

## สรุปผลการดำเนินงานและผลการใช้จ่ายงบประมาณประจำปีงบประมาณ พ .ศ.2561

โครงการ/กิจกรรมภายใต้กลยุทธ์หลัก	หน่วยนับ	เป็รายปี	ผลงานรวม	งบประมาณหลังโอน	คงเหลือ	ใช้ไป
<b>รวมงบประมาณ</b>				958,468,200.00	24,286,390.52	934,181,809.48
<b>โครงการ/กิจกรรมแผนงานบุคคลากร</b>				126,416,400.00	859,812.35	125,556,587.65
<b>โครงการ/กิจกรรมแผนงานพื้นฐาน</b>				57,517,800.00	1,766,392.86	55,751,407.14
<b>โครงการ/กิจกรรมแผนงานยุทธศาสตร์</b>				723,534,000.00	16,430,315.90	707,103,684.10
• เสริมสร้างศักยภาพกลุ่มเป้าหมายเพื่อเพิ่มความต้องการในการจัดงาน				3,911,100.00		3,911,100.00
• Thailand Influencer Educational Trip 2018	ราย	12	12			
• จัดกิจกรรมเพื่อเปิดโอกาสให้กับกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นสมาคมวิชาชีพที่มีศักยภาพได้พบปะและสร้างเครือข่ายระหว่างกัน	ราย	50	89			
• สร้างเครือข่ายพันธมิตรนานาชาติในวงการอุตสาหกรรมการประชุมนานาชาติ				3,089,998.31		3,089,998.31
• เข้าเป็นสมาชิกและเข้าร่วมงานประชุมของสมาคมที่มีบทบาทในวงการการจัดประชุมนานาชาติ ได้แก่ (ผลงาน ICCA , UIA )	ราย	60	147			
• ดำเนินกิจกรรมการตลาดเพื่อสร้างภาพพจน์และแสดงศักยภาพในกลุ่มสมาชิกเป้าหมายเพื่อเพิ่มโอกาสในการจัดงานประชุมนานาชาติเข้าประเทศไทย	กิจกรรม	1	1			
• สนับสนุนการจัดงานประชุมนานาชาติ	ราย	40,000	59,314	47,864,207.31		47,864,207.31
• ส่งเสริมและสนับสนุนเจ้าของงานประชุมนานาชาติในการทำกิจกรรมการตลาดและประชาสัมพันธ์ภายใต้แคมเปญส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์	กิจกรรม	10	10			
• สนับสนุนการประมูลสิทธิ์งานประชุมนานาชาติ	งาน	28	30	10,000,000.00		10,000,000.00
• จัดตั้งตัวแทนการตลาดในตลาดอเมริกาเหนือ และกิจกรรมการตลาดของตัวแทน						
• กำหนดจำนวนงานที่ยื่นประมูลสิทธิ์	RFP	12	12	5,045,559.34	43,843.42	5,001,715.92
• ส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินการการตลาดและกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง				175,167.50	38.50	175,129.00
• จัดทำ ออกแบบ ผลิต สื่อ และสิ่งพิมพ์ เพื่อประชาสัมพันธ์ ฝ่ายฯ สสปน . และประเทศไทย รวมถึงการสั่งทำ Sale kit ของฝ่ายการตลาดฯ (Roll-up banner/ Flyer/ Leaflet/ Sale kit)	ชิ้น	1,523	1,502			
• ค่าใช้จ่ายในกิจกรรมที่ส่งเสริมการตลาดและการบริหารจัดการภายในของฝ่ายฯ	ครั้ง	5	6			

โครงการ/กิจกรรมภายใต้กลยุทธ์หลัก	หน่วยนับ	เป้ารายปี	ผลงานรวม	งบประมาณหลังโอน	คงเหลือ	ใช้ไป
• จัดกิจกรรมการตลาดเชิงรุกสำหรับกลุ่มการจัดประชุมนานาชาติ				2,046,134.34	609.02	2,045,525.32
• เข้าร่วมงาน 22nd Association World Congress	(จำนวนฐานข้อมูลลูกค้าสมาคม) ราย	100	120			
• เข้าร่วมงาน ASAE Asia Pacific	ราย	10	10			
• เข้าร่วมงาน PCOA Conference and Exhibition 2017	ราย	15	30			
• เข้าร่วมงานเทรดโชว์ในตลาดเป้าหมายกลุ่มการจัดงานประชุมนานาชาติ				1,033,970.29	7,441.06	1,026,529.23
• Trade Show - IT&CM China 2018 (Shanghai)	Leads	2	3			
• Trade Show - IMEX Frankfurt 2018 (Frankfurt)	Leads	5	15			
• Trade Show - IMEX America 2018 (Las Vegas)	Leads	5	5			
• Trade Show - IBTM World 2018 (Barcelona)	Leads	5	10			
• จัดกิจกรรม Road show ในตลาดเป้าหมายกลุ่มการจัดงานประชุมนานาชาติ				1,284,721.31	55.14	1,284,666.17
• Roadshow ในประเทศ	หน่วยงาน	50	61			
• Roadshow ต่างประเทศ - เกาหลี	(ลูกค้าเป้าหมายที่เข้าร่วมงาน) ราย	20	41			
• Roadshow ต่างประเทศ - ญี่ปุ่น	(ลูกค้าเป้าหมายที่เข้าร่วมงาน) ราย	15	6			
• จัดกิจกรรม Sales Mission ในตลาดเป้าหมายกลุ่มการจัดงานประชุมนานาชาติ				1,749,996.37	52,709.30	1,697,287.07
• Sales Mission ต่างประเทศ - ยุโรป	ราย	20	27			
• Sales Mission ต่างประเทศ - สิงคโปร์	ราย	10	10			
• Sales Mission ต่างประเทศ - ออสเตรเลีย	ราย	10	14			
• Sales Mission ต่างประเทศ - จีน/ ไต้หวัน	ราย	10	10			
• ส่งเสริมภาพลักษณ์				7,638,645.23		7,638,645.23
• สำนักรวมพร้อมของสถานที่เพื่อรองรับการจัดงานประชุมนานาชาติ (Site Inspection)	ครั้ง	7	11			
• ทัศนศึกษาเพื่อแสดงศักยภาพของประเทศในการรองรับการจัดงานประชุมนานาชาติ (Educational trip)	ราย 2 group (Europe และ Asia)	20	27			
• ยกระดับขีดความสามารถและสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการงานแสดงสินค้าในภูมิภาคและเขตศก. พิเศษ	ครั้ง	1	1	523,000.00		523,000.00

โครงการ/กิจกรรมภายใต้กลยุทธ์หลัก	หน่วยนับ	เป้ารายปี	ผลงานรวม	งบประมาณหลังโอน	คงเหลือ	ใช้ไป
• ส่งเสริมและกระตุ้นการเยี่ยมชม ศึกษาดูงานหรือจัดสัมมนากลุ่มย่อยในโครงการพระราชดำริฯ	หน่วยงาน	30	30	857,245.00		857,245.00
• ส่งเสริมการตลาด DMIC Seminar & Workshop ทั่วประเทศ	กิจกรรม	4	0	1,360,000.00	21,520.00	1,338,480.00
• เข้าร่วมงาน IMEX Frankfurt 2018	ครั้ง	1	1	7,737,093.73	6,150.00	7,730,943.73
• MIC Subsidy ส่งเสริมการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการประชุมวิชาชีพผ่านการสนับสนุนหน่วยงานหรือสมาคมผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการส่งเสริมตลาด DMIC	หน่วยงาน	6	10	3,243,779.33		3,243,779.33
• MIC Subsidy ส่งเสริมและกระตุ้นกิจกรรมการจัดประชุม สัมมนาและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในประเทศ	ราย	10,000	11,470	2,592,210.00		2,592,210.00
• ส่งเสริมการจัดงานแสดงสินค้าภายในประเทศ D-Ex				9,464,115.00	49,650.63	9,414,464.37
• สนับสนุนเพื่อยกระดับงานแสดงสินค้าในประเทศ (Upgrade)	งาน	6	6			
• สนับสนุนเพื่อสร้างงานแสดงสินค้าใหม่ (Invent) และหรือกระจายงานสู่ภูมิภาค (Clone)	งาน	5	5			
• พัฒนางานแสดงสินค้าในประเทศสู่ยุทธศาสตร์ Thailand 4.0	งาน	2	2			
• Empowering Thai Exhibition ปีที่ 3	งาน	2	2	1,700,000.00		1,700,000.00
• เพิ่มประสิทธิภาพและยกระดับการพัฒนาอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าในประเทศ	โครงการ	1	1	500,000.00		500,000.00
• บูรณาการวางแผนเชิงกลยุทธ์ในการทำตลาดร่วมกับพันธมิตรหลักเพื่อขยายตลาดและสนับสนุนให้เกิดงานใหม่				3,470,000.00	0.00	3,470,000.00
• สนับสนุนการดำเนินงานของสถานที่จัดงานแสดงสินค้า (Pitch for Boom)	กิจกรรม	5	3			
• Site Inspection	กิจกรรม	2	3			
• Premier Exhibition Access (PEA)	กิจกรรม	5	5			
• สนับสนุนการจัดงานแสดงสินค้าในประเทศไทย (Upgrade show)						
• สนับสนุนการจัดงานแสดงสินค้าเพื่อพัฒนางานแสดงสินค้าในประเทศไทย ให้มีการเติบโตอย่างยั่งยืน	งาน	25	29	33,461,384.69		33,461,384.69
• สนับสนุนงานแสดงสินค้า Incubate for success	กิจกรรม	2	1	700,000.00		700,000.00
• สนับสนุนการจัดงานแสดงสินค้าใหม่ (New show)						-

โครงการ/กิจกรรมภายใต้กลยุทธ์หลัก	หน่วยนับ	เป่ารายปี	ผลงานรวม	งบประมาณหลังโอน	คงเหลือ	ใช้ไป
<ul style="list-style-type: none"> <li>สนับสนุนงานแสดงสินค้านานาชาติใหม่ในรูปแบบของ Financial Subsidy ที่จะจัดขึ้นในประเทศไทย</li> </ul>	งาน	8	8	9,000,000.00		9,000,000.00
<ul style="list-style-type: none"> <li>โครงการสนับสนุนการจัดงานแสดงสินค้าใหม่ (New Show)</li> </ul>						
<ul style="list-style-type: none"> <li>สนับสนุนงานแสดงสินค้าที่จัดโดยหน่วยงานภาครัฐจากต่างประเทศ (Country Show subsidy)</li> </ul>	งาน	2	1	1,200,000.00		1,200,000.00
<ul style="list-style-type: none"> <li>จัดตั้งตัวแทนการตลาดในต่างประเทศและกิจกรรมการตลาดของตัวแทน</li> </ul>						
<ul style="list-style-type: none"> <li>ตัวแทนการตลาดต่างประเทศ - จีน (เงิน, ได้หวัน, ฮองกง, มาเก๊า)</li> </ul>	Connect Business (Lead)	80	135	3,688,976.25	5,082.75	3,683,893.50
	Exhibiz in Market (จำนวนกลุ่ม)	8	10			
	New lead จากการประชุม	80	83			
<ul style="list-style-type: none"> <li>ตัวแทนการตลาดต่างประเทศ - อินเดีย</li> </ul>	Connect Business (Lead)	200	89	1,494,639.06	993.60	1,493,645.46
	Exhibiz in Market (จำนวนกลุ่ม)	1	0			
	One on one meeting (จำนวนนัด)	150	145			
<ul style="list-style-type: none"> <li>Project base ผู้ประสานงานพื้นถิ่นจัดกิจกรรมและทำการทดลองตลาดตัวแทนฯ (เกาหลี/เวียดนาม)</li> </ul>	กิจกรรม	2	3	1,650,000.00	32,703.58	1,617,296.42
<ul style="list-style-type: none"> <li>ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับกิจกรรมการตลาดเพิ่มเติมในประเทศที่มีตัวแทนของสสปน</li> </ul>	ครั้ง	2	1	200,000.00		200,000.00
<ul style="list-style-type: none"> <li>กิจกรรมทำการตลาดเชิงรุกเพื่อดึงงานแสดงสินค้าระดับโลกเข้ามาจัดในประเทศไทย</li> </ul>	-			2,001,800.00		2,001,800.00
<ul style="list-style-type: none"> <li>Marketing Promotion</li> </ul>						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Visitor Promotion (CONNECT Businesses)</li> </ul>	กลุ่ม	50	46	4,915,000.00		4,915,000.00
	คน	900	1,228			
	คู่ธุรกิจ	2,700	3,786			
<ul style="list-style-type: none"> <li>Exhibitor Promotion - Exhibiz in market</li> </ul>	ตารางเมตร	1,400	1,382	2,200,000.00		2,200,000.00
<ul style="list-style-type: none"> <li>Roadshow and Overseas activities</li> </ul>						
<ul style="list-style-type: none"> <li>Sponsorship/ networking platform</li> </ul>	กิจกรรม	7	7	4,450,000.00	142,361.96	4,307,638.04
	จำนวนนัดหมาย	48	58			
	สิทธิประโยชน์	22	28			
<ul style="list-style-type: none"> <li>Roadshows / Focus Group</li> </ul>	Matching	85	211	5,360,000.00	12,946.39	5,347,053.61

โครงการ/กิจกรรมภายใต้กลยุทธ์หลัก	หน่วยนับ	เป้ารายปี	ผลงานรวม	งบประมาณหลังโอน	คงเหลือ	ใช้ไป
	กิจกรรม	4	4			
	จำนวนผู้เข้าร่วมงาน (คน)	200	318			

โครงการ/กิจกรรมภายใต้กลยุทธ์หลัก	หน่วยนับ	เป็ารายปี	ผลงานรวม	งบประมาณหลังโอน	คงเหลือ	ใช้ไป
• Business Forum	กิจกรรม	3	3	1,450,000.00	123,807.72	1,326,192.28
	จำนวนผู้เข้าร่วม (คน)	130	137			
• One on One Meeting	กิจกรรม	12	11	3,250,000.00	1,647,874.59	1,602,125.41
	จำนวนนัดหมาย	88	90			
• ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	ครั้ง	3	3	190,000.00	41,796.76	148,203.24
• บูรณาการวางแผนเชิงกลยุทธ์ในการทำตลาดร่วมกับพันธมิตรหลักเพื่อขยายตลาดและสนับสนุนให้เกิดงานใหม่						
• Premier Exhibition Access (PEA)	ชิ้นงาน	2	2	631,500.00		631,500.00
• Big Data & Marketing Analysis Management						
• ดำเนินการสร้างโครงข่ายการดำเนินการระบบ software เพื่อใช้ในการพัฒนา Big Data เพื่อจัดทำระบบปฏิบัติการที่ครอบคลุมทางการตลาดทั้งหมด	งาน	1	1	4,995,142.81		4,995,142.81
• บำรุงรักษาระบบ MICE Intelligence และ E-Library	ระบบ	1	1	495,543.75		495,543.75
• สร้างเครือข่ายพันธมิตรด้านข้อมูลของอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ						
• จัดสัมมนา Thailand MICE Intelligence Conference	ครั้ง	1	1	3,000,000.00		3,000,000.00
• ปรับปรุงพัฒนา TCEB Application เพื่อสนับสนุนการจัดงาน MICE แบบ Digital	ร้อยละความสำเร็จของ โครงการฯ	100	66	3,735,399.71		3,735,399.71
• Oversea Networking Session						
• One on One Meeting ในตลาดเอเชียและตลาดยุโรป	นัดหมาย	20	20	4,053,600.00		4,053,600.00
• Home grown clusters development program	งาน	11	11	11,900,000.00		11,900,000.00
	ครั้ง	2	2			
• TCEB Partnership Program				6,100,000.00		6,100,000.00
• สนับสนุนการจัดงานใหม่ที่ไม่เคยจัดในประเทศไทยมาก่อน รวมถึงสนับสนุนการนำงานจากต่างประเทศเข้ามาจัดในประเทศไทยทั้งในรูปแบบการประมูลสิทธิ์ (bidding) และการสนับสนุนการชนะการประมูลสิทธิ์ (won bid)	งาน	6	6			
• International Recognition Program				4,343,200.00	36,815.00	4,306,385.00
• สนับสนุนงาน Major Event ที่จัดเป็นประจำทุกปีเพื่อยกระดับให้สามารถแข่งขันในเวทีนานาชาติได้	งาน	5	5			

โครงการ/กิจกรรมภายใต้กลยุทธ์หลัก	หน่วยนับ	เป้ารายปี	ผลงานรวม	งบประมาณหลังโอน	คงเหลือ	ใช้ไป
• Cluster Event Promotion Program						
• สื่อส่งเสริมการขายสำหรับโครงการ Bangkok Entertainment Fest 2018 (Summer & Winter) และ Chiangmai Fest (*โอนย้ายโครงการจาก 2-61EX12001)	Cluster	3	3	7,103,200.00	97,600.00	7,005,600.00
• เข้าร่วมเป็นสมาชิกกับสมาคมต่างชาติและเข้าร่วมประชุมประจำปี	กิจกรรม	2	2	1,090,000.00		1,090,000.00
	สมาคม	3	3			
• สนับสนุนงานประชุมนานาชาติและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลลูกค้ากลุ่มองค์กร (Corporate) ในประเทศไทย	(Mega Event) งาน	4	6	25,665,396.07		25,665,396.07
	ราย	40,000	147,535			
• สนับสนุนการเป็นเจ้าภาพจัดงาน						
• IT&CMA 2018	(จำนวน Lead) งาน	52	201	26,360,000.00		26,360,000.00
	(จำนวนนัดหมาย) ราย	520	1,719			
	(ผู้ประกอบการ) ราย	60	69			
• SITE Global Conference 2019	งาน	1	1	4,900,000.00		4,900,000.00
• จัดตั้งตัวแทนการตลาดในต่างประเทศและการเข้าร่วมประจำปีและกิจกรรมการตลาดของตัวแทน	ราย	7	7	24,402,000.00	15,786.83	24,386,213.17
• Rep จีน	MI Visitor (ราย)	28,000	105,110			
• Rep ญี่ปุ่น	MI Visitor (ราย)	2,200	5,860			
• Rep ยุโรป (สหราชอาณาจักร)	MI Visitor (ราย)	4,000	4,079			
• Rep สิงคโปร์	MI Visitor (ราย)	8,000	11,274			
• Rep อเมริกา	MI Visitor (ราย)	5,500	5,954			
• Rep ออสเตรเลีย	MI Visitor (ราย)	3,500	3,808			
• Rep อินเดีย	MI Visitor (ราย)	24,000	58,252			
• Rep จีน	จำนวน Mega Group (งาน)	5	30			
• Rep สิงคโปร์	จำนวน Premium Group (งาน)	5	7			
• Rep อินเดีย	จำนวน Premium Group (งาน)	10	10			
• เข้าร่วมกิจกรรมการตลาดของตัวแทนการตลาดและเข้าร่วมประชุมประจำปี (Marketing Activities)	ครั้ง	15	17	7,807,927.93	3,042.19	7,804,885.74

โครงการ/กิจกรรมภายใต้กลยุทธ์หลัก	หน่วยนับ	เป็ารายปี	ผลงานรวม	งบประมาณหลังโอน	คงเหลือ	ใช้ไป
	ครั้ง	1	1			
• แลกเปลี่ยนข้อมูลกับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมด้านการประชุมและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล				1,573,157.00	12,000.04	1,561,156.96
• ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลกลยุทธ์การตลาด	ชิ้นงาน	1	1			
• แลกเปลี่ยนข้อมูลกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (Industry Hearing/Focus Group) และจัดทำ Market Briefing ให้กับผู้ประกอบการ	ครั้ง	5	6			
• จัดทำผลิตภัณฑ์/สื่อ/สิ่งพิมพ์เพื่อส่งเสริมการตลาดและสื่อสารการตลาดในอุตสาหกรรมเป้าหมาย (*โอนย้ายโครงการไป 2-61MS13001-ปรับแผนงาน)	ชิ้นงาน	2	2	68,480.00		68,480.00
• ร่วมกิจกรรมการตลาดเชิงรุกร่วมกับเครือข่ายพันธมิตร						
• เข้าร่วมกิจกรรมการตลาดกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อเป็นช่องทางในการขยายตลาด	ครั้ง	3	4	6,863,427.64	7,601.41	6,855,826.23
• จัดทำและบริหารจัดการคู่มือทรรศการประเทศไทย ประจำปี 2561				19,000,000.00		19,000,000.00
• โครงการจัดกิจกรรมการตลาด Trade show				15,449,002.82		15,449,002.82
• Trade Show - IT&CM China 2018 (Shanghai)	งาน	1	1			
• Trade Show - IMEX Frankfurt 2018	งาน	1	1			
• Trade Show - IMEX America 2018 (Las Vegas)	งาน	1	1			
• Trade Show - IBTM World 2018 (Barcelona)	กิจกรรม	1	1			
• เข้าร่วมงานเทรดโชว์ในตลาดเป้าหมายกลุ่มการประชุมและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล				3,464,239.89	70,000.38	3,394,239.51
• Trade Show - IT&CM China 2018 (Shanghai)	จำนวน Lead	26	46			
	จำนวนนัดหมาย	195	335			
	ผู้ประกอบการ	13	14			
• Trade Show - IMEX Frankfurt 2018	จำนวน Lead	28	71			
	จำนวนนัดหมาย	210	598			
	ผู้ประกอบการ	14	23			
• Trade Show - IMEX America 2018 (Las Vegas)	จำนวน Lead	16	20			
	จำนวนนัดหมาย	120	318			
	ผู้ประกอบการ	8	11			



โครงการ/กิจกรรมภายใต้กลยุทธ์หลัก	หน่วยนับ	เป้ารายปี	ผลงานรวม	งบประมาณหลังโอน	คงเหลือ	ใช้ไป
• Trade Show - IBTM World 2018 (Barcelona)	จำนวน Lead	32	34			
	จำนวนนัดหมาย	240	758			
	ผู้ประกอบการ	16	24			
• จัดกิจกรรม Road show ในตลาดเป้าหมายกลุ่มการประชุมและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล				7,910,770.06	10,557.95	7,900,212.11
• Road Show - China (2 เมือง)	ผู้ประกอบการ	8	24			
	ลูกค้า Agent (ราย)	80	161			
	ลูกค้า Corp.	10	10			
• Road Show - India (2 เมือง)	ผู้ประกอบการ	10	35			
	ลูกค้า Agent (ราย)	100	280			
	ลูกค้า Corp.	20	50			
• Road Show - Malaysia & Singapore	ผู้ประกอบการ	10	25			
	ลูกค้า Agent (ราย)	70	132			
• Road Show - Europe (1 เมือง)	ผู้ประกอบการ	5	14			
	ลูกค้า Agent (ราย)	25	42			
• Road Show - Australia (2 เมือง)	ผู้ประกอบการ	6	16			
	ลูกค้า Agent (ราย)	50	70			
• จัดกิจกรรม Sales Mission ในตลาดเป้าหมายกลุ่มการประชุมและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล				2,761,576.42	172,508.80	2,589,067.62
• Sales Mission - Asia Pacific North Asia	ลูกค้า (ราย)	15	94			
• Sales Mission - New Market ลาตินอเมริกา (Brazi/Argentina)	ลูกค้า (ราย)	10	39			
• Sales Mission - อเมริกา (Mid West)	ลูกค้า (ราย)	10	16			
• บริการอำนวยความสะดวกในการเข้าเมืองของนักเดินทางกลุ่มไมซ์ (MICE Lane)				1,863,370.00	59,790.00	1,803,580.00
• สนับสนุนการเป็นเจ้าภาพจัดงาน IT&CMA 2018						
• IT&CMA 2018	กิจกรรม	1	3	11,581,626.00		11,581,626.00
• ผลิตนิตยสารดิจิทัลสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE Digital Magazine)	ฉบับ	3		1,000,000.00		1,000,000.00
• ปรับปรุงพัฒนาระบบเว็บไซต์ท่าและบำรุงรักษาระบบเว็บไซต์ สสปน .	ร้อยละความสำเร็จของโครงการ	100	4.53	5,000,000.00		5,000,000.00
• พัฒนาระบบข้อมูลสำหรับเว็บไซต์ท่า	ร้อยละความสำเร็จของโครงการ	100		4,000,000.00		4,000,000.00

โครงการ/กิจกรรมภายใต้กลยุทธ์หลัก	หน่วยนับ	เป่ารายปี	ผลงานรวม	งบประมาณหลังโอน	คงเหลือ	ใช้ไป
• ปรับแต่งโครงสร้างและองค์ประกอบของเว็บไซต์ สสปน . (Search Engine Optimization : SEO)	ร้อยละความสำเร็จของโครงการฯ	100	15.53	4,000,000.00	120,000.00	3,880,000.00
• สำรองจัดเก็บข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์	เรื่อง	4	4	12,424,500.00		12,424,500.00
• พัฒนาประสิทธิภาพ MICE Intelligence Center				2,299,026.10		2,299,026.10
• จัดทำ MICE Review	ฉบับ	3,000	3,000			
• จัดทำรายงานอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE Industry report)	รายงาน (ฉบับ)	1	7			
• สร้างเครือข่ายพันธมิตรด้านข้อมูลของอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ						
• ประชุมแลกเปลี่ยนข้อมูลและทำกิจกรรมร่วมมือกับพันธมิตรทั้งภายในและต่างประเทศ	ครั้ง	5	10	707,341.42		707,341.42
• ส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรในประเทศ				14,476,000.00	610,610.65	13,865,389.35
• สร้างการรับรู้และความเข้าใจถึงบทบาท หน้าที่และการบริการในประเทศ และการรับรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์	5 เท่าของการลงทุน	64,630,000	614,026,266			
	ครั้ง	12	20			
	สื่อ	30	413			
• ผลิตเอกสารประชาสัมพันธ์และการสื่อสารองค์กรในประเทศ และการจัดจ้าง บริษัทประชาสัมพันธ์เพื่อการสร้างการรับรู้และความเข้าใจในประเทศประจำปี (ส่งเสริมองค์กรและการตลาดไมซ์)	ชิ้นงาน	17	203			
• สื่อมวลชนสัมพันธ์ในประเทศ อาทิ กิจกรรมขอบคุณสื่อมวลชนประจำปี และการสนับสนุนสื่อมวลชนในโอกาสต่างๆ เป็นต้น	สื่อ	100	173			
• จัดการฐานข้อมูลสื่อมวลชน	รายชื่อสื่อ	100	395			
• ติดตามตรวจสอบข่าวประชาสัมพันธ์ในและต่างประเทศโดยผู้ให้บริการ	ครั้ง	12	13			
• จัดทำวารสารข่าวประชาสัมพันธ์ สสปน . (TCEB Newsletter)	ครั้ง	6	4			
	ฉบับ	24,000	19,000			
• การสร้างความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)	กิจกรรม	1	1			
	มูลค่าสื่อประชาสัมพันธ์ 3 ล้านบาท	3,000,000	3,000,000			
	ราย	100	120			
• จัดทำรายงานประจำปี สสปน .	เล่ม	300	300			

โครงการ/กิจกรรมภายใต้กลยุทธ์หลัก	หน่วยนับ	เป่ารายปี	ผลงานรวม	งบประมาณหลังโอน	คงเหลือ	ใช้ไป
• กิจกรรมเพิ่มประสิทธิภาพและสนับสนุนงานด้านการส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรในประเทศ	คน	1	1			
• กิจกรรมสนับสนุนการจัดงานเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กร	งาน	1	2			
• ประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างการรับรู้องค์กรในฐานะผู้ผลักดันการจัดงานไมซ์ในเมืองไมซ์จีดีดีและเมืองรอง	งาน	1	1			
• กิจกรรมเชิญสื่อมวลชนในประเทศเข้าร่วมงานสสพ. .	จำนวนสื่อ	30	140			
	ครั้ง	1	1			
	สื่อ	1	2			
• ส่งข่าวประชาสัมพันธ์เพื่อสื่อสารองค์กร				720,000.00	23,476.24	696,523.76
• ส่งข่าวประชาสัมพันธ์ในและต่างประเทศ โดยผู้ให้บริการ	ครั้ง	24	24			
• สร้างการรับรู้องค์กร				3,189,405.00		3,189,405.00
• เผยแพร่สื่อสร้างการรับรู้องค์กร อาทิ สิ่งพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ ครอบคลุมทั่วประเทศและเมืองไมซ์เป้าหมาย	ครั้ง	10	20			
	ชิ้นงาน	10	15			
• เชิญสื่อมวลชนต่างประเทศร่วมสัมผัสประสบการณ์ไมซ์ (International Media fam Trip)	สื่อ (ราย)	30	36	7,000,000.00	39,660.00	6,960,340.00
• สนับสนุนการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดกลุ่มประชุมสัมมนาและศึกษาดูงานร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	คน	3,000	4,867	168,400.00		168,400.00
• พัฒนาผลิตภัณฑ์จากชุมชนเพื่อส่งเสริมให้เป็น MICE SOUVENIR						
• ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เพื่อใช้ในการจัดประชุมสัมมนาต่างๆ โดยใช้วัสดุจากชุมชนและท้องถิ่นต่างๆ นำมาจัดทำเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกต้นแบบ (Product Design & Development)	งาน	1	1	497,015.00		497,015.00
• IMC project Thailand's Exhibitions for AEC				5,700,000.00	31,771.35	5,668,228.65
• จัดกิจกรรมการตลาดร่วมกับพันธมิตรเพื่อประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมการแสดงสินค้านานาชาติ	กิจกรรม	4	6			
• Fam Trip / Famtrip with Partners	งาน	4	5	3,420,000.00	89,249.92	3,330,750.08
	ลูกค้า (ราย)	24	42			
• เสริมสร้างประสบการณ์ทางการตลาด (TIME) Thailand Incentive and Meeting Exchange	ผู้ประกอบการ (ราย)	100	184	8,912,694.00	35,878.56	8,876,815.44
	ลูกค้า (ราย)	30	32			

โครงการ/กิจกรรมภายใต้กลยุทธ์หลัก	หน่วยนับ	เป้าหมายปี	ผลงานรวม	งบประมาณหลังโอน	คงเหลือ	ใช้ไป
• ประชาสัมพันธ์ออนไลน์แคมเปญร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจของ สสพ. สำหรับตลาดต่างประเทศ	ปริมาณการรับรู้ (Visibility) ผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ ของ สสพ. ของกลุ่มผู้ใช้ข้อมูลจากต่างประเทศ (VIEW)	5,625,000	0	5,000,000.00		5,000,000.00
• บริหารจัดการสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Management) และการสื่อสารประชาสัมพันธ์ e-Mail Marketing ของ สสพ.	ปริมาณการรับรู้ (Visibility) ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ ของ สสพ. ของผู้ใช้ข้อมูลจาก ดปท. (VIEW)	2,000,000	3,626,637.01	4,500,000.00		4,500,000.00
• ประชาสัมพันธ์ออนไลน์เพื่อสนับสนุนการจัดประชุม สัมมนาในประเทศ ในพื้นที่ชุมชน เพื่อช่วยกระจายรายได้ให้กับชุมชนอย่างยั่งยืน	ปริมาณการรับรู้ (Visibility) การจัดประชุมในชุมชน ผ่านช่องทางออนไลน์ของกลุ่มผู้ใช้ข้อมูลในปท. (VIEW)	1,500,000		5,000,000.00		5,000,000.00
• สื่อสารการตลาดครบวงจรอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ (IMC Thailand's MICE)				21,135,857.81	1,062,431.50	20,073,426.31
• จัดกิจกรรม Content marketing	Viewership ชิ้นงาน	50,000 80	143,678 127			
• จัดกิจกรรมโฆษณาประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศเจาะกลุ่มเป้าหมายในอุตสาหกรรม Events & Festivals	Viewership	200,000	7,714,238			
• ผลิตสื่อส่งเสริมการตลาดสำหรับตลาดในและต่างประเทศภายใต้แคมเปญประเทศไทย ปี 2561	ชิ้นงาน เล่ม (ต่างประเทศ) เล่ม (ในประเทศ)	125 5,000 2,500	163 5,000 4,500			
• ผลิตของที่ระลึกสำหรับกิจกรรมการตลาด	ชิ้นงาน	8,000	42,875			
• ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	ครั้ง	8	5			
• VDO Marketing เพื่อนำเสนอ เนื้อหาข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์สร้างการรับรู้ทั้งในและต่างประเทศ	ชิ้นงาน	50	31			
• พัฒนาแบรนด์และส่งเสริมภาพลักษณ์อุตสาหกรรมไมซ์ไทย				12,850,000.00	3,990.77	12,846,009.23
• เข้าร่วมกิจกรรมทางการตลาด เช่น Trade Show / Road Show	งาน	3	4			

โครงการ/กิจกรรมภายใต้กลยุทธ์หลัก	หน่วยนับ	เป่ารายปี	ผลงานรวม	งบประมาณหลังโอน	คงเหลือ	ใช้ไป
• จัดหาแบรนด์เอเจนซี่สำหรับพัฒนาแบรนด์ Destination Marketing อุตสาหกรรม	ครั้ง	1	1			
• จัดทำแบรนด์ Brand Health Check แปรนต์ไทย	แผนงาน	1	0.15			
• ออกแบบและจัดทำชิ้นงานประชาสัมพันธ์และส่งเสริมภาพลักษณ์แปรนต์อุตสาหกรรมไมซีไทย						
• พัฒนาธุรกิจสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมไมซีในต่างประเทศ				3,200,000.00	400,000.00	2,800,000.00
• Thailand CONNECT Welcome Package 2018	แพคเกจ	1	1			
• ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศร่วมกับสมาคมส่งเสริมการจัดประชุมแห่งเอเชีย	ครั้ง	2	2			
• สร้างการรับรู้อุตสาหกรรมไมซีในประเทศและต่างประเทศ (Advertising Campaign)				32,214,200.00	150,000.00	32,064,200.00
• ซื้อสื่อเจาะกลุ่มอุตสาหกรรม MICE , Industry , Association Media (offline/online)ทั้งในและต่างประเทศ	Reach ครั้ง	11,000,000 245	866,611.33 85			
• ซื้อสื่อผ่านโทรทัศน์ต่างประเทศ (Global Media Campaign)	Reach ครั้ง ชิ้นงาน	20,000,000 2 2	51,842 1 1			
• ส่งเสริมการตลาดผ่าน Event Media Sponsorship ทั้งในและต่างประเทศ	งาน	1	1			
• ร่วมมือกับพันธมิตรส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางไมซีในเอเชีย				6,000,000.00		6,000,000.00
• ผลิตและเผยแพร่สื่อส่งเสริมการตลาดเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศไทยเป็นจุดหมายไมซีร่วมกับพันธมิตร ผ่านสื่อต่างประเทศ	ครั้ง จำนวนคนรับรู้ (Household) ชิ้นงาน	1 10,000,000 2	6 8,510,000 6			
• ส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กรในต่างประเทศ						
• สร้างการรับรู้และความเข้าใจถึงบทบาทและพันธกิจขององค์กรความสำคัญของอุตสาหกรรมไมซีและการส่งเสริมตลาดไมซีในต่างประเทศ	ครั้ง จำนวนสื่อ (คน)	7 70	7 88	1,975,509.86	79,862.06	1,895,647.80
• สร้างการรับรู้ผ่านสื่อหรือกิจกรรมในงาน International Trade Show (Visibility or Activity)				6,300,000.00	9,802.24	6,290,197.76
• ส่งเสริมการตลาดผ่านการจัดงานของสื่อทั้งในและต่างประเทศ (Event Media Sponsorship)	งาน	3	0	1,000,000.00		1,000,000.00
• จัดทำแผนกลยุทธ์การตลาดและการสื่อสารในและต่างประเทศแผนปีงบประมาณ 2561	แผนงาน	1	0	1,350,000.00		1,350,000.00

โครงการ/กิจกรรมภายใต้กลยุทธ์หลัก	หน่วยนับ	เป็ารายปี	ผลงานรวม	งบประมาณหลังโอน	คงเหลือ	ใช้ไป
• จัดกิจกรรมการตลาด สสปน.				10,230,578.50		10,230,578.50
• จัดทำบูธประชาสัมพันธ์สสปน. เคลื่อนที่ (Pop-Up Thailand)	งาน	13	14			
• สนับสนุนการจัดงานทางการตลาดสสปน. ทั้งในและต่างประเทศ	งาน	13	18			
• เดินทางในและต่างประเทศเพื่อสนับสนุนกิจกรรมการตลาด	ครั้ง	5	12			
• ซื้อสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อเผยแพร่ชิ้นงาน Advertorial	ครั้ง	5	11			
• จัดอบรม				4,346,300.00		4,346,300.00
• หลักสูตรการพัฒนาความรู้ ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน (Technical Skill)	ครั้ง	11	49			
• หลักสูตรการพัฒนาผู้บริหาร Leadership & Management Skill & Behavior	ครั้ง	5	6			
• หลักสูตรการพัฒนาตนเองเพื่อเสริมสร้างทักษะการทำงาน (Soft Skill)	ครั้ง	5	17			
• จัดทำฐานข้อมูลของส่วนงานพัสดุและบริการสำนักงานและ EGP	คน	1	0	396,000.00	-	396,000.00
• นำร่องจัดซื้อจัดจ้างกลาง	คน	6	0	792,000.00	-	792,000.00
• พัฒนาระบบงานบริหารและพัฒนาทรัพยากรบุคคล	ครั้ง	2	3	1,900,000.00	-	1,900,000.00
• จัดการข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ เพื่อใช้สำหรับการประเมินผลการปฏิบัติงาน	ครั้ง	2	2	200,000.00	-	200,000.00
• สื่อสารและสร้างความเข้าใจ Core Value ขององค์กร	ครั้ง	2	2	1,000,000.00	-	1,000,000.00
• พัฒนาระบบ Intranet	ครั้ง	2	0	700,000.00	-	700,000.00
• จัดหาซอฟต์แวร์ ประจำสำนักงาน	ครั้ง	1	0	341,000.00	23,210.00	317,790.00
• ปรับปรุงกระบวนการและระบบบัญชีและการเงินอย่างต่อเนื่อง				-	-	-
• จัดจ้างผู้สอบบัญชี ประจำปีงบประมาณ 2561	ฉบับ	1	1	500,000.00	-	500,000.00
• พัฒนาระบบงานด้านบัญชีและการเงิน	เรื่อง	4	4	628,000.00	497,601.24	130,398.76
• จัดหาลูกจ้างโครงการฯ	คน	2	2	492,000.00	24,000.00	468,000.00
• MICE Academy				7,900,000.00	-	7,900,000.00
• International MICE Paper Presentation	คน	100	491			
• พัฒนาหลักสูตรด้านไมซ์ หนังสือและสื่อการเรียนการสอน	หลักสูตร	1	0			
• สนับสนุนเครือข่ายด้านการศึกษาไมซ์ (MICE Academic Cluster) และจัดงาน MICE Academy Day	จังหวัด	2	3			
• Roadshow -Academic Exchange Program (AEP)				2,200,000.00		2,200,000.00
• Roadshow Academic Exchange Program	ประเทศ	2	6			

โครงการ/กิจกรรมภายใต้กลยุทธ์หลัก	หน่วยนับ	เป้ารายปี	ผลงานรวม	งบประมาณหลังโอน	คงเหลือ	ใช้ไป
• สนับสนุนงาน “AFECA Asia MICE Youth Challenge 2018”	กิจกรรม	1	0			
	คน	6	0			

โครงการ/กิจกรรมภายใต้กลยุทธ์หลัก	หน่วยนับ	เป็ารายปี	ผลงานรวม	งบประมาณหลังโอน	คงเหลือ	ใช้ไป
<ul style="list-style-type: none"> <li>สนับสนุนงาน “Students Academic Exchange Program”</li> </ul>	กิจกรรม	1	2			
	คน	10	38			
<ul style="list-style-type: none"> <li>สนับสนุนงบประมาณด้านการศึกษาและพัฒนาให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์</li> </ul>						
<ul style="list-style-type: none"> <li>สนับสนุนงบประมาณด้านการศึกษาและพัฒนาบุคลากรและองค์กรให้แก่สมาคมและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ</li> </ul>	หน่วยงาน	4	4	2,200,000.00		2,200,000.00
<ul style="list-style-type: none"> <li>จัดหลักสูตรประกาศนียบัตรด้านไมซ์ระดับนานาชาติ (International MICE Certification Program)</li> </ul>				13,500,000.00		13,500,000.00
<ul style="list-style-type: none"> <li>จัดหลักสูตรด้านการจัดงานแสดงสินค้าระดับนานาชาติ (CEM- Certified in Exhibition Management)</li> </ul>	คน	30	81			
	หลักสูตร	9	9			
<ul style="list-style-type: none"> <li>จัดหลักสูตรด้านการจัดงานประชุมนานาชาติ (CMP - Certified Meeting Professional)</li> </ul>	คน	30	48			
	หลักสูตร	1	1			
<ul style="list-style-type: none"> <li>เข้าร่วมงานประชุมนานาชาติเพื่อเสริมสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานด้านไมซ์ระดับนานาชาติด้านการศึกษาและพัฒนา อาทิ ประชุมคณะกรรมการการศึกษา สมาคม UFI, IAEE, DMAI และให้การสนับสนุนงาน IAEE Annual Convention เป็นต้น</li> </ul>	งาน	4	5			
<ul style="list-style-type: none"> <li>สนับสนุนและพัฒนามาตรฐานระดับนานาชาติ</li> </ul>				4,453,499.00		4,453,499.00
<ul style="list-style-type: none"> <li>สร้างความรู้ความเข้าใจตามแนวความคิดการดำเนินธุรกิจอย่างมีมาตรฐาน ผ่านกิจกรรม MICE Standard Day 2018</li> </ul>	กิจกรรม	1	1			
<ul style="list-style-type: none"> <li>สนับสนุนด้านการเงินและพัฒนาผู้ประกอบการไมซ์ที่ขอรับรองมาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์ในด้านต่างๆให้สามารถแข่งขันได้ในระดับนานาชาติ</li> </ul>	องค์กร	12	11			
<ul style="list-style-type: none"> <li>ส่งเสริมมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย Thailand MICE Venue Standard (TMVS)</li> </ul>				9,969,922.90	0.00	9,969,922.90
<ul style="list-style-type: none"> <li>ตรวจประเมินและเผยแพร่สถานที่ประกอบการไมซ์ที่ขอรับรองมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย TMV/C</li> </ul>	พื้นที่	5	10			
	แห่ง	120	120			



โครงการ/กิจกรรมภายใต้กลยุทธ์หลัก	หน่วยนับ	เป็รายปี	ผลงานรวม	งบประมาณหลังโอน	คงเหลือ	ใช้ไป
• ส่งเสริมมาตรฐานสถานที่จัดงานอาเซียน ASEAN MICE Venue Standard						
• เข้าร่วมประชุมและจัดทำข้อมูลมาตรฐานสถานที่จัดงานอาเซียน ASEAN MICE Venue Standard	กิจกรรม	2	6	90,077.10		90,077.10
• ยกระดับความสามารถ พัฒนางองค์ความรู้ และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน และการจัดงานโดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ				6,050,331.70		6,050,331.70
• จัดอบรมหลักสูตร “การจัดประชุมสัมมนาและนิทรรศการอย่างยั่งยืน”	คน หลักสูตร	50 1	64 1			
• จัดทำ Thailand MICE Sustainability Standard	มาตรฐาน	1	1			
• จัดกิจกรรมกระตุ้นการตระหนักรู้ ชี้ให้เห็นความสำคัญ และก้าวทันแนวโน้มต่างๆ ด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน ผ่านกิจกรรม MICE Sustainability Forum 2018	คน	250	250			
• พัฒนาผู้ประกอบการผ่านโครงการส่งเสริมด้าน Sustainability อื่นๆ ที่ผู้ประกอบการสามารถใช้เป็นช่องทางในการมีส่วนร่วมด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม	องค์กร	3	10			
• ส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะผู้นำด้านการจัดการประชุมสัมมนาและนิทรรศการอย่างยั่งยืน (MICE Sustainable Destination)				2,100,000.00		2,100,000.00
• เข้าร่วมกิจกรรมการจัดลำดับ Sustainable Destination (Index / Ranking)	ครั้ง	1	1			
• สร้างความร่วมมือกับพันธมิตรหรือองค์กรด้าน Sustainability ทั้งระดับชาติและนานาชาติ	องค์กร	1	1			
• เพิ่มประสิทธิภาพและสนับสนุนงานด้านการสื่อสารภายในองค์กร	คน ชิ้นงาน	1 12	1 241	1,300,000.00		1,300,000.00
• The Royal Project Itinerary Development						
• พัฒนาศักยภาพความพร้อมในพื้นที่โครงการพระราชดำริ เพื่อรองรับการจัดประชุมสัมมนา และเพื่อให้เกิดเป็นโครงการต้นแบบ	หน่วยงาน	80	53	2,390,000.00		2,390,000.00
• สนับสนุนกิจกรรมการตลาดสมาคมการแสดงสินค้าไทย (TEA Marketing Support)	กิจกรรม	12	12	2,500,000.00		2,500,000.00
• ศึกษาและพัฒนามาตรฐานกิจกรรมการตลาดและงานแสดงสินค้านานาชาติ				5,400,000.00	369,914.00	5,030,086.00
• ตรวจสอบวัดผลมาตรฐานงานแสดงสินค้านานาชาติของประเทศไทย (Exhibition Audit)	งาน	50	57			
• ตรวจสอบวัดผลการทำการจับคู่ธุรกิจแคมเปญ CONNECT Businesses	กลุ่ม	50	59			

โครงการ/กิจกรรมภายใต้กลยุทธ์หลัก	หน่วยนับ	เป็รายปี	ผลงานรวม	งบประมาณหลังโอน	คงเหลือ	ใช้ไป
• สํารวจความพึงพอใจต่อการให้บริการของตัวแทนการตลาดในต่างประเทศ	รายงาน	3	0			
• จัดซื้อและจัดทำรายงานและข้อมูลความเคลื่อนไหวของอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้า	รายงาน	2	2			
• ประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมของการจัดงาน Festival & Event				-	-	-
• ประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมของการจัดงาน Festival & Event สํหรับงานใหม่ภายใต้โครงการ TCEB Partnership Program	งาน	3	4	900,000.00	-	900,000.00
• ประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมของการจัดงาน Festival & Event สํหรับงาน Existing ภายใต้โครงการ International Recognition Program	งาน	3	3	900,000.00	-	900,000.00
• ประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมของการจัดงาน Festival & Event สํหรับงาน Home Grown ภายใต้โครงการ Home Grown Cluster Development Program	งาน	11	11	2,200,000.00	-	2,200,000.00
• สร้างความร่วมมือหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ภาครัฐและเอกชน เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์				-	-	-
• เข้าร่วมประชุมร่วมกับหน่วยงานพันธมิตรภาครัฐและเอกชน (Team Thailand) ในต่างประเทศ - ภาคพื้นทวีปเอเชียและแปซิฟิก	ราย	6	6	818,562.55	-	818,562.55
	หน่วยงาน	3	5	-	-	-
• เข้าร่วมประชุมร่วมกับหน่วยงานพันธมิตรภาครัฐและเอกชน (Team Thailand) ในต่างประเทศ - ภาคพื้นทวีปยุโรป	ราย	6	3	1,023,568.75	0.40	1,023,568.35
	หน่วยงาน	3	2	-	-	-
• เข้าร่วมการประชุมกับเครือข่ายหน่วยงานภาครัฐของกลุ่มประเทศอาเซียน และอาเซียนบวกสาม เพื่อการส่งเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ไทย	ครั้ง	2	2	119,524.18	-	119,524.18
• จัดประชุมความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์	ครั้ง	1	2	720,448.16	-	720,448.16
• จ้างเหมาบริการเพื่อประสานงานการประชุม	ราย	1	1	280,000.00	-	280,000.00
• บูรณาการหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันอุตสาหกรรมไมซ์				-	-	-
• เสริมสร้างความร่วมมือภาครัฐ เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์	ครั้ง	1	2	1,599,476.90	124,380.00	1,475,096.90
• จัดประชุมเสวนาระหว่างผู้บริหารของหน่วยงานพันธมิตรภาครัฐ เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ ประจำปี 2561 (MICE Clinic)	ครั้ง	2	3	843,943.00	-	843,943.00
• จัดกิจกรรมการบูรณาการเพื่ออำนวยความสะดวกด้านอุตสาหกรรมไมซ์	ครั้ง	21	21	2,159,286.94	3,351.72	2,155,935.22

โครงการ/กิจกรรมภายใต้กลยุทธ์หลัก	หน่วยนับ	เป่ารายปี	ผลงานรวม	งบประมาณหลังโอน	คงเหลือ	ใช้ไป
• จัดหาบริการเพื่อประสานงานการประชุม	ราย	1	1	280,000.00	-	280,000.00
• ASEAN MICE Conference 2018	จำนวนผู้เข้าร่วมงาน	100	222	3,067,570.00	-	3,067,570.00
• ศึกษาและเข้าร่วมงานสัมมนาด้ำน Digital Marketing และ Technology Innovation	ครั้ง	2	2	1,000,000.00	452,802.47	547,197.53
• ประชุมคณะกรรมการและอนุกรรมการ ประจำปีงบประมาณ 2561	ครั้ง	22	51	4,589,400.00	-	4,589,400.00
• สนับสนุนการกำกับดูแลกิจการองค์การมหาชนของคณะกรรมการ คณอนุกรรมการ และผู้บริหาร สสปน.				-	-	-
• จัดประชุมมอบนโยบายประจำปี (Get Together)	ครั้ง	1	2	1,060,130.47	-	1,060,130.47
• จัดประชุมคณะกรรมการ (สัญจร)	ครั้ง	1	1	107,600.00	1,180.00	106,420.00
• เยี่ยมชมการปฏิบัติงานของหน่วยงานหรือองค์กรภายนอกที่เกี่ยวข้องกับกิจการขององค์กร	ครั้ง	1	2	3,215,029.53	76,090.00	3,138,939.53
• ตรวจเยี่ยมการจัดงาน Trade show/ Road show ของคณะกรรมการ	ครั้ง	2	1	1,369,800.00	143,790.18	1,226,009.82
• พัฒนาความรู้ความสามารถของคณะกรรมการในการปฏิบัติหน้าที่กรรมการ	หลักสูตร	2	1	239,240.00	-	239,240.00
• หาหรือความร่วมมือระหว่างหน่วยงานหรือองค์กรภายนอกที่เกี่ยวข้องกับกิจการขององค์กร	ครั้ง	1	1	3,493,800.00	1,590.14	3,492,209.86
• เข้าร่วมงานเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักธุรกิจกลุ่มไมซีในประเทศและต่างประเทศ ประจำปีงบประมาณ 2561	ครั้ง	10	24	4,790,000.00	434,680.13	4,355,319.87
• เพิ่มประสิทธิภาพสายงานบริหารภายในองค์กร	ครั้ง	6	13	1,014,400.00	-	1,014,400.00
• สนับสนุนกิจกรรมต่างๆ เพื่อกระชับความสัมพันธ์ระหว่างสสปน .และหน่วยงานพันธมิตรอย่างต่อเนื่อง	งาน	10	7	540,000.00	22,840.34	517,159.66
• เข้าร่วมงาน The Global Meetings and Incentives Exhibition 2017 (IBTM World 2017) - สเปน	รายงาน (ฉบับ)	1	0	850,000.00	48,348.59	801,651.41
• การจัดทำบัญชีรายชื่อการบริการและข้อตกลงระดับการให้บริการ (TCEB Service Catalog and Service Level Agreement)	รายงาน (ฉบับ)	1	1	300,000.00	-	300,000.00
• เพิ่มประสิทธิภาพและบูรณาการฐานข้อมูล ของส่วนงานกฎหมายและธรรมาภิบาล	คน	1	1	375,000.00	-	375,000.00
• พัฒนาและสนับสนุนการปฏิบัติงาน ด้านกฎหมายและธรรมาภิบาล	คน	1	0	525,000.00	525,000.00	-
• พัฒนาประสิทธิภาพด้านยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และแผนงาน				-	-	-

โครงการ/กิจกรรมภายใต้กลยุทธ์หลัก	หน่วยนับ	เป่ารายปี	ผลงานรวม	งบประมาณหลังโอน	คงเหลือ	ใช้ไป
• เข้าร่วมกิจกรรมเพื่อเพิ่มศักยภาพการปฏิบัติงานด้านนโยบายยุทธศาสตร์ และการจัดทำตัวชี้วัดการดำเนินงานขององค์กร	ครั้ง	7	7	64,425.65	-	64,425.65
• การสร้างขีดความสามารถในการบริหารงานด้านนโยบายและกลยุทธ์องค์กรตามแผนแม่บทอุตสาหกรรมการจัดประชุมและการแสดงสินค้านานาชาติ ปี 2560-2564	รายงาน (ฉบับ)	12	12	750,000.00	-	750,000.00
• การจัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงานที่สำคัญของ สสพ. .	รายงาน (ฉบับ)	1	1	100,000.00	490.00	99,510.00
• เพิ่มประสิทธิภาพการจัดทำแผนงานและงบประมาณ				-	-	-
• จัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อจัดทำรอบแผนงานและงบประมาณปี 2562	ครั้ง	1	1	124,850.00	-	124,850.00
• จัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อจัดทำแผนงานและงบประมาณประจำปี 2562	ครั้ง	1	3	103,730.00	-	103,730.00
• เสริมสร้างประสิทธิภาพการปฏิบัติงานในจัดทำแผนงานงบประมาณ และการติดตามผลการปฏิบัติงาน	ครั้ง	8	9	1,923,275.61	0.00	1,923,275.61
• พัฒนารูปแบบการดำเนินงาน เพื่อจัดทำเอกสารประกอบในเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง	กิจกรรม	3	4	15,990.00	-	15,990.00
• จัดพนักงานโครงการเพิ่มประสิทธิภาพการประเมินผลแผนและงบประมาณ	คน	1	1	225,000.00	-	225,000.00
• บริหารความเสี่ยงและควบคุมภายใน ของ สสพ. (Enterprise Risk Management)				-	-	-
• จัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อทบทวนแผนบริหารความเสี่ยงและควบคุมภายใน สำหรับผู้บริหารและพนักงาน สสพ. .	ครั้ง	1	2	582,000.00	-	582,000.00
• สร้างองค์ความรู้ด้านการจัดทำแผนบริหารความเสี่ยงและควบคุมภายใน	ครั้ง	2	3	-	-	-
• จัดทำสื่อเพื่อสร้างการรับรู้ด้านการบริหารความเสี่ยงและควบคุมภายใน เช่น Infographic	ชิ้นงาน	1	0	100,000.00	-	100,000.00
• สำรวจความพึงพอใจต่อการให้บริการของ สสพ. .	รายงาน (ฉบับ)	3	3	1,855,000.00	-	1,855,000.00
	เรื่อง	1	1	-	-	-
• เพิ่มประสิทธิภาพการจัดทำแผนงานและงบประมาณ				-	-	-
• โครงการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานจัดหางบประมาณ ของ สสพ. . ปีงบประมาณ พ.ศ.2561	คน	1	1	1,200,000.00	-	1,200,000.00
	รายงาน	12	13	-	-	-
• ค่าสาธารณูปโภค				250,000.00	94,569.73	155,430.27
• โครงการจัดทำของที่ระลึก	งาน	1	0	2,414,600.00	-	2,414,600.00
งบสำรองงานตามนโยบาย				22,206,386.71	8,254,456.65	13,951,930.06

โครงการ/กิจกรรมภายใต้กลยุทธ์หลัก	หน่วยนับ	เป่ารายปี	ผลงานรวม	งบประมาณหลังโอน	คงเหลือ	ใช้ไป
<b>โครงการ/กิจกรรมแผนงานบูรณาการท่องเที่ยว</b>				51,000,000.00	5,229,869.41	45,770,130.59
• สนับสนุนการจัดกิจกรรมสัมมนาและสร้างการรับรู้ในพื้นที่เขตศก . พิเศษและพื้นที่ตะเข็บชายแดนเชื่อมต่อ CLMV / GMS /SEZ	ครั้ง	3	3	9,000,000.00	-	9,000,000.00
• สนับสนุนการจัดกิจกรรมประชุมสัมมนาร่วมกับภาคเอกชนจาก CLMV / GMS ในไทย เพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางใน CLMV / GMS	ครั้ง	2	2	3,500,000.00	-	3,500,000.00
• สนับสนุนการจัดกิจกรรมสัมมนาและการสร้างการรับรู้ในพื้นที่ระเบียงศก . (LIMEC)	ครั้ง	1	1	3,083,377.60	-	3,083,377.60
• สนับสนุนส่งเสริมการขายและการตลาดกลุ่มประเทศ GMS (Financial Subsidy)	ราย	9,000	1,200	600,000.00	-	600,000.00
จัดกิจกรรมการขายและการตลาด (Roadshow) ในต่างประเทศโดยมีทั้งเมืองหลักและเมืองรอง				118,886.90	0.00	118,886.90
จัดกิจกรรมการขายและการตลาด (Tradeshaw) ในต่างประเทศ				-	-	-
• สร้างพันธมิตรธุรกิจไทยผ่านบริษัทข้ามชาติ (EXPAT)	ครั้ง	1	1	372,487.40	2,541.32	369,946.08
• สนับสนุนส่งเสริมการขายและการตลาดกลุ่มประเทศ GMS	ราย	7,800	8,866	3,700,000.00	-	3,700,000.00
• ส่งเสริมการขายและการตลาด GMS (TS/RS/Sales Mission)				-	-	-
• จัดกิจกรรมการขายและการตลาด (Roadshow & Sales Mission) ในต่างประเทศ โดยมีทั้งเมืองหลักและเมืองรอง	ประเทศ	5	5	4,181,113.10	320,607.34	3,860,505.76
• ส่งเสริมการขายและการตลาด GMS (TS/RS/Sales Mission)	รวม 6 ประเทศ	0	0	-	-	-
• จัดกิจกรรมการขายและการตลาด (Tradeshaw) ในต่างประเทศ	ประเทศ	1	1	200,000.00	171,023.27	28,976.73
• ส่งเสริมและสร้างการรับรู้ตลาดกลุ่มประเทศ GMS (Fam Trip GMS)	ครั้ง	1	1	-	-	-
• ศึกษาดูงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม 4.0 เพื่อตอบสนองการเดินทางของลูกค้ำกลุ่ม CLMV / GMS	ครั้ง	1	1	200,000.00	-	200,000.00
• ทำตลาด/การประชาสัมพันธ์/การสร้างเครือข่ายธุรกิจ และแสดงศักยภาพไมซ์ซิตี้ผ่านการเข้าร่วมงานTradeshaw/ Roadshow/Industrial Meetings ฯลฯ	งาน	5	1	154,458.69	-	154,458.69
• สร้างเวทีแลกเปลี่ยนผ่านกิจกรรมเชิงปฏิบัติการระหว่างไมซ์ซิตี้ เมืองที่มีศักยภาพและสสปน. (MICE City Summit)	งาน	1	1	-	-	-
	รายงาน	1	1	-	-	-
• นำผู้แทนจังหวัดเข้าร่วมงาน PATA : New Tourism Frontiers Forum 2017 ณ สาธารณรัฐปาเลา	รายงาน (ฉบับ)	1	1	591,330.59	-	591,330.59

โครงการ/กิจกรรมภายใต้กลยุทธ์หลัก	หน่วยนับ	เป็ารายปี	ผลงานรวม	งบประมาณหลังโอน	คงเหลือ	ใช้ไป
• ทำตลาด/การประชาสัมพันธ์/การสร้างเครือข่ายธุรกิจ และแสดงศักยภาพไมซ์ซิตี้ผ่านการเข้าร่วมงานTradeshaw/ Roadshow/Industrial Meetings ฯลฯ	งาน	5	8	2,845,541.31	433,759.29	2,411,782.02
• พัฒนาผลิตภัณฑ์ไมซ์ใหม่ในพื้นที่เมืองไมซ์ (ตาม 7 themes)	เมือง	5	5	3,000,000.00	577,972.00	2,422,028.00
• ประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการขายและการตลาดกลุ่มประเทศ GMS และ SEZ	งาน	1	2	3,864,904.46	-	3,864,904.46
• ส่งเสริมและให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานอุตสาหกรรมไมซ์	ครั้ง	24	3	68,762.04	-	68,762.04
• ศึกษาและจัดทำข้อมูลยุทธศาสตร์ของเมืองที่มีศักยภาพ (City Profile)	เมือง	3	3	3,000,000.00	145,865.00	2,854,135.00
	รายงาน	3	3	-	-	-
• ยกระดับงานเด่นในไมซ์ซิตี้ (Flagship Events)	งาน	5	5	10,974,635.00	2,584,811.30	8,389,823.70
• ส่งเสริมและให้คำปรึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานอุตสาหกรรมไมซ์	ครั้ง	24	32	905,347.96	354,134.94	551,213.02
งบงานตามนโยบาย - แผนงานบูรณาการ				639,154.95	639,154.95	-