นำเสนอ: สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

โครงการสำรวจความพึงพอใจต่อการให้บริการกับผู้รับบริการ

ของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ประจำปีงบประมาณ 2565

Full Report: 2022 TCEB Customer Satisfaction and Engagement Survey

TCEB
THAILAND CONVENTION & EXHIBITION BUREAU

24 สิงหาคม 2565

intage group
Know today, Power tomorrow

สารบัญ

ภาคแนะนำโครงการ 03

ภาคเครื่องมือและการออกแบบงานวิจัย 06

ภาคบทสรุปสำหรับผู้บริหาร 15

ข้อเสนอแนะ Progressive Strategies 38

ภาคผลการวิจัยโดยละเอียด 42

ภาคผนวก 123

© INTAGE (Thailand) Co., Ltd.

ภาคแนะนำโครงการ

© INTAGE (Thailand) Co., Ltd.

ความเป็นมา

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์กรมหาชน) หรือ สสปน. มีพันธกิจหลัก ในการส่งเสริมสนับสนุนและประสานงานกับภาคเอกชน ในการจัดประชุม การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และการจัดการแสดงสินค้านานาชาติ หรือไมซ์ (MICE: Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions) ในประเทศไทย ด้วยตระหนักถึงบทบาทสำคัญขององค์กรในการสนับสนุน ส่งเสริม ประสานงาน พัฒนา และให้คำปรึกษา สสปน. จึงจัดทำโครงการสำรวจความพึงพอใจต่อการให้การบริการของ สสปน. ในทุกด้าน เพื่อนำผลการประเมินนี้ไปปรับปรุงแผนงานการให้บริการ และการพัฒนาบุคลากรของ สสปน. ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์แก่อุตสาหกรรมไมซ์ต่อไป

© INTAGE (Thailand) Co., Ltd.

ความเป็นมา

	วัตถุประสงค์
01	เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อการให้บริการของกลุ่มผู้รับบริการจาก สสปน.
02	เพื่อศึกษาความต้องการของผู้รับบริการ เช่น ความสำคัญในแต่ละมิติที่ สสปน. ให้บริการ และความต้องการอื่นๆ ที่ผู้รับบริการยังไม่ได้รับการตอบสนอง
03	เพื่อวิเคราะห์ Gap Analysis ระหว่างความคาดหวังกับสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับจาก สสปน.
04	เพื่อประเมินภาพรวมการให้บริการของ สสปน. โดยเปรียบเทียบกับผลงานในปีที่ผ่านมา
05	เพื่อสำรวจความต้องการจำเป็น (Needs Assessment) ของประเด็นที่สอดรับกับพันธกิจและบริการ หรือทิศทางการดำเนินงานที่ สสปน. มุ่งเน้น พร้อมวิเคราะห์ และจัดทำแผนปรับปรุง การให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ
06	เพื่อวิเคราะห์แนวโน้ม (Foresight analysis) ปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจใน 4 ปี ที่ผ่านมาและสามารถกำหนดกลยุทธ์เชิงนโยบายในปีต่อไปได้อย่างตอบโจทก์องค์กรและผู้รับบริการ (Progressive Strategies)

© INTAGE (Thailand) Co., Ltd.

ภาคเครื่องมือและ
การออกแบบงานวิจัย

© INTAGE (Thailand) Co., Ltd.

เครื่องมือหลักในการหาผลสรุปผลวิเคราะห์เพื่อผู้บริหาร (Output for Management)

- ผลประเมินและวิเคราะห์ความพึงพอใจในเชิงสถิติจากผู้รับบริการโดยเปรียบเทียบกับผลงานในปีที่ผ่านมา (2021 vs 2022)
- จุดแข็ง และจุดอ่อนของ สสปน. ในมุมมองของผู้รับบริการ (สสปน. SWOT analysis)
- สรุปความคาดหวังจากผู้รับบริการกลุ่ม MICE Supporters และ MICE Beneficiaries ทั้งที่ได้รับการตอบสนอง และยังไม่ได้รับการตอบสนองผ่านโมเดล Needs Assessment & Need Gap Analysis ในประเด็นที่สอดรับกับพันธกิจและบริการ หรือทิศทางที่ สสปน. มุ่งเน้น เป็นกลยุทธ์ขององค์กร

✓ ผลสรุปภาพรวม Pain & Gain Insights ของผู้รับบริการทั้ง 2 ประเภท รวมทั้งชุดเครื่องมือ และ บริการที่ผู้รับบริการคาดหวังและยังไม่ได้รับการตอบสนอง และ วิธีการนำเสนอและสื่อสารที่เหมาะสมที่สุดที่จะส่งมอบประสบการณ์ และข้อมูลให้กับผู้รับบริการทั้ง 2 ประเภท (Unique Value Proposition)

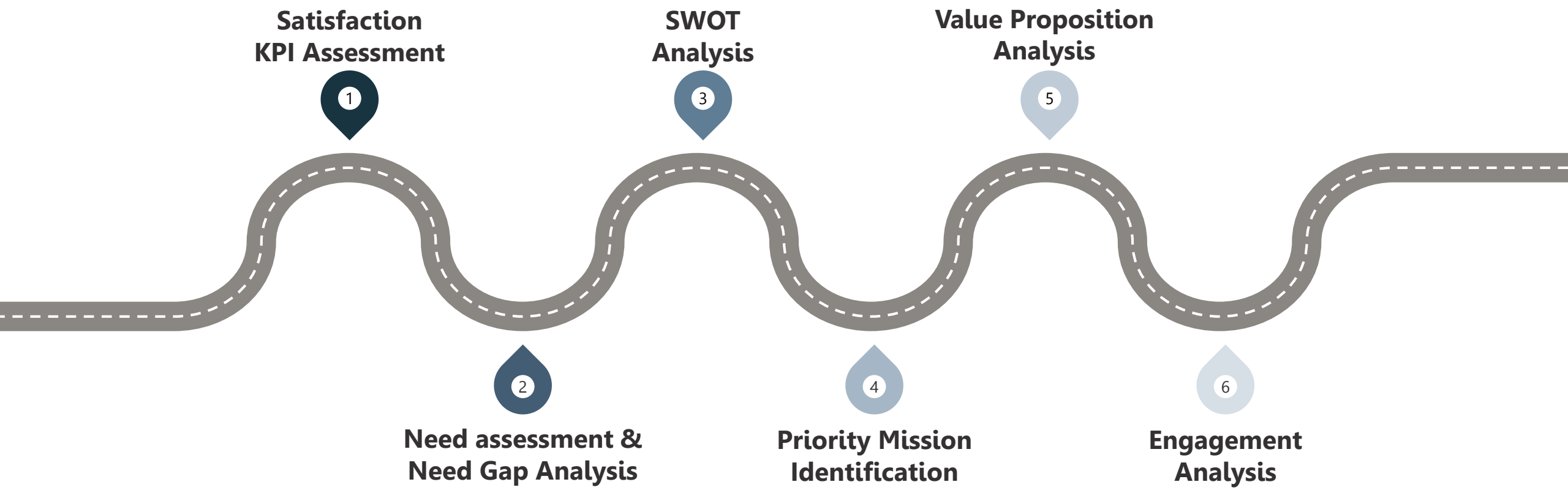
✓ ผลวิเคราะห์และข้อแนะนำเชิงกลยุทธ์ผ่านโมเดลเฉพาะของทางอินเทจ ประเทศไทย Brand Engagement Model™ และการทำ Solution Workshop ร่วมกับกลุ่มคนทำงานแผนกต่างๆ ใน สสปน.

ข้อแนะนำเชิงกลยุทธ เพื่อเพิ่มความพึงพอใจในปีถัดๆ ไป และเพิ่มความผูกพันของผู้รับบริการกับ สสปน. ผ่าน INTAGE Brand Engagement Model™ และการทำ Solution Workshop

© INTAGE (Thailand) Co., Ltd.

INTAGE Strategic Analysis Framework & Models

เพื่อให้ได้มิติที่ลึกและชัดเจนในการวิเคราะห์และนำเสนอ Actionable Way Forward & Improvement Plan เพื่อเพิ่มความพึงพอใจและสร้างความผูกพันของผู้รับบริการกับ สสปน. ทางอินเทจจะนำเครื่องมือทั้ง **6 โมเดล** มาใช้ในงานนี้



ความพึงพอใจ ต่อ สสปน.	ความคิดเห็น ต่อ สสปน.	จุดแข็งจุดอ่อน ของ สสปน.	ความคาดหวัง ต่อ สสปน.	Pain/ Gain Insights ที่มี ต่อ สสปน.	ความผูกพัน เชิงความรู้สึก ต่อ สสปน.

© INTAGE (Thailand) Co., Ltd.

INTAGE Strategic Analysis Framework & Models

1. ระดับความพึงพอใจใน สสปน. ในรูปแบบ 7-score scaling ในทุกข้อการวัดผล

2. นอกจากคะแนนความพึงพอใจแล้ว จะมีการผนวกคำถามแบบปลายเปิด เพื่อรับทราบความคิดเห็น (Need Assessment & Need Gap Analysis) เพื่อให้ได้มิติที่ชัดลึกกว่าในการวัดระดับความพึงพอใจ และ วิเคราะห์ข้อดีและข้อด้อยอย่างแตกต่างชัดเจน และสรุปเป็นประเด็นในการพัฒนาปรับปรุงขั้นต่อไป

3. วิเคราะห์ SWOT Analysis เพื่อร่างแนวทางการสร้างความพึงพอใจเพื่อผลลัพธ์สูงสุดในปีถัดไป โดยพลิกจุดอ่อนมาเป็นโอกาสในการสร้างความพึงพอใจให้มากยิ่งขึ้น อาทิ จุดอ่อนคือ โครงสร้างและกระบวนการภายในองค์กรที่ยืดยาด ทับซ้อน ทาง สสปน. ก็สามารถพลิกจุดอ่อนนี้ด้วยการสื่อสารจุดยืนขององค์กรว่า ไม่ใช่ยืดยาดทับซ้อน แต่เป็นการกลั่นกรองอย่างละเอียดเพื่อผู้รับบริการสามารถนำไปใช้งานได้ทันทีเลย (One-stop Service of Business Solution) หรือ สื่อสารเรื่องการใช้ SLA อย่างมีประสิทธิภาพทำให้ลดขั้นตอนเวลาไปได้เป็นรูปธรรมอย่างไร

4. ในการทำวิจัยครั้งนี้ ทางอินเทจจะนำเสนอบทสรุปความคาดหวังของคู่ค้าต่อ สสปน. ในรูปแบบ Priority Mission Identification เพื่อที่ทาง สสปน. จะได้วางกลยุทธ์ในการตอบโจทย์ความคาดหวังของคู่ค้าได้ตามความต้องการจากสูงสุดไปต่ำสุดเป็นลำดับไป

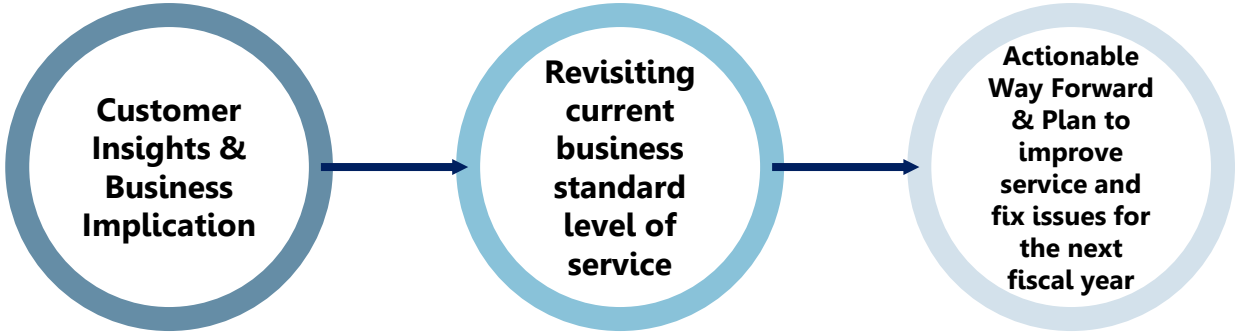
5. ผลสรุปภาพรวม Pain & Gain Insights ของผู้รับบริการทั้ง 2 ประเภท รวมทั้งชุดเครื่องมือ และ บริการที่ผู้รับบริการคาดหวังและยังไม่ได้รับการตอบสนอง และ วิธีการนำเสนอ-สื่อสารที่เหมาะสมที่สุดที่จะส่งมอบประสบการณ์ และข้อมูลให้กับผู้รับบริการทั้ง 2 ประเภท (Unique Value Proposition)

ความพึงพอใจ ต่อ สสปน. → **ความคิดเห็น ต่อ สสปน.** → **จุดแข็งจุดอ่อน ของ สสปน.** → **ความคาดหวัง ต่อ สสปน.** → **Pain/ Gain Insights ที่มี ต่อ สสปน.** → **ความผูกพัน เชิงความรู้สึก ต่อ สสปน.**

© INTAGE (Thailand) Co., Ltd.

INTAGE Strategic Analysis Framework & Models

6. การนำ Brand Engagement Model™ อันเป็นโมเดลเฉพาะของทางอินเทจ ประเทศไทย มาใช้วิเคราะห์อีกหนึ่งขั้นตอนเพิ่มจากการวัดความพึงพอใจ ความคาดหวัง เพื่อนำไปสู่ความผูกพันเชิงความรู้สึกกับแบรนด์ สสปน. จากการวิเคราะห์ด้วยโมเดลนี้ จะทำให้ สสปน. ทราบว่าคู่ค้า หรือ กลุ่มผู้ได้รับบริการ**กลุ่มใด**ที่มีความผูกพันกับ สสปน. และ**ปัจจัยใด**ที่มีผลต่อความผูกพันนั้น และ ทางเราจะทำการวิเคราะห์ข้อมูล Customer Insights จากโมเดลนี้ และนำเสนอในรูปแบบ Business Implication เพื่อเพิ่มความผูกพันอย่างยั่งยืนกับแบรนด์ สสปน. ในกลุ่มคู่ค้าเพื่อผลลัพธ์ที่ดียิ่งขึ้นในปีต่อๆ ไป *(Beyond Satisfaction to Engagement)*
7. นำผลคะแนนทั้ง 6 มิติ ทั้ง 4 ปี มาประมวลผลรวม เพื่อวิเคราะห์แนวโน้ม (Foresight Analysis) ปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจใน 4 ปี ที่ผ่านมาและสามารถกำหนดกลยุทธ์เชิงนโยบายในปีต่อไป(Progressive Strategies)
8. และสุดท้ายคือการทำ **SOLUTION WORKSHOP (1/2 DAY)** ร่วมกับคณะผู้ทำงานในแต่ละภาคส่วน เพื่อนำผล Customer Insights และ Business Implication ที่ได้จากผลการวิจัยมาประมวลผลและจัดทำแผนการดำเนินการที่เป็นรูปธรรมและนำไปปฏิบัติได้ผลจริง *(from Business Implication to Actionable Way Forward & Solutions)*



© INTAGE (Thailand) Co., Ltd.

หัวข้อหลักในการสอบถามในงานวิจัย

ผู้ทำการศึกษาจะต้องดำเนินการสำรวจและประเมิน ความพึงพอใจในการให้บริการของ สสปน. ใน 6 มิติต่างๆ ดังนี้

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

© INTAGE (Thailand) Co., Ltd.

วิธีดำเนินการวิจัยและลักษณะกลุ่มเป้าหมาย

การศึกษาครั้งนี้จะรวบรวมข้อมูลเชิงประมาณ (Quantitative) โดยนำเสนอเป็นการสำรวจเป็น 2 รูปแบบ ด้วยหลักการและเหตุผล ดังนี้:

1. **<u>สำรวจข้อมูลแบบออนไลน์</u> (Online Survey) เป็นหลัก** เพื่อทำการศึกษาสำรวจความพึงพอใจในการให้บริการของ สสปน. ใน 6 มิติเชิงสถิติและเชิงปริมาณ ตามที่เคยจัดทำมาโดยตลอดเพื่อรับทราบผลประจำปี 2565 และเปรียบเทียบกับผลการสำรวจในปีที่ผ่านๆ มา

2. **<u>สำรวจข้อมูลแบบสัมภาษณ์</u> (One-on-One Interview) กับผู้บริหารเพื่อทำการศึกษาสำรวจเชิงเจาะลึก ในกลุ่มผู้ที่เป็นระดับบริหาร** เพื่อให้ได้มุมมองที่นอกเหนือจากสำรวจความพึงพอใจในการให้บริการของ สสปน. ใน 6 มิติเชิงสถิติและเชิงปริมาณ ตามที่เคยจัดทำมาโดยการสอบถาม จะทำการสอบถามถึงความต้องการในการให้บริการของ สสปน. จากที่ลิสต์ไว้ในแบบสอบถามปกติ เพื่อนำมาใช้กับ Need Assessment & Need Gap Analysis Model เพื่อให้ได้มาซึ่ง ความต้องการที่นอกเหนือและคาดไม่ถึง (Unmet Needs) ซึ่งจะทำให้การให้บริการของ สสปน. ยกระดับจาก Satisfaction to Engagement จาก Loyalty to Advocacy ในที่สุด
   - **การสัมภาษณ์แบบพบหน้า (Face-To-Face Interview)**
   - **การสัมภาษณ์ผ่านโปรแกรมออนไลน์ (MS TEAM / ZOOM / โทรสัมภาษณ์+ LINE) เป็นหลัก**

© INTAGE (Thailand) Co., Ltd.

วิธีดำเนินการวิจัยและลักษณะกลุ่มเป้าหมาย

การศึกษาครั้งนี้จะรวบรวมข้อมูลเชิงประมาณ (Quantitative) สำรวจข้อมูลแบบออนไลน์ (Online Survey) เป็นหลัก อาจมี One-on-One Interview บ้าง ตามสถานการณ์
โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างจากอีเมลแอดเดรสจากรายชื่อที่ได้รับจาก สสปน.
เพื่อเลือกกลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสมกับรูปแบบออนไลน์
กลุ่มตัวอย่างจำนวน n=200 คนเป็นอย่างต่ำ

ทาง สสปน. จะเป็นผู้ให้รายชื่อลูกค้าของแต่ละแผนก โดยทางอินเทจขอเสนอให้แต่ละแผนกเสนอให้รายชื่ออย่างน้อย 80-100 รายชื่อต่อแผนก เพื่อให้เก็บข้อมูลได้อย่างน้อย **30 ตัวอย่าง/ แผนก** เพื่อสามารถนำข้อมูลไปวิเคราะห์ทางสถิติได้อย่างถูกต้อง แม่นยำ

กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย 2 กลุ่ม รวมทั้งสิ้น 258 คน

กลุ่ม 1 MICE Supporters

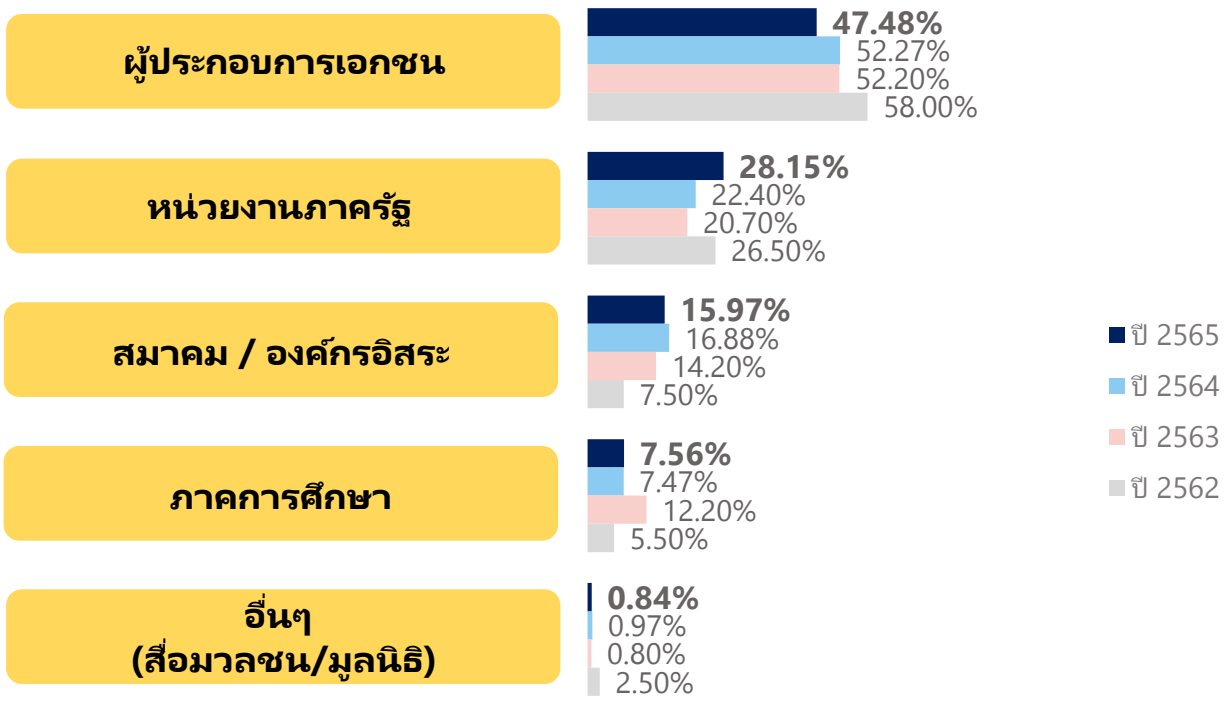
- ประกอบด้วย บุคคลหรือหน่วยงานที่ทำงานร่วมกับ สสปน. และให้บริการอุตสาหกรรมไมซ์ เช่น สมาคม หน่วยงานภาครัฐ อาทิ กรมศุลกากร กรมการกงสุล เป็นต้น

กลุ่ม 2 MICE Beneficiaries

- ประกอบด้วย บุคคลหรือหน่วยงานที่ได้รับบริการจาก สสปน. โดยตรง หรือได้รับบริการ/ ทำงานร่วมกับ MICE Supporters ที่ทำงานร่วมกับ สสปน. เช่น เจ้าของงาน (Event Owner) ผู้จัดงาน (Organizer) ผู้ให้บริการ (Service Provider) ภาคศึกษา เป็นต้น

© INTAGE (Thailand) Co., Ltd.

สรุปจำนวนกลุ่มเป้าหมายปี 2562-2565



	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
ปี 2564	161	69	52	23	3	308
ปี 2565	123	77	38	18	2	258

ระยะเวลาในการดำเนินงานวิจัย	1 เมษายน – 28 มิถุนายน 2562 (200)	7 กรกฎาคม – 7 ตุลาคม 2563 (247)	23 เมษายน– 14 มิถุนายน 2564 (308)	1 เมษายน – 17 มิถุนายน 2565 (258)

© INTAGE (Thailand) Co., Ltd.

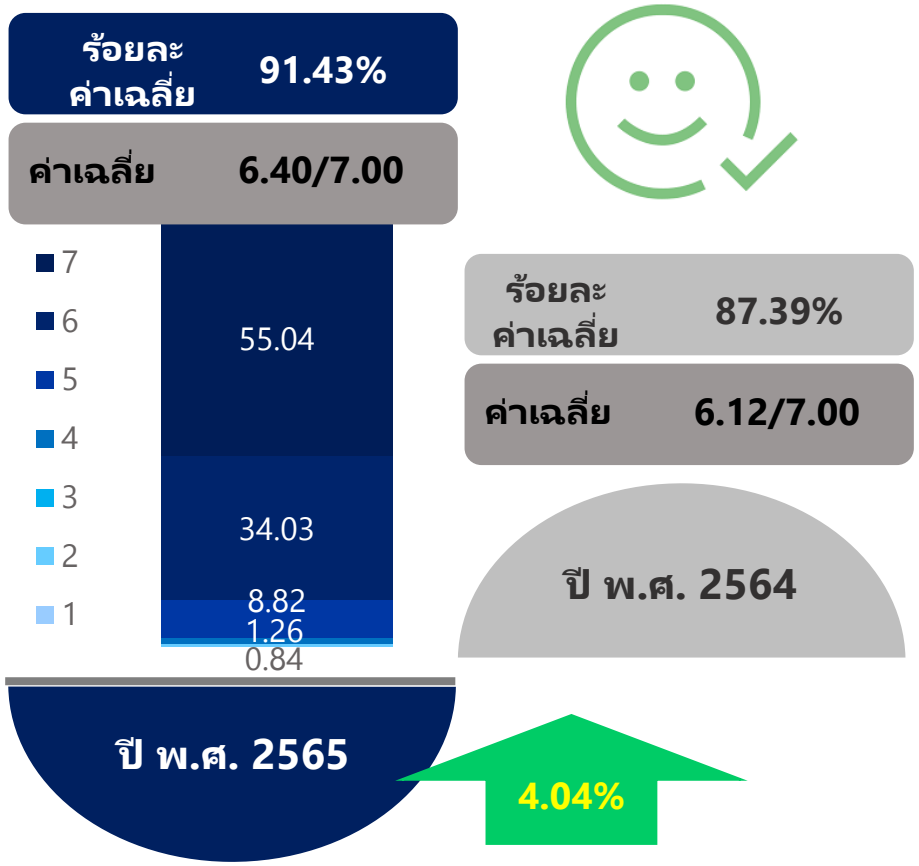
ภาคบทสรุปสำหรับผู้บริหาร

© INTAGE (Thailand) Co., Ltd.

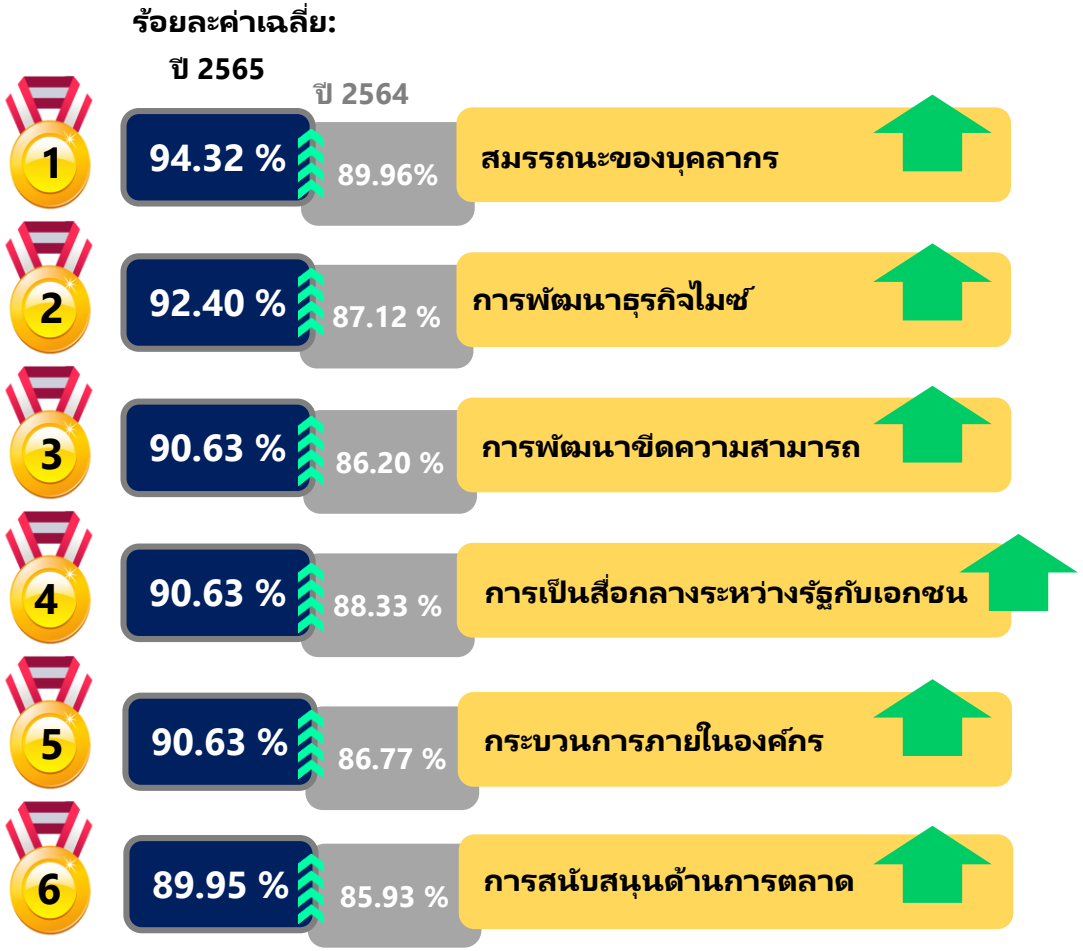
ปี 2565 **คะแนนความพึงพอใจสูงกว่าคะแนนของปีที่แล้ว ในทุกๆ Pillars** โดยได้รับคะแนนความพึงพอใจโดยรวมจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง **สูงถึง 91.43%** คะแนนสูงขึ้นจาก ปี 2564 กว่า 4%

เมื่อพิจารณาในมิติต่าง ๆ พบว่า **สมรรถนะของบุคลากร เป็นมิติที่ได้รับคะแนนสูงสุดในการสำรวจของปี 2565** เช่นเดียวกับทุกๆ ปี อีกทั้งในปีนี้ **ทุกมิติสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการได้ดีมากขึ้น**ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน

ความพึงพอใจโดยรวมต่อ สสปน.



ความพึงพอใจใน 6 มิติ



ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 258 = 100% REF. Q4-5

© INTAGE (Thailand) Co., Ltd.

ในปีนี้ สสปน. ก็**สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการได้ในทุกมิติที่สำคัญ** โดยจะเห็นได้จากคะแนนความพึงพอใจที่สูงกว่า 87% ในทุกมิติ แม้แต่มิติการสนับสนุนการตลาดที่ได้คะแนนลดลงเล็กน้อยในปีที่แล้ว ปีนี้ก็สามารถทำคะแนนได้ดีเช่นกัน

เดิมที มิติด้านการสนับสนุนการตลาดที่ผู้รับบริการจะให้ความสำคัญมากตลอดที่มีการสำรวจ แต่ในปีนี้ **ผู้รับบริการให้ความสำคัญกับมิติการเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชนมากกว่า** รองลงมาจากมิติการพัฒนาธุรกิจไมซ์ โดยผู้รับบริการให้ข้อเสนอแนะในการพัฒนามิติการเป็นสื่อกลาง อาทิ ควรเพิ่มบทบาทในการเป็นผู้ประสานงานหลักในการบูรณาการภาครัฐและเอกชนให้เชื่อมโยงสอดคล้องทั้งส่วนกลางและท้องถิ่น รวมทั้งมีการพัฒนาส่งเสริมการจัดงานในส่วนภูมิภาคอย่างต่อเนื่อง

ความพึงพอใจต่อมิติต่าง ๆ

ร้อยละค่าเฉลี่ย:

1	94.32%	สมรรถนะของบุคลากร
2	92.40%	การพัฒนาธุรกิจไมซ์
3	90.63%	การพัฒนาขีดความสามารถ
4	90.63%	การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน
5	90.63%	กระบวนการภายในองค์กร
6	89.95%	การสนับสนุนด้านการตลาด

การให้ความสำคัญของมิติต่าง ๆ ของผู้รับบริการ

1	การพัฒนาธุรกิจไมซ์	
2	การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	★
3	การพัฒนาขีดความสามารถ	
4	การสนับสนุนด้านการตลาด	★
5	สมรรถนะของบุคลากร	
6	กระบวนการภายในองค์กร	

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 258 = 100%

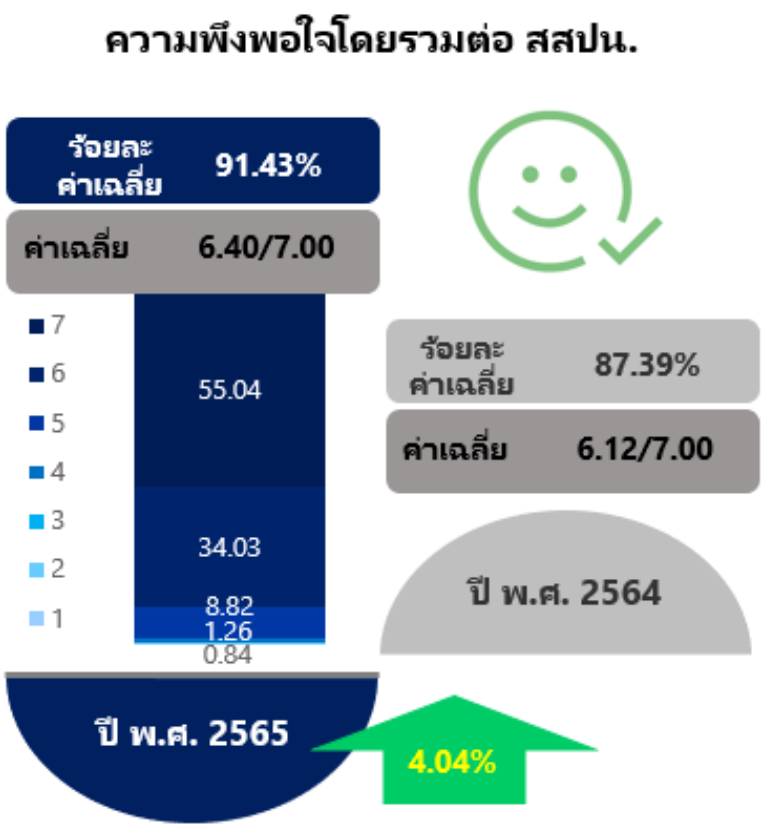
REF. Q4, Q11

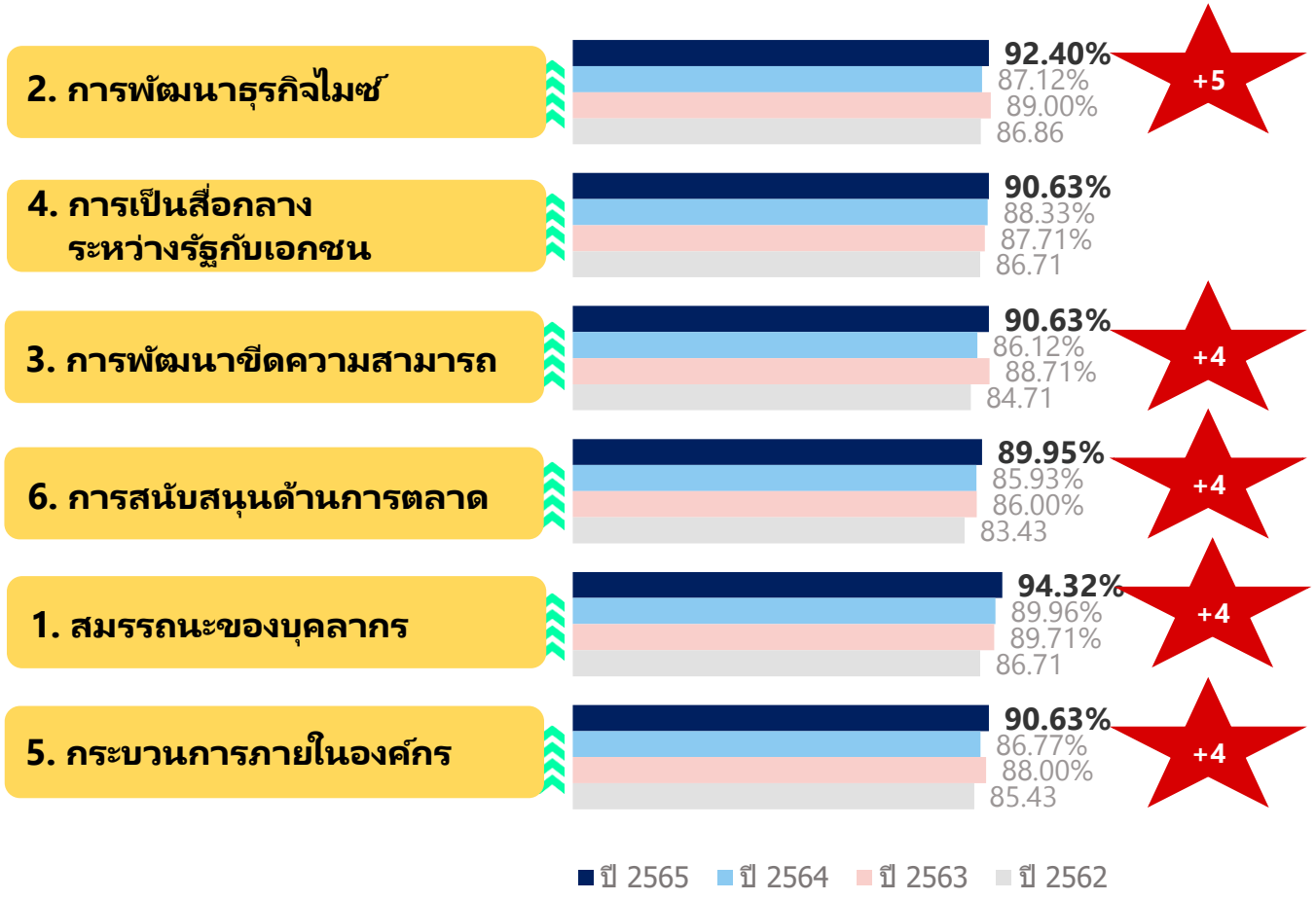
© INTAGE (Thailand) Co., Ltd.

คะแนนความพึงพอใจทั้ง 6 มิติ ของปี 2565 สูงขึ้นกว่าปีที่แล้ว ประมาณ 4%

"มิติการพัฒนาขีดความสามารถ"สูงขึ้นมากที่สุดที่ 3%

"มิติกระบวนการภายในองค์กร" "มิติสมรรถนะของบุคลากร" และ "มิติการพัฒนาธุรกิจไมซ์" สูงขึ้นรองลงมา ที่ 2% เท่ากัน





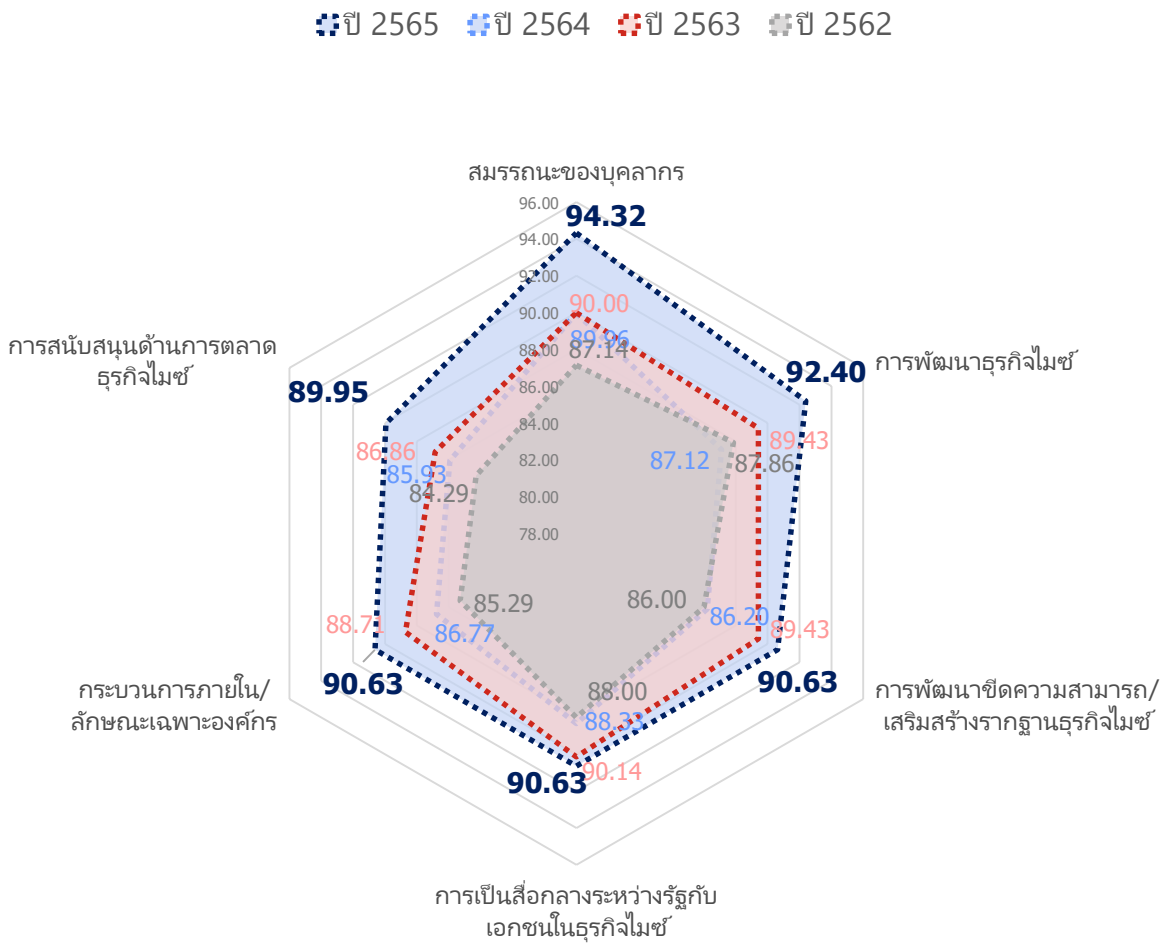
ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 258 = 100%

REF. Q5, Q4

© INTAGE (Thailand) Co., Ltd.

4-Year-Continuous Analysis :

1. สมรรถนะบุคลากรของ สสปน. เป็นปัจจัยที่ได้คะแนนความพึงพอใจสูงสุดจากผู้รับบริการของ สสปน. อย่างต่อเนื่องตลอด 4 ปี ตามมาด้วย
2. การพัฒนาธุรกิจไมซ์
3. การพัฒนาขีดความสามารถ/ เสริมสร้างรากฐานธุรกิจไมซ์

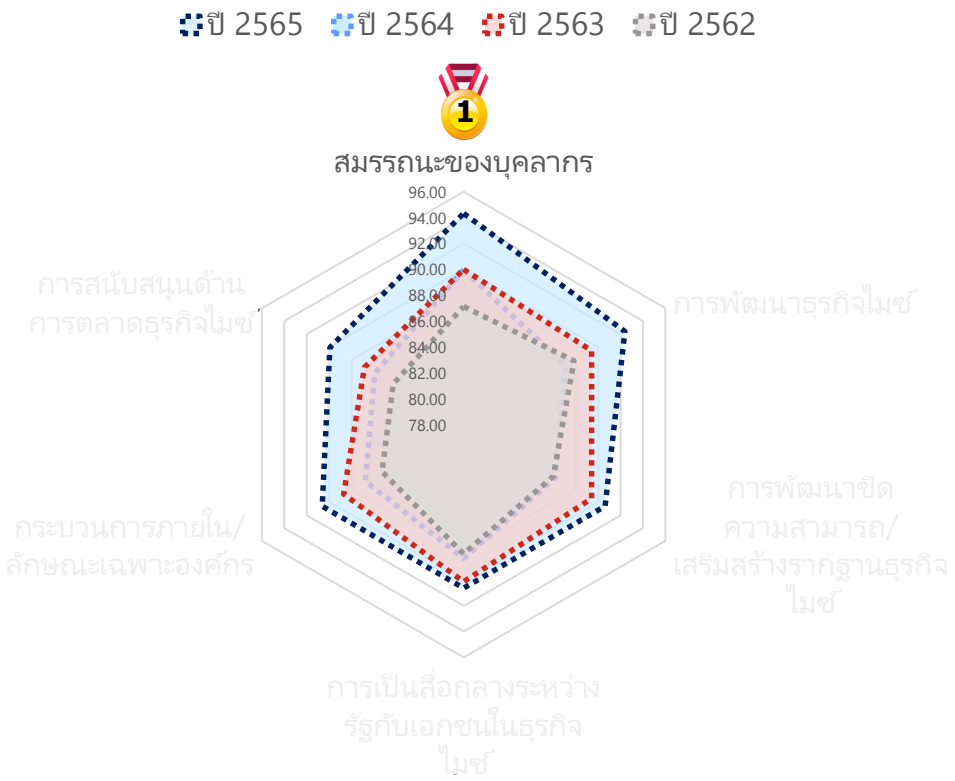


ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 258 = 100%

REF. Q4

© INTAGE (Thailand) Co., Ltd.

4-Year-Continuous Analysis :
Good Governance & Good Relationship ภายใต้สถานการณ์ที่ไม่เอื้ออำนวย คือ 2 ปัจจัยหลักที่ stakeholders ของ สสปน. มองหาในมิติ "**สมรรถนะบุคลากรของ สสปน.**"



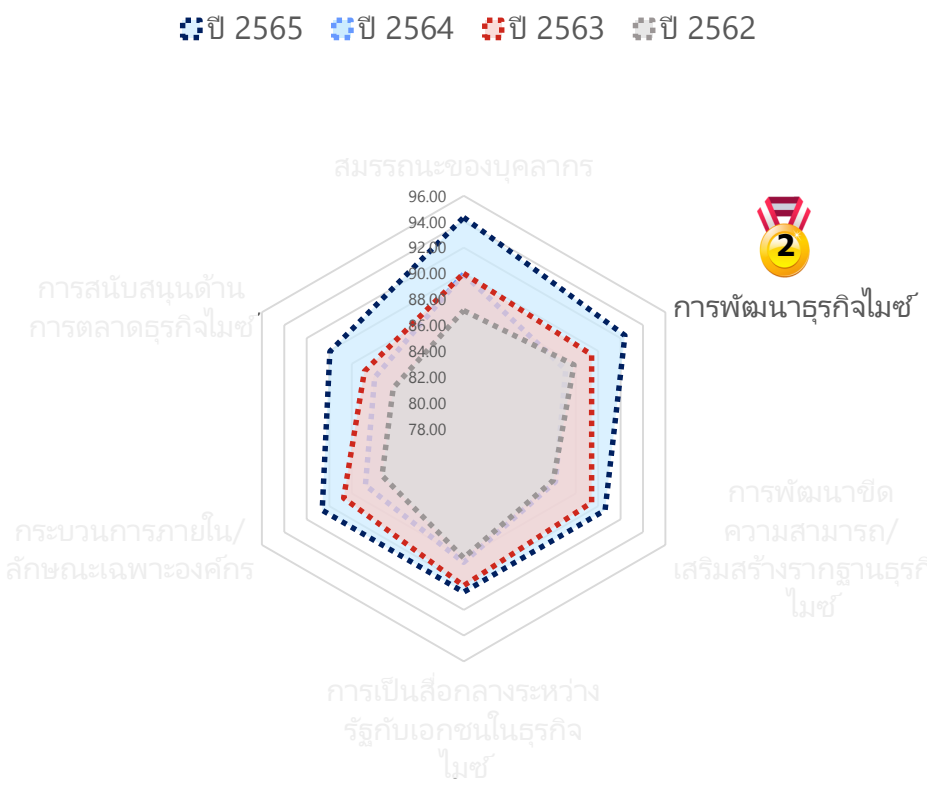
วิเคราะห์ปัจจัยเปรียบเทียบปีต่อปี (ข้อมูลในตารางแสดงเป็นร้อยละค่าเฉลี่ย)	ปี 2565	ปี 2564	ปี 2563	ปี 2562
สมรรถนะของบุคลากร (สุทธิ)	**94.32**	**89.96**	**90.00**	**87.14**
• บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส (Good Governance)	96.22	91.29	91.29	89.29
• บุคลากรของ สสปน. เข้าใจวิธีการจัดงานอีเว้นท์ (Event Expert) ในรูปแบบ New Normal ของอุตสาหกรรมไมซ์ เป็นอย่างดี	95.22	90.43	90.86	87.29
• บุคลากรของ สสปน. มีการรักษาปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและผู้ประกอบการไมซ์ภายใต้สถานการณ์ที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการทำงาน อาทิ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19	95.22	90.86	91.57	-
• บุคลากรของ สสปน. มีความเป็นมืออาชีพ (Professionalism) ในการบริการและประสานงาน ให้กับลูกค้า/ผู้รับบริการ ทั้งผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ (Online data access) ได้อย่างรวดเร็ว	95.08	90.43	90.29	87.43
• บุคลากรของ สสปน. มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร (Ready for Change and for New Development) ให้ทันยุคสมัย	95.08	90.86	90.86	-
• บุคลากรของ สสปน. มีการปรับตัวและพร้อมรับมือกับสถานการณ์การระบาดโควิด-19	94.79	90.57	91.14	-
• บุคลากรของ สสปน. สามารถให้คำแนะนำหรือรายละเอียดของระเบียบ ขั้นตอนและกระบวนการทำงานภายในผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ในการประชุม (Advisory Service) ได้เป็นอย่างดี	94.37	90.14	89.71	87.00
• บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถและทักษะที่ดีเยี่ยมในการสื่อสาร (Effective Communication Skill) กับทีมงาน และ ผู้เกี่ยวข้อง	93.65	89.86	88.71	89.71
• บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ ได้อย่างทันท่วงที	93.51	89.14	89.00	85.71
• บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่พร้อมต่อการผลักดันให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆ และมีความคิดสร้างสรรค์เสมอ (Innovative and Creative)	93.37	89.43	89.71	-
• บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่ทำงานโดยใช้หลักความคิดแบบมีวิจารณญาณ แบบมีเหตุผล มีตรรกะที่ชัดเจนเสมอ (Critical Thinking)	93.22	88.29	88.43	-
• บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาหรือจัดการกับความขัดแย้ง ในสถานการณ์ที่ซับซ้อน หรือในสถานการณ์ที่มีความคลุมเครือได้อย่างมีประสิทธิภาพ และอย่างรวดเร็ว (Conflict Management)	92.22	88.00	88.71	86.57

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 258 = 100% REF. Q4

© INTAGE (Thailand) Co., Ltd.

4-Year-Continuous Analysis :

การผลักดันประเทศให้มีความพร้อมในการเป็น Global MICE Destination รวมทั้งเป็นผู้นำไมซ์ในเอเชีย ด้านการประชุม งานแสดงสินค้า และงานเทศกาลนานาชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่ทำให้ผู้รับบริการมีความพึงพอใจตลอด 4 ปี ในมิติ“**การพัฒนาธุรกิจไมซ์**”



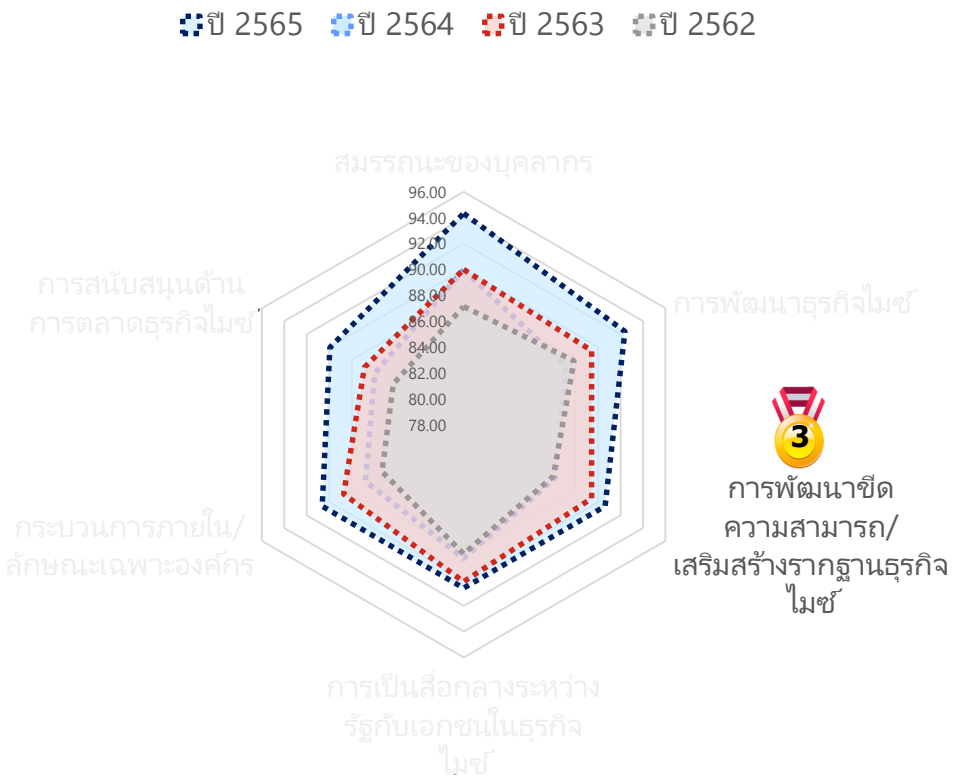
วิเคราะห์ปัจจัยเปรียบเทียบปีต่อปี (ข้อมูลในตารางแสดงเป็นร้อยละค่าเฉลี่ย)	ปี 2565	ปี 2564	ปี 2563	ปี 2562
การพัฒนาธุรกิจไมซ์ (สุทธิ)	**92.40**	**87.12**	**89.43**	**87.86**
• การผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อม (Readiness) ในการเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับไมซ์ระดับนานาชาติ (Global MICE Destination) สามารถจัดการประชุม งานแสดงสินค้าและงานเทศกาลนานาชาติในภูมิภาคเอเชียได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน	93.75	89.14	91.14	88.86
• การผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำ (Leadership) สำหรับการเป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ระดับนานาชาติ (Global MICE Destination) รวมทั้งเป็นผู้นำด้านการประชุม งานแสดงสินค้าและงานเทศกาลนานาชาติในภูมิภาคเอเชียได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน	93.75	88.57	91.29	89.14
• การรักษาและการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์ให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน ด้วยการสนับสนุนในรูปแบบของการสนับสนุนทางการเงินและการสนับสนุนอื่นๆที่ไม่ใช่การเงิน (Non-cash incentives)	92.89	88.43	89.43	88.00
• การผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้เป็นศูนย์กลางของอาเซียนอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน	92.03	87.29	90.86	-
• การกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านธุรกิจไมซ์อย่างมีประสิทธิภาพ	91.89	87.57	89.29	86.86
• การขับเคลื่อนกิจกรรมไมซ์ให้ตรงตามความต้องการของตลาด ตามศักยภาพ และนโยบายของประเทศ	91.89	87.71	89.57	-
• การสนับสนุนผู้จัดงานและผู้ประกอบการไมซ์ด้วยการให้บริการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19	91.46	85.86	89.00	-
• การกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์ทั่วทุกภูมิภาค	89.60	85.29	87.43	86.29

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 258 = 100% REF. Q4

© INTAGE (Thailand) Co., Ltd.

4-Year-Continuous Analysis :

การสนับสนุนผู้ประกอบการและผู้จัดงานไมซ์ ผ่านการรับรองมาตรฐานด้านการจัดงาน และสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ให้เทียบเท่าระดับสากล เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจตลอด 3 ปี ในมิติ "**การพัฒนาขีดความสามารถ/ เสริมสร้างรากฐาน**"



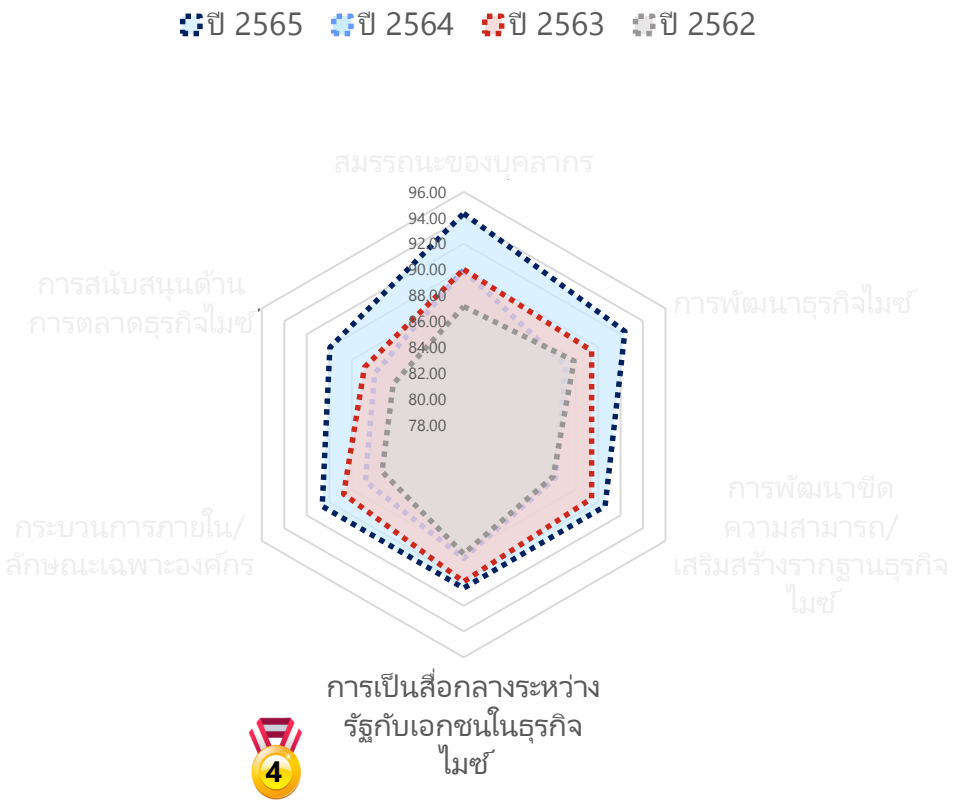
วิเคราะห์ปัจจัยเปรียบเทียบปีต่อปี (ข้อมูลในตารางแสดงเป็นร้อยละค่าเฉลี่ย)	ปี 2565	ปี 2564	ปี 2563	ปี 2562
การพัฒนาขีดความสามารถ/ เสริมสร้างรากฐาน (สุทธิ)	**90.63**	**86.20**	**89.43**	**86.00**
• การผลักดันและสนับสนุนผู้ประกอบการและผู้จัดงานไมซ์ ผ่านการรับรองมาตรฐานด้านการจัดงานในระดับสากล อาทิ การรับรองมาตรฐาน TMVS/AMVS เพื่อยืนยันว่าสถานที่จัดงานมีความเหมาะสม	91.78	86.29	90.00	86.00
• การสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ ให้เทียบเท่าระดับสากล* *มาตรฐานระดับสากล คือ เครื่องมือที่นานาชาติใช้ยืนยันคุณภาพ ความปลอดภัย และประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ บริการและระบบนั้นๆ Source: https://www.iso.org/about-us.html	91.78	87.00	91.00	87.29
• การเพิ่มทักษะความรู้ให้กับผู้ประกอบการผ่านการอบรมรูปแบบต่างๆ ทั้งออฟไลน์ ออนไลน์ และไฮบริด ได้อย่างรวดเร็ว และ ครอบคลุม	90.92	84.71	-	-
• การให้ความรู้ในเรื่องการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์อย่างยั่งยืน (MICE Sustainability) แก่ผู้ประกอบการ ผู้จัดงานไมซ์ ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ถูกต้อง ครบถ้วน และ เข้าใจง่าย	90.92	86.29	-	-
• การให้ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจอย่างสม่ำเสมอ เป็นประจำทุกเดือน อาทิ การอัปเดตความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมไมซ์ผ่าน แพลทฟอร์มข่าวสาร MICE Intelligence Center	90.49	85.43	88.86	85.29
• การสร้างผลิตภัณฑ์หรือเครื่องมือในการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการไมซ์ในการดำเนินธุรกิจในอีกช่องทางหนึ่ง อาทิ การจัดงานประชุมและหรือ/การแสดงสินค้าผ่านระบบออนไลน์ หรือ การออกมาตรฐานต่างๆที่มาช่วยผู้ประกอบการไมซ์ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19	89.49	87.86	89.57	-
• การเสริมสร้างและพัฒนาบุคลากรในด้านวิชาชีพต่างๆ (Upskill, Reskill and New Skill) ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อพร้อมรับมือกับสถานการณ์ทุกรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน	89.07	85.86	-	-

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 258 = 100% REF. Q4

© INTAGE (Thailand) Co., Ltd.

4-Year-Continuous Analysis :

การประสานงานระหว่างรัฐกับเอกชนได้อย่างดี ช่วยให้ขั้นตอนลุล่วงได้รวดเร็ว และ การอำนวยความสะดวกต่างๆ ช่วยให้งาน red tape รวดเร็วและไร้ปัญหา คือสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการมากที่สุดจาก สสปน. ในมิติ "**การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน**"



วิเคราะห์ปัจจัยเปรียบเทียบปีต่อปี (ข้อมูลในตารางแสดงเป็นร้อยละค่าเฉลี่ย)	ปี 2565	ปี 2564	ปี 2563	ปี 2562
การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน (สุทธิ)	**90.63**	**88.33**	**90.14**	**88.00**
• การเป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในอุตสาหกรรมไมซ์ได้เป็นอย่างดี	91.78	89.14	90.29	87.29
• การอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุมนานาชาติ การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทยอย่างเต็มที่ อาทิ บริการ E-MICE marketplace แพลตฟอร์มตลาดผู้ซื้อผู้ขายพบกันแบบอิเล็กทรอนิกส์ ภายใต้ชื่อ Thai MICE Connect	89.49	87.57	90.00	88.57

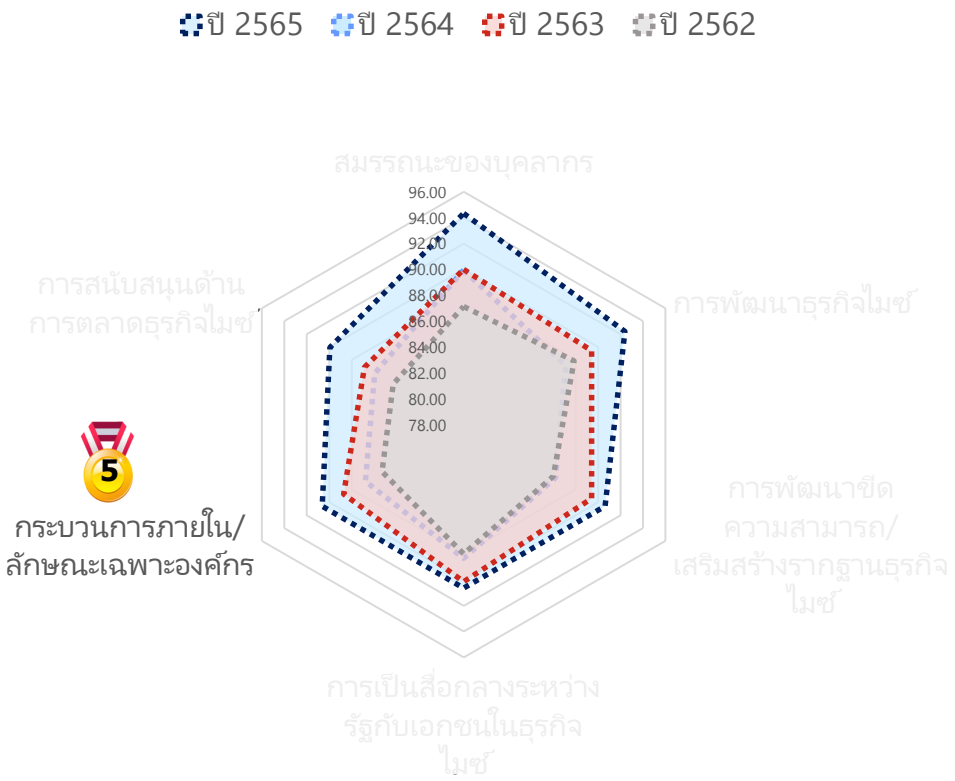
ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 258 = 100%

REF. Q4

© INTAGE (Thailand) Co., Ltd.

4-Year-Continuous Analysis :

การมีปฏิสัมพันธ์และความเชื่อใจอย่างต่อเนื่องให้กับผู้ประกอบการ โดยเฉพาะช่วงโควิด-19 รวมทั้งการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นไปอย่างราบรื่น เป็นส่วนสำคัญที่ผู้รับบริการต้องการที่สุดจาก สสปน. ในมิติ"**กระบวนการภายใน/ลักษณะเฉพาะองค์กร**"



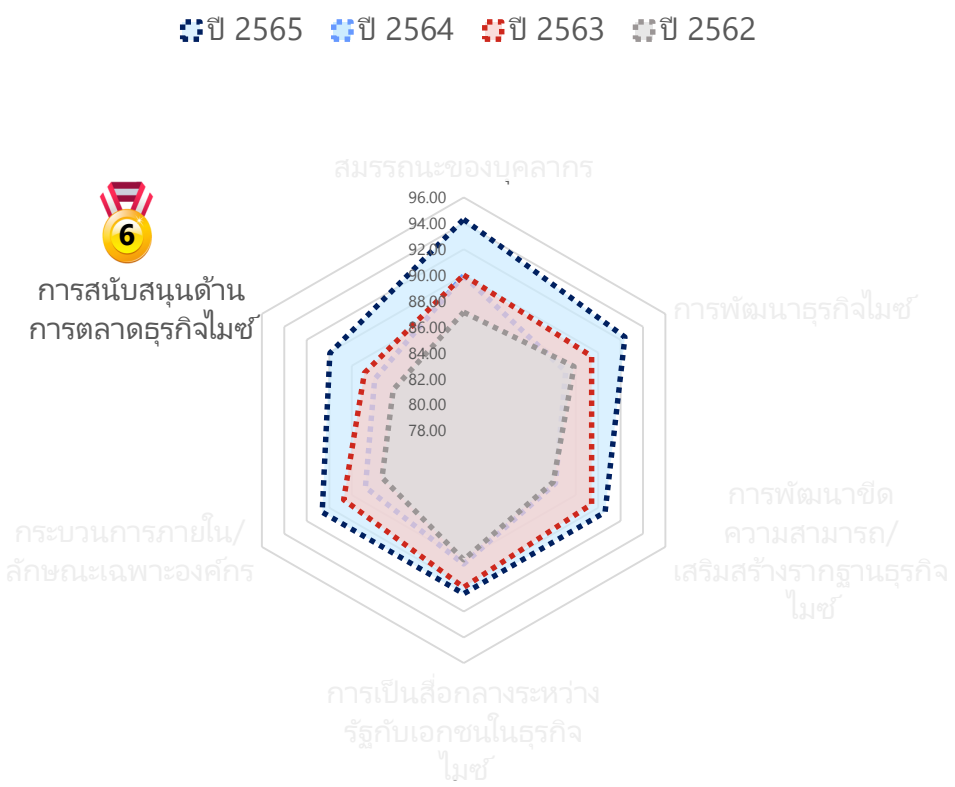
วิเคราะห์ปัจจัยเปรียบเทียบปีต่อปี (ข้อมูลในตารางแสดงเป็นร้อยละค่าเฉลี่ย)	ปี 2565	ปี 2564	ปี 2563	ปี 2562
กระบวนการภายใน/ ลักษณะเฉพาะองค์กร (สุทธิ)	**90.63**	**86.77**	**88.71**	**85.29**
• การสร้างปฏิสัมพันธ์และความเชื่อใจ (Interaction and Trust Building) อย่างต่อเนื่องให้กับผู้ประกอบการ โดยเฉพาะในสถานการณ์ฉุกเฉินในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19	91.38	87.00	89.57	-
• การปฏิบัติงานที่มีความคล่องตัว (Flexibility) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐ และภาคเอกชน	91.24	86.43	87.14	84.57
• การให้ความชัดเจนในนโยบายและทิศทางการดำเนินงานของสสปน. เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง	90.67	88.00	89.00	85.14
• การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency) เกิดผลงานเป็นรูปธรรม เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน	90.67	87.43	88.14	85.29
• การเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของ สสปน. (Public Hearing)	90.52	87.00	88.86	86.29
• การปฏิบัติงานที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเชื่อมั่น (Confidence Building) ในกระบวนการและมาตรการรับมือของ สสปน. ต่อสถานการณ์การระบาดโควิด-19	90.52	86.57	89.57	-
• การให้บริการผ่านระบบงานของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากล (International level) ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ อาทิ การติดตามด้วยระบบ RFS : Request For Support	89.38	85.14	88.86	85.43
• การนำความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ มาปรับปรุงการทำงานของ สสปน. (Reflection) อย่างต่อเนื่อง	88.81	86.43	88.86	85.14

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 258 = 100% REF. Q4

© INTAGE (Thailand) Co., Ltd.

4-Year-Continuous Analysis :

การมีกิจกรรมไมซ์ที่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน และการมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดที่สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาสำหรับตลาดในประเทศ และตลาดต่างประเทศ คือสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการที่สุดจาก สสปน. ในมิติ "**การสนับสนุนด้านการตลาด**"

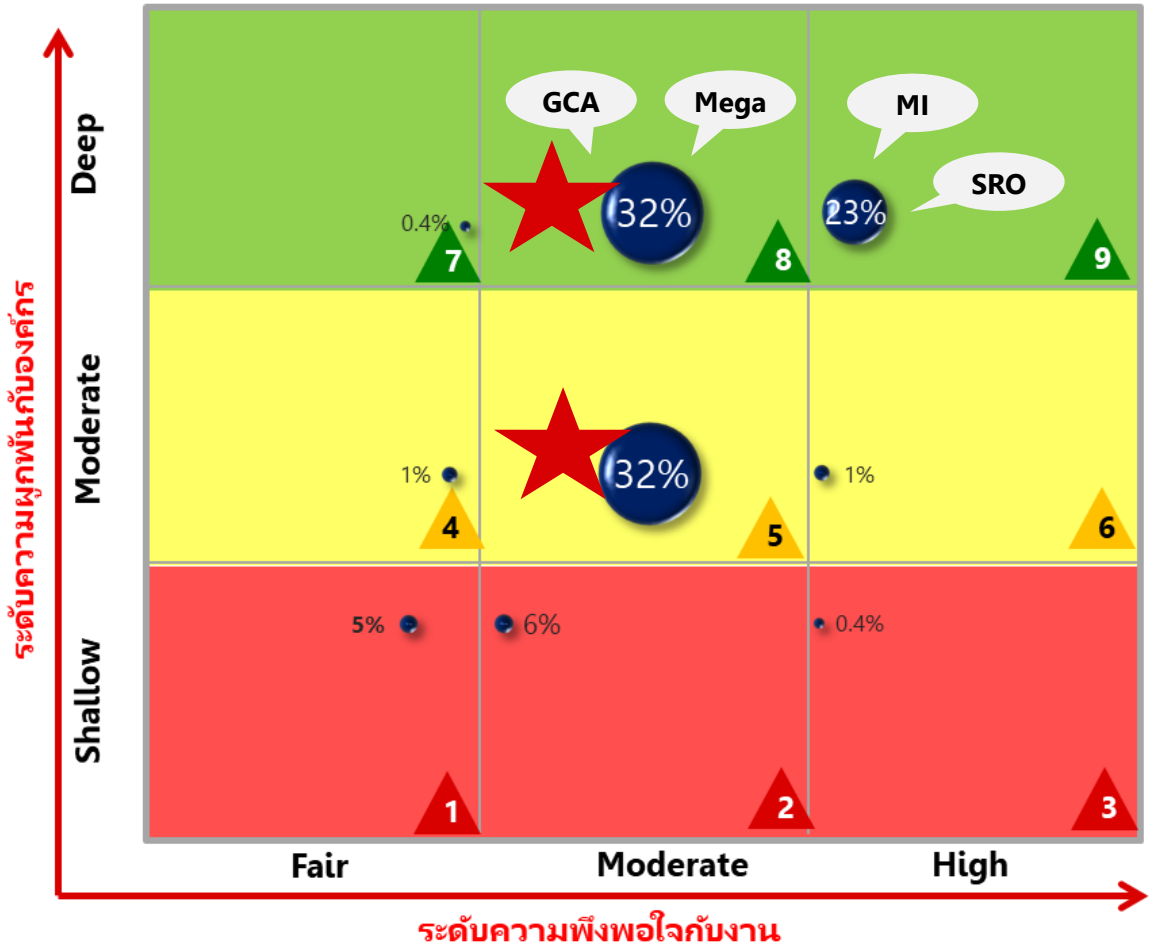


วิเคราะห์ปัจจัยเปรียบเทียบปีต่อปี (ข้อมูลในตารางแสดงเป็นร้อยละค่าเฉลี่ย)	ปี 2565	ปี 2564	ปี 2563	ปี 2562
การสนับสนุนด้านการตลาด (สุทธิ)	**89.95**	**85.93**	**86.86**	**84.29**
• การสร้างกิจกรรมไมซ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน	91.15	86.29	86.57	83.43
• การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่มีการปรับเกณฑ์ และ ปรับมาตรการที่ยืดหยุ่นมากขึ้น (Flexible) เอื้อให้ภาคธุรกิจไมซ์ปรับตัวและฟื้นตัวได้เร็วขึ้น	90.29	85.86	86.71	83.57
• การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดที่ตอบสนองความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ ช่วยฟื้นฟูธุรกิจไมซ์อย่างมีกลยุทธ์ที่ชัดเจน และ ยืดหยุ่นตามบริบทเหตุการณ์ที่เปลี่ยนไปของโลก (Resilient Recovery)	89.86	85.29	-	-
• การประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เกี่ยวกับข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ และสถานการณ์ประเทศ ด้วยการนำเสนอที่ทันสมัยและทันเหตุการณ์ตลอดเวลาช่องทางต่าง ๆ ของ สสปน. อาทิ เว็ปไซต์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ และสื่อออนไลน์อื่นๆ ได้อย่างครอบคลุม	89.29	84.86	85.71	84.14
• การจัดทำและเผยแพร่กิจกรรมไมซ์บนเว็บไซต์ Business Events Thailand และแอพพลิเคชั่น Biz Connect เพื่อช่วยให้ภาคธุรกิจไมซ์สามารถเข้าถึงรายละเอียดกิจกรรม ได้อย่างอย่างสะดวก รวดเร็ว ทุกที่ ทุกเวลา	89.15	84.86	86.86	83.57

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 258 = 100% REF. Q4

© INTAGE (Thailand) Co., Ltd.

ความผูกพันและความพึงพอใจของลูกค้าต่อ สสปน. ในปีนี้ อยู่ในเกณฑ์ที่สูงกว่าปีก่อนๆ มาก รวมทั้งก็ได้ คะแนนความผูกพันของกลุ่ม 8 และ 9 อยู่ในสัดส่วนที่สูง เนื่องมาจากการให้ข้อเสนอแนะ คำปรึกษาที่ตรงชัดเจนและเป็นประโยชน์ ช่วยให้ธุรกิจของผู้รับบริการดำเนินงานต่อได้เหมาะสมกับสถานการณ์โควิดที่มีความทรงตัว



จุดแข็งขององค์กร ที่ต้องรักษาไว้

"เป็นหนึ่งในหน่วยงานรัฐที่ทำงานได้มีประสิทธิภาพ และมีความเป็นมืออาชีพมาก รวมทั้งไม่เคยเห็นกรณีการคอรัปชั่น หรือไม่เคยเห็นถึงสัญญาณที่จะนำไปสู่การคอรัปชั่น"

"มีนโยบายในการดำเนินงานที่เอื้อประโยชน์ในการพัฒนาในการดำเนินธุรกิจที่มีความเหมาะสมทันต่อสถานการณ์"

"ให้ข้อมูลและการสนับสนุนเป็นอย่างดี พร้อมทั้งแนะแนวทางการแก้ปัญหาและดำเนินการที่เหมาะสมในยุคโควิด"

จุดอ่อนขององค์กร ที่ต้องปรับปรุง

"การอนุมัติต่างๆ ใช้เวลานาน เช่น เรื่องจ่ายเงิน ประมาณ 14 วันทำการ ถือว่าเหมาะสม แต่บางครั้งนานกว่า 14 วัน เพราะรอต้องอนุมัติหลายขั้นตอน"

"ด้วยระบบราชการที่มีกฎและระเบียบบางครั้งทำให้การดำเนินงานล่าช้า"

"ภาครัฐจัดสรรงบประมาณให้น้อยเกินไปเมื่อเทียบกับประโยชน์ที่ประเทศและผู้ประกอบการได้รับ"

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 258 = 100% REF. Q4, Q6-Q8

© INTAGE (Thailand) Co., Ltd.

ข้อสังเกตจากการเปรียบเทียบความพึงพอใจและการให้ความสำคัญใน 6 มิติของปี 2564 และ 2565

เนื่องด้วยสถานการณ์โควิดในขณะนี้ มีความทรงตัว ทำให้ผู้รับบริการมองหาการฟื้นฟูอุตสาหกรรมอย่างยั่งยืน แทนมาตรการการเยียวยา จึงส่งผลให้ในปีนี้ ผู้รับบริการให้ความสำคัญมากกับมิติการเป็นสื่อกลางระหว่างภาครัฐกับเอกชน

แต่เมื่อพิจารณาในส่วนของความพึงพอใจพบว่า ในปีนี้ ทุกมิติสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ

ซึ่งเป็นผลจากการได้รับข้อมูล คำแนะนำที่ชัดเจนและเป็นประโยชน์ ทำให้ผู้รับบริการสามารถนำไปพัฒนาและดำเนินธุรกิจของตนได้อย่างเหมาะกับสถานการณ์ในปัจจุบัน

ปี พ.ศ. 2564

ความพึงพอใจต่อมิติต่าง ๆ (ร้อยละค่าเฉลี่ย)		การให้ความสำคัญของมิติต่าง ๆ ของผู้รับบริการ	
1	89.96% สมรรถนะของบุคลากร	1	การพัฒนาธุรกิจไมซ์
2	88.33% การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	2	การสนับสนุนด้านการตลาด
3	87.12% การพัฒนาธุรกิจไมซ์	3	การพัฒนาขีดความสามารถ
4	86.77% กระบวนการภายในองค์กร	4	การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน
5	86.20% การพัฒนาขีดความสามารถ	5	สมรรถนะของบุคลากร
6	85.93% การสนับสนุนด้านการตลาด	6	กระบวนการภายในองค์กร ↓

ปี พ.ศ. 2565

ความพึงพอใจต่อมิติต่าง ๆ (ร้อยละค่าเฉลี่ย)		การให้ความสำคัญของมิติต่าง ๆ ของผู้รับบริการ	
1	94.32% สมรรถนะของบุคลากร	1	การพัฒนาธุรกิจไมซ์
2	92.40% การพัฒนาธุรกิจไมซ์	2	การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน ★
3	90.63% การพัฒนาขีดความสามารถ	3	การพัฒนาขีดความสามารถ
4	90.63% การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	4	การสนับสนุนด้านการตลาด ★
5	90.63% กระบวนการภายในองค์กร	5	สมรรถนะของบุคลากร
6	89.95% การสนับสนุนด้านการตลาด	6	กระบวนการภายในองค์กร

ตัวอย่างสิ่งที่ผู้รับบริการพึงพอใจมากขึ้นเกี่ยวกับการบริการของสสปน.

→ มีการให้ข้อมูลและคำแนะนำแก่ผู้รับบริการอย่างกระชับและครอบคลุมในประเด็นที่หารือกัน พร้อมทั้งได้รับทางออกแบบมีทางเลือกที่เหมาะสมในสถานการณ์โควิด

อำนวยความสะดวกในการประสานงานตลอดเวลาในสถานการณ์โควิด รวมทั้งให้การสนับสนุนในการจัดงาน อาทิ การจัด Virtual Event และการยกเลิกค่าธรรมเนียมในการเข้าร่วมอย่างยุติธรรม

© INTAGE (Thailand) Co., Ltd.

ตัวอย่างเสียงสะท้อนจากผู้รับบริการจากฝ่ายต่าง ๆ ของ สสปน. ในเรื่อง

สมรรถนะของบุคลากร

บุคลากรของ สสปน. มีความเป็นมืออาชีพและยืดหยุ่นในการบริการและประสานงานได้รวดเร็วและตลอดเวลา มีการติดตามงานและให้ช่วยเหลือบริษัทผู้ประกอบการได้อย่างดี ทั้งทางด้านเทคโนโลยีและด้านข้อมูล และบริการอื่นๆ อยู่เสมอ

ทุกแผนก

บุคลากรของ สสปน. ให้การปรึกษาที่ดี แม้ว่างานที่ทำค่อนข้างด่วน แต่ก็สามารถให้ไอเดีย มีการเสนอร่วมกันและcomment กลับมา รวมทั้งข้อมูลข่าวสารที่ให้ก็ชัดเจนเคลียร์ ถูกต้อง

Con: ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ

บุคลากรของ สสปน. มีความรู้ความเข้าใจต่อรูปแบบการจัดงาน MICE เชิงลึก

Mega: ฝ่ายพัฒนาการจัดงานเมกะอีเวนท์และเทศกาลนานาชาติ

บุคลากรของ สสปน. ตรงต่อเวลา มีทัศนคติที่ดีในการให้คำแนะนำ หรือให้คำปรึกษาผู้ประกอบการ อย่างกระชับและครอบคลุมในสาระหรือประเด็นที่กำลังปรึกษาหารือกัน พร้อมทั้งได้รับทางออกแบบมีทางเลือก (optional with quick-win solution)

GCA - ฝ่ายบริหารรัฐกิจวิสาหกิจ / Con: ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ
SRO - สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ภาคตะวันตกและภาคใต้
Mice Cap - ฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์

บุคลากรของ สสปน. มีหลักการในการสนับสนุนงานที่ยุติธรรม ไม่เคยเห็นถึงสัญญาณที่จะนำไปสู่การคอรัปชั่น มีการชี้แจงโปร่งใสในการร่วมงาน เช่น แม้จะมีโรงแรมที่ร่วมงานบ่อย แต่ทาง สสปน. ก็มีการจัดแบ่งโควตาชัดเจนพร้อมชี้แจ้งเหตุผล

SRO - สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ภาคตะวันตกและภาคใต้
Mega: ฝ่ายพัฒนาการจัดงานเมกะอีเวนท์และเทศกาลนานาชาติ
MI - ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

© INTAGE (Thailand) Co., Ltd.

ตัวอย่างเสียงสะท้อนจากผู้รับบริการจากฝ่ายต่าง ๆ ของ สสปน. ในเรื่อง

สมรรถนะของบุคลากร (ต่อ)

"ประทับใจ และพึงพอใจในส่วนงานของฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์เป็นพิเศษ ตั้งแต่ระดับผู้อำนวยการฝ่าย คุณอรชร ว่องพรรณงาม ท่านทุ่มเทกับงานมาก และให้ความเป็นกันเองกับภาคเอกชน ในส่วนธุรกิจงานด้านโรงแรม ท่านเข้าใจในการทำงาน และช่วยชี้แนะแนวทางใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์ และแนวทางแก้ไขปัญหา ให้กับองค์กรภาคเอกชนได้เป็นอย่างดีเยี่ยม และในส่วนบุคลากร ทีมงานของฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ ทุกท่านก็มีอัธยาศัยที่ดี มีน้ำใจกันทุกคน เวลาที่ทางโรงแรมติดต่อประสานเรื่องงานก็ได้รับความร่วมมือ และการเอาใจใส่ ติดตามเป็นอย่างดี ทำให้แต่ละโครงการที่ทาง สสปน. ได้นำเสนอให้ทางโรงแรมเข้าร่วมก็ประสบผลสำเร็จอย่างงดงาม"

MICE Cap: ฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์

"การดูแลเอาใจใส่ของบุคลากรของ สสปน. เช่น เรื่องการดูแลลูกค้าก็ตอบสนองดี อยากมีนอกรอบเวลาที่เขากำหนด ก็พยายามจัดให้ได้ หรือมีขอเพิ่มไปตลาดอีกที่ โดยโปรแกรมตอนแรกไม่มี แต่เขาพยายามจัดหาคนนำไปให้"

GCA - ฝ่ายบริหารรัฐกิจวิสาหกิจ

"บุคลากรของ สสปน. ให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง มีความเข้าใจในลักษณะของงาน รวมถึงอุปสรรคในช่วงสถานการณ์โรคระบาดที่ผ่านมา มีการ follow up และการพัฒนางานของทาง สสปน. อย่างว่องไว และตามมาตรฐานสากลภายใต้ความกดดันของสถานการณ์โรคระบาด"

Mega: ฝ่ายพัฒนาการจัดงานเมกะอีเวนท์และเทศกาลนานาชาติ

"บุคลากรของ สสปน. ให้ความช่วยเหลือ ติดตาม ให้คำแนะนำ และร่วมประสานงานกับหน่วยงานอื่น ๆ อย่างต่อเนื่อง ใกล้ชิด รวมถึงใส่ใจในรายละเอียด มีความชัดเจน แต่ก็พร้อมยืดหยุ่นภายใต้กรอบกติกาและเหตุผล รวมทั้งผู้บริหารมีความเป็นกันเอง เข้าถึงง่าย เข้าอกเข้าใจผู้ประกอบการ"

CRO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ภาคกลางและภาคตะวันออก

© INTAGE (Thailand) Co., Ltd.

ตัวอย่างเสียงสะท้อนจากผู้รับบริการจากฝ่ายต่าง ๆ ของ สสปน. ในเรื่อง

การพัฒนาธุรกิจไมซ์

สสปน. นำกลยุทธ์ต่างๆ มาใช้ในการบริหารจัดการการส่งเสริมงาน Mega event และมีส่วนสำคัญในการ Bid งาน event ระดับโลกมาที่ไทยเพื่อเพิ่มมูลค่าห่วงโซ่ของธุรกิจไมซ์

GCA - ฝ่ายบริหารรัฐกิจวิสาหกิจ

นโยบายการส่งเสริมที่ชัดเจน และเจ้าหน้าที่สามารถดำเนินการสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาและการจัดงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่คงไว้ซึ่งธรรมาภิบาลในเรื่องกฎระเบียบที่ต้องปฏิบัติ

Mega: ฝ่ายพัฒนาการจัดงานเมกะอีเวนท์และเทศกาลนานาชาติ

สสปน. พยายามผลักดันและพัฒนาทรัพยากรบุคลากร เพื่อให้พร้อมตลอดเวลาต่ออุตสาหกรรมไมซ์

MI: ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

© INTAGE (Thailand) Co., Ltd.

ตัวอย่างเสียงสะท้อนจากผู้รับบริการจากฝ่ายต่าง ๆ ของ สสปน. ในเรื่อง

การพัฒนาขีดความสามารถ

- ช่วยสร้างโอกาสในการพัฒนาการประชุมสัมมนาขององค์กร
- ช่วยยกระดับการประชุมสัมมนาขององค์กร
- มีการกำหนดแนวทางพัฒนาการประชุม สัมมนาเพื่อการพัฒนาบุคลากรอย่างยั่งยืน

GCA - ฝ่ายบริหารรัฐกิจวิสาหกิจ

การให้ความรู้ใหม่ๆ แก่ผู้รับบริการมากขึ้น เช่น การให้ความรู้ผ่านการอบรม Virtual ในช่วงโควิด

MI: ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล
GCA - ฝ่ายบริหารรัฐกิจวิสาหกิจ

สสปน. ให้ความช่วยเหลือกับผู้ประกอบการ ทั้งการเพิ่มความรู้ในช่วงโควิดและพยายามผลักดัน ให้ผู้ประกอบการมีความทัดเทียมในด้านการให้บริการ หรือความพร้อมในการจัดสถานที่ให้เป็นที่ยอมรับของนานาชาติ

CRO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ภาคกลางและภาคตะวันออก
MICE Cap: ฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์

การเพิ่มทักษะความรู้ให้กับผู้ประกอบการผ่านการอบรมรูปแบบต่างๆ สำหรับผู้รับบริการในต่างจังหวัด

Con: ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ

© INTAGE (Thailand) Co., Ltd.

ตัวอย่างเสียงสะท้อนจากผู้รับบริการจากฝ่ายต่าง ๆ ของ สสปน. ในเรื่อง

การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน

มีความสามารถในการประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีความเป็นมืออาชีพ

GCA - ฝ่ายบริหารรัฐกิจวิสาหกิจ

มีการสื่อสารติดตามงานอย่างต่อเนื่อง ประสานหน่วยงานภาครัฐและเอกชนเชื่อมโยงทุกองค์กร

CRO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ภาคกลางและภาคตะวันออก

© INTAGE (Thailand) Co., Ltd.

ตัวอย่างเสียงสะท้อนจากผู้รับบริการจากฝ่ายต่าง ๆ ของ สสปน. ในเรื่อง

กระบวนการภายใน/ลักษณะเฉพาะองค์กรของ สสปน

"สสปน. เป็นองค์กรที่ทันสมัย ปรับตัวตามสถานการณ์ได้ดี"

NRO - สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ภาคเหนือ

"การประสานงานกระบวนการไม่ล่าช้า ไม่มีขั้นตอนมากไป สามารถส่งเรื่องติดต่อทางไลน์ ทางโทรศัพท์ ไม่ต้องทางการอย่าง email ตลอด ปรับตัวเข้ากับผู้ประกอบการ"

Mice Cap – ฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์

"มีนโยบาย และสามารถทำให้เกิดขึ้นได้อย่างเป็นรูปธรรมได้อย่างค่อนข้างน่าพึงพอใจ"

Ex - ฝ่ายอุตสาหกรรมการแสดงสินค้านานาชาติ

"วิสัยทัศน์ดีมากในการขับเคลื่อนประเทศในมิติที่เกี่ยวข้อง ไม่มีเรื่องคอรัปชั่น ผลประโยชน์ทับซ้อน ซึ่งหาได้ยากมากในการทำงานกับภาครัฐ"

Mega - ฝ่ายพัฒนาการจัดงานเมกะอีเวนท์และเทศกาลนานาชาติ

"ไม่ใช่ภาครัฐ เหมือนทำงานกับเอกชน มีความเข้าใจกระบวนการทำงานมีความยืดหยุ่น ในเชิงกลยุทธ์กระบวนการต่างๆ"

Con - ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ

"**มีความคล่องตัวในการดำเนินงาน มีเป้าหมายชัดเจนในการกระตุ้นเศรษฐกิจภาพรวม และท้องถิ่น**"

NRO - สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ภาคเหนือ
SRO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ภาคตะวันตกและภาคใต้

© INTAGE (Thailand) Co., Ltd.

ตัวอย่างเสียงสะท้อนจากผู้รับบริการจากฝ่ายต่าง ๆ ของ สสปน. ในเรื่อง

การสนับสนุนด้านการตลาด

การมีนโยบายและแคมเปญที่เอื้อประโยชน์อย่างสม่ำเสมอในการพัฒนาในการดำเนินธุรกิจที่มีความเหมาะสมทันต่อสถานการณ์ เช่น ยกเลิกค่าธรรมเนียมในการเข้าร่วม การให้การสนับสนุนการทำ Virtual ของเอเชีย ยุโรป ในช่วงโควิด โดยได้รับความร่วมมือและการสนับสนุนที่ดี

Ex: ฝ่ายอุตสาหกรรมการแสดงสินค้านานาชาติ
Mega: ฝ่ายพัฒนาการจัดงานเมกะอีเวนท์และเทศกาลนานาชาติ
MI: ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

สนับสนุนด้านงบประมาณในการเข้าร่วมโครงการส่งเสริมธุรกิจต่างๆ เช่น โครงการ Smiles

MI: ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

มีการอัปเดตกิจกรรมไมซ์ เพื่อช่วยให้ภาคธุรกิจไมซ์ได้รับรู้และสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนร่วมกันได้ เช่น มีการพาไปดูงาน เมื่อมีผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เช่น 7 theme ได้ไปดูงาน สถานที่พาไปก็สร้างสรรค์ สามารถดึงจุดเด่นของสถานที่เป็นจุดขายได้ ทำให้เกิด value กับสถานที่

CRO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ภาคกลางและภาคตะวันออก

มีความพึงพอใจมากที่ได้รับทุนจากทาง สสปน. ซึ่งทาง สสปน. สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้ทุนให้เข้ากับสถานการณ์ เป็นการช่วยเหลือผู้จัดการอย่างดีมากที่สุด และเป็นประโยชน์อย่างมาก

Con: ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ

โครงการที่เข้าร่วมได้รับคำแนะนำทุกๆ ขั้นตอน เป็นอย่างดี เข้าใจง่าย สามารถปฏิบัติได้เกิดประโยชน์กับองค์กร

NERO - สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

© INTAGE (Thailand) Co., Ltd.

ตัวอย่างเสียงสะท้อนจากผู้รับบริการจากฝ่ายต่าง ๆ ของ สสปน. ในเรื่อง

การสนับสนุนด้านการตลาด (ต่อ)

สสปน. มีโปรเจคที่ช่วยเหลือผู้ประกอบการสนับสนุนด้านงาน MICE และสร้างงาน mice ช่วยเหลือโรงแรมหรือผู้ประกอบการ และสนับสนุนการเงินแก่ผู้ประกอบการ ด้วยการสร้างแรงจูงใจในการจัดสัมมนาจากหน่วยงานรัฐหรือเอกชน

Con: ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ

สสปน. มีกิจกรรมเพื่อให้พบปะพูดคุยธุรกิจกับ supplier ใหม่ๆ ทำให้เพิ่มโอกาสในการเลือก supplier มากขึ้น ผู้ประสานงานให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี ทำให้การทำงานสามารถลุล่วงได้ด้วยดีภายใต้การทำงานแบบมีความยืนหยุ่น

Ex: ฝ่ายอุตสาหกรรมการแสดงสินค้านานาชาติ

กิจกรรมไมซ์มีเนื้อหากิจกรรมที่ดี เช่น กิจกรรมที่จัดผ่านชุมชนที่มีการพัฒนาสินค้า เป็นการช่วยกระจายรายได้สู่ต่างจังหวัด

GCA - ฝ่ายบริหารรัฐกิจวิสาหกิจ

© INTAGE (Thailand) Co., Ltd.

ตัวอย่างเสียงสะท้อนจากผู้รับบริการจากฝ่ายต่าง ๆ ของ สสปน. ในเรื่อง

กระบวนการภายใน/ลักษณะเฉพาะองค์กรของ สสปน

ลดบทบาทของการส่งรายงานแบบรูปเล่มลง เปลี่ยนเป็น Online 100% เพื่อความยั่งยืนและง่ายต่อการจัดเก็บ

Ex - ฝ่ายอุตสาหกรรมการแสดงสินค้านานาชาติ

การดำเนินการอนุมัติต่างๆ ใช้เวลานาน เช่น เรื่องจ่ายเงิน บางครั้งเจอที่นานกว่า 14 วัน เพราะต้องรออนุมัติ หลายขั้นตอน

MI - ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

ขั้นตอนอาจจะยุ่งยาก ต้องตัดสินใจหลายขั้นตอน ซับซ้อน เช่น ไปเสนอโครงการ ไม่จบแผนกเดียว หลายขั้นตอน อยากให้กระชับ ทันเหตุการณ์ ถ้าระดับ ผอ. เข้าประชุมไม่ได้ ผู้ที่เข้าประชุมระดับหัวหน้า ควรตัดสินใจได้

CRO – สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ภาคกลางและภาคตะวันออก

© INTAGE (Thailand) Co., Ltd.

ตัวอย่างเสียงสะท้อนจากผู้รับบริการจากฝ่ายต่าง ๆ ของ สสปน. ในเรื่อง

การสนับสนุนด้านการตลาด

งบประมาณบางครั้งหากไม่ได้ตั้งโครงการไว้อาจจะมีน้อยไปหน่อย

ขาดความต่อเนื่องในการประชาสัมพันธ์ หรือจัดกิจกรรม

SRO - สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (ภาคใต้และภาคตะวันตก)

สสปน. ควรได้รับเงินทุนมากกว่านี้จากรัฐบาล ทั้งนี้ หลักการในการสนับสนุนงานบางกรณีไม่ตรงตามความต้องการของอุตสาหกรรม 100% เช่น การขอสนับสนุนจากฝ่ายเทคโนโลยี อาจมี requirement ของเทคโนโลยีที่มากเกินความจำเป็นที่จะต้องใช้งานจริง แต่ต้องทำตาม requirement

Mega - ฝ่ายพัฒนาการจัดงานเมกะอีเวนท์และเทศกาลนานาชาติ

สสปน. อาจยังมีข้อจำกัดในการสนับสนุนงานไมซ์ในหลายด้านที่จำเป็นต่อเจ้าของงาน

Mega -ฝ่ายพัฒนาการจัดงานเมกะอีเวนท์และเทศกาลนานาชาติ

ภาครัฐจัดสรรงบประมาณให้น้อยเกินไปเมื่อเทียบกับประโยชน์ที่ประเทศและผู้ประกอบการได้รับ

Ex - ฝ่ายอุตสาหกรรมการแสดงสินค้านานาชาติ

© INTAGE (Thailand) Co., Ltd.

ข้อเสนอแนะ
(Progressive Strategies)

- TCEB Stakeholders
- Internal Workshop with TCEB Team

© INTAGE (Thailand) Co., Ltd.

Progressive & Actionable WAY FORWARD
From Internal Workshop
WHAT MUST REDESIGN

Both "FRONT" Line and "BACK" End System = Seamless Digital Journey***

- **ออกแบบและปรับเปลี่ยนระบบขอรับการสนับสนุน และการเบิกจ่ายให้เป็นระบบ Digital 100% ตลอด ทั้ง Process** รวมถึงเอกสารต่างๆ ภายในองค์กรทุกชนิด อาทิ เพิ่มซิงค์ดูข้อมูลในระบบเพื่อให้ผู้รับบริการสามารถตรวจสอบสถานการณ์จ่ายเงินทางออนไลน์ได้ตลอดเวลา
- **แก้ระเบียบให้รองรับ/ รับรองเอกสารแบบ Digital ได้** อาทิ เพิ่มการรองรับการเซ็นลายเซ็นอิเล็กทรอนิกส์ (E-signature) และการอนุมัติทางออนไลน์ในทุกขั้นตอน

การประสานงานภายในเพื่อให้การจัดและการประชาสัมพันธ์กิจกรรมของแต่ละฝ่ายรวมเป็นหนึ่งเดียว

- วางแผนและกำหนดการจัดงาน โดยแต่ละฝ่ายที่ประสงค์จะจัดกิจกรรมในพื้นที่หรือจังหวัดเดียวกัน ได้**วางแผนและบูรณาการในการจัดงานร่วมกัน (Joint Event Calendar)** เพื่อให้งานมีประสิทธิภาพและผู้เข้าร่วมงานได้รับประโยชน์สูงสุด
- รวบรวมกิจกรรมต่างๆ ของ สสปน. พร้อมประชาสัมพันธ์ทั้งภายในและภายนอกได้รับทราบ โดยผ่านช่องทางการประชาสัมพันธ์อย่างเป็นทางการ **(Centralized Digital Tool)**
- การจัดกิจกรรมของคนในองค์กรก็ควรรวบรวมให้เข้มข้น และไม่มีจำนวนถี่มากเกินไป เพื่อการเข้าร่วมอย่างมีคุณภาพ และมี **inspiring incentives** ให้ผู้เข้าร่วมที่ตั้งใจสม่ำเสอ

© INTAGE (Thailand) Co., Ltd.

Progressive & Actionable WAY FORWARD
From Internal Workshop
WHAT MUST REDESIGN

การสนับสนุนด้านการตลาดที่ไม่ใช่เงิน แต่มีคุณค่าเทียบเท่ากับเงิน

- การสนับสนุนโดยการช่วย**ประชาสัมพันธ์งานต่างๆ ผ่านสื่อที่มีคุณภาพ**ทั้งช่องทางการประชาสัมพันธ์ของ สสปน. เอง และของภาครัฐอื่นๆ ที่ประสานได้
- **การให้ข้อมูลด้าน MICE Intelligence ที่เจาะลึกโดยเฉพาะข้อมูลของอุตสาหกรรมเป้าหมาย** เช่น อุตสาหกรรมด้านการแพทย์ อุตสาหกรรมยานยนต์ เป็นต้น เพื่อต่อยอดในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมหลักของประเทศ โดยใช้ไมซ์เป็นแพลตฟอร์ม
- การให้ข้อมูลที่ถูกต้องแม่นยำตลอดจนการประสานงาน เพื่อ**อำนวยความสะดวกในการนำเข้าคน สัตว์ สิ่งของ สำหรับการจัดประชุมและแสดงสินค้า** เพื่อลดความยุ่งยาก ความซับซ้อน และประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นให้แก่ผู้ประกอบการในการจัดงานไมซ์ในประเทศไทย

สร้างงาน Mega Event ของประเทศ

- **ยกระดับโครงการเดิมที่มีอยู่ ให้เป็น Mega Event ของชาติ** เช่น งานแสดงสินค้าในอุตสาหกรรมเด่น หรืองานประจำภาคที่มีอัตลักษณ์และวัฒนธรรมที่โดดเด่น เป็นต้น
- **วางแผนการจัดกิจกรรมใหม่ เพื่อเป็น Thailand Showcase โดยกำหนดตัวชี้วัดให้ชัดเจน** ทั้งแหล่งเงินทุน รูปแบบการจัดงาน เนื้อหา กลุ่มเป้าหมาย และ Potential Buyer เป็นต้น

© INTAGE (Thailand) Co., Ltd.

Progressive & Actionable WAY FORWARD
From TCEB Stakeholders
WHAT MUST REDESIGN

การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน (Seamless Digital Journey)

- **เปลี่ยนรูปแบบการส่งรายงานแบบรูปเล่ม เป็น soft file** ทั้งหมด เพื่อสนับสนุนเรื่องความยั่งยืนและง่ายต่อการจัดเก็บ
- **ปรับกระบวนการติดต่อ ประสานงาน ตลอดจนการขอรับการสนับสนุน โดยใช้ช่องทาง Online ทั้งหมด** เพื่อความสะดวกรวดเร็ว และยืดหยุ่นเหมาะกับยุคสมัย

การจัดสรรงบประมาณสนับสนุนแก่ผู้ประกอบการให้มากขึ้น

- สสปน. ควรทำการ**ศึกษาข้อมูลความต้องการของผู้ประกอบการตลาดไมซ์ในหลายมุมมอง รวมทั้งมุมมองด้านงบประมาณสนับสนุน เพื่อทำการนำเสนอของบประมาณภาครัฐเพิ่มเติม** ในอนาคต
- สสปน. ควรมีการนำเสนอและ**ทำงานบูรณาการใกล้ชิดกับภาครัฐ เพื่อแสดงให้ภาครัฐเห็นถึงความสำคัญ ความจำเป็นที่จะต้องผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์** เพราะจะเป็นแรงผลักดันเศรษฐกิจของประเทศ เพื่อให้เกิดการพิจารณาการจัดสรรงบประมาณใหม่ที่เหมาะสม

© INTAGE (Thailand) Co., Ltd.

ภาคผลการวิจัยโดยละเอียด

© INTAGE (Thailand) Co., Ltd.

หมายเหตุคำอธิบายประกอบ

* = น้อยกว่า 0.5%

** = จำนวนตัวอย่างน้อยกว่า 30 โปรดอ่านค่าด้วยความระมัดระวัง

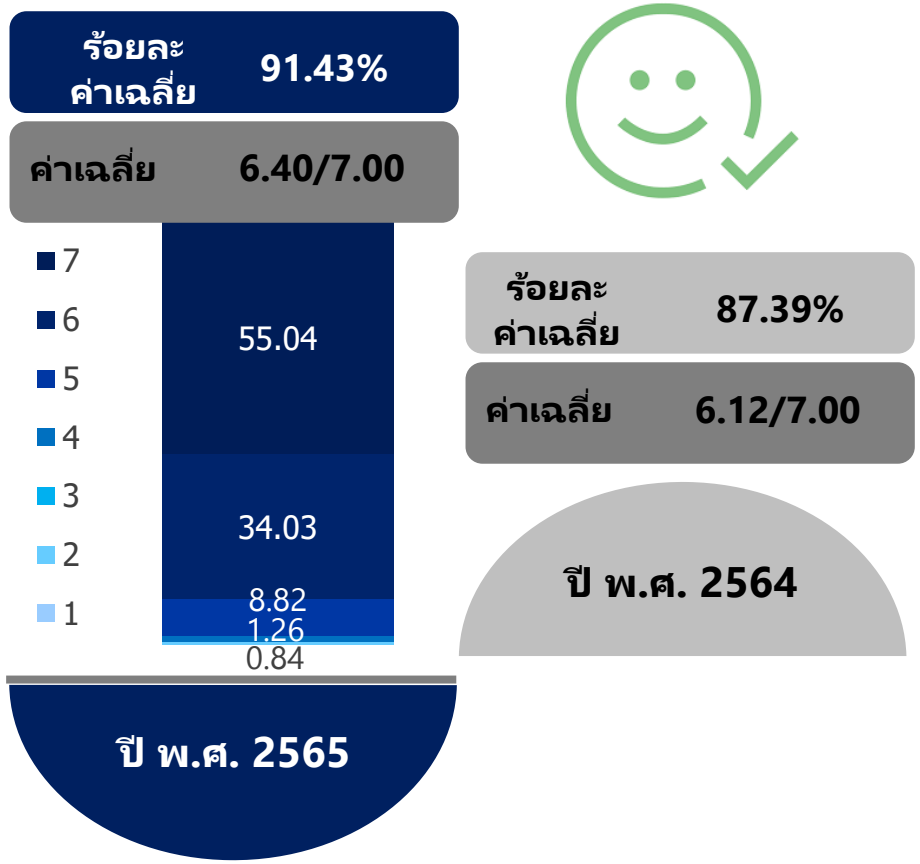
Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

ผลการประเมินความพึงพอใจโดยรวมต่อองค์กร และข้อเสนอแนะ

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

ความพึงพอใจโดยรวมต่อ สสปน.

ความพึงพอใจโดยรวมต่อ สสปน.



หมายเหตุ: ปี พ.ศ.2564 เป็นการประเมินผลความพึงพอใจจากผลรวมของการประเมินทีละข้อตามภารกิจหลักโดยไม่มีการถามความพึงพอใจโดยรวมไปตรงๆกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อที่พึงพอใจ

- บุคลากร ให้คำปรึกษา คำแนะนำ ความช่วยเหลือ และช่วยประสานงานได้เป็นอย่างดี 21%
- บุคลากร มีความเป็นมืออาชีพในการทำงาน 10%
- มีส่งเสริม สนับสนุนและพัฒนาอุตสาหกรรมได้อย่างต่อเนื่องและครอบคลุม 9%
- บุคลากร มีความรู้ความสามารถ มีคุณภาพ และมีศักยภาพสูง 9%
- บุคลากร มีความรวดเร็วในการให้บริการ ให้ข้อมูล และแก้ไขปัญหา 8%
- มีการสนับสนุนด้านการจัดงาน/จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ 5%
- มีการดำเนินงานตามนโยบายอย่างชัดเจน 5%
- มีการอำนวยความสะดวกและประสานงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนได้อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ 5%
- ให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ พร้อมให้คำแนะนำที่ชัดเจน 5%
- สนับสนุนด้านเงินทุน 5%
- มีการสนับสนุนและแนะแนวทางการแก้ไขที่เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน 4%
- บุคลากร มีความกระตือรือร้น มุ่งมั่น และทุ่มเท 4%
- บุคลากร มีจิตบริการ มีความพร้อม และใส่ใจ/บริการลูกค้ายอดเยี่ยม 4%
- ยืดหยุ่นและตอบสนองต่อความต้องการของผู้ประกอบการ 4%

ข้อที่ไม่พึงพอใจ

- มีขั้นตอน ข้อปฏิบัติ และรายละเอียดที่เยอะ และไม่ตอบโจทย์กับการทำงานของผู้บริการ 5%
- มีความล่าช้าในการดำเนินงาน 5%
- การสนับสนุนจากภาครัฐมีไม่เพียงพอ 3%
- งบประมาณการสนับสนุนมีน้อยไป 2%
- มีความยุ่งยากในการจัดทำเอกสาร 2%

ข้อเสนอแนะ

- ควรมีการจัดกิจกรรม/โครงการที่ช่วยสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง 7%
- ปรับลดระเบียบขั้นตอนในการปฏิบัติงานด้านเอกสารลงเพื่อความรวดเร็ว 7%
- ควรมีการประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เข้าถึงทุกกลุ่มเป้าหมาย 6%
- ควรมีการสนับสนุนงบประมาณให้มากขึ้น 4%
- ควรมีการประสานงานกับภาครัฐและเอกชนให้มากขึ้น 3%
- ควรมีการขยายเครือข่ายทุกภาคส่วนให้มากขึ้น 3%
- ควรจะเพิ่มจำนวนบุคลากรที่มีความชำนาญเฉพาะทาง 3%
- ควรมีการพัฒนาโครงการและแนวทางใหม่ๆให้มากขึ้น 2%
- บุคลากร ควรจะมีความรวดเร็วในการให้บริการ ให้ข้อมูล และแก้ไขปัญหามากกว่านี้ 2%

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.
ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 238 = 100%
REF. Q4, Q6-Q8

MI : ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

คะแนนความพึงพอใจเปรียบเทียบระหว่างปี 2562-2565

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นร้อยละค่าเฉลี่ย	TOTAL 2565 (n=258)	2562 MI: ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (n=37)	2563 MI: ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (n=41)	2564 MI: ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (n=39)	2565 MI: ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (n=20**)
ความพึงพอใจโดยรวม	**91.43**	**90.40**	**85.95**	**88.49**	**94.98**
1 สมรรถนะของบุคลากร	**94.32**	91.14	87.29	91.09	95.88
2 การพัฒนาธุรกิจไมซ์	**92.40**	90.00	87.43	88.24	96.17
3 การพัฒนาขีดความสามารถ	**90.63**	90.14	87.86	88.22	96.08
4 การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	**90.63**	91.57	84.71	89.01	93.88
5 กระบวนการภายในองค์กร	**90.63**	89.71	84.71	87.45	93.49
6 การสนับสนุนด้านการตลาด	**89.95**	89.86	83.71	86.94	94.37

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด = 100%

REF. Q4

Con : ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ

คะแนนความพึงพอใจเปรียบเทียบระหว่างปี 2562-2565

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นร้อยละค่าเฉลี่ย	TOTAL 2565 (n=258)	2562 Con: ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ (n=12**)	2563 Con: ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ (n=23**)	2564 Con: ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ (n=22**)	2565 Con: ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ (n=22**)
ความพึงพอใจโดยรวม	**91.43**	**88.19**	**89.55**	**89.08**	**91.17**
1 สมรรถนะของบุคลากร	**94.32**	92.00	92.57	93.83	95.88
2 การพัฒนาธุรกิจไมซ์	**92.40**	90.71	90.00	88.82	93.31
3 การพัฒนาขีดความสามารถ	**90.63**	84.29	89.71	87.88	90.37
4 การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	**90.63**	88.71	88.71	89.61	88.16
5 กระบวนการภายในองค์กร	**90.63**	87.57	89.29	88.96	90.63
6 การสนับสนุนด้านการตลาด	**89.95**	85.86	87.00	85.39	88.65

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด = 100%

REF. Q4

Ex: ฝ่ายอุตสาหกรรมการแสดงสินค้านานาชาติ

คะแนนความพึงพอใจเปรียบเทียบระหว่างปี 2562-2565

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นร้อยละค่าเฉลี่ย	TOTAL 2565 (n=258)	2562 Ex: ฝ่ายอุตสาหกรรมการแสดงสินค้านานาชาติ (n=37)	2563 Ex: ฝ่ายอุตสาหกรรมการแสดงสินค้านานาชาติ (n=34)	2564 Ex: ฝ่ายอุตสาหกรรมการแสดงสินค้านานาชาติ (n=22**)	2565 Ex: ฝ่ายอุตสาหกรรมการแสดงสินค้านานาชาติ (n=22**)
ความพึงพอใจโดยรวม	**91.43**	**81.26**	**85.88**	**87.37**	**87.83**
1 สมรรถนะของบุคลากร	**94.32**	82.86	86.57	88.91	90.16
2 การพัฒนาธุรกิจไมซ์	**92.40**	83.29	86.29	88.67	90.45
3 การพัฒนาขีดความสามารถ	**90.63**	79.86	85.71	84.42	87.51
4 การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	**90.63**	80.71	86.71	88.31	88.16
5 กระบวนการภายในองค์กร	**90.63**	80.29	85.57	86.69	83.49
6 การสนับสนุนด้านการตลาด	**89.95**	80.57	84.43	87.23	87.22

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด = 100%

REF. Q4

RO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (ภูมิภาค)

คะแนนความพึงพอใจเปรียบเทียบระหว่างปี 2562-2565

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นร้อยละค่าเฉลี่ย	TOTAL 2565 (n=258)	2562 RO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (ภูมิภาค) (n=21**)	2563 RO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (ภูมิภาค) (n=50)	2564 RO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (ภูมิภาค) (n=123)	2565 RO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (ภูมิภาค) (n=99)
ความพึงพอใจโดยรวม	**91.43**	**82.31**	**90.17**	**87.77**	**90.93**
1 สมรรถนะของบุคลากร	**94.32**	85.43	93.14	90.61	94.45
2 การพัฒนาธุรกิจไมซ์	**92.40**	83.43	90.43	86.67	91.88
3 การพัฒนาขีดความสามารถ	**90.63**	79.71	89.57	86.23	88.94
4 การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	**90.63**	84.71	88.43	89.08	89.59
5 กระบวนการภายในองค์กร	**90.63**	82.29	90.86	87.37	90.63
6 การสนับสนุนด้านการตลาด	**89.95**	78.29	88.57	86.64	90.08

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด = 100%

REF. Q4

NRO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ภาคเหนือ

คะแนนความพึงพอใจเปรียบเทียบระหว่างปี 2562-2565

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นร้อยละค่าเฉลี่ย	TOTAL 2565 (n=258)	2563 NRO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการภาคเหนือ (n=12**)	2564 NRO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการภาคเหนือ (n=34)	2565 NRO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการภาคเหนือ (n=26**)
ความพึงพอใจโดยรวม	**91.43**	**91.38**	**89.65**	**91.17**
1 สมรรถนะของบุคลากร	**94.32**	92.29	91.95	95.88
2 การพัฒนาธุรกิจไมซ์	**92.40**	92.29	87.96	91.88
3 การพัฒนาขีดความสามารถ	**90.63**	90.00	87.59	90.37
4 การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	**90.63**	91.43	92.44	89.59
5 กระบวนการภายในองค์กร	**90.63**	92.43	89.18	90.63
6 การสนับสนุนด้านการตลาด	**89.95**	89.86	88.80	88.65

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด = 100%

REF. Q4

SRO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ภาคตะวันตกและภาคใต้

คะแนนความพึงพอใจเปรียบเทียบระหว่างปี 2562-2565

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นร้อยละค่าเฉลี่ย	TOTAL 2565 (n=258)	2563 SRO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ภาคตะวันตกและภาคใต้ (n=8**)	2564 SRO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ภาคตะวันตกและภาคใต้ (n=32)	2565 SRO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ภาคตะวันตกและภาคใต้ (n=31**)
ความพึงพอใจโดยรวม	**91.43**	**84.79**	**89.85**	**95.21**
สมรรถนะของบุคลากร	**94.32**	88.86	92.49	97.31
การพัฒนาธุรกิจไมซ์	**92.40**	85.14	89.24	96.17
การพัฒนาขีดความสามารถ	**90.63**	84.29	89.38	91.80
การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	**90.63**	81.57	89.51	96.73
กระบวนการภายในองค์กร	**90.63**	84.29	89.56	94.92
การสนับสนุนด้านการตลาด	**89.95**	84.57	88.91	94.37

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.
ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด = 100%
REF. Q4

NERO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

คะแนนความพึงพอใจเปรียบเทียบระหว่างปี 2562-2565

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นร้อยละค่าเฉลี่ย	TOTAL 2565 (n=258)	2563 NERO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (n=18**)	2564 NERO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (n=30)	2565 NERO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (n=25**)
ความพึงพอใจโดยรวม	**91.43**	**94.00**	**85.27**	**89.74**
1 สมรรถนะของบุคลากร	**94.32**	97.43	89.48	94.45
2 การพัฒนาธุรกิจไมซ์	**92.40**	93.71	85.03	90.45
3 การพัฒนาขีดความสามารถ	**90.63**	91.86	82.18	88.94
4 การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	**90.63**	91.86	86.67	85.31
5 กระบวนการภายในองค์กร	**90.63**	95.57	84.46	90.63
6 การสนับสนุนด้านการตลาด	**89.95**	93.57	83.81	88.65

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด = 100%

REF. Q4

CRO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ภาคกลางและภาคตะวันออก

คะแนนความพึงพอใจเปรียบเทียบระหว่างปี 2562-2565

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นร้อยละค่าเฉลี่ย	TOTAL 2565 (n=258)	2563 CRO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ภาคกลางและภาคตะวันออก (n=8**)	2564 CRO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ภาคกลางและภาคตะวันออก (n=27**)	2565 CRO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ภาคกลางและภาคตะวันออก (n=18**)
ความพึงพอใจโดยรวม	**91.43**	**84.60**	**85.85**	**85.69**
1 สมรรถนะของบุคลากร	**94.32**	89.00	87.96	85.88
2 การพัฒนาธุรกิจไมซ์	**92.40**	85.00	83.83	86.17
3 การพัฒนาขีดความสามารถ	**90.63**	86.43	85.16	84.66
4 การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	**90.63**	80.86	87.04	86.73
5 กระบวนการภายในองค์กร	**90.63**	85.00	85.71	84.92
6 การสนับสนุนด้านการตลาด	**89.95**	81.29	84.39	85.79

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด = 100%

REF. Q4

Mega: ฝ่ายพัฒนาการจัดงานเมกะอีเวนท์และเทศกาลนานาชาติ

คะแนนความพึงพอใจเปรียบเทียบระหว่างปี 2562-2565

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นร้อยละค่าเฉลี่ย	TOTAL 2565 (n=258)	2562 Mega: ฝ่ายพัฒนาการจัดงานเมกะอีเวนท์และเทศกาลนานาชาติ (n=17**)	2563 Mega: ฝ่ายพัฒนาการจัดงานเมกะอีเวนท์และเทศกาลนานาชาติ (n=26**)	2564 Mega: ฝ่ายพัฒนาการจัดงานเมกะอีเวนท์และเทศกาลนานาชาติ (n=31)	2565 Mega: ฝ่ายพัฒนาการจัดงานเมกะอีเวนท์และเทศกาลนานาชาติ (n=31**)
ความพึงพอใจโดยรวม	**91.43**	**89.52**	**87.26**	**85.62**	**92.60**
1 สมรรถนะของบุคลากร	**94.32**	91.86	90.00	89.48	97.31
2 การพัฒนาธุรกิจไมซ์	**92.40**	91.57	87.57	85.77	91.88
3 การพัฒนาขีดความสามารถ	**90.63**	88.57	86.57	82.95	88.94
4 การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	**90.63**	88.71	88.29	85.48	92.45
5 กระบวนการภายในองค์กร	**90.63**	90.71	87.29	85.89	94.92
6 การสนับสนุนด้านการตลาด	**89.95**	85.71	83.86	84.18	90.08

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด = 100%

REF. Q4

MICE Cap: ฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์

คะแนนความพึงพอใจเปรียบเทียบระหว่างปี 2562-2565

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นร้อยละค่าเฉลี่ย	TOTAL 2565 (n=258)	2562 MICE Cap: ฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ (n=35)	2563 MICE Cap: ฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ (n=44)	2564 MICE Cap: ฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ (n=40)	2565 MICE Cap: ฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ (n=26**)
ความพึงพอใจโดยรวม	**91.43**	**84.83**	**89.40**	**84.49**	**92.83**
1 สมรรถนะของบุคลากร	**94.32**	82.71	88.86	85.36	94.45
2 การพัฒนาธุรกิจไมซ์	**92.40**	85.57	90.71	85.63	94.74
3 การพัฒนาขีดความสามารถ	**90.63**	85.71	91.43	86.61	97.51
4 การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	**90.63**	87.00	89.43	83.93	91.02
5 กระบวนการภายในองค์กร	**90.63**	84.86	88.43	82.54	89.20
6 การสนับสนุนด้านการตลาด	**89.95**	83.14	87.57	82.86	90.08

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.
ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด = 100%
REF. Q4

GCA: ฝ่ายบริหารรัฐกิจวิสาหกิจ

คะแนนความพึงพอใจเปรียบเทียบระหว่างปี 2562-2565

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นร้อยละค่าเฉลี่ย	TOTAL 2565 (n=258)	2562 GCA: ฝ่ายบริหารรัฐกิจวิสาหกิจ (n=28**)	2563 GCA: ฝ่ายบริหารรัฐกิจวิสาหกิจ (n=29**)	2564 GCA: ฝ่ายบริหารรัฐกิจวิสาหกิจ (n=31)	2565 GCA: ฝ่ายบริหารรัฐกิจวิสาหกิจ (n=32)
ความพึงพอใจโดยรวม	**91.43**	**88.43**	**88.76**	**88.81**	**93.55**
1 สมรรถนะของบุคลากร	**94.32**	91.86	89.57	90.40	95.88
2 การพัฒนาธุรกิจไมซ์	**92.40**	88.00	89.43	88.43	93.31
3 การพัฒนาขีดความสามารถ	**90.63**	85.86	89.71	86.41	91.80
4 การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	**90.63**	91.57	88.29	92.17	95.31
5 กระบวนการภายในองค์กร	**90.63**	88.29	90.00	88.36	93.49
6 การสนับสนุนด้านการตลาด	**89.95**	85.00	85.57	87.06	91.51

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.
ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด = 100%
REF. Q4

ข้อที่พึงพอใจต่อการทำงานของ สสปน.

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็น %	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย										
		MI	Con	Ex	RO	NRO	SRO	NERO	CRO	Mega	MICE Cap	GCA
ฐาน: ทั้งหมด	*258*	*20***	*22***	*22***	*91*	*26***	*27***	*20***	*18***	*25***	*26***	*32*
สมรรถนะของบุคลากรของ สสปน. (สุทธิ)	**43%**	**45%**	**32%**	**36%**	**40%**	**35%**	**48%**	**50%**	**22%**	**40%**	**54%**	**59%**
บุคลากร ให้คำปรึกษา คำแนะนำ ความช่วยเหลือ และช่วยประสานงานได้เป็นอย่างดี	21%	35%	18%	18%	20%	8%	26%	30%	17%	16%	15%	25%
บุคลากร มีความเป็นมืออาชีพในการทำงาน	10%	-	5%	-	10%	12%	7%	15%	6%	4%	19%	22%
บุคลากร มีความรู้ความสามารถ มีคุณภาพ และมีศักยภาพสูง	9%	5%	14%	5%	9%	12%	11%	10%	-	8%	12%	13%
บุคลากร มีความรวดเร็วในการให้บริการ ให้ข้อมูล และแก้ไขปัญหา	8%	5%	5%	9%	7%	8%	4%	10%	6%	8%	15%	9%
บุคลากร มีความกระตือรือร้น มุ่งมั่น และทุ่มเท	4%	5%	5%	-	3%	12%	-	-	-	4%	12%	3%
บุคลากร มีจิตบริการ มีความพร้อม และใส่ใจ/บริการลูกค้ายอดเยี่ยม	4%	-	5%	14%	1%	-	4%	-	-	-	8%	9%
บุคลากร มีความเป็นมิตร จริงใจ มีอัธยาศัยดีและมนุษย์สัมพันธ์ดี	3%	-	5%	-	3%	-	4%	-	11%	-	4%	9%
บุคลากร มีความตรงไปตรงมา ซื่อสัตย์ โปร่งใส	3%	10%	-	-	3%	4%	7%	-	-	8%	4%	-
การสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ (สุทธิ)	**26%**	**35%**	**32%**	**23%**	**24%**	**23%**	**26%**	**15%**	**33%**	**24%**	**38%**	**19%**
มีส่งเสริม สนับสนุนและพัฒนาอุตสาหกรรมได้อย่างต่อเนื่องและครอบคลุม	9%	5%	5%	9%	11%	19%	7%	-	17%	16%	12%	3%
มีการสนับสนุนด้านการจัดงาน/จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์	5%	5%	14%	5%	3%	-	-	10%	6%	-	12%	6%
สนับสนุนด้านเงินทุน	5%	5%	14%	-	4%	4%	4%	5%	6%	-	8%	3%
มีการสนับสนุนและแนะแนวทางการแก้ไขที่เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน	4%	10%	5%	5%	-	-	-	-	-	-	19%	3%
มีการนำเสนอสิ่งใหม่สนับสนุนรูปแบบใหม่ ๆ	2%	-	-	5%	2%	-	4%	-	6%	-	-	6%

(ต่อ)

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด = 100%

REF. Q6

ข้อที่พึงพอใจต่อการทำงานของ สสปน. *(ต่อ)*

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็น %	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย										
		MI	Con	Ex	RO	NRO	SRO	NERO	CRO	Mega	MICE Cap	GCA
ฐาน: ทั้งหมด	*258*	*20***	*22***	*22***	*91*	*26***	*27***	*20***	*18***	*25***	*26***	*32*
กระบวนการภายใน/ลักษณะเฉพาะองค์กรของ สสปน. (สุทธิ)	**13%**	**-**	**5%**	**23%**	**11%**	**12%**	**11%**	**15%**	**6%**	**28%**	**12%**	**13%**
มีการดำเนินงานตามนโยบายอย่างชัดเจน	5%	-	-	5%	10%	12%	7%	15%	6%	8%	-	3%
ยืดหยุ่นและตอบสนองต่อความต้องการของผู้ประกอบการ	4%	-	5%	14%	1%	-	-	-	6%	4%	12%	-
มีมาตรฐานการจัดการที่เป็นสากล	3%	-	-	5%	1%	-	4%	-	-	12%	-	6%
มีการดำเนินงานที่ใส่ใจในรายละเอียด	1%	-	-	-	-	-	-	-	-	4%	-	3%
การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชนในธุรกิจไมซ์ (สุทธิ)	**10%**	**20%**	**9%**	**-**	**10%**	**4%**	**19%**	**5%**	**11%**	**8%**	**12%**	**13%**
มีการอำนวยความสะดวกและประสานงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนได้อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ	5%	-	5%	-	5%	4%	7%	5%	6%	4%	8%	9%
ให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ พร้อมให้คำแนะนำที่ชัดเจน	5%	20%	5%	-	3%	-	11%	-	-	8%	4%	3%
มีการอำนวยความสะดวกและประสานงานอย่างต่อเนื่องและครบถ้วนสมบูรณ์	0%	-	-	-	1%	-	-	-	6%	-	-	-
การพัฒนาขีดความสามารถ/เสริมสร้างรากฐานธุรกิจไมซ์ (สุทธิ)	4%	-	14%	-	5%	8%	4%	-	11%	4%	-	3%
มีนโยบายที่ช่วยพัฒนาบุคลากรให้เข้าไปมีส่วนร่วมในอุตสาหกรรมไมซ์	3%	-	14%	-	3%	4%	4%	-	6%	-	-	3%
สร้างความมั่นใจและเสริมสร้างความสามารถให้กับธุรกิจไมซ์	**1%**	**-**	**-**	**-**	**2%**	**4%**	**-**	**-**	**6%**	**4%**	**-**	**-**
การพัฒนาธุรกิจไมซ์ (สุทธิ)	2%	10%	-	-	1%	-	-	5%	-	-	4%	-
พัฒนาและผลักดันอุตสาหกรรม/ธุรกิจไมซ์อย่างต่อเนื่อง	1%	5%	-	-	-	-	-	-	-	-	4%	-
มีการเตรียมความพร้อมเรื่องทรัพยากรให้พร้อมอยู่เสมอ	1%	5%	-	-	1%	-	-	5%	-	-	-	-
ไม่มี	**26%**	**25%**	**32%**	**36%**	**29%**	**31%**	**19%**	**30%**	**39%**	**32%**	**4%**	**25%**

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด = 100%

REF. Q6

ข้อที่ไม่พึงพอใจต่อการทำงานของ สสปน.

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็น %	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย										
		MI	Con	Ex	RO	NRO	SRO	NERO	CRO	Mega	MICE Cap	GCA
ฐาน: ทั้งหมด	*258*	*20***	*22***	*22***	*91*	*26***	*27***	*20***	*18***	*25***	*26***	*32*
กระบวนการภายใน/ลักษณะเฉพาะองค์กรของ สสปน. (สุทธิ)	**11%**	**15%**	**9%**	**14%**	**10%**	**-**	**4%**	**15%**	**28%**	**16%**	**15%**	**6%**
มีขั้นตอน ข้อปฏิบัติ และรายละเอียดที่เยอะ และไม่ตอบโจทย์กับการทำงานของผู้บริการ	5%	10%	5%	14%	3%	-	-	5%	11%	4%	4%	3%
มีความยุ่งยากในการจัดทำเอกสาร	2%	-	-	9%	2%	-	-	5%	6%	-	-	-
มีความล่าช้าในการดำเนินงาน	5%	10%	5%	-	5%	-	4%	10%	11%	4%	8%	3%
มีการปรับเปลี่ยนนโยบายอยู่เสมอ	1%	-	-	-	-	-	-	-	-	8%	-	-
มีหน่วยงานเยอะบางครั้งมีความสับสนในการติดต่อหน่วยงาน	0%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4%	-
มีการประชุมที่ไม่สามารถดำเนินการต่อได้	0%	-	-	-	1%	-	-	-	6%	-	-	-
การสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ (สุทธิ)	**7%**	**5%**	**-**	**9%**	**10%**	**4%**	**26%**	**5%**	**-**	**16%**	**4%**	**-**
การไม่รับฟังความต้องการของผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรม	0%	-	-	5%	-	-	-	-	-	-	-	-
งบประมาณการสนับสนุนมีน้อยไป	2%	-	-	-	4%	4%	11%	-	-	-	-	-
แนวโน้มของการสนับสนุนลดลง	0%	-	-	-	1%	-	4%	-	-	-	-	-
ขาดความต่อเนื่องในการสนับสนุนด้านประชาสัมพันธ์	1%	5%	-	-	2%	-	7%	-	-	-	-	-
ข้อจำกัดในการสนับสนุนงานไมซ์ยังไม่ชัดเจน และไม่ตอบโจทย์	1%	-	-	5%	1%	-	4%	-	-	4%	-	-
ขาดการกำหนดเกณฑ์การขอสนับสนุนเฉพาะของต่างประเทศ	0%	-	-	-	1%	-	4%	-	-	-	-	-
การสนับสนุนจากภาครัฐมีไม่เพียงพอ	3%	-	-	-	2%	-	4%	5%	-	12%	4%	-

(ต่อ)

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด = 100%

REF. Q7

ข้อที่ไม่พึงพอใจต่อการทำงานของ สสปน. *(ต่อ)*

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็น %	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย										
		MI	Con	Ex	RO	NRO	SRO	NERO	CRO	Mega	MICE Cap	GCA
ฐาน: ทั้งหมด	*258*	*20***	*22***	*22***	*91*	*26***	*27***	*20***	*18***	*25***	*26***	*32*
สมรรถนะของบุคลากรของ สสปน. (สุทธิ)	**4%**	**-**	**5%**	**-**	**4%**	**8%**	**4%**	**5%**	**-**	**4%**	**8%**	**6%**
บุคลากร ขาดความเป็นมืออาชีพในการทำงาน	1%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	8%	3%
บุคลากร ไม่มีจิตบริการ/ควรยิ้มแย้ม ให้การต้อนรับ	0%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4%	-
บุคลากร ไม่อำนวยความสะดวกในการติดต่อประสานงาน	1%	-	-	-	2%	4%	4%	-	-	-	-	-
บุคลากร ไม่มีความชำนาญในการทำงานและแก้ไขปัญหา	1%	-	5%	-	1%	-	-	5%	-	4%	-	-
บุคลากรมีการปรับเปลี่ยนบ่อยจึงทำให้ขาดความต่อเนื่องในการประสานงาน	**1%**	**-**	**-**	**-**	**1%**	**4%**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**3%**
การพัฒนาธุรกิจไมซ์ (สุทธิ)	1%	-	-	-	2%	-	4%	5%	-	4%	-	-
ควรปรับปรุงเกณฑ์การประเมินการจัดงาน (Economic impact) ให้มีมาตรฐาน	0%	-	-	-	1%	-	4%	-	-	-	-	-
องค์ความรู้และฐานข้อมูลมีจำกัด	**1%**	**-**	**-**	**-**	**1%**	**-**	**-**	**5%**	**-**	**4%**	**-**	**-**
การบูรณาการของแต่ละฝ่าย	0%	-	-	-	-	-	-	-	-	4%	-	-
การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชนในธุรกิจไมซ์ (สุทธิ)	1%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4%	3%
ขาดความทั่วถึงในการสนับสนุนภาคเอกชน	1%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4%	3%
ไม่มี	**76%**	**80%**	**86%**	**77%**	**75%**	**88%**	**67%**	**70%**	**72%**	**64%**	**73%**	**84%**

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด = 100%

REF. Q7

ข้อเสนอแนะต่อการทำงานของ สสปน.

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็น %	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย										
		MI	Con	Ex	RO	NRO	SRO	NERO	CRO	Mega	MICE Cap	GCA
ฐาน: ทั้งหมด	*258*	*20***	*22***	*22***	*91*	*26***	*27***	*20***	*18***	*25***	*26***	*32*
การสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ (สุทธิ)	**16%**	**10%**	**14%**	**14%**	**16%**	**8%**	**19%**	**20%**	**22%**	**8%**	**27%**	**19%**
ควรมีการจัดกิจกรรม/โครงการที่ช่วยสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง	7%	5%	9%	9%	5%	-	7%	-	17%	-	12%	9%
ควรมีการประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เข้าถึงทุกกลุ่มเป้าหมาย	6%	5%	5%	-	8%	4%	7%	15%	6%	8%	8%	6%
ควรมีการสนับสนุนงบประมาณให้มากขึ้น	4%	-	-	9%	2%	4%	-	5%	-	4%	12%	3%
ควรมีการผลักดันออแกไนซ์เซอร์ของธุรกิจไมซ์ระดับท้องถิ่นสู่ผู้ประกอบการ ระดับประเทศ และระดับนานาชาติ	0%	-	-	-	1%	-	4%	-	-	-	-	-
การพัฒนาธุรกิจไมซ์ (สุทธิ)	8%	5%	9%	-	12%	19%	11%	10%	6%	8%	-	9%
ควรมีการขยายเครือข่ายทุกภาคส่วนให้มากขึ้น	3%	-	-	-	7%	12%	4%	10%	-	4%	-	-
ควรมีการพัฒนาโครงการและแนวทางใหม่ๆให้มากขึ้น	2%	5%	5%	-	2%	4%	4%	-	-	-	-	3%
ควรมีการบูรณาการร่วมกันและเผยแพร่สู่สาธารณะ	1%	-	-	-	1%	-	-	-	6%	4%	-	3%
ควรจะให้ความสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจแม้อยู่ในสถานการณ์โควิด	1%	-	5%	-	1%	4%	-	-	-	-	-	3%
ควรพัฒนา MICE Domestic ในระดับภูมิภาค เพิ่มเติม และระดับจังหวัดให้มากขึ้น	0%	-	-	-	1%	-	4%	-	-	-	-	-
กระบวนการภายใน/ลักษณะเฉพาะองค์กรของ สสปน. (สุทธิ)	7%	5%	9%	18%	8%	-	7%	10%	17%	-	4%	3%
ปรับลดระเบียบขั้นตอนในการปฏิบัติงานด้านเอกสารลงเพื่อความรวดเร็ว	7%	5%	9%	18%	8%	-	7%	10%	17%	-	4%	3%

(ต่อ)

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด = 100%

REF. Q8

ข้อเสนอแนะต่อการทำงานของ สสปน. *(ต่อ)*

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็น %	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย										
		MI	Con	Ex	RO	NRO	SRO	NERO	CRO	Mega	MICE Cap	GCA
ฐาน: ทั้งหมด	*258*	*20***	*22***	*22***	*91*	*26***	*27***	*20***	*18***	*25***	*26***	*32*
สมรรถนะของบุคลากรของ สสปน. (สุทธิ)	**6%**	**-**	**5%**	**5%**	**7%**	**4%**	**7%**	**5%**	**11%**	**4%**	**8%**	**9%**
ควรจะเพิ่มจำนวนบุคลากรที่มีความชำนาญเฉพาะทาง	3%	-	5%	-	3%	-	7%	-	6%	4%	-	6%
บุคลากร ควรจะมีความรวดเร็วในการให้บริการ ให้ข้อมูล และแก้ไขปัญหามากกว่านี้	2%	-	-	-	4%	4%	-	5%	11%	-	-	3%
บุคลากร ยังไม่เข้าใจความสำคัญในการกับเคลื่อนเศรษฐกิจ	1%	-	-	5%	-	-	-	-	-	-	4%	-
บุคลากร ควรจะมีทัศนคติที่ดีในการทำงาน	0%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4%	-
การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชนในธุรกิจไมซ์ (สุทธิ)	5%	5%	-	-	5%	4%	4%	5%	11%	12%	-	9%
ควรมีการประสานงานกับภาครัฐและเอกชนให้มากขึ้น	3%	-	-	-	3%	4%	-	5%	6%	12%	-	6%
ควรพัฒนาโครงการร่วมกับเอกชนให้มีความประสิทธิภาพมากขึ้น	1%	-	-	-	2%	-	4%	-	6%	-	-	-
มีการประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพ	1%	5%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3%
การพัฒนาขีดความสามารถ/เสริมสร้างรากฐานธุรกิจไมซ์ (สุทธิ)	3%	-	5%	-	3%	8%	4%	-	-	-	12%	3%
ควรเพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์/การเข้าถึงข้อมูล	1%	-	5%	-	1%	-	4%	-	-	-	4%	-
ควรจัดอบรม training ให้กับผู้ประกอบการมากขึ้น	1%	-	-	-	1%	-	4%	-	-	-	8%	-
มีเน้นการส่งเสริมภาคธุรกิจไมซ์ในกลุ่ม SME ภายใต้ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีดิจิทัล	1%	-	-	-	1%	4%	-	-	-	-	-	3%
ควรจะกระจายการทำงาน มายังพื้นที่รองให้มากขึ้น	0%	-	-	-	1%	4%	-	-	-	-	-	-
ไม่มี	**63%**	**75%**	**64%**	**68%**	**58%**	**62%**	**63%**	**55%**	**50%**	**72%**	**58%**	**59%**

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด = 100%

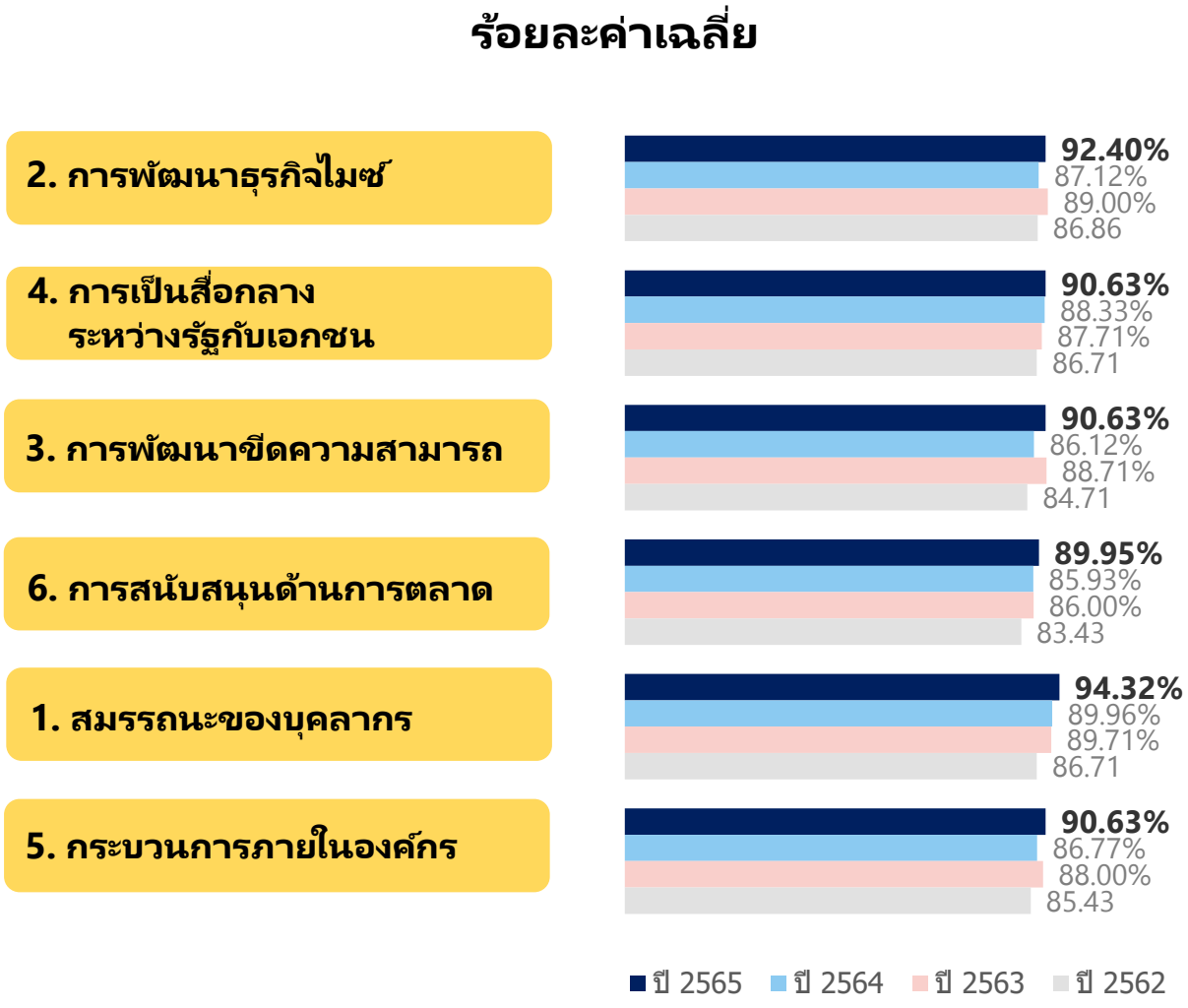
REF. Q8

ส่วนที่ 2:

ผลการประเมินทัศนคติต่อ
การบริหารจัดการของ สสปน.
(6 มิติสำคัญขององค์กร)

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

ผลการประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน.



Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

ผลการประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน.

ในปี 2565 แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็น ร้อยละค่าเฉลี่ย	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย										
		MI	Con	Ex	RO	NRO	SRO	NERO	CRO	Mega	MICE Cap	GCA
ฐาน: ทั้งหมด	*258*	*20***	*22***	*22***	*91*	*31***	*29***	*20***	*18***	*31***	*26***	*32*
การพัฒนาธุรกิจไมซ์	92.40	96.17	93.31	90.45	91.88	91.88	96.17	90.45	86.17	91.88	94.74	93.31
การสนับสนุนด้านการตลาด	89.95	94.37	88.65	87.22	90.08	88.65	94.37	88.65	85.79	90.08	90.08	91.51
การพัฒนาขีดความสามารถ/ เสริมสร้างมาตรฐาน	90.63	96.08	90.37	87.51	88.94	90.37	91.80	88.94	84.66	88.94	97.51	91.80
การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	90.63	93.88	88.16	88.16	89.59	89.59	96.73	85.31	86.73	92.45	91.02	95.31
กระบวนการภายในองค์กร	90.63	93.49	90.63	83.49	90.63	90.63	94.92	90.63	84.92	94.92	89.20	93.49
สมรรถนะของบุคลากร	94.32	95.88	95.88	90.16	94.45	95.88	97.31	94.45	85.88	97.31	94.45	95.88

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.
ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด = 100%
REF. Q4

ผลการประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน.

ในรายละเอียดต่าง ๆ (1)

ฐาน:		ข้อมูลในกราฟแสดงเป็น %	ปี 2565 ค่าเฉลี่ย	ปี 2565 ร้อยละ 3 ระดับบน	ปี 2564 ค่าเฉลี่ย	ปี 2564 ร้อยละ 3 ระดับบน
	การพัฒนาธุรกิจไมซ์		**6.25**	**95%**	**6.10**	**91%**
258	การผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อม (Readiness) ในการเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับไมซ์ระดับนานาชาติ (Global MICE Destination) สามารถจัดการประชุม งานแสดงสินค้าและงานเทศกาลนานาชาติในภูมิภาคเอเชียได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน	0 0 0 3 12 29 55	**6.36**	**97%**	6.24	95%
258	การผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำ (Leadership) สำหรับการเป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ระดับนานาชาติ (Global MICE Destination) รวมทั้งเป็นผู้นำด้านการประชุม งานแสดงสินค้าและงานเทศกาลนานาชาติในภูมิภาคเอเชียได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน	0 0 0 2 12 32 54	**6.36**	**97%**	6.20	95%
258	การรักษาและการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์ ให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน ด้วยการสนับสนุนในรูปแบบของการสนับสนุนทางการเงินและการสนับสนุนอื่นๆ ที่ไม่ใช่การเงิน (Non-cash incentives)	0 1 1 3 12 29 54	**6.30**	**95%**	6.19	95%
258	การผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้เป็นศูนย์กลางของอาเซียนอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน	0 0 1 4 13 32 50	**6.24**	**95%**	6.11	93%
258	การกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านธุรกิจไมซ์ อย่างมีประสิทธิภาพ	0 0 2 1 16 32 49	**6.23**	**97%**	6.13	96%
258	การขับเคลื่อนกิจกรรมไมซ์ให้ตรงตามความต้องการของตลาด ตามศักยภาพและนโยบายของประเทศ	0 1 0 3 15 33 48	**6.23**	**96%**	6.14	94%
258	การสนับสนุนผู้จัดงานและผู้ประกอบการไมซ์ด้วยการให้บริการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19	0 0 1 5 13 31 49	**6.20**	**93%**	6.01	91%
258	การกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์ทั่วทุกภูมิภาค	0 0 0 5 20 36 39	**6.07**	**95%**	5.97	91%

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

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด = 100%

REF. Q4

ผลการประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน.

ในรายละเอียดต่าง ๆ (1)

ฐาน:

		ข้อมูลในกราฟแสดงเป็น %	ปี 2565 ค่าเฉลี่ย	ปี 2565 ร้อยละ 3 ระดับบน	ปี 2564 ค่าเฉลี่ย	ปี 2564 ร้อยละ 3 ระดับบน
	การสนับสนุนด้านการตลาด		**6.10**	**92%**	**6.02**	**88%**
258	การสร้างกิจกรรมไมซ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน	0 0 1 5 14 35 45	6.16	94%	6.04	91%
189	การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่มีการปรับเกณฑ์ และ ปรับมาตรการที่ยืดหยุ่นมากขึ้น (Flexible) เอื้อให้ภาคธุรกิจไมซ์ปรับตัวและฟื้นตัวได้เร็วขึ้น	0 1 2 4 16 34 43	6.10	94%	6.01	93%
189	การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดที่ตอบสนองความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ ช่วยฟื้นฟูธุรกิจไมซ์อย่างมีกลยุทธ์ที่ชัดเจน และ ยืดหยุ่นตามบริบทเหตุการณ์ที่เปลี่ยนไปของโลก (Resilient Recovery)	0 1 2 5 16 34 42	6.07	93%	NA	NA
258	การประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เกี่ยวกับข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ และสถานการณ์ประเทศ ด้วยการนำเสนอที่ทันสมัยและทันเหตุการณ์ตลอดเวลาช่องทางต่าง ๆ ของ สสปน. อาทิ เว็ปไซต์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ และสื่อออนไลน์อื่นๆ ได้อย่างครอบคลุม	0 0 1 6 20 33 40	6.03	92%	5.94	89%
208	การจัดทำและเผยแพร่กิจกรรมไมซ์บนเว็บไซต์ Business Events Thailand และแอพพลิเคชั่น Biz Connect เพื่อช่วยให้ภาคธุรกิจไมซ์สามารถเข้าถึงรายละเอียดกิจกรรมได้อย่างอย่างสะดวก รวดเร็ว ทุกที่ ทุกเวลา	0 1 1 3 21 35 39	6.02	94%	5.94	89%

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

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด = 100%

REF. Q4

ผลการประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน.

ในรายละเอียดต่าง ๆ (1)

ฐาน:		ข้อมูลในกราฟแสดงเป็น %	ปี 2565 ค่าเฉลี่ย	ปี 2565 ร้อยละ 3 ระดับบน	ปี 2564 ค่าเฉลี่ย	ปี 2564 ร้อยละ 3 ระดับบน
	การพัฒนาขีดความสามารถ/ เสริมสร้างรากฐาน		**6.15**	**93%**	**5.50**	**89%**
207	การผลักดันและสนับสนุนผู้ประกอบการและผู้จัดงานไมซ์ ผ่าน การรับรองมาตรฐานด้านการจัดงานในระดับสากล อาทิ การรับรองมาตรฐาน TMVS/AMVS เพื่อยืนยันว่าสถานที่จัดงานมีความเหมาะสม	0 0 0 4 15 31 49	6.23	95%	6.04	93%
207	การสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ ให้เทียบเท่าระดับสากล* *มาตรฐานระดับสากล คือ เครื่องมือที่นานาชาติใช้ยืนยันคุณภาพ ความปลอดภัย และประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ บริการและระบบนั้นๆ Source: https://www.iso.org/about-us.html	0 0 1 2 16 33 48	6.23	97%	6.09	94%
207	การเพิ่มทักษะความรู้ให้กับผู้ประกอบการผ่านการอบรมรูปแบบต่างๆ ทั้ง ออฟไลน์ ออนไลน์ และไฮบริด ได้อย่างรวดเร็ว และ ครอบคลุม	0 0 0 3 18 33 45	6.17	96%	5.93	91%
207	การให้ความรู้ในเรื่องการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์อย่างยั่งยืน (MICE Sustainability) แก่ผู้ประกอบการ ผู้จัดงานไมซ์ ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ที่สนใจ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ถูกต้อง ครบถ้วน และ เข้าใจง่าย	0 0 1 3 17 34 44	6.17	96%	6.04	93%
207	การให้ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจอย่างสม่ำเสมอเป็นประจำทุกเดือน อาทิ การอัปเดตความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมไมซ์ผ่าน แพลทฟอร์มข่าวสาร MICE Intelligence Center	0 0 1 2 21 32 43	6.14	96%	5.98	91%
207	การสร้างผลิตภัณฑ์หรือเครื่องมือในการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการไมซ์ในการดำเนินธุรกิจในอีกช่องทางหนึ่ง อาทิ การจัดงานประชุมและหรือ/การแสดงสินค้าผ่านระบบออนไลน์ หรือ การออกมาตรฐานต่างๆที่มาช่วยผู้ประกอบการไมซ์ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19	0 0 2 3 21 30 43	6.07	94%	6.15	94%
207	การเสริมสร้างและพัฒนาบุคลากรในด้านวิชาชีพต่างๆ (Upskill, Reskill and New Skill) ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อพร้อมรับมือกับสถานการณ์ทุกรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน	0 0 1 5 20 31 42	6.04	93%	6.01	92%
	การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน		**6.21**	**95%**	**6.18**	**93%**
258	การเป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้เป็นอย่างดี	0 1 1 1 15 26 56	6.29	96%	6.24	94%
258	การอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุมนานาชาติ การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทยอย่างเต็มที่ อาทิ บริการ E-MICE marketplace แพลตฟอร์มตลาดผู้ซื้อผู้ขายพบกันแบบอิเล็กทรอนิกส์ ภายใต้ชื่อ Thai MICE Connect	0 1 1 4 19 29 47	6.13	94%	6.13	94%

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

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด = 100%

REF. Q4

ผลการประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน.

ในรายละเอียดต่าง ๆ (1)

ฐาน:

		ข้อมูลในกราฟแสดงเป็น %	ปี 2565 ค่าเฉลี่ย	ปี 2565 ร้อยละ 3 ระดับบน	ปี 2564 ค่าเฉลี่ย	ปี 2564 ร้อยละ 3 ระดับบน
	กระบวนการภายใน/ลักษณะเฉพาะองค์กร		**6.23**	**94%**	**6.08**	**89%**
258	การสร้างปฏิสัมพันธ์และความเชื่อใจ (Interaction and Trust Building) อย่างต่อเนื่องให้กับผู้ประกอบการ โดยเฉพาะในสถานการณ์ฉุกเฉินในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19	0 1 1 3 11 29 54	6.30	95%	6.09	91%
258	การปฏิบัติงานที่มีความคล่องตัว (Flexibility) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐ และภาคเอกชน	0 1 0 3 12 29 54	6.29	95%	6.05	91%
258	การให้ความชัดเจนในนโยบายและทิศทางการดำเนินงานของสสปน. เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง	0 1 0 3 15 29 52	6.25	95%	6.16	94%
258	การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency) เกิดผลงานเป็นรูปธรรม เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน	0 1 0 3 14 27 53	6.25	95%	6.12	93%
258	การเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของ สสปน. (Public Hearing)	0 1 1 3 14 29 52	6.24	95%	6.09	90%
258	การปฏิบัติงานที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเชื่อมั่น (Confidence Building) ในกระบวนการและมาตรการรับมือของ สสปน. ต่อสถานการณ์การระบาดโควิด-19	0 1 1 3 13 32 50	6.24	95%	6.06	91%
238	การให้บริการผ่านระบบงานของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐาน การดำเนินงานระดับสากล (International level) ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ อาทิ การติดตามด้วยระบบ RFS : Request For Support	0 1 0 3 17 32 46	6.16	95%	5.96	90%
238	การนำความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ มาปรับปรุงการทำงานของ สสปน. (Reflection) อย่างต่อเนื่อง	1 0 2 3 16 33 45	6.12	94%	6.05	91%

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

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด = 100%

REF. Q4

ผลการประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน.

ในรายละเอียดต่าง ๆ (1)

ฐาน:

		ข้อมูลในกราฟแสดงเป็น %	ปี 2565 ค่าเฉลี่ย	ปี 2565 ร้อยละ 3 ระดับบน	ปี 2564 ค่าเฉลี่ย	ปี 2564 ร้อยละ 3 ระดับบน
	สมรรถนะของบุคลากร		**6.39**	**80%**	**6.30**	**94%**
258	บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส (Good Governance)	0 1 0 1 8 24 66	6.52	98%	6.39	96%
258	บุคลากรของ สสปน. เข้าใจวิธีการจัดงานอีเว้นท์ (Event Expert) ในรูปแบบ New Normal ของอุตสาหกรรมไมซ์ เป็นอย่างดี	0 0 1 2 8 26 62	6.45	96%	6.33	96%
258	บุคลากรของ สสปน. มีการรักษาปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและผู้ประกอบการไมซ์ภายใต้สถานการณ์ที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการทำงาน อาทิ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19	0 1 0 2 8 26 62	6.45	97%	6.36	95%
258	บุคลากรของ สสปน. มีความเป็นมืออาชีพ (Professionalism) ในการบริการและประสานงาน ให้กับลูกค้า/ผู้รับบริการ ทั้งผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ (Online data access) ได้อย่างรวดเร็ว	0 0 1 2 8 29 60	6.44	97%	6.33	94%
258	บุคลากรของ สสปน. มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร (Ready for Change and for New Development) ให้ทันยุคสมัย	0 1 0 2 9 24 63	6.44	97%	6.36	95%
258	บุคลากรของ สสปน. มีการปรับตัวและพร้อมรับมือกับสถานการณ์การระบาดโควิด-19	0 1 1 2 8 30 59	6.42	97%	6.34	96%
258	บุคลากรของ สสปน. สามารถให้คำแนะนำหรือรายละเอียดของระเบียบขั้นตอนและกระบวนการทำงานภายในผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ในการประชุม (Advisory Service) ได้เป็นอย่างดี	0 0 2 1 11 27 59	6.39	97%	6.31	95%
258	บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถและทักษะที่ดีเยี่ยมในการสื่อสาร (Effective Communication Skill) กับทีมงาน และ ผู้เกี่ยวข้อง	0 1 0 3 9 31 55	6.34	96%	6.29	94%
258	บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิดได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ ได้อย่างทันท่วงที	0 1 0 3 11 29 55	6.33	95%	6.24	94%
238	บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่พร้อมต่อการผลักดันให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆและมีความคิดสร้างสรรค์เสมอ (Innovative and Creative)	0 1 1 2 11 33 52	6.32	97%	6.26	95%
238	บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่ทำงานโดยใช้หลักความคิดแบบมีวิจารณญาณ แบบมีเหตุผล มีตรรกะที่ชัดเจนเสมอ (Critical Thinking)	1 0 1 2 10 32 54	6.31	96%	6.18	93%
238	บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาหรือจัดการกับความขัดแย้ง ในสถานการณ์ที่ซับซ้อนหรือในสถานการณ์ที่มีความคลุมเครือได้อย่างมีประสิทธิภาพ และอย่างรวดเร็ว (Conflict Management)	1 0 0 5 11 34 50	6.24	94%	6.16	94%

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

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด = 100%

REF. Q4

ผลการประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน.

ในรายละเอียดต่าง ๆ แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นค่าเฉลี่ย	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย										
		MI	Con	Ex	RO	NRO	SRO	NERO	CRO	Mega	MICE Cap	GCA
ฐาน: ทั้งหมด	*258*	*20***	*22***	*22***	*91*	*26***	*27***	*20***	*18***	*25***	*26***	*32*
การพัฒนาธุรกิจไมซ์												
○ การผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อม (Readiness) ในการเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับไมซ์ระดับนานาชาติ (Global MICE Destination) สามารถจัดการประชุม งานแสดงสินค้าและงานเทศกาลนานาชาติในภูมิภาคเอเชียได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน	6.56	6.78	6.78	6.59	6.44	6.58	6.75	6.23	6.01	6.59	6.81	6.61
○ การผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำ (Leadership) สำหรับการเป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ระดับนานาชาติ (Global MICE Destination) รวมทั้งเป็นผู้นำด้านการประชุม งานแสดงสินค้าและงานเทศกาลนานาชาติในภูมิภาคเอเชียได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน	6.56	6.68	6.59	6.59	6.49	6.61	6.71	6.43	6.06	6.51	6.85	6.67
○ การรักษาและการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์ ให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน ด้วยการสนับสนุนในรูปแบบของการสนับสนุนทางการเงินและการสนับสนุนอื่นๆที่ไม่ใช่การเงิน (Non-cash incentives)	6.51	6.67	6.54	6.22	6.56	6.72	6.81	6.42	6.11	6.46	6.49	6.56
○ การผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้เป็นศูนย์กลางของอาเซียนอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน	6.44	6.67	6.40	6.45	6.40	6.45	6.78	6.32	5.83	6.50	6.57	6.44
○ การกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านธุรกิจไมซ์ อย่างมีประสิทธิภาพ	6.43	6.62	6.72	6.17	6.38	6.30	6.66	6.37	6.11	6.46	6.49	6.50
○ การขับเคลื่อนกิจกรรมไมซ์ให้ตรงตามความต้องการของตลาด ตามศักยภาพ และนโยบายของประเทศ	6.43	6.62	6.54	6.17	6.41	6.37	6.74	6.32	6.05	6.42	6.64	6.47
○ การสนับสนุนผู้จัดงานและผู้ประกอบการไมซ์ด้วยการให้บริการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19	6.40	6.73	6.46	6.28	6.30	6.23	6.79	6.18	5.79	6.55	6.65	6.42
○ การกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์ทั่วทุกภูมิภาค	6.27	6.72	6.22	6.08	6.22	6.26	6.52	6.07	5.89	6.22	6.37	6.38

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

ผลการประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน.

ในรายละเอียดต่าง ๆ แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นค่าเฉลี่ย	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย										
		MI	Con	Ex	RO	NRO	SRO	NERO	CRO	Mega	MICE Cap	GCA
ฐาน: ทั้งหมด	*258*	*20***	*22***	*22***	*91*	*26***	*27***	*20***	*18***	*25***	*26***	*32*
การสนับสนุนด้านการตลาด												
○ การสร้างกิจกรรมไมซ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน	6.38	6.63	6.32	6.23	6.38	6.27	6.71	6.23	6.23	6.35	6.27	6.57
○ การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่มีการปรับเกณฑ์ และปรับมาตรการที่ยืดหยุ่นมากขึ้น (Flexible) เอื้อให้ภาคธุรกิจไมซ์ปรับตัวและฟื้นตัวได้เร็วขึ้น	6.32	6.60	6.34	6.20	6.32	6.45	6.63	6.06	5.97	6.45	6.38	6.15
○ การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดที่ตอบสนองความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ ช่วยฟื้นฟูธุรกิจไมซ์อย่างมีกลยุทธ์ที่ชัดเจน และ ยืดหยุ่นตามบริบทเหตุการณ์ที่เปลี่ยนไปของโลก (Resilient Recovery)	6.29	6.66	6.31	6.21	6.26	5.93	6.68	6.32	5.87	6.50	6.33	6.16
○ การประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เกี่ยวกับข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ และสถานการณ์ประเทศ ด้วยการนำเสนอที่ทันสมัยและทันเหตุการณ์ตลอดเวลาช่องทางต่าง ๆ ของ สสปน. อาทิ เว็ปไซต์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ และสื่อออนไลน์อื่นๆ ได้อย่างครอบคลุม	6.25	6.64	6.15	6.19	6.24	6.28	6.54	6.04	5.96	6.12	6.36	6.27
○ การจัดทำและเผยแพร่กิจกรรมไมซ์บนเว็บไซต์ Business Events Thailand และแอพพลิเคชั่น Biz Connect เพื่อช่วยให้ภาคธุรกิจไมซ์สามารถเข้าถึงรายละเอียดกิจกรรม ได้อย่างอย่างสะดวก รวดเร็ว ทุกที่ทุกเวลา	6.24	6.61	6.16	6.03	6.24	6.21	6.40	6.26	6.04	6.09	6.21	6.38

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

ผลการประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน.

ในรายละเอียดต่าง ๆ แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นค่าเฉลี่ย	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย										
		MI	Con	Ex	RO	NRO	SRO	NERO	CRO	Mega	MICE Cap	GCA
ฐาน: ทั้งหมด	*207*	*20***	*22***	*22***	*77*	*15***	*26***	*18***	*18***	*25***	*26***	*15***
การพัฒนาขีดความสามารถ/ เสริมสร้างรากฐาน												
○ การผลักดันและสนับสนุนผู้ประกอบการและผู้จัดงานไมซ์ ผ่าน การรับรองมาตรฐานด้านการจัดงานในระดับสากล อาทิ การรับรองมาตรฐาน TMVS/AMVS เพื่อยืนยันว่าสถานที่จัดงานมีความเหมาะสม	6.43	6.72	6.40	6.22	6.35	6.62	6.53	6.39	5.83	6.10	7.14	6.42
○ การสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ ให้เทียบเท่าระดับสากล* *มาตรฐานระดับสากล คือ เครื่องมือที่นานาชาติใช้ยืนยันคุณภาพ ความปลอดภัย และประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ บริการและระบบนั้นๆ Source: https://www.iso.org/about-us.html	6.43	6.72	6.40	6.17	6.35	6.35	6.57	6.39	6.00	6.30	6.91	6.55
○ การเพิ่มทักษะความรู้ให้กับผู้ประกอบการผ่านการอบรมรูปแบบต่างๆ ทั้งออฟไลน์ ออนไลน์ และไฮบริด ได้อย่างรวดเร็ว และ ครอบคลุม	6.37	6.76	6.35	6.26	6.25	6.48	6.36	6.10	6.04	6.17	6.79	6.48
○ การให้ความรู้ในเรื่องการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์อย่างยั่งยืน (MICE Sustainability) แก่ผู้ประกอบการ ผู้จัดงานไมซ์ ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ที่สนใจ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ถูกต้อง ครบถ้วน และเข้าใจง่าย	6.36	6.66	6.30	6.07	6.29	6.54	6.44	6.27	5.88	6.29	6.79	6.48
○ การให้ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจอย่างสม่ำเสมอ เป็นประจำทุกเดือน อาทิ การอัปเดตความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมไมซ์ผ่าน แพลทฟอร์มข่าวสาร MICE Intelligence Center	6.34	6.72	6.31	6.27	6.23	6.35	6.45	6.00	6.05	6.14	6.68	6.49
○ การสร้างผลิตภัณฑ์หรือเครื่องมือในการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการไมซ์ในการดำเนินธุรกิจในอีกช่องทางหนึ่ง อาทิ การจัดงานประชุมและหรือ/การแสดงสินค้าผ่านระบบออนไลน์ หรือ การออกมาตรฐานต่างๆที่มาช่วยผู้ประกอบการไมซ์ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19	6.26	6.76	6.21	5.98	6.16	6.08	6.36	6.21	5.88	6.17	6.59	6.48
○ การเสริมสร้างและพัฒนาบุคลากรในด้านวิชาชีพต่างๆ (Upskill, Reskill and New Skill) ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อพร้อมรับมือกับสถานการณ์ทุกรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน	6.24	6.73	6.28	6.00	6.13	6.10	6.38	6.12	5.79	6.23	6.69	6.16

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด = 100%

REF. Q4

ผลการประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน.

ในรายละเอียดต่าง ๆ แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นค่าเฉลี่ย	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย										
		MI	Con	Ex	RO	NRO	SRO	NERO	CRO	Mega	MICE Cap	GCA
ฐาน: ทั้งหมด	*258*	*20***	*22***	*22***	*91*	*26***	*27***	*20***	*18***	*25***	*26***	*32*
การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน												
○ การเป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้เป็นอย่างดี	6.43	6.63	6.32	6.23	6.34	6.33	6.74	5.93	6.24	6.62	6.60	6.74
○ การอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุมนานาชาติ การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทยอย่างเต็มที่ อาทิ บริการ E-MICE marketplace แพลตฟอร์มตลาดผู้ซื้อผู้ขายพบกันแบบอิเล็กทรอนิกส์ ภายใต้ชื่อ Thai MICE Connect	6.26	6.51	6.11	6.07	6.28	6.20	6.83	6.01	5.88	6.28	6.20	6.54

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด = 100%

REF. Q4

ผลการประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน.

ในรายละเอียดต่าง ๆ แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นค่าเฉลี่ย	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย										
		MI	Con	Ex	RO	NRO	SRO	NERO	CRO	Mega	MICE Cap	GCA
ฐาน: ทั้งหมด	*258*	*20***	*22***	*22***	*91*	*26***	*27***	*20***	*18***	*25***	*26***	*32*
กระบวนการภายใน/ ลักษณะเฉพาะองค์กร												
○ การสร้างปฏิสัมพันธ์และความเชื่อใจ (Interaction and Trust Building) อย่างต่อเนื่องให้กับผู้ประกอบการ โดยเฉพาะในสถานการณ์ฉุกเฉินในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19	6.40	6.52	6.30	5.98	6.44	6.43	6.75	6.42	6.01	6.60	6.35	6.59
○ การปฏิบัติงานที่มีความคล่องตัว (Flexibility) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐ และภาคเอกชน	6.39	6.58	6.54	5.81	6.39	6.44	6.72	6.28	5.96	6.65	6.17	6.72
○ การให้ความชัดเจนในนโยบายและทิศทางการดำเนินงานของสสปน. เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง	6.35	6.58	6.36	5.99	6.31	6.28	6.65	6.33	5.80	6.61	6.28	6.63
○ การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency) เกิดผลงานเป็นรูปธรรม เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน	6.35	6.57	6.53	5.57	6.37	6.39	6.71	6.32	5.90	6.68	6.24	6.53
○ การเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของ สสปน. (Public Hearing)	6.34	6.56	6.52	5.97	6.34	6.30	6.63	6.31	6.00	6.43	6.15	6.49
○ การปฏิบัติงานที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเชื่อมั่น (Confidence Building) ในกระบวนการและมาตรการรับมือของ สสปน. ต่อสถานการณ์การระบาดโควิด-19	6.34	6.62	6.21	5.98	6.33	6.16	6.71	6.42	5.90	6.56	6.27	6.56
○ การให้บริการผ่านระบบงานของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐาน การดำเนินงานระดับสากล (International level) ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ อาทิ การติดตามด้วยระบบ RFS : Request For Support	6.25	6.43	6.31	5.95	6.17	6.01	6.57	6.13	5.85	6.69	6.21	6.47
○ การนำความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ มาปรับปรุงการทำงานของ สสปน. (Reflection) อย่างต่อเนื่อง	6.22	6.56	6.16	5.61	6.29	6.30	6.59	6.11	6.00	6.35	6.03	6.42

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด = 100%

REF. Q4

ผลการประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน.

ในรายละเอียดต่าง ๆ แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นค่าเฉลี่ย	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย										
		MI	Con	Ex	RO	NRO	SRO	NERO	CRO	Mega	MICE Cap	GCA
ฐาน: ทั้งหมด	*258*	*20***	*22***	*22***	*91*	*26***	*27***	*20***	*18***	*25***	*26***	*32*
สมรรถนะของบุคลากร												
○ บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส (Good Governance)	6.74	6.69	6.83	6.51	6.73	6.82	6.87	6.84	6.30	7.04	6.70	6.80
○ บุคลากรของ สสปน. เข้าใจวิธีการจัดงานอีเว้นท์ (Event Expert) ในรูปแบบ New Normal ของอุตสาหกรรมไมซ์ เป็นอย่างดี	6.67	6.79	6.69	6.42	6.66	6.82	6.83	6.64	6.18	6.84	6.70	6.77
○ บุคลากรของ สสปน. มีการรักษาปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและผู้ประกอบการไมซ์ภายใต้สถานการณ์ที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการทำงาน อาทิ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19	6.67	6.74	6.83	6.47	6.62	6.62	6.91	6.69	6.13	6.88	6.66	6.80
○ บุคลากรของ สสปน. มีความเป็นมืออาชีพ (Professionalism) ในการบริการและประสานงาน ให้กับลูกค้า/ผู้รับบริการ ทั้งผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ (Online data access) ได้อย่างรวดเร็ว	6.65	6.74	6.65	6.42	6.64	6.82	6.83	6.59	6.13	6.84	6.70	6.80
○ บุคลากรของ สสปน. มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร (Ready for Change and for New Development) ให้ทันยุคสมัย	6.66	6.69	6.79	6.47	6.67	6.89	6.87	6.74	5.96	6.88	6.59	6.71
○ บุคลากรของ สสปน. มีการปรับตัวและพร้อมรับมือกับสถานการณ์การระบาดโควิด-19	6.64	6.70	6.70	6.52	6.58	6.63	6.84	6.70	5.97	6.85	6.75	6.78
○ บุคลากรของ สสปน. สามารถให้คำแนะนำหรือรายละเอียดของระเบียบขั้นตอนและกระบวนการทำงานภายในผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ ในการประชุม (Advisory Service) ได้เป็นอย่างดี	6.61	6.74	6.65	6.42	6.58	6.66	6.87	6.54	6.07	6.92	6.55	6.68
○ บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถและทักษะที่ดีเยี่ยมในการสื่อสาร (Effective Communication Skill) กับทีมงาน และ ผู้เกี่ยวข้อง	6.56	6.74	6.69	6.24	6.54	6.66	6.76	6.59	5.96	6.72	6.51	6.74
○ บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ ได้อย่างทันท่วงที	6.55	6.59	6.60	6.15	6.57	6.66	6.83	6.54	6.07	6.80	6.66	6.55
○ บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่พร้อมต่อการผลักดันให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆ และมีความคิดสร้างสรรค์เสมอ (Innovative and Creative)	6.53	6.68	6.55	6.18	6.57	6.69	6.79	6.48	6.17	6.55	6.58	6.61
○ บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่ทำงานโดยใช้หลักความคิดแบบมีวิจารณญาณ แบบมีเหตุผล มีตรรกะที่ชัดเจนเสมอ (Critical Thinking)	6.53	6.63	6.68	6.14	6.54	6.58	6.79	6.63	6.01	6.75	6.46	6.57
○ บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาหรือจัดการกับความขัดแย้ง ในสถานการณ์ที่ซับซ้อน หรือในสถานการณ์ที่มีความคลุมเครือได้อย่างมีประสิทธิภาพ และอย่างรวดเร็ว (Conflict Management)	6.45	6.62	6.58	5.95	6.49	6.57	6.78	6.47	6.00	6.70	6.37	6.44

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด = 100%

REF. Q4

ส่วนที่ 3:

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

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

ข้อมูลสรุป SWOT ขององค์กร

S จุดแข็ง Strengths

- การทำงานที่มีประสิทธิภาพและความเป็นมืออาชีพของบุคลากรของ สสปน. ในการบริการที่สามารถตอบโจทย์แก่ผู้รับบริการ โดยเฉพาะในช่วงสถานการณ์โควิดที่เกิดขึ้น
- การปรับตัวอย่างรวดเร็วขององค์กรในการดำเนินธุรกิจที่มีความเหมาะสมและทันต่อสถานการณ์
- การเป็นองค์กรที่ซื่อสัตย์และโปร่งใส (Good Governance)

W จุดอ่อน Weakness

- แม้ว่าบุคลากรของ สสปน. จะทำงานคล้ายคลึงกับบริษัทเอกชน แต่การทำงานในองค์กรยังคงแบบระบบข้าราชการ ทำให้การดำเนินงานล่าช้า
- การนำระบบ Digital มาใช้งานแค่เฉพาะบางขั้นตอนในการดำเนินงาน
- การได้รับงบประมาณที่จำกัดจากภาครัฐ

O โอกาส Opportunity

- เศรษฐกิจไทยขยายตัวดีขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เพิ่มขึ้นหลังการผ่อนคลายมาตรการควบคุมการระบาดและมาตรการจำกัดการเดินทางระหว่างประเทศ รวมทั้งการลงทุนภาคเอกชนที่ปรับเพิ่มขึ้นสอดคล้องกับการฟื้นตัวของการผลิตภาคอุตสาหกรรม
- สถานการณ์โควิดในประเทศที่ค่อยๆ คลี่คลาย

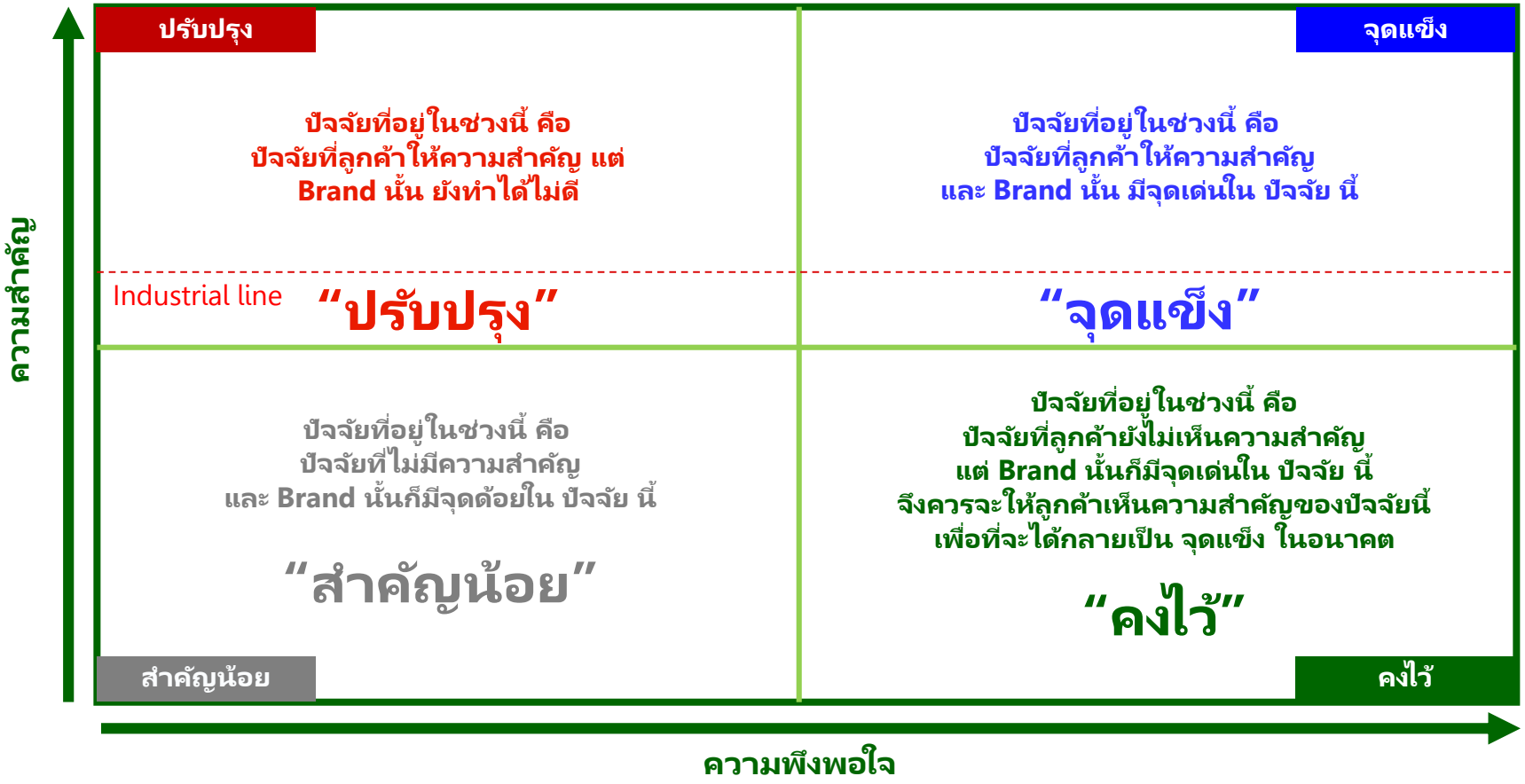
T อุปสรรค Threats

- สถานการณ์ความขัดแย้งระหว่างรัสเซียและยูเครนที่ลากยาว นำมาสู่วิกฤติราคาน้ำมันแพงและการขาดแคลนวัตถุดิบ ทำให้ประเทศต่างๆ ทั่วโลกต่างต้องเผชิญกับราคาสินค้าและบริการที่ปรับสูงขึ้น (เงินเฟ้อ)

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

Need Gap Analysis

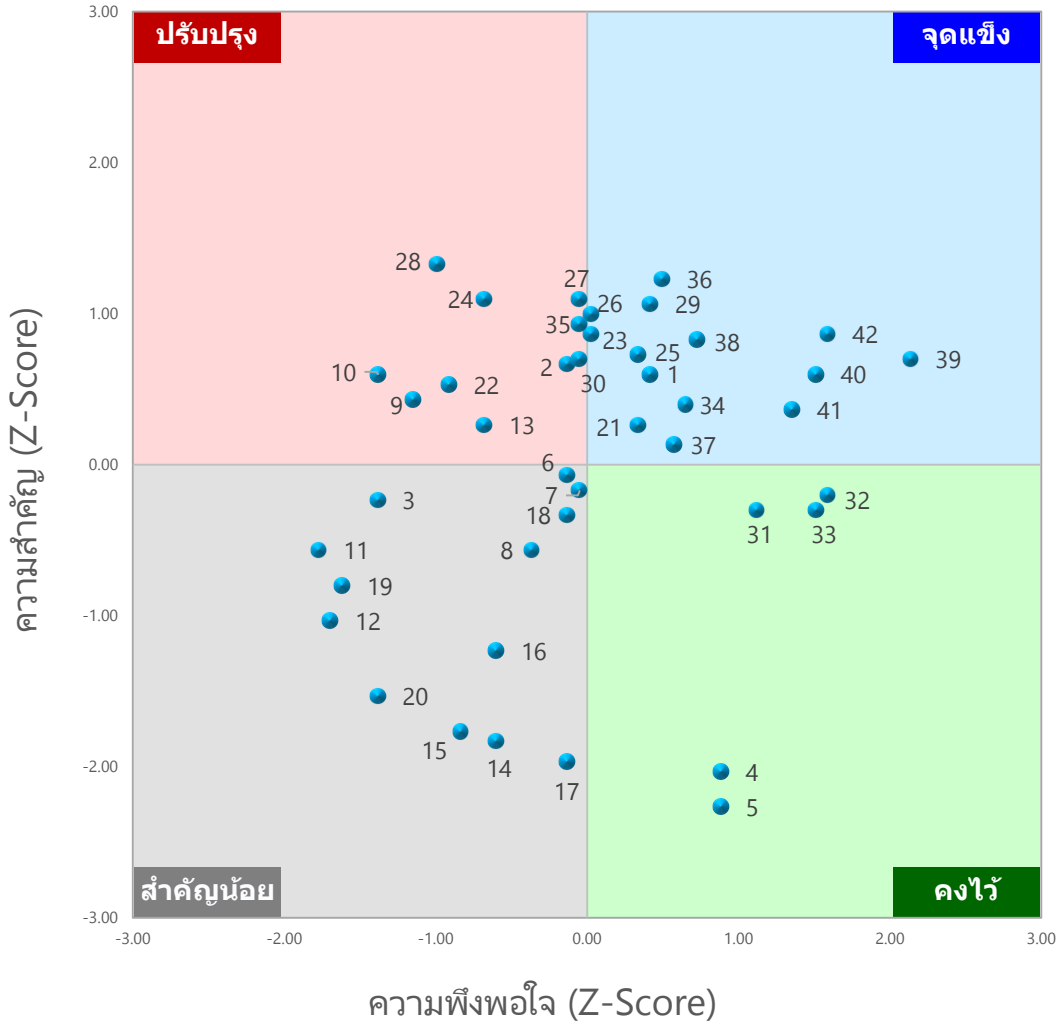
หน้าอธิบาย



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

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

การวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา
โดยรวม

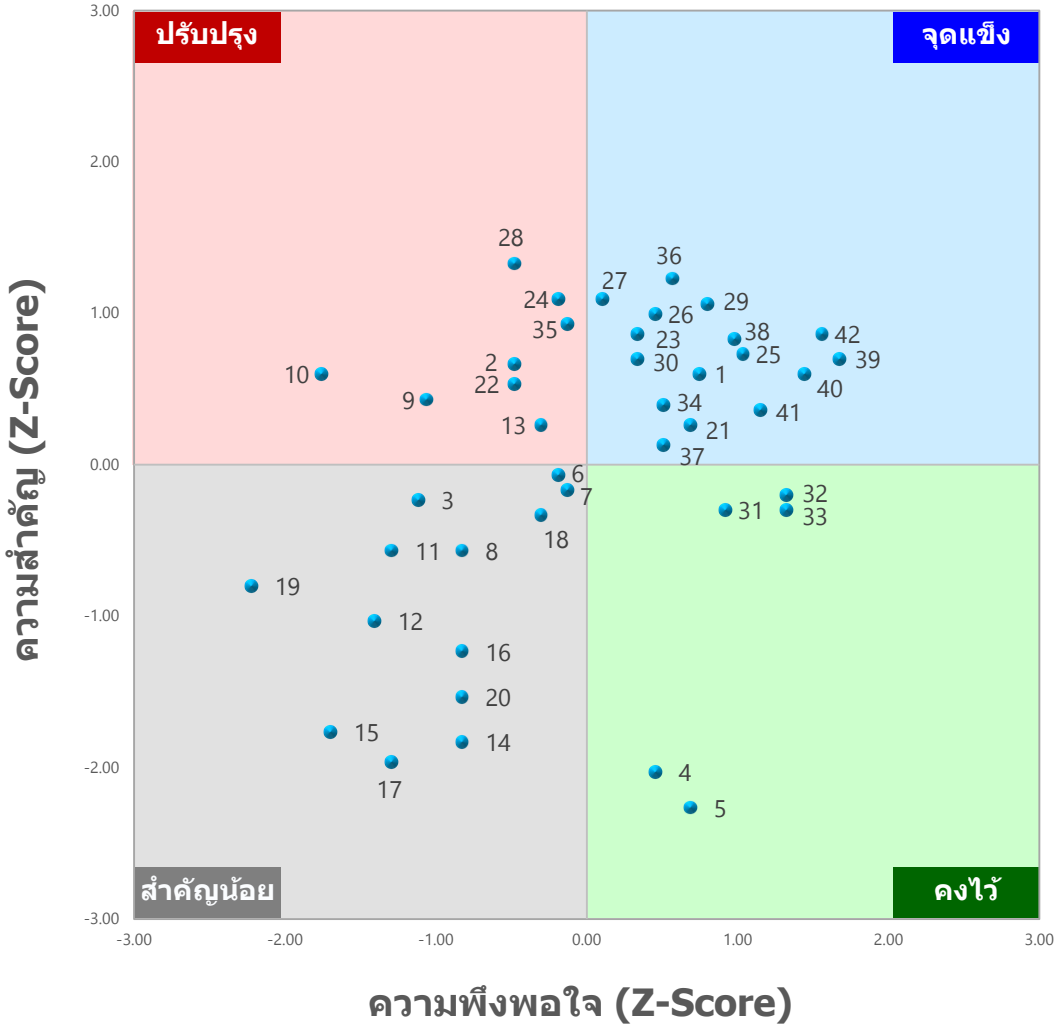


ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 258 = 100%

1. การรักษาและการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์ ให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน ด้วยการสนับสนุนในรูปแบบของการสนับสนุนทางการเงินและการสนับสนุนอื่นๆ ที่ไม่ใช่การเงิน (Non-cash incentives)
2. การกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านธุรกิจไมซ์ อย่างมีประสิทธิภาพ
3. การกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์ทั่วทุกภูมิภาค
4. การผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อม (Readiness) ในการเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับไมซ์ระดับนานาชาติ (Global MICE Destination) สามารถจัดการประชุม งานแสดงสินค้าและงานเทศกาลนานาชาติในภูมิภาคเอเชียได้
5. การผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำ (Leadership) สำหรับการเป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ระดับนานาชาติ (Global MICE Destination) รวมทั้งเป็นผู้นำด้านการประชุม งานแสดงสินค้าและงานเทศกาลนานาชาติในภูมิภาค
6. การขับเคลื่อนกิจกรรมไมซ์ให้ตรงตามความต้องการของตลาด ตามศักยภาพ และนโยบายของประเทศ
7. การผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้เป็นศูนย์กลางของอาเซียนอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
8. การสนับสนุนผู้จัดงานและผู้ประกอบการไมซ์ด้วยการให้บริการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
9. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่มีการปรับเกณฑ์ และ ปรับมาตรการที่ยืดหยุ่นมากขึ้น (Flexible) เอื้อให้ภาคธุรกิจไมซ์ปรับตัวและฟื้นตัวได้เร็วขึ้น
10. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดที่ตอบสนองความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ ช่วยฟื้นฟูธุรกิจไมซ์อย่างมีกลยุทธ์ที่ชัดเจน และ ยืดหยุ่นตามบริบทเหตุการณ์ที่เปลี่ยนไปของโลก (Resilient Recovery)
11. การจัดทำและเผยแพร่กิจกรรมไมซ์บนเว็บไซต์ Business Events Thailand และแอพพลิเคชั่น Biz Connect เพื่อช่วยให้ภาคธุรกิจไมซ์สามารถเข้าถึงรายละเอียดกิจกรรมได้อย่างอย่างสะดวก รวดเร็ว ทุกที่ ทุกเวลา
12. การประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เกี่ยวกับข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ และสถานการณ์ประเทศ ด้วยการนำเสนอที่ทันสมัยและทันเหตุการณ์ตลอดเวลาช่องทางต่าง ๆ ของ สสปน. อาทิ เว็บไซต์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์และสื่อออนไลน์อื่นๆ ได้อย่างครอบคลุม
13. การสร้างกิจกรรมไมซ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
14. การเพิ่มทักษะความรู้ให้กับผู้ประกอบการผ่านการอบรมรูปแบบต่างๆ ทั้ง ออฟไลน์ ออนไลน์ และไฮบริด ได้อย่างรวดเร็ว และ ครอบคลุม
15. การให้ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจอย่างสม่ำเสมอ เป็นประจำทุกเดือน อาทิ การอัปเดตความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมไมซ์ผ่าน แพลทฟอร์มข่าวสาร
16. การให้ความรู้ในเรื่องการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์อย่างยั่งยืน (MICE Sustainability) แก่ผู้ประกอบการ ผู้จัดงานไมซ์ ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ที่สนใจ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ถูกต้อง ครบถ้วน และเข้าใจง่าย
17. การผลักดันและสนับสนุนผู้ประกอบการและผู้จัดงานไมซ์ ผ่าน การรับรองมาตรฐานด้านการจัดงานในระดับสากล อาทิ การรับรองมาตรฐาน TMVS/AMVS เพื่อยืนยันว่าสถานที่จัดงานมีความเหมาะสม
18. การสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ ให้เทียบเท่าระดับสากล* *มาตรฐานระดับสากล คือ เครื่องมือที่นานาชาติใช้ยืนยันคุณภาพ ความปลอดภัย และประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ บริการและระบบนั้นๆ
19. การเสริมสร้างและพัฒนาบุคลากรในด้านวิชาชีพต่างๆ (Upskill, Reskill and New Skill) ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อพร้อมรับมือกับสถานการณ์ทุกรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน
20. การสร้างผลิตภัณฑ์หรือเครื่องมือในการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการไมซ์ในการดำเนินธุรกิจในอีกช่องทางหนึ่ง อาทิ การจัดงานประชุมและหรือ/การแสดงสินค้าผ่านระบบออนไลน์ หรือ การออกมาตรฐานต่างๆท
21. การเป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้เป็นอย่างดี
22. การอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุมนานาชาติ การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทยอย่างเต็มที่ อาทิ บริการ E-MICE marketplace แพลตฟอร์มตลาดผู้ซื้อผู้ขายพบกันแบบอิเล็กทรอนิกส์ ภายใต้ชื่อ Thai MICE Connect
23. การให้ความชัดเจนในนโยบายและทิศทางการดำเนินงานของสสปน. เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง
24. การให้บริการผ่านระบบงานของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐาน การดำเนินงานระดับสากล (International level) ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ อาทิ การติดตามด้วยระบบ RFS : Request For Support
25. การปฏิบัติงานที่มีความคล่องตัว (Flexibility) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐ และภาคเอกชน
26. การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency) เกิดผลงานเป็นรูปธรรม เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน
27. การเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของ สสปน. (Public Hearing)
28. การนำความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ มาปรับปรุงการทำงานของ สสปน. (Reflection) อย่างต่อเนื่อง
29. การสร้างปฏิสัมพันธ์และความเชื่อใจ (Interaction and Trust Building) อย่างต่อเนื่องให้กับผู้ประกอบการ โดยเฉพาะในสถานการณ์ฉุกเฉินในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
30. การปฏิบัติงานที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเชื่อมั่น (Confidence Building) ในกระบวนการและมาตรการรับมือของ สสปน. ต่อสถานการณ์การระบาดโควิด-19
31. บุคลากรของ สสปน. สามารถให้คำแนะนำหรือรายละเอียดของระเบียบขั้นตอนและกระบวนการทำงานภายในผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ในการประชุม (Advisory Service) ได้เป็นอย่างดี
32. บุคลากรของ สสปน. เข้าใจวิธีการจัดงานอีเวันท์ (Event Expert) ในรูปแบบ New Normal ของอุตสาหกรรมไมซ์ เป็นอย่างดี
33. บุคลากรของ สสปน. มีความเป็นมืออาชีพ (Professionalism) ในการบริการและประสานงาน ให้กับลูกค้า/ผู้รับบริการ ทั้งผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ (Online data access) ได้อย่างรวดเร็ว
34. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ ได้อย่างทันท่วงที
35. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาหรือจัดการกับความขัดแย้ง ในสถานการณ์ที่ซับซ้อน หรือในสถานการณ์ที่มีความคลุมเครือได้อย่างมีประสิทธิภาพและอย่างรวดเร็ว (Conflict Management)
36. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่ทำงานโดยใช้หลักความคิดแบบมีวิจารณญาณ แบบมีเหตุผล มีตรรกะที่ชัดเจนเสมอ (Critical Thinking)
37. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่พร้อมต่อการผลักดันให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆและมีความคิดสร้างสรรค์เสมอ (Innovative and Creative)
38. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถและทักษะที่ดีเยี่ยมในการสื่อสาร (Effective Communication Skill) กับทีมงาน และ ผู้เกี่ยวข้อง
39. บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส (Good Governance)
40. บุคลากรของ สสปน. มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร (Ready for Change and for New Development) ให้ทันยุคสมัย
41. บุคลากรของ สสปน. มีการปรับตัวและพร้อมรับมือกับสถานการณ์การระบาดโควิด-19
42. บุคลากรของ สสปน. มีการรักษาปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและผู้ประกอบการไมซ์ภายใต้สถานการณ์ที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการทำงาน อาทิ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

การวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา
สำหรับกลุ่ม MICE SUPPORTERS

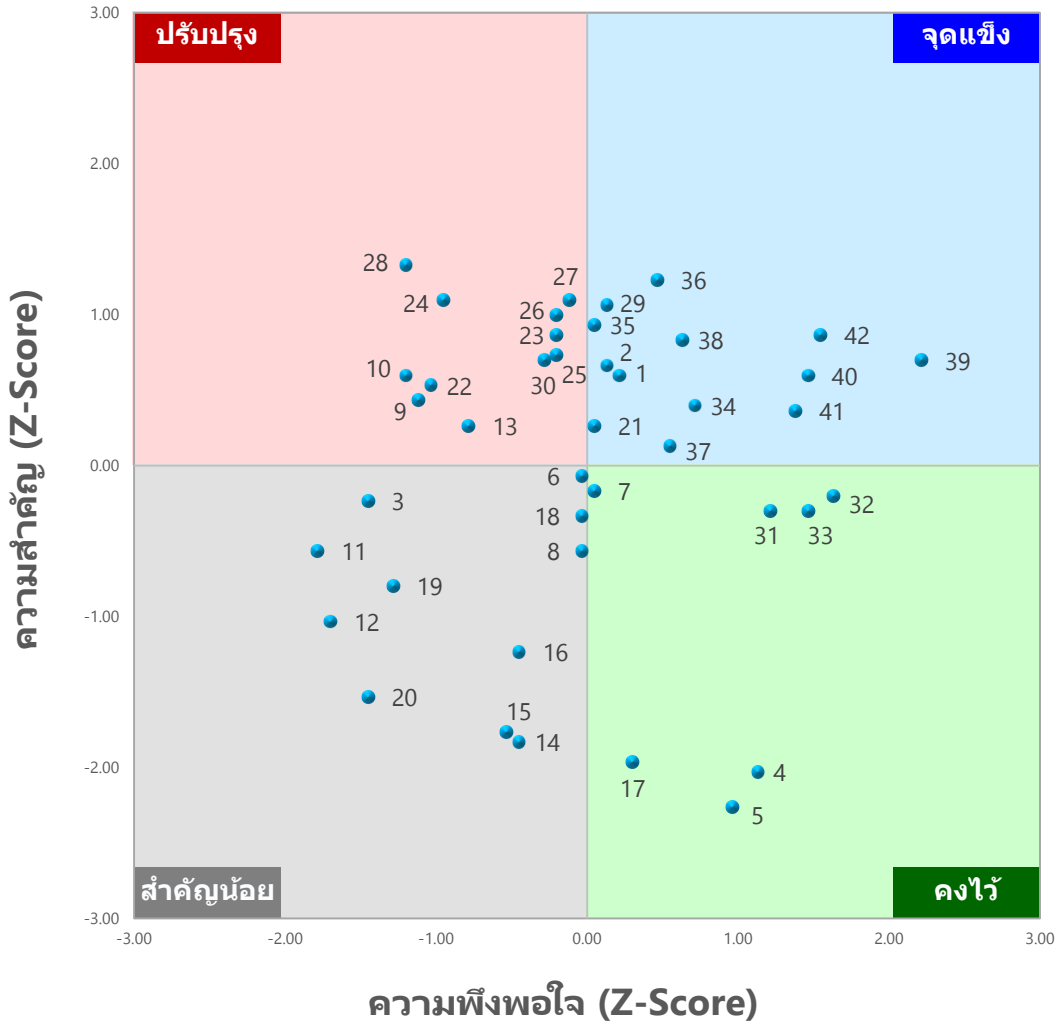


ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 258 = 100%

1. การรักษาและการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์ ให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน ด้วยการสนับสนุนในรูปแบบของการสนับสนุนทางการเงินและการสนับสนุนอื่นๆ ที่ไม่ใช่การเงิน (Non-cash incentives)
2. การกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านธุรกิจไมซ์ อย่างมีประสิทธิภาพ
3. การกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์ทั่วทุกภูมิภาค
4. การผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อม (Readiness) ในการเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับไมซ์ระดับนานาชาติ (Global MICE Destination) สามารถจัดการประชุม งานแสดงสินค้าและงานเทศกาลนานาชาติในภูมิภาคเอเชียได้
5. การผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำ (Leadership) สำหรับการเป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ระดับนานาชาติ (Global MICE Destination) รวมทั้งเป็นผู้นำด้านการประชุม งานแสดงสินค้าและงานเทศกาลนานาชาติในภูมิภาค
6. การขับเคลื่อนกิจกรรมไมซ์ให้ตรงตามความต้องการของตลาด ตามศักยภาพ และนโยบายของประเทศ
7. การผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้เป็นศูนย์กลางของอาเซียนอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
8. การสนับสนุนผู้จัดงานและผู้ประกอบการไมซ์ด้วยการให้บริการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
9. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่มีการปรับเกณฑ์ และ ปรับมาตรการที่ยืดหยุ่นมากขึ้น (Flexible) เอื้อให้ภาคธุรกิจไมซ์ปรับตัวและฟื้นตัวได้เร็วขึ้น
10. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดที่ตอบสนองความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ ช่วยฟื้นฟูธุรกิจไมซ์อย่างมีกลยุทธ์ที่ชัดเจน และ ยืดหยุ่นตามบริบทเหตุการณ์ที่เปลี่ยนไปของโลก (Resilient Recovery)
11. การจัดทำและเผยแพร่กิจกรรมไมซ์บนเว็บไซต์ Business Events Thailand และแอพพลิเคชั่น Biz Connect เพื่อช่วยให้ภาคธุรกิจไมซ์สามารถเข้าถึงรายละเอียดกิจกรรมได้อย่างอย่างสะดวก รวดเร็ว ทุกที่ ทุกเวลา
12. การประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เกี่ยวกับข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ และสถานการณ์ประเทศ ด้วยการนำเสนอที่ทันสมัยและทันเหตุการณ์ตลอดเวลาช่องทางต่าง ๆ ของ สสปน. อาทิ เว็บไซต์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์และสื่อออนไลน์อื่นๆ ได้อย่างครอบคลุม
13. การสร้างกิจกรรมไมซ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
14. การเพิ่มทักษะความรู้ให้กับผู้ประกอบการผ่านการอบรมรูปแบบต่างๆ ทั้ง ออฟไลน์ ออนไลน์ และไฮบริด ได้อย่างรวดเร็ว และ ครอบคลุม
15. การให้ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจอย่างสม่ำเสมอ เป็นประจำทุกเดือน อาทิ การอัปเดตความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมไมซ์ผ่าน แพลทฟอร์มข่าวสาร
16. การให้ความรู้ในเรื่องการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์อย่างยั่งยืน (MICE Sustainability) แก่ผู้ประกอบการ ผู้จัดงานไมซ์ ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ที่สนใจ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ถูกต้อง ครบถ้วน และ เข้าใจง่าย
17. การผลักดันและสนับสนุนผู้ประกอบการและผู้จัดงานไมซ์ ผ่าน การรับรองมาตรฐานด้านการจัดงานในระดับสากล อาทิ การรับรองมาตรฐาน TMVS/AMVS เพื่อยืนยันว่าสถานที่จัดงานมีความเหมาะสม
18. การสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ ให้เทียบเท่าระดับสากล* *มาตรฐานระดับสากล คือ เครื่องมือที่นานาชาติใช้ยืนยันคุณภาพ ความปลอดภัย และประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ บริการและระบบนั้นๆ
19. การเสริมสร้างและพัฒนาบุคลากรในด้านวิชาชีพต่างๆ (Upskill, Reskill and New Skill) ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อพร้อมรับมือกับสถานการณ์ทุกรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน
20. การสร้างผลิตภัณฑ์หรือเครื่องมือในการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการไมซ์ในการดำเนินธุรกิจในอีกช่องทางหนึ่ง อาทิ การจัดงานประชุมและหรือ/การแสดงสินค้าผ่านระบบออนไลน์ หรือ การออกมาตรฐานต่างๆท
21. การเป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้เป็นอย่างดี
22. การอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุมนานาชาติ การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทยอย่างเต็มที่ อาทิ บริการ E-MICE marketplace แพลตฟอร์มตลาดผู้ซื้อผู้ขายพบกันแบบอิเล็กทรอนิกส์ ภายใต้ชื่อ Thai MICE Connect
23. การให้ความชัดเจนในนโยบายและทิศทางการดำเนินงานของสสปน. เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง
24. การให้บริการผ่านระบบงานของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐาน การดำเนินงานระดับสากล (International level) ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ อาทิ การติดตามด้วยระบบ RFS : Request For Support
25. การปฏิบัติงานที่มีความคล่องตัว (Flexibility) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐ และภาคเอกชน
26. การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency) เกิดผลงานเป็นรูปธรรม เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน
27. การเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของ สสปน. (Public Hearing)
28. การนำความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ มาปรับปรุงการทำงานของ สสปน. (Reflection) อย่างต่อเนื่อง
29. การสร้างปฏิสัมพันธ์และความเชื่อใจ (Interaction and Trust Building) อย่างต่อเนื่องให้กับผู้ประกอบการ โดยเฉพาะในสถานการณ์ฉุกเฉินในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
30. การปฏิบัติงานที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเชื่อมั่น (Confidence Building) ในกระบวนการและมาตรการรับมือของ สสปน. ต่อสถานการณ์การระบาดโควิด-19
31. บุคลากรของ สสปน. สามารถให้คำแนะนำหรือรายละเอียดของระเบียบขั้นตอนและกระบวนการทำงานภายในผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ในการประชุม (Advisory Service) ได้เป็นอย่างดี
32. บุคลากรของ สสปน. เข้าใจวิธีการจัดงานอีเว้นท์ (Event Expert) ในรูปแบบ New Normal ของอุตสาหกรรมไมซ์ เป็นอย่างดี
33. บุคลากรของ สสปน. มีความเป็นมืออาชีพ (Professionalism) ในการบริการและประสานงาน ให้กับลูกค้า/ผู้รับบริการ ทั้งผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ (Online data access) ได้อย่างรวดเร็ว
34. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ ได้อย่างทันท่วงที
35. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาหรือจัดการกับความขัดแย้ง ในสถานการณ์ที่ซับซ้อน หรือในสถานการณ์ที่มีความคลุมเครือได้อย่างมีประสิทธิภาพและอย่างรวดเร็ว (Conflict Management)
36. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่ทำงานโดยใช้หลักความคิดแบบมีวิจารณญาณ แบบมีเหตุผล มีตรรกะที่ชัดเจนเสมอ (Critical Thinking)
37. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่พร้อมต่อการผลักดันให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆและมีความคิดสร้างสรรค์เสมอ (Innovative and Creative)
38. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถและทักษะที่ดีเยี่ยมในการสื่อสาร (Effective Communication Skill) กับทีมงาน และ ผู้เกี่ยวข้อง
39. บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส (Good Governance)
40. บุคลากรของ สสปน. มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร (Ready for Change and for New Development) ให้ทันยุคสมัย
41. บุคลากรของ สสปน. มีการปรับตัวและพร้อมรับมือกับสถานการณ์การระบาดโควิด-19
42. บุคลากรของ สสปน. มีการรักษาปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและผู้ประกอบการไมซ์ภายใต้สถานการณ์ที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการทำงาน อาทิ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

การวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา
สำหรับกลุ่ม MICE BENEFICIARIES



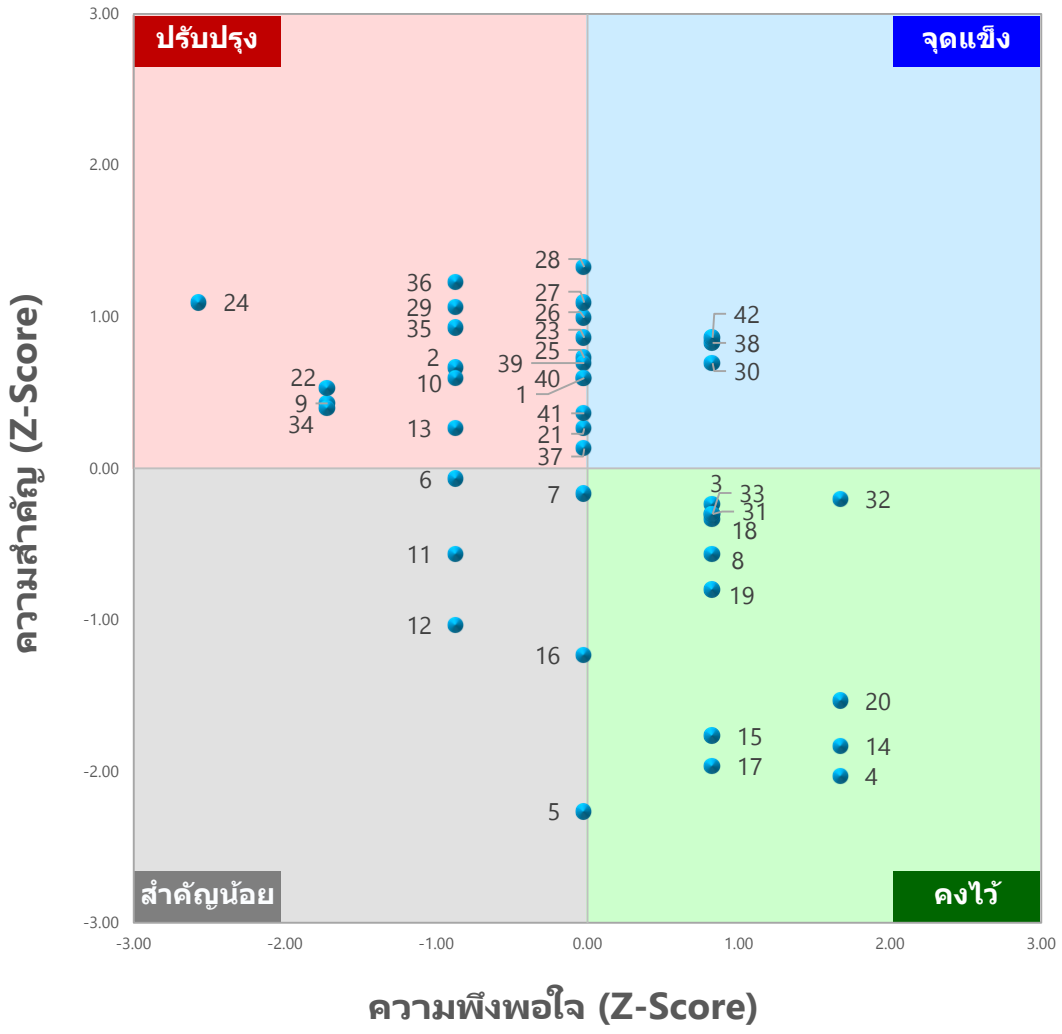
ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 258 = 100%

1. การรักษาและการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์ ให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน ด้วยการสนับสนุนในรูปแบบของการสนับสนุนทางการเงินและการสนับสนุนอื่นๆ ที่ไม่ใช่การเงิน (Non-cash incentives)
2. การกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านธุรกิจไมซ์ อย่างมีประสิทธิภาพ
3. การกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์ทั่วทุกภูมิภาค
4. การผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อม (Readiness) ในการเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับไมซ์ระดับนานาชาติ (Global MICE Destination) สามารถจัดการประชุม งานแสดงสินค้าและงานเทศกาลนานาชาติในภูมิภาคเอเชียได้
5. การผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำ (Leadership) สำหรับการเป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ระดับนานาชาติ (Global MICE Destination) รวมทั้งเป็นผู้นำด้านการประชุม งานแสดงสินค้าและงานเทศกาลนานาชาติในภูมิภาค
6. การขับเคลื่อนกิจกรรมไมซ์ให้ตรงตามความต้องการของตลาด ตามศักยภาพ และนโยบายของประเทศ
7. การผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้เป็นศูนย์กลางของอาเซียนอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
8. การสนับสนุนผู้จัดงานและผู้ประกอบการไมซ์ด้วยการให้บริการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
9. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่มีการปรับเกณฑ์ และ ปรับมาตรการที่ยืดหยุ่นมากขึ้น (Flexible) เอื้อให้ภาคธุรกิจไมซ์ปรับตัวและฟื้นตัวได้เร็วขึ้น
10. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดที่ตอบสนองความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ ช่วยฟื้นฟูธุรกิจไมซ์อย่างมีกลยุทธ์ที่ชัดเจน และ ยืดหยุ่นตามบริบทเหตุการณ์ที่เปลี่ยนไปของโลก (Resilient Recovery)
11. การจัดทำและเผยแพร่กิจกรรมไมซ์บนเว็บไซต์ Business Events Thailand และแอพพลิเคชั่น Biz Connect เพื่อช่วยให้ภาคธุรกิจไมซ์สามารถเข้าถึงรายละเอียดกิจกรรมได้อย่างอย่างสะดวก รวดเร็ว ทุกที่ ทุกเวลา
12. การประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เกี่ยวกับข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ และสถานการณ์ประเทศ ด้วยการนำเสนอที่ทันสมัยและทันเหตุการณ์ตลอดเวลาช่องทางต่าง ๆ ของ สสปน. อาทิ เว็บไซต์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์และสื่อออนไลน์อื่นๆ ได้อย่างครอบคลุม
13. การสร้างกิจกรรมไมซ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
14. การเพิ่มทักษะความรู้ให้กับผู้ประกอบการผ่านการอบรมรูปแบบต่างๆ ทั้ง ออฟไลน์ ออนไลน์ และไฮบริด ได้อย่างรวดเร็ว และ ครอบคลุม
15. การให้ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจอย่างสม่ำเสมอ เป็นประจำทุกเดือน อาทิ การอัปเดตความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมไมซ์ผ่าน แพลทฟอร์มข่าวสาร
16. การให้ความรู้ในเรื่องการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์อย่างยั่งยืน (MICE Sustainability) แก่ผู้ประกอบการ ผู้จัดงานไมซ์ ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ที่สนใจ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ถูกต้อง ครบถ้วน และ เข้าใจง่าย
17. การผลักดันและสนับสนุนผู้ประกอบการและผู้จัดงานไมซ์ ผ่าน การรับรองมาตรฐานด้านการจัดงานในระดับสากล อาทิ การรับรองมาตรฐาน TMVS/AMVS เพื่อยืนยันว่าสถานที่จัดงานมีความเหมาะสม
18. การสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ ให้เทียบเท่าระดับสากล* *มาตรฐานระดับสากล คือ เครื่องมือที่นานาชาติใช้ยืนยันคุณภาพ ความปลอดภัย และประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ บริการและระบบนั้นๆ
19. การเสริมสร้างและพัฒนาบุคลากรในด้านวิชาชีพต่างๆ (Upskill, Reskill and New Skill) ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อพร้อมรับมือกับสถานการณ์ทุกรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน
20. การสร้างผลิตภัณฑ์หรือเครื่องมือในการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการไมซ์ในการดำเนินธุรกิจในอีกช่องทางหนึ่ง อาทิ การจัดงานประชุมและหรือ/การแสดงสินค้าผ่านระบบออนไลน์ หรือ การออกมาตรฐานต่างๆท
21. การเป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้เป็นอย่างดี
22. การอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุมนานาชาติ การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทยอย่างเต็มที่ อาทิ บริการ E-MICE marketplace แพลตฟอร์มตลาดผู้ซื้อผู้ขายพบกันแบบอิเล็กทรอนิกส์ ภายใต้ชื่อ Thai MICE Connect
23. การให้ความชัดเจนในนโยบายและทิศทางการดำเนินงานของสสปน. เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง
24. การให้บริการผ่านระบบงานของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐาน การดำเนินงานระดับสากล (International level) ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ อาทิ การติดตามด้วยระบบ RFS : Request For Support
25. การปฏิบัติงานที่มีความคล่องตัว (Flexibility) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐ และภาคเอกชน
26. การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency) เกิดผลงานเป็นรูปธรรม เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน
27. การเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของ สสปน. (Public Hearing)
28. การนำความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ มาปรับปรุงการทำงานของ สสปน. (Reflection) อย่างต่อเนื่อง
29. การสร้างปฏิสัมพันธ์และความเชื่อใจ (Interaction and Trust Building) อย่างต่อเนื่องให้กับผู้ประกอบการ โดยเฉพาะในสถานการณ์ฉุกเฉินในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
30. การปฏิบัติงานที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเชื่อมั่น (Confidence Building) ในกระบวนการและมาตรการรับมือของ สสปน. ต่อสถานการณ์การระบาดโควิด-19
31. บุคลากรของ สสปน. สามารถให้คำแนะนำหรือรายละเอียดของระเบียบขั้นตอนและกระบวนการทำงานภายในผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ในการประชุม (Advisory Service) ได้เป็นอย่างดี
32. บุคลากรของ สสปน. เข้าใจวิธีการจัดงานอีเวันท์ (Event Expert) ในรูปแบบ New Normal ของอุตสาหกรรมไมซ์ เป็นอย่างดี
33. บุคลากรของ สสปน. มีความเป็นมืออาชีพ (Professionalism) ในการบริการและประสานงาน ให้กับลูกค้า/ผู้รับบริการ ทั้งผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ (Online data access) ได้อย่างรวดเร็ว
34. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ ได้อย่างทันท่วงที
35. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาหรือจัดการกับความขัดแย้ง ในสถานการณ์ที่ซับซ้อน หรือในสถานการณ์ที่มีความคลุมเครือได้อย่างมีประสิทธิภาพและอย่างรวดเร็ว (Conflict Management)
36. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่ทำงานโดยใช้หลักความคิดแบบมีวิจารณญาณ แบบมีเหตุผล มีตรรกะที่ชัดเจนเสมอ (Critical Thinking)
37. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่พร้อมต่อการผลักดันให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆและมีความคิดสร้างสรรค์เสมอ (Innovative and Creative)
38. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถและทักษะที่ดีเยี่ยมในการสื่อสาร (Effective Communication Skill) กับทีมงาน และ ผู้เกี่ยวข้อง
39. บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส (Good Governance)
40. บุคลากรของ สสปน. มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร (Ready for Change and for New Development) ให้ทันยุคสมัย
41. บุคลากรของ สสปน. มีการปรับตัวและพร้อมรับมือกับสถานการณ์การระบาดโควิด-19
42. บุคลากรของ สสปน. มีการรักษาปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและผู้ประกอบการไมซ์ภายใต้สถานการณ์ที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการทำงาน อาทิ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

การวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา

สำหรับฝ่าย MI: ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล



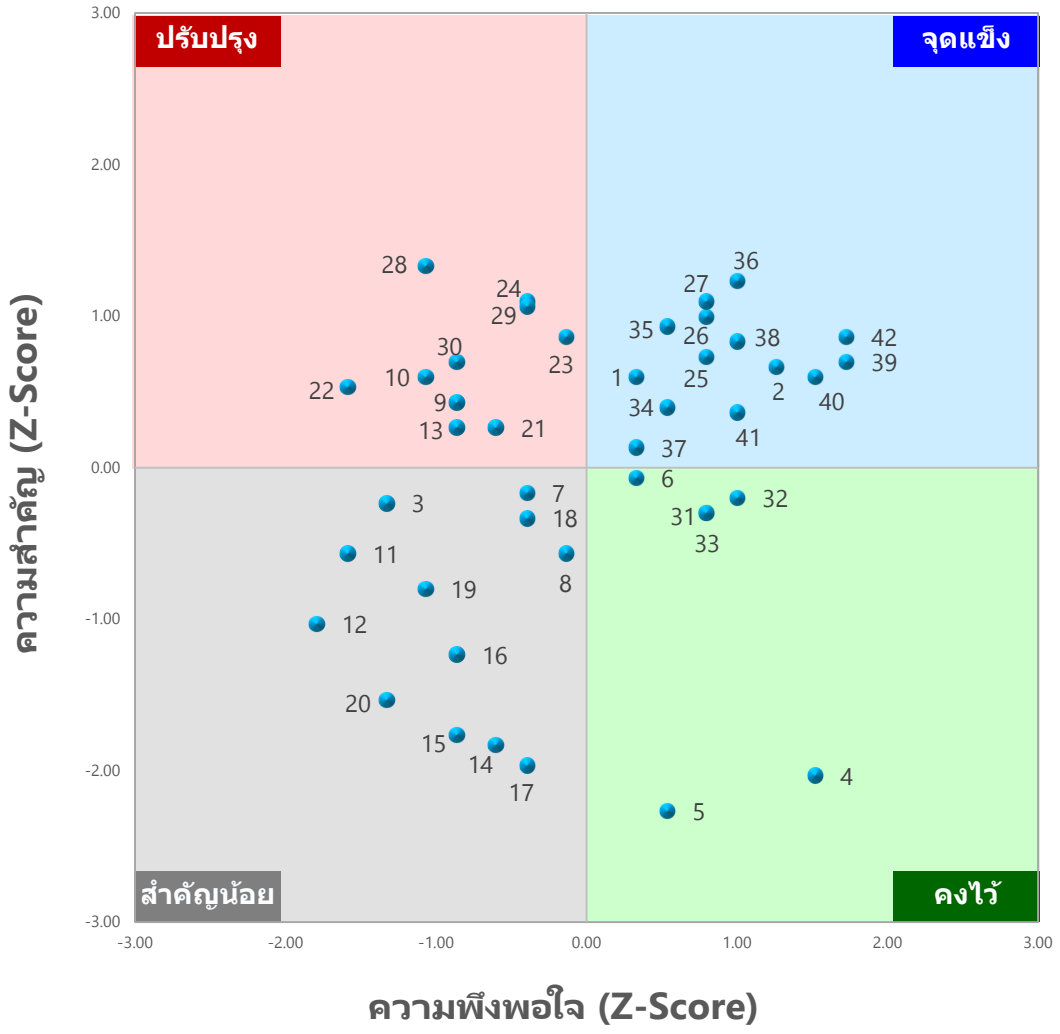
ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 20** = 100%

1. การรักษาและการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์ ให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน ด้วยการสนับสนุนในรูปแบบของการสนับสนุนทางการเงินและการสนับสนุนอื่นๆ ที่ไม่ใช่การเงิน (Non-cash incentives)
2. การกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านธุรกิจไมซ์ อย่างมีประสิทธิภาพ
3. การกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์ทั่วทุกภูมิภาค
4. การผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อม (Readiness) ในการเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับไมซ์ระดับนานาชาติ (Global MICE Destination) สามารถจัดการประชุม งานแสดงสินค้าและงานเทศกาลนานาชาติในภูมิภาคเอเชียได้
5. การผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำ (Leadership) สำหรับการเป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ระดับนานาชาติ (Global MICE Destination) รวมทั้งเป็นผู้นำด้านการประชุม งานแสดงสินค้าและงานเทศกาลนานาชาติในภูมิภาค
6. การขับเคลื่อนกิจกรรมไมซ์ให้ตรงตามความต้องการของตลาด ตามศักยภาพ และนโยบายของประเทศ
7. การผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้เป็นศูนย์กลางของอาเซียนอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
8. การสนับสนุนผู้จัดงานและผู้ประกอบการไมซ์ด้วยการให้บริการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
9. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่มีการปรับเกณฑ์ และ ปรับมาตรการที่ยืดหยุ่นมากขึ้น (Flexible) เอื้อให้ภาคธุรกิจไมซ์ปรับตัวและฟื้นตัวได้เร็วขึ้น
10. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดที่ตอบสนองความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ ช่วยฟื้นฟูธุรกิจไมซ์อย่างมีกลยุทธ์ที่ชัดเจน และ ยืดหยุ่นตามบริบทเหตุการณ์ที่เปลี่ยนไปของโลก (Resilient Recovery)
11. การจัดทำและเผยแพร่กิจกรรมไมซ์บนเว็บไซต์ Business Events Thailand และแอพพลิเคชั่น Biz Connect เพื่อช่วยให้ภาคธุรกิจไมซ์สามารถเข้าถึงรายละเอียดกิจกรรมได้อย่างอย่างสะดวก รวดเร็ว ทุกที่ ทุกเวลา
12. การประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เกี่ยวกับข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ และสถานการณ์ประเทศ ด้วยการนำเสนอที่ทันสมัยและทันเหตุการณ์ตลอดเวลาช่องทางต่าง ๆ ของ สสปน. อาทิ เว็บไซต์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์และสื่อออนไลน์อื่นๆ ได้อย่างครอบคลุม
13. การสร้างกิจกรรมไมซ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
14. การเพิ่มทักษะความรู้ให้กับผู้ประกอบการผ่านการอบรมรูปแบบต่างๆ ทั้ง ออฟไลน์ ออนไลน์ และไฮบริด ได้อย่างรวดเร็ว และ ครอบคลุม
15. การให้ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจอย่างสม่ำเสมอ เป็นประจำทุกเดือน อาทิ การอัปเดตความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมไมซ์ผ่าน แพลทฟอร์มข่าวสาร
16. การให้ความรู้ในเรื่องการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์อย่างยั่งยืน (MICE Sustainability) แก่ผู้ประกอบการ ผู้จัดงานไมซ์ ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ที่สนใจ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ถูกต้อง ครบถ้วน และ เข้าใจง่าย
17. การผลักดันและสนับสนุนผู้ประกอบการและผู้จัดงานไมซ์ ผ่าน การรับรองมาตรฐานด้านการจัดงานในระดับสากล อาทิ การรับรองมาตรฐาน TMVS/AMVS เพื่อยืนยันว่าสถานที่จัดงานมีความเหมาะสม
18. การสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ ให้เทียบเท่าระดับสากล* *มาตรฐานระดับสากล คือ เครื่องมือที่นานาชาติใช้ยืนยันคุณภาพ ความปลอดภัย และประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ บริการและระบบนั้นๆ
19. การเสริมสร้างและพัฒนาบุคลากรในด้านวิชาชีพต่างๆ (Upskill, Reskill and New Skill) ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อพร้อมรับมือกับสถานการณ์ทุกรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน
20. การสร้างผลิตภัณฑ์หรือเครื่องมือในการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการไมซ์ในการดำเนินธุรกิจในอีกช่องทางหนึ่ง อาทิ การจัดงานประชุมและหรือ/การแสดงสินค้าผ่านระบบออนไลน์ หรือ การออกมาตรฐานต่างๆท
21. การเป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้เป็นอย่างดี
22. การอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุมนานาชาติ การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทยอย่างเต็มที่ อาทิ บริการ E-MICE marketplace แพลตฟอร์มตลาดผู้ซื้อผู้ขายพบกันแบบอิเล็กทรอนิกส์ ภายใต้ชื่อ Thai MICE Connect
23. การให้ความชัดเจนในนโยบายและทิศทางการดำเนินงานของสสปน. เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง
24. การให้บริการผ่านระบบงานของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐาน การดำเนินงานระดับสากล (International level) ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ อาทิ การติดตามด้วยระบบ RFS : Request For Support
25. การปฏิบัติงานที่มีความคล่องตัว (Flexibility) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐ และภาคเอกชน
26. การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency) เกิดผลงานเป็นรูปธรรม เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน
27. การเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของ สสปน. (Public Hearing)
28. การนำความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ มาปรับปรุงการทำงานของ สสปน. (Reflection) อย่างต่อเนื่อง
29. การสร้างปฏิสัมพันธ์และความเชื่อใจ (Interaction and Trust Building) อย่างต่อเนื่องให้กับผู้ประกอบการ โดยเฉพาะในสถานการณ์ฉุกเฉินในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
30. การปฏิบัติงานที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเชื่อมั่น (Confidence Building) ในกระบวนการและมาตรการรับมือของ สสปน. ต่อสถานการณ์การระบาดโควิด-19
31. บุคลากรของ สสปน. สามารถให้คำแนะนำหรือรายละเอียดของระเบียบขั้นตอนและกระบวนการทำงานภายในผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ในการประชุม (Advisory Service) ได้เป็นอย่างดี
32. บุคลากรของ สสปน. เข้าใจวิธีการจัดงานอีเวนท์ (Event Expert) ในรูปแบบ New Normal ของอุตสาหกรรมไมซ์ เป็นอย่างดี
33. บุคลากรของ สสปน. มีความเป็นมืออาชีพ (Professionalism) ในการบริการและประสานงาน ให้กับลูกค้า/ผู้รับบริการ ทั้งผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ (Online data access) ได้อย่างรวดเร็ว
34. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ ได้อย่างทันท่วงที
35. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาหรือจัดการกับความขัดแย้ง ในสถานการณ์ที่ซับซ้อน หรือในสถานการณ์ที่มีความคลุมเครือได้อย่างมีประสิทธิภาพและอย่างรวดเร็ว (Conflict Management)
36. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่ทำงานโดยใช้หลักความคิดแบบมีวิจารณญาณ แบบมีเหตุผล มีตรรกะที่ชัดเจนเสมอ (Critical Thinking)
37. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่พร้อมต่อการผลักดันให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆและมีความคิดสร้างสรรค์เสมอ (Innovative and Creative)
38. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถและทักษะที่ดีเยี่ยมในการสื่อสาร (Effective Communication Skill) กับทีมงาน และ ผู้เกี่ยวข้อง
39. บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส (Good Governance)
40. บุคลากรของ สสปน. มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร (Ready for Change and for New Development) ให้ทันยุคสมัย
41. บุคลากรของ สสปน. มีการปรับตัวและพร้อมรับมือกับสถานการณ์การระบาดโควิด-19
42. บุคลากรของ สสปน. มีการรักษาปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและผู้ประกอบการไมซ์ภายใต้สถานการณ์ที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการทำงาน อาทิ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

การวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา

สำหรับฝ่าย Con: ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ



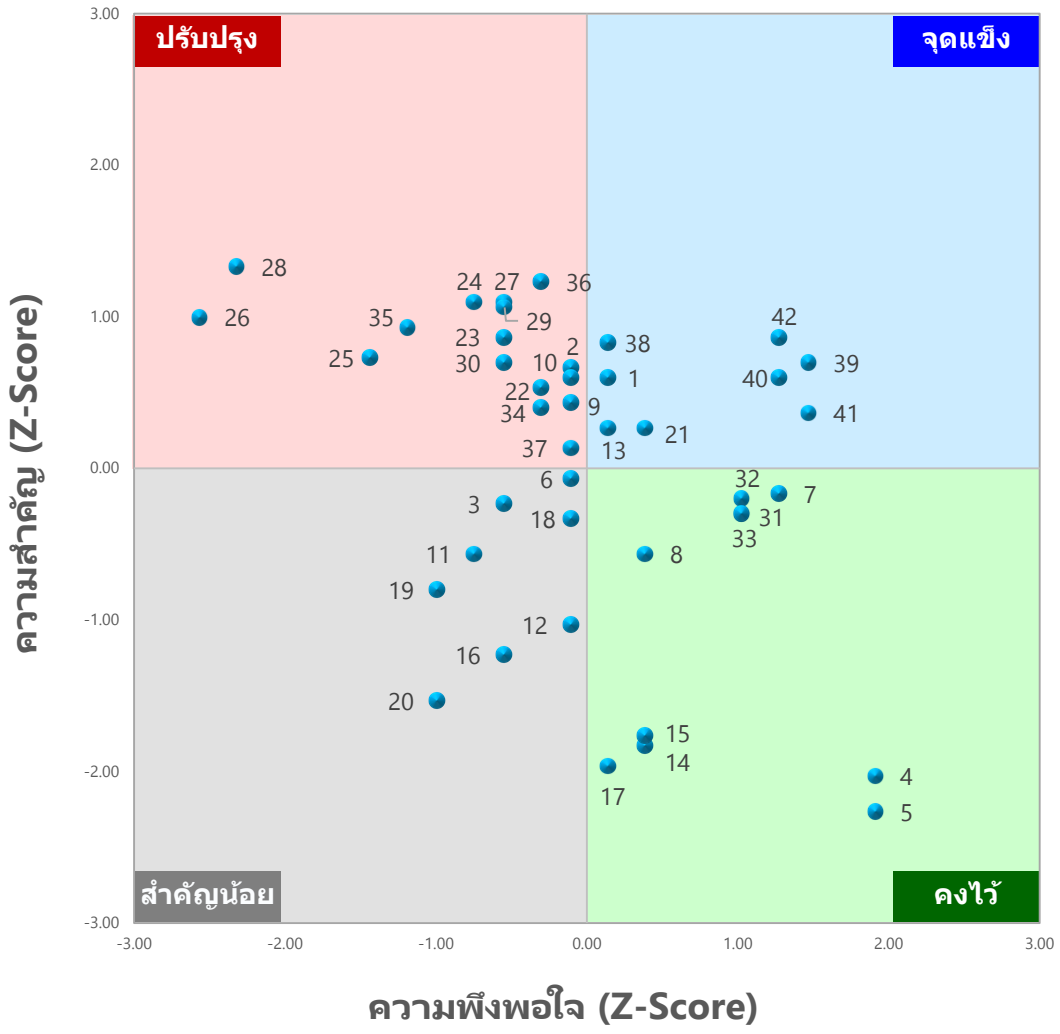
ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 22** = 100%

1. การรักษาและการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์ ให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน ด้วยการสนับสนุนในรูปแบบของการสนับสนุนทางการเงินและการสนับสนุนอื่นๆ ที่ไม่ใช่การเงิน (Non-cash incentives)
2. การกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านธุรกิจไมซ์ อย่างมีประสิทธิภาพ
3. การกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์ทั่วทุกภูมิภาค
4. การผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อม (Readiness) ในการเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับไมซ์ระดับนานาชาติ (Global MICE Destination) สามารถจัดการประชุม งานแสดงสินค้าและงานเทศกาลนานาชาติในภูมิภาคเอเชียได้
5. การผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำ (Leadership) สำหรับการเป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ระดับนานาชาติ (Global MICE Destination) รวมทั้งเป็นผู้นำด้านการประชุม งานแสดงสินค้าและงานเทศกาลนานาชาติในภูมิภาค
6. การขับเคลื่อนกิจกรรมไมซ์ให้ตรงตามความต้องการของตลาด ตามศักยภาพ และนโยบายของประเทศ
7. การผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้เป็นศูนย์กลางของอาเซียนอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
8. การสนับสนุนผู้จัดงานและผู้ประกอบการไมซ์ด้วยการให้บริการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
9. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่มีการปรับเกณฑ์ และ ปรับมาตรการที่ยืดหยุ่นมากขึ้น (Flexible) เอื้อให้ภาคธุรกิจไมซ์ปรับตัวและฟื้นตัวได้เร็วขึ้น
10. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดที่ตอบสนองความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ ช่วยฟื้นฟูธุรกิจไมซ์อย่างมีกลยุทธ์ที่ชัดเจน และ ยืดหยุ่นตามบริบทเหตุการณ์ที่เปลี่ยนไปของโลก (Resilient Recovery)
11. การจัดทำและเผยแพร่กิจกรรมไมซ์บนเว็บไซต์ Business Events Thailand และแอพพลิเคชั่น Biz Connect เพื่อช่วยให้ภาคธุรกิจไมซ์สามารถเข้าถึงรายละเอียดกิจกรรมได้อย่างอย่างสะดวก รวดเร็ว ทุกที่ ทุกเวลา
12. การประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เกี่ยวกับข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ และสถานการณ์ประเทศ ด้วยการนำเสนอที่ทันสมัยและทันเหตุการณ์ตลอดเวลาช่องทางต่าง ๆ ของ สสปน. อาทิ เว็บไซต์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์และสื่อออนไลน์อื่นๆ ได้อย่างครอบคลุม
13. การสร้างกิจกรรมไมซ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
14. การเพิ่มทักษะความรู้ให้กับผู้ประกอบการผ่านการอบรมรูปแบบต่างๆ ทั้ง ออฟไลน์ ออนไลน์ และไฮบริด ได้อย่างรวดเร็ว และ ครอบคลุม
15. การให้ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจอย่างสม่ำเสมอ เป็นประจำทุกเดือน อาทิ การอัปเดตความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมไมซ์ผ่าน แพลทฟอร์มข่าวสาร
16. การให้ความรู้ในเรื่องการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์อย่างยั่งยืน (MICE Sustainability) แก่ผู้ประกอบการ ผู้จัดงานไมซ์ ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ที่สนใจ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ถูกต้อง ครบถ้วน และเข้าใจง่าย
17. การผลักดันและสนับสนุนผู้ประกอบการและผู้จัดงานไมซ์ ผ่าน การรับรองมาตรฐานด้านการจัดงานในระดับสากล อาทิ การรับรองมาตรฐาน TMVS/AMVS เพื่อยืนยันว่าสถานที่จัดงานมีความเหมาะสม
18. การสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ ให้เทียบเท่าระดับสากล* *มาตรฐานระดับสากล คือ เครื่องมือที่นานาชาติใช้ยืนยันคุณภาพ ความปลอดภัย และประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ บริการและระบบนั้นๆ
19. การเสริมสร้างและพัฒนาบุคลากรในด้านวิชาชีพต่างๆ (Upskill, Reskill and New Skill) ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อพร้อมรับมือกับสถานการณ์ทุกรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน
20. การสร้างผลิตภัณฑ์หรือเครื่องมือในการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการไมซ์ในการดำเนินธุรกิจในอีกช่องทางหนึ่ง อาทิ การจัดงานประชุมและหรือ/การแสดงสินค้าผ่านระบบออนไลน์ หรือ การออกมาตรฐานต่างๆท
21. การเป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้เป็นอย่างดี
22. การอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุมนานาชาติ การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทยอย่างเต็มที่ อาทิ บริการ E-MICE marketplace แพลตฟอร์มตลาดผู้ซื้อผู้ขายพบกันแบบอิเล็กทรอนิกส์ ภายใต้ชื่อ Thai MICE Connect
23. การให้ความชัดเจนในนโยบายและทิศทางการดำเนินงานของสสปน. เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง
24. การให้บริการผ่านระบบงานของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐาน การดำเนินงานระดับสากล (International level) ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ อาทิ การติดตามด้วยระบบ RFS : Request For Support
25. การปฏิบัติงานที่มีความคล่องตัว (Flexibility) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐ และภาคเอกชน
26. การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency) เกิดผลงานเป็นรูปธรรม เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน
27. การเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของ สสปน. (Public Hearing)
28. การนำความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ มาปรับปรุงการทำงานของ สสปน. (Reflection) อย่างต่อเนื่อง
29. การสร้างปฏิสัมพันธ์และความเชื่อใจ (Interaction and Trust Building) อย่างต่อเนื่องให้กับผู้ประกอบการ โดยเฉพาะในสถานการณ์ฉุกเฉินในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
30. การปฏิบัติงานที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเชื่อมั่น (Confidence Building) ในกระบวนการและมาตรการรับมือของ สสปน. ต่อสถานการณ์การระบาดโควิด-19
31. บุคลากรของ สสปน. สามารถให้คำแนะนำหรือรายละเอียดของระเบียบขั้นตอนและกระบวนการทำงานภายในผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ในการประชุม (Advisory Service) ได้เป็นอย่างดี
32. บุคลากรของ สสปน. เข้าใจวิธีการจัดงานอีเว้นท์ (Event Expert) ในรูปแบบ New Normal ของอุตสาหกรรมไมซ์ เป็นอย่างดี
33. บุคลากรของ สสปน. มีความเป็นมืออาชีพ (Professionalism) ในการบริการและประสานงาน ให้กับลูกค้า/ผู้รับบริการ ทั้งผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ (Online data access) ได้อย่างรวดเร็ว
34. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ ได้อย่างทันท่วงที
35. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาหรือจัดการกับความขัดแย้ง ในสถานการณ์ที่ซับซ้อน หรือในสถานการณ์ที่มีความคลุมเครือได้อย่างมีประสิทธิภาพและอย่างรวดเร็ว (Conflict Management)
36. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่ทำงานโดยใช้หลักความคิดแบบมีวิจารณญาณ แบบมีเหตุผล มีตรรกะที่ชัดเจนเสมอ (Critical Thinking)
37. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่พร้อมต่อการผลักดันให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆและมีความคิดสร้างสรรค์เสมอ (Innovative and Creative)
38. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถและทักษะที่ดีเยี่ยมในการสื่อสาร (Effective Communication Skill) กับทีมงาน และ ผู้เกี่ยวข้อง
39. บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส (Good Governance)
40. บุคลากรของ สสปน. มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร (Ready for Change and for New Development) ให้ทันยุคสมัย
41. บุคลากรของ สสปน. มีการปรับตัวและพร้อมรับมือกับสถานการณ์การระบาดโควิด-19
42. บุคลากรของ สสปน. มีการรักษาปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและผู้ประกอบการไมซ์ภายใต้สถานการณ์ที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการทำงาน อาทิ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

การวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา

สำหรับฝ่าย Ex: ฝ่ายอุตสาหกรรมการแสดงสินค้านานาชาติ



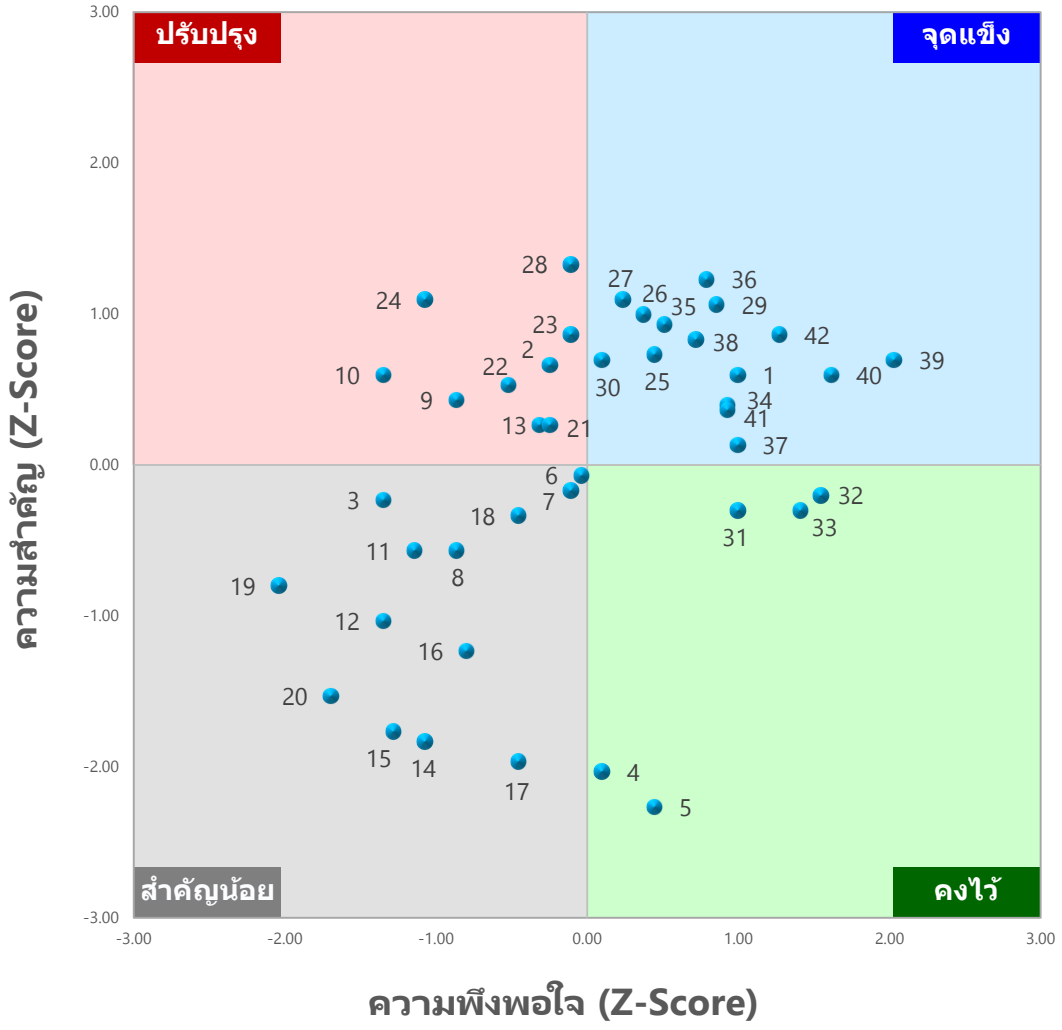
ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 22** = 100%

1. การรักษาและการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์ ให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน ด้วยการสนับสนุนในรูปแบบของการสนับสนุนทางการเงินและการสนับสนุนอื่นๆ ที่ไม่ใช่การเงิน (Non-cash incentives)
2. การกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านธุรกิจไมซ์ อย่างมีประสิทธิภาพ
3. การกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์ทั่วทุกภูมิภาค
4. การผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อม (Readiness) ในการเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับไมซ์ระดับนานาชาติ (Global MICE Destination) สามารถจัดการประชุม งานแสดงสินค้าและงานเทศกาลนานาชาติในภูมิภาคเอเชียได้
5. การผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำ (Leadership) สำหรับการเป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ระดับนานาชาติ (Global MICE Destination) รวมทั้งเป็นผู้นำด้านการประชุม งานแสดงสินค้าและงานเทศกาลนานาชาติในภูมิภาค
6. การขับเคลื่อนกิจกรรมไมซ์ให้ตรงตามความต้องการของตลาด ตามศักยภาพ และนโยบายของประเทศ
7. การผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้เป็นศูนย์กลางของอาเซียนอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
8. การสนับสนุนผู้จัดงานและผู้ประกอบการไมซ์ด้วยการให้บริการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
9. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่มีการปรับเกณฑ์ และ ปรับมาตรการที่ยืดหยุ่นมากขึ้น (Flexible) เอื้อให้ภาคธุรกิจไมซ์ปรับตัวและฟื้นตัวได้เร็วขึ้น
10. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดที่ตอบสนองความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ ช่วยฟื้นฟูธุรกิจไมซ์อย่างมีกลยุทธ์ที่ชัดเจน และ ยืดหยุ่นตามบริบทเหตุการณ์ที่เปลี่ยนไปของโลก (Resilient Recovery)
11. การจัดทำและเผยแพร่กิจกรรมไมซ์บนเว็บไซต์ Business Events Thailand และแอพพลิเคชั่น Biz Connect เพื่อช่วยให้ภาคธุรกิจไมซ์สามารถเข้าถึงรายละเอียดกิจกรรมได้อย่างอย่างสะดวก รวดเร็ว ทุกที่ ทุกเวลา
12. การประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เกี่ยวกับข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ และสถานการณ์ประเทศ ด้วยการนำเสนอที่ทันสมัยและทันเหตุการณ์ตลอดเวลาช่องทางต่าง ๆ ของ สสปน. อาทิ เว็บไซต์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์และสื่อออนไลน์อื่นๆ ได้อย่างครอบคลุม
13. การสร้างกิจกรรมไมซ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
14. การเพิ่มทักษะความรู้ให้กับผู้ประกอบการผ่านการอบรมรูปแบบต่างๆ ทั้ง ออฟไลน์ ออนไลน์ และไฮบริด ได้อย่างรวดเร็ว และ ครอบคลุม
15. การให้ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจอย่างสม่ำเสมอ เป็นประจำทุกเดือน อาทิ การอัปเดตความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมไมซ์ ผ่าน แพลทฟอร์มข่าวสาร
16. การให้ความรู้ในเรื่องการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์อย่างยั่งยืน (MICE Sustainability) แก่ผู้ประกอบการ ผู้จัดงานไมซ์ ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ที่สนใจ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ถูกต้อง ครบถ้วน และเข้าใจง่าย
17. การผลักดันและสนับสนุนผู้ประกอบการและผู้จัดงานไมซ์ ผ่าน การรับรองมาตรฐานด้านการจัดงานในระดับสากล อาทิ การรับรองมาตรฐาน TMVS/AMVS เพื่อยืนยันว่าสถานที่จัดงานมีความเหมาะสม
18. การสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ ให้เทียบเท่าระดับสากล* *มาตรฐานระดับสากล คือ เครื่องมือที่นานาชาติใช้ยืนยันคุณภาพ ความปลอดภัย และประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ บริการและระบบนั้นๆ
19. การเสริมสร้างและพัฒนาบุคลากรในด้านวิชาชีพต่างๆ (Upskill, Reskill and New Skill) ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อพร้อมรับมือกับสถานการณ์ทุกรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน
20. การสร้างผลิตภัณฑ์หรือเครื่องมือในการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการไมซ์ในการดำเนินธุรกิจในอีกช่องทางหนึ่ง อาทิ การจัดงานประชุมและหรือ/การแสดงสินค้าผ่านระบบออนไลน์ หรือ การออกมาตรฐานต่างๆท
21. การเป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้เป็นอย่างดี
22. การอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุมนานาชาติ การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทยอย่างเต็มที่ อาทิ บริการ E-MICE marketplace แพลตฟอร์มตลาดผู้ซื้อผู้ขายพบกันแบบอิเล็กทรอนิกส์ ภายใต้ชื่อ Thai MICE Connect
23. การให้ความชัดเจนในนโยบายและทิศทางการดำเนินงานของสสปน. เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง
24. การให้บริการผ่านระบบงานของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐาน การดำเนินงานระดับสากล (International level) ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ อาทิ การติดตามด้วยระบบ RFS : Request For Support
25. การปฏิบัติงานที่มีความคล่องตัว (Flexibility) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐ และภาคเอกชน
26. การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency) เกิดผลงานเป็นรูปธรรม เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน
27. การเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของ สสปน. (Public Hearing)
28. การนำความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ มาปรับปรุงการทำงานของ สสปน. (Reflection) อย่างต่อเนื่อง
29. การสร้างปฏิสัมพันธ์และความเชื่อใจ (Interaction and Trust Building) อย่างต่อเนื่องให้กับผู้ประกอบการ โดยเฉพาะในสถานการณ์ฉุกเฉินในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
30. การปฏิบัติงานที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเชื่อมั่น (Confidence Building) ในกระบวนการและมาตรการรับมือของ สสปน. ต่อสถานการณ์การระบาดโควิด-19
31. บุคลากรของ สสปน. สามารถให้คำแนะนำหรือรายละเอียดของระเบียบขั้นตอนและกระบวนการทำงานภายในผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ในการประชุม (Advisory Service) ได้เป็นอย่างดี
32. บุคลากรของ สสปน. เข้าใจวิธีการจัดงานอีเวนท์ (Event Expert) ในรูปแบบ New Normal ของอุตสาหกรรมไมซ์ เป็นอย่างดี
33. บุคลากรของ สสปน. มีความเป็นมืออาชีพ (Professionalism) ในการบริการและประสานงาน ให้กับลูกค้า/ผู้รับบริการ ทั้งผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ (Online data access) ได้อย่างรวดเร็ว
34. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ ได้อย่างทันท่วงที
35. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาหรือจัดการกับความขัดแย้ง ในสถานการณ์ที่ซับซ้อน หรือในสถานการณ์ที่มีความคลุมเครือได้อย่างมีประสิทธิภาพ และอย่างรวดเร็ว (Conflict Management)
36. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่ทำงานโดยใช้หลักความคิดแบบมีวิจารณญาณ แบบมีเหตุผล มีตรรกะที่ชัดเจนเสมอ (Critical Thinking)
37. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่พร้อมต่อการผลักดันให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆและมีความคิดสร้างสรรค์เสมอ (Innovative and Creative)
38. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถและทักษะที่ดีเยี่ยมในการสื่อสาร (Effective Communication Skill) กับทีมงาน และ ผู้เกี่ยวข้อง
39. บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส (Good Governance)
40. บุคลากรของ สสปน. มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร (Ready for Change and for New Development) ให้ทันยุคสมัย
41. บุคลากรของ สสปน. มีการปรับตัวและพร้อมรับมือกับสถานการณ์การระบาดโควิด-19
42. บุคลากรของ สสปน. มีการรักษาปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและผู้ประกอบการไมซ์ภายใต้สถานการณ์ที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการทำงาน อาทิ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

การวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา

สำหรับฝ่าย RO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (ภูมิภาค)



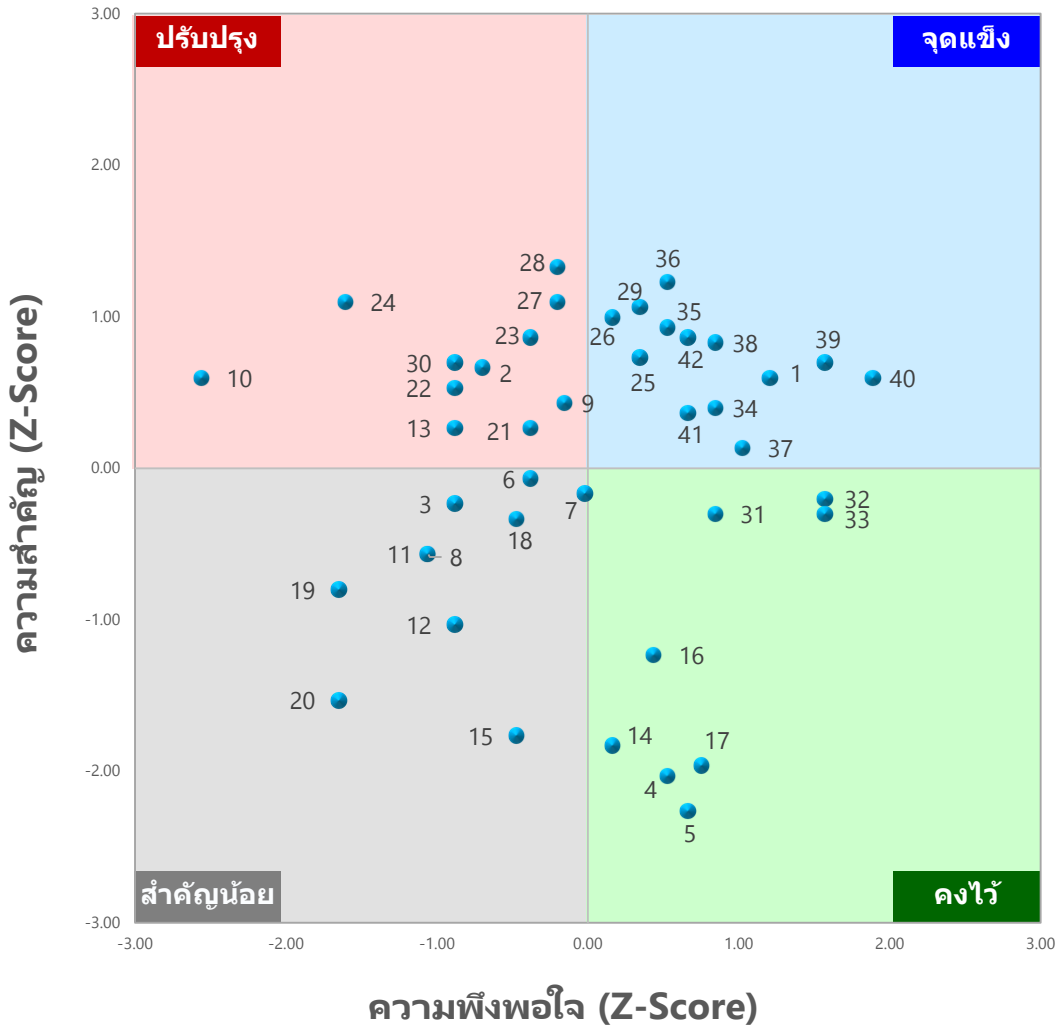
ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 91 = 100%

1. การรักษาและการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์ ให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน ด้วยการสนับสนุนในรูปแบบของการสนับสนุนทางการเงินและการสนับสนุนอื่นๆ ที่ไม่ใช่การเงิน (Non-cash incentives)
2. การกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านธุรกิจไมซ์ อย่างมีประสิทธิภาพ
3. การกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์ทั่วทุกภูมิภาค
4. การผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อม (Readiness) ในการเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับไมซ์ระดับนานาชาติ (Global MICE Destination) สามารถจัดการประชุม งานแสดงสินค้าและงานเทศกาลนานาชาติในภูมิภาคเอเชียได้
5. การผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำ (Leadership) สำหรับการเป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ระดับนานาชาติ (Global MICE Destination) รวมทั้งเป็นผู้นำด้านการประชุม งานแสดงสินค้าและงานเทศกาลนานาชาติในภูมิภาค
6. การขับเคลื่อนกิจกรรมไมซ์ให้ตรงตามความต้องการของตลาด ตามศักยภาพ และนโยบายของประเทศ
7. การผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้เป็นศูนย์กลางของอาเซียนอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
8. การสนับสนุนผู้จัดงานและผู้ประกอบการไมซ์ด้วยการให้บริการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
9. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่มีการปรับเกณฑ์ และ ปรับมาตรการที่ยืดหยุ่นมากขึ้น (Flexible) เอื้อให้ภาคธุรกิจไมซ์ปรับตัวและฟื้นตัวได้เร็วขึ้น
10. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดที่ตอบสนองความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ ช่วยฟื้นฟูธุรกิจไมซ์อย่างมีกลยุทธ์ที่ชัดเจน และ ยืดหยุ่นตามบริบทเหตุการณ์ที่เปลี่ยนไปของโลก (Resilient Recovery)
11. การจัดทำและเผยแพร่กิจกรรมไมซ์บนเว็บไซต์ Business Events Thailand และแอพพลิเคชั่น Biz Connect เพื่อช่วยให้ภาคธุรกิจไมซ์สามารถเข้าถึงรายละเอียดกิจกรรมได้อย่างอย่างสะดวก รวดเร็ว ทุกที่ ทุกเวลา
12. การประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เกี่ยวกับข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ และสถานการณ์ประเทศ ด้วยการนำเสนอที่ทันสมัยและทันเหตุการณ์ตลอดเวลาช่องทางต่าง ๆ ของ สสปน. อาทิ เว็บไซต์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์และสื่อออนไลน์อื่นๆ ได้อย่างครอบคลุม
13. การสร้างกิจกรรมไมซ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
14. การเพิ่มทักษะความรู้ให้กับผู้ประกอบการผ่านการอบรมรูปแบบต่างๆ ทั้ง ออฟไลน์ ออนไลน์ และไฮบริด ได้อย่างรวดเร็ว และ ครอบคลุม
15. การให้ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจอย่างสม่ำเสมอ เป็นประจำทุกเดือน อาทิ การอัปเดตความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมไมซ์ผ่าน แพลทฟอร์มข่าวสาร
16. การให้ความรู้ในเรื่องการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์อย่างยั่งยืน (MICE Sustainability) แก่ผู้ประกอบการ ผู้จัดงานไมซ์ ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ที่สนใจ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ถูกต้อง ครบถ้วน และเข้าใจง่าย
17. การผลักดันและสนับสนุนผู้ประกอบการและผู้จัดงานไมซ์ ผ่าน การรับรองมาตรฐานด้านการจัดงานในระดับสากล อาทิ การรับรองมาตรฐาน TMVS/AMVS เพื่อยืนยันว่าสถานที่จัดงานมีความเหมาะสม
18. การสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ ให้เทียบเท่าระดับสากล* *มาตรฐานระดับสากล คือ เครื่องมือที่นานาชาติใช้ยืนยันคุณภาพ ความปลอดภัย และประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ บริการและระบบนั้นๆ
19. การเสริมสร้างและพัฒนาบุคลากรในด้านวิชาชีพต่างๆ (Upskill, Reskill and New Skill) ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อพร้อมรับมือกับสถานการณ์ทุกรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน
20. การสร้างผลิตภัณฑ์หรือเครื่องมือในการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการไมซ์ในการดำเนินธุรกิจในอีกช่องทางหนึ่ง อาทิ การจัดงานประชุมและหรือ/การแสดงสินค้าผ่านระบบออนไลน์ หรือ การออกมาตรฐานต่างๆท
21. การเป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้เป็นอย่างดี
22. การอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุมนานาชาติ การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทยอย่างเต็มที่ อาทิ บริการ E-MICE marketplace แพลตฟอร์มตลาดผู้ซื้อผู้ขายพบกันแบบอิเล็กทรอนิกส์ ภายใต้ชื่อ Thai MICE Connect
23. การให้ความชัดเจนในนโยบายและทิศทางการดำเนินงานของสสปน. เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง
24. การให้บริการผ่านระบบงานของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐาน การดำเนินงานระดับสากล (International level) ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ อาทิ การติดตามด้วยระบบ RFS : Request For Support
25. การปฏิบัติงานที่มีความคล่องตัว (Flexibility) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐ และภาคเอกชน
26. การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency) เกิดผลงานเป็นรูปธรรม เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน
27. การเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของ สสปน. (Public Hearing)
28. การนำความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ มาปรับปรุงการทำงานของ สสปน. (Reflection) อย่างต่อเนื่อง
29. การสร้างปฏิสัมพันธ์และความเชื่อใจ (Interaction and Trust Building) อย่างต่อเนื่องให้กับผู้ประกอบการ โดยเฉพาะในสถานการณ์ฉุกเฉินในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
30. การปฏิบัติงานที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเชื่อมั่น (Confidence Building) ในกระบวนการและมาตรการรับมือของ สสปน. ต่อสถานการณ์การระบาดโควิด-19
31. บุคลากรของ สสปน. สามารถให้คำแนะนำหรือรายละเอียดของระเบียบขั้นตอนและกระบวนการทำงานภายในผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ในการประชุม (Advisory Service) ได้เป็นอย่างดี
32. บุคลากรของ สสปน. เข้าใจวิธีการจัดงานอีเวนท์ (Event Expert) ในรูปแบบ New Normal ของอุตสาหกรรมไมซ์ เป็นอย่างดี
33. บุคลากรของ สสปน. มีความเป็นมืออาชีพ (Professionalism) ในการบริการและประสานงาน ให้กับลูกค้า/ผู้รับบริการ ทั้งผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ (Online data access) ได้อย่างรวดเร็ว
34. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ ได้อย่างทันท่วงที
35. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาหรือจัดการกับความขัดแย้ง ในสถานการณ์ที่ซับซ้อน หรือในสถานการณ์ที่มีความคลุมเครือได้อย่างมีประสิทธิภาพและอย่างรวดเร็ว (Conflict Management)
36. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่ทำงานโดยใช้หลักความคิดแบบมีวิจารณญาณ แบบมีเหตุผล มีตรรกะที่ชัดเจนเสมอ (Critical Thinking)
37. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่พร้อมต่อการผลักดันให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆและมีความคิดสร้างสรรค์เสมอ (Innovative and Creative)
38. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถและทักษะที่ดีเยี่ยมในการสื่อสาร (Effective Communication Skill) กับทีมงาน และ ผู้เกี่ยวข้อง
39. บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส (Good Governance)
40. บุคลากรของ สสปน. มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร (Ready for Change and for New Development) ให้ทันยุคสมัย
41. บุคลากรของ สสปน. มีการปรับตัวและพร้อมรับมือกับสถานการณ์การระบาดโควิด-19
42. บุคลากรของ สสปน. มีการรักษาปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและผู้ประกอบการไมซ์ภายใต้สถานการณ์ที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการทำงาน อาทิ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

การวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา

สำหรับฝ่าย NRO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ภาคเหนือ



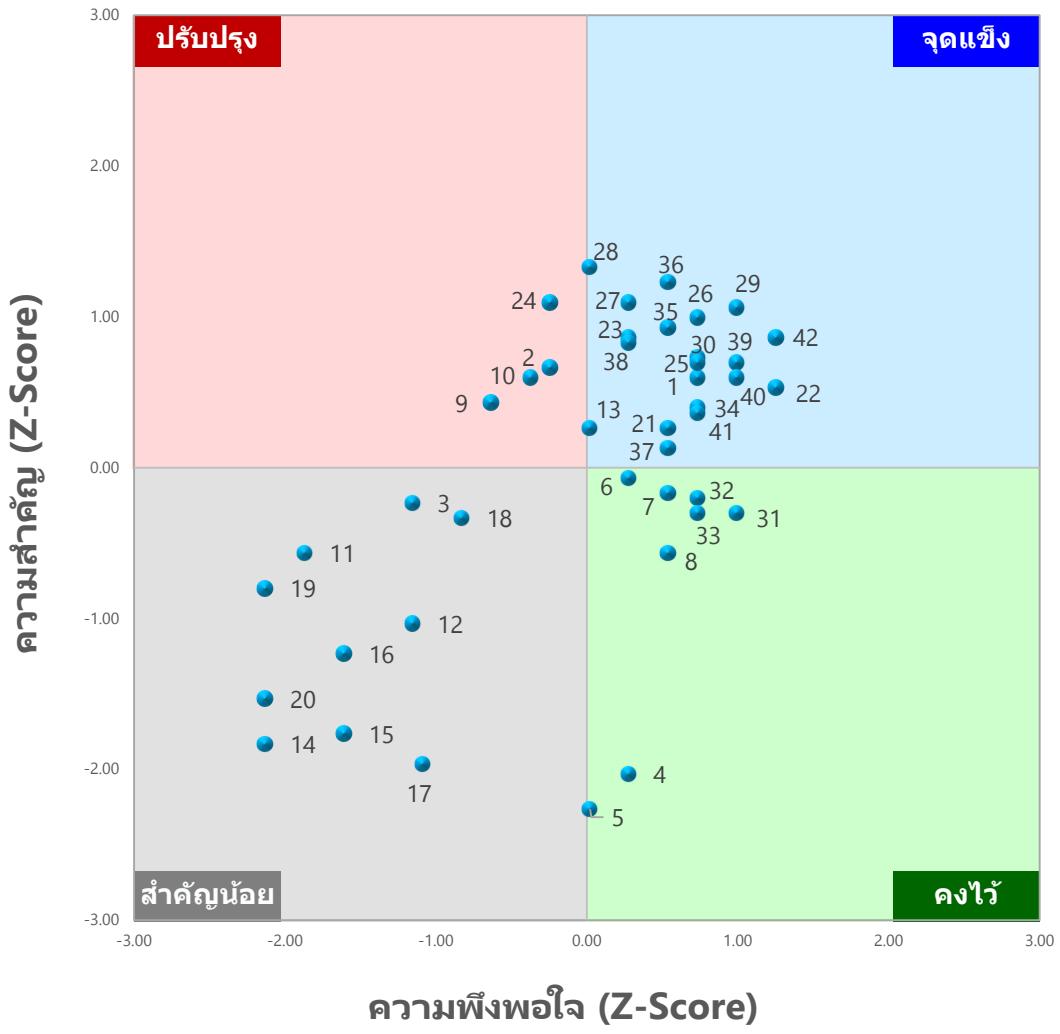
ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 26** = 100%

1. การรักษาและการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์ ให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน ด้วยการสนับสนุนในรูปแบบของการสนับสนุนทางการเงินและการสนับสนุนอื่นๆ ที่ไม่ใช่การเงิน (Non-cash incentives)
2. การกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านธุรกิจไมซ์ อย่างมีประสิทธิภาพ
3. การกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์ทั่วทุกภูมิภาค
4. การผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อม (Readiness) ในการเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับไมซ์ระดับนานาชาติ (Global MICE Destination) สามารถจัดการประชุม งานแสดงสินค้าและงานเทศกาลนานาชาติในภูมิภาคเอเชียได้
5. การผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำ (Leadership) สำหรับการเป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ระดับนานาชาติ (Global MICE Destination) รวมทั้งเป็นผู้นำด้านการประชุม งานแสดงสินค้าและงานเทศกาลนานาชาติในภูมิภาค
6. การขับเคลื่อนกิจกรรมไมซ์ให้ตรงตามความต้องการของตลาด ตามศักยภาพ และนโยบายของประเทศ
7. การผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้เป็นศูนย์กลางของอาเซียนอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
8. การสนับสนุนผู้จัดงานและผู้ประกอบการไมซ์ด้วยการให้บริการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
9. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่มีการปรับเกณฑ์ และ ปรับมาตรการที่ยืดหยุ่นมากขึ้น (Flexible) เอื้อให้ภาคธุรกิจไมซ์ปรับตัวและฟื้นตัวได้เร็วขึ้น
10. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดที่ตอบสนองความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ ช่วยฟื้นฟูธุรกิจไมซ์อย่างมีกลยุทธ์ที่ชัดเจน และ ยืดหยุ่นตามบริบทเหตุการณ์ที่เปลี่ยนไปของโลก (Resilient Recovery)
11. การจัดทำและเผยแพร่กิจกรรมไมซ์บนเว็บไซต์ Business Events Thailand และแอพพลิเคชั่น Biz Connect เพื่อช่วยให้ภาคธุรกิจไมซ์สามารถเข้าถึงรายละเอียดกิจกรรมได้อย่างอย่างสะดวก รวดเร็ว ทุกที่ ทุกเวลา
12. การประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เกี่ยวกับข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ และสถานการณ์ประเทศ ด้วยการนำเสนอที่ทันสมัยและทันเหตุการณ์ตลอดเวลาช่องทางต่าง ๆ ของ สสปน. อาทิ เว็บไซต์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์และสื่อออนไลน์อื่นๆ ได้อย่างครอบคลุม
13. การสร้างกิจกรรมไมซ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
14. การเพิ่มทักษะความรู้ให้กับผู้ประกอบการผ่านการอบรมรูปแบบต่างๆ ทั้ง ออฟไลน์ ออนไลน์ และไฮบริด ได้อย่างรวดเร็ว และ ครอบคลุม
15. การให้ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจอย่างสม่ำเสมอ เป็นประจำทุกเดือน อาทิ การอัปเดตความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมไมซ์ผ่าน แพลทฟอร์มข่าวสาร
16. การให้ความรู้ในเรื่องการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์อย่างยั่งยืน (MICE Sustainability) แก่ผู้ประกอบการ ผู้จัดงานไมซ์ ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ที่สนใจ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ถูกต้อง ครบถ้วน และเข้าใจง่าย
17. การผลักดันและสนับสนุนผู้ประกอบการและผู้จัดงานไมซ์ ผ่าน การรับรองมาตรฐานด้านการจัดงานในระดับสากล อาทิ การรับรองมาตรฐาน TMVS/AMVS เพื่อยืนยันว่าสถานที่จัดงานมีความเหมาะสม
18. การสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ ให้เทียบเท่าระดับสากล* *มาตรฐานระดับสากล คือ เครื่องมือที่นานาชาติใช้ยืนยันคุณภาพ ความปลอดภัย และประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ บริการและระบบนั้นๆ
19. การเสริมสร้างและพัฒนาบุคลากรในด้านวิชาชีพต่างๆ (Upskill, Reskill and New Skill) ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อพร้อมรับมือกับสถานการณ์ทุกรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน
20. การสร้างผลิตภัณฑ์หรือเครื่องมือในการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการไมซ์ในการดำเนินธุรกิจในอีกช่องทางหนึ่ง อาทิ การจัดงานประชุมและหรือ/การแสดงสินค้าผ่านระบบออนไลน์ หรือ การออกมาตรฐานต่างๆท
21. การเป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้เป็นอย่างดี
22. การอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุมนานาชาติ การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทยอย่างเต็มที่ อาทิ บริการ E-MICE marketplace แพลตฟอร์มตลาดผู้ซื้อผู้ขายพบกันแบบอิเล็กทรอนิกส์ ภายใต้ชื่อ Thai MICE Connect
23. การให้ความชัดเจนในนโยบายและทิศทางการดำเนินงานของสสปน. เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง
24. การให้บริการผ่านระบบงานของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐาน การดำเนินงานระดับสากล (International level) ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ อาทิ การติดตามด้วยระบบ RFS : Request For Support
25. การปฏิบัติงานที่มีความคล่องตัว (Flexibility) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐ และภาคเอกชน
26. การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency) เกิดผลงานเป็นรูปธรรม เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน
27. การเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของ สสปน. (Public Hearing)
28. การนำความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ มาปรับปรุงการทำงานของ สสปน. (Reflection) อย่างต่อเนื่อง
29. การสร้างปฏิสัมพันธ์และความเชื่อใจ (Interaction and Trust Building) อย่างต่อเนื่องให้กับผู้ประกอบการ โดยเฉพาะในสถานการณ์ฉุกเฉินในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
30. การปฏิบัติงานที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเชื่อมั่น (Confidence Building) ในกระบวนการและมาตรการรับมือของ สสปน. ต่อสถานการณ์การระบาดโควิด-19
31. บุคลากรของ สสปน. สามารถให้คำแนะนำหรือรายละเอียดของระเบียบขั้นตอนและกระบวนการทำงานภายในผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ในการประชุม (Advisory Service) ได้เป็นอย่างดี
32. บุคลากรของ สสปน. เข้าใจวิธีการจัดงานอีเวนท์ (Event Expert) ในรูปแบบ New Normal ของอุตสาหกรรมไมซ์ เป็นอย่างดี
33. บุคลากรของ สสปน. มีความเป็นมืออาชีพ (Professionalism) ในการบริการและประสานงาน ให้กับลูกค้า/ผู้รับบริการ ทั้งผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ (Online data access) ได้อย่างรวดเร็ว
34. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ ได้อย่างทันท่วงที
35. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาหรือจัดการกับความขัดแย้ง ในสถานการณ์ที่ซับซ้อน หรือในสถานการณ์ที่มีความคลุมเครือได้อย่างมีประสิทธิภาพและอย่างรวดเร็ว (Conflict Management)
36. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่ทำงานโดยใช้หลักความคิดแบบมีวิจารณญาณ แบบมีเหตุผล มีตรรกะที่ชัดเจนเสมอ (Critical Thinking)
37. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่พร้อมต่อการผลักดันให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆและมีความคิดสร้างสรรค์เสมอ (Innovative and Creative)
38. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถและทักษะที่ดีเยี่ยมในการสื่อสาร (Effective Communication Skill) กับทีมงาน และ ผู้เกี่ยวข้อง
39. บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส (Good Governance)
40. บุคลากรของ สสปน. มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร (Ready for Change and for New Development) ให้ทันยุคสมัย
41. บุคลากรของ สสปน. มีการปรับตัวและพร้อมรับมือกับสถานการณ์การระบาดโควิด-19
42. บุคลากรของ สสปน. มีการรักษาปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและผู้ประกอบการไมซ์ภายใต้สถานการณ์ที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการทำงาน อาทิ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

การวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา

สำหรับฝ่าย SRO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ภาคตะวันตกและภาคใต้



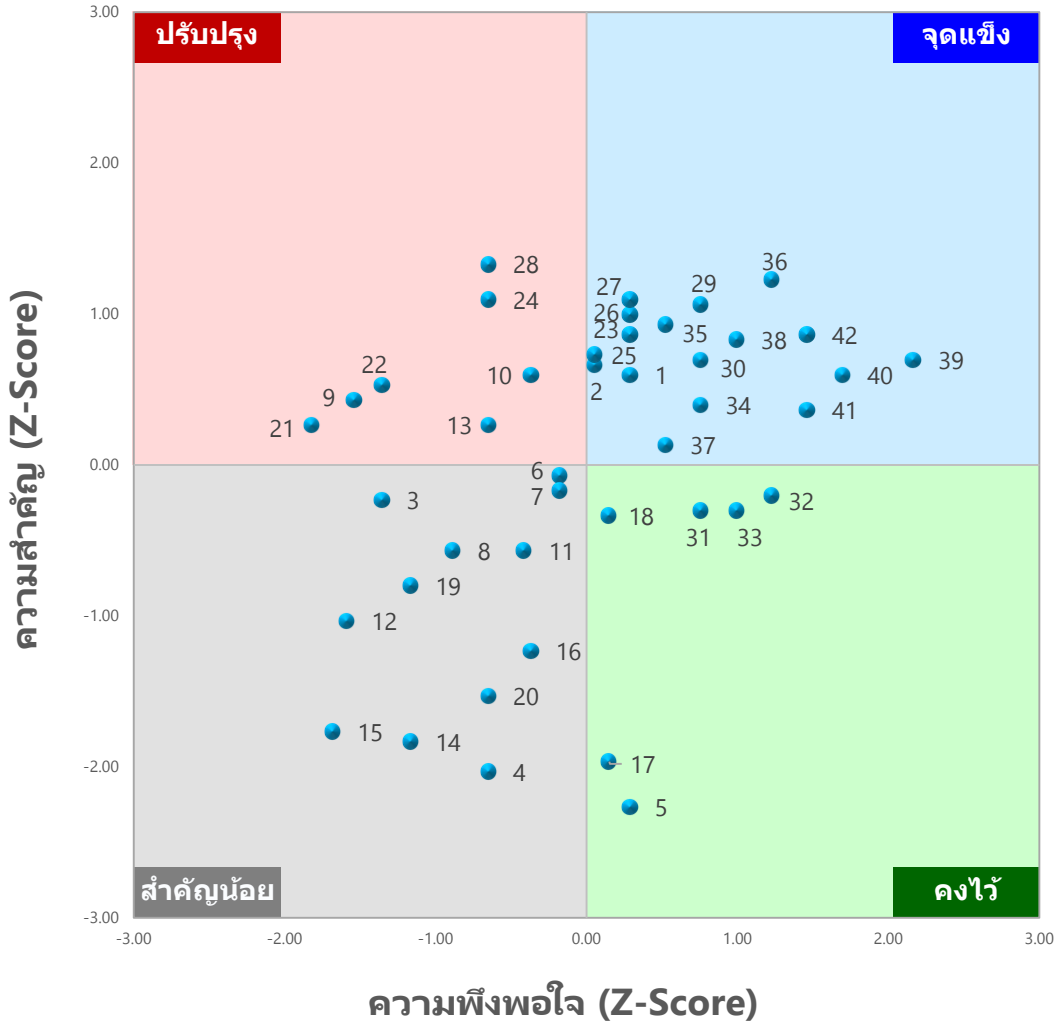
ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 27** = 100%

1. การรักษาและการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์ ให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน ด้วยการสนับสนุนในรูปแบบของการสนับสนุนทางการเงินและการสนับสนุนอื่นๆ ที่ไม่ใช่การเงิน (Non-cash incentives)
2. การกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านธุรกิจไมซ์ อย่างมีประสิทธิภาพ
3. การกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์ทั่วทุกภูมิภาค
4. การผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อม (Readiness) ในการเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับไมซ์ระดับนานาชาติ (Global MICE Destination) สามารถจัดการประชุม งานแสดงสินค้าและงานเทศกาลนานาชาติในภูมิภาคเอเชียได้
5. การผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำ (Leadership) สำหรับการเป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ระดับนานาชาติ (Global MICE Destination) รวมทั้งเป็นผู้นำด้านการประชุม งานแสดงสินค้าและงานเทศกาลนานาชาติในภูมิภาค
6. การขับเคลื่อนกิจกรรมไมซ์ให้ตรงตามความต้องการของตลาด ตามศักยภาพ และนโยบายของประเทศ
7. การผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้เป็นศูนย์กลางของอาเซียนอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
8. การสนับสนุนผู้จัดงานและผู้ประกอบการไมซ์ด้วยการให้บริการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
9. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่มีการปรับเกณฑ์ และ ปรับมาตรการที่ยืดหยุ่นมากขึ้น (Flexible) เอื้อให้ภาคธุรกิจไมซ์ปรับตัวและฟื้นตัวได้เร็วขึ้น
10. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดที่ตอบสนองความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ ช่วยฟื้นฟูธุรกิจไมซ์อย่างมีกลยุทธ์ที่ชัดเจน และ ยืดหยุ่นตามบริบทเหตุการณ์ที่เปลี่ยนไปของโลก (Resilient Recovery)
11. การจัดทำและเผยแพร่กิจกรรมไมซ์บนเว็บไซต์ Business Events Thailand และแอพพลิเคชั่น Biz Connect เพื่อช่วยให้ภาคธุรกิจไมซ์สามารถเข้าถึงรายละเอียดกิจกรรมได้อย่างอย่างสะดวก รวดเร็ว ทุกที่ ทุกเวลา
12. การประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เกี่ยวกับข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ และสถานการณ์ประเทศ ด้วยการนำเสนอที่ทันสมัยและทันเหตุการณ์ตลอดเวลาช่องทางต่าง ๆ ของ สสปน. อาทิ เว็บไซต์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์และสื่อออนไลน์อื่นๆ ได้อย่างครอบคลุม
13. การสร้างกิจกรรมไมซ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
14. การเพิ่มทักษะความรู้ให้กับผู้ประกอบการผ่านการอบรมรูปแบบต่างๆ ทั้ง ออฟไลน์ ออนไลน์ และไฮบริด ได้อย่างรวดเร็ว และ ครอบคลุม
15. การให้ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจอย่างสม่ำเสมอ เป็นประจำทุกเดือน อาทิ การอัปเดตความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมไมซ์ผ่าน แพลทฟอร์มข่าวสาร
16. การให้ความรู้ในเรื่องการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์อย่างยั่งยืน (MICE Sustainability) แก่ผู้ประกอบการ ผู้จัดงานไมซ์ ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ที่สนใจ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ถูกต้อง ครบถ้วน และเข้าใจง่าย
17. การผลักดันและสนับสนุนผู้ประกอบการและผู้จัดงานไมซ์ ผ่าน การรับรองมาตรฐานด้านการจัดงานในระดับสากล อาทิ การรับรองมาตรฐาน TMVS/AMVS เพื่อยืนยันว่าสถานที่จัดงานมีความเหมาะสม
18. การสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ ให้เทียบเท่าระดับสากล* *มาตรฐานระดับสากล คือ เครื่องมือที่นานาชาติใช้ยืนยันคุณภาพ ความปลอดภัย และประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ บริการและระบบนั้นๆ
19. การเสริมสร้างและพัฒนาบุคลากรในด้านวิชาชีพต่างๆ (Upskill, Reskill and New Skill) ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อพร้อมรับมือกับสถานการณ์ทุกรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน
20. การสร้างผลิตภัณฑ์หรือเครื่องมือในการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการไมซ์ในการดำเนินธุรกิจในอีกช่องทางหนึ่ง อาทิ การจัดงานประชุมและหรือ/การแสดงสินค้าผ่านระบบออนไลน์ หรือ การออกมาตรฐานต่างๆท
21. การเป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้เป็นอย่างดี
22. การอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุมนานาชาติ การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทยอย่างเต็มที่ อาทิ บริการ E-MICE marketplace แพลตฟอร์มตลาดผู้ซื้อผู้ขายพบกันแบบอิเล็กทรอนิกส์ ภายใต้ชื่อ Thai MICE Connect
23. การให้ความชัดเจนในนโยบายและทิศทางการดำเนินงานของสสปน. เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง
24. การให้บริการผ่านระบบงานของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐาน การดำเนินงานระดับสากล (International level) ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ อาทิ การติดตามด้วยระบบ RFS : Request For Support
25. การปฏิบัติงานที่มีความคล่องตัว (Flexibility) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐ และภาคเอกชน
26. การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency) เกิดผลงานเป็นรูปธรรม เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน
27. การเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของ สสปน. (Public Hearing)
28. การนำความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ มาปรับปรุงการทำงานของ สสปน. (Reflection) อย่างต่อเนื่อง
29. การสร้างปฏิสัมพันธ์และความเชื่อใจ (Interaction and Trust Building) อย่างต่อเนื่องให้กับผู้ประกอบการ โดยเฉพาะในสถานการณ์ฉุกเฉินในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
30. การปฏิบัติงานที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเชื่อมั่น (Confidence Building) ในกระบวนการและมาตรการรับมือของ สสปน. ต่อสถานการณ์การระบาดโควิด-19
31. บุคลากรของ สสปน. สามารถให้คำแนะนำหรือรายละเอียดของระเบียบขั้นตอนและกระบวนการทำงานภายในผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ในการประชุม (Advisory Service) ได้เป็นอย่างดี
32. บุคลากรของ สสปน. เข้าใจวิธีการจัดงานอีเวนท์ (Event Expert) ในรูปแบบ New Normal ของอุตสาหกรรมไมซ์ เป็นอย่างดี
33. บุคลากรของ สสปน. มีความเป็นมืออาชีพ (Professionalism) ในการบริการและประสานงาน ให้กับลูกค้า/ผู้รับบริการ ทั้งผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ (Online data access) ได้อย่างรวดเร็ว
34. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ ได้อย่างทันท่วงที
35. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาหรือจัดการกับความขัดแย้ง ในสถานการณ์ที่ซับซ้อน หรือในสถานการณ์ที่มีความคลุมเครือได้อย่างมีประสิทธิภาพและอย่างรวดเร็ว (Conflict Management)
36. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่ทำงานโดยใช้หลักความคิดแบบมีวิจารณญาณ แบบมีเหตุผล มีตรรกะที่ชัดเจนเสมอ (Critical Thinking)
37. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่พร้อมต่อการผลักดันให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆและมีความคิดสร้างสรรค์เสมอ (Innovative and Creative)
38. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถและทักษะที่ดีเยี่ยมในการสื่อสาร (Effective Communication Skill) กับทีมงาน และ ผู้เกี่ยวข้อง
39. บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส (Good Governance)
40. บุคลากรของ สสปน. มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร (Ready for Change and for New Development) ให้ทันยุคสมัย
41. บุคลากรของ สสปน. มีการปรับตัวและพร้อมรับมือกับสถานการณ์การระบาดโควิด-19
42. บุคลากรของ สสปน. มีการรักษาปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและผู้ประกอบการไมซ์ภายใต้สถานการณ์ที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการทำงาน อาทิ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

การวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา

สำหรับฝ่าย NERO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ



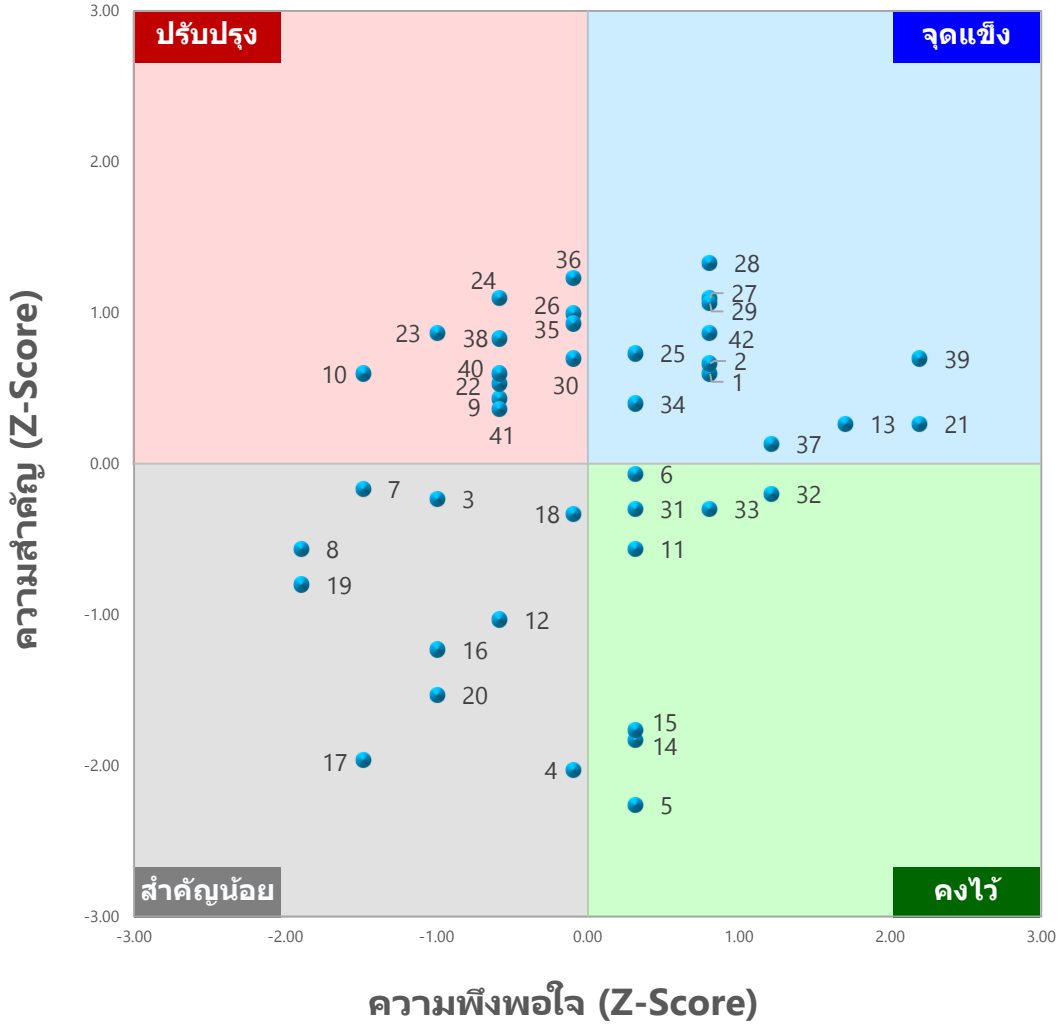
ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 20** = 100%

1. การรักษาและการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์ ให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน ด้วยการสนับสนุนในรูปแบบของการสนับสนุนทางการเงินและการสนับสนุนอื่นๆ ที่ไม่ใช่การเงิน (Non-cash incentives)
2. การกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านธุรกิจไมซ์ อย่างมีประสิทธิภาพ
3. การกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์ทั่วทุกภูมิภาค
4. การผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อม (Readiness) ในการเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับไมซ์ระดับนานาชาติ (Global MICE Destination) สามารถจัดการประชุม งานแสดงสินค้าและงานเทศกาลนานาชาติในภูมิภาคเอเชียได้
5. การผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำ (Leadership) สำหรับการเป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ระดับนานาชาติ (Global MICE Destination) รวมทั้งเป็นผู้นำด้านการประชุม งานแสดงสินค้าและงานเทศกาลนานาชาติในภูมิภาค
6. การขับเคลื่อนกิจกรรมไมซ์ให้ตรงตามความต้องการของตลาด ตามศักยภาพ และนโยบายของประเทศ
7. การผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้เป็นศูนย์กลางของอาเซียนอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
8. การสนับสนุนผู้จัดงานและผู้ประกอบการไมซ์ด้วยการให้บริการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
9. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่มีการปรับเกณฑ์ และ ปรับมาตรการที่ยืดหยุ่นมากขึ้น (Flexible) เอื้อให้ภาคธุรกิจไมซ์ปรับตัวและฟื้นตัวได้เร็วขึ้น
10. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดที่ตอบสนองความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ ช่วยฟื้นฟูธุรกิจไมซ์อย่างมีกลยุทธ์ที่ชัดเจน และ ยืดหยุ่นตามบริบทเหตุการณ์ที่เปลี่ยนไปของโลก (Resilient Recovery)
11. การจัดทำและเผยแพร่กิจกรรมไมซ์บนเว็บไซต์ Business Events Thailand และแอพพลิเคชั่น Biz Connect เพื่อช่วยให้ภาคธุรกิจไมซ์สามารถเข้าถึงรายละเอียดกิจกรรมได้อย่างอย่างสะดวก รวดเร็ว ทุกที่ ทุกเวลา
12. การประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เกี่ยวกับข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ และสถานการณ์ประเทศ ด้วยการนำเสนอที่ทันสมัยและทันเหตุการณ์ตลอดเวลาช่องทางต่าง ๆ ของ สสปน. อาทิ เว็บไซต์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์และสื่อออนไลน์อื่นๆ ได้อย่างครอบคลุม
13. การสร้างกิจกรรมไมซ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
14. การเพิ่มทักษะความรู้ให้กับผู้ประกอบการผ่านการอบรมรูปแบบต่างๆ ทั้ง ออฟไลน์ ออนไลน์ และไฮบริด ได้อย่างรวดเร็ว และ ครอบคลุม
15. การให้ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจอย่างสม่ำเสมอ เป็นประจำทุกเดือน อาทิ การอัปเดตความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมไมซ์ผ่าน แพลทฟอร์มข่าวสาร
16. การให้ความรู้ในเรื่องการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์อย่างยั่งยืน (MICE Sustainability) แก่ผู้ประกอบการ ผู้จัดงานไมซ์ ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ที่สนใจ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ถูกต้อง ครบถ้วน และเข้าใจง่าย
17. การผลักดันและสนับสนุนผู้ประกอบการและผู้จัดงานไมซ์ ผ่าน การรับรองมาตรฐานด้านการจัดงานในระดับสากล อาทิ การรับรองมาตรฐาน TMVS/AMVS เพื่อยืนยันว่าสถานที่จัดงานมีความเหมาะสม
18. การสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ ให้เทียบเท่าระดับสากล* *มาตรฐานระดับสากล คือ เครื่องมือที่นานาชาติใช้ยืนยันคุณภาพ ความปลอดภัย และประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ บริการและระบบนั้นๆ
19. การเสริมสร้างและพัฒนาบุคลากรในด้านวิชาชีพต่างๆ (Upskill, Reskill and New Skill) ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อพร้อมรับมือกับสถานการณ์ทุกรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน
20. การสร้างผลิตภัณฑ์หรือเครื่องมือในการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการไมซ์ในการดำเนินธุรกิจในอีกช่องทางหนึ่ง อาทิ การจัดงานประชุมและหรือ/การแสดงสินค้าผ่านระบบออนไลน์ หรือ การออกมาตรฐานต่างๆท
21. การเป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้เป็นอย่างดี
22. การอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุมนานาชาติ การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทยอย่างเต็มที่ อาทิ บริการ E-MICE marketplace แพลตฟอร์มตลาดผู้ซื้อผู้ขายพบกันแบบอิเล็กทรอนิกส์ ภายใต้ชื่อ Thai MICE Connect
23. การให้ความชัดเจนในนโยบายและทิศทางการดำเนินงานของสสปน. เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง
24. การให้บริการผ่านระบบงานของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐาน การดำเนินงานระดับสากล (International level) ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ อาทิ การติดตามด้วยระบบ RFS : Request For Support
25. การปฏิบัติงานที่มีความคล่องตัว (Flexibility) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐ และภาคเอกชน
26. การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency) เกิดผลงานเป็นรูปธรรม เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน
27. การเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของ สสปน. (Public Hearing)
28. การนำความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ มาปรับปรุงการทำงานของ สสปน. (Reflection) อย่างต่อเนื่อง
29. การสร้างปฏิสัมพันธ์และความเชื่อใจ (Interaction and Trust Building) อย่างต่อเนื่องให้กับผู้ประกอบการ โดยเฉพาะในสถานการณ์ฉุกเฉินในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
30. การปฏิบัติงานที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเชื่อมั่น (Confidence Building) ในกระบวนการและมาตรการรับมือของ สสปน. ต่อสถานการณ์การระบาดโควิด-19
31. บุคลากรของ สสปน. สามารถให้คำแนะนำหรือรายละเอียดของระเบียบขั้นตอนและกระบวนการทำงานภายในผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ในการประชุม (Advisory Service) ได้เป็นอย่างดี
32. บุคลากรของ สสปน. เข้าใจวิธีการจัดงานอีเวนท์ (Event Expert) ในรูปแบบ New Normal ของอุตสาหกรรมไมซ์ เป็นอย่างดี
33. บุคลากรของ สสปน. มีความเป็นมืออาชีพ (Professionalism) ในการบริการและประสานงาน ให้กับลูกค้า/ผู้รับบริการ ทั้งผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ (Online data access) ได้อย่างรวดเร็ว
34. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ ได้อย่างทันท่วงที
35. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาหรือจัดการกับความขัดแย้ง ในสถานการณ์ที่ซับซ้อน หรือในสถานการณ์ที่มีความคลุมเครือได้อย่างมีประสิทธิภาพและอย่างรวดเร็ว (Conflict Management)
36. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่ทำงานโดยใช้หลักความคิดแบบมีวิจารณญาณ แบบมีเหตุผล มีตรรกะที่ชัดเจนเสมอ (Critical Thinking)
37. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่พร้อมต่อการผลักดันให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆและมีความคิดสร้างสรรค์เสมอ (Innovative and Creative)
38. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถและทักษะที่ดีเยี่ยมในการสื่อสาร (Effective Communication Skill) กับทีมงาน และ ผู้เกี่ยวข้อง
39. บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส (Good Governance)
40. บุคลากรของ สสปน. มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร (Ready for Change and for New Development) ให้ทันยุคสมัย
41. บุคลากรของ สสปน. มีการปรับตัวและพร้อมรับมือกับสถานการณ์การระบาดโควิด-19
42. บุคลากรของ สสปน. มีการรักษาปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและผู้ประกอบการไมซ์ภายใต้สถานการณ์ที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการทำงาน อาทิ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

การวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา

สำหรับฝ่าย CRO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ภาคกลางและภาคตะวันออก



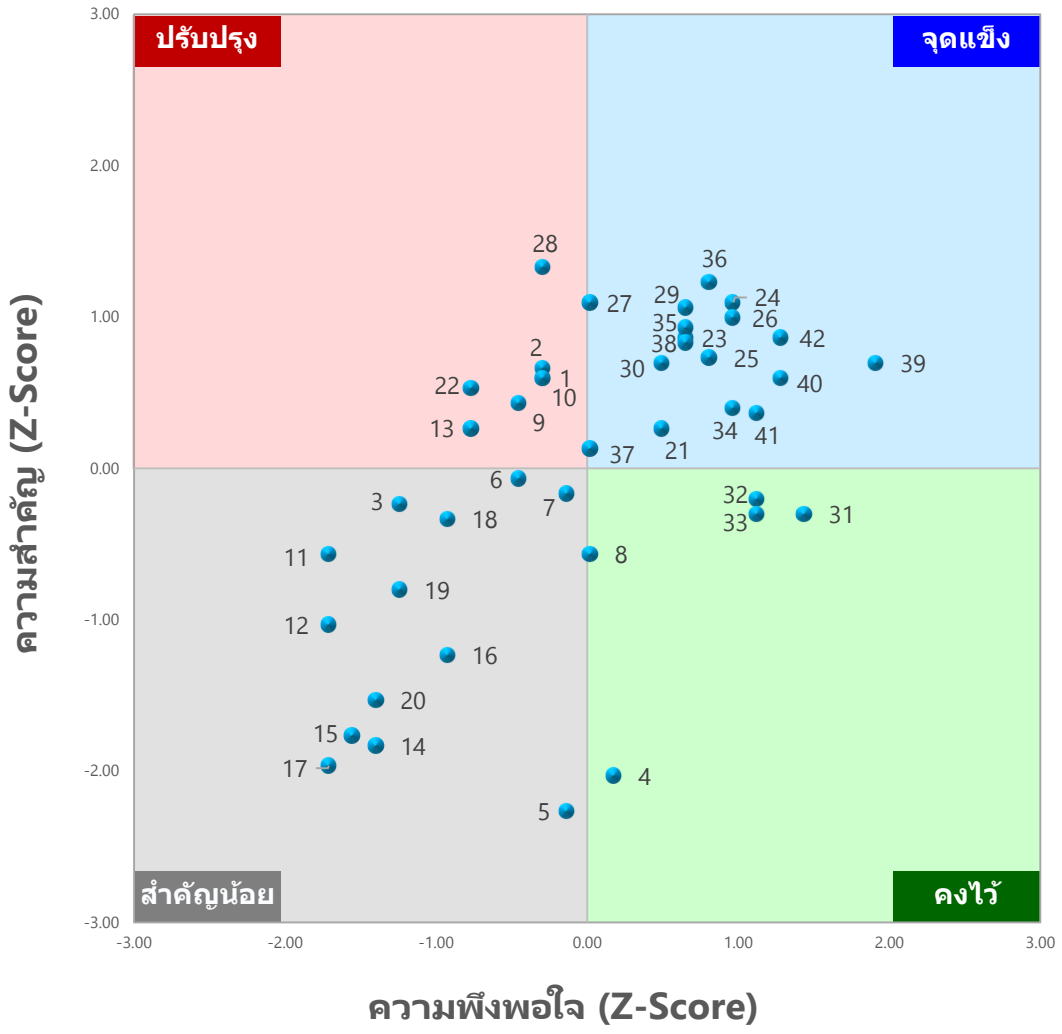
ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 18** = 100%

1. การรักษาและการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์ ให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน ด้วยการสนับสนุนในรูปแบบของการสนับสนุนทางการเงินและการสนับสนุนอื่นๆ ที่ไม่ใช่การเงิน (Non-cash incentives)
2. การกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านธุรกิจไมซ์ อย่างมีประสิทธิภาพ
3. การกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์ทั่วทุกภูมิภาค
4. การผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อม (Readiness) ในการเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับไมซ์ระดับนานาชาติ (Global MICE Destination) สามารถจัดการประชุม งานแสดงสินค้าและงานเทศกาลนานาชาติในภูมิภาคเอเชียได้
5. การผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำ (Leadership) สำหรับการเป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ระดับนานาชาติ (Global MICE Destination) รวมทั้งเป็นผู้นำด้านการประชุม งานแสดงสินค้าและงานเทศกาลนานาชาติในภูมิภาค
6. การขับเคลื่อนกิจกรรมไมซ์ให้ตรงตามความต้องการของตลาด ตามศักยภาพ และนโยบายของประเทศ
7. การผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้เป็นศูนย์กลางของอาเซียนอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
8. การสนับสนุนผู้จัดงานและผู้ประกอบการไมซ์ด้วยการให้บริการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
9. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่มีการปรับเกณฑ์ และ ปรับมาตรการที่ยืดหยุ่นมากขึ้น (Flexible) เอื้อให้ภาคธุรกิจไมซ์ปรับตัวและฟื้นตัวได้เร็วขึ้น
10. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดที่ตอบสนองความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ ช่วยฟื้นฟูธุรกิจไมซ์อย่างมีกลยุทธ์ที่ชัดเจน และ ยืดหยุ่นตามบริบทเหตุการณ์ที่เปลี่ยนไปของโลก (Resilient Recovery)
11. การจัดทำและเผยแพร่กิจกรรมไมซ์บนเว็บไซต์ Business Events Thailand และแอพพลิเคชั่น Biz Connect เพื่อช่วยให้ภาคธุรกิจไมซ์สามารถเข้าถึงรายละเอียดกิจกรรมได้อย่างอย่างสะดวก รวดเร็ว ทุกที่ ทุกเวลา
12. การประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เกี่ยวกับข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ และสถานการณ์ประเทศ ด้วยการนำเสนอที่ทันสมัยและทันเหตุการณ์ตลอดเวลาช่องทางต่าง ๆ ของ สสปน. อาทิ เว็บไซต์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์และสื่อออนไลน์อื่นๆ ได้อย่างครอบคลุม
13. การสร้างกิจกรรมไมซ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
14. การเพิ่มทักษะความรู้ให้กับผู้ประกอบการผ่านการอบรมรูปแบบต่างๆ ทั้ง ออฟไลน์ ออนไลน์ และไฮบริด ได้อย่างรวดเร็ว และ ครอบคลุม
15. การให้ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจอย่างสม่ำเสมอ เป็นประจำทุกเดือน อาทิ การอัปเดตความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมไมซ์ ผ่าน แพลทฟอร์มข่าวสาร
16. การให้ความรู้ในเรื่องการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์อย่างยั่งยืน (MICE Sustainability) แก่ผู้ประกอบการ ผู้จัดงานไมซ์ ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ที่สนใจ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ถูกต้อง ครบถ้วน และเข้าใจง่าย
17. การผลักดันและสนับสนุนผู้ประกอบการและผู้จัดงานไมซ์ ผ่าน การรับรองมาตรฐานด้านการจัดงานในระดับสากล อาทิ การรับรองมาตรฐาน TMVS/AMVS เพื่อยืนยันว่าสถานที่จัดงานมีความเหมาะสม
18. การสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ ให้เทียบเท่าระดับสากล* *มาตรฐานระดับสากล คือ เครื่องมือที่นานาชาติใช้ยืนยันคุณภาพ ความปลอดภัย และประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ บริการและระบบนั้นๆ
19. การเสริมสร้างและพัฒนาบุคลากรในด้านวิชาชีพต่างๆ (Upskill, Reskill and New Skill) ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อพร้อมรับมือกับสถานการณ์ทุกรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน
20. การสร้างผลิตภัณฑ์หรือเครื่องมือในการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการไมซ์ในการดำเนินธุรกิจในอีกช่องทางหนึ่ง อาทิ การจัดงานประชุมและหรือ/การแสดงสินค้าผ่านระบบออนไลน์ หรือ การออกมาตรฐานต่างๆท
21. การเป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้เป็นอย่างดี
22. การอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุมนานาชาติ การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทยอย่างเต็มที่ อาทิ บริการ E-MICE marketplace แพลตฟอร์มตลาดผู้ซื้อผู้ขายพบกันแบบอิเล็กทรอนิกส์ ภายใต้ชื่อ Thai MICE Connect
23. การให้ความชัดเจนในนโยบายและทิศทางการดำเนินงานของสสปน. เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง
24. การให้บริการผ่านระบบงานของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐาน การดำเนินงานระดับสากล (International level) ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ อาทิ การติดตามด้วยระบบ RFS : Request For Support
25. การปฏิบัติงานที่มีความคล่องตัว (Flexibility) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐ และภาคเอกชน
26. การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency) เกิดผลงานเป็นรูปธรรม เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน
27. การเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของ สสปน. (Public Hearing)
28. การนำความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ มาปรับปรุงการทำงานของ สสปน. (Reflection) อย่างต่อเนื่อง
29. การสร้างปฏิสัมพันธ์และความเชื่อใจ (Interaction and Trust Building) อย่างต่อเนื่องให้กับผู้ประกอบการ โดยเฉพาะในสถานการณ์ฉุกเฉินในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
30. การปฏิบัติงานที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเชื่อมั่น (Confidence Building) ในกระบวนการและมาตรการรับมือของ สสปน. ต่อสถานการณ์การระบาดโควิด-19
31. บุคลากรของ สสปน. สามารถให้คำแนะนำหรือรายละเอียดของระเบียบขั้นตอนและกระบวนการทำงานภายในผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ในการประชุม (Advisory Service) ได้เป็นอย่างดี
32. บุคลากรของ สสปน. เข้าใจวิธีการจัดงานอีเวนท์ (Event Expert) ในรูปแบบ New Normal ของอุตสาหกรรมไมซ์ เป็นอย่างดี
33. บุคลากรของ สสปน. มีความเป็นมืออาชีพ (Professionalism) ในการบริการและประสานงาน ให้กับลูกค้า/ผู้รับบริการ ทั้งผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ (Online data access) ได้อย่างรวดเร็ว
34. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ ได้อย่างทันท่วงที
35. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาหรือจัดการกับความขัดแย้ง ในสถานการณ์ที่ซับซ้อน หรือในสถานการณ์ที่มีความคลุมเครือได้อย่างมีประสิทธิภาพ และอย่างรวดเร็ว (Conflict Management)
36. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่ทำงานโดยใช้หลักความคิดแบบมีวิจารณญาณ แบบมีเหตุผล มีตรรกะที่ชัดเจนเสมอ (Critical Thinking)
37. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่พร้อมต่อการผลักดันให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆและมีความคิดสร้างสรรค์เสมอ (Innovative and Creative)
38. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถและทักษะที่ดีเยี่ยมในการสื่อสาร (Effective Communication Skill) กับทีมงาน และ ผู้เกี่ยวข้อง
39. บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส (Good Governance)
40. บุคลากรของ สสปน. มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร (Ready for Change and for New Development) ให้ทันยุคสมัย
41. บุคลากรของ สสปน. มีการปรับตัวและพร้อมรับมือกับสถานการณ์การระบาดโควิด-19
42. บุคลากรของ สสปน. มีการรักษาปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและผู้ประกอบการไมซ์ภายใต้สถานการณ์ที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการทำงาน อาทิ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

การวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา

สำหรับฝ่าย Mega: ฝ่ายพัฒนาการจัดงานเมกะอีเวนท์และเทศกาลนานาชาติ



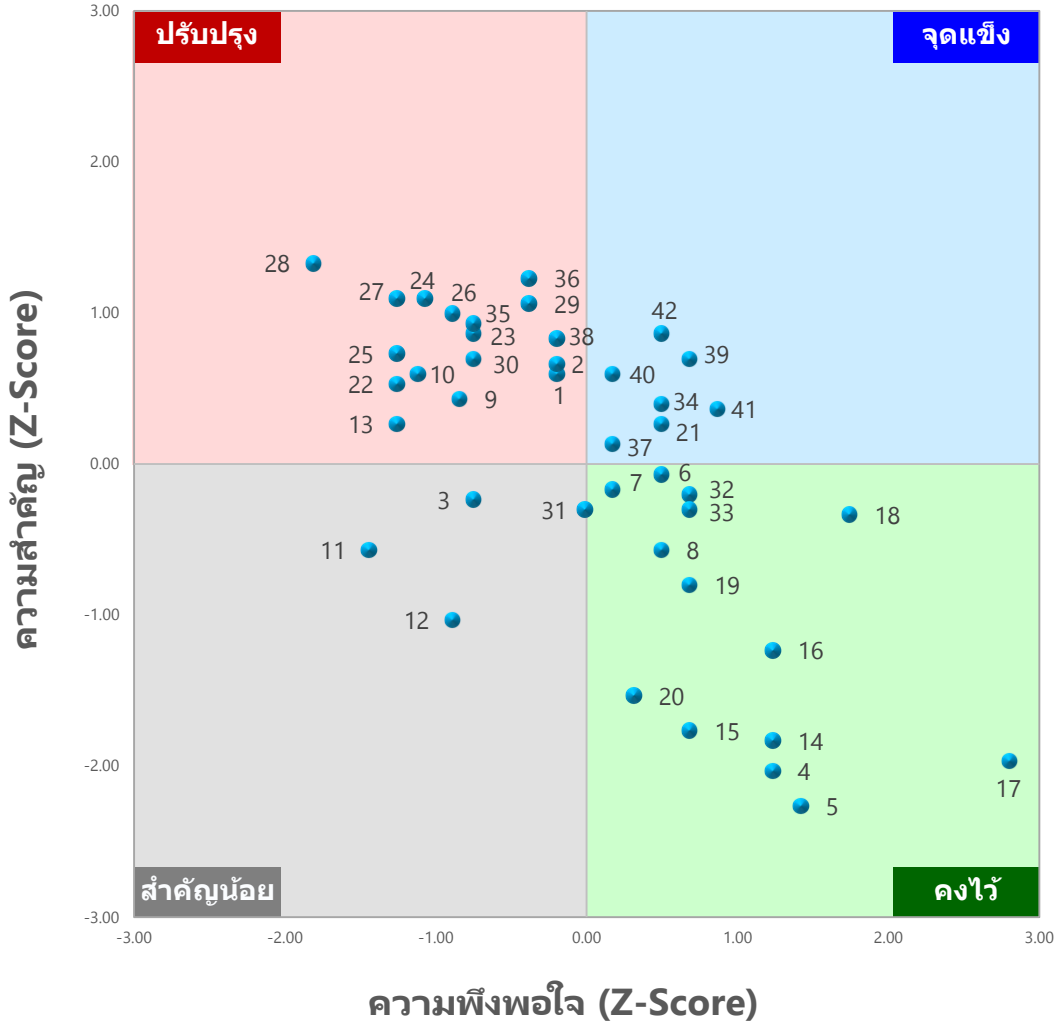
ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 25** = 100%

1. การรักษาและการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์ ให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน ด้วยการสนับสนุนในรูปแบบของการสนับสนุนทางการเงินและการสนับสนุนอื่นๆ ที่ไม่ใช่การเงิน (Non-cash incentives)
2. การกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านธุรกิจไมซ์ อย่างมีประสิทธิภาพ
3. การกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์ทั่วทุกภูมิภาค
4. การผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อม (Readiness) ในการเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับไมซ์ระดับนานาชาติ (Global MICE Destination) สามารถจัดการประชุม งานแสดงสินค้าและงานเทศกาลนานาชาติในภูมิภาคเอเชียได้
5. การผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำ (Leadership) สำหรับการเป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ระดับนานาชาติ (Global MICE Destination) รวมทั้งเป็นผู้นำด้านการประชุม งานแสดงสินค้าและงานเทศกาลนานาชาติในภูมิภาค
6. การขับเคลื่อนกิจกรรมไมซ์ให้ตรงตามความต้องการของตลาด ตามศักยภาพ และนโยบายของประเทศ
7. การผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้เป็นศูนย์กลางของอาเซียนอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
8. การสนับสนุนผู้จัดงานและผู้ประกอบการไมซ์ด้วยการให้บริการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
9. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่มีการปรับเกณฑ์ และ ปรับมาตรการที่ยืดหยุ่นมากขึ้น (Flexible) เอื้อให้ภาคธุรกิจไมซ์ปรับตัวและฟื้นตัวได้เร็วขึ้น
10. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดที่ตอบสนองความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ ช่วยฟื้นฟูธุรกิจไมซ์อย่างมีกลยุทธ์ที่ชัดเจน และ ยืดหยุ่นตามบริบทเหตุการณ์ที่เปลี่ยนไปของโลก (Resilient Recovery)
11. การจัดทำและเผยแพร่กิจกรรมไมซ์บนเว็บไซต์ Business Events Thailand และแอพพลิเคชั่น Biz Connect เพื่อช่วยให้ภาคธุรกิจไมซ์สามารถเข้าถึงรายละเอียดกิจกรรมได้อย่างอย่างสะดวก รวดเร็ว ทุกที่ ทุกเวลา
12. การประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เกี่ยวกับข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ และสถานการณ์ประเทศ ด้วยการนำเสนอที่ทันสมัยและทันเหตุการณ์ตลอดเวลาช่องทางต่าง ๆ ของ สสปน. อาทิ เว็บไซต์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์และสื่อออนไลน์อื่นๆ ได้อย่างครอบคลุม
13. การสร้างกิจกรรมไมซ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
14. การเพิ่มทักษะความรู้ให้กับผู้ประกอบการผ่านการอบรมรูปแบบต่างๆ ทั้ง ออฟไลน์ ออนไลน์ และไฮบริด ได้อย่างรวดเร็ว และ ครอบคลุม
15. การให้ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจอย่างสม่ำเสมอ เป็นประจำทุกเดือน อาทิ การอัปเดตความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมไมซ์ ผ่าน แพลทฟอร์มข่าวสาร
16. การให้ความรู้ในเรื่องการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์อย่างยั่งยืน (MICE Sustainability) แก่ผู้ประกอบการ ผู้จัดงานไมซ์ ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ที่สนใจ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ถูกต้อง ครบถ้วน และเข้าใจง่าย
17. การผลักดันและสนับสนุนผู้ประกอบการและผู้จัดงานไมซ์ ผ่าน การรับรองมาตรฐานด้านการจัดงานในระดับสากล อาทิ การรับรองมาตรฐาน TMVS/AMVS เพื่อยืนยันว่าสถานที่จัดงานมีความเหมาะสม
18. การสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ ให้เทียบเท่าระดับสากล* *มาตรฐานระดับสากล คือ เครื่องมือที่นานาชาติใช้ยืนยันคุณภาพ ความปลอดภัย และประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ บริการและระบบนั้นๆ
19. การเสริมสร้างและพัฒนาบุคลากรในด้านวิชาชีพต่างๆ (Upskill, Reskill and New Skill) ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อพร้อมรับมือกับสถานการณ์ทุกรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน
20. การสร้างผลิตภัณฑ์หรือเครื่องมือในการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการไมซ์ในการดำเนินธุรกิจในอีกช่องทางหนึ่ง อาทิ การจัดงานประชุมและหรือ/การแสดงสินค้าผ่านระบบออนไลน์ หรือ การออกมาตรฐานต่างๆท
21. การเป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้เป็นอย่างดี
22. การอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุมนานาชาติ การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทยอย่างเต็มที่ อาทิ บริการ E-MICE marketplace แพลตฟอร์มตลาดผู้ซื้อผู้ขายพบกันแบบอิเล็กทรอนิกส์ ภายใต้ชื่อ Thai MICE Connect
23. การให้ความชัดเจนในนโยบายและทิศทางการดำเนินงานของสสปน. เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง
24. การให้บริการผ่านระบบงานของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐาน การดำเนินงานระดับสากล (International level) ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ อาทิ การติดตามด้วยระบบ RFS : Request For Support
25. การปฏิบัติงานที่มีความคล่องตัว (Flexibility) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐ และภาคเอกชน
26. การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency) เกิดผลงานเป็นรูปธรรม เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน
27. การเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของ สสปน. (Public Hearing)
28. การนำความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ มาปรับปรุงการทำงานของ สสปน. (Reflection) อย่างต่อเนื่อง
29. การสร้างปฏิสัมพันธ์และความเชื่อใจ (Interaction and Trust Building) อย่างต่อเนื่องให้กับผู้ประกอบการ โดยเฉพาะในสถานการณ์ฉุกเฉินในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
30. การปฏิบัติงานที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเชื่อมั่น (Confidence Building) ในกระบวนการและมาตรการรับมือของ สสปน. ต่อสถานการณ์การระบาดโควิด-19
31. บุคลากรของ สสปน. สามารถให้คำแนะนำหรือรายละเอียดของระเบียบขั้นตอนและกระบวนการทำงานภายในผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ในการประชุม (Advisory Service) ได้เป็นอย่างดี
32. บุคลากรของ สสปน. เข้าใจวิธีการจัดงานอีเวนท์ (Event Expert) ในรูปแบบ New Normal ของอุตสาหกรรมไมซ์ เป็นอย่างดี
33. บุคลากรของ สสปน. มีความเป็นมืออาชีพ (Professionalism) ในการบริการและประสานงาน ให้กับลูกค้า/ผู้รับบริการ ทั้งผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ (Online data access) ได้อย่างรวดเร็ว
34. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ ได้อย่างทันท่วงที
35. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาหรือจัดการกับความขัดแย้ง ในสถานการณ์ที่ซับซ้อน หรือในสถานการณ์ที่มีความคลุมเครือได้อย่างมีประสิทธิภาพและอย่างรวดเร็ว (Conflict Management)
36. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่ทำงานโดยใช้หลักความคิดแบบมีวิจารณญาณ แบบมีเหตุผล มีตรรกะที่ชัดเจนเสมอ (Critical Thinking)
37. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่พร้อมต่อการผลักดันให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆและมีความคิดสร้างสรรค์เสมอ (Innovative and Creative)
38. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถและทักษะที่ดีเยี่ยมในการสื่อสาร (Effective Communication Skill) กับทีมงาน และ ผู้เกี่ยวข้อง
39. บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส (Good Governance)
40. บุคลากรของ สสปน. มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร (Ready for Change and for New Development) ให้ทันยุคสมัย
41. บุคลากรของ สสปน. มีการปรับตัวและพร้อมรับมือกับสถานการณ์การระบาดโควิด-19
42. บุคลากรของ สสปน. มีการรักษาปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและผู้ประกอบการไมซ์ภายใต้สถานการณ์ที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการทำงาน อาทิ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

การวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา

สำหรับฝ่าย MICE Cap: ฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์



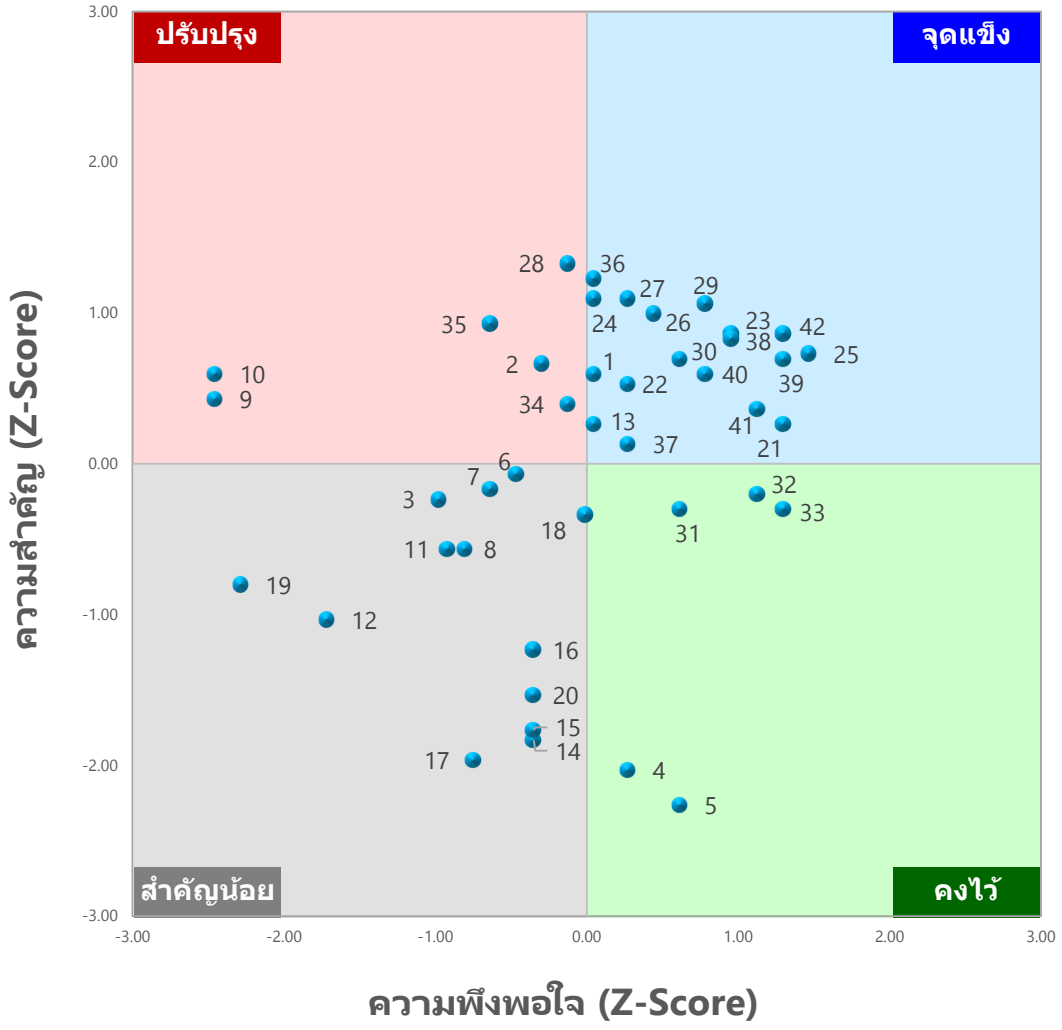
ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 26** = 100%

1. การรักษาและการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์ ให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน ด้วยการสนับสนุนในรูปแบบของการสนับสนุนทางการเงินและการสนับสนุนอื่นๆ ที่ไม่ใช่การเงิน (Non-cash incentives)
2. การกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านธุรกิจไมซ์ อย่างมีประสิทธิภาพ
3. การกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์ทั่วทุกภูมิภาค
4. การผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อม (Readiness) ในการเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับไมซ์ระดับนานาชาติ (Global MICE Destination) สามารถจัดการประชุม งานแสดงสินค้าและงานเทศกาลนานาชาติในภูมิภาคเอเชียได้
5. การผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำ (Leadership) สำหรับการเป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ระดับนานาชาติ (Global MICE Destination) รวมทั้งเป็นผู้นำด้านการประชุม งานแสดงสินค้าและงานเทศกาลนานาชาติในภูมิภาค
6. การขับเคลื่อนกิจกรรมไมซ์ให้ตรงตามความต้องการของตลาด ตามศักยภาพ และนโยบายของประเทศ
7. การผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้เป็นศูนย์กลางของอาเซียนอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
8. การสนับสนุนผู้จัดงานและผู้ประกอบการไมซ์ด้วยการให้บริการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
9. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่มีการปรับเกณฑ์ และ ปรับมาตรการที่ยืดหยุ่นมากขึ้น (Flexible) เอื้อให้ภาคธุรกิจไมซ์ปรับตัวและฟื้นตัวได้เร็วขึ้น
10. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดที่ตอบสนองความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ ช่วยฟื้นฟูธุรกิจไมซ์อย่างมีกลยุทธ์ที่ชัดเจน และ ยืดหยุ่นตามบริบทเหตุการณ์ที่เปลี่ยนไปของโลก (Resilient Recovery)
11. การจัดทำและเผยแพร่กิจกรรมไมซ์บนเว็บไซต์ Business Events Thailand และแอพพลิเคชั่น Biz Connect เพื่อช่วยให้ภาคธุรกิจไมซ์สามารถเข้าถึงรายละเอียดกิจกรรมได้อย่างอย่างสะดวก รวดเร็ว ทุกที่ ทุกเวลา
12. การประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เกี่ยวกับข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ และสถานการณ์ประเทศ ด้วยการนำเสนอที่ทันสมัยและทันเหตุการณ์ตลอดเวลาช่องทางต่าง ๆ ของ สสปน. อาทิ เว็บไซต์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์และสื่อออนไลน์อื่นๆ ได้อย่างครอบคลุม
13. การสร้างกิจกรรมไมซ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
14. การเพิ่มทักษะความรู้ให้กับผู้ประกอบการผ่านการอบรมรูปแบบต่างๆ ทั้ง ออฟไลน์ ออนไลน์ และไฮบริด ได้อย่างรวดเร็ว และ ครอบคลุม
15. การให้ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจอย่างสม่ำเสมอ เป็นประจำทุกเดือน อาทิ การอัปเดตความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมไมซ์ ผ่าน แพลทฟอร์มข่าวสาร
16. การให้ความรู้ในเรื่องการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์อย่างยั่งยืน (MICE Sustainability) แก่ผู้ประกอบการ ผู้จัดงานไมซ์ ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ที่สนใจ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ถูกต้อง ครบถ้วน และเข้าใจง่าย
17. การผลักดันและสนับสนุนผู้ประกอบการและผู้จัดงานไมซ์ ผ่าน การรับรองมาตรฐานด้านการจัดงานในระดับสากล อาทิ การรับรองมาตรฐาน TMVS/AMVS เพื่อยืนยันว่าสถานที่จัดงานมีความเหมาะสม
18. การสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ ให้เทียบเท่าระดับสากล* *มาตรฐานระดับสากล คือ เครื่องมือที่นานาชาติใช้ยืนยันคุณภาพ ความปลอดภัย และประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ บริการและระบบนั้นๆ
19. การเสริมสร้างและพัฒนาบุคลากรในด้านวิชาชีพต่างๆ (Upskill, Reskill and New Skill) ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อพร้อมรับมือกับสถานการณ์ทุกรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน
20. การสร้างผลิตภัณฑ์หรือเครื่องมือในการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการไมซ์ในการดำเนินธุรกิจในอีกช่องทางหนึ่ง อาทิ การจัดงานประชุมและหรือ/การแสดงสินค้าผ่านระบบออนไลน์ หรือ การออกมาตรฐานต่างๆท
21. การเป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้เป็นอย่างดี
22. การอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุมนานาชาติ การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทยอย่างเต็มที่ อาทิ บริการ E-MICE marketplace แพลตฟอร์มตลาดผู้ซื้อผู้ขายพบกันแบบอิเล็กทรอนิกส์ ภายใต้ชื่อ Thai MICE Connect
23. การให้ความชัดเจนในนโยบายและทิศทางการดำเนินงานของสสปน. เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง
24. การให้บริการผ่านระบบงานของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐาน การดำเนินงานระดับสากล (International level) ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ อาทิ การติดตามด้วยระบบ RFS : Request For Support
25. การปฏิบัติงานที่มีความคล่องตัว (Flexibility) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐ และภาคเอกชน
26. การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency) เกิดผลงานเป็นรูปธรรม เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน
27. การเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของ สสปน. (Public Hearing)
28. การนำความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ มาปรับปรุงการทำงานของ สสปน. (Reflection) อย่างต่อเนื่อง
29. การสร้างปฏิสัมพันธ์และความเชื่อใจ (Interaction and Trust Building) อย่างต่อเนื่องให้กับผู้ประกอบการ โดยเฉพาะในสถานการณ์ฉุกเฉินในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
30. การปฏิบัติงานที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเชื่อมั่น (Confidence Building) ในกระบวนการและมาตรการรับมือของ สสปน. ต่อสถานการณ์การระบาดโควิด-19
31. บุคลากรของ สสปน. สามารถให้คำแนะนำหรือรายละเอียดของระเบียบขั้นตอนและกระบวนการทำงานภายในผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ในการประชุม (Advisory Service) ได้เป็นอย่างดี
32. บุคลากรของ สสปน. เข้าใจวิธีการจัดงานอีเวนท์ (Event Expert) ในรูปแบบ New Normal ของอุตสาหกรรมไมซ์ เป็นอย่างดี
33. บุคลากรของ สสปน. มีความเป็นมืออาชีพ (Professionalism) ในการบริการและประสานงาน ให้กับลูกค้า/ผู้รับบริการ ทั้งผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ (Online data access) ได้อย่างรวดเร็ว
34. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ ได้อย่างทันท่วงที
35. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาหรือจัดการกับความขัดแย้ง ในสถานการณ์ที่ซับซ้อน หรือในสถานการณ์ที่มีความคลุมเครือได้อย่างมีประสิทธิภาพและอย่างรวดเร็ว (Conflict Management)
36. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่ทำงานโดยใช้หลักความคิดแบบมีวิจารณญาณ แบบมีเหตุผล มีตรรกะที่ชัดเจนเสมอ (Critical Thinking)
37. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่พร้อมต่อการผลักดันให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆและมีความคิดสร้างสรรค์เสมอ (Innovative and Creative)
38. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถและทักษะที่ดีเยี่ยมในการสื่อสาร (Effective Communication Skill) กับทีมงาน และ ผู้เกี่ยวข้อง
39. บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส (Good Governance)
40. บุคลากรของ สสปน. มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร (Ready for Change and for New Development) ให้ทันยุคสมัย
41. บุคลากรของ สสปน. มีการปรับตัวและพร้อมรับมือกับสถานการณ์การระบาดโควิด-19
42. บุคลากรของ สสปน. มีการรักษาปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและผู้ประกอบการไมซ์ภายใต้สถานการณ์ที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการทำงาน อาทิ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

การวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา

สำหรับฝ่าย GCA: ฝ่ายบริหารรัฐกิจวิสาหกิจ



ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 32 = 100%

1. การรักษาและการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์ ให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน ด้วยการสนับสนุนในรูปแบบของการสนับสนุนทางการเงินและการสนับสนุนอื่นๆ ที่ไม่ใช่การเงิน (Non-cash incentives)
2. การกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านธุรกิจไมซ์ อย่างมีประสิทธิภาพ
3. การกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์ทั่วทุกภูมิภาค
4. การผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อม (Readiness) ในการเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับไมซ์ระดับนานาชาติ (Global MICE Destination) สามารถจัดการประชุม งานแสดงสินค้าและงานเทศกาลนานาชาติในภูมิภาคเอเชียได้
5. การผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำ (Leadership) สำหรับการเป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ระดับนานาชาติ (Global MICE Destination) รวมทั้งเป็นผู้นำด้านการประชุม งานแสดงสินค้าและงานเทศกาลนานาชาติในภูมิภาค
6. การขับเคลื่อนกิจกรรมไมซ์ให้ตรงตามความต้องการของตลาด ตามศักยภาพ และนโยบายของประเทศ
7. การผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้เป็นศูนย์กลางของอาเซียนอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
8. การสนับสนุนผู้จัดงานและผู้ประกอบการไมซ์ด้วยการให้บริการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
9. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่มีการปรับเกณฑ์ และ ปรับมาตรการที่ยืดหยุ่นมากขึ้น (Flexible) เอื้อให้ภาคธุรกิจไมซ์ปรับตัวและฟื้นตัวได้เร็วขึ้น
10. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดที่ตอบสนองความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ ช่วยฟื้นฟูธุรกิจไมซ์อย่างมีกลยุทธ์ที่ชัดเจน และ ยืดหยุ่นตามบริบทเหตุการณ์ที่เปลี่ยนไปของโลก (Resilient Recovery)
11. การจัดทำและเผยแพร่กิจกรรมไมซ์บนเว็บไซต์ Business Events Thailand และแอพพลิเคชั่น Biz Connect เพื่อช่วยให้ภาคธุรกิจไมซ์สามารถเข้าถึงรายละเอียดกิจกรรมได้อย่างอย่างสะดวก รวดเร็ว ทุกที่ ทุกเวลา
12. การประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เกี่ยวกับข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ และสถานการณ์ประเทศ ด้วยการนำเสนอที่ทันสมัยและทันเหตุการณ์ตลอดเวลาช่องทางต่าง ๆ ของ สสปน. อาทิ เว็บไซต์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์และสื่อออนไลน์อื่นๆ ได้อย่างครอบคลุม
13. การสร้างกิจกรรมไมซ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
14. การเพิ่มทักษะความรู้ให้กับผู้ประกอบการผ่านการอบรมรูปแบบต่างๆ ทั้ง ออฟไลน์ ออนไลน์ และไฮบริด ได้อย่างรวดเร็ว และ ครอบคลุม
15. การให้ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจอย่างสม่ำเสมอ เป็นประจำทุกเดือน อาทิ การอัปเดตความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมไมซ์ผ่าน แพลทฟอร์มข่าวสาร
16. การให้ความรู้ในเรื่องการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์อย่างยั่งยืน (MICE Sustainability) แก่ผู้ประกอบการ ผู้จัดงานไมซ์ ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ที่สนใจ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ถูกต้อง ครบถ้วน และเข้าใจง่าย
17. การผลักดันและสนับสนุนผู้ประกอบการและผู้จัดงานไมซ์ ผ่าน การรับรองมาตรฐานด้านการจัดงานในระดับสากล อาทิ การรับรองมาตรฐาน TMVS/AMVS เพื่อยืนยันว่าสถานที่จัดงานมีความเหมาะสม
18. การสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ ให้เทียบเท่าระดับสากล* *มาตรฐานระดับสากล คือ เครื่องมือที่นานาชาติใช้ยืนยันคุณภาพ ความปลอดภัย และประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ บริการและระบบนั้นๆ
19. การเสริมสร้างและพัฒนาบุคลากรในด้านวิชาชีพต่างๆ (Upskill, Reskill and New Skill) ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อพร้อมรับมือกับสถานการณ์ทุกรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน
20. การสร้างผลิตภัณฑ์หรือเครื่องมือในการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการไมซ์ในการดำเนินธุรกิจในอีกช่องทางหนึ่ง อาทิ การจัดงานประชุมและหรือ/การแสดงสินค้าผ่านระบบออนไลน์ หรือ การออกมาตรฐานต่างๆท
21. การเป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้เป็นอย่างดี
22. การอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุมนานาชาติ การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทยอย่างเต็มที่ อาทิ บริการ E-MICE marketplace แพลตฟอร์มตลาดผู้ซื้อผู้ขายพบกันแบบอิเล็กทรอนิกส์ ภายใต้ชื่อ Thai MICE Connect
23. การให้ความชัดเจนในนโยบายและทิศทางการดำเนินงานของสสปน. เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง
24. การให้บริการผ่านระบบงานของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐาน การดำเนินงานระดับสากล (International level) ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ อาทิ การติดตามด้วยระบบ RFS : Request For Support
25. การปฏิบัติงานที่มีความคล่องตัว (Flexibility) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐ และภาคเอกชน
26. การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency) เกิดผลงานเป็นรูปธรรม เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน
27. การเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของ สสปน. (Public Hearing)
28. การนำความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ มาปรับปรุงการทำงานของ สสปน. (Reflection) อย่างต่อเนื่อง
29. การสร้างปฏิสัมพันธ์และความเชื่อใจ (Interaction and Trust Building) อย่างต่อเนื่องให้กับผู้ประกอบการ โดยเฉพาะในสถานการณ์ฉุกเฉินในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
30. การปฏิบัติงานที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเชื่อมั่น (Confidence Building) ในกระบวนการและมาตรการรับมือของ สสปน. ต่อสถานการณ์การระบาดโควิด-19
31. บุคลากรของ สสปน. สามารถให้คำแนะนำหรือรายละเอียดของระเบียบขั้นตอนและกระบวนการทำงานภายในผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ในการประชุม (Advisory Service) ได้เป็นอย่างดี
32. บุคลากรของ สสปน. เข้าใจวิธีการจัดงานอีเว้นท์ (Event Expert) ในรูปแบบ New Normal ของอุตสาหกรรมไมซ์ เป็นอย่างดี
33. บุคลากรของ สสปน. มีความเป็นมืออาชีพ (Professionalism) ในการบริการและประสานงาน ให้กับลูกค้า/ผู้รับบริการ ทั้งผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ (Online data access) ได้อย่างรวดเร็ว
34. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ ได้อย่างทันท่วงที
35. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาหรือจัดการกับความขัดแย้ง ในสถานการณ์ที่ซับซ้อน หรือในสถานการณ์ที่มีความคลุมเครือได้อย่างมีประสิทธิภาพและอย่างรวดเร็ว (Conflict Management)
36. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่ทำงานโดยใช้หลักความคิดแบบมีวิจารณญาณ แบบมีเหตุผล มีตรรกะที่ชัดเจนเสมอ (Critical Thinking)
37. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่พร้อมต่อการผลักดันให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆและมีความคิดสร้างสรรค์เสมอ (Innovative and Creative)
38. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถและทักษะที่ดีเยี่ยมในการสื่อสาร (Effective Communication Skill) กับทีมงาน และ ผู้เกี่ยวข้อง
39. บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส (Good Governance)
40. บุคลากรของ สสปน. มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร (Ready for Change and for New Development) ให้ทันยุคสมัย
41. บุคลากรของ สสปน. มีการปรับตัวและพร้อมรับมือกับสถานการณ์การระบาดโควิด-19
42. บุคลากรของ สสปน. มีการรักษาปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและผู้ประกอบการไมซ์ภายใต้สถานการณ์ที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการทำงาน อาทิ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

สิ่งที่ต้องปรับปรุง

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย										
		MI	Con	Ex	RO	NRO	SRO	NERO	CRO	Mega	MICE Cap	GCA
ฐาน: ทั้งหมด	*258*	*20***	*22***	*22***	*91*	*26***	*27***	*20***	*18***	*25***	*26***	*32*
การพัฒนาธุรกิจไมซ์												
• การรักษาและการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์ ให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน ด้วยการสนับสนุนในรูปแบบของการสนับสนุนทางการเงินและการสนับสนุนอื่นๆที่ไม่ใช่การเงิน (Non-cash incentives)												
• การกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านธุรกิจไมซ์ อย่างมีประสิทธิภาพ												
• การกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์ทั่วทุกภูมิภาค												
• การผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อม (Readiness) ในการเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับไมซ์ระดับนานาชาติ (Global MICE Destination) สามารถจัดการประชุม งานแสดงสินค้าและงานเทศกาลนานาชาติในภูมิภาคเอเชียได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน												
• การผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำ (Leadership) สำหรับการเป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ระดับนานาชาติ (Global MICE Destination) รวมทั้งเป็นผู้นำด้านการประชุม งานแสดงสินค้าและงานเทศกาลนานาชาติในภูมิภาคเอเชียได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน												
• การขับเคลื่อนกิจกรรมไมซ์ให้ตรงตามความต้องการของตลาด ตามศักยภาพ และนโยบายของประเทศ												
• การผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้เป็นศูนย์กลางของอาเซียนอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน												
• การสนับสนุนผู้จัดงานและผู้ประกอบการไมซ์ด้วยการให้บริการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19												

(ต่อ)

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

สิ่งที่ต้องปรับปรุง *(ต่อ)*

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย										
		MI	Con	Ex	RO	NRO	SRO	NERO	CRO	Mega	MICE Cap	GCA
ฐาน: ทั้งหมด	*258*	*20***	*22***	*22***	*91*	*26***	*27***	*20***	*18***	*25***	*26***	*32*
การสนับสนุนด้านการตลาด												
• การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่มีการปรับเกณฑ์ และ ปรับมาตรการที่ยืดหยุ่นมากขึ้น (Flexible) เอื้อให้ภาคธุรกิจไมซ์ปรับตัวและฟื้นตัวได้เร็วขึ้น												
• การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดที่ตอบสนองความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ ช่วยฟื้นฟูธุรกิจไมซ์อย่างมีกลยุทธ์ที่ชัดเจน และ ยืดหยุ่นตามบริบทเหตุการณ์ที่เปลี่ยนไปของโลก (Resilient Recovery)												
• การจัดทำและเผยแพร่กิจกรรมไมซ์บนเว็บไซต์ Business Events Thailand และแอพพลิเคชั่น Biz Connect เพื่อช่วยให้ภาคธุรกิจไมซ์สามารถเข้าถึงรายละเอียดกิจกรรม ได้อย่างอย่างสะดวก รวดเร็ว ทุกที่ทุกเวลา												
• การประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เกี่ยวกับข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ และสถานการณ์ประเทศ ด้วยการนำเสนอที่ทันสมัยและทันเหตุการณ์ตลอดเวลาช่องทางต่าง ๆ ของ สสปน. อาทิ เว็ปไซต์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ และสื่อออนไลน์อื่นๆ ได้อย่างครอบคลุม												
• การสร้างกิจกรรมไมซ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน												

(ต่อ)

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

สิ่งที่ต้องปรับปรุง *(ต่อ)*

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย										
		MI	Con	Ex	RO	NRO	SRO	NERO	CRO	Mega	MICE Cap	GCA
ฐาน: ทั้งหมด	*258*	*20***	*22***	*22***	*91*	*26***	*27***	*20***	*18***	*25***	*26***	*32*
การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน												
• การเป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในอุตสาหกรรมไมซ์ได้เป็นอย่างดี												
• การอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุมนานาชาติ การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทยอย่างเต็มที่ อาทิ บริการ E-MICE marketplace แพลตฟอร์มตลาดผู้ซื้อผู้ขายพบกันแบบอิเล็กทรอนิกส์ ภายใต้ชื่อ Thai MICE Connect												
กระบวนการภายใน/ลักษณะเฉพาะองค์กร												
• การให้ความชัดเจนในนโยบายและทิศทางการดำเนินงานของสสปน. เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง												
• การให้บริการผ่านระบบงานของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากล (International level) ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ อาทิ การติดตามด้วยระบบ RFS : Request For Support												
• การปฏิบัติงานที่มีความคล่องตัว (Flexibility) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐ และภาคเอกชน												
• การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency) เกิดผลงานเป็นรูปธรรม เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน												
• การเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของ สสปน. (Public Hearing)												
• การนำความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์มาปรับปรุงการทำงานของ สสปน. (Reflection) อย่างต่อเนื่อง												
• การสร้างปฏิสัมพันธ์และความเชื่อใจ (Interaction and Trust Building) อย่างต่อเนื่องให้กับผู้ประกอบการ โดยเฉพาะในสถานการณ์ฉุกเฉินในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19												
• การปฏิบัติงานที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเชื่อมั่น (Confidence Building) ในกระบวนการและมาตรการรับมือของ สสปน. ต่อสถานการณ์การระบาดโควิด-19												

(ต่อ)

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

สิ่งที่ต้องปรับปรุง *(ต่อ)*

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย										
		MI	Con	Ex	RO	NRO	SRO	NERO	CRO	Mega	MICE Cap	GCA
ฐาน: ทั้งหมด	*258*	*20***	*22***	*22***	*91*	*26***	*27***	*20***	*18***	*25***	*26***	*32*
สมรรถนะของบุคลากร												
• บุคลากรของ สสปน. สามารถให้คำแนะนำหรือรายละเอียดของระเบียบขั้นตอนและกระบวนการทำงานภายใน ผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ในการประชุม (Advisory Service) ได้เป็นอย่างดี												
• บุคลากรของ สสปน. เข้าใจวิธีการจัดงานอีเว้นท์ (Event Expert) ในรูปแบบ New Normal ของอุตสาหกรรมไมซ์ เป็นอย่างดี												
• บุคลากรของ สสปน. มีความเป็นมืออาชีพ (Professionalism) ในการบริการและประสานงาน ให้กับลูกค้า/ผู้รับบริการ ทั้งผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ (Online data access) ได้อย่างรวดเร็ว												
• บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ ได้อย่างทันท่วงที												
• บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาหรือจัดการกับความขัดแย้ง ในสถานการณ์ที่ซับซ้อน หรือในสถานการณ์ที่มีความคลุมเครือได้อย่างมีประสิทธิภาพ และอย่างรวดเร็ว (Conflict Management)												
• บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่ทำงานโดยใช้หลักความคิดแบบมีวิจารณญาณ แบบมีเหตุผล มีตรรกะที่ชัดเจนเสมอ (Critical Thinking)												
• บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่พร้อมต่อการผลักดันให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆและมีความคิดสร้างสรรค์เสมอ (Innovative and Creative)												
• บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถและทักษะที่ดีเยี่ยมในการสื่อสาร (Effective Communication Skill) กับทีมงาน และ ผู้เกี่ยวข้อง												
• บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส (Good Governance)												
• บุคลากรของ สสปน. มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร (Ready for Change and for New Development) ให้ทันยุคสมัย												
• บุคลากรของ สสปน. มีการปรับตัวและพร้อมรับมือกับสถานการณ์การระบาดโควิด-19												
• บุคลากรของ สสปน. มีการรักษาปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและผู้ประกอบการไมซ์ภายใต้สถานการณ์ที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการทำงาน อาทิ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19												

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

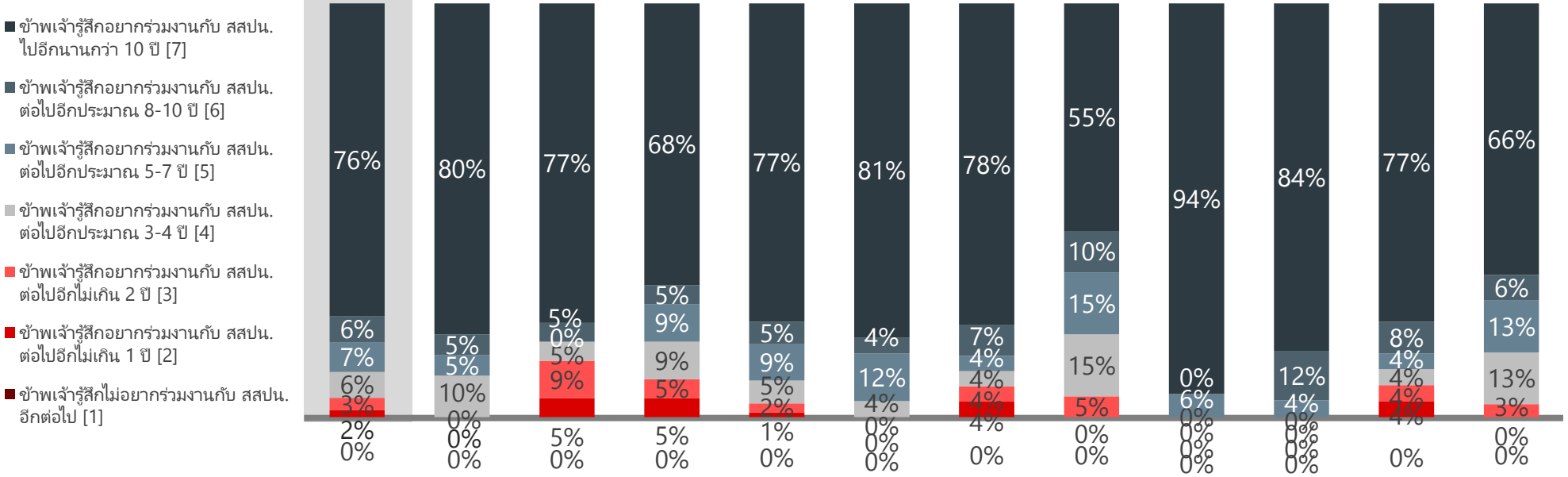
ส่วนที่ 4:

ข้อมูลสรุปความผูกพันกับองค์กร (Brand Engagement Model)

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

ความรู้สึกที่มีต่อการร่วมงานกับ สสปน. ในอนาคต

	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย										
		MI	Con	Ex	RO	NRO	SRO	NERO	CRO	Mega	MICE Cap	GCA
ฐาน: ทั้งหมด	*258*	*20***	*22***	*22***	*91*	*26***	*27***	*20***	*18***	*25***	*26***	*32*
ค่าเฉลี่ย	**6.40**	**6.55**	**6.23**	**6.09**	**6.46**	**6.62**	**6.41**	**5.95**	**6.89**	**6.80**	**6.38**	**6.19**
ร้อยละ 3 ระดับบน	**89.08**	**90.00**	**81.82**	**81.82**	**91.21**	**96.15**	**88.89**	**80.00**	**100.00**	**100.00**	**88.46**	**84.38**



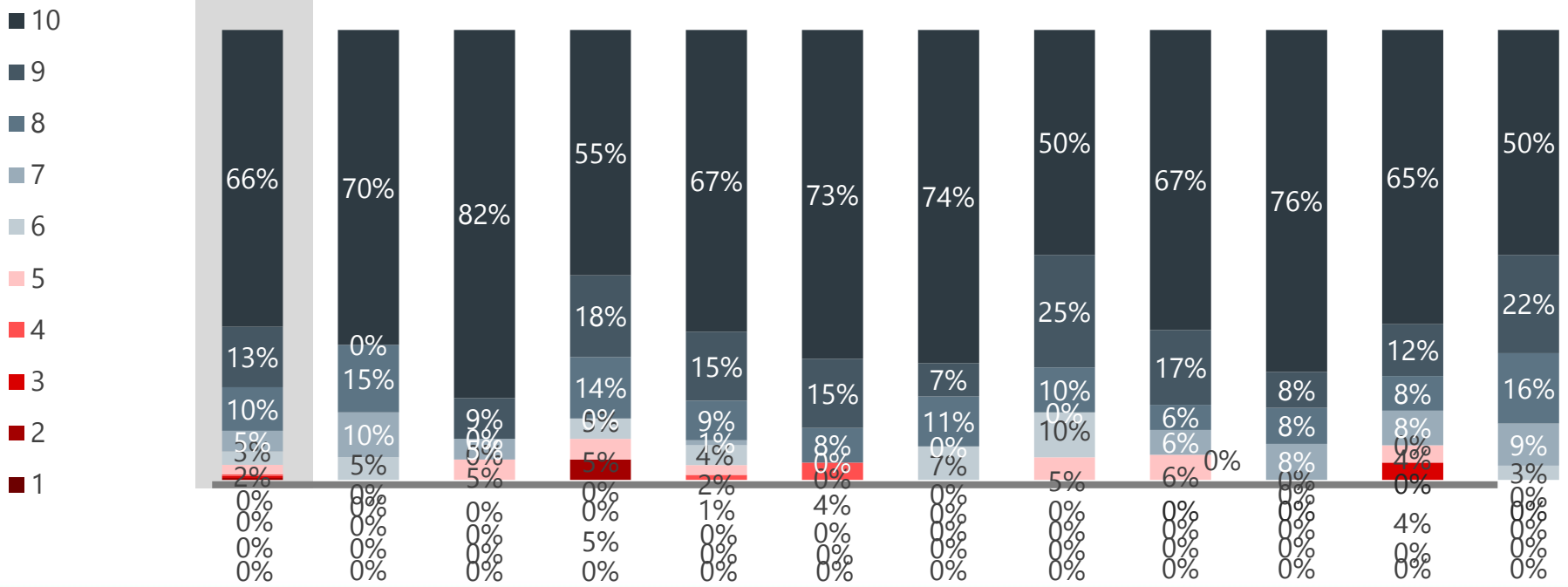
Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

REF. Q9

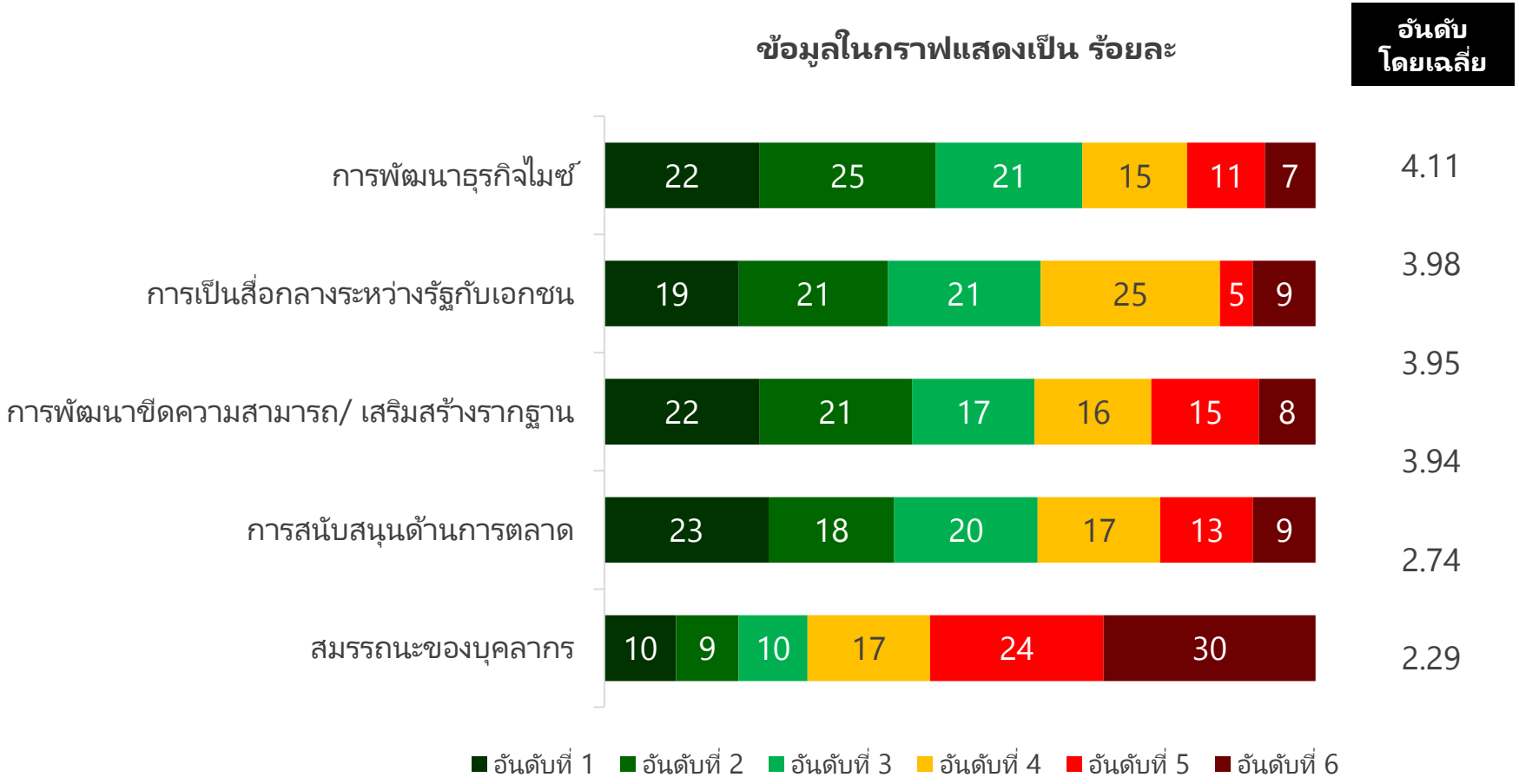
แนวโน้มที่จะแนะนำเพื่อนหรือคนรู้จักที่ทำงานอยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกันให้มาใช้บริการ/ ติดต่องาน/ ร่วมงานกับ สสปน.

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย										
		MI	Con	Ex	RO	NRO	SRO	NERO	CRO	Mega	MICE Cap	GCA
ฐาน: ทั้งหมด	*258*	*20***	*22***	*22***	*91*	*26***	*27***	*20***	*18***	*25***	*26***	*32*
ค่าเฉลี่ย	**9.22**	**9.20**	**9.55**	**8.77**	**9.29**	**9.46**	**9.41**	**8.90**	**9.28**	**9.52**	**9.04**	**9.06**
ร้อยละ 3 ระดับบน	**89.08**	**85.00**	**90.91**	**86.36**	**91.21**	**96.15**	**92.59**	**85.00**	**88.89**	**92.00**	**84.62**	**87.50**



เหตุผลที่ทำให้อยากร่วมงานกับ สสปน. (โดยรวม)



Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.
ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 258 = 100%
REF. Q11

เหตุผลที่ทำให้อยากร่วมงานกับ สสปน. (โดยรวม)

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็น อันดับโดยค่าเฉลี่ย	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย										
		MI	Con	Ex	RO	NRO	SRO	NERO	CRO	Mega	MICE Cap	GCA
ฐาน: ทั้งหมด	*258*	*20***	*22***	*22***	*91*	*26***	*27***	*20***	*18***	*25***	*26***	*32*
การพัฒนาธุรกิจไมซ์	4.11	4.90	3.64	4.09	4.16	4.38	4.33	4.35	3.39	3.68	3.96	4.22
การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	3.98	3.50	3.91	3.27	3.99	4.15	4.04	3.50	4.22	4.16	4.08	4.56
การพัฒนาขีดความสามารถ/ เสริมสร้างรากฐาน	3.95	4.20	3.55	3.05	4.03	4.58	3.85	3.75	3.83	3.64	4.50	4.22
การสนับสนุนด้านการตลาด	3.94	4.55	3.82	4.82	4.30	4.12	4.11	4.10	5.06	3.16	3.42	3.06
สมรรถนะของบุคลากร	2.74	2.20	3.59	2.95	2.33	1.88	2.70	2.45	2.28	3.36	2.85	2.91
กระบวนการภายใน/ ลักษณะเฉพาะองค์กร	2.29	1.65	2.50	2.82	2.19	1.88	1.96	2.85	2.22	3.00	2.19	2.03

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

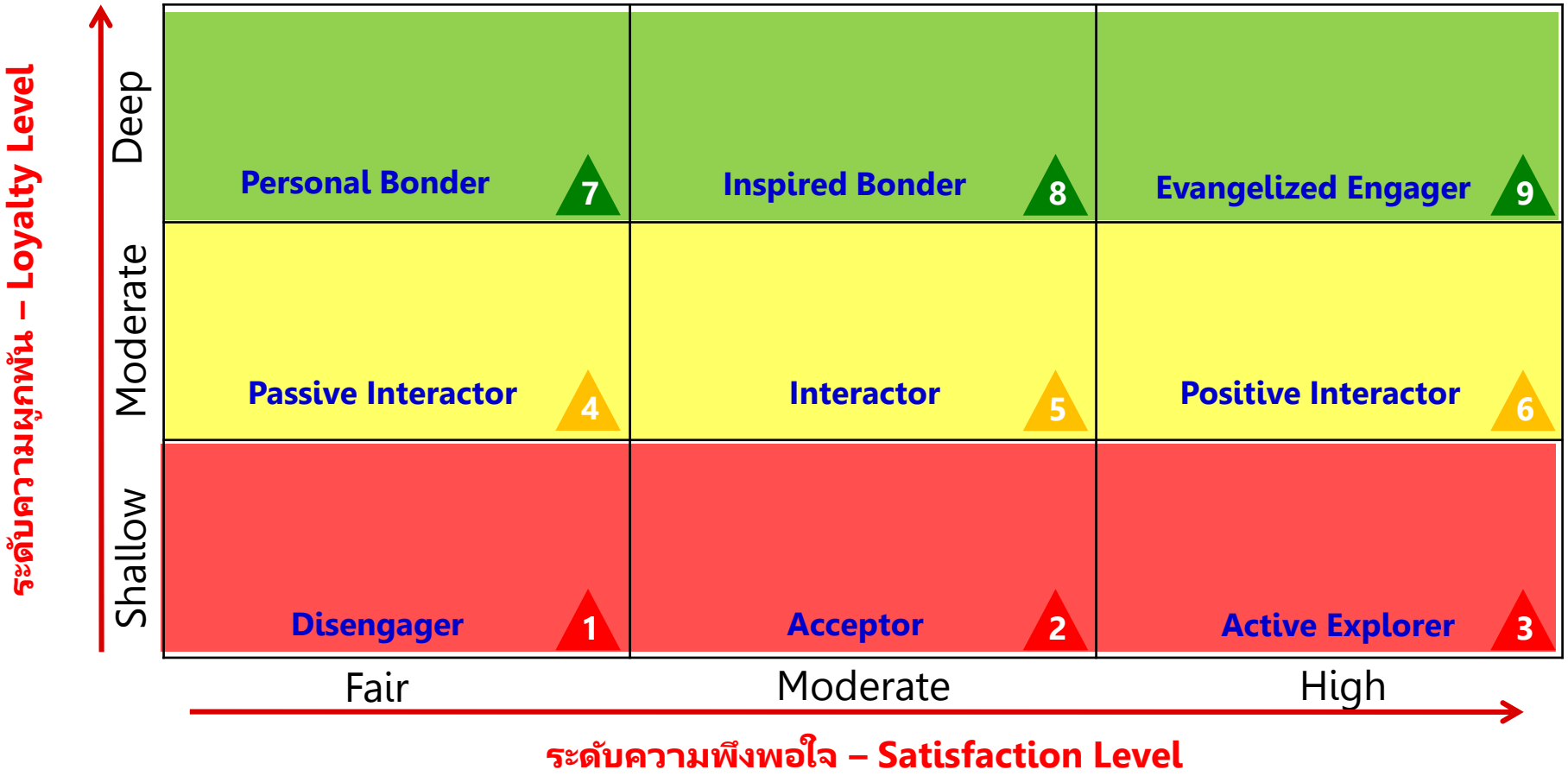
REF. Q11

ความผูกพันกับองค์กร
(Customer Engagement Model)

หน้าอธิบาย

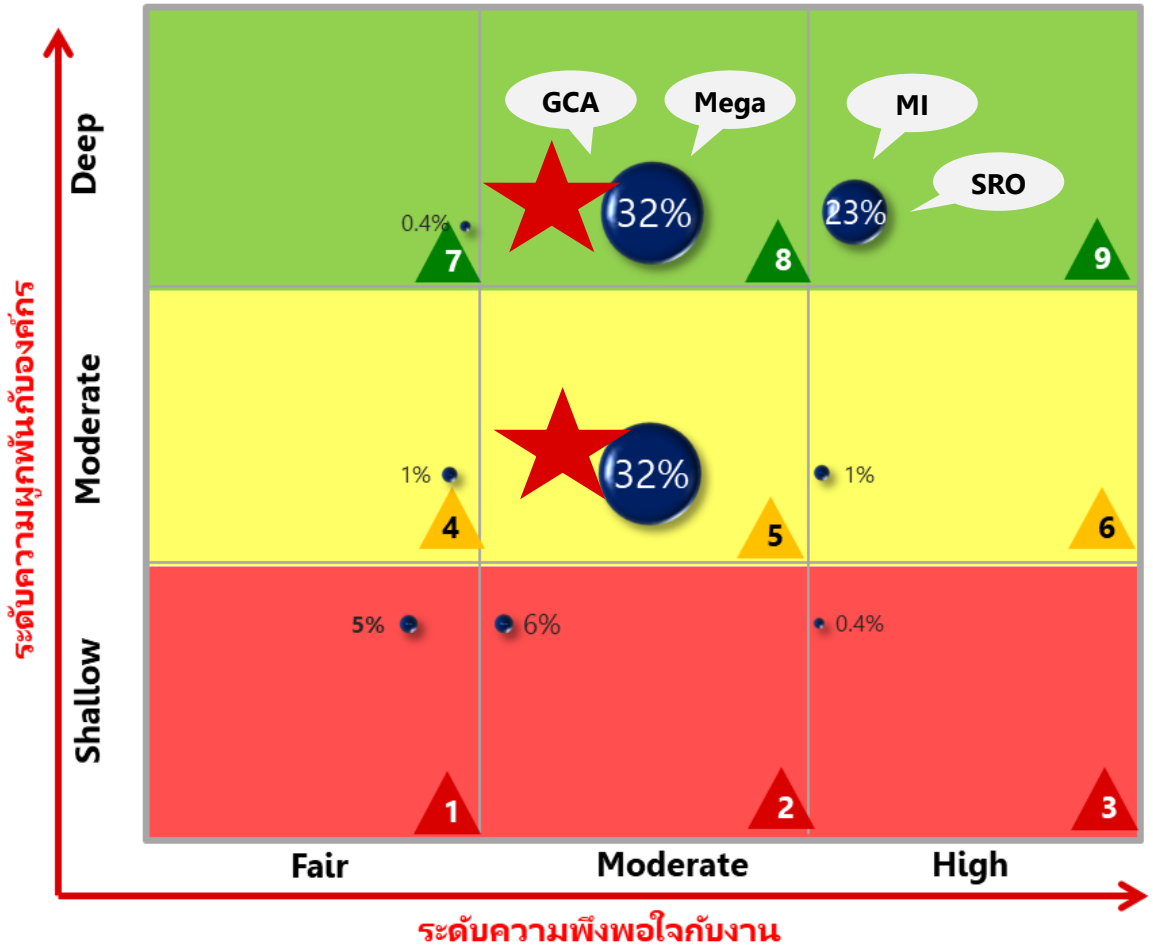
จากการใช้เครื่องมือการวิเคราะห์ความผูกพันของผู้เกี่ยวข้องต่อองค์กร (Customer Engagement Model) ที่บริษัท อินเทจ พัฒนาขึ้น จะสามารถแบ่งผู้เข้าร่วมการวิจัยออกเป็น 9 กลุ่มเพื่อการ

→ **ชี้วัดระดับความผูกพัน**
→ **ชี้วัดว่าปัจจัยใดที่มีผลต่อความผูกพัน**



Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

ความผูกพันและความพึงพอใจของลูกค้าต่อ สสปน. ในปีนี้ อยู่ในเกณฑ์ที่สูงกว่าปีก่อนๆ มาก รวมทั้งก็ได้คะแนนความผูกพันของกลุ่ม 8 และ 9 อยู่ในสัดส่วนที่สูง เนื่องมาจากการให้ข้อเสนอแนะ คำปรึกษาที่ตรงชัดเจนและเป็นประโยชน์ ช่วยให้ธุรกิจของผู้รับบริการดำเนินงานต่อได้เหมาะสมกับสถานการณ์โควิดที่มีความทรงตัว



จุดแข็งขององค์กร ที่ต้องรักษาไว้

"เป็นหนึ่งในหน่วยงานรัฐที่ทำงานได้มีประสิทธิภาพ และมีความเป็นมืออาชีพมาก รวมทั้งไม่เคยเห็นกรณีการคอรัปชั่น หรือไม่เคยเห็นถึงสัญญาณที่จะนำไปสู่การคอรัปชั่น"

"มีนโยบายในการดำเนินงานที่เอื้อประโยชน์ในการพัฒนาในการดำเนินธุรกิจที่มีความเหมาะสมทันต่อสถานการณ์"

"ให้ข้อมูลและการสนับสนุนเป็นอย่างดี พร้อมทั้งแนะแนวทางการแก้ปัญหาและดำเนินการที่เหมาะสมในยุคโควิด"

จุดอ่อนขององค์กร ที่ต้องปรับปรุง

"การอนุมัติต่างๆ ใช้เวลานาน เช่น เรื่องจ่ายเงิน ประมาณ 14 วันทำการ ถือว่าเหมาะสม แต่บางครั้งนานกว่า 14 วัน เพราะต้องรออนุมัติหลายขั้นตอน"

"ด้วยระบบราชการที่มีกฎและระเบียบบางครั้งทำให้การดำเนินงานล่าช้า"

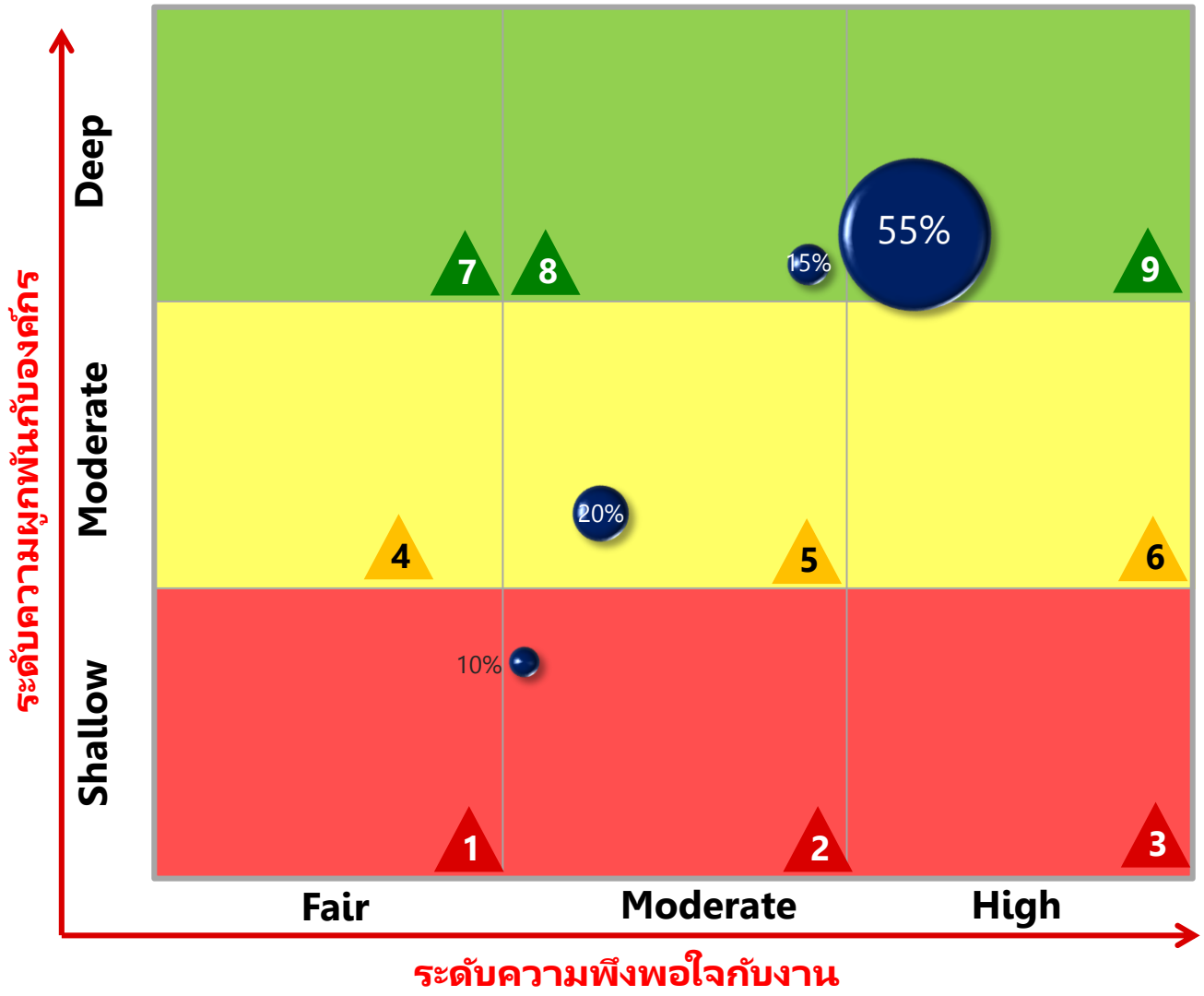
"ภาครัฐจัดสรรงบประมาณให้น้อยเกินไปเมื่อเทียบกับประโยชน์ที่ประเทศและผู้ประกอบการได้รับ"

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 258 = 100% REF. Q4, Q6-Q8

© INTAGE (Thailand) Co., Ltd.

ความผูกพันของลูกค้ากับ สสปน. (Customer Engagement Model)

สำหรับฝ่าย MI: ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล



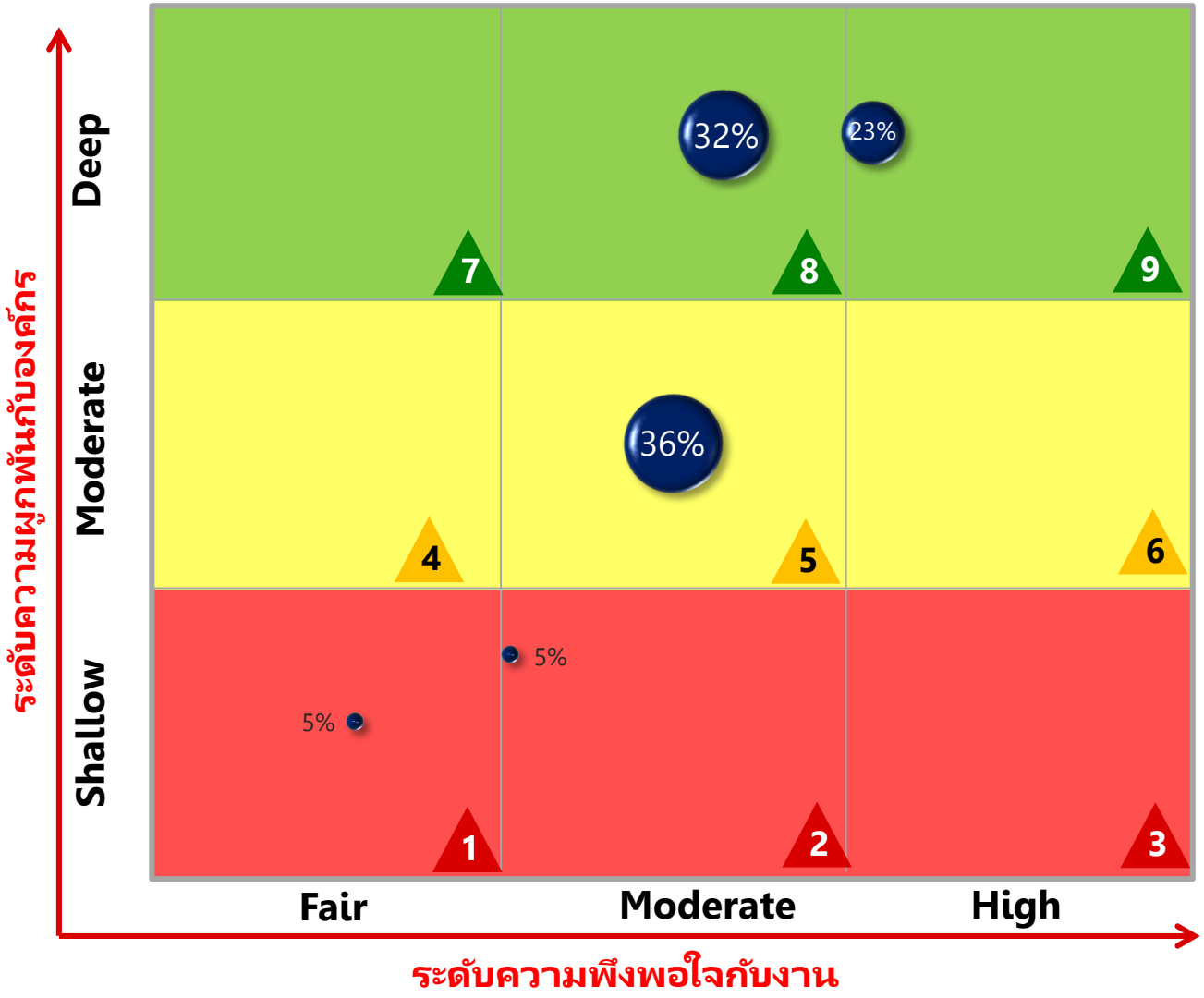
Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 20** = 100%

REF. Q4-Q5,Q9-Q11

ความผูกพันของลูกค้ากับ สสปน. (Customer Engagement Model)

สำหรับฝ่าย Con: ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ



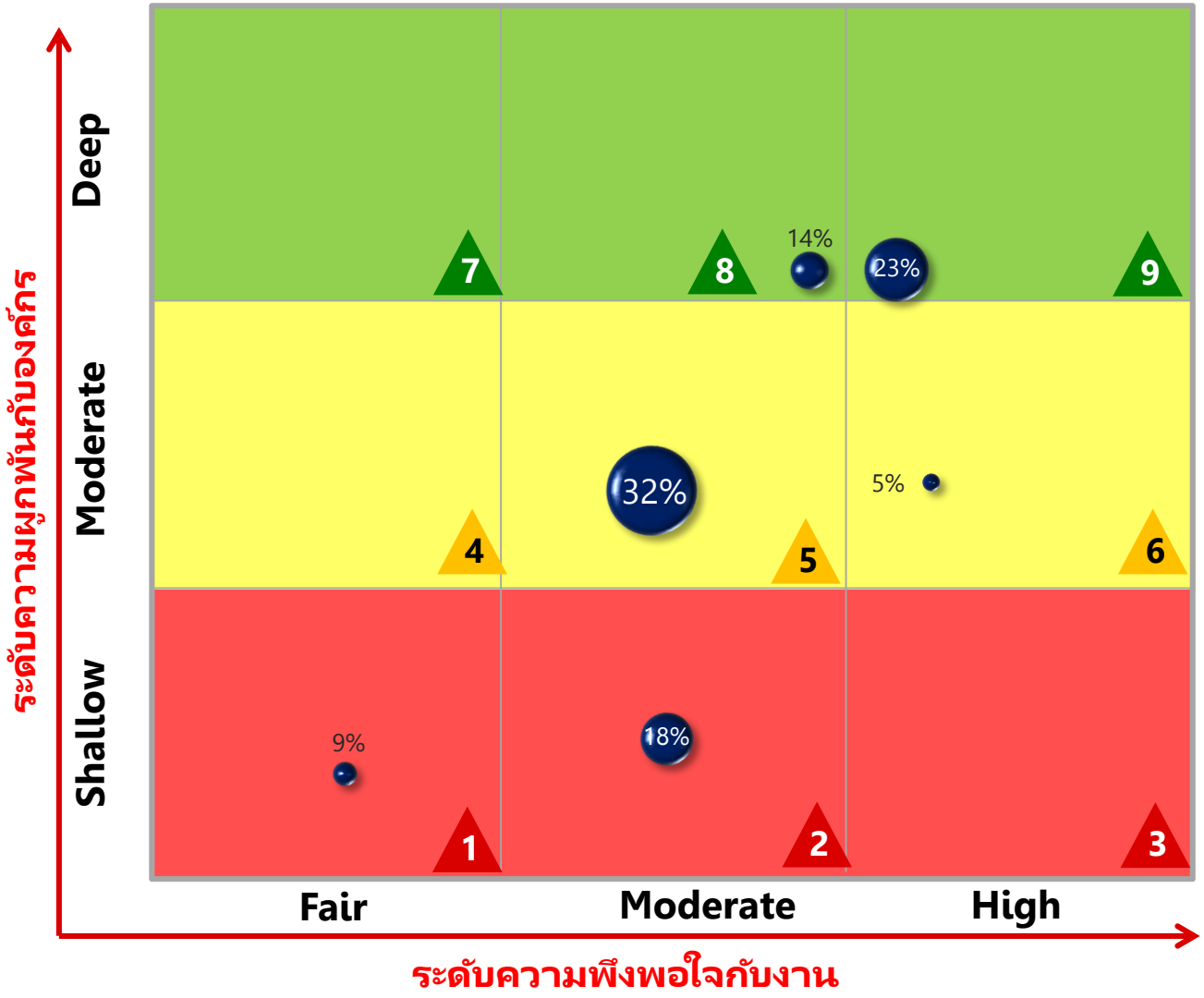
Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 22** = 100%

REF. Q4-Q5,Q9-Q11

ความผูกพันของลูกค้ากับ สสปน. (Customer Engagement Model)

สำหรับฝ่าย Ex: ฝ่ายอุตสาหกรรมการแสดงสินค้านานาชาติ



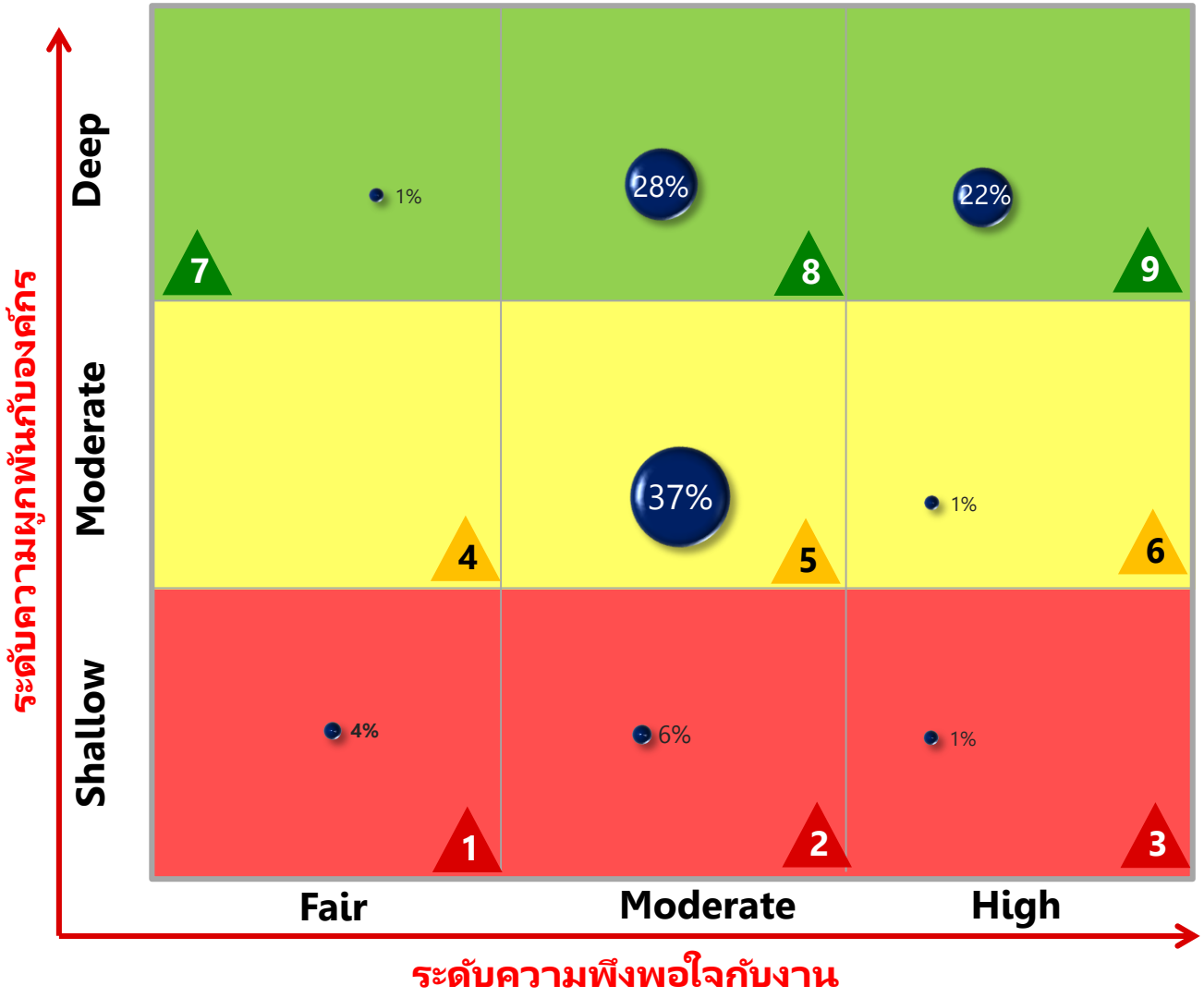
Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 22** = 100%

REF. Q4-Q5,Q9-Q11

ความผูกพันของลูกค้ากับ สสปน. (Customer Engagement Model)

สำหรับฝ่าย RO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (ภูมิภาค)



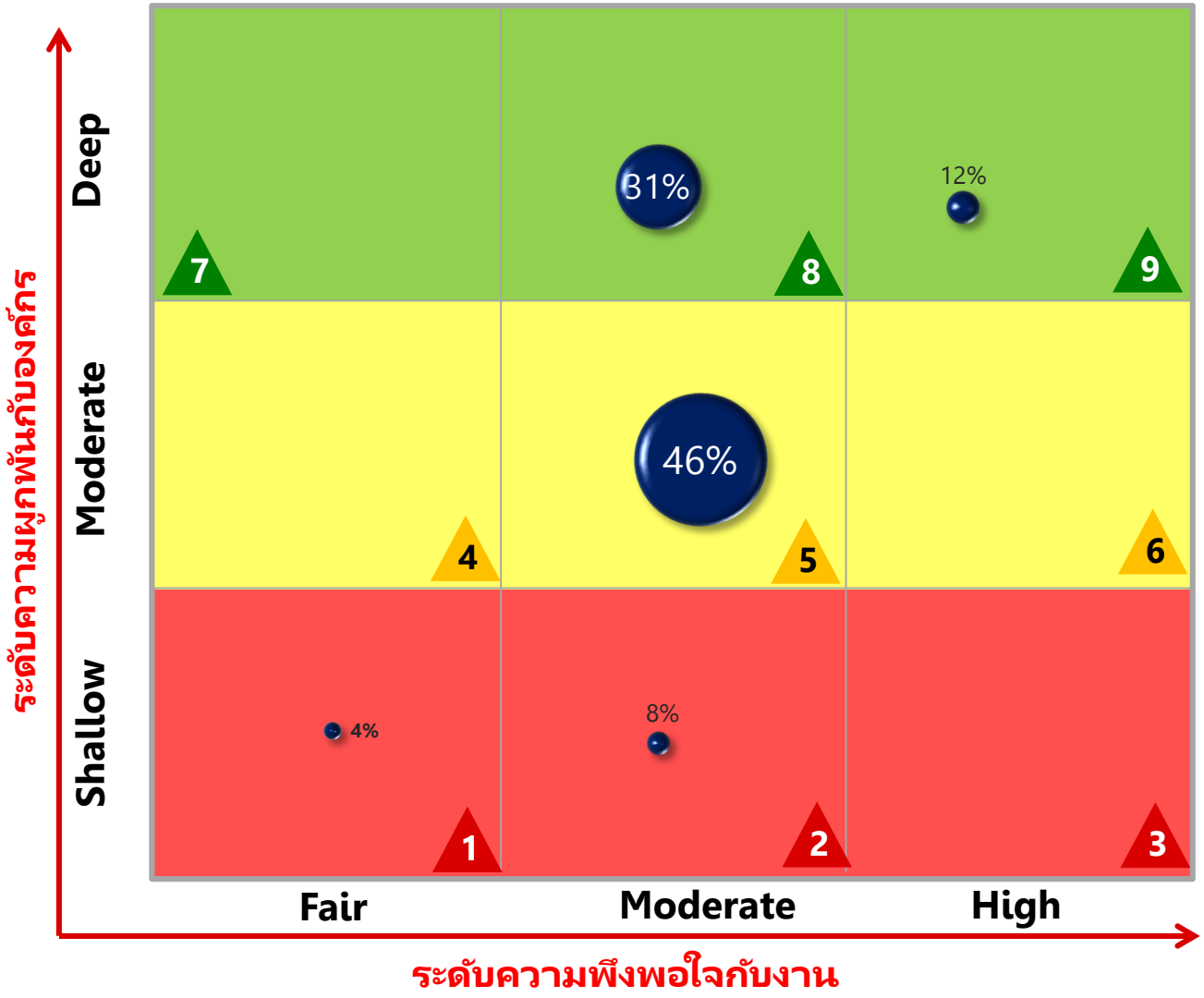
Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 91 = 100%

REF. Q4-Q5,Q9-Q11

ความผูกพันของลูกค้ากับ สสปน. (Customer Engagement Model)

สำหรับฝ่าย NRO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ภาคเหนือ



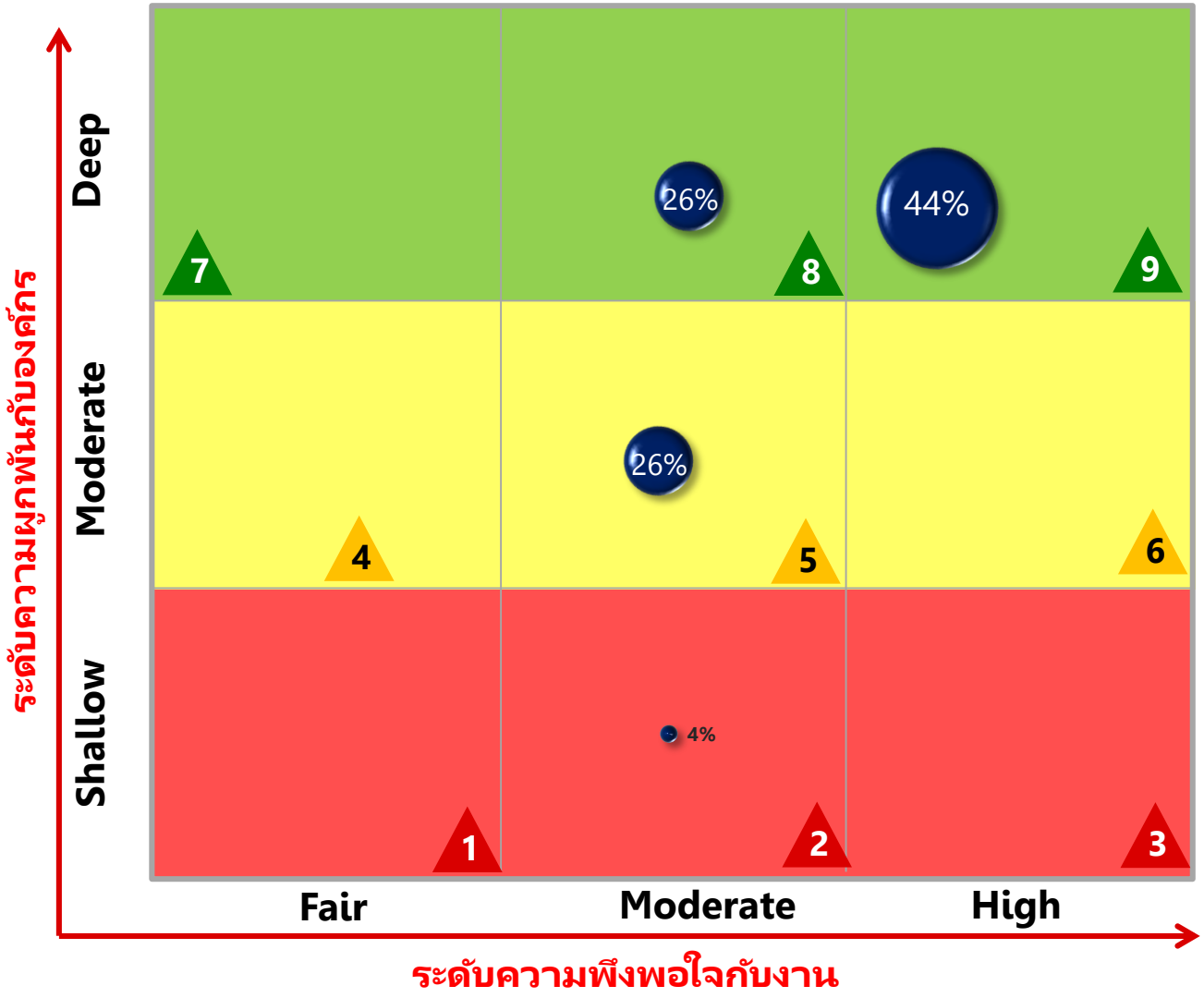
Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 26** = 100%

REF. Q4-Q5,Q9-Q11

ความผูกพันของลูกค้ากับ สสปน. (Customer Engagement Model)

สำหรับฝ่าย SRO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ภาคตะวันตกและภาคใต้



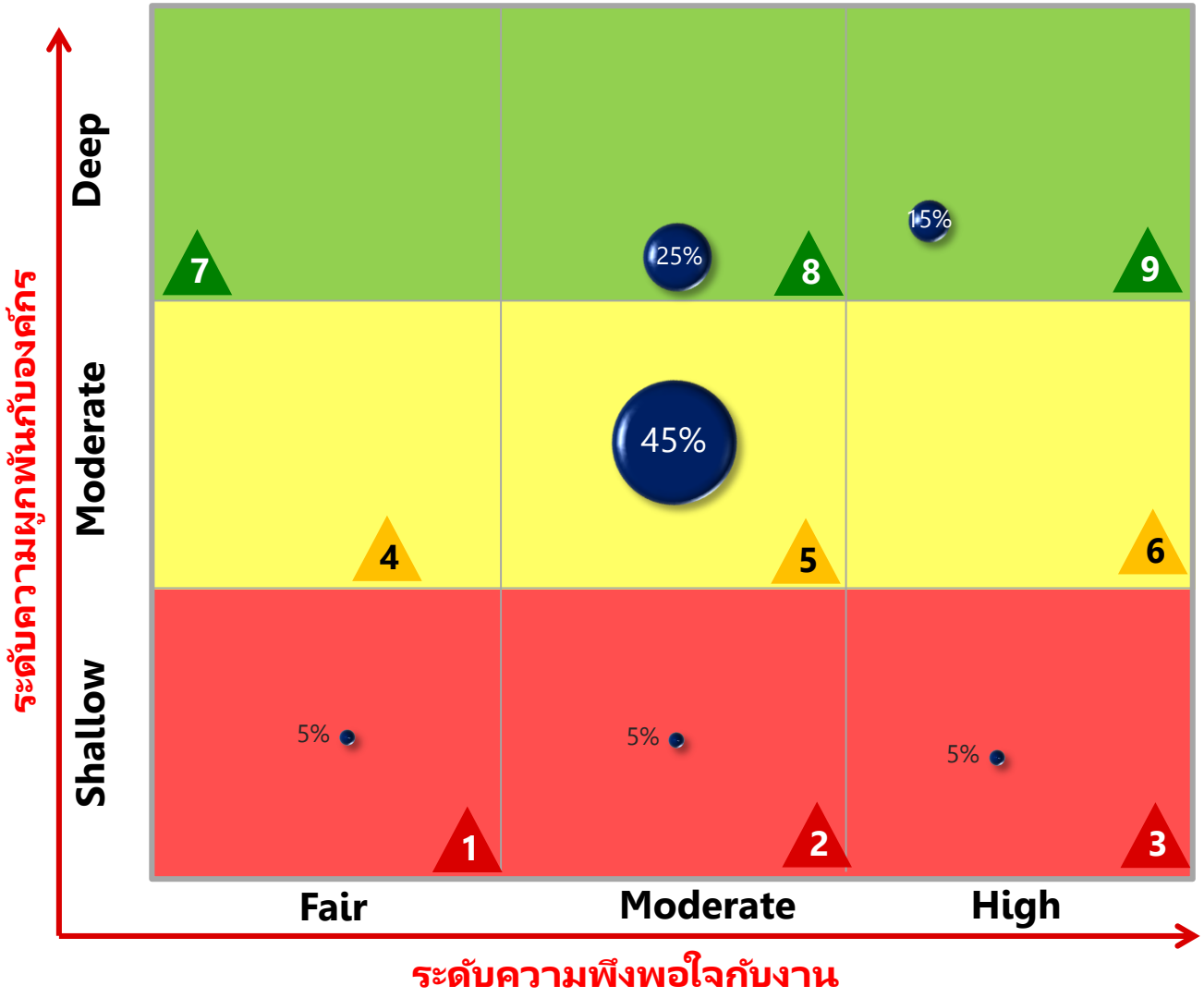
Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 27** = 100%

REF. Q4-Q5,Q9-Q11

ความผูกพันของลูกค้ากับ สสปน. (Customer Engagement Model)

สำหรับฝ่าย NERO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ



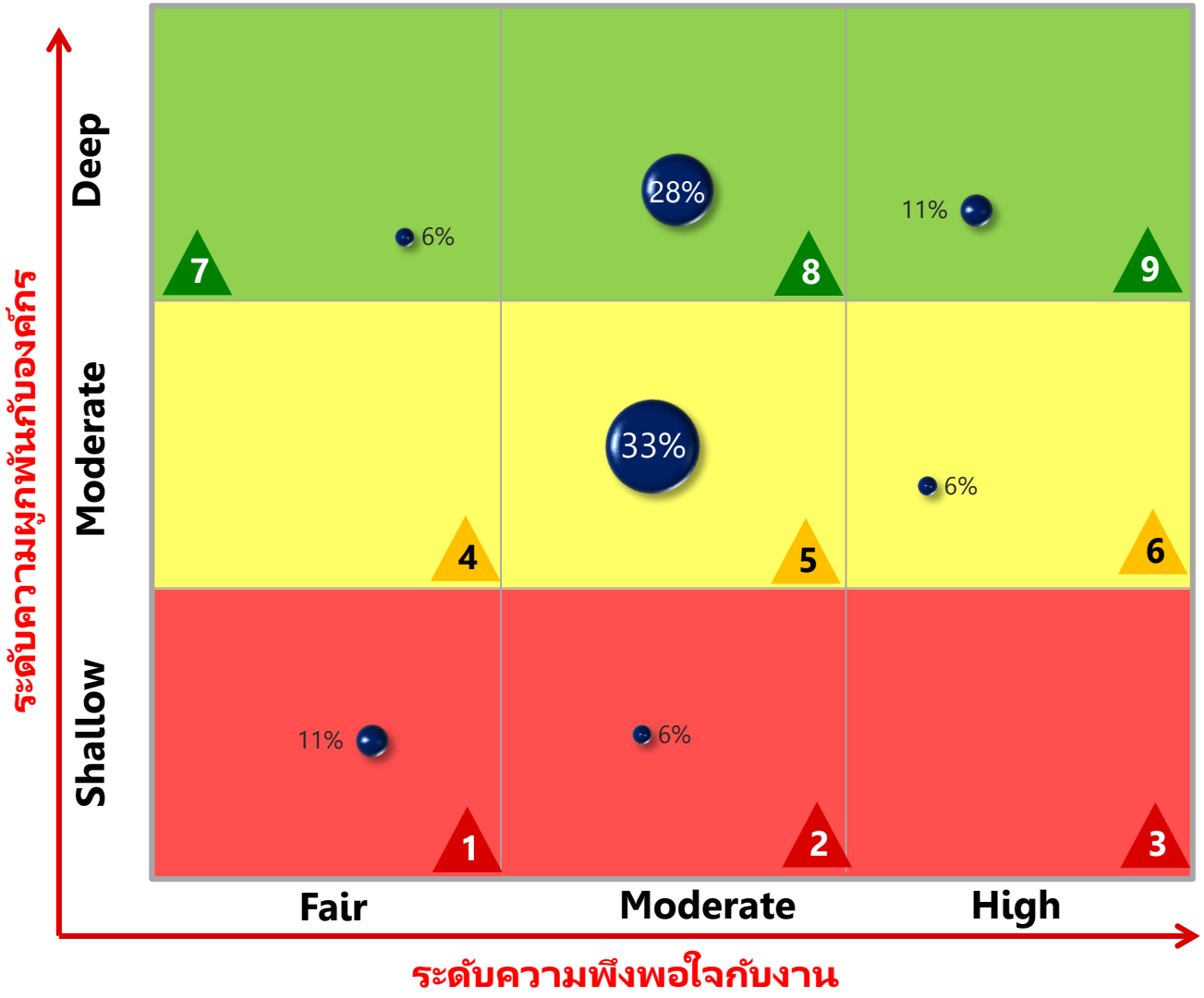
Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 20** = 100%

REF. Q4-Q5,Q9-Q11

ความผูกพันของลูกค้ากับ สสปน. (Customer Engagement Model)

สำหรับฝ่าย CRO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ภาคกลางและภาคตะวันออก



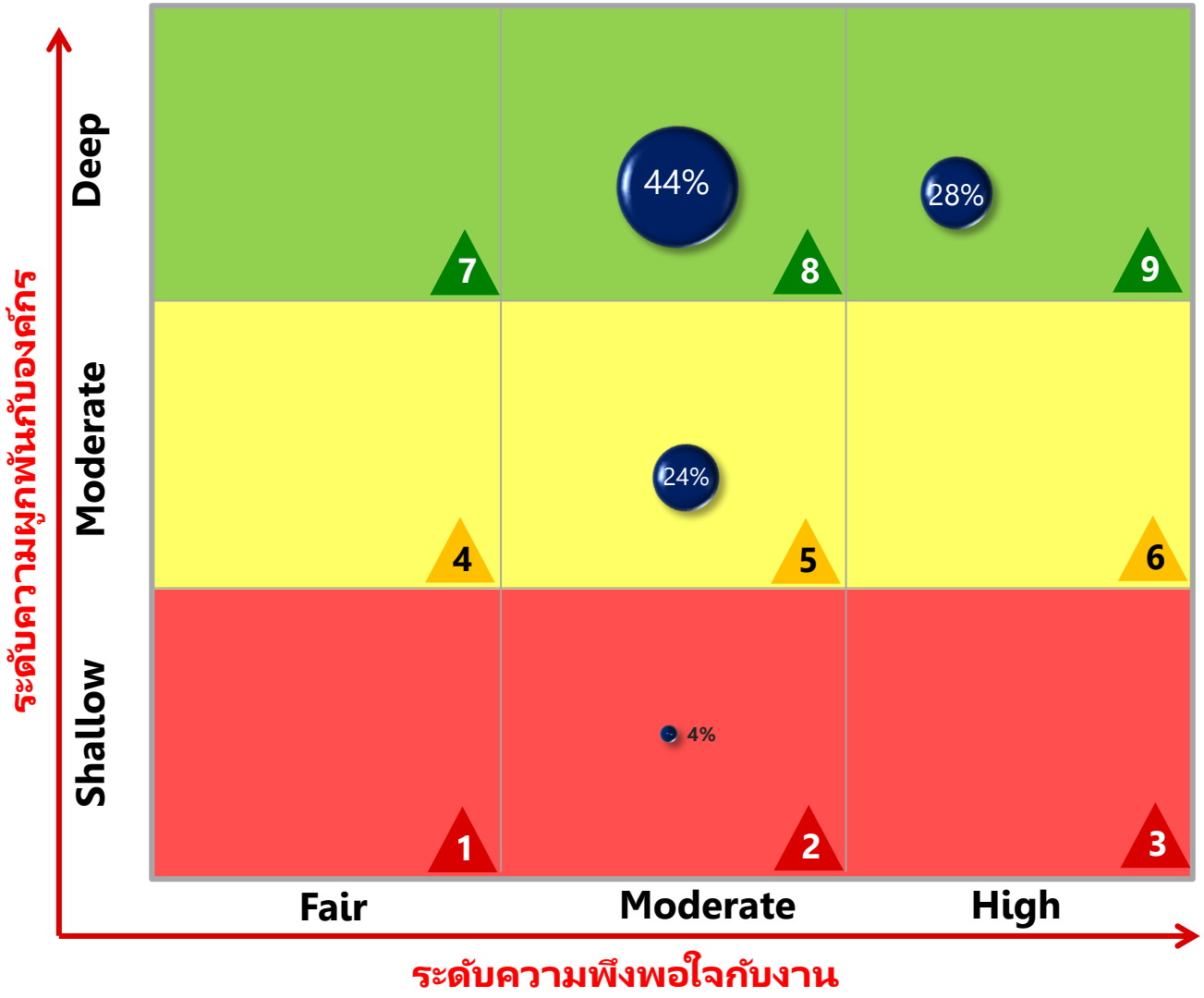
Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 18** = 100%

REF. Q4-Q5,Q9-Q11

ความผูกพันของลูกค้ากับ สสปน. (Customer Engagement Model)

สำหรับฝ่าย Mega: ฝ่ายพัฒนาการจัดงานเมกะอีเวนท์และเทศกาลนานาชาติ



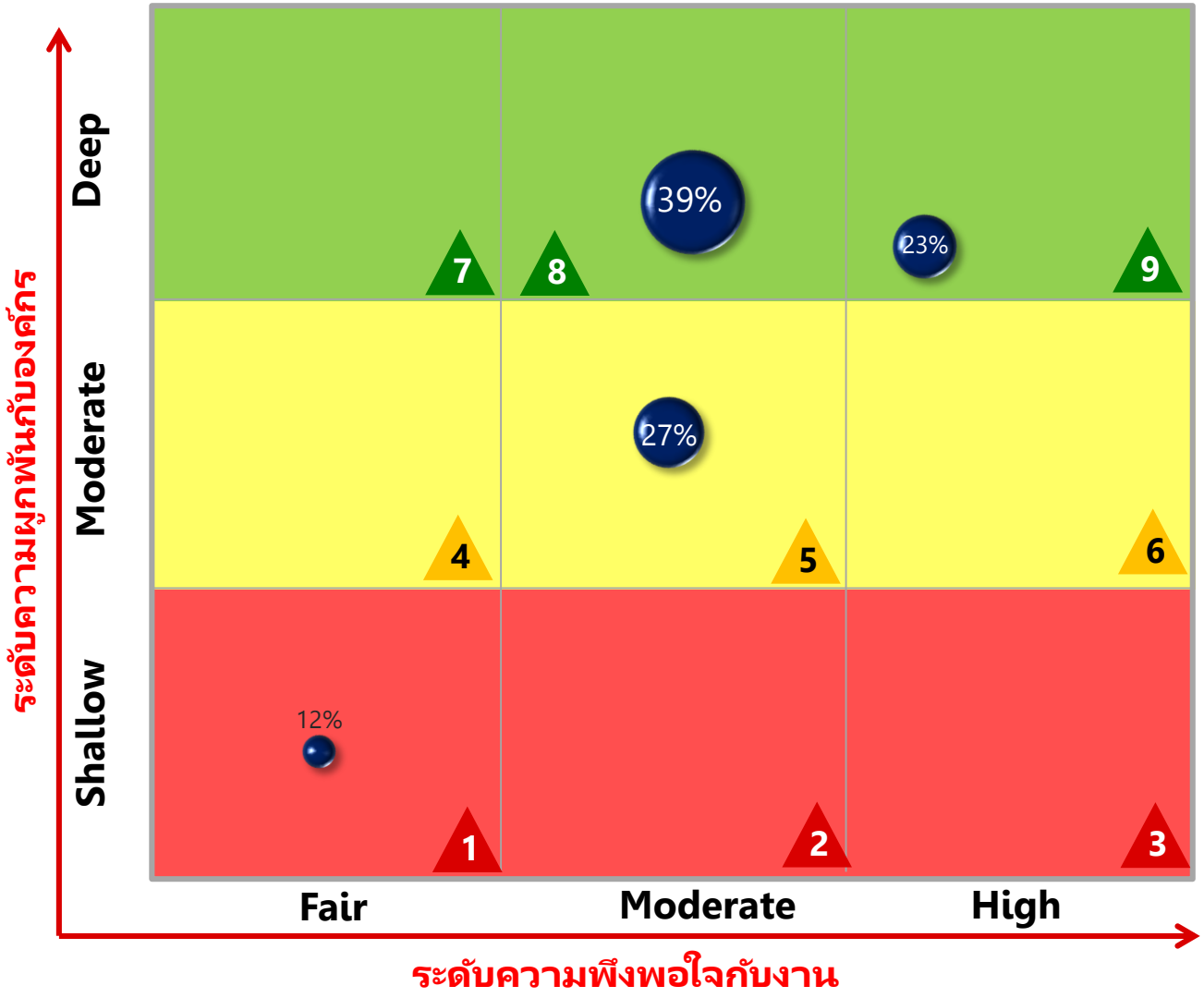
Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 25** = 100%

REF. Q4-Q5,Q9-Q11

ความผูกพันของลูกค้ากับ สสปน. (Customer Engagement Model)

สำหรับฝ่าย MICE Cap: ฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์



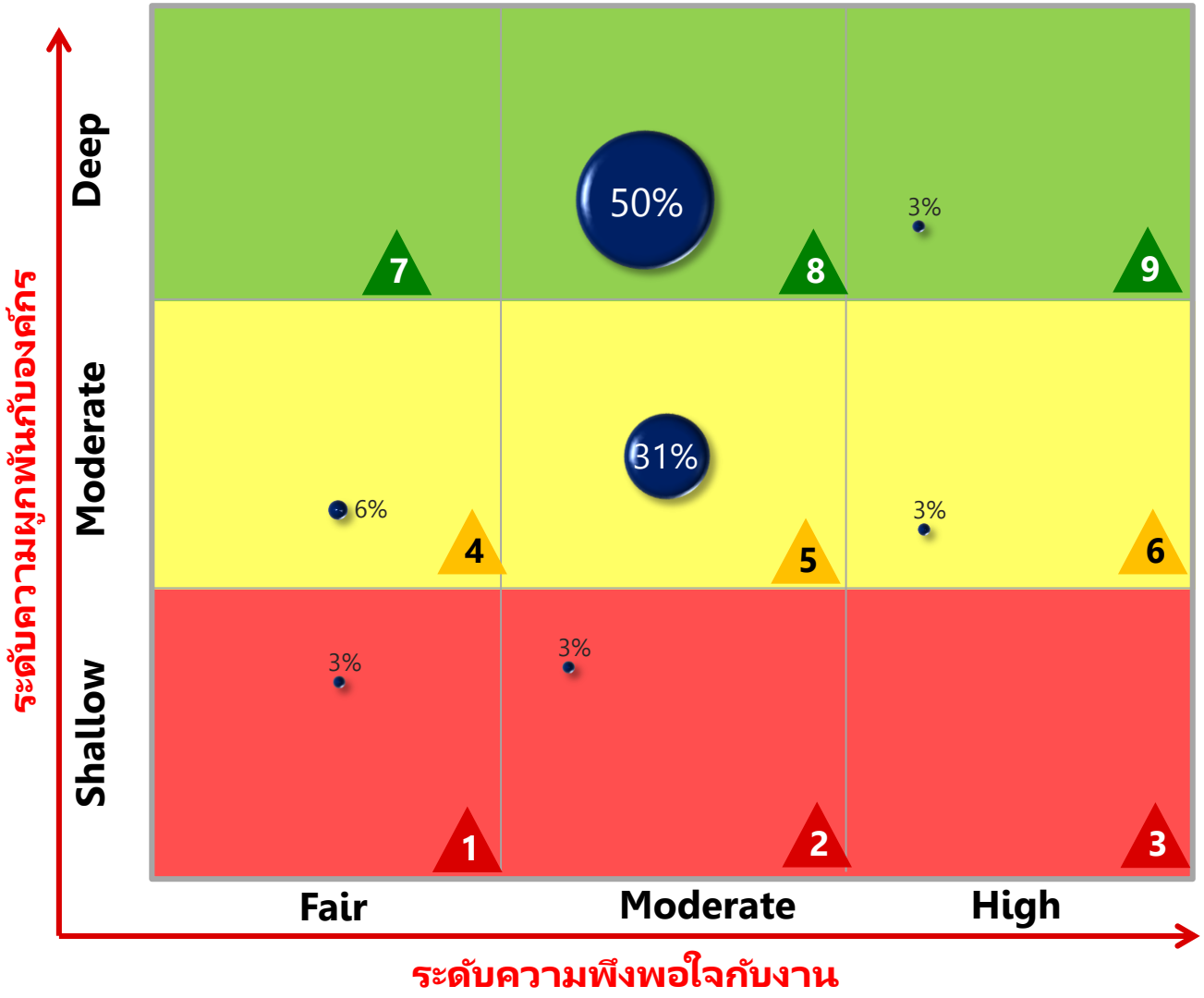
Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 26** = 100%

REF. Q4-Q5,Q9-Q11

ความผูกพันของลูกค้ากับ สสปน. (Customer Engagement Model)

สำหรับฝ่าย GCA: ฝ่ายบริหารรัฐกิจวิสาหกิจ



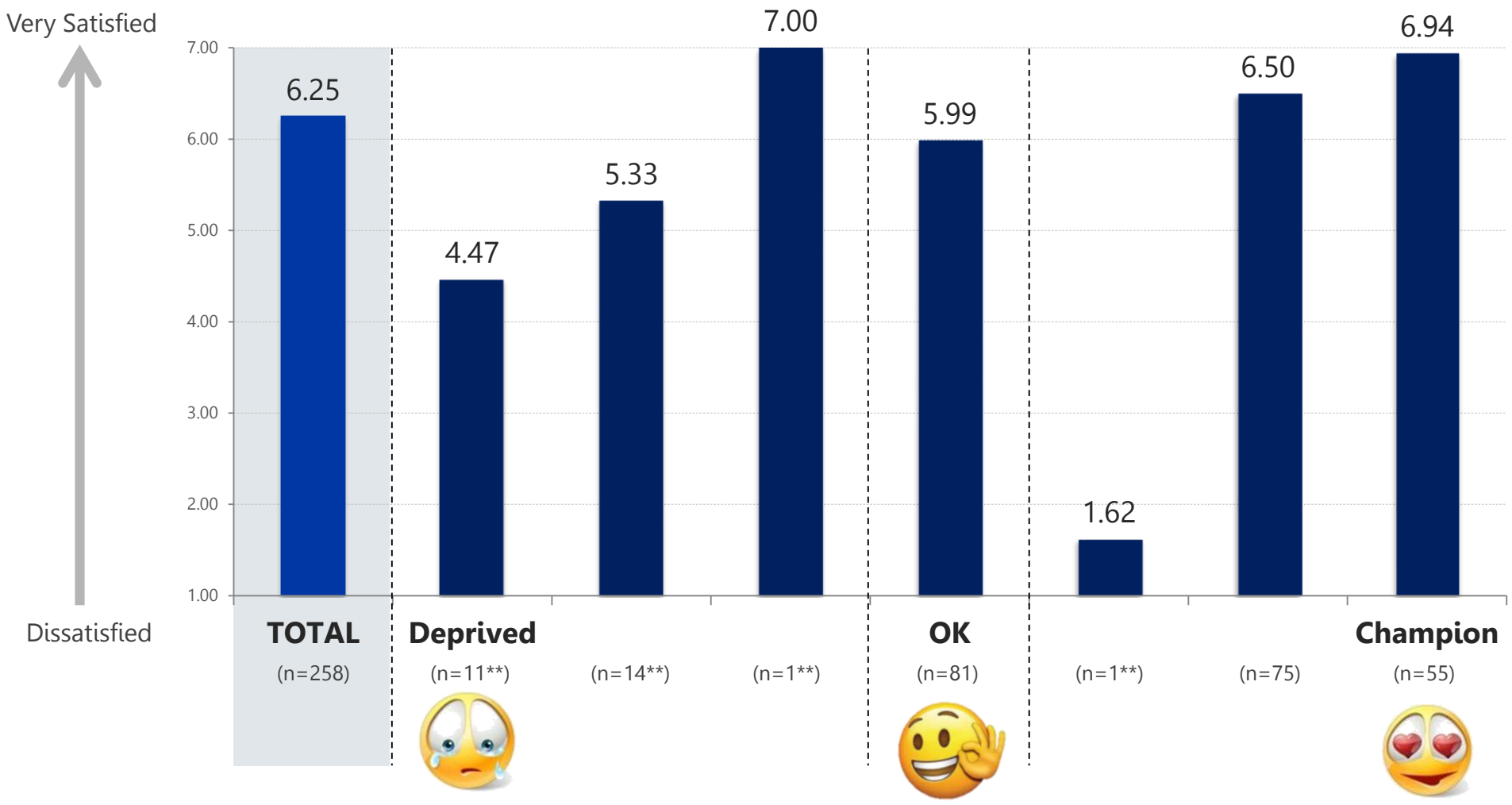
Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 32 = 100%

REF. Q4-Q5,Q9-Q11

Priority Mission Identification

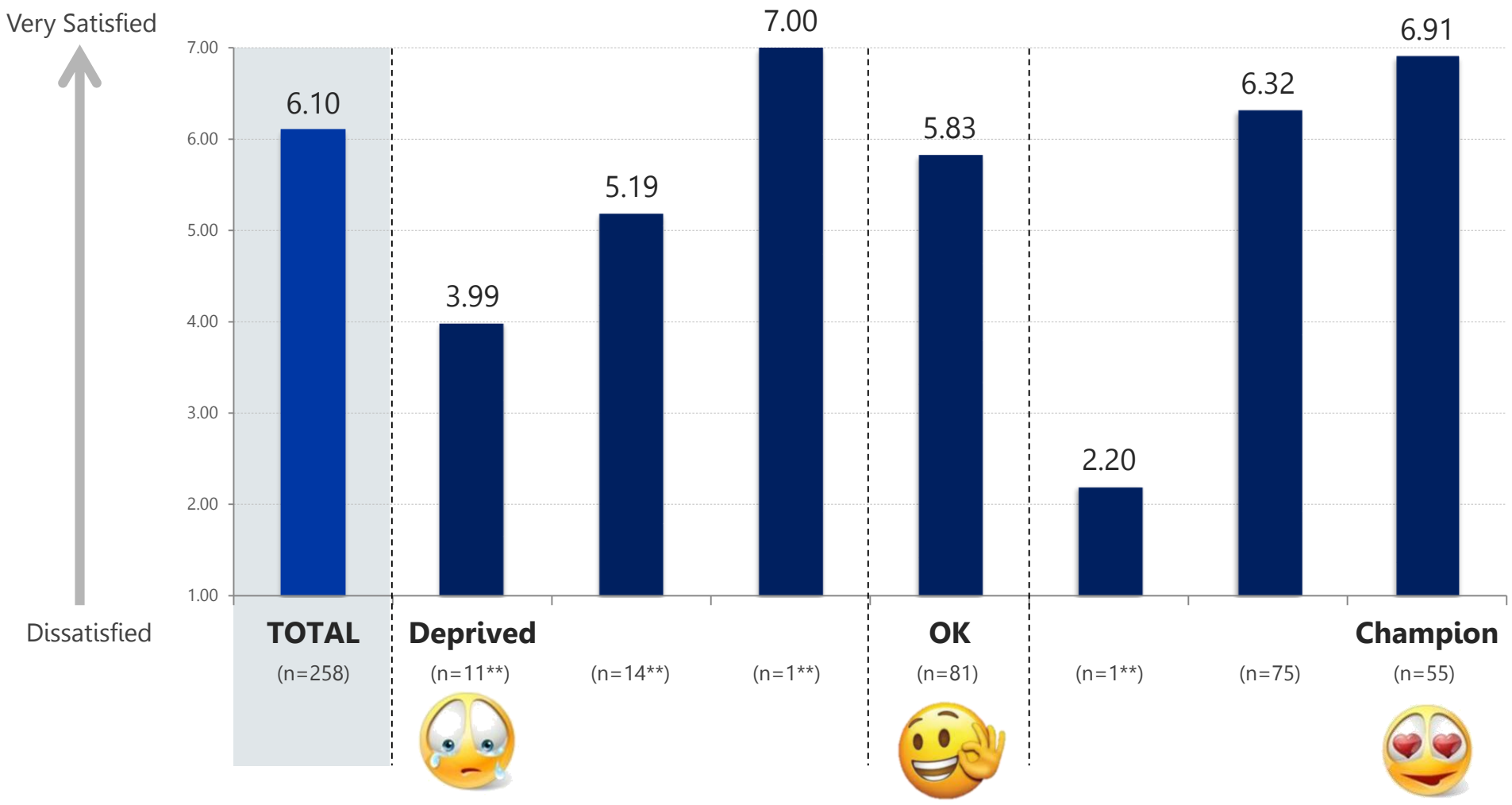
3 ระดับความพึงพอใจในมิติการพัฒนาธุรกิจไมซ์



Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

Priority Mission Identification

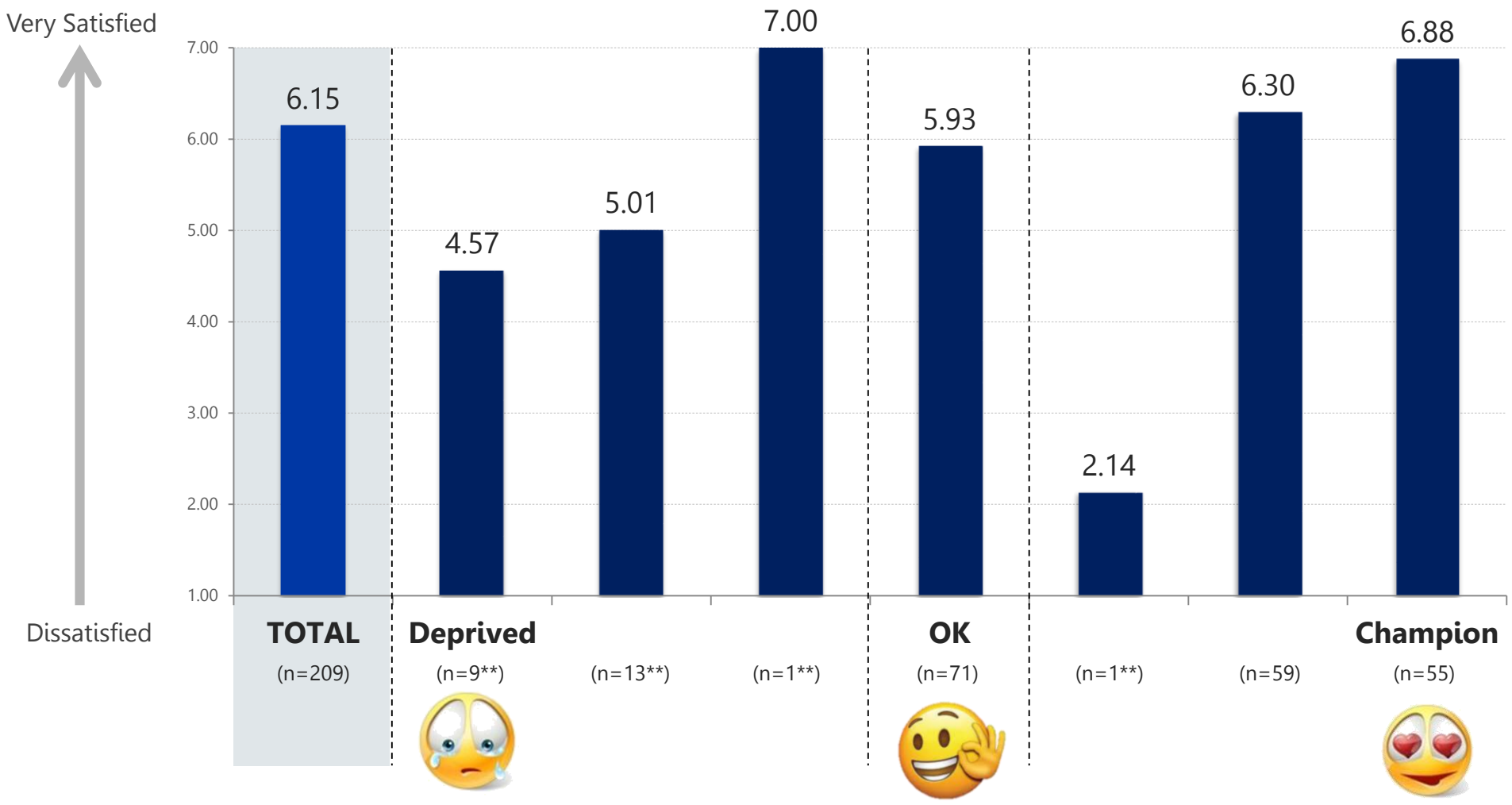
3 ระดับความพึงพอใจในมิติการสนับสนุนด้านการตลาด



Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

Priority Mission Identification

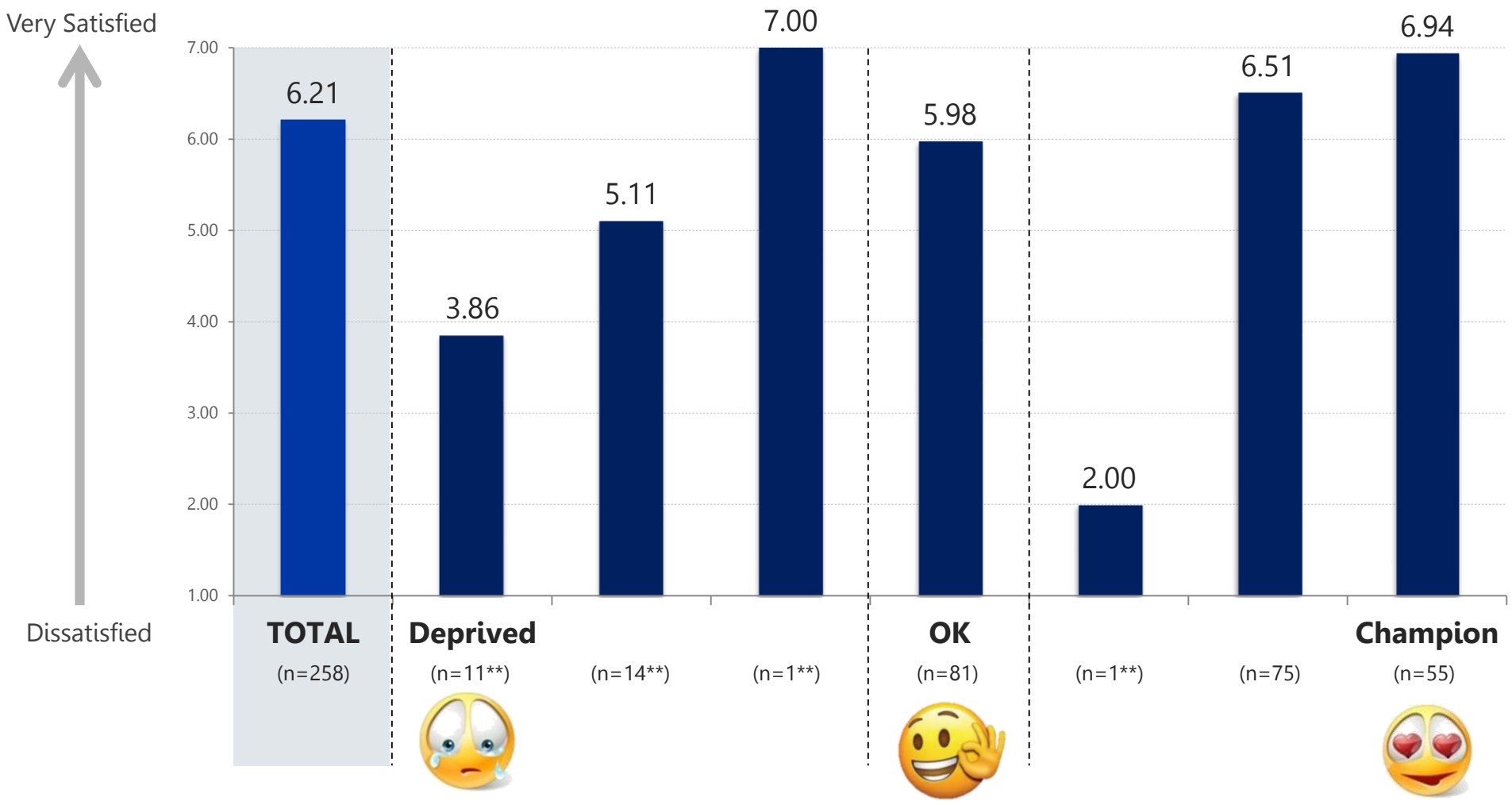
3 ระดับความพึงพอใจในมิติการพัฒนาขีดความสามารถ



Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

Priority Mission Identification

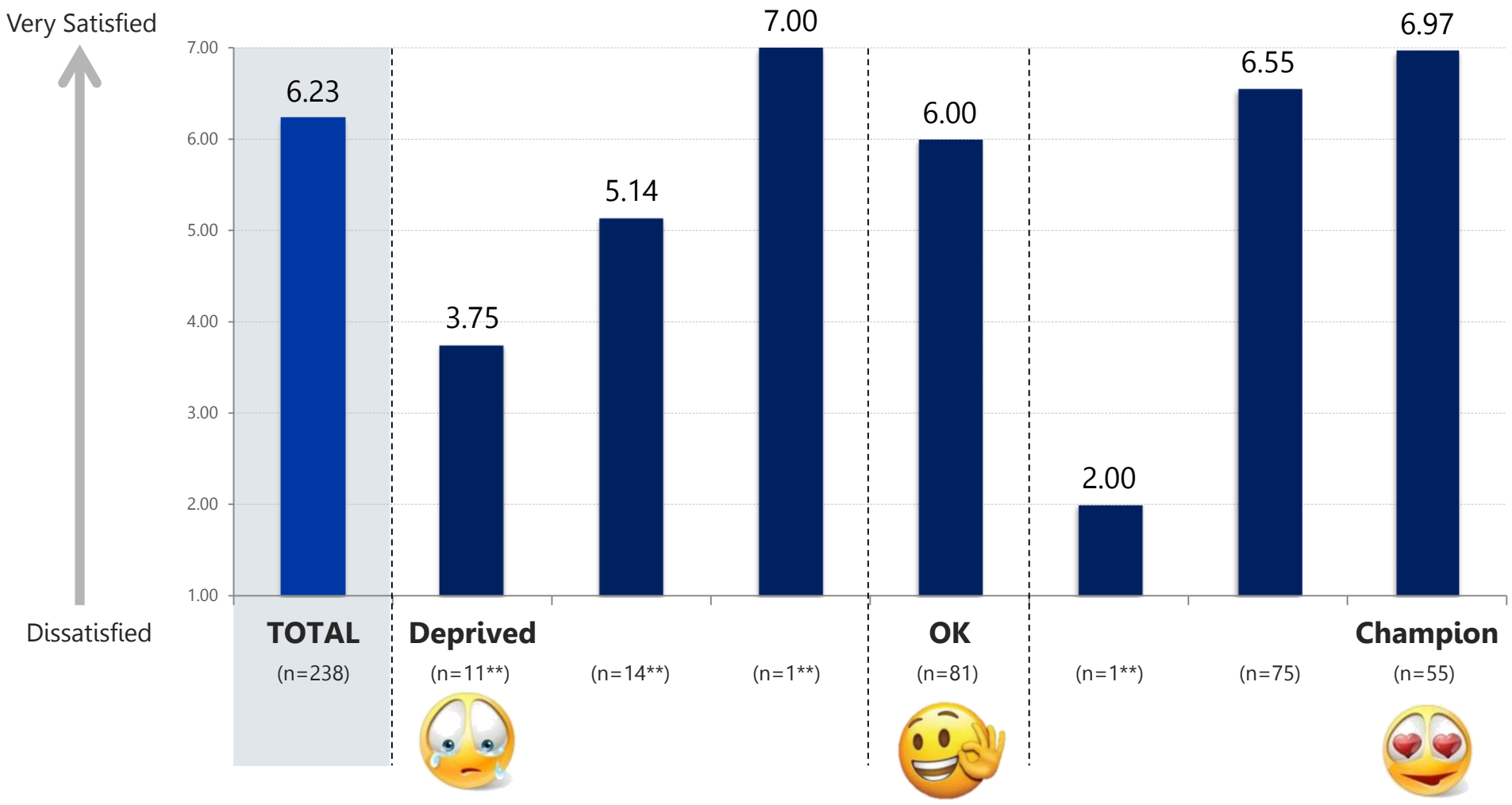
3 ระดับความพึงพอใจในมิติการเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน



Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

Priority Mission Identification

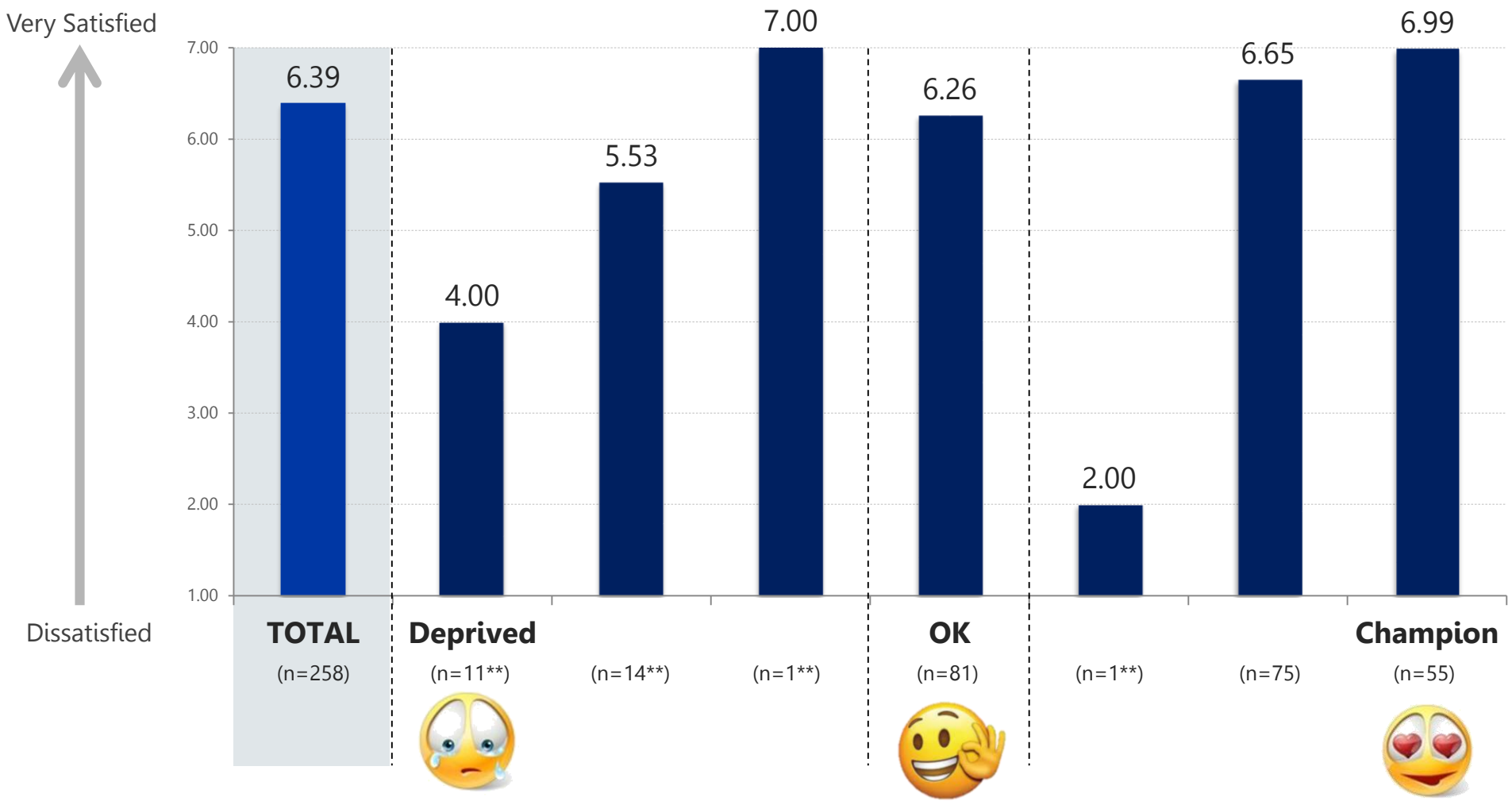
3 ระดับความพึงพอใจในมิติกระบวนการภายในองค์กร



Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

Priority Mission Identification

3 ระดับความพึงพอใจในมิติสมรรถนะของบุคลากร



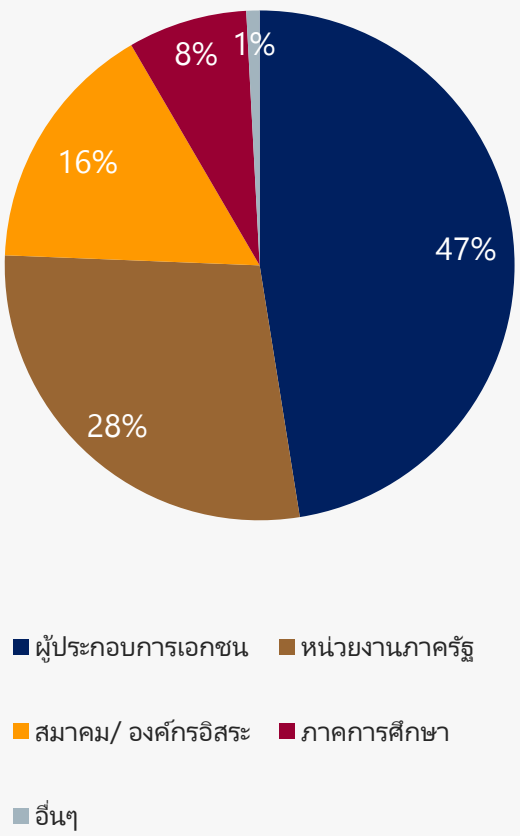
Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

ภาคผนวก

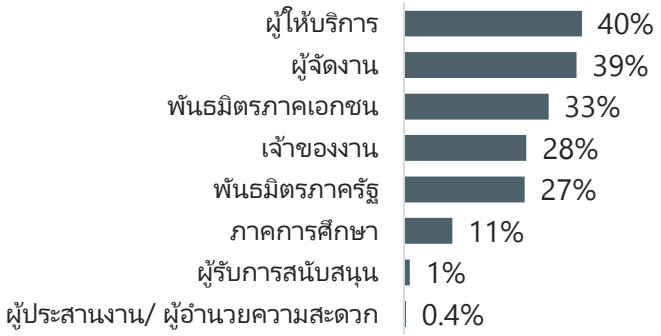
© INTAGE (Thailand) Co., Ltd.

ข้อมูลทั่วไป

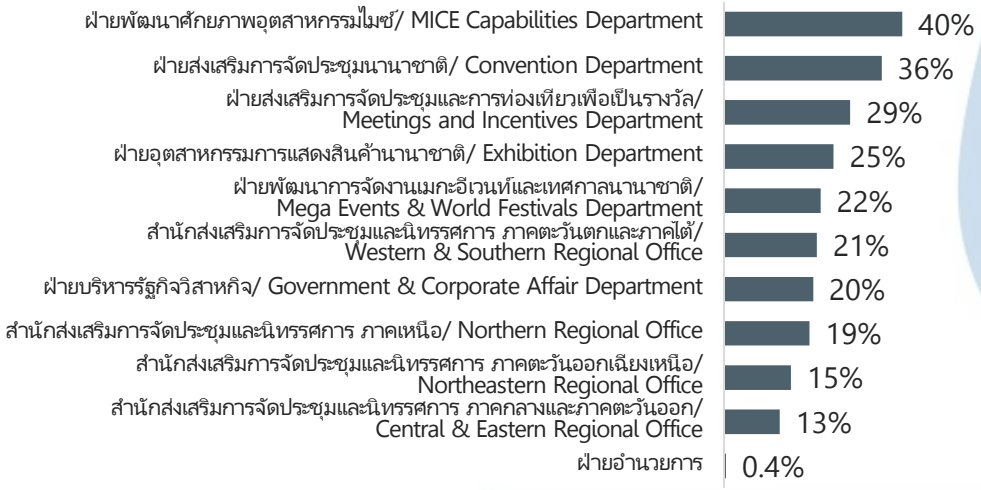
สังกัดของหน่วยงานภายนอก



บทบาทของหน่วยงานภายนอกที่ติดต่อกับ สสปน.



ฝ่ายของ สสปน. ที่ติดต่อกับหน่วยงานภายนอก



Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

แบบสอบถาม (1/4)

การสำรวจความพึงพอใจต่อการให้บริการ
ของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
กลุ่ม Meeting Incentive/ Convention/ Exhibition และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
ประจำปีงบประมาณ 2565

แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อประเมินผลการสำรวจความพึงพอใจต่อการดำเนินงานในภาพรวมของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. โดยจะทำการประเมินจากทัศนคติของกลุ่มผู้เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ ที่มีต่อการดำเนินงานด้านต่าง 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 หากไม่สามารถปฏิบัติได้ อาจจะไม่ได้รับค่าตอบแทนตามข้อตกลงกับทางบริษัทฯ
2. ข้าพเจ้าจะไม่เปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับแบบสอบถามของบริษัทฯ กับผู้อื่น หรือ หน่วยงานใด ๆ
3. ข้าพเจ้าเป็นบุคคลที่ได้ทำงานร่วมกับ/ได้รับบริการจากฝ่ายต่าง ๆ ของสสปน. จริง
4. ข้าพเจ้าและสมาชิกในครอบครัวของข้าพเจ้ายอมรับที่จะไม่เข้าร่วมโครงการวิจัยใด ๆ ทั้งสิ้นในระหว่างที่เข้าร่วมโครงการวิจัยของบริษัทอินเทจ

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

❍ ตกลง
❍ ไม่ตกลง

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/ได้รับบริการจาก ฝ่ายใดของสสปน. (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
   ❍ ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล/Meetings and Incentives Department
   ❍ ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ/Convention Department
   ❍ ฝ่ายอุตสาหกรรมการแสดงสินค้านานาชาติ/Exhibition Department
   ❍ สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ภาคเหนือ/Northern Regional Office
   ❍ สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ภาคตะวันตกและภาคใต้/ Western & Southern Regional Office
   ❍ สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ/ Northeastern Regional Office
   ❍ สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ภาคกลางและภาคตะวันออก/ Central & Eastern Regional Office
   ❍ ฝ่ายพัฒนาการจัดงานเมกะอีเวนท์และเทศกาลนานาชาติ/ Mega Events & World Festivals Department
   ❍ ฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์/MICE Capabilities Department
   ❍ ฝ่ายบริหารรัฐกิจวิสาหกิจ/ Government & Corporate Affair Department
   ❍ อื่นๆ ระบุ.....

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

แบบสอบถาม (2/4)

ส่วนที่ 2 ทัศนคติต่อการบริการของ สสปน. ตามภารกิจหลัก

4. ท่านพึงพอใจต่อบริการของ สสปน. ตามภารกิจหลักดังต่อไปนี้อย่างไร
โดยที่ 1 หมายถึง พึงพอใจน้อยที่สุด และ 7 หมายถึง พึงพอใจมากที่สุด

ข้อ	การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์	ระดับความเห็น น้อยที่สุด < -------- > มากที่สุด						
		1	2	3	4	5	6	7
	การพัฒนาธุรกิจไมซ์							
1.	การรักษาและการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์ ให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน ด้วยการสนับสนุนในรูปแบบของการสนับสนุนทางการเงินและการสนับสนุนอื่นๆที่ไม่ใช่การเงิน (Non-cash incentives)							
2.	การกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านธุรกิจไมซ์ อย่างมีประสิทธิภาพ							
3.	การกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์ทั่วทุกภูมิภาค							
4.	การผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อม (Readiness) ในการเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับไมซ์ระดับนานาชาติ (Global MICE Destination) สามารถจัดการประชุม งานแสดงสินค้าและงานเทศกาลนานาชาติในภูมิภาคเอเชียได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน							
5.	การผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำ (Leadership) สำหรับการเป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ระดับนานาชาติ (Global MICE Destination) รวมทั้งเป็นผู้นำด้านการประชุม งานแสดงสินค้าและงานเทศกาลนานาชาติในภูมิภาคเอเชียได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน							
6.	การขับเคลื่อนกิจกรรมไมซ์ให้ตรงตามความต้องการของตลาด ตามศักยภาพ และนโยบายของประเทศ							
7.	การผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้เป็นศูนย์กลางของอาเซียนอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน							
8.	การสนับสนุนผู้จัดงานและผู้ประกอบการไมซ์ด้วยการให้บริการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19							
	การสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์							
9.	การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่มีการปรับเกณฑ์ และปรับมาตรการที่ยืดหยุ่นมากขึ้น (Flexible) เอื้อให้ภาคธุรกิจไมซ์ปรับตัวและฟื้นตัวได้เร็วขึ้น							
10.	การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดที่ตอบสนองความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ ช่วยฟื้นฟูธุรกิจไมซ์อย่างมีกลยุทธ์ที่ชัดเจน และ ยืดหยุ่นตามบริบทเหตุการณ์ที่เปลี่ยนไปของโลก (Resilient Recovery)							

intage FM-CI-04 #64/ 394 Project (Oxford 2022) หน้า 3

ข้อ	การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์	ระดับความเห็น น้อยที่สุด < -------- > มากที่สุด						
		1	2	3	4	5	6	7
11.	การจัดทำและเผยแพร่กิจกรรมไมซ์บนเว็บไซต์ Business Events Thailand และแอพพลิเคชั่น Biz Connect เพื่อช่วยให้ภาคธุรกิจไมซ์สามารถเข้าถึงรายละเอียดกิจกรรม ได้อย่างอย่างสะดวก รวดเร็ว ทุกที่ทุกเวลา							
12.	การประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เกี่ยวกับข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ และสถานการณ์ประเทศ ด้วยการนำเสนอที่ทันสมัยและทันเหตุการณ์ ตลอดเวลาช่องทางต่าง ๆ ของ สสปน. อาทิ เว็บไซต์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ และสื่อออนไลน์อื่นๆ ได้อย่างครอบคลุม							
13.	การสร้างกิจกรรมไมซ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน							
	การพัฒนาขีดความสามารถ/ เสริมสร้างรากฐานธุรกิจไมซ์							
14.	การเพิ่มทักษะความรู้ให้กับผู้ประกอบการผ่านการอบรมรูปแบบต่างๆ ทั้ง ออฟไลน์ ออนไลน์ และไฮบริด ได้อย่างรวดเร็ว และ ครอบคลุม							
15.	การให้ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจอย่างสม่ำเสมอ เป็นประจำทุกเดือน อาทิ การอัปเดตความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมไมซ์ผ่าน แพลทฟอร์มข่าวสาร MICE Intelligence Center							
16.	การให้ความรู้ในเรื่องการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์อย่างยั่งยืน (MICE Sustainability) แก่ผู้ประกอบการ ผู้จัดงานไมซ์ ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ที่สนใจ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ถูกต้อง ครบถ้วน และเข้าใจง่าย							
17.	การผลักดันและสนับสนุนผู้ประกอบการและผู้จัดงานไมซ์ ผ่านการรับรองมาตรฐานด้านการจัดงานในระดับสากล อาทิ การรับรองมาตรฐาน TMVS/AMVS เพื่อยืนยันว่าสถานที่จัดงานมีความเหมาะสม							
18.	การสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ ให้เทียบเท่าระดับสากล* *มาตรฐานระดับสากล คือ เครื่องมือที่นานาชาติใช้ยืนยันคุณภาพ ความปลอดภัย และประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ บริการและระบบนั้นๆ Source: https://www.iso.org/about-us.html							
19.	การเสริมสร้างและพัฒนาบุคลากรในด้านวิชาชีพต่างๆ (Upskill, Reskill and New Skill) ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อพร้อมรับมือกับสถานการณ์ทุกรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน							

intage FM-CI-04 #64/ 394 Project (Oxford 2022) หน้า 4

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

แบบสอบถาม (3/3)

ข้อ	การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์	ระดับความเห็น น้อยที่สุด < ------ > มากที่สุด						
		1	2	3	4	5	6	7
20.	การสร้างผลิตภัณฑ์หรือเครื่องมือในการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการไมซ์ในการดำเนินธุรกิจในอีกช่องทางหนึ่ง อาทิ การจัดงานประชุมและหรือ/การแสดงสินค้าผ่านระบบออนไลน์ หรือ การออกมาตรฐานต่างๆที่มาช่วยผู้ประกอบการไมซ์ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19							
	การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชนในธุรกิจไมซ์							
21.	การเป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้เป็นอย่างดี							
22.	การอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุมนานาชาติ การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทยอย่างเต็มที่ อาทิ บริการ E-MICE marketplace แพลตฟอร์มตลาดผู้ซื้อผู้ขายพบกันแบบอิเล็กทรอนิกส์ ภายใต้ชื่อ Thai MICE Connect							
	กระบวนการภายใน/ลักษณะเฉพาะองค์กรของ สสปน.							
23.	การให้ความชัดเจนในนโยบายและทิศทางการดำเนินงานของสสปน. เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง							
24.	การให้บริการผ่านระบบงานของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากล (International level) ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ อาทิ การติดตามด้วยระบบ RFS : Request For Support							
25.	การปฏิบัติงานที่มีความคล่องตัว (Flexibility) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน							
26.	การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency) เกิดผลงานเป็นรูปธรรมเมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน							
27.	การเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของ สสปน. (Public Hearing)							
28.	การนำความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ มาปรับปรุงการทำงานของ สสปน. (Reflection) อย่างต่อเนื่อง							
29.	การสร้างปฏิสัมพันธ์และความเชื่อใจ (Interaction and Trust Building) อย่างต่อเนื่องให้กับผู้ประกอบการ โดยเฉพาะในสถานการณ์ฉุกเฉินในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19							
30.	การปฏิบัติงานที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเชื่อมั่น (Confidence Building) ในกระบวนการและมาตรการรับมือของ สสปน. ต่อสถานการณ์การระบาดโควิด-19							

intage FM-CI-04 #64/ 394 Project (Oxford 2022) หน้า 5

ข้อ	การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์	ระดับความเห็น น้อยที่สุด < ------ > มากที่สุด						
		1	2	3	4	5	6	7
	สมรรถนะของบุคลากรของ สสปน.							
31.	บุคลากรของ สสปน. สามารถให้คำแนะนำหรือรายละเอียดของระเบียบขั้นตอนและกระบวนการทำงานภายในผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ในการประชุม (Advisory Service) ได้เป็นอย่างดี							
32.	บุคลากรของ สสปน. เข้าใจวิธีการจัดงานอีเว้นท์ (Event Expert) ในรูปแบบ New Normal ของอุตสาหกรรมไมซ์ เป็นอย่างดี							
33.	บุคลากรของ สสปน. มีความเป็นมืออาชีพ (Professionalism) ในการบริการและประสานงาน ให้กับลูกค้า/ผู้รับบริการ ทั้งผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ (Online data access) ได้อย่างรวดเร็ว							
34.	บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ ได้อย่างทันท่วงที							
35.	บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาหรือจัดการกับความขัดแย้ง ในสถานการณ์ที่ซับซ้อน หรือในสถานการณ์ที่มีความคลุมเครือได้อย่างมีประสิทธิภาพ และอย่างรวดเร็ว (Conflict Management)							
36.	บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่ทำงานโดยใช้หลักความคิดแบบมีวิจารณญาณ แบบมีเหตุผล มีตรรกะที่ชัดเจนเสมอ (Critical Thinking)							
37.	บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่พร้อมต่อการผลักดันให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆ และมีความคิดสร้างสรรค์เสมอ (Innovative and Creative)							
38.	บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถและทักษะที่ดีเยี่ยมในการสื่อสาร (Effective Communication Skill) กับทีมงาน และ ผู้เกี่ยวข้อง							
39.	บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส (Good Governance)							
40.	บุคลากรของ สสปน. มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร (Ready for Change and for New Development) ให้ทันยุคสมัย							
41.	บุคลากรของ สสปน. มีการปรับตัวและพร้อมรับมือกับสถานการณ์การระบาดโควิด-19							
42.	บุคลากรของ สสปน. มีการรักษาปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและผู้ประกอบการไมซ์ภายใต้สถานการณ์ที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการทำงาน อาทิ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19							

intage FM-CI-04 #64/ 394 Project (Oxford 2022) หน้า 6

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

แบบสอบถาม (4/4)

5. โปรดระบุ**ระดับความพึงพอใจ**โดยรวม ที่ท่านมีต่อการให้บริการของ สสปน. ในการดำเนินธุรกิจไมซ์
โดยที่ 1 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อยที่สุด และ 7 หมายถึง มีความพึงพอใจมากที่สุด

1	2	3	4	5	6	7

ส่วนที่ 3 ประเด็นความพึงพอใจ ที่ท่านมีต่อการให้บริการของ สสปน. ในการดำเนินธุรกิจไมซ์ ตามภารกิจหลัก

6. **ข้อที่พึงพอใจ** เมื่อร่วมงานกับ สสปน. ในการดำเนินธุรกิจไมซ์

.....

.....

7. **ข้อที่ไม่พึงพอใจ** เมื่อร่วมงานกับ สสปน. ในการดำเนินธุรกิจไมซ์

.....

.....

8. **ข้อเสนอแนะ** เพื่อปรับปรุงการทำงานของ สสปน. ในการดำเนินธุรกิจไมซ์

.....

.....

ส่วนที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรของท่านและสสปน. (Brand Engagement)

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

10. ท่านมีแนวโน้มที่จะแนะนำเพื่อนหรือคนรู้จักที่ทำงานอยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกับท่าน ให้มาใช้บริการหรือติดต่องานหรือร่วมงานกับ สสปน. มากน้อยแค่ไหน (คำตอบเดียว)
ถ้ามีคะแนนตั้งแต่ 0-10 โดยที่ 0 หมายถึงจะไม่แนะนำอย่างแน่นอน และ 10 หมายถึงจะแนะนำอย่างแน่นอน

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

ส่วนที่ 5 การประเมินความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรของท่านและสสปน.

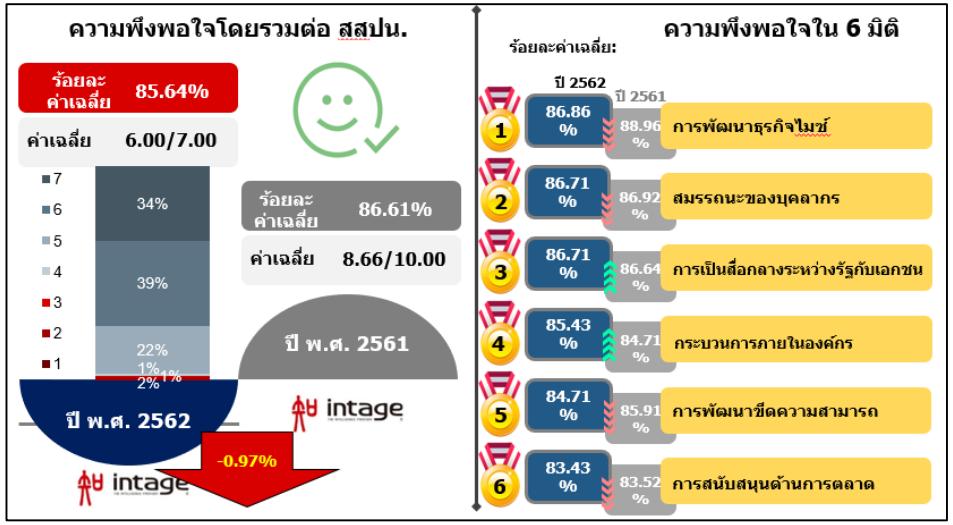
11.	จากที่ท่านตอบว่า "(คำตอบจากข้อ 9)" ท่านคิดว่า แต่ละปัจจัยต่อไปนี้ มีความสำคัญมากน้อยแค่ไหน ต่อความรู้สึกที่ท่านมีต่อความอยากที่จะทำงานกับ สสปน. ในอนาคต กรุณาเรียงลำดับทั้ง 6 ปัจจัย**ตามลำดับความสำคัญ โดยที่ 1 หมายถึง มีความสำคัญมากที่สุด และ 6 หมายถึง มีความสำคัญน้อยที่สุด**	
Influenced Factor	การพัฒนาธุรกิจไมซ์	
	การสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์	
	การพัฒนาขีดความสามารถ/ เสริมสร้างรากฐานธุรกิจไมซ์	
	การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชนในธุรกิจไมซ์	
	กระบวนการภายใน/ลักษณะเฉพาะองค์กรของ สสปน.	
	สมรรถนะของบุคลากรของ สสปน.	

ขอบพระคุณสำหรับทุกคำตอบ

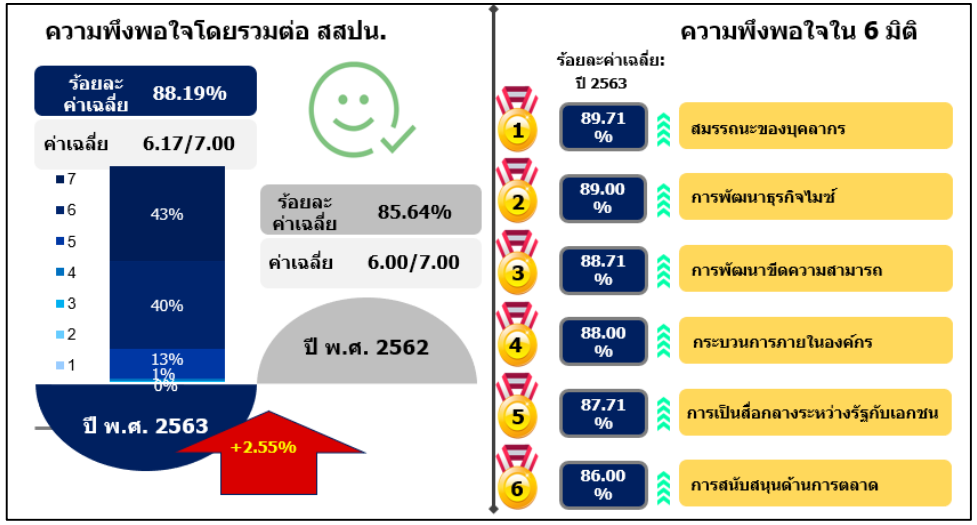
Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

ความพึงพอใจโดยรวมจากการวัดผลต่อเนื่อง 4 ปี (ปี 2562-2564)

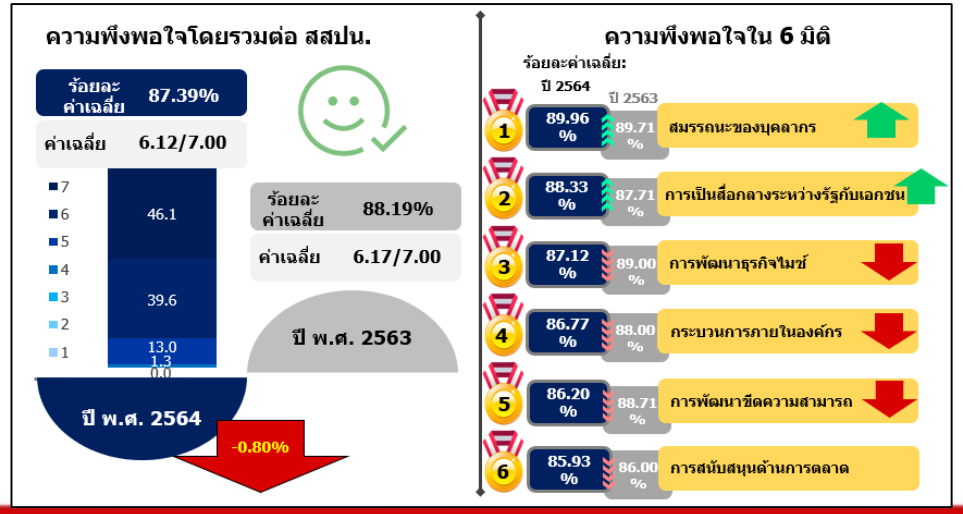
ปี 2562



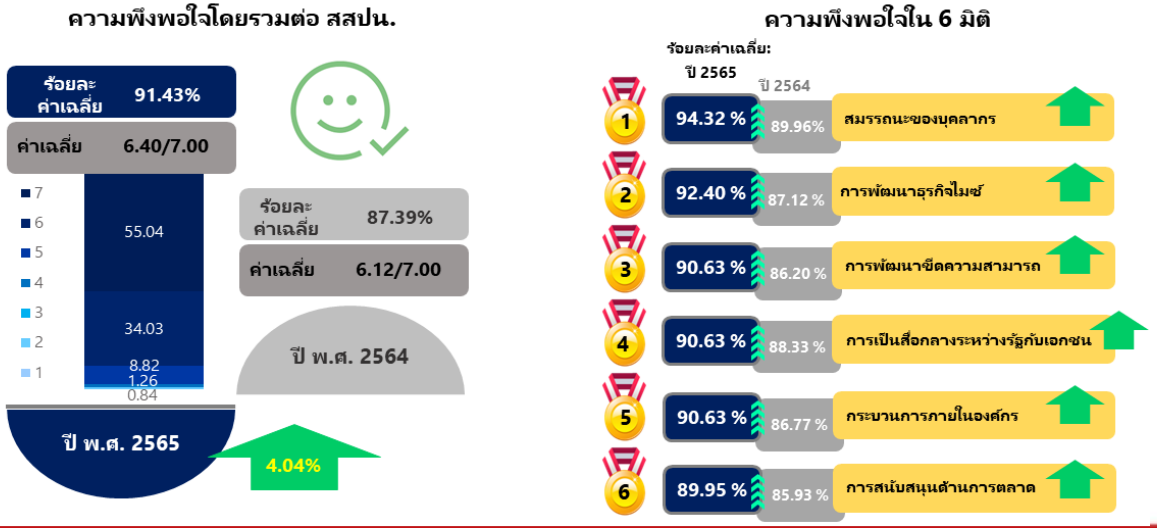
ปี 2563



ปี 2564



ปี 2565



Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

intage group®

Know today, Power tomorrow

INTAGE (Thailand) Co., Ltd.

© INTAGE (Thailand) Co., Ltd.