

## 4.8 สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

### 4.8.1 เกริ่นนำองค์การมหาชน

1) **ความเป็นมา** สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสป. (Thailand Convention & Exhibition Bureau (Public Organization) มีชื่อย่อว่า TCEB ได้รับการจัดตั้งเป็นองค์การมหาชนตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) พ.ศ.2545 ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 119 ตอนที่ 95 ก ลงวันที่ 22 กันยายน พ.ศ. 2545

2) **ข้อกำหนดบางประการในพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ(องค์การมหาชน) พ.ศ.2545**

#### เหตุผลในการจัดตั้ง

“โดยที่เป็นการสมควรจัดตั้งหน่วยงานเพื่อรับผิดชอบในการส่งเสริม พัฒนา กำกับดูแล ประสาน และอำนวยความสะดวกในการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดนิทรรศการ และสนับสนุนให้มีการนำเสนอศิลปะและวัฒนธรรมของประเทศ ในการจัดประชุมและจัดนิทรรศการเพื่อให้เกิดความเป็นเอกลักษณ์ของประเทศ รวมทั้งบริการให้ความรู้และฝึกอบรมแก่บุคลากรเกี่ยวกับธุรกิจการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย ดังนั้นเพื่อให้หน่วยงานนี้มีการบริหารจัดการที่มีความคล่องตัว มีประสิทธิภาพ และมีภาพลักษณ์ของความเป็นไทย จึงสมควรจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการขึ้นเป็นองค์การมหาชน ตามกฎหมายว่าด้วยองค์การมหาชน จึงจำเป็นต้องตราพระราชกฤษฎีกานี้”

**วัตถุประสงค์** วัตถุประสงค์ตามมาตรา 7 มี 5 ประการ คือ

- (1) ส่งเสริมการจัดการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย
- (2) สนับสนุน หรือจัดให้มีการนำเสนอศิลปะและวัฒนธรรมไทย อันเป็นการทะนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรมไทย
- (3) ให้การบริการด้านความรู้และฝึกอบรมแก่เจ้าหน้าที่ของรัฐหรือประชาชนให้เกิดความชำนาญ และทักษะเทียบเท่ามาตรฐานสากลเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
- (4) เป็นศูนย์กลางข้อมูลด้านการประชุมและการจัดนิทรรศการ
- (5) ให้ความรู้แก่ผู้ดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวให้เข้าใจการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ

**อำนาจหน้าที่** ตามมาตรา 8 กำหนดไว้ ดังนี้

- (1) กำหนดนโยบาย และมาตรการในการส่งเสริมการจัดการประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย
- (2) ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ธุรกิจการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย
- (3) เป็นตัวแทนของประเทศไทยในการจัดทำข้อเสนอเพื่อขอรับเป็นเจ้าภาพในการจัดงาน
- (4) เป็นศูนย์ข้อมูลและให้บริการข้อมูล รวมทั้งให้คำปรึกษาและคำแนะนำด้านการส่งเสริมการจัดการประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย
- (5) สนับสนุนหรือจัดการสัมมนาฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรเกี่ยวกับธุรกิจการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย
- (6) กำหนดมาตรฐานและรับรองคุณภาพของผู้ประกอบธุรกิจการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย
- (7) เป็นศูนย์ประสานงานและอำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบธุรกิจการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย
- (8) พัฒนาโครงการที่จำเป็นต่อการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย ภายใต้การสนับสนุนจากรัฐบาล
- (9) ให้การสนับสนุนแก่หน่วยงานต่าง ๆ ในการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย
- (10) การทำการอื่นใดที่จำเป็นหรือต่อเนื่องให้บรรลุวัตถุประสงค์ของสำนักงาน

## 4.8.2 ข้อมูลทั่วไปขององค์กร

### 1) วิสัยทัศน์ พันธกิจ ยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ขององค์กร<sup>1</sup>

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. ได้กำหนดวิสัยทัศน์ขององค์กร คือ เพื่อสร้างประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการจัดประชุมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ภายในปี 2551 และได้กำหนดพันธกิจขององค์กรไว้ 6 ประการ ได้แก่

<sup>1</sup> [www.tceb.or.th/tcebcorp/bin/controller.php?view=fact.result](http://www.tceb.or.th/tcebcorp/bin/controller.php?view=fact.result)

(1) เป็นศูนย์ประสานงานแบบบูรณาการให้แก่ภาครัฐและภาคเอกชนทั้งภายในและต่างประเทศที่เกี่ยวข้องอุตสาหกรรมการประชุมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ

(2) ส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางทางธุรกิจในระดับภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Regional Business Hub) เพื่อดึงดูดให้มีการจัดงานประชุม งานแสดงสินค้าและนิทรรศการระดับสากลขนาดใหญ่ในประเทศไทย นอกเหนือจากการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว (Tourism Hub) พร้อมทั้งสนับสนุนและเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมไทยและความรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ

(3) ยกระดับ กำหนดมาตรฐานและรับรองคุณภาพการให้บริการในอุตสาหกรรมการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการของประเทศไทยให้ได้มาตรฐานสากล และทัดเทียมคู่แข่งในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

(4) ผลักดันให้เกิดการประสานงานระหว่างหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องเพื่ออำนวยความสะดวกด้านกฎระเบียบและข้อปฏิบัติต่างๆ ของทางราชการแก่ผู้ประกอบการ

(5) พัฒนาระบบฐานข้อมูลและเป็นศูนย์กลางข้อมูลข่าวสารสำหรับอุตสาหกรรมการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการในประเทศไทย

(6) กำหนดทิศทางและนโยบายการตลาดเชิงรุกสำหรับตลาดการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ

สำหรับยุทธศาสตร์ในการดำเนินงานขององค์กรได้กำหนดยุทธศาสตร์การตลาดออกเป็น 3 กลุ่ม ประกอบด้วย MI, C และ E โดยมีกลยุทธ์ ดังนี้

(1) ดำเนินการตลาดโดยเน้นให้ตรงกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม (Sector) ดังนี้

MI: กลุ่มเป้าหมายคือประเทศในแถบเอเชียแปซิฟิกและยุโรป ร่วมมือกับผู้ประกอบการภาคเอกชนจัดหาแคมเปญที่เหมาะสมเพื่อดึงดูดบริษัทข้ามชาติ

C: กลุ่มเป้าหมายคือประเทศในแถบยุโรปและอเมริกาเจาะกลุ่มวิชาชีพทางด้าน Medical & Pharmaceutical, Social Science และ Education โดยร่วมมือกับสมาคมวิชาชีพต่างๆ และผู้ประกอบการภาคเอกชน ในการเข้าประมูลสิทธิ์ในการจัดงานประชุมนานาชาติ

E: กลุ่มเป้าหมายคือประเทศในแถบยุโรปและเอเชียแปซิฟิกโดยร่วมมือกับสมาคมอุตสาหกรรมต่างๆ และผู้จัดงานแสดงสินค้าในต่างประเทศเพื่อสร้างงานใหม่ (Build) ยกระดับงาน (Upgrade) และจำลองงาน (Clone)

(2) รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ เพื่อนำมาใช้ในการวางแผนการตลาดแคมเปญต่างๆ

(3) เสริมสร้างทักษะและศักยภาพของผู้ประกอบการให้มีความรู้และความเชี่ยวชาญในระดับมาตรฐานสากลโดยร่วมมือกับสถาบันวิชาชีพในต่างประเทศและสถาบันการศึกษาภายในประเทศ

และในปี พ.ศ. 2551 ได้เพิ่มเติมกลยุทธ์ขึ้นมาใหม่อีก 2 ประการ คือ

(4) นำเสนอแนวทางทางในการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง แก้ไขกฎเกณฑ์และระเบียบปฏิบัติหรือข้อบังคับต่างๆ ของภาครัฐ เพื่อให้เอื้ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ที่เดินทางเข้ามาร่วมงานประชุมและนิทรรศการในประเทศไทย

(5) ทำการโฆษณาและประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทยออกไปยังตลาดเป้าหมายว่าเป็นจุดหมายที่มีความพร้อมในการจัดประชุมและนิทรรศการ

## 2) โครงสร้างองค์กรและบุคลากรขององค์กร<sup>2</sup>

โครงสร้างของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ประกอบด้วย

(1) คณะกรรมการส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ มีจำนวน 11 คน ตามมาตรา 13 แห่งพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) พ.ศ.2545 ดังนี้

(1.1) ประธานกรรมการ ซึ่งคณะรัฐมนตรีแต่งตั้งจากบุคคลซึ่งมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์สูงในด้านการบริหาร การท่องเที่ยว การประชุม หรือการจัดนิทรรศการ

(1.2) กรรมการโดยตำแหน่ง ได้แก่ อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ อธิบดีกรมการกงสุล และผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

(1.3) กรรมการซึ่งคณะรัฐมนตรีแต่งตั้งจากผู้แทนสมาคมทางการค้าที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การประชุม หรือการจัดนิทรรศการ และเป็นสมาชิกของสำนักงาน จำนวน 3 คน

(1.4) กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ซึ่งคณะรัฐมนตรีแต่งตั้งจากบุคคลซึ่งมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว การประชุม การจัดงานนิทรรศการ หรือด้านอื่นอันเป็นประโยชน์แก่กิจการของสำนักงาน และเป็นบุคคลซึ่งมิใช่ข้าราชการหรือผู้ปฏิบัติงานในหน่วยงานของรัฐ จำนวน 2 คน

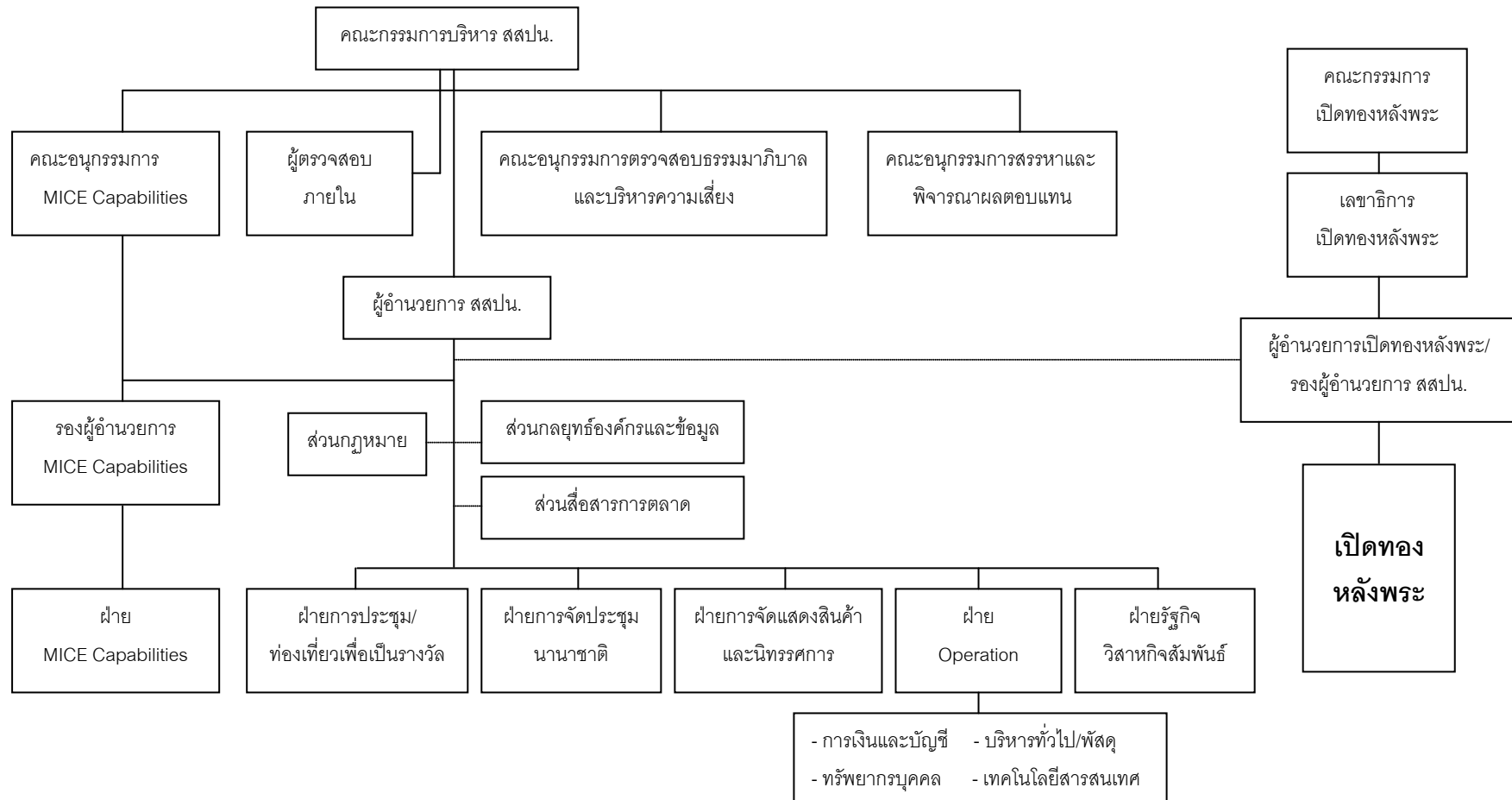
(1.5) ผู้อำนวยการเป็นกรรมการและเลขานุการโดยตำแหน่ง

(2) คณะอนุกรรมการอื่น จำนวน 3 คณะ ประกอบด้วย

<sup>2</sup> รายงานประจำปี 2548-2549

- (2.1) คณะอนุกรรมการ MICE Capabilities
- (2.2) คณะอนุกรรมการตรวจสอบธรรมาภิบาลและบริหารความเสี่ยง
- (2.3) คณะอนุกรรมการสรรหาและพิจารณาผลตอบแทน
- (3) คณะผู้บริหาร จำนวน 8 คน ประกอบด้วย
  - (3.1) ผู้อำนวยการ
  - (3.2) รองผู้อำนวยการ
  - (3.3) ผู้อำนวยการฝ่าย MICE Capabilities
  - (3.4) ผู้อำนวยการฝ่ายการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล
  - (3.5) ผู้อำนวยการฝ่ายจัดการประชุมนานาชาติ
  - (3.6) ผู้อำนวยการฝ่ายจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ
  - (3.7) ผู้อำนวยการฝ่าย Operation (ส่วนการเงินและบัญชี ส่วนบริหารทั่วไป/พัสดุ ส่วนทรัพยากรบุคคล และส่วนเทคโนโลยีสารสนเทศ)
  - (3.8) ผู้อำนวยการฝ่ายรัฐกิจวิสาหกิจสัมพันธ์
- (4) กรอบอัตรากำลัง ไม่มีข้อมูล

แผนภูมิที่ 1  
โครงสร้างการบริหารองค์กร



สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

### 3) การบริหารจัดการงบประมาณ

ในปี 2548 สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) มีรายได้จากการดำเนินงานจำนวนทั้งสิ้น 301,181,013.51 บาท จำแนกเป็นรายได้จากเงินงบประมาณ 299,000,000.00 บาท และรายได้จากแหล่งอื่น จำนวน 2,181,013.51 บาท ในปี 2549 สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ มีรายได้เพิ่มขึ้นเป็น 341,792,881.75 บาท เนื่องจากมีรายได้เพิ่มขึ้นในส่วนของงบประมาณ และ จากรายได้ในส่วนอื่น ๆ เช่น รายได้จากดอกเบี้ยเงินฝาก เป็นต้น

ในส่วนของค่าใช้จ่ายของ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) พบว่า ในปี 2548 มีรายจ่าย 174,829,157.75 บาท ปี 2549 มีรายจ่าย 209,894,209.35 บาท

อย่างไรก็ตามเมื่อเปรียบเทียบรายได้และค่าใช้จ่ายแล้วพบว่า สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ยังคงมีรายได้สูงกว่ารายจ่าย

ตารางที่ 1  
งบรายได้ และค่าใช้จ่าย<sup>3</sup>

รายการ	2548	2549
<b>รายได้จากการดำเนินงาน</b>		
1. รายได้จากรัฐบาล		
• รายได้จากเงินงบประมาณ	299,000,000.00	328,713,100.00
<b>รวมรายได้จากรัฐบาล</b>	<b>299,000,000.00</b>	<b>328,713,100.00</b>
2. รายได้จากแหล่งอื่น		
• รายได้จากดอกเบี้ยเงินฝากสถาบันการเงิน	1,199,139.82	11,748,074.24
• รายได้อื่น	981,873.69	1,331,707.51
<b>รวมรายได้จากแหล่งอื่น</b>	<b>2,181,013.51</b>	<b>13,079,781.75</b>
<b>รวมรายได้จากการดำเนินงาน</b>	<b>301,181,013.51</b>	<b>341,792,881.75</b>
<b>ค่าใช้จ่าย</b>		
1. ค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงาน		
• ค่าใช้จ่ายด้านบุคลากร	17,504,530.10	24,894,628.30
• ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	107,039,551.67	129,592,568.64
• ค่าใช้จ่ายเงินอุดหนุน	49,468,929.31	52,788,748.76
• ค่าเสื่อมราคาและตัดจำหน่าย	816,146.67	2,618,263.65
<b>รวมค่าใช้จ่ายจากการดำเนินงาน</b>	<b>174,829,157.75</b>	<b>209,894,209.35</b>
<b>รายได้สูงกว่าค่าใช้จ่ายสุทธิ</b>	<b>126,351,855.76</b>	<b>131,898,672.40</b>

<sup>3</sup> รายงานประจำปี 2548-2549

#### 4) ผลการดำเนินงานที่ผ่านมา

ในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมาระหว่างปี 2548-2549 สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ได้ดำเนินงานโครงการต่างๆ ตามยุทธศาสตร์ที่ได้กำหนดไว้คือ ดำเนินการตลาดโดยเน้นให้ตรงกลุ่ม เป้าหมายแต่ละกลุ่ม (Sector) โดยที่ผ่านมามีกิจกรรมโครงการต่างๆ จำแนกตามยุทธศาสตร์ด้านการดำเนินการตลาดโดยเน้นให้ตรงกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม (Sector) ดังนี้

- (1) การประชุมบริษัทและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล จำนวน 9 โครงการ
- (2) การประชุมวิชาชีพ จำนวน 1 โครงการ
- (3) การจัดนิทรรศการนานาชาติ จำนวน 3 โครงการ
- (4) การสัมมนา ฝึกอบรม และพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรม MICE จำนวน 11 โครงการ
- (5) การสนับสนุนให้องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนไทยไปจัดประชุมและสัมมนาในเขต

จังหวัดอันดามัน จำนวน 2 โครงการ

- (6) การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร

#### ตารางที่ 2

ผลการดำเนินงานระหว่างปี 2548-2549

โครงการ	ผลการดำเนินงาน	
	พ.ศ.2548	พ.ศ.2549
<b>ยุทธศาสตร์ ดำเนินการตลาดโดยเน้นให้ตรงกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม (Sector)</b>		
<b>1. การประชุมบริษัทและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล</b>		
1) จัดงาน IT& CMA / CTW	เป็นเจ้าภาพจัดงาน IT& CMA / CTW 2004	เป็นเจ้าภาพจัดงาน IT& CMA / CTW 2005 มีผู้เข้าร่วมชมงานกว่า 1,300 คน
2) นำเอกชนเข้าร่วมงาน International MICE Trade Show	นำเอกชนเข้าร่วมงาน International MICE Trade Show ต่างๆ เช่น EIBTM, IMEX, AIME, IMEX, ITME เป็นต้น	นำเอกชนเข้าร่วมงาน International MICE Trade Show ต่างๆ เช่น EIBTM, IMEX, AIME, IMEX, ITME เป็นต้น
3) งาน Road show	ร่วมมือกับการบินไทย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสมาคมส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ (ไทย) จัด Road show สำหรับ Corporate Meetings & Incentives ใน 8 ประเทศ	จัดกิจกรรมจำนวน 3 ครั้ง คือ (1) จัดกิจกรรมเองในต่างประเทศจำนวน 9 ประเทศ (2) เป็นแกนนำจัดกิจกรรม Road show โดยนำผู้ประกอบการภาคเอกชนและหน่วยงานภาครัฐไปยังตลาด ใน 8 ประเทศ คือ ญี่ปุ่น รัสเซีย ไต้หวัน สิงคโปร์ ฮองกง มาเลเซีย เกาหลี และจีน (3) นำผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม MICE จัดกิจกรรม Road show ในประเทศ



โครงการ	ผลการดำเนินงาน	
	พ.ศ.2548	พ.ศ.2549
		สหรัฐอเมริกา จำนวน 4 เมือง
4) งาน Trade Show	-	(1) นำผู้ประกอบการภาคเอกชนเข้าร่วมงาน Trade Show ในต่างประเทศ จำนวน 4 งาน 4 ประเทศ คือ ประเทศสเปน ประเทศออสเตรเลีย ประเทศอเมริกาและประเทศเยอรมันนี (2) นำผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม MICE เข้าร่วมงาน Trade Show ระดับนานาชาติ จำนวน 7 งาน
5) รวบรวมฐานข้อมูลบริษัทข้ามชาติในประเทศไทย	รวบรวมข้อมูลและสถิติที่ได้รับจาก ตัวแทนทางการตลาดในต่างประเทศและ จากการสำรวจข้อมูลสถิติการเดินทางเข้าประเทศของนักเดินทางกลุ่มไมซ์	รวบรวมข้อมูลและสถิติที่ได้รับจากตัวแทนทางการตลาดในต่างประเทศและ จากการสำรวจข้อมูลสถิติการเดินทางเข้าประเทศของนักเดินทางกลุ่มไมซ์
6) สนับสนุนและนำงานประชุมบริษัทและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมาจัดในประเทศไทย	(1) จากจีน – Pro Health พัทยา (6,000 คน), AIA ภูเก็ต (150 คน), Microsoft พัทยา (600 คน) (2) จากไต้หวัน – IDA เชียงใหม่ (2,200 คน), HSBC ภูเก็ต (150 คน) (3) จากอินเดีย – CIO Technology Senate กรุงเทพฯ (425 คน), ICI Delux Paint กรุงเทพฯ (170 คน) (4) จากออสเตรเลีย – Toyota National Dealers กรุงเทพฯ และภูเก็ต (800คน) (5) จากสิงคโปร์ – AIA กรุงเทพฯ (600คน)	(1) ตลาดเอเชียเหนือ (จีน ฮองกง ญี่ปุ่น เกาหลี ไต้หวัน) จำนวน 37,271 คน (2) ตลาดเอเชียใต้ (อินเดีย ASEAN) จำนวน 13,992 คน (3) ตลาดยุโรปและอเมริกา จำนวน 29,798 คน (4) ตลาดอื่นๆ (อเมริกาใต้ แอฟริกา และอื่นๆ) จำนวน 950 คน
7) จัดกิจกรรม MICE Workshop	-	ร่วมกับบริษัทการบินไทย และผู้ประกอบการภาคเอกชน จัดจัดกิจกรรม MICE Workshop ที่ประเทศรัสเซีย
8) กิจกรรม Corporate Connection Plus	-	ส่งเสริมการประชุมและการท่องเที่ยวให้กับกลุ่มผู้ซื้อจากบริษัทเอกชนจำนวน 20 รายทั่วโลก
9) กิจกรรม MICE in Green	-	ร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและเป็นการส่งเสริมให้มีการประชุมและท่องเที่ยวในเขตภาคใต้
<b>2. การประชุมวิชาชีพ</b>		
การย่นสิทธิ์ประมวลการจัดงานประชุมนานาชาติ	สามารถชนะในการประมูล 13 งาน และอยู่ระหว่างพิจารณา 8 งาน	สามารถชนะในการประมูล 8 งาน และสนับสนุนการประมูลเพิ่มเติมอีก 25 งาน
<b>3. การจัดนิทรรศการนานาชาติ</b>		

โครงการ	ผลการดำเนินงาน	
	พ.ศ.2548	พ.ศ.2549
1) การจัดนิทรรศการ/งานแสดงสินค้า	สามารถจัดได้รวมทั้งหมด 363 งาน แบ่งออกเป็น งานระดับประเทศ 241 งาน และงานระดับนานาชาติ 122 งาน	ให้การสนับสนุนการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติในประเทศไทยรวม 52 งาน มีผู้เข้าร่วมงาน 30,155 คน
2) การจัดนิทรรศการ/งานแสดงสินค้าระดับนานาชาติ (ในจำนวน 122 งาน)	สามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ (1) งานสำหรับผู้ประกอบการ 25 งาน (2) งานสำหรับผู้บริโภค 51 งาน (3) งานสำหรับผู้ประกอบการและงานสำหรับผู้บริโภค 46 งาน	ให้การสนับสนุนการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติในประเทศไทยรวมจำนวน 52 งาน
3) การส่งเสริมและสนับสนุนการจัดประชุมนานาชาติ	สนับสนุนการประชุมสิทธิงานประชุมนานาชาติให้เข้ามาจัดในประเทศไทย และชนะการประชุมสิทธิทั้งสิ้น 10 งาน	ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการประชุมสิทธิงานนานาชาติให้เข้ามาจัดในประเทศไทยจำนวน 11 งาน
<b>4. การสัมมนา ฝึกอบรม และพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรม MICE</b>		
1) การฝึกอบรมผู้ประกอบการหลักสูตร IAPCO (International Association of Professional Convention Organizers)	ฝึกอบรมให้แก่บุคลากรในองค์กรสมาคมที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม MICE มีผู้เข้ารับการอบรม 97 คน จาก 35 หน่วยงาน	-
2) การฝึกอบรมผู้ประกอบการหลักสูตร CEM (Certified Exhibition Management)	ฝึกอบรมให้แก่บุคลากรในองค์กรสมาคมที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม MICE มีผู้เข้ารับการอบรม 110 คน จาก 10 หน่วยงาน	-
3) การฝึกอบรม Problem Solving & Decision Making	-	มีผู้เข้ารับการอบรม 21 คน
4) การฝึกอบรม CPS (Convention Promotion Seminar)	-	มีผู้เข้ารับการอบรม 161 คน
5) การฝึกอบรม ICCA CVB (การสัมมนาสำหรับผู้สมาชิกของ ICCA ที่มาจาก Convention Bureau ต่าง)	-	มีผู้เข้ารับการอบรม 14 คน
6) การฝึกอบรม EMC (Executive Master Class)	-	มีผู้เข้ารับการอบรม 24 คน
7) การอบรม PATA (PATA MICE Basic Seminar)	-	มีผู้เข้ารับการอบรม 62 คน
8) การอบรม Exhibition Management (TEA – Trade Exhibition Association)	-	มีผู้เข้ารับการอบรม 41 คน
9) การอบรม Project Management	-	มีผู้เข้ารับการอบรม 23 คน
10) การอบรม Electrical Wiring	-	มีผู้เข้ารับการอบรม 81 คน
11) การอบรม Introduction to Exhibition	-	มีผู้เข้ารับการอบรม 48 คน
<b>5. โครงการสนับสนุนให้องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนไทยไปจัดประชุมและสัมมนาในเขตจังหวัดอันดามัน</b>		

โครงการ	ผลการดำเนินงาน	
	พ.ศ.2548	พ.ศ.2549
1) โครงการรับขวัญอันดามัน 1	ร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนจัดโครงการให้บริษัทต่างชาติและบริษัทไทยไปประชุมและสัมมนาในแถบอันดามัน มีผู้เข้าร่วมโครงการจัดประชุมสัมมนา กว่า 6,000 คน	-
2) โครงการรับขวัญอันดามัน 2	ร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนจัดโครงการให้บริษัทต่างชาติและบริษัทไทยไปประชุมและสัมมนาในแถบอันดามัน มีผู้เข้าร่วมโครงการจัดประชุมสัมมนา กว่า 10,455 คน	-
<b>6. การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร</b>		
กิจกรรม FAM Trip	การทำ Media FAM Trip เพื่อประชาสัมพันธ์ประเทศไทยโดยผ่านประสบการณ์ตรง	การทำ Media FAM Trip และมีสื่อจำนวน 20 สื่อ จาก 6 ประเทศเข้าร่วมกิจกรรม

### 4.8.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการประเมินผลการดำเนินงาน

1) ผลการเปรียบเทียบสัดส่วนของโครงการในแต่ละกลยุทธ์ การดำเนินงานของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ระหว่างปี พ.ศ. 2548-2549 ได้ดำเนินงานโครงการต่างๆ ตามยุทธศาสตร์ที่ได้กำหนดไว้ คือ ดำเนินการตลาดโดยเน้นให้ตรงกลุ่ม เป้าหมายแต่ละกลุ่ม (Sector) ส่วนในปี พ.ศ. 2550 ยังอยู่ในช่วงของการจัดทำข้อมูล ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงทำการเปรียบเทียบสัดส่วนของโครงการในแต่ละกลยุทธ์ ซึ่งพบว่า ในปี พ.ศ. 2548 โครงการส่วนใหญ่ เป็นโครงการที่อยู่ในกลยุทธ์ที่ 1 ได้แก่ ดำเนินการตลาดโดยเน้นให้ตรงกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม (Sector) เนื่องจากมีโครงการจำนวนถึง 10 โครงการ คิดเป็นร้อยละ 65 ของโครงการทั้งหมด ในส่วนของกลยุทธ์ที่ 3 หรือกลยุทธ์เสริมสร้างทักษะและศักยภาพของผู้ประกอบการให้มีความรู้และความเชี่ยวชาญในระดับมาตรฐานสากลโดยร่วมมือกับสถาบันวิชาชีพในต่างประเทศและสถาบันการศึกษาภายในประเทศมีจำนวน 2 โครงการ ในส่วนของกลยุทธ์ที่ 2 ซึ่งได้แก่ กลยุทธ์รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ เพื่อนำมาใช้ในการวางแผนการตลาดแคมเปญต่างๆ มี 2 กิจกรรมเท่านั้น ส่วนกลยุทธ์ที่ 4 - 5 คือ กลยุทธ์นำเสนอแนวทางทางในการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง แก้ไขกฎเกณฑ์และระเบียบปฏิบัติหรือข้อบังคับต่างๆ ของภาครัฐ เพื่อให้เอื้ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ที่เดินทางเข้ามาร่วมงานประชุมและนิทรรศการในประเทศไทย และกลยุทธ์ ทำการโฆษณาและประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทยออกไปยัง

ตลาดเป้าหมายว่าเป็นจุดหมายที่มีความพร้อมในการจัดประชุมและนิทรรศการไม่ปรากฏกิจกรรมหรือโครงการใดๆ เพราะเป็นกลยุทธ์ที่ได้ตั้งขึ้นมาใหม่ในปี 2551

ส่วนในปี 2549 โครงการส่วนใหญ่ เป็นโครงการที่อยู่ในกลยุทธ์ที่ 1 จำนวนถึง 10 โครงการ และกลยุทธ์ที่ 2 จำนวน 1 โครงการ และกลยุทธ์ที่ 3 มีจำนวน 9 โครงการตามลำดับ กลยุทธ์ที่ 4 และ 5 อยู่ระหว่างการดำเนินงาน จำนวน 10 โครงการ เนื่องจากเป็นกลยุทธ์ที่ได้จัดตั้งขึ้นมาใหม่ในปี 2551

ตารางที่ 3

รายละเอียดโครงการในแต่ละปี จำแนกตามกลยุทธ์

กลยุทธ์	ปี พ.ศ.	
	พ.ศ.2548	พ.ศ.2549
1. ดำเนินการตลาดโดยเน้นให้ตรงกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม (Sector)	(1) จัดงาน IT& CMA / CTW (2) เข้าร่วมงาน International MICE Trade Show (3) งาน Road show (4) งาน Trade Show (5) สนับสนุนและนำงานประชุมบริษัทและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมาจัดในประเทศไทย (6) การจัดนิทรรศการ/งานแสดงสินค้า (7) การจัดนิทรรศการ/งานแสดงสินค้าระดับนานาชาติ (ในจำนวน 122 งาน) (8) โครงการรับขวัญอันดามัน 1 (9) โครงการรับขวัญอันดามัน 2 (10) การยื่นสิทธิ์ประมูลการจัดงานประชุมนานาชาติ	(1) จัดงาน IT& CMA / CTW (2) งาน Road show (3) งาน Trade Show (4) จัดกิจกรรม MICE Workshop (5) กิจกรรม Corporate Connection Plus (6) กิจกรรม MICE in Green (7) การจัดนิทรรศการ/งานแสดงสินค้า (8) การส่งเสริมและสนับสนุนการจัดประชุมนานาชาติ (9) กิจกรรม Media FAM Trip (10) การยื่นสิทธิ์ประมูลการจัดงานประชุมนานาชาติ
2. รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ เพื่อนำมาใช้ในการวางแผนการตลาดแคมเปญต่างๆ	รวบรวมฐานข้อมูลบริษัทข้ามชาติในประเทศไทย	กำหนดและวางแผนยุทธศาสตร์ตามข้อมูลและสถิติที่ได้รับจาก ตัวแทนทางการตลาดในต่างประเทศและ จากการสำรวจข้อมูลสถิติการเดินทางเข้าประเทศของนักเดินทางกลุ่มไมซ์
3. เสริมสร้างทักษะและศักยภาพของผู้ประกอบการให้มีความรู้และความเชี่ยวชาญในระดับมาตรฐานสากลโดยร่วมมือกับสถาบันวิชาชีพในต่างประเทศและสถาบันการศึกษาภายในประเทศ	(1) การฝึกอบรมผู้ประกอบการหลักสูตร IAPCO (International Association of Professional Convention Organizers) (2) การฝึกอบรมผู้ประกอบการหลักสูตร CEM (Certified Exhibition Management)	(1) การฝึกอบรม Problem Solving & Decision Making (2) การฝึกอบรม CPS (Convention Promotion Seminar) (3) การฝึกอบรม ICCA CVB (การสัมมนาสำหรับสมาชิกของ ICCA ที่มาจาก Convention Bureau ต่างๆ )

กลยุทธ์	ปี พ.ศ.	
	พ.ศ.2548	พ.ศ.2549
		(4) การฝึกอบรม EMC (Executive Master Class) (5) การอบรม PATA (PATA MICE Basic Seminar) (6) การอบรม Exhibition Management (TEA – Trade Exhibition Association) (7) การอบรม Project Management (8) การอบรม Electrical Wiring (9) การอบรม Introduction to Exhibition
4. นำเสนอแนวทางทางในการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง แก้ไขกฎเกณฑ์และระเบียบปฏิบัติ หรือข้อบังคับต่างๆ ของภาครัฐ เพื่อให้เอื้ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ที่เดินทางเข้ามาร่วมงานประชุมและนิทรรศการในประเทศไทย	กลยุทธ์ใหม่ในปี 2551	กลยุทธ์ใหม่ในปี 2551
5. ทำการโฆษณาและประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทยออกไปยังตลาดเป้าหมายว่าเป็นจุดหมายที่มีความพร้อมในการจัดประชุมและนิทรรศการ	กลยุทธ์ใหม่ในปี 2551	กลยุทธ์ใหม่ในปี 2551

**2) ผลการดำเนินงานตามภารกิจ** หากพิจารณาผลการดำเนินงานของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) เฉพาะในปี 2549 พบว่า โครงการที่ดำเนินงานภายใต้ยุทธศาสตร์ต่างๆ มีผลการดำเนินงานดังต่อไปนี้

(1) **กลยุทธ์ที่ 1** ดำเนินการตลาดโดยเน้นให้ตรงกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม (Sector) โดยได้จัดงาน IT& CMA / CTW จำนวน 1 ครั้ง งาน Road show จำนวน 10 ครั้งใน 10 ประเทศ จัดงาน Trade Show จำนวน 11 ครั้ง จัดนิทรรศการ/งานแสดงสินค้า จำนวน 52 งาน จัดกิจกรรม Corporate Connection Plus ซึ่งมีจำนวนผู้เข้ารับบริการจำนวน 20 ราย จัดรายการส่งเสริมและสนับสนุนการจัดประชุมนานาชาติ จำนวน 90 งาน ให้การสนับสนุนและดำเนินงานประชุมบริษัทและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมาจัดในประเทศไทยซึ่งมีผู้เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 80,011 คน และกิจกรรม Media FAM Trip ซึ่งมีสื่อมวลชนเข้าร่วมและนำไปเผยแพร่ จำนวน 20 สื่อ นอกจากนี้ยังได้ทำการการยื่นสิทธิประมูลการจัดงานประชุมนานาชาติ อีกจำนวน 22 งาน

(2) **กลยุทธ์ที่ 2** รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ เพื่อนำมาใช้ในการวางแผนการตลาดแคมเปญต่าง ๆ โดย TCEB มีตัวแทนทางการตลาด ประจำอยู่ในตลาดหลักครอบคลุมภูมิภาคที่สำคัญของไมซ์ ที่คอยให้ข้อมูลต่างๆ อาทิเช่น ความต้องการของตลาดและโอกาสในการดึงดูดผู้เดินทางกลุ่มไมซ์มายังประเทศไทย ประกอบกับ TCEB ได้ว่าจ้างบริษัทที่ปรึกษา ในการสำรวจและเก็บข้อมูลสถิติของผู้เดินทางกลุ่มไมซ์อย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี ดังนั้นแผนกลยุทธ์การตลาดของ TCEB ได้กลั่นกรองมาจากข้อมูลจริงซึ่งมีความแม่นยำในการดำเนินโครงการหรือแผนกิจกรรมต่าง ๆ

(3) **กลยุทธ์ที่ 3** เสริมสร้างทักษะและศักยภาพของผู้ประกอบการให้มีความรู้และความเชี่ยวชาญในระดับมาตรฐานสากลโดยร่วมมือกับสถาบันวิชาชีพในต่างประเทศและสถาบันการศึกษาภายในประเทศ โดยได้ดำเนินการฝึกอบรมให้แก่ชาวไทยและชาวต่างประเทศในหลักสูตรต่าง ๆ จำนวน 9 หลักสูตร ได้แก่ การฝึกอบรม Problem Solving & Decision Making มีผู้เข้ารับการอบรมจำนวน 21 คน การฝึกอบรม CPS (Convention Promotion Seminar) มีผู้เข้ารับการอบรมจำนวน 161 คน การฝึกอบรม ICCA CVB (การสัมมนาสำหรับสมาชิกของ ICCA ที่มาจาก Convention Bureau ต่าง) มีผู้เข้ารับการอบรมจำนวน 14 คน การฝึกอบรม EMC (Executive Master Class) มีผู้เข้ารับการอบรมจำนวน 24 คน การอบรม PATA (PATA MICE Basic Seminar) มีผู้เข้ารับการอบรมจำนวน 62 คน การอบรม Exhibition Management (TEA – Trade Exhibition Association) มีผู้เข้ารับการอบรมจำนวน 41 คน การอบรม Project Management มีผู้เข้ารับการอบรมจำนวน 23 คน การอบรม Electrical Wiring มีผู้เข้ารับการอบรมจำนวน 81 คน การอบรม Introduction to Exhibition มีผู้เข้ารับการอบรมจำนวน 48 คน

(4) **กลยุทธ์ที่ 4** นำเสนอแนวทางทางในการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง แก้ไขกฎเกณฑ์และระเบียบปฏิบัติหรือข้อบังคับต่างๆ ของภาครัฐ เพื่อให้เอื้ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ที่เดินทางเข้ามาร่วมงานประชุมและนิทรรศการในประเทศไทย ไม่มีการดำเนินโครงการหรือกิจกรรม (เนื่องจากเป็นกลยุทธ์ที่ตั้งขึ้นใหม่ในปี พ.ศ. 2551)

(5) **กลยุทธ์ที่ 5** ทำการโฆษณาและประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทยออกไปยังตลาดเป้าหมายว่าเป็นจุดหมายที่มีความพร้อมในการจัดประชุมและนิทรรศการ (เนื่องจากเป็นกลยุทธ์ที่ตั้งขึ้นใหม่ในปี พ.ศ. 2551)

ตารางที่ 4

ผลการดำเนินงานของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

กลยุทธ์	หน่วย	ผลการดำเนินงาน
		2549
1. ดำเนินการตลาดโดยเน้นให้ตรงกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม (Sector)		
● จัดงาน IT& CMA / CTW	ครั้ง	1
● งาน Road show	ประเทศ	10
● งาน Trade Show	ครั้ง	11
● สนับสนุนและนำงานประชุมบริษัทและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมาจัดในประเทศไทย	คน	80,011
● การยกระดับของงานจัดนิทรรศการ/งานแสดงสินค้านานาชาติ	งาน	52
● ให้การสนับสนุนการจัดนิทรรศการ/งานแสดงสินค้าระดับนานาชาติ	งาน	22
● การยื่นสิทธิ์ประมูลการจัดงานประชุมนานาชาติ	งาน	8
● โครงการรับขวัญอันดามัน 1	คน	N/A
● โครงการรับขวัญอันดามัน 2	คน	N/A
● จัดกิจกรรม MICE Workshop	-	-
● กิจกรรม Corporate Connection Plus	ราย	20
● กิจกรรม MICE in Green	-	-
● การส่งเสริมและสนับสนุนการจัดประชุมนานาชาติ	งาน	90
● กิจกรรม Media FAM Trip	สื่อ	20
2. รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ เพื่อนำมาใช้ในการวางแผนการตลาดแคมเปญต่างๆ		
● รวบรวมฐานข้อมูลบริษัทข้ามชาติในประเทศไทย	-	-
3. เสริมสร้างทักษะและศักยภาพของผู้ประกอบการให้มีความรู้และความเชี่ยวชาญในระดับมาตรฐานสากลโดยร่วมมือกับสถาบันวิชาชีพในต่างประเทศและสถาบันการศึกษาภายในประเทศ		
● การฝึกอบรมผู้ประกอบการหลักสูตร IAPCO (International Association of Professional Convention Organizers)	คน	N/A
● การฝึกอบรมผู้ประกอบการหลักสูตร CEM (Certified Exhibition Management)	คน	N/A
● การฝึกอบรม Problem Solving & Decision Making	คน	21
● การฝึกอบรม CPS (Convention Promotion Seminar)	คน	161
● การฝึกอบรม ICCA CVB (การสัมมนาสำหรับสมาชิกของ ICCA ที่มาจาก Convention Bureau ต่าง)	คน	14
● การฝึกอบรม EMC (Executive Master Class)	คน	24
● การอบรม PATA (PATA MICE Basic Seminar)	คน	62
● การอบรม Exhibition Management (TEA – Trade Exhibition Association)	คน	41
● การอบรม Project Management	คน	23

กลยุทธ์	หน่วย	ผลการดำเนินงาน
		2549
• การอบรม Electrical Wiring	คน	81
• การอบรม Introduction to Exhibition	คน	48
4. นำเสนอแนวทางทางในการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง แก่ไขกฎเกณฑ์และระเบียบปฏิบัติหรือข้อบังคับต่างๆ ของภาครัฐ เพื่อให้เอื้ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ที่เดินทางเข้าร่วมงานประชุมและนิทรรศการในประเทศไทย		
เป็นกลยุทธ์ที่ใช้ในปี 2551	-	-
5. ทำการโฆษณาและประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทยออกไปยังตลาดเป้าหมายว่าเป็นจุดหมายที่มีความพร้อมในการจัดประชุมและนิทรรศการ		
เป็นกลยุทธ์ที่ใช้ในปี 2551	-	-

### 3) ความคุ้มค่าด้านเศรษฐกิจ สังคมและการพัฒนาประเทศ

เมื่อพิจารณาถึงผลของความคุ้มค่าและเป็นประโยชน์ต่อประเทศไทยในด้านเศรษฐกิจและสังคม การดำเนินงานของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. ที่ผ่านมา คณะผู้วิจัยเห็นว่า การจัดตั้งองค์การมหาชนนี้ มีที่มาสำคัญจากนโยบายการเมืองที่ต้องการส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการระหว่างประเทศเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการหารายได้เข้าประเทศจากการท่องเที่ยวของผู้เข้าร่วมประชุมจากต่างประเทศ ระยะเวลาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 จนถึงปัจจุบัน พ.ศ. 2550 องค์การมหาชนแห่งนี้ได้ดำเนินงานมาเป็นระยะเวลาประมาณ 5 ปี ซึ่งผลการดำเนินงานนับว่ามีส่วนสนับสนุนการท่องเที่ยวประเทศไทยผ่านการจัดประชุมนานาชาติในแต่ละครั้ง ดังนั้นคณะผู้วิจัยเห็นว่าภารกิจที่รับผิดชอบของ สสปน. ยังมีความจำเป็นต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศในระยะยาวในการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวและจัดประชุมนิทรรศการนานาชาติ

ในด้านการพัฒนาประสิทธิภาพของผลการดำเนินงานนั้นหากพิจารณาถึงกิจกรรมต่างๆ ที่สำนักงานฯ ได้ดำเนินการมา พบว่าส่วนใหญ่จะเป็นการฝึกอบรม และการเสนอตัวเข้าแข่งขันเป็นสถานที่จัดงานประชุมระหว่างประเทศ ขณะที่การจัดประชุมนานาชาติที่เป็นของประเทศไทยเองยังมีไม่มากนักที่เป็นการสร้างชื่อเสียงโดยเฉพาะที่รู้จักกันดีทั่วไป จึงมีความจำเป็นที่หน่วยงานภาครัฐอื่นๆ ซึ่งมีโครงการจัดประชุมจะต้องทำงานร่วมมือกันกับ สสปน. ในการสร้างนิทรรศการนานาชาติขึ้นในประเทศไทย และจัดเป็นประจำทุกปี

เมื่อพิจารณาถึงศักยภาพของประเทศไทยในการรองรับการจัดประชุมและนิทรรศการระหว่างประเทศ คาดว่าประเทศไทยมีความพร้อมระดับหนึ่งในด้านโครงสร้างพื้นฐาน แต่ปัญหาในขณะนี้คือการบริหารจัดการและการประชาสัมพันธ์และสร้างความเชื่อมั่นกับต่างประเทศ และการมีแผนยุทธศาสตร์ที่ชัดเจนในการดำเนินงานทั้งระยะสั้นและระยะยาว และบูรณาการความร่วมมือระหว่างองค์กรต่างๆ ที่



เกี่ยวข้องกับภาครัฐและเอกชน ทาง สสพ.ควรรับหน้าที่เป็นตัวกลางในการเชื่อมประสานงานและผลักดันการปฏิบัติให้เกิดขึ้นจริงเพื่อเป็นประโยชน์ในด้านเศรษฐกิจการท่องเที่ยวต่อประเทศชาติต่อไป

#### 4.8.4) ผลการเก็บรวบรวมข้อมูลการประเมินความเป็นองค์การมหาชน

1) **ด้านอำนาจหน้าที่** ตามมาตรา 8 แห่งพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2545 กำหนดไว้ ดังนี้ (1) กำหนดนโยบาย และมาตรการในการส่งเสริมการจัดการประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย (2) ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ธุรกิจการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย (3) เป็นตัวแทนของประเทศไทยในการจัดทำข้อเสนอเพื่อขอรับเป็นเจ้าภาพในการจัดงาน (4) เป็นศูนย์ข้อมูลและให้บริการข้อมูล รวมทั้งให้คำปรึกษาและคำแนะนำด้านการส่งเสริมการจัดการประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย (5) สนับสนุนหรือจัดการสัมมนาฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรเกี่ยวกับธุรกิจการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย (6) กำหนดมาตรฐานและรับรองคุณภาพของผู้ประกอบธุรกิจการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย (7) เป็นศูนย์ประสานงานและอำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบธุรกิจการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย (8) พัฒนาโครงการที่จำเป็นต่อการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย ภายใต้การสนับสนุนจากรัฐบาล (9) ให้การสนับสนุนแก่หน่วยงานต่าง ๆ ในการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย (10) การทำกรอื่นใดที่จำเป็นหรือต่อเนื่องให้บรรลุวัตถุประสงค์ของสำนักงาน ทั้งนี้ สสพ.ได้มีการดำเนินงานตามอำนาจหน้าที่ดังกล่าวเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการจัดตั้ง

เมื่อเปรียบเทียบวัตถุประสงค์ขององค์กรตามพระราชกฤษฎีกากับกลยุทธ์ จากจำนวนวัตถุประสงค์ของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ที่กำหนดไว้จำนวน 5 ข้อ พบว่า ในปี 2549 มีการดำเนินงานเพียงวัตถุประสงค์เดียว ได้แก่ วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อส่งเสริมการจัดการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทยเพื่อเพิ่มรายได้เข้าสู่ประเทศ ซึ่งเมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับกลยุทธ์ขององค์กร ซึ่งประกอบไปด้วย (1) ดำเนินการตลาดโดยเน้นให้ตรงกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม (Sector) (2) รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ เพื่อนำมาใช้ในการวางแผนการตลาดแคมเปญต่างๆ (3) เสริมสร้างทักษะและศักยภาพของผู้ประกอบการให้มีความรู้และความเชี่ยวชาญในระดับมาตรฐานสากลโดยร่วมมือกับสถาบันวิชาชีพในต่างประเทศและสถาบันการศึกษาภายในประเทศ (4) นำเสนอแนวทางทางในการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง แกไขกฎเกณฑ์และระเบียบปฏิบัติ

หรือข้อบังคับต่างๆ ของภาครัฐ เพื่อให้เอื้ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ที่เดินทางเข้ามาร่วมงานประชุมและนิทรรศการในประเทศไทย (5) ทำการโฆษณาและประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทยออกไปยังตลาดเป้าหมายว่าเป็นจุดหมายที่มีความพร้อมในการจัดประชุมและนิทรรศการ ดังนั้นหากพิจารณากลยุทธ์ในการดำเนินงานของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ในภาพรวม จึงสามารถสรุปได้ว่า การดำเนินงานของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในพระราชกฤษฎีกาฯ

ตารางที่ 5

ผลการเปรียบเทียบสัดส่วนของกลยุทธ์ในแต่ละวัตถุประสงค์

วัตถุประสงค์ตามที่กำหนดไว้ในพระราชกฤษฎีกา	กลยุทธ์	2549
เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการจัดประชุม การท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัลการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติมาจัดในประเทศไทยเพื่อเพิ่มรายได้เข้าสู่ประเทศ	(1) ดำเนินการตลาดโดยเน้นให้ตรงกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม (Sector)	(1) จัดงาน IT & CMA / CTW (2) งาน Road show (3) งาน Trade Show (4) จัดกิจกรรม MICE Workshop (5) กิจกรรม Corporate Connection Plus (6) กิจกรรม MICE in Green (7) การจัดนิทรรศการ/งานแสดงสินค้า (8) การส่งเสริมและสนับสนุนการจัดประชุมนานาชาติ (9) กิจกรรม Media FAM Trip (10) การยื่นสิทธิ์ประมูลการจัดงานประชุมนานาชาติ
	(2) รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศเพื่อนำมาใช้ในการวางแผนการตลาดแคมเปญต่างๆ	(2) รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ เพื่อนำมาใช้ในการวางแผนการตลาดแคมเปญต่างๆ
	(3) เสริมสร้างทักษะและศักยภาพของผู้ประกอบการให้มีความรู้และความเชี่ยวชาญในระดับมาตรฐานสากลโดยร่วมมือกับสถาบันวิชาชีพในต่างประเทศและสถาบันการศึกษาภายในประเทศ	(1) การฝึกอบรม Problem Solving & Decision Making (2) การฝึกอบรม CPS (Convention Promotion Seminar) (3) การฝึกอบรม ICCA CVB (การสัมมนาสำหรับสมาชิกของ ICCA ที่มาจาก Convention Bureau ต่างๆ ) (4) การฝึกอบรม EMC (Executive Master Class) (5) การอบรม PATA (PATA MICE

วัตถุประสงค์ตามที่กำหนดไว้ในพระราชกฤษฎีกา	กลยุทธ์	2549
		Basic Seminar) (6) การอบรม Exhibition Management (TEA – Trade Exhibition Association) (7) การอบรม Project Management (8) การอบรม Electrical Wiring (9) การอบรม Introduction to Exhibition
	(4) นำเสนอแนวทางในการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงแก้ไขกฎเกณฑ์และระเบียบปฏิบัติหรือข้อบังคับต่างๆของภาครัฐ เพื่อให้เอื้ออำนวยความสะดวกแก่ผู้เดินทางเข้ามาร่วมงานประชุมและนิทรรศการในประเทศไทย	(เป็นกลยุทธ์ที่ตั้งขึ้นใหม่ในปี พ.ศ. 2551)
	(5) ทำการโฆษณาและประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทยออกไปยังตลาดเป้าหมายว่าเป็นจุดหมายที่มีความพร้อมในการจัดประชุมและนิทรรศการ	(เป็นกลยุทธ์ที่ตั้งขึ้นใหม่ในปี พ.ศ. 2551)

2) **ด้านความคล่องตัว** จากการสำรวจกฎระเบียบภายในของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการนับตั้งแต่จัดตั้งในปี พ.ศ. 2545 จนถึงปัจจุบัน (กรกฎาคม 2551) มีกฎระเบียบภายในแบ่งเป็น ข้อบังคับจำนวน 2 ฉบับ และระเบียบ จำนวน 3 ฉบับ รวมมีกฎระเบียบภายในทั้งหมด 5 ฉบับ ซึ่งมีรายชื่อต่อไปนี้

(1) **กลุ่มที่เป็นข้อบังคับ** ได้แก่

- ข้อบังคับว่าด้วยการจัดแบ่งส่วนงาน พ.ศ. 2550
- ข้อบังคับว่าด้วย การบริหารงานบุคคล พ.ศ. 2550

(2) **กลุ่มที่เป็นระเบียบ** ได้แก่

- ระเบียบว่าด้วยการพัสดุ พ.ศ. 2550
- ระเบียบว่าด้วยการเงินและการบัญชี พ.ศ. 2550
- ระเบียบว่าด้วยการใช้จ่ายในการเดินทางไปปฏิบัติงาน และค่ารับรอง พ.ศ.

2550

นอกจากนี้ สสพ. ยังได้มีกฎระเบียบภายในเรื่องสวัสดิการของเจ้าหน้าที่ที่อนุมัติโดยผู้อำนวยการอีก 1 ฉบับ เมื่อเปรียบเทียบกับองค์การมหาชน อื่นๆ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ เป็น

องค์การมหาชนที่มีการออกกฎระเบียบจำนวนน้อยมาก กล่าวคือ มีเพียง 5 ฉบับ ซึ่งมีเนื้อหาเฉพาะเกี่ยวกับการปฏิบัติงานพื้นฐานขององค์กรเท่านั้น หากพิจารณาประกอบกับภารกิจที่รับผิดชอบ ก็ทำให้เชื่อได้ว่าเป็นเหตุให้มีการออกกฎระเบียบจำนวนน้อย เพราะไม่มีกิจกรรมที่ต้องดำเนินการอย่างกว้างขวางอย่างองค์การมหาชนอื่นๆ

3) **ด้านบุคลากร** เมื่อพิจารณาถึงความเหมาะสมในด้านกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับบุคลากร พบว่าสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ มีการออกข้อบังคับเกี่ยวกับการบริหารงานบุคคล คือ ข้อบังคับว่าด้วยบริหารงานบุคคล พ.ศ. 2550 และ ข้อบังคับว่าด้วยการจัดแบ่งส่วนงาน พ.ศ.2550 เท่านั้น ไม่มีการออกข้อบังคับและกฎระเบียบภายในเพื่อเป็นข้อกำหนดให้แก่บุคลากรในองค์กร ในเรื่องของการได้รับเงินเดือน การสรรหา การบรรจุ การแต่งตั้ง และการเพิ่มพูนประสิทธิภาพแรงจูงใจต่างๆ ให้แก่บุคลากรในสำนักงาน

4) **ความเป็นอิสระ** การทำงานของคณะกรรมการบริหาร มีความเป็นอิสระพอสมควร คณะรัฐมนตรีจะกำกับดูแลเชิงนโยบายกว้างๆ คณะกรรมการบริหารจะดูในเรื่องของแผนงานและวางแผนทางการดำเนินงาน พร้อมทั้งให้คำปรึกษา แนะนำ ส่วนการอนุมัติในบางเรื่องจะสิ้นสุดที่ผู้อำนวยการ

#### 5) ด้านบทบาทหน้าที่ของคณะกรรมการบริหาร

(1) ที่มาและกระบวนการในการคัดสรร เป็นไปตามมาตรา 13 แห่งพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) พ.ศ.2545

(2) จำนวน 11 คน ถือว่ามีความเหมาะสมแล้ว

(3) การรับรู้เกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ อยู่ในระดับที่ดี

(4) การทำหน้าที่ บอร์ดมีความสามารถในการบริหารจัดการองค์กรและทำหน้าที่ตามบทบาทหน้าที่ที่กฎหมายกำหนด เนื่องจากมีองค์ประกอบครบถ้วนทั้งภาครัฐและเอกชน มาจากภาคอุตสาหกรรมทั้งทางตรงและทางอ้อม มีความสามารถในการขับเคลื่อนองค์กร

### 4.8.5 ผลการเก็บรวบรวมการประเมินประสิทธิภาพในการบริหารจัดการของคณะกรรมการบริหารและผู้บริหาร

1) **คณะกรรมการบริหาร** จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายจำนวน 5 คน จำแนกเป็นหญิง 3 คน ชาย 2 คน โดยส่วนใหญ่ ร้อยละ 40 อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 36 – 45 ปี ร้อยละ 80 มีการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาโท และมีระยะเวลาในการทำงานเฉลี่ยระหว่าง 2 – 3 ปี สามารถสรุปความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำหน้าที่ของบอร์ดได้ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

## ตารางที่ 6

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถของบอร์ด

ด้าน	ค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็น (เต็ม 100 คะแนน)	สรุปผลระดับความ ตามเกณฑ์
1) ด้านการสร้างนวัตกรรมใหม่	60.00	ปานกลาง
2) ด้านการบริหารงบประมาณ	66.40	ปานกลาง
3) ด้านการบริหารบุคคล	68.00	มาก
4) ด้านการบริหารเวลา	74.00	มาก
5) ด้านการบริหารงาน	70.40	มาก
6) ด้านการบริหารตามหลักธรรมาภิบาล	68.00	มาก
7) ด้านการเรียนรู้องค์กร	78.00	มาก
<b>ภาพรวม</b>	<b>69.26</b>	<b>มาก</b>

หมายเหตุ คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 0 – 33.33 อยู่ในระดับน้อย  
 คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 33.34 – 66.66 อยู่ในระดับปานกลาง  
 คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 66.67 – 100 อยู่ในระดับมาก

## ตารางที่ 7

สรุปความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการบริหารจัดการองค์กรของบอร์ด

ระดับความสามารถ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่มีความสามารถ	-	-
มีความสามารถแต่น้อย	1	20.0
มีความสามารถในระดับปานกลาง	2	40.0
มีความสามารถในระดับมาก	2	40.0
<b>รวม</b>	<b>5</b>	<b>100</b>

## ตารางที่ 8

ความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของบอร์ด

ระดับการแสดงบทบาทหน้าที่	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่สามารถทำหน้าที่ตามบทบาทที่กำหนด	-	-
น้อย	1	20.0
ปานกลาง	2	40.0
มาก	2	40.0
<b>รวม</b>	<b>5</b>	<b>100</b>

## ตารางที่ 9

ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณสมบัติของการเป็นบอร์ดขององค์กร

ระดับความเหมาะสม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่มีความเหมาะสม	-	-
มีเหมาะสมน้อย	1	20.0
มีเหมาะสมปานกลาง	1	20.0
มีความเหมาะสมมาก	3	60.0
<b>รวม</b>	<b>5</b>	<b>100</b>

## ตารางที่ 10

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของคณะที่ปรึกษาบอร์ด

ระดับความเหมาะสม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่มีความเหมาะสม	-	-
มีความเหมาะสมน้อย	-	-
มีความเหมาะสมปานกลาง	2	40.0
มีความเหมาะสมมาก	3	60.0
<b>รวม</b>	<b>5</b>	<b>100</b>

## ตารางที่ 11

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการจัดตั้ง

ระดับความเหมาะสม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อย	-	-
ปานกลาง	-	-
มาก	2	40.0
ไม่ตอบ	3	60.0
<b>รวม</b>	<b>5</b>	<b>100</b>

**สรุป** กลุ่มเป้าหมายได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถของบอร์ดในระดับมากเกือบทุกด้าน ยกเว้นด้านการสร้างนวัตกรรมใหม่และการบริหารงบประมาณ โดยในภาพรวมแล้ว กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เห็นว่า บอร์ดมีความสามารถในการบริหารจัดการองค์กรและทำหน้าที่ตามบทบาทหน้าที่ที่กฎหมายกำหนดในระดับปานกลางและมากในสัดส่วนเท่ากัน เนื่องจากโครงสร้างตัวแทนในบอร์ดหลักเลียงผลประโยชน์ทับซ้อนได้ยาก และบอร์ดมีศักยภาพทุกท่าน แต่ยังไม่ได้นำมาสร้างกลยุทธ์ในภาพรวมตามความคาดหวัง

(1) กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เห็นว่า บอร์ดมีคุณสมบัติในการเป็นบอร์ดขององค์กรเหมาะสมในระดับมาก เนื่องจากมีองค์ประกอบครบถ้วนทั้งภาครัฐและเอกชน มาจากภาคอุตสาหกรรมทั้งทางตรงและทางอ้อม มีความสามารถในการขับเคลื่อนองค์กร โดยคิดว่าลักษณะเด่นในการทำหน้าที่ของบอร์ด ได้แก่

- มีความตั้งใจจริงในการปฏิบัติงานที่จะขับเคลื่อนองค์กร
- เป็นที่ยอมรับในสาขาที่เป็นตัวแทน เป็นตัวแทนขององค์กรในด้านการประชาสัมพันธ์
- มีความมุ่งมั่นสูง
- การวางกลยุทธ์ ความโปร่งใส

(2) จุดอ่อนในการบริหารงานของบอร์ดที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการบริหารจัดการที่กลุ่มเป้าหมายได้แสดงความคิดเห็นไว้ มีดังนี้

- นโยบายเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว
- ขาดความคล่องตัวในการบริหารจัดการ

- การประชาสัมพันธ์องค์กรให้เป็นที่ยอมรับของหน่วยงานต่างๆ
- การไม่สามารถทุ่มเทเวลาให้องค์กรได้มากพอ

(3) ข้อเสนอแนะต่อการทำหน้าที่ของบอร์ด ดังนี้

- ให้นโยบายที่ชัดเจนและลดการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้เกิดความนิ่งในการปฏิบัติงาน
- ป้องกันการแทรกแซงของภาครัฐ และการไหลเข้าสู่ระบบราชการ
- ควรมุ่งประสิทธิผลของการปฏิบัติงาน มากกว่ากระบวนการทำงาน
- สนับสนุนให้ผู้บริหารแสดงความสามารถด้านความคิดริเริ่มและการตัดสินใจ
- สนับสนุนระบบการติดตามผลที่มีลักษณะเฉพาะของอุตสาหกรรม

(4) ปัญหาและอุปสรรค กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ยังเห็นว่า องค์การมีความสามารถในการดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์การจัดตั้งในระดับปานกลาง โดยมีปัญหาอุปสรรคในการทำงาน คือ

- การเปลี่ยนแปลงผู้บริหาร การเปลี่ยนแปลงนโยบาย การขาดความชัดเจนในเป้าหมายและวิธีการดำเนินการ
- บุคลากรขาดความเข้าใจในวัตถุประสงค์ขององค์กรอย่างเพียงพอ ขาดทักษะด้านการแข่งขัน เปรียบเทียบ เพื่อให้ทันความเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาอุตสาหกรรมอย่างรวดเร็ว
- หน่วยงานราชการที่ติดต่อประสานงานไม่เข้าใจความเป็นองค์การมหาชน

2) **ผู้อำนวยความสะดวก** จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายจำนวน 44 คน จำแนกเป็นหญิง 29 คน ชาย 15 คน โดยส่วนใหญ่ ร้อยละ 70.5 อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 26 – 35 ปี ร้อยละ 50 สำเร็จการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี และมีระยะเวลาในการทำงานเฉลี่ยระหว่าง 1 – 2 ปี สามารถสรุปความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำหน้าที่ของผู้อำนวยความสะดวกได้ ดังรายละเอียดต่อไปนี้



ตารางที่ 12

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถของผู้อำนวยการ

ด้าน	ค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็น (เต็ม 100 คะแนน)	สรุปผลระดับความ ตามเกณฑ์
1) ด้านการสร้างนวัตกรรมใหม่	77.58	มาก
2) ด้านการบริหารงบประมาณ	75.91	มาก
3) ด้านการบริหารบุคคล	71.92	มาก
4) ด้านการบริหารเวลา	74.55	มาก
5) ด้านการบริหารงาน	77.61	มาก
6) ด้านการบริหารตามหลักธรรมาภิบาล	76.74	มาก
7) ด้านการเรียนรู้องค์กร	75.91	มาก
<b>ภาพรวม</b>	<b>75.75</b>	<b>มาก</b>

หมายเหตุ คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 0 – 33.33 อยู่ในระดับน้อย  
 คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 33.34 – 66.66 อยู่ในระดับปานกลาง  
 คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 66.67 – 100 อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 13

สรุปความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการบริหารจัดการองค์กรของผู้อำนวยการ

ระดับความสามารถ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่มีความสามารถ	-	-
มีความสามารถแต่น้อย	3	6.8
มีความสามารถในระดับปานกลาง	10	22.7
มีความสามารถในระดับมาก	31	70.5
<b>รวม</b>	<b>44</b>	<b>100</b>

ตารางที่ 14

ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณสมบัติในการเป็นผู้อำนวยการ

ระดับความเหมาะสม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่มีความเหมาะสม	-	-
มีเหมาะสมน้อย	5	11.4
มีเหมาะสมปานกลาง	7	15.9
มีความเหมาะสมมาก	31	70.5
ไม่ตอบ	1	2.3
<b>รวม</b>	<b>44</b>	<b>100</b>

ตารางที่ 15

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถในการดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์การจัดตั้ง

ระดับความเหมาะสม	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อย	3	6.8
ปานกลาง	15	34.1
มาก	15	34.1
ไม่ตอบ	11	25.0
<b>รวม</b>	<b>44</b>	<b>100</b>

**สรุป** กลุ่มเป้าหมายได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความสามารถของผู้อำนวยการในระดับมากทุกด้าน และในภาพรวม กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เห็นว่า ผู้อำนวยการมีความสามารถในการบริหารจัดการองค์กรในระดับมาก และเห็นว่าผู้อำนวยการมีคุณสมบัติเหมาะสมในระดับมากเช่นกัน โดยให้เหตุผลของความเหมาะสม คือ มีความรู้ความสามารถ มีความเป็นผู้นำ เป็นคนคิดอย่างมีระบบ มีความตั้งใจในการทำงาน

(1) ลักษณะเด่นในการทำหน้าที่ของผู้อำนวยการ ได้แก่

- มีความเป็นผู้นำ มีวิสัยทัศน์ คล่องตัวในการทำงาน คิดเร็วทำเร็ว กระตือรือร้น  
ไฟแรงมุ่งมั่น ภาพลักษณ์ดี
- ตั้งใจทุ่มเททำงาน มุ่งมั่นบริหารงานและนำองค์กรไปให้ถึงเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้
- มีความรู้ความสามารถ

- เปิดรับฟังความคิดเห็นของพนักงาน ให้มีความสำคัญกับผู้ได้บังคับบัญชา การเข้าถึงบุคคลระดับต่างๆ มีน้ำใจ และช่วยเหลือผู้ได้บังคับบัญชา
- มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา ประนีประนอม
- มีการวางแผนงานการทำงานอย่างเป็นระบบ
- มีความพยายามในการประสานสัมพันธ์องค์กร

(2) จุดอ่อนในการบริหารงานของผู้อำนวยการที่มีผลต่อประสิทธิภาพ ในการบริหารจัดการที่กลุ่มเป้าหมายได้แสดงความคิดเห็นไว้ มีดังนี้

- ประสพการณ์และอายุน้อย ทำให้บางครั้งมีปัญหาด้านภาพลักษณ์และยังไม่เข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ขององค์กรเท่าที่ควร มุมมองในการบริหารงานยังไม่กว้างขวางนัก
- ต้องกระจายอำนาจให้ผู้ได้บังคับบัญชามากกว่านี้
- ยังไม่สามารถเข้าถึงบุคลากรทุกคนได้
- ความตั้งใจที่บางครั้งมากเกินไป
- คิดเร็วทำเร็ว บางครั้งทำให้ขาดการไตร่ตรองที่รอบคอบ
- ไม่มีความคิดของตนเอง โดนโน้มน้าวได้ง่าย
- ยึดติดตัวเลขมากเกินไป

(3) ข้อเสนอแนะต่อการทำหน้าที่ของผู้อำนวยการ กลุ่มเป้าหมายได้เสนอแนะไว้ ดังนี้

- ต้องมองเห็นภาพกว้าง
- กระจายอำนาจให้ถึงผู้ได้บังคับบัญชา
- ลดเรื่องประสานสัมพันธ์ให้น้อยลง
- แบ่งเวลาระหว่างการบริหารจัดการภายในและภายนอกองค์กร
- วางระบบและแผนการดำเนินงานของแต่ละฝ่ายให้ชัดเจน ไม่ซ้ำซ้อนกัน
- ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของบุคลากรในองค์กรให้มากขึ้น
- ศึกษาวัตถุประสงค์และภารกิจของสำนักงานให้ถี่ถ้วนและถ่องแท้
- ควรเปิดกว้างรับฟังความคิดเห็น
- ควรมีระบบการประเมิน 360 องศา
- ปรับรูปแบบการทำงานให้มีความคล่องตัว

(4) กลุ่มเป้าหมายที่ตอบส่วนใหญ่ยังเห็นว่าองค์การมีความสามารถในการดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์การจัดตั้งในระดับปานกลางและมากในสัดส่วนเท่ากัน โดยเห็นว่ายังคงมีปัญหอุปสรรคในการทำงาน คือ

- สภาพเศรษฐกิจ การเมือง ที่ไม่แน่นอน ทำให้นักลงทุนเกิดความไม่เชื่อมั่นที่จะเข้ามาลงทุนในประเทศไทย
- งบประมาณที่ได้รับไม่เพียงพอ ทรัพยากรจำกัด ขาดระบบการจัดการข้อมูล
- การติดต่อประสานงานทั้งภายในและภายนอกยังไม่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ขาดความร่วมมือของคนในองค์กรในการทำงาน ไม่มีความอบอุ่นในองค์กร
- ไม่มีความเป็นเอกภาพในการบริหารจัดการอย่างแท้จริง การต้องพึ่งพางบประมาณจากรัฐบาลทำให้เกิดความไม่แน่นอนและข้อจำกัดในการวางแผน
- บุคลากรยังไม่เข้าใจในเป้าหมายขององค์กร วัตถุประสงค์ของแต่ละแผนก คลาดเคลื่อนไปจากเดิม
- ขาดความเป็นผู้นำที่ดีและการทำงานเป็นทีม

ตอนท้ายกลุ่มเป้าหมายได้เสนอแนะการปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาการดำเนินงานขององค์การมหาชนให้มีประสิทธิภาพประสิทธิผลและบรรลุวัตถุประสงค์ของการจัดตั้งองค์กร ดังนี้

1. เน้นการพัฒนาคุณภาพพื้นฐานขององค์กร สร้างความเข้าใจและความเชื่อมั่นขององค์กรสู่สาธารณชนควบคู่กันไป
2. เปิดโอกาสให้พนักงานทุกระดับมีโอกาสในการพัฒนาศักยภาพโดยเท่าเทียมกัน
3. เปิดโอกาสให้เจ้าหน้าที่ได้มีส่วนร่วมออกความคิดเห็นหรือแสดงความสามารถในการทำงาน
4. บริหารงบประมาณขององค์กรให้เกิดประโยชน์ต่อประเทศชาติโดยแท้จริง
5. แยกระบบราชการออกจากองค์กรมหาชนให้เด็ดขาด เปิดโอกาสให้องค์การมหาชนสามารถจัดรูปแบบและกฎเกณฑ์ต่างๆ ของตนเองได้มากยิ่งขึ้น
6. จำกัดอิทธิพลการเมืองไม่ให้เข้ามายุ่งเกี่ยวกับการบริหารงานขององค์การมหาชน

## ผลจากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง

### 1) คณะกรรมการบริหาร

1.1) ผลการดำเนินงานในภาพรวมหลังจากที่ได้มีการจัดตั้งเป็นองค์การมหาชนแล้ว สสพ. ได้ถูกจัดตั้งโดยสภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และได้แยกตัวออกมาจากแผนกของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยมีหลายหน่วยงานที่เข้ามาเกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นภาคเอกชน ผู้แทน

สมาคมโรงแรม สมาคมการจัดประชุมนิทรรศการ Thailand GEA Impact Organization ซึ่ง สสปน.จะดูในเรื่องเกี่ยวกับ Mice Exhibition เป็นการรวบรวมสมาคมต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

ลักษณะการทำงานของ สสปน.โดยมีการดูต้นแบบการทำงานมาจากประเทศสเปน แต่เป็นลักษณะที่ไม่ถูกต้องนัก เพราะสเปนเป็นประเทศทางยุโรปและลักษณะของคนสเปนเป็นคนชอบเที่ยว และกฎหมายของสเปนจะบังคับให้คนที่ทำงานได้พักผ่อน เพราะฉะนั้นรูปแบบของ MICE จะใช้ไม่ค่อยได้ ประเทศที่ควรจะเป็นรูปแบบควรเป็นประเทศเยอรมัน เพราะการขับเคลื่อน Exhibition ทางเศรษฐกิจ และประเทศไทยเป็นประเทศที่ได้เปรียบในเรื่องของประชาชนเป็นมิตรกับชาวต่างชาติ มีทัศนียภาพที่สวยงามโดยเฉพาะทะเลของไทย แต่ว่าการจัด MICE ยังไม่ดีพอ ยังขาดศูนย์ประชุมที่จะรองรับการประชุมนานาชาติที่ผ่านมาประเทศไทยจัดอยู่ในอันดับที่ 30 ของโลก

การทำงานในช่วงแรกของการจัดตั้งเป็นองค์การมหาชน พบว่าผู้บริหารปฏิบัติงานไม่เห็นผลงาน และได้มีการลาออกไป ทำให้ทาง สสปน.ขาดผู้อำนวยการจึงต้องให้บอร์ด (ซึ่งเป็นผู้แทนจากทีก้า) มารักษาการแทน ซึ่งพบว่าองค์การมีปัญหาในเรื่องของการบริหารจัดการการเงินและได้มีการประกาศรับสมัครผู้อำนวยการคนใหม่ของ สสปน. ซึ่งในปัจจุบันคือ ผอ.ณัฐวุฒิ อมรวิวัฒน์

ภายหลังจากที่ สสปน.ได้รับคัดเลือกผู้อำนวยการ ทำให้มีการบริหารงานและการจัดระบบในองค์การเป็นอย่างดี เป็นการทำงานร่วมกับสมาคมส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ สมาพันธ์โรงแรม มีการจัดการประชุมทั้งในและต่างประเทศ มีการบริการอบรมให้กับหน่วยงานที่สนใจ

## 1.2) ปัจจัยที่ทำให้การดำเนินงานข้างต้นประสบความสำเร็จ หรือสิ่งที่เป็นจุดแข็งขององค์การ

(1) ด้านผู้บริหาร มีการบริหารจัดการที่ดี มีการวางโครงสร้างการทำงานของ สสปน. ให้การสนับสนุนในเรื่องของการฝึกอบรมคน ให้การสนับสนุนแก่หน่วยงานเอกชนที่เกี่ยวข้อง มีการบริหารงานที่โปร่งใส

(2) ด้านทรัพยากร ประเทศไทยมีทรัพยากรคนที่เป็นมิตรกับชาวต่างชาติ และมีทรัพยากรธรรมชาติที่มีความสวยงามสามารถดึงดูดคนเข้าประเทศได้

(3) เรื่องงบประมาณ ในส่วนของงบประมาณที่เหลือสามารถนำมารวมกับงบประมาณใหม่ได้ ถ้าบริหารไม่หมดโดยไม่ได้ถูกตัดงบประมาณ

(4) เป็นหน่วยงานเพียงแห่งเดียวที่ทำงานเกี่ยวกับการจัดประชุม และเป็นศูนย์กลางที่รวบรวม Stakeholder ที่เกี่ยวข้องกับการทำงานเข้ามาเป็นพันธมิตร

## 1.3) สภาพปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานในปัจจุบัน หรือสิ่งที่เป็นจุดอ่อน

(1) การประสานงาน การทำความเข้าใจของภาคเอกชนและภาครัฐในการปฏิบัติงานร่วมกัน

(2) ขาดการรับฟังความคิดเห็นซึ่งกันและกันภายในองค์การ

(3) ด้านบุคลากร บุคลากรไม่เพียงพอต่อการปฏิบัติงาน และขาดองค์ความรู้การปฏิบัติงานนานาชาติ

(4) ด้านหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ขาดการสนับสนุนจากรัฐบาล

(5) ด้านการติดตามประเมินผล ในปัจจุบันมีการวัดผลการดำเนินงาน ตามตัวชี้วัด KPI ในระดับบุคคลอย่างละเอียด

(6) การปฏิบัติงานมีแผนงานระยะยาว รวมถึงมีระบบการติดตาม (CRM) ในการติดตามและดำเนินการอย่างต่อเนื่อง

**1.4) ความคิดเห็นเกี่ยวกับผู้บริหาร** ผู้บริหารเป็นผู้ที่จัดระบบการทำงานภายในองค์การได้ดี มีการทำงานร่วมกันกับเอกชนโดยจัดเป็น Session การประชุมระดมสมองร่วมกัน อย่างสม่ำเสมอ ทั้งการประชุม MICE Think Tank, Thai Team และ Crisis Meeting for MICE Sector

**1.5) ความคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับเปลี่ยนสถานะองค์การมหาชนให้เป็นองค์กรประเภทอื่นๆ** การเป็นองค์การมหาชนถือว่าเหมาะสมดีแล้ว เพราะมีการจัดการที่ดี ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากราชการ แต่ถ้าเป็นองค์กรประเภทอื่นอาจไม่ได้ช่วยเหลือองค์กรเอกชน เพราะการทำงานของ สสปน.มีความเกี่ยวข้องกับองค์กรเอกชนที่เกี่ยวกับการจัดการประชุม ทำให้เอกชนขาดผลประโยชน์ที่จะได้รับ

**1.6) ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของสังกัด** ควรจะขึ้นตรงกับสำนักนายกรัฐมนตรี เพราะจะทำให้มีเอกภาพมีความยืดหยุ่นมากกว่าอยู่กระทรวง

**1.7) ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงส่งเสริม และการพัฒนาองค์การมหาชนให้มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล สอดคล้องกับเจตนารมณ์ในการจัดตั้ง**

(1) การประชาสัมพันธ์ ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้ สสปน.เป็นที่รู้จักมากขึ้น เผยแผ่ส่งเสริมความเข้าใจให้ได้รับทราบถึงบทบาทหน้าที่การทำงานของ สสปน.

(2) การประสานงานกับหน่วยงานเอกชน ควรมีการสนับสนุนแลกเปลี่ยนความรู้ หรือการประชุมกับหน่วยงานภาคเอกชนให้มากยิ่งขึ้น

(3) การทำงานขององค์การมหาชนให้มีประสิทธิภาพควรมีการกำหนด Visions การบริหารให้ชัดเจน ต้องมีการ Focus การทำงานว่า สสพ. ควรมีการทำงานลักษณะไหน ต้องให้ภารกิจการทำงานชัดในส่วนในเรื่องวิธีการทำงาน ต้องมีการเปลี่ยนรับฟังความคิดเห็นมากขึ้น

(4) การทำงานขององค์การมหาชนควรใช้คนจากหน่วยงานราชการให้มากกว่านี้ และควรมีการเปลี่ยนมุมมองของการทำงานร่วมกับราชการ

#### 1.8) ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการประเมินการทำงานขององค์การมหาชน

(1) ควรมีการประเมินการทำงานขององค์กร แต่ไม่ควรใช้เวลาในการประเมินมาก

(2) การประเมินของ ก.พ.ร.ไม่ควรทำให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน เพราะองค์กรแต่ละแห่งมีความแตกต่างกันต้องทำความเข้าใจในองค์การมหาชนแต่ละแห่งก่อนการประเมินเพราะการประเมินที่ผ่านมาโดยใช้ทริส เป็นการประเมินที่ทริสยังไม่เข้าใจความเป็นองค์การมหาชน

(3) KPI เรื่องตัวชี้วัดในการประเมินของแต่ละองค์กร ไม่จำเป็นต้องเหมือนกันแต่อาจมีความแตกต่างกันบ้างบางตัวชี้วัด เช่น เรื่อง convention อาจจะนับจากจำนวนงานที่เข้ามา หรือนับจากจำนวนคน เรื่อง Exhibition อาจจะมีจัดงานใหม่ๆ ที่ดึงเข้ามา และเรื่อง MICE อาจดูจากจำนวนเงินที่เข้ามา

(4) การประเมินการทำงานของ ก.พ.ร. ควรลดด้านเอกสาร เพราะทำให้ทางหน่วยงานเสียเวลาในการจัดเตรียมเอกสารในการประเมินเป็นอย่างมาก

(5) ข้อมูลที่ได้จากการประเมินต้องมีการตรวจสอบอีกครั้งเพื่อลดความลำเอียงของข้อมูล และหน่วยงานที่เข้ามาทำการประเมินควรเป็นหน่วยงานที่มีความเป็นกลาง

#### 4.8.7 ผลการวิเคราะห์การประเมินผลสัมฤทธิ์ของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

1) ผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งฯ เมื่อพิจารณาถึงสัมฤทธิ์ผลของการดำเนินงานของ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสพ. ที่ผ่านมา (2549-2550) คณะผู้วิจัยเห็นว่าการจัดตั้งองค์การมหาชนประเภทนี้มีที่มาจากนโยบายการเมืองที่ต้องการส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการระหว่างประเทศรวมไปถึงเพื่อกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการหารายได้เข้าประเทศจากการท่องเที่ยวของผู้เข้าร่วมประชุมจากต่างประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์ (1) ส่งเสริมการจัดการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย (2) สนับสนุนหรือจัดให้มีการนำเสนอศิลปะและวัฒนธรรมไทย อันเป็นการทะนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรมไทย (3) ให้การบริการด้านความรู้และฝึกอบรมแก่เจ้าหน้าที่ของรัฐหรือประชาชนให้เกิดความชำนาญและทักษะ

เทียบเท่ามาตรฐานสากลเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (4) เป็นศูนย์กลางข้อมูลด้านการประชุมและการจัดนิทรรศการ (5) ให้ความรู้แก่ผู้ดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวให้เข้าใจการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ

ซึ่งผลการดำเนินงานสามารถดำเนินการได้ตามวัตถุประสงค์และภารกิจขององค์กร ประกอบด้วย กลยุทธ์ที่ 1 ดำเนินการตลาดโดยเน้นให้ตรงกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม (Sector) โดยได้ จัดงาน IT& CMA / CTW จำนวน 1 ครั้ง งาน Road show จำนวน 10 ครั้งใน 10 ประเทศ จัดงาน Trade Show จำนวน 11 ครั้ง จัดนิทรรศการ/งานแสดงสินค้า จำนวน 52 งาน จัดกิจกรรม Corporate Connection Plus ซึ่งมีจำนวนผู้เข้ารับบริการจำนวน 20 ราย จัดรายการส่งเสริมและสนับสนุนการจัดประชุมนานาชาติ จำนวน 90 งาน ให้การสนับสนุนและนำงานประชุมบริษัทและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมาจัดในประเทศไทยซึ่งมีผู้เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศ จำนวน 80,011 คน และกิจกรรม Media FAM Trip ซึ่งมีสื่อมวลชนเข้าร่วมและนำไปเผยแพร่ จำนวน 20 สื่อ นอกจากนี้ยังได้ทำการการยื่นสิทธิประมูลการจัดงานประชุมนานาชาติ อีกจำนวน 22 งาน กลยุทธ์ที่ 2 รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ เพื่อนำมาใช้ในการวางแผนการตลาดแคมเปญต่างๆ โดย TCEB มีตัวแทนทางการตลาด ประจำอยู่ในตลาดหลักครอบคลุมภูมิภาคที่สำคัญของไมซ์ ที่คอยให้ข้อมูลต่างๆ ดังนั้นแผนกลยุทธ์การตลาดของ TCEB ได้กลั่นกรองมาจากข้อมูลจริงซึ่งมีความแม่นยำในการดำเนินโครงการหรือแผนกิจกรรมต่างๆ และกลยุทธ์ที่ 3 เสริมสร้างทักษะและศักยภาพของผู้ประกอบการให้มีความรู้และความเชี่ยวชาญในระดับมาตรฐานสากลโดยร่วมมือกับสถาบันวิชาชีพในต่างประเทศและสถาบันการศึกษาภายในประเทศ โดยได้ดำเนินการฝึกอบรมให้แก่ชาวไทยและชาวต่างประเทศในหลักสูตรต่างๆ จำนวน 9 หลักสูตร

แต่มีที่น่าสังเกตในประเด็นให้ความรู้แก่ผู้ดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวให้เข้าใจการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่ง สสปน. ยังไม่ได้มีกาดำเนินงานเท่าใดนัก ทั้งนี้คณะผู้วิจัยมีความเห็นว่าการดำเนินงานที่ผ่านมาของ สสปน. นับว่ามีส่วนสนับสนุนการท่องเที่ยวประเทศไทยผ่านการจัดประชุมนานาชาติในแต่ละครั้ง ดังนั้นคณะผู้วิจัยเห็นว่าภารกิจที่รับผิดชอบของ สสปน. ยังมีความจำเป็นต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศในระยะยาวในการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวและจัดประชุมนิทรรศการนานาชาติ

2) จุดแข็ง กล่าวได้ว่าสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ มีจุดเด่นหลายประการซึ่งถือว่าเป็นจุดแข็งของการดำเนินงาน คือ



(1) ด้านผู้บริหาร มีการบริหารจัดการที่ดี มีการวางโครงสร้างการทำงานของ สสปน. ให้การสนับสนุนในเรื่องของการฝึกอบรมคน ให้การสนับสนุนแก่หน่วยงานเอกชนที่เกี่ยวข้อง มีการบริหารงานที่โปร่งใส

(2) ด้านทรัพยากร ประเทศไทยมีทรัพยากรคนที่เป็นมิตรกับชาวต่างชาติ และมีทรัพยากรธรรมชาติที่มีความสวยงามสามารถดึงดูดคนเข้าประเทศได้

(3) เรื่องงบประมาณ ในส่วนของงบประมาณที่เหลือสามารถนำมารวมกับงบประมาณใหม่ได้ถ้าบริหารไม่หมดโดยไม่ได้ถูกตัดงบประมาณ

(4) เป็นหน่วยงานเพียงแห่งเดียวที่ทำงานเกี่ยวกับการจัดประชุม และเป็นศูนย์กลางที่รวบรวม Stakeholder ที่เกี่ยวข้องกับการทำงานเข้ามาเป็นพันธมิตร

**3) ปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงาน และหรือจุดอ่อน** ปัญหาอุปสรรคที่ผ่านมาจากการสัมมนาคณะกรรมการบริหารที่ได้กล่าวไว้ว่าอยู่ที่การบริหารจัดการด้านการเงิน และการมีผลงานในระดับที่ไม่ได้รับการยอมรับของผู้อำนวยการคนเก่าทำให้ลาออกไป จึงทำให้ขาดผู้บริหารมาเป็นเวลาถึง 1 ปี ซึ่งผู้อำนวยการคนใหม่เพิ่งเริ่มการทำงานได้ประมาณ 1 ปี ดังนั้นความต่อเนื่องของผู้บริหารจึงมีการขาดช่วง แต่คณะผู้วิจัยเชื่อว่าปัญหาต่าง ๆ จะสามารถแก้ไขไปได้ในไม่ช้า นอกจากนี้ยังมีปัญหาอุปสรรคที่เป็นจุดอ่อนในการดำเนินงานซึ่งประกอบด้วย

(1) การประสานงาน การทำความเข้าใจของภาคเอกชนและภาครัฐในการปฏิบัติงานร่วมกัน และการขาดการรับฟังความคิดเห็นซึ่งกันและกันภายในองค์กร

(2) ด้านบุคลากร บุคลากรไม่เพียงพอต่อการปฏิบัติงาน และขาดองค์ความรู้การปฏิบัติงานนานาชาติ

(3) ขาดการสนับสนุนและส่งเสริมจากรัฐบาลในด้านการประชาสัมพันธ์องค์กร และการประชาสัมพันธ์ให้ประเทศไทยมีศักยภาพในการจัดประชุมและนิทรรศการ รวมไปถึงการจัดให้ประเทศไทยเป็นประเทศในการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เป็นรางวัล

**4) ความเหมาะสมของสังกัดและความคุ้มค่า** สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ไม่ควรขึ้นอยู่กับนายกรัฐมนตรี ควรจะขึ้นตรงกับสำนักนายกรัฐมนตรี เพราะจะทำให้มีเอกภาพมีความยืดหยุ่นมากกว่า

**5) ข้อเสนอแนะ** เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพของผลการดำเนินงานนั้น คณะผู้วิจัยเห็นว่าหากพิจารณาถึงกิจกรรมต่างๆ ที่สำนักงานฯ ได้ดำเนินการมา พบว่าส่วนใหญ่จะเป็นการฝึกอบรม และการเสนอตัวเข้าแข่งขันเป็นสถานที่จัดงานประชุมระหว่างประเทศ ขณะที่การจัดประชุมนานาชาติที่เป็นของ

ประเทศไทยเองยังมีไม่มากนักที่เป็นการสร้างชื่อเสียงโดยเฉพาะที่รู้จักกันดีทั่วไป ฉะนั้นคณะผู้วิจัยเห็นว่ามีความจำเป็นที่หน่วยงานภาครัฐอื่น ๆ ซึ่งมีโครงการจัดประชุมจะต้องทำงานร่วมมือกันกับ สสพ. ในการสร้างนิทรรศการนานาชาติขึ้นในประเทศไทย และจัดเป็นประจำทุกปี ตัวอย่างเช่น เมืองแฟรงค์เฟิร์ต ประเทศเยอรมนี ที่ได้รับการยอมรับในการเป็นเมืองที่มีการจัดนิทรรศการและการประชุมหลักในภาคพื้นยุโรป มีงานประจำปีที่รู้จักกันดีทั่วไป เช่น การแสดงหนังสือ งานแสดงรถยนต์ เป็นต้น

ในส่วนของภาพรวมของประเทศ รัฐบาลควรเร่งสร้างภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นให้นักลงทุนและนักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ เช่น ความสะดวกในการเดินทาง และความปลอดภัยในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวและเข้าร่วมประชุม เป็นต้น รวมไปถึงการประชาสัมพันธ์ให้ประเทศไทยเป็นที่รู้จักในด้านความน่าสนใจและมีสิ่งดึงดูดความสนใจเพื่อการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ทั้งนี้เพื่อช่วยให้สำนักงานสามารถดำเนินงานตามภารกิจ MICE ได้อย่างเต็มที่