

รายงานฉบับเต็ม

โครงการสำรวจความพึงพอใจโดยรวมต่อการให้บริการของ สสปน.ในการดำเนินธุรกิจไมซ์

นำเสนอ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

29 กันยายน 2558

สารบัญ

	<u>หน้า</u>
บทนำ	3
วัตถุประสงค์	5
วิธีการวิจัย	10
บทสรุป ข้อเสนอแนะ และแนวทางปฏิบัติ	13
ผลการวิจัยโดยละเอียด	
I. การประเมินความพึงพอใจต่อองค์กรและเหตุผล	22
II. การประเมินทัศนคติต่อการบริหารจัดการ (6มิติ)	42
III. การวิเคราะห์ SWOT ขององค์กร	46
IV. การวิเคราะห์เชิงสถิติ Need Gap	48
V. การวิเคราะห์เชิงสถิติ Brand Engagement	60
ภาคผนวก	
ข้อมูลผู้เข้าร่วมการวิจัย	87
ความพึงพอใจต่อองค์กร	89
ทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน.	92
แบบสอบถาม	138

บทนำ



ความเป็นมา

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์กรมหาชน) หรือ TCEB มีพันธกิจหลักในการส่งเสริม สนับสนุน และประสานงานกับภาคเอกชนในการ จัดประชุม การจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดการแสดงสินค้านานาชาติ หรือไมซ์ (MICE: Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions) ใน ประเทศไทย ด้วยตระหนักถึงบทบาทสำคัญขององค์กรในการสนับสนุน ส่งเสริม ประสานงาน พัฒนา และให้คำปรึกษา เพื่อใช้ในอุตสาหกรรมไมซ์ TCEB จึงจัดทำ โครงการสำรวจความพึงพอใจต่อการให้บริการของ TCEB ในทุกด้าน เพื่อนำผล การการประเมินนี้ไปปรับปรุงแผนงานการให้บริการ และการพัฒนาบุคลากรของ TCEB ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์แก่อุตสาหกรรมไมซ์ของ ประเทศไทยยิ่งขึ้น ต่อไป



วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อการให้บริการของกลุ่มผู้รับบริการจาก TCEB
2. เพื่อศึกษาความต้องการของผู้รับบริการ เช่น การให้ความสำคัญในแต่ละมิติที่ TCEB ให้บริการ และเปรียบเทียบกับการให้ความสำคัญในแต่ละมิติของปีก่อนหน้าและความต้องการจำเป็นอื่น ๆ ที่ผู้รับบริการยังไม่ได้รับการตอบสนอง
3. เพื่อประเมินการทำงานของ TCEB โดยเปรียบเทียบกับผลงานในปีที่ผ่านมา



ผลสรุปสำหรับผู้บริหาร



วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อการให้บริการของกลุ่มผู้รับบริการจากทีเส็บ
2. เพื่อศึกษาความต้องการของผู้รับบริการ
3. เพื่อประเมินการทำงานของทีเส็บ โดยเปรียบเทียบกับผลงานในปีที่ผ่านมา

ผลสรุปสำหรับผู้บริหาร

- ผลประเมินความพึงพอใจในเชิงสถิติ
- จุดแข็ง และจุดอ่อนของ TCEB ในมุมมองของผู้รับบริการ (TCEB SWOT analysis)
- ความคาดหวังจากผู้รับบริการกลุ่มต่าง ๆ ทั้งที่ได้รับการตอบสนอง และยังไม่ได้รับการตอบสนอง (Customers' Met & Unmet Needs)

ข้อเสนอเชิงกลยุทธ์ เพื่อเพิ่มความพึงพอใจในปีถัดๆไป และเพิ่มความผูกพันของผู้รับบริการกับ TCEB (Customers' Satisfaction & Engagement)

Additional Analysis

เพื่อให้ได้มิติที่ลึกและชัดเจนในการวิเคราะห์และนำเสนอ **action plan** เพื่อเพิ่มความพึงพอใจและสร้างความผูกพันของผู้รับบริการกับ TCEB ทางอินเทจจะนำเครื่องมือทั้ง **5** มาใช้ในงานนี้:-

1. Satisfaction KPI Assessment
2. Pain Point Analysis
3. SWOT Analysis
4. Priority Mission Identification
5. Engagement Analysis



Additional Analysis

เพื่อให้ได้มิติที่ลึกและชัดเจนในการวิเคราะห์และนำเสนอ **action plan** เพื่อเพิ่มความพึงพอใจและสร้างความผูกพันของผู้รับบริการกับ **TCEB** ทางอินเทลจะนำเครื่องมือทั้ง **5** มาใช้ในงานนี้:-

1. ระดับ**ความพึงพอใจ**ใน TCEB ในรูปแบบ 7-score scaling
2. นอกจากคะแนนความพึงพอใจแล้ว จะมีการผนวกคำถามแบบปลายเปิด เพื่อรับทราบ**ความคิดเห็น (Pain Point Analysis)**เพื่อให้ได้มิติที่ชัดลึกกว่าในการวัดระดับความพึงพอใจ และ วิเคราะห์ข้อดีและข้อด้อยอย่างแตกต่างกันชัดเจน และสรุปเป็นประเด็นในการพัฒนาปรับปรุงขั้นต่อไป
3. วิเคราะห์ **SWOT Analysis** เพื่อร่างแนวทางการสร้างความพึงพอใจเพื่อผลลัพธ์สูงสุดในปีถัดไป โดยพลิกจุดอ่อนมาเป็นโอกาสในการสร้างความพึงพอใจให้มากขึ้น อาทิ จุดอ่อนคือ โครงสร้างและกระบวนการภายในองค์กรที่ยืดเยื้อ ทับซ้อน ทาง TCEB ก็สามารถพลิกจุดอ่อนนี้ด้วยการสื่อสารจุดยืนขององค์กรว่า ไม่ใช่ยืดเยื้อทับซ้อน แต่เป็นการกลั่นกรองอย่างละเอียดเพื่อลูกค้าสามารถนำไปใช้งานได้ทันทีเลย (one-stop service of business solution)

Additional Analysis

เพื่อให้ได้มิติที่ลึกและชัดเจนในการวิเคราะห์และนำเสนอ **action plan** เพื่อเพิ่มความพึงพอใจและสร้างความผูกพันของผู้รับบริการกับ TCEB ทางอินเทจจะนำเครื่องมือทั้ง **5** มาใช้ในงานนี้:-

4. ในการทำวิจัยครั้งนี้ ทางอินเทจจะนำเสนอบทสรุป**ความคาดหวัง**ของคุณค่าต่อ TCEB ในรูปแบบ **Priority Mission Identification** เพื่อที่ทาง TCEB จะได้วางกลยุทธ์ในการตอบโจทย์ความคาดหวังของคุณค่าได้ตามความต้องการสูงสุดเป็นลำดับไป
5. และสุดท้ายคือการนำ **Brand Engagement Model** อันเป็นโมเดลเฉพาะของทางอินเทจ ประเทศไทยมาใช้วิเคราะห์อีกหนึ่งขั้นตอนเพิ่มจากการวัดความพึงพอใจ ความคาดหวัง เพื่อนำไปสู่ความผูกพันเชิงความรู้สึกกับแบรนด์ TCEB จากการวิเคราะห์ด้วยโมเดลนี้ จะทำให้ TCEB ทราบว่าคุณค่า หรือ กลุ่มผู้ได้รับบริการ**กลุ่มใด**ที่มีความผูกพันกับ TCEB และ**ปัจจัยใด**ที่มีผลต่อความผูกพันนั้น และ ทางเรา จะทำการวิเคราะห์ข้อมูล Customer Insights จากโมเดลนี้ และนำเสนอในรูปแบบ Business Implication เพื่อเพิ่มความผูกพันกับแบรนด์ TCEB ในกลุ่มคุณค่าเพื่อผลลัพธ์ที่ดียิ่งขึ้นในปีต่อไป (*from Satisfaction to Engagement*)

วิธีดำเนินการวิจัยและลักษณะกลุ่มเป้าหมาย

การศึกษาครั้งนี้จะรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative) โดยนำเสนอเป็นการสำรวจเป็น 2 รูปแบบ ด้วยหลักการและเหตุผล ดังนี้:-

1. สำรวจข้อมูลแบบออนไลน์ (online survey) เพื่อทำการศึกษาสำรวจความพึงพอใจในการให้บริการของ TCEB ใน 6 มิติเชิงสถิติและเชิงปริมาณ ตามที่เคยจัดทำมาโดยตลอดเพื่อรับทราบผลประจำปี 2558 แลเปรียบเทียบกับผลการสำรวจในปีที่ผ่านมา (Satisfaction & Expected Needs)
2. สำรวจข้อมูลแบบสัมภาษณ์ one-on-one กับผู้บริหารเพื่อทำการศึกษาสำรวจเชิงเจาะลึกในกลุ่มผู้ที่เป็นระดับบริหารเพื่อให้ได้มุมมองที่นอกเหนือจากสำรวจความพึงพอใจในการให้บริการของ TCEB ใน 6 มิติเชิงสถิติและเชิงปริมาณ ตามที่เคยจัดทำมา โดยการสอบถาม จะทำการสอบถามถึงความต้องการในการให้บริการของTCEB จากที่ลิสต์ไว้ในแบบสอบถามปกติ เพื่อนำมาใช้กับ Need Gap Analysis Model เพื่อให้ได้มาซึ่ง ความต้องการที่นอกเหนือและคาดไม่ถึง (Unmet Needs) ซึ่งจะทำให้การให้บริการของTCEB ยกระดับจาก Satisfaction to Engagement ในที่สุด



วิธีดำเนินการวิจัยและลักษณะกลุ่มเป้าหมาย

การศึกษาครั้งนี้จะรวบรวมข้อมูลเชิงประมาณ (Quantitative) โดยนำเสนอเป็นการสำรวจเป็น 2 รูปแบบ

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



ประเภท	จำนวนที่ได้
C (Convention)	35
D-MICE (D-MICE / D-Exhibition / MICE City)	20
E (Exhibition)	51
GCA	18
MarCom	13
MI	27
MICE CAP	36
จำนวนทั้งสิ้น	200

วันที่ในการทำวิจัย:
10 ก.ค. – 17 ส.ค. 2558

This project was carried out in compliance with ISO 20252 International Standard.

หัวข้อหลักในการสอบถามในงานวิจัย

ผู้ทำการศึกษาจะต้องดำเนินการสำรวจและประเมินความพึงพอใจในการให้บริการของ TCEB ใน 6 มิติต่างๆ ดังนี้

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



บทสรุป ข้อเสนอแนะ และแนวทางปฏิบัติ (Recommendation & Way Forward)



บทสรุป ข้อเสนอแนะ และแนวทางปฏิบัติ

Customized to Customer is the key point to successful satisfaction

โดยภาพรวมขององค์กร สสปน. เป็นองค์กรที่มีภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาผู้เกี่ยวข้อง และมีการทำงานที่มีประสิทธิภาพในระดับที่ค่อนข้างสูง ซึ่งมีติดของงานที่ สสปน. ทำได้ดี 3 มิติแรกในปี 2558 นี้ คือ

การพัฒนาธุรกิจใหม่

สมรรถภาพของบุคลากร

การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน

อย่างไรก็ตาม ด้วยลักษณะที่แตกต่างกันของแต่ละแผนก การเน้นย้ำในแต่ละมิติจึงควรมีน้ำหนักที่แตกต่างกันตามไปด้วย

	MI	C	E	D-MICE	MAR COM	MICE CAP	GCA
การพัฒนาธุรกิจใหม่	1	2	1	1	1	1	1
การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	4	4	3	2	2	3	2
การสร้างขีดความสามารถ / เสริมสร้างรากฐาน	3	5	4	3	5	2	3
การสนับสนุนด้านการตลาด	2	3	2	4	3	5	5
สมรรถภาพของบุคลากร	5	1	5	5	4	4	4
กระบวนการภายใน/ ลักษณะเฉพาะองค์กร	6	6	6	6	6	6	6

บทสรุป ข้อเสนอแนะ และแนวทางปฏิบัติ



การสร้างความผูกพันระหว่างองค์กร
และผู้เกี่ยวข้องที่เพิ่มมากขึ้น
จะสามารถทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ
อย่างยั่งยืน



ความพึงพอใจต่อองค์กร

ค่าเฉลี่ย

	MI	C	E	D-MICE	MARCOM	MICE CAP	GCA
ความพึงพอใจต่อองค์กร ค่าเฉลี่ย	7.81	9.03	8.29	8.40	8.62	8.42	8.83
ความผิดหวังหากไม่ได้ร่วมงาน เปอร์เซ็นต์ (%)	74	89	78	90	85	81	83

ความผิดหวังหากไม่ได้ร่วมงาน

เปอร์เซ็นต์ (%)

บทสรุป ข้อเสนอแนะ และแนวทางปฏิบัติ

3. การมีกลยุทธ์ที่ครอบคลุมจะนำไปสู่ความพึงพอใจสูงสุด

ข้อเสนอแนะภายใต้กรอบมิติที่ 1 – การพัฒนาธุรกิจใหม่

- นำเสนอปฏิทินกิจกรรมประจำปีของแผนกต่างๆรวมกัน เพื่อกลุ่มลูกค้ามองเห็นภาพรวมกิจกรรมทั้งปี สร้างการรับรู้ความเข้าใจร่วมกันอย่างถูกต้องและเป็นประโยชน์ต่อลูกค้าในการเข้าร่วมกิจกรรมของ สสปน. ได้อย่างครบถ้วนและมีประสิทธิภาพ
- *วิธีการ: ปรับปรุงโดยการวางแผนและรวบรวมปฏิทินกิจกรรมของฝ่ายต่างๆเข้าด้วยกัน พร้อมเผยแพร่ในช่องทางการตลาดของ สสปน.*

ข้อเสนอแนะภายใต้กรอบมิติที่ 2 – การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน

- ผลิต Virtual VDO ที่อธิบายการทำงานของสสปน. เน้นเสริมการรับรู้ให้แก่ลูกค้าเมื่อต้องติดต่อประสานงาน หรือขอรับการสนับสนุนจากสสปน. โดยควรเผยแพร่ VDO ในช่องทางการสื่อสารต่างๆของ สสปน. ทำให้เกิดความคล่องตัวในการทำงานในกรณีที่เจ้าหน้าที่ของสสปน ไม่สามารถให้ข้อมูลได้ในเวลาที่ลูกค้าต้องการ
- *วิธีการ: ปรับปรุงการจัดทำ VDO แนะนำขั้นตอนและการทำงานของ สสปน. ซึ่งปัจจุบันบางฝ่ายได้เริ่มจัดทำแล้ว เช่น VDO แนะนำ MICE Lane ซึ่งเผยแพร่ในเว็บไซต์ของสสปน. และFacebook ของฝ่าย GCA เป็นต้น*

บทสรุป ข้อเสนอแนะ และแนวทางปฏิบัติ

ข้อเสนอแนะภายใต้กรอบมิติที่ 3 - การสร้างขีดความสามารถ/เสริมสร้างรากฐาน

- **จัดตั้งศูนย์ข้อมูลดิจิทัลไมซ์ (Mice Intelligence Center of E-info)** เน้นการเป็นศูนย์กลางข้อมูล และความรู้ทั้งเชิงวิชาการ เชิงสถิติ โดยเฉพาะข้อมูลทางธุรกิจ การค้า การขาย และ การตลาดทั้งของ ประเทศไทยและต่างประเทศ เพื่อช่วยผู้ประกอบการ ลูกค้าของทุกแผนกในการเสิร์ชหาข้อมูลธุรกิจไมซ์ ทุกรูปแบบ
- *วิธีการ: ข้อมูล องค์ความรู้ ได้ถูกจัดเก็บและเผยแพร่ในเว็บไซต์ของ สสปน. ซึ่งมีการพัฒนามากกว่า 2 ภาษาขึ้นไป เช่น อังกฤษ จีน ญี่ปุ่น เกาหลี เป็นต้น ทั้งนี้ สสปน.ยังมี call center ในการประชาสัมพันธ์ และตอบข้อซักถามของการจัดงานไมซ์*

ข้อเสนอแนะภายใต้กรอบมิติที่ 4 – สมรรถภาพของบุคลากร

- **จัดตั้งผู้ประสานงานหลักของทุกแผนก (Liaison)** ที่เน้นให้ข้อมูล ตอบคำถาม และช่วยให้การติดต่อกลับลูกค้าได้ทันถ่วงที เพื่อให้ตอบรับกับความต้องการของลูกค้า
- *วิธีการ: ฝ่ายต่างๆควรมีการมอบหมายผู้รักษาการที่มีอำนาจตัดสินใจหรือให้ข้อมูลที่ถูกต้องได้ในกรณีที่ ผู้รับผิดชอบหลักติดภารกิจในต่างประเทศ รวมถึงการเพิ่มช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับผู้รับผิดชอบหลัก เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ*

บทสรุป ข้อเสนอแนะ และแนวทางปฏิบัติ

ข้อเสนอแนะภายใต้กรอบมิติที่ 5 - กระบวนการภายใน/ลักษณะเฉพาะองค์กร

- จัดประชุมภายในและสรุปแผนผังการทำงานของแต่ละแผนกให้ชัดเจน เพื่อหาทางออกลดความซ้ำซ้อนของงานและกระบวนการประสานงานของแต่ละแผนกภายในองค์กร และเพื่อให้กระบวนการทำงานกระชับ ไม่เยิ่นเย้อ ได้ประสิทธิภาพและรวดเร็วยิ่งขึ้น
- *วิธีการ: ปรับปรุงวิธีการทำงานและสื่อสารกระบวนการทำงานของฝ่ายต่างๆ ให้แก่ลูกค้า รวมถึงการมอบอำนาจให้ผู้ทำหน้าที่รักษาการในกรณีที่ผู้มีอำนาจตัดสินใจติดภารกิจนอกสถานที่ เพื่อไม่ให้งานหยุดชะงัก*

ข้อเสนอแนะภายใต้กรอบมิติที่ 6 - การสนับสนุนด้านการตลาด

- จัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์งานด้านการตลาดอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน โดยเน้นการวางแผนและประชาสัมพันธ์ที่ตรงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น ไม่ใช่เน้นแต่กลุ่ม Mass ซึ่งอาจไม่ได้ให้ประโยชน์เต็ม 100 กลับมาที่ลูกค้า หรือ ผู้ประกอบการ การประชาสัมพันธ์ภาพข่าวในวงกว้าง ไม่สร้างสรรค์เท่ากับประชาสัมพันธ์เจาะกลุ่มเน้นสร้างฐานธุรกิจไมซ์โดยเฉพาะ
- *วิธีการ: ฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้จัดทำแผนการประชาสัมพันธ์ในสื่อเฉพาะกลุ่มไมซ์มากขึ้น รวมถึงการทำกิจกรรมทางการตลาดร่วมกับองค์กรด้านไมซ์ทั้งในประเทศและระดับนานาชาติมากขึ้น*

บทสรุป ข้อเสนอแนะ และแนวทางปฏิบัติ

ข้อเสนอแนะแบบองค์รวม

- มีการนำเสนอรายงานทั้ง **pre & post evaluation & comparison report** ในงานหลักๆที่ สสปน. และ ผู้ประกอบการเข้าร่วม เพื่อใช้เป็นแนวทางการศึกษา และ ปรับปรุงในการจัดงาน หรือ เข้าร่วมงานในครั้งต่อไป โดยเน้นให้มีการเปรียบเทียบข้อดี และ ข้อด้อยเมื่อเทียบกับคู่แข่งเพื่อการพัฒนาที่ดีที่สุดในการครั้งต่อไป
- จัดทำแคมเปญส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ไทยอย่างต่อเนื่อง – **Communication campaign of Thailand MICE Industry** โดยเน้นที่ศักยภาพของไมซ์ไทย มีใช้ที่องค์กรหนึ่งองค์กรใด อาทิ Smart-Investing with MICE Thailand, etc....

บทสรุป ข้อเสนอแนะ และแนวทางปฏิบัติ

ข้อเสนอแนะแบบองค์รวม

- จัดกิจกรรม workshop ประจำปี ในทุกแผนกของ สสปน. กับลูกค้าของแต่ละแผนก เพื่อสร้างความเข้าใจ และความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดยิ่งขึ้นร่วมกัน (Annual workshop with customers)
- สร้างสรรค์ผลงานที่จับต้องได้ในแต่ละปีอย่างน้อย 1 ผลงาน (1 masterpiece/ year) อาทิ การนำเสนอการพัฒนาที่ยั่งยืน- มาตรการด้านลดหย่อนภาษีในการจัดงานต่างๆที่เกี่ยวกับไมซ์ เป็นต้น

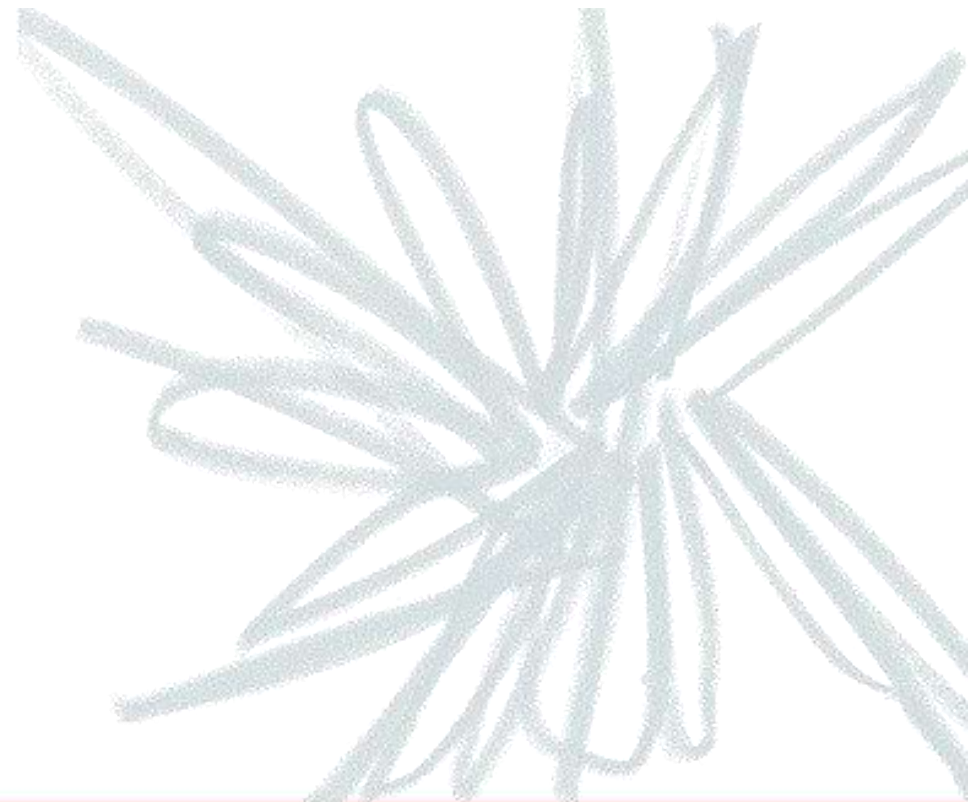
ผลการวิจัยโดยละเอียด

หมายเหตุสำหรับสัญลักษณ์:

- * = น้อยกว่า 0.5%
- ** = จำนวนตัวอย่างน้อยกว่า 30 โปรดอ่านค่าด้วยความระมัดระวัง
- > = ทดสอบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95%



ความพึงพอใจต่อองค์กร และเหตุผล



ความพึงพอใจต่อ สสปน.

คะแนนความพึงพอใจโดยรวมเพิ่มขึ้นจากปี 2557

- เปอร์เซนต์ความพึงพอใจ

94%

- คะแนนความพึงพอใจต่อองค์กรโดยรวม

8.46 (คะแนนเต็ม 10)

ปี 2558

การประเมินความพึงพอใจสำหรับแต่ละแผนกอยู่ในเกณฑ์ที่ค่อนข้างดี

	Total	MI (A)	C (B)	E (C)	D-MICE (D)	MARCOM (E)	MICE CAP (F)	GCA (G)
	%	%	%	%	%	%	%	%
Mean score	8.46	7.81	9.03 >A,C,F	8.29	8.40	8.62	8.42	8.83 >A
เปอร์เซนต์ (%)	94	86	95 >A	100	95	100 >A	100	95
ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด = 100%	200	27**	35	51	20**	13**	36	18**

เหตุผลที่ทำให้พึงพอใจต่อการดำเนินงานของ สสปน.

73 เปอร์เซนต์มีความคิดเห็นตรงกันว่าบุคลากร ของสสปน. มีจิตบริการ ให้การช่วยเหลือ การสนับสนุน การให้คำแนะนำ และ การประสานงานอย่างดีเยี่ยม อีกทั้งบุคลากรยังทำงานด้วยความรวดเร็ว กระตือรือร้น ทุ่มเท เป็นมิตร และเป็นมืออาชีพ

	Total	MI (A)	C (B)	E (C)	D-MICE (D)	MARCOM (E)	MICE CAP (F)	GCA (G)
	%	%	%	%	%	%	%	%
สมรรถภาพของบุคลากร (สุทธิ)	73	56	77	65	77	100	71	100 >A,C
ให้บริการดี/ สนับสนุนดี/ ประสานงานดี/ แนะนำดี	45	38	62	48	46	-	33	40
ให้ความช่วยเหลือดีมาก/ ช่วยเหลือในการจัดงาน/ เจ้าหน้าที่ช่วยเหลือการจัดงานให้สำเร็จลุล่วงด้วยดี เสมอมา/ พยายามให้ความช่วยเหลือในทุกๆด้าน/ ให้ความช่วยเหลือทุกครั้งในการขอข้อมูล/ การให้ความ ช่วยเหลือและสนับสนุนในกรณีที่มีเหตุการณ์บ้านเมือง ไม่ปกติ จากภาวะ เศรษฐกิจและการเมือง อย่างทันท่วงที และต่อเนื่อง/ มีการติดตามคอยให้ความช่วยเหลือสนับสนุน	19	19	27	30	15	-	8	10
ให้บริการที่ดีมาก/ ทีมงานมีความพร้อม ให้บริการเต็มที่/ มีจิตบริการ	12	12	23	4	8	-	12	10
ให้คำปรึกษา/ บุคลากรให้ข้อมูล/ การให้คำแนะนำ และการช่วยวางแผนการดำเนินงาน/ ให้คำแนะนำ ในการจัดประชุมและสัมมนาวิชาการระดับนานาชาติได้อย่าง เป็นมืออาชีพ	10	6	12	4	31 >C,F	-	4	10
มีความใส่ใจในการให้บริการ	5	6	8	4	-	-	4	10
ประสานงานดี / เจ้าหน้าที่ประสานงานดี	5	-	8	-	-	-	17	-
ให้การสนับสนุนในการประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ ได้เป็นอย่างดี / support organizer อย่างเต็มที่และ มีประสิทธิภาพ / การประสานงาน การจัดทำรายงาน	4	-	4	9	-	-	4	-
ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด = 100% REF. Q6	113	16**	26**	23**	13**	1**	24**	10**

เหตุผลที่ทำให้พึงพอใจต่อการดำเนินงานของ สสปน.

	Total	MI (A)	C (B)	E (C)	D-MICE (D)	MARCOM (E)	MICE CAP (F)	GCA (G)
	%	%	%	%	%	%	%	%
สมรรถภาพของบุคลากร (ต่อ)								
ทำงานรวดเร็ว / คล่องตัว	<u>12</u>	<u>6</u>	<u>12</u>	<u>9</u>	<u>23</u>	-	<u>12</u>	<u>20</u>
เป็นมืออาชีพในการทำงาน	12	6	4	9	-	100 >A,B,C	21	40 >A,B,C
ดำเนินงานอย่างรวดเร็ว	4	-	-	4	15	-	4	10
การให้บริการข้อมูลข่าวสาร รวดเร็ว	3	6	4	-	-	-	4	-
ช่วยแก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็ว	2	-	4	4	-	-	-	-
ทำงานอย่างรวดเร็วเป็นระบบ	2	-	-	-	8	-	-	10
คล่องตัวในการประสานงาน	1	-	4	-	-	-	-	-
MICE Capability Team สามารถทำงานได้อย่างรวดเร็ว	1	-	-	-	-	-	4	-
มีความกระตือรือร้น/ ท้มเท	<u>11</u>	<u>12</u>	<u>4</u>	<u>13</u>	<u>8</u>	-	<u>12</u>	<u>20</u>
กระตือรือร้น / บุคลากรมีความกระตือรือร้น	7	12	-	9	8	-	4	20
กระตือรือร้นในการช่วยประสานงาน / กระตือรือร้นในการให้บริการและติดตามงานเป็นอย่างดี	3	-	4	4	-	-	4	-
การท้มเท	1	-	-	-	-	-	4	-
มีความเป็นมิตร	<u>10</u>	<u>6</u>	<u>12</u>	<u>9</u>	-	-	<u>12</u>	<u>20</u>
เป็นมิตร/ เป็นมิตรในการช่วยประสานงาน ทำให้งานลุล่วงและประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก	6	6	4	4	-	-	12	10
มนุษย์สัมพันธ์ที่ดีเยี่ยม/ มีอัธยาศัยไมตรี	4	-	12	4	-	-	-	10
มีบุคลากรที่มีคุณภาพ	<u>10</u>	<u>6</u>	<u>8</u>	<u>9</u>	<u>15</u>	-	<u>8</u>	<u>20</u>
มีบุคลากรที่มีคุณภาพ/ บุคลากรที่มีศักยภาพสูง	5	-	-	4	15	-	8	10
บุคลากรมีความรู้/ บุคลากรมีความสามารถ/ บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ	2	-	4	4	-	-	-	-
มีความเชี่ยวชาญตลาด	1	-	-	-	-	-	-	10
บุคลากรขององค์การมีความรู้และทันสมัย	1	-	4	-	-	-	-	-
มีคณะทำงานที่มีความหลากหลาย และสามารถเข้าใจถึงปัญหาของผู้ประกอบการได้	1	6	-	-	-	-	-	-
มีความสะดวกในการติดต่อในด้านต่าง ๆ	1	-	4	-	-	-	-	-
ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด = 100%	113	16**	26**	23**	13**	1**	24**	10**

REF. Q6

(ต่อ)

เหตุผลที่ทำให้พึงพอใจต่อการดำเนินงานของ สสปน. (ต่อ)

	Total	MI (A)	C (B)	E (C)	D-MICE (D)	MARCOM (E)	MICE CAP (F)	GCA (G)
	%	%	%	%	%	%	%	%
การสนับสนุนด้านการตลาด (สุทธิ)	21	31	23	26	23	-	17	-
สนับสนุนเงินทุนในการดำเนินงาน/ การสนับสนุนด้านการเงิน/ ให้การสนับสนุนการจัดงาน	6	12	15	-	8	-	-	-
มีการจัดงานต่างๆ อาทิ Tradeshow/ จัดกิจกรรมต่อเนื่องเพื่อ ส่งเสริมธุรกิจmice/ สนับสนุนในการทำ roadshow และกิจกรรม ประชาสัมพันธ์	4	6	4	4	8	-	-	-
มีการสื่อสารข้อมูลที่รวดเร็ว / การสื่อสารดีเยี่ยม	2	-	4	-	-	-	4	-
มีการพัฒนาด้านการตลาดMICEอย่างต่อเนื่อง	2	-	-	-	-	-	8	-
แผนการตลาดที่ช่วยสนับสนุนการจัดงานแสดงสินค้าให้เป็นสากล	2	-	-	4	-	-	4	-
ส่งเสริมและสนับสนุนผู้จัดงานอย่างต่อเนื่อง	2	-	-	4	8	-	-	-
เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการและพันธมิตรเข้าร่วมในงานที่จัดโดย สสปน. อย่างสม่ำเสมอ	1	6	-	-	-	-	-	-
ช่วยการประชาสัมพันธ์ในงาน event ต่างๆ	1	-	-	4	-	-	-	-
มีพัฒนาการที่ดีขึ้นด้านการตลาดโดยเฉพาะทีม MI	1	6	-	-	-	-	-	-
มี Campaign ใหม่ๆ มาแนะนำเสนอ Organizer เพื่อนำมาพัฒนา งานแสดง	1	-	-	4	-	-	-	-
มีการวางยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมและสนับสนุนอย่างเป็นระบบ	1	-	-	4	-	-	-	-
	113	16**	26**	23**	13**	1**	24**	10**

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด = 100%

REF. Q6

(ต่อ)

เหตุผลที่ทำให้พึงพอใจต่อการดำเนินงานของ สสปน. (ต่อ)

	Total	MI (A)	C (B)	E (C)	D-MICE (D)	MARCOM (E)	MICE CAP (F)	GCA (G)
	%	%	%	%	%	%	%	%
การพัฒนาขีดความสามารถ/ เสริมสร้างรากฐาน (สุทธิ)	13	12	15	4	-	-	29	10
มีการให้ข้อมูลต่างๆ/ อัปเดตข่าวสารข้อมูล/ ให้ความรู้ต่างๆ	8	12	12	-	-	-	12	10
การให้ความรู้ด้วยการจัดอบรม สัมมนา/ พยายามจัดกิจกรรมให้ความรู้แก่ผู้จัดงานเป็นสิ่งที่ดีมาก	2	-	4	-	-	-	4	-
หลักสูตรที่จัดฝึกอบรมสามารถนำมาใช้ในการทำงานจริงได้เลย	1	-	-	-	-	-	4	-
ให้ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์	1	-	-	-	-	-	4	-
นโยบายเชิงรุกเรื่อง ARS ที่ตอบโจทย์การรुकคืบของ AEC	1	-	-	4	-	-	-	-
การเผยแพร่รายงานและข้อมูลความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับธุรกิจการประชุมและนิทรรศการในประเทศและต่างประเทศ	1	-	-	-	-	-	4	-
กระบวนการภายใน/ ลักษณะเฉพาะองค์กร (สุทธิ)	6	6	4	4	15	-	4	10
มีการรับฟังผู้ประกอบการในธุรกิจ	2	-	-	-	8	-	4	-
มีความยืดหยุ่นและตอบสนองต่อตลาด	2	6	4	-	-	-	-	-
มีนโยบายมองเห็นเป็นรูปธรรม	2	-	-	4	-	-	-	10
มี มอก. และระบบ ISO ที่เข้มแข็ง	1	-	-	-	8	-	-	-
มีการผลักดันและมีมาตรฐานดี/ มีการจัดการที่ดี	1	-	-	-	8	-	-	-
ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด = 100%	113	16**	26**	23**	13**	1**	24**	10**

REF. Q6

(ต่อ)

เหตุผลที่ทำให้พึงพอใจต่อการดำเนินงานของ สสปน. (ต่อ)

	Total	MI (A)	C (B)	E (C)	D-MICE (D)	MARCOM (E)	MICE CAP (F)	GCA (G)
	%	%	%	%	%	%	%	%
การพัฒนาธุรกิจ MICE (สุทธิ)	6	6	-	13	15	-	4	-
พัฒนาบุคลากรด้าน MICE	3	6	-	4	8	-	-	-
ความตั้งใจในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรม MICE อย่างต่อเนื่อง	2	-	-	4	8	-	-	-
การส่งเสริมประเทศไทยให้เป็นจุดหมายของการจัดประชุมและ นิทรรศการ	1	-	-	-	-	-	4	-
การสนับสนุนการจัดงานต่างๆ เพื่อดึงกลุ่มนักท่องเที่ยวไมซ์จาก นานาชาติมายังประเทศไทย	1	-	-	4	-	-	-	-
การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน (สุทธิ)	4	-	4	4	-	-	8	-
การเป็นศูนย์ประสานงานเพื่ออำนวยความสะดวกผู้จัดงาน ขนาดใหญ่/ การประสานงานกับองค์กรที่เกี่ยวข้อง	2	-	4	-	-	-	4	-
คนประสานงานในต่างประเทศ	1	-	-	4	-	-	-	-
สสปน. เปิดโอกาสให้ มหาวิทยาลัยเข้าร่วม	1	-	-	-	-	-	4	-
ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด = 100%	113	16**	26**	23**	13**	1**	24**	10**

REF. Q6

เหตุผลที่ทำให้ ไม่พึงพอใจ ต่อการดำเนินงานของ สสปน.

	Total	MI (A)	C (B)	E (C)	D-MICE (D)	MARCOM (E)	MICE CAP (F)	GCA (G)
	%	%	%	%	%	%	%	%
กระบวนการภายใน/ ลักษณะเฉพาะองค์กร (สุทธิ)	25	33	14	36	33	-	8	-
ข้อตกลงและกฎต่างๆค่อนข้างเยอะ / มีรายละเอียดที่ต้อง								
ดำเนินการเยอะ	8	11	14	7	11	-	-	-
ขั้นตอนของการจัดทำเอกสารเพื่อร่วมโครงการ ยังมีความยุ่งยาก	4	-	-	7	11	-	-	-
การพิจารณาต่างๆระยะเวลานานเกินไปแล้วไม่มีหลักเกณฑ์								
การสนับสนุนที่แน่นอน การสนับสนุนต่างๆที่เกิดขึ้นเป็นการเพิ่ม								
ภาระให้ผู้ประกอบการ ไม่ใช่เป็นการสนับสนุนค่าใช้จ่ายเพื่อ								
ลดต้นทุนเลย	4	-	-	-	22	-	-	-
บางที่มีการเชิญต่างชาติรายเดียวกันกับที่ ททท. ส่งมา ถือเป็น								
การซ้ำซ้อน/ โดยส่วนใหญ่จะเชิญผู้ที่มาร่วมงาน (buyer)								
ซ้ำกับททท.	4	22	-	-	-	-	-	-
ไม่ค่อยยืดหยุ่น / มีระบบเหมือนภาครัฐอื่นๆ ที่ยังไม่ยืดหยุ่นเพียงพอ								
สำหรับทุกสถานการณ์ ซึ่งทำให้เสียโอกาสในบางครั้ง	4	-	-	14	-	-	-	-
เงื่อนไขและข้อกำหนดบางอย่างเป็นอุปสรรคในการบรรลุเป้าหมาย								
ที่จะส่งมอบงานตามที่ขอสนับสนุน	2	-	-	7	-	-	-	-
ยังมีความขัดแย้งและการทำงานซ้ำซ้อนกันในแต่ละส่วนงาน	2	-	-	-	-	-	8	-
รวม	53	9**	7**	14**	9**	-	13**	1**

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด = 100%

REF. Q7

(ต่อ)

เหตุผลที่ทำให้ ไม่พึงพอใจ ต่อการดำเนินงานของ สสปน.

	Total	MI (A)	C (B)	E (C)	D-MICE (D)	MARCOM (E)	MICE CAP (F)	GCA (G)
	%	%	%	%	%	%	%	%
สมรรถภาพของบุคลากร (สุทธิ)	25	33	29	29	-	-	31	-
มีความลำบากในการติดต่อและขอความช่วยเหลือในบางครั้ง/ พนักงานติดต่อได้ยากโทรไปไม่มีคนรับโทรศัพท์แต่ถ้ามีคนรับ ก็ให้ฝากข้อความตลอดแต่ไม่เคยติดต่อกลับ/ บุคลากรมักจะ ไม่อยู่ที่ออฟฟิศ ทำให้ติดต่อยากเมื่อมีคำถาม/ บางครั้งบุคลากร มีงานยุ่งและไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการได้	6	22	-	-	-	-	8	-
ยังขาดความเป็นมืออาชีพในการติดต่อประสานงานกับองค์กร ต่างชาติ/ ยังขาดความเป็นมืออาชีพในการประสานงานเล็กๆน้อยๆ บางส่วน	4	-	14	7	-	-	-	-
ควรเพิ่มเติมด้านจิตบริการ	4	-	-	-	-	-	15	-
ไม่ตามงาน	2	-	14	-	-	-	-	-
การประสานงานทีม IT ที่ดำเนินงานช้า บางครั้งทำให้งานล่าช้า	2	-	-	7	-	-	-	-
บุคลากรไม่รักษาเวลา	2	11	-	-	-	-	-	-
ฝ่าย Domestic MICE ยังไม่เข้าใจในการร่วมมือทำงานกับผู้ที่ มีส่วนเกี่ยวข้องอย่างแท้จริง	2	-	-	-	-	-	8	-
มีความผิดพลาดและไม่ตรงต่อเวลา	2	-	14	-	-	-	-	-
การดำเนินงานระหว่างทีม IT และ ทีม Communications ไม่สอดคล้องกัน ทำให้งานที่ต้องการสื่อสารออกไปไม่กลมกลืน	2	-	-	7	-	-	-	-
บางคนทำงานแบบเป็นเจ้าแม่เกินไป	2	-	-	7	-	-	-	-
ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด = 100% REF. Q7	53	9**	7**	14**	9**	-	13**	1**

(ต่อ)

เหตุผลที่ทำให้ไม่พึงพอใจต่อการดำเนินงานของ สสปน.

(ต่อ)

การสนับสนุนด้านการตลาด (สุทธิ)

การจัดงาน Trade Show และ Road Show บางงาน ไม่มี
รายละเอียด หรือการจัดงานที่ชัดเจน การดำเนินงาน
ไม่เป็นไปตามที่กำหนด Buyers เข้าร่วมงานน้อย
ขาดความต่อเนื่องในการสนับสนุนด้านประชาสัมพันธ์
การส่งเสริมและสนับสนุนที่มากเกินไปสำหรับผู้จัดงานจาก
ต่างประเทศเข้ามาจัดงานในประเทศไทย ในขณะที่ ไม่ได้
สนับสนุนมากเพียงพอที่จะทำให้ผู้จัดงานในประเทศ
มีความเข้มแข็งที่จะแข่งขันได้
การใช้งบประมาณ เป็นไปอย่างไม่เหมาะสม
กิจกรรมไม่ได้เป็นประโยชน์ต่อการส่งเสริม MICE/ เป้าหมายของ
กิจกรรมไม่ชัดเจน
ควรจะปรับพันธกิจในการสนับสนุนการจัดงานหรือประชุมของ
คนไทยให้โดดเด่นในต่างประเทศอย่างแข็งแรง
การติดตามผลและแจ้งความคืบหน้าหลังจาก MOU กับหน่วยงาน
ที่เกี่ยวข้อง
งบประมาณให้ต่อองค์กรควรให้ครอบคลุมทั่วโลก เพื่อเพิ่มศักยภาพ
ของอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ
ควรสนับสนุนการตลาดให้กับเมืองทั้ง 5 หลักให้มากกว่านี้
การนำจำนวนผู้เข้าร่วมงานต่างชาติ ที่ต้องเพิ่มขึ้นในแต่ละปีมาเป็น
ข้อบ่งชี้ในการให้เงินสนับสนุน ทำให้โชว์ที่มีฐานลูกค้าต่างชาติ
สูงอยู่แล้วเข้าถึงการสนับสนุนทางการเงินจากสสปน. ยากขึ้น

Total	MI (A)	C (B)	E (C)	D-MICE (D)	MARCOM (E)	MICE CAP (F)	GCA (G)
%	%	%	%	%	%	%	%
23	44	29	21	11	-	15	-
6	33	-	-	-	-	-	-
4	-	14	-	-	-	8	-
4	-	14	7	-	-	-	-
2	11	-	-	-	-	-	-
2	-	-	7	-	-	-	-
2	11	-	-	-	-	-	-
2	-	-	-	-	-	8	-
2	-	-	-	11	-	-	-
2	-	-	-	11	-	-	-
2	-	-	7	-	-	-	-
53	9**	7**	14**	9**	-	13**	1**

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด = 100%

REF. Q7

(ต่อ)

เหตุผลที่ทำให้ ไม่พึงพอใจ ต่อการดำเนินงานของ สสปน.

(ต่อ)

	Total	MI (A)	C (B)	E (C)	D-MICE (D)	MARCOM (E)	MICE CAP (F)	GCA (G)
	%	%	%	%	%	%	%	%
การพัฒนาธุรกิจ MICE (สุทธิ)	21	11	14	14	33	-	31	-
การส่งเสริม/ สนับสนุนการวิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรมเพื่อให้แข่งขันได้ในสากลยังมีจำกัด	4	-	-	-	11	-	8	-
นโยบายในการสนับสนุนงานยังไม่ตอบโจทย์ผู้ประกอบการธุรกิจmice	4	-	14	-	11	-	-	-
การจัดฝึกอบรม MICE ร่วมกับสำนักงานจังหวัด ไม่ประสบความสำเร็จในการหากกลุ่มเป้าหมายเข้าร่วมงาน	4	-	-	-	11	-	8	-
Domestic MICE ของประเทศไทย ยังขาดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและชัดเจน ทำให้การดำเนินงาน หรือวางนโยบายในการส่งเสริมซึ่งกันและกันระหว่างภาครัฐและสถานศึกษา ยังไม่เอื้ออำนวยเท่าที่ควร	4	11	-	-	-	-	8	-
การเน้นสร้างภาพลักษณ์ของ สสปน. ให้เป็นที่ประทับใจ การจัดงานใหญ่โตเพื่อเป้าหมายประชาสัมพันธ์องค์กรและผู้นำองค์กรมากกว่าการส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมในภาพรวม	2	-	-	-	-	-	8	-
การจัดทำแคมเปญที่ไม่ตอบโจทย์ของอุตสาหกรรม เช่น Business Connect	2	-	-	7	-	-	-	-
สสปน. ยังเปิดโอกาสน้อยเกินไปในส่วนของพัฒนามูลาการในสายการศึกษา อยากให้เพิ่มพื้นที่และเพิ่มกิจกรรมสำหรับพัฒนานักศึกษา โดยแบ่งเป็นประเภท mice เพื่อให้เยาวชนรู้จักมากขึ้น	2	-	-	-	-	-	8	-
การให้ข้อมูลข่าวสารไม่เท่าเทียมกับในแต่ละองค์กร	2	-	-	7	-	-	-	-
	53	9**	7**	14**	9**	-	13**	1**

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด = 100%

REF. Q7

(ต่อ)

เหตุผลที่ทำให้ ไม่พึงพอใจ ต่อการดำเนินงานของ สสปน.

(ต่อ)

	Total	MI (A)	C (B)	E (C)	D-MICE (D)	MARCOM (E)	MICE CAP (F)	GCA (G)
	%	%	%	%	%	%	%	%
การพัฒนาขีดความสามารถ/ เสริมสร้างรากฐาน (สุทธิ)	15	11	14	7	22	-	15	100 >C
ข้อมูลข่าวสารอาจมาไม่ทันเวลาบ้างหรือกระชั้นชิดเกินไปบ้าง	8	11	-	-	11	-	8	100 >F
ศูนย์กลางข้อมูลความรู้ตลาดด้านไมซ์ที่ยังไม่มากเพียงพอกับความต้องการของตลาดและอุตสาหกรรม	4	-	14	7	-	-	-	-
การส่งหนังสือขอความอนุเคราะห์ในเรื่องต่างๆ ควรให้เวลาหน่วยงานพิจารณาอย่างน้อย 10 วันทำการ	2	-	-	-	11	-	-	-
บางครั้งมีแต่การพูดแต่ไม่มีการกระทำ มีบางโปรเจ็คที่ไม่บรรลุผลหลังจากที่มีการพูดคุยมากมาย	2	-	-	-	-	-	8	-
ภาคเอกชนที่เข้าช่วยยังไม่มากเท่าที่ควร	2	-	-	-	11	-	-	-
	53	9**	7**	14**	9**	-	13**	1**

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด = 100%
REF. Q7

ข้อเสนอแนะต่อ สสปน.

47 เปอร์เซ็นต์ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการตลาด

การสนับสนุนด้านการตลาด (สุทธิ)

งานกิจกรรมต่างๆ

จัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง

อยากให้ช่วยพิจารณาสนับสนุนงานที่จัดในประเทศมากขึ้น
ในการประสานงานเชิญผู้ซื้อจากต่างประเทศ

จัด networking ให้กับธุรกิจ MICE แบบภาพใหญ่ ที่เชิญ
ต่างประเทศมาด้วย

ควรรู้จัก organizer ที่มีคุณภาพ เพราะทำให้งานมีปัญหา
การจัดกิจกรรมควรมุ่งเน้น CSR และขยายความเป็น MICE
ให้ทั่วทุกภูมิภาค

ควรเชิญผู้มาร่วมงานที่มีศักยภาพในการจัดงานในเมืองไทย
อยากให้มีส่วนประเภทใหม่ๆ

ควรประมูลงานที่จะจัดในประเทศไทยให้ได้เพิ่มมากขึ้น

ควรจัดกิจกรรม Roadshow มากยิ่งขึ้น สำหรับในประเทศจีน
ควรจัดให้ครอบคลุม 6-10 จังหวัด และให้ครอบคลุมลูกค้า
Hi-end

ควรมีการประชุมที่ถี่มากกว่านี้

ควรให้ความสะดวกกับหน่วยงานเอกชนมากกว่าปัจจุบันเพราะ
การจัดงานควรเตรียมการล่วงหน้ามากกว่านี้

พิจารณาความเป็นไปได้ของการจัดทำ Pre-Bidding Programs/
Supports

ควรมีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด = 100%

REF. Q7

	Total	MI (A)	C (B)	E (C)	D-MICE (D)	MARCOM (E)	MICE CAP (F)	GCA (G)
	%	%	%	%	%	%	%	%
	47	64	36	39	67	100	33	40
	<u>17</u>	<u>29</u>	<u>18</u>	<u>17</u>	-	<u>100</u>	<u>8</u>	<u>20</u>
						>F		
	3	7	-	-	-	-	8	-
	1	-	-	6	-	-	-	-
	1	-	-	6	-	-	-	-
	1	-	9	-	-	-	-	-
	1	-	-	-	-	-	-	20
	1	7	-	-	-	-	-	-
	1	-	-	6	-	-	-	-
	1	-	-	-	-	100	-	-
	1	7	-	-	-	-	-	-
	1	7	-	-	-	-	-	-
	1	7	-	-	-	-	-	-
	1	-	9	-	-	-	-	-
	9	7	9	6	33	-	-	-
	70	14**	11**	18**	9**	1**	12**	5**

(ต่อ)

ข้อเสนอแนะต่อ สสปน.

การสนับสนุนด้านการตลาด (ต่อ)

หลักเกณฑ์ในการให้บสนับสนุน

สร้างหลักเกณฑ์อย่างชัดเจนในการสนับสนุน อาทิ จัดงาน

100-200 คูหาสนับสนุนการจัดงาน 500,000 บาทหรือ

สัมมนาภายในประเทศ 50-100 คน สนับสนุนเท่าไร

ควรกำหนด KPI ด้านอื่นเป็นปัจจัยประกอบนอกเหนือจากจำนวน

ผู้เข้าร่วมงานต่างชาติ

อาจจะมีการร่วมมือกับหน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยวอื่นๆให้

มากขึ้น เช่น ททท. หรือ องค์กรเอกชน เพราะการจัดงานโดย

สสปน. เพียงหน่วยงานเดียวบางครั้งซ้ำซ้อนกับลักษณะการจัด

ของหน่วยงานอื่นๆถึงแม้จะมีกลุ่มที่แตกต่างกันบ้างแต่ก็ทับซ้อน

กันอยู่ในตัวเอง

	Total	MI (A)	C (B)	E (C)	D-MICE (D)	MARCOM (E)	MICE CAP (F)	GCA (G)
	%	%	%	%	%	%	%	%
	47	64	36	39	67	100	33	40
หลักเกณฑ์ในการให้บสนับสนุน	<u>3</u>	-	-	<u>6</u>	<u>11</u>	-	-	-
สร้างหลักเกณฑ์อย่างชัดเจนในการสนับสนุน อาทิ จัดงาน								
100-200 คูหาสนับสนุนการจัดงาน 500,000 บาทหรือ								
สัมมนาภายในประเทศ 50-100 คน สนับสนุนเท่าไร	1	-	-	-	11	-	-	-
ควรกำหนด KPI ด้านอื่นเป็นปัจจัยประกอบนอกเหนือจากจำนวน								
ผู้เข้าร่วมงานต่างชาติ	1	-	-	6	-	-	-	-
อาจจะมีการร่วมมือกับหน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยวอื่นๆให้								
มากขึ้น เช่น ททท. หรือ องค์กรเอกชน เพราะการจัดงานโดย								
สสปน. เพียงหน่วยงานเดียวบางครั้งซ้ำซ้อนกับลักษณะการจัด								
ของหน่วยงานอื่นๆถึงแม้จะมีกลุ่มที่แตกต่างกันบ้างแต่ก็ทับซ้อน								
กันอยู่ในตัวเอง	3	14	-	-	-	-	-	-
	70	14**	11**	18**	9**	1**	12**	5**

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด = 100%

REF. Q7

(ต่อ)

ข้อเสนอแนะต่อ สสปน. (ต่อ)

การสนับสนุนด้านการตลาด (ต่อ)

ควรมีการหารือกับผู้ประกอบการโดยตรงก่อนสรุปแผนการตลาด และการสนับสนุน จะทำให้ได้แผนที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ควรจัดประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับองค์กรให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะกับภาครัฐ

ควรขยายการตลาดไปยังภูมิภาค และต่างจังหวัด/ ควรมุ่งเน้น การเจาะกลุ่ม Domestic MICE ให้มากขึ้น

ลดการจัดงานในรูปแบบที่เน้นประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของ สสปน. เพราะหน่วยงานเป็นที่รู้จักแล้ว/ ให้คิดถึงประโยชน์ของ อุตสาหกรรมไมซ์ ไม่ใช่การประชาสัมพันธ์องค์กรของ สสปน.

สสปน. ควรที่จะสานสัมพันธ์กับโรงแรมต่างๆ มากยิ่งขึ้น เพื่อสร้าง โอกาสอื่นๆ นอกเหนือจากที่โรงแรมทำได้อยู่แล้ว

เพิ่มจำนวนโต๊ะในงาน trade show เช่น งาน IMEX US

มีโครงการส่งเสริมอย่างอื่นเพิ่มมากขึ้น อาทิ การสนับสนุน ตัวเครื่องบินให้กับ International Buyer เพื่อดึงกลุ่มผู้ซื้อจาก ต่างประเทศให้เข้าร่วมงาน หรืออาจจะดำเนินการร่วมกับ สายการบินนานาชาติ ให้ราคาพิเศษกับนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE

ควรเน้นการสนับสนุนด้านการจัดทำฐานข้อมูลผู้ร่วมงานในแต่ละ ด้านเพื่อช่วยผู้จัดงานให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น

Total	MI (A)	C (B)	E (C)	D-MICE (D)	MARCOM (E)	MICE CAP (F)	GCA (G)
%	%	%	%	%	%	%	%
3	-	-	6	-	-	8	-
3	-	-	-	11	-	8	-
3	-	-	-	11	-	-	20
1	-	-	-	-	-	8	-
1	7	-	-	-	-	-	-
1	7	-	-	-	-	-	-
1	-	-	6	-	-	-	-
1	-	9	-	-	-	-	-
70	14**	11**	18**	9**	1**	12**	5**

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด = 100%

REF. Q7

(ต่อ)

ข้อเสนอแนะต่อ สสปน. (ต่อ)

23 เปอร์เซ็นต์ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับ
กระบวนการภายใน/ ลักษณะเฉพาะองค์กร

กระบวนการภายใน/ ลักษณะเฉพาะองค์กร (สุทธิ)

ปรับระเบียบให้ยืดหยุ่นและเหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน
การวางแผนด้านการตลาดต่างประเทศ และประชาสัมพันธ์
การประมวลผลผลลัพธ์ ที่ได้ดำเนินการไป เผยแพร่เพื่อทราบ/
เห็นไปต่างประเทศกันบ่อยมากๆ แต่ไม่ทราบว่าได้อะไร
กลับมาบ้าง ได้งานมาหรือเปล่า อยากเห็น Report
อยากให้มุ่งดำเนินนโยบายหรือการวางรากฐานการพัฒนาในระยะยาว
มากกว่ากิจกรรมส่งเสริมการตลาดหรือการพัฒนาในระยะสั้น
เช่น การนำเสนอการพัฒนาที่ยั่งยืน- มาตรการด้านลดหย่อนภาษี
สำหรับ R&D, การพัฒนาองค์กร/ Infrastructure ของภาค
เอกชนเอง แม้ว่าหน่วยงานรัฐเป็นผู้จัดงานเอง ก็ควรที่จะเข้าร่วม
สนับสนุนได้เช่นเดียวกับเอกชน รวมถึงงานที่ภาครัฐมีความ
ร่วมมือกับผู้จัดงานเอกชน(ทั้งในประเทศและต่างประเทศ)
กรอบงานขณะนี้เน้นเฉพาะการที่จัดงาน MICE มาจัดในประเทศ
แต่น่าจะส่งเสริมธุรกิจ MICE ให้เป็นธุรกิจระดับนานาชาติที่
สามารถให้บริการ/ จัดงานในต่างประเทศด้วย และควรรวบรวม
ธุรกิจสนับสนุนอื่นที่เกี่ยวข้องกับ MICE เช่น Temp Staff/
Secretariat, Event Organizer ทั้งที่รับงานภาพรวมและเฉพาะ
ส่วนๆของงาน ฯลฯ

Total	MI (A)	C (B)	E (C)	D-MICE (D)	MARCOM (E)	MICE CAP (F)	GCA (G)
%	%	%	%	%	%	%	%
23	29	27	39	-	-	17	-
4	-	9	11	-	-	-	-
3	7	-	6	-	-	-	-
3	-	9	6	-	-	-	-
70	14**	11**	18**	9**	1**	12**	5**

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด = 100%

REF. Q7

(ต่อ)

ข้อเสนอแนะต่อ สสปน. (ต่อ)

กระบวนการภายใน/ ลักษณะเฉพาะองค์กร (ต่อ)

ควรมีนโยบายในการสนับสนุนที่ชัดเจน และสนับสนุนอย่างเต็มที่ โดยเฉพาะงานที่กำลังพัฒนา

ควรพัฒนานโยบายการสนับสนุนที่เหมาะสมกับอุตสาหกรรมแต่ละประเภท

ควรทำให้การทำงานทุกขั้นตอนสามารถตรวจสอบได้

ควรลดเอกสารและขั้นตอนการขอการสนับสนุน

น่าจะวางตัวเป็นคู่ร่วมงานไม่ใช่ นาย การประสานงานควรเป็นไปอย่างคล่องตัวมากกว่านี้

ไม่อยากให้ทำงานระบบราชการจนเกินไป

ความไม่ล่าเอียงในการนำเสนอสถานที่จัดงาน เช่น ศูนย์ประชุมฯ หรือ โรงแรม ควรเป็นกลางในการนำเสนอ และพาเยี่ยมชมอย่างเสมอภาค ให้คำแนะนำอย่างดี และให้ผู้จัดงานตัดสินใจบนพื้นฐานการได้รับข้อมูลอย่างครบถ้วน ไม่ควรชี้นำ และมีอคติใดๆ

ให้มีการทำงานแบบบูรณาการในเรื่องที่เป็นระดับประเทศ เช่น การวางจุดยืน หรือ positioning ของประเทศ

Total	MI (A)	C (B)	E (C)	D-MICE (D)	MARCOM (E)	MICE CAP (F)	GCA (G)
%	%	%	%	%	%	%	%
3	7	-	6	-	-	-	-
3	-	-	6	-	-	8	-
1	7	-	-	-	-	-	-
1	-	-	6	-	-	-	-
1	-	9	-	-	-	-	-
1	7	-	-	-	-	-	-
1	-	-	6	-	-	-	-
1	-	-	-	-	-	8	-
70	14**	11**	18**	9**	1**	12**	5**

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด = 100%
REF. Q7

(ต่อ)

ข้อเสนอแนะต่อ สสปน. (ต่อ)

21 เฟอร์เซ็นต์ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาขีดความสามารถ/ เสริมสร้างรากฐาน

การพัฒนาขีดความสามารถ/ เสริมสร้างรากฐาน (สุทธิ)

เพิ่มกิจกรรมสำหรับพัฒนานักศึกษาโดยแยกประเภท mice ให้เกิดการรับรู้และทั่วถึงสำหรับเยาวชนจะทำให้เกิดความยั่งยืนมากขึ้น
ควรเพิ่มความมีประสิทธิภาพในการเข้าถึงข้อมูลของ สสปน
ควรพัฒนาให้มีการจัดทำข้อมูลทางสถิติทางการตลาดที่ใช้อ้างอิงได้เพื่อประโยชน์ของทุกภาคส่วน
มีการให้ความรู้เกี่ยวกับไมซ์ให้มากขึ้น/ ให้มีการจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่อง MICE
สสปน. ควรมีงบประมาณสนับสนุนให้กับผู้เข้าอบรม เมื่อเชิญเข้าร่วมอบรมที่มีค่าใช้จ่าย
ควรมีข้อมูลเชิงลึกที่เปรียบเทียบข้อมูลกับคู่แข่งเรื่อง technology และ trend ต่างๆ ทั้งสำหรับภูมิภาคนี้และภูมิภาคอื่นๆ อาทิ ยุโรป และอเมริกา
มีการให้ความรู้เกี่ยวกับองค์กร สสปน. มากขึ้น
ควรมีการดำเนินการเพื่อพัฒนาองค์ความรู้ให้บุคลากรในด้านอุตสาหกรรมไมซ์ให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น เพราะมีความสำคัญต่อการพัฒนาในระยะยาว
มีการส่งเสริมให้ภาคการศึกษาในประเทศมีการพบปะกับสถานศึกษาที่มีความเชี่ยวชาญด้านอุตสาหกรรมไมซ์จากต่างประเทศเป็นระยะ เพื่อให้เกิดความร่วมมือกันพัฒนาให้การเรียนการสอนของประเทศไทยมีความก้าวหน้าทัดเทียมสากล
ควรมีหลายช่องทางในการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูล
ข้อมูลควรมาแบบทันเวลาจะได้นำไปใช้ประโยชน์ได้มากขึ้น
ควรให้ความสำคัญกับการคัดเลือก buyer ให้มากกว่านี้

	Total	MI (A)	C (B)	E (C)	D-MICE (D)	MARCOM (E)	MICE CAP (F)	GCA (G)
	%	%	%	%	%	%	%	%
21	21	14	9	-	33	-	67 >A,B	20
4	7	-	-	-	-	-	17	-
3	-	-	-	11	-	-	8	-
3	-	-	-	-	-	-	17	-
3	-	-	-	11	-	-	-	20
3	-	-	-	11	-	-	8	-
1	-	9	-	-	-	-	-	-
1	-	-	-	-	-	-	-	20
1	-	-	-	-	-	-	8	-
1	-	-	-	-	-	-	8	-
1	-	-	-	-	-	-	8	-
1	7	-	-	-	-	-	-	-
70	14**	11**	18**	9**	1**	12**	5**	

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด = 100%
REF. Q7

(ต่อ)

ข้อเสนอแนะต่อ สสปน. (ต่อ)

20 เปอร์เซ็นต์ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับ
สมรรถภาพของบุคลากร

สมรรถภาพของบุคลากร (สุทธิ)

- ปรับปรุงความเร็วในการประสานงานมากกว่านี้
- ตรวจสอบการทำงานของพนักงานว่าได้ทำงานของแต่ละองค์กรที่ติดต่อไปอย่างสำเร็จลุล่วงแล้วหรือยัง
- ทุกส่วนงานควรสื่อสารกับลูกค้าให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน/แต่ละฝ่ายควรทำงานให้เป็นทีมเดียวกัน โดยมีการตกลงกันถึงข้อมูลที่จะสื่อออกไปยังผู้รับข่าวสารต่างๆ/ ทุกส่วนงานควรสื่อสารกับลูกค้าให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน
- ทำงานซ้ำ
- การประสานงานหน่วยงานการศึกษาควรประสานโดยตรง ไม่ควรผ่านสำนักงานจังหวัด
- บุคลากรควรเปิดกว้างต่อวิธีการใหม่ๆ เพื่อสนับสนุนงานต่างๆ ที่อาจไม่เป็นไปตามงานประเภทเดิมๆ
- ควรมีความใกล้ชิดกับลูกค้ามากกว่านี้
- ควรมุ่งเน้นพัฒนาบุคลากรในสายงานใหม่ให้มากขึ้น ในที่นี้รวมถึงบุคลากรในระดับปฏิบัติการ เพื่อยกระดับอุตสาหกรรมให้มีมาตรฐานการทำงานมากขึ้น
- ควรปรับปรุงคุณภาพของบุคลากรโดยรวม
- ควรปรับให้การทำงานไม่ให้ความซ้ำซ้อนกัน
- ควรจัดสรรผู้บริหารที่มีความเข้าใจในเนื้อหาขององค์กรมาทำหน้าที่
- ควรจัดให้มีบุคลากรมากกว่า 1 คน ดูแลงานเดียวกันเพื่อจะได้สะดวกในการติดต่อ

Total	MI (A)	C (B)	E (C)	D-MICE (D)	MARCOM (E)	MICE CAP (F)	GCA (G)
%	%	%	%	%	%	%	%
20	21	27	17	-	-	25	40
3	7	-	6	-	-	-	-
3	-	9	-	-	-	-	20
3	-	-	6	-	-	-	20
1	7	-	-	-	-	-	-
1	-	-	-	-	-	8	-
1	-	-	6	-	-	-	-
1	-	9	-	-	-	-	-
1	-	9	-	-	-	-	-
1	-	-	6	-	-	-	-
1	7	-	-	-	-	-	-
1	-	-	-	-	-	8	-
1	-	-	-	-	-	8	-
70	14**	11**	18**	9**	1**	12**	5**

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด = 100%
REF. Q7

(ต่อ)

ข้อเสนอแนะต่อ สสปน. (ต่อ)

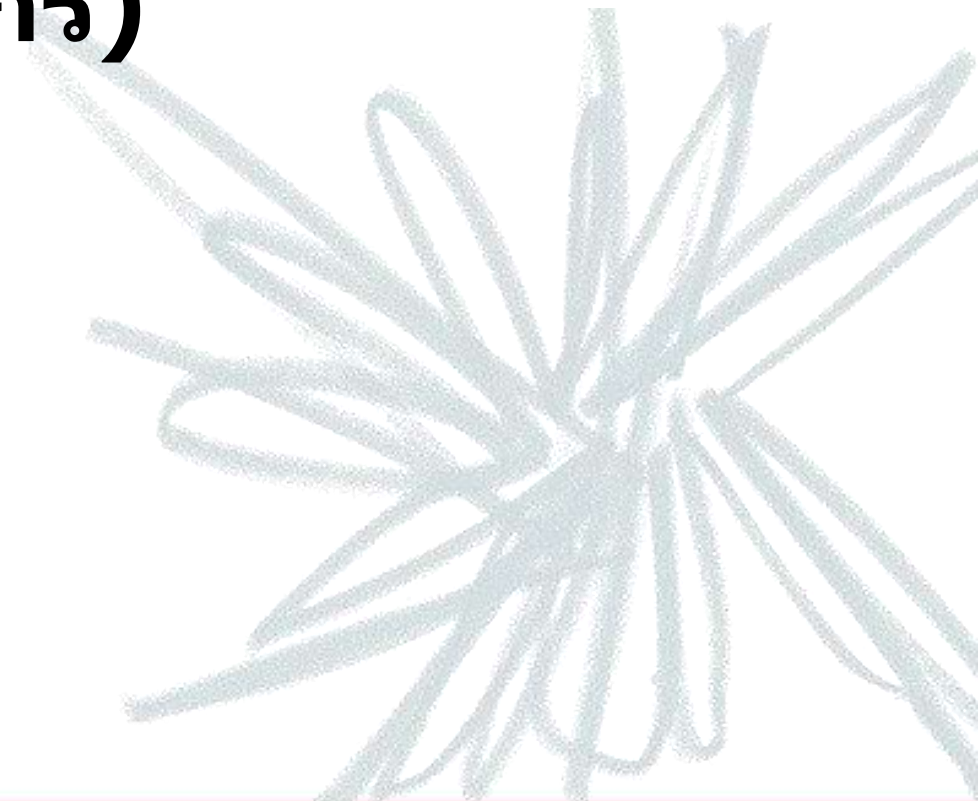
	Total	MI (A)	C (B)	E (C)	D-MICE (D)	MARCOM (E)	MICE CAP (F)	GCA (G)
	%	%	%	%	%	%	%	%
การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน (สุทธิ)	7	-	-	6	22	-	8	20
ควรประสานกับภาครัฐและองค์กรภาครัฐให้มากขึ้น	4	-	-	-	11	-	8	20
ร่วมมือกับหน่วยงาน หรือ องค์กรภาครัฐ อื่นๆ เช่น กรมศุลกากร กระทรวงพาณิชย์ ให้เป็นรูปธรรมมากกว่าปัจจุบันนี้	1	-	-	6	-	-	-	-
เป็นตัวกลางประสานงานกับภาครัฐแทนภาคเอกชนในหลายๆ เรื่องที่เคยเสนอความต้องการไป	1	-	-	6	-	-	-	-
การดำเนินการของสสปน. ควรให้ครอบคลุมถึงส่วนราชการและ ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อได้ข้อมูลที่เป็นแหล่งเดียวกัน	1	-	-	-	11	-	-	-
การพัฒนาธุรกิจ MICE (สุทธิ)	4	-	-	17	-	-	-	-
ต้องมีความชัดเจนในเรื่องของนโยบายและแนวทางปฏิบัติเพื่อ ตอบโจทย์อุตสาหกรรม MICE	1	-	-	6	-	-	-	-
มี campaign ที่เข้าถึงง่าย	1	-	-	6	-	-	-	-
ควรให้มีกรรมการเอกชนที่อยู่ในอุตสาหกรรมจริงร่วมให้คำแนะนำ	1	-	-	6	-	-	-	-
	70	14**	11**	18**	9**	1**	12**	5**

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด = 100%

REF. Q7



ทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน. (6 มิติสำคัญขององค์กร)



ทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน. (โดยรวม)

คะแนนประสิทธิภาพในการดำเนินงานทั้ง 6 มิติสำคัญขององค์กรโดยรวมเพิ่มขึ้น
ในทุกๆ มิติเมื่อเทียบกับปี 2557

ลำดับที่ได้ในปี 2558

- 1 การพัฒนาธุรกิจ MICE
- 2 สมรรถภาพของบุคลากร
- 3 การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน
- 4 การพัฒนาขีดความสามารถ/เสริมสร้างรากฐาน
- 5 กระบวนการภายใน/ ลักษณะเฉพาะองค์กร
- 6 การสนับสนุนด้านการตลาด

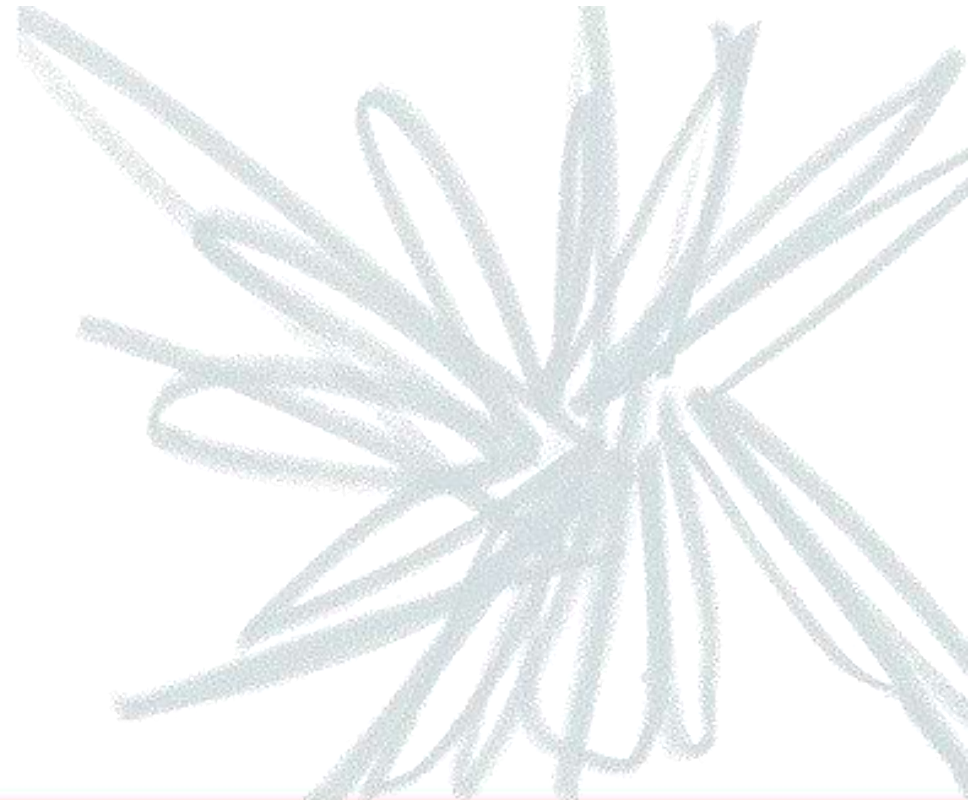
	2558		2557
	เปอร์เซ็นต์ (%)	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
1	97%	4.70	4.24
2	94 %	4.61	4.29
3	94 %	4.58	4.15
4	93 %	4.50	3.97
5	93 %	4.48	4.02
6	92 %	4.42	3.98

ทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน. (รายแผนก)

คะแนนประสิทธิภาพในการดำเนินงานทั้ง 6 มิติสำคัญขององค์กรรายแผนกมีลำดับที่ใกล้เคียงกับมุมมองแบบโดยรวม ยกเว้น 2 มิติ คือ สมรรถภาพของบุคลากร และ การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน

	แผนก / ลำดับที่ให้ความสำคัญ							
	TOTAL	MI	C	E	D-MICE	MARCOM	MICE CAP	GCA
การพัฒนาธุรกิจ MICE	1	1	2	1	1	1	2	1
สมรรถภาพของบุคลากร	2	4	1	2	2	2	5	2
การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	3	3	3	3	3	1	1	3
การพัฒนาขีดความสามารถ/เสริมสร้างรากฐาน	4	2	5	6	5	3	4	5
กระบวนการภายใน/ ลักษณะเฉพาะองค์กร	5	4	4	5	4	5	3	4
การสนับสนุนด้านการตลาด	6	5	6	4	6	4	6	6

สรุป SWOT ขององค์กร



SWOT Analysis

STRENGTHS

- มีเจ้าหน้าที่ที่มีคุณภาพ คือมีจิตบริการ เป็นมืออาชีพ และมีความเข้าใจในงานดี
- มีความน่าเชื่อถือทั้งจากภาครัฐและเอกชน จึงสามารถเป็นสื่อกลางที่ดี
- มีความเป็นสากลที่ทัดเทียมกับต่างชาติ
- มีความตั้งใจที่จะพัฒนาการตลาดอย่างต่อเนื่อง ซึ่งทำให้เกาะติดกระแสที่เปลี่ยนไปเรื่อยๆ

WEAKNESSES

- การเป็นส่วนหนึ่งในองค์กรของรัฐอาจทำให้ระบบหรือกระบวนการทำงานต่างๆ ยุ่งยาก และไม่สามารถปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ได้อย่างทันการณ์
- การบริการข้อมูลยังไม่ครอบคลุม และเข้าถึงยาก
- นโยบายการตลาดและการจัดงานยังขาดความชัดเจน ทำให้ประสิทธิผลลดลง
- อาจยังไม่เป็นที่รู้จักมากนักในหมู่ภาครัฐ บางส่วนและองค์กรในต่างจังหวัด

โดยรวม
ขององค์กร

SWOT Analysis

- ค่าเงินบาทที่อ่อนตัวลงเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่ง
- ความหลากหลายในด้านสถานที่ทางภูมิศาสตร์ และกิจกรรมที่สามารถทำได้
- จำนวนผู้จัดงานหรือ organizer ที่มากขึ้นและหลากหลายมากขึ้น ทำให้สามารถรองรับปริมาณงานได้มากขึ้นและหลากหลายมากยิ่งขึ้นเช่นเดียวกัน
- โครงสร้างพื้นฐานของประเทศที่เอื้ออำนวยและสะดวกสบาย

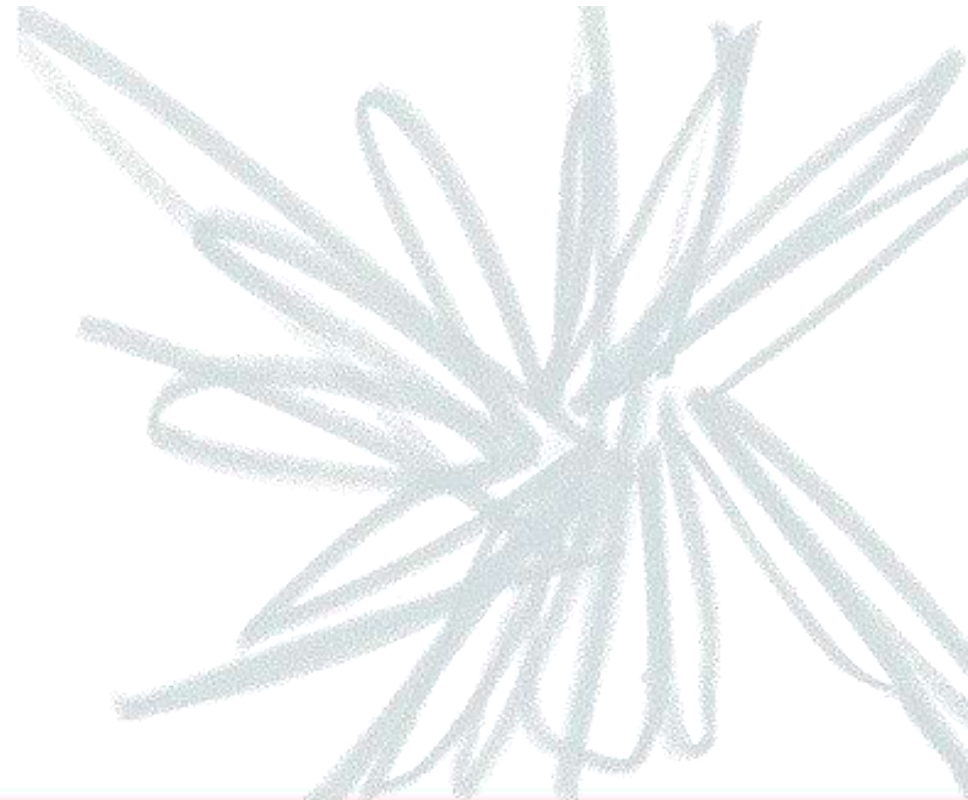
OPPORTUNITIES

- ประเทศอื่นๆ มีความตื่นตัวต่อ MICE มากขึ้น
- โครงสร้างพื้นฐานของประเทศยังจำกัดอยู่ในเมืองหลวงและหัวเมืองใหญ่
- ความไม่แน่นอนทางการเมืองและความขัดแย้งภายในประเทศ

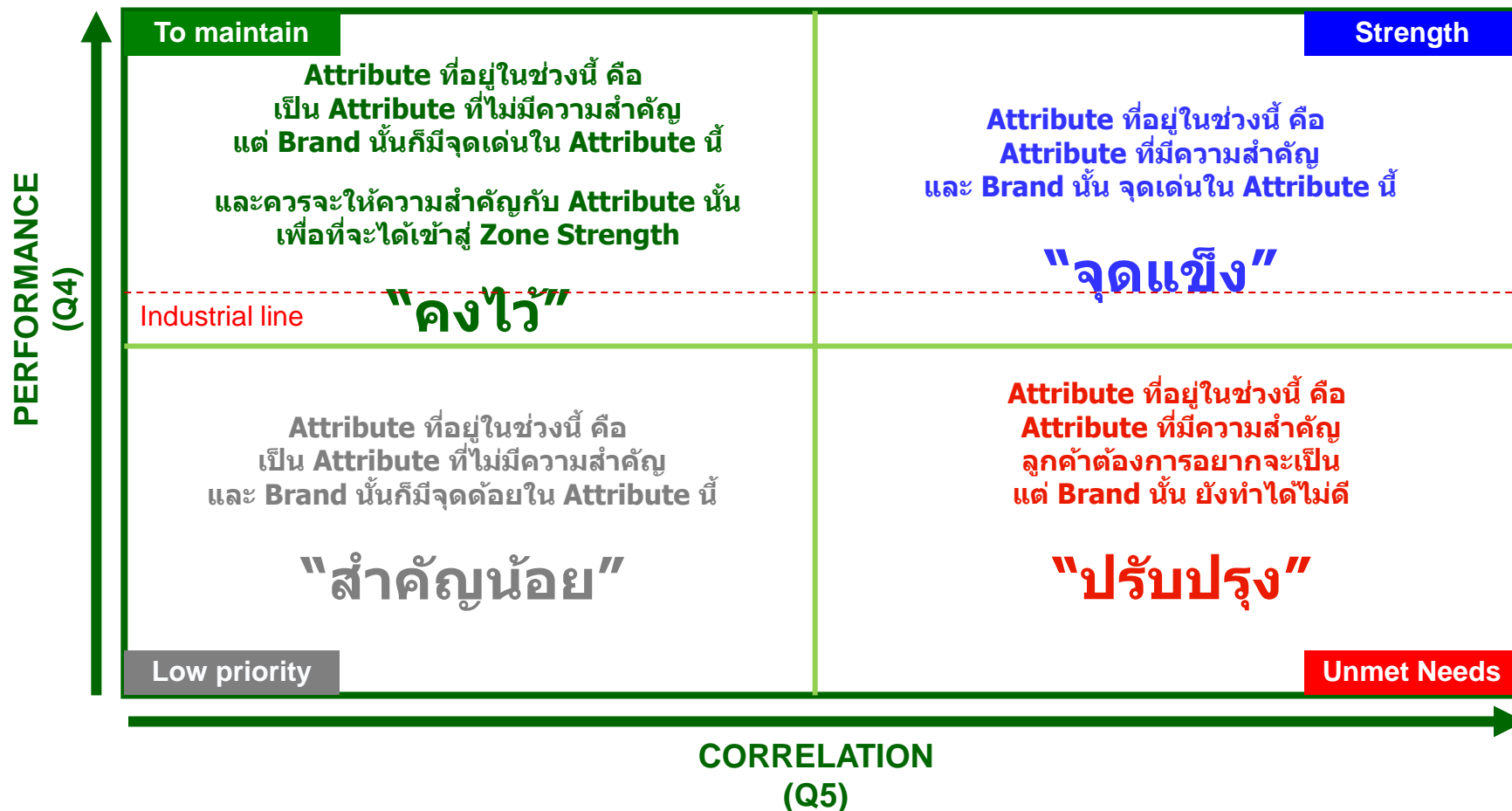
THREATS



Need Gap Analysis



Need Gap Analysis

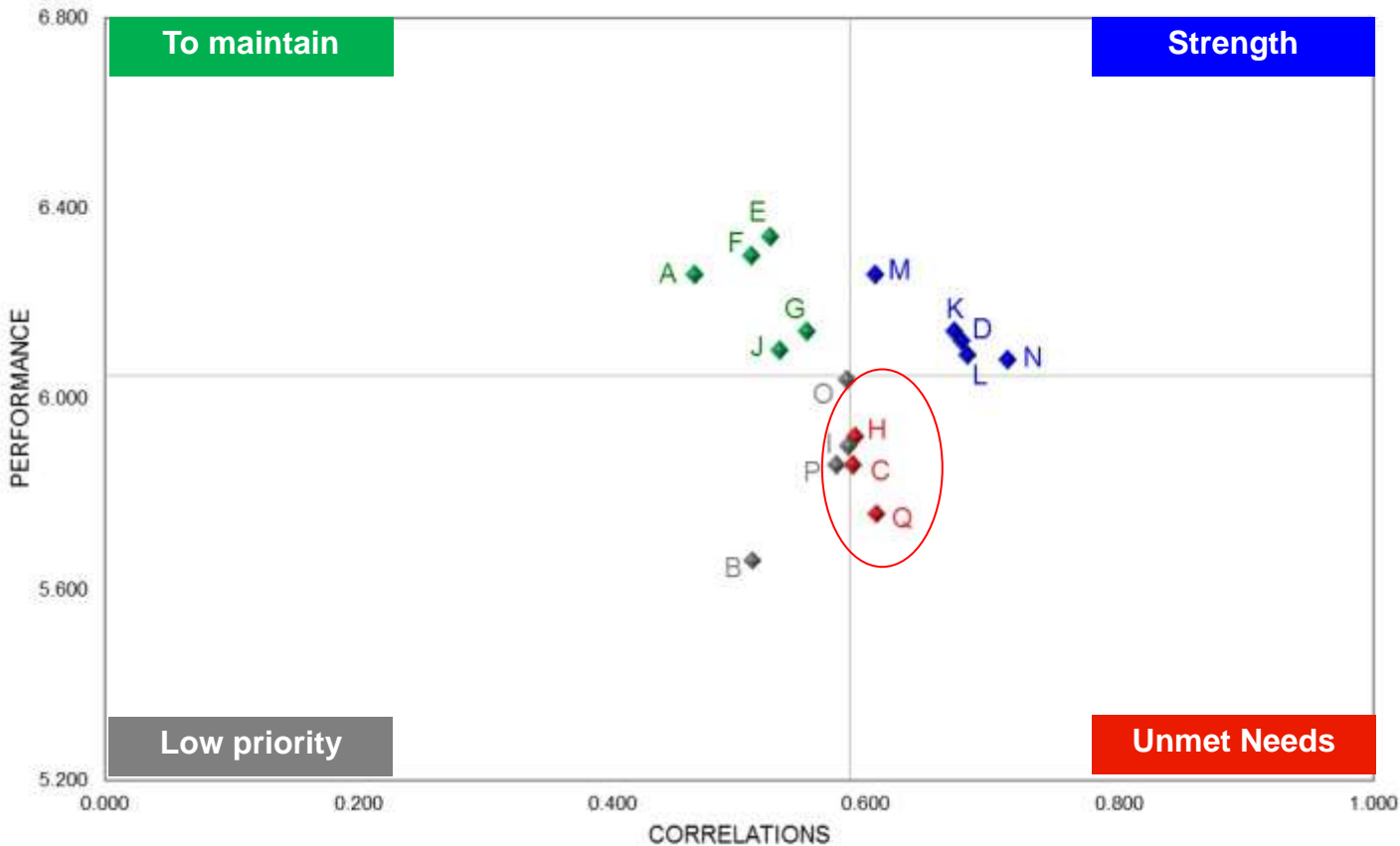


เส้น Industrial line คือ ค่ากลางขององค์เมื่อดำเนินถึงทุก Attribute ในมิติต่างๆ หาก Attribute ใดอยู่เหนือเส้น Industrial line นี้หมายถึงคะแนนที่ได้มากกว่าค่าเฉลี่ย ในทางกลับกัน หาก Attribute ใดอยู่ใต้เส้น Industrial line หมายถึงคะแนนที่ได้น้อยกว่าค่าเฉลี่ยหรือค่ากลางขององค์กร

Need Gap Analysis (โดยรวม)

การวิเคราะห์เชิงสถิติ Need Gap ในภาพรวมองค์กรควรปรับปรุงในเรื่อง

1. การจัดให้มีการสนับสนุน (Attribute Q)
2. การเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องร่วมมือในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์และรับฟังความคิดเห็นเพื่อนำมาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (Attribute C)
3. มีการให้บริการด้านข้อมูลและองค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ (Attribute H)



กระบวนการภายใน/ ลักษณะเฉพาะองค์กร

- A: สสพ. มีนโยบายและทิศทางที่ชัดเจนในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง
- B: กฎระเบียบการบริหารงานของ สสพ. มีความคล่องตัวในการดำเนินการร่วมกับภาคเอกชน และตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว
- C: สสพ. มีการเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องร่วมมือในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ และรับฟังความคิดเห็นเพื่อนำมาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง
- D: สสพ. มีความเป็นมืออาชีพในการดำเนินการเทียบกับระดับสากล ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์

การพัฒนาธุรกิจ MICE

- E: สสพ. มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาธุรกิจไมซ์โดยรวม
- F: สสพ. มีส่วนในการผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็น MICE Destination
- G: สสพ. มีส่วนในการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์

การพัฒนาขีดความสามารถ/ เสริมสร้างรากฐาน

- H: สสพ. มีการให้บริการด้านข้อมูลและองค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์
- I: สสพ. มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ให้เทียบเท่าระดับสากล (เช่น งานด้าน Green Meeting หรือมาตรฐานการรักษาความปลอดภัย)

การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน

- J: สสพ. มีเครือข่ายความสัมพันธ์กว้างขวางกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

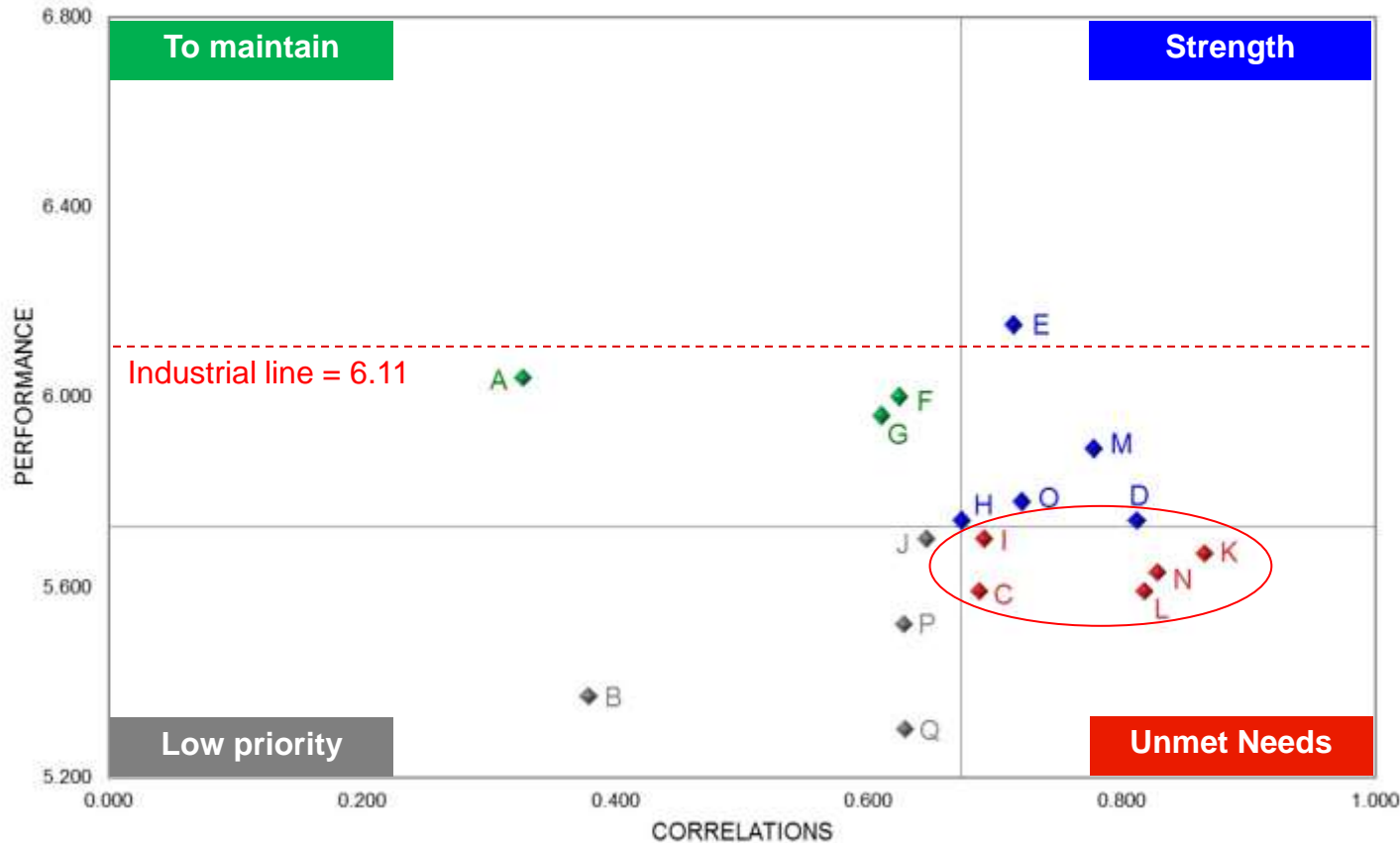
สมรรถภาพของบุคลากร

- K: บุคลากรของ สสพ. มีความกระตือรือร้นในการทำงาน
- L: บุคลากรของ สสพ. มีความสามารถในการทำงานให้ลุล่วง
- M: บุคลากรของ สสพ. มีความมีมนุษยสัมพันธ์และมีจิตบริการ
- N: สสพ. มีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถเหมาะสมกับการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์

การสนับสนุนด้านการตลาด

- O: สสพ. มีการสนับสนุนด้านการตลาดโดยรวม รวมถึง Business Platform (อาทิเช่น Trade Show/Road Show) และการสร้างความสัมพันธ์อันดี
- P: สสพ. ให้ข่าวสารความเคลื่อนไหวของอุตสาหกรรมไมซ์
- Q: สสพ. มีการสนับสนุนอื่นๆ เช่น การเข้าร่วมกิจกรรม CSR การสนับสนุนงานเลี้ยงรับรองการประชุมระหว่างประเทศของหน่วยงานรัฐ

Need Gap Analysis (กลุ่ม MI)



กระบวนการภายใน/ ลักษณะเฉพาะองค์กร

- A: สสปน. มีนโยบายและทิศทางที่ชัดเจนในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง
- B: กฎระเบียบการบริหารงานของ สสปน. มีความคล่องตัวในการดำเนินการร่วมกับภาคเอกชน และตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว
- C: สสปน. มีการเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องร่วมมือในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ และรับฟังความคิดเห็นเพื่อนำมาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง
- D: สสปน. มีความเป็นมืออาชีพในการดำเนินการเทียบระดับสากล ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์

การพัฒนาธุรกิจ MICE

- E: สสปน. มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาธุรกิจไมซ์โดยรวม
- F: สสปน. มีส่วนในการผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็น MICE Destination
- G: สสปน. มีส่วนในการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์

การพัฒนาขีดความสามารถ/ เสริมสร้างรากฐาน

- H: สสปน. มีการให้บริการด้านข้อมูลและองค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์
- I: สสปน. มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ให้เทียบเท่าระดับสากล (เช่น งานด้าน Green Meeting หรือมาตรฐานการรักษาความปลอดภัย)

การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน

- J: สสปน. มีเครือข่ายความสัมพันธ์กว้างขวางกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

สมรรถภาพของบุคลากร

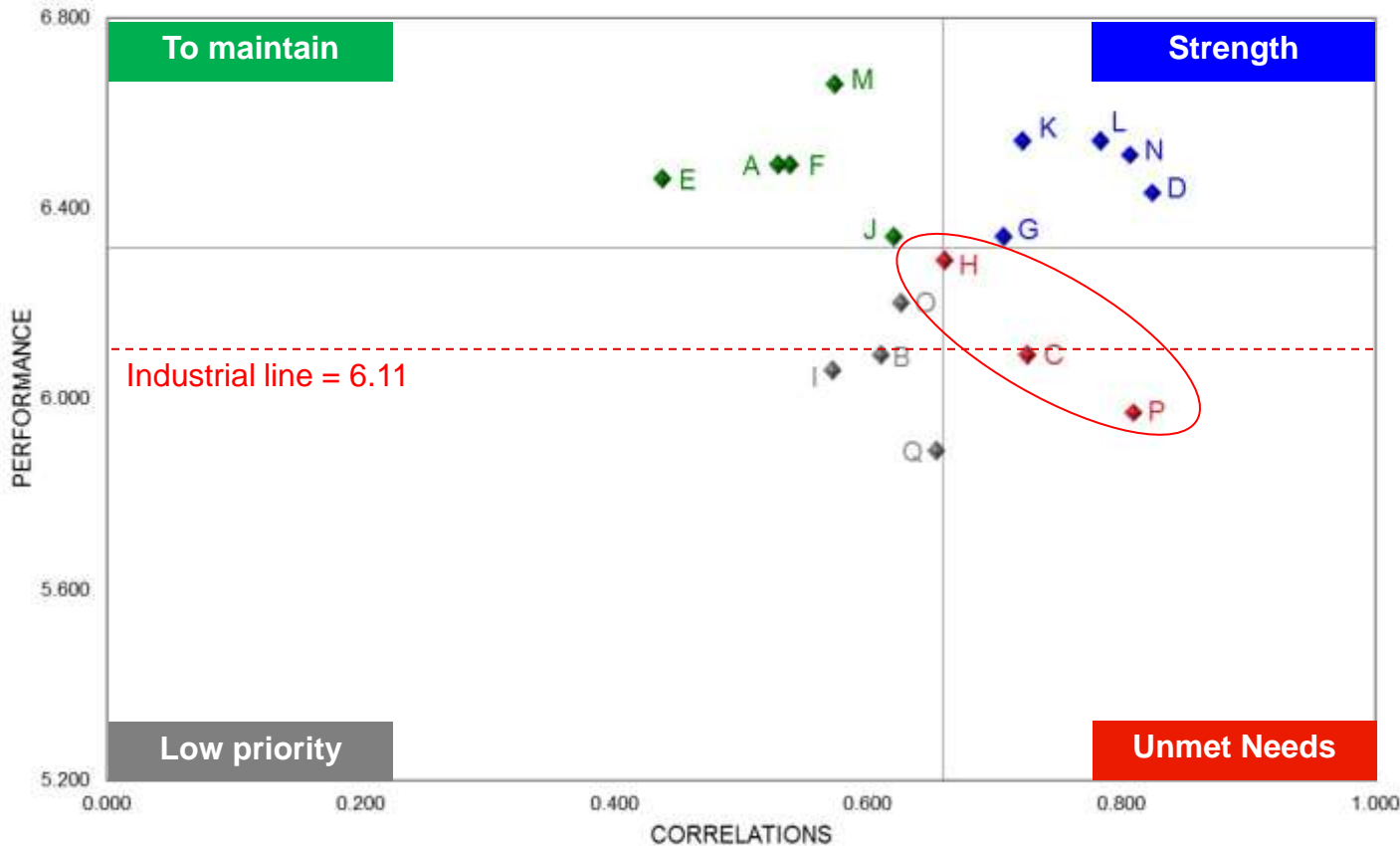
- K: บุคลากรของ สสปน. มีความกระตือรือร้นในการทำงาน
- L: บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการทำงานให้ลุล่วง
- M: บุคลากรของ สสปน. มีความมีมนุษยสัมพันธ์และมีจิตบริการ
- N: สสปน. มีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถเหมาะสมกับการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์

การสนับสนุนด้านการตลาด

- O: สสปน. มีการสนับสนุนด้านการตลาดโดยรวมรวมถึง Business Platform (อาทิเช่น Trade Show/ Road Show) และการสร้างความสัมพันธ์อันดี
- P: สสปน. ให้ข่าวสารความเคลื่อนไหวของอุตสาหกรรมไมซ์
- Q: สสปน. มีการสนับสนุนอื่นๆ เช่น การเข้าร่วมกิจกรรม CSR การสนับสนุนงานเลี้ยงรับรองการประชุมระหว่างประเทศของหน่วยงานรัฐ

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดของกลุ่ม MI 27** = 100%
REF. Q4, Q5

Need Gap Analysis (กลุ่ม C)



ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดของกลุ่ม C 35 = 100%
REF. Q4, Q5

กระบวนการภายใน/ ลักษณะเฉพาะองค์กร

- A: สสปน. มีนโยบายและทิศทางที่ชัดเจนในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง
- B: กฎระเบียบการบริหารงานของ สสปน. มีความคล่องตัวในการดำเนินการร่วมกับภาคเอกชน และตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว
- C: สสปน. มีการเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องร่วมมือในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ และรับฟังความคิดเห็นเพื่อนำมาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง
- D: สสปน. มีความเป็นมืออาชีพในการดำเนินการเทียบในระดับสากล ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์

การพัฒนาธุรกิจ MICE

- E: สสปน. มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาธุรกิจไมซ์โดยรวม
- F: สสปน. มีส่วนในการผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็น MICE Destination
- G: สสปน. มีส่วนในการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์

การพัฒนาขีดความสามารถ/ เสริมสร้างรากฐาน

- H: สสปน. มีการให้บริการด้านข้อมูลและองค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์
- I: สสปน. มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ให้เทียบเท่าระดับสากล (เช่น งานด้าน Green Meeting หรือมาตรฐานการรักษาความปลอดภัย)

การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน

- J: สสปน. มีเครือข่ายความสัมพันธ์กว้างขวางกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

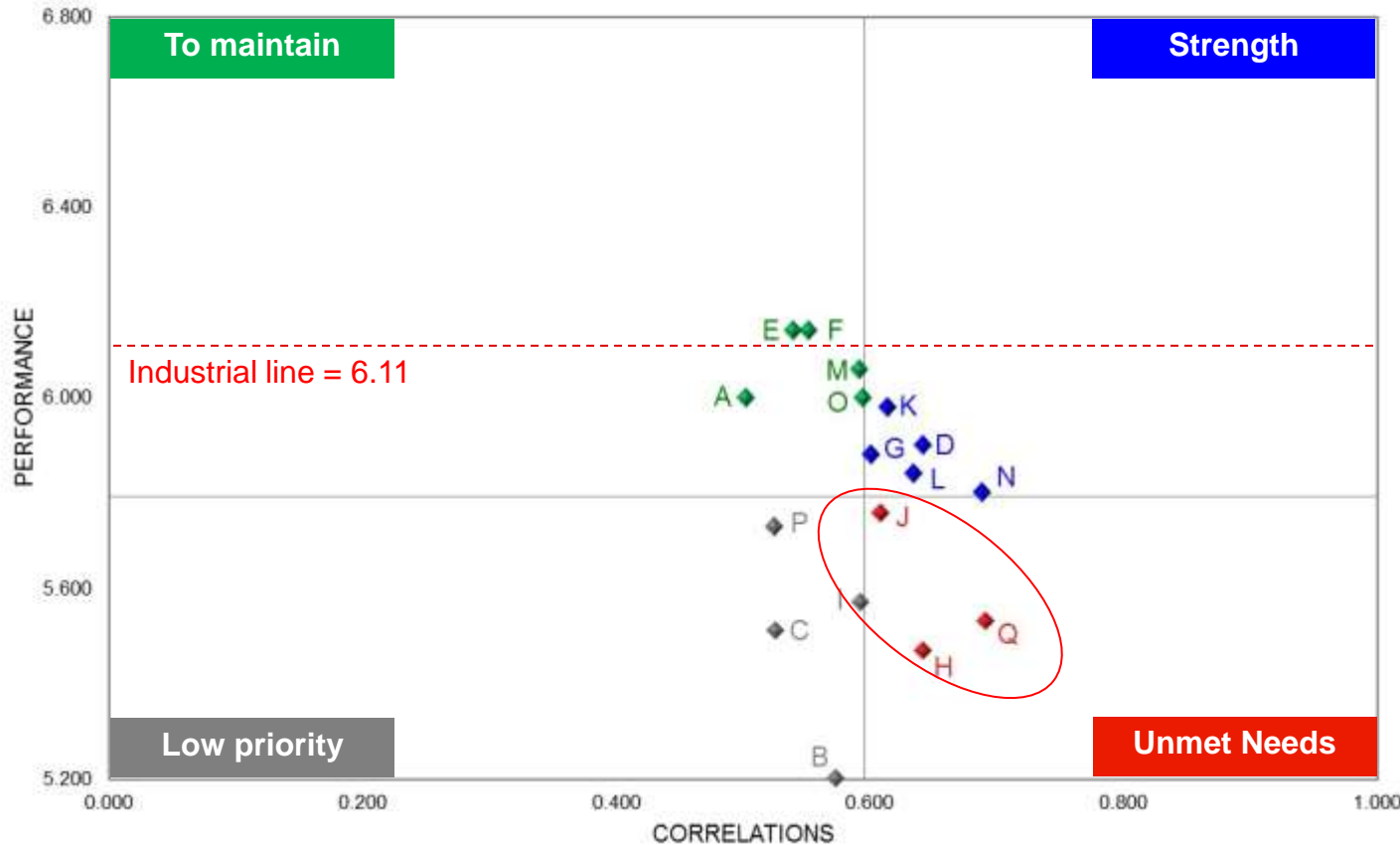
สมรรถภาพของบุคลากร

- K: บุคลากรของ สสปน. มีความกระตือรือร้นในการทำงาน
- L: บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการทำงานให้ลุล่วง
- M: บุคลากรของ สสปน. มีความมีมนุษยสัมพันธ์และมีจิตบริการ
- N: สสปน. มีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถเหมาะสมกับการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์

การสนับสนุนด้านการตลาด

- O: สสปน. มีการสนับสนุนด้านการตลาดโดยรวมรวมถึง Business Platform (อาทิเช่น Trade Show/ Road Show) และการสร้างความสัมพันธ์อันดี
- P: สสปน. ให้ข่าวสารความเคลื่อนไหวของอุตสาหกรรมไมซ์
- Q: สสปน. มีการสนับสนุนอื่นๆ เช่น การเข้าร่วมกิจกรรม CSR การสนับสนุนงานเลี้ยงรับรองการประชุมระหว่างประเทศของหน่วยงานรัฐ

Need Gap Analysis (กลุ่ม E)



กระบวนการภายใน/ ลักษณะเฉพาะองค์กร

- A: สสปน. มีนโยบายและทิศทางที่ชัดเจนในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง
- B: กฎระเบียบการบริหารงานของ สสปน. มีความคล่องตัวในการดำเนินการร่วมกับภาคเอกชน และตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว
- C: สสปน. มีการเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องร่วมมือในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ และรับฟังความคิดเห็นเพื่อนำมาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง
- D: สสปน. มีความเป็นมืออาชีพในการดำเนินการเทียบระดับสากล ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์

การพัฒนาธุรกิจ MICE

- E: สสปน. มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาธุรกิจไมซ์โดยรวม
- F: สสปน. มีส่วนในการผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็น MICE Destination
- G: สสปน. มีส่วนในการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์

การพัฒนาขีดความสามารถ/ เสริมสร้างรากฐาน

- H: สสปน. มีการให้บริการด้านข้อมูลและองค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์
- I: สสปน. มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ให้เทียบเท่าระดับสากล (เช่น งานด้าน Green Meeting หรือมาตรฐานการรักษาความปลอดภัย)

การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน

- J: สสปน. มีเครือข่ายความสัมพันธ์กว้างขวางกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

สมรรถภาพของบุคลากร

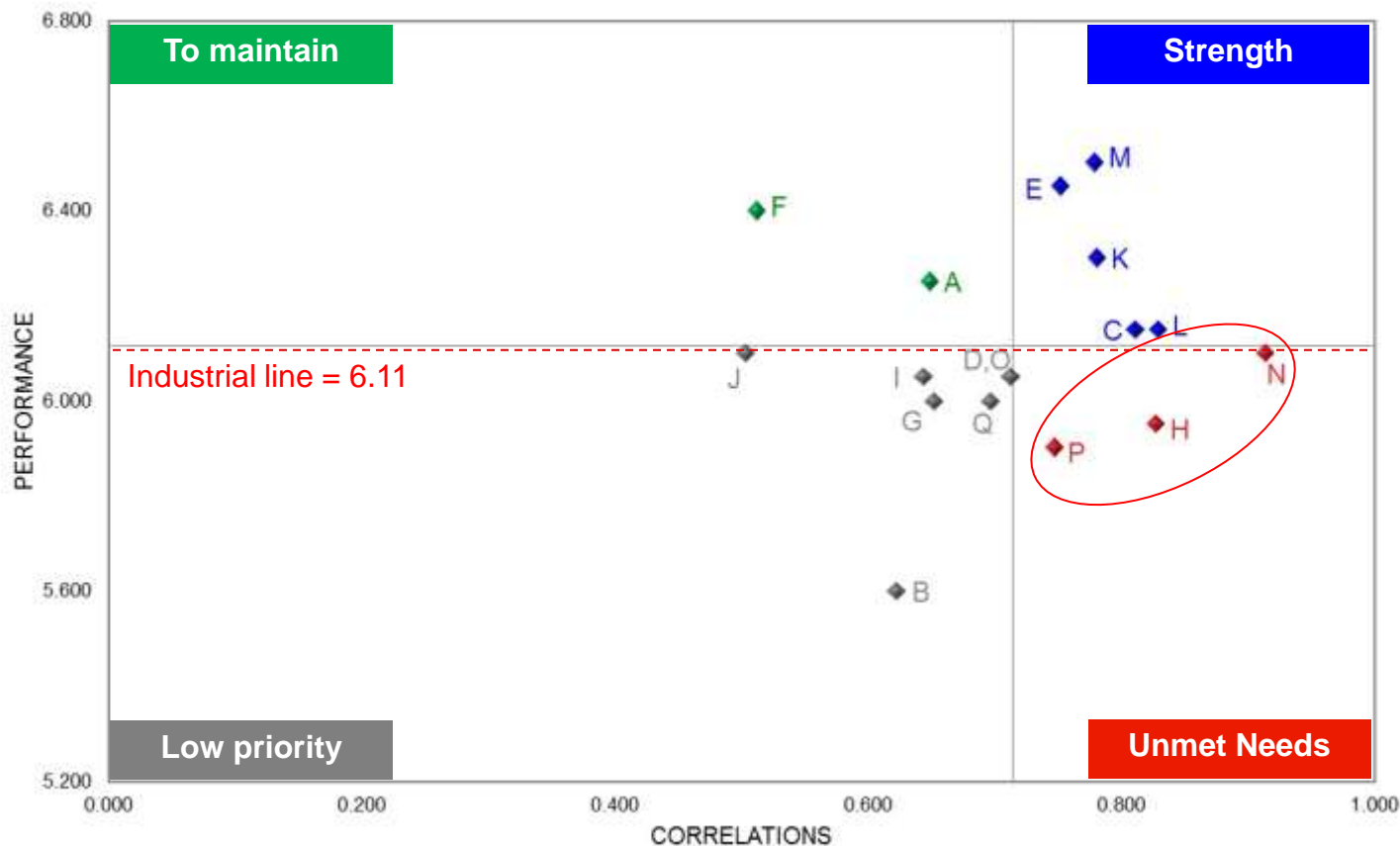
- K: บุคลากรของ สสปน. มีความกระตือรือร้นในการทำงาน
- L: บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการทำงานให้ลุล่วง
- M: บุคลากรของ สสปน. มีความมีมนุษยสัมพันธ์และมีจิตบริการ
- N: สสปน. มีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถเหมาะสมกับการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์

การสนับสนุนด้านการตลาด

- O: สสปน. มีการสนับสนุนด้านการตลาดโดยรวมรวมถึง Business Platform (อาทิเช่น Trade Show/ Road Show) และการสร้างความสัมพันธ์อันดี
- P: สสปน. ให้ข่าวสารความเคลื่อนไหวของอุตสาหกรรมไมซ์
- Q: สสปน. มีการสนับสนุนอื่นๆ เช่น การเข้าร่วมกิจกรรม CSR การสนับสนุนงานเลี้ยงรับรองการประชุมระหว่างประเทศของหน่วยงานรัฐ

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดของกลุ่ม E 51 = 100%
REF. Q4, Q5

Need Gap Analysis (กลุ่ม D-MICE)



กระบวนการภายใน/ ลักษณะเฉพาะองค์กร

- A : สสปน. มีนโยบายและทิศทางที่ชัดเจนในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง
- B : กฎระเบียบการบริหารงานของ สสปน. มีความคล่องตัวในการดำเนินการร่วมกับภาคเอกชน และตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว
- C : สสปน. มีการเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องร่วมมือในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ และรับฟังความคิดเห็นเพื่อนำมาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง
- D : สสปน. มีความเป็นมืออาชีพในการดำเนินการเทียบระดับสากล ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์

การพัฒนาธุรกิจ MICE

- E : สสปน. มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาธุรกิจไมซ์โดยรวม
- F : สสปน. มีส่วนในการผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็น MICE Destination
- G : สสปน. มีส่วนในการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์

การพัฒนาขีดความสามารถ/ เสริมสร้างรากฐาน

- H : สสปน. มีการให้บริการด้านข้อมูลและองค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์
- I : สสปน. มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ให้เทียบเท่าระดับสากล (เช่น งานด้าน Green Meeting หรือมาตรฐานการรักษาความปลอดภัย)

การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน

- J : สสปน. มีเครือข่ายความสัมพันธ์กว้างขวางกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

สมรรถภาพของบุคลากร

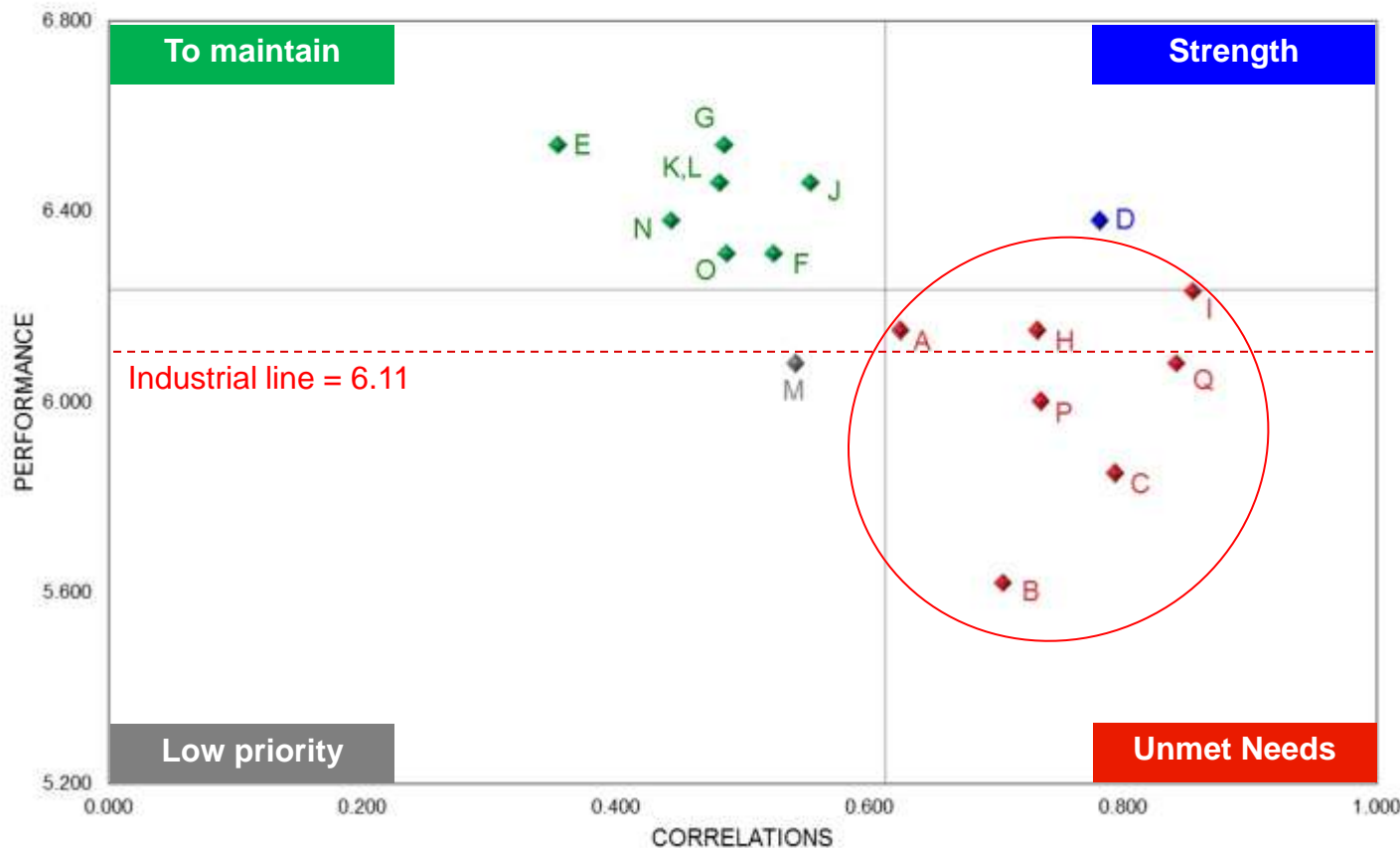
- K : บุคลากรของ สสปน. มีความกระตือรือร้นในการทำงาน
- L : บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการทำงานให้ลุล่วง
- M : บุคลากรของ สสปน. มีความมีมนุษยสัมพันธ์และมีจิตบริการ
- N : สสปน. มีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถเหมาะสมกับการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์

การสนับสนุนด้านการตลาด

- O : สสปน. มีการสนับสนุนด้านการตลาดโดยรวม รวมถึง Business Platform (อาทิเช่น Trade Show/ Road Show) และการสร้างความสัมพันธ์อันดี
- P : สสปน. ให้ข่าวสารความเคลื่อนไหวของอุตสาหกรรมไมซ์
- Q : สสปน. มีการสนับสนุนอื่นๆ เช่น การเข้าร่วมกิจกรรม CSR การสนับสนุนงานเลี้ยงรับรองการประชุมระหว่างประเทศของหน่วยงานรัฐ

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดของกลุ่ม D-MICE 20** = 100%
REF. Q4, Q5

Need Gap Analysis (กลุ่ม MARCOM)



กระบวนการภายใน/ ลักษณะเฉพาะองค์กร

- A: สสปน. มีนโยบายและทิศทางที่ชัดเจนในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง
- B: กฎระเบียบการบริหารงานของ สสปน. มีความคล่องตัวในการดำเนินการร่วมกับภาคเอกชน และตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว
- C: สสปน. มีการเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องร่วมมือในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ และรับฟังความคิดเห็นเพื่อนำมาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง
- D: สสปน. มีความเป็นมืออาชีพในการดำเนินการเทียบระดับสากล ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์

การพัฒนาธุรกิจ MICE

- E: สสปน. มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาธุรกิจไมซ์โดยรวม
- F: สสปน. มีส่วนในการผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็น MICE Destination
- G: สสปน. มีส่วนในการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์

การพัฒนาขีดความสามารถ/ เสริมสร้างรากฐาน

- H: สสปน. มีการให้บริการด้านข้อมูลและองค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์
- I: สสปน. มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ให้เทียบเท่าระดับสากล (เช่น งานด้าน Green Meeting หรือมาตรฐานการรักษาความปลอดภัย)

การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน

- J: สสปน. มีเครือข่ายความสัมพันธ์กว้างขวางกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

สมรรถภาพของบุคลากร

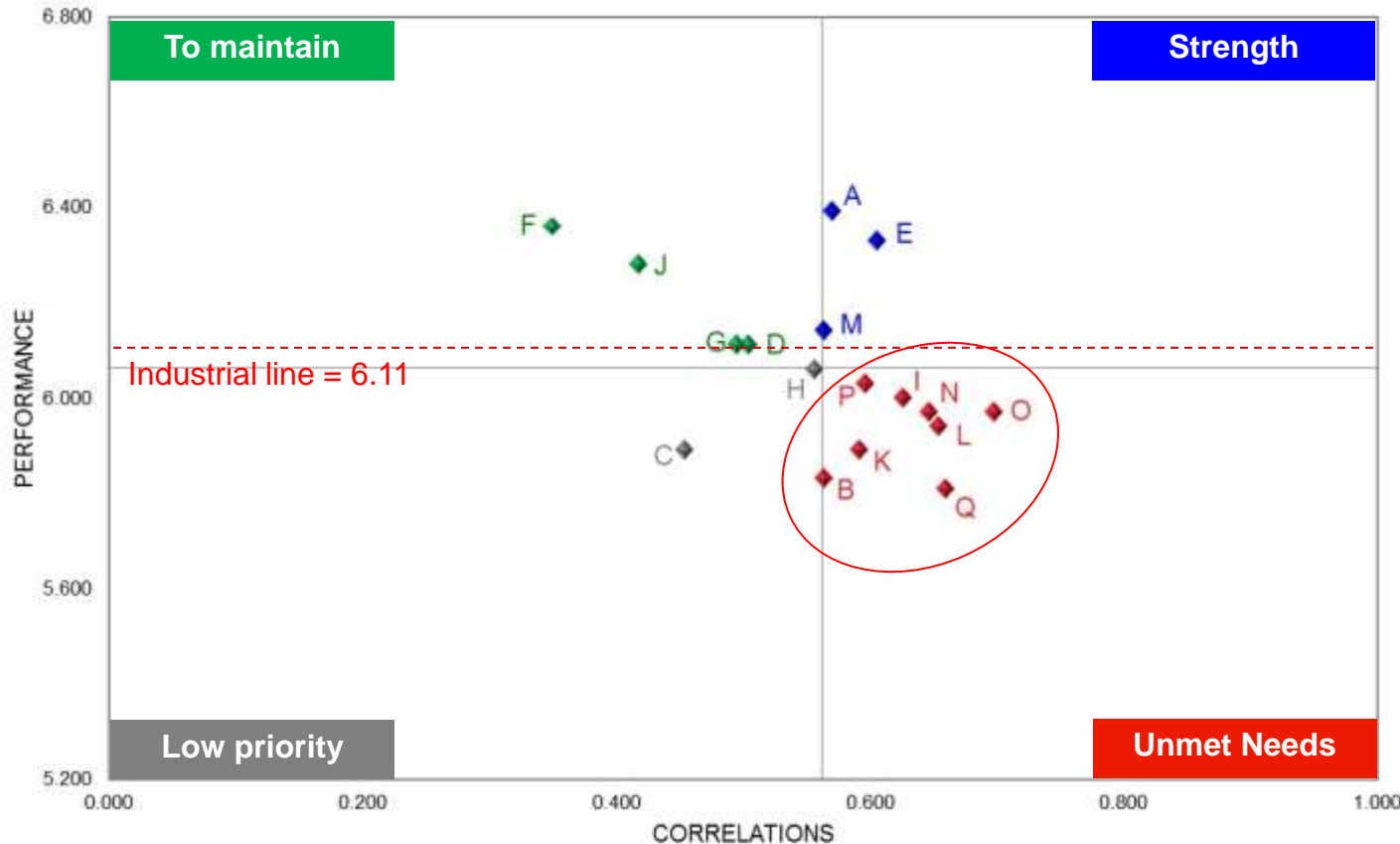
- K: บุคลากรของ สสปน. มีความกระตือรือร้นในการทำงาน
- L: บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการทำงานให้ลุล่วง
- M: บุคลากรของ สสปน. มีความมีมนุษยสัมพันธ์และมีจิตบริการ
- N: สสปน. มีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถเหมาะสมกับการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์

การสนับสนุนด้านการตลาด

- O: สสปน. มีการสนับสนุนด้านการตลาดโดยรวมรวมถึง Business Platform (อาทิเช่น Trade Show/ Road Show) และการสร้างความสัมพันธ์อันดี
- P: สสปน. ให้ข่าวสารความเคลื่อนไหวของอุตสาหกรรมไมซ์
- Q: สสปน. มีการสนับสนุนอื่นๆ เช่น การเข้าร่วมกิจกรรม CSR การสนับสนุนงานเลี้ยงรับรองการประชุมระหว่างประเทศของหน่วยงานรัฐ

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดของกลุ่ม MARCOM 13** = 100%
REF. Q4, Q5

Need Gap Analysis (กลุ่ม MICE CAP)



กระบวนการภายใน/ ลักษณะเฉพาะองค์กร

- A: สสปน. มีนโยบายและทิศทางที่ชัดเจนในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง
- B: กฎระเบียบการบริหารงานของ สสปน. มีความคล่องตัวในการดำเนินการร่วมกับภาคเอกชน และตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว
- C: สสปน. มีการเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องร่วมมือในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ และรับฟังความคิดเห็นเพื่อนำมาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง
- D: สสปน. มีความเป็นมืออาชีพในการดำเนินการเทียบระดับสากล ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์

การพัฒนาธุรกิจ MICE

- E: สสปน. มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาธุรกิจไมซ์โดยรวม
- F: สสปน. มีส่วนในการผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็น MICE Destination
- G: สสปน. มีส่วนในการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์

การพัฒนาขีดความสามารถ/ เสริมสร้างรากฐาน

- H: สสปน. มีการให้บริการด้านข้อมูลและองค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์
- I: สสปน. มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ให้เทียบเท่าระดับสากล (เช่น งานด้าน Green Meeting หรือมาตรฐานการรักษาความปลอดภัย)

การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน

- J: สสปน. มีเครือข่ายความสัมพันธ์กว้างขวางกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

สมรรถภาพของบุคลากร

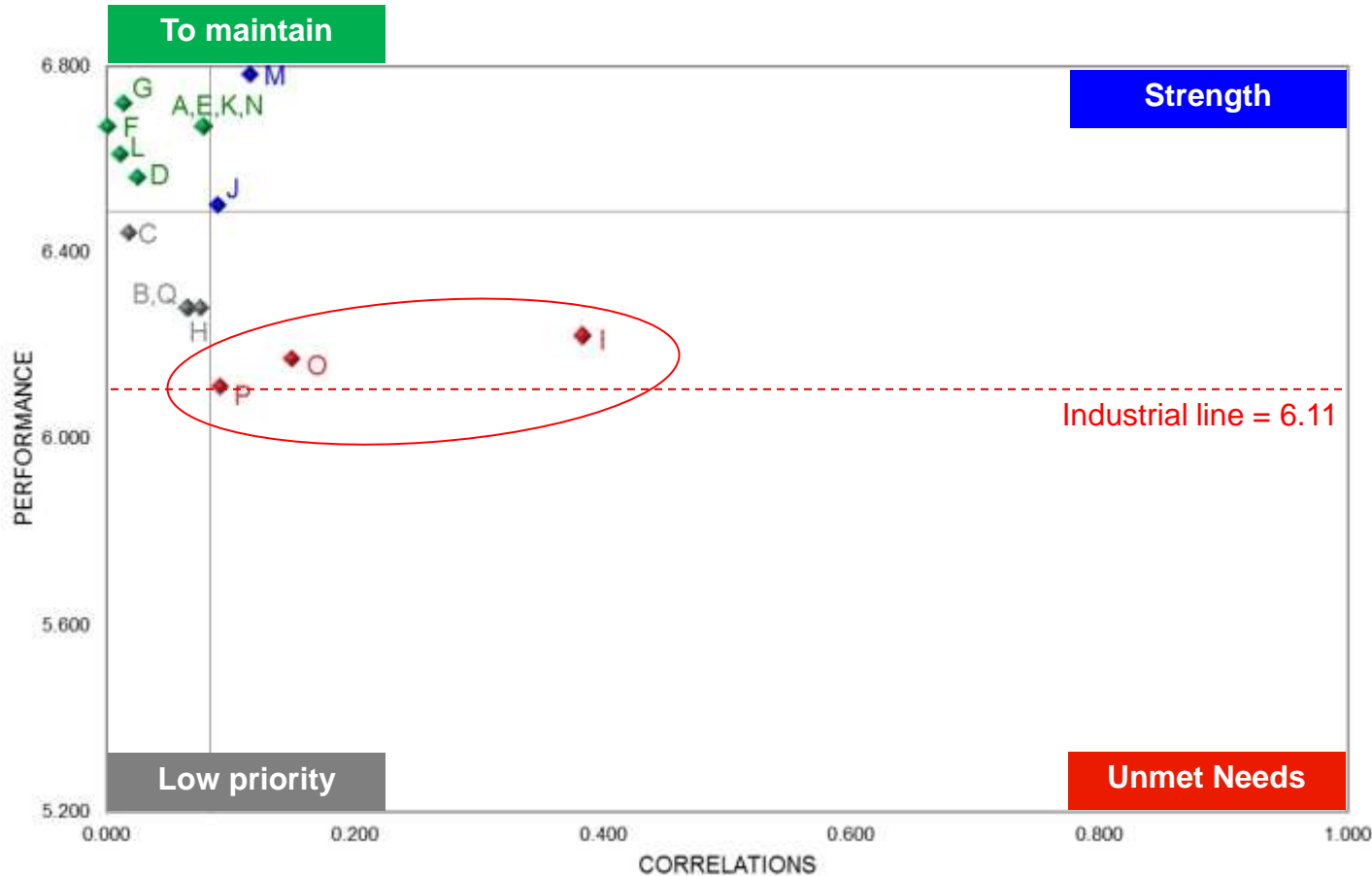
- K: บุคลากรของ สสปน. มีความกระตือรือร้นในการทำงาน
- L: บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการทำงานให้ลุล่วง
- M: บุคลากรของ สสปน. มีความมีมนุษยสัมพันธ์และมีจิตบริการ
- N: สสปน. มีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถเหมาะสมกับการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์

การสนับสนุนด้านการตลาด

- O: สสปน. มีการสนับสนุนด้านการตลาดโดยรวมรวมถึง Business Platform (อาทิเช่น Trade Show/ Road Show) และการสร้างความสัมพันธ์อันดี
- P: สสปน. ให้ข่าวสารความเคลื่อนไหวของอุตสาหกรรมไมซ์
- Q: สสปน. มีการสนับสนุนอื่นๆ เช่น การเข้าร่วมกิจกรรม CSR การสนับสนุนงานเลี้ยงรับรองการประชุมระหว่างประเทศของหน่วยงานรัฐ

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดของกลุ่ม MICE CAP 36 = 100%
REF. Q4, Q5

Need Gap Analysis (กลุ่ม GCA)



กระบวนการภายใน/ ลักษณะเฉพาะองค์กร

- A: สสพ. มีนโยบายและทิศทางที่ชัดเจนในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง
- B: กฎระเบียบการบริหารงานของ สสพ. มีความคล่องตัวในการดำเนินการร่วมกับภาคเอกชน และตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว
- C: สสพ. มีการเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องร่วมมือในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ และรับฟังความคิดเห็นเพื่อนำมาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง
- D: สสพ. มีความเป็นมืออาชีพในการดำเนินการเทียบกันระดับสากล ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์

การพัฒนาธุรกิจ MICE

- E: สสพ. มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาธุรกิจไมซ์โดยรวม
- F: สสพ. มีส่วนในการผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็น MICE Destination
- G: สสพ. มีส่วนในการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์

การพัฒนาขีดความสามารถ/ เสริมสร้างรากฐาน

- H: สสพ. มีการให้บริการด้านข้อมูลและองค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์
- I: สสพ. มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ให้เทียบเท่าระดับสากล (เช่น งานด้าน Green Meeting หรือมาตรฐานการรักษาความปลอดภัย)

การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน

- J: สสพ. มีเครือข่ายความสัมพันธ์กว้างขวางกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

สมรรถภาพของบุคลากร

- K: บุคลากรของ สสพ. มีความกระตือรือร้นในการทำงาน
- L: บุคลากรของ สสพ. มีความสามารถในการทำงานให้ลุล่วง
- M: บุคลากรของ สสพ. มีความมีมนุษยสัมพันธ์และมีจิตบริการ
- N: สสพ. มีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถเหมาะสมกับการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์

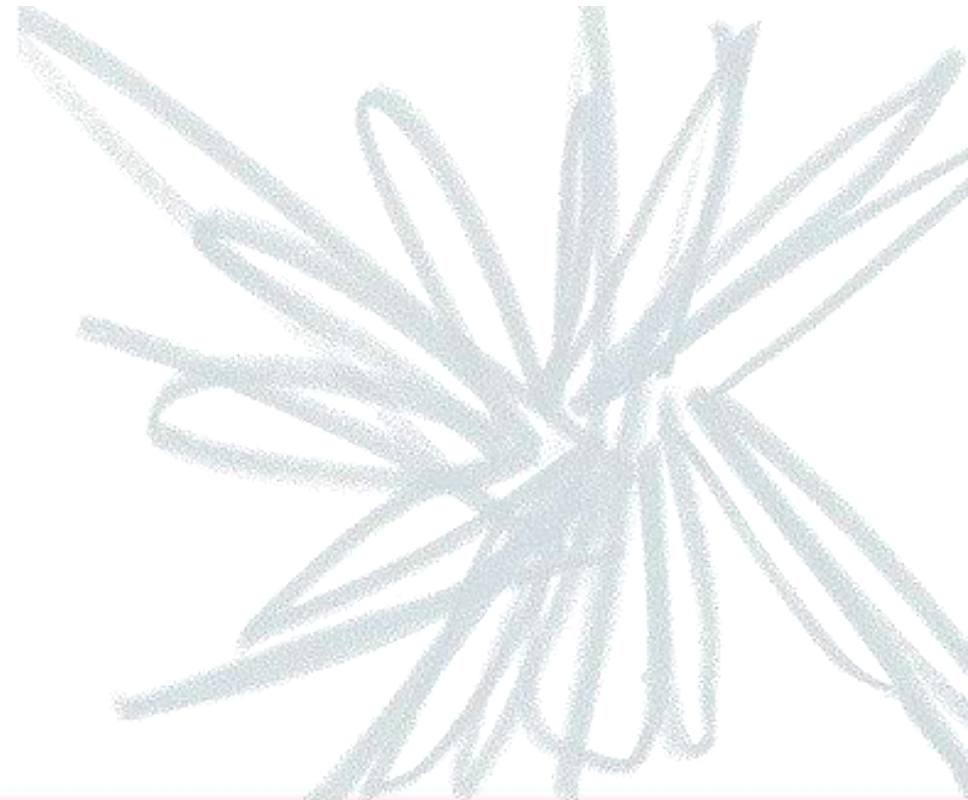
การสนับสนุนด้านการตลาด

- O: สสพ. มีการสนับสนุนด้านการตลาดโดยรวม รวมถึง Business Platform (อาทิเช่น Trade Show/ Road Show) และการสร้างความสัมพันธ์อันดี
- P: สสพ. ให้ข่าวสารความเคลื่อนไหวของอุตสาหกรรมไมซ์
- Q: สสพ. มีการสนับสนุนอื่นๆ เช่น การเข้าร่วมกิจกรรม CSR การสนับสนุนงานเลี้ยงรับรองการประชุมระหว่างประเทศของหน่วยงานรัฐ

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดของกลุ่ม GCA 18** = 100%
REF. Q4, Q5

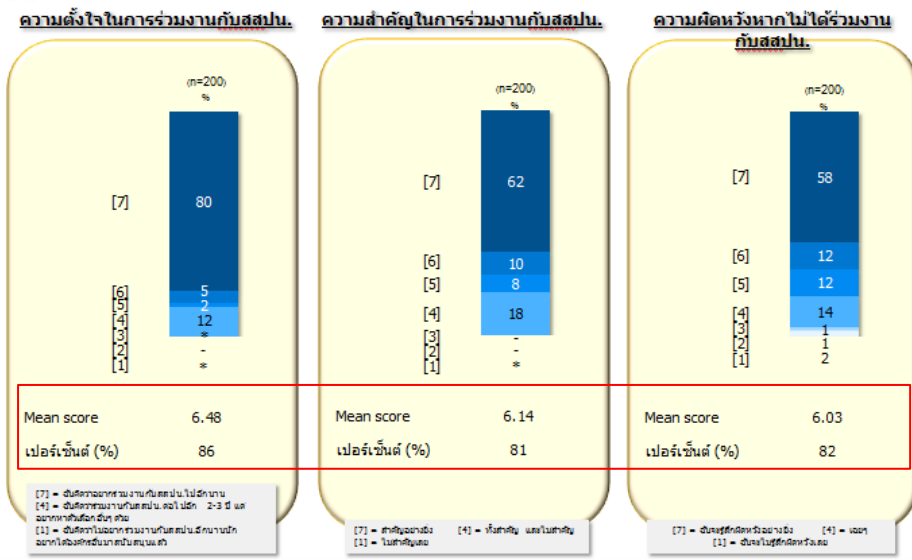


Brand Engagement



ความผูกพันต่อองค์กร (โดยรวม)

คะแนน ความผูกพันของผู้เกี่ยวข้องต่อองค์กร อยู่ในเกณฑ์ที่ค่อนข้างดี คือ ได้มากกว่า 80%



	MI (A)	C (B)	E (C)	D-MICE (D)	MARCOM (E)	MICE CAP (F)	GCA (G)
ความตั้งใจในการร่วมงาน							
เปอร์เซ็นต์ (%)	81	89	84	95	92	83	89
ความสำคัญในการร่วมงาน							
เปอร์เซ็นต์ (%)	70	89	82	85	77	75	89
ความผิดหวังหากไม่ได้ร่วมงาน							
เปอร์เซ็นต์ (%)	74	89	78	90	85	81	83
ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด = 100%	27**	35	51	20**	13**	36	18**

เหตุผลที่สำคัญที่สุดที่ทำให้อยากร่วมงานของแต่ละแผนก

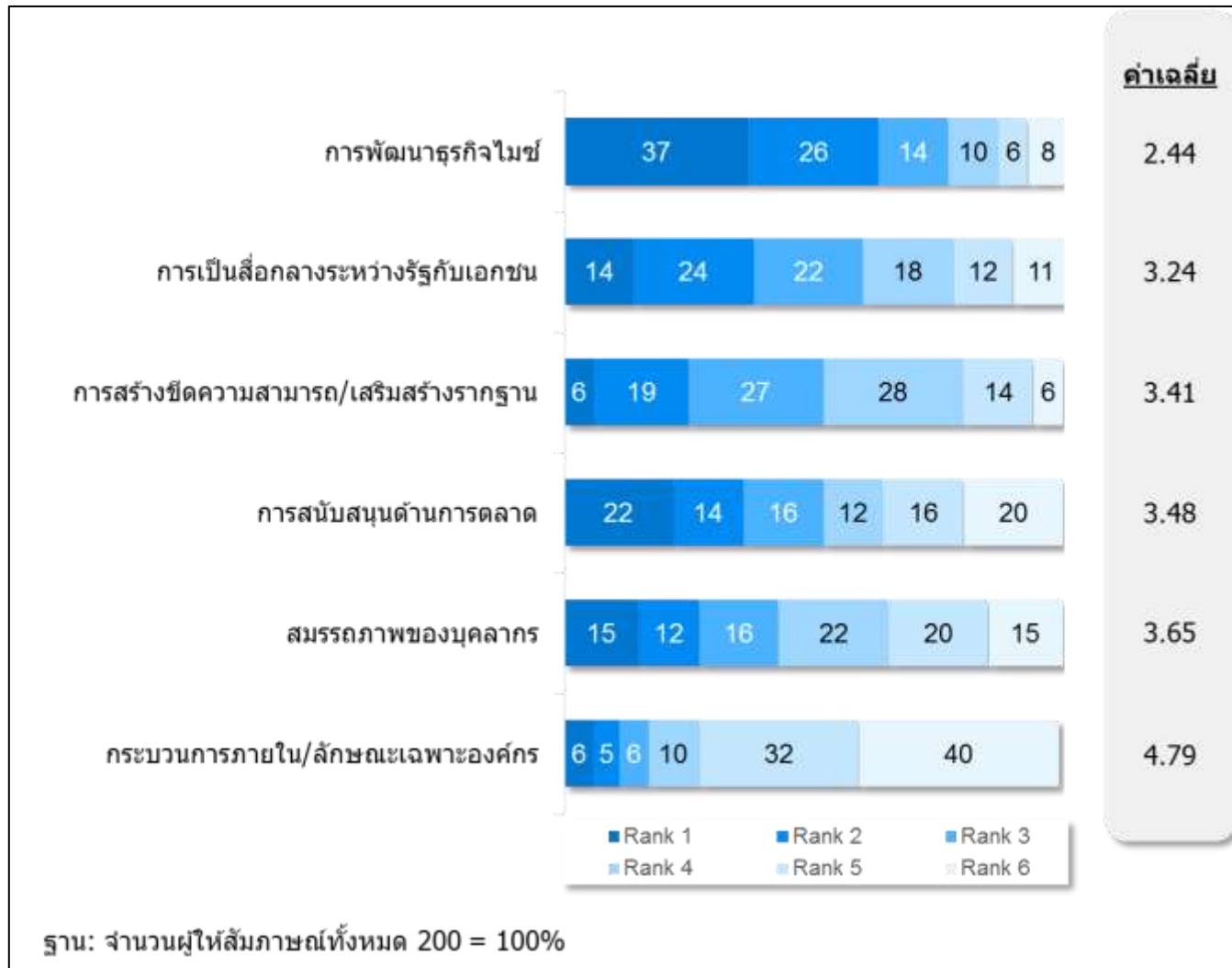
การพัฒนาธุรกิจใหม่

⇒ MI / D-MICE / MICE CAP
MARCOM / GCA

การสนับสนุนด้านการตลาด ⇒ E

สมรรถภาพของบุคลากร ⇒ C

เหตุผลที่ทำให้อยากร่วมงานกับ สสปน. (โดยรวม)



การสร้างแรงจูงใจให้
ผู้เกี่ยวข้องอยากที่จะร่วมงาน
กับ สสปน. ให้มากยิ่งขึ้น
ทางองค์กรควรมุ่งเน้นในส่วนที่
เกี่ยวกับการพัฒนาธุรกิจใหม่
เป็นสำคัญ อีกทั้งเน้นบทบาท
การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับ
เอกชน และให้ความสำคัญเพิ่ม
ขึ้นกับการตลาดต่างๆ



(Note: ยิ่งใกล้ 1 ยิ่งดีเพราะยิ่งใกล้อันดับที่ 1)

ความตั้งใจในการร่วมงานกับ สสปน. และเหตุผล (รายแผนก)

การสร้างแรงจูงใจให้ผู้เกี่ยวข้องในการร่วมงานกับองค์กรสำหรับแต่ละแผนก มีความแตกต่างกันเล็กน้อย ในขณะที่ผู้เข้าร่วมส่วนใหญ่มุ่งเน้นประเด็นไปที่การพัฒนาธุรกิจไมซ์ แผนก Convention และ Exhibition มีแนวโน้มที่จะให้ความสำคัญกับบุคลากรและการตลาดตามลำดับ

	Total	MI (A)	C (B)	E (C)	D-MICE (D)	MARCOM (E)	MICE CAP (F)	GCA (G)
ความตั้งใจในการร่วมงานกับ สสปน.								
คะแนนเฉลี่ย	6.48	6.30	6.60	6.33	6.75	6.69	6.44	6.61
เหตุผลในการร่วมงาน								
การพัฒนาธุรกิจไมซ์	2.44	2.07	3.06 >A,E,F	2.67 >E	2.50 >E	1.46	2.22	2.22
การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	3.24	3.41	3.51 >G	3.37 >G	2.95	3.00	3.25	2.50
การสร้างขีดความสามารถ/ เสริมสร้างรากฐาน	3.41	3.30	3.66	3.39	3.25	4.15 >A,C,D,F,G	3.17	3.28
การสนับสนุนด้านการตลาด	3.48	3.22	3.46	2.71	3.30	3.62	4.19 >A,C	4.72 >A,B,C,D
สมรรถภาพของบุคลากร	3.65	4.15 >B	2.71	4.10 >B	3.75 >B	3.92 >B	3.53 >B	3.39
กระบวนการภายใน/ ลักษณะเฉพาะ องค์กร	4.79	4.85	4.60	4.76	5.25	4.85	4.64	4.89
ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด = 100%	200	27**	35	51	20**	13**	36	18**

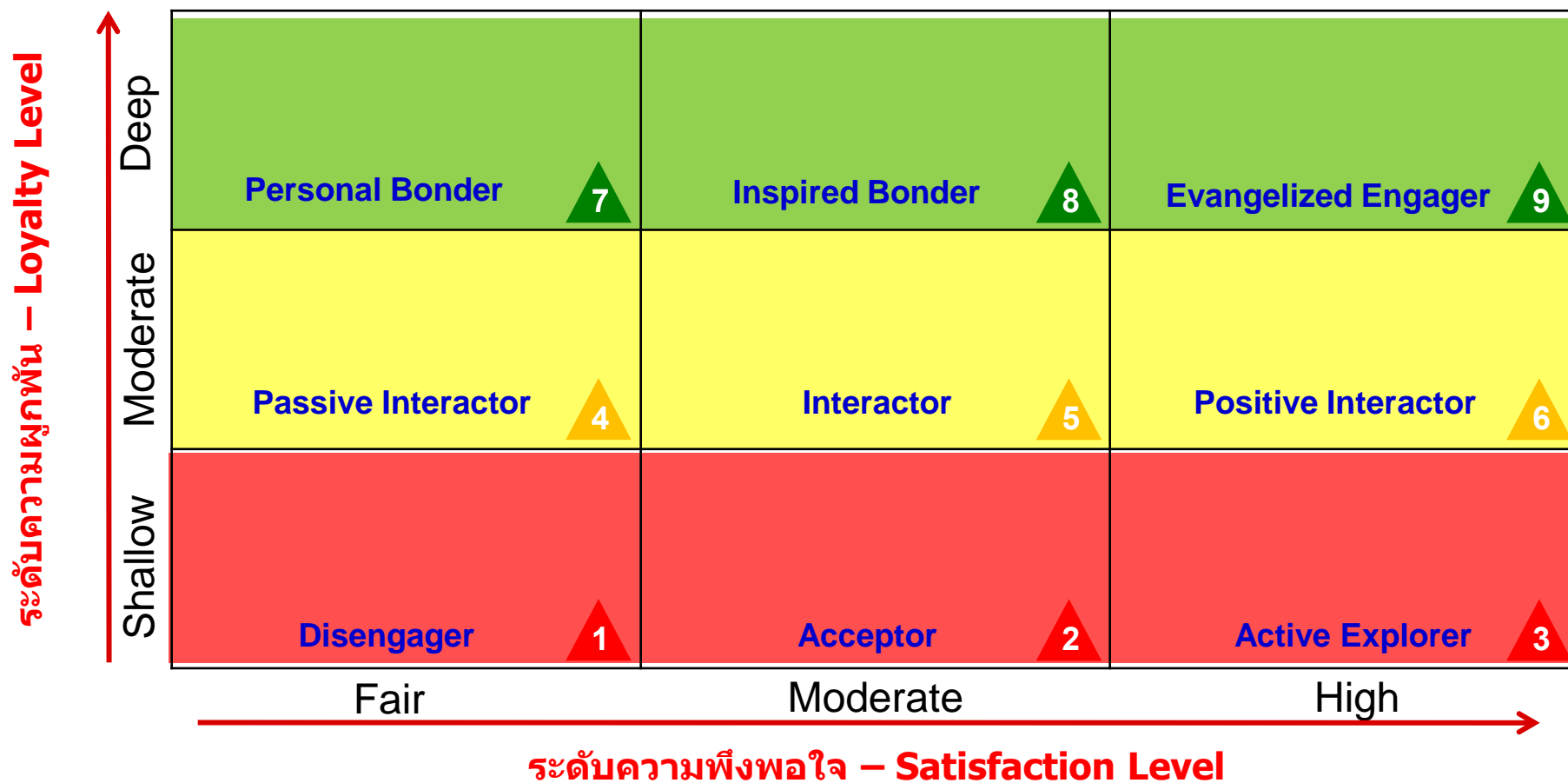
REF. Q9, Q10

ความผูกพันกับองค์กร (Brand Engagement Model)

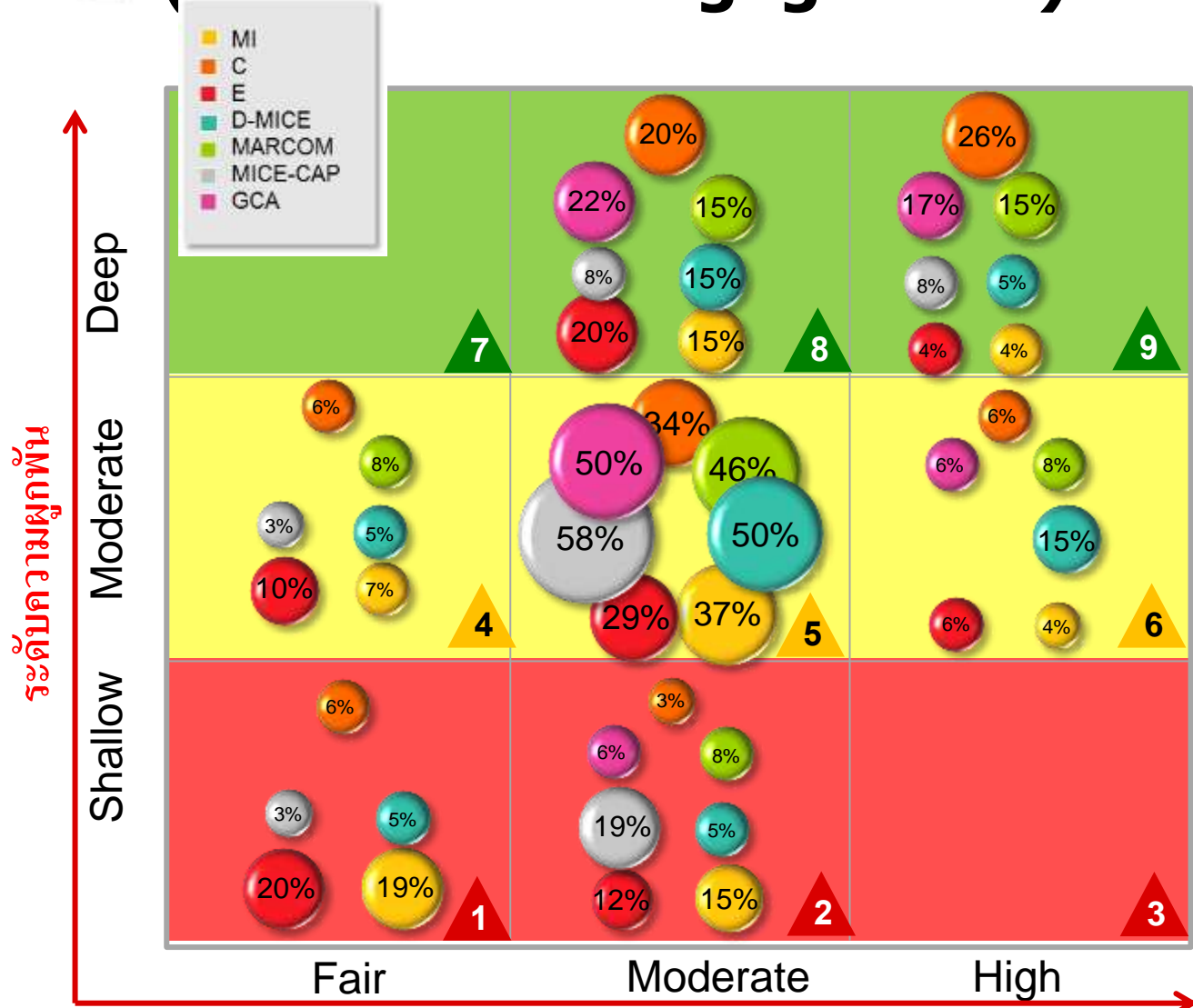
หน้าอธิบาย

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

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



ความผูกพันกับ สสปน. (TCEB Brand Engagement)



โดยรวมแล้ว ผู้รับบริการส่วนใหญ่ มีความผูกพันกับ สสปน. (Brand Engagement) อยู่ในระดับปานกลาง

5 8

อย่างไรก็ตาม 3 กลุ่มหลักที่ต้องปรึกษาและวางกลยุทธ์เพื่อเพิ่มระดับความผูกพัน คือ

1. กลุ่มที่ 1 หมายถึง Low Loyalty – Low Satisfaction ผู้เกี่ยวข้องส่วนใหญ่ในกลุ่มนี้มาจากกลุ่ม E และ MI ตามลำดับ
2. กลุ่มที่ 2 หมายถึง Low Loyalty – Mid Satisfaction ผู้เกี่ยวข้องส่วนใหญ่ในกลุ่มนี้มาจากกลุ่ม MICE CAP E และ MI ตามลำดับ
4. กลุ่มที่ 4 หมายถึง Mid Loyalty – Low Satisfaction ผู้เกี่ยวข้องส่วนใหญ่ในกลุ่มนี้มาจากกลุ่ม E MI และ C ตามลำดับ

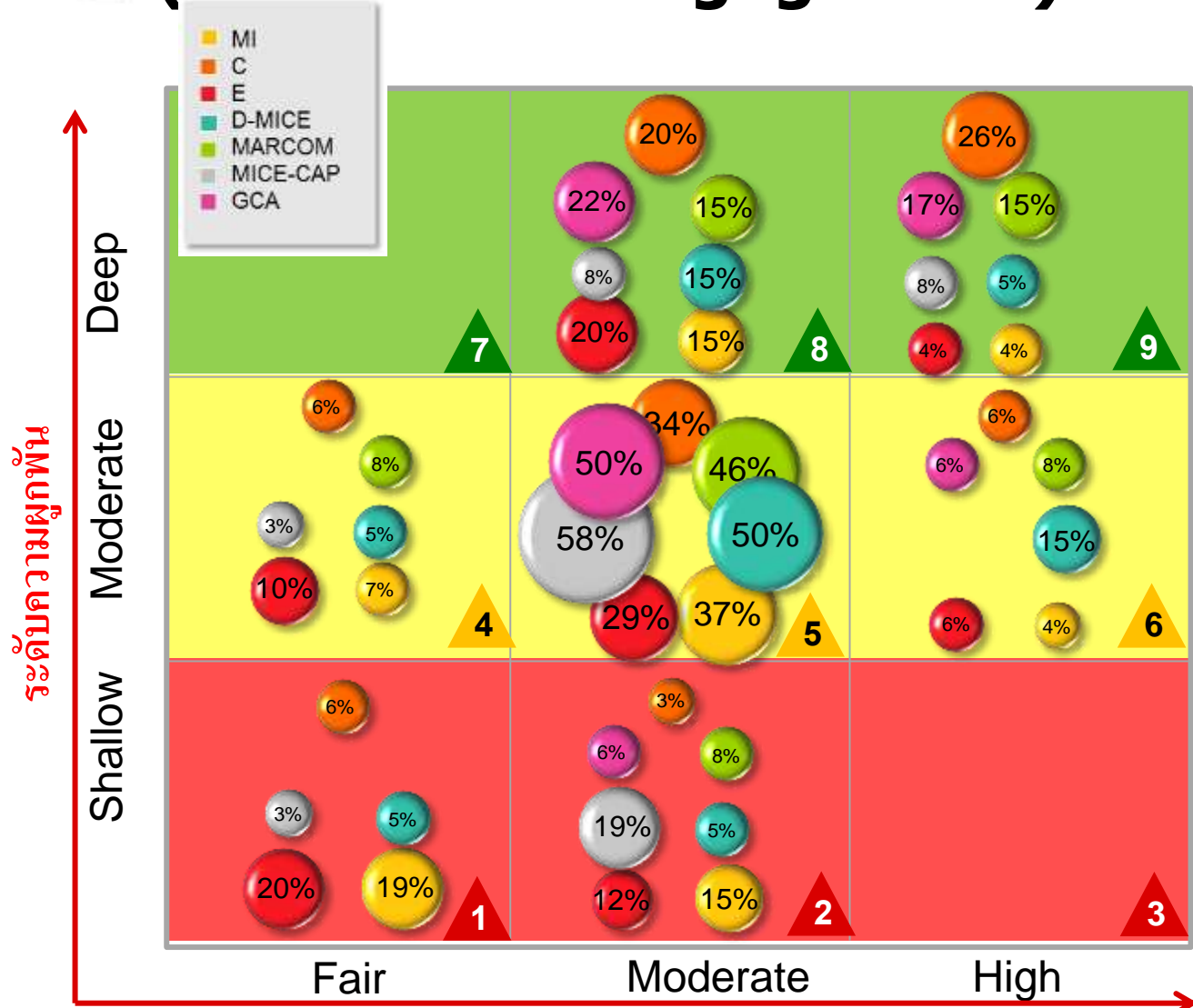
ในขณะที่ C เป็นกลุ่มที่ได้คะแนน Brand Engagement ดีที่สุด รองลงมาคือ GCA และ MARCOM 9

มิติที่ควรมุ่งเน้น คือในเรื่องเกี่ยวกับ **บุคลากร** **กระบวนการภายใน** **การตลาด**

REF. Q4 VS Q5,Q9,Q11,Q12

ระดับความพึงพอใจ

ความผูกพันกับ สสปน. (TCEB Brand Engagement)



นอกจากนี้ แต่ละกลุ่มที่เหลือสามารถอธิบายได้ดังนี้

- กลุ่มที่ **5**
หมายถึง Mid Loyalty – Mid Satisfaction
ผู้เกี่ยวข้องส่วนใหญ่ในกลุ่มนี้มาจากกลุ่ม MICE CAP C E D-MICE และ MI ตามลำดับ
- กลุ่มที่ **6**
หมายถึง Mid Loyalty – High Satisfaction
ผู้เกี่ยวข้องส่วนใหญ่ในกลุ่มนี้มาจากกลุ่ม C D-MICE และ C ตามลำดับ
- กลุ่มที่ **8**
หมายถึง High Loyalty – Mid Satisfaction
ผู้เกี่ยวข้องส่วนใหญ่ในกลุ่มนี้มาจากกลุ่ม E C GCA และ MI ตามลำดับ
- กลุ่มที่ **9**
หมายถึง High Loyalty – High Satisfaction
ผู้เกี่ยวข้องส่วนใหญ่ในกลุ่มนี้มาจากกลุ่ม C MICE CAP และ GCA ตามลำดับ

REF. Q4 VS Q5,Q9,Q11,Q12

ระดับความพึงพอใจ

Verbatim ของกลุ่ม

Satisfaction)

9

(High Loyalty High

ความคิดเห็นในเชิงบวก

บุคลากรขององค์กรมีความรู้และทันสมัย คล่องตัวในการประสานงาน มนุษยสัมพันธ์ดีมาก สมาชิกแพทย์จากสหรัฐอเมริกา ครอบครัวและเพื่อนๆแพทย์ที่ได้รับเชิญมีความสนุกสนานและประทับใจในการต้อนรับของ สสปน อย่างสูง การได้รับความต้อนรับอย่างอบอุ่นจากองค์กรของประเทศไทยเช่นนี้เพิ่มความมุ่งมั่นในความตั้งใจที่สมาคมแพทย์ไทยแห่งสหรัฐอเมริกาจะกลับมาเมืองไทยซึ่งเป็นบ้านเกิดเมืองนอนของสมาชิกของสมาคมส่วน ทั้งนี้เชื่อว่าการทำงานของ สสปน. ได้ผลตรงกับความตั้งใจของ สสปน.

เจ้าหน้าที่ช่วยเหลือ
การจัดงานให้สำเร็จ
ลุล่วงด้วยดีเสมอมา

พนักงานมีความเอาใจใส่ดีมาก

ทีมงานมีความพร้อม ให้บริการเต็มที่

อัยยาศัยไมตรี มีความเชี่ยวชาญตลาด

ความเป็นมืออาชีพของบุคลากรมี
ความกระตือรือร้น และมีมนุษย
สัมพันธ์ที่ดีเยี่ยม

บุคลากรให้มีความเป็นมิตร มีมนุษยสัมพันธ์ดี เข้าถึงภาคเอกชน
ส่งเสริมและให้ข้อมูลที่ดี ชัดเจนและเป็นประโยชน์มาก



MI = 5%
C = 43%
E = 10%
D-MICE = 4%
MARCOM = 10%
MICE CAP = 14%
GCA = 14%

Verbatim ของกลุ่ม

Satisfaction)



(High Loyalty High

ความคิดเห็นในเชิงบวก

เจ้าหน้าที่ สสพ.ให้การสนับสนุนในการประสานงานกับหน่วยงานต่างๆได้เป็นอย่างดี มีความกระตือรือร้นในการให้บริการและติดตามงานเป็นอย่างดี

ให้ความช่วยเหลือดีมาก

เป็นแม่งานของอุตสาหกรรมไมซ์ / มีความพยายามที่จะผลักดันไมซ์อย่างเต็มที่

การสื่อสารข้อมูลที่รวดเร็วและมีการพัฒนาด้านการตลาดไมซ์อย่างต่อเนื่อง

หลักสูตรที่จัดฝึกอบรมสามารถนำมาใช้ในการทำงานจริงได้เลย



MI = 5%

C = 43%

E = 10%

D-MICE = 4%

MARCOM = 10%

MICE CAP = 14%

GCA = 14%

Verbatim ของกลุ่ม Satisfaction)

9

(High Loyalty High

ความคิดเห็นในเชิงลบ

ระยะเวลาการประสานงานและการแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมที่จะเกิดขึ้นสั้นไปสำหรับภาครัฐที่ต้องใช้เวลาดำเนินการนาน เช่นจะจัดงานอาทิตย์หน้าแต่เพิ่งได้รับข่าวสารอาทิตย์นี้

มีการประชุม 1 ครั้ง ไปจัดประชุมที่ต่างประเทศ เพื่อไป BID งาน และทางหน่วยงานต้องการจัดงาน Welcome Reception และ ต้องการให้มีอาหารไทยไปเสิร์ฟ ณ ต่างประเทศ แต่ทาง สสปน. ไม่แน่ใจว่าติดต่อหน่วยงานใด แจ้งว่าทางโรงแรมไม่สามารถทำอาหารไทยให้ได้ และไม่สามารถนำอาหารไทยเข้าโรงแรมได้ สรุปสุดท้ายทางหน่วยงานติดต่อ เชฟที่โรงแรมให้ทำอาหารไทยได้ด้วยตัวเอง



MI = 5%

C = 43%

E = 10%

D-MICE = 4%

MARCOM = 10%

MICE CAP = 14%

GCA = 14%

Verbatim ของกลุ่ม Satisfaction)



(High Loyalty Mid

ความคิดเห็นในเชิงบวก

ให้ความช่วยเหลือทุกครั้งในการขอข้อมูล หรือคนประสานงานในต่างประเทศ มี Campaign ใหม่ ๆ มาแนะนำ Organizer เพื่อนำมาพัฒนางานแสดง และให้ความสำคัญกับงานแสดงทุกงานเสมอ

ไม่ว่าเจ้าหน้าที่จะยุ่งแค่ไหนก็ยินดีให้ความช่วยเหลือ / ยินดีให้คำแนะนำและข้อมูลต่างๆ / มีความชัดเจนในเรื่องงานเอกสาร และสามารถอธิบายรายละเอียดได้อย่างเข้าใจชัดเจน / เปิดรับต่อคำแนะนำ ดีชมจากลูกค้า

บุคลากรให้ข้อมูลและการบริการที่ดี

บุคลากรช่วยเหลือและประสานงานเป็นอย่างดี ทำให้งานลุล่วงและประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก

บุคลากรดำเนินงานอย่างรวดเร็วเพื่อ support organizer อย่างเต็มที่และมีประสิทธิภาพ

เจ้าหน้าที่ประสานงานดี พยายามให้ความช่วยเหลือในทุกๆด้าน



MI = 12%

C = 21%

E = 31%

D-MICE = 9%

MARCOM = 6%

MICE CAP = 9%

GCA = 12%

Verbatim ของกลุ่ม Satisfaction)



(High Loyalty Mid

ความคิดเห็นในเชิงบวก

มีการวางแผนงาน พัฒนามาตรฐาน และประเมินผล / พัฒนามัคฉลากร / มีการส่งข่าวสารการเคลื่อนไหว / มีความสัมพันธ์อันดีต่อหน่วยงานอื่นๆ

มีการดำเนินการที่รวดเร็ว ฉับไว ทันต่อสถานการณ์และปรับรูปแบบการทำงานให้เป็นปัจจุบัน / มีการศึกษาในเนื้อหาวิชาการที่มีคุณภาพ และมีการจัดเก็บข้อมูลที่ดี / การดำเนินงานร่วมกับส่วนราชการ หน่วยงานต่างๆ ในการผลักดันการจัด MICE ให้เห็นเป็นรูปธรรมมากขึ้น

เป็นหน่วยงานของรัฐที่มีกระบวนการทำงานแบบ เอกชน ทำให้งานต่อการติดต่อประสานงาน

การแนะนำและการให้ข้อมูล รวมถึงการสนับสนุน การจัดกิจกรรม ประชุม สัมมนา ท่องเที่ยวของ บริษัทฯ ด้วยดีเสมอมา

ให้ความรู้เกี่ยวกับ
อุตสาหกรรมไมซ์

มีวิสัยทัศน์และ
การทำงานที่รวดเร็ว

การให้ความรู้ คำแนะนำ การประสานงาน
กับองค์กรที่เกี่ยวข้อง



MI = 12%

C = 21%

E = 31%

D-MICE = 9%

MARCOM = 6%

MICE CAP = 9%

GCA = 12%

Verbatim ของกลุ่ม Satisfaction)



(High Loyalty Mid

ความคิดเห็นในเชิงลบ

หากเป็นการขอรับการสนับสนุนที่เป็นเงิน ต้องมีการจัดทำรายละเอียด เกี่ยวกับเอกสารและขั้นตอนในการขอรับการสนับสนุนค่อนข้างยุ่งยาก และใช้เวลาในส่วนของการบัญชีค่อนข้างนานมาก และใช้เอกสารเยอะมาก หากเป็นการขอรับการสนับสนุนที่เป็นของที่ระลึกจะมีความสะดวกมากกว่า

การจัดฝึกอบรม MICE ร่วมกับสำนักงานจังหวัด ไม่ประสบความสำเร็จในการหากลุ่มเป้าหมายเข้าร่วมงาน



MI = 12%

C = 21%

E = 31%

D-MICE = 9%

MARCOM = 6%

MICE CAP = 9%

GCA = 12%

Verbatim ของกลุ่ม Satisfaction)

6

(Mid Loyalty High

ความคิดเห็นในเชิงบวก

การให้คำปรึกษา
ช่วยเหลือในการจัดงาน

มีการติดตามคอยให้ความช่วยเหลือสนับสนุน พร้อมทั้งคำแนะนำในการจัดประชุมและสัมมนา
วิชาการระดับนานาชาติได้อย่างเป็นมืออาชีพ ตั้งแต่เริ่มกระบวนการประมูลสิทธิ์จนกระทั่งจบ
โครงการ บุคลากรมีอัธยาศัยดี น่าประทับใจเป็นอย่างยิ่ง

การให้ความช่วยเหลือและสนับสนุน ในกรณีที่มี
เหตุการณ์บ้านเมืองไม่ปกติ จากภาวะ เศรษฐกิจ
และการเมือง อย่างทันท่วงที และต่อเนื่อง

การทำงานรวดเร็ว มีมาตรฐาน บุคลากรมีคุณภาพ

มั่นใจ และไว้วางใจในหน่วยงาน เสมือนเป็น Partner
ที่ดีคนนึงจริงๆ

มีการให้ข่าวสารที่รวดเร็วและอัปเดตอยู่ตลอดเวลา
/ เวลาประสานงานจะให้ข้อมูลครบถ้วน / รวดเร็วใน
การตอบคำถาม



MI = 9%
C = 18%
E = 27.5%
D-MICE = 27.5%
MARCOM = 9%
MICE CAP = NA
GCA = 9%

Verbatim ของกลุ่ม 6 (Mid Loyalty High Satisfaction)

ความคิดเห็นในเชิงลบ

กฎเกณฑ์ในการเชิญเข้าร่วมงานไม่ชัดเจนบางครั้ง / บางครั้งข้อมูลก็ไม่มาถึง ทำให้พลาดโอกาสที่จะเข้าร่วมงาน

มิติ และรูปแบบในการสนับสนุนงานยังน้อยไป แต่มั่นใจว่าอนาคตน่าจะมีสิ่งใหม่ๆ มากขึ้น

Complexity of communication among different departments



Verbatim ของกลุ่ม (Mid Loyalty Mid Satisfaction)

5

(Mid Loyalty Mid Satisfaction)

ความคิดเห็นในเชิงบวก

ความเป็นมืออาชีพในการทำงาน มีความกระตือรือร้น และทำงานอย่างรวดเร็วเป็นระบบ

ให้ความร่วมมือและช่วยแก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็ว และเป็นไปได้ด้วยดี

สสปน. มีนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนผู้จัดงานอย่างต่อเนื่อง และมองเห็นเป็นรูปธรรม

เจ้าหน้าที่ของ สสปน. มีความตั้งใจ และมีมนุษยสัมพันธ์ดีมาก

การทุ่มเท ความเป็นมิตร มีความใส่ใจ และมีจิตบริการ

การส่งเสริมประเทศไทยให้เป็นจุดหมายของการจัดประชุมและนิทรรศการ การเผยแพร่รายงานและข้อมูลความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับธุรกิจการประชุมและนิทรรศการในประเทศและต่างประเทศ การเป็นศูนย์ประสานงานเพื่ออำนวยความสะดวกผู้จัดงานขนาดใหญ่

การประสานงานทำได้ดี / มีการให้ข้อมูลข่าวสาร / ให้การช่วยเหลือสนับสนุนเราเป็นอย่างดี / มีการสื่อสารที่เข้าถึงผู้มีส่วนร่วม โดยเจาะตรงไปที่บุคคลนั้นๆ เลย

MI = 12%
C = 15%
E = 18%
D-MICE = 12%
MARCOM = 7%
MICE CAP = 25%
GCA = 11%

Verbatim ของกลุ่ม Satisfaction)

5

(Mid Loyalty Mid

ความคิดเห็นในเชิงบวก

1. การให้คำแนะนำ และการช่วยวางแผนการดำเนินงาน รวมถึงการปฏิบัติงานโดยบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ 2. การสนับสนุนด้านการเงิน มีการจัดงานที่เป็นมืออาชีพ และมีความเป็นสากล

มีการรับฟังผู้ประกอบการในธุรกิจ
จัดกิจกรรมต่อเนื่องเพื่อส่งเสริม
ธุรกิจmice

มีการเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการและพันธมิตรได้เข้าร่วมใน
งานที่จัดโดย สสปน. อย่างสม่ำเสมอ

แผนการตลาดที่ช่วยสนับสนุนการจัดงาน
แสดงสินค้าให้เป็นสากล

มีความสะดวกในการ
ติดต่อในด้านต่าง ๆ
การให้บริการข้อมูล
ข่าวสาร รวดเร็ว

มีการวางยุทธศาสตร์ในการส่งเสริม
และสนับสนุนอย่างเป็นระบบ และมี
บุคลากรที่มีศักยภาพสูง



MI = 12%

C = 15%

E = 18%

D-MICE = 12%

MARCOM = 7%

MICE CAP = 25%

GCA = 11%

Verbatim ของกลุ่ม (Mid Loyalty Mid Satisfaction)

5

(Mid Loyalty Mid Satisfaction)

ความคิดเห็นในเชิงลบ

ข้อตกลงและกฎต่างๆค่อนข้างเยอะ และมีรายละเอียดที่ต้องดำเนินการ เยอะ

ขั้นตอนของการจัดทำเอกสารเพื่อร่วมโครงการ ยังมีความยุ่งยาก

การส่งหนังสือขอความอนุเคราะห์ในเรื่องต่างๆ ควรให้เวลาหน่วยงานพิจารณาอย่างน้อย 10 วันทำการ

Domestic MICE ของประเทศไทย ยังขาดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และชัดเจน ทำให้การดำเนินงาน หรือวางนโยบายในการส่งเสริมซึ่งกันและกันระหว่างภาครัฐและสถานศึกษา ยังไม่เอื้ออำนวยเท่าที่ควร

ช่องทางการได้รับข่าวสารในแง่อุตสาหกรรมโดยรวม (ไม่เฉพาะแต่MICE)น้อยเกินไป

As with all government entities, the system employed is not flexible enough to accommodate every situation, which can lead to missed opportunities.

ข้อมูลการติดต่อ การประสานงาน กฎเกณฑ์ บางครั้ง ขั้นตอนเยอะ อยากให้ลดขั้นตอน ให้ง่ายขึ้น

การดำเนินงานของพนักงาน มีความผิดพลาด และไม่ตรงต่อเวลา ไม่ตามงานให้

ฝ่าย domestic ไม่ค่อยยังไม่เข้าใจในการร่วมมือทำงานกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องอย่างแท้จริง

บุคคลากร บางท่านมีการเลือกปฏิบัติ



Verbatim ของกลุ่ม (Mid Loyalty Mid Satisfaction)

5

ความคิดเห็นในเชิงลบ

Eagerness to look for new markets.

We need even more exposure and activities to be led by TCEB's team to penetrate and create demand for MICE business into Thailand.

ข้อมูลข่าวสารอาจมาไม่ทันเวลาบ้าง หรือกระชั้นชิดเกินไปบ้าง

ภาคเอกชนที่เข้าช่วยยังไม่มากเท่าที่ควร / งบประมาณให้ต่อองค์กรควรให้ครอบคลุมทั่วโลก เพื่อเพิ่มศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในและต่างประเทศ / ควรสนับสนุนการตลาดให้กับเมืองทั้ง 5 หลักให้มากกว่านี้

การเน้นสร้างภาพลักษณ์ของ สสปน. ให้เป็นที่ประทับใจ การจัดงานใหญ่โตเพื่อเป้าหมายประชาสัมพันธ์องค์กร/ผู้นำองค์กรมากกว่าการส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมในภาพรวม การส่งเสริม/สนับสนุนการวิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรมเพื่อให้แข่งขันได้ในสากลยังมีจำกัด

การทำงานไม่ต่อเนื่อง ประสานงานแค่ตอนเริ่มต้นแต่ไม่จัดการจนจบให้เห็นผล เช่นการจัดไปญี่ปุ่นเพื่อเปิด MOU พอเสร็จกลับมาที่เท่านั้น ไม่ได้มีการทำอะไรต่อให้เกิดกิจกรรมตามมา

มีแต่นโยบายสนับสนุนการเสนอตัวเป็นเจ้าของภาพ แต่ ยังไม่มีกิจกรรมส่งเสริมให้เข้าร่วมเป็นสมาชิกหรือเข้าร่วมกิจกรรมก่อนที่จะเสนอตัว (Pre-Bidding Support Program) เพราะการเสนอตัวโดยไม่เคยเข้าร่วมกิจกรรมอย่างต่อเนื่องจะทำให้โอกาสการได้รับพิจารณา น้อยลงเพราะกรรมการกลางจะไม่รู้จักเราและไม่เคยเห็น Contributions ของเรามาก่อนที่จะเสนอตัว

MI = 12%

C = 15%

E = 18%

D-MICE = 12%

MARCOM = 7%

MICE CAP = 25%

GCA = 11%

Verbatim ของกลุ่ม Satisfaction)

4

(Low Loyalty Mid

ความคิดเห็นในเชิงบวก

ความตั้งใจในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรม MICE อย่างต่อเนื่อง

มีการส่งเสริมและสนับสนุนไมซ์ที่ดี

สนับสนุนในการทำ roadshow และกิจกรรม ประชาสัมพันธ์

พัฒนาบุคลากรด้าน MICE และสนับสนุน อุตสาหกรรม MICE อย่างต่อเนื่อง

การติดต่อและให้บริการดี



MI = 17%

C = 17%

E = 42%

D-MICE = 8%

MARCOM = 8%

MICE CAP = 8%

GCA = NA

Verbatim ของกลุ่ม Satisfaction)



(Low Loyalty Mid

ความคิดเห็นในเชิงลบ

การจัดทำแคมเปญที่ไม่ตอบโจทย์ของอุตสาหกรรม เช่น Business Connect

จัดงานแล้วไม่ค่อยประสบความสำเร็จ จำนวนงานมีมากแต่จำนวนที่สำเร็จมีน้อยและไม่ค่อยมีประสิทธิภาพ

The marketing campaigns and coordinator with private section like contact person of corporate companies and government need to be more solidated where some of the events came out not productive. ex. As table part, MICE MART in Bangkok where all the buyers left the event right away after the opening the event. Some of the buyers didn't care much about the booth but only the stamp from the sellers to get giving away gift and no preparation of sharing the contact like business cards.



MI = 17%

C = 17%

E = 42%

D-MICE = 8%

MARCOM = 8%

MICE CAP = 8%

GCA = NA

Verbatim ของกลุ่ม Satisfaction)



(Low Loyalty Mid

ความคิดเห็นในเชิงบวก

ช่วยประสานงานอย่างดี / ให้ความสำคัญกับข้อเสนอแนะของเราและไม่ปิดกั้น / มีความตั้งใจดีในการทำงานให้สำเร็จ ไม่ใช่ทำแบบขอไปที / มีความคิดสร้างสรรค์

มีบุคลากรที่มีคุณภาพ และมีความเป็นมืออาชีพ

เอาใจใส่และดูแลเป็นอย่างดี

ประสานงานดี

ให้การสนับสนุนหน่วยงานด้วยดีเสมอมา

ให้การสนับสนุนหน่วยงานด้วยดีเสมอมา

มีการผลักดันและมีมาตรฐานดี / เสริมอุตสาหกรรม MICE CAP ให้มีมอก. และระบบ ISO ที่เข้มแข็ง

การสนับสนุนการจัดงานต่างๆ เพื่อดึงกลุ่มนักธุรกิจไม่ซ้ำจากนานาประเทศมายังประเทศไทย



MI = 18%
C = 5%
E = 29%
D-MICE = 5%
MARCOM = 5%
MICE CAP = 33%
GCA = 5%

Verbatim ของกลุ่ม (Low Loyalty Mid Satisfaction)

2

(Low Loyalty Mid Satisfaction)

ความคิดเห็นในเชิงลบ

ควรเพิ่มเติมด้านจิตบริการ

ยังขาดความเป็นมืออาชีพในการประสานงานเล็กๆน้อยๆ บางส่วน

Sometimes the staff are too busy to fulfill the task or not really stand by in the office if there is any question.

การจัดงาน Trade Show และ Road Show บางงาน ไม่มรายละเอียด หรือการจัดงานที่ชัดเจน การดำเนินงานไม่เป็นไปตามที่กำหนด Buyers เข้าร่วมงานน้อย

They need to support more when it comes to government and military relations, such as event partnerships and attendance of our event.

การติดตามผลและแจ้งความคืบหน้าหลังจาก MOU กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ยังมีความขัดแย้งและการทำงานซ้ำซ้อนกันในแต่ละส่วน

ศูนย์กลางข้อมูลความรู้ตลาดด้านไมซ์ที่ยังไม่มากเพียงพอกับความต้องการของตลาดและอุตสาหกรรม

พัฒนาบางกลุ่มให้ความช่วยเหลือแนะนำกับหน่วยงานหรือผู้จัดงาน โดยรักษาเวลาไม่ทำลายเวลาการทำงานไม่ได้รับข้อมูลข่าวสาร เกี่ยวกับสิทธิประโยชน์บางอย่าง ที่ทางสสปน.มีให้ แต่พบเห็นจากผู้ให้บริการท่านอื่นได้รับการสนับสนุนจาก สสปน. อยากให้มีการสื่อสารทุกองค์กรเท่าเทียมกัน



Verbatim ของกลุ่ม Satisfaction)



(Low Loyalty Low

ความคิดเห็นในเชิงบวก

ความกระตือรือร้น ความเป็นมิตรในการช่วย
ประสานงาน ให้ความช่วยเหลือ

นโยบายเชิงรุกเรื่อง ARS ที่ตอบโจทย์การรุก
คืบของ AEC

โดดเด่นเรื่องการจัด Exhibition / สามารถดึงเม็ดเงินจาก
ต่างประเทศให้เข้ามาจัดงานได้

มีคณะทำงานที่มีความหลากหลาย และสามารถ
เข้าใจถึงปัญหาของผู้ประกอบการได้



MI = 26%
C = 11%
E = 53%
D-MICE = 5%
MARCOM = NA
MICE CAP = 5%
GCA = NA

Verbatim ของกลุ่ม (Low Loyalty Low Satisfaction)

1

(Low Loyalty Low Satisfaction)

ความคิดเห็นในเชิงลบ

1. การส่งเสริมและสนับสนุนที่มากเกินไปสำหรับผู้จัดงานจากต่างประเทศเข้ามาจัดงานในประเทศไทย ในขณะที่ไม่ได้สนับสนุนมากเพียงพอที่จะทำให้ผู้จัดงานในประเทศมีความเข้มแข็งที่จะแข่งขันได้
2. เงื่อนไขและข้อกำหนดบางอย่างเป็นอุปสรรคในการบรรลุเป้าหมายที่จะส่งมอบงานตามที่ขอสนับสนุน

ระเบียบเยอะ และบางครั้งอาจจะใส่ใจในรายละเอียดที่ไม่เกี่ยวข้องกับงาน หรือเกี่ยวข้องกับงานน้อยมากจนเกินไป

การพิจารณาต่างๆระยะเวลานานเกินไปแล้วไม่มีหลักเกณฑ์การสนับสนุนที่แน่นอน / การสนับสนุนต่างๆที่เกิดขึ้นเป็นการเพิ่มภาระให้ผู้ประกอบการ ไม่ใช่เป็นการสนับสนุนค่าใช้จ่ายเพื่อลดต้นทุนเลย

ไม่มีความต่อเนื่องในส่วนของ meeting / convention ก็ไม่ชัดเจน / ถือว่า meeting และ incentive เป็นจุดอ่อน / บางทีมีการเชิญต่างชาติรายเดียวกันกับที่ ททท. ส่งมา ถือเป็นการซ้ำซ้อน และเปลืองงบประมาณ



Verbatim ของกลุ่ม Satisfaction)

1

(Low Loyalty Low

ความคิดเห็นในเชิงลบ

การดำเนินงานระหว่างทีม IT และ ทีม Communications ไม่
สอดคล้องกัน ทำให้งานที่ต้องการสื่อสารออกไปไม่
กลมกลืน

การประสานงานทีม IT ที่ดำเนินงานช้า บางครั้งทำให้งานล่าช้า

บางคนทำงานแบบเป็นเจ้าแม่เกินไป

พนักงานติดต่อได้ยากโทรไปไม่มีใครรับโทรศัพท์แต่ถ้ามี
คนรับก็ให้ฝากข้อความตลอดแต่ไม่เคยติดต่อกลับ

กิจกรรมไม่ได้เป็นประโยชน์ต่อการส่งเสริม MICE /
เป้าไม่ชัดเจน



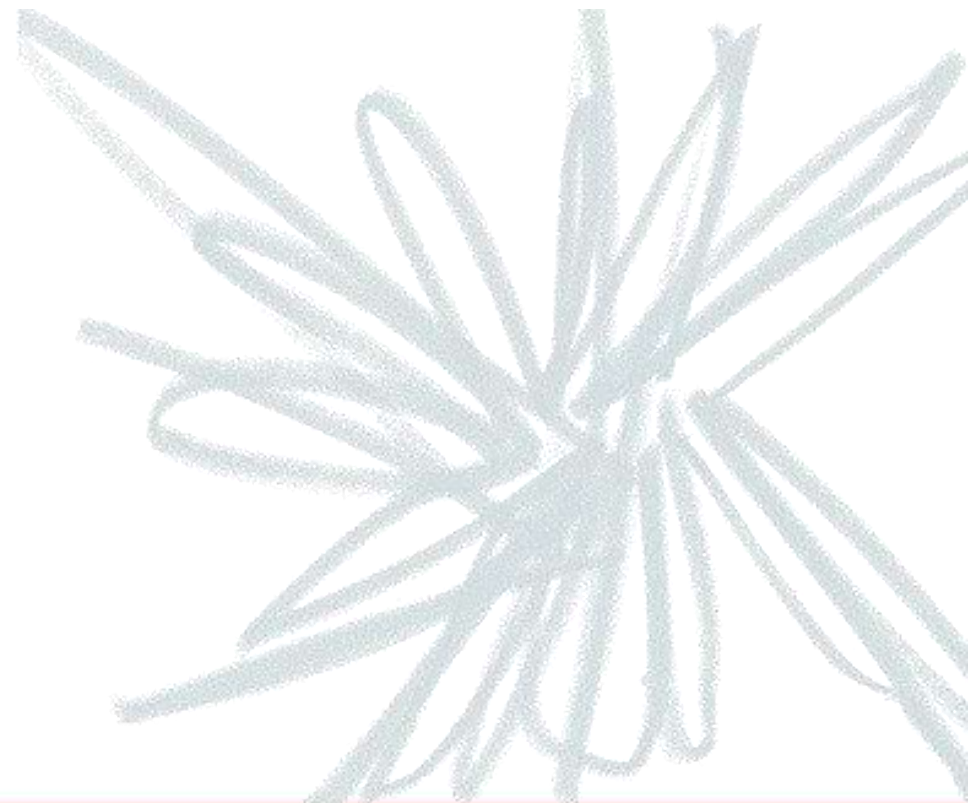
MI = 26%
C = 11%
E = 53%
D-MICE = 5%
MARCOM = NA
MICE CAP = 5%
GCA = NA

การนำจำนวน overseas attendants ที่ต้องเพิ่มขึ้น
แต่ละปีเป็น criteria ในการให้ subsidy ทำให้โชว์ที่มี
ฐานลูกค้าต่างชาติสูงอยู่แล้วเข้าถึงการสนับสนุน ่าง
การเงินจากสนปน. ยากขึ้น

ภาคผนวก

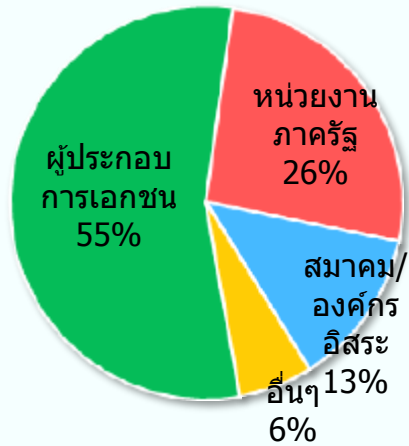


ข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์

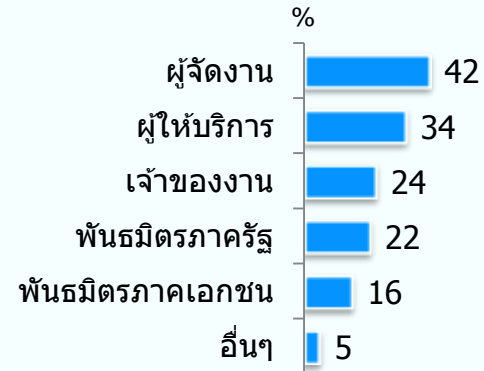


ข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์

ลักษณะองค์กร



บทบาทขององค์กร

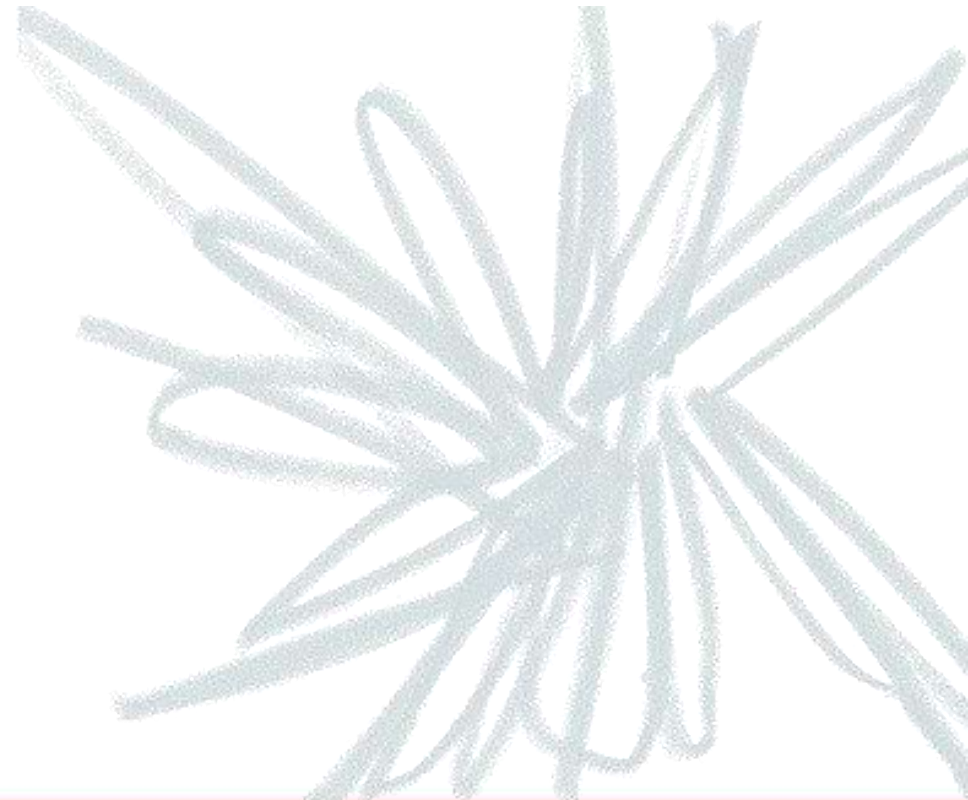


ลักษณะงานภายใต้ MICE

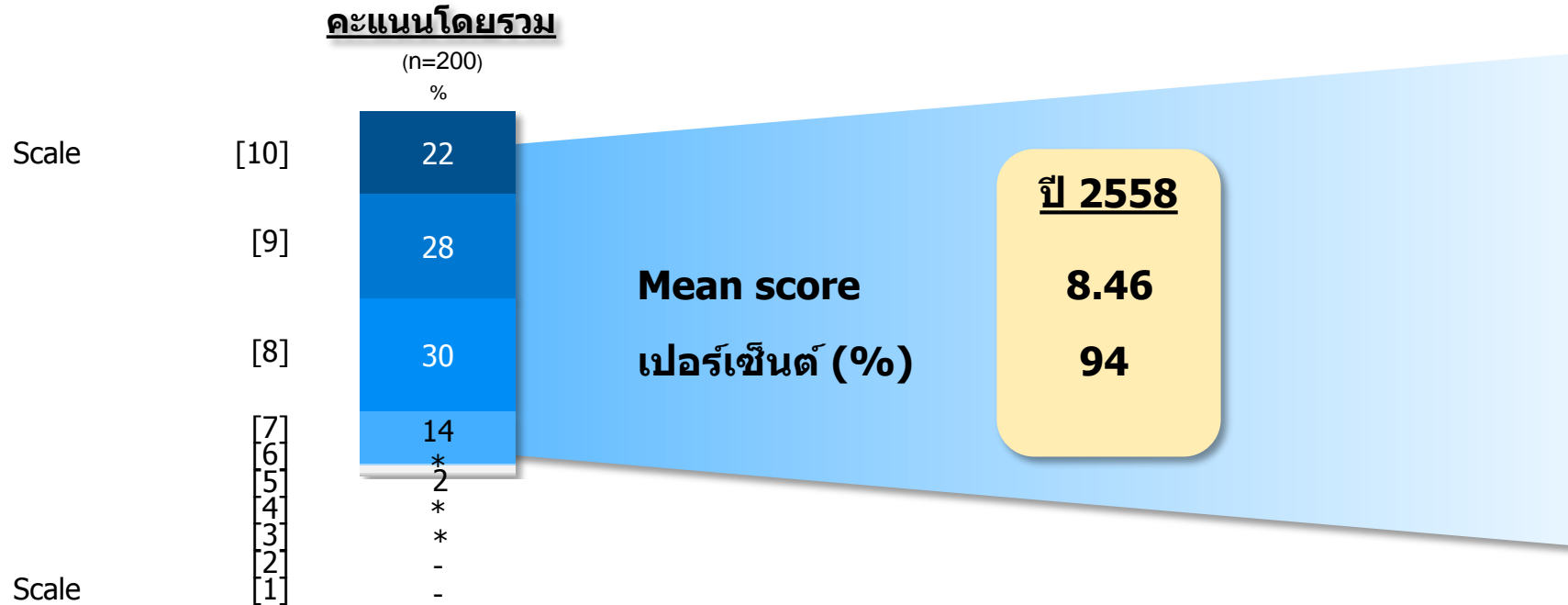


ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 200 = 100%
REF. Q1, Q2, Q3

ความพึงพอใจต่อองค์กร



ความพึงพอใจต่อ สสปน. (โดยรวม)



จากการสำรวจความพึงพอใจต่อองค์กรของผู้เกี่ยวข้องจำนวน 200 ราย ผลสำรวจเป็นดังนี้

สสปน. ได้รับคะแนนความพึงพอใจโดยรวมต่อองค์กรที่สูงขึ้นเมื่อเทียบกับปี 2557 โดยคะแนนปรับขึ้นจากค่าเฉลี่ย 8.19 เป็น 8.46 (จากคะแนนเต็ม 10) อีกทั้งเปอร์เซ็นต์ของผู้ที่ให้คะแนนความพอใจ 4 ระดับแรกยังมีมากถึง 94 เปอร์เซ็นต์

ความพึงพอใจต่อ สสปน. (รายแผนก)

นอกจากนี้ หากเราแยกดูคะแนนความพึงพอใจของแต่ละแผนกแล้ว ไม่ว่าจะเป็ในแง่ค่าเฉลี่ยหรือเปอร์เซ็นต์ของผู้ที่ให้คะแนนความพอใจ 4 ระดับแรก แต่ละแผนกก็ได้รับคะแนนที่ค่อนข้างสูงเช่นกัน

แผนก Convention เป็นแผนกที่ได้รับคะแนนความพึงพอใจสูงสุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 9.03 ซึ่งสูงกว่าแผนก MI Exhibition และ MICE CAP อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

แผนกที่ทำได้ดีเป็นลำดับ 2 และลำดับรองๆ ลงมา คือ แผนก GCA (ค่าเฉลี่ย8.83) MARCOM (ค่าเฉลี่ย8.62) MICE CAP (ค่าเฉลี่ย8.42) D-MICE (ค่าเฉลี่ย8.40) Exhibition (ค่าเฉลี่ย8.29) และ MI (ค่าเฉลี่ย7.81)

	MI (A)	C (B)	E (C)	D-MICE (D)	MARCOM (E)	MICE CAP (F)	GCA (G)
	%	%	%	%	%	%	%
Mean score	7.81	9.03 >A,C,F	8.29	8.40	8.62	8.42	8.83 >A
เปอร์เซ็นต์ (%)	86	95 >A	100	95	100 >A	100	95
ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ ทั้งหมด = 100%	27**	35	51	20**	13**	36	18**

REF. Q5

ทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสพน. (6 มิติสำคัญขององค์กร)

ทัศนคติต่อการบริหารการจัดการของ สสปน. (โดยรวม)

	ค่าเฉลี่ย	เปอร์เซ็นต์ (%)
	2558	2558
5 กระบวนการภายใน/ ลักษณะเฉพาะองค์กร	5.98	
สสปน. มีนโยบายและทิศทางที่ชัดเจนในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง	6.26	100
สสปน. มีความเป็นมืออาชีพในการดำเนินการเทียบกับระดับสากล ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์	6.12	94
สสปน. มีการเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องร่วมมือในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ และรับฟังความคิดเห็นเพื่อนำมาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง	5.86	88
กฎระเบียบการบริหารงานของ สสปน. มีความคล่องตัวในการดำเนินการร่วมกับภาคเอกชน และตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว	5.66	88
1 การพัฒนาธุรกิจ MICE	6.26	
สสปน. มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาธุรกิจไมซ์โดยรวม	6.34	98
สสปน. มีส่วนในการผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็น MICE Destination	6.30	98
สสปน. มีส่วนในการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์	6.14	94
4 การพัฒนาขีดความสามารถ/ เสริมสร้างรากฐาน	6.01	
สสปน. มีการให้บริการด้านข้อมูลและองค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์	5.92	92
สสปน. มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ให้เทียบเท่าระดับสากล (เช่น งานด้าน Green Meeting หรือมาตรฐานการรักษาความปลอดภัย)	5.90	94

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 200 = 100%
REF. Q4

(ต่อ)

ทัศนคติต่อการบริหารการจัดการของ สสปน. (โดยรวม) (ต่อ)

	ค่าเฉลี่ย	เปอร์เซ็นต์ (%)
	2558	2558
3 การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	6.10	
สสปน. มีเครือข่ายความสัมพันธ์กว้างขวางกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน	6.10	94
2 สมรรถภาพของบุคลากร	6.14	
บุคลากรของ สสปน. มีความมีมนุษยสัมพันธ์และมีจิตบริการ	6.26	95
บุคลากรของ สสปน. มีความกระตือรือร้นในการทำงาน	6.14	94
บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการทำงานให้ลุล่วง	6.09	94
สสปน. มีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถเหมาะสมกับการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์	6.08	92
6 การสนับสนุนด้านการตลาด	5.89	
สสปน. มีการสนับสนุนด้านการตลาดโดยรวม รวมถึง Business Platform (อาทิเช่น Trade Show / Road Show) และการสร้างความสัมพันธ์อันดี	6.04	96
สสปน. ให้ข่าวสารความเคลื่อนไหวของอุตสาหกรรมไมซ์	5.86	92
สสปน. มีการสนับสนุนอื่นๆ เช่น การเข้าร่วมกิจกรรม CSR การสนับสนุนงานเลี้ยงรับรองการประชุมระหว่างประเทศของหน่วยงานรัฐ	5.76	88

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 200 = 100%
REF. Q4

ทัศนคติต่อการบริหารการจัดการของ สสปน. (กลุ่ม MI)

	ค่าเฉลี่ย	เปอร์เซ็นต์ (%)
	2558	2558
กระบวนการภายใน/ ลักษณะเฉพาะองค์กร	5.69	
สสปน. มีนโยบายและทิศทางที่ชัดเจนในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง	6.04	100
สสปน. มีความเป็นมืออาชีพในการดำเนินการเทียบกับระดับสากล ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์	5.74	89
สสปน. มีการเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องร่วมมือในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ และรับฟังความคิดเห็นเพื่อนำมาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง	5.59	81
กฎระเบียบการบริหารงานของ สสปน. มีความคล่องตัวในการดำเนินการร่วมกับภาคเอกชน และตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว	5.37	85
1 การพัฒนาธุรกิจ MICE	6.04	
สสปน. มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาธุรกิจไมซ์โดยรวม	6.15	96
สสปน. มีส่วนในการผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็น MICE Destination	6.00	96
สสปน. มีส่วนในการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์	5.96	89
2 การพัฒนาขีดความสามารถ/ เสริมสร้างรากฐาน	5.72	
สสปน. มีการให้บริการด้านข้อมูลและองค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์	5.74	93
สสปน. มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ให้เทียบเท่าระดับสากล (เช่น งานด้าน Green Meeting หรือมาตรฐานการรักษาความปลอดภัย)	5.70	93

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดของกลุ่ม MI 27** = 100%
REF. Q4

(ต่อ)

ทัศนคติต่อการบริหารการจัดการของ สสปน. (กลุ่ม MI) (ต่อ)

3

	ค่าเฉลี่ย	เปอร์เซ็นต์ (%)
	2558	2558
การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	5.70	
สสปน. มีเครือข่ายความสัมพันธ์กว้างขวางกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน	5.70	81
สมรรถภาพของบุคลากร	5.69	
บุคลากรของ สสปน. มีความมีมนุษยสัมพันธ์และมีจิตบริการ	5.89	89
บุคลากรของ สสปน. มีความกระตือรือร้นในการทำงาน	5.67	81
สสปน. มีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถเหมาะสมกับการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์	5.63	89
บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการทำงานให้ลุล่วง	5.59	81
การสนับสนุนด้านการตลาด	5.53	
สสปน. มีการสนับสนุนด้านการตลาดโดยรวม รวมถึง Business Platform (อาทิเช่น Trade Show / Road Show) และการสร้างความสัมพันธ์อันดี	5.78	89
สสปน. ให้ข่าวสารความเคลื่อนไหวของอุตสาหกรรมไมซ์	5.52	81
สสปน. มีการสนับสนุนอื่นๆ เช่น การเข้าร่วมกิจกรรม CSR การสนับสนุนงานเลี้ยงรับรองการประชุมระหว่างประเทศของหน่วยงานรัฐ	5.30	78

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดของกลุ่ม MI 27** = 100%
REF. Q4

ทัศนคติต่อการบริหารการจัดการของ สสปน. (กลุ่ม C)

	ค่าเฉลี่ย	เปอร์เซ็นต์ (%)
	2558	2558
กระบวนการภายใน/ ลักษณะเฉพาะองค์กร	6.27	
สสปน. มีนโยบายและทิศทางที่ชัดเจนในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง	6.49	100
สสปน. มีความเป็นมืออาชีพในการดำเนินการเทียบกับระดับสากล ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์	6.43	94
กฎระเบียบการบริหารงานของ สสปน. มีความคล่องตัวในการดำเนินการร่วมกับภาคเอกชน และตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว	6.09	97
สสปน. มีการเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องร่วมมือในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ และรับฟังความคิดเห็นเพื่อนำมาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง	6.09	89
2 การพัฒนาธุรกิจ MICE	6.43	
สสปน. มีส่วนในการผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็น MICE Destination	6.49	100
สสปน. มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาธุรกิจไมซ์โดยรวม	6.46	97
สสปน. มีส่วนในการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์	6.34	97
การพัฒนาขีดความสามารถ/ เสริมสร้างรากฐาน	6.17	
สสปน. มีการให้บริการด้านข้อมูลและองค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์	6.29	97
สสปน. มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ให้เทียบเท่าระดับสากล (เช่น งานด้าน Green Meeting หรือมาตรฐานการรักษาความปลอดภัย)	6.06	94

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดของกลุ่ม C 35 = 100%
REF. Q4

(ต่อ)

ทัศนคติต่อการบริหารการจัดการของ สสปน. (กลุ่ม C) (ต่อ)

	ค่าเฉลี่ย	เปอร์เซ็นต์ (%)
	2558	2558
3 การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	6.34	
สสปน. มีเครือข่ายความสัมพันธ์กว้างขวางกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน	6.34	100
1 สมรรถภาพของบุคลากร	6.56	
บุคลากรของ สสปน. มีความมีมนุษยสัมพันธ์และมีจิตบริการ	6.66	97
บุคลากรของ สสปน. มีความกระตือรือร้นในการทำงาน	6.54	97
บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการทำงานให้ลุล่วง	6.54	97
สสปน. มีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถเหมาะสมกับการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์	6.51	94
การสนับสนุนด้านการตลาด	6.02	
สสปน. มีการสนับสนุนด้านการตลาดโดยรวม รวมถึง Business Platform (อาทิเช่น Trade Show / Road Show) และการสร้างความสัมพันธ์อันดี	6.20	100
สสปน. ให้ข่าวสารความเคลื่อนไหวของอุตสาหกรรมไมซ์	5.97	91
สสปน. มีการสนับสนุนอื่นๆ เช่น การเข้าร่วมกิจกรรม CSR การสนับสนุนงานเลี้ยงรับรองการประชุมระหว่างประเทศของหน่วยงานรัฐ	5.89	89

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดของกลุ่ม C 35 = 100%
REF. Q4

ทัศนคติต่อการบริหารการจัดการของ สสปน. (กลุ่ม E)

	ค่าเฉลี่ย	เปอร์เซ็นต์ (%)
	2558	2558
กระบวนการภายใน/ ลักษณะเฉพาะองค์กร	5.65	
สสปน. มีนโยบายและทิศทางที่ชัดเจนในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง	6.00	98
สสปน. มีความเป็นมืออาชีพในการดำเนินการเทียบกับระดับสากล ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์	5.90	94
สสปน. มีการเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องร่วมมือในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ และรับฟังความคิดเห็นเพื่อนำมาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง	5.51	82
กฎระเบียบการบริหารงานของ สสปน. มีความคล่องตัวในการดำเนินการร่วมกับภาคเอกชน และตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว	5.20	76
1 การพัฒนาธุรกิจ MICE	6.05	
สสปน. มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาธุรกิจไมซ์โดยรวม	6.14	94
สสปน. มีส่วนในการผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็น MICE Destination	6.14	96
สสปน. มีส่วนในการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์	5.88	90
การพัฒนาขีดความสามารถ/ เสริมสร้างรากฐาน	5.52	
สสปน. มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ให้เทียบเท่าระดับสากล (เช่น งานด้าน Green Meeting หรือมาตรฐานการรักษาความปลอดภัย)	5.57	82
สสปน. มีการให้บริการด้านข้อมูลและองค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์	5.47	82

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดของกลุ่ม E 51 = 100%
REF. Q4

(ต่อ)

ทัศนคติต่อการบริหารการจัดการของ สสปน. (กลุ่ม E) (ต่อ)

	ค่าเฉลี่ย	เปอร์เซ็นต์ (%)
	2558	2558
3 การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	5.76	
สสปน. มีเครือข่ายความสัมพันธ์กว้างขวางกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน	5.76	88
2 สมรรถภาพของบุคลากร	5.92	
บุคลากรของ สสปน. มีความมีมนุษยสัมพันธ์และมีจิตบริการ	6.06	94
บุคลากรของ สสปน. มีความกระตือรือร้นในการทำงาน	5.98	92
บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการทำงานให้ลุล่วง	5.84	90
สสปน. มีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถเหมาะสมกับการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์	5.80	88
การสนับสนุนด้านการตลาด	5.75	
สสปน. มีการสนับสนุนด้านการตลาดโดยรวม รวมถึง Business Platform (อาทิเช่น Trade Show / Road Show) และการสร้างความสัมพันธ์อันดี	6.00	94
สสปน. ให้ข่าวสารความเคลื่อนไหวของอุตสาหกรรมไมซ์	5.73	92
สสปน. มีการสนับสนุนอื่นๆ เช่น การเข้าร่วมกิจกรรม CSR การสนับสนุนงานเลี้ยงรับรองการประชุมระหว่างประเทศของหน่วยงานรัฐ	5.53	78

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดของกลุ่ม E 51 = 100%
REF. Q4

ทัศนคติต่อการบริหารการจัดการของ สสปน. (กลุ่ม D-MICE)

	ค่าเฉลี่ย	เปอร์เซ็นต์ (%)
	2558	2558
กระบวนการภายใน/ ลักษณะเฉพาะองค์กร	6.01	
สสปน. มีนโยบายและทิศทางที่ชัดเจนในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง	6.25	100
สสปน. มีการเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องร่วมมือในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ และรับฟังความคิดเห็นเพื่อนำมาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง	6.15	90
สสปน. มีความเป็นมืออาชีพในการดำเนินการเทียบกับระดับสากล ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์	6.05	95
กฎระเบียบการบริหารงานของ สสปน. มีความคล่องตัวในการดำเนินการร่วมกับภาคเอกชน และตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว	5.60	80
1 การพัฒนาธุรกิจ MICE	6.28	
สสปน. มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาธุรกิจไมซ์โดยรวม	6.45	100
สสปน. มีส่วนในการผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็น MICE Destination	6.40	95
สสปน. มีส่วนในการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์	6.00	90
การพัฒนาขีดความสามารถ/ เสริมสร้างรากฐาน	6.00	
สสปน. มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ให้เทียบเท่าระดับสากล (เช่น งานด้าน Green Meeting หรือมาตรฐานการรักษาความปลอดภัย)	6.05	100
สสปน. มีการให้บริการด้านข้อมูลและองค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์	5.95	85

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดของกลุ่ม D-MICE 20** = 100%

REF. Q4

(ต่อ)

ทัศนคติต่อการบริหารการจัดการของ สสปน. (กลุ่ม D-MICE) (ต่อ)

	ค่าเฉลี่ย	เปอร์เซ็นต์ (%)
	2558	2558
3 การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	6.10	
สสปน. มีเครือข่ายความสัมพันธ์กว้างขวางกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน	6.10	95
2 สมรรถภาพของบุคลากร	6.26	
บุคลากรของ สสปน. มีความมีมนุษยสัมพันธ์และมีจิตบริการ	6.50	95
บุคลากรของ สสปน. มีความกระตือรือร้นในการทำงาน	6.30	95
บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการทำงานให้ลุล่วง	6.15	95
สสปน. มีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถเหมาะสมกับการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์	6.10	90
การสนับสนุนด้านการตลาด	5.98	
สสปน. มีการสนับสนุนด้านการตลาดโดยรวม รวมถึง Business Platform (อาทิเช่น Trade Show / Road Show) และการสร้างความสัมพันธ์อันดี	6.05	95
สสปน. มีการสนับสนุนอื่นๆ เช่น การเข้าร่วมกิจกรรม CSR การสนับสนุนงานเลี้ยงรับรองการประชุมระหว่างประเทศของหน่วยงานรัฐ	6.00	100
สสปน. ให้ข่าวสารความเคลื่อนไหวของอุตสาหกรรมไมซ์	5.90	95

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดของกลุ่ม D-MICE 20** = 100%
REF. Q4

ทัศนคติต่อการบริหารการจัดการของ สสปน. (กลุ่ม MARCOM)

	ค่าเฉลี่ย	เปอร์เซ็นต์ (%)
	2558	2558
กระบวนการภายใน/ ลักษณะเฉพาะองค์กร	6.00	
สสปน. มีความเป็นมืออาชีพในการดำเนินการเทียบกับระดับสากล ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์	6.38	100
สสปน. มีนโยบายและทิศทางที่ชัดเจนในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง	6.15	100
สสปน. มีการเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องร่วมมือในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ และรับฟังความคิดเห็นเพื่อนำมาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง	5.85	100
กฎระเบียบการบริหารงานของ สสปน. มีความคล่องตัวในการดำเนินการร่วมกับภาคเอกชน และตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว	5.62	92
1 การพัฒนาธุรกิจ MICE	6.46	
สสปน. มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาธุรกิจไมซ์โดยรวม	6.54	100
สสปน. มีส่วนในการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์	6.54	100
สสปน. มีส่วนในการผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็น MICE Destination	6.31	100
การพัฒนาขีดความสามารถ/ เสริมสร้างรากฐาน	6.19	
สสปน. มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ให้เทียบเท่าระดับสากล (เช่น งานด้าน Green Meeting หรือมาตรฐานการรักษาความปลอดภัย)	6.23	100
สสปน. มีการให้บริการด้านข้อมูลและองค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์	6.15	100

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดของกลุ่ม MARCOM 13** = 100%

REF. Q4

(ต่อ)

ทัศนคติต่อการบริหารการจัดการของ สสปน. (กลุ่ม MARCOM) (ต่อ)

		ค่าเฉลี่ย	เปอร์เซ็นต์ (%)
		2558	2558
1	การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	6.46	
(รวม)	สสปน. มีเครือข่ายความสัมพันธ์กว้างขวางกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน	6.46	100
2	สมรรถภาพของบุคลากร	6.35	
	บุคลากรของ สสปน. มีความกระตือรือร้นในการทำงาน	6.46	100
	บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการทำงานให้ลุล่วง	6.46	100
	สสปน. มีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถเหมาะสมกับการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์	6.38	100
	บุคลากรของ สสปน. มีความมีมนุษยสัมพันธ์และมีจิตบริการ	6.08	100
การสนับสนุนด้านการตลาด		6.13	
	สสปน. มีการสนับสนุนด้านการตลาดโดยรวม รวมถึง Business Platform (อาทิเช่น Trade Show / Road Show) และการสร้างความสัมพันธ์อันดี	6.31	100
	สสปน. มีการสนับสนุนอื่นๆ เช่น การเข้าร่วมกิจกรรม CSR การสนับสนุนงานเลี้ยงรับรองการประชุมระหว่างประเทศของหน่วยงานรัฐ	6.08	100
	สสปน. ให้ข่าวสารความเคลื่อนไหวของอุตสาหกรรมไมซ์	6.00	100

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดของกลุ่ม MARCOM 13** = 100%

REF. Q4

ทัศนคติต่อการบริหารการจัดการของ สสปน. (กลุ่ม MICE CAP)

	ค่าเฉลี่ย	เปอร์เซ็นต์ (%)
	2558	2558
3 กระบวนการภายใน/ ลักษณะเฉพาะองค์กร	6.06	
สสปน. มีนโยบายและทิศทางที่ชัดเจนในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง	6.39	100
สสปน. มีความเป็นมืออาชีพในการดำเนินการเทียบกับระดับสากล ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์	6.11	94
สสปน. มีการเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องร่วมมือในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ และรับฟังความคิดเห็นเพื่อนำมาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง	5.89	92
กฎระเบียบการบริหารงานของ สสปน. มีความคล่องตัวในการดำเนินการร่วมกับภาคเอกชน และตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว	5.83	97
2 การพัฒนาธุรกิจ MICE	6.27	
สสปน. มีส่วนในการผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็น MICE Destination	6.36	100
สสปน. มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาธุรกิจไมซ์โดยรวม	6.33	100
สสปน. มีส่วนในการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์	6.11	97
การพัฒนาขีดความสามารถ/ เสริมสร้างรากฐาน	6.03	
สสปน. มีการให้บริการด้านข้อมูลและองค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์	6.06	94
สสปน. มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ให้เทียบเท่าระดับสากล (เช่น งานด้าน Green Meeting หรือมาตรฐานการรักษาความปลอดภัย)	6.00	100

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดของกลุ่ม MICE CAP 36 = 100%

REF. Q4

(ต่อ)

ทัศนคติต่อการบริหารการจัดการของ สสปน. (กลุ่ม MICE CAP) (ต่อ)

1

	ค่าเฉลี่ย	เปอร์เซ็นต์ (%)
	2558	2558
การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	6.28	
สสปน. มีเครือข่ายความสัมพันธ์กว้างขวางกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน	6.28	100
สมรรถภาพของบุคลากร	5.99	
บุคลากรของ สสปน. มีความมีมนุษยสัมพันธ์และมีจิตบริการ	6.14	94
สสปน. มีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถเหมาะสมกับการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์	5.97	94
บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการทำงานให้ลุล่วง	5.94	97
บุคลากรของ สสปน. มีความกระตือรือร้นในการทำงาน	5.89	94
การสนับสนุนด้านการตลาด	5.94	
สสปน. ให้ข่าวสารความเคลื่อนไหวของอุตสาหกรรมไมซ์	6.03	92
สสปน. มีการสนับสนุนด้านการตลาดโดยรวม รวมถึง Business Platform (อาทิเช่น Trade Show / Road Show) และการสร้างความสัมพันธ์อันดี	5.97	97
สสปน. มีการสนับสนุนอื่นๆ เช่น การเข้าร่วมกิจกรรม CSR การสนับสนุนงานเลี้ยงรับรองการประชุมระหว่างประเทศของหน่วยงานรัฐ	5.81	94

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดของกลุ่ม MICE CAP 36 = 100%
REF. Q4

ทัศนคติต่อการบริหารการจัดการของ สสปน. (กลุ่ม GCA)

	ค่าเฉลี่ย	เปอร์เซ็นต์ (%)
	2558	2558
กระบวนการภายใน/ ลักษณะเฉพาะองค์กร	6.49	
สสปน. มีนโยบายและทิศทางที่ชัดเจนในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง	6.67	100
สสปน. มีความเป็นมืออาชีพในการดำเนินการเทียบกับระดับสากล ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์	6.56	100
สสปน. มีการเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องร่วมมือในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ และรับฟังความคิดเห็นเพื่อนำมาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง	6.44	100
กฎระเบียบการบริหารงานของ สสปน. มีความคล่องตัวในการดำเนินการร่วมกับภาคเอกชน และตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว	6.28	100
1 การพัฒนาธุรกิจ MICE	6.69	
สสปน. มีส่วนในการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์	6.72	100
สสปน. มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาธุรกิจไมซ์โดยรวม	6.67	100
สสปน. มีส่วนในการผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็น MICE Destination	6.67	100
การพัฒนาขีดความสามารถ/ เสริมสร้างรากฐาน	6.25	
สสปน. มีการให้บริการด้านข้อมูลและองค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์	6.28	100
สสปน. มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ให้เทียบเท่าระดับสากล (เช่น งานด้าน Green Meeting หรือมาตรฐานการรักษาความปลอดภัย)	6.22	100

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดของกลุ่ม GCA 18** = 100%
REF. Q4

(ต่อ)

ทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน. (กลุ่ม GCA) (ต่อ)

	ค่าเฉลี่ย	เปอร์เซ็นต์ (%)
	2558	2558
3 การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน	6.50	
สสปน. มีเครือข่ายความสัมพันธ์กว้างขวางกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน	6.50	100
2 สมรรถภาพของบุคลากร	6.68	
บุคลากรของ สสปน. มีความมีมนุษยสัมพันธ์และมีจิตบริการ	6.78	100
บุคลากรของ สสปน. มีความกระตือรือร้นในการทำงาน	6.67	100
สสปน. มีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถเหมาะสมกับการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์	6.67	100
บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการทำงานให้ลุล่วง	6.61	100
การสนับสนุนด้านการตลาด	6.19	
สสปน. มีการสนับสนุนอื่นๆ เช่น การเข้าร่วมกิจกรรม CSR การสนับสนุนงานเลี้ยงรับรองการประชุมระหว่างประเทศของหน่วยงานรัฐ	6.28	100
สสปน. มีการสนับสนุนด้านการตลาดโดยรวม รวมถึง Business Platform (อาทิเช่น Trade Show / Road Show) และการสร้างความสัมพันธ์อันดี	6.17	100
สสปน. ให้ข่าวสารความเคลื่อนไหวของอุตสาหกรรมไมซ์	6.11	100

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดของกลุ่ม GCA 18** = 100%
REF. Q4

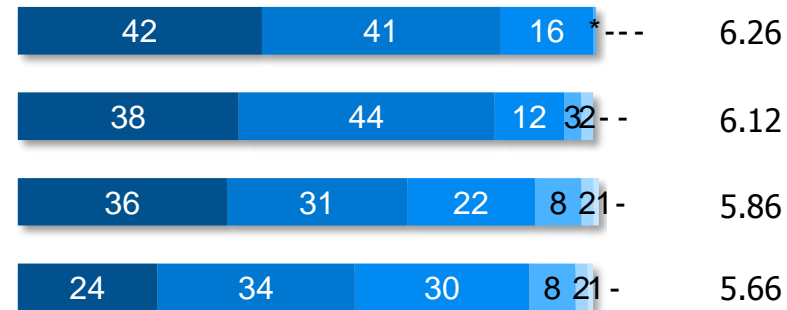
ทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน. (โดยรวม)

ค่าเฉลี่ย

5.97

กระบวนการภายใน/ ลักษณะเฉพาะองค์กร

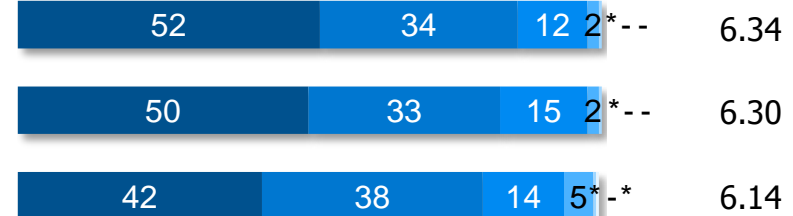
- สสปน. มีนโยบายและทิศทางที่ชัดเจนในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง
- สสปน. มีความเป็นมืออาชีพในการดำเนินการเทียบกับระดับสากลในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์
- สสปน. มีการเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องร่วมมือในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ และรับฟังความคิดเห็นเพื่อนำมาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง
- กฎระเบียบการบริหารงานของ สสปน. มีความคล่องตัวในการดำเนินการร่วมกับภาคเอกชน และตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว



การพัฒนาธุรกิจ MICE

6.26

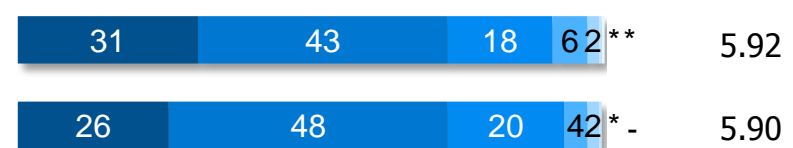
- สสปน. มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาธุรกิจไมซ์โดยรวม
- สสปน. มีส่วนในการผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็น MICE Destination
- สสปน. มีส่วนในการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์



การพัฒนาขีดความสามารถ/เสริมสร้างรากฐาน

5.91

- สสปน. มีการให้บริการด้านข้อมูลและองค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์
- สสปน. มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ให้เทียบเท่าระดับสากล (เช่น งานด้าน Green Meeting หรือมาตรฐานการรักษาความปลอดภัย)

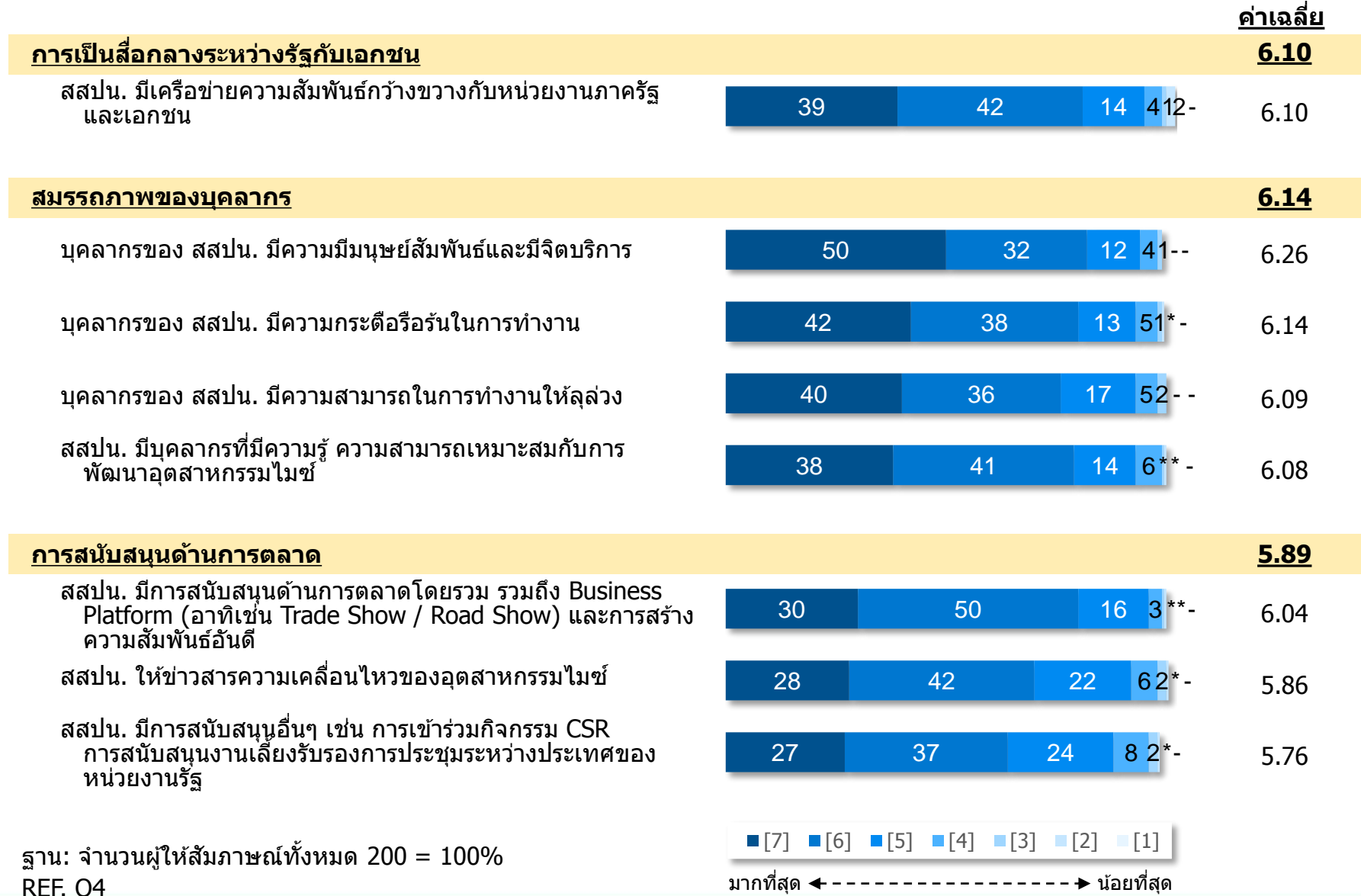


ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 200 = 100%
REF. Q4



(ต่อ)

ทัศนคติต่อการบริหารการจัดการของ สสปน. (โดยรวม) (ต่อ)



ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 200 = 100%
REF. Q4

ทัศนคติต่อการบริหารการจัดการของ สสปน. (กลุ่ม MI)

	Scale 7	Scale 6	Scale 5	Scale 4	Scale 3	Scale 2	Scale 1	ค่าเฉลี่ย
	%	%	%	%	%	%	%	
กระบวนการภายใน / ลักษณะเฉพาะองค์กร								5.69
สสปน. มีนโยบายและทิศทางที่ชัดเจนในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง	22	59	19	-	-	-	-	6.04
สสปน. มีความเป็นมืออาชีพในการดำเนินการเทียบระดับสากล ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์	26	41	22	4	7	-	-	5.74
สสปน. มีการเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องร่วมมือในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ และรับฟังความคิดเห็นเพื่อนำมาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง	30	30	22	7	11	-	-	5.59
กฎระเบียบการบริหารงานของ สสปน. มีความคล่องตัวในการดำเนินการร่วมกับภาคเอกชน และตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว	11	33	41	11	4	-	-	5.37
การพัฒนาธุรกิจ MICE								6.04
สสปน. มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาธุรกิจไมซ์โดยรวม	41	37	19	4	-	-	-	6.15
สสปน. มีส่วนในการผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็น MICE Destination	37	33	26	-	4	-	-	6.00
สสปน. มีส่วนในการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์	30	48	11	11	-	-	-	5.96
การพัฒนาขีดความสามารถ/เสริมสร้างรากฐาน								5.72
สสปน. มีการให้บริการด้านข้อมูลและองค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์	22	41	30	4	4	-	-	5.74
สสปน. มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ให้เทียบเท่าระดับสากล (เช่น งานด้าน Green Meeting หรือมาตรฐานการรักษาความปลอดภัย)	19	44	30	4	4	-	-	5.70

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดของกลุ่ม MI 27** = 100%

REF. Q4

(ต่อ)

ทัศนคติต่อการบริหารการจัดการของ สสปน. (กลุ่ม MI) (ต่อ)

	Scale 7	Scale 6	Scale 5	Scale 4	Scale 3	Scale 2	Scale 1	ค่าเฉลี่ย
	%	%	%	%	%	%	%	
การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน								5.70
สสปน. มีเครือข่ายความสัมพันธ์กว้างขวางกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน	26	44	11	15	-	4	-	5.70
สมรรถภาพของบุคลากร								5.69
บุคลากรของ สสปน. มีความมีมนุษยสัมพันธ์และมีจิตบริการ	26	48	15	11	-	-	-	5.89
บุคลากรของ สสปน. มีความกระตือรือร้นในการทำงาน	22	48	11	15	-	4	-	5.67
สสปน. มีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถเหมาะสมกับการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์	22	37	30	7	-	4	-	5.63
บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการทำงานให้ลุล่วง	22	41	19	11	7	-	-	5.59
การสนับสนุนด้านการตลาด								5.53
สสปน. มีการสนับสนุนด้านการตลาดโดยรวม รวมถึง Business Platform (อาทิเช่น Trade Show/ Road Show) และการสร้างความสัมพันธ์อันดี	19	59	11	7	-	4	-	5.78
สสปน. ให้ข่าวสารความเคลื่อนไหวของอุตสาหกรรมไมซ์	15	44	22	15	4	-	-	5.52
สสปน. มีการสนับสนุนอื่นๆ เช่น การเข้าร่วมกิจกรรม CSR การสนับสนุนงานเลี้ยงรับรองการประชุมระหว่างประเทศของหน่วยงานรัฐ	19	26	33	15	4	4	-	5.30

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดของกลุ่ม MI 27** = 100%
REF. Q4

ทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน. (กลุ่ม C)

	Scale 7	Scale 6	Scale 5	Scale 4	Scale 3	Scale 2	Scale 1	ค่าเฉลี่ย
	%	%	%	%	%	%	%	
กระบวนการภายใน / ลักษณะเฉพาะองค์กร								6.27
สสปน. มีนโยบายและทิศทางที่ชัดเจนในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง	57	34	9	-	-	-	-	6.49
สสปน. มีความเป็นมืออาชีพในการดำเนินการเทียบระดับสากล ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์	63	26	6	3	3	-	-	6.43
กฎระเบียบการบริหารงานของ สสปน. มีความคล่องตัวในการดำเนินการร่วมกับภาคเอกชน และตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว	43	29	26	-	3	-	-	6.09
สสปน. มีการเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องร่วมมือในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ และรับฟังความคิดเห็นเพื่อนำมาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง	51	23	14	9	-	3	-	6.09
การพัฒนาธุรกิจ MICE								6.43
สสปน. มีส่วนในการผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็น MICE Destination	66	17	17	-	-	-	-	6.49
สสปน. มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาธุรกิจไมซ์โดยรวม	66	17	14	3	-	-	-	6.46
สสปน. มีส่วนในการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์	54	29	14	3	-	-	-	6.34
การพัฒนาขีดความสามารถ/เสริมสร้างรากฐาน								6.17
สสปน. มีการให้บริการด้านข้อมูลและองค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์	49	34	14	3	-	-	-	6.29
สสปน. มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ให้เทียบเท่าระดับสากล (เช่น งานด้าน Green Meeting หรือมาตรฐานการรักษาความปลอดภัย)	31	49	14	6	-	-	-	6.06

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดของกลุ่ม C 35 = 100%
REF. Q4

(ต่อ)

ทัศนคติต่อการบริหารการจัดการของ สสปน. (กลุ่ม C) (ต่อ)

	Scale 7	Scale 6	Scale 5	Scale 4	Scale 3	Scale 2	Scale 1	ค่าเฉลี่ย
	%	%	%	%	%	%	%	
การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน								6.34
สสปน. มีเครือข่ายความสัมพันธ์กว้างขวางกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน	46	43	11	-	-	-	-	6.34
สมรรถภาพของบุคลากร								6.56
บุคลากรของ สสปน. มีความมีมนุษยสัมพันธ์และมีจิตบริการ	77	14	6	3	-	-	-	6.66
บุคลากรของ สสปน. มีความกระตือรือร้นในการทำงาน	69	20	9	3	-	-	-	6.54
บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการทำงานให้ลุล่วง	69	20	9	3	-	-	-	6.54
สสปน. มีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถเหมาะสมกับการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์	66	26	3	6	-	-	-	6.51
การสนับสนุนด้านการตลาด								6.02
สสปน. มีการสนับสนุนด้านการตลาดโดยรวม รวมถึง Business Platform (อาทิเช่น Trade Show / Road Show) และการสร้างความสัมพันธ์อันดี	40	40	20	-	-	-	-	6.20
สสปน. ให้ข่าวสารความเคลื่อนไหวของอุตสาหกรรมไมซ์	43	23	26	6	3	-	-	5.97
สสปน. มีการสนับสนุนอื่นๆ เช่น การเข้าร่วมกิจกรรม CSR การสนับสนุนงานเลี้ยงรับรองการประชุมระหว่างประเทศของหน่วยงานรัฐ	37	29	23	9	3	-	-	5.89

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดของกลุ่ม C 35 = 100%
REF. Q4

ทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน. (กลุ่ม E)

	Scale 7	Scale 6	Scale 5	Scale 4	Scale 3	Scale 2	Scale 1	ค่าเฉลี่ย
	%	%	%	%	%	%	%	
กระบวนการภายใน / ลักษณะเฉพาะองค์กร								5.65
สสปน. มีนโยบายและทิศทางที่ชัดเจนในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง	31	39	27	2	-	-	-	6.00
สสปน. มีความเป็นมืออาชีพในการดำเนินการเทียบระดับสากล ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์	27	43	24	4	2	-	-	5.90
สสปน. มีการเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องร่วมมือในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ และรับฟังความคิดเห็นเพื่อนำมาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง	18	39	25	14	2	2	-	5.51
กฎระเบียบการบริหารงานของ สสปน. มีความคล่องตัวในการดำเนินการร่วมกับภาคเอกชน และตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว	14	25	37	18	2	4	-	5.20
การพัฒนาธุรกิจ MICE								6.05
สสปน. มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาธุรกิจไมซ์โดยรวม	41	39	14	4	2	-	-	6.14
สสปน. มีส่วนในการผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็น MICE Destination	39	39	18	4	-	-	-	6.14
สสปน. มีส่วนในการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์	29	41	20	8	2	-	-	5.88
การพัฒนาขีดความสามารถ/เสริมสร้างรากฐาน								5.52
สสปน. มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ให้เทียบเท่าระดับสากล (เช่น งานด้าน Green Meeting หรือมาตรฐานการรักษาความปลอดภัย)	18	49	16	10	6	2	-	5.57
สสปน. มีการให้บริการด้านข้อมูลและองค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์	16	47	20	10	4	2	2	5.47

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดของกลุ่ม E 51 = 100%
REF. Q4

(ต่อ)

ทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน. (กลุ่ม E) (ต่อ)

	Scale 7	Scale 6	Scale 5	Scale 4	Scale 3	Scale 2	Scale 1	ค่าเฉลี่ย
	%	%	%	%	%	%	%	
การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน								5.76
สสปน. มีเครือข่ายความสัมพันธ์กว้างขวางกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน	27	41	20	6	4	2	-	5.76
สมรรถภาพของบุคลากร								5.92
บุคลากรของ สสปน. มีความมีมนุษยสัมพันธ์และมีจิตบริการ	41	31	22	4	2	-	-	6.06
บุคลากรของ สสปน. มีความกระตือรือร้นในการทำงาน	33	39	20	8	-	-	-	5.98
บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการทำงานให้ลุล่วง	31	31	27	10	-	-	-	5.84
สสปน. มีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถเหมาะสมกับการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์	27	37	24	12	-	-	-	5.80
การสนับสนุนด้านการตลาด								5.75
สสปน. มีการสนับสนุนด้านการตลาดโดยรวม รวมถึง Business Platform (อาทิเช่น Trade Show / Road Show) และการสร้างความสัมพันธ์อันดี	31	45	18	4	2	-	-	6.00
สสปน. ให้ข่าวสารความเคลื่อนไหวของอุตสาหกรรมไมซ์	25	37	29	2	4	2	-	5.73
สสปน. มีการสนับสนุนอื่นๆ เช่น การเข้าร่วมกิจกรรม CSR การสนับสนุนงานเลี้ยงรับรองการประชุมระหว่างประเทศของหน่วยงานรัฐ	22	37	20	16	6	-	-	5.53

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดของกลุ่ม E 51 = 100%
REF. Q4

ทัศนคติต่อการบริหารการจัดการของ สสปน. (กลุ่ม D-MICE)

	Scale 7	Scale 6	Scale 5	Scale 4	Scale 3	Scale 2	Scale 1	ค่าเฉลี่ย
	%	%	%	%	%	%	%	
กระบวนการภายใน / ลักษณะเฉพาะองค์กร								6.01
สสปน. มีนโยบายและทิศทางที่ชัดเจนในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง	35	55	10	-	-	-	-	6.25
สสปน. มีการเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องร่วมมือในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ และรับฟังความคิดเห็นเพื่อนำมาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง	55	20	15	5	5	-	-	6.15
สสปน. มีความเป็นมืออาชีพในการดำเนินการเทียบกับระดับสากล ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์	30	55	10	-	5	-	-	6.05
กฎระเบียบการบริหารงานของ สสปน. มีความคล่องตัวในการดำเนินการร่วมกับภาคเอกชน และตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว	25	40	15	10	10	-	-	5.60
การพัฒนาธุรกิจ MICE								6.28
สสปน. มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาธุรกิจไมซ์โดยรวม	60	25	15	-	-	-	-	6.45
สสปน. มีส่วนในการผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็น MICE Destination	60	25	10	5	-	-	-	6.40
สสปน. มีส่วนในการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์	50	25	15	5	-	-	5	6.00
การพัฒนาขีดความสามารถ/เสริมสร้างรากฐาน								6.00
สสปน. มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ให้เทียบเท่าระดับสากล (เช่น งานด้าน Green Meeting หรือมาตรฐานการรักษาความปลอดภัย)	30	45	25	-	-	-	-	6.05
สสปน. มีการให้บริการด้านข้อมูลและองค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์	40	35	10	10	5	-	-	5.95

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดของกลุ่ม D-MICE 20** = 100%

REF. Q4

(ต่อ)

ทัศนคติต่อการบริหารการจัดการของ สสปน. (กลุ่ม D-MICE) (ต่อ)

	Scale 7	Scale 6	Scale 5	Scale 4	Scale 3	Scale 2	Scale 1	ค่าเฉลี่ย
	%	%	%	%	%	%	%	
การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน								6.10
สสปน. มีเครือข่ายความสัมพันธ์กว้างขวางกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน	45	35	15	-	-	5	-	6.10
สมรรถภาพของบุคลากร								6.26
บุคลากรของ สสปน. มีความมีมนุษยสัมพันธ์และมีจิตบริการ	65	30	-	-	5	-	-	6.50
บุคลากรของ สสปน. มีความกระตือรือร้นในการทำงาน	50	40	5	-	5	-	-	6.30
บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการทำงานให้ลุล่วง	40	45	10	-	5	-	-	6.15
สสปน. มีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถเหมาะสมกับการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์	45	35	10	5	5	-	-	6.10
การสนับสนุนด้านการตลาด								5.98
สสปน. มีการสนับสนุนด้านการตลาดโดยรวม รวมถึง Business Platform (อาทิเช่น Trade Show / Road Show) และการสร้างความสัมพันธ์อันดี	40	30	25	5	-	-	-	6.05
สสปน. มีการสนับสนุนอื่นๆ เช่น การเข้าร่วมกิจกรรม CSR การสนับสนุนงานเลี้ยงรับรองการประชุมระหว่างประเทศของหน่วยงานรัฐ	30	40	30	-	-	-	-	6.00
สสปน. ให้ข่าวสารความเคลื่อนไหวของอุตสาหกรรมไมซ์	20	55	20	5	-	-	-	5.90

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดของกลุ่ม D-MICE 20** = 100%

REF. Q4

ทัศนคติต่อการบริหารการจัดการของ สสปน. (กลุ่ม MARCOM)

	Scale 7	Scale 6	Scale 5	Scale 4	Scale 3	Scale 2	Scale 1	ค่าเฉลี่ย
	%	%	%	%	%	%	%	
กระบวนการภายใน / ลักษณะเฉพาะองค์กร								6.00
สสปน. มีความเป็นมืออาชีพในการดำเนินการเทียบกับระดับสากล ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์	54	31	15	-	-	-	-	6.38
สสปน. มีนโยบายและทิศทางที่ชัดเจนในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง	38	38	23	-	-	-	-	6.15
สสปน. มีการเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องร่วมมือในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ และรับฟังความคิดเห็นเพื่อนำมาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง	31	23	46	-	-	-	-	5.85
กฎระเบียบการบริหารงานของ สสปน. มีความคล่องตัวในการดำเนินการร่วมกับภาคเอกชน และตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว	15	38	38	8	-	-	-	5.62
การพัฒนาธุรกิจ MICE								6.46
สสปน. มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาธุรกิจไมซ์โดยรวม	62	31	8	-	-	-	-	6.54
สสปน. มีส่วนในการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์	62	31	8	-	-	-	-	6.54
สสปน. มีส่วนในการผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็น MICE Destination	46	38	15	-	-	-	-	6.31
การพัฒนาขีดความสามารถ/เสริมสร้างรากฐาน								6.19
สสปน. มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ให้เทียบเท่าระดับสากล (เช่น งานด้าน Green Meeting หรือมาตรฐานการรักษาความปลอดภัย)	38	46	15	-	-	-	-	6.23
สสปน. มีการให้บริการด้านข้อมูลและองค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์	38	38	23	-	-	-	-	6.15

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดของกลุ่ม MARCOM 13** = 100%

REF. Q4

(ต่อ)

ทัศนคติต่อการบริหารการจัดการของ สสปน. (กลุ่ม MARCOM) (ต่อ)

	Scale 7	Scale 6	Scale 5	Scale 4	Scale 3	Scale 2	Scale 1	ค่าเฉลี่ย
	%	%	%	%	%	%	%	
การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน								6.46
สสปน. มีเครือข่ายความสัมพันธ์กว้างขวางกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน	46	54	-	-	-	-	-	6.46
สมรรถภาพของบุคลากร								6.35
บุคลากรของ สสปน. มีความกระตือรือร้นในการทำงาน	62	23	15	-	-	-	-	6.46
บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการทำงานให้ลุล่วง	62	23	15	-	-	-	-	6.46
สสปน. มีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถเหมาะสมกับการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์	54	31	15	-	-	-	-	6.38
บุคลากรของ สสปน. มีความมีมนุษยสัมพันธ์และมีจิตบริการ	38	31	31	-	-	-	-	6.08
การสนับสนุนด้านการตลาด								6.13
สสปน. มีการสนับสนุนด้านการตลาดโดยรวม รวมถึง Business Platform (อาทิเช่น Trade Show / Road Show) และการสร้างความสัมพันธ์อันดี	38	54	8	-	-	-	-	6.31
สสปน. มีการสนับสนุนอื่นๆ เช่น การเข้าร่วมกิจกรรม CSR การสนับสนุนงานเลี้ยงรับรองการประชุมระหว่างประเทศของหน่วยงานรัฐ	31	46	23	-	-	-	-	6.08
สสปน. ให้ข่าวสารความเคลื่อนไหวของอุตสาหกรรมไมซ์	23	54	23	-	-	-	-	6.00

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดของกลุ่ม MARCOM 13** = 100%

REF. Q4

ทัศนคติต่อการบริหารจัดการของ สสปน. (กลุ่ม MICE CAP)

	Scale 7	Scale 6	Scale 5	Scale 4	Scale 3	Scale 2	Scale 1	ค่าเฉลี่ย
	%	%	%	%	%	%	%	
กระบวนการภายใน / ลักษณะเฉพาะองค์กร								6.06
สสปน. มีนโยบายและทิศทางที่ชัดเจนในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง	53	33	14	-	-	-	-	6.39
สสปน. มีความเป็นมืออาชีพในการดำเนินการเทียบกับระดับสากล ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์	25	67	3	6	-	-	-	6.11
สสปน. มีการเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องร่วมมือในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ และรับฟังความคิดเห็นเพื่อนำมาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง	31	36	25	8	-	-	-	5.89
กฎระเบียบการบริหารงานของ สสปน. มีความคล่องตัวในการดำเนินการร่วมกับภาคเอกชน และตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว	22	42	33	3	-	-	-	5.83
การพัฒนาธุรกิจ MICE								6.27
สสปน. มีส่วนในการผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็น MICE Destination	47	42	11	-	-	-	-	6.36
สสปน. มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาธุรกิจไมซ์โดยรวม	44	44	11	-	-	-	-	6.33
สสปน. มีส่วนในการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์	33	47	17	3	-	-	-	6.11
การพัฒนาขีดความสามารถ/เสริมสร้างรากฐาน								6.03
สสปน. มีการให้บริการด้านข้อมูลและองค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์	33	44	17	6	-	-	-	6.06
สสปน. มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ให้เทียบเท่าระดับสากล (เช่น งานด้าน Green Meeting หรือมาตรฐานการรักษาความปลอดภัย)	28	44	28	-	-	-	-	6.00

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดของกลุ่ม MICE CAP 36 = 100%

REF. Q4

(ต่อ)

ทัศนคติต่อการบริหารการจัดการของ สสปน. (กลุ่ม MICE CAP) (ต่อ)

	Scale 7	Scale 6	Scale 5	Scale 4	Scale 3	Scale 2	Scale 1	ค่าเฉลี่ย
	%	%	%	%	%	%	%	
การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน								6.28
สสปน. มีเครือข่ายความสัมพันธ์กว้างขวางกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน	44	39	17	-	-	-	-	6.28
สมรรถภาพของบุคลากร								5.99
บุคลากรของ สสปน. มีความมีมนุษยสัมพันธ์และมีจิตบริการ	36	47	11	6	-	-	-	6.14
สสปน. มีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถเหมาะสมกับการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์	14	75	6	6	-	-	-	5.97
บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการทำงานให้ลุล่วง	19	58	19	3	-	-	-	5.94
บุคลากรของ สสปน. มีความกระตือรือร้นในการทำงาน	22	53	19	3	3	-	-	5.89
การสนับสนุนด้านการตลาด								5.94
สสปน. ให้ข่าวสารความเคลื่อนไหวของอุตสาหกรรมไมซ์	31	50	11	8	-	-	-	6.03
สสปน. มีการสนับสนุนด้านการตลาดโดยรวม รวมถึง Business Platform (อาทิเช่น Trade Show / Road Show) และการสร้างความสัมพันธ์อันดี	19	61	17	3	-	-	-	5.97
สสปน. มีการสนับสนุนอื่นๆ เช่น การเข้าร่วมกิจกรรม CSR การสนับสนุนงานเลี้ยงรับรองการประชุมระหว่างประเทศของหน่วยงานรัฐ	22	42	31	6	-	-	-	5.81

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดของกลุ่ม MICE CAP 36 = 100%
REF. Q4

ทัศนคติต่อการบริหารการจัดการของ สสปน. (กลุ่ม GCA)

	Scale 7	Scale 6	Scale 5	Scale 4	Scale 3	Scale 2	Scale 1	ค่าเฉลี่ย
	%	%	%	%	%	%	%	
กระบวนการภายใน / ลักษณะเฉพาะองค์กร								6.49
สสปน. มีนโยบายและทิศทางที่ชัดเจนในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง	67	33	-	-	-	-	-	6.67
สสปน. มีความเป็นมืออาชีพในการดำเนินการเทียบระดับสากล ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์	56	44	-	-	-	-	-	6.56
สสปน. มีการเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องร่วมมือในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ และรับฟังความคิดเห็นเพื่อนำมาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง	56	33	11	-	-	-	-	6.44
กฎระเบียบการบริหารงานของ สสปน. มีความคล่องตัวในการดำเนินการร่วมกับภาคเอกชน และตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว	39	50	11	-	-	-	-	6.28
การพัฒนาธุรกิจ MICE								6.69
สสปน. มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาธุรกิจไมซ์โดยรวม	67	33	-	-	-	-	-	6.67
สสปน. มีส่วนในการผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็น MICE Destination	67	33	-	-	-	-	-	6.67
สสปน. มีส่วนในการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์	72	28	-	-	-	-	-	6.72
การพัฒนาขีดความสามารถ/เสริมสร้างรากฐาน								6.25
สสปน. มีการให้บริการด้านข้อมูลและองค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์	33	61	6	-	-	-	-	6.28
สสปน. มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ให้เทียบเท่าระดับสากล (เช่น งานด้าน Green Meeting หรือมาตรฐานการรักษาความปลอดภัย)	28	67	6	-	-	-	-	6.22

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดของกลุ่ม GCA 18** = 100%
REF. Q4

(ต่อ)

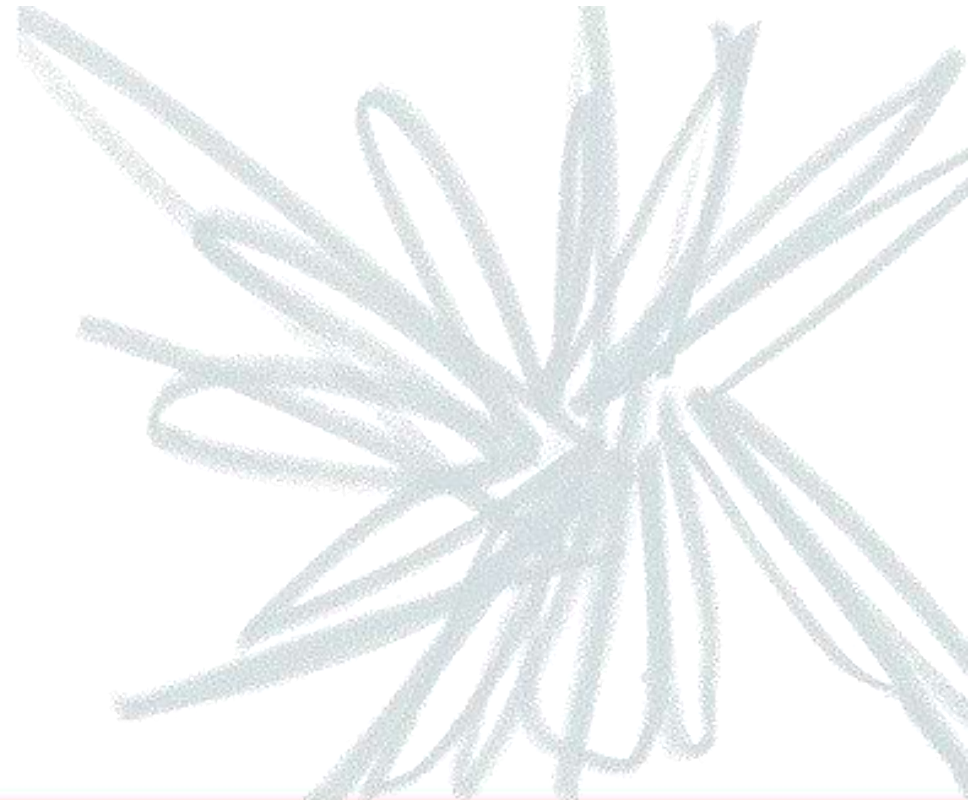
ทัศนคติต่อการบริหารการจัดการของ สสปน. (กลุ่ม GCA) (ต่อ)

	Scale 7	Scale 6	Scale 5	Scale 4	Scale 3	Scale 2	Scale 1	ค่าเฉลี่ย
	%	%	%	%	%	%	%	
การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน								6.50
สสปน. มีเครือข่ายความสัมพันธ์กว้างขวางกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน	56	39	6	-	-	-	-	6.50
สมรรถภาพของบุคลากร								6.68
บุคลากรของ สสปน. มีความมีมนุษยสัมพันธ์และมีจิตบริการ	78	22	-	-	-	-	-	6.78
บุคลากรของ สสปน. มีความกระตือรือร้นในการทำงาน	67	33	-	-	-	-	-	6.67
สสปน. มีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถเหมาะสมกับการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์	67	33	-	-	-	-	-	6.67
บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการทำงานให้ลุล่วง	67	28	6	-	-	-	-	6.61
การสนับสนุนด้านการตลาด								6.19
สสปน. มีการสนับสนุนอื่นๆ เช่น การเข้าร่วมกิจกรรม CSR การสนับสนุนงานเลี้ยงรับรองการประชุมระหว่างประเทศของหน่วยงานรัฐ	39	50	11	-	-	-	-	6.28
สสปน. มีการสนับสนุนด้านการตลาดโดยรวม รวมถึง Business Platform (อาทิเช่น Trade Show / Road Show) และการสร้างความสัมพันธ์อันดี	28	61	11	-	-	-	-	6.17
สสปน. ให้ข่าวสารความเคลื่อนไหวของอุตสาหกรรมไมซ์	28	56	17	-	-	-	-	6.11

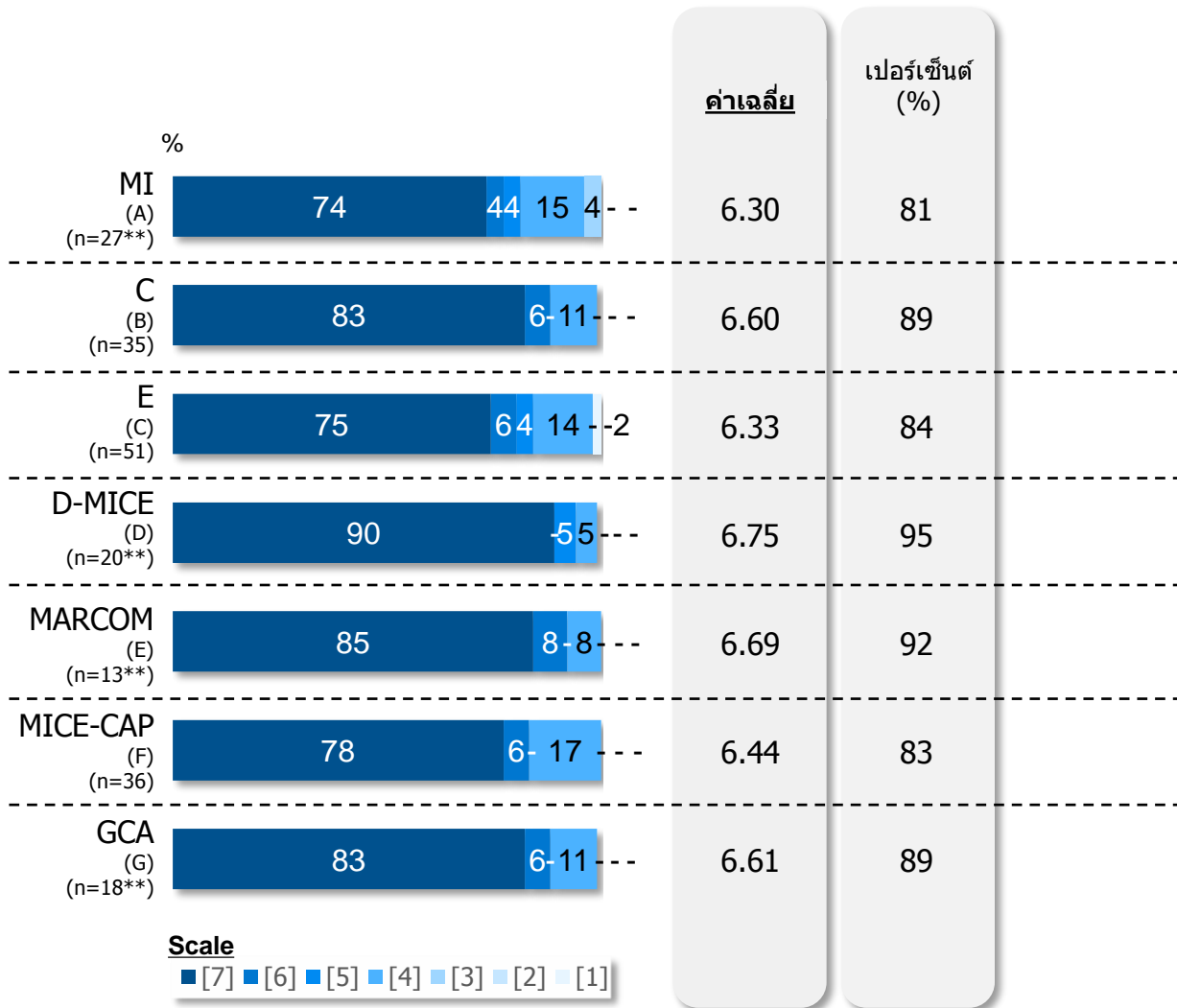
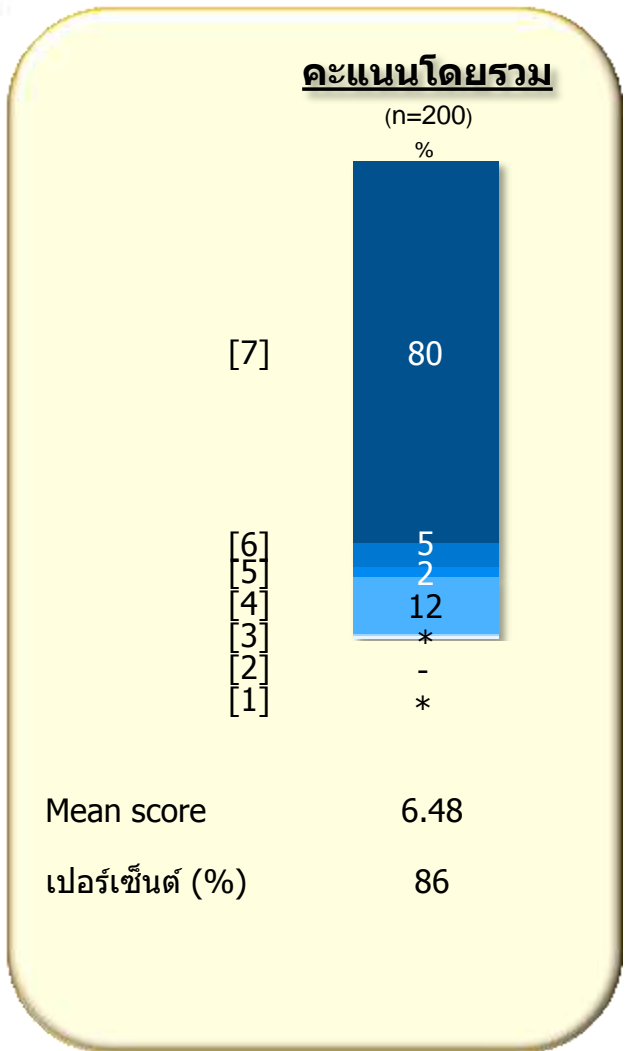
ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดของกลุ่ม GCA 18** = 100%
REF. Q4



Brand Engagement



ความตั้งใจในการร่วมงานกับ สสปน.

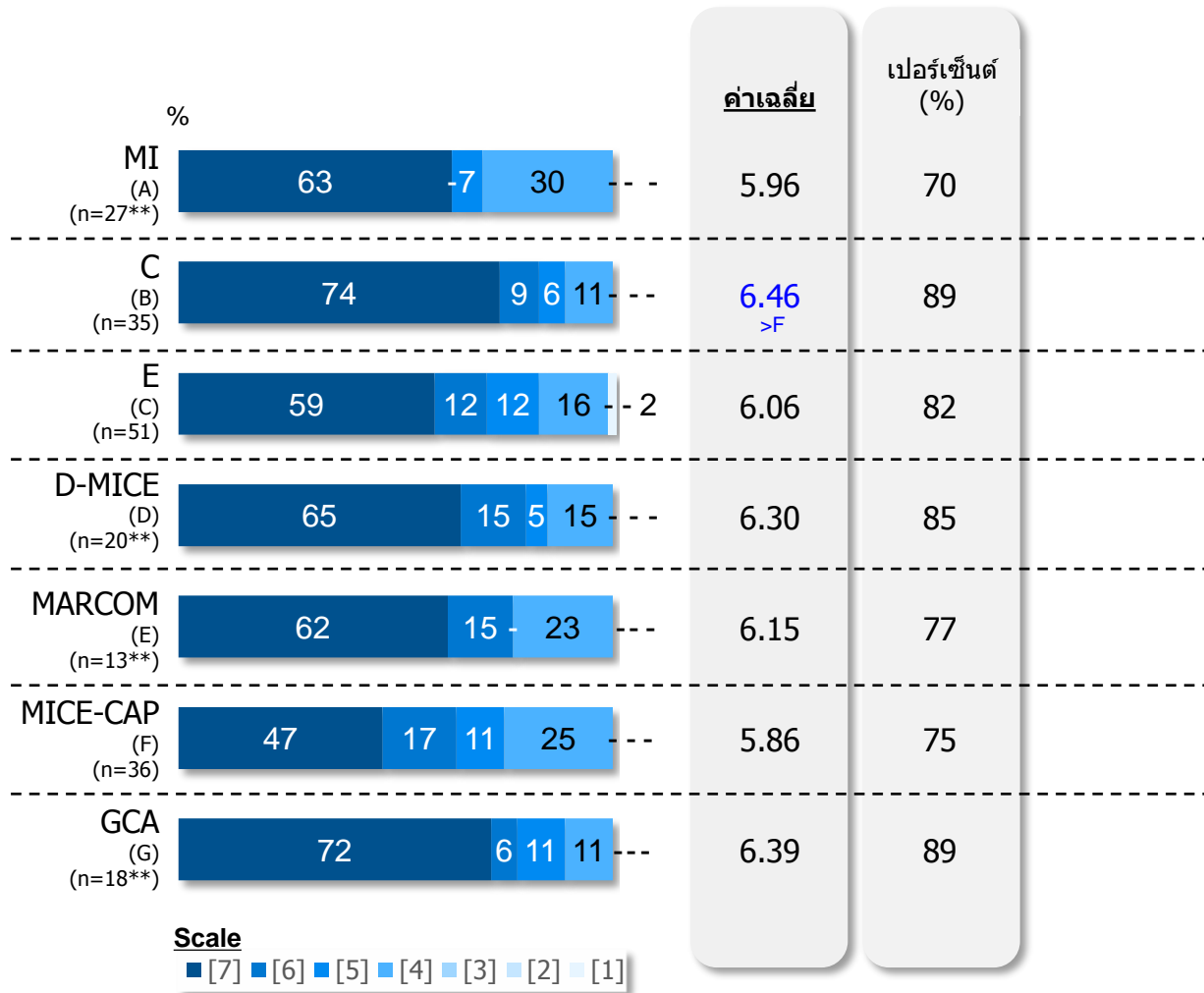
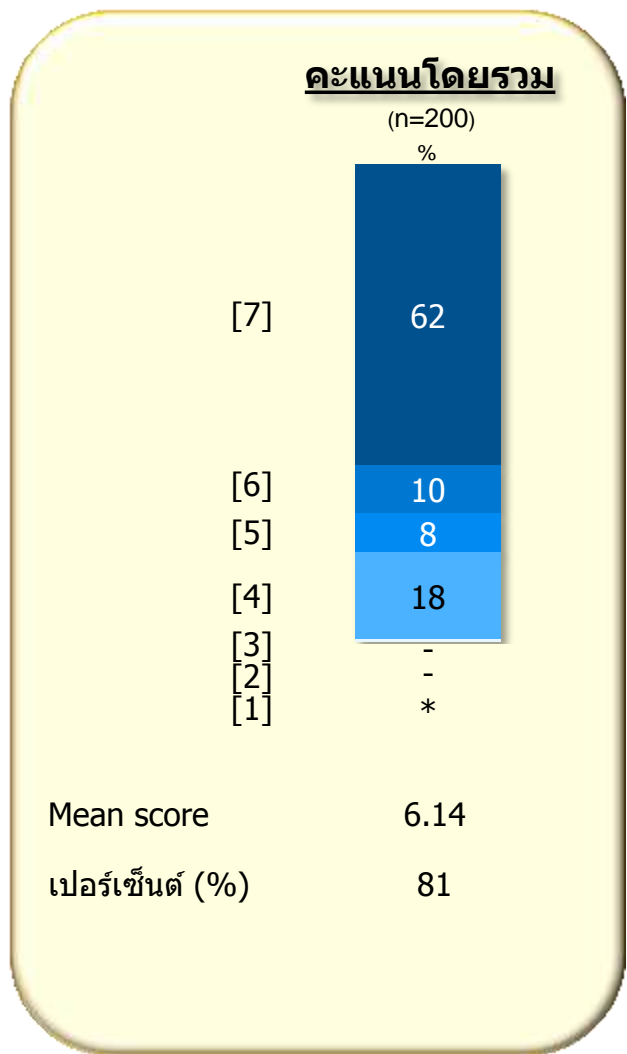


ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด = 100%
REF. Q9

[7] = ฉันคิดว่าอยากร่วมงานกับสสปน. ไปอีกนาน
[4] = ฉันคิดว่าร่วมงานกับสสปน.ต่อไปอีก 2-3 ปี แต่อยากหาตัวเลือกอื่นๆด้วย
[1] = ฉันคิดว่าไม่อยากร่วมงานกับสสปน.อีกนานนัก อยากให้ต้องคิดครอื่นมาสนับสนุนแล้ว

ความสำคัญในการร่วมงานกับ สสปน.

ผู้เกี่ยวข้องทุกแผนกมีความคิดเห็นว่าการร่วมงานกับสสปน. มีความสำคัญต่องานของตนในระดับหนึ่ง โดยเฉพาะผู้เกี่ยวข้องของแผนก Convention

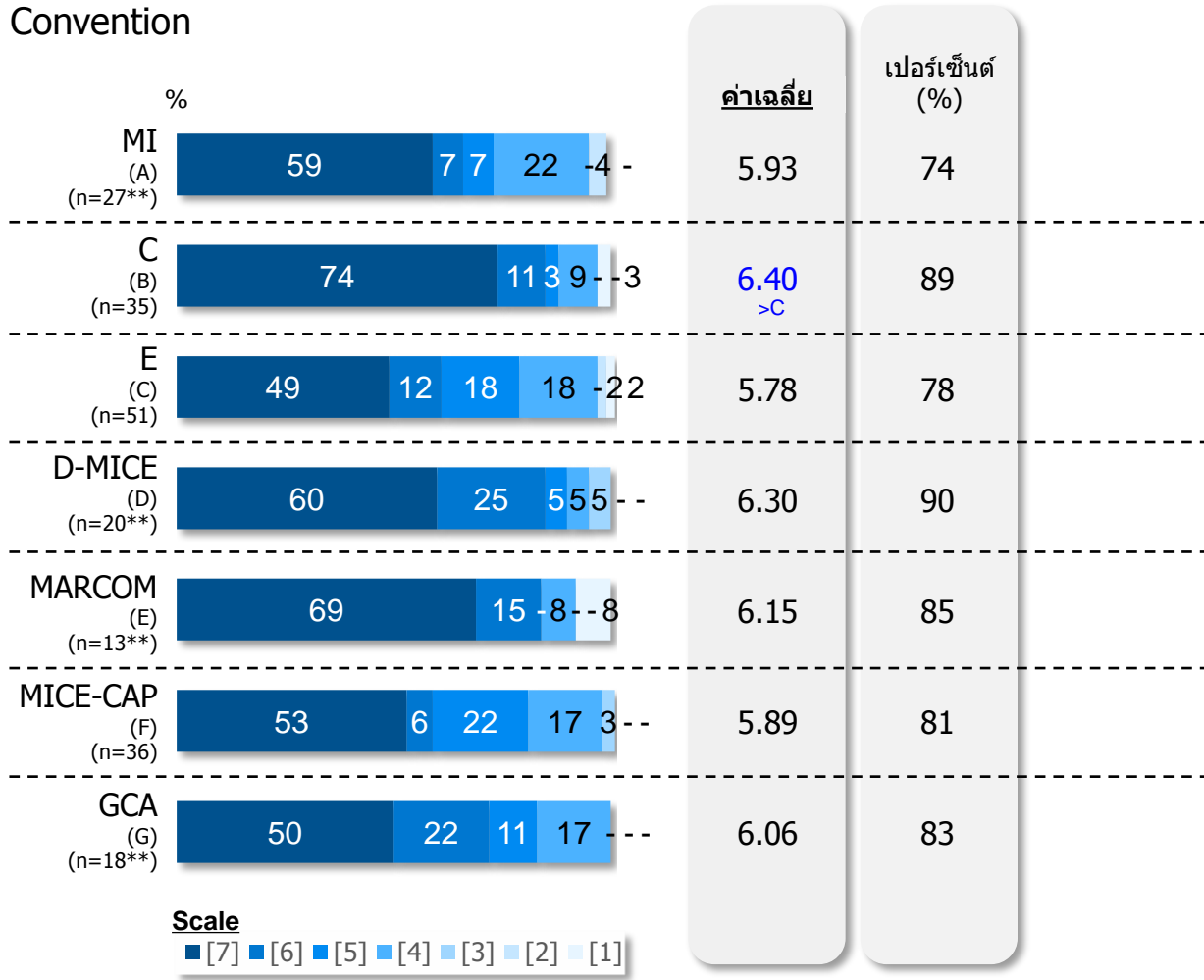
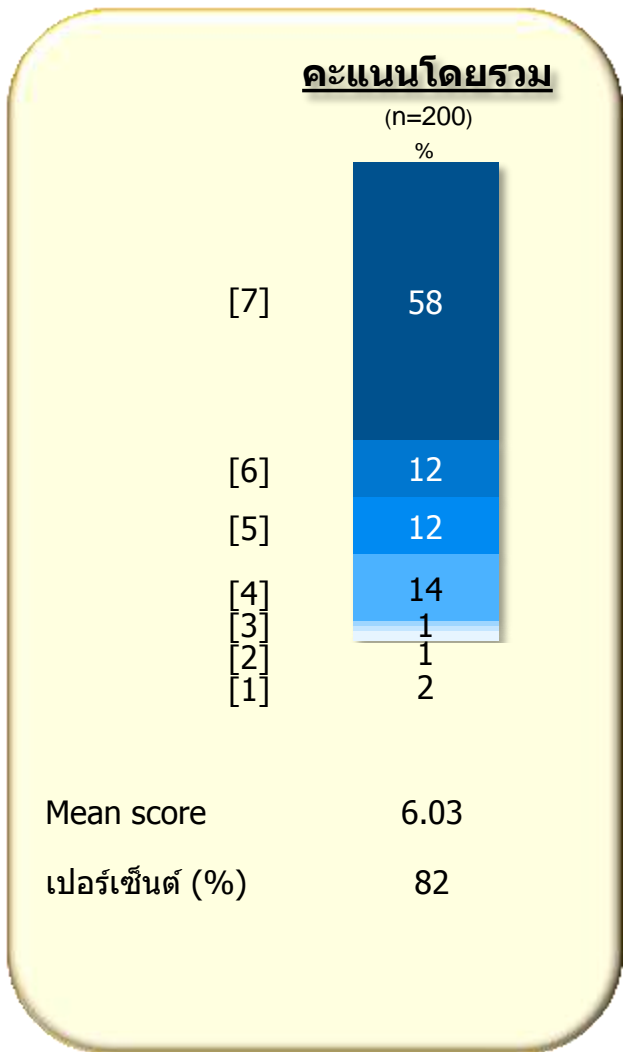


ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด = 100%
REF: Q11

[7] = สำคัญอย่างยิ่ง [4] = ทั้งสำคัญ และไม่สำคัญ [1] = ไม่สำคัญเลย

ความผิดหวังหากไม่ได้ร่วมงานกับ สสปน.

อย่างไรก็ตาม ผู้เกี่ยวข้องทุกแผนกมีความคิดเห็นว่าการร่วมงานกับสสปน. มีความสำคัญต่องานของตนในระดับหนึ่ง โดยเฉพาะผู้เกี่ยวข้องของแผนก Convention



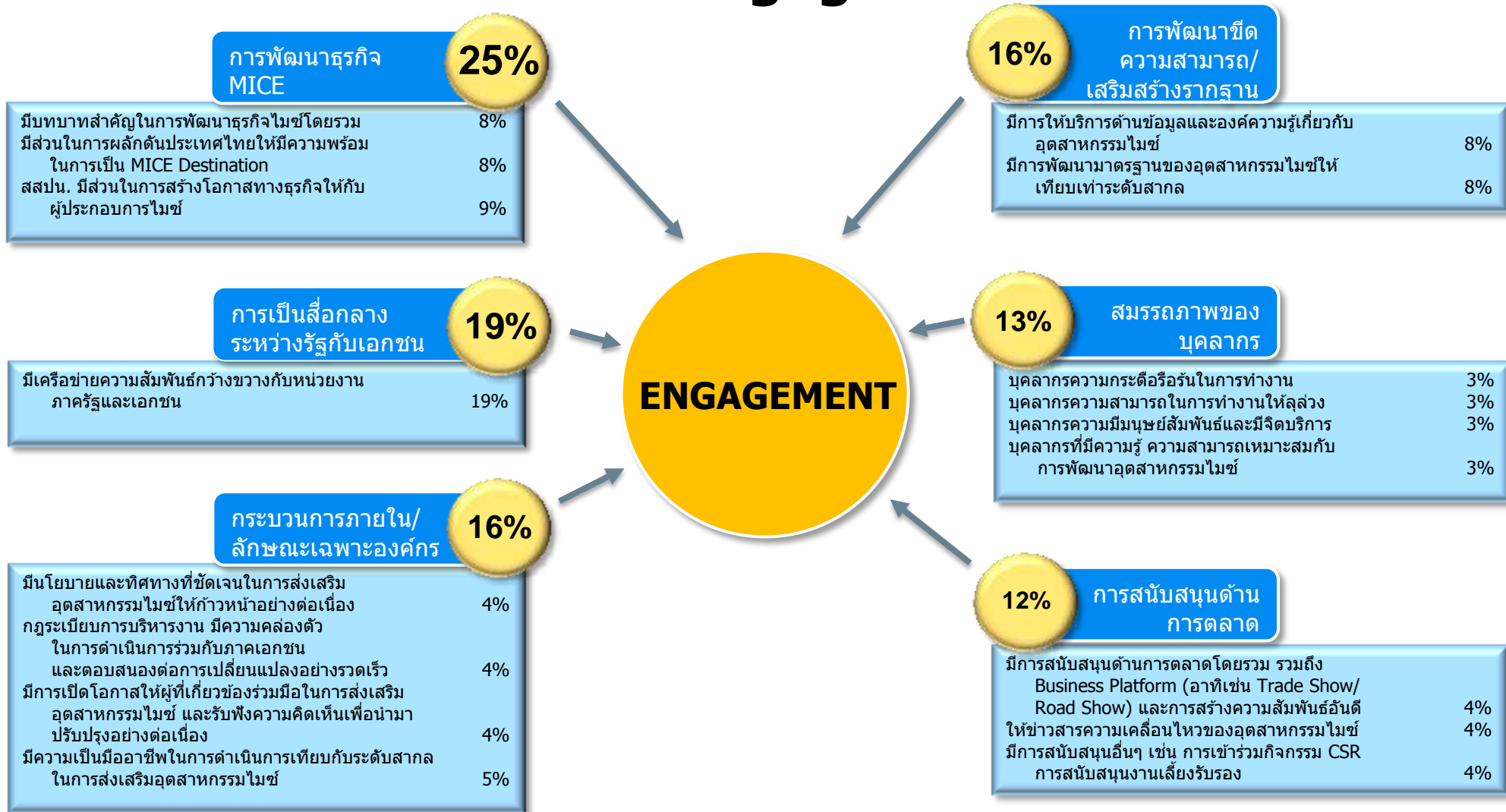
ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด = 100%
REF. Q12

[7] = ฉันจะรู้สึกผิดหวังอย่างยิ่ง [4] = เฉยๆ [1] = ฉันจะไม่รู้สึกผิดหวังเลย

การแบ่งกลุ่มของงานวิจัยนี้ตามระดับความผูกพัน สำหรับ **Brand Engagement Model**

Loyalty Group	ABS Score	%
Shallow	0-750	13
Moderate	751-1500	23
Deep	1501-2100	28
Deepest	2101-2500	36

น้ำหนักความสำคัญของแต่ละมิติที่มีต่อความผูกพัน โดยรวมสำหรับ Brand Engagement Model

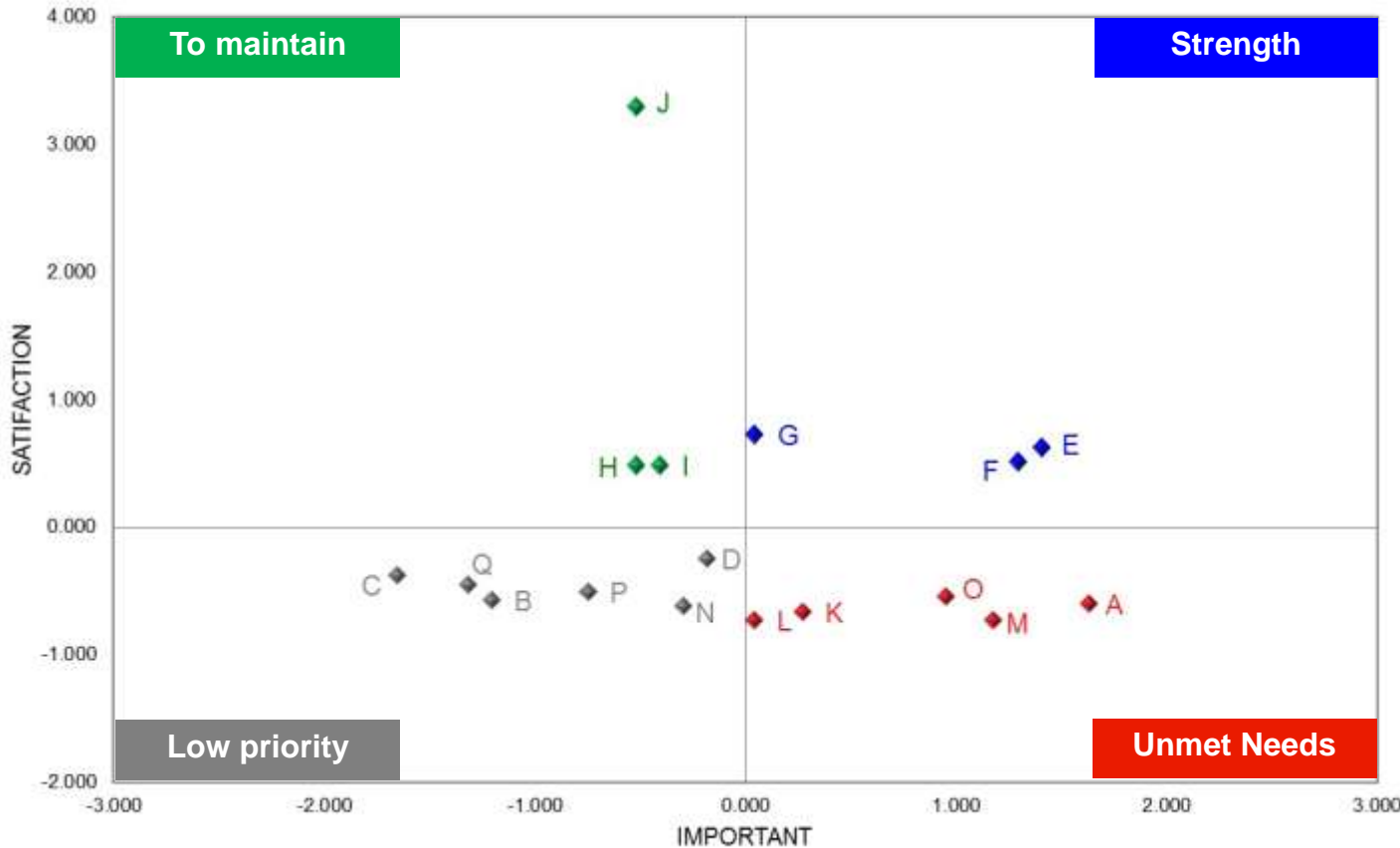


ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมด 200 = 100%
REF. Q4 VS Q5,Q9,Q11,Q12

Root-Cause Analysis กลุ่มที่ 1 (Low Loyal-Low Satisfaction)



ผู้เกี่ยวข้องส่วนใหญ่ในกลุ่มนี้มาจากกลุ่ม E และ MI ตามลำดับ ซึ่งปัจจัยที่ควรเน้นเพิ่มเติมเพื่อเพิ่มความผูกพัน ส่วนใหญ่จะเป็นด้วยเรื่องที่เกี่ยวข้องกับบุคลากร คือให้เพิ่มความกระตือรือร้นและการมีมนุษยสัมพันธ์มากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ควรมุ่งเน้นในเรื่องการมีนโยบายและทิศทางการทำงานที่ชัดเจน ทั้งนี้รวมถึงการสนับสนุนทางการตลาดด้วย



กระบวนการภายใน/ ลักษณะเฉพาะองค์กร

- A: สสปน. มีนโยบายและทิศทางที่ชัดเจนในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง
- B: กฎระเบียบการบริหารงานของ สสปน. มีความคล่องตัวในการดำเนินการร่วมกับภาคเอกชน และตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว
- C: สสปน. มีการเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องร่วมมือในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ และรับฟังความคิดเห็นเพื่อนำมาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง
- D: สสปน. มีความเป็นมืออาชีพในการดำเนินการเทียบกับระดับสากล ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์

การพัฒนาธุรกิจ MICE

- E: สสปน. มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาธุรกิจไมซ์โดยรวม
- F: สสปน. มีส่วนในการผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็น MICE Destination
- G: สสปน. มีส่วนในการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์

การพัฒนาขีดความสามารถ/ เสริมสร้างรากฐาน

- H: สสปน. มีการให้บริการด้านข้อมูลและองค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์
- I: สสปน. มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ให้เทียบเท่าระดับสากล (เช่น งานด้าน Green Meeting หรือมาตรฐานการรักษาความปลอดภัย)

การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน

- J: สสปน. มีเครือข่ายความสัมพันธ์กว้างขวางกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

สมรรถภาพของบุคลากร

- K: บุคลากรของ สสปน. มีความกระตือรือร้นในการทำงาน
- L: บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการทำงานให้ลุล่วง
- M: บุคลากรของ สสปน. มีความมีมนุษยสัมพันธ์และมีจิตบริการ
- N: สสปน. มีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถเหมาะสมกับการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์

การสนับสนุนด้านการตลาด

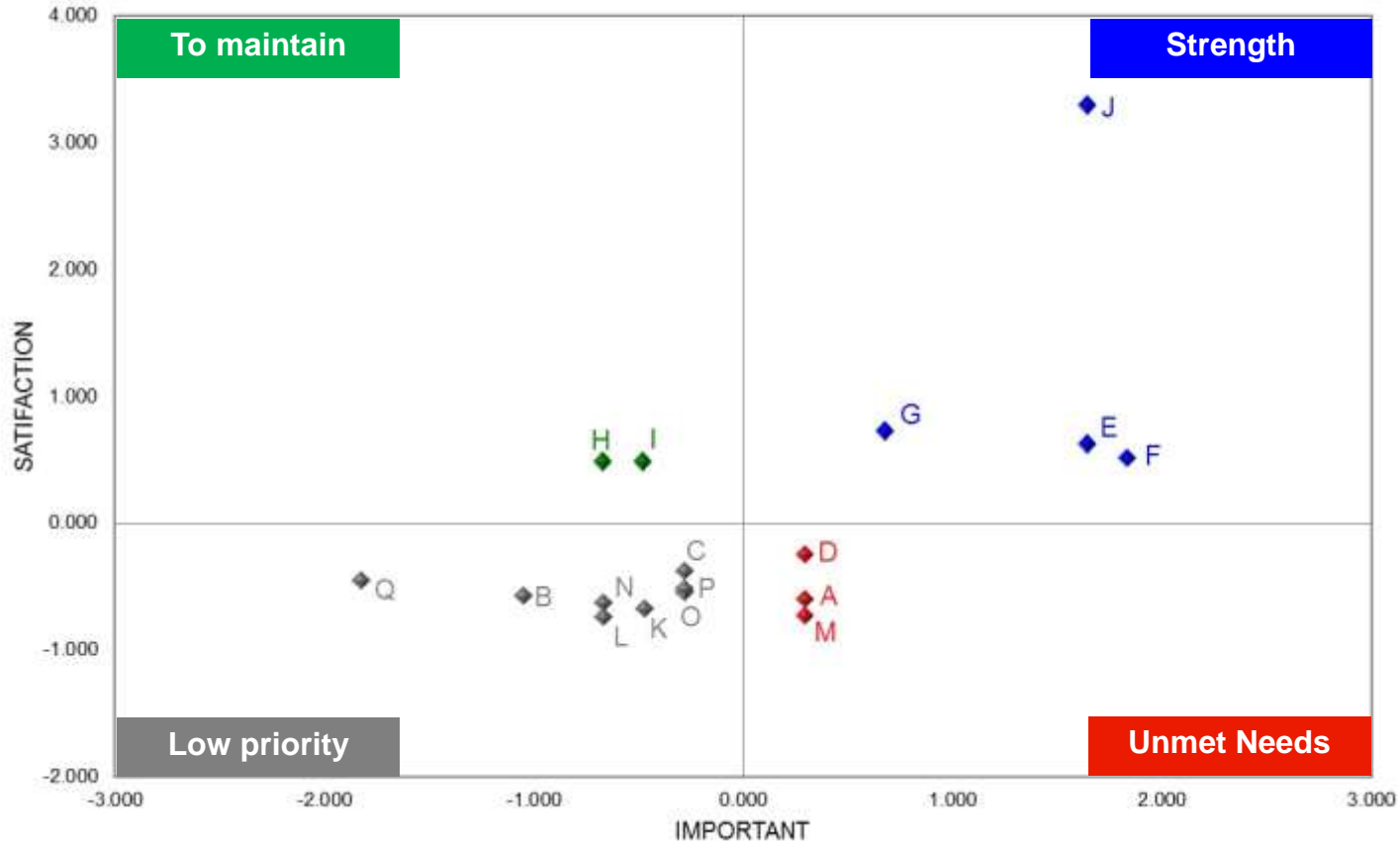
- O: สสปน. มีการสนับสนุนด้านการตลาดโดยรวม รวมถึง Business Platform (อาทิเช่น Trade Show/ Road Show) และการสร้างความสัมพันธ์อันดี
- P: สสปน. ให้ข่าวสารความเคลื่อนไหวของอุตสาหกรรมไมซ์
- Q: สสปน. มีการสนับสนุนอื่นๆ เช่น การเข้าร่วมกิจกรรม CSR การสนับสนุนงานเลี้ยงรับรองการประชุมระหว่างประเทศของหน่วยงานรัฐ

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดของกลุ่ม Low Loyal-Low Satisfaction 19** = 100%
REF. Q4 VS Q5,Q9,Q11,Q12

Root-Cause Analysis กลุ่มที่ 2 (Low Loyal-Mid Satisfaction)



ผู้เกี่ยวข้องส่วนใหญ่ในกลุ่มนี้มาจากกลุ่ม MICE CAP Exhibition และ MI ตามลำดับ ซึ่งปัจจัยที่ควรเน้นเพิ่มเติมเพื่อเพิ่มความผูกพัน มีแนวโน้มที่จะเกี่ยวข้องกับกระบวนการภายในและลักษณะเฉพาะขององค์กรเป็นส่วนใหญ่ อย่างไรก็ตาม การพัฒนามนุษย์สัมพันธ์และการมีจิตบริการก็เป็นสิ่งที่ควรพิจารณาสำหรับคนกลุ่มนี้



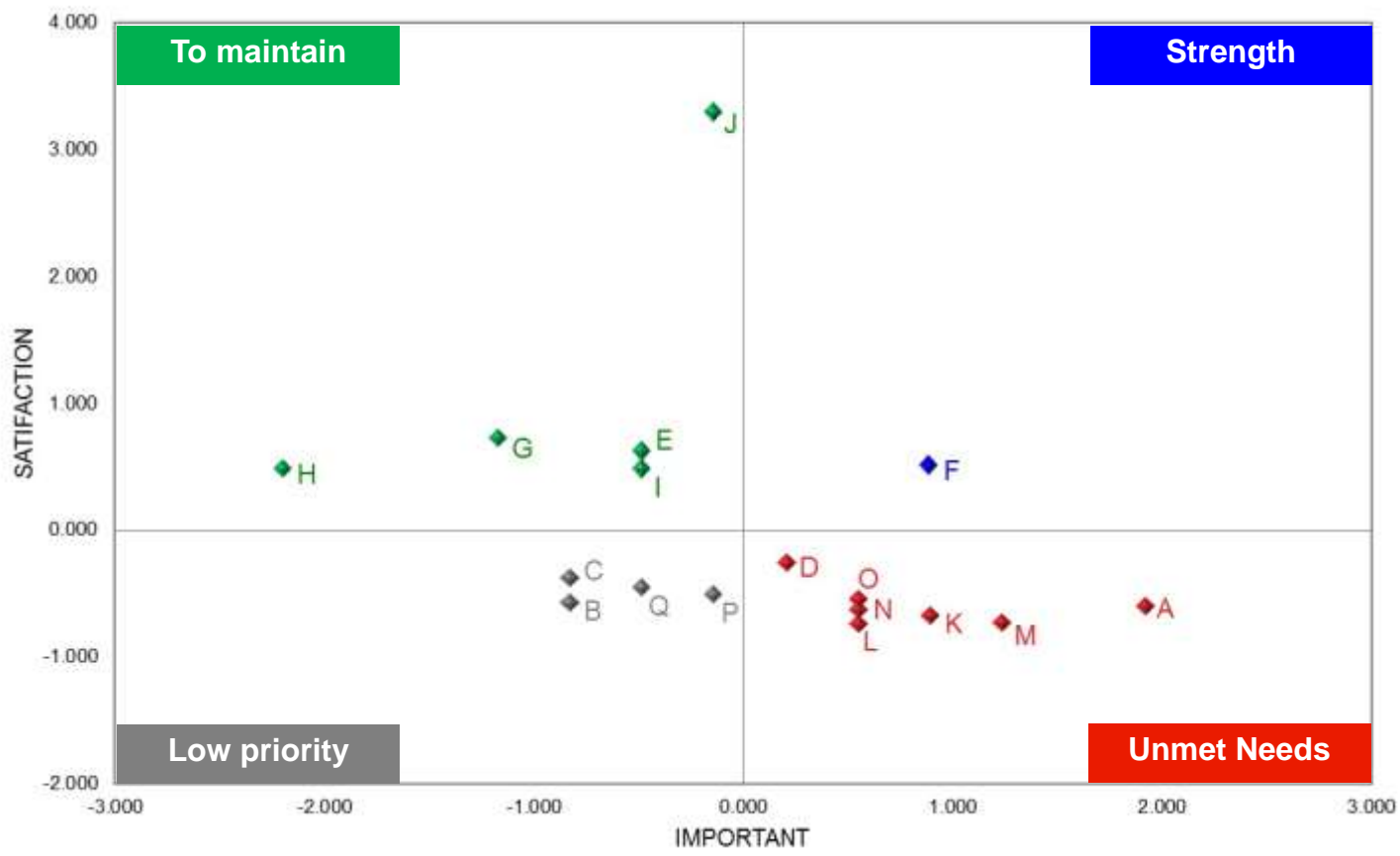
- กระบวนการภายใน/ ลักษณะเฉพาะองค์กร**
- A : สสพ. มีนโยบายและทิศทางที่ชัดเจนในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง
 - B : กฎระเบียบการบริหารงานของ สสพ. มีความคล่องตัวในการดำเนินการร่วมกับภาคเอกชน และตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว
 - C : สสพ. มีการเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องร่วมมือในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ และรับฟังความคิดเห็นเพื่อนำมาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง
 - D : สสพ. มีความเป็นมืออาชีพในการดำเนินการเทียบระดับสากล ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์
- การพัฒนาธุรกิจ MICE**
- E : สสพ. มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาธุรกิจไมซ์โดยรวม
 - F : สสพ. มีส่วนในการผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็น MICE Destination
 - G : สสพ. มีส่วนในการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์
- การพัฒนาขีดความสามารถ/ เสริมสร้างรากฐาน**
- H : สสพ. มีการให้บริการด้านข้อมูลและองค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์
 - I : สสพ. มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ให้เทียบเท่าระดับสากล (เช่น งานด้าน Green Meeting หรือมาตรฐานการรักษาความปลอดภัย)
- การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน**
- J : สสพ. มีเครือข่ายความสัมพันธ์กว้างขวางกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน
- สมรรถภาพของบุคลากร**
- K : บุคลากรของ สสพ. มีความกระตือรือร้นในการทำงาน
 - L : บุคลากรของ สสพ. มีความสามารถในการทำงานให้ลุล่วง
 - M : บุคลากรของ สสพ. มีความมีมนุษยสัมพันธ์และมีจิตบริการ
 - N : สสพ. มีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถเหมาะสมกับการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์
- การสนับสนุนด้านการตลาด**
- O : สสพ. มีการสนับสนุนด้านการตลาดโดยรวม รวมถึง Business Platform (อาทิเช่น Trade Show/ Road Show) และการสร้างความสัมพันธ์อันดี
 - P : สสพ. ให้ข่าวสารความเคลื่อนไหวของอุตสาหกรรมไมซ์
 - Q : สสพ. มีการสนับสนุนอื่นๆ เช่น การเข้าร่วมกิจกรรม CSR การสนับสนุนงานเลี้ยงรับรองการประชุมระหว่างประเทศของหน่วยงานรัฐ

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดของกลุ่ม Low Loyal-Mid Satisfaction 21** = 100%
REF. Q4 VS Q5,Q9,Q11,Q12

Root-Cause Analysis กลุ่มที่ 4 (Mid Loyal-Low Satisfaction)



ผู้เกี่ยวข้องส่วนใหญ่ในกลุ่มนี้มาจากกลุ่ม Exhibition MI และ C ตามลำดับ ซึ่งปัจจัยที่ควรเน้นเพิ่มเติมเพื่อเพิ่มความผูกพัน จะเป็นด้วยเรื่องที่เกี่ยวข้องกับบุคลากร ควรมุ่งเน้นในเรื่องการมีนโยบายและทิศทางการทำงานที่ชัดเจน ความเป็นมืออาชีพในการดำเนินงานให้ทัดเทียมกับระดับสากล นอกจากนี้ควรมุ่งเน้นการสนับสนุนทางการตลาด



กระบวนการภายใน/ ลักษณะเฉพาะองค์กร

- A : สสปน. มีนโยบายและทิศทางที่ชัดเจนในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง
- B : กฎระเบียบการบริหารงานของ สสปน. มีความคล่องตัวในการดำเนินการร่วมกับภาคเอกชน และตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว
- C : สสปน. มีการเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องร่วมมือในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ และรับฟังความคิดเห็นเพื่อนำมาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง
- D : สสปน. ความเป็นมืออาชีพในการดำเนินการเทียบระดับสากล ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์

การพัฒนาธุรกิจ MICE

- E : สสปน. มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาธุรกิจไมซ์โดยรวม
- F : สสปน. มีส่วนในการผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็น MICE Destination
- G : สสปน. มีส่วนในการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์

การพัฒนาขีดความสามารถ/ เสริมสร้างรากฐาน

- H : สสปน. มีการให้บริการด้านข้อมูลและองค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์
- I : สสปน. มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ให้เทียบเท่าระดับสากล (เช่น งานด้าน Green Meeting หรือมาตรฐานการรักษาความปลอดภัย)

การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน

- J : สสปน. มีเครือข่ายความสัมพันธ์กว้างขวางกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

สมรรถภาพของบุคลากร

- K : บุคลากรของ สสปน. มีความกระตือรือร้นในการทำงาน
- L : บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการทำงานให้ลุล่วง
- M : บุคลากรของ สสปน. มีความมีมนุษยสัมพันธ์และมีจิตบริการ
- N : สสปน. มีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถเหมาะสมกับการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์

การสนับสนุนด้านการตลาด

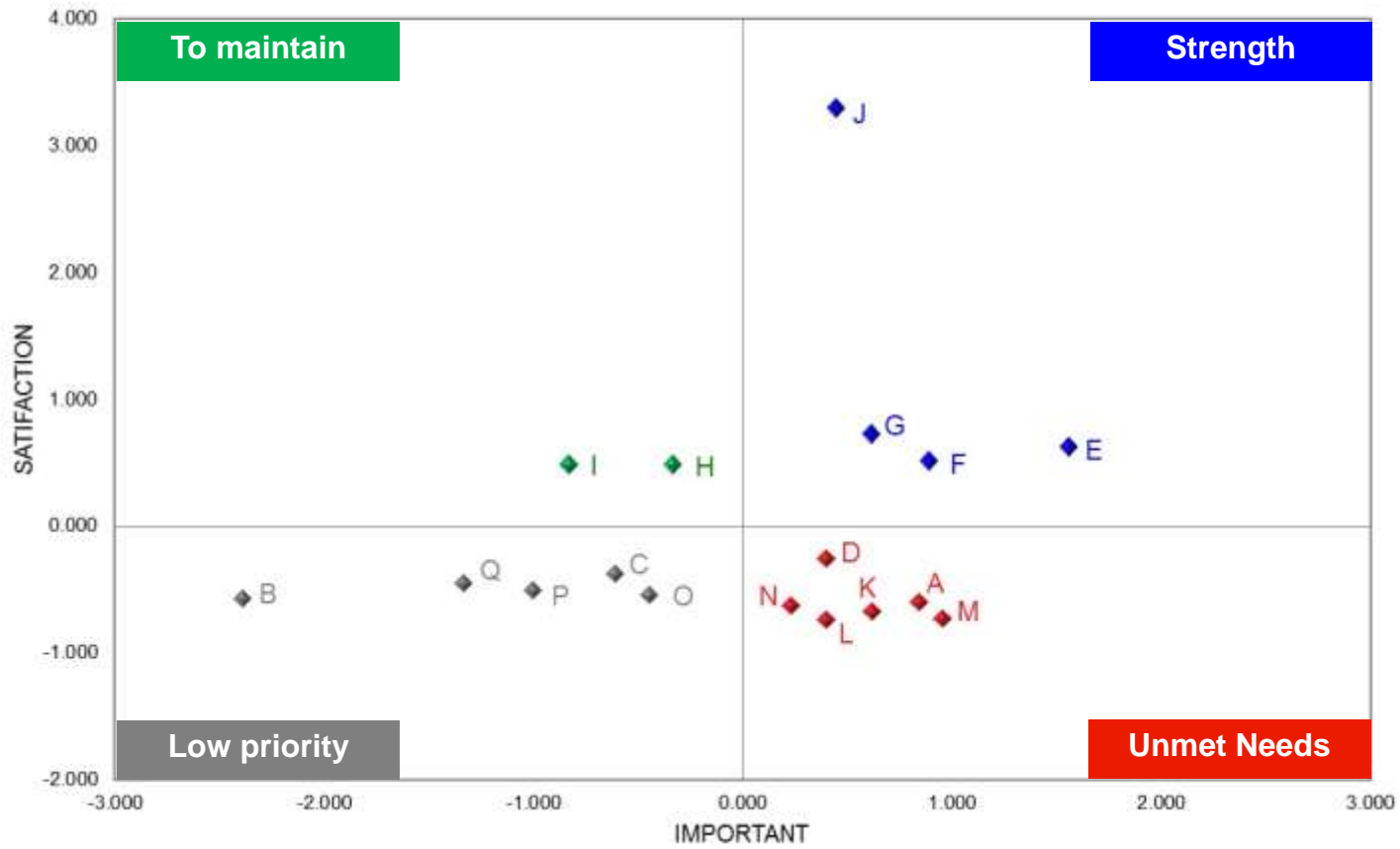
- O : สสปน. มีการสนับสนุนด้านการตลาดโดยรวม รวมถึง Business Platform (อาทิเช่น Trade Show/ Road Show) และการสร้างความสัมพันธ์อันดี
- P : สสปน. ให้ข่าวสารความเคลื่อนไหวของอุตสาหกรรมไมซ์
- Q : สสปน. มีการสนับสนุนอื่นๆ เช่น การเข้าร่วมกิจกรรม CSR การสนับสนุนงานเลี้ยงรับรองการประชุมระหว่างประเทศของหน่วยงานรัฐ

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดของกลุ่ม Mid Loyal-Low Satisfaction 12** = 100%
REF. Q4 VS Q5,Q9,Q11,Q12

Root-Cause Analysis กลุ่มที่ 5 (Mainstream Mid Loyal-Mid Satisfaction)



ผู้เกี่ยวข้องส่วนใหญ่ในกลุ่มนี้มาจากกลุ่ม MICE CAP / Exhibition / MI / Convention และ D-MICE ตามลำดับ



กระบวนการภายใน/ ลักษณะเฉพาะองค์กร

- A : สสปน. มีนโยบายและทิศทางที่ชัดเจนในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง
- B : กฎระเบียบการบริหารงานของ สสปน. มีความคล่องตัวในการดำเนินการร่วมกับภาคเอกชน และตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว
- C : สสปน. มีการเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องร่วมมือในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ และรับฟังความคิดเห็นเพื่อนำมาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง
- D : สสปน. มีความเป็นมืออาชีพในการดำเนินการเทียบระดับสากล ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์

การพัฒนาธุรกิจ MICE

- E : สสปน. มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาธุรกิจไมซ์โดยรวม
- F : สสปน. มีส่วนในการผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็น MICE Destination
- G : สสปน. มีส่วนในการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์

การพัฒนาขีดความสามารถ/ เสริมสร้างรากฐาน

- H : สสปน. มีการให้บริการด้านข้อมูลและองค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์
- I : สสปน. มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ให้เทียบเท่าระดับสากล (เช่น งานด้าน Green Meeting หรือมาตรฐานการรักษาความปลอดภัย)

การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน

- J : สสปน. มีเครือข่ายความสัมพันธ์กว้างขวางกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

สมรรถภาพของบุคลากร

- K : บุคลากรของ สสปน. มีความกระตือรือร้นในการทำงาน
- L : บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการทำงานให้ลุล่วง
- M : บุคลากรของ สสปน. มีความมีมนุษยสัมพันธ์และมีจิตบริการ
- N : สสปน. มีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถเหมาะสมกับการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์

การสนับสนุนด้านการตลาด

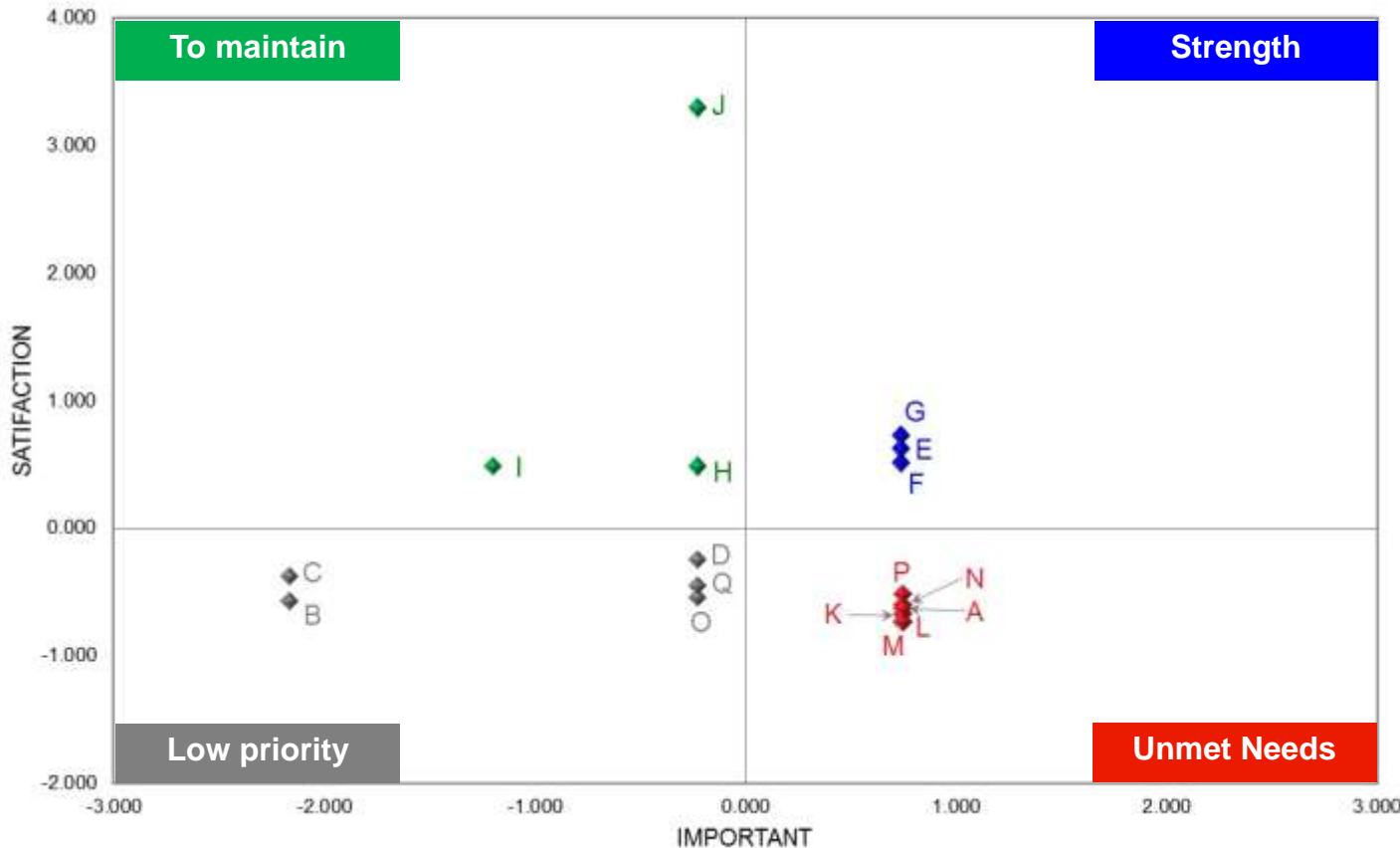
- O : สสปน. มีการสนับสนุนด้านการตลาดโดยรวม รวมถึง Business Platform (อาทิเช่น Trade Show/ Road Show) และการสร้างความสัมพันธ์อันดี
- P : สสปน. ให้ข่าวสารความเคลื่อนไหวของอุตสาหกรรมไมซ์
- Q : สสปน. มีการสนับสนุนอื่นๆ เช่น การเข้าร่วมกิจกรรม CSR การสนับสนุนงานเลี้ยงรับรองการประชุมระหว่างประเทศของหน่วยงานรัฐ

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดของกลุ่ม Mainstream Mid Loyal-Mid Satisfaction 83 = 100%
REF. Q4 VS Q5,Q9,Q11,Q12

Root-Cause Analysis กลุ่มที่ 6 (Mid Loyal-Hi Satisfaction)



ผู้เกี่ยวข้องส่วนใหญ่ในกลุ่มนี้มาจากกลุ่ม D-MICE / Exhibition และ Convention ตามลำดับ



ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดของกลุ่ม Mid Loyal-Hi Satisfaction 11 = 100%
REF. Q4 VS Q5,Q9,Q11,Q12

กระบวนการภายใน/ ลักษณะเฉพาะองค์กร

- A: สสปน. มีนโยบายและทิศทางที่ชัดเจนในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง
- B: กฎระเบียบการบริหารงานของ สสปน. มีความคล่องตัวในการดำเนินการร่วมกับภาคเอกชน และตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว
- C: สสปน. มีการเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องร่วมมือในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ และรับฟังความคิดเห็นเพื่อนำมาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง
- D: สสปน. มีความเป็นมืออาชีพในการดำเนินการเทียบระดับสากล ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์

การพัฒนาธุรกิจ MICE

- E: สสปน. มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาธุรกิจไมซ์โดยรวม
- F: สสปน. มีส่วนในการผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็น MICE Destination
- G: สสปน. มีส่วนในการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์

การพัฒนาขีดความสามารถ/ เสริมสร้างรากฐาน

- H: สสปน. มีการให้บริการด้านข้อมูลและองค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์
- I: สสปน. มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ให้เทียบเท่าระดับสากล (เช่น งานด้าน Green Meeting หรือมาตรฐานการรักษาความปลอดภัย)

การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน

- J: สสปน. มีเครือข่ายความสัมพันธ์กว้างขวางกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

สมรรถภาพของบุคลากร

- K: บุคลากรของ สสปน. มีความกระตือรือร้นในการทำงาน
- L: บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการทำงานให้ลุล่วง
- M: บุคลากรของ สสปน. มีความมีมนุษยสัมพันธ์และมีจิตบริการ
- N: สสปน. มีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถเหมาะสมกับการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์

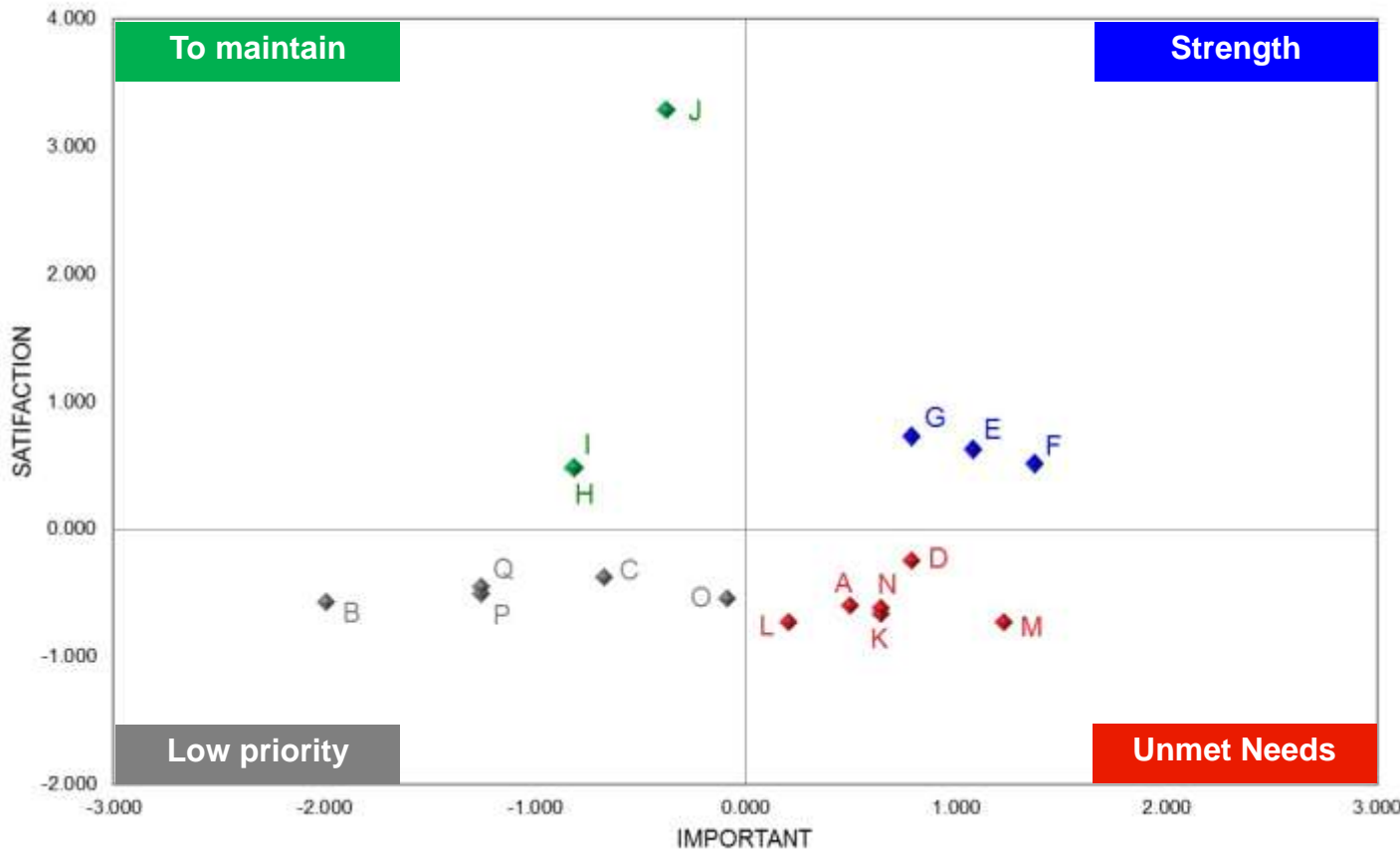
การสนับสนุนด้านการตลาด

- O: สสปน. มีการสนับสนุนด้านการตลาดโดยรวม รวมถึง Business Platform (อาทิเช่น Trade Show/ Road Show) และการสร้างความสัมพันธ์อันดี
- P: สสปน. ให้ข่าวสารความเคลื่อนไหวของอุตสาหกรรมไมซ์
- Q: สสปน. มีการสนับสนุนอื่นๆ เช่น การเข้าร่วมกิจกรรม CSR การสนับสนุนงานเลี้ยงรับรองการประชุมระหว่างประเทศของหน่วยงานรัฐ

Root-Cause Analysis กลุ่มที่ 8 (Hi Loyal-Mid Satisfaction)



ผู้เกี่ยวข้องส่วนใหญ่ในกลุ่มนี้มาจากกลุ่ม Exhibition / Convention / MI และ GCA ตามลำดับ



กระบวนการภายใน/ ลักษณะเฉพาะองค์กร

- A: สสปน. มีนโยบายและทิศทางที่ชัดเจนในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง
- B: กฎระเบียบการบริหารงานของ สสปน. มีความคล่องตัวในการดำเนินการร่วมกับภาคเอกชน และตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว
- C: สสปน. มีการเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องร่วมมือในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ และรับฟังความคิดเห็นเพื่อนำมาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง
- D: สสปน. มีความเป็นมืออาชีพในการดำเนินการเทียบระดับสากล ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์

การพัฒนาธุรกิจ MICE

- E: สสปน. มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาธุรกิจไมซ์โดยรวม
- F: สสปน. มีส่วนในการผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็น MICE Destination
- G: สสปน. มีส่วนในการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์

การพัฒนาขีดความสามารถ/ เสริมสร้างรากฐาน

- H: สสปน. มีการให้บริการด้านข้อมูลและองค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์
- I: สสปน. มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ให้เทียบเท่าระดับสากล (เช่น งานด้าน Green Meeting หรือมาตรฐานการรักษาความปลอดภัย)

การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน

- J: สสปน. มีเครือข่ายความสัมพันธ์กว้างขวางกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

สมรรถภาพของบุคลากร

- K: บุคลากรของ สสปน. มีความกระตือรือร้นในการทำงาน
- L: บุคลากรของ สสปน. มีความสามารถในการทำงานให้ลุล่วง
- M: บุคลากรของ สสปน. มีความมีมนุษยสัมพันธ์และมีจิตบริการ
- N: สสปน. มีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถเหมาะสมกับการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์

การสนับสนุนด้านการตลาด

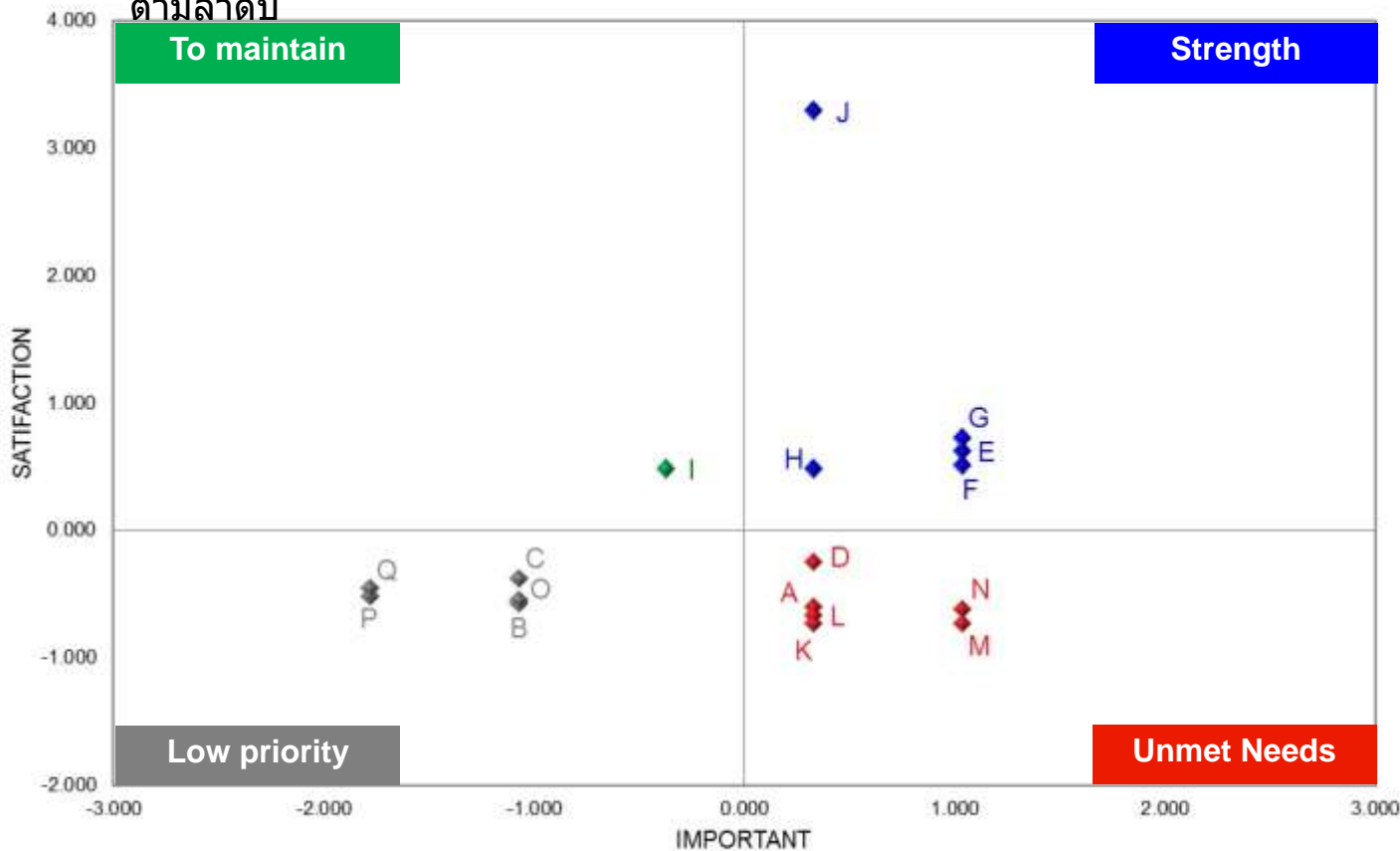
- O: สสปน. มีการสนับสนุนด้านการตลาดโดยรวม รวมถึง Business Platform (อาทิเช่น Trade Show/ Road Show) และการสร้างความสัมพันธ์อันดี
- P: สสปน. ให้ข่าวสารความเคลื่อนไหวของอุตสาหกรรมไมซ์
- Q: สสปน. มีการสนับสนุนอื่นๆ เช่น การเข้าร่วมกิจกรรม CSR การสนับสนุนงานเลี้ยงรับรองการประชุมระหว่างประเทศของหน่วยงานรัฐ

ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดของกลุ่ม Hi Loyal-Mid Satisfaction 33 = 100%
REF. Q4 VS Q5,Q9,Q11,Q12

Root-Cause Analysis กลุ่มที่ 9 (Champion Hi Loyal-Mid Satisfaction)



ผู้เกี่ยวข้องส่วนใหญ่ในกลุ่มนี้มาจากกลุ่ม Convention / MICE CAP และ GCA ตามลำดับ



ฐาน: จำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งหมดของกลุ่ม Champion Hi Loyal-Mid Satisfaction 21** = 100%
REF. Q4 VS Q5, Q9, Q11, Q12

กระบวนการภายใน/ ลักษณะเฉพาะองค์กร

- A: สสพ. มีนโยบายและทิศทางที่ชัดเจนในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง
- B: กฎระเบียบการบริหารงานของ สสพ. มีความคล่องตัวในการดำเนินการร่วมกับภาคเอกชน และตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว
- C: สสพ. มีการเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องร่วมมือในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ และรับฟังความคิดเห็นเพื่อนำมาปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง
- D: สสพ. มีความเป็นมืออาชีพในการดำเนินการเทียบเคียงระดับสากล ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์

การพัฒนาธุรกิจ MICE

- E: สสพ. มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาธุรกิจไมซ์โดยรวม
- F: สสพ. มีส่วนในการผลักดันประเทศไทยให้มีความพร้อมในการเป็น MICE Destination
- G: สสพ. มีส่วนในการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการไมซ์

การพัฒนาขีดความสามารถ/ เสริมสร้างรากฐาน

- H: สสพ. มีการให้บริการด้านข้อมูลและองค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์
- I: สสพ. มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ให้เทียบเท่าระดับสากล (เช่น งานด้าน Green Meeting หรือมาตรฐานการรักษาความปลอดภัย)

การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน

- J: สสพ. มีเครือข่ายความสัมพันธ์กว้างขวางกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

สมรรถภาพของบุคลากร

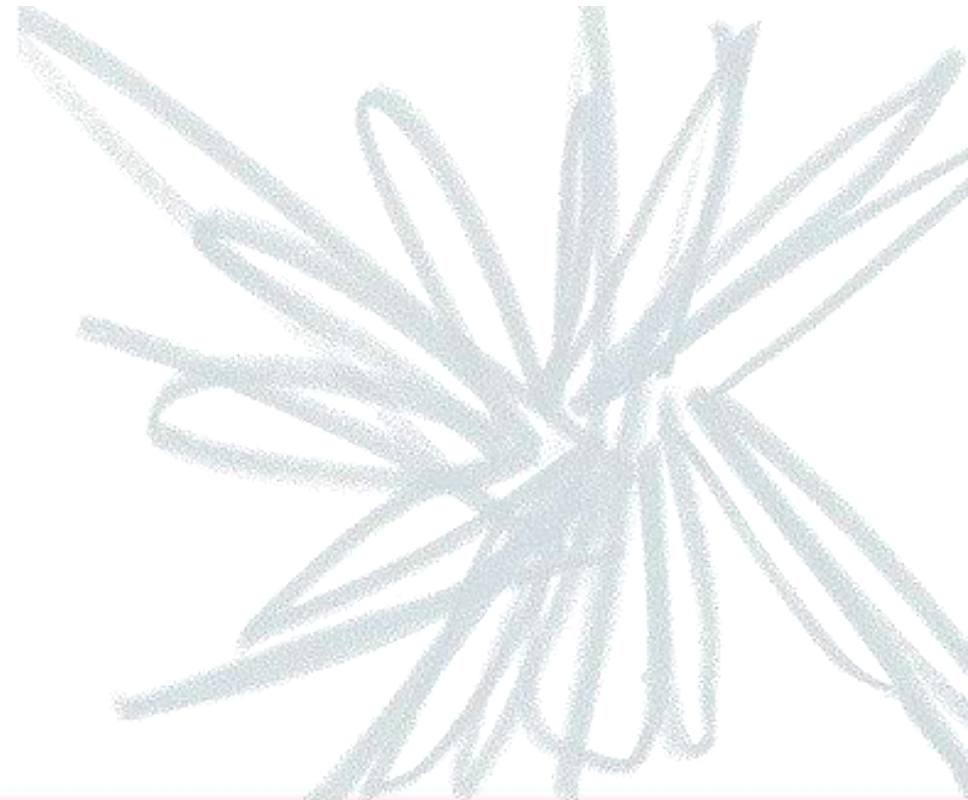
- K: บุคลากรของ สสพ. มีความกระตือรือร้นในการทำงาน
- L: บุคลากรของ สสพ. มีความสามารถในการทำงานให้ลุล่วง
- M: บุคลากรของ สสพ. มีความมีมนุษยสัมพันธ์และมีจิตบริการ
- N: สสพ. มีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถเหมาะสมกับการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์

การสนับสนุนด้านการตลาด

- O: สสพ. มีการสนับสนุนด้านการตลาดโดยรวม รวมถึง Business Platform (อาทิเช่น Trade Show/ Road Show) และการสร้างความสัมพันธ์อันดี
- P: สสพ. ให้ข่าวสารความเคลื่อนไหวของอุตสาหกรรมไมซ์
- Q: สสพ. มีการสนับสนุนอื่นๆ เช่น การเข้าร่วมกิจกรรม CSR การสนับสนุนงานเลี้ยงรับรองการประชุมระหว่างประเทศของหน่วยงานรัฐ



แบบสอบถาม



แบบสอบถาม

หมายเลขแบบสอบถาม PW _____

หมายเลขแบบสอบถาม DP _____

Job #55/137
Date July 1, 2015

Project Oxford

แบบสอบถาม

การประเมินผลการดำเนินงานของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) กลุ่ม Meetings/ Incentives/ Conventions/ Exhibitions และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อประเมินผลการทํางานของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ในที่ระดับของกลุ่มผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม MICE ซึ่งการดำเนินงานด้านต่างๆ ของ **ส.ป.จ.** เช่น การวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค และปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรม MICE ทั้งนี้ ส่วนของคำถามจะถูกนำไปประมวลผล เพื่อใช้เป็นข้อมูลของแผนกลยุทธ์ในการดำเนินงานของ **ส.ป.จ.** ในอนาคต

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับ

1. องค์กรที่สังกัด

- ผู้ประกอบการเอกชน หน่วยงานภาครัฐ
 สมาคม/ องค์กรอิสระ อื่นๆ เช่น.....

2. บทบาทของหน่วยงาน/ องค์กรของท่าน ที่สอดคล้องกับ **ส.ป.จ.** (ตอบในใบกำกับ 1 ข้อ)

- ผู้ให้บริการ เจ้าของงาน ผู้จัดงาน ทันสมิธภาครัฐ
 ทันสมิธภาคเอกชน อื่นๆ เช่น.....

3. หน่วยงาน/ องค์กรของท่านจัดอยู่ในกลุ่มผู้ใช้หรือให้บริการหรือสนับสนุนอุตสาหกรรม MICE ในกลุ่มใด (ตอบในใบกำกับ 1 ข้อ)

- Meeting Incentive Convention Exhibition หน่วยงานภาครัฐ
 Media/Communication MICE Capabilities สนับสนุน อื่นๆ เช่น.....

ส่วนที่ 2 โปรดแสดงความคิดเห็นการบริหารจัดการ และความสัมพันธ์ในการดำเนินงานของ **ส.ป.จ.**

4. ท่านเห็นด้วยกับการบริหารจัดการของ **ส.ป.จ.** ในข้อต่างๆ ดังต่อไปนี้มากน้อยเพียงใด

ข้อ	การบริหารจัดการ	ระดับความเห็น							
		มากที่สุด <----- > ป้อยที่สุด	7	6	5	4	3	2	1
	การขยายการดำเนินงาน / มีกลุ่มเฉพาะองค์กร								
1.	ส.ป.จ. มีนโยบายและทิศทางที่ชัดเจนในการส่งเสริมอุตสาหกรรม MICE ให้ก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง								
2.	กลยุทธ์ในการบริหารงานของ ส.ป.จ. มีความสอดคล้องในการดำเนินการร่วมกับภาคเอกชน และตอบสนองต่อความต้องการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว								
3.	ส.ป.จ. มีการเปิดโอกาสให้ผู้ที่เกี่ยวข้องร่วมอยู่ในการส่งเสริมอุตสาหกรรม MICE และสนับสนุนการคิดค้นที่ช่วยพัฒนาผู้ประกอบการอย่างต่อเนื่อง								
4.	ส.ป.จ. มีความเป็นมืออาชีพในการดำเนินการเพื่อสนับสนุนภาค ในการส่งเสริมอุตสาหกรรม MICE								
	การพัฒนาธุรกิจ MICE								
5.	ส.ป.จ. มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาธุรกิจ MICE โดยรวม								
6.	ส.ป.จ. มีความสามารถในการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ที่มีความพร้อมในการเป็น MICE Destination								
7.	ส.ป.จ. มีความสามารถในการสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการ MICE								

FW No. 11

2015/137 Project Oxford
ฉบับที่ 01 | วันที่ 01/07/15 | 20 หน้า | 2015

DP No. 1

ข้อ	การบริหารจัดการ	ระดับความเห็น							
		มากที่สุด <----- > ป้อยที่สุด	7	6	5	4	3	2	1
	การพัฒนาขีดความสามารถ/เสริมสร้างรากฐาน								
8.	ส.ป.จ. มีการให้บริการด้านข้อมูลและองค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรม MICE								
9.	ส.ป.จ. มีการพัฒนามาตรฐานของอุตสาหกรรม MICE ให้เทียบเท่าระดับสากล (เช่น มาตรฐาน Green Meeting หรือมาตรฐานการศึกษาความปลอดภัย)								
	การเป็นสื่อกลางระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย								
10.	ส.ป.จ. มีเครือข่ายความสัมพันธ์กับสื่อมวลชนกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน								
	สมรรถภาพของบุคลากร								
11.	บุคลากรของ ส.ป.จ. มีความกระตือรือร้นในการทำงาน								
12.	บุคลากรของ ส.ป.จ. มีความสามารถในการทำงานให้ดูต่าง								
13.	บุคลากรของ ส.ป.จ. มีความเป็นมืออาชีพและมีประสิทธิภาพ								
14.	ส.ป.จ. มีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถเหมาะสมกับการพัฒนาอุตสาหกรรม MICE								
	การสนับสนุนด้านการตลาด								
15.	ส.ป.จ. มีการสนับสนุนด้านการตลาดโดยรวม รวมถึง Business Platform (อาทิเช่น Trade Show / Road Show) และการสร้างความสัมพันธ์กับสื่อ								
16.	ส.ป.จ. ให้ความสำคัญและเชื่อมโยงระหว่างอุตสาหกรรม MICE								
17.	ส.ป.จ. มีการสนับสนุนอื่นๆ เช่น การส่งเสริมกิจกรรม CSR การสนับสนุนเชิงสัมพันธ์องค์กรพันธมิตรหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง								

5. โปรดระบุระดับความเห็นที่พอใจโดยรวมต่อการให้บริการของ **ส.ป.จ.** ในการดำเนินงานธุรกิจ MICE

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

6. ข้อที่พึงพอใจในการดำเนินงานของ **ส.ป.จ.**

.....

.....

.....

7. ข้อที่ไม่พึงพอใจในการดำเนินงานของ **ส.ป.จ.** อย่างไรก็ดีท่านยังยินดีที่จะร่วมงานกับ **ส.ป.จ.**

.....

.....

.....

8. ข้อเสนอแนะในการดำเนินงานของ **ส.ป.จ.** อย่างไรก็ดีท่านยังยินดีที่จะร่วมงานกับ **ส.ป.จ.**

.....

.....

.....

FW No. 11

2015/137 Project Oxford
ฉบับที่ 01 | วันที่ 01/07/15 | 20 หน้า | 2015

DP No. 1

แบบสอบถาม

ส่วนนี้แต่ละคำถามต่อไปนี้จะสะท้อนความรู้สึกของคุณต่อแผนรณรงค์ขององค์กร **สตอป** อย่างเป็นทางการ
กรุณาเลือกคำตอบที่ตรงกับความคิดเห็นของคุณมากที่สุด

Intention	9	ขอความต่างต่อไปนี้จะความใดที่ สะท้อนความรู้สึกของคุณ ต่ออนาคตการทำงานใน สตอป . มากที่สุด? (สำคัญเพียง)	
		ฉันคิดว่าอนาคตการทำงานใน สตอป . ไม่ดีนัก	1
			2
			3
		ฉันคิดว่าการทำงานใน สตอป . ตลอดไปอีก 2-3 ปี แสดงออกด้านเชิงบวกแล้ว	4
			5
		ฉันคิดว่าในอนาคตการทำงานใน สตอป . ดีมากอีกต่อไปแล้ว	7

Influenced Factor	10	อะไรที่ทำให้คุณคิดแบบนี้? (กรุณาเรียงลำดับจากปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด โดย 1 หมายถึงมีอิทธิพลมากที่สุด และ 6 หมายถึงมีอิทธิพลน้อยที่สุด)	
		<ul style="list-style-type: none"> • การที่โลกธุรกิจไม่ชัด • การเป็นสื่อกลางระหว่างรัฐกับเอกชน • การสร้างความสามารถ/เสริมสร้างรากฐาน • สมรรถภาพของบุคลากร • กระบวนการภายใน/ลักษณะเฉพาะขององค์กร • การสนับสนุนด้านการตลาด 	

Importance Level	11	โดยปกติแล้วไม่/ การตัดสินใจในการเลือกสิ่งต่างๆ ในชีวิตของคุณ จะมีบางอย่างเป็นสำคัญมาก เช่น การเลือกซื้อบ้านสักหลัง แต่ก็มีบางอย่างเป็นเรื่องสำคัญน้อย เช่น การเลือกทานอาหารเพื่อไม่กระทบในวันหยุดเพียงที	
		การที่องค์กรตัดสินใจเลือกที่จะร่วมงานกับ สตอป . เป็นเป็นการตัดสินใจที่มีความสำคัญต่องานของคุณมากน้อยเพียงใด? (สำคัญเพียง)	
			1
			2
			3
		ทั้งสำคัญ และไม่สำคัญ	4
			5
		6	
		ไม่สำคัญเลย	7

Tolerance Level	12	ถ้าคุณไม่สามารถร่วมงานกับ สตอป . ได้อีกต่อไป คุณจะรู้สึกผิดหรือมากน้อยเพียงใด? (สำคัญเพียง)	
		ฉันจะรู้สึกผิดหรือเพียง	1
			2
			3
		เลย ๆ	4
			5
		ฉันจะไม่รู้สึกผิดหรือเลย	7

แบบสอบถาม

Running FWR _____

Running OFR _____

Job #58/137
Date July 1, 2015

Project Oxford

Thailand Convention & Exhibition Bureau Yearly Evaluation 2015
For Meetings/ Incentives/ Conventions/ Exhibitions and other related parties

This questionnaire is designed, as a tool, to gather information from all related parties related to MICE industry. It is to evaluate the overall performance of TCES in order to analyze strengths, weaknesses as well as to explore for better improvement for the future.

Part 1: Respondent profile

Q1. Type of organization

- Private Government Association / Independent Entity
 Others (please specify).....

Q2. What role does your organization/company play when working with TCES (Multiple answers)

- Service Provider Event Owner Event Organizer Government Sector Partner
 Private Sector Partner Others (please specify).....

Q3. Which of the following types does your organization/company belong to...when working with TCES? (Multiple answers)

- Meetings Incentive Convention Exhibition Government Corporate Affairs
 Media/Communication MICE Capabilities Education Others (please specify).....

Part 2: Opinion towards working performance of TCES

Q4. How much do you agree with the following statement regarding to the working performance of TCES?

		Level of agreement						
		Most <	6	5	4	3	2	> Least
	Internal affair / specific character of TCES							
1.	TCES has clear policy and direction to promote MICE industry so that it improves and is moving forward continuously							
2.	TCES has flexible rules and regulations when working with private organization/company and responds quickly to change							
3.	TCES allows related parties to participate in the improvement of MICE industry and listens to ideas for a continuous improvement							
4.	TCES is a professional management and is compatible internationally in the aspect of improving MICE industry							
	Improving MICE business							
5.	TCES has an important role to improve MICE business in overall							

Page 11

2015/137 Project Oxford
Copyright © Intage (Thailand) Co., Ltd. 2015

of 1

		Level of agreement						
		Most <	6	5	4	3	2	> Least
6.	TCES takes part in promoting Thailand to be ready as MICE destination							
7.	TCES takes part in creating business opportunities for MICE operators							
	Improving MICE capability and building MICE foundation							
8.	TCES provides information and knowledge regarding MICE industry							
9.	TCES improves the standard of MICE industry so that it is compatible internationally (Green Meeting or MICE Security Standard)							
	Mediating between governmental and private sectors							
10.	TCES has good and broad network and relationship with both government and private sectors							
	Staff capabilities							
11.	TCES's staffs are eager to work							
12.	TCES's staffs have ability to complete all projects							
13.	TCES's staffs are friendly and have service mind							
14.	TCES's staffs are knowledgeable and competent to improve MICE industry							
	Marketing support							
15.	TCES provides the overall marketing support including business platform (i.e., Trade show / Road show) and helps building relationship							
16.	TCES provides news and its moving trend of MICE industry							
17.	TCES provides other supports such as CSR joint-activity, welcoming reception for international meetings of government sectors							

Q5. Please specify your level of satisfaction towards TCES's service and management on MICE business

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

Q6. What do you satisfy towards TCES's working performance?

.....
.....
.....
.....

Q7. What do you NOT satisfy towards TCES's working performance?
(Data will be kept confidential and will not be reviewed if its source)

.....
.....
.....
.....

Page 11

2015/137 Project Oxford
Copyright © Intage (Thailand) Co., Ltd. 2015

of 1

แบบสอบถาม

Q8. Suggestions for improvement (Data will be kept confidential and will not be reviewed of its source)

.....

.....

.....

The following questions will reflect your feeling towards TCES. Please select the answer that is most applicable to your opinion.

Q9 Iteration	Which of the following statement fits best with your future relationship with TCES (single answer)	
	I think I would like to work with TCES for many years to come	1
		2
		3
	I think I would like to work with TCES for another 2-3 years but would like to explore for other alternatives	4
		5
		6
I do not think I want to work with TCES for too long. I would like to find support from other organizations already	7	

Q10 Influencing factor	According to your answer from Q8, why did you say so. Please rank the following factors where 1 means the most influential and 6 means the least influential (Rank)	
	• Improving MICE business	
	• Mediating between government and private sectors	
	• Improving MICE capability and building MICE foundation	
	• Staff capability	
	• Internal affair / specific character of TCES	
	• Marketing support	

Q11 Importance level	Normally when you make a decision in life, there will be things that is very important i.e., buying a house, and things that is not as important i.e., choosing a restaurant to dine in during the weekend.	
	How important is your decision to work with TCES affects your present job?	
	Very important	1
		2
		3
	Neither important nor not important	4
		5
	6	
Not important at all	7	

Page 11

202 (127) Project Detail
 Confidential & Data/50% of 30 version 2022

Page 2

Q12 Take user level	How would you feel if you will not be able to work with TCES ever again?	
	Very disappointing	1
		2
		3
	Neutral	4
		5
		6
Not disappointing at all	7	

Page 11

202 (127) Project Detail
 Confidential & Data/50% of 30 version 2022

Page 4