

นำเสนอ: สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

รายงาน

**โครงการสำรวจความพึงพอใจต่อการให้บริการของ
สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
ประจำปีงบประมาณ 2563**

Full Report: 2020 TCEB Customer Satisfaction Survey

30 พฤศจิกายน 2563

สารบัญ

ภาคแนะนำโครงการ

ภาคเครื่องมือและการออกแบบงานวิจัย

ภาคบทสรุปและข้อเสนอแนะ

ภาคผลการวิจัยโดยละเอียด

ภาคผนวก

หน้า

3

5

17

38

127

วัตถุประสงค์งานวิจัย

1. เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อการให้บริการของกลุ่มผู้รับบริการจาก สสปน.
2. เพื่อศึกษาความต้องการของผู้รับบริการ และ การให้ความสำคัญในแต่ละมิติที่ สสปน. ให้บริการของผู้รับบริการ และความต้องการอื่นๆที่ผู้รับบริการยังไม่ได้รับการตอบสนอง
3. เพื่อวิเคราะห์ **Gap Analysis** ระหว่างความคาดหวังกับสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับจาก สสปน.
4. เพื่อประเมินภาพรวมการให้บริการของ สสปน. โดยเปรียบเทียบกับผลงานในปีที่ผ่านมา
5. เพื่อสำรวจความต้องการที่จำเป็น (Needs Assessment) ของประเด็นที่สอดคล้องกับพันธกิจ และบริการ หรือทิศทางการดำเนินงานที่ สสปน. มุ่งเน้น พร้อมวิเคราะห์ และจัดทำแผนปรับปรุงการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ

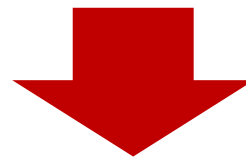




ภาคเครื่องมือและการออกแบบงานวิจัย

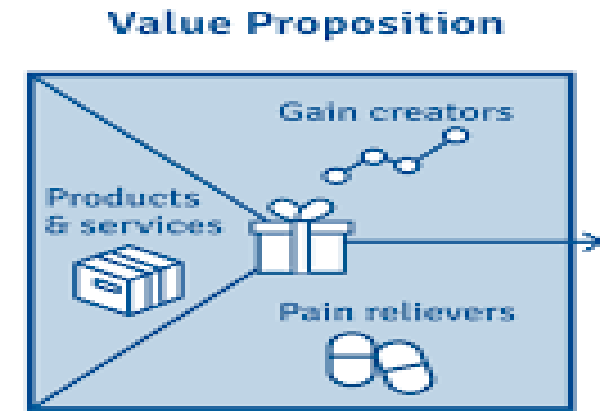
เครื่องมือหลักในการหาผลสรุปผลวิเคราะห์เพื่อ ผู้บริหาร (Tools for Output for Management)

- ✓ ผลประเมินและวิเคราะห์ความพึงพอใจในเชิงสถิติจากผู้รับบริการโดยเปรียบเทียบกับผลงานในปีที่ผ่านมา (2019 vs 2020)
- ✓ จุดแข็ง และจุดอ่อนของ สสปน. ในมุมมองของผู้รับบริการ (สสปน. SWOT analysis)
- ✓ สรุปความคาดหวังจากผู้รับบริการกลุ่ม MICE Supporters และ MICE Beneficiaries ทั้งที่ได้รับ การตอบสนอง และยังไม่ได้รับการตอบสนองผ่านโมเดล Needs Assessment & Need Gap Analysis ในประเด็นที่สอดคล้องกับพันธกิจและบริการ หรือทิศทางที่สสปน.มุ่งเน้น



ข้อเสนอเชิงกลยุทธ์ เพื่อเพิ่มความพึงพอใจในปีถัดๆ ไป และเพิ่มความผูกพันของผู้รับบริการ กับ สสปน.ผ่าน INTAGE Brand Engagement Model™ และการทำ Solution Workshop

เครื่องมือหลักในการหาผลสรุปผลวิเคราะห์เพื่อ ผู้บริหาร (Tools for Output for Management)



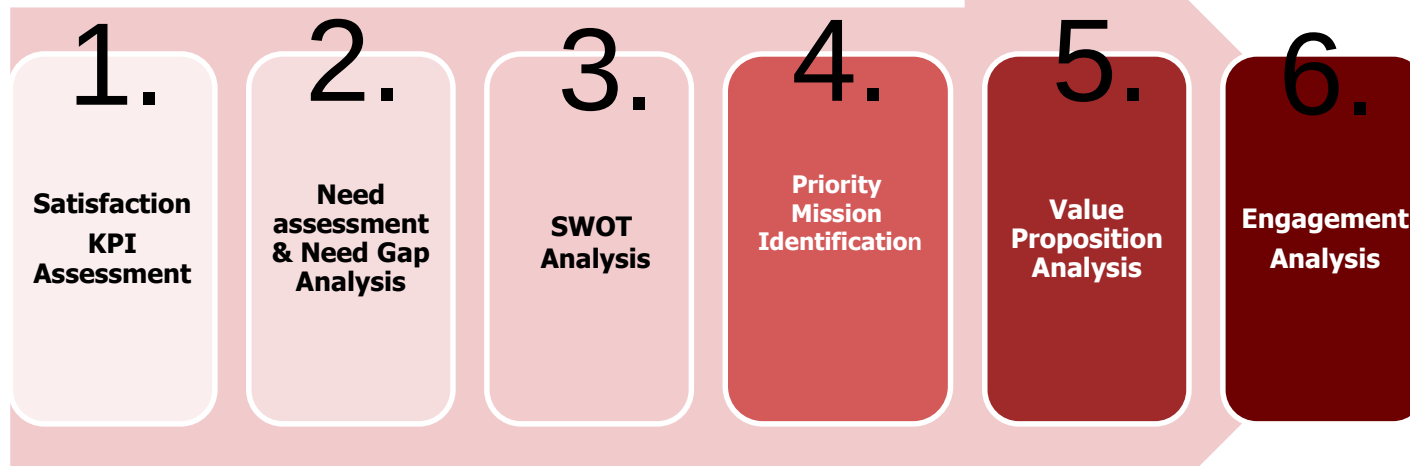
- ✓ ผลสรุปภาพรวม Pain & Gain ของผู้รับบริการทั้ง 2 ประเภท รวมทั้งสินค้าบริการที่ผู้รับบริการคาดหวังและยังไม่ได้รับการตอบสนอง และ วิธีการสื่อสารที่เหมาะสมที่สุดที่จะแจ้งข่าวสารข้อมูลให้กับผู้รับบริการทั้ง 2 ประเภท (Value Proposition)
- ✓ ผลวิเคราะห์และข้อแนะนำเชิงกลยุทธ์ผ่านโมเดลเฉพาะของทางอินเทล ประเทศไทย **Brand Engagement Model™** และการทำ **Solution Workshop** ร่วมกับกลุ่มคนทำงานแผนกต่างๆ ใน สสพ.



ข้อแนะนำเชิงกลยุทธ์ เพื่อเพิ่มความพึงพอใจในปีถัดๆ ไป และเพิ่มความผูกพันของผู้รับบริการ กับ สสพ.ผ่าน **INTAGE Brand Engagement Model™** และการทำ **Solution Workshop**

INTAGE Strategic Analysis Framework

เพื่อให้ได้มิติที่ลึกและชัดเจนในการวิเคราะห์และนำเสนอ Actionable Way Forward & Improvement Plan เพื่อเพิ่มความพึงพอใจและสร้างความผูกพันของผู้รับบริการกับ สสพ. ทางอินเทลจะนำเครื่องมือทั้ง **6 โมเดล** มาใช้ในงานนี้:-



INTAGE Strategic Analysis Framework

1. ระดับความพึงพอใจใน สสพ. ในรูปแบบ 7-score scaling ในทุกข้อการวัดผล
2. นอกจากคะแนนความพึงพอใจแล้ว จะมีการผนวกคำถามแบบปลายเปิด เพื่อรับทราบความคิดเห็น (Need Assessment & Need Gap Analysis) เพื่อให้ได้มิติที่ซัดลึกกว่าในการวัดระดับความพึงพอใจ และ วิเคราะห์ข้อดีและข้อด้อยอย่างแตกต่างชัดเจน และสรุปเป็นประเด็นในการพัฒนาปรับปรุงขั้นต่อไป
3. วิเคราะห์ SWOT Analysis เพื่อร่างแนวทางการสร้างความพึงพอใจเพื่อผลลัพธ์สูงสุดในปีถัดไป โดยพลิกจุดอ่อนมาเป็นโอกาสในการสร้างความพึงพอใจให้มากยิ่งขึ้น อาทิ จุดอ่อนคือ โครงสร้างและกระบวนการภายในองค์กรที่ยืดยาดทับซ้อน ทาง สสพ. ก็สามารถพลิกจุดอ่อนนี้ด้วยการสื่อสารจุดยืนขององค์กรว่าไม่ใช่ยืดยาดทับซ้อน แต่เป็นการกลั่นกรองอย่างละเอียดเพื่อบุคลากรสามารถนำไปใช้งานได้ทันทีเลย (One-stop Service of Business Solution) หรือ สื่อสารเรื่องการใช้ SLA อย่างมีประสิทธิภาพทำให้ลดขั้นตอนเวลาไปได้เป็นรูปธรรมอย่างไร

INTAGE Strategic Analysis Framework

4. ในการทำวิจัยครั้งนี้ ทางอินเทลจะนำเสนอบทสรุปความคาดหวังของคุณค่าต่อ สสปน. ในรูปแบบ **Priority Mission Identification** เพื่อที่ทาง สสปน. จะ ได้วางกลยุทธ์ในการตอบโจทยความคาดหวังของคุณค่าได้ตามความต้องการจากสูงสุดไปต่ำสุดเป็นลำดับไป



5. ผลสรุปภาพรวม Pain & Gain ของผู้รับบริการทั้ง 2 ประเภท รวมทั้งสินค้า บริการที่ผู้รับบริการคาดหวังและยังไม่ได้รับการตอบสนอง และ วิธีการสื่อสาร ที่เหมาะสมที่สุดที่จะแจ้งข่าวสาร ข้อมูลให้กับผู้รับบริการทั้ง 2 ประเภท (Value Proposition)

INTAGE Strategic Analysis Framework

6. การนำ **Brand Engagement Model™** อันเป็นโมเดลเฉพาะของทางอินเทล ประเทศไทย มาใช้วิเคราะห์อีกหนึ่งขั้นตอนเพิ่มจากการวัดความพึงพอใจ ความคาดหวัง เพื่อนำไปสู่**ความผูกพันเชิงความรู้สึกกับแบรนด์ สสปน.** จากการวิเคราะห์ด้วยโมเดลนี้ จะทำให้ สสปน. ทราบว่าคู่ค้า หรือ กลุ่มผู้ได้รับ บริการ**กลุ่มใด**ที่มีความผูกพันกับ สสปน. และ**ปัจจัยใด**ที่มีผลต่อความผูกพัน นั้น และ ทางเราจะทำการวิเคราะห์ข้อมูล Customer Insights จากโมเดลนี้ และนำเสนอในรูปแบบ Business Strategies and Implications เพื่อเพิ่มความผูกพันอย่างยั่งยืนกับแบรนด์ สสปน.ในกลุ่มคู่ค้าเพื่อผลลัพธ์ที่ดียิ่งขึ้นในปีต่อไป (*Beyond Satisfaction to Engagement*)



INTAGE Strategic Analysis Framework

7. และสุดท้ายคือการทำ **SOLUTION WORKSHOP (1/2 DAY)** ร่วมกับคณะผู้ทำงานในแต่ละภาคส่วน เพื่อนำผล Customer Insights และ Business Strategies & Implications ที่ได้จากผลการวิจัยมาประมวลผลและจัดทำแผนการดำเนินการที่เป็นรูปธรรมและนำไปปฏิบัติได้ผลจริง (*from Business Implications to Actionable Way Forward & Solutions*)



หัวข้อหลักในการออกแบบการสอบถามในงานวิจัย

ผู้ทำการศึกษาจะต้องดำเนินการสำรวจและประเมินความพึงพอใจในการให้บริการของ สสปน. ใน 6 มิติต่างๆ ดังนี้

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



วิธีดำเนินการวิจัยและลักษณะกลุ่มเป้าหมาย

การศึกษาโดยปกติจะรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative) โดยนำเสนอเป็นการสำรวจเป็นในรูปแบบ online & in-depth interview แต่ในปีนีเนื่องด้วยสถานการณ์โควิด จึงทำการสำรวจในรูปแบบออนไลน์ และ ส่งไปรษณีย์เท่านั้นดังนี้:

- สำรวจข้อมูลแบบออนไลน์ และ ส่งไปรษณีย์ (Online & Post Mail Survey) เพื่อทำการศึกษาลำรวจความพึงพอใจในการให้บริการของ สสพ.น. ใน 6 มิติเชิงสถิติและเชิงปริมาณ ตามที่เคยจัดทำมาโดยตลอดเพื่อรับทราบผลประจำปี 2561 และเปรียบเทียบกับผลการสำรวจในปีที่ผ่านมา โดยการสอบถาม จะทำการสอบถามถึงความต้องการในการให้บริการของ สสพ.น. จากที่ลิสต์ไว้ในแบบสอบถามปกติ เพื่อนำมาใช้กับ Need Assessment & Need Gap Analysis Model เพื่อให้ได้มาซึ่ง ความต้องการที่นอกเหนือและคาดไม่ถึง (Unmet Needs) ซึ่งจะทำให้การให้บริการของสสพ.น. ยกระดับจาก Satisfaction to Engagement ในที่สุด



วิธีดำเนินการวิจัยและลักษณะกลุ่มเป้าหมาย

การศึกษาครั้งนี้จะรวบรวมข้อมูลเชิงประมาณ (Quantitative)

สำรวจข้อมูลแบบออนไลน์ (Online Survey)

โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างจากอีเมลแอดเดรสจากรายชื่อที่ได้รับจาก สสพ. เพื่อเลือกกลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสมกับรูปแบบออนไลน์

กลุ่มตัวอย่างจำนวน $n=230$ คนเป็นอย่างต่ำ

ทางสสพ.จะเป็นผู้ให้รายชื่อลูกค้าของแต่ละแผนก

โดยทางอินเทอร์เน็ตขอเสนอให้แต่ละแผนกเสนอให้รายชื่ออย่างน้อย

80-100 รายชื่อต่อแผนก เพื่อให้เก็บข้อมูลได้อย่างน้อย

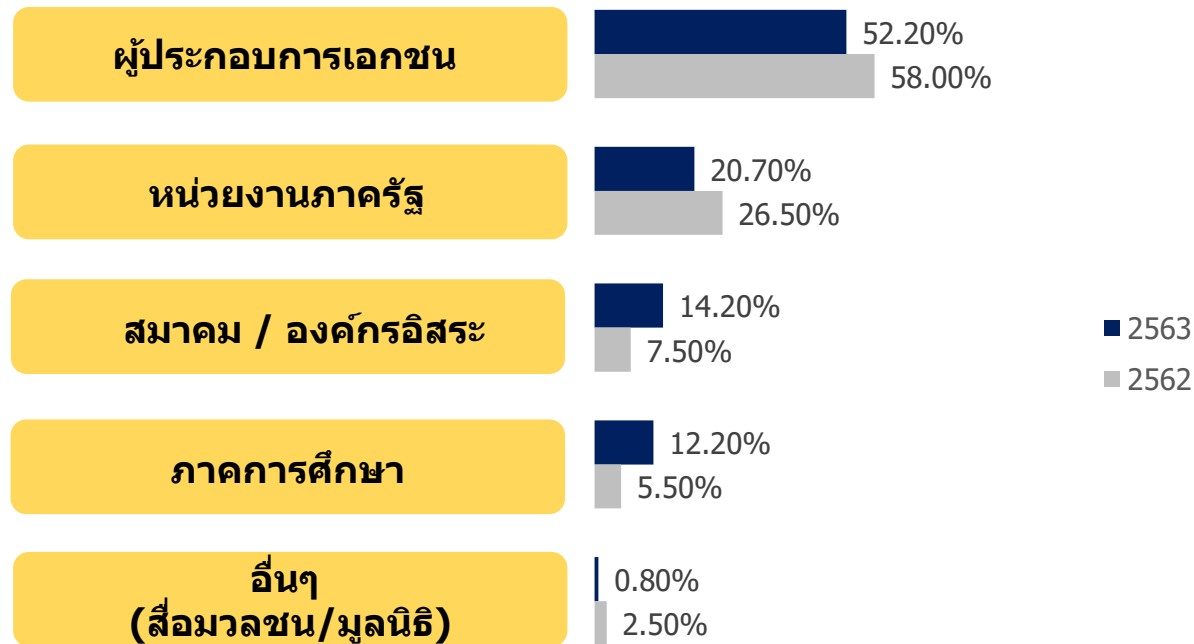
30 ตัวอย่าง/ แผนก เพื่อสามารถนำข้อมูลไปวิเคราะห์ทางสถิติ ได้อย่างถูกต้อง แม่นยำ



กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย 2 กลุ่ม รวมทั้งสิ้น 247 ชุด

กลุ่ม 1	MICE Supporters ประกอบด้วย บุคคลหรือหน่วยงานที่ทำงานร่วมกับ สสพ. และให้บริการอุตสาหกรรมไมซ์ เช่น สมาคม หน่วยงานภาครัฐ อาทิ กรม ศุลกากร กรมการกงสุล เป็นต้น
กลุ่ม 2	MICE Beneficiaries ประกอบด้วย บุคคลหรือหน่วยงานที่ได้รับบริการจาก สสพ. โดยตรงหรือได้รับบริการ/ ทำงานร่วมกับ MICE Supporters ที่ทำงาน ร่วมกับ สสพ. เช่น เจ้าของงาน (Event Owner) ผู้จัดงาน (Organizer) ผู้ให้บริการ (Service Provider) ภาคศึกษา เป็นต้น

สรุปจำนวนกลุ่มเป้าหมายปี 2562 และ 2563



	ผู้ประกอบการเอกชน	หน่วยงานภาครัฐ	สมาคม / องค์กรอิสระ	ภาคการศึกษา	อื่นๆ (สื่อมวลชน/มูลนิธิ)	จำนวนที่ได้ทั้งสิ้น
ปี 2562	116	53	15	11	5	200
ปี 2563	129	51	35	50	2	247

ระยะเวลาในการดำเนินงานวิจัย

1 เมษายน – 28 มิถุนายน 2562 (200)

7 กรกฎาคม – 7 ตุลาคม 2563 (247)

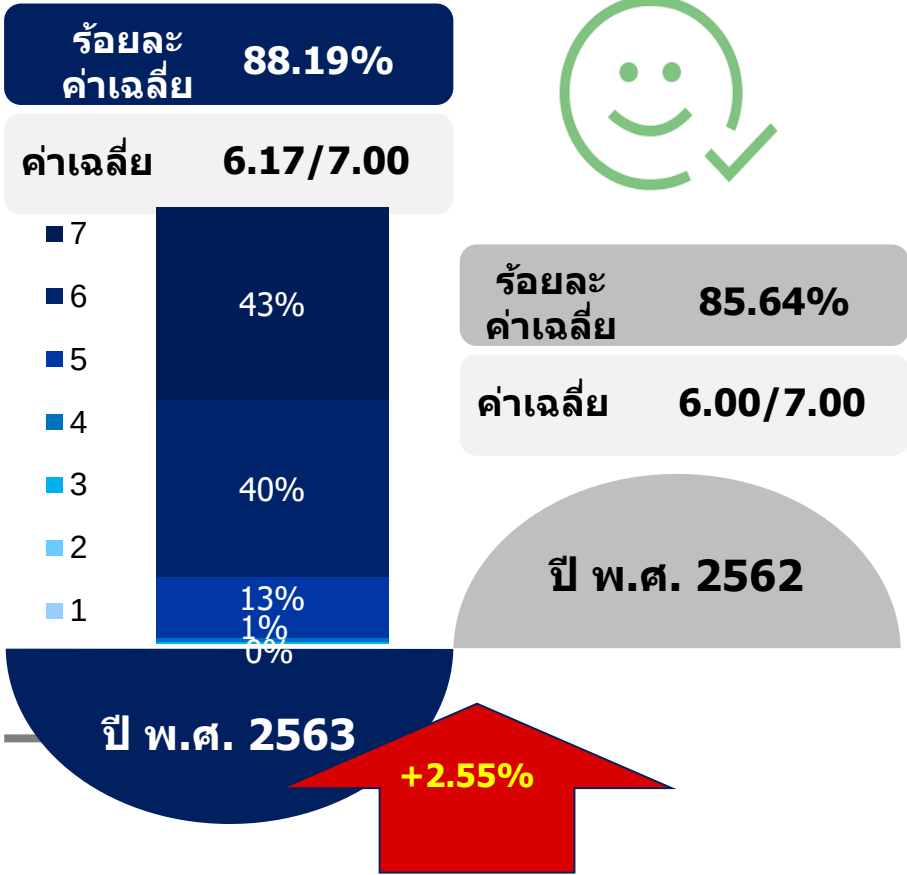


**ภาคบทสรุปและข้อเสนอแนะ
สำหรับผู้บริหาร**

ในปี 2563 คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าในทุกๆ Pillars เมื่อเทียบกับปีที่แล้ว โดยได้รับคะแนนความพึงพอใจโดยรวม จากทุก stakeholders อยู่ที่ 88.19% คะแนนสูงขึ้นจาก ปี 2562 เกือบ 3%

เมื่อพิจารณาในมิติต่าง ๆ พบว่า **สมรรถนะของบุคลากร** และ **การพัฒนาธุรกิจใหม่** เป็น 2 มิติที่ได้รับคะแนนสูงสุดในการสำรวจของปี 2563

ความพึงพอใจโดยรวมต่อ สสปน.



ความพึงพอใจใน 6 มิติ



สสปน. สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ในเกือบทุกมิติที่สำคัญต่อผู้รับบริการ แม้แต่มิติการสนับสนุนด้านการตลาดในปีนี้ก็ทำคะแนนได้ดีเกินกว่า 85%

ผู้รับบริการจาก สสปน. จะให้ความสำคัญ กับมิติด้านการสนับสนุนการตลาดมากที่สุดมาที่มีการสำรวจ โดยผู้รับบริการได้ให้ข้อเสนอแนะที่น่าสนใจในการปรับปรุงมติดังกล่าวนี้อาทิ ปรับปรุงเงื่อนไขการสนับสนุนการตลาดให้สอดคล้องกับแต่ละอุตสาหกรรม

และเพิ่มการประชาสัมพันธ์กิจกรรมอย่างต่อเนื่องเพื่อให้คนรู้จัก MICE มากขึ้น เพื่อการทำงานทางภาคผู้รับบริการจะง่ายและสะดวกขึ้น

ความพึงพอใจต่อมิติต่าง ๆ

ร้อยละค่าเฉลี่ย:

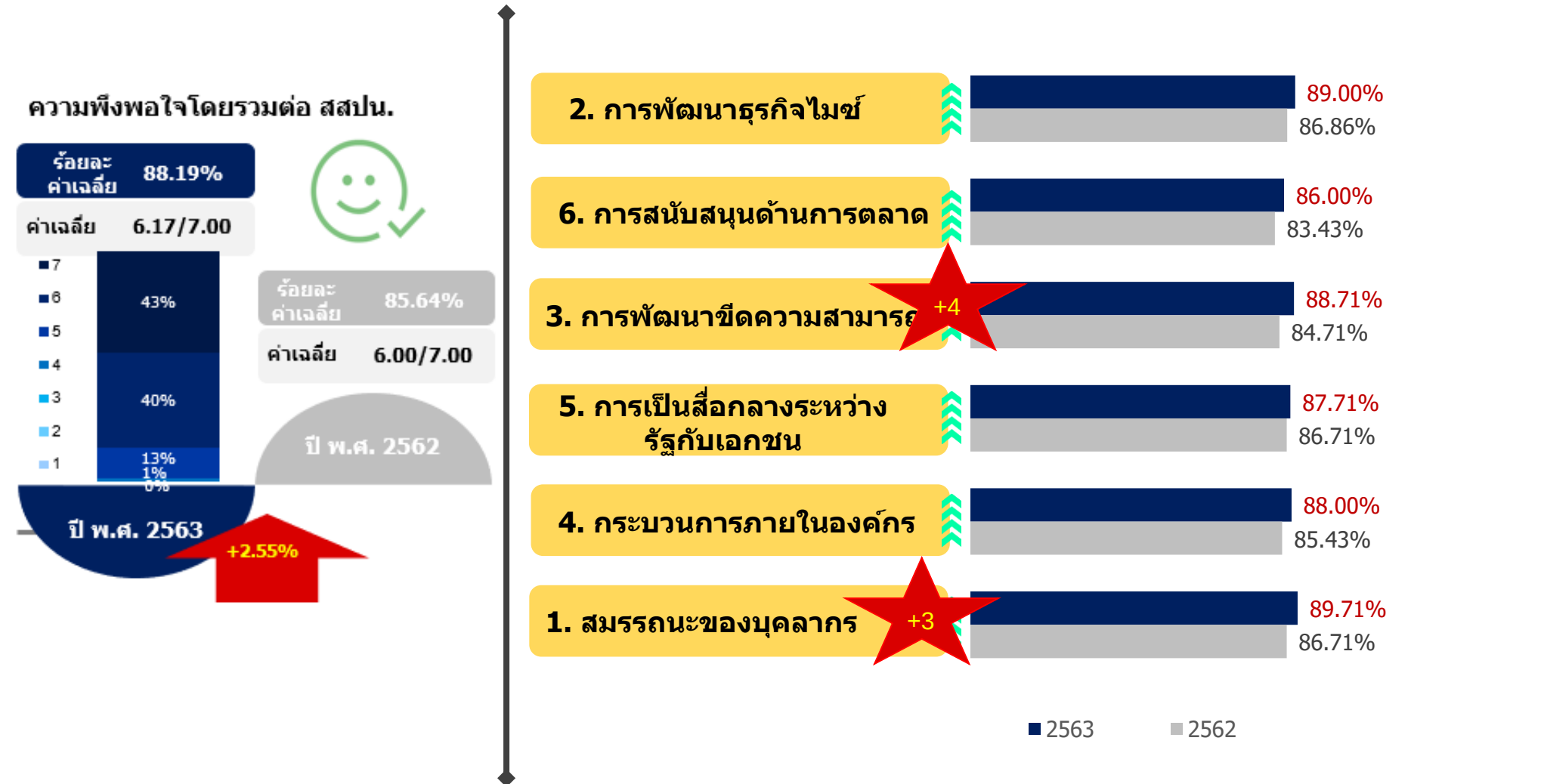


การให้ความสำคัญของมิติต่าง ๆ ของผู้รับบริการ



ความพึงพอใจใน 6 มิติ ปี 2563 สูงขึ้นกว่าปีที่แล้วทุกมิติ และ มิติการพัฒนาขีดความสามารถ & มิติสมรรถนะของบุคลากรสูงขึ้นอย่างมีนัยยะทางสถิติ

เมื่อพิจารณาในมิติต่าง ๆ พบว่า **สมรรถนะของบุคลากร และการพัฒนาธุรกิจใหม่** เป็น 2 มิติที่ได้รับคะแนนสูงสุดเช่นเดียวกับปีที่ผ่านมา รวมทั้งความพึงพอใจของอีก 4 มิติก็เพิ่มขึ้นจากปีที่แล้วอย่างมีนัยยะสำคัญด้วย



MI : ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

คะแนนความพึงพอใจลดลงในทุกมิติเนื่องจากธุรกิจเกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยวเชิงประชุมซึ่งได้รับผลกระทบรุนแรงมาก ผู้รับบริการส่วนใหญ่รู้สึกไม่ดีกับธุรกิจภาพรวม แม้ว่าจะได้รับการสนับสนุนอื่นๆ จาก สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นร้อยละค่าเฉลี่ย		TOTAL 2020 (n=247)	2019 MI: ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมและ การท่องเที่ยวเพื่อ เป็นรางวัล (n=37)	2020 MI: ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมและ การท่องเที่ยวเพื่อ เป็นรางวัล (n=41)
ความพึงพอใจโดยรวม		88.19	90.40	85.95
1	สมรรถนะของบุคลากร	89.71	91.14	87.29
2	การพัฒนาธุรกิจไมซ์	89.00	90.00	87.43
3	การพัฒนาขีดความสามารถ	88.71	90.14	87.86
4	กระบวนการภายในองค์กร	88.00	89.71	84.71
5	การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	87.71	91.57	84.71
6	การสนับสนุนด้านการตลาด	86.00	89.86	83.71

C : ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ

คะแนนความพึงพอใจสูงขึ้นในเกือบทุกมิติ เพราะผู้รับบริการยอมรับได้กับสถานการณ์ และ
 ขึ้นชมกับกิจกรรมที่ทาง สสปน. ทำเสริมให้ และ รู้สึกว่าสามารถติดต่อกับทีม สสปน. ได้ง่ายขึ้น

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นร้อยละเฉลี่ย		TOTAL 2020 (n=247)	2019 C: ฝ่ายส่งเสริมการจัด ประชุมนานาชาติ (n=12)	2020 C: ฝ่ายส่งเสริมการจัด ประชุมนานาชาติ (n=23)
ความพึงพอใจโดยรวม		88.19	88.19	89.55
1	สมรรถนะของบุคลากร	89.71	92.00	92.57
2	การพัฒนาธุรกิจใหม่	89.00	90.71	90.00
3	การพัฒนาขีดความสามารถ	88.71	84.29	89.71
4	กระบวนการภายในองค์กร	88.00	87.57	89.29
5	การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	87.71	88.71	88.71
6	การสนับสนุนด้านการตลาด	86.00	85.86	87.00

E: ฝ่ายอุตสาหกรรมการแสดงสินค้านานาชาติ

คะแนนความพึงพอใจสูงขึ้นมากในทุกมิติ เพราะผู้รับบริการชื่นชม และรู้สึกว่กิจกรรมที่ทาง สสปน. ทำเสริมให้มีประโยชน์ และรู้สึกว่สามารถติดต่อกับทีม สสปน. ได้ง่ายขึ้น

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นร้อยละเฉลี่ย		TOTAL 2020 (n=247)	2019 E: ฝ่ายอุตสาหกรรม การแสดงสินค้า นานาชาติ (n=37)	2020 E: ฝ่ายอุตสาหกรรม การแสดงสินค้า นานาชาติ (n=34)
ความพึงพอใจโดยรวม		88.19	81.26	85.88
1	สมรรถนะของบุคลากร	89.71	82.86	86.57
2	การพัฒนาธุรกิจใหม่	89.00	83.29	86.29
3	การพัฒนาขีดความสามารถ	88.71	79.86	85.71
4	กระบวนการภายในองค์กร	88.00	80.29	85.57
5	การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	87.71	80.71	86.71
6	การสนับสนุนด้านการตลาด	86.00	80.57	84.43

MEGA: ฝ่ายพัฒนาการจัดงานเมกะอีเวนต์และเทศกาลนานาชาติ

คะแนนความพึงพอใจลดลงในทุกมิติเนื่องจากธุรกิจเกี่ยวเนื่องกับงานที่ต้องมีการพบปะจำนวนมากจึงเหมือนธุรกิจหยุดนิ่ง
เกิดผลกระทบรุนแรงมาก ผู้รับบริการส่วนใหญ่รู้สึกไม่ดีกับธุรกิจภาพรวม แม้ว่าจะได้รับการสนับสนุนอื่นๆ จาก สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นร้อยละค่าเฉลี่ย		TOTAL 2020 (n=247)	2019 MEGA: ฝ่ายพัฒนาการจัด งานเมกะอีเวนต์และ เทศกาลนานาชาติ (n=17)	2020 MEGA: ฝ่ายพัฒนาการจัด งานเมกะอีเวนต์และ เทศกาลนานาชาติ (n=26)
ความพึงพอใจโดยรวม		88.19	89.52	87.26
1	สมรรถนะของบุคลากร	89.71	91.86	90.00
2	การพัฒนาธุรกิจใหม่	89.00	91.57	87.57
3	การพัฒนาขีดความสามารถ	88.71	88.57	86.57
4	กระบวนการภายในองค์กร	88.00	90.71	87.29
5	การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	87.71	88.71	88.29
6	การสนับสนุนด้านการตลาด	86.00	85.71	83.86

RO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (ภูมิภาค)

คะแนนความพึงพอใจสูงขึ้นมากในทุกมิติ เพราะผู้รับบริการชื่นชม และรู้สึกว่กิจกรรมที่ทาง สสปน. ทำเสริมให้มีประโยชน์ และรู้สึกว่ทีม สสปน. ให้ความใส่ใจอย่างต่อเนื่องตลอด สถานการณ์ COVID-19

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นร้อยละค่าเฉลี่ย		TOTAL 2020 (n=247)	2019 RO: สำนักส่งเสริม การจัดประชุมและ นิทรรศการ (ภูมิภาค) (n=21)	2020 RO: สำนักส่งเสริม การจัดประชุมและ นิทรรศการ (ภูมิภาค) (n=50)
ความพึงพอใจโดยรวม		88.19	82.31	 90.17
 1	สมรรถนะของบุคลากร	89.71	85.43	 93.14
 2	การพัฒนาธุรกิจใหม่	89.00	83.43	 90.43
 3	การพัฒนาขีดความสามารถ	88.71	79.71	 89.57
 4	กระบวนการภายในองค์กร	88.00	82.29	 90.86
 5	การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	87.71	84.71	 88.43
 6	การสนับสนุนด้านการตลาด	86.00	78.29	 88.57

RO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (ภูมิภาค)

โดยแบ่งตามสำนักงานภาคแต่ละภาค โดยประกอบสำนักงานภาคเหนือ สำนักงานภาคกลางและภาคตะวันออก
สำนักงานภาคใต้และภาคตะวันตก และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นร้อยละค่าเฉลี่ย		TOTAL 2020	2020					
			RO (TOTAL):	North	Central & Eastern	Western & South	Northeast	Non- track
		(n=247)	(n=50)	(n=12)	(n=8)	(n=8)	(n=18)	(n=4)
ความพึงพอใจโดยรวม		88.19	90.17	91.38	84.60	84.79	94.00	90.93
 1	สมรรถนะของบุคลากร	89.71	93.14	92.29	89.00	88.86	97.43	93.71
 2	การพัฒนาธุรกิจไมซ์	89.00	90.43	92.29	85.00	85.14	93.71	90.86
 3	การพัฒนาขีดความสามารถ	88.71	89.57	90.00	86.43	84.29	91.86	94.29
 4	กระบวนการภายในองค์กร	88.00	90.86	92.43	85.00	84.29	95.57	89.29
 5	การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	87.71	88.43	91.43	80.86	81.57	91.86	92.29
 6	การสนับสนุนด้านการตลาด	86.00	88.57	89.86	81.29	84.57	93.57	85.14

MICE CAP: ฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์

คะแนนความพึงพอใจสูงขึ้นมากในทุกมิติ เพราะผู้รับบริการชื่นชม และรู้สึกว่าการกิจกรรมที่ทาง สสปน. ทำเสริมให้มีประโยชน์ และรู้สึกว่าการ สสปน. ให้ความสนใจอย่างต่อเนื่องตลอด สถานการณ์ COVID-19

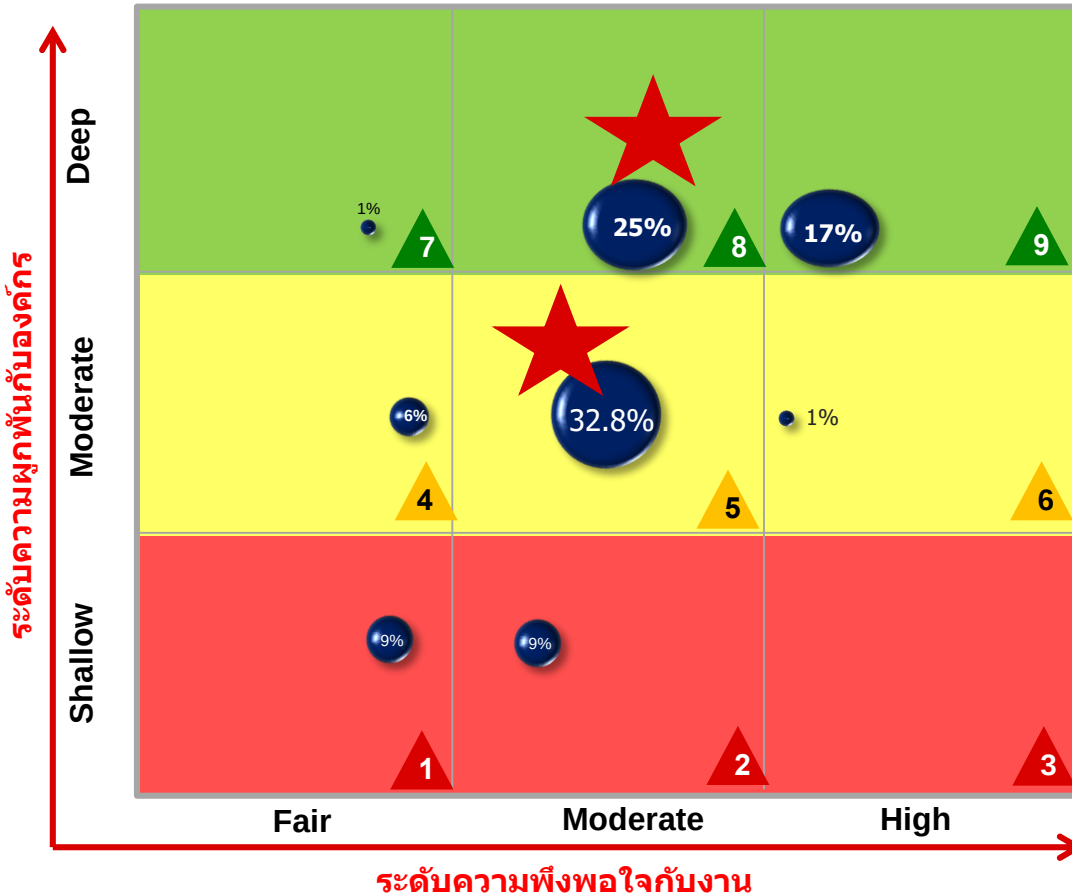
ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นร้อยละเฉลี่ย		TOTAL 2020 (n=247)	2019 MICE CAP: ฝ่ายพัฒนาศักยภาพ อุตสาหกรรมไมซ์ (n=35)	2020 MICE CAP: ฝ่ายพัฒนาศักยภาพ อุตสาหกรรมไมซ์ (n=44)
ความพึงพอใจโดยรวม		88.19	84.83	↑↑↑ 89.40
1	สมรรถนะของบุคลากร	89.71	82.71	↑↑↑ 88.86
2	การพัฒนาธุรกิจไมซ์	89.00	85.57	↑↑↑ 90.71
3	การพัฒนาขีดความสามารถ	88.71	85.71	↑↑↑ 91.43
4	กระบวนการภายในองค์กร	88.00	84.86	↑↑↑ 88.43
5	การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	87.71	87.00	↑↑↑ 89.43
6	การสนับสนุนด้านการตลาด	86.00	83.14	↑↑↑ 87.57

GCA: ฝ่ายบริหารรัฐกิจวิสาหกิจ

คะแนนความพึงพอใจมีทั้งขึ้นและลงในภาพรวม 6 มิติ เพราะผู้รับบริการชื่นชมและรู้สึกว่กิจกรรมที่ทาง สสปน. ทำเสริมให้มีประโยชน์ แต่ในขณะเดียวกันก็รู้สึกถึงขั้นตอนการทำงานยุ่งยาก ลำบากมากขึ้น

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นร้อยละเฉลี่ย		TOTAL 2020 (n=247)	2019 GCA: ฝ่ายบริหารรัฐกิจ วิสาหกิจ (n=28)	2020 GCA: ฝ่ายบริหารรัฐกิจ วิสาหกิจ (n=29)
ความพึงพอใจโดยรวม		88.19	88.43	88.76
1	สมรรถนะของบุคลากร	89.71	91.86	89.57
2	การพัฒนาธุรกิจใหม่	89.00	88.00	89.43
3	การพัฒนาขีดความสามารถ	88.71	85.86	89.71
4	กระบวนการภายในองค์กร	88.00	88.29	90.00
5	การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	87.71	91.57	88.29
6	การสนับสนุนด้านการตลาด	86.00	85.00	85.57

ความผูกพันและความพึงพอใจต่อ สสปน. ของลูกค้าในปีนีถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่สูงกว่าปีก่อนๆ มาก และมีคะแนนความผูกพันในกลุ่ม 8&9 ในสัดส่วนที่สูง เนื่องจากจากจุดแข็งเรื่องการแก้ปัญหา การแนะนำ การเข้าถึงได้อย่างรวดเร็วของบุคลากร และ นโยบายการสนับสนุนภาคธุรกิจต่างๆ ทั้งเชิงนโยบายและเชิงเครื่องมือ โดยเฉพาะช่วงโควิด



จุดแข็งขององค์กร ที่ต้องรักษาไว้

สมรรถนะของบุคลากรของ สสปน. (โดยเฉพาะการให้คำปรึกษาหรือความช่วยเหลือด้านข้อมูล)

การส่งเสริม สนับสนุนและพัฒนาอุตสาหกรรมได้อย่างต่อเนื่องและครอบคลุม

การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชนในการช่วยอำนวยความสะดวกและประสานงานอย่างต่อเนื่องและครบถ้วนสมบูรณ์



จุดอ่อนขององค์กร ที่ต้องปรับปรุง

การมีขั้นตอน ข้อปฏิบัติ และรายละเอียดที่เยอะและเข้มงวดเกินไป

การขาดความต่อเนื่องและทั่วถึงในการประชาสัมพันธ์ว่า สสปน. ทำอะไร กับกลุ่มราชการและธุรกิจทั่วไป

สมรรถนะของบุคลากรของ สสปน. (โดยเฉพาะการขาดแคลนบุคลากรในแต่ละพื้นที่จังหวัด)

กระบวนการภายใน/ลักษณะเฉพาะองค์กรของ สสปน. ที่มีขั้นตอนเยอะและเข้มงวดไป (กลุ่ม RD ใหม่)

กิจกรรมที่เกิดจากแผนพัฒนาการให้บริการของ สสปน.
จากการพิจารณาจาก Need Assessment ได้รับการตอบรับที่ดี
โดยเฉลี่ยรับรู้ รู้จัก ใช้บริการ และได้ประโยชน์ จากกิจกรรมดังกล่าว
เฉลี่ยประมาณ 85% ในเกือบทุกกิจกรรม

กิจกรรมที่เกิดจากแผนพัฒนาการให้บริการของ สสปน.

MICE
Intelligence
Center

87.43%

มีความทันสมัย ทันต่อ
เหตุการณ์

87.14%

มีความเหมาะสม สามารถ
นำไปใช้ประโยชน์ได้

TVMS

86.86%

การตรวจรับรองมาตรฐาน
สถานที่จัดงาน (TMVS)

Consulting
Service

86.71%

ให้คำปรึกษาผ่านทาง
โทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์

86.29%

ให้ข้อมูลผ่านทางโทรศัพท์
อีเมล และออนไลน์

E-Mice
marketplace

85.00%

Thai Mice Connect

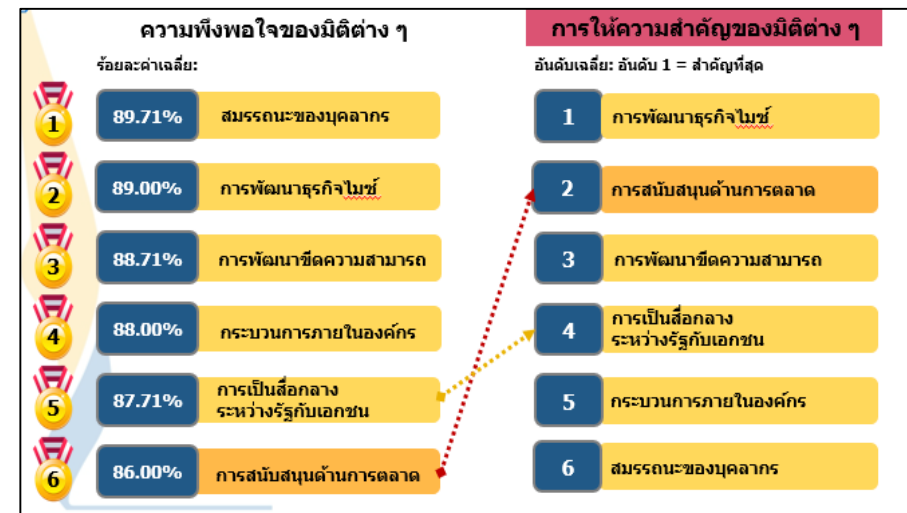
ข้อสังเกตที่น่าสนใจในการวัดผลต่อเนื่อง 3 ปี

ผู้รับบริการจาก สสปน. จะให้ความสำคัญ กับมิติด้านการสนับสนุนการตลาดเป็นอันดับ 1 ตลอดมา แต่ปีนี้การพัฒนารัฐกิจไม่ซ้กลับแซงขึ้นเป็นอันดับหนึ่ง อันเป็นผลมาจากผู้ประกอบการมองเห็นว่า การพัฒนารัฐกิจไม่ซ้ จะสร้างโอกาสทางธุรกิจที่เปิดกว้าง มั่นคง และยั่งยืนกว่า การรับการสนับสนุนทางการตลาดเป็นครั้งคราว โดยเฉพาะช่วงสถานการณ์โควิด-19

ปี 2562



ปี 2563



มีการสนับสนุนและพัฒนาอุตสาหกรรม MICE ในประเทศไทย อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในเชิงนโยบายการปลดล๊อคต่างๆ

มีการพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม MICE อย่างต่อเนื่อง เป็นรูปธรรม และ กระจายในวงกว้างมากขึ้น

ทำงานร่วมกันพื้นที่มากขึ้น และประสานงานกับภาคเอกชนในการพัฒนาตลาดมากขึ้น

สิ่งที่ผู้รับบริการพึงพอใจมากขึ้นเกี่ยวกับการพัฒนารัฐกิจไม่ซ้ ของสสปน.

ตัวอย่างเสียงสะท้อนพึงพอใจจากผู้รับบริการจากฝ่ายต่าง ๆ ของ สสปน.

ตามภารกิจหลัก 6 มิติ

มิติที่ 1: การพัฒนาธุรกิจ MICE

มีการสนับสนุนและ
พัฒนาอุตสาหกรรม
MICE ในประเทศ
ไทย อย่างต่อเนื่อง
โดยเฉพาะในเชิง
นโยบายการปลดล็อก
ต่างๆ

92%

มิติที่ 2: การสนับสนุนด้าน การตลาด

มีการสนับสนุนและ
ส่งเสริมผู้จัดงาน/
ผู้ประกอบการ อย่าง
ต่อเนื่อง และ เข้าถึง
ได้มากขึ้น

75%

มิติที่ 3: การพัฒนาขีด ความสามารถ

สามารถนำความรู้จาก
หลักสูตรที่จัด
ฝึกอบรม มาใช้ในการ
ทำงานได้จริง
โดยเฉพาะด้าน
Digital

72%



มิติที่ 4: การเป็นสื่อกลาง ระหว่างรัฐกับเอกชน

เป็นศูนย์กลางในการ
ประสานงาน/อำนวยความสะดวกให้กับ
องค์กรที่เกี่ยวข้อง
ช่วยลดความยุ่งยาก
และ สร้างความเข้าใจ

85%

มิติที่ 5: กระบวนการภายใน

มีการสนับสนุนให้เกิด
การทำงานร่วมกัน
และ การปฏิบัติงาน
ได้ผลจริง

72%

มิติที่ 6: สมรรถนะของบุคลากร

บุคลากร มีความ
กระตือรือร้น/ทุ่มเท/
มุ่งมั่น

77%

หมายเหตุ: เป็นการแสดงข้อมูลที่มีผู้ตอบมากที่สุด และต้องมีคะแนนตั้งแต่ 20% ขึ้นไป

ตัวอย่างเสียงสะท้อนไม่พึงพอใจจากผู้รับบริการจากฝ่ายต่าง ๆ ของ สสปน.

ตามภารกิจหลัก 6 มิติ

มิติที่ 1: การพัฒนาธุรกิจ MICE

ขาดแคลนการ
ปฏิบัติงานในระดับ
พื้นที่ระดับจังหวัด

21%

มิติที่ 2: การสนับสนุนด้าน การตลาด

ขาดความต่อเนื่องและ
ขาดแคลนการ
ประชาสัมพันธ์
ภายในประเทศให้กับ
กลุ่มภาครัฐ และ
เอกชนในธุรกิจทั่วไป

21%

มิติที่ 3: การพัฒนาขีด ความสามารถ

ยังขาดความทั่วถึงใน
การให้ข้อมูลข่าวสาร/
กระจายความรู้ที่
เกี่ยวกับอุตสาหกรรม
MICE กับกลุ่มธุรกิจ
ทั่วไป

32%



มิติที่ 4: การเป็นสื่อกลาง ระหว่างรัฐกับเอกชน

ขาดความทั่วถึงใน
การสนับสนุน
ภาคเอกชน เข้าไม่ถึง
ทุกธุรกิจ

24%

มิติที่ 5: กระบวนการภายใน

มีกระบวนการ/
รายละเอียดในการ
ทำงาน/ข้อปฏิบัติมาก
เกินไป

32%

มิติที่ 6: สมรรถนะของบุคลากร ไม่มีข้อที่ไม่พึงพอใจมากกว่า 20%

หมายเหตุ: เป็นการแสดงข้อมูลที่มีผู้ตอบมากที่สุด และต้องมีคะแนนตั้งแต่ 20% ขึ้นไป



**ภาคบทสรุปและข้อเสนอแนะ
สำหรับผู้บริหาร**

แนวทางการพัฒนาการบริการของ สสปน. เพื่อเพิ่มความผูกพันและความพึงพอใจที่ผู้รับบริการมีต่อองค์กร (Maintain)

- ✓ สร้างความต่อเนื่องของนโยบายการพัฒนาธุรกิจไมซ์และการกระจายรายได้โดยเน้นภายในประเทศ และ การกระจายสู่ภูมิภาคในรูปแบบต่างๆที่ทาง สสน.ดำเนินอยู่ และ ขอให้ดำเนินต่อไปอย่างต่อเนื่อง
 - ให้ความสำคัญต่อไปกับการสร้างกิจกรรม การอบรม นโยบาย และ Guidelines ในการอบรม และ เตรียมบุคลากรไมซ์เพื่อรองรับการประชุม การจัดนิทรรศการแบบ Hygiene ในทุกภูมิภาคของประเทศ
 - สร้างความต่อเนื่องในการขับเคลื่อนนโยบายสนับสนุนงานไมซ์ทุกรูปแบบในประเทศ และ ในทุกภูมิภาค อาทิ โครงการ ประชุมเมืองไทย ปลอดภัยกว่าควรมีต่อเนื่อง หรือ ตลอดไปจนกว่าสถานการณ์โควิด19จะจบลง
 - สนับสนุนและช่วยเหลืออย่างต่อเนื่องให้ภาคธุรกิจไมซ์สามารถจัดงานไมซ์แบบ Hybrid ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ คุ่มค่า ทำให้ธุรกิจยังดำเนินต่อไปได้และเห็นโอกาสความยั่งยืนมากขึ้น
 - สร้างความต่อเนื่องในการสร้างเครือข่ายไมซ์ในภูมิภาคของสสปน. (RO Rep) ให้เข้มแข็ง และ มีประสิทธิภาพ และ เชี่ยวชาญมากขึ้น เพื่อเป็นศูนย์กลางในการประสานงานในอนาคต โดยเฉพาะ เมืองไมซ์ที่ดีในทุกภูมิภาค

แนวทางการพัฒนาการบริการของ สสปน. เพื่อเพิ่มความผูกพันและความพึงพอใจที่ผู้รับบริการมีต่อองค์กร (Improve)

✓ เนื่องจากมติการสนับสนุนด้านการตลาดเป็นมติที่ผู้รับบริการให้ความสำคัญสูงมาตลอดทุกปี ดังนั้น สสปน.จึงยังคงต้องให้ความสำคัญในการให้ความช่วยเหลือ สนับสนุนทางด้านการตลาดอย่างมีนัยยะสำคัญต่อไป โดยสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบการสนับสนุนให้เกิดการช่วยเหลือที่ยั่งยืนมากขึ้น นอกจากการสนับสนุนการเงิน อันประกอบไปด้วยแนวความคิดดังต่อไปนี้

- ให้ความสำคัญและส่งเสริมการสร้างความรู้ อาวุธทางการตลาดให้กับผู้รับบริการไม่ว่าจะเป็นรูปแบบการอบรมความรู้ทางการตลาดดิจิทัล การตลาด social media การทำโปรโมชั่นงานประชุม งานนิทรรศการด้วยรูปแบบที่ hybrid มากขึ้น
- ให้ความสำคัญกับการทำงาน วางแผน ร่วมคิด ร่วมทำกับภาคเอกชน สมาคม หรือ เมืองไมซ์ซีทีต่างๆจัดทำกิจกรรม หรือ เทศกาลอัตลักษณ์ขึ้นเพื่อสร้างจุดต่าง Point of Differentiations ให้กับภาคธุรกิจไมซ์ของไทย
- สนับสนุนการตลาดในเชิงข้อมูลทั้งงานวิเคราะห์และงานข้อมูลเชิงสถิติที่ทันสมัย อัปเดตทุกๆปี ข้อมูลการตลาด ภาพรวม งานวิเคราะห์คู่แข่งทั้งด้านศักยภาพ และ สิ่งใหม่ๆที่จะเกิดขึ้นในภูมิภาคเอเชียของเมืองไมซ์อื่นเพื่อให้ผู้ประกอบการไมซ์ไทย มีความรู้การตลาดที่เท่าทันที่จะสามารถนำเสนอจุดเด่นของตัวเองอย่างมีกลยุทธ์

แนวทางการพัฒนาการบริการของ สสปน. **เพื่อเพิ่มความผูกพันและความพึงพอใจที่ผู้รับบริการมีต่อองค์กร (Improve)**

- ✓ **สร้างรูปแบบใหม่ในการประชาสัมพันธ์ภายในประเทศ เพื่อโปรโมท และ สร้างการรับรู้เรื่องไมซ์ และ พันธกิจของ สสปน. ให้กระจายไปในทุกธุรกิจของประเทศไทย**
 - ทำการประชาสัมพันธ์ สสปน. และ อุตสาหกรรมไมซ์ให้กับ ภาครัฐ และ ผู้ประกอบการธุรกิจทั่วไปให้รู้จัก และ เข้าใจ บทบาทของสสปน. และ อุตสาหกรรมไมซ์มากขึ้นในรูปแบบเชิงนโยบาย เชิงกิจกรรม มากกว่าการทำ PR แบบทั่วไป
- ✓ **นำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาในระบบการขอการสนับสนุนมากขึ้นเพื่อให้ขั้นตอนเป็นไปด้วยความง่ายในการเข้าถึง ง่ายในการกรอกข้อมูล ง่ายในการ submit และเพิ่มความรวดเร็วในระบบขั้นตอนทั้งหมด (Speed/ Accessibility -24-7/ Anytime Anywhere)**
- ✓ **ภาคเอกชนมีความต้องการด้านข้อมูลตลาดไมซ์ต่างประเทศในกลุ่มอุตสาหกรรมต่างๆในกลุ่ม S Curve ที่อัปเดต และ เจาะลึกกว่าที่หาได้ในการเสิร์ชทั่วไป สสปน.จึงควรมีการจัดสรรงบประมาณเพื่อจัดหาข้อมูลดังกล่าวเพิ่มมากขึ้น**



ภาคผลการวิจัยโดยละเอียด

หมายเหตุคำอธิบายประกอบ

* = น้อยกว่า 0.5%

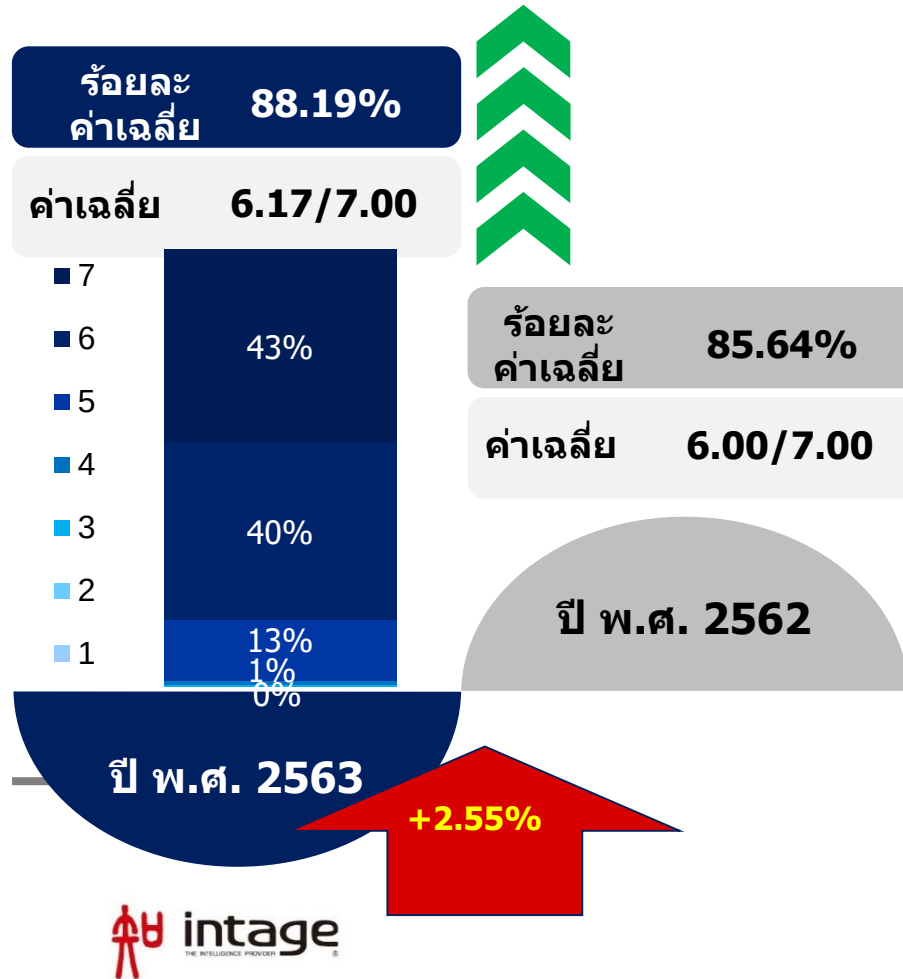
** = จำนวนตัวอย่างน้อยกว่า 30 โปรดอ่านค่าด้วยความระมัดระวัง

 = ทดสอบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ส่วนที่ 1:

ผลการประเมินความพึงพอใจโดยรวม ต่อองค์กร และข้อเสนอแนะ

ความพึงพอใจโดยรวมต่อ สสปน.



ข้อที่พึงพอใจ

- บุคลากร ให้คำปรึกษา/คำแนะนำ/ความช่วยเหลือให้ข้อมูลได้เป็นอย่างดี 9%
- บุคลากร มีความรวดเร็วในการให้บริการ/ให้ข้อมูล/แก้ไขปัญหา 7%
- บุคลากร มีความกระตือรือร้น/ทุ่มเท/มุ่งมั่น 6%
- บุคลากร มีความรู้ความสามารถ/คุณภาพ/ศักยภาพสูง 4%
- บุคลากร น่ารัก/ มีอัธยาศัยดี/ มนุษย์สัมพันธ์ดี 4%
- ส่งเสริม สนับสนุนและพัฒนาอุตสาหกรรมได้อย่างต่อเนื่องและครอบคลุม 4%
- บุคลากร มีความเป็นมืออาชีพในการทำงาน 4%



ข้อที่ไม่พึงพอใจ

- มีขั้นตอน ข้อปฏิบัติ และรายละเอียดที่เยอะและเข้มงวดเกินไป 4%
- บุคลากร ไม่เพียงพอ 2%
- ขาดความต่อเนื่องในการสนับสนุนด้านประชาสัมพันธ์ 1%
- มีความซ้ำซ้อน ในกระบวนการการทำงาน 1%
- ควรช่วยสนับสนุนการจัดงานขนาดย่อมมากกว่านี้ 1%
- ขั้นตอนการสนับสนุนมีขีดจำกัดทำให้ล่าช้า 1%
- บุคลากร ไม่มีความชำนาญในการทำงานและแก้ไขปัญหา 1%
- บุคลากร มีการเลือกปฏิบัติ 1%



ข้อเสนอแนะ

- บุคลากร ควรจะมีทัศนคติที่ดีในการทำงาน 2%
- ลดระเบียบขั้นตอนในการปฏิบัติงานและเอกสารลงเพื่อความรวดเร็ว 2%
- บุคลากร ควรจะมีจำนวนที่เพียงพอในการประสานงาน 2%
- จัดกิจกรรมการตลาดให้ครอบคลุมทั่วทุกภูมิภาค 2%
- ประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องให้คนรู้จักไม่ซ้ำมากเกินไป 1%
- สนับสนุนการพัฒนายกระดับมาตรฐานสำหรับกลุ่มโรงแรม 1%
- ควรมีการเพิ่มสำนักงานหรือสร้างเครือข่ายในภูมิภาคให้มากขึ้น 1%

หมายเหตุ: ปี พ.ศ.2563 เป็นการประเมินผลความพึงพอใจจากผลรวมของการประเมินที่ละข้อตามภารกิจหลักโดยไม่มีการถามความพึงพอใจโดยรวมไปตรงกับผู้ตอบแบบสอบถาม

MI : ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

คะแนนความพึงพอใจลดลงในทุกมิติเนื่องจากธุรกิจเกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยวเชิงประชุมซึ่งได้รับผลกระทบรุนแรงมาก ผู้รับบริการส่วนใหญ่รู้สึกไม่ดีกับธุรกิจภาพรวม แม้ว่าจะได้รับการสนับสนุนอื่นๆ จาก สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นร้อยละเฉลี่ย		TOTAL 2020 (n=247)	2019 MI: ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมและ การท่องเที่ยวเพื่อ เป็นรางวัล (n=37)	2020 MI: ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมและ การท่องเที่ยวเพื่อ เป็นรางวัล (n=41)
ความพึงพอใจโดยรวม		88.19	90.40	85.95
1	สมรรถนะของบุคลากร	89.71	91.14	87.29
2	การพัฒนาธุรกิจไมซ์	89.00	90.00	87.43
3	การพัฒนาขีดความสามารถ	88.71	90.14	87.86
4	กระบวนการภายในองค์กร	88.00	89.71	84.71
5	การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	87.71	91.57	84.71
6	การสนับสนุนด้านการตลาด	86.00	89.86	83.71

C : ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ

คะแนนความพึงพอใจสูงขึ้นในเกือบทุกมิติ เพราะผู้รับบริการยอมรับได้กับสถานการณ์ และ
 ขึ้นชมกับกิจกรรมที่ทาง สสปน. ทำเสริมให้ และ รู้สึกว่าสามารถติดต่อกับทีม สสปน. ได้ง่ายขึ้น

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นร้อยละเฉลี่ย		TOTAL 2020 (n=247)	2019 C: ฝ่ายส่งเสริมการจัด ประชุมนานาชาติ (n=12)	2020 C: ฝ่ายส่งเสริมการจัด ประชุมนานาชาติ (n=23)
ความพึงพอใจโดยรวม		88.19	88.19	89.55
1	สมรรถนะของบุคลากร	89.71	92.00	92.57
2	การพัฒนาธุรกิจใหม่	89.00	90.71	90.00
3	การพัฒนาขีดความสามารถ	88.71	84.29	89.71
4	กระบวนการภายในองค์กร	88.00	87.57	89.29
5	การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	87.71	88.71	88.71
6	การสนับสนุนด้านการตลาด	86.00	85.86	87.00

E: ฝ่ายอุตสาหกรรมการแสดงสินค้านานาชาติ

คะแนนความพึงพอใจสูงขึ้นมากในทุกมิติ เพราะผู้รับบริการชื่นชม และรู้สึกว่กิจกรรมที่ทาง สสปน. ทำเสริมให้มีประโยชน์ และรู้สึกว่สามารถติดต่อกับทีม สสปน. ได้ง่ายขึ้น

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นร้อยละเฉลี่ย		TOTAL 2020 (n=247)	2019 E: ฝ่ายอุตสาหกรรม การแสดงสินค้า นานาชาติ (n=37)	2020 E: ฝ่ายอุตสาหกรรม การแสดงสินค้า นานาชาติ (n=34)
ความพึงพอใจโดยรวม		88.19	81.26	85.88
1	สมรรถนะของบุคลากร	89.71	82.86	86.57
2	การพัฒนาธุรกิจใหม่	89.00	83.29	86.29
3	การพัฒนาขีดความสามารถ	88.71	79.86	85.71
4	กระบวนการภายในองค์กร	88.00	80.29	85.57
5	การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	87.71	80.71	86.71
6	การสนับสนุนด้านการตลาด	86.00	80.57	84.43

MEGA: ฝ่ายพัฒนาการจัดงานเมกะอีเวนต์และเทศกาลนานาชาติ

คะแนนความพึงพอใจลดลงในทุกมิติเนื่องจากธุรกิจเกี่ยวเนื่องกับงานที่ต้องมีการพบปะจำนวนมากจึงเหมือนธุรกิจหยุดนิ่ง
เกิดผลกระทบรุนแรงมาก ผู้รับบริการส่วนใหญ่รู้สึกไม่ดีกับธุรกิจภาพรวม แม้ว่าจะได้รับการสนับสนุนอื่นๆ จาก สสป.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นร้อยละค่าเฉลี่ย		TOTAL 2020 (n=247)	2019 MEGA: ฝ่ายพัฒนาการจัด งานเมกะอีเวนต์และ เทศกาลนานาชาติ (n=17)	2020 MEGA: ฝ่ายพัฒนาการจัด งานเมกะอีเวนต์และ เทศกาลนานาชาติ (n=26)
ความพึงพอใจโดยรวม		88.19	89.52	87.26
1	สมรรถนะของบุคลากร	89.71	91.86	90.00
2	การพัฒนาธุรกิจใหม่	89.00	91.57	87.57
3	การพัฒนาขีดความสามารถ	88.71	88.57	86.57
4	กระบวนการภายในองค์กร	88.00	90.71	87.29
5	การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	87.71	88.71	88.29
6	การสนับสนุนด้านการตลาด	86.00	85.71	83.86

RO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (ภูมิภาค)

คะแนนความพึงพอใจสูงขึ้นมากในทุกมิติ เพราะผู้รับบริการชื่นชม และรู้สึกว่าการจัดกิจกรรมที่ทาง สสปน. ทำเสริมให้มีประโยชน์ และรู้สึกว่าการ สสปน. ให้ความใส่ใจอย่างต่อเนื่องตลอด สถานการณ์ COVID-19

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นร้อยละเฉลี่ย		TOTAL 2020 (n=247)	2019 RO: สำนักส่งเสริม การจัดประชุมและ นิทรรศการ (ภูมิภาค) (n=21)	2020 RO: สำนักส่งเสริม การจัดประชุมและ นิทรรศการ (ภูมิภาค) (n=50)
ความพึงพอใจโดยรวม		88.19	82.31	 90.17
 1	สมรรถนะของบุคลากร	89.71	85.43	 93.14
 2	การพัฒนาธุรกิจใหม่	89.00	83.43	 90.43
 3	การพัฒนาขีดความสามารถ	88.71	79.71	 89.57
 4	กระบวนการภายในองค์กร	88.00	82.29	 90.86
 5	การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	87.71	84.71	 88.43
 6	การสนับสนุนด้านการตลาด	86.00	78.29	 88.57

RO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (ภูมิภาค)

โดยแบ่งตามสำนักงานภาคแต่ละภาค โดยประกอบสำนักงานภาคเหนือ สำนักงานภาคกลางและภาคตะวันออก
สำนักงานภาคใต้และภาคตะวันตก และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นร้อยละค่าเฉลี่ย		TOTAL 2020	2020					
			RO (TOTAL):	North:	Central & Eastern	Western & South	Northeast	Non- track
		(n=247)	(n=50)	(n=12)	(n=8)	(n=8)	(n=18)	(n=4)
ความพึงพอใจโดยรวม		88.19	90.17	91.38	84.60	84.79	94.00	90.93
 1	สมรรถนะของบุคลากร	89.71	93.14	92.29	89.00	88.86	97.43	93.71
 2	การพัฒนาธุรกิจใหม่	89.00	90.43	92.29	85.00	85.14	93.71	90.86
 3	การพัฒนาขีดความสามารถ	88.71	89.57	90.00	86.43	84.29	91.86	94.29
 4	กระบวนการภายในองค์กร	88.00	90.86	92.43	85.00	84.29	95.57	89.29
 5	การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	87.71	88.43	91.43	80.86	81.57	91.86	92.29
 6	การสนับสนุนด้านการตลาด	86.00	88.57	89.86	81.29	84.57	93.57	85.14

MICE CAP: ฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์

คะแนนความพึงพอใจสูงขึ้นมากในทุกมิติ เพราะผู้รับบริการชื่นชม และรู้สึกว่าการกิจกรรมที่ทาง สสปน. ทำเสริมให้มีประโยชน์ และรู้สึกว่าการ สสปน. ให้ความสนใจอย่างต่อเนื่องตลอด สถานการณ์ COVID-19

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นร้อยละเฉลี่ย		TOTAL 2020 (n=247)	2019 MICE CAP: ฝ่ายพัฒนาศักยภาพ อุตสาหกรรมไมซ์ (n=35)	2020 MICE CAP: ฝ่ายพัฒนาศักยภาพ อุตสาหกรรมไมซ์ (n=44)
ความพึงพอใจโดยรวม		88.19	84.83	↑↑↑ 89.40
1	สมรรถนะของบุคลากร	89.71	82.71	↑↑↑ 88.86
2	การพัฒนาธุรกิจไมซ์	89.00	85.57	↑↑↑ 90.71
3	การพัฒนาขีดความสามารถ	88.71	85.71	↑↑↑ 91.43
4	กระบวนการภายในองค์กร	88.00	84.86	↑↑↑ 88.43
5	การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	87.71	87.00	↑↑↑ 89.43
6	การสนับสนุนด้านการตลาด	86.00	83.14	↑↑↑ 87.57

GCA: ฝ่ายบริหารรัฐกิจวิสาหกิจ

คะแนนความพึงพอใจมีทั้งขึ้นและลงในภาพรวม 6 มิติ เพราะผู้รับบริการชื่นชมและรู้สึกว่กิจกรรมที่ทาง สสปน. ทำเสริมให้มีประโยชน์ แต่ในขณะเดียวกันก็รู้สึกถึงขั้นตอนการทำงานยุ่งยาก ลำบากมากขึ้น

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นร้อยละเฉลี่ย		TOTAL 2020 (n=247)	2019 GCA: ฝ่ายบริหารรัฐกิจ วิสาหกิจ (n=28)	2020 GCA: ฝ่ายบริหารรัฐกิจ วิสาหกิจ (n=29)
ความพึงพอใจโดยรวม		88.19	88.43	88.76
1	สมรรถนะของบุคลากร	89.71	91.86	89.57
2	การพัฒนาธุรกิจใหม่	89.00	88.00	89.43
3	การพัฒนาขีดความสามารถ	88.71	85.86	89.71
4	กระบวนการภายในองค์กร	88.00	88.29	90.00
5	การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	87.71	91.57	88.29
6	การสนับสนุนด้านการตลาด	86.00	85.00	85.57

ข้อที่พึงพอใจต่อการทำงานของ สสปน. (Pre-list)

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็น %	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย						
		MI: ฝ่ายส่งเสริม การจัดประชุมและ การเดินทางเพื่อ เป็นรางวัล	C: ฝ่ายส่งเสริม การจัดประชุม นานาชาติ	E: ฝ่าย อุตสาหกรรม แสดงสินค้า นานาชาติ	RO: สำนัก ส่งเสริมการจัด ประชุมและ นิทรรศการ (ภูมิภาค)	MEGA: ฝ่าย พัฒนาการจัดงาน เมกะอีเวนต์และ เทศกาล นานาชาติ	MICE CAP: ฝ่าย พัฒนาศักยภาพ อุตสาหกรรมไมซ์	GCA: ฝ่ายบริหาร รัฐกิจวิสาหกิจ
ฐาน: ทั้งหมด	247	41	23**	34	50	26**	44	29**
การพัฒนาธุรกิจ MICE								
การสนับสนุนและพัฒนาอุตสาหกรรม MICE ในประเทศไทย อย่างต่อเนื่อง	92%	98%	91%	100%	88%	96%	84%	93%
การพัฒนาศูนย์กลางที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม MICE	58%	51%	52%	35%	70%	42%	89%	45%
การสนับสนุนด้านการตลาด								
การสนับสนุนและส่งเสริมผู้จัดงาน/ผู้ประกอบการอย่างต่อเนื่อง	75%	80%	83%	85%	70%	81%	77%	52%
การสนับสนุนด้านการจัดงาน/จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์	66%	61%	78%	71%	68%	65%	61%	66%
มีการสื่อสาร/ให้ข้อมูลได้อย่างดีและรวดเร็ว	62%	63%	65%	38%	64%	54%	70%	72%
มีการให้ข้อมูลที่ที่มีรายละเอียดซับซ้อน	0%	-	-	-	-	-	2%	-
สสปน. ให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมไมซ์ในเชิงรุก อย่างมีประสิทธิภาพ	0%	-	-	3%	-	-	-	-
สนับสนุนด้านเงินทุน	0%	-	-	-	2%	-	-	-
อำนวยความสะดวกในการประสานงานภายในประเทศ	0%	-	-	-	-	-	-	3%
มีการสร้างฐานข้อมูลการจัดงานประจำปี และมีการประชาสัมพันธ์ อย่างเป็นระบบ	0%	-	-	-	-	4%	-	-
ไม่มี	0%	-	-	-	-	4%	-	-

ข้อที่พึงพอใจต่อการทำงานของ สสปน. (Pre-list) (ต่อ)

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็น %	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย						
		MI: ฝ่ายส่งเสริม การจัดประชุมและ การเดินทางเพื่อ เป็นรางวัล	C: ฝ่ายส่งเสริม การจัดประชุม นานาชาติ	E: ฝ่าย อุตสาหกรรม การส่งออกสินค้า นานาชาติ	RO: สำนัก ส่งเสริมการจัด ประชุมและ นิทรรศการ (ภูมิภาค)	MEGA: ฝ่าย พัฒนาการจัดงาน เมกะอีเวนต์และ เทศกาล นานาชาติ	MICE CAP: ฝ่าย พัฒนาศักยภาพ อุตสาหกรรมไมซ์	GCA: ฝ่ายบริหาร รัฐกิจวิสาหกิจ
ฐาน: ทั้งหมด	247	41	23**	34	50	26**	44	29**
การพัฒนาขีดความสามารถ/ เสริมสร้างมาตรฐาน								
สามารถนำความรู้จากหลักสูตรที่จัดฝึกอบรม มาใช้ในการทำงานได้จริง	72%	80%	87%	53%	75%	65%	75%	59%
การเผยแพร่รายงานและข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม MICE	69%	63%	65%	79%	57%	73%	77%	76%
การเปิดมุมมองใหม่ให้กับผู้ประกอบการ เพื่อพัฒนาสินค้าให้ตรงกับความต้องการที่จะเกิดขึ้น	0%	-	-	-	2%	-	-	-
ไม่มี	1%	-	-	-	5%	-	-	-
การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน								
เป็นศูนย์กลางในการประสานงาน/อำนวยความสะดวกให้กับองค์กรที่เกี่ยวข้อง	85%	78%	91%	85%	80%	81%	95%	86%
การให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์	64%	59%	83%	68%	70%	62%	64%	45%
มีคนประสานงานในต่างประเทศ	36%	59%	57%	24%	24%	38%	27%	38%
การจัดกิจกรรมในประเทศ ส่งเสริมและผลักดันกิจกรรมต่างประเทศที่มากขึ้น	0%	-	-	3%	-	-	-	-
ไม่มี	1%	2%	-	-	2%	-	-	-
กระบวนการภายใน/ ลักษณะเฉพาะองค์กร								
สนับสนุนให้เกิดการทำงานร่วมกัน และ การปฏิบัติงานได้ผลจริง	72%	73%	74%	68%	80%	77%	68%	59%
สะดวกในการติดต่อ/ประสานงาน เพราะเป็นหน่วยงานของรัฐที่มีกระบวนการทำงานแบบเอกชน	66%	66%	83%	65%	50%	73%	73%	66%
ยืดหยุ่นและตอบสนองต่อตลาด	50%	49%	65%	62%	50%	58%	43%	28%
พร้อมให้คำปรึกษา	0%	-	-	-	2%	-	-	-
มีการประสานงานร่วมกันในหลายๆฝ่ายมากขึ้น	0%	2%	-	-	-	-	-	-

ข้อที่พึงพอใจต่อการทำงานของ สสปน. (Pre-list) (ต่อ)

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็น %	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย						
		MI: ฝ่ายส่งเสริม การจัดประชุมและ การเดินทางเพื่อ เป็นรางวัล	C: ฝ่ายส่งเสริม การจัดประชุม นานาชาติ	E: ฝ่าย อุตสาหกรรม การ แสดงสินค้า นานาชาติ	RO: สำนัก ส่งเสริมการจัด ประชุมและ นิทรรศการ (ภูมิภาค)	MEGA: ฝ่าย พัฒนาการจัดงาน เมกะอีเวนต์และ เทศกาล นานาชาติ	MICE CAP: ฝ่าย พัฒนาศักยภาพ อุตสาหกรรมไมซ์	GCA: ฝ่ายบริหาร รัฐกิจวิสาหกิจ
ฐาน: ทั้งหมด	247	41	23**	34	50	26**	44	29**
สมรรถนะของบุคลากร								
บุคลากร มีความกระตือรือร้น/ทุ่มเท/มุ่งมั่น	77%	78%	78%	71%	80%	77%	73%	83%
บุคลากร ให้คำปรึกษา/คำแนะนำ/ความช่วยเหลือได้เป็นอย่างดี	74%	73%	91%	82%	64%	88%	75%	55%
บุคลากร มีความรวดเร็วในการให้บริการ/ให้ข้อมูล/แก้ไขปัญหา	67%	63%	78%	62%	72%	73%	59%	66%
บุคลากร มีความรู้ความสามารถ/คุณภาพ/ศักยภาพสูง	61%	56%	78%	47%	60%	65%	68%	55%
บุคลากร มีความตรงไปตรงมา/ซื่อสัตย์/โปร่งใส	54%	63%	83%	41%	48%	73%	52%	31%
ไม่มี	1%	-	-	3%	-	-	5%	-

ข้อที่ไม่พึงพอใจต่อการทำงานของ สสปน. (Pre-list) (ต่อ)

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็น %	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย						
		MI: ฝ่ายส่งเสริม การจัดประชุมและ การเดินทางเพื่อ เป็นรางวัล	C: ฝ่ายส่งเสริม การจัดประชุม นานาชาติ	E: ฝ่าย อุตสาหกรรม การ แสดงสินค้า นานาชาติ	RO: สำนัก ส่งเสริมการจัด ประชุมและ นิทรรศการ (ภูมิภาค)	MEGA: ฝ่าย พัฒนาการจัดงาน เมกะอีเวนต์และ เทศกาล นานาชาติ	MICE CAP: ฝ่าย พัฒนาศักยภาพ อุตสาหกรรมไมซ์	GCA: ฝ่ายบริหาร รัฐกิจวิสาหกิจ
ฐาน: ทั้งหมด	247	41	23**	34	50	26**	44	29**
การพัฒนาธุรกิจ MICE								
ขาดแคลนการปฏิบัติงานในระดับพื้นที่	21%	29%	9%	6%	40%	15%	18%	10%
ขาดความต่อเนื่องในการพัฒนาอุตสาหกรรม MICE ในประเทศไทย	9%	7%	4%	12%	12%	8%	5%	14%
ขาดการสนับสนุน/จัดสรรด้านงบประมาณ	1%	-	-	-	2%	8%	-	-
ขาดความเข้าใจเกี่ยวกับการลงนามสัญญากับหน่วยงานรัฐ	1%	-	4%	-	2%	-	-	-
ความไม่เท่าเทียมกันในการปฏิบัติการ	1%	-	-	-	2%	-	-	3%
ขาดความต่อเนื่องการสื่อสารให้ประชาชนทั่วไปได้รับทราบ	0%	-	-	-	2%	-	-	-
ใช้เวลาในการดำเนินงานเกี่ยวกับเกณฑ์การสนับสนุนนานเกินไป	0%	-	-	-	-	4%	-	-
ขาดการประชาสัมพันธ์โครงการได้อย่างครอบคลุมทุกกลุ่ม	0%	2%	-	-	-	-	-	-
ควรเพิ่มศักยภาพของพนักงานให้ดีขึ้นอีก	0%	2%	-	-	-	-	-	-
ขาดการใช้ภาษาอังกฤษในการประชุมการต่างๆ	0%	2%	-	-	-	-	-	-
ไม่มี	68%	63%	83%	82%	44%	69%	77%	72%
การสนับสนุนด้านการตลาด								
ขาดความต่อเนื่องในการสนับสนุนด้านประชาสัมพันธ์ และ ขาดแคลนการประชาสัมพันธ์ภายในประเทศ	20%	24%	4%	29%	14%	31%	14%	28%
กิจกรรมที่จัดขึ้น ไม่มีเป้าหมาย/ไม่มีรายละเอียดที่ชัดเจน	9%	5%	4%	12%	10%	12%	11%	10%
สนับสนุนงบประมาณในการจัดกิจกรรมในส่วนภูมิภาคและพื้นที่หลักน้อยไป	2%	-	4%	-	-	-	7%	-
การสนับสนุนยังไม่ครอบคลุมตลาด/กลุ่มธุรกิจได้อย่างทั่วถึง	0%	-	-	-	2%	-	-	-
ไม่มี	71%	71%	91%	68%	76%	58%	68%	66%

ข้อที่ไม่พึงพอใจต่อการทำงานของ สสปน. (Pre-list)

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็น %	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย						
		MI: ฝ่ายส่งเสริม การจัดประชุมและ การเดินทางเพื่อ เป็นรางวัล	C: ฝ่ายส่งเสริม การจัดประชุม นานาชาติ	E: ฝ่าย อุตสาหกรรม แสดงสินค้า นานาชาติ	RO: สำนัก ส่งเสริมการจัด ประชุมและ นิทรรศการ (ภูมิภาค)	MEGA: ฝ่าย พัฒนาการจัดงาน เมกะอีเวนต์และ เทศกาล นานาชาติ	MICE CAP: ฝ่าย พัฒนาศักยภาพ อุตสาหกรรมไมซ์	GCA: ฝ่ายบริหาร รัฐกิจวิสาหกิจ
ฐาน: ทั้งหมด	247	41	23**	34	50	26**	44	29**
การพัฒนาขีดความสามารถ/ เสริมสร้างมาตรฐาน								
ขาดความทั่วถึงในการให้ข้อมูลข่าวสาร/กระจายความรู้เกี่ยวกับ อุตสาหกรรม MICE	32%	29%	35%	24%	36%	27%	32%	47%
มีความล่าช้าในการให้ข้อมูลข่าวสาร/องค์ความรู้เกี่ยวกับ อุตสาหกรรม MICE	10%	10%	13%	15%	11%	4%	9%	6%
ขาดแคลนข้อมูลข่าวสาร/องค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรม MICE	10%	7%	9%	15%	11%	8%	9%	6%
มีการเลือกปฏิบัติและขาดความโปร่งใสในการปฏิบัติงาน	1%	-	-	3%	2%	-	-	-
การจำกัดพื้นที่ของการสร้างเครือข่ายการศึกษา	0%	-	-	-	-	-	2%	-
ขาดแคลนข้อมูลข่าวสาร/องค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรม MICE ในเชิงลึก	0%	-	-	-	2%	-	-	-
ไม่มี	59%	66%	65%	59%	55%	65%	55%	53%
การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน								
ขาดความทั่วถึงในการสนับสนุนภาคเอกชน	24%	29%	17%	18%	18%	27%	30%	28%
ขาดความต่อเนื่องในการประสานงานกับภาคเอกชน	19%	27%	13%	21%	28%	8%	14%	10%
ขาดการสนับสนุนที่นำมาปฏิบัติได้จริงเพื่อกระตุ้นให้ผลักดันการจัดกิจกรรม	0%	-	4%	-	-	-	-	-
ขาดการประสานอย่างใกล้ชิดกับหน่วยงานภาครัฐ	0%	-	-	-	-	-	-	3%
ขาดการสื่อสารที่ถูกต้องระหว่างภาครัฐกับเอกชน	0%	-	-	-	-	-	-	3%
ขาดการสื่อสารเกี่ยวกับองค์กร	0%	2%	-	-	-	-	-	-
ไม่มี	64%	56%	78%	71%	60%	73%	59%	59%

ข้อที่ไม่พึงพอใจต่อการทำงานของ สสปน. (Pre-list)

(ต่อ)

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็น %	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย						
		MI: ฝ่ายส่งเสริม การจัดประชุมและ การเดินทางเพื่อ เป็นรางวัล	C: ฝ่ายส่งเสริม การจัดประชุม นานาชาติ	E: ฝ่าย อุตสาหกรรมการ แสดงสินค้า นานาชาติ	RO: สำนัก ส่งเสริมการจัด ประชุมและ นิทรรศการ (ภูมิภาค)	MEGA: ฝ่าย พัฒนาการจัดงาน เมกะอีเวนต์และ เทศกาล นานาชาติ	MICE CAP: ฝ่าย พัฒนาศักยภาพ อุตสาหกรรมไมซ์	GCA: ฝ่ายบริหาร รัฐกิจวิสาหกิจ
ฐาน: ทั้งหมด	247	41	23**	34	50	26**	44	29**
กระบวนการภายใน/ ลักษณะเฉพาะองค์กร								
มีกระบวนการ/รายละเอียดในการทำงาน/ข้อปฏิบัติ มากเกินไป	32%	46%	26%	35%	34%	27%	34%	10%
ขาดการประสานงานระหว่างแผนกภายในองค์กร	17%	27%	17%	12%	18%	12%	18%	14%
ขาดความคล่องตัวในการประสานงาน	1%	2%	-	-	2%	-	2%	-
งบประมาณไม่เพียงพอ	0%	-	-	-	2%	-	-	-
หน่วยงานภายในทำงานซ้ำซ้อนกันในหลายกิจกรรม	0%	2%	-	-	-	-	-	-
หน่วยงานภายในยังทำงานไม่เป็นไปในทางเดียวกัน	0%	2%	-	-	-	-	-	-
ไม่มี	60%	41%	74%	65%	52%	69%	59%	76%
สมรรถนะของบุคลากร								
บุคลากร ไม่มีความชำนาญในการทำงานและแก้ปัญหา	11%	17%	4%	9%	14%	8%	11%	7%
บุคลากร ดำเนินงานช้า/ขาดความกระตือรือร้นในการทำงาน	6%	12%	4%	3%	4%	-	11%	-
บุคลากร ขาดความเป็นมืออาชีพในการทำงาน	4%	5%	-	6%	2%	4%	9%	3%
บุคลากร ไม่เข้าใจบทบาทหน้าที่ของตนเอง	0%	-	-	-	2%	-	-	-
บุคลากร ทำงานผิดพลาด	0%	-	-	-	-	-	2%	-
ไม่มี	83%	73%	91%	85%	82%	92%	80%	90%

ข้อเสนอแนะต่อการทำงานของ สสปน. (Pre-list)

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็น %	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย						
		MI: ฝ่ายส่งเสริม การจัดประชุมและ การเดินทางเพื่อ เป็นรางวัล	C: ฝ่ายส่งเสริม การจัดประชุม นานาชาติ	E: ฝ่าย อุตสาหกรรม การนำเสนอสินค้า นานาชาติ	RO: สำนัก ส่งเสริมการจัด ประชุมและ นิทรรศการ (ภูมิภาค)	MEGA: ฝ่าย พัฒนาการจัดงาน เมกะอีเวนต์และ เทศกาล นานาชาติ	MICE CAP: ฝ่าย พัฒนาศักยภาพ อุตสาหกรรมไมซ์	GCA: ฝ่ายบริหาร รัฐกิจวิสาหกิจ
ฐาน: ทั้งหมด	247	41	23**	34	50	26**	44	29**
การพัฒนาธุรกิจ MICE								
ปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจ MICE ในระดับโลก	64%	73%	61%	56%	48%	65%	61%	90%
สนับสนุนการจัดนิทรรศการเป็นหลัก/ให้มากขึ้น	51%	46%	39%	62%	62%	58%	45%	38%
สสปน. ควรสนับสนุนผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์ที่เสี่ยงต่อการปิดตัว ลงในช่วงการระบาดของไวรัสโควิด 19	5%	5%	13%	3%	4%	-	9%	-
สนับสนุนการขยายตลาดในประเทศเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าไมซ์ ในประเทศมากขึ้น	2%	2%	-	-	-	4%	5%	-
ส่งเสริม Incentive ตามภูมิภาคให้มากขึ้น	1%	-	-	-	-	-	5%	-
สนับสนุนการจัดการประชุมหัวข้อที่เป็นประโยชน์กับการพัฒนาประเทศ	1%	-	4%	3%	-	-	-	-
สนับสนุนให้อุตสาหกรรมไมซ์กระจายสู่ภูมิภาคทั้งภาครัฐและเอกชน อย่างทั่วถึง	1%	-	-	-	2%	-	2%	-
ควรจัดสรรงบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพ	1%	-	-	-	2%	-	2%	-
สนับสนุนสมาคมที่อยู่ในประเทศไทยในการจัดงานมากขึ้น	0%	2%	-	-	-	-	-	-
สนับสนุนการจัดประชุมและนิทรรศการให้มากขึ้น	0%	-	4%	-	-	-	-	-
สสปน. ควรได้รับอำนาจในการบริหารอุตสาหกรรม MICE จากรัฐบาลมากขึ้น	0%	-	-	-	-	4%	-	-
ทำงานร่วมกันพื้นที่ให้มากขึ้น และประสานงานกับภาคเอกชน ในการพัฒนาตลาด	0%	-	-	-	2%	-	-	-
มีการสร้างฐานข้อมูลขนาดใหญ่ (Big data) สำหรับอุตสาหกรรมไมซ์	0%	-	-	-	-	4%	-	-
รณรงค์อุตสาหกรรมไมซ์แบบ Inclusive และ City MICE Branding	0%	-	-	-	2%	-	-	-
สนับสนุนความร่วมมือระหว่างภาคการศึกษาและภาคธุรกิจให้มากขึ้น	0%	-	-	-	-	-	2%	-
ผลักดันการศึกษาแต่ละพื้นที่ให้ครอบคลุม	0%	-	-	-	2%	-	-	-
สนับสนุนการจัดกิจกรรมไมซ์อย่างต่อเนื่อง	0%	-	-	-	2%	-	-	-
ไม่มี	1%	-	-	3%	-	-	2%	-

ข้อเสนอแนะต่อการทำงานของ สสปน. (Pre-list)

(ต่อ)

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็น %	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย						
		MI: ฝ่ายส่งเสริม การจัดประชุมและ การเดินทางเพื่อ เป็นรางวัล	C: ฝ่ายส่งเสริม การจัดประชุม นานาชาติ	E: ฝ่าย อุตสาหกรรม การ แสดงสินค้า นานาชาติ	RO: สำนัก ส่งเสริมการจัด ประชุมและ นิทรรศการ (ภูมิภาค)	MEGA: ฝ่าย พัฒนาการจัดงาน เมกะอีเวนต์และ เทศกาล นานาชาติ	MICE CAP: ฝ่าย พัฒนาศักยภาพ อุตสาหกรรมไมซ์	GCA: ฝ่ายบริหาร รัฐกิจวิสาหกิจ
ฐาน: ทั้งหมด	247	41	23**	34	50	26**	44	29**
การสนับสนุนด้านการตลาด								
ปรับปรุงเงื่อนไขการให้การสนับสนุน ให้สอดคล้องกับแต่ละอุตสาหกรรม	63%	73%	74%	62%	58%	73%	57%	48%
จัดสรรงบประมาณอย่างเหมาะสม/ อย่างมีประสิทธิภาพ	62%	71%	74%	53%	64%	73%	61%	38%
ประชาสัมพันธ์กิจกรรมอย่างต่อเนื่อง/ ให้คนรู้จัก MICE มากขึ้น	57%	56%	48%	53%	60%	50%	45%	86%
สนับสนุนงานธุรกิจไม่ซ้ำมากขึ้น	0%	-	-	-	-	4%	-	-
เพิ่มการตลาดในประเทศในช่วงโควิด	0%	-	-	-	-	-	2%	-
ปรับปรุงเงื่อนไขให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน ในช่วงที่เศรษฐกิจ ยังไม่ฟื้นตัวจากภาวะโรคระบาด	0%	-	-	-	-	-	2%	-
ควรเพิ่มงบประมาณให้กับทาง สสปน.	0%	2%	-	-	-	-	-	-
ไม่มี	4%	-	9%	3%	2%	-	11%	3%
การพัฒนาขีดความสามารถ/ เสริมสร้างมาตรฐาน								
เพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการชาวไทย ให้สามารถแข่งขันกับประเทศอื่น ได้มากขึ้น	69%	63%	57%	79%	82%	92%	52%	59%
เพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์/ การเข้าถึงข้อมูล MICE ทั่วโลกผ่าน ช่องทางดิจิทัล	69%	71%	61%	62%	68%	73%	73%	82%
ใช้เทคโนโลยีและระบบออนไลน์ เพื่อลดความซ้ำซ้อน	55%	68%	65%	41%	52%	50%	50%	65%
พัฒนาคนแบบวัดผลได้	0%	-	-	-	2%	-	-	-
ควรให้ข้อมูลการสนับสนุนและปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์	0%	-	-	3%	-	-	-	-
ไม่มี	3%	-	9%	-	-	-	9%	-

ข้อเสนอแนะต่อการทำงานของ สสปน. (Pre-list) (ต่อ)

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็น %	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย						
		MI: ฝ่ายส่งเสริม การจัดประชุมและ การเดินทางเพื่อ เป็นรางวัล	C: ฝ่ายส่งเสริม การจัดประชุม นานาชาติ	E: ฝ่าย อุตสาหกรรมการ แสดงสินค้า นานาชาติ	RO: สำนัก ส่งเสริมการจัด ประชุมและ นิทรรศการ (ภูมิภาค)	MEGA: ฝ่าย พัฒนาการจัดงาน เมกะอีเวนต์และ เทศกาล นานาชาติ	MICE CAP: ฝ่าย พัฒนาศักยภาพ อุตสาหกรรมไมซ์	GCA: ฝ่ายบริหาร รัฐกิจวิสาหกิจ
ฐาน: ทั้งหมด	247	41	23**	34	50	26**	44	29**
การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน								
ประสานงานกับภาครัฐ/ภาคเอกชนให้มากขึ้น ในทุกกิจกรรมไมซ์	80%	90%	74%	74%	82%	88%	73%	76%
ประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น	54%	63%	48%	56%	52%	54%	55%	45%
ประสานด้านการจัดงานในภาคเอกชนให้มากขึ้น	0%	-	-	-	-	2%	-	-
อบรมกฎหมายให้แก่ฝ่ายการตลาดให้เข้าใจกฎหมายก่อนไปขาย	0%	-	-	-	-	-	-	3%
เป็นองค์การในการสร้างบูรณาการระหว่างหน่วยงานภาครัฐหลายๆ แห่ง เอกชน และผู้จัดงาน	0%	-	-	-	-	4%	-	-
ควรสื่อสารและแนะนำองค์กรให้หลายภาคส่วนรู้จักมากยิ่งขึ้น	0%	2%	-	-	-	-	-	-
ควรให้สื่อสารถึงประโยชน์ของอุตสาหกรรมไมซ์แก่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง	0%	-	-	-	2%	-	-	-
ไม่มี	4%	-	9%	6%	6%	4%	7%	-
กระบวนการภายใน/ ลักษณะเฉพาะองค์กร								
มุ่งเน้นด้านการพัฒนาในระยะยาว/การพัฒนาแบบอย่างยั่งยืน ไม่ใช่พัฒนาเป็นครั้งๆ	59%	54%	52%	59%	56%	69%	57%	72%
ลดระเบียบขั้นตอน/เอกสารการขอการสนับสนุน	54%	59%	57%	68%	60%	42%	55%	31%
นำความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ จากภาคเอกชนมาปรับใช้	49%	61%	43%	50%	34%	46%	59%	45%
ตัวแทนจากหน่วยงานควรเป็นส่วนหนึ่งในการนำการจัดงานมาสู่ภาคเอกชน	1%	-	-	-	-	5%	-	-
สื่อสารภายในองค์กรให้มากขึ้น	0%	-	-	-	-	-	-	3%
ฝ่ายงานภายในประเทศ และต่างประเทศควรประสานงานกันให้มากขึ้น	0%	-	-	-	-	4%	-	-
เกณฑ์การควรมีการให้คะแนนเรื่องความสามารถและศักยภาพมากกว่าราคา	0%	-	-	-	-	2%	-	-
บุคลากรควรสามารถทำงานได้หลากหลายหน้าที่	0%	2%	-	-	-	-	-	-
ไม่มี	4%	-	9%	3%	6%	-	7%	-

ข้อเสนอแนะต่อการทำงานของ สสปน. (Pre-list) (ต่อ)

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็น %	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย						
		MI: ฝ่ายส่งเสริม การจัดประชุมและ การเดินทางเพื่อ เป็นรางวัล	C: ฝ่ายส่งเสริม การจัดประชุม นานาชาติ	E: ฝ่าย อุตสาหกรรม การ แสดงสินค้า นานาชาติ	RO: สำนัก ส่งเสริมการจัด ประชุมและ นิทรรศการ (ภูมิภาค)	MEGA: ฝ่าย พัฒนาการจัดงาน เมกะอีเวนต์และ เทศกาล นานาชาติ	MICE CAP: ฝ่าย พัฒนาศักยภาพ อุตสาหกรรมไมซ์	GCA: ฝ่ายบริหาร รัฐกิจวิสาหกิจ
ฐาน: ทั้งหมด	247	41	23**	34	50	26**	44	29**
สมรรถนะของบุคลากร								
บุคลากร ควรจะมีจำนวนที่เพียงพอในการประสานงาน	49%	54%	57%	26%	50%	65%	48%	48%
บุคลากร ควรจะเปิดกว้าง/เรียนรู้วิธีการใหม่ๆ และ ควรจะพัฒนานวัตกรรม มาตรฐานการทำงานที่ดีขึ้น	45%	54%	48%	53%	30%	35%	41%	62%
บุคลากร ควรจะทำงานอย่างโปร่งใส/เป็นแบบอย่างที่ดีขององค์กรภาครัฐ	23%	20%	35%	26%	14%	23%	20%	31%
บุคลากร ควรจะมีทัศนคติที่ดีในการทำงาน	21%	15%	39%	18%	6%	27%	34%	21%
บุคลากรควรร่วมงานในเวทีของรัฐและเอกชนมากขึ้น	0%	-	-	-	-	-	-	3%
ควรเพิ่มบุคลากรในท้องถิ่นให้มากกว่านี้	0%	-	-	-	2%	-	-	-
บุคลากร ควรจะพัฒนานวัตกรรมมาตรฐานการทำงานที่ดีขึ้น	0%	2%	-	-	-	-	-	-
ไม่มี	14%	7%	26%	12%	18%	15%	16%	7%

ข้อที่พึงพอใจต่อการทำงานของ สสปน.

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็น %	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย						
		MI: ฝ่าย ส่งเสริมการจัด ประชุมและการ เดินทางเพื่อเป็น รางวัล	C: ฝ่ายส่งเสริม การจัดประชุม นานาชาติ	E: ฝ่าย อุตสาหกรรม การแสดงสินค้า นานาชาติ	RO: สำนัก ส่งเสริมการจัด ประชุมและ นิทรรศการ (ภูมิภาค)	MEGA: ฝ่าย พัฒนาการจัด งานเมกะอีเวนท์ และเทศกาล นานาชาติ	MICE CAP: ฝ่ายพัฒนา ศักยภาพ อุตสาหกรรม ไมซ์	GCA: ฝ่าย บริหารธุรกิจ วิสาหกิจ
ฐาน: ทั้งหมด	247	41	23**	34	50	26**	44	29**
สมรรถนะของบุคลากรของ สสปน. (สุทธิ)	28%	22%	30%	26%	34%	38%	27%	21%
บุคลากร ให้คำปรึกษา/คำแนะนำ/ความช่วยเหลือให้ข้อมูลฯได้เป็นอย่างดี	9%	10%	22%	6%	14%	4%	5%	7%
บุคลากร มีความรวดเร็วในการให้บริการ/ให้ข้อมูล/แก้ไขปัญหา	7%	5%	-	12%	8%	12%	11%	-
บุคลากร มีความกระตือรือร้น/ทุ่มเท/มุ่งมั่น	6%	12%	4%	6%	6%	-	2%	7%
บุคลากร มีความรู้ความสามารถ/คุณภาพ/ศักยภาพสูง	4%	2%	9%	6%	2%	4%	2%	10%
บุคลากร น่ารัก/ มีอัธยาศัยดี/ มนุษย์สัมพันธ์ดี	4%	5%	9%	9%	2%	4%	2%	3%
บุคลากร มีความเป็นมืออาชีพในการทำงาน	4%	-	4%	-	4%	8%	11%	-
บุคลากร ช่วยประสานงานได้เป็นอย่างดี	2%	-	4%	3%	2%	-	-	3%
บุคลากร มีความเป็นมิตร/จริงใจ	1%	5%	-	-	-	-	2%	-
บุคลากร มีความทันสมัย	1%	-	-	3%	2%	4%	-	-
บุคลากร มีความตรงไปตรงมา/ซื่อสัตย์/โปร่งใส	1%	-	-	-	2%	4%	2%	-
บุคลากร มีจิตบริการ/มีความพร้อมและใส่ใจ/บริการลูกค้ายอดเยี่ยม	1%	-	-	-	-	4%	2%	-
บุคลากร (ไม่ระบุ)	0%	-	-	-	-	4%	-	-
บุคลากร ในพื้นที่มีจำนวนเพิ่มขึ้น	0%	-	-	-	2%	-	-	-

ข้อที่พึงพอใจต่อการทำงานของ สสปน. (ต่อ)

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็น %	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย						
		MI: ฝ่าย ส่งเสริมการจัด ประชุมและการ เดินทางเพื่อเป็น รางวัล	C: ฝ่ายส่งเสริม การจัดประชุม นานาชาติ	E: ฝ่าย อุตสาหกรรม การแสดงสินค้า นานาชาติ	RO: สำนัก ส่งเสริมการจัด ประชุมและ นิทรรศการ (ภูมิภาค)	MEGA: ฝ่าย พัฒนาการจัด งานเมกะอีเวนท์ และเทศกาล นานาชาติ	MICE CAP: ฝ่ายพัฒนา ศักยภาพ อุตสาหกรรม ไมซ์	GCA: ฝ่าย บริหารรัฐกิจ วิสาหกิจ
ฐาน: ทั้งหมด	247	41	23**	34	50	26**	44	29**
การสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ (สุทธิ) ■ 10%		■ 15%	-	■ 12%	■ 10%	■ 8%	■ 18%	-
ส่งเสริม สนับสนุนและพัฒนาอุตสาหกรรมได้อย่างต่อเนื่องและครอบคลุม	4%	■ 7%	-	■ 3%	■ 4%	■ 4%	■ 7%	-
ได้รับการสนับสนุนและช่วยเหลือเป็นอย่างดีจากสสปน.	2%	■ 2%	-	■ 6%	■ 4%	-	■ 2%	-
สนับสนุนด้านการจัดงาน/จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์	2%	■ 5%	-	-	■ 2%	■ 4%	-	-
สนับสนุนให้ผู้ประกอบการและพันธมิตรเข้าร่วมงานที่จัดโดย สสปน. อย่าง สม่ำเสมอ	1%	-	-	■ 3%	-	-	■ 2%	-
สนับสนุนด้านเงินทุน	1%	-	-	-	-	-	■ 5%	-
จัดงานโดยตระหนักถึงความยั่งยืน	1%	-	-	-	-	■ 4%	■ 2%	-
มีการให้คำปรึกษาในการผลักดันให้หน่วยงานต่างๆเข้าสู่อุตสาหกรรมอย่างมี มาตรฐาน	0%	-	-	-	-	-	■ 2%	-
มีนโยบายที่ช่วยสนับสนุนและส่งเสริมเอกชนผู้ที่ได้รับผลกระทบจากโควิด 19	0%	-	-	-	-	-	■ 2%	-
กระบวนการภายใน/ลักษณะเฉพาะองค์กรของ สสปน. (สุทธิ) ■ 7%		■ 5%	■ 9%	■ 9%	■ 8%	■ 4%	■ 11%	-
มีการดำเนินงานตามนโยบายอย่างชัดเจน	2%	■ 2%	■ 4%	-	■ 4%	-	■ 2%	-
รับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากทุกฝ่ายเพื่อนำไปปรับปรุงการให้บริการ	1%	-	■ 4%	-	-	-	■ 5%	-
สะดวกในการประสานงานเพราะเป็นหน่วยงานของรัฐที่มีกระบวนการทำงาน แบบเอกชน	1%	-	-	-	■ 2%	■ 4%	-	-
ยืดหยุ่นและตอบสนองต่อตลาด	0%	-	-	■ 3%	-	-	-	-
มีมาตรฐานการจัดการที่เป็นสากล	0%	-	-	■ 3%	-	-	-	-
สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับประเทศในอุตสาหกรรมไมซ์	0%	■ 2%	-	-	-	-	-	-
สนับสนุนให้เกิดการทำงานร่วมกัน	0%	-	-	-	■ 2%	-	-	-
สสปน. มีการทำงานที่ดี สามารถปฏิบัติงานได้ผลจริง	0%	-	-	■ 3%	-	-	-	-
เป็นหน่วยงานต้นแบบขององค์กรในยุคใหม่	0%	-	-	-	-	-	■ 2%	-
สสปน. สามารถเข้าถึงได้ง่าย	0%	■ 2%	-	-	-	-	-	-
มีการประสานงานเฉพาะด้านทำให้ได้ข้อมูลเชิงลึก	0%	-	-	-	-	-	■ 2%	-

ข้อที่พึงพอใจต่อการทำงานของ สสพ. (ต่อ)

แยกตามฝ่ายของ สสพ.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็น %	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย						
		MI: ฝ่าย ส่งเสริมการจัด ประชุมและการ เดินทางเพื่อเป็น รางวัล	C: ฝ่ายส่งเสริม การจัดประชุม นานาชาติ	E: ฝ่าย อุตสาหกรรม การแสดงสินค้า นานาชาติ	RO: สำนัก ส่งเสริมการจัด ประชุมและ นิทรรศการ (ภูมิภาค)	MEGA: ฝ่าย พัฒนาการจัด งานเมกะอีเวนท์ และเทศกาล นานาชาติ	MICE CAP: ฝ่ายพัฒนา ศักยภาพ อุตสาหกรรม ไมซ์	GCA: ฝ่าย บริหารธุรกิจ วิสาหกิจ
ฐาน: ทั้งหมด	247	41	23**	34	50	26**	44	29**
การพัฒนาธุรกิจไมซ์ (สุทธิ)	6%	7%	13%	-	4%	12%	9%	-
พัฒนาธุรกิจไมซ์เพื่อความก้าวหน้าและช่วยส่งเสริมให้ประเทศไทยให้สามารถ แข่งขันกับต่างประเทศได้	2%	7%	-	-	-	4%	-	-
ส่งเสริมความรู้เพื่อพัฒนาเครือข่ายไมซ์	2%	-	4%	-	2%	-	5%	-
พัฒนาและผลักดันอุตสาหกรรม/ธุรกิจไมซ์อย่างต่อเนื่อง	1%	-	9%	-	-	-	-	-
พัฒนานุคลากรที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม	0%	-	-	-	-	4%	-	-
มีความเข้าใจความต้องการในอุตสาหกรรม	0%	-	-	-	-	-	2%	-
ส่งเสริมให้ธุรกิจไมซ์เป็นเครื่องมือในการพัฒนาประเทศด้วยการร่วมมือ กับเอกชน	0%	-	-	-	-	4%	-	-
พัฒนาโครงการเพื่อกระจายความรู้สู่ชุมชน ช่วยเหลือและสร้างอาชีพให้ชุมชน	0%	-	-	-	2%	-	-	-
เป็นสื่อกลางที่ตีระหว่งหน่วยงานต่างๆทั้งภาครัฐและเอกชนและช่วยพัฒนา ธุรกิจไมซ์ให้เติบโตสู่สากล	0%	-	-	-	-	-	2%	-
การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชนในธุรกิจไมซ์ (สุทธิ)	4%	5%	-	6%	8%	4%	2%	3%
มีการอำนวยความสะดวกและประสานงานอย่างต่อเนื่องและครบถ้วนสมบูรณ์	2%	2%	-	3%	4%	4%	-	3%
ให้การช่วยเหลือได้รับความร่วมมือเป็นอย่างดี	1%	-	-	3%	-	-	2%	-
ให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ชัดเจน	1%	2%	-	-	2%	-	-	-
ให้ข้อมูลที่ชัดเจน	0%	-	-	-	2%	-	-	-
ไม่มี	55%	59%	57%	53%	52%	46%	50%	76%

ข้อที่ไม่พึงพอใจต่อการทำงานของ สสพ.น.

แยกตามฝ่ายของ สสพ.น.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็น %	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย						
		MI: ฝ่าย ส่งเสริมการจัด ประชุมและการ เดินทางเพื่อเป็น รางวัล	C: ฝ่ายส่งเสริม การจัดประชุม นานาชาติ	E: ฝ่าย อุตสาหกรรม การแสดงสินค้า นานาชาติ	RO: สำนัก ส่งเสริมการจัด ประชุมและ นิทรรศการ (ภูมิภาค)	MEGA: ฝ่าย พัฒนาการจัด งานเมกะอีเวนท์ และเทศกาล นานาชาติ	MICE CAP: ฝ่ายพัฒนา ศักยภาพ อุตสาหกรรม ไมซ์	GCA: ฝ่าย บริหารธุรกิจ วิสาหกิจ
ฐาน: ทั้งหมด	247	41	23**	34	50	26**	44	29**
กระบวนการภายใน/ลักษณะเฉพาะองค์กรของ สสพ.น. (สุทธิ)	8%	7%	13%	12%	8%	8%	7%	-
มีขั้นตอน ข้อปฏิบัติ และรายละเอียดที่เยอะและเข้มนวตเกินไป	4%	2%	9%	12%	4%	-	2%	-
มีความซ้ำซ้อน ในกระบวนการการทำงาน	1%	2%	-	3%	-	-	2%	-
กฎระเบียบและหลักเกณฑ์ไม่ชัดเจน	0%	-	-	-	2%	-	-	-
มีการทำงานเหมือนข้าราชการมากเกินไป	0%	-	-	-	-	4%	-	-
มีความล่าช้าในการทำเอกสาร	0%	-	-	-	-	4%	-	-
ไม่สามารถให้การช่วยเหลือภาคเอกชนในสถานการณ์โควิด 19 ได้	0%	-	-	-	-	-	2%	-
ไม่สามารถแก้ไขปัญหา/หาคำตอบเชิงลึกได้ชัดเจน	0%	-	4%	-	-	-	-	-
ระบบการขอเอกสารยังไม่ทันสมัย	0%	-	-	-	2%	-	-	-
ความล่าช้าในการจ่ายเงิน	0%	2%	-	-	-	-	-	-
สมรรถนะของบุคลากรของ สสพ.น. (สุทธิ)	5%	2%	-	3%	10%	8%	5%	3%
บุคลากร ไม่เพียงพอ	2%	-	-	-	8%	4%	-	-
บุคลากร ไม่มีความชำนาญในการทำงานและแก้ไขปัญหา	1%	-	-	-	2%	4%	-	-
บุคลากร มีการเลือกปฏิบัติ	1%	-	-	3%	-	-	2%	-
บุคลากร ดำเนินงานช้า/ขาดความกระตือรือร้นในการทำงาน	0%	-	-	-	-	-	2%	-
บุคลากร ขาดความเป็นมืออาชีพในการทำงาน	0%	2%	-	-	-	-	-	-
ฝ่ายขาย (ไม่รวม)	0%	-	-	-	-	-	-	3%

ข้อที่ไม่พึงพอใจต่อการทำงานของ สสปน. (ต่อ)

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็น %	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย						
		MI: ฝ่าย ส่งเสริมการจัด ประชุมและการ เดินทางเพื่อเป็น รางวัล	C: ฝ่ายส่งเสริม การจัดประชุม นานาชาติ	E: ฝ่าย อุตสาหกรรม การแสดงสินค้า นานาชาติ	RO: สำนัก ส่งเสริมการจัด ประชุมและ นิทรรศการ (ภูมิภาค)	MEGA: ฝ่าย พัฒนาการจัด งานเมกะอีเวนต์ และเทศกาล นานาชาติ	MICE CAP: ฝ่ายพัฒนา ศักยภาพ อุตสาหกรรม ไมซ์	GCA: ฝ่าย บริหารธุรกิจ วิสาหกิจ
ฐาน: ทั้งหมด	247	41	23**	34	50	26**	44	29**
การสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ (สุทธิ)	4%	7%	-	6%	-	12%	5%	3%
ขาดความต่อเนื่องในการสนับสนุนด้านประชาสัมพันธ์	1%	2%	-	-	-	-	2%	3%
ควรช่วยสนับสนุนการจัดงานขนาดย่อมมากกว่านี้	1%	-	-	3%	-	-	2%	-
ขั้นตอนการสนับสนุนมีขั้นตอนซ้ำซ้อนทำให้ล่าช้า	1%	-	-	-	-	4%	2%	-
กิจกรรมที่จัดขึ้นโครงการสนับสนุนยังไม่ชัดเจน	0%	-	-	-	-	4%	-	-
ควรสนับสนุนผลิตภัณฑ์สถานที่ประชุมทำ TMVS, AMVS เพื่อการประชุม ที่ยั่งยืนให้มากขึ้น	0%	-	-	-	-	-	2%	-
ปรับปรุงมาตรฐานการสนับสนุนตามสถานการณ์เรื่องความเท่าเทียมในการ จัดการแคมเปญ	0%	-	-	3%	-	-	-	-
สนับสนุนเงินทุนจากรัฐบาลหรือดึงเงินจากเอกชนรายใหญ่มาช่วยเหลือ เอกชนรายเล็ก	0%	-	-	-	-	4%	-	-
ควรเพิ่มงบให้สสปน. ทำงานได้อย่างคล่องตัวและมีประสิทธิภาพขึ้นไป	0%	2%	-	-	-	-	-	-
อยากให้จัดงานที่เมืองรองหรือจังหวัดอื่น ๆ มากกว่านี้เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ	0%	2%	-	-	-	-	-	-
การพัฒนาธุรกิจไมซ์ (สุทธิ)	0%	-	-	3%	-	-	-	-
ควรมีกิจกรรมอื่นๆทั้งออนไลน์และออฟไลน์เพื่อสามารถดำเนินการ ในต่างประเทศได้	0%	-	-	3%	-	-	-	-
การพัฒนาขีดความสามารถ/เสริมสร้างรากฐานธุรกิจไมซ์ (สุทธิ)	0%	-	4%	-	-	-	-	-
ขาดแคลนข้อมูลข่าวสาร/องค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์	0%	-	4%	-	-	-	-	-
ไม่มี	83%	85%	83%	76%	82%	73%	84%	93%

ข้อเสนอแนะต่อการทำงานของ สสปน.

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็น %	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย						
		MI: ฝ่าย ส่งเสริมการจัด ประชุมและการ เดินทางเพื่อเป็น รางวัล	C: ฝ่ายส่งเสริม การจัดประชุม นานาชาติ	E: ฝ่าย อุตสาหกรรม การแสดงสินค้า นานาชาติ	RO: สำนัก ส่งเสริมการจัด ประชุมและ นิทรรศการ (ภูมิภาค)	MEGA: ฝ่าย พัฒนาการจัด งานเมกะอีเวนท์ และเทศกาล นานาชาติ	MICE CAP: ฝ่ายพัฒนา ศักยภาพ อุตสาหกรรม ไมซ์	GCA: ฝ่าย บริหารธุรกิจ วิสาหกิจ
ฐาน: ทั้งหมด	247	41	23**	34	50	26**	44	29**
การสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ (สุทธิ)	10%	10%	-	12%	12%	15%	16%	-
จัดกิจกรรมการตลาดให้ครอบคลุมทั่วทุกภูมิภาค	2%	5%	-	-	-	4%	2%	-
ประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องให้คนรู้จักไมซ์มากขึ้น	1%	2%	-	3%	2%	-	-	-
สนับสนุนการพัฒนายกระดับมาตรฐานสำหรับกลุ่มโรงแรม	1%	-	-	-	-	-	7%	-
ควรมีการจัดสรรงบประมาณในการสนับสนุนอย่างเหมาะสม	1%	2%	-	3%	-	-	-	-
ควรเพิ่มงบประมาณ	1%	-	-	-	2%	4%	-	-
จัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง	0%	2%	-	-	-	-	-	-
มุ่งเน้นให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์ ประโยชน์ของอุตสาหกรรม อย่างจริงจัง	0%	-	-	-	-	4%	-	-
สนับสนุนภาคเอกชนในฐานะที่เป็นศูนย์กลางของผู้ประกอบการ	0%	-	-	-	2%	-	-	-
ควรกำหนดมาตรการช่วยเหลือกลับมาจัดงานแสดงสินค้านานาชาติได้อีกครั้ง	0%	-	-	3%	-	-	-	-
ผลักดันให้เกิดกิจกรรมระดับนานาชาติในประเทศไทย	0%	-	-	-	-	4%	-	-
ควรสนับสนุนงานต่างจังหวัดที่เป็น B2C มากขึ้น	0%	-	-	-	-	-	2%	-
สนับสนุนด้านการสื่อสารการตลาดให้แก่ผู้จัดกิจกรรม (organizer)	0%	-	-	-	2%	-	-	-
ส่งเสริมการจัดงานแบบ Social Distancing	0%	-	-	-	-	-	2%	-
ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้ลงไปในพื้นที่หลายๆที่ในต่างจังหวัดมากขึ้น	0%	-	-	-	-	-	2%	-
นักธุรกิจสามารถเข้าถึงการใช้งบประมาณได้โดยตรง	0%	-	-	-	2%	-	-	-
ควรให้การสนับสนุนเพิ่มเติมภายใต้สถานการณ์ปัจจุบัน	0%	-	-	3%	-	-	-	-
อยากให้สนับสนุนเรื่องการวิจัยมากขึ้น	0%	-	-	-	2%	-	-	-
ส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ ในระดับภูมิภาค	0%	-	-	-	2%	-	-	-

ข้อเสนอแนะต่อการทำงานของ สสปน. (ต่อ)

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็น %	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย						
		MI: ฝ่าย ส่งเสริมการจัด ประชุมและการ เดินทางเพื่อเป็น รางวัล	C: ฝ่ายส่งเสริม การจัดประชุม นานาชาติ	E: ฝ่าย อุตสาหกรรม การส่งออกสินค้า นานาชาติ	RO: สำนัก ส่งเสริมการจัด ประชุมและ นิทรรศการ (ภูมิภาค)	MEGA: ฝ่าย พัฒนาการจัด งานเมกะอีเวนต์ และเทศกาล นานาชาติ	MICE CAP: ฝ่ายพัฒนา ศักยภาพ อุตสาหกรรม ไมซ์	GCA: ฝ่าย บริหารรัฐกิจ วิสาหกิจ
ฐาน: ทั้งหมด	247	41	23**	34	50	26**	44	29**
กระบวนการภายใน/ลักษณะเฉพาะองค์กรของ สสปน. (สุทธิ)	7%	7%	4%	6%	8%	8%	11%	3%
ลดระเบียบขั้นตอนในการปฏิบัติงานและเอกสารลงเพื่อความรวดเร็ว	2%	5%	4%	3%	2%	-	-	-
ปรับระเบียบให้ยืดหยุ่นและเหมาะสมกับสถานการณ์เพื่อเพิ่มความคล่องตัว	1%	-	-	-	2%	-	2%	-
สนับสนุนการทำงานเป็นทีมในองค์กร	1%	2%	-	-	-	-	2%	-
ควรมีการกำหนดวันที่ใหม่สำหรับการเปลี่ยนเกณฑ์ไม่ให้เกิดในช่วงครึ่งปีแรก	1%	-	-	-	-	4%	2%	-
มุ่งเน้นด้านการพัฒนากิจกรรมไมซ์ในระยะยาวอย่างยั่งยืน	0%	-	-	-	2%	-	-	-
พัฒนาช่องทางการประชาสัมพันธ์ในประเทศให้มากขึ้น	0%	-	-	3%	-	-	-	-
ควรจัดส่งเจ้าหน้าที่ติดตามการประเมินผลอย่างต่อเนื่อง	0%	-	-	-	-	4%	-	-
ควรอบรมผู้บริหารระดับสูงของจังหวัดให้มีความเข้าใจกลุ่มตลาดไมซ์ให้มากขึ้น	0%	-	-	-	-	-	2%	-
ควรมีการเก็บรักษาข้อมูลให้มากกว่านี้	0%	-	-	-	2%	-	-	-
ฝ่ายขายควรเรียนรู้กฎระเบียบของประเทศให้มากขึ้น	0%	-	-	-	-	-	2%	-
ฝ่ายขายไม่ควรสร้างปัญหาให้หน่วยงานราชการอื่น	0%	-	-	-	-	-	-	3%
สมรรถนะของบุคลากรของ สสปน. (สุทธิ)	6%	5%	-	3%	14%	4%	7%	-
บุคลากร ควรจะมีทัศนคติที่ดีในการทำงาน	2%	5%	-	-	6%	-	2%	-
บุคลากร ควรจะมีจำนวนที่เพียงพอในการประสานงาน	2%	-	-	-	6%	4%	2%	-
บุคลากร ควรจะประสานงานให้รวดเร็วขึ้น	1%	-	-	-	2%	-	2%	-
บุคลากร ควรจะทำงานอย่างมืออาชีพ	0%	-	-	3%	-	-	-	-

ข้อเสนอแนะต่อการทำงานของ สสปน. (ต่อ)

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็น %	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย						
		MI: ฝ่าย ส่งเสริมการจัด ประชุมและการ เดินทางเพื่อเป็น รางวัล	C: ฝ่ายส่งเสริม การจัดประชุม นานาชาติ	E: ฝ่าย อุตสาหกรรม การส่งออกสินค้า นานาชาติ	RO: สำนัก ส่งเสริมการจัด ประชุมและ นิทรรศการ (ภูมิภาค)	MEGA: ฝ่าย พัฒนาการจัด งานเมกะอีเวนต์ และเทศกาล นานาชาติ	MICE CAP: ฝ่ายพัฒนา ศักยภาพ อุตสาหกรรม ไมซ์	GCA: ฝ่าย บริหารรัฐกิจ วิสาหกิจ
ฐาน: ทั้งหมด	247	41	23**	34	50	26**	44	29**
การพัฒนาขีดความสามารถ/เสริมสร้างรากฐานธุรกิจไมซ์ (สุทธิ)	3%	2%	13%	-	2%	4%	2%	3%
ใช้เทคโนโลยีและระบบออนไลน์ เพื่อลดความซ้ำซ้อน	1%	-	9%	-	-	-	-	-
ใช้ระบบ Data Analytics ในการวิเคราะห์การทำงานให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย	0%	-	-	-	-	4%	-	-
การเพิ่มขีดความสามารถจัดงานด้วย IT Tool ต่างๆ ให้ผู้ประกอบการเน้นการจัดงานแบบOnline	0%	-	-	-	-	-	2%	-
ควรเข้าถึงธุรกิจไมซ์ให้มากกว่านี้	0%	-	-	-	-	-	-	3%
เสริมความรู้เกี่ยวกับไมซ์ให้ถึงระดับชุมชน	0%	-	-	-	2%	-	-	-
ควรอัปเดตข้อมูลของโรงแรมและสถานที่จัดงาน	0%	2%	-	-	-	-	-	-
เพิ่มข้อมูลเกี่ยวกับทางเลือกในการเลือกใช้ Agency ที่หลากหลายมากขึ้น	0%	-	4%	-	-	-	-	-
การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชนในธุรกิจไมซ์ (สุทธิ)	2%	-	-	-	6%	4%	5%	-
ควรมีการเพิ่มสำนักงานหรือสร้างเครือข่ายในภูมิภาคให้มากขึ้น	1%	-	-	-	4%	4%	-	-
เปิดโอกาสหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนทำงานร่วมกันอย่างใกล้ชิด เพื่อนำ ผลไปพัฒนาต่อยอด	0%	-	-	-	-	-	2%	-
ควรเร่งทำการตลาดภายในประเทศสำหรับผู้ประกอบการช่วงหลังโควิด	0%	-	-	-	-	-	2%	-
เป็นตัวกลางเจรจากับภาครัฐให้ มีการเร่งการจัดประชุมสัมมนา นิทรรศการ ในประเทศ	0%	-	-	-	-	-	2%	-
มีต้นแบบที่ชัดเจนที่สามารถเผยแพร่ เรียนรู้ ระหว่างกันได้	0%	-	-	-	2%	-	-	-

ข้อเสนอแนะต่อการทำงานของ สสปน. (ต่อ)

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

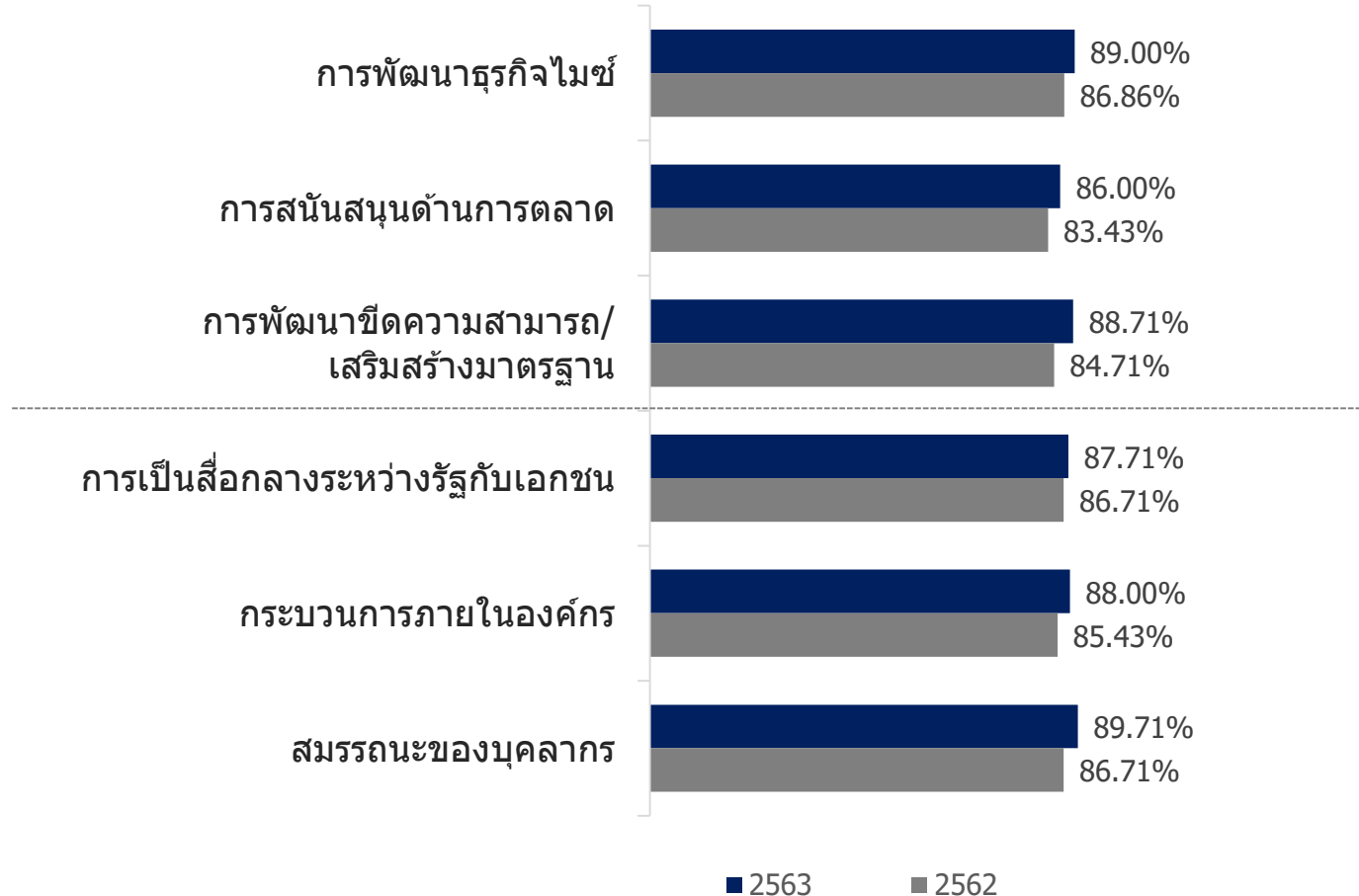
ข้อมูลในตาราง แสดงเป็น %	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย						
		MI: ฝ่าย ส่งเสริมการจัด ประชุมและการ เดินทางเพื่อเป็น รางวัล	C: ฝ่ายส่งเสริม การจัดประชุม นานาชาติ	E: ฝ่าย อุตสาหกรรม การส่งออกสินค้า นานาชาติ	RO: สำนัก ส่งเสริมการจัด ประชุมและ นิทรรศการ (ภูมิภาค)	MEGA: ฝ่าย พัฒนาการจัด งานเมกะอีเวนท์ และเทศกาล นานาชาติ	MICE CAP: ฝ่ายพัฒนา ศักยภาพ อุตสาหกรรม ไมซ์	GCA: ฝ่าย บริหารธุรกิจ วิสาหกิจ
ฐาน: ทั้งหมด	247	41	23**	34	50	26**	44	29**
การพัฒนาธุรกิจไมซ์ (สุทธิ)	2%	2%	4%	3%	2%	-	-	-
ควรช่วยกันพัฒนาระบบให้เทียบเท่าระดับสากล	0%	-	4%	-	-	-	-	-
ควรขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ในระดับพื้นที่ในภาคเดียวกันให้มีความแตกต่างและ เสริมจุดเด่นแต่ละจังหวัดให้มีเอกลักษณ์	0%	-	-	-	2%	-	-	-
ควรมีการวางแผนพัฒนาในระยะยาว	0%	-	-	3%	-	-	-	-
ควรมีการเตรียมข้อมูลของธุรกิจไมซ์ในประเทศและทั่วโลกให้มากขึ้น	0%	2%	-	-	-	-	-	-
ไม่มี	72%	76%	83%	76%	58%	65%	64%	93%

ส่วนที่ 2:

ผลการประเมินทัศนคติต่อ การบริหารจัดการของ สสปน. (6 มิติสำคัญขององค์กร)

ผลการประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน.

ร้อยละค่าเฉลี่ย



ผลการประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน.

ในปี 2563 แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็น ร้อยละ	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย						
		MI: ฝ่าย ส่งเสริมการจัด ประชุมและการ เดินทางเพื่อ เป็นรางวัล	C: ฝ่ายส่งเสริม การจัดประชุม นานาชาติ	E: ฝ่าย อุตสาหกรรม การส่งออก สินค้า นานาชาติ	RO: สำนัก ส่งเสริมการจัด ประชุมและ นิทรรศการ (ภูมิภาค)	MEGA: ฝ่าย พัฒนาการจัด งานเมกะอี เวนท์และ เทศกาล นานาชาติ	MICE CAP: ฝ่ายพัฒนา ศักยภาพ อุตสาหกรรม ไมซ์	GCA: ฝ่าย บริหารรัฐกิจ วิสาหกิจ
ฐาน: ทั้งหมด	247	41	23**	34	50	26**	44	29**
การพัฒนาธุรกิจไมซ์	89.00	87.43	90.00	86.29	90.43	87.57	90.71	89.43
การสนับสนุนด้านการตลาด	86.00	83.71	87.00	84.43	88.57	83.86	87.57	85.57
การพัฒนาขีดความสามารถ/ เสริมสร้างมาตรฐาน	88.71	87.86	89.71	85.71	89.57	86.57	91.43	89.71
การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	87.71	88.43	91.43	80.86	81.57	91.86	92.29	88.43
กระบวนการภายในองค์กร	88.00	84.71	89.29	85.57	90.86	87.29	88.43	90.00
สมรรถนะของบุคลากร	89.71	87.29	92.57	86.57	93.14	90.00	88.86	89.57

ผลการประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน.

ในปี 2563 ของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ แยกตามสำนักงานภาคแต่ละภาค

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็น ร้อยละ	ทั้งหมด	ทั้งหมดของ แผนก RO	ภาค				
			North: ภาคเหนือ	Central & Eastern: ภาคกลาง และภาค ตะวันออก	Western & South: ภาคใต้และ ภาคตะวันตก	Northeast: ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ	Non-track
ฐาน: ทั้งหมด	247	50	12**	8**	8**	18**	4**
การพัฒนาธุรกิจใหม่	89.00	90.43	92.29	85.00	85.14	93.71	90.86
การสนับสนุนด้านการตลาด	86.00	88.57	89.86	81.29	84.57	93.57	85.14
การพัฒนาขีดความสามารถ/ เสริมสร้างมาตรฐาน	88.71	89.57	90.00	86.43	84.29	91.86	94.29
การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	87.71	88.71	86.71	88.43	88.29	89.43	88.29
กระบวนการภายในองค์กร	88.00	90.86	92.43	85.00	84.29	95.57	89.29
สมรรถนะของบุคลากร	89.71	93.14	92.29	89.00	88.86	97.43	93.71

ผลการประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน.

ในรายละเอียดต่าง ๆ (1)

ฐาน:		ข้อมูลในกราฟแสดงเป็น %	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ 3 ระดับบน	% ตอบไม่ได้/ไม่ทราบว่ามี (n=247)
การพัฒนาธุรกิจ MICE			6.23	94.70%	
246	การผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำด้านการประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติในภูมิภาคเอเชีย ได้อย่างเต็มที่	001210 31 56	6.38	97%	1%
245	การผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ระดับนานาชาติ หรือ MICE Destination ได้อย่างเต็มที่	001210 34 53	6.36	97%	1%
237	การผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้เป็นศูนย์กลางของอาเซียนอย่างมีประสิทธิภาพ	001310 34 52	6.33	96%	2%
244	การขับเคลื่อนกิจกรรมไมซ์ตรงตามความต้องการของตลาด ศักยภาพ และนโยบายของประเทศ	001412 34 49	6.26	95%	1%
245	การรักษาและสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์ ให้เติบโตอย่างมั่นคงและมีความยั่งยืน	000217 33 48	6.25	98%	0%
245	การกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านธุรกิจไมซ์ อย่างมีประสิทธิภาพ	000416 31 48	6.23	96%	1%
243	การสนับสนุนผู้จัดงานและผู้ประกอบการไมซ์ด้วยการให้บริการแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19	001716 27 49	6.15	92%	4%
237	การกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์ทั่วภูมิภาค	000520 32 41	6.04	93%	4%
231	การกำหนดมาตรการเยียวยาในสถานการณ์การระบาดของไวรัสโควิด-19 ช่วยให้ผู้ประกอบการไมซ์ พัฒนาธุรกิจของตนให้ดำเนินการต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19	003716 27 45	5.99	88%	6%

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

ผลการประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน.

ในรายละเอียดต่าง ๆ (1)

ฐาน:		ข้อมูลในกราฟแสดงเป็น %	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ 3 ระดับบน	% ตอบไม่ได้/ไม่ทราบว่ามี (n=247)
การสนับสนุนด้านการตลาด			6.02	92.91%	
196	การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่หลากหลาย	0024 17 34 43	6.13	94%	3%
240	การนำเสนอวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ความเป็นไทยผ่านรูปแบบการจัดกิจกรรมไมซ์	1016 15 35 43	6.10	93%	3%
244	การประชาสัมพันธ์ ข่าวสารเกี่ยวกับภาพลักษณ์ขององค์กร สสปน. ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ สื่อโทรทัศน์ ได้อย่างครอบคลุม	0015 20 34 39	6.04	93%	1%
196	การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ	0023 24 35 36	6.01	95%	3%
243	การประชาสัมพันธ์ ข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ สื่อโทรทัศน์ ได้อย่างครอบคลุม	0017 22 30 39	5.97	91%	2%
187	การจัดทำและเผยแพร่ปฏิทินกิจกรรมไมซ์ประจำปี	0028 22 33 35	5.91	90%	8%
การพัฒนาขีดความสามารถ/ เสริมสร้างมาตรฐาน			6.21	95.77%	
220	การสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ ให้เทียบเท่าระดับสากล	0004 11 34 50	6.30	96%	4%
223	การผลักดันและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการและผู้จัดงานไมซ์ ผ่านการรับรองมาตรฐานด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน	0013 14 34 48	6.26	96%	3%
225	การให้ข้อมูลและองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์แก่ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจได้อย่างรวดเร็ว และ ได้อย่างครอบคลุม	0004 16 36 45	6.22	96%	2%
222	การให้ความรู้ในเรื่องการจัดงานไมซ์ ในรูปแบบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แก่ผู้ประกอบการ ผู้จัดงานไมซ์ ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ที่เกี่ยวข้อง อย่างครบถ้วน และ เข้าใจง่าย	0014 14 37 44	6.18	95%	3%
222	การให้ข้อมูลและองค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้ บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจอย่างสม่ำเสมอเป็นประจำทุกเดือน	0014 18 36 42	6.14	96%	3%

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

ผลการประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน. ในรายละเอียดต่าง ๆ (3)

ฐาน:

ข้อมูลในกราฟแสดงเป็น %

ค่าเฉลี่ย

ร้อยละ
3 ระดับบน

% ตอบไม่ได้/
ไม่ทราบว่ามี
(n=247)

การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน

6.14

93.23%

240	การเป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้เป็นอย่างดี	0004103848	6.27	95%	3%
242	การอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย อย่างเต็มที่	0013123549	6.26	95%	2%
236	การเป็นสื่อกลางที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการไมซ์ในการดำเนิน ธุรกิจไปอีกช่องทางหนึ่ง อาทิ การจัดงานประชุมและหรือ/การแสดงสินค้าผ่านระบบ ออนไลน์ หรือ การออกมาตรฐานต่างๆที่มาช่วยผู้ประกอบการไมซ์ MICE Hygiene Guidelinesในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19	0115133347	6.19	94%	4%
234	การรายงานและให้ข้อมูลสถานการณ์ ความเคลื่อนไหว และผลกระทบจากการระบาดของไวรัสโควิด-19 ให้กับผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้องธุรกิจไมซ์ได้อย่างต่อเนื่อง และรวดเร็ว ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19	0026153245	6.11	91%	5%
232	การสื่อสารผ่าน Infographic เกี่ยวกับคำแนะนำและแนวทางปฏิบัติต่างๆ ในช่วงของการระบาดของไวรัสโควิด-19ให้กับผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้องธุรกิจไมซ์ได้อย่าง ชัดเจนและเข้าใจง่าย	0026143641	6.08	92%	6%
226	การสร้างกิจกรรมไมซ์เพื่อลดความเหลื่อมล้ำในแต่พื้นที่ ได้อย่างเต็มที่	0025193538	5.98	92%	9%

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

ผลการประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสพน.

ในรายละเอียดต่าง ๆ (3)

ฐาน:

ข้อมูลในกราฟแสดงเป็น %

ค่าเฉลี่ย

ร้อยละ
3 ระดับบน

% ตอบไม่ได้/
ไม่ทราบว่ามี

(n=247)

กระบวนการภายใน/ ลักษณะเฉพาะองค์กร

6.16

93.72%

242	การสร้างภาพลักษณ์ของ สสพน. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์	0004113747	6.25	95%	2%
243	การให้บริการผ่านระบบงานของ สสพน. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์	0005143545	6.19	95%	2%
241	การเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของ สสพน.	0113143248	6.18	94%	2%
235	การสร้างปฏิสัมพันธ์และความเชื่อใจอย่างต่อเนื่องให้กับผู้ประกอบการในสถานการณ์ฉุกเฉิน ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19	0005153445	6.18	94%	5%
235	การปฏิบัติงานที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเชื่อมั่นในกระบวนการและมาตรการรับมือของ สสพน. ต่อสถานการณ์โควิด-19	0015143446	6.18	94%	5%
239	การให้ความชัดเจนในนโยบายและทิศทางการดำเนินงานของ สสพน. เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง	0006153246	6.17	93%	3%
243	การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency) เกิดผลงานเป็นรูปธรรมเมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน	0114153445	6.14	94%	2%
232	การนำความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ มาปรับปรุงการทำงานของ สสพน. อย่างต่อเนื่อง	0125123644	6.10	92%	6%
241	การปฏิบัติงานที่มีความคล่องตัว (Flexibility) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน	0125173243	6.05	92%	2%

■ ฟังพจนน้อยที่สุด (1) ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 ■ 6 ■ ฟังพจนมากที่สุด (7)

ผลการประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน.

ในรายละเอียดต่าง ๆ (4)

ฐาน:		ข้อมูลในกราฟแสดงเป็น %	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ 3 ระดับบน	% ตอบไม่ได้/ ไม่ทราบว่ามี (n=247)
สมรรถนะของบุคลากร			6.28	93.94%	
243	บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส (Have Good Governance)	000311 28 57	6.36	96%	2%
239	บุคลากรของ สสปน. มีการรักษาปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและผู้ประกอบการไม่ว่าภายใต้สถานการณ์ที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการทำงาน อาทิ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19	00149 28 58	6.36	95%	3%
245	บุคลากรของ สสปน. เข้าใจวิธีการจัดงานอีเวนต์ (events) ของอุตสาหกรรมไมซ์ เป็นอย่างดี	011310 27 58	6.35	95%	1%
242	บุคลากรของ สสปน. มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร (Ready for Change to New Development) ให้ทันยุคสมัย	010411 29 56	6.33	95%	2%
237	บุคลากรของ สสปน. มีการปรับตัวและพร้อมรับมือกับสถานการณ์การระบาดของไวรัสโควิด-19	00159 30 54	6.32	94%	4%
245	บุคลากรของ สสปน. มีความเป็นมืออาชีพในการบริการและประสานงานให้กับลูกค้า/ผู้รับบริการ ได้อย่างรวดเร็ว	010313 27 56	6.31	95%	1%
247	บุคลากรของ สสปน. สามารถให้คำแนะนำหรือรายละเอียดของระเบียบขั้นตอนและกระบวนการทำงานภายใน ได้เป็นอย่างดี	01159 30 54	6.28	93%	0%
245	บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่พร้อมต่อการผลักดันให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆและมีความคิดสร้างสรรค์เสมอ (Be Innovative and Creative)	002510 28 54	6.27	93%	1%
247	บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถและทักษะที่ดีเยี่ยมในการสื่อสาร (Have Effective Communication Skills) กับทีมงาน และ ผู้เกี่ยวข้อง	011512 29 51	6.21	93%	0%
243	บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิดได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ ได้อย่างทันท่วงที	012313 31 50	6.20	94%	2%
245	บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่ทำงานโดยใช้หลักความคิดแบบมีวิจารณญาณ แบบมีเหตุผล มีตรรกะที่ชัดเจนเสมอ (Have Critical Thinking)	011414 31 48	6.17	93%	1%
240	บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาหรือจัดการกับความขัดแย้งในสถานการณ์ที่ซับซ้อน หรือในสถานการณ์ที่มีความคลุมเครือได้อย่างมีประสิทธิภาพและอย่างรวดเร็ว	022511 31 49	6.16	92%	3%

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

ผลการประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน.

ในรายละเอียดต่าง ๆ แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นค่าเฉลี่ย	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย						
		MI: ฝ่าย ส่งเสริมการจัด ประชุมและการ เดินทางเพื่อ เป็นรางวัล	C: ฝ่าย ส่งเสริมการจัด ประชุมนานาชาติ	E: ฝ่าย อุตสาหกรรม การ แสดง สินค้า นานาชาติ	RO: สำนัก ส่งเสริมการจัด ประชุมและ นิทรรศการ (ภูมิภาค)	MEGA: ฝ่าย พัฒนาการจัด งานเมกะอี เวนท์และ เทศกาล นานาชาติ	MICE CAP: ฝ่ายพัฒนา ศักยภาพ อุตสาหกรรม ไมซ์	GCA: ฝ่าย บริหารธุรกิจ วิสาหกิจ
ฐาน: ทั้งหมด	247	41	23**	34	50	26**	44	29**
การพัฒนาธุรกิจ MICE								
○ การผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำด้านการประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติในภูมิภาคเอเชีย ได้อย่างเต็มที่	6.38	6.41	6.48	6.30	6.24	6.23	6.57	6.38
○ การผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ระดับนานาชาติ หรือ MICE Destination ได้อย่างเต็มที่	6.36	6.39	6.36	6.21	6.40	6.23	6.47	6.38
○ การผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้เป็ศูนย์กลางของอาเซียนอย่างมีประสิทธิภาพ	6.33	6.29	6.45	6.12	6.48	6.12	6.48	6.28
○ การขับเคลื่อนกิจกรรมไมซ์ตรงตามความต้องการของตลาดศักยภาพ และนโยบายของประเทศ	6.26	6.27	6.41	6.06	6.38	5.92	6.33	6.34
○ การรักษาและสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์ให้เติบโตอย่างมั่นคงและมีความยั่งยืน	6.25	6.10	6.23	6.09	6.38	6.15	6.30	6.45
○ การกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านธุรกิจไมซ์ อย่างมีประสิทธิภาพ	6.23	6.05	6.19	6.00	6.44	6.15	6.41	6.24
○ การสนับสนุนผู้จัดงานและผู้ประกอบการไมซ์ด้วยการให้บริการแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19	6.15	5.85	6.16	5.97	6.31	6.24	6.34	6.14
○ การกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์ทั่วภูมิภาค	6.04	6.00	6.05	5.81	6.14	6.16	6.09	6.00
○ การกำหนดมาตรการเยียวยาในสถานการณ์การระบาดของไวรัสโควิด-19 ช่วยให้ผู้ประกอบการไมซ์ พัฒนาธุรกิจของตนให้ดำเนินการต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19	5.99	5.70	5.73	5.91	6.10	6.00	6.16	6.19

ผลการประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน.

ในรายละเอียดต่าง ๆ แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นค่าเฉลี่ย	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย						
		MI: ฝ่าย ส่งเสริมการจัด ประชุมและการ เดินทางเพื่อ เป็นรางวัล	C: ฝ่าย ส่งเสริมการจัด ประชุมนานาชาติ	E: ฝ่าย อุตสาหกรรม การนำเสนอ สินค้า นานาชาติ	RO: สำนัก ส่งเสริมการจัด ประชุมและ นิทรรศการ (ภูมิภาค)	MEGA: ฝ่าย พัฒนาการจัด งานเมกะอี เวนท์และ เทศกาล นานาชาติ	MICE CAP: ฝ่ายพัฒนา ศักยภาพ อุตสาหกรรม ไมซ์	GCA: ฝ่าย บริหารรัฐกิจ วิสาหกิจ
ฐาน: ทั้งหมด	247	41	23**	34	50	26**	44	29**
การสนับสนุนด้านการตลาด								
○ การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่หลากหลาย	6.13	6.13	6.05	5.91	6.23	6.32	6.04	6.40
○ การนำเสนอวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ความเป็นไทยผ่านรูปแบบการจัดกิจกรรมไมซ์	6.10	6.12	5.89	6.00	6.42	5.64	6.14	6.07
○ การประชาสัมพันธ์ ข่าวสารที่เกี่ยวกับภาพลักษณ์ขององค์กร สสปน. ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ สื่อโทรทัศน์ ได้อย่างครอบคลุม	6.04	5.71	6.18	6.00	6.22	5.88	6.27	5.89
○ การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ	6.01	5.88	6.05	5.79	6.08	6.18	6.00	6.33
○ การประชาสัมพันธ์ ข่าวสารที่เกี่ยวกับข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ สื่อโทรทัศน์ ได้อย่างครอบคลุม	5.97	5.76	6.05	5.79	6.14	5.81	6.14	6.04
○ การจัดทำและเผยแพร่ปฏิทินกิจกรรมไมซ์ประจำปี	5.91	5.50	6.00	6.00	6.03	6.14	5.71	6.43

ผลการประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน.

ในรายละเอียดต่าง ๆ แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นค่าเฉลี่ย	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย						
		MI: ฝ่าย ส่งเสริมการจัด ประชุมและการ เดินทางเพื่อ เป็นรางวัล	C: ฝ่าย ส่งเสริมการจัด ประชุม นานาชาติ	E: ฝ่าย อุตสาหกรรม การแต่ง สินค้า นานาชาติ	RO: สำนัก ส่งเสริมการจัด ประชุมและ นิทรรศการ (ภูมิภาค)	MEGA: ฝ่าย พัฒนาการจัด งานเมกะอี เวนท์และ เทศกาล นานาชาติ	MICE CAP: ฝ่ายพัฒนา ศักยภาพ อุตสาหกรรม ไมซ์	GCA: ฝ่าย บริหารรัฐกิจ วิสาหกิจ
ฐาน: ทั้งหมด	247	41	23**	34	50	26**	44	29**
การพัฒนาขีดความสามารถ/ เสริมสร้างมาตรฐาน								
○ การสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ ให้เทียบเท่าระดับสากล	6.30	6.28	6.38	6.21	6.38	6.04	6.40	6.41
○ การผลักดันและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการและผู้จัดงานไมซ์ ผ่านการรับรองมาตรฐานด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน	6.26	6.28	6.29	5.85	6.27	6.24	6.51	6.29
○ การให้ข้อมูลและองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับ อุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจ ได้อย่างรวดเร็ว และ ได้อย่างครอบคลุม	6.22	6.03	6.29	6.12	6.27	6.28	6.32	6.29
○ การให้ความรู้ในเรื่องการจัดงานไมซ์ ในรูปแบบที่เป็นมิตรต่อ สิ่งแวดล้อม แก่ผู้ประกอบการ ผู้จัดงานไมซ์ ผู้ใช้บริการ ผู้ที่ เกี่ยวข้องและผู้ที่เกี่ยวข้อง อย่างครบถ้วน และ เข้าใจง่าย	6.18	6.13	6.25	5.88	6.33	5.88	6.41	6.24
○ การให้ข้อมูลและองค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้ บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจอย่างสม่ำเสมอเป็นประจำ ทุกเดือน	6.14	6.05	6.21	6.00	6.18	6.00	6.35	6.18

ผลการประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน.

ในรายละเอียดต่าง ๆ แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นค่าเฉลี่ย	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย						
		MI: ฝ่าย ส่งเสริมการจัด ประชุมและการ เดินทางเพื่อ เป็นรางวัล	C: ฝ่าย ส่งเสริมการจัด ประชุม นานาชาติ	E: ฝ่าย อุตสาหกรรม การแสดงผล สินค้า นานาชาติ	RO: สำนัก ส่งเสริมการจัด ประชุมและ นิทรรศการ (ภูมิภาค)	MEGA: ฝ่าย พัฒนาการจัด งานเมกะอี เวนท์และ เทศกาล นานาชาติ	MICE CAP: ฝ่ายพัฒนา ศักยภาพ อุตสาหกรรม ไมซ์	GCA: ฝ่าย บริหารธุรกิจ วิสาหกิจ
ฐาน: ทั้งหมด	247	41	23**	34	50	26**	44	29**
การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน								
○ การเป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน ในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้เป็นอย่างดี	6.27	5.97	6.50	6.09	6.49	6.28	6.30	6.29
○ การอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการ ประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัด นิทรรศการในประเทศไทย อย่างเต็มที่	6.26	5.95	6.48	6.15	6.49	6.13	6.18	6.54
○ การเป็นสื่อกลางที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการ ไมซ์ในการดำเนินธุรกิจในอีกช่องทางหนึ่ง อาทิ การจัดงาน ประชุมและหรือ/การแสดงผลสินค้าผ่านระบบออนไลน์ หรือ การ ออกมาตรฐานต่างๆที่มาช่วยผู้ประกอบการไมซ์ MICE Hygiene Guidelinesในช่วงสถานการณ์การระบาด	6.19	6.03	5.95	6.15	6.14	6.46	6.37	6.19
○ การรายงานและให้ข้อมูลสถานการณ์ ความเคลื่อนไหว และผลกระทบจากการระบาดของไวรัสโควิด-19ให้กับ ผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้องธุรกิจไมซ์ได้อย่างต่อเนื่อง และรวดเร็ว ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19	6.11	5.97	5.84	6.09	6.06	6.24	6.43	5.96
○ การสื่อสารผ่าน Infographic เกี่ยวกับคำแนะนำและแนวทาง ปฏิบัติต่างๆ ในช่วงของการระบาดของไวรัสโควิด-19ให้กับ ผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้องธุรกิจไมซ์ได้อย่างชัดเจนและ เข้าใจง่าย	6.08	5.98	5.88	6.00	5.98	6.24	6.33	6.07
○ การสร้างกิจกรรมไมซ์เพื่อลดความเหลื่อมล้ำในแต่พื้นที่ ได้อย่างเต็มที่	5.98	5.89	6.05	6.07	6.10	5.73	5.93	6.00

ผลการประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน.

ในรายละเอียดต่าง ๆ แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นค่าเฉลี่ย	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย						
		MI: ฝ่าย ส่งเสริมการจัด ประชุมและการ เดินทางเพื่อ เป็นรางวัล	C: ฝ่าย ส่งเสริมการจัด ประชุมนานาชาติ	E: ฝ่าย อุตสาหกรรม การส่งออก สินค้า นานาชาติ	RO: สำนัก ส่งเสริมการจัด ประชุมและ นิทรรศการ (ภูมิภาค)	MEGA: ฝ่าย พัฒนาการจัด งานเมกะอี เวนท์และ เทศกาล นานาชาติ	MICE CAP: ฝ่ายพัฒนา ศักยภาพ อุตสาหกรรม ไมซ์	GCA: ฝ่าย บริหารรัฐกิจ วิสาหกิจ
ฐาน: ทั้งหมด	247	41	23**	34	50	26**	44	29**
กระบวนการภายใน/ ลักษณะเฉพาะองค์กร								
○ การสร้างภาพลักษณ์ของ สสปน. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์	6.25	6.00	6.29	6.18	6.37	6.20	6.30	6.45
○ การให้บริการผ่านระบบงานของ สสปน. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์	6.19	6.00	6.33	6.03	6.32	6.08	6.23	6.38
○ การเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของ สสปน.	6.18	6.00	6.19	6.09	6.47	6.12	6.05	6.28
○ การสร้างปฏิสัมพันธ์และความเชื่อใจอย่างต่อเนื่องให้กับผู้ประกอบการในสถานการณ์ฉุกเฉิน ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19	6.18	6.05	6.00	5.94	6.41	6.33	6.23	6.14
○ การปฏิบัติงานที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเชื่อมั่นในกระบวนการและมาตรการรับมือของ สสปน. ต่อสถานการณ์โควิด-19	6.18	6.10	6.00	5.97	6.24	6.32	6.35	6.19
○ การให้ความชัดเจนในนโยบายและทิศทางการดำเนินงานของ สสปน. เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง	6.17	5.95	6.40	5.94	6.24	6.29	6.17	6.38
○ การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency) เกิดผลงานเป็นรูปธรรม เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน	6.14	5.80	6.36	5.94	6.45	6.08	6.09	6.24
○ การนำความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ มาปรับปรุงการทำงานของ สสปน. อย่างต่อเนื่อง	6.10	5.82	6.11	5.97	6.33	6.00	6.12	6.32
○ การปฏิบัติงานที่มีความคล่องตัว (Flexibility) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐ และภาคเอกชน	6.05	5.73	6.24	5.88	6.36	5.88	5.98	6.31

ผลการประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน.

ในรายละเอียดต่าง ๆ แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นค่าเฉลี่ย	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย						
		MI: ฝ่าย ส่งเสริมการจัด ประชุมและการ เดินทางเพื่อ เป็นรางวัล	C: ฝ่าย ส่งเสริมการจัด ประชุม นานาชาติ	E: ฝ่าย อุตสาหกรรม การส่งออก สินค้า นานาชาติ	RO: สำนัก ส่งเสริมการจัด ประชุมและ นิทรรศการ (ภูมิภาค)	MEGA: ฝ่าย พัฒนาการจัด งานเมกะอี เวนท์และ เทศกาล นานาชาติ	MICE CAP: ฝ่ายพัฒนา ศักยภาพ อุตสาหกรรม ไมซ์	GCA: ฝ่าย บริหารรัฐกิจ วิสาหกิจ
ฐาน: ทั้งหมด	247	41	23**	34	50	26**	44	29**
สมรรถนะของบุคลากร								
○ บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส (Have Good Governance)	6.36	6.30	6.61	6.09	6.63	6.36	6.14	6.45
○ บุคลากรของ สสปน. มีการรักษาปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและผู้ประกอบการไม่ซ้ำภายใต้สถานการณ์ที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการทำงาน อาทิ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19	6.36	6.23	6.45	6.03	6.62	6.54	6.36	6.25
○ บุคลากรของ สสปน. เข้าใจวิธีการจัดงานอีเวนท์ (events) ของ อุตสาหกรรมไมซ์ เป็นอย่างดี	6.35	6.20	6.59	6.18	6.64	6.31	6.28	6.24
○ บุคลากรของ สสปน. มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร (Ready for Change to New Development) ให้ทันยุคสมัย	6.33	6.00	6.52	6.12	6.57	6.46	6.27	6.45
○ บุคลากรของ สสปน. มีการปรับตัวและพร้อมรับมือกับสถานการณ์การระบาดของไวรัสโควิด-19	6.32	6.08	6.42	6.06	6.56	6.54	6.28	6.32
○ บุคลากรของ สสปน. มีความเป็นมืออาชีพในการบริการและประสานงานให้กับลูกค้า/ผู้รับบริการ ได้อย่างรวดเร็ว	6.31	6.18	6.57	6.12	6.44	6.35	6.26	6.31
○ บุคลากรของ สสปน. สามารถให้คำแนะนำหรือรายละเอียดของระเบียบขั้นตอนและกระบวนการทำงานภายใน ได้เป็นอย่างดี	6.28	6.22	6.57	6.09	6.54	6.38	6.05	6.21
○ บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่พร้อมต่อการผลักดันให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆ และมีความคิดสร้างสรรค์เสมอ (Be Innovative and Creative)	6.27	5.98	6.32	6.03	6.50	6.23	6.45	6.28
○ บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถและทักษะที่ดีเยี่ยมในการสื่อสาร (Have Effective Communication Skills) กับทีมงาน และ ผู้เกี่ยวข้อง	6.21	6.07	6.43	6.06	6.50	6.15	6.11	6.10
○ บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ ได้อย่างทัน่วงที	6.20	6.03	6.45	6.06	6.37	6.19	6.12	6.28
○ บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่ทำงานโดยใช้หลักความคิดแบบมีวิจารณญาณ แบบมีเหตุผล มีตรรกะที่ชัดเจนเสมอ (Have Critical Thinking)	6.17	5.95	6.43	5.97	6.47	6.15	6.09	6.14
○ บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาหรือจัดการกับความขัดแย้ง ในสถานการณ์ที่ซับซ้อน หรือในสถานการณ์ที่มีความคลุมเครือได้อย่างมีประสิทธิภาพ และอย่างรวดเร็ว	6.16	6.05	6.45	6.00	6.40	5.92	6.09	6.21

ผลการประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน.

ในปี 2563 ของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ แยกตามสำนักงานภาคแต่ละภาค

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นค่าเฉลี่ย	ทั้งหมด	ทั้งหมดของ แผนก RO	ภาค				
			North: ภาคเหนือ	Central & Eastern: ภาคกลางและ ภาคตะวันออก	Western & South: ภาคใต้และ ภาคตะวันตก	Northeast: ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	Non-track
ฐาน: ทั้งหมด	247	50	12**	8**	8**	18**	4**
การพัฒนาธุรกิจ MICE							
○ การผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำด้านการประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติในภูมิภาคเอเชีย ได้อย่างเต็มที่	6.38	6.24	6.50	5.57	5.88	6.44	6.50
○ การผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ระดับนานาชาติ หรือ MICE Destination ได้อย่างเต็มที่	6.36	6.40	6.67	6.00	6.00	6.61	6.25
○ การผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้เป็นศูนย์กลางของอาเซียนอย่างมีประสิทธิภาพ	6.33	6.48	6.42	6.13	6.25	6.78	6.50
○ การขับเคลื่อนกิจกรรมไมซ์ตรงตามความต้องการของตลาดศักยภาพ และนโยบายของประเทศ	6.26	6.38	6.58	6.00	5.88	6.67	6.25
○ การรักษาและสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์ ให้เติบโตอย่างมั่นคงและมีความยั่งยืน	6.25	6.38	6.58	5.88	6.00	6.67	6.25
○ การกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านธุรกิจไมซ์ อย่างมีประสิทธิภาพ	6.23	6.44	6.42	6.00	6.25	6.67	6.75
○ การสนับสนุนผู้จัดงานและผู้ประกอบการไมซ์ด้วยการให้บริการแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19	6.15	6.31	6.40	6.38	5.75	6.39	6.75
○ การกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์ทั่วภูมิภาค	6.04	6.14	6.33	5.50	6.13	6.33	6.00
○ การกำหนดมาตรการเยียวยาในสถานการณ์การระบาดของไวรัสโควิด-19 ช่วยให้ผู้ประกอบการไมซ์ พัฒนาธุรกิจของตนให้ดำเนินการต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19	5.99	6.10	6.10	6.00	5.50	6.44	6.00

ผลการประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน.

ในปี 2563 ของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ แยกตามสำนักงานภาคแต่ละภาค

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นค่าเฉลี่ย	ทั้งหมด	ทั้งหมดของ แผนก RO	ภาค				
			North: ภาคเหนือ	Central & Eastern: ภาคกลางและ ภาคตะวันออก	Western & South: ภาคใต้และ ภาคตะวันตก	Northeast: ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	Non-track
ฐาน: ทั้งหมด	247	50	12**	8**	8**	18**	4**
การสนับสนุนด้านการตลาด							
○ การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่หลากหลาย	6.13	6.23	6.27	5.71	5.60	6.71	6.00
○ การนำเสนอวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ความเป็นไทยผ่านรูปแบบการจัดกิจกรรมไมซ์	6.10	6.42	6.58	6.38	5.88	6.61	6.25
○ การประชาสัมพันธ์ ข่าวสารที่เกี่ยวกับภาพลักษณ์ขององค์กร สสปน. ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ สื่อโทรทัศน์ ได้อย่างครอบคลุม	6.04	6.22	6.50	5.75	6.13	6.44	5.50
○ การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ	6.01	6.08	6.00	5.86	5.80	6.36	6.00
○ การประชาสัมพันธ์ ข่าวสารที่เกี่ยวกับข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ สื่อโทรทัศน์ ได้อย่างครอบคลุม	5.97	6.14	6.33	5.38	5.75	6.56	6.00
○ การจัดทำและเผยแพร่ปฏิทินกิจกรรมไมซ์ประจำปี	5.91	6.03	6.09	5.43	5.80	6.36	6.00

ผลการประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน.

ในปี 2563 ของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ แยกตามสำนักงานภาคแต่ละภาค

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นค่าเฉลี่ย	ทั้งหมด	ทั้งหมดของ แผนก RO	ภาค				
			North: ภาคเหนือ	Central & Eastern: ภาค กลางและภาค ตะวันออก	Western & South: ภาคใต้และ ภาคตะวันตก	Northeast: ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	Non-track
ฐาน: ทั้งหมด	247	50	12**	8**	8**	18**	4**
การพัฒนาขีดความสามารถ/ เสริมสร้างมาตรฐาน							
○ การสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ให้เทียบเท่าระดับสากล	6.30	6.38	6.30	6.43	5.83	6.60	6.50
○ การผลักดันและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการและผู้จัดงานไมซ์ ผ่านการรับรองมาตรฐานด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน	6.26	6.27	6.36	6.13	5.83	6.47	6.25
○ การให้ข้อมูลและองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจ ได้อย่างรวดเร็ว และ ได้อย่างครอบคลุม	6.22	6.27	6.36	5.88	6.17	6.40	6.50
○ การให้ความรู้ในเรื่องการจัดงานไมซ์ ในรูปแบบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แก่ผู้ประกอบการ ผู้จัดงานไมซ์ ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจ อย่างครบถ้วน และ เข้าใจง่าย	6.18	6.33	6.30	6.13	5.83	6.50	7.00
○ การให้ข้อมูลและองค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้ บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจอย่างสม่ำเสมอเป็นประจำทุกเดือน	6.14	6.18	6.27	5.88	5.83	6.27	6.75

ผลการประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสพน.

ในปี 2563 ของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ แยกตามสำนักงานภาคแต่ละภาค

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นค่าเฉลี่ย	ทั้งหมด	ทั้งหมดของ แผนก RO	ภาค				
			North: ภาคเหนือ	Central & Eastern: ภาค กลางและภาค ตะวันออก	Western & South: ภาคใต้และ ภาคตะวันตก	Northeast: ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	Non-track
ฐาน: ทั้งหมด	247	50	12**	8**	8**	18**	4**
การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน							
○ การเป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้เป็นอย่างดี	6.27	6.49	6.58	6.57	6.00	6.61	6.50
○ การอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย อย่างเต็มที่	6.26	6.49	6.58	6.43	5.88	6.67	6.75
○ การเป็นสื่อกลางที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการไมซ์ในการดำเนินธุรกิจไปอีกช่องทางหนึ่ง อาทิ การจัดงานประชุมและหรือ/การนำเสนอสินค้าผ่านระบบออนไลน์ หรือ การออกมาตรฐานต่างๆที่มาช่วยผู้ประกอบการไมซ์ MICE Hygiene Guidelinesในช่วงสถานการณ์การระบาด	6.19	6.14	6.36	5.50	5.63	6.33	7.00
○ การรายงานและให้ข้อมูลสถานการณ์ ความเคลื่อนไหว และผลกระทบจากการระบาดของไวรัสโควิด-19ให้กับผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้องธุรกิจไมซ์ได้อย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19	6.11	6.06	6.45	5.29	5.63	6.39	5.75
○ การสื่อสารผ่าน Infographic เกี่ยวกับคำแนะนำและแนวทางปฏิบัติต่างๆ ในช่วงของการระบาดของไวรัสโควิด-19ให้กับผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้องธุรกิจไมซ์ได้อย่างชัดเจนและเข้าใจง่าย	6.08	5.98	6.36	5.29	5.38	6.28	6.00
○ การสร้างกิจกรรมไมซ์เพื่อลดความเหลื่อมล้ำในเขตพื้นที่ได้อย่างเต็มที่	5.98	6.10	6.17	5.57	5.75	6.28	6.75

ผลการประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน.

ในปี 2563 ของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ แยกตามสำนักงานภาคแต่ละภาค

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นค่าเฉลี่ย	ทั้งหมด	ทั้งหมดของ แผนก RO	ภาค				
			North: ภาคเหนือ	Central & Eastern: ภาคกลางและ ภาคตะวันออก	Western & South: ภาคใต้และ ภาคตะวันตก	Northeast: ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	Non-track
ฐาน: ทั้งหมด	247	50	12**	8**	8**	18**	4**
กระบวนการภายใน/ ลักษณะเฉพาะองค์กร							
○ การสร้างภาพลักษณ์ของ สสปน. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์	6.25	6.37	6.42	6.00	6.00	6.67	6.25
○ การให้บริการผ่านระบบงานของ สสปน. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์	6.19	6.32	6.17	6.00	6.00	6.72	6.25
○ การเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของ สสปน.	6.18	6.47	6.58	6.71	5.88	6.61	6.25
○ การสร้างปฏิสัมพันธ์และความเชื่อใจอย่างต่อเนื่องให้กับผู้ประกอบการในสถานการณ์ฉุกเฉิน ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19	6.18	6.41	6.64	5.88	5.88	6.72	6.50
○ การปฏิบัติงานที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเชื่อมั่นในกระบวนการและมาตรการรับมือของ สสปน. ต่อสถานการณ์โควิด-19	6.18	6.24	6.36	5.50	5.63	6.72	6.50
○ การให้ความชัดเจนในนโยบายและทิศทางการดำเนินงานของ สสปน. เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง	6.17	6.24	6.50	5.63	5.75	6.56	6.25
○ การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency) เกิดผลงานเป็นรูปธรรมเมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน	6.14	6.45	6.58	6.13	5.71	6.83	6.25
○ การนำความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ มาปรับปรุงการทำงานของ สสปน. อย่างต่อเนื่อง	6.10	6.33	6.36	6.00	5.88	6.67	6.25
○ การปฏิบัติงานที่มีความคล่องตัว (Flexibility) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐ และภาคเอกชน	6.05	6.36	6.58	5.75	6.13	6.72	5.75

ผลการประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน.

ในปี 2563 ของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ แยกตามสำนักงานภาคแต่ละภาค

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นค่าเฉลี่ย	ทั้งหมด	ทั้งหมดของ แผนก RO	ภาค				
			North: ภาคเหนือ	Central & Eastern: ภาคกลางและ ภาคตะวันออก	Western & South: ภาคใต้และ ภาคตะวันตก	Northeast: ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	Non-track
ฐาน: ทั้งหมด	247	50	12**	8**	8**	18**	4**
สมรรถนะของบุคลากร							
○ บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส (Have Good Governance)	6.36	6.63	6.50	6.25	6.57	6.94	6.50
○ บุคลากรของ สสปน. มีการรักษาปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและผู้ประกอบการในช่ภายใต้สถานการณ์ที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการทำงาน อาทิ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19	6.36	6.62	6.58	6.38	6.38	6.78	7.00
○ บุคลากรของ สสปน. เข้าใจวิธีการจัดงานอีเวนต์ (events) ของอุตสาหกรรมไมซ์ เป็นอย่างดี	6.35	6.64	6.58	6.63	6.50	6.83	6.25
○ บุคลากรของ สสปน. มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร (Ready for Change to New Development) ให้ทันยุคสมัย	6.33	6.57	6.42	6.00	6.38	6.89	7.00
○ บุคลากรของ สสปน. มีการปรับตัวและพร้อมรับมือกับสถานการณ์การระบาดของไวรัสโควิด-19	6.32	6.56	6.50	6.13	6.38	6.83	6.75
○ บุคลากรของ สสปน. มีความเป็นมืออาชีพในการบริการและประสานงานให้กับลูกค้า/ผู้รับบริการ ได้อย่างรวดเร็ว	6.31	6.44	6.50	6.25	6.00	6.67	6.50
○ บุคลากรของ สสปน. สามารถให้คำแนะนำหรือรายละเอียดของระเบียบขั้นตอนและกระบวนการทำงานภายใน ได้เป็นอย่างดี	6.28	6.54	6.42	6.38	6.38	6.72	6.75
○ บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่พร้อมต่อการผลักดันให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆ และมีความคิดสร้างสรรค์เสมอ (Be Innovative and Creative)	6.27	6.50	6.50	6.25	6.00	6.83	6.50
○ บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถและทักษะที่ดีเยี่ยมในการสื่อสาร (Have Effective Communication Skills) กับทีมงาน และ ผู้เกี่ยวข้อง	6.21	6.50	6.50	6.25	6.13	6.78	6.50
○ บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ ได้อย่างทันท่วงที	6.20	6.37	6.25	6.14	5.88	6.78	6.25
○ บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่ทำงานโดยใช้หลักความคิดแบบมีวิจารณญาณแบบมีเหตุผล มีตรรกะที่ชัดเจนเสมอ (Have Critical Thinking)	6.17	6.47	6.50	6.13	5.86	6.89	6.25
○ บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาหรือจัดการกับความขัดแย้ง ในสถานการณ์ที่ซับซ้อน หรือในสถานการณ์ที่มีความคลุมเครือได้อย่างมีประสิทธิภาพ และอย่างรวดเร็ว	6.16	6.40	6.25	6.00	5.86	6.83	6.50

ส่วนที่ 3:

**ผลการประเมินทัศนคติต่อ
กิจกรรมที่เกิดจากแผนพัฒนา
การให้บริการหรือผลิตภัณฑ์ของ สสปน.**

ผลการประเมินทัศนคติต่อกิจกรรม/ผลลัพธ์ที่เกิดจาก แผนพัฒนาการให้บริการหรือผลิตภัณฑ์ของ สสปน.

ร้อยละ 3 ระดับบน



ผลการประเมินทัศนคติต่อกิจกรรม/ผลลัพธ์ที่เกิดจาก แผนพัฒนาการให้บริการหรือผลิตภัณฑ์ของ สสปน.

ฐาน:		ข้อมูลในกราฟแสดงเป็น %	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ 3 ระดับบน	% ตอบไม่ได้/ ไม่ทราบว่ามี (n=247)
221	เนื้อหาที่เผยแพร่จาก MICE Intelligence Center มีความทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์	0025153543	6.12	93%	11%
222	เนื้อหาที่เผยแพร่จาก MICE Intelligence Center มีความเหมาะสม สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้	0025163542	6.10	93%	10%
87	การใช้เครือข่ายกลางในการตรวจรับรองมาตรฐานสถานที่จัดงาน (TMVS)	0105213143	6.08	94%	13%
212	การให้คำปรึกษาผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ในการประชุม (Advisory service)	0035173442	6.07	92%	14%
220	การให้ข้อมูลผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ (Online data access)	0035173441	6.04	91%	11%
199	บริการ E-Mice marketplace แพลตฟอร์มตลาดผู้ซื้อผู้ขายพบกันแบบอิเล็กทรอนิกส์สำหรับผู้ อุตสาหกรรมไมซ์ (Thai MICE Connect)	0226183538	5.95	90%	19%
209	เอกสารเผยแพร่เกณฑ์ในการขอรับการสนับสนุน บนเว็บไซต์ Business Events Thailand ทำให้ผู้ที่สนใจทราบข้อมูลได้อย่างสะดวก รวดเร็วชัดเจน เข้าใจง่าย	0047173635	5.90	89%	9%
189	การติดตามด้วยระบบ RFS : Request For Support ทำให้ผู้ขอรับการสนับสนุนสามารถ ตรวจสอบสถานภาพ และติดตามขั้นตอนในการขอรับการสนับสนุนได้จากเว็บไซต์ Business Events Thailand อย่างสะดวก รวดเร็ว	0138173536	5.90	88%	17%
218	เว็บไซต์ Business Events Thailand ได้รับการปรับปรุงให้มีเนื้อหาที่ตอบสนองเหตุการณ์ ในปัจจุบัน และมีประโยชน์	0028203435	5.90	89%	12%
216	เว็บไซต์ Business Events Thailand ได้รับการปรับปรุงให้ใช้งานง่าย ตอบสนองความต้องการ ได้อย่างทันท่วงที (responsive)	0028223335	5.90	90%	13%
210	การสนับสนุนในรูปแบบอื่นที่ไม่ใช่การเงิน (Non-cash incentives)	0139203135	5.84	87%	15%
160	กระบวนการขอรับความสนับสนุน (Procedure)	0048243233	5.83	89%	10%
204	การพัฒนาและให้บริการแอปพลิเคชัน Biz Connect ต่อผู้ประกอบการ MICE	0237193732	5.83	88%	17%

■ พึงพอใจน้อยที่สุด (1) ■ 2 ■ 3 ■ 4 ■ 5 ■ 6 ■ พึงพอใจมากที่สุด (7)

ผลการประเมินทัศนคติต่อกิจกรรม/ผลลัพธ์ที่เกิดจากแผนพัฒนา การให้บริการหรือผลิตภัณฑ์ของ สสปน. แยกตามฝ่ายของ สสปน.

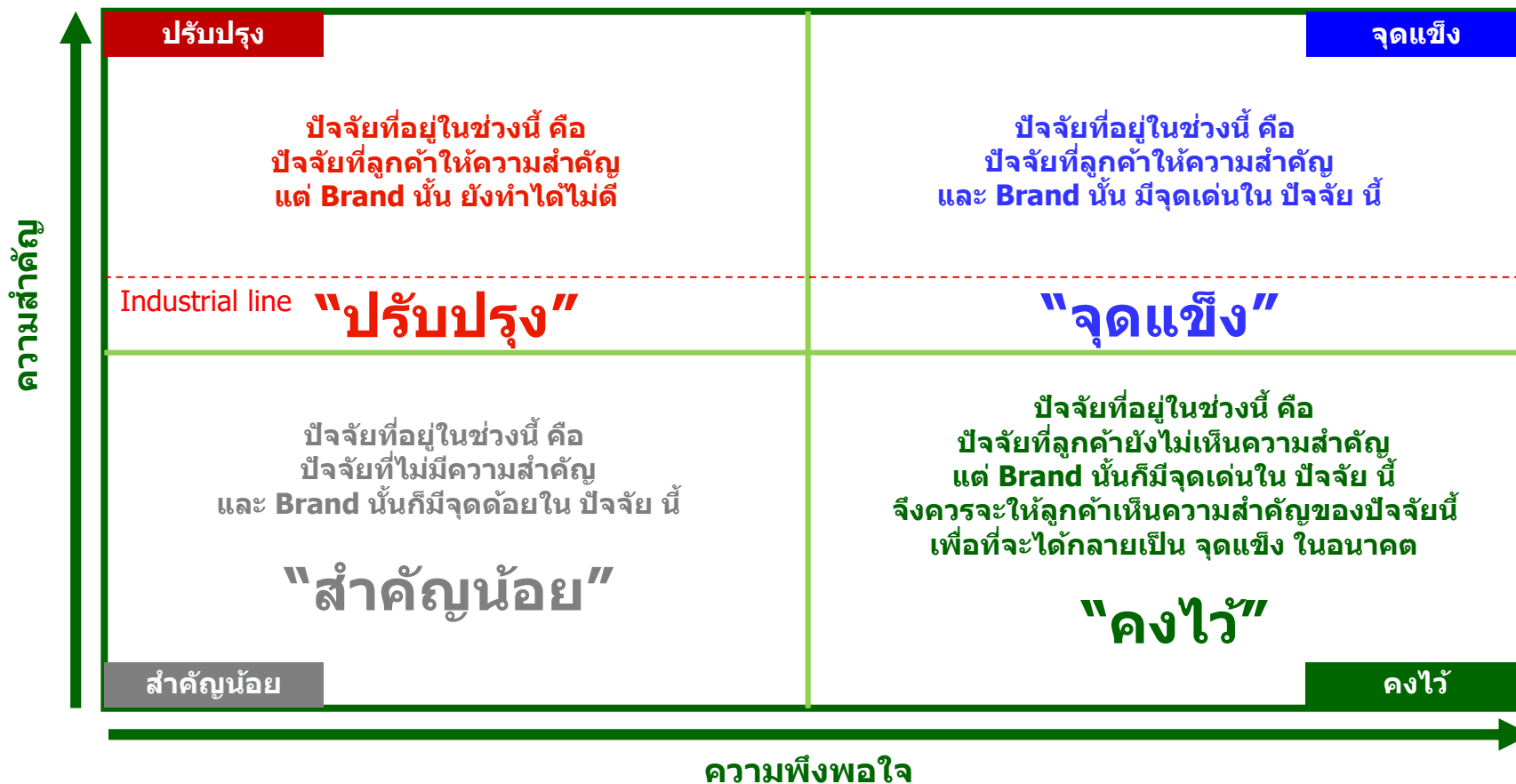
ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นค่าเฉลี่ย	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย						
		MI: ฝ่าย ส่งเสริมการจัด ประชุมและการ เดินทางเพื่อ เป็นรางวัล	C: ฝ่าย ส่งเสริมการจัด ประชุมนานาชาติ	E: ฝ่าย อุตสาหกรรม การแสดงผล สินค้า นานาชาติ	RO: สำนัก ส่งเสริมการจัด ประชุมและ นิทรรศการ (ภูมิภาค)	MEGA: ฝ่าย พัฒนาการจัด งานเมกะอี เวนท์และ เทศกาล นานาชาติ	MICE CAP: ฝ่ายพัฒนา ศักยภาพ อุตสาหกรรม ไมซ์	GCA: ฝ่าย บริหารธุรกิจ วิสาหกิจ
ฐาน: ทั้งหมด	247	41	23**	34	50	26**	44	29**
○ เนื้อหาที่เผยแพร่จาก MICE Intelligence Center มีความทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์	6.12	6.00	6.24	5.94	6.13	6.13	6.30	6.13
○ เนื้อหาที่เผยแพร่จาก MICE Intelligence Center มีความเหมาะสม สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้	6.10	5.94	6.29	5.94	6.16	6.09	6.29	5.96
○ การใช้เครือข่ายกลางในการตรวจรับรองมาตรฐานสถานที่จัดงาน (TMVS)	6.08	6.09	5.80	5.50	6.20	6.33	6.23	6.00
○ การให้คำปรึกษาผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ในการประชุม (Advisory service)	6.07	5.51	6.33	5.97	6.30	6.29	6.22	6.00
○ การให้ข้อมูลผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ (Online data access)	6.04	5.58	6.43	5.90	6.20	6.22	6.16	5.92
○ บริการ E-Mice marketplace แพลตฟอร์มตลาดผู้ซื้อขายพบกันแบบอิเล็กทรอนิกส์สำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ (Thai MICE Connect)	5.95	5.59	6.39	5.79	6.05	6.00	5.97	6.10
○ เอกสารเผยแพร่เกณฑ์ในการขอรับการสนับสนุน บนเว็บไซต์ Business Events Thailandทำให้ผู้ที่สนใจทราบข้อมูลได้อย่างสะดวก รวดเร็วชัดเจน เข้าใจง่าย	5.90	5.59	6.21	5.88	6.10	5.48	5.95	6.40
○ การติดตามด้วยระบบ RFS : Request For Support ทำให้ผู้ขอรับการสนับสนุนสามารถตรวจสอบสถานภาพ และติดตามขั้นตอนในการขอรับการสนับสนุนได้จากเว็บไซต์ Business Events Thailand อย่างสะดวก รวดเร็ว	5.90	5.51	6.29	6.03	6.03	5.91	5.76	6.14
○ เว็บไซต์ Business Events Thailand ได้รับการปรับปรุงให้มีเนื้อหาที่ตอบสนองเหตุการณ์ในปัจจุบัน และมีประโยชน์	5.90	5.62	6.32	5.88	6.04	5.91	5.89	5.78
○ เว็บไซต์ Business Events Thailand ได้รับการปรับปรุงให้ใช้งานง่าย ตอบสนองความต้องการได้อย่างทันท่วงที (responsive)	5.90	5.68	6.32	5.79	6.07	5.91	5.95	5.70
○ การสนับสนุนในรูปแบบอื่นที่ไม่ใช่การเงิน (Non-cash incentives)	5.84	5.42	6.41	5.39	5.98	6.04	5.94	6.04
○ กระบวนการขอรับการสนับสนุน (Procedure)	5.83	5.33	6.28	5.72	5.90	6.09	5.72	6.46
○ การพัฒนาและให้บริการแอปพลิเคชัน Biz Connect ต่อผู้ประกอบการ MICE	5.83	5.49	6.44	5.73	5.88	5.82	5.78	6.05

ส่วนที่ 4:

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

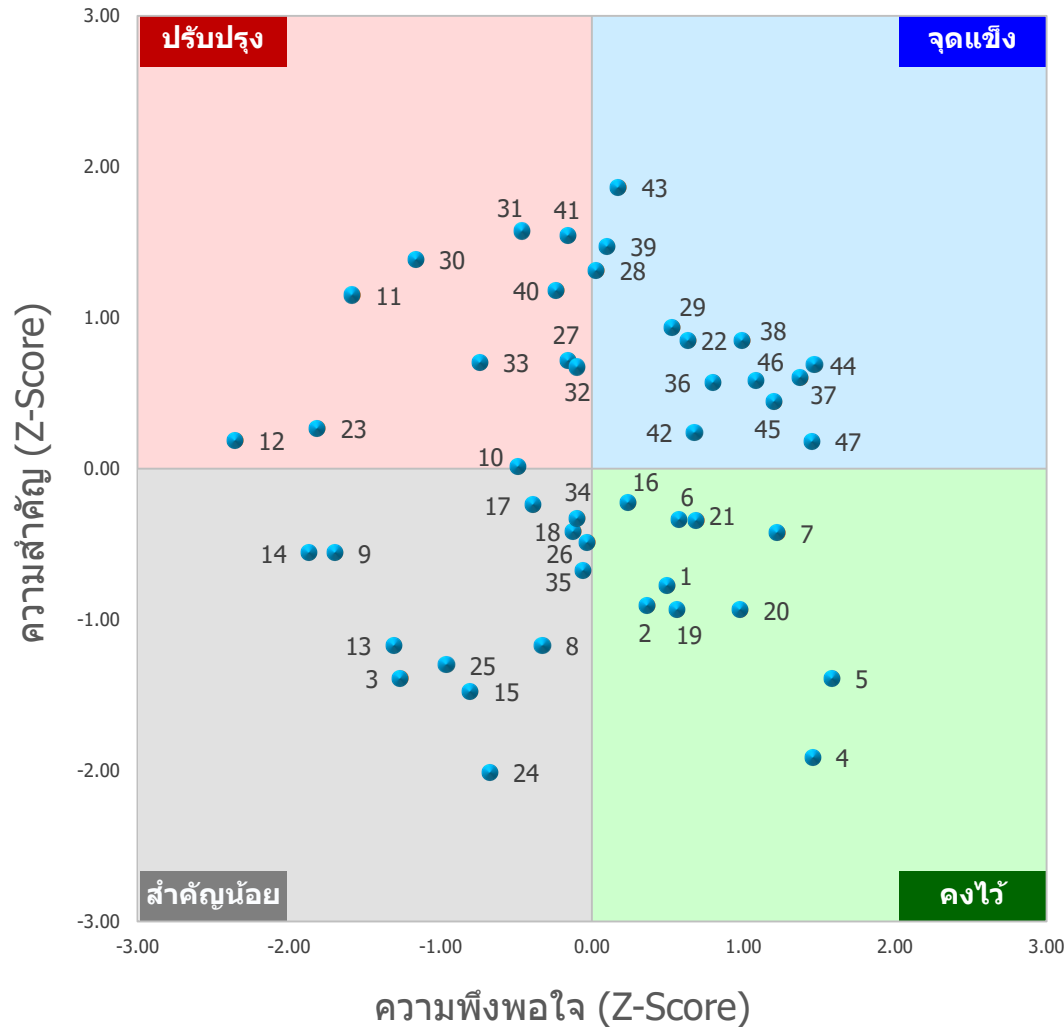
Need Gap Analysis

หน้าอธิบาย



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

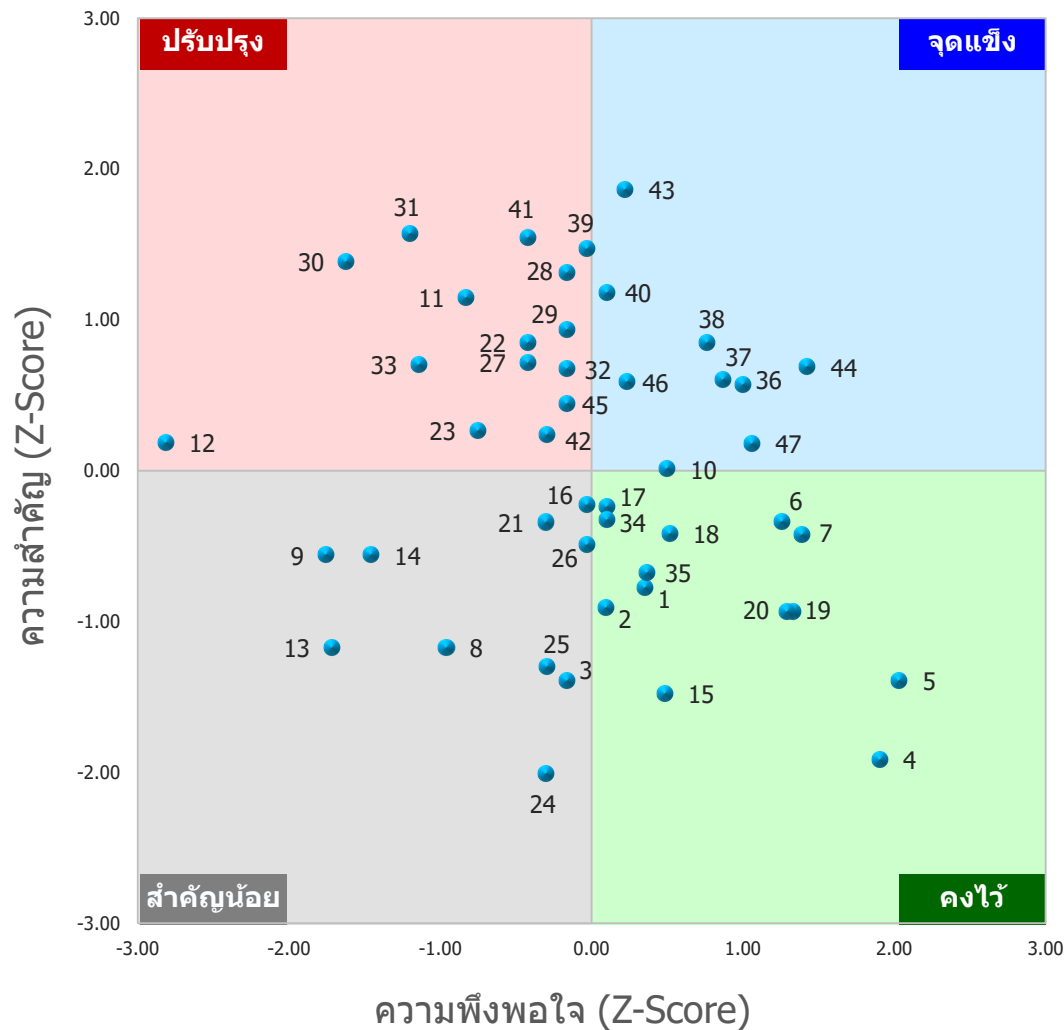
การวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหาโดยรวม



ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 247 = 100%

1. การรักษาและสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไม่ ให้เติบโตอย่างมั่นคงและมีความยั่งยืน
2. การกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านธุรกิจไม่ อย่างมีประสิทธิภาพ
3. การกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไม่ทั่วภูมิภาค
4. การผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็นจุดหมายปลายทางไม่ระดับนานาชาติ หรือ MICE Destination ได้อย่างเต็มที่
5. การผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำด้านการประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติในภูมิภาคเอเชีย ได้อย่างเต็มที่
6. การขับเคลื่อนกิจกรรมไม่ตรงตามความต้องการของตลาด ศักยภาพ และนโยบายของประเทศ
7. การผลักดันอุตสาหกรรมไม่ไทยให้เป็นศูนย์กลางของอาเซียนอย่างมีประสิทธิภาพ
8. การสนับสนุนผู้จัดงานและผู้ประกอบการไม่ช่วยการให้บริการแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
9. การกำหนดมาตรการเยียวยาในสถานการณ์การระบาดของไวรัสโควิด-19 ช่วยให้ผู้ประกอบการไม่ พัฒนาศักยภาพของตนให้ดำเนินการต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
10. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไม่ที่หลากหลาย
11. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไม่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค
12. การจัดทำและเผยแพร่ปฏิทินกิจกรรมไม่ประจำปี
13. การประชาสัมพันธ์ ข่าวสารเกี่ยวกับภาพลักษณ์ขององค์กร สสปน. ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ สื่อโทรทัศน์ ได้อย่างครอบคลุม
14. การประชาสัมพันธ์ ข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลอุตสาหกรรมไม่ ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ สื่อโทรทัศน์ ได้อย่างครอบคลุม
15. การนำเสนอวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ความเป็นไทยผ่านรูปแบบการจัดกิจกรรมไม่
16. การให้ข้อมูลและองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไม่ แก่ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจได้อย่างรวดเร็ว และ ได้อย่างครอบคลุม
17. การให้ข้อมูลและองค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไม่ แก่ผู้ใช้ บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจอย่างสม่ำเสมอเป็นประจำทุกเดือน
18. การให้ความรู้ในเรื่องการจัดงานไม่ ในรูปแบบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แก่ผู้ประกอบการ ผู้จัดงานไม่ ผู้ให้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจ อย่างครบถ้วน และ เข้าใจง่าย
19. การผลักดันและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการและผู้จัดงานไม่ ผ่านการรับรองมาตรฐานด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน
20. การสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไม่ ให้เทียบเท่าระดับสากล
21. การเป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในอุตสาหกรรมไม่ ได้เป็นอย่างดี
22. การอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย อย่างเต็มที่
23. การสร้างกิจกรรมไม่เพื่อลดความเหลื่อมล้ำในแต่พื้นที่ ได้อย่างเต็มที่
24. การดำเนินงานและให้ข้อมูลสถานการณ์ ความเคลื่อนไหว และผลกระทบจากการระบาดของไวรัสโควิด-19ให้กับผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้องธุรกิจไม่ได้อย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด
25. การสื่อสารผ่าน Infographic เกี่ยวกับคำแนะนำและแนวทางปฏิบัติต่างๆ ในช่วงของการระบาดของไวรัสโควิด-19ให้กับผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้องธุรกิจ ไม่ชี้ได้อย่างชัดเจนและเข้าใจง่าย
26. การเป็นสื่อกลางที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการไม่ในการดำเนินธุรกิจไม่อีกช่องทางหนึ่ง อาทิ การจัดงานประชุมและหรือ/การแสดงสินค้าผ่านระบบออนไลน์ หรือ การออกมาตรฐานต่างๆที่นำมาสู่ผู้ประกอบการไม่ MICE Hygiene Guideline ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
27. การให้ความชัดเจนในนโยบายและทิศทางการดำเนิน งานของสสปน. เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไม่ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง
28. การให้บริการผ่านระบบงานของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไม่
29. การสร้างภาพลักษณ์ของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไม่
30. การปฏิบัติงานที่มีความคล่องตัว (Flexibility) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐ และภาคเอกชน
31. การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency) เกิดผลงานเป็นรูปธรรม เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน
32. การเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไม่ ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของ สสปน.
33. การนำความคิดเห็นจากผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไม่ มาปรับปรุงการทำงานของ สสปน. อย่างต่อเนื่อง
34. การสร้างปฏิสัมพันธ์และความเข้าใจอย่างต่อเนื่องให้กับผู้ประกอบการในสถานการณ์ฉุกเฉิน ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
35. การปฏิบัติงานที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเชื่อมั่นในกระบวนการและมาตรการรับมือของสสปน. ต่อสถานการณ์โควิด-19
36. บุคลากรของ สสปน. สามารถให้คำแนะนำหรือรายละเอียดของระเบียบขั้นตอนและกระบวนการทำงานภายใน ได้เป็นอย่างดี
37. บุคลากรของ สสปน. เข้าใจวิธีการจัดงานอีเวนต์ (events) ของอุตสาหกรรมไม่เป็นอย่างดี
38. บุคลากรของ สสปน. มีความเป็นมืออาชีพในการบริการและประสานงาน ให้กับลูกค้า/ผู้บริการ ได้อย่างรวดเร็ว
39. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ ได้อย่างทันเวลาที่
40. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาหรือจัดการกับความขัดแย้ง ในสถานการณ์ที่ซับซ้อน หรือในสถานการณ์ที่มีความคลุมเครือได้อย่างมีประสิทธิภาพ และอย่างรวดเร็ว
41. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่ทำงานโดยใช้หลักความคิดแบบมีวิสัยทัศน์ แบบมีเหตุผล มีตรรกะที่ชัดเจนเสมอ (Have Critical Thinking)
42. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่พร้อมต่อการผลักดันให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆและมีความคิดสร้างสรรค์เสมอ (Be Innovative and Creative)
43. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถและทักษะที่ดีเยี่ยมในการสื่อสาร (Have Effective Communication Skills) กับทีมงานและผู้เกี่ยวข้อง
44. บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส (Have Good Governance)
45. บุคลากรของ สสปน. มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร (Ready for Change to New Development) ให้ทันยุคสมัย
46. บุคลากรของ สสปน. มีการปรับตัวและพร้อมรับมือกับสถานการณ์การระบาดของไวรัสโควิด-19
47. บุคลากรของ สสปน. มีการรักษากฎสัมพันธที่ดีกับลูกค้าและผู้ประกอบการไม่ภายใต้สถานการณ์ที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการทำงาน อาทิ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19

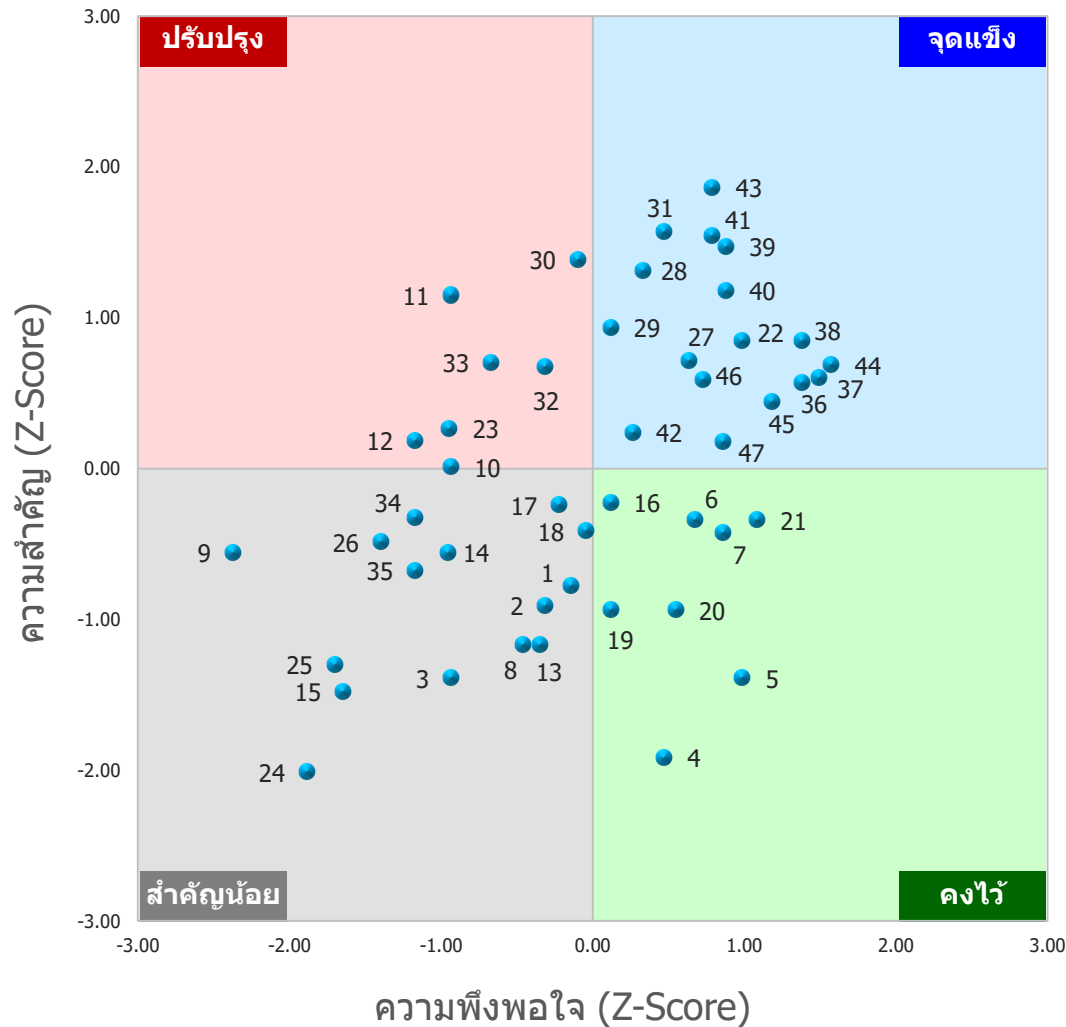
การวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา สำหรับฝ่าย MI: ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุม และเดินทางเพื่อเป็นรางวัล



ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 41 = 100%

1. การรักษาและสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไม่ ให้ได้เป็นอย่างดีและมีความยั่งยืน
2. การกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านธุรกิจไม่ อย่างมีประสิทธิภาพ
3. การกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไม่ทั่วภูมิภาค
4. การผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็นจุดหมายปลายทางไม่ระดับนานาชาติ หรือ MICE Destination ได้อย่างเต็มที่
5. การผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำด้านการประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติในภูมิภาคเอเชีย ได้อย่างเต็มที่
6. การขับเคลื่อนกิจกรรมไม่ตรงตามความต้องการของตลาด ศักยภาพ และนโยบายของประเทศ
7. การผลักดันอุตสาหกรรมไม่ไทยให้เป็นผู้ประกอบการอย่างมีประสิทธิภาพ
8. การสนับสนุนผู้จัดงานและผู้ประกอบการไม่ช่วยการให้บริการแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
9. การกำหนดมาตรการเยียวยาในสถานการณ์การระบาดของไวรัสโควิด-19 ช่วยให้ผู้ประกอบการไม่ พัฒนารัฐกิจของตนให้ดำเนินการต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
10. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไม่ที่หลากหลาย
11. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไม่ตรงกับความต้องการของผู้ให้บริการ
12. การจัดทำและเผยแพร่ปฏิทินกิจกรรมไม่ประจำปี
13. การประชาสัมพันธ์ข่าวสารเกี่ยวกับภาพลักษณ์ขององค์กร สสปน. ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ สื่อโทรทัศน์ ได้อย่างครอบคลุม
14. การประชาสัมพันธ์ข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลอุตสาหกรรมไม่ ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ สื่อโทรทัศน์ ได้อย่างครอบคลุม
15. การนำเสนอวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ความเป็นไทยผ่านรูปแบบการจัดกิจกรรมไม่
16. การให้ข้อมูลและองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไม่ แก่ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจได้อย่างรวดเร็ว และ ได้อย่างครอบคลุม
17. การให้ข้อมูลและองค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไม่ แก่ผู้ใช้ บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจอย่างสม่ำเสมอเป็นประจำทุกเดือน
18. การให้ความรู้ในเรื่องการดำเนินงาน ไม่ในรูปแบบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แก่ผู้ประกอบการ ผู้จัดงานไม่ ผู้ให้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจ ได้อย่างครบถ้วน และ เข้าใจง่าย
19. การผลักดันและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการและผู้จัดงานไม่ ผ่านการรับรองมาตรฐานด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน
20. การสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไม่ ให้เทียบเท่าระดับสากล
21. การเป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในอุตสาหกรรมไม่ ได้เป็นอย่างดี
22. การอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย ได้อย่างเต็มที่
23. การสร้างกิจกรรมไม่เพื่อลดความเหลื่อมล้ำในแต่พื้นที่ ได้อย่างเต็มที่
24. การรายงานและให้ข้อมูลสถานการณ์ ความเคลื่อนไหว และผลกระทบจากการระบาดของไวรัสโควิด-19 ให้กับผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้องธุรกิจไม่ได้อย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด
25. การสื่อสารผ่าน Infographic เกี่ยวกับคำแนะนำและแนวทางปฏิบัติต่างๆ ในช่วงของการระบาดของไวรัสโควิด-19 ให้กับผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้องธุรกิจ ไม่ได้อย่างชัดเจนและเข้าใจง่าย
26. การเป็นสื่อกลางที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการไม่ในการดำเนินธุรกิจไม่อีกช่องทางหนึ่ง อาทิ การจัดงานประชุมและหรือ/การแสดงสินค้าผ่านระบบออนไลน์ หรือ การออกมาตรฐานต่างๆ ที่มาช่วยผู้ประกอบการไม่ เป็นอย่างดี
27. การให้ความชัดเจนในนโยบายและทิศทางการดำเนิน งานของสสปน. เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไม่ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง
28. การให้บริการผ่านระบบงานของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไม่
29. การสร้างภาพลักษณ์ของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไม่
30. การปฏิบัติงานที่มีความคล่องตัว (Flexibility) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐ และภาคเอกชน
31. การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency) เกิดผลงานเป็นรูปธรรม เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน
32. การเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไม่ ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของ สสปน.
33. การนำความคิดเห็นจากผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไม่ มาปรับปรุงการทำงานของ สสปน. อย่างต่อเนื่อง
34. การสร้างปฏิสัมพันธ์และความเข้าใจอย่างต่อเนื่องให้กับผู้ประกอบการในสถานการณ์ฉุกเฉิน ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
35. การปฏิบัติงานที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเชื่อมั่นในกระบวนการและมาตรการรับมือของสสปน. ต่อสถานการณ์โควิด-19
36. บุคลากรของ สสปน. สามารถให้คำแนะนำหรือรายละเอียดของระเบียบขั้นตอนและกระบวนการทำงานภายใน ได้เป็นอย่างดี
37. บุคลากรของ สสปน. เข้าใจวิธีการจัดงานอีเวนต์ (events) ของอุตสาหกรรมไม่ เป็นอย่างดี
38. บุคลากรของ สสปน. มีความเป็นมืออาชีพในการบริการและประสานงาน ให้กับลูกค้า/ผู้ให้บริการ ได้อย่างรวดเร็ว
39. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ ได้อย่างเต็มที่
40. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาหรือจัดการกับความขัดแย้ง ในสถานการณ์ที่ซับซ้อน หรือในสถานการณ์ที่มีความคลุมเครือได้อย่างมีประสิทธิภาพ และอย่างรวดเร็ว
41. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่ทำงานโดยใช้หลักความคิดแบบมีวิสัยทัศน์ แบบมีเหตุผล มีตรรกะที่ชัดเจนเสมอ (Have Critical Thinking)
42. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่พร้อมต่อการผลักดันให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆ และมีความคิดสร้างสรรค์เสมอ (Be Innovative and Creative)
43. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถและทักษะที่ดีเยี่ยมในการสื่อสาร (Have Effective Communication Skills) กับทีมงานและผู้เกี่ยวข้อง
44. บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส (Have Good Governance)
45. บุคลากรของ สสปน. มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร (Ready for Change to New Development) ให้ทันยุคสมัย
46. บุคลากรของ สสปน. มีการปรับตัวและพร้อมรับมือกับสถานการณ์การระบาดของไวรัสโควิด-19
47. บุคลากรของ สสปน. มีการรักษากฎสัมพันธที่ดีกับลูกค้าและผู้ประกอบการไม่ภายใต้สถานการณ์ที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการทำงาน อาทิ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19

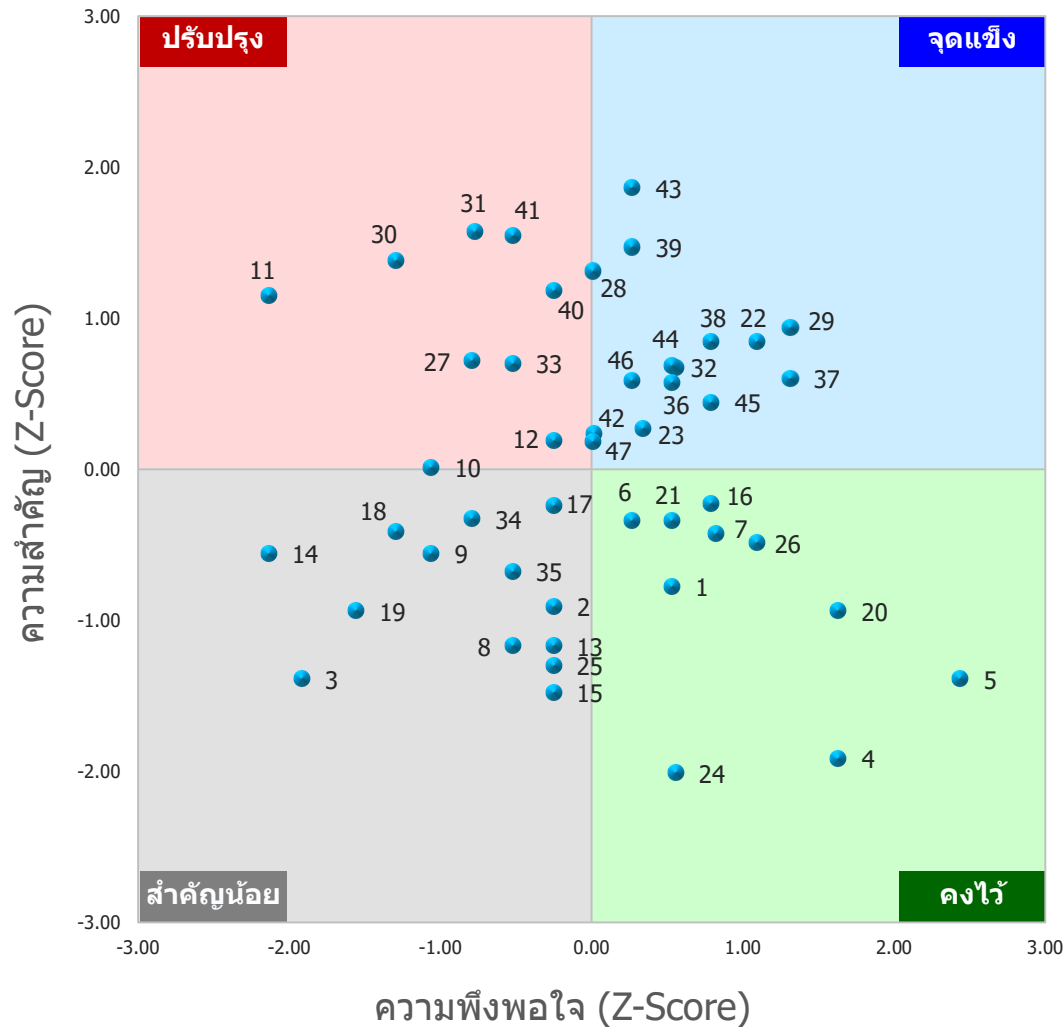
การวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา สำหรับฝ่าย C: ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุม นานาชาติ



ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 23** = 100%

1. การรักษาและสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไม่ ให้ได้เป็นอย่างดีและมีความยั่งยืน
2. การกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านธุรกิจไม่ อย่างมีประสิทธิภาพ
3. การกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไม่ทั่วภูมิภาค
4. การผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็นจุดหมายปลายทางไม่ระดับนานาชาติ หรือ MICE Destination ได้อย่างเต็มที่
5. การผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำด้านการประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติในภูมิภาคเอเชีย ได้อย่างเต็มที่
6. การขับเคลื่อนกิจกรรมไม่ตรงกับความต้องการของตลาด ศักยภาพ และนโยบายของประเทศ
7. การผลักดันอุตสาหกรรมไม่ไทยให้เป็นศูนย์กลางของอาเซียนอย่างมีประสิทธิภาพ
8. การสนับสนุนผู้จัดงานและผู้ประกอบการไม่ช่วยการให้บริการแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
9. การกำหนดมาตรการเยียวยาในสถานการณ์การระบาดของไวรัสโควิด-19 ช่วยให้ผู้ประกอบการไม่ พัฒนารัฐกิจของตนให้ดำเนินการต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
10. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไม่ที่หลากหลาย
11. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไม่ตรงกับความต้องการของผู้ให้บริการ
12. การจัดทำและเผยแพร่ปฏิทินกิจกรรมไม่ประจำปี
13. การประชาสัมพันธ์ ข่าวสารเกี่ยวกับภาพลักษณ์ขององค์กร สสปน. ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ สื่อโทรทัศน์ ได้อย่างครอบคลุม
14. การประชาสัมพันธ์ ข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลอุตสาหกรรมไม่ ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ สื่อโทรทัศน์ ได้อย่างครอบคลุม
15. การนำเสนอวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ความเป็นไทยผ่านรูปแบบการจัดกิจกรรมไม่
16. การให้ข้อมูลและองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไม่ แก่ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจได้อย่างรวดเร็ว และ ได้อย่างครอบคลุม
17. การให้ข้อมูลและองค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไม่ แก่ผู้ใช้ บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจอย่างสม่ำเสมอเป็นประจำทุกเดือน
18. การให้ความรู้ในเรื่องการจัดงานไม่ ในรูปแบบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แก่ผู้ประกอบการ ผู้จัดงานไม่ ผู้ให้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจ อย่างครบถ้วน และ เข้าใจง่าย
19. การผลักดันและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการและผู้จัดงานไม่ ผ่านการรับรองมาตรฐานด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน
20. การสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไม่ ให้เทียบเท่าระดับสากล
21. การเป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในอุตสาหกรรมไม่ ได้เป็นอย่างดี
22. การอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย ได้อย่างเต็มที่
23. การสร้างกิจกรรมไม่เพื่อลดความเหลื่อมล้ำในแต่พื้นที่ ได้อย่างเต็มที่
24. การรายงานและให้ข้อมูลสถานการณ์ ความเคลื่อนไหว และผลกระทบจากการระบาดของไวรัสโควิด-19 ให้กับผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้องธุรกิจไม่ได้อย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด
25. การสื่อสารผ่าน Infographic เกี่ยวกับคำแนะนำและแนวทางปฏิบัติต่างๆ ในช่วงของการระบาดของไวรัสโควิด-19 ให้กับผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้องธุรกิจ ไม่ได้อย่างชัดเจนและเข้าใจง่าย
26. การเป็นสื่อกลางที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการไม่ในการดำเนินธุรกิจไปอีกช่องทางหนึ่ง อาทิ การจัดงานประชุมและหรือ/การแสดงสินค้าผ่านระบบออนไลน์ หรือ การออกมาตรฐานต่างๆ ที่มาช่วยผู้ประกอบการไม่ MICE Hygiene Guideline ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
27. การให้ความชัดเจนในนโยบายและทิศทางการดำเนิน งานของสสปน. เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไม่ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง
28. การให้บริการผ่านระบบงานของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไม่
29. การสร้างภาพลักษณ์ของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไม่
30. การปฏิบัติงานที่มีความคล่องตัว (Flexibility) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐ และภาคเอกชน
31. การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency) เกิดผลงานเป็นรูปธรรม เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน
32. การเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไม่ ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของ สสปน.
33. การนำความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไม่ มาปรับปรุงการทำงานของ สสปน. อย่างต่อเนื่อง
34. การสร้างปฏิสัมพันธ์และความเข้าใจอย่างต่อเนื่องให้กับผู้ประกอบการในสถานการณ์ฉุกเฉิน ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
35. การปฏิบัติงานที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเชื่อมั่นในกระบวนการและมาตรการรับมือของสสปน. ต่อสถานการณ์โควิด-19
36. บุคลากรของ สสปน. สามารถให้คำแนะนำหรือรายละเอียดของระเบียบขั้นตอนและกระบวนการทำงานภายใน ได้เป็นอย่างดี
37. บุคลากรของ สสปน. เข้าใจวิธีการจัดงานอีเวนต์ (events) ของอุตสาหกรรมไม่เป็นอย่างดี
38. บุคลากรของ สสปน. มีความเป็นมืออาชีพในการบริการและประสานงาน ให้กับลูกค้า/ผู้ให้บริการ ได้อย่างรวดเร็ว
39. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ ได้อย่างทันเวลาที่
40. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาหรือจัดการกับความขัดแย้ง ในสถานการณ์ที่ซับซ้อน หรือในสถานการณ์ที่มีความคลุมเครือได้อย่างมีประสิทธิภาพ และอย่างรวดเร็ว
41. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่ทำงานโดยใช้หลักความคิดแบบมีวิสัยทัศน์ แบบมีเหตุผล มีตรรกะที่ชัดเจนเสมอ (Have Critical Thinking)
42. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่พร้อมต่อการผลักดันให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆ และมีความคิดสร้างสรรค์เสมอ (Be Innovative and Creative)
43. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถและทักษะที่ดีเยี่ยมในการสื่อสาร (Have Effective Communication Skills) กับทีมงานและผู้เกี่ยวข้อง
44. บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส (Have Good Governance)
45. บุคลากรของ สสปน. มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร (Ready for Change to New Development) ให้ทันยุคสมัย
46. บุคลากรของ สสปน. มีการปรับตัวและพร้อมรับมือกับสถานการณ์การระบาดของไวรัสโควิด-19
47. บุคลากรของ สสปน. มีการรักษากฎสัมพันธที่ดีกับลูกค้าและผู้ประกอบการไม่ภายใต้สถานการณ์ที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการทำงาน อาทิ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19

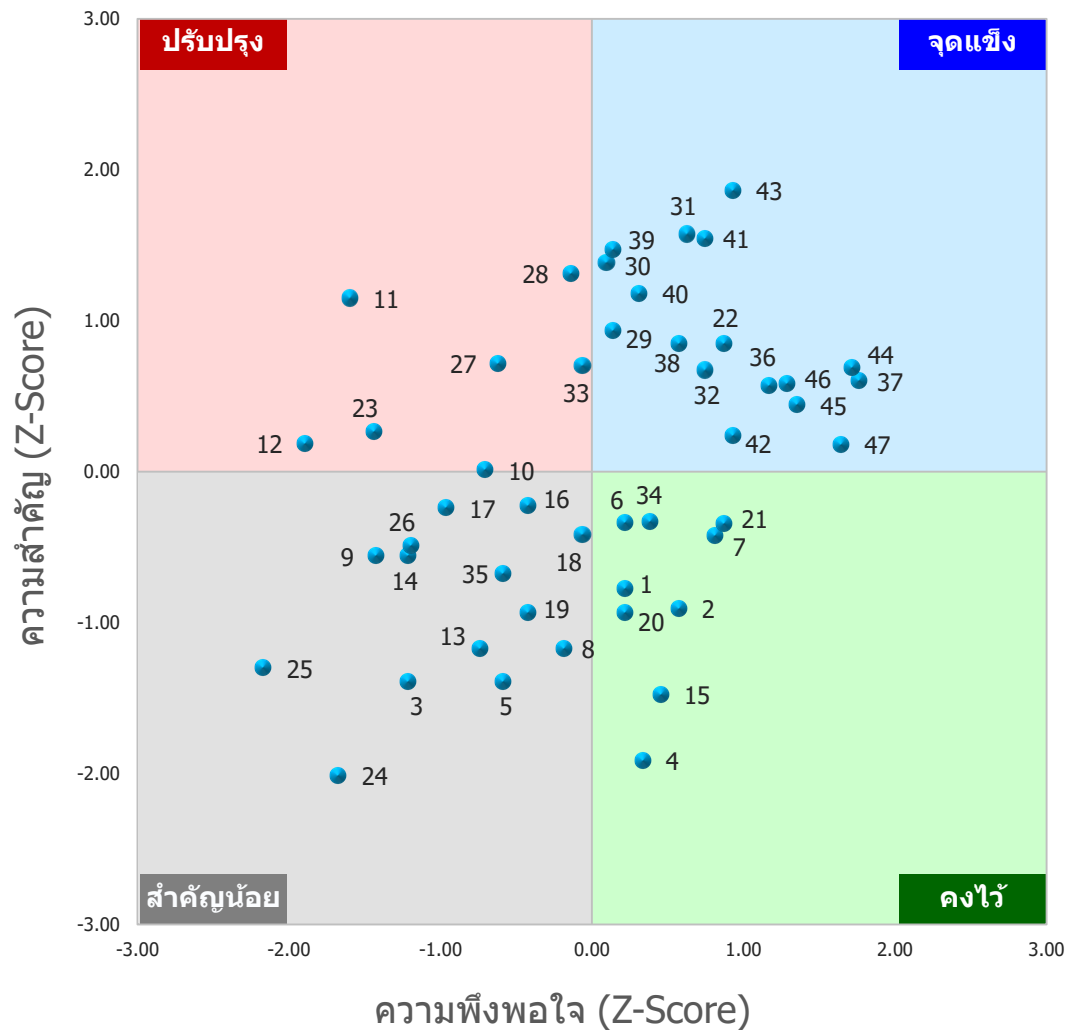
การวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา สำหรับฝ่าย E: ฝ่ายอุตสาหกรรมการแสดง สินค้านานาชาติ



ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 34 = 100%

1.	การรักษาและสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไม่ซ้ำ ให้เติบโตอย่างมั่นคงและมีความยั่งยืน
2.	การกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านธุรกิจไม่ซ้ำ อย่างมีประสิทธิภาพ
3.	การกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไม่ซ้ำทั่วภูมิภาค
4.	การผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็นจุดหมายปลายทางไม่ซ้ำระดับนานาชาติ หรือ MICE Destination ได้อย่างเต็มที่
5.	การผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำด้านการประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติในภูมิภาคเอเชีย ได้อย่างเต็มที่
6.	การขับเคลื่อนกิจกรรมไม่ซ้ำตรงตามความต้องการของตลาด ศักยภาพ และนโยบายของประเทศ
7.	การผลักดันอุตสาหกรรมไม่ซ้ำไทยให้เป็นผู้ประกอบการชั้นนำอย่างมีประสิทธิภาพ
8.	การสนับสนุนผู้จัดงานและผู้ประกอบการไม่ซ้ำด้วยการให้การแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
9.	การกำหนดมาตรการเยียวยาในสถานการณ์การระบาดของไวรัสโควิด-19 ช่วยให้ผู้ประกอบการไม่ซ้ำ พัฒนาศักยภาพของตนให้ดำเนินการต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
10.	การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไม่ซ้ำที่หลากหลาย
11.	การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไม่ซ้ำที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค
12.	การจัดทำและเผยแพร่ปฏิทินกิจกรรมไม่ซ้ำประจำปี
13.	การประชาสัมพันธ์ ข่าวสารที่เกี่ยวกับภาพลักษณ์ขององค์กร สสปน. ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ สื่อโทรทัศน์ ได้อย่างครอบคลุม
14.	การประชาสัมพันธ์ ข่าวสารที่เกี่ยวกับข้อมูลอุตสาหกรรมไม่ซ้ำ ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ สื่อโทรทัศน์ ได้อย่างครอบคลุม
15.	การนำเสนอวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ความเป็นไทยผ่านรูปแบบการจัดกิจกรรมไม่ซ้ำ
16.	การให้ข้อมูลและองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไม่ซ้ำ แก่ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจได้อย่างรวดเร็วและ ได้อย่างครอบคลุม
17.	การให้ข้อมูลและองค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไม่ซ้ำ แก่ผู้ใช้ บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจอย่างสม่ำเสมอเป็นประจำทุกเดือน
18.	การให้ความรู้ในเรื่องการดำเนินงานไม่ซ้ำ ในรูปแบบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แก่ผู้ประกอบการ ผู้จัดงานไม่ซ้ำ ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจ อย่างครบถ้วน และ เข้าใจง่าย
19.	การผลักดันและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการและผู้จัดงานไม่ซ้ำ ผ่านการรับรองมาตรฐานด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน
20.	การสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไม่ซ้ำ ให้เทียบเท่าระดับสากล
21.	การเป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในอุตสาหกรรมไม่ซ้ำ ได้เป็นอย่างดี
22.	การอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย ได้อย่างเต็มที่
23.	การสร้างกิจกรรมไม่ซ้ำเพื่อลดความเหลื่อมล้ำในแต่พื้นที่ ได้อย่างเต็มที่
24.	การรายงานและให้ข้อมูลสถานการณ์ ความเคลื่อนไหว และผลกระทบจากการระบาดของไวรัสโควิด-19 ให้กับผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้องธุรกิจไม่ซ้ำอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด
25.	การสื่อสารผ่าน Infographic เกี่ยวกับคำแนะนำและแนวทางปฏิบัติต่างๆ ในช่วงของการระบาดของไวรัสโควิด-19 ให้กับผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้องธุรกิจไม่ซ้ำได้อย่างชัดเจนและเข้าใจง่าย
26.	การเป็นสื่อกลางที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการไม่ซ้ำในการดำเนินธุรกิจไปอีกช่องทางหนึ่ง อาทิ การจัดงานประชุมและหรือ/การแสดงสินค้าผ่านระบบออนไลน์ หรือ การออกมาตรฐานต่างๆ ที่มาช่วยผู้ประกอบการไม่ซ้ำ MICE Hygiene Guideline ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
27.	การให้ความชัดเจนในนโยบายและทิศทางดำเนิน งานของสสปน. เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไม่ซ้ำให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง
28.	การให้บริการผ่านระบบงานของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไม่ซ้ำ
29.	การสร้างภาพลักษณ์ของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไม่ซ้ำ
30.	การปฏิบัติงานที่มีความคล่องตัว (Flexibility) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐ และภาคเอกชน
31.	การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency) เกิดผลงานเป็นรูปธรรม เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน
32.	การเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไม่ซ้ำ ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของ สสปน.
33.	การนำความคิดเห็นจากผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไม่ซ้ำ มาปรับปรุงการทำงานของ สสปน. อย่างต่อเนื่อง
34.	การสร้างปฏิสัมพันธ์และความเข้าใจอย่างต่อเนื่องให้กับผู้ประกอบการในสถานการณ์ฉุกเฉิน ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
35.	การปฏิบัติงานที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเชื่อมั่นในกระบวนการและมาตรการรับมือของสสปน. ต่อสถานการณ์โควิด-19
36.	บุคลากรของ สสปน. สามารถให้คำแนะนำหรือรายละเอียดของระเบียบขั้นตอนและกระบวนการทำงานภายใน ได้เป็นอย่างดี
37.	บุคลากรของ สสปน. เข้าใจวิธีการจัดงานอีเวนต์ (events) ของอุตสาหกรรมไม่ซ้ำ เป็นอย่างดี
38.	บุคลากรของ สสปน. มีความเป็นมืออาชีพในการบริการและประสานงาน ให้กับลูกค้า/ผู้บริการ ได้อย่างรวดเร็ว
39.	บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ ได้อย่างทันทั่วทั้ง
40.	บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาหรือจัดการกับความขัดแย้ง ในสถานการณ์ที่ซับซ้อน หรือในสถานการณ์ที่มีความคลุมเครือได้อย่างมีประสิทธิภาพ และอย่างรวดเร็ว
41.	บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่ทำงานโดยใช้หลักความคิดแบบมีวิสัยทัศน์ แบบมีเหตุผล มีตรรกะที่ชัดเจนเสมอ (Have Critical Thinking)
42.	บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่พร้อมต่อการผลักดันให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆ และมีความคิดสร้างสรรค์เสมอ (Be Innovative and Creative)
43.	บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถและทักษะที่ดีเยี่ยมในการสื่อสาร (Have Effective Communication Skills) กับทีมงานและผู้เกี่ยวข้อง
44.	บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส (Have Good Governance)
45.	บุคลากรของ สสปน. มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร (Ready for Change to New Development) ให้ทันยุคสมัย
46.	บุคลากรของ สสปน. มีการปรับตัวและพร้อมรับมือกับสถานการณ์การระบาดของไวรัสโควิด-19
47.	บุคลากรของ สสปน. มีการรักษากฎสัมพันธที่ดีกับลูกค้าและผู้ประกอบการไม่ซ้ำภายใต้สถานการณ์ที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการทำงาน อาทิ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19

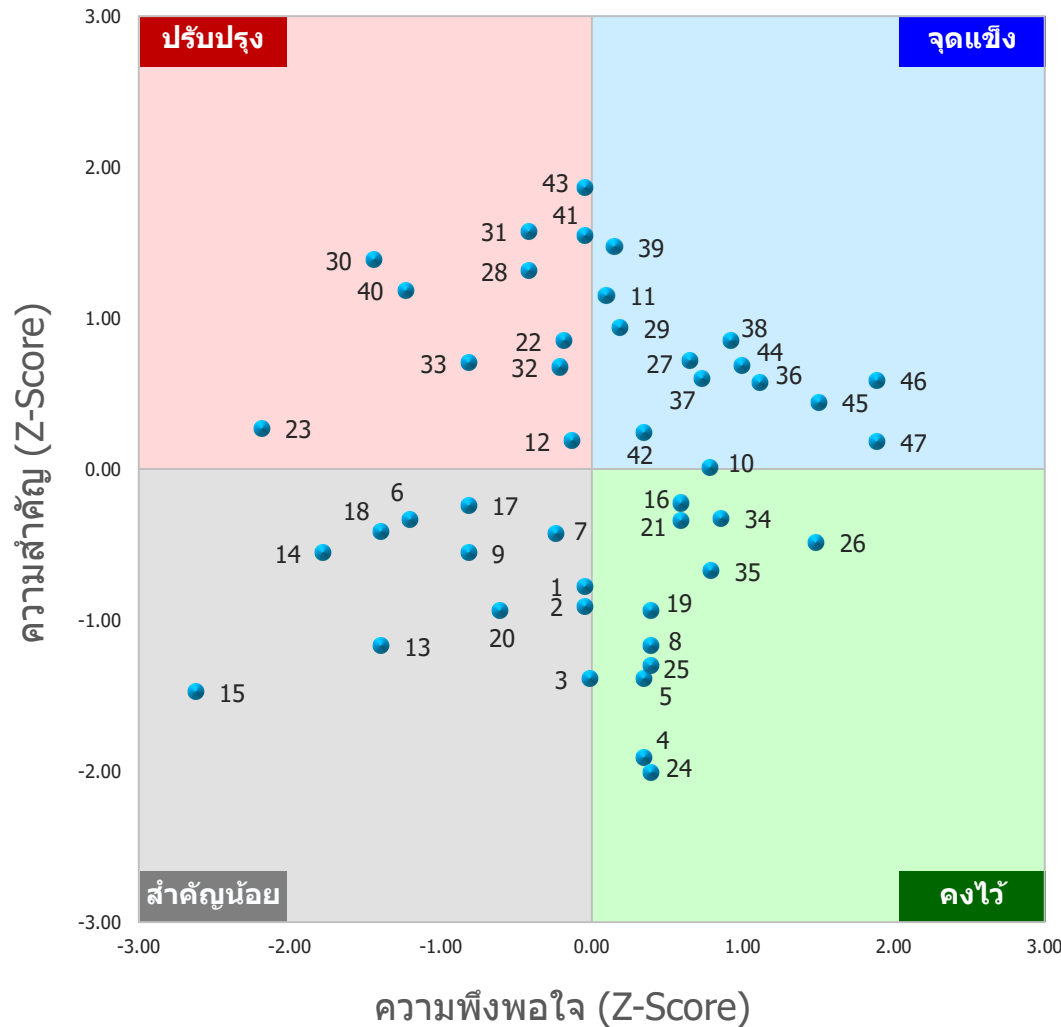
การวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา สำหรับฝ่าย RO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุม และนิทรรศการ (ภูมิภาค)



ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 50 = 100%

1. การรักษาและสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไม่ ให้ได้แบบมั่นคงและมีความยั่งยืน
2. การกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านธุรกิจไม่ อย่างมีประสิทธิภาพ
3. การกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไม่ทั่วภูมิภาค
4. การผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็นจุดหมายปลายทางไม่ระดับนานาชาติ หรือ MICE Destination ได้อย่างเต็มที่
5. การผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำด้านการประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติในภูมิภาคเอเชีย ได้อย่างเต็มที่
6. การขับเคลื่อนกิจกรรมไม่ตรงกับความต้องการของตลาด ศักยภาพ และนโยบายของประเทศ
7. การผลักดันอุตสาหกรรมไม่ไทยให้เป็นผู้ประกอบการอย่างมีประสิทธิภาพ
8. การสนับสนุนผู้จัดงานและผู้ประกอบการไม่ช่วยการให้บริการแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
9. การกำหนดมาตรการเยียวยาในสถานการณ์การระบาดของไวรัสโควิด-19 ช่วยให้ผู้ประกอบการไม่ พัฒนาศักยภาพของตนให้ดำเนินการต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
10. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไม่ที่หลากหลาย
11. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไม่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค
12. การจัดทำและเผยแพร่ปฏิทินกิจกรรมไม่ประจำปี
13. การประชาสัมพันธ์ ข่าวสารเกี่ยวกับภาพลักษณ์ขององค์กร สสปน. ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ สื่อโทรทัศน์ ได้อย่างครอบคลุม
14. การประชาสัมพันธ์ ข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลอุตสาหกรรมไม่ ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ สื่อโทรทัศน์ ได้อย่างครอบคลุม
15. การนำเสนอวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ความเป็นไทยผ่านรูปแบบการจัดกิจกรรมไม่
16. การให้ข้อมูลและองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไม่ แก่ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจได้อย่างรวดเร็ว และ ได้อย่างครอบคลุม
17. การให้ข้อมูลและองค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไม่ แก่ผู้ใช้ บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจอย่างสม่ำเสมอเป็นประจำทุกเดือน
18. การให้ความรู้ในเรื่องการจัดงานไม่ ในรูปแบบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แก่ผู้ประกอบการ ผู้จัดงานไม่ ผู้ให้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจ อย่างครบถ้วน และ เข้าใจง่าย
19. การผลักดันและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการและผู้จัดงานไม่ ผ่านการรับรองมาตรฐานด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน
20. การสนับสนุนให้มีการพัฒนาฐานของอุตสาหกรรมไม่ ให้เทียบเท่าระดับสากล
21. การเป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในอุตสาหกรรมไม่ ได้เป็นอย่างดี
22. การอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย อย่างเต็มที่
23. การสร้างกิจกรรมไม่เพื่อลดความเหลื่อมล้ำในแต่พื้นที่ ได้อย่างเต็มที่
24. การรายงานและให้ข้อมูลสถานการณ์ ความเคลื่อนไหว และผลกระทบจากการระบาดของไวรัสโควิด-19ให้กับผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้องธุรกิจไม่ได้อย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด
25. การสื่อสารผ่าน Infographic เกี่ยวกับคำแนะนำและแนวทางปฏิบัติต่างๆ ในช่วงของการระบาดของไวรัสโควิด-19ให้กับผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้องธุรกิจ ไม่ได้อย่างชัดเจนและเข้าใจง่าย
26. การเป็นสื่อกลางที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการไม่ในการดำเนินธุรกิจในอีกช่องทางหนึ่ง อาทิ การจัดงานประชุมและหรือ/การแสดงสินค้าผ่านระบบออนไลน์ หรือ การออกมาตรฐานต่างๆ ที่มาช่วยผู้ประกอบการไม่ MICE Hygiene Guideline ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
27. การให้ความชัดเจนในนโยบายและทิศทางกาดำเนินงานของสสปน. เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไม่ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง
28. การให้บริการผ่านระบบงานของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไม่
29. การสร้างภาพลักษณ์ของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไม่
30. การปฏิบัติงานที่มีความคล่องตัว (Flexibility) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐ และภาคเอกชน
31. การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency) เกิดผลงานเป็นรูปธรรม เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน
32. การเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไม่ ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของ สสปน.
33. การนำความคิดเห็นจากผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไม่ มาปรับปรุงการทำงานของ สสปน. อย่างต่อเนื่อง
34. การสร้างปฏิสัมพันธ์และความเชื่อใจอย่างต่อเนื่องให้กับผู้ประกอบการในสถานการณ์ฉุกเฉิน ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
35. การปฏิบัติงานที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเชื่อมั่นในกระบวนการและมาตรการรับมือของสสปน. ต่อสถานการณ์โควิด-19
36. บุคลากรของ สสปน. สามารถให้คำแนะนำหรือรายละเอียดของระเบียบขั้นตอนและกระบวนการทำงานภายใน ได้เป็นอย่างดี
37. บุคลากรของ สสปน. เข้าใจวิธีการดำเนินงานเอ็นวีที (events) ของอุตสาหกรรมไม่เป็นอย่างดี
38. บุคลากรของ สสปน. มีความเป็นมืออาชีพในการบริการและประสานงาน ให้กับลูกค้า/ผู้บริการ ได้อย่างรวดเร็ว
39. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ ได้อย่างทันทันที
40. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาหรือจัดการกับความขัดแย้ง ในสถานการณ์ที่ซับซ้อน หรือในสถานการณ์ที่มีความคลุมเครือได้อย่างมีประสิทธิภาพ และอย่างรวดเร็ว
41. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่ทำงานโดยใช้หลักความคิดแบบมีวิจารณญาณ แบบมีเหตุผล มีตรรกะที่ชัดเจนเสมอ (Have Critical Thinking)
42. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่พร้อมต่อการผลักดันให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆ และมีความคิดสร้างสรรค์เสมอ (Be Innovative and Creative)
43. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถและทักษะที่ดีเยี่ยมในการสื่อสาร (Have Effective Communication Skills) กับทีมงานและผู้เกี่ยวข้อง
44. บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส (Have Good Governance)
45. บุคลากรของ สสปน. มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร (Ready for Change to New Development) ให้ทันยุคสมัย
46. บุคลากรของ สสปน. มีการปรับตัวและพร้อมรับมือกับสถานการณ์การระบาดของไวรัสโควิด-19
47. บุคลากรของ สสปน. มีการรักษากฎสัมพันธที่ดีกับลูกค้าและผู้ประกอบการไม่ภายใต้สถานการณ์ที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการทำงาน อาทิ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19

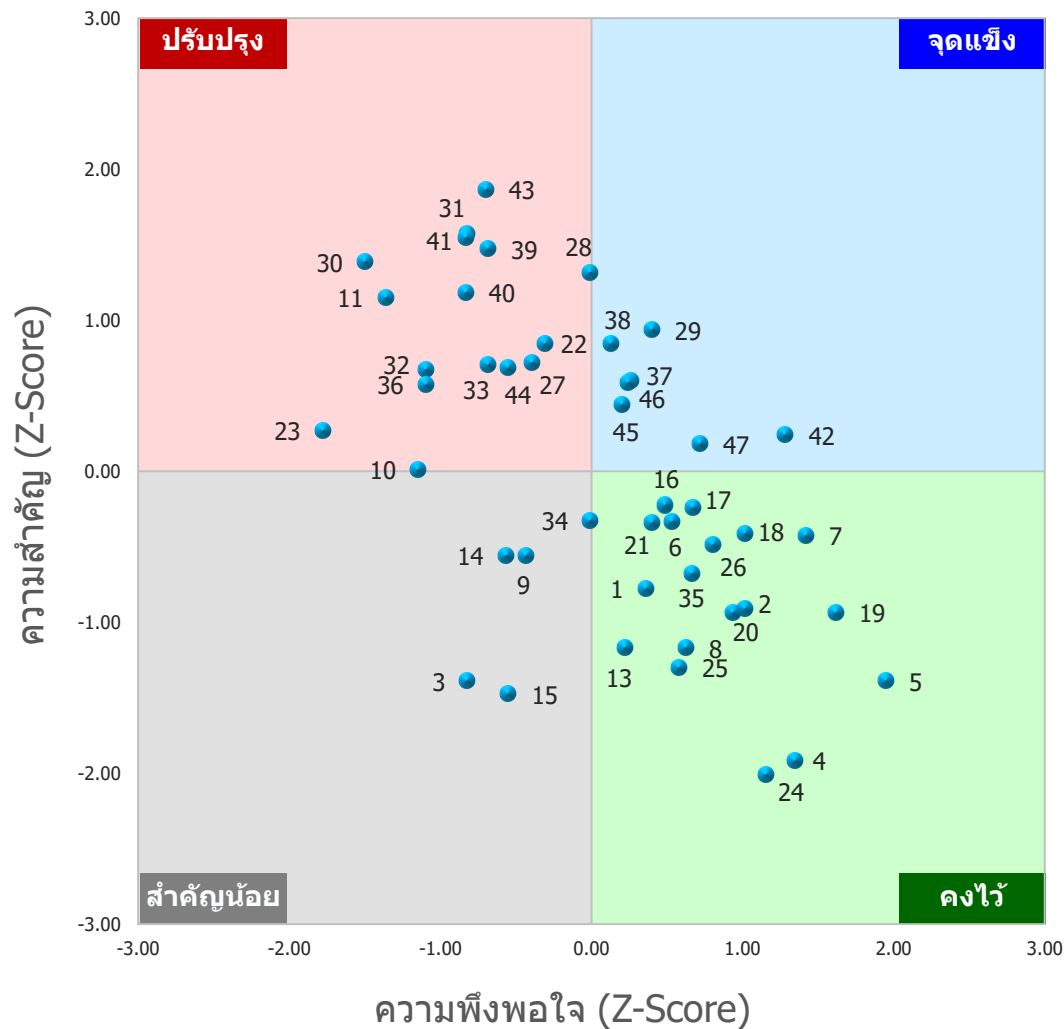
การวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา สำหรับฝ่าย MEGA: ผ่านพัฒนาการจัดงาน เมกะอีเวนต์และเทศกาลนานาชาติ



ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 26** = 100%

1. การรักษาและสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไม่ ให้ได้เป็นอย่างดีและมีความยั่งยืน
2. การกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านธุรกิจไม่ อย่างมีประสิทธิภาพ
3. การกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไม่ทั่วภูมิภาค
4. การผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็นจุดหมายปลายทางไม่ระดับนานาชาติ หรือ MICE Destination ได้อย่างเต็มที่
5. การผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำด้านการประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติในภูมิภาคเอเชีย ได้อย่างเต็มที่
6. การขับเคลื่อนกิจกรรมไม่ตรงตามความต้องการของตลาด ศักยภาพ และนโยบายของประเทศ
7. การผลักดันอุตสาหกรรมไม่ไทยให้เป็นศูนย์กลางของอาเซียนอย่างมีประสิทธิภาพ
8. การสนับสนุนผู้จัดงานและผู้ประกอบการไม่ช่วยการให้บริการแพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
9. การกำหนดมาตรการเยียวยาในสถานการณ์การระบาดของไวรัสโควิด-19 ช่วยให้ผู้ประกอบการไม่ พัฒนาศักยภาพของตนให้ดำเนินการต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
10. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไม่ที่หลากหลาย
11. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไม่ตรงกับความต้องการของผู้ให้บริการ
12. การจัดทำและเผยแพร่ปฏิทินกิจกรรม ไม่เป็นประจำ
13. การประชาสัมพันธ์ ข่าวสารเกี่ยวกับภาพลักษณ์ขององค์กร สสปน. ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ สื่อโทรทัศน์ ได้อย่างครอบคลุม
14. การประชาสัมพันธ์ ข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลอุตสาหกรรมไม่ ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ สื่อโทรทัศน์ ได้อย่างครอบคลุม
15. การนำเสนอวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ความเป็นไทยผ่านรูปแบบการจัดกิจกรรมไม่
16. การให้ข้อมูลและองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไม่ แก่ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้สนใจได้อย่างรวดเร็ว และ ได้อย่างครอบคลุม
17. การให้ข้อมูลและองค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไม่ แก่ผู้ใช้ บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้สนใจอย่างสม่ำเสมอเป็นประจำทุกเดือน
18. การให้ความรู้ในเรื่องการจัดงานไม่ ในรูปแบบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แก่ผู้ประกอบการ ผู้จัดงานไม่ ผู้ให้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้สนใจ อย่างครบถ้วน และ เข้าใจง่าย
19. การผลักดันและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการและผู้จัดงานไม่ ผ่านการรับรองมาตรฐานด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน
20. การสนับสนุนให้มีการพัฒนาฐานข้อมูลอุตสาหกรรมไม่ ให้เทียบเท่าระดับสากล
21. การเป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในอุตสาหกรรมไม่ ได้เป็นอย่างดี
22. การอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย ได้อย่างเต็มที่
23. การสร้างกิจกรรมไม่เพื่อลดความเหลื่อมล้ำในแต่พื้นที่ ได้อย่างเต็มที่
24. การรายงานและให้ข้อมูลสถานการณ์ ความเคลื่อนไหว และผลกระทบจากการระบาดของไวรัสโควิด-19ให้กับผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้องธุรกิจไม่ได้อย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด
25. การสื่อสารผ่าน Infographic เกี่ยวกับคำแนะนำและแนวทางปฏิบัติต่าง ๆ ในช่วงของการระบาดของไวรัสโควิด-19ให้กับผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้องธุรกิจ ไม่ได้อย่างชัดเจนและเข้าใจง่าย
26. การเป็นสื่อกลางที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการไม่ในการดำเนินการในอีกช่องทางหนึ่ง อาทิ การจัดงานประชุมและหรือ/การนำเสนอสินค้าผ่านออนไลน์ หรือ การออกมาตรฐานต่าง ๆ ที่ช่วยกับผู้ประกอบการไม่ เป็นอย่างมาก
27. การให้ความชัดเจนในนโยบายและทิศทางการดำเนิน งานของสสปน. เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไม่ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง
28. การให้บริการผ่านระบบงานของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไม่
29. การสร้างภาพลักษณ์ของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไม่
30. การปฏิบัติงานที่มีความคล่องตัว (Flexibility) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐ และภาคเอกชน
31. การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency) เกิดผลงานเป็นรูปธรรม เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน
32. การเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไม่ ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของ สสปน.
33. การนำความคิดเห็นจากผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไม่ มาปรับปรุงการทำงานของ สสปน. อย่างต่อเนื่อง
34. การสร้างปฏิสัมพันธ์และความเข้าใจอย่างต่อเนื่องให้กับผู้ประกอบการในสถานการณ์ฉุกเฉิน ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
35. การปฏิบัติงานที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเชื่อมั่นในกระบวนการและมาตรการรับมือของสสปน. ต่อสถานการณ์โควิด-19
36. บุคลากรของ สสปน. สามารถให้คำแนะนำหรือรายละเอียดของระเบียบขั้นตอนและกระบวนการทำงานภายใน ได้เป็นอย่างดี
37. บุคลากรของ สสปน. เข้าใจวิธีการจัดงานอีเวนต์ (events) ของอุตสาหกรรมไม่ เป็นอย่างดี
38. บุคลากรของ สสปน. มีความเป็นมืออาชีพในการบริการและประสานงาน ให้กับลูกค้า/ผู้ให้บริการ ได้อย่างรวดเร็ว
39. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ ได้อย่างทันทั่วทั้ง
40. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาหรือจัดการกับความขัดแย้ง ในสถานการณ์ที่ซับซ้อน หรือในสถานการณ์ที่มีความคลุมเครือได้อย่างมีประสิทธิภาพ และอย่างรวดเร็ว
41. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่ทำงานโดยใช้หลักความคิดแบบมีวิจญาณ แบบมีเหตุผล มีตรรกะที่ชัดเจนเสมอ (Have Critical Thinking)
42. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่พร้อมต่อการผลักดันให้เกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ และมีความคิดสร้างสรรค์เสมอ (Be Innovative and Creative)
43. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถและทักษะที่ดีเยี่ยมในการสื่อสาร (Have Effective Communication Skills) กับทีมงานและผู้เกี่ยวข้อง
44. บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส (Have Good Governance)
45. บุคลากรของ สสปน. มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร (Ready for Change to New Development) ให้ทันยุคสมัย
46. บุคลากรของ สสปน. มีการปรับตัวและพร้อมรับมือกับสถานการณ์การระบาดของไวรัสโควิด-19
47. บุคลากรของ สสปน. มีการรักษากฎสัมพันธที่ดีกับลูกค้าและผู้ประกอบการไม่ภายใต้สถานการณ์ที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการทำงาน อาทิ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19

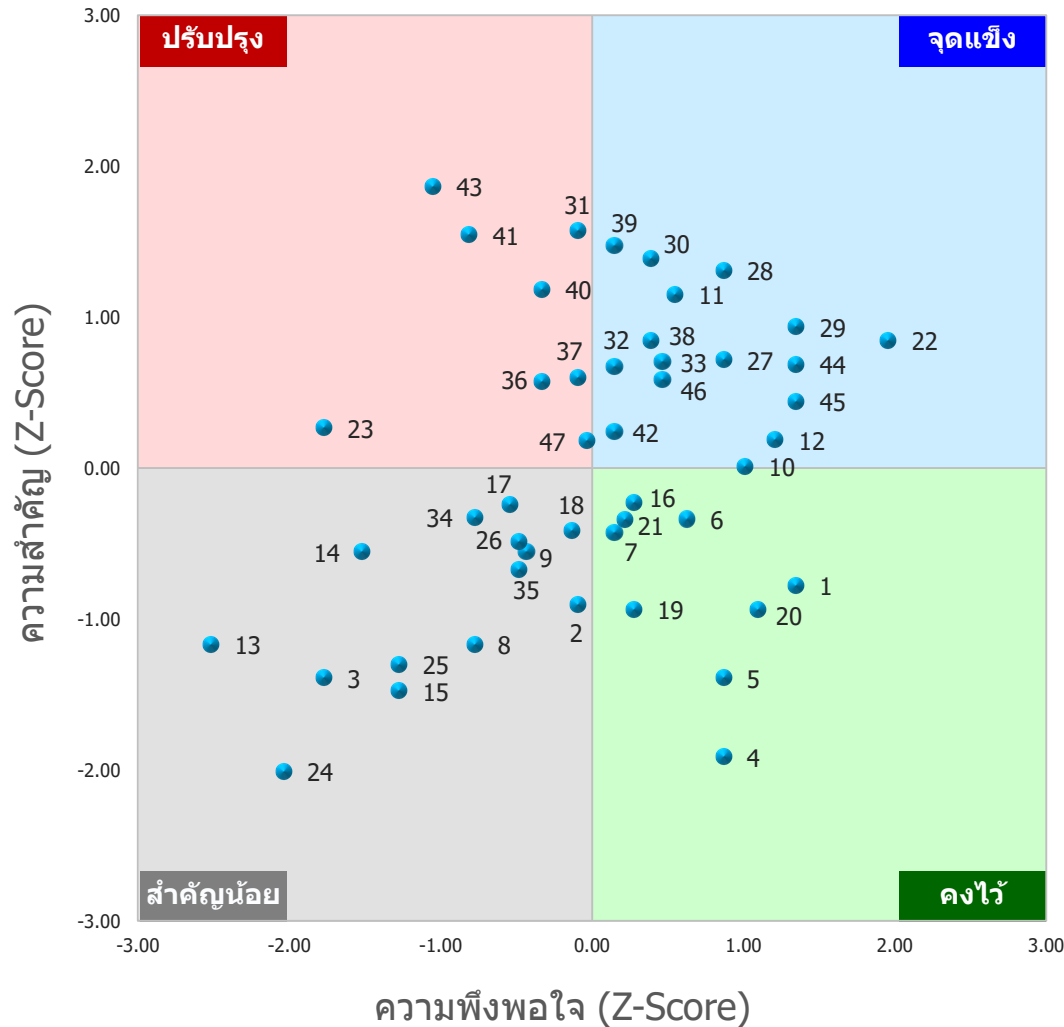
การวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา สำหรับฝ่าย MICE CAP: ฝ่ายพัฒนาศักยภาพ อุตสาหกรรมไมซ์



ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 44 = 100%

1. การรักษาและสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์ ให้เติบโตอย่างมั่นคงและมีความยั่งยืน
2. การกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านธุรกิจไมซ์ อย่างมีประสิทธิภาพ
3. การกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์ทั่วภูมิภาค
4. การผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ระดับนานาชาติ หรือ MICE Destination ได้อย่างเต็มที่
5. การผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำด้านการประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติในภูมิภาคเอเชีย ได้อย่างเต็มที่
6. การขับเคลื่อนกิจกรรมไมซ์ตรงตามความต้องการของตลาด ศักยภาพ และนโยบายของประเทศ
7. การผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้เป็นผู้ประกอบการชั้นนำอย่างมีประสิทธิภาพ
8. การสนับสนุนผู้จัดงานและผู้ประกอบการไมซ์ด้วยการให้บริการแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
9. การกำหนดมาตรการเยียวยาในสถานการณ์การระบาดของไวรัสโควิด-19 ช่วยให้ผู้ประกอบการไมซ์ พัฒนาศักยภาพของตนเองให้ดำเนินการต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
10. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่หลากหลาย
11. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค
12. การจัดทำและเผยแพร่ปฏิทินกิจกรรมไมซ์ประจำปี
13. การประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ขององค์กร สสปน. ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ สื่อโทรทัศน์ ได้อย่างครอบคลุม
14. การประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ สื่อโทรทัศน์ ได้อย่างครอบคลุม
15. การนำเสนอวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ความเป็นไทยผ่านรูปแบบการจัดกิจกรรมไมซ์
16. การให้ข้อมูลและองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจได้อย่างรวดเร็ว และ ได้อย่างครอบคลุม
17. การให้ข้อมูลและองค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้ บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจอย่างสม่ำเสมอเป็นประจำทุกเดือน
18. การให้ความรู้ในเรื่องการดำเนินงานไมซ์ ในรูปแบบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แก่ผู้ประกอบการ ผู้จัดงานไมซ์ ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจ อย่างครอบคลุม และ เข้าใจง่าย
19. การผลักดันและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการและผู้จัดงานไมซ์ ผ่านการรับรองมาตรฐานด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน
20. การสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ ให้เทียบเท่าระดับสากล
21. การเป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้เป็นอย่างดี
22. การอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย อย่างเต็มที่
23. การสร้างกิจกรรมไมซ์เพื่อลดความเหลื่อมล้ำในแต่พื้นที่ ได้อย่างเต็มที่
24. การขยายงานและให้ข้อมูลสถานการณ์ ความเคลื่อนไหว และผลกระทบจากการระบาดของไวรัสโควิด-19 ให้กับผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้องธุรกิจไมซ์ได้อย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด
25. การสื่อสารผ่าน Infographic เกี่ยวกับคำแนะนำและแนวทางปฏิบัติต่างๆ ในช่วงของการระบาดของไวรัสโควิด-19 ให้กับผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้องธุรกิจไมซ์ได้อย่างชัดเจนและเข้าใจง่าย
26. การเป็นสื่อกลางที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการไมซ์ในการดำเนินธุรกิจในอีกช่องทางหนึ่ง อาทิ การจัดงานประชุมและหรือ/การแสดงสินค้าผ่านระบบออนไลน์ หรือ การออกมาตรฐานต่างๆ ที่มาช่วยผู้ประกอบการไมซ์ มี MICE Hygiene Guideline ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
27. การให้ความชัดเจนในนโยบายและทิศทางการดำเนินงานของสสปน. เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง
28. การให้บริการผ่านระบบงานของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์
29. การสร้างภาพลักษณ์ของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์
30. การปฏิบัติงานที่มีความคล่องตัว (Flexibility) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐ และภาคเอกชน
31. การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency) เกิดผลงานเป็นรูปธรรม เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน
32. การเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของ สสปน.
33. การนำความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ มาปรับปรุงการทำงานของ สสปน. อย่างต่อเนื่อง
34. การสร้างปฏิสัมพันธ์และความเข้าใจอย่างต่อเนื่องให้กับผู้ประกอบการในสถานการณ์ฉุกเฉิน ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
35. การปฏิบัติงานที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเชื่อมั่นในกระบวนการและมาตรฐานการมีของสสปน. ต่อสถานการณ์โควิด-19
36. บุคลากรของ สสปน. สามารถให้คำแนะนำหรือรายละเอียดของระเบียบขั้นตอนและกระบวนการทำงานภายใน ได้เป็นอย่างดี
37. บุคลากรของ สสปน. เข้าใจวิธีการจัดงานอีเวนต์ (events) ของอุตสาหกรรมไมซ์ เป็นอย่างดี
38. บุคลากรของ สสปน. มีความเป็นมืออาชีพในการบริการและประสานงาน ให้กับลูกค้า/ผู้ให้บริการ ได้อย่างรวดเร็ว
39. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ ได้อย่างทันท่วงที
40. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาหรือจัดการกับความขัดแย้ง ในสถานการณ์ที่ซับซ้อน หรือในสถานการณ์ที่มีความคลุมเครือได้อย่างมีประสิทธิภาพ และอย่างรวดเร็ว
41. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่ทำงานโดยใช้หลักความคิดแบบมีวิสัยทัศน์ แบบมีเหตุผล มีตรรกะที่ชัดเจนเสมอ (Have Critical Thinking)
42. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่พร้อมต่อการผลักดันให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆ และมีความคิดสร้างสรรค์เสมอ (Be Innovative and Creative)
43. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถและทักษะที่ดีเยี่ยมในการสื่อสาร (Have Effective Communication Skills) กับทีมงานและผู้เกี่ยวข้อง
44. บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส (Have Good Governance)
45. บุคลากรของ สสปน. มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร (Ready for Change to New Development) ให้ทันยุคสมัย
46. บุคลากรของ สสปน. มีการปรับตัวและพร้อมรับมือกับสถานการณ์การระบาดของไวรัสโควิด-19
47. บุคลากรของ สสปน. มีการรักษากฎสัมพันธที่ดีกับลูกค้าและผู้ประกอบการไมซ์ภายใต้สถานการณ์ที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการทำงาน อาทิ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19

การวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา สำหรับฝ่าย GCA: ฝ่ายบริหารรัฐกิจวิสาหกิจ



ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 29** = 100%

1. การศึกษาและสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไม่ ให้ได้เป็นอย่างดีและมีความยั่งยืน
2. การกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านธุรกิจไม่ อย่างมีประสิทธิภาพ
3. การกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไม่ทั่วภูมิภาค
4. การผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็นจุดหมายปลายทางไม่ระดับนานาชาติ หรือ MICE Destination ได้อย่างเต็มที่
5. การผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำด้านการแสดงสินค้านานาชาติในภูมิภาคเอเชีย ได้อย่างเต็มที่
6. การขับเคลื่อนกิจกรรมไม่ตรงตามความต้องการของตลาด ศักยภาพ และนโยบายของประเทศ
7. การผลักดันอุตสาหกรรมไม่ไทยให้เป็นศูนย์กลางของอาเซียนอย่างมีประสิทธิภาพ
8. การสนับสนุนผู้จัดงานและผู้ประกอบการไม่ช่วยการให้บริการแพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
9. การกำหนดมาตรการเยียวยาในสถานการณ์การระบาดของไวรัสโควิด-19 ช่วยให้ผู้ประกอบการไม่ พัฒนารัฐกิจของตนให้ดำเนินการต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
10. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไม่ที่หลากหลาย
11. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไม่ที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ
12. การจัดทำและเผยแพร่ปฏิทินกิจกรรมไม่ประจำปี
13. การประชาสัมพันธ์ ข่าวสารที่เกี่ยวกับภาพลักษณ์ขององค์กร สสปน. ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ สื่อโทรทัศน์ ได้อย่างครอบคลุม
14. การประชาสัมพันธ์ ข่าวสารที่เกี่ยวกับข้อมูลอุตสาหกรรมไม่ ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ สื่อโทรทัศน์ ได้อย่างครอบคลุม
15. การนำเสนอวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ความเป็นไทยผ่านรูปแบบการจัดกิจกรรมไม่
16. การให้ข้อมูลและองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไม่ แก่ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจได้อย่างรวดเร็ว และ ได้อย่างครอบคลุม
17. การให้ข้อมูลและองค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไม่ แก่ผู้ใช้ บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจอย่างสม่ำเสมอเป็นประจำทุกเดือน
18. การให้ความรู้ในเรื่องการงานไม่ ในรูปแบบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แก่ผู้ประกอบการ ผู้จัดงานไม่ ผู้ให้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจ อย่างครบถ้วน และ เข้าใจง่าย
19. การผลักดันและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการและผู้จัดงานไม่ ผ่านการรับรองมาตรฐานด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน
20. การสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไม่ ให้เทียบเท่าระดับสากล
21. การเป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในอุตสาหกรรมไม่ ได้เป็นอย่างดี
22. การอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย ได้อย่างเต็มที่
23. การสร้างกิจกรรมไม่เพื่อลดความเหลื่อมล้ำในแต่พื้นที่ ได้อย่างเต็มที่
24. การขยายและให้ข้อมูลสถานการณ์ ความเคลื่อนไหว และผลกระทบจากการระบาดของไวรัสโควิด-19 ให้กับผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้องธุรกิจไม่ได้อย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด
25. การสื่อสารผ่าน Infographic เกี่ยวกับคำแนะนำและแนวทางปฏิบัติต่าง ๆ ในช่วงของการระบาดของไวรัสโควิด-19 ให้กับผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้องธุรกิจ ไม่ได้อย่างชัดเจนและเข้าใจง่าย
26. การเป็นสื่อกลางที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการไม่ในการดำเนินธุรกิจไปอีกช่องทางหนึ่ง อาทิ การจัดงานประชุมและหรือ/การแสดงสินค้าผ่านระบบออนไลน์ หรือ การออกมาตรฐานต่าง ๆ ที่มาช่วยผู้ประกอบการไม่ MICE Hygiene Guideline ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
27. การให้ความชัดเจนในนโยบายและทิศทางการดำเนิน งานของสสปน. เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไม่ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง
28. การให้บริการผ่านระบบงานของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไม่
29. การสร้างภาพลักษณ์ของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไม่
30. การปฏิบัติงานที่มีความคล่องตัว (Flexibility) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐ และภาคเอกชน
31. การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency) เกิดผลงานเป็นรูปธรรม เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน
32. การเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไม่ ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของ สสปน.
33. การนำความคิดเห็นจากผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไม่ มาปรับปรุงการทำงานของ สสปน. อย่างต่อเนื่อง
34. การสร้างปฏิสัมพันธ์และความเข้าใจอย่างต่อเนื่องให้กับผู้ประกอบการในสถานการณ์ฉุกเฉิน ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
35. การปฏิบัติงานที่ทำให้ผู้ประกอบการเชื่อมั่นในกระบวนการและมาตรฐานการมีมือของสสปน. ต่อสถานการณ์โควิด-19
36. บุคลากรของ สสปน. สามารถให้คำแนะนำหรือรายละเอียดของระเบียบขั้นตอนและกระบวนการทำงานภายใน ได้เป็นอย่างดี
37. บุคลากรของ สสปน. เข้าใจวิธีการจัดงานอีเวนต์ (events) ของอุตสาหกรรมไม่เป็นอย่างดี
38. บุคลากรของ สสปน. มีความเป็นมืออาชีพในการบริการและประสานงาน ให้กับลูกค้า/ผู้รับบริการ ได้อย่างรวดเร็ว
39. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ ได้อย่างทันทั่วทั้ง
40. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาหรือจัดการกับความขัดแย้ง ในสถานการณ์ที่ซับซ้อน หรือในสถานการณ์ที่มีความคลุมเครือได้อย่างมีประสิทธิภาพ และอย่างรวดเร็ว
41. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่ทำงานโดยใช้หลักความคิดแบบมีวิจญาณ แบบมีเหตุผล มีตรรกะที่ชัดเจนเสมอ (Have Critical Thinking)
42. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่พร้อมต่อการผลักดันให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆและมีความคิดสร้างสรรค์เสมอ (Be Innovative and Creative)
43. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถและทักษะที่ดีเยี่ยมในการสื่อสาร (Have Effective Communication Skills) กับทีมงานและผู้เกี่ยวข้อง
44. บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส (Have Good Governance)
45. บุคลากรของ สสปน. มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร (Ready for Change to New Development) ให้ทันยุคสมัย
46. บุคลากรของ สสปน. มีการปรับตัวและพร้อมรับมือกับสถานการณ์การระบาดของไวรัสโควิด-19
47. บุคลากรของ สสปน. มีการรักษากฎสัมพันธที่ดีกับลูกค้าและผู้ประกอบการไม่ภายใต้สถานการณ์ที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการทำงาน อาทิ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19

สิ่งที่ต้องปรับปรุง

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย						
		MI	C	E	RO	MEGA	MICE CAP	GCA
ฐาน: ทั้งหมด	247	41	23**	34	50	26**	44	29**
การพัฒนาธุรกิจ MICE								
• การรักษาและสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์ ให้เติบโตอย่างมั่นคงและมีความยั่งยืน								
• การกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านธุรกิจไมซ์ อย่างมีประสิทธิภาพ								
• การกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์ทั่วภูมิภาค								
• การผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ระดับนานาชาติ หรือ MICE Destination ได้อย่างเต็มที่								
• การผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำด้านการประชุม และงานแสดงสินค้านานาชาติในภูมิภาคเอเชีย ได้อย่างเต็มที่								
• การขับเคลื่อนกิจกรรมไมซ์ตรงตามความต้องการของตลาด ศักยภาพ และนโยบายของประเทศ								
• การผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้เป็นศูนย์กลางของอาเซียนอย่างมีประสิทธิภาพ								
• การสนับสนุนผู้จัดงานและผู้ประกอบการไมซ์ด้วยการให้บริการแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19								
• การกำหนดมาตรการเยียวยาในสถานการณ์การระบาดของไวรัสโควิด-19 ช่วยให้ผู้ประกอบการไมซ์พัฒนาธุรกิจของตนให้ดำเนินการต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19								
การสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์								
• การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่หลากหลาย								
• การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ								
• การจัดทำและเผยแพร่ปฏิทินกิจกรรมไมซ์ประจำปี								
• การประชาสัมพันธ์ ข่าวสารที่เกี่ยวกับภาพลักษณ์ขององค์กร สสปน. ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ สื่อโทรทัศน์ ได้อย่างครอบคลุม								
• การประชาสัมพันธ์ ข่าวสารที่เกี่ยวกับข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ สื่อโทรทัศน์ ได้อย่างครอบคลุม								
• การนำเสนอวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ความเป็นไทยผ่านรูปแบบการจัดกิจกรรมไมซ์								

สิ่งที่ต้องปรับปรุง

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย						
		MI	C	E	RO	MEGA	MICE CAP	GCA
ฐาน: ทั้งหมด	247	41	23**	34	50	26**	44	29**
การพัฒนาขีดความสามารถ/ เสริมสร้างรากฐานธุรกิจไมซ์								
• การให้ข้อมูลและองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ให้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจได้อย่างรวดเร็ว และ ได้อย่างครอบคลุม								
• การให้ข้อมูลและองค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ให้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจอย่างสม่ำเสมอ เป็นประจำทุกเดือน								
• การให้ความรู้ในเรื่องการจัดงานไมซ์ ในรูปแบบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แก่ผู้ประกอบการ ผู้จัดงานไมซ์ ผู้ให้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ที่เกี่ยวข้อง อย่างครบถ้วน และ เข้าใจง่าย								
• การผลักดันและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการและผู้จัดงานไมซ์ ผ่านการรับรองมาตรฐานด้านการจัดงาน อย่างยั่งยืน								
• การสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ ให้เทียบเท่าระดับสากล								
การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชนในธุรกิจไมซ์								
• การเป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้เป็นอย่างดี								
• การอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทยอย่างเต็มที่								
• การสร้างกิจกรรมไมซ์เพื่อลดความเหลื่อมล้ำในเขตพื้นที่ได้อย่างเต็มที่								
• การรายงานและให้ข้อมูลสถานการณ์ ความเคลื่อนไหว และผลกระทบจากการระบาดของไวรัสโควิด-19 ให้กับผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้องธุรกิจไมซ์ได้อย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19								
• การสื่อสารผ่าน Infographic เกี่ยวกับคำแนะนำและแนวทางปฏิบัติต่างๆ ในช่วงของการระบาดของไวรัสโควิด-19 ให้กับผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้องธุรกิจไมซ์ได้อย่างชัดเจนและเข้าใจง่าย								
• การเป็นสื่อกลางที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการไมซ์ในการดำเนินธุรกิจนอกช่องทางหนึ่ง อาทิ การจัดงานประชุมและหรือ/การแสดงสินค้าผ่านระบบออนไลน์ หรือ การออกมาตรฐานต่างๆ ที่มาช่วยผู้ประกอบการไมซ์ MICE Hygiene Guidelines ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19								

สิ่งที่ต้องปรับปรุง

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย						
		MI	C	E	RO	MEGA	MICE CAP	GCA
ฐาน: ทั้งหมด	247	41	23**	34	50	26**	44	29**
กระบวนการภายใน/ลักษณะเฉพาะองค์กรของสสปน.								
• การให้ความชัดเจนในนโยบายและทิศทางการดำเนินงานของ สสปน. เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง								
• การให้บริการผ่านระบบงานของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐาน การดำเนินงานระดับสากลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์								
• การสร้างภาพลักษณ์ของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์								
• การปฏิบัติงานที่มีความคล่องตัว (Flexibility) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐ และภาคเอกชน								
• การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency) เกิดผลงานเป็นรูปธรรม เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน								
• การเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของ สสปน.								
• การนำความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ มาปรับปรุงการทำงานของ สสปน. อย่างต่อเนื่อง								
• การสร้างปฏิสัมพันธ์และความเข้าใจอย่างต่อเนื่องให้กับผู้ประกอบการในสถานการณ์ฉุกเฉินในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19								
• การปฏิบัติงานที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเชื่อมั่นในกระบวนการและมาตรการรับมือของ สสปน. ต่อสถานการณ์โควิด-19								

สิ่งที่ต้องปรับปรุง

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย						
		MI	C	E	RO	MEGA	MICE CAP	GCA
ฐาน: ทั้งหมด	247	41	23**	34	50	26**	44	29**
สมรรถนะของบุคลากรของ สสปน.								
• บุคลากรของ สสปน. สามารถให้คำแนะนำหรือรายละเอียดของระเบียบขั้นตอนและกระบวนการทำงานภายใน ได้เป็นอย่างดี								
• บุคลากรของ สสปน. เข้าใจวิธีการจัดงานอีเวนต์ (events) ของอุตสาหกรรมไมซ์ เป็นอย่างดี								
• บุคลากรของ สสปน. มีความเป็นมืออาชีพในการบริการและประสานงาน ให้กับลูกค้า/ผู้รับบริการ ได้อย่างรวดเร็ว								
• บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ ได้อย่างทันท่วงที								
• บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาหรือจัดการกับความขัดแย้ง ในสถานการณ์ที่ซับซ้อน หรือในสถานการณ์ที่มีความคลุมเครือได้อย่างมีประสิทธิภาพ และอย่างรวดเร็ว								
• บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่ทำงานโดยใช้หลักความคิดแบบมีวิจารณญาณ แบบมีเหตุผล มีตรรกะที่ชัดเจนเสมอ (Have Critical Thinking)								
• บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่พร้อมต่อการผลักดันให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆ และมีความคิดสร้างสรรค์เสมอ (Be Innovative and Creative)								
• บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถและทักษะที่ดีเยี่ยมในการสื่อสาร (Have Effective Communication Skills) กับทีมงาน และ ผู้เกี่ยวข้อง								
• บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส (Have Good Governance)								
• บุคลากรของ สสปน. มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร (Ready for Change to New Development) ให้ทันยุคสมัย								
• บุคลากรของ สสปน. มีการปรับตัวและพร้อมรับมือกับสถานการณ์การระบาดของไวรัสโควิด-19								
• บุคลากรของ สสปน. มีการรักษาปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและผู้ประกอบการไมซ์ภายใต้สถานการณ์ที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการทำงาน อาทิ ในช่วงสถานการณ์การระบาดของโควิด-19								

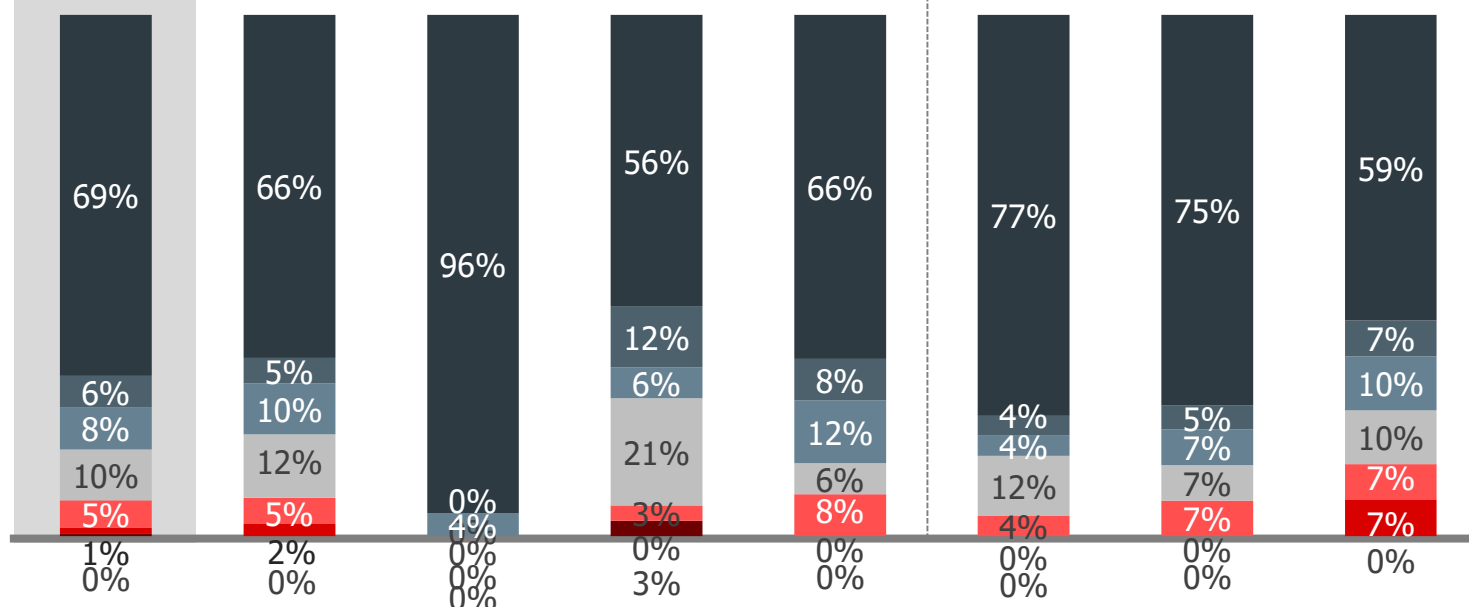
ส่วนที่ 5:

ข้อมูลสรุปความผูกพันกับองค์กร (Brand Engagement Model)

ความรู้สึกที่มีต่อการร่วมงานกับ สสปน. ในอนาคต

	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย						
		MI: ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล	C: ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ	E: ฝ่ายอุตสาหกรรมการส่งออกสินค้านานาชาติ	RO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (ภูมิภาค)	MEGA: ฝ่ายพัฒนาการจัดงานเมกะอีเวนต์และเทศกาลนานาชาติ	MICE CAP: ฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์	GCA: ฝ่ายบริหารรัฐกิจวิสาหกิจ
ฐาน: ทั้งหมด	247	41	23**	34	50	26**	44	29**
ค่าเฉลี่ย	6.19	6.07	6.91	5.85	6.18	6.38	6.34	5.79
ร้อยละ 3 ระดับบน	83.4%	80.5%	100.0%	73.5%	86.0%	84.6%	86.4%	75.9%

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

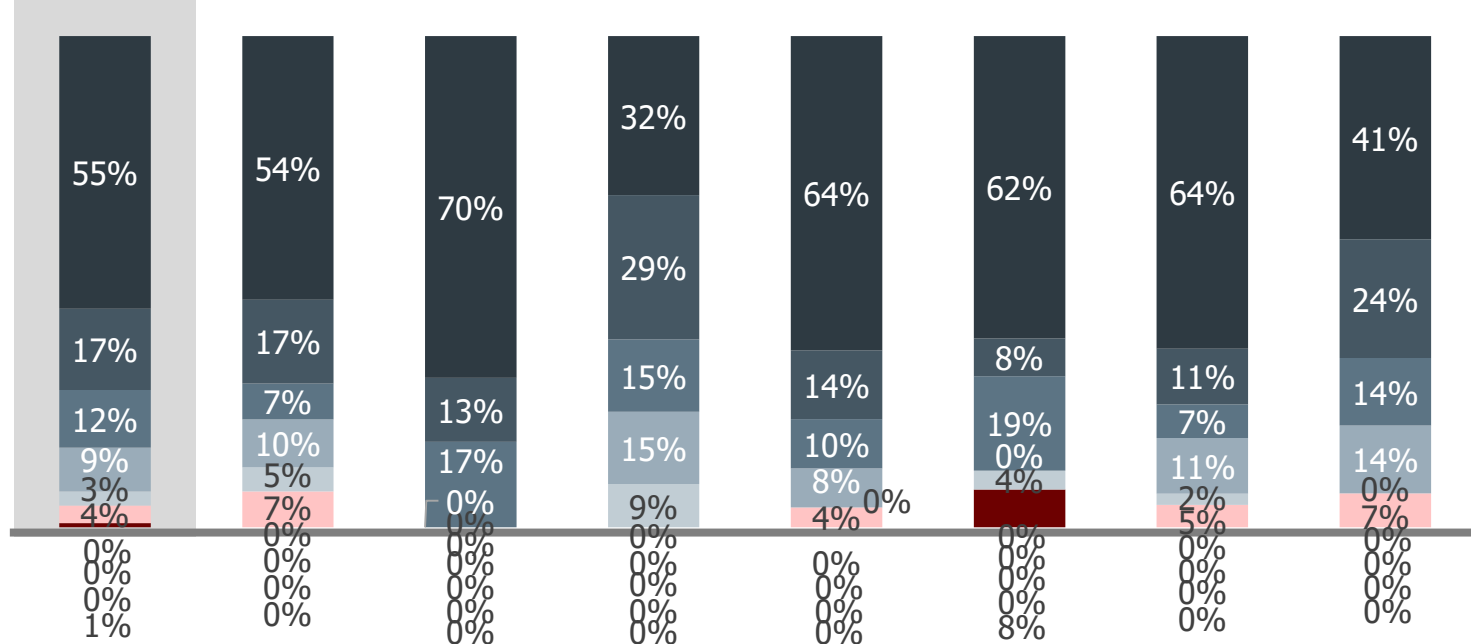


แนวโน้มที่จะแนะนำเพื่อนหรือคนรู้จักที่ทำงานอยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกันให้มาใช้บริการ/ ติดต่องาน/ ร่วมงานกับ สสปน.

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย						
		MI: ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล	C: ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ	E: ฝ่ายอุตสาหกรรมการส่งออกสินค้า	RO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (ภูมิภาค)	MEGA: ฝ่ายพัฒนาการจัดงานเมกะอีเวนต์และเทศกาลนานาชาติ	MICE CAP: ฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์	GCA: ฝ่ายบริหารรัฐกิจวิสาหกิจ
ฐาน: ทั้งหมด	247	41	23**	34	50	26**	44	29**
ค่าเฉลี่ย	8.96	8.83	9.52	8.62	9.22	8.69	9.09	8.72
ร้อยละ 3 ระดับบน	83.8%	78.1%	100.0%	76.5%	88.0%	88.5%	81.8%	79.3%

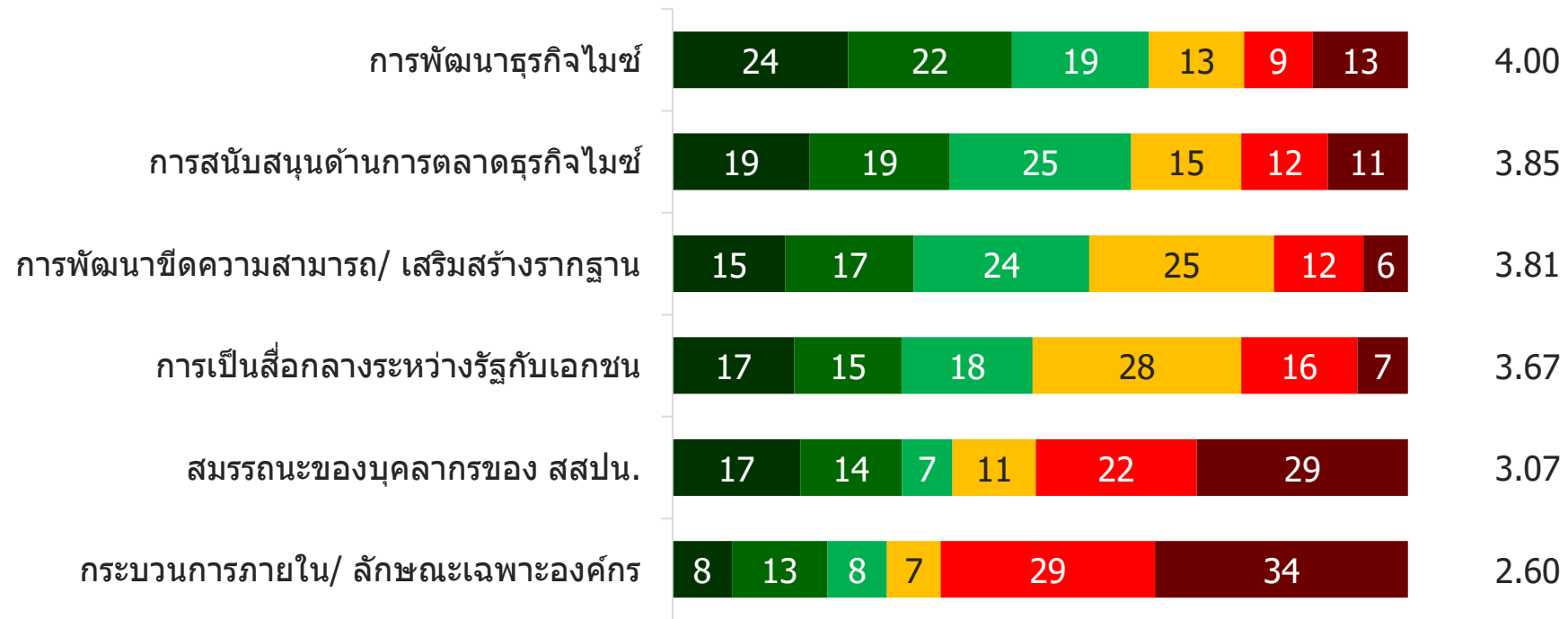
- 10
- 9
- 8
- 7
- 6
- 5
- 4
- 3
- 2
- 1



เหตุผลที่ทำให้ยากร่วมงานกับ สสปน. (โดยรวม)

ข้อมูลในกราฟแสดงเป็น ร้อยละ

อันดับ
โดยเฉลี่ย



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

เหตุผลที่ทำให้อยากร่วมงานกับ สสปน. (โดยรวม)

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็น อันดับโดยเฉลี่ย	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย						
		MI: ฝ่าย ส่งเสริมการจัด ประชุมและการ เดินทางเพื่อ เป็นรางวัล	C: ฝ่ายส่งเสริม การจัดประชุม นานาชาติ	E: ฝ่าย อุตสาหกรรม การส่งออก สินค้า นานาชาติ	RO: สำนัก ส่งเสริมการจัด ประชุมและ นิทรรศการ (ภูมิภาค)	MEGA: ฝ่าย พัฒนาการจัด งานเมกะอี เวนท์และ เทศกาล นานาชาติ	MICE CAP: ฝ่ายพัฒนา ศักยภาพ อุตสาหกรรม ไมซ์	GCA: ฝ่าย บริหารธุรกิจ วิสาหกิจ
ฐาน: ทั้งหมด	247	41	23**	34	50	26**	44	29**
การพัฒนาธุรกิจไมซ์	4.00	4.29	2.78	4.44	4.32	3.35	4.39	3.45
การสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์	3.85	4.51	3.17	4.47	4.12	3.23	3.61	3.17
การพัฒนาขีดความสามารถ/ เสริมสร้างรากฐาน	3.81	3.22	3.52	3.82	4.10	3.00	4.48	4.03
การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	3.67	3.44	3.65	3.32	3.52	3.96	3.41	4.83
สมรรถนะของบุคลากรของ สสปน.	3.07	3.05	4.04	2.85	2.96	3.85	2.64	2.76
กระบวนการภายใน/ลักษณะเฉพาะองค์กร	2.60	2.49	3.83	2.09	1.98	3.62	2.48	2.76

ความผูกพันกับองค์กร

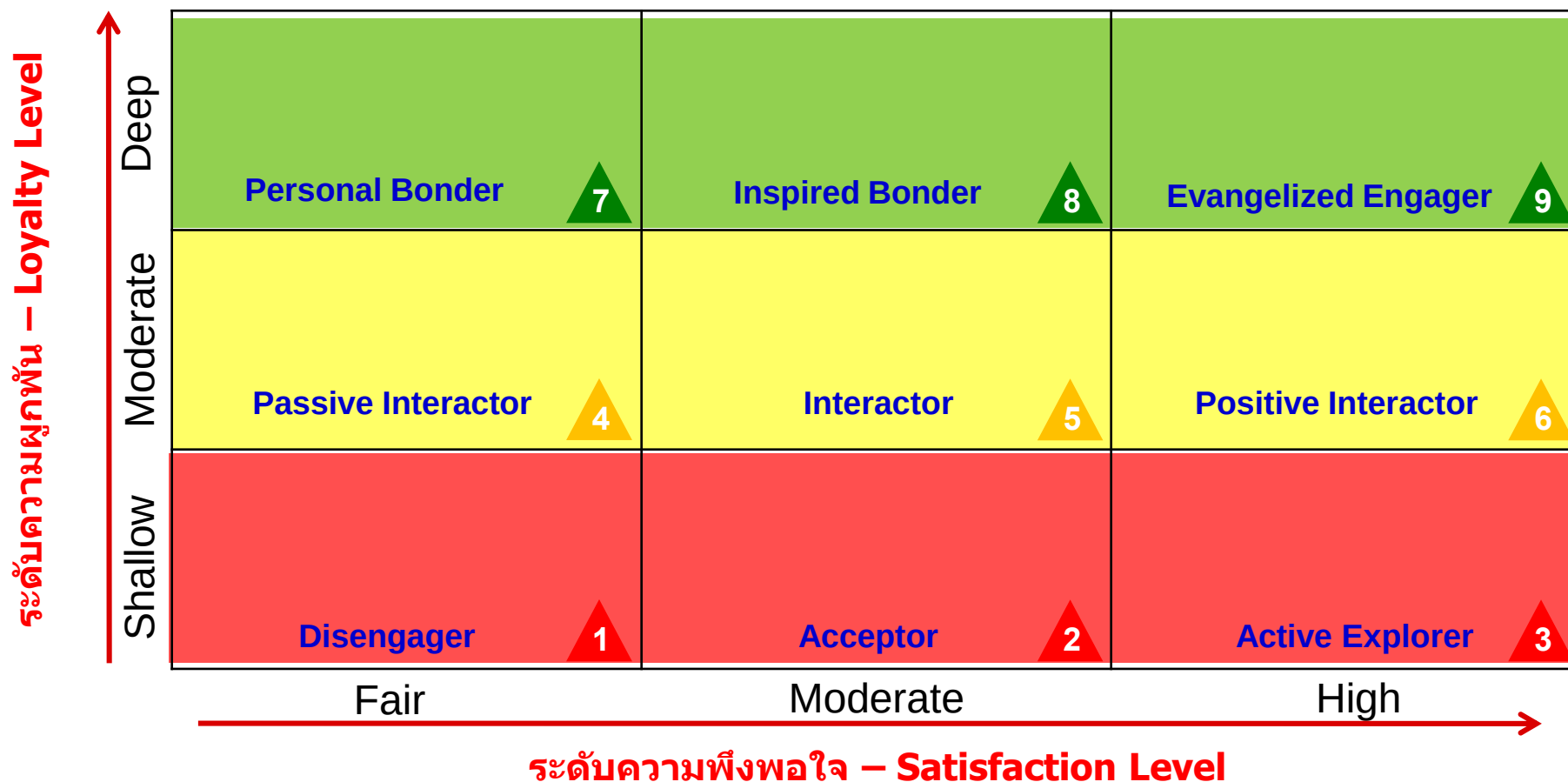
(Customer Engagement Model)

หน้าอธิบาย

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

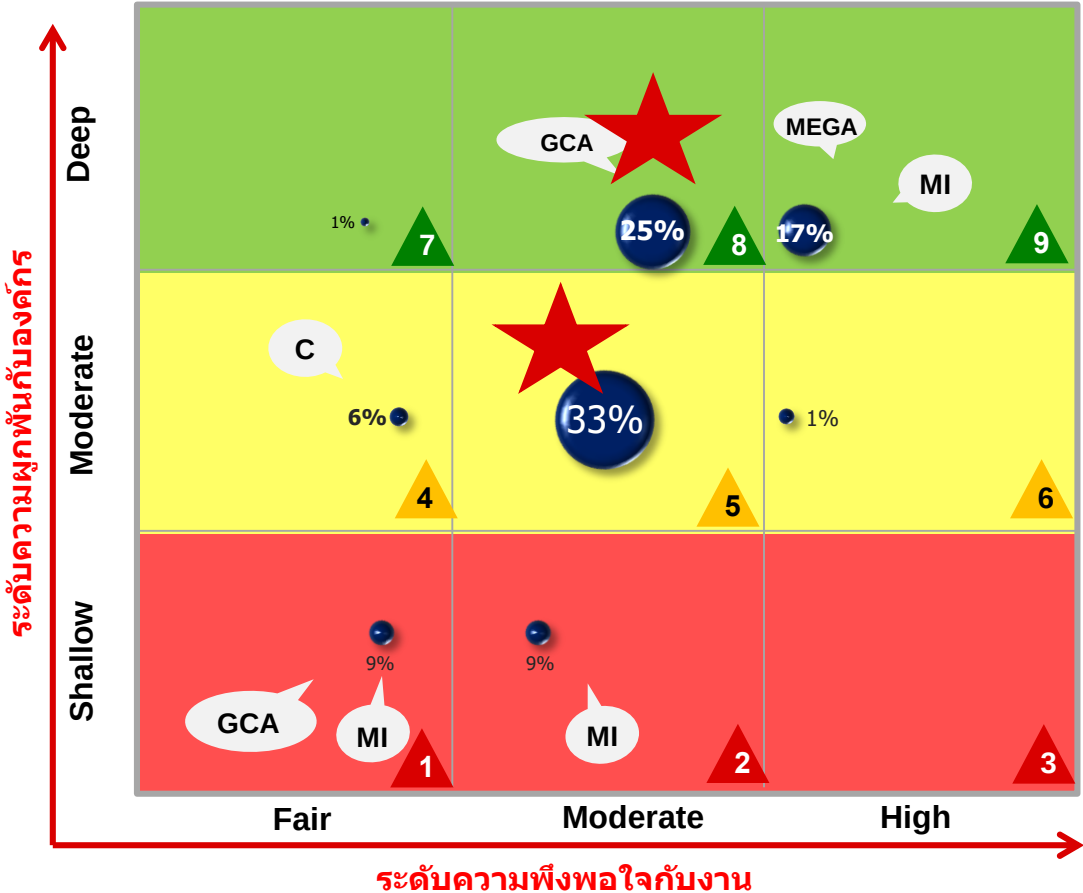
→ ชี้วัดระดับความผูกพัน

→ ชี้วัดว่าปัจจัยใดที่มีผลต่อความผูกพัน



ความผูกพันและความพึงพอใจต่อ สสปน. ของลูกค้าส่วนมากอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างไปทางสูงและภาพรวมสูงกว่าปี 2562

โดยสิ่งที่จะช่วยเพิ่มความผูกพันและความพึงพอใจต่อ สสปน. ได้ คือ 1. การปรับปรุงขั้นตอนและเอกสารในการประสานงานให้มีความง่าย เข้าใจได้รวดเร็ว คล่องตัว และเหมาะสมกับสถานการณ์ต่าง ๆ 2. เพิ่มการประชาสัมพันธ์โครงการต่างๆ ให้ต่อเนื่องและครอบคลุมทุกกลุ่มธุรกิจ 3. เพิ่มบุคลากรที่ช่วยประสานงานในแต่ละพื้นที่/ จังหวัด ให้สอดคล้องกับจำนวนของผู้รับบริการ



จุดแข็งขององค์กร ที่ต้องรักษาไว้

- สมรรถนะของบุคลากรของ สสปน. (โดยเฉพาะการให้คำปรึกษาหรือความช่วยเหลือด้านข้อมูล)
- การส่งเสริม สนับสนุนและพัฒนาอุตสาหกรรมได้อย่างต่อเนื่องและครอบคลุม
- การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชนในการช่วยอำนวยความสะดวกและประสานงานอย่างต่อเนื่องและครบถ้วนสมบูรณ์

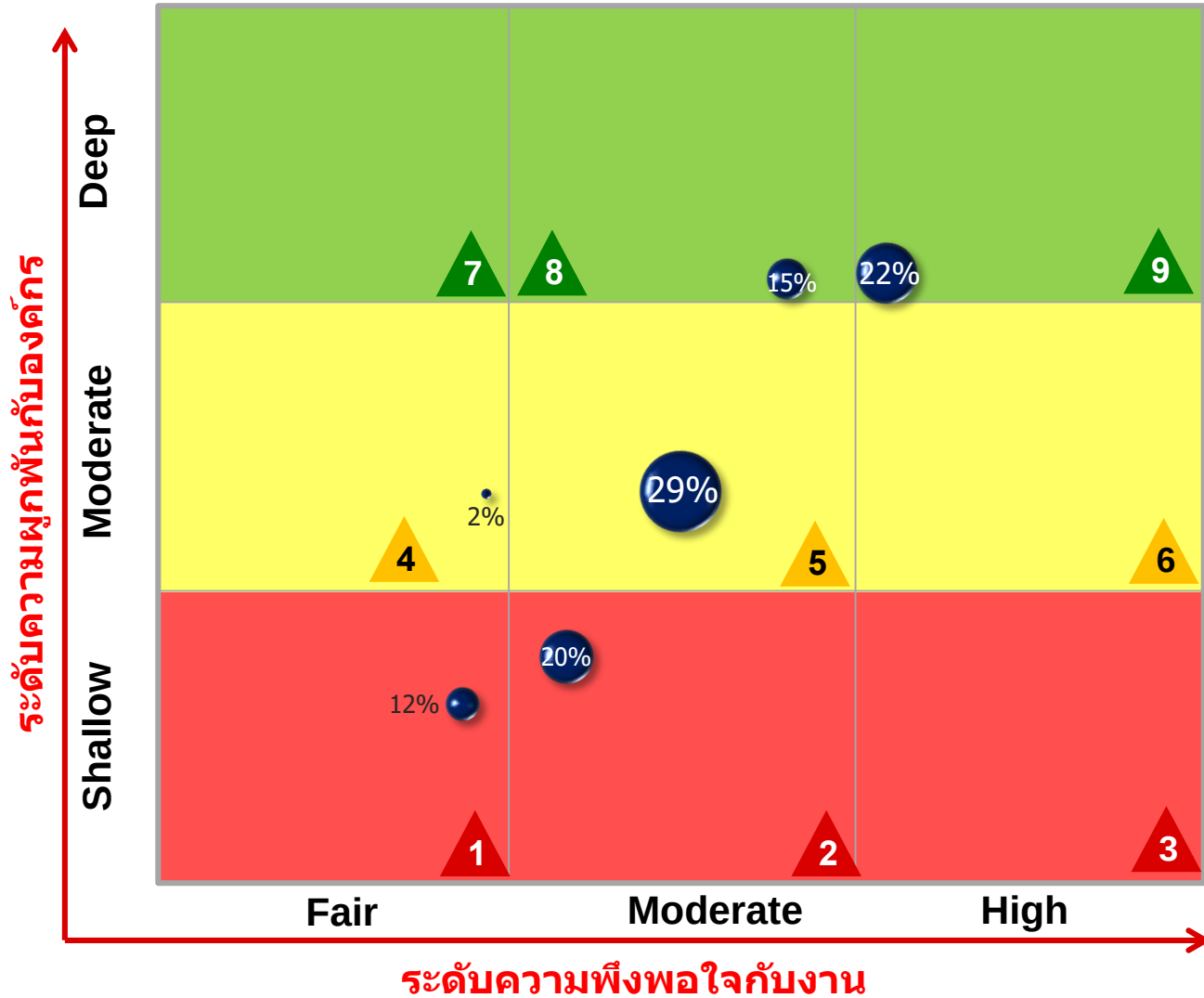


จุดอ่อนขององค์กร ที่ต้องปรับปรุง

- การมีขั้นตอน ข้อปฏิบัติ และรายละเอียดที่เยอะและเข้มงวดเกินไป
- การขาดความต่อเนื่องและทั่วถึงในการประชาสัมพันธ์
- สมรรถนะของบุคลากรของ สสปน. (โดยเฉพาะการขาดแคลนบุคลากรในแต่ละพื้นที่)
- กระบวนการภายใน/ลักษณะเฉพาะองค์กรของ สสปน.

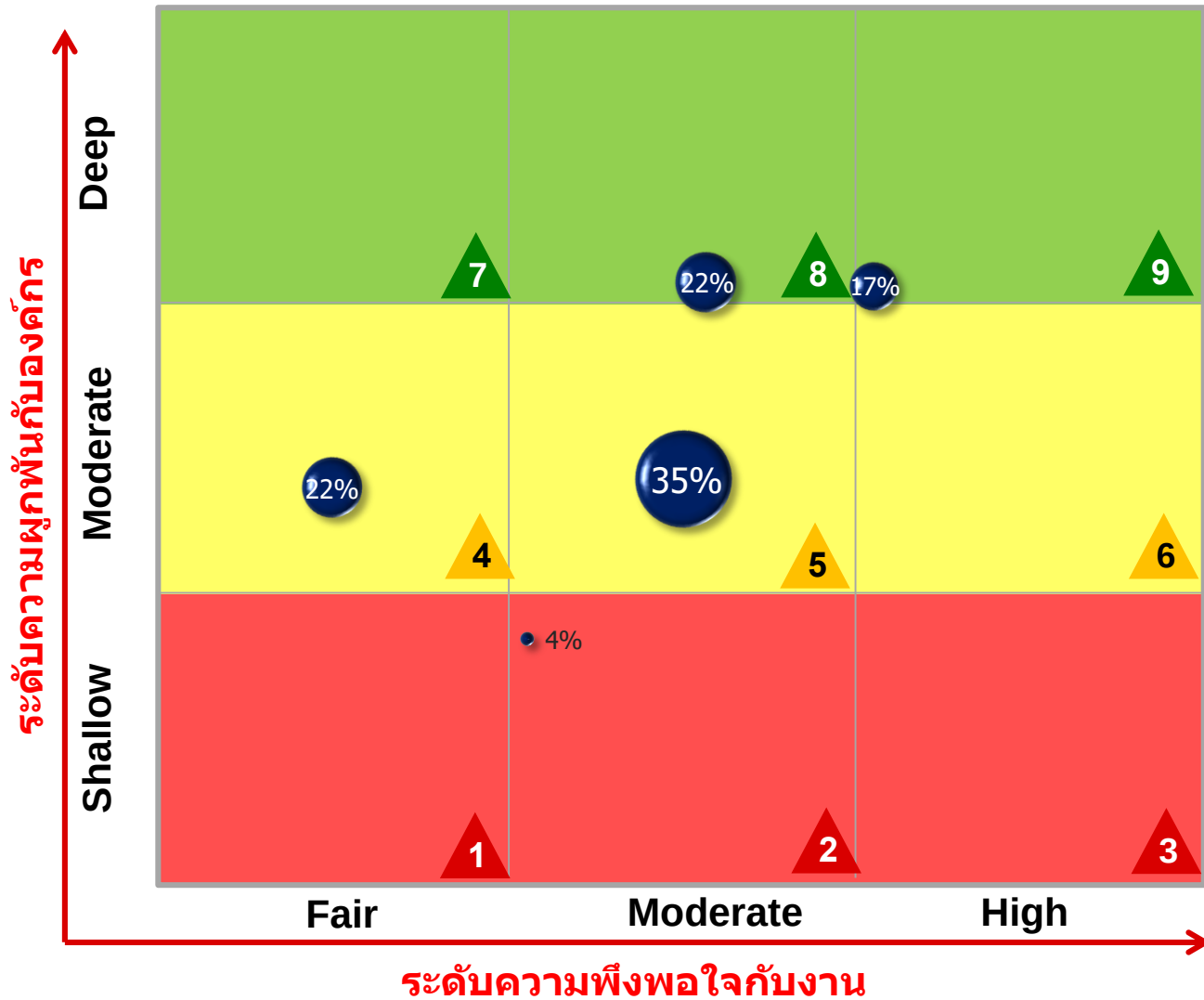
ความผูกพันของลูกค้ากับ สสปน. (Customer Engagement Model)

สำหรับฝ่าย MI: ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล



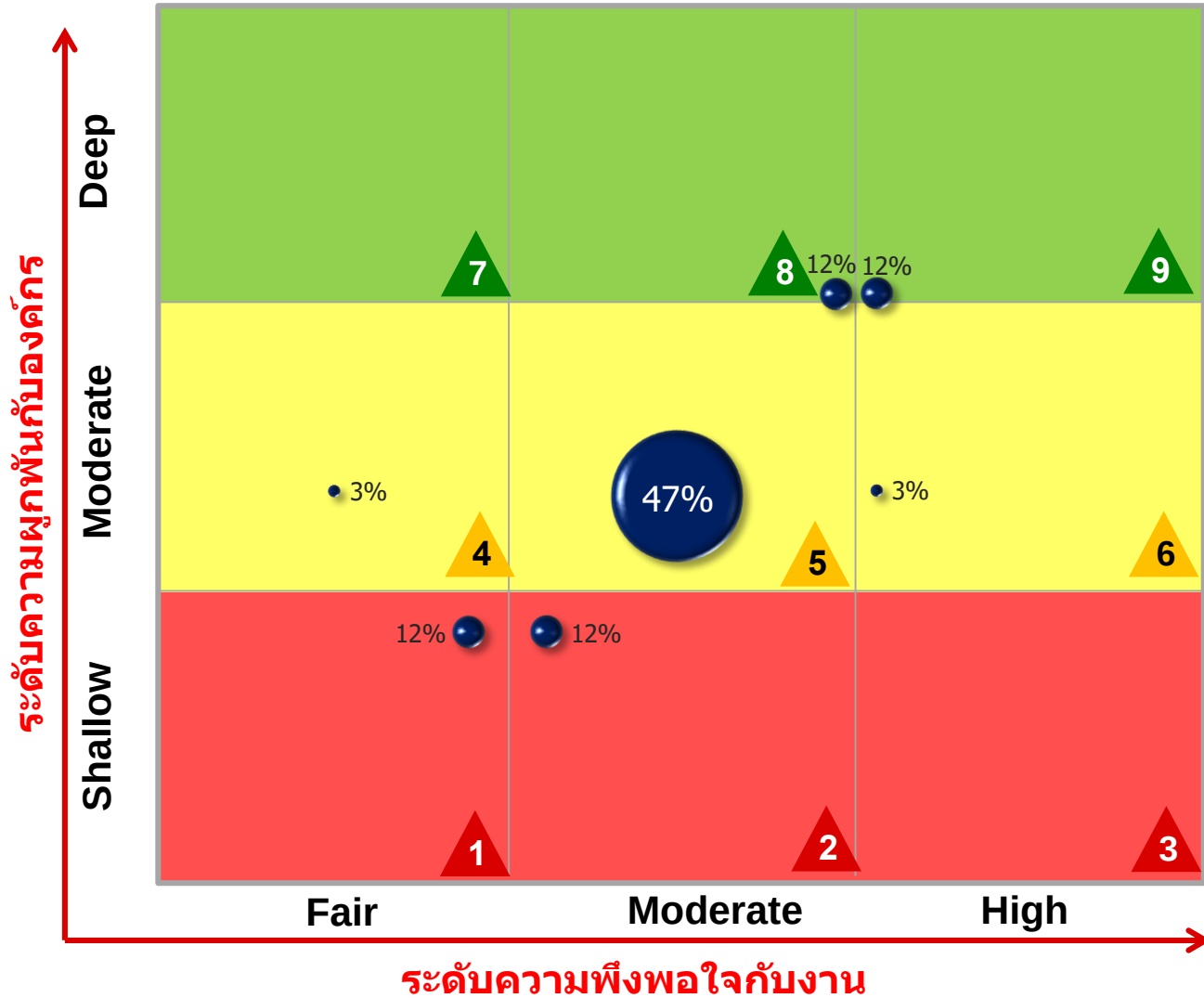
ความผูกพันของลูกค้ากับ สสปน. (Customer Engagement Model)

สำหรับฝ่าย C: ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ



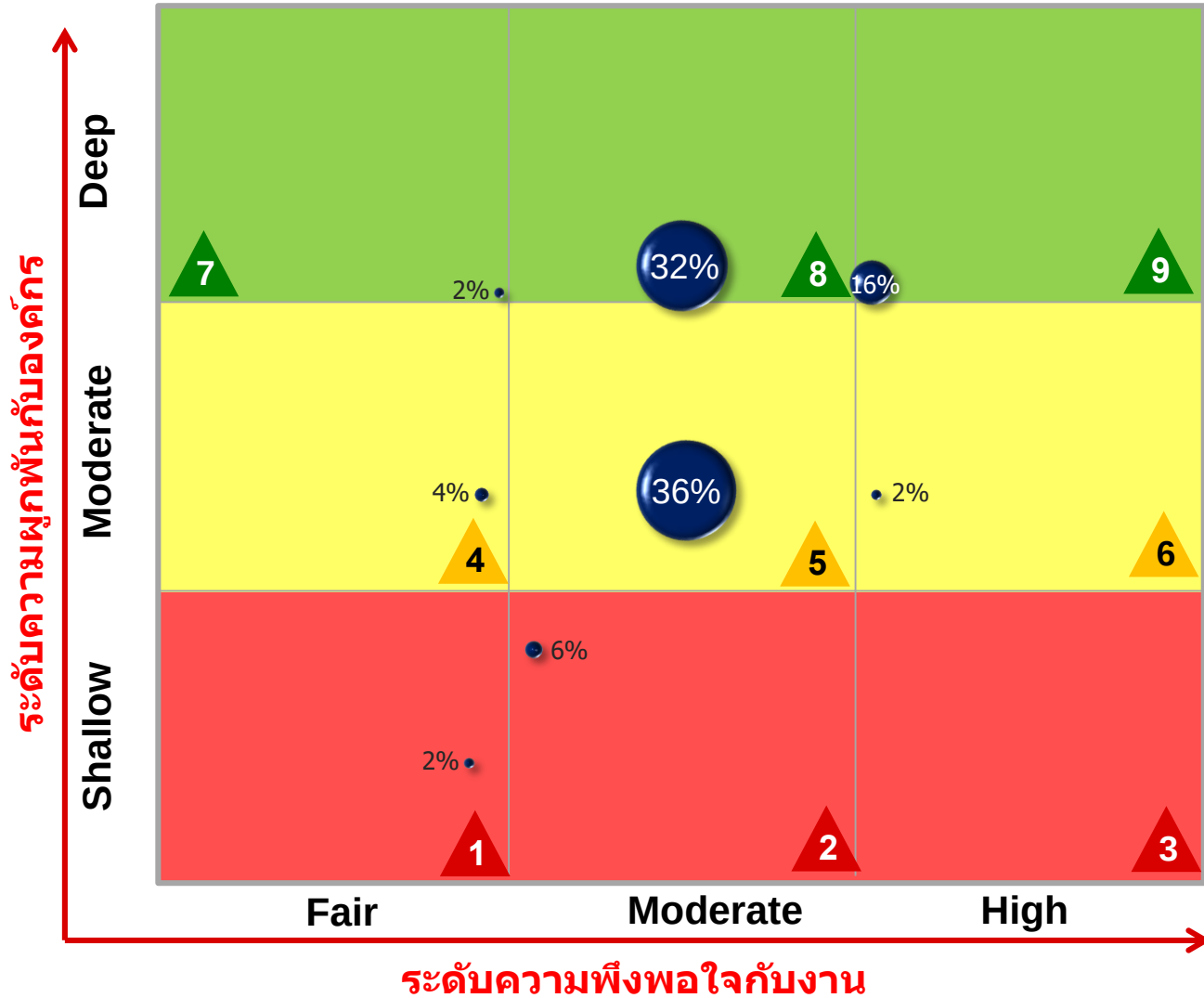
ความผูกพันของลูกค้ากับ สสปน. (Customer Engagement Model)

สำหรับฝ่าย E: ฝ่ายอุตสาหกรรมการแสดงสินค้านานาชาติ



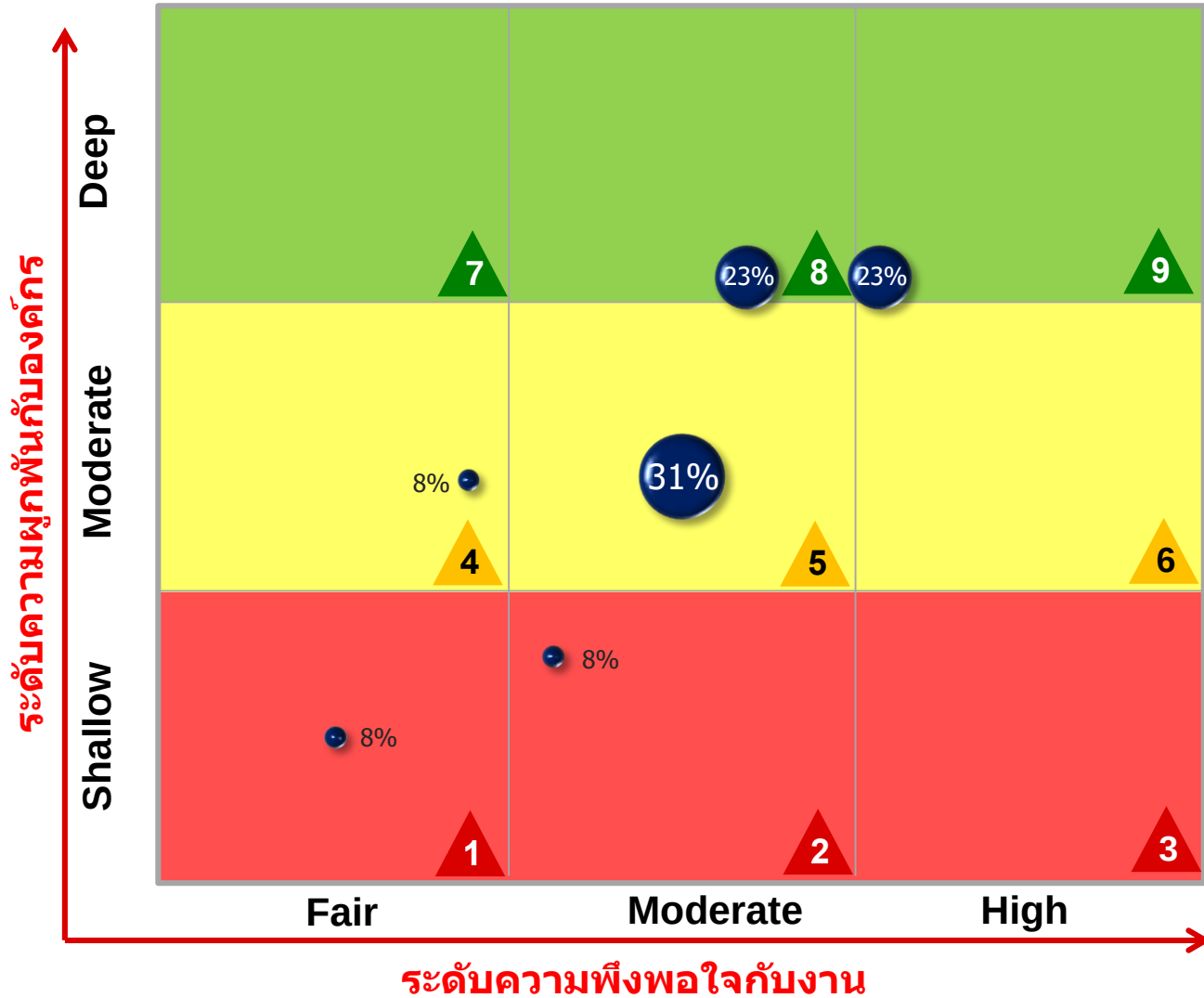
ความผูกพันของลูกค้ากับ สสปน. (Customer Engagement Model)

สำหรับฝ่าย RO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (ภูมิภาค)



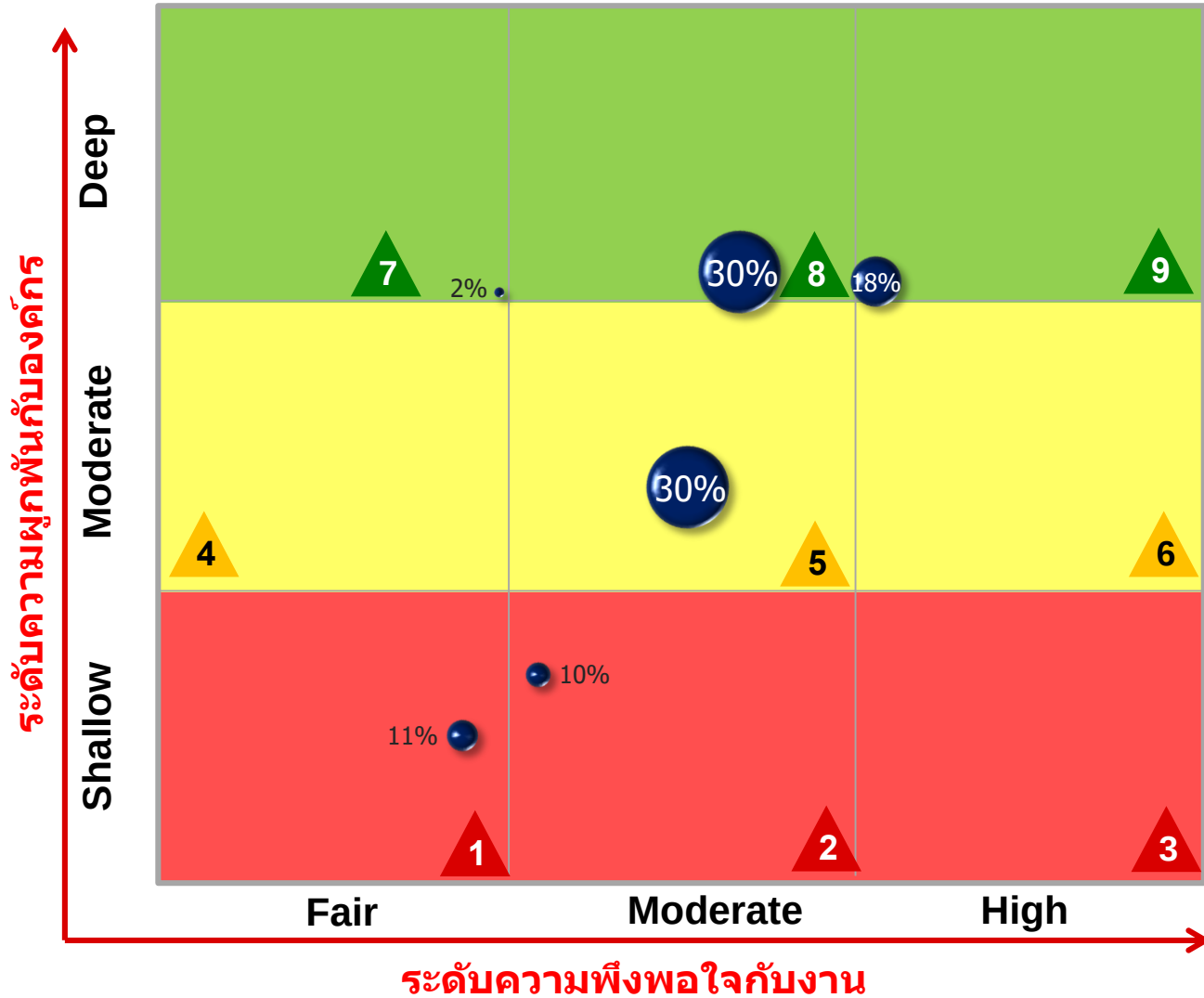
ความผูกพันของลูกค้ากับ สสปน. (Customer Engagement Model)

สำหรับฝ่าย MEGA: ฝ่ายพัฒนาการจัดงานเมกะอีเวนต์และเทศกาลนานาชาติ

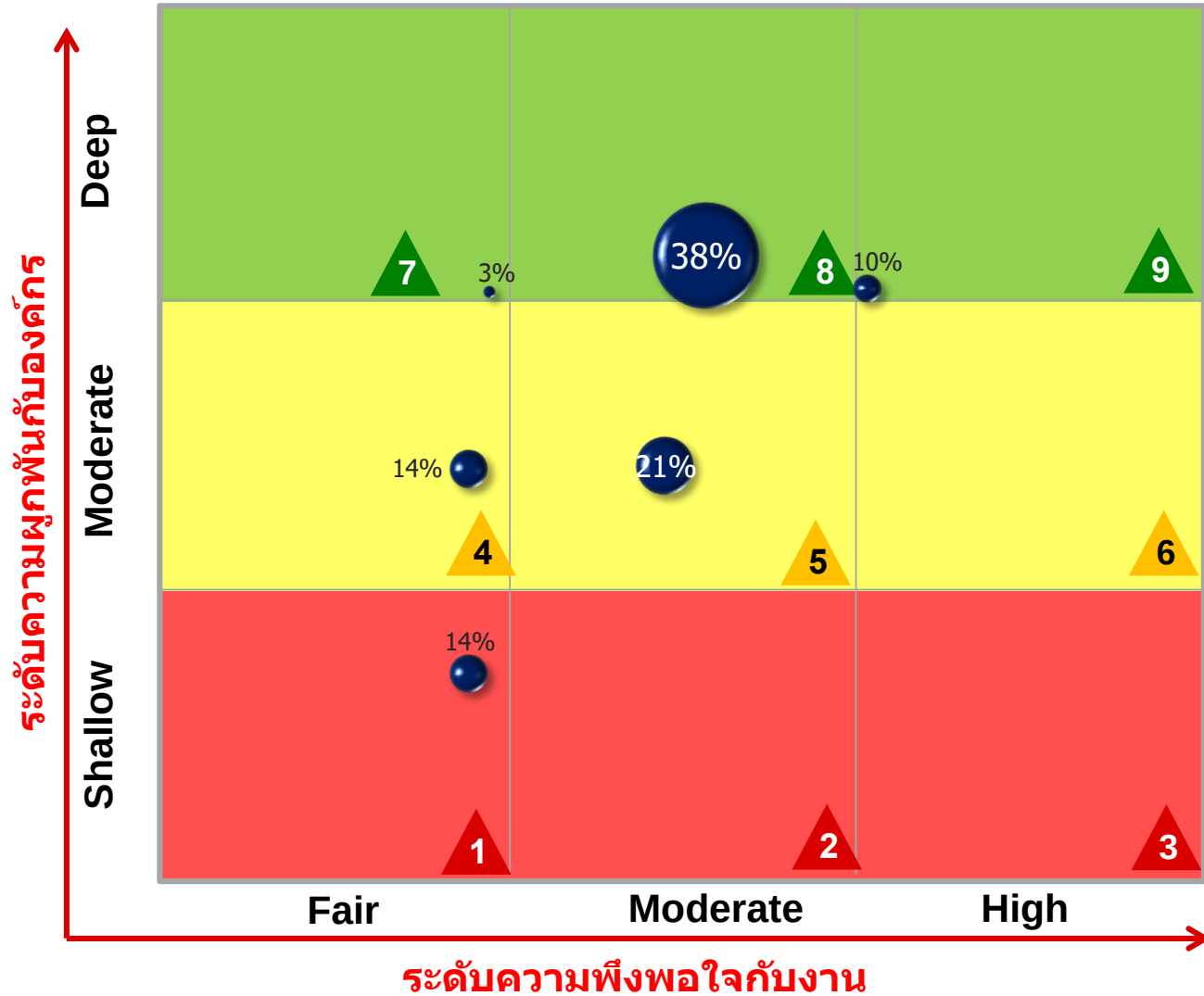


ความผูกพันของลูกค้ากับ สสปน. (Customer Engagement Model)

สำหรับฝ่าย MICE CAP: ฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์



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



ตัวอย่างเสียงสะท้อนพึงพอใจจากผู้รับบริการจากฝ่ายต่าง ๆ ของ สสปน.

ตามภารกิจหลัก 6 มิติ



หมายเหตุ: เป็นการแสดงข้อมูลที่มีผู้ตอบมากที่สุด และต้องมีคะแนนตั้งแต่ 20% ขึ้นไป

ตัวอย่างเสียงสะท้อนไม่พึงพอใจจากผู้รับบริการจากฝ่ายต่าง ๆ ของ สสปน.

ตามภารกิจหลัก 6 มิติ

มิติที่ 1: การพัฒนาธุรกิจ MICE

ขาดแคลนการ
ปฏิบัติงานในระดับ
พื้นที่ระดับจังหวัด

21%

มิติที่ 2: การสนับสนุนด้าน การตลาด

ขาดความต่อเนื่องและ
ขาดแคลนการ
ประชาสัมพันธ์
ภายในประเทศให้กับ
กลุ่มภาครัฐ และ
เอกชนในธุรกิจทั่วไป

21%

มิติที่ 3: การพัฒนาขีด ความสามารถ

ยังขาดความทั่วถึงใน
การให้ข้อมูลข่าวสาร/
กระจายความรู้ที่
เกี่ยวกับอุตสาหกรรม
MICE กับกลุ่มธุรกิจ
ทั่วไป

32%



มิติที่ 4: การเป็นสื่อกลาง ระหว่างรัฐกับเอกชน

ขาดความทั่วถึงใน
การสนับสนุน
ภาคเอกชน เข้าไม่ถึง
ทุกธุรกิจ

24%

มิติที่ 5: กระบวนการภายใน

มีกระบวนการ/
รายละเอียดในการ
ทำงาน/ข้อปฏิบัติมาก
เกินไป

32%

มิติที่ 6: สมรรถนะของบุคลากร ไม่มีข้อที่ไม่พึงพอใจมากกว่า 20%

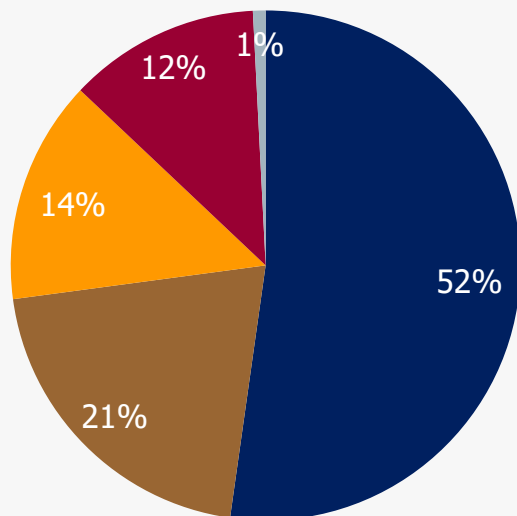
หมายเหตุ: เป็นการแสดงข้อมูลที่มีผู้ตอบมากที่สุด และต้องมีคะแนนตั้งแต่ 20% ขึ้นไป

ส่วนที่ 6:

ข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์

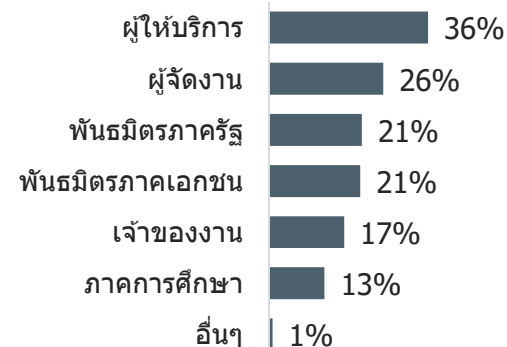
ข้อมูลทั่วไป

สังกัดของหน่วยงานภายนอก



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

บทบาทของหน่วยงานภายนอกที่ติดต่อกับ สสปน.



ฝ่ายของ สสปน. ที่ติดต่อกับหน่วยงานภายนอก



ภาคผนวก



แบบสอบถาม (1/7)

หมายเลขแบบสอบถาม FW _____

หมายเลขแบบสอบถาม DP _____

Job #62416

Date July 2, 2020

การสำรวจความพึงพอใจต่อการให้บริการ
ของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
กลุ่ม Meeting Incentive/ Convention/ Exhibition และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
ประจำปีงบประมาณ 2563

แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อประเมินผลการสำรวจความพึงพอใจต่อการดำเนินงานในภาพรวมของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. โดยจะทำการประเมินจากทัศนคติของกลุ่มผู้เกี่ยวข้องกับผู้ให้บริการที่มีต่อการดำเนินงานด้านต่าง ๆ ของ สสปน. ทั้งนี้ คำตอบและข้อมูลของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับ และนำไปประมวลผลในภาพรวม เพื่อสรุปเป็นข้อเสนอแนะสำหรับการปรับปรุงการดำเนินงานของ สสปน. ต่อไป

จดหมายแสดงความจำนงในการเข้าร่วมโครงการวิจัย

เรียน ผู้เข้าร่วมโครงการ

ก่อนอื่นใคร่ขอแนะนำบริษัทอินเทจ (ประเทศไทย) จำกัด ว่าเป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจด้านรับบริการสำรวจวิจัยการตลาด สังคม และเศรษฐกิจ ทางบริษัทฯ ขอขอบคุณที่ท่านให้ความร่วมมือในการเข้าร่วมการวิจัยครั้งนี้ บริษัทจะเก็บข้อมูลไว้เป็นความลับ และใช้เพื่องานวิจัยเท่านั้น ไม่มีการนำข้อมูลที่ได้รับไปเผยแพร่ต่อสาธารณะแต่อย่างใดทั้งสิ้น

ข้อตกลงขณะร่วมงานวิจัย

1. ข้าพเจ้าเข้าใจว่าการเข้าร่วมเป็นการอาสาโดยสมัครใจ และข้าพเจ้าจะปฏิบัติตามกฎข้อตกลงที่ทางบริษัทฯ กำหนดทุกขั้นตอน หากไม่สามารถปฏิบัติตามได้ อาจจะไม่ได้รับค่าตอบแทนตามข้อตกลงกับทางบริษัทฯ
2. ข้าพเจ้าจะไม่เปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับแบบสอบถามของบริษัทฯ กับผู้อื่น หรือ หน่วยงานใด ๆ
3. ข้าพเจ้าเป็นบุคคลที่ได้ทำงานร่วมกับ/ได้รับการบริการจากฝ่ายต่าง ๆ ของสสปน. จริง
4. ข้าพเจ้าและสมาชิกในครอบครัวของข้าพเจ้ายอมรับที่จะไม่เข้าร่วมโครงการวิจัยใด ๆ ทั้งสิ้นในระหว่างที่เข้าร่วมโครงการวิจัยของ บริษัทอินเทจ
5. หลังจากที่ทำแบบสอบถามเสร็จแล้วและทาง บริษัท อินเทจได้ตรวจรับข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ทางบริษัทจะมีการโทรไปสอบถามที่อยู่ของท่าน เพื่อจัดส่งของที่ระลึก (gift voucher) ตามไปให้ทางไปรษณีย์

หากมีข้อสงสัยประการใด กรุณาติดต่อเจ้าหน้าที่ประสานงานของ บริษัท อินเทจ คุณชนิดา (ดา) เบอร์ 098-247-7117

ท่านตกลงที่จะเข้าร่วมการวิจัยในครั้งนี้ หรือไม่

- ☐ ตกลง
☐ ไม่ตกลง

intage

FM-CS-04

#62/ 416 Project (Oxford 2020)

แก้ไขครั้งที่ 11: บังคับใช้วันที่ 28 สิงหาคม 2560

หน้า 1

ส่วนที่ 1 ข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์

1. องค์กรที่สังกัด
☐ ผู้ประกอบการเอกชน ☐ หน่วยงานภาครัฐ
☐ สมาคม/ องค์กรอิสระ ☐ ภาคการศึกษา
☐ อื่นๆ ระบุ.....
2. บทบาทของหน่วยงาน/ องค์กรของท่าน ที่ติดต่อกับ สสปน. (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
☐ ผู้ให้บริการ ☐ เจ้าของงาน ☐ ผู้จัดงาน ☐ พันธมิตรภาครัฐ
☐ พันธมิตรภาคเอกชน ☐ ภาคการศึกษา ☐ อื่นๆ ระบุ.....
3. หน่วยงาน/ องค์กรของท่าน ได้ทำงานร่วมกับ/ได้รับการบริการจาก ฝ่ายใดของสสปน. (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
☐ ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล/Meeting and Incentive Promotion Department
☐ ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ/Convention Promotion Department
☐ ฝ่ายอุตสาหกรรมและการแสดงสินค้านานาชาติ/Exhibition Department
☐ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (ภูมิภาค)/TCEB-Regional Office
☐ ฝ่ายพัฒนาการจัดงานเมกะอีเวนต์และเทศกาลนานาชาติ/ Mega Events & World Festivals Department
☐ ฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์/MICE Capabilities Department
☐ ฝ่ายบริหารรัฐกิจวิสาหกิจ/ Government & Corporate Affairs Department
☐ อื่นๆ ระบุ.....

intage

FM-CS-04

#62/ 416 Project (Oxford 2020)

แก้ไขครั้งที่ 11: บังคับใช้วันที่ 28 สิงหาคม 2560

หน้า 2

แบบสอบถาม (2/7)

ส่วนที่ 2 ทักษะการบริการของ สสบน. ตามภารกิจหลัก

4. ท่านพึงพอใจต่อการบริการของ สสบน. ตามภารกิจหลักต่อไปนี้หรือไม่
โดยที่ 1 หมายถึง พึงพอใจน้อยที่สุด และ 7 หมายถึง พึงพอใจมากที่สุด

ข้อ	การบริหารจัดการธุรกิจไม่ซ์	ระดับความเห็น น้อยที่สุด < ----- > มากที่สุด							ไม่ทราบว่ามี กิจกรรมนี้ไม่ สามารถตอบได้
		1	2	3	4	5	6	7	
	การพัฒนาธุรกิจไม่ซ์								
1.	การรักษาและสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไม่ซ์ ให้เติบโตอย่างมั่นคงและมีความยั่งยืน								
2.	การกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านธุรกิจไม่ซ์ อย่างมีประสิทธิภาพ								
3.	การกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไม่ซ์ทั่วภูมิภาค								
4.	การผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็นจุดหมายปลายทางไม่ซ์ระดับนานาชาติ หรือ MICE Destination ได้อย่างเต็มที่								
5.	การผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำด้านการประชุม และงานแสดงสินค้านานาชาติในภูมิภาคเอเชีย ได้อย่างเต็มที่								
6.	การขับเคลื่อนกิจกรรมไม่ซ์ตรงตามความต้องการของตลาดศักยภาพ และนโยบายของประเทศ								
7.	การผลักดันอุตสาหกรรมไม่ซ์ไทยให้เป็นศูนย์กลางของอาเซียนอย่างมีประสิทธิภาพ								
8.	การสนับสนุนผู้จัดงานและผู้ประกอบการไม่ซ์ด้วยการให้บริการแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19								
9.	การกำหนดมาตรการเยียวยาในสถานการณ์การระบาดของไวรัสโควิด-19 ช่วยให้ผู้ประกอบการไม่ซ์ พัฒนาธุรกิจของตนให้ดำเนินการต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19								
	การสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไม่ซ์								
10.	การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไม่ซ์ที่หลากหลาย								
11.	การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไม่ซ์ที่ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ								
12.	การจัดทำและเผยแพร่ปฏิทินกิจกรรมไม่ซ์ประจำปี								

ข้อ	การบริหารจัดการธุรกิจ	ระดับความเห็น น้อยที่สุด < ----- > มากที่สุด							ไม่ทราบว่ามี กิจกรรมนี้หรือไม่ สามารถตอบได้
		1	2	3	4	5	6	7	
13.	การประชาสัมพันธ์ ข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ขององค์กร สสบน. ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ สื่อโทรทัศน์ ได้อย่างครอบคลุม								
14.	การประชาสัมพันธ์ ข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลอุตสาหกรรมไม่ ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ สื่อโทรทัศน์ ได้อย่างครอบคลุม								
15.	การนำเสนอวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ความเป็นไทยผ่านรูปแบบการจัดกิจกรรมไม่								
การพัฒนาขีดความสามารถ/ เสริมสร้างรากฐานธุรกิจ									
16.	การให้ข้อมูลและองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไม่ แก่ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจได้อย่างรวดเร็ว และ ได้อย่างครอบคลุม								
17.	การให้ข้อมูลและองค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไม่ แก่ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจอย่างสม่ำเสมอเป็นประจำทุกเดือน								
18.	การให้ความรู้ในเรื่องการจัดงานไม่ ในรูปแบบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แก่ผู้ประกอบการ ผู้จัดงานไม่ ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ที่ไม่สนใจ อย่างครบถ้วน และ เข้าใจง่าย								
19.	การผลักดันและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการและผู้จัดงานไม่ ผ่านการรับรองมาตรฐานด้านการจัดงานอย่างยั่งยืน								
20.	การสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไม่ ให้เทียบเท่าระดับสากล								
การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชนในธุรกิจ									
21.	การเป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน ในอุตสาหกรรมไม่ ได้เป็นอย่างดี								
22.	การอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทยอย่างเต็มที่								
23.	การสร้างกิจกรรมไม่เพื่อลดความเหลื่อมล้ำในเขตพื้นที่ได้อย่างเต็มที่								

แบบสอบถาม (3/7)

ข้อ	การบริหารจัดการธุรกิจโมฆะ	ระดับความเห็น							ไม่ทราบว่ามี กิจกรรมนี้/ไม่ สามารถตอบได้
		น้อยที่สุด < ----- > มากที่สุด	1	2	3	4	5	6	
24.	การรายงานและให้ข้อมูลสถานการณ์ ความเคลื่อนไหว และผลกระทบจากการระบาดของไวรัสโควิด-19 ให้กับผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้องธุรกิจได้อย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19								
25.	การสื่อสารผ่าน Infographic เกี่ยวกับคำแนะนำและแนวทางการปฏิบัติต่างๆ ในช่วงของการระบาดของไวรัสโควิด-19 ให้กับผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้องธุรกิจได้อย่างชัดเจนและเข้าใจง่าย								
26.	การเป็นสื่อกลางที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการโมฆะในการดำเนินธุรกิจไปอีกช่องทางหนึ่ง อาทิ การจัดงานประชุมและหรือ/การเสวนาสัมมนาผ่านระบบออนไลน์ หรือ การออกมาตรฐานต่างๆ ที่มาช่วยผู้ประกอบการ MICE Hygiene Guidelines ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19								
กระบวนการภายใน/ลักษณะเฉพาะองค์กรของ สสพ.									
27.	การให้ความชัดเจนในนโยบายและทิศทางการดำเนินงานของ สสพ. เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมโมฆะให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง								
28.	การให้บริการผ่านระบบงานของ สสพ. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมโมฆะ								
29.	การสร้างภาพลักษณ์ของ สสพ. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมโมฆะ								
30.	การปฏิบัติงานที่มีความคล่องตัว (Flexibility) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐ และภาคเอกชน								
31.	การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency) เกิดผลงานเป็นรูปธรรม เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน								
32.	การเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมโมฆะ ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของ สสพ.								
33.	การนำความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมโมฆะ มาปรับปรุงการทำงานของ สสพ. อย่างต่อเนื่อง								
34.	การสร้างปฏิสัมพันธ์และความเชื่อใจอย่างต่อเนื่องให้กับผู้ประกอบการในสถานการณ์ฉุกเฉินในช่วงสถานการณ์การระบาดของโควิด-19								

ข้อ	การบริหารจัดการธุรกิจโมฆะ	ระดับความเห็น							ไม่ทราบว่ามี กิจกรรมนี้/ไม่ สามารถตอบได้
		น้อยที่สุด < ----- > มากที่สุด	1	2	3	4	5	6	
35.	การปฏิบัติงานที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเชื่อมั่นในกระบวนการและมาตรการรับมือของ สสพ. ต่อสถานการณ์โควิด-19								
สมรรถนะของบุคลากรของ สสพ.									
36.	บุคลากรของ สสพ. สามารถให้คำแนะนำหรือรายละเอียดของระบบขั้นตอนและกระบวนการทำงานภายใน ได้เป็นอย่างดี								
37.	บุคลากรของ สสพ. เข้าใจวิธีการจัดงานอีเวนต์ (events) ของอุตสาหกรรมโมฆะ เป็นอย่างดี								
38.	บุคลากรของ สสพ. มีความเป็นมืออาชีพในการบริการและประสานงาน ให้กับลูกค้า/ผู้รับบริการ ได้อย่างรวดเร็ว								
39.	บุคลากรของ สสพ. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า หรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และได้ อย่างทันทั่วทั้งที่								
40.	บุคลากรของ สสพ. มีความสามารถในการแก้ปัญหาหรือจัดการกับความขัดแย้ง ในสถานการณ์ที่ซับซ้อน หรือในสถานการณ์ที่มีความคลุมเครือได้อย่างมีประสิทธิภาพ และอย่างรวดเร็ว								
41.	บุคลากรของ สสพ. เป็นคนทำงานโดยใช้หลักความคิดแบบมีวิจารณญาณ แบบมีเหตุผล มีตรรกะที่ชัดเจนเสมอ (Have Critical Thinking)								
42.	บุคลากรของ สสพ. เป็นคนที่พร้อมต่อการผลักดันให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆ และมีความคิดสร้างสรรค์เสมอ (Be Innovative and Creative)								
43.	บุคลากรของ สสพ. มีความสามารถและทักษะที่ดีเยี่ยมในการสื่อสาร (Have Effective Communication Skills) กับทีมงาน และผู้เกี่ยวข้อง								
44.	บุคลากรของ สสพ. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส (Have Good Governance)								
45.	บุคลากรของ สสพ. มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร (Ready for Change to New Development) ให้ทันสมัย								
46.	บุคลากรของ สสพ. มีการปรับตัวและพร้อมรับมือกับสถานการณ์การระบาดของไวรัสโควิด-19								

แบบสอบถาม (4/7)

ข้อ	การบริหารจัดการธุรกิจไม่	ระดับความเห็น							ไม่ทราบว่ามี กิจกรรมนี้/ไม่ สามารถตอบได้
		น้อยที่สุด <	1	2	3	4	5	6	7

47.	บุคลากรของ สสพ. มีการรักษาปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและผู้ประกอบการไม่เชิงภายใต้สถานการณ์ที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการทำงาน อาทิ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19									
-----	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

5. โปรดระบุระดับความพึงพอใจโดยรวม ที่ท่านมีต่อการให้บริการของ สสพ. ในการดำเนินธุรกิจไม่ โดยที่ 1 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อยที่สุด และ 7 หมายถึง มีความพึงพอใจมากที่สุด

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

ส่วนที่ 3 ประเด็นความพึงพอใจ ที่ท่านมีต่อการให้บริการของ สสพ. ในการดำเนินธุรกิจไม่ ตามภารกิจหลัก

6. ประเด็นที่ท่านพึงพอใจ เมื่อทำงานร่วมกับ สสพ. ในหัวข้อการพัฒนาธุรกิจไม่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ การสนับสนุนและพัฒนาอุตสาหกรรม MICE ในประเทศไทย อย่างต่อเนื่อง
- ☐ การพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม MICE
- ☐ อื่นๆ ระบุ.....

7. ประเด็นที่ท่านไม่พึงพอใจ เมื่อทำงานร่วมกับ สสพ. ในหัวข้อการพัฒนาธุรกิจไม่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ ขาดความต่อเนื่องในการพัฒนาอุตสาหกรรม MICE ในประเทศไทย
- ☐ ขาดแคลนการปฏิบัติงานในระดับพื้นที่
- ☐ ไม่มี
- ☐ อื่นๆ ระบุ.....

8. ข้อเสนอแนะ เพื่อปรับปรุงการทำงานของ สสพ. ในหัวข้อการพัฒนาธุรกิจไม่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ ปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจ MICE ในระดับโลก
- ☐ สนับสนุนการจัดนิทรรศการเป็นหลัก/ให้มากขึ้น
- ☐ อื่นๆ ระบุ.....

9. ประเด็นที่ท่านพึงพอใจ เมื่อทำงานร่วมกับ สสพ. ในหัวข้อการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไม่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ การสนับสนุนด้านการจัดงาน/จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์
- ☐ มีการสื่อสาร/ให้ข้อมูลได้อย่างดีและรวดเร็ว
- ☐ การสนับสนุนและส่งเสริมผู้จัดงาน/ผู้ประกอบการอย่างต่อเนื่อง
- ☐ อื่นๆ ระบุ.....

10. ประเด็นที่ท่านไม่พึงพอใจ เมื่อทำงานร่วมกับ สสพ. ในหัวข้อการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไม่

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ ขาดความต่อเนื่องในการสนับสนุนด้านประชาสัมพันธ์ และ ขาดแคลนการประชาสัมพันธ์ภายในประเทศ
- ☐ กิจกรรมที่จัดขึ้น ไม่มีเป้าหมาย/ไม่มีรายละเอียดที่ชัดเจน
- ☐ ไม่มี
- ☐ อื่นๆ ระบุ.....

11. ข้อเสนอแนะ เพื่อปรับปรุงการทำงานของ สสพ. ในหัวข้อการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไม่

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ ประชาสัมพันธ์กิจกรรมอย่างต่อเนื่อง/ให้คนรู้จัก MICE มากขึ้น
- ☐ จัดสรรงบประมาณอย่างเหมาะสม/อย่างมีประสิทธิภาพ
- ☐ ปรับปรุงเงื่อนไขการให้การสนับสนุน ให้สอดคล้องกับแต่ละอุตสาหกรรม
- ☐ อื่นๆ ระบุ.....

12. ประเด็นที่ท่านพึงพอใจ เมื่อทำงานร่วมกับ สสพ. ในหัวข้อการพัฒนาขีดความสามารถ/ เสริมสร้างรากฐานธุรกิจไม่

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ สามารถนำความรู้จากหลักสูตรที่จัดฝึกอบรม มาใช้ในการทำงานได้จริง
- ☐ การเผยแพร่รายงานและข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม MICE
- ☐ อื่นๆ ระบุ.....

13. ประเด็นที่ท่านไม่พึงพอใจ เมื่อทำงานร่วมกับ สสพ. ในหัวข้อการพัฒนาขีดความสามารถ/ เสริมสร้างรากฐานธุรกิจไม่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ มีความล่าช้าในการให้ข้อมูลข่าวสาร/องค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรม MICE
- ☐ ขาดแคลนข้อมูลข่าวสาร/องค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรม MICE
- ☐ ขาดความทั่วถึงในการให้ข้อมูลข่าวสาร/กระจายความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรม MICE
- ☐ ไม่มี
- ☐ อื่นๆ ระบุ.....

14. ข้อเสนอแนะ เพื่อปรับปรุงการทำงานของ สสพ. ในหัวข้อการพัฒนาขีดความสามารถ/ เสริมสร้างรากฐานธุรกิจไม่

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ ใช้เทคโนโลยีและระบบออนไลน์ เพื่อลดความซ้ำซ้อน
- ☐ เพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการชาวไทย ให้สามารถแข่งขันกับประเทศอื่นได้มากขึ้น
- ☐ เพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์/การเข้าถึงข้อมูล MICE ทั่วโลกผ่านช่องทางดิจิทัล
- ☐ อื่นๆ ระบุ.....

15. ประเด็นที่ท่านพึงพอใจ เมื่อทำงานร่วมกับ สสพ. ในหัวข้อการเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชนในธุรกิจไม่

(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ เป็นศูนย์กลางในการประสานงาน/อำนวยความสะดวกให้กับองค์กรที่เกี่ยวข้อง
- ☐ การให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์

แบบสอบถาม (5/7)

- ☐ มีคนประสานงานในต่างประเทศ
- ☐ อื่นๆ ระบุ.....
16. **ประเด็นที่ท่านไม่พึงพอใจ** เมื่อทำงานร่วมกับ สสบน. ในหัวข้อการเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชนในธุรกิจไม้ซี้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ☐ ขาดความทั่วถึงในการสนับสนุนภาคเอกชน
- ☐ ขาดความต่อเนื่องในการประสานงานกับภาคเอกชน
- ☐ ไม่มี
- ☐ อื่นๆ ระบุ.....
17. **ข้อเสนอแนะ** เพื่อปรับปรุงการทำงานของ สสบน. ในหัวข้อการเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชนในธุรกิจไม้ซี้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ☐ ประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น
- ☐ ประสานงานกับภาครัฐ/ภาคเอกชนให้มากขึ้น ในทุกกิจกรรมไม้ซี้
- ☐ อื่นๆ ระบุ.....
18. **ประเด็นที่ท่านพึงพอใจ** เมื่อทำงานร่วมกับ สสบน. ในหัวข้อกระบวนการภายใน/ลักษณะเฉพาะองค์กรของ สสบน. (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ☐ สนับสนุนให้เกิดการทำงานร่วมกัน และ การปฏิบัติงานได้ผลจริง
- ☐ ยึดหยุ่นและตอบสนองต่อตลาด
- ☐ สะดวกในการติดต่อ/ประสานงาน เพราะเป็นหน่วยงานของรัฐที่มีกระบวนการทำงานแบบเอกชน
- ☐ อื่นๆ ระบุ.....
19. **ประเด็นที่ท่านไม่พึงพอใจ** เมื่อทำงานร่วมกับ สสบน. ในหัวข้อกระบวนการภายใน/ลักษณะเฉพาะองค์กรของ สสบน. (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ☐ มีกระบวนการ/รายละเอียดในการทำงาน/ข้อปฏิบัติ มากเกินไป
- ☐ ขาดการประสานงานระหว่างแผนภายในองค์กร
- ☐ ไม่มี
- ☐ อื่นๆ ระบุ.....
20. **ข้อเสนอแนะ** เพื่อปรับปรุงการทำงานของ สสบน. ในหัวข้อกระบวนการภายใน/ลักษณะเฉพาะองค์กรของ สสบน. (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ☐ ลดระเบียบขั้นตอน/เอกสารการขอการสนับสนุน
- ☐ นำความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ จากภาคเอกชนมาปรับใช้
- ☐ มุ่งเน้นด้านการพัฒนาในระยะยาว/การพัฒนาแบบอย่างยั่งยืน ไม่ใช่พัฒนาเป็นครั้งๆ
- ☐ อื่นๆ ระบุ.....
21. **ประเด็นที่ท่านพึงพอใจ** เมื่อทำงานร่วมกับ สสบน. ในหัวข้อสมรรถนะของบุคลากรของ สสบน. (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ☐ บุคลากร มีความกระตือรือร้น/ทุ่มเท/มุ่งมั่น
- ☐ บุคลากร มีความรวดเร็วในการให้บริการ/ให้ข้อมูล/แก้ไขปัญหา

- ☐ บุคลากร ให้คำปรึกษา/คำแนะนำ/ความช่วยเหลือได้เป็นอย่างดี
- ☐ บุคลากร มีความรู้ความสามารถ/คุณภาพ/ศักยภาพสูง
- ☐ บุคลากร มีความตรงไปตรงมา/ซื่อสัตย์/โปร่งใส
- ☐ อื่นๆ ระบุ.....
22. **ประเด็นที่ท่านไม่พึงพอใจ** เมื่อทำงานร่วมกับ สสบน. ในหัวข้อสมรรถนะของบุคลากรของ สสบน. (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ☐ บุคลากร ดำเนินงานช้า/ขาดความกระตือรือร้นในการทำงาน
- ☐ บุคลากร ขาดความเป็นมืออาชีพในการทำงาน
- ☐ บุคลากร ไม่มีความชำนาญในการทำงานและแก้ปัญหา
- ☐ ไม่มี
- ☐ อื่นๆ ระบุ.....
23. **ข้อเสนอแนะ** เพื่อปรับปรุงการทำงานของ สสบน. ในหัวข้อสมรรถนะของบุคลากรของ สสบน. (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
- ☐ บุคลากร ควรจะเปิดกว้าง/เรียนรู้วิธีการใหม่ๆ และ ควรจะพัฒนาตนให้มีมาตรฐานการทำงานที่ดีขึ้น
- ☐ บุคลากร ควรจะทำงานอย่างโปร่งใส/เป็นแบบอย่างที่ดีขององค์กรภาครัฐ
- ☐ บุคลากร ควรจะมีจำนวนที่เพียงพอในการประสานงาน
- ☐ บุคลากร ควรจะมีทัศนคติที่ดีในการทำงาน
- ☐ อื่นๆ ระบุ.....

24. **ข้อที่พึงพอใจ** เมื่อร่วมงานกับ สสบน. ในการดำเนินธุรกิจไม้ซี้

.....

25. **ข้อที่ไม่พึงพอใจ** เมื่อร่วมงานกับ สสบน. ในการดำเนินธุรกิจไม้ซี้

.....

26. **ข้อเสนอแนะ** เพื่อปรับปรุงการทำงานของ สสบน. ในการดำเนินธุรกิจไม้ซี้

.....

แบบสอบถาม (6/7)

ส่วนที่ 4 ทักษะคิดเชิงกรรม/ผลลัพธ์ที่เกิดจากแผนพัฒนาการให้บริการของ สสบน. จากผลสำรวจประจำปี 2562

27. โปรดระบุระดับความพึงพอใจ ที่ท่านมีต่อกรรม/ผลลัพธ์ที่เกิดจากแผนพัฒนาการให้บริการหรือผลิตภัณฑ์ ของ สสบน. ในข้อต่าง ๆ ต่อไปนี้ โดยที่ 1 หมายถึง พึงพอใจน้อยที่สุด และ 7 หมายถึง พึงพอใจมากที่สุด

ข้อ	แผนพัฒนาการให้บริการ หรือการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของธุรกิจไม่	ระดับความเห็น น้อยที่สุด < ----- > มากที่สุด							ไม่ทราบว่ามี กิจกรรมนี้/ไม่ สามารถตอบได้
		1	2	3	4	5	6	7	
1.	เอกสารเผยแพร่เกณฑ์ในการขอรับการสนับสนุนเว็บไซต์ Business Events Thailand ทำให้ผู้ที่สนใจทราบข้อมูลได้อย่าง สะดวก รวดเร็ว ชัดเจน เข้าใจง่าย								
2.	การติดตามด้วยระบบ RFS : Request For Support ทำให้ผู้ ขอรับการสนับสนุนสามารถตรวจสอบสถานะภาพ และติดตาม ขั้นตอนในการขอรับการสนับสนุนได้จากเว็บไซต์ Business Events Thailand อย่างสะดวก รวดเร็ว								
3.	เว็บไซต์ Business Events Thailand ได้รับการปรับปรุงให้มี เนื้อหาที่ตอบสนองเหตุการณ์ปัจจุบัน และมีประโยชน์								
4.	เว็บไซต์ Business Events Thailand ได้รับการปรับปรุงให้ใช้ งานง่าย ตอบสนองความต้องการได้อย่างทันที่(responsive)								
5.	การสนับสนุนในรูปแบบอื่นที่ไม่ใช่การเงิน (Non-cash incentives)								
6.	กระบวนการขอรับความสนับสนุน (Procedure)								
7.	การให้ข้อมูลผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ (Online data access)								
8.	การให้คำปรึกษาผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ในการ ประชุม (Advisory service)								
10.	การใช้เครือข่ายกลางในการตรวจรับรองมาตรฐานสถานที่จัดงาน (TMVS)								
11.	เนื้อหาที่เผยแพร่จาก MICE Intelligence Center มี ความเหมาะสม สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้								
12.	เนื้อหาที่เผยแพร่จาก MICE Intelligence Center มี ความทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์								
13.	บริการ E-Mice marketplace แพลตฟอร์มตลาดผู้ซื้อผู้ขายพบกัน แบบอิเล็กทรอนิกส์สำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ (Thai MICE Connect)								
14.	การพัฒนาและให้บริการแอปพลิเคชัน Biz Connect ต่อ ผู้ประกอบการ MICE								

ส่วนที่ 5 ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรของท่านและสสบน. (Engagement)

Intention	28. ข้อความใดต่อไปนี้ สะท้อนความรู้สึกที่ท่านมีต่อ การร่วมงานกับ สสบน. ในอนาคต ได้ดีที่สุด	
	ข้าพเจ้ารู้สึกไม่อยากร่วมงานกับ สสบน. อีกต่อไป	1
	ข้าพเจ้ารู้สึกอยากร่วมงานกับ สสบน. ต่อไปอีกไม่เกิน 1 ปี	2
	ข้าพเจ้ารู้สึกอยากร่วมงานกับ สสบน. ต่อไปอีกไม่เกิน 2 ปี	3
	ข้าพเจ้ารู้สึกอยากร่วมงานกับ สสบน. ต่อไปอีกประมาณ 3-4 ปี	4
	ข้าพเจ้ารู้สึกอยากร่วมงานกับ สสบน. ต่อไปอีกประมาณ 5-7 ปี	5
	ข้าพเจ้ารู้สึกอยากร่วมงานกับ สสบน. ต่อไปอีกประมาณ 8-10 ปี	6
	ข้าพเจ้ารู้สึกอยากร่วมงานกับ สสบน. ไปอีกนานกว่า 10 ปี	7

29. ท่านมีแนวโน้มที่จะแนะนำเพื่อนหรือคนรู้จักที่ทำงานอยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกันท่าน ให้มาใช้บริการหรือติดต่อกับหรือร่วมงานกับ สสบน. มากน้อยแค่ไหน (คำตอบเดียว)

ถ้ามีคะแนนตั้งแต่ 0-10 โดยที่ 0 หมายถึงจะไม่แนะนำอย่างแน่นอน และ 10 หมายถึงจะแนะนำอย่างแน่นอน

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

ส่วนที่ 6 การประเมินความสำคัญปัจจัยที่มีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรของท่านและสสบน.

Influenced Factor	30. จากที่ท่านตอบว่า " (คำตอบจากข้อ 28) " ท่านคิดว่า แต่ละปัจจัยต่อไปนี้ มีความสำคัญมากน้อยแค่ไหน ต่อความรู้สึกที่ท่านมี ต่อความอยากที่จะทำงานกับ สสบน. ในอนาคต	
	กรุณาเรียงลำดับทั้ง 6 ปัจจัยตามลำดับความสำคัญ โดยที่ 1 หมายถึง มีความสำคัญมากที่สุด และ 6 หมายถึง มี ความสำคัญน้อยที่สุด	
	การพัฒนาธุรกิจไม่	
	การสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไม่	
	การพัฒนาขีดความสามารถ/ เสริมสร้างรากฐานธุรกิจไม่	
	การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชนในธุรกิจไม่	
	กระบวนการภายใน/ลักษณะเฉพาะขององค์กรของ สสบน.	
	สมรรถนะของบุคลากรของ สสบน.	

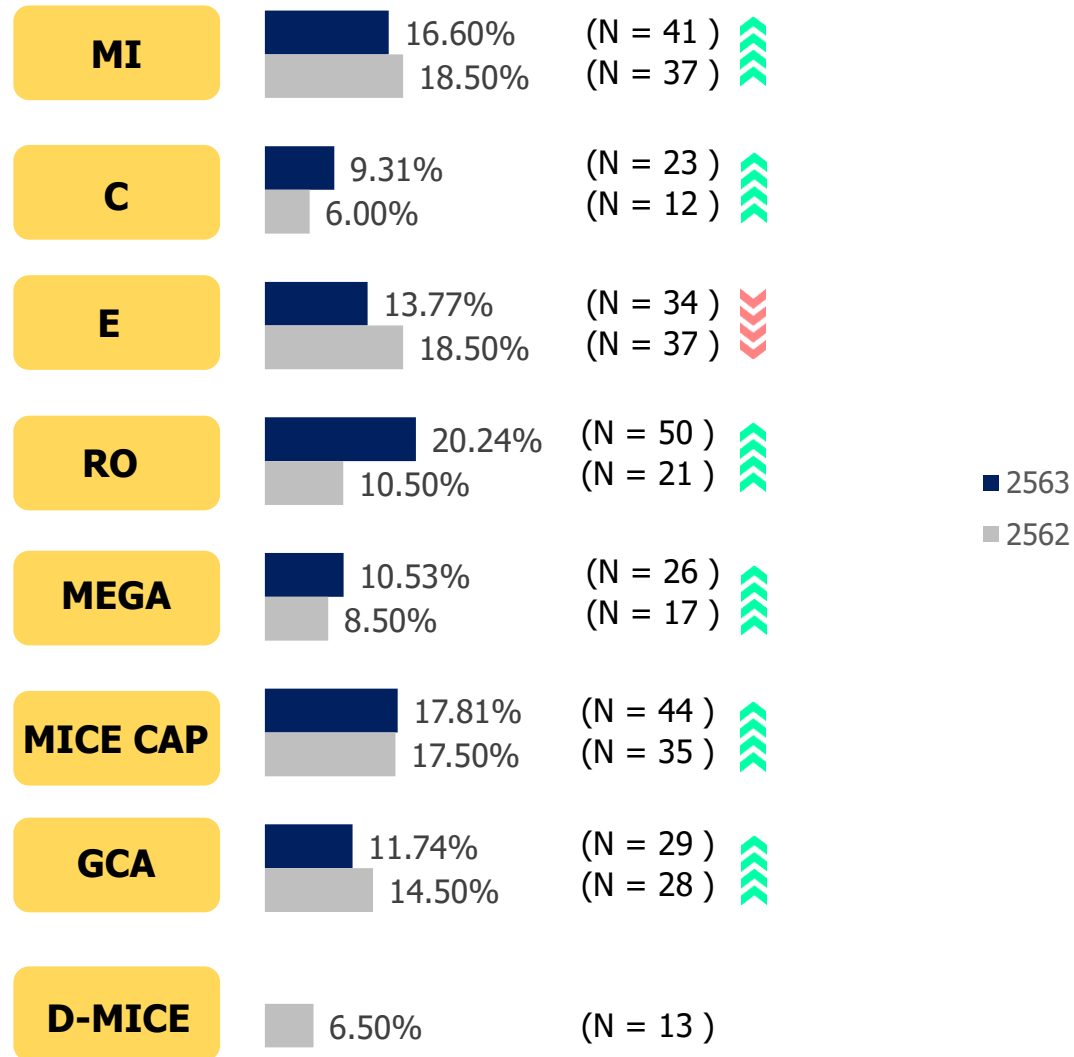
แบบสอบถาม (7/7)

กรุณาระบุที่อยู่ของท่านสำหรับการจัดส่งของที่ระลึก (gift voucher) ทางไปรษณีย์

.....
.....

ขอขอบคุณสำหรับทุกคำตอบ

APPENDIX

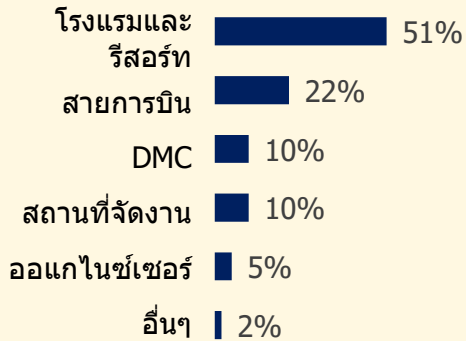


หมายเหตุ: ปี 2563 ไม่มีการสำรวจสำหรับฝ่าย D-MICE จึงไม่มีผลเปรียบเทียบกับปีนี้

APPENDIX

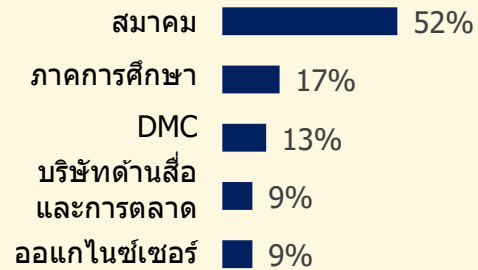
MI

(N = 41)



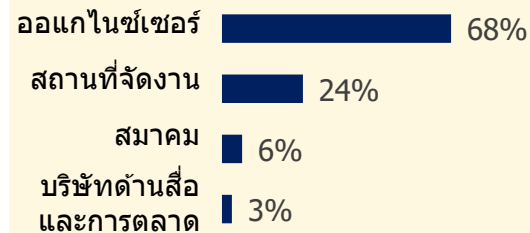
C

(N = 23)



E

(N = 34)



MEGA

(N = 26)



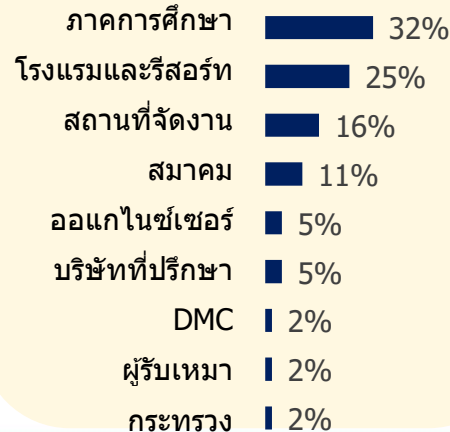
RO

(N = 50)



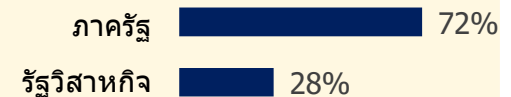
MICE CAP

(N = 44)



GCA

(N = 29)



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

Semiotics

STRATEGY

Workshop

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.