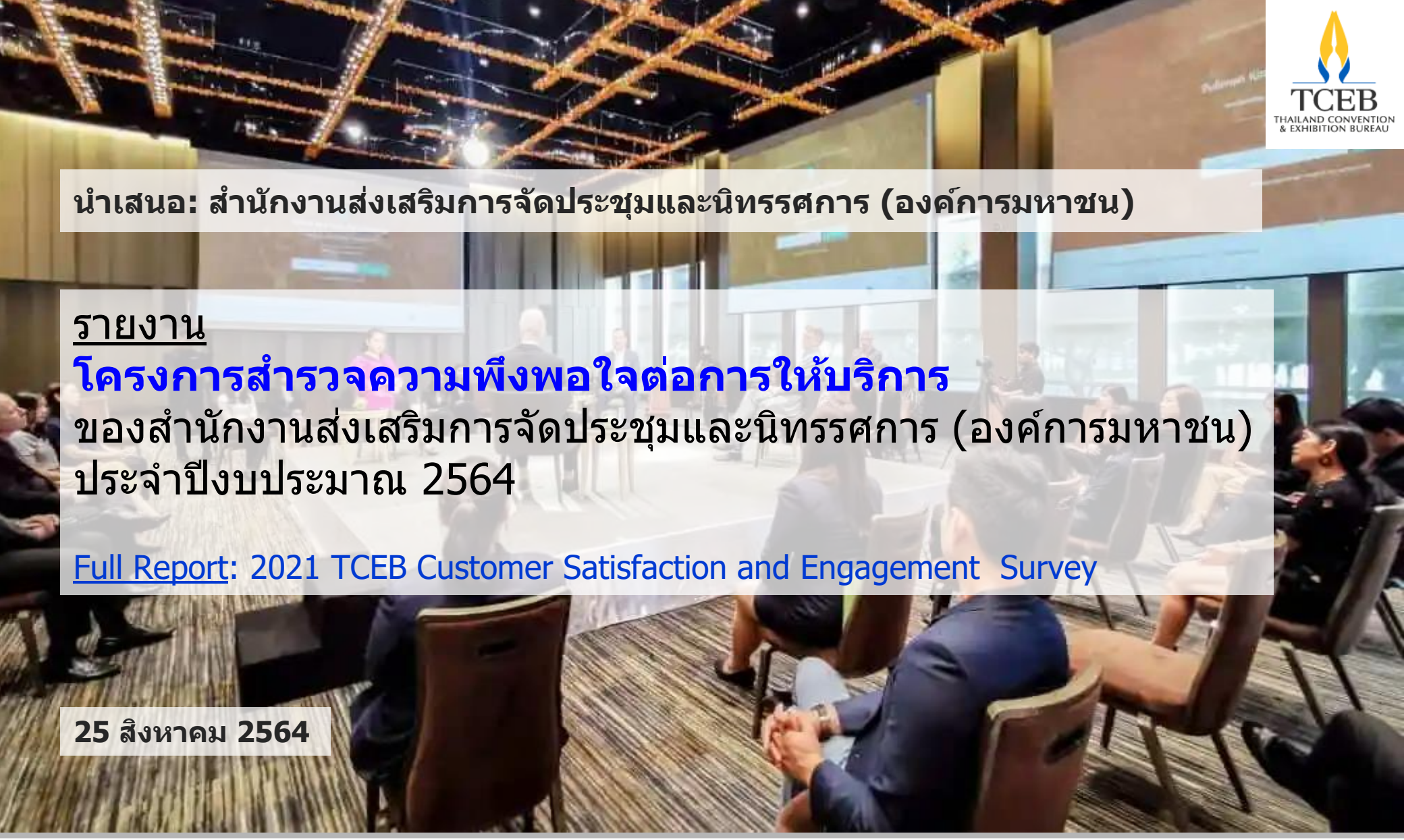


นำเสนอ: สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

รายงาน
โครงการสำรวจความพึงพอใจต่อการให้บริการ
ของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ประจำปีงบประมาณ 2564

Full Report: 2021 TCEB Customer Satisfaction and Engagement Survey

25 สิงหาคม 2564

INTAGE (Thailand) Co., Ltd.

Know today, Power tomorrow

สารบัญ

	หน้า
ภาคแนะนำโครงการ	3
ภาคเครื่องมือและการออกแบบงานวิจัย	6
ภาคบทสรุปสำหรับผู้บริหาร	18
ข้อเสนอแนะ – Progressive Strategies	35
ภาคผลการวิจัยโดยละเอียด	40
ภาคผนวก	129

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

ภาคแนะนำโครงการ

ความเป็นมา

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. มีพันธกิจหลักในการส่งเสริม สนับสนุน และประสานงานกับภาคเอกชนในการจัดประชุมการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดการแสดงสินค้านานาชาติ หรือไมซ์ (MICE: Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions) ในประเทศไทยด้วยความตระหนักถึงบทบาทสำคัญขององค์กรในการสนับสนุนส่งเสริม ประสานงาน พัฒนา ให้คำปรึกษา เพื่อใช้ในอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย และเพื่อพัฒนาศักยภาพให้มีประสิทธิภาพสูงสุด เทียบเคียง และนำหน้า นานาประเทศ

สสปน. จึงจัดทำโครงการสำรวจความพึงพอใจต่อการให้การบริการของ สสปน. ที่มีในทุกด้าน เพื่อนำผลการประเมินนี้ไปปรับปรุงแผนงานการให้บริการ และการพัฒนาบุคลากรของสสปน. ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นไปเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์และความก้าวหน้าต่อไปอย่างไม่หยุดยั้งแก่อุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยต่อไป

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

วัตถุประสงค์งานวิจัย

1. เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อการให้บริการของกลุ่มผู้รับบริการจาก สสปน.
2. เพื่อศึกษาความต้องการของผู้รับบริการ และ การให้ความสำคัญในแต่ละมิติที่ สสปน. ให้บริการของผู้รับบริการ และความต้องการอื่นๆที่ผู้รับบริการยังไม่ได้รับการตอบสนอง
3. เพื่อวิเคราะห์ Gap Analysis ระหว่างความคาดหวังกับสิ่งที่ผู้รับบริการได้รับจาก สสปน.
4. เพื่อประเมินภาพรวมการให้บริการของ สสปน. โดยเปรียบเทียบกับผลงานในปีที่ผ่านมา
5. เพื่อสำรวจความต้องการจำเป็น (Needs Assessment) ของประเด็นที่สอดรับกับพันธกิจและบริการ หรือทิศทางการ ดำเนินงานที่ สสปน. มุ่งเน้น พร้อมวิเคราะห์ และจัดทำแผนปรับปรุงการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ

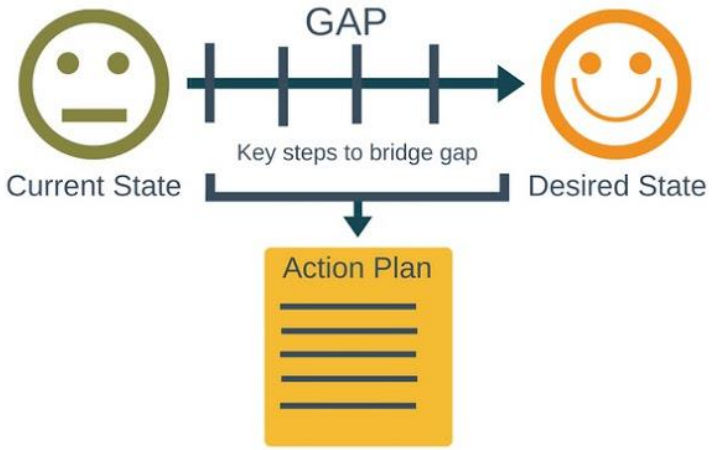
6. เพื่อวิเคราะห์แนวโน้ม (Foresight analysis) ปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจใน 3 ปีที่ผ่านมาและสามารถกำหนดกลยุทธ์เชิงนโยบายในปีต่อไปได้อย่างเหมาะสม (Progressive Strategies)

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

ภาคเครื่องมือและการออกแบบงานวิจัย

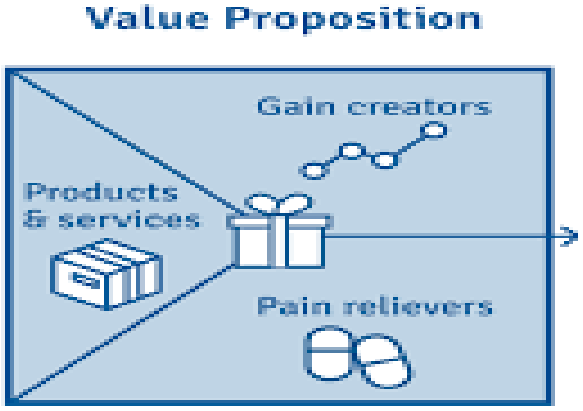
เครื่องมือหลักในการหาผลสรุปผลวิเคราะห์เพื่อผู้บริหาร (Output for Management)

- ผลประเมินและวิเคราะห์ความพึงพอใจในเชิงสถิติจากผู้รับบริการโดยเปรียบเทียบกับผลงานในปีที่ผ่านๆมา (2020 vs 2021)
- จุดแข็ง และจุดอ่อนของ สสปน. ในมุมมองของผู้รับบริการ (สสปน. SWOT analysis)
- สรุปความคาดหวังจากผู้รับบริการกลุ่ม MICE Supporters และ MICE Beneficiaries ทั้งที่ได้รับการตอบสนอง และยังไม่ได้รับการตอบสนองผ่านโมเดล Needs Assessment & Need Gap Analysis ในประเด็นที่สอดรับกับพันธกิจและบริการ หรือทิศทางที่สสปน.มุ่งเน้น



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

เครื่องมือหลักในการหาผลสรุปผลวิเคราะห์เพื่อผู้บริหาร
(Output for Management)

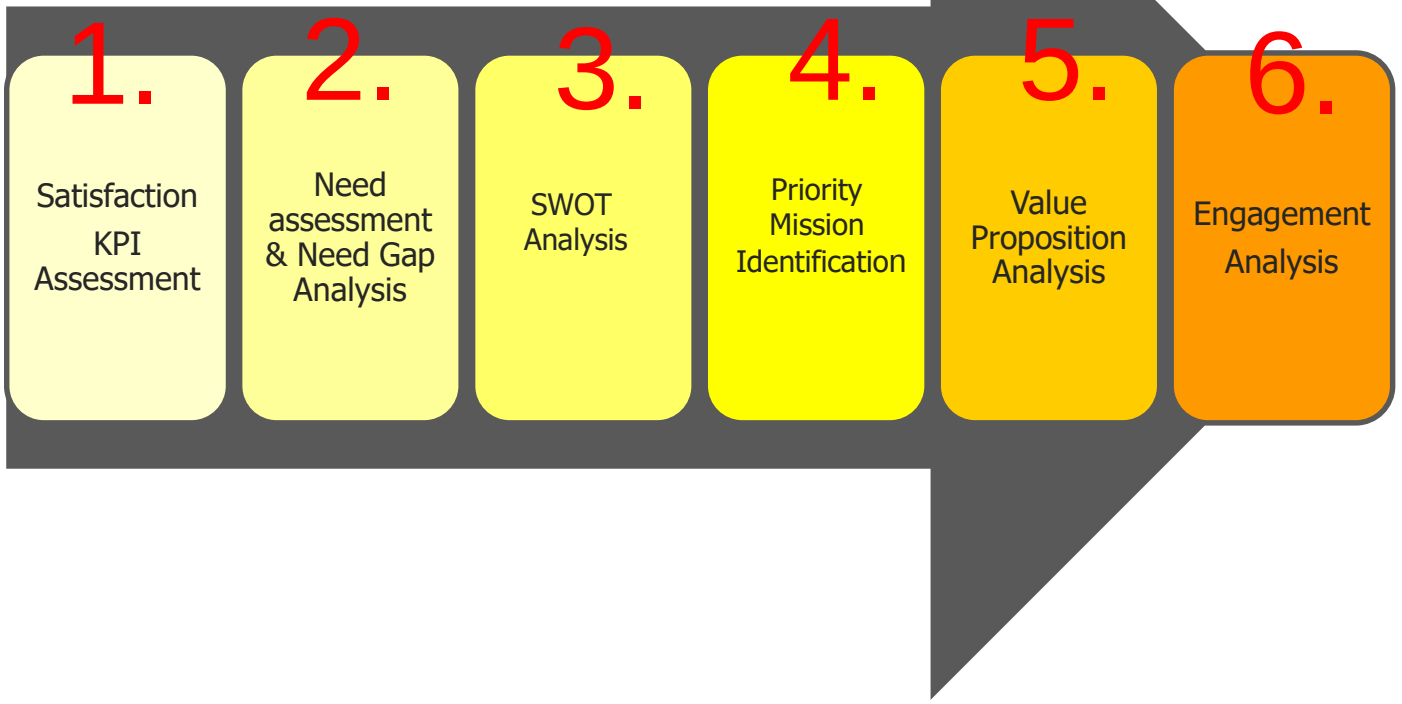


- ✓ ผลสรุปภาพรวม Pain & Gain ของผู้รับบริการทั้ง 2 ประเภท รวมทั้งสินค้าบริการที่ผู้รับบริการคาดหวังและยังไม่ได้รับการตอบสนอง และ วิธีการสื่อสารที่เหมาะสมที่สุดที่จะแจ้งข่าวสาร ข้อมูลให้กับผู้รับบริการทั้ง 2 ประเภท (Value Proposition)
- ✓ ผลวิเคราะห์และข้อแนะนำเชิงกลยุทธ์ผ่านโมเดลเฉพาะของทางอินเทจ ประเทศไทย Brand Engagement Model™ และการทำ Solution Workshop ร่วมกับกลุ่มคนทำงานแผนกต่างๆในสสปน.

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

INTAGE Strategic Analysis Framework & Models

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



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

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

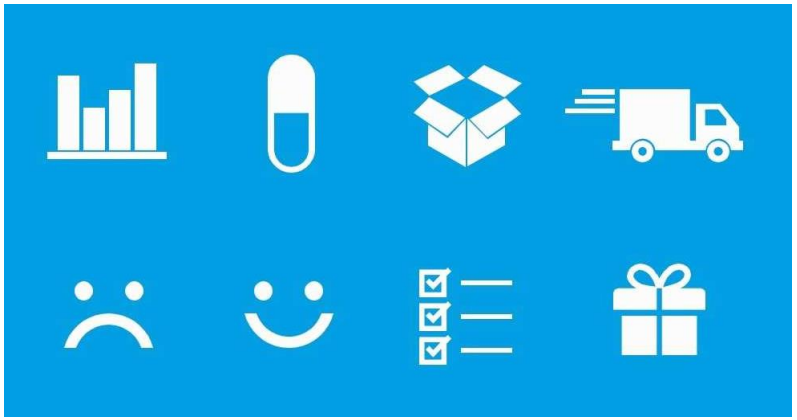
3. วิเคราะห์ SWOT Analysis เพื่อร่างแนวทางการสร้างความพึงพอใจเพื่อผลลัพธ์สูงสุดในปีถัดไป โดยพลิกจุดอ่อนมาเป็นโอกาสในการสร้างความพึงพอใจให้มากยิ่งขึ้น อาทิ จุดอ่อนคือ โครงสร้างและกระบวนการภายในองค์กรที่ยืดยาดทับซ้อน ทาง สสปน. ก็สามารถพลิกจุดอ่อนนี้ด้วยการสื่อสารจุดยืนขององค์กรว่าไม่ใช่ยืดยาดทับซ้อน แต่เป็นการกลั่นกรองอย่างละเอียดเพื่อคู่ค้าสามารถนำไปใช้งานได้ทันทีเลย (One-stop Service of Business Solution) หรือ สื่อสารเรื่องการใช้ SLA อย่างมีประสิทธิภาพทำให้ลดขั้นตอนเวลาไปได้เป็นรูปธรรมอย่างไร

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

INTAGE Strategic Analysis Framework

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

5. ผลสรุปภาพรวม Pain & Gain ของผู้รับบริการทั้ง 2 ประเภท รวมทั้งสินค้าบริการที่ผู้รับบริการคาดหวังและยังไม่ได้รับการตอบสนอง และ วิธีการสื่อสารที่เหมาะสมที่สุดที่จะแจ้งข่าวสาร ข้อมูลให้กับผู้รับบริการทั้ง 2 ประเภท (Value Proposition)



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

INTAGE Strategic Analysis Framework

6. การนำ Brand Engagement Model™ อันเป็นโมเดลเฉพาะของทางอินเทจประเทศไทย 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 3ปี มาประมวลผลรวม เพื่อวิเคราะห์แนวโน้ม (Foresight Analysis) ปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจใน 3 ปี ที่ผ่านมาและสามารถกำหนดกลยุทธ์เชิงนโยบายในปีต่อไป (Progressive Strategies)**

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

INTAGE Strategic Analysis Framework

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

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

หัวข้อหลักในการสอบถามในงานวิจัย

ผู้ทำการศึกษาจะต้องดำเนินการสำรวจและประเมินความพึงพอใจในการให้บริการของ สสปน.
ใน 6 มิติต่างๆ ดังนี้

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

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

วิธีดำเนินการวิจัยและลักษณะกลุ่มเป้าหมาย

การศึกษาโดยปกติจะรวบรวมข้อมูลเชิงประมาณ (Quantitative) โดยนำเสนอเป็นการสำรวจเป็นในรูปแบบ online & in-depth interview แต่ในปีนี้เนื่องด้วยสถานการณ์โควิด จึงทำการสำรวจในรูปแบบออนไลน์เท่านั้นดังนี้:

- สำรวจข้อมูลแบบออนไลน์ (Online Survey) เพื่อทำการศึกษาสำรวจความพึงพอใจในการให้บริการของ สสปน. ใน 6 มิติเชิงสถิติและเชิงปริมาณ ตามที่เคยจัดทำมาโดยตลอด เพื่อรับทราบผลประจำปี 2564 และเปรียบเทียบกับผลการสำรวจในปีที่ผ่านๆ โดยการสอบถามจะทำการสอบถามถึงความต้องการในการให้บริการของสสปน. จากที่ลิสต์ไว้ในแบบสอบถามปกติ เพื่อนำมาใช้กับ Need Assessment & Need Gap Analysis Model เพื่อให้ได้มาซึ่งความต้องการที่นอกเหนือและคาดไม่ถึง (Unmet Needs) ซึ่งจะทำให้การให้บริการของสสปน. ยกระดับจาก Satisfaction to Engagement to Advocacy ในที่สุด

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

วิธีดำเนินการวิจัยและลักษณะกลุ่มเป้าหมาย

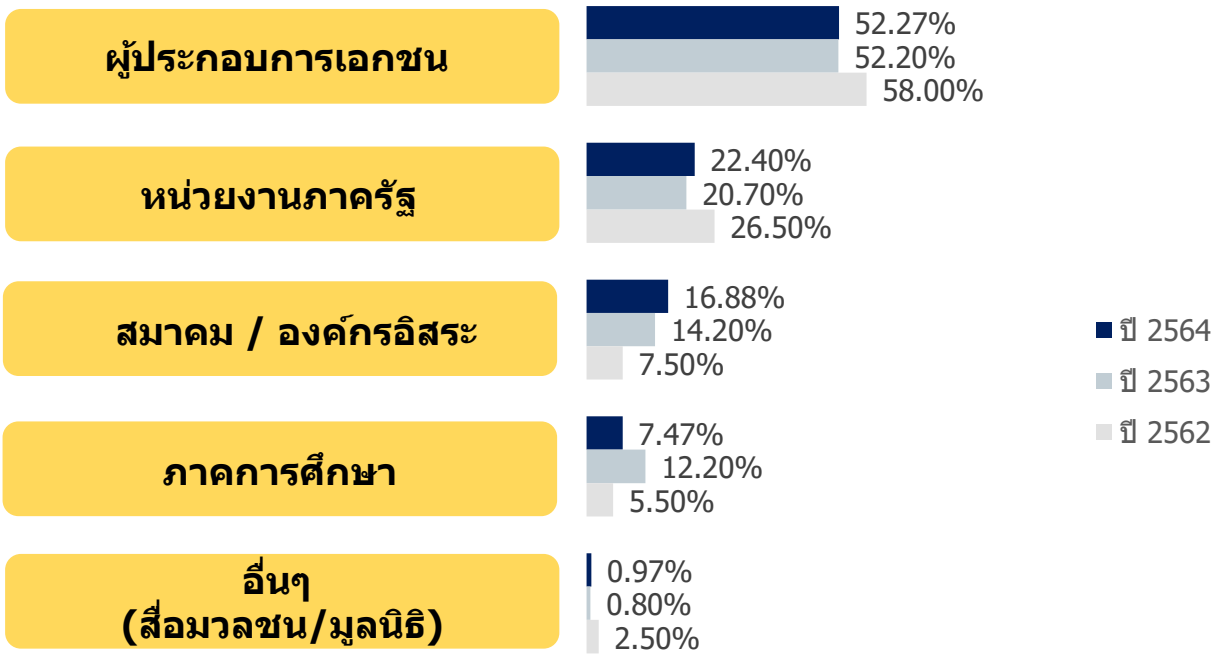
การศึกษาครั้งนี้จะรวบรวมข้อมูลเชิงประมาณ (Quantitative) สำรวจข้อมูลแบบออนไลน์ (Online Survey) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างจากอีเมลล์แอดเดรสจากรายชื่อที่ได้รับจากทีเส็บเพื่อเลือกกลุ่มเป้าหมายที่เหมาะสมกับรูปแบบออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างจำนวน n=200 คนเป็นอย่างต่ำ

ทางสสปน.จะเป็นผู้ให้รายชื่อลูกค้าของแต่ละแผนก โดยทางอินเทจขอเสนอให้แต่ละแผนกเสนอให้รายชื่ออย่างน้อย 80-100 รายชื่อต่อแผนก เพื่อให้เก็บข้อมูลได้อย่างน้อย **30 ตัวอย่าง/ แผนก** เพื่อสามารถนำข้อมูลไปวิเคราะห์ทางสถิติได้อย่างถูกต้อง

กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย 2 กลุ่ม รวมทั้งสิ้น 308 คน	
กลุ่ม 1	**MICE Supporters** ประกอบด้วย บุคคลหรือหน่วยงานที่ทำงานร่วมกับ สสปน.และให้บริการอุตสาหกรรมไมซ์ เช่น สมาคม หน่วยงานภาครัฐ อาทิ กรมศุลกากร กรมการกงสุล เป็นต้น
กลุ่ม 2	**MICE Beneficiaries** ประกอบด้วย บุคคลหรือหน่วยงานที่ได้รับบริการจาก สสปน.โดยตรงหรือได้รับบริการ/ ทำงานร่วมกับ MICE Supporters ที่ทำงานร่วมกับสสปน. เช่น เจ้าของงาน (Event Owner) ผู้จัดงาน (Organizer) ผู้ให้บริการ (Service Provider) ภาคศึกษา เป็นต้น

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

สรุปจำนวนกลุ่มเป้าหมายปี 2562-2564



	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

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

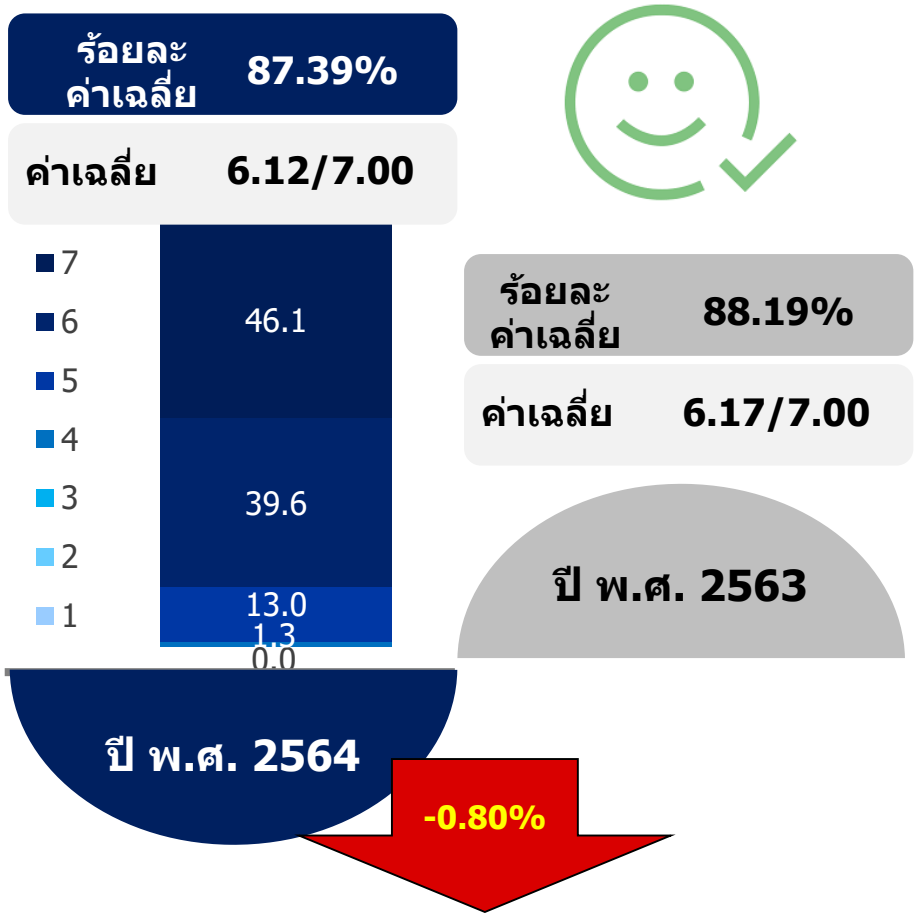
Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

ภาคบทสรุปสำหรับผู้บริหาร

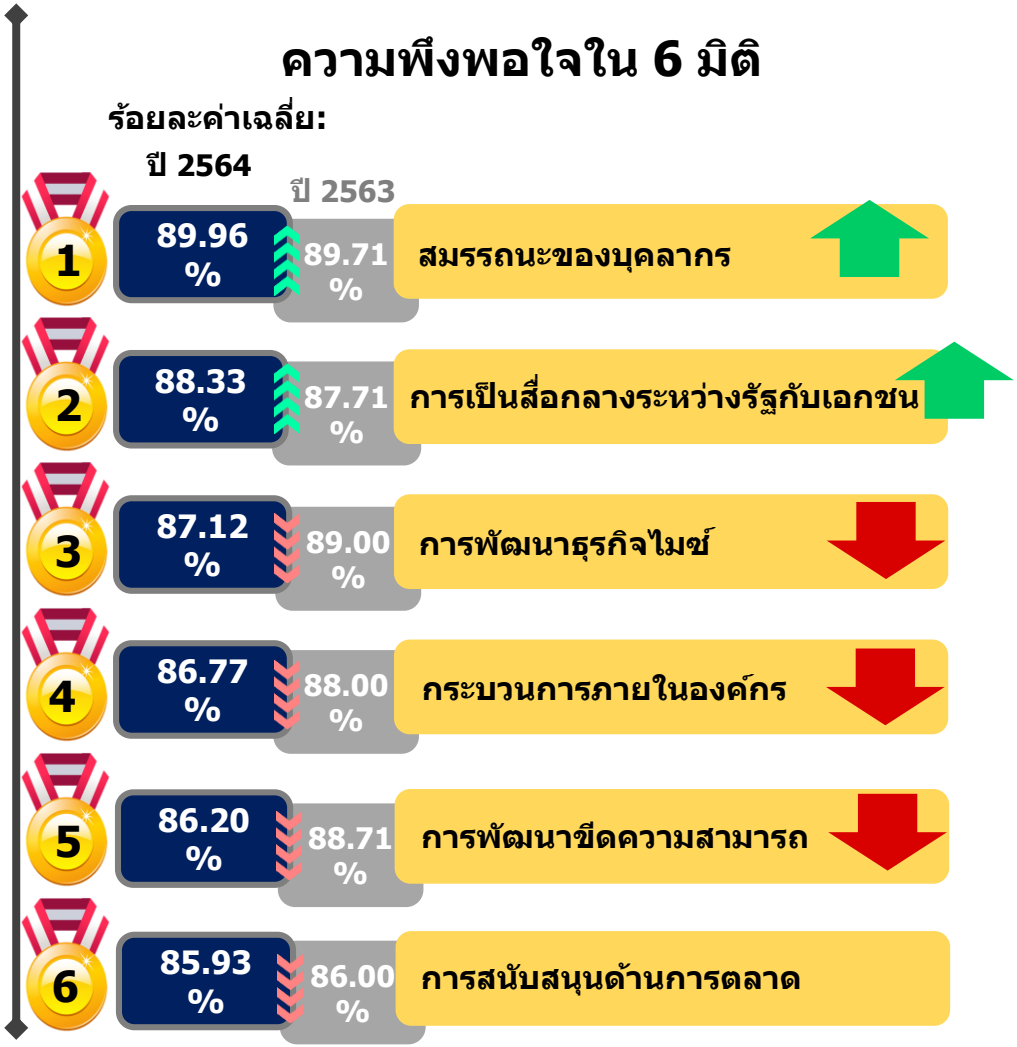
ในปี 2564 คะแนนความพึงพอใจของทั้ง 6 มิติ ลดลงเล็กน้อย เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่แล้ว โดยได้รับคะแนนความพึงพอใจโดยรวมจากทุก stakeholders อยู่ที่ 87.39% คะแนนลดลงจากปี 2563 ประมาณเกือบ 1%

เมื่อพิจารณาในมิติต่าง ๆ พบว่า **สมรรถนะของบุคลากร เป็นมิติที่ได้รับคะแนนสูงสุดในการสำรวจของปี 2564** เช่นเดียวกับปีที่แล้ว โดยมีคะแนนลดลงเพียงเล็กน้อย อีกทั้งในปีนี้ **การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน** สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริการได้ดีมากขึ้น ขยับขึ้นมาเป็นอันดับ 2 จากอันดับที่ 5 เมื่อปีที่แล้ว

ความพึงพอใจโดยรวมต่อ สสปน.



ความพึงพอใจใน 6 มิติ



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

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 308 = 100%

REF. Q4-5

สสปน. ยังคงสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการได้ในหลายๆ มิติที่สำคัญ

ในปีนี้มิติการสนับสนุนด้านการตลาดยังทำคะแนนได้มากกว่า 85% เช่นเดียวกับปีที่แล้วโดยที่คะแนนปีนี้ลดลงเพียง 0.07%

มิติด้านการสนับสนุนการตลาด ยังคงเป็นมิติที่ผู้รับบริการจาก สสปน. ให้ความสำคัญมากมาอย่างต่อเนื่อง โดยผู้รับบริการได้ให้ข้อเสนอแนะที่น่าสนใจในการปรับปรุงมิติดังกล่าวนี้ อาทิ ควรจัดสรรงบประมาณในการสนับสนุนให้เหมาะสมกับแนวนโยบายเชิงกลยุทธ์ เพิ่มการจัดกิจกรรมการตลาดให้ครอบคลุมทั่วทุกภูมิภาค และควรให้การสนับสนุนเพิ่มเติมภายใต้สถานการณ์ปัจจุบัน

ความพึงพอใจต่อมิติต่าง ๆ

ร้อยละค่าเฉลี่ย:

1	89.96%	สมรรถนะของบุคลากร
2	88.33%	การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน
3	87.12%	การพัฒนาธุรกิจไมซ์
4	86.77%	กระบวนการภายในองค์กร
5	86.20%	การพัฒนาขีดความสามารถ
6	85.93%	การสนับสนุนด้านการตลาด

การให้ความสำคัญของมิติต่าง ๆ ของผู้รับบริการ

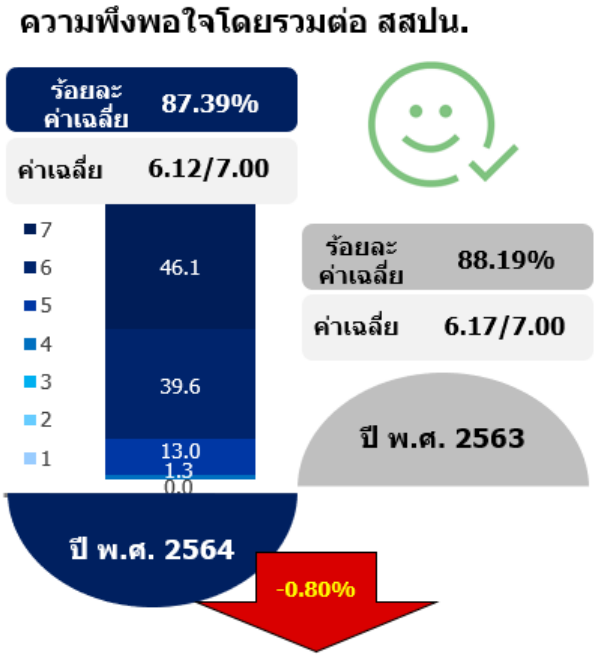
1	การพัฒนาธุรกิจไมซ์
2	การสนับสนุนด้านการตลาด
3	การพัฒนาขีดความสามารถ
4	การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน
5	สมรรถนะของบุคลากร
6	กระบวนการภายในองค์กร

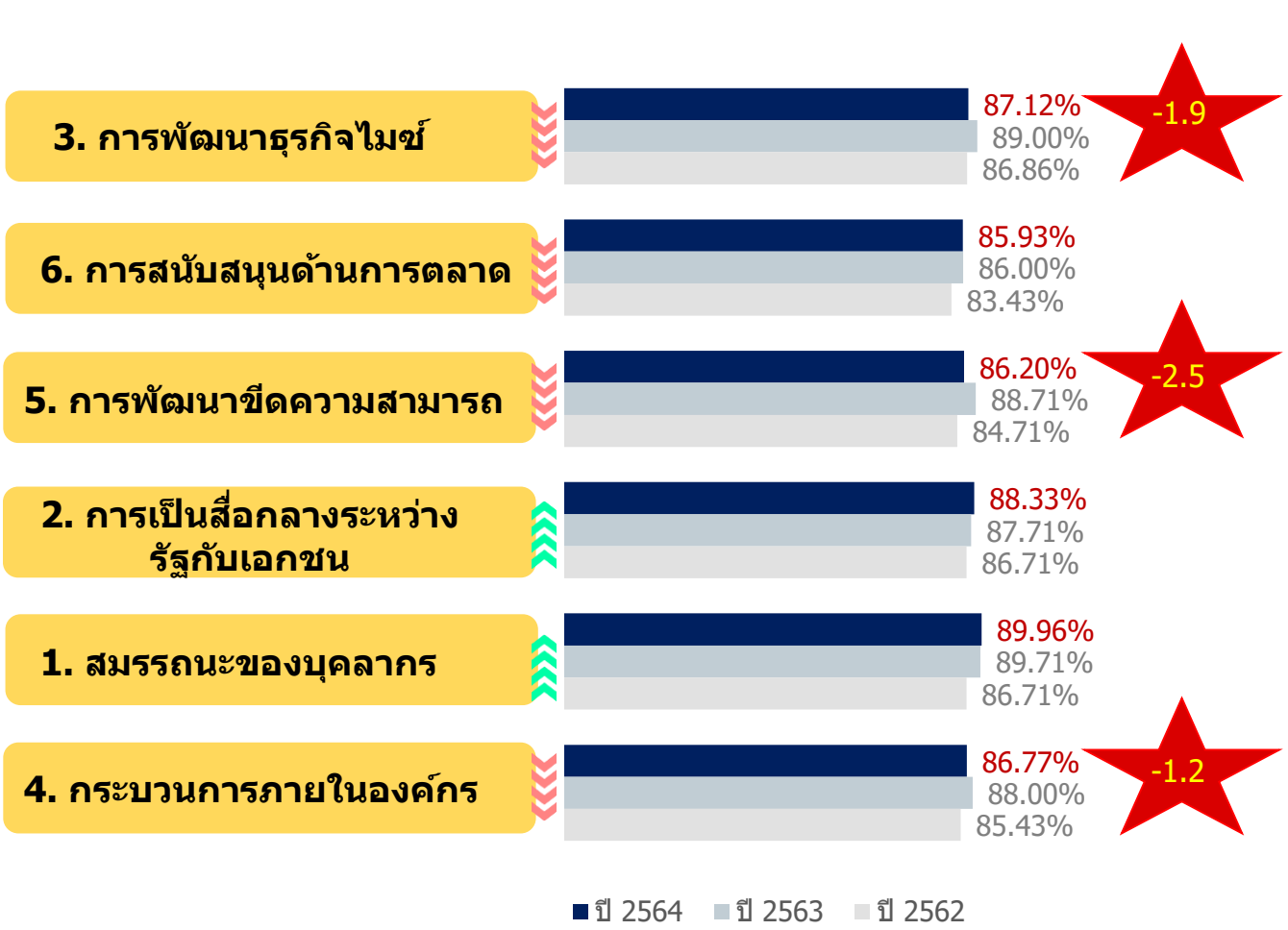
Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 308 = 100%

REF. Q4, Q11

คะแนนความพึงพอใจทั้ง 6 มิติ ของปี 2564 ลดลงกว่าปีที่แล้วประมาณเกือบ 1%
"มิติการพัฒนาขีดความสามารถ" ลดลงมากที่สุดที่ 2.5%
"มิติการพัฒนาธุรกิจไมซ์" และ "มิติกระบวนการภายในองค์กร" ลดลงตามลำดับ



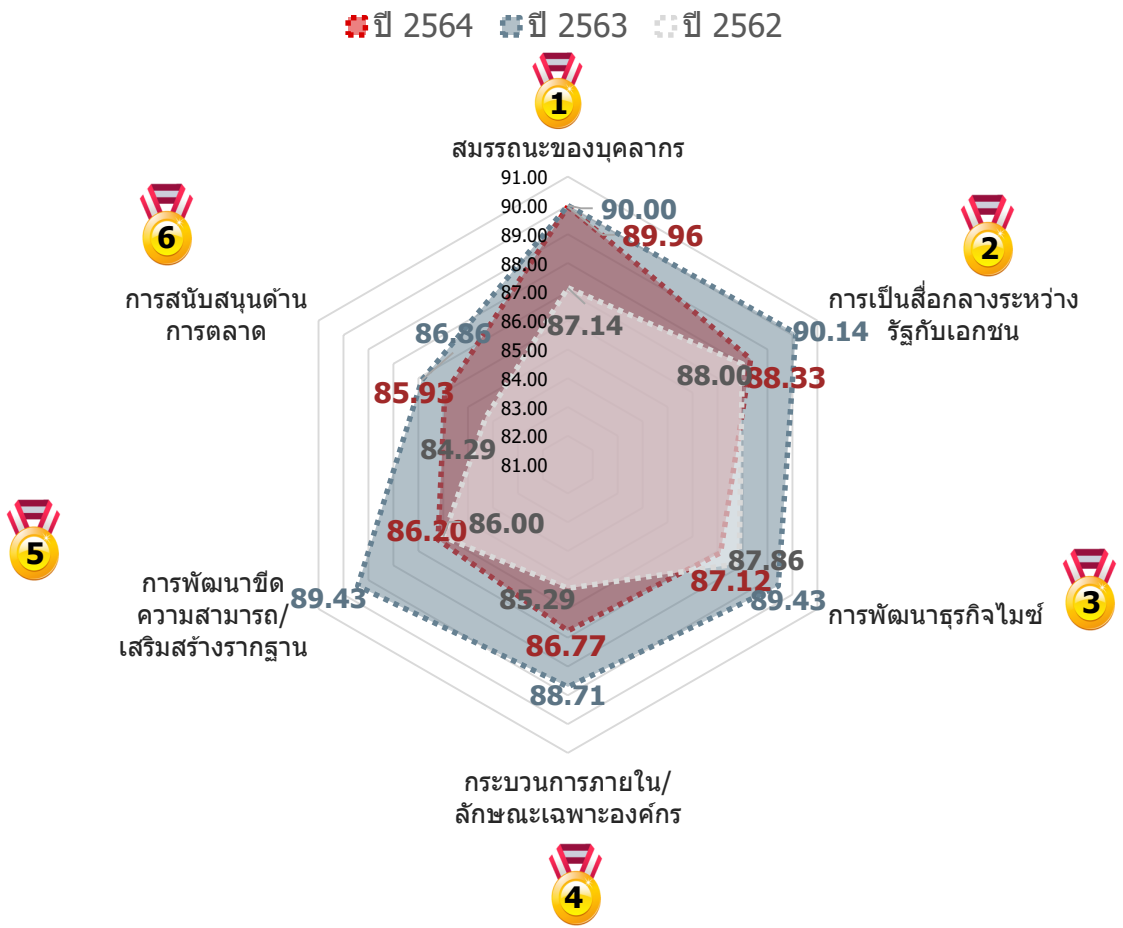


Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 308 = 100%

3-Year-Continuous Analysis:

1. สมรรถนะบุคลากรของ สสปน. เป็น<u>ปัจจัยที่ได้คะแนนความพึงพอใจสูงสุด</u><u>จาก</u>ผู้รับบริการของ สสปน.เกิดความ ต่อเนื่องตลอด 3 ปี ตามมาด้วย...
2. การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน
3. การพัฒนาธุรกิจไมซ์

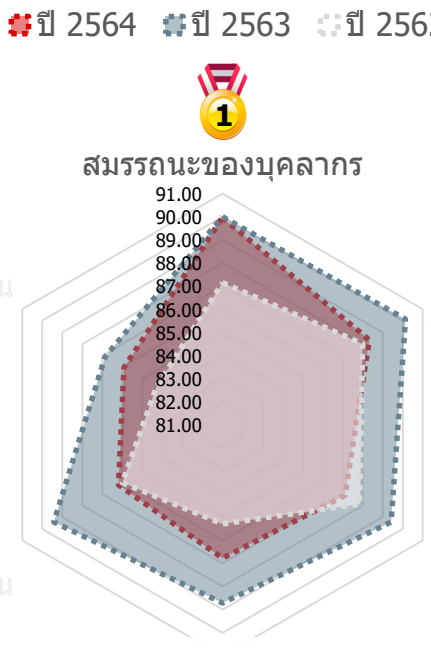


Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 308 = 100%

REF. Q4

3-Year-Continuous Analysis:
Good Governance & Ready for Change for New Development คือ 2 ปัจจัยสำคัญที่สุดที่ผู้รับบริการของ สสปน. มองหาใน pillar “สมรรถนะบุคลากร”



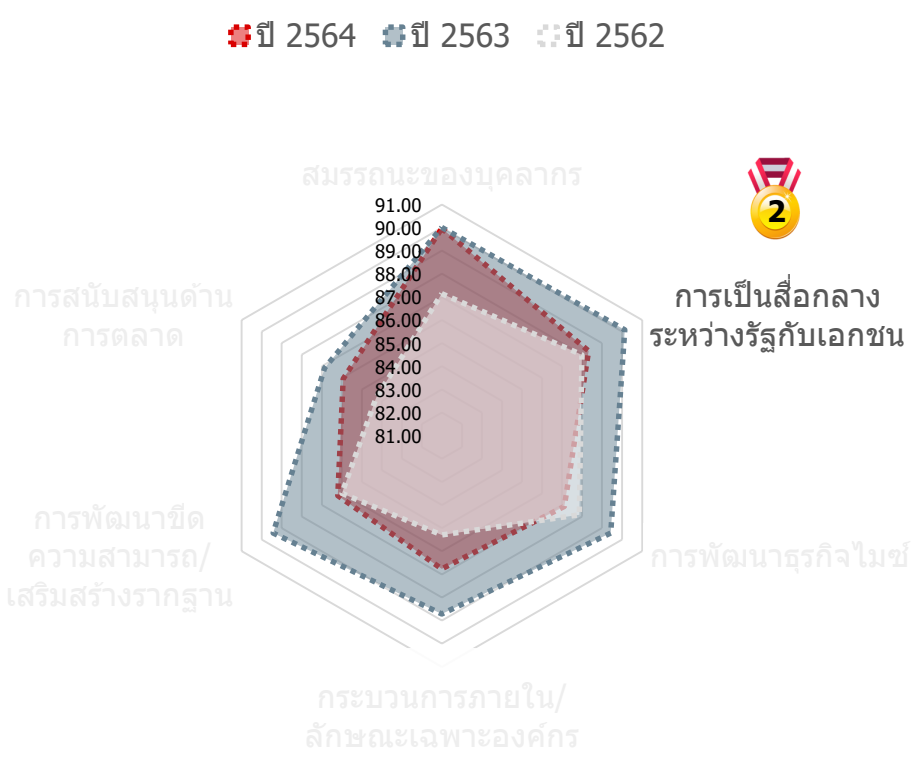
วิเคราะห์ปัจจัยเปรียบเทียบปีต่อปี (ข้อมูลในตารางแสดงเป็นร้อยละค่าเฉลี่ย)	ปี 2564	ปี 2563	ปี 2562
สมรรถนะของบุคลากร (สุทธิ)	**89.96**	**90.00**	**87.14**
• บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส (Good Governance)	91.29	91.29	89.29
• บุคลากรของ สสปน. มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร (Ready for Change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

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

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 308 = 100%

REF. Q4

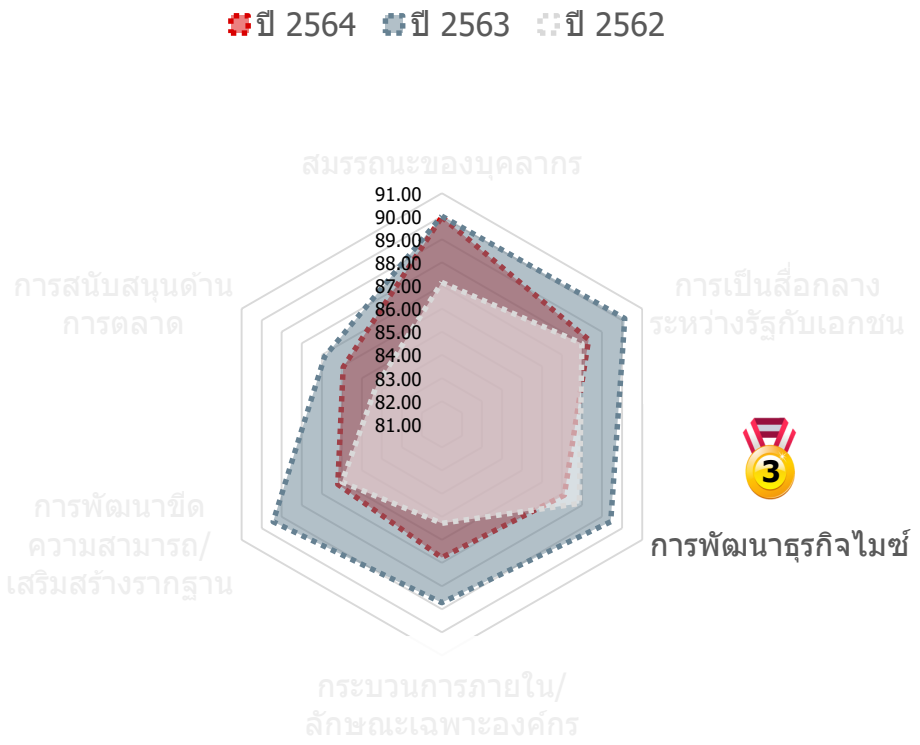
3-Year-Continuous Analysis:
การประสานงานระหว่างรัฐกับเอกชนได้อย่างดี ช่วยให้ขั้นตอนลุล่วงได้รวดเร็ว และ การอำนวยความสะดวกต่างๆช่วยให้งาน red tape รวดเร็วและไร้ปัญหาคือสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการที่สุดจาก สสปน. ใน pillar "การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน"



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

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.
ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 308 = 100%
REF. Q4

3-Year-Continuous Analysis:
การผลักดันประเทศให้เป็น Global MICE Destination และเป็นผู้นำไมซ์ในภูมิภาคเอเชีย ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน เป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้รับบริการพึงพอใจตลอด 3 ปี ใน pillar "การพัฒนาธุรกิจไมซ์ "



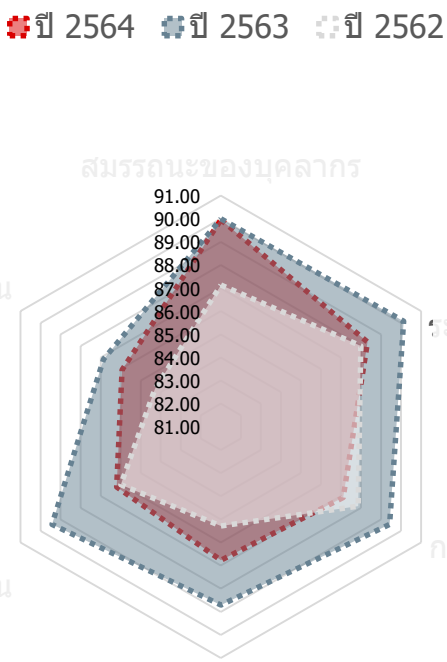
วิเคราะห์ปัจจัยเปรียบเทียบปีต่อปี (ข้อมูลในตารางแสดงเป็นร้อยละค่าเฉลี่ย)	ปี 2564	ปี 2563	ปี 2562
การพัฒนาธุรกิจไมซ์ (สุทธิ)	**87.12**	**89.43**	**87.86**
• การผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ระดับนานาชาติ หรือ Global MICE Destination ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน	89.14	91.14	88.86
• การผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำด้านการประชุม และงานแสดงสินค้านานาชาติในภูมิภาคเอเชีย ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน	88.57	91.29	89.14
• การรักษาและการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์ให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน ด้วยการสนับสนุนในรูปแบบของการสนับสนุนทางการเงินและการสนับสนุนอื่นๆที่ไม่ใช่การเงิน (Non-cash incentives)	88.43	89.43	88.00
• การขับเคลื่อนกิจกรรมไมซ์ให้ตรงตามความต้องการของตลาดตามศักยภาพ และนโยบายของประเทศ	87.71	89.57	-
• การกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านธุรกิจไมซ์ อย่างมีประสิทธิภาพ	87.57	89.29	86.86
• การผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้เป็นศูนย์กลางของอาเซียนอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน	87.29	90.86	-
• การสนับสนุนผู้จัดงานและผู้ประกอบการไมซ์ด้วยการให้บริการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19	85.86	89.00	-
• การกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์ทั่วทุกภูมิภาค	85.29	87.43	86.29
• การกำหนดมาตรการเยียวยาในสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ช่วยให้ผู้ประกอบการไมซ์พัฒนาธุรกิจของตนให้ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง และมีประสิทธิภาพ	84.29	87.43	-

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

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 308 = 100%

REF. Q4

3-Year-Continuous Analysis:
ความชัดเจนในนโยบายและทิศทางการดำเนินงาน และ การปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ คือสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการที่สุดจาก สสปน. ใน pillar “กระบวนการภายในองค์กร”



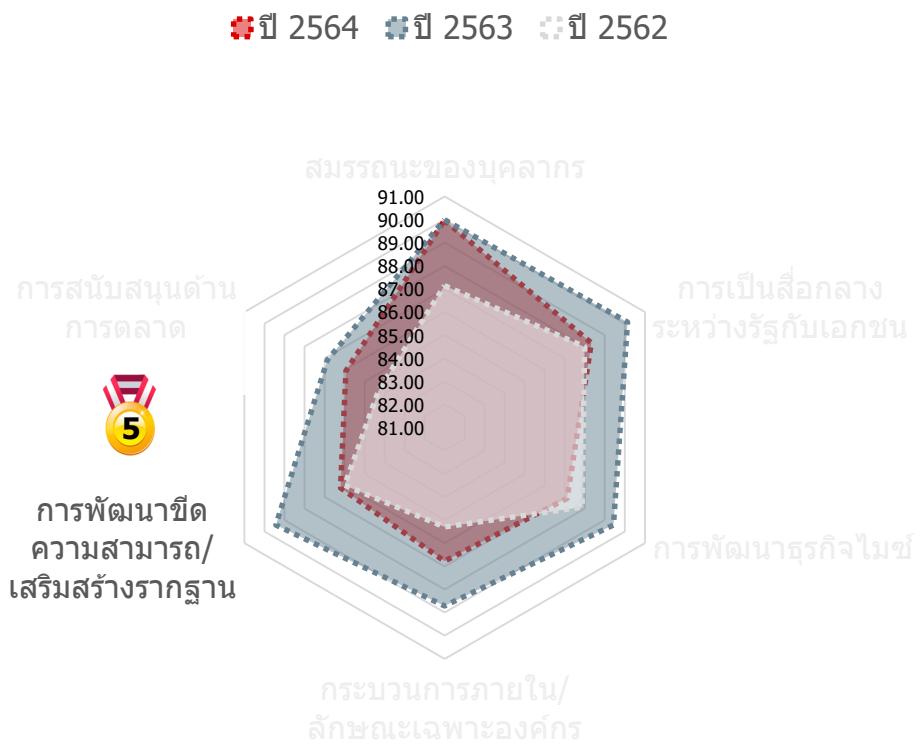
วิเคราะห์ปัจจัยเปรียบเทียบปีต่อปี (ข้อมูลในตารางแสดงเป็นร้อยละค่าเฉลี่ย)	ปี 2564	ปี 2563	ปี 2562
กระบวนการภายใน/ ลักษณะเฉพาะองค์กร (สุทธิ)	**86.77**	**88.71**	**85.29**
• การให้ความชัดเจนในนโยบายและทิศทางการดำเนินงานของ สสปน. เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง	88.00	89.00	85.14
• การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ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

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

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 308 = 100%

REF. Q4

3-Year-Continuous Analysis:
การสร้างเครื่องมือสนับสนุนการทำงานต่างๆ และ การสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ให้เทียบเท่าระดับสากล เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดพึงพอใจตลอด 3 ปี ใน pillar "การพัฒนาขีดความสามารถ "



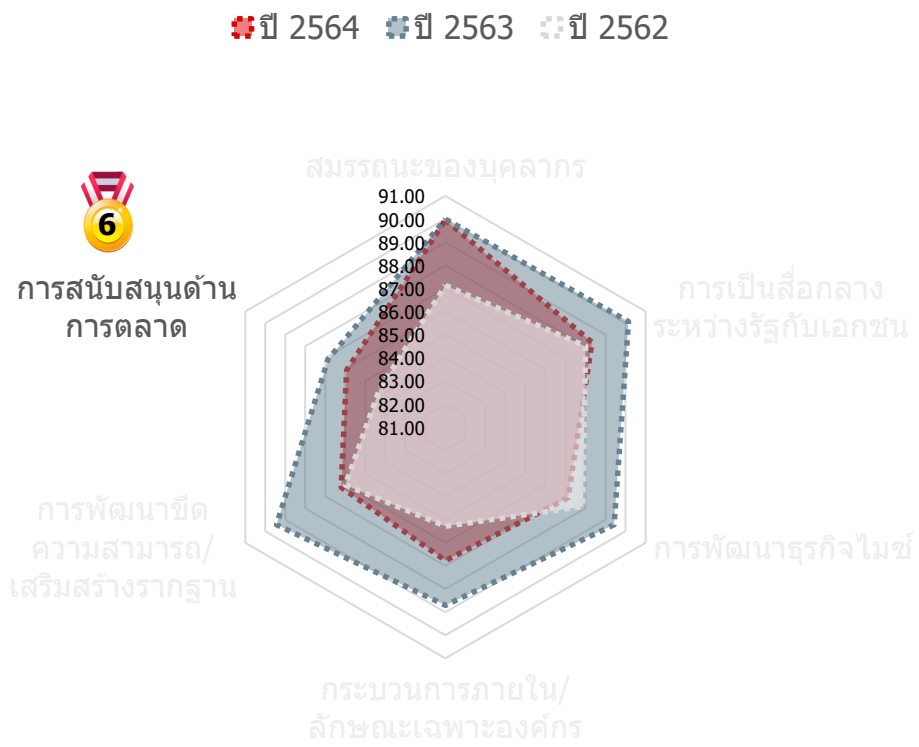
วิเคราะห์ปัจจัยเปรียบเทียบปีต่อปี (ข้อมูลในตารางแสดงเป็นร้อยละค่าเฉลี่ย)	ปี 2564	ปี 2563	ปี 2562
การพัฒนาขีดความสามารถ/ เสริมสร้างรากฐาน (สุทธิ)	**86.20**	**89.43**	**86.00**
• การสร้างผลิตภัณฑ์หรือเครื่องมือในการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการไมซ์ในการดำเนินธุรกิจในอีกช่องทางหนึ่ง อาทิ การจัดงานประชุมและหรือ/การแสดงสินค้าผ่านระบบออนไลน์ หรือการออกมาตรฐานต่า	87.86	89.57	-
• การสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ ให้เทียบเท่าระดับสากล (มาตรฐานระดับสากล คือ เครื่องมือที่นานาชาติใช้ยืนยันคุณภาพ ความปลอดภัย และประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ บริการและระบบนั้นๆ Source: https://www.iso.org/about-us.html)	87.00	91.00	87.29
• การให้ความรู้ในเรื่องการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์อย่างยั่งยืน (MICE Sustainability) แก่ผู้ประกอบการ ผู้จัดงานไมซ์ ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ที่สนใจ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ได้อย่างถูก ครบถ้วน และเข้าใจง่าย	86.29	-	-
• การเสริมสร้างและพัฒนาบุคลากรในด้านวิชาชีพต่างๆ (Upskill, Reskill and New Skill) ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อพร้อมรับมือกับสถานการณ์ทุกรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน	85.86	-	-
• การให้ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจอย่างสม่ำเสมอ เป็นประจำทุกเดือน อาทิ การอัปเดตความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมไมซ์ผ่าน แพลทฟอร์มข่าวสารทั้ง MICE Outlookและ MICE Intelligence Center	85.43	88.86	85.29
• การเพิ่มทักษะความรู้ให้กับผู้ประกอบการผ่านรูปแบบการอบรมแบบ e-learning ได้อย่างรวดเร็ว และ ครอบคลุม	84.71	-	-

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

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 308 = 100%

REF. Q4

3-Year-Continuous Analysis:
การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่ตรงกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาสำหรับตลาดในประเทศ และสำหรับตลาดต่างประเทศ และ การสร้างกิจกรรมไมซ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมไมซ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน คือสิ่งที่ผู้รับบริการต้องการที่สุดจาก สสปน. ใน pillar "การสนับสนุนด้านการตลาด"



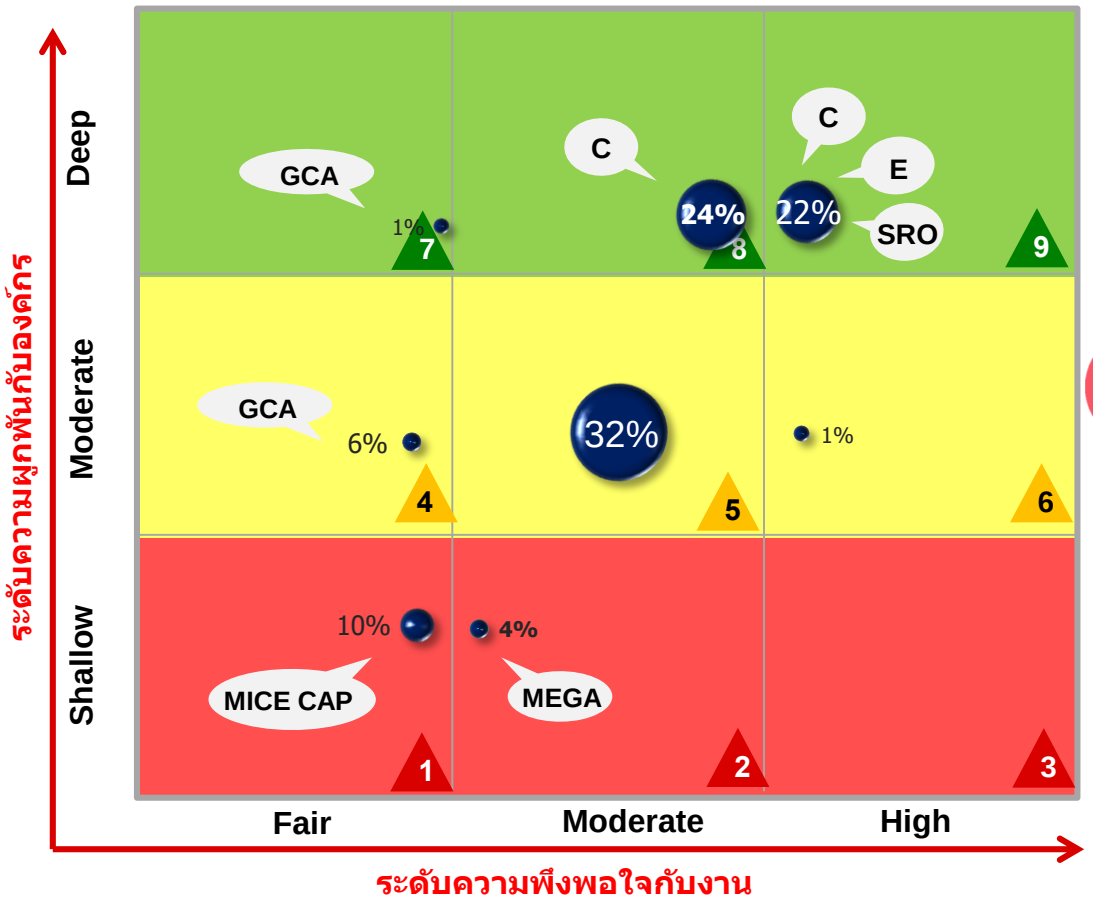
วิเคราะห์ปัจจัยเปรียบเทียบปีต่อปี (ข้อมูลในตารางแสดงเป็นร้อยละค่าเฉลี่ย)	ปี 2564	ปี 2563	ปี 2562
การสนับสนุนด้านการตลาด (สุทธิ)	**85.93**	**86.86**	**84.29**
• การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่ตรงกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาสำหรับตลาดในประเทศ อาทิ โครงการ 'ประชุมเมืองไทย ปลอดภัยกว่า' 'สนับสนุนการจัดงานประชุมวิชาการภายในประเทศ (Domestic Convention)" "Domestic Exhibition (DEX) และ Empower Thailand Exhibitions (EMTEX)" และสำหรับตลาดต่างประเทศ อาทิ โครงการ "Ease up" "Convene Plus" "Re-Energizing" "Thailand Power up"	87.00	88.57	85.43
• การสร้างกิจกรรมไมซ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมไมซ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน	86.29	86.57	83.43
• การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่มีการปรับเกณฑ์ และ ปรับมาตรการที่ยืดหยุ่นมากขึ้น (Flexible) เอื้อให้ภาคธุรกิจไมซ์ปรับตัวและฟื้นตัวได้เร็วขึ้น	85.86	86.71	83.57
• การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่ช่วยให้ธุรกิจไมซ์ในภาพรวมมีการปรับเปลี่ยนอย่างมีศักยภาพ เป็นไปตามการปรับเปลี่ยนของโลก ทำให้ธุรกิจไมซ์ในประเทศไทยฟื้นตัวเร็วขึ้นอย่างมีกลยุทธ์ที่เหมาะสม (Resilient)	85.29	-	-
• การจัดทำและเผยแพร่กิจกรรมไมซ์บนเว็บไซต์ Business Events Thailand และแอพพลิเคชั่น Biz Connect อาทิ โครงการ "ประชุมเมืองไทย ปลอดภัยกว่า" "สนับสนุนการจัดงานประชุมวิชาการภายในประเทศ (Domestic Convention)" "Domestic Exhibition (DEX) และ Empower Thailand Exhibitions (EMTEX)" และสำหรับตลาดต่างประเทศ อาทิ โครงการ "Ease up" "Convene Plus" "Re-Energizing" "Thailand Power up" เพื่อช่วยให้ภาคธุรกิจไมซ์สามารถเข้าถึงรายละเอียดกิจกรรม ได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ทุกที่ ทุกเวลา	84.86	86.86	83.57
• การประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เกี่ยวกับข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์และสถานการณ์ประเทศ ด้วยการนำเสนอที่ทันสมัยและทันเหตุการณ์ตลอดเวลาผ่าน "Thailand MICE Situation Update" ในช่องทางต่าง ๆ อาทิ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์สื่อโทรทัศน์ได้อย่างครอบคลุม	84.86	85.71	84.14

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

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 308 = 100%

REF. Q4

ในปีนี้ ลูกค้าส่วนมากมีความผูกพันและความพึงพอต่อ สสปน. อยู่ในระดับที่ดี คล้ายคลึงกับปีที่ผ่านมา **เนื่องมาจากการแก้ปัญหาที่ตรงจุดจากการรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้รับบริการในสถานการณ์การระบาดโควิด-19 ส่งผลให้คะแนนความผูกพันของกลุ่ม 8 และ 9 อยู่ในสัดส่วนที่สูงเป็นที่น่าพึงพอใจ**



จุดแข็งขององค์กร ที่ต้องรักษาไว้

สมรรถนะของบุคลากร (โดยเฉพาะการให้คำปรึกษาคำแนะนำ ความช่วยเหลือด้านข้อมูล หรือ ช่วยประสานงานได้เป็นอย่างดี Good governance, efficiency and ready for change))

การส่งเสริม สนับสนุนและพัฒนาอุตสาหกรรมได้อย่างต่อเนื่องและครอบคลุม

การรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากทุกฝ่ายเพื่อนำไปปรับปรุงการให้บริการ

จุดอ่อนขององค์กร ที่ต้องปรับปรุง

การมีขั้นตอน ข้อปฏิบัติ และรายละเอียดที่เยอะและเข้มงวดเกินไปในการขอการสนับสนุน เบิกจ่าย

การมีกฎระเบียบและหลักเกณฑ์ที่ไม่สามารถเข้าใจได้เองอย่างชัดเจน มีผลมากต่อความล่าช้าในการจ่ายเงิน

ควรให้ความสำคัญในการพัฒนาผู้ประกอบการในธุรกิจไมซ์ทั้งในทางทฤษฎีและปฏิบัติมากขึ้น เช่น ขั้นตอนในการทำงานร่วมงานกันระหว่างผู้ประกอบการกับ สสปน.

ขาดการประสานงานระหว่างแผนก ในการเข้าถึงผู้ประกอบการ ผู้รับบริการ ไม่รวมมาเป็น one team

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.
ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 308 = 100%
REF. Q4-Q8

ข้อสังเกตจากการเปรียบเทียบความพึงพอใจและการให้ความสำคัญใน 6 มิติของปี 2563 และ 2564

เนื่องด้วยขณะนี้ยังคงอยู่ในสถานการณ์โควิดเช่นเดิม การให้ความสำคัญมิติต่างๆของผู้รับบริการจาก สสปน. จึงคล้ายคลึงกับปีที่แล้ว

แต่หากพิจารณาในส่วนของคะแนนความพึงพอใจของปีนี้จะเห็นได้ว่า มิติการเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน ขยับขึ้นมาเป็นอันดับที่ 2 อันเป็นผลมาจากผู้รับบริการได้รับคำแนะนำและข้อมูลข่าวสารที่อำนวยความสะดวกให้ธุรกิจของตน สามารถขับเคลื่อนได้ดีแม้ในสถานการณ์โควิด19

ปี พ.ศ. 2563

ปี 2564

มีการอำนวยความสะดวกและประสานงานระหว่างหน่วยงานอย่างต่อเนื่องและครบถ้วนสมบูรณ์

มีความพร้อมให้คำแนะนำ/ให้ข้อมูลข่าวสารที่ชัดเจนและเป็นประโยชน์แก่ผู้รับบริการโดยเฉพาะในสถานการณ์ crisis เช่นในขณะนี้

สิ่งที่ผู้รับบริการพึงพอใจมากขึ้นเกี่ยวกับสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชนของสสปน.

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

ตัวอย่างเสียงสะท้อนจากผู้รับบริการจากฝ่ายต่าง ๆ ของ สสปน. ในเรื่อง

สมรรถนะของบุคลากร

"บุคลากรมีความมุ่งมั่น ทุ่มเท เป็นโค้ชที่ดีมาก ช่วยให้เราได้ค้นหาคำตอบด้วยตนเอง เป็นโค้ชที่คอยกระตุ้น ประสานสิบทิศให้เกิดการขับเคลื่อนไมซ์ให้สำเร็จ

บุคลากรมีความคล่องตัวในการประสานงานและเข้าใจในข้อจำกัดของผู้จัดงานเป็นอย่างดี และทางสสปน.ก็จะพยายามหา solutions ที่เหมาะสมให้กับผู้จัดงานอยู่เสมอ"

NRO - สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (ภาคเหนือ)
E - ฝ่ายอุตสาหกรรมการแสดงสินค้านานาชาติ

"บุคลากรของสสปน.ช่วยเหลือดีมาก ทุกคน ทำงานอย่างหนักเพื่อสร้างสรรค์แนวคิดใหม่ๆในการขับเคลื่อนธุรกิจไมซ์ให้ก้าวหน้าในช่วงเวลาที่ท้าทายแบบนี้ แคมเปญการสนับสนุนต่างๆในการขับเคลื่อนตลาดในประเทศก็เป็นประโยชน์สำหรับผู้ให้บริการ พร้อมรับมือกับความท้าทายนี้ไปด้วยกัน"

C- ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ

"บุคลากรมีความเชี่ยวชาญในหน้าที่ความรับผิดชอบ และดำเนินการให้ในเวลาที่รวดเร็วและถูกต้องในกระบวนการทุกๆหัวข้อการประสานงาน

บุคลากรสามารถให้ข้อมูลได้ครบถ้วนรวดเร็ว มีความเป็นมืออาชีพ"

SRO - สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (ภาคใต้และภาคตะวันตก)
MICE CAP - ฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์

"บุคลากรของสสปน. ให้ความช่วยเหลือกับธุรกิจ DMC และผู้จัดงานได้เป็นอย่างดี ในขณะเดียวกันก็มอบประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้กับเรา

สามารถตอบคำถามและให้ solutions ได้ อย่างรวดเร็ว"

MI - ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล
Ex - ฝ่ายอุตสาหกรรมการแสดงสินค้านานาชาติ

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

ตัวอย่างเสียงสะท้อนจากผู้รับบริการจากฝ่ายต่าง ๆ ของ สสปน. ในเรื่อง

การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน

"สสปน. มีความมุ่งมั่นที่จะปรับตัวให้เข้ากับสภาวะการณ์ปัจจุบันที่มีการระบาดของโควิด ผ่านการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ การกระตุ้นให้ภาคเอกชนมีการเข้าร่วมสัมมนาทาง Virtual Meetings ทั้งการพบปะลูกค้า หรือการพบปะตัวแทนเพื่ออัพเดทสถานการณ์ต่างๆ ของแต่ละภูมิภาคของโลก"

C- ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ

"การให้ความรู้และการเป็นพี่เลี้ยงที่ยอดเยี่ยม และเป็นผู้ประสานงานกับภาครัฐให้กับภาคเอกชน ในการขับเคลื่อนงานต่างๆ ให้สำเร็จง่ายยิ่งขึ้น"

NRO - สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (ภาคเหนือ)

"ตัวแทนในภาคเหนือ มีความกระตือรือร้นในการร่วมทำงานกับเครือข่ายเอกชน เสมือนหนึ่งเป็นเพื่อนคู่คิด ให้ข่าวสาร ข้อมูล ความรู้ในหลายๆ กิจกรรม และร่วมทำงานกันอย่างใกล้ชิดมาก"

NRO - สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (ภาคเหนือ)

"สสปน. ให้คำแนะนำ การเชื่อมโยง connection กับหน่วยงานต่างๆ ได้ดีเยี่ยม"

SRO - สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (ภาคใต้และภาคตะวันตก)

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

ตัวอย่างเสียงสะท้อนจากผู้รับบริการจากฝ่ายต่าง ๆ ของ สสปน. ในเรื่อง

การสนับสนุนด้านการตลาด

"การสนับสนุนเรื่องเงินซึ่งน้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับเนื้องาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการจัดงาน Festival ซึ่งทาง สสปน. เองมีความตั้งใจที่จะปั้นให้มี Festival Owner และให้มีงาน Festival เพิ่มขึ้น ซึ่งขัดแย้งกับงบประมาณที่ให้การสนับสนุน จึงควรมีการพิจารณาทบทวนการให้เงินสนับสนุนเพิ่มเติมเป็นอย่างยิ่ง ไม่เช่นนั้น งาน Festival ต่างๆคงไม่สามารถดำเนินอย่างต่อเนื่องไปได้อย่างแน่นอน"

Mega -ฝ่ายพัฒนาการจัดงานเมกะอีเวนท์และเทศกาลนานาชาติ

"ขาดความต่อเนื่องในการประชาสัมพันธ์การจัดประชุมและวิธีการดำเนินขององค์กร ทำให้ยังมีระยะห่างในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร"

SRO - สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (ภาคใต้และภาคตะวันตก)

"กฎเกณฑ์เงื่อนไขบางข้อไม่เอื้อให้เกิดการจัดประชุมสัมมนา เช่น การจัดประชุมทางวิชาการ มีการกำหนดจำนวนผู้เข้าร่วมสัมมนา ต้องไม่น้อยกว่า 300 คน ทำให้เกิดการจัดได้ยากในทางปฏิบัติ ควรปรับ criteria according to crisis and next normal trend"

NERO - สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)

"อยากให้สสปน.มีนโยบายสนับสนุนให้กับผู้จัดงานและผู้ประกอบการไมซ์ในต่างประเทศ เช่น ผู้แสดงสินค้าต่างประเทศด้วยการอำนวยความสะดวกในการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าต่างๆของประเทศไทยมากขึ้น"

E - ฝ่ายอุตสาหกรรมการแสดงสินค้านานาชาติ

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

ตัวอย่างเสียงสะท้อนจากผู้รับบริการจากฝ่ายต่าง ๆ ของ สสปน. ในเรื่อง

การพัฒนาขีดความสามารถ

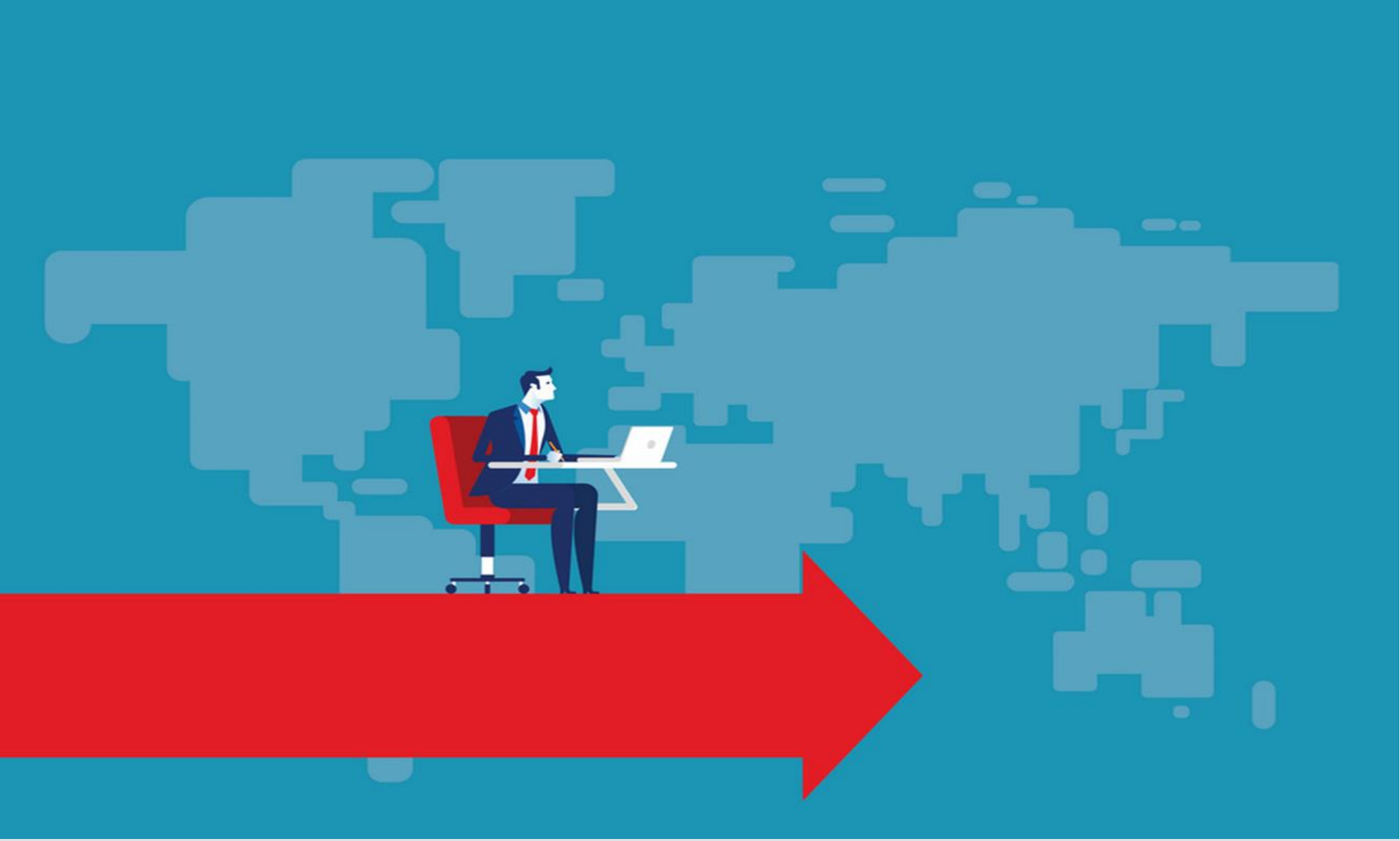
"ขาดการประสานงานระหว่างแผนก ในการร่วมมือกันในเรื่องการจัดกิจกรรม การฝึกอบรม การประชุม สัมมนาต่างที่ สสปน.จัดให้ผู้ประกอบการผู้รับบริการ ไม่รวมมาเป็น one team มาแบบที่ละทีม ทีละครั้ง"

SRO - สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (ภาคใต้และภาคตะวันตก)

"กิจกรรมที่พัฒนา skill ทำต่อเนื่องต้องยอมรับว่าดี ชอบ แต่มันไม่มาช่วยแก้ปัญหาธุรกิจในขณะนี้ได้เลย มันก็เลย nice to have

MI – ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล
MICE CAP - ฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์"

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



ข้อเสนอแนะ – Progressive Strategies

Progressive & Actionable WAY FORWARD
(based on 3-Year-Continuous Analysis)
WHAT MUST RETAIN!!!

- รักษามาตรฐานการทำงานของบุคลากรของ สสปน. **(Good Governance & Ready for Change for New Development)** เนื่องจากเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่ผู้รับบริการให้ความสำคัญที่สุดในบุคลากรขององค์กร

- รักษามาตรฐานการประสานงานระหว่างรัฐกับเอกชน**ในส่วนของการประสานงานที่ทำได้ลุล่วงอย่างรวดเร็ว (Speed)** และ การอำนวยความสะดวกต่างๆช่วยให้งาน red tape ผ่านไปอย่างรวดเร็วและไร้ปัญหา

- **ตอกย้ำนโยบายและทิศทางที่ทำอยู่ให้ต่อเนื่องและประสบผลสำเร็จในการ**การผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ระดับนานาชาติ หรือ **Global MICE Destination** ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน **(Effectively & Sustainably)**

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

Progressive & Actionable WAY FORWARD
(based on 3-Year-Continuous Analysis)
WHAT MUST RETAIN!!!

- **มุ่งมั่นสร้างผลิตภัณฑ์หรือเครื่องมือในการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการไมซ์ในการดำเนินธุรกิจในช่องทางที่หลากหลาย (Products/Tools for Business's Resiliency)** อาทิ การจัดงานประชุมและหรือ/การแสดงสินค้าผ่านระบบออนไลน์ หรือ การออกมาตรฐานต่างๆ ที่มาช่วยผู้ประกอบการไมซ์ อาทิ MICE Hygiene Guidelines ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19

GOOD GOVERNANCE

- คิดค้นโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่ตรงกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาสำหรับทั้งตลาดในประเทศ และสำหรับตลาดต่างประเทศ **(Adapt…Adopt for Better, Actionable Marketing Support)**

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

Progressive & Actionable WAY FORWARD
(based on 3-Year-Continuous Analysis)
WHAT MUST REVIST AND REDESIGN!!!

REVIST: มองใหม่ คิดใหม่

- การจัดกิจกรรม การประชุม การฝึกอบรม แบบไม่รวมศูนย์ แบบทำตามแผนงานของแต่ละแผนก ไม่เห็นภาพรวม
- กระบวนการภายในของการขอการสนับสนุน เยิ่นเย้อ ยุ่งยาก และใช้ข้อมูลเอกสาร ขั้นตอนมากเกินไป โดยเฉพาะหน่วยงานเอกชนจะประสบปัญหามาก

REDESIGN: ปรับใหม่ ทำใหม่

- ออกแบบแผนการจัดกิจกรรม การประชุม การฝึกอบรมแบบ centralized อาทิ จัดตาม location-based plan ไปพร้อมกันทุกแผนกในภาคเดียวกันและจัดกิจกรรมพร้อมกันในครั้งเดียว ผู้รับบริการเข้าร่วมพร้อมกันในครั้งเดียว
- ออกแบบ user experience ของการขอการสนับสนุนให้กระชับ ลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็น และ ทุกขั้นตอนสามารถติดตามพร้อมคำอธิบายสิ่งที่ยังไม่ถูกต้องไม่ครบถ้วนทำให้เกิดความล่าช้า

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

Progressive & Actionable WAY FORWARD
(based on 3-Year-Continuous Analysis)
WHAT MUST REVIST AND REDESIGN!!!

REVIST: มองใหม่ คิดใหม่

- ตัวชี้วัดที่ต้องเปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์โลก อาทิ พื้นที่จัดงาน (net space) จำนวนผู้เข้าร่วมประชุม
- วางแผนการกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านอุตสาหกรรมไมซ์อย่างมีประสิทธิภาพอย่างสร้างสรรค์ อย่างเป็นไปตามเทรนด์โลกที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว

REDESIGN: ปรับใหม่ ทำใหม่

- ออกแบบและปรับเปลี่ยนตัวชี้วัดที่ต้องเปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์โลก อาทิ พื้นที่จัดงาน (net space) จำนวนผู้เข้าร่วมประชุม (not too crowded in 1 event)
- วางแผนการกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยมุมมองใหม่ สร้าง owned, regional festival of Thailand เพื่อดึงดูดนักเดินทางไมซ์อย่างต่อเนื่อง เน้นการสร้างกิจกรรมทางการตลาดที่เน้นคุณภาพ มากกว่า ปริมาณ เพื่อสร้างคุณค่าที่ยั่งยืน

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

ภาคผลการวิจัยโดยละเอียด

หมายเหตุคำอธิบายประกอบ

* = น้อยกว่า 0.5%

** = จำนวนตัวอย่างน้อยกว่า 30 โปรดอ่านค่าด้วยความระมัดระวัง

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

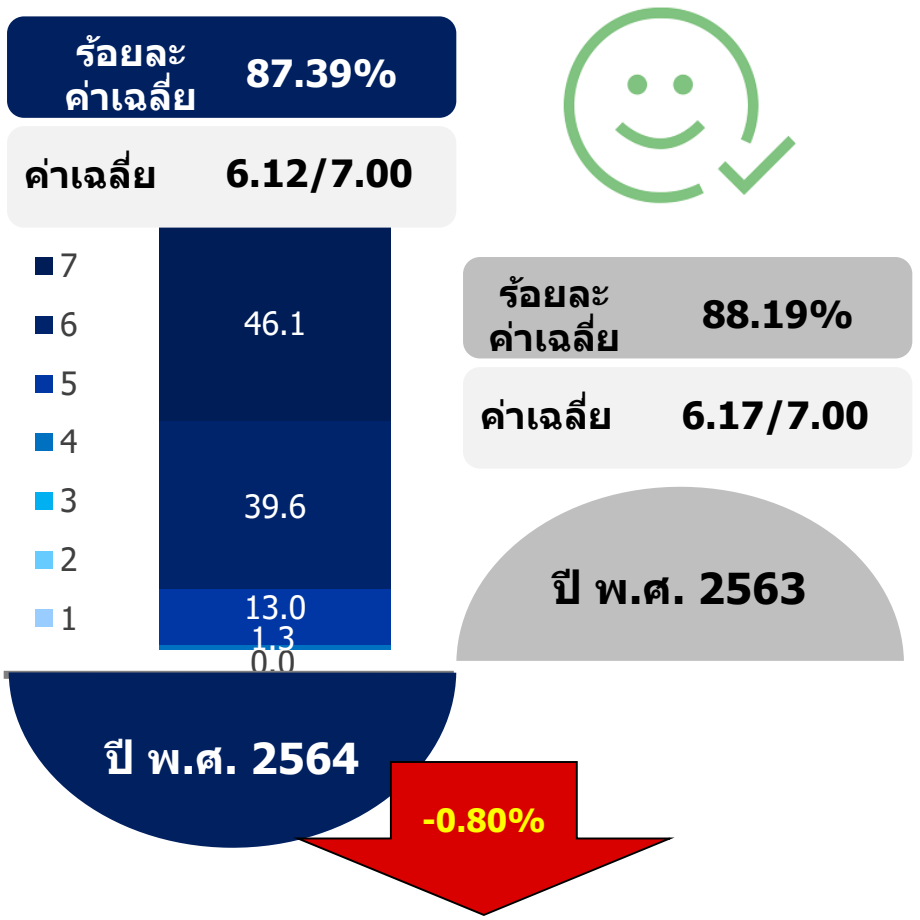
ส่วนที่ 1:

ผลการประเมินความพึงพอใจโดยรวมต่อองค์กร และข้อเสนอแนะ

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

ความพึงพอใจโดยรวมต่อ สสปน.

ความพึงพอใจโดยรวมต่อ สสปน.



ข้อที่พึงพอใจ

- บุคลากร ให้คำปรึกษา/คำแนะนำ/ความช่วยเหลือให้ข้อมูลฯ/ช่วยประสานงานได้เป็นอย่างดี 15%
- บุคลากร มีความรู้ความสามารถ/คุณภาพ/ศักยภาพสูง 9%
- บุคลากร มีความเป็นมืออาชีพในการทำงาน 9%
- บุคลากร มีความรวดเร็วในการให้บริการ/ให้ข้อมูล/แก้ไขปัญหา 8%
- ส่งเสริม สนับสนุนและพัฒนาอุตสาหกรรมได้อย่างต่อเนื่องและครอบคลุม 5%
- บุคลากร มีความเป็นมิตร/จริงใจ/ มีอัธยาศัยดี/ มนุษย์สัมพันธ์ดี 4%
- รับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากทุกฝ่ายเพื่อนำไปปรับปรุงการให้บริการ 4%
- บุคลากร มีความกระตือรือล้น/ทุ่มเท/มุ่งมั่น 4%

ข้อที่ไม่พึงพอใจ

- มีขั้นตอน ข้อปฏิติ และรายละเอียดที่เยอะและเข้มงวดเกินไป 4%
- กฎระเบียบและหลักเกณฑ์ไม่ชัดเจน 2%
- ความล่าช้าในการจ่ายเงิน 2%
- กิจกรรมที่จัดขึ้นในส่วนภูมิภาค ขาดแคลนงบประมาณ/ได้งบประมาณน้อยไป

ข้อเสนอแนะ

- เพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์/การเข้าถึงข้อมูล 3%
- เปิดโอกาสหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนทำงานร่วมกันอย่างใกล้ชิด เพื่อนำผลไปพัฒนาต่อยอด 3%
- ปรับระเบียบให้ยืดหยุ่นและเหมาะกับสถานการณ์เพื่อเพิ่มความคล่องตัว 3%
- จัดกิจกรรมการตลาดให้ครอบคลุมทั่วทุกภูมิภาค 2%
- ลดระเบียบขั้นตอนในการปฏิบัติงานและเอกสารลงเพื่อความรวดเร็ว 2%
- ประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องให้คนรู้จักไมซ์มากขึ้น 2%
- ควรมีการจัดสรรงบประมาณในการสนับสนุนอย่างเหมาะสม 2%
- ควรเพิ่มงบประมาณ 2%
- พัฒนาช่องทางการประชาสัมพันธ์ในประเทศให้มากขึ้น 2%

หมายเหตุ: ปี พ.ศ.2564 เป็นการประเมินผลความพึงพอใจจากผลรวมของการประเมินทีละข้อตามภารกิจหลักโดยไม่มีการถามความพึงพอใจโดยรวมไปตรงๆกับผู้ตอบแบบสอบถาม

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.
ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 308 = 100%
REF. Q4-Q8

MI : ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

คะแนนความพึงพอใจเปรียบเทียบระหว่างปี 2562-2564

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นร้อยละค่าเฉลี่ย	TOTAL 2564 (n=308)	2562 MI: ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (n=37)	2563 MI: ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (n=41)	2564 MI: ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (n=39)
ความพึงพอใจโดยรวม	**87.39**	**90.40**	**85.95**	**88.49**
1 สมรรถนะของบุคลากร	**89.96**	91.14	87.29	91.09
2 การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	**88.33**	91.57	84.71	89.01
3 การพัฒนาธุรกิจไมซ์	**87.12**	90.00	87.43	88.24
4 กระบวนการภายในองค์กร	**86.77**	89.71	84.71	87.45
5 การพัฒนาขีดความสามารถ	**86.20**	90.14	87.86	88.22
6 การสนับสนุนด้านการตลาด	**85.93**	89.86	83.71	86.94

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

C : ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ

คะแนนความพึงพอใจเปรียบเทียบระหว่างปี 2562-2564

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นร้อยละค่าเฉลี่ย	TOTAL 2564 (n=308)	2562 C: ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ (n=12)	2563 C: ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ (n=23)	2564 C: ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ (n=22)
ความพึงพอใจโดยรวม	87.39	88.19	89.55	89.08
1 สมรรถนะของบุคลากร	89.96	92.00	92.57	93.83
2 การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	88.33	88.71	88.71	89.61
3 การพัฒนาธุรกิจไมซ์	87.12	90.71	90.00	88.82
4 กระบวนการภายในองค์กร	86.77	87.57	89.29	88.96
5 การพัฒนาขีดความสามารถ	86.20	84.29	89.71	87.88
6 การสนับสนุนด้านการตลาด	85.93	85.86	87.00	85.39

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

E: ฝ่ายอุตสาหกรรมการแสดงสินค้านานาชาติ

คะแนนความพึงพอใจเปรียบเทียบระหว่างปี 2562-2564

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นร้อยละค่าเฉลี่ย	TOTAL 2564 (n=308)	2562 E: ฝ่ายอุตสาหกรรมการแสดงสินค้านานาชาติ (n=37)	2563 E: ฝ่ายอุตสาหกรรมการแสดงสินค้านานาชาติ (n=34)	2564 E: ฝ่ายอุตสาหกรรมการแสดงสินค้านานาชาติ (n=22)
ความพึงพอใจโดยรวม	87.39	81.26	85.88	87.37
1 สมรรถนะของบุคลากร	89.96	82.86	86.57	88.91
2 การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	88.33	80.71	86.71	88.31
3 การพัฒนาธุรกิจไมซ์	87.12	83.29	86.29	88.67
4 กระบวนการภายในองค์กร	86.77	80.29	85.57	86.69
5 การพัฒนาขีดความสามารถ	86.20	79.86	85.71	84.42
6 การสนับสนุนด้านการตลาด	85.93	80.57	84.43	87.23

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

RO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (ภูมิภาค)

คะแนนความพึงพอใจเปรียบเทียบระหว่างปี 2562-2564

ข้อมูลในตารางแสดงเป็นร้อยละค่าเฉลี่ย	TOTAL 2564 (n=308)	2562 RO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (ภูมิภาค) (n=21)	2563 RO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (ภูมิภาค) (n=50)	2564 RO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (ภูมิภาค) (n=123)
ความพึงพอใจโดยรวม	87.39	82.31	90.17	87.77
1 สมรรถนะของบุคลากร	89.96	85.43	93.14	90.61
2 การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	88.33	84.71	88.43	89.08
3 การพัฒนาธุรกิจไมซ์	87.12	83.43	90.43	86.67
4 กระบวนการภายในองค์กร	86.77	82.29	90.86	87.37
5 การพัฒนาขีดความสามารถ	86.20	79.71	89.57	86.23
6 การสนับสนุนด้านการตลาด	85.93	78.29	88.57	86.64

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

NRO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (ภาคเหนือ)

คะแนนความพึงพอใจเปรียบเทียบระหว่างปี 2562-2564

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นร้อยละค่าเฉลี่ย	TOTAL 2564 (n=308)	2563 NRO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (ภาคเหนือ) (n=12)	2564 NRO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (ภาคเหนือ) (n=34)
ความพึงพอใจโดยรวม	87.39	91.38	89.65
1 สมรรถนะของบุคลากร	89.96	92.29	91.95
2 การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	88.33	91.43	92.44
3 การพัฒนาธุรกิจไมซ์	87.12	92.29	87.96
4 กระบวนการภายในองค์กร	86.77	92.43	89.18
5 การพัฒนาขีดความสามารถ	86.20	90.00	87.59
6 การสนับสนุนด้านการตลาด	85.93	89.86	88.80

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

SRO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (ภาคใต้และภาคตะวันตก)

คะแนนความพึงพอใจเปรียบเทียบระหว่างปี 2562-2564

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นร้อยละค่าเฉลี่ย	TOTAL 2564 (n=308)	2563 SRO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (ภาคใต้และภาคตะวันตก) (n=8)	2564 SRO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (ภาคใต้และภาคตะวันตก) (n=32)
ความพึงพอใจโดยรวม	87.39	84.79	89.85
1 สมรรถนะของบุคลากร	89.96	88.86	92.49
2 การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	88.33	81.57	89.51
3 การพัฒนาธุรกิจไมซ์	87.12	85.14	89.24
4 กระบวนการภายในองค์กร	86.77	84.29	89.56
5 การพัฒนาขีดความสามารถ	86.20	84.29	89.38
6 การสนับสนุนด้านการตลาด	85.93	84.57	88.91

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

NERO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)

คะแนนความพึงพอใจเปรียบเทียบระหว่างปี 2562-2564

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นร้อยละค่าเฉลี่ย	TOTAL 2564 (n=308)	2563 NERO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ) (n=18)	2564 NERO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ) (n=30)
ความพึงพอใจโดยรวม	87.39	94.00	85.27
1 สมรรถนะของบุคลากร	89.96	97.43	89.48
2 การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	88.33	91.86	86.67
3 การพัฒนาธุรกิจไมซ์	87.12	93.71	85.03
4 กระบวนการภายในองค์กร	86.77	95.57	84.46
5 การพัฒนาขีดความสามารถ	86.20	91.86	82.18
6 การสนับสนุนด้านการตลาด	85.93	93.57	83.81

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

CRO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (ภาคกลางและภาคตะวันออก)

คะแนนความพึงพอใจเปรียบเทียบระหว่างปี 2562-2564

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นร้อยละค่าเฉลี่ย	TOTAL 2564 (n=308)	2563 CRO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (ภาคกลางและภาคตะวันออก) (n=8)	2564 CRO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (ภาคกลางและภาคตะวันออก) (n=27)
ความพึงพอใจโดยรวม	87.39	84.60	85.85
1 สมรรถนะของบุคลากร	89.96	89.00	87.96
2 การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	88.33	80.86	87.04
3 การพัฒนาธุรกิจไมซ์	87.12	85.00	83.83
4 กระบวนการภายในองค์กร	86.77	85.00	85.71
5 การพัฒนาขีดความสามารถ	86.20	86.43	86.16
6 การสนับสนุนด้านการตลาด	85.93	81.29	84.39

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

MEGA: ฝ่ายพัฒนาการจัดงานเมกะอีเวนท์และเทศกาลนานาชาติ

คะแนนความพึงพอใจเปรียบเทียบระหว่างปี 2562-2564

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นร้อยละค่าเฉลี่ย	TOTAL 2564 (n=308)	2562 MEGA: ฝ่ายพัฒนาการจัดงานเมกะอีเวนท์และเทศกาลนานาชาติ (n=17)	2563 MEGA: ฝ่ายพัฒนาการจัดงานเมกะอีเวนท์และเทศกาลนานาชาติ (n=26)	2564 MEGA: ฝ่ายพัฒนาการจัดงานเมกะอีเวนท์และเทศกาลนานาชาติ (n=31)
ความพึงพอใจโดยรวม	**87.39**	**89.52**	**87.26**	**85.62**
1 สมรรถนะของบุคลากร	**89.96**	91.86	90.00	89.48
2 การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	**88.33**	88.71	88.29	85.48
3 การพัฒนาธุรกิจไมซ์	**87.12**	91.57	87.57	85.77
4 กระบวนการภายในองค์กร	**86.77**	90.71	87.29	85.89
5 การพัฒนาขีดความสามารถ	**86.20**	88.57	86.57	82.95
6 การสนับสนุนด้านการตลาด	**85.93**	85.71	83.86	84.18

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

MICE CAP: ฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์

คะแนนความพึงพอใจเปรียบเทียบระหว่างปี 2562-2564

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นร้อยละค่าเฉลี่ย	TOTAL 2564 (n=308)	2562 MICE CAP: ฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ (n=35)	2563 MICE CAP: ฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ (n=44)	2564 MICE CAP: ฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ (n=40)
ความพึงพอใจโดยรวม	**87.39**	**84.83**	**89.40**	**84.49**
1 สมรรถนะของบุคลากร	**89.96**	82.71	88.86	85.36
2 การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	**88.33**	87.00	89.43	83.93
3 การพัฒนาธุรกิจไมซ์	**87.12**	85.57	90.71	85.63
4 กระบวนการภายในองค์กร	**86.77**	84.86	88.43	82.54
5 การพัฒนาขีดความสามารถ	**86.20**	85.71	91.43	86.61
6 การสนับสนุนด้านการตลาด	**85.93**	83.14	87.57	82.86

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

GCA: ฝ่ายบริหารรัฐกิจวิสาหกิจ

คะแนนความพึงพอใจเปรียบเทียบระหว่างปี 2562-2564

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นร้อยละค่าเฉลี่ย	TOTAL 2564 (n=308)	2562 GCA: ฝ่ายบริหารรัฐกิจวิสาหกิจ (n=28)	2563 GCA: ฝ่ายบริหารรัฐกิจวิสาหกิจ (n=29)	2564 GCA: ฝ่ายบริหารรัฐกิจวิสาหกิจ (n=31)
ความพึงพอใจโดยรวม	**87.39**	**88.43**	**88.76**	**88.81**
1 สมรรถนะของบุคลากร	**89.96**	91.86	89.57	90.40
2 การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	**88.33**	91.57	88.29	92.17
3 การพัฒนาธุรกิจไมซ์	**87.12**	88.00	89.43	88.43
4 กระบวนการภายในองค์กร	**86.77**	88.29	90.00	88.36
5 การพัฒนาขีดความสามารถ	**86.20**	85.86	89.71	86.41
6 การสนับสนุนด้านการตลาด	**85.93**	85.00	85.57	87.06

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

ข้อที่พึงพอใจต่อการทำงานของ สสปน.

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็น %	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย										
		MI	C	E	RO	NRO	SRO	NERO	CRO	MEGA	MICE CAP	GCA
ฐาน: ทั้งหมด	*308*	*39*	*22***	*22***	*123*	*34*	*32*	*30*	*27***	*31*	*40*	*31*
สมรรถนะของบุคลากร (สุทธิ)	**36%**	**54%**	**41%**	**41%**	**27%**	**29%**	**31%**	**10%**	**37%**	**52%**	**33%**	**32%**
บุคลากร ให้คำปรึกษา/คำแนะนำ/ความช่วยเหลือให้ข้อมูลฯ / ช่วยประสานงานได้เป็นอย่างดี	15%	23%	14%	23%	14%	15%	22%	3%	15%	13%	15%	6%
บุคลากร มีความรู้ความสามารถ/คุณภาพ/ศักยภาพสูง	9%	15%	14%	5%	7%	6%	6%	7%	7%	10%	10%	13%
บุคลากร มีความเป็นมืออาชีพในการทำงาน	9%	10%	18%	5%	2%	3%	0%	0%	7%	23%	13%	13%
บุคลากร มีความรวดเร็วในการให้บริการ/ให้ข้อมูล/แก้ไขปัญหา	8%	18%	5%	14%	3%	3%	6%	0%	4%	10%	13%	3%
บุคลากร มีความเป็นมิตร/จริงใจ/ มีอัธยาศัยดี/ มนุษย์สัมพันธ์ดี	4%	5%	9%	0%	4%	3%	3%	0%	11%	6%	5%	0%
บุคลากร มีความกระตือรือล้น/ทุ่มเท/มุ่งมั่น	4%	3%	5%	5%	4%	9%	0%	0%	7%	3%	0%	10%
บุคลากร มีจิตบริการ/มีความพร้อมและใส่ใจ/บริการลูกค้ายอดเยี่ยม	2%	0%	0%	5%	2%	0%	0%	7%	0%	3%	0%	3%
บุคลากร มีความตรงไปตรงมา/ซื่อสัตย์/โปร่งใส	2%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	6%	5%	0%
การสนับสนุนด้านการตลาด (สุทธิ)	**14%**	**5%**	**9%**	**36%**	**16%**	**15%**	**9%**	**30%**	**11%**	**6%**	**15%**	**6%**
ส่งเสริม สนับสนุนและพัฒนาอุตสาหกรรมได้อย่างต่อเนื่องและครอบคลุม	5%	5%	5%	9%	5%	3%	0%	10%	7%	3%	8%	0%
สนับสนุนด้านการจัดงาน/จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์	3%	3%	5%	0%	4%	0%	0%	17%	0%	0%	3%	3%
ได้รับการสนับสนุนและช่วยเหลือเป็นอย่างดีจากสสปน.	2%	0%	0%	14%	2%	3%	0%	0%	4%	0%	5%	0%
สนับสนุนด้านเงินทุน	2%	0%	0%	9%	2%	3%	3%	3%	0%	0%	0%	0%
มีการสื่อสาร/ให้ข้อมูลได้อย่างดีและรวดเร็ว	1%	0%	0%	5%	2%	6%	3%	0%	0%	0%	0%	0%
สนับสนุนให้ผู้ประกอบการและพันธมิตรเข้าร่วมงานที่จัดโดย สสปน. อย่างสม่ำเสมอ	1%	0%	0%	0%	1%	0%	3%	0%	0%	0%	0%	3%
อำนวยความสะดวกในการประสานงานกับต่างประเทศ	0%	0%	5%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
มีการให้คำปรึกษาในการผลักดันให้หน่วยงานต่างๆเข้าสู่อุตสาหกรรมอย่างมีมาตรฐาน	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	3%	0%	0%

(ต่อ)

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

ข้อที่พึงพอใจต่อการทำงานของ สสปน. *(ต่อ)*

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็น %	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย										
		MI	C	E	RO	NRO	SRO	NERO	CRO	MEGA	MICE CAP	GCA
ฐาน: ทั้งหมด	*308*	*39*	*22***	*22***	*123*	*34*	*32*	*30*	*27***	*31*	*40*	*31*
กระบวนการภายใน/ลักษณะเฉพาะองค์กร (สุทธิ)	**14%**	**18%**	**14%**	**9%**	**8%**	**6%**	**13%**	**10%**	**4%**	**26%**	**25%**	**6%**
รับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากทุกฝ่ายเพื่อนำไปปรับปรุงการให้บริการ	4%	3%	5%	0%	5%	3%	6%	7%	4%	6%	5%	0%
สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับประเทศในอุตสาหกรรมไมซ์	2%	0%	0%	5%	1%	0%	0%	3%	0%	3%	8%	0%
สนับสนุนให้เกิดการทำงานร่วมกัน	1%	3%	5%	0%	1%	3%	0%	0%	0%	0%	3%	0%
สสปน. สามารถเข้าถึงได้ง่าย	1%	3%	0%	0%	1%	0%	3%	0%	0%	3%	3%	0%
ยืดหยุ่นและตอบสนองต่อตลาด	1%	0%	0%	5%	1%	0%	3%	0%	0%	3%	0%	0%
มีนโยบายที่เป็นรูปธรรม	1%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	3%	3%	0%
มีการดำเนินงานตามนโยบายอย่างชัดเจน	1%	0%	5%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	3%	3%	0%
เป็นหน่วยงานต้นแบบขององค์กรในยุคใหม่ที่ทำงานอย่างหัวก้าวหน้า	1%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	3%	0%	3%
สะดวกในการประสานงานเพราะเป็นหน่วยงานของรัฐที่มีกระบวนการทำงานแบบเอกชน	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	5%	0%
เป็นหน่วยงานที่ มีการทำงานเชิงรุก สามารถตอบสนองต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วได้อย่างดีเยี่ยม	1%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	3%
สามารถสร้างความมั่นใจให้องค์กรในการดำเนินธุรกิจไมซ์	0%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%

(ต่อ)

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

ข้อที่พึงพอใจต่อการทำงานของ สสปน. *(ต่อ)*

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตารางแสดงเป็น %	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย										
		MI	C	E	RO	NRO	SRO	NERO	CRO	MEGA	MICE CAP	GCA
ฐาน: ทั้งหมด	*308*	*39*	*22***	*22***	*123*	*34*	*32*	*30*	*27***	*31*	*40*	*31*
การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน (สุทธิ)	**9%**	**8%**	**14%**	**5%**	**12%**	**21%**	**6%**	**20%**	**0%**	**6%**	**8%**	**3%**
มีการอำนวยความสะดวกและประสานงานอย่างต่อเนื่องและครบถ้วนสมบูรณ์	3%	3%	5%	0%	6%	15%	3%	3%	0%	0%	0%	0%
พร้อมให้คำแนะนำ/ให้ข้อมูลที่ชัดเจน	3%	0%	5%	5%	3%	3%	0%	10%	0%	3%	5%	0%
สนับสนุนในด้านต่างๆ และช่วยประสานงานให้กับหน่วยงานภาครัฐอื่นๆ	2%	5%	5%	0%	1%	0%	0%	3%	0%	3%	0%	3%
ให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ชัดเจน	1%	0%	0%	0%	2%	3%	3%	3%	0%	0%	3%	0%
การพัฒนาธุรกิจไมซ์ (สุทธิ)	**6%**	**3%**	**0%**	**5%**	**5%**	**6%**	**0%**	**7%**	**7%**	**13%**	**10%**	**3%**
พัฒนาและผลักดันอุตสาหกรรม/ธุรกิจไมซ์อย่างต่อเนื่อง	3%	0%	0%	5%	2%	0%	0%	3%	7%	6%	10%	0%
ให้ความร่วมมือในการจัดประชุม เพื่ออัพเดทข้อมูลเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์	1%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	3%	0%	0%
พัฒนาธุรกิจไมซ์เพื่อความก้าวหน้าและช่วยส่งเสริมให้ประเทศไทยให้สามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	3%	0%	3%
ส่งเสริมความรู้เพื่อพัฒนาเครือข่ายไมซ์	1%	0%	0%	0%	2%	3%	0%	3%	0%	0%	0%	0%
ส่งเสริมให้ MICE City ได้เข้าร่วมงานการตลาด MICE เพื่อสร้างประสบการณ์และนำมาปรับใช้	0%	0%	0%	0%	1%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
การพัฒนาขีดความสามารถ/เสริมสร้างรากฐาน (สุทธิ)	**1%**	**5%**	**0%**	**0%**	**1%**	**3%**	**0%**	**0%**	**0%**	**0%**	**3%**	**0%**
ให้ความรู้แก่ผู้จัดงาน ด้วยการจัดอบรม/สัมมนา/กิจกรรม	1%	5%	0%	0%	1%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
เผยแพร่รายงานและข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	3%	0%
ไม่มี	**39%**	**33%**	**41%**	**18%**	**44%**	**35%**	**50%**	**43%**	**48%**	**32%**	**28%**	**65%**

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

ข้อที่ไม่พึงพอใจต่อการทำงานของ สสปน.

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็น %	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย										
		MI	C	E	RO	NRO	SRO	NERO	CRO	MEGA	MICE CAP	GCA
ฐาน: ทั้งหมด	*308*	*39*	*22***	*22***	*123*	*34*	*32*	*30*	*27***	*31*	*40*	*31*
กระบวนการภายใน/ลักษณะเฉพาะองค์กร (สุทธิ)	**12%**	**10%**	**9%**	**18%**	**14%**	**21%**	**3%**	**13%**	**19%**	**13%**	**13%**	**0%**
มีขั้นตอน ข้อปฏิบัติ และรายละเอียดที่เยอะและเข้มงวดเกินไป	4%	5%	5%	9%	4%	3%	0%	7%	7%	0%	3%	0%
กฎระเบียบและหลักเกณฑ์ไม่ชัดเจน	2%	5%	5%	0%	1%	0%	0%	0%	4%	10%	0%	0%
ความล่าช้าในการจ่ายเงิน	2%	3%	0%	0%	5%	3%	3%	7%	7%	0%	0%	0%
ขาดการประสานงานระหว่างแผนก	1%	0%	0%	5%	2%	6%	0%	0%	0%	0%	3%	0%
ไม่สามารถให้การช่วยเหลือภาคเอกชนในสถานการณ์โควิด 19ได้	1%	0%	0%	5%	1%	3%	0%	0%	0%	0%	3%	0%
มีความขัดแย้ง ในกระบวนการการทำงาน	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	3%	0%
บางฝ่ายของ สสปน. เข้าถึงได้ยาก	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	3%	0%
มีความล่าช้าในการทำเอกสาร	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	4%	0%	0%	0%
กระบวนการการเรียกร้องผลประโยชน์สำหรับเฉพาะบางบริการ	0%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
ระยะเวลาในการให้ส่งคำขอน้อย	0%	0%	0%	0%	1%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
ให้ความสำคัญกับผู้ปฏิบัติงานภาคเอกชน ให้ความสำคัญและปฏิสัมพันธ์เฉพาะ คนระดับเดียวกันหรือคนใกล้ชิดเท่านั้น	0%	0%	0%	0%	1%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
โครงสร้างสายงานที่มากที่อาจส่งผลต่อการควบคุม	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	3%	0%	0%

(ต่อ)

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

ข้อที่ไม่พึงพอใจต่อการทำงานของ สสปน. *(ต่อ)*

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็น %	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย										
		MI	C	E	RO	NRO	SRO	NERO	CRO	MEGA	MICE CAP	GCA
ฐาน: ทั้งหมด	*308*	*39*	*22***	*22***	*123*	*34*	*32*	*30*	*27***	*31*	*40*	*31*
การสนับสนุนด้านการตลาด (สุทธิ)	**5%**	**5%**	**0%**	**9%**	**3%**	**6%**	**6%**	**0%**	**0%**	**16%**	**3%**	**0%**
กิจกรรมที่จัดขึ้นในส่วนภูมิภาค ขาดแคลนงบประมาณ/ได้งบประมาณน้อยไป	1%	0%	0%	0%	1%	0%	3%	0%	0%	6%	3%	0%
กิจกรรมที่จัดขึ้น ไม่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย	1%	3%	0%	0%	1%	3%	0%	0%	0%	3%	0%	0%
ขาดความต่อเนื่องในการสนับสนุนด้านประชาสัมพันธ์	1%	0%	0%	0%	1%	0%	3%	0%	0%	3%	0%	0%
ปรับปรุงมาตรฐานการสนับสนุนตามสถานการณ์เรื่องความเท่าเทียมในการจัดการแคมเปญ	1%	0%	0%	0%	1%	3%	0%	0%	0%	3%	0%	0%
สนับสนุนผู้จัดงานภายในประเทศน้อยเกินไป	0%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
กิจกรรมที่จัดขึ้นโครงการสนับสนุนยังไม่ชัดเจน	0%	0%	0%	5%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
ขั้นตอนการสนับสนุนมีขีดจำกัดทำให้ล่าช้า	0%	0%	0%	5%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
การพัฒนาขีดความสามารถ/เสริมสร้างรากฐาน (สุทธิ)	**2%**	**8%**	**0%**	**0%**	**2%**	**3%**	**3%**	**0%**	**0%**	**0%**	**3%**	**0%**
ขาดแคลนข้อมูลข่าวสาร/องค์ความรู้ที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ในเชิงลึก	1%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	3%	0%
ขาดความสม่ำเสมอ/ความต่อเนื่องในการประสานงาน	0%	0%	0%	0%	1%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
ขาดความทั่วถึงในการให้ข้อมูลข่าวสาร/กระจายความรู้ที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์	0%	0%	0%	0%	1%	0%	3%	0%	0%	0%	0%	0%
องค์กรไม่มีการขยายการสื่อสารสู่ผู้ชมผ่านช่องทางออนไลน์	0%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
ควรจะปรับปรุง e-learning	0%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%

(ต่อ)

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

ข้อที่ไม่พึงพอใจต่อการทำงานของ สสปน. *(ต่อ)*

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็น %	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย										
		MI	C	E	RO	NRO	SRO	NERO	CRO	MEGA	MICE CAP	GCA
ฐาน: ทั้งหมด	*308*	*39*	*22***	*22***	*123*	*34*	*32*	*30*	*27***	*31*	*40*	*31*
การพัฒนาธุรกิจไมซ์ (สุทธิ)	**2%**	**5%**	**0%**	**0%**	**2%**	**3%**	**3%**	**3%**	**0%**	**0%**	**0%**	**0%**
ขาดแคลนการปฏิบัติงานในระดับพื้นที่	1%	0%	0%	0%	2%	3%	3%	0%	0%	0%	0%	0%
กำหนด KPI ที่ไม่ถูกต้อง/ไม่เหมาะสมสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	3%	0%	0%	0%	0%
ขาดความต่อเนื่องในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย	0%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
การสัมมนาเสมือนจริงผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Virtual conference) ค่อนข้างจำกัด	0%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน (สุทธิ)	**1%**	**0%**	**0%**	**0%**	**2%**	**0%**	**3%**	**7%**	**0%**	**3%**	**0%**	**0%**
ขาดความต่อเนื่องในการประสานงานกับภาคเอกชน	1%	0%	0%	0%	2%	0%	3%	3%	0%	3%	0%	0%
ยังไม่ช่วยสามารถผลักดันเรื่องฉีดวัคซีนให้กับบุคลากรทำงานด้าน MICE ได้	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	3%	0%	0%	0%	0%
สมรรถนะของบุคลากร (สุทธิ)	**1%**	**3%**	**0%**	**0%**	**1%**	**0%**	**3%**	**0%**	**0%**	**0%**	**0%**	**0%**
บุคลากร ดำเนินงานช้า/ขาดความกระตือรือร้นในการทำงาน	1%	3%	0%	0%	1%	0%	3%	0%	0%	0%	0%	0%
ไม่มี	**78%**	**69%**	**91%**	**73%**	**76%**	**68%**	**78%**	**77%**	**81%**	**68%**	**83%**	**100%**

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

ข้อเสนอแนะต่อการทำงานของ สสปน.

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็น %	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย										
		MI	C	E	RO	NRO	SRO	NERO	CRO	MEGA	MICE CAP	GCA
ฐาน: ทั้งหมด	*308*	*39*	*22***	*22***	*123*	*34*	*32*	*30*	*27***	*31*	*40*	*31*
การสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ (สุทธิ)	**12%**	**10%**	**0%**	**14%**	**15%**	**9%**	**9%**	**23%**	**22%**	**16%**	**10%**	**10%**
จัดกิจกรรมการตลาดให้ครอบคลุมทั่วทุกภูมิภาค	2%	3%	0%	0%	3%	0%	9%	0%	4%	0%	0%	3%
ประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องให้คนรู้จักไมซ์มากขึ้น	2%	0%	0%	0%	1%	0%	3%	0%	0%	0%	3%	10%
ควรมีการจัดสรรงบประมาณในการสนับสนุนอย่างเหมาะสม	2%	0%	0%	5%	2%	0%	0%	10%	0%	3%	0%	0%
ควรเพิ่มงบประมาณ	2%	0%	0%	5%	2%	6%	0%	0%	4%	0%	3%	0%
จัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง	1%	3%	0%	0%	2%	3%	0%	7%	0%	0%	0%	0%
ควรให้การสนับสนุนเพิ่มเติมภายใต้สถานการณ์ปัจจุบัน	1%	3%	0%	5%	1%	0%	0%	0%	4%	0%	3%	0%
จัดกิจกรรมให้เหมาะสมกับผู้จัดงานแต่ละกลุ่มโดยเฉพาะ	1%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	4%	0%	3%	0%
ปรับปรุงเงื่อนไขการให้การสนับสนุนให้สอดคล้องกับอุตสาหกรรม	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	6%	0%	0%
สนับสนุน ผู้จัดงานภายในประเทศให้มากขึ้น	1%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	3%	0%	3%	0%	0%
หลีกเลี่ยงงานที่มีค่าใช้จ่ายสูงเกินไป	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	3%	0%	0%	0%	0%
สนับสนุนภาคเอกชนในฐานะที่เป็นศูนย์กลางของผู้ประกอบการ	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	4%	0%	0%	0%
สนับสนุนผู้จัดงานในด้านอื่นให้มากขึ้น	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	3%	0%	0%
สนับสนุนการพัฒนายกระดับมาตรฐานสำหรับกลุ่มโรงแรม	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	4%	0%	0%	0%
ส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ ในระดับภูมิภาค	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	4%	0%	0%	0%
ควรจะมีการขยายจำนวนผู้เข้าร่วม	0%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%

(ต่อ)

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

ข้อเสนอแนะต่อการทำงานของ สสปน. *(ต่อ)*

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็น %	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย										
		MI	C	E	RO	NRO	SRO	NERO	CRO	MEGA	MICE CAP	GCA
ฐาน: ทั้งหมด	*308*	*39*	*22***	*22***	*123*	*34*	*32*	*30*	*27***	*31*	*40*	*31*
กระบวนการภายใน/ลักษณะเฉพาะองค์กร (สุทธิ)	**9%**	**5%**	**14%**	**23%**	**7%**	**15%**	**3%**	**3%**	**7%**	**13%**	**13%**	**3%**
ปรับระเบียบให้ยืดหยุ่นและเหมาะกับสถานการณ์เพื่อเพิ่มความคล่องตัว	3%	3%	0%	14%	1%	0%	0%	3%	0%	10%	0%	0%
ลดระเบียบขั้นตอนในการปฏิบัติงานและเอกสารลงเพื่อความรวดเร็ว	2%	0%	5%	5%	3%	6%	0%	0%	7%	0%	0%	0%
พัฒนาช่องทางการประชาสัมพันธ์ในประเทศให้มากขึ้น	2%	0%	9%	0%	1%	0%	3%	0%	0%	0%	5%	0%
สนับสนุนการทำงานเป็นทีมในองค์กร	1%	0%	0%	5%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	5%	0%
ควรจัดส่งเจ้าหน้าที่ติดตามการประเมินผลอย่างต่อเนื่อง	1%	0%	0%	0%	1%	3%	0%	0%	0%	3%	0%	0%
ควรจัดตารางงานสัมนาหรือกิจกรรมให้เหมาะสม	1%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	3%
ควรมีความชัดเจนในเรื่องของนโยบายและแนวทางปฏิบัติเพื่อตอบโจทย์อุตสาหกรรมไมซ์	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	3%	0%	0%
ปรับปรุงรูปแบบองค์กรให้ทันสมัย	0%	0%	0%	0%	1%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
ปรับตัวเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	3%	0%	0%
ควรมีเอกสารหรือชิ้นงานด้านการตลาดเป็นภาษาอังกฤษ	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	3%	0%
ให้ สสปน. สนับสนุนการสร้าง-พัฒนา บุคคลากร เพื่อนำเข้าสู่อุตสาหกรรมไมซ์ ในระดับอาชีวะ อุดมศึกษา ส่วนภูมิภาคมากยิ่งขึ	0%	0%	0%	0%	1%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%

(ต่อ)

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

ข้อเสนอแนะต่อการทำงานของ สสปน. *(ต่อ)*

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็น %	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย										
		MI	C	E	RO	NRO	SRO	NERO	CRO	MEGA	MICE CAP	GCA
ฐาน: ทั้งหมด	*308*	*39*	*22***	*22***	*123*	*34*	*32*	*30*	*27***	*31*	*40*	*31*
การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน (สุทธิ)	**6%**	**10%**	**0%**	**0%**	**7%**	**12%**	**3%**	**7%**	**4%**	**6%**	**5%**	**13%**
เปิดโอกาสหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนทำงานร่วมกันอย่างใกล้ชิดเพื่อนำผลไปพัฒนาต่อยอด	3%	3%	0%	0%	3%	3%	0%	7%	4%	3%	3%	3%
ประสานงานกับภาครัฐให้มากขึ้น	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	3%	0%	6%
ประสานงานกับ ททท. ให้มากขึ้น	1%	5%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	3%
ควรมีการเพิ่มสำนักงานหรือสร้างเครือข่ายในภูมิภาคให้มากขึ้น	1%	0%	0%	0%	2%	6%	3%	0%	0%	0%	0%	0%
ประสานงานกับภาคเอกชนให้มากขึ้น	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	3%	0%	0%
ควรเร่งทำการตลาดภายในประเทศสำหรับผู้ประกอบการช่วงหลังโควิด	0%	0%	0%	0%	1%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
ควรจะมีการรวมความสำคัญและสิทธิของภาคเอกชนเข้ากับนโยบายของรัฐบาล ซึ่งอาจก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมในประชาชนในวงกว้างม	0%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
ถ้า สสปน มอบให้ตัวกลาง ประสารงาน การสื่อสารด้านเนื้องานควรชัดเจนขึ้น	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	3%	0%
การพัฒนาขีดความสามารถ/เสริมสร้างรากฐาน (สุทธิ)	**6%**	**0%**	**5%**	**0%**	**9%**	**12%**	**13%**	**3%**	**7%**	**3%**	**8%**	**3%**
เพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์/การเข้าถึงข้อมูล	3%	0%	5%	0%	6%	6%	9%	0%	7%	0%	5%	0%
ใช้เทคโนโลยีและระบบออนไลน์ เพื่อลดความซ้ำซ้อนและทำให้เกิดประโยชน์สูงสุด	1%	0%	0%	0%	2%	6%	0%	0%	0%	3%	3%	0%
มุ่งเน้นการกระจายการจัดแสดงงานไปสู่ส่วนท้องถิ่น/ต่างจังหวัด	1%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	3%	0%	0%	0%	3%
ให้ความรู้เกี่ยวกับ อุตสาหกรรมไมซ์มากขึ้น	0%	0%	0%	0%	1%	0%	3%	0%	0%	0%	0%	0%

(ต่อ)

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

ข้อเสนอแนะต่อการทำงานของ สสปน. *(ต่อ)*

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็น %	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย										
		MI	C	E	RO	NRO	SRO	NERO	CRO	MEGA	MICE CAP	GCA
ฐาน: ทั้งหมด	*308*	*39*	*22***	*22***	*123*	*34*	*32*	*30*	*27***	*31*	*40*	*31*
การพัฒนาธุรกิจไมซ์ (สุทธิ)	**3%**	**8%**	**5%**	**9%**	**2%**	**3%**	**0%**	**3%**	**4%**	**0%**	**0%**	**0%**
หลังจากการหมดการระบาดของโควิด 19 จำเป็นจะต้องมีต้องมี การโปรโมตประเทศไทยและสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดในเชิงรุก	1%	3%	0%	0%	2%	0%	0%	3%	4%	0%	0%	0%
ควรจะสัมมนาเสมือนจริงผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Virtual conference) มากขึ้น เนื่องจากผู้คนไม่สามารถเดินทางได้	1%	3%	0%	5%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
จัดตั้งหน่วยงานประจำภูมิภาค เพื่อสนับสนุนให้ไมซ์ เกิดขึ้นในภูมิภาคให้ได้อย่างเป็นรูปธรรม	0%	0%	0%	0%	1%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
ควรขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ในระดับพื้นที่ในภาคเดียวกันให้มีความแตกต่างและเสริมจุดเด่นแต่ละจังหวัดให้มีเอกลักษณ์	0%	0%	5%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
ควรมีการเตรียมข้อมูลของธุรกิจไมซ์ในประเทศและทั่วโลกให้มากขึ้น	0%	0%	0%	5%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
สำหรับDomesticควรมีการทำเชิงรุกมากกว่านี้	0%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
สมรรถนะของบุคลากร (สุทธิ)	**2%**	**0%**	**0%**	**5%**	**3%**	**6%**	**3%**	**3%**	**0%**	**0%**	**3%**	**0%**
บุคลากร ควรจะประสานงานให้รวดเร็วขึ้น	1%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	3%	0%	0%	3%	0%
บุคลากร ควรจะมีความใกล้ชิดกับลูกค้ามากกว่านี้	0%	0%	0%	0%	1%	0%	3%	0%	0%	0%	0%	0%
บุคลากร ควรจะให้ความสำคัญกับแต่ละองค์กร อย่างเท่าเทียมกัน	0%	0%	0%	0%	1%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
บุคลากร ควรจะกระตือรือร้นในการติดต่อประสานงานมากกว่านี้	0%	0%	0%	5%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
บุคลากร ควรจะมีจำนวนที่เพียงพอในการประสานงาน	0%	0%	0%	0%	1%	3%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
ไม่มี	**63%**	**67%**	**82%**	**55%**	**59%**	**50%**	**69%**	**57%**	**59%**	**61%**	**65%**	**71%**

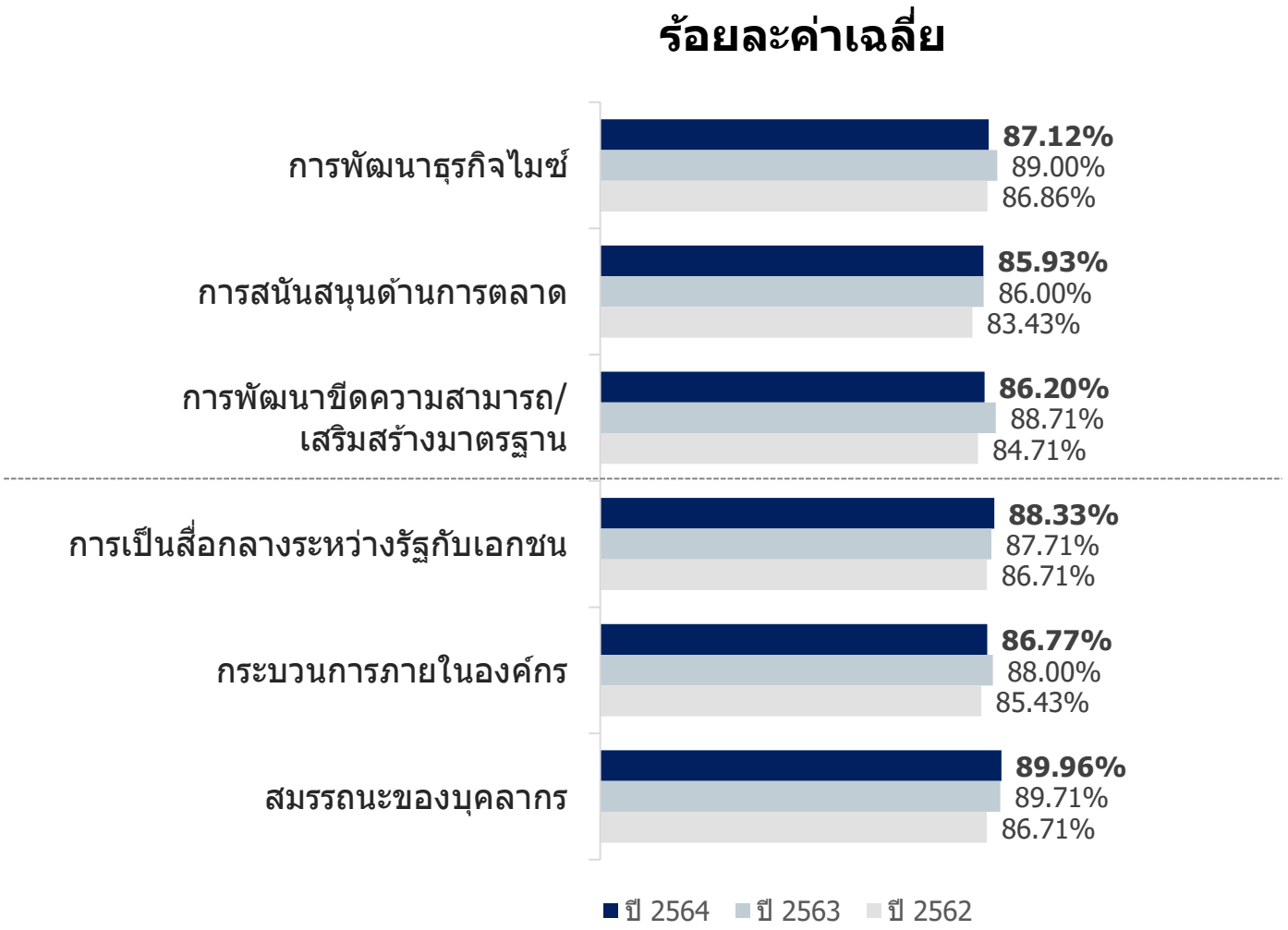
Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

ส่วนที่ 2:

ผลการประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน. (6 มิติสำคัญขององค์กร)

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

ผลการประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน.



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

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 308 = 100%

REF. Q4

ผลการประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน.

ในปี 2564 แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็น ร้อยละ	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย										
		MI	C	E	RO	NRO	SRO	NERO	CRO	MEGA	MICE CAP	GCA
ฐาน: ทั้งหมด	*308*	*39*	*22***	*22***	*123*	*34*	*32*	*30*	*27***	*31*	*40*	*31*
การพัฒนาธุรกิจไมซ์	87.12	88.24	88.82	88.67	86.67	87.96	89.24	85.03	83.83	85.77	85.63	88.43
การสนับสนุนด้านการตลาด	85.93	86.94	85.39	87.23	86.64	88.80	88.91	83.81	84.39	84.18	82.86	87.06
การพัฒนาขีดความสามารถ/ เสริมสร้างมาตรฐาน	86.20	88.22	87.88	84.42	86.23	87.59	89.38	82.18	86.16	82.95	86.61	86.41
การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	88.33	89.01	89.61	88.31	89.08	92.44	89.51	86.67	87.04	85.48	83.93	92.17
กระบวนการภายในองค์กร	86.77	87.45	88.96	86.69	87.37	89.18	89.56	84.46	85.71	85.89	82.54	88.36
สมรรถนะของบุคลากร	89.96	91.09	93.83	88.91	90.61	91.95	92.49	89.48	87.96	89.48	85.36	90.40

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

ผลการประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน.

ในรายละเอียดต่าง ๆ (1)

ฐาน:

		ข้อมูลในกราฟแสดงเป็น %	ปี 2564 ค่าเฉลี่ย	ปี 2564 ร้อยละ 3 ระดับบน	ปี 2563 ค่าเฉลี่ย	ปี 2563 ร้อยละ 3 ระดับบน
	การพัฒนาธุรกิจไมซ์		**6.10**	**91%**	**6.26**	**94%**
308	การผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ระดับนานาชาติ หรือ Global MICE Destination ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน	0 0 0 5 16 30 50	6.24	95%	6.38	97%
308	การผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำด้านการประชุม และงานแสดงสินค้านานาชาติในภูมิภาคเอเชีย ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน	0 0 0 5 18 30 48	6.20	95%	6.39	97%
308	การรักษาและการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์ ให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน ด้วยการสนับสนุนในรูปแบบของการสนับสนุนทางการเงินและการสนับสนุนอื่นๆที่ไม่ใช่การเงิน (Non-cash incentives)	0 0 1 4 18 30 47	6.19	95%	6.26	97%
308	การขับเคลื่อนกิจกรรมไมซ์ให้ตรงตามความต้องการของตลาด ตามศักยภาพและนโยบายของประเทศ	0 0 1 5 18 31 44	6.14	94%	6.27	95%
308	การกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านธุรกิจไมซ์ อย่างมีประสิทธิภาพ	0 0 1 4 21 32 43	6.13	96%	6.25	96%
308	การผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้เป็นศูนย์กลางของอาเซียนอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน	0 0 1 6 18 31 44	6.11	93%	6.36	96%
308	การสนับสนุนผู้จัดงานและผู้ประกอบการไมซ์ด้วยการให้บริการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19	0 0 2 7 22 25 44	6.01	91%	6.23	92%
308	การกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์ทั่วทุกภูมิภาค	0 0 1 8 21 31 38	5.97	91%	6.12	93%
308	การกำหนดมาตรการเยียวยาในสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ช่วยให้ผู้ประกอบการไมซ์พัฒนาธุรกิจของตนให้ดำเนินการอย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ	0 1 4 8 20 25 42	5.90	87%	6.12	88%

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

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

ฐาน: ทั้งหมด = 100%

REF. Q4

ผลการประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน.

ในรายละเอียดต่าง ๆ (1)

ฐาน:

		ข้อมูลในกราฟแสดงเป็น %	ปี 2564 ค่าเฉลี่ย	ปี 2564 ร้อยละ 3 ระดับบน	ปี 2563 ค่าเฉลี่ย	ปี 2563 ร้อยละ 3 ระดับบน
	การสนับสนุนด้านการตลาด		**6.02**	**88%**	**6.08**	**91%**
275	การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่ตรงกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา สำหรับตลาดในประเทศ อาทิ โครงการ 'ประชุมเมืองไทย ปลอดภัยกว่า' 'สนับสนุนการจัดงานประชุมวิชาการภายในประเทศ (Domestic Convention)" "Domestic Exhibition (DEX) และ Empower Thailand Exhibitions (EMTEX)" และสำหรับตลาดต่างประเทศ อาทิ โครงการ "Ease up" "Convene Plus" "Re-Energizing" "Thailand Power up"	0 0 2 7 16 31 44	6.09	91%	6.20	94%
308	การสร้างกิจกรรมไมซ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมไมซ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน	0 0 1 8 19 31 41	6.04	91%	6.06	93%
255	การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่มีการปรับเกณฑ์ และ ปรับมาตรการที่ยืดหยุ่นมากขึ้น (Flexible) เอื้อให้ภาคธุรกิจไมซ์ปรับตัวและฟื้นตัวได้เร็วขึ้น	0 0 2 5 20 36 37	6.01	93%	6.07	95%
255	การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่ช่วยให้ธุรกิจไมซ์ในภาพรวมมีการปรับเปลี่ยนอย่างมีศักยภาพ เป็นไปตามการปรับเปลี่ยนของโลก ทำให้ธุรกิจไมซ์ในประเทศไทยฟื้นตัวเร็วขึ้นอย่างมีกลยุทธ์ที่เหมาะสม (Resilient)	0 0 1 8 20 34 36	5.97	91%	-	-
275	การจัดทำและเผยแพร่กิจกรรมไมซ์บนเว็บไซต์ Business Events Thailand และแอพพลิเคชั่น Biz Connect อาทิ โครงการ "ประชุมเมืองไทย ปลอดภัยกว่า" "สนับสนุนการจัดงานประชุมวิชาการภายในประเทศ (Domestic Convention)" "Domestic Exhibition (DEX) และ Empower Thailand Exhibitions (EMTEX)" และสำหรับตลาดต่างประเทศ อาทิ โครงการ "Ease up" "Convene Plus" "Re-Energizing" "Thailand Power up" เพื่อช่วยให้ภาคธุรกิจไมซ์สามารถเข้าถึงรายละเอียดกิจกรรม ได้อย่าง อย่างสะดวก รวดเร็ว ทุกที่ ทุกเวลา	0 0 1 9 20 32 37	5.94	89%	6.08	90%
308	การประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เกี่ยวกับข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ และสถานการณ์ประเทศ ด้วยการนำเสนอที่ทันสมัยและทันเหตุการณ์ตลอดเวลาผ่าน "Thailand MICE Situation Update" ในช่องทางต่าง ๆ อาทิ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์สื่อโทรทัศน์ได้อย่างครอบคลุม	0 0 2 9 21 28 40	5.94	89%	6.00	91%

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

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

ฐาน: ทั้งหมด = 100%

REF. Q4

ผลการประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน.

ในรายละเอียดต่าง ๆ (1)

ฐาน:

		ข้อมูลในกราฟแสดงเป็น %	ปี 2564 ค่าเฉลี่ย	ปี 2564 ร้อยละ 3 ระดับบน	ปี 2563 ค่าเฉลี่ย	ปี 2563 ร้อยละ 3 ระดับบน
	การพัฒนาขีดความสามารถ/เสริมสร้างรากฐาน		**5.50**	**89%**	**6.26**	**94%**
281	การสร้างผลิตภัณฑ์หรือเครื่องมือในการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการไมซ์ ในการดำเนินธุรกิจในอีกช่องทางหนึ่ง อาทิ การจัดงานประชุมและหรือ/การแสดงสินค้าผ่านระบบออนไลน์ หรือ การออกมาตรฐานต่างๆ ที่มาช่วยผู้ประกอบการไมซ์ อาทิ MICE Hygiene Guidelines ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19	0 0 1 5 15 36 43	6.15	94%	6.27	94%
281	การสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ ให้เทียบเท่าระดับสากล มาตรฐาน (ระดับสากล คือ เครื่องมือที่นานาชาติใช้ยืนยันคุณภาพ ความปลอดภัย และประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ บริการและระบบนั้นๆ)	0 0 1 5 20 32 42	6.09	94%	6.37	96%
281	การให้ความรู้ในเรื่องการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์อย่างยั่งยืน (MICE Sustainability) แก่ผู้ประกอบการ ผู้จัดงานไมซ์ ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ที่สนใจ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ได้อย่างถูก ครบถ้วน และ เข้าใจง่าย	0 0 1 6 20 35 39	6.04	93%	-	-
281	การเสริมสร้างและพัฒนาบุคลากรในด้านวิชาชีพต่างๆ (Upskill, Reskill and New Skill) ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อพร้อมรับมือกับสถานการณ์ทุกรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน	0 0 2 6 21 30 41	6.01	92%	-	-
281	การให้ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจอย่างสม่ำเสมอ เป็นประจำทุกเดือน อาทิ การอัปเดตความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมไมซ์ผ่าน แพลทฟอร์มข่าวสารทั้ง MICE Outlook และ MICE Intelligence Center	0 0 1 7 20 35 37	5.98	91%	6.22	97%
281	การเพิ่มทักษะความรู้ให้กับผู้ประกอบการผ่านรูปแบบการอบรมแบบ e-learning ได้อย่างรวดเร็ว และ ครอบคลุม	0 0 2 7 22 32 36	5.93	91%	-	-
	การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน		**6.18**	**93%**	**6.31**	**95%**
308	การเป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้เป็นอย่างดี	0 0 1 5 13 31 50	6.24	94%	6.32	95%
308	การอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุมนานาชาติ การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทยอย่างเต็มที่ อาทิ บริการ E-MICE marketplace แพลตฟอร์มตลาดผู้ซื้อผู้ขายพบกันแบบอิเล็กทรอนิกส์ ภายใต้ชื่อ Thai MICE Connect	0 0 1 6 17 35 42	6.13	94%	6.30	95%

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

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

ฐาน: ทั้งหมด = 100%

REF. Q4

ผลการประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน.

ในรายละเอียดต่าง ๆ (1)

ฐาน:

		ข้อมูลในกราฟแสดงเป็น %	ปี 2564 ค่าเฉลี่ย	ปี 2564 ร้อยละ 3 ระดับบน	ปี 2563 ค่าเฉลี่ย	ปี 2563 ร้อยละ 3 ระดับบน
	กระบวนการภายใน/ลักษณะเฉพาะองค์กร		**6.08**	**89%**	**6.21**	**93%**
308	การให้ความชัดเจนในนโยบายและทิศทางการดำเนินงานของสสปน. เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง	0 0 1 6 17 32 45	6.16	94%	6.23	93%
308	การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency) เกิดผลงานเป็นรูปธรรม เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน	0 1 1 6 17 30 46	6.12	93%	6.17	94%
308	การเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของ สสปน. (Public Hearing)	0 0 1 9 15 30 45	6.09	90%	6.22	94%
308	การสร้างปฏิสัมพันธ์และความเชื่อใจ (Interaction and Trust Building) อย่างต่อเนื่องให้กับผู้ประกอบการ โดยเฉพาะในสถานการณ์ฉุกเฉินในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19	0 0 1 8 17 29 45	6.09	91%	6.27	94%
308	การปฏิบัติงานที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเชื่อมั่น (Confidence Building) ในกระบวนการและมาตรการรับมือของสสปน. ต่อสถานการณ์การระบาดโควิด-19	0 0 1 7 18 31 43	6.06	91%	6.27	94%
308	การปฏิบัติงานที่มีความคล่องตัว (Flexibility) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน	0 0 1 8 19 27 44	6.05	91%	6.10	92%
308	การนำความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ มาปรับปรุงการทำงานของ สสปน. (Reflection) อย่างต่อเนื่อง	0 0 2 7 19 28 44	6.05	91%	6.22	92%
308	การให้บริการผ่านระบบงานของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากล (International level) ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ อาทิ การติดตามด้วยระบบ RFS : Request For Support	0 0 1 8 20 33 37	5.96	90%	6.22	95%

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

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

ฐาน: ทั้งหมด = 100%

REF. Q4

ผลการประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน.

ในรายละเอียดต่าง ๆ (1)

ฐาน:

		ข้อมูลในกราฟแสดงเป็น %	ปี 2564 ค่าเฉลี่ย	ปี 2564 ร้อยละ 3 ระดับบน	ปี 2563 ค่าเฉลี่ย	ปี 2563 ร้อยละ 3 ระดับบน
	สมรรถนะของบุคลากร		**6.30**	**94%**	**6.30**	**91%**
308	บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส (Good Governance)	0 0 0 4 13 23 60	6.39	96%	6.39	96%
308	บุคลากรของ สสปน. มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร (Ready for Change and for New Development) ให้ทันยุคสมัย	0 0 1 4 11 28 57	6.36	95%	6.36	95%
308	บุคลากรของ สสปน. มีการรักษาปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและผู้ประกอบการไมซ์ภายใต้สถานการณ์ที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการทำงาน อาทิ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19	0 0 1 4 12 27 57	6.36	95%	6.41	95%
308	บุคลากรของสสปน. มีการปรับตัวและพร้อมรับมือกับสถานการณ์การระบาดโควิด-19	0 0 0 4 12 28 56	6.34	96%	6.38	94%
308	บุคลากรของ สสปน. เข้าใจวิธีการจัดงานอีเว้นท์ (Event Expert) ในรูปแบบ New Normal ของอุตสาหกรรมไมซ์ เป็นอย่างดี	0 0 0 4 12 31 53	6.33	96%	6.36	95%
308	บุคลากรของ สสปน. มีความเป็นมืออาชีพ (Professionalism) ในการบริการและประสานงาน ให้กับลูกค้า/ผู้รับบริการ ทั้งผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ (Online data access) ได้อย่างรวดเร็ว	0 0 0 6 10 29 55	6.33	94%	6.32	95%
308	บุคลากรของ สสปน. สามารถให้คำแนะนำหรือรายละเอียดของระเบียบขั้นตอนและกระบวนการทำงานภายในผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ในการประชุม (Advisory Service) ได้เป็นอย่างดี	0 0 1 4 11 31 53	6.31	95%	6.28	93%
308	บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถและทักษะที่ดีเยี่ยมในการสื่อสาร (Effective Communication Skill) กับทีมงาน และ ผู้เกี่ยวข้อง	0 0 0 6 11 30 53	6.29	94%	6.21	93%
308	บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่พร้อมต่อการผลักดันให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆและมีความคิดสร้างสรรค์เสมอ (Innovative and Creative)	0 0 0 5 15 28 52	6.26	95%	6.28	93%
308	บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ ได้อย่างทันท่วงที	0 0 0 6 14 30 50	6.24	94%	6.23	94%
308	บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่ทำงานโดยใช้หลักความคิดแบบมีวิจารญาณแบบมีเหตุผล มีตรรกะที่ชัดเจนเสมอ (Critical Thinking)	0 0 1 7 14 31 47	6.18	93%	6.19	93%
308	บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาหรือจัดการกับความขัดแย้งในสถานการณ์ที่ซับซ้อน หรือในสถานการณ์ที่มีความคลุมเครือได้อย่างมีประสิทธิภาพ และอย่างรวดเร็ว (Conflict Management)	0 0 1 6 16 32 45	6.16	94%	6.21	92%

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

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

ฐาน: ทั้งหมด = 100%

REF. Q4

ผลการประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน.

ในรายละเอียดต่าง ๆ แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นค่าเฉลี่ย	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย										
		MI	C	E	RO	NRO	SRO	NERO	CRO	MEGA	MICE CAP	GCA
ฐาน: ทั้งหมด	*308*	*39*	*22***	*22***	*123*	*34*	*32*	*30*	*27***	*31*	*40*	*31*
การพัฒนาธุรกิจไมซ์												
○ การผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ระดับนานาชาติ หรือ Global MICE Destination ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน	6.24	6.28	6.32	6.32	6.19	6.24	6.47	5.97	6.04	6.26	6.18	6.32
○ การผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำด้านการประชุม และงานแสดงสินค้านานาชาติในภูมิภาคเอเชีย ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน	6.20	6.28	6.32	6.36	6.12	6.12	6.22	6.10	6.04	6.10	6.15	6.42
○ การรักษาและการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์ ให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน ด้วยการสนับสนุนในรูปแบบของการสนับสนุนทางการเงินและการสนับสนุนอื่นๆที่ไม่ใช่การเงิน (Non-cash incentives)	6.19	6.26	6.27	6.27	6.20	6.29	6.31	6.17	5.96	6.16	6.03	6.23
○ การขับเคลื่อนกิจกรรมไมซ์ให้ตรงตามความต้องการของตลาด ตามศักยภาพ และนโยบายของประเทศ	6.14	6.23	6.14	6.27	6.13	6.24	6.19	6.10	5.96	6.03	6.05	6.19
○ การกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านธุรกิจไมซ์ อย่างมีประสิทธิภาพ	6.13	6.23	6.27	6.32	6.08	6.18	6.09	6.10	5.93	5.94	6.03	6.26
○ การผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้เป็นศูนย์กลางของอาเซียนอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน	6.11	6.31	6.23	6.27	6.02	6.03	6.25	5.87	5.89	6.13	5.98	6.23
○ การสนับสนุนผู้จัดงานและผู้ประกอบการไมซ์ด้วยการให้บริการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19	6.01	6.18	6.09	6.09	5.97	6.15	6.22	5.77	5.67	5.74	6.10	5.97
○ การกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์ทั่วทุกภูมิภาค	5.97	5.95	6.18	5.86	5.98	6.12	6.06	5.80	5.89	5.90	5.73	6.26
○ การกำหนดมาตรการเยียวยาในสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ช่วยให้ผู้ประกอบการไมซ์พัฒนาธุรกิจของตนให้ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง และมีประสิทธิภาพ	5.90	5.87	6.14	6.09	5.93	6.06	6.41	5.70	5.44	5.77	5.73	5.84

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

ผลการประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน.

ในรายละเอียดต่าง ๆ แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นค่าเฉลี่ย	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย										
		MI	C	E	RO	NRO	SRO	NERO	CRO	MEGA	MICE CAP	GCA
ฐาน: ทั้งหมด	*255*	*38*	*22***	*22***	*105*	*25***	*25***	*28***	*27***	*30*	*27***	*11***
การสนับสนุนด้านการตลาด												
○ การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่ตรงกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาสำหรับตลาดในประเทศ อาทิ โครงการ 'ประชุมเมืองไทย ปลอดภัยกว่า' 'สนับสนุนการจัดงานประชุมวิชาการภายในประเทศ (Domestic Convention)" "Domestic Exhibition (DEX) และ Empower Thailand Exhibitions (EMTEX)" และสำหรับตลาดต่างประเทศ อาทิ โครงการ "Ease up" "Convene Plus" "Re-Energizing" "Thailand Power up"	6.09	6.05	6.09	6.14	6.24	6.41	6.41	6.03	6.07	6.07	5.44	6.00
○ การสร้างกิจกรรมไมซ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมไมซ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน	6.04	6.05	6.00	6.18	6.01	6.15	6.09	5.97	5.78	5.94	5.95	6.26
○ การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่มีการปรับเกณฑ์ และ ปรับมาตรการที่ยืดหยุ่นมากขึ้น (Flexible) เอื้อให้ภาคธุรกิจไมซ์ปรับตัวและฟื้นตัวได้เร็วขึ้น	6.01	6.16	5.91	6.14	6.02	6.20	6.28	5.68	5.96	6.03	5.63	6.18
○ การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่ช่วยให้ธุรกิจไมซ์ในภาพรวมมีการปรับเปลี่ยนอย่างมีศักยภาพ เป็นไปตามการปรับเปลี่ยนของโลก ทำให้ธุรกิจไมซ์ในประเทศไทยฟื้นตัวเร็วขึ้นอย่างมีกลยุทธ์ที่เหมาะสม (Resilient)	5.97	6.03	6.00	6.14	5.97	5.96	6.28	5.68	6.00	5.97	5.67	6.09
○ การจัดทำและเผยแพร่กิจกรรมไมซ์บนเว็บไซต์ Business Events Thailand และแอพพลิเคชั่น Biz Connect อาทิ โครงการ "ประชุมเมืองไทย ปลอดภัยกว่า" "สนับสนุนการจัดงานประชุมวิชาการภายในประเทศ (Domestic Convention)" "Domestic Exhibition (DEX) และ Empower Thailand Exhibitions (EMTEX)" และสำหรับตลาดต่างประเทศ อาทิ โครงการ "Ease up" "Convene Plus" "Re-Energizing" "Thailand Power up" เพื่อช่วยให้ภาคธุรกิจไมซ์สามารถเข้าถึงรายละเอียดกิจกรรม ได้อย่าง อย่างสะดวก รวดเร็ว ทุกที่ ทุกเวลา	5.94	6.03	5.95	5.91	6.09	6.21	6.31	5.90	5.89	5.70	5.41	6.00
○ การประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เกี่ยวกับข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์และสถานการณ์ประเทศ ด้วยการนำเสนอที่ทันสมัยและทันเหตุการณ์ตลอดเวลาผ่าน "Thailand MICE Situation Update" ในช่องทางต่าง ๆ อาทิ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์สื่อโทรทัศน์ได้อย่างครอบคลุม	5.94	6.15	5.91	6.14	5.97	6.12	6.16	5.80	5.74	5.65	5.85	5.90

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

ผลการประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน.

ในรายละเอียดต่าง ๆ แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นค่าเฉลี่ย	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย										
		MI	C	E	RO	NRO	SRO	NERO	CRO	MEGA	MICE CAP	GCA
ฐาน: ทั้งหมด	*281*	*39*	*22***	*22***	*110*	*28***	*26***	*29***	*27***	*31*	*40*	*17***
การพัฒนาขีดความสามารถ/ เสริมสร้างรากฐาน												
○ การสร้างผลิตภัณฑ์หรือเครื่องมือในการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการไมซ์ในการดำเนินธุรกิจในอีกช่องทางหนึ่ง อาทิ การจัดงานประชุมและหรือ/การแสดงสินค้าผ่านระบบออนไลน์ หรือ การออกมาตรฐานต่างๆ ที่มาช่วยผู้ประกอบการไมซ์ อาทิ MICE Hygiene Guidelines ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19	6.15	6.31	6.41	6.09	6.10	6.29	6.35	5.72	6.07	6.00	6.08	6.29
○ การสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ ให้เทียบเท่าระดับสากลมาตรฐาน (ระดับสากล คือ เครื่องมือที่นานาชาติใช้ยืนยันคุณภาพ ความปลอดภัย และประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ บริการและระบบนั้นๆ)	6.09	6.21	6.18	6.18	6.03	5.96	6.27	5.83	6.07	5.94	6.10	6.18
○ การให้ความรู้ในเรื่องการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์อย่างยั่งยืน (MICE Sustainability) แก่ผู้ประกอบการ ผู้จัดงานไมซ์ ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ที่สนใจ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ได้อย่างถูก ครบถ้วน และ เข้าใจง่าย	6.04	6.15	6.09	5.86	6.05	6.25	6.27	5.76	5.96	5.81	6.08	6.24
○ การเสริมสร้างและพัฒนาบุคลากรในด้านวิชาชีพต่างๆ (Upskill, Reskill and New Skill) ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อพร้อมรับมือกับสถานการณ์ทุกรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน	6.01	6.13	6.09	5.95	6.00	6.00	6.19	5.76	6.07	5.71	6.15	6.06
○ การให้ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจอย่างสม่ำเสมอ เป็นประจำทุกเดือน อาทิ การอัปเดตความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมไมซ์ผ่าน แพลทฟอร์มข่าวสารทั้ง MICE Outlook และ MICE Intelligence Center	5.98	6.18	6.00	5.73	6.04	6.11	6.23	5.83	6.00	5.81	5.93	5.94
○ การเพิ่มทักษะความรู้ให้กับผู้ประกอบการผ่านรูปแบบการอบรมแบบ e-learning ได้อย่างรวดเร็ว และครอบคลุม	5.93	6.08	6.14	5.64	6.00	6.18	6.23	5.62	6.00	5.58	6.05	5.59

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

ฐาน: ทั้งหมด = 100%

REF. Q4

ผลการประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน.

ในรายละเอียดต่าง ๆ แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นค่าเฉลี่ย	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย										
		MI	C	E	RO	NRO	SRO	NERO	CRO	MEGA	MICE CAP	GCA
ฐาน: ทั้งหมด	*308*	*39*	*22***	*22***	*123*	*34*	*32*	*30*	*27***	*31*	*40*	*31*
การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน												
○ การเป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้เป็นอย่างดี	6.24	6.21	6.32	6.27	6.31	6.53	6.38	6.17	6.11	6.06	5.93	6.52
○ การอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุมนานาชาติ การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทยอย่างเต็มที่ อาทิ บริการ E-MICE marketplace แพลตฟอร์มตลาดผู้ซื้อผู้ขายพบกันแบบอิเล็กทรอนิกส์ ภายใต้ชื่อ Thai MICE Connect	6.13	6.26	6.23	6.09	6.16	6.41	6.16	5.97	6.07	5.90	5.83	6.39

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

ผลการประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน.

ในรายละเอียดต่าง ๆ แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นค่าเฉลี่ย	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย										
		MI	C	E	RO	NRO	SRO	NERO	CRO	MEGA	MICE CAP	GCA
ฐาน: ทั้งหมด	*308*	*39*	*22***	*22***	*123*	*34*	*32*	*30*	*27***	*31*	*40*	*31*
กระบวนการภายใน/ลักษณะเฉพาะองค์กร												
○ การให้ความชัดเจนในนโยบายและทิศทางการดำเนินงานของสสปน. เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง	6.16	6.28	6.14	6.27	6.21	6.47	6.22	6.00	6.11	5.94	5.95	6.19
○ การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency) เกิดผลงานเป็นรูปธรรม เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน	6.12	6.21	6.41	6.14	6.11	6.21	6.34	5.80	6.07	6.10	5.85	6.23
○ การเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของ สสปน. (Public Hearing)	6.09	6.05	6.23	6.00	6.17	6.29	6.38	5.93	6.04	6.16	5.68	6.26
○ การสร้างปฏิสัมพันธ์และความเชื่อใจ (Interaction and Trust Building) อย่างต่อเนื่องให้กับผู้ประกอบการ โดยเฉพาะในสถานการณ์ฉุกเฉินในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19	6.09	6.15	6.23	6.00	6.15	6.15	6.44	5.93	6.07	6.10	5.80	6.13
○ การปฏิบัติงานที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเชื่อมั่น (Confidence Building) ในกระบวนการและมาตรการรับมือของสสปน. ต่อสถานการณ์การระบาดโควิด-19	6.06	6.13	6.18	5.91	6.12	6.21	6.31	5.97	5.96	6.03	5.80	6.13
○ การปฏิบัติงานที่มีความคล่องตัว (Flexibility) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐ และภาคเอกชน	6.05	6.05	6.23	6.09	6.05	6.29	6.19	5.83	5.81	6.06	5.75	6.29
○ การนำความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ มาปรับปรุงการทำงานของ สสปน. (Reflection) อย่างต่อเนื่อง	6.05	6.05	6.27	6.00	6.10	6.15	6.28	5.90	6.04	5.97	5.73	6.23
○ การให้บริการผ่านระบบงานของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากล (International level) ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ อาทิ การติดตามด้วยระบบ RFS : Request For Support	5.96	6.05	6.14	6.14	6.01	6.18	6.00	5.93	5.89	5.74	5.68	6.03

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

ผลการประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน.

ในรายละเอียดต่าง ๆ แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็นค่าเฉลี่ย	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย										
		MI	C	E	RO	NRO	SRO	NERO	CRO	MEGA	MICE CAP	GCA
ฐาน: ทั้งหมด	*308*	*39*	*22***	*22***	*123*	*34*	*32*	*30*	*27***	*31*	*40*	*31*
สมรรถนะของบุคลากร												
○ บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส (Good Governance)	6.39	6.38	6.68	6.27	6.46	6.53	6.53	6.47	6.26	6.35	6.08	6.42
○ บุคลากรของ สสปน. มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร (Ready for Change and for New Development) ให้ทันยุคสมัย	6.36	6.41	6.55	6.32	6.39	6.50	6.47	6.30	6.26	6.42	6.08	6.42
○ บุคลากรของ สสปน. มีการรักษาปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและผู้ประกอบการไมซ์ภายใต้สถานการณ์ที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการทำงาน อาทิ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19	6.36	6.41	6.59	6.27	6.44	6.44	6.53	6.43	6.33	6.39	6.00	6.29
○ บุคลากรของสสปน. มีการปรับตัวและพร้อมรับมือกับสถานการณ์การระบาดโควิด-19	6.34	6.44	6.50	6.27	6.40	6.50	6.50	6.27	6.30	6.32	6.08	6.32
○ บุคลากรของ สสปน. เข้าใจวิธีการจัดงานอีเว้นท์ (Event Expert) ในรูปแบบ New Normal ของอุตสาหกรรมไมซ์ เป็นอย่างดี	6.33	6.41	6.68	6.23	6.35	6.47	6.50	6.20	6.19	6.35	6.03	6.39
○ บุคลากรของ สสปน. มีความเป็นมืออาชีพ (Professionalism) ในการบริการและประสานงาน ให้กับลูกค้า/ผู้รับบริการ ทั้งผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ (Online data access) ได้อย่างรวดเร็ว	6.33	6.41	6.59	6.32	6.37	6.44	6.59	6.27	6.11	6.29	6.00	6.42
○ บุคลากรของ สสปน. สามารถให้คำแนะนำหรือรายละเอียดของระเบียบขั้นตอนและกระบวนการทำงานภายในผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ในการประชุม (Advisory Service) ได้เป็นอย่างดี	6.31	6.28	6.64	6.27	6.39	6.62	6.56	6.20	6.11	6.29	5.95	6.35
○ บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถและทักษะที่ดีเยี่ยมในการสื่อสาร (Effective Communication Skill) กับทีมงาน และ ผู้เกี่ยวข้อง	6.29	6.38	6.55	6.18	6.32	6.41	6.50	6.10	6.22	6.19	6.03	6.39
○ บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่พร้อมต่อการผลักดันให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆและมีความคิดสร้างสรรค์เสมอ (Innovative and Creative)	6.26	6.33	6.45	6.14	6.32	6.44	6.34	6.27	6.19	6.23	5.98	6.29
○ บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และได้อย่างทันท่วงที	6.24	6.41	6.55	6.18	6.27	6.38	6.44	6.23	5.96	6.16	5.88	6.32
○ บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่ทำงานโดยใช้หลักความคิดแบบมีวิจารญาณ แบบมีเหตุผล มีตรรกะที่ชัดเจนเสมอ (Critical Thinking)	6.18	6.26	6.55	6.05	6.24	6.29	6.31	6.27	6.04	6.13	5.85	6.16
○ บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาหรือจัดการกับความขัดแย้ง ในสถานการณ์ที่ซับซ้อน หรือในสถานการณ์ที่มีความคลุมเครือได้อย่างมีประสิทธิภาพ และอย่างรวดเร็ว (Conflict Management)	6.16	6.38	6.50	6.18	6.19	6.21	6.41	6.17	5.93	6.03	5.78	6.16

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

ส่วนที่ 4:

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

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

ข้อมูลสรุป SWOT ขององค์กร

Strengths

- มาตรฐานการทำงานของบุคลากรของ สสปน.
- มาตรฐานการประสานงานระหว่างรัฐกับเอกชนในส่วนของการประสานงานที่ทำได้ลุล่วงอย่างรวดเร็ว และ การอำนวยความสะดวกต่างๆช่วยให้งาน red tape ผ่านไปอย่างรวดเร็วและไร้ปัญหา

Weaknesses

- การมีกระบวนการทำงานที่มากเกินไป
- ขาดการประสานงานระหว่างแผนก ในการเข้าถึงผู้ประกอบการ ผู้รับบริการ ไม่รวมมาเป็น one team
- ขาดการพัฒนาผู้ประกอบการในธุรกิจไมซ์ทั้งในทางทฤษฎีและปฏิบัติที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการและผู้รับบริการ

Opportunities

- การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการสร้างผลิตภัณฑ์หรือเครื่องมือในการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการไมซ์ในการดำเนินธุรกิจในช่องทางที่หลากหลาย
- ความต้องการในการเข้าร่วมกิจกรรมทางออนไลน์ของลูกค้าทั่วทุกภูมิภาค ในช่วงสถานการณ์โควิดที่เกิดขึ้น

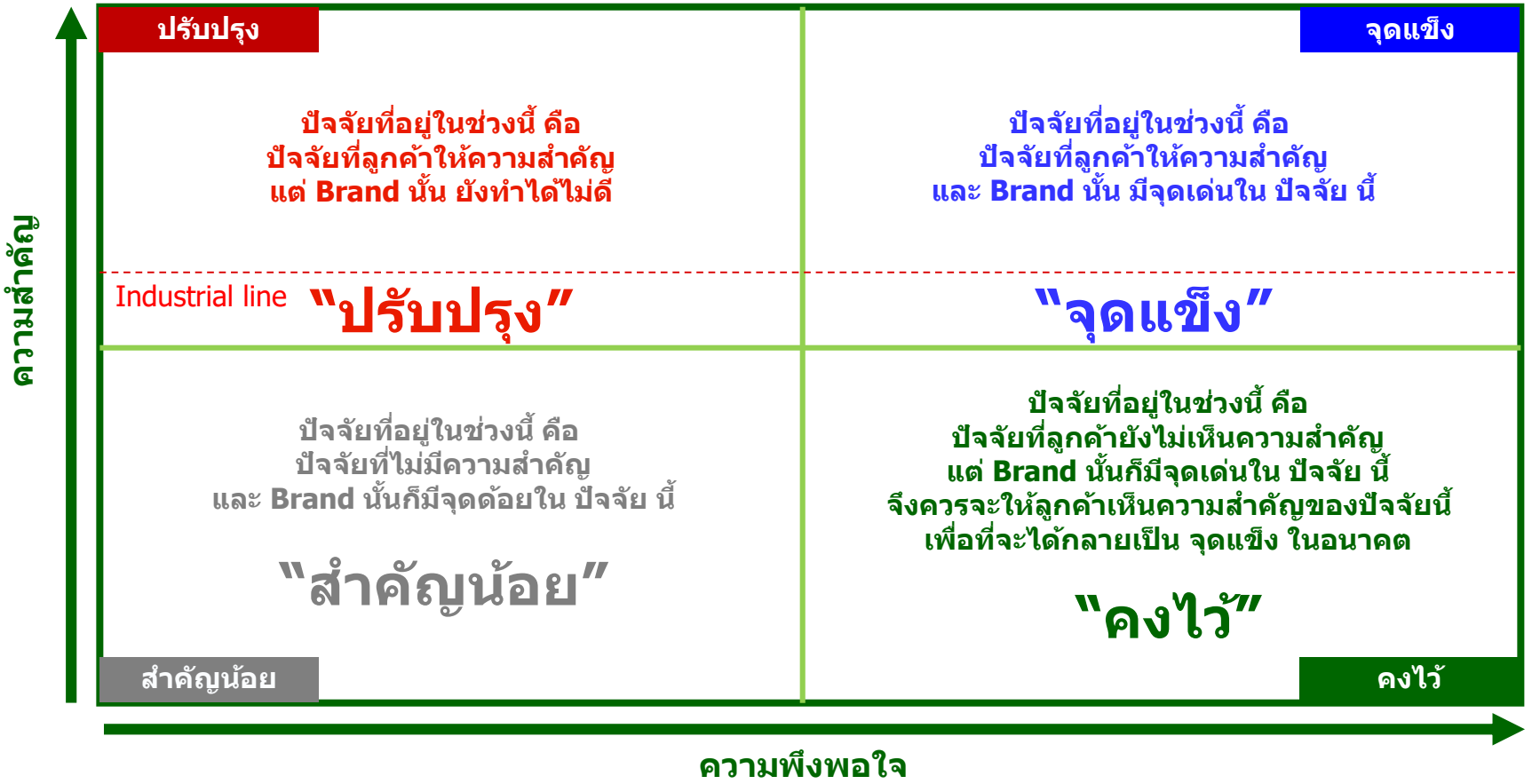
Threats

- การทวีความรุนแรงของสถานการณ์โควิดที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลกระทบอย่างหนักกับทุกอุตสาหกรรม อาทิ เศรษฐกิจของประเทศ พฤติกรรมและการใช้ชีวิตประจำวันของผู้บริโภค เป็นต้น

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

Need Gap Analysis

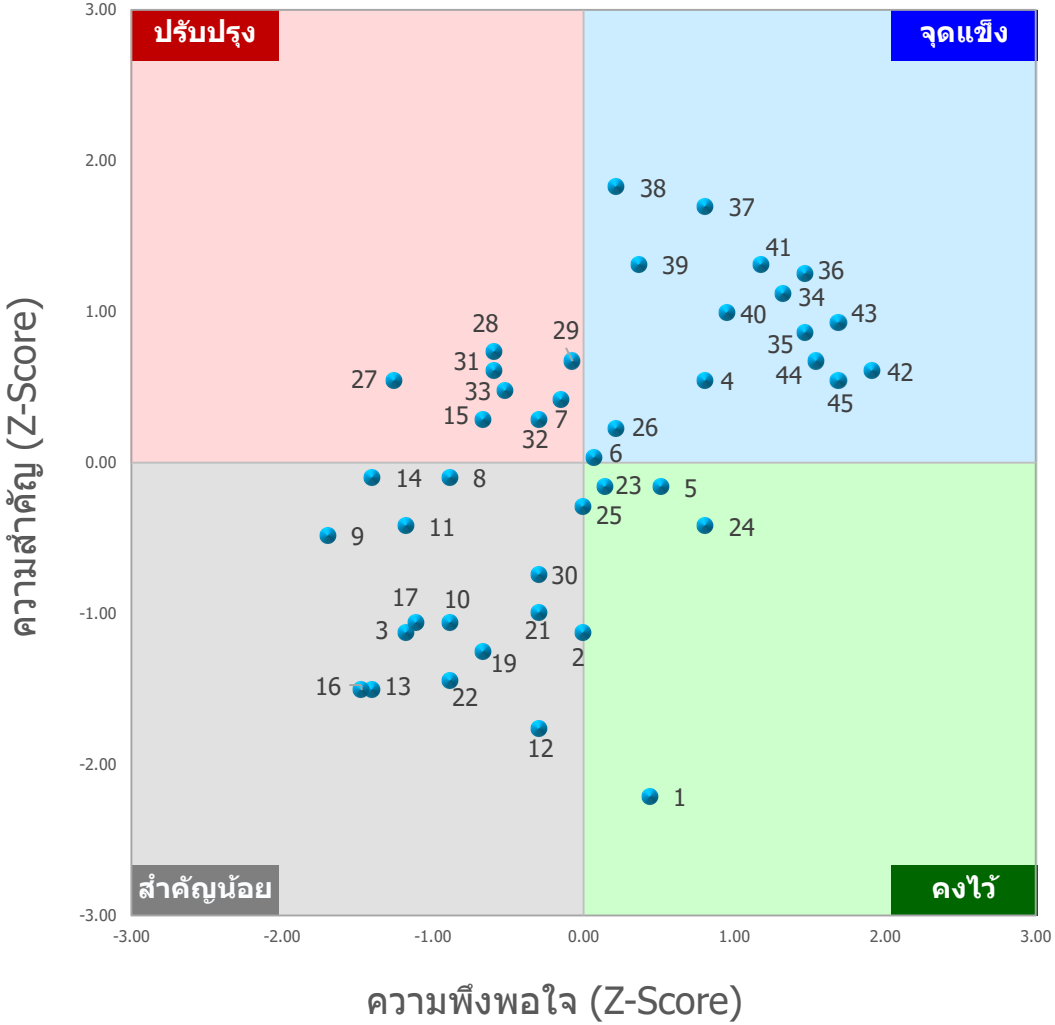
หน้าอธิบาย



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.

การวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหาโดยรวม

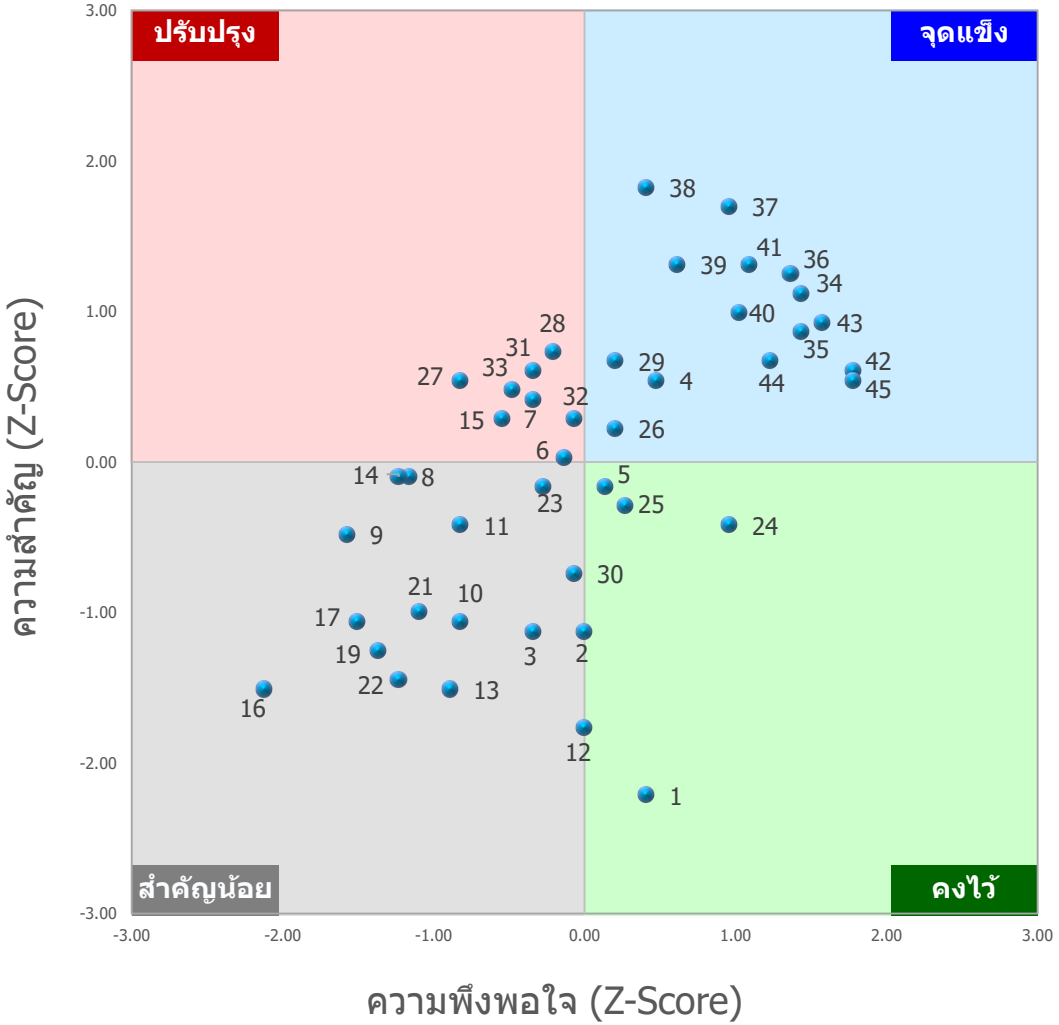


ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 308 = 100%

1. การรักษาและการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์ ให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน ด้วยการสนับสนุนในรูปแบบของการสนับสนุนทางการเงินและการสนับสนุนอื่นๆที่ไม่ใช่การเงิน (Non-cash incentives)
2. การกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านธุรกิจไมซ์ อย่างมีประสิทธิภาพ
3. การกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์ทั่วทุกภูมิภาค
4. การผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ระดับนานาชาติ หรือ Global MICE Destination ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
5. การผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำด้านการประชุม และงานแสดงสินค้านานาชาติในภูมิภาคเอเชีย ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
6. การขับเคลื่อนกิจกรรมไมซ์ให้ตรงตามความต้องการของตลาด ตามศักยภาพ และนโยบายของประเทศ
7. การผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้เป็นศูนย์กลางของอาเซียนอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
8. การสนับสนุนผู้จัดงานและผู้ประกอบการไมซ์ด้วยการให้บริการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
9. การกำหนดมาตรการเยียวยาในสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ช่วยให้ผู้ประกอบการไมซ์พัฒนาธุรกิจของตนให้ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง และมีประสิทธิภาพ
10. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่มีการปรับเกณฑ์ และ ปรับมาตรการที่ยืดหยุ่นมากขึ้น (Flexible) เอื้อให้ภาคธุรกิจไมซ์ปรับตัวและฟื้นตัวได้เร็วขึ้น
11. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่ช่วยให้ธุรกิจไมซ์ในภาพรวมมีการปรับเปลี่ยนอย่างมีศักยภาพ เป็นไปตามการปรับเปลี่ยนของโลก ทำให้ธุรกิจไมซ์ในประเทศไทยฟื้นตัวเร็วขึ้นอย่างมีกลยุทธ์ที่เหมาะสม (Resilient)
12. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่ตรงกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาสำหรับตลาดในประเทศ อาทิ โครงการ 'ประชุมเมืองไทย ปลอดภัยกว่า' 'สนับสนุนการจัดงานประชุมวิชาการภายในประเทศ (Domestic Convention)" "Domestic Exhibition (DEX) และ Empower Thailand Exhibitions (EMTEX)" และสำหรับตลาดต่างประเทศ อาทิ โครงการ "Ease up" "Convene Plus" "Re-Energizing" "Thailand Power up"
13. การจัดทำและเผยแพร่กิจกรรมไมซ์บนเว็บไซต์ Business Events Thailand และแอพพลิเคชั่น Biz Connect อาทิ โครงการ "ประชุมเมืองไทย ปลอดภัยกว่า" "สนับสนุนการจัดงานประชุมวิชาการภายในประเทศ (Domestic Convention)" "Domestic Exhibition (DEX) และ Empower Thailand Exhibitions (EMTEX)" และสำหรับตลาดต่างประเทศ อาทิ โครงการ "Ease up" "Convene Plus" "Re-Energizing" "Thailand Power up" เพื่อช่วยให้ภาคธุรกิจไมซ์สามารถเข้าถึงรายละเอียดกิจกรรม ได้อย่าง อย่างสะดวก รวดเร็ว ทุกที่ ทุกเวลา
14. การประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เกี่ยวกับข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ และสถานการณ์ประเทศ ด้วยการนำเสนอที่ทันสมัยและทันเหตุการณ์ตลอดเวลาผ่าน "Thailand MICE Situation Update" ในช่องทางต่าง ๆ อาทิ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์สื่อโทรทัศน์ได้อย่างครอบคลุม
15. การสร้างกิจกรรมไมซ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมไมซ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
16. การเพิ่มทักษะความรู้ให้กับผู้ประกอบการผ่านรูปแบบการอบรมแบบ e-learning ได้อย่างรวดเร็ว และ ครอบคลุม
17. การให้ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจอย่างสม่ำเสมอ เป็นประจำทุกเดือน อาทิ การอัปเดตความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมไมซ์ผ่าน แพลทฟอร์มข่าวสารทั้ง MICE Outlook และ MICE Intelligence Center
19. การให้ความรู้ในเรื่องการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์อย่างยั่งยืน (MICE Sustainability) แก่ผู้ประกอบการ ผู้จัดงานไมซ์ ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ที่สนใจ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ได้อย่างถูก ครบถ้วน และ เข้าใจง่าย
21. การสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ ให้เทียบเท่าระดับสากลมาตรฐาน (ระดับสากล คือ เครื่องมือที่นานาชาติใช้ยืนยันคุณภาพ ความปลอดภัย และประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ บริการและระบบนั้นๆ)
22. การเสริมสร้างและพัฒนาบุคลากรในด้านวิชาชีพต่างๆ (Upskill, Reskill and New Skill) ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อพร้อมรับมือกับสถานการณ์ทุกรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน
23. การสร้างผลิตภัณฑ์หรือเครื่องมือในการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการไมซ์ในการดำเนินธุรกิจในอีกช่องทางหนึ่ง อาทิ การจัดงานประชุมและหรือ/การแสดงสินค้าผ่านระบบออนไลน์ หรือ การออกมาตรฐานต่างๆ ที่มาช่วยผู้ประกอบการไมซ์ อาทิ MICE Hygiene Guidelines ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
24. การเป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้เป็นอย่างดี
25. การอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุมนานาชาติ การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทยอย่างเต็มที่ อาทิ บริการ E-MICE marketplace แพลตฟอร์มตลาดผู้ซื้อผู้ขายพบกันแบบอิเล็กทรอนิกส์ ภายใต้ชื่อ Thai MICE Connect
26. การให้ความชัดเจนในนโยบายและทิศทางการดำเนินงานของสสปน. เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง
27. การให้บริการผ่านระบบงานของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากล (International level) ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ อาทิ การติดตามด้วยระบบ RFS : Request For Support
28. การปฏิบัติงานที่มีความคล่องตัว (Flexibility) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐ และภาคเอกชน
29. การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency) เกิดผลงานเป็นรูปธรรม เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน
30. การเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของ สสปน. (Public Hearing)
31. การนำความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ มาปรับปรุงการทำงานของ สสปน. (Reflection) อย่างต่อเนื่อง
32. การสร้างปฏิสัมพันธ์และความเชื่อใจ (Interaction and Trust Building) อย่างต่อเนื่องให้กับผู้ประกอบการ โดยเฉพาะในสถานการณ์ฉุกเฉินในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
33. การปฏิบัติงานที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเชื่อมั่น (Confidence Building) ในกระบวนการและมาตรการรับมือของสสปน. ต่อสถานการณ์การระบาดโควิด-19
34. บุคลากรของ สสปน. สามารถให้คำแนะนำหรือรายละเอียดของระเบียบขั้นตอนและกระบวนการทำงานภายในผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ในการประชุม (Advisory Service) ได้เป็นอย่างดี
35. บุคลากรของ สสปน. เข้าใจวิธีการจัดงานอีเว้นท์ (Event Expert) ในรูปแบบ New Normal ของอุตสาหกรรมไมซ์ เป็นอย่างดี
36. บุคลากรของ สสปน. มีความเป็นมืออาชีพ (Professionalism) ในการบริการและประสานงาน ให้กับลูกค้า/ผู้รับบริการ ทั้งผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ (Online data access) ได้อย่างรวดเร็ว
37. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ ได้อย่างทันท่วงที
38. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาหรือจัดการกับความขัดแย้ง ในสถานการณ์ที่ซับซ้อน หรือในสถานการณ์ที่มีความคลุมเครือได้อย่างมีประสิทธิภาพ และอย่างรวดเร็ว (Conflict Management)
39. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่ทำงานโดยใช้หลักความคิดแบบมีวิจารณญาณ แบบมีเหตุผล มีตรรกะที่ชัดเจนเสมอ (Critical Thinking)
40. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่พร้อมต่อการผลักดันให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆและมีความคิดสร้างสรรค์เสมอ (Innovative and Creative)
41. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถและทักษะที่ดีเยี่ยมในการสื่อสาร (Effective Communication Skill) กับทีมงาน และ ผู้เกี่ยวข้อง
42. บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส (Good Governance)
43. บุคลากรของ สสปน. มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร (Ready for Change and for New Development) ให้ทันยุคสมัย
44. บุคลากรของสสปน. มีการปรับตัวและพร้อมรับมือกับสถานการณ์การระบาดโควิด-19
45. บุคลากรของ สสปน. มีการรักษาปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและผู้ประกอบการไมซ์ภายใต้สถานการณ์ที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการทำงาน อาทิ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.
REF. Q4-Q5

การวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา
สำหรับกลุ่ม MICE SUPPORTERS

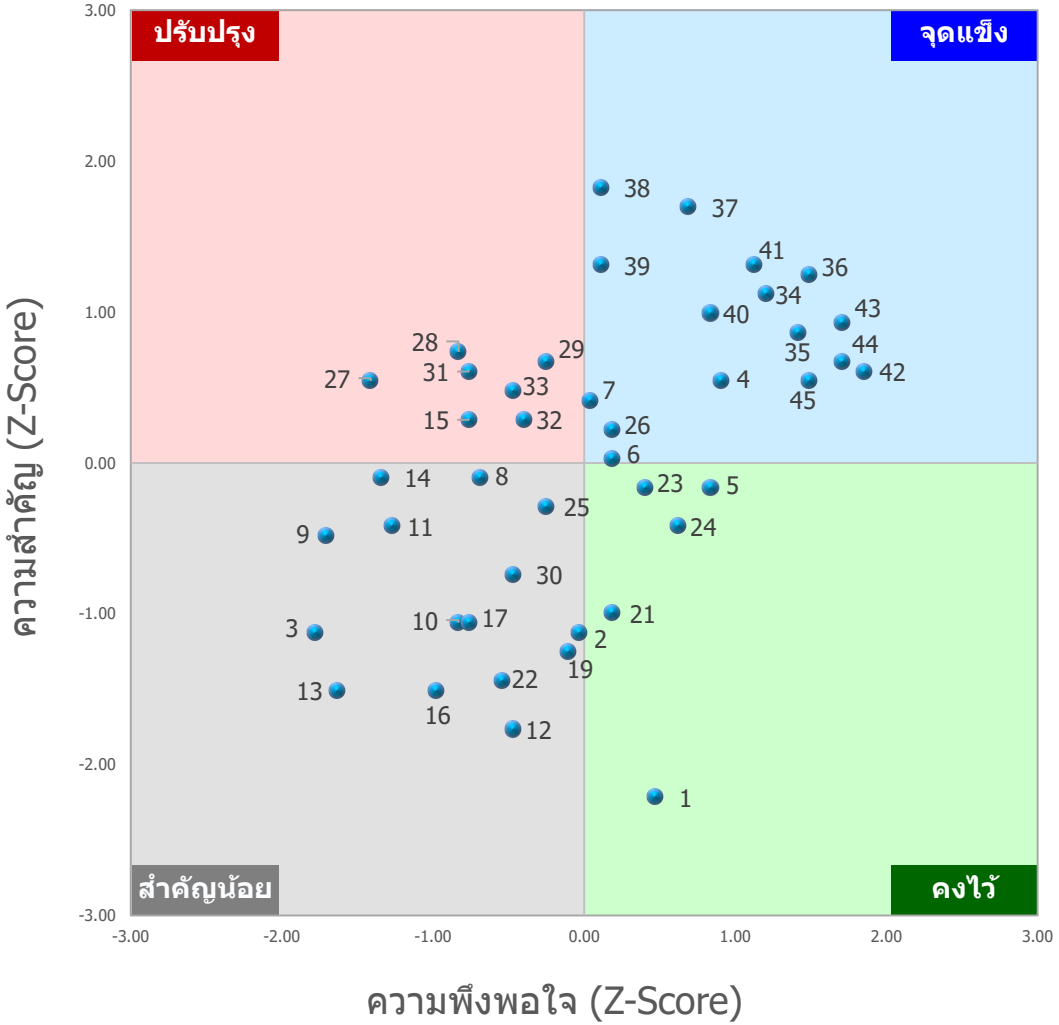


ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 308 = 100%

1. การรักษาและการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์ ให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน ด้วยการสนับสนุนในรูปแบบของการสนับสนุนทางการเงินและการสนับสนุนอื่นๆที่ไม่ใช่การเงิน (Non-cash incentives)
2. การกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านธุรกิจไมซ์ อย่างมีประสิทธิภาพ
3. การกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์ทั่วทุกภูมิภาค
4. การผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ระดับนานาชาติ หรือ Global MICE Destination ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
5. การผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำด้านการประชุม และงานแสดงสินค้านานาชาติในภูมิภาคเอเชีย ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
6. การขับเคลื่อนกิจกรรมไมซ์ให้ตรงตามความต้องการของตลาด ตามศักยภาพ และนโยบายของประเทศ
7. การผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้เป็นศูนย์กลางของอาเซียนอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
8. การสนับสนุนผู้จัดงานและผู้ประกอบการไมซ์ด้วยการให้บริการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
9. การกำหนดมาตรการเยียวยาในสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ช่วยให้ผู้ประกอบการไมซ์พัฒนาธุรกิจของตนให้ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง และมีประสิทธิภาพ
10. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่มีการปรับเกณฑ์ และ ปรับมาตรการที่ยืดหยุ่นมากขึ้น (Flexible) เอื้อให้ภาคธุรกิจไมซ์ปรับตัวและฟื้นตัวได้เร็วขึ้น
11. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่ช่วยให้ธุรกิจไมซ์ในภาพรวมมีการปรับเปลี่ยนอย่างมีศักยภาพ เป็นไปตามการปรับเปลี่ยนของโลก ทำให้ธุรกิจไมซ์ในประเทศไทยฟื้นตัวเร็วขึ้นอย่างมีกลยุทธ์ที่เหมาะสม (Resilient)
12. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่ตรงกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาสำหรับตลาดในประเทศ อาทิ โครงการ 'ประชุมเมืองไทย ปลอดภัยกว่า' 'สนับสนุนการจัดงานประชุมวิชาการภายในประเทศ (Domestic Convention)" "Domestic Exhibition (DEX) และ Empower Thailand Exhibitions (EMTEX)" และสำหรับตลาดต่างประเทศ อาทิ โครงการ "Ease up" "Convene Plus" "Re-Energizing" "Thailand Power up"
13. การจัดทำและเผยแพร่กิจกรรมไมซ์บนเว็บไซต์ Business Events Thailand และแอพพลิเคชั่น Biz Connect อาทิ โครงการ "ประชุมเมืองไทย ปลอดภัยกว่า" "สนับสนุนการจัดงานประชุมวิชาการภายในประเทศ (Domestic Convention)" "Domestic Exhibition (DEX) และ Empower Thailand Exhibitions (EMTEX)" และสำหรับตลาดต่างประเทศ อาทิ โครงการ "Ease up" "Convene Plus" "Re-Energizing" "Thailand Power up" เพื่อช่วยให้ภาคธุรกิจไมซ์สามารถเข้าถึงรายละเอียดกิจกรรม ได้อย่าง อย่างสะดวก รวดเร็ว ทุกที่ ทุกเวลา
14. การประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เกี่ยวกับข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ และสถานการณ์ประเทศ ด้วยการนำเสนอที่ทันสมัยและทันเหตุการณ์ตลอดเวลาผ่าน "Thailand MICE Situation Update" ในช่องทางต่าง ๆ อาทิ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์สื่อโทรทัศน์ได้อย่างครอบคลุม
15. การสร้างกิจกรรมไมซ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมไมซ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
16. การเพิ่มทักษะความรู้ให้กับผู้ประกอบการผ่านรูปแบบการอบรมแบบ e-learning ได้อย่างรวดเร็ว และ ครอบคลุม
17. การให้ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจอย่างสม่ำเสมอ เป็นประจำทุกเดือน อาทิ การอัปเดตความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมไมซ์ผ่าน แพลทฟอร์มข่าวสารทั้ง MICE Outlook และ MICE Intelligence Center
19. การให้ความรู้ในเรื่องการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์อย่างยั่งยืน (MICE Sustainability) แก่ผู้ประกอบการ ผู้จัดงานไมซ์ ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ที่สนใจ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ได้อย่างถูก ครบถ้วน และ เข้าใจง่าย
21. การสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ ให้เทียบเท่าระดับสากลมาตรฐาน (ระดับสากล คือ เครื่องมือที่นานาชาติใช้ยืนยันคุณภาพ ความปลอดภัย และประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ บริการและระบบนั้นๆ)
22. การเสริมสร้างและพัฒนาบุคลากรในด้านวิชาชีพต่างๆ (Upskill, Reskill and New Skill) ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อพร้อมรับมือกับสถานการณ์ทุกรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน
23. การสร้างผลิตภัณฑ์หรือเครื่องมือในการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการไมซ์ในการดำเนินธุรกิจในอีกช่องทางหนึ่ง อาทิ การจัดงานประชุมและหรือ/การแสดงสินค้าผ่านระบบออนไลน์ หรือ การออกมาตรฐานต่างๆ ที่มาช่วยผู้ประกอบการไมซ์ อาทิ MICE Hygiene Guidelines ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
24. การเป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้เป็นอย่างดี
25. การอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุมนานาชาติ การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทยอย่างเต็มที่ อาทิ บริการ E-MICE marketplace แพลตฟอร์มตลาดผู้ซื้อผู้ขายพบกันแบบอิเล็กทรอนิกส์ ภายใต้ชื่อ Thai MICE Connect
26. การให้ความชัดเจนในนโยบายและทิศทางการดำเนินงานของสสปน. เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง
27. การให้บริการผ่านระบบงานของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากล (International level) ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ อาทิ การติดตามด้วยระบบ RFS : Request For Support
28. การปฏิบัติงานที่มีความคล่องตัว (Flexibility) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐ และภาคเอกชน
29. การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency) เกิดผลงานเป็นรูปธรรม เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน
30. การเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของ สสปน. (Public Hearing)
31. การนำความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ มาปรับปรุงการทำงานของ สสปน. (Reflection) อย่างต่อเนื่อง
32. การสร้างปฏิสัมพันธ์และความเชื่อใจ (Interaction and Trust Building) อย่างต่อเนื่องให้กับผู้ประกอบการ โดยเฉพาะในสถานการณ์ฉุกเฉินในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
33. การปฏิบัติงานที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเชื่อมั่น (Confidence Building) ในกระบวนการและมาตรการรับมือของสสปน. ต่อสถานการณ์การระบาดโควิด-19
34. บุคลากรของ สสปน. สามารถให้คำแนะนำหรือรายละเอียดของระเบียบขั้นตอนและกระบวนการทำงานภายในผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ในการประชุม (Advisory Service) ได้เป็นอย่างดี
35. บุคลากรของ สสปน. เข้าใจวิธีการจัดงานอีเว้นท์ (Event Expert) ในรูปแบบ New Normal ของอุตสาหกรรมไมซ์ เป็นอย่างดี
36. บุคลากรของ สสปน. มีความเป็นมืออาชีพ (Professionalism) ในการบริการและประสานงาน ให้กับลูกค้า/ผู้รับบริการ ทั้งผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ (Online data access) ได้อย่างรวดเร็ว
37. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ ได้อย่างทันท่วงที
38. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาหรือจัดการกับความขัดแย้ง ในสถานการณ์ที่ซับซ้อน หรือในสถานการณ์ที่มีความคลุมเครือได้อย่างมีประสิทธิภาพ และอย่างรวดเร็ว (Conflict Management)
39. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่ทำงานโดยใช้หลักความคิดแบบมีวิจารณญาณ แบบมีเหตุผล มีตรรกะที่ชัดเจนเสมอ (Critical Thinking)
40. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่พร้อมต่อการผลักดันให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆและมีความคิดสร้างสรรค์เสมอ (Innovative and Creative)
41. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถและทักษะที่ดีเยี่ยมในการสื่อสาร (Effective Communication Skill) กับทีมงาน และ ผู้เกี่ยวข้อง
42. บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส (Good Governance)
43. บุคลากรของ สสปน. มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร (Ready for Change and for New Development) ให้ทันยุคสมัย
44. บุคลากรของสสปน. มีการปรับตัวและพร้อมรับมือกับสถานการณ์การระบาดโควิด-19
45. บุคลากรของ สสปน. มีการรักษาปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและผู้ประกอบการไมซ์ภายใต้สถานการณ์ที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการทำงาน อาทิ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19

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

การวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา
สำหรับกลุ่ม MICE BENEFICIARIES

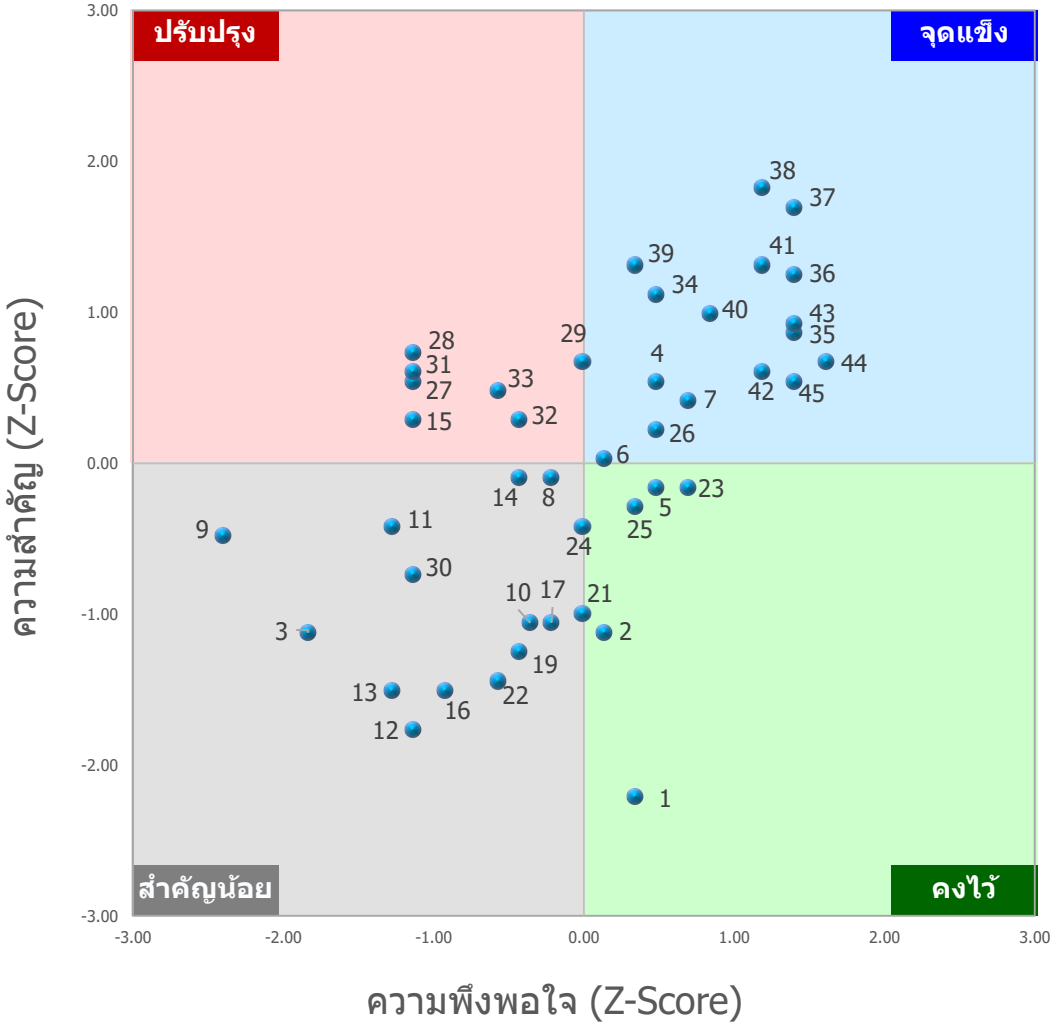


ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 308 = 100%

1. การรักษาและการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์ ให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน ด้วยการสนับสนุนในรูปแบบของการสนับสนุนทางการเงินและการสนับสนุนอื่นๆที่ไม่ใช่การเงิน (Non-cash incentives)
2. การกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านธุรกิจไมซ์ อย่างมีประสิทธิภาพ
3. การกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์ทั่วทุกภูมิภาค
4. การผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ระดับนานาชาติ หรือ Global MICE Destination ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
5. การผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำด้านการประชุม และงานแสดงสินค้านานาชาติในภูมิภาคเอเชีย ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
6. การขับเคลื่อนกิจกรรมไมซ์ให้ตรงตามความต้องการของตลาด ตามศักยภาพ และนโยบายของประเทศ
7. การผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้เป็นศูนย์กลางของอาเซียนอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
8. การสนับสนุนผู้จัดงานและผู้ประกอบการไมซ์ด้วยการให้บริการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
9. การกำหนดมาตรการเยียวยาในสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ช่วยให้ผู้ประกอบการไมซ์พัฒนาธุรกิจของตนให้ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง และมีประสิทธิภาพ
10. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่มีการปรับเกณฑ์ และ ปรับมาตรการที่ยืดหยุ่นมากขึ้น (Flexible) เอื้อให้ภาคธุรกิจไมซ์ปรับตัวและฟื้นตัวได้เร็วขึ้น
11. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่ช่วยให้ธุรกิจไมซ์ในภาพรวมมีการปรับเปลี่ยนอย่างมีศักยภาพ เป็นไปตามการปรับเปลี่ยนของโลก ทำให้ธุรกิจไมซ์ในประเทศไทยฟื้นตัวเร็วขึ้นอย่างมีกลยุทธ์ที่เหมาะสม (Resilient)
12. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่ตรงกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาสำหรับตลาดในประเทศ อาทิ โครงการ 'ประชุมเมืองไทย ปลอดภัยกว่า' 'สนับสนุนการจัดงานประชุมวิชาการภายในประเทศ (Domestic Convention)" "Domestic Exhibition (DEX) และ Empower Thailand Exhibitions (EMTEX)" และสำหรับตลาดต่างประเทศ อาทิ โครงการ "Ease up" "Convene Plus" "Re-Energizing" "Thailand Power up"
13. การจัดทำและเผยแพร่กิจกรรมไมซ์บนเว็บไซต์ Business Events Thailand และแอพพลิเคชั่น Biz Connect อาทิ โครงการ "ประชุมเมืองไทย ปลอดภัยกว่า" "สนับสนุนการจัดงานประชุมวิชาการภายในประเทศ (Domestic Convention)" "Domestic Exhibition (DEX) และ Empower Thailand Exhibitions (EMTEX)" และสำหรับตลาดต่างประเทศ อาทิ โครงการ "Ease up" "Convene Plus" "Re-Energizing" "Thailand Power up" เพื่อช่วยให้ภาคธุรกิจไมซ์สามารถเข้าถึงรายละเอียดกิจกรรม ได้อย่าง อย่างสะดวก รวดเร็ว ทุกที่ ทุกเวลา
14. การประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เกี่ยวกับข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ และสถานการณ์ประเทศ ด้วยการนำเสนอที่ทันสมัยและทันเหตุการณ์ตลอดเวลาผ่าน "Thailand MICE Situation Update" ในช่องทางต่าง ๆ อาทิ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์สื่อโทรทัศน์ได้อย่างครอบคลุม
15. การสร้างกิจกรรมไมซ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมไมซ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
16. การเพิ่มทักษะความรู้ให้กับผู้ประกอบการผ่านรูปแบบการอบรมแบบ e-learning ได้อย่างรวดเร็ว และ ครอบคลุม
17. การให้ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจอย่างสม่ำเสมอ เป็นประจำทุกเดือน อาทิ การอัปเดตความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมไมซ์ผ่าน แพลทฟอร์มข่าวสารทั้ง MICE Outlook และ MICE Intelligence Center
19. การให้ความรู้ในเรื่องการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์อย่างยั่งยืน (MICE Sustainability) แก่ผู้ประกอบการ ผู้จัดงานไมซ์ ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ที่สนใจ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ได้อย่างถูก ครบถ้วน และ เข้าใจง่าย
21. การสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ ให้เทียบเท่าระดับสากลมาตรฐาน (ระดับสากล คือ เครื่องมือที่นานาชาติใช้ยืนยันคุณภาพ ความปลอดภัย และประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ บริการและระบบนั้นๆ)
22. การเสริมสร้างและพัฒนาบุคลากรในด้านวิชาชีพต่างๆ (Upskill, Reskill and New Skill) ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อพร้อมรับมือกับสถานการณ์ทุกรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน
23. การสร้างผลิตภัณฑ์หรือเครื่องมือในการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการไมซ์ในการดำเนินธุรกิจในอีกช่องทางหนึ่ง อาทิ การจัดงานประชุมและหรือ/การแสดงสินค้าผ่านระบบออนไลน์ หรือ การออกมาตรฐานต่างๆ ที่มาช่วยผู้ประกอบการไมซ์ อาทิ MICE Hygiene Guidelines ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
24. การเป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้เป็นอย่างดี
25. การอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุมนานาชาติ การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทยอย่างเต็มที่ อาทิ บริการ E-MICE marketplace แพลตฟอร์มตลาดผู้ซื้อผู้ขายพบกันแบบอิเล็กทรอนิกส์ ภายใต้ชื่อ Thai MICE Connect
26. การให้ความชัดเจนในนโยบายและทิศทางการดำเนินงานของสสปน. เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง
27. การให้บริการผ่านระบบงานของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากล (International level) ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ อาทิ การติดตามด้วยระบบ RFS : Request For Support
28. การปฏิบัติงานที่มีความคล่องตัว (Flexibility) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐ และภาคเอกชน
29. การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency) เกิดผลงานเป็นรูปธรรม เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน
30. การเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของ สสปน. (Public Hearing)
31. การนำความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ มาปรับปรุงการทำงานของ สสปน. (Reflection) อย่างต่อเนื่อง
32. การสร้างปฏิสัมพันธ์และความเชื่อใจ (Interaction and Trust Building) อย่างต่อเนื่องให้กับผู้ประกอบการ โดยเฉพาะในสถานการณ์ฉุกเฉินในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
33. การปฏิบัติงานที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเชื่อมั่น (Confidence Building) ในกระบวนการและมาตรการรับมือของสสปน. ต่อสถานการณ์การระบาดโควิด-19
34. บุคลากรของ สสปน. สามารถให้คำแนะนำหรือรายละเอียดของระเบียบขั้นตอนและกระบวนการทำงานภายในผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ในการประชุม (Advisory Service) ได้เป็นอย่างดี
35. บุคลากรของ สสปน. เข้าใจวิธีการจัดงานอีเว้นท์ (Event Expert) ในรูปแบบ New Normal ของอุตสาหกรรมไมซ์ เป็นอย่างดี
36. บุคลากรของ สสปน. มีความเป็นมืออาชีพ (Professionalism) ในการบริการและประสานงาน ให้กับลูกค้า/ผู้รับบริการ ทั้งผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ (Online data access) ได้อย่างรวดเร็ว
37. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ ได้อย่างทันท่วงที
38. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาหรือจัดการกับความขัดแย้ง ในสถานการณ์ที่ซับซ้อน หรือในสถานการณ์ที่มีความคลุมเครือได้อย่างมีประสิทธิภาพ และอย่างรวดเร็ว (Conflict Management)
39. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่ทำงานโดยใช้หลักความคิดแบบมีวิจารณญาณ แบบมีเหตุผล มีตรรกะที่ชัดเจนเสมอ (Critical Thinking)
40. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่พร้อมต่อการผลักดันให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆและมีความคิดสร้างสรรค์เสมอ (Innovative and Creative)
41. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถและทักษะที่ดีเยี่ยมในการสื่อสาร (Effective Communication Skill) กับทีมงาน และ ผู้เกี่ยวข้อง
42. บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส (Good Governance)
43. บุคลากรของ สสปน. มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร (Ready for Change and for New Development) ให้ทันยุคสมัย
44. บุคลากรของสสปน. มีการปรับตัวและพร้อมรับมือกับสถานการณ์การระบาดโควิด-19
45. บุคลากรของ สสปน. มีการรักษาปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและผู้ประกอบการไมซ์ภายใต้สถานการณ์ที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการทำงาน อาทิ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19

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

การวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา
สำหรับฝ่าย MI: ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมและเดินทางเพื่อเป็นรางวัล

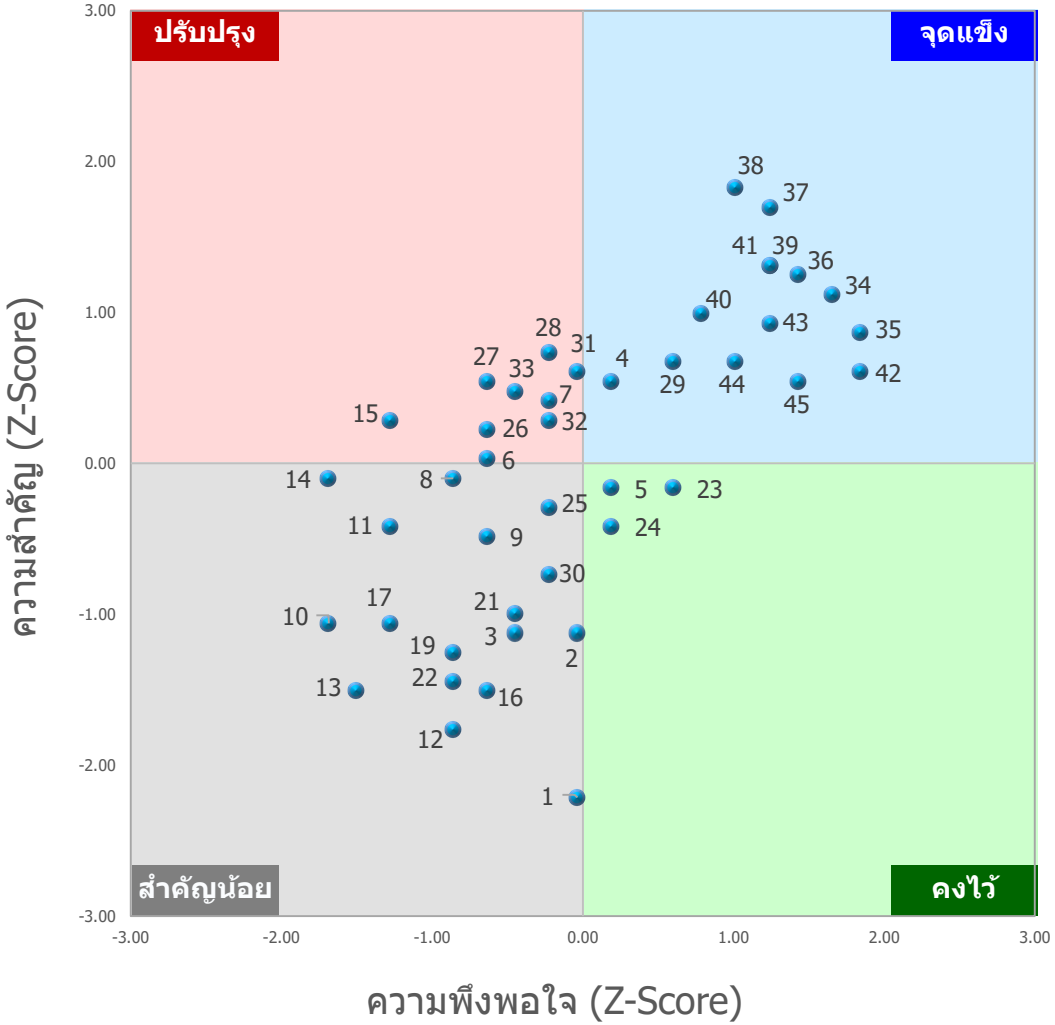


ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 39 = 100%

1. การรักษาและการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์ ให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน ด้วยการสนับสนุนในรูปแบบของการสนับสนุนทางการเงินและการสนับสนุนอื่นๆที่ไม่ใช่การเงิน (Non-cash incentives)
2. การกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านธุรกิจไมซ์ อย่างมีประสิทธิภาพ
3. การกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์ทั่วทุกภูมิภาค
4. การผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ระดับนานาชาติ หรือ Global MICE Destination ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
5. การผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำด้านการประชุม และงานแสดงสินค้านานาชาติในภูมิภาคเอเชีย ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
6. การขับเคลื่อนกิจกรรมไมซ์ให้ตรงตามความต้องการของตลาด ตามศักยภาพ และนโยบายของประเทศ
7. การผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้เป็นศูนย์กลางของอาเซียนอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
8. การสนับสนุนผู้จัดงานและผู้ประกอบการไมซ์ด้วยการให้บริการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
9. การกำหนดมาตรการเยียวยาในสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ช่วยให้ผู้ประกอบการไมซ์พัฒนาธุรกิจของตนให้ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง และมีประสิทธิภาพ
10. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่มีการปรับเกณฑ์ และ ปรับมาตรการที่ยืดหยุ่นมากขึ้น (Flexible) เอื้อให้ภาคธุรกิจไมซ์ปรับตัวและฟื้นตัวได้เร็วขึ้น
11. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่ช่วยให้ธุรกิจไมซ์ในภาพรวมมีการปรับเปลี่ยนอย่างมีศักยภาพ เป็นไปตามการปรับเปลี่ยนของโลก ทำให้ธุรกิจไมซ์ในประเทศไทยฟื้นตัวเร็วขึ้นอย่างมีกลยุทธ์ที่เหมาะสม (Resilient)
12. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่ตรงกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาสำหรับตลาดในประเทศ อาทิ โครงการ 'ประชุมเมืองไทย ปลอดภัยกว่า' 'สนับสนุนการจัดงานประชุมวิชาการภายในประเทศ (Domestic Convention)" "Domestic Exhibition (DEX) และ Empower Thailand Exhibitions (EMTEX)" และสำหรับตลาดต่างประเทศ อาทิ โครงการ "Ease up" "Convene Plus" "Re-Energizing" "Thailand Power up"
13. การจัดทำและเผยแพร่กิจกรรมไมซ์บนเว็บไซต์ Business Events Thailand และแอพพลิเคชั่น Biz Connect อาทิ โครงการ "ประชุมเมืองไทย ปลอดภัยกว่า" "สนับสนุนการจัดงานประชุมวิชาการภายในประเทศ (Domestic Convention)" "Domestic Exhibition (DEX) และ Empower Thailand Exhibitions (EMTEX)" และสำหรับตลาดต่างประเทศ อาทิ โครงการ "Ease up" "Convene Plus" "Re-Energizing" "Thailand Power up" เพื่อช่วยให้ภาคธุรกิจไมซ์สามารถเข้าถึงรายละเอียดกิจกรรม ได้อย่าง อย่างสะดวก รวดเร็ว ทุกที่ ทุกเวลา
14. การประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เกี่ยวกับข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ และสถานการณ์ประเทศ ด้วยการนำเสนอที่ทันสมัยและทันเหตุการณ์ตลอดเวลาผ่าน "Thailand MICE Situation Update" ในช่องทางต่าง ๆ อาทิ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์สื่อโทรทัศน์ได้อย่างครอบคลุม
15. การสร้างกิจกรรมไมซ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมไมซ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
16. การเพิ่มทักษะความรู้ให้กับผู้ประกอบการผ่านรูปแบบการอบรมแบบ e-learning ได้อย่างรวดเร็ว และ ครอบคลุม
17. การให้ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจอย่างสม่ำเสมอ เป็นประจำทุกเดือน อาทิ การอัปเดตความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมไมซ์ผ่าน แพลทฟอร์มข่าวสารทั้ง MICE Outlook และ MICE Intelligence Center
19. การให้ความรู้ในเรื่องการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์อย่างยั่งยืน (MICE Sustainability) แก่ผู้ประกอบการ ผู้จัดงานไมซ์ ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ที่สนใจ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ได้อย่างถูก ครบถ้วน และ เข้าใจง่าย
21. การสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ ให้เทียบเท่าระดับสากลมาตรฐาน (ระดับสากล คือ เครื่องมือที่นานาชาติใช้ยืนยันคุณภาพ ความปลอดภัย และประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ บริการและระบบนั้นๆ)
22. การเสริมสร้างและพัฒนาบุคลากรในด้านวิชาชีพต่างๆ (Upskill, Reskill and New Skill) ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อพร้อมรับมือกับสถานการณ์ทุกรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน
23. การสร้างผลิตภัณฑ์หรือเครื่องมือในการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการไมซ์ในการดำเนินธุรกิจในอีกช่องทางหนึ่ง อาทิ การจัดงานประชุมและหรือ/การแสดงสินค้าผ่านระบบออนไลน์ หรือ การออกมาตรฐานต่างๆ ที่มาช่วยผู้ประกอบการไมซ์ อาทิ MICE Hygiene Guidelines ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
24. การเป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้เป็นอย่างดี
25. การอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุมนานาชาติ การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทยอย่างเต็มที่ อาทิ บริการ E-MICE marketplace แพลตฟอร์มตลาดผู้ซื้อผู้ขายพบกันแบบอิเล็กทรอนิกส์ ภายใต้ชื่อ Thai MICE Connect
26. การให้ความชัดเจนในนโยบายและทิศทางการดำเนินงานของสสปน. เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง
27. การให้บริการผ่านระบบงานของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากล (International level) ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ อาทิ การติดตามด้วยระบบ RFS : Request For Support
28. การปฏิบัติงานที่มีความคล่องตัว (Flexibility) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐ และภาคเอกชน
29. การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency) เกิดผลงานเป็นรูปธรรม เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน
30. การเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของ สสปน. (Public Hearing)
31. การนำความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ มาปรับปรุงการทำงานของ สสปน. (Reflection) อย่างต่อเนื่อง
32. การสร้างปฏิสัมพันธ์และความเชื่อใจ (Interaction and Trust Building) อย่างต่อเนื่องให้กับผู้ประกอบการ โดยเฉพาะในสถานการณ์ฉุกเฉินในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
33. การปฏิบัติงานที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเชื่อมั่น (Confidence Building) ในกระบวนการและมาตรการรับมือของสสปน. ต่อสถานการณ์การระบาดโควิด-19
34. บุคลากรของ สสปน. สามารถให้คำแนะนำหรือรายละเอียดของระเบียบขั้นตอนและกระบวนการทำงานภายในผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ในการประชุม (Advisory Service) ได้เป็นอย่างดี
35. บุคลากรของ สสปน. เข้าใจวิธีการจัดงานอีเว้นท์ (Event Expert) ในรูปแบบ New Normal ของอุตสาหกรรมไมซ์ เป็นอย่างดี
36. บุคลากรของ สสปน. มีความเป็นมืออาชีพ (Professionalism) ในการบริการและประสานงาน ให้กับลูกค้า/ผู้รับบริการ ทั้งผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ (Online data access) ได้อย่างรวดเร็ว
37. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ ได้อย่างทันท่วงที
38. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาหรือจัดการกับความขัดแย้ง ในสถานการณ์ที่ซับซ้อน หรือในสถานการณ์ที่มีความคลุมเครือได้อย่างมีประสิทธิภาพ และอย่างรวดเร็ว (Conflict Management)
39. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่ทำงานโดยใช้หลักความคิดแบบมีวิจารณญาณ แบบมีเหตุผล มีตรรกะที่ชัดเจนเสมอ (Critical Thinking)
40. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่พร้อมต่อการผลักดันให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆและมีความคิดสร้างสรรค์เสมอ (Innovative and Creative)
41. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถและทักษะที่ดีเยี่ยมในการสื่อสาร (Effective Communication Skill) กับทีมงาน และ ผู้เกี่ยวข้อง
42. บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส (Good Governance)
43. บุคลากรของ สสปน. มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร (Ready for Change and for New Development) ให้ทันยุคสมัย
44. บุคลากรของสสปน. มีการปรับตัวและพร้อมรับมือกับสถานการณ์การระบาดโควิด-19
45. บุคลากรของ สสปน. มีการรักษาปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและผู้ประกอบการไมซ์ภายใต้สถานการณ์ที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการทำงาน อาทิ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19

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

การวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา
สำหรับฝ่าย C: ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ

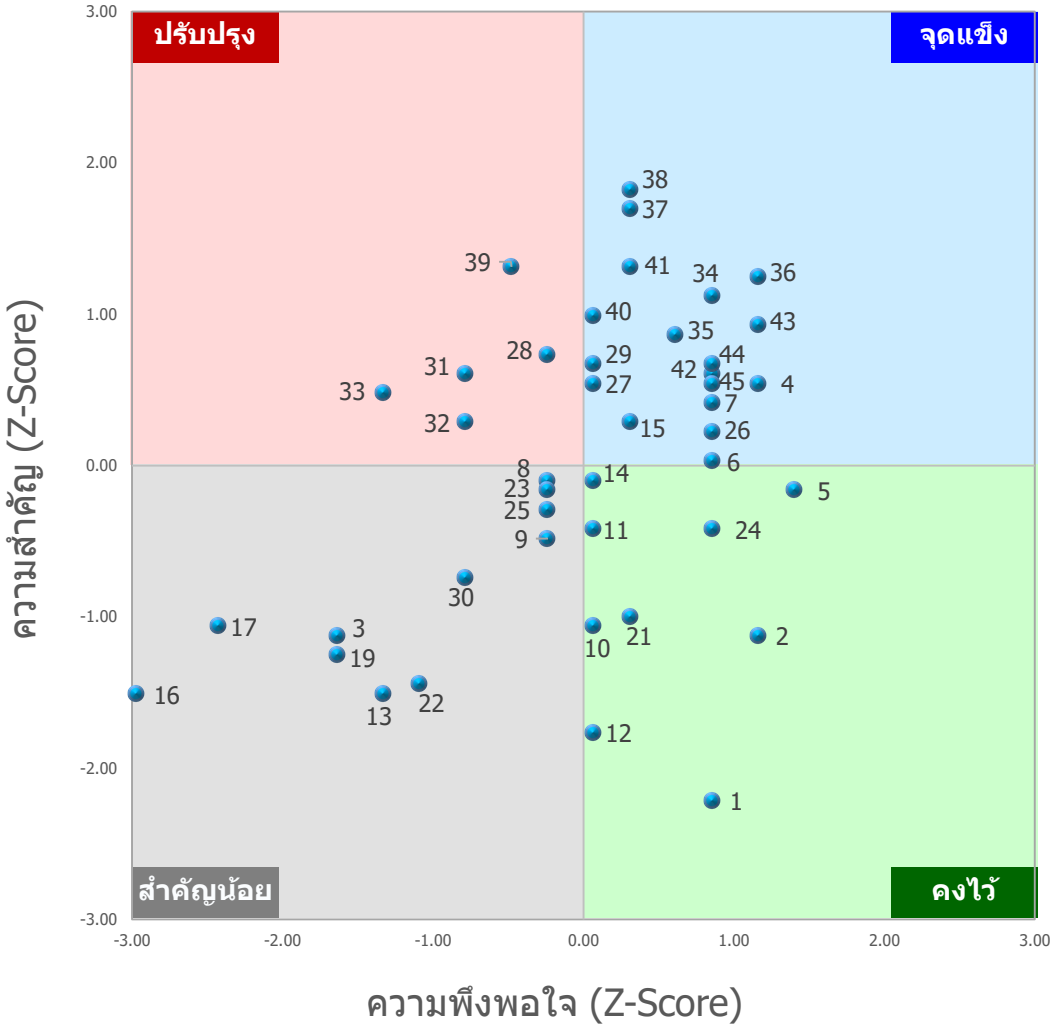


ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 22** = 100%

1. การรักษาและการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์ ให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน ด้วยการสนับสนุนในรูปแบบของการสนับสนุนทางการเงินและการสนับสนุนอื่นๆที่ไม่ใช่การเงิน (Non-cash incentives)
2. การกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านธุรกิจไมซ์ อย่างมีประสิทธิภาพ
3. การกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์ทั่วทุกภูมิภาค
4. การผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ระดับนานาชาติ หรือ Global MICE Destination ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
5. การผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำด้านการประชุม และงานแสดงสินค้านานาชาติในภูมิภาคเอเชีย ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
6. การขับเคลื่อนกิจกรรมไมซ์ให้ตรงตามความต้องการของตลาด ตามศักยภาพ และนโยบายของประเทศ
7. การผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้เป็นศูนย์กลางของอาเซียนอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
8. การสนับสนุนผู้จัดงานและผู้ประกอบการไมซ์ด้วยการให้บริการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
9. การกำหนดมาตรการเยียวยาในสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ช่วยให้ผู้ประกอบการไมซ์พัฒนาธุรกิจของตนให้ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง และมีประสิทธิภาพ
10. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่มีการปรับเกณฑ์ และ ปรับมาตรการที่ยืดหยุ่นมากขึ้น (Flexible) เอื้อให้ภาคธุรกิจไมซ์ปรับตัวและฟื้นตัวได้เร็วขึ้น
11. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่ช่วยให้ธุรกิจไมซ์ในภาพรวมมีการปรับเปลี่ยนอย่างมีศักยภาพ เป็นไปตามการปรับเปลี่ยนของโลก ทำให้ธุรกิจไมซ์ในประเทศไทยฟื้นตัวเร็วขึ้นอย่างมีกลยุทธ์ที่เหมาะสม (Resilient)
12. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่ตรงกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาสำหรับตลาดในประเทศ อาทิ โครงการ 'ประชุมเมืองไทย ปลอดภัยกว่า' 'สนับสนุนการจัดงานประชุมวิชาการภายในประเทศ (Domestic Convention)" "Domestic Exhibition (DEX) และ Empower Thailand Exhibitions (EMTEX)" และสำหรับตลาดต่างประเทศ อาทิ โครงการ "Ease up" "Convene Plus" "Re-Energizing" "Thailand Power up"
13. การจัดทำและเผยแพร่กิจกรรมไมซ์บนเว็บไซต์ Business Events Thailand และแอพพลิเคชั่น Biz Connect อาทิ โครงการ "ประชุมเมืองไทย ปลอดภัยกว่า" "สนับสนุนการจัดงานประชุมวิชาการภายในประเทศ (Domestic Convention)" "Domestic Exhibition (DEX) และ Empower Thailand Exhibitions (EMTEX)" และสำหรับตลาดต่างประเทศ อาทิ โครงการ "Ease up" "Convene Plus" "Re-Energizing" "Thailand Power up" เพื่อช่วยให้ภาคธุรกิจไมซ์สามารถเข้าถึงรายละเอียดกิจกรรม ได้อย่าง อย่างสะดวก รวดเร็ว ทุกที่ ทุกเวลา
14. การประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เกี่ยวกับข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ และสถานการณ์ประเทศ ด้วยการนำเสนอที่ทันสมัยและทันเหตุการณ์ตลอดเวลาผ่าน "Thailand MICE Situation Update" ในช่องทางต่าง ๆ อาทิ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์สื่อโทรทัศน์ได้อย่างครอบคลุม
15. การสร้างกิจกรรมไมซ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมไมซ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
16. การเพิ่มทักษะความรู้ให้กับผู้ประกอบการผ่านรูปแบบการอบรมแบบ e-learning ได้อย่างรวดเร็ว และ ครอบคลุม
17. การให้ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจอย่างสม่ำเสมอ เป็นประจำทุกเดือน อาทิ การอัปเดตความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมไมซ์ผ่าน แพลทฟอร์มข่าวสารทั้ง MICE Outlook และ MICE Intelligence Center
19. การให้ความรู้ในเรื่องการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์อย่างยั่งยืน (MICE Sustainability) แก่ผู้ประกอบการ ผู้จัดงานไมซ์ ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ที่สนใจ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ได้อย่างถูก ครบถ้วน และ เข้าใจง่าย
21. การสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ ให้เทียบเท่าระดับสากลมาตรฐาน (ระดับสากล คือ เครื่องมือที่นานาชาติใช้ยืนยันคุณภาพ ความปลอดภัย และประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ บริการและระบบนั้นๆ)
22. การเสริมสร้างและพัฒนาบุคลากรในด้านวิชาชีพต่างๆ (Upskill, Reskill and New Skill) ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อพร้อมรับมือกับสถานการณ์ทุกรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน
23. การสร้างผลิตภัณฑ์หรือเครื่องมือในการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการไมซ์ในการดำเนินธุรกิจในอีกช่องทางหนึ่ง อาทิ การจัดงานประชุมและหรือ/การแสดงสินค้าผ่านระบบออนไลน์ หรือ การออกมาตรฐานต่างๆ ที่มาช่วยผู้ประกอบการไมซ์ อาทิ MICE Hygiene Guidelines ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
24. การเป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้เป็นอย่างดี
25. การอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุมนานาชาติ การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทยอย่างเต็มที่ อาทิ บริการ E-MICE marketplace แพลตฟอร์มตลาดผู้ซื้อผู้ขายพบกันแบบอิเล็กทรอนิกส์ ภายใต้ชื่อ Thai MICE Connect
26. การให้ความชัดเจนในนโยบายและทิศทางการดำเนินงานของสสปน. เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง
27. การให้บริการผ่านระบบงานของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากล (International level) ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ อาทิ การติดตามด้วยระบบ RFS : Request For Support
28. การปฏิบัติงานที่มีความคล่องตัว (Flexibility) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐ และภาคเอกชน
29. การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency) เกิดผลงานเป็นรูปธรรม เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน
30. การเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของ สสปน. (Public Hearing)
31. การนำความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ มาปรับปรุงการทำงานของ สสปน. (Reflection) อย่างต่อเนื่อง
32. การสร้างปฏิสัมพันธ์และความเชื่อใจ (Interaction and Trust Building) อย่างต่อเนื่องให้กับผู้ประกอบการ โดยเฉพาะในสถานการณ์ฉุกเฉินในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
33. การปฏิบัติงานที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเชื่อมั่น (Confidence Building) ในกระบวนการและมาตรการรับมือของสสปน. ต่อสถานการณ์การระบาดโควิด-19
34. บุคลากรของ สสปน. สามารถให้คำแนะนำหรือรายละเอียดของระเบียบขั้นตอนและกระบวนการทำงานภายในผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ในการประชุม (Advisory Service) ได้เป็นอย่างดี
35. บุคลากรของ สสปน. เข้าใจวิธีการจัดงานอีเว้นท์ (Event Expert) ในรูปแบบ New Normal ของอุตสาหกรรมไมซ์ เป็นอย่างดี
36. บุคลากรของ สสปน. มีความเป็นมืออาชีพ (Professionalism) ในการบริการและประสานงาน ให้กับลูกค้า/ผู้รับบริการ ทั้งผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ (Online data access) ได้อย่างรวดเร็ว
37. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ ได้อย่างทันท่วงที
38. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาหรือจัดการกับความขัดแย้ง ในสถานการณ์ที่ซับซ้อน หรือในสถานการณ์ที่มีความคลุมเครือได้อย่างมีประสิทธิภาพ และอย่างรวดเร็ว (Conflict Management)
39. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่ทำงานโดยใช้หลักความคิดแบบมีวิจารณญาณ แบบมีเหตุผล มีตรรกะที่ชัดเจนเสมอ (Critical Thinking)
40. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่พร้อมต่อการผลักดันให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆและมีความคิดสร้างสรรค์เสมอ (Innovative and Creative)
41. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถและทักษะที่ดีเยี่ยมในการสื่อสาร (Effective Communication Skill) กับทีมงาน และ ผู้เกี่ยวข้อง
42. บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส (Good Governance)
43. บุคลากรของ สสปน. มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร (Ready for Change and for New Development) ให้ทันยุคสมัย
44. บุคลากรของสสปน. มีการปรับตัวและพร้อมรับมือกับสถานการณ์การระบาดโควิด-19
45. บุคลากรของ สสปน. มีการรักษาปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและผู้ประกอบการไมซ์ภายใต้สถานการณ์ที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการทำงาน อาทิ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19

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

การวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา
สำหรับฝ่าย E: ฝ่ายอุตสาหกรรมการแสดงสินค้านานาชาติ

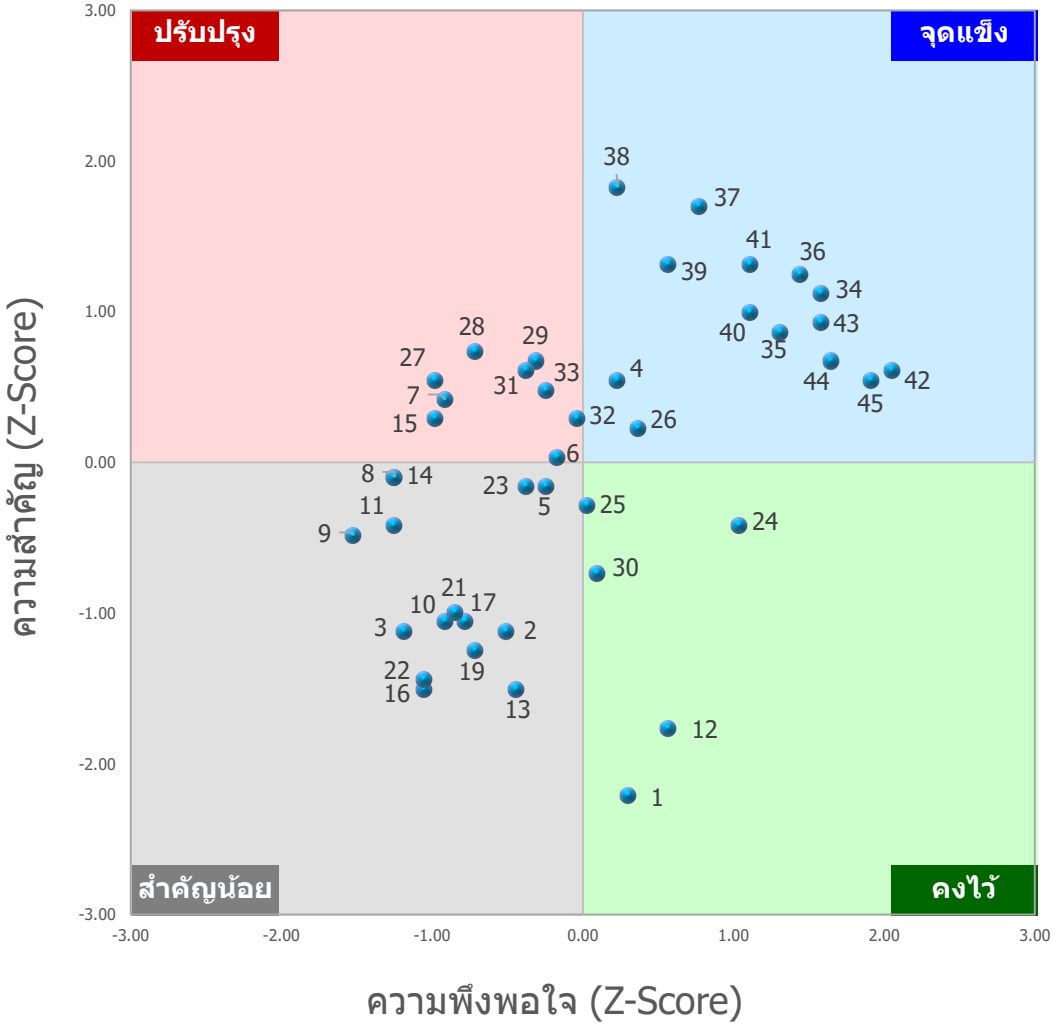


1. การรักษาและการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์ ให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน ด้วยการสนับสนุนในรูปแบบของการสนับสนุนทางการเงินและการสนับสนุนอื่นๆที่ไม่ใช่การเงิน (Non-cash incentives)
2. การกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านธุรกิจไมซ์ อย่างมีประสิทธิภาพ
3. การกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์ทั่วทุกภูมิภาค
4. การผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ระดับนานาชาติ หรือ Global MICE Destination ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
5. การผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำด้านการประชุม และงานแสดงสินค้านานาชาติในภูมิภาคเอเชีย ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
6. การขับเคลื่อนกิจกรรมไมซ์ให้ตรงตามความต้องการของตลาด ตามศักยภาพ และนโยบายของประเทศ
7. การผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้เป็นศูนย์กลางของอาเซียนอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
8. การสนับสนุนผู้จัดงานและผู้ประกอบการไมซ์ด้วยการให้บริการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
9. การกำหนดมาตรการเยียวยาในสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ช่วยให้ผู้ประกอบการไมซ์พัฒนาธุรกิจของตนให้ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง และมีประสิทธิภาพ
10. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่มีการปรับเกณฑ์ และ ปรับมาตรการที่ยืดหยุ่นมากขึ้น (Flexible) เอื้อให้ภาคธุรกิจไมซ์ปรับตัวและฟื้นตัวได้เร็วขึ้น
11. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่ช่วยให้ธุรกิจไมซ์ในภาพรวมมีการปรับเปลี่ยนอย่างมีศักยภาพ เป็นไปตามการปรับเปลี่ยนของโลก ทำให้ธุรกิจไมซ์ในประเทศไทยฟื้นตัวเร็วขึ้นอย่างมีกลยุทธ์ที่เหมาะสม (Resilient)
12. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่ตรงกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาสำหรับตลาดในประเทศ อาทิ โครงการ 'ประชุมเมืองไทย ปลอดภัยกว่า' 'สนับสนุนการจัดงานประชุมวิชาการภายในประเทศ (Domestic Convention)" "Domestic Exhibition (DEX) และ Empower Thailand Exhibitions (EMTEX)" และสำหรับตลาดต่างประเทศ อาทิ โครงการ "Ease up" "Convene Plus" "Re-Energizing" "Thailand Power up"
13. การจัดทำและเผยแพร่กิจกรรมไมซ์บนเว็บไซต์ Business Events Thailand และแอพพลิเคชั่น Biz Connect อาทิ โครงการ "ประชุมเมืองไทย ปลอดภัยกว่า" "สนับสนุนการจัดงานประชุมวิชาการภายในประเทศ (Domestic Convention)" "Domestic Exhibition (DEX) และ Empower Thailand Exhibitions (EMTEX)" และสำหรับตลาดต่างประเทศ อาทิ โครงการ "Ease up" "Convene Plus" "Re-Energizing" "Thailand Power up" เพื่อช่วยให้ภาคธุรกิจไมซ์สามารถเข้าถึงรายละเอียดกิจกรรม ได้อย่าง อย่างสะดวก รวดเร็ว ทุกที่ ทุกเวลา
14. การประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เกี่ยวกับข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ และสถานการณ์ประเทศ ด้วยการนำเสนอที่ทันสมัยและทันเหตุการณ์ตลอดเวลาผ่าน "Thailand MICE Situation Update" ในช่องทางต่าง ๆ อาทิ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์สื่อโทรทัศน์ได้อย่างครอบคลุม
15. การสร้างกิจกรรมไมซ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมไมซ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
16. การเพิ่มทักษะความรู้ให้กับผู้ประกอบการผ่านรูปแบบการอบรมแบบ e-learning ได้อย่างรวดเร็ว และ ครอบคลุม
17. การให้ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจอย่างสม่ำเสมอ เป็นประจำทุกเดือน อาทิ การอัปเดตความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมไมซ์ผ่าน แพลทฟอร์มข่าวสารทั้ง MICE Outlook และ MICE Intelligence Center
19. การให้ความรู้ในเรื่องการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์อย่างยั่งยืน (MICE Sustainability) แก่ผู้ประกอบการ ผู้จัดงานไมซ์ ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ที่สนใจ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ได้อย่างถูก ครบถ้วน และ เข้าใจง่าย
21. การสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ ให้เทียบเท่าระดับสากลมาตรฐาน (ระดับสากล คือ เครื่องมือที่นานาชาติใช้ยืนยันคุณภาพ ความปลอดภัย และประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ บริการและระบบนั้นๆ)
22. การเสริมสร้างและพัฒนาบุคลากรในด้านวิชาชีพต่างๆ (Upskill, Reskill and New Skill) ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อพร้อมรับมือกับสถานการณ์ทุกรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน
23. การสร้างผลิตภัณฑ์หรือเครื่องมือในการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการไมซ์ในการดำเนินธุรกิจในอีกช่องทางหนึ่ง อาทิ การจัดงานประชุมและหรือ/การแสดงสินค้าผ่านระบบออนไลน์ หรือ การออกมาตรฐานต่างๆ ที่มาช่วยผู้ประกอบการไมซ์ อาทิ MICE Hygiene Guidelines ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
24. การเป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้เป็นอย่างดี
25. การอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุมนานาชาติ การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทยอย่างเต็มที่ อาทิ บริการ E-MICE marketplace แพลตฟอร์มตลาดผู้ซื้อผู้ขายพบกันแบบอิเล็กทรอนิกส์ ภายใต้ชื่อ Thai MICE Connect
26. การให้ความชัดเจนในนโยบายและทิศทางการดำเนินงานของสสปน. เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง
27. การให้บริการผ่านระบบงานของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากล (International level) ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ อาทิ การติดตามด้วยระบบ RFS : Request For Support
28. การปฏิบัติงานที่มีความคล่องตัว (Flexibility) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐ และภาคเอกชน
29. การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency) เกิดผลงานเป็นรูปธรรม เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน
30. การเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของ สสปน. (Public Hearing)
31. การนำความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ มาปรับปรุงการทำงานของ สสปน. (Reflection) อย่างต่อเนื่อง
32. การสร้างปฏิสัมพันธ์และความเชื่อใจ (Interaction and Trust Building) อย่างต่อเนื่องให้กับผู้ประกอบการ โดยเฉพาะในสถานการณ์ฉุกเฉินในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
33. การปฏิบัติงานที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเชื่อมั่น (Confidence Building) ในกระบวนการและมาตรการรับมือของสสปน. ต่อสถานการณ์การระบาดโควิด-19
34. บุคลากรของ สสปน. สามารถให้คำแนะนำหรือรายละเอียดของระเบียบขั้นตอนและกระบวนการทำงานภายในผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ในการประชุม (Advisory Service) ได้เป็นอย่างดี
35. บุคลากรของ สสปน. เข้าใจวิธีการจัดงานอีเว้นท์ (Event Expert) ในรูปแบบ New Normal ของอุตสาหกรรมไมซ์ เป็นอย่างดี
36. บุคลากรของ สสปน. มีความเป็นมืออาชีพ (Professionalism) ในการบริการและประสานงาน ให้กับลูกค้า/ผู้รับบริการ ทั้งผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ (Online data access) ได้อย่างรวดเร็ว
37. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ ได้อย่างทันท่วงที
38. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาหรือจัดการกับความขัดแย้ง ในสถานการณ์ที่ซับซ้อน หรือในสถานการณ์ที่มีความคลุมเครือได้อย่างมีประสิทธิภาพ และอย่างรวดเร็ว (Conflict Management)
39. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่ทำงานโดยใช้หลักความคิดแบบมีวิจารณญาณ แบบมีเหตุผล มีตรรกะที่ชัดเจนเสมอ (Critical Thinking)
40. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่พร้อมต่อการผลักดันให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆและมีความคิดสร้างสรรค์เสมอ (Innovative and Creative)
41. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถและทักษะที่ดีเยี่ยมในการสื่อสาร (Effective Communication Skill) กับทีมงาน และ ผู้เกี่ยวข้อง
42. บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส (Good Governance)
43. บุคลากรของ สสปน. มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร (Ready for Change and for New Development) ให้ทันยุคสมัย
44. บุคลากรของสสปน. มีการปรับตัวและพร้อมรับมือกับสถานการณ์การระบาดโควิด-19
45. บุคลากรของ สสปน. มีการรักษาปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและผู้ประกอบการไมซ์ภายใต้สถานการณ์ที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการทำงาน อาทิ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 22** = 100%

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

การวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา
สำหรับฝ่าย RO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (ภูมิภาค)

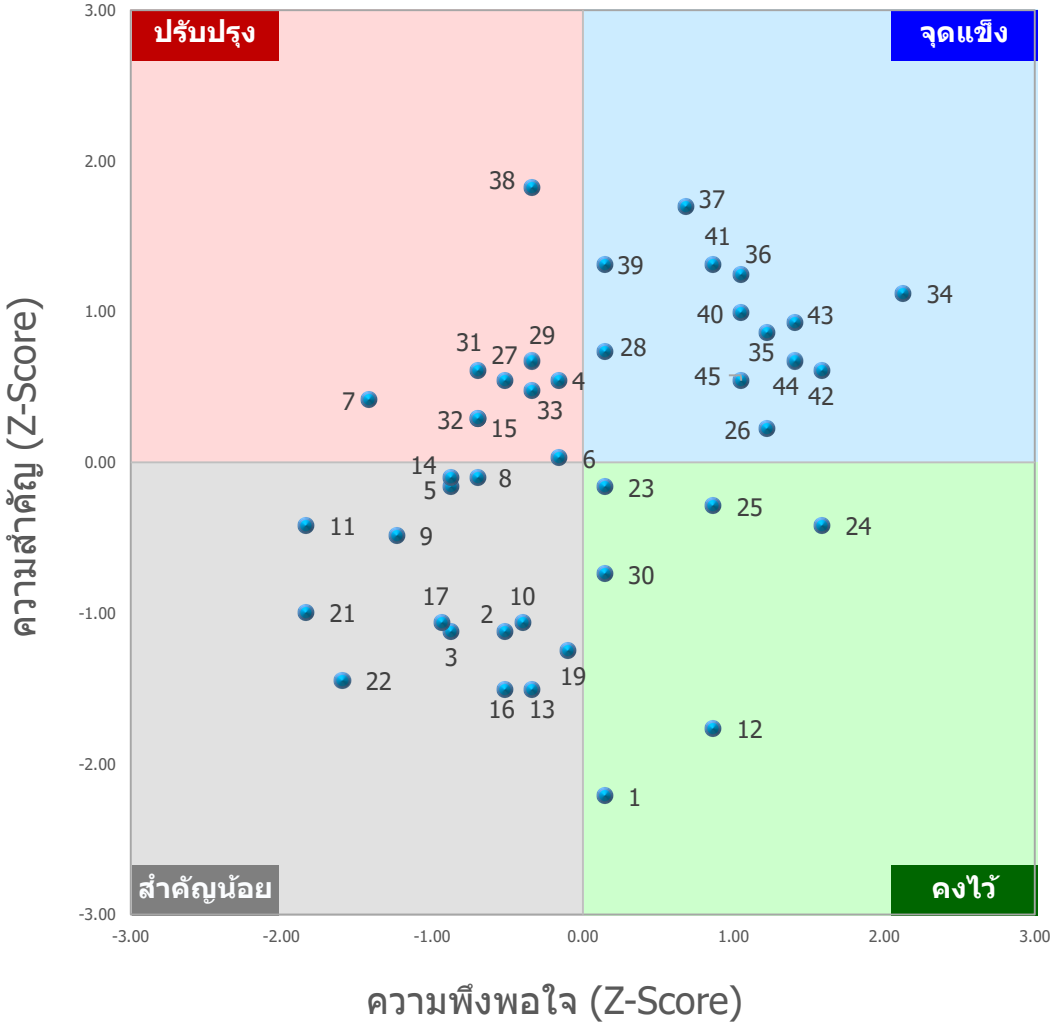


1. การรักษาและการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์ ให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน ด้วยการสนับสนุนในรูปแบบของการสนับสนุนทางการเงินและการสนับสนุนอื่นๆที่ไม่ใช่การเงิน (Non-cash incentives)
2. การกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านธุรกิจไมซ์ อย่างมีประสิทธิภาพ
3. การกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์ทั่วทุกภูมิภาค
4. การผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ระดับนานาชาติ หรือ Global MICE Destination ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
5. การผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำด้านการประชุม และงานแสดงสินค้านานาชาติในภูมิภาคเอเชีย ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
6. การขับเคลื่อนกิจกรรมไมซ์ให้ตรงตามความต้องการของตลาด ตามศักยภาพ และนโยบายของประเทศ
7. การผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้เป็นศูนย์กลางของอาเซียนอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
8. การสนับสนุนผู้จัดงานและผู้ประกอบการไมซ์ด้วยการให้บริการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
9. การกำหนดมาตรการเยียวยาในสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ช่วยให้ผู้ประกอบการไมซ์พัฒนาธุรกิจของตนให้ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง และมีประสิทธิภาพ
10. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่มีการปรับเกณฑ์ และ ปรับมาตรการที่ยืดหยุ่นมากขึ้น (Flexible) เอื้อให้ภาคธุรกิจไมซ์ปรับตัวและฟื้นตัวได้เร็วขึ้น
11. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่ช่วยให้ธุรกิจไมซ์ในภาพรวมมีการปรับเปลี่ยนอย่างมีศักยภาพ เป็นไปตามการปรับเปลี่ยนของโลก ทำให้ธุรกิจไมซ์ในประเทศไทยฟื้นตัวเร็วขึ้นอย่างมีกลยุทธ์ที่เหมาะสม (Resilient)
12. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่ตรงกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาสำหรับตลาดในประเทศ อาทิ โครงการ 'ประชุมเมืองไทย ปลอดภัยกว่า' 'สนับสนุนการจัดงานประชุมวิชาการภายในประเทศ (Domestic Convention)" "Domestic Exhibition (DEX) และ Empower Thailand Exhibitions (EMTEX)" และสำหรับตลาดต่างประเทศ อาทิ โครงการ "Ease up" "Convene Plus" "Re-Energizing" "Thailand Power up"
13. การจัดทำและเผยแพร่กิจกรรมไมซ์บนเว็บไซต์ Business Events Thailand และแอพพลิเคชั่น Biz Connect อาทิ โครงการ "ประชุมเมืองไทย ปลอดภัยกว่า" "สนับสนุนการจัดงานประชุมวิชาการภายในประเทศ (Domestic Convention)" "Domestic Exhibition (DEX) และ Empower Thailand Exhibitions (EMTEX)" และสำหรับตลาดต่างประเทศ อาทิ โครงการ "Ease up" "Convene Plus" "Re-Energizing" "Thailand Power up" เพื่อช่วยให้ภาคธุรกิจไมซ์สามารถเข้าถึงรายละเอียดกิจกรรม ได้อย่าง อย่างสะดวก รวดเร็วทุกที่ ทุกเวลา
14. การประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เกี่ยวกับข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ และสถานการณ์ประเทศ ด้วยการนำเสนอที่ทันสมัยและทันเหตุการณ์ตลอดเวลาผ่าน "Thailand MICE Situation Update" ในช่องทางต่าง ๆ อาทิ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์สื่อโทรทัศน์ได้อย่างครอบคลุม
15. การสร้างกิจกรรมไมซ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมไมซ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
16. การเพิ่มทักษะความรู้ให้กับผู้ประกอบการผ่านรูปแบบการอบรมแบบ e-learning ได้อย่างรวดเร็ว และ ครอบคลุม
17. การให้ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจอย่างสม่ำเสมอ เป็นประจำทุกเดือน อาทิ การอัปเดตความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมไมซ์ผ่าน แพลทฟอร์มข่าวสารทั้ง MICE Outlook และ MICE Intelligence Center
19. การให้ความรู้ในเรื่องการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์อย่างยั่งยืน (MICE Sustainability) แก่ผู้ประกอบการ ผู้จัดงานไมซ์ ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ที่สนใจ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ได้อย่างถูก ครบถ้วน และ เข้าใจง่าย
21. การสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ ให้เทียบเท่าระดับสากลมาตรฐาน (ระดับสากล คือ เครื่องมือที่นานาชาติใช้ยืนยันคุณภาพ ความปลอดภัย และประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ บริการและระบบนั้นๆ)
22. การเสริมสร้างและพัฒนาบุคลากรในด้านวิชาชีพต่างๆ (Upskill, Reskill and New Skill) ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อพร้อมรับมือกับสถานการณ์ทุกรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน
23. การสร้างผลิตภัณฑ์หรือเครื่องมือในการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการไมซ์ในการดำเนินธุรกิจในอีกช่องทางหนึ่ง อาทิ การจัดงานประชุมและหรือ/การแสดงสินค้าผ่านระบบออนไลน์ หรือ การออกมาตรฐานต่างๆ ที่มาช่วยผู้ประกอบการไมซ์ อาทิ MICE Hygiene Guidelines ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
24. การเป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้เป็นอย่างดี
25. การอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุมนานาชาติ การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทยอย่างเต็มที่ อาทิ บริการ E-MICE marketplace แพลตฟอร์มตลาดผู้ซื้อผู้ขายพบกันแบบอิเล็กทรอนิกส์ ภายใต้ชื่อ Thai MICE Connect
26. การให้ความชัดเจนในนโยบายและทิศทางการดำเนินงานของสสปน. เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง
27. การให้บริการผ่านระบบงานของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากล (International level) ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ อาทิ การติดตามด้วยระบบ RFS : Request For Support
28. การปฏิบัติงานที่มีความคล่องตัว (Flexibility) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐ และภาคเอกชน
29. การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency) เกิดผลงานเป็นรูปธรรม เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน
30. การเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของ สสปน. (Public Hearing)
31. การนำความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ มาปรับปรุงการทำงานของ สสปน. (Reflection) อย่างต่อเนื่อง
32. การสร้างปฏิสัมพันธ์และความเชื่อใจ (Interaction and Trust Building) อย่างต่อเนื่องให้กับผู้ประกอบการ โดยเฉพาะในสถานการณ์ฉุกเฉินในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
33. การปฏิบัติงานที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเชื่อมั่น (Confidence Building) ในกระบวนการและมาตรการรับมือของสสปน. ต่อสถานการณ์การระบาดโควิด-19
34. บุคลากรของ สสปน. สามารถให้คำแนะนำหรือรายละเอียดของระเบียบขั้นตอนและกระบวนการทำงานภายในผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ในการประชุม (Advisory Service) ได้เป็นอย่างดี
35. บุคลากรของ สสปน. เข้าใจวิธีการจัดงานอีเว้นท์ (Event Expert) ในรูปแบบ New Normal ของอุตสาหกรรมไมซ์ เป็นอย่างดี
36. บุคลากรของ สสปน. มีความเป็นมืออาชีพ (Professionalism) ในการบริการและประสานงาน ให้กับลูกค้า/ผู้รับบริการ ทั้งผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ (Online data access) ได้อย่างรวดเร็ว
37. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ ได้อย่างทันท่วงที
38. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาหรือจัดการกับความขัดแย้ง ในสถานการณ์ที่ซับซ้อน หรือในสถานการณ์ที่มีความคลุมเครือได้อย่างมีประสิทธิภาพ และอย่างรวดเร็ว (Conflict Management)
39. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่ทำงานโดยใช้หลักความคิดแบบมีวิจารณญาณ แบบมีเหตุผล มีตรรกะที่ชัดเจนเสมอ (Critical Thinking)
40. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่พร้อมต่อการผลักดันให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆและมีความคิดสร้างสรรค์เสมอ (Innovative and Creative)
41. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถและทักษะที่ดีเยี่ยมในการสื่อสาร (Effective Communication Skill) กับทีมงาน และ ผู้เกี่ยวข้อง
42. บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส (Good Governance)
43. บุคลากรของ สสปน. มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร (Ready for Change and for New Development) ให้ทันยุคสมัย
44. บุคลากรของสสปน. มีการปรับตัวและพร้อมรับมือกับสถานการณ์การระบาดโควิด-19
45. บุคลากรของ สสปน. มีการรักษาปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและผู้ประกอบการไมซ์ภายใต้สถานการณ์ที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการทำงาน อาทิ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 123 = 100%

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

การวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา
สำหรับฝ่าย NRO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (ภาคเหนือ)

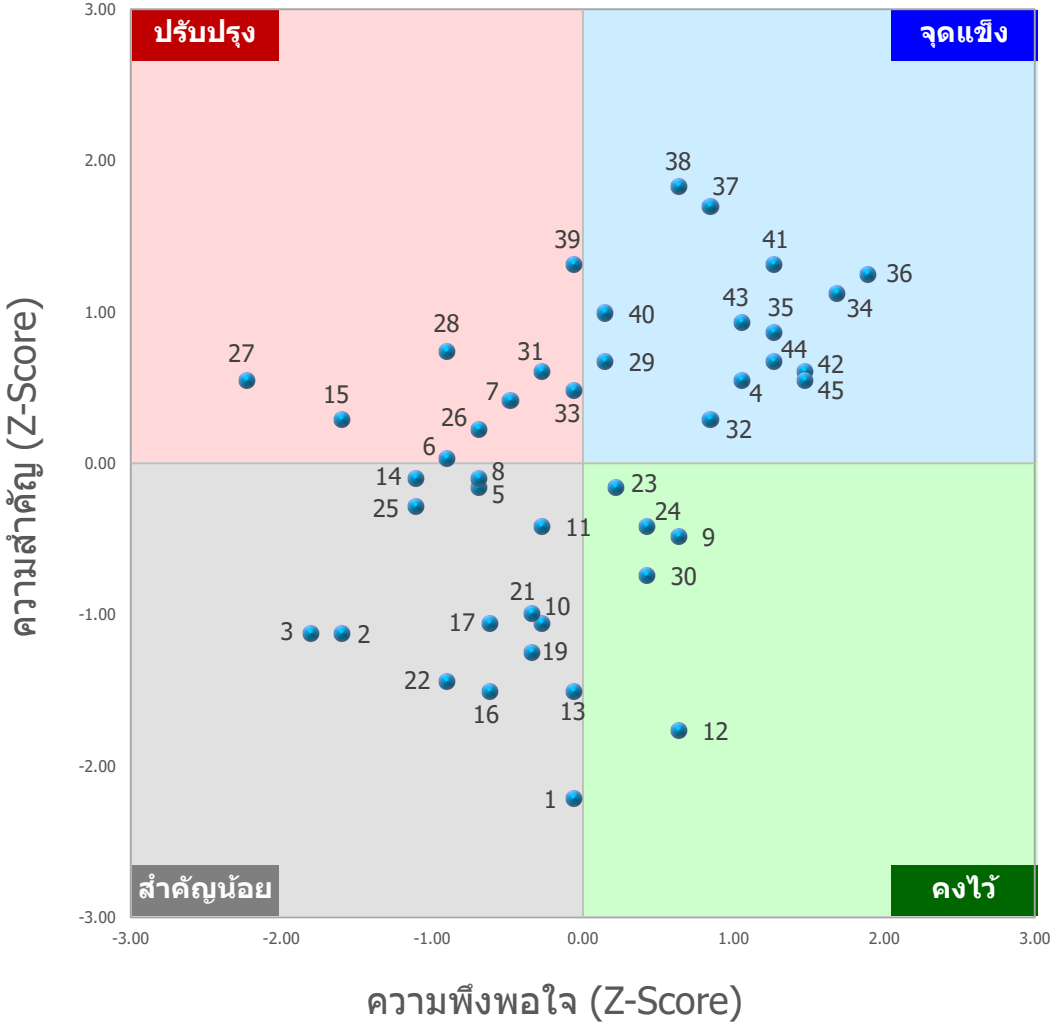


ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 34 = 100%

1. การรักษาและการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์ ให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน ด้วยการสนับสนุนในรูปแบบของการสนับสนุนทางการเงินและการสนับสนุนอื่นๆที่ไม่ใช่การเงิน (Non-cash incentives)
2. การกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านธุรกิจไมซ์ อย่างมีประสิทธิภาพ
3. การกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์ทั่วทุกภูมิภาค
4. การผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ระดับนานาชาติ หรือ Global MICE Destination ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
5. การผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำด้านการประชุม และงานแสดงสินค้านานาชาติในภูมิภาคเอเชีย ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
6. การขับเคลื่อนกิจกรรมไมซ์ให้ตรงตามความต้องการของตลาด ตามศักยภาพ และนโยบายของประเทศ
7. การผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้เป็นศูนย์กลางของอาเซียนอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
8. การสนับสนุนผู้จัดงานและผู้ประกอบการไมซ์ด้วยการให้บริการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
9. การกำหนดมาตรการเยียวยาในสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ช่วยให้ผู้ประกอบการไมซ์พัฒนาธุรกิจของตนให้ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง และมีประสิทธิภาพ
10. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่มีการปรับเกณฑ์ และ ปรับมาตรการที่ยืดหยุ่นมากขึ้น (Flexible) เอื้อให้ภาคธุรกิจไมซ์ปรับตัวและฟื้นตัวได้เร็วขึ้น
11. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่ช่วยให้ธุรกิจไมซ์ในภาพรวมมีการปรับเปลี่ยนอย่างมีศักยภาพ เป็นไปตามการปรับเปลี่ยนของโลก ทำให้ธุรกิจไมซ์ในประเทศไทยฟื้นตัวเร็วขึ้นอย่างมีกลยุทธ์ที่เหมาะสม (Resilient)
12. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่ตรงกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาสำหรับตลาดในประเทศ อาทิ โครงการ 'ประชุมเมืองไทย ปลอดภัยกว่า' 'สนับสนุนการจัดงานประชุมวิชาการภายในประเทศ (Domestic Convention)" "Domestic Exhibition (DEX) และ Empower Thailand Exhibitions (EMTEX)" และสำหรับตลาดต่างประเทศ อาทิ โครงการ "Ease up" "Convene Plus" "Re-Energizing" "Thailand Power up"
13. การจัดทำและเผยแพร่กิจกรรมไมซ์บนเว็บไซต์ Business Events Thailand และแอพพลิเคชั่น Biz Connect อาทิ โครงการ "ประชุมเมืองไทย ปลอดภัยกว่า" "สนับสนุนการจัดงานประชุมวิชาการภายในประเทศ (Domestic Convention)" "Domestic Exhibition (DEX) และ Empower Thailand Exhibitions (EMTEX)" และสำหรับตลาดต่างประเทศ อาทิ โครงการ "Ease up" "Convene Plus" "Re-Energizing" "Thailand Power up" เพื่อช่วยให้ภาคธุรกิจไมซ์สามารถเข้าถึงรายละเอียดกิจกรรม ได้อย่าง อย่างสะดวก รวดเร็ว ทุกที่ ทุกเวลา
14. การประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เกี่ยวกับข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ และสถานการณ์ประเทศ ด้วยการนำเสนอที่ทันสมัยและทันเหตุการณ์ตลอดเวลาผ่าน "Thailand MICE Situation Update" ในช่องทางต่าง ๆ อาทิ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์สื่อโทรทัศน์ได้อย่างครอบคลุม
15. การสร้างกิจกรรมไมซ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมไมซ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
16. การเพิ่มทักษะความรู้ให้กับผู้ประกอบการผ่านรูปแบบการอบรมแบบ e-learning ได้อย่างรวดเร็ว และ ครอบคลุม
17. การให้ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจอย่างสม่ำเสมอ เป็นประจำทุกเดือน อาทิ การอัปเดตความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมไมซ์ผ่าน แพลทฟอร์มข่าวสารทั้ง MICE Outlook และ MICE Intelligence Center
19. การให้ความรู้ในเรื่องการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์อย่างยั่งยืน (MICE Sustainability) แก่ผู้ประกอบการ ผู้จัดงานไมซ์ ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ที่สนใจ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ได้อย่างถูก ครบถ้วน และ เข้าใจง่าย
21. การสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ ให้เทียบเท่าระดับสากลมาตรฐาน (ระดับสากล คือ เครื่องมือที่นานาชาติใช้ยืนยันคุณภาพ ความปลอดภัย และประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ บริการและระบบนั้นๆ)
22. การเสริมสร้างและพัฒนาบุคลากรในด้านวิชาชีพต่างๆ (Upskill, Reskill and New Skill) ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อพร้อมรับมือกับสถานการณ์ทุกรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน
23. การสร้างผลิตภัณฑ์หรือเครื่องมือในการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการไมซ์ในการดำเนินธุรกิจในอีกช่องทางหนึ่ง อาทิ การจัดงานประชุมและหรือ/การแสดงสินค้าผ่านระบบออนไลน์ หรือ การออกมาตรฐานต่างๆ ที่มาช่วยผู้ประกอบการไมซ์ อาทิ MICE Hygiene Guidelines ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
24. การเป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้เป็นอย่างดี
25. การอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุมนานาชาติ การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทยอย่างเต็มที่ อาทิ บริการ E-MICE marketplace แพลตฟอร์มตลาดผู้ซื้อผู้ขายพบกันแบบอิเล็กทรอนิกส์ ภายใต้ชื่อ Thai MICE Connect
26. การให้ความชัดเจนในนโยบายและทิศทางการดำเนินงานของสสปน. เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง
27. การให้บริการผ่านระบบงานของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากล (International level) ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ อาทิ การติดตามด้วยระบบ RFS : Request For Support
28. การปฏิบัติงานที่มีความคล่องตัว (Flexibility) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐ และภาคเอกชน
29. การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency) เกิดผลงานเป็นรูปธรรม เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน
30. การเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของ สสปน. (Public Hearing)
31. การนำความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ มาปรับปรุงการทำงานของ สสปน. (Reflection) อย่างต่อเนื่อง
32. การสร้างปฏิสัมพันธ์และความเชื่อใจ (Interaction and Trust Building) อย่างต่อเนื่องให้กับผู้ประกอบการ โดยเฉพาะในสถานการณ์ฉุกเฉินในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
33. การปฏิบัติงานที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเชื่อมั่น (Confidence Building) ในกระบวนการและมาตรการรับมือของสสปน. ต่อสถานการณ์การระบาดโควิด-19
34. บุคลากรของ สสปน. สามารถให้คำแนะนำหรือรายละเอียดของระเบียบขั้นตอนและกระบวนการทำงานภายในผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ในการประชุม (Advisory Service) ได้เป็นอย่างดี
35. บุคลากรของ สสปน. เข้าใจวิธีการจัดงานอีเว้นท์ (Event Expert) ในรูปแบบ New Normal ของอุตสาหกรรมไมซ์ เป็นอย่างดี
36. บุคลากรของ สสปน. มีความเป็นมืออาชีพ (Professionalism) ในการบริการและประสานงาน ให้กับลูกค้า/ผู้รับบริการ ทั้งผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ (Online data access) ได้อย่างรวดเร็ว
37. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ ได้อย่างทันท่วงที
38. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาหรือจัดการกับความขัดแย้ง ในสถานการณ์ที่ซับซ้อน หรือในสถานการณ์ที่มีความคลุมเครือได้อย่างมีประสิทธิภาพ และอย่างรวดเร็ว (Conflict Management)
39. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่ทำงานโดยใช้หลักความคิดแบบมีวิจารณญาณ แบบมีเหตุผล มีตรรกะที่ชัดเจนเสมอ (Critical Thinking)
40. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่พร้อมต่อการผลักดันให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆและมีความคิดสร้างสรรค์เสมอ (Innovative and Creative)
41. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถและทักษะที่ดีเยี่ยมในการสื่อสาร (Effective Communication Skill) กับทีมงาน และ ผู้เกี่ยวข้อง
42. บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส (Good Governance)
43. บุคลากรของ สสปน. มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร (Ready for Change and for New Development) ให้ทันยุคสมัย
44. บุคลากรของสสปน. มีการปรับตัวและพร้อมรับมือกับสถานการณ์การระบาดโควิด-19
45. บุคลากรของ สสปน. มีการรักษาปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและผู้ประกอบการไมซ์ภายใต้สถานการณ์ที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการทำงาน อาทิ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.
REF. Q4-Q5

การวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา
สำหรับฝ่าย SRO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (ภาคใต้)

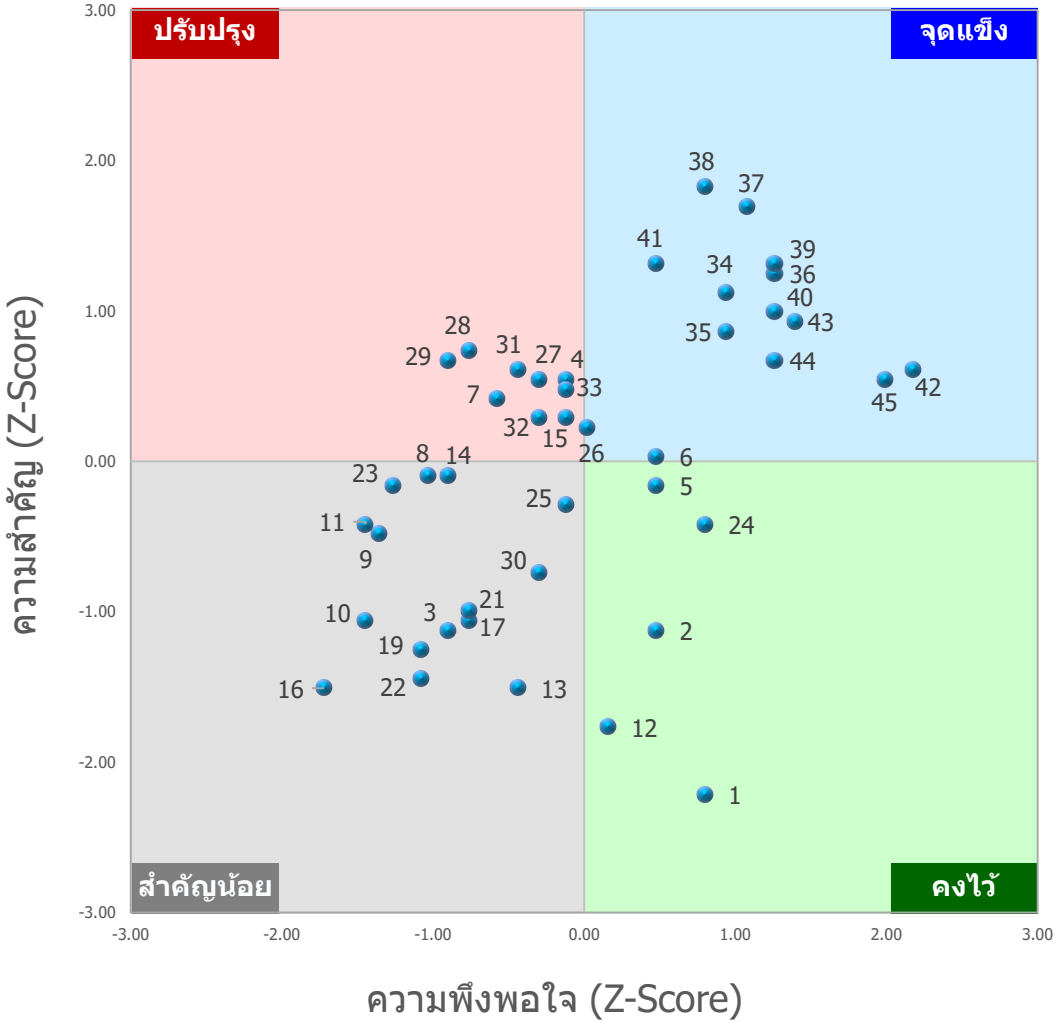


ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 32 = 100%

1. การรักษาและการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์ ให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน ด้วยการสนับสนุนในรูปแบบของการสนับสนุนทางการเงินและการสนับสนุนอื่นๆที่ไม่ใช่การเงิน (Non-cash incentives)
2. การกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านธุรกิจไมซ์ อย่างมีประสิทธิภาพ
3. การกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์ทั่วทุกภูมิภาค
4. การผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ระดับนานาชาติ หรือ Global MICE Destination ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
5. การผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำด้านการประชุม และงานแสดงสินค้านานาชาติในภูมิภาคเอเชีย ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
6. การขับเคลื่อนกิจกรรมไมซ์ให้ตรงตามความต้องการของตลาด ตามศักยภาพ และนโยบายของประเทศ
7. การผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้เป็นศูนย์กลางของอาเซียนอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
8. การสนับสนุนผู้จัดงานและผู้ประกอบการไมซ์ด้วยการให้บริการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
9. การกำหนดมาตรการเยียวยาในสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ช่วยให้ผู้ประกอบการไมซ์พัฒนาธุรกิจของตนให้ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง และมีประสิทธิภาพ
10. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่มีการปรับเกณฑ์ และ ปรับมาตรการที่ยืดหยุ่นมากขึ้น (Flexible) เอื้อให้ภาคธุรกิจไมซ์ปรับตัวและฟื้นตัวได้เร็วขึ้น
11. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่ช่วยให้ธุรกิจไมซ์ในภาพรวมมีการปรับเปลี่ยนอย่างมีศักยภาพ เป็นไปตามการปรับเปลี่ยนของโลก ทำให้ธุรกิจไมซ์ในประเทศไทยฟื้นตัวเร็วขึ้นอย่างมีกลยุทธ์ที่เหมาะสม (Resilient)
12. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่ตรงกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาสำหรับตลาดในประเทศ อาทิ โครงการ 'ประชุมเมืองไทย ปลอดภัยกว่า' 'สนับสนุนการจัดงานประชุมวิชาการภายในประเทศ (Domestic Convention)" "Domestic Exhibition (DEX) และ Empower Thailand Exhibitions (EMTEX)" และสำหรับตลาดต่างประเทศ อาทิ โครงการ "Ease up" "Convene Plus" "Re-Energizing" "Thailand Power up"
13. การจัดทำและเผยแพร่กิจกรรมไมซ์บนเว็บไซต์ Business Events Thailand และแอพพลิเคชั่น Biz Connect อาทิ โครงการ "ประชุมเมืองไทย ปลอดภัยกว่า" "สนับสนุนการจัดงานประชุมวิชาการภายในประเทศ (Domestic Convention)" "Domestic Exhibition (DEX) และ Empower Thailand Exhibitions (EMTEX)" และสำหรับตลาดต่างประเทศ อาทิ โครงการ "Ease up" "Convene Plus" "Re-Energizing" "Thailand Power up" เพื่อช่วยให้ภาคธุรกิจไมซ์สามารถเข้าถึงรายละเอียดกิจกรรม ได้อย่าง อย่างสะดวก รวดเร็ว ทุกที่ ทุกเวลา
14. การประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เกี่ยวกับข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ และสถานการณ์ประเทศ ด้วยการนำเสนอที่ทันสมัยและทันเหตุการณ์ตลอดเวลาผ่าน "Thailand MICE Situation Update" ในช่องทางต่าง ๆ อาทิ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์สื่อโทรทัศน์ได้อย่างครอบคลุม
15. การสร้างกิจกรรมไมซ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมไมซ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
16. การเพิ่มทักษะความรู้ให้กับผู้ประกอบการผ่านรูปแบบการอบรมแบบ e-learning ได้อย่างรวดเร็ว และ ครอบคลุม
17. การให้ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจอย่างสม่ำเสมอ เป็นประจำทุกเดือน อาทิ การอัปเดตความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมไมซ์ผ่าน แพลทฟอร์มข่าวสารทั้ง MICE Outlook และ MICE Intelligence Center
19. การให้ความรู้ในเรื่องการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์อย่างยั่งยืน (MICE Sustainability) แก่ผู้ประกอบการ ผู้จัดงานไมซ์ ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ที่สนใจ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ได้อย่างถูก ครบถ้วน และ เข้าใจง่าย
21. การสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ ให้เทียบเท่าระดับสากลมาตรฐาน (ระดับสากล คือ เครื่องมือที่นานาชาติใช้ยืนยันคุณภาพ ความปลอดภัย และประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ บริการและระบบนั้นๆ)
22. การเสริมสร้างและพัฒนาบุคลากรในด้านวิชาชีพต่างๆ (Upskill, Reskill and New Skill) ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อพร้อมรับมือกับสถานการณ์ทุกรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน
23. การสร้างผลิตภัณฑ์หรือเครื่องมือในการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการไมซ์ในการดำเนินธุรกิจในอีกช่องทางหนึ่ง อาทิ การจัดงานประชุมและหรือ/การแสดงสินค้าผ่านระบบออนไลน์ หรือ การออกมาตรฐานต่างๆ ที่มาช่วยผู้ประกอบการไมซ์ อาทิ MICE Hygiene Guidelines ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
24. การเป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้เป็นอย่างดี
25. การอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุมนานาชาติ การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทยอย่างเต็มที่ อาทิ บริการ E-MICE marketplace แพลตฟอร์มตลาดผู้ซื้อผู้ขายพบกันแบบอิเล็กทรอนิกส์ ภายใต้ชื่อ Thai MICE Connect
26. การให้ความชัดเจนในนโยบายและทิศทางการดำเนินงานของสสปน. เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง
27. การให้บริการผ่านระบบงานของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากล (International level) ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ อาทิ การติดตามด้วยระบบ RFS : Request For Support
28. การปฏิบัติงานที่มีความคล่องตัว (Flexibility) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐ และภาคเอกชน
29. การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency) เกิดผลงานเป็นรูปธรรม เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน
30. การเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของ สสปน. (Public Hearing)
31. การนำความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ มาปรับปรุงการทำงานของ สสปน. (Reflection) อย่างต่อเนื่อง
32. การสร้างปฏิสัมพันธ์และความเชื่อใจ (Interaction and Trust Building) อย่างต่อเนื่องให้กับผู้ประกอบการ โดยเฉพาะในสถานการณ์ฉุกเฉินในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
33. การปฏิบัติงานที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเชื่อมั่น (Confidence Building) ในกระบวนการและมาตรการรับมือของสสปน. ต่อสถานการณ์การระบาดโควิด-19
34. บุคลากรของ สสปน. สามารถให้คำแนะนำหรือรายละเอียดของระเบียบขั้นตอนและกระบวนการทำงานภายในผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ในการประชุม (Advisory Service) ได้เป็นอย่างดี
35. บุคลากรของ สสปน. เข้าใจวิธีการจัดงานอีเว้นท์ (Event Expert) ในรูปแบบ New Normal ของอุตสาหกรรมไมซ์ เป็นอย่างดี
36. บุคลากรของ สสปน. มีความเป็นมืออาชีพ (Professionalism) ในการบริการและประสานงาน ให้กับลูกค้า/ผู้รับบริการ ทั้งผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ (Online data access) ได้อย่างรวดเร็ว
37. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ ได้อย่างทันท่วงที
38. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาหรือจัดการกับความขัดแย้ง ในสถานการณ์ที่ซับซ้อน หรือในสถานการณ์ที่มีความคลุมเครือได้อย่างมีประสิทธิภาพ และอย่างรวดเร็ว (Conflict Management)
39. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่ทำงานโดยใช้หลักความคิดแบบมีวิจารณญาณ แบบมีเหตุผล มีตรรกะที่ชัดเจนเสมอ (Critical Thinking)
40. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่พร้อมต่อการผลักดันให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆและมีความคิดสร้างสรรค์เสมอ (Innovative and Creative)
41. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถและทักษะที่ดีเยี่ยมในการสื่อสาร (Effective Communication Skill) กับทีมงาน และ ผู้เกี่ยวข้อง
42. บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส (Good Governance)
43. บุคลากรของ สสปน. มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร (Ready for Change and for New Development) ให้ทันยุคสมัย
44. บุคลากรของสสปน. มีการปรับตัวและพร้อมรับมือกับสถานการณ์การระบาดโควิด-19
45. บุคลากรของ สสปน. มีการรักษาปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและผู้ประกอบการไมซ์ภายใต้สถานการณ์ที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการทำงาน อาทิ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19

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

การวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา
สำหรับฝ่าย NERO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุ
และนิทรรศการ (ภาคอีสาน)

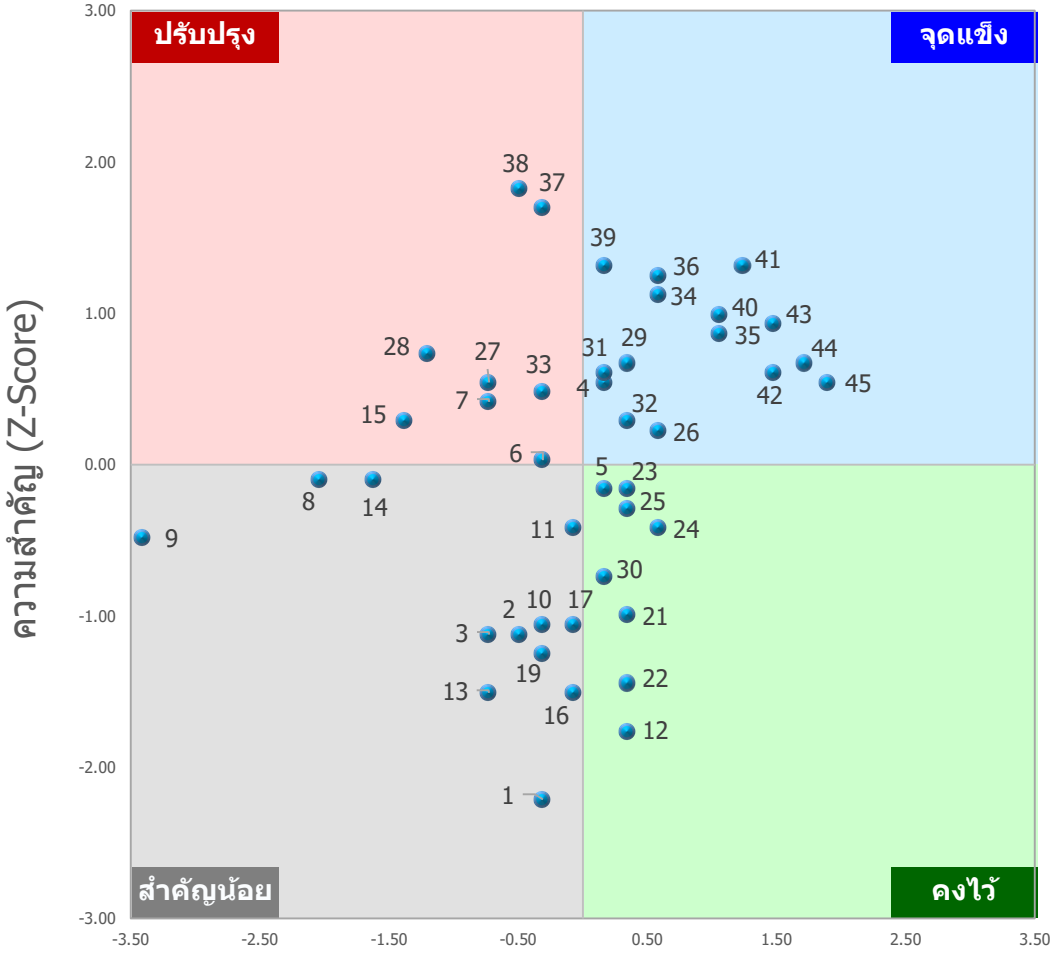


ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 30 = 100%

1. การรักษาและการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์ ให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน ด้วยการสนับสนุนในรูปแบบของการสนับสนุนทางการเงินและการสนับสนุนอื่นๆที่ไม่ใช่การเงิน (Non-cash incentives)
2. การกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านธุรกิจไมซ์ อย่างมีประสิทธิภาพ
3. การกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์ทั่วทุกภูมิภาค
4. การผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ระดับนานาชาติ หรือ Global MICE Destination ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
5. การผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำด้านการประชุม และงานแสดงสินค้านานาชาติในภูมิภาคเอเชีย ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
6. การขับเคลื่อนกิจกรรมไมซ์ให้ตรงตามความต้องการของตลาด ตามศักยภาพ และนโยบายของประเทศ
7. การผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้เป็นศูนย์กลางของอาเซียนอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
8. การสนับสนุนผู้จัดงานและผู้ประกอบการไมซ์ด้วยการให้บริการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
9. การกำหนดมาตรการเยียวยาในสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ช่วยให้ผู้ประกอบการไมซ์พัฒนาธุรกิจของตนให้ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง และมีประสิทธิภาพ
10. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่มีการปรับเกณฑ์ และ ปรับมาตรการที่ยืดหยุ่นมากขึ้น (Flexible) เอื้อให้ภาคธุรกิจไมซ์ปรับตัวและฟื้นตัวได้เร็วขึ้น
11. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่ช่วยให้ธุรกิจไมซ์ในภาพรวมมีการปรับเปลี่ยนอย่างมีศักยภาพ เป็นไปตามการปรับเปลี่ยนของโลก ทำให้ธุรกิจไมซ์ในประเทศไทยฟื้นตัวเร็วขึ้นอย่างมีกลยุทธ์ที่เหมาะสม (Resilient)
12. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่ตรงกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาสำหรับตลาดในประเทศ อาทิ โครงการ 'ประชุมเมืองไทย ปลอดภัยกว่า' 'สนับสนุนการจัดงานประชุมวิชาการภายในประเทศ (Domestic Convention)" "Domestic Exhibition (DEX) และ Empower Thailand Exhibitions (EMTEX)" และสำหรับตลาดต่างประเทศ อาทิ โครงการ "Ease up" "Convene Plus" "Re-Energizing" "Thailand Power up"
13. การจัดทำและเผยแพร่กิจกรรมไมซ์บนเว็บไซต์ Business Events Thailand และแอพพลิเคชั่น Biz Connect อาทิ โครงการ "ประชุมเมืองไทย ปลอดภัยกว่า" "สนับสนุนการจัดงานประชุมวิชาการภายในประเทศ (Domestic Convention)" "Domestic Exhibition (DEX) และ Empower Thailand Exhibitions (EMTEX)" และสำหรับตลาดต่างประเทศ อาทิ โครงการ "Ease up" "Convene Plus" "Re-Energizing" "Thailand Power up" เพื่อช่วยให้ภาคธุรกิจไมซ์สามารถเข้าถึงรายละเอียดกิจกรรม ได้อย่าง อย่างสะดวก รวดเร็ว ทุกที่ ทุกเวลา
14. การประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เกี่ยวกับข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ และสถานการณ์ประเทศ ด้วยการนำเสนอที่ทันสมัยและทันเหตุการณ์ตลอดเวลาผ่าน "Thailand MICE Situation Update" ในช่องทางต่าง ๆ อาทิ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์สื่อโทรทัศน์ได้อย่างครอบคลุม
15. การสร้างกิจกรรมไมซ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมไมซ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
16. การเพิ่มทักษะความรู้ให้กับผู้ประกอบการผ่านรูปแบบการอบรมแบบ e-learning ได้อย่างรวดเร็ว และ ครอบคลุม
17. การให้ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจอย่างสม่ำเสมอ เป็นประจำทุกเดือน อาทิ การอัปเดตความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมไมซ์ผ่าน แพลทฟอร์มข่าวสารทั้ง MICE Outlook และ MICE Intelligence Center
19. การให้ความรู้ในเรื่องการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์อย่างยั่งยืน (MICE Sustainability) แก่ผู้ประกอบการ ผู้จัดงานไมซ์ ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ที่สนใจ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ได้อย่างถูก ครบถ้วน และ เข้าใจง่าย
21. การสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ ให้เทียบเท่าระดับสากลมาตรฐาน (ระดับสากล คือ เครื่องมือที่นานาชาติใช้ยืนยันคุณภาพ ความปลอดภัย และประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ บริการและระบบนั้นๆ)
22. การเสริมสร้างและพัฒนาบุคลากรในด้านวิชาชีพต่างๆ (Upskill, Reskill and New Skill) ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อพร้อมรับมือกับสถานการณ์ทุกรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน
23. การสร้างผลิตภัณฑ์หรือเครื่องมือในการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการไมซ์ในการดำเนินธุรกิจในอีกช่องทางหนึ่ง อาทิ การจัดงานประชุมและหรือ/การแสดงสินค้าผ่านระบบออนไลน์ หรือ การออกมาตรฐานต่างๆ ที่มาช่วยผู้ประกอบการไมซ์ อาทิ MICE Hygiene Guidelines ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
24. การเป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้เป็นอย่างดี
25. การอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุมนานาชาติ การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทยอย่างเต็มที่ อาทิ บริการ E-MICE marketplace แพลตฟอร์มตลาดผู้ซื้อผู้ขายพบกันแบบอิเล็กทรอนิกส์ ภายใต้ชื่อ Thai MICE Connect
26. การให้ความชัดเจนในนโยบายและทิศทางการดำเนินงานของสสปน. เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง
27. การให้บริการผ่านระบบงานของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากล (International level) ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ อาทิ การติดตามด้วยระบบ RFS : Request For Support
28. การปฏิบัติงานที่มีความคล่องตัว (Flexibility) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐ และภาคเอกชน
29. การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency) เกิดผลงานเป็นรูปธรรม เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน
30. การเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของ สสปน. (Public Hearing)
31. การนำความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ มาปรับปรุงการทำงานของ สสปน. (Reflection) อย่างต่อเนื่อง
32. การสร้างปฏิสัมพันธ์และความเชื่อใจ (Interaction and Trust Building) อย่างต่อเนื่องให้กับผู้ประกอบการ โดยเฉพาะในสถานการณ์ฉุกเฉินในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
33. การปฏิบัติงานที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเชื่อมั่น (Confidence Building) ในกระบวนการและมาตรการรับมือของสสปน. ต่อสถานการณ์การระบาดโควิด-19
34. บุคลากรของ สสปน. สามารถให้คำแนะนำหรือรายละเอียดของระเบียบขั้นตอนและกระบวนการทำงานภายในผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ในการประชุม (Advisory Service) ได้เป็นอย่างดี
35. บุคลากรของ สสปน. เข้าใจวิธีการจัดงานอีเว้นท์ (Event Expert) ในรูปแบบ New Normal ของอุตสาหกรรมไมซ์ เป็นอย่างดี
36. บุคลากรของ สสปน. มีความเป็นมืออาชีพ (Professionalism) ในการบริการและประสานงาน ให้กับลูกค้า/ผู้รับบริการ ทั้งผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ (Online data access) ได้อย่างรวดเร็ว
37. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ ได้อย่างทันท่วงที
38. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาหรือจัดการกับความขัดแย้ง ในสถานการณ์ที่ซับซ้อน หรือในสถานการณ์ที่มีความคลุมเครือได้อย่างมีประสิทธิภาพ และอย่างรวดเร็ว (Conflict Management)
39. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่ทำงานโดยใช้หลักความคิดแบบมีวิจารณญาณ แบบมีเหตุผล มีตรรกะที่ชัดเจนเสมอ (Critical Thinking)
40. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่พร้อมต่อการผลักดันให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆและมีความคิดสร้างสรรค์เสมอ (Innovative and Creative)
41. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถและทักษะที่ดีเยี่ยมในการสื่อสาร (Effective Communication Skill) กับทีมงาน และ ผู้เกี่ยวข้อง
42. บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส (Good Governance)
43. บุคลากรของ สสปน. มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร (Ready for Change and for New Development) ให้ทันยุคสมัย
44. บุคลากรของสสปน. มีการปรับตัวและพร้อมรับมือกับสถานการณ์การระบาดโควิด-19
45. บุคลากรของ สสปน. มีการรักษาปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและผู้ประกอบการไมซ์ภายใต้สถานการณ์ที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการทำงาน อาทิ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19

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

การวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา
สำหรับฝ่าย CRO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (ภาคกลาง)

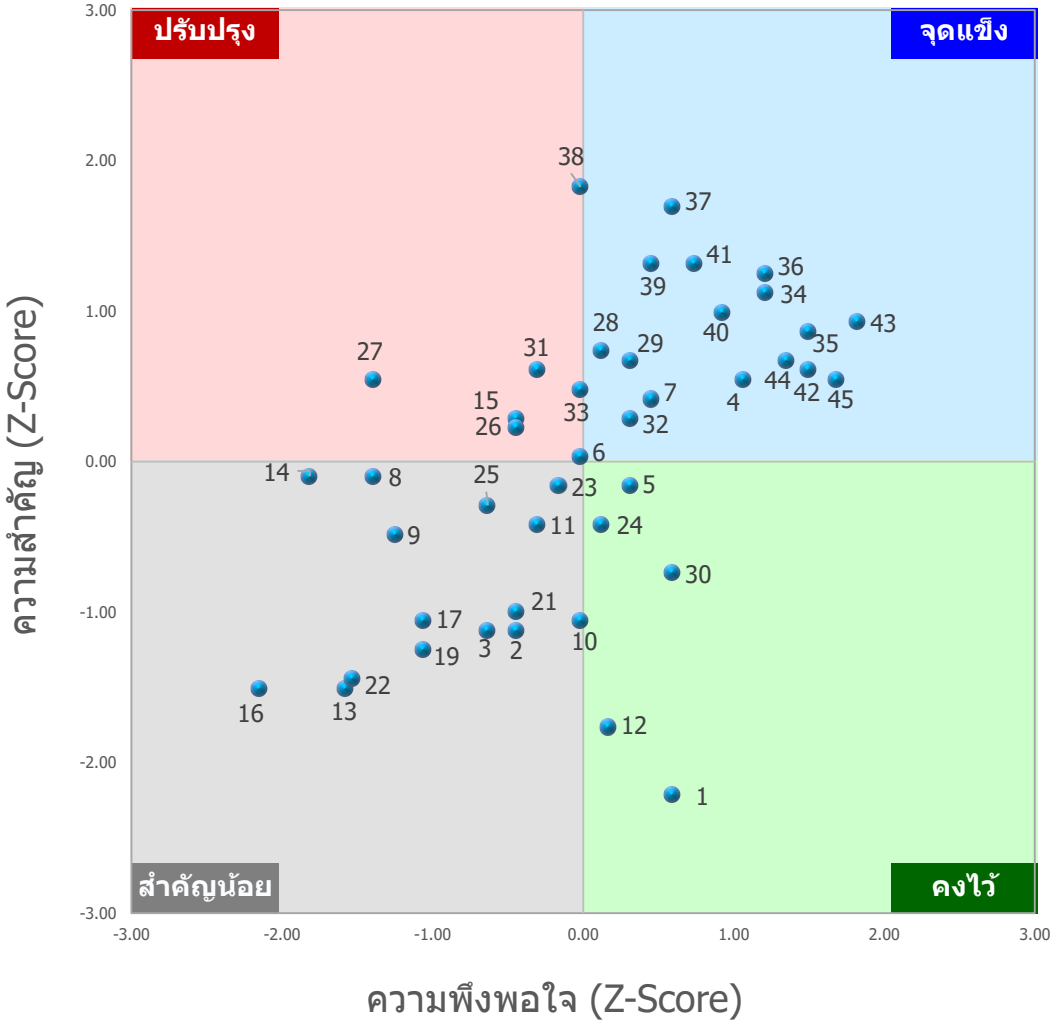


1. การรักษาและการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์ ให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน ด้วยการสนับสนุนในรูปแบบของการสนับสนุนทางการเงินและการสนับสนุนอื่นๆที่ไม่ใช่การเงิน (Non-cash incentives)
2. การกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านธุรกิจไมซ์ อย่างมีประสิทธิภาพ
3. การกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์ทั่วทุกภูมิภาค
4. การผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ระดับนานาชาติ หรือ Global MICE Destination ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
5. การผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำด้านการประชุม และงานแสดงสินค้านานาชาติในภูมิภาคเอเชีย ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
6. การขับเคลื่อนกิจกรรมไมซ์ให้ตรงตามความต้องการของตลาด ตามศักยภาพ และนโยบายของประเทศ
7. การผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้เป็นศูนย์กลางของอาเซียนอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
8. การสนับสนุนผู้จัดงานและผู้ประกอบการไมซ์ด้วยการให้บริการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
9. การกำหนดมาตรการเยียวยาในสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ช่วยให้ผู้ประกอบการไมซ์พัฒนาธุรกิจของตนให้ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง และมีประสิทธิภาพ
10. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่มีการปรับเกณฑ์ และ ปรับมาตรการที่ยืดหยุ่นมากขึ้น (Flexible) เอื้อให้ภาคธุรกิจไมซ์ปรับตัวและฟื้นตัวได้เร็วขึ้น
11. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่ช่วยให้ธุรกิจไมซ์ในภาพรวมมีการปรับเปลี่ยนอย่างมีศักยภาพ เป็นไปตามการปรับเปลี่ยนของโลก ทำให้ธุรกิจไมซ์ในประเทศไทยฟื้นตัวเร็วขึ้นอย่างมีกลยุทธ์ที่เหมาะสม (Resilient)
12. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่ตรงกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาสำหรับตลาดในประเทศ อาทิ โครงการ 'ประชุมเมืองไทย ปลอดภัยกว่า' 'สนับสนุนการจัดงานประชุมวิชาการภายในประเทศ (Domestic Convention)" "Domestic Exhibition (DEX) และ Empower Thailand Exhibitions (EMTEX)" และสำหรับตลาดต่างประเทศ อาทิ โครงการ "Ease up" "Convene Plus" "Re-Energizing" "Thailand Power up"
13. การจัดทำและเผยแพร่กิจกรรมไมซ์บนเว็บไซต์ Business Events Thailand และแอพพลิเคชั่น Biz Connect อาทิ โครงการ "ประชุมเมืองไทย ปลอดภัยกว่า" "สนับสนุนการจัดงานประชุมวิชาการภายในประเทศ (Domestic Convention)" "Domestic Exhibition (DEX) และ Empower Thailand Exhibitions (EMTEX)" และสำหรับตลาดต่างประเทศ อาทิ โครงการ "Ease up" "Convene Plus" "Re-Energizing" "Thailand Power up" เพื่อช่วยให้ภาคธุรกิจไมซ์สามารถเข้าถึงรายละเอียดกิจกรรม ได้อย่าง อย่างสะดวก รวดเร็ว ทุกที่ ทุกเวลา
14. การประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เกี่ยวกับข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ และสถานการณ์ประเทศ ด้วยการนำเสนอที่ทันสมัยและทันเหตุการณ์ตลอดเวลาผ่าน "Thailand MICE Situation Update" ในช่องทางต่าง ๆ อาทิ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์สื่อโทรทัศน์ได้อย่างครอบคลุม
15. การสร้างกิจกรรมไมซ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมไมซ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
16. การเพิ่มทักษะความรู้ให้กับผู้ประกอบการผ่านรูปแบบการอบรมแบบ e-learning ได้อย่างรวดเร็ว และ ครอบคลุม
17. การให้ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจอย่างสม่ำเสมอ เป็นประจำทุกเดือน อาทิ การอัปเดตความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมไมซ์ผ่าน แพลทฟอร์มข่าวสารทั้ง MICE Outlook และ MICE Intelligence Center
19. การให้ความรู้ในเรื่องการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์อย่างยั่งยืน (MICE Sustainability) แก่ผู้ประกอบการ ผู้จัดงานไมซ์ ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ที่สนใจ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ได้อย่างถูก ครบถ้วน และ เข้าใจง่าย
21. การสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ ให้เทียบเท่าระดับสากลมาตรฐาน (ระดับสากล คือ เครื่องมือที่นานาชาติใช้ยืนยันคุณภาพ ความปลอดภัย และประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ บริการและระบบนั้นๆ)
22. การเสริมสร้างและพัฒนาบุคลากรในด้านวิชาชีพต่างๆ (Upskill, Reskill and New Skill) ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อพร้อมรับมือกับสถานการณ์ทุกรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน
23. การสร้างผลิตภัณฑ์หรือเครื่องมือในการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการไมซ์ในการดำเนินธุรกิจในอีกช่องทางหนึ่ง อาทิ การจัดงานประชุมและหรือ/การแสดงสินค้าผ่านระบบออนไลน์ หรือ การออกมาตรฐานต่างๆ ที่มาช่วยผู้ประกอบการไมซ์ อาทิ MICE Hygiene Guidelines ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
24. การเป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้เป็นอย่างดี
25. การอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุมนานาชาติ การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทยอย่างเต็มที่ อาทิ บริการ E-MICE marketplace แพลตฟอร์มตลาดผู้ซื้อผู้ขายพบกันแบบอิเล็กทรอนิกส์ ภายใต้ชื่อ Thai MICE Connect
26. การให้ความชัดเจนในนโยบายและทิศทางการดำเนินงานของสสปน. เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง
27. การให้บริการผ่านระบบงานของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากล (International level) ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ อาทิ การติดตามด้วยระบบ RFS : Request For Support
28. การปฏิบัติงานที่มีความคล่องตัว (Flexibility) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐ และภาคเอกชน
29. การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency) เกิดผลงานเป็นรูปธรรม เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน
30. การเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของ สสปน. (Public Hearing)
31. การนำความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ มาปรับปรุงการทำงานของ สสปน. (Reflection) อย่างต่อเนื่อง
32. การสร้างปฏิสัมพันธ์และความเชื่อใจ (Interaction and Trust Building) อย่างต่อเนื่องให้กับผู้ประกอบการ โดยเฉพาะในสถานการณ์ฉุกเฉินในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
33. การปฏิบัติงานที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเชื่อมั่น (Confidence Building) ในกระบวนการและมาตรการรับมือของสสปน. ต่อสถานการณ์การระบาดโควิด-19
34. บุคลากรของ สสปน. สามารถให้คำแนะนำหรือรายละเอียดของระเบียบขั้นตอนและกระบวนการทำงานภายในผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ในการประชุม (Advisory Service) ได้เป็นอย่างดี
35. บุคลากรของ สสปน. เข้าใจวิธีการจัดงานอีเว้นท์ (Event Expert) ในรูปแบบ New Normal ของอุตสาหกรรมไมซ์ เป็นอย่างดี
36. บุคลากรของ สสปน. มีความเป็นมืออาชีพ (Professionalism) ในการบริการและประสานงาน ให้กับลูกค้า/ผู้รับบริการ ทั้งผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ (Online data access) ได้อย่างรวดเร็ว
37. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ ได้อย่างทันท่วงที
38. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาหรือจัดการกับความขัดแย้ง ในสถานการณ์ที่ซับซ้อน หรือในสถานการณ์ที่มีความคลุมเครือได้อย่างมีประสิทธิภาพ และอย่างรวดเร็ว (Conflict Management)
39. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่ทำงานโดยใช้หลักความคิดแบบมีวิจารณญาณ แบบมีเหตุผล มีตรรกะที่ชัดเจนเสมอ (Critical Thinking)
40. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่พร้อมต่อการผลักดันให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆและมีความคิดสร้างสรรค์เสมอ (Innovative and Creative)
41. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถและทักษะที่ดีเยี่ยมในการสื่อสาร (Effective Communication Skill) กับทีมงาน และ ผู้เกี่ยวข้อง
42. บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส (Good Governance)
43. บุคลากรของ สสปน. มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร (Ready for Change and for New Development) ให้ทันยุคสมัย
44. บุคลากรของสสปน. มีการปรับตัวและพร้อมรับมือกับสถานการณ์การระบาดโควิด-19
45. บุคลากรของ สสปน. มีการรักษาปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและผู้ประกอบการไมซ์ภายใต้สถานการณ์ที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการทำงาน อาทิ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 27** = 100%

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.
REF. Q4-Q5

การวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา
สำหรับฝ่าย MEGA: ฝ่านพัฒนาการจัดงานเมกะอีเวนท์และเทศกาลนานาชาติ

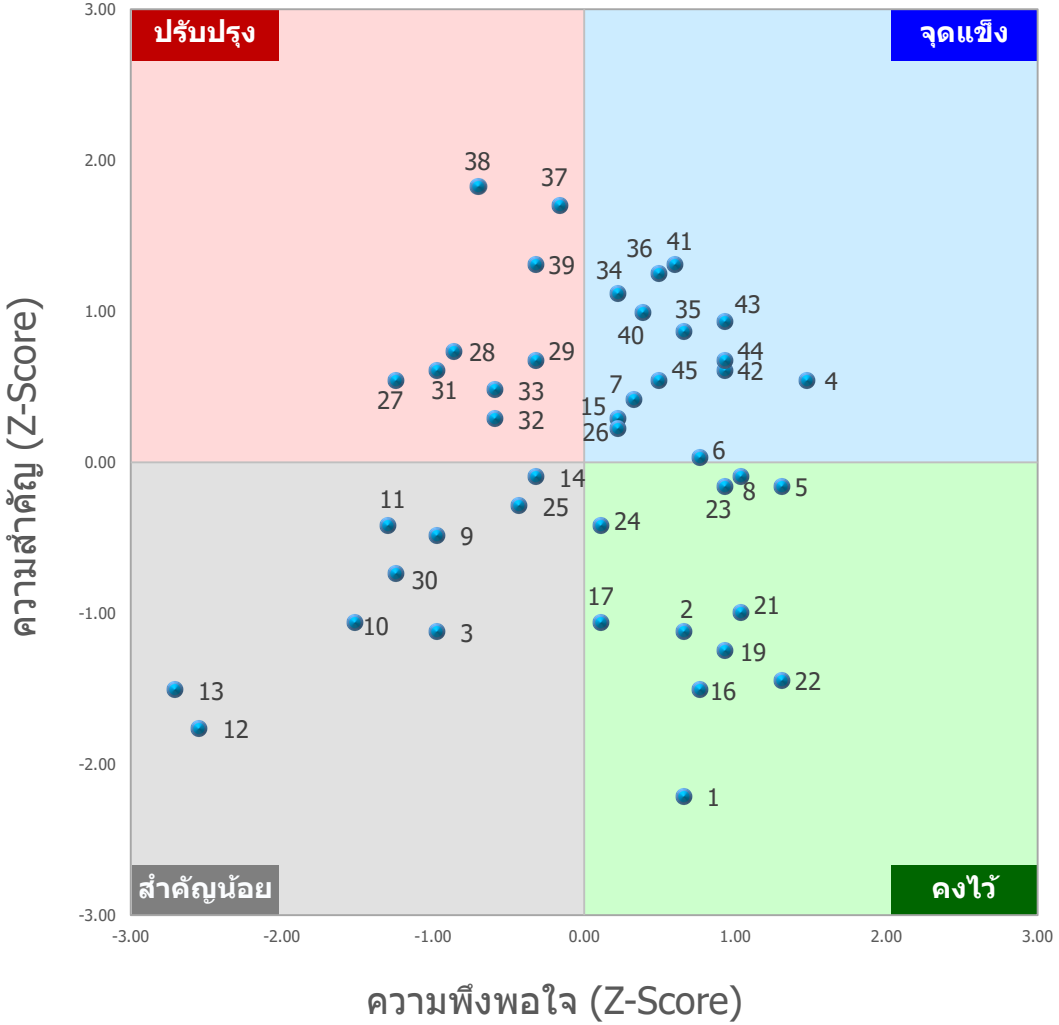


ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 31 = 100%

1. การรักษาและการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์ ให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน ด้วยการสนับสนุนในรูปแบบของการสนับสนุนทางการเงินและการสนับสนุนอื่นๆที่ไม่ใช่การเงิน (Non-cash incentives)
2. การกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านธุรกิจไมซ์ อย่างมีประสิทธิภาพ
3. การกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์ทั่วทุกภูมิภาค
4. การผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ระดับนานาชาติ หรือ Global MICE Destination ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
5. การผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำด้านการประชุม และงานแสดงสินค้านานาชาติในภูมิภาคเอเชีย ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
6. การขับเคลื่อนกิจกรรมไมซ์ให้ตรงตามความต้องการของตลาด ตามศักยภาพ และนโยบายของประเทศ
7. การผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้เป็นศูนย์กลางของอาเซียนอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
8. การสนับสนุนผู้จัดงานและผู้ประกอบการไมซ์ด้วยการให้บริการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
9. การกำหนดมาตรการเยียวยาในสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ช่วยให้ผู้ประกอบการไมซ์พัฒนาธุรกิจของตนให้ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง และมีประสิทธิภาพ
10. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่มีการปรับเกณฑ์ และ ปรับมาตรการที่ยืดหยุ่นมากขึ้น (Flexible) เอื้อให้ภาคธุรกิจไมซ์ปรับตัวและฟื้นตัวได้เร็วขึ้น
11. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่ช่วยให้ธุรกิจไมซ์ในภาพรวมมีการปรับเปลี่ยนอย่างมีศักยภาพ เป็นไปตามการปรับเปลี่ยนของโลก ทำให้ธุรกิจไมซ์ในประเทศไทยฟื้นตัวเร็วขึ้นอย่างมีกลยุทธ์ที่เหมาะสม (Resilient)
12. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่ตรงกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาสำหรับตลาดในประเทศ อาทิ โครงการ 'ประชุมเมืองไทย ปลอดภัยกว่า' 'สนับสนุนการจัดงานประชุมวิชาการภายในประเทศ (Domestic Convention)" "Domestic Exhibition (DEX) และ Empower Thailand Exhibitions (EMTEX)" และสำหรับตลาดต่างประเทศ อาทิ โครงการ "Ease up" "Convene Plus" "Re-Energizing" "Thailand Power up"
13. การจัดทำและเผยแพร่กิจกรรมไมซ์บนเว็บไซต์ Business Events Thailand และแอพพลิเคชั่น Biz Connect อาทิ โครงการ "ประชุมเมืองไทย ปลอดภัยกว่า" "สนับสนุนการจัดงานประชุมวิชาการภายในประเทศ (Domestic Convention)" "Domestic Exhibition (DEX) และ Empower Thailand Exhibitions (EMTEX)" และสำหรับตลาดต่างประเทศ อาทิ โครงการ "Ease up" "Convene Plus" "Re-Energizing" "Thailand Power up" เพื่อช่วยให้ภาคธุรกิจไมซ์สามารถเข้าถึงรายละเอียดกิจกรรม ได้อย่าง อย่างสะดวก รวดเร็ว ทุกที่ ทุกเวลา
14. การประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เกี่ยวกับข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ และสถานการณ์ประเทศ ด้วยการนำเสนอที่ทันสมัยและทันเหตุการณ์ตลอดเวลาผ่าน "Thailand MICE Situation Update" ในช่องทางต่าง ๆ อาทิ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์สื่อโทรทัศน์ได้อย่างครอบคลุม
15. การสร้างกิจกรรมไมซ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมไมซ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
16. การเพิ่มทักษะความรู้ให้กับผู้ประกอบการผ่านรูปแบบการอบรมแบบ e-learning ได้อย่างรวดเร็ว และ ครอบคลุม
17. การให้ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจอย่างสม่ำเสมอ เป็นประจำทุกเดือน อาทิ การอัปเดตความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมไมซ์ผ่าน แพลทฟอร์มข่าวสารทั้ง MICE Outlook และ MICE Intelligence Center
19. การให้ความรู้ในเรื่องการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์อย่างยั่งยืน (MICE Sustainability) แก่ผู้ประกอบการ ผู้จัดงานไมซ์ ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ที่สนใจ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ได้อย่างถูก ครบถ้วน และ เข้าใจง่าย
21. การสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ ให้เทียบเท่าระดับสากลมาตรฐาน (ระดับสากล คือ เครื่องมือที่นานาชาติใช้ยืนยันคุณภาพ ความปลอดภัย และประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ บริการและระบบนั้นๆ)
22. การเสริมสร้างและพัฒนาบุคลากรในด้านวิชาชีพต่างๆ (Upskill, Reskill and New Skill) ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อพร้อมรับมือกับสถานการณ์ทุกรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน
23. การสร้างผลิตภัณฑ์หรือเครื่องมือในการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการไมซ์ในการดำเนินธุรกิจในอีกช่องทางหนึ่ง อาทิ การจัดงานประชุมและหรือ/การแสดงสินค้าผ่านระบบออนไลน์ หรือ การออกมาตรฐานต่างๆ ที่มาช่วยผู้ประกอบการไมซ์ อาทิ MICE Hygiene Guidelines ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
24. การเป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้เป็นอย่างดี
25. การอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุมนานาชาติ การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทยอย่างเต็มที่ อาทิ บริการ E-MICE marketplace แพลตฟอร์มตลาดผู้ซื้อผู้ขายพบกันแบบอิเล็กทรอนิกส์ ภายใต้ชื่อ Thai MICE Connect
26. การให้ความชัดเจนในนโยบายและทิศทางการดำเนินงานของสสปน. เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง
27. การให้บริการผ่านระบบงานของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากล (International level) ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ อาทิ การติดตามด้วยระบบ RFS : Request For Support
28. การปฏิบัติงานที่มีความคล่องตัว (Flexibility) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐ และภาคเอกชน
29. การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency) เกิดผลงานเป็นรูปธรรม เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน
30. การเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของ สสปน. (Public Hearing)
31. การนำความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ มาปรับปรุงการทำงานของ สสปน. (Reflection) อย่างต่อเนื่อง
32. การสร้างปฏิสัมพันธ์และความเชื่อใจ (Interaction and Trust Building) อย่างต่อเนื่องให้กับผู้ประกอบการ โดยเฉพาะในสถานการณ์ฉุกเฉินในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
33. การปฏิบัติงานที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเชื่อมั่น (Confidence Building) ในกระบวนการและมาตรการรับมือของสสปน. ต่อสถานการณ์การระบาดโควิด-19
34. บุคลากรของ สสปน. สามารถให้คำแนะนำหรือรายละเอียดของระเบียบขั้นตอนและกระบวนการทำงานภายในผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ในการประชุม (Advisory Service) ได้เป็นอย่างดี
35. บุคลากรของ สสปน. เข้าใจวิธีการจัดงานอีเว้นท์ (Event Expert) ในรูปแบบ New Normal ของอุตสาหกรรมไมซ์ เป็นอย่างดี
36. บุคลากรของ สสปน. มีความเป็นมืออาชีพ (Professionalism) ในการบริการและประสานงาน ให้กับลูกค้า/ผู้รับบริการ ทั้งผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ (Online data access) ได้อย่างรวดเร็ว
37. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ ได้อย่างทันท่วงที
38. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาหรือจัดการกับความขัดแย้ง ในสถานการณ์ที่ซับซ้อน หรือในสถานการณ์ที่มีความคลุมเครือได้อย่างมีประสิทธิภาพ และอย่างรวดเร็ว (Conflict Management)
39. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่ทำงานโดยใช้หลักความคิดแบบมีวิจารณญาณ แบบมีเหตุผล มีตรรกะที่ชัดเจนเสมอ (Critical Thinking)
40. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่พร้อมต่อการผลักดันให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆและมีความคิดสร้างสรรค์เสมอ (Innovative and Creative)
41. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถและทักษะที่ดีเยี่ยมในการสื่อสาร (Effective Communication Skill) กับทีมงาน และ ผู้เกี่ยวข้อง
42. บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส (Good Governance)
43. บุคลากรของ สสปน. มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร (Ready for Change and for New Development) ให้ทันยุคสมัย
44. บุคลากรของสสปน. มีการปรับตัวและพร้อมรับมือกับสถานการณ์การระบาดโควิด-19
45. บุคลากรของ สสปน. มีการรักษาปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและผู้ประกอบการไมซ์ภายใต้สถานการณ์ที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการทำงาน อาทิ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.
REF. Q4-Q5

การวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา
สำหรับฝ่าย MICE CAP: ฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์

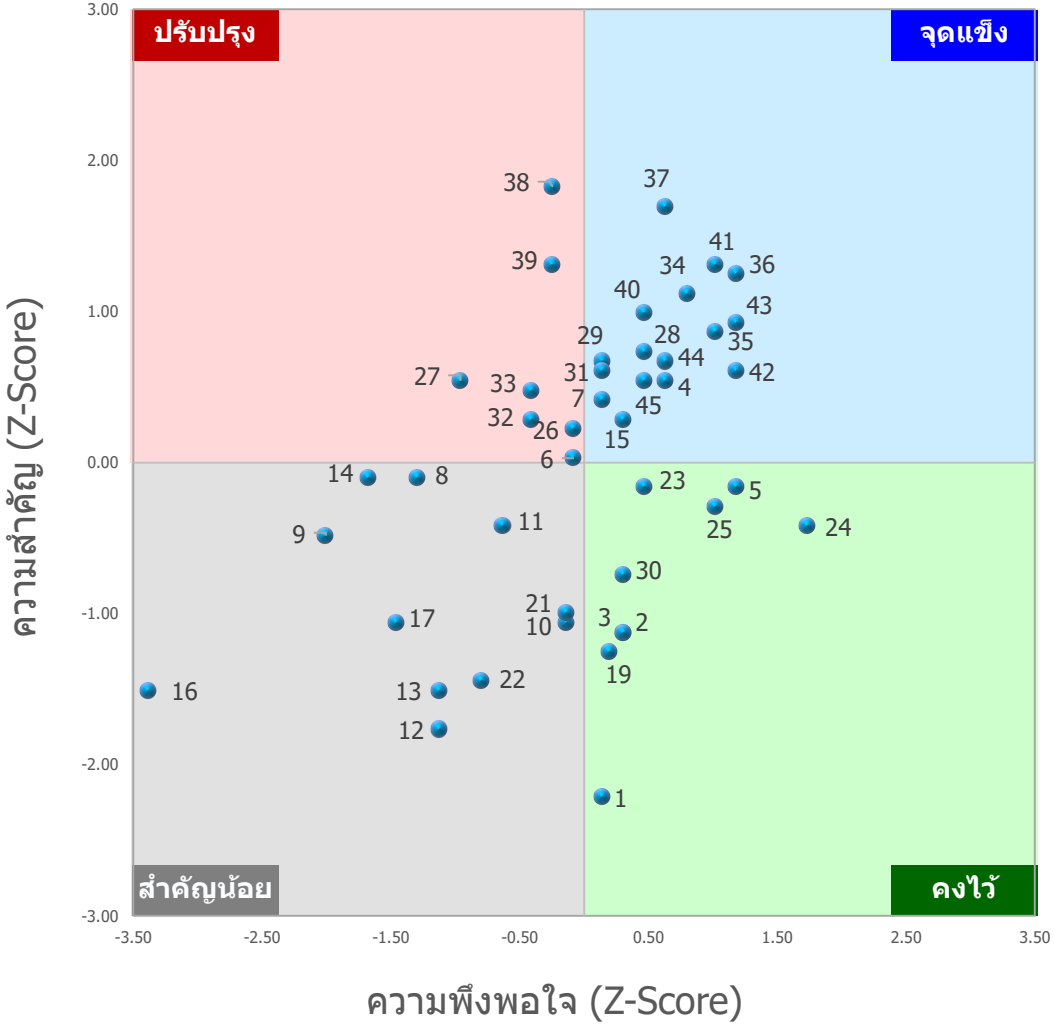


1. การรักษาและการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์ ให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน ด้วยการสนับสนุนในรูปแบบของการสนับสนุนทางการเงินและการสนับสนุนอื่นๆที่ไม่ใช่การเงิน (Non-cash incentives)
2. การกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านธุรกิจไมซ์ อย่างมีประสิทธิภาพ
3. การกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์ทั่วทุกภูมิภาค
4. การผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ระดับนานาชาติ หรือ Global MICE Destination ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
5. การผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำด้านการประชุม และงานแสดงสินค้านานาชาติในภูมิภาคเอเชีย ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
6. การขับเคลื่อนกิจกรรมไมซ์ให้ตรงตามความต้องการของตลาด ตามศักยภาพ และนโยบายของประเทศ
7. การผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้เป็นศูนย์กลางของอาเซียนอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
8. การสนับสนุนผู้จัดงานและผู้ประกอบการไมซ์ด้วยการให้บริการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
9. การกำหนดมาตรการเยียวยาในสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ช่วยให้ผู้ประกอบการไมซ์พัฒนาธุรกิจของตนให้ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง และมีประสิทธิภาพ
10. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่มีการปรับเกณฑ์ และ ปรับมาตรการที่ยืดหยุ่นมากขึ้น (Flexible) เอื้อให้ภาคธุรกิจไมซ์ปรับตัวและฟื้นตัวได้เร็วขึ้น
11. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่ช่วยให้ธุรกิจไมซ์ในภาพรวมมีการปรับเปลี่ยนอย่างมีศักยภาพ เป็นไปตามการปรับเปลี่ยนของโลก ทำให้ธุรกิจไมซ์ในประเทศไทยฟื้นตัวเร็วขึ้นอย่างมีกลยุทธ์ที่เหมาะสม (Resilient)
12. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่ตรงกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาสำหรับตลาดในประเทศ อาทิ โครงการ 'ประชุมเมืองไทย ปลอดภัยกว่า' 'สนับสนุนการจัดงานประชุมวิชาการภายในประเทศ (Domestic Convention)" "Domestic Exhibition (DEX) และ Empower Thailand Exhibitions (EMTEX)" และสำหรับตลาดต่างประเทศ อาทิ โครงการ "Ease up" "Convene Plus" "Re-Energizing" "Thailand Power up"
13. การจัดทำและเผยแพร่กิจกรรมไมซ์บนเว็บไซต์ Business Events Thailand และแอพพลิเคชั่น Biz Connect อาทิ โครงการ "ประชุมเมืองไทย ปลอดภัยกว่า" "สนับสนุนการจัดงานประชุมวิชาการภายในประเทศ (Domestic Convention)" "Domestic Exhibition (DEX) และ Empower Thailand Exhibitions (EMTEX)" และสำหรับตลาดต่างประเทศ อาทิ โครงการ "Ease up" "Convene Plus" "Re-Energizing" "Thailand Power up" เพื่อช่วยให้ภาคธุรกิจไมซ์สามารถเข้าถึงรายละเอียดกิจกรรม ได้อย่าง อย่างสะดวก รวดเร็ว ทุกที่ ทุกเวลา
14. การประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เกี่ยวกับข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ และสถานการณ์ประเทศ ด้วยการนำเสนอที่ทันสมัยและทันเหตุการณ์ตลอดเวลาผ่าน "Thailand MICE Situation Update" ในช่องทางต่าง ๆ อาทิ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์สื่อโทรทัศน์ได้อย่างครอบคลุม
15. การสร้างกิจกรรมไมซ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมไมซ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
16. การเพิ่มทักษะความรู้ให้กับผู้ประกอบการผ่านรูปแบบการอบรมแบบ e-learning ได้อย่างรวดเร็ว และ ครอบคลุม
17. การให้ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจอย่างสม่ำเสมอ เป็นประจำทุกเดือน อาทิ การอัปเดตความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมไมซ์ผ่าน แพลทฟอร์มข่าวสารทั้ง MICE Outlook และ MICE Intelligence Center
19. การให้ความรู้ในเรื่องการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์อย่างยั่งยืน (MICE Sustainability) แก่ผู้ประกอบการ ผู้จัดงานไมซ์ ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ที่สนใจ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ได้อย่างถูก ครบถ้วน และ เข้าใจง่าย
21. การสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ ให้เทียบเท่าระดับสากลมาตรฐาน (ระดับสากล คือ เครื่องมือที่นานาชาติใช้ยืนยันคุณภาพ ความปลอดภัย และประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ บริการและระบบนั้นๆ)
22. การเสริมสร้างและพัฒนาบุคลากรในด้านวิชาชีพต่างๆ (Upskill, Reskill and New Skill) ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อพร้อมรับมือกับสถานการณ์ทุกรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน
23. การสร้างผลิตภัณฑ์หรือเครื่องมือในการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการไมซ์ในการดำเนินธุรกิจในอีกช่องทางหนึ่ง อาทิ การจัดงานประชุมและหรือ/การแสดงสินค้าผ่านระบบออนไลน์ หรือ การออกมาตรฐานต่างๆ ที่มาช่วยผู้ประกอบการไมซ์ อาทิ MICE Hygiene Guidelines ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
24. การเป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้เป็นอย่างดี
25. การอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุมนานาชาติ การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทยอย่างเต็มที่ อาทิ บริการ E-MICE marketplace แพลตฟอร์มตลาดผู้ซื้อผู้ขายพบกันแบบอิเล็กทรอนิกส์ ภายใต้ชื่อ Thai MICE Connect
26. การให้ความชัดเจนในนโยบายและทิศทางการดำเนินงานของสสปน. เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง
27. การให้บริการผ่านระบบงานของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากล (International level) ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ อาทิ การติดตามด้วยระบบ RFS : Request For Support
28. การปฏิบัติงานที่มีความคล่องตัว (Flexibility) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐ และภาคเอกชน
29. การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency) เกิดผลงานเป็นรูปธรรม เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน
30. การเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของ สสปน. (Public Hearing)
31. การนำความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ มาปรับปรุงการทำงานของ สสปน. (Reflection) อย่างต่อเนื่อง
32. การสร้างปฏิสัมพันธ์และความเชื่อใจ (Interaction and Trust Building) อย่างต่อเนื่องให้กับผู้ประกอบการ โดยเฉพาะในสถานการณ์ฉุกเฉินในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
33. การปฏิบัติงานที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเชื่อมั่น (Confidence Building) ในกระบวนการและมาตรการรับมือของสสปน. ต่อสถานการณ์การระบาดโควิด-19
34. บุคลากรของ สสปน. สามารถให้คำแนะนำหรือรายละเอียดของระเบียบขั้นตอนและกระบวนการทำงานภายในผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ในการประชุม (Advisory Service) ได้เป็นอย่างดี
35. บุคลากรของ สสปน. เข้าใจวิธีการจัดงานอีเว้นท์ (Event Expert) ในรูปแบบ New Normal ของอุตสาหกรรมไมซ์ เป็นอย่างดี
36. บุคลากรของ สสปน. มีความเป็นมืออาชีพ (Professionalism) ในการบริการและประสานงาน ให้กับลูกค้า/ผู้รับบริการ ทั้งผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ (Online data access) ได้อย่างรวดเร็ว
37. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ ได้อย่างทันท่วงที
38. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาหรือจัดการกับความขัดแย้ง ในสถานการณ์ที่ซับซ้อน หรือในสถานการณ์ที่มีความคลุมเครือได้อย่างมีประสิทธิภาพ และอย่างรวดเร็ว (Conflict Management)
39. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่ทำงานโดยใช้หลักความคิดแบบมีวิจารณญาณ แบบมีเหตุผล มีตรรกะที่ชัดเจนเสมอ (Critical Thinking)
40. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่พร้อมต่อการผลักดันให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆและมีความคิดสร้างสรรค์เสมอ (Innovative and Creative)
41. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถและทักษะที่ดีเยี่ยมในการสื่อสาร (Effective Communication Skill) กับทีมงาน และ ผู้เกี่ยวข้อง
42. บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส (Good Governance)
43. บุคลากรของ สสปน. มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร (Ready for Change and for New Development) ให้ทันยุคสมัย
44. บุคลากรของสสปน. มีการปรับตัวและพร้อมรับมือกับสถานการณ์การระบาดโควิด-19
45. บุคลากรของ สสปน. มีการรักษาปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและผู้ประกอบการไมซ์ภายใต้สถานการณ์ที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการทำงาน อาทิ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 40 = 100%

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

การวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา
สำหรับฝ่าย GCA: ฝ่ายบริหารรัฐกิจวิสาหกิจ



ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 31 = 100%

1. การรักษาและการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์ ให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน ด้วยการสนับสนุนในรูปแบบของการสนับสนุนทางการเงินและการสนับสนุนอื่นๆที่ไม่ใช่การเงิน (Non-cash incentives)
2. การกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านธุรกิจไมซ์ อย่างมีประสิทธิภาพ
3. การกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์ทั่วทุกภูมิภาค
4. การผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ระดับนานาชาติ หรือ Global MICE Destination ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
5. การผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำด้านการประชุม และงานแสดงสินค้านานาชาติในภูมิภาคเอเชีย ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
6. การขับเคลื่อนกิจกรรมไมซ์ให้ตรงตามความต้องการของตลาด ตามศักยภาพ และนโยบายของประเทศ
7. การผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้เป็นศูนย์กลางของอาเซียนอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
8. การสนับสนุนผู้จัดงานและผู้ประกอบการไมซ์ด้วยการให้บริการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
9. การกำหนดมาตรการเยียวยาในสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ช่วยให้ผู้ประกอบการไมซ์พัฒนาธุรกิจของตนให้ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง และมีประสิทธิภาพ
10. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่มีการปรับเกณฑ์ และ ปรับมาตรการที่ยืดหยุ่นมากขึ้น (Flexible) เอื้อให้ภาคธุรกิจไมซ์ปรับตัวและฟื้นตัวได้เร็วขึ้น
11. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่ช่วยให้ธุรกิจไมซ์ในภาพรวมมีการปรับเปลี่ยนอย่างมีศักยภาพ เป็นไปตามการปรับเปลี่ยนของโลก ทำให้ธุรกิจไมซ์ในประเทศไทยฟื้นตัวเร็วขึ้นอย่างมีกลยุทธ์ที่เหมาะสม (Resilient)
12. การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่ตรงกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาสำหรับตลาดในประเทศ อาทิ โครงการ 'ประชุมเมืองไทย ปลอดภัยกว่า' 'สนับสนุนการจัดงานประชุมวิชาการภายในประเทศ (Domestic Convention)" "Domestic Exhibition (DEX) และ Empower Thailand Exhibitions (EMTEX)" และสำหรับตลาดต่างประเทศ อาทิ โครงการ "Ease up" "Convene Plus" "Re-Energizing" "Thailand Power up"
13. การจัดทำและเผยแพร่กิจกรรมไมซ์บนเว็บไซต์ Business Events Thailand และแอพพลิเคชั่น Biz Connect อาทิ โครงการ "ประชุมเมืองไทย ปลอดภัยกว่า" "สนับสนุนการจัดงานประชุมวิชาการภายในประเทศ (Domestic Convention)" "Domestic Exhibition (DEX) และ Empower Thailand Exhibitions (EMTEX)" และสำหรับตลาดต่างประเทศ อาทิ โครงการ "Ease up" "Convene Plus" "Re-Energizing" "Thailand Power up" เพื่อช่วยให้ภาคธุรกิจไมซ์สามารถเข้าถึงรายละเอียดกิจกรรม ได้อย่าง อย่างสะดวก รวดเร็ว ทุกที่ ทุกเวลา
14. การประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เกี่ยวกับข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ และสถานการณ์ประเทศ ด้วยการนำเสนอที่ทันสมัยและทันเหตุการณ์ตลอดเวลาผ่าน "Thailand MICE Situation Update" ในช่องทางต่าง ๆ อาทิ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์สื่อโทรทัศน์ได้อย่างครอบคลุม
15. การสร้างกิจกรรมไมซ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมไมซ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน
16. การเพิ่มทักษะความรู้ให้กับผู้ประกอบการผ่านรูปแบบการอบรมแบบ e-learning ได้อย่างรวดเร็ว และ ครอบคลุม
17. การให้ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจอย่างสม่ำเสมอ เป็นประจำทุกเดือน อาทิ การอัปเดตความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมไมซ์ผ่าน แพลทฟอร์มข่าวสารทั้ง MICE Outlook และ MICE Intelligence Center
19. การให้ความรู้ในเรื่องการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์อย่างยั่งยืน (MICE Sustainability) แก่ผู้ประกอบการ ผู้จัดงานไมซ์ ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ที่สนใจ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ได้อย่างถูก ครบถ้วน และ เข้าใจง่าย
21. การสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ ให้เทียบเท่าระดับสากลมาตรฐาน (ระดับสากล คือ เครื่องมือที่นานาชาติใช้ยืนยันคุณภาพ ความปลอดภัย และประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ บริการและระบบนั้นๆ)
22. การเสริมสร้างและพัฒนาบุคลากรในด้านวิชาชีพต่างๆ (Upskill, Reskill and New Skill) ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อพร้อมรับมือกับสถานการณ์ทุกรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน
23. การสร้างผลิตภัณฑ์หรือเครื่องมือในการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการไมซ์ในการดำเนินธุรกิจในอีกช่องทางหนึ่ง อาทิ การจัดงานประชุมและหรือ/การแสดงสินค้าผ่านระบบออนไลน์ หรือ การออกมาตรฐานต่างๆ ที่มาช่วยผู้ประกอบการไมซ์ อาทิ MICE Hygiene Guidelines ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
24. การเป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้เป็นอย่างดี
25. การอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุมนานาชาติ การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทยอย่างเต็มที่ อาทิ บริการ E-MICE marketplace แพลตฟอร์มตลาดผู้ซื้อผู้ขายพบกันแบบอิเล็กทรอนิกส์ ภายใต้ชื่อ Thai MICE Connect
26. การให้ความชัดเจนในนโยบายและทิศทางการดำเนินงานของสสปน. เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง
27. การให้บริการผ่านระบบงานของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากล (International level) ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ อาทิ การติดตามด้วยระบบ RFS : Request For Support
28. การปฏิบัติงานที่มีความคล่องตัว (Flexibility) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐ และภาคเอกชน
29. การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency) เกิดผลงานเป็นรูปธรรม เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน
30. การเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของ สสปน. (Public Hearing)
31. การนำความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ มาปรับปรุงการทำงานของ สสปน. (Reflection) อย่างต่อเนื่อง
32. การสร้างปฏิสัมพันธ์และความเชื่อใจ (Interaction and Trust Building) อย่างต่อเนื่องให้กับผู้ประกอบการ โดยเฉพาะในสถานการณ์ฉุกเฉินในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19
33. การปฏิบัติงานที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเชื่อมั่น (Confidence Building) ในกระบวนการและมาตรการรับมือของสสปน. ต่อสถานการณ์การระบาดโควิด-19
34. บุคลากรของ สสปน. สามารถให้คำแนะนำหรือรายละเอียดของระเบียบขั้นตอนและกระบวนการทำงานภายในผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ในการประชุม (Advisory Service) ได้เป็นอย่างดี
35. บุคลากรของ สสปน. เข้าใจวิธีการจัดงานอีเว้นท์ (Event Expert) ในรูปแบบ New Normal ของอุตสาหกรรมไมซ์ เป็นอย่างดี
36. บุคลากรของ สสปน. มีความเป็นมืออาชีพ (Professionalism) ในการบริการและประสานงาน ให้กับลูกค้า/ผู้รับบริการ ทั้งผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ (Online data access) ได้อย่างรวดเร็ว
37. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ ได้อย่างทันท่วงที
38. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาหรือจัดการกับความขัดแย้ง ในสถานการณ์ที่ซับซ้อน หรือในสถานการณ์ที่มีความคลุมเครือได้อย่างมีประสิทธิภาพ และอย่างรวดเร็ว (Conflict Management)
39. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่ทำงานโดยใช้หลักความคิดแบบมีวิจารณญาณ แบบมีเหตุผล มีตรรกะที่ชัดเจนเสมอ (Critical Thinking)
40. บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่พร้อมต่อการผลักดันให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆและมีความคิดสร้างสรรค์เสมอ (Innovative and Creative)
41. บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถและทักษะที่ดีเยี่ยมในการสื่อสาร (Effective Communication Skill) กับทีมงาน และ ผู้เกี่ยวข้อง
42. บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส (Good Governance)
43. บุคลากรของ สสปน. มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร (Ready for Change and for New Development) ให้ทันยุคสมัย
44. บุคลากรของสสปน. มีการปรับตัวและพร้อมรับมือกับสถานการณ์การระบาดโควิด-19
45. บุคลากรของ สสปน. มีการรักษาปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและผู้ประกอบการไมซ์ภายใต้สถานการณ์ที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการทำงาน อาทิ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19

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

สิ่งที่ต้องปรับปรุง
แยกตามฝ่ายของ สสปน.

	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย										
		MI	C	E	RO	NRO	SRO	NERO	CRO	MEGA	MICE CAP	GCA
ฐาน: ทั้งหมด	*308*	*39*	*22***	*22***	*123*	*34*	*32*	*30*	*27***	*31*	*40*	*31*
การพัฒนาธุรกิจไมซ์												
• การรักษาและการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์ ให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน ด้วยการสนับสนุนในรูปแบบของการสนับสนุนทางการเงินและการสนับสนุนอื่นๆที่ไม่ใช่การเงิน (Non-cash incentives)												
• การกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านธุรกิจไมซ์ อย่างมีประสิทธิภาพ												
• การกระจายรายได้สู่ชุมชนผ่านธุรกิจไมซ์ทั่วทุกภูมิภาค												
• การผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ระดับนานาชาติ หรือ Global MICE Destination ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน						■		■				
• การผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำด้านการประชุม และงานแสดงสินค้านานาชาติในภูมิภาคเอเชีย ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน												
• การขับเคลื่อนกิจกรรมไมซ์ให้ตรงตามความต้องการของตลาด ตามศักยภาพ และนโยบายของประเทศ			■		■	■	■		■	■		■
• การผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้เป็นศูนย์กลางของอาเซียนอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน	■		■		■	■	■	■	■			
• การสนับสนุนผู้จัดงานและผู้ประกอบการไมซ์ด้วยการให้บริการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19												
• การกำหนดมาตรการเยียวยาในสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ช่วยให้ผู้ประกอบการไมซ์พัฒนาธุรกิจของตนให้ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง และมีประสิทธิภาพ												

(ต่อ)

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

สิ่งที่ต้องปรับปรุง *(ต่อ)*

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย										
		MI	C	E	RO	NRO	SRO	NERO	CRO	MEGA	MICE CAP	GCA
ฐาน: ทั้งหมด	*308*	*39*	*22***	*22***	*123*	*34*	*32*	*30*	*27***	*31*	*40*	*31*
การสนับสนุนด้านการตลาด												
• การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่มีการปรับเกณฑ์ และ ปรับมาตรการที่ยืดหยุ่นมากขึ้น (Flexible) เอื้อให้ภาคธุรกิจไมซ์ปรับตัวและฟื้นตัวได้เร็วขึ้น												
• การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่ช่วยให้ธุรกิจไมซ์ในภาพรวมมีการปรับเปลี่ยนอย่างมีศักยภาพ เป็นไปตามการปรับเปลี่ยนของโลก ทำให้ธุรกิจไมซ์ในประเทศไทยฟื้นตัวเร็วขึ้นอย่างมีกลยุทธ์ที่เหมาะสม (Resilient)												
• การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่ตรงกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาสำหรับตลาดในประเทศ อาทิ โครงการ 'ประชุมเมืองไทย ปลอดภัยกว่า' 'สนับสนุนการจัดงานประชุมวิชาการภายในประเทศ (Domestic Convention)" "Domestic Exhibition (DEX) และ Empower Thailand Exhibitions (EMTEX)" และสำหรับตลาดต่างประเทศ อาทิ โครงการ "Ease up" "Convene Plus" "Re-Energizing" "Thailand Power up"												
• การจัดทำและเผยแพร่กิจกรรมไมซ์บนเว็บไซต์ Business Events Thailand และแอพพลิเคชั่น Biz Connect อาทิ โครงการ "ประชุมเมืองไทย ปลอดภัยกว่า" "สนับสนุนการจัดงานประชุมวิชาการภายในประเทศ (Domestic Convention)" "Domestic Exhibition (DEX) และ Empower Thailand Exhibitions (EMTEX)" และสำหรับตลาดต่างประเทศ อาทิ โครงการ "Ease up" "Convene Plus" "Re-Energizing" "Thailand Power up" เพื่อช่วยให้ภาคธุรกิจไมซ์สามารถเข้าถึงรายละเอียดกิจกรรม ได้อย่าง อย่างสะดวก รวดเร็ว ทุกที่ ทุกเวลา												
• การประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เกี่ยวกับข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ และสถานการณ์ประเทศด้วยการนำเสนอที่ทันสมัยและทันเหตุการณ์ตลอดเวลาผ่าน "Thailand MICE Situation Update" ในช่องทางต่าง ๆ อาทิ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์สื่อโทรทัศน์ได้อย่างครอบคลุม												
• การสร้างกิจกรรมไมซ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมไมซ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน												

(ต่อ)

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

สิ่งที่ต้องปรับปรุง *(ต่อ)*

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย										
		MI	C	E	RO	NRO	SRO	NERO	CRO	MEGA	MICE CAP	GCA
ฐาน: ทั้งหมด	*308*	*39*	*22***	*22***	*123*	*34*	*32*	*30*	*27***	*31*	*40*	*31*
การพัฒนาขีดความสามารถ/ เสริมสร้างรากฐาน												
• การเพิ่มทักษะความรู้ให้กับผู้ประกอบการผ่านรูปแบบการอบรมแบบ e-learning ได้อย่างรวดเร็ว และ ครอบคลุม												
• การให้ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจอย่างสม่ำเสมอ เป็นประจำทุกเดือน อาทิ การอัปเดตความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมไมซ์ผ่าน แพลทฟอร์มข่าวสารทั้ง MICE Outlook และ MICE Intelligence Center												
• การให้ความรู้ในเรื่องการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์อย่างยั่งยืน (MICE Sustainability) แก่ผู้ประกอบการ ผู้จัดงานไมซ์ ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ที่สนใจ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ได้อย่างถูก ครบถ้วน และ เข้าใจง่าย												
• การสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ ให้เทียบเท่าระดับสากล มาตรฐาน (ระดับสากล คือ เครื่องมือที่นานาชาติใช้ยืนยันคุณภาพ ความปลอดภัย และประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ บริการและระบบนั้นๆ)												
• การเสริมสร้างและพัฒนาบุคลากรในด้านวิชาชีพต่างๆ (Upskill, Reskill and New Skill) ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อพร้อมรับมือกับสถานการณ์ทุกรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน												
• การสร้างผลิตภัณฑ์หรือเครื่องมือในการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการไมซ์ในการดำเนินธุรกิจในอีกช่องทางหนึ่ง อาทิ การจัดงานประชุมและหรือ/การแสดงสินค้าผ่านระบบออนไลน์ หรือ การออกมาตรฐานต่างๆ ที่มาช่วยผู้ประกอบการไมซ์ อาทิ MICE Hygiene Guidelines ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19												

(ต่อ)

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

สิ่งที่ต้องปรับปรุง *(ต่อ)*

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย										
		MI	C	E	RO	NRO	SRO	NERO	CRO	MEGA	MICE CAP	GCA
ฐาน: ทั้งหมด	*308*	*39*	*22***	*22***	*123*	*34*	*32*	*30*	*27***	*31*	*40*	*31*
การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน												
• การเป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้เป็นอย่างดี												
• 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	■	■			■	■		■			■	
• การเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของ สสปน. (Public Hearing)												
• การนำความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ มาปรับปรุงการทำงานของ สสปน. (Reflection) อย่างต่อเนื่อง	■	■	■	■	■	■	■	■		■	■	
• การสร้างปฏิสัมพันธ์และความเชื่อใจ (Interaction and Trust Building) อย่างต่อเนื่องให้กับผู้ประกอบการ โดยเฉพาะในสถานการณ์ฉุกเฉินในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19	■	■	■	■	■	■		■			■	■
• การปฏิบัติงานที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเชื่อมั่น (Confidence Building) ในกระบวนการและมาตรการรับมือของสสปน. ต่อสถานการณ์การระบาดโควิด-19	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

(ต่อ)

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

สิ่งที่ต้องปรับปรุง *(ต่อ)*

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย										
		MI	C	E	RO	NRO	SRO	NERO	CRO	MEGA	MICE CAP	GCA
ฐาน: ทั้งหมด	*308*	*39*	*22***	*22***	*123*	*34*	*32*	*30*	*27***	*31*	*40*	*31*
สมรรถนะของบุคลากร												
• บุคลากรของ สสปน. สามารถให้คำแนะนำหรือรายละเอียดของระเบียบขั้นตอนและกระบวนการทำงานภายในผ่านทางโทรศัพท์ 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 หรือในสถานการณ์ที่มีความคลุมเครือได้อย่างมีประสิทธิภาพและอย่างรวดเร็ว (Conflict Management)												
• บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่ทำงานโดยใช้หลักความคิดแบบมีวิจารญาณ 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												
• บุคลากรของสสปน. มีการปรับตัวและพร้อมรับมือกับสถานการณ์การระบาดโควิด-19												
• บุคลากรของ สสปน. มีการรักษาปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและผู้ประกอบการไมซ์ภายใต้สถานการณ์ที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการทำงาน อาทิ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19												

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

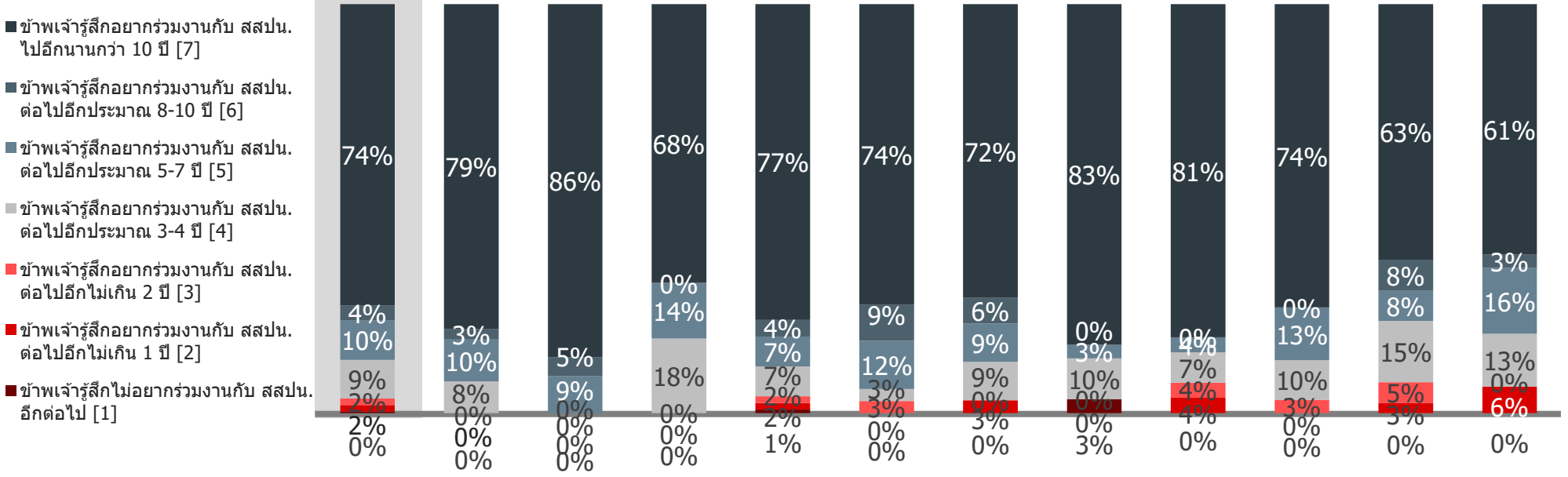
ส่วนที่ 5:

ข้อมูลสรุปความผูกพันกับองค์กร (Brand Engagement Model)

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

ความรู้สึกที่มีต่อการร่วมงานกับ สสปน. ในอนาคต

	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย										
		MI	C	E	RO	NRO	SRO	NERO	CRO	MEGA	MICE CAP	GCA
ฐาน: ทั้งหมด	*308*	*39*	*22***	*22***	*123*	*34*	*32*	*30*	*27***	*31*	*40*	*31*
ค่าเฉลี่ย	**6.32**	**6.54**	**6.77**	**6.18**	**6.40**	**6.47**	**6.31**	**6.43**	**6.37**	**6.32**	**6.00**	**5.94**
ร้อยละ 3 ระดับบน	**87.01**	**92.31**	**100.00**	**81.82**	**88.62**	**94.12**	**87.50**	**86.67**	**85.19**	**87.10**	**77.50**	**80.65**

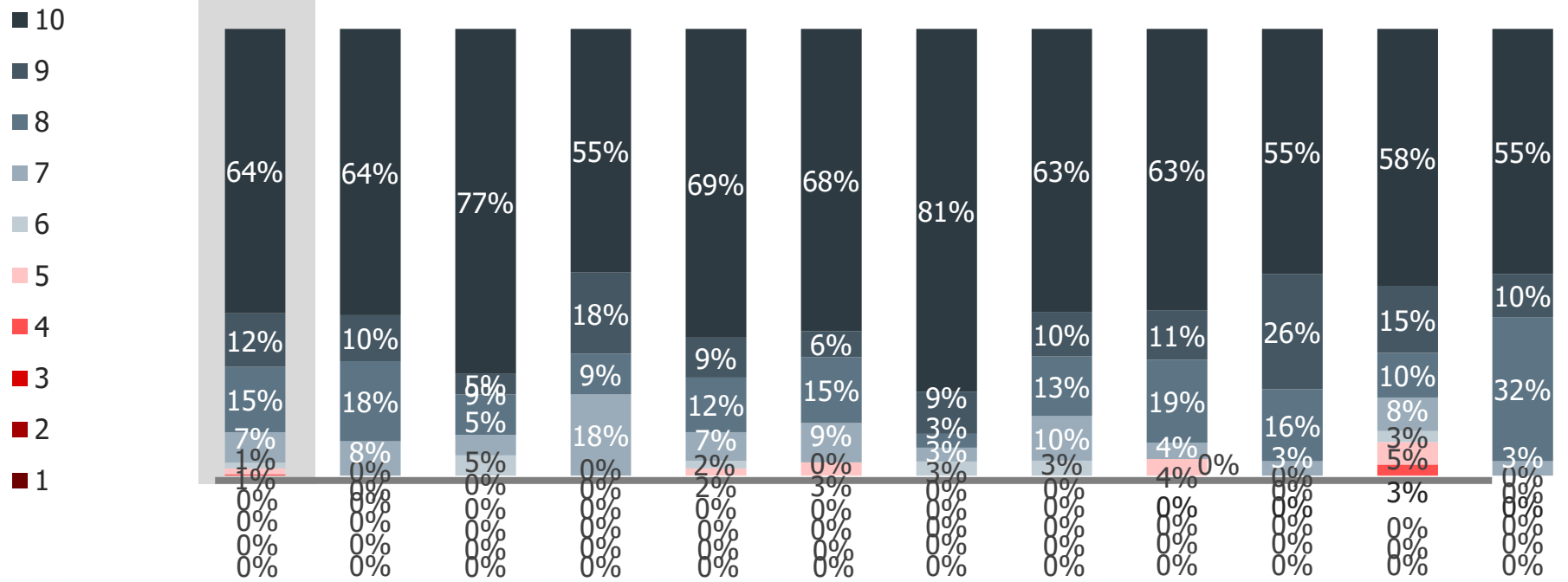


Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

แนวโน้มที่จะแนะนำเพื่อนหรือคนรู้จักที่ทำงานอยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกันให้มาใช้บริการ/ ติดต่องาน/ ร่วมงานกับ สสปน.

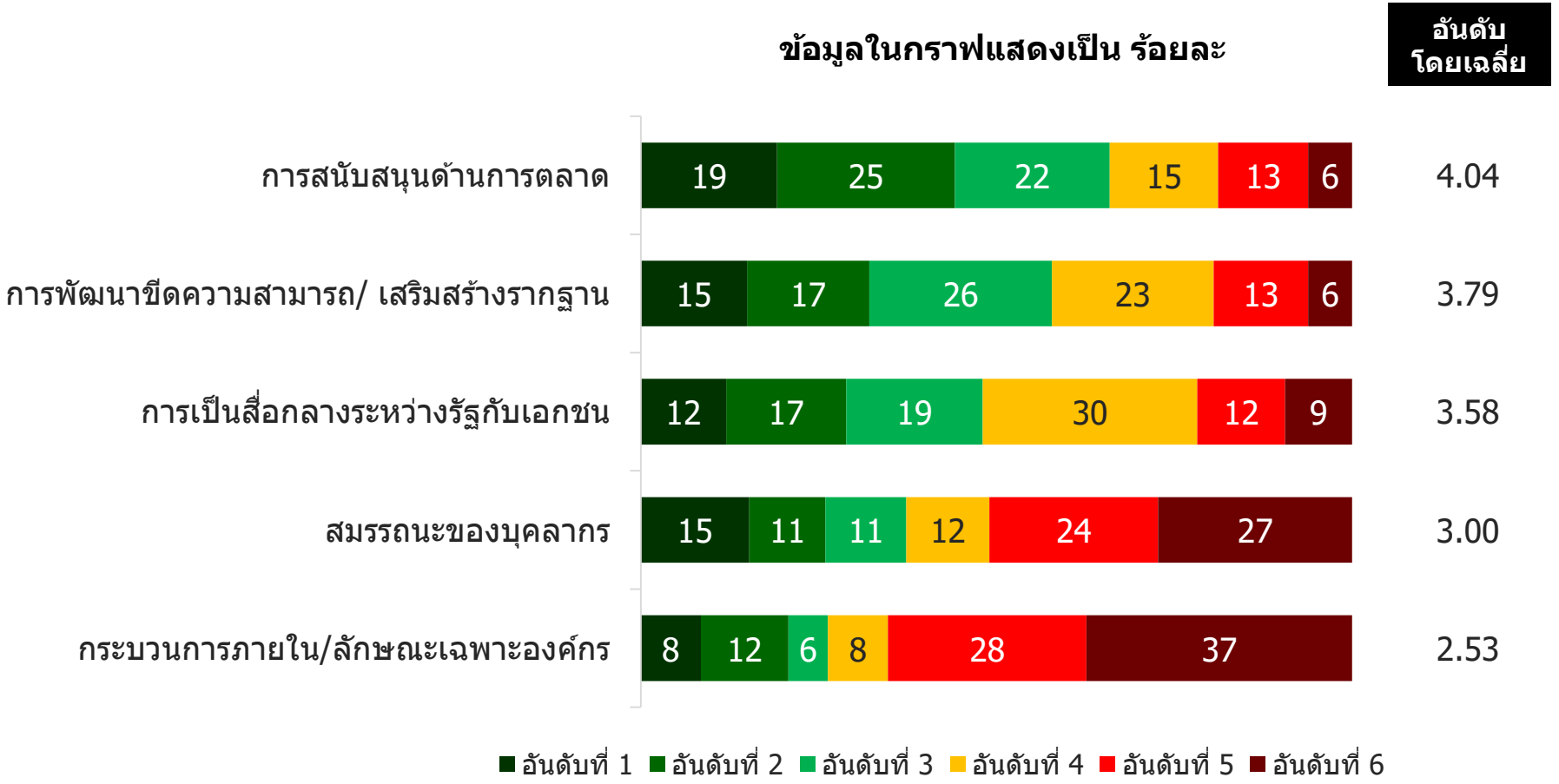
แยกตามฝ่ายของ สสปน.

	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย										
		MI	C	E	RO	NRO	SRO	NERO	CRO	MEGA	MICE CAP	GCA
ฐาน: ทั้งหมด	*308*	*39*	*22***	*22***	*123*	*34*	*32*	*30*	*27***	*31*	*40*	*31*
ค่าเฉลี่ย	9.25	9.31	9.45	9.09	9.33	9.24	9.63	9.20	9.22	9.32	8.93	9.16
ร้อยละ 3 ระดับบน	90.26	92.31	90.91	81.82	90.24	88.24	93.75	86.67	92.59	96.77	82.50	96.77



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

เหตุผลที่ทำให้อยากร่วมงานกับ สสปน. (โดยรวม)



Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.
ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 308 = 100%
REF. Q11

เหตุผลที่ทำให้อยากร่วมงานกับ สสปน. (โดยรวม)

แยกตามฝ่ายของ สสปน.

ข้อมูลในตาราง แสดงเป็น อันดับโดยค่าเฉลี่ย	ทั้งหมด	แผนก/ฝ่าย										
		MI	C	E	RO	NRO	SRO	NERO	CRO	MEGA	MICE CAP	GCA
ฐาน: ทั้งหมด	*308*	*39*	*22***	*22***	*123*	*34*	*32*	*30*	*27***	*31*	*40*	*31*
การสนับสนุนด้านการตลาด	4.04	4.49	3.91	4.91	4.18	4.03	4.41	4.07	4.22	3.23	3.88	3.45
การพัฒนาขีดความสามารถ/ เสริมสร้างรากฐาน	3.79	3.56	3.55	3.41	3.81	3.85	4.06	3.93	3.33	3.77	4.40	3.68
การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	3.58	3.54	3.82	3.68	3.57	3.59	3.53	3.50	3.67	3.26	3.25	4.16
สมรรถนะของบุคลากร	3.00	2.44	3.86	2.73	2.93	3.29	2.56	2.43	3.48	3.81	2.75	3.10
กระบวนการภายใน/ลักษณะเฉพาะองค์กร	2.53	1.87	2.68	2.14	2.46	2.47	1.94	2.70	2.81	3.45	2.78	2.55

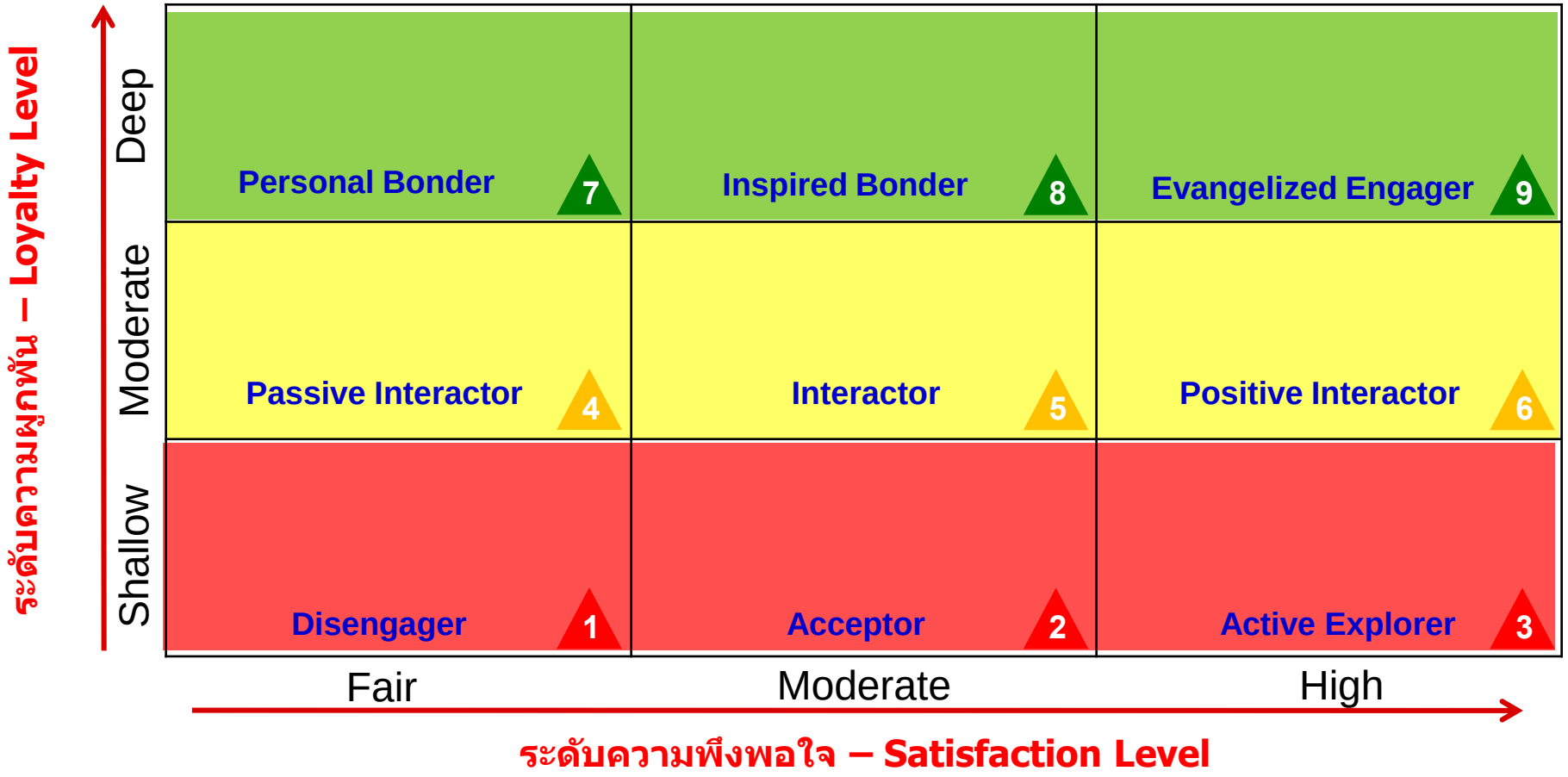
Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

ความผูกพันกับองค์กร
(Customer Engagement Model)

หน้าอธิบาย

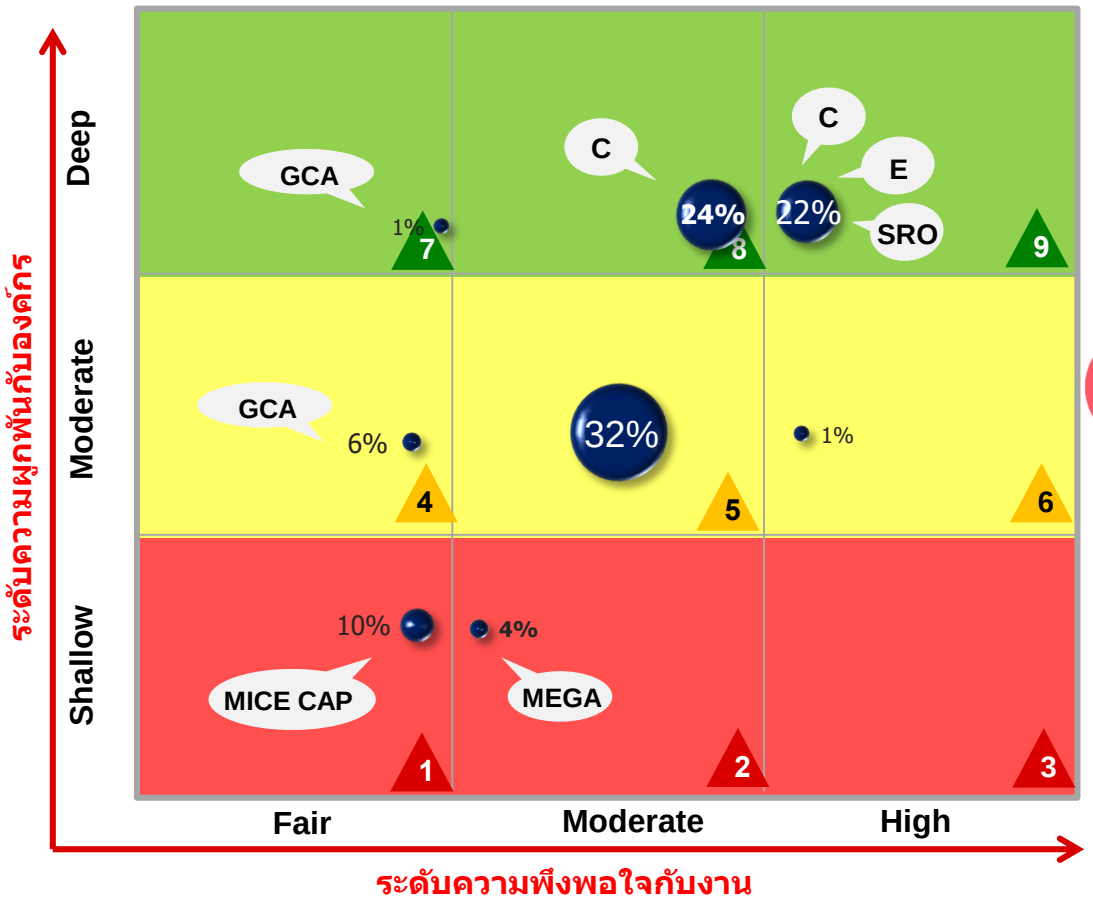
จากการใช้เครื่องมือการวิเคราะห์ความผูกพันของผู้เกี่ยวข้องต่อองค์กร (Customer Engagement Model) ที่บริษัท อินเทจ พัฒนาขึ้น จะสามารถแบ่งผู้เข้าร่วมการวิจัยออกเป็น 9 กลุ่มเพื่อการ

→ ชี้วัดระดับความผูกพัน
→ ชี้วัดว่าปัจจัยใดที่มีผลต่อความผูกพัน



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

ในปีนี้ ลูกค้าส่วนมากมีความผูกพันและความพึงพอต่อ สสปน. อยู่ในระดับที่ดี คล้ายคลึงกับปีที่ผ่านมา **เนื่องมาจากการแก้ปัญหาที่ตรงจุดจากการรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้รับบริการในสถานการณ์การระบาดโควิด-19 ส่งผลให้คะแนนความผูกพันของกลุ่ม 8 และ 9 อยู่ในสัดส่วนที่สูงเป็นที่น่าพึงพอใจ**



จุดแข็งขององค์กร ที่ต้องรักษาไว้

สมรรถนะของบุคลากร (โดยเฉพาะการให้คำปรึกษาคำแนะนำ ความช่วยเหลือด้านข้อมูล หรือ ช่วยประสานงานได้เป็นอย่างดี Good governance, efficiency and ready for change))

การส่งเสริม สนับสนุนและพัฒนาอุตสาหกรรมได้อย่างต่อเนื่องและครอบคลุม

การรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากทุกฝ่ายเพื่อนำไปปรับปรุงการให้บริการ

จุดอ่อนขององค์กร ที่ต้องปรับปรุง

การมีขั้นตอน ข้อปฏิบัติ และรายละเอียดที่เยอะและเข้มงวดเกินไปในการขอการสนับสนุน เบิกจ่าย

การมีกฎระเบียบและหลักเกณฑ์ที่ไม่สามารถเข้าใจได้เองอย่างชัดเจน มีผลมากต่อความล่าช้าในการจ่ายเงิน

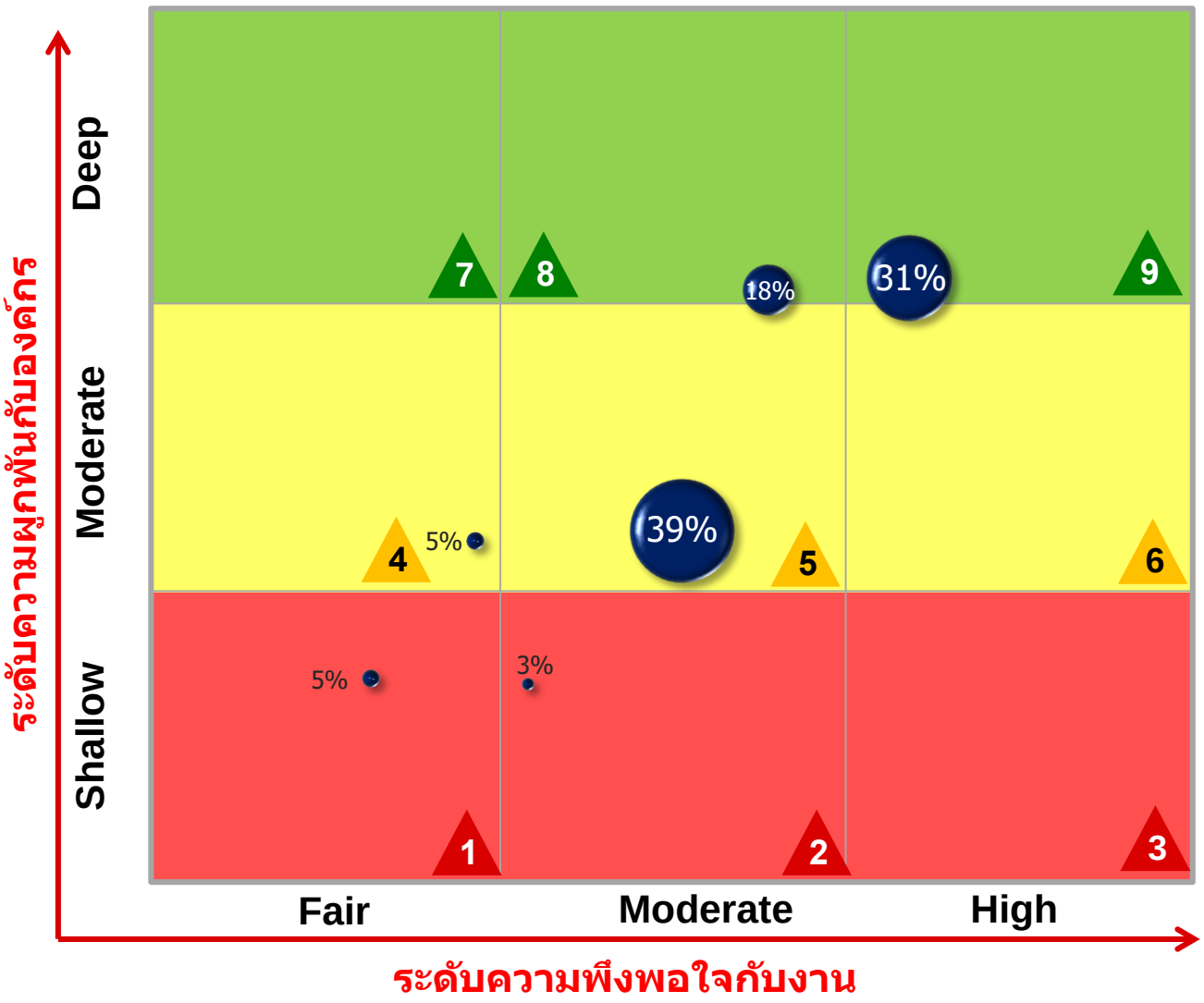
ควรให้ความสำคัญในการพัฒนาผู้ประกอบการในธุรกิจไมซ์ทั้งในทางทฤษฎีและปฏิบัติมากขึ้น เช่น ขั้นตอนในการทำงานร่วมงานกันระหว่างผู้ประกอบการกับ สสปน.

ขาดการประสานงานระหว่างแผนก ในการเข้าถึงผู้ประกอบการ ผู้รับบริการ ไม่รวมมาเป็น one team

Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.
ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 308 = 100%
REF. Q4-Q8

ความผูกพันของลูกค้ากับ สสปน. (Customer Engagement Model)

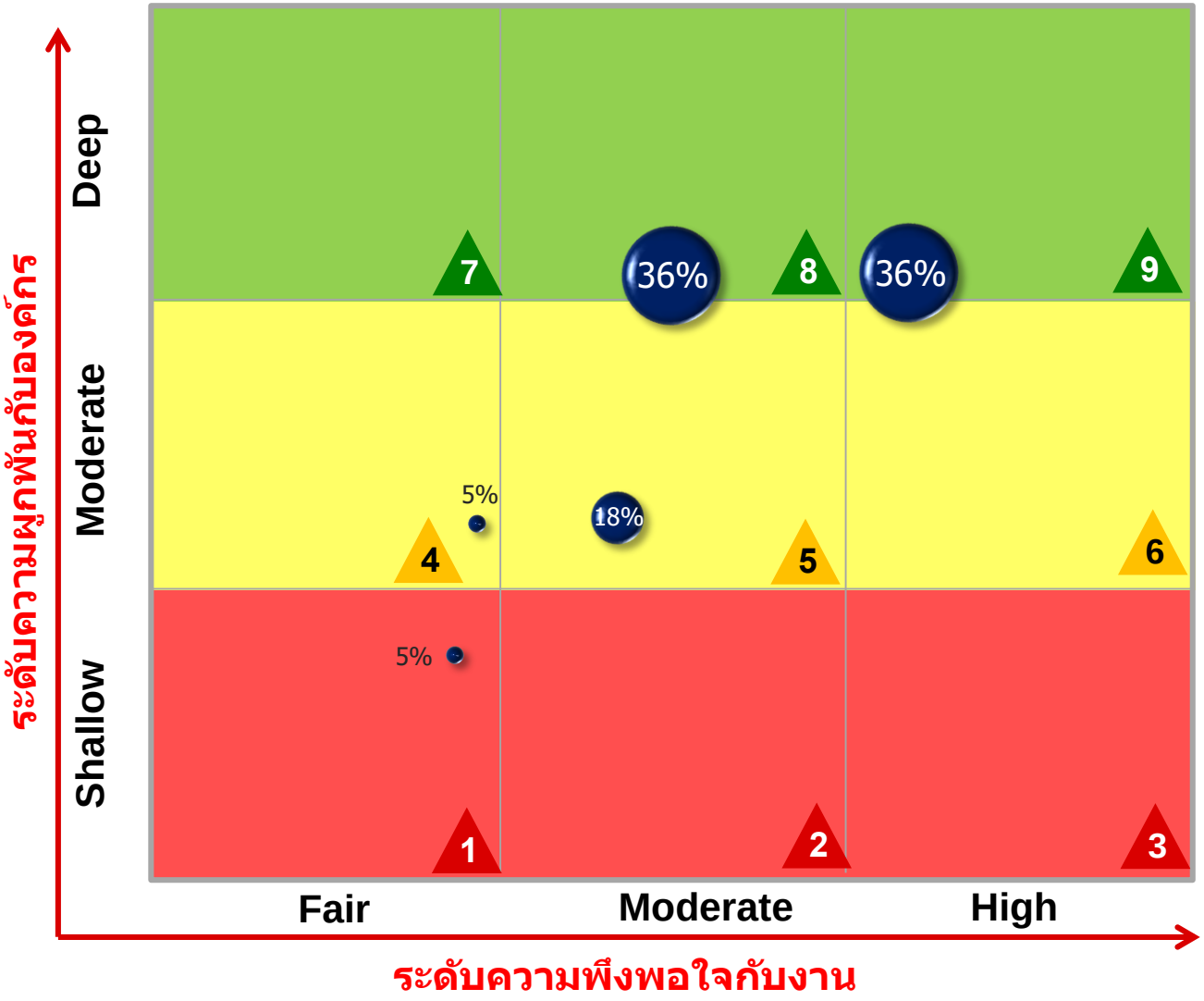
สำหรับฝ่าย MI: ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมและการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล



Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.
ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 41 = 100%
REF. Q4-Q5,Q9-Q11

ความผูกพันของลูกค้ากับ สสปน. (Customer Engagement Model)

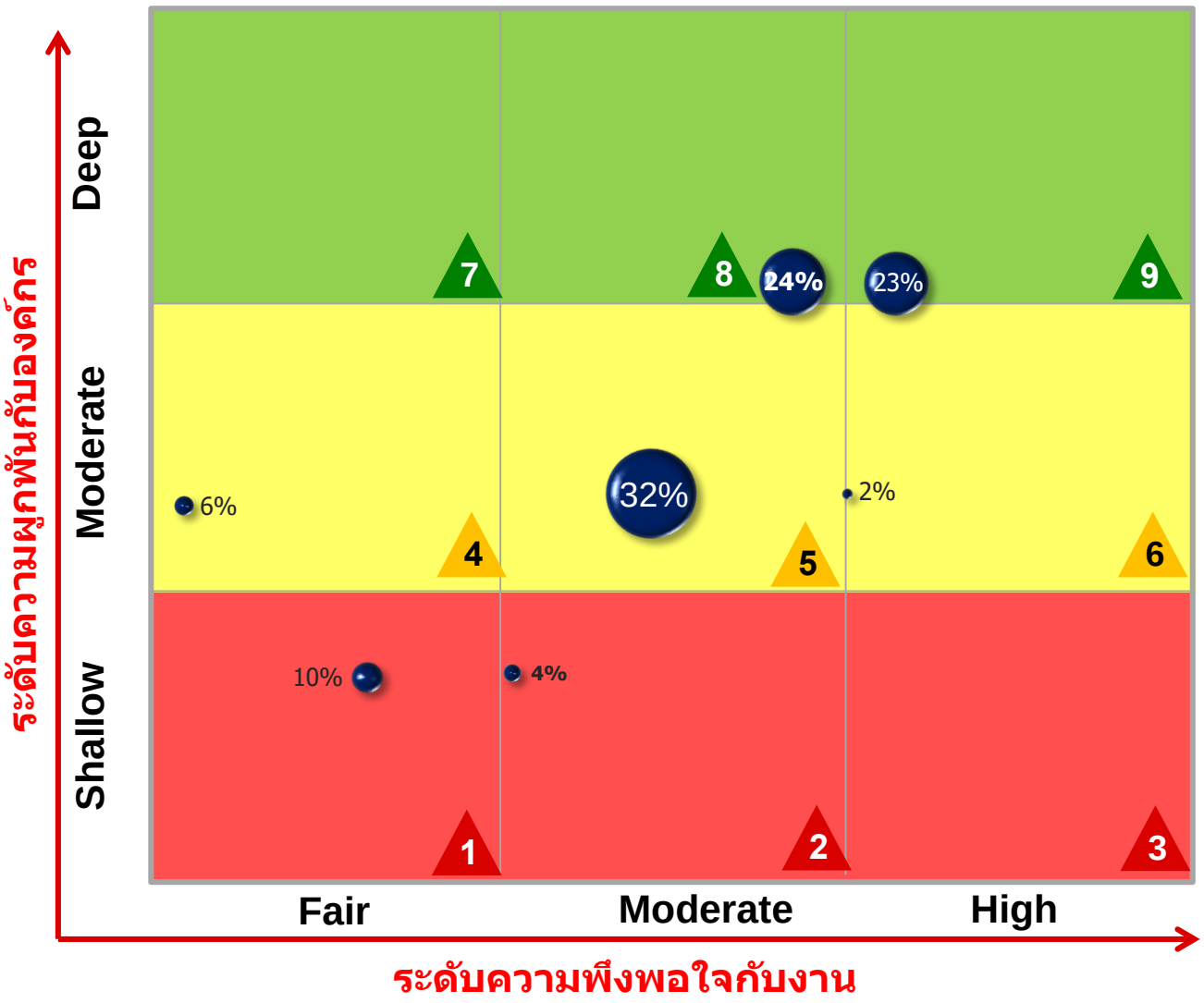
สำหรับฝ่าย C: ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ



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

ความผูกพันของลูกค้ากับ สสปน. (Customer Engagement Model)

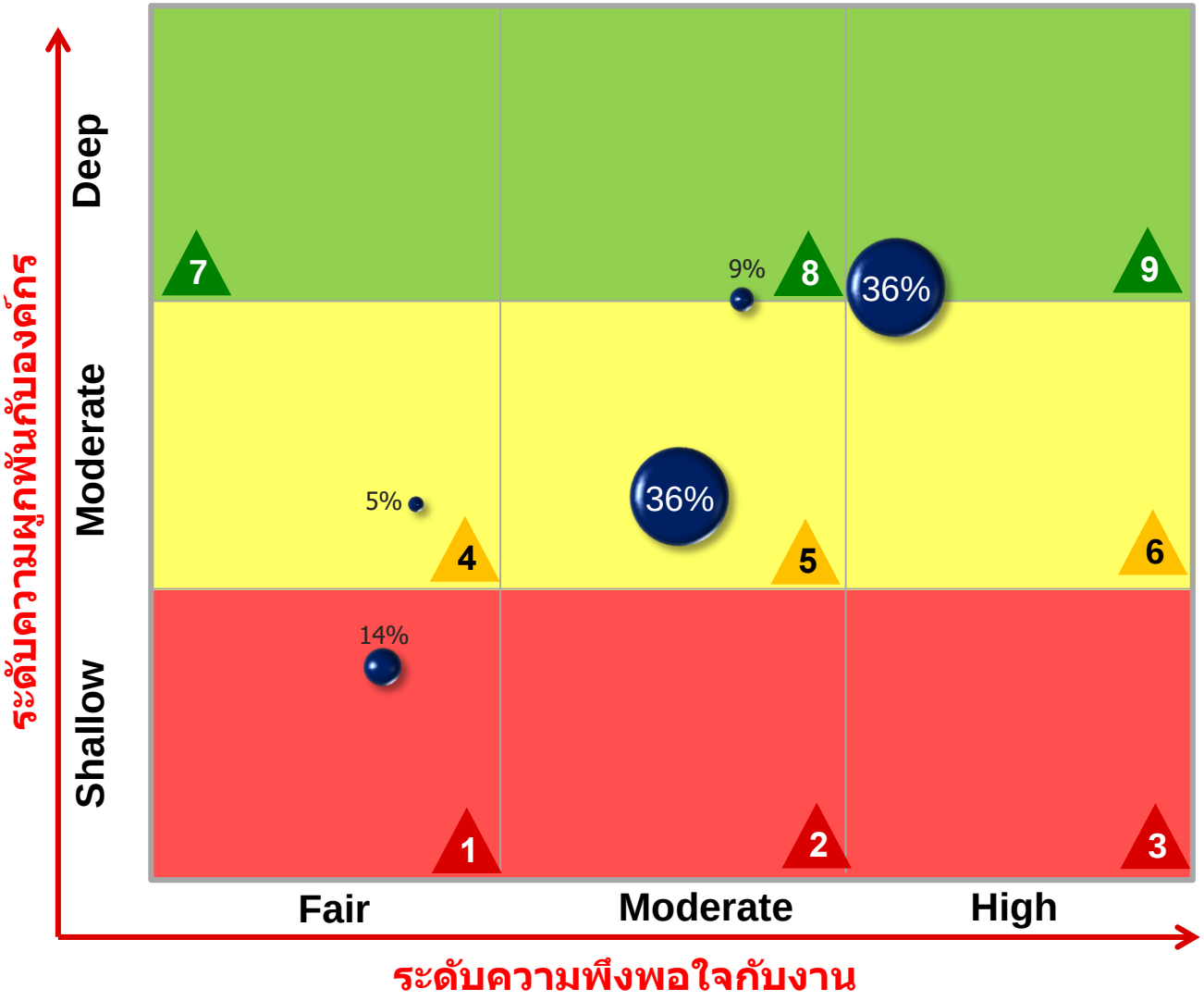
สำหรับฝ่าย E: ฝ่ายอุตสาหกรรมการแสดงสินค้านานาชาติ



Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.
ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 34 = 100%
REF. Q4-Q5,Q9-Q11

ความผูกพันของลูกค้ากับ สสปน. (Customer Engagement Model)

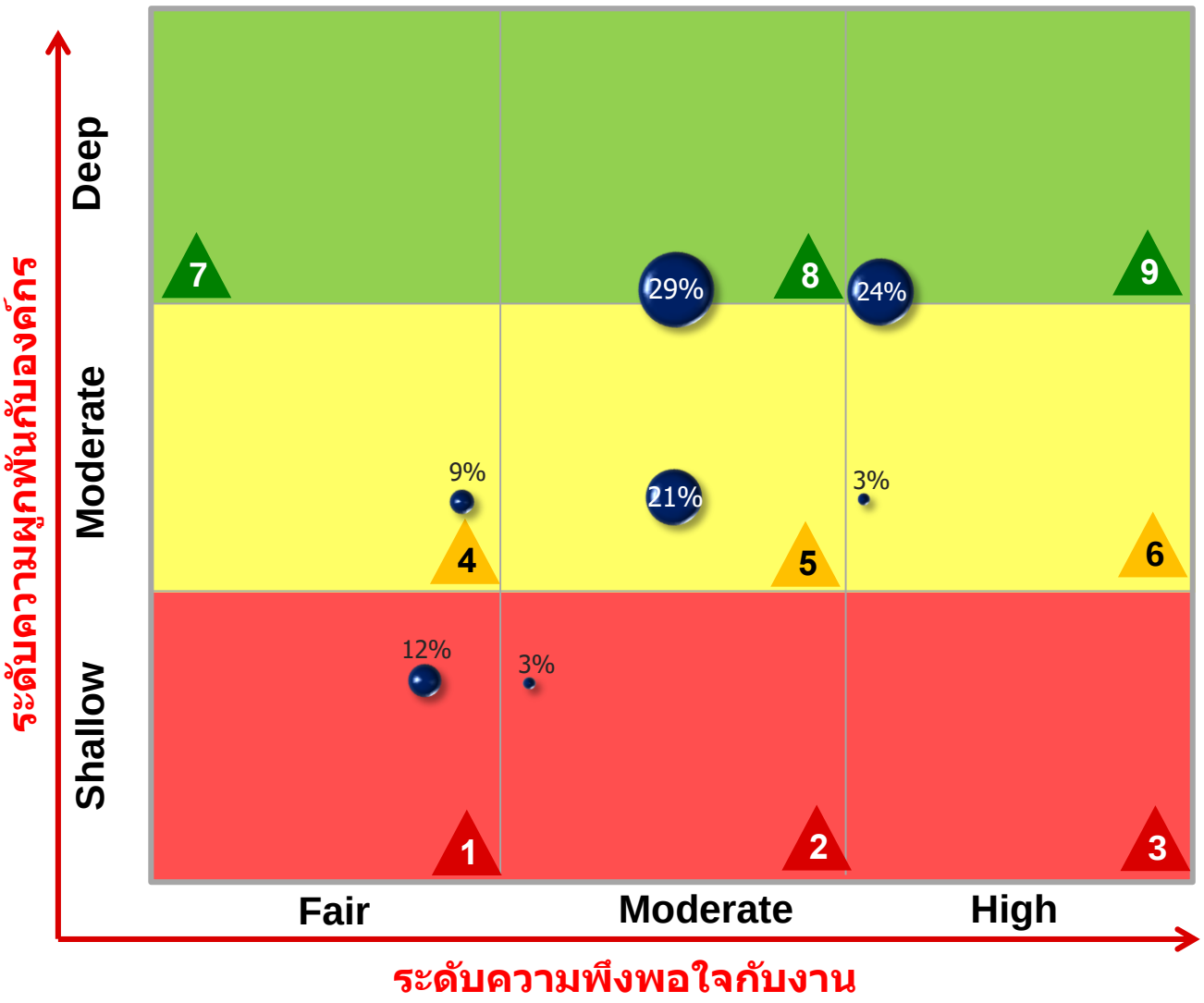
สำหรับฝ่าย RO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (ภูมิภาค)



Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.
ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 50 = 100%
REF. Q4-Q5,Q9-Q11

ความผูกพันของลูกค้ากับ สสปน. (Customer Engagement Model)

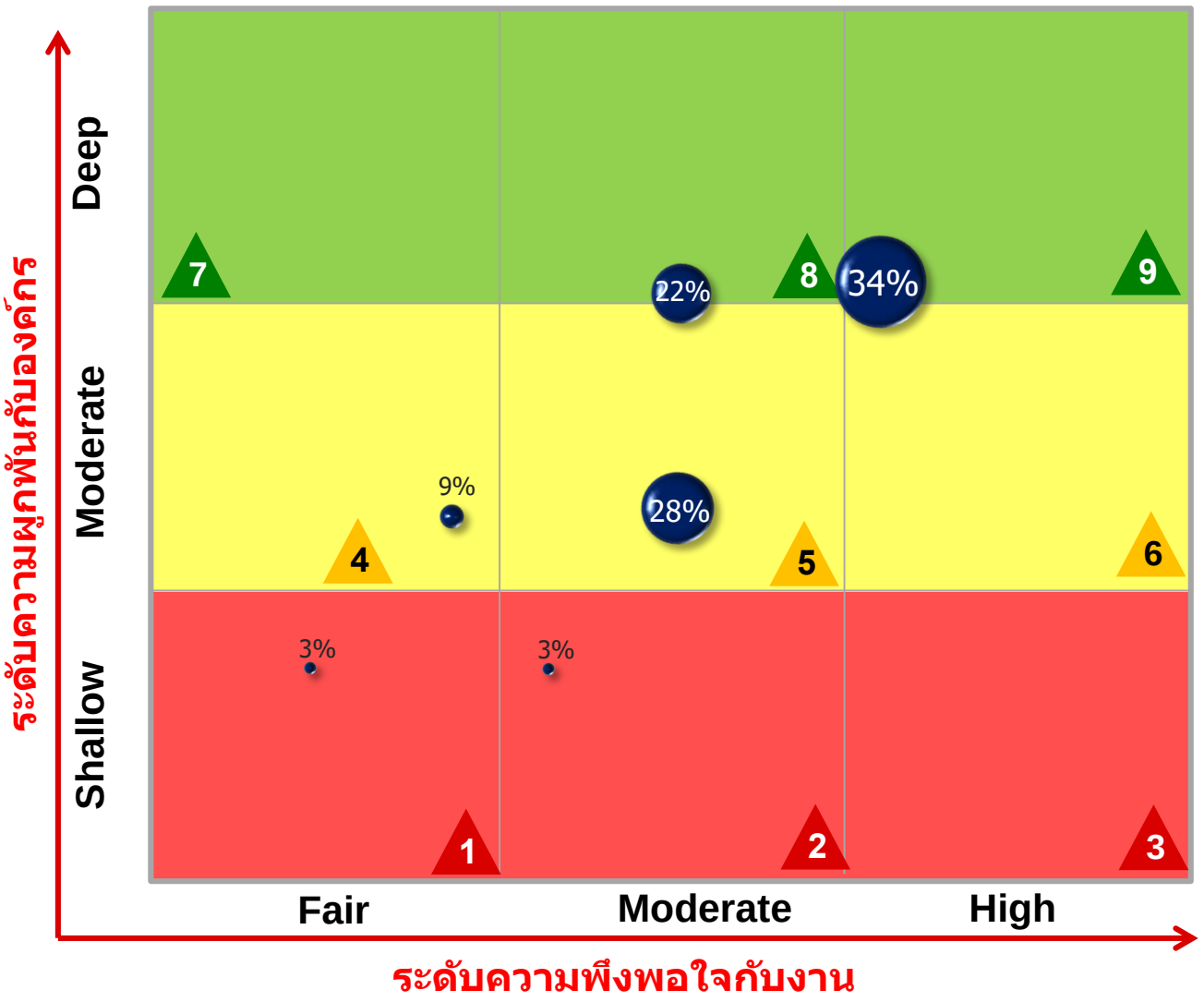
สำหรับฝ่าย NRO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (ภาคเหนือ)



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

ความผูกพันของลูกค้ากับ สสปน. (Customer Engagement Model)

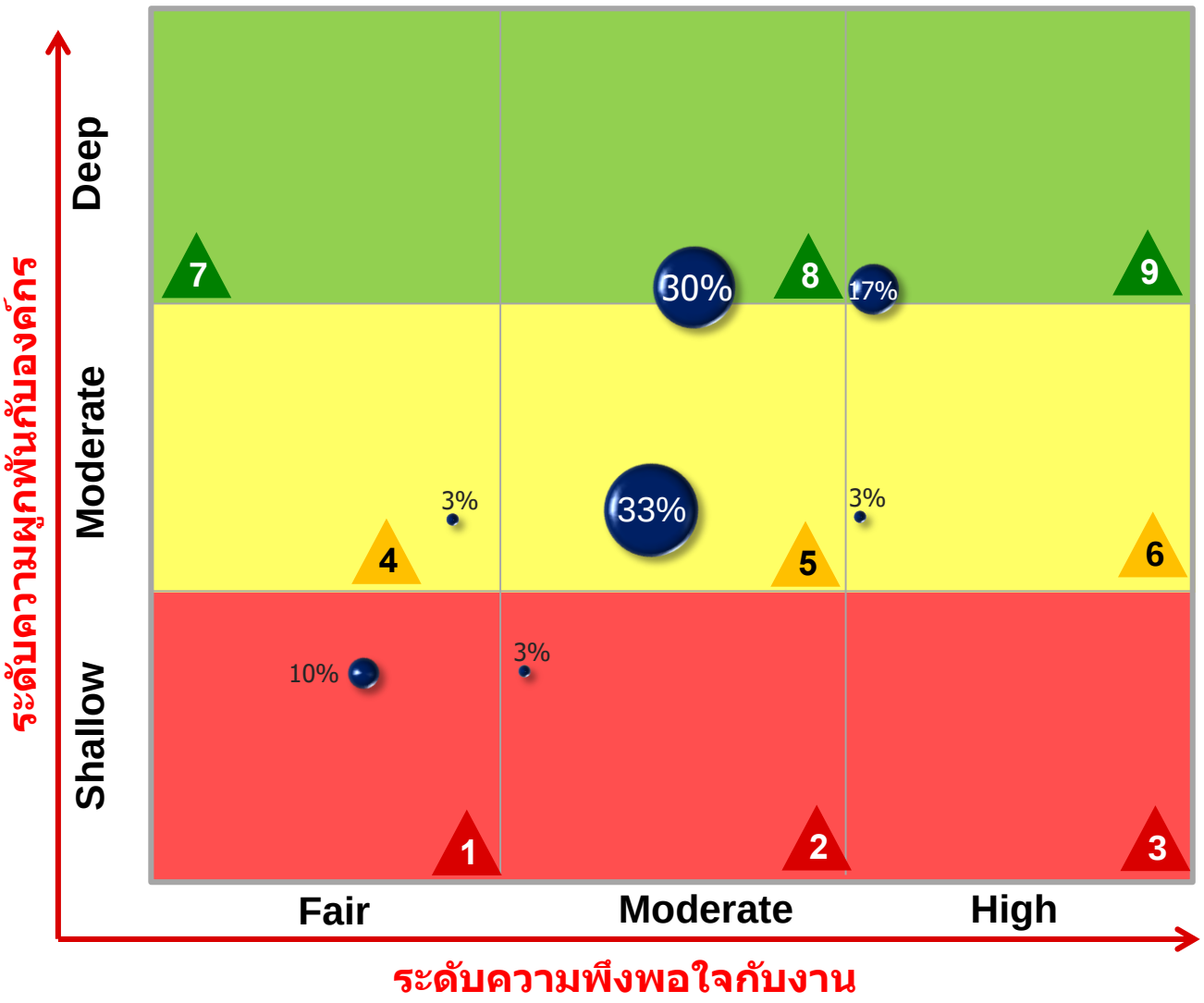
สำหรับฝ่าย SRO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (ภาคใต้)



Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.
ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 50 = 100%
REF. Q4-Q5,Q9-Q11

ความผูกพันของลูกค้ากับ สสปน. (Customer Engagement Model)

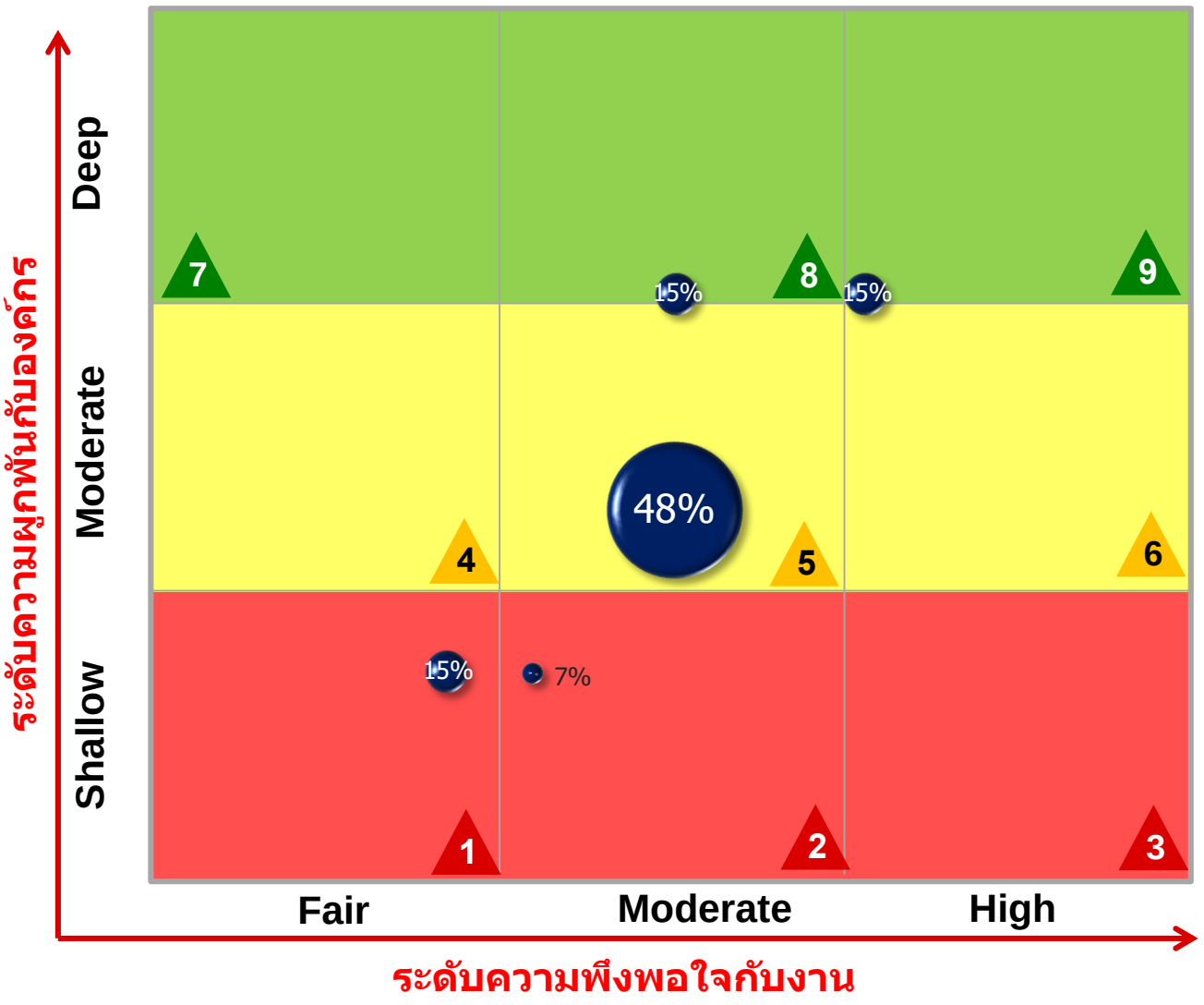
สำหรับฝ่าย NERO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (ภาคอีสาน)



Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.
ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 50 = 100%
REF. Q4-Q5,Q9-Q11

ความผูกพันของลูกค้ากับ สสปน. (Customer Engagement Model)

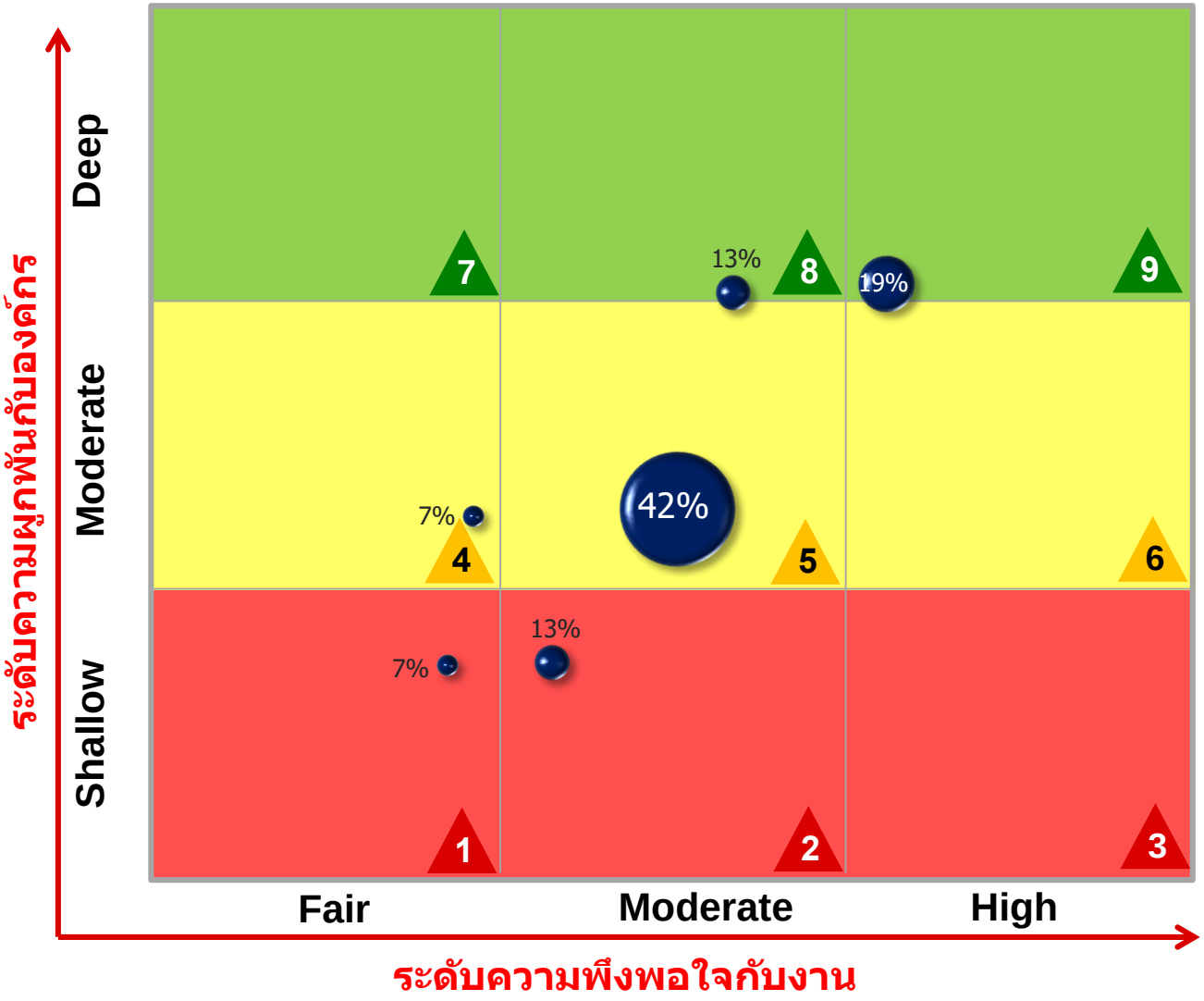
สำหรับฝ่าย CRO: สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (ภาคกลาง)



Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.
ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 50 = 100%
REF. Q4-Q5,Q9-Q11

ความผูกพันของลูกค้ากับ สสปน. (Customer Engagement Model)

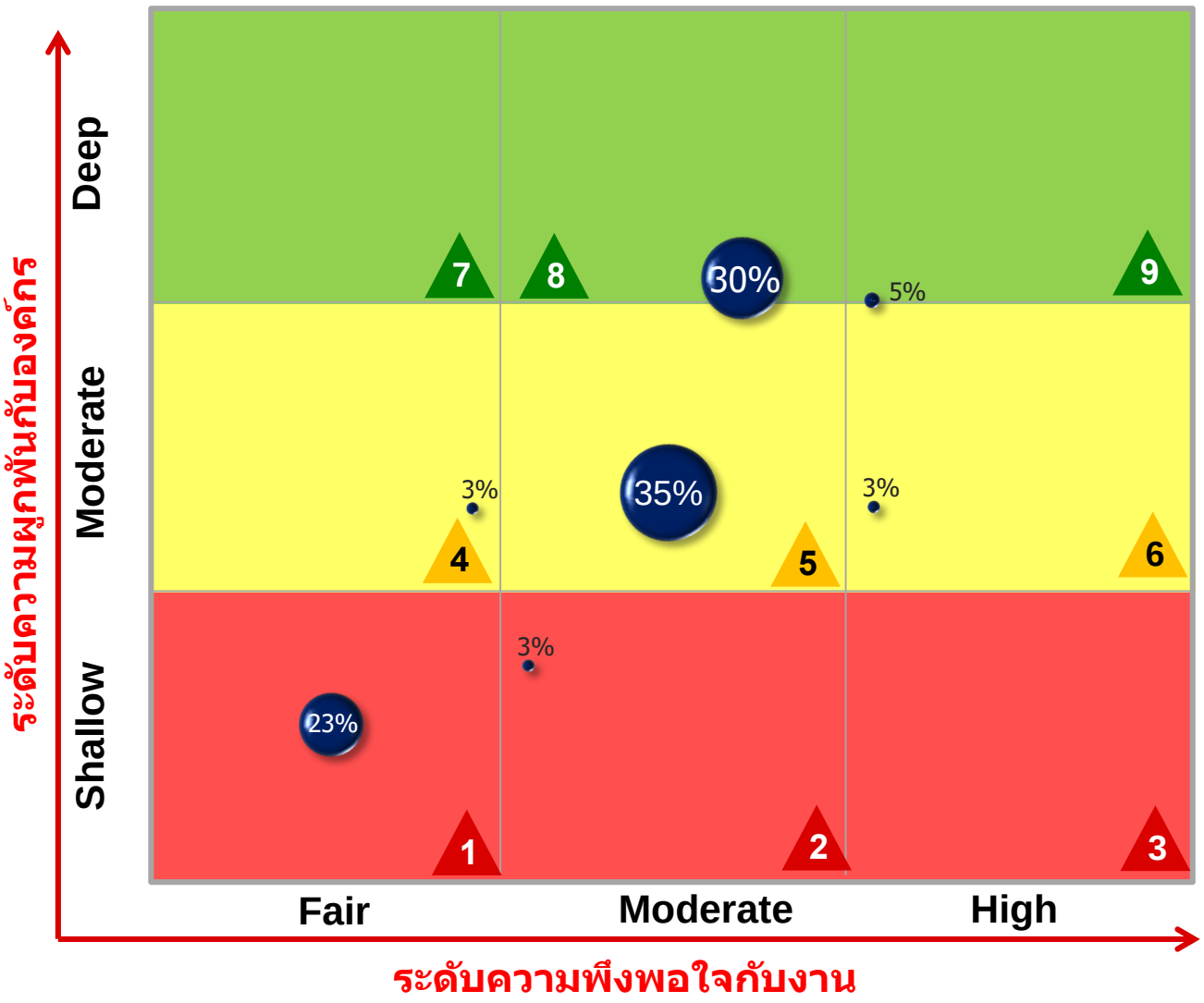
สำหรับฝ่าย MEGA: ฝ่ายพัฒนาการจัดงานเมกะอีเวนท์และเทศกาลนานาชาติ



Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.
ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 26** = 100%
REF. Q4-Q5,Q9-Q11

ความผูกพันของลูกค้ากับ สสปน. (Customer Engagement Model)

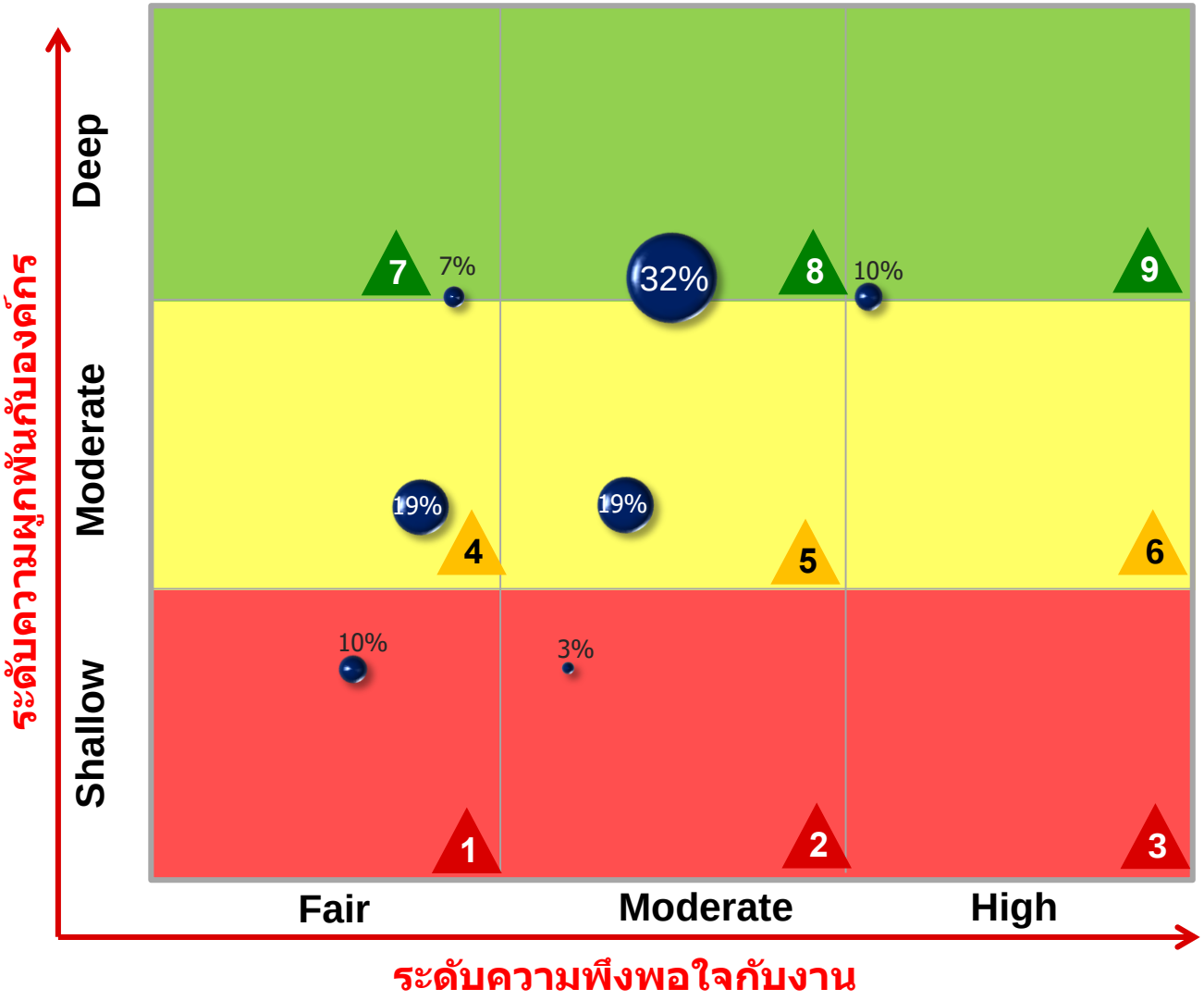
สำหรับฝ่าย MICE CAP: ฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์



Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.
ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 44 = 100%
REF. Q4-Q5,Q9-Q11

ความผูกพันของลูกค้ากับ สสปน. (Customer Engagement Model)

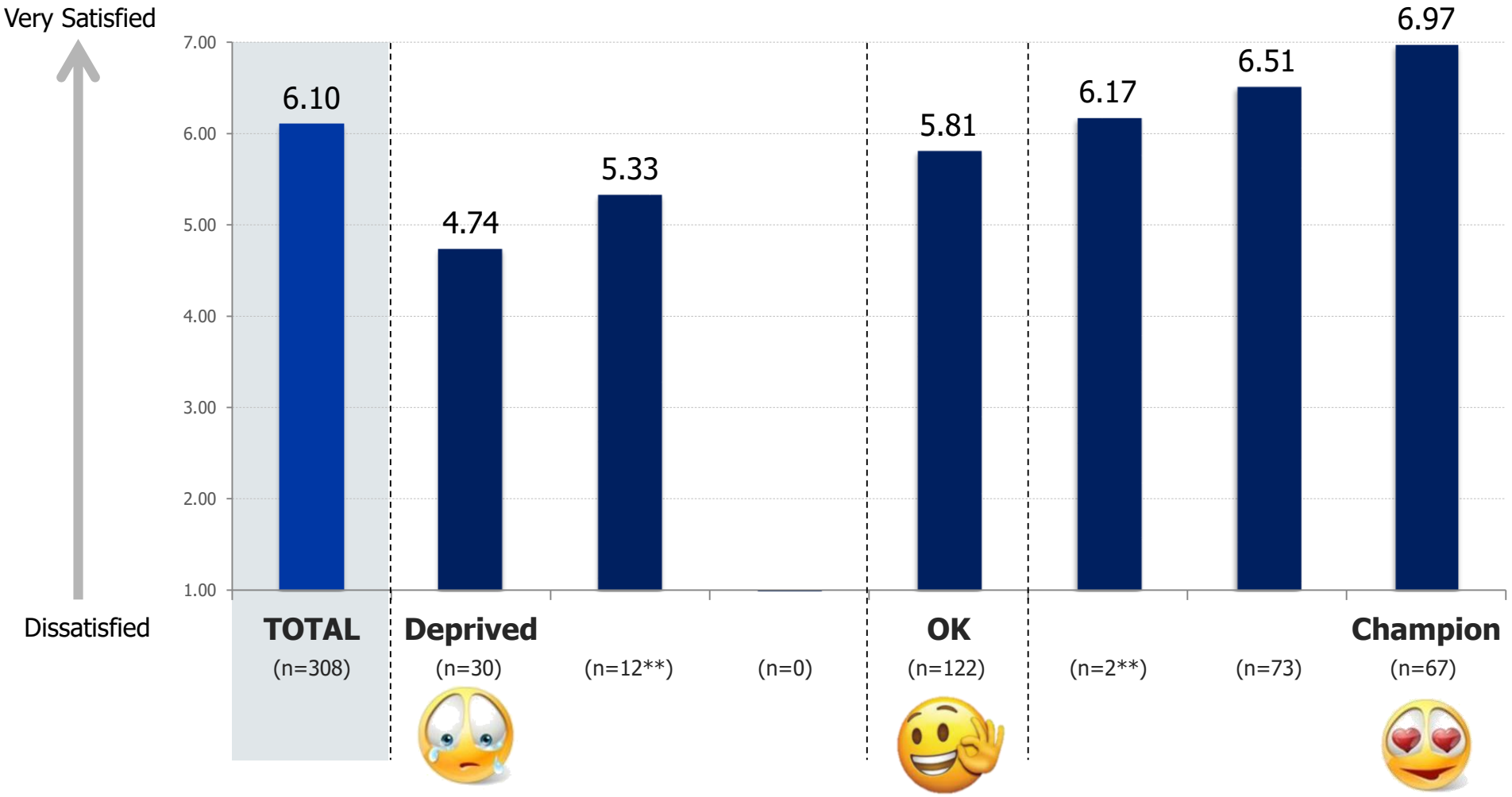
สำหรับฝ่าย GCA: ฝ่ายบริหารรัฐกิจวิสาหกิจ



Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.
ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 29** = 100%
REF. Q4-Q5,Q9-Q11

Priority Mission Identification

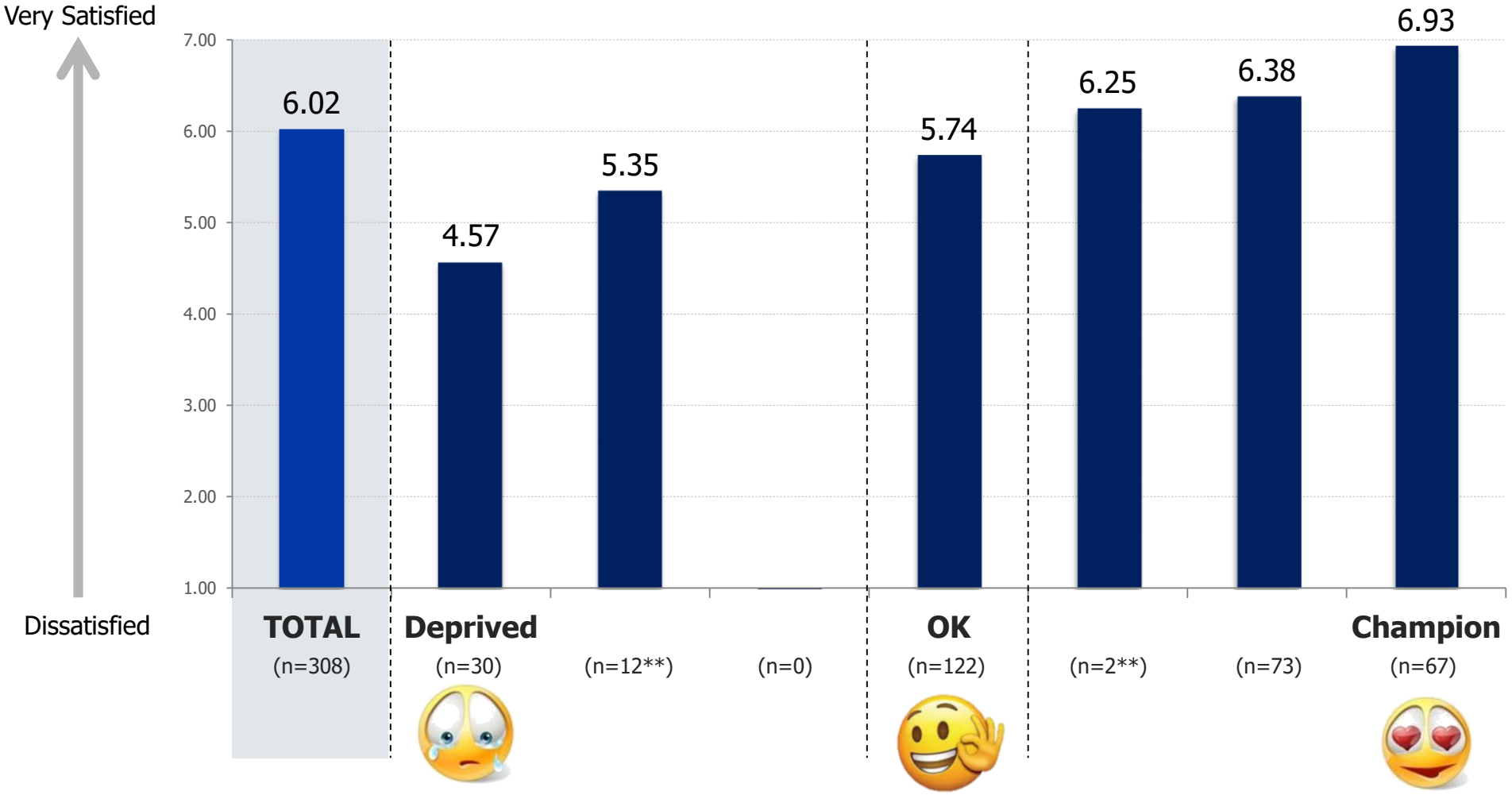
3 ระดับความพึงพอใจในมิติการพัฒนาธุรกิจไมซ์



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

Priority Mission Identification

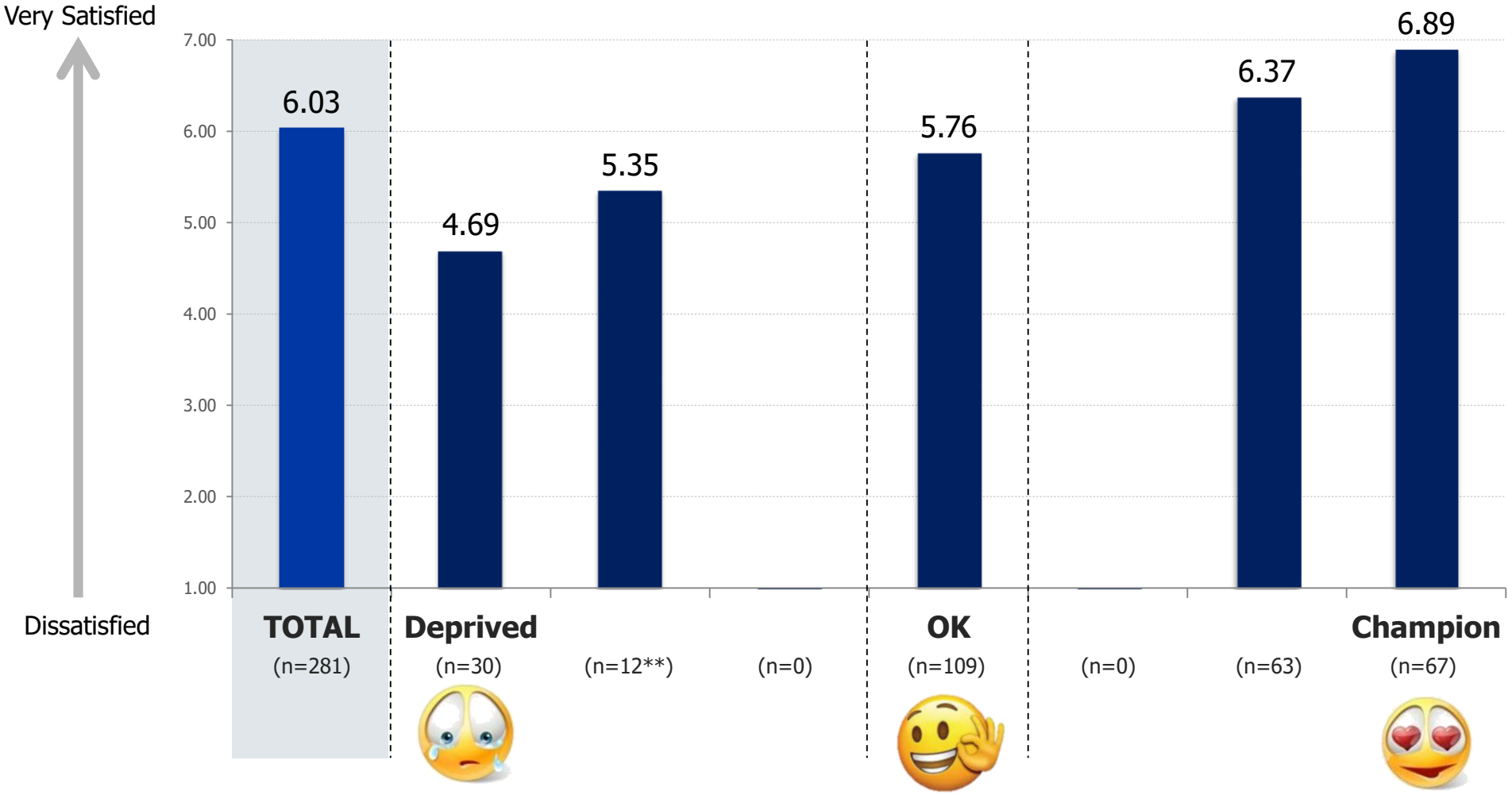
3 ระดับความพึงพอใจในมิติการสนับสนุนด้านการตลาด



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

Priority Mission Identification

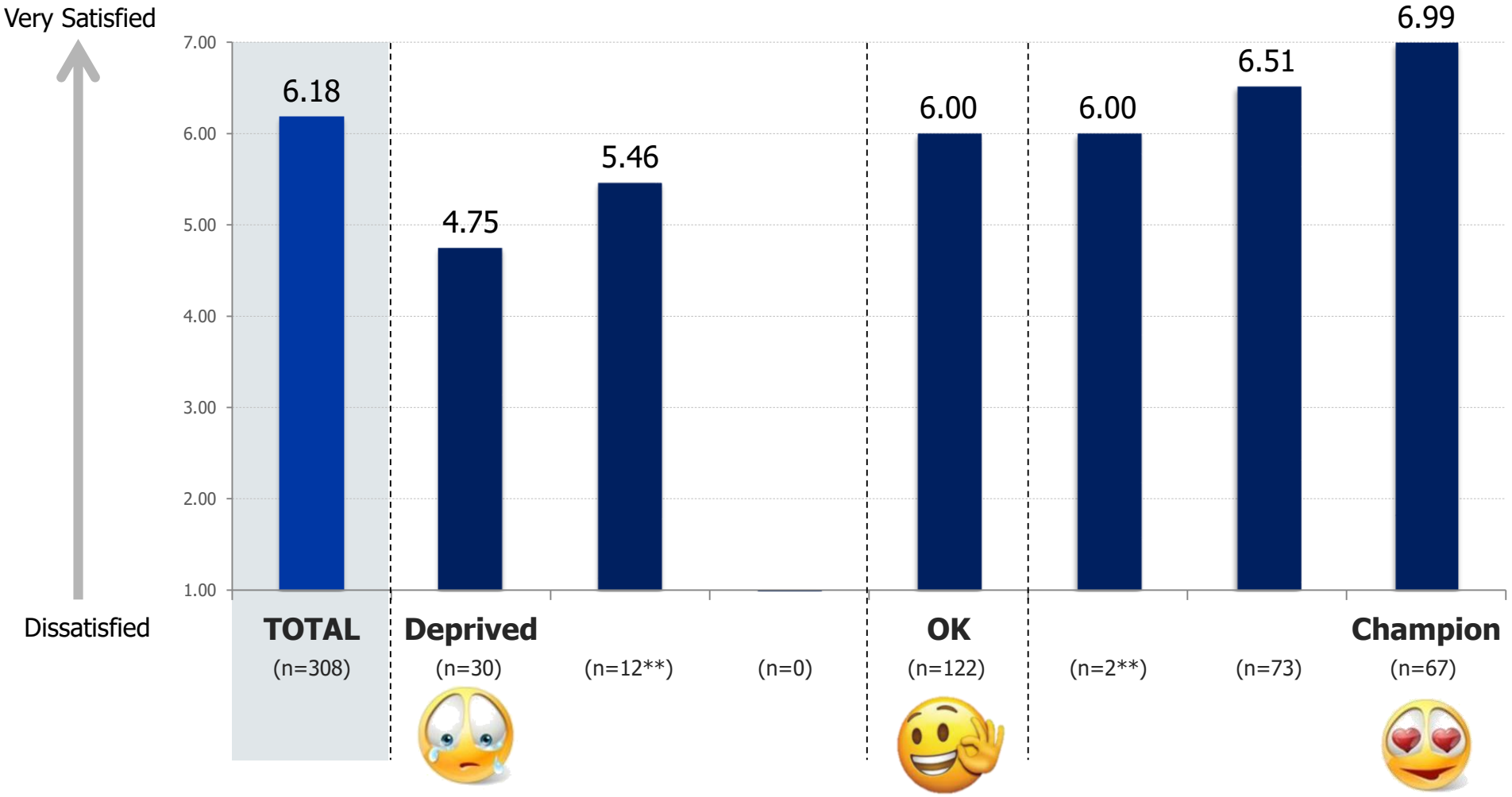
3 ระดับความพึงพอใจในมิติการพัฒนาขีดความสามารถ



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

Priority Mission Identification

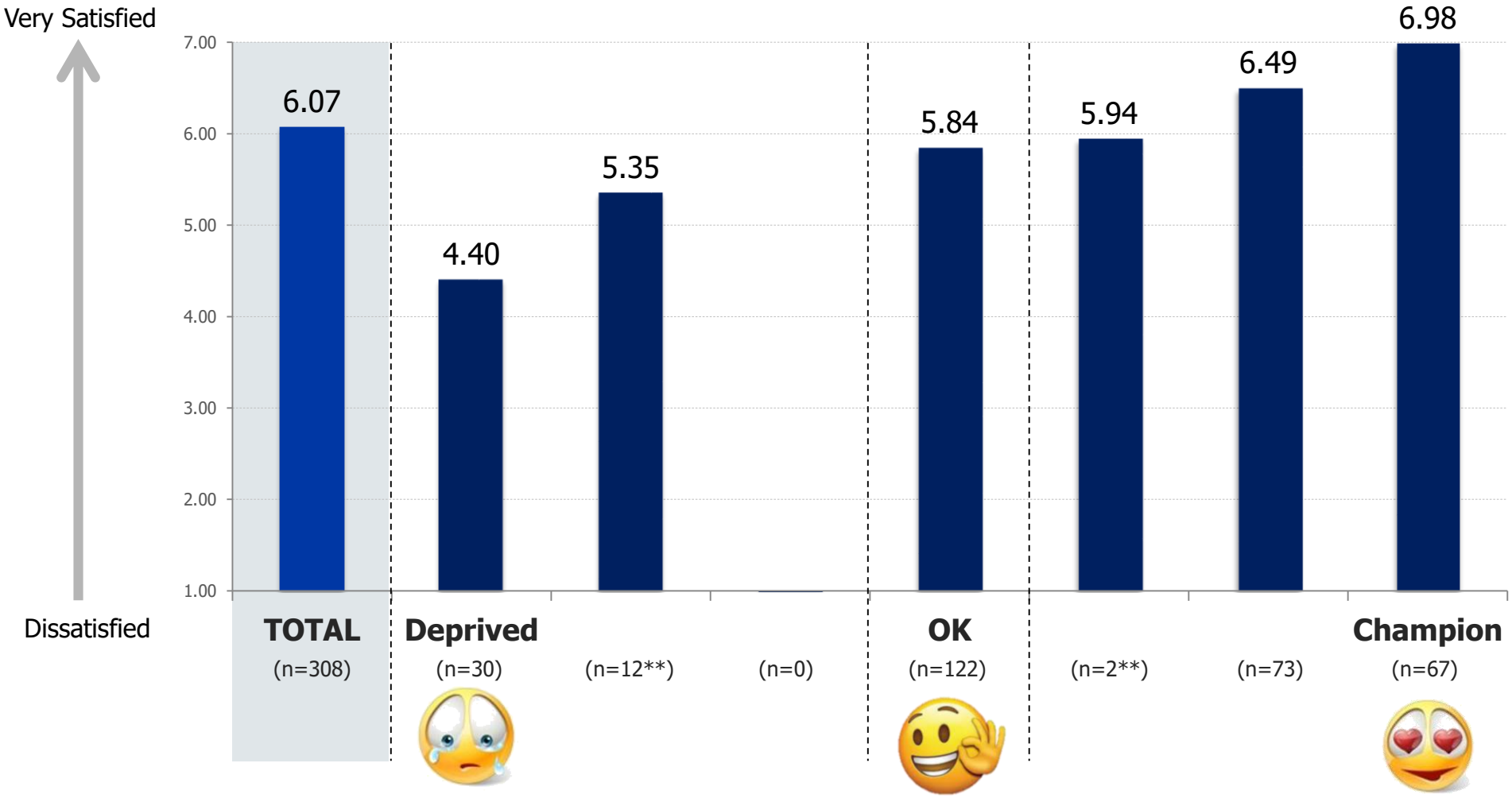
3 ระดับความพึงพอใจในมิติการเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน



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

Priority Mission Identification

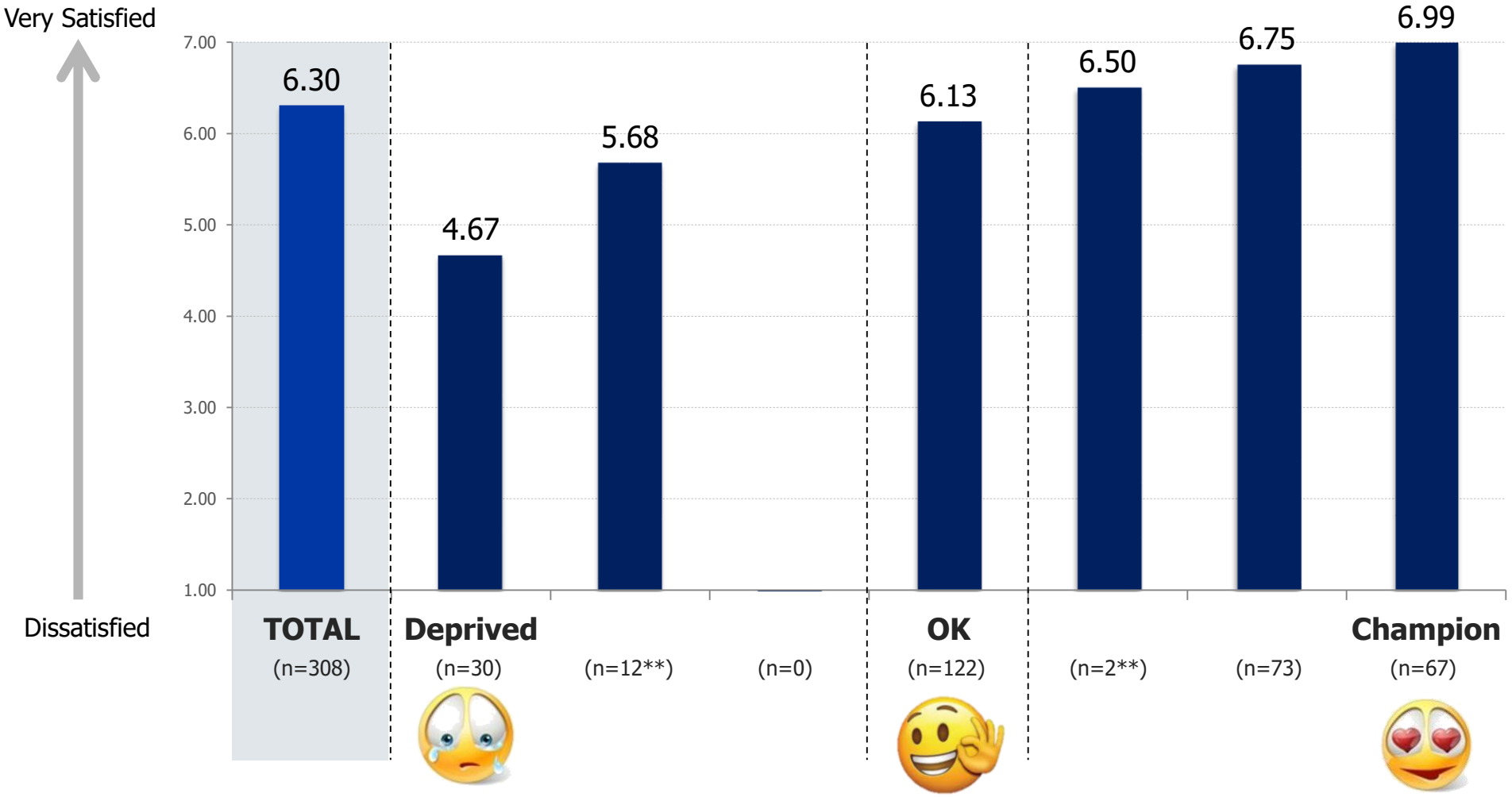
3 ระดับความพึงพอใจในมิติกระบวนการภายในองค์กร



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

Priority Mission Identification

3 ระดับความพึงพอใจในมิติสมรรถนะของบุคลากร



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

ตัวอย่างเสียงสะท้อนจากผู้รับบริการจากฝ่ายต่าง ๆ ของ สสปน. ในเรื่อง

สมรรถนะของบุคลากร

"บุคลากรมีความมุ่งมั่น ทุ่มเท เป็นโค้ชที่ดีมาก ช่วยให้เราได้ค้นหาคำตอบด้วยตนเอง เป็นโค้ชที่คอยกระตุ้น ประสานสิบทิศให้เกิดการขับเคลื่อนไมซ์ให้สำเร็จ

บุคลากรมีความคล่องตัวในการประสานงานและเข้าใจในข้อจำกัดของผู้จัดงานเป็นอย่างดี และทางสสปน.ก็จะพยายามหา solutions ที่เหมาะสมให้กับผู้จัดงานอยู่เสมอ"

NRO - สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (ภาคเหนือ)
E - ฝ่ายอุตสาหกรรมการแสดงสินค้านานาชาติ

"บุคลากรของสสปน.ช่วยเหลือดีมาก ทุกคน ทำงานอย่างหนักเพื่อสร้างสรรค์แนวคิดใหม่ๆในการขับเคลื่อนธุรกิจไมซ์ให้ก้าวหน้าในช่วงเวลาที่ท้าทายแบบนี้ แคมเปญการสนับสนุนต่างๆในการขับเคลื่อนตลาดในประเทศก็เป็นประโยชน์สำหรับผู้ให้บริการ พร้อมรับมือกับความท้าทายนี้ไปด้วยกัน"

C- ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ

"บุคลากรมีความเชี่ยวชาญในหน้าที่ความรับผิดชอบ และดำเนินการให้ในเวลาที่รวดเร็วและถูกต้องในกระบวนการทุกๆหัวข้อการประสานงาน

บุคลากรสามารถให้ข้อมูลได้ครบถ้วนรวดเร็ว มีความเป็นมืออาชีพ"

SRO - สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (ภาคใต้และภาคตะวันตก)
MICE CAP - ฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์

"บุคลากรของสสปน. ให้ความช่วยเหลือกับธุรกิจ DMC และผู้จัดงานได้เป็นอย่างดี ในขณะเดียวกันก็มอบประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้กับเรา

สามารถตอบคำถามและให้ solutions ได้ อย่างรวดเร็ว"

MI - ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล
Ex - ฝ่ายอุตสาหกรรมการแสดงสินค้านานาชาติ

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

ตัวอย่างเสียงสะท้อนจากผู้รับบริการจากฝ่ายต่าง ๆ ของ สสปน. ในเรื่อง

การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน

"สสปน. มีความมุ่งมั่นที่จะปรับตัวให้เข้ากับสภาวะการณ์ปัจจุบันที่มีการระบาดของโควิด ผ่านการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ การกระตุ้นให้ภาคเอกชนมีการเข้าร่วมสัมมนาทาง Virtual Meetings ทั้งการพบปะลูกค้า หรือการพบปะตัวแทนเพื่ออัพเดทสถานการณ์ต่างๆ ของแต่ละภูมิภาคของโลก"

C- ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ

"การให้ความรู้และการเป็นพี่เลี้ยงที่ยอดเยี่ยม และเป็นผู้ประสานงานกับภาครัฐให้กับภาคเอกชน ในการขับเคลื่อนงานต่างๆ ให้สำเร็จง่ายยิ่งขึ้น"

NRO - สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (ภาคเหนือ)

"ตัวแทนในภาคเหนือ มีความกระตือรือร้นในการร่วมทำงานกับเครือข่ายเอกชน เสมือนหนึ่งเป็นเพื่อนคู่คิด ให้ข่าวสาร ข้อมูล ความรู้ในหลายๆ กิจกรรม และร่วมทำงานกันอย่างใกล้ชิดมาก"

NRO - สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (ภาคเหนือ)

"สสปน. ให้คำแนะนำ การเชื่อมโยง connection กับหน่วยงานต่างๆ ได้ดีเยี่ยม"

SRO - สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (ภาคใต้และภาคตะวันตก)

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

ตัวอย่างเสียงสะท้อนจากผู้รับบริการจากฝ่ายต่าง ๆ ของ สสปน. ในเรื่อง

การสนับสนุนด้านการตลาด

"การสนับสนุนเรื่องเงินซึ่งน้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับเนื้องาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการจัดงาน Festival ซึ่งทาง สสปน. เองมีความตั้งใจที่จะปั้นให้มี Festival Owner และให้มีงาน Festival เพิ่มขึ้น ซึ่งขัดแย้งกับงบประมาณที่ให้การสนับสนุน จึงควรมีการพิจารณาทบทวนการให้เงินสนับสนุนเพิ่มเติมเป็นอย่างยิ่ง ไม่เช่นนั้น งาน Festival ต่างๆคงไม่สามารถดำเนินอย่างต่อเนื่องไปได้อย่างแน่นอน"

Mega -ฝ่ายพัฒนาการจัดงานเมกะอีเวนท์และเทศกาลนานาชาติ

"ขาดความต่อเนื่องในการประชาสัมพันธ์การจัดประชุมและวิธีการดำเนินขององค์กร ทำให้ยังมีระยะห่างในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร"

SRO - สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (ภาคใต้และภาคตะวันตก)

"กฎเกณฑ์เงื่อนไขบางข้อไม่เอื้อให้เกิดการจัดประชุมสัมมนา เช่น การจัดประชุมทางวิชาการ มีการกำหนดจำนวนผู้เข้าร่วมสัมมนา ต้องไม่น้อยกว่า 300 คน ทำให้เกิดการจัดได้ยากในทางปฏิบัติ ควรปรับ criteria according to crisis and next normal trend"

NERO - สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)

"อยากให้สสปน.มีนโยบายสนับสนุนให้กับผู้จัดงานและผู้ประกอบการไมซ์ในต่างประเทศ เช่น ผู้แสดงสินค้าต่างประเทศด้วยการอำนวยความสะดวกในการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าต่างๆของประเทศไทยมากขึ้น"

E - ฝ่ายอุตสาหกรรมการแสดงสินค้านานาชาติ

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

ตัวอย่างเสียงสะท้อนจากผู้รับบริการจากฝ่ายต่าง ๆ ของ สสปน. ในเรื่อง

การพัฒนาขีดความสามารถ

"ขาดการประสานงานระหว่างแผนก ในการร่วมมือกันในเรื่องการจัดกิจกรรม การฝึกอบรม การประชุม สัมมนาต่างที่ สสปน.จัดให้ผู้ประกอบการผู้รับบริการ ไม่รวมมาเป็น one team มาแบบที่ละทีม ทีละครั้ง"

SRO - สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (ภาคใต้และภาคตะวันตก)

"กิจกรรมที่พัฒนา skill ทำต่อเนื่องต้องยอมรับว่าดี ชอบ แต่มันไม่มาช่วยแก้ปัญหาธุรกิจในขณะนี้ได้เลย มันก็เลย nice to have

MI – ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล
MICE CAP - ฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์"

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

Appendix

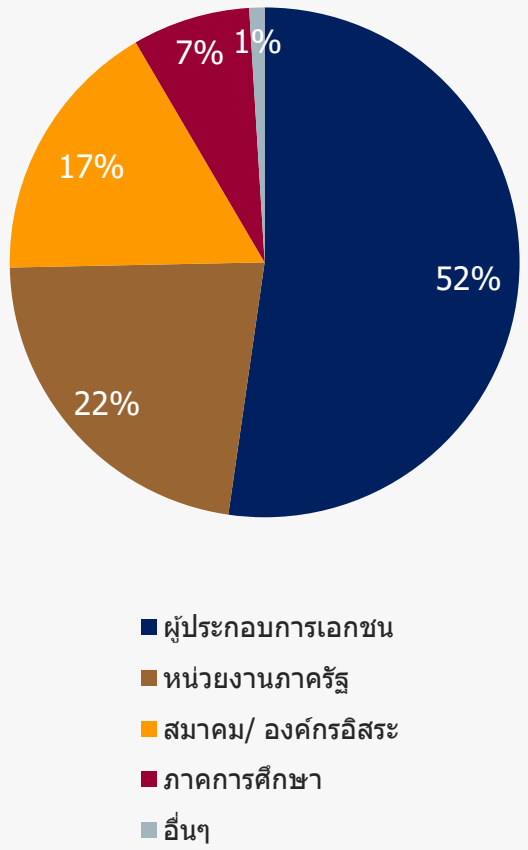
ส่วนที่ 6:

ข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์

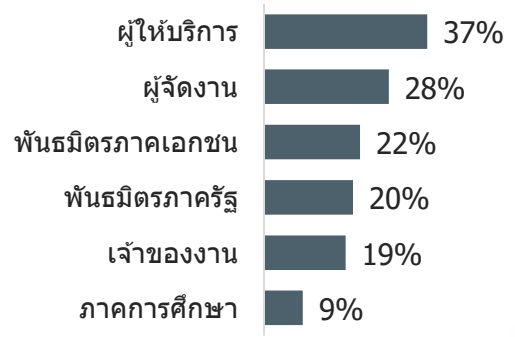
Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

ข้อมูลทั่วไป

สังกัดของหน่วยงานภายนอก



บทบาทของหน่วยงานภายนอกที่ติดต่อกับ สสปน.



ฝ่ายของ สสปน. ที่ติดต่อกับหน่วยงานภายนอก

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

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 308 = 100%

REF. Q1-Q3

แบบสอบถาม (1/5)

หมายเลขแบบสอบถาม FW _____ หมายเลขแบบสอบถาม DP _____

Job #64009

Date March 12, 2021

การสำรวจความพึงพอใจต่อการให้บริการ
ของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
กลุ่ม Meeting Incentive/ Convention/ Exhibition และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
ประจำปีงบประมาณ 2564

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 (ตา) 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/Meeting and Incentive Promotion Department
   ❍ ฝ่ายส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ/Convention Promotion Department
   ❍ ฝ่ายอุตสาหกรรมการแสดงสินค้านานาชาติ/Exhibition Department
   ❍ สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (ภาคเหนือ)/North Regional Office
   ❍ สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (ภาคใต้และภาคตะวันตก)/ South & Western Regional Office
   ❍ สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ)/ Northeast Regional Office
   ❍ สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (ภาคกลางและภาคตะวันออก)/ Central & Eastern Regional Office
   ❍ ฝ่ายพัฒนาการจัดงานเมกะอีเวนท์และเทศกาลนานาชาติ/ Mega Events & World Festivals Department
   ❍ ฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์/MICE Capabilities Department
   ❍ ฝ่ายบริหารรัฐกิจวิสาหกิจ/ Government & Corporate Affairs Department
   ❍ อื่นๆ ระบุ.....

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

แบบสอบถาม (2/5)

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.	การผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ระดับนานาชาติ หรือ Global MICE Destination ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน							
5.	การผลักดันประเทศไทยให้เป็นผู้นำด้านการประชุม และงานแสดงสินค้านานาชาติในภูมิภาคเอเชีย ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน							
6.	การขับเคลื่อนกิจกรรมไมซ์ให้ตรงตามความต้องการของตลาด ตามศักยภาพ และนโยบายของประเทศ							
7.	การผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้เป็นศูนย์กลางของอาเซียนอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน							
8.	การสนับสนุนผู้จัดงานและผู้ประกอบการไมซ์ด้วยการให้บริการผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19							
9.	การกำหนดมาตรการเยียวยาในสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ช่วยให้ผู้ประกอบการไมซ์พัฒนาธุรกิจของตนให้ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง และมีประสิทธิภาพ							
	การสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์							
10.	การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่มีการปรับเกณฑ์ และปรับมาตรการที่ยืดหยุ่นมากขึ้น (Flexible) เอื้อให้ภาคธุรกิจไมซ์ปรับตัวและฟื้นตัวได้เร็วขึ้น							
11.	การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่ช่วยให้ธุรกิจไมซ์ในภาพรวมมีการปรับเปลี่ยนอย่างมีศักยภาพ เป็นไปตามการปรับเปลี่ยนของโลก ทำให้ธุรกิจไมซ์ในประเทศไทยฟื้นตัวเร็วขึ้นอย่างมีกลยุทธ์ที่เหมาะสม (Resilient)							

ข้อ	การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์	ระดับความเห็น น้อยที่สุด < -------- > มากที่สุด						
		1	2	3	4	5	6	7
12.	การมีโครงการสนับสนุนด้านการตลาดธุรกิจไมซ์ที่ตรงกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาสำหรับตลาดในประเทศ อาทิ โครงการ “ประชุมเมืองไทย ปลอดภัยกว่า” “สนับสนุนการจัดงานประชุมวิชาการภายในประเทศ (Domestic Convention)” “Domestic Exhibition (DEX) และ Empower Thailand Exhibitions (EMTEX)” และสำหรับตลาดต่างประเทศ อาทิ โครงการ “Ease up” “Convene Plus” “Re-Energizing” “Thailand Power up”							
13.	การจัดทำและเผยแพร่กิจกรรมไมซ์บนเว็บไซต์ Business Events Thailand และแอพพลิเคชั่น Biz Connect อาทิ โครงการ “ประชุมเมืองไทย ปลอดภัยกว่า” “สนับสนุนการจัดงานประชุมวิชาการภายในประเทศ (Domestic Convention)” “Domestic Exhibition (DEX) และ Empower Thailand Exhibitions (EMTEX)” และสำหรับตลาดต่างประเทศ อาทิ โครงการ “Ease up” “Convene Plus” “Re-Energizing” “Thailand Power up” เพื่อช่วยให้ภาคธุรกิจไมซ์สามารถเข้าถึงรายละเอียดกิจกรรม ได้อย่างอย่างสะดวก รวดเร็ว ทุกที่ ทุกเวลา							
14.	การประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เกี่ยวกับข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ และสถานการณ์ประเทศ ด้วยการนำเสนอที่ทันสมัยและทันเหตุการณ์ตลอดเวลาผ่าน “Thailand MICE Situation Update” ในช่องทางต่าง ๆ อาทิ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ สื่อโทรทัศน์ได้อย่างครอบคลุม							
15.	การสร้างกิจกรรมไมซ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมไมซ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน							

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

แบบสอบถาม (3/5)

ข้อ	การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์	ระดับความเห็น น้อยที่สุด < ------- > มากที่สุด						
		1	2	3	4	5	6	7
	การพัฒนาขีดความสามารถ/ เสริมสร้างรากฐานธุรกิจไมซ์							
16.	การเพิ่มทักษะความรู้ให้กับผู้ประกอบการผ่านรูปแบบการอบรมแบบ e-learning ได้อย่างรวดเร็ว และ ครอบคลุม							
17.	การให้ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ แก่ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่สนใจอย่างสม่ำเสมอ เป็นประจำทุกเดือน อาทิ การอัปเดตความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมไมซ์ผ่าน แพลทฟอร์มข่าวสารทั้ง MICE Outlook และ MICE Intelligence Center							
18.	การให้ความรู้ในเรื่องการจัดงานไมซ์ ในรูปแบบที่เป็นมิตรและรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม (Green Event) แก่ผู้ประกอบการ ผู้จัดงานไมซ์ ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ที่สนใจ อย่างครบถ้วน และ เข้าใจง่าย							
19.	การให้ความรู้ในเรื่องการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์อย่างยั่งยืน (MICE Sustainability) แก่ผู้ประกอบการ ผู้จัดงานไมซ์ ผู้ใช้บริการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและผู้ที่สนใจ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน และ เข้าใจง่าย							
20.	การผลักดันและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการและผู้จัดงานไมซ์ ผ่านการรับรองมาตรฐานด้านการจัดงานในระดับสากล อาทิ การมอบตราสัญลักษณ์ TMVS เพื่อยืนยันว่าสถานที่จัดงานมีความเหมาะสมตามมาตรฐานการจัดงานในระดับสากล							
21.	การสนับสนุนให้มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ ให้เทียบเท่าระดับสากล* *มาตรฐานระดับสากล คือ เครื่องมือที่นานาชาติใช้ยืนยันคุณภาพ ความปลอดภัย และประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ บริการและระบบนั้นๆ Source: https://www.iso.org/about-us.html							
22.	การเสริมสร้างและพัฒนาบุคลากรในด้านวิชาชีพต่างๆ (Upskill, Reskill and New Skill) ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อพร้อมรับมือกับสถานการณ์ทุกรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน							
23.	การสร้างผลิตภัณฑ์หรือเครื่องมือในการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการไมซ์ในการดำเนินธุรกิจในอีกช่องทางหนึ่ง อาทิ การจัดงานประชุมและหรือ/การแสดงสินค้าผ่านระบบออนไลน์ หรือ การออกมาตรฐานต่างๆที่มาช่วยผู้ประกอบการไมซ์ อาทิ MICE Hygiene Guidelines ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19							

ข้อ	การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์	ระดับความเห็น น้อยที่สุด < ------- > มากที่สุด						
		1	2	3	4	5	6	7
	การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชนในธุรกิจไมซ์							
24.	การเป็นสื่อกลางในการประสานงาน ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้เป็นอย่างดี							
25.	การอำนวยความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุมนานาชาติ การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทยอย่างเต็มที่ อาทิ บริการ E-MICE marketplace แพลตฟอร์มตลาดผู้ซื้อผู้ขายพบกันแบบอิเล็กทรอนิกส์ ภายใต้ชื่อ Thai MICE Connect							
	กระบวนการภายใน/ลักษณะเฉพาะองค์กรของ สสปน.							
26.	การให้ความชัดเจนในนโยบายและทิศทางการดำเนินงานของสสปน. เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง							
27.	การให้บริการผ่านระบบงานของสสปน. ที่สะท้อนมาตรฐานการดำเนินงานระดับสากล (International level) ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ อาทิ การติดตามด้วยระบบ RFS : Request For Support							
28.	การปฏิบัติงานที่มีความคล่องตัว (Flexibility) เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน							
29.	การปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพ (Efficiency) เกิดผลงานเป็นรูปธรรม เมื่อทำงานร่วมกับภาครัฐและภาคเอกชน							
30.	การเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้ร่วมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของ สสปน. (Public Hearing)							
31.	การนำความคิดเห็นจากผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ มาปรับปรุงการทำงานของ สสปน. (Reflection) อย่างต่อเนื่อง							
32.	การสร้างปฏิสัมพันธ์และความเชื่อใจ (Interaction and Trust Building) อย่างต่อเนื่องให้กับผู้ประกอบการ โดยเฉพาะในสถานการณ์ฉุกเฉินในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19							
33.	การปฏิบัติงานที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเชื่อมั่น (Confidence Building) ในกระบวนการและมาตรการรับมือของสสปน. ต่อสถานการณ์การระบาดโควิด-19							
	สมรรถนะของบุคลากรของ สสปน.							
34.	บุคลากรของ สสปน. สามารถให้คำแนะนำหรือรายละเอียดของระเบียบขั้นตอนและกระบวนการทำงานภายในผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ในการประชุม (Advisory Service) ได้เป็นอย่างดี							
35.	บุคลากรของ สสปน. เข้าใจวิธีการจัดงานอีเว้นท์ (Event Expert) ในรูปแบบ New Normal ของอุตสาหกรรมไมซ์ เป็นอย่างดี							

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

แบบสอบถาม (4/5)

ข้อ	การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์	ระดับความเห็น น้อยที่สุด < -------- > มากที่สุด						
		1	2	3	4	5	6	7
36.	บุคลากรของ สสปน. มีความเป็นมืออาชีพ (Professionalism) ในการบริการและประสานงาน ให้กับลูกค้า/ผู้รับบริการ ทั้งผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล และออนไลน์ (Online data access) ได้อย่างรวดเร็ว							
37.	บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าหรือสถานการณ์ที่ไม่คาดคิด ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ ได้อย่างทันท่วงที							
38.	บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการแก้ปัญหาหรือจัดการกับความขัดแย้ง ในสถานการณ์ที่ซับซ้อน หรือในสถานการณ์ที่มีความคลุมเครือได้อย่างมีประสิทธิภาพ และอย่างรวดเร็ว (Conflict Management)							
39.	บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่ทำงานโดยใช้หลักความคิดแบบมีวิจารณญาณ แบบมีเหตุผล มีตรรกะที่ชัดเจนเสมอ (Critical Thinking)							
40.	บุคลากรของ สสปน. เป็นคนที่พร้อมต่อการผลักดันให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆ และมีความคิดสร้างสรรค์เสมอ (Innovative and Creative)							
41.	บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถและทักษะที่ดีเยี่ยมในการสื่อสาร (Effective Communication Skill) กับทีมงาน และ ผู้เกี่ยวข้อง							
42.	บุคลากรของ สสปน. ทำงานอย่างซื่อสัตย์และโปร่งใส (Good Governance)							
43.	บุคลากรของ สสปน. มีความพร้อมต่อการพัฒนาองค์กร (Ready for Change and for New Development) ให้ทันยุคสมัย							
44.	บุคลากรของ สสปน. มีการปรับตัวและพร้อมรับมือกับสถานการณ์การระบาดโควิด-19							
45.	บุคลากรของ สสปน. มีการรักษาปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าและผู้ประกอบการไมซ์ภายใต้สถานการณ์ที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการทำงาน อาทิ ในช่วงสถานการณ์การระบาดโควิด-19							

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)

Intention	9.	ข้อความใดต่อไปนี้ สะท้อนความรู้สึกที่ท่านมีต่อ **การร่วมงานกับ สสปน. ในอนาคต** ได้ดีที่สุด	
		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

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

แบบสอบถาม (5/5)

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.	

คุณยินดีที่จะรับของที่ระลึก (Starbuck e-Coupon มูลค่า 300 บาท) ผ่านทางอีเมลของคุณ หรือไม่

❍ ฉัน**ยินดี**จะรับของที่ระลึก

❍ ฉัน**ไม่ยินดี**จะรับของที่ระลึก

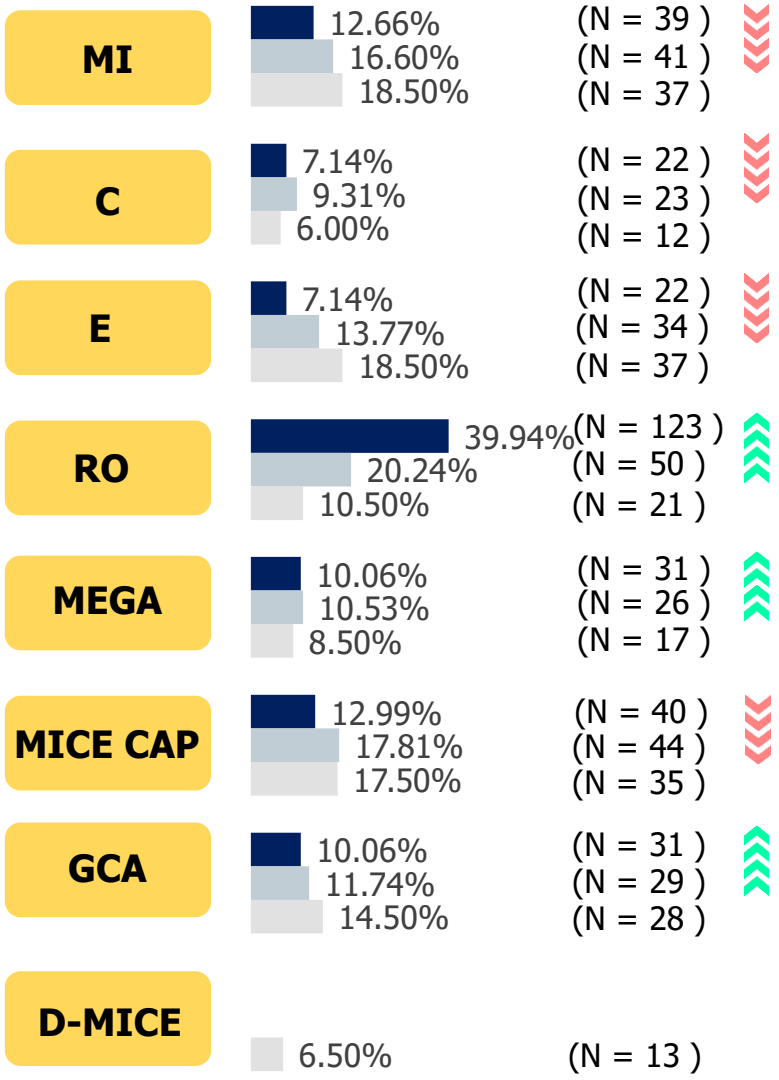
กรุณาระบุชื่อและอีเมลของคุณสำหรับการจัดส่งของที่ระลึก (Starbuck e-Coupon มูลค่า 300 บาท)

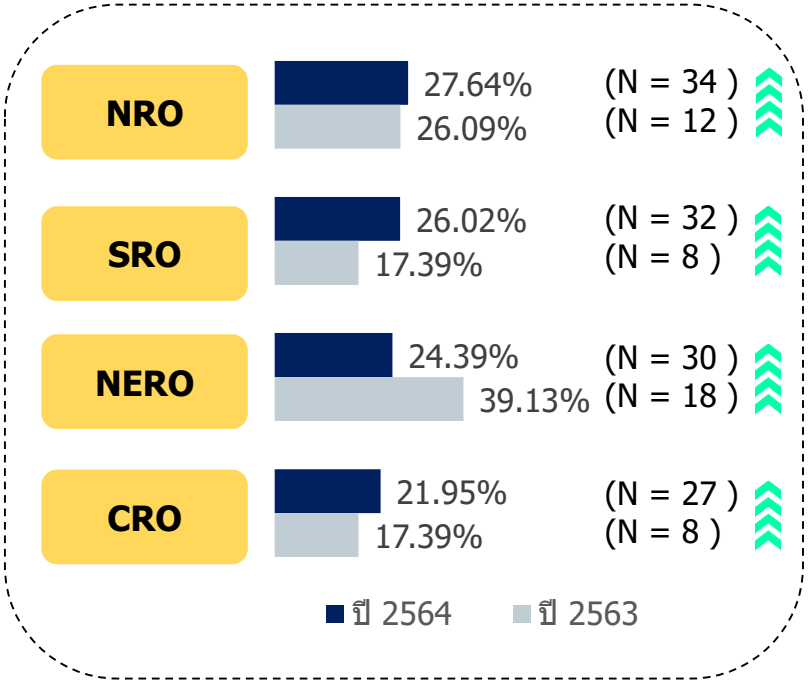
_____

ขอบพระคุณสำหรับทุกคำตอบ

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

APPENDIX



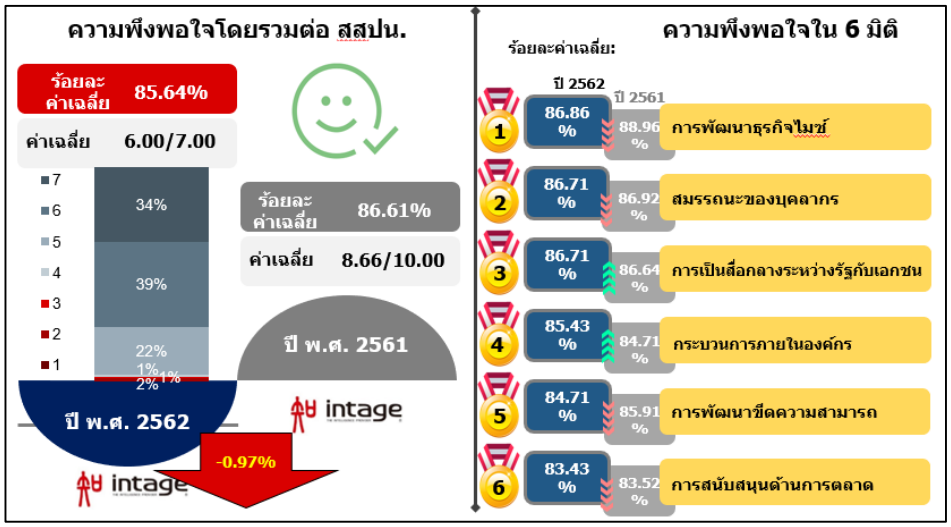


หมายเหตุ: ปี 2563-2564 ไม่มีการสำรวจสำหรับฝ่าย D-MICE จึงไม่มีผลเปรียบเทียบกับปีนี้

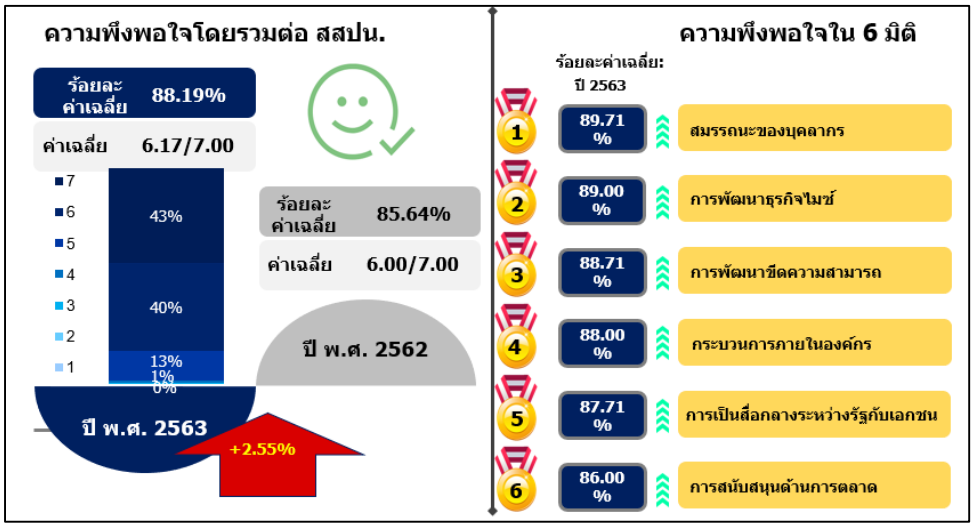
Copyright© INTAGE (Thailand) Co., Ltd. All Rights Reserved.

ความพึงพอใจโดยรวมจากการวัดผลต่อเนื่อง 3 ปี (ปี 2562-2564)

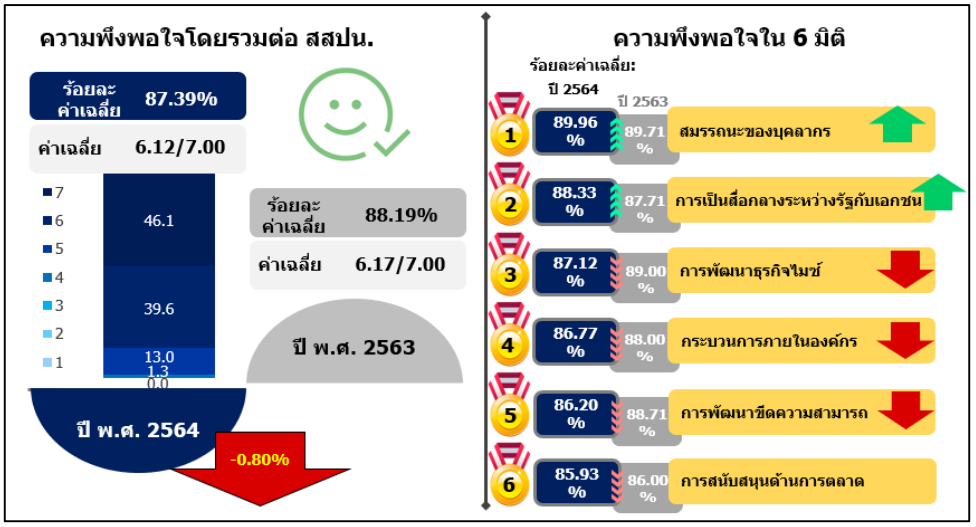
ปี 2562



ปี 2563



ปี 2564



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

Know Today Power Tomorrow

No 1 in Japan, No 1 in Asia

Global Foresight, Local Insight

Global network

Real-time interview

Intelligence

Brand SPACE

Facial Decoding

HYBRID

COMMUNITY

unconscious

Inspiration

MyReco

Engagement Suite

Listening tools

Social Listening

Facial Decoding

science

Latent needs

Shoppers

INTAGE ACADEMY

Culture

Innovation

Solutions

STRATEGY

Workshop

Semiotics

Employee Engagement

International Standard

intage

Know today, Power tomorrow

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

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

INTAGE (Thailand) Co., Ltd.

www.intage-thailand.com/