตรฐานสากล สามารถรองรับกับสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานที่มีความหลากหลายซับซ้อนมากขึ้น และทันการเปลี่ยนแปลงในอนาคต

- ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4.6 ภาครัฐมีความโปร่งใส ปลอดการทุจริตและประพฤติมิชอบ ทุกภาคส่วนร่วมต่อต้านการทุจริต ภาครัฐมีการบริหารจัดการตามหลักธรรมาภิบาล และหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในทุกระดับ โดยเฉพาะการสร้างวัฒนธรรมแยกแยะประโยชน์ส่วนบุคคลและประโยชน์ส่วนรวมของบุคลากรภาครัฐให้เกิดขึ้น รวมทั้งสร้างจิตสำนึกและค่านิยมให้ทุกภาคส่วนตื่นตัวและละอายต่อการทุจริต ประพฤติมิชอบทุกรูปแบบ พร้อมทั้ง ส่งเสริม สนับสนุน ให้ภาคีองค์กรภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ชุมชน

ประชาชน และภาคีต่าง ๆ มีส่วนร่วมในการสอดส่อง เฝ้าระวัง ให้ข้อมูลแจ้งเบาะแสการทุจริต และตรวจสอบ การดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ และภาคส่วนอื่น ๆ โดยได้รับความคุ้มครองจากรัฐตามที่กฎหมายบัญญัติ

(3) การบรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ

- หากแผนปฏิบัติการ ราชการ ระยะ 3 ปี พ.ศ. 2563 – 2565 ของ สสพ. บรรลุเป้าหมายในการ ผลักดันให้ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมไม่ซึ่สูงชัน จากการจัดอันดับของไทย ในการเป็นจุดหมายปลายทางในการจัดประชุมนานาชาติ ตามดัชนี International Congress and Convention Association (ICCA) เป็น 1 ใน 23 และจากการจัดอันดับตามดัชนี The Global Association of The Exhibition Industry (UFI) เป็นอันดับ 5 ในปี 2565 ด้วยการบูรณาการการทำงานร่วมกันภายใน สสพ. และกับทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐและเอกชนจะสามารถช่วยให้ยุทธศาสตร์ชาติบรรลุเป้าหมาย นอกจากนั้น แผนฉบับนี้ยังช่วยผลักดันการจัดงานไมซ์ในกลุ่มเศรษฐกิจเป้าหมาย อันได้แก่ อุตสาหกรรมและบริการ แห่งอนาคตเพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขัน และผลักดันให้เกิดการขับเคลื่อนประเทศไทยไปสู่ประเทศ ที่พัฒนาแล้วด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีแห่งอนาคต โดยการพัฒนากองท่องเที่ยวเชิงธุรกิจหรือไมซ์ เป็นการ สร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว รักษาการเป็นจุดหมายปลายทางที่สำคัญของการท่องเที่ยวระดับโลก ดึงดูดนักท่องเที่ยวทุกระดับ และเพิ่มสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพสูง โดยเฉพาะนักเดินทางไมซ์ เนื่องจากเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีการใช้จ่ายต่อทริปมากกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป รวมถึงผลักดันการจัดงานไมซ์ ที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการยุคใหม่หรือผู้ประกอบการ Startup จะช่วยสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการยุคใหม่ สร้างผู้ประกอบการอัจฉริยะที่มีทักษะและมีความสามารถในการแข่งขัน รวมทั้งเน้นการสร้างวัฒนธรรมการทำงาน ของ สสพ. ที่บูรณาการการทำงานภายในองค์กร เพื่อมุ่งผลสัมฤทธิ์และผลประโยชน์ส่วนรวม และนำการ บริหารงานด้วยหลักธรรมาภิบาลมาใช้ ก่อให้เกิดการทำงานที่โปร่งใส ตรวจสอบได้

2.2 แผนระดับที่ 2 (เฉพาะที่เกี่ยวข้อง)

2.2.1 แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ

(1) ประเด็น (5) การท่องเที่ยว

1) เป้าหมายระดับประเด็นของแผนแม่บทฯ

- เป้าหมายที่ 1 ผลผลิตภัณฑั้มวลรวมในประเทศด้านการท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑั้มวลรวม ในประเทศเพิ่มขึ้น
- เป้าหมายที่ 2 ความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของไทยดีขึ้น

2) แผนย่อยของแผนแม่บทฯ ที่ 3.2 เรื่อง “การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ” ส่งเสริมให้ไทยเป็น จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ ครอบคลุมการจัดประชุมและนิทรรศการ การจัดงานแสดงสินค้า การจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นรางวัล การจัดการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา รวมถึง การพักผ่อนระหว่างหรือหลังการประกอบธุรกิจหรือการทากิจกรรมต่าง ๆ อันเป็นการดึงดูดกลุ่มนักเดินทาง เพื่อธุรกิจและนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ อีกทั้งส่งเสริมให้การจัดงานธุรกิจและ กิจกรรมต่าง ๆ เป็นการสนับสนุน

การพัฒนากลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ โดยเป็นเวทีการแลกเปลี่ยน องค์ความรู้และเทคโนโลยีที่นำไปสู่ การสร้างสรรค์นวัตกรรม และเป็นเวทีเจรจาการค้าและ การลงทุนของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม เป้าหมาย

● **แนวทางการพัฒนา**

- 1) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกของเมืองท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ ให้มีความพร้อมสำหรับการเดินทางเพื่อประกอบธุรกิจ การจัดประชุมและ นิทรรศการ การจัดงานแสดงสินค้า การจัดกิจกรรม การจัดการแข่งขันกีฬาระดับ นานาชาติ รวมถึงส่งเสริมการกระจายของการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ ไปยังพื้นที่ที่มี ศักยภาพในการเป็นจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมและนิทรรศการ การจัดงานหรือกิจกรรมพิเศษ และเพิ่มช่องทางการเข้าถึงการจัดแสดงผลงาน รูปแบบต่าง ๆ ทั้งการจัดแสดงผลงานจริงและ ในรูปแบบเสมือนจริง
- 2) สนับสนุนมาตรการเพื่อสร้างแรงจูงใจและอำนวยความสะดวกในการดำเนิน กิจกรรม การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ รวมทั้งสร้างความพร้อมของธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่อง ตลอดห่วงโซ่คุณค่าและระบบนิเวศของการเดินทางท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ เช่น โรงแรม ที่พัก ร้านอาหาร การจัดเลี้ยง ของที่ระลึก บริการโลจิสติกส์ สถานบันเทิง ธุรกิจ นำเที่ยว ธุรกิจการจัดงาน เป็นต้น และส่งเสริมให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาด ย่อม วิสาหกิจเริ่มต้น และชุมชนท้องถิ่น ในการนำเสนอสินค้าและบริการ เพื่อรองรับการเดินทางท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ รวมถึงการสร้างความเข้มแข็งให้กับ ผู้ประกอบการและบุคลากรในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง
- 3) ส่งเสริมการตลาดและสนับสนุนการเป็นเจ้าภาพจัดงานในระดับนานาชาติ รวมทั้ง ประชาสัมพันธ์เมือง/พื้นที่ท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ และส่งเสริมกิจกรรมที่ไทยมีศักยภาพ ในการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อจูงใจให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ ทั้งก่อน ในระหว่างและหลังการประกอบธุรกิจหรือการทำกิจกรรมต่าง ๆ ต่อยอด อุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ รวมถึงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การกีฬา เพื่อสนับสนุนให้เกิดการเข้าถึง การแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และเทคโนโลยีที่นำไปสู่ การสร้างสรรค์นวัตกรรม ตลอดจนส่งเสริมให้เกิดเวทีเจรจาการค้าและการลงทุน ของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเป้าหมาย

● **เป้าหมายของแผนย่อย**

- 1) รายได้จากการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจเพิ่มขึ้น หรือ ตัวชี้วัดอัตราการขยายตัวของรายได้ จากการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ (เฉลี่ยร้อยละ) ค่าเป้าหมาย ขยายตัวร้อยละ 5 (ปี 2561- 2565)

2) อันดับของไทยในการเป็นจุดหมายปลายทางในการจัดประชุมนานาชาติ หรือ ตัวชี้วัดอันดับของไทยในการเป็นจุดหมายปลายทางในการจัดการประชุมนานาชาติ ตามดัชนี International Congress and Convention Association (ICCA) ค่าเป้าหมาย 1 ใน 23 (ปี 2561-2565)

● **การบรรลุเป้าหมายตามแผนย่อยของแผนแม่บทฯ**

แผนปฏิบัติการระยะ 3 ปี พ.ศ. 2563-2565 ของ สสพ. ฉบับนี้ จะช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมให้เกิดความมั่งคั่ง และมั่นคง ผ่านกลไกของไมซ์ โดยแผนปฏิบัติการระยะ 3 ปี พ.ศ. 2563-2565 ของ สสพ. ได้ถ่ายทอดตัวชี้วัดภายใต้แผนแม่บทฯ มากำหนดเป็นตัวชี้วัดสำคัญในยุทธศาสตร์ที่ 1 ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศด้วยอุตสาหกรรมไมซ์ ช่วยเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจของประเทศไทยให้เพิ่มมากขึ้น ผ่านการวัดและประเมินผลทั้ง 2 ตัวชี้วัด คือ 1) อัตราการขยายตัวของรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ ค่าเป้าหมาย คือ ร้อยละ 5 ในปี 2565 และ 2) อันดับของไทยในการเป็นจุดหมายปลายทางในการจัดประชุมนานาชาติ ดัชนี International Congress and Convention Association: ICCA ค่าเป้าหมาย คือ อันดับ 1 ใน 23 ของโลกในปี 2565 ซึ่งการดำเนินงานดังกล่าวมี สสพ. เป็นหน่วยงานหลักในการสนับสนุนให้เกิดการจัดงาน และกิจกรรมต่าง ๆ เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย ดังนั้นหาก สสพ. บรรลุเป้าหมายจะสามารถช่วยสนับสนุนให้เศรษฐกิจและอุตสาหกรรมของไทยให้เป็นไปตามเป้าหมายที่แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติวางไว้เช่นเดียวกัน

2.2.2 แผนปฏิรูปประเทศ ด้านที่ 5 ด้านเศรษฐกิจ (โดยตรง)

1) เรื่อง/ประเด็นการปฏิรูป

- ด้านที่หนึ่ง การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับทุกภาคส่วนในระบบเศรษฐกิจ

2) ขั้นตอนการดำเนินงาน

- ระยะสั้น การเพิ่มผลิตภาพ (Productivity) ในอุตสาหกรรมหลักที่ประเทศไทยมีความชำนาญ 3 อุตสาหกรรม ได้แก่ อุตสาหกรรมการเกษตร อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ (Hospitality) และอุตสาหกรรมอาหาร
- ระยะกลาง การรวมกลุ่มในภูมิภาค (Regional integration) เพื่อขยายตลาดและสร้างฐานการลงทุน
- ระยะยาว การสร้างระบบนิเวศด้านการวิจัยและนวัตกรรม เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขัน

3) กิจกรรม

- ระยะสั้นการพัฒนาและเสริมสร้างทักษะบุคลากรในด้านต่างๆ (Retraining) ที่จำเป็นต่ออนาคต มีการเพิ่มประสิทธิภาพด้วยการใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม และ Big data และมีการปรับปรุงกฎหมายการแข่งขันทางการค้าเพื่อสนับสนุนกลไกตลาดเสรีที่เท่าทันกับการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินธุรกิจ รวมทั้งปรับปรุง

กฎระเบียบด้านต่าง ๆ ให้เอื้อต่อการลงทุนและการดำเนินธุรกิจ (Ease of Doing Business: EoDB)

- ระยะเวลาจัดระบบนวัตกรรมแห่งชาติให้มีความเชื่อมโยงระหว่างการผลิตผลงานวิจัยและนวัตกรรมตามโจทย์ของประเทศและความต้องการใช้งานจริง การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาของผลงานวิจัยและนวัตกรรม รวมถึงการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานให้เอื้อต่อการคิดค้น การสร้างสรรค์สิ่งประดิษฐ์และนวัตกรรมใหม่ ได้แก่ การจัดตั้งศูนย์กลางการวิจัยและพัฒนา การจัดตั้งศูนย์กลางการพัฒนาศักยภาพสตาร์ทอัพ (Startup) และวิสาหกิจขนาดเล็ เพื่อให้ปัจจัยเหล่านี้นำไปสู่การสนับสนุนให้ประเทศไทยก้าวเป็นศูนย์กลางด้านนวัตกรรม (Innovation Hub) ในภูมิภาค

4) เป้าหมายกิจกรรม

- ระยะสั้นเพิ่มผลิตภาพโดยเฉลี่ยปีละไม่ต่ำกว่าร้อยละ 3
- ระยะกลางบริษัทข้ามชาติเลือกใช้ไทยเป็นฐานในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานของภูมิภาค (Regional supply chain) และช่วยให้ภาคเอกชนไทยมีโอกาสในการขยายกิจการการลงทุนสู่ต่างประเทศมากขึ้น
- ระยะยาวเกิดการลงทุนวิจัยและนวัตกรรมไปสู่เป้าหมายที่ร้อยละ 2 ต่อ GDP

ทั้งนี้ หากแผนปฏิบัติการ ระยะ 3 ปี พ.ศ. 2563 – 2565 ของ สสพ. บรรลุเป้าหมายตามยุทธศาสตร์ที่ 4 เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์และยกระดับไมซ์ให้เป็นวาระแห่งชาติ จะช่วยให้ สสพ. สามารถนำแนวทางการพัฒนาต่างๆ เช่น นำข้อมูลเชิงลึกเทคโนโลยีสารสนเทศ และนวัตกรรมมาสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ ยกระดับอุตสาหกรรมไมซ์โดยพัฒนาบุคลากรและมาตรฐานผู้ประกอบการ ผลักดันและยกระดับไมซ์ให้เป็นวาระแห่งชาติให้ครอบคลุมทุกมิติทั้งเชิงนโยบาย มาตรการ และอำนวยความสะดวก ฯลฯ รวมทั้งร่วมมือกับพันธมิตรทั้งในและต่างประเทศ เพื่อผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ไทยเป็นแกนกลางของอาเซียน ดังนั้น หาก สสพ. บรรลุเป้าหมายจะสามารถช่วยให้แผนปฏิรูปบรรลุเป้าหมายในการเพิ่มผลิตภาพ (Productivity) เช่น เพิ่มผู้ประกอบการที่มีคุณภาพ เพิ่มสถานที่ประกอบการที่มีคุณภาพ และมีกฎระเบียบ ที่เอื้อให้การประกอบธุรกิจไม่ซับซ้อน เป็นต้น

2.2.3 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12

1) วัตถุประสงค์

- วัตถุประสงค์ที่ 1.3 เพื่อให้เศรษฐกิจเข้มแข็ง แข่งขันได้ มีเสถียรภาพ และมีความยั่งยืน สร้างความเข้มแข็งของฐานการผลิตและบริการเดิมและขยายฐานใหม่โดยการใช้นวัตกรรมที่เข้มข้นมากขึ้น สร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานรากและสร้างความมั่นคงทางพลังงาน อาหาร และน้ำ (หลัก)
- วัตถุประสงค์ที่ 1.6 เพื่อให้มีการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคโดยการพัฒนาภาคและเมือง เพื่อรองรับการพัฒนายกระดับฐานการผลิตและบริการเดิมและขยายฐานการผลิตและบริการใหม่ (รอง)

2) เป้าหมายรวม

- เป้าหมายรวมที่ 2.3 ระบบเศรษฐกิจมีความเข้มแข็งและแข่งขันได้ โครงสร้างเศรษฐกิจปรับสู่เศรษฐกิจฐานบริการและดิจิทัล มีผู้ประกอบการรุ่นใหม่และเป็นสังคมผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กที่เข้มแข็ง สามารถใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลในการสร้างสรรค์คุณค่าสินค้าและบริการ มีระบบการผลิตและให้บริการจากฐานรายได้เดิมที่มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น และมีการลงทุนในการผลิตและบริการ ฐานความรู้ขั้นสูงใหม่ ๆ ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและชุมชน รวมทั้งกระจายฐานการผลิตและการให้บริการสู่ภูมิภาคเพื่อลดความเหลื่อมล้ำ โดยเศรษฐกิจไทยมีเสถียรภาพและมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 5 ต่อปี และมีปัจจัยสนับสนุน อาทิ ระบบโลจิสติกส์ พลังงาน และการลงทุนวิจัยและพัฒนาที่เอื้อต่อการขยายตัวของภาคการผลิตและบริการ (หลัก)

3) ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน (หลัก)

(3.1) เป้าหมายระดับยุทธศาสตร์ที่ 2.2 การสร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจรายสาขา เป้าหมายที่ 4 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นและมีขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวสูงขึ้น ตัวชี้วัดที่ 4.1 รายได้จากการท่องเที่ยวไม่ต่ำกว่า 3 ล้านล้านบาท และตัวชี้วัดที่ 4.2 อันดับความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว (The Travel & Tourism Competitiveness Index: TTCI) ไม่ต่ำกว่าอันดับที่ 30

(3.2) แนวทางการพัฒนาที่ 3.2 การเสริมสร้างและพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตและบริการ มุ่งเน้นการสร้างความเชื่อมโยงของห่วงโซ่มูลค่าระหว่างภาคเกษตร อุตสาหกรรม บริการ และการค้าการลงทุน เพื่อยกระดับศักยภาพในการแข่งขันของประเทศ สร้างรายได้และกระจายรายได้สู่คนในชุมชนอย่างทั่วถึง อันจะนำมาซึ่งความเข้มแข็งของทั้งเศรษฐกิจในภาพรวมและเศรษฐกิจฐานรากตามหลักการพัฒนายั่งยืน โดยมีแนวทางการพัฒนา ดังนี้

แนวทางการพัฒนาที่ 3.2.3 การพัฒนาภาคบริการและการท่องเที่ยว โดย

1) เสริมสร้างขีดความสามารถการแข่งขันในเชิงธุรกิจของภาคบริการที่มีศักยภาพทั้งฐานบริการเดิมและฐานบริการใหม่เพื่อส่งเสริมให้เศรษฐกิจของประเทศเติบโตได้อย่างเข้มแข็ง ดังนี้

1.1) พัฒนาศักยภาพของฐานบริการเดิมให้เติบโตอย่างเข้มแข็ง เช่น การท่องเที่ยว บริการขนส่งและโลจิสติกส์ การค้าส่งค้าปลีก อสังหาริมทรัพย์ บริการก่อสร้าง ต่อเรือและซ่อมเรือ และบริการสาธารณสุข ภูเก็ต ธุรกิจด้านการกีฬา บริการทางการเงิน บริการสุขภาพ การจัดประชุมและนิทรรศการนานาชาติ (MICE) เป็นต้น โดยส่งเสริมการลงทุนเพื่อยกระดับศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจบริการ เสริมสร้างความเข้มแข็งของผู้ประกอบการไทยให้สามารถปรับตัวได้ทันต่อบริบทการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างเป็นพลวัต พัฒนาระบบรับรองมาตรฐานและกำหนดให้มีมาตรฐานธุรกิจภาคบริการตามมาตรฐานสากล ยกย่องคุณภาพให้สนองต่อความต้องการของตลาด และพัฒนายกระดับโครงสร้างพื้นฐานให้เกิดความเชื่อมโยงกันทั้งภายในและระหว่างประเทศเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ธุรกิจ รวมทั้งสนับสนุนการวิจัยและพัฒนา โดยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการใช้ประโยชน์จากนวัตกรรมเพื่อพัฒนาธุรกิจให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล ตลอดจนสนับสนุนการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่เหมาะสมเพื่อขยายตลาดสินค้าและบริการทั้งในและต่างประเทศ

1.3) **สร้างกลไกการขับเคลื่อนภาคบริการที่เป็นเอกภาพ** โดยกำหนดให้มีหน่วยงานเจ้าภาพหลักในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ภาคบริการของประเทศทั้งในระดับนโยบายและระดับปฏิบัติการ บูรณาการความร่วมมือจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม เพื่อร่วมกันสนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนาภาคบริการทั้งระบบ ควบคู่กับการกำกับ ดูแล และติดตามประเมินผลการพัฒนาให้เป็นไปตามกรอบทิศทางและ เป้าประสงค์ที่กำหนดไว้ รวมทั้งจัดตั้งคณะกรรมการและคณะอนุกรรมการเพื่อทำหน้าที่ขับเคลื่อนการพัฒนาภาคบริการในภาพรวมและธุรกิจบริการรายสาขาที่มีศักยภาพ

โดยมีแผนงานและโครงการสำคัญ ได้แก่ แผนงานส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจบริการที่มีศักยภาพ

สาระสำคัญ ภาคบริการมีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศทั้งในเชิงเศรษฐกิจและสังคม ก่อให้เกิดการจ้างงานและสร้างรายได้ให้กับคนในท้องถิ่นและชุมชน รวมทั้งยกระดับคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของคนไทย โดยในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11 ภาคบริการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังเห็นได้จากการขยายตัวของรายได้ภาคบริการที่เพิ่มขึ้นในช่วงเวลาดังกล่าว และมีธุรกิจบริการหลายสาขาที่เติบโตขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ อาทิ ธุรกิจบริการทางการเงิน การบริการสุขภาพ การจัดประชุมและนิทรรศการนานาชาติ (MICE) การศึกษานานาชาติ ธุรกิจภาพยนตร์ ธุรกิจบริการดิจิทัล และธุรกิจบริการขนส่งและโลจิสติกส์ ซึ่งเป็นผลจากการที่ธุรกิจบริการสามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาด ผู้ประกอบการมีความเข้มแข็งและมีศักยภาพในการแข่งขัน ทำให้ธุรกิจบริการสาขาดังกล่าวมีแนวโน้มที่จะเติบโตต่อไปในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 ด้วยเหตุนี้ การส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจบริการที่มีศักยภาพ จึงมีความสำคัญเพื่อเสริมสร้างศักยภาพให้กับผู้ประกอบการเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในบริบทการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างเป็นพลวัต และมีศักยภาพในการขยายตลาดไปสู่ประเทศคู่ค้าและตลาดศักยภาพใหม่ที่สำคัญของไทย

หน่วยงานดำเนินงานหลัก กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงการคลัง กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงมหาดไทย กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม กระทรวงคมนาคม และสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

กรอบระยะเวลาดำเนินการ 5 ปี (พ.ศ. 2560 - 2564)

4) ยุทธศาสตร์ที่ 9 การพัฒนาภาค เมือง และพื้นที่เศรษฐกิจ (รอง)

(4.1) เป้าหมายระดับยุทธศาสตร์ที่ 1 ลดช่องว่างรายได้ระหว่างภาคและมีการกระจายรายได้ที่เป็นธรรมมากขึ้น ตัวชี้วัดที่ 1.2 สัมประสิทธิ์การกระจายรายได้ระดับภาคลดลง (หลัก)

(4.2) แนวทางการพัฒนาที่ 3.1 การพัฒนาภาคเพื่อสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจให้กระจายตัวอย่างทั่วถึง ทั้งภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลาง ภาคใต้ โดยเฉพาะภาคเหนือ

ภาคเหนือ : พัฒนาให้เป็นฐานเศรษฐกิจสร้างสรรค์มูลค่าสูง

1) พัฒนาการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและความยั่งยืน มีธุรกิจบริการต่อเนื่องกับการท่องเที่ยวบริการสุขภาพและการศึกษาที่ได้มาตรฐาน รวมทั้งผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ที่สร้างมูลค่าเพิ่มสูง

(2) พัฒนาระดับการท่องเที่ยวคุณภาพกลุ่มเป้าหมายเฉพาะในพื้นที่จังหวัด เชียงใหม่ แม่ฮ่องสอน และน่าน ได้แก่ การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา และผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว และการท่องเที่ยวแบบพักผ่อน โดยสร้าง กิจกรรมการท่องเที่ยว และพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกที่สอดคล้องตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ตลอดจนส่งเสริมช่องทางการตลาดโดยใช้อินเทอร์เน็ต

5) ยุทธศาสตร์ที่ 6 การบริหารจัดการในภาครัฐ การป้องกันการทุจริตประพฤติมิชอบ และธรรมาภิบาลในสังคมไทย (รอง)

(5.1) เป้าหมายระดับยุทธศาสตร์ที่ 1 ลดสัดส่วนค่าใช้จ่ายด้านบุคลากร และเพิ่มประสิทธิภาพ การบริหารจัดการและการให้บริการของภาครัฐ และประสิทธิภาพการประกอบธุรกิจของประเทศ โดยมี ตัวชี้วัดที่ 1.1 อันดับประสิทธิภาพภาครัฐ จัดทำโดยสถาบันการจัดการนานาชาติ อยู่ในอันดับสองของอาเซียน เมื่อสิ้นสุดแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 และตัวชี้วัดที่ 1.2 อันดับความยากง่ายในการดำเนินธุรกิจ จัดทำโดย ธนาคารโลก อยู่ในอันดับสองของอาเซียน เมื่อสิ้นสุดแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12

(5.2) แนวทางการพัฒนาที่ 3.1 **ปรับปรุงโครงสร้างหน่วยงาน บทบาท ภารกิจ และคุณภาพ บุคลากรภาครัฐ ให้มีความโปร่งใส ทันสมัย คล่องตัว มีขนาดที่เหมาะสม เกิดความคุ้มค่า** สามารถ ให้บริการประชาชนในรูปแบบทางเลือกที่หลากหลายและมีคุณภาพ ข้าราชการมีคุณภาพ ประสิทธิภาพ และ ความรับผิดชอบต่อบทบาทหน้าที่ องค์กรมีสมรรถนะสูงและมีความทันสมัย ราชการบริหารส่วนกลางมีขนาด เล็ก gọn และราชการบริหารส่วนท้องถิ่นมีขนาดที่เหมาะสมกับพื้นที่รับผิดชอบ

(5.3) แนวทางการพัฒนาที่ 3.3 **เพิ่มประสิทธิภาพและยกระดับการให้บริการสาธารณะให้ได้ มาตรฐานสากล** เพื่อให้ประชาชนและภาคธุรกิจได้รับบริการที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน และอำนวยความสะดวก ตรงตามความต้องการของประชาชนและภาคธุรกิจ

(5.3) แนวทางการพัฒนาที่ 3.5 **ป้องกันและปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบ** เพื่อให้สังคมไทยมีวินัย โปร่งใส ยึดมั่นในความซื่อสัตย์สุจริต และยุติธรรม รวมทั้งสร้างความเข้มแข็ง เป็นภูมิคุ้มกันของสังคมไทย ให้ครอบคลุมภาครัฐ ภาคเอกชน องค์กรพัฒนาเอกชน และภาคประชาชน พร้อมทั้งเพื่อสร้างพลังการขับเคลื่อนค่านิยมต่อต้านการทุจริต

ทั้งนี้ หาก สสพ.น. บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ในยุทธศาสตร์ที่ 2 กระจายรายได้และกระตุ้น เศรษฐกิจของภูมิภาคผ่านอุตสาหกรรมไมซ์ และยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานภายใน ขององค์กร จะช่วยให้รายได้จากงานไมซ์ในไมซ์ซิตี้และคลัสเตอร์เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 ทุกปี และ สสพ.น. เป็นองค์กรที่มีคุณภาพผ่านเกณฑ์การพัฒนาระบบบริหารจัดการภาครัฐ (Public Sector Management Quality Award : PMQA) และเกณฑ์ประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ (Integrity & Transparency Assessment: ITA) ที่ร้อยละ 85 ทุกปี ดังนั้น การบรรลุเป้าหมายดังกล่าวจะช่วยให้ แผนพัฒนาฯ บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้

2.3 แผนระดับที่ 3 ที่เกี่ยวข้อง

สำหรับแผนงานระดับที่ 3 หรือแผนอื่นของ สสพ.น. ที่มีความเกี่ยวข้องกับแผนปฏิบัติการ ราชการ ระยะ 3 ปี พ.ศ. 2563 - 2565 ของ สสพ.น. ได้แก่ แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 - 2564) แผนปฏิบัติการด้านการพัฒนาและส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ระยะ 3 ปี (พ.ศ. 2563 - 2565)

2.3.1 แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 - 2564)

1) วิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2579

“ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลกที่เติบโตอย่างมีคุณภาพบนพื้นฐานความเป็นไทย เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน”

2) เป้าประสงค์ เป้าประสงค์ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2560 - 2564)

1. การเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว
2. การเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างสมดุล
3. การกระจายรายได้และผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวสู่ทุกพื้นที่และทุกภาคส่วน

3) ตัวชี้วัดระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2560 - 2564)

1. จำนวนแหล่งท่องเที่ยวและสถานประกอบการด้านการท่องเที่ยวที่ได้รับเครื่องหมายรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทยเพิ่มสูงขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 5 ต่อปี
2. อันดับขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย เป็น 1 ใน 30 อันดับแรกของโลก หรือ 1 ใน 7 อันดับแรกของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก
3. รายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีอัตราการขยายตัวไม่ต่ำกว่าร้อยละ 10 ต่อปี

4) ยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน

เป้าประสงค์

- 1.1 ประเทศไทยมีสินค้าและบริการที่หลากหลายและมีคุณภาพสูงขึ้น เพื่อชักจูงให้นักท่องเที่ยวจากหลากหลายกลุ่มมีความสนใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวและใช้จ่ายใช้สอยมากขึ้น อีกทั้งส่งเสริมการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ
- 1.2 การพัฒนาการท่องเที่ยวไทยอย่างยั่งยืนผ่านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม เพื่อคงไว้ซึ่งความสวยงามของธรรมชาติและอัตลักษณ์ความเป็นไทย
- 1.3 อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยมีความแข็งแกร่งโดยการเพิ่มความสมดุลของการท่องเที่ยว ทั้งความสมดุลเชิงพื้นที่ ความสมดุลเชิงเวลาหรือฤดูกาล และความสมดุลในทุกภาคส่วน
- 1.4 การท่องเที่ยวไทยมีบทบาทสำคัญในการลดความเหลื่อมล้ำด้านรายได้ โดยการสร้างรายได้ให้กับจังหวัดและในพื้นที่ที่ยังไม่เป็นที่นิยม รวมถึงการสร้างรายได้ให้กับชุมชนและอุตสาหกรรมในท้องถิ่นทั้งอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

ตัวชี้วัด

2.1 แหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว ได้รับการรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวไทยเพิ่มขึ้น

2.2 ระยะเวลาท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้น

แนวทางการพัฒนาที่ 1 **พัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการทุกรูปแบบอย่างมีมาตรฐาน** โดยการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวทั้งระบบ เสริมสร้าง พัฒนา และปรับปรุงมาตรฐานด้านการท่องเที่ยวและบริการให้ครอบคลุมทุกรูปแบบ ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา การท่องเที่ยวกลุ่ม MICE เป็นต้น และการพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวอย่างมีมาตรฐานสอดคล้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ครอบคลุมทั้งระบบและอุตสาหกรรมภาคบริการที่เกี่ยวข้อง และส่งเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันด้านธุรกิจ การถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย ทั้งภาคผลิต ภาคบริการ และกิจการที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับด้านการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพในระดับสากล

2.3.2 แผนปฏิบัติการด้านการพัฒนาและส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ระยะ 3 ปี

(พ.ศ. 2563 - 2565)

1) วิสัยทัศน์

องค์กรหลักในการผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ให้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศด้วยนวัตกรรม เพื่อสร้างความเจริญและกระจายรายได้ไปสู่ทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน

2) พันธกิจ

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

3) เป้าหมาย

1. การสร้างรายได้
2. การพัฒนาประเทศด้วยนวัตกรรม
3. การสร้างความเจริญเพื่อมุ่งประโยชน์ส่วนรวมในทุกภาคส่วนของสังคม

4) ยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไทยผ่านกลไกการจัดกิจกรรมไมซ์

กลยุทธ์ที่ 1.1 พัฒนาคลัสเตอร์ไมซ์เพื่อรองรับการขับเคลื่อน 5 คลัสเตอร์อุตสาหกรรม
เป้าหมายภายใต้ Thailand 4.0

กลยุทธ์ที่ 1.2 ยกระดับกิจกรรมไมซ์โดยการบูรณาการงานไมซ์ระหว่างหน่วยงานของภาครัฐ
สมาคมธุรกิจ และผู้ประกอบการไมซ์

กลยุทธ์ที่ 1.3 สนับสนุนการพัฒนางานไมซ์เกิดใหม่ให้เติบโตอย่างมั่นคงและมีความยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ 2 สร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของพื้นที่ในระดับภูมิภาค

กลยุทธ์ที่ 2.1 ยกระดับกิจกรรมไมซ์ในภูมิภาคเพื่อรองรับการขยายตัวของคลัสเตอร์
อุตสาหกรรมของแต่ละภูมิภาค

กลยุทธ์ที่ 2.2 พัฒนาระบบสนับสนุนการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์สำหรับภูมิภาค
(Regional CVB)

กลยุทธ์ที่ 2.3 ขยายบทบาทของ Regional CVB ในการเชื่อมโยงการพัฒนาไมซ์ระดับ
ภูมิภาคอาเซียน/CLMVT

ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาตลาด แบรินต์ไมซ์ในระดับประเทศและระดับนานาชาติ

กลยุทธ์ที่ 3.1 ส่งเสริมการตลาด ประชาสัมพันธ์ และพันธมิตรประเทศไทย
ด้านอุตสาหกรรมไมซ์

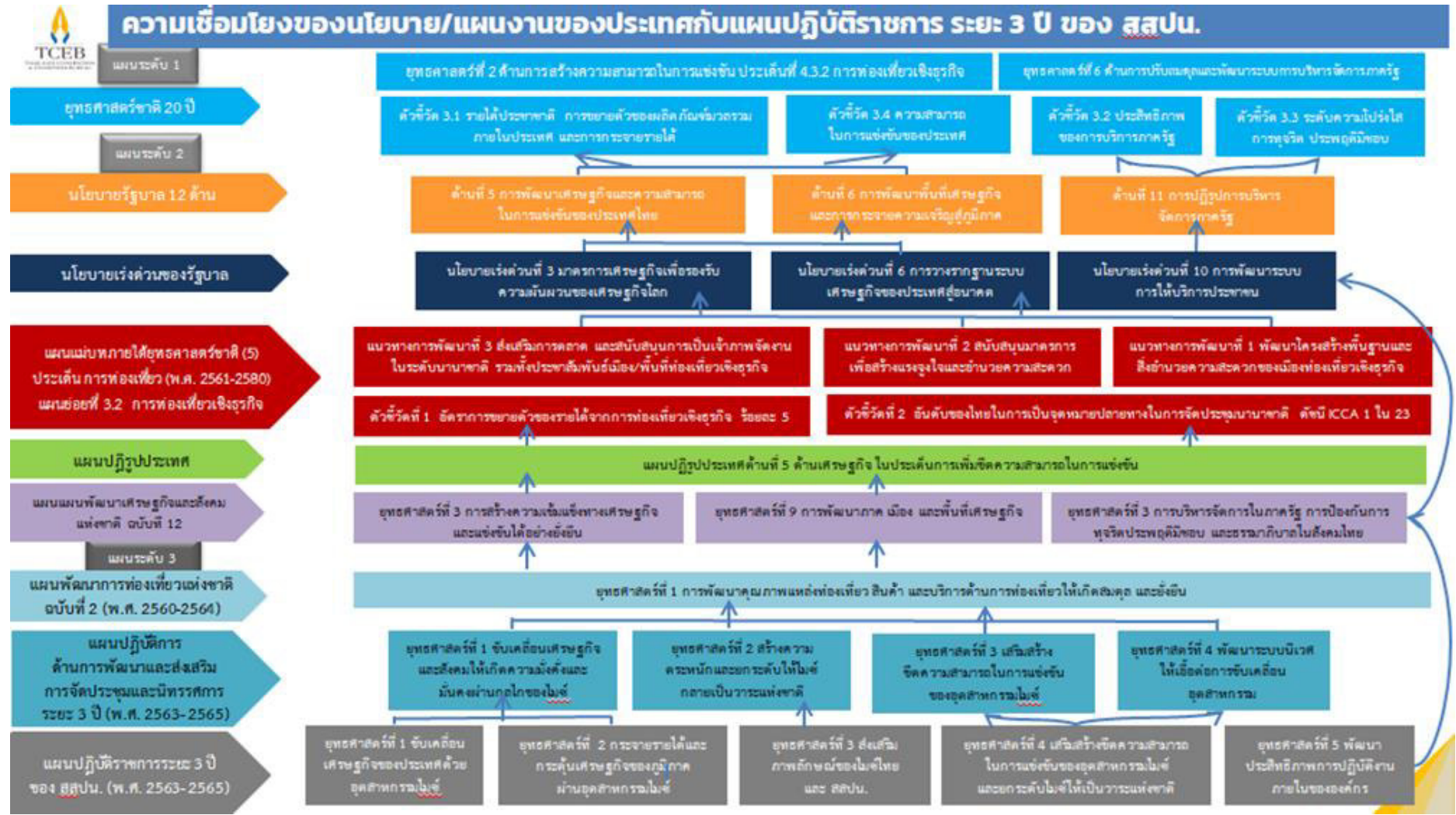
กลยุทธ์ที่ 3.2 ส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทยให้เป็นจุดหมายด้านไมซ์คุณภาพกับ
ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและสื่อ

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยกระดับมาตรฐานผู้ให้บริการโครงสร้างพื้นฐานสนับสนุนไมซ์

กลยุทธ์ที่ 4.1 พัฒนาและเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการไมซ์ให้ได้มาตรฐานจาก
การอบรมและการสร้างพันธมิตร

กลยุทธ์ที่ 4.2 ยกระดับโครงสร้างพื้นฐานในการจัดประชุม ไมซ์ให้ได้คุณภาพมาตรฐาน
และมีความทันสมัย

กลยุทธ์ที่ 4.3 ปรับปรุงกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องให้เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจไมซ์ สำหรับ
ผู้ประกอบการไมซ์ไทย และต่างประเทศ



แผนภาพที่ 1 ความเชื่อมโยงของแผนงานระดับที่ 1 และ 2 และ 3 ของประเทศกับแผนปฏิบัติการ ระยะเวลา 3 ปี ของ สสพ.น.



แผนปฏิบัติการระยะ 3 ปี พ.ศ. 2563-2565 ของ สสปน.

วิสัยทัศน์	องค์กรหลักในการผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ให้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศด้วยนวัตกรรม เพื่อสร้างความเจริญ และกระจายรายได้ไปสู่ทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน						
พันธกิจ	สนับสนุนการจัดงานไมซ์ เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและกระจายรายได้	เป็นตัวแทนของประเทศในการจัดทำข้อเสนอ	ส่งเสริมภาพลักษณ์ไมซ์ไทย	พัฒนาไมซ์ด้วยองค์ความรู้	ส่งเสริมแนวปฏิบัติด้านความยั่งยืน		
เป้าหมาย	การสร้างรายได้และพัฒนาเศรษฐกิจ		การกระจายรายได้และความเจริญ		พัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยนวัตกรรม		
ตัวชี้วัด	1. อัตราการขยายตัวของรายได้จากงานไมซ์ เพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 5 2. อันดับของประเทศไทยในการจัดอันดับอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับสากล (ICCA) อันดับ 1 ใน 23 ระดับโลก		1. รายได้จากงานไมซ์ในมิซซีดีและคลัสเตอร์ เพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 5		1. คะแนนของ MICE Index ภาพรวม เพิ่มขึ้นเป็น 72 ในปี 2565		
ยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ที่ 1 ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยด้วยอุตสาหกรรมไมซ์	ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมภาพลักษณ์ของไมซ์ไทยและ สสปน.	ยุทธศาสตร์ที่ 2 กระจายรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจของภูมิภาคผ่านอุตสาหกรรมไมซ์	ยุทธศาสตร์ที่ 4 เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์และยกระดับไมซ์ให้เป็นวาระแห่งชาติ	ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานภายในขององค์กร		
กลยุทธ์	1. รักษาและยกระดับกิจกรรมไมซ์เดิมให้เติบโตอย่างมั่นคงและมีความยั่งยืน 2. ขับเคลื่อนกิจกรรมไมซ์ใหม่ตามความต้องการของตลาดกับศักยภาพและนโยบายของประเทศ	1. ส่งเสริมการตลาดสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยเพื่อให้เป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ระดับนานาชาติ โดยเน้นจุดเด่นด้านธุรกิจบริการและอัตลักษณ์ความเป็นไทย 2. สร้างการรับรู้และปรับมุมมองขององค์กรภายนอกต่อบทบาทและภาพลักษณ์ของ สสปน.	1. พัฒนาและยกระดับกิจกรรมไมซ์เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในภูมิภาค เมือง พื้นที่เศรษฐกิจ 2. สร้างกิจกรรมไมซ์เพื่อลดความเหลื่อมล้ำในภูมิภาค เมือง พื้นที่เศรษฐกิจ	1. นำข้อมูลเชิงลึก เทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมมาสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ 2. ยกระดับอุตสาหกรรมไมซ์โดยพัฒนาบุคลากรและมาตรฐานผู้ประกอบการ 3. ผลักดันและยกระดับไมซ์ให้เป็นวาระแห่งชาติให้ครอบคลุมทุกมิติ ทั้งเชิงนโยบาย มาตรการ และอำนวยความสะดวกทุกภาค 4. ร่วมมือกับพันธมิตรทั้งในและต่างประเทศ เพื่อผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ไทยเป็นแกนกลางของอาเซียน	1. ยกระดับศักยภาพบุคลากรของ สสปน. ให้มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร 2. ใช้นวัตกรรม การจัดการความรู้ และการบูรณาการร่วมกันภายใน สสปน. เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานตามหลักธรรมาภิบาล		
ค่านิยม	Talent and Teamwork	Customer focus	Environmental and social responsibility	Be innovative	Professional	Result-oriented	Opportunity Seeking

แผนภาพที่ 2 องค์ประกอบของแผนปฏิบัติการระยะ 3 ปี พ.ศ. 2563-2565 ของ สสปน.



ตัวชี้วัดของแผนปฏิบัติการระยะ 3 ปี พ.ศ. 2563-2565 ของ สสพน.

ยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ที่ 1 ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของ ประเทศด้วยอุตสาหกรรมโมซ์	ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมภาพลักษณ์ของโมซ์ไทย และ สสพน.	ยุทธศาสตร์ที่ 2 กระจายรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจ ของภูมิภาคผ่านอุตสาหกรรมโมซ์	ยุทธศาสตร์ที่ 4 เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน ของอุตสาหกรรมโมซ์ และยกระดับโมซ์ ให้เป็นวาระแห่งชาติ	ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาประสิทธิภาพ การปฏิบัติงานภายในขององค์กร
เป้าประสงค์ หมายเหตุ: โมซ์ หมายถึง การจัดประชุมและ นิทรรศการ หรือการท่องเที่ยว เชิงธุรกิจ	1. งานโมซ์เติบโตอย่าง ต่อเนื่อง 2. มีกิจกรรมโมซ์ที่ช่วย ขับเคลื่อนอุตสาหกรรม เป้าหมายของประเทศเพิ่มขึ้น 3. มีกิจกรรมโมซ์ใหม่ที่ตรง ตามความต้องการตลาดและ ศักยภาพประเทศเพิ่มขึ้น	1. โมซ์ไทยมีภาพลักษณ์ที่ดี และ ไทยได้รับเลือกให้เป็นจุดหมาย ปลายทางของการจัดงานโมซ์ อย่างต่อเนื่อง 2. ทุกภาคส่วนรับรู้และเข้าใจ บทบาทของ สสพน. และเข้าร่วม เป็นพันธมิตรและให้ความร่วมมือ ในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมโมซ์	1. กระจายรายได้จากกิจกรรม โมซ์ไปสู่ภูมิภาคเพิ่มขึ้น 2. จำนวนงานโมซ์ภูมิภาคเพิ่มขึ้น และได้รับการยกระดับไปสู่งาน นานาชาติ	1. มีนวัตกรรม เทคโนโลยี และองค์ความรู้ ที่ช่วยเพิ่มศักยภาพให้อุตสาหกรรมโมซ์ 2. บุคลากรและผู้ประกอบการได้รับ การพัฒนาทักษะและมาตรฐานเพิ่มขึ้น 3. สามารถอำนวยความสะดวก และเพิ่มขีด ความสามารถในการแข่งขันจากการยกระดับโมซ์ เป็นวาระแห่งชาติ 4. มีความร่วมมือกับพันธมิตรทั้งในและต่างประเทศ และ สสพน. มีบทบาทเป็นแกนกลางของอาเซียน	1. สสพน. ปฏิบัติงานอย่างมี ประสิทธิภาพและเป็นไปตาม หลักธรรมาภิบาล 2. ผู้ปฏิบัติงานและหน่วยงาน ที่เกี่ยวข้องมีความพึงพอใจ ต่อการปฏิบัติงานของ สสพน.
ตัวชี้วัด ยุทธศาสตร์ และค่า เป้าหมาย	1. อัตราการขยายตัวของรายได้ จากงานโมซ์ (+เฉลี่ย 5%) 2. อันดับของประเทศไทยในการ จัดอันดับอุตสาหกรรมโมซ์ใน ระดับสากล (ICCA WORLD/ UFI ASIA) (ใน 23/ TOP5) 3. จำนวนงานโมซ์ที่เกี่ยวข้อง กับอุตสาหกรรมเป้าหมาย (+ 5 งานทุกปี) 4. จำนวนงานโมซ์นานาชาติ ระดับโลกหรือภูมิภาคที่ สร้างใหม่ และ/หรืองานที่ ชนะประมูลสิทธิครั้งแรก (New Event or Win Bidding) (+2 งานทุกปี)	1. ผลสำรวจประเทศที่ได้รับ เลือกให้เป็น Mice Destinations (อันดับ 1) 2. ผลสำรวจการรับรู้ภาพลักษณ์ ของประเทศไทยด้านจุดเด่น ด้านธุรกิจบริการและ อัตลักษณ์ความเป็นไทย (ร้อยละ 80 ของกลุ่มตัวอย่างรับรู้) 3. ระดับการรับรู้ (Exposure) เรื่องโมซ์ของทุกภาคส่วน (ร้อยละ 80 ของกลุ่มตัวอย่างรับรู้) 4. ระดับการรับรู้ถึงบทบาทของ สสพน. ของหน่วยงาน ภายนอก (ร้อยละ 75 ของกลุ่ม ตัวอย่างรับรู้)	1. รายได้จากงานโมซ์ในโมซ์ซิตี้ และคลัสเตอร์ (+5% ทุกปี) 2. ผลกระทบทางเศรษฐกิจและ สังคมของการจัดกิจกรรมโมซ์ ในภูมิภาค (เฉพาะ E+5% ทุกปี/ S ไม่มี ผลกระทบทางลบ) 3. จำนวนงานโมซ์เดิมที่ได้รับการ ยกระดับให้ได้คุณภาพ ตามที่กำหนด (19 งาน) 4. จำนวนงานโมซ์ใหม่ที่ สสพน. ผลักดันให้มีการจัดขึ้นในภูมิภาค (+2 งานทุกปี) 5. จำนวนงานโมซ์ระดับนานาชาติ ที่เมืองเป็นเจ้าภาพให้การสนับสนุน (+2 งานทุกปี)	1. จำนวนนวัตกรรม/เทคโนโลยีที่พัฒนาหรือนำมาใช้ ในอุตสาหกรรมโมซ์ (+10% ทุกปี) 2. ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้ประโยชน์จากข้อมูล สารสนเทศและองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับ อุตสาหกรรมโมซ์ (ร้อยละ 85) 3. จำนวนบุคลากรในอุตสาหกรรมโมซ์ ที่ได้รับ การพัฒนาทักษะ (1,040 คน) 4. จำนวนสถานที่จัดงานที่ได้รับมาตรฐาน TMVS/AMVS (180 แห่ง) 5. จำนวนหน่วยงานที่ได้รับมาตรฐาน TSM5 (20 ราย) 6. ร้อยละความถี่ของการปรับปรุงกฎระเบียบ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมโมซ์ (100%) 7. ระดับความสำเร็จในการผลักดันให้โมซ์เป็นวาระ แห่งชาติ (ระดับ 5) 8. คะแนนของ MICE Index ภาพรวม (72) 9. จำนวนหน่วยงานพันธมิตรที่ผลักดันให้เกิดความ ร่วมมือด้านการศึกษาและพัฒนาโมซ์ในอาเซียน (+1 ทุกปี)	1. ร้อยละของบุคลากรที่มีผลการประเมิน รายบุคคล ผ่านในระดับ "ดี" ในภาพรวม (ผ่านในระดับ "ดี" ภาพรวม 70%) 2. ร้อยละความผูกพันของบุคลากร ต่อองค์กร (EE) (80%) 3. ร้อยละของกระบวนการที่ได้รับการปรับเปลี่ยน ให้เป็นดิจิทัลเทียบกับแผน (100%) 4. ผลการประเมินคุณธรรมและ ความโปร่งใสในการดำเนินงานของ หน่วยงานภาครัฐ (ITA) (85%) 5. ร้อยละความพึงพอใจของผู้รับบริการ (90%) 6. ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานตาม แผนการจักรวรรดิของ สสพน. (ระดับ 5) 7. ระดับความสำเร็จของการเพิ่มประสิทธิภาพ ระบบการบริหารจัดการองค์กร (ได้รางวัล 1 ใน 6 หมวดของ PMQA)

แผนภาพที่ 3 ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายของแผนปฏิบัติการระยะ 3 ปี พ.ศ. 2563-2565 ของ สสพน.

3. สารสำคัญของแผนปฏิบัติการราชการระยะ 3 ปี (พ.ศ. 2563 – 2565) ของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

3.1 ภาพรวม

3.1.1 วิสัยทัศน์

องค์กรหลักในการผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ให้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศด้วยนวัตกรรม เพื่อสร้างความเจริญ และกระจายรายได้ไปสู่ทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน

3.1.2 พันธกิจ

- 1) สนับสนุนการจัดงานไมซ์เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและกระจายรายได้
- 2) เป็นตัวแทนของประเทศในการจัดทำข้อเสนอเพื่อขอรับเป็นเจ้าภาพจัดประชุมและนิทรรศการ
- 3) ส่งเสริมภาพลักษณ์ไมซ์ไทยด้วยผลิตภัณฑ์บริการชั้นเลิศและอัตลักษณ์ไทย
- 4) พัฒนาไมซ์ด้วยองค์ความรู้ มาตรฐาน พัฒนาบุคลากรและผู้ประกอบการ
- 5) ส่งเสริมแนวปฏิบัติด้านความยั่งยืนเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

3.1.3 ค่านิยม : “TCEBPRO” มีคำอธิบายดังนี้

T	Talent and Teamwork	เก่ง ดี และทำงานเป็นทีมอย่างมีความสุข ร่วมมือ ร่วมใจกัน เพื่อความสำเร็จขององค์กร
C	Customer focus	ให้ความสำคัญ และตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า และผู้มีส่วนได้เสีย มีจิตบริการ
E	Environmental and social responsibility	เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน
B	Be innovative	เรียนรู้ตลอดเวลา มีความคิดสร้างสรรค์ เปิดรับสิ่งใหม่ๆ กล้าเปลี่ยนแปลงไปสู่สิ่งที่ดีกว่าเดิม
P	Professional	ทำงานเชิงรุก และมีความเป็นมืออาชีพ
R	Result-oriented	มุ่งผลสัมฤทธิ์
O	Opportunity seeking	แสวงหาโอกาสใหม่ ๆ อยู่เสมอ

3.1.4 เป้าหมาย

- 1) การสร้างรายได้และพัฒนาเศรษฐกิจ
- 2) การกระจายรายได้และความเจริญ
- 3) พัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยนวัตกรรม

3.1.5 ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย

- 1) อัตราการขยายตัวของรายได้จากงานไมซ์ เพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 5
- 2) อันดับของประเทศไทยในการจัดอันดับอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับสากล (ICCA) อันดับ 1 ใน 23 ระดับโลก ในปี 2565
- 3) รายได้จากงานไมซ์ในไมซ์ซิตีและคลัสเตอร์ เพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 5
- 4) คะแนนของ MICE Index ภาพรวม เพิ่มขึ้นเป็น 72 ในปี 2565

3.1.6 ยุทธศาสตร์ (Strategies: S)

- ยุทธศาสตร์ที่ 1 (S1) ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศด้วยอุตสาหกรรมไมซ์
- ยุทธศาสตร์ที่ 2 (S2) กระจายรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจของภูมิภาคผ่านอุตสาหกรรมไมซ์
- ยุทธศาสตร์ที่ 3 (S3) ส่งเสริมภาพลักษณ์ของไมซ์ไทย และ สสปน.
- ยุทธศาสตร์ที่ 4 (S4) เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์และยกระดับไมซ์ให้เป็นวาระแห่งชาติ
- ยุทธศาสตร์ที่ 5 (S5) พัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานภายในขององค์กร

3.2 แผนปฏิบัติการ

3.2.1 แผนปฏิบัติการ เรื่อง ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศด้วยอุตสาหกรรมไมซ์

- 1) เป้าหมาย
 - (1.1) การสร้างรายได้และพัฒนาเศรษฐกิจ
- 2) ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย
 - (2.1) อัตราการขยายตัวของรายได้จากงานไมซ์ (ค่าเป้าหมายในปี 2565 เพิ่มขึ้นเฉลี่ย ร้อยละ 5)
 - (2.2) อันดับของประเทศไทยในการจัดอันดับอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับสากล (ICCA/UFI) (ค่าเป้าหมายในปี 2565 อันดับ ICCA คือ 1 ใน 23 ของโลก และมีจำนวนงานจัดประชุมมากกว่าปีก่อน และค่าเป้าหมาย UFI คือ 1 ใน 5 ของเอเชีย)
 - (2.3) จำนวนงานไมซ์ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเป้าหมาย (ค่าเป้าหมายเพิ่มขึ้นจำนวน 5 งานทุกปี)
 - (2.4) จำนวนงานไมซ์นานาชาติระดับโลกหรือภูมิภาคที่สร้างใหม่ และ/หรืองานที่ชนะเลิศครั้งแรก (New Event or Win Bidding) (ค่าเป้าหมายเพิ่มขึ้น จำนวน 2 งานทุกปี)

3) แนวทางการพัฒนา (Tactics: T)

- (3.1) T1: รักษา และยกระดับกิจกรรมไมซ์เดิมให้เติบโตอย่างมั่นคงและมีความยั่งยืน
- (3.2) T2: ขับเคลื่อนกิจกรรมไมซ์ใหม่ตามความต้องการของตลาดกับศักยภาพและนโยบายของประเทศ

4) แผนงาน/โครงการสำคัญ

แผนงาน/โครงการสำคัญของแนวทางการพัฒนาที่ 1 รักษา และยกระดับกิจกรรมไมซ์เดิมให้เติบโตอย่างมั่นคงและมีความยั่งยืน

- (4.1) โครงการเพิ่มจำนวนผู้ซื้อคุณภาพเข้างานแสดงสินค้าในประเทศไทย
- (4.2) โครงการยกระดับและพัฒนางานแสดงสินค้านานาชาติ (Existing & Upgrade Show)
- (4.3) โครงการเพิ่มจำนวนพื้นที่การจัดแสดงสินค้าในประเทศไทย
- (4.4) โครงการยกระดับการแสดงผลงานเพื่อเตรียมพร้อมการจัดงานร่วมกับผู้จัดงานต่างชาติ (Incubate for Success) (ใหม่)
- (4.5) Thailand Incentive and Meeting Exchange (TIME)
- (4.6) สร้างความเชื่อมั่นให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในศักยภาพของไทย Familiarization Trip /Familiarization Trip with Partners
- (4.7) การสร้างโอกาสทางการขายให้กับผู้ประกอบการผ่านเวที Road Show
- (4.8) ส่งเสริมการตลาดเชิงรุกในกลุ่มประเทศเป้าหมาย Sales Mission
- (4.9) โครงการกิจกรรมการตลาดในต่างประเทศ
- (4.10) จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในตลาดกลุ่มเป้าหมาย Trade Show
- (4.11) สนับสนุนการประมูลสิทธิ์การเป็นเจ้าภาพจัดงานในประเทศไทย
- (4.12) ส่งเสริมการตลาดแบบมีส่วนร่วม Market Sharing
- (4.13) การแต่งตั้งตัวแทนการตลาดในต่างประเทศ (ญี่ปุ่น / อินเดีย / สิงคโปร์ / ภูมิภาคอเมริกาเหนือ / จีน / ภูมิภาคโอเชียเนีย / ภูมิภาคยุโรป / เกาหลีใต้หรือเวียดนาม)
- (4.14) การสนับสนุนการจัดประชุมนานาชาติ
- (4.15) สนับสนุนเพื่อผลักดันการเพิ่มปริมาณนักท่องเที่ยวกลุ่มลูกค้าองค์กรจากต่างประเทศ (Event Support/Subsidy/Mega Event)
- (4.16) โครงการศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจ และสังคม ของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย

แผนงาน/โครงการสำคัญของแนวทางการพัฒนาที่ 2 ขับเคลื่อนกิจกรรมไมซ์ใหม่ตามความต้องการของตลาดกับศักยภาพและนโยบายของประเทศ

- (4.17) โครงการประมูลสิทธิ์งานเมกะอีเวนต์ระดับโลกที่เกี่ยวข้องกับ S-Curve ให้จัดในพื้นที่ยุทธศาสตร์ของประเทศไทย
- (4.18) โครงการสร้าง Industry Flagship ด้านการประชุม
- (4.19) โครงการจัดงานแสดงสินค้าใหม่ (New Show)

- (4.20) โครงการสนับสนุนการจัดงานหลังประมุขสิทธิ์ UFI Global Congress 2019
- (4.21) โครงการสร้างพันธมิตรในอุตสาหกรรมการแสดงสินค้า
- (4.22) จัดตั้งตัวแทนการตลาดในตลาดต่างประเทศสำหรับตลาดการประชุมนานาชาติ
- (4.23) การสนับสนุนการประมุขสิทธิ์งานประชุมนานาชาติ
- (4.24) โครงการจัดงานแสดงสินค้า World Iconic ระดับโลก
- (4.25) โครงการจัดงานอุตสาหกรรมการบินและโลจิสติกส์ ไปจัดที่อุตะเภา (ใหม่)

3.2.2 แผนปฏิบัติการ เรื่อง กระจายรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจของภูมิภาคผ่านอุตสาหกรรมไมซ์

1) เป้าหมาย

- (1.1) การกระจายรายได้และความเจริญ

2) ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย

- (2.1) รายได้จากงานไมซ์ในไมซ์ซิตี้และคลัสเตอร์ (ค่าเป้าหมายเพิ่มขึ้นเฉลี่ย ร้อยละ 5 ทุกปี)
- (2.2) ผลกระทบทางเศรษฐกิจ และสังคมของการจัดกิจกรรมไมซ์ในภูมิภาค (ค่าเป้าหมาย เฉพาะเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นเฉลี่ย ร้อยละ 5 ทุกปี ค่าเป้าหมายทางสังคม คือ ไม่มีผลกระทบในด้านลบ)
- (2.3) จำนวนงานไมซ์เดิมที่ได้รับการยกระดับให้ได้คุณภาพตามที่กำหนด (ค่าเป้าหมายในปี 2565 คือ 19 งาน)
- (2.4) จำนวนงานไมซ์ใหม่ที่ สสปน. ผลักดันให้มีการจัดขึ้นในภูมิภาค (ค่าเป้าหมายเพิ่มขึ้น จำนวน 2 งานทุกปี)
- (2.5) จำนวนงานไมซ์ระดับนานาชาติที่เมืองเป็นเจ้าภาพ/ ให้การสนับสนุน (ค่าเป้าหมาย เพิ่มขึ้น จำนวน 2 งานทุกปี)

3) แนวทางการพัฒนา (Tactics: T)

- (3.1) T1: พัฒนาและยกระดับกิจกรรมไมซ์ เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในภูมิภาค เมือง พื้นที่ เศรษฐกิจ
- (3.2) T2: สร้างกิจกรรมไมซ์ เพื่อลดความเหลื่อมล้ำในภูมิภาค เมือง พื้นที่เศรษฐกิจ

4) แผนงาน/โครงการ สำคัญ

แผนงาน/โครงการสำคัญของแนวทางการพัฒนาที่ 1 พัฒนาและยกระดับกิจกรรมไมซ์

เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในภูมิภาค เมือง พื้นที่เศรษฐกิจ

- (4.1) โครงการสร้างการรับรู้สินค้าและบริการด้านไมซ์ในพื้นที่ภูมิภาค (Domestic MICE Fam Trip)
- (4.2) โครงการสนับสนุนส่งเสริมงานแสดงสินค้าในประเทศ (D-Exhibition)
- (4.3) โครงการ Empower Thailand Exhibition (EMTEX)
- (4.4) โครงการสนับสนุนการจัดงานประชุมวิชาการภายในประเทศ (Domestic Convention)

- (4.5) โครงการ MICE Marketplace เพื่อเชื่อมโยงข้อมูลและความต้องการในการซื้อ/ขาย สินค้าและบริการของผู้ประกอบการไมซ์ (ภาคกลาง, ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, ภาคใต้)
 - (4.6) การทบทวนและประเมินศักยภาพเมืองไมซ์ซิตี้ (MICE City Review/Audit)
 - (4.7) การสนับสนุนไมซ์ซิตี้ในการทำการตลาดเมือง (Destination Marketing) โดยใช้ ยุทธศาสตร์กำหนดจุดขายเมืองจาก City DNA
 - (4.8) โครงการพัฒนาเส้นทางและจัดทำคู่มือวางแผนกิจกรรมไมซ์ในเขตพื้นที่พัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (อีอีซี)
 - (4.9) พัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจในพื้นที่ที่มีศักยภาพ
 - (4.10) ยกระดับการจัดงานอีเวนต์นานาชาติของไทยให้ทัดเทียมระดับโลก
 - (4.11) ศูนย์ประสานงานและอำนวยความสะดวกสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาค
 - (4.12) ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจเชื่อมโยงภูมิภาคอาเซียน
 - (4.13) โครงการสนับสนุนการยกระดับความพร้อมพื้นที่ชุมชนสหกรณ์เพื่อรองรับลูกค้ากลุ่มไมซ์ (ไมซ์เพื่อชุมชน)
 - (4.14) โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไมซ์ใหม่ในพื้นที่ไมซ์ซิตี้และเมืองที่มีศักยภาพ (7 Themes)
- แผนงาน/โครงการสำคัญของแนวทางการพัฒนาที่ 2 สร้างกิจกรรมไมซ์ เพื่อลดความเหลื่อมล้ำในภูมิภาค เมือง พื้นที่เศรษฐกิจ**
- (4.15) โครงการส่งเสริมและกระตุ้นตลาดประชุมสัมมนาภายในประเทศ (ใหม่)
 - (4.16) โครงการสร้างงานไมซ์ขับเคลื่อนเศรษฐกิจภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
 - (4.17) โครงการการดำเนินงานระดับโลกมาจัดในพื้นที่ EEC เพื่อกระตุ้นการลงทุนและสร้างภาพลักษณ์และเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ
 - (4.18) การดำเนินงานระดับโลกเข้ามาจัดในพื้นที่ Thailand Riviera (Quick Win)
 - (4.19) เสนอตัวประเทศไทยเป็นเจ้าภาพจัดงานมหกรรมพืชสวนโลก
 - (4.20) โครงการ THAILAND DOMESTIC MICE TRADESHOW (MICE MART)

3.2.3 แผนปฏิบัติการ เรื่องส่งเสริมภาพลักษณ์ของไมซ์ไทย และ สสปน.

1) เป้าหมาย

- (1.1) การสร้างรายได้และพัฒนาเศรษฐกิจ

2) ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย

- (2.1) ผลสำรวจประเทศที่ได้รับเลือกให้เป็น Mice Destinations (ใช้ผลสำรวจจาก Brand Health Check ในหัวข้อเดิม Attitude Toward MICE Destinations ค่าเป้าหมาย อันดับ 1 ทุกปี)
- (2.2) ผลสำรวจการรับรู้ภาพลักษณ์ของประเทศไทย ด้านจุดเด่นด้านธุรกิจบริการ และอัตลักษณ์ความเป็นไทย (ใช้ผลสำรวจจาก Brand Health Check เพิ่มในหัวข้อ

ใหม่ “กลุ่มเป้าหมายรับรู้ภาพลักษณ์ของประเทศไทยว่ามีจุดเด่นด้านธุรกิจบริการ และอัตลักษณ์ความเป็นไทยตามที่ สสพ.น. ได้ส่งเสริมการตลาดหรือสร้างภาพลักษณ์” (ค่าเป้าหมายในปี 2565 ร้อยละ 80 ของกลุ่มตัวอย่างรับรู้)

- (2.3) ระดับการรับรู้ (Exposure) เรื่องไมซ์ของทุกภาคส่วน (ค่าเป้าหมายในปี 2565 ร้อยละ 80 ของกลุ่มตัวอย่างรับรู้)
- (2.4) ระดับการรับรู้ถึงบทบาทของ สสพ.น. ของหน่วยงานภายนอก (ค่าเป้าหมายในปี 2565 ร้อยละ 75 ของกลุ่มตัวอย่างรับรู้)

3) แนวทางการพัฒนา (Tactics: T)

- (3.1) T1: ส่งเสริมการตลาด สร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยเพื่อให้เป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ระดับนานาชาติ โดยเน้นจุดเด่นด้านธุรกิจบริการและอัตลักษณ์ความเป็นไทย
- (3.2) T2: สร้างการรับรู้และปรับมุมมองขององค์กรภายนอกต่อบทบาทและภาพลักษณ์ของ สสพ.น.

4) แผนงาน/โครงการ สำคัญ

แผนงาน/โครงการสำคัญของแนวทางการพัฒนาที่ 1 สร้างกิจกรรมไมซ์ เพื่อลดความ

เหลื่อมล้ำในภูมิภาค เมือง พื้นที่เศรษฐกิจ

- (4.1) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์แบรนด์ร่วมกับพันธมิตร
- (4.2) โครงการพัฒนากลยุทธ์แบรนด์อุตสาหกรรมไมซ์ประเทศไทย ทั้งในและต่างประเทศ
- (4.3) โครงการซื้อสื่อการตลาดทั้งในและต่างประเทศ (Media Buying)
- (4.4) โครงการกิจกรรมส่งเสริมการตลาด สสพ.น ทั้งใน และ ต่างประเทศ
- (4.5) โครงการเข้าร่วมงานเทรดโชว์ทั้งในและต่างประเทศ
- (4.6) โครงการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Management)
- (4.7) ผลิตเครื่องมือส่งเสริมการขาย
- (4.8) โครงการจัดทำผลิตภัณฑ์สนับสนุนการตลาด และสื่อสารการตลาดเฉพาะกลุ่ม (Mi)
- (4.9) การดำเนินกิจกรรมการตลาดในประเทศและต่างประเทศ Roadshow/ Sale Mission/Overseas activitiesในตลาดเป้าหมาย
- (4.10) โครงการตลาดเชิงรุกเพื่อสร้างภาพลักษณ์และสร้างโอกาสในด้านการประชุมนานาชาติของประเทศไทย
- (4.11) การสร้างเครือข่ายพันธมิตรนานาชาติในวงการอุตสาหกรรมการประชุม
- (4.12) โครงการจัดกิจกรรมส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ในงาน World Expo 2020 Dubai เพื่อสร้างการรับรู้ความศักยภาพของประเทศไทยในการเปิดโอกาสทางธุรกิจและเป็นเจ้าภาพจัดงานระดับโลก (ใหม่)
- (4.13) โครงการจัดงาน Welcome Reception กิจกรรมส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ในงานเสมือนวันชาติไทยในงาน World Expo 2020 Dubai (ใหม่)*

แผนงาน/โครงการสำคัญของแนวทางการพัฒนาที่ 2 สร้างการรับรู้และปรับมุมมองขององค์กรภายนอกต่อบทบาทและภาพลักษณ์ของ สสปน.

- (4.14) โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรในและต่างประเทศ
- (4.15) โครงการส่งเสริมบทบาทและพันธกิจองค์กร
- (4.16) โครงการพัฒนาเนื้อหาและสื่อสร้างการรับรู้องค์กร
- (4.17) โครงการสร้างการรับรู้องค์กรผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ (Digital PR)
- (4.18) โครงการสร้างการรับรู้องค์กรร่วมกับพันธมิตรทั้งในและต่างประเทศ
- (4.19) โครงการ Thailand MICE Forum 2020 (การสร้างภาพลักษณ์ประเทศ และ สสปน.)
- (4.20) โครงการกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) (ใหม่)

3.2.4 แผนปฏิบัติการ เรื่อง เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์และยกระดับไมซ์ให้เป็นวาระแห่งชาติ

1) เป้าหมาย

- (1.1) การกระจายรายได้และความเจริญ
- (1.2) พัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยนวัตกรรม

2) ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย

- (2.1) จำนวนนวัตกรรม/เทคโนโลยีที่พัฒนาหรือนำมาใช้ในอุตสาหกรรมไมซ์ (ค่าเป้าหมายเพิ่มขึ้น ร้อยละ 10)
- (2.2) ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้ประโยชน์จากข้อมูลสารสนเทศและองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ (ค่าเป้าหมายในปี 2565 ร้อยละ 85)
- (2.3) จำนวนบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ที่ได้รับการพัฒนาศักยภาพ (ค่าเป้าหมายในปี 2565 คือ 1,040 คน)
- (2.4) จำนวนสถานที่จัดงานที่ได้รับมาตรฐาน TMVS/AMVS (ค่าเป้าหมายในปี 2565 คือ 180 แห่ง)
- (2.5) จำนวนหน่วยงานที่ได้รับมาตรฐาน TSEMS (ค่าเป้าหมายในปี 2565 คือ 20 ราย)
- (2.6) ร้อยละความสำเร็จของการปรับปรุงกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ (ค่าเป้าหมายในปี 2565 แล้วเสร็จทุกกิจกรรมหรือ ร้อยละ 100)
- (2.7) ระดับความสำเร็จในการผลักดันให้ไมซ์เป็นวาระแห่งชาติ (ค่าเป้าหมายในปี 2565 ระดับ 5 คือ บรรลุเป้าหมาย Execution Plan และได้ร่าง พ.ร.บ.ไมซ์)
- (2.8) คะแนนของ MICE Index ภาพรวม (ค่าเป้าหมายในปี 2565 คือ 72)
- (2.9) จำนวนหน่วยงานพันธมิตรที่ผลักดันให้เกิดความร่วมมือด้านการศึกษาและพัฒนาไมซ์ในอาเซียน (ค่าเป้าหมาย 1 แห่งทุกปี)

3) แนวทางการพัฒนา (Tactics: T)

- (3.1) T1: นำข้อมูลเชิงลึก เทคโนโลยีสารสนเทศ และนวัตกรรมมาสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์
- (3.2) T2: ยกระดับอุตสาหกรรมไมซ์โดยพัฒนาบุคลากรและมาตรฐานผู้ประกอบการ
- (3.3) T3: ผลักดันและยกระดับไมซ์ให้เป็นวาระแห่งชาติให้ครอบคลุมทุกมิติทั้งเชิงนโยบาย มาตรการ และอำนวยความสะดวกฯ
- (3.4) T4: ร่วมมือกับพันธมิตรทั้งในและต่างประเทศ เพื่อผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ไทยเป็นแกนกลางของอาเซียน

4) แผนงาน/โครงการสำคัญ

แผนงาน/โครงการสำคัญของแนวทางการพัฒนาที่ 1 นำข้อมูลเชิงลึก เทคโนโลยีสารสนเทศ และนวัตกรรมมาสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์

- (4.1) โครงการพัฒนาข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ (National MICE Statistics) 2563
- (4.2) โครงการศึกษาวิจัยนโยบายต่างๆที่มีผลในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์
- (4.3) โครงการเสริมสร้างการวิจัยและพัฒนาเนื้อหาสำหรับ MICE Intelligence Resource Center
- (4.4) โครงการพัฒนาประสิทธิภาพด้านการวิจัยและพัฒนา
- (4.5) โครงการพัฒนานวัตกรรมและ Digital Service เพื่อสนับสนุนการจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ (ใหม่)
- (4.6) โครงการจัดทำระบบวิเคราะห์ MICE Market place Platform (Thai MICE Connect) (ใหม่)
- (4.7) โครงการเสริมสร้างการวิจัยเพื่อผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยนวัตกรรม (MICE Innovation Lab)
- (4.8) โครงการพัฒนาวิสาหกิจเริ่มต้นด้านนวัตกรรมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดงานไมซ์ (Thailand MICE Startup)

แผนงาน/โครงการสำคัญของแนวทางการพัฒนาที่ 2 ยกระดับอุตสาหกรรมไมซ์โดยพัฒนาบุคลากรและมาตรฐานผู้ประกอบการ

- (4.9) โครงการมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย (Thailand MICE Venue Standards)
- (4.10) โครงการยกระดับมาตรฐานบุคลากรไมซ์ระดับนานาชาติ International Certified & Certification
- (4.11) โครงการยกระดับมาตรฐานบุคลากรด้านไมซ์ระดับชาติ National Certified & Certification
- (4.12) โครงการพัฒนาผู้ประกอบการไมซ์ด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน
- (4.13) โครงการรับรองมาตรฐาน TSEMS (ใหม่)
- (4.14) โครงการพัฒนาองค์ความรู้ด้านมาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์
- (4.15) โครงการส่งเสริมผู้ประกอบการไมซ์ให้ได้รับมาตรฐานนานาชาติ (ISO)
- (4.16) โครงการมาตรฐานสถานที่จัดงานอาเซียน (ASEAN MICE Venue Standards)

- (4.17) โครงการมาตรฐานอาชีพไมซ์อาเซียน (ASEAN MRA MICE) (ใหม่)
- (4.18) โครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรผ่านหลักสูตรไมซ์มาตรฐานสากลและระบบการจัดหาบุคลากรด้านไมซ์
- (4.19) โครงการสร้างความเข้าใจ และเพิ่มมูลค่าตราสัญลักษณ์มาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย (Thailand MICE Venue Standards) (ใหม่)
- (4.20) บ่มเพาะผู้ประกอบการไมซ์ (MI ,C, E) เพื่อรองรับงานระดับนานาชาติ (ใหม่)

แผนงาน/โครงการสำคัญของแนวทางการพัฒนาที่ 3 ผลักดันและยกระดับไมซ์ให้เป็นวาระแห่งชาติให้ครอบคลุมทุกมิติทั้งเชิงนโยบาย มาตรการ และอำนวยความสะดวกฯ

- (4.21) โครงการบูรณาการการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการยกระดับให้ไมซ์เป็นวาระแห่งชาติ (ใหม่)
- (4.22) โครงการเผยแพร่องค์ความรู้ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและการสร้างเครือข่ายหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ตามนโยบายรัฐบาล (ใหม่)
- (4.23) โครงการบูรณาการหน่วยงานภาครัฐและเอกชนเพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์
- (4.24) โครงการผลักดันมาตรการเชิงนโยบายของภาครัฐและสิทธิประโยชน์ เพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศ
- (4.25) One Stop Service for MICE ตามยุทธศาสตร์การปฏิรูปของรัฐบาล (Ease of Doing Business)

แผนงาน/โครงการสำคัญของแนวทางการพัฒนาที่ 4 ร่วมมือกับพันธมิตรทั้งในและต่างประเทศ เพื่อผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ไทยเป็นแกนกลางของอาเซียน

- (4.26) โครงการพัฒนาศักยภาพการศึกษาไมซ์ระดับภูมิภาค (MICE Academic Cluster) และเครือข่ายเยาวชนไมซ์สู่การเป็นผู้ประกอบการไมซ์รุ่นใหม่ (MICE Student Chapter & MICE Start Up)
- (4.27) โครงการบูรณาการความร่วมมือกับเครือข่ายภาคการศึกษา (ใหม่)
- (4.28) โครงการบูรณาการความร่วมมือในการจัดทำองค์ความรู้กับหน่วยงานภาคเอกชน (ใหม่)
- (4.29) โครงการจัดงานสัมมนา MICE Intelligence & Innovation Conference และแลกเปลี่ยนองค์ความรู้กับหน่วยงานพันธมิตรทั้งในและต่างประเทศ *
- (4.30) โครงการเพิ่มขีดความสามารถและประชาสัมพันธ์ประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน
- (4.31) โครงการเสริมสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานด้านไมซ์ในอาเซียนด้านการพัฒนาศักยภาพบุคลากรและองค์กร
- (4.32) โครงการความร่วมมือ และเสริมสร้างเครือข่ายพันธมิตรระหว่างภาครัฐและเอกชน ทั้งในประเทศ และระหว่างประเทศ

* โครงการที่ดำเนินการเฉพาะปี 2563

3.2.5 แผนปฏิบัติการราชการ เรื่องพัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานภายในขององค์กร

1) เป้าหมาย

(1.1) พัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยนวัตกรรม

2) ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย

(2.1) ร้อยละของบุคลากรที่มีผลการประเมินรายบุคคลผ่านในระดับ “ดี” ในภาพรวม โดยพิจารณาจากผลการประเมินรายบุคคลในองค์ประกอบ 3 ด้านได้แก่ 1) ผลการดำเนินงาน 2) ผลการประเมินสมรรถนะ 3) ผลลัพธ์จากจัดทำ IDP ที่เชื่อมโยงกับผลประเมินสมรรถนะ (ค่าเป้าหมายในปี 2565 ร้อยละ 70)

(2.2) ร้อยละความผูกพันของบุคลากรต่อองค์กร (EE) (ค่าเป้าหมายในปี 2565 ร้อยละ 80)

(2.3) ร้อยละของกระบวนการงานที่ได้รับการปรับเปลี่ยนให้เป็นดิจิทัลเทียบกับแผน (ค่าเป้าหมาย ร้อยละ 100 ทุกปี)

(2.4) ผลการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ (ITA) (ค่าเป้าหมาย ร้อยละ 85 ทุกปี)

(2.5) ร้อยละความพึงพอใจของผู้รับบริการ (ค่าเป้าหมายในปี 2565 ร้อยละ 90)

(2.6) ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานตามแผนการจัดการความรู้ของ สสพ.น. (ค่าเป้าหมาย ระดับ 5 บรรลุเป้าหมายทั้ง 3 ตัวชี้วัดการจัดการความรู้ ได้แก่ 1) จำนวนกระบวนการงานที่ได้รับการปรับปรุงที่เป็นผลจากการทำกิจกรรม KM 2) ร้อยละของบุคลากรที่มีส่วนร่วมกับกิจกรรม KM 3) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมของการทำงานในผลสำรวจ EE เกี่ยวกับ Collaboration ความร่วมมือร่วมใจทำงาน “ดีขึ้น”) (ค่าเป้าหมาย ระดับ 5 บรรลุเป้าหมายทั้ง 3 ตัวชี้วัดการจัดการความรู้ ได้แก่ 1) จำนวนกระบวนการงานที่ได้รับการปรับปรุงที่เป็นผลจากการทำกิจกรรม KM 2) ร้อยละของบุคลากรที่มีส่วนร่วมกับกิจกรรม KM 3) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมของการทำงานในผลสำรวจ EE เกี่ยวกับ Collaboration ความร่วมมือร่วมใจทำงาน “ดีขึ้น”)

(2.7) ระดับความสำเร็จของการเพิ่มประสิทธิภาพระบบการบริหารจัดการองค์กร (ค่าเป้าหมายในปี 2565 ระดับ 5 ได้รับรางวัล 1 ใน 6 หมวดของ PMQA)

3) แนวทางการพัฒนา (Tactics: T)

(3.1) T1: ยกระดับศักยภาพบุคลากรของ สสพ.น. ให้มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร

(3.2) T2: ใช้นวัตกรรม การจัดการความรู้ และการบูรณาการร่วมกันภายใน สสพ.น. เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ตามหลักธรรมาภิบาล

4) แผนงาน/โครงการสำคัญ

แผนงาน/โครงการสำคัญของแนวทางการพัฒนาที่ 1 ยกระดับศักยภาพบุคลากรของ สสพ.น. ให้มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร

(4.1) โครงการเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพบุคลากร

แผนงาน/โครงการสำคัญของแนวทางการพัฒนาที่ 2 ใช้นวัตกรรม การจัดการความรู้ และการบูรณาการร่วมกันภายใน สสพ.น. เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ตามหลักธรรมาภิบาล

- (4.2) โครงการจัดการข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ เพื่อใช้สำหรับการประเมินผลการปฏิบัติงานของ ผอ. สสปน.
- (4.3) โครงการพัฒนาประสิทธิภาพในการบริหารและกำกับดูแลกิจการองค์การมหาชน
- (4.4) โครงการเพิ่มประสิทธิภาพระบบการบริหารจัดการองค์กร (ใหม่)
- (4.5) โครงการศึกษา วิเคราะห์และดำเนินการเพื่อบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลอย่างมีประสิทธิภาพ
- (4.6) โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างส่วนกลาง *
- (4.7) โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กร
- (4.8) โครงการเพิ่มประสิทธิภาพด้านการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานของ สสปน. *
- (4.9) โครงการสำรวจความพึงพอใจของหน่วยงานภายนอก
- (4.10) โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดทำแผนงานและงบประมาณ
- (4.11) พัฒนาและยกระดับประสิทธิภาพกลยุทธ์องค์กร
- (4.12) พัฒนาระบบสารสนเทศด้านการประเมินความคุ้มค่าของการดำเนินงานโครงการของ สสปน.
- (4.13) โครงการพัฒนาระบบการจัดการความรู้ของ สสปน. (ใหม่)

* โครงการที่ดำเนินการเฉพาะปี 2563

3.3 ตัวชี้วัดของแผนปฏิบัติการ

3.3.1 ตัวชี้วัดของแผนปฏิบัติการระยะ 3 ปี (พ.ศ. 2563 – 2565) ของ สสปน.

ตัวชี้วัด	คำอธิบาย	ข้อมูลพื้นฐาน		ค่าเป้าหมาย																																				
		61	62e	63	64	65																																		
1. อัตราการขยายตัวของรายได้จากงานไมซ์	ผลรวมของรายได้จากงานไมซ์ที่เพิ่มขึ้นจากปีก่อนคำนวณเป็นร้อยละ	18.64	-4.96	ร้อยละ 5 เทียบกับปีก่อน	ร้อยละ 5 เทียบกับปีก่อน	ร้อยละ 5 เทียบกับปีก่อน																																		
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>ตัวชี้วัด</th> <th>หน่วยวัด</th> <th>2560</th> <th>2561</th> <th>2562 ประมาณการ</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>รายได้รวม</td> <td>ล้านบาท</td> <td>179,469</td> <td>212,924</td> <td>202,362</td> </tr> <tr> <td>อัตราการขยายตัว</td> <td>ร้อยละ</td> <td></td> <td>18.64</td> <td>-4.96</td> </tr> <tr> <td>รายได้จากไมซ์ต่างประเทศ</td> <td>ล้านบาท</td> <td>88,459</td> <td>95,623</td> <td>93,930</td> </tr> <tr> <td>อัตราการขยายตัว</td> <td>ร้อยละ</td> <td></td> <td>8.10</td> <td>-1.77</td> </tr> <tr> <td>รายได้จากไมซ์ในประเทศ</td> <td>ล้านบาท</td> <td>91,142</td> <td>117,310</td> <td>108,432</td> </tr> <tr> <td>อัตราการขยายตัว</td> <td>ร้อยละ</td> <td></td> <td>28.70</td> <td>-7.56</td> </tr> </tbody> </table>	ตัวชี้วัด	หน่วยวัด	2560	2561	2562 ประมาณการ	รายได้รวม	ล้านบาท	179,469	212,924	202,362	อัตราการขยายตัว	ร้อยละ		18.64	-4.96	รายได้จากไมซ์ต่างประเทศ	ล้านบาท	88,459	95,623	93,930	อัตราการขยายตัว	ร้อยละ		8.10	-1.77	รายได้จากไมซ์ในประเทศ	ล้านบาท	91,142	117,310	108,432	อัตราการขยายตัว	ร้อยละ		28.70	-7.56				
	ตัวชี้วัด	หน่วยวัด	2560	2561	2562 ประมาณการ																																			
	รายได้รวม	ล้านบาท	179,469	212,924	202,362																																			
	อัตราการขยายตัว	ร้อยละ		18.64	-4.96																																			
	รายได้จากไมซ์ต่างประเทศ	ล้านบาท	88,459	95,623	93,930																																			
	อัตราการขยายตัว	ร้อยละ		8.10	-1.77																																			
รายได้จากไมซ์ในประเทศ	ล้านบาท	91,142	117,310	108,432																																				
อัตราการขยายตัว	ร้อยละ		28.70	-7.56																																				
2. อันดับของประเทศไทยในการจัดอันดับอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับสากล (ICCA)	ผลการจัดอันดับของไทยในการเป็นจุดหมายปลายทางในการจัดการประชุมนานาชาติ ตามดัชนี International Congress and Convention Association (ICCA)	21 (193 งาน)	N/A (...งาน)	1 ใน 23 และจำนวน งานเพิ่มขึ้น	1 ใน 23 และจำนวน งานเพิ่มขึ้น	1 ใน 23 และจำนวน งานเพิ่มขึ้น																																		
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>ICCA World</th> <th>หน่วยวัด</th> <th>2560</th> <th>2561</th> <th>2562</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="2">ระดับโลก</td> <td>อันดับที่</td> <td>25</td> <td>21</td> <td></td> </tr> <tr> <td>งาน</td> <td>163</td> <td>193</td> <td></td> </tr> <tr> <td rowspan="2">ระดับเอเชีย</td> <td>อันดับที่</td> <td></td> <td>5</td> <td></td> </tr> <tr> <td>งาน</td> <td></td> <td>193</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	ICCA World	หน่วยวัด	2560	2561	2562	ระดับโลก	อันดับที่	25	21		งาน	163	193		ระดับเอเชีย	อันดับที่		5		งาน		193																	
ICCA World	หน่วยวัด	2560	2561	2562																																				
ระดับโลก	อันดับที่	25	21																																					
	งาน	163	193																																					
ระดับเอเชีย	อันดับที่		5																																					
	งาน		193																																					

ตัวชี้วัด	คำอธิบาย	ข้อมูลพื้นฐาน		ค่าเป้าหมาย															
		61	62e	63	64	65													
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>ICCA World</th> <th>ปี</th> <th>รายละเอียดอันดับ</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="2">ระดับโลก</td> <td>2560</td> <td>อันดับ 22 เม็กซิโก (198) 23 สาธารณรัฐเซค (187) 24 อินเดีย (175) 25 ไทย (163) 26 สิงคโปร์ (160) 27 ฮังการี (159)</td> </tr> <tr> <td>2561</td> <td>อันดับ 18 อาร์เจนตินา (232) 19 โปแลนด์ (211) 20 สวิตเซอร์แลนด์ (208) 21 ไทย (193) 22 เดนมาร์ก (192) 23 ใต้หวัน (173)</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">ระดับเอเชีย</td> <td>2560</td> <td>อันดับ 1 จีน 2 ญี่ปุ่น 3 เกาหลีใต้ 4 อินเดีย</td> </tr> <tr> <td>2561</td> <td>อันดับ 1 ญี่ปุ่น (492) 2 จีน (449) 3 เกาหลีใต้ (273) 4 ออสเตรเลีย (265) 5 ไทย (193) 6 ไทเป (173)</td> </tr> </tbody> </table>	ICCA World	ปี	รายละเอียดอันดับ	ระดับโลก	2560	อันดับ 22 เม็กซิโก (198) 23 สาธารณรัฐเซค (187) 24 อินเดีย (175) 25 ไทย (163) 26 สิงคโปร์ (160) 27 ฮังการี (159)	2561	อันดับ 18 อาร์เจนตินา (232) 19 โปแลนด์ (211) 20 สวิตเซอร์แลนด์ (208) 21 ไทย (193) 22 เดนมาร์ก (192) 23 ใต้หวัน (173)	ระดับเอเชีย	2560	อันดับ 1 จีน 2 ญี่ปุ่น 3 เกาหลีใต้ 4 อินเดีย	2561	อันดับ 1 ญี่ปุ่น (492) 2 จีน (449) 3 เกาหลีใต้ (273) 4 ออสเตรเลีย (265) 5 ไทย (193) 6 ไทเป (173)					
ICCA World	ปี	รายละเอียดอันดับ																	
ระดับโลก	2560	อันดับ 22 เม็กซิโก (198) 23 สาธารณรัฐเซค (187) 24 อินเดีย (175) 25 ไทย (163) 26 สิงคโปร์ (160) 27 ฮังการี (159)																	
	2561	อันดับ 18 อาร์เจนตินา (232) 19 โปแลนด์ (211) 20 สวิตเซอร์แลนด์ (208) 21 ไทย (193) 22 เดนมาร์ก (192) 23 ใต้หวัน (173)																	
ระดับเอเชีย	2560	อันดับ 1 จีน 2 ญี่ปุ่น 3 เกาหลีใต้ 4 อินเดีย																	
	2561	อันดับ 1 ญี่ปุ่น (492) 2 จีน (449) 3 เกาหลีใต้ (273) 4 ออสเตรเลีย (265) 5 ไทย (193) 6 ไทเป (173)																	
3. รายได้จากงานไมซ์ในไมซ์ซิตี้และคลัสเตอร์	ผลรวมของรายได้จากการจัดงานไมซ์ในไมซ์ซิตี้และจังหวัดรอบข้าง (ล้านบาท)	-	-	เพิ่มขึ้น ร้อยละ 5	เพิ่มขึ้น ร้อยละ 5	เพิ่มขึ้น ร้อยละ 5													
4. คะแนนของ MICE Index ภาพรวม	คะแนนรวมของดัชนีอุตสาหกรรมไมซ์ไทยที่ได้จากผลสำรวจ	69	N/A	70	71	72													

3.3.2 ตัวชี้วัดรายยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์ที่ 1: ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศด้วยอุตสาหกรรมไมซ์

ตัวชี้วัด	คำอธิบาย	ข้อมูลพื้นฐาน		ค่าเป้าหมาย																																					
		61	62e	63	64	65																																			
1. อัตราการขยายตัวของรายได้จากงานไมซ์	ผลรวมของรายได้จากงานไมซ์ที่เพิ่มขึ้นจากปีก่อนคำนวณเป็นร้อยละ	18.64	-4.96	ร้อยละ 5 เทียบกับ ปีก่อน	ร้อยละ 5 เทียบกับ ปีก่อน	ร้อยละ 5 เทียบกับ ปีก่อน																																			
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>ตัวชี้วัด</th> <th>หน่วยวัด</th> <th>2560</th> <th>2561</th> <th>2562</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>รายได้รวม</td> <td>ล้านบาท</td> <td>179,469</td> <td>212,924</td> <td>202,362</td> </tr> <tr> <td>อัตราการขยายตัว</td> <td>ร้อยละ</td> <td></td> <td>18.64</td> <td>-4.96</td> </tr> <tr> <td>รายได้จากไมซ์ต่างประเทศ</td> <td>ล้านบาท</td> <td>88,459</td> <td>95,623</td> <td>93,930</td> </tr> <tr> <td>อัตราการขยายตัว</td> <td>ร้อยละ</td> <td></td> <td>8.10</td> <td>-1.77</td> </tr> <tr> <td>รายได้จากไมซ์ในประเทศ</td> <td>ล้านบาท</td> <td>91,142</td> <td>117,310</td> <td>108,432</td> </tr> <tr> <td>อัตราการขยายตัว</td> <td>ร้อยละ</td> <td></td> <td>28.70</td> <td>-7.56</td> </tr> </tbody> </table>	ตัวชี้วัด	หน่วยวัด	2560	2561	2562	รายได้รวม	ล้านบาท	179,469	212,924	202,362	อัตราการขยายตัว	ร้อยละ		18.64	-4.96	รายได้จากไมซ์ต่างประเทศ	ล้านบาท	88,459	95,623	93,930	อัตราการขยายตัว	ร้อยละ		8.10	-1.77	รายได้จากไมซ์ในประเทศ	ล้านบาท	91,142	117,310	108,432	อัตราการขยายตัว	ร้อยละ		28.70	-7.56					
	ตัวชี้วัด	หน่วยวัด	2560	2561	2562																																				
	รายได้รวม	ล้านบาท	179,469	212,924	202,362																																				
	อัตราการขยายตัว	ร้อยละ		18.64	-4.96																																				
	รายได้จากไมซ์ต่างประเทศ	ล้านบาท	88,459	95,623	93,930																																				
	อัตราการขยายตัว	ร้อยละ		8.10	-1.77																																				
	รายได้จากไมซ์ในประเทศ	ล้านบาท	91,142	117,310	108,432																																				
อัตราการขยายตัว	ร้อยละ		28.70	-7.56																																					

ตัวชี้วัด	คำอธิบาย	ข้อมูลพื้นฐาน		ค่าเป้าหมาย																									
		61	62e	63	64	65																							
2. อันดับของประเทศไทยในการจัดอันดับ อุตสาหกรรมไมซ์ในระดับสากล 2.1 ICCA WORLD	ผลการจัดอันดับของไทยในการเป็นจุดหมายปลายทางในการจัดการประชุมนานาชาติ ตามดัชนี International Congress and Convention Association (ICCA)	21 (193 งาน)	N/A (...งาน)	1 ใน 23 และ จำนวน งาน เพิ่มขึ้น	1 ใน 23 และ จำนวน งาน เพิ่มขึ้น	1 ใน 23 และ จำนวน งาน เพิ่มขึ้น																							
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>ICCA World</th> <th>หน่วยวัด</th> <th>2560</th> <th>2561</th> <th>2562</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="2">ระดับโลก</td> <td>อันดับที่</td> <td>25</td> <td>21</td> <td></td> </tr> <tr> <td>งาน</td> <td>163</td> <td>193</td> <td></td> </tr> <tr> <td rowspan="2">ระดับเอเชีย</td> <td>อันดับที่</td> <td>5</td> <td>5</td> <td></td> </tr> <tr> <td>งาน</td> <td>163</td> <td>193</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	ICCA World	หน่วยวัด	2560	2561	2562	ระดับโลก	อันดับที่	25	21		งาน	163	193		ระดับเอเชีย	อันดับที่	5	5		งาน	163	193						
ICCA World	หน่วยวัด	2560	2561	2562																									
ระดับโลก	อันดับที่	25	21																										
	งาน	163	193																										
ระดับเอเชีย	อันดับที่	5	5																										
	งาน	163	193																										
	<table border="1"> <thead> <tr> <th>ICCA World</th> <th>ปี</th> <th>รายละเอียดอันดับ</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="2">ระดับโลก</td> <td>2560</td> <td>อันดับ 22) เม็กซิโก (198) 23) สาธารณรัฐเชค (187) 24) อินเดีย (175) 25) ไทย (163) 26) สิงคโปร์ (160) 27) ฮังการี (159)</td> </tr> <tr> <td>2561</td> <td>อันดับ 18) อาร์เจนตินา (232) 19) โปแลนด์ (211) 20) สวิตเซอร์แลนด์ (208) 21) ไทย (193) 22) เดนมาร์ก (192) 23) ไต้หวัน (173)</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">ระดับเอเชีย</td> <td>2560</td> <td>อันดับ 1) จีน 2) ญี่ปุ่น 3) เกาหลีใต้ 4) อินเดีย 5) ไทย</td> </tr> <tr> <td>2561</td> <td>อันดับ 1) ญี่ปุ่น (492) 2) จีน (449) 3) เกาหลีใต้ (273) 4) ออสเตรเลีย (265) 5) ไทย (193) 6) ไทเป (173)</td> </tr> </tbody> </table>	ICCA World	ปี	รายละเอียดอันดับ	ระดับโลก	2560	อันดับ 22) เม็กซิโก (198) 23) สาธารณรัฐเชค (187) 24) อินเดีย (175) 25) ไทย (163) 26) สิงคโปร์ (160) 27) ฮังการี (159)	2561	อันดับ 18) อาร์เจนตินา (232) 19) โปแลนด์ (211) 20) สวิตเซอร์แลนด์ (208) 21) ไทย (193) 22) เดนมาร์ก (192) 23) ไต้หวัน (173)	ระดับเอเชีย	2560	อันดับ 1) จีน 2) ญี่ปุ่น 3) เกาหลีใต้ 4) อินเดีย 5) ไทย	2561	อันดับ 1) ญี่ปุ่น (492) 2) จีน (449) 3) เกาหลีใต้ (273) 4) ออสเตรเลีย (265) 5) ไทย (193) 6) ไทเป (173)															
ICCA World	ปี	รายละเอียดอันดับ																											
ระดับโลก	2560	อันดับ 22) เม็กซิโก (198) 23) สาธารณรัฐเชค (187) 24) อินเดีย (175) 25) ไทย (163) 26) สิงคโปร์ (160) 27) ฮังการี (159)																											
	2561	อันดับ 18) อาร์เจนตินา (232) 19) โปแลนด์ (211) 20) สวิตเซอร์แลนด์ (208) 21) ไทย (193) 22) เดนมาร์ก (192) 23) ไต้หวัน (173)																											
ระดับเอเชีย	2560	อันดับ 1) จีน 2) ญี่ปุ่น 3) เกาหลีใต้ 4) อินเดีย 5) ไทย																											
	2561	อันดับ 1) ญี่ปุ่น (492) 2) จีน (449) 3) เกาหลีใต้ (273) 4) ออสเตรเลีย (265) 5) ไทย (193) 6) ไทเป (173)																											

ตัวชี้วัด	คำอธิบาย	ข้อมูลพื้นฐาน		ค่าเป้าหมาย																	
		61	62e	63	64	65															
2. อันดับของประเทศไทยในการจัดอันดับ อุตสาหกรรมไมซ์ในระดับสากล 2.2 UFI ASIA	ผลการจัดอันดับของไทยในการเป็นจุดหมายปลายทางในการจัด นิทรรศการ ตามดัชนี The Global Association of The Exhibition Industry (UFI) <table border="1"> <thead> <tr> <th>UFI</th> <th>หน่วยวัด</th> <th>2560</th> <th>2561</th> <th>2562</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ระดับเอเชีย</td> <td>อันดับที่</td> <td>7</td> <td>7</td> <td>7</td> </tr> <tr> <td>ระดับอาเซียน</td> <td>อันดับที่</td> <td>1</td> <td>1 (มีพื้นที่ขาย) อย่างต่อเนื่อง</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	UFI	หน่วยวัด	2560	2561	2562	ระดับเอเชีย	อันดับที่	7	7	7	ระดับอาเซียน	อันดับที่	1	1 (มีพื้นที่ขาย) อย่างต่อเนื่อง		7	7	TOP 7 (รักษา อันดับ)	TOP 6	TOP 5
UFI	หน่วยวัด	2560	2561	2562																	
ระดับเอเชีย	อันดับที่	7	7	7																	
ระดับอาเซียน	อันดับที่	1	1 (มีพื้นที่ขาย) อย่างต่อเนื่อง																		
3. จำนวนงานไมซ์ที่เกี่ยวข้องกับ อุตสาหกรรมเป้าหมาย	ผลรวมของจำนวนงานไมซ์ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเป้าหมาย ทั้งงานไมซ์เดิม และไมซ์ใหม่	9	21	25	30	35															
4. จำนวนงานไมซ์นานาชาติระดับโลก หรือภูมิภาค ที่สร้างใหม่ และ/หรืองานที่ ชนะประมูลสิทธิ์ครั้งแรก (New Event or Win Bidding)	ผลรวมของจำนวนงานไมซ์นานาชาติระดับโลกหรือภูมิภาคเอเชีย ที่สร้างใหม่ และ/หรืองานที่ชนะประมูลสิทธิ์ครั้งแรกที่มี การประกาศผลหรือยืนยันการจัดในประเทศไทยอย่างเป็นทางการ ในแต่ละปีงบประมาณ	32	34	36	38	40															

ยุทธศาสตร์ที่ 2: กระจายรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจของภูมิภาคผ่านอุตสาหกรรมไมซ์

ตัวชี้วัด	คำอธิบาย	ข้อมูลพื้นฐาน		ค่าเป้าหมาย		
		61	62e	63	64	65
1. รายได้จากงานไมซ์ในไมซ์ซิตีและคลัสเตอร์	ผลรวมของรายได้จากการจัดงานไมซ์ในไมซ์ซิตีและจังหวัดรอบข้าง (ล้านบาท)	-	-	เพิ่มขึ้น ร้อยละ 5	เพิ่มขึ้น ร้อยละ 5	เพิ่มขึ้น ร้อยละ 5
2. ผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมของการจัดกิจกรรมไมซ์ในภูมิภาค (Regional Economic and Social Impact)	ผลการศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจ (E) และสังคม (S) ที่เกิดขึ้นจากการจัดงานไมซ์ โดยต้องมีผลกระทบทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นและไม่ก่อให้เกิดผลกระทบทางสังคมเชิงลบ	-	-	E และ S ได้ข้อมูล พื้นฐาน	E เพิ่มขึ้น ร้อยละ 5 S ไม่มีผล กระทบใน ด้านลบ	E เพิ่มขึ้น ร้อยละ 5 S ไม่มี ผลกระทบ ในด้านลบ
3. จำนวนงานไมซ์เดิมที่ได้รับการยกระดับให้ได้คุณภาพตามที่กำหนด	ผลรวมของจำนวนงานไมซ์เดิมของภูมิภาคที่ได้รับการพัฒนาหรือยกระดับให้มีคุณภาพตามมาตรฐานที่กำหนด	6 งาน	-	17 งาน	18 งาน	19 งาน
4. จำนวนงานไมซ์ใหม่ที่ สสพ. ผลักดันให้มีการจัดขึ้นในภูมิภาค	นับเฉพาะจำนวนที่เพิ่มขึ้นของงานไมซ์ใหม่ในภูมิภาคที่ สสพ. เป็นผู้ผลักดันให้เกิดการจัดงาน		-	เพิ่มขึ้น 2 งาน	เพิ่มขึ้น 2 งาน	เพิ่มขึ้น 2 งาน
5. จำนวนงานไมซ์ใหม่ระดับนานาชาติที่เมืองเป็นเจ้าภาพ/ ให้การสนับสนุน	นับจำนวนที่เพิ่มขึ้นของงานไมซ์ใหม่ในภูมิภาคที่จังหวัดเสนอตัวเป็นเจ้าภาพจัดงาน หรือจังหวัดให้การสนับสนุนการจัดงาน	-	-	เพิ่มขึ้น 2 งาน	เพิ่มขึ้น 2 งาน	เพิ่มขึ้น 2 งาน

ยุทธศาสตร์ที่ 3: ส่งเสริมภาพลักษณ์ของไมซ์ไทย และ สสปน.

ตัวชี้วัด	คำอธิบาย	ข้อมูลพื้นฐาน		ค่าเป้าหมาย												
		61	62e	63	64	65										
1. ผลสำรวจประเทศที่ได้รับเลือกให้เป็น Mice Destinations	ผลสำรวจ Brand Health Check ในหัวข้อเดิม Attitude Toward MICE Destinations (ข้อคำถาม A7. From these list of countries, please rank your top 3 MICE destinations./Overall result) <table border="1"> <thead> <tr> <th>Brand Health Check</th> <th>หน่วยวัด</th> <th>2560</th> <th>2561</th> <th>2562</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>MICE Destination</td> <td>อันดับที่</td> <td>1</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Brand Health Check	หน่วยวัด	2560	2561	2562	MICE Destination	อันดับที่	1					อันดับ 1	อันดับ 1	อันดับ 1
Brand Health Check	หน่วยวัด	2560	2561	2562												
MICE Destination	อันดับที่	1														
2. ผลสำรวจการรับรู้ภาพลักษณ์ของประเทศไทยด้านจุดเด่นด้านธุรกิจบริการ และอัตลักษณ์ความเป็นไทย	ผลสำรวจ Brand Health Check เพิ่มในหัวข้อใหม่ “กลุ่มเป้าหมายรับรู้ภาพลักษณ์ของประเทศไทยว่ามีจุดเด่นด้านธุรกิจบริการ และอัตลักษณ์ความเป็นไทยตามที่ สสปน. ได้ส่งเสริมการตลาดหรือสร้างภาพลักษณ์”	-	-	ร้อยละ60 ของกลุ่มตัวอย่างรับรู้	ร้อยละ70 ของกลุ่มตัวอย่างรับรู้	ร้อยละ80 ของกลุ่มตัวอย่างรับรู้										
3. ระดับการรับรู้ (Exposure) เรื่องไมซ์ของทุกภาคส่วน	ผลการสำรวจระดับการรับรู้เรื่องไมซ์ และประโยชน์ของไมซ์ จากกลุ่มเป้าหมาย (ทุกภาคส่วน) ได้แก่ หน่วยงานของรัฐและภาคเอกชน รวมถึงประชาชนทั่วไป	-	-	ร้อยละ60 ของกลุ่มตัวอย่างรับรู้	ร้อยละ70 ของกลุ่มตัวอย่างรับรู้	ร้อยละ80 ของกลุ่มตัวอย่างรับรู้										
4. ระดับการรับรู้ถึงบทบาทของ สสปน. ของหน่วยงานภายนอก	ผลสำรวจระดับการรับรู้ถึงบทบาทของ สสปน. จากกลุ่มเป้าหมาย คือ หน่วยงานภายนอก	-	-	ร้อยละ65 ของกลุ่มตัวอย่างรับรู้	ร้อยละ70 ของกลุ่มตัวอย่างรับรู้	ร้อยละ75 ของกลุ่มตัวอย่างรับรู้										

ยุทธศาสตร์ที่ 4: เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ และยกระดับไมซ์ให้เป็นวาระแห่งชาติ

ตัวชี้วัด	คำอธิบาย	ข้อมูลพื้นฐาน		ค่าเป้าหมาย		
		61	62e	63	64	65
1. จำนวนนวัตกรรม/เทคโนโลยีที่พัฒนาหรือนำมาใช้ในอุตสาหกรรมไมซ์	ผลรวมของจำนวนนวัตกรรม/เทคโนโลยีในอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งหมด ทั้งที่ สสปน. พัฒนาขึ้นเอง และส่งเสริมนวัตกรรมอื่นๆ ที่มีอยู่ และสามารถแสดงให้เห็นการเปลี่ยนแปลงภายหลังจากนำมาใช้ เช่น ประสิทธิภาพ การจัดงาน รวดเร็วขึ้น สะดวกขึ้น เข้าถึงได้ง่ายขึ้น ประหยัดค่าใช้จ่าย เป็นต้น	-	-	ได้ข้อมูลพื้นฐาน	เพิ่มขึ้น ร้อยละ 10	เพิ่มขึ้น ร้อยละ 10
2. ระดับความพึงพอใจของผู้ใช้ประโยชน์จากข้อมูลสารสนเทศและองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์	ผลสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้ข้อมูลสารสนเทศและองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ที่ สสปน. ให้บริการในประเด็น เช่น ข้อมูลตรงกับความต้องการ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ ความทันสมัยของข้อมูล รูปแบบการนำเสนอ เป็นต้น	-	ร้อยละ 81	ร้อยละ 83	ร้อยละ 84	ร้อยละ 85
3. จำนวนบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ที่ได้รับการพัฒนาศักยภาพ	ผลรวมของบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ที่ได้รับการพัฒนาจาก สสปน. ได้แก่ 1) ผ่านการรับรองมาตรฐานระดับสากล 2) ผ่านการรับรองมาตรฐานระดับประเทศ (ราย)	197	N/A	1,000	1,020	1,040
4. จำนวนสถานที่จัดงานที่ได้รับมาตรฐาน TMVS / AMVS	ผลรวมของสถานที่จัดงานที่ได้รับมาตรฐาน ได้แก่ สถานที่จัดงานประเทศไทย และสถานที่จัดงานอาเซียน (แห่ง)	136	173	155 แห่ง	167 แห่ง/ 1 ประเภท	180 แห่ง
5. จำนวนหน่วยงานที่ได้รับมาตรฐาน TSEMS	ผลรวมของหน่วยงานที่ได้รับมาตรฐานการบริการการจัดงานอย่างยั่งยืนประเทศไทย (Thailand Sustainable Event Management Standard) (ราย)		10	10	15	20

ตัวชี้วัด	คำอธิบาย	ข้อมูลพื้นฐาน		ค่าเป้าหมาย		
		61	62e	63	64	65
6. ร้อยละความสำเร็จของการปรับปรุงกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์	พิจารณาจากจำนวนกิจกรรมการปรับปรุงกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ที่ดำเนินการได้แล้วเสร็จเทียบกับกิจกรรมที่วางแผนไว้ทั้งหมด	-	-	แล้วเสร็จ ทุก กิจกรรม (ร้อยละ 100)	แล้วเสร็จ ทุก กิจกรรม (ร้อยละ 100)	แล้วเสร็จ ทุก กิจกรรม (ร้อยละ 100)
7. ระดับความสำเร็จในการผลักดันให้ไมซ์เป็นวาระแห่งชาติ	พิจารณาจากความสำเร็จในกิจกรรม ดังต่อไปนี้ 1) ผลักดันแผนปฏิบัติการด้านส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ ระยะ 3 ปี (White Paper:WP) เข้า ครม. เพื่อขอความเห็นชอบ 2) จัดทำ Execution Plan ในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ตามแนวทาง WP 3) ยกร่างพระราชบัญญัติไมซ์	-	-	5 กรม. เห็นชอบ WP	5 บรรลุ เป้าหมาย EP ของปี 64/ได้ แนวทาง จัดทำ พ.ร.บ.ไมซ์	5 บรรลุ เป้าหมาย EP ของปี 65/ ได้ร่าง พ.ร.บ.ไมซ์
8. คะแนนของ MICE Index ภาพรวม	คะแนนรวมของดัชนีอุตสาหกรรมไมซ์ไทยที่ได้จากผลสำรวจ	69	N/A	70	71	72
9. จำนวนหน่วยงานพันธมิตรที่ผลักดันให้เกิดความร่วมมือด้านการศึกษาและพัฒนาไมซ์ในอาเซียน	ผลรวมของจำนวนหน่วยงานพันธมิตรที่ร่วมมือ หรือมีข้อตกลงด้านการศึกษา และพัฒนาไมซ์ในอาเซียน (แห่ง)	-	1	1	1	1

ยุทธศาสตร์ที่ 5: พัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานภายในขององค์กร

ตัวชี้วัด	คำอธิบาย	ข้อมูลพื้นฐาน		ค่าเป้าหมาย		
		61	62e	63	64	65
1. ร้อยละของบุคลากรที่มีผลการประเมินรายบุคคล ผ่านในระดับ “ดี” ในภาพรวม	พิจารณาจากผลการประเมินรายบุคคลในองค์กรประกอบ 3 ด้านได้แก่ 1) ผลการดำเนินงาน 2) ผลการประเมินสมรรถนะ 3) ผลลัพธ์จากจัดทำ IDP ที่เชื่อมโยงกับผลประเมินสมรรถนะ	-	-	ร้อยละ 50	ร้อยละ 60	ร้อยละ 70
2. ร้อยละความผูกพันของบุคลากรต่อองค์กร (EE)	พิจารณาจากผลสำรวจความผูกพันของบุคลากรที่มีต่อ สสปน.	N/A	N/A	ร้อยละ 75	ร้อยละ 78	ร้อยละ 80
3. ร้อยละของกระบวนการที่ได้รับการปรับเปลี่ยนให้เป็นดิจิทัลเทียบเคียงกับแผน	พิจารณาจากจำนวนกระบวนการที่ปรับเปลี่ยนให้เป็นดิจิทัลได้แล้วเสร็จเทียบกับเป้าหมายกิจกรรมที่วางไว้ในแต่ละปี	-	-	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100	ร้อยละ 100
4. ผลการประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ (Integrity & Transparency Assessment: ITA)	พิจารณาจากผลการประเมินของสำนักงานปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (ปปช.) ในกลุ่ม PO ผลประเมินปี 2561 จาก 55 หน่วยงาน คะแนน Max 95.75 คะแนน Min 43.42 คะแนน AVG 83.05	ร้อยละ 56.73	93.35	ร้อยละ 85	ร้อยละ 85	ร้อยละ 85
5. ร้อยละความพึงพอใจของผู้รับบริการ	พิจารณาจากผลการสำรวจความพึงพอใจการให้บริการของผู้รับบริการ	86.11	85.64	ร้อยละ 80	ร้อยละ 85	ร้อยละ 90
6. ร้อยละความสำเร็จของการดำเนินงานตามแผนการจัดการความรู้ของ สสปน.	พิจารณาจากการบรรลุเป้าหมายตัวชี้วัดการจัดการความรู้ ได้แก่ 1) จำนวนกระบวนการที่ได้รับการปรับปรุงที่เป็นผลจากการทำกิจกรรม KM 2) ร้อยละของบุคลากรที่มีส่วนร่วมกับกิจกรรม KM 3) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมของการทำงานในผลสำรวจ EE เกี่ยวกับ Collaboration ความร่วมมือร่วมใจทำงาน “ดีขึ้น”	-	-	ระดับ 5 บรรลุ เป้าหมาย ทั้ง 3 ตัวชี้วัด	ระดับ 5 บรรลุ เป้าหมาย ทั้ง 3 ตัวชี้วัด	ระดับ 5 บรรลุ เป้าหมาย ทั้ง 3 ตัวชี้วัด

ตัวชี้วัด	คำอธิบาย	ข้อมูลพื้นฐาน		ค่าเป้าหมาย		
		61	62e	63	64	65
7. ระดับความสำเร็จของการเพิ่มประสิทธิภาพระบบการบริหารจัดการองค์กร	พิจารณาจากผลสำเร็จของการปรับปรุงประสิทธิภาพของระบบการบริหารจัดการองค์กร โดยนำแนวคิด ISO และ PMQA มาใช้	-	-	ระดับ 5 จัดทำผัง กระบวนการ และ กำหนด มาตรฐาน งาน แล้วเสร็จ ตามเกณฑ์ ISO	ระดับ 5 จัดทำ PMQA แล้วเสร็จ ทุกหมวด และส่ง เข้า ประกวด 1 หมวด	ระดับ 5 ได้รับ รางวัล 1 ใน 6 หมวดงาน ของ PMQA

3.4 รายชื่อแผนงาน/โครงการสำคัญ

ยุทธศาสตร์ที่ 1: ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศด้วยอุตสาหกรรมไมซ์

กลยุทธ์ที่ 1.1 : รักษา และยกระดับกิจกรรมไมซ์เดิมให้เติบโตอย่างมั่นคงและมีความยั่งยืน

แผนงาน/โครงการ	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
1. โครงการเพิ่มจำนวนผู้ซื้อคุณภาพเข้างานแสดงสินค้าในประเทศไทย	EX
2. โครงการยกระดับและพัฒนางานแสดงสินค้านานาชาติ (Existing & Upgrade Show)	EX
3. โครงการเพิ่มจำนวนพื้นที่การจัดแสดงสินค้าในประเทศไทย	EX
4. โครงการยกระดับการแสดงสินค้าเพื่อเตรียมพร้อมการจัดงานร่วมกับผู้จัดงานต่างชาติ (Incubate for Success) (ใหม่)	EX
5. Thailand Incentive and Meeting Exchange (TIME)	MI
6. สร้างความเชื่อมั่นให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในศักยภาพของไทย Familiarization Trip /Familiarization Trip with Partners	MI
7. การสร้างโอกาสทางการขายให้กับผู้ประกอบการผ่านเวที Road Show	MI
8. ส่งเสริมการตลาดเชิงรุกในกลุ่มประเทศเป้าหมาย Sales Mission	MI
9. โครงการกิจกรรมการตลาดในต่างประเทศ	C
10. จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในตลาดกลุ่มเป้าหมาย Trade Show	MI
11. สนับสนุนการประมูลสิทธิ์การเป็นเจ้าของจัดงานในประเทศไทย	MI
12. ส่งเสริมการตลาดแบบมีส่วนร่วม Market Sharing	MI
13. การแต่งตั้งตัวแทนการตลาดในต่างประเทศ (ญี่ปุ่น / อินเดีย / สิงคโปร์ / ภูมิภาคอเมริกาเหนือ / จีน / ภูมิภาคโอเชียเนีย / ภูมิภาคยุโรป / เกาหลีใต้หรือเวียดนาม)	MI
14. การสนับสนุนการจัดประชุมนานาชาติ	C
15. สนับสนุนเพื่อผลักดันการเพิ่มปริมาณนักท่องเที่ยวกลุ่มลูกค้าองค์กรจากต่างประเทศ (Event Support/Subsidy/Mega Event)	MI
16. โครงการศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจ และสังคม ของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย	CSD

ยุทธศาสตร์ที่ 1: ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศด้วยอุตสาหกรรมไมซ์

กลยุทธ์ที่ 1.2 : ขับเคลื่อนกิจกรรมไมซ์ใหม่ตามความต้องการของตลาดและศักยภาพของประเทศ และนโยบายของประเทศ

แผนงาน/โครงการ	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
1. โครงการประมูลสิทธิ์งานเมกะอีเวนต์ระดับโลกที่เกี่ยวข้องกับ S-Curve ให้จัดในพื้นที่ยุทธศาสตร์ของประเทศไทย	MG
2. โครงการสร้าง Industry Flagship ด้านการประชุม	C
3. โครงการจัดงานแสดงสินค้าใหม่ (New Show)	EX
4. โครงการสนับสนุนการจัดงานหลังประมูลสิทธิ์ UFI Global Congress 2019	EX
5. โครงการสร้างพันธมิตรในอุตสาหกรรมแสดงสินค้า	EX
6. จัดตั้งตัวแทนการตลาดในตลาดต่างประเทศสำหรับตลาดการประชุมนานาชาติ	C
7. การสนับสนุนการประมูลสิทธิ์งานประชุมนานาชาติ	C
8. โครงการจัดงานแสดงสินค้า World Iconic ระดับโลก*	EX
9. โครงการจัดงานอุตสาหกรรมการบินและโลจิสติกส์ ไปจัดที่อุตะเถา (ใหม่)	EX

* โครงการที่ดำเนินการเฉพาะปี 2563

ยุทธศาสตร์ที่ 2: กระจายรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจของภูมิภาคผ่านอุตสาหกรรมไมซ์

กลยุทธ์ที่ 2.1 : พัฒนาและยกระดับกิจกรรมไมซ์ เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในภูมิภาค เมือง พื้นที่เศรษฐกิจ

แผนงาน/ โครงการ	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
1. โครงการสร้างการรับรู้สินค้าและบริการด้านไมซ์ในพื้นที่ภูมิภาค (Domestic MICE Fam Trip)	DMICE
2. โครงการสนับสนุนส่งเสริมงานแสดงสินค้าในประเทศ (D-Exhibition)	DMICE
3. โครงการ Empower Thailand Exhibition (EMTEX)	DMICE
4. โครงการสนับสนุนการจัดงานประชุมวิชาการภายในประเทศ (Domestic Convention)	DMICE
5. โครงการ MICE Marketplace เพื่อเชื่อมโยงข้อมูลและความต้องการในการซื้อ/ขายสินค้าและบริการของผู้ประกอบการไมซ์ (ภาคกลาง, ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, ภาคใต้)	Area base/ M2I
6. การทบทวนและประเมินศักยภาพเมืองไมซ์ซิตี้ (MICE City Review/Audit)	Area base
7. การสนับสนุนไมซ์ซิตี้ในการทำการตลาดเมือง (Destination Marketing) โดยใช้ยุทธศาสตร์กำหนดจุดขายเมืองจาก City DNA	Area base
8. โครงการพัฒนาเส้นทางและจัดทำคู่มือวางแผนกิจกรรมไมซ์ในเขตพื้นที่พัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (อีอีซี)*	Area base
9. พัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจในพื้นที่ที่มีศักยภาพ	Area base
10. ยกระดับการจัดงานอีเวนต์นานาชาติของไทยให้ทัดเทียมระดับโลก	MG
11. ศูนย์ประสานงานและอำนวยความสะดวกสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาค	Area base
12. ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจเชื่อมโยงภูมิภาคอาเซียน	DMICE /Area base/ MI/MSD
13. โครงการสนับสนุนการยกระดับความพร้อมพื้นที่ชุมชนสหกรณ์เพื่อรองรับลูกค้ากลุ่มไมซ์ (ไมซ์เพื่อชุมชน)	DMICE
14. โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไมซ์ใหม่ในพื้นที่ไมซ์ซิตี้และเมืองที่มีศักยภาพ (7 Themes)	Area base

* โครงการที่ดำเนินการเฉพาะปี 2563

ยุทธศาสตร์ที่ 2: กระจายรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจของภูมิภาคผ่านอุตสาหกรรมไมซ์

กลยุทธ์ที่ 2.2 : สร้างกิจกรรมไมซ์ เพื่อลดความเหลื่อมล้ำในภูมิภาค เมือง พื้นที่เศรษฐกิจ

แผนงาน/ โครงการ	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
1. โครงการส่งเสริมและกระตุ้นตลาดประชุมสัมมนาภายในประเทศ (ใหม่)	DMICE
2. โครงการสร้างงานไมซ์ขับเคลื่อนเศรษฐกิจภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	Area Base
3. โครงการการดำเนินงานระดับโลกมาจัดในพื้นที่ EEC เพื่อกระตุ้นการลงทุนและสร้างภาพลักษณ์และเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ	EX
4. การดำเนินงานระดับโลกเข้ามาจัดในพื้นที่ Thailand Riviera (Quick Win)	MG
5. เสนอตัวประเทศไทยเป็นเจ้าภาพจัดงานมหกรรมพืชสวนโลก	MG
6. โครงการ THAILAND DOMESTIC MICE TRADESHOW (MICE MART)	DMICE

ยุทธศาสตร์ที่ 3: ส่งเสริมภาพลักษณ์ของไมซ์ไทย และ สสปน.

กลยุทธ์ที่ 3.1 : ส่งเสริมการตลาด สร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยเพื่อให้ไทยเป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ระดับนานาชาติ โดยเน้นจุดเด่นด้านธุรกิจบริการและอัตลักษณ์ความเป็นไทย

แผนงาน/โครงการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
1. โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์แบรนด์ร่วมกับพันธมิตร	MSD
2. โครงการพัฒนากลยุทธ์แบรนด์อุตสาหกรรมไมซ์ประเทศไทย ทั้งในและต่างประเทศ	MSD
3. โครงการซื้อสื่อการตลาดทั้งในและต่างประเทศ (Media Buying)	MSD
4. โครงการกิจกรรมส่งเสริมการตลาด สสปน ทั้งใน และ ต่างประเทศ	MSD
5. โครงการเข้าร่วมงานเทรดโชว์ทั้งในและต่างประเทศ	MSD
6. โครงการบริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Management)	MSD
7. ผลิตเครื่องมือส่งเสริมการขาย	MI
8. โครงการจัดทำผลิตภัณฑ์สนับสนุนการตลาด และสื่อสารการตลาดเฉพาะกลุ่ม (Mi)	MI
9. การดำเนินกิจกรรมการตลาดในประเทศและต่างประเทศ Roadshow/ Sale Mission/Overseas activitiesในตลาดเป้าหมาย	C
10. โครงการตลาดเชิงรุกเพื่อสร้างภาพลักษณ์และสร้างโอกาสในด้านการประชุมนานาชาติของประเทศไทย	C
11. การสร้างเครือข่ายพันธมิตรนานาชาติในวงการอุตสาหกรรมการประชุม	C
12. โครงการจัดกิจกรรมส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ในงาน World Expo 2020 Dubai เพื่อสร้างการรับรู้ความศักยภาพของประเทศไทยในการเปิดโอกาสทางธุรกิจและเป็นเจ้าภาพจัดงานระดับโลก (ใหม่)*	ผู้อำนวยการ
13. โครงการจัดงาน Welcome Reception กิจกรรมส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ในงานเสมือนวันชาติไทยในงาน World Expo 2020 Dubai (ใหม่)*	ผู้อำนวยการ

* โครงการที่ดำเนินการเฉพาะปี 2563

ยุทธศาสตร์ที่ 3: ส่งเสริมภาพลักษณ์ของไมซ์ไทย และ สสปน.

กลยุทธ์ที่ 3.2 : สร้างการรับรู้และปรับมุมมองขององค์กรภายนอก ต่อบทบาทและภาพลักษณ์ของ สสปน.

แผนงาน/โครงการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
1. โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรในและต่างประเทศ	CM
2. โครงการส่งเสริมบทบาทและพันธกิจองค์กร	CM
3. โครงการพัฒนาเนื้อหาและสื่อสร้างการรับรู้องค์กร	CM
4. โครงการสร้างการรับรู้องค์กรผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ (Digital PR)	CM
5. โครงการสร้างการรับรู้องค์กรร่วมกับพันธมิตรทั้งในและต่างประเทศ	CM
6. โครงการ Thailand MICE Forum 2020 (การสร้างภาพลักษณ์ประเทศ และ สสปน)	CEO
7. โครงการกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) (ใหม่)	CM

ยุทธศาสตร์ที่ 4: เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ และยกระดับไมซ์ให้เป็นวาระแห่งชาติ

กลยุทธ์ที่ 4.1 : นำข้อมูลเชิงลึก เทคโนโลยีสารสนเทศ และนวัตกรรมมาสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์

แผนงาน/โครงการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
1. โครงการพัฒนาข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ (National MICE Statistics) 2563	CSD
2. โครงการศึกษาวิจัยนโยบายต่างๆที่มีผลในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์	CSD
3. โครงการเสริมสร้างการวิจัยและพัฒนาเนื้อหาสำหรับ MICE Intelligence Resource Center	M2I
4. โครงการพัฒนาประสิทธิภาพด้านการวิจัยและพัฒนา	CSD
5. โครงการพัฒนานวัตกรรมและ Digital Service เพื่อสนับสนุนการจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ (ใหม่)	M2I
6. โครงการจัดทำระบบวิเคราะห์ MICE Market place Platform (Thai MICE Connect) (ใหม่)	M2I
7. โครงการเสริมสร้างการวิจัยเพื่อผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยนวัตกรรม (MICE Innovation Lab)	M2I
8. โครงการพัฒนาวิสาหกิจเริ่มต้นด้านนวัตกรรมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดงานไมซ์ (Thailand MICE Startup)	M2I

ยุทธศาสตร์ที่ 4: เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ และยกระดับไมซ์ให้เป็นวาระแห่งชาติ

กลยุทธ์ที่ 4.2 : ยกระดับอุตสาหกรรมไมซ์โดยพัฒนาบุคลากรและมาตรฐานผู้ประกอบการ

แผนงาน/โครงการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
1. โครงการมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย (Thailand MICE Venue Standards)	MiceCap
2. โครงการยกระดับมาตรฐานบุคลากรไมซ์ระดับนานาชาติ International Certified & Certification	MiceCap
3. โครงการยกระดับมาตรฐานบุคลากรด้านไมซ์ระดับชาติ National Certified & Certification	MiceCap
4. โครงการพัฒนาผู้ประกอบการไมซ์ด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน	MiceCap
5. โครงการรับรองมาตรฐาน TSEMS (ใหม่)	MiceCap
6. โครงการพัฒนาองค์ความรู้ด้านมาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์	MiceCap
7. โครงการส่งเสริมผู้ประกอบการไมซ์ให้ได้รับมาตรฐานนานาชาติ (ISO)	MiceCap
8. โครงการมาตรฐานสถานที่จัดงานอาเซียน (ASEAN MICE Venue Standards)	MiceCap
9. โครงการมาตรฐานอาชีพไมซ์อาเซียน (ASEAN MRA MICE) (ใหม่)	MiceCap
10. โครงการพัฒนาศักยภาพบุคลากรผ่านหลักสูตรไมซ์มาตรฐานสากลและระบบการจัดหาบุคลากรด้านไมซ์	MiceCap
11. โครงการสร้างความเข้าใจ และเพิ่มมูลค่าตราสัญลักษณ์มาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย (Thailand MICE Venue Standards) (ใหม่)*	MiceCap
12. บ่มเพาะผู้ประกอบการไมซ์ (MI ,C, E) เพื่อรองรับงานระดับนานาชาติ (ใหม่)*	MiceCap

* โครงการที่ดำเนินการเฉพาะปี 2564-2565

ยุทธศาสตร์ที่ 4: เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ และยกระดับไมซ์ให้เป็นวาระแห่งชาติ

กลยุทธ์ที่ 4.3 : ผลักดันและยกระดับไมซ์ให้เป็นวาระแห่งชาติให้ครอบคลุมทุกมิติ ทั้งเชิงนโยบาย มาตรการ และอำนวยความสะดวก ฯลฯ

แผนงาน/โครงการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
1. โครงการบูรณาการการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการยกระดับไมซ์เป็นวาระแห่งชาติ (ใหม่)	CEO
2. โครงการเผยแพร่องค์ความรู้ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและการสร้างเครือข่ายหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ตามนโยบายรัฐบาล (ใหม่)	GCA
3. โครงการบูรณาการหน่วยงานภาครัฐและเอกชนเพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์	GCA
4. โครงการผลักดันมาตรการเชิงนโยบายของภาครัฐและสิทธิประโยชน์ เพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศ	GCA
5. One Stop Service for MICE ตามยุทธศาสตร์การปฏิรูปของรัฐบาล (Ease of Doing Business)	GCA

ยุทธศาสตร์ที่ 4: เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ และยกระดับไมซ์ให้เป็นวาระแห่งชาติ

กลยุทธ์ที่ 4.4 : ร่วมมือกับพันธมิตรทั้งในและต่างประเทศ เพื่อผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ไทยเป็นแกนกลางของอาเซียน

แผนงาน/โครงการ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
1. โครงการพัฒนาศักยภาพการศึกษาไมซ์ระดับภูมิภาค (MICE Academic Cluster) และเครือข่ายเยาวชนไมซ์สู่การเป็นผู้ประกอบการไมซ์รุ่นใหม่ (MICE Student Chapter & MICE Start Up)	MiceCap
2. โครงการบูรณาการความร่วมมือกับเครือข่ายภาคการศึกษา (ใหม่)	M2I
3. โครงการบูรณาการความร่วมมือในการจัดทำองค์ความรู้กับหน่วยงานภาคเอกชน (ใหม่)	M2I
4. โครงการจัดงานสัมมนา MICE Intelligence & Innovation Conference และแลกเปลี่ยนองค์ความรู้กับหน่วยงานพันธมิตรทั้งในและต่างประเทศ *	M2I
5. โครงการเพิ่มขีดความสามารถและประชาสัมพันธ์ประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน	MiceCap
6. โครงการเสริมสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานด้านไมซ์ในอาเซียนด้านการพัฒนาศักยภาพบุคลากรและองค์กร	MiceCap
7. โครงการความร่วมมือ และเสริมสร้างเครือข่ายพันธมิตรระหว่างภาครัฐและเอกชน ทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ	GCA

* โครงการที่ดำเนินการเฉพาะปี 2563

ยุทธศาสตร์ที่ 5: พัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานภายในขององค์กร

กลยุทธ์ที่ 5.1 : ยกระดับศักยภาพบุคลากรของ สสพ. ให้มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร

แผนงาน/โครงการ	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
1. โครงการเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพบุคลากร	ADM
- พัฒนาบุคลากรเฉพาะด้านการประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล	MI
- พัฒนางค์ความรู้ด้าน Content Marketing และ/หรือ Marketing Communication เพื่อให้สามารถควบคุมกำกับหรือผลิตงานได้	MSD
- กิจกรรมเสริมสร้างศักยภาพด้านการพัฒนาบุคลากรแบรนด์ใหม่ซีไทยออนไลน์ (Digital Marketing Skill Management)	MSD
- ค่าลงทะเบียนอบรมสัมมนา Technical skill ในประเทศ	CSD
- โครงการสนับสนุน และพัฒนาบุคลากรขององค์กรด้านกฎหมายและธรรมาภิบาล	OP

ยุทธศาสตร์ที่ 5: พัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานภายในขององค์กร

กลยุทธ์ที่ 5.2 : ใช้นวัตกรรม การจัดการความรู้ และการบูรณาการร่วมกันภายใน สสพ. เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ตามหลักธรรมาภิบาล

แผนงาน/โครงการ	หน่วยงาน ที่รับผิดชอบ
1. โครงการจัดการข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ เพื่อใช้สำหรับการประเมินผลการปฏิบัติงานของ ผอ. สสพ.	ADM
2. โครงการพัฒนาประสิทธิภาพในการบริหารและกำกับดูแลกิจการองค์กรมหาชน	OP
3. โครงการเพิ่มประสิทธิภาพระบบการบริหารจัดการองค์กร (ใหม่)	ผช. ผอ. สายงานบริหาร /ทุกหน่วยงาน ใน สสพ.
4. โครงการศึกษา วิเคราะห์และดำเนินการเพื่อบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลอย่างมีประสิทธิภาพ	ADM
5. โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดซื้อจัดจ้างส่วนกลาง *	ADM
6. โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารภายในองค์กร	CM
7. โครงการเพิ่มประสิทธิภาพด้านการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานของ สสพ. *	CSD
8. โครงการสำรวจความพึงพอใจของหน่วยงานภายนอก	CSD
9. โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดทำแผนงานและงบประมาณ	CSD
10. พัฒนาและยกระดับประสิทธิภาพกลยุทธ์องค์กร	CSD
11. พัฒนาระบบสารสนเทศด้านการประเมินความคุ้มค่าของการดำเนินงานโครงการของ สสพ.	CSD
12. โครงการพัฒนาระบบการจัดการความรู้ของ สสพ. (ใหม่)	ADM/ M2I

* โครงการที่ดำเนินการเฉพาะปี 2563

3.5 ประมาณการวงเงินงบประมาณรวม (2563 – 2565)

3.3.1 ประมาณการวงเงินงบประมาณทั้งหมด

แหล่งเงิน				
เงินงบประมาณแผ่นดิน	เงินรายได้ของหน่วยงาน	เงินกู้		อื่นๆ
		ในประเทศ	ต่างประเทศ	
5,265,722,575	30,000,000	-	-	-

3.3.2 ประมาณการวงเงินงบประมาณตามแผนปฏิบัติการ

1) เรื่องขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศด้วยอุตสาหกรรมใหม่

แผนปฏิบัติการ	2563	2564	2565	วงเงินรวม
เงินงบประมาณแผ่นดิน	458,261,100	550,197,500	630,257,625	1,638,716,225
เงินรายได้ของหน่วยงาน	-	-	-	-
เงินกู้ในประเทศ	-	-	-	-
เงินต่างในประเทศ	-	-	-	-
อื่นๆ	-	-	-	-

2) เรื่องกระจายรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจของภูมิภาคผ่านอุตสาหกรรมใหม่

แผนปฏิบัติการ	2563	2564	2565	วงเงินรวม
เงินงบประมาณแผ่นดิน	410,836,300	421,748,000	461,422,800	1,294,007,100
เงินรายได้ของหน่วยงาน	-	-	-	-
เงินกู้ในประเทศ	-	-	-	-
เงินต่างในประเทศ	-	-	-	-
อื่นๆ	-	-	-	-

3) เรื่องส่งเสริมภาพลักษณ์ของไมซ์ไทย และ สสพ.น.

แผนปฏิบัติการ	2563	2564	2565	วงเงินรวม
เงินงบประมาณแผ่นดิน	346,300,000	399,045,000	448,231,750	1,193,576,750
เงินรายได้ของหน่วยงาน				
เงินกู้ในประเทศ				
เงินต่างในประเทศ				
อื่นๆ				

4) เรื่องเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ และยกระดับไมซ์ให้เป็นวาระแห่งชาติ

แผนปฏิบัติการ	2563	2564	2565	วงเงินรวม
เงินงบประมาณแผ่นดิน	249,570,000	262,257,000	294,131,700	805,958,700
เงินรายได้ของหน่วยงาน	-	-	-	-
เงินกู้ในประเทศ	-	-	-	-
เงินต่างในประเทศ	-	-	-	-
อื่นๆ	-	-	-	-

5) เรื่องพัฒนาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานภายในขององค์กร

แผนปฏิบัติการ	2563	2564	2565	วงเงินรวม
เงินงบประมาณแผ่นดิน	118,434,000	121,328,600	123,701,200	363,463,800
เงินรายได้ของหน่วยงาน	-	-	-	-
เงินกู้ในประเทศ	-	-	-	-
เงินต่างในประเทศ	-	-	-	-
อื่นๆ	-	-	-	-



สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

อาคารสยามพวริวรรณ์ทาวเวอร์ ชั้นที่ 25 และ 26

989 ถนนพระราม 1 แขวงปทุมวัน เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330

โทร : +66 2 694 6000 โทรสาร : +66 2 658 1411 E-mail: info@tceb.or.th

www.businesseventsthailand.com

