

นำเสนอ: สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

รายงานฉบับสมบูรณ์

โครงการสำรวจความพึงพอใจต่อการให้บริการของ
สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
ประจำปีงบประมาณ 2561

Topline Report: TCEB Customer Satisfaction Survey

31 สิงหาคม 2561



สารบัญ

บทนำ

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยโดยละเอียด

อ้างอิง

หน้า

3

12

22

26



บทนำ

ความเป็นมา

ด้วยตระหนักถึงบทบาทสำคัญขององค์กรในการสนับสนุน ส่งเสริม ประสานงาน พัฒนา และให้คำปรึกษา กับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ และเพื่อประโยชน์และประสิทธิภาพสูงสุดในการดำเนินงานและการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์กรมมหาชน) จึงจัดทำโครงการสำรวจความพึงพอใจต่อการให้บริการของสสปน. ในทุกด้าน เพื่อนำผลการประเมินนี้ไปปรับปรุงแผนงานการให้บริการ และการพัฒนาบุคลากรของสสปน. ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์แก่อุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยยิ่งขึ้นและยั่งยืนตลอดไป



ผลสรุปสำหรับผู้บริหาร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อการให้บริการของกลุ่มผู้รับบริการจาก สสปน.
2. เพื่อศึกษาความต้องการของผู้รับบริการ เช่น ความสำคัญในแต่ละมิติที่ สสปน. ให้บริการ และความต้องการอื่นๆที่ผู้รับบริการยังไม่ได้รับการตอบสนอง
3. เพื่อวิเคราะห์ Need Gap Analysis ระหว่างความคาดหวังกับสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับจาก สสปน.
4. เพื่อประเมินภาพรวมการให้บริการของ สสปน. โดยเปรียบเทียบกับผลงานในปีที่ผ่านมา
5. เพื่อสำรวจความต้องการจำเป็น (Needs Assessment) ของประเด็นที่สอดคล้องกับพันธกิจและบริการ หรือทิศทางการดำเนินงานที่ สสปน. มุ่งเน้น พร้อมวิเคราะห์ และจัดทำข้อเสนอแนะแนวทางในการดำเนินการให้ตอบสนองความต้องการจำเป็นนั้นได้

ผลสรุปสำหรับผู้บริหาร

- ✓ ผลประเมินและวิเคราะห์ความพึงพอใจในเชิงสถิติจากผู้รับบริการโดยเปรียบเทียบกับผลงานในปีที่ผ่านมา
- ✓ จุดแข็ง และจุดอ่อนของ สสปน. ในมุมมองของผู้รับบริการ (สสปน. SWOT analysis)
- ✓ สรุปความคาดหวังจากผู้รับบริการกลุ่ม MICE Supporters และ MICE Beneficiaries ทั้งที่ได้รับการตอบสนอง และยังไม่ได้รับการตอบสนองผ่านโมเดล Needs Assessment & Need Gap Analysis ในประเด็นที่สอดคล้องกับพันธกิจและบริการ หรือทิศทางที่ สสปน. มุ่งเน้น
- ✓ ผลวิเคราะห์และข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ผ่านโมเดลเฉพาะของทางอินเทล ประเทศไทย Brand Engagement Model™

ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ เพื่อเพิ่มความพึงพอใจในปีถัดๆไป และเพิ่มความผูกพันของผู้รับบริการกับ สสปน. ผ่าน INTAGE Brand Engagement Model™

ความพึงพอใจ
ต่อสสปน.

ความคิดเห็น
ต่อสสปน.

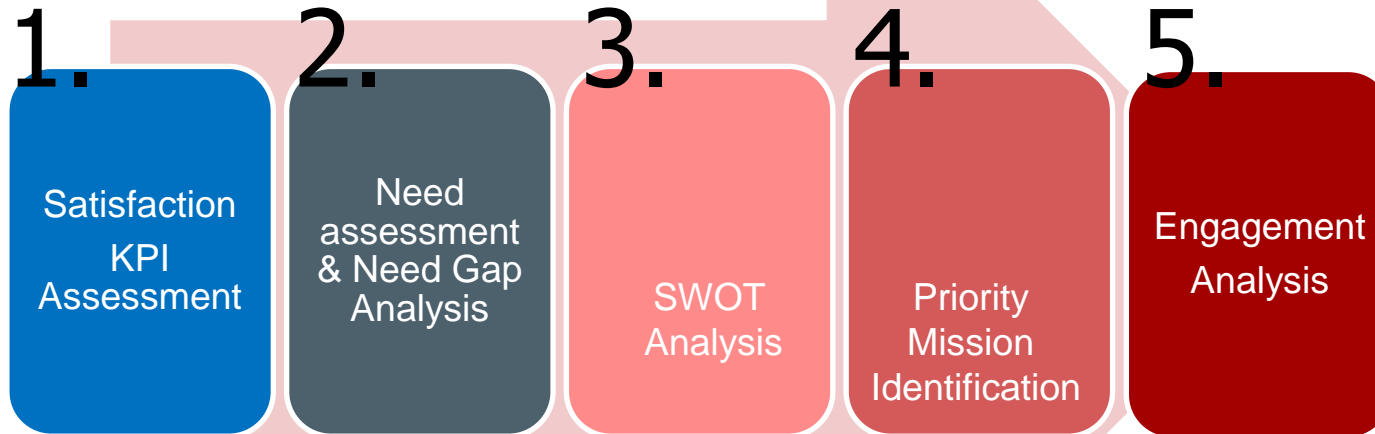
จุดแข็งจุดอ่อน
ของสสปน.

ความคาดหวัง
ต่อสสปน.

ความผูกพันเชิง
ความรู้สึกต่อ สสปน.

INTAGE Thailand Strategic Analysis Framework

เพื่อให้ได้มิติที่ลึกและชัดเจนในการวิเคราะห์และนำเสนอ action plan เพื่อเพิ่มความพึงพอใจและสร้างความผูกพันของผู้รับบริการกับสสปน. ทางอินเทลจะนำเครื่องมือทั้ง 5 โมเดล มาใช้ในงานนี้:-



INTAGE Thailand Strategic Analysis Framework

1. ระดับ**ความพึงพอใจ**ใน สสปน. ในรูปแบบ 7-score scaling
2. นอกจากคะแนนความพึงพอใจแล้ว จะมีการผนวกคำถามแบบปลายเปิด เพื่อ
รับทราบ**ความคิดเห็น (Need Assessment & Need Gap Analysis)** เพื่อให้ได้มิติ
ที่ซัดลึกกว่าในการวัดระดับความพึงพอใจ และ วิเคราะห์ข้อดีและข้อด้อยอย่าง
แตกต่างกันชัดเจน และสรุปเป็นประเด็นในการพัฒนาปรับปรุงขั้นต่อไป
3. วิเคราะห์ **SWOT Analysis** เพื่อร่างแนวทางการสร้างความพึงพอใจเพื่อผลลัพธ์
สูงสุดในปีถัดไป โดยพลิกจุดอ่อนมาเป็นโอกาสในการสร้างความพึงพอใจให้มาก
ยิ่งขึ้น อาทิ จุดอ่อนคือ โครงสร้างและกระบวนการภายในองค์กรที่ยืดยาด ทับ
ซ้อน ทาง สสปน. ก็สามารถพลิกจุดอ่อนนี้ด้วยการสื่อสารจุดยืนขององค์กรว่า
ไม่ใช่ยืดยาดทับซ้อน แต่เป็นการกลั่นกรองอย่างละเอียดเพื่อคุณค่าสามารถนำไปใช้
งานได้ทันทีเลย (one-stop service of business solution)

INTAGE Thailand Strategic Analysis Framework

4. ในการทำวิจัยครั้งนี้ ทางอินเทลจะนำเสนอบทสรุป**ความคาดหวัง**ของคุณค่าต่อ สสปน. ในรูปแบบ **Priority Mission Identification** เพื่อที่ทาง สสปน. จะได้ วางกลยุทธ์ในการตอบโจทย์ความคาดหวังของคุณค่าได้ตามความต้องการ สูงสุดเป็นลำดับไป
5. และสุดท้ายคือการนำ **Brand Engagement Model™** อันเป็นโมเดลเฉพาะ ของทางอินเทล ประเทศไทยมาใช้วิเคราะห์อีกหนึ่งขั้นตอนเพิ่มจากการวัด ความพึงพอใจ ความคาดหวัง เพื่อนำไปสู่ความผูกพันเชิงความรู้สึกกับแบรนด์ สสปน. จากการวิเคราะห์ด้วยโมเดลนี้ จะทำให้ สสปน. ทราบว่าคุณค่า หรือ กลุ่มผู้ได้รับบริการ**กลุ่มใด**ที่มีความผูกพันกับ สสปน. และ**ปัจจัยใด**ที่มีผลต่อ ความผูกพันนั้น และ ทางเราจะทำการวิเคราะห์ข้อมูล Customer Insights จากโมเดลนี้ และนำเสนอในรูปแบบ Business Implication เพื่อเพิ่มความ ผูกพันกับแบรนด์ สสปน. ในกลุ่มคุณค่าเพื่อผลลัพธ์ที่ดียิ่งขึ้นในปีต่อไป (*ahead from Satisfaction to Engagement*)

หัวข้อหลักในการสอบถามในงานวิจัย

ผู้ทำการศึกษาจะต้องดำเนินการสำรวจและประเมินความพึงพอใจในการให้บริการของ สสปน. ใน 6 มิติต่างๆ ดังนี้

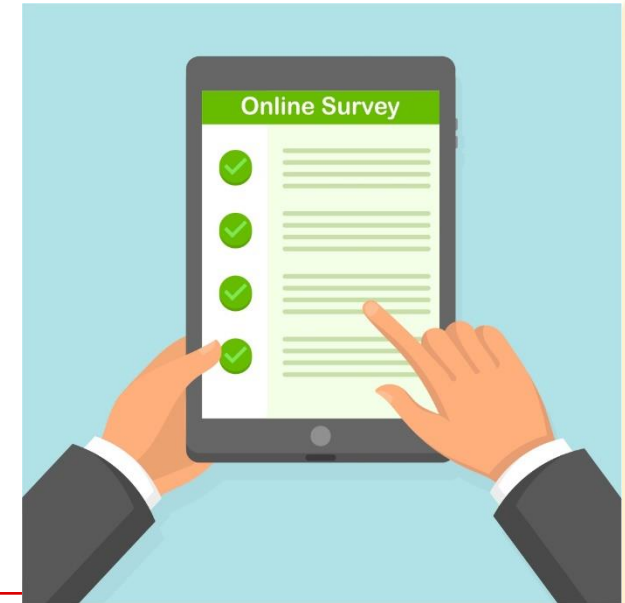
1. การพัฒนาธุรกิจใหม่
2. การสนับสนุนด้านการตลาด
3. การพัฒนาขีดความสามารถ/เสริมสร้างรากฐาน
4. การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน
5. กระบวนการภายใน/ลักษณะเฉพาะองค์กร
6. สมรรถภาพของบุคลากร



วิธีดำเนินการวิจัยและลักษณะกลุ่มเป้าหมาย

การศึกษานี้จะรวบรวมข้อมูลเชิงประมาณ (Quantitative) โดยนำเสนอเป็นการสำรวจเป็น 2 รูปแบบ

1. **สำรวจข้อมูลแบบออนไลน์** (online survey) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างจากอีเมลล์แอดเดรสจากรายชื่อที่ได้รับจากที่สืบเพื่อเลือกกลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสมกับรูปแบบออนไลน์
2. **สำรวจข้อมูลแบบสัมภาษณ์ one-on-one** กับผู้บริหารในบางกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมกับรูปแบบ (executive interview)



กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย 2 กลุ่ม รวมทั้งสิ้น 200 คน

กลุ่ม 1	MICE Supporters ประกอบด้วย บุคคลหรือหน่วยงานที่ทำงานร่วมกับสสปน. และให้บริการอุตสาหกรรมไมซ์ เช่น สมาคม หน่วยงานภาครัฐ อาทิ กรมศุลกากร กรมการกงสุล เป็นต้น
กลุ่ม 2	MICE Beneficiaries ประกอบด้วย บุคคลหรือหน่วยงานที่ได้รับบริการจากสสปน. โดยตรงหรือได้รับบริการ/ทำงานร่วมกับ MICE Supporters ที่ทำงานร่วมกับสสปน. เช่น เจ้าของงาน (Event Owner) ผู้จัดงาน (Organizer) ผู้ให้บริการ (Service Provider) ภาคศึกษา เป็นต้น

สรุปจำนวนกลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมาย แยกตามฝ่ายของ สสปน.	จำนวนที่ได้
MI: ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	37
C: ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ	22**
E: ฝ่ายอุตสาหกรรมการแสดงสินค้านานาชาติ	42
D-MICE: ฝ่ายส่งเสริมตลาดในประเทศ	19**
MS: ฝ่ายการตลาด	14**
MICE CAP: ฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมใหม่	43
GCA: ฝ่ายบริหารรัฐกิจวิสาหกิจ	23**
จำนวนทั้งสิ้น	200

****หมายเหตุ:** เนื่องจากจำนวนตัวอย่างในบางกลุ่มลูกค้ามีจำนวนที่น้อยกว่า 30 ตัวอย่าง การอ่านผลการวิจัยจึงควรอ่านอย่างระมัดระวัง และควรใช้เป็นแนวทางมากกว่าการชี้วัดโดยตรง

ระยะเวลาในการดำเนินงานวิจัย

3 พฤษภาคม – 9 กรกฎาคม 2561



บทสรุป KEY INSIGHTS สำหรับผู้บริหาร

ในปี 2561 การทำงานของสสปน.กับลูกค้าและstakeholdersต่าง ๆ นับว่าพัฒนาได้ดีขึ้นมาก เพราะได้รับคะแนนความพึงพอใจโดยรวม มากถึง **84.40%**

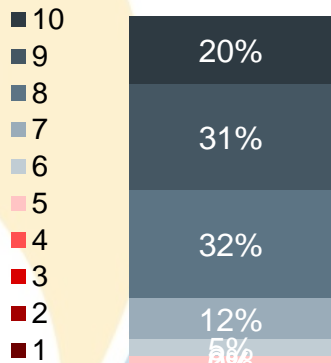
โดยได้รับคะแนนเพิ่มขึ้นจาก ปี 2560 ประมาณ 4%

เมื่อพิจารณาในมิติต่าง ๆ พบว่า การพัฒนาธุรกิจใหม่ และ สมรรถนะของบุคลากร เป็น 2 มิติที่ได้รับคะแนนสูงสุด เช่นเดียวกับปีที่แล้ว และคะแนนยังเพิ่มขึ้นในทุกมิติ โดยเฉพาะเรื่อง การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐและเอกชน และการสนับสนุนด้านการตลาด ที่เพิ่มขึ้น 8-9%

ความพึงพอใจโดยรวมต่อ สสปน.

ร้อยละ
ค่าเฉลี่ย **84.40%**

ค่าเฉลี่ย **8.44/10.00**



ปี พ.ศ. 2561



ร้อยละ
ค่าเฉลี่ย **80.06%**

ค่าเฉลี่ย **4.00/5.00**

ปี พ.ศ. 2560



ความพึงพอใจใน 6 มิติ

ร้อยละค่าเฉลี่ย:



ฝ่ายที่ได้รับคะแนนความพึงพอใจสูงสุด (88.70%) คือ ฝ่ายบริการรัฐวิสาหกิจ (GCA) รองลงมา คือ MI และ MS

เมื่อพิจารณาในมิติต่าง ๆ พบว่า ทุกฝ่ายทำคะแนนได้ดีใกล้เคียงกับภาพรวม ยกเว้น ฝ่ายอุตสาหกรรม การแสดงสินค้า นานาชาติ (E) ที่ทำคะแนนเรื่อง การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน ได้น้อยกว่าฝ่ายอื่น ๆ อย่างเห็นได้ชัด

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นร้อยละเฉลี่ย

***หมายเหตุ: จำนวนตัวอย่างในบางกลุ่มมีจำนวนที่น้อย ควรอ่านผลการวิจัยอย่างระมัดระวังและควรใช้เป็นแนวทางมากกว่า การชี้วัดโดยตรง*

	TOTAL (n=200)	MI: ฝ่ายส่งเสริม การจัดประชุม และการ ท่องเที่ยวเพื่อ เป็นรางวัล (n=37)	C: ฝ่ายส่งเสริม การจัดประชุม นานาชาติ (n=22**)	E: ฝ่าย อุตสาหกรรม การแสดงผล สินค้า นานาชาติ (n=42)	D-MICE: ฝ่ายส่งเสริม ตลาดใน ประเทศ (n=19**)	MS: ฝ่ายการตลาด (n=14**)	MICE CAP: ฝ่ายพัฒนา ศักยภาพ อุตสาหกรรม ใหม่ (n=43)	GCA: ฝ่ายบริหารรัฐ กิจวิสาหกิจ (n=23**)
ความพึงพอใจโดยรวม	84.40	86.20	84.10	83.30	83.20	84.30	82.30	88.70
1 การพัฒนาธุรกิจใหม่	88.96	93.25	88.21	86.39	86.89	93.39	87.14	90.29
2 สมรรถนะของบุคลากร	86.92	88.95	84.33	87.54	85.22	91.51	82.75	91.14
3 การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	86.64	89.14	87.64	82.29	85.29	90.86	85.21	90.79
4 การพัฒนาขีดความสามารถ	85.91	88.89	81.63	83.77	83.83	87.20	88.37	85.60
5 กระบวนการภายในองค์กร	84.71	87.07	82.61	84.32	85.25	86.07	81.25	88.86
6 การสนับสนุนด้านการตลาด	83.52	86.67	81.86	82.52	80.05	89.81	82.38	82.43

เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ฝ่ายที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด (88.70%) คือ ฝ่ายบริการรัฐวิสาหกิจ (GCA) รองลงมา คือ MI และ MS

เมื่อพิจารณาในมิติต่าง ๆ พบว่า ทุกฝ่ายทำคะแนนได้ดีใกล้เคียงกับภาพรวม ยกเว้น ฝ่ายอุตสาหกรรมการแสดงสินค้านานาชาติ (E) ที่ทำคะแนนเรื่อง การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน ได้น้อยกว่าฝ่ายอื่น ๆ อย่างเห็นได้ชัด

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นร้อยละเฉลี่ย

***หมายเหตุ: จำนวนตัวอย่างในบางกลุ่มมีจำนวนที่น้อย ควรอ่านผลการวิจัยอย่างระมัดระวังและควรใช้เป็นแนวทางมากกว่าการชี้วัดโดยตรง*

	TOTAL (n=200)	MI: ฝ่ายส่งเสริม การจัดประชุม และการ ท่องเที่ยวเพื่อ เป็นรางวัล (n=37)	C: ฝ่ายส่งเสริม การจัดประชุม นานาชาติ (n=22**)	E: ฝ่าย อุตสาหกรรม การแสดง สินค้า นานาชาติ (n=42)	D-MICE: ฝ่ายส่งเสริม ตลาดใน ประเทศ (n=19**)	MS: ฝ่ายการตลาด (n=14**)	MICE CAP: ฝ่ายพัฒนา ศักยภาพ อุตสาหกรรม ใหม่ (n=43)	GCA: ฝ่ายบริหารรัฐ กิจวิสาหกิจ (n=23**)
ความพึงพอใจโดยรวม	84.40	86.20	84.10	83.30	83.20	84.30	82.30	88.70
การพัฒนาธุรกิจใหม่	88.96							
สมรรถนะของบุคลากร	86.92							
การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	86.64							
การพัฒนาขีดความสามารถ	85.91							
กระบวนการภายในองค์กร	84.71							
การสนับสนุนด้านการตลาด	83.52							

สสปน. ประสบความสำเร็จในการสร้างความพึงพอใจในมิติที่สำคัญๆ ยกเว้นมิติการสนับสนุนด้านการตลาด

จะเห็นว่า ลูกค้าให้ความสำคัญกับเรื่องนี้เป็นอันดับที่ 2 แต่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับที่ 6 ถึงแม้ว่าจะคะแนนจะเพิ่มขึ้นจากปีที่แล้ว แต่ก็ยังไม่มากพอ โดยลูกค้าได้ให้ข้อเสนอแนะว่า สสปน. ควรจะประชาสัมพันธ์กิจกรรมอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้คนรู้จักอุตสาหกรรมไมซ์มากขึ้น

ความพึงพอใจของมิติต่าง ๆ

ร้อยละค่าเฉลี่ย:



การให้ความสำคัญของมิติต่าง ๆ

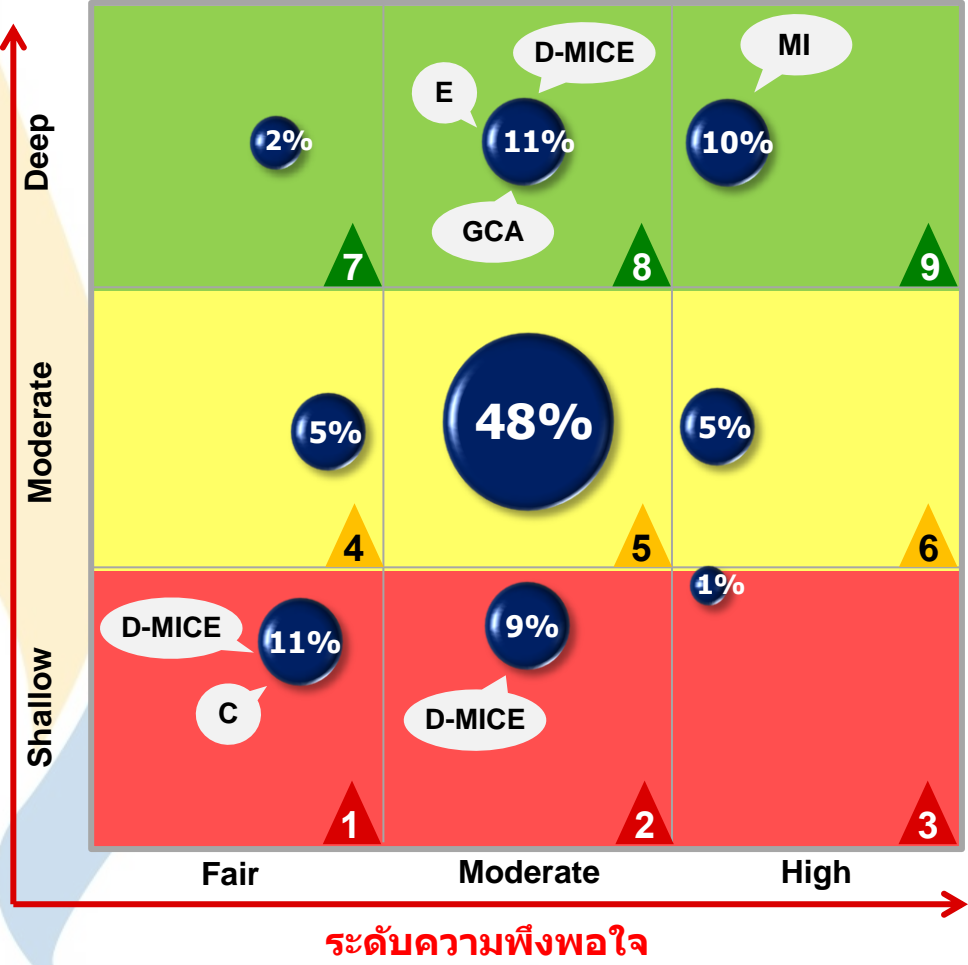
อันดับเฉลี่ย: อันดับ 1 = สำคัญที่สุด



ลูกค้าส่วนมาก มีความผูกพันและความพึงพอใจต่อ สสปน. ในระดับปานกลาง สำหรับลูกค้าที่มีความผูกพันและความพึงพอใจน้อยเป็นของฝ่าย D-MICE และ C

โดยสิ่งที่จะช่วยเพิ่มความผูกพันและความพึงพอใจต่อ สสปน. ได้ คือ 1. การปรับปรุงกระบวนการภายในให้มีความคล่องตัว ให้โอกาสและรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนร่วมมากขึ้น 2. การเพิ่มประสิทธิภาพในการทำหน้าที่เป็นสื่อกลางระหว่างภาครัฐและเอกชน

ระดับความผูกพันกับองค์กร



จุดแข็งขององค์กร ที่ต้องรักษาไว้

- การให้บริการด้านข้อมูลและองค์ความรู้เกี่ยวกับ MICE
- การพัฒนามาตรฐานของ MICE และการเติบโตอย่างยั่งยืน
- สมรรถนะของบุคลากรในด้านต่าง ๆ



จุดอ่อนขององค์กร ที่ต้องปรับปรุง

- ความคล่องตัวและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน
- การให้โอกาสและรับฟังความคิดเห็นของผู้ที่มีส่วนร่วม
- การมีภาพลักษณ์ที่สะท้อนถึงการทำงานระดับสากล
- การเป็นสื่อกลางระหว่างภาครัฐและเอกชน

ตัวอย่างเสียงสะท้อนจากผู้รับบริการจากฝ่ายต่าง ๆ ของ สสปน. ในเรื่อง การพัฒนาธุรกิจใหม่

“

สสปน. พยายามตอบโจทย์การเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมใหม่ได้เป็นอย่างดี มีความพยายามคิดแคมเปญต่างๆ ที่ทำให้ธุรกิจการจัดงานแสดงงานมีความเติบโตอย่างต่อเนื่อง อาทิ exhibit in market ซึ่งถือเป็นมิติใหม่และอีกก้าวของการเปลี่ยนแปลงและการตัดสินใจของสสปน.

”

“

สสปน. เป็นองค์กรภาครัฐที่ใส่ใจและส่งเสริมงานด้านการจัดประชุมอย่างมีความมุ่งมั่น และตั้งใจให้ทุกกิจกรรมประสบความสำเร็จและมีความยั่งยืน

”



ฝ่าย E: ฝ่ายอุตสาหกรรม
การแสดงสินค้านานาชาติ



ฝ่าย MI: ฝ่ายส่งเสริมการจัด
ประชุมและการท่องเที่ยว
เพื่อเป็นรางวัล

ตัวอย่างเสียงสะท้อนจากผู้รับบริการจากฝ่ายต่าง ๆ ของ สสปน. ในเรื่อง สมรรถนะของบุคลากร

“

บุคลากรเองมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีจิตบริการ สามารถประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนได้อย่างรวดเร็ว การสื่อความรู้ ความเข้าใจ สามารถสื่อสารได้อย่างรวดเร็วและเรียบง่าย

”

“

บุคลากรมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีการประสานงานที่รวดเร็วและเป็นมืออาชีพ รวมถึงการทำหน้าที่เป็นผู้ประสานงานระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

”



ฝ่าย GCA: ฝ่ายบริหารรัฐกิจ
วิสาหกิจ



ฝ่าย GCA: ฝ่ายบริหารรัฐกิจ
วิสาหกิจ

ตัวอย่างเสียงสะท้อนจากผู้รับบริการจากฝ่ายต่าง ๆ ของ สสปน. ในเรื่อง กระบวนการภายในองค์กร

“

ขั้นตอน ลักษณะการทำงาน ของแต่ละแผนกมี ความแตกต่างอย่างเห็นได้ชัด บางแผนกมี ความชัดเจนถึงลำดับขั้นตอน วันเวลาการแจ้ง ผลการนำเสนอ ขณะที่อีกแผนกไม่มีการ ดำเนินการอย่างชัดเจน ทั้ง ๆ ที่เป็นลักษณะ การนำเสนอแผนงานเหมือนกัน

”

“

กฎระเบียบไม่ได้สอดคล้องกับผู้ขอใช้บริการ ทุกกลุ่ม ความแบ่ง sector ทั้งในเชิงขนาด ขององค์กรผู้ให้บริการและอุตสาหกรรมที่ ผู้รับบริการอยู่รวมถึง ความใหม่เก่าใน อุตสาหกรรมไม่ชัด

”



ฝ่าย E: ฝ่ายอุตสาหกรรม
การแสดงสินค้านานาชาติ



ฝ่าย E: ฝ่ายอุตสาหกรรม
การแสดงสินค้านานาชาติ

ตัวอย่างเสียงสะท้อนจากผู้รับบริการจากฝ่ายต่าง ๆ ของ สสปน. ในเรื่อง การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน

“

การประสานงานติดต่อระหว่างหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนยังไม่ดี ซึ่งอาจเนื่องมาจากหน่วยงานภาครัฐของไทยบางหน่วยงานยังเชื่อมโยงขาดติดกับอยู่ในกฎข้อระเบียบนำมาเป็นข้ออ้าง จึงทำให้ไม่สามารถพัฒนาประเทศให้ทัดเทียม

”

“

ในเรื่องของการประสานงานระหว่างภาคเอกชนมีความไม่ต่อเนื่อง และในเรื่องของการประสานงานภายในองค์กรยังไม่ดีพอ ทำให้งานบางอย่างที่ต้องการความรวดเร็วเลยล่าช้า

”



ฝ่าย C: ฝ่ายส่งเสริมการจัด
ประชุมนานาชาติ



ฝ่าย D-MICE: ฝ่ายส่งเสริม
ตลาดในประเทศ



ข้อเสนอแนะ
ACTIONABLE WAY FORWARD

1. กระบวนการทำงานภายใน และ การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐและเอกชน ยังคงเป็นจุดอ่อนที่ สสปน. จะต้องปรับปรุงอย่างเร่งด่วนและเป็นขั้นตอนที่วัดผลและแจ้งผลไป ยังลูกค้าได้

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับทัศนคติที่ผู้รับบริการมีต่อกิจกรรมที่เกิดจากแผนพัฒนาการให้บริการของ สสปน. ในเรื่องดังกล่าว พบว่า ประมาณ 1 ใน 5 ของผู้รับบริการ ไม่ทราบว่า ในปีที่ผ่านมา สสปน. ได้จัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาการเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐและเอกชน อย่างเช่น MICE Clinic สิ่งนี้ชี้ให้เห็นว่า สสปน. จำเป็นจะต้องทำการประชาสัมพันธ์กิจกรรมควบคู่ไปกับการดำเนินงานตามแผนพัฒนา

ข้อมูลในตารางแสดงเป็นร้อยละค่าเฉลี่ย

กิจกรรมที่เกิดจาก แผนพัฒนาการให้บริการ ของ สสปน.

	TOTAL (n=200)	MI: ฝ่ายส่งเสริม การจัดประชุม และการ ท่องเที่ยวเพื่อ เป็นรางวัล (n=37)	C: ฝ่ายส่งเสริม การจัดประชุม นานาชาติ (n=22**)	E: ฝ่าย อุตสาหกรรม การ แสดง สินค้า นานาชาติ (n=42)	D-MICE: ฝ่ายส่งเสริม ตลาดใน ประเทศ (n=19**)	MS: ฝ่ายการตลาด (n=14**)	MICE CAP: ฝ่ายพัฒนา ศักยภาพ อุตสาหกรรม ใหม่ (n=43)	GCA: ฝ่ายบริหารรัฐ กิจวิสาหกิจ (n=23**)	% ตอบ ไม่ได้ / ไม่ ทราบ ว่ามี
ด้านการสนับสนุน/การตลาด									
○ อัปเดตข้อมูลและดำเนินกิจกรรมอย่างสม่ำเสมอ	85.14	86.57	77.86	84.29	85.00	90.43	87.57	85.00	5%
○ อัปเดตข่าวสาร เดือนละ 1 ครั้งอย่างต่อเนื่อง	81.86	81.86	70.71	82.43	79.71	90.43	82.43	88.14	12%
ด้านกระบวนการภายใน/ลักษณะเฉพาะองค์กร									
○ แสดงระยะเวลาและเอกสารที่ต้องการอย่างชัดเจน และแจ้งสถานะอย่างสม่ำเสมอ	83.14	83.14	77.14	85.43	80.14	89.29	81.43	87.29	8%
ด้านการเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน									
○ จัดกิจกรรม MICE Clinic เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับ MICE Logistics	82.43	87.00	69.00	81.57	83.14	85.71	80.86	89.71	17%
○ ประสานงานกับหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องกับกฎระเบียบ กฎหมาย เพื่อแก้ไขปัญหาต่างๆ	82.29	83.86	74.14	80.71	81.57	85.71	81.57	90.86	11%
ด้านการพัฒนาขีดความสามารถ/สร้างรากฐาน									
○ ขยายการจัดหลักสูตรอบรมไปยังภูมิภาคต่างๆ	84.71	86.14	77.29	83.29	82.57	95.29	86.71	86.57	17%
○ จัดปฏิทินการจัดหลักสูตรฝึกอบรมประจำปี อย่างน้อย 2 หลักสูตรต่อปี	84.29	84.86	74.86	82.43	83.00	92.86	88.29	86.57	17%
○ ขยายช่องทางการเผยแพร่ข้อมูล	83.14	83.14	69.86	82.00	84.14	87.14	88.29	85.00	11%

2. การสนับสนุนด้านการตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ เป็นอีกหนึ่งมิติที่ทาง สสปน.ต้องวางแผนในการสื่อสารให้เป็นที่เข้าใจ และเป็นกลางกับทุกภาคฝ่ายอย่างเป็นรูปธรรม

ในปัจจุบัน ผู้รับบริการรู้สึกว่า สสปน. ไม่มีเป้าหมายที่ชัดเจนในการใช้งบประมาณ เนื่องจากสสปน. ไม่ได้ให้ข้อมูลกับผู้รับบริการอย่างเพียงพอ, ขาดแคลน/ขาดความต่อเนื่องในการประชาสัมพันธ์, และขาดแคลนการสนับสนุนแบบเจาะจงเฉพาะกลุ่มธุรกิจ การนำเรื่องต่าง ๆ เหล่านี้ ไปปรับปรุงให้ดีขึ้น ก็จะสามารถเพิ่มความพึงพอใจและความผูกพันที่ผู้รับบริการมีต่อ สสปน. ได้

สิ่งที่ผู้รับบริการไม่พึงพอใจเกี่ยวกับ การสนับสนุนด้านการตลาดของ สสปน.

X การใช้งบประมาณอย่างไม่เหมาะสม (ไม่มีเป้าหมายที่ชัดเจน/ไม่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย)

X ขาดแคลน/ขาดความต่อเนื่องในการประชาสัมพันธ์

X ขาดแคลนการสนับสนุนแบบเจาะจงเฉพาะกลุ่มธุรกิจ



แนวทางการพัฒนาการบริการของ สสปน. เพื่อเพิ่มความผูกพันและความพึงพอใจที่ผู้รับบริการมีต่อองค์กร

เพิ่มประสิทธิภาพและความรวดเร็วในการประสานงานระหว่างภาครัฐและเอกชน

- จัดทำและเผยแพร่ ระเบียบการและระยะเวลาดำเนินการ ที่ใช้เป็นมาตรฐานในการประสานงานต่าง ๆ ให้ผู้รับบริการได้รับทราบโดยทั่วกัน โดยมีการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่าง ๆ
- ปรึกษาและรับฟังความคิดเห็นจากผู้รับบริการ ก่อนการลงความเห็นในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
- แจ้งความคืบหน้าในการดำเนินงานต่าง ๆ ให้ผู้รับบริการได้รับทราบอย่างต่อเนื่อง
- พัฒนาองค์กรให้ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางการประสานงานกับภาคเอกชนทั้งในและต่างประเทศ

01

การเป็นสื่อกลาง
ระหว่างรัฐและ
เอกชน

สนับสนุนด้านการตลาดให้ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการแต่ละกลุ่มและสื่อสาร แนวทางอย่างชัดเจนและโปร่งใส

- จัดทำแบบประเมินเพื่อวิเคราะห์ความต้องการแบบเฉพาะเจาะจงสำหรับผู้รับบริการแต่ละกลุ่ม
- ตั้งเป้าหมายและประเมินผลความสำเร็จจากการให้การสนับสนุนด้านการตลาดกับผู้รับบริการ เพื่อสร้างความชัดเจนและความโปร่งใสในการดำเนินงานต่าง ๆ

02

การสนับสนุน
ด้านการตลาด

เพิ่มช่องทางและความต่อเนื่องในการประชาสัมพันธ์ MICE และกิจกรรมต่าง ๆ ผ่าน Digital Platform

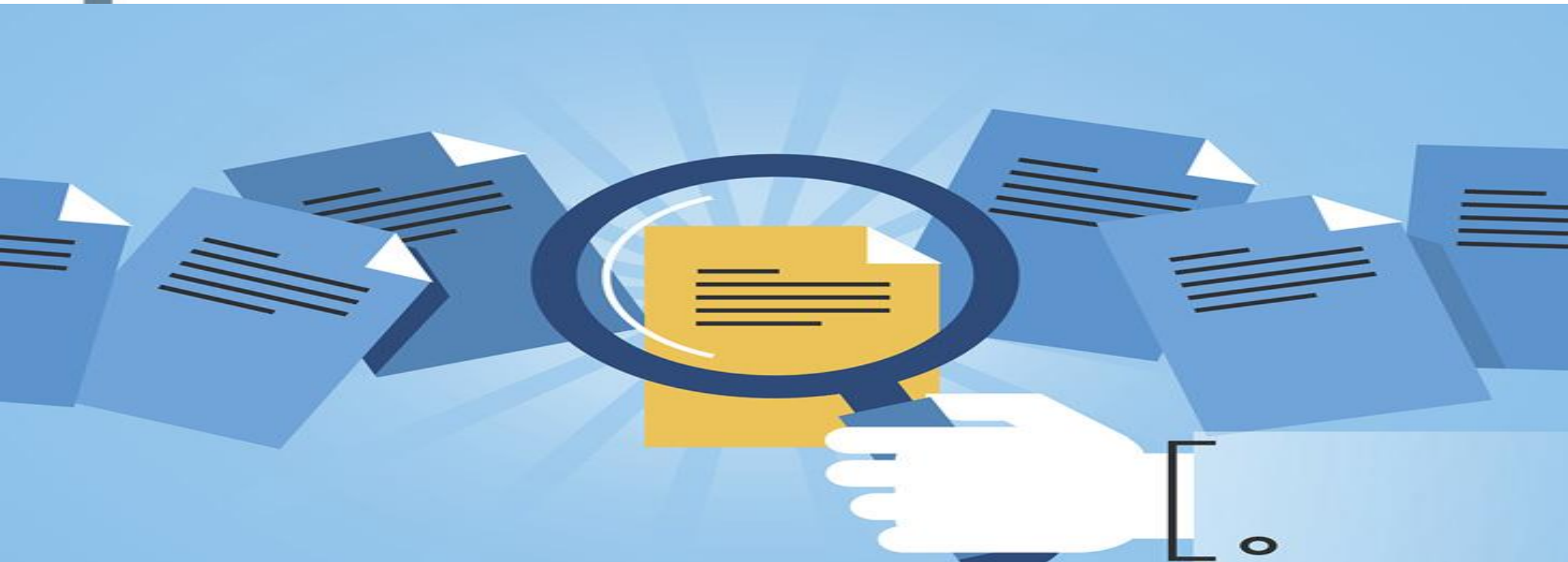
- จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์อุตสาหกรรมไมซ์ และกิจกรรมต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง และเน้นช่องทางดิจิทัลออนไลน์ ทั้งในและต่างประเทศ เพื่อการเข้าถึงที่ฉับไวและกว้างขึ้น

ลดความซ้ำซ้อนและความขัดแย้งในกระบวนการทำงานที่ทำให้เกิดความล่าช้า

- ประชาสัมพันธ์ถึงหน้าที่ของแต่ละฝ่ายของ สสปน. ให้กับผู้รับบริการได้ทราบอย่างชัดเจน
- ลดขั้นตอน เอกสาร และเวลาในการพิจารณา เพื่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วแก่ผู้รับบริการ
- จัดทำและเผยแพร่ ระเบียบการที่ใช้เป็นมาตรฐาน ในการทำงานสำหรับคนในองค์กร
- ประสานงานภายในองค์กร และประชาสัมพันธ์ให้ทั่วถึง หากมีการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ

03

กระบวนการ
ภายในองค์กร

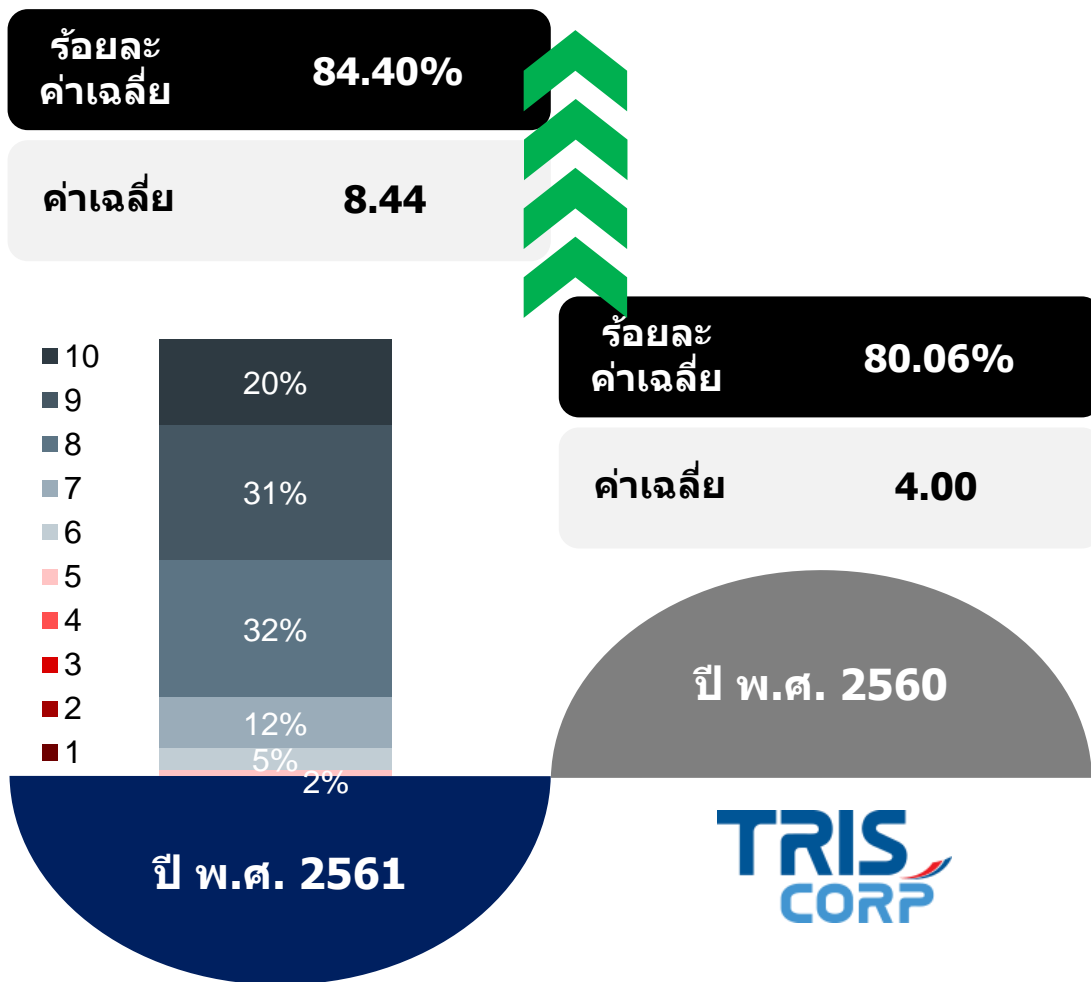


ผลการวิจัยโดยละเอียด

ส่วนที่ 1:

ผลการประเมินความพึงพอใจโดยรวม ต่อองค์กร และข้อเสนอแนะ

ความพึงพอใจโดยรวมต่อ สสปน.



TRIS CORP



ข้อที่พึงพอใจ

- สนับสนุนด้านการจัดงาน/จัดกิจกรรม
ประชาสัมพันธ์ 8%
- บุคลากร มีความรวดเร็วในการให้บริการ/
ให้ข้อมูล/แก้ไขปัญหา 7%
- สนับสนุนและพัฒนาอุตสาหกรรม MICE ใน
ประเทศไทย อย่างต่อเนื่อง 6%
- บุคลากร ให้คำปรึกษา/คำแนะนำ/ความช่วยเหลือ
ได้เป็นอย่างดี 5%
- บุคลากร มีจิตบริการ/มีความพร้อมและใส่ใจ/
บริการลูกค้ายอดเยี่ยม 5%



ข้อที่ไม่พึงพอใจ

- บุคลากร ดำเนินงานช้า 3%
- มีความซ้ำซ้อน ในกระบวนการการทำงาน 3%
- ใช้งบประมาณอย่างไม่เหมาะสม 2%
- มีความขัดแย้ง ในกระบวนการการทำงาน 2%
- ขาดการประสานงานระหว่างแผนก 2%



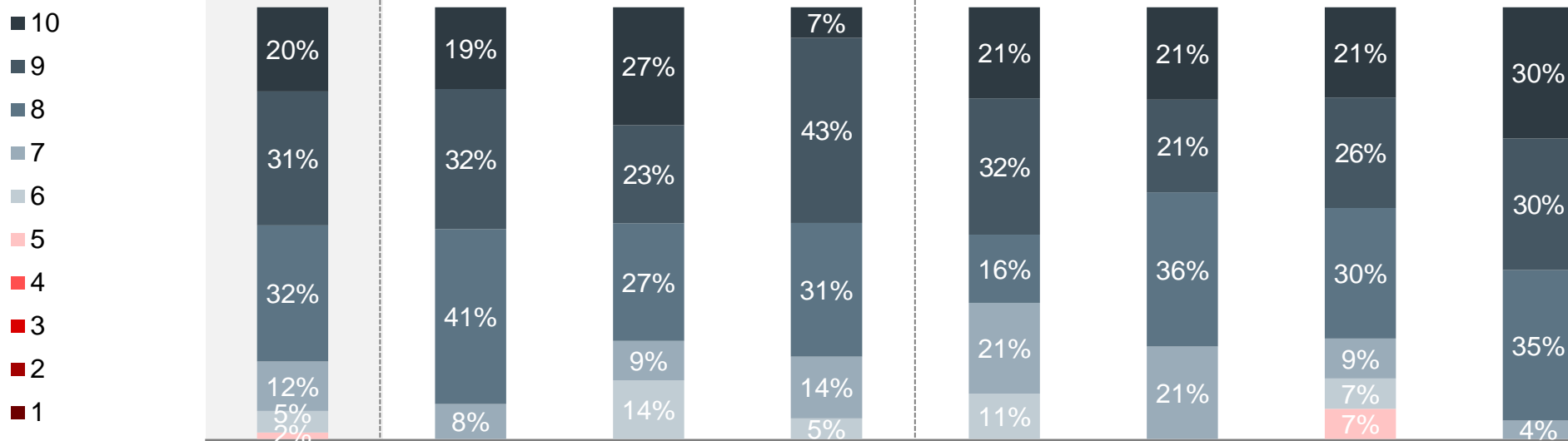
ข้อเสนอแนะ

- ประชาสัมพันธ์กิจกรรมอย่างต่อเนื่อง/
ให้คนรู้จัก MICE มากขึ้น 4%
- ลดระเบียบขั้นตอน/เอกสารขอการสนับสนุน 3%
- จัดสรรงบประมาณอย่างเหมาะสม/อย่างมี
ประสิทธิภาพ 2%
- ปรับระเบียบให้ยืดหยุ่นและเหมาะสมกับสถานการณ์/
เพิ่มความคล่องตัวในการทำงาน 2%
- ประชาสัมพันธ์ถึงหน้าที่ของแต่ละฝ่ายของ สสปน.
ให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องได้ทราบ 2%

ความพึงพอใจโดยรวมต่อ สสปน.

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ตารางความพึงพอใจโดยรวม	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย						
		MI: ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	C: ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ	E: ฝ่ายอุตสาหกรรม การแสดงสินค้านานาชาติ	D-MICE: ฝ่ายส่งเสริมตลาดในประเทศ	MS: ฝ่ายการตลาด	MICE CAP: ฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมใหม่	GCA: ฝ่ายบริหารรัฐกิจวิสาหกิจ
ฐาน: ทั้งหมด	200	37	22**	42	19**	14**	43	23**
ร้อยละค่าเฉลี่ย	84.40%	86.20%	84.10%	83.30%	83.20%	84.30%	82.30%	88.70%
ค่าเฉลี่ย	8.44	8.62	8.41	8.33	8.32	8.43	8.23	8.87
ร้อยละ 3 ระดับบน	82.0%	91.9%	77.3%	81.0%	68.4%	78.6%	76.7%	95.7%



ข้อที่พึงพอใจต่อการทำงานของ สสปน.

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็น ร้อยละ	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย						
		MI: ฝ่าย ส่งเสริมการจัดประชุมและ การท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล	C: ฝ่าย ส่งเสริมการจัดประชุม นานาชาติ	E: ฝ่าย อุตสาหกรรม การนำเสนอ สินค้า นานาชาติ	D-MICE: ฝ่ายส่งเสริม ตลาดในประเทศ	MS: ฝ่าย การตลาด	MICE CAP: ฝ่ายพัฒนา ศักยภาพ อุตสาหกรรม ใหม่	GCA: ฝ่าย บริหารรัฐกิจ วิสาหกิจ
ฐาน: ทั้งหมด	200	37	22**	42	19**	14**	43	23**
สมรรถนะของบุคลากร (สุทธิ)	23 %	22 %	41 %	26 %	26 %	14 %	12 %	22 %
บุคลากร มีความรวดเร็วในการให้บริการ/ให้ข้อมูล/แก้ไขปัญหา	7%	3%	14%	5%	5%	0%	7%	13%
บุคลากร ให้คำปรึกษา/คำแนะนำ/ความช่วยเหลือได้เป็นอย่างดี	5%	3%	9%	10%	5%	7%	0%	4%
บุคลากร มีจิตบริการ/มีความพร้อมและใส่ใจ/บริการลูกค้ายอดเยี่ยม	5%	8%	5%	5%	11%	0%	2%	0%
บุคลากร มีความกระตือรือร้น/ทุ่มเท/มุ่งมั่น	3%	3%	9%	0%	11%	0%	0%	4%
บุคลากร มีความเป็นมืออาชีพในการทำงาน	3%	0%	5%	2%	0%	0%	2%	9%
บุคลากร ช่วยประสานงานได้เป็นอย่างดี	3%	0%	5%	5%	11%	0%	0%	0%
บุคลากร มีความรู้ความสามารถ/คุณภาพ/ศักยภาพสูง	2%	5%	0%	2%	0%	0%	0%	4%
บุคลากร มีความเป็นมิตร/จริงใจ	2%	0%	0%	0%	0%	7%	0%	9%
บุคลากร มีความทันสมัย	1%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
คณะทำงาน มีความหลากหลาย สามารถเข้าใจถึงปัญหาของผู้ประกอบการได้ดี	1%	0%	0%	0%	0%	7%	0%	0%
การสนับสนุนด้านการตลาด (สุทธิ)	16 %	24 %	32 %	17 %	16 %	29 %	2 %	0 %
สนับสนุนด้านการจัดงาน/จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์	8%	8%	14%	14%	5%	14%	0%	0%
สนับสนุนและส่งเสริมผู้จัดงาน/ผู้ประกอบการอย่างต่อเนื่อง	4%	5%	0%	2%	11%	7%	2%	0%
สนับสนุนด้านการตลาดต่างประเทศ	4%	3%	18%	2%	0%	7%	0%	0%
สนับสนุนให้ผู้ประกอบการและพันธมิตรเข้าร่วมงานที่จัดโดย สสปน. อย่างสม่ำเสมอ	1%	5%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
มีการสื่อสาร/ให้ข้อมูลได้อย่างดีและรวดเร็ว	1%	0%	5%	0%	0%	7%	0%	0%
สนับสนุนด้านเงินทุน	1%	0%	0%	0%	5%	0%	0%	0%
มีการวางยุทธศาสตร์เพื่อให้ทำงานได้อย่างเป็นระบบ	1%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%

ข้อที่พึงพอใจต่อการทำงานของ สสปน. (ต่อ)

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็น ร้อยละ	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย						
		MI: ฝ่าย ส่งเสริมการ จัดประชุมและ การท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล	C: ฝ่าย ส่งเสริมการ จัดประชุม นานาชาติ	E: ฝ่าย อุตสาหกรรม การแสดง สินค้า นานาชาติ	D-MICE: ฝ่ายส่งเสริม ตลาดใน ประเทศ	MS: ฝ่าย การตลาด	MICE CAP: ฝ่ายพัฒนา ศักยภาพ อุตสาหกรรม ใหม่	GCA: ฝ่าย บริหารรัฐกิจ วิสาหกิจ
ฐาน: ทั้งหมด	200	37	22**	42	19**	14**	43	23**
การพัฒนาธุรกิจ MICE (สุทธิ)	10%	3%	0%	19%	11%	7%	16%	4%
สนับสนุนและพัฒนาอุตสาหกรรม MICE ในประเทศไทย อย่างต่อเนื่อง	6%	0%	0%	12%	11%	0%	9%	0%
พัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม MICE	2%	0%	0%	0%	0%	7%	7%	0%
สนับสนุนให้มีการจัดการประชุมระดับนานาชาติ	1%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	4%
ส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็น MICE Destination	1%	0%	0%	2%	0%	0%	0%	0%
มีพันธมิตรทางธุรกิจที่ดี/ที่โดดเด่นในอุตสาหกรรม MICE	1%	0%	0%	2%	0%	0%	0%	0%
เข้าใจความต้องการของอุตสาหกรรม MICE	1%	0%	0%	2%	0%	0%	0%	0%
กระบวนการภายใน/ลักษณะเฉพาะองค์กร (สุทธิ)	7%	3%	9%	5%	0%	0%	12%	17%
สะดวกในการติดต่อ/ประสานงาน เพราะเป็นหน่วยงานของรัฐที่มีกระบวนการทำงานแบบเอกชน	2%	0%	0%	0%	0%	0%	2%	13%
มีนโยบายที่เป็นรูปธรรม	2%	0%	0%	2%	0%	0%	5%	0%
มีมาตรฐาน/การจัดการที่ดี/มีมาตรฐานสากล	2%	3%	0%	0%	0%	0%	2%	4%
รับฟังความคิดเห็นจากผู้ประกอบการ	1%	0%	5%	0%	0%	0%	0%	0%
ยืดหยุ่นและตอบสนองต่อตลาด	1%	0%	0%	0%	0%	0%	2%	0%
ดำเนินงานตามนโยบายอย่างเข้มงวด	1%	0%	5%	0%	0%	0%	0%	0%
สร้างภาพลักษณ์ให้กับประเทศในเวทีโลก	1%	0%	0%	2%	0%	0%	0%	0%
การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน (สุทธิ)	3%	0%	5%	5%	5%	0%	5%	0%
ให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์	2%	0%	5%	5%	0%	0%	0%	0%
ให้ความร่วมมือ/ช่วยเหลือภาคการศึกษาเป็นอย่างดี	1%	0%	0%	0%	0%	0%	5%	0%
มีคนประสานงานในต่างประเทศ	1%	0%	0%	0%	5%	0%	0%	0%
การพัฒนาขีดความสามารถ/เสริมสร้างรากฐาน (สุทธิ)	2%	3%	0%	0%	0%	7%	2%	0%
เผยแพร่รายงานและข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม MICE	1%	0%	0%	0%	0%	7%	0%	0%
ให้ความรู้แก่ผู้จัดงาน ด้วยการจัดอบรม/สัมมนา/กิจกรรม	1%	0%	0%	0%	0%	0%	2%	0%
	ไม่มี 49%	46%	32%	41%	47%	50%	58%	65%

ข้อที่ไม่พึงพอใจต่อการทำงานของ สสปน.

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็น ร้อยละ	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย						
		MI: ฝ่าย ส่งเสริมการจัดประชุมและ การท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล	C: ฝ่าย ส่งเสริมการจัดประชุม นานาชาติ	E: ฝ่าย อุตสาหกรรม การนำเสนอ สินค้า นานาชาติ	D-MICE: ฝ่ายส่งเสริม ตลาดในประเทศ	MS: ฝ่าย การตลาด	MICE CAP: ฝ่ายพัฒนา ศักยภาพ อุตสาหกรรม ใหม่	GCA: ฝ่าย บริหารรัฐกิจ วิสาหกิจ
ฐาน: ทั้งหมด	200	37	22**	42	19**	14**	43	23**
กระบวนการภายใน/ลักษณะเฉพาะองค์กร (สุทธิ) 10%		5%	5%	26%	0%	7%	9%	0%
มีความซ้ำซ้อน ในกระบวนการการทำงาน 3%		0%	5%	10%	0%	0%	0%	0%
มีความขัดแย้ง ในกระบวนการการทำงาน 2%		0%	0%	7%	0%	0%	0%	0%
ขาดการประสานงานระหว่างแผนก 2%		0%	0%	0%	0%	7%	5%	0%
มีการออกใบวางบิลสำหรับการจัดนิทรรศการ และ กลุ่ม MICE มากเกินไป 1%		3%	0%	2%	0%	0%	0%	0%
มีกระบวนการ/รายละเอียดในการทำงาน/ข้อปฏิบัติ มากเกินไป 1%		0%	0%	0%	0%	0%	2%	0%
มีความยุ่งยาก ในการจัดทำเอกสารเพื่อร่วมโครงการ 1%		0%	5%	0%	0%	0%	0%	0%
ใช้เวลาเพื่อพิจารณาเรื่องต่างๆ มากเกินไป 1%		0%	0%	0%	0%	0%	2%	0%
ไม่มีความยืดหยุ่น ในกระบวนการการทำงาน 1%		0%	0%	2%	0%	0%	0%	0%
บางฝ่ายของ สสปน. เข้าถึงได้ยาก 1%		3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
ผู้บริหารวางอำนาจมากเกินไป 1%		0%	0%	2%	0%	0%	0%	0%
มีความเป็นราชการมากเกินไป ส่งผลให้ทำงานล่าช้า 1%		0%	0%	2%	0%	0%	0%	0%
สมรรถนะของบุคลากร (สุทธิ) 7%		11%	5%	0%	26%	0%	9%	0%
บุคลากร ดำเนินงานช้า 3%		8%	0%	0%	16%	0%	0%	0%
บุคลากร ไม่อำนวยความสะดวกในการติดต่อประสานงาน (ติดต่อยาก) 1%		0%	0%	0%	5%	0%	2%	0%
บุคลากร ไม่ติดตาม/ไม่แจ้งความคืบหน้าของงาน 1%		3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
บุคลากร ขาดความเป็นมืออาชีพในการทำงาน 1%		0%	0%	0%	0%	0%	2%	0%
บุคลากร ไม่มีคุณภาพ 1%		0%	0%	0%	0%	0%	2%	0%
บุคลากร ไม่มีความชำนาญในการทำงานและแก้ปัญหา 1%		0%	5%	0%	0%	0%	0%	0%
บุคลากร ไม่เข้าใจบทบาทหน้าที่ของตนเอง 1%		0%	0%	0%	0%	0%	2%	0%
บุคลากร มีความสามารถที่ไม่เหมาะสมกับตำแหน่งงาน 1%		0%	0%	0%	5%	0%	0%	0%
การคัดเลือกผู้เข้าร่วมงานอยากให้ลดจำนวนลง 1%		3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%

ข้อที่ไม่พึงพอใจต่อการทำงานของ สสปน.

(ต่อ)

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็น ร้อยละ	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย							
		MI: ฝ่าย ส่งเสริมการจัดประชุมและ การท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล	C: ฝ่าย ส่งเสริมการจัดประชุม นานาชาติ	E: ฝ่าย อุตสาหกรรม การนำเสนอ สินค้า นานาชาติ	D-MICE: ฝ่ายส่งเสริม ตลาดในประเทศ	MS: ฝ่าย การตลาด	MICE CAP: ฝ่ายพัฒนา ศักยภาพ อุตสาหกรรม ใหม่	GCA: ฝ่าย บริหารรัฐกิจ วิสาหกิจ	
ฐาน: ทั้งหมด	200	37	22**	42	19**	14**	43	23**	
การสนับสนุนด้านการตลาด (สุทธิ)	6%	5%	9%	10%	16%	0%	0%	4%	
ซึ่งขงประมาณอย่างไม่เหมาะสม	2%	5%	0%	2%	5%	0%	0%	0%	
ขาดความต่อเนื่องในการสนับสนุนด้านประชาสัมพันธ์	1%	0%	9%	0%	0%	0%	0%	0%	
ขาดแคลนการสนับสนุน สำหรับแต่ละกลุ่มธุรกิจ โดยเฉพาะ	1%	0%	0%	5%	0%	0%	0%	0%	
ขาดแคลนการประชาสัมพันธ์ภายในประเทศ	1%	0%	0%	0%	5%	0%	0%	4%	
กิจกรรมที่จัดขึ้น ไม่มีเป้าหมาย/ไม่มีรายละเอียดที่ชัดเจน	1%	0%	0%	0%	5%	0%	0%	0%	
กิจกรรมที่จัดขึ้น ไม่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย/มีผู้เข้าร่วมงานน้อย	1%	0%	0%	2%	0%	0%	0%	0%	
การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน (สุทธิ)	4%	5%	14%	0%	11%	0%	0%	0%	
ขาดความทั่วถึงในการสนับสนุนภาคเอกชน	1%	0%	5%	0%	0%	0%	0%	0%	
ขาดความต่อเนื่องในการประสานงานกับภาคเอกชน	1%	0%	0%	0%	5%	0%	0%	0%	
มีความล่าช้าในการประสานงานกับภาคเอกชน	1%	0%	5%	0%	0%	0%	0%	0%	
ตัดสินใจโดยไม่ปรึกษากับภาคเอกชน	1%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	
การจัดการที่ยังอิงอยู่กับภาครัฐทำให้การดำเนินการชักช้า	1%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	
ระเบียบการที่มีให้กับผู้ประกอบการภาคเอกชนในการส่งเสริมพัฒนา ควรชัดเจนและ สอดคล้องเหมาะสมกับสถานการณ์	1%	0%	0%	0%	5%	0%	0%	0%	
การพัฒนาขีดความสามารถ/เสริมสร้างรากฐาน (สุทธิ)	2%	0%	0%	0%	11%	0%	0%	4%	
ขาดแคลนข้อมูลข่าวสาร/องค์ความรู้ที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรม MICE	1%	0%	0%	0%	5%	0%	0%	0%	
ขาดแคลนข้อมูลข่าวสาร/องค์ความรู้ที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรม MICE ในเชิงลึก	1%	0%	0%	0%	5%	0%	0%	0%	
ขาดความทั่วถึงในการให้ข้อมูลข่าวสาร/กระจายความรู้ที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรม MICE	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	4%	
การพัฒนาธุรกิจ MICE (สุทธิ)	1%	0%	0%	2%	0%	0%	2%	0%	
ขาดความต่อเนื่องในการพัฒนาอุตสาหกรรม MICE ในประเทศไทย	1%	0%	0%	2%	0%	0%	0%	0%	
ขาดแคลนงบประมาณในการพัฒนาการศึกษา MICE	1%	0%	0%	0%	0%	0%	2%	0%	
	ไม่มี	74%	73%	73%	62%	53%	93%	79%	91%

ข้อเสนอแนะต่อการทำงานของ สสปน.

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็น ร้อยละ	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย						
		MI: ฝ่าย ส่งเสริมการจัดประชุมและ การท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล	C: ฝ่าย ส่งเสริมการจัดประชุม นานาชาติ	E: ฝ่าย อุตสาหกรรม การแสดง สินค้า นานาชาติ	D-MICE: ฝ่ายส่งเสริม ตลาดในประเทศ	MS: ฝ่าย การตลาด	MICE CAP: ฝ่ายพัฒนา ศักยภาพ อุตสาหกรรม ใหม่	GCA: ฝ่าย บริหารรัฐกิจ วิสาหกิจ
ฐาน: ทั้งหมด	200	37	22**	42	19**	14**	43	23**
การสนับสนุนด้านการตลาด (สุทธิ)	11%	16%	9%	19%	11%	0%	7%	4%
ประชาสัมพันธ์กิจกรรมอย่างต่อเนื่อง/ให้คนรู้จัก MICE มากขึ้น	4%	0%	9%	5%	5%	0%	2%	4%
จัดสรรงบประมาณอย่างเหมาะสม/อย่างมีประสิทธิภาพ	2%	3%	0%	0%	5%	0%	2%	0%
จัดกิจกรรมโดยมุ่งเน้น ด้านการขยายตลาด MICE ให้ครอบคลุมทั่วทุกภูมิภาค	1%	3%	0%	2%	0%	0%	0%	0%
ปรับปรุงเงื่อนไขการให้การสนับสนุน ให้สอดคล้องกับแต่ละอุตสาหกรรม	1%	0%	0%	5%	0%	0%	0%	0%
จัดกิจกรรมให้เหมาะสมกับผู้จัดงานแต่ละกลุ่มโดยเฉพาะ	1%	0%	0%	5%	0%	0%	0%	0%
จัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง	1%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
จัดกิจกรรมโดยมุ่งเน้น ด้านเครือข่าย (networking) ระดับนานาชาติ สำหรับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม MICE	1%	0%	0%	2%	0%	0%	0%	0%
สนับสนุน ผู้จัดงาน/งานภายในประเทศ มากขึ้น	1%	0%	0%	2%	0%	0%	0%	0%
พัฒนาเรื่องการจัดซื้อจัดจ้างให้ดีขึ้น	1%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
สนับสนุนภาคเอกชนมากขึ้น	1%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
ประชาสัมพันธ์กิจกรรม ก่อนที่จะเริ่มจัดกิจกรรม	1%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
สนับสนุน ผู้จัดงาน ในด้านอื่นที่ไม่ใช่การให้ความช่วยเหลือทางการเงินให้มากขึ้น	1%	0%	0%	2%	0%	0%	0%	0%
เผยแพร่ความรู้ให้หน่วยงานที่อยู่ไกลผ่านช่องทางทางออนไลน์	1%	0%	0%	0%	0%	0%	2%	0%

ข้อเสนอแนะต่อการทำงานของ สสปน. (ต่อ)

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็น ร้อยละ	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย						
		MI: ฝ่าย ส่งเสริมการจัดประชุมและ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	C: ฝ่าย ส่งเสริมการจัดประชุม นานาชาติ	E: ฝ่าย อุตสาหกรรม การนำเสนอ สินค้า นานาชาติ	D-MICE: ฝ่ายส่งเสริม ตลาดใน ประเทศ	MS: ฝ่าย การตลาด	MICE CAP: ฝ่ายพัฒนา ศักยภาพ อุตสาหกรรม ใหม่	GCA: ฝ่าย บริหารรัฐกิจ วิสาหกิจ
ฐาน: ทั้งหมด	200	37	22**	42	19**	14**	43	23**
Net. กระบวนการภายใน/ลักษณะเฉพาะองค์กร	6%	3%	14%	7%	11%	0%	5%	4%
ลดระเบียบขั้นตอน/เอกสารการขอการสนับสนุน	3%	3%	5%	2%	11%	0%	0%	0%
ปรับระเบียบให้ยืดหยุ่นและเหมาะสมกับสถานการณ์/เพิ่มความคล่องตัวในการทำงาน	2%	0%	9%	2%	0%	0%	0%	0%
ประชาสัมพันธ์ถึงหน้าที่ของแต่ละฝ่ายของ สสปน. ให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องได้ทราบ	2%	0%	0%	0%	0%	0%	5%	4%
มีรายละเอียดวิธีการดำเนินงานเป็นลำดับขั้นตอน	1%	0%	0%	2%	0%	0%	0%	0%
Net. สมรรถนะของบุคลากร	5%	8%	9%	0%	11%	0%	5%	4%
บุคลากร ควรจะประสานงานให้รวดเร็วขึ้น	1%	0%	0%	0%	5%	0%	0%	4%
บุคลากร ควรจะเปิดกว้าง/เรียนรู้วิธีการใหม่ๆ	1%	0%	0%	0%	0%	0%	2%	0%
บุคลากร ควรจะพัฒนาตนให้มีมาตรฐานการทำงานที่ดีขึ้น	1%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
บุคลากร ควรจะรับผิดชอบงานเป็นทีมเพื่อให้สะดวกในการติดต่อ	1%	0%	0%	0%	0%	0%	2%	0%
บุคลากร ควรจะมาจากภาคอุตสาหกรรมมากกว่าภาครัฐ	1%	0%	5%	0%	0%	0%	0%	0%
บุคลากร ควรจะทำงานอย่างโปร่งใส/เป็นแบบอย่างที่ดีขององค์กรภาครัฐ	1%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
บุคลากร ควรจะมีการสื่อสารภายในองค์กร	1%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
บุคลากร ควรจะรักษามาตรฐานในการทำงาน	1%	0%	0%	0%	5%	0%	0%	0%
บุคลากรควรจะกระตือรือร้นในการติดต่อประสานงานมากกว่านี้	1%	0%	5%	0%	0%	0%	0%	0%

ข้อเสนอแนะต่อการทำงานของ สสปน. (ต่อ)

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

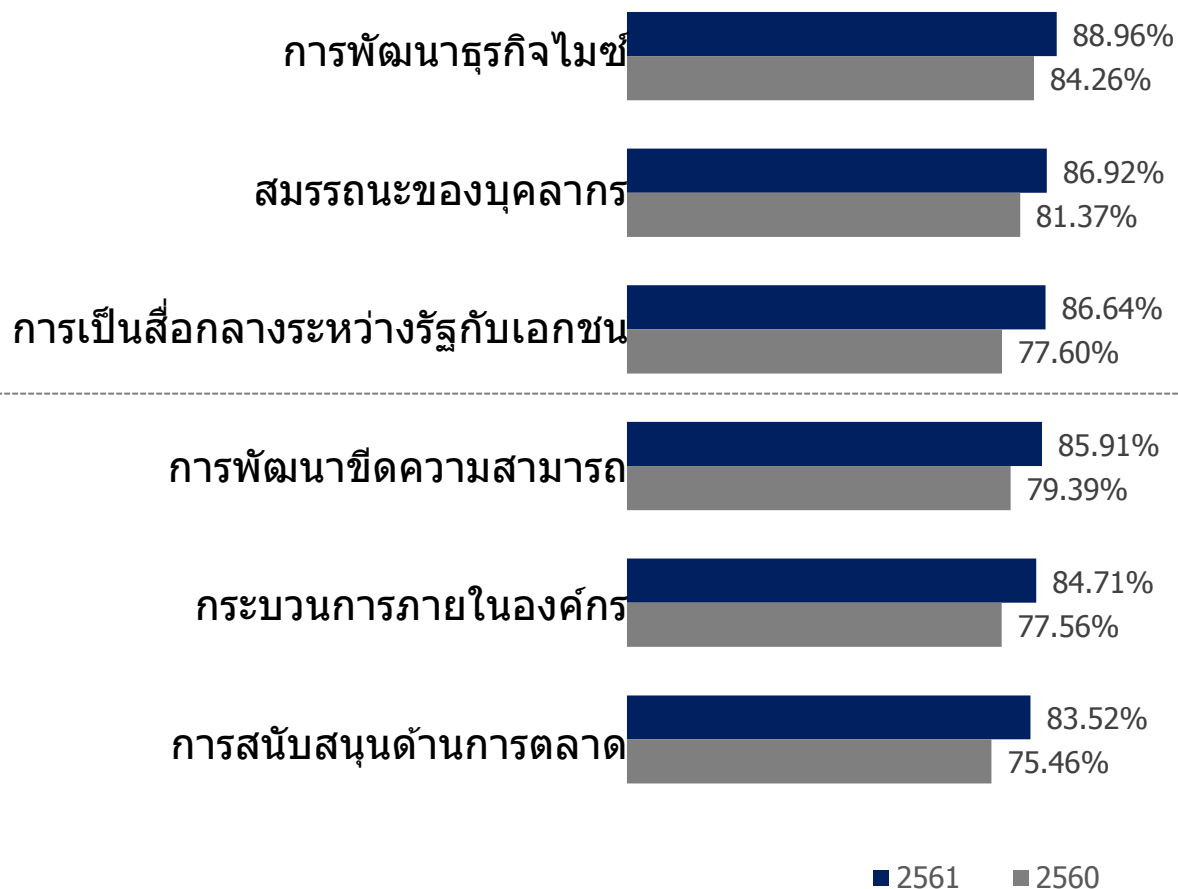
ข้อมูลในตาราง แสดงเป็น ร้อยละ	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย						
		MI: ฝ่าย ส่งเสริมการจัดประชุมและ การท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล	C: ฝ่าย ส่งเสริมการจัดประชุม นานาชาติ	E: ฝ่าย อุตสาหกรรม การแสดงผล สินค้า นานาชาติ	D-MICE: ฝ่ายส่งเสริม ตลาดใน ประเทศ	MS: ฝ่าย การตลาด	MICE CAP: ฝ่ายพัฒนา ศักยภาพ อุตสาหกรรม ใหม่	GCA: ฝ่าย บริหารรัฐกิจ วิสาหกิจ
ฐาน: ทั้งหมด	200	37	22**	42	19**	14**	43	23**
การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน (สุทธิ) 5%		8%	5%	0%	5%	0%	7%	4%
ประสานงานกับภาครัฐให้มากขึ้น	1%	0%	5%	0%	5%	0%	0%	0%
ควรกำหนดการ/ตารางเวลาในการทำงานกับภาคเอกชนล่วงหน้า	1%	0%	0%	0%	0%	0%	2%	4%
ประสานงานกับภาคเอกชนให้มากขึ้น	1%	5%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
เป็นศูนย์กลางในการประสานงานกับภาคเอกชนทั้งในประเทศและต่างประเทศ	1%	0%	0%	0%	0%	0%	2%	0%
ควรจัดกิจกรรมกับภาคการศึกษาต่อไป	1%	0%	0%	0%	0%	0%	2%	0%
ประสานงานกับ ททท. ให้มากขึ้น	1%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
การพัฒนาธุรกิจ MICE (สุทธิ) 3%		3%	0%	5%	5%	0%	2%	0%
สนับสนุนการพัฒนาการศึกษา MICE อย่างเต็มที่	1%	0%	0%	0%	5%	0%	2%	0%
สนับสนุนการจัดนิทรรศการเป็นหลัก/ให้มากขึ้น	1%	0%	0%	5%	0%	0%	0%	0%
ทำงานเป็นทีมกับพันธมิตรธุรกิจ MICE ภายในประเทศ	1%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
การพัฒนาขีดความสามารถ/เสริมสร้างรากฐาน (สุทธิ) 2%		0%	5%	0%	0%	14%	0%	4%
เพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์/การเข้าถึงข้อมูล	1%	0%	5%	0%	0%	0%	0%	0%
ให้ความรู้เกี่ยวกับ อุตสาหกรรม MICE มากขึ้น	1%	0%	0%	0%	0%	7%	0%	0%
มุ่งเน้นการกระจายการจัดแสดงงานไปสู่ส่วนท้องถิ่น/ต่างจังหวัด	1%	0%	0%	0%	0%	7%	0%	0%
มุ่งเน้นผลประโยชน์ด้านเศรษฐกิจของประเทศ	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	4%
	ไม่มี 71%	62%	68%	69%	58%	86%	77%	78%

ส่วนที่ 2:

ผลการประเมินทัศนคติต่อ การบริหารจัดการของ สสปน. (6 มิติสำคัญขององค์กร)

ผลการประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน.

ร้อยละค่าเฉลี่ย



ผลการประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน.

ในปี 2561 แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็น ร้อยละ	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย						
		MI: ฝ่าย ส่งเสริมการจัด ประชุมและ การท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล	C: ฝ่าย ส่งเสริมการจัด ประชุมนานาชาติ	E: ฝ่าย อุตสาหกรรม การส่งออก สินค้า นานาชาติ	D-MICE: ฝ่าย ส่งเสริมตลาด ในประเทศ	MS: ฝ่าย การตลาด	MICE CAP: ฝ่ายพัฒนา ศักยภาพ อุตสาหกรรม ใหม่	GCA: ฝ่าย บริหารรัฐกิจ วิสาหกิจ
ฐาน: ทั้งหมด	200	37	22**	42	19**	14**	43	23**
การพัฒนาธุรกิจใหม่	88.96	93.25	88.21	86.39	86.89	93.39	87.14	90.29
สมรรถนะของบุคลากร	86.92	88.95	84.33	87.54	85.22	91.51	82.75	91.14
การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	86.64	89.14	87.64	82.29	85.29	90.86	85.21	90.79
การพัฒนาขีดความสามารถ	85.91	88.89	81.63	83.77	83.83	87.20	88.37	85.60
กระบวนการภายในองค์กร	84.71	87.07	82.61	84.32	85.25	86.07	81.25	88.86
การสนับสนุนด้านการตลาด	83.52	86.67	81.86	82.52	80.05	89.81	82.38	82.43

ผลการประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน. ในรายละเอียดต่าง ๆ (1)

ฐาน:

ข้อมูลในกราฟแสดงเป็น ร้อยละ

ค่าเฉลี่ย

ร้อยละ
3 ระดับบน

% ตอบไม่ได้/
ไม่ทราบว่ามี

การพัฒนาธุรกิจ MICE		ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ 3 ระดับบน	% ตอบไม่ได้/ ไม่ทราบว่ามี	
193	มีส่วนในการผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็น MICE Destination	1 212 29 56	6.36	97%	4%
194	มีส่วนในการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์	1 69 36 49	6.25	93%	3%
194	เป็นองค์กรหลักที่สามารถดำเนินงานและมีศักยภาพเพียงพอที่จะทำให้ประเทศไทย เป็นผู้นำด้านการประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติในภูมิภาคเอเชีย	2 215 33 49	6.23	96%	3%
188	มีบทบาทในการกระตุ้นเศรษฐกิจและกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์	1 26 13 36 42	6.07	91%	6%
การสนับสนุนด้านการตลาด		ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ 3 ระดับบน	% ตอบไม่ได้/ ไม่ทราบว่ามี	
193	มีการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ ควบคู่ไปกับการนำเสนอวัฒนธรรม และอัตลักษณ์ความเป็นไทย	1 49 14 40 33	5.89	87%	4%
195	มีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดที่หลากหลายตามความต้องการของผู้รับบริการ	1 28 22 37 31	5.85	89%	3%
193	มีการประชาสัมพันธ์องค์กร และอุตสาหกรรมไมซ์ รวมถึงจัดทำและเผยแพร่ ปฏิทินกิจกรรมไมซ์ประจำปี ผ่านช่องทางต่างๆ	2 47 20 38 30	5.80	88%	4%
การพัฒนาขีดความสามารถ/ เสริมสร้างมาตรฐาน		ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ 3 ระดับบน	% ตอบไม่ได้/ ไม่ทราบว่ามี	
189	สนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ให้เทียบเท่าระดับสากล	2 710 31 51	6.22	92%	6%
193	ส่งเสริมการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนของอุตสาหกรรมไมซ์	1 26 15 36 41	6.06	92%	4%
192	มีการให้บริการด้านข้อมูลและองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมไมซ์	1 26 17 34 41	6.04	92%	4%
190	ให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่บุคลากรในภาครัฐ ประชาชน และผู้ประกอบการ โดยสม่ำเสมอ	1 29 17 38 33	5.89	88%	5%
188	ให้ความรู้ความเข้าใจแก่ผู้ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์แบบที่เป็นมิตร ต่อสิ่งแวดล้อม	1 137 20 35 34	5.86	89%	6%

■ ฟังพอใจน้อยที่สุด (1) ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 ■ 6 ■ ฟังพอใจมากที่สุด (7)

ผลการประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน. ในรายละเอียดต่าง ๆ (2)

ฐาน:	ข้อมูลในกราฟแสดงเป็น ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ 3 ระดับบน	% ตอบไม่ได้/ ไม่ทราบว่ามี
การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน		6.07	90.65%	
192	สนับสนุน และอำนวยความสะดวกกับผู้ประกอบการ หน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในการจัดการประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการ ในประเทศไทย	6.15	93%	4%
192	ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน	5.98	89%	4%
กระบวนการภายใน/ ลักษณะเฉพาะองค์กร		5.93	88.08%	
192	มีนโยบายและทิศทางที่ชัดเจนในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้า อย่างต่อเนื่อง	6.10	92%	4%
195	มีระบบงานและภาพลักษณ์ที่สะท้อนการดำเนินงานระดับสากลในการ ส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์	5.94	87%	3%
192	เปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ และรับฟัง ความคิดเห็นเพื่อนำมาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง	5.85	88%	4%
194	ปฏิบัติงานได้อย่างคล่องตัว และมีประสิทธิภาพ เมื่อดำเนินการร่วมกับ ภาครัฐและภาคเอกชน	5.83	86%	3%

■ ฟังพอใจน้อยที่สุด (1) ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 ■ 6 ■ ฟังพอใจมากที่สุด (7)

ผลการประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน. ในรายละเอียดต่าง ๆ (3)

ฐาน:	ข้อมูลในกราฟแสดงเป็น ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ 3 ระดับบน	% ตอบไม่ได้/ ไม่ทราบว่ามี	
	สมรรถนะของบุคลากร	6.08	89.74%		
194	บุคลากรของ สสปน. มีมารยาท และมีบุคลิกภาพเรียบร้อยในการให้บริการ	11 6 10 27 55	6.26	92	3
190	บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส	2 5 10 36 48	6.22	93	5
192	บุคลากรของ สสปน. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและมีจิตบริการ	1 1 6 12 29 52	6.21	92	4
193	บุคลากรของ สสปน. มีความเข้าใจในขั้นตอนและกระบวนการทำงานภายในเป็นอย่างดี	2 1 8 10 34 46	6.11	90	4
193	บุคลากรของ สสปน. มีความรู้ ความสามารถเหมาะสมในอุตสาหกรรมและมีความเข้าใจในวิธีการจัดงานอีเวนต์ (Event) ต่างๆ เป็นอย่างดี	1 1 5 16 37 41	6.10	94	4
195	บุคลากรของ สสปน. สามารถประสานงานได้อย่างรวดเร็วและมีความเป็นมืออาชีพ	1 3 9 9 33 45	6.05	87	3
191	บุคลากรของ สสปน. มีความกระตือรือร้นในการแก้ปัญหาให้กับลูกค้าและมีการตอบสนองปัญหาของลูกค้าอย่างทันท่วงที	1 1 2 8 14 32 44	6.05	90	5
191	บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิดได้เป็นอย่างดี	1 1 2 11 13 34 39	5.93	86	5
189	บุคลากรของ สสปน. สามารถจัดการกับความขัดแย้งหรือสถานการณ์ต่างๆ ที่ยุ่งยากได้เป็นอย่างดี	1 1 2 11 16 31 37	5.83	85	6

■ ฟังพอใจน้อยที่สุด (1) ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 ■ 6 ■ ฟังพอใจมากที่สุด (7)

ผลการประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน. ในรายละเอียดต่าง ๆ แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นค่าเฉลี่ย	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย						
		MI: ฝ่าย ส่งเสริมการจัด ประชุมและการ ท่องเที่ยวเพื่อ เป็นรางวัล	C: ฝ่าย ส่งเสริมการ จัดประชุมนานาชาติ	E: ฝ่าย อุตสาหกรรม การแสดง สินค้า นานาชาติ	D-MICE: ฝ่ายส่งเสริม ตลาดใน ประเทศ	MS: ฝ่าย การตลาด	MICE CAP: ฝ่ายพัฒนา ศักยภาพ อุตสาหกรรม ใหม่	GCA: ฝ่าย บริหารรัฐกิจ วิสาหกิจ
ฐาน: ทั้งหมด	200	37	22**	42	19**	14**	43	23**
การพัฒนาธุรกิจ MICE								
○ มีส่วนในการผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็น MICE Destination	6.36	6.67	6.24	6.17	6.29	6.77	6.19	6.50
○ มีส่วนในการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์	6.25	6.61	6.10	5.98	6.21	6.38	6.14	6.45
○ เป็นองค์กรหลักที่สามารถดำเนินงานและมีศักยภาพเพียงพอที่จะทำให้ประเทศไทยเป็นผู้นำด้านการประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติในภูมิภาคเอเชีย	6.23	6.44	6.14	6.31	6.05	6.54	6.05	6.14
○ มีบทบาทในการกระตุ้นเศรษฐกิจและกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์	6.07	6.39	6.22	5.73	5.78	6.46	6.02	6.19
การสนับสนุนด้านการตลาด								
○ มีการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ ควบคู่ไปกับการนำเสนอวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ความเป็นไทย	5.89	6.20	5.86	5.78	5.65	6.21	5.76	5.83
○ มีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดที่หลากหลายตามความต้องการของผู้รับบริการ	5.85	6.03	5.71	5.74	5.72	6.36	5.78	5.78
○ มีการประชาสัมพันธ์องค์กร และอุตสาหกรรมไมซ์ รวมถึงจัดทำและเผยแพร่ปฏิทินกิจกรรมไมซ์ประจำปี ผ่านช่องทางต่างๆ	5.80	5.97	5.62	5.81	5.44	6.29	5.76	5.70

ผลการประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน.

ในรายละเอียดต่าง ๆ แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นค่าเฉลี่ย	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย						
		MI: ฝ่าย ส่งเสริมการจัด ประชุมและการ ท่องเที่ยวเพื่อ เป็นรางวัล	C: ฝ่าย ส่งเสริมการ จัดประชุม นานาชาติ	E: ฝ่าย อุตสาหกรรม การแสดง สินค้า นานาชาติ	D-MICE: ฝ่ายส่งเสริม ตลาดใน ประเทศ	MS: ฝ่าย การตลาด	MICE CAP: ฝ่ายพัฒนา ศักยภาพ อุตสาหกรรม ใหม่	GCA: ฝ่าย บริหารรัฐกิจ วิสาหกิจ
ฐาน: ทั้งหมด	200	37	22**	42	19**	14**	43	23**
การพัฒนาขีดความสามารถ/เสริมสร้างมาตรฐาน								
○ สนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ให้เทียบเท่าระดับสากล	6.22	6.41	5.95	6.08	6.11	6.36	6.35	6.22
○ ส่งเสริมการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนของอุตสาหกรรมไมซ์	6.06	6.14	5.85	5.98	5.89	6.07	6.25	6.09
○ มีการให้บริการด้านข้อมูลและองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมไมซ์	6.04	6.33	5.80	5.76	6.00	6.23	6.19	5.96
○ ให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่บุคลากรในภาครัฐ ประชาชน และผู้ประกอบการ โดยสม่ำเสมอ	5.89	6.14	5.47	5.93	5.67	5.86	6.00	5.83
○ ให้ความรู้ความเข้าใจแก่ผู้ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์แบบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	5.86	6.09	5.50	5.57	5.67	6.00	6.14	5.86
การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน								
○ สนับสนุน และอำนวยความสะดวกกับผู้ประกอบธุรกิจ หน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในการจัดการประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย	6.15	6.34	6.32	5.85	6.06	6.43	6.00	6.35
○ ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน	5.98	6.14	5.95	5.67	5.88	6.29	5.93	6.36
กระบวนการภายใน/ ลักษณะเฉพาะองค์กร								
○ มีนโยบายและทิศทางที่ชัดเจนในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง	6.10	6.22	5.94	6.07	6.22	6.31	5.90	6.22
○ มีระบบงานและภาพลักษณ์ที่สะท้อนการดำเนินงานระดับสากลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์	5.94	6.22	5.81	5.85	5.94	5.86	5.71	6.26
○ เปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ และรับฟังความคิดเห็นเพื่อนำมาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง	5.85	5.97	5.71	5.90	5.82	5.93	5.54	6.26
○ ปฏิบัติงานได้อย่างคล่องตัว และมีประสิทธิภาพ เมื่อดำเนินการร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน	5.83	5.97	5.67	5.79	5.89	6.00	5.60	6.14

ผลการประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน.

ในรายละเอียดต่าง ๆ แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นค่าเฉลี่ย	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย						
		MI: ฝ่าย ส่งเสริมการจัด ประชุมและการ ท่องเที่ยวเพื่อ เป็นรางวัล	C: ฝ่าย ส่งเสริมการ จัดประชุม นานาชาติ	E: ฝ่าย อุตสาหกรรม การแสดง สินค้า นานาชาติ	D-MICE: ฝ่ายส่งเสริม ตลาดใน ประเทศ	MS: ฝ่าย การตลาด	MICE CAP: ฝ่ายพัฒนา ศักยภาพ อุตสาหกรรม ใหม่	GCA: ฝ่าย บริหารรัฐกิจ วิสาหกิจ
ฐาน: ทั้งหมด	200	37	22**	42	19**	14**	43	23**
สมรรถนะของบุคลากร								
○ บุคลากรของ สสปน. มีมารยาท และมีบุคลิกภาพเรียบร้อย ในการให้บริการ	6.26	6.36	6.05	6.33	6.28	6.57	5.90	6.62
○ บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส	6.22	6.38	6.14	6.17	6.12	6.71	6.00	6.26
○ บุคลากรของ สสปน. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและมีจิตบริการ	6.21	6.31	5.95	6.33	6.24	6.57	5.83	6.55
○ บุคลากรของ สสปน. มีความเข้าใจในขั้นตอนและกระบวนการทำงาน ภายในเป็นอย่างดี	6.11	6.29	6.05	6.14	6.05	6.36	5.83	6.29
○ บุคลากรของ สสปน. มีความรู้ ความสามารถเหมาะสมในอุตสาหกรรม และมีความเข้าใจในวิธีการจัดงานอีเวนต์ (Event) ต่างๆ เป็นอย่างดี	6.10	6.25	6.05	6.07	6.17	6.15	5.90	6.27
○ บุคลากรของ สสปน. สามารถประสานงานได้อย่างรวดเร็วและ มีความเป็นมืออาชีพ	6.05	6.25	5.68	6.14	5.56	6.50	5.76	6.55
○ บุคลากรของ สสปน. มีความกระตือรือร้นในการแก้ปัญหาให้กับลูกค้า และมีการตอบสนองปัญหาของลูกค้าอย่างทันท่วงที	6.05	6.17	5.95	6.18	5.72	6.43	5.75	6.32
○ บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือ สถานการณ์ที่ไม่คาดคิดได้เป็นอย่างดี	5.93	6.09	5.76	5.92	5.79	6.36	5.66	6.17
○ บุคลากรของ สสปน. สามารถจัดการกับความขัดแย้งหรือสถานการณ์ ต่างๆ ที่ยุ่งยากได้เป็นอย่างดี	5.83	5.94	5.50	5.87	5.76	6.00	5.50	6.39

ส่วนที่ 3:

**ผลการประเมินทัศนคติต่อ
กิจกรรมที่เกิดจากแผนพัฒนา
การให้บริการของ สสปน.**

ผลการประเมินทัศนคติต่อกิจกรรมที่เกิดจากแผนพัฒนา

ร้อยละ 3 ระดับบน



ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นร้อยละ	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย						
		MI: ฝ่าย ส่งเสริมการจัด ประชุมและการ ท่องเที่ยวเพื่อ เป็นรางวัล	C: ฝ่าย ส่งเสริมการ จัดประชุม นานาชาติ	E: ฝ่าย อุตสาหกรรม การแสดง สินค้า นานาชาติ	D-MICE: ฝ่ายส่งเสริม ตลาดใน ประเทศ	MS: ฝ่าย การตลาด	MICE CAP: ฝ่ายพัฒนา ศักยภาพ อุตสาหกรรม ใหม่	GCA: ฝ่าย บริหารรัฐกิจ วิสาหกิจ
ฐาน: ทั้งหมด	200	37	22**	42	19**	14**	43	23**
ด้านการสนับสนุน/การตลาด	92.80	91.95	80.05	96.25	89.55	100.00	92.40	100.00
ด้านการพัฒนาขีดความสามารถ/เสริมสร้างรากฐาน	90.59	92.84	72.04	92.81	90.48	96.67	92.60	94.48
ด้านกระบวนการภายใน/ลักษณะเฉพาะองค์กร	88.60	91.20	70.00	97.60	77.80	91.60	85.00	100.10
ด้านการเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	87.00	90.30	63.90	89.35	85.25	100.00	84.20	100.05

ผลการประเมินทัศนคติต่อกิจกรรมที่เกิดจากแผนพัฒนา

ฐาน:	ข้อมูลในกราฟแสดงเป็น ร้อยละ	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ 3 ระดับบน	% ตอบไม่ได้/ไม่ทราบว่ามี	
ด้านการสนับสนุน/ การตลาด		5.85	92.80%		
191	สสปน. อัปเดตข้อมูลและดำเนินกิจกรรมสื่อสารการตลาด ผ่านช่องทางสมาคม หน่วยงานต่างๆ และ วารสารออนไลน์ อย่างสม่ำเสมอ	11 3 23 43 30	5.96	96%	5%
176	สสปน. อัปเดตข่าวสารต่างๆ เช่นหลักเกณฑ์การขอรับการสนับสนุนแคมเปญ การตลาด กิจกรรมไมซ์ ประมาณเดือนละ 1 ครั้งอย่างต่อเนื่อง	21 35 23 39 27	5.73	90%	12%
ด้านกระบวนการภายใน/ลักษณะเฉพาะองค์กร		5.82	88.60%		
184	สสปน. มีการแสดงระยะเวลาและเอกสารที่ต้องการอย่างชัดเจน และแจ้งสถานะของการขอรับการสนับสนุนแก่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ	13 8 19 41 29	5.82	89%	8%
ด้านการเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน		5.77	87.00%		
166	สสปน. ดำเนินการจัดกิจกรรม MICE Clinic เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับ MICE Logistics แก่บุคลากรและผู้ประกอบการเอกชนไมซ์ เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรม มีความเข้าใจเนื้อหามากขึ้น	11 45 19 39 30	5.77	88%	17%
179	สสปน. ดำเนินการประสานงานกับหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องกับกฎระเบียบ กฎหมาย เพื่อแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่คณะกรรมการเห็นชอบ	11 21 18 39 30	5.76	86%	11%
ด้านการพัฒนาขีดความสามารถ/เสริมสร้างรากฐาน		5.88	90.57%		
166	สสปน. จัดทำโครงการขยายการจัดหลักสูตรอบรมไปยังภูมิภาคต่างๆ	11 26 16 37 37	5.93	90%	17%
167	สสปน. ดำเนินการจัดปฏิทินการจัดหลักสูตรฝึกอบรมประจำปีอย่างน้อย 2 หลักสูตรต่อปี	11 25 21 38 33	5.90	92%	17%
178	สสปน. ดำเนินการขยายช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลการจัดหลักสูตรฝึกอบรม ผ่านทางช่องทางสื่อสารต่างๆ เช่น Facebook email ฯลฯ	11 26 23 38 29	5.82	90%	11%

■ ฟังพอใจน้อยที่สุด (1) ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 ■ 6 ■ ฟังพอใจมากที่สุด (7)

ผลการประเมินทัศนคติต่อกิจกรรมที่เกิดจากแผนพัฒนา แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นค่าเฉลี่ย	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย						
		MI: ฝ่าย ส่งเสริมการจัด ประชุมและการ ท่องเที่ยวเพื่อ เป็นรางวัล	C: ฝ่าย ส่งเสริมการ จัดประชุมนานาชาติ	E: ฝ่าย อุตสาหกรรม การนำเสนอ นานาชาติ	D-MICE: ฝ่ายส่งเสริม ตลาดใน ประเทศ	MS: ฝ่าย การตลาด	MICE CAP: ฝ่ายพัฒนา ศักยภาพ อุตสาหกรรม ใหม่	GCA: ฝ่าย บริหารรัฐกิจ วิสาหกิจ
ฐาน: ทั้งหมด	200	37	22**	42	19**	14**	43	23**
ด้านการสนับสนุน/การตลาด								
○ สสปน. อัปเดตข้อมูลและดำเนินกิจกรรมสื่อสารการตลาด ผ่านช่องทางสมาคม หน่วยงานต่างๆ และ วารสารออนไลน์ อย่างสม่ำเสมอ	5.96	6.06	5.45	5.90	5.95	6.33	6.13	5.95
○ สสปน. อัปเดตข่าวสารต่างๆ เช่นหลักเกณฑ์การขอรับการสนับสนุนแคมเปญการตลาด กิจกรรมไมซ์ ประมาณเดือนละ 1 ครั้งอย่างต่อเนื่อง	5.73	5.73	4.95	5.77	5.58	6.33	5.77	6.17
ด้านกระบวนการภายใน/ลักษณะเฉพาะองค์กร								
○ สสปน. มีการแสดงระยะเวลาและเอกสารที่ต้องการอย่างชัดเจน และแจ้งสถานะของการขอรับการสนับสนุนแก่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ	5.82	5.82	5.40	5.98	5.61	6.25	5.70	6.11
ด้านการเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน								
○ สสปน. ดำเนินการจัดกิจกรรม MICE Clinic เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับ MICE Logistics แก่บุคลากรและผู้ประกอบการเอกชนไมซ์ เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความเข้าใจเนื้อหามากขึ้น	5.77	6.09	4.83	5.71	5.82	6.00	5.66	6.28
○ สสปน. ดำเนินการประสานงานกับหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องกับกฎระเบียบ กฎหมาย เพื่อแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่คณะกรรมการเห็นชอบ	5.76	5.87	5.19	5.65	5.71	6.00	5.71	6.36
ด้านการพัฒนาขีดความสามารถ/เสริมสร้างรากฐาน								
○ สสปน. จัดทำโครงการขยายการจัดหลักสูตรอบรมไปยังภูมิภาคต่างๆ	5.93	6.03	5.41	5.83	5.78	6.67	6.07	6.06
○ สสปน. ดำเนินการจัดปฏิทินการจัดหลักสูตรฝึกอบรมประจำปี อย่างน้อย 2 หลักสูตรต่อปี	5.90	5.94	5.24	5.77	5.81	6.50	6.18	6.06
○ สสปน. ดำเนินการขยายช่องทางการเผยแพร่ข้อมูลการจัดหลักสูตรฝึกอบรม ผ่านทางช่องทางสื่อสารต่างๆ เช่น Facebook email ฯลฯ	5.82	5.82	4.89	5.74	5.89	6.10	6.18	5.95

ส่วนที่ 4:

ข้อมูลสรุป SWOT ขององค์กร และการจัดลำดับความสำคัญของหน้าที่ (Need Assessment & Need Gap Analysis)

ข้อมูลสรุป SWOT ขององค์กร



Strengths

- การให้บริการด้านข้อมูลและองค์ความรู้เกี่ยวกับ MICE
- การพัฒนามาตรฐานของ MICE และการส่งเสริมให้ MICE เติบโตอย่างยั่งยืน
- สมรรถนะของบุคลากรในด้านต่าง ๆ เช่น การมีความรู้ความสามารถเหมาะสมกับอุตสาหกรรม, การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีมารยาท, การทำงานได้อย่างรวดเร็ว ความเป็นมืออาชีพ ฯลฯ



Weaknesses

- การเป็นสื่อกลางระหว่างภาครัฐและเอกชน
- ความคล่องตัวและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน
- การให้โอกาสและรับฟังความคิดเห็นของผู้ที่มีส่วนร่วม
- การมีภาพลักษณ์ที่สะท้อนถึงการทำงานระดับสากล



Opportunities

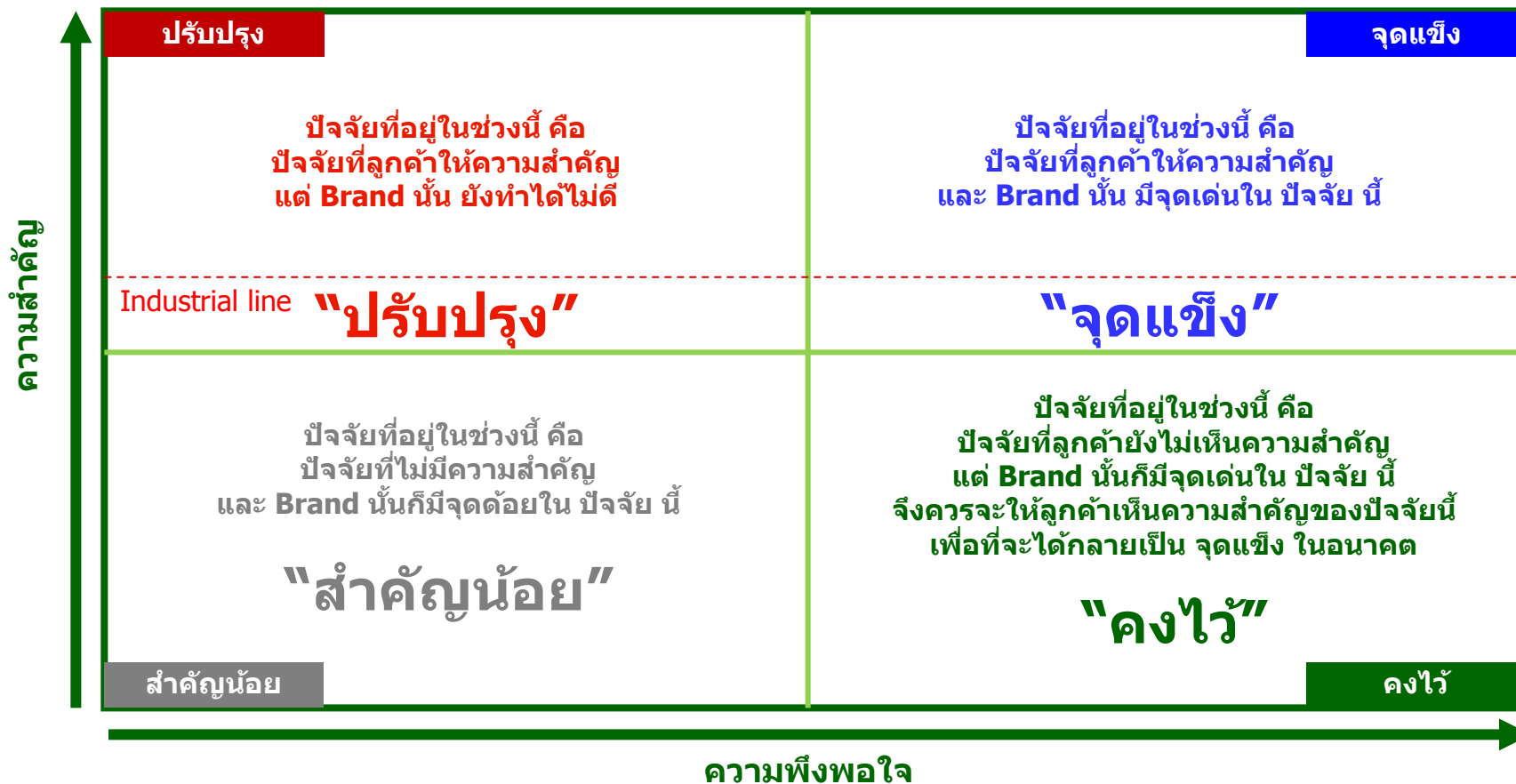
- การพัฒนาระบบคมนาคมของประเทศที่อำนวยความสะดวกให้แก่แขกผู้มาร่วมงาน
- ความหลากหลายในด้านสถานที่ทางภูมิศาสตร์ และกิจกรรมที่สามารถทำได้
- สถานการณ์เศรษฐกิจของประเทศ มีแนวโน้มขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง



Threats

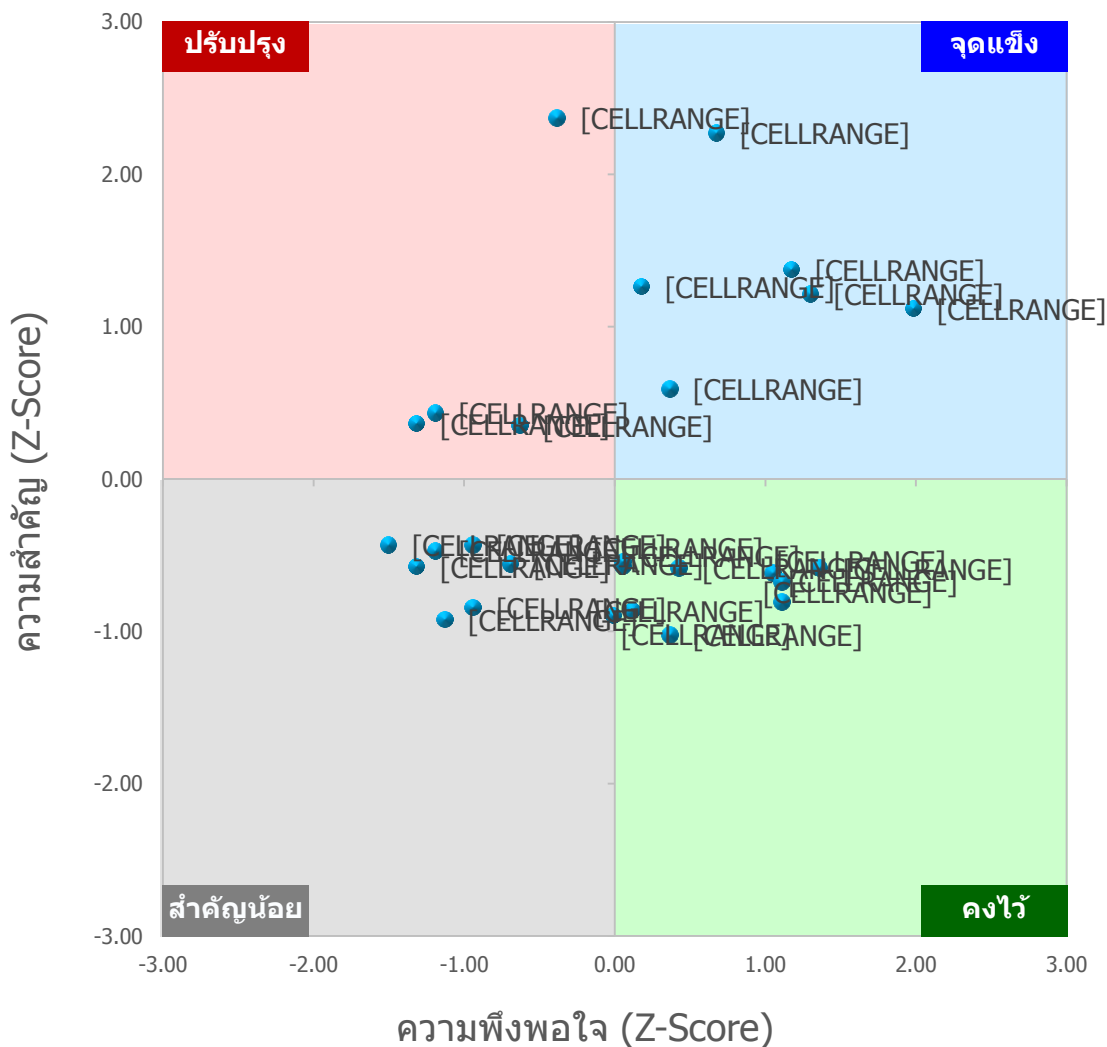
- โครงสร้างพื้นฐานของประเทศยังจำกัดอยู่ในเมืองหลวงและหัวเมืองใหญ่
- ความยุ่งยากของกฎระเบียบด้านการนำเข้าสินค้าเพื่อการจัดกิจกรรมไมซ์

Need Gap Analysis



เส้น Industrial line คือ ค่ากลางขององค์กรเมื่อคำนึงถึงทุกปัจจัย ในมิติต่างๆ หาก ปัจจัยใดอยู่เหนือเส้น Industrial line นี้หมายถึงคะแนนที่ได้มากกว่าค่าเฉลี่ย ในทางกลับกัน หาก ปัจจัยใดอยู่ใต้เส้น Industrial line หมายถึงคะแนนที่ได้น้อยกว่าค่าเฉลี่ยหรือค่ากลางขององค์กร

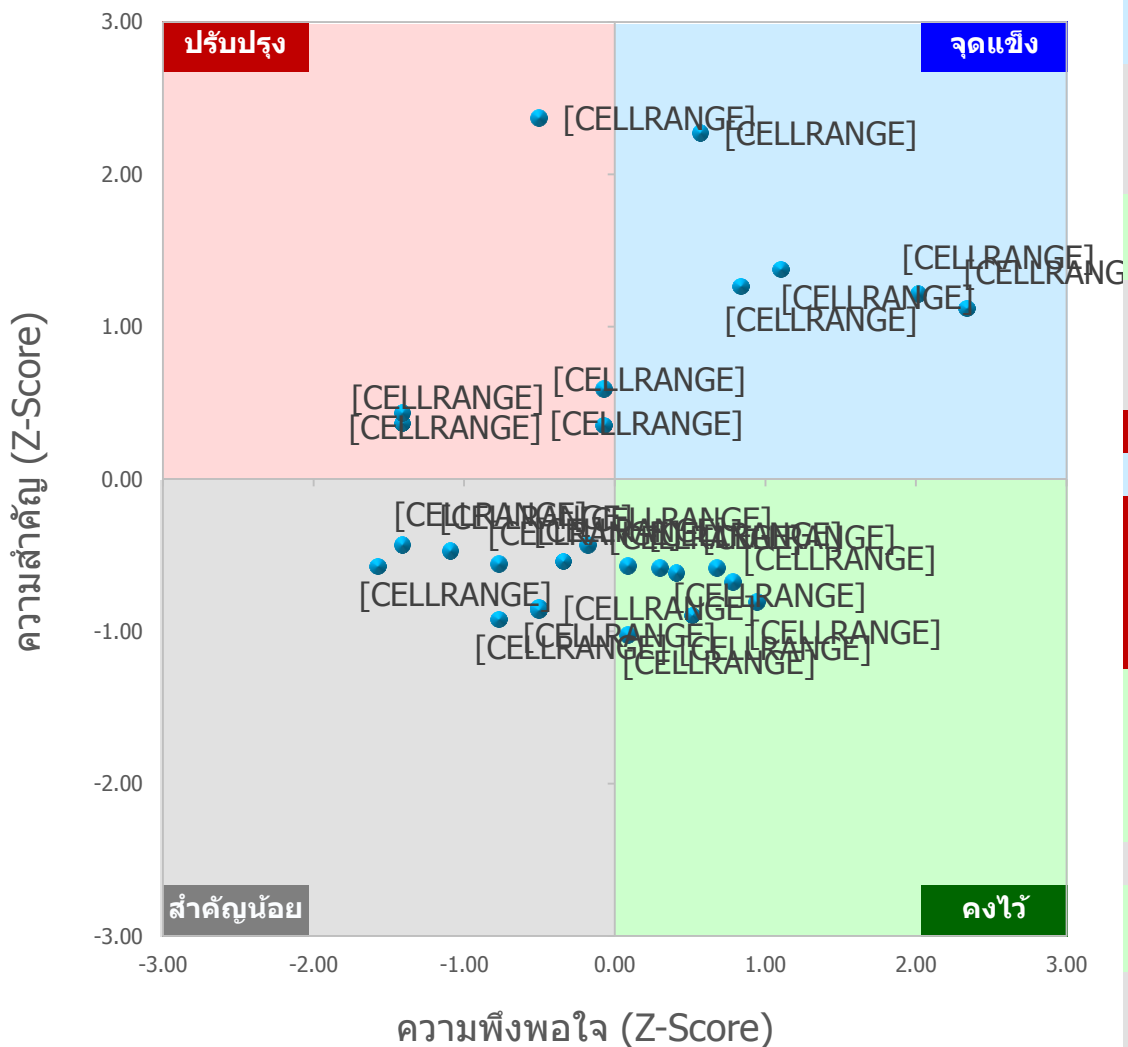
การวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา โดยรวม



- มีส่วนในการผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็น MICE Destination
- มีส่วนในการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์
- มีบทบาทในการกระตุ้นเศรษฐกิจและกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์
- เป็นองค์กรหลักที่ทำให้ประเทศไทยเป็นผู้นำในภูมิภาคเอเชีย
- มีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดที่หลากหลายตามความต้องการของผู้รับบริการ
- มีการประชาสัมพันธ์องค์กร และอุตสาหกรรมไมซ์ ผ่านช่องทางต่างๆ
- มีการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ ควบคู่ไปกับการนำเสนออัตลักษณ์ความเป็นไทย
- มีการให้บริการด้านข้อมูลและองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมไมซ์
- สนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ให้เทียบเท่าระดับสากล
- ให้ความรู้แก่ผู้ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์แบบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- ให้ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่บุคลากร ประชาชน และผู้ประกอบการ
- ส่งเสริมการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนของอุตสาหกรรมไมซ์
- ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน**
- สนับสนุน และอำนวยความสะดวกกับผู้ประกอบธุรกิจ หน่วยงานภาครัฐและเอกชน
- มีนโยบายและทิศทางที่ชัดเจนในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้า
- ปฏิบัติงานได้คล่องตัว และมีประสิทธิภาพ เมื่อดำเนินการร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน**
- เปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์
- มีภาพลักษณ์ที่สะท้อนการดำเนินงานระดับสากลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์**
- บุคลากรของ สสปน. มีความรู้ ความสามารถเหมาะสมในอุตสาหกรรมเป็นอย่างดี
- บุคลากรของ สสปน. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและมีจิตบริการ
- บุคลากรของ สสปน. มีมารยาท และมีบุคลิกภาพเรียบร้อยในการให้บริการ
- บุคลากรของ สสปน. สามารถประสานงานได้อย่างรวดเร็วและมีความเป็นมืออาชีพ
- บุคลากรของ สสปน. สามารถจัดการกับความขัดแย้งได้เป็นอย่างดี
- บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส
- บุคลากรของ สสปน. มีความเข้าใจในขั้นตอนและกระบวนการทำงานภายในเป็นอย่างดี
- บุคลากรของ สสปน. มีความกระตือรือร้นในการแก้ปัญหาให้กับลูกค้าอย่างทันท่วงที
- บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดี

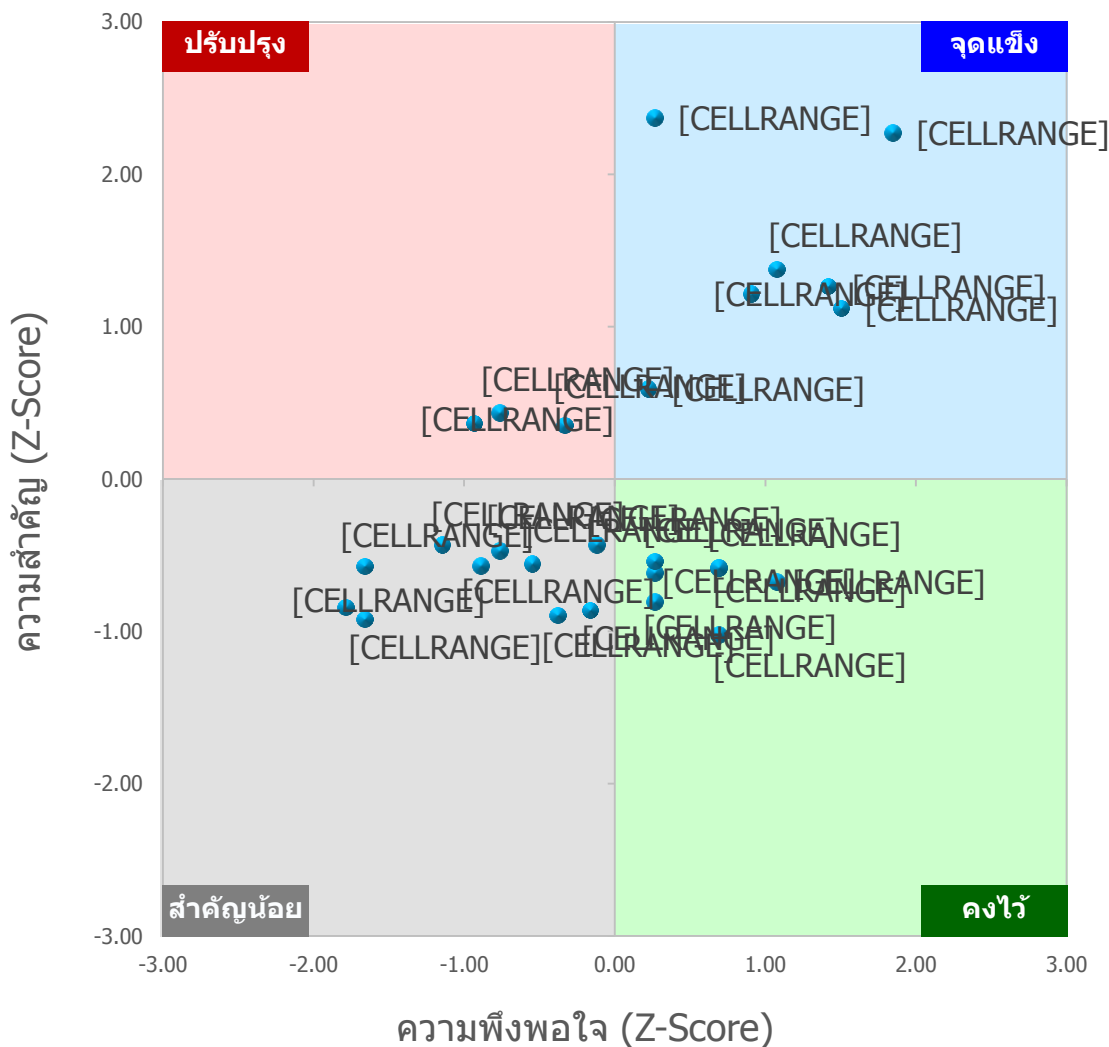
การวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา

สำหรับฝ่าย MI: ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล



1. มีส่วนในการผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็น MICE Destination
2. มีส่วนในการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์
3. มีบทบาทในการกระตุ้นเศรษฐกิจและกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์
4. เป็นองค์กรหลักที่ทำให้ประเทศไทยเป็นผู้นำในภูมิภาคเอเชีย
5. มีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดที่หลากหลายตามความต้องการของผู้รับบริการ
6. มีการประชาสัมพันธ์องค์กร และอุตสาหกรรมไมซ์ ผ่านช่องทางต่างๆ
7. มีการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ ควบคู่ไปกับการนำเสนออัตลักษณ์ความเป็นไทย
8. มีการให้บริการด้านข้อมูลและองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมไมซ์
9. สนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ให้เทียบเท่าระดับสากล
10. ให้ความรู้แก่ผู้ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์แบบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
11. ให้ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่บุคลากร ประชาชน และผู้ประกอบการ
12. ส่งเสริมการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนของอุตสาหกรรมไมซ์
13. ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน
14. สนับสนุน และอำนวยความสะดวกกับผู้ประกอบธุรกิจ หน่วยงานภาครัฐและเอกชน
15. มีนโยบายและทิศทางที่ชัดเจนในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้า
16. ปฏิบัติงานได้คล่องตัว และมีประสิทธิภาพ เมื่อดำเนินการร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน
17. เปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์
18. มีภาพลักษณ์ที่สะท้อนการดำเนินงานระดับสากลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์
19. บุคลากรของ สสปน. มีความรู้ ความสามารถเหมาะสมในอุตสาหกรรมเป็นอย่างดี
20. บุคลากรของ สสปน. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและมีจิตบริการ
21. บุคลากรของ สสปน. มีมารยาท และมีบุคลิกภาพเรียบร้อยในการให้บริการ
22. บุคลากรของ สสปน. สามารถประสานงานได้อย่างรวดเร็วและมีความเป็นมืออาชีพ
23. บุคลากรของ สสปน. สามารถจัดการกับความขัดแย้งได้เป็นอย่างดี
24. บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส
25. บุคลากรของ สสปน. มีความเข้าใจในขั้นตอนและกระบวนการทำงานภายในเป็นอย่างดี
26. บุคลากรของ สสปน. มีความกระตือรือร้นในการแก้ปัญหาให้กับลูกค้าอย่างทันท่วงที
27. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดี

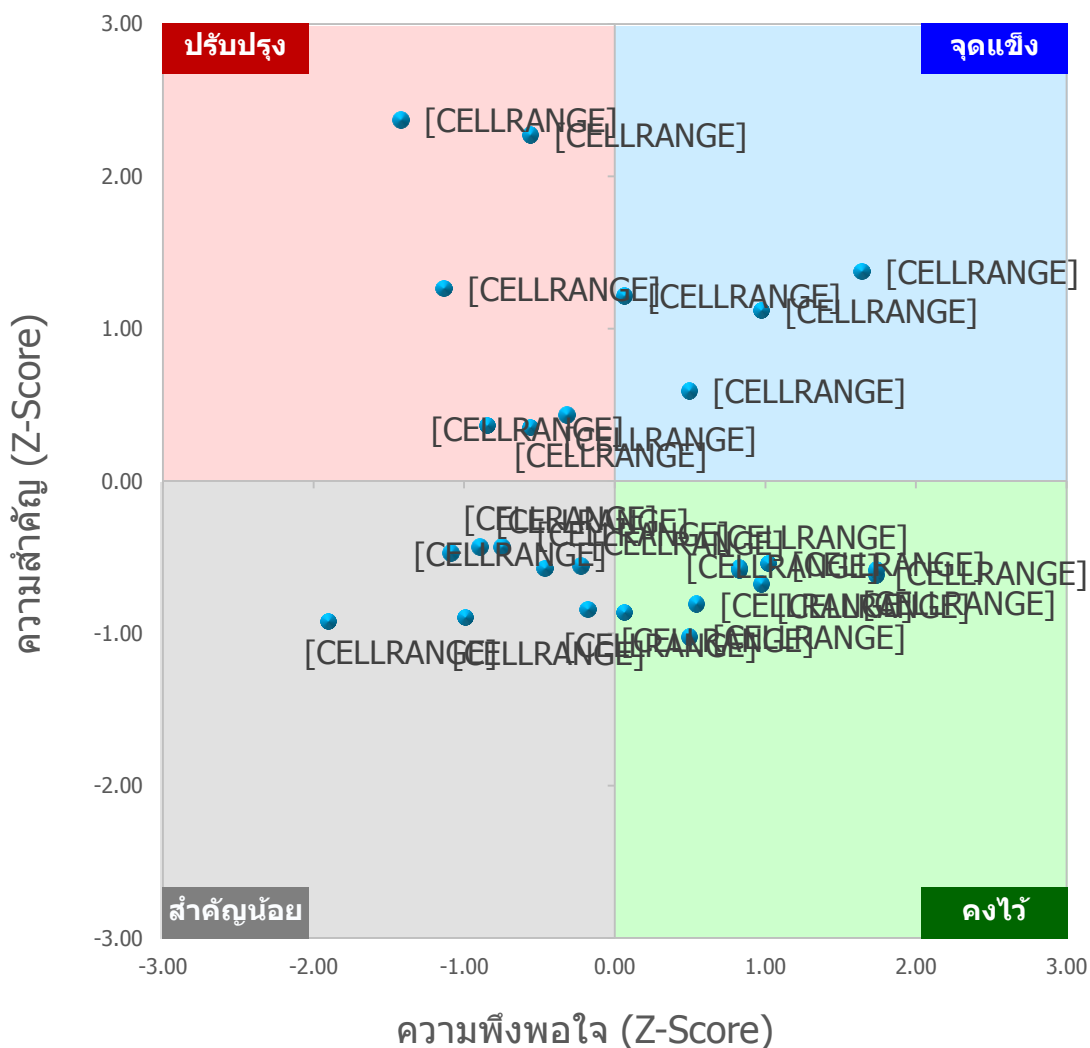
การวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา สำหรับฝ่าย C: ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ



1. มีส่วนในการผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็น MICE Destination
2. มีส่วนในการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์
3. มีบทบาทในการกระตุ้นเศรษฐกิจและกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์
4. เป็นองค์กรหลักที่ทำให้ประเทศไทยเป็นผู้นำในภูมิภาคเอเชีย
5. มีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดที่หลากหลายตามความต้องการของผู้รับบริการ
6. มีการประชาสัมพันธ์ช่องทาง และอุตสาหกรรมไมซ์ ผ่านช่องทางต่างๆ
7. มีการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ ควบคู่ไปกับการนำเสนออัตลักษณ์ความเป็นไทย
8. มีการให้บริการด้านข้อมูลและองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมไมซ์
9. สนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ให้เทียบเท่าระดับสากล
10. ให้ความรู้แก่ผู้ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์แบบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
11. ให้ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่บุคลากร ประชาชน และผู้ประกอบการ
12. ส่งเสริมการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนของอุตสาหกรรมไมซ์
13. ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน
14. สนับสนุน และอำนวยความสะดวกกับผู้ประกอบธุรกิจ หน่วยงานภาครัฐและเอกชน
15. มีนโยบายและทิศทางที่ชัดเจนในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้า
16. ปฏิบัติงานได้คล่องตัว และมีประสิทธิภาพ เมื่อดำเนินการร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน
17. เปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์
18. มีภาพลักษณ์ที่สะท้อนการดำเนินงานระดับสากลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์
19. บุคลากรของ สสปน. มีความรู้ ความสามารถเหมาะสมในอุตสาหกรรมเป็นอย่างดี
20. บุคลากรของ สสปน. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและมีจิตบริการ
21. บุคลากรของ สสปน. มีมารยาท และมีบุคลิกภาพเรียบร้อยในการให้บริการ
22. บุคลากรของ สสปน. สามารถประสานงานได้อย่างรวดเร็วและมีความเป็นมืออาชีพ
23. บุคลากรของ สสปน. สามารถจัดการกับความขัดแย้งได้เป็นอย่างดี
24. บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส
25. บุคลากรของ สสปน. มีความเข้าใจในขั้นตอนและกระบวนการทำงานภายในเป็นอย่างดี
26. บุคลากรของ สสปน. มีความกระตือรือร้นในการแก้ปัญหาให้กับลูกค้าอย่างทันท่วงที
27. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดี

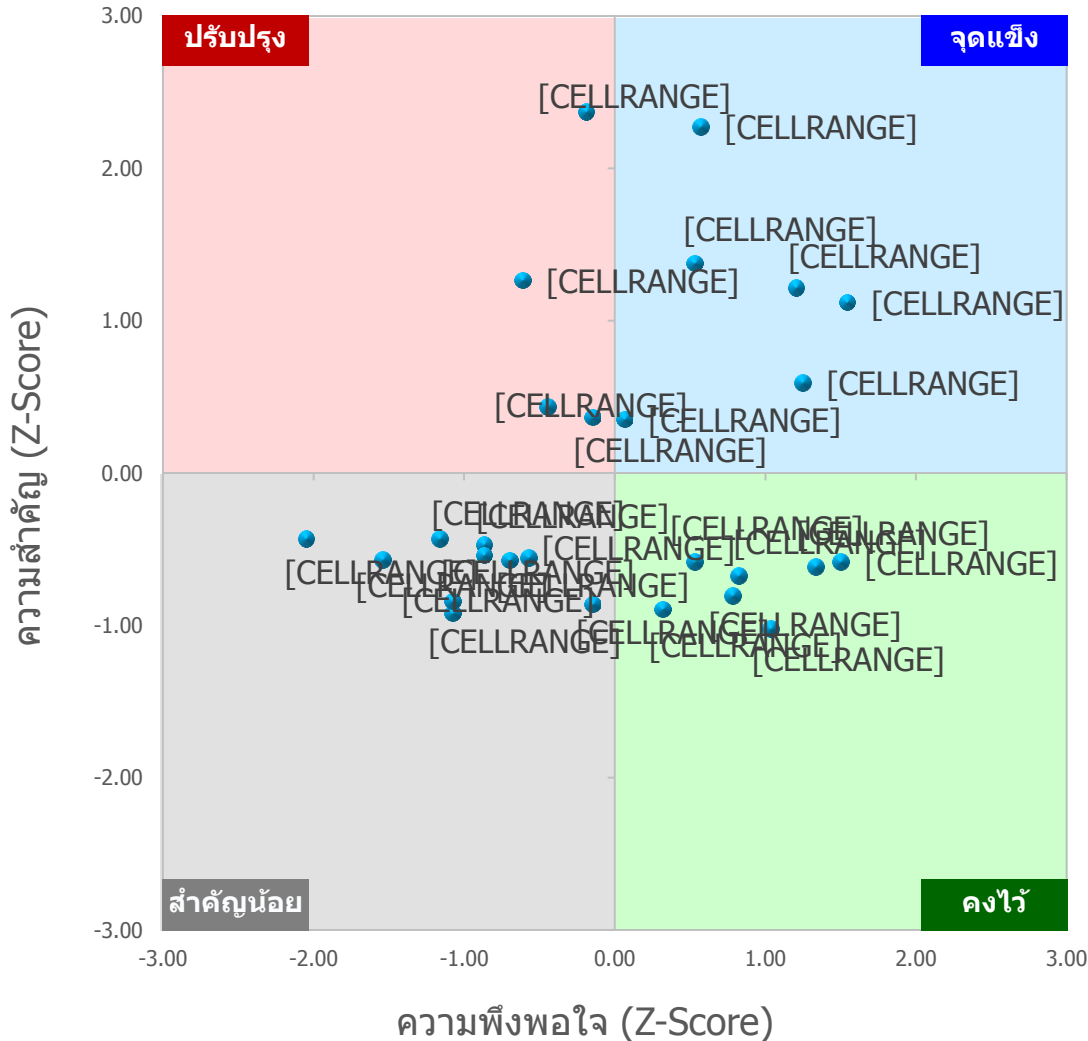
การวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา

สำหรับฝ่าย E: ฝ่ายอุตสาหกรรมการแสดงสินค้านานาชาติ



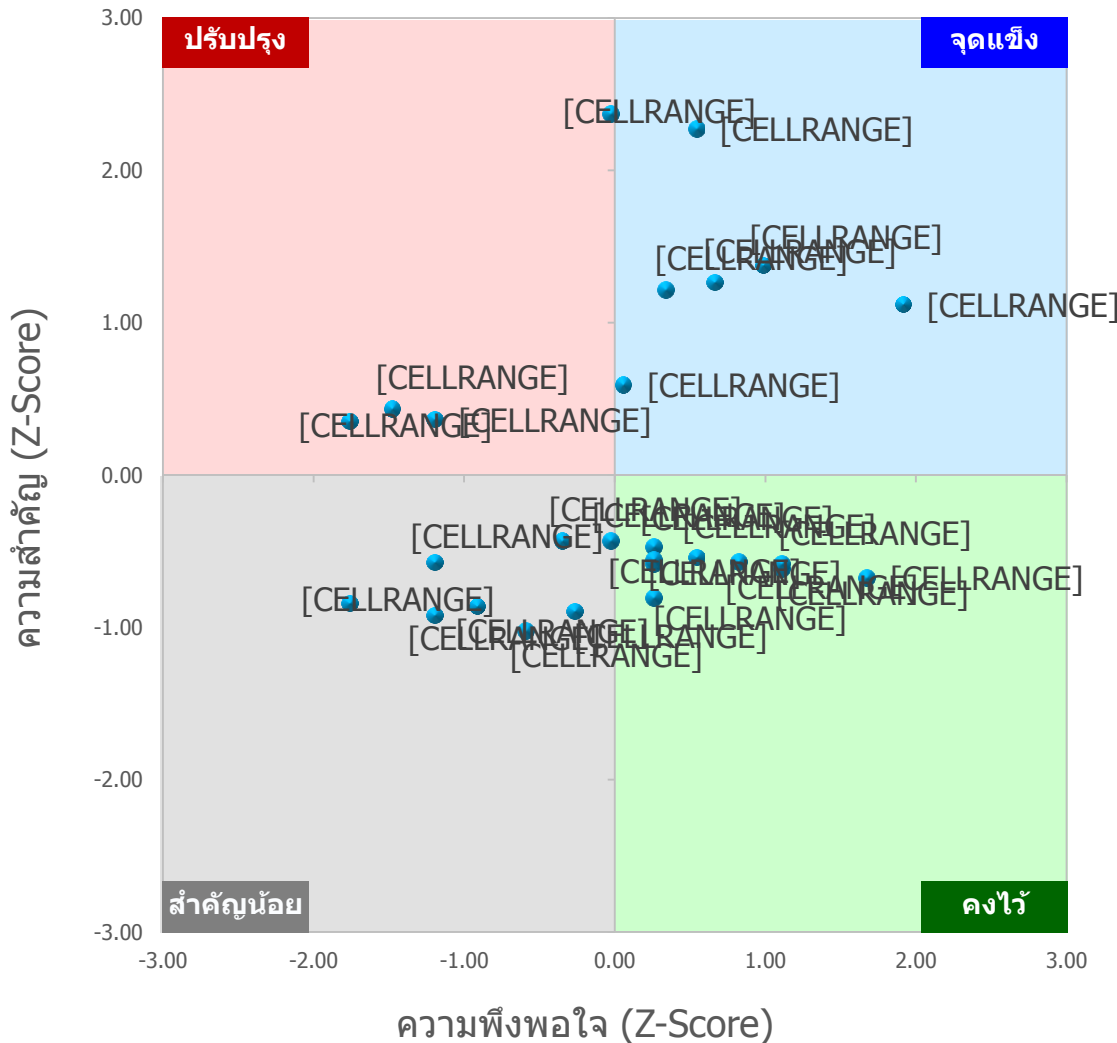
1. มีส่วนในการผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็น MICE Destination
2. มีส่วนในการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์
3. มีบทบาทในการกระตุ้นเศรษฐกิจและกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์
4. เป็นองค์กรหลักที่ทำให้ประเทศไทยเป็นผู้นำในภูมิภาคเอเชีย
5. มีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดที่หลากหลายตามความต้องการของผู้รับบริการ
6. มีการประชาสัมพันธ์องค์กร และอุตสาหกรรมไมซ์ ผ่านช่องทางต่างๆ
7. มีการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ ควบคู่ไปกับการนำเสนออัตลักษณ์ความเป็นไทย
8. มีการให้บริการด้านข้อมูลและองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมไมซ์
9. สนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ให้เทียบเท่าระดับสากล
10. ให้ความรู้แก่ผู้ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์แบบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
11. ให้ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่บุคลากร ประชาชน และผู้ประกอบการ
12. ส่งเสริมการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนของอุตสาหกรรมไมซ์
13. ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน
14. สนับสนุน และอำนวยความสะดวกกับผู้ประกอบธุรกิจ หน่วยงานภาครัฐและเอกชน
15. มีนโยบายและทิศทางที่ชัดเจนในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้า
16. ปฏิบัติงานได้คล่องตัว และมีประสิทธิภาพ เมื่อดำเนินการร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน
17. เปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์
18. มีภาพลักษณ์ที่สะท้อนการดำเนินงานระดับสากลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์
19. บุคลากรของ สสปน. มีความรู้ ความสามารถเหมาะสมในอุตสาหกรรมเป็นอย่างดี
20. บุคลากรของ สสปน. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและมีจิตบริการ
21. บุคลากรของ สสปน. มีมารยาท และมีบุคลิกภาพเรียบร้อยในการให้บริการ
22. บุคลากรของ สสปน. สามารถประสานงานได้อย่างรวดเร็วและมีความเป็นมืออาชีพ
23. บุคลากรของ สสปน. สามารถจัดการกับความขัดแย้งได้เป็นอย่างดี
24. บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส
25. บุคลากรของ สสปน. มีความเข้าใจในขั้นตอนและกระบวนการทำงานภายในเป็นอย่างดี
26. บุคลากรของ สสปน. มีความกระตือรือร้นในการแก้ปัญหาให้กับลูกค้าอย่างทันท่วงที
27. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดี

การวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา สำหรับฝ่าย D-MICE: ฝ่ายส่งเสริมตลาดในประเทศ



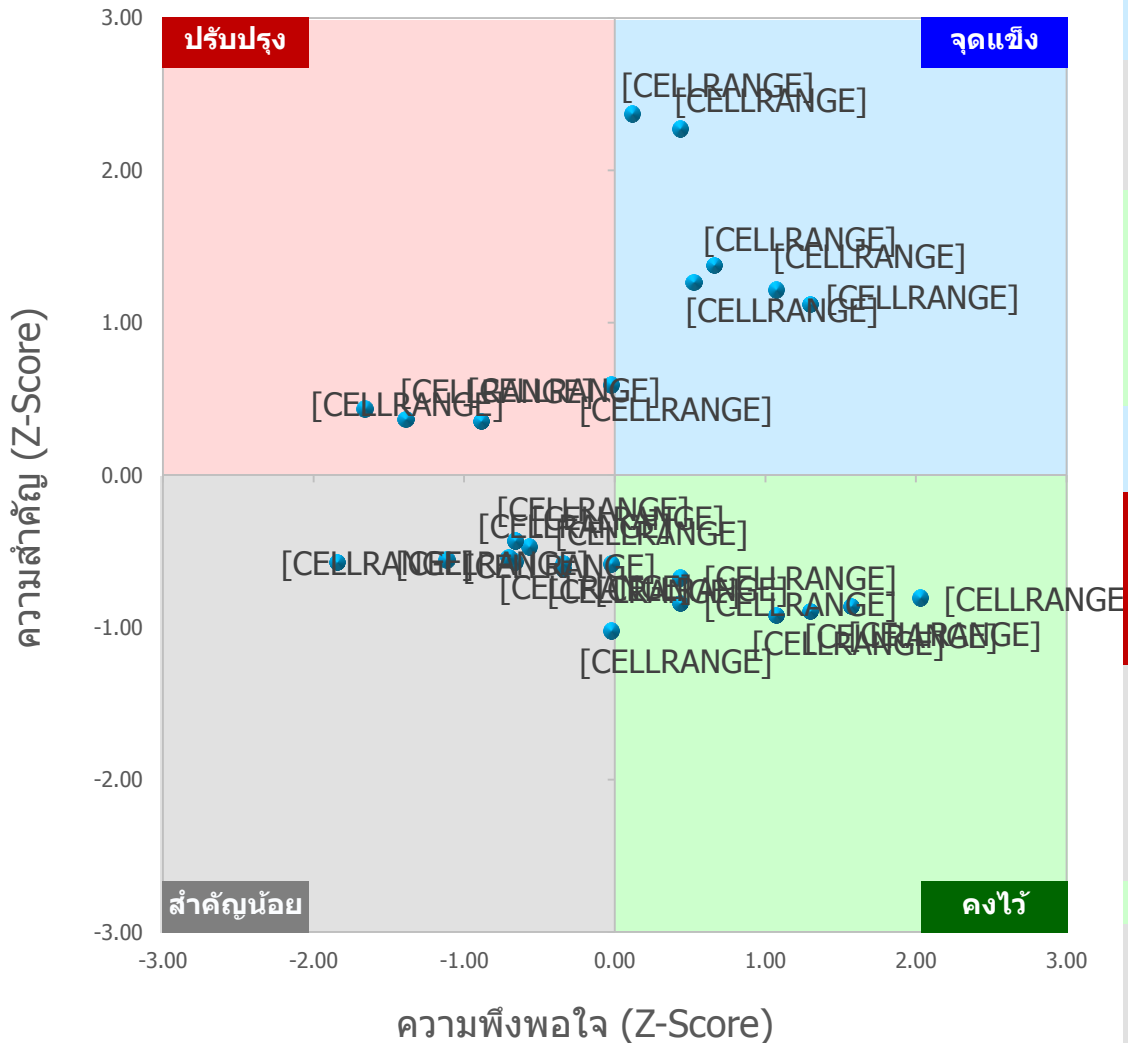
1. มีส่วนในการผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็น MICE Destination
2. มีส่วนในการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์
3. มีบทบาทในการกระตุ้นเศรษฐกิจและกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์
4. เป็นองค์กรหลักที่ทำให้ประเทศไทยเป็นผู้นำในภูมิภาคเอเชีย
5. มีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดที่หลากหลายตามความต้องการของผู้รับบริการ
6. มีการประชาสัมพันธ์ช่องทาง และอุตสาหกรรมไมซ์ ผ่านช่องทางต่างๆ
7. มีการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ ควบคู่ไปกับการนำเสนออัตลักษณ์ความเป็นไทย
8. มีการให้บริการด้านข้อมูลและองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมไมซ์
9. สนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ให้เทียบเท่าระดับสากล
10. ให้ความรู้แก่ผู้ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์แบบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
11. ให้ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่บุคลากร ประชาชน และผู้ประกอบการ
12. ส่งเสริมการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนของอุตสาหกรรมไมซ์
13. ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน
14. สนับสนุน และอำนวยความสะดวกกับผู้ประกอบธุรกิจ หน่วยงานภาครัฐและเอกชน
15. มีนโยบายและทิศทางที่ชัดเจนในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้า
16. ปฏิบัติงานได้คล่องตัว และมีประสิทธิภาพ เมื่อดำเนินการร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน
17. เปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์
18. มีภาพลักษณ์ที่สะท้อนการดำเนินงานระดับสากลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์
19. บุคลากรของ สสปน. มีความรู้ ความสามารถเหมาะสมในอุตสาหกรรมเป็นอย่างดี
20. บุคลากรของ สสปน. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและมีจิตบริการ
21. บุคลากรของ สสปน. มีมารยาท และมีบุคลิกภาพเรียบร้อยในการให้บริการ
22. บุคลากรของ สสปน. สามารถประสานงานได้อย่างรวดเร็วและมีความเป็นมืออาชีพ
23. บุคลากรของ สสปน. สามารถจัดการกับความขัดแย้งได้เป็นอย่างดี
24. บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส
25. บุคลากรของ สสปน. มีความเข้าใจในขั้นตอนและกระบวนการทำงานภายในเป็นอย่างดี
26. บุคลากรของ สสปน. มีความกระตือรือร้นในการแก้ปัญหาให้กับลูกค้าอย่างทันท่วงที
27. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดี

การวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา สำหรับฝ่าย MS: ฝ่ายการตลาด



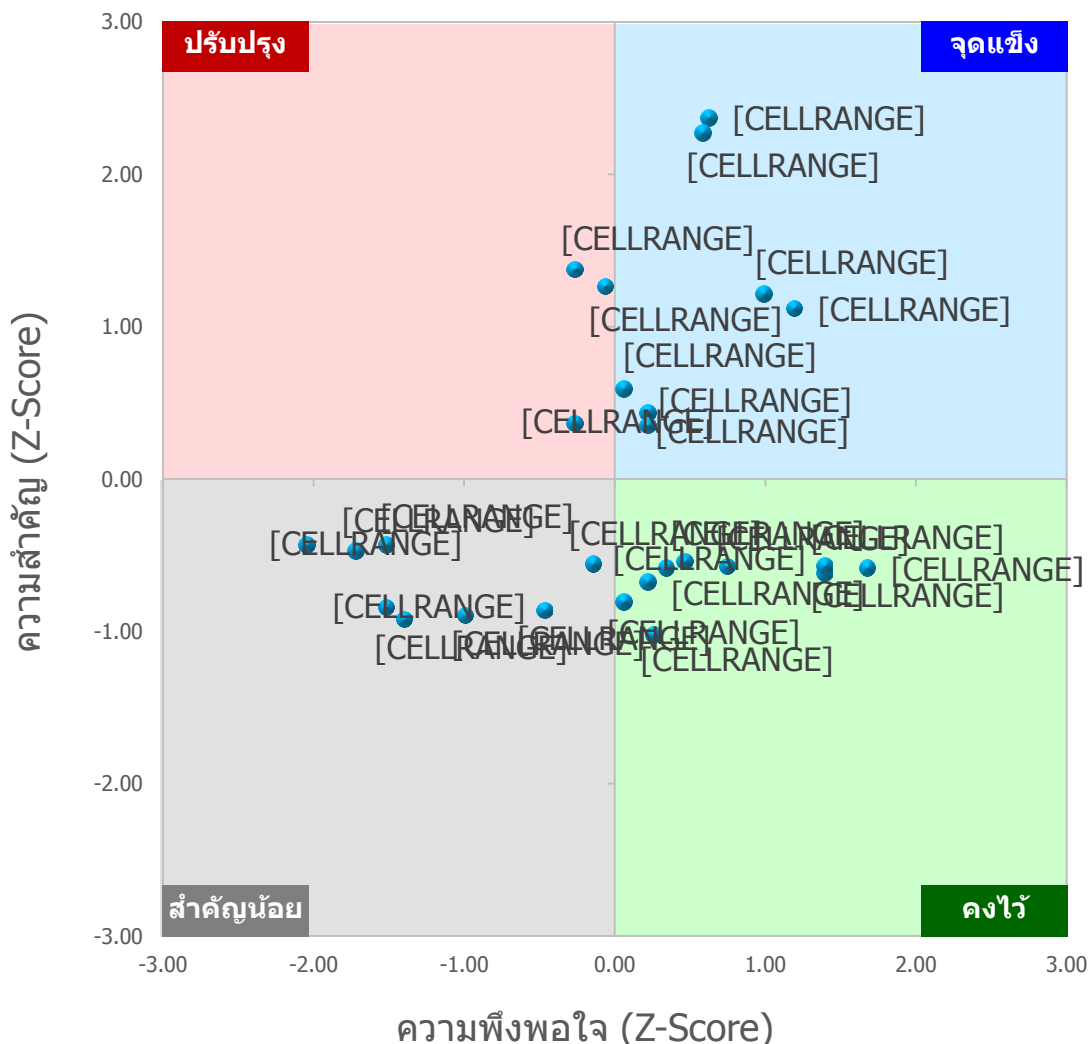
1. มีส่วนในการผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็น MICE Destination
2. มีส่วนในการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์
3. มีบทบาทในการกระตุ้นเศรษฐกิจและกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์
4. เป็นองค์กรหลักที่ทำให้ประเทศไทยเป็นผู้นำในภูมิภาคเอเชีย
5. มีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดที่หลากหลายตามความต้องการของผู้รับบริการ
6. มีการประชาสัมพันธ์องค์กร และอุตสาหกรรมไมซ์ ผ่านช่องทางต่างๆ
7. มีการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ ควบคู่ไปกับการนำเสนออัตลักษณ์ความเป็นไทย
8. มีการให้บริการด้านข้อมูลและองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมไมซ์
9. สนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ให้เทียบเท่าระดับสากล
10. ให้ความรู้แก่ผู้ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์แบบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
11. ให้ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่บุคลากร ประชาชน และผู้ประกอบการ
12. ส่งเสริมการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนของอุตสาหกรรมไมซ์
13. ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน
14. สนับสนุน และอำนวยความสะดวกกับผู้ประกอบธุรกิจ หน่วยงานภาครัฐและเอกชน
15. มีนโยบายและทิศทางที่ชัดเจนในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้า
16. ปฏิบัติงานได้คล่องตัว และมีประสิทธิภาพ เมื่อดำเนินการร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน
17. เปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์
18. มีภาพลักษณ์ที่สะท้อนการดำเนินงานระดับสากลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์
19. บุคลากรของ สสปน. มีความรู้ ความสามารถเหมาะสมในอุตสาหกรรมเป็นอย่างดี
20. บุคลากรของ สสปน. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและมีจิตบริการ
21. บุคลากรของ สสปน. มีมารยาท และมีบุคลิกภาพเรียบร้อยในการให้บริการ
22. บุคลากรของ สสปน. สามารถประสานงานได้อย่างรวดเร็วและมีความเป็นมืออาชีพ
23. บุคลากรของ สสปน. สามารถจัดการกับความขัดแย้งได้เป็นอย่างดี
24. บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส
25. บุคลากรของ สสปน. มีความเข้าใจในขั้นตอนและกระบวนการทำงานภายในเป็นอย่างดี
26. บุคลากรของ สสปน. มีความกระตือรือร้นในการแก้ปัญหาให้กับลูกค้าอย่างทันท่วงที
27. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดี

การวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา สำหรับฝ่าย MICE CAP: ฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมใหม่



1. มีส่วนในการผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็น MICE Destination
2. มีส่วนในการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์
3. มีบทบาทในการกระตุ้นเศรษฐกิจและกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์
4. เป็นองค์กรหลักที่ทำให้ประเทศไทยเป็นผู้นำในภูมิภาคเอเชีย
5. มีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดที่หลากหลายตามความต้องการของผู้รับบริการ
6. มีการประชาสัมพันธ์องค์กร และอุตสาหกรรมไมซ์ ผ่านช่องทางต่างๆ
7. มีการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ ควบคู่ไปกับการนำเสนออัตลักษณ์ความเป็นไทย
8. มีการให้บริการด้านข้อมูลและองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมไมซ์
9. สนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ให้เทียบเท่าระดับสากล
10. ให้ความรู้แก่ผู้ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์แบบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
11. ให้ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่บุคลากร ประชาชน และผู้ประกอบการ
12. ส่งเสริมการเจริญเติบโตที่ยั่งยืนของอุตสาหกรรมไมซ์
13. ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน
14. สนับสนุน และอำนวยความสะดวกกับผู้ประกอบธุรกิจ หน่วยงานภาครัฐและเอกชน
15. มีนโยบายและทิศทางที่ชัดเจนในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้า
16. ปฏิบัติงานได้คล่องตัว และมีประสิทธิภาพ เมื่อดำเนินการร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน
17. เปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์
18. มีภาพลักษณ์ที่สะท้อนการดำเนินงานระดับสากลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์
19. บุคลากรของ สสปน. มีความรู้ ความสามารถเหมาะสมในอุตสาหกรรมเป็นอย่างดี
20. บุคลากรของ สสปน. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและมีจิตบริการ
21. บุคลากรของ สสปน. มีมารยาท และมีบุคลิกภาพเรียบร้อยในการให้บริการ
22. บุคลากรของ สสปน. สามารถประสานงานได้อย่างรวดเร็วและมีความเป็นมืออาชีพ
23. บุคลากรของ สสปน. สามารถจัดการกับความขัดแย้งได้เป็นอย่างดี
24. บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส
25. บุคลากรของ สสปน. มีความเข้าใจในขั้นตอนและกระบวนการทำงานภายในเป็นอย่างดี
26. บุคลากรของ สสปน. มีความกระตือรือร้นในการแก้ปัญหาให้กับลูกค้าอย่างทันท่วงที
27. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดี

การวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา สำหรับฝ่าย GCA: ฝ่ายบริหารธุรกิจวิสาหกิจ



1. มีส่วนในการผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็น MICE Destination
2. มีส่วนในการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์
3. มีบทบาทในการกระตุ้นเศรษฐกิจและกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์
4. เป็นองค์กรหลักที่ทำให้ประเทศไทยเป็นผู้นำในภูมิภาคเอเชีย
5. มีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดที่หลากหลายตามความต้องการของผู้รับบริการ
6. มีการประชาสัมพันธ์ช่องทาง และอุตสาหกรรมไมซ์ ผ่านช่องทางต่างๆ
7. มีการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ ควบคู่ไปกับการนำเสนออัตลักษณ์ความเป็นไทย
8. มีการให้บริการด้านข้อมูลและองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมไมซ์
9. สนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ให้เทียบเท่าระดับสากล
10. ให้ความรู้แก่ผู้ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์แบบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
11. ให้ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่บุคลากร ประชาชน และผู้ประกอบการ
12. ส่งเสริมการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนของอุตสาหกรรมไมซ์
13. ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน
14. สนับสนุน และอำนวยความสะดวกกับผู้ประกอบธุรกิจ หน่วยงานภาครัฐและเอกชน
15. มีนโยบายและทิศทางที่ชัดเจนในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้า
16. ปฏิบัติงานได้คล่องตัว และมีประสิทธิภาพ เมื่อดำเนินการร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน
17. เปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์
18. มีภาพลักษณ์ที่สะท้อนการดำเนินงานระดับสากลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์
19. บุคลากรของ สสปน. มีความรู้ ความสามารถเหมาะสมในอุตสาหกรรมเป็นอย่างดี
20. บุคลากรของ สสปน. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและมีจิตบริการ
21. บุคลากรของ สสปน. มีมารยาท และมีบุคลิกภาพเรียบร้อยในการให้บริการ
22. บุคลากรของ สสปน. สามารถประสานงานได้อย่างรวดเร็วและมีความเป็นมืออาชีพ
23. บุคลากรของ สสปน. สามารถจัดการกับความขัดแย้งได้เป็นอย่างดี
24. บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส
25. บุคลากรของ สสปน. มีความเข้าใจในขั้นตอนและกระบวนการทำงานภายในเป็นอย่างดี
26. บุคลากรของ สสปน. มีความกระตือรือร้นในการแก้ปัญหาให้กับลูกค้าอย่างทันท่วงที
27. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดี

สิ่งที่ต้องปรับปรุง

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย						
		MI	C	E	D-MICE	MS	MICE CAP	GCA
ฐาน: ทั้งหมด	200	37	22**	42	19**	14**	43	23**
การพัฒนาธุรกิจ MICE								
<ul style="list-style-type: none"> มีส่วนในการผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็น MICE Destination มีส่วนในการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์ มีบทบาทในการกระตุ้นเศรษฐกิจและกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์ เป็นองค์กรหลักที่สามารถดำเนินงานและมีศักยภาพเพียงพอที่จะทำให้ประเทศไทยเป็นผู้นำด้านการประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติในภูมิภาคเอเชีย 								
การสนับสนุนด้านการตลาด								
<ul style="list-style-type: none"> มีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดที่หลากหลายตามความต้องการของผู้รับบริการ มีการประชาสัมพันธ์องค์กร และอุตสาหกรรมไมซ์ รวมถึงจัดทำและเผยแพร่ปฏิทินกิจกรรมไมซ์ประจำปีผ่านช่องทางต่างๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ สื่อโทรทัศน์ เป็นต้น มีการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ ควบคู่ไปกับการนำเสนอวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ความเป็นไทย 								
การพัฒนาขีดความสามารถ/เสริมสร้างรากฐาน								
<ul style="list-style-type: none"> มีการให้บริการด้านข้อมูลและองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมไมซ์ สนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ให้เทียบเท่าระดับสากล เช่น มาตรฐานสถานที่จัดงานประเภทห้องประชุมและนิทรรศการ Thailand MICE Venue Standard (TMVS) เป็นต้น ให้ความรู้ความเข้าใจแก่ผู้ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์แบบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่บุคลากรในภาครัฐ ประชาชน และผู้ประกอบการ โดยสม่ำเสมอ ส่งเสริมการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนของอุตสาหกรรมไมซ์ เช่น การผลักดันให้ผู้ประกอบการและผู้จัดงานผ่านการรับรองมาตรฐานด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน เป็นต้น 								

สิ่งที่ต้องปรับปรุง

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย						
		MI	C	E	D-MICE	MS	MICE CAP	GCA
ฐาน: ทั้งหมด	200	37	22**	42	19**	14**	43	23**
การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน								
○ ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน								
○ สนับสนุน และอำนวยความสะดวกกับผู้ประกอบธุรกิจ หน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในการจัดการประชุม นานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย								
กระบวนการภายใน/ลักษณะเฉพาะองค์กร								
○ มีนโยบายและทิศทางที่ชัดเจนในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง								
○ ปฏิบัติงานได้อย่างคล่องตัว และมีประสิทธิภาพ เมื่อดำเนินการร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน								
○ เปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ และรับฟังความคิดเห็นเพื่อนำมาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง								
○ มีระบบงานและภาพลักษณ์ที่สะท้อนการดำเนินงานระดับสากลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์								
การพัฒนาขีดความสามารถ/เสริมสร้างรากฐาน								
○ บุคลากรของ สสปน. มีความรู้ ความสามารถเหมาะสมในอุตสาหกรรมและมีความเข้าใจในวิธีการจัดงานอีเวนต์ (Event) ต่างๆ เป็นอย่างดี								
○ บุคลากรของ สสปน. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและมีจิตบริการ								
○ บุคลากรของ สสปน. มีมารยาท และมีบุคลิกภาพเรียบร้อยในการให้บริการ								
○ บุคลากรของ สสปน. สามารถประสานงานได้อย่างรวดเร็วและมีความเป็นมืออาชีพ								
○ บุคลากรของ สสปน. สามารถจัดการกับความขัดแย้งหรือสถานการณ์ต่างๆ ที่ยุ่งยากได้เป็นอย่างดี								
○ บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส								
○ บุคลากรของ สสปน. มีความเข้าใจในขั้นตอนและกระบวนการทำงานภายในเป็นอย่างดี								
○ บุคลากรของ สสปน. มีความกระตือรือร้นในการแก้ปัญหาให้กับลูกค้าและมีการตอบสนองปัญหาของลูกค้าอย่างทันท่วงที								
○ บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิดได้เป็นอย่างดี								

ตัวอย่างเสียงสะท้อนจากผู้รับบริการจากฝ่ายต่าง ๆ ของ สสปน. ในเรื่อง กระบวนการภายในองค์กร

“

ขั้นตอน ลักษณะการทำงาน ของแต่ละแผนกมี ความแตกต่างอย่างเห็นได้ชัด บางแผนกมี ความชัดเจนถึงลำดับขั้นตอน วันเวลาการแจ้ง ผลการนำเสนอ ขณะที่อีกแผนกไม่มีการ ดำเนินการอย่างชัดเจน ทั้ง ๆ ที่เป็นลักษณะ การนำเสนอแผนงานเหมือนกัน

”

“

กฎระเบียบไม่ได้สอดคล้องกับผู้ขอใช้บริการ ทุกกลุ่ม ความแบ่ง sector ทั้งในเชิงขนาด ขององค์กรผู้ให้บริการและอุตสาหกรรมที่ ผู้รับบริการอยู่รวมถึง ความใหม่เก่าใน อุตสาหกรรมไมซ์

”



**ฝ่าย: E: ฝ่ายอุตสาหกรรม
การแสดงสินค้านานาชาติ**



**ฝ่าย: E: ฝ่ายอุตสาหกรรม
การแสดงสินค้านานาชาติ**

ตัวอย่างเสียงสะท้อนจากผู้รับบริการจากฝ่ายต่าง ๆ ของ สสปน. ในเรื่อง การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน

“

การประสานงานติดต่อระหว่างหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนยังไม่ดี ซึ่งอาจเนื่องมาจากหน่วยงานภาครัฐของไทยบางหน่วยงานยังเชื่องช้าติดกับอยู่ในกฎข้อระเบียบนำมาเป็นข้ออ้าง จึงทำให้ไม่สามารถพัฒนาประเทศให้ทัดเทียม

”

“

ในเรื่องของการประสานงานระหว่างภาคเอกชนมีความไม่ต่อเนื่อง และในเรื่องของการประสานงานภายในองค์กรยังไม่ดีพอ ทำให้งานบางอย่างที่ต้องการความรวดเร็วเลยล่าช้า

”



**ฝ่าย: C: ฝ่ายส่งเสริมการจัด
ประชุมนานาชาติ**



**ฝ่าย: D-MICE: ฝ่าย
ส่งเสริมตลาดในประเทศ**

ส่วนที่ 5:

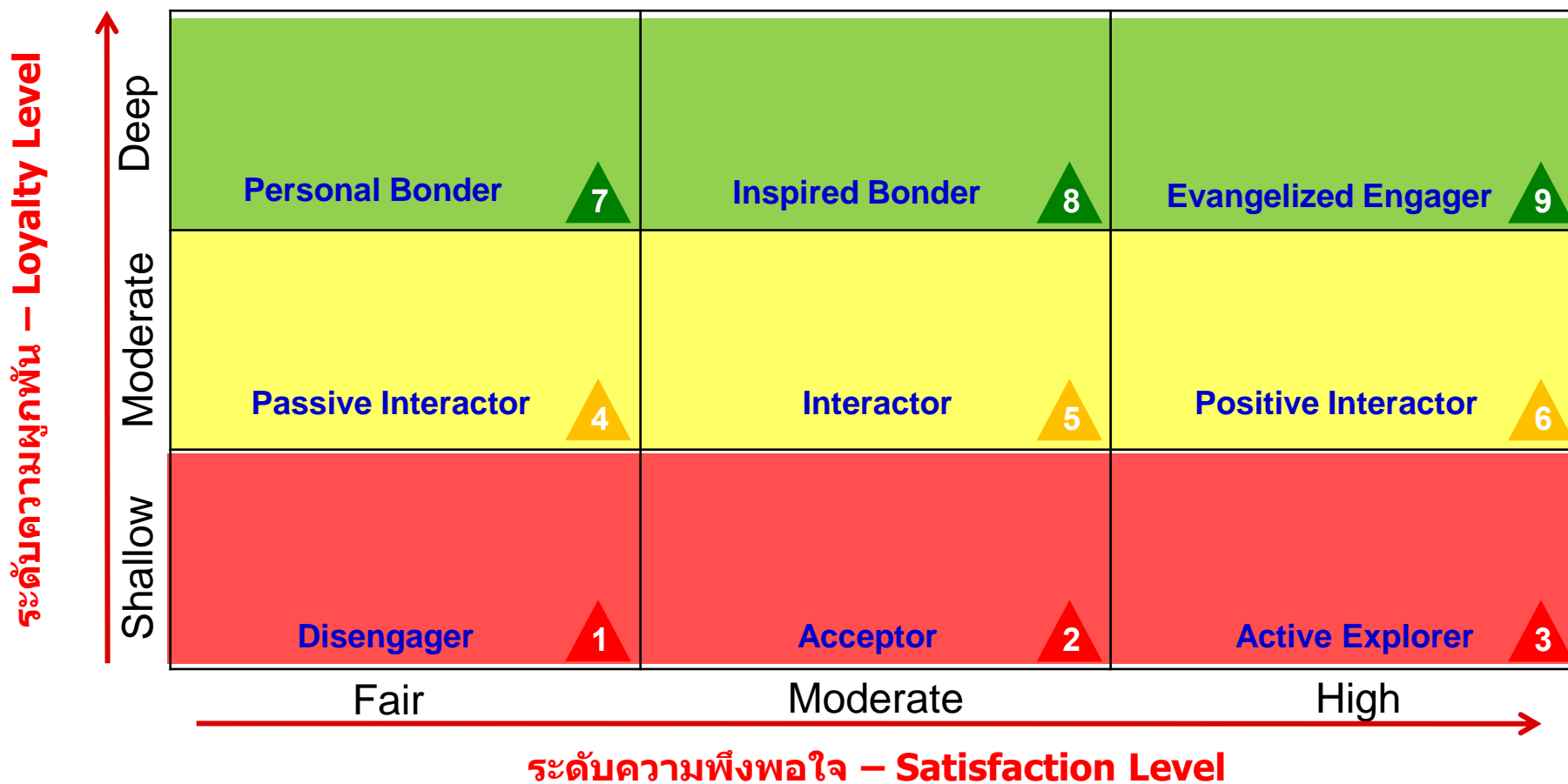
ข้อมูลสรุปความผูกพันกับองค์กร (Brand Engagement Model)

ความผูกพันกับองค์กร

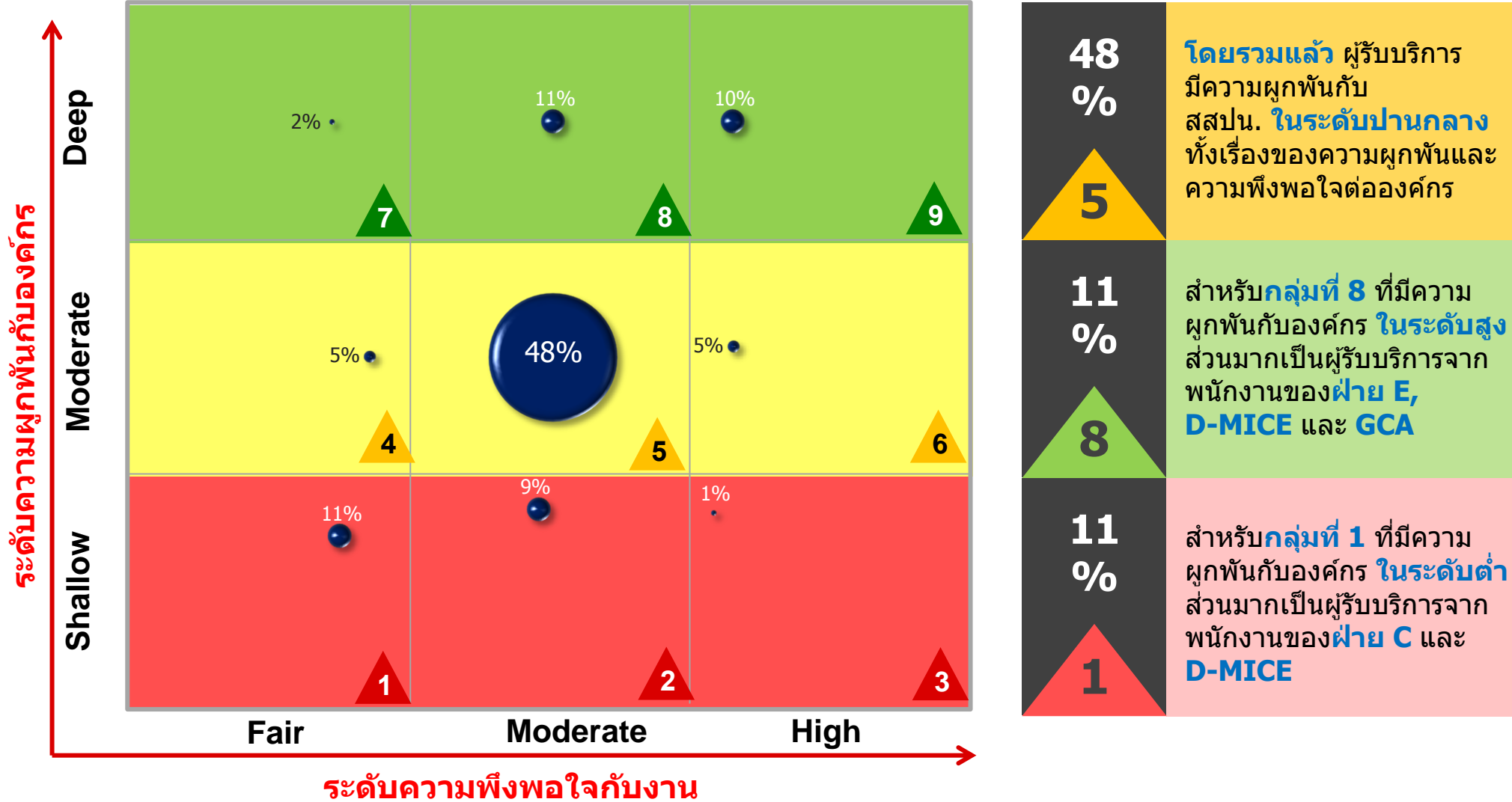
(Customer Engagement Model)

จากการใช้เครื่องมือการวิเคราะห์ความผูกพันของผู้เกี่ยวข้องต่อองค์กร (Customer Engagement Model) ที่บริษัท อินเทล พัฒนาขึ้น จะสามารถแบ่งผู้เข้าร่วมการวิจัยออกเป็น 9 กลุ่มเพื่อการ

- **ชี้วัดระดับความผูกพัน**
- **ชี้วัดว่าปัจจัยใดที่มีผลต่อความผูกพัน**

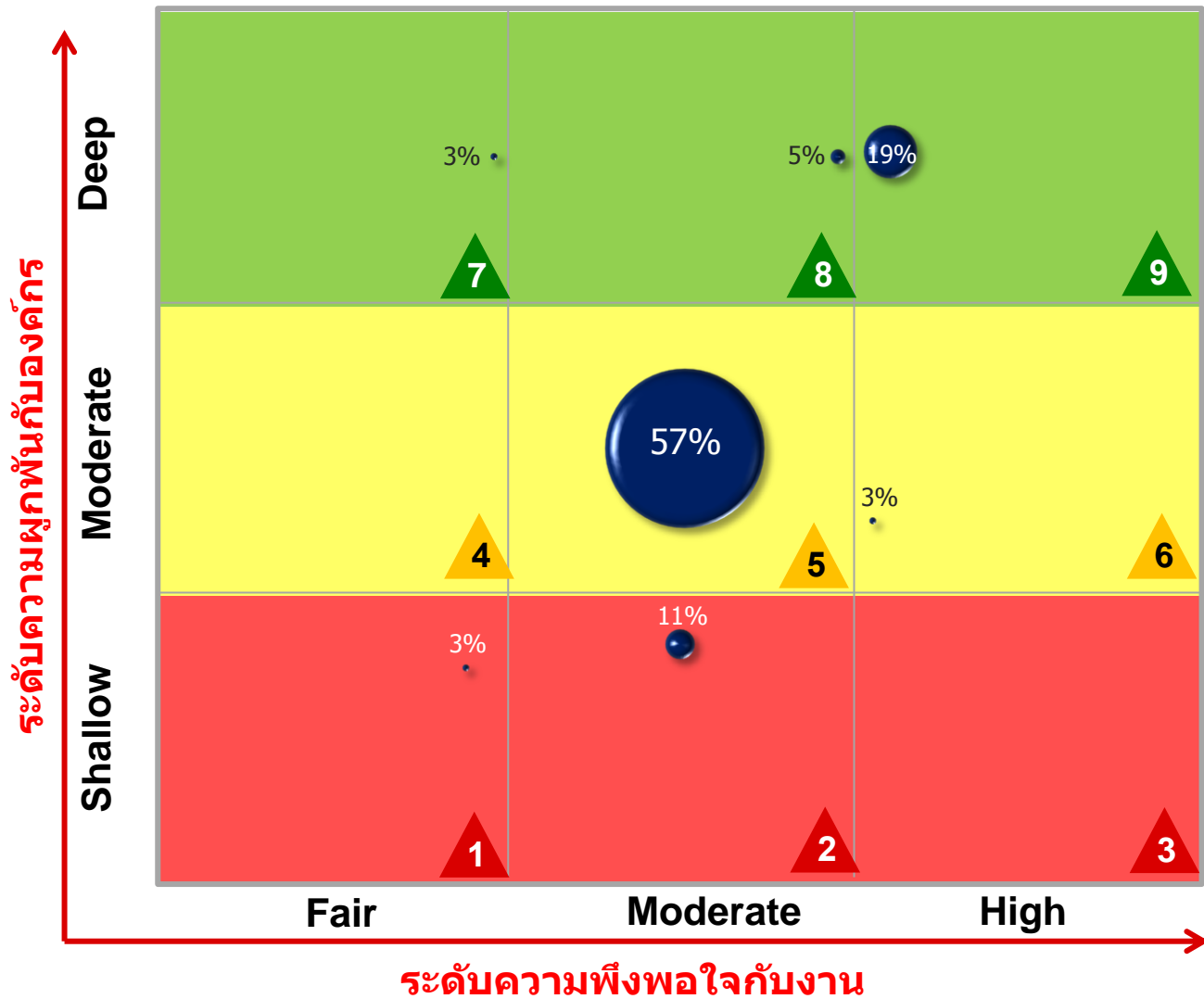


ความผูกพันของลูกค้ากับ สสปน. (Customer Engagement Model) โดยรวม



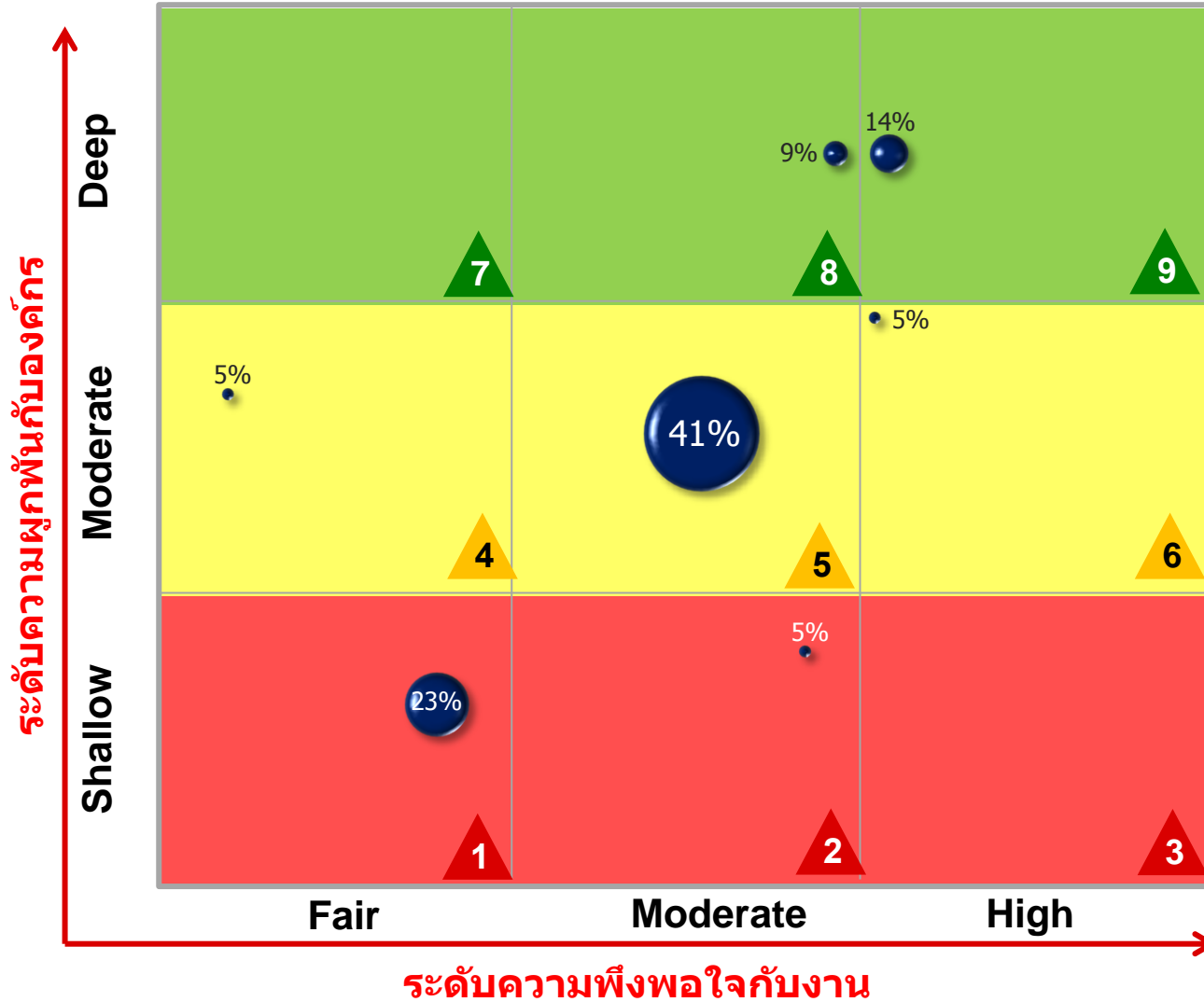
ความผูกพันของลูกค้ากับ สสปน. (Customer Engagement Model)

สำหรับฝ่าย MI: ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล



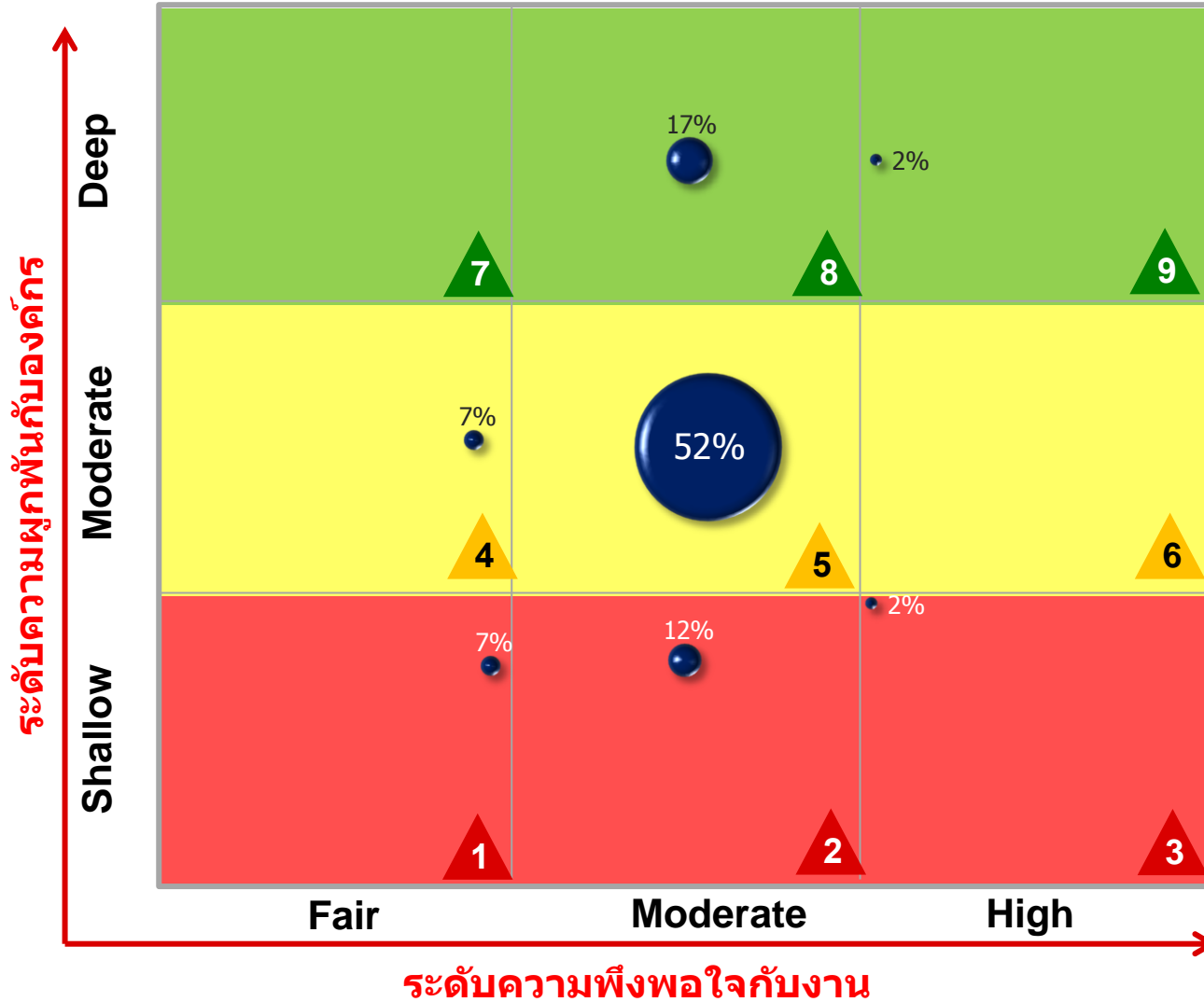
ความผูกพันของลูกค้ากับ สสปน. (Customer Engagement Model)

สำหรับฝ่าย C: ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ

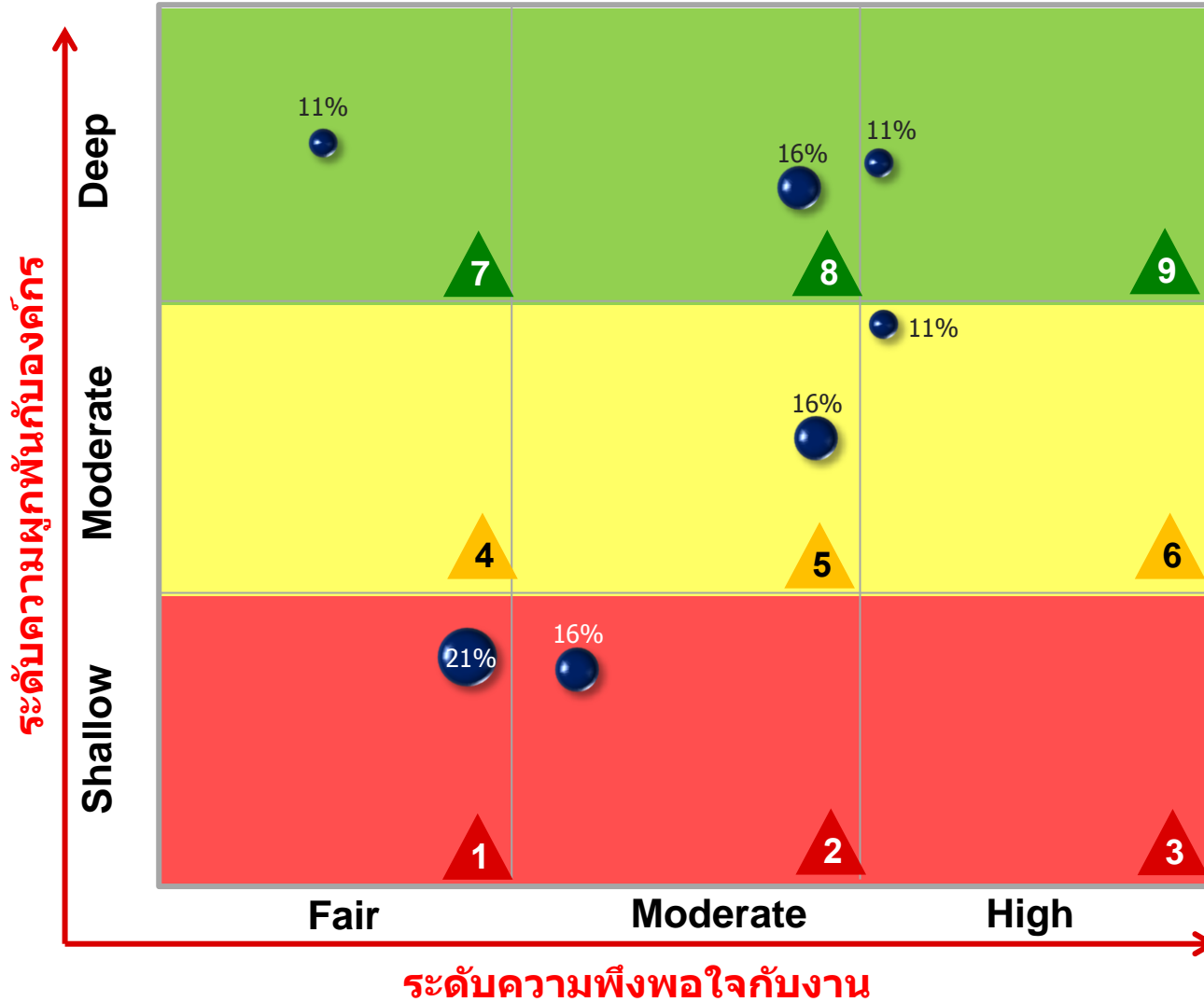


ความผูกพันของลูกค้ากับ สสปน. (Customer Engagement Model)

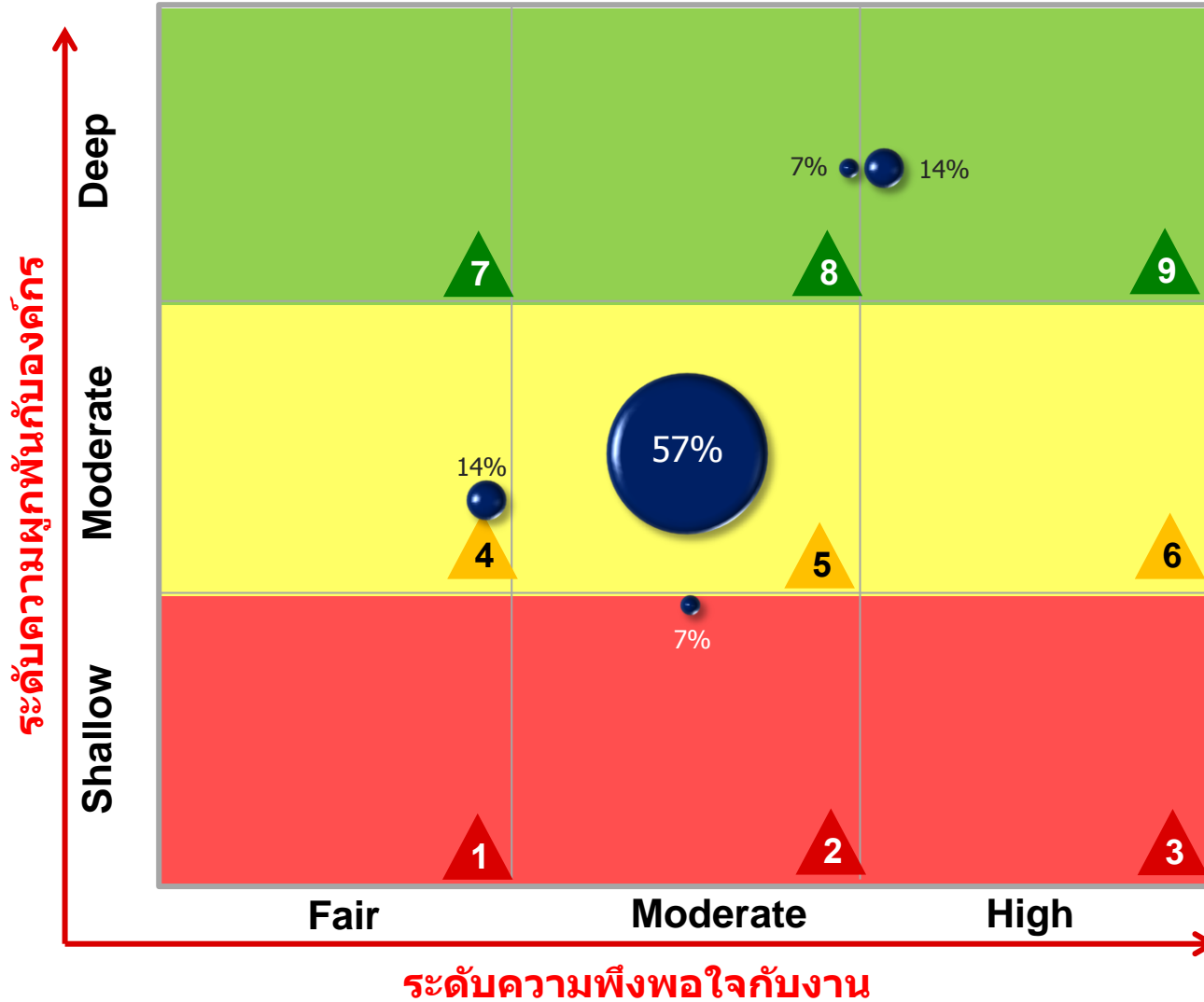
สำหรับฝ่าย E: ฝ่ายอุตสาหกรรมการแสดงสินค้านานาชาติ



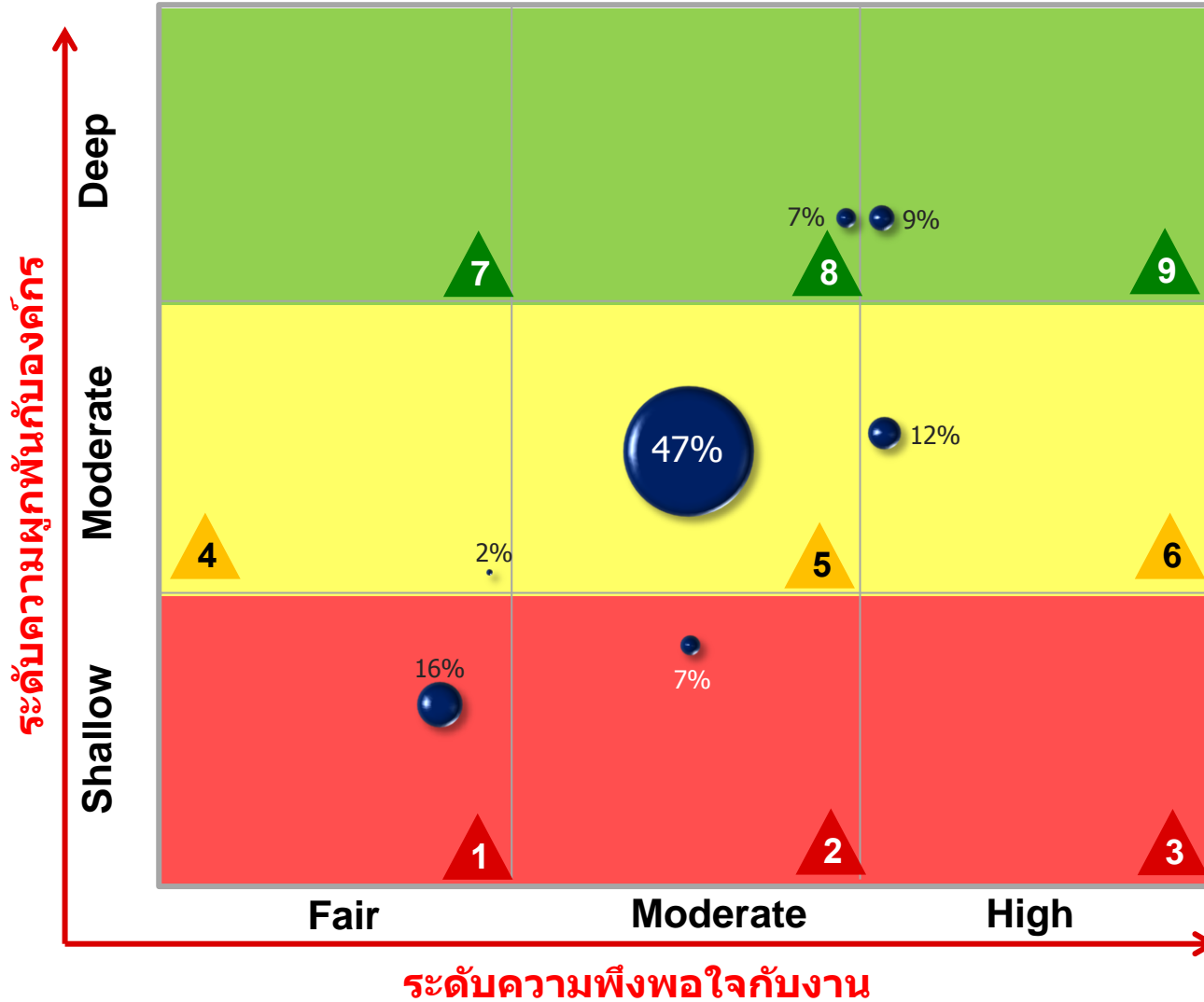
ความผูกพันของลูกค้ากับ สสปน. (Customer Engagement Model) สำหรับฝ่าย D-MICE: ฝ่ายส่งเสริมตลาดในประเทศ



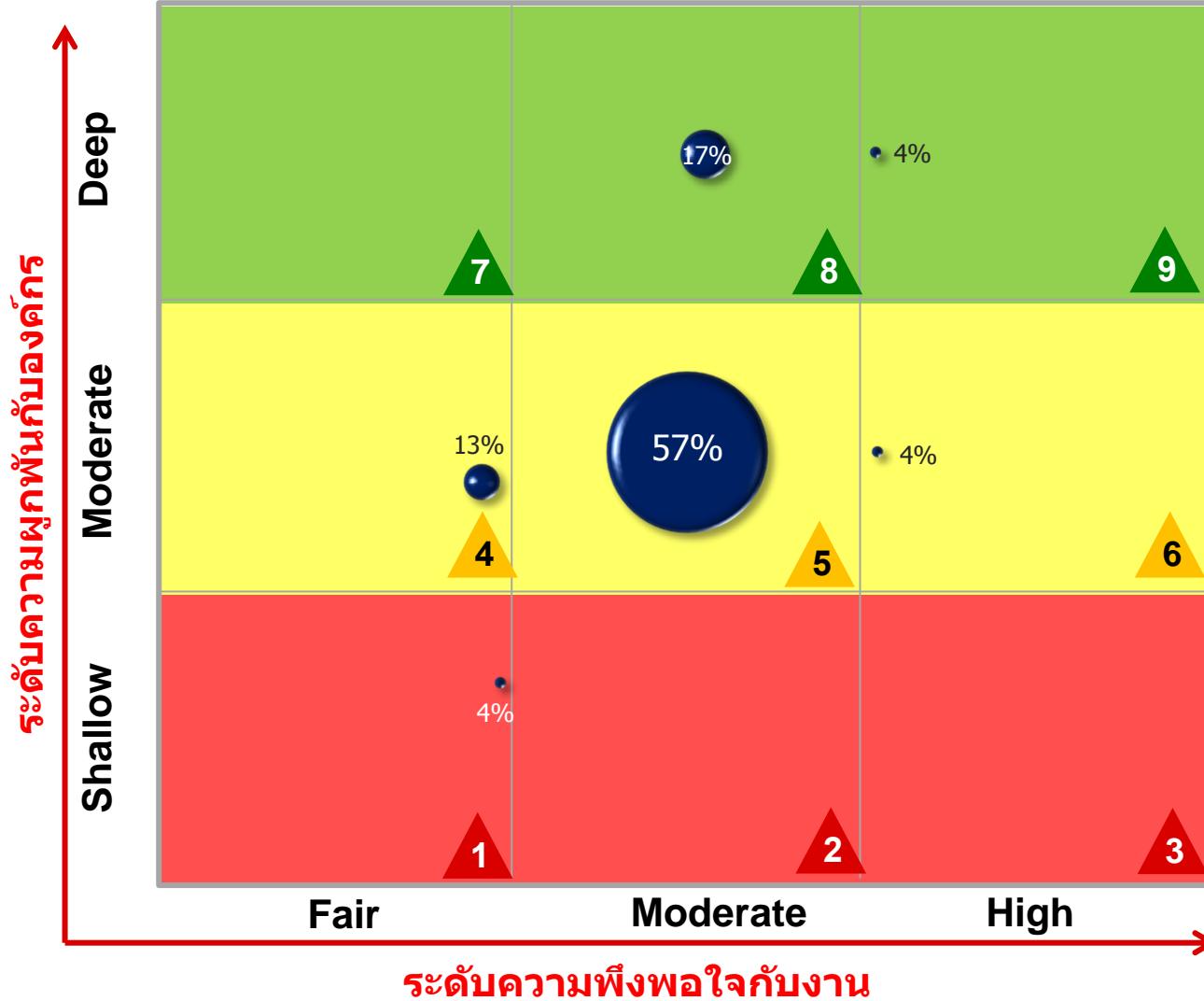
ความผูกพันของลูกค้ากับ สสปน. (Customer Engagement Model) สำหรับฝ่าย MS: ฝ่ายการตลาด



ความผูกพันของลูกค้ากับ สสปน. (Customer Engagement Model) สำหรับฝ่าย MICE CAP: ฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมใหม่

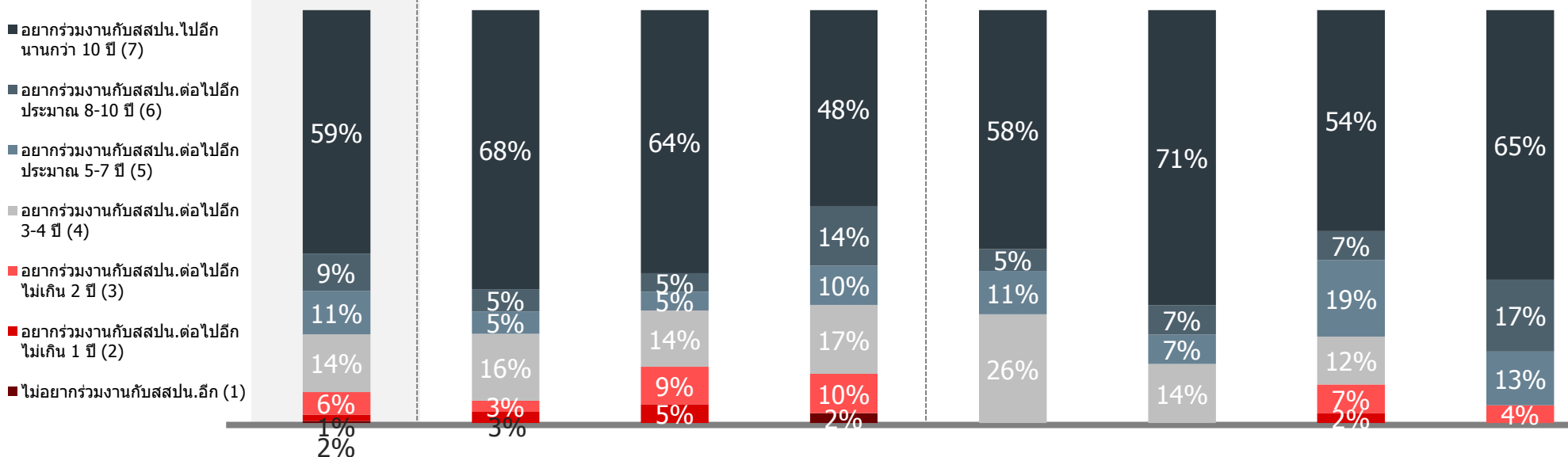


ความผูกพันของลูกค้ากับ สสปน. (Customer Engagement Model) สำหรับฝ่าย GCA: ฝ่ายบริหารรัฐกิจวิสาหกิจ



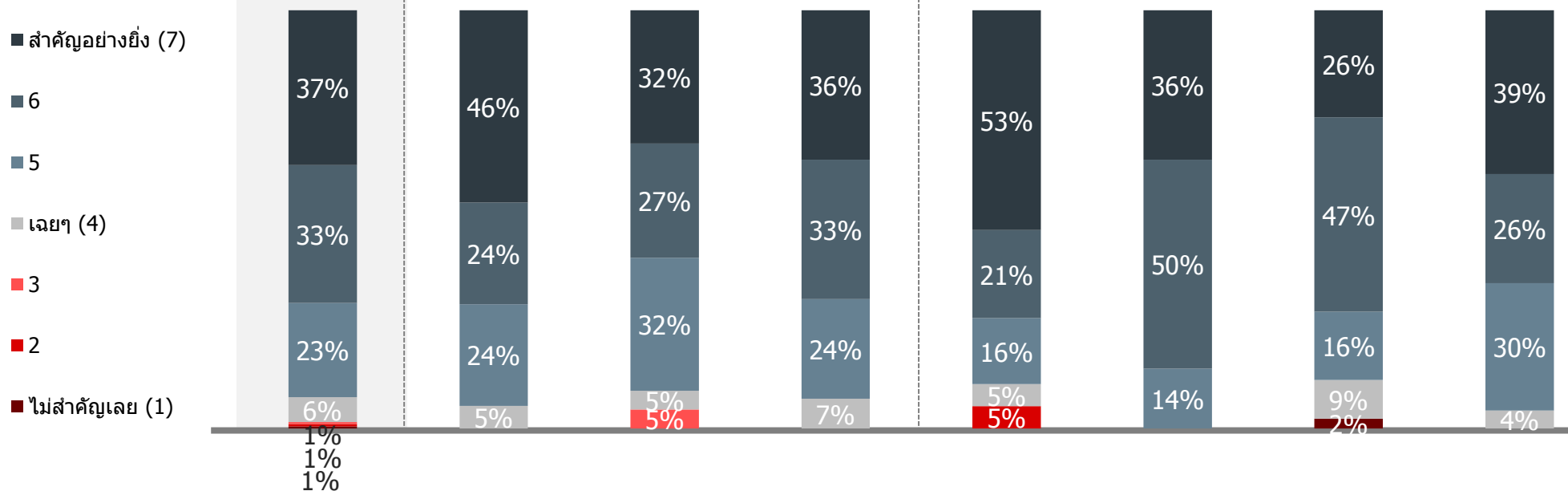
ความรู้สึกที่มีต่อการร่วมงานกับ สสปน. ในอนาคต

ตาราง ความพึงพอใจ โดยรวม	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย						
		MI: ฝ่าย ส่งเสริมการ จัดประชุมและ การท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล	C: ฝ่าย ส่งเสริมการ จัดประชุม นานาชาติ	E: ฝ่าย อุตสาหกรรม การแสดง สินค้า นานาชาติ	D-MICE: ฝ่าย ส่งเสริมตลาด ในประเทศ	MS: ฝ่าย การตลาด	MICE CAP: ฝ่ายพัฒนา ศักยภาพ อุตสาหกรรม ใหม่	GCA: ฝ่าย บริหารรัฐกิจ วิสาหกิจ
ฐาน: ทั้งหมด	200	37	22**	42	19**	14**	43	23**
ค่าเฉลี่ย	5.96	6.11	5.86	5.64	5.95	6.36	5.81	6.39
ร้อยละ 3 ระดับบน	78.5	78.4	72.7	71.4	73.7	85.7	79.1	95.7



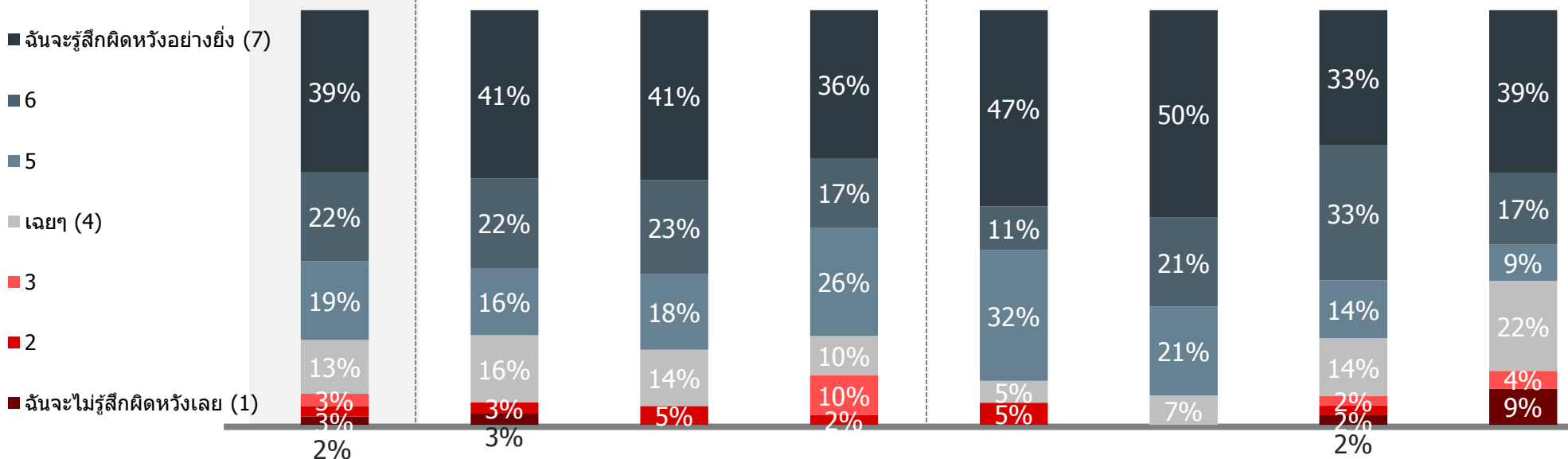
ระดับความสำคัญของการตัดสินใจทำงานร่วมกับ สสปน.

ตารางความพึงพอใจโดยรวม	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย						
		MI: ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	C: ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ	E: ฝ่ายอุตสาหกรรม การแสดงสินค้านานาชาติ	D-MICE: ฝ่ายส่งเสริมตลาดในประเทศ	MS: ฝ่ายการตลาด	MICE CAP: ฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมใหม่	GCA: ฝ่ายบริหารรัฐกิจวิสาหกิจ
ฐาน: ทั้งหมด	200	37	22**	42	19**	14**	43	23**
ค่าเฉลี่ย	5.97	6.11	5.77	5.98	6.05	6.21	5.79	6.00
ร้อยละ 3 ระดับบน	92.5	94.6	90.9	92.9	89.5	100.0	88.4	95.7



ระดับความรู้สึกผิดหวัง ถ้าไม่ได้ร่วมงานกับ สสปน. อีก

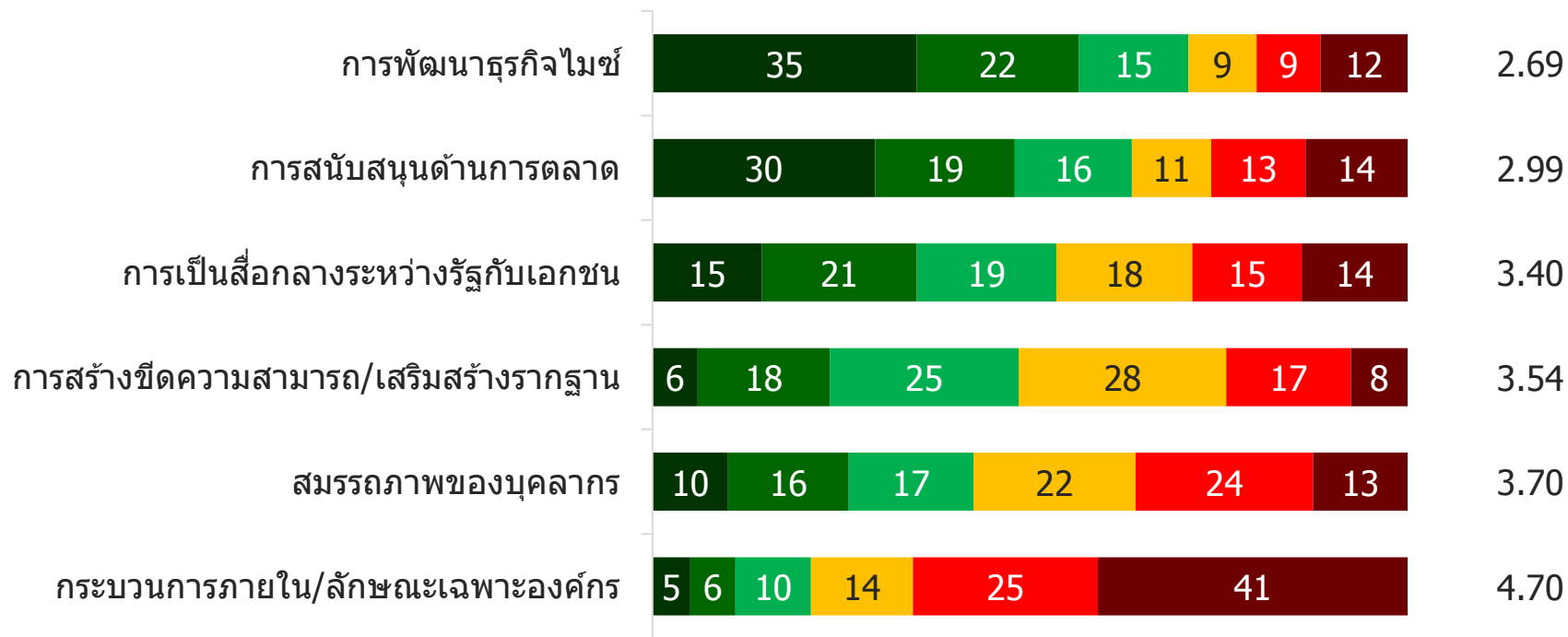
ตารางความพึงพอใจโดยรวม	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย						
		MI: ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	C: ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ	E: ฝ่ายอุตสาหกรรม การแสดงสินค้านานาชาติ	D-MICE: ฝ่ายส่งเสริมตลาดในประเทศ	MS: ฝ่ายการตลาด	MICE CAP: ฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมใหม่	GCA: ฝ่ายบริหารรัฐกิจวิสาหกิจ
ฐาน: ทั้งหมด	200	37	22**	42	19**	14**	43	23**
ค่าเฉลี่ย	5.65	5.68	5.77	5.52	5.84	6.14	5.63	5.30
ร้อยละ 3 ระดับบน	79.5	78.4	81.8	78.6	89.5	92.9	79.1	65.2



เหตุผลที่ทำให้ยากร่วมงานกับ สสปน. (โดยรวม)

ข้อมูลในกราฟแสดงเป็น ร้อยละ

อันดับ
โดยเฉลี่ย



■ อันดับที่ 1 ■ อันดับที่ 2 ■ อันดับที่ 3 ■ อันดับที่ 4 ■ อันดับที่ 5 ■ อันดับที่ 6

เหตุผลที่ทำให้อยากร่วมงานกับ สสปน. (โดยรวม)

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

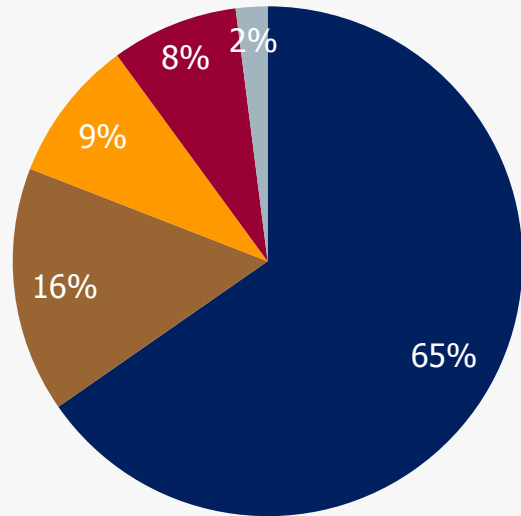
ข้อมูลในตาราง แสดงเป็น อันดับโดยเฉลี่ย	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย						
		MI: ฝ่าย ส่งเสริมการจัด ประชุมและการ ท่องเที่ยวเพื่อ เป็นรางวัล	C: ฝ่าย ส่งเสริมการจัดประชุม นานาชาติ	E: ฝ่าย อุตสาหกรรม การแสดง สินค้า นานาชาติ	D-MICE: ฝ่ายส่งเสริม ตลาดใน ประเทศ	MS: ฝ่าย การตลาด	MICE CAP: ฝ่ายพัฒนา ศักยภาพ อุตสาหกรรม ใหม่	GCA: ฝ่าย บริหารรัฐกิจ วิสาหกิจ
ฐาน: ทั้งหมด	200	37	22**	42	19**	14**	43	23**
การพัฒนาธุรกิจใหม่	2.69	2.24	2.55	2.76	3.68	2.36	3.00	2.22
การสนับสนุนด้านการตลาด	2.99	2.51	2.82	2.02	3.21	2.43	3.58	4.70
การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	3.40	3.27	3.59	3.57	3.26	3.50	3.77	2.43
การสร้างขีดความสามารถ/เสริมสร้างรากฐาน	3.54	3.65	3.86	3.48	3.53	3.43	3.26	3.74
สมรรถภาพของบุคลากร	3.70	4.38	3.36	3.95	3.42	4.21	3.07	3.57
กระบวนการภายใน/ลักษณะเฉพาะองค์กร	4.70	4.95	4.82	5.21	3.89	5.07	4.33	4.35

ส่วนที่ 6:

ข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์

ข้อมูลทั่วไป

สังกัดของหน่วยงานภายนอก

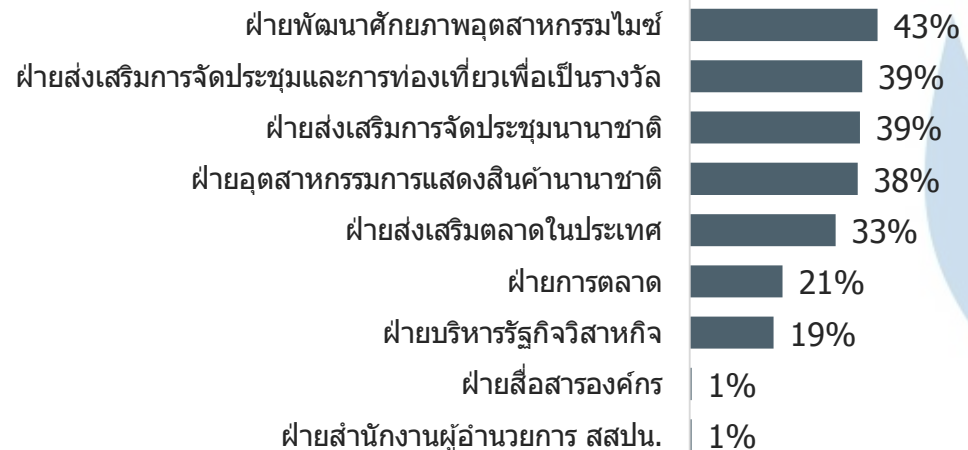


- ผู้ประกอบการเอกชน
- หน่วยงานภาครัฐ
- สมาคม/ องค์กรอิสระ
- ภาคการศึกษา
- อื่นๆ

บทบาทของหน่วยงานภายนอกที่ติดต่อกับ สสปน.



ฝ่ายของ สสปน. ที่ติดต่อกับหน่วยงานภายนอก



Know Today Power Tomorrow

Global network

Real-time interview

Intelligence

Brand SPACE

COMMUNITY

Facial Decoding . HYBRID

unconscious

Inspiration

MyReco

Engagement Suite

Listening tools

Social Listening



Facial Decoding

science

Shoppers

Latent needs

Culture

INTAGE ACADEMY

Solutions

Innovation

Semiotics

STRATEGY

Workshop

Employee Engagement

International Standard

No 1 in Japan, No 1 in Asia

Global Foresight, Local Insight

INTAGE Offices
Asian Partners
Network Countries

- **No.1 in Japan and No.1 in Asia**
- Over 50 years of experience
- Global presence
- Employees over 2,000 professionals



INTAGE (Thailand) Co., Ltd.