



แนวทางการกำหนดมาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์
ในภาคใต้ตอนล่าง
Guidelines for Standardizing the Venues for MICE Industry
in Lower Southern, Thailand

จันทร์จิตต์ ฐณะศิริ

Jantajit Thanasiri

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

A Thesis Submitted in Partial of the Requirements for the Degree of
Master of Business Administration (Tourism Management)

2557

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ขอรับรองว่า ผลงานวิจัยนี้เป็นผลมาจากการศึกษาวิจัยของนักศึกษาเอง และขอแสดงความขอบคุณบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านไว้ ณ ที่นี้

ลงชื่อ.....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ร้อยโท (หญิง) ดร.เกิตศิริ เจริญวิศาล)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ลงชื่อ.....

(นางสาวจันทร์จิตต์ ฐนะศิริ)

นักศึกษา

(4)

ข้าพเจ้าขอรับรองว่าผลงานวิจัยครั้งนี้ไม่เคยเป็นส่วนหนึ่งในการอนุมัติปริญญาในระดับใดมาก่อนและ
ไม่ได้ถูกใช้ในการยื่นขออนุมัติปริญญาในขณะนี้

ลงชื่อ.....

(นางสาวจันทร์จิตต์ ฐณะศิริ)

นักศึกษา

ชื่อวิทยานิพนธ์	แนวทางการกำหนดมาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ ในภาคใต้ตอนล่าง
ผู้เขียน	นางสาวจันทร์จิตต์ ฐนะศิริ
สาขาวิชา	การจัดการการท่องเที่ยว หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ปี พ.ศ.	2557

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์การวิจัยในครั้งนี้ คือ 1) เพื่อศึกษาและกำหนดปัจจัยในการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง 2) เพื่อศึกษาทัศนคติของกลุ่มผู้รับบริการที่มีต่อเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง 3) เพื่อเปรียบเทียบเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง 4) เพื่อหาแนวทางการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณร่วมกับเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้บริการสถานที่จัดงาน จำนวน 5 คน และแบบสอบถามสำหรับผู้รับบริการ จำนวน 255 คน อาศัยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sample) โดยเลือกจากองค์กรที่มีการจัดงานตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 – 2556 และใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลในระหว่างเดือนเมษายน – กรกฎาคม พ.ศ. 2557 และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ให้ข้อมูลจากกลุ่มผู้รับบริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเกณฑ์มาตรฐานขององค์ประกอบสถานที่จัดงานในปัจจุบันด้านการจัดจำหน่าย และด้านผลิตภัณฑ์/บริการมากที่สุด นอกนั้นให้ความสำคัญในระดับมากในปัจจุบันด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านกระบวนการบริการ ด้านการจัดรวมผลิตภัณฑ์/บริการ และด้านส่งเสริมการขาย

ในขณะที่ พบว่า ผู้รับบริการจำแนกตามองค์ประกอบ 4 องค์กร ได้แก่ 1) สมาคม 2) บริษัททั่วไป 3) หน่วยงานของรัฐและสถาบันการศึกษา และ 4) บริษัทผู้รับจัดงานมีอาชีพทัศนคติระดับความสำคัญของเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่างโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ใน 4 ปัจจัย ได้แก่ 1) การส่งเสริมการตลาด 2) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ 3) กระบวนการบริการ และ 4) พนักงาน

จากการวิเคราะห์เกณฑ์มาตรฐานขององค์ประกอบสถานที่จัดงาน สามารถเสนอ
แนวทางการกำหนดมาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง ได้รวม 4
ปัจจัยหลัก ได้แก่ 1) ด้านพนักงาน 2) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ 3) ด้านกระบวนการบริการ และ
4) ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยมีเกณฑ์มาตรฐานย่อยในแต่ละปัจจัยรวม 49 องค์ประกอบ

Title of Thesis	Guidelines for Standardizing the Venues for MICE Industry in Lower Southern, Thailand
Author	Miss Jantajit Thanasiri
Degree	Master of Business Administration (Tourism Management)
Year	2014

ABSTRACT

The purposes of this study were to; 1) study and determine the factors for standardizing the venues for MICE industry in lower southern 2) study the attitude of service receivers for the standard venues elements for MICE industry in lower southern 3) compare the standard venue elements for MICE industry in lower southern 4) found guidelines for standardizing the venues for MICE industry in lower southern. The research method used in this study was a qualitative research method integrating with a quantitative method for obtaining complete data. The structured interview was administered for 5 service providers who were the management of the venue and the questionnaire was completed by 255 representatives of organizers using the service obtained by purposive sampling. The sample groups had an experience in the service of each year during 2003-2013. Obtained data were analyzed by using the Statistical Package for the Social Science Program.

Results of the study revealed that most of the service users placed the highest importance of price, people (staff), place (distribution channel) and product/service. Beside, service users placed a high level of importance of the factor on physical environment, process of service, package and promotion.

Besides, it was found that within four groups of the service users placed the importance of the standard venue elements they had significantly different perception in four aspects of attitudes standard elements venue for the MICE industry in the lower southern, including people/staff, physical evidence, process of service and promotion.

Based on component analysis, the guidelines for standardizing the venues for MICE industry in lower southern include four major indicators and 49 minor ones, as follows: 1) people/staff 2) physical 3) process of service 4) promotion.

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาวิตยานิพนธ์เรื่อง แนวทางการกำหนดมาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง สำเร็จลงได้ด้วยความรู้และความช่วยเหลือจาก ผศ.รท.หญิง ดร.เกตุศิริ เจริญวิศาล อาจารย์ที่ปรึกษาวิตยานิพนธ์หลัก ดร.วัลลภา พัฒนา ประธานกรรมการสอบ วิตยานิพนธ์ และ ดร.ธีรศักดิ์ จินดาบถ กรรมการตรวจสอบวิตยานิพนธ์ ซึ่งสละเวลาให้ความรู้ คำแนะนำ คำปรึกษาและตรวจแก้ไขวิตยานิพนธ์ให้ออกมาสมบูรณ์ที่สุด ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ เป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณผู้ประกอบการสถานที่จัดงานอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่างทั้ง ประเภทศูนย์ประชุมและโรงแรม ผู้ตอบแบบสอบถามจากองค์กรภาครัฐ เอกชน สมาคม และผู้รับจัดงานมืออาชีพทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือและเสียสละให้เก็บข้อมูลอันเป็นประโยชน์กับ วิตยานิพนธ์ในครั้งนี้ รวมถึงตอบแบบสอบถาม ทำให้การค้นคว้าแบบอิสระครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ ด้วยดี

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์และบุคลากรหลักสูตรธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว และเพื่อนร่วมรุ่น MBA-TM3 ที่ช่วยเหลือในทุกๆ ด้าน รวมถึงมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ที่ให้การศึกษแก่ผู้เขียน ทำให้ผู้เขียนได้พบประสบการณ์ที่ดีมากมาย หลากอย่าง และเป็นสถาบันที่ผู้เขียนรู้สึกภาคภูมิใจในความเป็นลูกพระบิดา

เหนือสิ่งอื่นใดขอขอบพระคุณบิดา มารดา และครอบครัว ที่คอยเป็นกำลังใจและให้การช่วยเหลือสนับสนุนทุกด้านตลอดระยะเวลาการศึกษาวิจัย

ท้ายที่สุดนี้ ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลการวิจัยของวิตยานิพนธ์ครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อองค์กรธุรกิจที่เกี่ยวข้องและผู้สนใจทั่วไป หากมีสิ่งผิดพลาดประการใดหรือข้อบกพร่องประการใด ผู้วิจัยขอน้อมรับและขออภัยไว้ ณ ที่นี้ด้วย

จันทร์จิตต์ ฐนะศิริ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(5)
ABSTRACT	(7)
กิตติกรรมประกาศ	(9)
สารบัญ	(10)
สารบัญตาราง	(12)
สารบัญภาพ	(14)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญ	1
1.2 วัตถุประสงค์	4
1.3 สมมติฐานการวิจัย	4
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
1.5 ขอบเขตของการวิจัย	5
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ	6
1.7 ข้อจำกัดของการวิจัย	7
บทที่ 2 ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ พฤติกรรม ทัศนคติ และส่วนประสมการตลาด	8
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์	26
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจสถานที่จัดงาน	29
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับมาตรฐานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์	33
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	70
2.6 กรอบแนวคิดการวิจัย	73
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	74
ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาและกำหนดปัจจัยในการกำหนดเกณฑ์มาตรฐาน สถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง	74
ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาทัศนคติของกลุ่มผู้รับบริการที่มีต่อเกณฑ์มาตรฐานตาม องค์ประกอบสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ ตอนล่าง	77

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ขั้นตอนที่ 3 เปรียบเทียบเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบสถานที่จัดงาน สำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง	82
ขั้นตอนที่ 4 เสนอแนวทางการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานสถานที่จัดงาน สำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง	82
บทที่ 4 ผลการวิจัย	83
วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 การศึกษาและกำหนดปัจจัยในการกำหนด เกณฑ์มาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ ในภาคใต้ตอนล่าง	83
วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 ศึกษาทัศนคติของกลุ่มผู้รับบริการที่มีต่อเกณฑ์ มาตรฐานตามองค์ประกอบสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ใน ภาคใต้ตอนล่าง	89
ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มผู้รับบริการด้านสถานที่จัดงาน	90
ตอนที่ 2 ด้านทัศนคติของผู้รับบริการซึ่งเป็นตัวแทนของ องค์กรผู้รับบริการ	96
วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 3 เปรียบเทียบเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบ สถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง	113
วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 4 เสนอแนวทางการกำหนดเกณฑ์มาตรฐาน สถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง	115
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	119
สรุปผลการวิจัย	119
อภิปรายผล	126
ข้อเสนอแนะ	128
บรรณานุกรม	131
ภาคผนวก	135
ภาคผนวก ก แสดงตารางข้อมูล	136
ภาคผนวก ข แบบสัมภาษณ์ แบบสอบถาม	147
ภาคผนวก ค ประวัติผู้วิจัย	166

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1.1	ประมาณการมูลค่ารายได้ธุรกิจไมซ์ จากนักเดินทางชาวต่างชาติ ปี 2556-2559	2
2.1	รูปแบบส่วนประสมทางการตลาดของสถานที่จัดงานรูปแบบจำลอง	23
2.2	เปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับองค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อมสำหรับมาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์	57
2.3	รูปแบบการจัดหมวดหมู่องค์ประกอบด้านมาตรฐานสถานที่จัดงานตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (8Ps)	65
2.4	สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	72
3.1	กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1	76
3.2	กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาตามวัตถุประสงค์การศึกษาข้อที่ 2	78
4.1	จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูลผู้รับบริการจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล	91
4.2	จำนวนขององค์กรผู้รับบริการที่ระบุประเภทของงานที่เคยและไม่เคยเข้าร่วมในช่วงปี พ.ศ. 2552- 2556	93
4.3	จำนวนขององค์กรผู้รับบริการที่ระบุประเภทของงานที่เคยและไม่เคยเข้าร่วมในช่วงปี พ.ศ. 2557-2558	93
4.4	สรุปจำนวนและร้อยละของผู้รับบริการที่ระบุถึงจำนวนครั้งเฉลี่ยต่อปีขององค์กรที่เข้าร่วมจัดงานและมีแผนจะจัดงานประเภทต่างๆ ทั้งหมด	94
4.5	จำนวนและร้อยละขององค์กรผู้รับบริการจำแนกตามการเลือกสถานที่จัดงานที่เข้าร่วม	95
4.6	จำนวนและร้อยละขององค์กรผู้รับบริการจำแนกตามผู้ตัดสินใจคนสุดท้ายในการเลือกสถานที่จัดงานที่เข้าร่วม	96
4.7	ค่าคะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบสถานที่จัดงานด้านผลิตภัณฑ์/บริการขององค์กรผู้รับบริการ	98
4.8	ค่าคะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบสถานที่จัดงานด้านด้านราคาขององค์กรผู้รับบริการ	99
4.9	ค่าคะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบสถานที่จัดงานด้านช่องทางการจัดจำหน่ายขององค์กรผู้รับบริการ	100
4.10	ค่าคะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบสถานที่จัดงานด้านการส่งเสริมการขายขององค์กรผู้รับบริการ	102

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
4.11	ค่าคะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบสถานที่จัดงานด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพขององค์กรผู้รับบริการ	104
4.12	ค่าคะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบสถานที่จัดงานด้านกระบวนการบริการขององค์กรผู้รับบริการ	107
4.13	ค่าคะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบสถานที่จัดงานด้านพนักงานขององค์กรผู้รับบริการ	109
4.14	ค่าคะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบสถานที่จัดงานด้านการจัดรวมผลิตภัณฑ์/บริการขององค์กรผู้รับบริการ	110
4.15	ค่าคะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญเกณฑ์มาตรฐานสถานที่จัดงานสรุปในภาพรวมทุกปัจจัยขององค์กรผู้รับบริการ	111
4.16	แสดงการทดสอบความแตกต่างทัศนคติของกลุ่มผู้รับบริการกับเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบสถานที่จัดงานในปัจจัยโดยรวม จำแนกตามองค์กรกลุ่มย่อย	114
4.17	ลำดับความสำคัญของปัจจัยในการนำเสนอแนวทางการกำหนดมาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง	116

สารบัญญภาพ

ภาพ		หน้า
2.1	แสดงโมเดลการตัดสินใจ 5 ชั้นของการตัดสินใจซื้อ	14
2.2	องค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการ	18
2.3	ความสัมพันธ์ไมซ์ (MICE) กับธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง	27
2.4	องค์ประกอบของระบบการจัดการรักษาความปลอดภัย สำหรับ การจัดประชุม สัมมนา และนิทรรศการ	41
2.5	แสดงข้อกำหนดมาตรฐานระบบการจัดการพลังงาน ISO 50001: 2011	54
2.6	แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย	73

บทที่ 1

บทนำ

1. ที่มาและความสำคัญ

ในอดีตการจัดกิจกรรมขององค์กรต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการจัดประชุม การท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล การจัดสัมมนา และการจัดงานแสดงสินค้า หรือที่รู้จักกันในนาม “ไมซ์” (Meeting, Incentive, Convention and Exhibition: MICE) นิยมจัดในแถบภูมิภาคยุโรป เนื่องจากเป็นที่ตั้งของบริษัทใหญ่ของบริษัทข้ามชาติ และองค์กรระหว่างประเทศ แต่เมื่อพิจารณาข้อมูลจากรายงาน Statistic Report 2002-2011 โดย International Congress and Convention Association (ICCA) ที่ได้สะท้อนให้เห็นว่า สัดส่วนการจัดประชุมในปี พ.ศ. 2546 ที่กระจุกตัวอยู่ในภูมิภาคยุโรป ประมาณร้อยละ 57 ของการจัดประชุมทั่วโลก มีแนวโน้มค่อย ๆ ลดลงมาอยู่ที่ประมาณร้อยละ 54 ในปี พ.ศ. 2554 ในขณะที่สัดส่วนจำนวนการจัดประชุมในภูมิภาคเอเชียและตะวันออกกลางในปี พ.ศ. 2546 ที่คิดเป็นร้อยละ 14 ของการจัดงานประชุมทั่วโลก มีแนวโน้มค่อย ๆ เพิ่มขึ้นมาอยู่ที่ประมาณร้อยละ 17 ในปี พ.ศ. 2554 ซึ่งมีมูลค่ารายได้รวม 4,060 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจากในปี พ.ศ. 2553 ที่มีมูลค่ารายได้รวม 3,518 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 15 ต่อปี (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2556)

สำหรับประเทศไทยธุรกิจไมซ์ เป็นหนึ่งในธุรกิจบริการที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศและมีความเชื่อมโยงกับธุรกิจการท่องเที่ยวอย่างใกล้ชิด จากข้อมูลของสำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) (Thailand Convention & Exhibition Bureau: TCEB) ระบุว่า มูลค่ารายได้ธุรกิจไมซ์จากนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย ได้เพิ่มขึ้นจาก 59,735 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2550 ไปสู่ 79,770 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2555 หรือเติบโตขึ้นโดยเฉลี่ยร้อยละ 7 ต่อปี และมีการประมาณการว่าจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นไปสู่ระดับ 113,982 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2559 หรือเติบโตขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 9 ต่อปี โดยการแสดงสินค้านานาชาติ และการประชุมนานาชาติ เป็นกลุ่มที่มีการเจริญเติบโตอย่างโดดเด่น (ตาราง 1.1)

(ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2556)

ตาราง 1.1 ประมาณการมูลค่ารายได้ธุรกิจไมซ์ จากนักเดินทางชาวต่างชาติ ปี 2556-2559

รูปแบบ	รายได้ (ล้านบาท)		
	พ.ศ. 2555	พ.ศ. 2556 f	พ.ศ. 2559 f
การประชุมนานาชาติ	28,224	30,520	40,856
การประชุมองค์กร	24,412	26,397	33,391
การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	14,423	15,602	33,391
การแสดงสินค้านานาชาติ	12,711	13,751	19,999
รวม	79,770	86,270	113,982

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2556

นอกจากนี้ จากการจัดอันดับความสามารถการแข่งขันด้านการเดินทางและการท่องเที่ยว ของ World Economic Forum (WEF) ปี พ.ศ. 2554 พบว่าประเทศไทยจัดอยู่ในอันดับที่ 41 จาก 139 ประเทศทั่วโลก และอันดับที่ 10 ของเอเชียแปซิฟิก (ปี พ.ศ. 2553 ไม่มีการจัดอันดับ) นอกจากนี้ ICCA (International Congress and Convention Association) ได้รวบรวมข้อมูลธุรกิจการประชุมนานาชาติทั่วโลก พบว่า ในปี พ.ศ. 2553 มีการจัดประชุม 9,120 ครั้ง ประเทศที่จัดประชุมมากที่สุด คือ สหรัฐอเมริกา จำนวน 623 ครั้ง สำหรับประเทศไทยมีการจัดประชุมนานาชาติ 88 ครั้ง เมื่อเปรียบเทียบกับในสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ASEAN) แล้ว ประเทศไทยมีจำนวนครั้งการจัดประชุมนานาชาติอยู่อันดับที่ 3 รองจากประเทศสิงคโปร์ และมาเลเซีย ตามลำดับ (ศูนย์สารสนเทศยุทธศาสตร์ภาครัฐ, 2555)

ภายใต้การขยายตัวของความต้องการบริการธุรกิจไมซ์ในตลาดโลก ประกอบกับการรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ ASEAN Economic Community (AEC) ที่จะเป็ปัจจัยเสริมให้ความต้องการบริการธุรกิจไมซ์ในตลาดระดับภูมิภาคขยายตัว อันเนื่องมาจากการเติบโตของการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศในกลุ่มอาเซียน นับได้ว่าเป็นโอกาสที่สำคัญในการเพิ่มมูลค่ารายได้ธุรกิจไมซ์ในประเทศไทย ทั้งนี้หากพิจารณาขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจไมซ์ในประเทศไทย ที่มีความทัดเทียมกับประเทศพัฒนาแล้วหลาย ๆ ประเทศ และข้อได้เปรียบไม่ว่าจะเป็นค่าใช้จ่ายในการจัดงานที่ไม่สูงมากนักเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่น ๆ สภาพภูมิอากาศที่เหมาะสมทำเลที่ตั้งของประเทศที่เป็นจุดศูนย์กลางของภูมิภาค รวมถึงภาพลักษณ์ของประเทศไทยในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย และความโดดเด่นในด้านอัยาศัยของผู้คนซึ่งเป็นที่ยื่นชอบของชาวต่างชาติ จึงกล่าวได้ว่าประเทศไทยมีความเหมาะสมต่อการจัดงานในกลุ่มอุตสาหกรรมไมซ์

แม้ว่าในปัจจุบัน ประเทศไทยจะมีขีดความสามารถในการรองรับการจัดงานกลุ่มไมซ์อย่างเพียงพอ แต่การเพิ่มขึ้นของจำนวนการจัดงานและจำนวนนักเดินทางต่างชาติในอนาคต ประกอบกับผลจากการรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ที่จะนำมาซึ่งโอกาสของประเทศไทย ในการเป็นศูนย์กลางหรือเป็นเจ้าภาพการจัดงานในกลุ่มไมซ์ของภูมิภาค จึงจำเป็นอย่างยิ่งในการเตรียมความพร้อมทั้งในเชิงรุกและเชิงรับของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้ประกอบการ ที่ต้องมุ่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและยกระดับการให้บริการด้านต่างๆ ให้เป็นสากล โดยเฉพาะอย่างยิ่งในจังหวัดที่มีศักยภาพในการเป็นสถานที่จัดงานในกลุ่มไมซ์ เช่น เชียงใหม่ ขอนแก่น ชลบุรี ภูเก็ต สงขลา ซึ่งจากเดิมการจัดงานมักกระจุกตัวอยู่เพียงในกรุงเทพมหานคร จะเห็นได้จากการที่สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) ซึ่งเป็นหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบเกี่ยวกับธุรกิจไมซ์ ได้มีการสร้างและปรับมาตรฐานต่างๆ เกี่ยวกับการจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ เช่น มาตรฐานการรักษาความปลอดภัยในการจัดงานไมซ์ (MSMS: MICE Security Management System) มาตรฐานการจัดการความปลอดภัยด้านอาหาร (ISO 22000: Food Safety) รวมถึงการจัดงานไมซ์แบบสีเขียว โดยยึดหลักมาตรฐานสากลในการจัดงานประชุมสีเขียว (ISO 50001: Green Meeting Standard) เพื่อให้อุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยมีมาตรฐานและเป็นที่ยอมรับสู่สากลในระดับภูมิภาคอาเซียน

สำหรับสถานที่จัดงาน (Venue) ซึ่งนับว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญในอุตสาหกรรมไมซ์ (เกิดศิริ เจริญวิศาล, 2552: 3) ปัจจุบันยังไม่มีข้อกำหนดมาตรฐานด้านคุณภาพและบริการ สำหรับสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ที่ชัดเจน ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความมั่นใจในกลุ่มลูกค้า ผู้รับบริการในธุรกิจไมซ์ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาหาแนวทางในการยกระดับมาตรฐานสถานที่จัดงานประเภทศูนย์ประชุมโดยมุ่งศึกษาในเขตภาคใต้ เนื่องจากภาคใต้ตอนล่างเปรียบเสมือนประตูสู่ภูมิภาคอาเซียน (Gateway to Asean) หากประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ซึ่งจะก่อตั้งขึ้นอย่างเป็นทางการ ในปี พ.ศ. 2558 ประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้โดยเฉพาะประเทศมาเลเซีย สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย ซึ่งนับเป็นประเทศที่เริ่มมีเศรษฐกิจที่แข็งแกร่งและเติบโตขึ้นเป็นลำดับ (bangkokbiznews.com, 2014) จึงเป็นโอกาสสำหรับกลุ่มอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่างในการยกระดับมาตรฐานสถานที่จัดงานในประเทศสู่สากลในระดับภูมิภาคเพื่อรองรับตลาดอาเซียน โดยสถานที่จัดงานประเภทศูนย์ประชุม ซึ่งถือเป็นสถานที่จัดงานที่สามารถรองรับตลาดขนาดใหญ่ งานทุกรูปแบบอย่างครบวงจรของธุรกิจไมซ์ ทั้งการจัดประชุม สัมมนาและงานแสดงสินค้าในระดับชาติและนานาชาติ โดยการจัดในระดับนานาชาตินั้นเป็นที่ทราบกันดีว่าผู้เข้าร่วมประชุมกลุ่มนี้เป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพมีระดับการใช้จ่ายสูงกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป 2-3 เท่า (ศูนย์สารสนเทศแห่งชาติ, 2556) ดังนั้นเพื่อให้ผู้ประกอบการ ภาครัฐและเอกชนสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่างสามารถนำเกณฑ์มาตรฐานดังกล่าวไปใช้ให้เป็นไปในแนวทางเดียวกัน เพื่อรองรับการจัดงานขนาดใหญ่หรืองานระดับนานาชาติ และสนองตอบต่อนโยบายของภาครัฐที่ต้องการผลักดันประเทศ

ไทยให้ก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาคเอเชีย นอกจากนี้ยังเป็นการสร้างมูลค่าและรายได้ให้กับผู้ประกอบการและชุมชนอย่างยั่งยืน แสดงถึงศักยภาพของประเทศไทยในระดับมาตรฐานสากล และเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับประเทศชาติในอุตสาหกรรมไมซ์ต่อไป

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

- 2.1. เพื่อศึกษาและกำหนดปัจจัยในการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง
- 2.2. เพื่อศึกษาทัศนคติของกลุ่มผู้รับบริการที่มีต่อเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง
- 2.3. เพื่อเปรียบเทียบเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง
- 2.4. เพื่อหาแนวทางการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง

3. สมมติฐานการวิจัย

กลุ่มผู้รับบริการที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อระดับความสำคัญของเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่างโดยรวมแตกต่างกัน

4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 4.1 ผู้ประกอบการและผู้จัดการของสถานที่จัดงานที่เป็นศูนย์ประชุมและที่อยู่ในโรงแรมในภาคใต้ตอนล่างสามารถนำเกณฑ์มาตรฐานไปใช้ในการตรวจสอบ และปรับมาตรฐานสถานที่จัดงานให้ได้มาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง
- 4.2 ผู้ประกอบการและผู้จัดการของสถานที่จัดงานที่เป็นศูนย์ประชุมและที่อยู่ในโรงแรมที่กำลังจะเกิดขึ้นใหม่ในภาคใต้ตอนล่างหรือเมืองหลักของประเทศไทย เช่น เชียงใหม่ ขอนแก่น ชลบุรี ภูเก็ต จะได้ใช้ผลการศึกษาเป็นแนวทางในการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานสถานที่จัดงานให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า
- 4.3 ผู้บริหารของสำนักงานส่งเสริมการประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) ผู้บริหารของสมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) (TICA) ผู้บริหารของสมาคมการแสดงสินค้า (ไทย) (TFA) สามารถนำข้อมูลไปใช้เพื่อเป็นประโยชน์ต่อสมาชิกในภาคใต้ตอนล่าง โดยการให้คำปรึกษาและจัดอบรมเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันตลอดจนส่งเสริมกิจกรรมทางการตลาดระดับภาคใต้ตอนล่าง เพื่อรองรับการเป็นประตูสู่ภูมิภาคอาเซียนเมื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

4.4 นักวิชาการและนักวิจัยอื่นๆ ได้พื้นฐานความรู้เกี่ยวกับแนวทางการกำหนดมาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับภาคใต้ตอนล่างเพื่อใช้ในงานวิชาการและเป็นแนวทางเพื่อประกอบการค้นคว้าและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์สำหรับผู้สนใจในอนาคต

5. ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัย เรื่อง แนวทางการกำหนดมาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง มีขอบเขตของการวิจัยดังนี้

5.1 ขอบเขตเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาในประเด็นการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง โดยนำระบบมาตรฐานสากล หรือ ISO (International Organization for Standardization) ที่สอดคล้องกับอุตสาหกรรมไมซ์มาเป็นเกณฑ์ในการกำหนดมาตรฐาน ได้แก่ 1) มาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหาร (ISO 22000: Food Safety Standard) 2) ระบบการบริหารความปลอดภัยสำหรับการจัดงานไมซ์ (TISI 22300: (MSMS) MICE Security Management System) 3) มาตรฐานระบบการบริหารด้านพลังงาน (ISO 50001: Energy Management Standard) และ 4) มาตรฐานการบริหารจัดการไม่ใช้อย่างยั่งยืน (ISO 20121: Event Sustainability Management Standard) ผสมผสานกับกรอบส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งประกอบด้วย 8 ด้าน ดังนี้ ผลิตภัณฑ์/บริการ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) พนักงาน (People/Staff) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) กระบวนการบริการ (Process of service) การจัดรวมผลิตภัณฑ์/บริการ (Package)

5.2 ขอบเขตพื้นที่

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาสถานที่จัดงานในภาคใต้ตอนล่าง ตามบัญชีรายชื่อของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) โดยมีการแบ่งกลุ่มสมาชิกเป็นศูนย์ประชุม (Convention and Exhibition Center) และที่เป็นศูนย์ประชุมที่อยู่ในโรงแรม (Convention Hotel) (TCEB., 2014: online)

5.3 ขอบเขตด้านประชากร

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาผู้เกี่ยวข้อง 2 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1 กลุ่มประชากรเพื่อการวิจัยเชิงคุณภาพ คือ กลุ่มผู้ให้บริการ ได้แก่ ผู้บริหารของสถานที่จัดงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่างตามบัญชีรายชื่อที่เป็นคู่ค้าทางธุรกิจ (Industry Partner Listings) ของ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) คือ สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) และสมาคมการแสดงสินค้า (ไทย) มี 2 กลุ่ม คือ ศูนย์

ประชุม 1 แห่ง และศูนย์ประชุมที่อยู่ในโรงแรม 6 แห่ง โดยแต่ละแห่งมีตัวแทน แห่งละ 1 ราย รวมกลุ่มตัวอย่าง 7 ราย

กลุ่มที่ 2 กลุ่มประชากรเพื่อการวิจัยเชิงปริมาณ คือ กลุ่มผู้รับบริการ ได้แก่ กลุ่มที่เป็นเจ้าภาพจัดงาน ที่เป็นกิจกรรมอันเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ ในระดับองค์กรมี 4 กลุ่ม คือ

1) หน่วยงานของรัฐและสถาบันการศึกษา 2) บริษัททั่วไป 3) สมาคม และ 4) บริษัทผู้รับจัดงานมืออาชีพ จำนวน 255 ราย

5.4 ขอบเขตด้านเวลา

การศึกษานี้ใช้ระยะเวลา ตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2557 ถึงเดือนธันวาคม 2557 รวมเวลา 12 เดือน มีขั้นตอนและระยะเวลาในการวิจัยดังนี้

1) ขั้นตอนที่ 1 มีระยะเวลา 3 เดือน เพื่อจัดทำโครงร่างการวิจัย ระหว่างเดือนมกราคม – มีนาคม พ.ศ. 2557

2) ขั้นตอนที่ 2 มีระยะเวลา 4 เดือน เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล ระหว่างเดือนเมษายน – กรกฎาคม พ.ศ. 2557

3) ขั้นตอนที่ 3 มีระยะเวลา 2 เดือน เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลการวิจัย ระหว่างเดือนสิงหาคม – กันยายน พ.ศ. 2557

4) ขั้นตอนที่ 4 มีระยะเวลา 2 เดือน เพื่อประเมินความเหมาะสม และการยอมรับในแนวทางการกำหนดมาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง เพื่อนำไปประยุกต์ใช้กับสถานที่จัดงาน ระหว่างเดือนตุลาคม พ.ศ. 2557 – พฤศจิกายน พ.ศ. 2557

5) ขั้นตอนที่ 5 มีระยะเวลา 1 เดือน เพื่อการปรับปรุงแก้ไขความถูกต้องในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย ก่อนนำเสนอผลงานวิจัย ระหว่างเดือนธันวาคม พ.ศ. 2557

6. นิยามศัพท์เฉพาะ

อุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) หมายถึง อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดประชุม ภายในองค์กร (Meeting) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและมีกิจกรรมการประชุมร่วมด้วย (Incentive) ธุรกิจการจัดประชุมขององค์กรร่วมกับองค์กรอื่น (Convention) การแสดงนิทรรศการ/สินค้า (Exhibition/Trade show)

สถานที่จัดงาน (Venue) หมายถึง สถานที่จัดงานที่อยู่ในโรงแรม (Convention Hotel) และที่เป็นศูนย์ประชุม (Convention and Exhibition Center) ในภาคใต้ตอนล่างที่ให้บริการด้านการจัดงานที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมของอุตสาหกรรมไมซ์ ตามรายชื่อของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) ที่สามารถรองรับจำนวนผู้เข้าร่วมงานได้มากกว่า 500 คนขึ้นไป ซึ่งได้แก่

- 1) ศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
- 2) โรงแรมเรือรักษา
- 3) โรงแรมธรรมรินทร์ ธนา
- 4) โรงแรมวัฒนา พาร์ค
- 5) โรงแรมอนันตรา สิกะ รีสอร์ท แอนด์ สปา
- 6) โรงแรมซี เอส ปัตตานี
- 7) โรงแรมพาววิลเลียน สงขลา

ภาคใต้ตอนล่าง (Lower Southern Provinces) หมายถึง จังหวัดทางภาคใต้ของประเทศไทย 7 จังหวัด ได้แก่ ตรัง นราธิวาส ปัตตานี พัทลุง ยะลา สตูล สงขลา

ผู้รับบริการ (Service Receivers) หมายถึง องค์กรที่เป็นเจ้าภาพจัดงาน (Organizer) ที่เกี่ยวกับกิจกรรมไมซ์ ประกอบด้วย 4 กลุ่มองค์กร คือ (1) หน่วยงานของรัฐและสถาบันการศึกษา (2) บริษัททั่วไป (3) สมาคม และ(4) บริษัทผู้รับจัดงานมืออาชีพ

ผู้ให้บริการ (Service Providers) หมายถึง ผู้ประกอบการหรือผู้บริหารที่ให้บริการด้านสถานที่จัดงาน (Venue)

สสปน. (TCEB) หมายถึง สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) (Thailand Convention & Exhibition Bureau: TCEB) จัดตั้งขึ้นเมื่อ ปี พ.ศ. 2545 เนื่องจากธุรกิจไมซ์ มีลักษณะเฉพาะตัวและมีการแข่งขันสูง จึงมีการจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการขึ้น เพื่อการทำงานเป็นระบบ โดยแยกงานด้านนี้ออกมาจากโครงสร้างองค์การของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

7. ข้อจำกัดของการวิจัย

เนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณร่วมกับการวิจัยเชิงคุณภาพ มีการสัมภาษณ์แบบเชิงลึกผู้บริหารในสถานที่จัดงานในรูปแบบห้องประชุมในโรงแรมหรือศูนย์ประชุมที่สามารถรองรับจำนวนผู้เข้าร่วมงานได้มากกว่า 500 คนขึ้นไปในพื้นที่ภาคใต้ตอนล่าง ตามบัญชีรายชื่อของสำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) ดังนั้นข้อจำกัดของการวิจัยในครั้งนี้ คือ ขอบเขตด้านพื้นที่ของสถานที่จัดงาน ตามที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ซึ่งไม่สามารถควบคุมได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความยินดีของสถานที่จัดงานในรูปแบบห้องประชุมในโรงแรมหรือศูนย์ประชุมที่จะให้ความร่วมมือในการให้ข้อมูล

บทที่ 2

ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง “แนวทางการกำหนดมาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง (Guidelines for Standardizing the Venues for MICE Industry in Lower Southern, Thailand)” ผู้วิจัยได้ศึกษา ค้นคว้าหาความรู้จากตำรา เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อทำความเข้าใจถึง ทฤษฎี แนวคิดและงานวิจัย โดยเสนอหัวข้อตามลำดับ ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ พฤติกรรม ทักษะ และส่วนประสมทางการตลาดของสถานที่จัดงาน
2. แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์
3. แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจสถานที่จัดงาน
4. แนวคิดเกี่ยวกับมาตรฐานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
6. กรอบแนวคิดการวิจัย

1. แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ พฤติกรรม ทักษะ และส่วนประสมการตลาด

1.1 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ

Kotler, Bowen, Markens (2003: 18) ได้กล่าวว่า คุณภาพมีผลกระทบโดยตรงกับความเป็นไปได้ของสินค้าและบริการ ดังนั้นคุณภาพจึงมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับคุณค่าและความพึงพอใจของลูกค้า ก็ทำให้เข้าใจได้แคบลงว่า คุณภาพก็คือ ความอิสระจากข้อบกพร่อง (freedom from defects) ซึ่งองค์กรที่คำนึงถึงลูกค้าเป็นหลักก็พยายามทำให้คำจำกัดความของคุณภาพแคบลง โดยการให้คำจำกัดความของคุณภาพว่า “คุณภาพคือเงื่อนไขความพึงพอใจของลูกค้า”

ความหมายของคุณภาพการบริการมีผู้ให้นิยามไว้หลากหลาย ดังนี้

คุณภาพการบริการ (Service Quality) หมายถึง การประเมินของผู้บริโภคเกี่ยวกับความดีเลิศ หรือความเหนือกว่าของการบริการ (Zeithaml and Bitner, 2003) และได้มีนักวิชาการหลายท่านให้ความเห็นว่า ผู้บริโภคจะประเมินคุณภาพการบริการ โดยการเปรียบเทียบบริการที่คาดหวัง (Expected service) กับบริการตามความรับรู้ (Perceived Service) ว่ามีความสอดคล้องกันมากเพียงไร (Kotler, 2000; Zeithaml and Bitner, 2003)

อนุวัฒน์ ศุภชุตikul (2541) ได้กล่าวว่าคุณภาพ คือ ภาวะที่เกื้อกูลต่อผู้ใช้บริการหรือลูกค้า ด้วยการตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าอย่างเหมาะสมตามวิชาชีพและความรู้ที่ทันสมัย โดยมีองค์ประกอบดังต่อไปนี้ คือ ไม่มีปัญหา (Zero defect) คือ การไม่มีความเสี่ยง

ไม่มีสภาวะแทรกซ้อน ทำในสิ่งที่ถูกต้องอย่างเหมาะสมตั้งแต่เริ่มแรก ลูกค้าพอใจ (Response to Customer's need & Expectation) ความพอใจของลูกค้าจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อความต้องการที่จำเป็น (Need) ของตนได้รับการตอบสนองได้มาตรฐาน (Professional Standard) เป็นการปฏิบัติตามแนวทางที่กำหนดขึ้นจากความรู้ที่ทันสมัย เหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจของสังคม คุณภาพชีวิต (Quality of Life) เป็นผลลัพธ์ที่พึงประสงค์ของระบบบริการ

สมเกียรติ โภธิสัจย์ (2542) ให้ความหมายคุณภาพการบริการว่า คุณภาพหมายถึง การทำตามมาตรฐานที่กำหนดไว้เพื่อแก้ปัญหาและตอบสนองความต้องการ (Need) ของลูกค้าผู้ใช้สินค้าและบริการ การที่ผลงานของเราเป็นคุณประโยชน์ต่อลูกค้านั้น จะต้องทำในสิ่งที่ควรทำให้ถูกต้องตั้งแต่เริ่มแรก (Do right thing since the first time) การทำสิ่งที่ควรทำคือการแก้ปัญหาหรือตอบสนองความต้องการของลูกค้า การทำให้ถูกต้องแต่เริ่มแรกคือ การปฏิบัติตามมาตรฐานทางเทคนิคหรือมาตรฐานวิชาชีพ

การสร้างคุณภาพในการบริการนั้นต้องมีการวิเคราะห์ในด้านต่าง ๆ ของธุรกิจเพื่อให้ธุรกิจสามารถรองรับเหตุการณ์ในด้านต่างๆ ได้อย่างรวดเร็วไม่เกิดผลกระทบต่อธุรกิจมาก จึงต้องมีหลักในการวิเคราะห์ธุรกิจในแต่ละด้าน ดังนี้

1. **ราคา (Price)** เป็นเกณฑ์ขั้นต่ำที่ลูกค้าใช้เป็นตัวกำหนดคุณภาพของงานบริการ ลูกค้าจะคาดหวังว่าเขาจะต้องได้รับคุณภาพเหมาะสมกับมูลค่าของเงินที่เขาจ่ายไป หากเปรียบเทียบคุณค่าของการบริการที่เขาได้รับว่าเหมาะสมกับราคาของการบริการก็จะส่งผลต่อการยอมรับ แต่ถ้าลูกค้าไม่ได้รับการบริการที่เขาคิดว่าเหมาะสมกับมูลค่าเงินที่เขาจ่าย โดยเฉพาะเมื่อมีบริการรูปแบบเดียวกันมาให้เปรียบเทียบ ก็จะกลายเป็นความไม่พึงพอใจ ดังนั้นการตั้งราคาจึงควรพิจารณาให้เหมาะสมกับคุณภาพของบริการ ความคาดหวังของลูกค้า และการแข่งขัน

2. **สถานการณ์แวดล้อม (Environment)** ไม่ว่าจะเป็นสภาพเศรษฐกิจที่กระทบต่อผู้บริโภค ข่าวสารที่เกี่ยวกับการบริการ การบอกต่อของลูกค้ารายอื่น ๆ การเข้ามาของคู่แข่งชั้นล้วนส่งผลต่อความนึกคิดและความรู้สึกในการตัดสินใจของลูกค้าทั้งแง่บวกและแง่ลบ

3. **ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors)** ทศนคติ ความเข้าใจต่อการบริการ และอารมณ์ของลูกค้าขณะที่รับบริการสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความลำเอียงการประเมินคุณภาพการบริการ และส่งผลให้ประเมินคุณภาพต่ำกว่าที่เป็นหรือรู้สึกจริงๆ

4. **คุณภาพสินค้า (Good Quality)** สิ่งหนึ่งที่จะช่วยให้การบริการมีคุณภาพ คือ สินค้าที่ใช้ควบคู่กับการบริการ การบริการที่มีคุณภาพและพึงพอใจมักจะใช้สินค้าที่ดีควบคู่ไปกับการให้บริการ เช่น ร้านอาหารที่เลือกใช้วัตถุดิบที่ดี หรืออยู่ซ่อมรถที่เลือกใช้อะไหล่ที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน เป็นต้น จะเห็นได้ว่าการบริการต้องการสินค้าที่มีมาตรฐานที่ดีมาใช้ควบคู่กัน ไม่มีลูกค้ารายใดที่ต้องการสินค้าคุณภาพต่ำในการบริการที่ตนเองจะได้รับ ดังนั้นธุรกิจจึงจำเป็นต้องพิจารณาเลือกใช้แต่สินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐาน ไม่นำของเก่าหรือของหมดสภาพการใช้งานมาใช้กับ

ลูกค้า เพราะถ้าหากลูกค้ารู้ไม่เพียงแต่จะเกิดความไม่พึงพอใจ แต่จะไม่กลับมาใช้อีกและยังจะบอกต่อถึงพฤติกรรมที่ไม่ดีของธุรกิจนั้นๆ อีกด้วย

เกณฑ์การพิจารณาถึงคุณภาพของการให้บริการ มีดังนี้

1. **การเข้าถึงลูกค้า** หรือความสามารถในการเข้าถึงลูกค้า หมายถึง ลูกค้าสามารถเข้ามาใช้บริการได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ธุรกิจบริการจึงต้องคำนึงถึงการอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่รวดเร็ว เพื่อไม่ให้ลูกค้าต้องรอนาน
2. **การติดต่อสื่อสาร** เป็นการบอกให้ลูกค้าทราบถึงรายละเอียดของสินค้าและบริการต่าง ๆ ที่ถูกต้อง ชัดเจน ใช้ภาษาที่ลูกค้าเข้าใจง่ายและควรมีภาพประกอบ
3. **ความสามารถ** หมายถึง ความรู้ ความสามารถและความชำนาญในการให้บริการของพนักงาน เพื่อความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า ว่าลูกค้าจะได้รับการบริการที่ถูกต้องและยุติธรรม
4. **ความสุภาพ อ่อนโยน** หมายถึง การแสดงความเป็นน้ำใจ จริงใจ และความเป็นกันเอง
5. **ความเชื่อถือได้** หมายถึง การสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ลูกค้า โดยให้บริการที่ดีที่สุด ให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นว่าได้รับบริการที่ดีที่สุดและพอใจที่สุด
6. **ความไว้วางใจ** ลูกค้าจะเกิดความไว้วางใจ เมื่อลูกค้าได้รับการบริการอย่างถูกต้องสม่ำเสมอ เท่าเทียมกับลูกค้ารายอื่น เพราะเมื่อลูกค้าเกิดความไว้วางใจก็จะเกิดความจงรักภักดีในสินค้าและบริการไม่เปลี่ยนใจไปใช้บริการของคู่แข่ง
7. **การตอบสนองลูกค้า** หมายถึง การให้บริการตอบสนองลูกค้าทันที เมื่อลูกค้าต้องการใช้บริการหรือเกิดปัญหา
8. **ความปลอดภัย** ผู้รับบริการจะต้องได้รับความปลอดภัยในการใช้บริการ ไม่เสี่ยง ไม่เกิดปัญหาต่างๆ ตามมาในภายหลัง
9. **การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก** ทำให้ลูกค้าสามารถคาดคะเนคุณภาพของบริการได้ หรือทำให้ลูกค้าสามารถสัมผัสได้ด้วยความรู้สึกว่าจะได้รับบริการในระดับใด
10. **การรู้จักและเข้าใจลูกค้า** ผู้ให้บริการควรทราบดีว่าลูกค้าต้องการอะไร ให้ความสนใจและตอบสนองความต้องการนั้นอย่างรวดเร็ว ก่อนที่ลูกค้าจะเปลี่ยนใจไปใช้บริการของคู่แข่งรายอื่น (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2544)

ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า คุณภาพการบริการ คือการปฏิบัติตามแนวมาตรฐานที่กำหนดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าตั้งแต่เริ่มแรกอย่างเหมาะสม ทำให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจเกินกว่าที่ได้คาดหวังไว้ โดยการสร้างคุณภาพในการบริการนั้นต้องพิจารณาถึงเกณฑ์ต่างๆ คือการเข้าถึงลูกค้า การติดต่อสื่อสาร ความสามารถ ความสุภาพอ่อนโยน ความเชื่อถือได้ ความไว้วางใจ การตอบสนองของลูกค้ ความปลอดภัย การสร้างบริการให้เป็นที่รู้จัก

และการเข้าใจลูกค้า นอกจากนี้ต้องมีการวิเคราะห์ด้านราคา สถานการณ์แวดล้อม ปัจจัยส่วนบุคคล และคุณภาพสินค้าของธุรกิจประกอบด้วย เพื่อป้องกันผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อธุรกิจ

1.2 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมและทัศนคติผู้บริโภค

1.2.1 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม

Sehiffman and Kanuk (1970: 150) กล่าวว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นพฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออกไม่ว่าจะเป็นการเสาะหา ซื้อ ใช้ ประเมิน หรือการบริโภคผลิตภัณฑ์ บริการและแนวคิดต่างๆ ซึ่งผู้บริโภคคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนได้ เป็นการศึกษาการตัดสินใจของผู้บริโภคในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ ทั้งเงิน เวลา และกำลังเพื่อบริโภคสินค้าและบริการต่างๆ อันประกอบด้วย ซื้ออะไร ทำไมจึงซื้อ ซื้อเมื่อไหร่ อย่างไร ที่ไหนและบ่อยแค่ไหน

Blackwell (2001: 6) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กิจกรรมที่บุคคล ดำเนินการ เมื่อได้รับ เมื่อบริโภค และเมื่อจับจ่ายใช้สอยซึ่งสินค้าและบริการ หรืออีกนัยหนึ่งในแง่เป็นการศึกษาว่าทำไมคนถึงซื้อ เมื่อนักการตลาดทราบถึงเหตุผลว่าทำไมผู้บริโภคถึงซื้อผลิตภัณฑ์หรือตราสินค้านั้นๆ นักการตลาดสามารถนำเหตุนี้ไปเป็นหลักในการพัฒนาและวางกลยุทธ์ที่สามารถมีอิทธิพลต่อผู้บริโภคในภายภาคหน้า

เสรี วงษ์มณฑา (2542: 32) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior) เป็นการศึกษาเรื่องการตอบสนองความต้องการและความจำเป็น (Needs) ของผู้บริโภคให้เกิดความพอใจ (Satisfaction) นักการตลาดจะตอบสนองผู้บริโภคให้เกิดความพอใจได้นั้น จึงจำเป็นต้องทำความเข้าใจผู้บริโภค เพราะถ้าไม่เข้าใจว่าผู้บริโภคคือใคร ไม่เข้าใจว่าเขาต้องการอะไร ชอบหรือไม่ชอบสิ่งใด ก็ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของเขาได้

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2542: 112) กล่าวว่า พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคคนสุดท้าย บุคคลและครอบครัวที่ทำการซื้อสินค้าและบริการเพื่อการบริโภคส่วนตัว ผู้บริโภคคนสุดท้ายเหล่านี้ทั้งหมดรวมกันเป็นตลาดเพื่อผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior) หมายถึง พฤติกรรมการตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและบริการใช้สินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของเขา (Solomon, 2002: 528)

ในระบบช่องทางการจัดจำหน่าย ประกอบด้วย ผู้ผลิต คนกลาง ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม ซึ่งอาจจะใช้ช่องทางตรง (Direct channel) จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม และใช้ช่องทางอ้อม (Implementing) และการควบคุมการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบ ปัจจัยการผลิตและสินค้าสำเร็จรูป จากจุดเริ่มต้นไปยังจุดสุดท้ายในการบริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยมุ่งหวังกำไร (Kotler and Armstrong, 2004: G-6) หรือหมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม การกระจายตัว

สินค้าที่สำคัญ มีดังนี้ (1) การขนส่ง (Transportation) (2) การเก็บรักษาสินค้า (Storage) และการคลังสินค้า (Warehousing) (3) การบริหารสินค้าคงคลัง (Inventory Management)

1 ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

চার্জ উদ্ভট (2544: 93) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior) หมายถึง ความสำเร็จของธุรกิจวัดได้จากปฏิกิริยาตอบสนองของลูกค้า เพราะฉะนั้นหลักการสำคัญในการทำธุรกิจที่ว่า “ลูกค้าคือคนสำคัญ” จึงเป็นประเด็นหลักที่จะทำให้ธุรกิจต้องนำมาใช้ในการกำหนดนโยบายธุรกิจ หากธุรกิจอยากประสบความสำเร็จจำเป็นต้องให้สิ่งที่ลูกค้าต้องการ และจะทำให้ธุรกิจได้สิ่งที่ธุรกิจต้องการ การศึกษาและทำความเข้าใจลูกค้าของธุรกิจที่สำคัญ คือการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค

ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค มีผู้ให้ความหมายไว้ดังนี้

1. นักเศรษฐศาสตร์ กล่าวว่า ผู้บริโภคมีรายได้จำกัดแต่ความต้องการที่จะบริโภคไม่จำกัด เพราะฉะนั้นจะใช้จ่ายรายได้ที่มีจำกัดในการบริโภคแต่ละครั้งอย่างมีประสิทธิภาพที่สุดโดยประโยชน์ที่ได้จากการบริโภคจะต้องเท่ากับประโยชน์ของเงินที่จ่ายไปในครั้งนั้น ซึ่งจะทำให้เกิดความพอใจสูงสุด (Maximized Satisfaction)

2. นักจิตวิทยา กล่าวว่า มนุษย์มีความต้องการไม่สิ้นสุด เริ่มจากความต้องการด้านพื้นฐานและความต้องการด้านจิตใจ เมื่อได้รับการตอบสนองพึงใจแล้วก็ต้องการเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ไม่มีที่สิ้นสุด

3. นักบริหารธุรกิจ กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคคือกิจกรรมที่ผู้บริโภคเอาใจใส่ในการเลือก การซื้อ การใช้ผลิตภัณฑ์ ที่สนองตอบความพึงพอใจ และความต้องการโดยเกี่ยวกับจิตใจและอารมณ์ โดยเป็นไปตามลำดับของความต้องการ

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior)

চার্জ উদ্ভট (2544: 95) กล่าวว่า การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคทำให้ได้ข้อมูลและทราบเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งสรุปได้ ดังนี้

1. ใครคือลูกค้า (Who) ทำให้ทราบคุณลักษณะและความต้องการแล้วนำไปกำหนดกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจ (Occupant)

2. ลูกค้าซื้ออะไร (What) สามารถทำให้ทราบสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Object)

3. ลูกค้าซื้อทำไม (Why) ทำให้ทราบวัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objective) ของผู้บริโภค

4. ลูกค้าซื้ออย่างไร (How) ทำให้ทราบขั้นตอนในการซื้อ (Operation) ของผู้บริโภค

5. ลูกค้าซื้อเมื่อใด (When) ทำให้ทราบเวลาที่จะซื้อ หรือโอกาสในการซื้อ (Occupation) ของผู้บริโภค

6. ลูกค้านั้นที่ไหน (Where) ทำให้ทราบสถานที่ และแหล่งที่ผู้บริโภคนั้นซื้อ (Outlet)
7. ลูกค้านั้นบ่อยเพียงใด (How often) ทำให้ทราบความถี่ในการซื้อสามารถนำไปกำหนดจำนวนที่จะนำออกมาจำหน่ายได้ (Outlay)
8. ใครมีอิทธิพลต่อการซื้อของลูกค้า (Whom) ทำให้ทราบผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ (Organization)

จากทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ผู้บริโภค(เกิตศิริ เจริญวิศาล, 2552: 12) ทำให้ทราบว่าผู้บริโภคแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ (1) ผู้บริโภคคนสุดท้าย (2) ผู้บริโภคในอุตสาหกรรมซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler (2003: 216) ที่อธิบายพฤติกรรมผู้บริโภคในบริบทของการตลาดว่าตลาดในระบบเศรษฐกิจ มี 2 ตลาด คือ ตลาดผู้บริโภค และตลาดธุรกิจ เช่นเดียวกับ Sheth and Mittal (2004: 12) ที่แบ่งตลาดเป็นตลาดครัวเรือนและตลาดธุรกิจ และตลาด คือ บุคคลหรือองค์กรที่มีความต้องการที่จะได้รับการตอบสนอง มีเงินที่จะซื้อ หรือจ่ายและมีความเต็มใจที่จะซื้อ (Etzel, Walker and Stanton, 2001: 662) และลูกค้าที่มีศักยภาพ มีความจำเป็นหรือความต้องการผลิตภัณฑ์/บริการซึ่งเต็มใจและสามารถที่จะแลกเปลี่ยน (McCarthy and Perreault, 2006: 575) ดังนั้นตลาดประกอบด้วยบุคคลหรือองค์กรที่มีความจำเป็นหรือความต้องการ มีเงินและมีอำนาจ และมีความเต็มใจที่จะซื้อ และองค์กรธุรกิจไม่ได้ทำการขายเพียงอย่างเดียว แต่ยังซื้อวัตถุดิบ ชิ้นส่วน บริการ และซื้อในปริมาณที่สูงด้วย

2 รูปแบบพฤติกรรมกรรมการซื้อ

2.1 กระบวนการตัดสินใจซื้อ

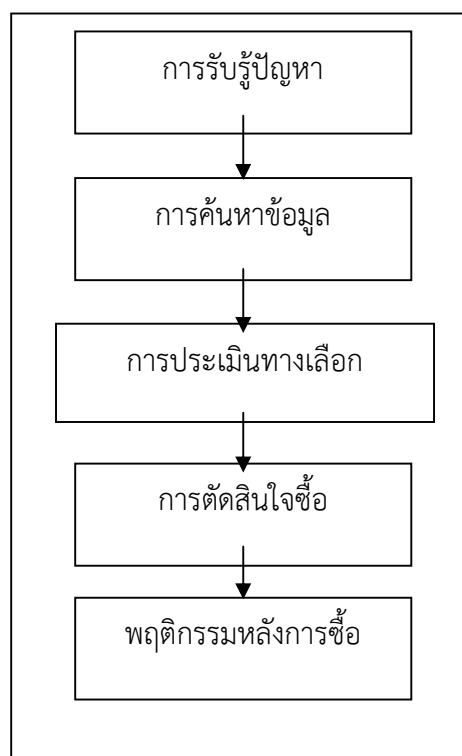
Kotler (2003: 200) กล่าวว่า บุคคลที่มีบทบาทในการซื้อ ในกระบวนการตัดสินใจซื้อ มีบทบาท ดังนี้

- Initiator คือ บุคคลที่ให้คำแนะนำแรกเกี่ยวกับความคิดการซื้อสินค้าหรือบริการสามารถมองได้หลากหลาย
- Influencer คือ บุคคลที่มีมุมมองและคำแนะนำที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ
- Decider คือ บุคคลที่ตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ ว่าซื้อหรือไม่ ซื้ออะไร ซื้ออย่างไร ซื้อที่ไหน
- Buyer คือ บุคคลที่ทำหน้าที่ซื้อสินค้าหรือบริการ
- User คือ บุคคลที่เป็นผู้ใช้สินค้าหรือบริการ

2.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคนั้นมี 5 ขั้นตอน ได้แก่ เมื่อผู้บริโภคเกิดปัญหาขึ้น ทำให้เกิดการรับรู้ว่าได้ประสบปัญหา ดังนั้นผู้บริโภคต้องการค้นคว้าหาข้อมูลของสินค้าหรือบริการเพื่อมาตอบสนองสิ่งที่ตนเองประสบอยู่ เมื่อค้นคว้าหาข้อมูลมากขึ้นย่อมทำให้เกิดตัวเลือก

มากมายที่สามารถสนองตอบต่อปัญหา ดังนั้น ผู้บริโภคจึงต้องการทำประเมินทางเลือกต่อการตัดสินใจเพื่อให้ผู้บริโภคเองรู้สึกว่าได้เลือกสิ่งที่เหมาะสมตอบและแก้ปัญหาที่ตนมากที่สุด ดังนั้นจึงมีการตัดสินใจซื้อเกิดขึ้น และหลังจากการได้ใช้สินค้าหรือบริการแล้ว ผู้บริโภคก็จะมีปฏิกิริยาตอบสนองต่อสิ่งที่ตนได้รับซึ่งสิ่งเหล่านี้จะวัดได้จากความคาดหวังเมื่อครั้งทำการประเมินและสิ่งที่ได้รับหรือเกิดขึ้นจากการใช้สินค้าหรือบริการนั้นแล้ว หากสิ่งที่คาดหวังมีระดับสูงกว่าสิ่งที่ได้รับแสดงว่าผู้บริโภคเกิดความไม่พึงพอใจกับสินค้าและบริการนั้น แต่ถ้าสิ่งที่คาดหวังมีระดับต่ำกว่าสิ่งที่ได้รับแสดงว่าผู้บริโภคมีความพึงพอใจกับสินค้าและบริการ ซึ่งผลที่เป็นความพึงพอใจทางบวกและทางลบนั้นมีผลต่อพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ได้แก่ การเลิกซื้อ หรือ ซื้อซ้ำ หรือการบอกต่อแก่บุคคลรอบข้าง เป็นต้น



ภาพ 2.1 แสดงโมเดลการตัดสินใจ 5 ขั้นของการตัดสินใจซื้อ

ที่มา: Kotler (2003) Marketing Management: Five-Stage Model of the Consumer Buying Process, p. 204

ขั้นตอนที่ 1 การรับรู้ปัญหา (Problem recognition) ได้แก่ การประสบปัญหาที่เกิดขึ้น คือการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ 2 การค้นหาข้อมูล (Information Search) ได้แก่ การค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อประกอบการตัดสินใจ

ขั้นตอนที่ 3 การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) ภายหลังจากค้นหาข้อมูลได้แล้วลูกค้าจะทำการประเมินทางเลือกเพื่อหาโอกาสที่เป็นไปได้ที่มากที่สุดเพื่อทำให้ความเป็นจริงที่สามารถผ่านการคัดเลือกใกล้เคียงกับความคาดหวังที่ตั้งใจไว้

ขั้นตอนที่ 4 การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) เมื่อประเมินทางเลือกแล้วลูกค้าจะเลือกสิ่งที่ต้องการจะใช้ต่อไป

ขั้นตอนที่ 5 พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post purchase Behavior) ได้แก่ความรู้สึกที่เกิดขึ้นในเรื่องของความพึงพอใจ ที่มีต่อความคาดหวังหรือสิ่งที่ประเมินไว้ในขั้นตอนการตัดสินใจเลือก ซึ่งหากลูกค้าเกิดความพึงพอใจย่อมส่งผลทำให้มีการบอกกล่าวและชักชวนผู้อื่นในอนาคต

2.3 ปัจจัยที่มีผลต่ออิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

Kotler (2003: 183-195) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคดังนี้

1. ด้านวัฒนธรรม (Culture Factors) วัฒนธรรมเป็นพื้นฐานในการตัดสินใจความต้องการของแต่ละบุคคลและพฤติกรรมของคน ซึ่งมีวัฒนธรรมย่อยเป็นโครงสร้างของบุคคลด้วยได้แก่กลุ่มของเชื้อชาติ สัญชาติ ศาสนา และลักษณะตามภูมิภาค เช่น ลูกค้ามาจากวัฒนธรรมแบบใดก็จะเรียนรู้และซึมซับวัฒนธรรมแบบนั้นส่วนมากได้แก่รูปแบบของครอบครัว ด้านชนชั้นของสังคมก็มีผลต่อปัจจัยด้านวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคซึ่งได้แก่ ชนชั้นของสังคม รายได้ อาชีพ การงาน การศึกษา ถิ่นที่อยู่อาศัย เป็นต้น

2. ด้านสังคม (Social Factors) ปัจจัยทางด้านสังคมส่งผลต่อพฤติกรรมต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ มีดังนี้

กลุ่มอ้างอิง (Reference Groups) ได้แก่ สมาชิกภายในกลุ่ม (Member Groups), กลุ่มที่มีผลขั้นแรก (Primary Groups), กลุ่มที่มีผลขั้นที่สอง (Secondary Groups), กลุ่มที่มีผลต่อแรงบันดาลใจ (Aspiration Groups), กลุ่มที่มีผลตรงกันข้ามต่อแรงบันดาลใจ (Dissociative Groups), ผู้นำความคิดเห็น (Opinion Leader) อิทธิพลของกลุ่มอ้างอิงต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคนั้นมีผลอย่างมากเพราะกลุ่มเป้าหมายหรือลูกค้าที่ต้องการท่องเที่ยว ความอ่อนไหวต่ออิทธิพลและสื่อต่างๆ ได้มาก ทำให้มีผลอย่างมากต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว

ครอบครัว (Family) ได้แก่ อิทธิพลของการเลี้ยงดู บทบาทของครอบครัวที่มีผลโดยตรงต่อผู้บริโภค เช่น หากครอบครัวปลูกฝังให้คนไทยมีวัฒนธรรมไทย เลือกใช้สิ่งของที่เป็นของคนไทยแม้กระทั่งการเลือกซื้อเสื้อผ้าก็ต้องใช้ผ้าไหมไทย เป็นต้น

บทบาททางสังคมและสถานะ (Social Roles and Status) คนเป็นส่วนประกอบของหลายๆ กลุ่ม เช่น ครอบครัว องค์กร บทบาททางสังคม ประกอบด้วยกิจกรรมที่คนคาดว่าจะ

แสดงออกมา ส่วนสถานะ คือแต่ละบทบาทของบุคคลที่ทำให้เกิดความแตกต่าง เช่น ผู้พิพากษามีสถานะทางสังคมมากกว่าผู้จัดการฝ่ายขาย เป็นต้น

3. ด้านบุคคล (Personal Factors) อิทธิพลทางด้านบุคคล ได้แก่

3.1 อายุ และช่วงเวลาของชีวิต (Age and Stage in the life cycle) กลุ่มเป้าหมายของลูกค้า วัย และช่วงเวลาของชีวิตเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญ

3.2 อาชีพ และเศรษฐกิจแวดล้อม (Occupation and Economic circumstances) ความต้องการประกอบอาชีพในอนาคตเป็นปัจจัยหนึ่งในการเลือก เช่น คนที่ปฏิบัติงานกับหน่วยงานเอกชน อาจมีการสวมใส่ผ้าไหมไทยไม่เหมือนกับหน่วยงานราชการ เป็นต้น

3.3 บุคลิกภาพและความคิดส่วนบุคคล (Personal and Self-Concept) ปัจจัยด้านบุคลิกภาพนี้มีผลต่อการตัดสินใจ เช่น ข้าราชการระดับสูง พนักงานบริษัท การตัดสินใจเลือกผ้าไหมย่อมต้องพิจารณาถึงบุคลิกภาพด้วย เป็นต้น

4. ด้านจิตวิทยา (Psychological factors) อิทธิพลด้านจิตวิทยามีผลต่อการตัดสินใจของผู้ซื้อ ซึ่งเป็นปัจจัยภายในของผู้บริโภคที่มีต่อพฤติกรรม การซื้อหรือใช้บริการ ได้แก่

4.1 แรงกระตุ้น (Motivation) เป็นสิ่งที่เกิดภายในตัวบุคคล และอาจเกิดจากผลกระทบจากปัจจัยภายนอกที่เกิดจากสิ่งกระตุ้นทางการตลาดหรือการได้รับรู้ข้อมูลก่อนการตัดสินใจเลือกหรืออาจเป็นแรงกระตุ้นภายในของแต่ละบุคคล

4.2 ความเข้าใจ (Perception) เป็นกระบวนการที่บุคคลตีความและรับรู้ข้อมูล เริ่มจากบุคคลได้รับสิ่งกระตุ้นจากภายนอก ซึ่งมากระตุ้นประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือ การเห็น ได้ยิน ได้กลิ่น การสัมผัส และรับรู้รส ซึ่งความเข้าใจต่อสินค้าหรือบริการที่ต้องการเลือกซื้อเพื่อตอบสนองต่อปัญหาที่ผู้บริโภคประสบ ซึ่งความเข้าใจนี้จะมียุทธศาสตร์น้อยนั้นขึ้นอยู่กับข้อมูลที่ได้รับรู้ หากผู้บริโภคสามารถมีโอกาสรับรู้และมีช่องทางในการรับรู้มากจะทำให้เกิดความเข้าใจได้มากขึ้นและมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าหรือบริการนั้น

4.3 การเรียนรู้ (Learning) เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอันเป็นผลจากการได้รับประสบการณ์ที่แตกต่างกันของแต่ละบุคคล การเรียนรู้ก็คือการได้รับสิ่งกระตุ้น การพยายามค้นหาข้อมูลและทำยสุดการเรียนรู้ทำให้เกิดพฤติกรรมตัดสินใจในรูปแบบต่างๆ ซึ่งเป็นผลจากประสบการณ์ของแต่ละบุคคลที่ได้รับ

4.4 ความเชื่อ (Beliefs) เป็นความคิดที่บุคคลยึดกับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีต หรือจากปัจจัยต่างๆ ทั้งภายนอกและภายในที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อเหล่านั้น

4.5 ทศนคติ (Attitudes) เป็นความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ทศนคติเป็นสิ่งที่มียุทธิพลต่อความเชื่อ ในขณะที่ความเชื่อก็มีอิทธิพลต่อทศนคติ โดยที่ทศนคติก่อตัวขึ้นมาจากประสบการณ์และส่งผลให้มีการเปลี่ยนแปลงหรือชี้แนะต่อพฤติกรรม

อย่างไรก็ตาม ไม่ว่าจะเป็ตลาดในระดับใด ก็มีจุดมุ่งหมายทางการตลาดที่ต้องการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด และงานวิจัยที่มีกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตลาดเป้าหมายธุรกิจสถานที่จัดงานในระดับองค์กร ซึ่ง Kotler (2003: 216) ระบุว่าตลาดธุรกิจประกอบด้วยองค์กรที่ต้องการสินค้าและบริการจากองค์กรอื่น เพื่อใช้ในการผลิตสินค้าและบริการจากการจำหน่ายหรือการให้เช่า นั้นหมายถึง ผู้จัดงานที่ซื้อบริการจากสถานที่จัดงานเพื่อเป็นพื้นที่ในการจัดงานและจำหน่ายต่อผู้เข้าร่วมประชุมนั่นเอง และตลาดธุรกิจมีมูลค่าและปริมาณสินค้าสูงและมีจำนวนผู้ซื้อจำนวนน้อยกว่า ผู้ซื้อรายใหญ่กว่าและมีความใกล้ชิดกับผู้จัดจำหน่าย (Supplier) มากกว่าตลาดผู้บริโภค ทั้งนี้ธุรกิจมีอุปสงค์ที่ต่อเนื่องซึ่งขึ้นกับอุปสงค์ของผู้บริโภคคนสุดท้ายทางอ้อม ดังนั้นธุรกิจต้องให้ความสนใจติดตามรูปแบบการซื้อของลูกค้าชั้นสุดท้ายด้วย และเป็นอุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นน้อย เพราะถึงแม้ศูนย์ประชุมลดราคาก็ไม่ได้หมายความว่าผู้จัดงานจะจองห้องประชุมเพิ่มขึ้น ถ้าไม่มีผู้จ้างจัดงานหรือไม่มีการจัดงานก็ไม่มีการจองพื้นที่ ดังนั้นธุรกิจไม่ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ มากมายที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่จัดงาน และยังมีความต้องการในสินค้าและบริการที่แตกต่างจากกลุ่มท่องเที่ยวอื่น เช่น กระบวนการในการตัดสินใจใช้บริการ สิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ (Berkman et al., 1986: 42-44; Hinkin and Tracey, 2003: 17-26; Kotler et al., 2006: 235-259)

ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่าพฤติกรรมผู้บริโภค คือพฤติกรรมการตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจ แต่ในแง่ธุรกิจ พฤติกรรมผู้บริโภค จะมองในมุมความสำเร็จของธุรกิจซึ่งวัดได้จากปฏิกิริยาตอบสนองของลูกค้า ทั้งนี้การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคจะประกอบด้วยประเด็นต่างๆ คือ ใครคือลูกค้า ซื้ออะไร ทำไมจึงซื้อ ซื้ออย่างไร เมื่อไหร่ ที่ไหน บ่อยแค่ไหน และใครมีอิทธิพลในการซื้อของลูกค้า ทั้งนี้ในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการของผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวนั้นมี 5 ขั้นตอน คือ (1) การรับรู้ปัญหา (2) การค้นหาข้อมูล (3) การประเมินทางเลือก (4) การตัดสินใจซื้อ (5) พฤติกรรมหลังการซื้อ ซึ่งมีปัจจัยด้านวัฒนธรรม สังคม บุคคล และด้านจิตวิทยา เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการด้วย

1.2.2 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

Allport (1984, p. 17) ได้ให้ความหมายของทัศนคติว่า หมายถึง สภาวะความพร้อมทางจิตและประสาทที่จะโต้ตอบได้ เกิดจากประสบการณ์ซึ่งจะเป็นแรงที่จะกำหนดทิศทางหรือมีผลในการเปลี่ยนแปลงของการสนองตอบของบุคคลต่อสิ่งต่างๆ บุคคลหรือสถานการณ์

นพมาศ ธีรเวคิน (2535, หน้า 126) ได้ให้ความหมายของทัศนคติว่า หมายถึง การรวบรวมเกี่ยวกับความรู้สึกนึกคิด ความเห็น ความเชื่อ และความจริง ซึ่งอาจจะเป็นการประเมินที่เกี่ยวข้องกัน และมีแนวโน้มจะก่อให้เกิดพฤติกรรมชนิดใดชนิดหนึ่งในขั้นต่อไป

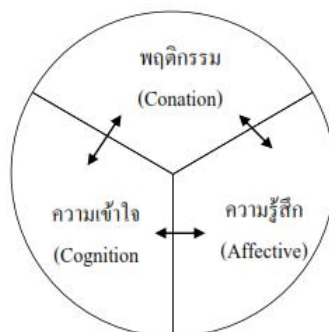
สรวง สุทธิอรุณ และคณะ (2520, หน้า 3) ได้ให้ความหมายของทัศนคติว่า หมายถึง สภาพจิตใจหรือความรู้สึกนึกคิดของบุคคล หรือความคิดเห็นของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยแสดงพฤติกรรมอย่างหนึ่งออกมาเป็นที่ปรากฏต่อบุคคลหรือสาธารณชนก็ตาม ล้วนเป็นการกระทำอันเกิดจากทัศนคติที่มีอยู่ทั้งสิ้น

จากความหมายของทัศนคติที่กล่าวมาทั้งหมด สรุปได้ว่า ทัศนคติ หมายถึง เรื่องราวที่เกิดขึ้นในตัวบุคคลเป็นการจัดระเบียบแนวความคิด ความเชื่อ และสิ่งจูงใจที่เกี่ยวข้องกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งเสมอ ทัศนคติมิใช่สิ่งที่มีมาแต่กำเนิดแต่เป็นการเรียนรู้เรื่องราวต่างๆ ที่ตนได้เกี่ยวข้องอยู่ด้วยในภายแรกทัศนคติจะมีลักษณะมั่นคงถาวร ภายหลังจากที่ทัศนคติได้ก่อตัวขึ้นมาแล้วจะไม่เป็นภาวะที่เกิดขึ้นเป็นชั่วคราวและจะไม่เปลี่ยนแปลงในทันทีทันใดที่ได้รับตัวกระตุ้นที่แตกต่างกันไปเพราะทัศนคติที่ก่อตัวขึ้นนั้นจะมีกระบวนการคิด วิเคราะห์ ประเมิน และสรุปจัดระเบียบเป็นความเชื่อ หากจะเปลี่ยนแปลงจึงต้องใช้เวลาค่อนข้างมาก

สำหรับทัศนคติของผู้บริโภค (Consumer Attitudes) เป็นสิ่งสำคัญยิ่งต่อนักการตลาด เพราะทัศนคติจะมีผลโดยตรงต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า และในทางกลับกัน ประสบการณ์จากการใช้สินค้าดังกล่าวก็จะมีผลต่อทัศนคติของผู้บริโภคเช่นกัน ทัศนคติเป็นความเชื่อ ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อบุคคล สิ่งของ การกระทำ สภาพการณ์และอื่นๆ รวมทั้งท่าทีที่แสดงออกที่บ่งถึงสภาพจิตใจที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือหลายสิ่งที่มีผลให้เกิดการกระหนาบหรือแสดงออกเกิดเป็นพฤติกรรมทัศนคติเป็นตัวอย่างสำคัญอันหนึ่งที่เป็นเครื่องกำหนดพฤติกรรมมนุษย์ ซึ่งส่วนใหญ่จะแสดงออกมาในลักษณะของความรูสึก (ถวิล ธาราโชน, 2532, หน้า 45)

องค์ประกอบของทัศนคติ

Schiffman and Kanuk (2000, p. 200) ได้ให้ความหมายของทัศนคติว่าเป็น แนวโน้มเอียงที่เกิดจากการเรียนรู้ ทำให้มีพฤติกรรมลักษณะที่ชอบหรือไม่ชอบที่มีต่อสิ่งหนึ่ง และกำหนดองค์ประกอบทัศนคติไว้ 3 ส่วน ดังนี้



ภาพ 2.2 องค์ประกอบทัศนคติ 3 ประการ

ที่มา: Schiffman, Leon G. and Kanuk, Leslie Lazar. (2000). Consumer Behavior, p. 203

จากภาพ 2.2 แสดงถึงองค์ประกอบทัศนคติ 3 ส่วน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. ส่วนของความเข้าใจ (Cognitive component) คือ ความรู้ (Knowledge) การรับรู้ (Perception) ความเชื่อ (Beliefs) อาจแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล ซึ่งในส่วนของความเชื่อ และการรับรู้จะได้รับจากประสบการณ์และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับหลายแหล่งข้อมูล และความรู้ี้จะมีผลกระทบต่อความเชื่อ (Beliefs)
2. ส่วนของความรู้สึก (Affective component) จะสะท้อนอารมณ์ (Emotion) หรือความรู้สึก (Feeling) ของผู้บริโภคที่มีต่อความคิดหรือหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น ในเรื่องความชอบ และอารมณ์ที่มีต่อสิ่งนั้นๆ
3. ส่วนของพฤติกรรม (Cognitive component หรือ Behavior หรือ Doing) จะสะท้อนถึงแนวโน้มจะมีพฤติกรรมของผู้บริโภค หรือแนวโน้มการกระทำที่แสดงออกหรือความโน้มเอียงที่จะซื้อสินค้าจากทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของทัศนคติสรุปได้ว่า ทัศนคตินั้นมีองค์ประกอบต่างๆ ที่จะส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการซื้ออย่างต่อเนื่องนั้น ผู้บริโภคจะต้องมีความรู้ ความเข้าใจ มีการรับรู้และมีความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับสินค้า ซึ่งจะทำให้เกิดความชอบตามมาและจะมีแนวโน้มที่เข้าไปได้ในการตัดสินใจซื้อสินค้านั้นๆ โดยเฉพาะการศึกษาวิจัยในครั้งนี้อย่างศึกษาค้นคว้าทัศนคติเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง

1.3 ส่วนประสมทางการตลาดของสถานที่จัดงาน

นักการตลาดหลายท่านได้กำหนดรูปแบบการตลาดของอุตสาหกรรมไมซ์ ในลักษณะผสมผสานจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ เช่น Rogers (2000: 110) ได้กำหนดรูปแบบของอุตสาหกรรมการจัดประชุม ซึ่งถือได้ว่าเป็นธุรกิจหลักของอุตสาหกรรมไมซ์ โดยจำแนกส่วนประสมทางการตลาดออกเป็น 8Ps ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์/บริการ (Product) สินค้าในอุตสาหกรรมการจัดประชุม คือ การบริการที่จับต้องไม่ได้ สินค้าหรือบริการในที่นี้อยู่ในรูปของส่วนประกอบโปรแกรมการประชุม อาทิ วิทยากร การสัมมนาทางวิชาการ กิจกรรมนันทนาการ การแสดงสินค้า สถานที่จัดประชุม สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ รวมถึงชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว และความหรูหราของโรงแรมที่ใช้เป็นสถานที่จัดประชุม คุณภาพของอาหารและบริการ ความทันสมัยและเทคโนโลยีของศูนย์ประชุมที่ช่วยให้การจัดประชุมสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี
2. ราคา (Price) การตั้งราคาโปรแกรมการประชุมควรคำนึงถึงต้นทุน อาทิ ราคาเช่าศูนย์ประชุม ค่าที่พัก ค่าอาหาร เครื่องดื่ม ค่าแรงเจ้าหน้าที่ลงทะเบียน อำนวยในการซื้อของสมาชิกสมาคม อนึ่งการรวมค่าลงทะเบียน ค่าที่พัก อาหารทุกมื้อและโปรแกรมนำเที่ยวไว้ด้วยกันจะทำให้ค่าลงทะเบียนมีราคาแพง และอาจทำให้สมาชิกสมาคมที่มีรายได้น้อยไม่สามารถเข้าร่วมประชุม

ได้ ดังนั้นผู้จัดการประชุมของสมาคมจึงควรแยกค่าที่พักออกจากค่าลงทะเบียนแล้วให้สมาชิกมีโอกาสเลือกอัตราที่พัก ซึ่งควรมีระดับราคาที่แตกต่างกัน

3. สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ในธุรกิจการประชุม หมายถึง สถานที่ หรือช่องทางการจัดจำหน่าย โปรแกรมการประชุม เช่น ในใบแสดงสินค้า ซึ่งไม่จำเป็นต้องเป็นสถานที่เสมอไป อาจเป็นช่องทางการจำหน่ายที่ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถติดต่อซื้อขายกันได้ อาทิ คู่มือแนะนำเที่ยวของจังหวัด ซีดีรอม วีดิทัศน์ รวมถึงเว็บไซต์

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การให้ข้อมูลเกี่ยวกับการประชุมเพื่อกระตุ้นให้เกิดความสนใจอยากเข้าร่วมประชุม รวมถึงการโน้มน้าวให้สมาชิกสมาคมลงทะเบียนเข้าร่วมประชุม โดยการใช้สื่อในรูปแบบต่างๆ อาทิ ไปรษณีย์ตรง การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการให้ข่าว

5. ผู้เข้าร่วมประชุมและผู้จัดการประชุม (People) ถือเป็นส่วนสำคัญของการประชุม การที่มีผู้เข้าร่วมประชุมมากๆ ย่อมทำให้การประชุมมีชีวิตชีวา นอกจากนี้การประชุมจะดำเนินไปได้ดี ต้องได้รับความร่วมมือจากผู้เข้าร่วมประชุมที่ทำการกรรมตามที่ผู้จัดประชุมเสนอ ดังนั้นผู้เข้าร่วมประชุมและผู้จัดประชุมจึงเป็นองค์ประกอบสำคัญของการประชุม ในธุรกิจการจัดประชุม บุคลากรไม่ว่าจะเป็นเจ้าหน้าที่ของศูนย์ประชุม พนักงานรับลงทะเบียน และผู้เข้าร่วมประชุมหรือวิทยากรต่างก็ถือเป็นหัวใจหลักของความสำเร็จในการจัดประชุม เนื่องจากธุรกิจการจัดประชุมเป็นประสบการณ์ที่ผู้เข้าร่วมประชุมและผู้จัดการประชุมดำเนินกิจกรรมร่วมกัน

6. แพคเกจ (Package) ของธุรกิจการประชุมคือ การรวมโปรแกรมการประชุมเข้ากับที่พัก ตัวเครื่องบิน และโปรแกรมการท่องเที่ยว หากผู้เข้าร่วมประชุมจ่ายเหมาจะได้ราคาที่ถูกลงกว่าซื้อแยกทีละส่วน แต่การซื้อแพคเกจเหมาะกับผู้เข้าร่วมประชุมที่ต้องการเข้าร่วมทุกกิจกรรมและเข้าร่วมประชุมตั้งแต่วันแรกจนถึงวันสุดท้าย โดยบริษัทนำเที่ยวมักจัดแพคเกจให้กับบริษัท เนื่องจากบริษัทนำเที่ยวได้รับอัตราค่าที่พักและตัวเครื่องบินแบบเหมา ทำให้ได้ราคาถูกลงกว่าการที่ลูกค้าจะซื้อเอง แต่แพคเกจนี้ไม่เหมาะกับสมาชิกที่เข้าร่วมประชุมเพียงบางวัน

7. กระบวนการวางแผน (Planning process) หมายถึง การวางแผนตั้งแต่การวิเคราะห์ตลาด คู่แข่ง การเลือกสถานที่ที่จัดประชุม กลยุทธ์ในการเชิญชวนให้สมาชิกเข้าร่วมประชุมให้มากที่สุด กระบวนการวางแผนมีความสำคัญต่อความสำเร็จของการประชุม เนื่องจากผู้จัดการประชุมต้องประสานงานกับหลายหน่วยงานและเกี่ยวข้องกับความสามารถของผู้จัดประชุมที่จะจัดการประชุมในสถานที่ที่สะดวกสบาย หรือหาในราคาที่ไม่แพงจึงจะสร้างความประทับใจให้กับผู้เข้าร่วมประชุม และผู้อุปถัมภ์การประชุม

8. กระบวนการหลังการประชุม (Post sale process) ความสำเร็จของการประชุมเกิดขึ้นเมื่อสมาชิกและพนักงานบริษัทที่เข้าร่วมประชุม เจ้าภาพ และผู้อุปถัมภ์การประชุมพอใจกับผลงานประชุมและอยากที่จะเข้าร่วมประชุมอีกในครั้งหน้า ดังนั้นหลังเสร็จสิ้นการประชุม

ผู้จัดการประชุมจึงควรทำการประเมินผลความพึงพอใจ โดยจัดประชุมย่อยเพื่อสรุปกับโรงแรม ศูนย์ประชุม และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการประชุมเพื่อหาข้อบกพร่อง ปัญหา อุปสรรคและแนวทางแก้ไขเพื่อให้การประชุมในครั้งต่อไปราบรื่น

ในขณะที่ Crouch and Weber (2002: 61-64) ได้ใช้ส่วนประสมของการตลาด 7Ps ซึ่งเป็นรูปแบบ (model) ของ Zeithaml and Bitner (1996: 25) มาอธิบายส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจการจัดประชุม ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์/บริการ (Product) หมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมเกี่ยวข้องกับกิจกรรมการซื้อขายมากมายที่เชื่อมโยงกับอุปทานที่เป็นทั้งสินค้าและบริการสำหรับธุรกิจไมซ์ ทั้งนี้รวมถึงผลิตภัณฑ์/บริการที่เกี่ยวข้องกับสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพ ภาพลักษณ์ของสถานที่ (ประเทศ) คุณภาพและการปฏิบัติงานตามการบริการ การบริการเสริมต่างๆ เช่น อุปกรณ์ที่จำเป็นสำหรับการประชุม ตลอดจนการจัดรวมผลิตภัณฑ์/บริการที่เหมาะสม

2. สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง ในส่วนนี้จะเกี่ยวข้องกับการติดต่อและเชื่อมโยงระหว่างลูกค้ากับผลิตภัณฑ์และบริการของธุรกิจการจัดประชุมซึ่งโดยทั่วไปผู้ให้บริการด้านการจัดประชุมติดต่อกับผู้รับบริการโดยตรงและโดยมีคนกลางคือ ผู้รับจัดงานมืออาชีพเป็นผู้ช่วยในการตัดสินใจเลือกจุดหมายปลายทางของการประชุม (พื้นที่การจัดงาน)

3. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การโฆษณา โดยใช้สื่อต่างๆ เช่น นิตยสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการจัดประชุม การโฆษณาและการขายโดยบุคคลมีความสำคัญต่อธุรกิจการจัดประชุม ซึ่งรวมถึงการส่งเสริมการขาย เช่น การลดราคา รวมถึงการประชาสัมพันธ์ต่างๆ

4. ราคา (Price) การตั้งราคาในธุรกิจการจัดการประชุมมีราคาค่อนข้างสูงเพราะส่วนใหญ่ค่าใช้จ่ายจะรวมถึงค่าลงทะเบียนค่าที่พัก และสิ่งอำนวยความสะดวกในการจัดประชุมต่างๆ ราคาจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญในการแข่งขัน ดังนั้นสถานที่จัดประชุมแต่ละพื้นที่ต้องอาศัยสิ่งแวดล้อมอื่นๆ และบริการที่มีความแตกต่างจากพื้นที่อื่นเป็นตัวขายที่แตกต่าง

5. ผู้เข้าร่วมประชุมและผู้จัดการประชุม (People) หมายถึง บทบาทของบุคคลซึ่งสองกลุ่มมีความสำคัญต่อความสำเร็จของการจัดประชุม และในธุรกิจการจัดประชุมซึ่งเป็นธุรกิจบริการ มีลักษณะการผลิตและส่งมอบการบริการในเวลาและสถานที่เดียวกัน (simultaneously) ดังนั้นการบริการที่ดีและมีคุณภาพเท่านั้นที่จะทำให้ผู้จัดเข้าร่วมประชุมมีความพึงพอใจมากที่สุด ทั้งนี้ในธุรกิจการจัดประชุมนั้นไม่เฉพาะพนักงานหรือเจ้าหน้าที่ผู้จัดการประชุมเท่านั้นที่มีคุณภาพแต่รวมถึงผู้ที่อาศัยหรือประชาชนท้องถิ่นในพื้นที่ดังกล่าวต้องแสดงถึงความยินดีในการต้อนรับ ผู้เข้าร่วมประชุมด้วยเช่นกัน

6. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง การออกแบบพื้นที่การจัดวางสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ตลอดจนการตกแต่งสถานที่ แสงสว่าง สัญลักษณ์ต่างๆ การควบคุมอุณหภูมิ เครื่องมืออุปกรณ์ ตลอดจนเครื่องแบบพนักงาน

7. กระบวนการ (Process) หมายถึง กระบวนการบริการ การจัดประชุม ซึ่งเริ่มตั้งแต่การเริ่มต้นกิจกรรมการจัดงานจนจบรวมถึงตั้งแต่การตกลงซื้อบริการและการวางแผนด้วย

ดังนั้นการจัดประชุมสัมมนาจะประสบความสำเร็จหรือไม่ ขึ้นอยู่กับการวิเคราะห์การบริการว่าตรงตามความต้องการของผู้เข้าร่วมการประชุมมากน้อยเพียงใด และโปรแกรมการประชุมมีความน่าสนใจมากน้อยเพียงใด และพบว่าสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการจัดประชุมในรูปแบบของผลิตภัณฑ์/บริการและบริการ จะปรากฏอยู่ในทุกส่วนประสมทางการตลาด เช่น สถานที่จัดประชุม (จัดงาน) อุปกรณ์เครื่องมือต่างๆ การบริการ ดังนั้นการศึกษาส่วนประสมดังกล่าวสามารถนำไปศึกษาเชิงอนุมานกับส่วนประสมของสถานที่จัดงานในขั้นตอนต่อไปด้วย ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้มุ่งศึกษาสถานที่จัดงานที่เป็นศูนย์ประชุมที่อยู่ในโรงแรมและไม่ได้อยู่ในโรงแรม โดยผู้วิจัยได้นำแนวความคิดเกี่ยวกับรูปแบบส่วนประสมทางการตลาดของสถานที่จัดงานรูปแบบจำลอง (เกิตศิริ เจริญวิศาล, 2552: 76-78) ซึ่งเป็นการนำแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยว การตลาดบริการ การตลาดไมซ์ การตลาดสถานที่จัดงาน และศึกษาเพิ่มเติมในส่วนรายละเอียดในประเด็นต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่จัดงานในธุรกิจไมซ์ และคุณลักษณะของส่วนประสมการตลาดแต่ละด้าน ซึ่งมีรูปแบบดังนี้

ตาราง 2.1 รูปแบบส่วนประสมทางการตลาดของสถานที่จัดงานรูปแบบจำลอง

ส่วนประสมทางการตลาด	คุณลักษณะปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
1. ประเด็นของด้าน ผลิตภัณฑ์/บริการ (Product/Service)	<ol style="list-style-type: none"> 1. ขนาดของพื้นที่ในการจัดนิทรรศการและจัดเลี้ยง 2. คุณภาพของพื้นที่ในการจัดนิทรรศการและจัดเลี้ยงมีสภาพเรียบร้อยพร้อมใช้ ไม่มีส่วนชำรุด เสียหาย 3. ขนาดของห้องประชุม 4. จำนวนของห้องประชุม 5. คุณภาพของห้องประชุมมีสภาพเรียบร้อยพร้อมใช้ ไม่มีส่วนชำรุด เสียหาย 6. จำนวนของเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการประชุม 7. คุณภาพของเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการประชุมมีสภาพเรียบร้อยพร้อมใช้ ไม่มีส่วนชำรุด เสียหาย 8. ปริมาณของอาหารและเครื่องดื่มมีเพียงพอ 9. คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่มที่มีความสะอาด ปลอดภัย รสชาติดี 10. ความหลากหลายของอาหารและเครื่องดื่ม
2. ประเด็นของราคา (Price)	<ol style="list-style-type: none"> 1. ราคาที่เหมาะสมกับสิ่งอำนวยความสะดวกของสถานที่จัดงาน 2. ราคาที่มีความยืดหยุ่นและสามารถต่อรองได้ 3. ประสิทธิภาพของการเรียกเก็บค่าใช้จ่าย 4. มีขั้นตอนการตรวจสอบค่าใช้จ่ายที่ง่ายและสะดวก
3. ประเด็นของช่อง ทางการจัดจำหน่าย (Place)	<ol style="list-style-type: none"> 1. สถานที่ตั้งที่มีความเหมาะสมของสถานที่จัดงาน 2. ความสะดวกในการเข้าถึงสถานที่จัดงาน 3. ที่จอดรถที่สะดวก และปลอดภัย 4. ที่จอดรถมีเพียงพอ 5. ความปลอดภัยของสถานที่จัดงาน 6. ความเหมาะสมของช่องทางในการจองสถานที่จัดงานทางโทรศัพท์ 7. ความเหมาะสมของช่องทางในการจองสถานที่จัดงานทางอินเทอร์เน็ต 8. ความเหมาะสมของช่องทางในการจองสถานที่จัดงานทางเว็บไซต์ 9. ความเหมาะสมของช่องทางในการจองสถานที่จัดงานทางพนักงานขายโดยตรง 10. ความเหมาะสมของช่องทางในการจองสถานที่จัดงานทางช่องทางติดต่อในการจองสถานที่จัดทางเครือข่ายอื่นๆ เช่น บริษัทนำเที่ยว บริษัทตัวแทนในและต่างประเทศ โรงแรมในเครือ

ตาราง 2.1 (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด	คุณลักษณะปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
4. ประเด็นของการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	<ol style="list-style-type: none"> 1. การใช้สื่อโฆษณาที่มีประสิทธิภาพ 2. การใช้สื่อโฆษณาที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย 3. โปรแกรมส่งเสริมการขายที่ต่อเนื่อง 4. การประชาสัมพันธ์ที่เข้าถึงสาธารณะ 5. การประชาสัมพันธ์ที่สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสถานที่จัดงาน 6. การขายโดยพนักงานขาย 7. การเข้าร่วมงาน Trade Show 8. การเข้าร่วมงาน Road Show
5. ประเด็นของสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)	<ol style="list-style-type: none"> 1. สถานที่จัดงานและบริเวณห้องรับแขกสะอาดและได้รับการดูแลอย่างดี 2. สถานที่จัดงานและบริเวณห้องรับแขกมีบรรยากาศที่ดี มีอุณหภูมิเหมาะสม 3. ห้องประชุมตกแต่งอย่างทันสมัย 4. ห้องประชุมมีความสะดวกสบาย 5. ห้องประชุมมีอุณหภูมิที่เหมาะสม 6. ห้องประชุมมีแสงสว่างที่เหมาะสม 7. สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในศูนย์บริการธุรกิจมีบริการครบครัน 8. เครื่องหมายและสัญลักษณ์บอกทิศทางที่มีประสิทธิภาพ 9. เครื่องหมายและสัญลักษณ์บอกทิศทางที่เพียงพอ
6. ประเด็นของกระบวนการบริการ (Process)	<ol style="list-style-type: none"> 1. มาตรฐานของกระบวนการบริการก่อนการจัดงาน <ol style="list-style-type: none"> 1.1 การจัดการด้านขั้นตอนและเอกสารการจอง 1.2 การจัดการด้านการประสานงานระหว่างฝ่ายขายและฝ่ายจัดสถานที่ 1.3 การจัดการด้านการประสานงานระหว่างฝ่ายขายและฝ่ายจัดสถานที่ 1.4 การจัดการด้านความพร้อมของห้องประชุม และสถานที่ 1.5 การจัดการด้านความพร้อมของอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก 2. มาตรฐานของกระบวนการบริการระหว่างการจัดงาน <ol style="list-style-type: none"> 2.1 การจัดการด้านความเรียบร้อยของห้องประชุม และสถานที่ 2.2 การจัดการด้านความเรียบร้อยของอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก 2.3 การจัดการด้านการบริการอาหารและเครื่องดื่ม 2.4 การจัดการด้านการบริการพิเศษอื่นๆ ที่มีการร้องขอ 2.5 การจัดการด้านเหตุการณ์ฉุกเฉิน 3. มาตรฐานของกระบวนการบริการหลังการจัดงาน <ol style="list-style-type: none"> 3.1 การจัดการด้านการแจ้งยอดและเรียกเก็บค่าใช้จ่าย

ตาราง 2.1 (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด	คุณลักษณะปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
7. ประเด็นของพนักงาน (People)	<p>3.2 การจัดการด้านการจ่ายเงินที่ง่ายและสะดวก</p> <p>3.3 การประเมินการบริการหลังการจัดงานและการติดตามผล</p> <p>3.4 การจัดการในการขอบคุณลูกค้าที่มาจัดงาน</p> <p>3.5 การบันทึกข้อมูลของลูกค้าเพื่อการบริการในครั้งต่อไป</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ความสามารถในการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดงาน 2. ความเต็มใจและความตั้งใจในการทำงาน (ใจรักในงานบริการ) 3. ความมีประสิทธิภาพในการทำงาน 4. ความเอาใจใส่และความเต็มใจในการช่วยเหลือ 5. ความเป็นมืออาชีพและความสามารถในการแก้ปัญหา 6. ความมีมารยาทและความสุภาพ 7. การมีอัธยาศัยที่ดีและมีความเป็นมิตร 8. การแต่งกายที่เหมาะสม 9. บุคลิกภาพที่ดี
8. ประเด็นของการจัดรวม ผลิตภัณฑ์/บริการ (Package)	<ol style="list-style-type: none"> 1. ความเหมาะสมของการจัดรวมสินค้าและบริการของสถานที่จัดงานโดยนำเสนอขายแบบเหมาจ่ายในราคาเดียว 2. ความเหมาะสมของการจัดรวมสินค้าและบริการของสถานที่จัดงานร่วมกับธุรกิจอื่นโดยนำเสนอขายแบบเหมาจ่ายในราคาเดียว 3. ความเหมาะสมของการจัดโปรแกรมการจัดงานสำเร็จรูปสำหรับงานต่างๆ ตั้งแต่ 2 อย่างและ 2 งานขึ้นไป โดยนำเสนอขายแบบเหมาจ่ายในราคาเดียว (event package)

ที่มา: เกิดศิริ เจริญวิศาล, (2552: 76-78)

2 แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์

ความสำคัญของอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) จากการให้ความหมายของสมาคมส่งเสริมการประชุมกลุ่มประเทศเอเชีย (Asian Association Convention and Visitor Bureau: AACVB)

M - Meeting ประชุม แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

- การประชุมของบุคคลในสาขาวิชาชีพเดียวกันเฉลี่ยแล้วมีผู้เข้าร่วมประมาณ 100 คน (Association Meeting)

- การประชุมกลุ่มผู้แทนในบริษัทเดียวกัน หรือเครือเดียวกัน (Corporate Meeting) ซึ่งอาจมาจากประเทศเดียวกันหรือจากหลายๆ ประเทศ มีผู้เข้าร่วมไม่เกิน 500 คน โดยเฉลี่ยมีผู้เข้าร่วมประมาณ 50 คน

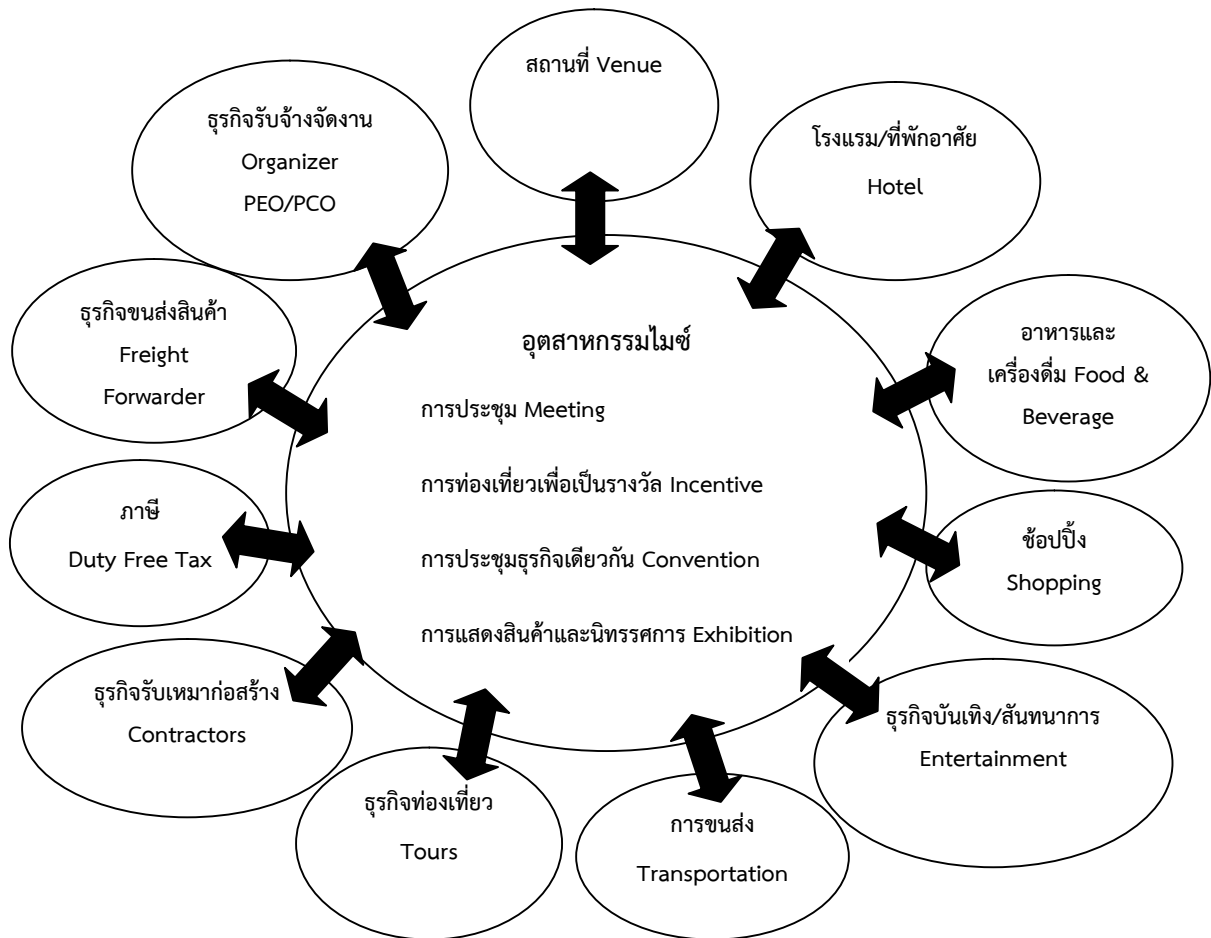
I - Incentive Travel เป็นการนำเที่ยวเป็นหมู่คณะโดยการสนับสนุนของบริษัท

C - Convention การประชุมของกลุ่มบุคคลสาขาอาชีพเดียวกันมีผู้เข้าร่วมประชุมระหว่าง 300 – 15,000 คน โดยทั่วไปเป็นการประชุมเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลและความคิดเห็นเกี่ยวกับอุตสาหกรรม

E - Exhibition เป็นการแสดงงานทางด้านสินค้าและบริการเพื่อขายให้แก่อุตสาหกรรม ร้านค้าและผู้ซื้อ แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

- Trade Show เป็นการแสดงสินค้าของผู้ประกอบการเฉพาะในอุตสาหกรรมนั้นๆ และมีผู้เข้าชมงานเป็นนักธุรกิจเจ้าของโรงงาน นักวิชาการ เป็นต้น

- Consumer Show เป็นการแสดงสินค้าสำหรับผู้บริโภคเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและค่าใช้จ่ายสูง ตลอดจนมีลูกค้าและธุรกิจที่มีความเชื่อมโยงกัน อีกทั้งมีการใช้ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวร่วมกัน ซึ่งเป็นปัจจัยสนับสนุนและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยวและการประชุม สัมมนาร่วมกัน จึงเป็นธุรกิจที่ได้รับความสนใจของนานาชาติ โดยเฉพาะประเทศที่การท่องเที่ยวและบริการเป็นอุตสาหกรรมหลักในทางเศรษฐกิจ ซึ่งสร้างผลตอบแทนในทางเศรษฐศาสตร์ที่ทำให้เกิดการสร้างธุรกิจที่เกี่ยวข้องต่อเนื่องทั้งทางตรงและทางอ้อม (พงษ์ศักดิ์ นันตรธกุล, 2542) ดังนี้



ภาพ 2.3 ความสัมพันธ์ไมซ์ (MICE) กับธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2544

1. **สถานที่ (Venue)** ที่ใช้ในการจัดประชุมหรือการสัมมนา หรือการแสดงสินค้า ซึ่งเป็นธุรกิจโดยตรงที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นศูนย์การประชุมและศูนย์แสดงสินค้า โรงแรม ห้องประชุม ของทั้งภาครัฐและเอกชน เป็นต้น
2. **โรงแรมและที่พักอาศัย (Hotel)** จะเป็นธุรกิจหลักอีกธุรกิจหนึ่งที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับอุตสาหกรรมไมซ์ เนื่องจากในการเดินทางของผู้เข้าร่วมงานไม่ว่าจะเป็นชาวไทยและชาวต่างประเทศโดยส่วนมากจะมีการพำนักอาศัยอยู่ในบริเวณ หรือสถานที่ที่ใกล้เคียงกับการดำเนินกิจกรรมไมซ์
3. **ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอาหารและเครื่องดื่ม (Food & Beverage)** เป็นธุรกิจหนึ่งที่ได้รับผลจากการจัดไมซ์ในประเทศ และประกอบกับประเทศไทยก็มีชื่อเสียงทางด้านอาหาร

ขนม ผลไม้ต่างๆ ทำให้รายได้ที่ได้จากส่วนนี้อยู่ในจำนวนที่ไม่น้อยเลยเมื่อเทียบกับสินค้าและบริการอื่นๆ

4. **ช้อปปิ้ง (Shopping)** ร้านต่างๆ ไม่ว่าจะอยู่ในห้างสรรพสินค้าหรือศูนย์การค้า ร้านค้าปลีก रिมนอน रिมฟุตบอลตลอดจนตลาดต่างๆ จะได้รับประโยชน์จากไมซ์ทั้งสิ้น เนื่องจากประเทศไทยเองเป็นแหล่งผลิตสินค้าและบริการที่อยู่ในราคาที่ถูกและมีคุณภาพค่อนข้างดี สวยงาม ทำให้เป็นที่ถูกใจของนักท่องเที่ยว

5. **ธุรกิจทางด้านบันเทิงและสันทนาการทุกประเภท (Entertainment)** ก็เป็นที่นิยมสำหรับกลุ่มไมซ์ เนื่องมาจากโดยส่วนมากกิจกรรมต่างๆ จะจัดช่วงเวลากลางวัน กลางคืนจะมีเวลาที่จะหาความสนุกสนาน ซึ่งในประเทศไทยก็มีหลากหลายประเภทให้เลือกได้

6. **ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง การเดินทาง (Transportation)** การให้บริการในการเดินทางของผู้โดยสารระหว่างงาน เช่น สายการบิน รถขนส่ง รถแท็กซี่ รถไฟ เป็นต้น

7. **ธุรกิจการจัดนำเที่ยวภายในประเทศ (Tour)** เป็นการเพิ่มรายได้จากการที่กลุ่มไมซ์ได้เข้ามาในเมืองไทยในช่วงเวลาของการจัดงานที่เกิดขึ้นนั้นๆ

8. **ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการรับจ้างจัดประชุมและแสดงสินค้า (Organizer)** ผู้จัดทางการจัดประชุมมืออาชีพ (Professional Organization- PCO) เป็นผู้จัดกรงานที่มีบทบาทหลักในการจัดการงานประชุม เช่น ให้คำปรึกษาในเรื่องสถานที่จัดการงานประชุม การวางแผนในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น พิธีเปิด-ปิดงาน การลงทะเบียนของผู้เข้าร่วมประชุม การจัดโปรแกรมการประชุม การจองห้องพักให้กับผู้เข้าร่วมประชุม เป็นต้น และผู้จัดงานแสดงสินค้ามืออาชีพ (Professional Exhibition Organizer- PEO) เป็นผู้จัดกรงานแสดงสินค้า ซึ่งส่วนใหญ่จะเน้นในเชิงการค้าและการพาณิชย์ ดังนั้นบทบาทของผู้จัดกรงาน ได้แก่การประชาสัมพันธ์เพื่อชักชวนผู้เข้าร่วมแสดงสินค้าและบริการ และผู้เข้าชมงาน การเลือกสถานที่จัดงาน และในบางกรณีการจัดงานแสดงสินค้าจะจัดให้มีการประชุมควบคู่ไปด้วยกัน ซึ่งมีผู้บริหารงานทั้ง 2 ประเภทหลายบริษัททั้งเป็นบริษัทคนไทย และที่เป็นมืออาชีพจากต่างประเทศมาตั้งสาขาในประเทศไทย

9. **ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการติดตั้ง ก่อสร้าง และตกแต่งคูลา (Contractor)** เพื่อใช้ในการแสดงสินค้า รวมถึงธุรกิจต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำกรนำเสนอรูปแบบงาน การจัดเวทีแสดงระบบเสียง การจัตรบบไฟฟ้า ซึ่งจะใช้ในพิธีเปิดงานและเป็นเวทีในการแสดงกิจกรรมต่างๆ ของงานนั้นๆ

10. **ธุรกิจการดำเนินการขนส่งสินค้าและดำเนินการด้านการจัดหาระวาง (Freight Forwarder)** เพื่อขนส่งสินค้าโดยพาหนะรูปแบบต่างๆ รวมทั้งการรับดำเนินการพิธีศุลกากร ผู้ดำเนินการต้องมีความเชี่ยวชาญ เนื่องจากมีข้อจำกัดทั้งทางด้านเวลาและตัวสินค้าที่นำมาเพื่อใช้ในการแสดงสินค้า โดยส่วนมากจะเป็นสินค้าจากต่างประเทศเข้ามาแสดงในเมืองไทย

11. **ธุรกิจปลอดอากร (Duty Free Tax)** เป็นธุรกิจหนึ่งที่ได้ประโยชน์จากการที่กลุ่มไมซ์เข้ามาในเมืองไทย

12. **ธุรกิจอื่นๆ (Others)** ที่ไม่ใช่ธุรกิจที่กล่าวมาข้างต้น เช่น การรักษาความปลอดภัย การทำความสะอาด การโฆษณา การจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ ฯลฯ ล้วนเกี่ยวข้องกับไมซ์ไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีผลกระทบทางตรง ด้านการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวทำให้เกิดอุปสงค์ของสินค้าและบริการ ทำให้รายได้ของแรงงานในสาขาการผลิตและการบริการเพิ่มขึ้น สำหรับผลกระทบทางอ้อม ด้านการเจริญเติบโตทางธุรกิจต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าและบริการ ก่อให้เกิดการจ้างงานในสาขาต่างๆ เช่น ด้านสาธารณูปโภค การขนส่ง ธุรกิจการค้า ตลอดจนรายรับของรัฐบาล ในรูปแบบภาษีอากรประเภทต่างๆ

ในอุตสาหกรรมไมซ์ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจการจัดประชุม การจัดการท่องเที่ยวที่เป็นรางวัล หรือการจัดนิทรรศการและแสดงสินค้า ล้วนเป็นธุรกิจที่ให้บริการที่มีลักษณะของสินค้าและบริการที่จับต้องได้ยาก สถานที่จัดงานในฐานะสินค้าและบริการหลัก จึงมีบทบาทในฐานะองค์กรผู้ให้บริการที่ชัดเจนมากที่สุด โดยมีลูกค้าเป้าหมายในฐานะผู้รับบริการ 2 กลุ่มหลัก ดังนี้ 1) กลุ่มที่เป็นผู้รับจัดงานมืออาชีพ 2) กลุ่มเจ้าภาพจัดงานโดยตรง เช่น กลุ่มสมาคม กลุ่มบริษัททั่วไป กลุ่มที่เป็นองค์กรรัฐ ดังนั้นอุตสาหกรรมไมซ์จึงมีความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการที่มีลูกค้าเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและมีกำลังซื้อสูง (สสปน., 2004: 1) ดังที่ทราบว่าอุตสาหกรรมไมซ์ประกอบไปด้วยธุรกิจบริการที่มีสินค้าและบริการที่จับต้องได้ยาก ดังนั้นสถานที่จัดงานซึ่งถือเป็นบริการหลักของอุตสาหกรรมไมซ์จึงควรมีการกำหนดมาตรฐานในเรื่องคุณภาพและบริการที่แน่ชัดเพื่อการปฏิบัติให้เป็นไปในแนวทางเดียวกันของผู้ให้บริการสถานที่จัดงาน

3 แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจสถานที่จัดงาน

สถานที่จัดงานเป็นปัจจัยสำคัญในอุตสาหกรรมไมซ์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้วางแผนการประชุมในการเลือกพื้นที่จุดหมายปลายทางในการจัดงาน ดังนั้น พื้นที่หรือประเทศใดมีสถานที่จัดงานที่มีความเหมาะสม ย่อมจะได้เปรียบทางการแข่งขันและนำไปสู่ความสำเร็จของอุตสาหกรรมไมซ์ในภาพรวมของประเทศต่อไป

1. ปัจจัยที่ก่อให้เกิดธุรกิจสถานที่จัดงาน

เนื่องจากปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทางสังคม การเมือง เศรษฐกิจ การศึกษาและเทคโนโลยี ทำให้ธุรกิจต่างๆ ตลอดจนองค์กร สมาคม ทั้งของรัฐและเอกชนให้ความสำคัญกับการประชุมสัมมนามากขึ้น เพราะประโยชน์การประชุมสัมมนาเป็นการสื่อสารให้คนหมู่มากมีความเข้าใจซึ่งกันและกันได้มากขึ้น ตลอดจนเป็นเครื่องมือทางการตลาดของบริษัทขนาดใหญ่ที่ทำการตลาดในระดับประเทศและนานาชาติ จากความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจึงเป็นปัจจัยส่งเสริมให้ธุรกิจสถานที่

จัดงานไม่ว่าจะเป็นศูนย์ประชุม หรือห้องประชุมในโรงแรมต่างๆ เริ่มมีความสำคัญตามไปด้วย (เกิดศิริ เจริญวิศาล, 2542: 1-3) ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ สุนีย์ บริสุทธิ์ และคณะ (2548: 25) ได้วิเคราะห์ถึงปัจจัยที่ทำให้อุตสาหกรรมไมซ์มีการเจริญเติบโตขึ้น เช่น การขยายตัวของอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวและการค้าทั่วโลก ซึ่งนอกจากทำให้คนอยากเดินทางท่องเที่ยวแล้วยังมีความจำเป็นในการต้องพบปะและประชุมร่วมกันมากขึ้น อีกทั้งมีการผลิตสินค้าใหม่ๆ ที่จำเป็นต้องมีการแนะนำและเสนอขาย ทำให้มีการจัดงานแสดงสินค้า รวมทั้งมีการพัฒนาด้านเทคโนโลยีและความรู้ใหม่ๆ ทำให้มีความจำเป็นด้านการฝึกอบรมมากขึ้น ตลอดจนมีการจัดตั้งสมาคมต่างๆ ทำให้มีการประชุมพบปะและสร้างกิจกรรมร่วมกันในหมู่สมาชิก และปัจจุบันการที่หน่วยงานและองค์กรต้องการประชาสัมพันธ์และสร้างค่านิยม อีกทั้งเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ทำให้หน่วยงานมีการให้รางวัลแก่พนักงานด้วยการจัดให้พนักงานไปพักผ่อนท่องเที่ยวมากขึ้น

จากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวทำให้สถานที่จัดประชุมหรือศูนย์ประชุม เป็นสินค้าและบริการที่เข้ามารองรับธุรกิจการจัดการประชุม ธุรกิจการจัดการประชุมมีความสลับซับซ้อนและประกอบด้วยผู้ที่เกี่ยวข้องหลัก 3 กลุ่ม คือ 1) องค์กรหรือหน่วยงานผู้จัดหรือผู้วางแผนการประชุมหรือผู้รับบริการ คือ ผู้ซื้อสินค้าและบริการ (Demanders/Receivers) เพื่อจัดการประชุม เช่น บริษัท จำกัด สมาคมต่างๆ หน่วยงานภาครัฐ สโมสร มหาวิทยาลัย เป็นต้น 2) องค์กรหรือหน่วยงานธุรกิจที่ให้บริการด้านจัดการประชุม คือ องค์กรหรือหน่วยงานผู้ให้บริการด้านต่างๆ (Suppliers/Providers) ที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนการประชุม และองค์กรหรือหน่วยงานผู้เป็นตัวแทนหรือตัวกลางที่เกี่ยวข้องกับการจัด และ 3) องค์กรสำคัญอื่นๆ เช่น องค์กรระหว่างประเทศ ที่กำหนดมาตรฐาน กฎเกณฑ์ วิธีการสำรวจข้อมูลสถิติและวิจัย การฝึกอบรม รวมทั้งส่งเสริมและสนับสนุนการจัดประชุมนานาชาติ องค์กรในประเทศที่เกี่ยวข้อง สถาบันการศึกษา เป็นต้น และจากสภาพความเป็นจริง สถานที่จัดงานมีหลากหลายประเภทแต่งงานวิจัยนี้ได้พิจารณาเลือกสถานที่จัดงานในลักษณะของศูนย์ประชุมเท่านั้นในการพิจารณา

2. ความหมายของสถานที่จัดประชุม

ธิดา สิริสิงห์ (2546: 35) อ้างใน เกิดศิริ เจริญวิศาล (2552: 44) ได้ให้ความหมายของสถานที่จัดประชุม (Venue) ไว้ว่า สถานที่ที่ได้รับกิจกรรมของการประชุม ไม่ว่าจะการประชุมนั้นจะมีขนาดเล็กหรือใหญ่ จะเป็นการประชุมระดับนานาชาติ ระดับภูมิภาค ระดับประเทศ ระดับภายในประเทศ หรือระดับองค์กรการประชุมในรูปแบบของการประชุมสัมมนา การประชุมเชิงปฏิบัติการ การฝึกอบรม หรือการประชุมในรูปขององค์คณะบุคคล สถานที่จัดประชุมเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่ขาดไม่ได้สำหรับการประชุม ถ้าไม่มีสถานที่จัดประชุม การประชุมจะเกิดขึ้นไม่ได้ ความพร้อมและความเหมาะสมของสถานที่จัดประชุมจะช่วยส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดประชุมและแบ่งสถานที่จัดประชุมออกเป็น 3 ประเภท ใหญ่ๆ คือ 1) ศูนย์การประชุม 2) ห้องประชุม

ในโรงแรม และ 3) ห้องประชุมในสถาบันการศึกษาและสมาคม ซึ่งความพร้อมในการจัดประชุมแตกต่างกันไป

สำหรับงานวิจัยในครั้งนี้พิจารณาเลือกสถานที่จัดงานในภาคใต้ตอนล่าง ตามบัญชีรายชื่อของ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) โดยมีการแบ่งกลุ่มสมาชิกเป็น ศูนย์ประชุม (Convention and Exhibition Center) มีจำนวน 1 แห่ง และที่เป็นศูนย์ประชุมที่อยู่ในโรงแรม (Convention Hotel) จำนวน 6 แห่ง (TCEB., 2014: online) ดังนี้

1. ศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

2. โรงแรมเรื่อรัชฎา
3. โรงแรมธรรมรินทร์ ธนา
4. โรงแรมวัฒนา พาร์ค
5. โรงแรมซี เอส ปัตตานี
6. โรงแรมพาวิลเลียน สงขลา
7. โรงแรมอนันตรา สีเกา รีสอร์ท แอนด์ สปา

3. ความสำคัญของสถานที่จัดประชุม

สถานที่จัดงานคือ สินค้าและบริการหลักของอุตสาหกรรมไมซ์ และเป็นองค์ประกอบสำคัญที่จำเป็นสำหรับการจัดการประชุม Weber and Chon (2002: 152) ระบุว่า การประชุมจะเกิดขึ้นไม่ได้หากขาดสถานที่ประชุม ไม่ว่าจะการประชุมขนาดเล็กหรือใหญ่หรือระดับนานาชาติ ระดับภูมิภาค ระดับประเทศจนกระทั่งระดับท้องถิ่น ตลอดจนการประชุมคณะกรรมการ การประชุมสัมมนา การประชุมเชิงปฏิบัติการหรือการฝึกอบรม หรือแม้แต่การประชุมที่ใช้เทคโนโลยีทางไกลที่ผู้บรรยายอาจอยู่ในสถานที่หนึ่งและผู้ฟังอาจกระจายอยู่ในสถานที่ต่างๆ ล้วนจำเป็นต้องมีสถานที่รองรับการประชุม และสถานที่จัดประชุมที่มีความพร้อมและเหมาะสมสำหรับการจัดประชุมแต่ละประเภท จะส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการประชุม (ธิดา สิริสิงห, 2546: 37) ในขณะที่ สุนีย์ บริสุทธิ์ และคณะ (2546: 37) อธิบายความสำคัญของสถานที่จัดงาน โดยเน้นว่าสถานที่จัดงานเป็นปัจจัยสำคัญของการดำเนินธุรกิจไมซ์ ที่ส่งผลต่อตลาดไมซ์โดยตรง เพราะผู้จัดงานจะตัดสินใจเลือกจุดหมายปลายทางจัดงานโดยพิจารณาปัจจัยด้านสถานที่จัดงานเป็นสำคัญ และมีความพร้อมด้านบุคลากรและประสบการณ์ในการจัดงานระดับมืออาชีพ

4. องค์ประกอบของสถานที่จัดงาน

เนื่องจากสถานที่จัดงาน หรือสถานที่จัดประชุมในประเทศไทย มีหลายรูปแบบแต่ในงานวิจัยนี้มุ่งศึกษาสถานที่จัดงานที่อยู่ในรูปแบบของศูนย์ประชุม ดังนั้นการศึกษารายละเอียดของสถานที่จัดงานก็จะอยู่ในกรอบของสถานที่จัดงานดังกล่าว โดยมีองค์ประกอบพื้นฐาน 6 ประการ (ธิดา สิริสิงห, 2546: 39-47 อ้างใน เกิดศิริ เจริญวิศาล, 2552: 45-46) ดังนี้

1. ห้องประชุม เป็นอุปกรณ์สำคัญที่ขาดไม่ได้สำหรับการประชุม ห้องประชุมควรมีขนาดและจำนวนที่เหมาะสมสำหรับผู้เข้าร่วมประชุมและกิจกรรมของการประชุม ซึ่งนิยมใช้สำหรับการประชุมผู้เข้าร่วมประชุมทั้งหมดในการทำพิธีเปิด-ปิด และการประชุมในหัวข้อสำคัญ ๆ ของการประชุม ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และรูปแบบของการจัดการประชุม และห้องประชุมย่อย เป็นห้องประชุมที่มีขนาดย่อยลงมาจากห้องประชุมใหญ่ ใช้รองรับการประชุมกลุ่มย่อยที่มีผู้เข้าร่วมประชมน้อยกว่าการประชุมใหญ่

2. อุปกรณ์ ระบบเสียง ภาพและแสง จัดเป็นองค์ประกอบสำคัญส่วนหนึ่งของการประชุม สถานที่จัดประชุมที่มีความพร้อมทางระบบเสียง ภาพและแสง ย่อมช่วยให้สามารถดึงดูดความสนใจของผู้เข้าร่วมประชุมสู่นี้อาการการประชุมได้ดีกว่าและทำให้การประชุมน่าสนใจ ชวนติดตาม และควรมีระบบระบายอากาศ ภายในห้องประชุมควรมีอากาศไม่ร้อนหรือหนาวเกินไป ไม่อึดอัด มีการระบายและหมุนเวียนอากาศที่ดี ควรเป็นห้องที่มีเครื่องปรับอากาศและจะต้องตรวจสอบระบบการทำงานไม่ให้ส่งเสียงรบกวนในห้องประชุม

3. ห้องผู้จัดการประชุม เป็นห้องประสานงานของผู้จัดประชุมจะมีฝ่ายเลขานุการ จัดเตรียมงานและวัสดุอุปกรณ์ที่จำเป็นเพิ่มเติม เช่น การจัดเตรียมเอกสาร ของที่ระลึก วัสดุเครื่องเขียน อุปกรณ์นำเสนอสำหรับวิทยากร และรวมทั้งการประสานงานกับเจ้าหน้าที่ของสถานที่จัดประชุมหรือผู้บรรยายเกี่ยวกับความพร้อมในการจัดประชุม ห้องทำงานของผู้จัดการประชุมควรอยู่ใกล้ห้องประชุมเพื่อความสะดวกในการประสานงานและการอำนวยความสะดวก นอกจากนี้ที่ประชุมบางแห่งอาจมีห้องรับรองสำหรับผู้บรรยายหรือบุคคลสำคัญที่จะมาทำพิธีเปิดหรือแขกสำคัญก่อนที่จะเข้าห้องประชุม ภายในห้องจะมีการจัดเตรียมเครื่องดื่มประเภทชา กาแฟ หรือน้ำอัดลมไว้ต้อนรับ

4. การบริการอาหารและเครื่องดื่ม เป็นการบริการอาหารและเครื่องดื่มสำหรับผู้เข้าร่วมประชุม โดยอาจรวมทั้งอาหารหลักและอาหารว่าง สถานที่สำหรับการบริการอาหารและเครื่องดื่มแก่ผู้เข้าร่วมประชุมอาจจัดในห้องอาหารโดยเฉพาะหรือห้องอาหารที่ดัดแปลงจากห้องประชุม หรือร้านอาหาร หรือศูนย์อาหาร หรือเป็นโต๊ะบริการแบบบาร์หรือเคา์เตอร์ การจัดเตรียมอาหารนั้นต้องคำนึงถึงผู้เข้าร่วมประชุมเป็นสำคัญ โดยเลือกให้เหมาะสม สะอาดและถูกหลักอนามัย ควรจัดให้มีความหลากหลายให้ผู้เข้าร่วมประชุมได้มีโอกาสเลือก และในเวลาเดียวกันก็ต้องจัดอาหารพิเศษเฉพาะสำหรับผู้ที่มีความจำเป็น

5. การบริการความสะดวกอื่นๆ ที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เข้าประชุม เช่น ศูนย์ธุรกิจ บริการร้านดอกไม้ บริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ บริการล้างอัดรูป บริการรถเช่า เคา์เตอร์ประชาสัมพันธ์ เคา์เตอร์บริการด้านการท่องเที่ยว บริการจำหน่ายตั๋วเครื่องบินและยื่นยื่น การเดินทางกับสายการบิน บริการเครื่องใช้สำนักงาน บริการห้องพยาบาล บริการร้านขายของ จิปาถะ เช่น หนังสือพิมพ์ หนังสืออ่านเล่น แผนที่ ของที่ระลึก เป็นต้น และสถานที่จอดรถ

6. บุคลากรของสถานที่จัดประชุม (Venue Staff) เป็นตัวจักรกลที่สำคัญอย่างหนึ่งที่จะทำให้การประชุมเป็นไปอย่างราบรื่น โดยบุคลากรระดับหัวหน้าจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับวิธีการจัดประชุมเป็นอย่างดี เข้าใจขั้นตอนของการประชุม ความต้องการของผู้จัดการประชุมในแต่ละช่วงของการจัดประชุมจะต้องมีการวางแผนล่วงหน้า ประสานงานกับผู้เกี่ยวข้อง และบุคลากรจะต้องช่วยกันแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น หรือจัดตามคำขอจากผู้จัดการประชุมในขอบเขตที่สามารถทำได้หรือที่มีความเหมาะสม การปรับเปลี่ยนดังกล่าวจะต้องทำด้วยความฉับไวและรอบคอบ นอกจากนี้ยังรวมถึงการเตรียมการขั้นตอนการต้อนรับบุคคลสำคัญที่จะมาเปิดงานด้วย

นอกจากนี้ ธิดา สิริสิงห (2546: 49) อ่างใน เกิดศิริ เจริญวิศาล(2552: 46) ยังระบุไว้ว่า ศูนย์ประชุมขนาดใหญ่กว่านอกจากมีองค์ประกอบพื้นฐานดังกล่าวข้างต้นแล้วยังเน้นในประเด็นของขนาด จำนวน และคุณภาพ ตลอดจนความพร้อมในการบริการต่างๆ มากขึ้น เนื่องจากศูนย์การประชุมจัดสร้างขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เฉพาะสำหรับการประชุม การออกแบบและการวางแผน การจัดบริการต่างๆ ค่อนข้างสมบูรณ์เพื่อรองรับการจัดประชุมในรูปแบบต่างๆ หรือรองรับกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการประชุมมากกว่าสถานที่จัดประชุมประเภทอื่น ที่สามารถใช้ประโยชน์พื้นที่ได้เต็มที่และสร้างรายได้เพิ่มเติม และต้องมีผู้ประสานงานที่มีระบบการติดต่อที่มีประสิทธิภาพในก่อนและระหว่างการจัดงาน

จากการศึกษาข้างต้นสรุปได้ว่า แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์มีความเชื่อมโยงและเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ โดยมีสถานที่จัดงานเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อให้บริการด้านสถานที่ในการจัดกิจกรรมไมซ์ในลักษณะเช่นเดียวกับธุรกิจบริการที่มีลักษณะเฉพาะ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาในเรื่องคุณภาพการบริการ พฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยว รวมถึงการศึกษามาตรฐานสากล ISO ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ประยุกต์กับแนวคิดด้านส่วนประสมทางการตลาดของสถานที่จัดงาน สำหรับหาแนวทางในการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานสถานที่จัดงานเพื่อให้ผู้ประกอบการหรือผู้บริหารสถานที่จัดงานใช้เป็นข้อมูลและแนวทางในการปฏิบัติ

4 แนวคิดเกี่ยวกับมาตรฐานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์

จากการสำรวจประเทศไทย ยังไม่เคยมีหน่วยงานใดๆ จัดทำมาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่างออกมาอย่างชัดเจน ทางผู้วิจัยสำรวจจากวรรณกรรมและเอกสารที่เกี่ยวข้องพบว่า สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) ซึ่งเป็นหน่วยงานโดยตรงสำหรับการพัฒนาศักยภาพไมซ์ไทย ได้มีการนำมาตรฐานสากลด้านต่างๆ มาเป็นเครื่องมือในการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้จัดงานและผู้ให้บริการในอุตสาหกรรมไมซ์ ซึ่งมาตรฐานที่ใช้อยู่ในปัจจุบันมิได้เป็นมาตรฐานของสถานที่จัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์โดยตรง ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำระบบมาตรฐาน หรือ ISO (International Organization for Standardization) ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์มาเป็นเกณฑ์ในการกำหนดมาตรฐาน ได้แก่ 1) มาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหาร

(ISO 22000: Food Safety Standard) 2) ระบบการบริหารความปลอดภัยสำหรับการจัดงานไมซ์ (TISI 22300: (MSMS) MICE Security Management System) 3) มาตรฐานระบบการบริหารด้านพลังงาน (ISO 50001: Energy Management Standard) และ 4) มาตรฐานการบริหารจัดการไมซ์อย่างยั่งยืน (ISO 20121: Event Sustainability Management Standard) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

4.1 มาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหาร (ISO 22000: Food Safety Standard)

ISO 22000:2005 หรือ “ระบบบริหารความปลอดภัยของอาหาร- ข้อกำหนดสำหรับทุกองค์กรในห่วงโซ่อาหาร” เป็นมาตรฐานสากลที่เกิดขึ้นจากการรวมระบบ HACCP ซึ่งเป็นระบบการวิเคราะห์อันตรายในอาหาร และระบบการบริหารคุณภาพ ISO9001: 2000 ซึ่งเป็นมาตรฐานที่กำหนดไว้สำหรับอุตสาหกรรมทั่วไปเข้ามาเสริมในเรื่องการจัดการและระบบเอกสาร ทำให้ระบบนี้เหมาะกับอุตสาหกรรมอาหาร ออกแบบมาเพื่อกำหนดกรอบมาตรฐานสากลที่ครอบคลุมข้อกำหนดทุกมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพด้านอาหาร (BRC, IFS, HACCP, SQF, GMP, EU) และความปลอดภัยของอาหารที่มีการบังคับใช้ในทางการค้าสินค้าอาหารอยู่ในปัจจุบัน โดยสามารถประยุกต์ใช้ได้กับทุกองค์กร ไม่ว่าจะเล็กหรือใหญ่โดยองค์กรนั้นมีส่วนเกี่ยวข้องกับห่วงโซ่อาหาร ตั้งแต่ผู้ผลิตอาหารสัตว์, โรงงานผลิตและแปรรูป, กิจการในการขนส่งและเก็บรักษาอาหาร, ผู้ค้าปลีกและผู้ให้บริการเกี่ยวกับอาหาร และแม้แต่กิจการที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับเครื่องมือเครื่องจักรในการผลิตอาหาร, วัสดุบรรจุภัณฑ์ในการบรรจุอาหาร เป็นต้น

ข้อกำหนดทั้งหมดในระบบ ISO 22000 มี 8 หัวข้อ ได้แก่

1. **ขอบข่าย (Scope)** ข้อกำหนดใช้สำหรับระบบการจัดการความปลอดภัยของอาหารสำหรับองค์กร เพื่อให้มั่นใจว่าอาหารมีความปลอดภัยต่อการบริโภค
2. **เอกสารอ้างอิง (Normative Reference)** ในมาตรฐานนี้เอกสารอ้างอิงหลักได้แก่ ISO 9000 : 2000 (Quality management system-Fundamental and vocabulary) ซึ่งถือได้ว่าเป็นเอกสารที่ใช้เป็นแนวทางในการจัดทำร่างมาตรฐาน
3. **บทนิยาม (Terms and Definitions)** ประกอบด้วยคำนิยามที่เกี่ยวข้องกับ Food Safety Food Chain และบทนิยามที่เกี่ยวข้องกับการประเมินอันตรายและจุดวิกฤตที่ต้องควบคุม
4. **ข้อกำหนดระบบการจัดการความปลอดภัยด้านอาหาร (Food Safety Management System)** ประกอบด้วยข้อกำหนดทั่วไปที่กำหนดให้องค์กรต้องระบุขอบข่ายของระบบการจัดการ ว่าครอบคลุมผลิตภัณฑ์อะไรบ้าง ตลอดจนกระบวนการผลิต นอกจากนี้ยังกำหนดการจัดทำเอกสาร การควบคุมเอกสารและบันทึกเพื่อแสดงให้เห็นว่า องค์กรปฏิบัติตามข้อกำหนดของมาตรฐาน

5. **ความรับผิดชอบของฝ่ายบริหาร (Management Responsibility)** กำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบของผู้บริหารที่มีต่อการพัฒนา การนำระบบการจัดการไปใช้ และการพัฒนาให้มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง

6. **การบริหารทรัพยากร (Resource Management)** กำหนดให้องค์กรตั้งจัดหาทรัพยากรที่เพียงพอต่อการจัดทำระบบซึ่งประกอบด้วย ทรัพยากรบุคคล โครงสร้างพื้นฐาน และสภาพแวดล้อมในการทำงาน

7. **การวางแผนและการตระหนักถึงผลิตผลผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัย (Planning and Realization of Safe Products)** กำหนดให้องค์กรต้องวางแผนและพัฒนากระบวนการที่ให้ความสำคัญกับผลิตผลผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัยประกอบด้วย กิจกรรมพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการควบคุมสัญลักษณ์ของสภาพแวดล้อม การผลิตที่มีความเหมาะสม การเคลื่อนย้ายที่มีผลต่อความปลอดภัยของอาหาร

8. **การยืนยัน การทวนสอบ และพัฒนาระบบการจัดการความปลอดภัยด้านอาหาร (Validation Verification and Improvement of the Food Safety Management System)** กำหนดให้กลุ่มคนที่รับผิดชอบในการจัดทำระบบต้องวางแผนและพัฒนากระบวนการที่ต้องใช้ในการยืนยันจุดควบคุมการดูแลและการวัด การทวนสอบระบบด้วยการ Internal audit การประเมินผลการตรวจสอบ และการวิเคราะห์ผลของกิจกรรมการทวนสอบ นอกจากนี้ยังกำหนดให้องค์กรต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง การปรับปรุงระบบการจัดการให้มีความทันสมัยอยู่เสมอ

ข้อกำหนด ทั้ง 8 หัวข้อที่กล่าวมานั้น จะมี 5 หัวข้อสำคัญ (กัลยาณี ดีประเสริฐวงศ์, 2550) ซึ่งสามารถสรุปเป็นประเด็นได้ดังต่อไปนี้

1. **ข้อกำหนดระบบการจัดการความปลอดภัยด้านอาหาร (Food Safety Management System)** ข้อกำหนดนี้เน้นการจัดทำเอกสารและการควบคุมอาหาร

- องค์กรต้องจัดทำเอกสาร (Document) ซึ่งประกอบด้วยเอกสารนโยบายและวัตถุประสงค์ด้านความปลอดภัยอาหาร เอกสารขั้นตอนการดำเนินการ (Procedure) และบันทึกคุณภาพตามที่มาตรฐานนี้กำหนด (Record) และเอกสารอื่นๆ ที่จำเป็น

- เอกสารดังกล่าวต้องมี Procedure ควบคุม ซึ่งสอดคล้องกับ ISO 9001: 2000

2. **ความรับผิดชอบของฝ่ายบริหาร (Management responsibility)** ข้อกำหนดนี้เน้นองค์กรและผู้บริหารต้องให้ความสำคัญกับการจัดทำระบบ การวางแผนงาน การทบทวน รวมทั้งเน้นเรื่องการสื่อสาร และการจัดการกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน ที่มีผลกระทบต่อความปลอดภัยอาหาร

- ผู้บริหารขององค์กรมีความมุ่งมั่นให้การสนับสนุนด้านความปลอดภัยอาหาร
- ผู้บริหารต้องกำหนดนโยบายเป็นเอกสาร และสื่อสารภายในองค์กรให้รับทราบทั่วถึง ซึ่งนโยบายนี้ต้องเหมาะสมกับบทบาทขององค์กรในห่วงโซ่อาหาร ต้องสอดคล้องกับกฎหมายหรือข้อบังคับและข้อตกลงด้านความปลอดภัยอาหารของลูกค้า
- ผู้บริหารต้องมีการวางแผนเพื่อบรรลุตามที่กำหนดไว้
- พนักงานทุกคนต้องได้รับมอบหมายความรับผิดชอบให้รายงานปัญหาเกี่ยวกับระบบความปลอดภัยอาหารไปยังบุคลากรที่องค์กรแต่งตั้ง ซึ่งต้องเป็นผู้ที่มีอำนาจและรับผิดชอบการจัดการและบันทึกรายละเอียดของปัญหา
- องค์กรมีการแต่งตั้งบุคคลที่ทำหน้าที่เป็นหัวหน้าทีมความปลอดภัยอาหาร (Food Safety Team Leader) โดยมีหน้าที่บริหารทีมจัดระเบียบงาน ดูแลการอบรมและการให้ความรู้แก่สมาชิกในทีม จัดทำระบบความปลอดภัยอาหาร รายงานประสิทธิผลของระบบ รวมทั้งประสานกับหน่วยงานภายนอก
- องค์กรต้องมีการสื่อสารภายนอกตลอดห่วงโซ่อาหารให้กับลูกค้า ผู้บริโภค หน่วยงานควบคุมกฎหมาย และหน่วยงานใดๆ ที่มีผลกระทบจากประสิทธิภาพและการปรับเปลี่ยนระบบความปลอดภัยอาหาร
- องค์กรต้องมีการสื่อสารภายในกับบุคคลในองค์กร เกี่ยวกับประเด็นที่มีผลกระทบกับความปลอดภัยอาหาร โดยเฉพาะทีม Food Safety ต้องได้รับข้อมูลที่ทันเวลากับการเปลี่ยนแปลงที่มีผลกระทบกับการผลิต
- องค์กรต้องจัดทำ ฝึกอบรม และบำรุงรักษาเอกสารว่าด้วยเรื่องการจัดการสถานการณ์ฉุกเฉินและอุบัติภัยที่ส่งผลต่อความปลอดภัยอาหาร และที่เกี่ยวข้องกับบทบาทขององค์กรในห่วงโซ่อาหาร
- ฝ่ายบริหารสูงสุดต้องทบทวนระบบความปลอดภัยอาหาร ตามช่วงเวลาที่เหมาะสม วางแผนเพื่อให้มั่นใจถึงความเหมาะสม ความพอเพียง และประสิทธิภาพของระบบอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการประเมินโอกาสในการปรับปรุงและความจำเป็นในการเปลี่ยนแปลงระบบและนโยบาย และต้องมีการบันทึกการทบทวนทุกครั้ง

3. การบริหารทรัพยากร (Resource management) องค์กรต้องมีทรัพยากรทั้งด้านวัสดุ สิ่งก่อสร้าง สิ่งแวดล้อมที่ดี รวมทั้งบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้การดำเนินการทางด้านความปลอดภัยอาหารเป็นไปตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนด ซึ่งสอดคล้องกับมาตรฐาน

- องค์กรต้องมอบหมายทรัพยากรในการจัดทำ ฝึกอบรม ชำรงรักษา และปรับระบบการจัดการความปลอดภัยอาหารให้ทันสมัยอย่างเพียงพอ

- ทีม Food Safety และบุคคลใดๆ ที่ดำเนินกิจกรรมที่มีผลกระทบต่อความปลอดภัยอาหารต้องมีความสามารถ ผ่านการให้ความรู้ อบรม มีทักษะและประสบการณ์

- องค์กรต้องมอบหมายทรัพยากรเพื่อสนับสนุน การสร้าง การจัดการ และบำรุงรักษาสภาพแวดล้อมที่จำเป็น เพื่อการประยุกต์ใช้ข้อกำหนดในมาตรฐาน

4. การวางแผนและการตระหนักถึงผลิตผลผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัย (Planning and realization of safe products) ข้อกำหนดนี้เป็นข้อหลักการที่เน้นจุดสำคัญของการควบคุมความปลอดภัยของอาหาร คือ GMP/HACCP รวมถึงระบบการจัดการสินค้าเมื่อไม่สอดคล้องกับมาตรฐาน การสอบกลับสินค้า และการเรียกคืนสินค้า

- องค์กรต้องมีโปรแกรมพื้นฐานด้านสุขลักษณะ (Pre-requisite programs) (PRPs) ซึ่งอาจจะเป็น GAP (Good Agriculture), GHP (Good Hygienic), GVP (Good Veterinarian Practice), GDP (Good Distribution), GPP (Good Production Practice), GTP (Good Trading Practice) และ GMP (Good Manufacturing Practice) ขึ้นอยู่กับประเภทผู้ประกอบการในห่วงโซ่อาหาร และต้องจัดทำเป็นเอกสาร

- องค์กรต้องมีระบบ HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point) โดย
 1. มี Food Safety ทีม
 2. มีการระบุคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ (Product characteristics)
 3. มีการกำหนดการนำไปใช้งาน (Intended use)
 4. มีการจัดทำแผนภูมิกระบวนการผลิต (Flow diagrams) และต้องอธิบายมาตรการควบคุมหรือวิธีการปฏิบัติที่อาจส่งผลกระทบต่อความปลอดภัยอาหาร เพื่อนำไปวิเคราะห์อันตรายในขั้นตอนต่อไป

5. การวิเคราะห์อันตราย (Hazard analysis) ทีม Food Safety ต้องประเมินอันตรายเพื่อกำหนดชนิดอันตรายที่จำเป็นต้องควบคุมให้อยู่ในระดับที่กำหนดเพื่อสร้างความมั่นใจถึงความปลอดภัยอาหาร รวมถึงมาตรการควบคุมที่มีประสิทธิภาพ

6. การประเมินอันตราย (Hazard assessment) อันตรายแต่ละชนิดต้องถูกนำมาประเมินเพื่อพิจารณาความเป็นในการกำจัดหรือลดลงสู่ระดับที่ยอมรับได้ เพื่อให้สามารถผลิตอาหาร

ปลอดภัยโดยอาจใช้การพิจารณาความรุนแรง (severity) และโอกาสในการเกิดอันตราย (likelihood of occurrence)

7. การสร้าง HACCP plan ซึ่งต้องถูกจัดทำเป็นเอกสาร โดยแต่ละจุดวิกฤติที่กำหนดต้องประกอบด้วย อันตรายที่ถูกควบคุม มาตรการควบคุม ขอบเขตวิกฤติ วิธีการเฝ้าระวัง การแก้ไขและมาตรการแก้ไข

8. องค์กรต้องมีการวางแผนการตรวจสอบ (Verification planning) โดยกำหนดวัตถุประสงค์ วิธีการ ความถี่ และผู้รับผิดชอบ และผลการทวนสอบต้องมีการบันทึกและสื่อสารไปยัง Food Safety ทีม

9. องค์กรต้องมีระบบการสอบกลับ (Traceability system) โดยระบุรุ่นสินค้า และเชื่อมโยงไปยังวัตถุดิบ กระบวนการผลิต รวมทั้งการส่งมอบที่เกี่ยวข้อง และมีการจดบันทึก

10. องค์กรต้องมีมาตรการควบคุมความไม่สอดคล้อง (Control of nonconformity) โดยมีการแก้ไข (Corrections) เมื่อขอบเขตวิกฤติของจุด CCP (Critical Control Point) เกิดการเบี่ยงเบนและต้องมีมาตรการแก้ไข (Corrective Action) และจัดการกับผลิตภัณฑ์ที่ไม่ปลอดภัย (Handling of potentially unsafe products) เพื่อป้องกันสินค้าเหล่านั้นเข้าไปในห่วงโซ่อาหาร และควรมีการประเมินเพื่อปล่อยสินค้า (Evaluation for release) เมื่อมีหลักฐานที่แสดงว่ามาตรการควบคุมมีประสิทธิภาพ หรือผลการสุ่มตัวอย่างการวิเคราะห์แสดงว่ารุ่นที่ได้รับผลกระทบมีความสอดคล้องกับระดับการยอมรับค่าความปลอดภัย แต่หากพบว่าผลิตภัณฑ์นั้นไม่สามารถปล่อยได้ต้องมีการกำจัด (Disposition of Nonconforming Products) ซึ่งอาจจะนำไปแปรรูปใหม่ หรือนำไปผ่านกระบวนการเพิ่มเติมภายในหรือภายนอกองค์กร เพื่อลดอันตรายลงจนถึงระดับที่ยอมรับได้ หรือทำลายทิ้ง หรือกำจัดเป็นของเสีย

11. องค์กรต้องมีการเรียกคืนสินค้า (Withdrawals) เพื่อช่วยให้การเรียกคืนสินค้าที่ไม่ปลอดภัยเป็นไปอย่างสมบูรณ์และทันต่อเวลา องค์กรต้องแต่งตั้งบุคลากรที่มีอำนาจในการเรียกคืน ต้องมีขั้นตอนการปฏิบัติและแจ้งหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งราชการ ลูกค้า และผู้บริโภค สินค้าที่ถูกเรียกคืนต้องเก็บกักไว้จนกว่าจะถูกนำมาทำลาย หรือถูกนำไปใช้เพื่อเจตนาอื่น หลังผ่านการประเมินว่าปลอดภัย องค์กรต้องมีการตรวจสอบวิธีการเรียกคืน เทคนิคที่เหมาะสม คือ Mock Recall หรือการซ้อม

- องค์กรต้องมีการวางแผนการตรวจสอบ (Verification Planning) โดยกำหนดวัตถุประสงค์ ความถี่ และผู้รับผิดชอบ และผลการทวนสอบต้องมีการบันทึกและสื่อสารไปยัง Food Safety ทีม

5. การยืนยัน การทวนสอบ และพัฒนาระบบการจัดการความปลอดภัยด้านอาหาร (Validation Verification and Improvement of the Food Safety Management System) องค์กรต้องมีการยืนยันค่าตัวเลขต่างๆ ที่ใช้ หรือมาตรฐานที่นำมาอ้างอิงว่าเหมาะสมกับองค์กร สามารถลดขจัดอันตราย มีการทวนสอบอุปกรณ์ เครื่องมือที่สำคัญๆ โดยการสอบเทียบ และมีการทวนสอบระบบ เช่น การตรวจประเมินภายใน เป็นต้น

- ก่อนการประยุกต์ใช้มาตรการควบคุมใน PRPs และแผน HACCP หรือการเปลี่ยนแปลงใดๆ องค์กรต้องทำการรับรอง (Validate) เพื่อให้แสดงว่า มาตรการนั้นๆ สามารถให้ผลค่าที่ตั้งไว้ในการควบคุมอันตราย มีประสิทธิภาพและมีความสามารถเพื่อให้ผลิตภัณฑ์บรรลุตามที่กำหนด หากไม่เป็นไปตามที่คาดหมายต้องได้รับการปรับเปลี่ยนและประเมินใหม่

- องค์กรต้องแสดงหลักฐานเพื่อยืนยันว่าวิธีการเฝ้าระวัง การตรวจวัด และอุปกรณ์มีความเหมาะสมที่สามารถให้ผลการตรวจสอบที่น่าเชื่อถือ เครื่องมืออุปกรณ์ต้องมีการสอบเทียบ มีการจัดเก็บและรักษาค่าบันทึกผลการสอบเทียบและทวนสอบ

- องค์กรต้องมีการทวนสอบระบบการจัดการด้านความปลอดภัยอาหาร เช่น ตรวจประเมินภายใน (Internal Audit) หากพบว่าการทวนสอบให้ผลไม่สอดคล้องตามแผน ต้องลงมือดำเนินการแก้ไขและต้องมีการวิเคราะห์ผลลัพธ์จากกิจกรรมการทวนสอบ และรายงานผู้บริหาร เพื่อนำเข้าสู่การประชุม ทบทวนฝ่ายบริหาร และใช้เป็นข้อมูลปรับระบบให้ทันสมัย

- ผู้บริหารระดับสูงต้องมั่นใจว่าระบบมีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง ทันสมัย กิจกรรมเพื่อการปรับระบบให้ทันสมัยต้องได้รับการบันทึกในรูปแบบที่เหมาะสม และนำเข้ารายงานเพื่อพิจารณาในการประชุมทบทวนฝ่ายบริหาร

4.2 ระบบการบริหารความปลอดภัยสำหรับการจัดงานไมซ์ (TISI 22300: (MSMS) MICE Security Management System)

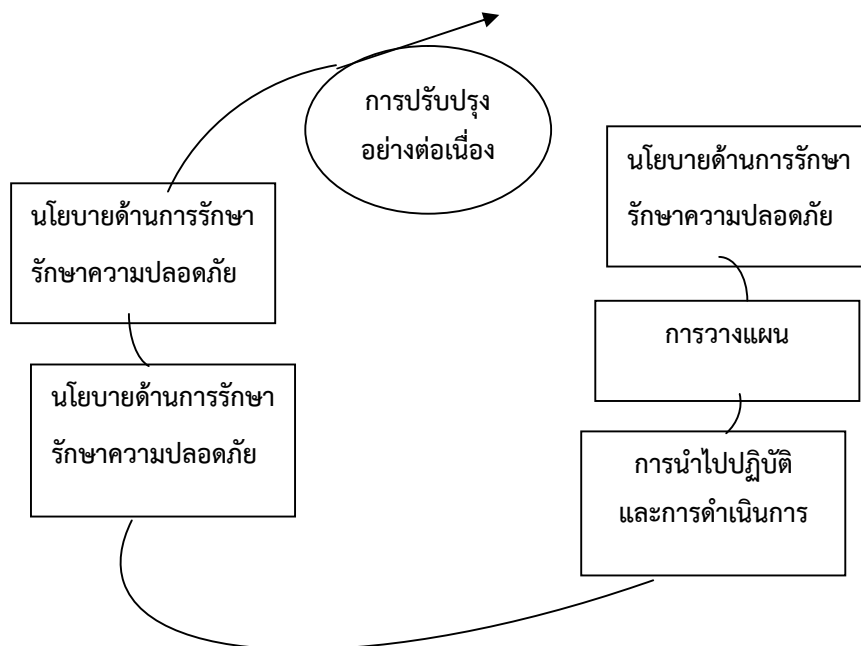
สสปน. ได้ร่วมกับ สมาคมอาชีวอนามัยและความปลอดภัยในการทำงาน และสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม รวมทั้งตัวแทนคณะทำงานทั้งภาคเอกชนและภาครัฐที่เกี่ยวข้องได้กำหนดมาตรฐาน มอก. 22300-2551 ระบบการจัดการด้านการ

รักษาความปลอดภัย-ข้อกำหนดสำหรับการจัดประชุม สัมมนา และนิทรรศการ หรือ MSMS (MICE Security Management System) ซึ่งเป็นมาตรฐานสำหรับองค์กรที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการจัดประชุม สัมมนา และนิทรรศการ โดยมีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อการเตรียมความพร้อมในการวิเคราะห์และประเมินความเสี่ยง การประเมินภัยคุกคาม การประเมินจุดอ่อน การจัดการภาวะวิกฤตที่อาจมีผลต่อกิจกรรมการบริการ ทรัพย์สินและความปลอดภัยของผู้เข้าร่วมงาน โดยมาตรฐานดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อการสร้างความเชื่อมั่นต่อลูกค้าทั้งในและต่างประเทศที่เข้าใช้บริการ และส่งเสริมการนำรายได้เข้าประเทศเพิ่มมากขึ้น การเพิ่มฐานลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการให้มากขึ้น

มาตรฐานอุตสาหกรรมฉบับนี้ ได้รับการลงนามจากรัฐมนตรีว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม (นายสุวิทย์ คุณกิตติ) เมื่อวันที่ 17 มิถุนายน พ.ศ. 2551 โดยแนวทางการจัดทำข้อกำหนดนี้จะใช้พื้นฐานข้อกำหนดแนวทางการจัดการสิ่งแวดล้อม และระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัยมาเป็นแนวทางในการจัดทำข้อกำหนด ซึ่งสาระสำคัญของข้อกำหนดมีดังนี้

1. บทนำ มาตรฐานนี้อธิบายถึงสิ่งที่สำคัญ คือ การรักษาความปลอดภัย โดยต้องมีการพิจารณาภัยคุกคามจากธรรมชาติ เช่น คลื่นสึนามิ แผ่นดินไหว น้ำท่วม และจากมนุษย์ก่อขึ้น เช่น การชุมนุมของฝูงชนโดยมีวัตถุประสงค์ต่างๆ การก่อการร้าย การวินาศกรรม หรือจากเหตุที่ไม่ตั้งใจให้เกิดขึ้น เช่น เพลิงไหม้ ตึกถล่ม เป็นต้น

2. ขอบข่าย มาตรฐานนี้สามารถประยุกต์ใช้ได้สำหรับองค์กรผู้ให้บริการการจัดอบรมสัมมนา งานแสดงสินค้า และนิทรรศการทุกขนาดที่ต้องการ เช่น ศูนย์ประชุม ศูนย์แสดงสินค้า โรงแรม ศูนย์แสดงนิทรรศการ เป็นต้น โดยแนวทางประยุกต์ใช้นั้นใช้แนวทางตามมาตรฐาน ISO 14001: 2004 (ระบบการจัดการสิ่งแวดล้อม) หรือ OHSAS 18001: 2007 (มอก. 18001: ระบบการจัดการอาชีวอนามัยและความปลอดภัย)



ภาพ 2.4 องค์ประกอบของระบบการจัดการรักษาความปลอดภัย สำหรับการจัดประชุม สัมมนา และ นิทรรศการ

ที่มา: ประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม, 2551

3. คำศัพท์และนิยาม สามารถดูรายละเอียดตาม มอก. 22300-2551 โดย ตัวอย่างคำนิยามที่สำคัญ เช่น

- การประเมินจุดอ่อน คือ กระบวนการในการบ่งชี้และประเมินจุดอ่อน (จุดอ่อน คือ จุดที่ง่ายต่อการรั่วไหล การจารกรรมการก่อวินาศกรรม การบ่อนทำลายอื่นๆ ทางด้านกายภาพ การปฏิบัติงาน เศรษฐกิจ ธุรกิจ กฎหมาย และความเสียหายอื่นๆ)

- การประเมินภาวะวิกฤต คือ กระบวนการออกแบบเพื่อชี้บ่งและประเมินความเสี่ยงของทรัพย์สิน กลุ่มประชาชนที่ได้รับความเสี่ยงการถูกขัดขวางในการดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานของ พันธกิจหรือหน้าที่ขององค์การ

- การป้องกันอันตรายและภัยคุกคาม คือ เทคนิค กระบวนการ วิธีปฏิบัติ ทรัพยากรที่ใช้เพื่อหลีกเลี่ยง ลด หรือควบคุมความเสี่ยง และคำนิยามต่างๆ นี้ควรได้รับการศึกษาทำความเข้าใจเพื่อนำระบบไปปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ

4. ข้อกำหนดระบบการจัดการตามมาตรฐาน มอก. 22300-2551

4.1 ข้อกำหนดทั่วไป เป็นการอธิบายรายละเอียดตามบททั่วไป ตามมาตรฐานทั่วไปอื่นๆ ในการอธิบายถึงองค์การที่จัดประชุม สัมมนา และนิทรรศการที่มีความประสงค์ในการนำ มาตรฐานนี้ไปปฏิบัติต้องจัดทำระบบเป็นลายลักษณ์อักษร นำไปปฏิบัติ รักษาไว้ ประเมินและ

ปรับปรุงระบบการจัดการอย่างต่อเนื่อง โดยต้องจัดทำขอบข่ายของการจัดทำระบบการจัดการด้านการรักษาความปลอดภัย โดยเลือกนำไปปฏิบัติทั้งหมด หรือบางหน่วยปฏิบัติการ บางกิจกรรมได้ โดยขอบข่ายของระบบนั้นต้องมีความสอดคล้องกับความเชื่อมั่นการคงอยู่ขององค์กร (Business Continuity) ความสัมพันธ์กับผู้ที่เกี่ยวข้องที่มีผลกระทบเกี่ยวข้องกับระบบการจัดการความปลอดภัย และห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain)

ระบบการจัดการด้านความปลอดภัยมีการออกแบบเพื่อสร้างความมั่นใจว่ามีการจัดการความเสี่ยงทั้งหมดและมีการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง ภายใต้การประสานงานและควบคุมโดยองค์กร ระบบการจัดการต้องเหมาะสมกับขนาด ความซับซ้อน และลักษณะขององค์กร การมีกรอบงานสำหรับการจัดการด้านความเสี่ยง และภัยคุกคามที่เกี่ยวข้อง และทำให้องค์กรสามารถเน้นถึงจุดปฏิบัติงานที่ต้องการความเปลี่ยนแปลง ซึ่งระบบการจัดการสามารถนำไปบูรณาการกับระบบอื่น ๆ ขององค์กร และก่อนที่จะนำระบบไปปฏิบัติ องค์กรต้องพิจารณาถึงวัตถุประสงค์การจัดการในภาวะวิกฤตที่มีการซึบงในยุทธศาสตร์ แผนธุรกิจ นโยบาย และเครื่องมือต่างๆ ที่ใช้ในการบริหาร

4.2 นโยบายด้านการรักษาความปลอดภัย ผู้บริหารระดับสูงขององค์กรต้องกำหนดนโยบายแสดงความมุ่งมั่นในการนำระบบการจัดการด้านการรักษาความปลอดภัยไปปฏิบัติ โดยต้องมีการซึบงกิจกรรมและภารกิจหลักขององค์กร รวมทั้งการป้องกันสินทรัพย์ที่มีความวิกฤต

โดยนโยบายด้านการรักษาความปลอดภัยนั้นมีการออกแบบแนวทางปฏิบัติที่สำคัญ เช่น การซึบงภัยคุกคามด้านการรักษาความปลอดภัยตามลักษณะธุรกิจ กิจกรรม และผลกระทบจากภัยคุกคามและการปฏิบัติตามกฎหมาย แนวปฏิบัติของวิชาชีพ เช่น มาตรฐานวิศวกรรมฐาน กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของอาคารสถานที่ มาตรฐานการก่อสร้างที่เกี่ยวข้อง และเป็นกรอบในการกำหนดวัตถุประสงค์เป้าหมาย และมีการปรับปรุงแผนงานรักษาความปลอดภัยและยกระดับขีดความสามารถอย่างต่อเนื่อง

4.3 การวางแผน

4.3.1 การประเมินภัยคุกคามต่อการรักษาความปลอดภัย องค์กรต้องจัดทำขั้นตอนการดำเนินการซึบงภัยคุกคามอันตราย การประเมินความเสี่ยง การประเมินจุดอ่อน การประเมินภาวะวิกฤต และการวิเคราะห์ผลกระทบ โดยมาตรฐานนี้ให้แนวทางการประเมิน เช่น ภัยคุกคามที่ตั้งใจ ไม่ตั้งใจ และภัยธรรมชาติ เช่น การลักทรัพย์ทั้งในเวลาทำการและนอกเวลาทำการ อุบัติเหตุที่เกิดกับลูกค้า ผู้เยี่ยมชม การก่อการร้าย การข่มขู่ การพบวัตถุต้องสงสัยหรือบุคคลต้องสงสัย การปองร้ายบุคคลสำคัญ การก่อวินาศกรรม การก่อวินาศกรรมให้เกิดความวุ่นวาย การเกิดภัยธรรมชาติ เช่น น้ำท่วม ไฟไหม้ รวมทั้งปัญหาของสาธารณูปโภคระบบการควบคุมล้มเหลว เช่น ไฟฟ้าดับ การสื่อสารล้มเหลว เมื่อมีการซึบงภัยคุกคามแล้ว จะต้องมีการกำหนดมาตรการควบคุม เช่น ขั้นตอนการปฏิบัติงานด้านการรักษาความปลอดภัย การกำหนดช่องทางการสื่อสารพิเศษเมื่อเกิด

ปัญหาภัยคุกคาม ขั้นตอนการปฏิบัติงานเมื่อเกิดอุบัติเหตุ การต่อต้านการก่อการร้าย แนวปฏิบัติกรณีฉุกเฉิน

4.3.2 กฎหมายและข้อกำหนดอื่นๆ องค์กรต้องมีการชี้แจงและติดตามข้อกำหนดทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับภัยคุกคามและความเสี่ยงด้านการรักษาความปลอดภัย เช่น ความปลอดภัยทางไฟฟ้า กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการตรวจสอบหม้อไอน้ำในกรณีที่มีการใช้งานระบบการป้องกันเพลิงไหม้ การทำงานที่มีความเสี่ยงของผู้รับเหมา เช่น การทำงานที่ก่อให้เกิดประกายไฟ โดยกฎหมายดังกล่าวนี้ต้องมีการสื่อสารให้กับผู้ที่ทำงานในองค์กร รวมทั้งผู้รับเหมา

4.3.3 วัตถุประสงค์ เป้าหมาย และแผนงาน องค์กรต้องจัดทำวัตถุประสงค์ด้านการรักษาความปลอดภัยสำหรับป้องกัน บรรเทา และการฟื้นฟูจากภัยคุกคามด้านการรักษาความปลอดภัยที่สามารถวัดผลได้และตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงโดยองค์กรต้องชี้แจงอันตราย ภัยคุกคาม และความเสี่ยง และดำเนินการป้องกันไม่ให้เกิดขึ้น โดยการกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมาย องค์กรต้องมีการกำหนดแผนงาน โดยระบุ

- a) แผนงานสำหรับการจัดการป้องกันและบรรเทา
- b) แผนงานสำหรับการจัดการตอบสนองและฟื้นฟู

4.3.3.1 แผนงานสำหรับการจัดการป้องกันบรรเทา โดยแผนงานต้องสอดคล้องกับผลการชี้แจงภัยคุกคามและอันตรายด้านการรักษาความปลอดภัย การประเมินความเสี่ยง แผนงานต้องช่วยลดผลกระทบจากอุบัติการณ์ด้านการรักษาความปลอดภัยให้เหลือน้อยที่สุด โดยแผนงานต้องคำนึงถึงการเคลื่อนย้าย การกำจัด บรรเทาภัยคุกคามและอันตรายต่างๆ โดยพิจารณาถึงความคุ้มค่าของค่าใช้จ่าย เทคโนโลยีและผลกระทบของการรักษาความปลอดภัย

4.3.3.2 แผนงานสำหรับการจัดการตอบสนองและการฟื้นฟูองค์กรต้องวางแผนขั้นตอนการตอบสนองล่วงหน้า เพื่อให้เกิดการบริหารร่วมกันและมีการนำไปปฏิบัติ โดยรวมถึง

- a) การตอบสนองต่อภาวะฉุกเฉิน: การระงับเหตุเบื้องต้นจากบุคคลและอันตรายต่อทรัพย์สิน
- b) การดำเนินการอย่างต่อเนื่อง: มีการจัดเตรียมกระบวนการ การควบคุม และทรัพยากรต่างๆ เพื่อให้มั่นใจว่ามีความพร้อมในการดำเนินงานในภาวะวิกฤต
- c) การฟื้นฟู: กระบวนการ ทรัพยากรต่างๆ และความสามารถขององค์กรนำมาใช้เพื่อให้องค์การฟื้นฟูการดำเนินการตามภารกิจขององค์กรได้ใหม่หลังเหตุการณ์ โดยการกำหนดแผนงานนั้นต้องมีองค์ประกอบต่างๆ ไปดังนี้
 - การกำหนดบทบาท หน้าที่ ความรับผิดชอบของกลุ่มคนในองค์กรทุกหน่วยงาน
 - การกำหนดสายบังคับบัญชา และอำนาจในการสั่งการ

- การจัดทำแผนงานสำหรับการตอบสนองและการฟื้นฟูองค์การ ต้องพิจารณาข้อกำหนดด้านทรัพยากรดังนี้

- บันทึกที่จำเป็น
- บัญชีรายชื่อสำหรับติดต่อพนักงานที่เกี่ยวข้องและรับผิดชอบ
- คู่มือขั้นตอนการดำเนินงาน
- โครงสร้างด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการใช้งาน รวมทั้งแผนและขั้นตอนการฟื้นฟู
- อุปกรณ์และเครื่องมืออำนวยความสะดวก
- อุปกรณ์ติดต่อสื่อสาร
- อุปกรณ์สำนักงาน
- ระบบสาธารณูปโภค (น้ำและไฟฟ้า)

4.4 การนำไปปฏิบัติและการดำเนินการ

4.4.1 ทรัพยากร บทบาท หน้าที่ ความรับผิดชอบ และอำนาจหน้าที่การสั่งการ
แนวทางในข้อกำหนดนี้เป็นแนวทางปฏิบัติตามข้อกำหนดตามมาตรฐาน ISO 9001 โดยมีการขยายถึงการจัดทรัพยากรครอบคลุมถึงพันธมิตรที่จำเป็นต่อการปฏิบัติ เช่น หน่วยงานบรรเทาสาธารณภัย สถานีตำรวจ โรงพยาบาลที่ใกล้เคียง และเพิ่มเติมในเรื่องการสร้างขีดความสามารถในการสนับสนุนการรักษาความปลอดภัย ให้สามารถดำเนินได้อย่างต่อเนื่องโดยไม่ขาดแคลน เช่น กำลังคน เครื่องมือ อุปกรณ์ อาหารและเครื่องดื่ม โดยการจัดทำขั้นตอนปฏิบัติงานสำหรับการสนับสนุนภายใต้ขอบข่าย

- การจัดตั้งคลังพัสดุ
- การรับสิ่งของ วัสดุ อุปกรณ์
- การจัดเก็บ
- การแจกจ่าย
- การดูแลรักษา
- การทดสอบ
- การบริการ บุคลากร ทรัพยากร วัสดุ และอุปกรณ์ เครื่องมือ ช่วยอำนวยความสะดวกที่เพิ่มขึ้น หรือได้รับการบริจาค

4.4.2 ความสามารถ การฝึกอบรม และความตระหนัก แนวทางการบริหารจัดการนี้เป็นไปตามแนวทางเดียวกับข้อกำหนดตามมาตรฐาน ISO 9001 โดยมีการเพิ่มเติมในเรื่องการจัดทำขั้นตอนการปฏิบัติงาน เพื่อให้บุคลากรตระหนักถึง

1. ความสำคัญของการปฏิบัติตามนโยบายด้านการจัดการความปลอดภัย ขั้นตอนดำเนินงาน และข้อกำหนดอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับระบบการจัดการความปลอดภัย

2. ภัยคุกคาม ความเสี่ยงที่มีนัยสำคัญ ผลกระทบที่เกี่ยวข้องและประโยชน์ที่ได้รับ
3. บทบาท และหน้าที่ความรับผิดชอบในการบรรลุผลสำเร็จของการปฏิบัติตาม

ข้อกำหนด

4. ขั้นตอนการดำเนินงานสำหรับการป้องกันตนเองและการอพยพ
5. ขั้นตอนการดำเนินงานสำหรับการตอบสนองต่อภาวะฉุกเฉินและการฟื้นฟู
6. ผลสืบเนื่องที่อาจเกิดขึ้นจากการไม่ปฏิบัติตามขั้นตอนการดำเนินงาน

4.4.3 การติดต่อสื่อสาร และการเตือนภัย องค์การต้องจัดทำขั้นตอนการ

ปฏิบัติงานที่พิจารณาถึงสภาวะปกติและสภาวะฉุกเฉินสำหรับ

1. การติดต่อสื่อสารภายในระหว่างระดับสายงานต่างๆ ขององค์การ
2. การรับเรื่อง การทำเป็นเอกสาร และการตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารจากผู้ที่เกี่ยวข้อง

เกี่ยวข้อง

3. การรับข้อมูลจากศูนย์เตือนภัยมาปรับใช้กับระบบการจัดการรักษาความปลอดภัย

ปลอดภัย

4. การเตือนภัยให้ประชาชนทั้งภายในและภายนอกที่อาจได้รับผลกระทบจาก

อุบัติการณ์

4.4.4 การจัดทำเอกสาร

4.4.5 การควบคุมเอกสาร

4.4.6 การควบคุมบันทึก แนวทางในข้อกำหนดทั้ง 3 ข้อนี้ เป็นแนวปฏิบัติตาม

มาตรฐาน ISO 9001/ISO14001

4.4.7 การควบคุมการปฏิบัติงาน องค์การต้องจัดทำขั้นตอนการปฏิบัติงาน และมี

การควบคุมเพื่อให้สอดคล้องกับนโยบาย การประเมินภัยคุกคาม ความเสี่ยง ภาวะวิกฤต วัตถุประสงค์ และเป้าหมายโดยอุปกรณ์ที่ใช้ควรมีการสอบเทียบหรือทวนสอบ การบำรุงรักษาและขั้นตอนการปฏิบัติงานต้องครอบคลุมถึงการออกแบบ การติดตั้ง การดำเนินงาน การตกแต่ง และการปรับปรุง การรักษาความปลอดภัย สุขภาพ และการป้องกันทรัพย์สิน

4.4.8 การเตรียมพร้อมต่ออุบัติการณ์และการตอบสนอง องค์การต้องจัดทำนำไป

ปฏิบัติขั้นตอนการปฏิบัติงานสำหรับการเตรียมพร้อมต่ออุบัติการณ์ที่มีการชี้บ่งไว้และสำหรับการบรรเทา การตอบสนอง และการฟื้นฟูต่อสถานการณ์ฉุกเฉินที่มีโอกาสเกิดขึ้น ภัยคุกคาม จุดอ่อน ภาวะวิกฤต โดยองค์การต้องทดสอบขั้นตอนการปฏิบัติงานรวมทั้งวิธีการสื่อสาร การเตรียมแผนรองรับ ทดลองปฏิบัติตามแผน หากทำได้ องค์การต้องตอบโต้ภัยคุกคามที่เกิดขึ้นจริง อุตบัติการณ์ด้านการรักษาความปลอดภัย สถานการณ์ที่เป็นผลมาจากภาวะฉุกเฉินและการป้องกัน การบรรเทาผลกระทบความเสียหาย

4.5 การตรวจสอบและการปฏิบัติการแก้ไข

4.5.1 การเฝ้าติดตามและการวัดผล แนวทางการดำเนินงานนั้นเป็นไปตามแนวทางมาตรฐาน ISO 14001/OHSAS 18001

4.5.2 การประเมินระบบ องค์กรต้องประเมินแผนงานการจัดการด้านความปลอดภัย ขั้นตอนการดำเนินงาน และขีดความสามารถ โดยทบทวนตามช่วงเวลา การทดสอบรายงานผลภายหลังเกิดอุบัติเหตุ การเรียนรู้จากบทเรียนการประเมินผลการดำเนินงานและการทดลองปฏิบัติ โดยการเปลี่ยนแปลงที่มีนัยสำคัญ ต้องจัดทำเป็นขั้นตอนการปฏิบัติงานทันที

4.5.3 ความไม่สอดคล้อง การปฏิบัติการแก้ไข และการปฏิบัติการป้องกัน แนวทางการดำเนินงานนั้นเป็นไปตามแนวทางตามมาตรฐานการจัดการความไม่สอดคล้อง การปฏิบัติการแก้ไข และการปฏิบัติการป้องกันตามมาตรฐาน ISO 9001/ISO 14001/OHSAS 18001

4.5.4 การตรวจประเมินภายใน แนวทางการดำเนินงานนั้นเป็นไปตามแนวทางตามมาตรฐานตรวจติดตามภายใน ISO 14001/OHSAS 18001

4.6 การทบทวนการจัดการ แนวทางการดำเนินงานนั้นเป็นไปตามแนวทางมาตรฐานการทบทวนโดยฝ่ายบริหารตามมาตรฐาน ISO 9001 โดยเปลี่ยนแปลงจากผลการตอบสนองจากลูกค้าเป็นการสื่อสารจากหน่วยงานที่มีส่วนได้ส่วนเสีย รวมทั้งข้อร้องเรียน

4.3มาตรฐานระบบการบริหารด้านพลังงาน (ISO 50001: Energy Management Standard)

เป็นกรอบงานสำหรับการจัดการพลังงาน เพื่อให้องค์กรมีระบบและกระบวนการปรับปรุงสมรรถนะด้านพลังงาน ซึ่งมีผลทำให้ลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน การปล่อยปล่อยก๊าซเรือนกระจก และผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอื่นๆ ซึ่งมีข้อกำหนด ดังนี้

1. **ขอบข่าย (Scope)** มาตรฐานฉบับนี้สามารถดำเนินการได้โดยอิสระ หรือนำไปประยุกต์ใช้ร่วมกับมาตรฐานอื่นๆ เช่น ISO 14001, ISO 9001 เป็นต้น เพื่อใช้ประเมินตนเอง หรือเพื่อการรับรองโดยหน่วยงานภายนอกก็ได้

2. **เอกสารอ้างอิง (Normative reference)** เอกสารอ้างอิงที่สามารถใช้ร่วมกับมาตรฐานฉบับนี้ได้

3. **คำศัพท์และคำนิยาม (Terms and definitions)**

4. **ข้อกำหนดระบบการจัดการพลังงาน (Energy management system requirements)**

4.1 ข้อกำหนดทั่วไป (General requirements) องค์กรต้องจัดทำระบบการจัดการพลังงาน (EnMS) โดยระบุไว้เป็นเอกสาร นำไปปฏิบัติ รักษาไว้และปรับปรุงอย่างต่อเนื่องเพื่อให้สอดคล้องตามมาตรฐานและบรรลุตามข้อกำหนด นอกจากนี้ยังต้องระบุขอบข่ายและขอบเขตของ

พื้นที่หรือกระบวนการของ EnMS ไว้เป็นลายลักษณ์อักษร และกำหนดแนวทางการดำเนินงานปรับปรุงอย่างต่อเนื่องของผลการปฏิบัติงานด้านพลังงานภายใต้ EnMS

4.2 ความรับผิดชอบฝ่ายบริหาร (Management responsibility)

4.2.1 ผู้บริหารระดับสูง (Top management) ต้องแสดงถึงความมุ่งมั่นในการสนับสนุน EnMS และการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องให้มีประสิทธิผล โดย

- การจัดทำ, นำไปปฏิบัติและรักษาไว้ซึ่งนโยบายพลังงาน
- การแต่งตั้งตัวแทนฝ่ายบริหารและคณะทำงานด้านพลังงาน
- การสนับสนุนทรัพยากร (ได้แก่ บุคลากร ทักษะเฉพาะทาง, เทคโนโลยีและงบประมาณ) ที่จำเป็นในการดำเนินงานและปรับปรุง EnMS และผลการปฏิบัติงานด้านพลังงาน

- การกำหนดขอบข่ายและขอบเขตของ EnMS
- การสื่อสารความสำคัญของ EnMS ภายในองค์กร
- การอนุมัติวัตถุประสงค์และเป้าหมายด้านพลังงานที่เหมาะสมกับองค์กร
- พิจารณาการวางแผนด้านพลังงานระยะยาว

4.2.2 ตัวแทนฝ่ายบริหาร (Management representative) ผู้บริหารระดับสูงต้องแต่งตั้งตัวแทนฝ่ายบริหารที่มีความสามารถและทักษะที่เหมาะสมซึ่งนอกเหนือจากงานหน้าที่อื่นๆ แล้ว จะต้องรับผิดชอบและมีอำนาจหน้าที่ดังนี้

- ทำให้มั่นใจว่า EnMS ถูกดำเนินการ, รักษาไว้และปรับปรุงอย่างต่อเนื่องตามข้อกำหนด
- กำหนดตัวบุคคลที่ถูกมอบอำนาจจากผู้บริหาร เพื่อให้ปฏิบัติงานร่วมกัน EnMS (Energy Management Representative) ในการสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ของระบบการจัดการพลังงาน
- รายงานต่อผู้บริหารระดับสูงของผลการปฏิบัติงานด้านพลังงานและ EnMS
- วางแผนการจัดการด้านพลังงานตามนโยบายพลังงาน
- กำหนดอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของบุคลากร พร้อมกับสื่อสารให้รับทราบภายในองค์กร
- กำหนดเกณฑ์และวิธีการที่จำเป็นเพื่อให้มั่นใจว่าการปฏิบัติงานและการควบคุม EnMS เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ
- ส่งเสริมการสร้างจิตสำนึกด้านพลังงานและวัตถุประสงค์ในทุกระดับชั้นภายในองค์กร

4.3 นโยบายพลังงาน (Energy policy) ผู้บริหารระดับสูงต้องกำหนดนโยบายของพลังงานภายใต้ขอบเขตของ EnMS และทำให้มั่นใจว่านโยบายนั้น

- เหมาะสมกับสภาพและขนาดขององค์กรในการใช้พลังงาน

- มุ่งมั่นต่อการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องของผลงานด้านพลังงาน
- มุ่งมั่นต่อข้อมูลข่าวสารที่เพียงพอและทรัพยากรที่จำเป็นเพื่อให้บรรลุผลตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายด้านพลังงาน
- มุ่งมั่นต่อการปฏิบัติการด้านกฎหมายและข้อกำหนดอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องด้านพลังงาน
- เป็นกรอบในการกำหนดและทบทวนวัตถุประสงค์และเป้าหมายด้านพลังงาน
- สนับสนุนการจัดซื้อผลิตภัณฑ์และบริการ และการออกแบบเพื่อการปรับปรุงด้านพลังงาน
- จัดทำเป็นเอกสารและสื่อสารให้ทุกระดับชั้นภายในองค์กร
- ทบทวนตามกรอบเวลาและทำให้เป็นปัจจุบันเมื่อจำเป็น

4.4 การวางแผนด้านพลังงาน (Energy planning)

4.4.1 บททั่วไป (General) องค์กรต้องจัดทำกระบวนการวางแผนด้านพลังงานเป็นลายลักษณ์อักษร ซึ่งจะต้องประกอบด้วย นโยบายพลังงานและกิจกรรมต่างๆ ในการนำไปสู่ผลการปฏิบัติงานด้านพลังงานอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการทบทวนกิจกรรมต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อการทำงานด้านพลังงาน

4.4.2 กฎหมายและข้อกำหนดอื่นๆ (Legal and other requirements) องค์กรต้องกำหนดขั้นตอนการปฏิบัติงาน นำไปปฏิบัติในการเข้าถึงกฎหมายและข้อกำหนดอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการใช้พลังงาน และประสิทธิภาพของพลังงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องแสดงให้เห็นว่ากฎหมายและข้อกำหนดอื่นๆ นั้น ถูกนำมาประยุกต์ใช้ภายในองค์กรด้านการจัดการพลังงานอย่างไรให้สอดคล้องตาม EnMS นอกจากนี้กฎหมายและข้อกำหนดอื่นๆ นั้น จะต้องทบทวนตามเวลาที่กำหนด

4.4.3 การทบทวนพลังงาน (Energy review) วิธีการและกฎเกณฑ์ที่ใช้ในการทบทวนพลังงานจะต้องจัดทำเป็นเอกสาร ซึ่งจะต้องครอบคลุมเรื่อง

1. การวิเคราะห์การใช้พลังงานที่ได้จากการเฝ้าระวังและข้อมูลอื่นๆ เช่น แหล่งพลังงานที่ใช้และการประเมินผลในอดีตจนถึงปัจจุบันของการใช้พลังงานดังกล่าว
2. ต้องระบุพื้นที่ที่ใช้พลังงานมากอย่างมีนัยสำคัญด้วยการระบุสาธารณูปโภค, เครื่องมือ, ระบบ, กระบวนการและบุคลากรที่ทำงานในพื้นที่หรือขอบเขตของการใช้พลังงานดังกล่าว นอกจากนี้ยังต้องระบุปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการใช้พลังงาน และกำหนดผลงานของการใช้พลังงาน ณ ปัจจุบัน พร้อมกับการคาดการณ์ในอนาคตด้วย
3. จัดลำดับและบันทึกโอกาสในการปรับปรุงผลงานการใช้พลังงาน

4.4.4 ฐานข้อมูลพลังงาน (Energy baseline) องค์กรจะต้องจัดทำฐานข้อมูลเบื้องต้นด้านพลังงานโดยการใช้ข้อมูลจากการทบทวนพลังงานในช่วงเริ่มต้นของการจัดทำ และ

คำนึงถึงรอบระยะเวลาของข้อมูลที่เหมาะสมในการใช้พลังงาน การวัดผล การปฏิบัติงานของพลังงาน จะเทียบกับฐานข้อมูลด้านพลังงานที่อาจจะปรับปรุงได้เมื่อ

- ตัวชี้วัดด้านพลังงานไม่สะท้อนถึงการใช้พลังงานขององค์กร
- มีปัจจัยอื่นใดที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการ, รูปแบบการทำงาน หรือระบบพลังงาน
- ระบุในวิธีการที่กำหนดขึ้นก่อนหน้านี้

4.4.5 ตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานด้านพลังงาน (Energy performance indicators) องค์กรต้องกำหนดตัวชี้วัดด้านพลังงาน (EnPI) เพื่อการเฝ้าระวังและตรวจวัดผลการปฏิบัติงานอย่างเหมาะสม ตัวชี้วัดดังกล่าวจะต้องจัดทำเป็นบันทึกและทบทวนโดยเปรียบเทียบกับฐานข้อมูลด้านพลังงานตามกรอบเวลาที่เหมาะสม

4.4.6 วัตถุประสงค์, เป้าหมาย และแผนงานด้านการจัดการพลังงาน (Energy objectives, energy targets and energy management action plans) องค์กรจะต้องจัดทำนำไปปฏิบัติและรักษาไว้ซึ่งวัตถุประสงค์และเป้าหมายด้านพลังงานที่จัดทำเป็นลายลักษณ์อักษรของหน่วยงาน, ระดับ, กระบวนการหรือสารณูปโภคต่างๆ ที่เกี่ยวข้องภายในองค์กร รวมถึงกรอบเวลาแล้วเสร็จในแต่ละวัตถุประสงค์และเป้าหมายด้านพลังงาน โดยวัตถุประสงค์และเป้าหมายด้านพลังงานจะต้องสอดคล้องตามนโยบายพลังงาน การทบทวน วัตถุประสงค์และเป้าหมายด้านพลังงานจะต้องคำนึงถึงข้อกำหนดด้านกฎหมายและข้อกำหนดอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง, การใช้พลังงานที่มีนัยสำคัญและโอกาสในการปรับปรุงผลงานด้านพลังงาน ทั้งนี้จะต้องพิจารณาถึงสถานะทางการเงิน, การดำเนินงานและสถานะทางธุรกิจ, เทคโนโลยีและทัศนของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเช่นกัน องค์กรจะต้องจัดทำแผนปฏิบัติงาน เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายด้านพลังงานโดยแผนงานต้องจัดทำเป็นเอกสารและปรับปรุงให้ทันสมัยในช่วงเวลาที่เหมาะสม แผนงานจะต้องระบุ

- ผู้รับผิดชอบ
- แนวทางและกรอบเวลาในการปฏิบัติงานของแต่ละเป้าหมายด้านพลังงาน
- วิธีการในการปรับปรุงผลงานด้านพลังงานซึ่งจะต้องถูกทวนสอบ
- วิธีการในการทวนสอบผลการปฏิบัติงาน

4.5 การปฏิบัติงาน (Implementation and operation)

4.5.1 บททั่วไป (General) องค์กรต้องใช้แผนงานและผลจากกระบวนการตามแผนงานนั้นเพื่อนำไปปฏิบัติงาน

4.5.2 ความสามารถ, การฝึกอบรมและจิตสำนึก (Competence, training and awareness) องค์กรต้องมั่นใจว่าบุคลากรที่ทำงานหรือกระทำในนามขององค์กรที่เกี่ยวข้องการใช้พลังงานที่มีนัยสำคัญมีความสามารถบนพื้นฐานของการศึกษา, การฝึกอบรม, ทักษะหรือประสบการณ์ที่เหมาะสม องค์กรต้องระบุความจำเป็นในการฝึกอบรมที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการ

ใช้พลังงานนั้นและการจัดการด้านพลังงาน ทั้งนี้การฝึกอบรมหรือวิธีการอื่นใดตามความจำเป็นนั้น จะต้องตระหนักถึง

1. ความสำคัญในการทำงานให้สอดคล้องตามนโยบายพลังงาน, กระบวนการตามข้อกำหนดด้านพลังงาน
2. บทบาท หน้าที่ ความรับผิดชอบและอำนาจสั่งการในการบรรลุถึง EnMs
3. ประโยชน์ในการปรับปรุงผลการปฏิบัติงานด้านพลังงาน
4. ผลกระทบ, ผลการปฏิบัติงานจริงหรือแนวโน้มของผลกระทบจากการใช้พลังงาน, จากกิจกรรมต่างๆ และชี้ให้เห็นว่ากิจกรรมและพฤติกรรมของบุคลากรเหล่านั้นจะช่วยให้บรรลุผลสำเร็จด้านพลังงานได้อย่างไร

4.5.3 การสื่อสาร (Communication) องค์กรต้องสื่อสารภายใน ในเรื่องเกี่ยวกับผลงานด้านพลังงานและ EnMS ตามความเหมาะสมกับขนาดขององค์กร โดยองค์กรจะต้องจัดทำระเบียบปฏิบัติงานในการได้รับความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะในการปรับปรุง EnMS จากบุคลากรที่ทำงานหรือกระทำในนามขององค์กร โดยองค์กรต้องตัดสินใจในการสื่อสารสู่ภายนอกที่เกี่ยวข้องกับนโยบายพลังงาน, EnMS และผลงานด้านพลังงาน และการตัดสินใจดังกล่าวต้องทำเป็นลายลักษณ์อักษร ถ้าองค์กรตัดสินใจที่จะสื่อสารสู่ภายนอก องค์กรต้องกำหนดวิธีการสื่อสารสู่ภายนอกให้ชัดเจน

4.5.4 ระบบเอกสาร (Documentation) องค์กรต้องจัดทำ นำไปปฏิบัติและรักษาไว้ซึ่งข้อมูลข่าวสารซึ่งอาจจะอยู่ในรูปของกระดาษ, สื่ออิเล็กทรอนิกส์หรือสื่ออื่นใด เพื่ออธิบายถึงข้อกำหนดหลักของระบบการจัดการพลังงาน และการเชื่อมโยงของกระบวนการต่างๆ ด้าน EnMS เอกสารภายใต้ระบบการจัดการพลังงาน ได้แก่

1. ขอบข่ายและขอบเขตของ EnMS
2. นโยบายพลังงาน
3. วัตถุประสงค์, เป้าหมายและแผนงานด้านพลังงาน
4. เอกสารรวมทั้งบันทึกตามข้อกำหนด
5. เอกสารอื่นๆ ที่องค์กรเห็นว่ามีความจำเป็นในการใช้งาน

องค์กรต้องควบคุมเอกสารใน EnMS และตามข้อกำหนดมาตรฐาน รวมถึงเอกสารเชิงเทคนิคด้วย องค์กรต้องกำหนดขั้นตอนการปฏิบัติงาน นำไปปฏิบัติและรักษาไว้ในเรื่อง

1. การอนุมัติเอกสารก่อนใช้
2. การทบทวน ปรับปรุงให้ทันสมัยตามช่วงเวลา
3. การแสดงให้ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงและสถานะล่าสุดของเอกสาร
4. การจัดการให้มีเอกสารฉบับที่เหมาะสม ณ จุดใช้งาน
5. การจัดรูปแบบเอกสารให้อ่านเข้าใจได้และพร้อมใช้

6. การระบุเอกสารจากภายนอกที่จำเป็นต่อการวางแผนและดำเนินงานในระบบจัดการพลังงานและควบคุมการแจกจ่ายเอกสารนั้น

7. การป้องกันการใช้ออกสารที่ยกเลิกโดยไม่ตั้งใจหรือจัดเก็บอย่างเหมาะสมตามจุดประสงค์

4.5.5 การควบคุมการดำเนินงาน (Operational control) องค์กรต้องจัดทำแผนการทำงานและกิจกรรมการบำรุงรักษาที่เกี่ยวข้องกับการใช้พลังงานที่มีนัยสำคัญตามนโยบายวัตถุประสงค์และเป้าหมายด้านพลังงาน โดยคำนึงถึง

1. จัดทำเกณฑ์การควบคุมการใช้พลังงานที่มีนัยสำคัญซึ่งอาจจะทำให้เกิดการเบี่ยงเบนไปจากผลงานด้านพลังงานไม่เป็นตามเป้าหมาย

2. ดำเนินการและบำรุงรักษาระบบสาธารณูปโภค, กระบวนการและเครื่องมือในการใช้พลังงาน

3. มีการสื่อสารที่เหมาะสมกับบุคลากรที่ควบคุมการใช้พลังงาน

ในขณะเดียวกัน เมื่อมีการวางแผนรองรับสถานการณ์ฉุกเฉิน หรือจัดหาอุปกรณ์เครื่องมือ ที่ใช้ในสถานการณ์นั้นๆ จะต้องกำหนดแนวทางการปฏิบัติงานดังกล่าวด้วย

4.5.6 การออกแบบ (Design) องค์กรต้องพิจารณาโอกาสในการปรับปรุงและควบคุมการออกแบบของสาธารณูปโภค, เครื่องมือ, ระบบและกระบวนการซึ่งมีผลกระทบต่อ EnMS ที่จัดทำขึ้นมาใหม่, ปรับแต่งและซ่อมแซม ส่วนผลการประเมินผลงานของการใช้พลังงานจะต้องพิจารณาอย่างเหมาะสมเมื่อมีกิจกรรมของโครงการในประเด็นของข้อกำหนด, การออกแบบและการจัดหาจัดจ้าง ผลการออกแบบจะต้องจัดเก็บเป็นบันทึก

4.5.7 การจัดหาจัดจ้างบริการ, สินค้า, เครื่องมืออุปกรณ์ด้านพลังงาน (Procurement of energy services, products, equipment and energy) เมื่อมีการจัดหาจัดจ้างบริการ, สินค้า, เครื่องมืออุปกรณ์ด้านพลังงาน องค์กรจะต้องแจ้งให้ผู้ขายทราบว่าการจัดหาจัดจ้างนั้นถือเป็นส่วนหนึ่งของการประเมินผลงานด้านพลังงานด้วย โดยองค์กรจะต้องจัดทำเกณฑ์การประเมินและประสิทธิภาพของการใช้พลังงานเมื่อมีการใช้บริการ, สินค้าเครื่องมืออุปกรณ์ด้านพลังงานตามที่วางแผนไว้ นอกจากนี้องค์กรจะต้องจัดทำข้อกำหนดหรือเงื่อนไขการจัดซื้อจัดจ้างเป็นลายลักษณ์อักษรด้วย

4.6 การตรวจสอบ (Checking)

4.6.1 การเฝ้าติดตาม, การวัดและการวิเคราะห์ (Monitoring, measurement and analysis) องค์กรจะต้องมั่นใจว่าคุณลักษณะที่สำคัญของการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพนั้นถูกเฝ้าติดตาม, วัดผลและวิเคราะห์ตามแผนที่กำหนด คุณลักษณะที่สำคัญ ได้แก่

a) การใช้พลังงานที่มีนัยสำคัญและผลการทบทวนการใช้พลังงาน

b) ปัจจัยที่เกี่ยวข้องที่เกี่ยวกับการใช้พลังงานที่มีนัยสำคัญ

- c) ตัวชี้วัดด้านพลังงาน
- d) ประสิทธิภาพของแผนการจัดการด้านพลังงาน
- e) ผลการปฏิบัติงานจริงเมื่อเทียบกับการใช้พลังงานที่คาดหวัง

ผลการเฝ้าติดตามและการตรวจวัดจะต้องจัดเก็บเป็นบันทึก แผนการตรวจวัดด้านพลังงานให้เหมาะสมกับความซับซ้อนของขนาดองค์กร, การใช้อุปกรณ์เครื่องมือวัดและเฝ้าติดตาม

4.6.2 การประเมินความสอดคล้องตามกฎหมายและข้อกำหนดอื่นๆ

(Evaluation of legal requirements and other requirements) องค์กรต้องประเมินความสอดคล้องการใช้พลังงานตามกฎหมายและข้อกำหนดอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องตามช่วงเวลาที่ย่างแผน และผลการประเมินความสอดคล้องต้องจัดเก็บเป็นบันทึก

4.6.3 การตรวจประเมินภายในของระบบการจัดการพลังงาน (Internal audit of the EnMS)

องค์กรต้องจัดการตรวจประเมินภายในตามแผนที่กำหนดเพื่อ

- ให้สอดคล้องกับการจัดเตรียมที่วางแผนตามการจัดการพลังงาน รวมถึงข้อกำหนด
- ให้การปฏิบัติงานและปรับปรุงการจัดการพลังงาน

แผนการตรวจประเมินต้องพิจารณาจากสถานะและความสำคัญของกระบวนการและพื้นที่ที่ถูกตรวจประเมิน เช่นเดียวกับผลการตรวจประเมินครั้งที่ผ่านมา โดยการคัดกรองผู้ตรวจประเมินจะต้องเป็นอิสระและไม่ตรวจประเมินกระบวนการที่ตนเองมีส่วนเกี่ยวข้อง บันทึกผลการตรวจประเมินต้องจัดเก็บและรายงานต่อผู้บริหารระดับสูง

4.6.4 ความไม่สอดคล้อง, การแก้ไขและการป้องกัน (Nonconformities, correction, corrective and preventive action)

องค์กรต้องจัดการความไม่เป็นไปตามข้อกำหนดที่เกิดขึ้นแล้วหรืออาจจะเกิด โดยการแก้ไขเฉพาะหน้า การปฏิบัติการแก้ไขและป้องกัน รวมถึง

1. ทบทวนความไม่สอดคล้อง หรือความไม่สอดคล้องที่อาจจะเกิดขึ้น
2. สืบค้นหาสาเหตุของความไม่สอดคล้อง หรือความไม่สอดคล้องที่อาจจะเกิดขึ้น
3. ประเมินความจำเป็นการปฏิบัติงานเพื่อให้มั่นใจว่าความไม่สอดคล้องนั้นจะไม่เกิดขึ้นหรือไม่เกิดขึ้นซ้ำ
4. กำหนดหรือดำเนินการตามความจำเป็นดังกล่าวให้เหมาะสม
5. จัดเก็บการปฏิบัติงานแก้ไขหรือป้องกัน
6. ทบทวนความมีประสิทธิภาพของการปฏิบัติการแก้ไขหรือป้องกัน

การปฏิบัติการแก้ไขหรือป้องกันต้องเหมาะสมกับความรุนแรงของปัญหาที่เกิดขึ้นจริง หรืออาจจะเกิดขึ้น รวมถึงผลกระทบจากผลงานด้านพลังงาน อย่างไรก็ตามองค์กรต้องมั่นใจว่าการเปลี่ยนแปลงใดๆ ที่จำเป็นนั้นต้องดำเนินการภายใต้ EnMS

4.6.5 การควบคุมบันทึก (Control of records) องค์กรต้องจัดทำและจัดเก็บบันทึกที่จำเป็นเพื่อแสดงให้เห็นถึงความสอดคล้องตามข้อกำหนด EnMS และการบรรลุผลสำเร็จของการจัดการพลังงาน องค์กรต้องกำหนดและควบคุมการขึ้นบ่ง, การเรียกใช้ และอายุการจัดเก็บบันทึกให้เหมาะสม โดยบันทึกต้องอ่านได้, ถูกขึ้นบ่งและสามารถสอบกลับได้

4.7 การทบทวนฝ่ายบริหาร (Management review)

4.7.1 บททั่วไป (General) ผู้บริหารระดับสูงต้องทบทวน EnMS ในช่วงเวลาที่กำหนด เพื่อให้มั่นใจว่าประสิทธิผลและความเหมาะสมของระบบการจัดการพลังงาน โดยต้องจัดเก็บผลการประชุมทบทวนเป็นบันทึก

4.7.2 ปัจจัยนำเข้าของการประชุมทบทวนฝ่ายบริหาร (Input to management review) ปัจจัยนำเข้าของการประชุมทบทวนฝ่ายบริหาร มี 9 หัวข้อ ดังนี้

1. ติดตามผลการประชุมครั้งที่แล้ว
2. ทบทวนนโยบายพลังงาน
3. ทบทวนผลงานด้านพลังงาน และตัวชี้วัดด้านพลังงาน
4. ผลการประเมินความสอดคล้องตามกฎหมาย และการเปลี่ยนแปลงกฎหมาย และข้อกำหนดอื่นๆ ที่องค์กรเกี่ยวข้อง

5. ของเขตของวัตถุประสงค์และเป้าหมายด้านพลังงานที่ดำเนินการ

6. ผลการตรวจประเมิน EnMS

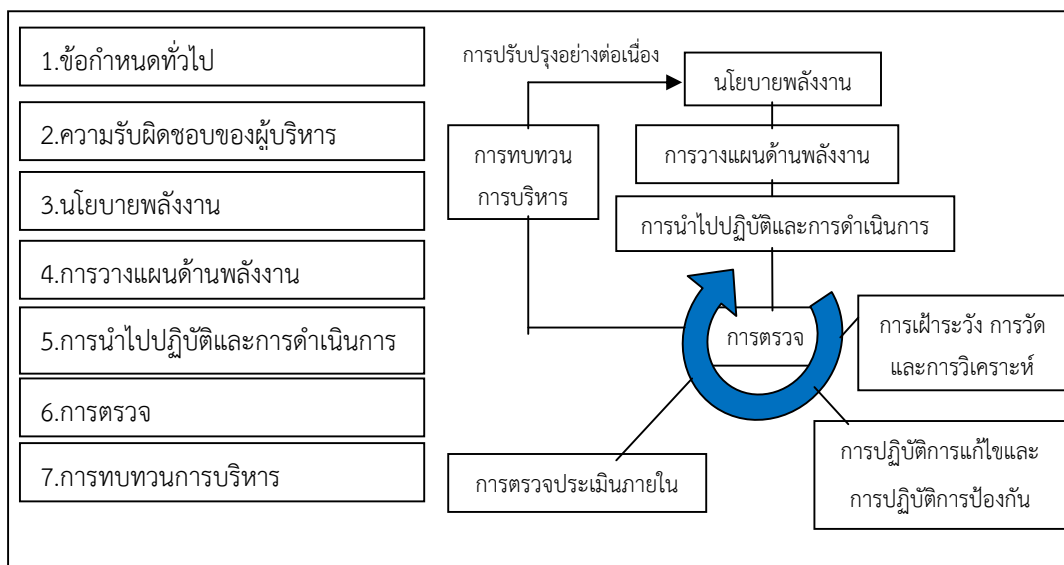
7. สถานการณ์แก้ไขและป้องกัน

8. ผลการดำเนินงานตามโครงการด้านพลังงานที่ติดตามในแต่ละช่วงเวลา

9. ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุง

4.7.3 ผลการประชุมทบทวนฝ่ายบริหาร (Output from Management Review) ผลการประชุมทบทวนฝ่ายบริหาร ต้องครอบคลุมถึงการตัดสินใจหรือการดำเนินการใดๆ ที่เกี่ยวข้องกัน

1. การเปลี่ยนแปลงในผลงานด้านพลังงานขององค์กร
2. การเปลี่ยนแปลงด้านนโยบายพลังงาน
3. การเปลี่ยนแปลงตัวชี้วัดด้านพลังงาน
4. การเปลี่ยนแปลงวัตถุประสงค์, เป้าหมายหรือการดำเนินงานอื่นๆ ของ EnMS, ความรับผิดชอบขององค์กรในการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง และการจัดสรรทรัพยากร



ภาพ 2.5 แสดงข้อกำหนดมาตรฐานระบบการจัดการพลังงาน ISO 50001: 2011

ที่มา: วิชาญ นาคทอง, 2554

โดยสรุประบบมาตรฐานการจัดการพลังงานกำหนดให้มีการกำหนดขอบเขต (Boundary) และขอบข่าย (Scope) ของการจัดทำระบบการจัดการพลังงานให้เหมาะสมกับองค์กร โดยผู้บริหารสูงสุดจะประกาศแต่งตั้งผู้แทนฝ่ายบริหาร (EnMR) และ EnMR จะสรรหาคณะทำงานด้านการจัดการพลังงานเพื่อร่วมดำเนินการจัดทำระบบการจัดการพลังงาน จากนั้นองค์กรต้องจัดให้มีการวางแผนพลังงาน การปฏิบัติ การตรวจสอบ และการทบทวน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การวางแผนพลังงาน (PLAN) โดยการวัดและวิเคราะห์ข้อมูลการใช้พลังงานเพื่อบ่งชี้การใช้พลังงานที่มีนัยสำคัญ (Significant Energy Use) ขององค์กร และกำหนดข้อมูลฐานพลังงานอ้างอิง (Energy Baseline) และดัชนีวัดระดับพลังงาน (EnPIs) ของกระบวนการหรือเครื่องจักรหลักในการใช้พลังงานที่มีนัยสำคัญนั้น เพื่อบ่งชี้โอกาสในการปรับปรุงสมรรถนะพลังงานขององค์กรและบ่งชี้ตัวแปรที่มีผลต่อสมรรถนะพลังงาน โดยกำหนดเป็นเป้าหมายและแผนด้านพลังงานเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติและการตรวจสอบต่อไป

2. การปฏิบัติ (DO) การปฏิบัติในที่นี้ไม่ใช่เพียงแต่นำมาตรฐานด้านการอนุรักษ์พลังงานที่กำหนดขึ้นไปปฏิบัติเพียงด้านเดียว แต่ยังคงครอบคลุมถึงด้านผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่ ที่ต้องกำหนดความสามารถและการฝึกอบรมที่จำเป็นในการปฏิบัติงานรวมถึงความตระหนักด้านพลังงานของคนในองค์กร ด้านการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กร ด้านระบบเอกสารซึ่งต้องมีรายละเอียดของข้อกำหนดด้านเอกสารและการควบคุมเอกสารซึ่งเป็นหัวใจหลักของระบบมาตรฐานการจัดการ ISO ด้านการควบคุม ด้านปฏิบัติและการบำรุงรักษาเฉพาะ โดยกระบวนการหรือ

เครื่องจักรที่มีนัยสำคัญ ถ้าจำเป็นก็ต้องกำหนดวิธีปฏิบัติงาน (WI) ของแต่ละอุปกรณ์ เช่น วิธีปฏิบัติงานการเริ่มเดินหม้อไอน้ำ เป็นต้น ด้านการออกแบบและการจัดหาบริการด้านพลังงานผลิตภัณฑ์ อุปกรณ์ และพลังงาน ซึ่งต้องมีการประเมินด้านสมรรถนะพลังงานทุกครั้งที่มีการออกแบบปรับปรุงหรือการจัดซื้อที่มีผลกระทบต่อกระบวนการหรือเครื่องจักรที่มีนัยสำคัญ

3. การตรวจสอบ (CHECK) เป็นกระบวนการในการตรวจติดตามและเฝ้าระวังให้เชื่อมั่นได้ว่าระบบการจัดการพลังงานขององค์กรยังคงอยู่ และมีสมรรถนะพลังงานที่ดี โดยการกำหนดแผนในการเฝ้าระวังและการตรวจติดตามสมรรถนะพลังงาน การตรวจติดตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ด้านพลังงาน อย่างสม่ำเสมอ รวมถึงการตรวจประเมินภายในของระบบการจัดการพลังงานที่ต้องทำทุกปี หากพบข้อบกพร่องหรือแนวโน้มที่จะเกิดข้อบกพร่องต้องดำเนินการปฏิบัติการแก้ไขและปฏิบัติการป้องกัน

4. การทบทวน (ACT) องค์กรต้องดำเนินการทบทวนโดยฝ่ายบริหารทุกปีเพื่อให้มั่นใจได้ว่า ระบบการจัดการพลังงานยังคงอยู่ และมีการปรับปรุงและพัฒนาได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งครอบคลุมในทุกๆ ด้าน ของระบบ

4.4 มาตรฐานการบริหารจัดการไม่ใช่อ่างอิง (ISO 20121: Event Sustainability Management Standard)

มาตรฐาน ISO 20121 มีการประกาศใช้อย่างเป็นทางการ ในเดือนมิถุนายน 2012 โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะใช้เป็นแนวทางสำหรับองค์กรต่างๆ ในการจัดงาน (Event) บนพื้นฐานของการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่คำนึงถึงความสมดุลของผลกระทบทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยแบ่งข้อกำหนดออกเป็น 10 หัวข้อหลัก เช่นเดียวกับมาตรฐานระบบการบริหารจัดการอื่นๆ ประกอบด้วย (กิตติพงษ์ จีระวิวงศ์, 2557)

1. ขอบเขต
2. การอ้างอิง
3. คำศัพท์และความหมาย
4. บริบทขององค์กร
5. การนำองค์กร
6. การวางแผน
7. การสนับสนุน
8. การปฏิบัติการ
9. การประเมินผลการดำเนินงาน
10. การปรับปรุง

มาตรฐาน ISO 20121 ได้รับการออกแบบมาสำหรับธุรกิจการจัดงานอีเวนต์ โดยเฉพาะ เพื่อช่วยในการปรับปรุงพัฒนาด้านการจัดกิจกรรมและการบริการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานอีเวนต์ตามแนวทางการปฏิบัติด้านความยั่งยืน และนำมาประยุกต์ใช้ครั้งแรกในการแข่งขันมหกรรมกีฬาโอลิมปิก ลอนดอน 2012 ซึ่งมาตรฐานดังกล่าวสามารถนำมาปรับใช้กับองค์กรและบริษัทที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการจัดงานอีเวนต์ได้ทุกประเภท ตั้งแต่ คนจัดอาหารในงานเลี้ยง วิศวกรไฟฟ้าและระบบเสียง บริษัทรักษาความปลอดภัย คนสร้างเวที ทั้งที่เป็นคนจัดอีเวนต์อิสระไปจนถึงทีมจัดงานอีเวนต์ของทั้งบริษัทและรัฐวิสาหกิจ

จากแนวคิดเกี่ยวกับมาตรฐานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ ที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ทั้ง 4 มาตรฐาน คือ 1)มาตรฐานความปลอดภัยด้านอาหาร (ISO 22000: Food Safety Standard) 2) ระบบการบริหารความปลอดภัยสำหรับสำหรับการจัดงานไมซ์ (TISI 22300: (MSMS) MICE Security Management System) 3)มาตรฐานระบบการบริหารด้านพลังงาน (ISO 50001: Energy Management Standard) และ 4)มาตรฐานการบริหารจัดการไมซ์อย่างยั่งยืน (ISO 20121: Event Sustainability Management Standard) ซึ่งเป็นมาตรฐานสากลที่เป็นที่ยอมรับ ผู้วิจัยจึงได้นำมาเป็นหลักเกณฑ์แนวทางการกำหนดมาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ โดยมีการนำรูปแบบส่วนประสมทางการตลาด (8Ps) มาใช้ในการกำหนดกรอบเกณฑ์ด้านมาตรฐานสถานที่จัดงาน ซึ่งจากการที่ เกิดศิริ เจริญวิศาล (2552) ได้ศึกษารูปแบบการตลาดที่เหมาะสมของสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย โดยได้กำหนดรูปแบบส่วนประสมทางการตลาดของสถานที่จัดงาน ออกเป็น 8 ประเด็น ได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์/บริการ (Product) 2) ราคา (Price) 3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) 4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) 5) พนักงาน (People/Staff) 6) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) 7) กระบวนการบริการ (Process of service) 8) การจัดรวมผลิตภัณฑ์/บริการ (Package) ซึ่งเป็นมุมมองการวัดด้านการตลาด แต่ปัจจุบันองค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อมถือว่ามีสำคัญยิ่งในการกำหนดมาตรฐานต่างๆ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำรูปแบบดังกล่าวมาเปรียบเทียบกับองค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อมสำหรับมาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์ เพื่อให้ได้มาซึ่งองค์ประกอบด้านมาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับงานวิจัยแนวทางการกำหนดมาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง ซึ่งมีรายละเอียดดังตาราง 2.2 ดังนี้

ตาราง 2.2 เปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับองค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อมสำหรับมาตรฐานอุตสาหกรรมไม้

ส่วนประสมทางการตลาด	คุณลักษณะปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	องค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อมสำหรับมาตรฐานอุตสาหกรรมไม้			
		ISO 22000	TISI 22300	ISO 50001	ISO 20121
1. ประเด็นของด้านผลิตภัณฑ์/บริการ (product/service)	1. ขนาดของพื้นที่ในการจัดนิทรรศการและจัดเลี้ยง 2. คุณภาพของพื้นที่ในการจัดนิทรรศการและจัดเลี้ยงมีสภาพเรียบร้อยพร้อมใช้ ไม่มีส่วนชำรุดเสียหาย 3. ขนาดของห้องประชุม 4. จำนวนของห้องประชุม 5. คุณภาพของห้องประชุมมีสภาพเรียบร้อยพร้อมใช้ ไม่มีส่วนชำรุดเสียหาย 6. จำนวนของเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการประชุม 7. คุณภาพของเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการประชุมมีสภาพเรียบร้อยพร้อมใช้ ไม่มีส่วนชำรุดเสียหาย 8. ปริมาณของอาหารและเครื่องดื่มเพียงพอ 9. คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่มที่มีความสะอาดปลอดภัย รสชาติดี 10. ความหลากหลายของอาหารและเครื่องดื่ม	1. ปริมาณของอาหารและเครื่องดื่มเพียงพอ 2. คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่มที่มีความสะอาด ปลอดภัย รสชาติดี 3. ความหลากหลายของอาหารและเครื่องดื่ม	1. ขนาดของพื้นที่ในการจัดนิทรรศการและจัดเลี้ยง 2. คุณภาพของพื้นที่ในการจัดนิทรรศการและจัดเลี้ยงมีสภาพเรียบร้อยพร้อมใช้ ไม่มีส่วนชำรุดเสียหาย 3. ขนาดของห้องประชุม 4. จำนวนของห้องประชุม 5. คุณภาพของห้องประชุมมีสภาพเรียบร้อยพร้อมใช้ ไม่มีส่วนชำรุดเสียหาย 6. จำนวนของเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการประชุม 7. คุณภาพของเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการประชุมมีสภาพเรียบร้อยพร้อมใช้ ไม่มีส่วนชำรุดเสียหาย		1. มีห้องรับรอง ห้องแต่งตัว และห้องรับฝากของ 2. มีห้องน้ำแยก ชาย-หญิง อยู่ในบริเวณที่ใช้ได้สะดวก ปลอดภัยและสะอาด

ตาราง 2.2 (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด	คุณลักษณะปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาด	องค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อมสำหรับมาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์			
		ISO 22000	TISI 22300	ISO 50001	ISO 20121
2. ประเด็นของราคา (price)	1. ราคาที่เหมาะสมกับสิ่ง อำนวยความสะดวกของ สถานที่จัดงาน 2. ราคาที่มีความยืดหยุ่น และสามารถต่อรองได้ 3. ประสิทธิภาพของการ เรียกเก็บค่าใช้จ่าย 4. มีขั้นตอนการตรวจสอบ ค่าใช้จ่ายที่ง่ายและสะดวก ประชุม				1. ราคาที่เหมาะสมกับสิ่ง อำนวยความสะดวกของ สถานที่จัดงาน 2. ราคาที่มีความยืดหยุ่น และสามารถต่อรองได้ 3. ประสิทธิภาพของการ เรียกเก็บค่าใช้จ่าย 4. มีขั้นตอนการตรวจสอบ ค่าใช้จ่ายที่ง่ายและสะดวก ประชุม

ตาราง 2.2 (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด	คุณลักษณะปัจจัยส่วน ประสมทางการตลาด	องค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อมสำหรับมาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์			
		ISO 22000	TISI 22300	ISO 50001	ISO 20121
4. ประเด็นของการส่งเสริม การตลาด (promotion)	1. การใช้สื่อโฆษณาที่มี ประสิทธิภาพ 2. การใช้สื่อโฆษณาที่เข้าถึง กลุ่มเป้าหมาย 3. โปรแกรมส่งเสริมการ ขายที่ต่อเนื่อง 4. การประชาสัมพันธ์ที่ เข้าถึงสาธารณะ 5. การประชาสัมพันธ์ที่ สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับ สถานที่จัดงาน 6. การขายโดยพนักงานขาย 7. การเข้าร่วมงาน Trade Show 8. การเข้าร่วมงาน Road Show		1. มีแผนงานและกิจกรรมที่ แสดงถึงความรับผิดชอบต่อ สังคมและสิ่งแวดล้อม	1. มีแผนการประหยัด/ อนุรักษ์พลังงานและปฏิบัติ จริง	1. ระบบการบริการจอง ล่วงหน้าที่สะดวก 2. ส่งเสริมการจัดประชุม และนิทรรศการ โดย คำนึงถึงความยั่งยืนโดยใช้ ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์ สูงสุด

ตาราง 2.2 (ต่อ)

ส่วนประสม ทางการตลาด	คุณลักษณะปัจจัยส่วนประสมทาง การตลาด	องค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อมสำหรับมาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์			
		ISO 22000	TISI 22300	ISO 50001	ISO 20121
5. ประเด็นของ สิ่งแวดล้อมทาง กายภาพ (physical evidence)	<ol style="list-style-type: none"> 1. สถานที่จัดงานและบริเวณ ห้องรับแขกสะอาดและได้รับการดูแล อย่างดี 2. สถานที่จัดงานและบริเวณ ห้องรับแขกมีบรรยากาศที่ดี มี อุณหภูมิเหมาะสม 3. ห้องประชุมตกแต่งอย่างทันสมัย 4. ห้องประชุมมีความสะอาดสบาย 5. ห้องประชุมมีอุณหภูมิที่เหมาะสม 6. ห้องประชุมมีแสงสว่างที่เหมาะสม 7. สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ใน ศูนย์บริการธุรกิจมีบริการครบครัน 8. เครื่องหมายและสัญลักษณ์บอก ทิศทางที่มีประสิทธิภาพ 9. เครื่องหมายและสัญลักษณ์บอก ทิศทางที่เพียงพอ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีสถานที่ บริการอาหาร แยกต่างหาก จากห้อง ประชุม 2. มีบริเวณ สำหรับการ จัดเตรียมของ ว่างไว้ ภายนอกห้อง ประชุม 	<ol style="list-style-type: none"> 1. สถานที่จัดงานและบริเวณห้องรับแขกสะอาดและได้รับการ การดูแลอย่างดี 2. สถานที่จัดงานและบริเวณห้องรับแขกมีบรรยากาศที่ดี มี อุณหภูมิเหมาะสม 3. ห้องประชุมตกแต่งอย่างทันสมัย 4. มีผนังห้องสามารถซับเสียงจากภายนอกและภายในห้อง ประชุมได้ 5. มีพัดลมในห้องที่ไม่มีเครื่องปรับอากาศ 6. มีแผนผัง หรือป้ายทางหนีไฟ หรือป้ายทางออกฉุกเฉิน 7. มีไฟแสงสว่างฉุกเฉิน 8. มีเครื่องดับเพลิงและสายฉีดน้ำดับเพลิงที่มีประสิทธิภาพ พร้อมใช้งาน 9. มี Sprinkle ที่ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อยู่ใน ตำแหน่งเหมาะสม 10. มีห้องปฐมพยาบาลให้บริการ 11. มีระบบตรวจเช็คความปลอดภัยตลอด 24 ชม. 12. มีพื้นที่จอดรถสำหรับคนพิการ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. การ ออกแบบให้ สามารถใช้ แสงจาก ธรรมชาติ เพื่อ ประหยัด พลังงาน 2. ระบบ ระบาย อากาศที่ดี 3. ใช้วัสดุ อุปกรณ์และ เทคโนโลยีที่ เป็นมิตรกับ สิ่งแวดล้อม 	<ol style="list-style-type: none"> 1. สิ่งอำนวยความสะดวก ต่างๆ ในศูนย์บริการ 2. เครื่องหมายและ สัญลักษณ์บอกทิศทางที่ เพียงพอ 3. ระบบแสงสว่างที่ เหมาะสม 4. ระบบควบคุมไฟฟ้าที่มี ประสิทธิภาพ 5. มีระบบควบคุม เครื่องปรับอากาศ 6. มีพัดลมระบายอากาศ แยกส่วนสำหรับบริเวณที่ อนุญาตให้สูบบุหรี่ 7. โຕ้ะ/แก้อี้เพียงพอและ อยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน

ตาราง 2.2 (ต่อ)

ส่วนประสม ทางการตลาด	คุณลักษณะปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	องค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อมสำหรับมาตรฐานอุตสาหกรรมไม่ซ์			
		ISO 22000	TISI 22300	ISO 50001	ISO 20121
6. ประเด็นของ กระบวนการ บริการ (process)	<p>1. มาตรฐานของกระบวนการบริการก่อนการจัดงาน</p> <p>1.1 การจัดการด้านขั้นตอนและเอกสารการจอง</p> <p>1.2 การจัดการด้านการประสานงานระหว่างฝ่ายขายและฝ่ายจัดสถานที่</p> <p>1.3 การจัดการด้านการประสานงานระหว่างฝ่ายขายและฝ่ายจัดสถานที่</p> <p>1.4 การจัดการด้านความพร้อมของห้องประชุม และสถานที่</p> <p>1.5 การจัดการด้านความพร้อมของอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก</p> <p>2. มาตรฐานของกระบวนการบริการระหว่างการจัดงาน</p> <p>2.1 การจัดการด้านความเรียบร้อยของห้องประชุม และสถานที่</p> <p>2.2 การจัดการด้านความเรียบร้อยของอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก</p> <p>2.3 การจัดการด้านการบริการอาหารและเครื่องดื่ม</p> <p>2.4 การจัดการด้านการบริการพิเศษอื่นๆ ที่มีการร้องขอ</p> <p>2.5 การจัดการด้านเหตุการณ์ฉุกเฉิน</p> <p>3. มาตรฐานของกระบวนการบริการหลังการจัดงาน</p> <p>3.1 การจัดการด้านการแจ้งยอดและเรียกเก็บค่าใช้จ่าย</p> <p>3.2 การจัดการด้านการจ่ายเงินที่ง่ายและสะดวก</p> <p>3.3 การประเมินการบริการหลังการจัดงานและการติดตามผล</p> <p>3.4 การจัดการในการขอบคุณลูกค้าที่มาจัดงาน</p> <p>3.5 การบันทึกข้อมูลของลูกค้าเพื่อการบริการในครั้งต่อไป</p>	<p>1. มีบริการอาหารและเครื่องดื่มสำหรับผู้เข้าประชุม</p> <p>2. มีการจัดอุปกรณ์สำหรับการรับประทานอาหารที่เหมาะสม</p> <p>3. มีลิฟต์สำหรับขนอาหารจากห้องครัวโดยเฉพาะ</p>	<p>1. ฝ่ายจัดงานสามารถเข้าพื้นที่จัดงานได้ตลอด 24 ชม. เพื่อเตรียมงานล่วงหน้า โดยผ่านระบบรักษาความปลอดภัย</p> <p>2. อำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการทุกประเภทสำหรับการใช้บริการ และการเข้าออกพื้นที่</p> <p>3. เคารพความแตกต่างทางเชื้อชาติ ศาสนา วัฒนธรรมและให้การปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันแก่ทุกเพศ ทุกวัย และทุกสถานภาพ</p>	<p>1. มีการบริหารจัดการขยะที่มีประสิทธิภาพ</p> <p>2. มีระบบกำจัดกลิ่นคาว จากครัวหรือห้องปฏิบัติการ</p>	<p>1. มีพื้นที่จอดรถสำหรับฝ่ายจัดพร้อมป้ายบอกที่ชัดเจน</p> <p>2. มีลิฟต์ของของที่กว้างและสูงพอที่จะขนสินค้าและอุปกรณ์ขนาดใหญ่ได้</p> <p>3. มีป้ายบอกทางไปที่จัดประชุมทั่วทั้งสถานที่</p> <p>4. มีระบบการบริการทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ทันสมัย</p>

ตาราง 2.2 (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด	คุณลักษณะปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	องค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อมสำหรับมาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์			
		ISO 22000	TISI 22300	ISO 50001	ISO 20121
7. ประเด็นของพนักงาน (people)	1. ความสามารถในการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดงาน 2. ความเต็มใจและความตั้งใจในการทำงาน (ใจรักในงานบริการ) 3. ความมีประสิทธิภาพในการทำงาน 4. ความเอาใจใส่และความเต็มใจในการช่วยเหลือ 5. ความเป็นมืออาชีพและความสามารถในการแก้ปัญหา 6. ความมีมารยาทและความสะดวกสบาย 7. การมีอัธยาศัยดีและมีความเป็นมิตร 8. การแต่งกายที่เหมาะสม 9. บุคลิกภาพที่ดี				1. พนักงานมีความสามารถในการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดงาน 2. พนักงานมีความเต็มใจและความตั้งใจในการทำงาน (ใจรักในงานบริการ) 3. พนักงานมีประสิทธิภาพในการทำงาน 4. พนักงานมีความเอาใจใส่และความเต็มใจในการช่วยเหลือ 5. พนักงานมีความเป็นมืออาชีพและความสามารถในการแก้ปัญหา 6. พนักงานมีมารยาทและความสะดวกสบาย 7. พนักงานมีอัธยาศัยดีและมีความเป็นมิตร 8. พนักงานแต่งกายที่เหมาะสม 9. พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี 10. พนักงานสามารถสื่อสารภาษาไทยและภาษาต่างชาติได้เป็นอย่างดี 11. รูปแบบการบริการแสดงให้เห็นความสำคัญของวัฒนธรรมท้องถิ่น

ตาราง 2.2 (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด	คุณลักษณะปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	องค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อมสำหรับมาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์			
		ISO 22000	TISI 22300	ISO 50001	ISO 20121
8. ประเด็นของการจัดรวมผลิตภัณฑ์/บริการ (package)	1. ความเหมาะสมของการจัดรวมสินค้าและบริการของสถานที่จัดงานโดยนำเสนอขายแบบเหมาจ่ายในราคาเดียว 2. ความเหมาะสมของการจัดรวมสินค้าและบริการของสถานที่จัดงานร่วมกับธุรกิจอื่นโดยนำเสนอขายแบบเหมาจ่ายในราคาเดียว 3. ความเหมาะสมของการจัดโปรแกรมการจัดงานสำเร็จรูปสำหรับงานต่างๆ ตั้งแต่ 2 อย่างและ 2 งานขึ้นไป โดยนำเสนอขายแบบเหมาจ่ายในราคาเดียว (event package)				1. ความเหมาะสมของการจัดรวมสินค้าและบริการของสถานที่จัดงานโดยนำเสนอขายแบบเหมาจ่ายในราคาเดียว 2. ความเหมาะสมของการจัดรวมสินค้าและบริการของสถานที่จัดงานร่วมกับธุรกิจอื่นโดยนำเสนอขายแบบเหมาจ่ายในราคาเดียว 3. ความเหมาะสมของการจัดโปรแกรมการจัดงานสำเร็จรูปสำหรับงานต่างๆ ตั้งแต่ 2 อย่างและ 2 งานขึ้นไป โดยนำเสนอขายแบบเหมาจ่ายในราคาเดียว (event package)

จากตาราง 2.2 พบว่าเมื่อนำคุณลักษณะปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและองค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อมสำหรับมาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์มาเปรียบเทียบจะทำให้ได้เกณฑ์องค์ประกอบด้านมาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับงานวิจัยที่เป็นสากลขึ้นโดยแบ่งตามส่วนประสมทางการตลาด (8Ps) ซึ่งสามารถสรุปได้ตาม ตาราง 2.3 ดังนี้

ตาราง 2.3 รูปแบบการจัดหมวดหมู่องค์ประกอบด้านมาตรฐานสถานที่จัดงานตามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (8Ps)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	องค์ประกอบด้านมาตรฐานสถานที่จัดงาน
<p>1. ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ (product/service)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. ขนาดของพื้นที่ในการจัดนิทรรศการและจัดเลี้ยง 2. คุณภาพของพื้นที่ในการจัดนิทรรศการและจัดเลี้ยงมีสภาพเรียบร้อยพร้อมใช้ ไม่มีส่วนชำรุด เสียหาย 3. ขนาดของห้องประชุม 4. จำนวนของห้องประชุม 5. คุณภาพของห้องประชุมมีสภาพเรียบร้อยพร้อมใช้ ไม่มีส่วนชำรุด เสียหาย 6. จำนวนของเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการประชุม 7. คุณภาพของเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการประชุมมีสภาพเรียบร้อยพร้อมใช้ ไม่มีส่วนชำรุด เสียหาย 8. ปริมาณของอาหารและเครื่องดื่มเพียงพอ 9. คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่มที่มีความสะอาด ปลอดภัย รสชาติดี 10. ความหลากหลายของอาหารและเครื่องดื่ม 11. มีห้องน้ำแยก ชาย-หญิง อยู่ในบริเวณที่ใช้ได้สะดวก ปลอดภัยและสะอาด
<p>2. ด้านราคา (price)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. ราคาที่เหมาะสมกับสิ่งอำนวยความสะดวกของสถานที่จัดงาน 2. ราคาที่มีความยืดหยุ่นและสามารถต่อรองได้ 3. ประสิทธิภาพของการเรียกเก็บค่าใช้จ่าย 4. มีขั้นตอนการตรวจสอบค่าใช้จ่ายที่ง่ายและสะดวกประชุม

ตาราง 2.3 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	องค์ประกอบด้านมาตรฐานสถานที่จัดงาน
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (place)	<ol style="list-style-type: none"> 1. สถานที่ตั้งที่มีความเหมาะสมของสถานที่จัดงาน 2. ความสะดวกในการเข้าถึงสถานที่จัดงาน 3. ความปลอดภัยของสถานที่จัดงาน 4. มีช่องทางเข้าออกสำหรับพนักงาน 5. ที่จอดรถที่สะดวก และปลอดภัย 6. มีจุดขนถ่ายอุปกรณ์สำหรับผู้จัดประชุม 7. มีที่จอดรถเพียงพอสำหรับผู้จัดและผู้เข้าร่วมประชุม
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (promotion)	<ol style="list-style-type: none"> 1. ระบบการบริการจองล่วงหน้าที่สะดวก 2. มีแผนการประหยัด/อนุรักษ์พลังงานและปฏิบัติจริง 3. มีแผนงานและกิจกรรมที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม 4. ส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ โดยคำนึงถึงความยั่งยืนโดยใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

ตาราง 2.3 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	องค์ประกอบด้านมาตรฐานสถานที่จัดงาน
5. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (physical evidence)	<ol style="list-style-type: none"> 1. สถานที่จัดงานและบริเวณห้องรับแขกสะอาดและได้รับการดูแลอย่างดี 2. สถานที่จัดงานและบริเวณห้องรับแขกมีบรรยากาศที่ดี มีอุณหภูมิเหมาะสม 3. ห้องประชุมตกแต่งอย่างทันสมัย 4. สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในศูนย์บริการ 5. โต๊ะ/เก้าอี้เพียงพอและอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน 6. มีผนังห้องสามารถซับเสียงจากภายนอกและภายในห้องประชุมได้ 7. มีพัดลมในห้องที่ไม่มีเครื่องปรับอากาศ 8. มีพัดลมระบายอากาศแยกส่วนสำหรับบริเวณที่อนุญาตให้สูบบุหรี่ 9. มีแผนผัง หรือป้ายทางหนีไฟ หรือป้ายทางออกฉุกเฉิน 10. มีไฟแสงสว่างฉุกเฉิน 11. ระบบควบคุมไฟฟ้าที่มีประสิทธิภาพ 12. มีระบบควบคุมเครื่องปรับอากาศ 13. มีระบบตรวจเช็คความปลอดภัยตลอด 24 ชม. 14. มีเครื่องดับเพลิงและสายฉีดน้ำดับเพลิงที่มีประสิทธิภาพพร้อมใช้งาน 15. มี Sprinkle ที่ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อยู่ในตำแหน่งเหมาะสม 16. มีห้องปฐมพยาบาลให้บริการ 17. มีพื้นที่จอดรถสำหรับคนพิการ 18. การออกแบบให้สามารถใช้แสงจากธรรมชาติเพื่อประหยัดพลังงาน

ตาราง 2.3 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	องค์ประกอบด้านมาตรฐานสถานที่จัดงาน
	19. ระบบแสงสว่างที่เหมาะสม 20. ระบบระบายอากาศที่ดี 21. ใช้วัสดุอุปกรณ์และเทคโนโลยีที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 22. เครื่องหมายและสัญลักษณ์บอกทิศทางที่เพียงพอ
6. ด้านกระบวนการบริการ (process)	1. มีบริการอาหารและเครื่องดื่มสำหรับผู้เข้าประชุม 2. มีการจัดอุปกรณ์สำหรับการรับประทานอาหารที่เหมาะสม 3. มีลิฟต์สำหรับขนอาหารจากห้องครัวโดยเฉพาะ 4. มีลิฟต์ขนของที่กว้างและสูงพอที่จะขนสินค้าและอุปกรณ์ขนาดใหญ่ได้ 5. ฝ่ายจัดงานสามารถเข้าพื้นที่จัดงานได้ตลอด 24 ชม. เพื่อเตรียมงานล่วงหน้า โดยผ่านระบบรักษาความปลอดภัย 6. อำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการทุกประเภทสำหรับการใช้บริการ และการเข้าออกพื้นที่ 7. มีป้ายบอกทางไปที่จัดประชุมทั่วทั้งสถานที่ 8. มีระบบการบริการทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ทันสมัย 9. มีการบริหารจัดการขยะที่มีประสิทธิภาพ 10. มีระบบกำจัดกลิ่น ควัน จากครัว หรือห้องปฏิบัติการ 11. มีพื้นที่จอดรถสำหรับฝ่ายจัดพร้อมป้ายบอกที่ชัดเจน 12. เคารพความแตกต่างทางเชื้อชาติ ศาสนา วัฒนธรรมและให้การปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันแก่ทุกเพศ ทุกวัย และทุกสถานภาพ

ตาราง 2.3 (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	องค์ประกอบด้านมาตรฐานสถานที่จัดงาน
7. ด้านพนักงาน (people)	<ol style="list-style-type: none"> 1. พนักงานมีความสามารถในการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดงาน 2. พนักงานมีความเต็มใจและความตั้งใจในการทำงาน (ใจรักในงานบริการ) 3. พนักงานมีประสิทธิภาพในการทำงาน 4. พนักงานมีความเอาใจใส่และความเต็มใจในการช่วยเหลือ 5. พนักงานมีความเป็นมืออาชีพและความสามารถในการแก้ปัญหา 6. พนักงานมีมารยาทและความสุภาพ 7. พนักงานมีอัธยาศัยที่ดีและมีความเป็นมิตร 8. พนักงานแต่งกายที่เหมาะสม 9. พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี 10. พนักงานสามารถสื่อสารภาษาไทยและภาษาต่างชาติได้เป็นอย่างดี 11. รูปแบบการบริการแสดงให้เห็นความสำคัญของวัฒนธรรมท้องถิ่น
8. ด้านการจัดรวมผลิตภัณฑ์/บริการ (package)	<ol style="list-style-type: none"> 1. ความเหมาะสมของการจัดรวมสินค้าและบริการของสถานที่จัดงานโดยนำเสนอขายแบบเหมาจ่ายในราคาเดียว 2. ความเหมาะสมของการจัดรวมสินค้าและบริการของสถานที่จัดงานร่วมกับธุรกิจอื่นโดยนำเสนอขายแบบเหมาจ่ายในราคาเดียว 3. ความเหมาะสมของการจัดโปรแกรมการจัดงานสำเร็จรูปสำหรับงานต่างๆ ตั้งแต่ 2 อย่างและ 2 งานขึ้นไป โดยนำเสนอขายแบบเหมาจ่ายในราคาเดียว (event package)

5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อภิญา เลื่อนฉวี (2547) ศึกษาเรื่อง มาตรการทางกฎหมายในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (ศึกษาเฉพาะอุทยานแห่งชาติ) พบว่า ปัจจุบันไทยยังประสบปัญหาในการบริหารจัดการ ทั้งในด้านกฎหมายที่บังคับใช้ในอุทยานฯ ที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและปัญหาด้านพฤติกรรมของผู้ที่เข้ามาใช้ประโยชน์ในอุทยานแห่งชาติ ที่ไม่เป็นไปตามหลักการของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างแท้จริง

เกิตศิริ เจริญวิศาล (2552) ศึกษาเรื่อง รูปแบบการตลาดที่เหมาะสมของสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย พบว่า ผู้ให้ข้อมูลจากกลุ่มบริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านพนักงานมากที่สุด และให้ความสำคัญระดับปานกลางกับปัจจัยด้านโปรแกรมการจัดงานสำเร็จรูป นอกจากนี้ให้ความสำคัญระดับมาก ในด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านกระบวนการบริการขณะที่ผู้ให้ข้อมูลประเมินผลการปฏิบัติงานของสถานที่จัดงานในปัจจุบันเกือบทุกด้านในระดับสูง ยกเว้นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านโปรแกรมการจัดงานสำเร็จรูป ที่มีผลการปฏิบัติงานในระดับปานกลาง ส่วนผู้ให้ข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้บริการ พบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากที่สุดในด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านกระบวนการบริการ และด้านพนักงาน ส่วนปัจจัยที่ให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ด้านร่างกาย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านโปรแกรมการจัดงานสำเร็จรูป ในขณะที่ผู้ให้ข้อมูลในกลุ่มนี้ประเมินผลการปฏิบัติงานของสถานที่จัดงานในระดับสูงกับปัจจัยทุกด้าน

จากการวิเคราะห์องค์ประกอบ สามารถกำหนดรูปแบบส่วนประสมทางการตลาดที่นำเสนอได้ 2 รูปแบบ คือ 1) รูปแบบที่อยู่บนพื้นฐานของการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของเป้าประสงค์ในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาดขององค์กรผู้รับบริการต่อการเลือกสถานที่จัดงาน และ 2) รูปแบบที่อยู่บนพื้นฐานของการวิเคราะห์ระดับการปฏิบัติงานในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาดขององค์กรผู้รับบริการต่อการปฏิบัติงานของสถานที่จัดงาน และพบว่า รูปแบบส่วนประสมทางการตลาดที่เหมาะสมสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย คือ รูปแบบที่อยู่บนพื้นฐานของการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของเป้าประสงค์ในปัจจุบันส่วนประสมทางการตลาดขององค์กรผู้รับบริการต่อการเลือกสถานที่จัดงาน

วรรณจันทร์ สิงห์จาวลา และคณะ (2556) ศึกษาเรื่อง แนวทางพัฒนามาตรฐานแพที่พักแรมในประเทศไทย พบว่า แนวทางการพัฒนามาตรฐานแพที่พักแรมในประเทศไทย ด้านการบริการ ควรมีการพัฒนาการบริการของพนักงานให้มีความสุภาพ อ่อนโยน มีความจริงใจเป็นกันเอง ความซื่อสัตย์ในการช่วยรักษาทรัพย์สินและสิ่งของมีค่าของลูกค้า มีการฝึกทักษะพนักงานให้มีความรอบรู้ชำนาญในการบริการ มีการบริการที่รวดเร็ว มีระบบขั้นตอนที่เหมาะสม พนักงานไม่เป็น

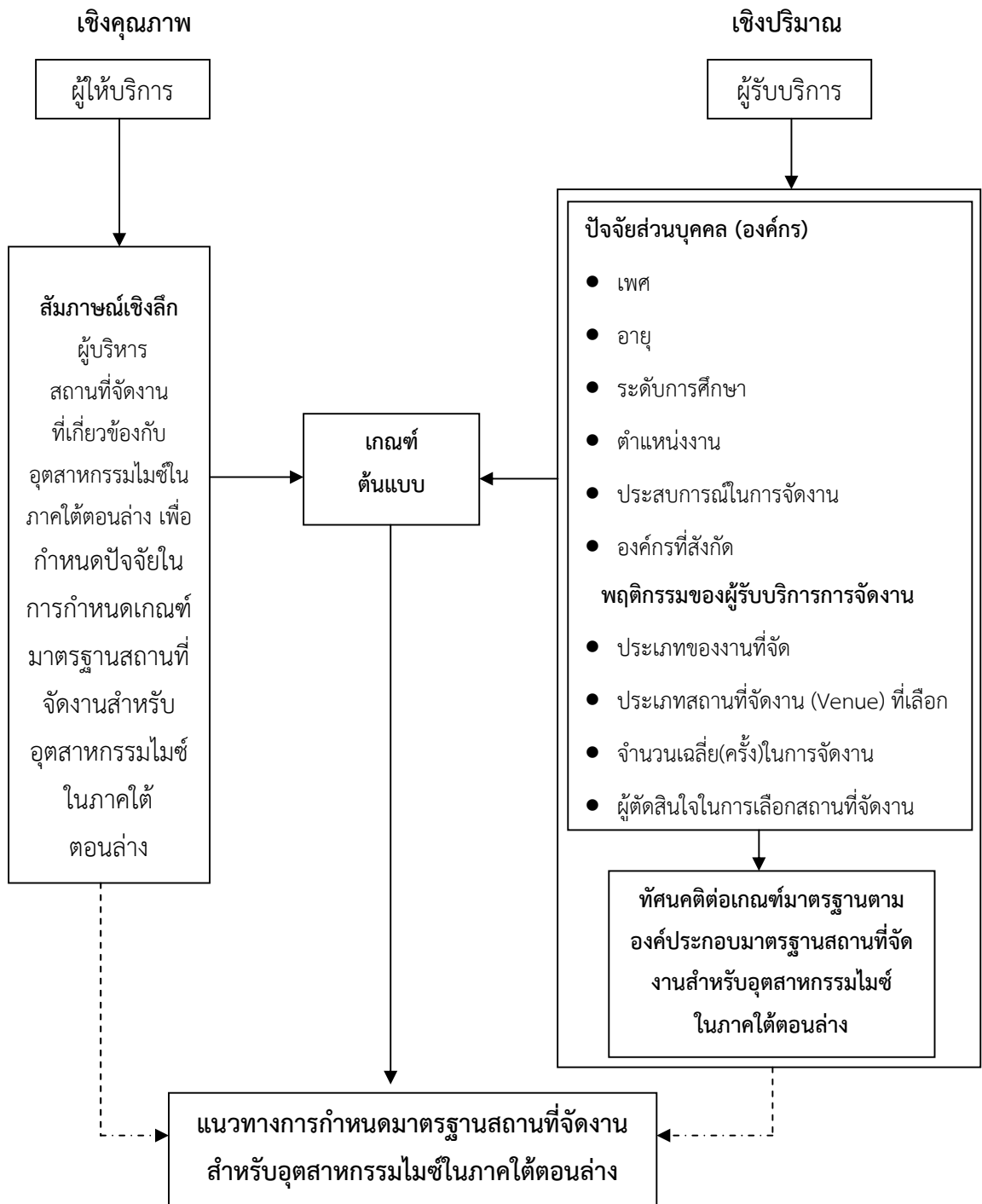
โรคติดต่อ แต่งกายสะอาดถูกสุขลักษณะเพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า ในส่วนของอาหารควรมีความสะอาดถูกหลักอนามัยและมีความสดใหม่อยู่เสมอ ภาชนะที่ใช้ใส่อาหารมีความสะอาดปลอดภัย มีที่นอนที่สบายตามสภาพชุมชนและมีการเปลี่ยนทุกครั้งเมื่อมีนักท่องเที่ยวเข้าพัก สิ่งอำนวยความสะดวกในแพ/ห้องพักอยู่ในสภาพที่ใช้งาน มีห้องอาบน้ำและส้วมที่สะอาด และมีการกำจัดแมลงที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพอยู่เสมอ ซึ่งสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องด้านสิ่งแวดล้อม ควรมีการปรับปรุงลักษณะแพที่พักแรมให้มีความกลมกลืนกับธรรมชาติเนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางไปท่องเที่ยวต้องการสัมผัสกับธรรมชาติ โดยเฉพาะทุกส่วนที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับวัสดุหรือผลิตภัณฑ์ที่ใช้บนแพที่พัก เช่นผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีถังเก็บสิ่งปฏิกูลจากห้องน้ำไม่ส่งกลิ่นเหม็น นักท่องเที่ยวมีการควบคุมระดับและเวลาการใช้เสียงบริเวณแพที่พัก ภาครัฐบาลมีเอกสารหรือข้อมูลชี้แจงกฎระเบียบของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และมีถังแยกขยะในแต่ละประเภทมีเพียงพอ มีการควบคุมปริมาณนักท่องเที่ยวในแพมีความเหมาะสม ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวควรมีส่วนช่วยในการเก็บขยะขึ้นมาทิ้งบนเขื่อน จัดกิจกรรมรณรงค์ให้นักท่องเที่ยวช่วยกันรักษาสภาพแวดล้อม มีการนำวัสดุที่ไม่ใช้แล้วหมุนเวียนไปใช้ให้เกิดประโยชน์ซึ่งสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง ด้านความปลอดภัย ผู้ประกอบการควรสร้างความมั่นคงและแข็งแรงของโครงสร้างแพให้ได้มาตรฐานตามที่กรมเจ้าท่ากำหนด มีระบบเตือนภัย มีพนักงานปฏิบัติงานและพนักงานรักษาความปลอดภัยที่ผ่านการอบรม อุปกรณ์ช่วยชีวิตที่เพียงพอและติดตั้งในจุดที่มองเห็นชัดเจน รวาระเบียงอยู่ในสภาพมั่นคงแข็งแรง ไฟส่องสว่างอย่างทั่วถึงในเวลากลางคืน ป้ายบอกชื่อหรือสัญลักษณ์ในแพแสดงอย่างชัดเจน ไม่ซ้ำชุด ระบบสื่อสารเพื่อขอความช่วยเหลือในกรณีฉุกเฉิน มีการเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับการปฐมพยาบาลเบื้องต้น มีระบบสัญญาณเตือนภัยที่ใช้งานได้ 24 ชั่วโมง มีบริเวณพื้นที่เดินยางกันลื่น และไม่มีสิ่งกีดขวาง โดยนักท่องเที่ยวมีความต้องการให้ความปลอดภัย ซึ่งสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง ส่วนข้อการจัดยามดูแลความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง มีเอกสารหรือข้อมูลตักเตือนนักท่องเที่ยวในการเก็บรักษาทรัพย์สิน และมีถังดับเพลิง อุปกรณ์ควบคุมไฟฟ้าอยู่ในสภาพใช้งานได้ นักท่องเที่ยวรู้สึกไม่แน่ใจในการส่งผลกระทบต่อความปลอดภัยมากขึ้น

ตาราง 2.4 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้เขียน	ปี	งานวิจัย	แนวคิดที่เกี่ยวข้อง
อภิัญญา เลื่อนฉวี	2547	มาตรการทางกฎหมายในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (ศึกษาเฉพาะอุทยานแห่งชาติ)	<ul style="list-style-type: none"> ● การบริหารจัดการ ● พฤติกรรมนักท่องเที่ยว
เกิดศิริ เจริญวิศาล	2552	รูปแบบการตลาดที่เหมาะสมของสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย	<ul style="list-style-type: none"> ● ส่วนผสมทางการตลาด ● สถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์
วรรณจันทร์ สิงห์จาวลา และคณะ	2556	แนวทางพัฒนามาตรฐานแพที่พักแรมในประเทศไทย	<ul style="list-style-type: none"> ● มาตรฐานคุณภาพการบริการ

6. กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการกำหนดมาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย มีกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้



ภาพ 2.6 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง “แนวทางการกำหนดมาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง (Guidelines for Standardizing the Venues for MICE Industry in Lower Southern, Thailand)” เป็นการวิจัยเพื่อการพัฒนา โดยใช้รูปแบบของการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Method) ร่วมกับการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Method) โดยการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ รวบรวมข้อมูลจากเอกสาร บทความงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการใช้วิธีการเก็บข้อมูลจากการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ โดยดำเนินการตามวิธีวิจัยแบ่งตามวัตถุประสงค์ในการวิจัย 4 ข้อ คือ

1. เพื่อศึกษาและกำหนดปัจจัยในการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง
2. เพื่อศึกษาทัศนคติของกลุ่มผู้รับบริการที่มีต่อเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง
3. เพื่อเปรียบเทียบเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง
4. เพื่อหาแนวทางการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง

ดังนั้นเพื่อให้งานวิจัยครั้งนี้ได้มาซึ่งคำตอบเชิงประจักษ์ในแต่ละวัตถุประสงค์ข้างต้นนั้น ผู้วิจัยจึงกำหนดระเบียบวิธีวิจัยเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1

เพื่อศึกษาและกำหนดปัจจัยในการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ ในภาคใต้ตอนล่าง

การศึกษาในขั้นตอนนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Method) โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เอกสารและข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้ เพื่อทราบข้อมูลพื้นฐานด้านปัญหาและความต้องการที่เกี่ยวกับมาตรฐานคุณภาพและบริการของสถานที่จัดงาน ทั้งในส่วนผู้ให้บริการและผู้รับบริการ และศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของธุรกิจและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสถานที่จัดงาน รวมทั้งทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็น

แนวทางในการวิเคราะห์กำหนดปัจจัยในการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับ
อุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง โดยมีวิธีการศึกษาดังนี้

1. การศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารรายงานของ
งานวิจัย สภาคัมที่เกี่ยวข้อง หนังสือ ตำรา นิตยสาร วารสาร หนังสือพิมพ์ เว็บไซต์ รายงานวิจัยต่างๆ
ที่เกี่ยวข้องกับแนวทางของอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว อุตสาหกรรมไมซ์ การตลาดและ
มาตรฐานต่างๆ รวมถึงปัจจัยในการเลือกสถานที่จัดงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์

2. การศึกษาข้อมูลปฐมภูมิ โดยผู้วิจัยมีขั้นตอนในการดำเนินการดังนี้

2.1 การกำหนดประชากรและเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาและกำหนดปัจจัยในการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานสถานที่จัด
งานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง ได้แก่ กลุ่มผู้ให้บริการ (Service Providers) คือ
ผู้บริหารของสถานที่จัดงานในภาคใต้ตอนล่างตามบัญชีรายชื่อที่เป็นคู่ค้าทางธุรกิจของ สสปน.
แบ่งเป็น 2 กลุ่มย่อย คือ

2.1.1 กลุ่มย่อยที่ 1 คือ ศูนย์ประชุม(Convention and Exhibition Center)
จำนวน 1 แห่ง ได้แก่ ศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

2.1.2 กลุ่มย่อยที่ 2 คือ ศูนย์ประชุมที่อยู่ในโรงแรม(Convention Hotel) จำนวน 6
แห่ง ทั้งนี้โรงแรมธรรมรินทร์ ธนา และโรงแรมอนันตรา สีเกา รีสอร์ท แอนด์ สปา ไม่สามารถให้
ข้อมูลได้

ขั้นตอนการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง ตามจุดประสงค์ข้อที่ 1

ในการสุ่มตัวอย่างเพื่อศึกษาและกำหนดปัจจัยในการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับ
อุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purpose Sampling) จาก
ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth
Interview) ผู้ที่เป็นตัวแทนในกลุ่มประชากรกลุ่มตัวอย่าง โดยแสดงในตารางการสุ่มกลุ่มตัวอย่างตาม
วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ดังนี้

ตาราง 3.1 กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

ประชากร	เกณฑ์ในการสุ่ม	กลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (คน)
ผู้บริหาร หรือ ผู้จัดการ สถานที่ จัดงาน	เป็นผู้บริหารในสถานที่จัดงานในรูปแบบห้องประชุม ในโรงแรมหรือศูนย์ประชุมที่สามารถรองรับจำนวนผู้เข้าร่วมงานได้มากกว่า 500 คนขึ้นไป	1. ผู้บริหารศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์หรือผู้ได้รับมอบหมาย 2. ผู้บริหารโรงแรมเรือรัฐภาหรือผู้ได้รับมอบหมาย 3. ผู้บริหารโรงแรมวัฒนา พาร์คหรือผู้ได้รับมอบหมาย 4. ผู้บริหารโรงแรมซี เอส บัตตานีหรือผู้ได้รับมอบหมาย 5. ผู้บริหารโรงแรมพาวิลเลียน สงขลาหรือผู้ได้รับมอบหมาย	1 1 1 1 1
รวม			5

จากตารางที่ 3.1 มีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ในการเก็บข้อมูล ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 คือการศึกษาและกำหนดปัจจัยในการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง รวมทั้งสิ้น 5 กลุ่มตัวอย่าง

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งแบ่งตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 เพื่อทราบปัจจัยในการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง ใช้เครื่องมือเป็นแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ ซึ่งการสร้างข้อมูลดังกล่าวได้จากการศึกษารวบรวมข้อมูล จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดการสร้างข้อคำถามที่เป็นประโยชน์ต่อการนำไปวิเคราะห์ข้อมูล โดยกำหนดให้ข้อคำถามตรงตามข้อคำถามเกี่ยวกับแนวทางการกำหนดมาตรฐานสถานที่จัดงานและปัญหาจากการดำเนินธุรกิจสถานที่จัดงานประเภทศูนย์ประชุมสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง เพื่อให้ได้มาซึ่งองค์ประกอบสำหรับนำมากำหนดปัจจัยในการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง

2.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ดำเนินการสอบถามข้อมูลจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง แล้วนำข้อมูลที่ได้มา

วิเคราะห์และบรรยายเชิงเนื้อหาเพื่อนำองค์ประกอบที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกมากำหนดปัจจัยในการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง

2.4 การวิเคราะห์และแปรผลข้อมูล

เพื่อศึกษาและกำหนดปัจจัยในการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแบบการจำแนกชนิดข้อมูล (Typological Analysis) การวิเคราะห์โดยการเปรียบเทียบข้อมูล (Constant Comparison) และการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยการจัดระเบียบข้อมูล ทัศนคติ และการนำมาแปลผล สรุปความเห็นที่เกี่ยวกับความต้องการและนำมาเป็นแนวทางในการกำหนดปัจจัยที่จะนำมาเป็นเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่างที่เหมาะสม

ขั้นตอนที่ 2

เพื่อศึกษาทัศนคติของกลุ่มผู้รับบริการที่มีต่อเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง

โดยดำเนินการตามวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Method) ดังนี้

1. การกำหนดประชากรและเลือกกลุ่มตัวอย่าง ในการกำหนดประชากรและเลือกกลุ่มตัวอย่าง ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาทัศนคติของกลุ่มผู้รับบริการที่มีต่อเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง มีการกำหนดประชากรและเลือกกลุ่มตัวอย่างดังนี้

1.1 การกำหนดประชากรตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2

ประชากรในการศึกษาทัศนคติด้านองค์ประกอบมาตรฐานสถานที่จัดงาน ได้แก่

- กลุ่มที่ 1 เจ้าภาพจัดงานที่เป็นบริษัททั่วไป
- กลุ่มที่ 2 เจ้าภาพจัดงานที่เป็นสมาคม
- กลุ่มที่ 3 เจ้าภาพจัดงานที่เป็นหน่วยงานของรัฐและสถาบันการศึกษา
- กลุ่มที่ 4 กลุ่มตัวแทนผู้จัดงานหรือผู้จัดงานมืออาชีพ

1.2 ขั้นตอนการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2

กลุ่มผู้รับบริการ เป็นประชากรที่จัดงานที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมไมซ์ กล่าวคือ เป็นองค์กรจัดงานหรือเป็นเจ้าภาพจัดงาน (Organizers) และเป็นกลุ่มที่มีการตัดสินใจเลือกสถานที่จัดงานในภาคใต้ตอนล่าง จากการรวบรวมบัญชีรายชื่อ (sampling frame) ที่เป็นข้อมูลย้อนหลังและ

ล่องหน้าจากปฏิทินการจัดงานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สสพ. และศูนย์ประชุม นานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 – 2556 โดยผู้วิจัยได้กำหนดใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purpose Sampling) โดยการใช้การแจก แบบสอบถาม (Questionnaire)

1.3 เทคนิคการสุ่มกลุ่มตัวอย่างตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2

1.3.1 การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified random Sampling) แบ่งประชากร ตามลักษณะขององค์กร (Psychographic data) เป็น 4 กลุ่มย่อย (Hu and Hiemssta, 1996: 68) อ่างใน (เกิดศิริ เจริญวิศาล, 2552: 85) คือ 1) เจ้าภาพจัดงานที่เป็นบริษัททั่วไป 2) เจ้าภาพจัดงานที่เป็นสมาคม 3) เจ้าภาพจัดงานที่เป็นหน่วยงานของรัฐและสถาบันการศึกษา 4) กลุ่มตัวแทนผู้จัดงาน หรือผู้จัดงานมืออาชีพ

1.3.2 การสุ่มแบบจัดระบบเรียงลำดับบัญชีรายชื่อ (Systematic random Sampling) โดยเลือกองค์กรกลุ่มตัวอย่าง จากประชากรในข้อ 1.3.1 มาพิจารณาความถี่ในการจัดงาน (Judgment Sampling) ตั้งแต่ 2 ครั้งขึ้นไปของปฏิทินจัดงานที่อ้างอิง เพื่อให้แน่ใจว่าจะเป็นกลุ่ม ตัวอย่างที่เป็นตัวแทนในการตอบแบบสอบถามที่ยังคงดำเนินกิจการอย่างต่อเนื่อง สรุปรองค์กรที่ เข้าเกณฑ์เป็นกลุ่มตัวอย่างขององค์กรผู้รับบริการได้ 255 ราย ในตาราง 3.2

ตาราง 3.2 กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาตามวัตถุประสงค์การศึกษาข้อที่ 2

กลุ่มตัวอย่างตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2	องค์กรทั้งหมดที่จัดงาน	องค์กรที่ให้ข้อมูล
กลุ่มที่ 1 เจ้าภาพจัดงานที่เป็นบริษัททั่วไป	133	51
กลุ่มที่ 2 เจ้าภาพจัดงานที่เป็นสมาคม	64	35
กลุ่มที่ 3 เจ้าภาพจัดงานที่เป็นหน่วยงานของรัฐและสถาบันการศึกษา	234	92
กลุ่มที่ 4 กลุ่มตัวแทนผู้จัดงานหรือผู้จัดงานมืออาชีพ	118	77
รวม	549	255

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้เครื่องมือสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งแบ่งตามวัตถุประสงค์ การวิจัยข้อที่ 2 เพื่อศึกษาทัศนคติของกลุ่มผู้รับบริการที่มีต่อเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบสถานที่ จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม (Questionnaire)

2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่มีลักษณะคำถามปลายปิดและคำถามปลายเปิด เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อศึกษาทัศนคติของกลุ่มผู้รับบริการที่มีต่อเกณฑ์มาตรฐาน ตามองค์ประกอบสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง ซึ่งประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลขององค์กรที่ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย 2 ชุดคำถาม คือ ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน ประสบการณ์ในการจัดงาน องค์กรที่สังกัด และพฤติกรรมการจัดงาน MICE ขององค์กร ได้แก่ ประเภทของงานที่จัด ประเภทของ สถานที่จัดงาน (Venue) ที่เลือก เหตุผลในการเลือกสถานที่จัดงาน (Venue) จำนวนเฉลี่ย(ครั้ง)ในการจัดงาน ผู้ตัดสินใจในการเลือกสถานที่จัดงาน

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติของผู้รับบริการต่อระดับความสำคัญของเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบมาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ เพื่อการปรับปรุงสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง

2.2 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือตามลำดับ ดังนี้

1) ศึกษาข้อมูลจากเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ ในเรื่องการสร้างแบบสอบถาม

2) ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งแนวคิดทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ศึกษาเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

3) นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาและจากการสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้ให้บริการทั้ง 5 ท่าน โดยเป็นตัวแทนจากศูนย์ประชุม 1 ท่าน และตัวแทนจากโรงแรม 4 ท่านซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญในการจัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ มาสร้างเครื่องมือให้สอดคล้องกับเนื้อหา โดยสร้างแบบสอบถามทั้งหมด 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติของผู้รับบริการต่อระดับความสำคัญของเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบมาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ เพื่อการปรับปรุงสถานที่จัดงาน

เพื่อพิจารณาความถูกต้องในการใช้ภาษาของข้อความ ตรงตามเนื้อหาและครอบคลุมประเด็นที่ต้องการศึกษา จากนั้นนำไปปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะที่ได้รับ โดยในส่วนที่ 2 ของ แบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติของผู้รับบริการต่อระดับความสำคัญในการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบมาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง ผู้วิจัยได้เลือกจากการตอบแบบสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้ให้บริการทั้ง 5 กลุ่มตัวอย่าง ซึ่งถือว่าเป็นผู้เชี่ยวชาญโดยตรง ซึ่งผู้วิจัยได้ตรวจสอบความสอดคล้องและคัดเลือกได้เป็นข้อความจำนวน 74 ข้อ จึงนำองค์ประกอบดังกล่าวมาเป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติของผู้รับบริการต่อระดับความสำคัญในการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบมาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง ในแบบสอบถามสำหรับผู้รับบริการต่อไป

4) นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง เพื่อพิจารณาตรวจสอบความสมบูรณ์อีกครั้งก่อนนำไปเก็บข้อมูล

5) นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบ ไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ราย เพื่อใช้ทดสอบความน่าเชื่อถือ (validity) และความเชื่อมั่น (reliability) โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ของครอนบัค (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545) เพื่อทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เพื่อใช้เก็บข้อมูลกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลต่อไป

2.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการแจกแบบสอบถาม (Questionnaire) และหรือการส่งทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ กับกลุ่มตัวอย่าง 255 ตัวอย่าง และเมื่อรวบรวมแบบสอบถามได้ทั้งหมดแล้วทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนต่อไป

2.4 การจัดทำและการแปรผลข้อมูล

นำแบบสอบถามที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 255 ชุด มาดำเนินการจัดทำและการแปรผลข้อมูลดังนี้

2.4.1 เกณฑ์ของแบบสอบถาม

การแปรผลเกี่ยวกับระดับความสำคัญของเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบมาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่างเป็นรายชื่อของแบบสอบถามได้แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
4.21 – 5.00	มากที่สุด
3.41 – 4.20	มาก
2.61 – 3.40	ปานกลาง
1.81 – 2.60	น้อย
1.00 – 1.80	น้อยที่สุด

ซึ่งหลักเกณฑ์ในการให้คะแนนของแบบประเมินค่าของลิคอร์ท (Likert's Scale) 5 ระดับ เป็นระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Internal Scale) โดยกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมิน ดังนี้

5	หมายถึง	มากที่สุด
4	หมายถึง	มาก
3	หมายถึง	ปานกลาง
2	หมายถึง	น้อย
1	หมายถึง	น้อยที่สุด

2.4.2 การจัดทำข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้รับกลับมาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของข้อมูลในแบบสอบถามแต่ละชุด และแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก โดยนำข้อมูลที่ได้มากำหนดรหัส จัดหมวดหมู่ และวิเคราะห์เพื่อประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistics Package for Social Science; SPSS) โดยแจกแจงความถี่ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพรรณนา (descriptive statistics) ได้แก่ ความถี่ (frequency) ร้อยละ (percentage) ค่าคะแนนเฉลี่ยเลขคณิต (mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) เพื่อใช้ในการวิเคราะห์และบรรยายหาค่าตอบ รวมทั้งอธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง คือ ข้อมูลทั่วไปขององค์กรผู้รับบริการและข้อมูลด้านพฤติกรรม

2. น้ำหนักค่าคะแนนเฉลี่ย (weight mean score) เพื่อวิเคราะห์การประเมินระดับความสำคัญของเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบมาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง

ขั้นตอนที่ 3

เพื่อเปรียบเทียบเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ ในภาคใต้ตอนล่าง

เป็นการวิเคราะห์เพื่อหาความแตกต่างของกลุ่มผู้รับบริการกับทัศนคติเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง โดยมีสถานที่ในการวิจัย ประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่างตัวแปรและการวัดตัวแปร เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล การทดสอบเครื่องมือ ตลอดจนวิธีการรวบรวมข้อมูล เหมือนขั้นตอนที่ 2 ทุกประการ ยกเว้นการวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป การวิจัยทางสังคมศาสตร์ เพื่อหาคำตอบในการทดสอบสมมติฐานสำหรับตัวแปรกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่สองกลุ่มขึ้นไป โดยใช้สถิติการเปรียบเทียบแบบ One Way ANOVA สำหรับค่านัยสำคัญทางสถิติใช้ในการวิเคราะห์ครั้งนี้กำหนดไว้ที่ 0.05

ขั้นตอนที่ 4

เสนอแนวทางการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ ในภาคใต้ตอนล่าง

เป็นการสรุปแนวทางในการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง โดยการนำข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้จากการสรุปคำถามแบบปลายเปิด (Open Ended Questionnaire) สำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม (ผู้รับบริการ 255 กลุ่มตัวอย่าง) และเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้บริการสถานที่จัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ (ผู้ให้บริการ 5 กลุ่มตัวอย่าง) สรุปเป็นแนวทางในการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง ในด้านที่มีผลการทดสอบของค่าเฉลี่ย (F-test) ที่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยนำเสนอตามลำดับความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง จากมากไปหาน้อย

บทที่ 4 ผลการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “แนวทางการกำหนดมาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง (Guidelines for Standardizing the Venues for MICE Industry in Lower Southern, Thailand)” ผู้วิจัยขอเสนอผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1

ศึกษาและกำหนดปัจจัยในการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง

โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้บริการสถานที่จัดงานในภาคใต้ตอนล่างตามบัญชีรายชื่อที่เป็นคู่ค้าทางธุรกิจของ สสปน. ซึ่งเป็นสถานที่จัดงานในรูปแบบห้องประชุมในโรงแรมหรือศูนย์ประชุมที่สามารถรองรับจำนวนผู้เข้าร่วมงานได้มากกว่า 500 คนขึ้นไป แบ่งเป็นบุคลากรระดับบริหารหรือผู้ได้รับมอบหมายของศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ จำนวน 1 ท่าน และบุคลากรระดับบริหารหรือผู้ได้รับมอบหมายของสถานที่จัดงานในโรงแรมจำนวน 4 ท่าน รวมทั้งสิ้นจำนวน 5 ท่าน สามารถสรุปเป็นประเด็นคำตอบในปัจจัยทั้ง 8 ด้าน เพื่อใช้ในการกำหนดปัจจัยในการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง ได้ดังต่อไปนี้

1. การกำหนดปัจจัยในการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่างด้านผลิตภัณฑ์/บริการ (product/ service)

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารของศูนย์ประชุมนานาชาติฯ และผู้บริหารของศูนย์ประชุมที่อยู่ในโรงแรม พบว่า ทุกท่านต่างให้ความสนใจกับขนาดของพื้นที่สถานที่จัดงาน โดยบางโรงแรมมีการขยายขนาดของห้องประชุมเพื่อรองรับจำนวนผู้เข้าร่วมงานในอนาคตที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้นเมื่อประเทศไทยการเข้าสู่ AEC นอกจากนี้ยังมีการเพิ่มเติมในส่วนของอุปกรณ์ที่จำเป็นในการจัดประชุม โดยทางศูนย์ประชุมนานาชาติฯ กล่าวว่า ส่วนใหญ่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการก็เนื่องจากความพร้อมของอุปกรณ์และจำนวนห้องประชุมที่สามารถปรับเปลี่ยนและรองรับได้จำนวนมากในแต่ละครั้ง แต่สำหรับโรงแรมหลายโรงแรม กล่าวว่า ลูกค้ามักเลือกมาใช้บริการเนื่องจากคุณภาพของการให้บริการรวมทั้งอาหารที่มีให้บริการเมื่อมาใช้บริการ

2. การกำหนดปัจจัยในการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่างด้านราคา (price)

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารของศูนย์ประชุมนานาชาติฯ และผู้บริหารของศูนย์ประชุมที่อยู่ในโรงแรม พบว่า ทุกท่านต่างให้ความเห็นว่า ราคาของสถานที่จัดงานในปัจจุบันเมื่อลูกค้าเข้ามาติดต่อ สิ่งแรกที่ลูกค้าจะมองคือความคุ้มค่าและเหมาะสมกับสิ่งที่ลูกค้าจะได้รับ ลูกค้าส่วนใหญ่ที่ใช้บริการมักเป็นหน่วยงานราชการ จึงต้องการรายละเอียดและขั้นตอนการเรียกเก็บเงินที่ชัดเจน

3. การกำหนดปัจจัยในการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่างด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (place)

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารของศูนย์ประชุมนานาชาติฯ และผู้บริหารของศูนย์ประชุมที่อยู่ในโรงแรม พบว่า ศูนย์ประชุมในโรงแรมมักได้รับการสนับสนุนการจัดงานจากหน่วยงานภาครัฐ เช่น สพฐ. อบจ. อบต. เป็นต้น ซึ่งผู้จัดงานจะมองที่ความสะดวกและปลอดภัยเป็นอันดับแรก ส่วนการจัดนิทรรศการยังมีไม่มากนักรับได้เฉพาะงานขนาดไม่ใหญ่มาก แต่สำหรับศูนย์ประชุมนานาชาติฯ กล่าวว่า การจัดงานนิทรรศการต่างๆ มีลูกค้าให้ความสนใจเนื่องจากความสะดวกในการขนถ่ายของและอุปกรณ์เพื่อจัดงานและที่จอดรถที่กว้างขวาง โดยงานระดับประเทศหลายๆ งานที่มาจัดแสดง เช่น งาน Motor Show, Money Expo และงานคอนเสิร์ต เป็นต้น ซึ่งการได้รับการสนับสนุนจาก สสปน. ก็ถือเป็นช่องทางที่ทำให้ศูนย์ประชุมในภาคใต้ตอนล่างเป็นที่รู้จักในวงกว้างขึ้น

4. การกำหนดปัจจัยในการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่างด้านการส่งเสริมการตลาด (promotion)

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารของศูนย์ประชุมนานาชาติฯ และผู้บริหารของศูนย์ประชุมที่อยู่ในโรงแรม พบว่า ปัจจุบันด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัยและการแข่งขันที่สูงขึ้น ความรวดเร็วของระบบการจองจึงเป็นสิ่งสำคัญ และตั้งที่ทราบว่าทุกวันนี้กระแสความยั่งยืนหรือใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่ากำลังมาแรง ดังนั้นสถานที่จัดงานต้องมีการปรับเปลี่ยนด้วย ซึ่งทางศูนย์ประชุมนานาชาติฯ กล่าวว่า การเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมถือว่าเป็นนโยบายหลักเช่นกันเนื่องจากผู้มาใช้บริการมิใช่แค่ในประเทศเท่านั้น

5. การกำหนดปัจจัยในการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่างด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (physical evidence)

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารของศูนย์ประชุมนานาชาติฯ และผู้บริหารของศูนย์ประชุมที่อยู่ในโรงแรม พบว่า ทุกท่านต่างเห็นตรงกันในประเด็นส่วนของห้องรับรองแขก (Lobby) เมื่อมีผู้มาติดต่อว่าสำคัญมากเพราะเสมือนด่านแรกที่ลูกค้าจะเจอ ส่วนใหญ่ถ้าลูกค้าประทับใจตั้งแต่แรกเห็นก็มักคุยงานด้วยไม่ยาก ศูนย์ประชุมในโรงแรม กล่าวว่า สภาพบรรยากาศ ระบบการควบคุมไฟฟ้า อุณหภูมิ รวมถึงมีบริการฉุกเฉิน เช่น หากมีอุบัติเหตุ หรือลูกค้าต้องการความช่วยเหลืออย่างเร่งด่วนก็สามารถช่วยเหลือได้ทันท่วงที สิ่งเหล่านี้ถือเป็นสิ่งที่สำคัญมาก จึงทำให้ลูกค้าหลายราย

กลับมาใช้บริการซ้ำ แต่สำหรับผู้ให้บริการชาวต่างชาติมันมีข้อเสนอแนะเสมอเกี่ยวกับป้ายบอกทิศทาง เนื่องจากบางคนมาครั้งแรก ป้ายหรือสัญลักษณ์จึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง

6. การกำหนดปัจจัยในการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่างด้านกระบวนการบริการ (process)

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารของศูนย์ประชุมนานาชาติฯ และผู้บริหารของศูนย์ประชุมที่อยู่ในโรงแรม พบว่า ผู้มาใช้บริการส่วนใหญ่ต่างให้ความสำคัญกับความเท่าเทียมในการให้บริการ ไม่ว่าจะเป็นใครหรือชาติไหนก็ตาม โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาคใต้ตอนล่างซึ่งถือว่ามีความหลากหลายของเชื้อชาติ สิ่งเหล่านี้จึงเป็นสิ่งที่ต้องระมัดระวัง การให้บริการและอำนวยความสะดวกสำหรับผู้มาเข้าร่วมแม้จะเป็นผู้พิการก็ถือว่าเป็นหน้าที่ของสถานที่จัดงานที่ต้องมีความพร้อมในการให้บริการ และหากมีการให้บริการอาหารแน่นอนว่าทางโรงแรมก็มีการแยกโซนและลิฟต์สำหรับขนอาหารและผู้มาใช้บริการอย่างชัดเจน ส่วนด้านศูนย์ประชุมนานาชาติฯ นั้น ก็มีจุดให้บริการสำหรับผู้มาใช้บริการอย่างเพียงพอด้วยเช่นกัน

7. การกำหนดปัจจัยในการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่างด้านพนักงาน (people)

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารของศูนย์ประชุมนานาชาติฯ และผู้บริหารของศูนย์ประชุมที่อยู่ในโรงแรม พบว่า ทุกท่านต่างให้ความเห็นตรงกันในการเตรียมความพร้อมของพนักงานด้านภาษา ซึ่งอย่างน้อยทุกคนต้องสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ แต่ก็ยังเป็นปัญหาสำคัญที่ต้องพัฒนากันไปซึ่งได้มีการจัดอบรมกันเป็นประจำทุกปี อย่างน้อยปีละ 3 ครั้ง นอกจากนี้ยังมีการจัดอบรมด้านประสิทธิภาพการบริการทุกปีเพื่อความเป็นมืออาชีพในการให้บริการ และการมีเกณฑ์ประเมินพนักงานแบบ 360 องศา ทุกปีเพื่อให้พนักงานกระตือรือร้นและตั้งใจในการทำงาน

8. การกำหนดปัจจัยในการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่างด้านการจัดรวมผลิตภัณฑ์/บริการ (package)

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารของศูนย์ประชุมนานาชาติฯ และผู้บริหารของศูนย์ประชุมที่อยู่ในโรงแรม พบว่า ลูกค้าที่มาติดต่อเพื่อใช้บริการนิยมการเหมาจ่ายครั้งเดียวแบบเบ็ดเสร็จเพื่อลดความยุ่งยากและซับซ้อน ซึ่งทางโรงแรมและศูนย์ประชุมนานาชาติฯ ก็มักเสนอการจัดรวมผลิตภัณฑ์/บริการให้สอดคล้องกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่แตกต่างกันไป

ดังนั้นจากการสัมภาษณ์เชิงลึก สามารถสรุปได้ว่าปัจจัยในการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง ประกอบด้วย 8 ปัจจัย ได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์/บริการ (Product) 2) ราคา (Price) 3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) 4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) 5) พนักงาน (People/Staff) 6) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) 7) กระบวนการบริการ (Process of service) 8) การจัดรวมผลิตภัณฑ์/บริการ

(Package) ซึ่งสามารถจำแนกเป็นเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบในแต่ละปัจจัยได้ทั้งหมด 74 องค์ประกอบย่อย ดังนี้

1. ปัจจัยในการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง ด้านด้านผลิตภัณฑ์/บริการ (product/ service)

- 1.1. ขนาดของพื้นที่ในการจัดนิทรรศการและจัดเลี้ยง
- 1.2. คุณภาพของพื้นที่ในการจัดนิทรรศการและจัดเลี้ยงมีสภาพเรียบร้อยพร้อมใช้ ไม่มีส่วนชำรุดเสียหาย
- 1.3. ขนาดของห้องประชุม
- 1.4. จำนวนของห้องประชุม
- 1.5. คุณภาพของห้องประชุมมีสภาพเรียบร้อยพร้อมใช้ ไม่มีส่วนชำรุดเสียหาย
- 1.6. จำนวนของเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการประชุม
- 1.7. คุณภาพของเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการประชุมมีสภาพเรียบร้อยพร้อมใช้ ไม่มีส่วนชำรุดเสียหาย

- 1.8. ปริมาณของอาหารและเครื่องดื่มเพียงพอ
- 1.9. คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่มที่มีความสะอาด ปลอดภัย รสชาติดี
- 1.10. ความหลากหลายของอาหารและเครื่องดื่ม
- 1.11. มีห้องน้ำแยก ชาย-หญิง อยู่ในบริเวณที่ใช้ได้สะดวก ปลอดภัยและสะอาด

2. ปัจจัยในการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง ด้านราคา (price)

- 2.1. ราคาที่เหมาะสมกับสิ่งอำนวยความสะดวกของสถานที่จัดงาน
- 2.2. ราคาที่มีความยืดหยุ่นและสามารถต่อรองได้
- 2.3. ประสิทธิภาพของการเรียกเก็บค่าใช้จ่าย
- 2.4. มีขั้นตอนการตรวจสอบค่าใช้จ่ายที่ง่ายและสะดวกประชุม

3. ปัจจัยในการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (place)

- 3.1. สถานที่ตั้งที่มีความเหมาะสมของสถานที่จัดงาน
- 3.2. ความสะดวกในการเข้าถึงสถานที่จัดงาน
- 3.3. ความปลอดภัยของสถานที่จัดงาน
- 3.4. มีช่องทางเข้าออกสำหรับพนักงาน
- 3.5. ที่จอดรถที่สะดวก และปลอดภัย
- 3.6. มีจุดขนถ่ายอุปกรณ์สำหรับผู้จัดประชุม

3.7. มีที่จอดรถเพียงพอสำหรับผู้จัดและผู้เข้าร่วมประชุม

4. ปัจจัยในการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่างด้านการส่งเสริมการตลาด (promotion)

- 4.1. ระบบการบริการจองล่วงหน้าที่สะดวก
- 4.2. มีแผนการประหยัด/อนุรักษ์พลังงานและปฏิบัติจริง
- 4.3. มีแผนงานและกิจกรรมที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
- 4.4. ส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ โดยคำนึงถึงความยั่งยืนโดยใช้

ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

5. ปัจจัยในการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่างด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (physical evidence)

- 5.1. สถานที่จัดงานและบริเวณห้องรับแขกสะอาดและได้รับการดูแลอย่างดี
- 5.2. สถานที่จัดงานและบริเวณห้องรับแขกมีบรรยากาศที่ดี มีอุณหภูมิเหมาะสม
- 5.3. ห้องประชุมตกแต่งอย่างทันสมัย
- 5.4. สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในศูนย์บริการ
- 5.5. โต๊ะ/เก้าอี้เพียงพอและอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน
- 5.6. มีผนังห้องสามารถซับเสียงจากภายนอกและภายในห้องประชุมได้
- 5.7. มีพัดลมในห้องที่ไม่มีเครื่องปรับอากาศ
- 5.8. มีพัดลมระบายอากาศแยกส่วนสำหรับบริเวณที่อนุญาตให้สูบบุหรี่
- 5.9. มีแผนผัง หรือป้ายทางหนีไฟ หรือป้ายทางออกฉุกเฉิน
- 5.10. มีไฟแสงสว่างฉุกเฉิน
- 5.11. ระบบควบคุมไฟฟ้าที่มีประสิทธิภาพ
- 5.12. มีระบบควบคุมเครื่องปรับอากาศ
- 5.13. มีระบบตรวจเช็คความปลอดภัยตลอด 24 ชม.
- 5.14. มีเครื่องดับเพลิงและสายฉีดน้ำดับเพลิงที่มีประสิทธิภาพพร้อมใช้งาน
- 5.15. มี Sprinkle ที่ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อยู่ในตำแหน่งเหมาะสม
- 5.16. มีห้องปฐมพยาบาลให้บริการ
- 5.17. มีพื้นที่จอดรถสำหรับคนพิการ
- 5.18. การออกแบบให้สามารถใช้แสงจากธรรมชาติเพื่อประหยัดพลังงาน
- 5.19. ระบบแสงสว่างที่เหมาะสม
- 5.20. ระบบระบายอากาศที่ดี
- 5.21. ใช้วัสดุอุปกรณ์และเทคโนโลยีที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

5.22. เครื่องหมายและสัญลักษณ์บอกทิศทางที่เพียงพอ

6. ปัจจัยในการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง ด้านกระบวนการบริการ (process)

- 6.1. มีบริการอาหารและเครื่องดื่มสำหรับผู้เข้าประชุม
- 6.2. มีการจัดอุปกรณ์สำหรับการรับประทานที่เหมาะสม
- 6.3. มีลิฟต์สำหรับขนอาหารจากห้องครัวโดยเฉพาะ
- 6.4. มีลิฟต์ขนของที่กว้างและสูงพอที่จะขนสินค้าและอุปกรณ์ขนาดใหญ่ได้
- 6.5. ฝ่ายจัดงานสามารถเข้าพื้นที่จัดงานได้ตลอด 24 ชม. เพื่อเตรียมงานล่วงหน้า

โดยผ่านระบบรักษาความปลอดภัย

6.6. อำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการทุกประเภทสำหรับการใช้บริการ และการเข้าออกพื้นที่

- 6.7. มีป้ายบอกทางไปที่จัดประชุมทั่วทั้งสถานที่
- 6.8. มีระบบการบริการทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ทันสมัย
- 6.9. มีการบริหารจัดการขยะที่มีประสิทธิภาพ
- 6.10. มีระบบกำจัดกลิ่น คิวน์ จากครัว หรือห้องปฏิบัติการ
- 6.11. มีพื้นที่จอดรถสำหรับฝ่ายจัดพร้อมป้ายบอกที่ชัดเจน
- 6.12. เคารพความแตกต่างทางเชื้อชาติ ศาสนา วัฒนธรรมและให้การปฏิบัติอย่าง

เท่าเทียมกันแก่ทุกเพศ ทุกวัย และทุกสถานภาพ

7. ปัจจัยในการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง ด้านพนักงาน (people)

7.1. พนักงานมีความสามารถในการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดงาน

- 7.2. พนักงานมีความเต็มใจและความตั้งใจในการทำงาน (ใจรักในงานบริการ)
- 7.3. พนักงานมีประสิทธิภาพในการทำงาน
- 7.4. พนักงานมีความเอาใจใส่และความเต็มใจในการช่วยเหลือ
- 7.5. พนักงานมีความเป็นมืออาชีพและความสามารถในการแก้ปัญหา
- 7.6. พนักงานมีมารยาทและความสุภาพ
- 7.7. พนักงานมีอัธยาศัยดีและมีความเป็นมิตร
- 7.8. พนักงานแต่งกายที่เหมาะสม
- 7.9. พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี
- 7.10. พนักงานสามารถสื่อสารภาษาไทยและภาษาต่างชาติได้เป็นอย่างดี

7.11. รูปแบบการบริการแสดงให้เห็นความสำคัญของวัฒนธรรมท้องถิ่น

8. ปัจจัยในการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่างด้านการจัดรวมผลิตภัณฑ์/บริการ (package)

8.1. ความเหมาะสมของการจัดรวมสินค้าและบริการของสถานที่จัดงานโดยนำเสนอขายแบบเหมาจ่ายในราคาเดียว

8.2. ความเหมาะสมของการจัดรวมสินค้าและบริการของสถานที่จัดงานร่วมกับธุรกิจอื่นโดยนำเสนอขายแบบเหมาจ่ายในราคาเดียว

8.3. ความเหมาะสมของการจัดโปรแกรมการจัดงานสำเร็จรูปสำหรับงานต่างๆ ตั้งแต่ 2 อย่างและ 2 งานขึ้นไป โดยนำเสนอขายแบบเหมาจ่ายในราคาเดียว (event package)

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2

ศึกษาทัศนคติของกลุ่มผู้รับบริการที่มีต่อเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง

ผู้วิจัยได้ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มผู้รับบริการด้านสถานภาพส่วนบุคคลของผู้ให้ข้อมูล และการประเมินระดับความสำคัญเกี่ยวกับทัศนคติของกลุ่มผู้รับบริการต่อเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง โดยรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลซึ่งเป็นตัวแทนระดับองค์กรของกลุ่มผู้รับบริการด้านสถานที่จัดงาน โดยสุ่มตัวอย่างในกลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิจากบัญชีรายชื่อการจัดงานตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 – 2556 โดยแบ่งประชากรออกเป็น 4 กลุ่มย่อยตามลักษณะขององค์กร มีองค์กรที่สามารถให้ข้อมูลได้ 255 องค์กร ดังนั้นจึงมีผู้ให้ข้อมูลซึ่งเป็นตัวแทนระดับองค์กรที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 255 ราย ประกอบด้วยองค์กรที่เป็นบริษัททั่วไป จำนวน 51 ราย องค์กรที่เป็นสมาคม จำนวน 35 ราย องค์กรที่เป็นหน่วยงานของรัฐและสถาบันการศึกษา จำนวน 92 ราย และองค์กรที่เป็นตัวแทนผู้จัดงานหรือผู้จัดงานมืออาชีพ จำนวน 77 ราย

ทั้งนี้ได้สร้างเครื่องมือเป็นแบบสอบถาม ใช้เก็บข้อมูลกับผู้บริหารหรือผู้ได้รับมอบหมายซึ่งเป็นตัวแทนระดับองค์กรจากกลุ่มผู้รับบริการ และทดสอบเครื่องมือโดยหาความตรงของเนื้อหา (content validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ และทดสอบความเที่ยง (reliability) โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (alpha coefficient) หลังจากทดลองเก็บข้อมูลกับกลุ่มผู้รับบริการที่ให้ข้อมูล 30 ราย ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาในเครื่องมือที่เป็นแบบสอบถาม เท่ากับ 0.97 (ตารางภาคผนวก 1) นับได้ว่าเครื่องมือมีความน่าเชื่อถือในระดับสูง

ผลจากการศึกษาสามารถนำเสนอในรูปแบบตาราง ข้อมูลประกอบคำบรรยายตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มผู้รับบริการด้านสถานที่จัดงานในภาคใต้ตอนล่าง

1. ด้านสถานภาพส่วนบุคคลของผู้รับบริการซึ่งเป็นตัวแทนขององค์กรผู้รับบริการ

ผลการวิจัยสถานภาพส่วนบุคคลของผู้ให้ข้อมูล จำนวน 255 ราย (ตาราง 4.1) พบว่า

ผู้ให้ข้อมูลส่วนมาก (ร้อยละ 60.40) เป็นเพศหญิง ส่วนเพศชายมีเพียงร้อยละ 39.60 ผลการวิจัยสรุปว่า ผู้ให้ข้อมูลเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ทั้งนี้จากการสำรวจประชากรปี พ.ศ. 2553 สำนักงานสถิติแห่งชาติพบว่า ประชากรในช่วงอายุระหว่าง 30 – 54 ปี มีอัตราส่วนหญิงต่อชายเป็น 1.089 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2553: ออนไลน์) ซึ่งเป็นช่วงอายุส่วนใหญ่ของผู้ให้ข้อมูล ทั้งนี้ Hoyle et al. (1989: 4) อ้างใน เกิดศิริ เจริญวิศาล (2552: 106) ระบุว่าสมาคมนักวางแผนการประชุม ส่งเสริมให้ผู้หญิงเป็นนักวางแผนการประชุมเพิ่มขึ้นด้วย

ขณะเดียวกันพบว่า ผู้ให้ข้อมูลเกือบครึ่ง (ร้อยละ 43.50) มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี รองลงมาร้อยละ 27.30 มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี ส่วนผู้ให้ข้อมูลเพียงร้อยละ 19.20 มีอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30 ปี และร้อยละ 10.00 มีอายุ 51 ปีและมากกว่า ตามลำดับ สำหรับผู้ให้ข้อมูลที่มีอายุมากที่สุด คือ 70 ปี และอายุน้อยที่สุด คือ 24 ปี โดยมีอายุเฉลี่ย คือ 39 ปี ทั้งนี้ถือว่าผู้ให้ข้อมูลเป็นวัยกลางคน มีประสบการณ์ทั้งในการดำเนินชีวิตและการทำงานจึงมีความเหมาะสมในการเป็นตัวแทนขององค์กรเพื่อตอบแบบสอบถามได้

นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ให้ข้อมูลเกินครึ่ง (ร้อยละ 65.10) มีวุฒิการศึกษาชั้นสูงสุดในระดับปริญญาตรี รองลงมาร้อยละ 29.80 มีวุฒิการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาโท และในระดับปริญญาเอกมีร้อยละ 2.70 ส่วนวุฒิการศึกษาชั้นสูงสุดต่ำกว่าปริญญาตรีมีเพียงร้อยละ 2.40

ผลการวิจัยเกี่ยวกับระดับตำแหน่งพบว่า ผู้ให้ข้อมูลเกือบครึ่ง (ร้อยละ 43.10) มีตำแหน่งเป็นผู้จัดการฝ่าย รองลงมาร้อยละ 21.20 ตำแหน่งเป็นเลขาฝ่ายประสานงาน ร้อยละ 11.30 มีตำแหน่งเป็นผู้ช่วยผู้จัดการฝ่าย ร้อยละ 5.10 และ ร้อยละ 4.30 มีตำแหน่งเป็นนักวิชาการและนายกสมาคม ตามลำดับ ส่วนตำแหน่งอื่นๆ ร้อยละ 15.00 เป็นตำแหน่งผู้บริหารทั้งสิ้น ผลการวิจัยกล่าวได้ว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่อยู่ในระดับผู้บริหารขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับ Kotler (2003: 229) ที่กล่าวว่าผู้บริหารจะเป็นตัวแทนที่ดีในการให้ข้อมูลขององค์กรโดยรวม เนื่องจากกลุ่มผู้รับบริการระดับองค์กรเป็นลูกค้าที่จัดอยู่ในตลาดธุรกิจ โดยมีผู้บริหารระดับสูงมีส่วนเกี่ยวข้องข้องในกระบวนการตัดสินใจ

นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้ให้ข้อมูลครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 50.00) มีประสบการณ์ในการรับผิดชอบการจัดงานอยู่ระหว่าง 1-5 ปี รองลงมาร้อยละ 33.00 มีประสบการณ์ในการรับผิดชอบการจัดงานอยู่ระหว่าง 6-10 ปี และมีเพียงร้อยละ 17.00 ที่มีประสบการณ์ในการรับผิดชอบการจัดงานมา

11 ปี และมากกว่า สำหรับประสบการณ์ในการรับผิดชอบการจัดงานน้อยที่สุดคือ 1 ปี และมากที่สุดคือ 20 ปี โดยมีประสบการณ์ในการรับผิดชอบการจัดงานเฉลี่ยคือ 7 ปี

ตาราง 4.1 จำนวนและร้อยละของผู้รับบริการจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล

(N= 255)

สถานภาพส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	101	39.60
หญิง	154	60.40
อายุ (ปี)		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 30	49	19.20
31 – 40	111	43.50
41 – 50	70	27.30
51 และมากกว่า	25	10.00
$\bar{x} = 39.15$ S.D. = 8.40 R = 24 – 70		
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	6	2.40
ปริญญาตรี	166	65.10
ปริญญาโท	76	29.80
ปริญญาเอก	7	2.70
ระดับตำแหน่ง		
ผู้จัดการฝ่าย	110	43.10
เลขาฝ่ายประสานงาน	54	21.20
ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่าย	29	11.30
นักวิชาการ	13	5.10
นายกสมาคม	11	4.30
อื่นๆ คือ อุปนายกสมาคม	9	3.50
กรรมการผู้จัดการ	7	2.70
ผู้อำนวยการ	6	2.40
หัวหน้าฝ่ายวิเทศสัมพันธ์	6	2.40
อาจารย์	4	1.60
ที่ปรึกษาบริษัท	2	0.80
ผู้ช่วยอธิการบดี	2	0.80
หัวหน้าฝ่ายประชาสัมพันธ์	2	0.80

ตาราง 4.1 (ต่อ)

(N= 255)

สถานภาพส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
ประสบการณ์ในการรับผิดชอบการจัดงาน		
1 – 5	128	50.00
6 – 10	84	33.00
11 หรือมากกว่า	43	17.00
$\bar{x} = 6.68$ S.D. = 3.37 R = 1 – 20		

2. ด้านพฤติกรรมการจัดงานไมซ์ขององค์กรผู้รับบริการ

จากการศึกษาและค้นคว้าเกี่ยวกับแนวคิดของอุตสาหกรรมไมซ์และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว อาจกล่าวได้ว่า อุตสาหกรรมไมซ์และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีสินค้าและบริการที่เชื่อมโยงกัน และธุรกิจไมซ์เป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจการท่องเที่ยว ที่นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวและเข้าร่วมกิจกรรมงานหลากหลายประเภทแตกต่างกันไป ดังผลการวิจัยที่นำเสนอ พฤติกรรมการจัดงานไมซ์ขององค์กรผู้รับบริการดังนี้

1. ประเภทของงานที่องค์กรเคยเข้าร่วมจัดงานในช่วงปี พ.ศ. 2552-2556

ผู้ให้ข้อมูลระบุถึงองค์กรที่เข้าร่วมจัดงานสรุปตามความถี่โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ งานประชุมสัมมนาภายในองค์กรมี 185 องค์กร งานประชุมสัมมนา ร่วมกับองค์กรอื่นมี 132 องค์กร งานแสดงนิทรรศการมี 127 องค์กร งานเลี้ยงต่างๆ มี 112 องค์กร งานแสดงสินค้ามี 87 องค์กร งานท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมี 54 องค์กร งานอื่นๆ มี 50 องค์กร (ตาราง 4.2) จากผลวิจัยข้างต้นอาจกล่าวได้ว่า องค์กรส่วนใหญ่จัดงานประชุมสัมมนาทั้งภายในองค์กรและร่วมกับองค์กรอื่นในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา โดยกิจกรรมการจัดประชุมถือเป็นกิจกรรมหลักของอุตสาหกรรมไมซ์ โดยมีกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการเป็นเพียงกิจกรรมเสริม (Weber and Chon, 2002)

ตาราง 4.2 จำนวนขององค์กรผู้รับบริการที่ระบุประเภทของงานที่เคยและไม่เคยเข้าร่วม ในช่วงปี พ.ศ. 2552- 2556

(N= 255)

ประเภทของงาน *	องค์กรที่เข้าร่วม	องค์กรที่ไม่เข้าร่วม
ประชุมสัมมนาภายในองค์กร	185	70
ประชุมสัมมนาขององค์กรที่มีองค์กรอื่นร่วมด้วย	132	123
การจัดแสดงนิทรรศการ	127	128
งานเลี้ยงต่างๆ	112	143
การจัดแสดงสินค้า	87	168
ท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีกิจกรรมการประชุมร่วมด้วย	54	201
ประเภทอื่นๆ เช่น คอนเสิร์ต แกล้งข่าว เทศกาลต่างๆ	50	205

หมายเหตุ: * ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

2. ประเภทของงานที่องค์กรเคยเข้าร่วมจัดงานในช่วงปี พ.ศ. 2557-2558

ผู้ให้ข้อมูลระบุถึงองค์กรที่เข้าร่วมจัดงานสรุปตามความถี่โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ งานประชุมสัมมนาภายในองค์กรมี 174 องค์กร งานประชุมสัมมนาร่วมกับองค์กรอื่นมี 129 องค์กร งานแสดงนิทรรศการมี 126 องค์กร งานเลี้ยงต่างๆ มี 102 องค์กร งานแสดงสินค้านี้มี 80 องค์กร งานท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมี 34 องค์กร งานอื่นๆ มี 29 องค์กร (ตาราง 4.3) ผลการวิจัยกล่าวได้ว่า องค์กรส่วนใหญ่มีแผนการจัดงานประชุมสัมมนาทั้งภายในองค์กรและร่วมกับองค์กรอื่น ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าแม้เวลาจะเปลี่ยนไปแต่องค์กรยังคงมีชนิดของการจัดงานไม่เปลี่ยนแปลง

ตาราง 4.3 จำนวนขององค์กรผู้รับบริการที่ระบุประเภทของงานที่เคยและไม่เคยเข้าร่วม ในช่วงปี พ.ศ. 2557-2558

(N= 255)

ประเภทของงาน *	องค์กรที่เข้าร่วม	องค์กรที่ไม่เข้าร่วม
ประชุมสัมมนาภายในองค์กร	174	81
ประชุมสัมมนาขององค์กรที่มีองค์กรอื่นร่วมด้วย	129	126
การจัดแสดงนิทรรศการ	126	129
งานเลี้ยงต่างๆ	102	153

หมายเหตุ: * ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ตาราง 4.3 (ต่อ)

(N= 255)

ประเภทของงาน *	องค์กรที่เข้าร่วม	องค์กรที่ไม่เข้าร่วม
การจัดแสดงสินค้า	80	175
ท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีกิจกรรมการประชุมร่วมด้วย	34	221
ประเภทอื่นๆ เช่น คอนเสิร์ต แกล้งข่าว เทศกาลต่างๆ	29	226

หมายเหตุ: * ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

3. จำนวนครั้งเฉลี่ยต่อปีที่องค์กรเคยเข้าร่วมและคาดว่าจะเข้าร่วมการจัดงานในช่วงปี พ.ศ. 2552-2558

ในช่วงปี พ.ศ. 2552-2556 ผู้ให้ข้อมูลที่ระบุถึงองค์กรที่เคยจัดงานประเภทต่างๆ ทั้งหมดเฉลี่ยโดยรวม 18 ครั้งต่อปี ในขณะที่ช่วงปี พ.ศ. 2557-2558 ผู้ให้ข้อมูลที่ระบุถึงองค์กรที่เคยจัดงานประเภทต่างๆ ทั้งหมดเฉลี่ยโดยรวม 11 ครั้งต่อปี (ตาราง 4.3) ผลการวิจัยสรุปว่า ในช่วงปี พ.ศ. 2557-2558 มีการจัดงานเฉลี่ยน้อยลง อาจเนื่องมาจากในช่วงดังกล่าว เศรษฐกิจยังคงซบเซา และปัญหาการเมืองภายในของประเทศไทยที่ยาวนานยังอยู่ในภาวะของการฟื้นตัว รวมถึงปัญหาสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ที่ยังคงมีอย่างต่อเนื่องจึงทำให้นักท่องเที่ยวลดลง (ผู้จัดการ, 2557: ออนไลน์)

ตาราง 4.4 สรุปจำนวนและร้อยละของผู้รับบริการที่ระบุถึงจำนวนครั้งเฉลี่ยต่อปีขององค์กรที่เข้าร่วมจัดงานและมีแผนจะจัดงานประเภทต่างๆ ทั้งหมด

(N= 255)

จำนวนครั้งเฉลี่ยต่อปีในแต่ละช่วงปี	จำนวน	ร้อยละ
สรุปการจัดงานในช่วงปี พ.ศ. 2552-2556 (ครั้ง)		
1 - 20	155	60.80
21 - 40	87	34.40
41 และมากกว่า	13	4.80
$\bar{x} = 18.33$ S.D. = 11.06		

ตาราง 4.4 (ต่อ)

(N= 255)		
จำนวนครั้งเฉลี่ยต่อปีในแต่ละช่วงปี	จำนวน	ร้อยละ
สรุปการจัดงานในช่วงปี พ.ศ. 2557-2558 (ครั้ง)		
1 - 10	147	57.60
11 - 20	87	34.00
21 และมากกว่า	21	8.40
$\bar{x} = 11.39$ S.D. = 7.66		

4. ด้านการเลือกใช้สถานที่จัดงานขององค์กรผู้รับบริการ

เมื่อพิจารณาจากพฤติกรรมการใช้สถานที่จัดงานของผู้จัดงานตามผลการวิจัย การเลือกสถานที่จัดงานของผู้จัดงานสามารถอธิบายได้ดังนี้

4.1. ประเภทของสถานที่จัดงานขององค์กรผู้รับบริการ

ผู้ให้ข้อมูลที่ระบุถึงองค์กรส่วนมาก (ร้อยละ 61.20) เลือกใช้สถานที่จัดงานในโรงแรม รองลงมาร้อยละ 34.50 เลือกใช้ศูนย์ประชุม (ตาราง 4.5) ผลการวิจัยนี้ระบุได้ว่า องค์กรส่วนใหญ่เลือกใช้สถานที่จัดงานที่อยู่ในโรงแรม โดยให้เหตุผลว่า โรงแรมส่วนใหญ่สะดวกในการเดินทาง และมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน (ตารางภาคผนวกที่ 2) ซึ่งอาจสรุปได้ว่าการจัดงานประชุมในประเทศไทยมีแนวโน้มว่าจะมีขนาดเล็กลง แต่มีจำนวนการจัดงานเพิ่มขึ้น (สุประภา โมฬีรัตนนท์, 2549: 1-2) จึงทำให้องค์กรเลือกใช้สถานที่จัดงานที่อยู่ในโรงแรมมากกว่าศูนย์ประชุม เนื่องจากรองรับงานขนาดเล็กได้ดีกว่า

ตาราง 4.5 จำนวนและร้อยละขององค์กรผู้รับบริการจำแนกตามการเลือกสถานที่จัดงานที่เข้าร่วม

(N= 255)		
ประเภทของสถานที่จัดงาน	จำนวน	ร้อยละ
สถานที่จัดงานที่อยู่ในโรงแรม	156	61.20
ศูนย์ประชุม	88	34.50
อื่นๆ คือ สถานที่ขององค์กร	6	2.30
ห้างสรรพสินค้า	4	1.60
สถานที่เปิดสาธารณะ เช่น ชายหาด	1	0.40

4.2. ผู้ตัดสินใจคนสุดท้ายขององค์กรในการเลือกสถานที่จัดงาน

ผู้ให้ข้อมูลระบุว่าองค์กรส่วนใหญ่ (ร้อยละ 55.60) ให้คณะกรรมการขององค์กรเป็นผู้ตัดสินใจร่วมกันสุดท้าย รองลงมา ร้อยละ 20.00 ระบุว่าให้ประธานกรรมการหรือหัวหน้าองค์กรคนเดียวเป็นผู้ตัดสินใจคนสุดท้าย และมีองค์กรที่มีผู้ตัดสินใจคนสุดท้ายที่ต่างออกไปเรียงตามลำดับความถี่ดังนี้ ให้ลูกค้าที่ว่าจ้างจัดงานเป็นผู้ตัดสินใจคนสุดท้าย (ร้อยละ 16.10) ให้ผู้ให้ข้อมูลซึ่งเป็นตัวแทนขององค์กรในการตอบแบบสอบถามเป็นผู้ตัดสินใจคนสุดท้าย (ร้อยละ 6.70) และให้หัวหน้าโครงการเป็นผู้ตัดสินใจคนสุดท้าย (ร้อยละ 1.60) ดังแสดงในตาราง 4.6 โดย Kotler (2003: 222) ได้ระบุว่า องค์กรส่วนใหญ่เป็นผู้บริโภคระดับสถาบันหรือองค์กร มีระบบโครงสร้างขององค์กรที่มีผู้บริหารหลายฝ่ายเกี่ยวข้องและมีอิทธิพลต่อการกำหนดกระบวนการตัดสินใจขององค์กร ซึ่งสนับสนุนผลการวิจัยนี้ที่องค์กรส่วนใหญ่ใช้มติของคณะกรรมการขององค์กรในการตัดสินใจขั้นสุดท้ายในการเลือกสถานที่จัดงาน

ตาราง 4.6 จำนวนและร้อยละขององค์กรผู้รับบริการจำแนกตามผู้ตัดสินใจคนสุดท้ายในการเลือกสถานที่จัดงานที่เข้าร่วม

ประเภทของสถานที่จัดงาน	จำนวน	ร้อยละ
ประธานกรรมการหรือหัวหน้าองค์กรคนเดียว	51	20.00
คณะกรรมการขององค์กรตัดสินใจร่วมกัน	142	55.60
ผู้ให้ข้อมูลซึ่งเป็นตัวแทนขององค์กรในการตอบแบบสอบถาม	17	6.70
อื่นๆ คือ ลูกค้าที่ว่าจ้างการจัดงาน	41	16.10
หัวหน้าโครงการ	4	1.60

(N= 255)

ตอนที่ 2 ด้านทัศนคติของผู้รับบริการซึ่งเป็นตัวแทนขององค์กรผู้รับบริการ

1. ด้านการประเมินระดับความสำคัญที่มีต่อเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่างขององค์กรผู้รับบริการ

การประเมินระดับความสำคัญของเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่างขององค์กรผู้รับบริการในปัจจุบันทั้ง 8 ด้าน ของผู้ให้ข้อมูล ซึ่งเป็นตัวแทนขององค์กรผู้รับบริการต่อสถานที่จัดงาน โดยใช้ระดับความสำคัญของเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่างที่เกิดขึ้นจริงในการเลือกสถานที่จัดงานของผู้ให้ข้อมูล คือ ระดับคะแนน 1 ถึง 5 ทั้งนี้ระดับความสำคัญกับเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบ มีช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึงระดับมากที่สุด 3.41 – 4.20 หมายถึงระดับมาก 2.61 – 3.40 หมายถึง ระดับปานกลาง 1.81 – 2.61 หมายถึง ระดับน้อย และ 1.00 –

1.80 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด ตามลำดับ โดยผลการวิจัยที่นำเสนอตามปัจจัยในการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่างทั้ง 8 ด้านมีดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ให้ข้อมูลได้ประเมินระดับความสำคัญของเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบสถานที่จัดงาน ทั้ง 11 องค์ประกอบ (ตาราง 4.7) ผลการวิจัยพบว่า

1.1 ขนาดของพื้นที่ในการจัดนิทรรศการและจัดเลี้ยง ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.30)

1.2 คุณภาพของพื้นที่ในการจัดนิทรรศการและจัดเลี้ยงมีสภาพเรียบร้อยพร้อมใช้ ไม่มีส่วนชำรุดเสียหาย ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.25)

1.3 ขนาดของห้องประชุม ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.27)

1.4 จำนวนของห้องประชุม ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.25)

1.5 คุณภาพของห้องประชุมมีสภาพเรียบร้อยพร้อมใช้ ไม่มีส่วนชำรุดเสียหาย ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.18)

1.6 จำนวนของเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการประชุม ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.16)

1.7 คุณภาพของเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการประชุมมีสภาพเรียบร้อยพร้อมใช้ ไม่มีส่วนชำรุดเสียหาย ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.20)

1.8 ปริมาณของอาหารและเครื่องดื่มเพียงพอ ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.20)

1.9 คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่มที่มีความสะอาด ปลอดภัย รสชาติดี ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.23)

1.10 ความหลากหลายของอาหารและเครื่องดื่ม ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.15)

1.11 มีห้องน้ำแยก ชาย-หญิง อยู่ในบริเวณที่ใช้ได้สะดวก ปลอดภัยและสะอาด ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.23)

จากผลการวิจัยนี้จะเห็นได้ว่า ในปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการนั้น ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบสถานที่จัดงานระดับมากที่สุดใน 6 องค์ประกอบ คือ 1) ขนาดของพื้นที่ในการจัดนิทรรศการและจัดเลี้ยง 2) คุณภาพของพื้นที่ในการจัดนิทรรศการและจัดเลี้ยงมีสภาพเรียบร้อยพร้อมใช้ ไม่มีส่วนชำรุดเสียหาย 3) ขนาดของห้องประชุม 4) จำนวนของห้องประชุม 5) คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่มที่มีความสะอาด ปลอดภัย รสชาติดี

6) มีห้องน้ำแยก ชาย-หญิง อยู่ในบริเวณที่ใช้ได้สะดวก ปลอดภัยและสะอาด นอกนั้นในองค์ประกอบ
 1) คุณภาพของห้องประชุมมีสภาพเรียบร้อยพร้อมใช้ ไม่มีส่วนชำรุด เสียหาย 2) จำนวนของเครื่องมือ
 และอุปกรณ์ที่ใช้ในการประชุม 3) คุณภาพของเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการประชุมมีสภาพ
 เรียบร้อยพร้อมใช้ ไม่มีส่วนชำรุด เสียหาย 4) ปริมาณของอาหารและเครื่องดื่มมีเพียงพอ 5)
 หลากหลายของอาหารและเครื่องดื่ม ให้ความสำคัญ ในระดับมาก ผลการวิจัยยังสะท้อนให้เห็นว่า
 ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญกับเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบสถานที่จัดงานด้านพื้นที่และห้อง
 ประชุม เพราะการจัดงานมีหลายรูปแบบที่ต้องอาศัยห้องประชุมและพื้นที่โดยรวมของสถานที่จัดงาน
 มีผู้เข้าร่วมหลายกลุ่มและแตกต่างกัน

ตาราง 4.7 ค่าคะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบสถานที่จัดงานด้าน
 ผลผลิต/บริการขององค์กรผู้รับบริการ

(N=255)

เกณฑ์มาตรฐานองค์ประกอบด้านผลผลิต/บริการ	ประเมินระดับความสำคัญ		
	\bar{x}	S.D.	ระดับ
1. ขนาดของพื้นที่ในการจัดนิทรรศการและจัดเลี้ยง	4.30	0.69	มากที่สุด
2. คุณภาพของพื้นที่ในการจัดนิทรรศการและจัดเลี้ยงมีสภาพเรียบร้อยพร้อมใช้ ไม่มีส่วนชำรุด เสียหาย	4.25	0.68	มากที่สุด
3. ขนาดของห้องประชุม	4.27	0.71	มากที่สุด
4. จำนวนของห้องประชุม	4.25	0.73	มากที่สุด
5. คุณภาพของห้องประชุมมีสภาพเรียบร้อยพร้อมใช้ ไม่มีส่วนชำรุด เสียหาย	4.18	0.72	มาก
6. จำนวนของเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการประชุม	4.16	0.72	มาก
7. คุณภาพของเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการประชุมมีสภาพเรียบร้อยพร้อมใช้ ไม่มีส่วนชำรุด เสียหาย	4.20	0.75	มาก
8. ปริมาณของอาหารและเครื่องดื่มมีเพียงพอ	4.20	0.72	มาก
9. คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่มที่มีความสะอาด ปลอดภัย รสชาติดี	4.23	0.70	มากที่สุด
10. ความหลากหลายของอาหารและเครื่องดื่ม	4.15	0.73	มาก
11. มีห้องน้ำแยก ชาย-หญิง อยู่ในบริเวณที่ใช้ได้สะดวก ปลอดภัยและสะอาด	4.23	0.74	มากที่สุด

2. ด้านราคา ผู้ให้ข้อมูลได้ประเมินระดับความสำคัญกับเกณฑ์มาตรฐานตาม
 องค์ประกอบสถานที่จัดงานด้านราคา ในเกณฑ์มาตรฐานต่างๆ ทั้ง 4 องค์ประกอบ (ตาราง 4.8)
 ผลการวิจัยพบว่า

2.1 ราคาที่เหมาะสมกับสิ่งอำนวยความสะดวกของสถานที่จัดงาน ผู้ให้ข้อมูลให้
 ความสำคัญ ในระดับมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.57)

2.2 ราคาที่มีความยืดหยุ่นและสามารถต่อรองได้ ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญ ในระดับมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.63)

2.3 ประสิทธิภาพของการเรียกเก็บค่าใช้จ่าย ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญ ในระดับ มาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.20)

2.4 มีขั้นตอนการตรวจสอบค่าใช้จ่ายที่ง่ายและสะดวกประชุมของห้องประชุม ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญ ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.10)

จากผลการวิจัยนี้จะเห็นได้ว่า ในปัจจัยด้านราคานั้น ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบสถานที่จัดงานระดับมากที่สุด ใน 2 องค์ประกอบ คือ 1) ราคาที่เหมาะสมกับสิ่งอำนวยความสะดวกของสถานที่จัดงาน 2) ราคาที่มีความยืดหยุ่นและสามารถต่อรองได้ นอกจากนี้ในเกณฑ์มาตรฐาน 1) ประสิทธิภาพของการเรียกเก็บค่าใช้จ่าย 2) มีขั้นตอนการตรวจสอบค่าใช้จ่ายที่ง่ายและสะดวกประชุมของห้องประชุม ให้ความสำคัญในระดับมาก ซึ่ง Weber and Chon (2002:152) และ Holey et al. (1989:11) ระบุว่า ปัจจัยด้านราคาควรมีความเหมาะสมกับสิ่งอำนวยความสะดวกของสถานที่จัดงาน โดยเฉพาะสถานที่จัดงานที่มีชื่อเสียงหรือภาพลักษณ์ที่ดี นอกจากนี้ ธุรกิจบริการและตลาดศูนย์ประชุม ที่มีสินค้าและบริการอันซับซ้อน ควรมีการตั้งราคาที่แตกต่าง หลากหลายและต้องยืดหยุ่นตามกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการ (Boyt and Harvey, 1997: 297) และ (Holey et al., 1989: 111)

ตาราง 4.8 ค่าคะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบสถานที่จัดงานด้าน ด้านราคาขององค์กรผู้รับบริการ

เกณฑ์มาตรฐานองค์ประกอบด้านราคา	ประเมินระดับความสำคัญ (N=255)		
	\bar{x}	S.D.	ระดับ
1. ราคาที่เหมาะสมกับสิ่งอำนวยความสะดวกของสถานที่จัดงาน	4.57	0.59	มากที่สุด
2. ราคาที่มีความยืดหยุ่นและสามารถต่อรองได้	4.63	0.55	มากที่สุด
3. ประสิทธิภาพของการเรียกเก็บค่าใช้จ่าย	4.20	0.76	มาก
4. มีขั้นตอนการตรวจสอบค่าใช้จ่ายที่ง่ายและสะดวกประชุม	4.10	0.75	มาก

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ให้ข้อมูลได้ประเมินระดับความสำคัญของเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบสถานที่จัดงาน ทั้ง 4 องค์ประกอบ (ตาราง 4.9) ผลการวิจัยพบว่า

3.1 สถานที่ตั้งที่มีความเหมาะสมของสถานที่จัดงาน ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญ ในระดับมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.55)

3.2 ความสะดวกในการเข้าถึงสถานที่จัดงาน ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญ ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.08)

3.3 ความปลอดภัยของสถานที่จัดงาน ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญ ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.15)

3.4 มีช่องทางเข้าออกสำหรับพนักงาน ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญ ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.03)

3.5 ที่จอดรถที่สะดวก และปลอดภัย ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญ ในระดับมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.62)

3.6 มีจุดขนถ่ายอุปกรณ์สำหรับผู้จัดประชุม ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญ ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.08)

3.7 มีที่จอดรถเพียงพอสำหรับผู้จัดและผู้เข้าร่วมประชุม ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญ ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.11)

จากผลการวิจัยนี้จะเห็นได้ว่า ในปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายนั้น ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับเกณฑ์มาตรฐานขององค์ประกอบสถานที่จัดงานระดับมากที่สุดใน 2 องค์ประกอบ คือ 1) สถานที่ตั้งที่มีความเหมาะสมของสถานที่จัดงาน 2) ที่จอดรถที่สะดวก และปลอดภัย นอกนั้นในเกณฑ์มาตรฐาน 1) ความสะดวกในการเข้าถึงสถานที่จัดงาน 2) ความปลอดภัยของสถานที่จัดงาน 3) มีช่องทางเข้าออกสำหรับพนักงาน 4) มีจุดขนถ่ายอุปกรณ์สำหรับผู้จัดประชุม 5) มีที่จอดรถเพียงพอสำหรับผู้จัดและผู้เข้าร่วมประชุม ให้ความสำคัญในระดับมาก เนื่องจากผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญกับความปลอดภัย และสถานที่ตั้งของสถานที่จัดงานที่มีความเหมาะสมซึ่ง Robbe (2000: 8) ระบุว่า จะช่วยให้ผู้จัดงานตัดสินใจเลือกสถานที่จัดงานได้ง่ายขึ้น

ตาราง 4.9 ค่าคะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบสถานที่จัดงานด้านช่องทางการจัดจำหน่ายขององค์กรผู้รับบริการ

(N=255)

เกณฑ์มาตรฐานองค์ประกอบด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ประเมินระดับความสำคัญ		
	\bar{x}	S.D.	ระดับ
1. สถานที่ตั้งที่มีความเหมาะสมของสถานที่จัดงาน	4.55	0.70	มากที่สุด
2. ความสะดวกในการเข้าถึงสถานที่จัดงาน	4.08	0.85	มาก
3. ความปลอดภัยของสถานที่จัดงาน	4.15	0.77	มาก
4. มีช่องทางเข้าออกสำหรับพนักงาน	4.03	0.77	มาก

ตาราง 4.9 (ต่อ)

เกณฑ์มาตรฐานองค์ประกอบด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ประเมินระดับความสำคัญ		
	\bar{x}	S.D.	ระดับ
5. ที่จอดรถที่สะดวก และปลอดภัย	4.62	0.65	มากที่สุด
6. มีจุดขนถ่ายอุปกรณ์สำหรับผู้จัดประชุม	4.08	0.85	มาก
7. มีที่จอดรถเพียงพอสำหรับผู้จัดและผู้เข้าร่วมประชุม	4.11	0.78	มาก

(N=255)

4. ด้านการส่งเสริมการขาย ผู้ให้ข้อมูลได้ประเมินระดับความสำคัญของเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบสถานที่จัดงาน ทั้ง 4 องค์ประกอบ (ตาราง 4.10) ผลการวิจัยพบว่า

4.1 ระบบการบริการจองล่วงหน้าที่สะดวก ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญ ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.08)

4.2 มีแผนการประหยัด/อนุรักษ์พลังงานและปฏิบัติจริง ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญ ในระดับมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.11)

4.3 มีแผนงานและกิจกรรมที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญ ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.03)

4.4 ส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ โดยคำนึงถึงความยั่งยืนโดยใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญ ในระดับมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.29)

จากผลการวิจัยนี้จะเห็นได้ว่า ในปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายนั้น ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบสถานที่จัดงานระดับมากที่สุด ใน 1 องค์ประกอบ คือ 1) ส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ โดยคำนึงถึงความยั่งยืนโดยใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด นอกนั้นในเกณฑ์มาตรฐาน 1) ระบบการบริการจองล่วงหน้าที่สะดวก 2) มีแผนการประหยัด/อนุรักษ์พลังงานและปฏิบัติจริง 3) มีแผนงานและกิจกรรมที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ให้ความสำคัญ ในระดับมาก เนื่องจากสถานที่จัดงานเป็นองค์ประกอบหลักของอุตสาหกรรมไมซ์ การสนับสนุนการใช้ทรัพยากรเพื่อให้เกิดความยั่งยืน ถือเป็น การส่งเสริมการตลาดอย่างหนึ่ง (TCEP, 2014: ออนไลน์)

ตาราง 4.10 ค่าคะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบสถานที่จัดงานด้านการส่งเสริมการขายขององค์กรผู้รับบริการ

(N=255)

เกณฑ์มาตรฐานองค์ประกอบด้านส่งเสริมการตลาด	ประเมินระดับความสำคัญ		
	\bar{x}	S.D.	ระดับ
1. ระบบการบริการจอสว่างหน้าที่สะดวก	4.08	0.85	มาก
2. มีแผนการประหยัด/อนุรักษ์พลังงานและปฏิบัติจริง	4.11	0.78	มาก
3. มีแผนงานและกิจกรรมที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	4.03	0.79	มาก
4. ส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ โดยคำนึงถึงความยั่งยืนโดยใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด	4.29	0.74	มากที่สุด

5. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ผู้ให้ข้อมูลได้ประเมินระดับความสำคัญตามเกณฑ์มาตรฐานขององค์ประกอบสถานที่จัดงาน ทั้ง 22 องค์ประกอบ

ด้วยอุตสาหกรรมไมซ์มีการดำเนินงานโดยมีผลิตภัณฑ์และบริการที่มีความหลากหลาย ทั้งด้านการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล รวมถึงการจัดงานแสดงสินค้าระดับนานาชาติ ซึ่งมีโครงสร้างหลักคือพื้นที่ของสถานที่จัดงาน และนโยบายของสสปน. ที่เน้นการทำงานที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งนับเป็นองค์ประกอบในด้านปัจจัยสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ในการให้บริการด้านการจัดประชุม สัมมนา และฝึกอบรม หรืออื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง (TCEP, 2014: ออนไลน์) ดังนั้นในการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบของสถานที่จัดงานจึงประกอบด้วยเกณฑ์ 22 องค์ประกอบ (ตาราง 4.11) ผลการวิจัยพบว่า

5.1 สถานที่จัดงานและบริเวณห้องรับแขกสะอาดและได้รับการดูแลอย่างดี ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญ ในระดับมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.58)

5.2 สถานที่จัดงานและบริเวณห้องรับแขกมีบรรยากาศที่ดี มีอุณหภูมิเหมาะสม ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญ ในระดับมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.48)

5.3 ห้องประชุมตกแต่งอย่างทันสมัย ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญ ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.15)

5.4 สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในศูนย์บริการ โดยคำนึงถึงความยั่งยืนโดยใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญ ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.20)

5.5 โต๊ะ/เก้าอี้เพียงพอและอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญ ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.20)

- 5.6 มีผนังห้องสามารถซับเสียงจากภายนอกและภายในห้องประชุมได้ ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญ ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.10)
- 5.7 มีพัดลมในห้องที่ไม่มีเครื่องปรับอากาศ ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญ ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.15)
- 5.8 มีพัดลมระบายอากาศแยกส่วนสำหรับบริเวณที่อนุญาตให้สูบบุหรี่ ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญ ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.16)
- 5.9 มีแผนผัง หรือป้ายทางหนีไฟ หรือป้ายทางออกฉุกเฉิน ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญ ในระดับมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.18)
- 5.10 มีไฟแสงสว่างฉุกเฉิน ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญ ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.20)
- 5.11 ระบบควบคุมไฟฟ้าที่มีประสิทธิภาพ ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญ ในระดับมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.18)
- 5.12 มีระบบควบคุมเครื่องปรับอากาศ ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญ ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.20)
- 5.13 มีระบบตรวจเช็คความปลอดภัยตลอด 24 ชม. ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญ ในระดับมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.15)
- 5.14 มีเครื่องดับเพลิงและสายฉีดน้ำดับเพลิงที่มีประสิทธิภาพพร้อมใช้งาน ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญ ในระดับมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.11)
- 5.15 มี Sprinkle ที่ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อยู่ในตำแหน่งเหมาะสม ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญ ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.15)
- 5.16 มีห้องปฐมพยาบาลให้บริการ ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญ ในระดับมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.18)
- 5.17 มีพื้นที่จอดรถสำหรับคนพิการ ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญ ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.11)
- 5.18 การออกแบบให้สามารถใช้แสงจากธรรมชาติเพื่อประหยัดพลังงาน ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญ ในระดับมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.09)
- 5.19 ระบบแสงสว่างที่เหมาะสม ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญ ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.20)
- 5.20 ระบบระบายอากาศที่ดี ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญ ในระดับมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.15)

5.21 ใช้วัสดุอุปกรณ์และเทคโนโลยีที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม อยู่ในตำแหน่งเหมาะสม ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญ ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.20)

5.22 เครื่องหมายและสัญลักษณ์บอกทิศทางที่เพียงพอ ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญ ในระดับมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.57)

จากผลการวิจัยนี้จะเห็นได้ว่า ในปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพนั้น ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ให้ความสำคัญตามเกณฑ์มาตรฐานขององค์ประกอบสถานที่จัดงานระดับมากที่สุด ใน 3 องค์ประกอบ คือ 1) สถานที่จัดงานและบริเวณห้องรับแขกสะอาดและได้รับการดูแลอย่างดี 2) สถานที่จัดงานและบริเวณห้องรับแขกมีบรรยากาศที่ดี มีอุณหภูมิเหมาะสม 3) เครื่องหมายและสัญลักษณ์บอกทิศทางที่เพียงพอ นอกนั้นในเกณฑ์มาตรฐาน 1) ห้องประชุมตกแต่งอย่างทันสมัย 2) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในศูนย์บริการ 3) โต๊ะ/เก้าอี้เพียงพอและอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน 4) มีผนังห้องสามารถซับเสียงจากภายนอกและภายในห้องประชุมได้ 5) มีพัดลมในห้องที่ไม่มีเครื่องปรับอากาศ 6) มีพัดลมระบายอากาศแยกส่วนสำหรับบริเวณที่อนุญาตให้สูบบุหรี่ 7) มีแผนผังหรือป้ายทางหนีไฟ หรือป้ายทางออกฉุกเฉินมี 8) ไฟแสงสว่างฉุกเฉินมี 9) ระบบควบคุมไฟฟ้าที่มีประสิทธิภาพ 10) มีระบบควบคุมเครื่องปรับอากาศ 11) มีระบบตรวจเช็คความปลอดภัยตลอด 24 ชม 12) มีเครื่องดับเพลิงและสายฉีดน้ำดับเพลิงที่มีประสิทธิภาพพร้อมใช้งาน 13) มี Sprinkle ที่ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อยู่ในตำแหน่งเหมาะสม 14) มีห้องปฐมพยาบาลให้บริการ 15) มีพื้นที่จอดรถสำหรับคนพิการ 16) การออกแบบให้สามารถใช้แสงจากธรรมชาติเพื่อประหยัดพลังงาน 17) ระบบแสงสว่างที่เหมาะสม 18) ระบบระบายอากาศที่ดี 19) ใช้วัสดุอุปกรณ์และเทคโนโลยีที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ให้ความสำคัญในระดับมาก ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความสะอาดบรรยากาศโดยเน้นสถานที่จัดงานโดยรวมและบริเวณห้องรับแขกเพราะสามารถสื่อถึงภาพลักษณ์และเป็นความประทับใจแรกของผู้เข้าร่วมงานได้สัมผัส

ตาราง 4.11 ค่าคะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบสถานที่จัดงานด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพขององค์กรผู้รับบริการ

เกณฑ์มาตรฐานองค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ประเมินระดับความสำคัญ (N=255)		
	\bar{x}	S.D.	ระดับ
1. สถานที่จัดงานและบริเวณห้องรับแขกสะอาดและได้รับการดูแลอย่างดี	4.58	0.63	มากที่สุด
2. สถานที่จัดงานและบริเวณห้องรับแขกมีบรรยากาศที่ดี มีอุณหภูมิเหมาะสม	4.48	0.67	มากที่สุด
3. ห้องประชุมตกแต่งอย่างทันสมัย	4.15	0.73	มาก
4. สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในศูนย์บริการ	4.20	0.76	มาก

ตาราง 4.11 (ต่อ)

เกณฑ์มาตรฐานองค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	ประเมินระดับความสำคัญ (N=255)		
	\bar{x}	S.D.	ระดับ
5. โต๊ะ/เก้าอี้เพียงพอและอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน	4.20	0.72	มาก
6. มีผนังห้องสามารถซับเสียงจากภายนอกและภายในห้องประชุมได้	4.10	0.75	มาก
7. มีพัดลมในห้องที่ไม่มีเครื่องปรับอากาศ	4.15	0.73	มาก
8. มีพัดลมระบายอากาศแยกส่วนสำหรับบริเวณที่อนุญาตให้สูบบุหรี่	4.16	0.78	มาก
9. มีแผนผัง หรือป้ายทางหนีไฟ หรือป้ายทางออกฉุกเฉิน	4.18	0.77	มาก
10. มีไฟแสงสว่างฉุกเฉิน	4.20	0.75	มาก
11. ระบบควบคุมไฟฟ้าที่มีประสิทธิภาพ	4.18	0.72	มาก
12. มีระบบควบคุมเครื่องปรับอากาศ	4.20	0.72	มาก
13. มีระบบตรวจเช็คความปลอดภัยตลอด 24 ชม.	4.15	0.73	มาก
14. มีเครื่องดับเพลิงและสายฉีดน้ำดับเพลิงที่มีประสิทธิภาพพร้อมใช้งาน	4.11	0.78	มาก
15. มี Sprinkle ที่ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อยู่ในตำแหน่งเหมาะสม	4.15	0.73	มาก
16. มีห้องปฐมพยาบาลให้บริการ	4.18	0.72	มาก
17. มีพื้นที่จอดรถสำหรับคนพิการ	4.11	0.69	มาก
18. การออกแบบให้สามารถใช้แสงจากธรรมชาติเพื่อประหยัดพลังงาน	4.09	0.69	มาก
19. ระบบแสงสว่างที่เหมาะสม	4.20	0.72	มาก
20. ระบบระบายอากาศที่ดี	4.15	0.73	มาก
21. ใช้วัสดุอุปกรณ์และเทคโนโลยีที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	4.20	0.75	มาก
22. เครื่องหมายและสัญลักษณ์บอกทิศทางที่เพียงพอ	4.57	0.60	มากที่สุด

6. ด้านกระบวนการบริการ ผู้ให้ข้อมูลได้ประเมินระดับความสำคัญตามเกณฑ์มาตรฐานขององค์ประกอบสถานที่จัดงาน ทั้ง 12 องค์ประกอบ (ตาราง 4.12) ผลการวิจัยพบว่า

6.1 มีบริการอาหารและเครื่องดื่มสำหรับผู้เข้าประชุม ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.12)

6.2 มีการจัดอุปกรณ์สำหรับการรับประทานที่เหมาะสม ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.20)

6.3 มีลิฟต์สำหรับขนอาหารจากห้องครัวโดยเฉพาะ ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.15)

6.4 มีลิฟต์ขนของที่กว้างและสูงพอที่จะขนสินค้าและอุปกรณ์ขนาดใหญ่ได้ ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญ ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.18)

6.5 ฝ่ายจัดงานสามารถเข้าพื้นที่จัดงานได้ตลอด 24 ชม. เพื่อเตรียมงานล่วงหน้า โดยผ่านระบบรักษาความปลอดภัย ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญ ในระดับมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.12)

6.6 อำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการทุกประเภทสำหรับการใช้บริการ และการเข้าออกพื้นที่ ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญ ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.07)

6.7 มีป้ายบอกทางไปที่จัดประชุมทั่วทั้งสถานที่ ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญ ในระดับมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.35)

6.8 มีระบบการบริการทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ทันสมัย ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญ ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.11)

6.9 มีการบริหารจัดการขยะที่มีประสิทธิภาพ ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญ ในระดับมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.15)

6.10 มีระบบกำจัดกลิ่น ควัน จากครัว หรือห้องปฏิบัติการ ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญ ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.20)

6.11 มีพื้นที่จอดรถสำหรับฝ่ายจัดพร้อมป้ายบอกที่ชัดเจน ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญ ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.20)

6.12 เคารพความแตกต่างทางเชื้อชาติ ศาสนา วัฒนธรรมและให้การปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันแก่ทุกเพศ ทุกวัย และทุกสถานภาพ ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญ ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.18)

จากผลการวิจัยนี้จะเห็นได้ว่า ในปัจจัยด้านกระบวนการบริการนั้น ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเกณฑ์มาตรฐานขององค์ประกอบสถานที่จัดงานระดับมากที่สุดใน 1 องค์ประกอบ คือ 1) มีป้ายบอกทางไปที่จัดประชุมทั่วทั้งสถานที่ นอกนั้นในเกณฑ์มาตรฐาน 1) มีบริการอาหารและเครื่องดื่มสำหรับผู้เข้าประชุม 2) มีการจัดอุปกรณ์สำหรับการรับประทานที่เหมาะสม 3) มีลิฟต์สำหรับขนอาหารจากห้องครัวโดยเฉพาะ 4) ฝ่ายจัดงานสามารถเข้าพื้นที่จัดงานได้ตลอด 24 ชม. เพื่อเตรียมงานล่วงหน้า โดยผ่านระบบรักษาความปลอดภัย 5) มีลิฟต์ขนของที่กว้างและสูงพอที่จะขนสินค้าและอุปกรณ์ขนาดใหญ่ได้ 6) อำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการทุกประเภทสำหรับการใช้บริการ และการเข้าออกพื้นที่ 7) มีระบบการบริการทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ทันสมัย 8) มีการบริหารจัดการขยะที่มีประสิทธิภาพ 9) มีระบบกำจัดกลิ่น ควัน จากครัว หรือห้องปฏิบัติการ 10) มีพื้นที่จอดรถสำหรับฝ่ายจัดพร้อมป้ายบอกที่ชัดเจน 11) เคารพความแตกต่างทางเชื้อชาติ ศาสนา

วัฒนธรรมและให้การปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันแก่ทุกเพศ ทุกวัย และทุกสถานภาพ ให้ความสำคัญใน ระดับมาก เนื่องจากสถานที่จัดงานมีขนาดกว้างขวาง ดังนั้นสำหรับผู้เข้าร่วมงานป้ายบอกทิศทางจึง เป็นสิ่งสำคัญ

ตาราง 4.12 ค่าคะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบสถานที่จัดงานด้าน กระบวนการบริการขององค์กรผู้รับบริการ

(N=255)

เกณฑ์มาตรฐานองค์ประกอบด้านกระบวนการบริการ	ประเมินระดับความสำคัญ		
	\bar{x}	S.D.	ระดับ
1. มีบริการอาหารและเครื่องดื่มสำหรับผู้เข้าชม	4.12	0.72	มาก
2. มีการจัดอุปกรณ์สำหรับการรับประทานที่เหมาะสม	4.20	0.68	มาก
3. มีลิฟต์สำหรับขนอาหารจากห้องครัวโดยเฉพาะ	4.15	0.73	มาก
4. มีลิฟต์ขนของที่กว้างและสูงพอที่จะขนสินค้าและอุปกรณ์ขนาดใหญ่ได้	4.18	0.72	มาก
5. ฝ่ายจัดงานสามารถเข้าพื้นที่จัดงานได้ตลอด 24 ชม. เพื่อเตรียมงาน ล่วงหน้า โดยผ่านระบบรักษาความปลอดภัย	4.12	0.72	มาก
6. อำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการทุกประเภทสำหรับการใช้บริการ และการเข้าออกพื้นที่	4.07	0.74	มาก
7. มีป้ายบอกทางไปที่จัดประชุมทั่วทั้งสถานที่	4.35	0.72	มากที่สุด
8. มีระบบการบริการทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ทันสมัย	4.11	0.78	มาก
9. มีการบริหารจัดการขยะที่มีประสิทธิภาพ	4.15	0.73	มาก
10. มีระบบกำจัดกลิ่น ควัน จากครัว หรือห้องปฏิบัติการ	4.20	0.75	มาก
11. มีพื้นที่จอดรถสำหรับฝ่ายจัดพร้อมป้ายบอกที่ชัดเจน	4.20	0.68	มาก
12. เคารพความแตกต่างทางเชื้อชาติ ศาสนา วัฒนธรรมและให้การปฏิบัติ อย่างเท่าเทียมกันแก่ทุกเพศ ทุกวัย และทุกสถานภาพ	4.18	0.72	มาก

7. ด้านพนักงาน ผู้ให้ข้อมูลได้ประเมินระดับความสำคัญในเกณฑ์มาตรฐานของ องค์ประกอบสถานที่จัดงาน ทั้ง 12 องค์ประกอบ (ตาราง 4.13) ผลการวิจัยพบว่า

7.1 พนักงานมีความสามารถในการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการ จัดงาน ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญ ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.12)

7.2 พนักงานมีความเต็มใจและความตั้งใจในการทำงาน (ใจรักในงานบริการ) ผู้ให้ ข้อมูลให้ความสำคัญ ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.11)

7.3 พนักงานมีประสิทธิภาพในการทำงาน ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญ ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.20)

7.4 พนักงานมีความเอาใจใส่และความเต็มใจในการช่วยเหลือ ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.11)

7.5 พนักงานมีความเป็นมืออาชีพและความสามารถในการแก้ปัญหา ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.35)

7.6 พนักงานมีมารยาทและความสุภาพ ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.20)

7.7 พนักงานแต่งกายที่เหมาะสม ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.18)

7.8 มีระบบการบริการทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ทันสมัย ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.20)

7.9 พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.15)

7.10 พนักงานสามารถสื่อสารภาษาไทยและภาษาต่างชาติได้เป็นอย่างดี ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.63)

7.11) รูปแบบการบริการแสดงให้เห็นความสำคัญของวัฒนธรรมท้องถิ่น ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.25)

จากผลการวิจัยนี้จะเห็นได้ว่า ในปัจจัยด้านพนักงานนั้น ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเกณฑ์มาตรฐานขององค์ประกอบสถานที่จัดงานระดับมากที่สุด 3 องค์ประกอบ คือ 1) พนักงานมีความเป็นมืออาชีพและความสามารถในการแก้ปัญหา 2) พนักงานสามารถสื่อสารภาษาไทยและภาษาต่างชาติได้เป็นอย่างดี 3) รูปแบบการบริการแสดงให้เห็นความสำคัญของวัฒนธรรมท้องถิ่น นอกนั้นในเกณฑ์มาตรฐาน 1) พนักงานมีความสามารถในการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดงาน 2) พนักงานมีความเต็มใจและความตั้งใจในการทำงาน (ใจรักในงานบริการ) 3) พนักงานมีประสิทธิภาพในการทำงาน 4) พนักงานมีความเอาใจใส่และความเต็มใจในการช่วยเหลือ 5) พนักงานมีมารยาทและความสุภาพ 6) พนักงานมีอัธยาศัยที่ดีและมีความเป็นมิตร 7) พนักงานแต่งกายที่เหมาะสม 8) พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี ให้ความสำคัญในระดับมาก เนื่องจากพนักงานหรือบุคลากรของสถานที่จัดงานเป็นปัจจัยที่สำคัญของการสร้างความสำเร็จในงาน ซึ่ง Vogt et al. (1994: 120) ระบุว่า ถ้าสถานที่จัดงานใดมีบุคลากรที่เป็นมืออาชีพและสามารถจัดการแก้ปัญหาได้ สถานที่จัดงานนั้นจะมีความได้เปรียบในเชิงแข่งขันสูง รวมทั้งประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่ AEC ในปี พ.ศ. 2558 หากพนักงานมีความสามารถในภาษาอังกฤษหรือภาษาที่สามย่อมได้เปรียบคู่แข่งในแถบเอเชีย (TCEP, 2014: ออนไลน์)

ตาราง 4.13 ค่าคะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบสถานที่จัดงานด้าน
พนักงานขององค์กรผู้รับบริการ

(N=255)

เกณฑ์มาตรฐานองค์ประกอบด้านพนักงาน	ประเมินระดับความสำคัญ		
	\bar{x}	S.D.	ระดับ
1. พนักงานมีความสามารถในการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดงาน	4.12	0.64	มาก
2. พนักงานมีความเต็มใจและความตั้งใจในการทำงาน (ใจรักในงานบริการ)	4.11	0.78	มาก
3. พนักงานมีประสิทธิภาพในการทำงาน	4.20	0.68	มาก
4. พนักงานมีความเอาใจใส่และความเต็มใจในการช่วยเหลือ	4.11	0.78	มาก
5. พนักงานมีความเป็นมืออาชีพและความสามารถในการแก้ปัญหา	4.51	0.65	มากที่สุด
6. พนักงานมีมารยาทและความสุภาพ	4.20	0.72	มาก
7. พนักงานมีอัธยาศัยดีและมีความเป็นมิตร	4.18	0.72	มาก
8. พนักงานแต่งกายที่เหมาะสม	4.20	0.75	มาก
9. พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี	4.15	0.73	มาก
10. พนักงานสามารถสื่อสารภาษาไทยและภาษาต่างชาติได้เป็นอย่างดี	4.63	0.58	มากที่สุด
11. รูปแบบการบริการแสดงให้เห็นความสำคัญของวัฒนธรรมท้องถิ่น	4.25	0.73	มากที่สุด

8. ด้านการจัดรวมผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ให้ข้อมูลได้ประเมินระดับความสำคัญในเกณฑ์มาตรฐานขององค์ประกอบสถานที่จัดงาน ทั้ง 3 องค์ประกอบ (ตาราง 4.14) ผลการวิจัยพบว่า

8.1 ความเหมาะสมของการจัดรวมสินค้าและบริการของสถานที่จัดงานโดยนำเสนอขายแบบเหมาจ่ายในราคาเดียว ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญ ในระดับมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.30)

8.2 ความเหมาะสมของการจัดรวมสินค้าและบริการของสถานที่จัดงานร่วมกับธุรกิจอื่นโดยนำเสนอขายแบบเหมาจ่ายในราคาเดียว ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญ ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.98)

8.3 ความเหมาะสมของการจัดโปรแกรมการจัดงานสำเร็จรูปสำหรับงานต่างๆ ตั้งแต่ 2 อย่างและ 2 งานขึ้นไป โดยนำเสนอขายแบบเหมาจ่ายในราคาเดียว (event package) ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญ ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.02)

จากผลการวิจัยนี้จะเห็นได้ว่า ในปัจจัยด้านพนักงานนั้น ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในเกณฑ์มาตรฐานขององค์ประกอบสถานที่จัดงานระดับมากที่สุดใน 1 องค์ประกอบ คือ

1) ความเหมาะสมของการจัดรวมสินค้าและบริการของสถานที่จัดงานโดยนำเสนอขายแบบเหมาจ่าย

ในราคาเดียว นอกนั้นในเกณฑ์มาตรฐาน 1) ความเหมาะสมของการจัดรวมสินค้าและบริการของสถานที่จัดงานร่วมกับธุรกิจอื่นโดยนำเสนอขายแบบเหมาจ่ายในราคาเดียว 2) ความเหมาะสมของการจัดโปรแกรมการจัดงานสำเร็จรูปสำหรับงานต่างๆ ตั้งแต่ 2 อย่างและ 2 งานขึ้นไป โดยนำเสนอขายแบบเหมาจ่ายในราคาเดียว (event package) ให้มีความสำคัญในระดับมาก ซึ่งการจัดรวมสินค้าและบริการแบบเหมาจ่ายในราคาเดียวทำให้สินค้าและบริการมีความน่าสนใจมากขึ้น สร้างความสะดวกและประหยัดให้กับลูกค้า (Holy et al., 1989: 75) สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าได้

ตาราง 4.14 ค่าคะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบสถานที่จัดงานด้านการจัดรวมผลิตภัณฑ์/บริการขององค์กรผู้รับบริการ

(N=255)

เกณฑ์มาตรฐานองค์ประกอบด้านการจัดรวมผลิตภัณฑ์/บริการ	ประเมินระดับความสำคัญ		
	\bar{x}	S.D.	ระดับ
1. ความเหมาะสมของการจัดรวมสินค้าและบริการของสถานที่จัดงาน โดยนำเสนอขายแบบเหมาจ่ายในราคาเดียว	4.30	0.69	มากที่สุด
2. ความเหมาะสมของการจัดรวมสินค้าและบริการของสถานที่จัดงาน ร่วมกับธุรกิจอื่นโดยนำเสนอขายแบบเหมาจ่ายในราคาเดียว	3.98	0.74	มาก
3. ความเหมาะสมของการจัดโปรแกรมการจัดงานสำเร็จรูปสำหรับงานต่างๆ ตั้งแต่ 2 อย่างและ 2 งานขึ้นไป โดยนำเสนอขายแบบเหมาจ่ายในราคาเดียว (event package)	4.02	0.72	มาก

9. สรุปเกณฑ์มาตรฐานขององค์ประกอบมาตรฐานสถานที่จัดงานในภาพรวมแยกตามรายปัจจัย

ผู้ให้ข้อมูล ได้ประเมินระดับความสำคัญในเกณฑ์มาตรฐานขององค์ประกอบสถานที่จัดงานในปัจจัยต่างๆ ในภาพรวมทั้ง 8 ด้าน (ตาราง 4.15) ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญระดับมากที่สุด 4 ปัจจัย ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.22) ด้านราคา (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.37) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.24) และด้านพนักงาน (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.25) ขณะที่ประเมินให้ความสำคัญระดับมาก ในปัจจัยที่เหลืออยู่ ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.10) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.20) ด้านกระบวนการบริการ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.16) และด้านการจัดรวมผลิตภัณฑ์/บริการ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.16) ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่าปัจจัยในเกณฑ์มาตรฐานขององค์ประกอบที่นำมาใช้ในสถานที่จัดงานซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจบริการ สินค้าและบริการที่มีลักษณะพิเศษ โดยทุกกระบวนการของการบริการ

ต้องมีคนเข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งทำให้ราคาสามารถยืดหยุ่นได้ จึงต้องมีช่องทางในการจัดจำหน่ายที่มีความเชี่ยวชาญเพื่อเข้าถึงผู้รับบริการ ทำให้ธุรกิจหรือสถานประกอบการประสบความสำเร็จได้

ตาราง 4.15 ค่าคะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญเกณฑ์มาตรฐานสถานที่จัดงานสรุปในภาพรวมทุกปัจจัยขององค์กรผู้รับบริการ

เกณฑ์มาตรฐานตามปัจจัยสรุปในภาพรวมทุกด้าน	ประเมินระดับความสำคัญ		
	\bar{x}	S.D.	ระดับ
1. ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	4.22	0.63	มากที่สุด
2. ด้านราคา	4.37	0.44	มากที่สุด
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.24	0.60	มากที่สุด
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.10	0.64	มาก
5. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	4.20	0.47	มาก
6. ด้านกระบวนการบริการ	4.16	0.51	มาก
7. ด้านพนักงาน	4.25	0.47	มากที่สุด
8. ด้านการจัดรวมผลิตภัณฑ์/บริการ	4.16	0.58	มาก

(N=255)

2. ข้อเสนอแนะขององค์กรผู้รับบริการสำหรับแนวทางการกำหนดมาตรฐานสถานที่จัดงาน

ข้อเสนอแนะของผู้ให้ข้อมูลจากองค์กรผู้รับบริการจำนวน 255 ราย ที่ประกอบด้วยกลุ่มย่อย 4 กลุ่ม คือ 1) เจ้าภาพจัดงานที่เป็นบริษัททั่วไป 2) เจ้าภาพจัดงานที่เป็นสมาคม 3) เจ้าภาพจัดงานที่เป็นหน่วยงานของรัฐและสถาบันการศึกษา 4) กลุ่มตัวแทนผู้จัดงานหรือผู้จัดงานมืออาชีพ โดยเสนอข้อเสนอแนะ 8 ด้าน และในแต่ละด้านอธิบายประเด็นย่อยเรียงตามระดับความถี่สูงสุด-ต่ำสุด 3 อันดับแรกดังต่อไปนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ พบว่าผู้ให้ข้อมูล 143 ราย เสนอแนะเกี่ยวกับมาตรฐานการบริการที่มีคุณภาพและเป็นมืออาชีพ และห้องประชุมปรับเปลี่ยนห้องได้ตามต้องการ และระบบแสงเสียงและอุณหภูมิในห้องต้องไม่มีปัญหา นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ให้ข้อมูลจากกลุ่มย่อยทั้ง 4 กลุ่มให้ข้อเสนอแนะที่พ้องกันใน 4 ประเด็น ได้แก่ 1) คุณลักษณะของห้องประชุม 2) การบริการมีมาตรฐานได้คุณภาพ 3) เครื่องมือประสิทธิภาพพร้อมใช้งานเสมอ 4) มีการปรับปรุงให้คู่ทันสมัยอยู่เสมอ (ตารางภาคผนวกที่ 4)

2. ด้านราคา พบว่าผู้ให้ข้อมูล 124 ราย เสนอแนะเกี่ยวกับ ความสมเหตุสมผลสามารถต่อรองได้ตามความเป็นจริง และมีหลายอัตราให้ลูกค้าได้เลือกตามความต้องการ และควรลดเว้นหรือลดราคาสำหรับการ Set up สถานที่ นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ให้ข้อมูลจากกลุ่มย่อยทั้ง 4 กลุ่มให้

ข้อเสนอแนะที่ป้องกันใน 4 ประเด็น ได้แก่ 1) ความสมเหตุสมผลของราคา 2) สามารถต่อรองได้ 3) มีการลดหรืองดเว้นราราวในวัน Set up 4) มีราคาให้เลือกหลายอัตราตามความต้องการ (ตารางภาคผนวกที่ 5)

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ให้ข้อมูล 116 ราย เสนอแนะเกี่ยวกับการส่งพนักงานขายติดต่อโดยตรง และสามารถติดต่อได้ตลอด 24 ชม. และสถานที่ตั้งเข้าถึงง่าย นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ให้ข้อมูลจากกลุ่มย่อยทั้ง 4 กลุ่มให้ข้อเสนอแนะที่ป้องกันใน 4 ประเด็น ได้แก่ 1) การติดต่อได้ตลอด 2) เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย 3) พนักงานขายติดต่อโดยตรง 4) การเข้าถึงสถานที่ตั้ง (ตารางภาคผนวกที่ 6)

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ให้ข้อมูล 170 ราย เสนอแนะเกี่ยวกับ สิทธิพิเศษสำหรับลูกค้าประจำ และมีความหลากหลายเพื่อดึงดูดในการตัดสินใจ และประชาสัมพันธ์ ภาพลักษณ์ที่ดีให้เป็นที่รู้จัก นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ให้ข้อมูลจากกลุ่มย่อยทั้ง 4 กลุ่มให้ข้อเสนอแนะที่ป้องกันใน 5 ประเด็น ได้แก่ 1) การส่งเสริมการตลาดที่หลากหลาย 2) ประชาสัมพันธ์เสริมสร้างภาพลักษณ์ 3) สิทธิพิเศษ 4) สื่อที่ส่งถึงเป้าหมาย 5) ประชาสัมพันธ์งานที่จัดในสถานที่จัดงาน (ตารางภาคผนวกที่ 7)

5. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ พบว่าผู้ให้ข้อมูล 164 ราย เสนอแนะเกี่ยวกับ สถานที่สะอาด สะดวกสบาย ถูกสุขลักษณะ ทันสมัย และปรับปรุงพร้อมใช้งานเสมอ และพื้นที่สีเขียว นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ให้ข้อมูลจากกลุ่มย่อยทั้ง 4 กลุ่มให้ข้อเสนอแนะที่ป้องกันใน 3 ประเด็น ได้แก่ 1) ความสะอาดสบาย ถูกสุขลักษณะ ทันสมัย 2) ปรับปรุงพร้อมใช้งานเสมอ 3) ป้ายบอกทิศทาง (ตารางภาคผนวกที่ 8)

6. ด้านกระบวนการบริการ พบว่าผู้ให้ข้อมูล 145 ราย เสนอแนะเกี่ยวกับการประสานงานระหว่างแผนก และกระบวนการบริการตั้งแต่เริ่มจนจบ และการจัดเจ้าหน้าที่ต้องรู้ถึงความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ให้ข้อมูลจากกลุ่มย่อยทั้ง 4 กลุ่มให้ข้อเสนอแนะที่ป้องกันใน 3 ประเด็น ได้แก่ 1) การประสานงานระหว่างแผนก 2) เจ้าหน้าที่ยามฉุกเฉิน 3) การจัดหน้าที่รับผิดชอบงานต้องรู้ความต้องการของลูกค้า (ตารางภาคผนวกที่ 9)

7. ด้านพนักงาน พบว่าผู้ให้ข้อมูล 158 ราย เสนอแนะเกี่ยวกับ ความเป็นมืออาชีพ มีโมติเวชันในการบริการ และมารยาทพูดจาสุภาพ ไพเราะ และการบริการที่เท่าเทียมกัน นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ให้ข้อมูลจากกลุ่มย่อยทั้ง 4 กลุ่มให้ข้อเสนอแนะที่ป้องกันใน 2 ประเด็น ได้แก่ 1) ความเป็นมืออาชีพในการบริการ 2) มารยาท กิริยา ท่าทาง (ตารางภาคผนวกที่ 10)

8. การจัดการรวมผลิตภัณฑ์/บริการ พบว่าผู้ให้ข้อมูล 159 ราย เสนอแนะเกี่ยวกับ ความต้องการของผู้จัดงานเป็นหลัก และยืดหยุ่นตามองค์กรที่จัด และบริการแบบ One stop service นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ให้ข้อมูลจากกลุ่มย่อยทั้ง 4 กลุ่มให้ข้อเสนอแนะที่ป้องกันใน 4 ประเด็น

ได้แก่ 1) ความต้องการของผู้จัดงาน 2) มีให้เลือกหลากหลายเหมาะกับผู้จัดงาน 3) บริการแบบ One stop service 4) โปรแกรมมีความยืดหยุ่น (ตารางภาคผนวกที่ 11)

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 3

เปรียบเทียบเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์

ในภาคใต้ตอนล่าง

ผู้วิจัยได้ศึกษาเปรียบเทียบกลุ่มผู้รับบริการกับทัศนคติต่อระดับความสำคัญของเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่างโดยรวม โดยกลุ่มผู้รับบริการ คือ องค์กร 4 กลุ่มย่อย ได้แก่ 1) สมาคม 2) บริษัททั่วไป 3) หน่วยงานของรัฐ และสถาบันการศึกษา และ 4) บริษัทผู้รับจัดงานมีอาชีพ สำหรับเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่างโดยรวมคือ ปัจจัยทั้ง 8 ด้าน ได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์/บริการ 2) ราคา 3) ช่องทางการจัดจำหน่าย 4) การส่งเสริมการตลาด 5) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ 6) กระบวนการบริการ 7) พนักงาน และ 8) การจัดรวมผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานคือ กลุ่มผู้รับบริการที่แตกต่างกันมีทัศนคติต่อระดับความสำคัญของเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่างโดยรวมแตกต่างกัน สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบคือ One Way ANOVA สำหรับการเปรียบเทียบตั้งแต่สองกลุ่มขึ้นไป ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ F-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ในตาราง 4.16 พบว่าผู้รับบริการจำแนกตามองค์กรกลุ่มย่อย ระบุงค์กร 4 กลุ่มย่อย ได้แก่ 1) สมาคม 2) บริษัททั่วไป 3) หน่วยงานของรัฐและสถาบันการศึกษา และ 4) บริษัทผู้รับจัดงานมีอาชีพกับทัศนคติระดับความสำคัญของเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่างโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ใน 4 ปัจจัย คือ 1) การส่งเสริมการตลาด ($F=3.70$: $p=0.01$) 2) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ($F=5.18$: $p=0.00$) 3) กระบวนการบริการ ($F=3.97$: $p=0.01$) และ 4) พนักงาน ($F=3.13$: $p=0.03$) ในขณะที่มี 4 ปัจจัยที่ไม่แตกต่างกัน คือ 1) ผลิตภัณฑ์/บริการ ($F=0.05$: $p=0.99$) 2) ราคา ($F=0.47$: $p=0.71$) 3) ช่องทางการจัดจำหน่าย ($F=0.52$: $p=0.67$) และ 4) การจัดรวมผลิตภัณฑ์/บริการ ($F=1.72$: $p=0.16$)

ผลจากการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างองค์กรกลุ่มย่อยทั้ง 4 กลุ่มและทัศนคติระดับความสำคัญของเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบสถานที่จัดงานโดยรวม พบว่าผลการวิจัยยอมรับสมมติฐานการวิจัยในปัจจัยต่างๆ ได้แก่ 1) การส่งเสริมการตลาด 2) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ 3) กระบวนการบริการ และ 4) พนักงาน ส่วนใน 4 ปัจจัย ได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์/บริการ 2) ราคา 3) ช่องทางการจัดจำหน่าย และ 4) การจัดรวมผลิตภัณฑ์/บริการ พบว่าผลการวิจัยปฏิเสธ

สมมติฐาน องค์การกลุ่มย่อยทั้ง 4 กลุ่มให้ความสำคัญต่อเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบสถานที่จัดงานโดยรวม ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 4.16 แสดงการทดสอบความแตกต่างที่สถิติของกลุ่มผู้รับบริการกับเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบสถานที่จัดงานในปัจจุบันโดยรวม จำแนกตามองค์การกลุ่มย่อย

(N = 255)

เกณฑ์มาตรฐานในปัจจุบันโดยรวม	n	\bar{x}	S.D.	F	p
1. ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ					
สมาคม	35	4.24	0.54	0.05	0.99
บริษัททั่วไป	51	4.24	0.59		
หน่วยงานของรัฐและสถาบันการศึกษา	92	4.21	0.63		
บริษัทผู้รับจัดงานมืออาชีพ	77	4.21	0.68		
2. ด้านราคา					
สมาคม	35	4.31	0.53	0.47	0.71
บริษัททั่วไป	51	4.41	0.41		
หน่วยงานของรัฐและสถาบันการศึกษา	92	4.36	0.42		
บริษัทผู้รับจัดงานมืออาชีพ	77	4.39	0.43		
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
สมาคม	35	4.15	0.63	0.52	0.67
บริษัททั่วไป	51	4.31	0.58		
หน่วยงานของรัฐและสถาบันการศึกษา	92	4.25	0.58		
บริษัทผู้รับจัดงานมืออาชีพ	77	4.22	0.62		
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด					
สมาคม	35	4.01	0.62	3.70	0.01
บริษัททั่วไป	51	4.33	0.59		
หน่วยงานของรัฐและสถาบันการศึกษา	92	4.11	0.60		
บริษัทผู้รับจัดงานมืออาชีพ	77	3.96	0.70		
5. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ					
สมาคม	35	4.23	0.45	5.18	0.00
บริษัททั่วไป	51	4.35	0.34		
หน่วยงานของรัฐและสถาบันการศึกษา	92	4.24	0.47		
บริษัทผู้รับจัดงานมืออาชีพ	77	4.05	0.50		

ตาราง 4.16 (ต่อ)

(N = 255)					
เกณฑ์มาตรฐานในปัจจุบันโดยรวม	n	\bar{x}	S.D.	F	p
6. ด้านกระบวนการบริการ					
สมาคม	35	4.24	0.57	3.97	0.01
บริษัททั่วไป	51	4.33	0.47		
หน่วยงานของรัฐและสถาบันการศึกษา	92	4.14	0.47		
บริษัทผู้รับจัดงานมืออาชีพ	77	4.03	0.53		
7. ด้านพนักงาน					
สมาคม	35	4.06	0.37	3.13	0.03
บริษัททั่วไป	51	4.32	0.52		
หน่วยงานของรัฐและสถาบันการศึกษา	92	4.32	0.46		
บริษัทผู้รับจัดงานมืออาชีพ	77	4.21	0.48		
8. ด้านการจัดรวมผลิตภัณฑ์/บริการ					
สมาคม	35	4.01	0.54	1.72	0.16
บริษัททั่วไป	51	4.25	0.61		
หน่วยงานของรัฐและสถาบันการศึกษา	92	4.11	0.60		
บริษัทผู้รับจัดงานมืออาชีพ	77	4.21	0.53		

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 4

แนวทางการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการสรุปคำถามแบบปลายเปิด (Open Ended Questionnaire) สำหรับผู้ตอบแบบสอบถามผู้รับบริการและจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้บริการสถานที่จัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ สรุปเป็นแนวทางในการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง ในด้านที่มีผลการทดสอบของค่าเฉลี่ย (F-test) ที่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในปัจจุบัน 4 ด้าน โดยนำเสนอตามลำดับความสำคัญที่มีค่าเฉลี่ยความสำคัญของเกณฑ์มาตรฐานขององค์ประกอบสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่างจากมากไปหาน้อย จากตาราง 4.17 พบว่าลำดับความสำคัญในการนำเสนอแนวทางการกำหนดมาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง ตามเกณฑ์มาตรฐานขององค์ประกอบสถานที่จัดงานในปัจจุบัน 4 ด้าน โดยให้ความสำคัญกับเกณฑ์มาตรฐานขององค์ประกอบสถานที่จัดงานในปัจจุบันหลักเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ 1) ด้านพนักงาน (4.25) 2) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (4.20) 3) ด้านกระบวนการบริการ (4.16) และ 4) ด้านการส่งเสริมการขาย (4.10)

ตาราง 4.17 ลำดับความสำคัญของปัจจัยในการนำเสนอแนวทางการกำหนดมาตรฐานสถานที่จัดงาน
สำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง

เกณฑ์มาตรฐานสถานที่จัดงาน	ค่าเฉลี่ยความสำคัญ
ด้านพนักงาน	4.25
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	4.20
ด้านกระบวนการบริการ	4.16
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.10

โดยนำเสนอเป็นเกณฑ์แนวทางการกำหนดมาตรฐานของสถานที่จัดงานสำหรับ
อุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่างเรียงลำดับดังนี้

ด้านพนักงาน

1. พนักงานสามารถสื่อสารภาษาไทยและภาษาต่างชาติได้เป็นอย่างดี
2. พนักงานมีความเป็นมืออาชีพและความสามารถในการแก้ปัญหา
3. รูปแบบการบริการแสดงให้เห็นความสำคัญของวัฒนธรรมท้องถิ่น
4. พนักงานมีประสิทธิภาพในการทำงาน
5. พนักงานมีมารยาทและความสุภาพ
6. พนักงานแต่งกายที่เหมาะสม
7. พนักงานมีอัธยาศัยดีและมีความเป็นมิตร
8. พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี
9. พนักงานมีความสามารถในการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดงาน
10. พนักงานมีความเต็มใจและความตั้งใจในการทำงาน (ใจรักในงานบริการ)
11. พนักงานมีความเอาใจใส่และความเต็มใจในการช่วยเหลือ

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

12. สถานที่จัดงานและบริเวณห้องรับแขกสะอาดและได้รับการดูแลอย่างดี
13. เครื่องหมายและสัญลักษณ์บอกทิศทางที่เพียงพอ
14. สถานที่จัดงานและบริเวณห้องรับแขกมีบรรยากาศที่ดี มีอุณหภูมิเหมาะสม
15. สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในศูนย์บริการ
16. โต๊ะ/เก้าอี้เพียงพอและอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน
17. มีไฟแสงสว่างฉุกเฉิน

18. มีระบบควบคุมเครื่องปรับอากาศ
19. ระบบแสงสว่างที่เหมาะสม
20. ใช้วัสดุอุปกรณ์และเทคโนโลยีที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
21. มีแผนผัง หรือป้ายทางหนีไฟ หรือป้ายทางออกฉุกเฉิน
22. ระบบควบคุมไฟฟ้าที่มีประสิทธิภาพ
23. มีห้องปฐมพยาบาลให้บริการ
24. มีพัดลมระบายอากาศแยกส่วนสำหรับบริเวณที่อนุญาตให้สูบบุหรี่
25. ห้องประชุมตกแต่งอย่างทันสมัย
26. มีพัดลมในห้องที่ไม่มีเครื่องปรับอากาศ
27. มีระบบตรวจเช็คความปลอดภัยตลอด 24 ชม.
28. มี Sprinkle ที่ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อยู่ในตำแหน่งเหมาะสม
29. ระบบระบายอากาศที่ดี
30. มีเครื่องดับเพลิงและสายฉีดน้ำดับเพลิงที่มีประสิทธิภาพพร้อมใช้งาน
31. มีพื้นที่จอดรถสำหรับผู้พิการ
32. มีผนังห้องสามารถซับเสียงจากภายนอกและภายในห้องประชุมได้
33. การออกแบบให้สามารถใช้แสงจากธรรมชาติเพื่อประหยัดพลังงาน

ด้านกระบวนการบริการ

34. มีป้ายบอกทางไปที่จัดประชุมทั่วทั้งสถานที่
35. มีการจัดอุปกรณ์สำหรับการรับประทานอาหารที่เหมาะสม
36. มีระบบกำจัดกลิ่น คิวิน จากครัว หรือห้องปฏิบัติการ
37. มีพื้นที่จอดรถสำหรับผู้พิการพร้อมป้ายบอกที่ชัดเจน
38. มีลิฟต์ขนของที่กว้างและสูงพอที่จะขนสินค้าและอุปกรณ์ขนาดใหญ่ได้
39. เคารพความแตกต่างทางเชื้อชาติ ศาสนา วัฒนธรรมและให้การปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันแก่ทุกเพศ ทุกวัย และทุกสถานภาพ
40. มีลิฟต์สำหรับขนอาหารจากห้องครัวโดยเฉพาะ
41. มีการบริหารจัดการขยะที่มีประสิทธิภาพ
42. มีบริการอาหารและเครื่องดื่มสำหรับผู้เข้าประชุม
43. ฝ่ายจัดงานสามารถเข้าพื้นที่จัดงานได้ตลอด 24 ชม. เพื่อเตรียมงานล่วงหน้า โดยผ่านระบบรักษาความปลอดภัย
44. มีระบบการบริการทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ทันสมัย
45. อำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการทุกประเภทสำหรับการใช้บริการ และการเข้าออกพื้นที่

ด้านการส่งเสริมการตลาด

46. ส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ โดยคำนึงถึงความยั่งยืนโดยใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด
47. มีแผนการประหยัด/อนุรักษ์พลังงานและปฏิบัติจริง
48. ระบบการบริการจองล่วงหน้าที่สะดวก
49. มีแผนงานและกิจกรรมที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

ผลการวิจัยและวิจารณ์ดังที่ได้กล่าวมาข้างต้นสามารถกล่าวได้ว่า เกณฑ์มาตรฐานขององค์ประกอบสถานที่จัดงานในภาคใต้ตอนล่างใตบ้างที่มีความสำคัญต่อแนวทางการกำหนดมาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง ที่ควรได้รับการปรับปรุงและพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยนี้ มุ่งศึกษาเพื่อหาแนวทางการกำหนดมาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง เป็นการวิจัยเพื่อการพัฒนาธุรกิจไมซ์ในสาขาวิชาการท่องเที่ยวและการบริการ โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาและกำหนดปัจจัยในการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง
2. เพื่อศึกษาทัศนคติของกลุ่มผู้รับบริการที่มีต่อเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง
3. เพื่อเปรียบเทียบเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง
4. เพื่อหาแนวทางการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง

ผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้แทนระดับองค์กรของกลุ่มผู้รับบริการและผู้ให้บริการด้านสถานที่จัดงาน และรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้บริการและใช้แบบสอบถามสำหรับผู้รับบริการระหว่างเดือนเมษายน – กรกฎาคม พ.ศ. 2557 จากผู้ให้ข้อมูลที่สุ่มมาด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมครั้งนี้คือแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างจำนวน 5 ราย และแบบสอบถาม จำนวน 255 ราย ซึ่งแบบสอบถามได้ผ่านการทดสอบความตรงของเนื้อหา (content validity) และความเที่ยง (reliability) แล้ว จากการทดสอบผลพบว่า มีค่าสัมประสิทธิ์ความคงที่เท่ากับ 0.97 จากนั้นนำแบบสอบถามดังกล่าวไปเก็บข้อมูล แล้วนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ และขอเสนอสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้างต้นตามลำดับ ดังนี้

ปัจจัยในการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง

ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้บริการพบว่าปัจจัยในการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานสถานที่จัดงานประกอบด้วย 8 ด้าน ได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์/บริการ (Product) 2) ราคา (Price) 3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) 4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) 5) พนักงาน (People/Staff) 6) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) 7) กระบวนการบริการ (Process of service) และ

8) การจัดรวมผลิตภัณฑ์/บริการ (Package) มีส่วนสำคัญในการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง ซึ่งสามารถจำแนกเป็นองค์ประกอบย่อยได้ 74 ข้อ ดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์/บริการ (product/ service)

1. ขนาดของพื้นที่ในการจัดนิทรรศการและจัดเลี้ยง
2. คุณภาพของพื้นที่ในการจัดนิทรรศการและจัดเลี้ยงมีสภาพเรียบร้อยพร้อมใช้ ไม่มีส่วนชำรุดเสียหาย
3. ขนาดของห้องประชุม
4. จำนวนของห้องประชุม
5. คุณภาพของห้องประชุมมีสภาพเรียบร้อยพร้อมใช้ ไม่มีส่วนชำรุดเสียหาย
6. จำนวนของเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการประชุม
7. คุณภาพของเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการประชุมมีสภาพเรียบร้อยพร้อมใช้ ไม่มีส่วนชำรุดเสียหาย
8. ปริมาณของอาหารและเครื่องดื่มเพียงพอ
9. คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่มที่มีความสะอาด ปลอดภัย รสชาติดี
10. ความหลากหลายของอาหารและเครื่องดื่ม
11. มีห้องน้ำแยก ชาย-หญิง อยู่ในบริเวณที่ใช้ได้สะดวก ปลอดภัยและสะอาด

ปัจจัยด้านราคา (price)

12. ราคาที่เหมาะสมกับสิ่งอำนวยความสะดวกของสถานที่จัดงาน
13. ราคาที่มีความยืดหยุ่นและสามารถต่อรองได้
14. ประสิทธิภาพของการเรียกเก็บค่าใช้จ่าย
15. มีขั้นตอนการตรวจสอบค่าใช้จ่ายที่ง่ายและสะดวกประชุม

ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (place)

16. สถานที่ตั้งที่มีความเหมาะสมของสถานที่จัดงาน
17. ความสะดวกในการเข้าถึงสถานที่จัดงาน
18. ความปลอดภัยของสถานที่จัดงาน
19. มีช่องทางเข้าออกสำหรับพนักงาน
20. ที่จอดรถที่สะดวก และปลอดภัย
21. มีจุดขนถ่ายอุปกรณ์สำหรับผู้จัดประชุม
22. มีที่จอดรถเพียงพอสำหรับผู้จัดและผู้เข้าร่วมประชุม

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (promotion)

23. ระบบการบริการจองล่วงหน้าที่สะดวก
24. มีแผนการประหยัด/อนุรักษ์พลังงานและปฏิบัติจริง
25. มีแผนงานและกิจกรรมที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
26. ส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ โดยคำนึงถึงความยั่งยืนโดยใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (physical evidence)

27. สถานที่จัดงานและบริเวณห้องรับแขกสะอาดและได้รับการดูแลอย่างดี
28. สถานที่จัดงานและบริเวณห้องรับแขกมีบรรยากาศที่ดี มีอุณหภูมิเหมาะสม
29. ห้องประชุมตกแต่งอย่างทันสมัย
30. สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในศูนย์บริการ
31. โต๊ะ/เก้าอี้เพียงพอและอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน
32. มีผนังห้องสามารถซับเสียงจากภายนอกและภายในห้องประชุมได้
33. มีพัดลมในห้องที่ไม่มีเครื่องปรับอากาศ
34. มีพัดลมระบายอากาศแยกส่วนสำหรับบริเวณที่อนุญาตให้สูบบุหรี่
35. มีแผนผัง หรือป้ายทางหนีไฟ หรือป้ายทางออกฉุกเฉิน
36. มีไฟแสงสว่างฉุกเฉิน
37. ระบบควบคุมไฟฟ้าที่มีประสิทธิภาพ
38. มีระบบควบคุมเครื่องปรับอากาศ
39. มีระบบตรวจเช็คความปลอดภัยตลอด 24 ชม.
40. มีเครื่องดับเพลิงและสายฉีดน้ำดับเพลิงที่มีประสิทธิภาพพร้อมใช้งาน
41. มี Sprinkle ที่ใช้งานได้มีประสิทธิภาพ อยู่ในตำแหน่งเหมาะสม
42. มีห้องปฐมพยาบาลให้บริการ
43. มีพื้นที่จอดรถสำหรับคนพิการ
44. การออกแบบให้สามารถใช้แสงจากธรรมชาติเพื่อประหยัดพลังงาน
45. ระบบแสงสว่างที่เหมาะสม
46. ระบบระบายอากาศที่ดี
47. ใช้วัสดุอุปกรณ์และเทคโนโลยีที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
48. เครื่องหมายและสัญลักษณ์บอกทิศทางที่เพียงพอ

ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ (process)

49. มีบริการอาหารและเครื่องดื่มสำหรับผู้เข้าประชุม

50. มีการจัดอุปกรณ์สำหรับการรับประทานที่เหมาะสม
51. มีลิฟต์สำหรับขนอาหารจากห้องครัวโดยเฉพาะ
52. มีลิฟต์ขนของที่กว้างและสูงพอที่จะขนสินค้าและอุปกรณ์ขนาดใหญ่ได้
53. ฝ่ายจัดงานสามารถเข้าพื้นที่จัดงานได้ตลอด 24 ชม. เพื่อเตรียมงานล่วงหน้า โดยผ่านระบบรักษาความปลอดภัย
54. อำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการทุกประเภทสำหรับการใช้บริการ และการเข้าออกพื้นที่
55. มีป้ายบอกทางไปที่จัดประชุมทั่วทั้งสถานที่
56. มีระบบการบริการทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ทันสมัย
57. มีการบริหารจัดการขยะที่มีประสิทธิภาพ
58. มีระบบกำจัดกลิ่น คิว จากครัว หรือห้องปฏิบัติการ
59. มีพื้นที่จอดรถสำหรับฝ่ายจัดพร้อมป้ายบอกที่ชัดเจน
60. เคารพความแตกต่างทางเชื้อชาติ ศาสนา วัฒนธรรมและให้การปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันแก่ทุกเพศ ทุกวัย และทุกสถานภาพ

ปัจจัยด้านพนักงาน (people)

61. พนักงานมีความสามารถในการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดงาน
62. พนักงานมีความเต็มใจและความตั้งใจในการทำงาน (ใจรักในงานบริการ)
63. พนักงานมีประสิทธิภาพในการทำงาน
64. พนักงานมีความเอาใจใส่และความเต็มใจในการช่วยเหลือ
65. พนักงานมีความเป็นมืออาชีพและความสามารถในการแก้ปัญหา
66. พนักงานมีมารยาทและความสุภาพ
67. พนักงานมีอัธยาศัยดีและมีความเป็นมิตร
68. พนักงานแต่งกายที่เหมาะสม
69. พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี
70. พนักงานสามารถสื่อสารภาษาไทยและภาษาต่างชาติได้เป็นอย่างดี
71. รูปแบบการบริการแสดงให้เห็นความสำคัญของวัฒนธรรมท้องถิ่น

ปัจจัยด้านการจัดรวมผลิตภัณฑ์/บริการ (package)

72. ความเหมาะสมของการจัดรวมสินค้าและบริการของสถานที่จัดงานโดยนำเสนอขายแบบเหม่าจ่ายในราคาเดียว
73. ความเหมาะสมของการจัดรวมสินค้าและบริการของสถานที่จัดงานร่วมกับธุรกิจอื่นโดยนำเสนอขายแบบเหม่าจ่ายในราคาเดียว

74. ความเหมาะสมของการจัดโปรแกรมการจัดงานสำเร็จรูปสำหรับงานต่างๆ ตั้งแต่ 2 อย่าง และ 2 งานขึ้นไป โดยนำเสนอขายแบบเหมาจ่ายในราคาเดียว (event package)

ทัศนคติของกลุ่มผู้รับบริการที่มีต่อเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุมากที่สุด 70 ปี และน้อยที่สุด 24 ปี โดยมีอายุเฉลี่ย 39 ปี มีตำแหน่งเป็นผู้บริหารและมีประสบการณ์ในการรับผิดชอบการจัดงาน เฉลี่ย 7 ปี มีวุฒิการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี ทั้งนี้ผู้ให้ข้อมูลระบุว่า ในช่วงปี พ.ศ. 2552-2558 องค์กรส่วนใหญ่เคยและมีแผนจัดงานประชุมสัมมนาภายในองค์กรและประชุมสัมมนาขององค์กรที่มีองค์กรอื่นร่วมด้วย ส่วนมากเลือกใช้สถานที่จัดงานที่อยู่ในโรงแรมมากกว่าศูนย์ประชุม โดยใช้มติคณะกรรมการขององค์กรตัดสินใจร่วมกันในการเลือกสถานที่จัดงาน

นอกจากนี้ ยังพบว่า ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบของสถานที่จัดงานระดับมากที่สุดในปัจจัย 4 ด้านคือ 1) ด้านราคาโดยให้ความสำคัญกับองค์ประกอบเกี่ยวกับราคาที่มีความยืดหยุ่นและสามารถต่อรองได้ และราคาที่เหมาะสมกับสิ่งอำนวยความสะดวกของสถานที่จัดงาน 2) ด้านพนักงานให้ความสำคัญกับองค์ประกอบเกี่ยวกับพนักงานสามารถสื่อสารภาษาไทยและภาษาต่างชาติได้เป็นอย่างดี พนักงานมีความเป็นมืออาชีพและความสามารถในการแก้ปัญหา และรูปแบบการบริการแสดงให้เห็นความสำคัญของวัฒนธรรมท้องถิ่น และ 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายให้ความสำคัญกับองค์ประกอบเกี่ยวกับที่จอดรถที่สะดวก และปลอดภัย และสถานที่ตั้งที่มีความเหมาะสมของสถานที่จัดงาน และ 4) ด้านผลิตภัณฑ์/บริการให้ความสำคัญกับองค์ประกอบเกี่ยวกับขนาดของพื้นที่ในการจัดนิทรรศการและจัดเลี้ยง ขนาดของห้องประชุม คุณภาพของพื้นที่ในการจัดนิทรรศการและจัดเลี้ยงมีสภาพเรียบร้อยพร้อมใช้ ไม่มีส่วนชำรุด เสียหาย จำนวนของห้องประชุม คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่มที่มีความสะอาด ปลอดภัย รสชาติดี และมีห้องน้ำแยก ชาย-หญิง อยู่ในบริเวณที่ใช้ได้สะดวก ปลอดภัยและสะอาด สำหรับปัจจัยที่ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญระดับมาก มี 4 ปัจจัย คือ 1) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพให้ความสำคัญกับองค์ประกอบเกี่ยวกับสถานที่จัดงานและบริเวณห้องรับแขกสะอาดและได้รับการดูแลอย่างดี เครื่องหมายและสัญลักษณ์บอกทิศทางที่เพียงพอ และสถานที่จัดงานและบริเวณห้องรับแขกมีบรรยากาศที่ดี มีอุณหภูมิเหมาะสม 2) ด้านกระบวนการบริการให้ความสำคัญกับองค์ประกอบเกี่ยวกับมีป้ายบอกทางไปที่จัดประชุมทั่วทั้งสถานที่ 3) ด้านการจัดรวมผลิตภัณฑ์/บริการให้ความสำคัญกับองค์ประกอบเกี่ยวกับความเหมาะสมของการจัดรวมสินค้าและบริการของสถานที่จัดงานโดยนำเสนอขายแบบเหมาจ่ายในราคาเดียว และ 4) ด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญกับองค์ประกอบเกี่ยวกับส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ โดยคำนึงถึงความยั่งยืนโดยใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

เปรียบเทียบเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ ตอนล่าง

ผลการวิจัยสามารถยอมรับสมมติฐานการวิจัยในปัจจุบัน 4 ด้าน ได้แก่ 1) การส่งเสริมการตลาด 2) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ 3) กระบวนการบริการ และ 4) พนักงาน

ผู้รับบริการจำแนกตามองค์กรย่อย 4 องค์กร ได้แก่ 1) สมาคม 2) บริษัททั่วไป 3) หน่วยงานของรัฐและสถาบันการศึกษา และ 4) บริษัทผู้รับจัดงานมีอาชีพที่แตกต่างกันมีทัศนคติระดับความสำคัญของเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่างโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

แนวทางการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง

ผลการวิจัยสามารถสรุปเป็นแนวทางการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง ตามลำดับค่าเฉลี่ยความสำคัญจากมากไปหาน้อยตามเกณฑ์มาตรฐานขององค์ประกอบสถานที่จัดงานได้ 49 ข้อ ใน 4 ปัจจัย ดังนี้

ด้านพนักงาน

1. พนักงานสามารถสื่อสารภาษาไทยและภาษาต่างชาติได้เป็นอย่างดี
2. พนักงานมีความเป็นมืออาชีพและความสามารถในการแก้ปัญหา
3. รูปแบบการบริการแสดงให้เห็นความสำคัญของวัฒนธรรมท้องถิ่น
4. พนักงานมีประสิทธิภาพในการทำงาน
5. พนักงานมีมารยาทและความสุภาพ
6. พนักงานแต่งกายที่เหมาะสม
7. พนักงานมีอัธยาศัยดีและมีความเป็นมิตร
8. พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี
9. พนักงานมีความสามารถในการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดงาน
10. พนักงานมีความเต็มใจและความตั้งใจในการทำงาน (ใจรักในงานบริการ)
11. พนักงานมีความเอาใจใส่และความเต็มใจในการช่วยเหลือ

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

12. สถานที่จัดงานและบริเวณห้องรับแขกสะอาดและได้รับการดูแลอย่างดี
13. เครื่องหมายและสัญลักษณ์บอกทิศทางที่เพียงพอ
14. สถานที่จัดงานและบริเวณห้องรับแขกมีบรรยากาศที่ดี มีอุณหภูมิเหมาะสม
15. สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในศูนย์บริการ

16. โต้ะ/เก้าอี้เพียงพอและอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน
17. มีไฟแสงสว่างฉุกเฉิน
18. มีระบบควบคุมเครื่องปรับอากาศ
19. ระบบแสงสว่างที่เหมาะสม
20. ใช้วัสดุอุปกรณ์และเทคโนโลยีที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
21. มีแผนผัง หรือป้ายทางหนีไฟ หรือป้ายทางออกฉุกเฉิน
22. ระบบควบคุมไฟฟ้าที่มีประสิทธิภาพ
23. มีห้องปฐมพยาบาลให้บริการ
24. มีพัดลมระบายอากาศแยกส่วนสำหรับบริเวณที่อนุญาตให้สูบบุหรี่
25. ห้องประชุมตกแต่งอย่างทันสมัย
26. มีพัดลมในห้องที่ไม่มีเครื่องปรับอากาศ
27. มีระบบตรวจเช็คความปลอดภัยตลอด 24 ชม.
28. มี Sprinkle ที่ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อยู่ในตำแหน่งเหมาะสม
29. ระบบระบายอากาศที่ดี
30. มีเครื่องดับเพลิงและสายฉีดน้ำดับเพลิงที่มีประสิทธิภาพพร้อมใช้งาน
31. มีพื้นที่จอดรถสำหรับคนพิการ
32. มีผนังห้องสามารถซับเสียงจากภายนอกและภายในห้องประชุมได้
33. การออกแบบให้สามารถใช้แสงจากธรรมชาติเพื่อประหยัดพลังงาน

ด้านกระบวนการบริการ

34. มีป้ายบอกทางไปที่จัดประชุมทั่วทั้งสถานที่
35. มีการจัดอุปกรณ์สำหรับการรับประทานอาหารที่เหมาะสม
36. มีระบบกำจัดกลิ่น ควัน จากครัว หรือห้องปฏิบัติการ
37. มีพื้นที่จอดรถสำหรับฝ่ายจัดพร้อมป้ายบอกที่ชัดเจน
38. มีลิฟต์ขนของที่กว้างและสูงพอที่จะขนสินค้าและอุปกรณ์ขนาดใหญ่ได้
39. เคารพความแตกต่างทางเชื้อชาติ ศาสนา วัฒนธรรมและให้การปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันแก่ทุกเพศ ทุกวัย และทุกสถานภาพ
40. มีลิฟต์สำหรับขนอาหารจากห้องครัวโดยเฉพาะ
41. มีการบริหารจัดการขยะที่มีประสิทธิภาพ
42. มีบริการอาหารและเครื่องดื่มสำหรับผู้เข้าประชุม
43. ฝ่ายจัดงานสามารถเข้าพื้นที่จัดงานได้ตลอด 24 ชม. เพื่อเตรียมงานล่วงหน้า โดยผ่านระบบรักษาความปลอดภัย

- 44. มีระบบการบริการทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ทันสมัย
- 45. อำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการทุกประเภทสำหรับการใช้บริการ และการเข้าออกพื้นที่

ด้านการส่งเสริมการตลาด

- 46. ส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ โดยคำนึงถึงความยั่งยืนโดยใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด
- 47. มีแผนการประหยัด/อนุรักษ์พลังงานและปฏิบัติจริง
- 48. ระบบการบริการจองล่วงหน้าที่สะดวก
- 49. มีแผนงานและกิจกรรมที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยเกี่ยวกับแนวทางการกำหนดมาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง คือ มาตรฐานที่อยู่บนพื้นฐานการวิเคราะห์ระดับความสำคัญเกณฑ์มาตรฐานขององค์ประกอบสถานที่จัดงานของผู้รับบริการในภาคใต้ตอนล่าง ในปัจจัยแต่ละด้านคือ

1. ปัจจัยด้านพนักงาน พบว่า ผู้รับบริการให้ความสำคัญเกณฑ์มาตรฐานขององค์ประกอบสถานที่จัดงาน ทั้ง 11 องค์ประกอบ โดยให้ความสำคัญกับเกณฑ์องค์ประกอบด้านพนักงานสามารถสื่อสารภาษาไทยและภาษาต่างชาติได้เป็นอย่างดี พนักงานมีความเป็นมืออาชีพและความสามารถในการแก้ปัญหา รูปแบบการบริการแสดงให้เห็นความสำคัญของวัฒนธรรมท้องถิ่น พนักงานมีประสิทธิภาพในการทำงาน พนักงานมีมารยาทและความสุภาพ พนักงานแต่งกายที่เหมาะสม พนักงานมีอัธยาศัยดีและมีความเป็นมิตร พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี พนักงานมีความสามารถในการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดงาน พนักงานมีความเต็มใจและความตั้งใจในการทำงาน (ใจรักในงานบริการ) และพนักงานมีความเอาใจใส่และความเต็มใจในการช่วยเหลือ ตามลำดับ ซึ่ง ธิดา สิริสิงห (2546: 72) ได้กล่าวว่า บุคลากรของสถานที่จัดประชุมต้องมีคุณภาพและคุณสมบัติให้เหมาะสมตลอดจนต้องทำงานหนักเพื่อให้งานประสบความสำเร็จ

2. ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ พบว่า ผู้รับบริการให้ความสำคัญเกณฑ์มาตรฐานขององค์ประกอบสถานที่จัดงาน ทั้ง 22 องค์ประกอบ โดยให้ความสำคัญกับเกณฑ์องค์ประกอบด้านสถานที่จัดงานและบริเวณห้องรับแขกสะอาดและได้รับการดูแลอย่างดี เครื่องหมายและสัญลักษณ์บอกทิศทางที่เพียงพอ สถานที่จัดงานและบริเวณห้องรับแขกมีบรรยากาศที่ดีมีอุณหภูมิเหมาะสม สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในศูนย์บริการ โต๊ะ/เก้าอี้เพียงพอและอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน มีไฟแสงสว่างฉูดฉาด มีระบบควบคุมเครื่องปรับอากาศ ระบบแสงสว่างที่เหมาะสม ใช้อวัสดุ

อุปกรณ์และเทคโนโลยีที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีแผนผังหรือป้ายทางหนีไฟหรือป้ายทางออกฉุกเฉิน ระบบควบคุมไฟฟ้าที่มีประสิทธิภาพ มีห้องปฐมพยาบาลให้บริการ มีพัดลมระบายอากาศแยกส่วน สำหรับบริเวณที่อนุญาตให้สูบบุหรี่ ห้องประชุมตกแต่งอย่างทันสมัย มีพัดลมในห้องที่ไม่มีเครื่องปรับอากาศ มีระบบตรวจเช็คความปลอดภัยตลอด 24 ชม. มี Sprinkle ที่ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพอยู่ในตำแหน่งเหมาะสม ระบบระบายอากาศที่ดี มีเครื่องดับเพลิงและสายฉีดน้ำดับเพลิงที่มีประสิทธิภาพพร้อมใช้งาน มีพื้นที่จอดรถสำหรับคนพิการ มีผนังห้องสามารถซับเสียงจากภายนอก และภายในห้องประชุมได้ และการออกแบบให้สามารถใช้แสงจากธรรมชาติเพื่อประหยัดพลังงานตามลำดับ ทั้งนี้สภาพแวดล้อมทางกายภาพของสถานที่จัดงานที่ดีนั้นจะเป็นการสะท้อนภาพลักษณ์ของสถานที่จัดงานที่สามารถสัมผัสได้ ดังเช่น Breiter and Milman (2006: 1364) พบว่าความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของสถานที่จัดงานมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมงานของผู้ร่วมงานสูง

3. ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ พบว่า ผู้รับบริการให้ความสำคัญเกณฑ์มาตรฐานขององค์ประกอบสถานที่จัดงาน ทั้ง 12 องค์ประกอบ โดยให้ความสำคัญกับเกณฑ์องค์ประกอบด้านมีป้ายบอกทางไปที่จัดประชุมทั่วทั้งสถานที่ มีการจัดอุปกรณ์สำหรับการรับประทานอาหารที่เหมาะสม มีระบบกำจัดกลิ่นควันจากครัวหรือห้องปฏิบัติการ มีพื้นที่จอดรถสำหรับฝ่ายจัดพร้อมป้ายบอกที่ชัดเจน มีลิฟต์ขนของที่กว้างและสูงพอที่จะขนสินค้าและอุปกรณ์ขนาดใหญ่ได้เคารพความแตกต่างทางเชื้อชาติศาสนาวัฒนธรรมและให้การปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันแก่ทุกเพศทุกวัยและทุกสถานภาพ มีลิฟต์สำหรับขนอาหารจากห้องครัวโดยเฉพาะ มีการบริหารจัดการขยะที่มีประสิทธิภาพ มีบริการอาหารและเครื่องดื่มสำหรับผู้เข้าประชุม ฝ่ายจัดงานสามารถเข้าพื้นที่จัดงานได้ตลอด 24 ชม. เพื่อเตรียมงานล่วงหน้าโดยผ่านระบบรักษาความปลอดภัย มีระบบการบริการทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ทันสมัย และอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการทุกประเภทสำหรับการใช้บริการและการเข้าออกพื้นที่ ตามลำดับ ซึ่ง อนุวัฒน์ ศุภชุติกุล (2541) ได้กล่าวว่า คุณภาพคือภาวะที่เกื้อกูลต่อผู้ใช้บริการหรือลูกค้า ด้วยการตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าอย่างเหมาะสมตามวิชาชีพและความรู้ที่ทันสมัย

4. ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้รับบริการให้ความสำคัญเกณฑ์มาตรฐานขององค์ประกอบสถานที่จัดงาน ทั้ง 4 องค์ประกอบ โดยให้ความสำคัญกับเกณฑ์องค์ประกอบด้านส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการโดยคำนึงถึงความยั่งยืนโดยใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด มีแผนการประหยัด/อนุรักษ์พลังงานและปฏิบัติจริง ระบบการบริการจองล่วงหน้าที่สะดวก และมีแผนงานและกิจกรรมที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมตามลำดับ โดยสถานที่จัดงานถือเป็นองค์ประกอบหลักของอุตสาหกรรมไมซ์ การสนับสนุนการใช้ทรัพยากรเพื่อให้เกิดความยั่งยืน ถือเป็นส่งเสริมการตลาดอย่างหนึ่ง (TCEP, 2014: ออนไลน์)

ข้อเสนอแนะ

ผลจากการศึกษาวิจัยเพื่อการพัฒนาในครั้งนี้ คาดว่าเป็นประโยชน์ต่อบุคคลหรือหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ และธุรกิจสถานที่จัดงานในภาคใต้ตอนล่าง ดังนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการและผู้จัดการการตลาดของสถานที่จัดงานในภาคใต้ตอนล่าง

ในการนำผลวิจัยไปใช้เป็น แนวทางการกำหนดมาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่างนั้น มีข้อเสนอแนะคือ

1. ปัจจัยด้านพนักงาน สถานที่จัดงานควรมุ่งเน้นและส่งเสริมกำหนดมาตรฐานเกี่ยวกับพนักงานสามารถสื่อสารภาษาไทยและภาษาต่างชาติได้เป็นอย่างดี พนักงานมีความเป็นมืออาชีพและความสามารถในการแก้ปัญหา รูปแบบการบริการแสดงให้เห็นความสำคัญของวัฒนธรรมท้องถิ่น พนักงานมีประสิทธิภาพในการทำงาน และพนักงานมีมารยาทและความสุภาพ เนื่องจากการที่ประเทศไทยจะเข้าสู่ AEC ทำให้ภาษาต่างชาติจึงเป็นสิ่งสำคัญรวมถึงเป็นโอกาสของสถานที่จัดงานที่จะสร้างความสำเร็จในการจัดงาน

2. ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ สถานที่จัดงานควรมุ่งเน้นและส่งเสริมกำหนดมาตรฐานเกี่ยวกับสถานที่จัดงานและบริเวณห้องรับแขกสะอาดและได้รับการดูแลอย่างดี เครื่องหมายและสัญลักษณ์บอกทิศทางที่เพียงพอ สถานที่จัดงานและบริเวณห้องรับแขกมีบรรยากาศที่ดีมีอุณหภูมิเหมาะสม สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในศูนย์บริการ สภาพแวดล้อมทางกายภาพควรสะท้อนภาพลักษณ์ของสถานที่จัดงานที่สามารถสัมผัสได้ ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมงานของผู้เข้าร่วม

3. ปัจจัยด้านกระบวนการบริการ สถานที่จัดงานควรมุ่งเน้นและส่งเสริมกำหนดมาตรฐานเกี่ยวกับมีป้ายบอกทางไปที่จะจัดประชุมทั่วทั้งสถานที่ มีการจัดอุปกรณ์สำหรับการรับประทานอาหารที่เหมาะสม มีระบบกำจัดกลิ่นควันจากครัวหรือห้องปฏิบัติการ มีพื้นที่จอดรถสำหรับฝ่ายจัดพร้อมป้ายบอกที่ชัดเจน มีลิฟต์ขนของที่กว้างและสูงพอที่จะขนสินค้าและอุปกรณ์ขนาดใหญ่ได้ และเคารพความแตกต่างทางเชื้อชาติศาสนาวัฒนธรรมและให้การปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันแก่ทุกเพศทุกวัยและทุกสถานภาพ ทั้งนี้มุ่งเน้นความพร้อมเบื้องต้นและความพร้อมพื้นฐานของสถานที่จัดงาน ควรมีการทำงานที่เป็นมาตรฐานและเท่าเทียมกัน

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด สถานที่จัดงานควรมุ่งเน้นและส่งเสริมกำหนดมาตรฐานเกี่ยวกับส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ โดยคำนึงถึงความยั่งยืนโดยใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด และมีแผนการประหยัด/อนุรักษ์พลังงานและปฏิบัติจริง ซึ่งปัจจุบันกระแส Green Meeting หรือการจัดประชุมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมกำลังมาแรง หากสถานที่จัดงานสามารถนำประเด็นนี้มาเป็นจุดขายและสร้างความแตกต่างก็ถือว่าได้เปรียบคู่แข่ง

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้บริหารของสำนักงานส่งเสริมการประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) และผู้บริหารของสมาคมการแสดงสินค้า (ไทย)

สมาคมฯ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ ควรมีการกำหนดมาตรฐานสำหรับสถานที่จัดงานที่ชัดเจน และควรส่งเสริมกิจกรรมต่างๆ เพิ่มความสามารถในการแข่งขันเพื่อประโยชน์ต่อสมาชิกของสมาคมดังนี้

1. ควรเป็นตัวกลางประสานงานกับสถาบันหรือผู้เชี่ยวชาญในสาขาอุตสาหกรรมไมซ์ และอุตสาหกรรมบริการทั้งในและต่างประเทศ เพื่อจัดฝึกอบรมบุคลากรทุกระดับในธุรกิจสถานที่จัดงาน ให้เทียบเท่ามาตรฐานสากลเพื่อเป็นไปในทิศทางเดียวกัน รวมถึงประสานงานกับสถานศึกษาทั้งภาครัฐและเอกชนในภาคใต้ตอนล่าง โดยจัดให้มีการเพิ่มเนื้อหาเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ในหลักสูตรการเรียนการสอนด้านการบริการเพื่อเป็นการวางแผนสำหรับด้านบุคลากรให้เพียงพอและมีคุณภาพ อีกทั้งควรมีการแนะนำอาชีพด้านบริการเพื่อจูงใจให้มีผู้สนใจในอาชีพมากขึ้น เนื่องจากอาชีพด้านอุตสาหกรรมไมซ์ยังคงจำกัดอยู่ในวงแคบเท่านั้น
2. ควรเป็นตัวกลางหรือตัวแทนในการต่อรอง เจรจา และประสานงานกับหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการยกเว้นภาษีเพื่อสนับสนุนและให้สิทธิในการซื้ออุปกรณ์ที่ถูกลง รวมถึงประสานงานกับหน่วยงานส่วนท้องถิ่นและหน่วยงานด้านความปลอดภัยเพื่อสนับสนุนให้มีการใช้บริการสถานที่จัดงานในภาคใต้ตอนล่างมากยิ่งขึ้น
3. ควรพัฒนาบทบาทของสมาคมให้ชัดเจนในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่างอย่างจริงจัง และวางแนวทางมาตรฐานที่ชัดเจนให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งเป็นตัวกลางนำธุรกิจไปเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ทั้งตลาดในและต่างประเทศ
4. ควรเป็นศูนย์กลางข้อมูล เก็บรวบรวมงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการรวมถึงสถานที่จัดงานทั้งภายในและต่างประเทศ เพื่อเป็นข้อมูลในการอ้างอิงสำหรับสมาชิกในด้านต่างๆ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาวิจัย แนวทางการกำหนดมาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง เป็นการศึกษาเชิงสำรวจเพื่อหารูปแบบและองค์ประกอบของรูปแบบมาตรฐานสถานที่จัดงานในภาคใต้ตอนล่าง แต่อย่างไรก็ตามงานวิจัยชิ้นนี้ก็เป็นเพียงจุดเริ่มต้นและไม่อาจครอบคลุมประเด็นต่างๆ ได้อีกมาก ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยในครั้งต่อไปดังนี้

1. เนื่องจากการวิจัยนี้ ศึกษาเฉพาะกลุ่มผู้รับบริการในภาพรวมที่เป็นกลุ่มเป้าหมายที่จัดงานไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง ดังนั้นจึงควรเพิ่มขนาดของกลุ่มตัวอย่างให้มีจำนวนมากขึ้นหรือในระดับประเทศ

2. เนื่องจกงานวิจัยนี้ ศึกษาเฉพาะสถานที่จัดงานในภาพรวมที่รวมศูนย์ประชุมและสถานที่จัดงานที่อยู่ในโรงแรมเท่านั้น จึงควรมีการศึกษาสถานที่จัดงานประเภทอื่นๆ ในภาคใต้ตอนล่างด้วย เช่น สถานที่จัดงานในห้างสรรพสินค้า หอประชุมของสถานศึกษาต่างๆ เป็นต้น

3. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมถึงมาตรฐานสากลที่สามารถนำมาปรับใช้ได้กับแนวทางที่ได้กำหนดไว้สำหรับสถานที่จัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์และการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจ สังคมและเทคโนโลยีรวมถึงความต้องการของลูกค้าที่อาจเปลี่ยนแปลงได้

4. ในการศึกษาครั้งนี้ ได้พิจารณาปัจจัยและคุณลักษณะค่อนข้างมาก จึงอาจทำให้ปัจจัยที่มีความสำคัญ/เหมาะสมในการกำหนดแนวทางมาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง มีการกระจายความสำคัญค่อนข้างสูง ดังนั้นในการศึกษารั้งต่อไปถ้าผู้ศึกษาตัดตัวแปรบางตัวที่ไม่สำคัญออกบ้างอาจทำให้ทราบปัจจัยและคุณลักษณะที่มีความสำคัญ/เหมาะสมในการกำหนดมาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่างได้ชัดเจนขึ้น

จากการสรุปผล การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะข้างต้น สามารถกล่าวได้ว่า ผลการวิจัยในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อทุกหน่วยงานและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องรวมทั้งนักวิชาการในสายของอุตสาหกรรมไมซ์ที่มีมาตรฐานเป็นไปในทิศทางเดียวกันอันจะส่งผลต่อรายได้และเศรษฐกิจของภาคใต้ตอนล่างรวมถึงประเทศไทยไปสู่ความยั่งยืนต่อไป

บรรณานุกรม

- กสิกรไทย. (2556, 19 กรกฎาคม), *โอกาสธุรกิจไมซ์ของประเทศไทย*. ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 19(2386).
- กัลยาณี ดีประเสริฐวงศ์. (2550). *ระบบการจัดการความปลอดภัยของอาหารตามมาตรฐาน ISO 22000*. สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ก. (2554). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555–2559*. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ก. (2556). *3 ทรรศการกลุ่มคลัสเตอร์ท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- เกดศิริ เจริญวิศาล. (2552). *รูปแบบการตลาดที่เหมาะสมของสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยแม่โจ้).
- เกดศิริ เจริญวิศาล. (2542). *การบริหารงานประชุม*. สงขลา: ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. (2546). *การวางแผนและการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว*. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- _____. (2556). “ที่เสี้ยววงกลุ่ย์ผ่าน 3 Cs ดันรายได้.” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.thanonline.com> (สืบค้นเมื่อวันที่ 16 พฤศจิกายน 2556).
- ธิดา สิริสิงห. (2546). *สถานที่สำหรับจัดงานประชุม: เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการธุรกิจการจัดประชุม หน่วยที่ 8*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- _____. (2556). “ธุรกิจไมซ์ของไทยก้าวไปอย่างไรได้เปรียบ.” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.biztempnews.com> (สืบค้นเมื่อวันที่ 23 กรกฎาคม 2556).
- ธำรง อุดมไพจิตร. (2544). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ.
- ผู้จัดการ. (2557). “อนาคตเศรษฐกิจไทย.” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่ <http://www.manager.co.th> (สืบค้นเมื่อวันที่ 16 กรกฎาคม 2557).
- _____. (2553). “มาตรฐานเพื่อธุรกิจไมซ์.” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.masci.or.th> (สืบค้นเมื่อวันที่ 4 สิงหาคม 2556).
- ลงทุน-อุตสาหกรรม. (2556, 20 มกราคม), *ตลาดไมซ์คึกคักรับเออีซี*. หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ, 32(2811).
- _____. (2557). “ศคินทร์เผยไทยพร้อมเป็นผู้นำและศูนย์กลางอุตสาหกรรมไมซ์ของอาเซียน” [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.sasin.edu/media-relations/press-releases/asiatop10.html> (สืบค้นเมื่อวันที่ 14 เมษายน 2557).

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย). (2557). "About TICA." [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่
<http://www.tica.or.th/newweb/about.php>. (สืบค้นเมื่อวันที่ 20 กรกฎาคม 2557).
- สุณีย์ บริสุทธิ์, พรรณี พิมพ์โพธิ์ และ จันทร์จิรา ม้าลำพอง. (2548). *แบบอย่างการลงทุนธุรกิจ
 ท่องเที่ยว MICE. เชียงใหม่: ศูนย์ส่งเสริมการพัฒนาและการกระจายสินค้าวิสาหกิจขนาด
 กลางและขนาดย่อมภาคเหนือ.*
- สุประภา โมฬีรัตนนท์. 2549. *สถานการณ์ของอุตสาหกรรมไมซ์ในสังคมงานความรู้*. กรุงเทพฯ:
 สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) (เอกสารอัดสำเนา).
- สมเกียรติ โภธิสัถย์. (2545). *คู่มือการทบทวนอย่างเป็นระบบ*. กรุงเทพฯ: สำนักพัฒนาวิชาการแพทย
 กรรมการแพทย์.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2557). "จำนวนประชากร 2553." [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่
www.nso.go.th. (สืบค้นเมื่อวันที่ 20 ตุลาคม 2557).
- สำนักงานส่งเสริมการประชุมและนิทรรศการ (สสปน.). (2557). "มาตรฐานสำหรับอุตสาหกรรม
 ไมซ์." [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่ <http://www.businesseventsthailand.com>
 (สืบค้นเมื่อวันที่ 18 มกราคม 2557).
- สำนักงานส่งเสริมการประชุมและนิทรรศการ (สสปน.). (2557). "รายชื่อสถานที่จัดประชุม
 อุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้." [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่
<http://www.businesseventsthailand.com> (สืบค้นเมื่อวันที่ 18 มกราคม 2557).
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร: อีระฟิล์ม
 และไซเท็กซ์. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2549).
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2544). *กลยุทธ์การตลาด*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อนุวัฒน์ ศุภชุตีกุล. (2541). *ขั้นตอนการทำกิจกรรมพัฒนาคุณภาพ รูปแบบสำหรับบริการสุขภาพ*.
 พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: สถาบันรับรองคุณภาพโรงพยาบาล.
- Berkman, F. W., D. C. Dorf and L. R. Oakes. (1986). *Convention Management &
 Service*. Michigan: Educational institute of the American Hotel & Motel
 Association.
- Blackwell, R. D. (2001). *Consumer Behavior*. Harcourt College Publishers.
- Bonn, M. A., R. R. Brand and J. B. Ohlin. 1994. Site selection for professional meeting:
 a comparison of heavy-half versus light-half association and corporation
 meeting planners. *Journal of Travel and Tourism Marketing* 3, 2: 59-84.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- Boyt, T. and M. Harvey. 1977. Classification of industrial services: a model with strategic implications. *Industrial Marketing Management Journal* 26, 1: 291-300.
- Breiter, D. and A. Milman. 2006. "Attendees' needs and service priorities in a large convention center: Application of the importance-performance theory". *Journal of Tourism Management (Online)*. 27, 9 (September). Available <http://www.sciencedirect.com> (25 August 2006).
- Hinkin, T. R. and J. B. (2003). *The service imperative: factors driving meeting effectiveness*. Cornell Hotel and Resort Administration Quarterly 44(5/6): 17-26.
- Hoyle, L. H., D. C. Dorf and T. J. A. Jones. 1989. *Managing Conventions and Group Business*. Michigan: American Hotel & motel Association.
- International Congress & Convention Association, ICCA. 2012. *Statistical Report on International Association and Corporate Meeting Market 2002-2011*.
Online: Available www.iccaworld.com
- Kotler, P. (2003). *Marketing management*. 11th ed. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., J. T. Bowen and J. C. Makens. (2006). *Marketing for Hospitality and Tourism*. 4th ed. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P. and G. Armstrong. (2006). *Principles of Marketing*. 11th ed. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Maslow, Abraham H. (1970). *Motivative and Personality*. New York: Harper & Row.
- McCarthy, E. J. and W. D. Perreault. (2006). *Essentials of Marketing*. 10th ed. New York: McGraw-Hill.
- Robbe, D. 2000. *Expositions and Tradeshows*. New York: John Wiley & Sons.
- Rogers, T. (2000). "Destination Industry" *Conferences: A Twenty-First Century Industry*. New York: Addition Wesley Longman. 100-132.
- Sehiffman, Leon G. and Kanuk, Lazar. (1987). *Consumer Behavior*. 4th ed. Englewood cliffs, New Jersey: Prenticed Hall, Inc.
A Division of Simon & Sehubster.

บรรณานุกรม (ต่อ)

Solomon. (2002). *Consumer Behavior*. 5th ed. New Jersey: Pearson Education, Inc.

Vogt, C. A., W. S. Roehl and D. R. Fesenmaier. 1994. "Understanding planner' use of meeting facility information". *Hospitality Reserch Journal* 17, 3: 119-130.

Zeithaml, V. A. and M. J. Bitner. (1996). *Services Marketing*. New York:

The McGraw- Hill.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
แสดงตารางข้อมูล

ตารางภาคผนวก 1 ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่น (reliability) ของแบบสอบถามผู้รับบริการ

(N=30)

องค์ประกอบมาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง เกณฑ์การประเมิน	ค่าความเชื่อมั่น (I)
ด้านผลิตภัณฑ์บริการ	
1. ขนาดของพื้นที่ในการจัดนิทรรศการและจัดเลี้ยง	0.67
2. คุณภาพของพื้นที่ในการจัดนิทรรศการและจัดเลี้ยงมีสภาพเรียบร้อยพร้อมใช้ ไม่มีส่วนชำรุดเสียหาย	0.65
3. ขนาดของห้องประชุม	0.76
4. จำนวนของห้องประชุม	0.76
5. คุณภาพของห้องประชุมมีสภาพเรียบร้อยพร้อมใช้ ไม่มีส่วนชำรุดเสียหาย	0.68
6. จำนวนของเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการประชุม	0.70
7. คุณภาพของเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการประชุมมีสภาพเรียบร้อยพร้อมใช้ ไม่มีส่วนชำรุดเสียหาย	0.72
8. ปริมาณของอาหารและเครื่องดื่มเพียงพอ	0.71
9. คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่มที่มีความสะอาด ปลอดภัย รสชาติดี	0.65
10. ความหลากหลายของอาหารและเครื่องดื่ม	0.69
11. มีห้องน้ำแยก ชาย-หญิง อยู่ในบริเวณที่ใช้ได้สะดวก ปลอดภัยและสะอาด	0.72
ด้านราคา	
12. ราคาที่เหมาะสมกับสิ่งอำนวยความสะดวกของสถานที่จัดงาน	0.50
13. ราคาที่มีความยืดหยุ่นและสามารถต่อรองได้	0.50
14. ประสิทธิภาพของการเรียกเก็บค่าใช้จ่าย	0.73
15. มีขั้นตอนการตรวจสอบค่าใช้จ่ายที่ง่ายและสะดวกประชุม	0.60
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	
16. สถานที่ตั้งที่มีความเหมาะสมของสถานที่จัดงาน	0.38
17. ความสะดวกในการเข้าถึงสถานที่จัดงาน	0.94
18. ความปลอดภัยของสถานที่จัดงาน	0.67
19. มีช่องทางเข้าออกสำหรับพนักงาน	0.76
20. ที่จอดรถที่สะดวก และปลอดภัย	0.68
21. มีจุดขนถ่ายอุปกรณ์สำหรับผู้จัดประชุม	0.94
22. มีที่จอดรถเพียงพอสำหรับผู้จัดและผู้เข้าร่วมประชุม	0.90
ด้านการส่งเสริมการขาย	
23. ระบบการบริการจองล่วงหน้าสะดวก	0.94
24. มีแผนการประหยัด/อนุรักษ์พลังงานและปฏิบัติจริง	0.90
25. มีแผนงานและกิจกรรมที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	0.87

ตารางภาคผนวก 1 (ต่อ)

		(N=30)
องค์ประกอบมาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง เกณฑ์การประเมิน		ค่าความเชื่อมั่น (İ)
26. ส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ โดยคำนึงถึงความยั่งยืนโดยใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด		0.73
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ		
27. สถานที่จัดงานและบริเวณห้องรับแขกสะอาดและได้รับการดูแลอย่างดี		0.62
28. สถานที่จัดงานและบริเวณห้องรับแขกมีบรรยากาศที่ดี มีอุณหภูมิเหมาะสม		0.65
29. ห้องประชุมตกแต่งอย่างทันสมัย		0.69
30. สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในศูนย์บริการ		0.73
31. โต๊ะ/เก้าอี้เพียงพอและอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน		0.71
32. มีผนังห้องสามารถซับเสียงจากภายนอกและภายในห้องประชุมได้		0.60
33. มีพัดลมในห้องที่ไม่มีเครื่องปรับอากาศ		0.69
34. มีพัดลมระบายอากาศแยกส่วนสำหรับบริเวณที่อนุญาตให้สูบบุหรี่		0.92
35. มีแผนผัง หรือป้ายทางหนีไฟ หรือป้ายทางออกฉุกเฉิน		0.92
36. มีไฟแสงสว่างฉุกเฉิน		0.72
37. ระบบควบคุมไฟฟ้าไฟฟ้าที่มีประสิทธิภาพ		0.68
38. มีระบบควบคุมเครื่องปรับอากาศ		0.71
39. มีระบบตรวจเช็คความปลอดภัยตลอด 24 ชม.		0.69
40. มีเครื่องดับเพลิงและสายฉีดน้ำดับเพลิงที่มีประสิทธิภาพพร้อมใช้งาน		0.90
41. มี Sprinkle ที่ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อยู่ในตำแหน่งเหมาะสม		0.69
42. มีห้องปฐมพยาบาลให้บริการ		0.68
43. มีพื้นที่จอดรถสำหรับคนพิการ		0.78
44. การออกแบบให้สามารถใช้แสงจากธรรมชาติเพื่อประหยัดพลังงาน		0.79
45. ระบบแสงสว่างที่เหมาะสม		0.71
46. ระบบระบายอากาศที่ดี		0.69
47. ใช้วัสดุอุปกรณ์และเทคโนโลยีที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม		0.72
48. เครื่องหมายและสัญลักษณ์บอกทิศทางที่เพียงพอ		0.57
ด้านกระบวนการบริการ		
49. มีบริการอาหารและเครื่องดื่มสำหรับผู้เข้าประชุม		0.84
50. มีการจัดอุปกรณ์สำหรับการรับประทานอาหารที่เหมาะสม		0.63
51. มีลิฟต์สำหรับขนอาหารจากห้องครัวโดยเฉพาะ		0.69
52. มีลิฟต์ของที่กว้างและสูงพอที่จะขนสินค้าและอุปกรณ์ขนาดใหญ่ได้		0.68
53. ฝ่ายจัดงานสามารถเข้าพื้นที่จัดงานได้ตลอด 24 ชม. เพื่อเตรียมงานล่วงหน้า โดยผ่าน		0.84

ตารางภาคผนวก 2 (ต่อ)

		(N=30)
องค์ประกอบมาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง เกณฑ์การประเมิน		ค่าความเชื่อมั่น (I)
ระบบรักษาความปลอดภัย		
54.	อำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการทุกประเภทสำหรับการใช้บริการ และการเข้าออกพื้นที่	0.71
55.	มีป้ายบอกทางไปที่จัดประชุมทั่วทั้งสถานที่	0.69
56.	มีระบบการบริการทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ทันสมัย	0.90
57.	มีการบริหารจัดการขยะที่มีประสิทธิภาพ	0.69
58.	มีระบบกำจัดกลิ่น ควัน จากครัว หรือห้องปฏิบัติการ	0.72
59.	มีพื้นที่จอดรถสำหรับฝ่ายจัดพร้อมป้ายบอกที่ชัดเจน	0.63
60.	เคารพความแตกต่างทางเชื้อชาติ ศาสนา วัฒนธรรมและให้การปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน แก่ทุกเพศ ทุกวัย และทุกสถานภาพ	0.68
ด้านพนักงาน		
61.	พนักงานมีความสามารถในการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดงาน	0.58
62.	พนักงานมีความเต็มใจและความตั้งใจในการทำงาน (ใจรักในงานบริการ)	0.90
63.	พนักงานมีประสิทธิภาพในการทำงาน	0.63
64.	พนักงานมีความเอาใจใส่และความเต็มใจในการช่วยเหลือ	0.90
65.	พนักงานมีความเป็นมืออาชีพและความสามารถในการแก้ปัญหา	0.68
66.	พนักงานมีมารยาทและความสุภาพ	0.71
67.	พนักงานมีอัธยาศัยที่ดีและมีความเป็นมิตร	0.68
68.	พนักงานแต่งกายที่เหมาะสม	0.72
69.	พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี	0.69
70.	พนักงานสามารถสื่อสารภาษาไทยและภาษาต่างชาติได้เป็นอย่างดี	0.48
71.	รูปแบบการบริการแสดงให้เห็นความสำคัญของวัฒนธรรมท้องถิ่น	0.76
ด้านการจัดรวมผลิตภัณฑ์/บริการ		
72.	ความเหมาะสมของการจัดรวมสินค้าและบริการของสถานที่จัดงานโดยนำเสนอขายแบบ เหมาจ่ายในราคาเดียว	0.67
73.	ความเหมาะสมของการจัดรวมสินค้าและบริการของสถานที่จัดงานร่วมกับธุรกิจอื่นโดย นำเสนอขายแบบเหมาจ่ายในราคาเดียว	0.87
74.	ความเหมาะสมของการจัดโปรแกรมการจัดงานสำเร็จรูปสำหรับงานต่างๆ ตั้งแต่ 2 อย่าง และ 2 งานขึ้นไป โดยนำเสนอขายแบบเหมาจ่ายในราคาเดียว (event package)	0.77
ค่าความเชื่อมั่นรวม		0.97

ตารางภาคผนวก 2 แสดงเหตุผลในการเลือกสถานที่จัดงานที่เป็นโรงแรมของผู้รับบริการ

กลุ่มผู้ใช้บริการ	เหตุผลที่เลือกใช้	
1. สมาคม/ มูลนิธิ	<ul style="list-style-type: none"> ● สะดวกในการเดินทาง (4) ● สะดวกสบาย อุปกรณ์ครบครัน (3) ● มีภาพลักษณ์ที่ดี (2) ● การบริการที่ดี (1) ● มีความใกล้ชิด/รู้จักกับเจ้าของสถานที่ (1) 	<ul style="list-style-type: none"> ● อยู่ในย่านใจกลางเมือง (3) ● ราคาเหมาะสม (2) ● ติดต่ोजัดงานกันเป็นประจำ (2) ● อาหารรสชาติดี (1)
2. บริษัททั่วไป	<ul style="list-style-type: none"> ● สะดวกต่อการเดินทาง (9) ● สร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร (4) ● เป็นพันธมิตรทางการค้า (2) ● ทำเลที่ตั้ง (2) ● บรรยากาศที่ดี (1) 	<ul style="list-style-type: none"> ● สิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน (5) ● รองรับผู้ร่วมงานได้จำนวนมาก (4) ● ความพร้อมของเจ้าหน้าที่ (2) ● เหมาะสำหรับการจัดงานเลี้ยง (1) ● ราคาเหมาะสม (1)
3. องค์กรของ รัฐ/สถาบัน การศึกษาและ องค์กรรัฐวิสาหกิจ	<ul style="list-style-type: none"> ● สะดวกในการเดินทาง (6) ● ราคาเหมาะสม (3) ● มีพันธะสัญญาระหว่างกัน (2) ● พื้นที่สามารถรองรับการจัดงานได้ (2) 	<ul style="list-style-type: none"> ● มีอุปกรณ์ครบครัน (4) ● บริการเป็นมืออาชีพ (3) ● พื้นที่จัดงานได้หลากหลายประเภท (2) ● ง่ายในการบริหารจัดการ (1)
4. ผู้รับจัดงาน มืออาชีพ	<ul style="list-style-type: none"> ● สิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน (5) ● ราคาที่เหมาะสม (3) ● เป็นมืออาชีพ (2) ● สะดวกในการติดตั้งและรื้อถอน (1) ● รองรับผู้เข้าร่วมงานได้จำนวนมาก 	<ul style="list-style-type: none"> ● ความพึงพอใจของลูกค้า (4) ● บรรยากาศที่ดี (2) ● รสชาติของอาหาร (1) ● การบริการที่ดี (1)

ตารางภาคผนวก 3 แสดงเหตุผลในการเลือกสถานที่จัดงานที่เป็นศูนย์ประชุมของผู้รับบริการ

กลุ่มผู้ใช้บริการ	เหตุผลที่เลือกใช้	
1. สมาคม/มูลนิธิ	<ul style="list-style-type: none"> ● พื้นที่จัดงานกว้างขวาง (2) ● มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน (1) 	<ul style="list-style-type: none"> ● ราคาเหมาะสม (1)
2. บริษัททั่วไป	<ul style="list-style-type: none"> ● สถานที่กว้างขวาง (2) ● เป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์ (1) 	<ul style="list-style-type: none"> ● บรรยากาศดี (1) ● ทำเลที่ตั้ง (1)

ตารางภาคผนวก 3 (ต่อ)

กลุ่มผู้ใช้บริการ	เหตุผลที่เลือกใช้	
3. องค์กรของรัฐ/ สถาบันการศึกษา และองค์กรรัฐวิสาหกิจ	<ul style="list-style-type: none"> ● ภาพลักษณ์ที่ดี (3) ● เป็นที่รู้จัก (2) ● สถานที่กว้างขวาง (1) 	<ul style="list-style-type: none"> ● สะดวกในการจอดรถ (2) ● รองรับผู้เข้าร่วมได้จำนวนมาก (1) ● เหมาะกับลักษณะงาน (1)
4. ผู้รับจัดงานมืออาชีพ	<ul style="list-style-type: none"> ● เหมาะกับงานที่จัด (6) ● ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย (3) ● ที่จอดรถกว้างขวาง (2) ● สะดวกในการเดินทาง (2) 	<ul style="list-style-type: none"> ● รองรับผู้ร่วมงานได้จำนวนมาก (4) ● ความพึงพอใจของลูกค้า (3) ● สิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน (2) ● มีความยืดหยุ่นในการจัดงาน (1)

ตารางภาคผนวก 4 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบด้าน
ด้านผลิตภัณฑ์/บริการต่อสถานที่จัดงานของผู้รับบริการ

(N=255)

ประเด็นข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ	กลุ่มย่อย
1. อุปกรณ์และเครื่องมือทันสมัยมีประสิทธิภาพพร้อมใช้งาน	21	14.69	1,2,3,4
2. การบริการมีมาตรฐานต้องได้มาตรฐาน มีคุณภาพเป็นมืออาชีพ	37	25.87	1,2,3,4
3. ปรับปรุงให้ดูใหม่และทันสมัยอยู่เสมอ	12	8.38	1,2,3,4
4. ผลิตภัณฑ์และอุปกรณ์เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	5	3.50	1,3
5. ห้องประชุมปรับเปลี่ยนห้องได้ตามความต้องการ	31	21.68	1,2,3,4
6. ที่จอดรถเปิดนานกว่าปกติในวัน Set up และ Clear พื้นที่	7	4.90	2,4
7. มีเมนูอาหารให้เลือกหลากหลาย	2	1.40	1,3
8. อาหารต้องสด สะอาด ปลอดภัยและเพียงพอ	3	2.10	1,3
9. ระบบแสงเสียงและอุณหภูมิในห้องต้องไม่มีปัญหา	25	17.48	1,2,3
จำนวนผู้ให้ข้อเสนอแนะด้านผลิตภัณฑ์ รวมทั้งสิ้น	143	100.00	1,2,3,4

หมายเหตุ: องค์กรผู้รับบริการกลุ่มย่อย 4 กลุ่ม คือ 1 = สมาคม/มูลนิธิ 2 = บริษัทเอกชน
3 = องค์กรของรัฐ/สถาบันการศึกษา และองค์กรรัฐวิสาหกิจ 4 = ผู้รับจัดงานมืออาชีพ

ตารางภาคผนวก 5 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบด้าน
ด้านราคาต่อสถานที่จัดงานของผู้รับบริการ

(N=255)

ประเด็นข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ	กลุ่มย่อย
1. มีหลายอัตราราคาเพื่อให้ลูกค้าได้เลือกตามความต้องการ	22	17.74	1,2,3,4
2. ราคาสมเหตุสมผลไม่มุ่งหวังกำไรจนเกินไป	10	8.06	1,2,3,4
3. ราคาสมเหตุสมผล ต่อรองได้ตามสภาพความเป็นจริง	42	33.87	1,2,3,4
4. ไม่ควรคิดราคาลูกค้าแบบมีรายละเอียดและเงื่อนไขมากจนเกินไป	17	13.71	2,3,4
5. มีการกำหนดราคาสถานที่จัดงานให้เป็นไปในมาตรฐานเดียวกัน	7	5.65	2,3,4
6. สำหรับการ Set up สถานที่ ควรดเว้นค่าเช่าสถานที่หรือลดราคาให้	18	14.52	1,2,3,4
7. มีระบบการคำนวณค่าใช้จ่ายที่ถูกต้อง แม่นยำ	5	4.03	1,2,3
8. ราคาการจัดประชุมสำหรับสถานศึกษาควรมีมาตรฐานเดียวกัน	3	2.42	3
จำนวนผู้ให้ข้อเสนอแนะด้านราคา รวมทั้งสิ้น	124	100.00	1,2,3,4

หมายเหตุ: องค์การผู้รับบริการกลุ่มย่อย 4 กลุ่ม คือ 1 = สมาคม/มูลนิธิ 2 = บริษัทเอกชน
3 = องค์การของรัฐ/สถาบันการศึกษา และองค์การรัฐวิสาหกิจ 4 = ผู้รับจัดงานมืออาชีพ

ตารางภาคผนวก 6 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบด้าน
ช่องทางการจัดจำหน่ายต่อสถานที่จัดงานของผู้รับบริการ

(N=255)

ประเด็นข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ	กลุ่มย่อย
1. สถานที่ตั้งเข้าถึงง่าย สะดวกและปลอดภัย	21	18.10	1,2,3,4
2. การบริการของพนักงานขายยังไม่เป็นมืออาชีพ	5	4.31	2,3
3. สามารถติดต่อได้ตลอด 24 ชม.	29	25.00	1,2,3,4
4. ช่องทางทางอินเทอร์เน็ตมีการปรับปรุงให้เป็นปัจจุบันเสมอ	7	6.03	4
5. มีช่องทางจัดจำหน่ายเพิ่มมากขึ้นเพื่อสะดวกของลูกค้าที่สนใจ	17	14.66	1,2,3,4
6. ส่งพนักงานขายติดต่อโดยตรงกับหน่วยงานกลุ่มเป้าหมาย	37	31.90	1,2,3,4
จำนวนผู้ให้ข้อเสนอแนะด้านช่องทางการจัดจำหน่าย รวมทั้งสิ้น	116	100.00	1,2,3,4

หมายเหตุ: องค์การผู้รับบริการกลุ่มย่อย 4 กลุ่ม คือ 1 = สมาคม/มูลนิธิ 2 = บริษัทเอกชน
3 = องค์การของรัฐ/สถาบันการศึกษา และองค์การรัฐวิสาหกิจ 4 = ผู้รับจัดงานมืออาชีพ

ตารางภาคผนวก 7 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบด้าน
การส่งเสริมการตลาดต่อสถานที่จัดงานของผู้รับบริการ

(N=255)

ประเด็นข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ	กลุ่มย่อย
1. สิทธิพิเศษสำหรับลูกค้าประจำ	47	27.65	1,2,3,4
2. ประชาสัมพันธ์ด้านการส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง	9	5.29	2,4
3. สถานศึกษามีการส่งเสริมการตลาดน้อย	3	1.76	3
4. ส่งเสริมการตลาดหลากหลายมากขึ้นที่จะสามารถดึงดูดผู้ที่สนใจได้ ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เร็วขึ้น	36	21.18	1,2,3,4
5. ใช้สื่อที่ส่งถึงกลุ่มเป้าหมายโดยตรง	11	6.47	1,2,3,4
6. ทำบัตรวีไอพีสำหรับลูกค้าประจำ	5	2.94	2,4
7. ประชาสัมพันธ์เสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เป็นที่รู้จักต่อ สาธารณชน	29	17.06	1,2,3,4
8. สร้างจุดเด่นให้สถานที่จัดงานเพื่อให้ลูกค้าจดจำได้	8	4.71	2,4
9. ควรมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับงานต่างๆ ที่จัดในสถานที่นั้นๆ	22	12.94	1,2,3,4
จำนวนผู้ให้ข้อเสนอแนะด้านการส่งเสริมการตลาด รวมทั้งสิ้น	170	100.00	1,2,3,4

หมายเหตุ: องค์การผู้รับบริการกลุ่มย่อย 4 กลุ่ม คือ 1 = สมาคม/มูลนิธิ 2 = บริษัทเอกชน
3 = องค์การของรัฐ/สถาบันการศึกษา และองค์การรัฐวิสาหกิจ 4 = ผู้รับจ้างงานมืออาชีพ

ตารางภาคผนวก 8 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบด้าน
สิ่งแวดล้อมทางกายภาพต่อสถานที่จัดงานของผู้รับบริการ

(N=255)

ประเด็นข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ	กลุ่มย่อย
1. กรณีมีหลายงานควรมีป้ายบอกทางชัดเจน	9	5.49	1,2,3,4
2. เปิดเผยให้ลูกค้าทราบถึงมาตรฐานของสถานที่จัดงาน	1	0.61	4
3. บำรุงรักษา ปรับปรุงสถานที่จัดงานให้มีสภาพพร้อมอยู่เสมอ	36	21.95	1,2,3,4
4. ศูนย์ประชุมต้องดูแลให้ใหม่ สะอาดอยู่เสมอแม้ไม่ได้ใช้งาน	5	3.05	4
5. ควรมีพื้นที่สีเขียวทั้งภายในและภายนอกสถานที่จัดงานเพื่อการพักผ่อน หย่อนใจ	20	12.20	2,3,4
6. มีการป้องกันเสียงจากภายนอก	11	6.71	2,4
7. สร้างบรรยากาศของการจัดงานแสดงสินค้า	3	1.82	2,4
8. สถานที่สะอาด สะดวกสบายถูกสุขลักษณะและทันสมัย	79	48.17	1,2,3,4
จำนวนผู้ให้ข้อเสนอแนะด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ รวมทั้งสิ้น	164	100.00	1,2,3,4

หมายเหตุ: องค์การผู้รับบริการกลุ่มย่อย 4 กลุ่ม คือ 1 = สมาคม/มูลนิธิ 2 = บริษัทเอกชน
3 = องค์กรของรัฐ/สถาบันการศึกษา และองค์กรรัฐวิสาหกิจ 4 = ผู้รับจัดงานมืออาชีพ

ตารางภาคผนวก 9 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบด้าน
ด้านกระบวนการบริการต่อสถานที่จัดงานของผู้รับบริการ

(N=255)

ประเด็นข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ	กลุ่มย่อย
1. มีเจ้าหน้าที่คอยช่วยเหลือยามฉุกเฉิน	21	14.48	1,2,3,4
2. อุปกรณ์ต้องครบในทุกขั้นตอนของกระบวนการบริการ	5	3.45	1,3
3. ให้ความสำคัญกับกระบวนการบริการตั้งแต่เริ่มต้นติดต่อจนจบการบริการ	33	22.76	1,2,3
4. การจัดเจ้าหน้าที่รับผิดชอบต้องรู้ถึงความต้องการของลูกค้า	12	8.28	1,2,3,4
5. มีการประสานงานระหว่างแผนกต่างๆ ของสถานที่จัดงาน	42	28.96	1,2,3,4
6. มีบริการหลังเสร็จสิ้นงานเพื่อติดตามความพึงพอใจ	3	2.07	3,4
7. กระบวนการบริการตระหนักถึงคุณภาพและมาตรฐานของการบริการมาเป็นอันดับแรก	3	2.07	3
8. กระบวนการบริการได้มาตรฐานตามที่ตกลงไว้กับลูกค้า	9	6.21	1,3
9. บริการทั่วถึง เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า	17	11.72	1,2,3
จำนวนผู้ให้ข้อเสนอแนะด้านกระบวนการบริการ รวมทั้งสิ้น	145	100.00	1,2,3,4

หมายเหตุ: องค์การผู้รับบริการกลุ่มย่อย 4 กลุ่ม คือ 1 = สมาคม/มูลนิธิ 2 = บริษัทเอกชน
3 = องค์การของรัฐ/สถาบันการศึกษา และองค์การรัฐวิสาหกิจ 4 = ผู้รับจัดงานมืออาชีพ

ตารางภาคผนวก 10 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบด้าน
ด้านพนักงานต่อสถานที่จัดงานของผู้รับบริการ

(N=255)

ประเด็นข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ	กลุ่มย่อย
1. พนักงานมีไมตรีจิตในการให้บริการและเป็นมืออาชีพ	41	25.95	1,2,3,4
2. ให้บริการแบบเท่าเทียมกัน	20	12.66	2,3
3. ทีมงานเข้าใจในเนื้องานและผู้จัดงานว่าต้องการอะไรบ้าง	6	3.80	2,3,4
4. พนักงานมีความรู้ แม่นยำและเข้าใจงาน	5	3.16	2,3
5. มีมารยาท พูดจาไพเราะ สุภาพ ยิ้มแย้มเสมอ	31	19.62	1,2,3,4
6. พนักงานขายไม่ค่อยมีการติดต่อหลังการเซ็นสัญญาไปแล้ว	9	5.70	3,4
7. พัฒนาพนักงานให้มีความเป็นมืออาชีพ ตามมาตรฐานสากล	18	11.39	1,2,3,4
8. อบรมพนักงานอย่างสม่ำเสมอและพัฒนาด้านภาษา	15	9.49	1,2,3
9. จัดเตรียมพนักงานให้เพียงพอกับจำนวนงานที่อาจเกิดขึ้นพร้อมกัน	13	8.23	1,2,3
จำนวนผู้ให้ข้อเสนอแนะด้านพนักงาน รวมทั้งสิ้น	158	100.00	1,2,3,4

หมายเหตุ: องค์การผู้รับบริการกลุ่มย่อย 4 กลุ่ม คือ 1 = สมาคม/มูลนิธิ 2 = บริษัทเอกชน
3 = องค์การของรัฐ/สถาบันการศึกษา และองค์การรัฐวิสาหกิจ 4 = ผู้รับจัดงานมืออาชีพ

ตารางภาคผนวก 11 แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบด้าน
ด้านการจัดรวมผลิตภัณฑ์/บริการต่อสถานที่จัดงานของผู้รับบริการ

(N=255)

ประเด็นข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ	กลุ่มย่อย
1. มีความหลากหลายให้เลือกตามความเหมาะสมของผู้จัดประชุม	12	7.55	1,2,3,4
2. คำนึงถึงความต้องการของผู้จัดงานเป็นหลักให้เหมาะกับลูกค้าแต่ละรายไป	59	37.10	1,2,3,4
3. One stop service เพื่อความสะดวกแก่ลูกค้า	23	14.47	1,2,3,4
4. โปรแกรมสามารถยืดหยุ่นได้ตามองค์กรที่จัดงาน	27	16.98	1,2,3,4
5. มีความแตกต่างอย่างเห็นได้ชัดเมื่อเปรียบเทียบกับบริการแยกซื้อ	15	9.43	1,2,3
6. สามารถเบิกจ่ายได้ไม่ขัดกับระเบียบองค์กรโดยการเหมาจ่ายรายหัว	17	10.70	3
7. ราคาเหมาจ่ายต้องไม่แพงมากและมีตัวอย่างให้ชมก่อนเสนอราคา	6	3.77	2,3,4
จำนวนผู้ให้ข้อเสนอแนะด้านการจัดรวมผลิตภัณฑ์/บริการ รวมทั้งสิ้น	159	100.00	1,2,3,4

หมายเหตุ: องค์การผู้รับบริการกลุ่มย่อย 4 กลุ่ม คือ 1 = สมาคม/มูลนิธิ 2 = บริษัทเอกชน
3 = องค์การของรัฐ/สถาบันการศึกษา และองค์การรัฐวิสาหกิจ 4 = ผู้รับจัดงานมืออาชีพ

ภาคผนวก ข
แบบสัมภาษณ์
แบบสอบถาม

แบบสัมภาษณ์

เรื่อง แนวทางการกำหนดมาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง
Guidelines for Standardizing the Venues for MICE Industry
in Lower Southern, Thailand

แบบสัมภาษณ์สำหรับกลุ่มผู้ให้บริการสถานที่จัดงาน

คำชี้แจงประกอบแบบสัมภาษณ์ :

1. แบบสัมภาษณ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยเพื่อศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการกำหนดมาตรฐานสถานที่จัดงานและปัญหาจากการดำเนินธุรกิจสถานที่จัดงานประเภทศูนย์ประชุมสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ของกลุ่มผู้ให้บริการสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการหรือผู้บริหารที่ให้บริการสถานที่จัดงานที่เป็นศูนย์ประชุม (convention center) และกลุ่มสถานที่จัดงานที่อยู่ในโรงแรม (convention hotel) ซึ่งข้อมูลที่ได้รับจากแบบสัมภาษณ์จะถูกรวบรวมเพื่อใช้ในการการศึกษา และเป็นประโยชน์ต่อการเสนอแนวทางการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่างต่อไป

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ เป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งของการศึกษาในระดับปริญญาโท สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ข้อมูลดังกล่าวจะถูกเก็บไว้เป็นความลับและผลของข้อมูลจะวิเคราะห์ในภาพรวมทั้งนี้จะนำไปใช้ประโยชน์เพื่อการวิจัยเท่านั้น

แบบสัมภาษณ์ชุดนี้แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 : ข้อมูลเบื้องต้นและการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสถานที่จัดงาน

ตอนที่ 2 : มุมมองเกี่ยวกับธุรกิจสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ ในภาคใต้ตอนล่าง

ตอนที่ 3 : มุมมองด้านมาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง

ข้อเสนอแนะอื่นๆ

ขอขอบพระคุณในความอนุเคราะห์ของท่านสำหรับความร่วมมือในการสัมภาษณ์และการเสียสละเวลาอันมีค่าของท่าน

จันทร์จิตต์ ฐณะศิริ

นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว

คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าข้อความหรือเติมข้อความลงในช่องว่างที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

ตอนที่ 1 : ข้อมูลเบื้องต้นและการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสถานที่จัดงาน

1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล

1. เพศ

1. ชาย

2. หญิง

2. อายุ.....ปี

3. ตำแหน่ง.....

4. ประสบการณ์ในการรับผิดชอบในการจัดงาน..... ปี

1.2 ข้อมูลทั่วไปขององค์กร

1. ชื่อองค์กร.....

2. ที่อยู่.....ถนน.....อำเภอ.....

จังหวัด.....รหัสไปรษณีย์.....โทร.....

เว็บไซต์.....

อีเมล.....

3. ประเภทของสถานที่จัดงาน

1. สถานที่จัดงานที่อยู่ในโรงแรม (Convention hotel)

2. สถานที่จัดงานที่เป็นศูนย์ประชุม (Convention center)

ตอนที่ 2 : มุมมองเกี่ยวกับธุรกิจสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง

1. ท่านคิดว่าธุรกิจสถานที่จัดงานมีความสำคัญกับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง อย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. ท่านได้รับการสนับสนุนการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์จากหน่วยงานใดบ้างและได้รับการสนับสนุนอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. ท่านคิดว่าอุปสรรคและปัญหาจากการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ มีอะไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ตอนที่ 3 : มุมมองด้านมาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง

ท่านคิดว่าองค์ประกอบที่มีความสำคัญในการกำหนดปัจจัยในการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง

องค์ประกอบ	ความคิดเห็น
1. ขนาดของพื้นที่ในการจัดนิทรรศการและจัดเลี้ยง	
2. คุณภาพของพื้นที่ในการจัดนิทรรศการและจัดเลี้ยง มีสภาพเรียบร้อยพร้อมใช้ ไม่มีส่วนชำรุด เสียหาย	
3. ขนาดของห้องประชุม	
4. จำนวนของห้องประชุม	
5. คุณภาพของห้องประชุมมีสภาพเรียบร้อยพร้อมใช้ ไม่มีส่วนชำรุด เสียหาย	
6. จำนวนของเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการประชุม	
7. คุณภาพของเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการประชุมมีสภาพเรียบร้อยพร้อมใช้ ไม่มีส่วนชำรุด เสียหาย	
8. ปริมาณของอาหารและเครื่องดื่มเพียงพอ	
9. คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่มที่มีความสะอาด ปลอดภัย รสชาติดี	
10. ความหลากหลายของอาหารและเครื่องดื่ม	
11. มีห้องน้ำแยก ชาย-หญิง อยู่ในบริเวณที่ใช้ได้ สะดวก ปลอดภัยและสะอาด	
12. ราคาที่เหมาะสมกับสิ่งอำนวยความสะดวกของสถานที่จัดงาน	
13. ราคาที่มีความยืดหยุ่นและสามารถต่อรองได้	
14. ประสิทธิภาพของการเรียกเก็บค่าใช้จ่าย	
15. มีขั้นตอนการตรวจสอบค่าใช้จ่ายที่ง่ายและสะดวกประชุม	
16. สถานที่ตั้งที่มีความเหมาะสมของสถานที่จัดงาน	
17. ความสะดวกในการเข้าถึงสถานที่จัดงาน	

องค์ประกอบ	ความคิดเห็น
18. ความปลอดภัยของสถานที่จัดงาน	
19. มีช่องทางเข้าออกสำหรับพนักงาน	
20. ที่จอดรถที่สะดวก และปลอดภัย	
21. มีจุดขนถ่ายอุปกรณ์สำหรับผู้จัดประชุม	
22. มีที่จอดรถเพียงพอสำหรับผู้จัดและผู้เข้าร่วมประชุม	
23. ระบบการบริการจองล่วงหน้าที่สะดวก	
24. มีแผนการประหยัด/อนุรักษ์พลังงานและปฏิบัติจริง	
25. มีแผนงานและกิจกรรมที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	
26. ส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ โดยคำนึงถึงความยั่งยืนโดยใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด	
27. สถานที่จัดงานและบริเวณห้องรับแขกสะอาดและได้รับการดูแลอย่างดี	
28. สถานที่จัดงานและบริเวณห้องรับแขกมีบรรยากาศที่ดี มีอุณหภูมิเหมาะสม	
29. ห้องประชุมตกแต่งอย่างทันสมัย	
30. สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในศูนย์บริการ	
31. โต๊ะ/เก้าอี้เพียงพอและอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน	
32. มีผนังห้องสามารถซับเสียงจากภายนอกและภายในห้องประชุมได้	
33. มีพัดลมในห้องที่ไม่มีเครื่องปรับอากาศ	
34. มีพัดลมระบายอากาศแยกส่วนสำหรับบริเวณที่อนุญาตให้สูบบุหรี่	
35. มีแผนผัง หรือป้ายทางหนีไฟ หรือป้ายทางออกฉุกเฉิน	
36. มีไฟแสงสว่างฉุกเฉิน	

องค์ประกอบ	ความคิดเห็น
37. ระบบควบคุมไฟฟ้าที่มีประสิทธิภาพ	
38. มีระบบควบคุมเครื่องปรับอากาศ	
39. มีระบบตรวจเช็คความปลอดภัยตลอด 24 ชม.	
40. มีเครื่องดับเพลิงและสายฉีดน้ำดับเพลิงที่มีประสิทธิภาพพร้อมใช้งาน	
41. มี Sprinkle ที่ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อยู่ในตำแหน่งเหมาะสม	
42. มีห้องปฐมพยาบาลให้บริการ	
43. มีพื้นที่จอดรถสำหรับคนพิการ	
44. การออกแบบให้สามารถใช้แสงจากธรรมชาติเพื่อประหยัดพลังงาน	
45. ระบบแสงสว่างที่เหมาะสม	
46. ระบบระบายอากาศที่ดี	
47. ใช้วัสดุอุปกรณ์และเทคโนโลยีที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	
48. เครื่องหมายและสัญลักษณ์บอกทิศทางที่เพียงพอ	
49. มีบริการอาหารและเครื่องดื่มสำหรับผู้เข้าประชุม	
50. มีการจัดอุปกรณ์สำหรับการรับประทานอาหารที่เหมาะสม	
51. มีลิฟต์สำหรับขนอาหารจากห้องครัวโดยเฉพาะ	
52. มีลิฟต์ขนของที่กว้างและสูงพอที่จะขนสินค้าและอุปกรณ์ขนาดใหญ่ได้	
53. ฝ่ายจัดงานสามารถเข้าพื้นที่จัดงานได้ตลอด 24 ชม. เพื่อเตรียมงานล่วงหน้า โดยผ่านระบบรักษาความปลอดภัย	
54. อำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการทุกประเภทสำหรับการใช้บริการ และการเข้าออกพื้นที่	
55. มีป้ายบอกทางไปที่จัดประชุมทั่วทั้งสถานที่	
56. มีระบบการบริการทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ทันสมัย	

องค์ประกอบ	ความคิดเห็น
57. มีการบริหารจัดการขยะที่มีประสิทธิภาพ	
58. มีระบบกำจัดกลิ่น ควัน จากครัว หรือห้องปฏิบัติการ	
59. มีพื้นที่จอดรถสำหรับฝ่ายจัดพร้อมป้ายบอกที่ชัดเจน	
60. เคารพความแตกต่างทางเชื้อชาติ ศาสนา วัฒนธรรมและให้การปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันแก่ทุกเพศ ทุกวัย และทุกสถานภาพ	
61. พนักงานมีความสามารถในการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดงาน	
62. พนักงานมีความเต็มใจและความตั้งใจในการทำงาน (ใจรักในงานบริการ)	
63. พนักงานมีประสิทธิภาพในการทำงาน	
64. พนักงานมีความเอาใจใส่และความเต็มใจในการช่วยเหลือ	
65. พนักงานมีความเป็นมืออาชีพและความสามารถในการแก้ปัญหา	
66. พนักงานมีมารยาทและความสุภาพ	
67. พนักงานมีอัธยาศัยที่ดีและมีความเป็นมิตร	
68. พนักงานแต่งกายที่เหมาะสม	
69. พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี	
70. พนักงานสามารถสื่อสารภาษาไทยและภาษาต่างชาติได้เป็นอย่างดี	
71. รูปแบบการบริการแสดงให้เห็นความสำคัญของวัฒนธรรมท้องถิ่น	
72. ความเหมาะสมของการจัดรวมสินค้าและบริการของสถานที่จัดงานโดยนำเสนอขายแบบเหมาจ่ายในราคาเดียว	

องค์ประกอบ	ความคิดเห็น
73. ความเหมาะสมของการจัดรวมสินค้าและบริการของสถานที่จัดงานร่วมกับธุรกิจอื่นโดยนำเสนอขายแบบเหมาจ่ายในราคาเดียว	
74. ความเหมาะสมของการจัดโปรแกรมการจัดงานสำเร็จรูปสำหรับงานต่างๆ ตั้งแต่ 2 อย่างและ 2 งานขึ้นไป โดยนำเสนอขายแบบเหมาจ่ายในราคาเดียว (event package)	

แบบสอบถาม

เรื่อง แนวทางการกำหนดมาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง
 Guidelines for Standardizing the Venues for MICE Industry
 in Lower Southern, Thailand

แบบสอบถามสำหรับกลุ่มลูกค้าผู้รับบริการสถานที่จัดงาน

คำชี้แจงประกอบแบบสอบถาม :

1. แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยเพื่อศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรม ความต้องการและทัศนคติของกลุ่มลูกค้าผู้รับบริการสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง ได้แก่ กลุ่มผู้รับบริการ กลุ่มที่เป็นเจ้าภาพจัดงาน ที่เป็นกิจกรรมอันเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ ในระดับองค์กร ซึ่งข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามจะถูกรวบรวมเพื่อใช้ในการศึกษา และเป็นประโยชน์ต่อการเสนอแนวทางการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่างต่อไป
2. การเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ เป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งของการศึกษาในระดับปริญญาโท สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ข้อมูลดังกล่าวจะถูกเก็บไว้เป็นความลับและผลของข้อมูลจะวิเคราะห์ในภาพรวมทั้งนี้จะนำไปใช้ประโยชน์เพื่อการวิจัยเท่านั้น

แบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 : ข้อมูลขององค์กรที่ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 : ทัศนคติของผู้รับบริการต่อระดับความสำคัญของเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบ
มาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง

ตอนที่ 3 : ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ

ขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่านสำหรับความร่วมมือในการกรอก
แบบสอบถามชุดนี้และการเสียสละเวลาอันมีค่าของท่าน

จันทร์จิตต์ ฐนะศิริ

นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว

คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ตอนที่ 1 : ข้อมูลขององค์กรที่ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : ส่วนที่ 1 ประกอบด้วย 2 ชุดคำถาม คือ ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล และพฤติกรรมกรรมการจัดงาน MICE ขององค์กร โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าข้อความหรือเติมข้อความลงในช่องว่างที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

ชุดที่ 1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล

1. เพศ

1. ชาย

2. หญิง

2. อายุ..... ปี

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี

2. ปริญญาตรี

3. ปริญญาโท

4. ปริญญาเอก

4. ตำแหน่ง.....

5. ประสบการณ์ในการรับผิดชอบในการจัดงาน..... ปี

6. ประเภทขององค์กรที่ท่านสังกัด

1. สมาคม/มูลนิธิ

2. บริษัททั่วไป

3. องค์กรของรัฐ/สถาบันการศึกษา/องค์กรรัฐวิสาหกิจ

4. ผู้ให้บริการด้านวิชาชีพไมซ์: ผู้รับจัดงานมืออาชีพ (Professional Organizer)

ชุดที่ 1.2 : แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการจัดงาน MICE ขององค์กร

1. ประเภทของงาน (Event) ที่ในองค์กรหรือหน่วยงานของท่านเข้าร่วม ในช่วงปี 2552 – 2556 (เท่าที่ท่านทราบ) (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1. การจัดการประชุมสัมมนาภายในองค์กร (Meetings)
- 2. การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและมีกิจกรรมการประชุมร่วมด้วย (Incentives)
- 3. การจัดประชุม สัมมนาและจัดเลี้ยงขององค์กรร่วมกับองค์กรอื่น (Conventions)
- 4. การจัดแสดงนิทรรศการ (Exhibitions)
- 5. การจัดแสดงสินค้า (Trade Shows)
- 6. งานเลี้ยงต่างๆ (Banquets)
- 7. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

2. ประเภทของงาน (Event) ที่ในองค์กรหรือหน่วยงานของท่านจะเข้าร่วมในอนาคต ในช่วงปี 2557 – 2558 (เท่าที่ท่านทราบ) (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- 1. การจัดการประชุมสัมมนาภายในองค์กร (Meetings)
- 2. การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและมีกิจกรรมการประชุมร่วมด้วย
- 3. การจัดประชุม สัมมนาและจัดเลี้ยงขององค์กรร่วมกับองค์กรอื่น (Conventions)
- 4. การจัดแสดงนิทรรศการ (Exhibitions)
- 5. การจัดแสดงสินค้า (Trade Shows)
- 6. งานเลี้ยงต่างๆ (Banquets)
- 7. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

3. ในช่วงปี พ.ศ. 2552 – 2556 ในองค์กรหรือหน่วยงานของท่านได้เข้าร่วมงานมาแล้ว
รวมเฉลี่ย.....ครั้ง/ปี

4. ในช่วงปี พ.ศ. 2557 – 2558 ในองค์กรหรือหน่วยงานของท่านจะเข้าร่วมงาน
รวมเฉลี่ย.....ครั้ง/ปี

5. ในองค์กรหรือหน่วยงานของท่านเลือกเข้าร่วมสถานที่จัดงาน (Venue) ชนิดใดมากที่สุด

1. สถานที่จัดงานที่อยู่ในโรงแรม (Convention Hotel)
โปรดระบุเหตุผลที่เลือก.....
2. ศูนย์ประชุม (Convention Center)
โปรดระบุเหตุผลที่เลือก.....
3. อื่นๆ (โปรดระบุ).....
โปรดระบุเหตุผลที่เลือก.....

6. ในองค์กรหรือหน่วยงานของท่าน ใครคือผู้ตัดสินใจคนสุดท้ายในการเลือกสถานที่จัดงาน

1. ประธานกรรมการหรือหัวหน้าองค์กรคนเดียว
2. คณะกรรมการขององค์กรตัดสินใจร่วมกัน
3. ตัวท่านเอง
4. อื่นๆ (โปรดระบุตำแหน่ง).....

ตอนที่ 2 : แบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติของผู้รับบริการต่อระดับความสำคัญของเกณฑ์มาตรฐานตามองค์ประกอบมาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง
คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ○ ล้อมรอบตัวเลขแสดงระดับความสำคัญขององค์ประกอบในการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานสถานที่จัดงานในภาคใต้ตอนล่างแต่ละข้อความ ตามระดับความสำคัญเพียงระดับเดียว

ระดับความสำคัญ: มากที่สุด = 5 มาก = 4
ปานกลาง = 3 น้อย = 2 น้อยที่สุด = 1

องค์ประกอบ	ระดับความสำคัญ
1. ขนาดของพื้นที่ในการจัดนิทรรศการและจัดเลี้ยง	5 4 3 2 1
2. คุณภาพของพื้นที่ในการจัดนิทรรศการและจัดเลี้ยงมีสภาพเรียบร้อยพร้อมใช้ ไม่มีส่วนชำรุด เสียหาย	5 4 3 2 1
3. ขนาดของห้องประชุม	5 4 3 2 1
4. จำนวนของห้องประชุม	5 4 3 2 1
5. คุณภาพของห้องประชุมมีสภาพเรียบร้อยพร้อมใช้ ไม่มีส่วนชำรุด เสียหาย	5 4 3 2 1
6. จำนวนของเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการประชุม	5 4 3 2 1
7. คุณภาพของเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการประชุมมีสภาพเรียบร้อยพร้อมใช้ ไม่มีส่วนชำรุด เสียหาย	5 4 3 2 1
8. ปริมาณของอาหารและเครื่องดื่มมีเพียงพอ	5 4 3 2 1
9. คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่มที่มีความสะอาด ปลอดภัย รสชาติดี	5 4 3 2 1
10. ความหลากหลายของอาหารและเครื่องดื่ม	5 4 3 2 1
11. มีห้องน้ำแยก ชาย-หญิง อยู่ในบริเวณที่ใช้ได้สะดวก ปลอดภัยและสะอาด	5 4 3 2 1
12. ราคาที่เหมาะสมกับสิ่งอำนวยความสะดวกของสถานที่จัดงาน	5 4 3 2 1
13. ราคาที่มีความยืดหยุ่นและสามารถต่อรองได้	5 4 3 2 1
14. ประสิทธิภาพของการเรียกเก็บค่าใช้จ่าย	5 4 3 2 1
15. มีขั้นตอนการตรวจสอบค่าใช้จ่ายที่ง่ายและสะดวกประชุม	5 4 3 2 1
16. สถานที่ตั้งที่มีความเหมาะสมของสถานที่จัดงาน	5 4 3 2 1

องค์ประกอบ	ระดับความสำคัญ
17. ความสะดวกในการเข้าถึงสถานที่จัดงาน	5 4 3 2 1
18. ความปลอดภัยของสถานที่จัดงาน	5 4 3 2 1
19. มีช่องทางเข้าออกสำหรับพนักงาน	5 4 3 2 1
20. ที่จอดรถที่สะดวก และปลอดภัย	5 4 3 2 1
21. มีจุดขนถ่ายอุปกรณ์สำหรับผู้จัดประชุม	5 4 3 2 1
22. มีที่จอดรถเพียงพอสำหรับผู้จัดและผู้เข้าร่วมประชุม	5 4 3 2 1
23. ระบบการบริการจองล่วงหน้าที่สะดวก	5 4 3 2 1
24. มีแผนการประหยัด/อนุรักษ์พลังงานและปฏิบัติจริง	5 4 3 2 1
25. มีแผนงานและกิจกรรมที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม	5 4 3 2 1
26. ส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ โดยคำนึงถึงความยั่งยืนโดยใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด	5 4 3 2 1
27. สถานที่จัดงานและบริเวณห้องรับแขกสะอาดและได้รับการดูแลอย่างดี	5 4 3 2 1
28. สถานที่จัดงานและบริเวณห้องรับแขกมีบรรยากาศที่ดี มีอุณหภูมิเหมาะสม	5 4 3 2 1
29. ห้องประชุมตกแต่งอย่างทันสมัย	5 4 3 2 1
30. สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในศูนย์บริการ	5 4 3 2 1
31. โต๊ะ/เก้าอี้เพียงพอและอยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน	5 4 3 2 1
32. มีผนังห้องสามารถซับเสียงจากภายนอกและภายในห้องประชุมได้	5 4 3 2 1
33. มีพัดลมในห้องที่ไม่มีเครื่องปรับอากาศ	5 4 3 2 1
34. มีพัดลมระบายอากาศแยกส่วนสำหรับบริเวณที่อนุญาตให้สูบบุหรี่	5 4 3 2 1
35. มีแผนผัง หรือป้ายทางหนีไฟ หรือป้ายทางออกฉุกเฉิน	5 4 3 2 1
36. มีไฟแสงสว่างฉุกเฉิน	5 4 3 2 1
37. ระบบควบคุมไฟฟ้าไฟฟ้าที่มีประสิทธิภาพ	5 4 3 2 1
38. มีระบบควบคุมเครื่องปรับอากาศ	5 4 3 2 1
39. มีระบบตรวจเช็คความปลอดภัยตลอด 24 ชม.	5 4 3 2 1
40. มีเครื่องดับเพลิงและสายฉีดน้ำดับเพลิงที่มีประสิทธิภาพพร้อมใช้งาน	5 4 3 2 1
41. มี Sprinkle ที่ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อยู่ในตำแหน่งเหมาะสม	5 4 3 2 1

องค์ประกอบ	ระดับความสำคัญ
42. มีห้องปฐมพยาบาลให้บริการ	5 4 3 2 1
43. มีพื้นที่จอดรถสำหรับคนพิการ	5 4 3 2 1
44. การออกแบบให้สามารถใช้แสงจากธรรมชาติเพื่อประหยัดพลังงาน	5 4 3 2 1
45. ระบบแสงสว่างที่เหมาะสม	5 4 3 2 1
46. ระบบระบายอากาศที่ดี	5 4 3 2 1
47. ใช้วัสดุอุปกรณ์และเทคโนโลยีที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	5 4 3 2 1
48. เครื่องหมายและสัญลักษณ์บอกทิศทางที่เพียงพอ	5 4 3 2 1
49. มีบริการอาหารและเครื่องดื่มสำหรับผู้เข้าประชุม	5 4 3 2 1
50. มีการจัดอุปกรณ์สำหรับการรับประทานที่เหมาะสม	5 4 3 2 1
51. มีลิฟต์สำหรับขนอาหารจากห้องครัวโดยเฉพาะ	5 4 3 2 1
52. มีลิฟต์ขนของที่กว้างและสูงพอที่จะขนสินค้าและอุปกรณ์ขนาดใหญ่ได้	5 4 3 2 1
53. ฝ่ายจัดงานสามารถเข้าพื้นที่จัดงานได้ตลอด 24 ชม. เพื่อเตรียมงานล่วงหน้า โดยผ่านระบบรักษาความปลอดภัย	5 4 3 2 1
54. อำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการทุกประเภทสำหรับการใช้บริการ และการเข้าออกพื้นที่	5 4 3 2 1
55. มีป้ายบอกทางไปที่จัดประชุมทั่วทั้งสถานที่	5 4 3 2 1
56. มีระบบการบริการทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ทันสมัย	5 4 3 2 1
57. มีการบริหารจัดการขยะที่มีประสิทธิภาพ	5 4 3 2 1
58. มีระบบกำจัดกลิ่น ควัน จากครัว หรือห้องปฏิบัติการ	5 4 3 2 1
59. มีพื้นที่จอดรถสำหรับฝ่ายจัดพร้อมป้ายบอกที่ชัดเจน	5 4 3 2 1
60. เคารพความแตกต่างทางเชื้อชาติ ศาสนา วัฒนธรรมและให้การปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันแก่ทุกเพศ ทุกวัย และทุกสถานภาพ	5 4 3 2 1
61. พนักงานมีความสามารถในการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดงาน	5 4 3 2 1
62. พนักงานมีความเต็มใจและความตั้งใจในการทำงาน (ใจรักในงานบริการ)	5 4 3 2 1
63. พนักงานมีประสิทธิภาพในการทำงาน	5 4 3 2 1
64. พนักงานมีความเอาใจใส่และความเต็มใจในการช่วยเหลือ	5 4 3 2 1

องค์ประกอบ	ระดับความสำคัญ
65. พนักงานมีความเป็นมืออาชีพและความสามารถในการแก้ปัญหา	5 4 3 2 1
66. พนักงานมีมารยาทและความสุภาพ	5 4 3 2 1
67. พนักงานมีอัธยาศัยที่ดีและมีความเป็นมิตร	5 4 3 2 1
68. พนักงานแต่งกายที่เหมาะสม	5 4 3 2 1
69. พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี	5 4 3 2 1
70. พนักงานสามารถสื่อสารภาษาไทยและภาษาต่างชาติได้เป็นอย่างดี	5 4 3 2 1
71. รูปแบบการบริการแสดงให้เห็นความสำคัญของวัฒนธรรมท้องถิ่น	5 4 3 2 1
72. ความเหมาะสมของการจัดรวมสินค้าและบริการของสถานที่จัดงานโดยนำเสนอขายแบบเหมาจ่ายในราคาเดียว	5 4 3 2 1
73. ความเหมาะสมของการจัดรวมสินค้าและบริการของสถานที่จัดงานร่วมกับธุรกิจอื่นโดยนำเสนอขายแบบเหมาจ่ายในราคาเดียว	5 4 3 2 1
74. ความเหมาะสมของการจัดโปรแกรมการจัดงานสำเร็จรูปสำหรับงานต่างๆ ตั้งแต่ 2 อย่างและ 2 งานขึ้นไป โดยนำเสนอขายแบบเหมาจ่ายในราคาเดียว (event package)	5 4 3 2 1

คำชี้แจง : โปรดเติมข้อความลงในช่องว่างที่ตรงกับความจริงมากที่สุด

ตอนที่ 3 : ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ สำหรับแนวทางการกำหนดมาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง ที่เป็นศูนย์ประชุม (Convention Center) และที่อยู่ในโรงแรม (Convention Hotel) ในภาพรวมในแต่ละปัจจัยทั้ง 8 ด้าน

ภาพรวมปัจจัยทั้ง 8 ด้าน	ข้อเสนอแนะ
1.ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ (product/service)	
2. ด้านราคา (price)	
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (place)	
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (promotion)	
5.ด้านสิ่งแวดลอมทางกายภาพ (physical evidence)	
6. ด้านกระบวนการบริการ (process)	
7. ด้านพนักงาน (people)	
8. ด้านการจัดรวมผลิตภัณฑ์/ บริการ (package)	
9. ด้านอื่นๆ	

ภาคผนวก ค
ประวัติผู้วิจัย

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ สุกกล	นางสาวจันทร์จิตต์ ฐณะศิริ	
รหัสประจำตัวนักศึกษา	5510521014	
วุฒิ	ชื่อสถาบัน	ปีที่สำเร็จการศึกษา
ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาการโรงแรม (เกียรตินิยมอันดับ 1)	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ฉะบุนบุรี	2549

การตีพิมพ์เผยแพร่ผลงาน

จันทร์จิตต์ ฐณะศิริ. 2558. แนวทางการกำหนดมาตรฐานสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ตอนล่าง. การประชุมวิชาการและเสนอผลงานวิจัยระดับนานาชาติ ครั้งที่ 1, 22-23 มกราคม 2558 ณ โรงแรมร้อยเกาะ อ.เมือง จ.สุราษฎร์ธานี