

## 1. ข้อมูลพื้นฐาน

### 1.1 ข้อมูลทั่วไป

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. ได้รับการจัดตั้งโดยพระราชกฤษฎีกาเมื่อ พ.ศ. 2545 เพื่อรับผิดชอบในการส่งเสริม พัฒนา กำกับดูแล ประสาน และอำนวยความสะดวก ในการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดนิทรรศการ และสนับสนุนให้มีการนำเสนอศิลปะและวัฒนธรรมของประเทศในการจัดการประชุมและการจัดนิทรรศการ เพื่อให้เกิดภาพความเป็นเอกลักษณ์ของประเทศ รวมทั้งให้บริการด้านความรู้และฝึกอบรมแก่บุคลากรเกี่ยวกับธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย

### 1.2 วัตถุประสงค์การจัดตั้ง

พระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2545 กำหนดวัตถุประสงค์การจัดตั้งไว้ ดังนี้

- 1) ส่งเสริมการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย
- 2) สนับสนุน หรือจัดให้มีการนำเสนอศิลปะและวัฒนธรรมไทยอันเป็นการทะนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรมไทย
- 3) ให้การบริการด้านความรู้และฝึกอบรมแก่เจ้าหน้าที่ของรัฐหรือประชาชนให้เกิดความชำนาญ และทักษะเทียบเท่ามาตรฐานสากลเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
- 4) เป็นศูนย์กลางข้อมูลด้านการประชุมและการจัดนิทรรศการ
- 5) ให้ความรู้แก่ผู้ดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวให้เข้าใจการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ

### 1.3 รัฐมนตรีผู้รักษาการตามพระราชกฤษฎีกา : นายกรัฐมนตรีมอบรองนายกรัฐมนตรี พลเอก ชนะศักดิ์ ปฏิมาประกร

### 1.4 ผู้อำนวยการ : นายนพรัตน์ เมธาวีกุลชัย

### 1.5 รายชื่อคณะกรรมการสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

| คณะกรรมการ               | ตำแหน่ง   |
|--------------------------|---|
| นางสาวเพ็ญสุดา ไพโรพร้อม | ประธานกรรมการส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (ลาออก และอยู่ระหว่างการสรรหา)                          |
| นางนันทวัลย์ ศกุนตนาค    | ปฏิบัติหน้าที่ประธานกรรมการ (มติเมื่อ 23 กรกฎาคม พ.ศ. 2557)<br>(อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ) |

| คณะกรรมการ                         | ตำแหน่ง   |
|------------------------------------|---|
| นายเสข วรรณเมธี                    | กรรมการส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ<br>(อธิบดีกรมสารนิเทศ)                              |
| นายรินทร์ กัลยาณมิตร               | ผู้แทนถาวร อธิบดีกรมศุลกากร<br>(กรรมการส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ)                    |
| นายศุภกรีย์ สิทธิวิณิช             | ผู้แทนถาวร ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย<br>(กรรมการส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ) |
| นายสุเมธ สุทัศน์ ณ อยุธยา          | กรรมการส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ<br>(นายกสมาคมการประชุมนานาชาติ(ไทย))                |
| นายพรธระพี ชินะโชติ                | กรรมการส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ<br>(นายกสมาคมการแสดงสินค้า(ไทย))                    |
| นายสุรพงษ์ เตชะหรวุจิตร            | กรรมการส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ<br>(นายกสมาคมโรงแรมไทย)                             |
| นายธงชัย ศรีดามา                   | กรรมการส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ<br>(ผู้ทรงคุณวุฒิ)                                  |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์โสภณพรณ อมตะเดชะ | กรรมการส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ<br>(ผู้ทรงคุณวุฒิ)                                  |
| นายนพรัตน์ เมธาวีกุลชัย            | กรรมการส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ<br>(ผู้อำนวยการ สสปน.)                              |

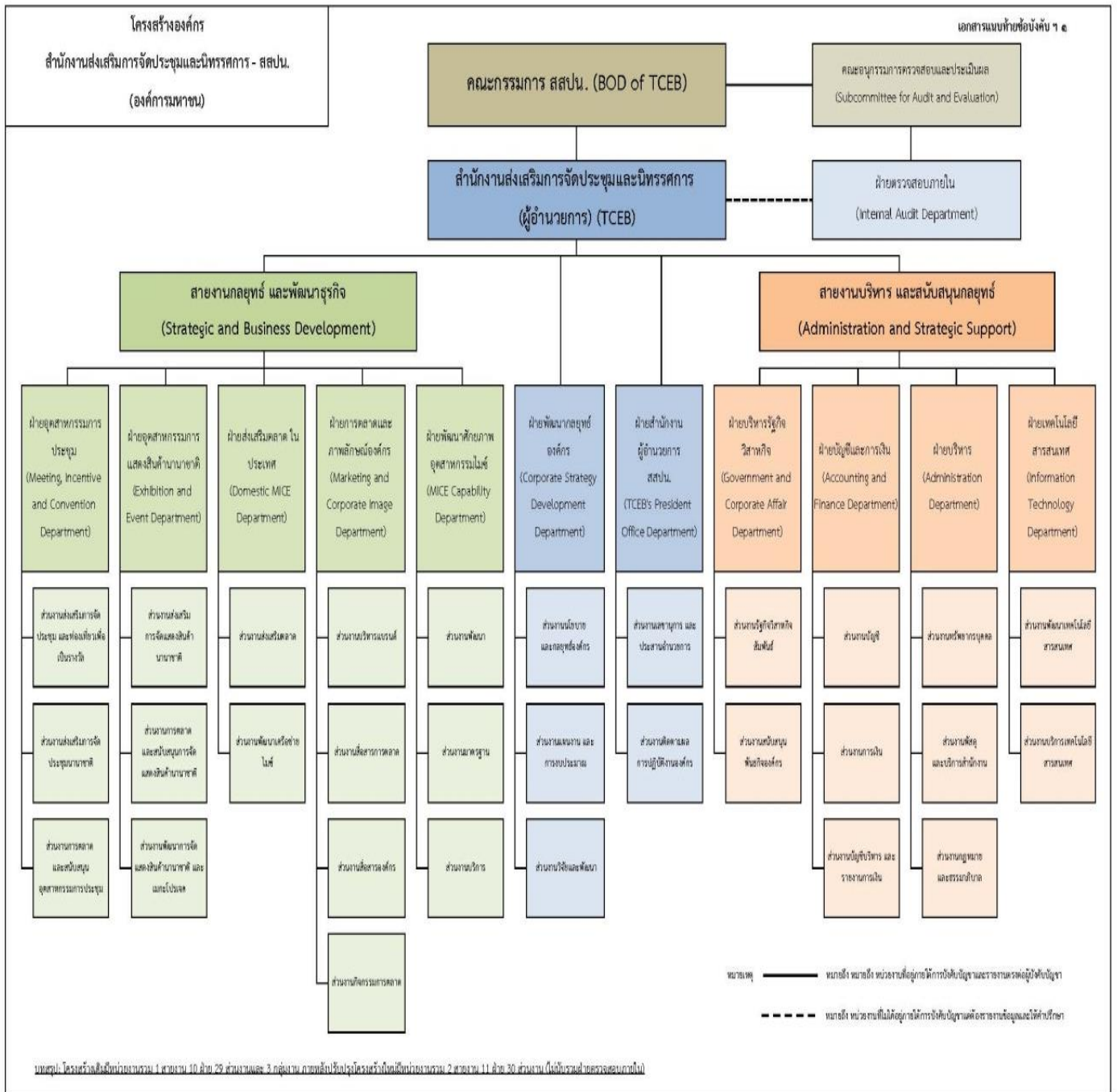
### 1.6 โครงสร้างและอัตรากำลัง

อัตรากำลังจำนวน 130 อัตรากำลัง (ไม่รวม ผอ. สสปน.) โดยแบ่งเป็น

- |                   |     |            |
|-------------------|-----|------------|
| 1. รองผู้อำนวยการ | 2   | อัตรากำลัง |
| 2. เจ้าหน้าที่    | 125 | อัตรากำลัง |
| 3. ลูกจ้าง        | 3   | อัตรากำลัง |

โครงสร้างองค์กรประกอบด้วย 2 สายงาน 11 ฝ่าย 30 ส่วนงาน (ไม่นับรวมฝ่ายตรวจสอบภายใน)

ตั้งรูปภาพ



1.7 เงินงบประมาณที่ได้รับ 880.2592 ล้านบาท

1.8 วิสัยทัศน์ พันธกิจ ประเด็นยุทธศาสตร์

วิสัยทัศน์

“ประเทศไทยเป็นจุดหมายหลักในการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและการจัดแสดงสินค้าระดับโลกในภูมิภาคเอเชีย”



### พันธกิจ

- เพื่อเพิ่มรายได้เข้าประเทศไทย ซึ่งถือเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจผ่านอุตสาหกรรมไมซ์
- เพื่อสร้างศักยภาพทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมไมซ์ของไทยสู่การแข่งขันในตลาดโลก

### ประเด็นยุทธศาสตร์

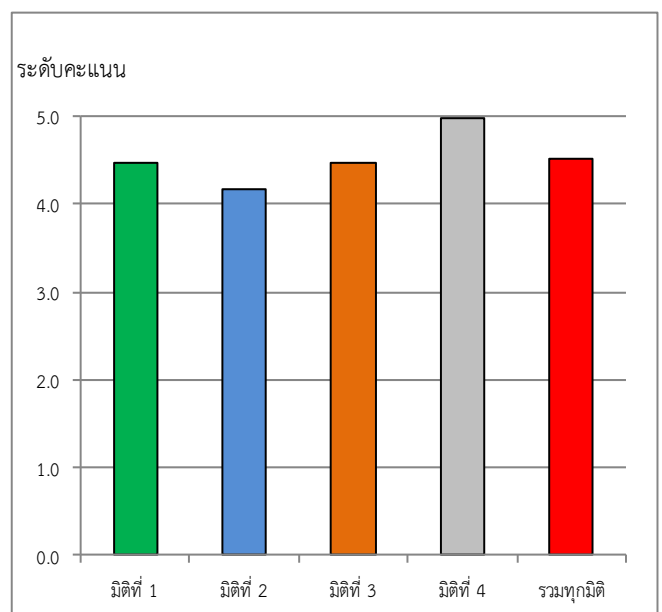
1. การดำเนินงาน (WIN) – ดำเนินการเชิงรุก โดยมุ่งเน้นที่การประมูลสิทธิ์และการดำเนินงานเข้าประเทศ รวมถึงสนับสนุนภาคเอกชนเพื่อให้ชนะการประมูลสิทธิ์และดำเนินงานได้เพิ่มขึ้น
2. การสนับสนุน/ส่งเสริม (PROMOTE) – เสริมสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะศูนย์กลางของอุตสาหกรรมไมซ์ในเอเชีย และส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศ
3. การพัฒนา (DEVELOP) – การร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยเฉพาะด้านการพัฒนาบุคลากร ระบบฐานข้อมูล กำหนดมาตรฐาน และการปรับปรุงกฎระเบียบ/ข้อปฏิบัติ

## 2. สรุปผลในภาพรวม

ผลการปฏิบัติงานตามคำรับรองการปฏิบัติงานของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2557 ในภาพรวม ได้คะแนน 4.5160 ซึ่งอยู่ในระดับดี โดยเฉพาะผลการปฏิบัติงานในมิติที่ 4 ด้านการกำกับดูแลกิจการและการพัฒนาองค์กร ได้คะแนน 4.9917 ในมิติที่ 1 ด้านประสิทธิผลของการปฏิบัติงานซึ่งเป็นไปตามพันธกิจและยุทธศาสตร์ของ สสปน. ได้คะแนน 4.4830 และในมิติที่ 3 ด้านประสิทธิภาพของการปฏิบัติงาน ได้คะแนน 4.4720 สำหรับในมิติที่ 2 ด้านคุณภาพการให้บริการ ได้คะแนน 4.1820 ตามลำดับ

### 2.1 ตารางสรุปผลการประเมินการปฏิบัติงานตามคำรับรองการปฏิบัติงานของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2557

| ผลประเมินแยกตามมิติ                           | น้ำหนัก     | ผลคะแนน       |
|---|-------------|---------------|
| มิติที่ 1 ประสิทธิภาพของการปฏิบัติงาน         | 60%         | 4.4830        |
| มิติที่ 2 คุณภาพการให้บริการ                  | 14%         | 4.1820        |
| มิติที่ 3 ประสิทธิภาพของการปฏิบัติงาน         | 11%         | 4.4720        |
| มิติที่ 4 การกำกับดูแลกิจการและการพัฒนาองค์กร | 15%         | 4.9917        |
| <b>รวมทุกมิติ</b>                             | <b>100%</b> | <b>4.5160</b> |



2.2 ตารางเปรียบเทียบผลการประเมินรายปีของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ  
(องค์การมหาชน) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2548 – 2557

| คะแนน พ.ศ. | มิติที่ 1 | มิติที่ 2 | มิติที่ 3 | มิติที่ 4 | รวม    |
|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|--------|
| 2548       | 4.9043    | 4.2000    | 5.0000    | 5.0000    | 4.8811 |
| 2549       | 2.2073    | 2.7600    | 4.1480    | 3.0000    | 2.6152 |
| 2550       | 4.3667    | 3.1440    | 5.0000    | 3.4504    | 4.1994 |
| 2551       | 4.1164    | 4.7200    | 5.0000    | 3.1400    | 4.1140 |
| 2552       | 3.7300    | 3.5646    | 4.6154    | 4.2829    | 3.9226 |
| 2553       | 4.9185    | 5.0000    | 4.6667    | 4.4663    | 4.7430 |
| 2554       | 4.8800    | 5.0000    | 5.0000    | 4.3067    | 4.7320 |
| 2555       | 5.0000    | 3.0000    | 4.7596    | 4.5547    | 4.4459 |
| 2556       | 4.9474    | 4.2500    | 4.4549    | 4.5787    | 4.7423 |
| 2557       | 4.4830    | 4.1820    | 4.4720    | 4.9917    | 4.5160 |

**ตารางสรุปคะแนนผลการประเมินการปฏิบัติงานตามคำรับรองการปฏิบัติงานของ  
สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)  
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2557**

| ตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงาน  | หน่วยวัด       | น้ำหนัก<br>(ร้อยละ) | เกณฑ์การให้คะแนน |          |          |          |          | ผลการดำเนินงาน |                |                       |               |
|---|----------------|---------------------|------------------|----------|----------|----------|----------|----------------|----------------|-----------------------|---------------|
|   |                |                     | 1                | 2        | 3        | 4        | 5        | ผลการดำเนินงาน | ค่าคะแนนที่ได้ | คะแนนถ่วงน้ำหนัก      |               |
| <b>มิติที่ 1 มิติด้านประสิทธิผลของการปฏิบัติงาน</b>   |                | <b>60</b>           |                  |          |          |          |          |                |                | <b>4.4830</b>         |               |
| 1.1 ตัวชี้วัดตามนโยบายรัฐบาลเพื่อขับเคลื่อนนโยบายสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว 2.2 ล้านล้านบาทภายในปี พ.ศ. 2558   |                |                     |                  |          |          |          |          |                |                |                       |               |
| 1.1.1 จำนวนรายได้จากการใช้จ่ายของผู้เดินทางกลุ่ม MICE ที่เข้ามาประเทศไทย จากการดำเนินงานโครงการให้การสนับสนุนแบบขั้นบันได เพื่อรักษางานให้จัดในประเทศไทยประจำปีอย่างต่อเนื่อง | ล้านบาท        | 10                  | 225              | 238      | 250      | 263      | 275      | 257            | 3.5385         | 0.3538                |               |
| 1.1.2 จำนวนรายได้จากการใช้จ่ายของผู้เดินทางกลุ่ม MICE ที่เข้ามาประเทศไทย จากการดำเนินงานโครงการจัดงานระดับใหญ่ให้จัดในประเทศไทย   | ล้านบาท        | 10                  | 1,900            | 1,950    | 2,000    | 2,050    | 2,100    | 2,201          | 5.0000         | 0.5000                |               |
| 1.2 จำนวนรายได้จากการใช้จ่ายของผู้เดินทางกลุ่ม MICE ที่เข้ามาประเทศไทย*   | ล้านบาท        | 5                   | 63,709           | 69,903   | 76,097   | 82,291   | 88,485   | 80,800         | 3.7593         | 0.1880                |               |
| 1.3 จำนวนครั้งที่คณะกรรมการมูลนิธิการจัดประชุมนานาชาติและการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติ (รวมถึงการสร้างงานใหม่ (New Event))   | งาน หรือ ครั้ง | 5                   | 19               | 21       | 23       | 25       | 27       | 30             | 5.0000         | 0.2500                |               |
| 1.4 จำนวนของงานแสดงสินค้าที่ได้รับการยกระดับให้เป็นนานาชาติมากขึ้น*   | งาน            | 5                   | 24               | 27       | 30       | 33       | 36       | 31             | 3.3333         | 0.1667                |               |
| 1.5 จำนวนรายได้จากอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศ (มูลค่าตลาด MICE ในประเทศไทย)  | ล้านบาท        | 7                   | 11,088           | 11,704   | 12,320   | 12,936   | 13,522   | 31,493         | 5.0000         | 0.3500                |               |
| 1.6 จำนวนกิจกรรมการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศ (Domestic MICE)  | กิจกรรม        | 3                   | 20               | 21       | 22       | 23       | 24       | 24             | 5.0000         | 0.1500                |               |
| 1.7 ระดับความสำเร็จของการจัดทำมาตรฐานสถานที่จัดงานไมซ์ประเทศไทย (MICE Venue Standard)   | ระดับ          | 8                   | 1                | 2        | 3        | 4        | 5        | 5              | 5.0000         | 0.4000                |               |
| 1.8 ปริมาณการรับรู้ (Visibility) ของสื่อออนไลน์ต่างๆ ของ สปปน. (หน่วย: view)  |                |                     |                  |          |          |          |          |                |                |                       |               |
| 1.8.1 ปริมาณการรับรู้ (Visibility) ของกลุ่มผู้ใช้ข้อมูลจากต่างประเทศ (หน่วย: view)  | view           | 3                   | 240,000          | 270,000  | 300,000  | 330,000  | 360,000  | 11,851,585     | 5.0000         | 0.1500                |               |
| 1.8.2 ปริมาณการรับรู้ (Visibility) ของกลุ่มผู้ใช้ข้อมูลจากในประเทศ (หน่วย: view)  | view           | 2                   | 80,000           | 90,000   | 100,000  | 110,000  | 120,000  | 15,236,205     | 5.0000         | 0.1000                |               |
| 1.9 ร้อยละของความถูกต้อง และทันสมัยของข้อมูลในฐานข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์   | ร้อยละ         | 2                   | 60               | 70       | 80       | 90       | 100      | 90.66          | 4.0664         | 0.0813                |               |
| <b>มิติที่ 2 มิติด้านคุณภาพการให้บริการ</b>   |                | <b>14</b>           |                  |          |          |          |          |                |                | <b>4.1820</b>         |               |
| 2.1 ระดับความสำเร็จของการใช้ผลการสำรวจความพึงพอใจเพื่อพัฒนาการให้บริการ   | ระดับ          | 5                   | 1                | 2        | 3        | 4        | 5        | 5              | 5.0000         | 0.2500                |               |
| 2.2 ร้อยละของระดับความพึงพอใจในการให้บริการ   | ร้อยละ         | 5                   | 70               | 75       | 80       | 85       | 90       | 81.90          | 3.3800         | 0.1690                |               |
| 2.3 ร้อยละความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงานด้านไมซ์  | ร้อยละ         | 4                   | 70               | 75       | 80       | 85       | 90       | 85.81          | 4.1620         | 0.1665                |               |
| <b>มิติที่ 3 มิติด้านประสิทธิภาพของการปฏิบัติงาน</b>  |                | <b>11</b>           |                  |          |          |          |          |                |                | <b>4.4720</b>         |               |
| 3.1 ร้อยละของการเบิกจ่ายตามแผนการใช้จ่ายเงิน  | ร้อยละ         | 3                   | 80               | 85       | 90       | 95       | 100      | 90.32          | 3.0640         | 0.0919                |               |
| 3.2 ร้อยละโครงการด้านการตลาด (Tradeshows) ที่สามารถใช้หลักเกณฑ์ต้นทุนต่อหน่วยในการจัดสรรงบประมาณ  | ร้อยละ         | 5                   | 60               | 70       | 80       | 90       | 100      | 100            | 5.0000         | 0.2500                |               |
| 3.3 ประสิทธิภาพของการใช้เงินตามแผนงานดำเนินงานด้านการตลาด (Tradeshow)   | ระดับ          | 3                   | 5,002.50         | 5,248.75 | 5,525.00 | 5,801.25 | 6,077.50 | 6,178          | 5.0000         | 0.1500                |               |
| <b>มิติที่ 4 มิติด้านการกำกับดูแลกิจการและการพัฒนาองค์กร</b>  |                | <b>15</b>           |                  |          |          |          |          |                |                | <b>4.9917</b>         |               |
| 4.1 ระดับการพัฒนาด้านการกำกับดูแลกิจการ   | ระดับ          | 10                  | 1                | 2        | 3        | 4        | 5        | 4.9875         | 4.9875         | 0.4988                |               |
| 4.2 ระดับความสำเร็จของการประเมินผลการดำเนินงานตามที่กำหนดไว้ในกฎหมายจัดตั้ง   | ระดับ          | 2                   | 1                | -        | 3        | -        | 5        | 5              | 5.0000         | 0.1000                |               |
| 4.3 ร้อยละความสำเร็จตามแผนการดำเนินงานเกี่ยวกับการพัฒนาระบบการบริหารงานบุคคล  | ร้อยละ         | 3                   | 60               | 70       | 80       | 90       | 100      | 100            | 5.0000         | 0.1500                |               |
| <b>น้ำหนักรวม</b>   |                | <b>100</b>          |                  |          |          |          |          |                |                | <b>ค่าคะแนนที่ได้</b> | <b>4.5160</b> |

หมายเหตุ\* อ.ภ.ร.เฉพาะกิจเกี่ยวกับการส่งเสริมและพัฒนาองค์การมหาชน ในการประชุมเมื่อวันที่ 30 มีนาคม 2558 มีมติเห็นชอบให้เปลี่ยนแปลงเกณฑ์การให้คะแนนตัวชี้วัดที่ 1.2 จำนวนรายได้จากการใช้จ่ายของผู้เดินทางกลุ่ม MICE ที่เข้ามาประเทศไทย และตัวชี้วัดที่ 1.4 จำนวนของงานแสดงสินค้าที่ได้รับการยกระดับให้เป็นนานาชาติมากขึ้น เนื่องจาก สปปน. ได้รับผลกระทบจากวิกฤตการณ์ทางการเมือง เป็นปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้

### 3. ผลการดำเนินงานที่สำคัญในปีงบประมาณ พ.ศ. 2557

#### 3.1 มิติที่ 1 ด้านประสิทธิผลของการปฏิบัติงาน (น้ำหนักร้อยละ 60) ค่าคะแนนที่ได้ 4.4830

สสพ.กำหนดตัวชี้วัดผลการดำเนินงานทั้งผลผลิตและผลลัพธ์ที่สอดคล้องกับพันธกิจและยุทธศาสตร์ มีผลการดำเนินงานโดยสรุป ดังนี้

**3.1.1 ผลสำเร็จตามนโยบายรัฐบาล:** ตามนโยบายรัฐบาลเพื่อขับเคลื่อนนโยบายสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว 2 ล้านล้านบาทภายในปี พ.ศ. 2558

1) รายได้จากการใช้จ่ายของผู้เดินทางกลุ่ม MICE ที่เข้ามาประเทศไทยจากโครงการให้การสนับสนุนแบบขั้นบันได

กลุ่มเป้าหมายคือ บริษัทขายตรง MLM (multi-level marketing) 5 บริษัทจากต่างประเทศที่สนใจเลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายสำหรับการประชุมหรือการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ได้แก่ bHIP, Perfect China, Herbalife, Morinda Bioactives (Tahitian NONI), Unicity, Agel เพื่อรักษางานให้จัดในประเทศไทยประจำปีอย่างต่อเนื่อง โดย สสพ.สื่อสารตรงกับลูกค้ากลุ่มนี้ รวมถึงเดินทางเข้าพบผู้มีอำนาจตัดสินใจในประเทศเป้าหมาย

ในการนี้ สสพ. ตั้งงบประมาณในการสนับสนุนสูงขึ้นในแต่ละปีที่บริษัทเข้ามาจัดงานในประเทศไทย โดยมีเงื่อนไขว่าบริษัทจะต้องมีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้เข้าร่วมงานเพิ่มขึ้นในแต่ละปี

สำหรับปีงบประมาณ 2557 มีบริษัทขายตรง MLM (multi-level marketing) จำนวน 2 ราย สร้างรายได้จากการใช้จ่ายของผู้เดินทางกลุ่ม MICE ให้แก่ประเทศไทย จำนวน 257 ล้านบาท ค่าคะแนนที่ได้ 3.5385

มีสูตรการคำนวณ ดังนี้

รายได้จากการใช้จ่ายของผู้เดินทางกลุ่ม MICE = จำนวนผู้เดินทางกลุ่ม MICE x ค่าใช้จ่ายต่อคนโดยเฉลี่ย

รายชื่อบริษัทจำนวน 2 ราย ดังนี้

| ชื่อบริษัท                                   | ประเทศ    |
|--|-----------|
| 1. Herbalife Future President's Team Retreat | Worldwide |
| 2. World Venture                             | USA       |

2) รายได้จากการใช้จ่ายของผู้เดินทางกลุ่ม MICE ที่เข้ามาประเทศไทยจากโครงการจัดงานระดับใหญ่ให้จัดในประเทศไทย

กลุ่มเป้าหมายคือ กลุ่มลูกค้าองค์กรที่มีศักยภาพในการจัดประชุมหรือการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในระดับใหญ่ (เกิน 1,000 คนต่องาน) เช่น Pro Health (MLM), DANKS (Hardware), Clipsal (Electronic Accessories), Baker & McKenzie (Law Firm), Amway India (MLM), Amway Australia (MLM), Nu Skin (MLM) , MetLife

สสพ.ติดต่อบริษัทผู้ให้บริการกับลูกค้าเป้าหมายอย่างใกล้ชิด เพื่อสอบถามถึงความต้องการและรายละเอียดของการจัดงาน ให้คำแนะนำ รวมถึงให้การสนับสนุนทางการเงินในการจัดงานเพื่อเพิ่มโอกาสในการจัดงานให้เกิดขึ้นในประเทศไทย

สำหรับปีงบประมาณ 2557 มีรายได้จากการใช้จ่ายของผู้เดินทางกลุ่ม MICE ที่เข้ามาประเทศไทยจากการดำเนินโครงการนี้ จำนวน 2,201 ล้านบาท ค่าคะแนนที่ได้ 5.0000

สสพ.ให้การสนับสนุนด้านงบประมาณ เพื่อใช้ในการจัดงานทั้งหมด 5 งาน รายละเอียดดังนี้

| ชื่องาน   | รายได้        |
|---|---------------|
| 1. Jeunesse Expo Thailand – Annual World Conference 2013    | 346,406,400   |
| 2. Herbalife Asia-Pacific Active World Team University 2013 | 1,127,566,800 |
| 3. Holcim Serasi  | 93,411,000    |
| 4. Infinitus 2014   | 527,030,100   |
| 5. SBI Life Insurance                                       | 106,942,500   |
| รวม   | 2,201,356,800 |

### 3.1.2 ด้านการส่งเสริมการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย

1) สสพ. ดำเนินการทางการตลาดและจัดกิจกรรมในหลายรูปแบบที่ส่งผลต่อพฤติกรรม การใช้จ่ายของนักเดินทางกลุ่มไมซ์ ทำให้ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2557 ประเทศไทยมีรายได้จากการใช้จ่ายของนักเดินทางที่เข้ามาประเทศไทยเพื่อร่วมการประชุมนานาชาติของกลุ่มบริษัท (Corporate Meetings) เข้ามาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentives) เข้าร่วมการประชุมนานาชาติของกลุ่มองค์กร (Non-Corporate Meetings or Conventions) รวมถึงผู้แสดงสินค้า (Exhibitors) และผู้เข้าชมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติ (Visitors) โดยไม่นับรวมรายได้จากการใช้จ่ายของผู้ติดตาม จำนวน 80,800 ล้านบาท ลดลงจากปีงบประมาณ พ.ศ. 2556 ที่มีรายได้จำนวน 88,485 ล้านบาท หรือลดลงคิดเป็นร้อยละ 8.69 ค่าคะแนนที่ได้ 3.7593

มีสูตรการคำนวณ ดังนี้

$$\text{จำนวนนักเดินทางกลุ่ม MICE} \times \text{ระยะพำนักเฉลี่ย (วัน)} \times \text{ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อวันโดยเฉลี่ย}$$

อย่างไรก็ตาม อ.ก.พ.ร.เฉพาะกิจเกี่ยวกับการส่งเสริมและพัฒนาองค์การมหาชนและองค์กรรูปแบบอื่นในกำกับของราชการฝ่ายบริหารที่มีใช้ส่วนราชการ ในการประชุมเมื่อวันที่ 30 มีนาคม 2558 มีมติเห็นชอบให้เปลี่ยนแปลงเกณฑ์การให้คะแนน เนื่องจาก สสพ. ได้รับผลกระทบจากวิกฤตการณ์ทางการเมือง เป็นปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ ดังนี้



| จำนวนรายได้จากการ<br>ใช้จ่ายของผู้เดินทาง<br>กลุ่ม MICE ที่เข้าไป<br>ในประเทศไทย | ระดับ (ล้านบาท) |        |        |        |         |
|--|-----------------|--------|--------|--------|---------|
|  | 1               | 2      | 3      | 4      | 5       |
| เดิม   | 76,097          | 82,291 | 88,485 | 94,679 | 100,873 |
| ใหม่   | 63,709          | 69,903 | 76,097 | 82,291 | 88,485  |

2) สสปน. จัดจ้างหน่วยงานภายนอกให้ดำเนินการรวบรวมและสำรวจข้อมูล/สถิติด้านนักเดินทางกลุ่มไมซ์ในประเทศ (Domestic MICE) ซึ่งเป็นผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมการประชุม (Meeting) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive) การประชุมขนาดใหญ่ (Convention) และการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibition) ที่จัดขึ้นโดยบุคคล กลุ่มบุคคล หรือองค์กรภายในประเทศ จากการส่งเสริมการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทยของ สสปน.

ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2557 มีรายได้จากนักเดินทางกลุ่มไมซ์ในประเทศ จำนวน 31,493 ล้านบาท ค่าคะแนนที่ได้ 5.0000

นอกจากนี้ สสปน. ได้จัดกิจกรรมการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศ (Domestic MICE) ซึ่งเป็นกิจกรรมเพื่อพัฒนาเมือง พัฒนาผู้ประกอบการท้องถิ่น พัฒนาและให้ความรู้กลุ่มผู้ซื้อ และงาน MICE ที่ สสปน. มีส่วนสนับสนุนในการจัดงาน จะมีบริษัท / หน่วยงานจากกลุ่มเป้าหมายหลักเข้าร่วมกิจกรรม อย่างน้อย 50 บริษัท และ/หรือ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมฯ อย่างน้อย 1,000 คน

มีกิจกรรมการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย จำนวน 24 กิจกรรม คือ

- งานที่สสปน. จัดขึ้นเอง จำนวน 5 งาน
  - (1) 1st Domestic MICE Mart ณ กรุงเทพฯ
  - (2) 1st Domestic MICE Mart ณ เชียงใหม่
  - (3) 1st Domestic MICE Mart ณ ขอนแก่น
  - (4) 1st Domestic MICE Mart ณ พัทยา
  - (5) 1st Domestic MICE Mart ณ ภูเก็ต
- งานที่สสปน. ให้การสนับสนุน จำนวน 19 งาน
  - (1) ICTC 2013
  - (2) Thailand International Sport Expo 2013
  - (3) สัมมนาหอการค้าทั่วประเทศ ครั้งที่ 31
  - (4) HR Day 2013
  - (5) Horti Asia on the move
  - (6) Thailand Toy Expo 2014
  - (7) ครอบครัวยุคใหม่ พาทัวร์กระบี่
  - (8) คิดแตก คิดต่าง : สร้างคุณค่าเพิ่มธุรกิจไทยได้อย่างไร
  - (9) สนับสนุนการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล Sony (Thailand)
  - (10) มหกรรมซื้อของรววย (สุราษฎร์ธานี/กรุงเทพฯ/เชียงใหม่)
  - (11) Pattaya Food & Hotelier 2014

- (12) วันกึ่งไทยใต้ล่าง ครั้งที่ 3
- (13) มหกรรมหนังสือภาคอีสาน ครั้งที่ 2
- (14) Thailand HR Forum 2014
- (15) HR North Forum 2014 ณ จ.เชียงใหม่
- (16) TEDxChiangMai 2014
- (17) สัมมนายุทธศาสตร์สภาหอการค้าแห่งประเทศไทยครั้งที่ 1
- (18) CLMV ทิศทางการลงทุนใหม่ของแบรนด์ไทย
- (19) HR Forum 2014 ณ จ.ขอนแก่น

3) สสพ. ให้ความสำคัญการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ภายในประเทศ (Domestic MICE หรือ D-MICE) โดยเฉพาะการจัดประชุมสัมมนาและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลภายในประเทศ เพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดการหมุนเวียนและการกระจายรายได้ทางเศรษฐกิจ รวมทั้งสกัดกั้นการรั่วไหลของเงินตราออกสู่ต่างประเทศ ซึ่งก็ต้องการคุณภาพและมาตรฐาน ของสถานที่จัดประชุมเพื่อเป็นปัจจัยดึงดูดกลุ่มเป้าหมายเช่นกัน ดังนั้นนโยบาย D-MICE จึงมีความสอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์เพื่อรองรับประชาคมอาเซียน เช่นกัน ด้วยเหตุผลดังกล่าว การมีห้องประชุมที่ได้มาตรฐาน ได้รับการยอมรับทั้งในและต่างประเทศ และเป็นตัวแทนภาพลักษณ์ที่ดี ของประเทศไทย จึงจำเป็นต้องเกิดขึ้น เพื่อรองรับความเปลี่ยนแปลงที่กำลังจะตามมา โดย สสพ.ได้มอบให้ ทีมนักวิจัยคณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล จัดทำมาตรฐานสถานที่จัดงานไมซ์ประเทศไทย (MICE Venue Standard) ตามรายละเอียดดังนี้

- กำหนดขอบเขตและแนวทางในการดำเนินงานพัฒนาและส่งเสริมการใช้มาตรฐาน MICE Venue Standard ประเทศไทย
- ศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลร่วมกันเพื่อประกอบการทำแผนพัฒนามาตรฐานและส่งเสริมการใช้ MICE Venue Standard ประเทศไทย
- กำหนดโครงสร้างของมาตรฐานรวมทั้งมีร่างต้นแบบมาตรฐาน MICE Venue Standard ประเทศไทย
- นำเสนอโครงสร้างของมาตรฐานและร่างต้นแบบมาตรฐาน MICE Venue Standard รวมทั้งแผนแม่บทในการส่งเสริมการใช้มาตรฐาน MICE Venue Standard ประเทศไทยต่อที่ประชุมกรรมการบริหาร สสพ. เพื่อให้ความเห็นชอบเมื่อวันที่ 23 กันยายน 2557
- จัดทำแผนแม่บทในการส่งเสริมการใช้มาตรฐาน MICE Venue Standard ประเทศไทย ค่าคะแนนที่ได้ 5.0000

### 3.1.3 ด้านการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ธุรกิจการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย

1) สสพ. ได้ผลักดันให้ประเทศไทยชนะการประมูลสิทธิ์การจัดประชุมสำคัญและการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการที่สามารถเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทย จัดในประเทศไทย (Conventions/Exhibitions) จำนวน 30 งาน/ครั้ง โดยเป็นงานที่ชนะการประมูลสิทธิ์ (Won Bids) ที่ได้ประกาศผลอย่างเป็นทางการในปีงบประมาณ พ.ศ. 2557 จำนวน 23 งาน นอกจากนี้เป็นการสร้างงานแสดงสินค้าและ

นิทรรศการขึ้นมาใหม่ (New Shows) จำนวน 7 งาน ที่เป็นงานที่ได้จัดขึ้นในประเทศไทยเป็นครั้งแรกโดยการสนับสนุนของ สสพ. ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2557 ค่าคะแนนที่ได้ 5.0000

การสร้างงานใหม่มี 3 ประเภท ได้แก่

- การดำเนินงาน (Acquire) ซึ่งเคยจัดในประเทศอื่นให้เข้ามาจัดในประเทศไทย แต่ไม่มีกระบวนการในการประมูลสิทธิ์
- การจำลองงาน (Clone) ในลักษณะเดียวกันหรือคล้ายกันซึ่งเคยจัดในประเทศอื่น แต่ยังไม่เคยจัดในประเทศไทย
- การสร้างงาน (Build/Create) ซึ่งยังไม่เคยจัดที่ใดในโลกขึ้นมาใหม่ในประเทศไทย

2) สสพ. ได้ส่งเสริมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการที่มีอยู่ในประเทศไทย โดยพิจารณาการยกระดับให้เป็นนานาชาติมากขึ้นจากเงื่อนไขข้อใดข้อหนึ่งตามรายงานจากผู้ตรวจประเมินและรับรองงานแสดงสินค้าที่ได้รับการรับรองจาก UFI ที่กำหนดดังต่อไปนี้

- (1) มีจำนวนบริษัทจากต่างประเทศที่เข้าร่วมแสดงสินค้า (Exhibitor) เพิ่มขึ้นกว่าปีก่อนหน้านี้
- (2) มีจำนวนสัญชาติของบริษัทที่เข้าร่วมแสดงสินค้า (Exhibitor) เพิ่มขึ้นกว่าปีก่อนหน้านี้อย่างน้อย 1 สัญชาติ
- (3) มีจำนวนผู้เข้าชมงาน (Visitor) จากต่างประเทศ เพิ่มขึ้นกว่าปีก่อนหน้านี้
- (4) มีจำนวนสัญชาติของผู้เข้าร่วมชมงาน (Visitor) เพิ่มขึ้นกว่าปีก่อนหน้านี้อย่างน้อย 1 สัญชาติ
- (5) มีจำนวนสัญชาติของผู้เข้าร่วมงานเพิ่มขึ้นมากกว่าปีก่อนหน้านี้อย่างน้อย 1 สัญชาติ
- (6) มีจำนวนพาวลิเลียนจากต่างประเทศเพิ่มขึ้นมากกว่าปีก่อนหน้านี้อย่างน้อย 1 ประเทศ

(7) มีพื้นที่ของการจัดแสดงงาน (Gross space) เพิ่มขึ้น จากปีก่อนหน้านี้

(8) มีพื้นที่จัดแสดงสินค้า (Exhibiting space) เพิ่มขึ้น จากปีก่อนหน้านี้

ซึ่งข้อ 1) และ ข้อ 3) แตกต่างจากเงื่อนไขปี 2556 ดังนี้

- (1) มีผู้เข้าร่วมแสดงงานต่างชาติจำนวน 10 % ของจำนวนผู้เข้าร่วมแสดงงานทั้งหมด
- (3) มีผู้เข้าร่วมชมงานจากต่างประเทศจำนวน 5% ของจำนวนผู้เข้าชมงานทั้งหมด

ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2557 มีงานแสดงสินค้าและนิทรรศการที่ได้รับการยกระดับเป็นนานาชาติ จำนวน 31 งาน ค่าคะแนนที่ได้ 3.3333

อย่างไรก็ตาม อ.ก.พ.ร.เฉพาะกิจเกี่ยวกับการส่งเสริมและพัฒนาองค์การมหาชน ในการประชุมเมื่อวันที่ 30 มีนาคม 2558 มีมติเห็นชอบให้เปลี่ยนแปลงเกณฑ์การให้คะแนน เนื่องจาก สสพ. ได้รับผลกระทบจากวิกฤตการณ์ทางการเมือง เป็นปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ ดังนี้

| จำนวนของงานแสดง<br>สินค้าที่ได้รับการ<br>ยกระดับให้เป็น<br>นานาชาติมากขึ้น | ระดับ (งาน) |    |    |    |    |
|--|-------------|----|----|----|----|
|  | 1           | 2  | 3  | 4  | 5  |
| เดิม   | 34          | 35 | 36 | 37 | 38 |
| ใหม่   | 24          | 27 | 30 | 33 | 36 |

### 3.1.4 การเป็นศูนย์กลางข้อมูลด้านการประชุมและการจัดนิทรรศการ

สสพ. ได้พัฒนาฐานข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ ภายใต้ชื่อโครงการ Intelligence Center เป็นหนึ่งในข้อสรุปประเด็นในเอกสาร “White Paper เจตนารมณ์ร่วมของการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ไทย” Roadmap แผนการทำงานฟื้นฟูอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย เพื่อเป็นแนวทางขับเคลื่อนและพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในระยะยาว

ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2557 สสพ. มีแผนการดำเนินการปรับปรุงและจัดเก็บข้อมูลที่มีความถูกต้องและเป็นปัจจุบัน ซึ่งความถูกต้องและปัจจุบันของข้อมูลในฐานข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ หมายถึง ความถูกต้องและมีความเป็นปัจจุบันที่สุดของฐานข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ที่บุคคลทั้งภายในและนอก สสพ. สามารถนำไปใช้งานได้อย่างเกิดประโยชน์สูงสุด

สามารถจำแนกเมืองไมซ์ซีทีทีทั้ง 5 เมืองเป็นกลุ่มฐานข้อมูลได้ดังนี้

1. กลุ่มฐานข้อมูลโรงแรมที่พัก
2. กลุ่มฐานข้อมูลสถานที่จัดประชุมและงานแสดงสินค้า
3. กลุ่มฐานข้อมูลผู้จัดการประชุมมีอาชีพและผู้จัดงานแสดงสินค้ามีอาชีพ
4. กลุ่มฐานข้อมูลสมาคมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์
5. กลุ่มฐานข้อมูลผู้ให้บริการอาหารและจัดเลี้ยง
6. กลุ่มฐานข้อมูลผู้ให้บริการแปลภาษา
7. กลุ่มฐานข้อมูลบริษัทท่องเที่ยวและบริษัทรับจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล
8. กลุ่มฐานข้อมูลผู้ให้บริการด้านขนส่ง
9. กลุ่มฐานข้อมูลผู้ให้บริการรับเหมา
10. กลุ่มฐานข้อมูลมหาวิทยาลัยที่ให้การสอนวิชาที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์

การเก็บและรวบรวมข้อมูลทั้ง 10 กลุ่มฐานข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ที่ถูกต้องและทันสมัยนั้น มาจากการเก็บและรวบรวมข้อมูลที่ทาง สสพ. มีอยู่เดิมรวมถึงการหาข้อมูลใหม่จากแหล่งข้อมูลอื่นๆที่น่าเชื่อถือ เช่น ข้อมูลจากทางสมาคมต่างๆที่เกี่ยวข้อง TICA, TEA และ THA เป็นต้น

รูปแบบการเก็บข้อมูล 2 วิธี คือการเก็บข้อมูลจากทางเว็บไซต์และทางโทรศัพท์สอบถามผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จากนั้นนำข้อมูลทั้ง 10 กลุ่มฐานข้อมูลไปคำนวณทางสถิติ เพื่อหาค่าร้อยละและค่าเฉลี่ย ซึ่ง ณ สิ้นปี สามารถเก็บข้อมูลได้ร้อยละ 90.66 ค่าคะแนนที่ได้ 4.0664

นอกจากนี้ สสปน. ได้จัดทำแผนการการตลาดออนไลน์เพื่อสร้างภาพลักษณ์และการรับรู้ในศักยภาพของประเทศไทยในฐานะ MICE Destination สำหรับตลาดต่างประเทศ สสปน. ดำเนินการผ่านช่องทางต่างๆ ดังนี้

1. แคมเปญ Social media and Social Networking for MICE โดยจัดแคมเปญสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ Social Networking สร้าง interactivity, Participation ให้สมาชิกในชุมชนออนไลน์ในแต่ละประเทศ มีการปฏิสัมพันธ์และสร้างการมีส่วนร่วมกับหน่วยงาน

2. E-Newsletter ส่งอีเมลเพื่อประชาสัมพันธ์ศักยภาพ ความพร้อมของประเทศไทยในการจัดประชุม MICE Destination โดยส่งไปยังฐานอีเมลของกลุ่มเป้าหมายสำหรับตลาด MICE ทั่วโลก โดยการเช่าซื้อชื่อ (Database Rental List) จากแหล่งฐานข้อมูลที่ได้รับอนุญาตแล้วเท่านั้น หรือที่เรียกว่า permission based email รวมถึงฐานข้อมูลลูกค้าของ สสปน.

3. Online PR จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ออนไลน์ไปสู่กลุ่มเป้าหมายทั่วโลก เพื่อประชาสัมพันธ์ สร้างการรับรู้ในเรื่องของงานนิทรรศการ งานประชุมต่างๆ ที่ประเทศไทยได้รับเลือกให้เป็นที่จัดงาน โดยกิจกรรมประชาสัมพันธ์ออนไลน์ควรทำทั้งก่อนและหลังการจัดงาน คือ Pre and Post PR Event

4. E-News Release ผลิตและออกแบบการเผยแพร่ข่าวในรูปแบบจดหมายข่าวอิเล็กทรอนิกส์ไปยังสื่อต่างๆ

5. จัดทำแคมเปญสื่อส่งเสริมการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ โดยนำเสนอ Blog, Brochure, VDO, Testimonial และ Article ต่างๆ ของ สสปน.

สามารถวัดปริมาณการรับรู้ (Visibility) ของสื่อออนไลน์ต่างๆ ของกลุ่มผู้ใช้ข้อมูลจากต่างประเทศ โดยเป็นการวัดความสามารถในการสร้างปริมาณผู้เยี่ยมชมผ่านการรับรู้และใช้ประโยชน์จากสื่อออนไลน์ของ สสปน. ได้แก่ เว็บไซต์ Blog Social Media VDO และ E-news มีปริมาณการรับรู้ (Visibility) ของกลุ่มผู้ใช้ข้อมูลจากต่างประเทศ จำนวน 11,851,585 View ค่าคะแนนที่ได้ 5.0000

สำหรับตลาดในประเทศ สสปน. ดำเนินการผ่านช่องทางต่างๆ ดังนี้

1. Social Networking จัดแคมเปญประชาสัมพันธ์ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เป็นที่นิยมของคนไทย เช่น facebook, Instagram

2. Blog Marketing โฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านบล็อกเกอร์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของกลุ่มเป้าหมาย

3. Online Event จัดกิจกรรมเพื่อสร้างกระแสผ่านสื่อออนไลน์ อาทิเช่น จัดประกวด จัดแข่งขันเกมส์ที่ส่งเสริมและสร้างการรับรู้ในพื้นที่ MICE City ทั้ง 4 จังหวัด

4. Online Promotions จัดกิจกรรมส่งเสริมการขายโดยรวบรวมข้อเสนอพิเศษและส่วนลดต่างๆ ของสินค้าและบริการท่องเที่ยวจากผู้ประกอบการ

การวัดปริมาณการรับรู้ (Visibility) ของสื่อออนไลน์ต่างๆ ของกลุ่มผู้ใช้ข้อมูลจากในประเทศ เป็นการวัดความสามารถในการสร้างปริมาณผู้เยี่ยมชมผ่านการรับรู้และใช้ประโยชน์จากสื่อออนไลน์ของ สสปน. ได้แก่ เว็บไซต์ (ภาษาไทย) Social Media และ แคมเปญออนไลน์ต่างๆ มีปริมาณการรับรู้ (Visibility) ของกลุ่มผู้ใช้ข้อมูลในประเทศ จำนวน 15,236,205 View ค่าคะแนนที่ได้ 5.0000

### 3.2 มิติที่ 2 ด้านคุณภาพการให้บริการ (น้ำหนักร้อยละ 14) ค่าคะแนนที่ได้ 4.1820

3.2.1 การนำผลการสำรวจความพึงพอใจในการให้บริการของปีงบประมาณพ.ศ. 2556 ที่ผ่านมา เพื่อใช้ประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานขององค์การมหาชนในการเรียนรู้และเข้าใจผู้รับบริการ เพื่อปรับปรุงการให้บริการให้มีคุณภาพตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ สสพ. ได้ดำเนินการดังนี้

1) วิเคราะห์ผลการสำรวจความพึงพอใจประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2556 เพื่อหาจุดแข็ง และจุดอ่อน รวมถึงข้อควรปรับปรุงตามมิติต่างๆของการสำรวจ และจัดทำแนวทางการปรับปรุงเสนอต่อ คณะกรรมการบริหาร เมื่อวันที่ 27 มีนาคม 2557

2) จัดทำรายงานสรุปผลการติดตามการดำเนินงานและการปรับปรุงงานตามแนวทางและสาระสำคัญ เสนอคณะกรรมการฯ เมื่อวันที่ 27 ตุลาคม 2557 ซึ่งทุกกิจกรรมภายใต้แผนดังกล่าวสามารถดำเนินงานได้ครบถ้วน ภายในระยะเวลาที่กำหนด รายละเอียด ดังนี้

(1) แผนการรักษาจุดแข็ง ได้แก่ โครงการรักษาความสัมพันธ์ที่ดีต่อหน่วยงาน พันธมิตรและภาครัฐ โครงการให้ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์แก่หน่วยงานพันธมิตร และ โครงการเผยแพร่ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอุตสาหกรรมให้หน่วยงานพันธมิตรทราบ

(2) แผนการพัฒนาจุดปรับปรุงให้เป็นจุดแข็ง ได้แก่ แผนการสนับสนุนด้านการตลาด แผนการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการ MICE แผนการยกระดับอุตสาหกรรมการแสดงสินค้านานาชาติ แผนการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ แผนการเพิ่มความสามารถของบุคลากร สสพ.

(3) แผนการปรับปรุงจุดอ่อน ได้แก่ แผนการสร้างความชัดเจนของระบบการทำงาน ในองค์กร และ แผนการเพิ่มความรวดเร็วในกระบวนการทำงาน

สสพ.ได้รายงานผลการปรับปรุงงานตามผลการสำรวจความพึงพอใจต่อ คณะกรรมการบริหาร ค่าคะแนนที่ได้ 5.0000

3.2.2 สสพ. ได้ให้ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจของผู้รับบริการ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2557 ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของโครงการประเมินผลภาพรวมการดำเนินงานของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ซึ่งได้สำรวจจากกลุ่มตัวอย่างผู้รับบริการ จำนวน 142 ราย ตามรายละเอียดดังนี้

| องค์กรที่สังกัด    | จำนวน | ร้อยละ       |
|--------------------|-------|--------------|
| ผู้ประกอบการเอกชน  | 68    | <u>47.89</u> |
| หน่วยงานภาครัฐ     | 54    | 38.03        |
| สมาคม/ องค์กรอิสระ | 17    | 11.97        |
| ไม่ระบุ            | 3     | 2.11         |

ผลการสำรวจพึงพอใจของผู้รับบริการจากกลุ่มตัวอย่างพบว่า มีระดับความพึงพอใจโดยเฉลี่ย 8.19 คิดเป็นร้อยละ 81.90 ค่าคะแนนที่ได้ 3.3800 ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

| ระดับ   | 1    | 2    | 3    | 4    | 5    | 6    | 7     | 8     | 9            | 10    | x             | SD   |
|---|------|------|------|------|------|------|-------|-------|--------------|-------|---------------|------|
| ความพึงพอใจ<br>โดยรวมต่อการ<br>ดำเนินงานของ<br>สสพ. (N=125) | 0.00 | 0.00 | 0.80 | 1.60 | 3.20 | 2.40 | 15.20 | 30.40 | <u>33.60</u> | 12.80 | <u>8.19</u>   | 1.35 |
|   | (0)  | (0)  | (1)  | (2)  | (4)  | (3)  | (19)  | (38)  | (42)         | (16)  | <u>(4.10)</u> |      |
|   |      |      |      |      |      |      |       |       |              |       | <u>มาก</u>    |      |

จากการสำรวจพบว่า ศักยภาพในการดำเนินงานของ สสพ. ที่ควรปรับปรุง เป็นอันดับแรก คือ การประชาสัมพันธ์เพื่อดึงลูกค้า อันดับที่ 2 คือ การส่งเสริมการตลาดและการขาย อันดับที่ 3 คือ การสร้างภาพลักษณ์ในต่างประเทศ และอันดับที่ 4 คือ การพัฒนาทรัพยากรบุคคลในอุตสาหกรรม MICE

| ศักยภาพ  | อันดับ 1 |         |           | อันดับ 2 |         |           | อันดับ 3 |         |           | คะแนน<br>ถ่วง<br>น้ำหนัก |
|--|----------|---------|-----------|----------|---------|-----------|----------|---------|-----------|--------------------------|
|  | จำนวน    | น้ำหนัก | ผลลัพธ์   | จำนวน    | น้ำหนัก | ผลลัพธ์   | จำนวน    | น้ำหนัก | ผลลัพธ์   |                          |
| การประชาสัมพันธ์<br>เพื่อดึงลูกค้า                     | 19       | 3       | 57        | 39       | 2       | <u>78</u> | 23       | 1       | <u>23</u> | <u>136</u>               |
| การส่งเสริมการตลาด<br>และการขาย                        | 26       | 3       | 78        | 26       | 2       | 52        | 19       | 1       | 19        | 131                      |
| การสร้างภาพลักษณ์<br>ในต่างประเทศ                      | 26       | 3       | 78        | 18       | 2       | 36        | 19       | 1       | 19        | 115                      |
| การพัฒนาทรัพยากร<br>บุคคลใน<br>อุตสาหกรรม MICE         | 27       | 3       | <u>81</u> | 15       | 2       | 30        | 16       | 1       | 16        | 112                      |
| การปรับปรุงผลการ<br>ดำเนินงาน เช่น การ<br>ประมุขสิทธิ์ | 10       | 3       | 30        | 7        | 2       | 14        | 16       | 1       | 16        | 45                       |
| อื่นๆ ได้แก่ สนับสนุน<br>งานของหน่วยงานรัฐ             | 1        | 3       | 3         | 0        | 2       | 0         | 2        | 1       | 2         | 4                        |

จากการสำรวจความพึงพอใจต่อการดำเนินงานของ สสพ. สามารถแสดงข้อเสนอแนะการดำเนินงานของ สสพ. ได้ดังนี้

- การพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์เป็นความจำเป็นเร่งด่วน เพราะเมื่อบุคลากรมีประสิทธิภาพและมีความรู้การพัฒนาเรื่องอื่นๆ จะเป็นไปได้ง่าย และควรเร่งพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรม MICE โดยใช้สถานศึกษาในพื้นที่เป็นฐานร่วม

- ด้านการประชาสัมพันธ์

การรับรู้ของบุคคลภายนอกอุตสาหกรรม MICE ต่อการทำงานของ สสพ. ยังมีค่อนข้างน้อย อาจเป็นเพราะการประชาสัมพันธ์ยังมีในวงแคบและมีเฉพาะในเขตกรุงเทพฯ ซึ่งมีความพร้อมในการ



เป็นพื้นที่จัดกิจกรรม MICE ค่อนข้างสูง ในส่วนของต่างจังหวัดความรู้และความเข้าใจต่ออุตสาหกรรม MICE ยังค่อนข้างน้อย ทั้งที่ในความเป็นจริงหลายสถานที่ทั้งโรงแรมและสถาบันการศึกษามีศักยภาพในการพัฒนาตนเองไปเป็นศูนย์ประชุมประจำภูมิภาคแต่ยังขาดการบริหารจัดการที่ดี

- ด้านการส่งเสริมและสนับสนุนเครือข่าย

ควรกำหนดโปรแกรมส่งเสริมการตลาดและการขาย การประชาสัมพันธ์ตลอดจนการสนับสนุนต่างๆ จาก สสปน. ให้เป็นกรณีพิเศษ สำหรับกลุ่มงานนิทรรศการที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง หรืองานที่มีความเฉพาะตัว เช่น งานวิทยาศาสตร์ ด้านการแพทย์ เนื่องจากต้องมีการติดต่อประสานงานเฉพาะกลุ่ม มีการทำประชาสัมพันธ์เป็นกรณีพิเศษเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

ในการดำเนินงานเพื่อสำรวจความพึงพอใจควรกำหนดข้อคำถามหรือประเด็นในการสำรวจโดยเฉพาะ เพื่อสามารถนำผลลัพธ์ที่ได้รวมทั้งความเห็นที่เป็นข้อเสนอแนะจากการสำรวจไปใช้ในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของ สสปน. ได้ตรงประเด็น

3.2.3 สสปน. ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงานด้านไมซ์ โดยจ้างผู้ประเมินภายนอก ได้แก่ บริษัท อินฟอร์เมชั่น โพรวายเดอร์ แอนด์ คอนซัลแตนท์ เป็นผู้สำรวจ มีกลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้มาเยี่ยมชมงาน (Visitors) ผู้เข้าร่วมประชุม (Delegates) และผู้เข้าร่วมแสดงสินค้า (Exhibitors) ซึ่งจากผลการสำรวจนั้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในภาพรวม คิดเป็นร้อยละ 85.81 ค่าคะแนนที่ได้ 4.1620 โดยมีรายละเอียด ดังนี้

|                                 | Exhibitor    | Visitor      | Participant: C | Participant: M |
|---------------------------------|--------------|--------------|----------------|----------------|
| ▪ Venue Facilities              | 80.00        | 87.08        | 87.62          | 87.87          |
| ▪ Accommodation                 | 81.40        | 84.82        | 85.07          | 86.98          |
| ▪ Professional Services         | 79.24        | 83.50        | 86.19          | 86.51          |
| ▪ Hospitality                   | 83.38        | 85.80        | 88.93          | 89.61          |
| ▪ Value for money               | 75.73        | 80.41        | 83.40          | 82.52          |
| ▪ Business opportunity          | 69.59        | 80.18        | 79.21          | 80.33          |
| ▪ Attractiveness of Destination | 78.71        | 83.92        | 87.01          | 86.61          |
| <b>ความพึงพอใจรวม</b>           | <b>78.30</b> | <b>83.68</b> | <b>85.47</b>   | <b>85.81</b>   |

อย่างไรก็ตามในการดำเนินงานเพื่อสำรวจความพึงพอใจควรกำหนดข้อคำถามหรือประเด็นในการสำรวจโดยเฉพาะ เพื่อสามารถนำผลลัพธ์ที่ได้รวมทั้งความเห็นที่เป็นข้อเสนอแนะจากการสำรวจไปใช้ในการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของ สสปน. ได้ตรงประเด็น

### 3.3 มิติที่ 3 ด้านประสิทธิภาพของการปฏิบัติงาน (น้ำหนักร้อยละ 11) ค่าคะแนนที่ได้ 4.4720

#### 3.3.1 การบริหารงบประมาณของ สสปน.

งบประมาณที่ใช้จ่ายตามแผนการใช้จ่ายเงินของปีงบประมาณ พ.ศ. 2557 ที่ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการบริหาร สสปน. จำนวน 880,259,200 บาท จากผลการเบิกจ่ายเงินตามแผนการใช้จ่ายเงินในรอบ 12 เดือนของปีงบประมาณ พ.ศ. 2557 ซึ่งดำเนินการเรียบร้อยแล้ว มีการเบิกจ่ายตามแผนและผูกพันสัญญาจำนวน 795,046,722 บาท คิดเป็นร้อยละ 90.32 ค่าคะแนนที่ได้ 3.0640



### 3.3.2 การจัดทำต้นทุนต่อหน่วยผลผลิต

โครงการ Trade Shows และโครงการจัดงาน IT&CMA เป็นโครงการต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2556 ซึ่งมีการจัดทำฐานข้อมูลและจัดทำบัญชีต้นทุนต่อหน่วยผลผลิตระดับโครงการของปีงบประมาณ พ.ศ. 2555 รอบ 12 เดือน และปีงบประมาณ พ.ศ. 2556 รอบ 9 เดือนได้แล้วเสร็จ ตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่กรมบัญชีกลางกำหนดได้แล้วเสร็จ และรายงานผลให้สำนักงาน ก.พ.ร. รับทราบ

สสพ. ได้เปรียบเทียบผลการคำนวณต้นทุนต่อหน่วยผลผลิตรอบ 9 เดือน ระหว่างปีงบประมาณ พ.ศ. 2555 และ ปีงบประมาณ พ.ศ. 2556 รวมทั้งวิเคราะห์หาสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงของต้นทุนในด้านต่าง ๆ และจัดทำแผนเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ซึ่งผลการดำเนินงานตามแผนบรรลุเป้าหมายตามที่กำหนดไว้ ค่าคะแนนที่ได้ 5.0000

### 3.3.3 ประสิทธิภาพของการใช้เงินตามแผนงานดำเนินงานด้านการตลาด (Tradeshow)

สสพ. วัดความมีประสิทธิภาพจากงบประมาณค่าใช้จ่ายในการจัด Trade Show เทียบกับจำนวนรายได้ที่คาดว่าจะได้รับจากการจัด Trade Show ในแต่ละงาน โดยในปีงบประมาณ พ.ศ. 2557 สสพ. ได้ดำเนินโครงการ Trade Shows จำนวน 9 โครงการ มีจำนวนรายได้ที่คาดว่าจะได้รับจากการจัด Trade Show ทั้งหมด 6,753,178,800 บาท และค่าใช้จ่าย (เงินลงทุน) ในการจัด Trade Show ของ สสพ. ทั้งหมด 107,571,219 บาท ซึ่งผลการดำเนินงาน คิดเป็นร้อยละ 6,178 ค่าคะแนนที่ได้ 5.0000

โดยคำนวณจากสูตร ดังนี้

$$\frac{\text{รายได้ของการใช้จ่ายของผู้เดินทางกลุ่ม MICE ที่เข้ามาประเทศไทยตามแต่ละโครงการ} - \text{จำนวนเงินลงทุน} \times 100}{\text{จำนวนเงินลงทุน}}$$

ทั้งนี้ สสพ.ได้ดำเนินโครงการ Trade Shows ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2557 จำนวน 9 โครงการ ดังนี้

- 1) IT&CMA/CTW13 (2-4 Oct 13)
- 2) IMEX USA13 ( 15-17 Oct 13)
- 3) EIBTM13 (19-21 Nov 13)
- 4) AIME14 ( 18-19 Feb 14)
- 5) GIBTM14 (24-26 Mar 14)
- 6) IT&CM China 14 (15-17 Apr 14)
- 7) IMEX14 (21-23 May 14)
- 8) CIBTM (17-19 Apr 14)
- 9) IT&CMA/CTW14 (1-3 Oct 14)

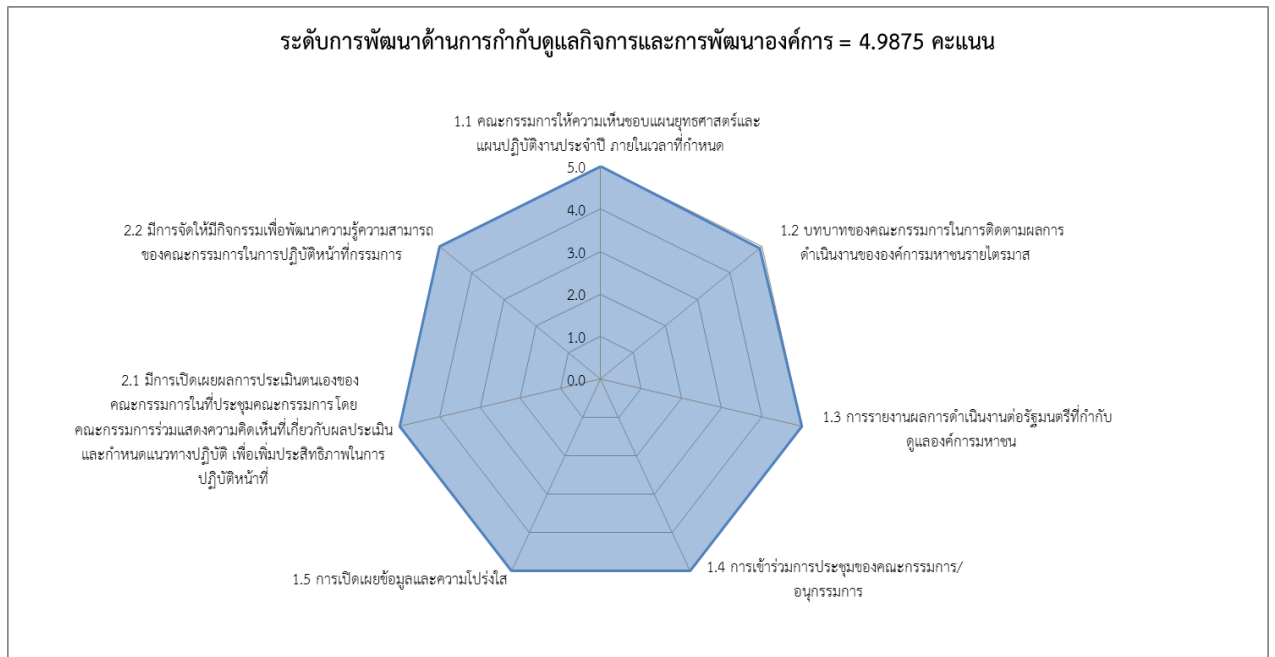
### 3.4 มิติที่ 4 ด้านการกำกับดูแลกิจการและการพัฒนาองค์กร (น้ำหนักร้อยละ 15) ค่าคะแนนที่ได้ 4.9917

#### 3.4.1 ด้านการกำกับดูแลกิจการ

การประเมินระดับการพัฒนาด้านการกำกับดูแลกิจการเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างมากของการประเมินผลการปฏิบัติงานตามคำรับรองการปฏิบัติงานขององค์การมหาชน ผลการประเมินจะแสดงให้เห็นว่าองค์กรสามารถเติบโตอย่างยั่งยืน ได้รับการวางรากฐานให้มีศักยภาพในการพัฒนาอย่างต่อเนื่องภายใต้การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และสิ่งแวดล้อม มิใช่เพื่อการบรรลุเป้าหมายระยะสั้นเท่านั้น โดยให้ความสำคัญกับการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลและการกำกับดูแลตนเองที่ดี โดยพิจารณาจากกระบวนการส่งเสริมให้มีการกำกับดูแลที่ดี และการสนับสนุนให้คณะกรรมการปฏิบัติงานตามหน้าที่ความรับผิดชอบอย่างครบถ้วนและมีประสิทธิผล

ผลการดำเนินงานของ สสพ. ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2557 อยู่ที่ค่าคะแนน 4.9875 จำแนกตามประเด็นการประเมินผลย่อย ได้ดังนี้

| ประเด็นการประเมิน  | น้ำหนัก | ผลประเมิน |
|--|---------|-----------|
| 1.1 คณะกรรมการให้ความเห็นชอบแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติงานประจำปีภายในเวลาที่กำหนด  | 2       | 5.0000    |
| 1.2 บทบาทของคณะกรรมการในการติดตามผลการดำเนินงานขององค์การมหาชนรายไตรมาส  | 1.75    | 4.9286    |
| 1.3 การรายงานผลการดำเนินงานต่อรัฐมนตรีที่กำกับดูแลองค์การมหาชน   | 0.5     | 5.0000    |
| 1.4 การเข้าร่วมการประชุมของคณะกรรมการ/อนุกรรมการ   | 1       | 5.0000    |
| 1.5 การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส   | 1.75    | 5.0000    |
| 2.1 มีการเปิดเผยผลการประเมินตนเองของคณะกรรมการในที่ประชุมคณะกรรมการ โดยคณะกรรมการร่วมแสดงความคิดเห็นที่เกี่ยวกับผลประเมินและกำหนดแนวทางปฏิบัติเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติหน้าที่ | 2       | 5.0000    |
| 2.2 มีการจัดให้มีกิจกรรมเพื่อพัฒนาความรู้ความสามารถของคณะกรรมการในการปฏิบัติหน้าที่กรรมการ   | 1       | 5.0000    |



1) คณะกรรมการบริหาร สสปน. ให้ความสำคัญกับการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาล และการกำกับดูแลตนเองที่ดี โดยพิจารณาจากกระบวนการส่งเสริมให้มีการกำกับดูแลที่ดี และการสนับสนุนให้คณะกรรมการปฏิบัติงานตามหน้าที่ความรับผิดชอบอย่างครบถ้วนและมีประสิทธิภาพ บทบาทของ คณะกรรมการบริหาร สสปน. ซึ่งมีผลการประเมินในระดับที่ดีมาก ได้แก่

1.1) คณะกรรมการบริหาร สสปน. ให้ความเห็นชอบแผนยุทธศาสตร์ หรือ ทบทวนยุทธศาสตร์เดิม เมื่อวันที่ 22 สิงหาคม 2555 และพิจารณาเห็นชอบแผนปฏิบัติงานประจำปี 2557 และแผนการใช้จ่ายเงินงบประมาณ ประจำปี 2556 เมื่อวันที่ 16 สิงหาคม 2556

1.2) ด้านการรายงานผลระบบการบริหารจัดการองค์การมหาชนที่สำคัญ พบว่า สสปน. สามารถรายงานผลระบบการบริหารจัดการที่สำคัญ ครบถ้วนทุกระบบ รวมทั้งได้ติดตามผลการดำเนินงานทั้งในด้านการเงินและไม่ใช้การเงิน มีการรายงานผลการดำเนินงาน ได้ในทุกไตรมาสครบถ้วนตามเกณฑ์

1.3) การรายงานผลการดำเนินงานแก่รัฐมนตรีที่กำกับดูแล (รองนายกรัฐมนตรี (นายยุคล ลิ้มแหลมทอง) จำนวน 2 ครั้ง เมื่อวันที่ 28 พฤศจิกายน 2556 และครั้งที่ 2 เมื่อวันที่ 8 พฤษภาคม 2557

1.4) คณะกรรมการบริหาร สสปน. มีส่วนร่วมในการเข้าประชุมในระดับสูง ซึ่งจากการประชุม ทุกครั้งในปีงบประมาณ 2557 การประชุมทุกครั้งมีจำนวนคณะกรรมการเข้าร่วมประชุมเกินกว่าร้อยละ 80 ของจำนวนคณะกรรมการทั้งหมด

1.5) มีการเปิดเผยข้อมูลและสารสนเทศที่สำคัญต่อ สสปน. ทั้งในด้านการเงินและไม่ใช้การเงิน (ด้านภารกิจหลัก) อย่างถูกต้องเชื่อถือได้ในรายงานประจำปี 2556 และในเว็บไซต์ของ สสปน. เช่น ประวัติของคณะกรรมการบริหาร สสปน. การเข้าประชุม โครงสร้างของคณะกรรมการและคณะอนุกรรมการที่สำคัญ พันธกิจ แผนการปฏิบัติงาน กลยุทธ์ เป้าหมายประจำปี ข้อมูลการจัดซื้อจัดจ้าง นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี ตลอดจนข้อบังคับและระเบียบ เป็นต้น

1.6) คณะกรรมการบริหาร สสปน. เห็นชอบการแบบประเมินตนเองทั้งคณะของคณะกรรมการบริหารประจำปี 2557 ในการประชุมเมื่อ วันที่ 23 กันยายน 2557

นอกจากนี้ มีการจัดโครงการ/กิจกรรมสนับสนุนให้คณะกรรมการได้เข้าร่วมโครงการในระดับนานาชาติ เช่น มีการนำคณะกรรมการเยี่ยมชมและประชุมหารือกับ หน่วยงานทางด้านไมซ์ ณ เมืองซัปโปโร ประเทศญี่ปุ่น สำหรับภายในประเทศ ได้ดำเนินการส่งคณะกรรมการเข้าอบรมหลักสูตรสถาบันพระปกเกล้า

2) อย่างไรก็ตามก็ยังมีบางประเด็นที่คณะกรรมการบริหาร สสปน. ควรให้ความสำคัญ คือการประเมินผลระดับผู้บริหารระดับสูง(รองจากผู้อำนวยการ 2 ระดับ) ล่าช้ากว่าที่เกณฑ์กำหนด ส่งผลให้ผลการบริหารทรัพยากรบุคคล ถูกปรับลด 0.5 คะแนน

#### 3.4.2 การประเมินผลการดำเนินงานตามที่กำหนดไว้ในกฎหมายจัดตั้ง ได้คะแนนที่ 5.0000

สสปน. จ้างศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นผู้ดำเนินโครงการประเมินผลการดำเนินงานของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ตามสัญญาเลขที่ 57-47 ลงวันที่ 23 มิถุนายน 2557 โดยกำหนด ขอบเขตการศึกษา ดังนี้ ศึกษาการดำเนินงานภายใต้ภารกิจของ สสปน. จากข้อมูลการดำเนินงานของ สสปน. ย้อนหลัง 3 ปี (ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2554-2556) กำหนดกรอบการประเมินผล ใน 4 มิติ ประกอบด้วย มิติด้านประสิทธิผล มิติด้านประสิทธิภาพ มิติด้านคุณภาพการให้บริการ และ มิติด้านการพัฒนาองค์กร และวิธีการจัดเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ทำการวิเคราะห์และประเมินผลที่ได้จากการประเมินตนเองของคณะกรรมการส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ และทัศนคติของผู้บริหาร สสปน. ต่อการบริหารงาน ประเมินผลของการดำเนินงานภายใต้ภารกิจของสำนักงานฯ ปัญหา อุปสรรค พร้อมข้อเสนอแนะ เพื่อปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินงานในระยะต่อไป

#### 3.4.3 ด้านการพัฒนาบุคลากร

สสปน. กำหนดแผนการดำเนินงานเกี่ยวกับการพัฒนาระบบบริหารงานบุคคล ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2557 ประกอบด้วย 7 แผนงาน คือ

1. การพัฒนาระบบบริหารสู่ความเป็นเลิศ (TQM)
2. การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารงานบุคคล (HRIS)
3. การทบทวนปรับปรุงข้อบังคับว่าด้วยการบริหารงานบุคคล
4. การสร้าง Core Value และทบทวน Competency
5. การจัดทำแผน Succession Plan : การวางแผนของผู้สืบทอดตำแหน่ง
6. การพัฒนาระบบบริหารผลงาน
7. การส่งเสริมธรรมาภิบาลและกิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)

ซึ่ง ณ สิ้นปีงบประมาณ สสปน.สามารถดำเนินงานได้ครบถ้วนทั้ง 7 แผนงาน ค่าคะแนนที่ได้ 5.0000

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่า สสปน.สามารถดำเนินงานได้ครบทั้ง 7 แผนงาน แต่ยังไม่สามารถสะท้อนได้ถึง ผลผลิต ผลลัพธ์ หรือ ผลกระทบจากการดำเนินงานตามแผนดังกล่าว เนื่องจาก การกำหนดตัวชี้วัดยังไม่ชัดเจน รวมทั้งยังไม่ครอบคลุมในแต่ละกิจกรรม และยังไม่สามารถวัดผลการดำเนินงานได้ เบื้องต้นเป็นเพียงการพิจารณาจากขั้นตอนการทำงาน นอกจากนี้ แผนงานควรระบุรายละเอียดให้ชัดเจน เช่น ระยะเวลาที่ต้องดำเนินงาน เป็นต้น

#### 4. จุดเด่น / พัฒนาการที่ดี ขององค์การมหาชน

4.1 สสปน. มีความมุ่งมั่นในการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์การจัดตั้งด้านต่างๆ ให้เป็นไปตามแผนยุทธศาสตร์ และมาตรฐานสากล โดยมีการเทียบเคียงกับแนวทางการดำเนินงานในระดับนานาชาติ เนื่องจากทรัพยากรบุคคลของ สสปน. เป็นผู้มีความรู้และมีสมรรถนะสูง รวมทั้งได้ให้ที่ปรึกษาที่มีความเชี่ยวชาญมาร่วมกำหนดแนวทางหรือดำเนินงาน และช่วยส่งเสริมการพัฒน่องค์ความรู้ขององค์กรและพัฒนาศักยภาพของบุคลากรให้ดียิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่อง

4.2 สสปน. มีฐานข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานขององค์กร ได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นปัจจุบัน

#### 5. ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุง

5.1 สสปน. ควรพัฒนาบุคลากรให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง โดยการถ่ายทอดองค์ความรู้ทั้งงานในภารกิจหลัก และงานตามคำรับรองการปฏิบัติงาน ให้สามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง

5.2 สสปน. ควรนำแผนยุทธศาสตร์ ขององค์กรที่จัดทำโดยทีมที่ปรึกษา แปลงเป็นแผนปฏิบัติการขององค์กร นอกเหนือจากแผนงานตามเอกสารงบประมาณ

5.3 การจัดแผนงาน / โครงการ / แผนปฏิบัติการ ควรระบุองค์ประกอบให้ครบถ้วน เช่น เป้าหมาย ระยะเวลา เป็นต้น เพื่อให้ทราบความก้าวหน้า การติดตามและการประเมินผล

.....