

นำเสนอ: สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

รายงาน

โครงการสำรวจความพึงพอใจต่อการให้บริการของ
สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
ประจำปีงบประมาณ 2562

Full Report: 2019 TCEB Customer Satisfaction Survey

31 สิงหาคม 2562

สารบัญ

บทนำ

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยโดยละเอียด

อ้างอิง

หน้า

3

9

19

23

บทนำ

ผลสรุปสำหรับผู้บริหาร



วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อการให้บริการของกลุ่มผู้รับบริการจาก สสปน.
2. เพื่อศึกษาความต้องการของผู้รับบริการ และการให้ความสำคัญในแต่ละมิติที่ สสปน. ให้บริการของผู้รับบริการ และความต้องการอื่นๆที่ผู้รับบริการยังไม่ได้รับการตอบสนอง
3. เพื่อวิเคราะห์ Need Gap Analysis ระหว่างความคาดหวังกับสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับจาก สสปน.
4. เพื่อประเมินภาพรวมการให้บริการของ สสปน. โดยเปรียบเทียบกับผลงานในปีที่ผ่านมา
5. เพื่อสำรวจความต้องการที่จำเป็น (Needs Assessment) ของประเด็นที่สอดคล้องกับพันธกิจและบริการ หรือทิศทางการดำเนินงานที่ สสปน. มุ่งเน้น พร้อมวิเคราะห์ และจัดทำแผนปรับปรุงการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการให้ตอบโจทยตรงใจให้เกิดประโยชน์สูงสุด

ผลสรุปสำหรับผู้บริหาร

- ✓ ผลประเมินและวิเคราะห์ความพึงพอใจในเชิงสถิติจากผู้รับบริการ โดยเปรียบเทียบกับผลงานในปีที่ผ่านมา
- ✓ จุดแข็ง และจุดอ่อนของ สสปน. ในมุมมองของผู้รับบริการ (สสปน. SWOT analysis)
- ✓ สรุปความคาดหวังจากผู้รับบริการกลุ่ม MICE Supporters และ MICE Beneficiaries ทั้งที่ได้รับการตอบสนอง และยังไม่ได้รับการตอบสนองผ่านโมเดล Needs Assessment & Need Gap Analysis ในประเด็นที่สอดคล้องกับพันธกิจและบริการ หรือทิศทางที่ สสปน. มุ่งเน้น
- ✓ ผลวิเคราะห์และข้อเสนอเชิงกลยุทธ์ผ่านโมเดลเฉพาะของทางอินเทล ประเทศไทย Brand Engagement Model™ และการทำ Solution Workshop ร่วมกับกลุ่มคนทำงานฝ่ายต่างๆใน สสปน.

ข้อเสนอเชิงกลยุทธ์ เพื่อเพิ่มความพึงพอใจในปีถัดๆไป และเพิ่มความผูกพันของผู้รับบริการกับ สสปน. ผ่าน INTAGE Brand Engagement Model™ และการทำ Solution Workshop

ความพึงพอใจ
ต่อสสปน.

ความคิดเห็น
ต่อสสปน.

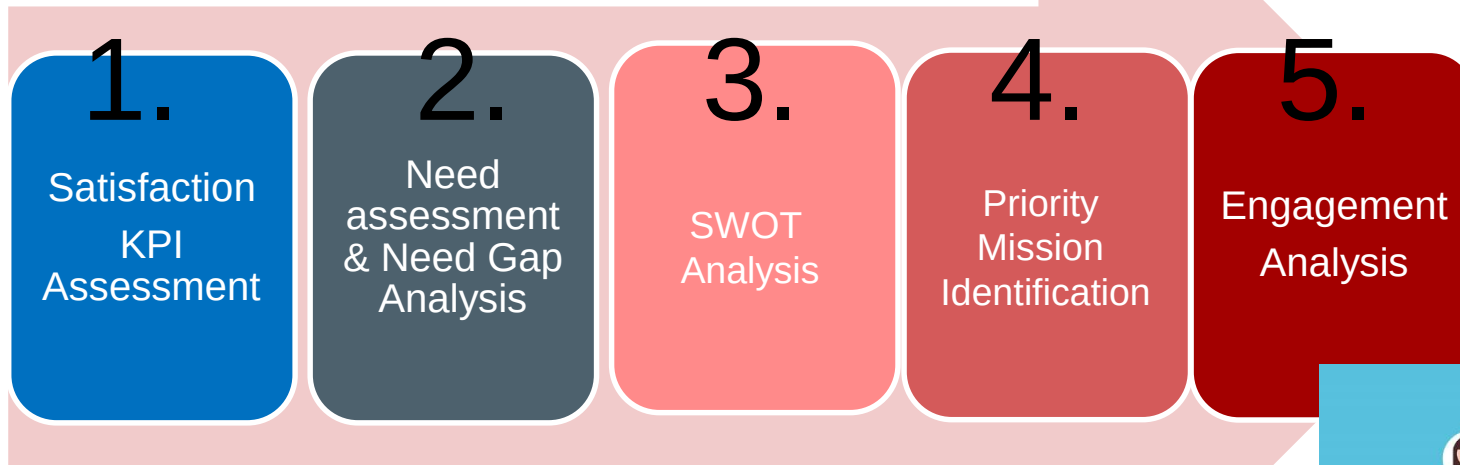
จุดแข็งจุดอ่อน
ของสสปน.

ความคาดหวัง
ต่อสสปน.

ความผูกพันเชิง
ความรู้สึกต่อ สสปน.

INTAGE Thailand Strategic Analysis Framework

เพื่อให้ได้มิติที่ลึกและชัดเจนในการวิเคราะห์และนำเสนอ action plan เพื่อเพิ่มความพึงพอใจและสร้างความผูกพันของผู้รับบริการกับสสปน. ทางอินเทจจะนำเครื่องมือทั้ง 5 โมเดล มาใช้ในงานนี้:-



หัวข้อหลักในการสอบถามในงานวิจัย

ผู้ทำการศึกษาจะต้องดำเนินการสำรวจและประเมินความพึงพอใจในการให้บริการของ สสปน. ใน 6 มิติต่างๆ ดังนี้

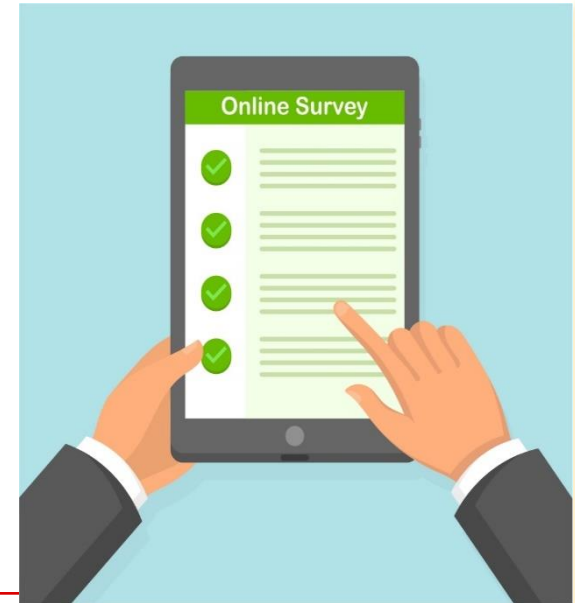
1. การพัฒนาธุรกิจใหม่
2. การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน
3. การสร้างขีดความสามารถ/เสริมสร้างรากฐาน
4. สมรรถภาพของบุคลากร
5. กระบวนการภายใน/ลักษณะเฉพาะองค์กร
6. การสนับสนุนด้านการตลาด



วิธีดำเนินการวิจัยและลักษณะกลุ่มเป้าหมาย

การศึกษานี้จะรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative) โดยนำเสนอเป็นการสำรวจเป็น 2 รูปแบบ

1. สำรวจข้อมูลแบบออนไลน์ (online survey) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างจากอีเมลจากรายชื่อที่ได้รับจาก สสปน. เพื่อเลือกกลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสมกับรูปแบบออนไลน์
2. สำรวจข้อมูลแบบสัมภาษณ์ one-on-one กับผู้บริหารในบางกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมกับรูปแบบ (executive interview)

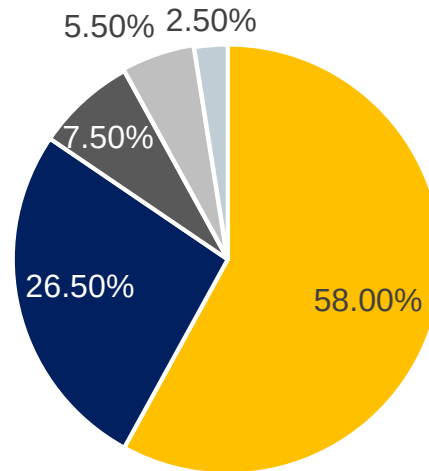


กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย 2 กลุ่ม รวมทั้งสิ้น 200 คน

กลุ่ม 1	MICE Supporters ประกอบด้วย บุคคลหรือหน่วยงานที่ทำงานร่วมกับ สสปน.และให้บริการอุตสาหกรรมไมซ์ เช่น สมาคม หน่วยงานภาครัฐ อาทิ กรมศุลกากร กรมการกงสุล เป็นต้น
กลุ่ม 2	MICE Beneficiaries ประกอบด้วย บุคคลหรือหน่วยงานที่ได้รับบริการจากสสปน.โดยตรงหรือได้รับบริการ/ทำงานร่วมกับ MICE Supporters ที่ทำงานร่วมกับ สสปน. เช่น เจ้าของงาน (Event Owner) ผู้จัดการงาน (Organizer) ผู้ให้บริการ (Service Provider) ภาคการศึกษา เป็นต้น

สรุปจำนวนกลุ่มเป้าหมาย

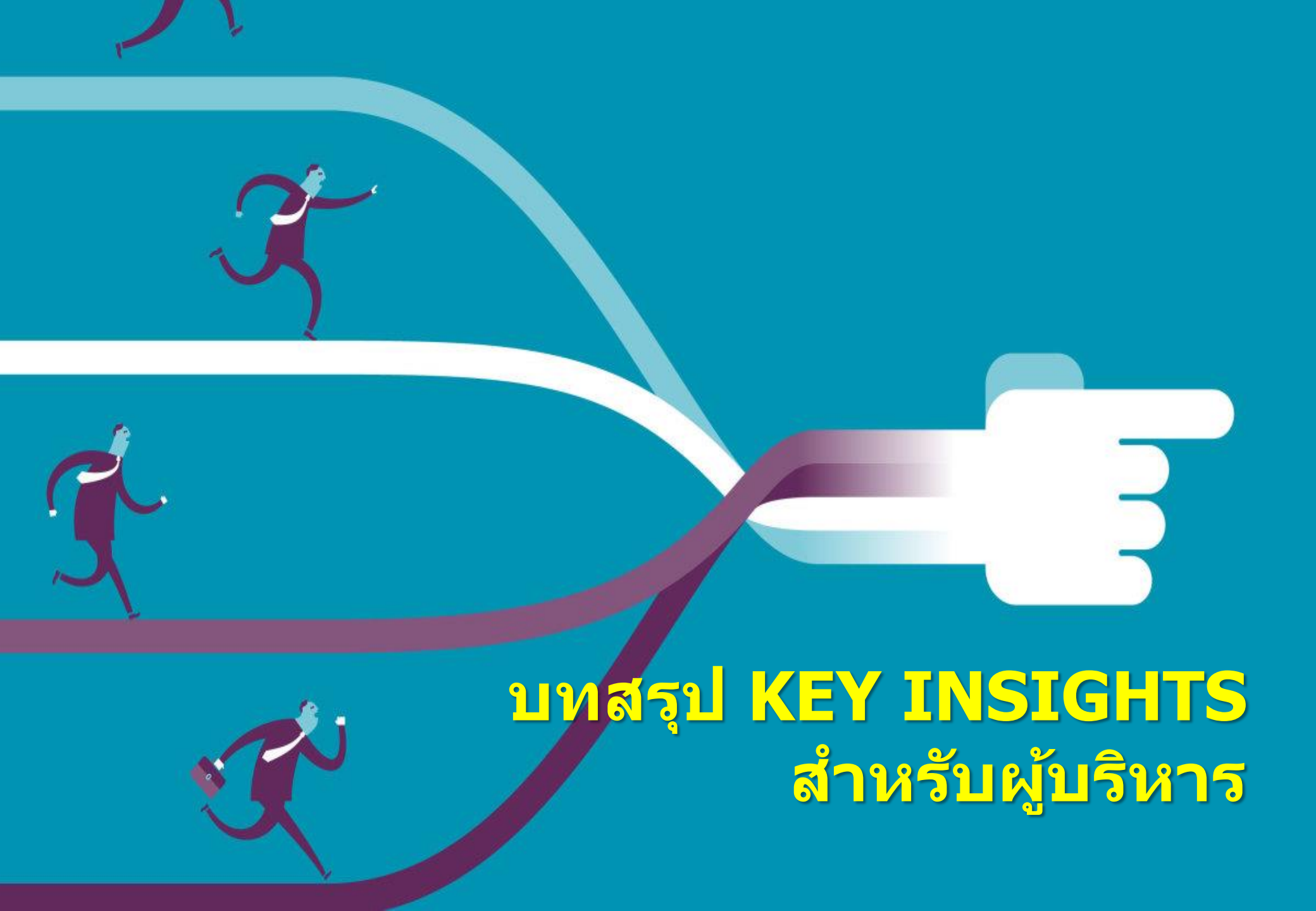
- ผู้ประกอบการเอกชน ■ หน่วยงานภาครัฐ ■ สมาคม / องค์กรอิสระ
- ภาคการศึกษา ■ อื่นๆ



องค์กรที่สังกัด	จำนวนที่ได้
ผู้ประกอบการเอกชน	116
หน่วยงานภาครัฐ	53
สมาคม / องค์กรอิสระ	15
ภาคการศึกษา	11
อื่นๆ (หน่วยงานรัฐวิสาหกิจ/มูลนิธิ/สายการบิน/โรงแรม)	5
จำนวนทั้งสิ้น	200

ระยะเวลาในการดำเนินงานวิจัย

1 เมษายน – 28 มิถุนายน 2562



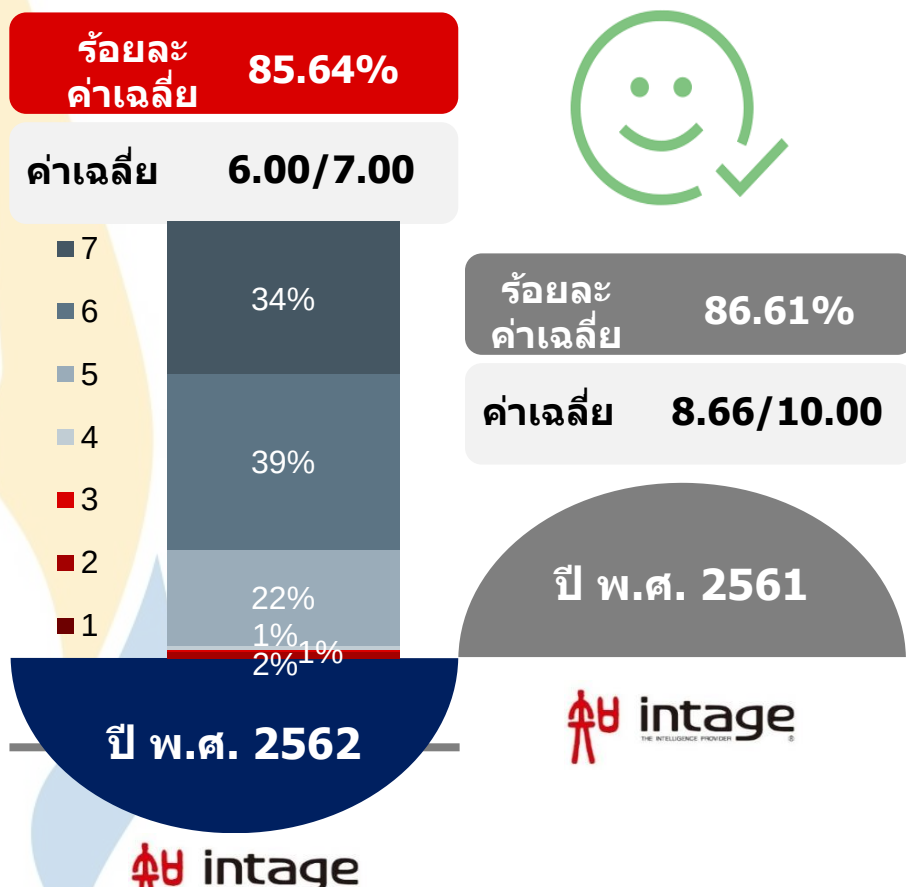
บทสรุป KEY INSIGHTS
สำหรับผู้บริหาร

ในปี 2562 การทำงานของสสปน.กับลูกค้าและstakeholders ต่างๆคงมาตรฐานได้ดีต่อเนื่องจากปีที่แล้ว โดยได้รับคะแนนความพึงพอใจโดยรวม ที่ **85.64%**

โดยได้รับคะแนนลดลงจาก ปี 2561 ประมาณ 0.97% ซึ่งถือว่าไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ

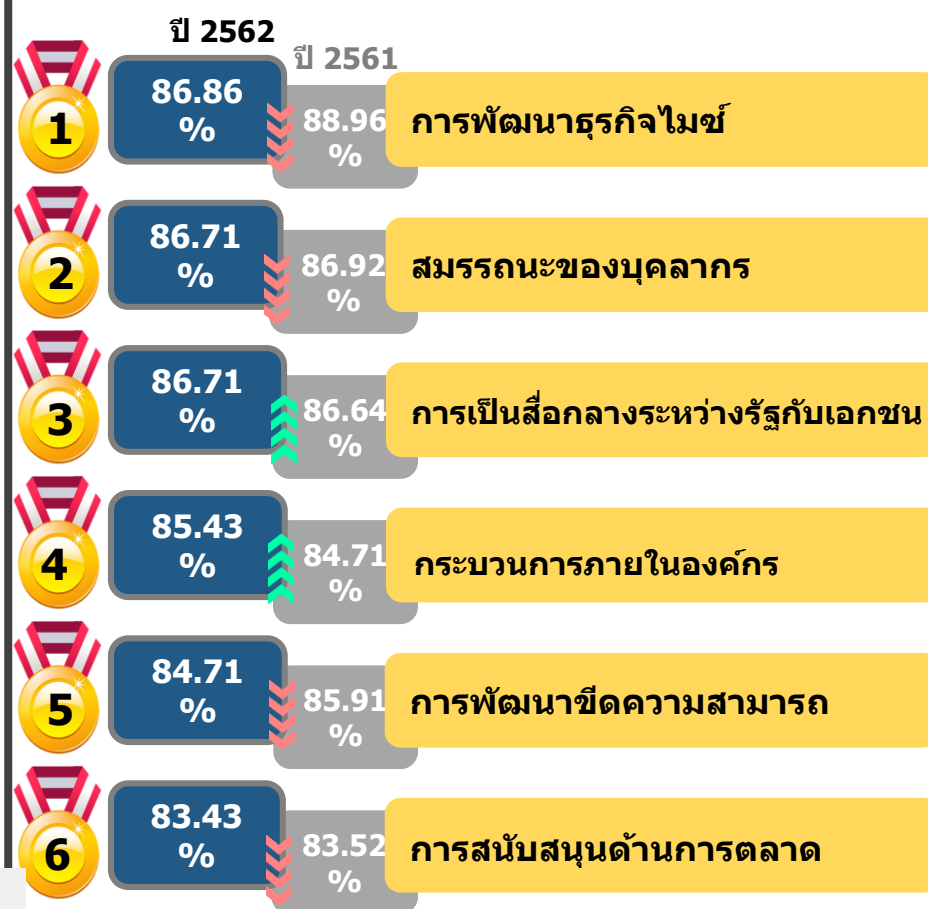
เมื่อพิจารณาในมิติต่าง ๆ พบว่า การพัฒนาธุรกิจใหม่ และ สมรรถนะของบุคลากร เป็น 2 มิติที่ได้รับคะแนนสูงสุด เช่นเดียวกับปีที่แล้ว แต่คะแนนลดลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับปีที่แล้ว โดยที่ความพึงพอใจในมิติของการเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐและเอกชน นั้นเพิ่มขึ้นจากปีที่แล้ว

ความพึงพอใจโดยรวมต่อ สสปน.



ความพึงพอใจใน 6 มิติ

ร้อยละค่าเฉลี่ย:



หมายเหตุ: ปีพ.ศ.2562เป็นการประเมินผลความพึงพอใจจากผลรวมของการประเมินทีละข้อตามภารกิจหลักโดยไม่มี
การถ่วงความพึงพอใจโดยรวมไปตรงกับผู้ตอบแบบสอบถาม

สสพ. ประเมินความสำเร็จในการสร้างความพึงพอใจในมิติที่สำคัญๆ ยกเว้น มิติการสนับสนุนด้านการตลาด

จะเห็นว่า ลูกค้าให้ความสำคัญกับเรื่องนี้เป็นอันดับที่ 1 แต่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับที่ 6 โดยลูกค้าได้ให้ข้อเสนอแนะว่า สสพ. ควรจะกระจายการเผยแพร่การตลาดสู่ทุกภูมิภาคให้เหมือนที่ส่วนกลางได้รับและส่งรายละเอียดข้อมูลธุรกิจใหม่ ให้อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ไม่ว่าผู้ประกอบการจะได้เข้าร่วมงานหรือไม่ก็ตาม

ความพึงพอใจของมิติต่าง ๆ

ร้อยละค่าเฉลี่ย:



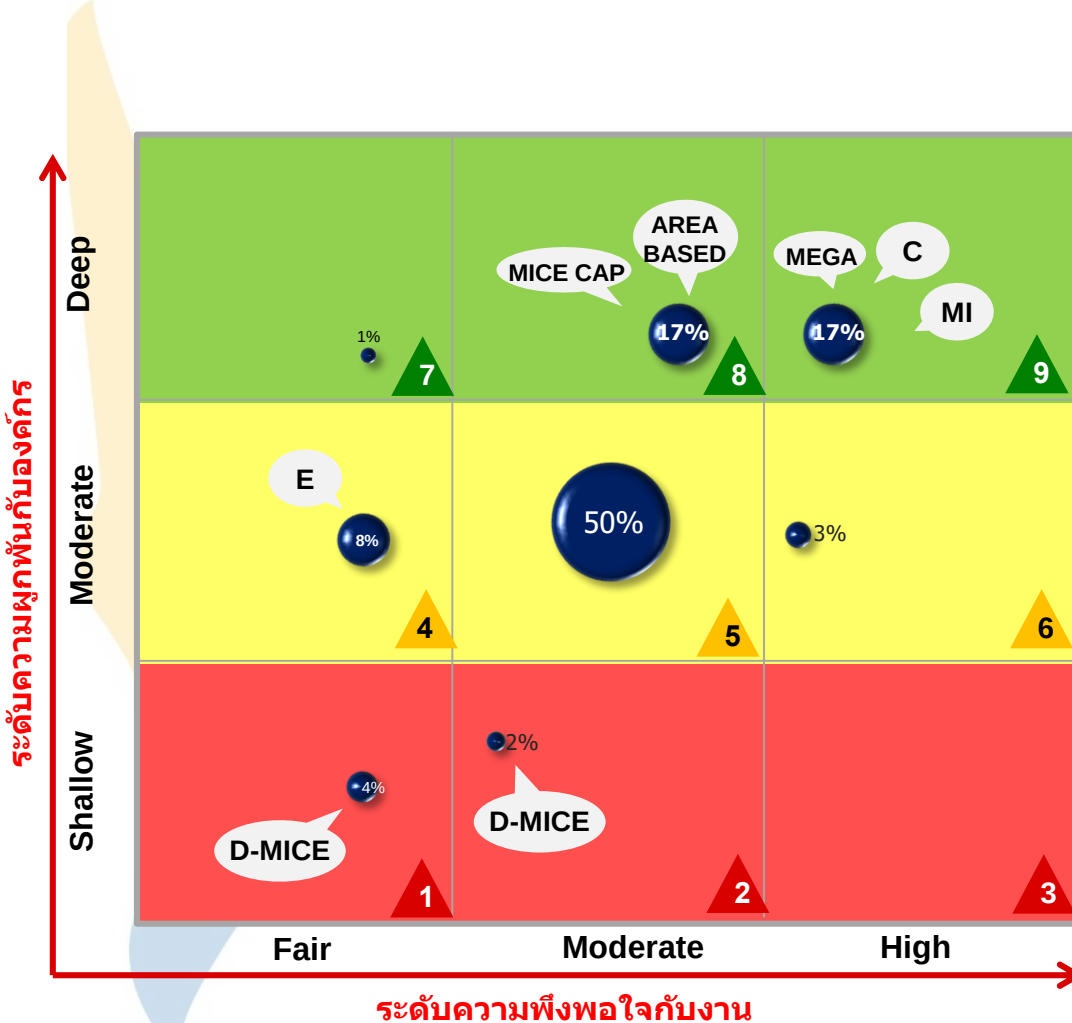
การให้ความสำคัญของมิติต่าง ๆ

อันดับเฉลี่ย: อันดับ 1 = สำคัญที่สุด



ลูกค้าส่วนมาก มีความผูกพันและความพึงพอใจต่อ สสปน. ในระดับปานกลาง สำหรับลูกค้าที่มีความผูกพันและความพึงพอใจน้อยเป็นของฝ่าย **D-MICE**

โดยสิ่งที่จะช่วยเพิ่มความผูกพันและความพึงพอใจต่อ สสปน. ได้ คือ 1. การปรับปรุงกระบวนการภายในให้มีความรวดเร็วในการประสานงาน 2. เพิ่มสมรรถนะของบุคลากรและเน้นในเรื่องของความรวดเร็วในการแก้ปัญหาให้ทันท่วงที 3. เสนอข้อมูลและโครงการที่มีประโยชน์และตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ



จุดแข็งขององค์กร ที่ต้องรักษาไว้

สมรรถนะของบุคลากรของ สสปน. (โดยเฉพาะการทำงานอย่างซื่อสัตย์และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและมีจิตบริการ)

การสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์และการกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านธุรกิจไมซ์

การสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของ อุตสาหกรรมไมซ์ ให้เทียบเท่าระดับสากลการอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ การจัดการประชุมนานาชาติ



จุดอ่อนขององค์กร ที่ต้องปรับปรุง

การให้ข้อมูลและองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์

การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ ที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ

สมรรถนะของบุคลากรของ สสปน. (โดยเฉพาะความสามารถในแก้ไขปัญหาอย่างทันท่วงที)

กระบวนการภายใน/ลักษณะเฉพาะองค์กรของ สสปน.

REF: P.65 from each NET

ตัวอย่างเสียงสะท้อนจากผู้รับบริการจากฝ่ายต่าง ๆ ของ สสปน.

ในเรื่อง การสนับสนุนด้านการตลาด

“

จัดกิจกรรมและกระจายงบประมาณให้ครอบคลุมทุกภูมิภาค อย่างระจุก

ขั้นตอนเบิกจ่ายเงินสนับสนุนล่าช้า ความไม่แม่นยำหรือชัดเจน การยืดหยุ่นในการรับเอกสารของบุคลากรสสปน ทำให้เกิดความรู้สึกเหลื่อมล้ำ

”

“

ควรเพิ่มงบประมาณในการสนับสนุนผู้ประกอบการ

แต่ละฝ่าย ควรให้ความสำคัญในเรื่องการทำงานไม่ควรให้ล่าช้าจน. การเดินทางไปตปท ของจนท. ควรคำนึงถึงความจำเป็นจริงๆ เพื่อ เอาจบประมาณมาให้ผู้ประกอบการมากขึ้น

”

“

อยากให้ใช้งบประมาณเพื่องาน home grown มากกว่า ส่วนตัวเห็นศักยภาพของผู้ที่จะสร้างงาน home grown ให้กลายเป็นงานขนาดใหญ่ได้อีกมาก แต่เงินสนับสนุนยังน้อยอยู่

”



“

อาจจะสร้างหรือปรับหลักเกณฑ์นโยบายการสนับสนุนที่เน้นที่ความสำเร็จ และ impact ของโครงการมากกว่าปริมาณ

KPI ของเงื่อนไขการสนับสนุนงานหรือกิจกรรมต่างๆอาจจะมีคามยุ่งยากซับซ้อน จึงทำให้ผู้ขอรับบริการอาจเกิดการท้อในบางครั้ง

”

ตัวอย่างเสียงสะท้อนจากผู้รับบริการจากฝ่ายต่าง ๆ ของ สสปน.

ในเรื่อง การพัฒนาขีดความสามารถ

จัดตั้งหน่วยงานประจำภูมิภาค เพื่อสนับสนุนให้ MICE เกิดขึ้นในภูมิภาคให้ได้อย่างเป็นรูปธรรม ลดความเหลื่อมล้ำ

เลิกโปรโมต สสปน. และหันมาให้ความสนใจกับแก่นของธุรกิจไมซ์และการพัฒนาขีดความสามารถของคนไมซ์อย่างจริงจัง

สสปน. มุ่งเน้นประชาสัมพันธ์ สสปน. มากกว่าที่จะส่งเสริมผู้ประกอบการอย่างจริงจัง โดยเฉพาะผู้ประกอบการภายในประเทศ ให้ความสำคัญกับผู้ประกอบการขนาดใหญ่ จากต่างประเทศ ซึ่งไม่จำเป็นต้องได้รับการส่งเสริมเนื่องจากบริษัทเหล่านั้นมีศักยภาพที่จะดำเนินการทุกอย่างด้วยตัวเอง

อยากให้นำเสนอเรื่อง mice intelligent ให้มากขึ้น จัดให้มี workshop ให้ผู้ประกอบการหรือผู้จัดงานเพื่อนำไปใช้ในการพิจารณาเรื่องการสนับสนุนในรูปแบบที่สอดคล้องกับขนาดของโชว์ ซึ่งปัจจุบันทำได้ดีแล้ว เพียงเพิ่มการสนับสนุนเพิ่มเติม จากปัจจุบัน ที่อาจมีใช้เงินสนับสนุน เพื่อให้ได้ คุณภาพและจำนวนของผู้ชมงานมากขึ้น



ตัวอย่างเสียงสะท้อนจากผู้รับบริการจากฝ่ายต่าง ๆ ของ สสปน.

ในเรื่อง การพัฒนาธุรกิจใหม่



“

ไม่หยุดยั้งในการพัฒนากิจกรรมต่างๆ เพื่อตอบโจทย์อุตสาหกรรม มีการพัฒนา และปรับปรุงบริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อผลักดันธุรกิจใหม่ในประเทศ มีการให้คำแนะนำและเชื่อมเครือข่ายระหว่างประเทศได้เป็นอย่างดี

”

“

สสปน.มีการประสานงานที่ดี และเป็นองค์กรที่คล่องตัว เหมาะสมกับการดำเนินงานที่ต้องการความรวดเร็วในการประสานงาน อำนวยความสะดวกแก่หน่วยงานภาครัฐในการเข้าร่วมประชุมฯ และจัดกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ และอำนวยความสะดวกในการดำเนินการของอุตสาหกรรมใหม่

”

“

ประทับใจที่ให้ความสนใจและสนับสนุนในตลาดที่สร้างองค์ความรู้แก่ประชาชน ถึงแม้ว่าจะเป็นตลาดเฉพาะกลุ่มและตกอยู่ในสถานการณ์ไม่ค่อยดี แต่ที่เสียยังมองเห็นความเป็นไปได้ในการผลักดันให้เกิดตลาดนี้อย่างมั่นคง ยั่งยืน

”

“

สสปน.เป็นหน่วยงานที่มีประสิทธิภาพในการทำงานสูง จึงทำให้ทุกโปรเจกต์ที่ได้ทำให้เกิดประสิทธิผลที่แท้จริงในการขับเคลื่อนธุรกิจฯ

ให้คำแนะนำและเชื่อมเครือข่ายระหว่างประเทศได้เป็นอย่างดี

”

1. การสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ โดยเฉพาะการติดตั้งระบบที่ทำให้ผู้ขอรับการสนับสนุนสามารถตรวจสอบสถานภาพและติดตามขั้นตอนได้นั้น **ยังคงเป็นจุดอ่อนที่ สสปน. จะต้องปรับปรุงและเป็นขั้นตอนที่วัดผลและแจ้งผลไปยังลูกค้าได้**

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับทัศนคติที่ผู้รับบริการมีต่อกิจกรรม/ผลลัพธ์ที่เกิดจากแผนพัฒนาการให้บริการของ สสปน. ในเรื่องดังกล่าว พบว่า 10-15% ของผู้รับบริการไม่ทราบว่า ในปีที่ผ่านมา สสปน. ได้จัดกิจกรรมเพื่อการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ และกระบวนการภายใน/ลักษณะเฉพาะองค์กรของ สสปน.

ข้อมูลในตารางแสดงเป็นร้อยละเฉลี่ย

กิจกรรม/ผลลัพธ์ที่เกิด จากแผนพัฒนาการ ให้บริการของ สสปน.	TOTAL (n=200)	% ตอบไม่ได้ / ไม่ทราบว่ามี
การสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์		
เอกสารเผยแพร่เกณฑ์ในการขอรับการสนับสนุนบนเว็บไซต์ Business Events Thailand <u>ทำให้ผู้ที่สนใจได้ทราบอย่างสะดวก รวดเร็ว</u>	82.57	10%
เอกสารเผยแพร่เกณฑ์ในการขอรับการสนับสนุนบนเว็บไซต์ Business Events Thailand <u>มีความชัดเจน เข้าใจง่าย</u>	81.00	10%
การติดตั้งระบบทำให้ ผู้ขอรับการสนับสนุนสามารถ ตรวจสอบสถานภาพ และติดตามขั้นตอนในการขอรับการสนับสนุนได้จากเว็บไซต์ Business Events Thailand	80.57	14%
กระบวนการภายใน/ลักษณะเฉพาะองค์กรของ สสปน.		
เว็บไซต์ Business Events Thailand <u>ได้รับการปรับปรุงให้มีเนื้อหาที่น่าสนใจ</u>	80.86	11%
เว็บไซต์ Business Events Thailand <u>ได้รับการปรับปรุงให้ใช้งานง่าย</u>	80.43	11%
การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชนในธุรกิจไมซ์		
การ กำหนดผู้ประสานงานหลักของแต่ละฝ่ายเพื่ออำนวยความสะดวกในการประสานงานและการให้บริการ อย่างชัดเจนเพื่อความสะดวกในการทำงานกับ สสปน.	85.29	4%

2. บริการด้านโลจิสติกส์ และ บริการแอปพลิเคชันสนับสนุนการจัดงาน เป็นบริการหรือผลิตภัณฑ์ที่1/4ของลูกค้ายังไม่เคยใช้บริการ

สสปน. จำเป็นจะต้องทำการประชาสัมพันธ์กิจกรรมควบคู่ไปกับการตรวจสอบความต้องการของผู้ใช้บริการว่าผลิตภัณฑ์หรือบริการที่เกิดจากแผนพัฒนาการให้บริการของ สสปน. นั้นตรงตามความต้องการของลูกค้าหรือไม่

บริการหรือผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากแผนพัฒนาการให้บริการของ สสปน.	TOTAL (n=200)	% ตอบไม่ได้ / ไม่เคยใช้บริการนี้
บริการด้านการจัดงานและสนับสนุนการจัดงาน		
การสนับสนุนทางการเงิน (Cash Incentives)	82.29	15%
การสนับสนุนในรูปแบบอื่นที่ไม่ใช่การเงิน (Non-cash incentives)	82.14	13%
กระบวนการกระบวนการขอรับความสนับสนุน	80.86	10%
บริการด้านการให้คำปรึกษาในการจัดงานไมซ์ (Consulting Service)		
การติดต่อนัดหมาย ทางโทรศัพท์ หรือ อีเมล	87.14	11%
การให้ข้อมูล ผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ (Online data access)	87.00	14%
การให้คำปรึกษา ผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล การประชุม	86.14	17%
บริการด้านโลจิสติกส์ (MICE Logistic Services)		
บริการ MICE Lane	84.00	28%
บริการช่องทางพิเศษตรวจคนเข้าเมือง สำหรับนักเดินทางไมซ์	83.71	29%
บริการด้านการให้องค์ความรู้ (Knowledge Excellent Services)		
การจัดอบรม ในแต่ละพื้นที่ตามตารางที่กำหนด (Onsite training)	84.71	13%
บริการตรวจรับรองสถานที่จัดงาน		
การใช้เครือข่ายกลางในการตรวจรับรองมาตรฐานสถานที่จัดงาน	84.43	18%
บริการข้อมูลเกี่ยวกับไมซ์ (MICE Intelligence Services)		
การเผยแพร่ข้อมูลและรายงานต่าง ๆ ตามที่สสปน.ได้วิเคราะห์และจัดทำ	82.00	9%
บริการของ สสปน. ในด้านต่าง ๆ		
การวิเคราะห์และจัดเก็บข้อมูลเป็น ตามโจทย์การวิจัย	83.14	16%
การเปิดให้เข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับ MICE ได้ ผ่านช่องทางออนไลน์	82.00	13%
บริการแอปพลิเคชันสนับสนุนการจัดงาน (MICE Application Services)		
การพัฒนาและให้บริการแอปพลิเคชันต่าง ๆ สำหรับอุตสาหกรรม MICE	82.14	22%

3. การสนับสนุนด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง เป็นอีกหนึ่งมิติที่สำคัญ และทาง สสปน.ต้องวางแผนในการสื่อสารให้ทั่วถึงและกระจายการตลาดสู่ภูมิภาค และเท่าเทียมทั้งต่อธุรกิจขนาดใหญ่และรายย่อย

ในปัจจุบัน ผู้รับบริการรู้สึกว่า สสปน. ไม่ได้ให้ข้อมูลกับผู้รับบริการอย่างทั่วถึง, ขาดความต่อเนื่องในการประชาสัมพันธ์, และช่องทางสนับสนุนด้านการตลาดและ PR ยังมีน้อย ไม่หลากหลาย ไม่ทันสมัย การนำเรื่องต่าง ๆ เหล่านี้ ไปปรับปรุงให้ดีขึ้น ก็จะสามารถเพิ่มความพึงพอใจและความผูกพันที่ผู้รับบริการมีต่อ สสปน. ได้



สิ่งที่ผู้รับบริการไม่พึงพอใจเกี่ยวกับ
การสนับสนุนด้านการตลาดของ สสปน.

ขาดความต่อเนื่องในการประชาสัมพันธ์

การตลาดยังไม่ถูกเผยแพร่และกระจายแบบ
nationwide

ช่องทางสนับสนุนด้านการตลาดและ PR ยังมีน้อย
ไม่หลากหลาย ไม่ทันสมัย

A hand holding a glowing lightbulb, symbolizing an idea or innovation. The background is a vibrant blue with various white and yellow icons representing business concepts: a Wi-Fi signal, a globe with arrows, a bar chart, a target, a briefcase, a clipboard, a smartphone, a laptop, a cloud, a line graph, a dollar sign, puzzle pieces, gears, a magnifying glass, a mail envelope, a web browser, and a person with a speech bubble. The text 'ACTIONABLE WAY FORWARD' is written in large, bold, black letters, and the Thai text 'ข้อเสนอแนะ' is written in a similar style above it.

ข้อเสนอแนะ
ACTIONABLE WAY FORWARD

	ประเด็นที่ต้องปรับปรุงจากรายงานผลการศึกษาคความพึงพอใจ		
มิติ	รายงานปี 2560	รายงานปี 2561	รายงานปี 2562
การพัฒนาธุรกิจไมซ์			- อยากให้มีการกระจายความรู้เรื่องไมซ์ให้กระจายทุกหน่วยงานทั่วประเทศ - อยากให้เพิ่มไมซ์ ชิตี้อมากขึ้น
การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	สสปน. ยังไม่ค่อยดำเนินการในด้านบทบาทของการเป็นผู้ประสานงานและผู้อำนวยความสะดวก (Facilitator)	เพิ่มประสิทธิภาพและความรวดเร็วในการประสานงานระหว่างภาครัฐและเอกชน	อยากเน้นให้เป็นศูนย์กลางในการประสานงานระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน โดยเน้นให้ช่วยประสานงานให้ภาคเอกชนเป็นหลัก เพราะภาคเอกชนมักไม่ค่อยรู้เรื่องระบบระเบียบของภาครัฐ
การสร้างขีดความสามารถ/เสริมสร้างรากฐาน	การจัดอบรมต่างๆ ไม่ได้กระจายโดยทั่วถึง แต่จะเวียนกันอยู่ในกลุ่มคนไม่กี่กลุ่ม หรือรับจำนวนน้อยมาก และมักส่งเรื่องมา กระชั้นชิดเกินไป		- เน้นในส่วนของการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์และ <u>ตรงต่อความต้องการตรงกับประเภทธุรกิจ</u>ของแต่ละผู้ประกอบการมากยิ่งขึ้น - เพิ่มองค์ความรู้ในแง่ของการจัดงานที่เน้นไปในเรื่องของความยั่งยืนและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เปิดการสอนการอบรมให้กระจายไปในระดับ

	ประเด็นที่ต้องปรับปรุงจากรายงานผลการศึกษาคความพึงพอใจ		
มิติ	รายงานปี 2560	รายงานปี 2561	รายงานปี 2562
สมรรถภาพของบุคลากร			ส่วนใหญ่เป็นเรื่องระบบที่ทำให้บุคลากรดูเหมือนล่าช้า
กระบวนการภายใน/ลักษณะเฉพาะองค์กร	กระบวนการขอรับการสนับสนุนมีการดำเนินงานที่ล่าช้า	ลดความซ้ำซ้อนและความขัดแย้งในกระบวนการทำงานที่ทำให้เกิดความล่าช้า	ลดความซ้ำซ้อนและความล่าช้าในกระบวนการทำงานที่ทำให้เกิดความล่าช้าแบบราชการทั่วไป
การสนับสนุนด้านการตลาด	- การกระจายข่าวสารด้านการตลาดของ สสปน. ให้ผู้ประกอบการรับทราบยังไม่ทั่วถึง - การอัปเดตข้อมูลข่าวสารให้กับผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนรับทราบยังขาดความต่อเนื่อง	- สนับสนุนด้านการตลาดให้ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการแต่ละกลุ่มและสื่อสารแนวทางอย่างชัดเจนและโปร่งใส - เพิ่มช่องทางและความต่อเนื่องในการประชาสัมพันธ์ MICE และกิจกรรมต่าง ๆ ผ่าน Digital Platform	- สนับสนุนด้านการตลาดโดยเน้นการกระจายให้ทั่วถึงทุกภูมิภาค - สนับสนุนด้วยการนำเทคโนโลยีและระบบออนไลน์เข้ามาใช้มากขึ้นในการเชื่อมโยงทุกหน่วยงาน - สนับสนุนในรูปแบบกิจกรรมการตลาด ประชาสัมพันธ์ เสริม แทนการให้เงินสนับสนุนก็ได้ - สนับสนุนด้วยการผลักดันให้ภาครัฐให้ความสำคัญเมืองรองมากขึ้น เพื่อกระจายความเท่าเทียม

แนวทางการพัฒนาการบริการของ สสปน. เพื่อเพิ่มความผูกพันและความพึงพอใจที่ผู้รับบริการเอกชนมีต่อองค์กร

สนับสนุนด้านการตลาดโดยเน้นการกระจายให้ทั่วถึงทุกภูมิภาคและนำเทคโนโลยีและระบบออนไลน์เข้ามาใช้มากขึ้นในการเชื่อมโยงทุกหน่วยงาน

- ทำงานในเชิงรุกมากยิ่งขึ้นและขยายการตลาดโดยการกระจายการเผยแพร่สู่ภูมิภาคให้เหมือนที่ส่วนกลางได้รับ
- แบ่งปันข้อมูลสถานการณ์ตลาด MICE ให้ผู้ประกอบการได้รับทราบ เน้นการประชาสัมพันธ์ และ การให้ความรู้ในการใช้ข้อมูลและบริการ MICE Intelligence Center
- นำเทคโนโลยีและระบบออนไลน์เข้ามาใช้มากขึ้นเพื่อลดความซับซ้อนและเพิ่มประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์และการประสานงาน
- สร้างหรือปรับปรุงช่องทางการประชาสัมพันธ์ให้มี เพื่อช่วยให้ธุรกิจไมซ์เป็นที่รู้จัก และ มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

01

การสนับสนุน
ด้านการตลาด
(>20%)

เพิ่มการให้ข้อมูลและองค์ความรู้เป็นประโยชน์และสนับสนุนความยั่งยืนและการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในงานไมซ์

- เน้นในส่วนของการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์และตรงต่อความต้องการและตรงต่อธุรกิจของผู้ประกอบการในแต่ละประเภทธุรกิจมากยิ่งขึ้น
- เพิ่มองค์ความรู้ในแง่ของการจัดงานที่เน้นไปในเรื่องของความยั่งยืนและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และ เปิดคอร์สอบรมให้ผู้ประกอบการในทุกภาคส่วน ในทุกภูมิภาค

02

การพัฒนาขีด
ความสามารถ
(>20%)

แนวทางการพัฒนาการบริการของ สสปน. เพื่อเพิ่มความผูกพันและความพึงพอใจที่ผู้รับบริการภาครัฐมีต่อองค์กร

สนับสนุนด้านการตลาดโดยเน้นการสนับสนุนด้านการประชาสัมพันธ์เป็นหลัก และ ช่วยประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง

- สร้างหรือปรับปรุงช่องทางการประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงได้ง่ายขึ้น เพื่อช่วยให้ธุรกิจไมซ์เป็นที่รู้จัก และ มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น การสนับสนุนด้านการประชาสัมพันธ์ในงานไมซ์ต่างๆ เป็นการสนับสนุนที่หน่วยงานภาครัฐต้องการจาก สสปน. มากที่สุด
- เน้นการสนับสนุนในรูปแบบที่สนับสนุนให้เหมาะสมไปตามอุตสาหกรรม ควรให้การสนับสนุนการตลาดเป็นแบบ tailor made based on industry ไม่ใช่เหมือนกันหมด
- การสนับสนุนการตลาด นอกจาก เงินสนับสนุน การประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง อยากให้ สสปน. ให้การสนับสนุนด้านกิจกรรม โดยเฉพาะช่วยคิด ช่วยให้ไอเดียในการสนับสนุนกิจกรรมในรูปแบบที่สร้างสรรค์และแตกต่างที่ สสปน. น่าจะถนัดกว่าภาครัฐ

01

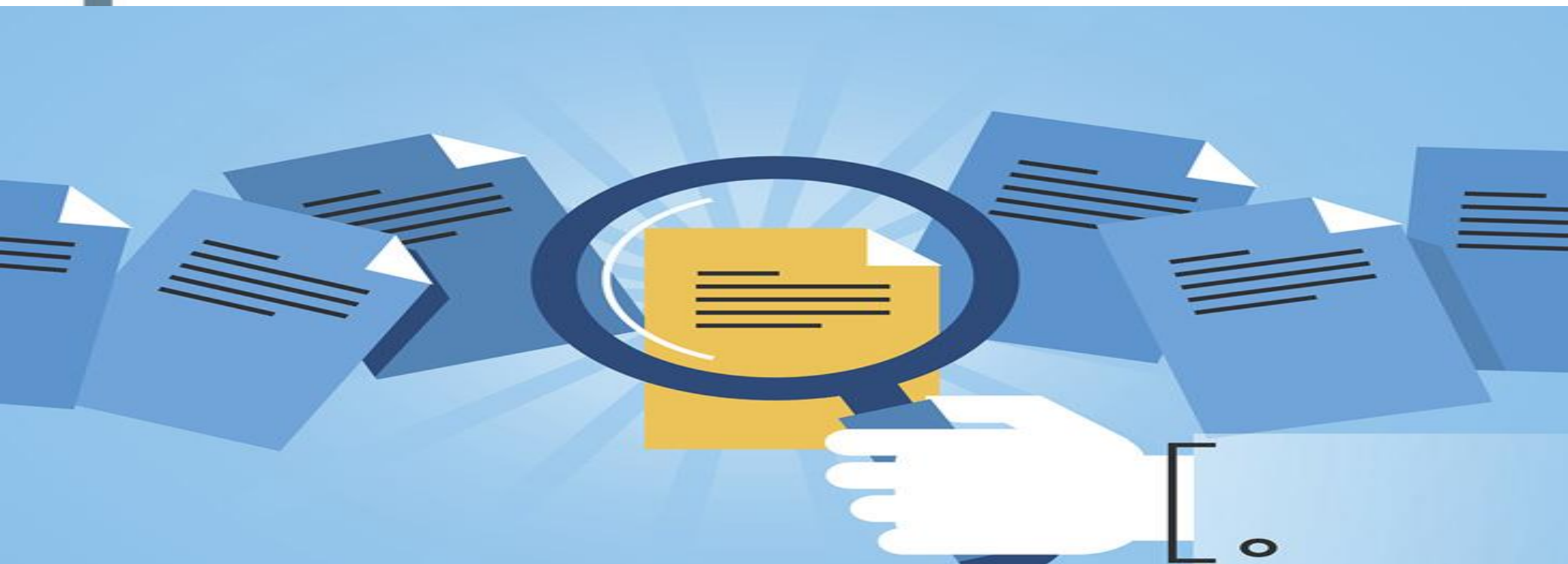
การสนับสนุน
ด้านการตลาด
(>20%)

อยากให้มีการจัดตั้งหน่วยงานไมซ์ประจำภูมิภาค เพื่อสนับสนุนให้ไมซ์เติบโตใน ภูมิภาคได้อย่างเป็นรูปธรรมและยั่งยืน

- เพิ่มเมืองไมซ์ ชิดดี ให้กระจายมากขึ้นในทุกภูมิภาค
- เพิ่มหน่วยงานไมซ์ประจำภูมิภาคเพื่อให้เกิดการกระจายความรู้เรื่องไมซ์ไปถึงภูมิภาครากหญ้า
- เพิ่มการประชาสัมพันธ์งานไมซ์ต่างๆผ่านหน่วยงานไมซ์ประจำภูมิภาคจะช่วยให้เข้าถึงได้ทันเวลา และ กว้างขวางขึ้นกว่าจากส่วนกลางส่งลงมาเพราะจะเข้าใจใน culture มากกว่า

02

การพัฒนาขีด
ความสามารถ
(>20%)



ผลการวิจัยโดยละเอียด

หมายเหตุคำอธิบายประกอบ

* = น้อยกว่า 0.5%

** = จำนวนตัวอย่างน้อยกว่า 30 โปรดอ่านค่าด้วยความระมัดระวัง

 = ทดสอบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ส่วนที่ 1:

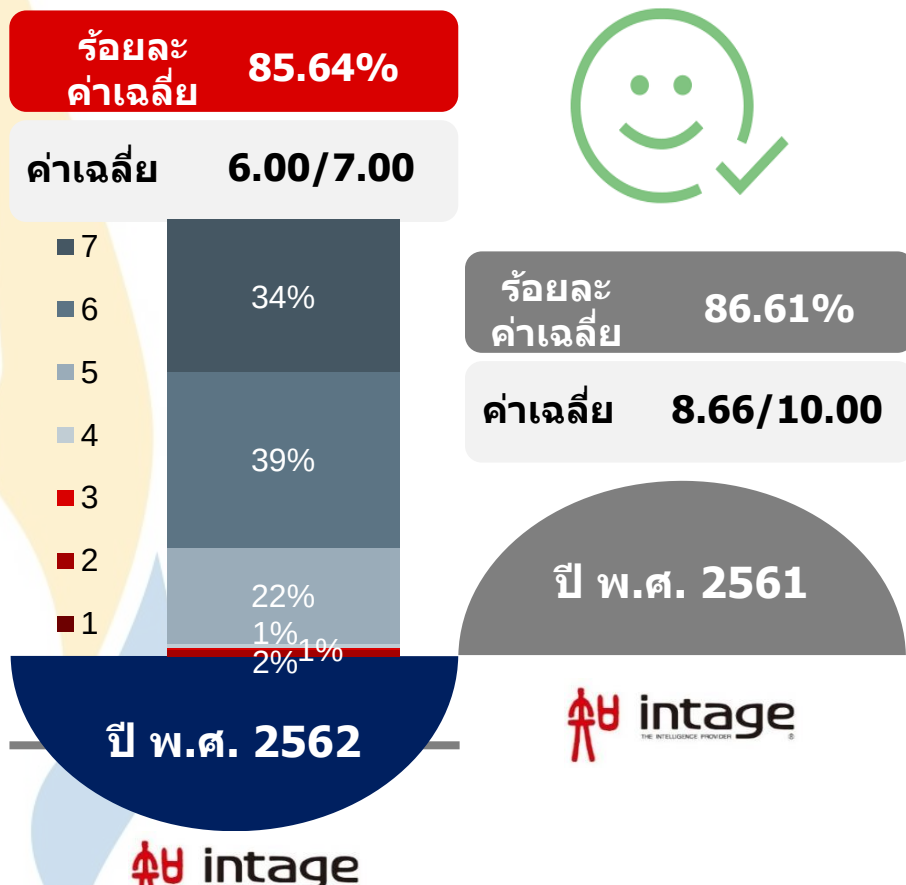
ผลการประเมินความพึงพอใจโดยรวม ต่อองค์กร และข้อเสนอแนะ

ในปี 2562 การทำงานของสสพ.กับลูกค้าและstakeholders ต่างๆคงมาตรฐานได้ดีต่อเนื่องจากปีที่แล้ว โดยได้รับคะแนนความพึงพอใจโดยรวม ที่ **85.64%**

โดยได้รับคะแนนลดลงจาก ปี 2561 ประมาณ 0.97% ซึ่งถือว่าไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ

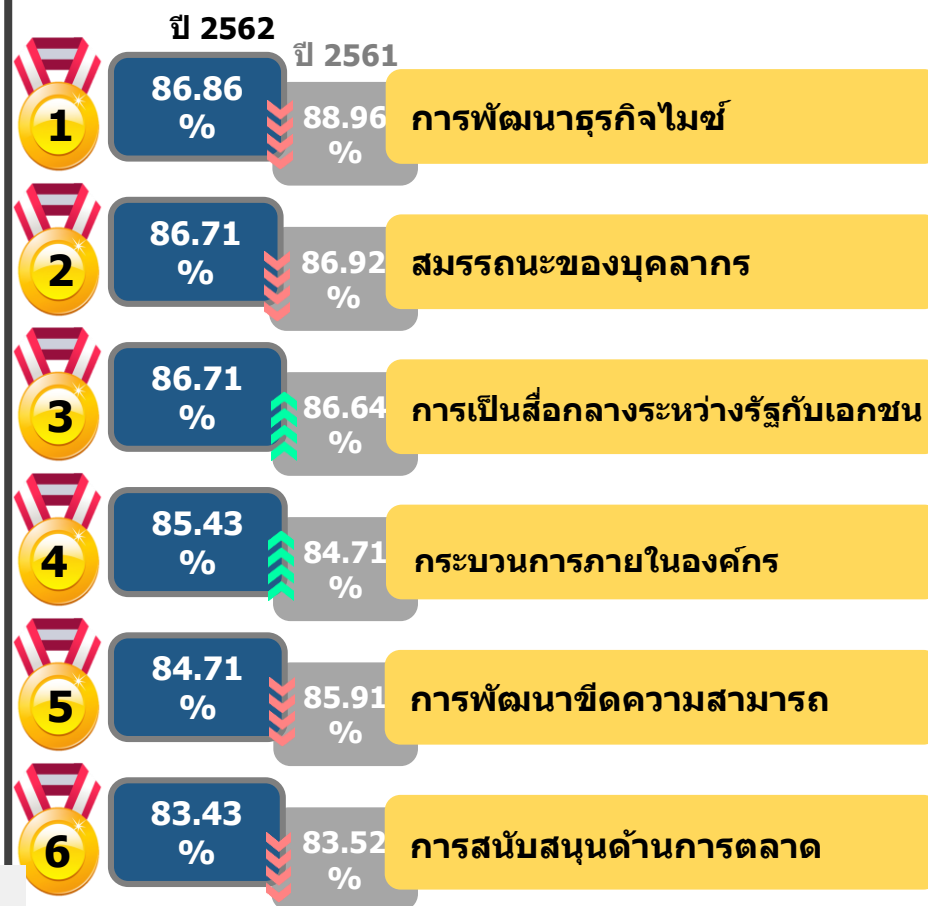
เมื่อพิจารณาในมิติต่าง ๆ พบว่า การพัฒนาธุรกิจใหม่ และ สมรรถนะของบุคลากร เป็น 2 มิติที่ได้รับคะแนนสูงสุด เช่นเดียวกับปีที่แล้ว แต่คะแนนลดลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับปีที่แล้ว โดยที่ความพึงพอใจในมิติของการเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐและเอกชน นั้นเพิ่มขึ้นจากปีที่แล้ว

ความพึงพอใจโดยรวมต่อ สสพ.



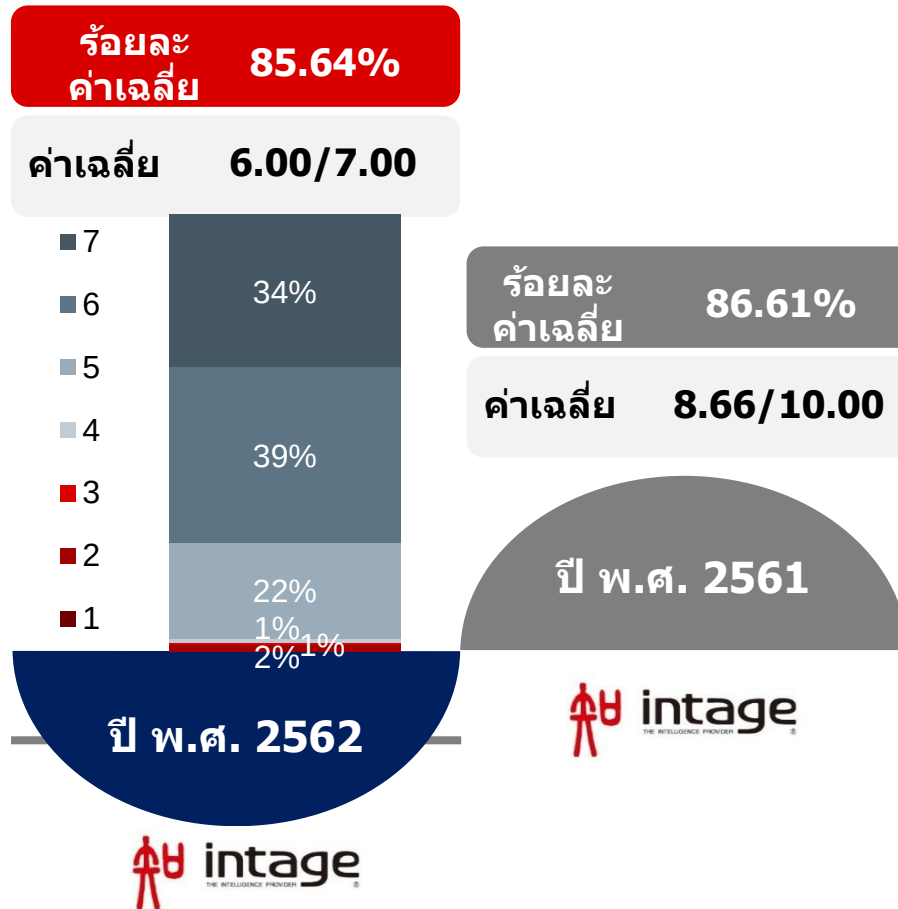
ความพึงพอใจใน 6 มิติ

ร้อยละค่าเฉลี่ย:



หมายเหตุ: ปีพ.ศ.2562เป็นการประเมินผลความพึงพอใจจากผลรวมของการประเมินทีละข้อตามภารกิจหลักโดยไม่มี
การถ่วงความพึงพอใจโดยรวมไปตรงกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ความพึงพอใจโดยรวมต่อ สสปน.



ข้อที่พึงพอใจ

บุคลากร มีความเป็นมืออาชีพในการทำงาน	14%
บุคลากร ให้คำปรึกษา/คำแนะนำ/ความช่วยเหลือได้เป็นอย่างดี	12%
บุคลากร มีความรวดเร็วในการให้บริการ/ให้ข้อมูล/แก้ไขปัญหา	10%
บุคลากร ช่วยประสานงานได้เป็นอย่างดี	10%
บุคลากร น่ารัก/ มีอัธยาศัยดี/ มนุษย์สัมพันธ์ดี	10%



ข้อที่ไม่พึงพอใจ

บุคลากร ดำเนินงานช้า/ขาดความกระตือรือร้นในการทำงาน	4%
ขาดความต่อเนื่องในการสนับสนุนด้านประชาสัมพันธ์กิจกรรมที่จัดขึ้น ไม่มีเป้าหมาย/ไม่มีรายละเอียดที่ชัดเจน	3%
การปรับเปลี่ยนนโยบายอยู่เสมอ	3%
มีกระบวนการ/รายละเอียดในการทำงาน/ข้อปฏิบัติ มากเกินไป	2%
บุคลากร มีการเลือกปฏิบัติ	2%



ข้อเสนอแนะ

บุคลากร ควรจะประสานงานให้รวดเร็วขึ้น	3%
สนับสนุนการพัฒนาการศึกษา MICE อย่างเต็มที่ประชาสัมพันธ์กิจกรรมอย่างต่อเนื่อง/ให้คนรู้จัก MICE มากขึ้น	3%
ประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพ	3%
จัดอบรม สัมมนาให้กับเจ้าหน้าที่ มากขึ้น	2%
ใช้เทคโนโลยีและระบบออนไลน์ เพื่อลดความซ้ำซ้อน	2%
ลดระเบียบขั้นตอน/เอกสารการขอการสนับสนุน	2%

ฝ่ายที่ได้รับคะแนนความพึงพอใจสูงสุด (90.40%) คือ ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล(MI) รองลงมา คือ MEGA, GCA & C

เมื่อพิจารณาในมิติต่าง ๆ พบว่า ทุกฝ่ายทำคะแนนได้ดีใกล้เคียงกับภาพรวม ยกเว้น ฝ่ายส่งเสริมตลาดในประเทศ (D-MICE) ที่ทำคะแนนโดยรวมและคะแนนในแต่ละเรื่องได้น้อยกว่าฝ่ายอื่น ๆ อย่างเห็นได้ชัด

ข้อมูลในตาราง
แสดงเป็นร้อยละเฉลี่ย

		TOTAL	MI: ★ ฝ่ายส่งเสริม การจัด ประชุมและ การ ท่องเที่ยว เพื่อเป็น รางวัล	C: ฝ่ายส่งเสริม การจัด ประชุมนานาชาติ	E: ฝ่าย อุตสาหกรรม การแสดง สินค้า นานาชาติ	D- MICE: ฝ่ายส่งเสริม ตลาดใน ประเทศ	MEGA: ★ กลุ่ม ชำนาญการ พิเศษตาม นโยบายงาน พัฒนาการ จัดงาน เมกะ โปรเจค	MICE CAP: ฝ่ายพัฒนา ศักยภาพ อุตสาหกรรม ไมซ์	GCA: ★ ฝ่ายบริหาร รัฐกิจ วิสาหกิจ	AREA BASED: กลุ่มชำนาญ การพิเศษ ตาม นโยบาย พัฒนา เครือข่าย ไมซ์
(n=200)										
ความพึงพอใจโดยรวม★		85.64	90.40	88.19	81.26	78.12	89.52	84.83	88.43	82.31
1	การพัฒนาธุรกิจไมซ์	86.86	90.00	90.71	83.29	84.29	91.57	85.57	88.00	83.43
2	สมรรถนะของบุคลากร	86.71	91.14	92.00	82.86	75.43	91.86	82.71	91.86	85.43
3	การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	86.71	91.57	88.71	80.71	76.86	88.71	87.00	91.57	84.71
4	กระบวนการภายในองค์กร	85.43	89.71	87.57	80.29	78.86	90.71	84.86	88.29	82.29
5	การพัฒนาขีดความสามารถ	84.71	90.14	84.29	79.86	79.14	88.57	85.71	85.86	79.71
6	การสนับสนุนด้านการตลาด	83.43	89.86	85.86	80.57	74.14	85.71	83.14	85.00	78.29

ข้อที่พึงพอใจต่อการทำงานของ สสปน.

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็น ร้อยละ	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย								AREA BASED: กลุ่มชำนาญ พิเศษตาม นโยบายการ พัฒนา เครือข่ายไมซ์
		MI: ฝ่าย ส่งเสริมการ จัดประชุมและ การเดินทาง เพื่อเป็นรางวัล	C: ฝ่าย ส่งเสริมการ จัดประชุม นานาชาติ	E: ฝ่าย อุตสาหกรรม การแสดง สินค้า นานาชาติ	D-MICE: ฝ่ายส่งเสริม ตลาดใน ประเทศ	MEGA: กลุ่มชำนาญ การพิเศษตาม นโยบายงาน พัฒนาการจัด งาน เมกะ โปรเจค	MICE CAP: ฝ่ายพัฒนา ศักยภาพ อุตสาหกรรม ใหม่	GCA: ฝ่าย บริหารธุรกิจ วิสาหกิจ		
ฐาน: ทั้งหมด	200	37	12**	37	13**	17**	35	28**	21**	
สมรรถนะของบุคลากร (สุทธิ)	55%	54%	50%	54%	46%	65%	40%	71%	62%	
บุคลากร มีความเป็นมืออาชีพในการทำงาน	14%	8%	17%	16%	15%	18%	14%	18%	10%	
บุคลากร ให้คำปรึกษา/คำแนะนำ/ความช่วยเหลือได้เป็นอย่างดี	12%	11%	33%	14%	8%	24%	3%	7%	14%	
บุคลากร มีความรวดเร็วในการให้บริการ/ให้ข้อมูล/แก้ไขปัญหา	10%	8%	17%	11%	0%	12%	9%	4%	19%	
บุคลากร ช่วยประสานงานได้เป็นอย่างดี	10%	8%	8%	5%	8%	0%	3%	18%	29%	
บุคลากร นำรัก/ มีอัธยาศัยดี/ มนุษย์สัมพันธ์ดี	10%	8%	17%	5%	8%	6%	9%	25%	0%	
บุคลากร มีความกระตือรือร้น/ทุ่มเท/มุ่งมั่น	4%	3%	8%	0%	0%	0%	0%	14%	10%	
บุคลากร มีความรู้ความสามารถ/คุณภาพ/ศักยภาพสูง	4%	8%	0%	5%	0%	6%	3%	0%	5%	
บุคลากร มีจิตบริการ/มีความพร้อมและใส่ใจ/บริการลูกค้ายอดเยี่ยม	4%	3%	8%	5%	8%	0%	3%	4%	0%	
บุคลากร มีความตรงไปตรงมา/ซื่อสัตย์/โปร่งใส	4%	3%	0%	5%	8%	6%	3%	0%	5%	
บุคลากร มีความเป็นมิตร/จริงใจ	3%	5%	0%	3%	8%	12%	0%	0%	0%	
บุคลากร มีความเชี่ยวชาญ/ชำนาญในตลาด	1%	0%	0%	0%	0%	6%	0%	0%	0%	
บุคลากร มีความสุภาพ	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	4%	0%	
การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน (สุทธิ)	13%	8%	17%	11%	0%	6%	23%	14%	19%	
เป็นศูนย์กลางในการประสานงาน/อำนวยความสะดวกให้กับองค์กรที่เกี่ยวข้อง	6%	5%	8%	5%	0%	0%	6%	7%	10%	
ให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์	4%	0%	8%	5%	0%	6%	6%	4%	5%	
เปิดโอกาสให้มหาวิทยาลัยเข้าร่วมงาน	2%	0%	0%	0%	0%	0%	6%	4%	5%	
ให้ความร่วมมือ/ช่วยเหลือภาคการศึกษาเป็นอย่างดี	2%	3%	8%	0%	0%	0%	6%	0%	0%	
มีคนประสานงานในต่างประเทศ	1%	0%	0%	3%	0%	0%	3%	0%	0%	

ข้อที่พึงพอใจต่อการทำงานของ สสปน. (ต่อ)

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็น ร้อยละ	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย							
		MI: ฝ่าย ส่งเสริมการจัดประชุมและ การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล	C: ฝ่าย ส่งเสริมการจัดประชุม นานาชาติ	E: ฝ่าย อุตสาหกรรม การส่งออกสินค้า นานาชาติ	D-MICE: ฝ่ายส่งเสริม ตลาดในประเทศ	MEGA: กลุ่มชำนาญ การพิเศษตาม นโยบายงาน พัฒนาการจัด งาน เมกะ โปรเจกต์	MICE CAP: ฝ่ายพัฒนา ศักยภาพ อุตสาหกรรม ใหม่	GCA: ฝ่าย บริหารธุรกิจ วิสาหกิจ	AREA BASED: กลุ่มชำนาญ พิเศษตาม นโยบายการ พัฒนา เครือข่ายไม่ซ้ำ
ฐาน: ทั้งหมด	200	37	12**	37	13**	17**	35	28**	21**
กระบวนการภายใน/ลักษณะเฉพาะองค์กร (สุทธิ)	13%		0%		0%				
สนับสนุนให้เกิดการทำงานร่วมกัน	4%		0%		0%		0%	0%	
ดำเนินงานตามนโยบายอย่างชัดเจน เข้มงวด	3%		0%		0%			0%	0%
ยืดหยุ่นและตอบสนองต่อตลาด	3%		0%	0%	0%			0%	0%
สะดวกในการติดต่อ/ประสานงาน เพราะเป็นหน่วยงานของรัฐที่มี กระบวนการทำงานแบบเอกชน	2%	0%	0%	0%	0%			0%	0%
มีมาตรฐาน/การจัดการที่ดี/มีมาตรฐานสากล	2%		0%	0%	0%			0%	0%
ปฏิบัติงานได้ผลจริง	1%	0%	0%		0%		0%	0%	0%
มีนโยบายที่เป็นรูปธรรม	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	
สร้างภาพลักษณ์ให้กับประเทศในเวทีโลก	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%		0%
การพัฒนาธุรกิจ MICE (สุทธิ)	12%		0%						
สนับสนุนและพัฒนาอุตสาหกรรม MICE ในประเทศไทย อย่างต่อเนื่อง	6%		0%		0%	0%			
พัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม MICE	3%		0%		0%	0%		0%	
มีพันธมิตรทางธุรกิจที่ดี/ที่โดดเด่นในอุตสาหกรรม MICE	1%	0%	0%	0%	0%		0%	0%	0%
ส่งเสริมให้ MICE AREA BASED ได้เข้าร่วมงานการตลาด MICE เพื่อสร้างประสบการณ์ และนำมาปรับใช้	1%		0%	0%	0%	0%	0%	0%	
เข้าใจความต้องการของอุตสาหกรรม MICE	1%	0%	0%	0%		0%	0%	0%	0%
ให้ความร่วมมือในการจัดประชุม เพื่ออัพเดทข้อมูลเกี่ยวกับอุตสาหกรรม MICE	1%	0%	0%		0%	0%	0%	0%	0%
สนับสนุนให้มีการสร้างเครือข่ายและความร่วมมือระหว่าง MICE AREA BASED มาก ยิ่งขึ้น	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	
มีความก้าวหน้าในการส่งเสริมประเทศไทยให้สามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้	1%		0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%

ข้อที่พึงพอใจต่อการทำงานของ สสปน. (ต่อ)

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็น ร้อยละ	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย							
		MI: ฝ่าย ส่งเสริมการจัดประชุมและ การเดินทาง เพื่อเป็นรางวัล	C: ฝ่าย ส่งเสริมการจัดประชุม นานาชาติ	E: ฝ่าย อุตสาหกรรม การส่งออก สินค้า นานาชาติ	D-MICE: ฝ่ายส่งเสริม ตลาดในประเทศ	MEGA: กลุ่มชำนาญ การพิเศษตาม นโยบายงาน พัฒนาการจัด งาน เมกะ โปรเจค	MICE CAP: ฝ่ายพัฒนา ศักยภาพ อุตสาหกรรม ใหม่	GCA: ฝ่าย บริหารธุรกิจ วิสาหกิจ	AREA BASED: กลุ่มชำนาญ พิเศษตาม นโยบายการ พัฒนา เครือข่ายไมซ์
ฐาน: ทั้งหมด	200	37	12**	37	13**	17**	35	28**	21**
การสนับสนุนด้านการตลาด (สุทธิ)	10%	16%	8%	5%	31%	0%	14%	4%	5%
สนับสนุนด้านการจัดงาน/จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์	3%	3%	8%	3%	8%	0%	0%	4%	5%
สนับสนุนและส่งเสริมผู้จัดงาน/ผู้ประกอบการอย่างต่อเนื่อง	2%	3%	0%	0%	8%	0%	3%	4%	0%
มีการสื่อสาร/ให้ข้อมูลได้อย่างดีและรวดเร็ว	1%	3%	0%	3%	0%	0%	0%	0%	0%
มีการพัฒนาด้านการตลาดอย่างต่อเนื่อง	1%	0%	0%	0%	0%	0%	6%	0%	0%
สนับสนุนให้ผู้ประกอบการและพันธมิตรเข้าร่วมงานที่จัดโดย สสปน. อย่างสม่ำเสมอ	1%	0%	0%	0%	0%	0%	3%	0%	0%
มีแผนการตลาดที่ช่วยสร้างความเป็นสากล	1%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
สนับสนุนด้านการตลาดต่างประเทศ	1%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
สนับสนุนให้ผู้ประกอบการขนาดเล็กและกลาง ได้มีโอกาสเข้าถึงรูปแบบ การสนับสนุนจาก สสปน.	1%	0%	0%	0%	8%	0%	0%	0%	0%
จัดงานโดยตระหนักถึงความยั่งยืน ที่ไม่ก่อให้เกิดผลเสียต่อสิ่งแวดล้อม	1%	0%	0%	0%	0%	0%	3%	0%	0%
จัดงานโดยตระหนักถึงความคุ้มค่า	1%	0%	0%	0%	0%	0%	3%	0%	0%
อำนวยความสะดวกในการประสานงานกับต่างประเทศ	1%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
ไม่มี	10%	14%	25%	5%	15%	0%	11%	4%	10%

ข้อที่ไม่พึงพอใจต่อการทำงานของ สสปน.

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็น ร้อยละ	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย							
		MI: ฝ่าย ส่งเสริมการ จัดประชุมและ การเดินทาง เพื่อเป็นรางวัล	C: ฝ่าย ส่งเสริมการ จัดประชุม นานาชาติ	E: ฝ่าย อุตสาหกรรม การแสดง สินค้า นานาชาติ	D-MICE: ฝ่ายส่งเสริม ตลาดใน ประเทศ	MEGA: กลุ่มชำนาญ การพิเศษตาม นโยบายงาน พัฒนาการจัด งาน เมกะ โปรเจค	MICE CAP: ฝ่ายพัฒนา ศักยภาพ อุตสาหกรรม ใหม่	GCA: ฝ่าย บริหารธุรกิจ วิสาหกิจ	AREA BASED: กลุ่มชำนาญ พิเศษตาม นโยบายการ พัฒนา เครือข่ายไมซ์
ฐาน: ทั้งหมด	200	37	12**	37	13**	17**	35	28**	21**
การสนับสนุนด้านการตลาด (สุทธิ) ■ 11%		■ 8%	0%	■ 11%	■ 31%	■ 12%	■ 6%	■ 7%	■ 24%
ขาดความต่อเนื่องในการสนับสนุนด้านประชาสัมพันธ์	3%	■ 5%	0%	■ 3%	0%	■ 6%	0%	■ 4%	0%
กิจกรรมที่จัดขึ้น ไม่มีเป้าหมาย/ไม่มีรายละเอียดที่ชัดเจน	3%	■ 3%	0%	0%	■ 23%	0%	0%	■ 4%	0%
กิจกรรมในปฏิทินประจำปี มีจำนวนน้อยไป	2%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	■ 14%
ขาดแคลนการประชาสัมพันธ์ภายในประเทศ	1%	0%	0%	0%	0%	0%	■ 3%	0%	■ 5%
กิจกรรม MICE Rewards ยังไม่ดึงดูดใจ	1%	0%	0%	■ 3%	0%	0%	0%	0%	0%
กิจกรรมที่จัดขึ้นในส่วนภูมิภาค ขาดแคลนเจ้าหน้าที่ในการให้คำปรึกษา	1%	0%	0%	0%	■ 8%	0%	0%	0%	0%
กิจกรรมที่จัดขึ้นในส่วนภูมิภาค ขาดแคลนงบประมาณ/ได้งบประมาณน้อยไป	1%	0%	0%	0%	■ 8%	0%	0%	0%	0%
ใช้งบประมาณอย่างไม่เหมาะสม	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	■ 5%
งบประมาณในการสนับสนุน น้อยลง ทุก ๆ ปี	1%	0%	0%	■ 3%	0%	0%	0%	0%	0%
กิจกรรมที่จัดขึ้นสำหรับชาวต่างชาติ ไม่มีความหลากหลาย	1%	0%	0%	■ 3%	0%	0%	0%	0%	0%
กิจกรรมที่จัดขึ้น ไม่เหมาะสมกับธุรกิจขนาดเล็ก	1%	0%	0%	0%	0%	■ 6%	0%	0%	0%
สถานที่จัดงาน ไม่สะดวกในช่วงรับประทานอาหารกลางวัน	1%	0%	0%	0%	0%	0%	■ 3%	0%	0%
กระบวนการภายใน/ลักษณะเฉพาะองค์กร (สุทธิ) ■ 9%		■ 3%	0%	■ 32%	■ 15%	0%	■ 3%	0%	■ 5%
การปรับเปลี่ยนนโยบายอยู่เสมอ	2%	0%	0%	■ 8%	■ 8%	0%	0%	0%	0%
มีกระบวนการ/รายละเอียดในการทำงาน/ข้อปฏิบัติ มากเกินไป	2%	0%	0%	■ 8%	■ 8%	0%	0%	0%	0%
ใช้เวลาเพื่อพิจารณาเรื่องต่างๆ มากเกินไป	1%	0%	0%	■ 5%	0%	0%	0%	0%	0%
ขาดการประสานงานระหว่างแผนก	1%	0%	0%	■ 3%	0%	0%	■ 3%	0%	0%
มีความยุ่งยาก ในการจัดทำเอกสารเพื่อส่งมอบงาน	1%	0%	0%	■ 3%	0%	0%	0%	0%	0%
มีความขัดแย้ง ในกระบวนการการทำงาน	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	■ 5%
มีความซ้ำซ้อน ในกระบวนการการทำงาน	1%	0%	0%	■ 3%	0%	0%	0%	0%	0%
ไม่มีความยืดหยุ่น ในกระบวนการการทำงาน	1%	0%	0%	■ 3%	0%	0%	0%	0%	0%
มีความเป็นราชการมากเกินไป ส่งผลให้ทำงานล่าช้า	1%	■ 3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
การออกนโยบายที่ไม่ได้ตอบโจทย์ของงานที่จัดเป็นประจำ	1%	0%	0%	■ 3%	0%	0%	0%	0%	0%

ข้อที่ไม่พึงพอใจต่อการทำงานของ สสปน. (ต่อ)

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็น ร้อยละ	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย							
		MI: ฝ่าย ส่งเสริมการจัดประชุมและ การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล	C: ฝ่าย ส่งเสริมการจัดประชุม นานาชาติ	E: ฝ่าย อุตสาหกรรม การส่งออกสินค้า นานาชาติ	D-MICE: ฝ่ายส่งเสริม ตลาดในประเทศ	MEGA: กลุ่มชำนาญ การพิเศษตาม นโยบายงาน พัฒนาการจัด งาน แมกะ โปรเจค	MICE CAP: ฝ่ายพัฒนา ศักยภาพ อุตสาหกรรม ใหม่	GCA: ฝ่าย บริหารธุรกิจ วิสาหกิจ	AREA BASED: กลุ่มชำนาญ พิเศษตาม นโยบายการ พัฒนา เครือข่ายไมซ์
ฐาน: ทั้งหมด	200	37	12**	37	13**	17**	35	28**	21**
สมรรถนะของบุคลากร (สุทธิ)	7%	3%	17%	5%	23%	6%	6%	0%	14%
บุคลากร ดำเนินงานซ้ำ/ขาดความกระตือรือร้นในการทำงาน	4%	0%	17%	5%	8%	0%	0%	0%	10%
บุคลากร มีการเลือกปฏิบัติ	2%	3%	0%	0%	15%	0%	3%	0%	0%
บุคลากร ขาดความเป็นมืออาชีพในการทำงาน	1%	0%	0%	0%	0%	6%	3%	0%	0%
บุคลากร ไม่มีจิตบริการ	1%	0%	0%	0%	0%	0%	3%	0%	0%
บุคลากร ไม่มีความชำนาญในการทำงานและแก้ปัญหา	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	5%
การพัฒนาขีดความสามารถ/เสริมสร้างมาตรฐาน (สุทธิ)	5%	5%	0%	3%	0%	0%	11%	0%	10%
มีความล่าช้าในการให้ข้อมูลข่าวสาร/องค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรม MICE	2%	0%	0%	3%	0%	0%	3%	0%	5%
ขาดแคลนข้อมูลข่าวสาร/องค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรม MICE	2%	3%	0%	0%	0%	0%	6%	0%	0%
ขาดความทั่วถึงในการให้ข้อมูลข่าวสาร/กระจายความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรม MICE	1%	3%	0%	0%	0%	0%	3%	0%	0%
ขาดแคลนข้อมูลข่าวสาร/องค์ความรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	5%
การพัฒนาธุรกิจ MICE (สุทธิ)	3%	3%	0%	3%	8%	0%	6%	0%	5%
ขาดแคลนการสนับสนุนด้านการวิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรม MICE เพื่อแข่งขันในระดับสากล	1%	3%	0%	0%	8%	0%	0%	0%	0%
ขาดความต่อเนื่องในการพัฒนาอุตสาหกรรม MICE ในประเทศไทย	1%	0%	0%	0%	0%	0%	3%	0%	0%
ขาดวิสัยทัศน์ในการพัฒนาธุรกิจ MICE ให้สอดคล้องกับแนวโน้มของธุรกิจอย่างแท้จริง	1%	0%	0%	0%	0%	0%	3%	0%	0%
ขาดแคลนงบประมาณในการพัฒนาการศึกษา MICE	1%	0%	0%	3%	0%	0%	0%	0%	0%
ขาดแคลนการปฏิบัติงานในระดับพื้นที่	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	5%
ไม่มี	67%	81%	83%	46%	23%	82%	71%	93%	43%

ข้อเสนอแนะต่อการทำงานของ สสปน.

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็น ร้อยละ	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย							
		MI: ฝ่าย ส่งเสริมการ จัดประชุมและ การเดินทาง เพื่อเป็นรางวัล	C: ฝ่าย ส่งเสริมการ จัดประชุม นานาชาติ	E: ฝ่าย อุตสาหกรรม การส่งออก สินค้า นานาชาติ	D-MICE: ฝ่ายส่งเสริม ตลาดใน ประเทศ	MEGA: กลุ่มชำนาญ การพิเศษตาม นโยบายงาน พัฒนาการจัด งาน เมกะ โปรเจกต์	MICE CAP: ฝ่ายพัฒนา ศักยภาพ อุตสาหกรรม ใหม่	GCA: ฝ่าย บริหารธุรกิจ วิสาหกิจ	AREA BASED: กลุ่มชำนาญ พิเศษตาม นโยบายการ พัฒนา เครือข่ายไมซ์
ฐาน: ทั้งหมด	200	37	12**	37	13**	17**	35	28**	21**
Net. การสนับสนุนด้านการตลาด	18%	8%	8%	35%	8%	41%	11%	14%	10%
ประชาสัมพันธ์กิจกรรมอย่างต่อเนื่อง/ให้คนรู้จัก MICE มากขึ้น	3%	0%	8%	0%	0%	6%	3%	7%	0%
จัดสรรงบประมาณอย่างเหมาะสม/อย่างมีประสิทธิภาพ	2%	0%	0%	3%	0%	6%	0%	0%	5%
ปรับปรุงเงื่อนไขการให้การสนับสนุน ให้สอดคล้องกับแต่ละอุตสาหกรรม	2%	0%	0%	5%	0%	0%	0%	0%	5%
จัดกิจกรรมโดยมุ่งเน้น ด้านการขยายตลาด MICE ให้ครอบคลุมทั่วทุกภูมิภาค	1%	0%	0%	0%	0%	0%	3%	4%	0%
ปรึกษาร่วมกับผู้ประกอบการ เพื่อกำหนดแผนการตลาดที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น	1%	0%	0%	3%	0%	6%	0%	0%	0%
มีโปรโมชั่นเพิ่มเติมให้กับผู้จัดงาน	1%	5%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
ปรับปรุงเงื่อนไขการให้การสนับสนุน โดยเน้นความสำเร็จของโครงการ มากกว่าปริมาณ	1%	0%	0%	3%	0%	6%	0%	0%	0%
ประชาสัมพันธ์เรื่อง MICE Intelligence Center ให้มากขึ้น	1%	0%	0%	3%	0%	0%	0%	0%	0%
จัดกิจกรรมโดยมุ่งเน้น ด้านเครือข่าย (networking) ระดับนานาชาติ สำหรับ ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม MICE	1%	0%	0%	3%	0%	0%	0%	0%	0%
ประชาสัมพันธ์โดยมุ่งเน้น ประโยชน์ของอุตสาหกรรม MICE ในภาพรวม	1%	0%	0%	3%	0%	0%	0%	0%	0%
จัดทำฐานข้อมูลผู้ร่วมงาน เพื่อช่วยผู้จัดงานให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	4%	0%
สนับสนุน ผู้จัดงาน/งานภายในประเทศ มากขึ้น	1%	0%	0%	3%	0%	0%	0%	0%	0%
สนับสนุน ผู้จัดงาน ในด้านอื่นที่ไม่ใช่การให้ความช่วยเหลือทางการเงินให้มากขึ้น	1%	0%	0%	0%	0%	6%	0%	0%	0%
จัดกิจกรรมโดยมุ่งเน้น ด้านความหลากหลาย สำหรับผู้เข้าร่วมงานจากต่างชาติ	1%	0%	0%	3%	0%	0%	0%	0%	0%
จัดกิจกรรมโดยมุ่งเน้น ด้านความยั่งยืน ที่ไม่ก่อให้เกิดผลเสียต่อสิ่งแวดล้อม	1%	0%	0%	0%	0%	0%	3%	0%	0%
สร้างหรือปรับปรุงช่องทางการประชาสัมพันธ์ให้น่าสนใจมากขึ้น	1%	0%	0%	0%	0%	6%	0%	0%	0%
สนับสนุนให้ผู้จัดงานมาทำงานร่วมกันแบบพาร์ทเนอร์ (partner)	1%	0%	0%	0%	0%	6%	0%	0%	0%
นำเสนอสถานที่จัดงานริมแม่น้ำใหม่ๆ	1%	0%	0%	0%	8%	0%	0%	0%	0%
จัดหางบประมาณสนับสนุน ที่ดึงดูดกลุ่ม DMC/PCO ให้เข้ามาจัดงานประชุม ในประเทศไทยมากขึ้น	1%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
การจัดบูธสำหรับผู้ประกอบการ ควรกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน	1%	0%	0%	0%	0%	0%	3%	0%	0%
กิจกรรมที่จัดในต่างประเทศ ควรมีเนื้อหาที่ใหประโยชน์กับทั้ง สสปน. และผู้ร่วมกิจกรรม	1%	0%	0%	3%	0%	0%	0%	0%	0%
ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อทั้งในและต่างประเทศให้มากขึ้น	1%	0%	0%	3%	0%	0%	0%	0%	0%
จัดกิจกรรมโดยมุ่งเน้น ด้านการพัฒนาความสัมพันธ์ของคนในอุตสาหกรรม	1%	0%	0%	3%	0%	0%	0%	0%	0%

ข้อเสนอแนะต่อการทำงานของ สสปน.

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

(ต่อ)

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็น ร้อยละ	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย							
		MI: ฝ่าย ส่งเสริมการจัดประชุมและ การเดินทาง เพื่อเป็นรางวัล	C: ฝ่าย ส่งเสริมการจัดประชุม นานาชาติ	E: ฝ่าย อุตสาหกรรม การแสดง สินค้า นานาชาติ	D-MICE: ฝ่ายส่งเสริม ตลาดใน ประเทศ	MEGA: กลุ่มชำนาญ การพิเศษตาม นโยบายงาน พัฒนาการจัด งาน เมกะ โปรเจค	MICE CAP: ฝ่ายพัฒนา ศักยภาพ อุตสาหกรรม ใหม่	GCA: ฝ่าย บริหารธุรกิจ วิสาหกิจ	AREA BASED: กลุ่มชำนาญ พิเศษตาม นโยบายการ พัฒนา เครือข่ายไมซ์
ฐาน: ทั้งหมด	200	37	12**	37	13**	17**	35	28**	21**
กระบวนการภายใน/ลักษณะเฉพาะองค์กร (สุทธิ)	10%	5%	8%	19%	23%	6%	11%	0%	5%
ลดระเบียบขั้นตอน/เอกสารการขอการสนับสนุน	2%	3%	0%	8%	0%	0%	0%	0%	0%
มีรายละเอียดวิธีการดำเนินเป็นลำดับขั้นตอน	2%	0%	8%	0%	0%	0%	6%	0%	0%
นำความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ จากภาคเอกชนมาปรับใช้	1%	3%	0%	3%	0%	0%	0%	0%	0%
มุ่งเน้นด้านการพัฒนาในระยะยาว/การพัฒนาอย่างยั่งยืน	1%	0%	0%	0%	8%	0%	3%	0%	0%
มีความชัดเจนในเรื่องของนโยบายและแนวทางปฏิบัติ เพื่อตอบใจത്യอุตสาหกรรม MICE	1%	0%	0%	5%	0%	0%	0%	0%	0%
ปรับระเบียบให้ยืดหยุ่นและเหมาะสมกับสถานการณ์/เพิ่มความคล่องตัว ในการทำงาน	1%	0%	0%	0%	0%	6%	0%	0%	0%
มีความเป็นกลาง/เป็นธรรม ในการนำเสนอสถานที่จัดงานให้กับผู้จัดงาน	1%	0%	0%	0%	8%	0%	0%	0%	0%
ประชาสัมพันธ์ถึงหน้าที่ของแต่ละฝ่ายของ สสปน. ให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องได้ทราบ	1%	0%	0%	0%	8%	0%	0%	0%	0%
ปรับปรุงรูปแบบองค์กรให้ทันสมัย	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	5%
สนับสนุนทำงานเป็นทีม	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	5%
ปรับตัวเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงต่าง	1%	0%	0%	3%	0%	0%	0%	0%	0%
เข้าใจความแตกต่างในเรื่องวัฒนธรรมการทำงาน	1%	0%	0%	0%	0%	0%	3%	0%	0%

ข้อเสนอแนะต่อการทำงานของ สสปน. (ต่อ)

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็น ร้อยละ	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย							
		MI: ฝ่าย ส่งเสริมการ จัดประชุมและ การเดินทาง เพื่อเป็นรางวัล	C: ฝ่าย ส่งเสริมการ จัดประชุม นานาชาติ	E: ฝ่าย อุตสาหกรรม การส่งออก สินค้า นานาชาติ	D-MICE: ฝ่ายส่งเสริม ตลาดใน ประเทศ	MEGA: กลุ่มชำนาญ การพิเศษตาม นโยบายงาน พัฒนาการจัด งาน เมกะ โปรเจกต์	MICE CAP: ฝ่ายพัฒนา ศักยภาพ อุตสาหกรรม ใหม่	GCA: ฝ่าย บริหารธุรกิจ วิสาหกิจ	AREA BASED: กลุ่มชำนาญ พิเศษตาม นโยบายการ พัฒนา เครือข่ายไมซ์
ฐาน: ทั้งหมด	200	37	12**	37	13**	17**	35	28**	21**
Net. สมรรถนะของบุคลากร	9%	8%	25%	5%	23%	6%	3%	7%	14%
บุคลากร ควรจะประสานงานให้รวดเร็วขึ้น	3%	3%	8%	5%	8%	0%	0%	0%	5%
บุคลากร ควรจะพัฒนาดนให้มีมาตรฐานการทำงานที่ดีขึ้น	2%	3%	8%	0%	0%	0%	0%	0%	5%
บุคลากร ควรจะกระตือรือร้นในการติดต่อประสานงานมากกว่านี้	1%	0%	8%	0%	0%	0%	0%	4%	0%
บุคลากร ควรจะจำนวนที่เพียงพอในการประสานงาน	1%	0%	0%	0%	8%	0%	0%	0%	5%
บุคลากร ควรจะทำงานอย่างมืออาชีพ	1%	0%	0%	0%	8%	0%	3%	0%	0%
บุคลากร ควรจะเปิดกว้าง/เรียนรู้วิธีการใหม่ๆ	1%	0%	0%	0%	0%	6%	0%	0%	0%
บุคลากร ควรจะทำงานอย่างโปร่งใส/เป็นแบบอย่างที่ดีขององค์กรภาครัฐ	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	4%	0%
บุคลากร ควรจะมีการสื่อสารภายในองค์กร	1%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
บุคลากร ควรจะยืดหยุ่นในการทำงาน	1%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
องค์กร ควรจะรักษาบุคลากรที่มีความสามารถไว้ให้ได้	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	4%	0%
บุคลากร ควรจะมีทัศนคติที่ดีในการทำงาน	1%	0%	0%	0%	8%	0%	0%	0%	0%
Net. การพัฒนาขีดความสามารถ/เสริมสร้างมาตรฐาน	9%	11%	17%	5%	0%	6%	11%	11%	5%
จัดอบรม สัมมนาให้กับเจ้าหน้าที่ มากขึ้น	2%	5%	0%	0%	0%	0%	0%	4%	5%
ใช้เทคโนโลยีและระบบออนไลน์ เพื่อลดความซ้ำซ้อน	2%	3%	0%	3%	0%	0%	6%	0%	0%
เพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการชาวไทย ให้สามารถแข่งขันกับประเทศอื่นได้มากขึ้น	1%	0%	0%	0%	0%	6%	0%	4%	0%
เพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์/การเข้าถึงข้อมูล	1%	3%	8%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
กระจายงานกับองค์กรต่างๆ อย่างทั่วถึง	1%	0%	0%	0%	0%	0%	6%	0%	0%
นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับ อุตสาหกรรม MICE ในรูปแบบที่เข้าใจง่าย	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	4%	0%
มุ่งเน้นการกระจายการจัดแสดงงานไปสู่ส่วนท้องถิ่น/ต่างจังหวัด	1%	0%	8%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
แบ่งปันข้อมูลอุตสาหกรรมและเครื่องมือต่างๆ	1%	0%	0%	3%	0%	0%	0%	0%	0%

ข้อเสนอแนะต่อการทำงานของ สสปน. (ต่อ)

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

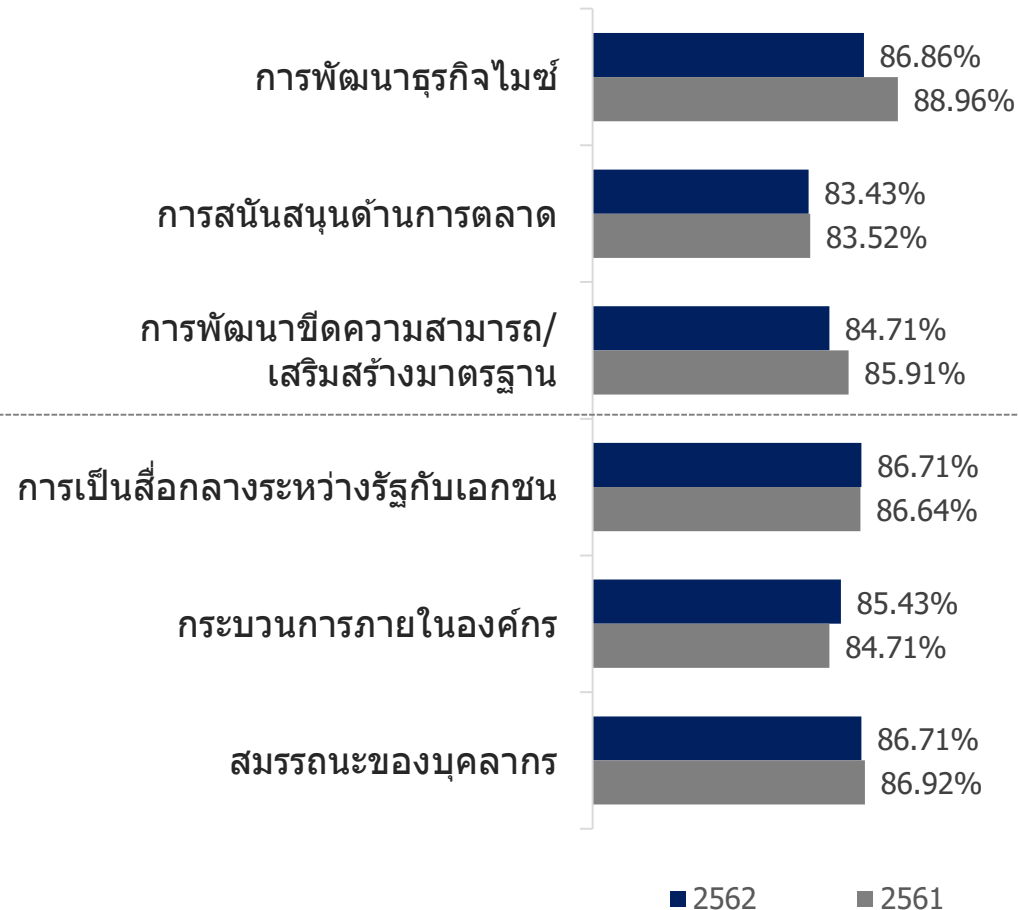
ข้อมูลในตาราง แสดงเป็น ร้อยละ	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย							
		MI: ฝ่าย ส่งเสริมการ จัดประชุมและ การเดินทาง เพื่อเป็นรางวัล	C: ฝ่าย ส่งเสริมการ จัดประชุม นานาชาติ	E: ฝ่าย อุตสาหกรรม การแสดงผล สินค้า นานาชาติ	D-MICE: ฝ่ายส่งเสริม ตลาดใน ประเทศ	MEGA: กลุ่มชำนาญ การพิเศษตาม นโยบายงาน พัฒนาการจัด งาน แมกะ โปรเจกต์	MICE CAP: ฝ่ายพัฒนา ศักยภาพ อุตสาหกรรม ใหม่	GCA: ฝ่าย บริหารธุรกิจ วิสาหกิจ	AREA BASED: กลุ่มชำนาญ พิเศษตาม นโยบายการ พัฒนา เครือข่ายไมซ์
ฐาน: ทั้งหมด	200	37	12**	37	13**	17**	35	28**	21**
Net. การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	9%	5%	0%	5%	0%	6%	17%	11%	14%
ประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพ	3%	0%	0%	3%	0%	0%	6%	7%	0%
ประสานงานกับภาครัฐให้มากขึ้น	2%	0%	0%	3%	0%	6%	0%	0%	5%
ประสานงานกับภาคเอกชนให้มากขึ้น	2%	3%	0%	0%	0%	0%	6%	0%	0%
เป็นศูนย์กลางในการประสานงานกับภาคเอกชนทั้งในประเทศและต่างประเทศ	1%	0%	0%	0%	0%	0%	3%	0%	0%
กิจกรรมกับภาคการศึกษาให้ครอบคลุมและทั่วถึงในทุกระดับการศึกษา	1%	0%	0%	0%	0%	0%	3%	0%	0%
ควรจะมีหนังสือประสานงาน เพื่อแจ้งระยะเวลาการดำเนินการภายในของ สสปน. กับหน่วยงานอื่นๆ ล่วงหน้า	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	5%
ประสานงานกับ ททท. ให้มากขึ้น	1%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
ผลักดันให้ภาครัฐ ให้ความสำคัญกับเมืองรองมากขึ้น	1%	0%	0%	0%	0%	0%	3%	0%	0%
สร้างเครือข่ายในภูมิภาคให้มากขึ้น	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	5%
เปิดโอกาสหน่วยงานภาครัฐ ภาคี และภาคเอกชนทำงานร่วมกันอย่างใกล้ชิด เพื่อนำผลไปพัฒนาต่อยอด	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	4%	0%
Net. การพัฒนาธุรกิจ MICE	5%	11%	0%	0%	8%	6%	6%	4%	5%
สนับสนุนการพัฒนาการศึกษา MICE อย่างเต็มที่	3%	8%	0%	0%	0%	0%	3%	0%	5%
ปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจ MICE ในระดับโลก	1%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
สนับสนุนการจัดนิทรรศการเป็นหลัก/ให้มากขึ้น	1%	0%	0%	0%	0%	0%	3%	0%	0%
เพิ่มจังหวัดของ MICE	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	4%	0%
จัดตั้งหน่วยงานประจำภูมิภาค เพื่อสนับสนุนให้ MICE เกิดขึ้นในภูมิภาคให้ได้อย่างเป็น รูปธรรม	1%	0%	0%	0%	8%	0%	0%	0%	0%
สสปน. ควรได้รับอำนาจในการบริหารอุตสาหกรรม MICE จากรัฐบาลมากขึ้น	1%	0%	0%	0%	0%	6%	0%	0%	0%
ให้ความสำคัญกับประเทศเศรษฐกิจเกิดใหม่มากขึ้น	1%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
ไม่มี	44%	54%	42%	32%	39%	41%	40%	54%	48%

ส่วนที่ 2:

ผลการประเมินทัศนคติต่อ การบริหารจัดการของ สสปน. (6 มิติสำคัญขององค์กร)

ผลการประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน.

ร้อยละค่าเฉลี่ย



ผลการประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน.

ในปี 2562 แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็น ร้อยละ	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย							AREA BASED: กลุ่มชำนาญ พิเศษตาม นโยบายการ พัฒนา เครือข่ายไมซ์
		MI: ฝ่าย ส่งเสริมการ จัดประชุมและ การเดินทาง เพื่อเป็นรางวัล	C: ฝ่าย ส่งเสริม การจัดประชุม นานาชาติ	E: ฝ่าย อุตสาหกรรม การแสดง สินค้า นานาชาติ	D-MICE: ฝ่ายส่งเสริม ตลาดใน ประเทศ	MEGA: กลุ่มชำนาญ การพิเศษตาม นโยบายงาน พัฒนาการจัด งาน เมกะ โปรเจค	MICE CAP: ฝ่ายพัฒนา ศักยภาพ อุตสาหกรรม ใหม่	GCA: ฝ่าย บริหารธุรกิจ วิสาหกิจ	
ฐาน: ทั้งหมด	200	37	12**	37	13**	17**	35	28**	21**
การพัฒนาธุรกิจไมซ์	86.86	90.00	90.71	83.29	84.29	91.57	85.57	88.00	83.43
การสนับสนุนด้านการตลาด	83.43	89.86	85.86	80.57	74.14	85.71	83.14	85.00	78.29
การพัฒนาขีดความสามารถ/ เสริมสร้างมาตรฐาน	84.71	90.14	84.29	79.86	79.14	88.57	85.71	85.86	79.71
การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	86.71	91.57	88.71	80.71	76.86	88.71	87.00	91.57	84.71
กระบวนการภายในองค์กร	85.43	89.71	87.57	80.29	78.86	90.71	84.86	88.29	82.29
สมรรถนะของบุคลากร	86.71	91.14	92.00	82.86	75.43	91.86	82.71	91.86	85.43

ผลการประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน.

ในรายละเอียดต่าง ๆ (1)

ฐาน:

ข้อมูลในกราฟแสดงเป็น %

ค่าเฉลี่ย

ร้อยละ
3 ระดับบน

% ตอบไม่ได้/
ไม่ทราบว่ามี

(n=200)

การพัฒนาธุรกิจ MICE

6.08

95.30%

196	การผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อม ในการเป็น MICE Destination	001	2	20	32	45	6.19	97%	2%
194	การผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำด้านการประชุม และงานแสดงสินค้านานาชาติในภูมิภาคเอเชีย	101	2	21	29	47	6.18	97%	3%
193	การสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์	112	3	18	35	41	6.09	95%	4%
194	การกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านธุรกิจไมซ์	102	2	23	36	37	6.02	95%	3%
186	การกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์	02	3	23	35	34	5.90	92%	7%

การสนับสนุนด้านการตลาด

5.84

89.55%

179	การนำเสนอวัฒนธรรม และอัตลักษณ์ความเป็นไทย ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ	10	2	26	20	40	32	5.94	92%	4%
163	การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่หลากหลาย	11	2	29	15	37	36	5.91	88%	3%
167	การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ ที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ	11	2	27	20	36	33	5.84	89%	1%
181	การประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ข้อมูล อุตสาหกรรมไมซ์ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ สื่อโทรทัศน์ เป็นต้น	01	2	27	26	35	30	5.83	91%	3%
195	การประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ภาพลักษณ์ขององค์กรสสปน.ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ สื่อโทรทัศน์ เป็นต้น	00	3	36	27	37	27	5.78	91%	3%
190	การจัดทำ และเผยแพร่ปฏิทินกิจกรรมไมซ์ประจำปี	02	1	11	24	35	28	5.74	87%	5%

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

ผลการประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน.

ในรายละเอียดต่าง ๆ (2)

ฐาน:

ข้อมูลในกราฟแสดงเป็น %

ค่าเฉลี่ย

ร้อยละ
3 ระดับบน

% ตอบไม่ได้/
ไม่ทราบว่ามี

(n=200)

การพัฒนาขีดความสามารถ/ เสริมสร้างมาตรฐาน

5.93

90.93%

182	การสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ให้เทียบเท่าระดับสากล	1114193541	6.07	94%	2%
185	การให้ข้อมูลและองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้บริการผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ที่สนใจ	0115253038	5.97	94%	1%
169	การผลักดันให้ผู้ประกอบการและผู้จัดงานไมซ์ ผ่านการรับรองมาตรฐาน ด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน	1125223337	5.95	92%	3%
180	การให้ข้อมูลและองค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่มีสนใจอย่างสม่ำเสมอ	0118223533	5.89	91%	3%
175	การให้ความรู้ในเรื่องการจัดงานไมซ์ ในรูปแบบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แก่ผู้ประกอบการผู้จัดงานไมซ์ ผู้ใช้บริการผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่มีสนใจ	1128213137	5.87	89%	6%
180	การให้บริการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการไมซ์ และผู้เข้าร่วมงานด้วยนวัตกรรม เช่น แอปพลิเคชัน เว็บไซต์ เป็นต้น	1129213234	5.80	87%	3%

การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน

6.07

95.05%

188	การอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุมนานาชาติ การเดินทาง เพื่อเป็นรางวัล และการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการในประเทศไทย	0023213242	6.09	95%	6%
196	การเป็นสื่อกลางในการประสานงานระหว่างหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน ในอุตสาหกรรมไมซ์	1212203441	6.07	95%	2%

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

ผลการประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน.

ในรายละเอียดต่าง ๆ (3)

ฐาน:		ข้อมูลในกราฟแสดงเป็น %	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ 3 ระดับบน	% ตอบไม่ได้/ ไม่ทราบว่ามี (n=200)
กระบวนการภายใน/ ลักษณะเฉพาะองค์กร			5.98	91.82%	
198	การสร้างภาพลักษณ์ของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากล ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์	1013163742	6.15	95%	1%
198	การเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้ร่วมแสดงความคิดเห็น เกี่ยวกับการทำงานของ สสปน.	1126183440	6.03	92%	1%
200	การให้บริการผ่านระบบงานของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากล ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์	1116193737	5.98	93%	0%
199	การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน	1126203438	5.96	91%	1%
198	การให้ความชัดเจนในนโยบาย และทิศทางการดำเนินงานของ สสปน. เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง	1026203437	5.94	91%	1%
199	การปฏิบัติงานที่มีความคล่องตัว (Flexibility) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน	1126243236	5.90	91%	1%
191	การนำความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ มาปรับปรุงการทำงานของ สสปน. อย่างต่อเนื่อง	1137193634	5.86	89%	5%

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

ผลการประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน.

ในรายละเอียดต่าง ๆ (4)

ฐาน:

ข้อมูลในกราฟแสดงเป็น %

ค่าเฉลี่ย

ร้อยละ
3 ระดับบน

% ตอบไม่ได้/
ไม่ทราบว่ามี

(n=200)

สมรรถนะของบุคลากร

6.07

93.41%

197	บุคลากรของสสปน. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และมีจิตบริการ	113	21	3	28	53	6.25	95%	2%
194	บุคลากรของสสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์ และโปร่งใส	111	3	15	29	50	6.20	95%	3%
199	บุคลากรของสสปน. มีความเป็นมืออาชีพ	121	12	17	33	45	6.14	95%	1%
197	บุคลากรของสสปน. กระตือรือร้นที่จะช่วยแก้ไขปัญหา ให้กับลูกค้า / ผู้รับบริการ	120	5	14	32	46	6.12	93%	2%
198	บุคลากรของสสปน. สามารถประสานงานได้อย่างรวดเร็ว	121	4	19	30	44	6.08	93%	1%
195	บุคลากรของสสปน. เข้าใจวิธีการจัดงานอีเวนต์ (events) ของอุตสาหกรรมไมซ์เป็นอย่างดี	111	3	4	18	31	6.06	93%	3%
192	บุคลากรของสสปน. เข้าใจในระเบียบ ขั้นตอน และกระบวนการทำงานภายในเป็นอย่างดี	101	2	5	23	28	6.01	93%	4%
191	บุคลากรของสสปน. สามารถแก้ไขปัญหาของลูกค้า / ผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที	121	6	19	30	41	5.97	91%	5%
194	บุคลากรของสสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า หรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด ได้เป็นอย่างดี	121	3	25	34	36	5.94	94%	3%
190	บุคลากรของสสปน. สามารถจัดการกับความขัดแย้ง หรือสถานการณ์ที่ยุ่งยาก ได้เป็นอย่างดี	121	4	24	33	35	5.87	92%	5%

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

ผลการประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน.

ในรายละเอียดต่าง ๆ แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นค่าเฉลี่ย	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย							
		MI: ฝ่าย ส่งเสริมการ จัดประชุมและ การเดินทาง เพื่อเป็นรางวัล	C: ฝ่าย ส่งเสริมการ จัดประชุม นานาชาติ	E: ฝ่าย อุตสาหกรรม การส่งออก สินค้า นานาชาติ	D-MICE: ฝ่ายส่งเสริม ตลาดใน ประเทศ	MEGA: กลุ่มชำนาญ การพิเศษตาม นโยบายงาน พัฒนาการจัด งาน เมกะ โปรเจค	MICE CAP: ฝ่ายพัฒนา ศักยภาพ อุตสาหกรรม ใหม่	GCA: ฝ่าย บริหารธุรกิจ วิสาหกิจ	AREA BASED: กลุ่มชำนาญ พิเศษตาม นโยบายการ พัฒนา เครือข่ายไมซ์
ฐาน: ทั้งหมด	200	37	12**	37	13**	17**	35	28**	21**
การพัฒนาธุรกิจ MICE									
○ การผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อม ในการเป็น MICE Destination	6.19	6.22	6.42	6.08	6.17	6.41	6.24	6.30	5.81
○ การผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำด้านการประชุม และงาน แสดงสินค้านานาชาติในภูมิภาคเอเชีย	6.18	6.14	6.58	6.00	6.33	6.50	6.12	6.27	6.00
○ การสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์	6.09	6.51	6.25	5.72	5.55	6.53	5.84	6.19	6.05
○ การกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านธุรกิจไมซ์	6.02	6.32	6.42	5.78	6.00	6.31	5.79	6.04	5.76
○ การกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์	5.90	6.37	6.08	5.50	5.42	6.31	5.87	5.96	5.57
การสนับสนุนด้านการตลาด									
○ การนำเสนอวัฒนธรรม และอัตลักษณ์ความเป็นไทย ผ่าน กิจกรรมต่าง ๆ	5.94	6.49	6.17	5.62	5.31	5.88	5.88	6.17	5.60
○ การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่หลากหลาย	5.91	6.41	6.17	5.67	5.25	6.25	5.84	6.25	5.00
○ การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ ที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ	5.84	6.27	6.17	5.62	5.00	6.13	6.00	6.06	5.00
○ การประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ข้อมูล อุตสาหกรรมไมซ์ผ่าน ช่องทางต่าง ๆ	5.83	6.24	6.08	5.60	5.31	5.87	5.82	5.95	5.47
○ การประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ภาพลักษณ์ขององค์กรสสปน.ผ่าน ช่องทางต่าง ๆ	5.78	6.11	5.83	5.67	5.31	5.87	5.74	5.96	5.48
○ การจัดทำ และเผยแพร่ปฏิทินกิจกรรมไมซ์ประจำปี	5.74	6.22	5.67	5.79	4.92	5.86	5.67	5.85	5.24

ผลการประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน.

ในรายละเอียดต่าง ๆ แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นค่าเฉลี่ย	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย							
		MI: ฝ่าย ส่งเสริมการ จัดประชุมและ การเดินทาง เพื่อเป็นรางวัล	C: ฝ่าย ส่งเสริมการ จัดประชุม นานาชาติ	E: ฝ่าย อุตสาหกรรม การส่งออก สินค้า นานาชาติ	D-MICE: ฝ่ายส่งเสริม ตลาดใน ประเทศ	MEGA: กลุ่มชำนาญ การพิเศษตาม นโยบายงาน พัฒนาการจัด งาน เมกะ โปรเจค	MICE CAP: ฝ่ายพัฒนา ศักยภาพ อุตสาหกรรม ใหม่	GCA: ฝ่าย บริหารรัฐกิจ วิสาหกิจ	AREA BASED: กลุ่มชำนาญ พิเศษตาม นโยบายการ พัฒนา เครือข่ายไมซ์
ฐาน: ทั้งหมด	200	37	12**	37	13**	17**	35	28**	21**
การพัฒนาขีดความสามารถ/ เสริมสร้างมาตรฐาน									
○ การสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ ให้เทียบเท่าระดับสากล	6.07	6.35	6.00	5.89	5.58	6.35	6.15	6.15	5.60
○ การให้ข้อมูลและองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ เกี่ยวกับ อุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้บริการผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้สนใจ	5.97	6.38	6.00	5.67	5.62	6.24	6.00	6.00	5.53
○ การผลักดันให้ผู้ประกอบการและผู้จัดงานไมซ์ ผ่านการรับรอง มาตรฐานด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน	5.95	6.35	5.92	5.69	5.36	5.67	6.12	6.16	5.53
○ การให้ข้อมูลและองค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้สนใจอย่างสม่ำเสมอ	5.89	6.27	5.83	5.57	5.73	6.29	5.74	5.89	5.80
○ การให้ความรู้ในเรื่องการจัดงานไมซ์ ในรูปแบบที่เป็นมิตรต่อ สิ่งแวดล้อม แก่ผู้ประกอบการผู้จัดงานไมซ์ ผู้ใช้บริการผู้ที่ เกี่ยวข้อง และผู้สนใจ	5.87	6.27	5.83	5.48	5.30	6.12	5.94	6.00	5.53
○ การให้บริการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการไมซ์ และ ผู้เข้าร่วมงานด้วยนวัตกรรม เช่น แอปพลิเคชัน เว็บไซต์ เป็นต้น	5.80	6.25	5.83	5.21	5.38	6.06	5.94	6.00	5.47
การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน									
○ การอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการ ประชุมนานาชาติ การเดินทาง เพื่อเป็นรางวัล และการจัดงาน แสดงสินค้าและนิทรรศการในประเทศไทย	6.09	6.42	6.25	5.68	5.70	6.29	6.06	6.32	5.86
○ การเป็นสื่อกลางในการประสานงานระหว่างหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน ในอุตสาหกรรมไมซ์	6.07	6.41	6.17	5.64	5.33	6.12	6.12	6.44	6.00

ผลการประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน.

ในรายละเอียดต่าง ๆ แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นค่าเฉลี่ย	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย							
		MI: ฝ่าย ส่งเสริมการ จัดประชุมและ การเดินทาง เพื่อเป็นรางวัล	C: ฝ่าย ส่งเสริมการ จัดประชุม นานาชาติ	E: ฝ่าย อุตสาหกรรม การส่งออก สินค้า นานาชาติ	D-MICE: ฝ่ายส่งเสริม ตลาดใน ประเทศ	MEGA: กลุ่มชำนาญ การพิเศษตาม นโยบายงาน พัฒนาการจัด งาน เมกะ โปรเจกต์	MICE CAP: ฝ่ายพัฒนา ศักยภาพ อุตสาหกรรม ใหม่	GCA: ฝ่าย บริหารรัฐกิจ วิสาหกิจ	AREA BASED: กลุ่มชำนาญ พิเศษตาม นโยบายการ พัฒนา เครือข่ายไมซ์
ฐาน: ทั้งหมด	200	37	12**	37	13**	17**	35	28**	21**
กระบวนการภายใน/ ลักษณะเฉพาะองค์กร									
○ การสร้างภาพลักษณ์ของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากล ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์	6.15	6.38	6.17	5.81	6.15	6.38	6.26	6.11	6.05
○ การเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของสสปน.	6.03	6.30	6.00	5.72	5.83	6.53	5.80	6.25	5.86
○ การให้บริการผ่านระบบงานของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากล ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์	5.98	6.35	6.17	5.65	5.46	6.29	6.00	6.11	5.67
○ การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน	5.96	6.24	6.25	5.59	5.38	6.29	5.89	6.30	5.71
○ การให้ความชัดเจนในนโยบาย และทิศทางการดำเนินงานของสสปน. เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง	5.94	6.24	6.25	5.76	5.23	6.38	5.91	6.19	5.43
○ การปฏิบัติงานที่มีความคล่องตัว (Flexibility) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน	5.90	6.24	6.17	5.35	5.15	6.29	5.94	6.22	5.81
○ การนำความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ มาปรับปรุงการทำงานของสสปน.อย่างต่อเนื่อง	5.86	6.19	5.92	5.53	5.33	6.25	5.73	6.08	5.81

ผลการประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน.

ในรายละเอียดต่าง ๆ แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นค่าเฉลี่ย	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย							
		MI: ฝ่าย ส่งเสริมการ จัดประชุมและ การเดินทาง เพื่อเป็นรางวัล	C: ฝ่าย ส่งเสริมการ จัดประชุม นานาชาติ	E: ฝ่าย อุตสาหกรรม การแต่ง สินค้า นานาชาติ	D-MICE: ฝ่ายส่งเสริม ตลาดใน ประเทศ	MEGA: กลุ่มชำนาญ การพิเศษตาม นโยบายงาน พัฒนาการจัด งาน เมกะ โปรเจกต์	MICE CAP: ฝ่ายพัฒนา ศักยภาพ อุตสาหกรรม ใหม่	GCA: ฝ่าย บริหารธุรกิจ วิสาหกิจ	AREA BASED: กลุ่มชำนาญ พิเศษตาม นโยบายการ พัฒนา เครือข่ายไมซ์
ฐาน: ทั้งหมด	200	37	12**	37	13**	17**	35	28**	21**
สมรรถนะของบุคลากร									
○ บุคลากรของสสปน. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และมีจิตบริการ	6.25	6.57	6.58	6.00	5.46	6.59	5.91	6.69	6.14
○ บุคลากรของสสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์ และโปร่งใส	6.20	6.44	6.50	6.14	5.46	6.59	5.97	6.38	6.00
○ บุคลากรของสสปน. มีความเป็นมืออาชีพ	6.14	6.49	6.50	5.97	5.23	6.47	5.74	6.46	6.14
○ บุคลากรของสสปน. กระตือรือร้นที่จะช่วยแก้ไขปัญหา ให้กับ ลูกค้า / ผู้รับบริการ	6.12	6.41	6.50	5.92	5.08	6.41	5.80	6.62	6.10
○ บุคลากรของสสปน. สามารถประสานงานได้อย่างรวดเร็ว	6.08	6.35	6.33	5.81	5.00	6.47	5.83	6.56	6.05
○ บุคลากรของสสปน. เข้าใจวิธีการจัดงานอีเวนต์ (events) ของ อุตสาหกรรมไมซ์เป็นอย่างดี	6.06	6.38	6.42	5.61	5.42	6.47	5.80	6.28	6.29
○ บุคลากรของสสปน. เข้าใจระเบียบ ขั้นตอน และกระบวนการ ทำงานภายในเป็นอย่างดี	6.01	6.33	6.50	5.81	5.54	6.19	5.76	6.21	5.86
○ บุคลากรของสสปน. สามารถแก้ไขปัญหาของลูกค้า / ผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที	5.97	6.36	6.42	5.58	5.00	6.35	5.74	6.48	5.81
○ บุคลากรของสสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า หรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด ได้เป็นอย่างดี	5.94	6.28	6.33	5.54	5.08	6.35	5.79	6.26	5.81
○ บุคลากรของสสปน. สามารถจัดการกับความขัดแย้ง หรือ สถานการณ์ที่ยุ่งยาก ได้เป็นอย่างดี	5.87	6.24	6.27	5.62	5.17	6.35	5.53	6.26	5.57

ส่วนที่ 3:

**ผลการประเมินทัศนคติต่อ
กิจกรรมที่เกิดจากแผนพัฒนา
การให้บริการของ สสพน.**

ผลการประเมินทัศนคติต่อกิจกรรมที่เกิดจากแผนพัฒนา

ร้อยละ 3 ระดับบน



ผลการประเมินทัศนคติต่อกิจกรรมที่เกิดจากแผนพัฒนา

ฐาน:

ข้อมูลในกราฟแสดงเป็น %

ค่าเฉลี่ย

ร้อยละ
3 ระดับบน

% ตอบไม่ได้/
ไม่ทราบว่ามี

(n=200)

ด้านการสนับสนุน/ การตลาด

5.69

87.94%

144

การติดตั้งระบบทำให้ผู้ขอรับการสนับสนุนสามารถตรวจสอบสถานภาพ และติดตามขั้นตอนในการขอรับการสนับสนุนได้จากเว็บไซต์ Business Events Thailand



5.78

89%

14%

151

เอกสารเผยแพร่เกณฑ์ในการขอรับการสนับสนุนบนเว็บไซต์ Business Events Thailand มีความชัดเจนเข้าใจง่าย



5.67

88%

10%

152

เอกสารเผยแพร่เกณฑ์ในการขอรับการสนับสนุนบนเว็บไซต์ Business Events Thailand ทำให้ผู้ที่สนใจ ได้ทราบอย่างสะดวกรวดเร็ว



5.64

87%

10%

ด้านกระบวนการภายใน/ลักษณะเฉพาะองค์กร

5.65

89.35%

179

เว็บไซต์ Business Events Thailand ได้รับการปรับปรุงให้มีเนื้อหาที่น่าสนใจ



5.66

90%

11%

178

เว็บไซต์ Business Events Thailand ได้รับการปรับปรุงให้ใช้งานง่าย



5.63

89%

11%

ด้านการเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน

5.97

93.78%

193

การกำหนดผู้ประสานงานหลักของแต่ละฝ่าย เพื่ออำนวยความสะดวกในการประสานงาน และการให้บริการอย่างชัดเจน เพื่อความสะดวกในการทำงานกับสสป.



5.97

94%

4%

■ ฟังพอน้อยที่สุด (1) ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 ■ 6 ■ ฟังพอนมากที่สุด (7)

ผลการประเมินทัศนคติต่อกิจกรรมที่เกิดจากแผนพัฒนา

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นค่าเฉลี่ย	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย							
		MI: ฝ่าย ส่งเสริมการ จัดประชุมและ การเดินทาง เพื่อเป็นรางวัล	C: ฝ่าย ส่งเสริมการ จัดประชุม นานาชาติ	E: ฝ่าย อุตสาหกรรม การส่งออก สินค้า นานาชาติ	D-MICE: ฝ่ายส่งเสริม ตลาดใน ประเทศ	MEGA: กลุ่มชำนาญ การพิเศษตาม นโยบายงาน พัฒนาการจัด งาน เมกะ โปรเจกต์	MICE CAP: ฝ่ายพัฒนา ศักยภาพ อุตสาหกรรม ใหม่	GCA: ฝ่าย บริหารธุรกิจ วิสาหกิจ	AREA BASED: กลุ่มชำนาญ พิเศษตาม นโยบายการ พัฒนา เครือข่ายไมซ์
ฐาน: ทั้งหมด	200	37	12**	37	13**	17**	35	28**	21**
ด้านการสนับสนุน/ การตลาด									
○ การติดตั้งระบบทำให้ผู้ขอรับการสนับสนุนสามารถตรวจสอบ สถานภาพ และติดตามขั้นตอนในการขอรับการสนับสนุนได้จาก เว็บไซต์ Business Events Thailand	5.78	6.03	5.70	5.56	5.30	6.20	5.35	6.20	5.64
○ เอกสารเผยแพร่เกณฑ์ในการขอรับการสนับสนุนบนเว็บไซต์ Business Events Thailand มีความชัดเจนเข้าใจง่าย	5.67	5.94	5.50	5.56	5.42	6.13	5.39	6.07	4.92
○ เอกสารเผยแพร่เกณฑ์ในการขอรับการสนับสนุนบนเว็บไซต์ Business Events Thailand ทำให้ผู้ที่สนใจ ได้ทราบอย่าง สะดวกรวดเร็ว	5.64	5.94	5.50	5.65	5.25	5.75	5.50	5.93	5.08
ด้านกระบวนการภายใน/ ลักษณะเฉพาะองค์กร									
○ เว็บไซต์ Business Events Thailand ได้รับการปรับปรุงให้ มีเนื้อหาที่น่าสนใจ	5.66	5.86	5.50	5.62	5.60	5.59	5.76	5.96	4.88
○ เว็บไซต์ Business Events Thailand ได้รับการปรับปรุง ให้ใช้งานง่าย	5.63	5.86	5.50	5.56	5.70	5.53	5.66	6.00	4.88
ด้านการเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน									
○ การกำหนดผู้ประสานงานหลักของแต่ละฝ่าย เพื่ออำนวยความสะดวก สะดวกในการประสานงาน และการให้บริการอย่างชัดเจน เพื่อ ความสะดวกในการทำงานกับสสปน.	5.97	6.14	5.91	5.86	5.42	6.38	5.64	6.35	6.00

ผลการประเมินทัศนคติต่อบริการหรือผลิตภัณฑ์ของ สสปน.

ร้อยละ 3 ระดับบน



ผลการประเมินทัศนคติต่อบริการหรือผลิตภัณฑ์ของ สสปน.

ฐาน:

ข้อมูลในกราฟแสดงเป็น %

ค่าเฉลี่ย

ร้อยละ
3 ระดับบน

% ตอบไม่ได้/
ไม่ทราบว่ามี

(n=200)

บริการด้านการจัดงานและสนับสนุนการจัดงาน

5.72

86.34%

175

การสนับสนุนในรูปแบบอื่นที่ไม่ใช่การเงิน (Non-cash incentives)



5.76

86%

13%

171

การสนับสนุนทางการเงิน (Cash Incentives)



5.75

88%

15%

180

กระบวนการขอรับความสนับสนุน



5.66

85%

10%

บริการด้านการให้คำปรึกษาในการจัดงานไมซ์

6.07

93.84%

178

การติดต่อนัดหมาย ทางโทรศัพท์ หรือ อีเมล



6.10

93%

11%

167

การให้คำปรึกษา ผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล การประชุม



6.09

96%

17%

172

การให้ข้อมูล ผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ (Online data access)



6.03

92%

14%

บริการด้านโลจิสติกส์

5.87

91.67%

143

บริการช่องทางพิเศษตรวจคนเข้าเมือง สำหรับนักเดินทางไมซ์



5.88

92%

29%

145

บริการ MICE Lane



5.86

92%

28%

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

ผลการประเมินทัศนคติต่อบริการหรือผลิตภัณฑ์ของ สสปน.

ฐาน:

ข้อมูลในกราฟแสดงเป็น %

ค่าเฉลี่ย

ร้อยละ
3 ระดับบน

% ตอบไม่ได้/
ไม่ทราบว่ามี

(n=200)

บริการด้านการให้องค์ความรู้

5.93

91.38%

174

การจัดอบรม ในแต่ละพื้นที่ตามตารางที่กำหนด (Onsite training)



5.93

91%

13%

บริการตรวจรับรองสถานที่จัดงาน

5.91

92.68%

164

การใช้เครือข่ายกลางในการตรวจรับรองมาตรฐานสถานที่จัดงาน



5.91

93%

18%

บริการข้อมูลเกี่ยวกับไมซ์

5.74

90.11%

182

การเผยแพร่ข้อมูลและรายงานต่าง ๆ ตามที่สสปน.ได้วิเคราะห์และจัดทำ



5.74

90%

9%

บริการของ สสปน. ในด้านต่างๆ

5.78

91.80%

174

การเปิดให้เข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับ MICE ได้ ผ่านช่องทางออนไลน์



5.82

93%

13%

168

การวิเคราะห์และจัดเก็บข้อมูล ตามโจทย์การวิจัย



5.74

91%

16%

บริการแอปพลิเคชันสนับสนุนการจัดงาน

5.75

90.45%

157

การพัฒนาและให้บริการแอปพลิเคชันต่าง ๆ สำหรับอุตสาหกรรม MICE



5.75

90%

22%

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

ผลการประเมินทัศนคติต่อ**บริการหรือผลิตภัณฑ์**ของ สสปน.

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นค่าเฉลี่ย	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย							
		MI: ฝ่าย ส่งเสริมการจัดประชุมและ การเดินทาง เพื่อเป็นรางวัล	C: ฝ่าย ส่งเสริมการจัดประชุม นานาชาติ	E: ฝ่าย อุตสาหกรรม การแสดง สินค้า นานาชาติ	D-MICE: ฝ่ายส่งเสริม ตลาดใน ประเทศ	MEGA: กลุ่มชำนาญ การพิเศษตาม นโยบายงาน พัฒนาการจัด งาน เมกะ โปรเจกต์	MICE CAP: ฝ่ายพัฒนา ศักยภาพ อุตสาหกรรม ใหม่	GCA: ฝ่าย บริหารธุรกิจ วิสาหกิจ	AREA BASED: กลุ่มชำนาญ พิเศษตาม นโยบายการ พัฒนา เครือข่ายไมซ์
ฐาน: ทั้งหมด	200	37	12**	37	13**	17**	35	28**	21**
บริการด้านการจัดงานและสนับสนุนการจัดงาน									
○ การสนับสนุนในรูปแบบอื่นที่ไม่ใช่การเงิน (Non-cash incentives)	5.76	5.89	6.00	5.44	5.00	6.07	5.69	6.27	5.67
○ การสนับสนุนทางการเงิน (Cash Incentives)	5.75	5.86	6.20	5.68	5.23	6.00	5.72	6.12	5.29
○ กระบวนการขอรับความสนับสนุน	5.66	5.77	6.27	5.34	5.00	6.27	5.50	6.00	5.44
บริการด้านการให้คำปรึกษาในการจัดงานไมซ์									
○ การติดต่อนัดหมาย ทางโทรศัพท์ หรือ อีเมล	6.10	6.34	6.42	5.80	5.77	6.29	6.00	6.52	5.80
○ การให้คำปรึกษา ผ่านทางโทรศัพท์ อีเมลล์ การประชุม	6.09	6.35	6.42	5.78	6.00	6.33	6.00	6.32	5.75
○ การให้ข้อมูล ผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ (Online data access)	6.03	6.34	6.27	5.76	5.80	6.27	5.97	6.29	5.60
บริการด้านโลจิสติกส์									
○ บริการช่องทางพิเศษตรวจคนเข้าเมือง สำหรับนักเดินทางไมซ์	5.88	6.06	6.00	5.56	5.25	6.00	5.71	6.63	5.40
○ บริการ MICE Lane	5.86	6.10	5.90	5.48	5.50	6.08	5.80	6.47	5.35

ผลการประเมินทัศนคติต่อบริการหรือผลิตภัณฑ์ของ สสปน.

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นค่าเฉลี่ย	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย							
		MI: ฝ่าย ส่งเสริมการ จัดประชุมและ การเดินทาง เพื่อเป็นรางวัล	C: ฝ่าย ส่งเสริมการ จัดประชุม นานาชาติ	E: ฝ่าย อุตสาหกรรม การแสดง สินค้า นานาชาติ	D-MICE: ฝ่ายส่งเสริม ตลาดใน ประเทศ	MEGA: กลุ่มชำนาญ การพิเศษตาม นโยบายงาน พัฒนาการจัด งาน เมกะ โปรเจกต์	MICE CAP: ฝ่ายพัฒนา ศักยภาพ อุตสาหกรรม ใหม่	GCA: ฝ่าย บริหารธุรกิจ วิสาหกิจ	AREA BASED: กลุ่มชำนาญ พิเศษตาม นโยบายการ พัฒนา เครือข่ายไมซ์
ฐาน: ทั้งหมด	200	37	12**	37	13**	17**	35	28**	21**
บริการด้านการให้องค์ความรู้									
○ การจัดอบรม ในแต่ละพื้นที่ตามตารางที่กำหนด (Onsite training)	5.93	5.97	5.70	5.65	5.88	6.20	5.97	6.35	5.68
บริการตรวจรับรองสถานที่จัดงาน									
○ การใช้เครือข่ายกลางในการตรวจรับรองมาตรฐานสถานที่จัดงาน	5.91	6.06	5.82	5.77	5.63	5.83	6.03	6.32	5.44
บริการข้อมูลเกี่ยวกับไมซ์									
○ การเผยแพร่ข้อมูลและรายงานต่าง ๆ ตามที่สสปน.ได้วิเคราะห์และจัดทำ	5.74	6.00	5.56	5.68	5.55	6.06	5.55	6.04	5.29
บริการของ สสปน. ในด้านต่างๆ									
○ การเปิดให้เข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับ MICE ได้ ผ่านช่องทางออนไลน์	5.82	6.12	5.80	5.42	5.58	6.15	5.68	6.32	5.57
○ การวิเคราะห์และจัดเก็บข้อมูล ตามโจทย์การวิจัย	5.74	6.03	5.67	5.53	5.30	6.07	5.62	6.10	5.45
บริการแอปพลิเคชันสนับสนุนการจัดงาน									
○ การพัฒนาและให้บริการแอปพลิเคชันต่าง ๆ สำหรับอุตสาหกรรม MICE	5.75	5.94	5.78	5.46	5.57	6.08	5.55	6.42	5.25

ส่วนที่ 4:

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

ข้อมูลสรุป SWOT ขององค์กร



Strengths

- การพัฒนากิจกรรมต่างๆ เพื่อตอบสนองโจทย์อุตสาหกรรม มีการพัฒนาและปรับปรุงบริการอย่างต่อเนื่อง
- บุคลากรมีความเป็นมืออาชีพในการทำงาน ให้คำปรึกษา/คำแนะนำ/ความช่วยเหลือได้เป็นอย่างดีและรวดเร็ว



Weaknesses

- การสนับสนุนด้านการตลาดที่อาจยังไม่ทั่วถึงทุกภูมิภาค
- การให้ข้อมูลและองค์ความรู้ที่ตรงต่อความต้องการของผู้ประกอบการ
- การสนับสนุนความยั่งยืนและการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในงานไม้



Opportunities

- เทคโนโลยีและระบบออนไลน์ที่สะดวกมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะสามารถช่วยในการเชื่อมโยงทุกหน่วยงานให้ดียิ่งขึ้น
- การพัฒนาระบบคมนาคมภายในประเทศที่ขยายตัวต่อเนื่องและจะนำมาซึ่งความสะดวกแก่ผู้ร่วมมาร่วมงาน

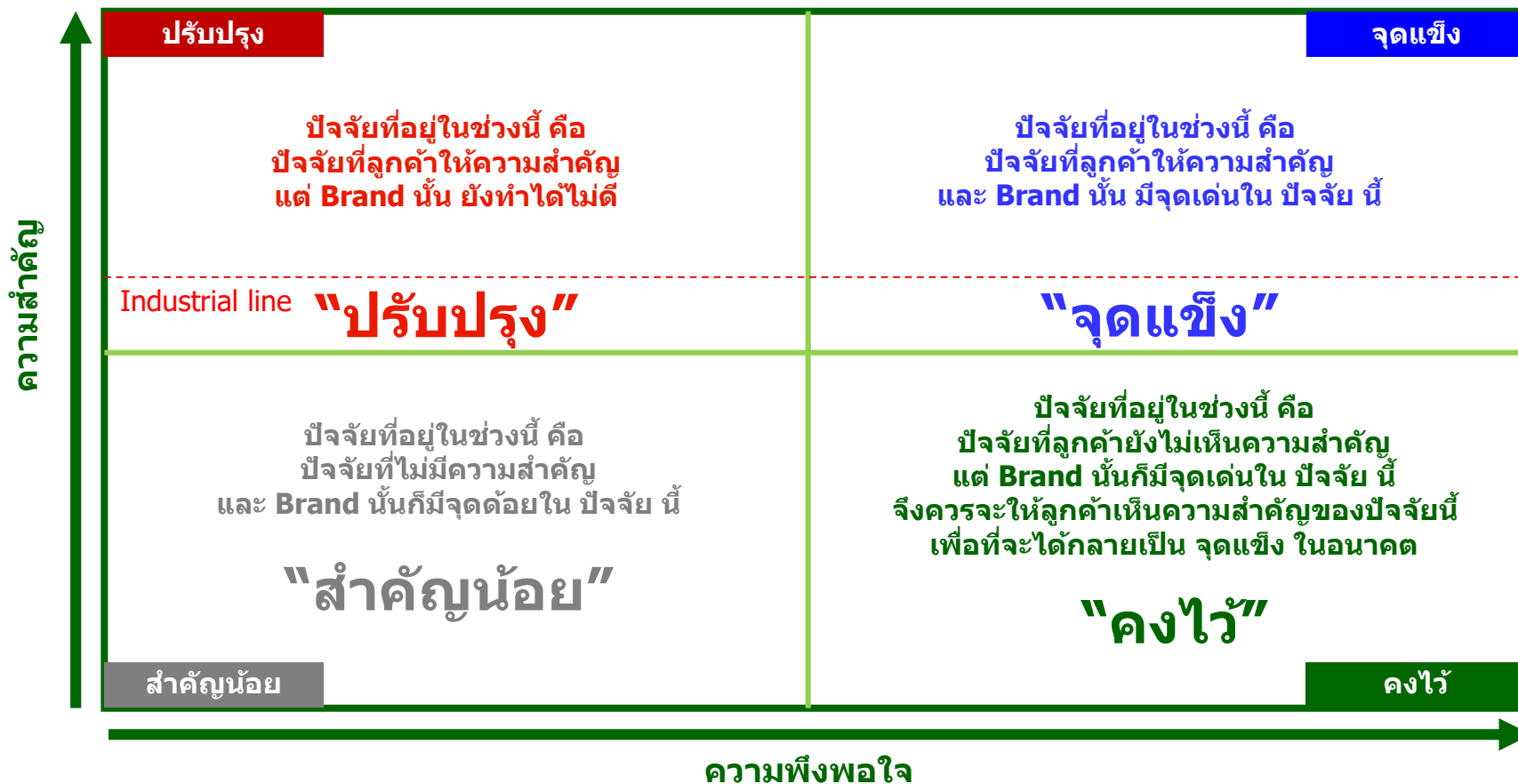


Threats

- สถานการณ์เศรษฐกิจที่มีความไม่แน่นอนจากทั่วทุกมุมโลก ซึ่งอาจจะมีผลกระทบต่อสถานการณ์เศรษฐกิจภายในประเทศ
- โครงสร้างพื้นฐานของประเทศยังจำกัดอยู่ในเมืองหลวงและหัวเมืองใหญ่

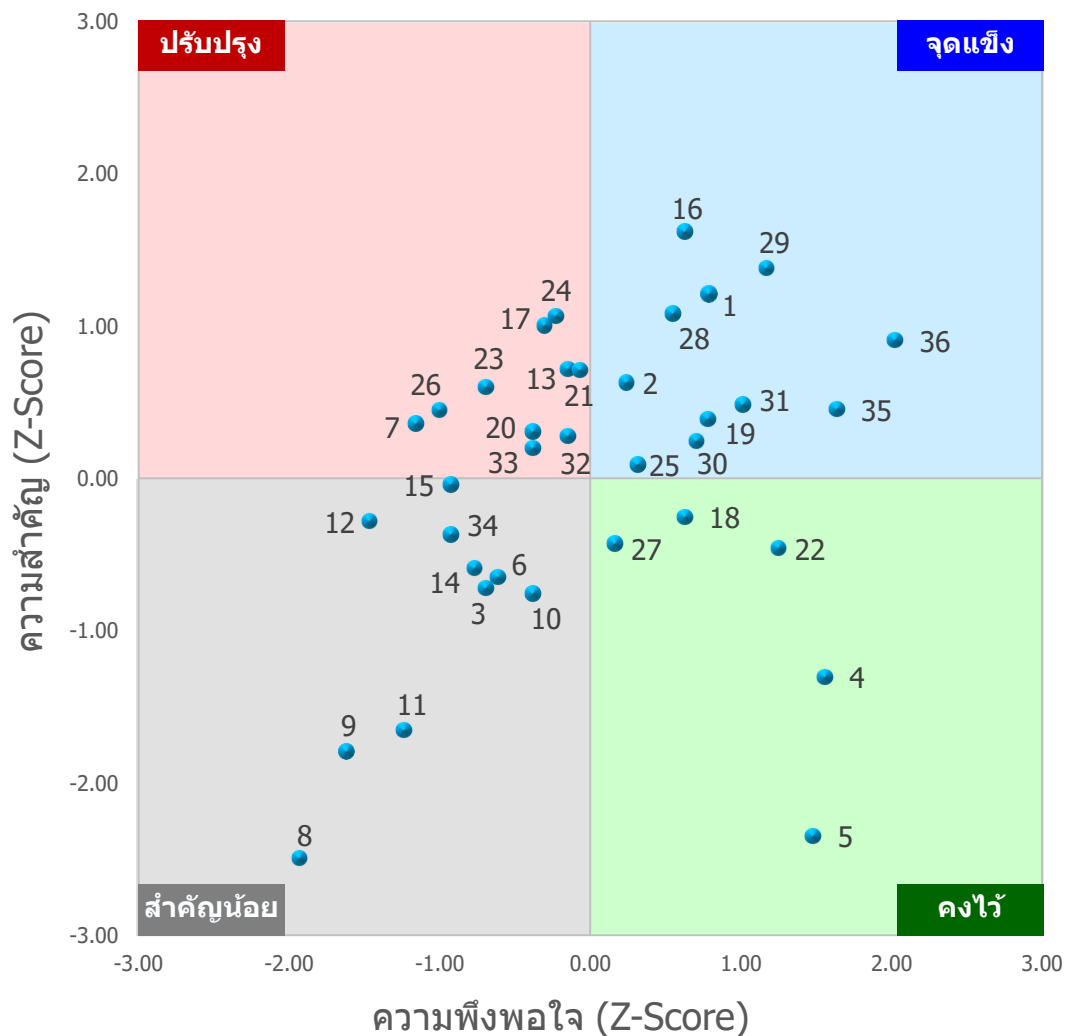
Need Gap Analysis

หน้าอธิบาย



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

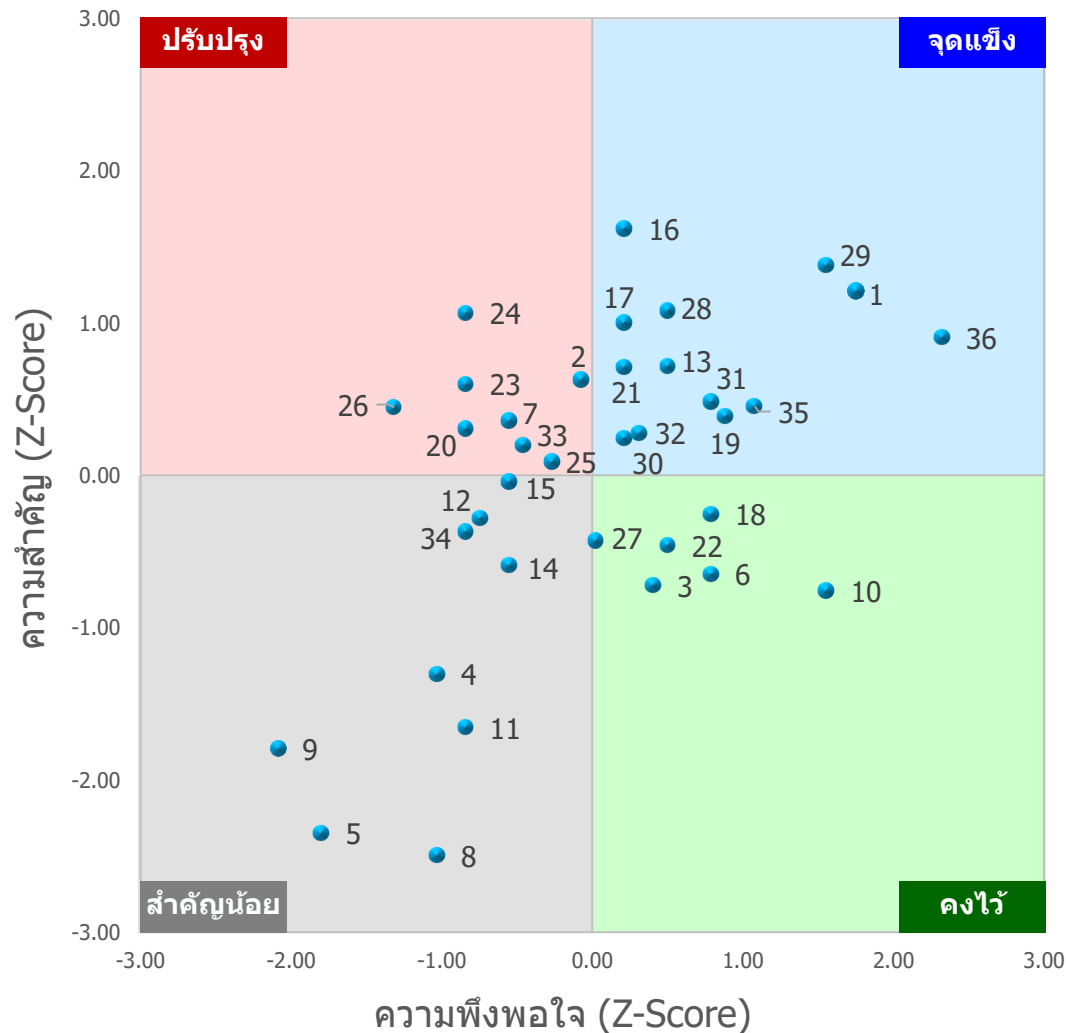
การวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหาโดยรวม



ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 200 = 100%

1. การสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์
2. การกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านธุรกิจไมซ์
3. การกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์
4. การผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็น MICE Destination
5. การผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำด้านการประชุม และงานแสดงสินค้านานาชาติในภูมิภาคเอเชีย
6. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่หลากหลาย
7. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ ที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ
8. การจัดทำและเผยแพร่ปฏิทินกิจกรรมไมซ์ประจำปี
9. การประชาสัมพันธ์ ข่าวสาร ภาพลักษณ์ขององค์กร สสพ. ผ่านช่องทางต่าง ๆ
10. การนำเสนอวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ความเป็นไทย ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ
11. การประชาสัมพันธ์ ข่าวสาร ข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ ผ่านช่องทางต่าง ๆ
12. การให้บริการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการไมซ์และผู้เข้าร่วมงานด้วยนวัตกรรม
13. การให้ข้อมูลและองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้บริการผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้สนใจ
14. การให้ข้อมูลและองค์ความรู้ เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้สนใจอย่างสม่ำเสมอ
15. การให้ความรู้ในเรื่องการจัดงานไมซ์ ในรูปแบบที่ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แก่ผู้ประกอบการ ผู้จัดงานไมซ์ ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้สนใจ
16. การสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของ อุตสาหกรรมไมซ์ ให้เทียบเท่าระดับสากล
17. การผลักดันให้ผู้ประกอบการและผู้จัดงานไมซ์ ผ่านการรับรองมาตรฐานด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน
18. การเป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในอุตสาหกรรมไมซ์
19. การอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชมนานาชาติ การเดินทาง เพื่อเป็นรางวัล และการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการในประเทศไทย
20. การให้ความชัดเจนในนโยบายและทิศทางการดำเนินงานของ สสพ. เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง
21. การให้บริการผ่านระบบงานของสสพ. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์
22. การสร้างภาพลักษณ์ของสสพ. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์
23. การปฏิบัติงานที่มีความคล่องตัว (Flexibility) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน
24. การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน
25. การเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของ สสพ.
26. การนำความคิดเห็นจากผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์มาปรับปรุงการทำงานของ สสพ. อย่างต่อเนื่อง
27. บุคลากรของ สสพ. เข้าใจในระเบียบขั้นตอน และกระบวนการทำงานภายใน เป็นอย่างดี
28. บุคลากรของ สสพ. เข้าใจวิธีการจัดงานอีเวนต์ (events) ของอุตสาหกรรมไมซ์ เป็นอย่างดี
29. บุคลากรของ สสพ. มีความเป็นมืออาชีพ
30. บุคลากรของ สสพ. สามารถประสานงานได้อย่างรวดเร็ว
31. บุคลากรของ สสพ. กระตือรือร้นที่จะช่วยแก้ไขปัญหให้กับลูกค้า/ผู้รับบริการ
32. บุคลากรของ สสพ. สามารถแก้ไขปัญหา ของลูกค้า/ผู้รับบริการ ได้อย่างทันท่วงที
33. บุคลากรของ สสพ. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิดได้เป็นอย่างดี
34. บุคลากรของ สสพ. สามารถจัดการกับความขัดแย้งหรือสถานการณ์ที่ยุ่งยาก ได้เป็นอย่างดี
35. บุคลากรของ สสพ. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส
36. บุคลากรของ สสพ. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและมีจิตบริการ

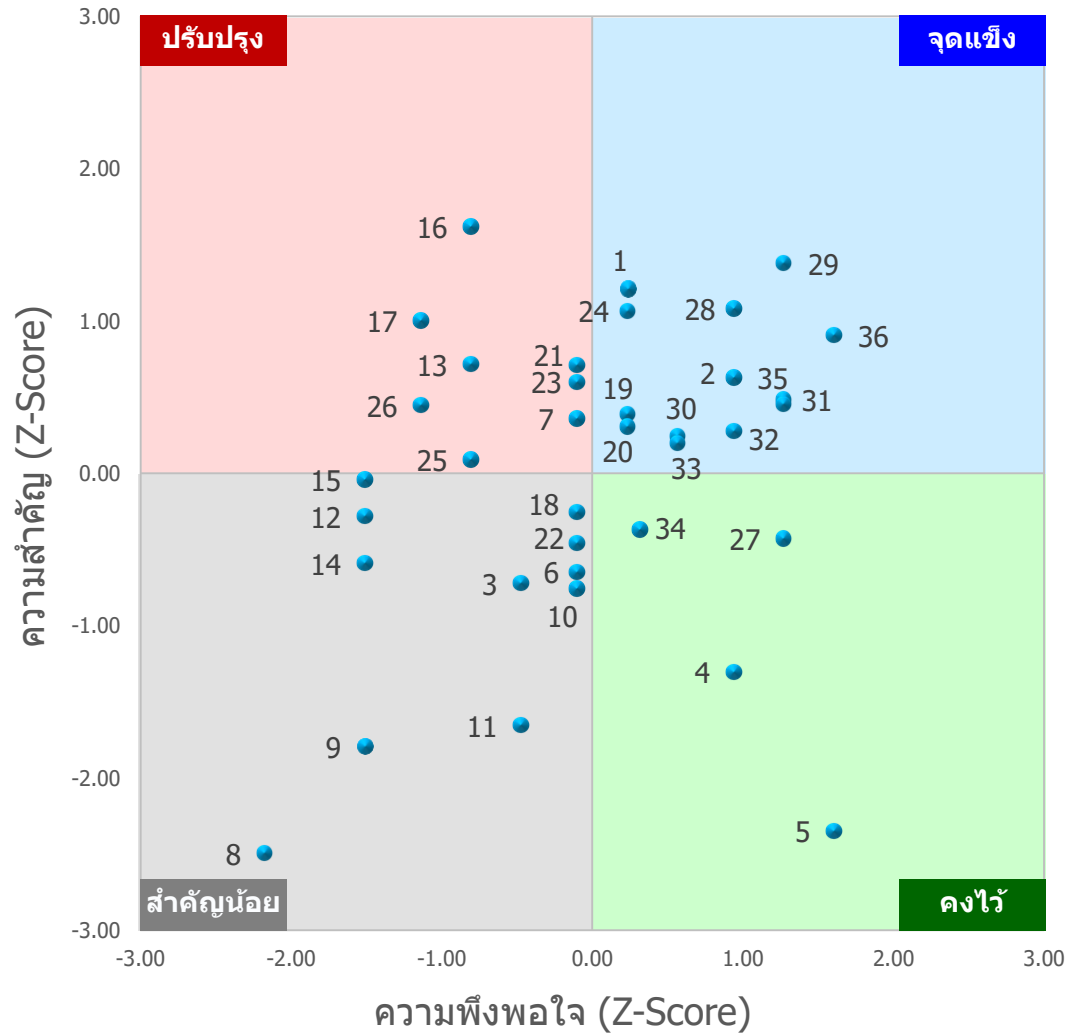
การวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา สำหรับฝ่าย MI: ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุม และเดินทางเพื่อเป็นรางวัล



ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 37 = 100%

1. การสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์
2. การกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านธุรกิจไมซ์
3. การกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์
4. การผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็น MICE Destination
5. การผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำด้านการประชุม และงานแสดงสินค้านานาชาติในภูมิภาคเอเชีย
6. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่หลากหลาย
7. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ ที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ
8. การจัดทำและเผยแพร่ปฏิทินกิจกรรมไมซ์ประจำปี
9. การประชาสัมพันธ์ ข่าวสาร ภาพลักษณ์ขององค์กร สสปน. ผ่านช่องทางต่าง ๆ
10. การนำเสนอวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ความเป็นไทย ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ
11. การประชาสัมพันธ์ ข่าวสาร ข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ ผ่านช่องทางต่าง ๆ
12. การให้บริการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการไมซ์และผู้เข้าร่วมงานด้วยนวัตกรรม
13. การให้ข้อมูลและองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้บริการผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้สนใจ
14. การให้ข้อมูลและองค์ความรู้ เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้สนใจอย่างสม่ำเสมอ
15. การให้ความรู้ในเรื่องการจัดงานไมซ์ ในรูปแบบที่ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แก่ผู้ประกอบการ ผู้จัดงานไมซ์ ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้สนใจ
16. การสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของ อุตสาหกรรมไมซ์ ให้เทียบเท่าระดับสากล
17. การผลักดันให้ผู้ประกอบการและผู้จัดงานไมซ์ ผ่านการรับรองมาตรฐานด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน
18. การเป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในอุตสาหกรรมไมซ์
19. การอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการ จัดการประชุมนานาชาติ การเดินทาง เพื่อเป็นรางวัล และการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการในประเทศไทย
20. การให้ความชัดเจนในนโยบายและทิศทางการดำเนินงานของ สสปน. เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง
21. การให้บริการผ่านระบบงานของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์
22. การสร้างภาพลักษณ์ของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์
23. การปฏิบัติงานที่มีความคล่องตัว (Flexibility) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน
24. การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน
25. การเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของ สสปน.
26. การนำความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์มาปรับปรุงการทำงานของ สสปน. อย่างต่อเนื่อง
27. บุคลากรของ สสปน. เข้าใจในระเบียบขั้นตอน และกระบวนการทำงานภายใน เป็นอย่างดี
28. บุคลากรของ สสปน. เข้าใจวิธีการจัดงานอีเวนต์ (events) ของอุตสาหกรรมไมซ์ เป็นอย่างดี
29. บุคลากรของ สสปน. มีความเป็นมืออาชีพ
30. บุคลากรของ สสปน. สามารถประสานงานได้อย่างรวดเร็ว
31. บุคลากรของ สสปน. กระตือรือร้นที่จะช่วยแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า/ผู้รับบริการ
32. บุคลากรของ สสปน. สามารถแก้ไขปัญหา ของลูกค้า/ผู้รับบริการ ได้อย่างทันท่วงที
33. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิดได้เป็นอย่างดี
34. บุคลากรของ สสปน. สามารถจัดการกับความขัดแย้งหรือสถานการณ์ที่ยุ่งยาก ได้เป็นอย่างดี
35. บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส
36. บุคลากรของ สสปน. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและมีจิตบริการ

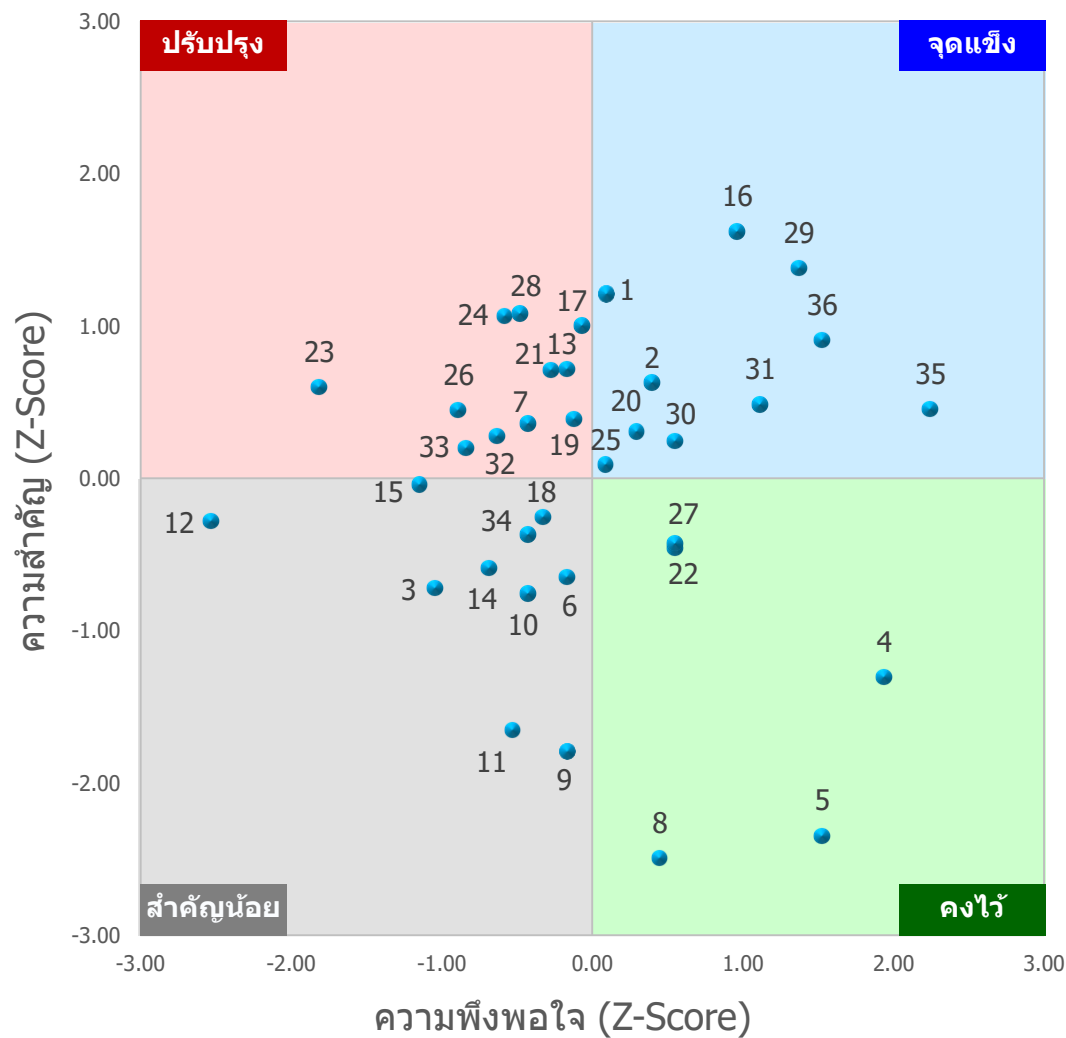
การวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา สำหรับฝ่าย C: ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุม นานาชาติ



ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 12** = 100%

1. การสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์
2. การกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านธุรกิจไมซ์
3. การกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์
4. การผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็น MICE Destination
5. การผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำด้านการประชุม และงานแสดงสินค้านานาชาติในภูมิภาคเอเชีย
6. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่หลากหลาย
7. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ ที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ
8. การจัดทำและเผยแพร่ปฏิทินกิจกรรมไมซ์ประจำปี
9. การประชาสัมพันธ์ ข่าวสาร ภาพลักษณ์ขององค์กร สสปน. ผ่านช่องทางต่าง ๆ
10. การนำเสนอวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ความเป็นไทย ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ
11. การประชาสัมพันธ์ ข่าวสาร ข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ ผ่านช่องทางต่าง ๆ
12. การให้บริการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการไมซ์และผู้เข้าร่วมงานด้วยนวัตกรรม
13. การให้ข้อมูลและองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้บริการผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้สนใจ
14. การให้ข้อมูลและองค์ความรู้ เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้สนใจอย่างสม่ำเสมอ
15. การให้ความรู้ในเรื่องการจัดงานไมซ์ ในรูปแบบที่ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แก่ผู้ประกอบการ ผู้จัดงานไมซ์ ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้สนใจ
16. การสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของ อุตสาหกรรมไมซ์ ให้เทียบเท่าระดับสากล
17. การผลักดันให้ผู้ประกอบการและผู้จัดงานไมซ์ ผ่านการรับรองมาตรฐานด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน
18. การเป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในอุตสาหกรรมไมซ์
19. การอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุมนานาชาติ การเดินทาง เพื่อเป็นรางวัล และการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการในประเทศไทย
20. การให้ความชัดเจนในนโยบายและทิศทางการดำเนินงานของ สสปน. เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง
21. การให้บริการผ่านระบบงานของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์
22. การสร้างภาพลักษณ์ของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์
23. การปฏิบัติงานที่มีความคล่องตัว (Flexibility) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน
24. การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน
25. การเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของ สสปน.
26. การนำความคิดเห็นจากผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์มาปรับปรุงการทำงานของ สสปน. อย่างต่อเนื่อง
27. บุคลากรของ สสปน. เข้าใจในระเบียบขั้นตอน และกระบวนการทำงานภายใน เป็นอย่างดี
28. บุคลากรของ สสปน. เข้าใจวิธีการจัดงานอีเวนต์ (events) ของอุตสาหกรรมไมซ์ เป็นอย่างดี
29. บุคลากรของ สสปน. มีความเป็นมืออาชีพ
30. บุคลากรของ สสปน. สามารถประสานงานได้อย่างรวดเร็ว
31. บุคลากรของ สสปน. กระตือรือร้นที่จะช่วยแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า/ผู้รับบริการ
32. บุคลากรของ สสปน. สามารถแก้ไขปัญหา ของลูกค้า/ผู้รับบริการ ได้อย่างทันท่วงที
33. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิดได้เป็นอย่างดี
34. บุคลากรของ สสปน. สามารถจัดการกับความขัดแย้งหรือสถานการณ์ที่ยุ่งยาก ได้เป็นอย่างดี
35. บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส
36. บุคลากรของ สสปน. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและมีจิตบริการ

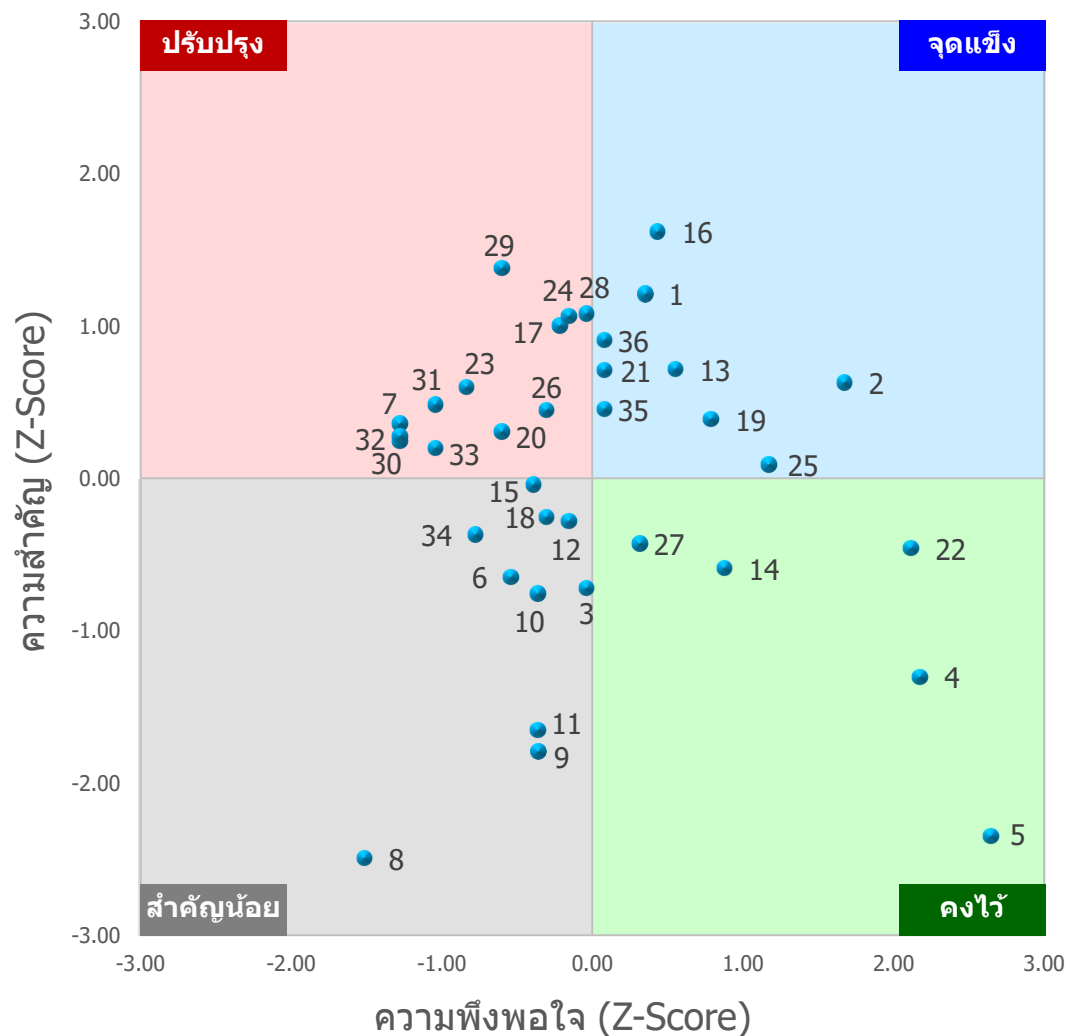
การวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา สำหรับฝ่าย E: ฝ่ายอุตสาหกรรมการแสดง สินค้านานาชาติ



ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 37 = 100%

1. การสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์
2. การกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านธุรกิจไมซ์
3. การกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์
4. การผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็น MICE Destination
5. การผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำด้านการประชุม และงานแสดงสินค้านานาชาติในภูมิภาคเอเชีย
6. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่หลากหลาย
7. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ ที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ
8. การจัดทำและเผยแพร่ปฏิทินกิจกรรมไมซ์ประจำปี
9. การประชาสัมพันธ์ ข่าวสาร ภาพลักษณ์ขององค์กร สสปน. ผ่านช่องทางต่าง ๆ
10. การนำเสนอวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ความเป็นไทย ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ
11. การประชาสัมพันธ์ ข่าวสาร ข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ ผ่านช่องทางต่าง ๆ
12. การให้บริการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการไมซ์และผู้เข้าร่วมงานด้วยนวัตกรรม
13. การให้ข้อมูลและองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้บริการผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ที่สนใจ
14. การให้ข้อมูลและองค์ความรู้ เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้สนใจอย่างสม่ำเสมอ
15. การให้ความรู้ในเรื่องการจัดงานไมซ์ ในรูปแบบที่ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แก่ผู้ประกอบการ ผู้จัดงานไมซ์ ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้สนใจ
16. การสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของ อุตสาหกรรมไมซ์ ให้เทียบเท่าระดับสากล
17. การผลักดันให้ผู้ประกอบการและผู้จัดงานไมซ์ ผ่านการรับรองมาตรฐานด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน
18. การเป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในอุตสาหกรรมไมซ์
19. การอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชมนานาชาติ การเดินทาง เพื่อเป็นรางวัล และการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการในประเทศไทย
20. การให้ความชัดเจนในนโยบายและทิศทางการดำเนินงานของ สสปน. เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง
21. การให้บริการผ่านระบบงานของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์
22. การสร้างภาพลักษณ์ของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์
23. การปฏิบัติงานที่มีความคล่องตัว (Flexibility) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน
24. การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน
25. การเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของ สสปน.
26. การนำความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์มาปรับปรุงการทำงานของ สสปน. อย่างต่อเนื่อง
27. บุคลากรของ สสปน. เข้าใจในระเบียบขั้นตอน และกระบวนการทำงานภายใน เป็นอย่างดี
28. บุคลากรของ สสปน. เข้าใจวิธีการจัดงานอีเวนต์ (events) ของอุตสาหกรรมไมซ์ เป็นอย่างดี
29. บุคลากรของ สสปน. มีความเป็นมืออาชีพ
30. บุคลากรของ สสปน. สามารถประสานงานได้อย่างรวดเร็ว
31. บุคลากรของ สสปน. กระตือรือร้นที่จะช่วยแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า/ผู้รับบริการ
32. บุคลากรของ สสปน. สามารถแก้ไขปัญหา ของลูกค้า/ผู้รับบริการ ได้อย่างทันท่วงที
33. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิดได้เป็นอย่างดี
34. บุคลากรของ สสปน. สามารถจัดการกับความขัดแย้งหรือสถานการณ์ที่ยุ่งยาก ได้เป็นอย่างดี
35. บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส
36. บุคลากรของ สสปน. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและมีจิตบริการ

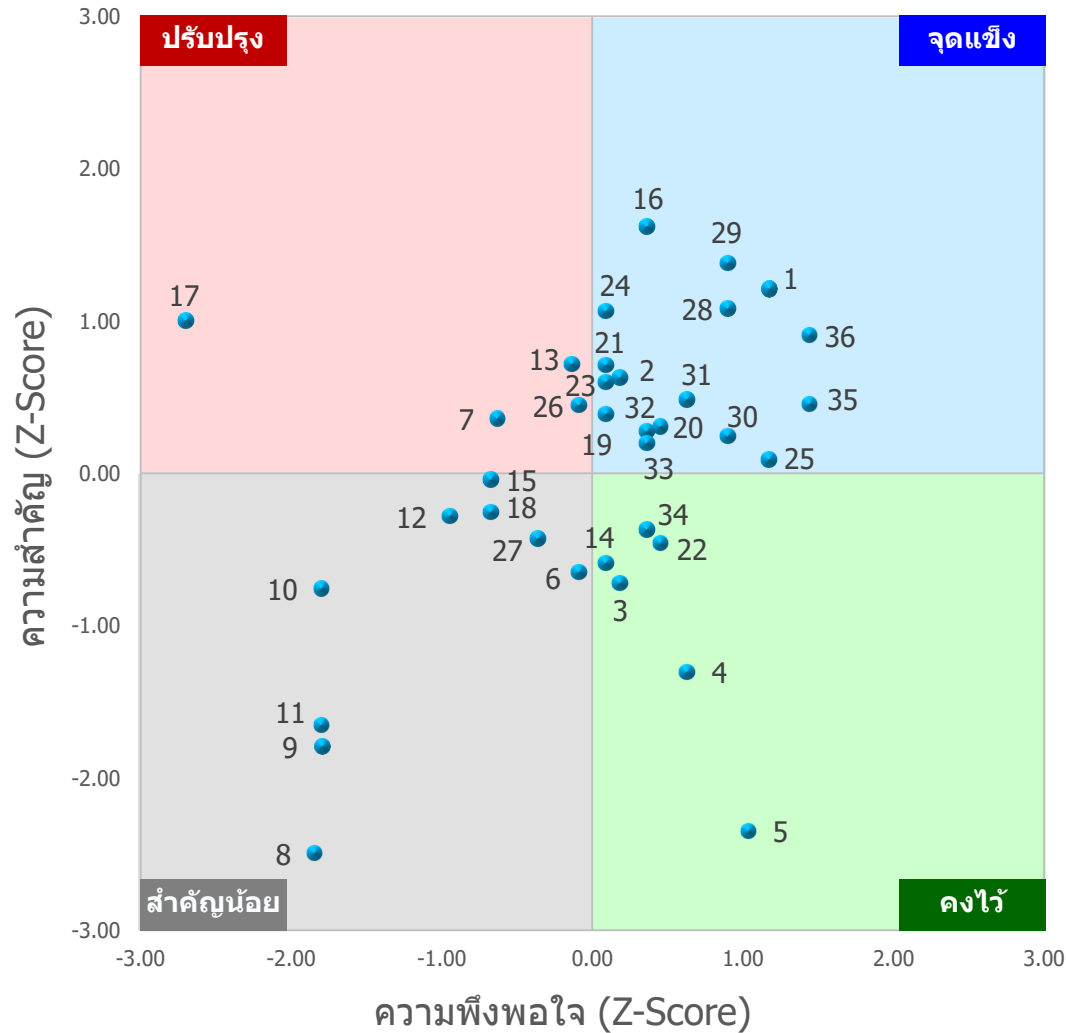
การวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา สำหรับฝ่าย D-MICE: ฝ่ายส่งเสริมตลาด ในประเทศ



ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 13** = 100%

1. การสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์
2. การกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านธุรกิจไมซ์
3. การกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์
4. การผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็น MICE Destination
5. การผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำด้านการประชุม และงานแสดงสินค้านานาชาติในภูมิภาคเอเชีย
6. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่หลากหลาย
7. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ ที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ
8. การจัดทำและเผยแพร่ปฏิทินกิจกรรมไมซ์ประจำปี
9. การประชาสัมพันธ์ ข่าวสาร ภาพลักษณ์ขององค์กร สสปน. ผ่านช่องทางต่าง ๆ
10. การนำเสนอวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ความเป็นไทย ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ
11. การประชาสัมพันธ์ ข่าวสาร ข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ ผ่านช่องทางต่าง ๆ
12. การให้บริการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการไมซ์และผู้เข้าร่วมงานด้วยนวัตกรรม
13. การให้ข้อมูลและองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้บริการผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้สนใจ
14. การให้ข้อมูลและองค์ความรู้ เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้สนใจอย่างสม่ำเสมอ
15. การให้ความรู้ในเรื่องการจัดงานไมซ์ ในรูปแบบที่ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แก่ผู้ประกอบการ ผู้จัดงานไมซ์ ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้สนใจ
16. การสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของ อุตสาหกรรมไมซ์ ให้เทียบเท่าระดับสากล
17. การผลักดันให้ผู้ประกอบการและผู้จัดงานไมซ์ ผ่านการรับรองมาตรฐานด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน
18. การเป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในอุตสาหกรรมไมซ์
19. การอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชมนานาชาติ การเดินทาง เพื่อเป็นรางวัล และการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการในประเทศไทย
20. การให้ความชัดเจนในนโยบายและทิศทางการดำเนินงานของ สสปน. เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง
21. การให้บริการผ่านระบบงานของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์
22. การสร้างภาพลักษณ์ของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์
23. การปฏิบัติงานที่มีความคล่องตัว (Flexibility) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน
24. การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน
25. การเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของ สสปน.
26. การนำความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์มาปรับปรุงการทำงานของ สสปน. อย่างต่อเนื่อง
27. บุคลากรของ สสปน. เข้าใจในระเบียบขั้นตอน และกระบวนการทำงานภายใน เป็นอย่างดี
28. บุคลากรของ สสปน. เข้าใจวิธีการจัดงานอีเวนต์ (events) ของอุตสาหกรรมไมซ์ เป็นอย่างดี
29. บุคลากรของ สสปน. มีความเป็นมืออาชีพ
30. บุคลากรของ สสปน. สามารถประสานงานได้อย่างรวดเร็ว
31. บุคลากรของ สสปน. กระตือรือร้นที่จะช่วยแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า/ผู้รับบริการ
32. บุคลากรของ สสปน. สามารถแก้ไขปัญหา ของลูกค้า/ผู้รับบริการ ได้อย่างทันท่วงที
33. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิดได้เป็นอย่างดี
34. บุคลากรของ สสปน. สามารถจัดการกับความขัดแย้งหรือสถานการณ์ที่ยุ่งยาก ได้เป็นอย่างดี
35. บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส
36. บุคลากรของ สสปน. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและมีจิตบริการ

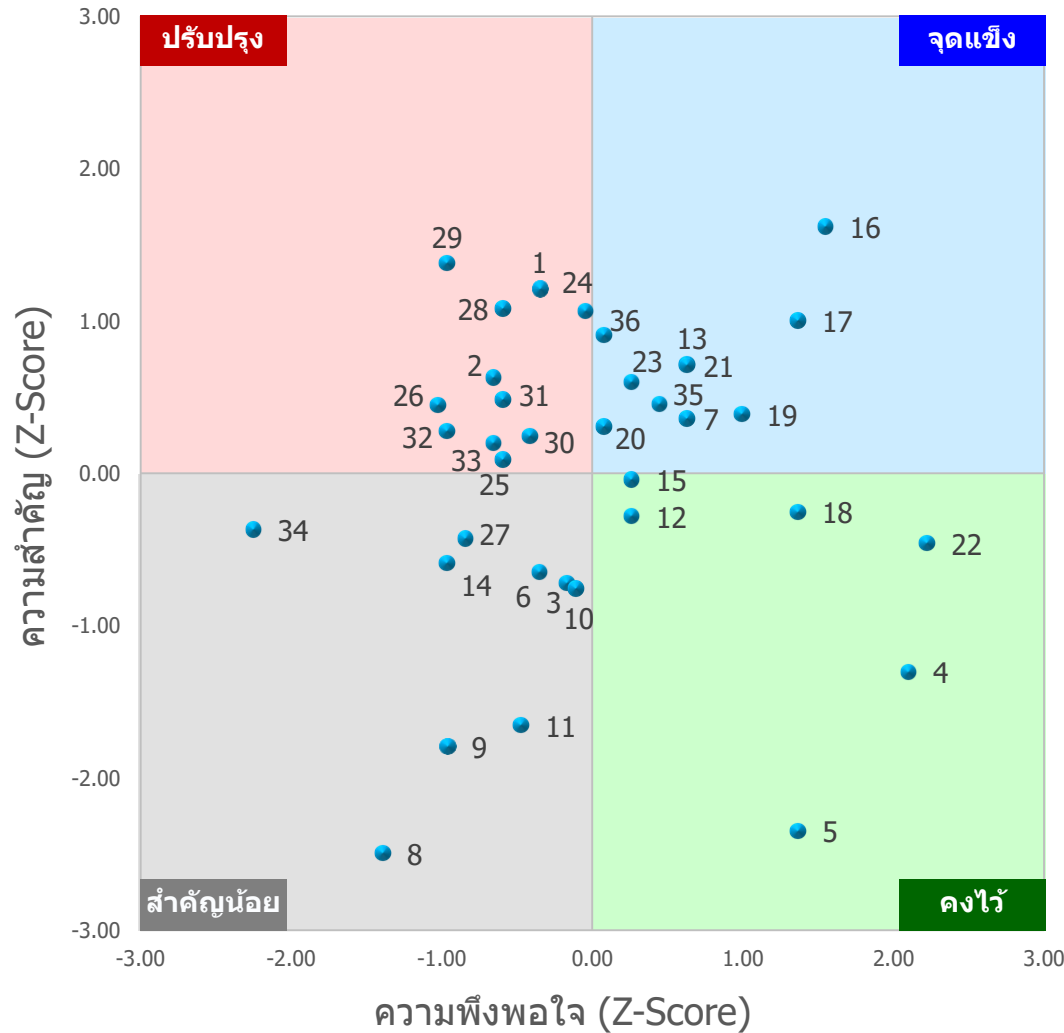
การวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา สำหรับฝ่าย MEGA: กลุ่มชำนาญการพิเศษ ตามนโยบายงานพัฒนาการจัดงานเมกะโปรเจค



ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 17** = 100%

1. การสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์
2. การกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านธุรกิจไมซ์
3. การกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์
4. การผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็น MICE Destination
5. การผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำด้านการประชุม และงานแสดงสินค้านานาชาติในภูมิภาคเอเชีย
6. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่หลากหลาย
7. **การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ ที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ**
8. การจัดทำและเผยแพร่ปฏิทินกิจกรรมไมซ์ประจำปี
9. การประชาสัมพันธ์ ข่าวสาร ภาพลักษณ์ขององค์กร สสปน. ผ่านช่องทางต่าง ๆ
10. การนำเสนอวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ความเป็นไทย ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ
11. การประชาสัมพันธ์ ข่าวสาร ข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ ผ่านช่องทางต่าง ๆ
12. การให้บริการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการไมซ์และผู้เข้าร่วมงานด้วยนวัตกรรม
13. **การให้ข้อมูลและองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้บริการผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้สนใจ**
14. การให้ข้อมูลและองค์ความรู้ เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้สนใจอย่างสม่ำเสมอ
15. การให้ความรู้ในเรื่องการจัดงานไมซ์ ในรูปแบบที่ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แก่ผู้ประกอบการ ผู้จัดงานไมซ์ ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้สนใจ
16. การสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของ อุตสาหกรรมไมซ์ ให้เทียบเท่าระดับสากล
17. **การผลักดันให้ผู้ประกอบการและผู้จัดงานไมซ์ ผ่านการรับรองมาตรฐานด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน**
18. การเป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในอุตสาหกรรมไมซ์
19. การอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุมนานาชาติ การเดินทาง เพื่อเป็นรางวัล และการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการในประเทศไทย
20. การให้ความชัดเจนในนโยบายและทิศทางการดำเนินงานของ สสปน. เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง
21. การให้บริการผ่านระบบงานของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์
22. การสร้างภาพลักษณ์ของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์
23. การปฏิบัติงานที่มีความคล่องตัว (Flexibility) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน
24. การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน
25. การเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของ สสปน.
26. **การนำความคิดเห็นจากผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์มาปรับปรุงการทำงานของ สสปน. อย่างต่อเนื่อง**
27. บุคลากรของ สสปน. เข้าใจในระเบียบขั้นตอน และกระบวนการทำงานภายใน เป็นอย่างดี
28. บุคลากรของ สสปน. เข้าใจวิธีการจัดงานอีเวนต์ (events) ของอุตสาหกรรมไมซ์ เป็นอย่างดี
29. บุคลากรของ สสปน. มีความเป็นมืออาชีพ
30. บุคลากรของ สสปน. สามารถประสานงานได้อย่างรวดเร็ว
31. บุคลากรของ สสปน. กระตือรือร้นที่จะช่วยแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า/ผู้รับบริการ
32. บุคลากรของ สสปน. สามารถแก้ไขปัญหา ของลูกค้า/ผู้รับบริการ ได้อย่างทันท่วงที
33. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิดได้เป็นอย่างดี
34. บุคลากรของ สสปน. สามารถจัดการกับความขัดแย้งหรือสถานการณ์ที่ยุ้งยาก ได้เป็นอย่างดี
35. บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส
36. บุคลากรของ สสปน. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและมีจิตบริการ

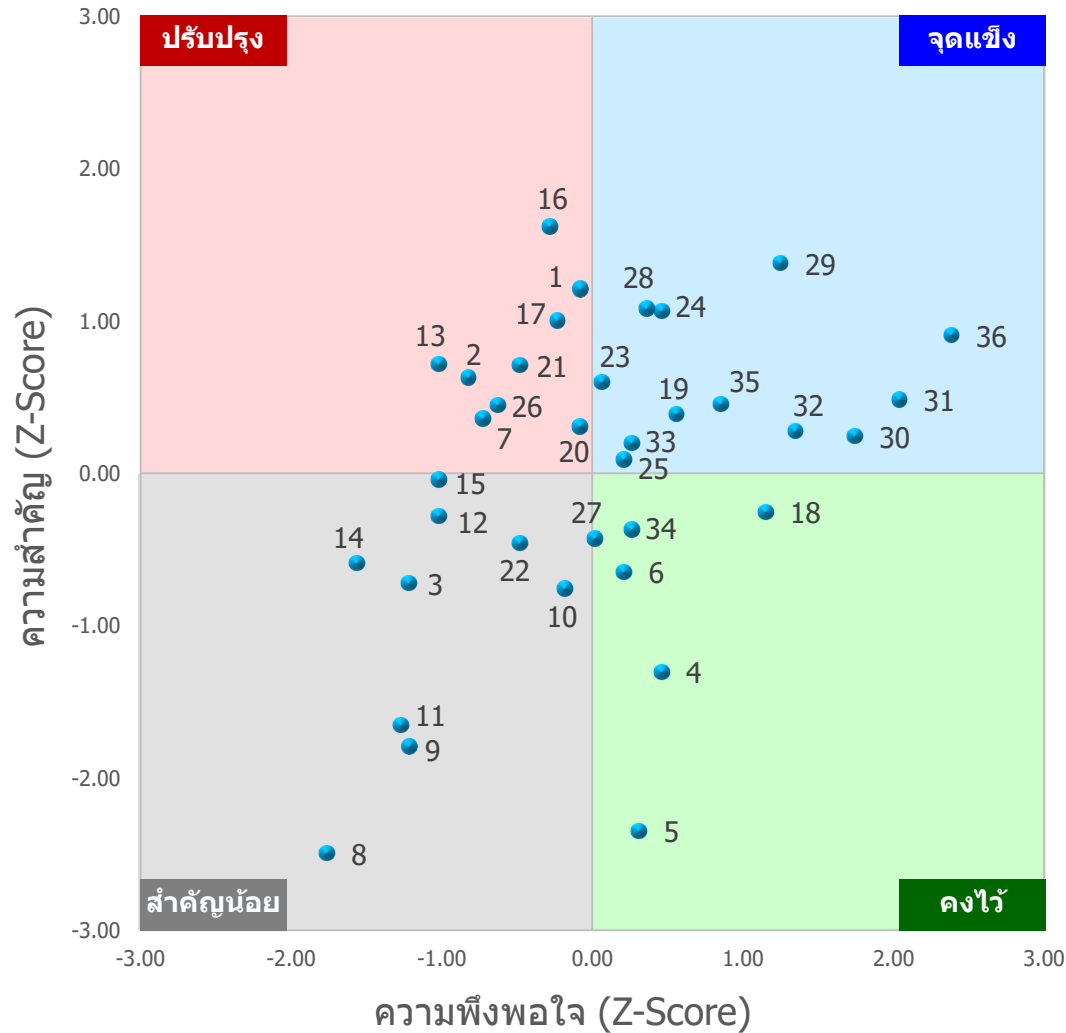
การวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา สำหรับฝ่าย MICE CAP: ฝ่ายพัฒนาศักยภาพ อุตสาหกรรมไมซ์



ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 35 = 100%

1. การสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์
2. การกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านธุรกิจไมซ์
3. การกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์
4. การผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็น MICE Destination
5. การผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำด้านการประชุม และงานแสดงสินค้านานาชาติในภูมิภาคเอเชีย
6. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่หลากหลาย
7. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ ที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ
8. การจัดทำและเผยแพร่ปฏิทินกิจกรรมไมซ์ประจำปี
9. การประชาสัมพันธ์ ข่าวสาร ภาพลักษณ์ขององค์กร สสปน. ผ่านช่องทางต่าง ๆ
10. การนำเสนอวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ความเป็นไทย ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ
11. การประชาสัมพันธ์ ข่าวสาร ข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ ผ่านช่องทางต่าง ๆ
12. การให้บริการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการไมซ์และผู้เข้าร่วมงานด้วยนวัตกรรม
13. การให้ข้อมูลและองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้บริการผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้สนใจ
14. การให้ข้อมูลและองค์ความรู้ เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้สนใจอย่างสม่ำเสมอ
15. การให้ความรู้ในเรื่องการจัดงานไมซ์ ในรูปแบบที่ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แก่ผู้ประกอบการผู้จัดงานไมซ์ ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้สนใจ
16. การสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของ อุตสาหกรรมไมซ์ ให้เทียบเท่าระดับสากล
17. การผลักดันให้ผู้ประกอบการและผู้จัดงานไมซ์ ผ่านการรับรองมาตรฐานด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน
18. การเป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในอุตสาหกรรมไมซ์
19. การอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชมนานาชาติ การเดินทาง เพื่อเป็นรางวัล และการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการในประเทศไทย
20. การให้ความชัดเจนในนโยบายและทิศทางการดำเนินงานของ สสปน. เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง
21. การให้บริการผ่านระบบงานของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์
22. การสร้างภาพลักษณ์ของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์
23. การปฏิบัติงานที่มีความคล่องตัว (Flexibility) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน
24. การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน
25. การเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของ สสปน.
26. การนำความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์มาปรับปรุงการทำงานของ สสปน. อย่างต่อเนื่อง
27. บุคลากรของ สสปน. เข้าใจในระเบียบขั้นตอน และกระบวนการทำงานภายใน เป็นอย่างดี
28. บุคลากรของ สสปน. เข้าใจวิธีการจัดงานอีเวนต์ (events) ของอุตสาหกรรมไมซ์ เป็นอย่างดี
29. บุคลากรของ สสปน. มีความเป็นมืออาชีพ
30. บุคลากรของ สสปน. สามารถประสานงานได้อย่างรวดเร็ว
31. บุคลากรของ สสปน. กระตือรือร้นที่จะช่วยแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า/ผู้รับบริการ
32. บุคลากรของ สสปน. สามารถแก้ไขปัญหา ของลูกค้า/ผู้รับบริการ ได้อย่างทันท่วงที
33. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิดได้เป็นอย่างดี
34. บุคลากรของ สสปน. สามารถจัดการกับความขัดแย้งหรือสถานการณ์ที่ยุ่งยาก ได้เป็นอย่างดี
35. บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส
36. บุคลากรของ สสปน. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและมีจิตบริการ

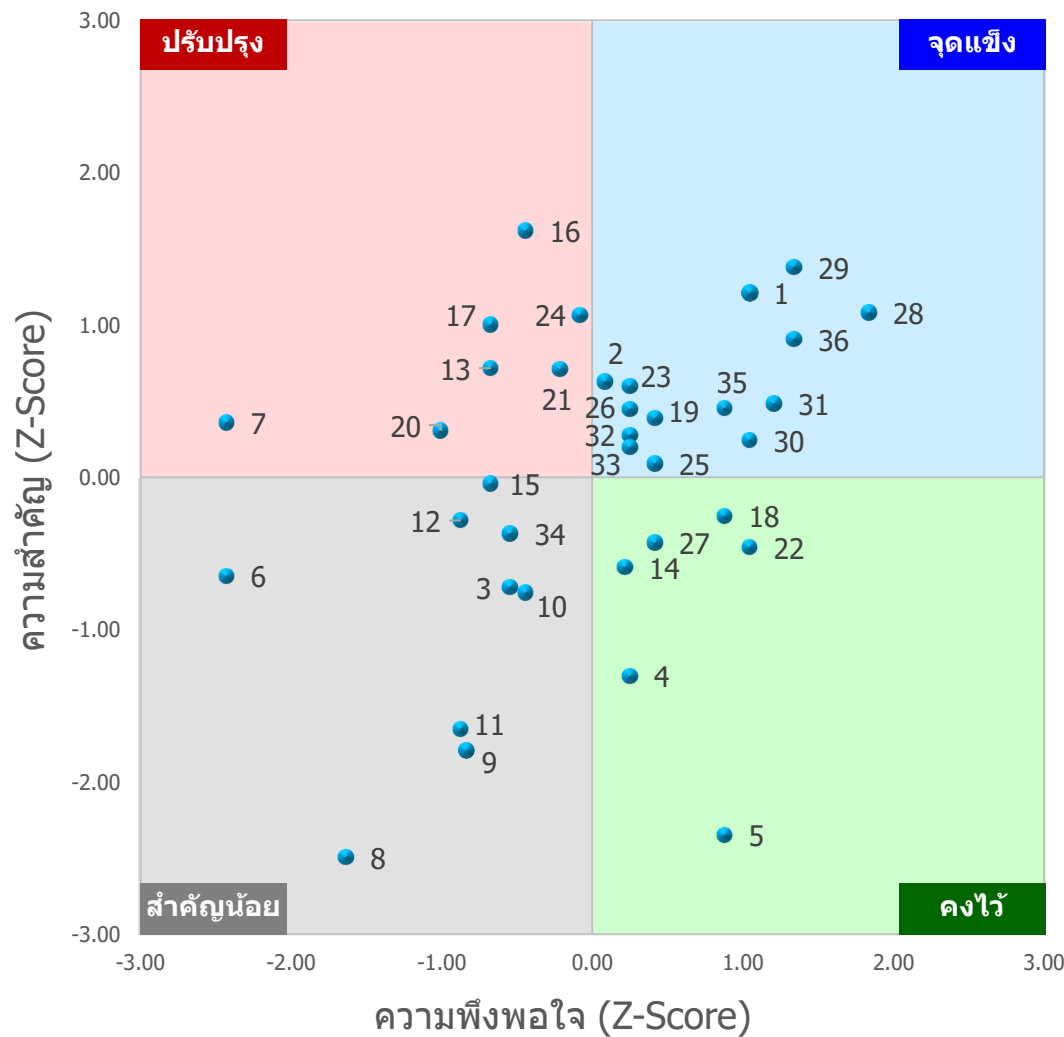
การวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา สำหรับฝ่าย GCA: ฝ่ายบริหารรัฐกิจวิสาหกิจ



ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 28** = 100%

1. การสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์
2. การกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านธุรกิจไมซ์
3. การกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์
4. การผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็น MICE Destination
5. การผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำด้านการประชุม และงานแสดงสินค้านานาชาติในภูมิภาคเอเชีย
6. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่หลากหลาย
7. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ ที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ
8. การจัดทำและเผยแพร่ปฏิทินกิจกรรมไมซ์ประจำปี
9. การประชาสัมพันธ์ ข่าวสาร ภาพลักษณ์ขององค์กร สสปน. ผ่านช่องทางต่าง ๆ
10. การนำเสนอวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ความเป็นไทย ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ
11. การประชาสัมพันธ์ ข่าวสาร ข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ ผ่านช่องทางต่าง ๆ
12. การให้บริการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการไมซ์และผู้เข้าร่วมงานด้วยนวัตกรรม
13. การให้ข้อมูลและองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้บริการผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้สนใจ
14. การให้ข้อมูลและองค์ความรู้ เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้สนใจอย่างสม่ำเสมอ
15. การให้ความรู้ในเรื่องการจัดงานไมซ์ ในรูปแบบที่ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แก่ผู้ประกอบการ ผู้จัดงานไมซ์ ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้สนใจ
16. การสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของ อุตสาหกรรมไมซ์ ให้เทียบเท่าระดับสากล
17. การผลักดันให้ผู้ประกอบการและผู้จัดงานไมซ์ ผ่านการรับรองมาตรฐานด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน
18. การเป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในอุตสาหกรรมไมซ์
19. การอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุมนานาชาติ การเดินทาง เพื่อเป็นรางวัล และการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการในประเทศไทย
20. การให้ความชัดเจนในนโยบายและทิศทางการดำเนินงานของ สสปน. เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง
21. การให้บริการผ่านระบบงานของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์
22. การสร้างภาพลักษณ์ของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์
23. การปฏิบัติงานที่มีความคล่องตัว (Flexibility) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน
24. การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน
25. การเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของ สสปน.
26. การนำความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์มาปรับปรุงการทำงานของ สสปน. อย่างต่อเนื่อง
27. บุคลากรของ สสปน. เข้าใจในระเบียบขั้นตอน และกระบวนการทำงานภายใน เป็นอย่างดี
28. บุคลากรของ สสปน. เข้าใจวิธีการจัดงานอีเวนต์ (events) ของอุตสาหกรรมไมซ์ เป็นอย่างดี
29. บุคลากรของ สสปน. มีความเป็นมืออาชีพ
30. บุคลากรของ สสปน. สามารถประสานงานได้อย่างรวดเร็ว
31. บุคลากรของ สสปน. กระตือรือร้นที่จะช่วยแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า/ผู้รับบริการ
32. บุคลากรของ สสปน. สามารถแก้ไขปัญหา ของลูกค้า/ผู้รับบริการ ได้อย่างทันท่วงที
33. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิดได้เป็นอย่างดี
34. บุคลากรของ สสปน. สามารถจัดการกับความขัดแย้งหรือสถานการณ์ที่ยุ่งยาก ได้เป็นอย่างดี
35. บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส
36. บุคลากรของ สสปน. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและมีจิตบริการ

การวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา สำหรับฝ่าย AREA BASED: กลุ่มชำนาญการพิ ตามนโยบายพัฒนาเครือข่ายไมซ์



ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 21** = 100%

1. การสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์
2. การกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านธุรกิจไมซ์
3. การกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์
4. การผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็น MICE Destination
5. การผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำด้านการประชุม และงานแสดงสินค้านานาชาติในภูมิภาคเอเชีย
6. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่หลากหลาย
7. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ ที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ
8. การจัดทำและเผยแพร่ปฏิทินกิจกรรมไมซ์ประจำปี
9. การประชาสัมพันธ์ ข่าวสาร ภาพลักษณ์ขององค์กร สสปน. ผ่านช่องทางต่าง ๆ
10. การนำเสนอวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ความเป็นไทย ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ
11. การประชาสัมพันธ์ ข่าวสาร ข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ ผ่านช่องทางต่าง ๆ
12. การให้บริการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการไมซ์และผู้เข้าร่วมงานด้วยนวัตกรรม
13. การให้ข้อมูลและองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้บริการผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้สนใจ
14. การให้ข้อมูลและองค์ความรู้ เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้สนใจอย่างสม่ำเสมอ
15. การให้ความรู้ในเรื่องการจัดงานไมซ์ ในรูปแบบที่ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แก่ผู้ประกอบการ ผู้จัดงานไมซ์ ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้สนใจ
16. การสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของ อุตสาหกรรมไมซ์ ให้เทียบเท่าระดับสากล
17. การผลักดันให้ผู้ประกอบการและผู้จัดงานไมซ์ ผ่านการรับรองมาตรฐานด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน
18. การเป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในอุตสาหกรรมไมซ์
19. การอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชมนานาชาติ การเดินทาง เพื่อเป็นรางวัล และการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการในประเทศไทย
20. การให้ความชัดเจนในนโยบายและทิศทางการดำเนินงานของ สสปน. เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง
21. การให้บริการผ่านระบบงานของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์
22. การสร้างภาพลักษณ์ของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์
23. การปฏิบัติงานที่มีความคล่องตัว (Flexibility) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน
24. การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน
25. การเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของ สสปน.
26. การนำความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์มาปรับปรุงการทำงานของ สสปน. อย่างต่อเนื่อง
27. บุคลากรของ สสปน. เข้าใจในระเบียบขั้นตอน และกระบวนการทำงานภายใน เป็นอย่างดี
28. บุคลากรของ สสปน. เข้าใจวิธีการจัดงานอีเวนต์ (events) ของอุตสาหกรรมไมซ์ เป็นอย่างดี
29. บุคลากรของ สสปน. มีความเป็นมืออาชีพ
30. บุคลากรของ สสปน. สามารถประสานงานได้อย่างรวดเร็ว
31. บุคลากรของ สสปน. กระตือรือร้นที่จะช่วยแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า/ผู้รับบริการ
32. บุคลากรของ สสปน. สามารถแก้ไขปัญหา ของลูกค้า/ผู้รับบริการ ได้อย่างทันท่วงที
33. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิดได้เป็นอย่างดี
34. บุคลากรของ สสปน. สามารถจัดการกับความขัดแย้งหรือสถานการณ์ที่ยุ่งยาก ได้เป็นอย่างดี
35. บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส
36. บุคลากรของ สสปน. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและมีจิตบริการ

สิ่งที่ต้องปรับปรุง

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย							AREA BASED
		MI	C	E	D-MICE	MEGA	MICE CAP	GCA	
ฐาน: ทั้งหมด	200	37	12**	37	13**	17**	35	28**	21**
การพัฒนาธุรกิจ MICE									
การสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์									
การกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านธุรกิจไมซ์									
การกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์									
การผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็น MICE Destination									
การผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำด้านการประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติในภูมิภาคเอเชีย									
การสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์									
การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่หลากหลาย									
การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ									
การจัดทำและเผยแพร่ปฏิทินกิจกรรมไมซ์ประจำปี									
การประชาสัมพันธ์ <u>ข่าวสาร ภาพลักษณ์ขององค์กร สสปน.</u> ผ่านช่องทางต่างๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ สื่อโทรทัศน์ เป็นต้น									
การนำเสนอวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ความเป็นไทยผ่านกิจกรรมต่าง ๆ									
การประชาสัมพันธ์ <u>ข่าวสาร ข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์</u> ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ สื่อโทรทัศน์ เป็นต้น									

สิ่งที่ต้องปรับปรุง

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย							AREA BASED
		MI	C	E	D-MICE	MEGA	MICE CAP	GCA	
ฐาน: ทั้งหมด	200	37	12**	37	13**	17**	35	28**	21**
การพัฒนาขีดความสามารถ/ เสริมสร้างรากฐานธุรกิจไมซ์									
การให้บริการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการไมซ์และผู้เข้าร่วมงานด้วยนวัตกรรม เช่น แอปพลิเคชัน เว็บบไซต์ เป็นต้น									
การให้ข้อมูลและองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้สนใจ									
การให้ข้อมูลและองค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้สนใจอย่างสม่ำเสมอ									
การให้ความรู้ในเรื่องการจัดงานไมซ์ ในรูปแบบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แก่ผู้ประกอบการ ผู้จัดงานไมซ์ ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้สนใจ									
การสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ ให้เทียบเท่าระดับสากล									
การผลักดันให้ผู้ประกอบการและผู้จัดงานไมซ์ผ่านการรับรองมาตรฐานด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน									
การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชนในธุรกิจไมซ์									
การเป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในอุตสาหกรรมไมซ์									
การอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุมนานาชาติ การเดินทาง เพื่อเป็นรางวัล และการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการในประเทศไทย									
กระบวนการภายใน/ ลักษณะเฉพาะองค์กรของสสปน.									
การให้ความชัดเจนในนโยบายและทิศทางการดำเนินงานของ สสปน. เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง									
การให้บริการผ่านระบบงานของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์									
การสร้างภาพลักษณ์ของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์									
การปฏิบัติงานที่มีความคล่องตัว (Flexibility) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน									
การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน									
การเปิดโอกาสให้ผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของ สสปน.									
การนำความคิดเห็นจากผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์มาปรับปรุงการทำงานของ สสปน. อย่างต่อเนื่อง									

สิ่งที่ต้องปรับปรุง

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย							AREA BASED
		MI	C	E	D-MICE	MEGA	MICE CAP	GCA	
ฐาน: ทั้งหมด	200	37	12**	37	13**	17**	35	28**	21**
สมรรถนะของบุคลากรของ สสปน.									
บุคลากรของ สสปน. เข้าใจในระเบียบขั้นตอนและกระบวนการทำงานภายใน เป็นอย่างดี									
บุคลากรของ สสปน. เข้าใจวิธีการจัดงานอีเวนต์ (events) ของอุตสาหกรรมไมซ์ เป็นอย่างดี									
บุคลากรของ สสปน. มีความเป็นมืออาชีพ									
บุคลากรของ สสปน. สามารถประสานงานได้อย่างรวดเร็ว									
บุคลากรของ สสปน. กระตือรือร้นที่จะช่วยแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า/ผู้รับบริการ									
บุคลากรของ สสปน. สามารถแก้ไขปัญหาของลูกค้า/ผู้รับบริการ ได้อย่างทันท่วงที									
บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด ได้เป็นอย่างดี									
บุคลากรของ สสปน. สามารถจัดการกับความขัดแย้งหรือสถานการณ์ที่ยุ่งยาก ได้เป็นอย่างดี									
บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส									
บุคลากรของ สสปน. มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและมีจิตบริการ									

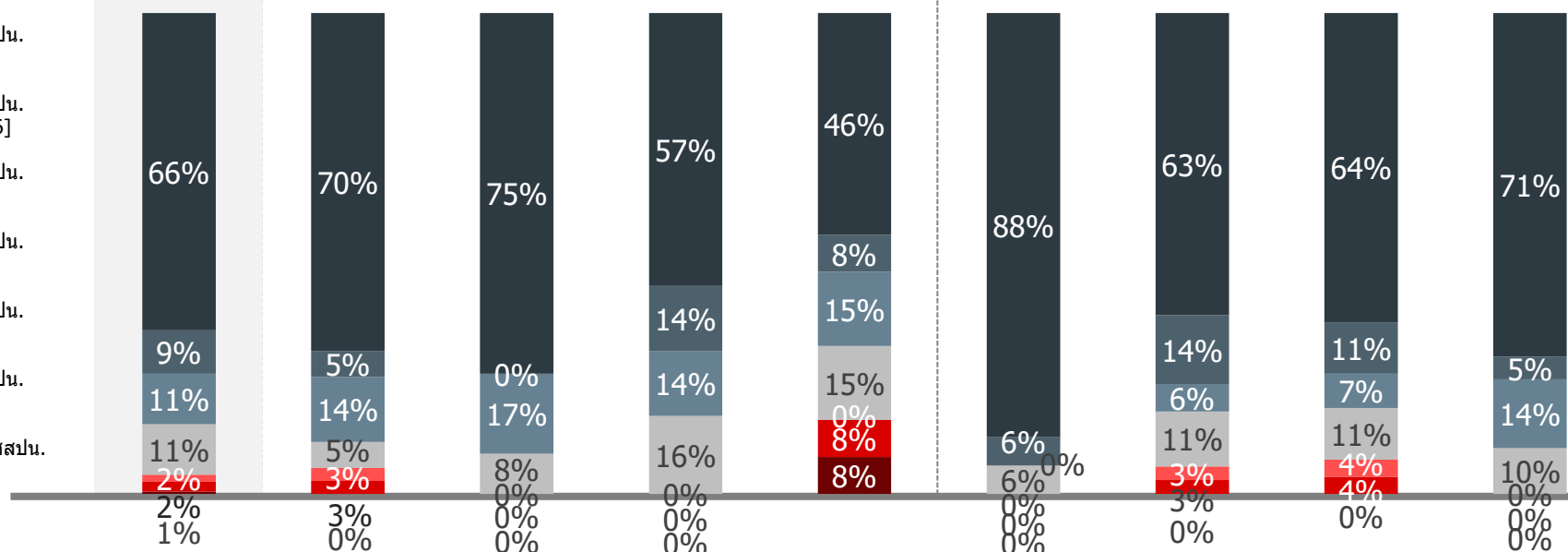
ส่วนที่ 5:

ข้อมูลสรุปความผูกพันกับองค์กร (Brand Engagement Model)

ความรู้สึกที่มีต่อการร่วมงานกับ สสปน. ในอนาคต

	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย							
		MI: ฝ่ายส่งเสริม การจัดประชุม และการเดินทาง เพื่อเป็นรางวัล	C: ฝ่ายส่งเสริม การจัดประชุม นานาชาติ	E: ฝ่ายอุตสาหกรรม การแสดงสินค้า นานาชาติ	D-MICE: ฝ่ายส่งเสริม ตลาดในประเทศ	MEGA: กลุ่มชำนาญการ พิเศษตาม นโยบายงาน พัฒนาการจัด งาน เมกะ โปรเจค	MICE CAP: ฝ่ายพัฒนา ศักยภาพ อุตสาหกรรม ใหม่	GCA: ฝ่ายบริหาร รัฐกิจวิสาหกิจ	AREA BASED: กลุ่มชำนาญ พิเศษตาม นโยบายการ พัฒนาเครือข่าย ไมซ์
ฐาน: ทั้งหมด	200	37	12**	37	13**	17**	35	28**	21**
ค่าเฉลี่ย	6.20	6.27	6.42	6.11	5.31	6.76	6.14	6.11	6.38
ร้อยละ 3 ระดับบน	85.5%	89.2%	91.7%	83.8%	69.2%	94.1%	82.9%	82.1%	90.5%

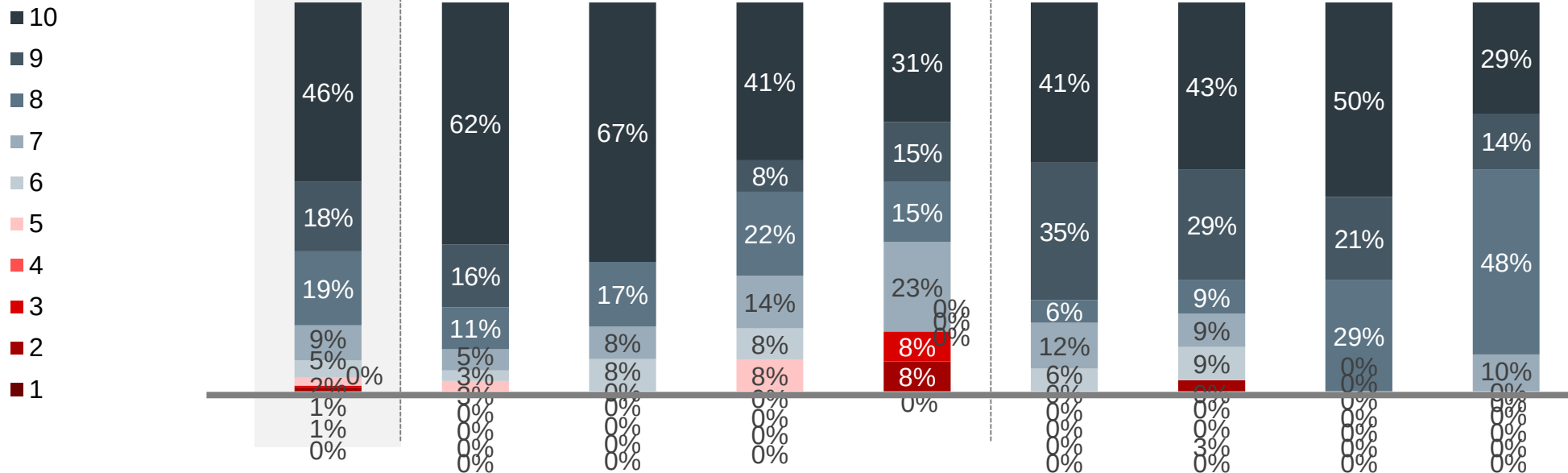
- ด้านรู้สึกอยากร่วมงานกับ สสปน. ไปอีกนานกว่า 10 ปี [7]
- ด้านรู้สึกอยากร่วมงานกับ สสปน. ต่อกไปอีกประมาณ 8-10 ปี [6]
- ด้านรู้สึกอยากร่วมงานกับ สสปน. ต่อกไปอีกประมาณ 5-7 ปี [5]
- ด้านรู้สึกอยากร่วมงานกับ สสปน. ต่อกไปอีกประมาณ 3-4 ปี [4]
- ด้านรู้สึกอยากร่วมงานกับ สสปน. ต่อกไปอีกไม่เกิน 2 ปี [3]
- ด้านรู้สึกอยากร่วมงานกับ สสปน. ต่อกไปอีกไม่เกิน 1 ปี [2]
- ด้านรู้สึกไม่ต้องการร่วมงานกับ สสปน. อีกต่อไป [1]



แนวโน้มที่จะแนะนำเพื่อนหรือคนรู้จักที่ทำงานอยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกันให้มาใช้บริการ/ ติดต่องาน/ ร่วมงานกับ สสปน.

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

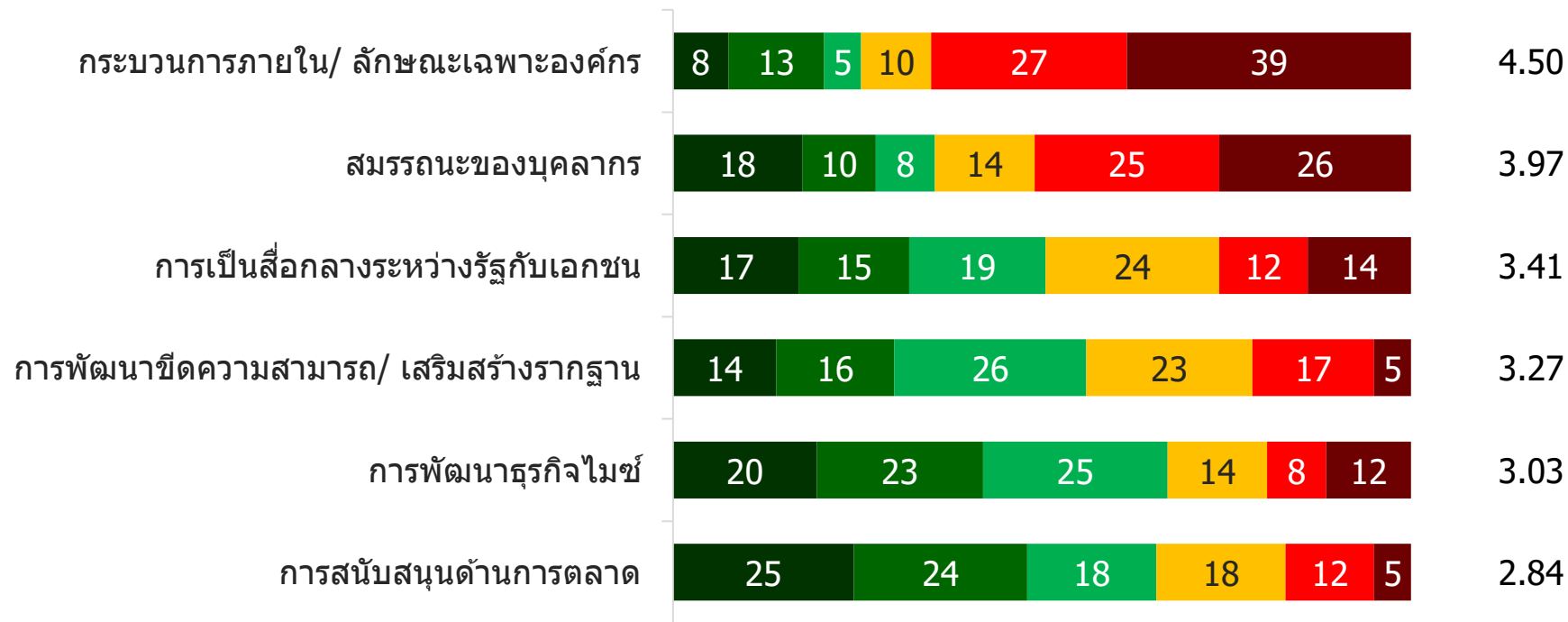
	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย							
		MI: ฝ่ายส่งเสริม การจัดประชุม และการเดินทาง เพื่อเป็นรางวัล	C: ฝ่ายส่งเสริม การจัดประชุม นานาชาติ	E: ฝ่ายอุตสาหกรรม การแสดงสินค้า นานาชาติ	D-MICE: ฝ่ายส่งเสริม ตลาดในประเทศ	MEGA: กลุ่มชำนาญการ พิเศษตาม นโยบายงาน พัฒนาการจัด งาน เมกะ โปรเจค	MICE CAP: ฝ่ายพัฒนา ศักยภาพ อุตสาหกรรม ใหม่	GCA: ฝ่ายบริหาร รัฐกิจวิสาหกิจ	AREA BASED: กลุ่มชำนาญ พิเศษตาม นโยบายการ พัฒนาเครือข่าย ไมซ์
ฐาน: ทั้งหมด	200	37	12**	37	13**	17**	35	28**	21**
ค่าเฉลี่ย	8.78	9.22	9.08	8.35	7.69	8.94	8.71	9.21	8.62
ร้อยละ 3 ระดับบน	83.0%	89.2%	83.3%	70.3%	61.5%	82.4%	80.0%	100.0%	90.5%



เหตุผลที่ทำให้ยากร่วมงานกับ สสปน. (โดยรวม)

ข้อมูลในกราฟแสดงเป็น ร้อยละ

อันดับ
โดยเฉลี่ย



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

เหตุผลที่ทำให้ยากร่วมงานกับ สสปน. (โดยรวม)

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็น อันดับโดยเฉลี่ย	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย							AREA BASED: กลุ่มชำนาญ พิเศษตาม นโยบายการ พัฒนา เครือข่ายไมซ์
		MI: ฝ่าย ส่งเสริมการ จัดประชุมและ การเดินทาง เพื่อเป็นรางวัล	C: ฝ่าย ส่งเสริม การจัดประชุม นานาชาติ	E: ฝ่าย อุตสาหกรรม การแสดง สินค้า นานาชาติ	D-MICE: ฝ่ายส่งเสริม ตลาดใน ประเทศ	MEGA: กลุ่มชำนาญ การพิเศษตาม นโยบายงาน พัฒนาการจัด งาน เมกะ โปรเจค	MICE CAP: ฝ่ายพัฒนา ศักยภาพ อุตสาหกรรม ใหม่	GCA: ฝ่าย บริหารธุรกิจ วิสาหกิจ	
ฐาน: ทั้งหมด	200	37	12**	37	13**	17**	35	28**	21**
กระบวนการภายใน/ ลักษณะเฉพาะองค์กร	4.50	4.68	5.08	4.16	4.38	3.41	4.74	4.64	4.81
สมรรถนะของบุคลากรของ สสปน.	3.97	4.03	2.92	4.38	4.92	2.71	4.23	3.86	3.86
การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	3.41	3.57	3.42	3.73	3.08	2.71	3.57	3.32	3.14
การพัฒนาขีดความสามารถ/ เสริมสร้างรากฐาน	3.27	3.89	3.50	3.19	3.15	4.06	2.80	2.54	3.33
การพัฒนาธุรกิจไมซ์	3.03	2.49	3.50	3.05	3.00	3.94	2.91	3.11	3.00
การสนับสนุนด้านการตลาด	2.84	2.35	2.58	2.49	2.46	4.18	2.74	3.54	2.86

ความผูกพันกับองค์กร

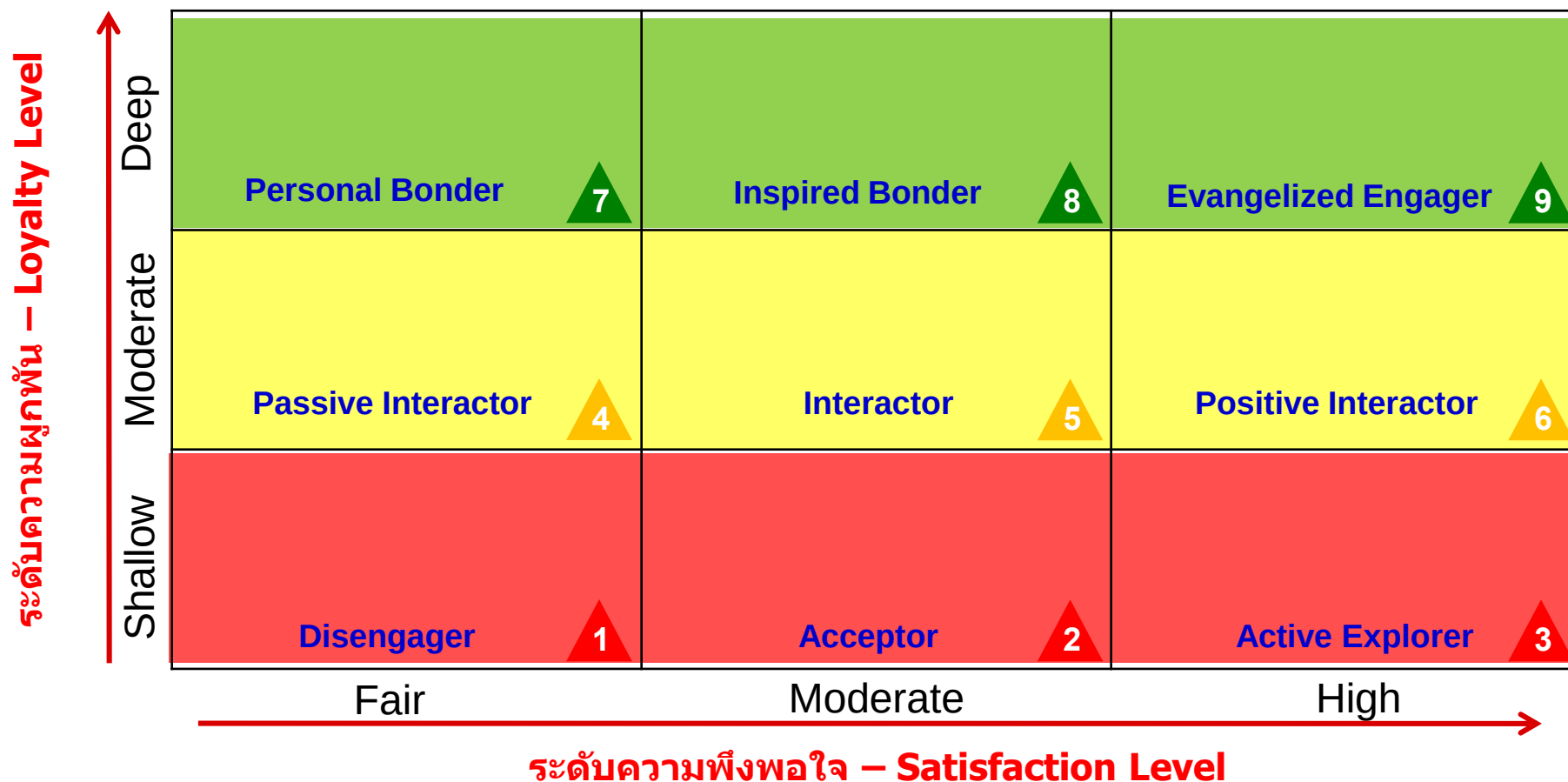
(Customer Engagement Model)

หน้าอธิบาย

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

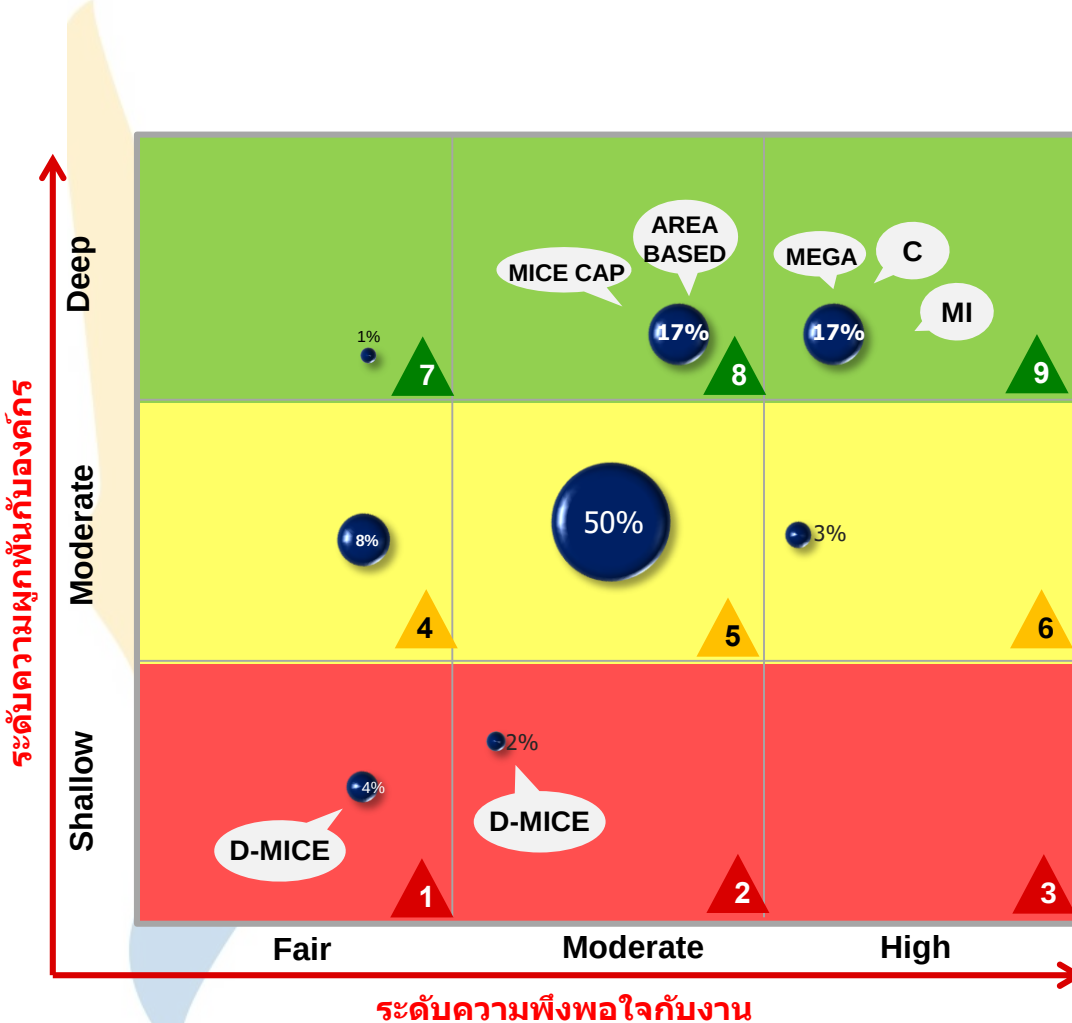
→ ชี้วัดระดับความผูกพัน

→ ชี้วัดว่าปัจจัยใดที่มีผลต่อความผูกพัน



ลูกค้าส่วนมาก มีความผูกพันและความพึงพอใจต่อ สสปน. ในระดับปานกลาง สำหรับลูกค้าที่มีความผูกพันและความพึงพอใจน้อยเป็นของฝ่าย **D-MICE**

โดยสิ่งที่จะช่วยเพิ่มความผูกพันและความพึงพอใจต่อ สสปน. ได้ คือ 1. การปรับปรุงกระบวนการภายในให้มีความรวดเร็วมากยิ่งขึ้น 2. เพิ่มสมรรถนะของบุคลากรและเน้นในเรื่องของความเป็นกลางทางธุรกิจของบุคลากร 3. เสนอข้อมูลและโครงการที่มีประโยชน์ และตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ



จุดแข็งขององค์กร ที่ต้องรักษาไว้

สมรรถนะของบุคลากรของ สสปน. (โดยเฉพาะการทำงานอย่างซื่อสัตย์และมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีและมีจิตบริการ)

การสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์และการกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านธุรกิจไมซ์

การสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของ อุตสาหกรรมไมซ์ ให้เทียบเท่าระดับสากลการอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ การจัดการประชุมนานาชาติ



จุดอ่อนขององค์กร ที่ต้องปรับปรุง

การให้ข้อมูลและองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์

การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ ที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ

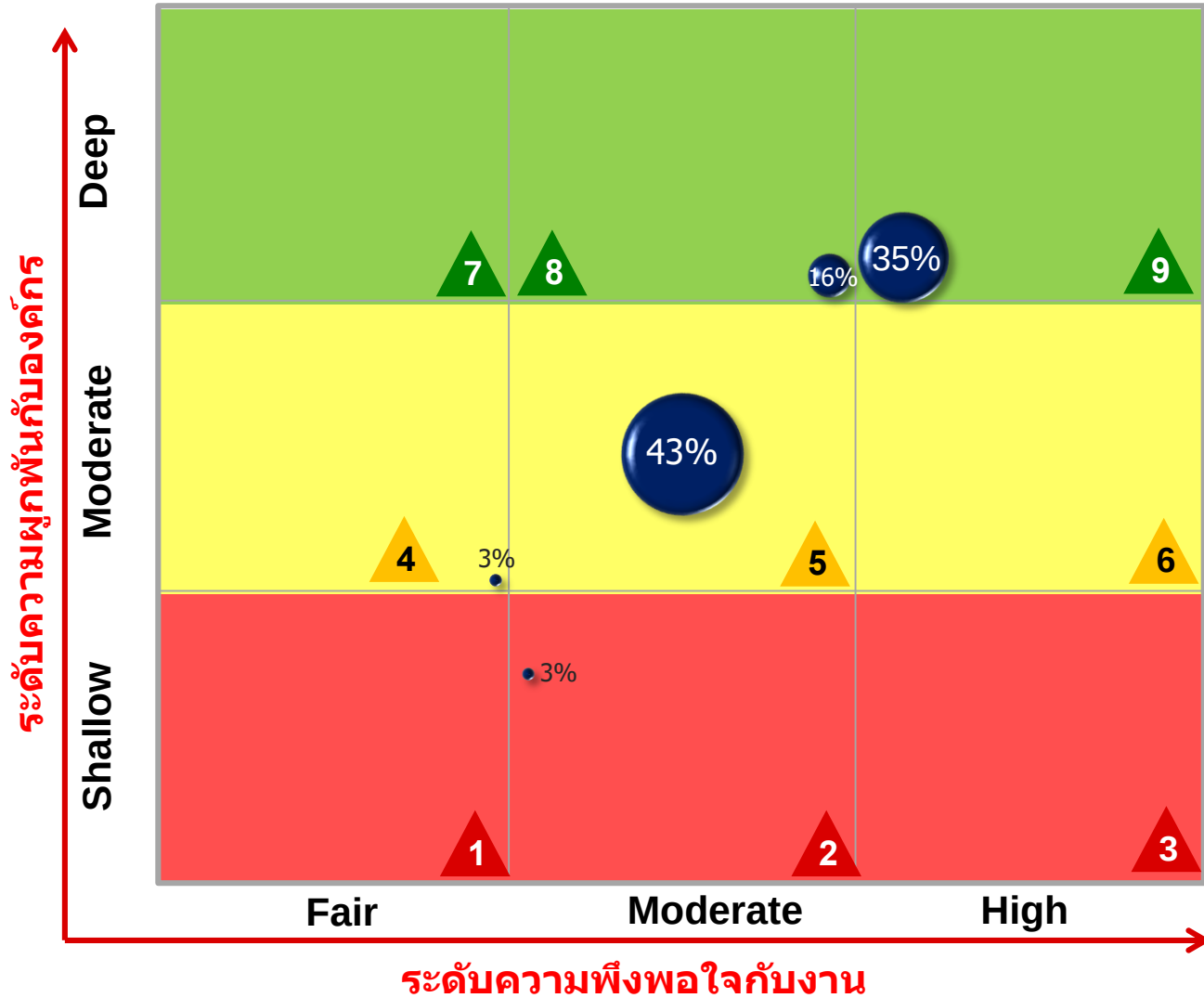
สมรรถนะของบุคลากรของ สสปน. (โดยเฉพาะความสามารถในแก้ไขปัญหาอย่างทันท่วงที)

กระบวนการภายใน/ลักษณะเฉพาะองค์กรของ สสปน.

REF: P.65 from each NET

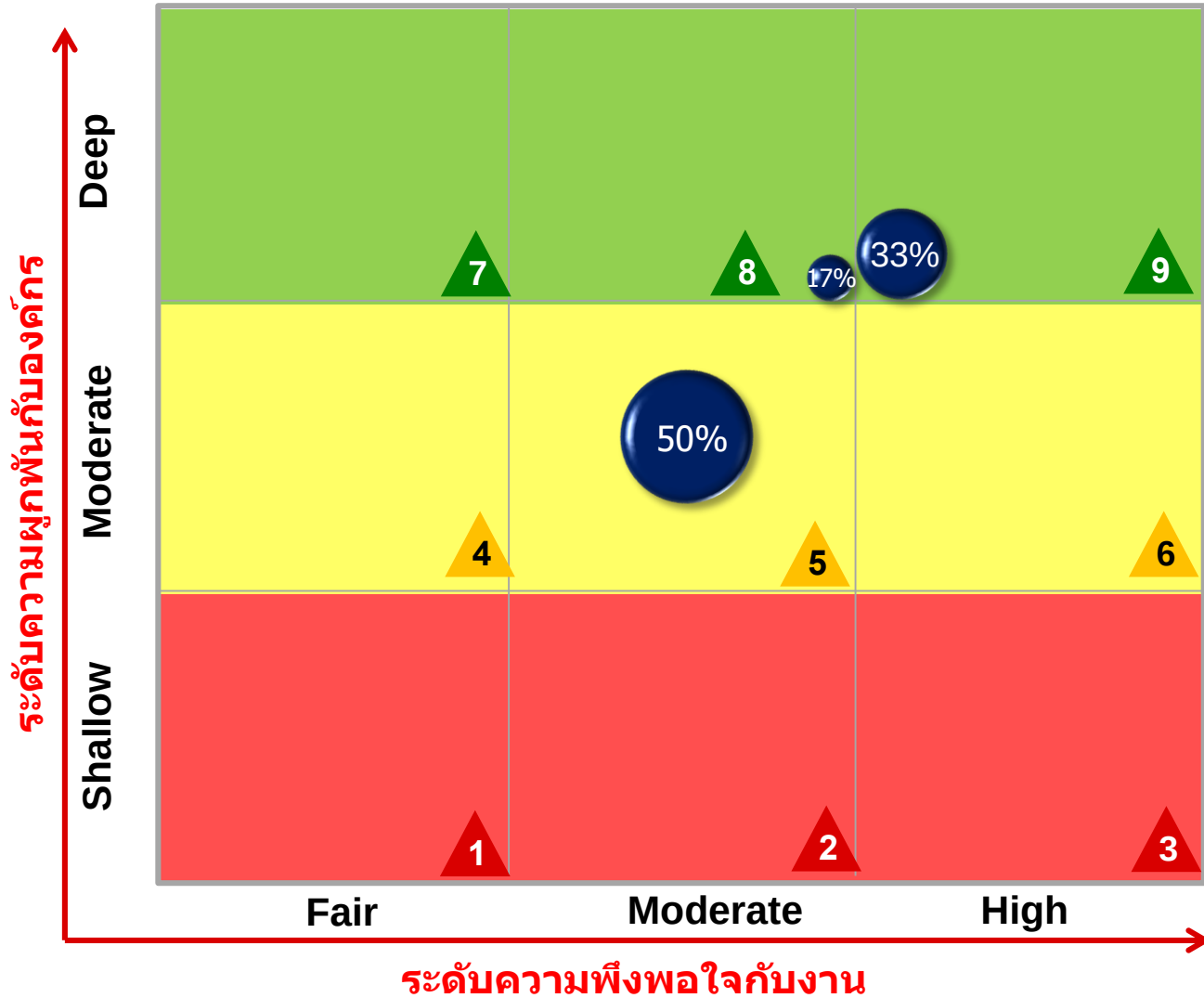
ความผูกพันของลูกค้ากับ สสปน. (Customer Engagement Model)

สำหรับฝ่าย MI: ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล



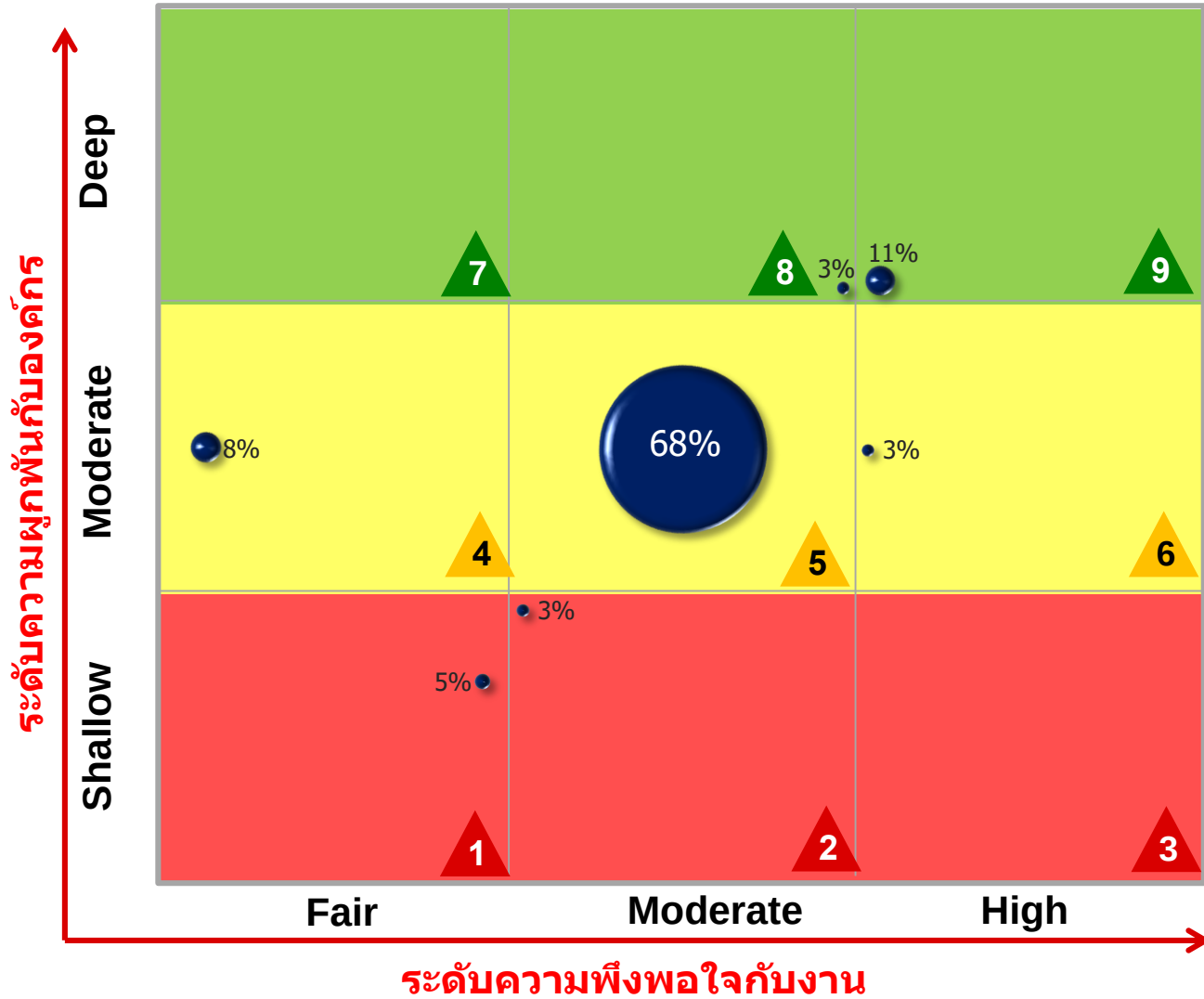
ความผูกพันของลูกค้ากับ สสปน. (Customer Engagement Model)

สำหรับฝ่าย C: ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ



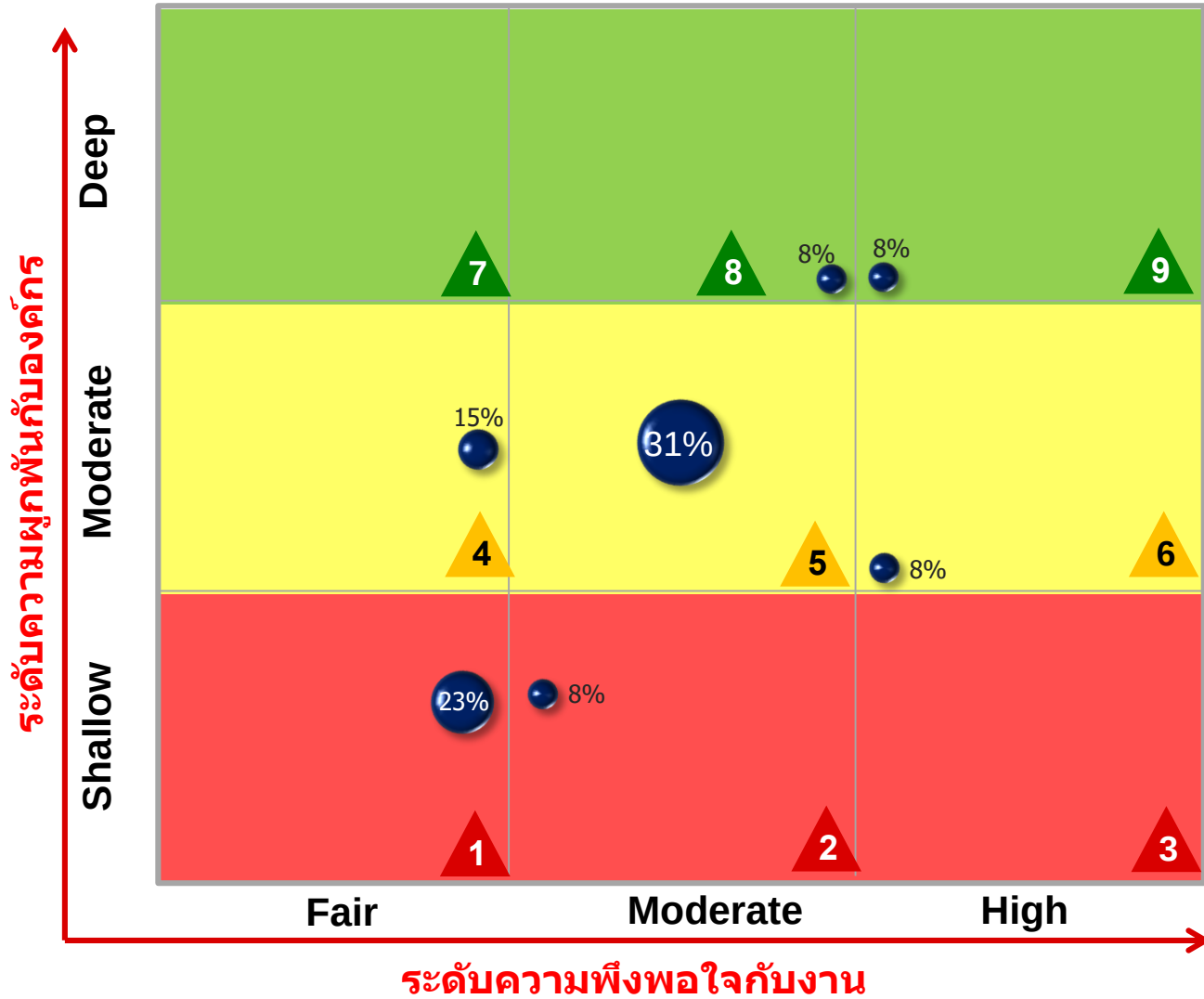
ความผูกพันของลูกค้ากับ สสปน. (Customer Engagement Model)

สำหรับฝ่าย E: ฝ่ายอุตสาหกรรมการแสดงสินค้านานาชาติ



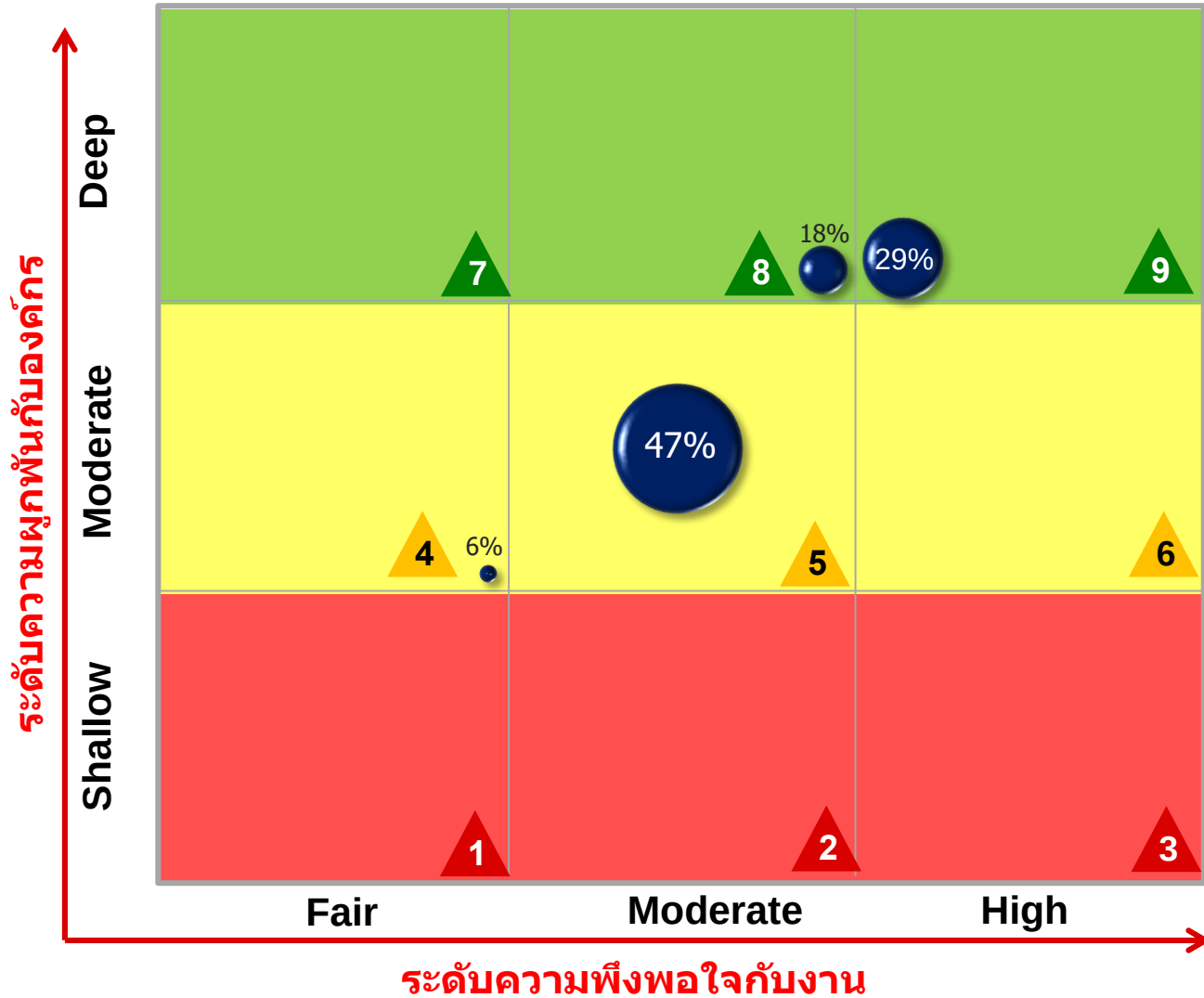
ความผูกพันของลูกค้ากับ สสพ. (Customer Engagement Model)

สำหรับฝ่าย D-MICE: ฝ่ายส่งเสริมตลาดในประเทศ



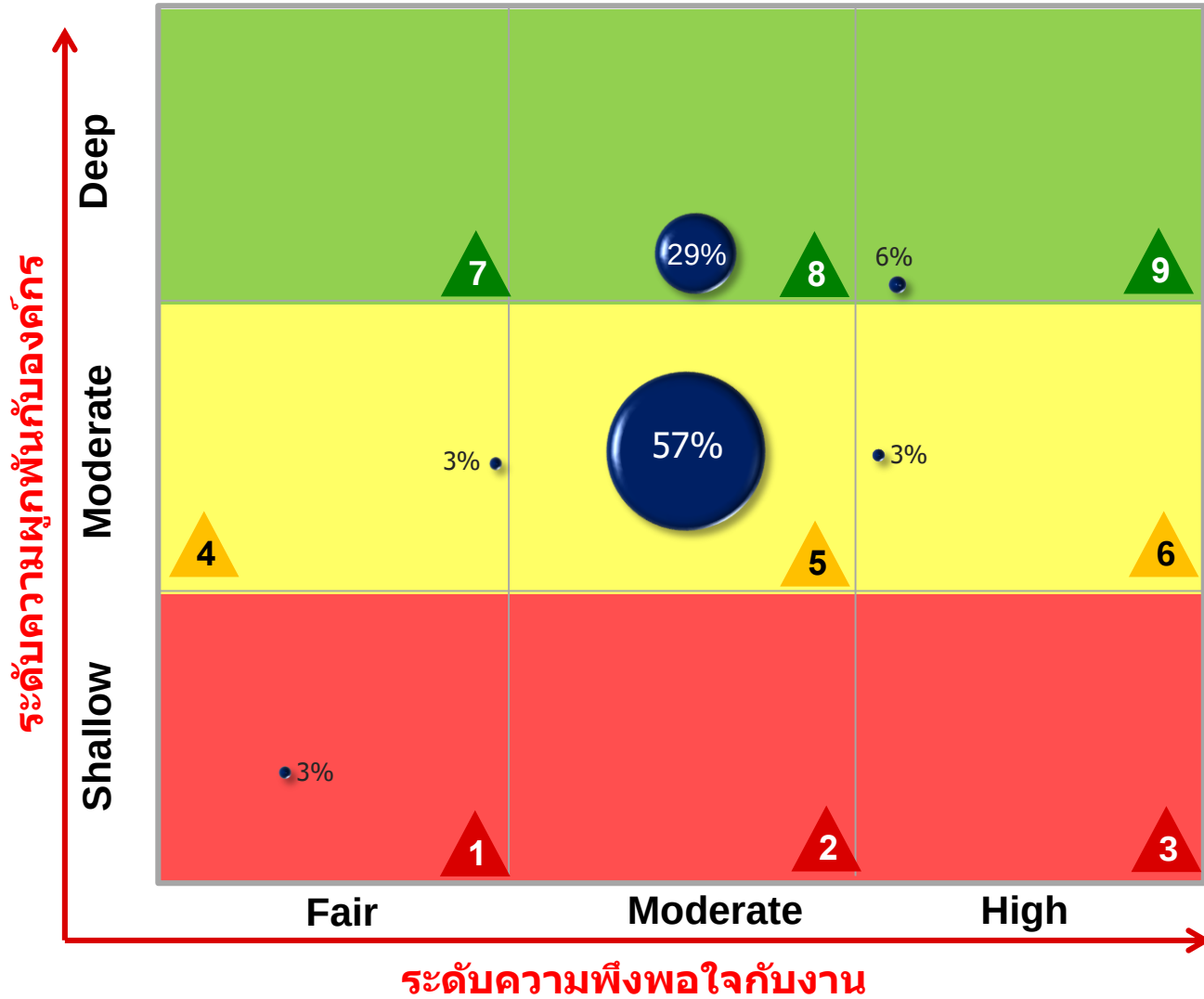
ความผูกพันของลูกค้ากับ สสปน. (Customer Engagement Model)

สำหรับฝ่าย MEGA: กลุ่มชำนาญการพิเศษจัดงานเมกะโปรเจค



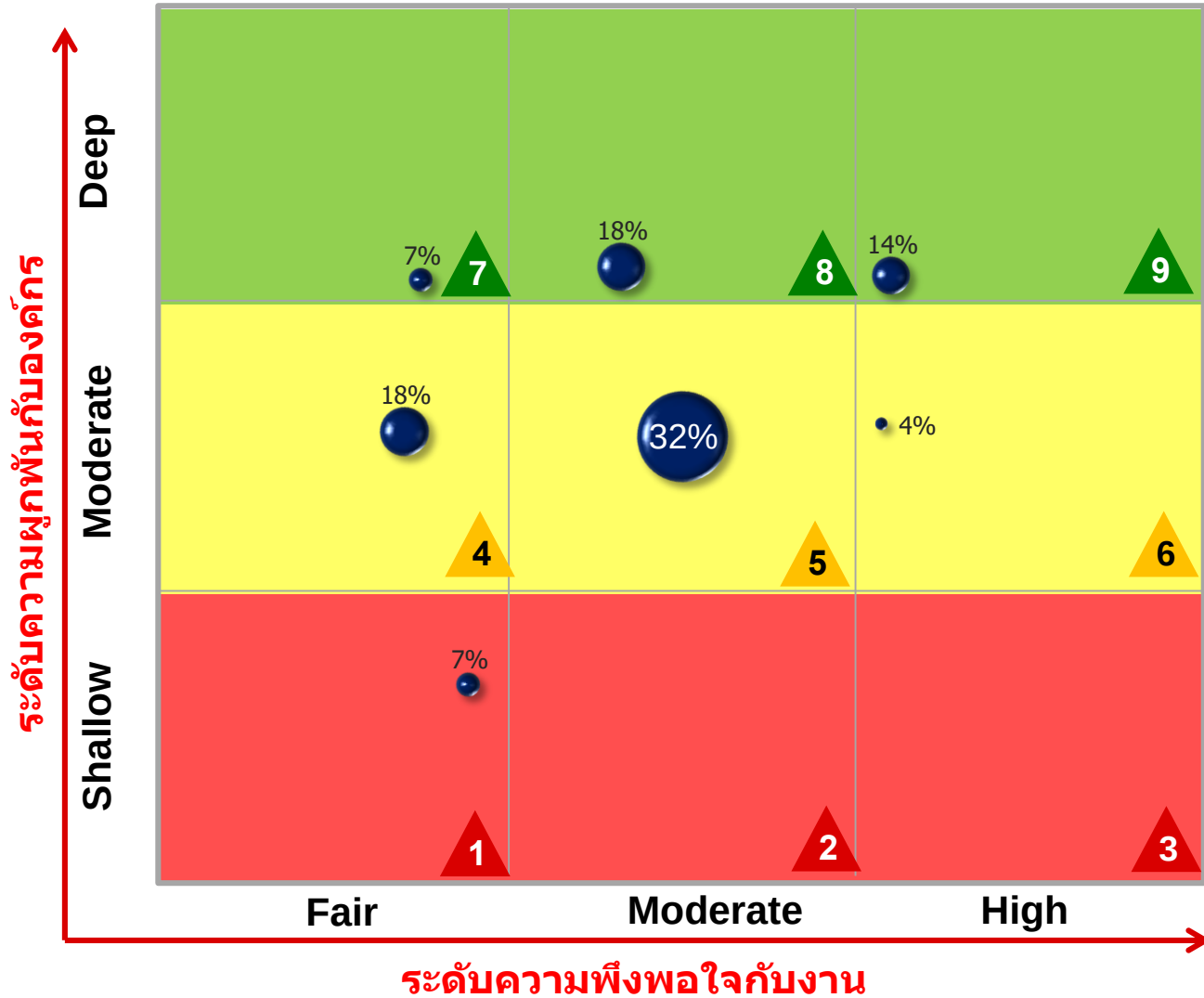
ความผูกพันของลูกค้ากับ สสปน. (Customer Engagement Model)

สำหรับฝ่าย MICE CAP: ฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์



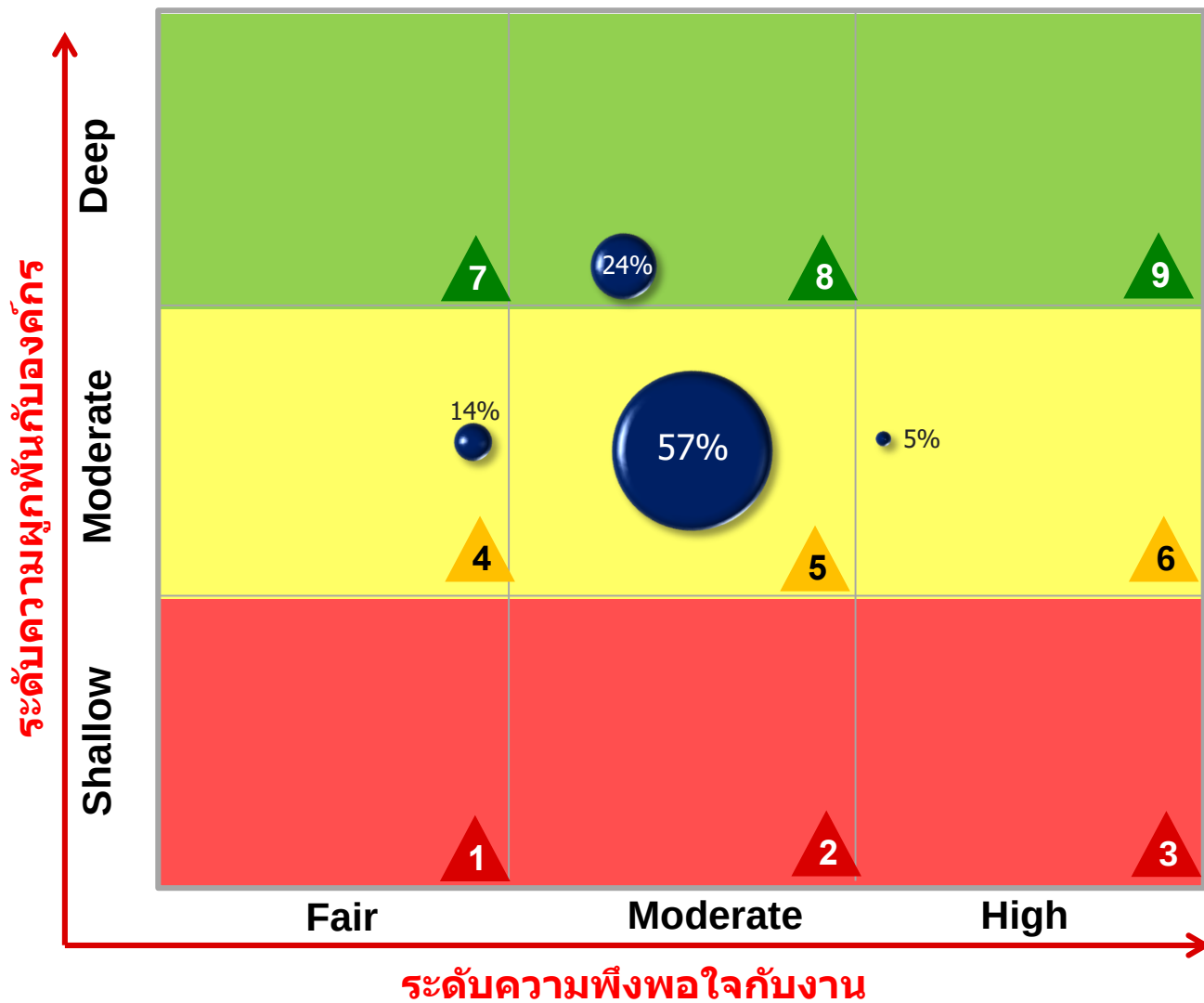
ความผูกพันของลูกค้ากับ สสปน. (Customer Engagement Model)

สำหรับฝ่าย GCA: ฝ่ายบริหารรัฐกิจวิสาหกิจ



ความผูกพันของลูกค้ากับ สสปน. (Customer Engagement Model)

สำหรับฝ่าย AREA BASED: กลุ่มชำนาญการพิเศษตามนโยบายการพัฒนาเครือข่าย
ไมซ์



ตัวอย่างเสียงสะท้อนจากผู้รับบริการจากฝ่ายต่าง ๆ ของ สสปน.

ในเรื่อง การสนับสนุนด้านการตลาด

“

จัดกิจกรรมและกระจายงบประมาณให้ครอบคลุมทุกภูมิภาค อย่างระจุก

ขั้นตอนเบิกจ่ายเงินสนับสนุนล่าช้า ความไม่แม่นยำหรือชัดเจน การยืดหยุ่นในการรับเอกสารของบุคลากรสสปน ทำให้เกิดความรู้สึกเหลื่อมล้ำ

”

“

ควรเพิ่มงบประมาณในการสนับสนุนผู้ประกอบการ

แต่ละฝ่าย ควรให้ความสำคัญในเรื่องการทำงานไม่ควรให้ล่าช้า. การเดินทางไปตปท ของจนท. ควรคำนึงถึงความจำเป็นจริงๆ เพื่อ เอาจบประมาณมาให้ผู้ประกอบการมากขึ้น

”

“

อยากให้ใช้งบประมาณเพื่องาน home grown มากกว่า ส่วนตัวเห็นศักยภาพของผู้ที่จะสร้างงาน home grown ให้กลายเป็นงานขนาดใหญ่ได้อีกมาก แต่เงินสนับสนุนยังน้อยอยู่

”



“

อาจจะสร้างหรือปรับหลักเกณฑ์นโยบายการสนับสนุนที่เน้นที่ความสำเร็จ และ impact ของโครงการมากกว่าปริมาณ

KPI ของเงื่อนไขการสนับสนุนงานหรือกิจกรรมต่างๆอาจจะมีคามยุ่งยากซับซ้อน จึงทำให้ผู้ขอรับบริการอาจเกิดการท้อในบางครั้ง

”

ตัวอย่างเสียงสะท้อนจากผู้รับบริการจากฝ่ายต่าง ๆ ของ สสปน.

ในเรื่อง การพัฒนาขีดความสามารถ

จัดตั้งหน่วยงานประจำภูมิภาค เพื่อสนับสนุนให้ MICE เกิดขึ้นในภูมิภาคให้ได้อย่างเป็นรูปธรรม ลดความเหลื่อมล้ำ

เลิกโปรโมต สสปน. และหันมาให้ความสนใจกับแก่นของธุรกิจไมซ์และการพัฒนาขีดความสามารถของคนไมซ์อย่างจริงจัง

สสปน. มุ่งเน้นประชาสัมพันธ์ สสปน. มากกว่าที่จะส่งเสริมผู้ประกอบการอย่างจริงจัง โดยเฉพาะผู้ประกอบการภายในประเทศ ให้ความสำคัญกับผู้ประกอบการขนาดใหญ่ จากต่างประเทศ ซึ่งไม่จำเป็นต้องได้รับการส่งเสริมเนื่องจากบริษัทเหล่านั้นมีศักยภาพที่จะดำเนินการทุกอย่างด้วยตัวเอง

อยากให้นำเสนอเรื่อง mice intelligent ให้มากขึ้น จัดให้มี workshop ให้ผู้ประกอบการหรือผู้จัดงานเพื่อนำไปใช้ในการพิจารณาเรื่องการสนับสนุนในรูปแบบที่สอดคล้องกับขนาดของโชว์ ซึ่งปัจจุบันทำได้ดีแล้ว เพียงเพิ่มการสนับสนุนเพิ่มเติม จากปัจจุบัน ที่อาจมีใช้เงินสนับสนุน เพื่อให้ได้ คุณภาพและจำนวนของผู้ชมงานมากขึ้น



ตัวอย่างเสียงสะท้อนจากผู้รับบริการจากฝ่ายต่าง ๆ ของ สสปน.

ในเรื่อง การพัฒนาธุรกิจใหม่



“

ไม่หยุดยั้งในการพัฒนากิจกรรมต่างๆ เพื่อตอบโจทย์อุตสาหกรรม มีการพัฒนา และปรับปรุงบริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อผลักดันธุรกิจใหม่ในประเทศ มีการให้คำแนะนำและเชื่อมเครือข่ายระหว่างประเทศได้เป็นอย่างดี

”

“

สสปน.มีการประสานงานที่ดี และเป็นองค์กรที่คล่องตัว เหมาะสมกับการดำเนินงานที่ต้องการความรวดเร็วในการประสานงาน อำนวยความสะดวกแก่หน่วยงานภาครัฐในการเข้าร่วมประชุมฯ และจัดกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ และอำนวยความสะดวกในการดำเนินการของอุตสาหกรรมใหม่

”

“

ประทับใจที่ให้ความสนใจและสนับสนุนในตลาดที่สร้างองค์ความรู้แก่ประชาชน ถึงแม้ว่าจะเป็นตลาดเฉพาะกลุ่มและตกอยู่ในสถานการณ์ไม่ค่อยดี แต่ที่เสียยังมองเห็นความเป็นไปได้ในการผลักดันให้เกิดตลาดนี้อย่างมั่นคง ยั่งยืน

”

“

สสปน.เป็นหน่วยงานที่มีประสิทธิภาพในการทำงานสูง จึงทำให้ทุกโปรเจกต์ที่ได้ทำให้เกิดประสิทธิผลที่แท้จริงในการขับเคลื่อนธุรกิจฯ

ให้คำแนะนำและเชื่อมเครือข่ายระหว่างประเทศได้เป็นอย่างดี

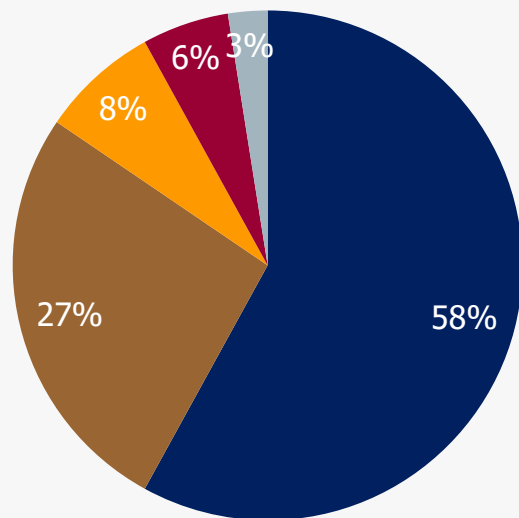
”

ส่วนที่ 6:

ข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์

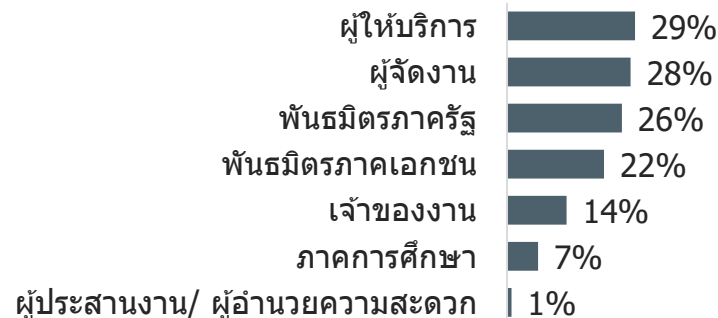
ข้อมูลทั่วไป

สังกัดของหน่วยงานภายนอก

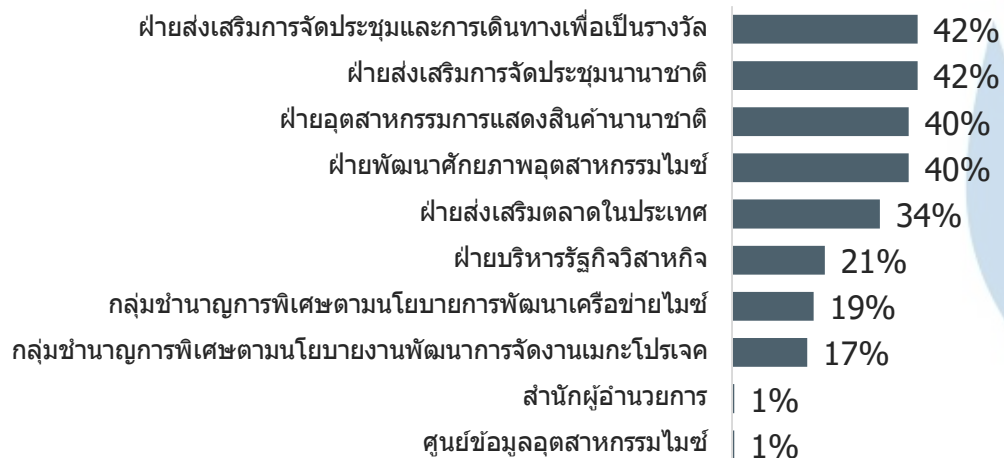


- ผู้ประกอบการเอกชน
- หน่วยงานภาครัฐ
- สมาคม/ องค์กรอิสระ
- ภาคการศึกษา
- อื่นๆ

บทบาทของหน่วยงานภายนอกที่ติดต่อกับ สสปน.



ฝ่ายของ สสปน. ที่ติดต่อกับหน่วยงานภายนอก





ภาคผนวก

แบบสอบถาม (1/5)

หมายเลขแบบสอบถาม FW _____

หมายเลขแบบสอบถาม DP _____

Job #61/411

Date **March 28, 2019 REV10**

Project Oxford 2019

การประเมินผลการดำเนินงานของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

กลุ่ม Meeting Incentive/ Convention/ Exhibition และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ประจำปี 2562

แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อประเมินผลการดำเนินงานในภาพรวมของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. โดยจะทำการประเมินจากทัศนคติของกลุ่มผู้เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ที่มีต่อการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ของ สสปน. ทั้งนี้ คำตอบและข้อมูลของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับ และนำไปประมวลผลในภาพรวม เพื่อสรุปเป็นข้อเสนอแนะสำหรับการปรับปรุงการดำเนินงานของ สสปน. ต่อไป

จุดมุ่งหมายแสดงความจำนงในการเข้าร่วมโครงการวิจัย

เรียน ผู้เข้าร่วมโครงการ

ก่อนอื่นใคร่ขอแนะนำบริษัทอินเทล (ประเทศไทย) จำกัด ว่าเป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจด้านบริการสำรวจวิจัยการตลาด สังคม และเศรษฐกิจ ทางบริษัท ขอขอบคุณที่ทุกท่านได้มีส่วนร่วมในการเข้าร่วมการวิจัยครั้งนี้ บริษัทจะเก็บข้อมูลไว้เป็นความลับและใช้เพื่องานวิจัยเท่านั้น ไม่มีการนำข้อมูลที่ได้รับไปเผยแพร่ต่อสาธารณะแต่อย่างใดทั้งสิ้น

ข้อตกลงขอความร่วมมืองานวิจัย

1. ฉันเข้าใจว่าการเข้าร่วมเป็นการอาสาโดยสมัครใจ และฉันจะปฏิบัติตามข้อตกลงที่ทางบริษัท กำหนดทุกขั้นตอน หากไม่สามารถปฏิบัติตามได้ อาจจะไม่ได้รับค่าตอบแทนตามข้อตกลงที่ทางบริษัท
2. ฉันจะไม่เปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับแบบสอบถามของบริษัทฯ กับผู้อื่น หรือ หน่วยงานใด ๆ
3. ฉันและสมาชิกในครอบครัวของฉันจะไม่เข้าร่วมโครงการวิจัยใด ๆ ทั้งสิ้นในระหว่างที่เข้าร่วมโครงการวิจัยของบริษัทอินเทล
4. หลังจากที่คุณทำแบบสอบถามเสร็จและทางเราได้รับข้อมูลเรียบร้อยแล้ว เราจะโทรไปสอบถามที่อยู่ของคุณเพื่อจัดส่งของที่ระลึก (gift voucher) ตามไปให้ผ่านทางไปรษณีย์ หากมีข้อสงสัยประการใด กรุณาติดต่อเจ้าหน้าที่ประสานงานของบริษัทอินเทล (ประเทศไทย) จำกัด คุณอัญญิณี (เฟิร์น) เบอร์ 091-145-9916

คุณตกลงที่จะเข้าร่วมการวิจัยในครั้งนี้ หรือไม่

ตกลง --- เข้าสู่ส่วนที่ 1 ของแบบสอบถาม
ไม่ตกลง --- ปิดสัมภาษณ์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์

1. องค์กรที่สังกัด
☐ ผู้ประกอบการเอกชน ☐ หน่วยงานภาครัฐ
☐ สมาคม/ องค์กรอิสระ ☐ ภาคการศึกษา
☐ อื่นๆ ระบุ.....
2. บทบาทของหน่วยงาน/ องค์กรของท่าน ที่ติดต่อกับ สสปน. (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
☐ ผู้ให้บริการ ☐ เจ้าของงาน ☐ ผู้จัดการ ☐ พันธมิตรภาครัฐ
☐ พันธมิตรภาคเอกชน ☐ ภาคการศึกษา ☐ อื่นๆ ระบุ.....
3. หน่วยงาน/ องค์กรของท่าน ได้ทำงานร่วมกับ/ ได้รับบริการจาก ฝ่ายใดของสสปน. บ้างคะ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
☐ ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมและการเดินทาง เพื่อเป็นรางวัล/ Meeting and Incentive Promotion Department
☐ ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ/ Convention Promotion Department
☐ ฝ่ายอุตสาหกรรมและการแสดงสินค้านานาชาติ/ Exhibition Department
☐ ฝ่ายส่งเสริมตลาดในประเทศ/ Domestic MICE Department
☐ กลุ่มชำนาญการพิเศษตามนโยบายงานพัฒนาการจัดงานเมกะโปรเจกต์/ Mega Project Special Unit
☐ ฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์/ MICE Capabilities Department
☐ ฝ่ายบริหารธุรกิจวิสาหกิจ/ Government & Corporate Affairs Department
☐ กลุ่มชำนาญการพิเศษตามนโยบายการพัฒนาเครือข่ายไมซ์ / MICE City Project Special Unit
☐ อื่นๆ ระบุ.....

ส่วนที่ 2 ทัศนคติต่อการบริการของ สสปน. ตามภารกิจหลัก

4. ท่านพึงพอใจต่อการบริการของ สสปน. ตามภารกิจหลักดังต่อไปนี้หรือไม่ อย่างไร โดยที่ 1 หมายถึง พึงพอใจน้อยที่สุด และ 7 หมายถึง พึงพอใจมากที่สุด
 หมายเหตุ IS: แสดงเฉพาะข้อความที่เหมาะสมกับแต่ละฝ่ายของ สสปน.

ข้อ	การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์	ระดับความเห็น							หมายเหตุ: ฝ่ายของ สสปน. ที่เหมาะสมกับ core competency นี้ ได้แก่...
		น้อยที่สุด < ----- > มากที่สุด							
		1	2	3	4	5	6	7	
	การพัฒนาธุรกิจไมซ์								
1.	การสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์								ALL
2.	การกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านธุรกิจไมซ์								ALL
3.	การกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์								ALL
4.	การผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อม ในการเป็น MICE Destination								ALL
5.	การผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำด้านการประชุม และงานแสดงสินค้านานาชาติในภูมิภาคเอเชีย								ALL

แบบสอบถาม (2/5)

ข้อ	การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์	ระดับความเห็น น้อยที่สุด < ----- > มากที่สุด							หมายเหตุ: ฝ่ายของ สสป. ที่เหมาะสมกับ core competency มี ได้แก่...
		1	2	3	4	5	6	7	
	การสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์								
6.	การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่ หลากหลาย								ALL, except GCA, MICE City, MICE CAP
7.	การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ ที่ตรงกับความต้องการของผู้ให้บริการ								ALL, except GCA, MICE City, MICE CAP
8.	การจัดทำและเผยแพร่ปฏิทินกิจกรรมไมซ์ประจำปี								ALL
9.	การประชาสัมพันธ์ ข่าวสาร ภาพลักษณ์ขององค์กร สสป., ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ สื่อโทรทัศน์ เป็นต้น								ALL
10.	การนำเสนอวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ความเป็นไทย ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ								ALL, except GCA and MICE City
11.	การประชาสัมพันธ์ ข่าวสาร ข้อมูลสถานการณ์ไมซ์ ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ สื่อโทรทัศน์ เป็นต้น								ALL, except GCA and MICE City
การพัฒนาขีดความสามารถ/ เสริมสร้างรากฐาน ธุรกิจไมซ์									
12.	การให้บริการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการไมซ์และ ผู้เข้าร่วมงานด้วยวิธีการ เช่น แอปพลิเคชัน เว็บไซต์ เป็นต้น								ALL, except GCA and MICE City
13.	การให้ข้อมูลและองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ให้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและ ผู้สนใจ								ALL, except GCA and MICE City
14.	การให้ข้อมูลและองค์ความรู้ เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ให้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและ ผู้สนใจอย่างสม่ำเสมอ								ALL, except GCA and MICE City
15.	การให้ความรู้ในเรื่องการจัดงานไมซ์ ในรูปแบบที่ เป็นประโยชน์และน่าสนใจ แก่ผู้ประกอบการ ผู้จัดงานไมซ์ ผู้ให้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้สนใจ								ALL, except GCA and MICE City
16.	การสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของ อุตสาหกรรมไมซ์ ให้เทียบเท่าระดับสากล								ALL, except GCA and MICE City
17.	การผลักดันให้ผู้ประกอบการและผู้จัดงานไมซ์ ผ่านการรับรองมาตรฐานด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน								ALL, except GCA, MICE City and MEGA
ภาพเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชนในธุรกิจไมซ์									
18.	การเป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงาน ภาครัฐและเอกชน ในอุตสาหกรรมไมซ์								ALL

FD-02-1-1

#61/411 Project Oxford 2019
ฉบับแก้ไขที่ 3: ฉบับแก้ไขวันที่ 28 เมษายน 2565

หน้า 3

ข้อ	การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์	ระดับความเห็น							หมายเหตุ: ฝ่ายของ สสป. ที่เหมาะสมกับ core competency มีได้แก่...
		น้อยที่สุด < ----- > มากที่สุด							
		1	2	3	4	5	6	7	
19.	การอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุมงานไมซ์ อาทิ การเดินทาง เพื่อเป็นรางวัลและการจัด <u>กิจกรรมพิเศษ</u> และพิธีกรรมภายในประเทศไทย								ALL
	กระบวนการภายใน/ลักษณะเฉพาะองค์กรของ สสป.								
20.	การให้ความสำคัญในนโยบายและทิศทางด้านการเงินของ สสป. เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง								ALL
21.	การให้บริการผ่านระบบงานของสสป. เพื่อพัฒนาฐานการดำเนินงานระดับสากลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์								ALL
22.	การสร้างภาพลักษณ์ของสสป. เพื่อพัฒนาฐานการดำเนินงานระดับสากลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์								ALL
23.	การปฏิบัติงานที่มีความคล่องตัว (<u>Flexibility</u>) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน								ALL
24.	การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (<u>Efficiency</u>) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน								ALL
25.	การเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ <u>ได้ร่วมแสดงความคิดเห็น</u> เกี่ยวกับการทำงานของ สสป.								ALL
26.	การนำความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์มาปรับปรุงการทำงานของ สสป. <u>อย่างต่อเนื่อง</u>								ALL
	สมรรถนะของบุคลากรของ สสป.								
27.	บุคลากรของ สสป. เข้าใจในระเบียบขั้นตอนและกระบวนการทำงานภายในเป็นอย่างดี								ALL
28.	บุคลากรของ สสป. เข้าใจวิธีการจัดงานอีเวนต์ (events) ของอุตสาหกรรมไมซ์เป็นอย่างดี								ALL
29.	บุคลากรของ สสป. มีความเป็นมืออาชีพ								ALL
30.	บุคลากรของ สสป. สามารถประสานงานได้อย่างรวดเร็ว								ALL
31.	บุคลากรของ สสป. กระตือรือร้นที่จะช่วยเหลือแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า/ผู้รับบริการ								ALL
32.	บุคลากรของ สสป. สามารถแก้ไขปัญหาของลูกค้า/ผู้รับบริการ <u>ได้อย่างทันท่วงที</u>								ALL
33.	บุคลากรของ สสป. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด ได้เป็นอย่างดี								ALL
34.	บุคลากรของ สสป. สามารถจัดการกับความขัดแย้งหรือสถานการณ์ที่ยากๆ ได้เป็นอย่างดี								ALL
35.	บุคลากรของ สสป. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส								ALL

FD-02-1-1

#61/411 Project Oxford 2019
ฉบับแก้ไขที่ 3: ฉบับแก้ไขวันที่ 28 เมษายน 2565

หน้า 4

แบบสอบถาม (3/5)

ข้อ	การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์	ระดับความเห็น น้อยที่สุด < ----- > มากที่สุด							หมายเหตุ: ฝ่ายของ สสปน. ที่เหมาะสมกับ core competency นี้ ได้แก่...
		1	2	3	4	5	6	7	
36.	บุคลากรของ สสปน. มีมนุษยสัมพันธ์ดีและมีจิตบริการ								ALL

[หมายเหตุสำหรับ CS: ใช้สำหรับ engagement model เท่านั้น - ไม่แสดงผลในรายงาน]

5. โปรดระบุระดับความพึงพอใจโดยรวม ที่คุณมีต่อการให้บริการของ สสปน. ในการดำเนินธุรกิจไมซ์ โดยที่ 1 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อยที่สุด และ 7 หมายถึง มีความพึงพอใจมากที่สุด

1	2	3	4	5	6	7
---	---	---	---	---	---	---

6. ข้อที่พึงพอใจ เมื่อร่วมงานกับ สสปน. ในการดำเนินธุรกิจไมซ์

7. ข้อที่ไม่พึงพอใจ เมื่อร่วมงานกับ สสปน. ในการดำเนินธุรกิจไมซ์ (คำตอบ 1-6 คะแนน ต้องมีคำตอบในข้อนี้)

8. ข้อเสนอแนะ เพื่อปรับปรุงการทำงานของ สสปน. ในการดำเนินธุรกิจไมซ์

ส่วนที่ 3 ทัศนคติต่อกิจกรรม/ผลลัพธ์ที่เกิดจากแผนพัฒนาการให้บริการของ สสปน. จากผลสำรวจประจำปี 2561

9. โปรดระบุระดับความพึงพอใจ ที่คุณมีต่อกิจกรรม/ผลลัพธ์ที่เกิดจากแผนพัฒนาการให้บริการของ สสปน. ในข้อต่าง ๆ ต่อไปนี้ โดยที่ 1 หมายถึง พึงพอใจน้อยที่สุด และ 7 หมายถึง พึงพอใจมากที่สุด

ข้อ	กิจกรรม/ผลลัพธ์ที่เกิดจากแผนพัฒนาการให้บริการของ สสปน.	ระดับความเห็น น้อยที่สุด < ----- > มากที่สุด							ตอบ ไม่ได้/ ไม่ ทราบว่า มี กิจกรรมนี้	ถามสำหรับ
		1	2	3	4	5	6	7		
	การสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์									
1.	เอกสารเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในการสนับสนุนเว็บไซต์ Business Events Thailand ทำให้ผู้สนใจได้ทราบอย่างสะดวก รวดเร็ว									ALL, except GCA, MICE CAP, MICE City
2.	เอกสารเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในการสนับสนุนเว็บไซต์ Business Events Thailand มีความชัดเจน เข้าใจง่าย									ALL, except GCA, MICE CAP, MICE City
3.	การคัดสรรพันธมิตร คู่รับการสนับสนุนสามารถตรวจสอบสถานภาพ และติดตามขั้นตอนในการขอรับการสนับสนุนได้จากเว็บไซต์ Business Events Thailand									ALL, except GCA, MICE CAP, MICE City
	กระบวนการภายใน/ลักษณะเฉพาะองค์กรของ สสปน.									
4.	เว็บไซต์ Business Events Thailand ได้มีการปรับปรุงให้เนื้อหาที่ง่ายขึ้น									ALL
5.	เว็บไซต์ Business Events Thailand ได้มีการปรับปรุงให้ใช้งานง่าย									ALL
	การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชนในธุรกิจไมซ์									
6.	การอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการและฝ่ายเพื่ออำนวยความสะดวกในการประสานงานและการให้บริการ อย่างชัดเจนเพื่อความสะดวกในการทำงานกับ สสปน.									ALL

แบบสอบถาม (4/5)

10. โปรดระบุระดับความพึงพอใจ ที่คุณมีต่อ บริการหรือผลิตภัณฑ์ ของ สสปน. ในข้อต่าง ๆ ต่อไปนี้ โดยที่ 1 หมายถึง พึงพอใจน้อยที่สุด และ 7 หมายถึง พึงพอใจมากที่สุด

ข้อ	บริการของ สสปน. ในด้านต่าง ๆ	ระดับความพึงพอใจ น้อยที่สุด < ----- > มากที่สุด							ตอบ ไม่ได้/ ไม่ เคยใช้ บริการนี้	ถามสำหรับ
		1	2	3	4	5	6	7		
	บริการด้านการดำเนินงานและสนับสนุน การจัดงาน									
1.	การสนับสนุนทางการเงิน (Cash Incentives)									ALL
2.	การสนับสนุนในรูปแบบอื่นที่ไม่ใช่การเงิน (Non-Cash incentives)									ALL
3.	กระบวนการขอรับการสนับสนุน									ALL
	บริการด้านการให้คำปรึกษาในการ จัดงานนิทรรศการ (Consulting Service)									
4.	การติดต่อขอข้อมูลทางโทรศัพท์ หรือ อีเมล									ALL
5.	การให้ข้อมูลผ่านทางโทรศัพท์ สืบค้น และ ออนไลน์ (Online data access)									ALL
6.	การให้คำปรึกษาผ่านทางโทรศัพท์ สืบค้น และ ออนไลน์									ALL
	บริการด้านโลจิสติกส์ (MICE Logistic Services)									
7.	บริการ MICE Land									ALL
8.	บริการขอเช่าพื้นที่และรถขนส่งเข้าออก สถานที่จัดงานนิทรรศการ									ALL
	บริการด้านการให้องค์ความรู้ (Knowledge Excellent Services)									
9.	การจัดอบรม ในสถานที่ตามตารางที่ กำหนด (Onsite training)									ALL
	บริการตรวจรับรองสถานที่จัดงาน									
10.	การให้บริการขอเช่าสถานที่จัดงาน มาตรฐานสถานที่จัดงาน									ALL
	บริการข้อมูลเกี่ยวกับนิทรรศการ (MICE Intelligence Services)									

11.	การเผยแพร่ข้อมูลและรายงานต่าง ๆ ตาม ที่ สสปน. ได้ให้บริการและจัดทำ									ALL
12.	บริการของ สสปน. ในด้านต่าง ๆ	ระดับความพึงพอใจ น้อยที่สุด < ----- > มากที่สุด							ตอบ ไม่ได้/ ไม่ เคยใช้ บริการนี้	ถามสำหรับ
		1	2	3	4	5	6	7	99	
12.	การวิเคราะห์และจัดทำข้อมูลเป็น เชิงสถิติ									ALL
13.	การเปิดโอกาสให้ผู้เข้าชมงาน MICE ใน ส่วนของทางออนไลน์									ALL
	บริการแอปพลิเคชันสนับสนุนการ จัดงาน (MICE Application Services)									
14.	การพัฒนาและให้บริการแอปพลิเคชัน ต่าง ๆ สำหรับอุตสาหกรรม MICE									ALL

แบบสอบถาม (5/5)

ส่วนที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรของท่านและสสป. (Engagement)

11.	Intention	ข้อความต่อไปนี้ สะท้อนความรู้สึกที่ท่านมีต่อ การร่วมงานกับ สสป. ในอนาคต ได้ดีที่สุด โดยที่ 1 หมายถึง ในอนาคตจะทำงานกับ สสป. อีกต่อไป และ 10 หมายถึง ไม่อยากทำงานกับ สสป. อีกต่อไป	
		ฉันรู้สึกไม่อยากร่วมงานกับ สสป. อีกต่อไป	1
		ฉันรู้สึกอยากร่วมงานกับ สสป. ต่อไปอีกไม่เกิน 1 ปี	2
		ฉันรู้สึกอยากร่วมงานกับ สสป. ต่อไปอีกไม่เกิน 2 ปี	3
		ฉันรู้สึกอยากร่วมงานกับ สสป. ต่อไปอีกประมาณ 3-4 ปี	4
		ฉันรู้สึกอยากร่วมงานกับ สสป. ต่อไปอีกประมาณ 5-7 ปี	5
		ฉันรู้สึกอยากร่วมงานกับ สสป. ต่อไปอีกประมาณ 8-10 ปี	6
		ฉันรู้สึกอยากร่วมงานกับ สสป. ไปอีกนานกว่า 10 ปี	7

12. คุณมีแนวโน้มที่จะแนะนำเพื่อนหรือคนรู้จักที่ทำงานอยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกันคุณ
ให้มาใช้บริการหรือต่อต้านหรือร่วมงานกับ สสป. มากน้อยแค่ไหน (คำตอบเดียว)
ถ้าคะแนนตั้งแต่ 0-10 โดยที่ 0 หมายถึงไม่แนะนำอย่างแน่นอน
และ 10 หมายถึงจะแนะนำอย่างแน่นอน

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

ส่วนที่ 5 การประเมินความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรของท่านและสสป.

13.	Influenced Factor	จากที่คุณตอบว่า "(คำตอบจากข้อ10)" คุณคิดว่า แต่ละปัจจัยต่อไปนี้ มีความสำคัญมากน้อยแค่ไหน ต่อความรู้สึกที่คุณมีต่อความอยากที่จะทำงานกับ สสป. ในอนาคต กรุณาระียงลำดับทั้ง 6 ปัจจัยตามลำดับความสำคัญ โดยที่ 1 หมายถึง มีความสำคัญมากที่สุด และ 6 หมายถึง มีความสำคัญน้อยที่สุด	
		การพัฒนาธุรกิจใหม่	
		การสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจใหม่	
		การพัฒนาขีดความสามารถ/ เสริมสร้างรากฐานธุรกิจใหม่	
		การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชนในธุรกิจใหม่	
		กระบวนการภายใน/ลักษณะเฉพาะองค์กรของ สสป.	
		สมรรถนะของบุคลากรของ สสป.	

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

Latent needs

Shoppers

Culture

INTAGE ACADEMY

Solutions

Innovation

STRATEGY

Workshop

Semiotics

Employee Engagement

International Standard

No **1** in Japan, No **1** in Asia

Global Foresight, Local Insight

- **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.