

ประกาศ

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

ที่ **๕** / ๒๕๖๗

เรื่อง หลักเกณฑ์การสนับสนุนงานแสดงสินค้าภายในประเทศ
สำหรับงานแสดงสินค้าที่มีการยกระดับ (Upgrade Show)

โดยที่สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) มีอำนาจหน้าที่ให้การสนับสนุนแก่หน่วยงานต่างๆ ในการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวกับการจัดประชุมและนิทรรศการในประเทศ

อาศัยอำนาจตามความในข้อ ๕ แห่งระเบียบคณะกรรมการส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ว่าด้วยการสนับสนุนและส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ พ.ศ. ๒๕๖๓ ผู้อำนวยการจึงประกาศหลักเกณฑ์การสนับสนุนงานแสดงสินค้าภายในประเทศ สำหรับงานแสดงสินค้าที่มีการยกระดับ (Upgrade Show) ดังต่อไปนี้

๑. ระยะเวลาให้การสนับสนุน

นับตั้งแต่วันที่ประกาศ ถึงวันที่ ๓๐ กันยายน ๒๕๖๗

๒. วัตถุประสงค์ของการให้การสนับสนุน

๒.๑ เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมให้ภาคเอกชนผู้จัดงานแสดงสินค้า สร้างงานแสดงสินค้าใหม่ๆ ให้เกิดขึ้น และกระจายงานลงสู่ภูมิภาคต่างๆ ของประเทศไทยตามพื้นฐานเป้าประสงค์ของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและตบโจทย์การขับเคลื่อนระดับภูมิภาค

๒.๒ เพื่อสนับสนุนให้เกิดการบูรณาการขับเคลื่อนเศรษฐกิจทั้งภาครัฐและภาคเอกชน โดยใช้เวทีงานแสดงสินค้าเป็นกลไกในการดำเนินการ

๒.๓ เพื่อสร้างความรับรู้และความเข้าใจในการจัดงานแสดงสินค้าในประเทศให้ได้มาตรฐานในลักษณะ Tradeshow ซึ่งเน้นการจัดงานแบบ B2B หรือ B2B2C

๒.๔ เพื่อรักษาระดับการจ้างงาน และสร้างการจ้างงานของผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้า

๓. คุณสมบัติของผู้ขอรับการสนับสนุน

๓.๑ เจ้าของงานแสดงสินค้า (Show Owner) และ/หรือ ผู้จัดงานแสดงสินค้า (Show Organizer) ซึ่งเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งตามกฎหมายไทย

๓.๒ ผู้รับจ้างบริหารจัดการงานแสดงสินค้า (Show Management) ซึ่งเป็นนิติบุคคลที่จัดตั้งตามกฎหมายไทย ที่ได้รับการมอบอำนาจเป็นลายลักษณ์อักษรจากเจ้าของงานแสดงสินค้า ตามข้อ ๓.๑

๓.๓ สมาคม สมาพันธ์ สถาบันการศึกษา

๓.๔ หน่วยงานภาครัฐ

๔. หลักเกณฑ์การพิจารณาให้การสนับสนุน

๔.๑ เกณฑ์ทั่วไป

๔.๑.๑ เป็นงานแสดงสินค้าที่มีการยกระดับ (Upgrade Show) หรือซึ่งเป็นงานแสดงสินค้าที่เคยได้รับการสนับสนุนจาก สสพ. และยังคงได้รับการสนับสนุนอย่างต่อเนื่องในอุตสาหกรรมที่สามารถต่อยอดธุรกิจ และส่งผลการกระตุ้นเศรษฐกิจในพื้นที่ และ/หรือ ต้องเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเป้าหมาย ได้แก่

ก. อาหาร เกษตร และเทคโนโลยีชีวภาพ

ข. การสาธารณสุข สุขภาพ และเทคโนโลยีทางการแพทย์

ค. เครื่องมืออุปกรณ์อัจฉริยะ หุ่นยนต์ และระบบเครื่องกล ที่ใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ควบคุม กลุ่มดิจิทัล เทคโนโลยี อินเทอร์เน็ตที่เชื่อมต่อการทำงานของอุปกรณ์ต่างๆ ปัญญาประดิษฐ์ และเทคโนโลยี สมองกลฝังตัว

ง. พลังงานทางเลือก โลจิสติกส์ ยานยนต์ ยন্ত্রกรรม และ ระบบคลังสินค้า

จ. อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วัฒนธรรม การท่องเที่ยวและบริการที่มีมูลค่าสูง อุตสาหกรรมอื่น ๆ ในภูมิภาค หรือ อุตสาหกรรมเป้าหมายตามนโยบายรัฐบาล

ฉ. อุตสาหกรรมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ Soft Power คือ อาหาร แฟชั่น ท่องเที่ยว ดนตรี ภาพยนตร์ หนังสือ ออกแบบ เกมส์ กีฬา ศิลปะ เฟสติวล

๔.๑.๒ เป็นงานแสดงสินค้าประเภท B2B ที่มีมาตรฐานงานแสดงสินค้าทางธุรกิจ (Trade show) อย่างน้อย ร้อยละ ๖๐ งานแสดงสินค้าประเภท B2C ที่มีองค์ประกอบพื้นที่กิจกรรมเชิงธุรกิจ บูธแสดงสินค้า กิจกรรมที่ก่อให้เกิด ธุรกิจอื่นๆ ไม่เกินร้อยละ ๔๐ ของพื้นที่การจัดงาน และไม่เป็นงานที่จัดในลักษณะเทศกาล Fun Fair (ยกเว้นกรณีจัด ควบคู่)

๔.๑.๓ มีระบบลงทะเบียนการเข้าชมงานและระบบจัดเก็บฐานข้อมูลผู้เข้าร่วมแสดงสินค้าและผู้เข้าร่วมชมงาน ที่มีมาตรฐาน สามารถบันทึกรายงานตัวเลขผู้เข้าชมงานในแต่ละวันได้อย่างชัดเจน

๔.๑.๔ งานแสดงสินค้าต้องดำเนินการตามแนวทางปฏิบัติเบื้องต้นสำหรับการจัดงานอย่างยั่งยืน (ดังเอกสารแนบท้าย ๑) อย่างน้อย ๓ ข้อ ใน ๒๕ ข้อ และ เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน(Sustainable Development Goals: SDGs) (ดังเอกสารแนบท้าย ๒) อย่างน้อย ๓ ข้อใน ๑๗ ข้อของ UNSDG

๔.๑.๕ ต้องจัดทำแผนการเติบโต และสามารถยกระดับเพิ่มขึ้นทุกมิติ ไม่ต่ำกว่าร้อยละ ๕ เป็นระยะเวลา ๓ ปี

๔.๒ ประเภทการสนับสนุน

๔.๒.๑ การสนับสนุนที่ไม่อยู่ในรูปแบบเงินสนับสนุน (Non-Financial Support)

๑. หน่วยงานภาครัฐ (ตามข้อ ๓.๔) สามารถขอรับการสนับสนุนได้เฉพาะรูปแบบที่ไม่ใช่ด้านการเงิน (Non-Financial) เท่านั้น

๒. การให้คำปรึกษา ข้อชี้แนะ และแนวทางการพัฒนางานแสดงสินค้าให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นจาก สสปน.

๓. การสนับสนุนทางด้านการตลาด การประชาสัมพันธ์ ทั้งในรูปแบบสินค้าและบริการต่างๆ ของ สสปน. เช่น เครื่องมือ BIZ Connect, Thai MICE Connect การประชาสัมพันธ์ในสื่อของ สสปน.และอื่นๆ

๔. การประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สมาคมการค้า และภาคธุรกิจด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อความร่วมมือในการจัดงานและยกระดับงาน

๕. การศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคม (Economic Impact & Social Impact)

๖. การให้บริการต้อนรับกลุ่ม VIP จากต่างประเทศ ณ ท่าอากาศยานนานาชาติ (MICE Lane Service) จำนวนไม่เกิน ๑๕ คน

๔.๒.๒ การสนับสนุนในรูปแบบเงินสนับสนุน (Financial Support)

๑. มีพื้นที่การจัดงานแสดงสินค้าในสถานที่จัดงาน (Net Space) ไม่น้อยกว่า ๑,๐๐๐ – ๒,๐๐๐ ตารางเมตร ขึ้นไป

๒. มีจำนวนบริษัทที่เข้าร่วมแสดงสินค้า (Exhibitor) ไม่น้อยกว่า ๘๐ องค์กร/บริษัท

๓. มีการจัดกิจกรรมเจรจาจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) และมีผู้ซื้อ (Trade Buyers) เข้าร่วมงาน จำนวนไม่น้อยกว่า ๘๐ ราย โดยเกิดการเจรจาธุรกิจอย่างน้อย ๓ คู่ธุรกิจต่อ ๑ ผู้ซื้อ (Trade Buyer)

๔. มีการจัดกิจกรรมสัมมนาในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมในงานแสดงสินค้านั้นๆอย่างน้อย ๒ หัวข้อ โดยมีจำนวนผู้เข้าร่วมการสัมมนาไม่น้อยกว่า ๘๐ ราย ตลอดการจัดงาน

๔.๒.๓ การสนับสนุนในรูปแบบเงินสนับสนุน (Financial Support)

๑. เงินสนับสนุนการจัดงานแสดงสินค้าที่มีการยกระดับ (Upgrade Show) หรือซึ่งเป็นงานแสดงสินค้าที่เคยได้รับการสนับสนุนจาก สสปน. ภายใต้กรอบวงเงินสนับสนุน ดังนี้

พื้นที่สำหรับการจัดงาน	ขนาด (Size)	พื้นที่จัดงาน (Net Space)	งบประมาณให้การสนับสนุน
ต่างจังหวัด	S	๑,๐๐๐ – ๒,๐๐๐ ตรม. (เติบโต ๕% จากครั้งแรก)	๕๐๐,๐๐๐ บาท
	M	๒,๐๐๑ ตรม. ขึ้นไป (เติบโต ๕% จากครั้งแรก)	๖๐๐,๐๐๐ บาท

โดยผู้จัดงานจะต้องดำเนินกิจกรรม ดังนี้

- กิจกรรมการเจรจาจับคู่ทางธุรกิจ (Business Matching) อาทิ การเชิญนักธุรกิจ Hosted Buyer
- การตลาดและประชาสัมพันธ์
- อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรม

๒. การสนับสนุนเพิ่มเติม งานแสดงสินค้าที่มีการยกระดับ (Upgrade Show) ภายในประเทศ ดังนี้

การสนับสนุนเพิ่มเติม	งบประมาณให้การสนับสนุน
มีการจัดงานแสดงสินค้า หมุนเวียนไปจังหวัด/ภูมิภาคอื่น	๕๐,๐๐๐ บาท
มีผู้จัดงานแสดงสินค้ามืออาชีพ (Professional Exhibition Organizer : PEO) มีประสบการณ์บริหารจัดการงานแสดงสินค้าอย่างมีมาตรฐานและมีมืออาชีพ	๕๐,๐๐๐ บาท
เป็นงานแสดงสินค้าภายในประเทศที่สามารถยกระดับและสร้างเครือข่ายต่างประเทศ กรณีที่ผู้จัดงาน มีการขยายเครือข่ายผู้จัดงานแสดงสินค้าต่างประเทศ อย่างน้อย ๒ คูหาแสดงสินค้าต่างประเทศ (International Pavilion) ที่มีพื้นที่แสดงสินค้า ไม่น้อยกว่า ๓๖ ตร.ม.จำนวน ๔ บริษัท ต่อ ๑ คูหาแสดงสินค้า	๒๐๐,๐๐๐ บาท

โดยผู้จัดงานจะต้องดำเนินกิจกรรม ดังนี้

- กิจกรรมการเจรจาจับคู่ทางธุรกิจ (Business Matching) อาทิ การเชิญผู้ซื้อจากต่างประเทศ (Hosted International Buyer)
- การตลาดและประชาสัมพันธ์
- อื่น ๆ ที่ เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรม เช่น การจ้างตัวแทนขายพื้นที่งานแสดงสินค้า (Sale Agent)

๕. ขั้นตอนและเอกสารการขอรับการสนับสนุน

๕.๑ ผู้ขอรับการสนับสนุนจะต้องยื่นคำขอรับการสนับสนุนพร้อมทั้งแจ้งสิทธิประโยชน์และความคุ้มค่าที่ สสปน. จะได้รับเข้ามายัง สสปน. ก่อนการจัดงานอย่างน้อย ๖๐ วัน โดยกรอกข้อมูลในแบบฟอร์ม Request for Support Form (RFS: D-Exhibition) ในเว็บไซต์ของ สสปน. (www.businesseventsthailand.com) พร้อมทั้งนำส่งเอกสารประกอบ ดังนี้

๕.๑.๑ รายละเอียดแผนการจัดงานและแผนการยกระดับงานต่อเนื่อง ๓ ปี (ในรูป Power point และในรูป Factsheet) โดยมีแผนพัฒนาการเติบโตในด้านจำนวนผู้เข้าร่วมงาน จำนวนผู้เข้าชมงาน จำนวนพื้นที่การจัดแสดงสินค้า (Net Space) หรืออธิบายกิจกรรมยกระดับเพื่อส่งเสริมและพัฒนางานให้เติบโต เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ สรุปผลการจัดงานครั้งที่ผ่านมา (Post Show Report) (ถ้ามี) และรายละเอียดการจัดงานอย่างยั่งยืน

๕.๑.๒ หนังสือรับรองบริษัทที่รับรองไม่เกิน ๓ เดือน /ใบสำคัญแสดงการจดทะเบียน หรือหนังสือจัดตั้งหน่วยงาน และใบทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม (แบบ ภ.พ. ๒๐) ของผู้ขอรับสนับสนุน

๕.๑.๓ รับรองหลักเกณฑ์การสนับสนุน

๕.๑.๔ ในกรณีที่ผู้ขอรับสนับสนุนไม่ใช่ผู้มีอำนาจกระทำการแทนนิติบุคคล ต้องแนบหนังสือมอบอำนาจให้เป็นผู้กระทำการแทนนิติบุคคล

๕.๑.๕ เอกสารทุกฉบับต้องรับรองความถูกต้องพร้อมตราประทับนิติบุคคล โดยผู้มีอำนาจหรือผู้รับมอบอำนาจ

๕.๒ ผู้ขอรับสนับสนุนนำเสนอรายละเอียดแผนการจัดงานและแผนยกระดับงานต่อเนื่อง ๓ ปี ต่อคณะทำงาน ร่วมพิจารณาการสนับสนุนภายใต้หลักเกณฑ์

๕.๓ สสปน. จะแจ้งผลการตอบรับสนับสนุนเป็นหนังสือตามแบบที่ สสปน. กำหนด และส่งให้ผู้ขอรับการสนับสนุนทราบ โดยรูปแบบการสนับสนุนในรูปแบบเงินสนับสนุน (Financial Support) ระบุจำนวนเงินสนับสนุนประมาณการตามจำนวนและรูปแบบที่ไม่อยู่ในรูปแบบเงินสนับสนุน (Non-Financial Support) ที่ สสปน. พิจารณาปรากฏในหนังสือขอรับการสนับสนุน

๖. การเบิกจ่ายเงินสนับสนุน

ผู้ขอรับการสนับสนุนต้องขอเบิกจ่ายเงินสนับสนุนหลังจากการจัดงานภายใน ๖๐ วัน (หกสิบวัน) นับจากวันที่ผู้ขอรับการสนับสนุนจัดกิจกรรมแล้วเสร็จ ภายใต้หลักเกณฑ์การสนับสนุน

๖.๑) ผู้ขอรับการสนับสนุนกรอกแบบฟอร์มข้อมูลผลงานในรูปแบบฟอร์ม Event Report ในระบบ RFS : D-Exhibition ประกอบเอกสารขอเบิก สำเนาหนังสือตอบรับให้การสนับสนุนของ สสปน.

๖.๒) หนังสือขอเบิกเงินสนับสนุนและใบแจ้งหนี้ (ตัวจริง)

๖.๓) รายงานการจัดงานในลักษณะรูปเล่มรายงาน (ฉบับเต็ม) โดยประกอบด้วย

๖.๓.๑) ผลสำเร็จของการจัดงาน

๖.๓.๒) รายละเอียดคู่เจรจาธุรกิจ พร้อมแนบรายชื่อและเอกสารประกอบ

๖.๓.๓) สรุปจำนวนการซื้อขายที่เกิดขึ้นในงานพร้อมรายละเอียด

๖.๓.๔) สรุปตัวเลขมูลค่าทางธุรกิจที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมที่จัดงานแสดงสินค้า

๖.๓.๕) สรุปจำนวนผู้เข้าร่วมอบรม สัมมนา พร้อมแนบสำเนารายชื่อพร้อมลายเซ็นของผู้เข้าร่วมสัมมนา

๖.๓.๖) รายชื่อบริษัทผู้เข้าร่วมแสดงสินค้าทั้งหมดภายในงาน โดยระบุตำแหน่งบูธ พร้อมผังการจัดงาน

๖.๓.๗) ภาพถ่ายการจัดงานและกิจกรรมต่าง ๆ โดยรวม และ ภาพสื่อต่าง ๆ ที่ปรากฏโลโก้ของ สสปน.

๖.๓.๘) ผลการประเมินความพึงพอใจต่อการจัดงาน ทั้งในส่วนของผู้จัดงานแสดงสินค้า

(Organizer) ผู้เข้าร่วมแสดงสินค้า (Exhibitor) และผู้เข้าร่วมชมงานแสดงสินค้า (Visitor)

๖.๓.๙) ปัญหา / อุปสรรค / ข้อเสนอแนะต่างๆ เกี่ยวกับการจัดงานในครั้งนี้ และทิศทางสำหรับการจัดงานในปีต่อไป

๖.๓.๑๐) ภาพข่าวประชาสัมพันธ์การจัดงาน (News Clipping)

๖.๔) เอกสารอื่นๆ เพิ่มเติมตามที่ สสปน. ร้องขอ

การเบิกจ่าย

ให้เป็นไปตามผลสำเร็จการดำเนินงานจริง จากการรายงานผลการจัดงาน (Post Show Report) โดยมีเบิกจ่ายตาม สัดส่วนดังนี้

ตัวชี้วัด (KPI) ที่ผู้จัดงาน จะต้องดำเนินการให้เป็นไปตามที่ สสปน. กำหนด ประกอบด้วย

พื้นที่สำหรับการจัดงาน	งบประมาณสนับสนุน	
	พื้นที่จัดงาน (Net Space) ขนาด (Size) S ๑,๐๐๐ – ๒,๐๐๐ ตรม.	พื้นที่จัดงาน (Net Space) ขนาด (Size) M ๒,๐๐๑ ตรม. ขึ้นไป
มูลค่าซื้อขาย (Trade Volume) จากการจัด กิจกรรมเจรจาจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) จากจำนวนผู้ซื้อ (Trade Buyers) รวมการทำ Online Business Matching	จำนวนผู้ซื้อ (Trade Buyers) ไม่น้อยกว่า ๘๐ ราย ๒๐๐,๐๐๐ บาท	จำนวนผู้ซื้อ (Trade Buyers) ไม่น้อยกว่า ๑๐๐ ราย ๒๐๐,๐๐๐ บาท
พื้นที่แสดงสินค้าที่เกิดธุรกิจ (Exhibited Space)	พื้นที่ไม่น้อยกว่า ๑,๒๐๐ ตารางเมตร ๑๐๐,๐๐๐ บาท	พื้นที่ไม่น้อยกว่า ๑,๓๐๐ ตารางเมตร ๒๐๐,๐๐๐ บาท
มีกิจกรรมส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ เพื่อเพิ่ม ผู้เข้าร่วมงาน (Visitor) อาทิ มีการจัดกิจกรรม สัมมนาในหัวข้อเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมในงาน แสดงสินค้านั้น ๆ การจัดประกวด แข่งขัน สร้าง มูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าในอุตสาหกรรม เป็นต้น	๒๐๐,๐๐๐ บาท	๒๐๐,๐๐๐ บาท
รวมเงินสนับสนุน	๕๐๐,๐๐๐ บาท	๖๐๐,๐๐๐ บาท

หมายเหตุ สสปน. ในกรณีผู้ขอรับการสนับสนุนไม่สามารถปฏิบัติตามตัวชี้วัดข้อใดข้อหนึ่ง สสปน. ขอสงวนสิทธิ์ยกเลิก
การจ่ายเงินสนับสนุนในข้อนั้นๆ

ผู้รับการสนับสนุน จะต้องจัดการและดำเนินการให้ สสปน. ได้สิทธิ์เข้าร่วมงาน ประกอบด้วย

๑. การประชาสัมพันธ์ สสปน. ในทุกสื่อ ทั้งก่อนงาน ระหว่างงานและหลังงานตลอดงาน
๒. การเข้าร่วมงาน อาทิ แลกของขวัญ / พิธีเปิด / กิจกรรมต่างๆ ภายในงาน แบบ VIP
๓. การจัดเตรียมข้อมูลสถิติของงาน อาทิ จำนวนผู้ร่วมงานและผู้เข้าชมงาน ค่าใช้จ่ายส่วนตัว ของผู้เข้าร่วมงาน และผู้จัดงานแสดงสินค้า

ทั้งนี้ สสปน. จะดำเนินการเบิกจ่ายภายใน ๖๐ วัน (หกสิบวัน) นับจากวันที่ สสปน. ได้รับเอกสารขอเบิกเงินสนับสนุนถูกต้อง ครบถ้วน โดย สสปน. จะจ่ายเงินให้กับผู้ขอรับการสนับสนุนเท่านั้น และผู้ขอรับการสนับสนุนจะต้องเป็นผู้รับผิดชอบภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) และภาษีหัก ณ ที่จ่าย (Withholding Tax) (ถ้ามี) และเมื่อผู้ขอรับการสนับสนุนได้รับเงินสนับสนุนแล้ว จะต้องออกใบเสร็จรับเงินหรือหนังสือแสดงการได้รับเงินสนับสนุนจาก สสปน. แล้วให้แก่ สสปน.

๗. ข้อตกลงและเงื่อนไข

๗.๑ ผู้ขอรับการสนับสนุนเข้าใจและยอมรับข้อตกลง และเงื่อนไขการขอรับการสนับสนุนของ สสปน. ตามระเบียบสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ว่าด้วยการการสนับสนุนและส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ และหลักเกณฑ์การสนับสนุนฉบับนี้

๗.๒ ผู้ขอรับการสนับสนุนรับรองว่าการขอรับการสนับสนุนดำเนินการโดยผู้มีอำนาจกระทำการแทนหรือผู้ได้รับมอบอำนาจให้กระทำการแทน โดยแนบเอกสารจดทะเบียนรับรองหน่วยงาน และ/หรือ หนังสือมอบอำนาจให้กระทำการแทน

๗.๓ ผู้ขอรับการสนับสนุนต้องจัดให้ สสปน. มีส่วนเข้าร่วมในกิจกรรมส่งเสริมประสิทธิภาพการจัดประชุมและนิทรรศการ อาทิ การอบรม ประชุมเชิงปฏิบัติการ การประกวด และดูงาน เป็นต้น

๗.๔ ผู้ขอรับการสนับสนุนยินยอมและจะอำนวยความสะดวกแก่ สสปน. หรือผู้แทน เพื่อเข้าสังเกตการณ์ ตรวจสอบและประเมินผลการจัดงานหรือกิจกรรมได้ตามความเหมาะสม ทั้งก่อนหน้าการจัดงาน และระหว่างการจัดงาน

๗.๕ ผู้ขอรับการสนับสนุนยินยอมให้ข้อมูลเพิ่มเติม หรือติดตามผลการจัดงานเพื่อประเมิน หรือเพื่อประโยชน์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมการจัดประชุมและนิทรรศการ

๗.๖ ผู้ขอรับการสนับสนุนรับรองและรับประกันว่าจะปฏิบัติตามกฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล

๗.๗ ผู้ขอรับการสนับสนุนต้องได้รับความยินยอมจากเจ้าของข้อมูลส่วนบุคคลให้เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลให้แก่ สสปน. เพื่อใช้ข้อมูลส่วนบุคคลดังกล่าวสำหรับการตรวจสอบการปฏิบัติตามข้อตกลงและเงื่อนไขของผู้ขอรับการสนับสนุนตามหลักเกณฑ์การสนับสนุนตามฉบับนี้ และประชาสัมพันธ์กิจกรรมของ สสปน.

๗.๘ ผู้ขอรับการสนับสนุนยินยอมที่จะนำส่งข้อมูลการจัดกิจกรรม รายงานการดำเนินงานกิจกรรม และฐานข้อมูลต่าง ๆ ที่เกิดจากการดำเนินงานแก่ สสปน.

๗.๙ สสปน. ขอสงวนสิทธิ์ในการแก้ไขเปลี่ยนแปลงรายละเอียดหลักเกณฑ์การสนับสนุนตามความเหมาะสม โดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า

๗.๑๐ ในกรณีที่มีการปรับเปลี่ยน แก้ไข ยกเลิก แผนการดำเนินงาน หรือการขอปรับเปลี่ยนการขอรับการสนับสนุนที่ได้รับอนุมัติแล้วตามหลักเกณฑ์ ผู้ขอรับการสนับสนุนจะต้องแจ้งเป็นหนังสือให้ สสปน. ทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า ๓๐ วันก่อนวันเริ่มจัดงาน

๗.๑๑ การเปลี่ยนชื่องาน / การร่วมจัดงาน / งานที่จัดโดยผู้จัดเดียวกัน / จัดงานในสถานที่หรือจังหวัดเดียวกัน เวลาเดียวกัน / การปรับงานที่ปรับมาจากงานเดิม ให้ถือว่าเป็นงานเดิม ไม่สามารถขอรับการสนับสนุนใหม่ได้

๗.๑๒ สสปน. ขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาอนุมัติสนับสนุนการจัดงานหรือกิจกรรมตามหลักเกณฑ์การสนับสนุนฉบับนี้ ซึ่งจะพิจารณาประกอบกับงบประมาณการสนับสนุนของ สสปน. ที่จัดสรรไว้แล้ว โดยผู้ขอรับการสนับสนุนไม่มีสิทธิเรียกร้องค่าเสียหายใดๆทั้งสิ้น

๗.๑๓ สสปน. ขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาปรับปรุงหลักเกณฑ์ และเงื่อนไขการสนับสนุนตามความเหมาะสมตามวัตถุประสงค์โครงการและยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าโดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า

๙.๑๔ ในกรณีผู้ขอรับการสนับสนุนไม่สามารถปฏิบัติตามข้อตกลงและเงื่อนไขข้อใดข้อหนึ่งตามหลักเกณฑ์การสนับสนุนนี้ สสปน. ขอสงวนสิทธิ์ในการยกเลิกการสนับสนุนดังกล่าว โดยการพิจารณาของ สสปน. ถือเป็นที่สุด

๙.๑๕ การขอรับการสนับสนุนที่ไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์การสนับสนุนนี้ ผู้อำนวยการ สสปน. สามารถพิจารณาให้ความเห็นชอบสนับสนุนเป็นรายกรณีไป

๗.๑๖ กรณีผู้ขอรับการสนับสนุนให้ข้อมูล หรือนำส่งเอกสารอันเป็นเท็จ เพื่อใช้ในการขอการสนับสนุนหรือขอเบิกจ่าย จะถูกตัดสิทธิ์ในการให้การสนับสนุน และถูกดำเนินการทางกฎหมาย

หมายเหตุ

คำจำกัดความ

“สสปน.” หมายถึง สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

“การสนับสนุน” หมายถึง การสนับสนุนทางการเงิน (Financial Support) และ การสนับสนุนที่ไม่อยู่ในรูปแบบการเงิน (Non-Financial Support) เช่น ของที่ระลึก การให้คำปรึกษา หรือสินค้าและบริการอื่น ๆ ของ สสพ. ให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตามเงื่อนไขที่ สสพ. กำหนด

“งานแสดงสินค้าในประเทศ” หมายถึง การออกร้านขายสินค้าและบริการที่เกิดขึ้นในประเทศไทย ครอบคลุมลักษณะ Business to Business (B2B) และ Business to Consumer (B2C)

“Business to Business (B2B)” หมายถึง งานแสดงสินค้าที่ทำธุรกิจการค้าระหว่างหน่วยงานธุรกิจกับหน่วยงานธุรกิจ โดยผู้ซื้อและผู้ขายเป็นหน่วยงานธุรกิจทั้งคู่

“Business to Consumer (B2C)” หมายถึง งานแสดงสินค้าที่ทำธุรกิจการค้าระหว่างหน่วยงานธุรกิจกับผู้บริโภคโดยตรง

ประกาศ ณ วันที่ ๒ เมษายน ๒๕๖๗



(นายจirutธ์ อิศรางกูร ณ อยุธยา)

ผู้อำนวยการ

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

เอกสารแนบท้าย ๑
แนวทางปฏิบัติเบื้องต้นสำหรับการจัดงานอย่างยั่งยืน

หัวข้อที่ต้องดำเนินการ		
การสื่อสารและประชาสัมพันธ์ก่อนงาน	๑	ประชาสัมพันธ์การจัดงานผ่านระบบออนไลน์ และเปิดให้ลงทะเบียนล่วงหน้าแบบออนไลน์
	๒	ประชาสัมพันธ์ข้อปฏิบัติการจัดงานอย่างยั่งยืนของงาน เพื่อให้ผู้เข้าร่วมงานได้เตรียมตัวและมีส่วนร่วมและบริหารจัดการความคาดหวังในการเข้าร่วมงาน
สถานที่จัดงาน	๓	<p>เลือกใช้สถานที่จัดงานที่ได้รับการรับรองมาตรฐานด้านความยั่งยืน และ/หรือเป็นมิตรด้านสิ่งแวดล้อม อาทิ</p> <ul style="list-style-type: none"> ● มาตรฐานการบริหารการจัดงานอย่างยั่งยืนประเทศไทย (TSEMS) ● มาตรฐาน ISO20121, ISO14001, ISO50001 ● มาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย (TMVS), มาตรฐานสถานที่จัดงานอาเซียน (AMVS) ● โรงแรมสีเขียว ● หรือสถานที่จัดงานที่มีนโยบายการพัฒนาอย่างยั่งยืนเป็นลายลักษณ์อักษร
	๔	เลือกสถานที่จัดงานที่ตั้งอยู่ในระยะทางที่เดินเท้าไปได้ถึงหรือใกล้ระบบขนส่งสาธารณะที่หลากหลายทางเลือก
	๕	เลือกสถานที่จัดงานที่สามารถรองรับและเข้าถึงได้ โดยผู้ที่มีความต้องการหลากหลายเข้าถึงคนทุกเพศ ทุกวัย ผู้สูงอายุ และผู้พิการ
การตกแต่งสถานที่และจัดเตรียมอุปกรณ์	๖	ควบคุมอุณหภูมิภายในห้องจัดงานให้ไม่ต่ำกว่า ๒๕ องศาเซลเซียส
	๗	ลดการใช้อุปกรณ์ตกแต่งให้มีจำนวนเท่าที่จำเป็น
	๘	งดใช้วัสดุจากโฟมและงดใช้ไม้ตัดดอก (cut flowers) แนะนำให้เลือกใช้ต้นไม้/ ดอกไม้กระถาง (potted plants) มาประดับตกแต่ง
	๙	เลือกใช้วัสดุตกแต่งที่สามารถนำกลับไปใช้ได้
อาหารและเครื่องดื่ม	๑๐	ไม่ใช่ขวดน้ำพลาสติก โดยจัดให้มีบริการน้ำดื่มใส่ตู้กด และ/หรือ เหยือกหรือขวดแก้วใหญ่ หรือแจกขวดน้ำให้ผู้เข้าร่วมงานเพื่อนำมาเติมน้ำได้
	๑๑	งดใช้น้ำตาล ครีม ซอส นม แบบซองหรือในบรรจุภัณฑ์ย่อย โดยให้บริการน้ำตาล นม หรือ ครีม แบบเติมจากภาชนะ
	๑๒	งดใช้หลอด หากจำเป็นให้ใช้หลอดดูดน้ำที่ทำจากวัสดุทดแทนหรือวัสดุธรรมชาติ ที่สามารถย่อยสลายได้
	๑๓	จัดเตรียมอาหารสำหรับผู้ลงทะเบียนในปริมาณที่เหมาะสมและเพียงพอ

เอกสารแนบท้าย ๑
แนวทางปฏิบัติเบื้องต้นสำหรับการจัดงานอย่างยั่งยืน

อาหารและเครื่องดื่ม	๑๔	เลือกอาหารและเครื่องดื่มประเภทออร์แกนิก อาหารในท้องถิ่น หลีกเลี่ยงอาหารแช่แข็ง และรายการอาหารควรสะท้อนผลผลิตตามฤดูกาลของท้องถิ่นนั้น
	๑๕	บริจาคอาหารเหลือที่ยังรับประทานได้ กับองค์กรที่ไม่แสวงหากำไร หรือผู้ที่ต้องการรับบริจาค
การจัดการขยะ	๑๖	จัดให้มีการบริหารจัดการขยะ ระบบการคัดแยก และ การรีไซเคิลขยะของงาน
ระบบลงทะเบียน	๑๗	ใช้ระบบลงทะเบียนแบบออนไลน์หรืออิเล็กทรอนิกส์ ผู้เข้าร่วมงานสามารถสแกนคิวอาร์โค้ด หรือกรอกข้อมูลเพื่อลงทะเบียนโดยไม่ต้องใช้กระดาษในวันจัดงาน
	๑๘	หลีกเลี่ยงการพิมพ์เอกสาร หากจำเป็นควรใช้กระดาษ หมีก และกระบวนการพิมพ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
	๑๙	หลีกเลี่ยงการใช้บัตรประจำตัวผู้เข้าร่วมงาน (Participant Badge) หากจำเป็นให้เลือกใช้บัตรที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ และจัดพื้นที่ให้ผู้เข้าร่วมงานคืนบัตรและเอกสารอื่นๆ เพื่อนำกลับมาใช้ได้
การจัดเตรียมอื่นๆ ที่คำนึงถึง สิ่งแวดล้อม สังคม และ เศรษฐกิจ	๒๐	เลือกใช้ของที่ระลึกที่ผลิตโดยชุมชน หรือผลิตจากวัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
	๒๑	ส่งเสริมสถานที่ท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกในท้องถิ่นให้ผู้เข้าประชุม ซึ่งจะเอื้อประโยชน์ต่อเศรษฐกิจท้องถิ่นและเป็นการให้ความรู้กับผู้เข้าประชุม
	๒๒	สนับสนุนให้ผู้ร่วมงานเดินทางร่วมกันโดยรถบัส/รถตู้ หรือระบบขนส่งมวลชนสาธารณะ เพื่อลดการใช้พลังงานและลดก๊าซเรือนกระจก
	๒๓	เปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดงาน เช่น การจ้างงานชุมชน จัดให้มีพื้นที่ประชาสัมพันธ์สินค้าชุมชน/NGOs เปิดโอกาสอาสาสมัครภาคการศึกษา เป็นต้น
การสื่อสารและ ประชาสัมพันธ์หลัง งาน	๒๔	จัดทำสรุปผลการปฏิบัติงาน ตามข้อปฏิบัติของแนวทางการจัดงานอย่างยั่งยืนที่ได้ปฏิบัติในงานนั้นๆ
	๒๕	ประชาสัมพันธ์ ข้อปฏิบัติ ความสำเร็จ และประโยชน์จากการจัดงานอย่างยั่งยืนให้ผู้ร่วมงาน บุคคลที่เกี่ยวข้อง และสาธารณชน

เอกสารแนบท้าย ๒

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs)

เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) เป็นชุดเป้าหมายพัฒนา ระดับโลกหลังปี 2015 ที่ได้รับการรับรองจาก 193 ประเทศสมาชิกขององค์การสหประชาชาติ เมื่อวันที่ 25 กันยายน ค.ศ. 2015 ครอบคลุมช่วงระยะเวลาที่ต้องบรรลุภายใน 15 ปี ได้เป็นทิศทางการพัฒนาที่ทุกประเทศ ที่ต้องดำเนินการร่วมกันมาตั้งแต่ปีค.ศ. 2016 ไปจนถึงปี ค.ศ. 2030 มีทั้งหมด 17 เป้าหมาย (Goals)

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



เป้าหมายทั้ง 17 เป้าหมายประกอบด้วย

- เป้าหมายที่ 1: ยุติความยากจนทุกรูปแบบในทุกที่
- เป้าหมายที่ 2: ยุติความหิวโหย บรรลุความมั่นคงทางอาหารและยกระดับโภชนาการ และส่งเสริมเกษตรกรรมที่ยั่งยืน
- เป้าหมายที่ 3: สร้างหลักประกันการมีสุขภาพที่ดี และส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีสำหรับทุกคนในทุกช่วงวัย
- เป้าหมายที่ 4: สร้างหลักประกันว่าทุกคนมีการศึกษาที่มีคุณภาพอย่างครอบคลุมและเท่าเทียม และสนับสนุนโอกาสในการเรียนรู้ตลอดชีวิต
- เป้าหมายที่ 5: บรรลุความเสมอภาคระหว่างเพศ และเพิ่มบทบาทของสตรีและเด็กหญิงทุกคน
- เป้าหมายที่ 6: สร้างหลักประกันเรื่องน้ำและการสุขาภิบาล ให้มีการจัดการอย่างยั่งยืนและมีสภาพพร้อมใช้ สำหรับทุกคน

- เป้าหมายที่ 7: สร้างหลักประกันว่าทุกคนเข้าถึงพลังงานสมัยใหม่ในราคาที่ซื้อหาได้ เชื่อถือได้ และยั่งยืน
- เป้าหมายที่ 8: ส่งเสริมการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่อง ครอบคลุม และยั่งยืน การจ้างงานเต็มที่ และมีผลผลิตภาพ และการมีงานที่มีคุณค่าสำหรับทุกคน
- เป้าหมายที่ 9: สร้างโครงสร้างพื้นฐานที่มีความยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลง ส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรม ที่ครอบคลุมและยั่งยืน และส่งเสริมนวัตกรรม
- เป้าหมายที่ 10: ลดความไม่เสมอภาคภายในและระหว่างประเทศ
- เป้าหมายที่ 11 : ทำให้เมืองและการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์ มีความครอบคลุม ปลอดภัย ยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลง และยั่งยืน
- เป้าหมายที่ 12: สร้างหลักประกันให้มีแบบแผนการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน
- เป้าหมายที่ 13: ปฏิบัติการอย่างเร่งด่วนเพื่อต่อสู้กับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและผลกระทบที่เกิดขึ้น
- เป้าหมายที่ 14: อนุรักษ์และใช้ประโยชน์จากมหาสมุทร ทะเลและทรัพยากรทางทะเลอย่างยั่งยืนเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน
- เป้าหมายที่ 15: ปกป้อง ฟื้นฟู และสนับสนุนการใช้ระบบนิเวศบนบกอย่างยั่งยืน จัดการป่าไม้อย่างยั่งยืน ต่อสู้การกลายสภาพเป็นทะเลทราย หยุดการเสื่อมโทรมของที่ดินและฟื้นสภาพกลับมาใหม่ และหยุดการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพ
- เป้าหมายที่ 16: ส่งเสริมสังคมที่สงบสุขและครอบคลุม เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ให้ทุกคนเข้าถึงความยุติธรรม และสร้างสถาบันที่มีประสิทธิภาพ รับผิดชอบ และครอบคลุมในทุกระดับ
- เป้าหมายที่ 17: เสริมความเข้มแข็งให้แก่งlobal การดำเนินงานและฟื้นฟูสภาพหุ้นส่วนความร่วมมือระดับโลกสำหรับการพัฒนาที่ยั่งยืน

แหล่งอ้างอิง : <https://www.sdgmove.com/intro-to-sdgs/>