



รายงานการประเมินผลตามคำรับรองการปฏิบัติงานของ
สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2559

1. ข้อมูลพื้นฐาน

1.1 ข้อมูลทั่วไป

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. เป็นหน่วยงานของรัฐประเภทองค์การมหาชนที่จัดตั้งโดยพระราชกฤษฎีกาตามประกาศในราชกิจจานุเบกษาเมื่อ พ.ศ. 2545 ทั้งนี้ เพื่อให้มีหน่วยงานที่รับผิดชอบในการส่งเสริม พัฒนา กำกับดูแล ประสาน และอำนวยความสะดวก ในการดำเนิน ธุรกิจท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดนิทรรศการ และสนับสนุนให้มีการนำเสนอศิลปะและวัฒนธรรมของประเทศในการจัดการประชุมและการจัดนิทรรศการ เพื่อให้เกิดภาพความเป็นเอกลักษณ์ของประเทศ รวมทั้งให้บริการด้านความรู้และฝึกอบรมแก่บุคลากรเกี่ยวกับธุรกิจการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล 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 :

นายกรัฐมนตรีมอบรองนายกรัฐมนตรีพลเอก ณะศักดิ์ ปุณณิศา

1.4 ผู้อำนวยการ : นายณวัฒน์ เมธาวิกุลชัย

1.5 รายชื่อคณะกรรมการสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

คณะกรรมการ	ตำแหน่ง
นายวีระศักดิ์ โควสุรัตน์	ประธานกรรมการ
นายเสข วรรณเมธี	อธิบดีกรมสารนิเทศ
นางมาลี โชคล้ำเลิศ	อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
นายกุลิศ สมบัติศิริ	อธิบดีกรมศุลกากร
นายสุกรีย์ สิทธิวนิช	ผู้แทนถาวร ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
นางพรทิพย์ หิรัญเกต	กรรมการ ผู้แทนสมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย)
นางสาวศุภวรรณ ถนอมเกียรติภูมิ	กรรมการ นายกสมาคมโรงแรมไทย
นางประไพร์ บุรี	กรรมการ นายกสมาคมการค้าแสดงสินค้า (ไทย)
นายธงชัย ศรีดามา	กรรมการ ผู้ทรงคุณวุฒิ
ดร.รัชนิพร พุคยาภรณ์	กรรมการ ผู้ทรงคุณวุฒิ
นายณพรัตน์ เมธาวีกุลชัย	กรรมการและเลขานุการ (ผู้อำนวยการ สสปน.)

1.6 โครงสร้างและอัตรากำลัง

โครงสร้างองค์กร ประกอบด้วย 2 สายงาน 12 ฝ่าย 31 ส่วนงาน (ไม่นับรวมฝ่ายตรวจสอบภายใน) ซึ่งรายละเอียดโครงสร้างองค์กร แสดงดังแผนภาพ

1. ผู้อำนวยการ	1	คน
2. รองผู้อำนวยการ	2	คน
3. ผู้อำนวยการสำนัก	12	คน
4. เจ้าหน้าที่	123	คน
5. ลูกจ้าง	3	คน

1.8 วิสัยทัศน์ พันธกิจ ประเด็นยุทธศาสตร์

“ประเทศไทยเป็นจุดหมายหลักในการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดงานแสดงสินค้าระดับโลกในภูมิภาคเอเชีย”

1. กำหนดนโยบาย และมาตรการในการส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย
2. ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ธุรกิจการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย
3. เป็นตัวแทนของประเทศในการจัดทำข้อเสนอเพื่อขอรับเป็นเจ้าภาพในการจัดงาน
4. เป็นศูนย์ข้อมูลและให้บริการข้อมูล รวมทั้งให้คำปรึกษาและคำแนะนำด้านการส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย

5. สนับสนุนหรือจัดการสัมมนาฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรเกี่ยวกับธุรกิจการจัดประชุมเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย
6. กำหนดมาตรฐานและรับรองคุณภาพของผู้ประกอบธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย
7. เป็นศูนย์ประสานงานและอำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบธุรกิจการจัดประชุมเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย
8. พัฒนาโครงการที่จำเป็นต่อการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย ภายใต้การสนับสนุนจากรัฐบาล
9. ให้การสนับสนุนแก่หน่วยงานต่างๆ ในการจัดการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย
10. กระทำการอื่นใดที่จำเป็นหรือต่อเนื่องให้บรรลุวัตถุประสงค์ของสำนักงาน

ประเด็นยุทธศาสตร์

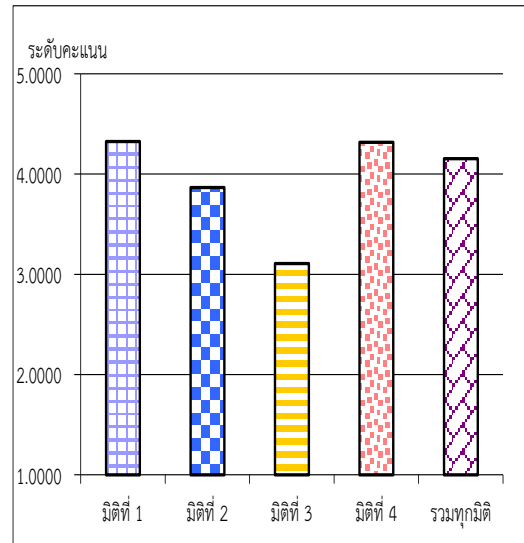
- 1) การดำเนินงาน (WIN) – ดำเนินการเชิงรุก โดยมุ่งเน้นที่การประมูลสิทธิ์และการจัดงานเข้าประเทศ รวมถึงสนับสนุนภาคเอกชนเพื่อให้ชนะการประมูลสิทธิ์และจัดงานได้เพิ่มขึ้น
- 2) การสนับสนุน/ส่งเสริม (PROMOTE) – เสริมสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะศูนย์กลางของอุตสาหกรรมไมซ์ในเอเชีย และส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศ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

2. สรุปผลในภาพรวม

ผลการปฏิบัติงานตามคำรับรองการปฏิบัติงานของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2559 ในภาพรวม ได้คะแนน 4.1552 ซึ่งอยู่ในระดับดี โดยผลการปฏิบัติงานรายมิติเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ มิติที่ 1 ด้านประสิทธิผลของการปฏิบัติงาน ซึ่งเป็นไปตามพันธกิจและยุทธศาสตร์ของ สสปน. ได้คะแนน 4.3262 รองลงมาคือ มิติที่ 4 ด้านการกำกับดูแลกิจการ และการพัฒนาองค์กร ได้คะแนน 4.3182 ในมิติด้านคุณภาพการให้บริการ ได้คะแนน 3.8660 และมิติที่ 3 ด้านประสิทธิภาพของการปฏิบัติงาน ได้คะแนน 3.1093 ตามลำดับ โดยสรุป สสปน. มีผลการดำเนินงานอยู่ในระดับดี สูงกว่าเป้าหมายตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในคำรับรองการปฏิบัติงาน ดังนี้

2.1 ตารางสรุปผลการการประเมินการปฏิบัติงานตามคำรับรองการปฏิบัติงานของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2559

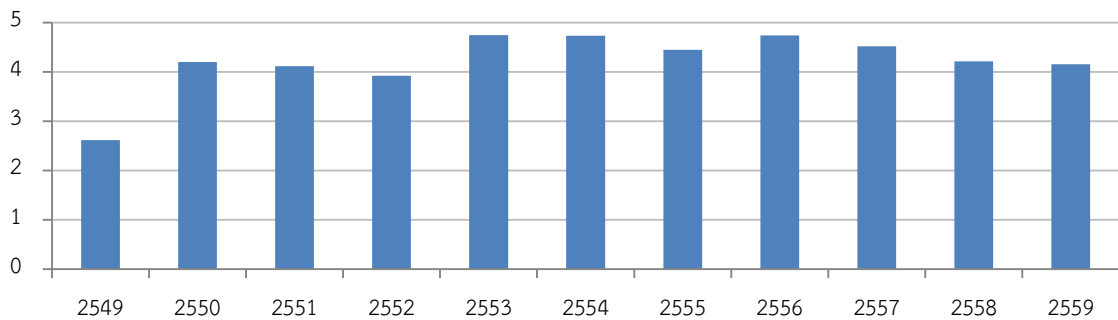
ผลประโยชน์แยกตามมิติ		น้ำหนัก	ผลคะแนน
มิติที่ 1	ประสิทธิผลของการปฏิบัติงาน	60%	4.3262
มิติที่ 2	คุณภาพการให้บริการ	15%	3.8660
มิติที่ 3	ประสิทธิภาพของการปฏิบัติงาน	8%	3.1093
มิติที่ 4	การกำกับดูแลกิจการและการพัฒนาองค์กร	15%	4.3182
รวมทุกมิติ		98%	4.1552



2.2 ตารางเปรียบเทียบผลการประเมินรายปีของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2549 – 2559

คะแนน พ.ศ.	มิติที่ 1	มิติที่ 2	มิติที่ 3	มิติที่ 4	รวม
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
2558	4.0759	4.4000	4.1859	4.5283	4.2100
2559	4.3262	3.8660	3.1093	4.3182	4.1552

คะแนนรวม



ปี พ.ศ.

ตารางสรุปคะแนนผลการประเมินการปฏิบัติงานตามคำรับรองการปฏิบัติงานของ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2559

ตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงาน	หน่วยวัด	น้ำหนัก (ร้อยละ)	เกณฑ์การให้คะแนน					ผลการดำเนินงาน		
			1	2	3	4	5	ผลการ ดำเนินงาน	ค่าคะแนน ที่ได้	คะแนน ถ่วงน้ำหนัก
มิติที่ 1 มิติด้านประสิทธิผลของการปฏิบัติงาน		60							4.3262	
1.1 จำนวนรายได้จากการใช้จ่ายของผู้ เดินทางกลุ่ม MICE ที่เข้ามาประเทศไทย	ล้านบาท	18	85,000	90,000	95,000	100,000	105,000	102,936	4.5872	0.8425
1.2 จำนวนครั้งที่ขึ้นการประมูลสิทธิ์เฉพาะ Convention	ครั้ง/ กิจกรรม	10	15	17	19	21	23	23	5.0000	0.5102
1.3 ระดับการรับรู้ถึงอุตสาหกรรมไมซ์ไทยใน สายตาของกลุ่มเป้าหมายทั้งนักเดินทาง และผู้จัดงานไมซ์ต่างประเทศ	ระดับ	11	Top 5	Top 4	Top 3	Top 2	Top 1	Top 4	2.0000	0.2245
1.4 รายได้จากอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศ	ล้านบาท	13	43,000	45,000	47,000	49,000	51,000	73,322	5.0000	0.6633
1.5 จำนวนสถานที่ได้รับตามมาตรฐานห้อง ประชุมเพิ่มขึ้น (TMVS : Thailand MICE Venue Standard)	แห่ง	8	24	33	42	51	60	69	5.0000	0.4082
มิติที่ 2 มิติด้านคุณภาพการให้บริการ		15							3.8660	
2.1 ระดับความสำเร็จของการสำรวจความพึง พอใจและพัฒนาการให้บริการ	ระดับ	10	1	2	3	4	5	3.56	3.5600	0.3633
2.2 ระดับความพึงพอใจของผู้จัดงานและนัก เดินทางไมซ์ในประเทศที่มีต่อเมืองแห่งไมซ์	ร้อยละ	5	70	75	80	85	90	87.39	4.4780	0.2285
มิติที่ 3 มิติด้านประสิทธิภาพของการปฏิบัติงาน		8							3.1093	
3.1 ร้อยละของการเบิกจ่ายตามแผนการใช้ จ่ายเงิน	ร้อยละ	3	80	85	90	95	100	90.62	3.1249	0.0957
3.2 ระดับความสำเร็จของการดำเนินการตาม มาตรการประหยัดพลังงาน	ระดับ	2	1	2	3	4	5	0.750	1.0000	0.0204
3.3 การประหยัดน้ำ	ระดับ	2	1	2	3	4	5	ยกเลิกตัวชี้วัดและค่าน้ำหนัก		
3.4 ระดับความสำเร็จในการดำเนินงานตาม ขั้นตอนและระยะเวลาการให้บริการ มาตรฐาน	ระดับ	3	1	2	3	4	5	5	4.5000	0.1378
มิติที่ 4 มิติด้านการกำกับดูแลกิจการและการพัฒนาองค์กร		15							4.3182	
4.1 ระดับความสำเร็จของการพัฒนาด้านการ กำกับดูแลกิจการ	ระดับ	10	1	2	3	4	5	3.9773	3.9773	0.4058
4.2 ระดับคุณธรรมและความโปร่งใสการ ดำเนินงานของหน่วยงาน	ระดับ	5	1	2	3	4	5	5.0000	5.0000	0.2551
น้ำหนักรวม		98						ค่าคะแนนที่ได้		4.1552

3. ผลการดำเนินงานที่สำคัญในปีงบประมาณ พ.ศ. 2559

3.1 มิติที่ 1 ด้านประสิทธิผลของการปฏิบัติงาน (น้ำหนักร้อยละ 60) ค่าคะแนนที่ได้ 4.3262

สสพ. มีการกำหนดตัวชี้วัดที่เป็นผลการดำเนินงานทั้งผลผลิตและผลลัพธ์ที่สอดคล้องกับพันธกิจและยุทธศาสตร์ของ สสพ. ซึ่งมีผลการดำเนินงานโดยสรุป ดังนี้

3.1.1 การรักษาตลาดเดิมและขยายตลาดเป้าหมาย: สสพ. กำหนดความสำเร็จ 2 ตัวชี้วัดได้แก่

- จำนวนรายได้จากการใช้จ่ายของผู้เดินทางกลุ่ม MICE ที่เข้ามาประเทศไทย เพื่อเข้าร่วมการประชุมนานาชาติของกลุ่มบริษัท (Corporate Meetings) เข้ามาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentives) เข้าร่วมการประชุมนานาชาติของกลุ่มองค์กร (Non-Corporate Meetings or Conventions) รวมถึงผู้แสดงสินค้า (Exhibitors) ผู้เข้าชมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติ (Visitors) และผู้จัดงานและร่วมงานมหกรรมนานาชาติและเมกะอีเวนต์ (Mega Event) จำนวน 102,936 ล้านบาท ซึ่งสูงกว่าเป้าหมายถึงร้อยละ 8.35 ค่าคะแนนที่ได้ 4.5872

อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาจากภาพ พบว่า ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อวัน และระยะพำนักรเฉลี่ยของนักเดินทางไมซ์มีแนวโน้มที่ลดลง

TOTAL M I C E + Event			
MICE + Event	นักท่องเที่ยว MICE (คน)	1,095,995	1,273,465
	ระยะพำนักรเฉลี่ย	5.33	5.22
	ค่าใช้จ่าย / คน / วัน (US\$)	505.31	462.65
	ค่าใช้จ่าย / คน (US\$)	2,693.29	2,415.05
	ค่าใช้จ่าย / คน / วัน (บาท)	16,412.40	15,484.99
	ค่าใช้จ่าย / คน (บาท)	87,478.07	80,831.63
	ประมาณการรายได้จาก MICE (US\$)	2,933,409,110.34	3,075,477,973.98
	ประมาณการรายได้จาก MICE (บาท)	95,875,525,088.12	102,936,247,789.08

จากการวิเคราะห์สถิติอุตสาหกรรมไมซ์ที่ดำเนินการจัดเก็บมาอย่างต่อเนื่อง พบว่า สาเหตุเกิดจาก

1. การที่เศรษฐกิจโลกซบเซาอย่างต่อเนื่อง กอปรกับ วิกฤติเศรษฐกิจของประเทศที่มีอิทธิพลต่อการค้าโลกที่ยังคงมีปรากฏอยู่อย่างต่อเนื่อง เช่น สหรัฐอเมริกาและกลุ่มประเทศยุโรป ส่งผลให้องค์กรสมคมนานาชาติต่างๆ รวมทั้งบริษัทเอกชน ปรับลดงบประมาณและค่าใช้จ่ายในส่วนการจัดประชุมลดลง และแนวโน้มของพฤติกรรมการเดินทางของผู้เข้าร่วมงานไมซ์ที่เปลี่ยนแปลงจากการเดินทางแบบระยะไกล (Long Haul) เป็นระยะสั้นลง (Short Haul) เดินทางอยู่ในภูมิภาคของตนเป็นหลัก ทำให้ส่งผลกระทบต่อวันพักค้าง (Duration of Stay) และค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริปของผู้เข้าร่วมงานที่ลดลง รวมทั้งการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาคเอเชียที่รุนแรงขึ้น กดดันให้ผู้ประกอบการในไทยปรับตัว โดยการลดต้นทุนในด้านต่างๆ และลดราคาค่าบริการเพื่อจูงใจให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการ อีกทั้ง โรงแรมที่มีเครือข่ายอยู่ในหลายประเทศ เริ่มดำเนินธุรกิจในลักษณะที่เป็นเอเจนซีรับหน้าที่ประสานงานและจัดการด้าน Logistics ในประเทศไทย ทำให้โรงแรมสามารถเจรจากับลูกค้าโดยตรงโดยไม่ต้องผ่านตัวกลางในไทย ส่งผลให้ค่าใช้จ่ายต่างๆ ลดลง

2. เจ้าของหรือผู้บริหารธุรกิจจะมีระดับการใช้จ่ายงบประมาณสำหรับจัดกิจกรรม Meetings/Incentives (MI) ถูกตัดทอนลง ตามผลประกอบการของแต่ละองค์กร อีกทั้งในกลุ่มลูกค้าหลักของ MI เป็นตลาดเอเชีย โดยมีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นในแต่ละปี โดยคิดเป็นสัดส่วนกว่า 75% ของฐานลูกค้าทั้งหมด ดังนั้น การมาจัดกิจกรรม Meetings / Incentives ในต่างประเทศของลูกค้าองค์กรนั้น ถูกตัดจำนวนวันพักผ่อน ด้วยงบประมาณที่ลดทอนลง รวมถึงนโยบายที่ไม่ต้องการให้พนักงานขาดงานเป็นระยะเวลานานเพราะการเดินทาง ทั้งนี้ สสพ. ได้มีการดำเนินงานเพื่อแก้ไขปัญหา ดังนี้

1. MI: แสวงหากลุ่มลูกค้าคุณภาพระดับ Premium หรือ Luxury เพิ่มขึ้น และหากกลุ่มลูกค้าที่เดินทางมาเป็นคณะใหญ่ Mega-sized Event ซึ่งแม้ว่าค่าใช้จ่ายต่อคนอาจไม่สูงมาก แต่ก็จะได้ค่าใช้จ่ายรวมต่อการจัดงานที่สูง

2. C: แนวทางในการส่งเสริมให้มีการใช้จ่ายต่อหัวเพิ่มขึ้นคือ การสร้างโอกาสให้มีการจัดจำหน่ายสินค้าในบริเวณพื้นที่จัดการประชุม ส่งเสริมให้มีกิจกรรมเสริมในระหว่างการประชุมให้กับผู้ติดตาม หรือคู่สมรสเช่น การเรียนทำอาหาร การนวดแผนไทย การท่องเที่ยวก่อนหรือหลังการประชุม (Pre-Post Tour) เพื่อให้เกิดการใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นและระยะเวลาพักนานขึ้น เป็นต้น

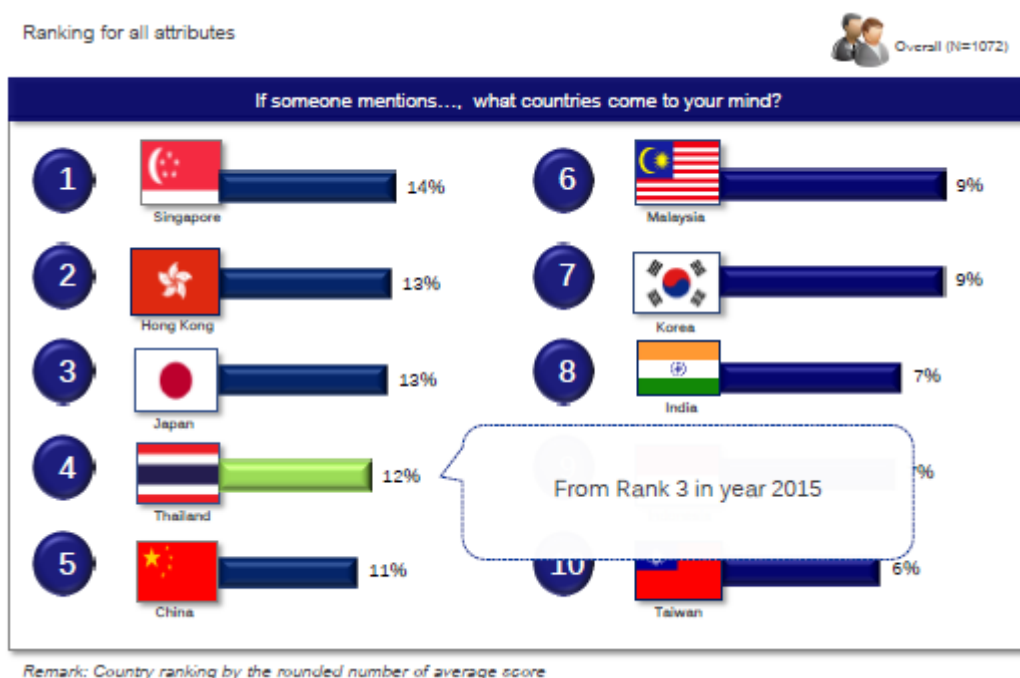
- จำนวนครั้งที่ชนะการประมูลสิทธิ์เฉพาะ Convention พิจารณาจากจำนวนครั้งที่ชนะการประมูลสิทธิ์การจัดประชุมสำคัญที่เข้ามาจัดในประเทศไทย (Conventions) โดยมีงานที่ชนะการประมูลสิทธิ์ที่ได้ประกาศผลอย่างเป็นทางการในปีงบประมาณ พ.ศ. 2559 จำนวนทั้งสิ้น 23 งาน ค่าคะแนนที่ได้ 5.0000 โดยมีรายชื่อดังนี้

1. Forum of Ethical Review Committees on the Asian and Western Pacific Region International Conference 2016 (16th FERCAP)
2. The 30th Asia Pacific Plant Protection Commission 2017 (APPC 2017)
3. INTO University Partnerships Global Recruitment Conference 2016 (GRC 2016)
4. IATA IGHC Ground Handling Conference 2017
5. The 8th Shelf Life International Meeting (SLIM 2017)
6. The 8th Education International World Congress 2019
7. The World Scholar's Cup Global Round 2016
8. World Travel and Tourism Council Global Summit 2017 (WTTC Global Summit 2017)
9. The World Veterinary Poultry Association Congress (WVPA 2019)
10. Asia Pacific Travel Health Congress 2018 (APTHC 2018)
11. The 34th Asia-Pacific Academy of Ophthalmology Congress (APAO 2019)
12. World Clown Festival 2017
13. The 30th International Conference of the Asian Clinical Oncology Society 2018 (ACOS 2018)

14. Federation of Asian Small Animal Veterinary Association Congress (FASAVA 2020)
15. The 38th World Congress of International Society of Hematology 2020 (ISH 2020)
16. The International Conference on One Medicine One Science : The 3rd iCOMOS
17. International Weed Science Congress 2020
18. Asia - Pacific Conference on Giftedness (APCG 2018)
19. SIGGRAPH 2016
20. World Conference of the International Council for Traditional Music 2019 (ICTM 2019)
21. The 24th International Conference on Multimedia Modeling 2018 (MMM 2018)
22. IFFO (The Marine Ingredients Organization) Annual Conference 2016
23. SITE Global Conference 2019

3.1.2 การได้รับการผลักดันให้ประเทศไทยเป็น Top of Mind ของไมซ์:

- ระดับการรับรู้ถึงอุตสาหกรรมไมซ์ไทย ในสายตาของกลุ่มเป้าหมายทั้งนักเดินทางและผู้จัดงานไมซ์ ต่างประเทศ พิจารณาจากอันดับของประเทศไทยในฐานะเป็นจุดหมายหลักของการจัดงานไมซ์ โดยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในเอเชีย รวมทั้งสิ้น 10 ประเทศ จากมุมมองของผู้จัดงาน ผู้เข้าร่วมงาน และนักเดินทางธุรกิจชาวต่างชาติ ปัจจัยที่ใช้สำรวจประกอบด้วย 8 ปัจจัย คือ Facilities/ Accommodation/ Accessibility/ Destination/ Price Competitiveness/ Economic/ Professionalism และ Infrastructure จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างจำนวน 1,072 ตัวอย่าง พบว่ามีเพียงแค่ปัจจัยด้าน Accommodation และ Accessibility เท่านั้นที่ได้คะแนนอันดับสูงขึ้นจากปีก่อน นอกเหนือจากนั้นได้รับคะแนนอันดับลดลงจากปีก่อนหน้า สำหรับ Ranking for All Attributes : ประเทศไทยอยู่ในอันดับ 4 รองจากสิงคโปร์ ฮองกง และญี่ปุ่น ค่าคะแนนที่ได้ 2.0000



ทั้งนี้ การดำเนินงานของ สสพ. ในระดับอุตสาหกรรมย่อย ในปี พ.ศ. 2559 เพื่อสร้างการรับรู้เมื่อต้องแข่งขันกับประเทศที่มีศักยภาพทางด้านอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับที่สูงกว่า มีดังนี้

1. ด้านอุตสาหกรรมการจัดประชุมและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

- เสริมกลยุทธ์ Online / Digital โดยประสานงานร่วมกับ Digital Marketing
- เน้นการเสริมสร้างประสบการณ์ตรง เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้าและบริการไมซ์ใหม่ๆ และเกิดความทรงจำที่ดีเพื่อส่งเสริมให้ผู้จัดงานเกิดแรงจูงใจที่จะนำกลุ่มลูกค้าของตนมาจัดงานในประเทศไทย เช่น การจัด Familiarization Trip การจัดกิจกรรม Thailand Incentive and Meeting Exchange (TIME)
- ขยายเครือข่ายตัวแทนการตลาดให้ครอบคลุมฐานลูกค้าที่กว้างขึ้นและให้ทั่วถึงมากขึ้น โดยปัจจุบันครอบคลุม 7 ประเทศ คือ จีน อินเดีย ญี่ปุ่น สิงคโปร์ สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย และ สหราชอาณาจักร
- การจัดกิจกรรมร่วมกับเครือข่ายพันธมิตร เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สายการบิน กลุ่มเครือโรงแรม สื่อมวลชน เป็นต้น ทั้งยังเป็นการขยายฐานลูกค้า และสร้างการรับรู้เพิ่มเติมออกไปจากที่ สสพ. เข้าถึง
- ขยายฐานลูกค้าใหม่ ทั้งในเชิงภูมิศาสตร์และกลุ่มตามความสนใจของลูกค้า เช่น ตลาดยุโรป ตะวันออก ตลาดละตินอเมริกา ตลาด Premium/ Luxury เป็นต้น

2. ด้านอุตสาหกรรมการประชุมนานาชาติ

เพิ่มการดำเนินการด้านการตลาด ผ่านช่องทาง Online และเครือข่ายของพันธมิตรในต่างประเทศที่ สสพ. เป็นสมาชิก ขยายกิจกรรมการตลาดไปยังตลาดเป้าหมายใหม่เพิ่มมากขึ้น แสวงหาโอกาสในการเข้าร่วมกิจกรรมของสมาคมด้านการประชุมนานาชาติในระดับโลก และให้การสนับสนุนสมาคมวิชาชีพต่างๆ ในการประชาสัมพันธ์การประชุม และ ประเทศไทยผ่านเครือข่ายของสมาคมวิชาชีพนั้นๆ

3. ด้านงานแสดงสินค้านานาชาติ

- เน้นแผนงานกลยุทธ์ด้านการสื่อสารผ่านช่องทางดิจิทัล เจาะกลุ่มเป้าหมายหลัก และประเทศเป้าหมายที่ชัดเจนเฉพาะเจาะจง (เจาะตลาดจีน อินเดีย และเอเชียแปซิฟิก สำหรับตลาดผู้ร่วมงานแสดงสินค้า และตลาดยุโรป อังกฤษสำหรับตลาดผู้จัดงานแสดงสินค้า) เพื่อเป็นการใช้งบประมาณด้านการสื่อสารการตลาดอย่างคุ้มค่า
- เน้นกลยุทธ์การทำงานด้านการสื่อสารการตลาดร่วมกับสมาคมการแสดงสินค้าโลก เพื่อใช้เป็นช่องทางในการสื่อสารสร้างภาพลักษณ์และโอกาสทางการรับรู้ผ่านช่องทาง Blog และข่าวสารรายเดือนของสมาคมการแสดงสินค้าโลกเพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้จัดงานแสดงสินค้าและสมาคมระดับนานาชาติที่สามารถนำธุรกิจมายังประเทศไทยได้

3.1.3 การสนับสนุนอุตสาหกรรม D-MICE ให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง:

- รายได้จากอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย พิจารณาจากจำนวนรายได้จากการใช้จ่ายของนักเดินทางกลุ่ม MICE ในประเทศไทย เท่ากับ 73,322 ล้านบาท ซึ่งสูงกว่าเป้าหมายถึงร้อยละ 56.43 ค่าคะแนนที่ได้

5.0000 เนื่องจากการเพิ่มการใช้จ่ายงบประมาณของรัฐบาลเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ ส่งผลให้จำนวนงานประชุม และจำนวนผู้เข้าร่วมประชุมภาครัฐเพิ่มมากขึ้น และจากสภาวะการณ์ทางการเมืองที่นิ่ง ผู้ประกอบการและผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นว่าเศรษฐกิจในปีนี้จะปรับตัวดีขึ้นจากปัจจุบัน ซึ่งจะเห็นได้จากรายงานดัชนีความเชื่อมั่นทางธุรกิจของธนาคารแห่งประเทศไทย และผลสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค โดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ที่แสดงถึงค่าดัชนีมีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้น ส่งผลให้ผู้ประกอบการมีความมั่นใจที่จะใช้จ่ายในส่วนของการประชุมบริษัทมากขึ้น ในขณะที่ผู้บริโภคมีความมั่นใจที่จะใช้จ่ายเงินมากขึ้น เห็นได้จากงานแสดงสินค้าภายในประเทศ อาทิ งาน OTOP มีจำนวนผู้เข้าร่วมงานมากขึ้น และก่อให้เกิดการใช้จ่ายเงินในการซื้อสินค้าเป็นจำนวนมาก

3.1.4 การพัฒนาขีดความสามารถโครงสร้างพื้นฐานอุตสาหกรรม MICE: สสปน. ได้ดำเนินการตรวจประเมินและให้คำแนะนำมาตรฐานห้องประชุม (TMVS : Thailand MICE Venue Standard) โดยมีจำนวนสถานที่ได้รับมาตรฐานห้องประชุมเพิ่มขึ้น จำนวนทั้งสิ้น 69 แห่ง สูงกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้ ค่าคะแนนที่ได้ 5.0000 เนื่องจากผู้ประกอบการเห็นถึงความสำคัญของการได้รับตรามาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย เพราะสามารถนำไปใช้ประชาสัมพันธ์ได้โดยตรงแก่ลูกค้า ทั้งภาครัฐและเอกชน โดยมีรายละเอียดผลการดำเนินงาน ดังนี้

จำนวนสถานที่จัดงานที่ได้รับมาตรฐาน	กลุ่ม 1 (กลุ่มศูนย์ประชุม)	กลุ่ม 2 (กลุ่มห้องประชุมในโรงแรม หรือ รีสอร์ท)	กลุ่ม 3 (กลุ่มห้องประชุมทั่วไปในองค์กรต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน)	ผ่านมาตรฐาน (แห่ง)	ผ่านมาตรฐาน (ห้อง)
ภาคเหนือ	-	8	2	10	24
ภาคอีสาน	-	6	3	9	15
ภาคกลาง	1	20	6	27	61
ภาคใต้	-	9	3	12	24
ภาคตะวันออก	-	11	-	11	21
รวม	1	54	14	69	145

3.2 มิติที่ 2 ด้านคุณภาพการให้บริการ (น้ำหนักร้อยละ 15) ค่าคะแนนที่ได้ 3.8660

3.2.1 ระดับความสำเร็จของการสำรวจความพึงพอใจและพัฒนาการให้บริการ: สสปน. ได้มอบหมายให้บริษัท INTAGE (Thailand) จำกัด ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจต่อองค์กร ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของ “โครงการสำรวจความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการของ สสปน. ในการดำเนินธุรกิจไมซ์ ปี 2559” โดยดำเนินการสำรวจแบบออนไลน์ (Online Survey) จากกลุ่มตัวอย่าง 4 กลุ่มคือ เจ้าของงาน (Event Owner) ผู้จัดงาน (Organizer) ผู้ให้บริการ (Service Provider) และผู้ให้การสนับสนุน (Supporter) รวมทั้งสิ้น 200 ตัวอย่าง โดยมิติที่ใช้สำรวจประกอบด้วย 6 มิติ ดังนี้ 1) การพัฒนาธุรกิจไมซ์ 2) การพัฒนาขีดความสามารถ/เสริมสร้าง

รากฐาน 3) การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน 4) สมรรถภาพของบุคลากร 5) กระบวนการภายใน/ลักษณะเฉพาะองค์กร และ 6) การสนับสนุนด้านการตลาด ผลการสำรวจพบว่า มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมต่อองค์กรคิดเป็นร้อยละ 82.80 ค่าคะแนนที่ได้เท่ากับ 3.5600 ทั้งนี้ มีการวิเคราะห์ผลสำรวจความพึงพอใจเพื่อพัฒนาการให้บริการ ประจำปีงบประมาณ 2558 พร้อมทั้งกำหนดแนวทางการพัฒนาการให้บริการของ สสพ. ตามผลการสำรวจความพึงพอใจเสนอต่อคณะกรรมการ สสพ. เพื่อพิจารณาเห็นชอบในการประชุมครั้งที่ 4/2559 วันที่ 25 พฤษภาคม 2559 โดยที่ประชุมมีมติเห็นชอบแนวทางการพัฒนาตามที่เสนอ และเสนอรายงานผลการปรับปรุงตามผลการสำรวจของปีงบประมาณ พ.ศ. 2558 พร้อมกับรายงานผลการสำรวจความพึงพอใจและพัฒนาการให้บริการ ประจำปีงบประมาณ 2559 ต่อคณะกรรมการ สสพ. เพื่อรับทราบและให้ความเห็นในการประชุมครั้งที่ 10/2559 วันที่ 28 พฤศจิกายน 2559

3.2.2 ระดับความพึงพอใจของผู้จัดงานและนักท่องเที่ยวไมซ์ในประเทศที่มีต่อเมืองแห่งไมซ์:

พิจารณาจากการวัดระดับความพึงพอใจของผู้จัดงานและนักท่องเที่ยวไมซ์ในประเทศที่มีต่อเมืองไมซ์ คือเมืองไมซ์ซีดี ทั้ง 5 เมืองและเมืองที่ สสพ. ได้ทำกิจกรรมไมซ์ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2559 โดยทำการสำรวจความพึงพอใจจากผู้เข้าร่วมงานไมซ์ในประเทศไทยจำนวน 1,257 ตัวอย่าง ปัจจัยที่ใช้ในการสำรวจ ประกอบด้วย 6 ปัจจัย คือ สถานที่จัดงาน สิ่งอำนวยความสะดวกภายในงาน ป้ายหรือสัญลักษณ์บอกทางไปยังสถานที่จัดงาน การประชาสัมพันธ์ของงาน กิจกรรมนอกเหนือจากงานที่หาได้ภายในจังหวัด และศักยภาพของจังหวัดในการเป็นเจ้าภาพการจัดงาน ผลการสำรวจพบว่า มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวม คิดเป็นร้อยละ 87.39 ค่าคะแนนที่ได้ 4.4780 เนื่องจาก สสพ. ให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพเมืองในทุกมิติ โดยการดำเนินงานในไมซ์ซีดีทั้ง 5 เมืองเป็นไปตามกรอบยุทธศาสตร์ใหญ่ของ สสพ. คือ การสร้างงาน (Win) การตลาดและประชาสัมพันธ์ (Promote) และ การพัฒนา (Develop) โดยมีการทำงานอย่างใกล้ชิดกับเมือง ผ่านผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในเมือง เป้าหมายทั้ง 5 เมือง ในปีงบประมาณ 2559 สสพ. เน้นการสร้างเมืองให้เป็นจุดหมายปลายทางไมซ์คุณภาพ ผ่านยุทธศาสตร์การสร้างงาน ยกกระต๊อบงานเด่นประจำจังหวัดนั้นๆ ตัวอย่างกรณีงาน Lanna Expo ที่จัดขึ้นที่จังหวัดเชียงใหม่ สามารถเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจจากงานได้มากกว่า 30% โดยมูลค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากการจัดงานปี 2558 รวม 378,398,689.20 บาท เพิ่มขึ้นเป็น 492,571,668.69 บาท ในปี 2559 รวมถึงสามารถเพิ่มจำนวนผู้เข้าชมงานจากนอกพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่เป็น 20% จากเดิมที่เกือบทั้งหมดเป็นคนท้องถิ่น

3.3 มิติที่ 3 ด้านประสิทธิภาพของการปฏิบัติงาน (น้ำหนักร้อยละ 8) ค่าคะแนนที่ได้ 3.1093

3.3.1 การบริหารงบประมาณของ สสพ.: โดยงบประมาณที่ใช้จ่ายตามแผนการใช้จ่ายเงินของปีงบประมาณ พ.ศ. 2559 ที่ได้รับอนุมัติจากคณะกรรมการบริหาร สสพ. จำนวน 1,029,536,600 บาท จากผลการเบิกจ่ายเงินตามแผนการใช้จ่ายเงินในรอบ 12 เดือนของปีงบประมาณ พ.ศ. 2559 ซึ่งดำเนินการเรียบร้อยแล้ว มีการเบิกจ่ายตามแผนและผูกพันสัญญา จำนวน 933,013,871.21 บาท เมื่อคำนวณตามเกณฑ์ร้อยละของการเบิกจ่ายตามแผนการใช้จ่ายเงิน คิดเป็นร้อยละ 90.62 ซึ่งอยู่ในระดับค่าเป้าหมายตามเกณฑ์การให้คะแนนที่กำหนดไว้ในคำรับรองการปฏิบัติงาน ค่าคะแนนที่ได้ 3.1249

3.3.2 ระดับความสำเร็จของการดำเนินการตามมาตรการประหยัดพลังงาน: สสปน. มีผลการประเมินจากสำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน (สนพ.) รวมได้รับ 0.750 คะแนน ค่าคะแนนที่ได้จึงเท่ากับ 1.0000 โดยมีรายละเอียดดังนี้

การติดตาม	ความครบถ้วนข้อมูล		ข้อมูลพื้นฐาน	การใช้ไฟฟ้า			การใช้น้ำมัน			คะแนน	
	ไฟฟ้า	น้ำมัน		ค่ามาตรฐาน	ค่าจริง	EUI	ค่ามาตรฐาน	ค่าจริง	EUI	ไฟฟ้า	น้ำมัน
ไม่ครบ	100.00%	0.00%	ครบ	1,181,599.30	129,231.00	7.2290	60,050.67	0.00	-	.500	.250

3.3.3 การประหยัดน้ำ: ยกเลิกตัวชี้วัดและค่าน้ำหนัก เนื่องจาก สสปน. จัดอยู่ในประเภทอาคารของหน่วยงานที่มีที่ตั้งอยู่ในอาคารรวมและมีการจ่ายน้ำแบบเหมารวมกับค่าเช่าพื้นที่ จึงได้รับการยกเว้น ไม่ต้องดำเนินการในปีงบประมาณ พ.ศ. 2559 ตามแนวทางในการดำเนินการของกรมทรัพยากรน้ำ ซึ่งเป็นหน่วยงานผู้รับผิดชอบหลักในการประเมินผลตัวชี้วัดนี้ ทั้งนี้ สสปน. ได้ทำหนังสือแจ้งขอละเว้นการประเมินผลการประหยัดน้ำต่อสำนักงาน ก.พ.ร. เมื่อวันที่ 22 มีนาคม 2559

3.3.4 ระดับความสำเร็จในการดำเนินงานตามขั้นตอนและระยะเวลาการให้บริการมาตรฐาน: สสปน. ได้มีการจัดทำขั้นตอนและระยะเวลาการให้บริการมาตรฐานแล้วเสร็จเมื่อเดือนมีนาคม 2559 และได้จัดส่งรายละเอียดดังกล่าวให้สำนักงาน ก.พ.ร. แล้ว การวัดผลการดำเนินงาน เริ่มดำเนินการระหว่าง 1 เมษายน-30 กันยายน 2559 โดยวัดผลจากจดหมายขอรับการสนับสนุนของงานต่างๆ ของฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ ฝ่ายอุตสาหกรรมและการแสดงสินค้านานาชาติ และฝ่ายส่งเสริมตลาดในประเทศ พบว่า จำนวนงานที่ขอรับการสนับสนุน ที่มีจดหมายเข้าระหว่างวันที่ 1 เมษายน-30 กันยายน 2559 มีจำนวน 105 งาน และจำนวนงานที่ตอบกลับเกิน 30 วันทำการมีจำนวน 10 งาน คิดเป็นร้อยละ 9.52 ของงานที่ขอสนับสนุนทั้งหมด ทั้งนี้ สสปน. ได้นำเสนอแผนพัฒนาระบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อการให้บริการตามมาตรฐานที่ สสปน. ให้การสนับสนุนต่อผู้มาขอรับการสนับสนุน ปี 2560 ต่อคณะกรรมการ สสปน. ในการประชุมครั้งที่ 7/59 วันที่ 25 สิงหาคม 2559 โดยมติที่ประชุมเห็นชอบแผนดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว แต่เนื่องจากผลการดำเนินงานได้เท่ากับร้อยละ 90.48 ซึ่งไม่เป็นไปตามเกณฑ์การให้คะแนนระดับ 5 ค่าคะแนนที่ได้จึงเท่ากับ 4.5000

3.4 มิติที่ 4 ด้านการกำกับดูแลกิจการและการพัฒนาองค์กร (น้ำหนักร้อยละ 15) ค่าคะแนนที่ได้ 4.3182

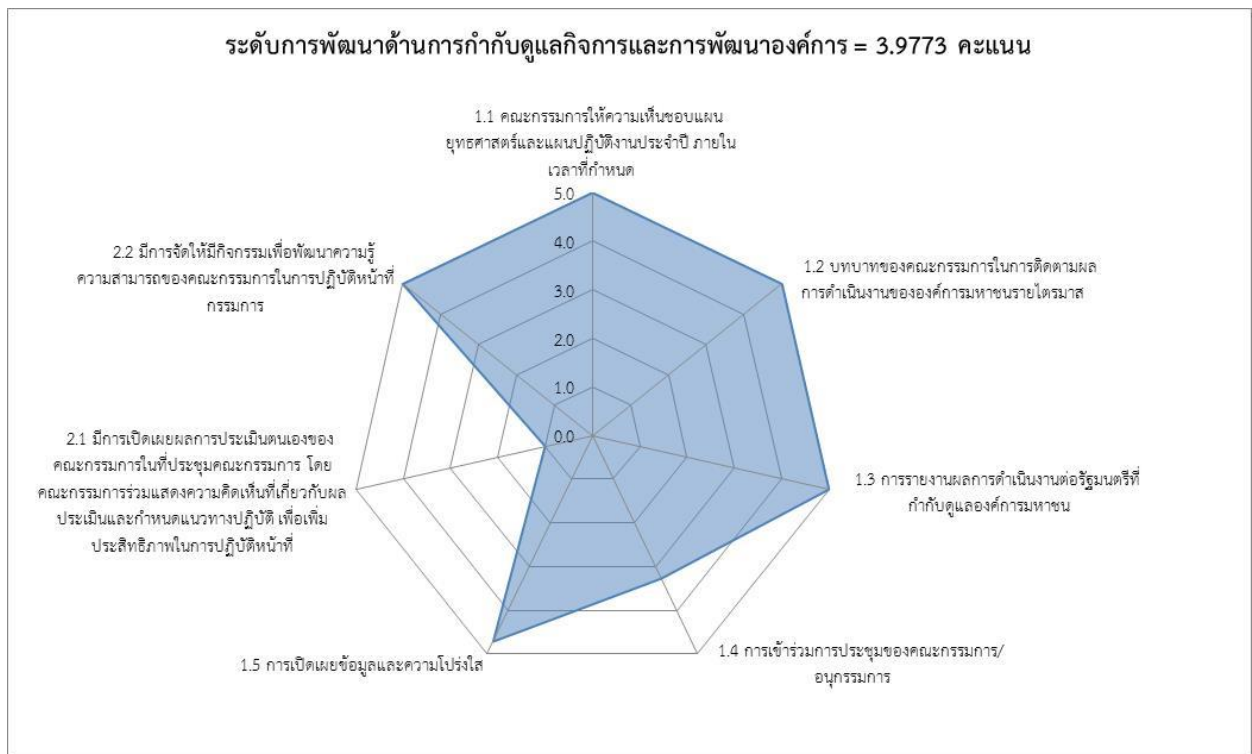
3.4.1 ด้านการกำกับดูแลกิจการ

การประเมินระดับการพัฒนาด้านการกำกับดูแลกิจการเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างมากของการประเมินผลการปฏิบัติงานตามคำรับรองการปฏิบัติงานขององค์กรมหาชน ผลการประเมินจะแสดงให้เห็นว่า องค์กรสามารถเติบโตอย่างยั่งยืน ได้รับการวางรากฐานให้มีศักยภาพในการพัฒนาอย่างต่อเนื่องภายใต้การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และสิ่งแวดล้อม มิใช่เพื่อการบรรลุเป้าหมายระยะ

สั้นเท่านั้น โดยให้ความสำคัญกับการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลและการกำกับดูแลตนเองที่ดี โดยพิจารณาจากกระบวนการส่งเสริมให้มีการกำกับดูแลที่ดี และการสนับสนุนให้คณะกรรมการปฏิบัติงานตามหน้าที่ความรับผิดชอบอย่างครบถ้วนและมีประสิทธิผล

ผลการดำเนินงานของ สสพ. ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2559 อยู่ที่ค่าคะแนน 3.9773 จำแนกตามประเด็นการประเมินผลย่อย ได้ดังนี้

ประเด็นการประเมิน	น้ำหนัก	ผลประเมิน
1.1 คณะกรรมการให้ความเห็นชอบแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติงานประจำปี ภายในเวลาที่กำหนด	2	5.0000
1.2 บทบาทของคณะกรรมการในการติดตามผลการดำเนินงานขององค์การมหาชนรายไตรมาส	1.75	5.0000
1.3 การรายงานผลการดำเนินงานต่อรัฐมนตรีที่กำกับดูแลองค์การมหาชน	0.5	5.0000
1.4 การเข้าร่วมการประชุมของคณะกรรมการ/อนุกรรมการ	1	3.2727
1.5 การเปิดเผยข้อมูลและความโปร่งใส	1.75	4.7143
2.1 มีการเปิดเผยผลการประเมินตนเองของคณะกรรมการในที่ประชุมคณะกรรมการ โดยคณะกรรมการร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับผลประเมินและกำหนดแนวทางปฏิบัติ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติหน้าที่	2	1.0000
2.2 มีการจัดให้มีกิจกรรมเพื่อพัฒนาความรู้ความสามารถของคณะกรรมการในการปฏิบัติหน้าที่กรรมการ	1	5.0000
คะแนนรวม	10	3.9773



1) บทบาทและการปฏิบัติหน้าที่ของคณะกรรมการ

1.1) คณะกรรมการบริหาร สสพ. ให้ความเห็นชอบหรือทบทวนแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการประจำปีเมื่อวันที่ 3 สิงหาคม 2558 โดยมีรายละเอียดของแผนที่ครบถ้วน

1.2) ด้านการรายงานผลระบบการบริหารจัดการองค์การมหาชนที่สำคัญ พบว่า สสพ. สามารถรายงานผลระบบการบริหารจัดการที่สำคัญครบถ้วนทุกระบบ รวมทั้งได้ติดตามผลการดำเนินงาน ทั้งในด้านการเงินและไม่ใช้การเงิน มีการรายงานผลการดำเนินงานได้ในทุกไตรมาสครบถ้วนตามเกณฑ์

1.3) การรายงานผลการดำเนินงานแก่รัฐมนตรีที่กำกับดูแล รองนายกรัฐมนตรี (พลเอก ชนะศักดิ์ ปฏิมาประกร) จำนวน 2 ครั้ง โดยนำเสนอรายงานผลการดำเนินงานไตรมาสที่ 1 และไตรมาสที่ 2

1.4) คณะกรรมการบริหาร เข้าร่วมประชุมเกินกว่าร้อยละ 80 ของจำนวนคณะกรรมการทั้งหมด จำนวน 8 ครั้งจากการประชุมคณะกรรมการบริหาร ทั้งสิ้น 11 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 72.73

1.5) มีการเปิดเผยข้อมูลและสารสนเทศที่สำคัญ ทั้งในด้านการเงินและไม่ใช้การเงิน (ด้านภารกิจหลัก) อย่างถูกต้องเชื่อถือได้ในรายงานประจำปี 2558 และในเว็บไซต์ของ สสพ. เช่น ประวัติของคณะกรรมการบริหาร สสพ. การเข้าประชุม โครงสร้างของคณะกรรมการและคณะอนุกรรมการที่สำคัญ พันธกิจ แผนการปฏิบัติงาน กลยุทธ์ เป้าหมายประจำปี ข้อมูลการจัดซื้อจัดจ้าง นโยบายการกำกับดูแลกิจการที่ดี ตลอดจนข้อบังคับและระเบียบ เป็นต้น

2) การพัฒนาตนเองของคณะกรรมการ

2.1) คณะกรรมการบริหาร สสพ. ไม่มีการประเมินตนเองในปีงบประมาณ 2559 เนื่องจาก สสพ. ได้นำเสนอแบบประเมินตนเองในการประชุมคณะอนุกรรมการพัฒนาระบบบริหารครั้งที่ 2/2559 เมื่อวันที่ 15 กันยายน 2559 ที่ประชุมมีมติให้ สสพ. ไปปรับปรุงแบบประเมินตนเองของคณะกรรมการฯ และนำกลับมา

เสนอคณะกรรมการพัฒนาระบบบริหารพิจารณาอีกครั้ง ทั้งนี้ สสพ. ได้ปรับปรุงแบบประเมินฯ แล้วเสร็จและนำเสนอคณะกรรมการพัฒนาระบบบริหารในเดือนพฤศจิกายน เพื่อนำเสนอคณะกรรมการ ในการประชุมเดือนธันวาคม 2559

2.2) มีการพัฒนาศักยภาพของคณะกรรมการ ผ่านหลักสูตร Director Certification Program (DCP) ของสมาคมส่งเสริมสถาบันกรรมการบริษัทไทย และหลักสูตรการกำกับดูแลกิจการสำหรับกรรมการและผู้บริหารระดับสูงของรัฐวิสาหกิจและองค์การมหาชน สถาบันพระปกเกล้า

อย่างไรก็ตาม ยังมีบางประเด็นที่คณะกรรมการบริหาร สสพ. ควรให้ความสำคัญคือ ข้อปฏิบัติเกี่ยวกับการเปิดเผยข้อมูล การรายงานด้านความเสี่ยงได้กำหนดให้รายงานต้องมีข้อมูลคำอธิบาย การวิเคราะห์ถึงสาเหตุการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ พร้อมทั้งระบุปัญหาอุปสรรค ตลอดจนแนวทางการแก้ไข ได้อย่างครบถ้วน

3.4.2 ด้านประเมินคุณธรรมและความโปร่งใส ค่าคะแนนที่ได้ 5.0000

การประเมินคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐ (Integrity & Transparency Assessment : ITA) เป็นการประเมินเชิงบวกจากหลักฐานข้อมูลเชิงประจักษ์และผลการสำรวจประสบการณ์หรือการรับรู้ ที่ทำให้หน่วยงานทราบถึงข้อจำกัดในการดำเนินงานและมีการพัฒนาปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เพื่อนำไปสู่การยกระดับคุณธรรมและความโปร่งใสของหน่วยงานภาครัฐโดยรวมของประเทศ

โดย สสพ. มีระดับคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานสูงมาก (คะแนน 80-100 คะแนน) ซึ่งผลการประเมินอยู่ที่ 81.75 ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ดังนี้

องค์ประกอบ	ผลการประเมิน
ดัชนีที่ 1 ความโปร่งใส (Transparency)	78.39
ดัชนีที่ 2 ความพร้อมรับผิด (Accountability)	84.81
ดัชนีที่ 3 ความปลอดจากการทุจริตในการปฏิบัติงาน (Corruption - Free)	97.09
ดัชนีที่ 4 วัฒนธรรมคุณธรรมในองค์กร (Integrity Culture)	73.37
ดัชนีที่ 5 คุณธรรมการทำงานในหน่วยงาน (Work Integrity)	72.26
คะแนน ITA	81.75

4. จุดเด่น / พัฒนาการที่ดี ขององค์การมหาชน

1) สสพ. มีความมุ่งมั่นในการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์การจัดตั้งด้านต่างๆ ให้เป็นไปตามแผนยุทธศาสตร์ และมาตรฐานสากล โดยมีการเทียบเคียงกับแนวทางการดำเนินงานในระดับนานาชาติ และทรัพยากรบุคคลของ สสพ. เป็นผู้มีความรู้ มีสมรรถนะสูง

2) ฐานข้อมูลของ สสพ. เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานขององค์กร

3) การรายงานผลงานของตัวชี้วัดบังคับตามคำรับรองการปฏิบัติงาน เช่น ตัวชี้วัดที่ 4.1 การกำกับดูแลกิจการและการพัฒนาองค์กร สามารถทำได้อย่างเป็นระบบ

5. ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุง

1) สสพ. ควรนำแผนยุทธศาสตร์ขององค์กรที่จัดทำโดยทีมที่ปรึกษา แปลงเป็นแผนปฏิบัติการของ สสพ. นอกเหนือจากแผนงานตามเอกสารงบประมาณ

2) การจัดแผนงาน/ โครงการ/ แผนปฏิบัติการ ควรระบุองค์ประกอบให้ครบถ้วน เช่น วัตถุประสงค์ เป้าหมาย ผลผลิต ผลลัพธ์ กิจกรรมและระยะเวลา เป็นต้น เพื่อการติดตามและการประเมินผลความก้าวหน้าตามที่กำหนด

3) สสพ. ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาด้านการกำกับดูแลกิจการ โดยเฉพาะการจัดให้มีการประเมินผลตนเองของคณะกรรมการเป็นประจำทุกปี การเข้าร่วมการประชุมของคณะกรรมการ ทั้งนี้เพื่อให้เป็นไปตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี

4) สสพ. ควรเพิ่มเติมตัวชี้วัดที่เป็นดัชนีสากล หรือการ Ranking อันดับความสามารถในการแข่งขันระดับสากล

5) สสพ. ควรพิจารณายกระดับของตัวชี้วัดในเชิงคุณภาพ และเชิงผลลัพธ์ของการดำเนินงาน เช่น การประยุกต์ใช้บัญชีประชาชาติด้านท่องเที่ยว (TSA: Tourism Satellite Account) สำหรับอุตสาหกรรมไมซ์และท่องเที่ยวของประเทศไทย เพื่อใช้เป็นเครื่องมือมาตรฐานสากลวัดผลทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมการท่องเที่ยวและไมซ์ รวมถึงการกำหนดค่าเป้าหมายของแต่ละตัวชี้วัด เพื่อความท้าทายในปีงบประมาณต่อไป

.....