คุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงาน ในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา

Effects of Organizer Entrepreneur Characteristics Towards the Business Performance in MICE Industry, Songkhla Province

พรณพรรษ หนูดี

Pornnapas Nudee

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Master of Business Administration in Tourism Management Prince of Songkla University

2558

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ชื่อวิทยานิพนธ์ คุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา
ผู้เขียน นางสาวพรณพรรษ หนูดี
สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ (ร้อยโทหญิง) ดร.เกิดศิริ เจริญวิศาล)

คณะกรรมการสอบ

.....ประธานกรรมการ
(ดร.วัลภา พัฒนา)

.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ (ร้อยโทหญิง) ดร.เกิดศิริ เจริญวิศาล)

.....กรรมการ
(ดร.ธีรศักดิ์ จินดาบถ)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ อนุมัติให้นับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา ตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.ธีระพล ศรีชนะ)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ขอรับรองว่า ผลงานวิจัยนี้มาจากการศึกษาวิจัยของนักศึกษาเอง และได้แสดงความขอบคุณบุคคลที่มีส่วนช่วยเหลือแล้ว

ลงชื่อ.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ (ร้อยโทหญิง) ดร.เกิดศิริ เจริญวิศาล)
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ลงชื่อ.....
(นางสาวพรณพรรษ หนูดี)
นักศึกษา

ข้าพเจ้าขอรับรองว่า ผลงานวิจัยนี้ไม่เคยเป็นส่วนหนึ่งในการอนุมัติปริญญาในระดับใดมาก่อน และไม่ได้ถูกใช้ในการยื่นขออนุมัติปริญญาในขณะนี้

ลงชื่อ.....
(นางสาวพรณพรรษ หนูดี)
นักศึกษา

ชื่อวิทยานิพนธ์ คุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา
ผู้เขียน นางสาวพรณพรรษ หนูดี
สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว
ปีการศึกษา 2557

บทคัดย่อ

คุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ (2) ศึกษาระดับความสำคัญของคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา (3) วิเคราะห์องค์ประกอบคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา (4) เพื่อนำเสนอแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา มีวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยการสุ่มแบบไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็น คือ สุ่มแบบลูกบอลหิมะ (Snowball Sampling) และใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล ใช้สถิติการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) และวิธีการการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ขอตัวแปร ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อให้ได้มาซึ่งสมการพยากรณ์ตัวแปรตามของงานวิจัย คือ ผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงาน จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 224 คน โดยแบ่งเป็นผู้ให้บริการดำเนินการจัดงาน 96 คน และผู้รับบริการดำเนินการจัดงาน 128 คน ที่สามารถสรุปในรูปของตารางแสดงค่าสถิติที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบการบรรยายความ เมื่อให้ผลการดำเนินงานเป็นตัวแปรตาม และมีตัวแปรพยากรณ์ที่มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จะมีองค์ประกอบที่สามารถพยากรณ์ผลการดำเนินงานได้ 5 องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบด้านความเป็นผู้นำ องค์ประกอบความสามารถด้านการจัดการ องค์ประกอบด้านประสบการณ์ในงานบริการในอุตสาหกรรมไมซ์ องค์ประกอบด้านบุคลิกภาพ องค์ประกอบด้านมนุษย์สัมพันธ์ ซึ่งสมการพยากรณ์ดังกล่าวมีค่า R^2 (ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ) เท่ากับ 0.53 หรือกล่าวได้ว่าองค์ประกอบดังกล่าวข้างต้นนั้น สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของผลการดำเนินงาน ได้ถึงร้อยละ 53

Thesis Title Effects of Organizer Entrepreneur Characteristics Towards the Business Performance in MICE Industry, Songkhla Province
Author Miss Pornnapas Nudee
Major Program Tourism Management
Academic year 2014

ABSTRACT

The purpose of this research were to: (1) study entrepreneur specific characteristics features in MICE Industry; (2) study the important level of entrepreneur specific characteristics features in MICE Industry, Songkhla Province; (3) to analyze the factors of organizer entrepreneur specific characteristics features variables towards the business performance in MICE Industry, Songkhla Province; (4) study the promotion and development guidelines for organizer entrepreneur in MICE Industry, Songkhla Province.

The primary methodology was a documentary research. Entrepreneurs selected by a Non-probability sampling, snowball sampling technique. Questionnaires to collect data are quantitative method for 96 Thai organizer entrepreneurs and 128 organizer's service users. Statistical analysis (Factor Analysis) and the correlation analysis also variable. The Multiple Regression Analysis to derive equations business performance. Business performance according to the economic success (the trend of earnings, Trends in the number of customers, operating costs, business network, market share, number of employees and number of event) The results showed that, the element of leadership; management elements; service experience in the MICE industry elements; human personality elements and human relationship can predict the dependent variable of the research. Coefficient of Determination (R^2 = 0.53) able to explain the change in business performance of up to 53 percent.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เรื่อง คุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาและความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ (ร้อยโทหญิง) ดร.เกิดศิริ เจริญวิศาล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาให้คำปรึกษา และแนะนำแนวทางอันเป็นประโยชน์ ตลอดจนช่วยแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ของวิทยานิพนธ์จนเสร็จสมบูรณ์ด้วยดี รวมทั้งสนับสนุนให้กำลังใจและให้ความเมตตาแก่ผู้วิจัยเสมอมา ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งและประทับใจในความกรุณาเป็นอย่างยิ่ง จึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณ ดร.ธีรศักดิ์ จินดาบถ และ ดร.วัลลภา พัฒนา คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ได้ให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ เพื่อปรับปรุงวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น และขอขอบพระคุณอาจารย์ ดร.วิวัฒน์ แซ่หลี ที่ครั้งหนึ่งผู้วิจัยเคยได้รับความรู้ และความเมตตา อย่างหาที่สุดมิได้ รวมถึงเจ้าหน้าที่คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ทุกท่าน ที่ให้ความช่วยเหลือ ประสานงาน และให้กำลังใจในการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้เป็นอย่างดี

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณมารดา บิดา ที่อบรมเลี้ยงดู ปลูกฝังรากฐานการศึกษา พร้อมทั้งให้กำลังใจเป็นอย่างดียิ่งตลอดมา และเพื่อน ๆ รุ่นพี่ รุ่นน้อง นักศึกษาสาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต ทุกท่าน ที่สนับสนุนและให้กำลังใจแก่ผู้วิจัย รวมทั้งคุณสราวุธ ศิริสกุล ที่เสียสละและคอยช่วยเหลือผู้วิจัยเป็นอย่างดีตลอดเวลา

สุดท้ายนี้ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลการวิจัยในครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานหรือองค์กรธุรกิจที่เกี่ยวข้อง รวมถึงผู้ที่สนใจทั่วไป คุณความดีและประโยชน์อันเกิดจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ขอมอบแด่บุพพการี คณาจารย์ และผู้ที่เกี่ยวข้องที่ได้กล่าวมาข้างต้นทุกท่าน หากมีสิ่งผิดพลาดหรือข้อบกพร่องประการใด ผู้วิจัยขอน้อมรับและขออภัยไว้ ณ ที่นี้ด้วย

พรณพรรษ หนูดี

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย (5)
Abstract (6)
กิตติกรรมประกาศ (7)
สารบัญ (8)
สารบัญตาราง (10)
สารบัญรูปภาพ (13)
บทที่ 1 บทนำ
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา 1
1.2 คำถามในการวิจัย 5
1.3 วัตถุประสงค์ของการศึกษา 5
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา 6
1.5 ขอบเขตของการศึกษา 6
1.6 ข้อจำกัดของงานวิจัย 7
1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ 8
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ 9
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจรับจัดงาน (Organizer) 25
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) 32
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์ 39
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จและปัจจัยที่มีผลต่อผลการดำเนินงาน 42
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 46
2.7 กรอบแนวคิด 73
บทที่ 3 วิธีการศึกษา
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 74
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล 76
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล 78
3.4 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย 78
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล 79
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ 79

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 4 ผลการศึกษาข้อมูล

4.1 ผลการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ ผู้ให้บริการดำเนินการจัดงานและผู้รับบริการดำเนินการจัดงาน 84

4.2 ผลการศึกษาพฤติกรรมการให้บริการของผู้ให้บริการดำเนินการจัดงาน และพฤติกรรมการใช้บริการของผู้รับบริการดำเนินการจัดงาน 91

4.3 ผลการศึกษาการประเมินระดับความสำคัญ ของปัจจัยคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา โดยผู้ให้บริการดำเนินการจัดงาน และผู้รับบริการดำเนินการจัดงาน 95

4.4 วิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ให้บริการดำเนินการจัดงาน เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา 96

4.5 ปัญหา อุปสรรค ข้อเสนอแนะในการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา 97

4.6 การวิเคราะห์องค์ประกอบคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา 99

4.7 ผลการศึกษาการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ เมื่อให้ผลการดำเนินงานเป็นตัวแปรตาม โดยเลือกใช้ตัวพยากรณ์เฉพาะที่มีนัยสำคัญทางสถิติ 107

บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา 109

5.2 อภิปรายผลการศึกษา 115

5.3 ข้อเสนอแนะจากการศึกษา 117

บรรณานุกรม 119

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย 124

ภาคผนวก ข ตารางผลการวิเคราะห์ข้อมูล 135

ประวัติผู้เขียน 138

สารบัญตาราง

ตารางที่ **หน้า**

ตาราง 1.1 เปรียบเทียบอุตสาหกรรมไมซ์กับการท่องเที่ยวทั่วไป 2
ตาราง 1.2 จำนวนนักเดินทางไมซ์และรายได้จากนักเดินทางไมซ์ 2
ตาราง 1.3 สัดส่วนของการจัดงานแต่ละประเภท ของศูนย์ประชุมฯ 4
ตาราง 2.1 สรุปปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ ตามแนวคิดของนักวิชาการ 20
ตาราง 2.2 สรุปคุณลักษณะของผู้ที่ดำเนินธุรกิจรับจัดงาน (Organizer) 31
ตาราง 2.3 สรุปปัจจัยคุณลักษณะที่สำคัญของผู้ประกอบการ ผู้ประสานงาน หรือผู้ปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมไมซ์ 41
ตาราง 2.4 ปัจจัยคุณลักษณะและปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการ จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 54
ตาราง 2.5 ตารางคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่สอดคล้องกันตามแนวคิดของนักวิชาการ และหน่วยงาน ที่ผู้วิจัยนำมาศึกษา 58
ตาราง 3.1 อธิบายประชากรและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง 76
ตาราง 3.2 สรุปขั้นตอนการดำเนินการวิจัย 81
ตาราง 4.1.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามข้อมูลคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของผู้ให้บริการดำเนินการจัดงาน 84
ตาราง 4.1.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามข้อมูลคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของผู้รับบริการดำเนินการจัดงาน 89
ตาราง 4.2.1 ผลการศึกษาพฤติกรรมการให้บริการของผู้ให้บริการดำเนินการจัดงาน 91
ตาราง 4.2.2 ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการของผู้รับบริการดำเนินการจัดงาน 93
ตาราง 4.3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญของปัจจัยคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา 95
ตาราง 4.4 วิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ให้บริการดำเนินการจัดงานเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา 97
ตาราง 4.5.1 ปัญหา อุปสรรค ข้อเสนอแนะในการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา 98
ตาราง 4.5.2 ข้อเสนอแนะในการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา 98
ตาราง 4.6 สรุปการวิเคราะห์องค์ประกอบคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา 99

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่ **หน้า**

ตาราง 4.7 วิเคราะห์ระดับความสำคัญขององค์ประกอบคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการ ธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา 100

ตาราง 4.8 วิเคราะห์ระดับความสำคัญขององค์ประกอบคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา ด้านความเป็นผู้นำ (F1) 101

ตาราง 4.9 วิเคราะห์ระดับความสำคัญขององค์ประกอบคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา ด้านความสามารถด้านการจัดการ (F2) 101

ตาราง 4.10 วิเคราะห์ระดับความสำคัญขององค์ประกอบคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา ด้านประสบการณ์ในงานบริการในอุตสาหกรรมไมซ์ (F3) 102

ตาราง 4.11 วิเคราะห์ระดับความสำคัญขององค์ประกอบคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา ด้านบุคลิกภาพ (F4) 102

ตาราง 4.12 วิเคราะห์ระดับความสำคัญขององค์ประกอบคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา ด้านความมุ่งมั่นต่อความสำเร็จ (F5) 103

ตาราง 4.13 วิเคราะห์ระดับความสำคัญขององค์ประกอบคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา ด้านการมุ่งความมีประสิทธิภาพ (F6) 103

ตาราง 4.14 วิเคราะห์ระดับความสำคัญขององค์ประกอบคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา ด้านมนุษย์สัมพันธ์ (F7) 104

ตาราง 4.15 วิเคราะห์ระดับความสำคัญขององค์ประกอบคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา ด้านความคิดสร้างสรรค์ (F8) 105

ตาราง 4.16 วิเคราะห์ระดับความสำคัญขององค์ประกอบคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา ด้านคุณธรรมจริยธรรม (F9) 106

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่		หน้า
ตาราง 4.17	วิเคราะห์ระดับความสำคัญขององค์ประกอบคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา ด้านมนุษย์สัมพันธ์ (F5)	106
ตาราง 4.18	ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ เมื่อให้คะแนนความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานเป็นตัวแปรตาม โดยเลือกใช้ตัวพยากรณ์เฉพาะที่มีนัยสำคัญทางสถิติ	107

สารบัญรูปภาพ

รูปภาพที่		หน้า
รูปภาพ 2.1	แสดงการประมาณการมูลค่าธุรกิจไมซ์จากนักเดินทางชาวต่างชาติ ปี พ.ศ. 2556-2559 ของศูนย์วิจัยกสิกรไทย	35

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ (Business Tourism) ก่อให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจและก่อให้เกิด รายได้มูลค่ามหาศาล จากความหลากหลายของรูปแบบกิจกรรม ถือเป็นการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญอย่างยิ่งประเภทหนึ่ง ไม่ว่าจะเกิดขึ้นในระดับองค์กรระดับท้องถิ่นหรือระดับประเทศทั้งในประเทศพัฒนาแล้วหรือกำลังพัฒนา ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยว รวมถึงสิ่งที่สร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว ล้วนเป็นการสร้างชื่อเสียง สร้างรายได้ และสร้างโอกาสต่างๆให้กับคนในประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทาง (เสรี วังส์ไพจิตร, 2554) และโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ประโยชน์อันเกิดจากโอกาสที่จะได้รับรายได้ซึ่งเป็นเงินตราต่างประเทศ และการลงทุนในโครงการขนาดใหญ่จากต่างชาติ ทำให้เกิดการสร้างอาชีพให้แก่ประชากรในประเทศ รวมทั้งกระตุ้นให้มีการพัฒนาโครงสร้างระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆจากภาครัฐ เพื่อรองรับการเดินทางและการทำกิจกรรมรูปแบบต่างๆของนักท่องเที่ยว

การเดินทางท่องเที่ยวเชิงธุรกิจมีหลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการเดินทางเพื่อไปเจรจาการค้า การเดินทางไปจัดหาวัตถุดิบเพื่อการผลิต การเดินทางเพื่อพบปะกันภายในกลุ่มผู้บริหารซึ่งถือว่ามีวัตถุประสงค์ทางธุรกิจโดยเฉพาะ รวมทั้งการเดินทางไปประชุมทางวิชาการ ไปอบรม หรือเดินทางการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล รวมทั้งการเดินทางไปจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ โดยการเดินทางลักษณะดังกล่าวนี้ มีความเกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางธุรกิจ และความร่วมมือของบุคคลหลากหลายกลุ่ม จากหลายหน่วยงาน ทั้งภาครัฐและเอกชน นับเป็นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญมากในระดับโลก เรียกว่า “อุตสาหกรรมไมซ์ (MICE)” ซึ่งประกอบไปด้วยการประชุมองค์กรหรือ “Meetings”การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล หรือ “Incentive travels” การประชุมวิชาชีพหรือ “Conventions” และงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติ หรือ “Exhibitions” ในขณะที่รัฐบาลเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ จึงมีการจัดตั้งองค์การมหาชน คือ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) หรือ Thailand Convention & Exhibition Bureau (TCEB) เมื่อปี พ.ศ. 2547 เพื่อดูแลด้านนโยบายในการส่งเสริมประเทศไทยสู่ความเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมไมซ์ระดับโลก มีภารกิจหลักคือให้การสนับสนุนผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์ ด้วยการเน้นให้ผู้ประกอบการในธุรกิจต่างๆที่เกี่ยวข้อง มีความเข้าใจในการดำเนินงาน และมองเห็นโอกาสทางธุรกิจ โดยมีนโยบายพัฒนาเมืองแห่งไมซ์ หรือ MICE City เพื่อรองรับการเป็นผู้นำการจัดงานหรือกิจกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ ทั้งในระดับภูมิภาคและระดับประเทศ เพื่อให้สอดรับกับนโยบายของรัฐบาลในการกระตุ้นเศรษฐกิจและพัฒนาศักยภาพของบุคลากรท้องถิ่น รวมทั้งให้การส่งเสริมจังหวัดหรือพื้นที่ ซึ่งมีศักยภาพในการรองรับอุตสาหกรรมไมซ์ภายในประเทศ (Domestic MICE) (ธงชัย ศรีดามา, 2556)

นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ของประเทศไทยมักเป็นนักธุรกิจ นักวิชาการ อาจารย์ นักศึกษา ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ มีความรู้ ความเข้าใจในระเบียบกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ไม่สร้าง

ปัญหาให้สังคมเมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ และจากธุรกิจไมซ์ทั้ง 4 กลุ่ม พบว่าธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ (Convention) เป็นธุรกิจที่สร้างรายได้มากที่สุด รองลงมาได้แก่ธุรกิจการจัดประชุม (Meeting) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive) ธุรกิจการจัดแสดงงานสินค้าและนิทรรศการ (Exhibition) ตามลำดับ สามารถกระจายรายได้ให้ธุรกิจด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในพื้นที่อีกมากมาย (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2557) เช่น โรงแรม ที่พัก ภัตตาคาร ห้างสรรพสินค้า สื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ บริษัทนำเที่ยว บริษัทขนส่ง บริษัทโฆษณาและผู้ผลิตสินค้าที่ระลึก ผู้ประกอบการรับจัดงานประชุม งานแสดงสินค้าและนิทรรศการ เป็นต้น ซึ่งผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์ระบุว่าไว้ (ฐานเศรษฐกิจ, 2557) ธุรกิจไมซ์สร้างรายได้ให้ประเทศไทยถึง 88, 485 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 10 ของรายได้ทั้งหมดจากการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2556 โดยส่วนใหญ่จะเป็นนักธุรกิจที่เข้ามาทำงาน ประชุม และพักผ่อนกับครอบครัวในเวลาเดียวกัน จึงทำให้เกิดการใช้จ่ายมากกว่าปกติ และสร้างรายได้ให้กับเศรษฐกิจไทยสูงกว่านักท่องเที่ยวปกติถึง 3-4 เท่าตัว โดยปัจจุบันกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวในธุรกิจไมซ์เป็นชาวเอเชียที่มีสัดส่วนถึงร้อยละ 70 จากเดิมที่ส่วนใหญ่เป็นตลาดกลุ่มยุโรปและสหรัฐอเมริกา

ตาราง 1.1 เปรียบเทียบอุตสาหกรรมไมซ์กับการท่องเที่ยวทั่วไป

อุตสาหกรรมไมซ์		**การท่องเที่ยวทั่วไป**	
กลุ่มเป้าหมาย	- นักเดินทางแบบกลุ่มที่มีเป้าหมายร่วมกันชัดเจน - นักธุรกิจ นักลงทุน - นักวิชาการ กลุ่มวิชาชีพ - นักเศรษฐศาสตร์ นักสังคม	**กลุ่มเป้าหมาย**	- นักท่องเที่ยวทั่วไป (Frequent Individual Traveler) - นักท่องเที่ยวที่เดินทางกลับเข้ามาอีก (Repeated Tourist) - กลุ่มนักเดินทางผู้เกษียณอายุ - นักเดินทางเพื่อการพักผ่อน (Leisure Traveler)
มูลค่าที่เพิ่มขึ้น	การทำให้เกิดการต่อยอดทางธุรกิจ การลงทุน และการจ้างงาน	**มูลค่าที่เพิ่มขึ้น**	การที่นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวประเทศไทยอีก (Repeated Traveler)

ที่มา : สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2557

ตาราง 1.2 จำนวนนักเดินทางไมซ์และรายได้จากนักเดินทางไมซ์

ปีงบประมาณ	**จำนวนนักเดินทางไมซ์**	**รายได้จากนักเดินทางไมซ์**
ผลการดำเนินงานปีงบประมาณ 2556	1,013,502 คน	88,485 ล้านบาท
ผลการดำเนินงานในไตรมาสแรก ปีงบประมาณ 2557 (เดือนตุลาคม-ธันวาคม พ.ศ. 2556)	186,864 คน (เติบโตขึ้น เป็นร้อยละ 5.16)	16,033 ล้านบาท (เติบโตขึ้น เป็นร้อยละ 6.16)

ที่มา : สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2557

นอกจากจำนวนนักเดินทาง และรายได้จากนักเดินทางกลุ่มไมซ์ที่เพิ่มขึ้น ดังที่ปรากฏในตาราง 1.2 แล้ว ข้อมูลจำนวนการจัดงาน หรือกิจกรรมต่าง ๆ รูปแบบไมซ์ในประเทศไทยยังมีจำนวนมากถึง 7,866 งาน และมีอัตราค่าใช้จ่ายของนักเดินทางไมซ์ประมาณ 87,306 บาทต่อคนต่อวัน มีระยะเวลาพำนักเฉลี่ย 5.8 วัน (สสปน., 2557) สะท้อนให้เห็นถึงโอกาสของผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงาน ในการให้ความสำคัญและเร่งพัฒนาศักยภาพบุคลากรของตนเอง ให้มีความพร้อมด้วยคุณลักษณะและทักษะที่เหมาะสม พร้อมทำงานอย่างมีมาตรฐาน เพื่อรองรับการให้บริการที่มีประสิทธิภาพแก่นักท่องเที่ยวคุณภาพ อันนำมาซึ่งความสำเร็จและผลกำไรจากการดำเนินงานที่บรรลุวัตถุประสงค์ทางธุรกิจขององค์กร

สำหรับนโยบายส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์ ของ สสปน. ที่มุ่งเน้นกลุ่มผู้ประกอบการไมซ์ขนาดกลางและขนาดย่อม ด้วยการวางรากฐานองค์ความรู้เกี่ยวกับแนวทางดำเนินธุรกิจในของอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยในแต่ละประเภทกิจการ มีแผนงานเชิงรุกเพื่อพัฒนาผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์ โดยผลักดันให้ผู้ประกอบการสร้างเครือข่ายกับหน่วยงานหรือสมาคมของอุตสาหกรรมไมซ์ระดับโลก ทั้งนี้นโยบายดังกล่าว สอดคล้องกับแผนพัฒนาการทองเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555 - 2559 โดยคณะกรรมการนโยบายการทองเที่ยวแห่งชาติ ประเด็นที่มุ่งเน้นการป้องกัน แกไขผลกระทบด้านการทองเที่ยว และสอดคล่องกับแนวทางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแหงชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) และวิสัยทัศน์ประเทศไทย สูป 2570 เรื่องการน้อมนำแนวคิด“เศรษฐกิจพอเพียง”และ“คนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา” มาใช้ในการจัดทำแผน เพื่อให้เกิดการพัฒนาการทองเที่ยวแบบองค์รวม ที่สร้างทั้งรายไดและกระจายรายได้อย่างเป็นธรรมและยั่งยืน (สสปน., 2557) โดยเป็นหนึ่งใน“ยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจสู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพและยังยืน” ที่มุ่งปรับโครงสร้างการค้า การลงทุน และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสาขาการบริการที่มีศักยภาพ ดังนั้น การท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ที่เป็นส่วนหนึ่งในสาขาการบริการ จึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง และต้องได้รับการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพให้เกิดขึ้นอย่างสร้างสรรค์ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2554 น.24)

จากนโยบายดังกล่าวข้างต้น ก่อให้เกิดการลงนามในข้อตกลงความร่วมมือ ระหว่าง สสปน. และมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ เมื่อวันที่ 11 สิงหาคม พ.ศ. 2553 ณ ศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี เพื่อวัตถุประสงค์ในการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับไมซ์ โดยให้มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์กลางในการพัฒนาบุคลากร สำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ มีกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ นิสิต นักศึกษา คณาจารย์ รวมถึงไปผู้ประกอบการธุรกิจไมซ์ในพื้นที่ (สสปน., 2555) ก่อให้เกิดโอกาสในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ๆ และแนวทางในการดำเนินธุรกิจในอุตสาหกรรมไมซ์ สำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา ที่สามารถอาศัยความพร้อมจากองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในพื้นที่ ไม่ว่าจะเป็นศูนย์กลางการประชุม ศูนย์กลางการคมนาคม ศูนย์กลางธุรกิจการค้าและบริการ ศูนย์กลางการศึกษาของภาคใต้ตอนล่าง และเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีทรัพยากรหลากหลายและยังคงความอุดมสมบูรณ์ พร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกมากมาย ได้แก่ ห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกที่มีเอกลักษณ์ สถานบันเทิง โรงแรมที่พัก และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ รวมไปถึงงานเทศกาลประจำปีต่าง ๆ ที่จัดขึ้นโดยภาคเอกชนร่วมมือกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สามารถดึงดูดความสนใจ และรองรับ

นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้ตลอดปี (กลุ่มงานยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสงขลา, 2557)

ผู้บริหารศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี กล่าวถึงแนวโน้มของการจัดงานที่ในศูนย์ประชุมฯว่า ตั้งแต่เปิดดำเนินการในปีแรกจนถึงปัจจุบัน มีการจัดงานเพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 400 และมีตัวเลขของผลประกอบการในธุรกิจเพิ่มขึ้นทุกปี เฉลี่ยร้อยละ 150-200 ต่อปี โดยสามารถสรุปการแบ่งสัดส่วนของจำนวนการจัดงานแต่ละประเภท ตั้งแต่ศูนย์เปิดดำเนินการจนถึงปัจจุบันได้ดังตาราง 1.3 ต่อไปนี้

ตาราง 1.3 สัดส่วนของการจัดงานแต่ละประเภท ของศูนย์ประชุมสิริราชสมบัติครบ 60 ปี

ประเภทการจัดงาน	สัดส่วนของการจัดงาน
การจัดประชุม สัมมนา	ร้อยละ 56
การจัดนิทรรศการ แสดงสินค้า	ร้อยละ 17
งานเลี้ยง งานแต่งงาน	ร้อยละ 10
คอนเสิร์ต งานแสดง	ร้อยละ 8

ที่มา : ศักดิ์ชัย ภัทรปรีชากุล, 2556

นอกจากประเภทการจัดงานของของศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี ดังที่แสดงในตาราง 1.3 ข้างต้นแล้ว ยังมีในงานระดับภูมิภาค และระดับประเทศถึงประมาณร้อยละ 88 และเป็นงานระดับนานาชาติอีกร้อยละ 12 อีกด้วย (ศักดิ์ชัย ภัทรปรีชากุล, 2556)

สำหรับการจัดงานทุกรูปแบบและทุกกิจกรรมในอุตสาหกรรมไมซ์ หนึ่งในผู้ที่เกี่ยวข้องโดยตรงและมีความสำคัญอย่างยิ่ง คือ ผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงาน หรือที่มักเรียกกันว่า Organizer มีบทบาทหน้าที่ในการเป็นคนกลาง เพื่อจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับทุก ๆ ขั้นตอนของกิจกรรมการจัดงาน โดยผู้ประกอบการธุรกิจดังกล่าว จำเป็นต้องมีความเป็นมืออาชีพสูง มีความรู้ที่ถูกต้องเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ และเข้าใจความต้องการของกลุ่มตลาดเป็นอย่างดี รวมทั้งมีทักษะและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่จำเป็น และสอดคล้องกับการดำเนินงานในลักษณะของการบริหารจัดการโครงการ หรือที่เรียกว่า Project Management (สสปน., 2556) เพื่อให้สามารถบริหารจัดการเหตุการณ์ให้ทุกขั้นตอนเป็นไปตามวัตถุประสงค์ทางธุรกิจของเจ้าภาพผู้จัดงาน

เมื่อเกิดการจัดงานรูปแบบต่าง ๆ ทำให้เกิดกิจกรรมทางธุรกิจต่อเนื่องอีกมากมาย ก่อให้เกิดการจ้างงาน และมีผู้ให้บริการด้านต่าง ๆ (Suppliers) มากมาย ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจสถานที่จัดประชุม (venue) ธุรกิจโรงแรมที่พัก บริษัทนำเที่ยว ผู้ให้บริการขนส่ง ผู้รับเหมาบริการด้านต่างๆ (service contractor) เป็นต้น (ราณี อิสิชัยกุล, ปภาวดี ประจักษ์ศุภนิมิต และ เบญจวรรณ วิสุทธิ์สัตย์, 2546) ซึ่งจากการที่องค์กรเจ้าภาพผู้จัดงานหลายรายมักใช้บริการธุรกิจรับจัดงานหรือ Organizer เนื่องจากคาดหวังว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการ ในการเตรียมสิ่งต่างๆภายในงานได้อย่างครบถ้วน และลดความยุ่งยากจากการใช้บุคลากรขององค์กรเองที่ไม่มีความเชี่ยวชาญในการจัดงานลงนั้น ทำให้ธุรกิจรับจัดงานได้รับความสำคัญเป็นอย่างมาก และมีอิทธิพลสูงต่อภาพลักษณ์

องค์กรของเจ้าภาพผู้จัดงาน เนื่องจากการดำเนินการจัดงานรูปแบบต่างๆ จำเป็นต้องอาศัยความเป็นมืออาชีพในการสร้างสรรค์ผลงาน และนำมาซึ่งความสำเร็จทางธุรกิจของเจ้าภาพผู้จัดงาน

ดังนั้น จากโอกาสของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์ดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญ และประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการส่งเสริมผู้ประกอบการธุรกิจ จึงสนใจศึกษาการพัฒนาความรู้ความสามารถเฉพาะด้าน ของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงาน ซึ่งเป็นบุคคลสำคัญในการกระจายรายได้และการจ้างงาน อีกทั้งมีส่วนสร้างความเจริญให้เกิดขึ้นในท้องถิ่น จึงศึกษาในหัวข้อ “คุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัด” ซึ่งผลการศึกษาอาจสร้างองค์ความรู้ใหม่ที่สำคัญ และช่วยพยากรณ์แนวโน้มความสำเร็จในการดำเนินงานให้แก่ผู้ประกอบการหรือผู้ที่กำลังจะเข้ามาเป็นผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงาน อีกทั้งจะเป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ ความสามารถ มีทักษะ และคุณลักษณะที่เหมาะสม พร้อมที่จะก้าวไปสู่การสร้างสรรค์กิจกรรมต่าง ๆ ด้วยความเป็นมืออาชีพในอุตสาหกรรมไมซ์ระดับสากล และสามารถรองรับการพัฒนาจังหวัดสงขลาให้เป็นเมืองแห่งไมซ์ (MICE City) ในอนาคตต่อไป

1.2 คำถามการวิจัย

1.2.1 คุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา ประกอบด้วยคุณลักษณะที่สำคัญด้านใดบ้าง

1.2.2 คุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา ได้แก่คุณลักษณะใดบ้าง

1.2.3 แนวทางในการส่งเสริมและพัฒนา ผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา ควรเป็นอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ของการศึกษาเรื่อง “คุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา ดังนี้

1.3.1 ศึกษาคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานใน อุตสาหกรรมไมซ์

1.3.2 ศึกษาระดับความสำคัญของคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา

1.3.3 วิเคราะห์องค์ประกอบคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา

1.3.4 เพื่อนำเสนอแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการศึกษา

1.4.1 ได้ข้อมูลสารสนเทศเกี่ยวกับ คุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ของจังหวัดสงขลา

1.4.2 ผลการวิจัยจะเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงาน รวมถึงผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว และธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้อง รวมถึงผู้ที่ต้องการจะเข้ามาประกอบธุรกิจต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา นำผลการศึกษาไปพัฒนาบุคลากรได้อย่างมีแบบแผนและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานทางธุรกิจต่อไป

1.4.3 ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงาน รวมถึงผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องในจังหวัดสงขลา ทราบถึงแนวโน้มและทิศทางการพัฒนาคุณภาพสินค้าและการบริการที่เหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ และมีแนวคิดในการสร้างสรรค์กิจกรรม รูปแบบการจัดงาน พร้อมทั้งนำเสนอบริการที่แปลกใหม่ เหมาะสมกับสถานที่จัดงานและความต้องการของนักท่องเที่ยวในอุตสาหกรรมไมซ์ที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

1.4.4 ทำให้หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน รวมไปถึงสถานศึกษานำข้อมูลผลการศึกษาไปปรับใช้เพื่อวางแผนพัฒนาองค์ความรู้ เพื่อถ่ายทอดแก่ผู้ประกอบการในธุรกิจหรือองค์กรต่างๆ ให้ประสบความสำเร็จในการแข่งขันทางในอุตสาหกรรมไมซ์ต่อไป

1.5 ขอบเขตของการศึกษา

ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตในการศึกษาเรื่อง “คุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา” ด้านเนื้อหา ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ด้านพื้นที่ และด้านระยะเวลา ดังนี้

1.5.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

1. การศึกษาในครั้งนี้มุ่งศึกษาถึงคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา ที่ส่งผลต่อความสำเร็จทางเศรษฐกิจในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา เพื่อให้ได้มาซึ่งสมการพยากรณ์ผลการดำเนินงาน รวมทั้งแนวทางส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา

2. ศึกษาคุณลักษณะที่จำเป็นสำหรับการปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมไมซ์ในภาพรวมและคุณลักษณะเฉพาะตำแหน่งงานที่เหมาะสมกับธุรกิจรับจัดงาน จากสมรรถนะสำหรับการปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมไมซ์ ซึ่งสมรรถนะดังกล่าวนี้ ได้ถูกพัฒนาและกำหนดขึ้นโดยมหาวิทยาลัยรังสิต ร่วมกับ กองทุนส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ (Convention Promotion Fund- CPF) สมาคมวิชาชีพด้านไมซ์ในประเทศไทย ได้แก่ สมาคมส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ (ไทย) (Thailand Incentive and Promotion Association-TICA) สมาคมการแสดงสินค้า (ไทย) (Thai Exhibition Association-TEA) สมาคมธุรกิจสร้างสรรค์การจัดงาน (Business of Creative and Event Management Association-EMA) และสำนักงานส่งเสริมการประชุมและนิทรรศการ

(องค์การมหาชน) (Thailand Convention and Exhibition Bureau-TCEB) ซึ่งรวบรวมอยู่ใน “คู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานไมซ์สำหรับผู้ประสานงานและผู้วางแผนปฏิบัติงานไมซ์ (MICE Working Standard Manual)”

3. ศึกษาการวิเคราะห์ Factor Analysis หรือการวิเคราะห์องค์ประกอบ เพื่อลดจำนวนตัวแปรคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงาน ที่นำมาใช้อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะเฉพาะ และผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงาน โดยใช้การรวมตัวแปรคุณลักษณะเฉพาะดังกล่าวหลาย ๆ ตัว ให้อยู่ในองค์ประกอบเดียวกัน แล้วสร้างเป็นองค์ประกอบของตัวแปรคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงาน ที่สามารถเป็นตัวแปรพยากรณ์ ได้เหมาะสมกับการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ทางสถิติได้ต่อไป

4. สร้างสมการพยากรณ์ความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานซึ่งเป็นตัวแปรตาม กับตัวแปรพยากรณ์ ได้แก่ คุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงาน ด้วยการวิเคราะห์ถดถอยพหุ หรือ Multiple Regression Analysis

1.5.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ส่วนของผู้ให้บริการดำเนินการจัดงาน ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในจังหวัดสงขลา ศูนย์ประชุม และสถานที่จัดงาน

2. ส่วนของผู้รับบริการดำเนินการจัดงาน ได้แก่ เจ้าภาพผู้จัดงาน บริษัทเอกชน องค์กรภาครัฐ สถานศึกษา และสมาคมต่างๆ

1.5.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่สำหรับใช้ศึกษาคือ จังหวัดสงขลา

1.5.4 ขอบเขตด้านเวลา

เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2557 – ธันวาคม พ.ศ. 2557

1.6 ข้อจำกัดในงานวิจัย

1. เนื่องด้วยปัจจุบันยังไม่มีงานวิจัยหรือเอกสาร ที่เกี่ยวกับคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา ทำให้ผู้วิจัยขาดข้อมูลเชิงสถิติเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในพื้นที่โดยตรง ดังนั้น การศึกษาในครั้งนี้ผู้วิจัยจึงทำการสำรวจผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานจากการสอบถามผู้ที่ดำเนินธุรกิจรับจัดงานโดยตรง และได้รับข้อมูลบางส่วนจากผู้จัดการฝ่ายบริการลูกค้า ของศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี

2. ข้อมูลรายชื่อองค์กร หน่วยงาน หรือบริษัทบางส่วน เป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์การแข่งขันทางธุรกิจของหน่วยงานผู้ให้ข้อมูล ทำให้ผู้วิจัยได้รับข้อมูลเพียงบางส่วน เนื่องจากเป็นรายนามลูกค้า หรือคู่ค้า จึงทำให้ผู้วิจัยไม่อาจทราบจำนวนประชากรที่แท้จริงทั้งหมดได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงจำเป็นต้องอาศัยการสอบถาม สำรวจ และรวบรวมข้อมูลต้องตัวผู้วิจัยเองด้วยส่วนหนึ่ง อีกทั้งการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการ ไม่สามารถเปิดเผยรายละเอียดได้อย่างตรงไปตรงมา จึงทำให้ทราบเพียงแนวโน้มเบื้องต้นเฉพาะแง่มุมที่เกี่ยวกับประเด็นที่ศึกษา

3. เนื่องด้วยระยะเวลาและงบประมาณที่จำกัด ทำให้ผู้วิจัยสามารถศึกษาและเก็บข้อมูลได้เฉพาะพื้นที่จังหวัดสงขลา

1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.7.1 ผู้ประกอบการ (Entrepreneur) หมายถึง บุคคลผู้เป็นเจ้าของ หรือเป็นผู้ก่อตั้งองค์กร ผู้เป็นหุ้นส่วน ผู้ที่สืบสานกิจการ หรือผู้ที่ดำเนินงาน ด้วยการรวบรวมและบริหารจัดการทรัพยากรต่าง ๆ ที่องค์กรมีอยู่ ด้วยความสามารถในการมองเห็นโอกาสทางธุรกิจ พร้อมทั้งยอมรับความเสี่ยงและความเป็นไปได้ของกำไร และขาดทุนที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจของตนเองได้

1.7.2 คุณลักษณะของผู้ประกอบการ (Entrepreneur Characteristics) หมายถึง ลักษณะเชิงจิตวิทยา หรือลักษณะส่วนบุคคล ซึ่งเป็นลักษณะประจำตัวที่ทำให้บุคคลนั้นๆ มีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จทางเศรษฐกิจ ในการเป็นผู้ประกอบการ

1.7.3 ผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงาน (Organizer) หมายถึง ผู้ให้บริกาดำเนินการจัดงานประชุมองค์กร งานประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติ และดำเนินการจัดงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการขายภายใต้นโยบายด้านการตลาดของลูกค้า หรือผู้ที่จ้างให้ดำเนินการจัดงาน

1.7.4 อุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) หมายถึง อุตสาหกรรมที่ประกอบไปด้วย อุตสาหกรรมการประชุมองค์กร (Meetings) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive) การประชุมวิชาชีพ (Conventions) และงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติ (Exhibitions)

1.7.5 ผลการดำเนินงาน (Business Performance) หมายถึง การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) เพื่อแสวงหากำไรหรือผลประโยชน์ตอบแทนสูงสุด (Profit Maximization) จากการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงาน โดยวัดผลการดำเนินงานจาก ความพึงพอใจในความสำเร็จทางเศรษฐกิจ ซึ่งประกอบด้วย แนวโน้มของกำไร แนวโน้มของจำนวนลูกค้า ต้นทุนการดำเนินงาน เครือข่ายธุรกิจ ส่วนแบ่งทางการตลาด จำนวนการจัดงาน จำนวนพนักงาน

บทที่ 2
ทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเรื่อง “คุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา” โดยศึกษาค้นคว้าแนวคิดจากเอกสาร หนังสือ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจรับจัดงาน (Organizer)

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE)

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จและปัจจัยที่มีผลต่อผลการดำเนินงาน

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.7 กรอบแนวคิด

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ

จากวัตถุประสงค์ของการศึกษา ได้แก่

1. ศึกษาคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์

2. ศึกษาระดับความสำคัญของคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา

3. วิเคราะห์องค์ประกอบคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา

4. เพื่อนำเสนอแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา

ผู้วิจัยต้องการศึกษาระดับความสำคัญของคุณลักษณะเฉพาะ ของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา จึงทำการศึกษาแนวคิดต่างๆที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะทั่วไปหรือคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ รวมทั้งคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงาน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

2.1.1 คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ (Demographic Factor)

สุวสา ชัยสุรัตน์ กล่าวว่า ประชากรศาสตร์ (Demographic) หมายถึง ปัจจัยต่างๆที่เป็นหลักเกณฑ์การบ่งบอกถึงลักษณะทางประชากรที่อยู่ในตัวบุคคลนั้นๆ ได้แก่ อายุเพศ ขนาดครอบครัว รายได้ การศึกษาอาชีพ วัฏจักรชีวิต ครอบครัว ศาสนา เชื้อชาติ สัญชาติ และสถานภาพทางสังคม (Social class) (สุวสา ชัยสุรัตน์, 2537)

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ กล่าวถึงความหมายของปัจจัยทางประชากรศาสตร์ (Demographic Factor) ว่าหมายถึง ลักษณะของประชากร ได้แก่ องค์ประกอบครอบครัว เพศ อายุ

การศึกษา ระดับรายได้ ประสบการณ์ เชื้อชาติ สัญชาติ ซึ่งโดยรวมแล้วจะมีผลต่อรูปแบบอุปสงค์และปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2548)

Hanna and Wozniak (2001), Shiffman and Kanuk (2003) ได้ให้ความหมายของลักษณะทางประชากรศาสตร์ไว้ว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ หมายถึง ข้อมูลเกี่ยวกับตัวบุคคล เช่น อายุ เพศ การศึกษา อาชีพ รายได้ ศาสนา และเชื้อชาติ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ กล่าวว่า ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ประกอบไปด้วย เพศ อายุ อาชีพสถานภาพ ครอบครัว จำนวนสมาชิกในครอบครัว ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือน ซึ่งลักษณะทางประชากรศาสตร์เป็นลักษณะที่สำคัญ และมีสถิติที่สามารถวัดได้ คนที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ แตกต่างกัน จะมีลักษณะทางจิตวิทยาที่ต่างกัน โดยสามารถวัดได้จากปัจจัยต่างๆ ดังนี้

1. เพศ ความแตกต่างทางเพศ ทำให้บุคคลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารต่างกัน คือเพศหญิง มีแนวโน้มมีความต้องการที่จะรับและส่งข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์ อันดีให้เกิดขึ้นจากการับและส่งข่าวสารนั้นด้วย และนอกจากนี้ เพศชายและเพศหญิงยังมีความแตกต่างอย่างมากเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เนื่องจากสังคมและวัฒนธรรมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของทั้งสองเพศไว้แตกต่างกัน

2. อายุ เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างกัน ในเรื่องของความคิดและพฤติกรรม ซึ่งคนที่อายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยม ยึดถืออุดมการณ์และมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่อายุมาก ในขณะที่คนอายุมาก มักจะมีความคิดที่อนุรักษ์นิยม ยึดถือการปฏิบัติที่ระมัดระวัง และมองโลกในแง่ร้ายกว่าคนที่มีอายุน้อย เนื่องมาจากผ่านประสบการณ์ชีวิตที่แตกต่างดัน

3. การศึกษา เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิดค่านิยม ทัศนคติ และพฤติกรรมแตกต่างกันซึ่งคนที่มีการศึกษาสูงจะเป็นผู้มีความกว้างขวาง มีเหตุผลเพียงพอ

4. สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายถึงอาชีพ รายได้และสถานภาพทางสังคมของบุคคล ซึ่งแตกต่างไปตามวัฒนธรรม ประสบการณ์ ทัศนคติ ค่านิยมและเป้าหมายในชีวิตที่ต่างกัน

จากแนวคิดข้างต้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่าคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ หรือ Demographic Factor ที่เหมาะสมกับการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ เพศ อายุ เชื้อชาติ สัญชาติ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ ประสบการณ์ จำนวนสมาชิกในครอบครัว ศาสนา

2.1.2 ความหมายของผู้ประกอบการ

ดนัย เทียนพุฒ (2532, น. 67) ให้ความหมายของผู้ประกอบการว่าหมายถึง ผู้ที่ริเริ่มและดำเนินกิจการด้วยตนเอง

วินิจ วีรยางกูร (2532, น.19) กล่าวว่า ผู้ประกอบการที่แท้จริง คือ ผู้ที่มีความคิดที่จะดำเนินธุรกิจหรือทำการก่อตั้งธุรกิจขึ้นมาและประคับประคองให้ธุรกิจที่ตั้งขึ้นนั้นเติบโต ซึ่งในทางปฏิบัติแล้วผู้ประกอบการหมายถึง

1. ผู้ดำเนินธุรกิจต่อ เนื่องจากผู้ปรกอบการเดิมครบเกษียณอายุ ตาย หรือขายกิจการ ทำให้ผู้เข้ามาใหม่นั้นต้องพยายามทำให้ธุรกิจนั้นๆดำเนินต่อไป

2. ผู้ดำเนินธุรกิจ ในรูปของการรับสิทธิในการดำเนินธุรกิจให้แก่ผู้ผลิตสินค้าหรือบริการ โดยได้ค่านายหน้าหรือกำไรแล้วแต่จะตกลงกัน

ผุสดี รุมาคม (2540, น. 29) ได้กล่าวถึงผู้ประกอบการว่า เป็นบุคคลที่มีความสำคัญในระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม เป็นบุคคลที่ค้นพบความคิดและโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ เป็นผู้ที่รวบรวมเงินทุนเพื่อจัดตั้งธุรกิจ จัดระเบียบภายในธุรกิจ และบริหารการดำเนินงานของธุรกิจเพื่อจัดสินค้าและบริการให้แก่สาธารณชน

ธีรยุส วัฒนาศุภโชค (2542) ได้เสนอความหมายของผู้ระกอบการว่า หมายถึงบุคคลผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์ในการหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆอยู่ตลอดเวลา และจะต้องมีความอดทน มุ่งมั่น กล้าตัดสินใจ และกล้าเสี่ยงในการที่จะนำความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ ของตนเองมาปฏิบัติเพื่อให้เกิดผลคุ้มค่าเชิงพาณิชย์

Scarborough (2003) กล่าวว่า ลักษณะผู้ประกอบการ ไม่ใช่เพียงแค่ลักษณะทางบุคลิกภาพของผู้ประกอบการ แต่เป็นทัศนคติและลักษณะพฤติกรรมที่ผู้ประกอบการได้ปฏิบัติในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งลักษณะผู้ประกอบการนั้นต่างกับลักษณะทางบุคลิกภาพ ตรงที่ลักษณะบุคลิกภาพจะคงที่ตลอดเวลาและทุกสถานการณ์ แต่ลักษณะผู้ประกอบการจะถูกวางเงื่อนไขทางวัฒนธรรมและถูกส่งผลกระทบจากสภาพแวดล้อม

กตัญญู หิรัญญสมบูรณ์ (2545) กล่าวว่า ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ที่ริเริ่มทำธุรกิจด้วยความกล้าเสี่ยงและมุ่งมั่นอุตสาหะสู่ความสำเร็จ โดยสร้างสรรค์ธุรกิจขนาดย่อมขึ้นมาและจะแสวงหาโอกาสในการดำเนินธุรกิจด้วยความพยายามอย่างเต็มที่ เพื่อก้าวสู้ความสำเร็จในธุรกิจของตนเอง

อำนาจ ธีระวนิช (2546) กล่าวว่า ผู้ประกอบการหมายถึง เจ้าของกิจการ หรือ Business Owner ซึ่งจัดตั้งองค์กรขึ้นเพื่อหวังผลกำไร เป็นบุคคลที่มองเห็นโอกาสทางธุรกิจและสามารถที่จะหาช่องทางสร้างธุรกิจของตนเอง โดยยอมรับความเสี่ยงต่างๆที่อาจจะเกิดขึ้น โดยผู้ที่มุ่งหวังเป็นผู้ประกอบการจะต้องสามารถพิจารณาถึงปัญหา ความท้าทาย และความไม่แน่นอนในการทำธุรกิจได้ นอกจากนั้น ยังต้องสามารถยอมรับความเสี่ยง ความไม่แน่นอนจากการดำเนินกิจการและการเป็นผู้นำพาธุรกิจให้บรรจุหมายด้านผลกำไรและเจริญเติบโตท่ามกลางสภาพแวดล้อมที่ต้องดำเนินการภายใต้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด

2.1.3 คุณลักษณะของผู้ประกอบการ

คุณลักษณะตามความหมายของ พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตสถาน (2525 น.189) หมายถึง เครื่องหมายหรือสิ่งที่ชี้ให้เห็นความดี หรือลักษณะประจำตัว

Baumback (1988) กล่าวว่า ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจะมีคุณลักษณะทางบุคลิกภาพต่อไปนี้ในระดับสูง คือ มีความเป็นมิตร มีความกระตือรือร้น ความซื่อสัตย์สุจริต มีความขยันหมั่นเพียร มีความกระฉับกระเฉง มีความมุมานะ บากบั่น มีความมั่นคงเด็ดเดี่ยว มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีความรับผิดชอบและมีความคิดแน่วแน่

Levinson (1989) กล่าวว่าบุคลิกภาพที่มีผลต่อการประสบความสำเร็จในการประกอบธุรกิจขนาดย่อมประกอบด้วย ความอดทน (Patience) ความก้าวร้าว (Aggressiveness)

การเป็นคนเจ้าความคิดและมีจินตนาการ (Imagination) มีไหวพริบและไวต่อสิ่งแวดล้อมรอบด้าน (Sensitivity) และการมีเป็นตัวของตัวเองสูง (Ego Strength)

Hatten (1997 pp. 31, 40) ได้กล่าวถึง ผู้จัดการธุรกิจขนาดย่อมที่ประสบความสำเร็จ ไว้ว่าจะต้องเป็นผู้มีลักษณะดังนี้

1. มีความอุตสาหะ (Perseverance)

2. มีความอดทน (Patience)

3. มีความสามารถในการคิดและแก้ปัญหา (Critical Thinking Skills)

รวมถึงคุณสมบัติเฉพาะ ของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จว่าจะต้องมีคุณสมบัติเฉพาะดังต่อไปนี้ด้วย ได้แก่

1. ความมุ่งมั่นปรารถนาและพยายามที่จะดำเนินธุรกิจให้สำเร็จให้ได้ (Passion) มิฉะนั้นจะทำให้สูญเสียทั้งเงินทุน และเวลา

2. มีความสามารถในการตัดสินใจในภาวะวิกฤตด้วยการตรวจสอบทุกอย่างอย่างรอบคอบ (Determination) ไม่ปล่อยให้ตนเองตกอยู่ในโชคชะตาหรือพรหมลิขิต ต้องเชื่อมั่นว่าตนเองจะฝ่าฟันอุปสรรคและประสบความสำเร็จได้ หากอุทิศเวลาและทำงานให้หนักเพียงพอ

3. ต้องมีความรู้จริง รู้ลึก (Knowledge) ในธุรกิจที่ลงทุน เพื่อจะสามารถสนองความต้องการของผู้บริโภคได้

Dollinger (1999) กล่าวว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีแนวโน้มจะประสบความสำเร็จ ซึ่งแตกต่างจากผู้ประกอบการที่ไม่ประสบความสำเร็จ ได้แก่คุณลักษณะดังต่อไปนี้ คือ มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ มีความเชื่อในอำนาจแห่งตน และชอบที่จะเสี่ยง

อาทิตย์ วุฒิคะโร (2527, น. 26-29) กล่าวว่า คุณลักษณะของความเป็นผู้ประกอบ-การที่ประสบความสำเร็จ มี 11 ประการได้แก่

1. ความใฝ่สัมฤทธิ์ (Achievement-Oriented) คือ ความมุ่งมั่นที่จะทำงานให้ดีเลิศเท่าที่ความสามารถและสติปัญญาจะเอื้ออำนวยเพื่อความสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั่งไว้ ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จจะวางแผนการทำงานที่ตั้งมาตรฐานสำหรับตนเองสูง แล้วลงมือทำอย่างแข็งขันจนกระทั่งเสร็จ ซึ่งในทางธุรกิจจุดมุ่งหมายที่ประสบความสำเร็จคือ การสร้างความเจริญเติบโตให้กับธุรกิจ ส่วนผลกำไรคือสิ่งบ่งชี้ว่าตนเองทำได้ดีเพียงใด

2. ความกล้าเสี่ยงในระดับปานกลาง (Moderate Risk-Tasking) เป็นลักษณะเด่นประการหนึ่งของผู้ประกอบการที่ชอบทำงานท้าทายความสามารถ (Challenge) และมีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมักจะแตกต่างจากคนทั่วไปที่มักหลีกเลี่ยงความเสี่ยง

3. ความกระตือรือร้นไม่อยู่นิ่งและทำงานหนัก ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จมักเป็นบุคคลที่เต็มเปี่ยมไปด้วยพลัง พร้อมที่จะเผชิญกับงานอันหนักหน่วงที่ยาวนานหรือภายใต้สถานการณ์ที่มีความกดดัน

4. ความเชื่อมั่นตนเอง เป็นลักษณะเด่นของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ มีความอิสระและพึ่งตนเองได้ ซึ่งความเชื่อมั่นในความสามารถของตนและแสดงออกด้วยความมั่นใจ

ทะเยอทะยานและรักการแข่งขัน ซึ่งส่วนใหญ่พบว่าผู้ประกอบการเคยได้พบกับความล้มเหลว หลายครั้งในช่วงแรกๆของชีวิตการำงาน

5. เรียนรู้จากประสบการณ์ โดยผู้ประกอบการมักเป็นผู้ที่ค้นหาข้อเท็จจริงจากผลสะท้อน (Feed back) ของการดำเนินงานแล้วนำไปปรับปรุงการทำงาน รวมทั้งเรียนรู้จากประสบการณ์ ทำงานของคนอื่น และด้วยเหตุนี้จึงเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้ประกอบการมีแนวโน้มที่จะเป็นคนมีเหตุผล ยืดหยุ่นและไม่ยึดแน่นกับแผนงานที่สางไว้ พร้อมที่จะเปลี่ยนการทำงานให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป

6. ความรับผิดชอบ ผู้ประกอบการที่มีความรับผิดชอบ จะทำงานอย่างดีที่สุดเพื่อให้บรรลุเป้าหมายและรับผิดชอบอย่างเต็มที่กับผลที่เกิดขึ้นจากการตัดสินใจกระทำการใดๆไม่ว่าผลจะเป็นด้านบวกหรือลบ และเชื่อมั่นว่าความสำเร็จเกิดขึ้นจากความรับผิดชอบ ใส่ใจ ไม่ใช่เพราะโชคชะตา

7. ความหวังในอนาคต ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จเป็นบุคคลที่มองไปในอนาคตถึงแง่ดีในการทำธุรกิจ มองหาโอกาส พร้อมทั้งวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ในการแก้ไขปัญหาของการดำเนินธุรกิจไว้ล่วงหน้าด้วยความหวัง

8. ความสามารถในการโน้มน้าวจิตใจในการทำงานต่างๆให้บรรลุผล ผู้ประกอบการจำเป็นต้องใช้ทั้งความสามารถของตนเอง ตลอดจนความร่วมมือของบุคคลอื่นร่วมด้วย ดังนั้นความสามารถในการจูงใจหรือโน้มน้าวจิตใจผู้อื่นจึงเป็นสิ่งที่จำเป็น

9. ความรอบรู้ เป็นคุณลักษณะสำคัญอย่างยิ่งของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ คือ การรอบรู้เกี่ยวกับงานที่กำลังดำเนินการอยู่ รวมถึงความรู้ด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง กฎหมาย หรือด้านอื่นๆ ที่เป็นสิ่งช่วยวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของการดำเนินธุรกิจให้เป็นไปอย่าถูกต้องแม้ว่าระดับการศึกษาจะไม่สูงนักแต่เป็นผู้ใฝ่หาความรู้จากแหล่งต่างๆเสมอ ทั้งการอ่าน การอบรมสัมมนาและการปรึกษาผู้เชี่ยวชาญ เป็นต้น

10. ความสามารถในการบริหาร เพราะผู้ประกอบการเป็นผู้รวบรวมปัจจัยการผลิตต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น เงินทุน ที่ดิน เครื่องจักรอุปกรณ์ แรงงานและวัตถุดิบอื่นๆมาทำการผลิต จึงเลี่ยงไม่ได้ที่จะต้องทำการบริหารปัจจัยการผลิตทั้งทางด้านการเงิน การตลาด รวมทั้งการบริหารบุคคล

11. ความคิดสร้างสรรค์ ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จต้องเป็นผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์ คิดหาวิธีการใหม่ที่ดีกว่าเดิม (Creativity) และผลิตสิ่งใหม่ๆที่เรียกว่านวัตกรรม (Innovation) เช่น การประดิษฐ์คิดค้นเครื่องมือใหม่ๆ สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ นำเทคโนโลยีมาใช้ แสวงหาวัตถุดิบแปลกใหม่ ขยายตลาดใหม่ หรือแม้แต่นำวิธีการใหม่ที่มีประสิทธิภาพมาใช้ เป็นต้น

Frese, (2000) ได้นิยามถึงคุณลักษณะของผู้ประกอบการไว้ดังนี้

1. ความเป็นตัวของตัวเอง (Autonomy) คือ ความสามารถและความตั้งใจที่จะนำตนเองไปสู่โอกาส เป็นคนที่สามารถทำงานได้ด้วยตนเอง และสามารถตัดสินใจได้ในภาวะ บีบบังคับ

2. ความมีนวัตกรรม (Innovativeness) คือ การเป็นผู้มีความคิดริเริ่มเกี่ยวกับสินค้าใหม่ๆ การบริการและเทคโนโลยีใหม่ ๆ

3. ความกล้าเสี่ยง (Risk taking) ความกล้าเสี่ยงแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ กล้าเสี่ยงต่อสิ่งที่ไม่รู้ กล้าใช้ทรัพย์สินจำนวนมากสำหรับก่อตั้งธุรกิจ และกล้ากู้ยืมทรัพย์สินจำนวนมาก

4. ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive aggressiveness) คือ ความมุ่งมั่นที่จะเอาชนะในการแข่งขัน ความพยายามที่จะทำให้คู่แข่งหมดประสิทธิภาพ

5. ความสม่ำเสมอและใฝ่ใจในการเรียนรู้ (Stability and learning orientation) หมายถึง การที่เจ้าของกิจการมีความมั่นคงไม่เก็บสิ่งผิดพลาดมาเป็นอารมณ์ หรือผิดหวังท้อแท้ แต่จะนำเอาประสบการณ์เหล่านั้นมาเรียนรู้

6. ความใฝ่ใจในความสำเร็จ (Achievement orientation) หมายถึง ผู้ที่ชอบงานที่ท้าทายมีแรงจูงใจในการทำงานให้สำเร็จและดีกว่าเดิม

ดนัย เทียนพุฒ (2532 น.67-68) กล่าวว่าคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ ซึ่งสามารถประเมินปัจจัยต่างๆด้วยเกณฑ์ ที่นักฝึกอบรมในองค์การ ได้เสนอปัจจัยที่ใช้ในการประเมินความเป็นผู้ประกอบการ มีดังนี้

1. ความสามารถทางนวัตกรรม
2. ความสามารถในการจัดการกับสิ่งที่ยุ่งเหยิง
3. ความปรารถนาความสำเร็จ
4. ความสามารถวางแผนอย่างสมจริง
5. เป็นผู้นำที่เน้นเป้าหมาย
6. ผู้ประกอบการจะรวบรวมข้อมูลและข้อเท็จจริง รวมทั้งศึกษาและกำหนดแนวทางปฏิบัติ ที่เป็นไปได้
7. มีความรับผิดชอบ
8. สามารถปรับตัวได้
9. เป็นทั้งนักจัดองค์การและนักบริหาร

จากการศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการของ McCelland and Winter (1969 อ้างถึงใน จิตนา สุนทรธรรม, 2533) สามารถสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

1. เป็นผู้ต้องการความสำเร็จในเบื้องต้น (The Need for Achievement Prime)
2. เป็นผู้มีความรับผิดชอบ (Desire for Responsibility)
3. เป็นผู้ที่ชอบเสี่ยงพอประมาณ (Preference Moderate Risks)
4. เป็นผู้มองเห็นความน่าจะสำเร็จของงาน (Perception of Probability of Success)
5. เป็นผู้มีความต้องการทราบผลสะท้อนกลับของการทำงาน (Stimulation by Feedback)
6. เป็นผู้มีพลังในหน้าที่การงาน (Energetic Activity)
7. เป็นผู้มองการณ์ไกล (Future Orientation)
8. เป็นผู้มีทักษะในการจัดการ (Management Skill)
9. เป็นผู้มีเจตคติต่อเงิน (Attitude toward Money)

วิฑูรย์ สิมะโชคดี (2542 น.33) ได้อธิบายถึงคุณสมบัติของเถ้าแก่ใหม่ที่ประสบความสำเร็จได้ มี 7 ประการ ดังนี้

1. ต้องเป็นนักแสวงหาโอกาส คือ จะต้องเป็นผู้มองเห็นโอกาสและหาช่องทางในการทำการค้าได้ตลอดเวลาแม้จะตกอยู่ในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ

2. ต้องเป็นนักเสี่ยง ต้องกล้าได้กล้าเสีย พร้อมที่จะดำเนินการทันทีเมื่อมองเห็นโอกาสไม่รีรอเพราะไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ใดๆ

3. ต้องเป็นคนมีความคิดริเริ่ม มีความคิดสร้างสรรค์เพื่อผลิตสินค้า หรือบริการใหม่ๆ ออกสู่ตลาดที่มีสภาพการแข่งขันสูง

4. ต้องเป็นคนที่ไม่ท้อถอยง่าย มีความอดทน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การประสบปัญหาในระยะเริ่มก่อตั้ง แต่ผู้ประกอบการที่ยืนหยัดอยู่ได้จะต้องเป็นคนที่มีความอดทนสูง

5. ต้องเป็นคนที่ใฝ่รู้อยู่เสมอ เพื่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และตื่นตัวอยู่ตลอดเวลา ทำให้สามารถปรับตัวได้เสมอ

6. ต้องเป็นคนที่มีวิสัยทัศน์กว้างไกล ทำให้ธุรกิจมีทิศทางชัดเจน ไม่เดินทางออกนอกลู่นอกทางและสามารถมุ่งไปสู่อนาคตด้วยเป้าหมายที่วางไว้อย่างชัดเจน

7. ต้องมีเครือข่ายที่ดี เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งด้านข้อมูลและการได้รับความช่วยเหลือด้านต่างๆจากเพื่อนๆหรือเครือข่ายได้เป็นอย่างดี

บุริม โอทกานนท์ (2550) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มักจะประสบความสำเร็จซึ่งมีคุณลักษณะ 9 ประการดังต่อไปนี้

1. เป็นผู้ที่มีเป้าหมายในการทำธุรกิจที่ชัดเจน
2. มีความมุ่งมั่นสูงในการที่จะทำสิ่งใดก็ตามให้ประสบผลสำเร็จ
3. มีความอ่อนน้อม ไม่ถือตัว
4. มีภาวะผู้นำ กล้าเสี่ยง และกล้าตัดสินใจ
5. ทำงานเร็ว รวมถึงมีสัมผัสที่เร็วต่อโอกาส ปัญหา และอุปสรรค
6. มีความฝัน ความคิดริเริ่มและคิดที่จะปรับปรุงสินค้าและบริการให้ดีขึ้นตลอดเวลา
7. ไม่คิดว่าธุรกิจที่กำลังทำอยู่เป็นงานที่ต้องทำ แต่คิดว่าเป็นงานที่อยากทำ
8. สามารถเลือกหาทีมงานที่ไว้ใจได้
9. มีความรู้สึกยินดีเมื่อต้องให้

สุรชัย ภัทรบรรเจิด พนักงานบริหารระดับอาวุโส ส่วนอุตสาหกรรมการผลิต โครงการศึกษา วิเคราะห์และเตือนภัย SMEs รายสาขา (SAW) สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ได้กล่าวถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs ไว้ว่าประกอบด้วยปัจจัยดังต่อไปนี้ (สุรชัย ภัทรบรรเจิด, 2552)

1. ความกล้าเสี่ยง (Risk Taking) ผู้ที่เป็นผู้ประกอบการ ชอบทำงานที่ท้าทายความรู้ความสามารถของตนเอง และจะไม่มีความภูมิใจกับงานที่ง่าย หรืองานที่มีความเป็นไปได้ร้อยเปอร์เซ็นต์หรือเท่ากับไม่มีความเสี่ยงเลย และจะหลีกเลี่ยงงานที่มีความเสี่ยงสูงเกินไป แต่ชอบงานที่มีความเสี่ยงปานกลาง คือ มีทั้งโอกาสประสบความสำเร็จและความล้มเหลวซึ่งต้องไม่เกินความสามารถที่จะทำให้บรรลุผลสำเร็จ โดยจำเป็นต้องหาทางเลือกไว้หลายทาง เช่น การลงทุนธุรกิจ จำเป็นจะใช้

เวลาศึกษาวางแผนการตลาด เลือกกระบวนการผลิตที่เหมาะสมกับวัตถุดิบ เครื่องจักร อุปกรณ์ เงินลงทุน หลักการบริหารพร้อมทั้งคำนวณผลตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับภายใต้ภาวะเศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยีและนโยบายของรัฐ โดยศึกษาอย่างละเอียดถี่ถ้วนแล้วค่อยตัดสินใจและพร้อมที่จะเผชิญกับปัญหาที่ประเมินความเป็นไปได้อย่างดีแล้ว

2. ต้องการมุ่งความสำเร็จ (Need for Achievement) เมื่อผู้ประกอบการมองเห็นโอกาสและพิจารณาอย่างละเอียดแล้ว จะมุ่งมั่นใช้พลังงานความคิดสติปัญญา ความสามารถทั้งหมด ทำงานหนักทุ่มเทให้กับงาน เพื่อให้บรรลุความสำเร็จตามช่องทางที่วางไว้ โดยไม่คำนึงถึงความยากลำบาก และยังคงต่อสู้ต่อไป พร้อมจะทุ่มเทเวลาทั้งหมดให้กับงาน เกิดการเรียนรู้จากความผิดพลาดจากที่ผ่านมา เพื่อแก้ไขไปสู่

3. มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (Creativity Thinking) ผู้ประกอบการที่ต้องการประสบความสำเร็จ ต้องเป็นผู้ที่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ไม่พอใจที่จะทำในสิ่งซ้ำ ๆ เหมือนแบบดั้งเดิม แต่เป็นผู้ที่ชอบเอาประสบการณ์ที่ผ่านมานำมาประยุกต์ใช้ สร้างสรรค์หาวิธีการใหม่ที่ดีกว่าเดิมนำมาใช้กับการบริหารธุรกิจ เป็นผู้เข้าถึงปัญหาแล้วหาทางแก้ไข หาแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการ ปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานอยู่ตลอดเวลา กล้าที่จะผลิตสินค้าที่แตกต่างจากตลาดที่มีอยู่เดิม กล้าใช้วิธีการขายที่ไม่เหมือนใคร กล้าประดิษฐ์ค้นคว้าสิ่งแปลกใหม่เข้าสู่ตลาด และเกือบทุกครั้งของความแตกต่างนั้นทำให้ได้ผลสำเร็จเป็นอย่างดี

4. รู้จักผูกพันต่อเป้าหมาย (Addict to Goals) เมื่อมีการตั้งเป้าหมาย ผู้ประกอบการจะทุ่มเททุกอย่างเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ซึ่งล้วนแต่เป็นการเอาชนะ มีความคิดผูกพันที่จะเอาชนะจนสามารถวางแผนกลยุทธ์ไว้ล่วงหน้า มีการวิเคราะห์ปัญหาอุปสรรคที่อาจขัดขวางในการไปสู่เป้าหมาย เตรียมป้องกันปัญหาอุปสรรคที่คาดว่าจะทำให้เกิดความล้มเหลว แต่ขณะเดียวกันก็มองโลกในแง่ดี มีความหวัง มุ่งมั่นต่อเป้าหมายของความสำเร็จจนมองเห็นอนาคต

5. ความสามารถโน้มน้าวจิตใจผู้อื่น (Ability to motivate) ผู้ประกอบการที่ดีนอกจากมีความสามารถในการทำงานแล้ว ยังต้องมีความสามารถในการชักจูงโน้มน้าวจิตใจ ผู้อื่นให้ความร่วมมือช่วยเหลือในการทำงาน รู้จักใช้ความสามารถในการทำงานสร้างทัศนคติและแรงจูงใจต่อผู้ร่วมงานให้สามารถเข้าใจการทำงาน และเต็มใจปฏิบัติงานตามที่วางไว้ สามารถโน้มน้าวใจผู้ให้เงินทุน เช่น ธนาคาร ญาติพี่น้อง เพื่อนฝูง ให้คล้อยตามและยินดีให้การสนับสนุนทางการเงินและการลงทุน

6. ยืนหยัดต่อสู้ทำงานหนัก (Hard Working) รอบคอบและ ตั้งเป้าหมาย เพื่อที่จะพยายามทำงานหนักอย่างเต็มกำลังความสามารถ แม้เผชิญกับปัญหา อุปสรรค ถูกกดัน ก็ไม่สามารถหยุดยั้งได้ เพียงเพื่อให้งานที่รับผิดชอบสำเร็จได้

7. เอาประสบการณ์ในอดีตมาเป็นบทเรียน(Learning from Experience) เป็นการมองผลงานในอดีตที่เคยทำผิดพลาด นำมาเป็นบทเรียนสะท้อนไม่ให้เกิดเหตุการณ์เช่นนั้นอีก หรือนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงานหรือนำไปปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการทำงาน ให้มุ่งไปสู่การทำงานที่ดีกว่าเดิม โดยมองเหตุการณ์ต่างๆ ว่าเป็นโอกาสที่จะได้เรียนรู้ในการทำงาน บางครั้งแม้ว่าจะไม่สามารถทำได้สำเร็จ ก็จะหยุดคิดเพื่อหาวิธีใหม่ๆ มาแก้ไขปัญหา ไม่มุทะลุยึดมั่นกับแผนเดิมที่แล้วทำ

ไม่ได้ผล โดยมีการยืดหยุ่นเปลี่ยนแปลงวิธีการทำงานจนทำได้สำเร็จ และฟังความคิดเห็นของผู้รู้ หรือผู้แนะนำ

8. มีความสามารถในการบริหารงานและมีความเป็นผู้นำที่ดี (Management and Leadership Capability) มีลักษณะการเป็นผู้นำ รู้หลักการบริหารจัดการที่ดี เมื่อต้องทำงานร่วมกับบุคลากรหลายระดับในภาวะที่แตกต่างกันออกไปตามระยะการเติบโตของกิจการ ซึ่งลักษณะของความเป็นผู้นำย่อมแตกต่างกันไปด้วย โดยเฉพาะระยะเริ่มทำธุรกิจ จะต้องรับบทเป็นผู้นำ ที่ลงมือทำทุกอย่างด้วยตนเอง ทำงานหนัก เพื่อให้บรรลุความสำเร็จเอาใจใส่ผู้ร่วมงาน วางแนวทางการทำงาน พร้อมให้คำแนะนำผู้ร่วมงาน ให้รับคำสั่งด้วยความเต็มใจปฏิบัติ เป็นผู้กำกับดูแลอย่างใกล้ชิด และเป็นกันเอง เพื่อผลงานดำเนินไปด้วยดี รู้จักปรับเปลี่ยนการบริหารเพื่อให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ

9. มีความเชื่อมั่นในตนเอง (Be Self Confident) ผู้ประกอบการที่จะประสบความสำเร็จ มักจะเป็นผู้ที่มีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง มีความเป็นอิสระและพึ่งตนเองได้ มีความมั่นใจ ตั้งใจเด็ดเดี่ยว เข้มแข็งมีลักษณะเป็นผู้นำ และมีความเชื่อมั่นที่จะพิชิตเอาชนะสิ่งแวดล้อมที่น่าสะพรึงกลัวได้ มีความทะเยอทะยาน และไม่ประเมินความสามารถของตนเองสูงเกินไป หรือเชื่อมั่นตัวเองมากเกินไป จนสามารถต่อสู้ปัญหาอุปสรรคต่างๆ ได้สำเร็จ และเชื่อมั่นว่าไม่ว่าสถานการณ์อย่างไรจะต้องพึ่งตนเองได้ ปัจจัยอื่นเป็นปัจจัยเสริมเท่านั้น การทำงานหนัก ความทะเยอทะยานและการแข่งขันจะเป็นสิ่งสนับสนุนตนเองได้ดีที่สุด

10. มีวิสัยทัศน์กว้างไกล (Visionary) เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ สามารถที่จะวิเคราะห์เหตุการณ์ในอนาคตข้างหน้าได้อย่างแม่นยำและพร้อมรับเหตุการณ์ที่จะเปลี่ยนแปลง

11. มีความรับผิดชอบ (Responsibility) รับผิดชอบต่องานที่ทำอย่างดี เป็นผู้นำในการทำสิ่งต่าง ๆ มักจะมีความคิดริเริ่มแล้วเอง หรือมอบหมายให้ผู้อื่นทำ และเป็นผู้ดูแลกระทั่งงานสำเร็จไปตามเป้าหมายที่วางไว้ โดยจะรับผิดชอบผลการตัดสินใจ ไม่ว่าจะผลออกมาจะดีหรือไม่มีความเชื่อว่าความสำเร็จเกิดจากความเอาใจใส่ ความพยายาม ความรับผิดชอบมิใช่เกิดจากโชคหรือสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ทำให้เกิดขึ้น

12. มีความกระตือรือร้น และไม่หยุดนิ่ง (Enthusiastic) มีการทำงานที่เต็มไปด้วยพลังมีชีวิตชีวาที่ยากจะทัดทาน มีความกระตือรือร้น ทำงานทุกอย่างโดยไม่หลีกเลี่ยง ทำงานหนักมากกว่าคนปกติทั่วไป เร่งรัดตัวเองทุกวัน มีพลังผูกพันตัวเองไม่อยู่นิ่งด้วย

13. ใฝ่หาความรู้เพิ่มเติม (Take New Knowledge) ถึงแม้จะเชี่ยวชาญชำนาญ แต่ความรู้และประสบการณ์อย่างอื่น หรือที่มีอยู่ยังไม่เพียงพอ จึงต้องใฝ่หาความรู้เพิ่มเติม โดยเฉพาะความรู้ข้อมูลทางการตลาด เศรษฐกิจ การเมือง กฎหมาย ทั้งในและต่างประเทศ ข้อมูลเหล่านี้จะช่วยให้วิเคราะห์สถานการณ์ที่ทันต่อการเปลี่ยนแปลง

14. กล้าตัดสินใจและมีความมุมานะพยายาม (Can Make Decision and Be Attempt) กล้าตัดสินใจมีความหนักแน่น เชื่อมั่นในตนเองกับงานที่ทำ มีจิตใจของนักต่อสู้ แม้งานจะหนักก็ทุ่มเทให้สุดความสามารถ ไม่กลัวงานหนัก ถือว่างานหนักนั้นเป็นงานท้าทายการใช้ความรู้สติปัญญาในการทำงาน เป็นการทุ่มเทชีวิตจิตใจ และภูมิใจเมื่อทำได้สำเร็จ มีการแข่งขันกับตัวเองและแข่งขันกับเวลาขวนขวายหาทางแก้ไขปัญหาอุปสรรคจนสามารถบรรลุผลสำเร็จ

15. ไม่ตั้งความหวังไว้กับผู้อื่น (Independent) ผู้ประกอบการที่เพิ่งเริ่มทำธุรกิจมักใช้น้ำพักน้ำแรงที่มาจากตนเอง จึงมีการผลักดันให้ผู้ที่อยู่รอบด้านทำงานหนักอย่างเต็มที่เช่นเดียวกับตนเพื่อให้งานสำเร็จ และมุ่งหวังความสำเร็จ

16. มองเหตุการณ์ปัจจุบันเป็นหลัก (Focus on Current Situation) ผู้ประกอบการบางคนมักจะฝังใจในอดีต ซึ่งบางคนประสบความสำเร็จ บางคนล้มเหลวแล้วไม่สามารถปรับตัวเองได้ บางคนปรับตัวได้โดยพยายามเข้าใจอดีต และทำงานปัจจุบันดีที่สุด ด้วยการวางแผนไว้อย่างรอบคอบ

17. สามารถปรับตัวเข้ากับสิ่งแวดล้อม (Adaptable) มีความเชื่อมั่นในความรู้ความสามารถของตน ที่จะปรับให้เป็นไปตามต้องการของสภาพแวดล้อม มากกว่าปล่อยให้ทุกอย่างเป็นไปตามยถากรรม หรือขึ้นอยู่กับโชค หรือดวง

18. รู้จักประมาณตนเอง (Self Assessment) ไม่ทำสิ่งใดเกินตัว เกินความสามารถ

19. มีความร่วมมือและแข่งขัน(Participation and Competition) การทำธุรกิจย่อมมีจุดมุ่งหมายเดียวกัน คือ เพื่อกำไร แม้ว่าจุดม่งหมายเดียวกันก็ไม่จำเป็นต้องแข่งให้ผู้อื่นต้องล้มไป ยังมีวิธีการที่จะมุ่งสู่ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจประเภทเดียวกัน ด้วยวิธีการที่แตกต่างกันออกไป ผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจประเภทเดียวกัน จะไม่พยายามทำธุรกิจให้เกิดผู้แพ้ผู้ชนะ แต่ต้องร่วมมือกันพึ่งพาอาศัยกันเพื่อให้ธุรกิจอยู่รอดโดยร่วมกันตั้งเป็นสมาคม ชมรม เพื่อช่วยเหลือกัน การทำธุรกิจต้องมีการแข่งขัน ควรแข่งขันในเรื่องพัฒนาผลิตภัณฑ์ คุณภาพ บริการ ด้านลดต้นทุนการผลิต ถ้าไม่มีการแข่งขัน ก็จะไม่มีการพัฒนาเกิดขึ้น

20. ประหยัดเพื่ออนาคต (Safe for Future) การดำเนินธุรกิจต้องใช้ระยะเวลายาวนานกว่าจะบรรลุเป้าหมาย การดำเนินงานระยะสั้นยังไม่เห็นผล ผู้ประกอบการต้องมีการประหยัดอดออมไว้เพื่อนำไปขยายกิจการในอนาคต

21. มีความซื่อสัตย์ (Loyalty) ต้องมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้าในด้านคุณภาพสินค้า และต้องสร้างความเชื่อถือของตัวเองในการเป็นลูกหนี้ที่ดีของธนาคาร เป็นนายที่ดีของลูกน้อง มีความซื่อสัตย์ต่อหุ้นส่วน ต่อครอบครัว และต่อตนเอง

ธุรกิจรับจัดงานถือเป็นงานบริการอย่างหนึ่ง ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการท่องเที่ยว ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาถึงคุณลักษณะของพนักงานบริการ ตามที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ระบุไว้ และคุณลักษณะที่ดีของพนักงานบริการ เพื่อมาเป็นแนวทางในการศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงาน ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2544)

คุณสมบัติเฉพาะของพนักงานบริการ ซึ่งจำเป็นต่อธุรกิจบริการและการท่องเที่ยว ได้แก่

1. ความชำนาญในงาน (Skills) โดยพนักงานบริการต้องได้รับการฝึกอบรมและมีประสบการณ์ในงาน

2. ภาษาต่างประเทศ (Foreign Languages) โดยเฉพาะภาอังกฤษ โดยพนักงานบริการต้องสามารถสื่อสารกับแขกเจ้าของภาษานั้นๆได้ และสร้างความประทับใจตั้งแต่แรกพบได้

3. เจตคติ (Attitude) ได้แก่ การมีทัศนคติที่ดีต่อตนเอง เพื่อนร่วมงาน หัวหน้างาน หน่วยงาน องค์กร และลูกค้าที่มาใช้บริการ

4. บุคลิกภาพ (Personality) ได้แก่ กริยามารยาท การพูด การแสดงออก

5. ความสามารถในการปรับตัว (Adaptability) ได้แก่ การให้บริการผู้อื่น ซึ่งแม้เป็นบุคคลแปลกหน้าและมีความแตกต่างด้วย เชื้อชาติ ศาสนา วัฒนธรรม ภาษา อุปนิสัยใจคอ แต่บุคคลเหล่านั้นมีการจ่ายค่าบริการ และมุ่งหวังที่จะได้รับบริการที่เป็นเลิศ พนักงานทุกคนจึงควรมีความสามารถในการปรับตัว มีความยืดหยุ่นในการให้บริการ (Flexibility)

6. คุณสมบัติในการเป็นคนเปิดเผย (Extrovert) หมายถึง การชอบเข้าสังคม พบปะผู้อื่น เรียนรู้พฤติกรรมมนุษย์ สนใจและชอบช่วยเหลือผู้อื่น ซึ่งเหมาะกับการทำงาน ในขณะที่การปิดตัวเอง (Introvert) หมายถึง การเป็นคนปิดตัวเอง ซึ่งมีความจำเป็นในกรณีที่พนักงาน ต้องทำงานเกี่ยวกับเอกสารที่เป็นความลับหรืองานด้านการเงิน

7. คุณสมบัติในการพูด (Speech) ทั้งภาษาไทยและต่างประเทศ โดยพนักงานต้องพูดจาชัดถ้อยชัดคำ ไม่พูดช้าหรือเร็วเกินไป ใช้คำศัพท์ได้ถูกต้องเหมาะสม น้ำเสียงสุภาพและอ่อนน้อม เพื่อให้สามารถสื่อความหมายได้อย่างชัดเจน

8. เป็นผู้มีสุขภาพดี (Good Health) พร้อมปฏิบัติงาน ให้บริการด้วยความร่าเริง

9. ความจำดี (Good Memory) เช่น การจำชื่อลูกค้า สิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงอัตราค่าบริการของสินค้า เป็นต้น

10. ความรู้ (Knowledge) พนักงานบริการต้องมีความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการยกระดับอาชีพและความรู้รอบตัว เพื่อให้ทันสมัยและทันต่อเหตุการณ์อยู่เสมอ

11. ฉลาดและมีไหวพริบ (Intelligence and Tact) การเป็นผู้รู้จักการละเทศะ และสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้

12. ความอดทน (Patience) พนักงานบริการต้องอดทนจ่อบรรยากาศการทำงานที่กดดัน เนื่องจากปริมาณงานและอดกลั้นกับอารมณ์ของลูกค้า เพื่อนร่วมงาน และอดทนต่อการทำงานที่นานถึง 12 ชั่วโมง

13. สุขอนามัยส่วนบุคคล (Personal Hygiene) พนักงานบริการจำเป็นต้องเอาใจใส่ตนเองให้ร่างกายและเครื่องแต่งกายสะอาดอยู่เสมอ

14. การแต่งกาย (Grooming) แต่งการถูกต้องตามกฎระเบียบที่ทางองค์กรจัดไว้ให้

15. ยิ้มแย้มแจ่มใส (Smiling) ให้บริการแขกด้วยรอยยิ้มที่อบอุ่น จริงใจ

สมิต สัชฌุกร (2543) ได้สรุปคุณลักษณะที่ดีของพนักงานบริการไว้ดังนี้

1. มีใจรักในงานบริการ
2. มีความรู้ในงานที่จะบริการ
3. มีความรู้ในตัวสินค้าหรือบริการ
4. มีความรับผิดชอบต่อการปฏิบัติตน
5. มีความรับผิดชอบต่องานในหน้าที่
6. มีความรับผิดชอบต่อลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ
7. มีทัศนคติต่องานบริการดี
8. มีจิตใจมั่นคงไม่โลเล
9. มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์

10. มีความช่างสังเกต

11. มีวิจารณญาณไตร่ตรองรอบคอบ

12. มีความสามารถในการวิเคราะห์ปัญหา

วิลเลี่ยม โจเซฟ (Wiliam Joeseph, 1983, p. 11) ได้ศึกษาถึงความคาดหวังที่ผู้รับบริการมีต่อผู้ให้บริการ ซึ่งสามารถสรุปเป็นคุณลักษณะพื้นฐานที่ผู้ให้บริการจำเป็นต้องมี โดยแบ่งออกเป็นคุณลักษณะ 5 ด้วยกัน ได้แก่

1. การมีทัศนคติ (Pleasant Attitude)

2. มีการตอบสนองและให้คำตอบที่ถูกต้อง (Responsive and Correct Answer)

3. มีความรู้ ความสามารถที่จำเป็นต่องาน (Well Equipped)

4. ความมีทักษะและฝึกฝนจนชำนาญ (Skill and Training)

5. ความตรงต่อเวลา (Punctuality)

จากการทบทวนวรรณกรรม เพื่อศึกษาความหมายของ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ที่มีแนวโน้มจะประสบความสำเร็จทางเศรษฐกิจ ในการดำเนินธุรกิจรวมถึงคุณสมบัติเฉพาะของพนักงาน และคุณลักษณะที่ดีของพนักงานบริการ ดังที่ได้กล่าวไว้แล้วข้างต้น ผู้วิจัยได้รวบรวมประเด็นคุณลักษณะทั้งหมด ที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานมาสรุปไว้ในตารางที่ 2.1 ดังนี้

ตาราง 2.1 คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ

นักวิชาการ/หน่วยงาน	ปัจจัยคุณลักษณะ
1. Baumback	- มีความเป็นมิตร - มีความกระตือรือร้น - มีความซื่อสัตย์สุจริต - มีความขยันหมั่นเพียร - มีความกระฉับกระเฉง - มีความมุมานะ บากบั่น มีความมั่นคงเด็ดเดี่ยว - มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ - มีความรับผิดชอบและมีความคิดแน่วแน่
2. Levinson	- ความอดทน (Patience) - ความก้าวร้าว (Aggressiveness) - การเป็นคนเจ้าความคิดและมีจินตนาการ (Imagination) - มีไหวพริบและไวต่อสิ่งแวดล้อมรอบด้าน (Sensitivity) - มีความเป็นตัวของตัวเองสูง (Ego Strength)

ตาราง 2.1 คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ (ต่อ)

นักวิชาการ/หน่วยงาน	ปัจจัยคุณลักษณะ
3. Hatten	- มีความอุตสาหะ (Perseverance) - มีความอดทน (Patience) - มีความสามารถในการคิดและแก้ปัญหา (Critical Thinking Skills) - ความมุ่งมั่นและพยายามที่จะดำเนินธุรกิจให้สำเร็จให้ได้ (Passion) - มีความสามารถในการตัดสินใจในภาวะวิกฤต (Determination) - ไม่ปล่อยให้ตนเองตกอยู่ในโชคชะตาหรือพรหมลิขิต - มีความรู้จริง รู้ลึก (Knowledge) ในธุรกิจที่ลงทุน
4. Dollinger	- มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ - มีความเชื่อในอำนาจแห่งตน - ชอบที่จะเสี่ยง
5. McCelland and Winter	- เป็นผู้มีเจตคติต่อเงิน - เป็นผู้มีความต้องการทราบผลสะท้อนกลับของการทำงาน - เป็นผู้มีทักษะในการจัดการ - เป็นผู้ต้องการความสำเร็จในเบื้องต้น - มีพลังในหน้าที่การงาน - เป็นผู้มีความรับผิดชอบ - เป็นผู้ที่ชอบเสี่ยงพอประมาณ - เป็นผู้มองเห็นความน่าจะสำเร็จของงาน - เป็นผู้มองการณ์ไกล
6. Frese	- ความเป็นตัวของตัวเอง (Autonomy) - ความมีนวัตกรรม (Innovativeness) - ความกล้าเสี่ยง (Risk taking) - ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive aggressiveness) - ความสม่ำเสมอและใฝ่ใจในการเรียนรู้ (Stability and learning orientation) - ความใฝ่ใจในความสำเร็จ (Achievement orientation)

ตาราง 2.1 คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ (ต่อ)

นักวิชาการ/หน่วยงาน	ปัจจัยคุณลักษณะ
7. อาทิตย์ วุฒิคะโร	- ความรอบรู้ - ความสามารถในการบริหาร - ความสามารถในการโน้มน้าวจิตใจในการทำงานต่างๆ - เรียนรู้จากประสบการณ์ - มีความคิดสร้างสรรค์ - ความใฝ่สัมฤทธิ์ - ความกระตือรือร้น - ความเชื่อมั่นตนเอง - ความรับผิดชอบ - ความกล้าเสี่ยงในระดับปานกลาง - มีความหวังในอนาคต
8. ดนัย เทียนพุฒ	- มีความสามารถในการจัดการกับสิ่งที่ยุ่งเหยิง - เป็นทั้งนักจัดองค์การและนักบริหาร - มีความสามารถทางนวัตกรรม - สามารถวางแผนอย่างสมจริง - แนวทางปฏิบัติที่เป็นไปได้ - ปรารถนาความสำเร็จ - สามารถปรับตัวได้ - มีความรับผิดชอบ - เป็นผู้นำที่เน้นเป้าหมาย
9. วิฑูรย์ สิมะโชคดี	- ต้องเป็นคนที่ใฝ่รู้อยู่เสมอ - ต้องเป็นคนมีความคิดริเริ่ม มีความคิดสร้างสรรค์ - ต้องเป็นคนที่ไม่ท้อถอยง่าย มีความอดทน - มีความรู้สึกยินดีเมื่อต้องให้ - ต้องเป็นนักเสี่ยง ต้องกล้าได้กล้าเสีย - ต้องเป็นคนที่มีวิสัยทัศน์กว้างไกล - ต้องเป็นนักแสวงหาโอกาส - ต้องมีเครือข่ายที่ดี

ตาราง 2.1 คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ (ต่อ)

นักวิชาการ/หน่วยงาน	ปัจจัยคุณลักษณะ
10. บุริม โอทกานนท์	- ไม่คิดว่าธุรกิจที่กำลังทำอยู่เป็นงานที่ต้องทำ แต่คิดว่าเป็นงานที่อยากทำ - มีเป้าหมายชัดเจน - มุ่งมั่นสูงให้ประสบผลสำเร็จ - มีภาวะผู้นำ กล้าเสี่ยง และกล้าตัดสินใจ - มีความฝัน ความคิดริเริ่ม - ทำงานเร็ว มีสัมผัสที่เร็วต่อโอกาส ปัญหา และอุปสรรค
11. สุรชัย ภัทรบรรเจิด	- ความกล้าเสี่ยง (Risk Taking) - ต้องการมุ่งความสำเร็จ (Need for Achievement) - มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (Creativity Thinking) - รู้จักผูกพันต่อเป้าหมาย(Addict to Goals) - ความสามารถโน้มน้าวจิตใจผู้อื่น (Ability to motivate) - ยืนหยัดต่อสู้ทำงานหนัก (Hard Working) - เอาประสบการณ์ในอดีตมาเป็นบทเรียน (Learning from Experience) - มีความสามารถในการบริหารงานและมีความเป็นผู้นำที่ดี (Management and Leadership Capability) - มีความเชื่อมั่นในตนเอง(Be Self Confident) - มีวิสัยทัศน์กว้างไกล (Visionary) - มีความรับผิดชอบ (Responsibility) - มีความกระตือรือร้น และไม่หยุดนิ่ง (Enthusiastic) - ใฝ่หาความรู้เพิ่มเติม (Take New Knowledge) - กล้าตัดสินใจและมีความมุมานะพยายาม (Decision and Be Attempt) - ไม่ตั้งความหวังไว้กับผู้อื่น (Independent) - มองเหตุการณ์ปัจจุบันเป็นหลัก (Focus on Current Situation) - สามารถปรับตัวเข้ากับสิ่งแวดล้อม (Adaptable) - รู้จักประมาณตนเอง (Self Assessment) - มีความร่วมมือและแข่งขัน(Participation and Competition) - ประหยัดเพื่ออนาคต (Safe for Future) - มีความซื่อสัตย์ (Loyalty)

ตาราง 2.1 คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ (ต่อ)

นักวิชาการ/หน่วยงาน	ปัจจัยคุณลักษณะ
12. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	- ความชำนาญในงาน (Skills) - ภาษาต่างประเทศ (Foreign Languages) - เจตคติ (Attitude) - บุคลิกภาพ (Personality) - ความสามารถในการปรับตัว (Adaptability) - คุณสมบัติในการเป็นคนเปิดเผย (Extrovert) - คุณสมบัติในการพูด (Speech) - เป็นผู้มีสุขภาพดี (Good Health) - ความจำดี (Good Memory) - ความรู้ (Knowledge) - ฉลาดและมีไหวพริบ (Intelligence and Tact) - ความอดทน (Patience) - สุขอนามัยส่วนบุคคล (Personal Hygiene) - การแต่งกาย (Grooming) - ยิ้มแย้มแจ่มใส (Smiling)
13. สมิต สัชฌุกร	- มีใจรักในงานบริการ - มีความรู้ในงานที่จะบริการ - มีความรู้ในตัวสินค้าหรือบริการ - มีความรับผิดชอบต่อการปฏิบัติตน - มีความรับผิดชอบต่องานในหน้าที่ - มีความรับผิดชอบต่อลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ - มีทัศนคติต่องานบริการดี - มีจิตใจมั่นคงไม่โลเล - มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ - มีความช่างสังเกต - มีวิจารณญาณไตร่ตรองรอบคอบ - มีความสามารถในการวิเคราะห์ปัญหา

ตาราง 2.1 คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ (ต่อ)

นักวิชาการ/หน่วยงาน	ปัจจัยคุณลักษณะ
14. Wiliam Joeseph	- การมีทัศนคติ (Pleasant Attitude) - มีการตอบสนองและให้คำตอบที่ถูกต้อง (Responsive and Correct Answer) - มีความรู้ ความสามารถที่จำเป็นต่องาน (Well Equipped) - ความมีทักษะและฝึกฝนจนชำนาญ (Skill and Training) - ความตรงต่อเวลา (Punctuality)

จากตาราง 2.1 ข้างต้น ผู้วิจัยได้สรุปคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จตามแนวคิดของนักวิชาการและหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อนำมาประกอบการศึกษาคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงาน จากแนวคิดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้ด้วย

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจรับจัดงาน (Organizer)

จากแนวคิดของ อาจารย์บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา ได้แบ่งประเภทองค์ประกอบของธุรกิจไมซ์ตามธุรกิจที่เกี่ยวข้องเป็น 7 ประเภทหลัก โดยระบุบทบาทหน้าที่ของธุรกิจรับจัดกิจกรรม (Organizer) หรือธุรกิจรับจัดงานตามความหมายของผู้วิจัยไว้ว่า (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2554 น.37) ธุรกิจรับจัดกิจกรรม (Organizer) หมายถึง ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมในลักษณะการดำเนินงานแบบ มืออาชีพ อาจเป็นบริษัทของคนไทยหรือของชาวต่างชาติมาตั้งสาขาในประเทศไทยก็ได้ และสามารถแบ่งได้อีก 4 ประเภทใหญ่ๆคือ

1. ธุรกิจจัดงานการประชุมมืออาชีพ (Professional Convention Organizer-PCO) หมายถึงธุรกิจที่จัดงานเหตุการณ์สำคัญที่มีบทบาทหลักในการประชุม ดังนี้

- ให้คำปรึกษาเกี่ยวกับสถานที่การจัดประชุม การวางแผนพิธี เปิด-ปิด งานประชุม การลงทะเบียนผู้เข้าร่วมประชุม การจัดโปรแกรมการประชุม การจัดห้องพักให้ผู้เข้าร่วมประชุม
- ประสานงานและจัดการด้านการติดต่อวิทยากร เตรียมอุปกรณ์สำหรับการนำเสนองาน ติดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ในการเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการประชุม การยืนยันการลงทะเบียน การชำระค่าละทะเบียน เป็นต้น
- จัดตั้งศูนย์ประสานงานอำนวยความสะดวกในระหว่างการประชุม เช่น ระบบโทรศัพท์ ระบบโทรสาร การถ่ายเอกสาร เป็นต้น
- จัดทำรายงานสรุปผลการประชุม สรุปยอดรายรับ-รายจ่ายในการจัดประชุม จัดทำแบบประเมินผลการจัดประชุมและส่งจดหมายขอบคุณหลังเสร็จสิ้นงานประชุม
- การให้บริการอื่นๆ เช่น ช่วยส่งเสริมและหาตลาดการจัดประชุม รวมทั้งการจัดหาผู้ให้การสนับสนุน (Sponsor) ด้วย

2. ธุรกิจจัดงานแสดงมืออาชีพ (Professional Exhibiter Organizer-PEO) หมายถึง ธุรกิจที่จัดงานนิทรรศการหรืองานแสดงสินค้า ซึ่งมีบทบาทในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในการจัดงานนิทรรศการหรืองานแสดงสินค้า เพื่อชักชวนให้ผู้ประกอบการหรือผู้บริโภคเข้าร่วมชมงานและบางกรณีอาจมีการจัดประชุมควบคู่ไปด้วย เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและได้รับรายได้เสริมจากการจัดประชุม

3. ธุรกิจจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Destination Management Company-DMC) หมายถึงธุรกิจนำเที่ยว (Tour Business) ที่จัดรายการนำเที่ยวให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัลของบริษัทต่าง ๆ ซึ่งต้องมีความเชี่ยวชาญด้านสถานที่ท่องเที่ยว และการจัดโปรแกรมท่องเที่ยวที่แตกต่างจากโปรแกรมท่องเที่ยวธรรมดา โดยเน้นความคิดสร้างสรรค์

4. ธุรกิจให้บริการด้านสถานที่การจัดประชุมและนิทรรศการ (Venue) หมายถึง ธุรกิจที่ให้บริการด้านสถานที่ในการจัดประชุมหรือแสดงสินค้า ซึ่งนับเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง เช่น ศูนย์การประชุม ศูนย์การแสดงสินค้า โรงแรม ห้องประชุม เป็นต้น

ส่วนการระบุถึงบทบาทหน้าที่ของผู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์โดย สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ มีการแบ่งบทบาทของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดการดำเนินกิจกรรมในธุรกิจไมซ์ ดังนี้

บทบาทของธุรกิจ Destination Management Company หรือ DMC คือ การเป็นบริษัทที่มีความเชี่ยวชาญ มีความรู้ในเชิงลึกเกี่ยวกับข้อมูลด้านต่างๆที่จำเป็นสำหรับการจัดงานไมซ์ในพื้นที่ นั้น ๆ ที่ DMC ตั้งอยู่และให้บริการในการวางแผนรับจัดงานประชุมให้กับบริษัทหรือองค์กรต่างๆโดยการบริการครอบคลุมตั้งแต่การเลือกสถานที่จัดงาน การจองตั๋วเครื่องบินและพาหนะการเดินทางต่างๆ การจัดหาสถานที่พัก การจัดโปรแกรมท่องเที่ยว การจัดหาสถานที่จัดประชุม รวมถึงบริการอื่นๆที่เกี่ยวเนื่อง โดยทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการจัดหาบริการและดำเนินการในการจัดงานประชุมองค์กรและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลให้กับบริษัทหรือองค์กรต่างๆ ซึ่งในบางกรณีทางบริษัทหรือองค์กรที่มีความต้องการจะจัดงานประชุมองค์กรอาจจะดำเนินการติดต่อกับ DMC ในประเทศที่ต้องการจะจัดงานโดยตรง โดยทางบริษัทอาจจะดำเนินการบอกโจทย์รวมถึง ความต้องการด้านต่างๆไปให้กับ DMC ที่ประเทศปลายทาง แต่อย่างไรก็ตามในปัจจุบัน DMC มักเกี่ยวข้องกับการให้รางวัลโดยการท่องเที่ยวมากกว่าการจัดประชุม ตัวอย่าง DMC ได้แก่ Euromic and Ovation Group ซึ่งเป็น DMC ที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในยุโรป

บทบาทของธุรกิจ Professional Convention Organizer หรือ PCO คือ บริษัทที่ทำหน้าที่ รับจัดงานประชุมวิชาชีพต่างๆ โดยจะเป็นผู้ที่รับงานจัดประชุมจากสมาคมวิชาชีพและดำเนินงานในขั้นตอนต่างๆจนกระทั่งการประชุมสำเร็จลุล่วง ซึ่งหน้าที่ความรับผิดชอบของ PCO อาจจะถูกแบ่งออก เป็น 2 ประเภทคือ

1. PCO หลัก (Core PCO) และ PCO ในพื้นที่ (Local PCO) บทบาทของ Core PCO ส่วนใหญ่จะดำเนินการควบคู่ไปกับสมาคม เพื่อให้คำแนะนำปรึกษาในการจัดงาน การบริหารจัดการงานประชุมควบคุมดูแลการจัดงานในภาพรวมและส่งต่องานด้านอื่น ๆ ให้กับ Local PCO และบริษัทที่มารับงานช่วงอื่นๆต่อ

2. Local PCO จะครอบคลุมการดูแลตั้งแต่การจัดการด้านการขนส่ง (Logistic) การจัดการสถานที่จัดงาน และการดำเนินงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในการจัดงานประชุมนั้น ซึ่งงานต่าง ๆ ที่กล่าวมาอาจจะมีการส่งต่อให้กับผู้รับงานต่ออื่นๆที่มีความชำนาญเฉพาะด้าน

กล่าวโดยสรุปคือการจัดงานประชุมวิชาชีพ PCO ที่เป็นผู้ติดต่อรับงานจากสมาคมวิชาชีพโดยตรง (Core PCO) จะส่งมอบงานต่อให้กับ PCO ในประเทศที่จะมีการจัดงาน (Local PCO) ด้วย บทบาทดังกล่าว PCO จึงทำหน้าที่เหมือนเป็นคนกลางในการจัดงานประชุมวิชาชีพและเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการจัดงานไมซ์ในส่วนของอุตสาหกรรมการประชุมวิชาชีพ

บทบาทของ Professional Exhibition Organizer หรือ PEO คือ ผู้ที่ให้บริการด้านการจัดการและดำเนินการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติ โดย PEO สามารถแบ่งได้เป็นสองประเภทใหญ่ๆ คือ Association Ownership และ Entrepreneurial Ownership ซึ่งจะมีรูปแบบและวัตถุประสงค์ในการดำเนินการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติที่แตกต่างกันออกไป โดย PEO ที่เป็น Association Ownership ไม่ได้มีเป้าหมายหลักในการแสวงหากำไร แต่จะดำเนินการจัดงานเพื่อเป็นการสร้างโอกาสทางธุรกิจและความรู้ต่างๆ แก่สมาชิกที่ออกงานในขณะที่ PEO ที่เป็น Entrepreneurial Ownership จะดำเนินการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติเพื่อจุดประสงค์ในการสร้างรายได้ผ่านการดำเนินการจัดงานแสดงสินค้าหรือนิทรรศการนานาชาติและทำการขายพื้นที่ในการจัดงานดังกล่าวให้กับผู้ออกร้านแสดงสินค้าต่างๆ ทั้งนี้ PEO ทั้งสองประเภทล้วนแต่จำเป็นที่จะต้องมีการประสานกับบริษัทที่มารับงานต่อด้านอื่นๆ เพื่อให้การจัดงานเป็นไปอย่างราบรื่น ไม่ว่าจะเป็น General Service contractor บริษัทขนส่ง รวมไปถึงบริษัทที่ดูแลเรื่องแสง สี เสียง และระบบรักษาความปลอดภัยเป็นต้น (สสปน., 2555)

สำหรับบทบาทของธุรกิจรับจัดงานโดยทั่วไปนั้น สำนักพัฒนาผู้ประกอบการ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ได้ระบุไว้ คือ (สำนักพัฒนาผู้ประกอบการ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2554) ธุรกิจที่ดำเนินกิจกรรมให้สอดรับกับความต้องการของลูกค้า โดยการต้องทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงการมีประสบการณ์ร่วม เกิดความชอบ และความเข้าใจตรงกัน ซึ่งมีสิ่งสำคัญคือ สิ่งที่นำเสนอไป จะต้องสามารถลงมือทำอย่างเป็นรูปธรรมตามที่ตกลงสัญญาได้ ซึ่งการประชุมเพื่อกำหนดวัตถุประสงค์ในการดำเนินกิจกรรมการตลาด จึงควรจะมีผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจ รวมถึงผู้ที่นำความคิดนั้นไปสร้างกิจกรรมเข้าร่วมประชุมด้วยเสมอ เพื่อไม่ให้เกิดความผิดพลาดในการสื่อสาร และเสียเวลาแก้ไขงานที่นำเสนอไปโดยเปล่าประโยชน์ ส่วนรูปแบบในการจัดกิจกรรมการตลาดนั้นมีมากมาย เช่น การจัดงานเปิดตัวสินค้า การจัดนิทรรศการ การประชาสัมพันธ์ หรือแม้แต่กิจกรรมที่มุ่งเป้าในการเพิ่มยอดขายสินค้า แต่ทั้งนี้ลูกค้าจะต้องเป็นผู้กำหนดโจทย์ ว่าจัดกิจกรรมนี้จัดขึ้นด้วยวัตถุประสงค์ใดและควรเป็นเพียงเรื่องเดียว เพื่อที่จะทำให้กิจกรรมนั้นมีความโดดเด่น สำหรับบุคคลากรในการทำงานในธุรกิจรับจัดงาน ควรมีอย่างน้อย 5 ตำแหน่งหลัก ได้แก่

1. Business Development หรือ Sale Director ตำแหน่งนี้มีบทบาทสำคัญในการหาลูกค้า ซึ่งจำเป็นต้องเป็นผู้มีประสบการณ์ มีสายสัมพันธ์ที่ดีทั้งลึกและกว้าง เพราะต้องอาศัยความเชี่ยวชาญด้านการดำเนินธุรกิจ การเจรจาต่อรอง เป็นต้น

2. AE (Account Executive) เป็นผู้ดูแลและบริหารจัดการลูกค้า ทั้งในส่วนของงบประมาณ ประสานงานกับฝ่ายความคิดสร้างสรรค์ Creative ฝ่ายนี้จะเป็นส่วนคิดงาน ว่ากิจกรรม

การตลาดควรจะมี Concept หรือแนวคิดหลักอย่างไร ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้หรือไม่ ซึ่งควรจะเข้าร่วมรับฟังความต้องการของลูกค้า เพราะจะต้องเป็นผู้นำเสนองาน ซึ่งผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์ ควรจะมีไหวพริบ ปฏิภาณที่ดีเลิศ สามารถหาเหตุผลมาจูงใจ และโน้มน้าวให้ลูกค้าซื้องานของตนเองได้

3. Producer เป็นฝ่ายที่ลงมือจัดทำกิจกรรมหรือคัดเลือกองค์กรภายนอกเข้ามารับช่วงงาน (Out Source) และดูแลรายละเอียดต่างๆ ของงานที่เกิดขึ้น โดยมีนักออกแบบทำการออกแบบ งานศิลปะ หรือผลิตสื่อที่เกี่ยวข้องในกิจกรรม ซึ่งสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานขนาดเล็กนั้นบางตำแหน่งอาจจะมีเพียงคนเดียวก็ได้ เช่น เป็นทั้ง AE และ Creative ซึ่งต้องคิดและนำเสนองานกับลูกค้าอยู่ตลอดเวลา สำหรับส่วนงานที่เหลือ Organizer สามารถจัดจ้างบบริษัทจากภายนอกเข้ามาสนับสนุนได้ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเทคโนโลยีใหม่ๆ เช่น การจัดแสดงแสงสีเสียง หาผู้แนะนำสินค้าหรืองานก่อสร้างซุ้มออกงานและจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้อง

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ได้กล่าวถึงแนวโน้มของธุรกิจรับจัดงานหรือ Event ในปี พ.ศ. 2557 ซึ่งดำเนินงานโดยธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็กหรือ SMEs ไว้ว่า (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2557) ในยุคปัจจุบันผู้ประกอบการธุรกิจต่างๆ มีทางเลือกในการทำการตลาดเพื่อกระตุ้นการซื้อสินค้าและบริการในรูปแบบที่หลากหลาย เช่น การส่งเสริมการขาย การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ รวมถึงการทำการตลาดในเชิงกิจกรรมหรือการจัดงาน ซึ่งเป็นหนึ่งในทางเลือกที่ได้รับความนิยมมากจากผู้ประกอบการ เนื่องจากการจัดงานสามารถสร้างประสบการณ์และการมีส่วนร่วมจากลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง ซึ่งความนิยมในการจัดงานของผู้ประกอบการ นำมาซึ่งการขยายตัวของธุรกิจบริหารการจัดงานหรือธุรกิจรับจัดงาน มีบทบาทสนับสนุนผู้ประกอบการให้การจัดงานประสบความสำเร็จบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในประเทศไทย มีการประกอบธุรกิจอย่างหลากหลาย และกระจายตัวอยู่ทั่วประเทศ เพื่อรองรับรูปแบบและขนาดการจัดงานที่แตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่ ซึ่งสามารถจำแนกผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในประเทศไทยออกได้เป็นสองกลุ่มหลัก ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานขนาดใหญ่และผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานขนาดกลางและขนาดเล็ก โดยผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในแต่ละกลุ่ม ต่างมีความเชี่ยวชาญในการจัดงาน และเข้าใจกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย รวมถึงมีรูปแบบการประกอบธุรกิจที่แตกต่างกันคือ ผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานขนาดใหญ่ จะเป็นกลุ่มผู้ประกอบการที่ประกอบธุรกิจรับจัดงานมายาวนาน จึงมีประสบการณ์ ความคิดสร้างสรรค์ เทคโนโลยี องค์ความรู้ในการบริหารจัดการงาน รวมถึงเงินทุนระดับสูง นอกจากนี้ ผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานขนาดใหญ่ยังมีบริษัทในเครือและเครือข่ายพันธมิตร ที่สนับสนุนการประกอบธุรกิจในด้านต่างๆ เช่น การจัดหาอุปกรณ์ เทคโนโลยี แสง สี เสียง เทคนิคพิเศษ และบุคลากรที่มีความชำนาญเฉพาะด้านอื่นๆ รวมถึงยังมีเครือข่ายสื่อมวลชนที่ช่วยประชาสัมพันธ์การจัดงานให้เป็นที่รับรู้ในวงกว้างอีกด้วย รูปแบบการรับจัดงานของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานขนาดใหญ่ ครอบคลุมทั้งงานที่จัดเป็นประจำในแต่ละช่วงเวลา และงานที่จัดขึ้นเป็นรายครั้ง ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เช่น การจัดงานรื่นเริงในเทศกาลต่างๆ คอนเสิร์ต งานมหกรรมกีฬา การประชุม งานสัมมนา งานแสดงสินค้าในระดับประเทศและนานาชาติ เป็นต้น โดยส่วนใหญ่แล้วลูกค้าที่ใช้บริการผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานขนาดใหญ่จะเป็นองค์กรที่ต้องการจัดงานที่มีรูปแบบที่น่าสนใจ สามารถดึงดูดผู้เข้าร่วมงานได้จำนวนมาก สร้างการรับรู้ในการจัดงานสำหรับ

ผู้เข้าร่วมงานได้เป็นอย่างดี ได้รับความสนใจจากสื่อมวลชนอย่างกว้างขวาง รวมถึงสามารถดำเนินกิจกรรมต่างๆไปได้อย่างราบรื่น โดยลูกค้าที่ใช้บริการผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานขนาดใหญ่จะครอบคลุมถึงภาคเอกชน ทั้งผู้ประกอบการไทยและบริษัทข้ามชาติ หน่วยงานภาครัฐ และองค์กรระหว่างประเทศต่างๆ จากการจัดงานขนาดใหญ่ ซึ่งมีความคาดหวังถึงผลจากการจัดงาน ในระดับสูง ส่งผลให้ลูกค้าที่ใช้บริการให้ความสำคัญกับการเลือกผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานที่มีความเหมาะสมมาเป็นผู้รับผิดชอบในการจัดงาน โดยลูกค้าที่ใช้บริการจะพิจารณาความน่าเชื่อถือ ประสบการณ์การจัดงาน รวมถึงผลงานที่ผ่านมาของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานขนาดใหญ่เป็นสำคัญ ซึ่งพบว่าโดยส่วนใหญ่แล้ว ลูกค้าที่ใช้บริการจะเชิญผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานขนาดใหญ่จำนวนหนึ่งมานำเสนอข้อมูลต่างๆ เช่น รูปแบบการจัดงาน ผลที่คาดว่าจะได้รับ รวมถึงแผนสำรองต่างๆ แล้วจึงจะตัดสินใจเลือกผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานที่มีความเหมาะสมมากที่สุด กล่าวคือ สามารถนำเสนอรูปแบบการจัดงานได้อย่างน่าสนใจ สามารถตอบโจทย์ความต้องการในการจัดงานของลูกค้าที่ใช้บริการได้เป็นอย่างดีภายใต้งบประมาณที่กำหนด รวมถึงยังต้องมีแผนสำรองต่างๆในกรณีที่เกิดปัญหาขึ้น ทั้งก่อนการจัดงานและระหว่างการจัดงาน ธุรกิจรับจัดงาน SME ก้าวอย่างไรให้มั่นคงและเติบโต ผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานขนาดกลางและขนาดเล็ก โดยทั่วไปแล้ว ผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานขนาดกลางและขนาดเล็กจะเป็นกลุ่มผู้ประกอบการที่เพิ่งเริ่มต้นประกอบธุรกิจรับจัดงาน จึงมีประสบการณ์ เทคโนโลยี องค์ความรู้ในการบริหารจัดการงาน รวมถึงเงินทุนอยู่ในระดับไม่สูงมากนัก นอกจากนี้ ผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานขนาดกลางและขนาดเล็กยังขาดเครือข่ายพันธมิตรที่สนับสนุนการประกอบธุรกิจในด้านต่างๆ เช่น การจัดหาอุปกรณ์ เทคโนโลยี แสง สี เสียง เทคนิคพิเศษ และบุคลากร ซึ่งพบว่าโดยส่วนใหญ่แล้วจะมีการติดต่อประสานงานกันเป็นรายครั้ง และมีการเปลี่ยนเครือข่ายพันธมิตรให้สอดคล้องตามรูปแบบและขนาดการจัดงานตามความเหมาะสม รวมถึงผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานขนาดกลางและขนาดเล็กยังขาดเครือข่ายสื่อมวลชนที่ช่วยประชาสัมพันธ์การจัดงานให้เป็นที่รับรู้ในวงกว้างอีกด้วย การรับจัดงานของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานขนาดกลางและขนาดเล็กส่วนใหญ่จะเป็นการรับจัดงานภายในประเทศ ครอบคลุมถึงงานเปิดตัวสินค้า งานจัดเลี้ยงระดับองค์กร งานพิธีการ และงานเฉพาะกลุ่มต่างๆ เช่น งานหมั้น งานแต่งงาน ปาร์ตี้ส่วนตัว เป็นต้น โดยลูกค้าที่ใช้บริการผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานขนาดกลางและขนาดเล็กส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มภาคเอกชน และประชาชนทั่วไปเป็นหลัก ถึงแม้ว่าการจัดงานขนาดเล็กจะใช้งบประมาณและมีจำนวนผู้เข้าร่วมงานไม่มากเท่ากับการจัดงานขนาดใหญ่ แต่ก็พบว่าลูกค้าที่ใช้บริการต่างก็มีความคาดหวังว่าการจัดงานจะต้องมีรูปแบบที่น่าสนใจ สามารถสร้างการรับรู้และจดจำในการจัดงานสำหรับผู้เข้าร่วมงานได้เป็นอย่างดี รวมถึงสามารถดำเนินกิจกรรมต่างๆไปได้อย่างราบรื่น ซึ่งพบว่าโดยทั่วไปแล้วลูกค้าที่ใช้บริการจะเลือกผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานขนาดกลางและขนาดเล็กโดยอาศัยการแนะนำหรือบอกต่อ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2557)

ศูนย์วิจัยกสิกรไทยประเมินว่า แนวโน้มการจัดสรรงบประมาณการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆเพื่อการจัดงานจะมีมากขึ้น โดยประมาณการว่าจะเติบโตขึ้นจากมูลค่าประมาณ 14,000 ล้านบาท ในปี 2556 ไปสู่มูลค่าประมาณ 14,300-14,700 ล้านบาท ในปี พ.ศ.2557 หรือเติบโตขึ้นร้อยละ 2-5 ซึ่งการจัดงานจะมีความอ่อนไหวในระดับสูงต่อภาวะเศรษฐกิจของประเทศและปัจจัยภายนอกที่ควบคุมหรือคาดการณ์ได้ยาก แต่ผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในประเทศไทยยังมีโอกาส

กระจายความเสี่ยงในการประกอบธุรกิจภายใต้ความไม่แน่นอนที่เกิดขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการกระจายความเสี่ยงจากการรับจัดงานเฉพาะในพื้นที่กรุงเทพฯ ไปสู่การเปิดตลาดธุรกิจในต่างจังหวัดและต่างประเทศ ส่วนผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานขนาดกลางและขนาดเล็กนั้น ผู้ประกอบการควรปรับกลยุทธ์จากการเป็นผู้บริหารการจัดงาน มาสู่การเป็นผู้ให้บริการสื่อสารการตลาดอย่างครบวงจร กล่าวคือ ประยุกต์ใช้จุดแข็งในด้านความเข้าใจความต้องการของผู้เข้าร่วมงาน มาต่อยอดในการเป็นผู้ให้บริการสื่อสารการตลาดอย่างครบวงจร ทั้งในรูปแบบการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ และการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในรูปแบบอื่นๆที่นอกเหนือจากการจัดการงาน ผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานขนาดกลางและขนาดเล็ก จำเป็นต้องสร้างเครือข่ายพันธมิตรที่สนับสนุนการประกอบธุรกิจในด้านต่าง ๆ เช่น การจัดหาอุปกรณ์ เทคโนโลยี แสง สี เสียง เทคนิคพิเศษ และบุคลากร รวมถึงยังจำเป็นต้องมุ่งนำเสนอความเป็นมืออาชีพในการจัดงาน ผ่านการสร้างสรรค์รูปแบบการจัดงานให้มีความน่าสนใจ สามารถตอบโจทย์เป้าหมายในการจัดงานภายใต้งบประมาณที่จำกัด รวมถึงมีแผนสำรองในกรณีที่เกิดปัญหาขึ้น และจำเป็นต้องนำเสนอ การประยุกต์ใช้ความคิดสร้างสรรค์และเทคโนโลยีสำหรับการจัดงาน เพื่อสร้างความแตกต่างจากผู้ประกอบการรายอื่นๆ ที่จะนำมาซึ่งกระแสการแนะนำหรือบอกต่อระหว่างลูกค้าที่ใช้บริการ และจะส่งผลให้ผู้ประกอบการสามารถขยายเครือข่ายกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการให้กว้างขวางขึ้น ก่อให้เกิดรายได้ที่สูงขึ้น รวมถึงยังเป็นการหลีกเลี่ยงสภาวะการแข่งขันทางด้านราคา ระหว่างผู้ประกอบการด้วยกันอีกทางหนึ่ง ทั้งนี้ การสั่งสมประสบการณ์การจัดงาน รวมถึงความมุ่งมั่นในการสร้างผลงานที่น่าประทับใจสำหรับลูกค้าที่ใช้บริการจะส่งผลให้ผู้ประกอบการรับจัดงานขนาดกลางและขนาดเล็ก สามารถพัฒนาขีดความสามารถในการประกอบธุรกิจ ให้มีความน่าเชื่อถือ รวมถึงสามารถพัฒนาศักยภาพระดับไปสู่การรับจัดงานขนาดใหญ่ทั้งในประเทศและต่างประเทศได้ อย่างไรก็ดี การที่ธุรกิจรับจัดงานเป็นธุรกิจให้บริการ ซึ่งมีบุคลากรเป็นหัวใจสำคัญในการประกอบธุรกิจ ผู้ประกอบการธุรกิจทั้งขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็กจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญในการพัฒนาทักษะของบุคลากรในด้านต่างๆสอดคล้องตามตำแหน่งหน้าที่ และความรับผิดชอบไม่ว่าจะเป็นด้านความคิดสร้างสรรค์ในการจัดงาน การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า รวมถึงทักษะการสื่อสารภาษาต่างชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ภาษาอังกฤษ เพื่อรองรับการขยายธุรกิจจากการรับจัดงานในประเทศไปสู่การรับจัดงานในต่างประเทศได้ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2557)

จากการศึกษาบทบาทสำคัญของธุรกิจรับจัดงานข้างต้น ซึ่งได้กล่าวถึงหน้าที่และการทำงานของผู้ประกอบการที่ประกอบธุรกิจรับจัดงาน หรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน ของหน่วยงานและนักวิชาการ ว่าควรจะต้องมีคุณลักษณะ หรือความรู้ ความสามารถอย่างไร และต้องมีการปรับรูปแบบการดำเนินธุรกิจให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจดังรายละเอียดต่าง ๆ ที่ได้กล่าวไว้แล้วข้างต้นนั้น ผู้วิจัยจึงนำมาสรุปเป็นคุณลักษณะของผู้ที่ดำเนินธุรกิจรับจัดงาน ดังรายละเอียดในตาราง 2.2 เพื่อนำมาศึกษาถึง คุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ต่อไป

ตาราง 2.2 สรุปคุณลักษณะของผู้ที่ดำเนินธุรกิจรับจัดงาน (Organizer)

นักวิชาการ/ หน่วยงาน	คุณลักษณะของผู้ที่ดำเนินธุรกิจรับจัดงาน
1. บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา	- มีความเชี่ยวชาญด้านสถานที่ท่องเที่ยวและการจัดโปรแกรมท่องเที่ยวที่แตกต่างจากโปรแกรมท่องเที่ยวธรรมดา - มีความคิดสร้างสรรค์
2. สสปน.	- มีความรู้ในเชิงลึกเกี่ยวกับข้อมูลด้านต่างๆที่จำเป็นสำหรับการจัดงานไมซ์ในพื้นที่นั้นๆ - มีความสามารถในการประสานงานกับบริษัทที่มารับงานต่อด้านอื่นๆ
3. สำนักพัฒนาผู้ประกอบการ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม	- มีประสบการณ์ มีสายสัมพันธ์ที่ดีทั้งลึกและกว้าง - มีความเชี่ยวชาญด้านการดำเนินธุรกิจ - มีความสามารถในการเจรจาต่อรอง - มีความคิดสร้างสรรค์ - มีไหวพริบ ปฏิภาณที่ดีเลิศ - สามารถหาเหตุผลมาจูงใจ และโน้มน้าวให้ลูกค้าซื้องานของตนเองได้ - เข้าใจกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
4. ศูนย์วิจัยกสิกรไทย	- มีประสบการณ์ - ความคิดสร้างสรรค์ - มีเทคโนโลยีและองค์ความรู้ในการบริหารจัดการงาน - มีเงินทุน - มีบุคลากรที่มีความชำนาญเฉพาะด้าน - สามารถตอบโจทย์ความต้องการในการจัดงานของลูกค้าที่ใช้บริการได้เป็นอย่างดีภายใต้งบประมาณที่กำหนด - มีเครือข่ายพันธมิตรที่สนับสนุนการประกอบธุรกิจ - มีความน่าเชื่อถือ - มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า - มีทักษะการสื่อสารภาษาต่างชาติ

จากตาราง 2.2 ผู้วิจัยได้สรุปคุณลักษณะของผู้ที่ดำเนินธุรกิจรับจัดงาน (Organizer) เพื่อนำมาศึกษาถึงคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ ซึ่งพบว่าสอดคล้องกับ คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ ดังตาราง 2.1 ที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE)

ธุรกิจไมซ์เริ่มพัฒนาจากกการเป็นธุรกิจที่เสนอบริการพิเศษ คือ เสนอเป็นตัวกลางในการจัดประชุมทั้งแบบ Meeting และ Convention การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและการแสดงสินค้าและนิทรรศการ ซึ่งนับวันยิ่งมีความสำคัญมากขึ้นในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของโลก หากอิงตามประวัติศาสตร์แล้ว การประชุมที่มีแบบแผนและเป็นทางการไม่มีหลักฐานปรากฏแน่ชัดว่าเริ่มขึ้นที่ใด เมื่อใด แต่ธุรกิจไมซ์เริ่มปรากฏเด่นชัดในช่วงปลายคริสต์ศตวรรษที่ 19 เมื่อได้มีการจัดประชุมการเมืองและวิทยาศาสตร์ในประเทศยุโรป สำหรับในประเทศสหรัฐอเมริกาพบว่าในช่วงศตวรรษที่ 19 มีการรวมกลุ่มธุรกิจการค้า โดยได้จัดตั้งสมาคมการค้าของสาขาวิชาชีพที่หลากหลาย จึงเป็นสาเหตุให้มีการจัดตั้งองค์กรที่ทำหน้าที่บริการศูนย์การจัดประชุม หรือ Convention Bureau ขึ้นเป็นแห่งแรกของโลกที่เมือง Detroit ประเทสหรัฐอเมริกา ในปี ค.ศ. 1896 และในปี ค.ศ. 1963 มีการก่อตั้ง The International Congress and Convention Association ซึ่งเป็นสมาคมที่ส่งเสริมและสนับสนุนการจัดประชุมนานาชาติที่มีบทบาทมาก ซึ่งในขณะนั้นธุรกิจการจัดประชุมในยุโรปพัฒนาไปค่อนข้างช้ากว่าในประเทสหรัฐอเมริกา โดยเริ่มจัดตั้ง The Birmingham Convention and Visitor Bureaus ในปี ค.ศ. 1982 ส่วนการแสดงสินค้านั้นได้เริ่มจากการพัฒนาอุตสาหกรรม จึงทำให้ต้องมีการแนะนำสินค้าจากกรรมวิธีการผลิตที่ใหม่ๆ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รู้จัก โดยเริ่มมีงานแสดงสินค้าตั้งแต่ศตวรรษที่ 18 ในประเทศอังกฤษ และหลังจากนั้นประเทศอื่นๆก็นิยมจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการต่างๆ เพื่อวัตถุประสงค์ดังกล่าวนี้ด้วยเช่นกัน ถือเป็นการพัฒนาธุรกิจไมซ์อย่างเต็มรูปแบบ สำหรับประเทศไทย การจัดประชุมระดับนานาชาติเกิดขึ้นอย่างมีรูปแบบสากลในช่วง พ.ศ. 2520 โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งได้ก่อตั้งกองการประชุมนานาชาติเพื่อ ทำหน้าที่รับผิดชอบส่งเสริมการจัดประชุม ให้ความรู้บุคลากรเพื่อให้มีทักษะในการจัดประชุมนานาชาติ และให้ข้อมูลเกี่ยวกับการประชุมต่างๆ และได้เข้าเป็นสมาชิกองค์กรด้านการประชุมนานาชาติสากล โดยในส่วนของภาคเอกชนได้ก่อตั้งสมาคมสมาคมส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ (ไทย) ขึ้นโดยมีหน้าที่รับผิดชอบด้านการส่งเสริมและพัฒนาการประชุมนานาชาติให้แก่ประเทศไทยอย่างมีประสิทธิภาพ ต่อมาได้มีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในการประชุม เช่น การสร้างศูนย์ประชุม Bangkok Convention Center ศูนย์การประชุมนานาชาติสิริกิติ์ (Queen Sirikit National Convention Center (QSNCC) ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค (Bangkok International Trade and Exhibition Centre - BITEC) ศูนย์การแสดงสินค้านานาชาติอิมแพค (Impact Exhibition Centre) ศูนย์การแสดงสินค้าและการประชุมพัทยา (Pattaya Exhibition and Convention Hall- PEACH) เพื่อรองรับการจัดประชุมทั้งระดับภายในประเทศและนานาชาติ ที่มีผู้เข้าร่วมประชุมจำนวนมากได้อย่างเพียงพอ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2554)

2.3.1 อุตสาหกรรมไมซ์และผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคม

อุตสาหกรรมไมซ์ ถือเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีการเจริญเติบโตสูงที่สุดในประเทศไทย และมีส่วนสำคัญต่อการสร้างมูลค่าโดยรวมของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศ จากอัตราการเติบโตร้อยละ 10 ต่อปีเป็นอย่างต่ำมาอย่างต่อเนื่อง โดยผลการดำเนินงานของ สสปน. ปีงบประมาณ 2556 ระบุว่า การประชุมกลุ่มองค์กร การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการประชุม

นานาชาติ สามารถทำรายได้ให้อุตสาหกรรมไมซ์ทั้งหมด เป็นสัดส่วนร้อยละ 82 ขณะที่การจัดนิทรรศการ หรือ Exhibition ทำรายได้ประมาณร้อยละ 18 โดยมีนักเดินทางในกลุ่มการประชุมเป็นจำนวนรวมทั้งสิ้น 822,183 คน นำรายได้เข้าสู่ประเทศเป็นจำนวน 73,961 ล้านบาท จากจำนวนนักเดินทางไมซ์ทั้งสิ้น 1,013,502 คน และ 88,485 ล้านบาท ตามลำดับ (สสปน., 2557) ซึ่งนับได้ว่าอุตสาหกรรมไมซ์เป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับการกระตุ้นเศรษฐกิจไทย ให้เกิดรายได้เข้าประเทศจากการจัดกิจกรรมทางธุรกิจ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับท้องถิ่นจากการใช้พื้นที่หรือสถานที่ ในท้องถิ่นมาจัดเป็นสถานที่จัดประชุม ส่งผลให้เกิดการพัฒนามาตรฐานการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมไมซ์อย่างมีประสิทธิภาพ (สสปน., 2554)

ดังนั้น จะเห็นได้ว่าผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมของอุตสาหกรรมไมซ์ ที่เกิดขึ้นในประเทศไทย สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวให้แก่ท้องถิ่นที่มีความพร้อมได้เป็นอย่างดี จึงนับเป็นเป็นโอกาสของผู้ประกอบการธุรกิจต่างๆที่เกี่ยวข้อง ในการเร่งการพัฒนาบุคลากรให้มีคุณภาพ มีความรู้ความสามารถและทักษะที่ได้มาตรฐาน มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์

2.3.2 ศักยภาพและแนวโน้มของธุรกิจไมซ์ประเทศไทยในอนาคต

สสปน. มีการเตรียมความพร้อมด้านนโยบาย เพื่อรองรับการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี พ.ศ. 2558 ซึ่งจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนช่วยเหลือจากรัฐบาล และเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน ทั้งผู้ประกอบการและแรงงานในภาคอุตสาหกรรมไมซ์ ซึ่งมีการจัดสรรงบประมาณ 19.9 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2557 สำหรับดำเนินการแผน MICE Intelligence ที่มุ่งจัดทำงานวิจัยอุตสาหกรรมไมซ์ เพื่อต่อยอดการให้บริการและเสริมสร้างโอกาสทางธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการไมซ์ ผ่านการให้บริการเชิงความรู้ในรูปแบบของรายงาน MICE Industry Report และห้องสมุด TCEB Library หรือศูนย์รวมข้อมูลหนังสือเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ ซึ่งในอนาคตได้วางแผนพัฒนาสู่การเป็นห้องสมุดอิเล็กทรอนิกส์เพื่ออุตสาหกรรมไมซ์ต่อไป พร้อมปรับปรุงรูปแบบของ MICE Intelligence ด้านเนื้อหาข้อมูลควบคู่กับการพัฒนาบุคลากร ให้มีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไมซ์มากยิ่งขึ้นผ่านการเข้าร่วมอบรมกับสถาบันต่างๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงการสร้างเครือข่ายพันธมิตรด้านข้อมูลและงานวิจัย เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมไมซ์โดยดำเนินงานตาม 4 แผนงานหลัก ได้แก่

1. การเป็นแหล่งข้อมูลให้ผู้ประกอบการไมซ์ โดยทำการรวบรวมข้อมูลสำคัญต่างๆ สำหรับธุรกิจไมซ์ แบ่งเป็น 10 หมวด ได้แก่ โรงแรมที่พัก สถานที่จัดประชุมและงานแสดงสินค้า ผู้ประกอบการ สมาคมที่เกี่ยวข้อง ผู้ให้บริการอาหารและจัดเลี้ยง ผู้ให้บริการแปลภาษา ผู้ประกอบการบริษัททัวร์ท่องเที่ยว ผู้ให้บริการด้านขนส่ง รายชื่อผู้รับเหมา และรายชื่อมหาวิทยาลัยที่สอนวิชาที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์

2. วิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารและแนวโน้มของอุตสาหกรรมไมซ์ รวมถึงรายงานความเคลื่อนไหวของคู่แข่ง ซึ่งจัดนำเสนอในรูปแบบรายงานออกมาทุกไตรมาส เพื่อประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการ

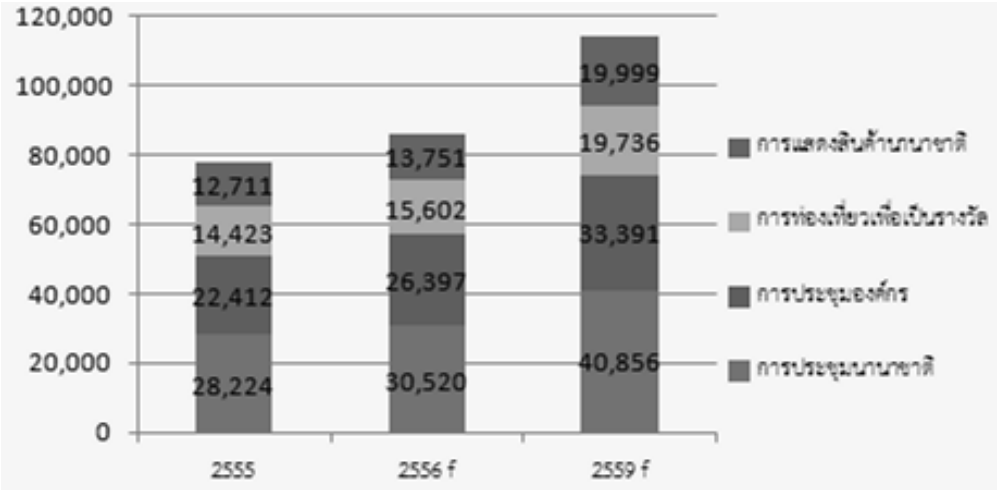
3. เป็นศูนย์รวมข้อมูลหนังสือเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ เช่น นิตยสารทางด้านธุรกิจไมซ์ รายงานสถานการณ์และแนวโน้มตลาดไมซ์โลก สถิติและผลงานวิจัยด้านไมซ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ รายการจัดงานประชุมและงานแสดงสินค้าที่น่าสนใจ เป็นต้น

4. เป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงข้อมูลกับภาคีเครือข่ายอุตสาหกรรมไมซ์ ซึ่งประเทศไทยมีศักยภาพในการดำเนินธุรกิจไมซ์ โดยวัดจาก ด้านจำนวนผู้เข้าร่วมงานประชุมนานาชาติของเอเชียซึ่งประเทศไทยเป็นอันดับ ที่ 4 และด้านจำนวนการจัดงานประชุมนานาชาติ อยู่ในอันดับที่ 5 โดยมีอัตราเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 18 ต่อปี สามารถสร้างรายได้เข้าประเทศมากกว่านักท่องเที่ยวต่างชาติทั่วไปโดยเฉลี่ย 2-3 เท่า มีความสามารถในการรองรับท่องเที่ยวด้วยการเป็นศูนย์กลางการบินของเอเชียสำหรับ 80 สายการบิน โดยมีสนามบินนานาชาติสุวรรณภูมิที่สามารถรองรับผู้โดยสารได้มากถึง 45 ล้านคนต่อปี มีเที่ยวบินมากกว่า 200 เที่ยวต่อวัน มีศักยภาพด้านจำนวนห้องพักรองรับนักท่องเที่ยวได้มากถึง 15 ล้านคนต่อปี และมีจำนวนห้องพักทั่วประเทศมากกว่า 5 แสนห้อง (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2555)

สสปน. สรุปภาพรวมอุตสาหกรรมไมซ์ไทยไตรมาสแรกประจำปีงบประมาณ 2557 ว่ามีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทั้งจำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์และรายได้ พร้อมที่จะดำเนินนโยบายด้านการส่งเสริมการขายพิเศษ เพื่อกระตุ้นตลาด ซึ่งผลการดำเนินงานส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ของ สสปน. ในไตรมาสแรกในภาพรวม มีจำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์ทั้งสิ้น 186,864 คน ซึ่งมีอัตราการเติบโตร้อยละ 5.16 สามารถทำรายได้ถึง 16,033 ล้านบาท ซึ่งอันดับประเทศที่มีนักเดินทางกลุ่มไมซ์สูงสุดมาจากเอเชีย ได้แก่ จีน มาเลเซีย สิงคโปร์ อินเดีย ฟิลิปปินส์ ออสเตรเลีย เกาหลีใต้ อเมริกา ญี่ปุ่น และฮ่องกง หากเปรียบเทียบสถิติแยกเป็นรายอุตสาหกรรม จะพบว่าอุตสาหกรรมการประชุมนานาชาติ (Conventions) เป็นกลุ่มตลาดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้สูงที่สุด รองลงมาคือ กลุ่มอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentives) อุตสาหกรรมการประชุมองค์กร (Meetings) และอุตสาหกรรมการแสดงสินค้านานาชาติ (Exhibitions) ตามลำดับ โดย สสปน. ได้ระบุว่าอุตสาหกรรมการแสดงสินค้าของไทยสามารถก้าวสู่ตลาดคุณภาพและบรรลุเป้าประมาณการการตลาด ในด้านจำนวนนักเดินทางและรายได้จากนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2557)

สำหรับขีดความสามารถของธุรกิจไมซ์ในประเทศไทย ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ระบุไว้ว่า (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2555) ทัดเทียมกับประเทศพัฒนาแล้วหลายประเทศ ตลอดจนมีข้อได้เปรียบด้านค่าใช้จ่ายในการจัดงานที่ไม่สูงนัก สภาพภูมิอากาศ ที่ตั้งที่เป็นจุดศูนย์กลางของภูมิภาคและภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยว ที่นำมาซึ่งการขยายตัวของธุรกิจไมซ์ในประเทศไทย ซึ่งได้ประมาณการว่ามูลค่ารายได้ธุรกิจไมซ์จากนักเดินทางชาวต่างชาติ จะเพิ่มขึ้นจาก 86,270 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2556 และสูงถึงประมาณ 113,982 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2559 โดยการแสดงสินค้านานาชาติ และการประชุมนานาชาติมีการเติบโตอย่างอย่างเห็นได้อย่างชัดเจนชัด

รูปภาพ 2.1 แสดงการประมาณการมูลค่าธุรกิจไมซ์จากนักเดินทางชาวต่างชาติ ปี พ.ศ. 2556-2559 ของศูนย์วิจัยกสิกรไทย



ที่มา : ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2555

จากข้อมูลศักยภาพและแนวโน้มของธุรกิจไมซ์ประเทศไทยในอนาคต ที่ผู้วิจัยทำการศึกษามาแล้วข้างต้น สามารถสรุปได้ว่าศักยภาพและแนวโน้มของธุรกิจไมซ์มีแนวโน้มเจริญเติบโตมากขึ้น ดังนั้น การพัฒนาศักยภาพของบุคลากรอย่างมีแบบแผน จึงมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งที่จะช่วยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมีความพร้อม และประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจในอุตสาหกรรมไมซ์

2.3.3 การบริหารธุรกิจไมซ์ (MICE Events Management)

สสปน. ได้กล่าวถึงการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ (MICE Events Management) ว่ามีลักษณะเป็นการบริหารจัดการโครงการ (Project Management) เพราะในการจัดกิจกรรมของงานไมซ์แต่ละงาน มีรายละเอียดปลีกย่อยจำนวนมากที่ต้องบริหารจัดการทั้งก่อนเริ่มงาน ระหว่างงาน และหลังจากที่งานเสร็จสิ้น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการติดต่อประสานงานกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่าง ๆ ทั้งในองค์กรเดียวกัน อุตสาหกรรมเดียวกัน รวมไปถึงต่างองค์กรต่างอุตสาหกรรม มีการวิจัยเก็บข้อมูลความต้องการของผู้เข้าร่วมงาน ข้อมูลทางด้านกฎระเบียบและข้อจำกัดต่าง ๆ มีการคัดเลือกสถานที่ทั้งสถานที่จัดงาน สถานที่พัก รวมไปถึงเตรียมการเรื่องการเดินทางให้แก่ผู้เข้าร่วมงาน ซึ่งรายละเอียดปลีกย่อยต่างๆจะมีหลายขั้นตอนหลายรูปแบบ ขึ้นอยู่กับว่ากำลังจะจัดเป็นงานประชุมวิชาชีพและประชุมสมาคม (Conventions) และงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติ (Exhibitions) แบบใด ดังนั้นการบริหารจัดการโครงการ (Project Management) จึงเป็นเครื่องมือและสิ่งจำเป็นที่จะช่วยให้ผู้จัดงานไมซ์สามารถเนินการจัดงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและสำเร็จได้ภายใต้ระยะเวลาและต้นทุนที่กำหนด (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2556)

2.3.4 ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหลักกับอุตสาหกรรมไมซ์

อุตสาหกรรมไมซ์เป็นอุตสาหกรรมที่มีการเปลี่ยนแปลงตามสภาพสถานการณ์อย่างต่อเนื่องตลอดเวลา และค่อนข้างละเอียดอ่อนเพราะเป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริการ

โดยตรง ส่งผลให้การจัดงานใด ๆ ก็ตามในอุตสาหกรรมไมซ์ต้องอาศัยความร่วมมือกันจากหลาย ๆ ฝ่ายที่มีความเชี่ยวชาญและความชำนาญที่แตกต่างกันออกไป ดังนั้นอุตสาหกรรมไมซ์จึงประกอบไปด้วยผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องหลากหลายส่วน โดย สสปน. ได้ระบุถึงผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงดังนี้ Travel Management Company (TMC) Destination Management Company (DMC) Professional Convention Organizer (PCO) และ Professional Exhibition Organizer (PEO) รวมไปถึง Convention and Visitors Bureau (CVB) เป็นต้น หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องอื่นๆ ที่ช่วยสนับสนุนให้อุตสาหกรรมไมซ์และงานไมซ์สามารถดำเนินงานไปได้ อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ธุรกิจประกันภัย ธุรกิจรักษาความปลอดภัย บริษัทโฆษณา บริษัทขนส่ง บริษัทที่ดูแลเรื่องอาหารและเครื่องดื่ม รวมไปถึงบริษัทเช่น General Service Contractor เป็นต้น นอกจากนี้ ยังต้องอาศัยหน่วยงานภาครัฐและองค์กรต่าง ๆ ที่มาช่วยสนับสนุนส่งเสริมในให้อุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยให้สามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์กรมหาชน) สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) (Thailand Incentive & Convention Association – TICA) และ สมาคมการแสดงสินค้า (ไทย) (Thai Exhibition Association-TEA) เป็นต้น โดยบทบาทหน้าที่ของผู้ที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ เหล่านี้มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อทุก ๆ ขั้นการดำเนินกิจกรรม

Travel Management Company หรือ TMC มีความคล้ายคลึงกับผู้ให้บริการท่องเที่ยวทั่วไปอย่าง Tour Operator หรือ Tour Agency แต่ความแตกต่างของ TMC กับบริษัทท่องเที่ยวทั่วไปคือ TMC มีความเข้าใจถึงวัตถุประสงค์ทางธุรกิจขององค์กรหรือบริษัทนั้น ๆ และมุ่งเน้นการให้บริการ การเดินทางของนักเดินทางธุรกิจ (Business Traveler)

Destination Management Company หรือ DMC จัดเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับข้อมูลด้านต่างๆ ที่จำเป็นสำหรับการจัดงานไมซ์ในพื้นที่นั้นๆให้บริการในการวางแผนรับจัดงานประชุมแก่บริษัทหรือองค์กรต่างๆ โดยการบริการครอบคลุมตั้งแต่การเลือกสถานที่จัดงาน จัดการเรื่องการเดินทาง การจัดหาสถานที่พัก การจัดโปรแกรมท่องเที่ยว การจัดหาสถานที่จัดประชุม รวมถึงเป็นคนกลางจัดหาบริการต่างๆที่เกี่ยวเนื่อง

Incentive Organization/Incentive House เป็นบริษัทมืออาชีพที่มีความเชี่ยวชาญในการพัฒนารูปแบบของรางวัลจูงใจที่สอดคล้องกับลักษณะความต้องการ ของธุรกิจหรือพนักงานของบริษัทที่เป็นลูกค้า เพื่อช่วยกันกำหนดรูปแบบของรางวัลที่สามารถกระตุ้นให้พนักงานขององค์กรหรือบริษัทสามารถทำงานตามหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Professional Convention Organizer หรือ PCO คือ บริษัทที่ทำหน้าที่ในการรับจัดงานประชุมวิชาชีพต่างๆ โดยจะเป็นผู้ที่รับงานจัดประชุมจากสมาคมวิชาชีพและดำเนินงานต่างๆ ในการจัดงานประชุมนั้นจนสำเร็จ

Professional Exhibition Organizer หรือ PEO คือ ผู้ที่ให้บริการในการจัดการและดำเนินการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติ เพื่อจุดประสงค์ในการสร้างรายได้ผ่านการจัดงานแสดงสินค้าหรือนิทรรศการนานาชาติและทำการขายพื้นที่ในการจัดงานดังกล่าวให้กับผู้ที่มา ออกร้านแสดงสินค้าต่างๆ

Convention and Visitors Bureau หรือ CVB เป็นผู้ให้การสนับสนุน หรือมีส่วนสนับสนุนอุตสาหกรรมไมซ์ในฐานะที่เป็นผู้ดูแลสนับสนุนและส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศและหรือพื้นที่นั้นๆ (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2552)

2.3.5 จรรยาบรรณสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพไมซ์ (Ethics for MICE)

Code of Ethics คือหลักจรรยาบรรณขั้นพื้นฐานที่แต่ละองค์กรหรือบริษัทกำหนดขึ้นสำหรับสมาชิกในองค์กรหรือบริษัทนั้นๆ เพื่อเป็นหลักในการตัดสินใจในการกระทำการต่างๆอันเกี่ยวเนื่องกับหน้าที่หรือความรับผิดชอบของตนในองค์กรหรือบริษัทนั้นๆ ทั้งนี้ในอุตสาหกรรมไมซ์ยังขาดซึ่งมาตรฐานหรือรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับ Code of Ethics และ Code of Conduct ที่เป็นสากลในการประกอบอาชีพในอุตสาหกรรมไมซ์ ส่งผลให้ Code of Ethics และ Code of Conduct ของแต่ละองค์กรอาจจะมีความแตกต่างกันออกไปตามแต่ละ องค์กรหรือบริษัท รวมทั้ง Code of Ethics หรือ Code of Conduct ขององค์กรหรือบริษัทในอุตสาหกรรมไมซ์ในแต่ละประเทศเอง ก็อาจจะแตกต่างกันออกไป แต่สามารถได้สรุปได้ออกมาเป็นประเด็นหลัก ๆ 7 ประเด็น สำหรับผู้ที่จะไปประกอบอาชีพในอุตสาหกรรมไมซ์ซึ่งประกอบไปด้วย

1. การประพฤติตนในการประกอบอาชีพ โดยการประพฤติตนในการประกอบอาชีพจะต้องประกอบไปด้วยศีลธรรม จรรยาบรรณ ความซื่อสัตย์สุจริต และความน่าเชื่อถือ มีความเคารพต่อกฎเกณฑ์และกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรและกรอบในการดำเนินงานที่ปฏิบัติหน้าที่อยู่

2. การเจรจาต่อรอง เนื่องจากการปฏิบัติหน้าที่ในอุตสาหกรรมไมซ์ไม่ว่าจะอยู่ในภาคส่วนใดล้วนต้องมีการเจรจาต่อรองเข้ามาเกี่ยวข้อง ดังนั้น หลักในการเจรจาต่อรองโดยจะต้องดำเนินการอย่างยุติธรรม ไม่เอารัดเอาเปรียบ และเคารพในสิทธิของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

3. การปฏิเสธไม่รับสินบนหรือแรงจูงใจอื่น ๆ เพราะในเกือบทุกองค์กรและบริษัทในอุตสาหกรรมไมซ์ได้ระบุถึงการห้ามรับสินบน โดยสินบนในที่นี้รวมถึงสิ่งของ เงินทอง บริการ สิทธิพิเศษ หรือแรงจูงใจอื่นๆที่ไม่เหมาะสม และถือเป็นประโยชน์ต่อผู้รับไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง เพื่อแลกเปลี่ยนกับการอำนวยความสะดวก การช่วยเหลือหรือข้อแลกเปลี่ยนอื่น ๆ ที่ผู้รับสามารถหยิบยื่นให้ได้ด้วยอำนาจตำแหน่งหรือหน้าที่ที่ดำรงอยู่

4. การดำรงไว้ซึ่งความน่าเชื่อถือและชื่อเสียงขององค์กร การดำเนินงานของบุคลากรต้องรักษาและดำรงไว้ซึ่งชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือขององค์กรหรือบริษัท โดยไม่กระทำการใด ๆ ที่จะก่อให้เกิดความเสื่อมเสียต่อชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือขององค์กรหรือบริษัทที่ตนเป็นสมาชิกอยู่

5. การหลีกเลี่ยงความขัดแย้งทางผลประโยชน์ ในการปฏิบัติหน้าที่หรือดำรงตำแหน่งในอุตสาหกรรมไมซ์บุคลากรไม่ควรที่จะปฏิบัติหน้าที่ในตำแหน่งที่ก่อให้เกิดความขัดแย้งทางผลประโยชน์ทั้งต่อตนเองและบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้อง รวมไปถึงป้องกันไม่ให้เกิดสถานการณ์ดังกล่าวขึ้นกับผู้ร่วมงานหรือบุคคลที่ตนรู้จักด้วยเช่นกัน

6. การปฏิบัติโดยเท่าเทียมกัน ประเด็นในเรื่องความเท่าเทียมกัน มีความสำคัญมากไม่ว่าการจัดงานใด ๆ ในอุตสาหกรรมไมซ์ ซึ่งการให้บริการต่าง ๆ รวมทั้งการตัดสินใจหรือดำเนินงานใด ๆ จะต้องกระทำไปด้วยความเสมอภาคและเท่าเทียมกัน โดยไม่แบ่งแยกเพศ ประเทศ ศาสนา หรือชาติพันธุ์ รวมถึงความพิการทางร่างกาย

7. การคำนึงถึงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม งานส่วนใหญ่ที่จัดขึ้นในอุตสาหกรรมไมซ์นั้นเป็นงานที่มีขนาดใหญ่ผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อทรัพยากรธรรมชาตินั้นมีนัยสำคัญไม่เฉพาะในชุมชนที่จัดงานด้วยเท่านั้น แต่ยังส่งผลถึงในระดับประเทศหรือระดับโลกด้วย ดังนั้น การจัดการและการดำเนินงานต่าง ๆ ที่จะต้องดำเนินไปโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

นอกจากการมีจรรยาบรรณที่ดีในการปฏิบัติหน้าที่แล้ว ยังมีอีกสิ่งหนึ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งและสำคัญอย่างมากในการปฏิบัติหน้าที่ คือ ทัศนคติของบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ เพราะการมีทัศนคติเชิงบวกที่สอดคล้องกับหน้าที่และลักษณะของอุตสาหกรรมจะเป็นการช่วยให้การปฏิบัติหน้าที่มีความราบรื่นและเกื้อหนุนต่อความก้าวหน้าในอาชีพการงาน รวมทั้งการมีทัศนคติที่เหมาะสมกับงานที่ปฏิบัติยังส่งผลให้ผู้ปฏิบัติหน้าที่รู้สึกมีความสุขกับงานที่ปฏิบัติ ก่อให้เกิดกำลังใจและมีเป้าหมายในการปฏิบัติหน้าที่ซึ่งย่อมส่งผลดีต่อบุคคลนั้นในการปฏิบัติหน้าที่ต่อไปทั้งนี้ทัศนคติที่สำคัญของบุคลากรในการปฏิบัติหน้าที่ในอุตสาหกรรมไมซ์ สามารถสรุปออกมาได้เป็นประเด็นต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ทัศนคติในการให้บริการ (Service-oriented attitude) บุคลากรที่จะเข้ามาปฏิบัติหน้าที่ในอุตสาหกรรมไมซ์ควรมีทัศนคติที่มุ่งมั่นในการทำงานและเต็มใจในการให้บริการ เนื่องจากงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จัดเป็นงานด้านบริการ เพราะการให้บริการอย่างมีคุณภาพและสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างครบถ้วน ถือเป็นหัวใจสำคัญของการดำเนินธุรกิจ ก่อให้เกิดความประทับใจในการใช้บริการ และนำไปสู่รายได้และการขยายฐานลูกค้าที่เพิ่มขึ้น

2. ทัศนคติในการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆอยู่เสมอ อุตสาหกรรมไมซ์เป็นอุตสาหกรรมที่มีอัตราการเติบโตอย่างรวดเร็ว ประกอบกับแนวโน้มทั้งในรูปแบบและองค์ประกอบอื่นๆ ในการจัดงานมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทั้งเกิดจากการนำเทคโนโลยีต่างๆเข้ามาใช้ในการจัดงาน รวมทั้งสภาวะการแข่งขันที่เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ทำให้บุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์จำเป็นที่จะต้องพัฒนาตนเองและเรียนรู้สิ่งใหม่ๆอยู่เสมอ เพื่อให้ทันกับความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นกระแสและรูปแบบในการจัดงานใหม่ๆ การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย รวมไปถึงการนำแนวคิดด้านการประหยัดพลังงานและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และการช่วยเหลือสังคมที่เข้ามาผนวกเป็นในส่วนหนึ่งของการจัดงานไมซ์ เป็นต้น ซึ่งลักษณะดังกล่าวของอุตสาหกรรมไมซ์ ทำให้บุคลากรต้องมีทัศนคติในการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ อยู่เสมอ ผ่านทางการพัฒนาทั้งทักษะและความรู้ของตนเองตลอดเวลา คือกุญแจสำคัญสู่ความสำเร็จและความก้าวหน้าในการปฏิบัติหน้าที่ในอุตสาหกรรมไมซ์

3. ทัศนคติในการมีความรับผิดชอบทั้งต่อหน้าที่และสังคม ในการปฏิบัติหน้าที่หรือการดำเนินการจัดงานหรือกิจกรรมใดๆก็แล้วแต่ให้เสร็จสิ้นภายใต้เงื่อนไขของระยะเวลาที่จำกัด ทำให้บุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่ต้องใช้ทั้งพลังกายและพลังใจในการปฏิบัติงานให้งานเสร็จสิ้น ด้วยเหตุนี้การมีทัศนคติเกี่ยวกับการทำงานหนัก จึงเป็นอีกทัศนคติหนึ่ง ที่จำเป็นและมีความสำคัญอย่างยิ่ง ในการปฏิบัติหน้าที่ในอุตสาหกรรมไมซ์ แต่อย่างไรก็ตามการมีทัศนคติทั้งหมดที่กล่าวข้างต้นนั้น เมื่อนำมาผนวกเข้ากับจรรยาบรรณในการปฏิบัติงานดังที่ได้กล่าวมาแล้ว อาจจะไม่สามารถยืนยันถึงโอกาสที่จะประสบความสำเร็จในการปฏิบัติหน้าที่ได้ทั้งหมด เนื่องจากในโลกของความเป็นจริงยังมีปัจจัยอีกหลายๆ ปัจจัยที่จะเป็นตัวกำหนดถึงความเหมาะสมและการก้าวหน้าในการประกอบอาชีพใน

อุตสาหกรรมไมซ์ เช่น ทักษะที่จำเป็นในการปฏิบัติหน้าที่ซึ่งความแตกต่างกันออกไปตามขอบเขตและภาระงาน รวมทั้งทัศนคติอื่นๆ ของแต่ละองค์กรที่มีลักษณะการทำงานเฉพาะด้าน แตกต่างกันออกไป เป็นต้น

2.4 แนวคิดการพัฒนาผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์

สำหรับการพัฒนาผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์ ของ สสปน. ซึ่งมีฝ่ายพัฒนาศักยภาพ อุตสาหกรรมไมซ์ (สสปน.) ที่ทำหน้าที่หลักในการสร้างความแข็งแกร่งให้กับอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย ด้วยการพัฒนาการจัดการองค์ความรู้และเนื้อหาสาระ ระบบเครือข่ายและกลยุทธ์ทางการตลาดที่ โดยมีเป้าหมายสำคัญคือการผลิตบุคลากรมืออาชีพที่ผ่านการฝึกฝนมาอย่างดีและสามารถให้บริการในระดับมาตรฐานสากลควบคู่กับการต้อนรับที่เป็นกันเองและมีเอกลักษณ์ของความเป็นไทย โดยมีโครงการอบรมที่ต้องการวางรากฐานให้แก่ นักเรียน นักศึกษา ซึ่งเป็นคนรุ่นใหม่ให้มีแนวทางสายอาชีพที่มีคุณค่าในอุตสาหกรรมไมซ์ของไทย ซึ่งกำลังเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว อีกทั้งเป็นการเสริมสร้างความสามารถในการจัดการของผู้ประกอบการมืออาชีพ สำหรับการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ มีกลุ่มเป้าหมายหลักคือ ผู้จัดงาน Event มืออาชีพ ผู้จัดสถานที่ ผู้รับเหมาบริษัทระบบขนส่ง (Logistic) หน่วยงานของรัฐ และเมืองไมซ์แห่งใหม่ โดยช่วยแนะนำวิธีการเพิ่มทักษะทางการตลาดและยกระดับคุณภาพบริการให้ได้มาตรฐานสากล อีกทั้ง ฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ยังได้บรรจุหลักสูตรการศึกษาด้านไมซ์โดยเฉพาะ เพื่อเตรียมความพร้อมแก่คนรุ่นใหม่ซึ่งเป็นนักเรียนนักศึกษาระดับอุดมศึกษา นักศึกษาจบใหม่ สมาชิกและผู้ให้บริการที่เพิ่งเข้าสู่การทำงานในอุตสาหกรรมไมซ์และมีโอกาสได้เป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมการจัดงาน Event ที่กำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว (สสปน., 2556)

จากแผนยุทธศาสตร์ของ สสปน. ที่ได้มีการจัดทำแผนการพัฒนาความรู้ความสามารถของ บุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ โดยดำเนินโครงการพัฒนาความรู้ความสามารถด้านไมซ์ (MICE Capability) เพื่อพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในระดับสากล ประกอบด้วยโครงการหลัก 2 โครงการ ได้แก่ การจัดหลักสูตรการบริหารจัดการด้านการจัดนิทรรศการ (Exhibition Management Degree - EMD) ในปี 2550 ซึ่งเป็นหลักสูตรแรกของโลก โดย สสปน. ร่วมมือกับ UFI (The Global Association of the Exhibition Industry) ซึ่งเป็นองค์กรผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างความรู้เพื่อธุรกิจไมซ์ระดับโลก และ ECE (The Transfer Centre for Exhibition, Convention and Event Management) แห่ง University of Cooperative Education ณ เมือง Ravens burg ประเทศเยอรมนี ซึ่งได้รับการตอบรับและประสบความสำเร็จเกินความคาดหมาย กล่าวคือ มีผู้สนใจสมัครเข้ารับการอบรมจากวงการอุตสาหกรรมไมซ์และบรรดาอาจารย์มหาวิทยาลัยต่างๆทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติถึง 33 คน จาก 10 ประเทศทั่วโลก ส่งผลให้ประเทศไทยเป็นอีกหนึ่งจุดหมายของสถานที่จัดกิจกรรมไมซ์ (MICE Destination) จะพบว่าประเทศไทยเพียบพร้อมด้วยจุดขายที่สำคัญ คือ มีความพร้อมสมบูรณ์ทั้ง แหล่งท่องเที่ยวแบบ Leisure ควบคู่ไปกับการจัดการประชุมสัมมนา ประกอบกับความมีน้ำใจและมิตรไมตรีของคนไทยที่ทำให้ชาวต่างชาติประทับใจ และอยากเลือกเมืองไทยเป็นสถานที่เป้าหมายในการจัดกิจกรรมไมซ์ (วง

จันทร์ ตั้งทรงศักดิ์, 2550) นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยที่ใช้เปรียบเทียบกับคู่แข่งในอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย ซึ่งประกอบด้วย (ภูริวัจน์ เดชอุ่ม, 2552)

1.คุณภาพของสนามบินและความสะดวกในการเดินทางเข้ามาในประเทศ

2. คุณภาพของสถานที่จัดประชุม

3. วัฒนธรรมและสิ่งดึงดูด

4. พิธีการศุลกากรและการตรวจคนเข้าเมือง

5. โครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคมและการสื่อสาร

6. การเข้าถึงสถานที่จัดประชุม

7. คุณภาพของที่พักแรม

8. ความเป็นมืออาชีพในการจัดงาน เช่น การประสานงาน การบริการข้อมูล และการบริการที่ครบวงจร

9. ราคาและความคุ้มค่าเงิน

10. ภาพลักษณ์ของการเป็นแหล่งธุรกิจ

ซึ่งปัจจัยในข้อ 8 นั้น เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ ที่มีส่วนสำคัญอย่างยิ่ง ในการแข่งขันในตลาดโลก และเป็นปัจจัยหนึ่งที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ โดยขึ้นอยู่กับระดับความพร้อมของบุคลากร ที่จะให้บริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้าได้ สำหรับประเทศไทยนั้นถือว่ามีความโดดเด่นในแง่ของ “จิตบริการ” จากพื้นฐานนิสัยของคนไทย ที่มักเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ และมอบสิ่งที่ดีที่สุดแก่ผู้รับบริการ อย่างไรก็ตาม ยังมีปัญหาด้านการสื่อสารอยู่บ้างสาหรับการบริการให้กับนักท่องเที่ยวระดับ Business Traveler ซึ่งหากสามารถพัฒนาความสามารถด้านภาษาให้กับบุคลากรไทยได้ จะเพิ่มความน่าเชื่อถือและศักยภาพในการบริการมากยิ่งขึ้น (กรณัฏฐ์ ขวัญคง, 2553)

จากแนวคิดการพัฒนาผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์ข้างต้น พบว่าความสำคัญในการขับเคลื่อนนโยบายต่างๆของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์นั้น ต้องอาศัยหัวใจหลักคือบุคลากรที่มีคุณภาพ มีศักยภาพ และมีความเชี่ยวชาญ สามารถส่งมอบบริการที่มีคุณค่าให้กับสังคมและท้องถิ่นได้ ซึ่งการให้ความสำคัญแก่ผู้ประกอบการ นับเป็นโอกาสและปัจจัยส่งเสริมให้แก่ผู้ที่ต้องการเป็นผู้ประกอบการด้านต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงาน ที่ทำหน้าที่เป็นกลไกหลักของการนำนโยบายมาปรับใช้ในอุตสาหกรรมไมซ์ และอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย ผู้วิจัยจึงทำการศึกษา และเลือกประเด็นคุณลักษณะที่จำเป็นสำหรับการปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมไมซ์ในภาพรวม และคุณลักษณะเฉพาะตำแหน่งงานที่เหมาะสมกับผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงาน จากสมรรถนะสำหรับการปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมไมซ์ เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ แนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา ซึ่งสมรรถนะดังกล่าวนี้ ได้ถูกพัฒนาและกำหนดขึ้นโดยมหาวิทยาลัยรังสิต ร่วมกับ กองทุนส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ (Convention Promotion Fund - CPF) สมาคมวิชาชีพด้านไมซ์ในประเทศไทย ได้แก่ สมาคมส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ (ไทย) (Thailand Incentive and Promotion Association-TICA) สมาคมการแสดงสินค้า (ไทย) (Thai Exhibition Association-TEA) สมาคมธุรกิจสร้างสรรค์การจัดงาน (Business of Creative and

Event Management Association-EMA) และสำนักงานส่งเสริมการประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) (Thailand Convention and Exhibition Bureau-TCEB) ซึ่งรวบรวมอยู่ใน “คู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานสำหรับผู้ประสานงานไมซ์ และผู้วางแผนปฏิบัติการไมซ์ (ไทย)”ซึ่งหน่วยสมรรถนะในคู่มือดังกล่าวนี้ จะไม่รวมถึงปัจจัยเฉพาะขององค์กร ที่แตกต่างกันไปตามประเภทธุรกิจ สิ่งแวดล้อมทางธุรกิจ และการดำเนินงานที่อยู่ภายใต้กระบวนการบริหารจัดการของแต่ละองค์กร ดังนั้น เพื่อให้ได้ผลดีที่สุดสำหรับการเลือกใช้แนวคิดฐานสมรรถนะเพื่อพัฒนาทรัพยากรบุคคลจึงควรสอดคล้องกับกลยุทธ์การแข่งขัน และตำแหน่งทางการตลาดของแต่ละองค์กร ที่จำเป็นต้องเพิ่มหรือตัดทอนหน่วยสมรรถนะ และต้องปรับเปลี่ยนตามความเหมาะสมในการดำเนินงาน และต้องเหมาะสมกับการปฏิบัติงานจริง เพื่อให้เกิดผลประโยชน์กับผู้ที่ทำงานในตำแหน่งต่างๆของการเป็นผู้ประกอบการ ผู้ประสานงานหรือผู้ปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมไมซ์ ซึ่งมีตำแหน่งย่อย ดังต่อไปนี้

1. ผู้ประสานการประชุม
2. ผู้วางแผนปฏิบัติการประชุม
3. ผู้ประสานงานการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล
4. ผู้วางแผนปฏิบัติการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล
5. ผู้ประสานงานการจัดนิทรรศการและงานการแสดงสินค้า
6. ผู้วางแผนปฏิบัติการการจัดนิทรรศการและงานการแสดงสินค้า
7. ผู้ประสานงานการจัดกิจกรรมพิเศษ
8. ผู้วางแผนปฏิบัติการกิจกรรมพิเศษ
9. ผู้ประสานงานสถานที่การจัดกิจกรรมไมซ์
10. ผู้วางแผนปฏิบัติการสถานที่การจัดกิจกรรมไมซ์

ผู้วิจัยได้พิจารณาคัดเลือกรายการสมรรถนะต่างๆ ของทุกตำแหน่งงานดังที่กล่าวข้างต้นแล้วมาสรุปเป็นปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์ในภาพรวมอีกครั้ง เพื่อให้ได้ปัจจัยที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่ศึกษา และสามารถนำไปกำหนดเป็นข้อคำถาม (Item) ในเครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลได้อย่างเหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่าง และนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) ต่อไป โดยแสดงรายละเอียดไว้ดังตาราง 2.3 ต่อไปนี้

ตาราง 2.3 สรุปปัจจัยคุณลักษณะที่สำคัญของผู้ประกอบการ ผู้ประสานงาน หรือผู้ปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมไมซ์

ปัจจัยคุณลักษณะที่สำคัญของผู้ประกอบการ ผู้ประสานงานหรือผู้ปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมไมซ์
1. เชาวน์ปัญญา
2. ความมีเกียรติในตนเอง
3. ทัศนคติเชิงบวกเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการทำงาน
4. ความช่างสังเกตและใส่ใจรายละเอียด
5. ความมีจิตบริการ
6. ความสามารถในการปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลง

ตาราง 2.3 สรุปปัจจัยคุณลักษณะที่สำคัญของผู้ประกอบการ ผู้ประสานงาน หรือผู้ปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมไมซ์ (ต่อ)

ปัจจัยคุณลักษณะที่สำคัญของผู้ประกอบการ ผู้ประสานงานหรือผู้ปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมไมซ์
7. ความประณีต ละเอียดลออ
8. ทัศนคติที่มุ่งเน้นการบรรลุเป้าหมาย
9. บุคลิกภาพที่เป็นมิตรและน่าคบหา
10. สัญชาตญาณทางธุรกิจ และเชาวน์ทางธุรกิจ
11. ความอดทนในการทำงานภายใต้ความกดดันสูง
12. การมีจิตวิทยาการบริการ และทัศนคติที่มุ่งเน้นความพึงพอใจของลูกค้า
13. เครือข่ายส่วนตัวและเครือข่ายวิชาชีพ
14. บุคลิกภาพที่น่าเชื่อถือและภาวะผู้นำ
15. ความทรงจำที่ดีเกี่ยวกับประเด็นที่เกี่ยวข้องกับงาน
16. ประสบการณ์ทำงานในอุตสาหกรรมการจัดประชุมและประชุมนานาชาติ
17. สำนึกด้านความแตกต่างทางวัฒนธรรม
18. ความกล้าแสดงออกด้วยความสุภาพ
19. ความภาคภูมิในในองค์กรวิชาชีพของตนเอง
20. การหลีกเลี่ยงการตัดราคา
21. ประสบการณ์ทำงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล
22. การเป็นที่พึ่งได้ของผู้อื่น
23. ประสบการณ์ทำงานในอุตสาหกรรมการจัดนิทรรศการและการแสดงสินค้า
24. เครือข่ายส่วนตัว และเครือข่ายวิชาชีพในอุตสาหกรรมการจัดนิทรรศการและการแสดงสินค้า
25. ประสบการณ์ทำงานในอุตสาหกรรมการจัดกิจกรรมพิเศษ
26. ประสบการณ์ทำงานในอุตสาหกรรมไมซ์
27. การมีพื้นฐานทางอารมณ์ที่ดีและมีอารมณ์ขัน

จากคุณลักษณะที่สำคัญของผู้ประกอบการ ผู้ประสานงาน หรือผู้ปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมไมซ์ที่ผู้วิจัยได้สรุปมาแล้วดังตาราง 2.3 ข้างต้น พบว่าคุณลักษณะต่าง ๆ สอดคล้องกับปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ จากการทบทวนวรรณกรรม ดังที่ผู้วิจัยศึกษามาแล้วในหัวข้อ 2.1 คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำคุณลักษณะเหล่านี้มาพิจารณาเพิ่มเติม เพื่อสรุปเป็นปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงาน ในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา ต่อไป

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จ และปัจจัยที่มีผลต่อผลการดำเนินงาน

ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จและปัจจัยที่มีผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ในส่วนของ การศึกษาปัจจัย

คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ และคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการ ธุรกิจรับจัดงานที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา โดยมีรายละเอียดของแนวคิดดังต่อไปนี้

Ryan et al รวบรวมและสรุปปัจจัยที่จะทำให้ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จและประสบความล้มเหลว โดยแยกได้ดังนี้ (Ryan et al., 1999, p.12-13 อ้างถึงใน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย)

1. มีความมุ่งมั่นที่จะประสบความสำเร็จ (Willingness to succeed) การเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จนั้น จะต้องทั้งลงทุนและลงแรง ต้องทำงานหนักแทบไม่จะไม่มีวันหยุด เพราะต้องวางแผน ตัดสินใจ ดำเนินการ แก้ไขปัญหาอยู่เกือบตลอดเวลา ลักษณะดังกล่าวนี้จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะได้รับการสนับสนุนจากครอบครัว

2. มีความมั่นใจในตนเอง (Self – confidence) เป็นคนที่มีกำลังใจให้ตนเองสูง ไม่กลัวที่จะต่อสู้กับปัญหาและอุปสรรค จึงมีโอกาสสูงที่จะบรรลุกับความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ คุณสมบัตินี้จะทำให้คนที่ทำงานด้วยหรือคนอื่นที่เกี่ยวข้องมีความเชื่อมั่นตามไปด้วย

3. มีแนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจของตนเองอย่างชัดเจน (A clear business idea) ผู้ประกอบการจะต้องรู้ว่าตนเองกำลังอยู่ในธุรกิจอะไร ผลิตภัณฑ์หรือบริการของตนคืออะไร ธุรกิจของตนเมื่อเทียบกับคู่แข่งมีจุดอ่อน จุดแข็งอย่างไรบ้าง นอกจากนี้ยังต้องรู้ยุทธวิธีว่าทำอย่างไร ธุรกิจของตนจึงจะประสบความสำเร็จได้ เช่น รู้ว่าทำอย่างไรจึงจะทำให้ผลิตภัณฑ์หรือบริการของตนถูกใจผู้บริโภคได้มากกว่า มีคุณภาพมากกว่า เป็นต้น

4. มีแผนงานที่เป็นระบบ (The business plan) การมีเฉพาะแนวคิดทางธุรกิจที่ดีไม่ได้ยืนยันว่าผู้ประกอบการจะประสบความสำเร็จ แต่ควรจะมีแผนงานที่เป็นระบบด้วย แผนงานนี้เรียกว่า แผนธุรกิจ ผู้ประกอบการจะต้องมีความสามารถในการสร้างแผนธุรกิจ เพื่อชี้ให้เห็นว่าจะทำอะไร ที่ไหน อย่างไร โดยใคร เมื่อใด ใช้เงินทุนเท่าใด จะได้ผลอย่างไร การมีแผนธุรกิจที่ชัดเจนจะช่วยให้เราวิเคราะห์สถานการณ์ที่เป็นอยู่และที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต เหมือนมีแผนที่อยู่ในมือทำให้ไม่หลงทาง

5. มีความสามารถในการบริหารการเงิน (Exact control of finances)
ผู้ประกอบการเป็นจำนวนมากสร้างตัวขึ้นมาได้จากการใช้ทักษะด้านการตลาด หรือการผลิต แต่มักละเลยไม่พัฒนาทักษะในเรื่องบัญชีและการเงิน ซึ่งเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้เกิดการรั่วไหลของเงินทุนในกิจการ ยิ่งเมื่อกิจการเติบโต ความซับซ้อนและปริมาณของกิจกรรมทางการค้ายิ่งมีมากขึ้น ผู้ประกอบการควรทราบว่าขนาดที่แท้จริงของกิจการเป็นอย่างไร เช่น มีสินทรัพย์ รายได้ ต้นทุน ค่าใช้จ่าย กำไร เป็นอย่างไร ควรรู้วิธีการตรวจสอบฐานะทางการเงินและผลการดำเนินงานของกิจการจะได้รู้ปัญหาและหนทางแก้ไขปัญหาก่อนได้

สตอคดิลล์ (Stogdill, 1974 อ้างถึงใน สุรีมาตร์ ระรื่นสุข, 2539 น.29-31) ได้เสนอทฤษฎีความสำเร็จของกลุ่ม (A Theory of Group Achievement) โดยรวบรวมองค์ประกอบของทฤษฎีไว้ 3 ประการดังนี้

1. การลงทุนของสมาชิก คือ การที่บุคคลมารวมกันแล้วย่อมต้องมีปฏิสัมพันธ์กัน เกิดการแสดงออกและร่วมมือกันดำเนินกิจกรรมต่างๆ ซึ่งการแสดงออกนั้นได้แก่ การตัดสินใจ การ

เตรียมการสื่อสาร การร่วมมือร่วมใจในการทำงานเป็นทีม โดยการแสดงออกดังกล่าวนี้เกิดจากความคาดหวังต่อความสำเร็จและการมีเป้าหมายที่ชัดเจน เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุเป้าหมาย

2. สื่อกลางของการลงทุนของสมาชิก เมื่อสมาชิกมีการลงทุนจะมีการกระทำหรือปฏิสัมพันธ์ต่อกัน รวมถึงมีการคาดหวังถึงความสำเร็จร่วมกัน และต้องการที่จะทำให้การดำเนินงานบรรลุจุดมุ่งหมาย ด้วยการกำหนดโครงสร้างบทบาทอย่างเป็นทางการของสมาชิก

3. ผลของกลุ่มหรือความสำฤทธิ์ของกลุ่ม คือผลที่ได้รับจากการลงทุนของสมาชิกที่มาจากการแสดงออก การมีปฏิสัมพันธ์และการคาดหวังผล ซึ่งการแสดงออกตามโครงสร้างบทบาทของสมาชิกและการกระทำของกลุ่มที่ได้รับนั้นมีอยู่ 3 ประการ คือ ผลการทำงานที่เกิดจากการคาดหวังหรือจุดมุ่งหมาย การกระทำที่ทำเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของจริยธรรมของกลุ่ม และความสามัคคีและความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของกลุ่ม

เดวิด ซี แมคซีแลนด์ (David C. McClelland, 1961 อ้างถึงใน สุรีมาตร์ ระรื่นสุข, 2539 น.32) กล่าวว่า ความต้องการในความสำเร็จของมนุษย์มีเหมือนกัน แต่มีขนาดมากน้อยแตกต่างกันโดยสามารถจำแนกได้เป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. ความต้องการความสำเร็จ เป็นความต้องการที่จะบรรลุผลสำเร็จในงานที่มีความท้าทายและต้องการบรรลุมาตรฐานของงานที่ทำได้อย่างดีเยี่ยม

2. ความต้องการอำนาจ เป็นความต้องการมีอิทธิพลเหนือบุคคลอื่นและสามารถควบคุมสถานการณ์ได้ ซึ่งอำนาจมี 2 ลักษณะ คือ อำนาจเชิงส่วนตัวและอำนาจเชิงสถาบัน

3. ความต้องการความสัมพันธ์ เป็นความต้องการความอบอุ่นและเป็นมิตรกับคนอื่นโดยบุคคลมักแสดงออกโดยหวังจะให้ได้รับการยอมรับจากบุคคลอื่นด้วย จึงพยายามเข้าใจความรู้สึกของคนอื่นให้มาก เป็นต้น

Frese, M. (2000) กล่าวว่า ความสำเร็จของผู้ประกอบการสามารถวัดได้จาก

1. ตัวบุคคล คือ ผู้ประกอบการที่เป็นผู้กำหนดความสำเร็จได้ด้วยตนเอง โดยให้ความเห็นด้านความพึงพอใจของรายได้ และด้านการเงิน ซึ่งเป็นผลสะท้อนการดำเนินงานทางธุรกิจ

2. ระดับความสำเร็จทางธุรกิจ โดยพิจารณาจากข้อมูลด้านการเงิน จำนวนลูกค้าที่อาจจะเพิ่มขึ้นหรือลดลง และข้อมูลยอดขายในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา

3. วัดจากผู้เกี่ยวข้องในธุรกิจ ทั้งลูกค้า พนักงาน และการรับรู้ความสำเร็จที่มีต่อธุรกิจ

4. วัดจากการสังเกตของผู้สัมภาษณ์ เพื่อประเมินความสำเร็จของผู้ประกอบการ

ธงชัย สันติวงษ์ ได้กล่าวถึงความสำเร็จที่พิจารณาได้จากผลการดำเนินงานไว้ดังต่อไปนี้ (ธงชัย สันติวงษ์, 2537 น. 29-30) ความสำเร็จที่พิจารณาได้จากผลการดำเนินงาน สิ่งแรก คือ ประสิทธิผลซึ่งสัมพันธ์กับเงื่อนไขของความสามารถในการทำประโยชน์ จากสภาพแวดล้อมจนบรรลุผลสำเร็จที่เป้าหมายไว้ โดยสิ่งที่ควบคู่กับประสิทธิผลคือประสิทธิภาพ (Efficiency) คือ การมีความสามารถในการบริหารสูง มีระบบการจัดการทรัพยากรและการกักตุนวัตถุดิบไว้รองรับสถานการณ์ยามฉุกเฉิน และสิ่งที่สอง คือ การอยู่รอด (Survival) ซึ่งจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อกลุ่มสามารถปรับตัวได้อย่างมีประสิทธิภาพในเวลาเดียวกัน ซึ่งการวัดความอยู่รอดนี้เป็นการวัดความสำเร็จในระยะยาว

ธนาคารกรุงเทพฯ ระบุว่าธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลาง (SMEs) เป็นหัวใจสำคัญของเศรษฐกิจประเทศ และไม่ใช่เรื่องง่ายนักที่ผู้ประกอบการจะประสบความสำเร็จได้เสมอไป เนื่องจากธุรกิจ ธุรกิจ SMEs มีขนาดเล็กและดำเนินธุรกิจอยู่ท่ามกลางการแข่งขันภายใต้กระแสโลกโลกาภิวัฒน์ จึงได้นำเสนอแนวทางที่จะนำไปสู่ความสำเร็จของกิจการ ธุรกิจ SMEs ซึ่งเส้นทางสู่ความสำเร็จทางธุรกิจนั้น เกิดขึ้นจากปัจจัยที่สำคัญ ที่อาจจะไม่แตกต่างกันมากนัก โดยปัจจัยสู่ความสำเสร็จของผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ดังกล่าวสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเด็นคือ (ธนาคารกรุงเทพฯ, 2548 น.13-34)

1. ปัจจัยพื้นฐาน ได้แก่ ปัจจัยที่จำเป็นสำหรับการเริ่มต้นธุรกิจอย่างยั่งยืน

2. ความสามารถในการแข่งขัน ได้แก่ ปัจจัยที่จำเป็นต่อการอยู่รอดของการดำเนินธุรกิจ คือ ความสามารถในการเอาชนะ หรือประสบชัยชนะในการแข่งขัน ซึ่งผู้ประกอบการในประเทศไทยได้เปรียบจากปัจจัยต่างๆ เช่น ทรัพยากรธรรมชาติ เป็นต้น

3. การสร้างคุณค่า ได้แก่ ปัจจัยที่สร้างคุณค่าเพิ่มให้แก่ผู้ซื้อ และสร้างกำไรต่อกิจการ ซึ่งการสร้างคุณค่า จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องให้ความสำคัญหรือให้การบริการกับผู้บริโภคโดยตรง โดยลักษณะของการแข่งขันที่จะเกิดขึ้น คือ การแข่งขันเสนอสินค้าและการให้ผู้บริโภคตัดสินใจ โดยการสร้างคุณค่านั้นพัฒนามาจากความสามารถในการแข่งขัน ดังนั้น การสร้างคุณค่าจึงเป็นพื้นฐานสำคัญที่ต้องพัฒนาควบคู่กับการแข่งขัน และการนำเสนอสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ

นิตย์ สัมมาพันธ์ (2542, น. 10) กล่าวถึงความสำเร็จขององค์กรว่า สามารถได้จาก

1. พิจารณาจากผลิตภาพ หรือที่เรียกว่า Productivity ซึ่งหมายถึงอัตราส่วนระหว่างผลผลิต (Output) ขององค์กรในรูปของสินค้าและบริการต่อจำนวนปัจจัย

$$\text{ผลิตภาพ} = \frac{\text{ผลผลิต (Output)}}{\text{ปัจจัย (Input)}}$$

2. พิจารณาจากกำไร (Profit) ซึ่งมักพิจารณาถึงผลกไรในรอบระยะเวลา 1 ปี ตามระบบบัญชีตามปีปฏิทินของแต่ละองค์กร

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความสำเร็จและปัจจัยที่มีผลต่อผลการดำเนินงานและหัวข้อต่างๆข้างต้นในบทที่ 2 นี้ ทำให้ทราบว่าธุรกิจในทุกๆอุตสาหกรรม มีความความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจแตกต่างกันไม่มากนัก แต่ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมและปัจจัยอื่นๆที่สามารถควบคุมได้และไม่สามารถควบคุมได้ จากทั้งภายในและภายนอกองค์กร รวมถึงคุณลักษณะด้านต่างๆของผู้ประกอบการ และพนักงานเองด้วย ดังนั้น สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว มีรูปแบบการดำเนินธุรกิจที่แสวงหาผลกำไร ต้องการเครือข่ายในการดำเนินกิจการ และต้องใช้เงินทุนหมุนเวียนในการประกอบกิจการ อีกทั้งต้องเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดเพื่อความเจริญเติบโตของธุรกิจ ผู้วิจัยจึงเลือกประเด็นปัจจัยที่ตรงกับลักษณะของธุรกิจรับจัดงาน มาเพื่อกำหนดเป็นตัวแปรตามในงานวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แนวโน้มของกำไร แนวโน้มของจำนวนลูกค้า ต้นทุนการดำเนินงาน เครือข่ายธุรกิจ ส่วนแบ่งทางการตลาด จำนวนการจัดงาน จำนวนพนักงาน

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.6.1 งานวิจัยเรื่อง "รูปแบบการตลาดที่เหมาะสมของสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย (Appropriate marketing model of venues for MICE industry in Thailand)" (เกิดศิริ เจริญวิศาล, 2552) มีวัตถุประสงค์ของการศึกษา ได้แก่

1. ศึกษาและวิเคราะห์ระดับความสำคัญของเป้าประสงค์และระดับการปฏิบัติงานในส่วนประสมทางการตลาดของกลุ่มผู้รับบริการด้านสถานที่จัดงาน

2. เปรียบเทียบระดับความสำคัญของเป้าประสงค์และระดับการปฏิบัติงานฯระหว่างกลุ่มผู้รับบริการกับกลุ่มผู้ให้บริการฯ

3. เปรียบเทียบระดับความสำคัญของเป้าประสงค์และระดับการปฏิบัติงานฯภายในกลุ่มผู้รับบริการแต่กลุ่มย่อยสี่กลุ่มและภายในกลุ่มผู้รับบริการในภาพรวม

4. วิเคราะห์และกำหนดรูปแบบกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่นำเสนอและรูปแบบที่เหมาะสมของสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์

ซึ่งผลการวิเคราะห์องค์ประกอบ ทำให้สามารถจัดรูปแบบส่วนประสมทางการตลาดที่นำเสนอไว้ 2 รูปแบบ คือ

1. รูปแบบที่อยู่บนพื้นฐานของการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของเป้าประสงค์ในส่วนของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดขององค์กรผู้รับบริการต่อการเลือกสถานที่จัดงาน

2. รูปแบบที่อยู่บนพื้นฐานของการวิเคราะห์ระดับการปฏิบัติงานของสถานที่จัดงาน

โดยพบว่ารูปแบบส่วนประสมทางการตลาดที่เหมาะสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย คือ รูปแบบที่อยู่บนพื้นฐานของการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของเป้าประสงค์ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดขององค์กรผู้รับบริการต่อการเลือกสถานที่จัดงาน

จากงานวิจัยดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่าผู้ให้บริการสถานที่จัดงานจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องพิจารณารูปแบบส่วนประสมทางการตลาดที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้รับบริการด้านสถานที่จัดงาน ทั้งที่เป็นเจ้าภาพจัดงานและผู้เข้าร่วมงาน ซึ่งการให้ความสำคัญต่อปัจจัยดังกล่าวสอดคล้องกับการให้บริการของธุรกิจบริการสถานที่จัดงาน ซึ่งเป็นการบริการในลักษณะเดียวกันกับธุรกิจรับจัดงาน เพราะธุรกิจรับจัดงานเปรียบเสมือนลูกค้าคนกลาง ของธุรกิจสถานที่รับจัดงานซึ่งแม้ว่าไม่ใช่ผู้บริโภคโดยตรง แต่ต้องการสินค้าและบริการของสถานที่จัดงาน เพื่อใช้ในการผลิตสินค้าและบริการของตนเองต่อไป ผู้วิจัยจึงนำผลการศึกษาในส่วนของตัวแปรคุณลักษณะด้านพนักงานในรูปแบบส่วนประสมทางการตลาดที่ผ่านการทดสอบ และอยู่บนพื้นฐานการวิเคราะห์ระดับปฏิบัติงานในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดขององค์กรผู้รับบริการต่อสถานที่จัดงาน ในรูปแบบนำเสนอที่ 1 และ 2 มาเป็นแนวทางในการศึกษาคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ ซึ่งได้แก่ มีความเป็นมืออาชีพ มีความสามารถ มีความตั้งใจทำงาน มีความเต็มใจช่วยเหลือ มีมารยาทดี มีอัธยาศัยที่ดี มีบุคลิกภาพที่ดี การแต่งกายเหมาะสม มีมารยาที่ดี

2.6.2 งานวิจัยเรื่อง "ความพร้อมด้านบุคลากรของศูนย์ประชุมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลต่อการรองรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE)" ศึกษาโดย วิโรจน์ ระจิตดำรง เป็นการศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพและประสิทธิภาพของตัวบุคคลที่มีผลต่องานด้านการ

บริการในอุตสาหกรรมไมซ์ ที่ต้องใช้ทักษะด้านการปฏิบัติงาน (Technical Skill) ทักษะด้านการบริหาร (Managerial Skill) และทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ (Human Relation Skill) เพื่อสร้างความพอใจสูงสุดแก่ผู้ใช้บริการ ซึ่งได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพร้อมด้านบุคลากรของศูนย์ประชุม ซึ่งมีการวิเคราะห์คุณสมบัติของบุคลากรด้านการบริการ ที่มีผลต่อความพร้อมด้านบุคลากรในศูนย์ประชุม วิเคราะห์ความสำคัญของกระบวนการบริหารงานทรัพยากรบุคคล ที่มีผลต่อความพร้อมด้านบุคลากรในศูนย์ประชุมต่อการรองรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์ และวิเคราะห์บทบาทหน้าที่ของบุคลากรในศูนย์ประชุมที่มีผลต่อการประเมินความพร้อมด้านบุคลากรของลูกค้าที่มาใช้บริการจัดกิจกรรมไมซ์ในศูนย์ประชุมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีผู้ให้ข้อมูลหลักจาก 3 หน่วยงานในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้แก่

1. บุคลากรของศูนย์ประชุม
2. บุคลากรของบริษัทรับจัดงาน (Event Organizer)
3. บุคลากรของ สสปน.

ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่า ความพร้อมด้านบุคลากรของศูนย์ประชุมมีความสัมพันธ์กับคุณสมบัติของบุคลกรด้านการบริการ ในเรื่องของคุณสมบัติด้านการตอบสนองด้วยความพร้อมและเต็มใจให้บริการ ความน่าเชื่อถือ และความสามารถทางวิชาการและการบริการ ซึ่งถือว่าเป็น 3 คุณสมบัติเด่นที่บุคลากรศูนย์ประชุมควรมี โดยระบุว่า ความพร้อมด้านบุคลากรในศูนย์ประชุมมีความสัมพันธ์กับกระบวนการบริหารงานทรัพยากรบุคคลในแต่ละขั้นตอน ในระดับที่แตกต่างกันไป โดยกระบวนการสรรหาและการคัดเลือก เป็นหัวใจสำคัญในการได้มาซึ่งบุคลากรที่มีคุณสมบัติเหมาะสมกับตำแหน่งงาน ส่วนกระบวนการฝึกอบรมและพัฒนาเป็นการเสริมสร้างความพร้อมในทุกๆด้านของบุคลากร เพื่อให้สามารถรองรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพในส่วนของบุคลากรในแผนกบริการส่วนหน้า ได้แก่ ฝ่ายปฏิบัติการและฝ่ายขาย เป็นบุคคลที่มีผลต่อการประเมินความพร้อมด้านบุคลากร ในศูนย์ประชุมของผู้ใช้บริการมากที่สุดเนื่องจากมีหน้าที่ในการติดต่อประสานงานและอานวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการตั้งแต่เริ่มต้นจนกระทั่งสิ้นสุดงาน โดยได้รับการสนับสนุนจากบุคลากรทุกฝ่ายในองค์กร ซึ่งมีการทำงานประสานเป็นหนึ่งเดียวกัน ดังนั้น ความพร้อมด้านบุคลากรจึงเป็นสิ่งหนึ่ง ที่บ่งบอกถึงคุณภาพการให้บริการของศูนย์ประชุมแต่ละแห่ง ซึ่งมีผลโดยตรงต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ และเป็นตัวแปรสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการจัดกิจกรรมไมซ์ในศูนย์ประชุม ทำให้การเตรียมความพร้อมให้กับบุคลากรในศูนย์ประชุมด้วยการเสริมสร้างคุณสมบัติที่ดี ด้านการบริการแก่บุคลากรในองค์กรควบคู่ไปกับการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลอย่างมีประสิทธิภาพจะทำให้บุคลากรในองค์กรสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีคุณภาพและบรรลุตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่องค์กรได้วางไว้

จากผลการวิจัยข้างต้น ทำให้ทราบว่าความสำเร็จในการดำเนินงานของศูนย์ประชุมนั้น เกิดจากคุณภาพของการให้บริการที่มาจาก ความพร้อมด้านบุคลากร ดังนั้น การพัฒนาบุคลากรจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนินธุรกิจในอุตสาหกรรมไมซ์ ซึ่งสอดคล้องกับการให้บริการของธุรกิจรับจัดงานที่ทำหน้าที่เป็นผู้ประสานงานในทุกๆกิจกรรมไมซ์ และต้องอาศัยความพร้อมของบุคลากรเป็นสำคัญ ซึ่งต้องเต็มใจให้บริการ มีความน่าเชื่อถือ และมีความสามารถทางวิชาการและการ

บริการ ถือเป็นคุณสมบัติเด่นที่บุคลากรของของ ศูนย์ประชุมควรจะมี มาพิจารณาเป็นส่วนหนึ่งของปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานด้วย

2.6.3 งานวิจัยเรื่อง "คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จของธุรกิจโรงแรม ในจังหวัดภาคเหนือตอนล่างของไทย" (ฝนทิพย์ ฆารไสว, 2555) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของผู้ประกอบการ กับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ในเขตภาคเหนือตอนล่าง ซึ่งผลการวิจัยเชิงปริมาณพบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จำนวน 9 องค์ประกอบ ได้แก่

1. ด้านความเป็นตัวของตัวเอง
2. ด้านความใฝ่ใจในความสำเร็จ
3. ด้านความมีนวัตกรรม
4. ด้านความมุ่งมั่นอดทน
5. ด้านความคิดสร้างสรรค์
6. ด้านความกล้าเสี่ยง
7. ด้านความมั่นใจในตนเอง
8. ด้านการตอบสนองกับปัญหาอย่างทันทีทันใด
9. ด้านความรับผิดชอบ

และในส่วนของผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่าความคิดเห็นของผู้ประกอบการในการที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้ จะเกิดจากความตั้งใจ และต้องกล้าลงมือทำ มีการมองแบบมุมกว้าง มีการพิจารณาความเหมาะสมในการทำธุรกิจ มองดูคู่แข่งและมีการมองหาตลาดใหม่ ต้องพิจารณาความพึงพอใจของลูกค้า มีการพัฒนาตนเองตลอดเวลา มีการจัดการธุรกิจที่ดี ซึ่งต้องเลือกวิธีการที่เหมาะสม มีบุคลากรที่เชี่ยวชาญในแต่ละด้าน มีการเตรียมการตลอดเวลา สามารถทำให้สำเร็จตามเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้ ส่วนเครื่องมือวัดความสำเร็จคือ อัตราการเข้าพัก ความ พึงพอใจของผู้ประกอบการ การมีลูกค้ากลุ่มใหม่เพิ่มมากขึ้นโดยที่จำนวนลูกค้าเก่าไม่ลดลง การเจริญเติบโตและการขยายตัวของธุรกิจ และมาตรฐานอุตสาหกรรมโรงแรม ส่วนปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จคือ ปัจจัยภายในองค์กร เช่น บุคลากร แนวทางการบริหารงานและทำเลที่ตั้ง และปัจจัยภายนอกองค์กร เช่น สภาพแวดล้อม ภายนอก เศรษฐกิจ การเมือง สังคม และการมีพันธมิตรทางธุรกิจ

จากผลการศึกษาดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยได้นำคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จของธุรกิจโรงแรม ในจังหวัดภาคเหนือตอนล่างของไทยมาเป็นแนวทางในการศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงาน พร้อมทั้งศึกษาถึงความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจที่ต้องพิจารณาถึง ส่วนแบ่งการตลาดที่สอดคล้องกับผลการวิจัยข้างต้น ที่ระบุว่าการมีลูกค้ากลุ่มใหม่เพิ่มมากขึ้นโดยที่จำนวนลูกค้าเก่าไม่ลดลง ซึ่งจำนวนลูกค้าเป็นส่วนหนึ่งของเครื่องมือที่ใช้วัดความสำเร็จของธุรกิจบริการ จึงสามารถนำมาเป็นส่วนหนึ่งในการศึกษาผลการดำเนินงานของธุรกิจรับจัดงาน

2.6.4 งานวิจัยเรื่อง "คุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนากลางและขนาดย่อม (SMEs) ใน 9 จังหวัดภาคใต้" (สมแก้ว รุ่งเลิศเกรียงไกร และคณะ, 2546 น.5-17) ได้ศึกษาผู้ประกอบการธุรกิจขนากลางและขนาดย่อมจำนวน 1,533 ตัวอย่าง พบว่าคุณลักษณะที่สำคัญ ที่ทำให้ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จ ได้แก่ ความซื่อสัตย์ ขยัน อดทน มุ่งมั่นต่อความสำเร็จ มุ่งประสิทธิภาพมีความสามารถในการตัดสินใจ ยอมรับความเสี่ยงทางการเงิน และมีคุณลักษณะบางประการที่ทำให้ผู้ประกอบการประสบความล้มเหลว ได้แก่ ขาดความสามารถในการคิดวิเคราะห์ ไม่สนใจข้อมูลข่าวสาร ขาดการสร้างเครือข่าย ไม่กล้าเสี่ยง ขาดความรู้ในการทำบัญชี ขาดการวางระบบงานไม่เข้าใจการบริหารงานบุคคล และไม่ใช้ประโยชน์เทคโนโลยี เป็นต้น

จากผลการศึกษาของงานวิจัยข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยทราบถึงคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนากลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่ประสบความสำเร็จ และนำคุณลักษณะดังกล่าวมาเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงาน ได้แก่ ต้องเป็นผู้ที่มีความซื่อสัตย์ ขยัน อดทน มุ่งมั่นต่อความสำเร็จ มุ่งประสิทธิภาพ มีความสามารถในการตัดสินใจ กล้าเสี่ยง ยอมรับความเสี่ยงทางการเงิน มีความสนใจและสามารถวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสาร มีการสร้างเครือข่าย มีความรู้ในการทำบัญชีและเข้าใจการบริหารงานบุคคล รวมทั้งต้องใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี

2.6.5 งานวิจัยเรื่อง "ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนากลาง และขนาดย่อม SMEs ในอุตสาหกรรมเกษตร ภาคการค้า ในจังหวัดฉะเชิงเทรา" โดย รุ่งนภา ต่ออุดม ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมเกษตร ภาคการค้าในจังหวัดฉะเชิงเทรา สามารถสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้ (รุ่งนภา ต่ออุดม, 2552)

1. ปัจจัยด้านภาวะผู้นำ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีวิสัยทัศน์ที่มุ่งหวังให้กิจการมีการเจริญเติบโต มีทักษะความสามารถในการทำงาน มีคุณลักษณะที่เป็นผู้ประกอบการ ที่มีความคิดสร้างสรรค์ มีความสามารถในการตัดสินใจ มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินธุรกิจและมีความซื่อตรงในการประกอบธุรกิจ มีพฤติกรรมของการเป็นผู้บริหารแบบมุ่งโครงสร้างงานเป็นหลัก แต่ในบางสถานการณ์ของธุรกิจเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ ผู้ประกอบการเองก็มีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการทำงานแบบมุ่งความสัมพันธ์

2. ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความเชี่ยวชาญในธุรกิจเกษตรเป็นผลมาจากความรู้ความสามารถและมีประสบการณ์อันยาวนานทางการค้า มีการวางแผนในการดำเนินงานให้เหมาะสมกับฤดูกาล ในด้านการวางแผนทางการเงิน การจัดจำหน่ายของผู้ประกอบการ จะจำหน่ายผ่านตัวแทน หรือนายหน้า การบริการ จะมีบริการจัดส่งสินค้า ผู้ประกอบการเล็งเห็นถึงคุณภาพของสินค้าที่ผลิตและจำหน่ายเป็นหลัก การรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเกษตรจะรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากทาง โทรทัศน์ วิทยุ วารสารทางการเกษตร จากเกษตรกร และหน่วยงานภาครัฐ

3. ปัจจัยด้านบุคลากร การจัดหาบุคลากร ของผู้ประกอบการ จะใช้แรงงานในพื้นที่ แรงงานต่างพื้นที่ และแรงงานต่างด้าว อัตราค่าจ้าง จ่ายจะแบ่งเป็น ลูกจ้างประจำ ลูกจ้างชั่วคราว และลูกจ้างรายวัน ผลตอบแทนพิเศษ ที่ผู้ประกอบการจ่ายให้แก่ลูกจ้าง เป็นรูปของตัวเงินได้แก่ ค่า

ล่วงเวลา ค่ารักษาพยาบาล โบนัส และเบี้ยขยัน เงินช่วยเหลือค่างานบวช งานแต่ง และงานศพ และที่ไม่อยู่ในรูปของตัวเงิน ได้แก่ หอพัก และสวัสดิการร้านค้า ที่ขายสินค้าที่ผู้ประกอบการผลิตโดยที่ขายให้แก่ลูกจ้างในราคาถูก และการจัดให้ลูกจ้างไปฝึกอบรมเพิ่มพูนความรู้

4. ปัจจัยด้านนโยบายรัฐในการส่งเสริมอุตสาหกรรม ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ที่เป็นผู้ประกอบการขนาดกลางจะได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล โดยสถานประกอบการที่จะได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล จะดำเนินการผลิตและค้าเครื่องจักรกลการเกษตรจะได้รับการสนับสนุนเงินทุนในการดำเนินการค้นคว้าวิจัยเครื่องจักรกลเกษตร ผู้ประกอบการที่ดำเนินการผลิตและค้าปุ๋ยและเคมีภัณฑ์ทางการเกษตร จะได้รับการส่งเสริมจากสำนักอุตสาหกรรมเพิ่มมูลค่าตามหลักการ 3R (Reduce, Reuse, Recycle) ซึ่งจะสังเกตได้ว่าเป็นสถานประกอบการที่ดำเนินกิจการผลิตสินค้าต้องมีการควบคุมคุณภาพ ให้ผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ในส่วนของผู้ประกอบการค้าข้าวและเมล็ดพันธ์จะไม่เข้ารับการสนับสนุนจากนโยบายรัฐ และสำหรับผล การวิจัยปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)ในอุตสาหกรรมเกษตร ภาคการค้าในจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่าส่วนใหญ่เป็นปัญหาด้านการจัดการเงินทุนหมุนเวียน รองลงมา คือ ปัญหาด้านคู่แข่งขันในธุรกิจเดียวกัน ปัญหาด้านแรงงานและปัญหาด้านคลังสินค้า และในส่วนของผลการวิจัยความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม(SMEs) ในอุตสาหกรรมเกษตร ภาคการค้าในจังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้า และบริการที่ผู้ประกอบการมีให้แก่ลูกค้า สินค้าที่มีราคาถูก สถานที่จัดจำหน่ายสะดวกต่อการเดินทาง การส่งเสริมการตลาดของผู้ประกอบการจะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ

จากผลการศึกษาข้างต้น ของ รุ่งนภา ต่ออุดม ทำให้ทราบถึงปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมเกษตรภาคการค้าในจังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งเป็นประเภทธุรกิจขนากลางและขนาดย่อม SMEs เช่นเดียวกันกับผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานจำนวนมาก ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่าปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจอาจไม่แตกต่างกันมากนัก ผู้วิจัยจึงนำผลการวิจัยซึ่งเป็นปัจจัยความสำเร็จอันได้แก่ ปัจจัยด้านภาวะผู้นำ ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ ปัจจัยด้านบุคลากร มาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาปัจจัยคุณลักษณะทั่วไปของผู้ประกอบธุรกิจรับจัดงาน และระบุว่าความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจหรือผลการดำเนินงาน ควรพิจารณาจากความสำเร็จในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการ

2.6.6 งานวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP)” โดย วราภรณ์ ศรีบุญ ได้ศึกษาและรวบรวมคุณลักษณะของผู้ประกอบการในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambol One Product - OTOP), SMEs และวิสาหกิจชุมชน (วราภรณ์ ศรีบุญ, 2552) พบว่าปัจจัยหรือลักษณะของผู้ประกอบการที่จะทำให้องค์กรหรือธุรกิจประสบความสำเร็จ ซึ่งได้แก่ กลุ่ม การบริหารงาน ผู้นำ สมาชิก การเรียนรู้ และการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐซึ่งผู้ประกอบการในระดับ 5 ดาว ประสบผลสำเร็จ เนื่องจากคณะกรรมการมีการหมุนเวียน และมีความสัมพันธ์อันดีภายในกลุ่ม ผู้นำมีความรู้ มีความสามารถในการบริหารธุรกิจ มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา จึงได้รับความร่วมมือ และความเชื่อใจจากสมาชิก มีการบริหารงานที่มีประสิทธิภาพ มีผู้รับผิดชอบงานอย่างชัดเจน มีการเรียน

รู้อยู่ตลอดเวลา ผู้ประกอบการสามารถประยุกต์ใช้ความรู้ในการดำเนินงานและสามารถปรับตัวได้ตามทิศทางการตลาด การถ่ายทอดความรู้ในกลุ่มทั่วถึงและหน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุน

จากงานวิจัยของ วราภรณ์ ศรีบุญ ที่กล่าวถึงคุณลักษณะทั่วไปของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น ซึ่งเป็นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่คล้ายกับผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในจังหวัดสงขลา ผู้วิจัยจึงนำผลการวิจัยในเรื่องของปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จหรือมีผลต่อการดำเนินงาน ได้แก่ การบริหารงาน การเป็นผู้นำ การมีความสัมพันธ์อันดีของสมาชิก การบริหารงานที่มีประสิทธิภาพ การเรียนรู้ มาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาแนวทางส่งเสริมผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา

2.6.7 งานวิจัยเรื่อง “ศักยภาพผู้ประกอบการและนวัตกรรมองค์การที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขัน ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคเหนือตอนบน” พนิดา สัตโยภาส ได้ศึกษาระดับความคิดเห็นด้านศักยภาพผู้ประกอบการ นวัตกรรมองค์การ และความสามารถในการแข่งขัน รวมทั้งศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสามารถทางการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (พนิดา สัตโยภาส และคณะ, 2555) ซึ่งผลการศึกษาพบว่าความคิดเห็นด้านศักยภาพผู้ประกอบการอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนในด้านนวัตกรรมองค์การอยู่ในระดับปานกลาง และ ด้านความสามารถทางการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอยู่ในระดับมาก ผลสมการโครงสร้างพบว่าศักยภาพผู้ประกอบการและนวัตกรรมองค์การมีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อความสามารถทางการแข่งขัน และรองลงมาศักยภาพผู้ประกอบการมีอิทธิพลทางตรงต่อความสามารถทางการแข่งขัน ส่วนลำดับสุดท้ายนวัตกรรมองค์การมีอิทธิพลทั้งทางตรงต่อความสามารถทางการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

จากผลการศึกษาของ พนิดา สัตโยภาส ทำให้ทราบว่าศักยภาพของผู้ประกอบการและนวัตกรรมองค์การ มีอิทธิพลทั้งทางตรง และทางอ้อมต่อความสามารถทางการแข่งขัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำผลการศึกษามาเป็นส่วนหนึ่งของแนวคิด ในการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจรับจัดงาน เพื่อวิเคราะห์ถึงแนวทางในการส่งเสริมผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา

2.6.8 งานวิจัยเรื่อง “ความต้องการพัฒนาศักยภาพในการประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร” มีวัตถุประสงค์ของการศึกษา คือ เพื่อศึกษาสภาพปัญหาในการประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาความต้องการในการพัฒนาศักยภาพในการประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของผู้ประกอบการเขตกรุงเทพมหานคร โดยนันทนา คินิมาน ได้ศึกษากลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าของธุรกิจในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในประเภทกิจการผลิต การค้าปลีก การค้าส่ง และการบริการ ที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 407 คน ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าสถิติพื้นฐานร้อยละ (นันทนา คินิมาน, 2546) ผลการวิจัยพบว่าผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเภทธุรกิจการผลิตส่วนใหญ่มีความต้องการพัฒนาในด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ พบมากที่สุด ประเภทธุรกิจการค้าปลีก และการค้าส่ง พบว่าส่วนใหญ่มีความต้องการในการพัฒนาด้านการจัดทำระบบการเงินทุนหมุนเวียน และ

ประเภทธุรกิจการบริการ พบว่าส่วนใหญ่มีความต้องการในการพัฒนาด้านการตลาด ปัญหาของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ทั้งประเภทกิจการการผลิต การค้าปลีก การค้าส่ง และการบริการส่วนใหญ่พบปัญหาในด้านการขาดสภาพคล่องในระบบเงินทุนหมุนเวียน และตลาดในการจำหน่ายสินค้าเนื่องจากมีคู่แข่งทางการค้าเพิ่มมากขึ้น

จากผลการศึกษาของ นันทนา คินิมาน พบว่าความต้องการพัฒนาศักยภาพในการประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ของผู้ประกอบการประเภทธุรกิจการบริการส่วนใหญ่มีความต้องการในการพัฒนาด้านการตลาด และในส่วนของปัญหาของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ทั้งประเภทกิจการการผลิต การค้าปลีก การค้าส่ง และการบริการส่วนใหญ่พบปัญหาในด้านการขาดสภาพคล่องในระบบเงินทุนหมุนเวียน และตลาดในการจำหน่ายสินค้าเนื่องจากมีคู่แข่งทางการค้าเพิ่มมากขึ้น ดังนั้น จะเห็นได้ว่าการตลาดและสภาพคล่องในระบบเงินทุนหมุนเวียน มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งควรพิจารณาถึงความสำเร็จในการบริหารงานด้านการตลาด และด้านการเงินเป็นหลัก

2.6.9 แนวทางการส่งเสริมสมรรถนะการทำธุรกิจของผู้ประกอบการการค้าชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเพื่อรองรับการบูรณาการประชาคมอาเซียน ศึกษาโดย วีระยุทธ ทนทาน มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ ศึกษาปัจจัยด้านการส่งเสริมสมรรถนะการทำธุรกิจ สภาพปัจจุบัน ปัญหา อุปสรรคที่มีต่อการดำเนินงาน และศึกษาแนวทางการส่งเสริมสมรรถนะเพื่อสร้างความเข้มแข็งในการทำธุรกิจของผู้ประกอบการการค้าชายแดนไทย-ลาว ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเพื่อรองรับการบูรณาการประชาคมอาเซียน ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 18 ราย และวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามจากผู้ประกอบการค้าชายแดนจำนวน 312 ราย มีสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple Correlation Analysis) และการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) (วีระยุทธ ทนทาน, 2554)

สำหรับความสำคัญของการศึกษาในหัวข้อดังกล่าวข้างต้น คือ การค้าชายแดนไทย-ลาว สามารถที่จะสร้างคุณค่าให้กับการประกอบอาชีพการค้าชายแดน ที่ถือเป็นช่องทางในการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจแก่ประเทศไทยได้ ดังนั้น วีระยุทธ ทนทาน ศึกษาถึงความสามารถด้านสมรรถนะของผู้ประกอบการค้าชายแดน ได้แก่ ความสามารถเชิงสมรรถนะด้านบุคคล ด้านการบริหาร และด้านสายอาชีพ สภาพแวดล้อม การดำเนินงาน และบทบาทการส่งเสริมของรัฐบาล ตัวแปรตาม คือ ความเข้มแข็งในการทำธุรกิจ โดยประยุกต์แนวคิดทฤษฎีความได้เปรียบในการแข่งขันของ Michael E.Porter ประกอบการสรุปผลความสามารถเชิงสมรรถนะ มีการศึกษาตัวแปรต้น คือ

1. ความสามารถเชิงสมรรถนะ หรือ Competency ที่ประกอบด้วย

1) ความสามารถเชิงสมรรถนะส่วนบุคคล (Personal competency)

- ความเชี่ยวชาญรอบรู้ (Expertise)
- ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity Thinking)
- การสร้างองค์ความรู้ (Knowledge management)
- การให้ความเคารพและยอมรับผู้อื่น (Respect)

2) ความสามารถเชิงสมรรถนะด้านการบริหาร (Management competency)

- ภาวะผู้นำ (Leadership)
- ทีมงานสัมพันธ์ (Team Relations)
- การพัฒนาทุนมนุษย์ (Human resource management)
- การกำกับดูแลกิจการที่ดี (Corporate Governance)

3) ความสามารถเชิงสมรรถนะด้านสายอาชีพ (Functional competency)

- การถ่ายโอนความรู้ (Knowledge Transfer)
- การพัฒนาเส้นทางอาชีพ (Career Development)
- การบริหารการเปลี่ยนแปลง (Change management)

2. บทบาทการส่งเสริมของรัฐบาล (Government Roles)

1) ด้านส่งเสริมและสนับสนุน (Government Support)

2) ด้านการแก้ปัญหา (Problem Solving)

3) ด้านการกำหนดนโยบาย (Policy Assignment)

3. สภาพแวดล้อมการดำเนินงาน (Environment Issues)

1) สังคมและวัฒนธรรม (Sociocultural Forces)

2) กฎหมายและการเมือง (Politicolegal Forces)

3) เทคโนโลยีและเศรษฐกิจ (Economic and Technological Forces)

4) ความเข้มแข็งในการทำธุรกิจ (Business Strength)

และมีตัวแปรตาม คือ ความเข้มแข็งในการทำธุรกิจ (Business Strength) ที่ประกอบด้วยประเด็นปัจจัยด้าน การยอมรับจากลูกค้า (Customers' Acceptance) และผลการดำเนินงาน (Firm Performance)

ซึ่งผลการวิจัย พบว่า ความสามารถเชิงสมรรถนะส่วนบุคคล ความสามารถเชิงสมรรถนะด้านการบริหาร ความสามารถเชิงสมรรถนะด้านอาชีพ เป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมสมรรถนะในการทำธุรกิจ ส่วนด้านสภาพแวดล้อมการดำเนินงานทางสังคมและวัฒนธรรม เทคโนโลยีเศรษฐกิจนั้น ผู้ประกอบการจะต้องตระหนักและให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก ซึ่งต้องอาศัยบทบาทการส่งเสริมของรัฐบาลเข้ามาช่วยให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ ระบบการขนส่งและกฎระเบียบการค้าเป็นปัญหาและอุปสรรคสำคัญอย่างต่อเนื่องในการประกอบการค้าชายแดน

จากการศึกษางานวิจัยดังกล่าวข้างต้น พบว่าวิธีการศึกษาเพื่อให้ได้มาซึ่งแนวทางการส่งเสริมสมรรถนะเพื่อสร้างความเข้มแข็งในการทำธุรกิจของผู้ประกอบการการค้าชายแดนไทย-ลาว ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเพื่อรองรับการบูรณาการประชาคมอาเซียน มีความสอดคล้องกับการศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงาน ในประเด็นความสามารถเชิงสมรรถนะส่วนบุคคล (Personal competency) และการใช้วิธีวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติรูปแบบเดียวกัน ผู้วิจัยได้นำวิธีการศึกษาความสัมพันธ์ของของตัวแปร เพื่อสร้างสมการพยากรณ์ มาเป็นแนวทางในศึกษาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงาน กับผลการดำเนินงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา เพื่อนำเสนอแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลาต่อไป

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาเรื่อง “คุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา” ผู้วิจัยได้ทำการสรุปคุณลักษณะและปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงาน ด้วยการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลจากงานวิจัยทั้งหมดข้างต้น มาเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงาน ดังตารางที่ 2-5 ปัจจัยคุณลักษณะและปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการจากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตาราง 2.4 ปัจจัยคุณลักษณะและปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการจากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปัจจัยคุณลักษณะและปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงาน จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
1. รูปแบบการตลาดที่เหมาะสมของสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย	
ผู้ศึกษา / ปี	**ปัจจัยคุณลักษณะที่ศึกษา**
เกิดศิริ เจริญวิศาล 2552	- มีความเป็นมืออาชีพ - มีความสามารถ - มีความตั้งใจทำงาน - มีความเต็มใจช่วยเหลือ - มีมารยาทดี - มีอัธยาศัยที่ดี - มีบุคลิกภาพที่ดี - การแต่งกายเหมาะสม
2. ความพร้อมด้านบุคลากรของศูนย์ประชุมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลต่อการรองรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) เป็นการศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพและประสิทธิภาพของตัวบุคคลที่มีผลต่องานด้านการบริการในอุตสาหกรรมไมซ์	
ผู้ศึกษา / ปี	**ปัจจัยคุณลักษณะที่ศึกษา**
วิโรจน์ ระจิตดำรงค์	- มีทักษะด้านการปฏิบัติงาน (Technical Skill) - มีทักษะด้านการบริหาร (Managerial Skill) - มีทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ (Human Relation Skill) - มีความเต็มใจให้บริการ - มีความน่าเชื่อถือ - มีความสามารถทางวิชาการและการบริการ
3. คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภาคเหนือตอนล่างของไทย	
ผู้ศึกษา / ปี	**ปัจจัยคุณลักษณะที่ศึกษา**
ฝนทิพย์ ฆารไสว 2555	- ด้านความเป็นตัวของตัวเอง - ด้านความใฝ่ใจในความสำเร็จ - ด้านความมีนวัตกรรม - ด้านความมุ่งมั่นอดทน

ตาราง 2.4 ปัจจัยคุณลักษณะและปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการจากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ปัจจัยคุณลักษณะและปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงาน จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
4. คุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจขนากลางและขนาดย่อม (SMEs) ใน 9 จังหวัดภาคใต้	
ผู้ศึกษา / ปี	**ปัจจัยคุณลักษณะที่ศึกษา**
ฝนทิพย์ ฆารไสว (ต่อ) 2555	- ด้านความคิดสร้างสรรค์ - ด้านความกล้าเสี่ยง - ด้านความมั่นใจในตนเอง - ด้านการตอบสนองกับปัญหาอย่างทันทีทันใด - ด้านความรับผิดชอบ
สมแก้ว รุ่งเลิศเกรียงไกร และคณะ 2546	- มีความซื่อสัตย์ - ขยัน - อดทน - มุ่งมั่นต่อความสำเร็จ - มุ่งประสิทธิภาพ - มีความสามารถในการตัดสินใจ - กล้าเสี่ยง - ยอมรับความเสี่ยงทางการเงิน - มีความสนใจและสามารถวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสาร - มีการสร้างเครือข่าย - มีความรู้ในการทำบัญชี - เข้าใจการบริหารงานบุคคล - ใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี
5. ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนากลาง และขนาดย่อม SMEs ในอุตสาหกรรมเกษตร ภาคการค้า ในจังหวัดฉะเชิงเทรา	
ผู้ศึกษา / ปี	**ปัจจัยคุณลักษณะที่ศึกษา**
รุ่งนภา ต่ออุดม 2552 (ต่อ)	- มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ - มีความซื่อตรงในการประกอบธุรกิจ - มีพฤติกรรมของการเป็นผู้บริหารแบบมุ่งโครงสร้างงานเป็นหลัก - มีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการทำงานแบบมุ่งความสัมพันธ์ - มีความเชี่ยวชาญในธุรกิจ - มีประสบการณ์อันยาวนานทางการค้า - มีการวางแผนในการดำเนินงาน - มีการวางแผนทางการเงิน

ตาราง 2.4 ปัจจัยคุณลักษณะและปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการจากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ปัจจัยคุณลักษณะและปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงาน จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
6. ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (OTOP)	
ผู้ศึกษา / ปี	**ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานที่ศึกษา**
วราภรณ์ ศรีบุญ 2552	- การบริหารงาน - การเป็นผู้นำ - การมีความสัมพันธ์อันดีของสมาชิก - การบริหารงานที่มีประสิทธิภาพ การเรียนรู้
7. ศักยภาพผู้ประกอบการและนวัตกรรมองค์การที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขัน ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคเหนือตอนบน	
ผู้ศึกษา / ปี	**ปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานที่ศึกษา**
พนิดา สัตโยภาส และคณะ 2555	- ศักยภาพของผู้ประกอบการ - นวัตกรรมองค์การ
8. ความต้องการพัฒนาศักยภาพในการประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร	
ผู้ศึกษา / ปี	**ปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานที่ศึกษา**
นันทนา คินิมาน 2546	- บริหารงานด้านการตลาด - การเงิน
9. แนวทางการส่งเสริมสมรรถนะการทำธุรกิจของผู้ประกอบการการค้าชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเพื่อรองรับการบูรณาการประชาคมอาเซียน	
ผู้ศึกษา / ปี	**ปัจจัยคุณลักษณะที่ศึกษา**
วีระยุทธ ทนทาน (2554)	- ความเชี่ยวชาญรอบรู้ (Expertise) - ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity Thinking) - การสร้างองค์ความรู้ (Knowledge management) - การให้ความเคารพและยอมรับผู้อื่น (Respect) - ภาวะผู้นำ (Leadership) - ทีมงานสัมพันธ์ (Team Relations) - การพัฒนาทุนมนุษย์ (Human resource management)

ตาราง 2.4 ปัจจัยคุณลักษณะและปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการจากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ปัจจัยคุณลักษณะและปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงาน จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
9. แนวทางการส่งเสริมสมรรถนะการทำธุรกิจของผู้ประกอบการการค้าชายแดนไทย-ลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเพื่อรองรับการบูรณาการประชาคมอาเซียน (ต่อ)	
ผู้ศึกษา / ปี	**ปัจจัยคุณลักษณะที่ศึกษา**
วีระยุทธ ทนทาน (2554)	- การกำกับดูแลกิจการที่ดี (Corporate Governance) - การถ่ายโอนความรู้ (Knowledge Transfer) - การพัฒนาเส้นทางอาชีพ (Career Development) - การบริหารการเปลี่ยนแปลง (Change management)

จากการทบทวนวรรณกรรม โดยการศึกษาค้นคว้าเอกสาร และศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และสรุปคุณลักษณะเป็นตารางต่างๆในแต่ละหัวข้อ ได้แก่

ตาราง 2.1 คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ

ตาราง 2.2 สรุปคุณลักษณะของผู้ที่ดำเนินธุรกิจรับจัดงาน (Organizer)

ตาราง 2.3 สรุปปัจจัยคุณลักษณะที่สำคัญของผู้ประกอบการ ผู้ประสานงาน หรือผู้ปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมไมซ์

ตาราง 2.4 ปัจจัยคุณลักษณะและปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการจากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้สรุปคุณลักษณะของผู้ประกอบการ เพื่อให้เห็นถึงปัจจัยคุณลักษณะในด้านต่างๆที่สอดคล้องกันตามแนวคิดของนักวิชาการและหน่วยงานอีกครั้ง เพื่อให้เห็นถึงปัจจัยคุณลักษณะที่มีความสำคัญมากน้อยแตกต่างกัน ดังตาราง 2.5 ดังนี้

ตาราง 2.5 ตารางคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่สอดคล้องกันตามแนวคิดของนักวิชาการและหน่วยงาน ที่ผู้วิจัยนำมาศึกษา

คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ	**นักวิชาการ / หน่วยงาน**																		
	1. Baumback	2. Levinson	3. Hatten	4. Dollinger	5. McCelland	6. Frese	7. อาทิตย์	8. ดนัย	9. วิฑูรย์	10. บุริม	11. สุรชัย	12. ททท.	13. สมิต	14. Wiliam Joeseph	15. บุญเลิศ	16. สสปน.	17. กรมส่งเสริม	18. ศูนย์วิจัยกสิกรไทย	19.TICA
1.1 ความเป็นมิตร	✓																✓		
1.2 ความกระตือรือร้น	✓						✓				✓								
1.3 ความขยันหมั่นเพียร	✓										✓								
1.4 ความกระฉับกระเฉง	✓																		
1.5 ความอดทน (Patience)	✓	✓	✓								✓								
1.6 ความก้าวร้าวในการแข่งขัน (Competitive aggressiveness)		✓				✓													
1.7 ความอุตสาหะ (Perseverance)			✓																
1.8 ความเป็นตัวของตัวเองสูง (Ego Strength)		✓									✓								
1.9 ความกล้าเสี่ยง (Risk taking)					✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓								
1.10 พลังในหน้าที่การงาน					✓														
1.11 ความเป็นตัวของตัวเอง (Autonomy)						✓					✓								
1.12 ความคิดสร้างสรรค์	✓								✓		✓		✓		✓		✓	✓	

ตาราง 2.5 ตารางคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่สอดคล้องกันตามแนวคิดของนักวิชาการและหน่วยงาน ที่ผู้วิจัยนำมาศึกษา (ต่อ)

คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ	นักวิชาการ / หน่วยงาน																		
	1. Baumback	2. Levinson	3. Hatten	4. Dollinger	5. McCelland	6. Frese	7. อาทิตย์	8. ดนัย	9. วิฑูรย์	10. บุริม	11. สุรชัย	12. ททท.	13. สมิต	14. Wiliam Joeseph	15. บุญเลิศ	16. สสปน.	17. กรมส่งเสริม	18. ศูนย์วิจัยกสิกรไทย	19.TICA
1.13 ความเชื่อมั่นตนเอง							✓	✓											
1.14 ปรารถนาความสำเร็จ						✓				✓	✓								
1.15 ไม่ท้อถอยง่าย									✓										
1.16 ความอดทนในการทำงานภายใต้ความกดดันสูง			✓																
1.17 เชื่อมั่นในตนเอง(Be Self Confident)																			
1.18 รู้จักประมาณตนเอง (Self Assessment)											✓								
1.19 สุขภาพดี (Good Health)												✓							
1.20 ความจำดี (Good Memory)												✓							
1.21 ฉลาดและมีไหวพริบ (Intelligence and Tact)												✓					✓		
1.22 จิตใจมั่นคงไม่โลเล													✓						
1.23 ช่างสังเกต								✓					✓						

ตาราง 2.5 ตารางคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่สอดคล้องกันตามแนวคิดของนักวิชาการและหน่วยงาน ที่ผู้วิจัยนำมาศึกษา (ต่อ)

คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ	**นักวิชาการ / หน่วยงาน**																		
	1. Baumback	2. Levinson	3. Hatten	4. Dollinger	5. McCelland	6. Frese	7. อาทิตย์	8. ดนัย	9. วิฑูรย์	10. บุริม	11. สุรชัย	12. ทกท.	13. สมิต	14. Wiliam Joeseph	15. บุญเลิศ	16. สสปน.	17. กรมส่งเสริม	18. ศูนย์วิจัยกสิกรไทย	19.TICA
1.24 ตรงต่อเวลา (Punctuality)														✓					
1.25 มีเกียรติในตนเอง																			
1.26 ทัศนคติเชิงบวกเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการทำงาน																			
1.27 ความมีจิตบริการ													✓						
1.28 จิตวิทยาบริการ													✓						
1.29 ทัศนคติที่ดี														✓					
1.30 บุคลิกภาพน่าเชื่อถือ												✓						✓	
1.31 ความช่างสังเกตและใส่ใจรายละเอียด								✓		✓									
1.32 ความประณีต ละเอียดลออ										✓		✓					✓		
1.33 การคิดที่เป็นตรรกะ									✓										
2.1 รู้จริง รู้ลึก (Knowledge) ในธุรกิจที่ลงทุน			✓										✓						
2.2 ทักษะในการบริหารจัดการ					✓				✓										

ตาราง 2.5 ตารางคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่สอดคล้องกันตามแนวคิดของนักวิชาการและหน่วยงาน ที่ผู้วิจัยนำมาศึกษา (ต่อ)

ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ	นักวิชาการ / หน่วยงาน																		
	1. Baumback	2. Levinson	3. Hatten	4. Dollinger	5. McCelland	6. Frese	7. อาทิตย์	8. ดนัย	9. วิฑูรย์	10. บุริม	11. สุรชัย	12. ททท.	13. สมิต	14. Wiliam Joeseph	15. บุญเลิศ	16. สสปน.	17. กรมส่งเสริม	18. ศูนย์วิจัยกสิกรไทย	19.TICA
2.3 ความมีนวัตกรรม (Innovativeness)						✓			✓							✓			
2.4 ความสม่ำเสมอและใฝ่ใจในการเรียนรู้ (Stability and learning orientation)						✓			✓							✓			
2.5 ความรอบรู้							✓					✓					✓		
2.6 ความสามารถในการบริหาร							✓												
2.7 ความสามารถในการจัดการกับสิ่งที่ยุ่งเหยิง								✓	✓										
2.8 เป็นทั้งนักจัดองค์การและนักบริหาร					✓		✓		✓										
2.9 สามารถวางแผนอย่างสมจริง									✓										
2.10 ทำงานเร็ว มีสัมผัสที่เร็วต่อโอกาส ปัญหาและอุปสรรค										✓									

ตาราง 2.5 ตารางคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่สอดคล้องกันตามแนวคิดของนักวิชาการและหน่วยงาน ที่ผู้วิจัยนำมาศึกษา (ต่อ)

ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ	นักวิชาการ / หน่วยงาน																		
	1. Baumback	2. Levinson	3. Hatten	4. Dollinger	5. McCelland	6. Frese	7. อาทิตย์	8. ดนัย	9. วิฑูรย์	10. บุริม	11. สุรชัย	12. ททท.	13. สมิต	14. Wiliam Joeseph	15. บุญเลิศ	16. สสปน.	17. กรมส่งเสริม	18. ศูนย์วิจัยกสิกรไทย	19.TICA
2.11 ความสามารถในการบริหารงานและเป็นผู้นำที่ดี (Management and Leadership Capability)							✓				✓								
2.12 ใฝ่หาความรู้เพิ่มเติม (Take New Knowledge)									✓		✓					✓			
2.13 ประหยัดเพื่ออนาคต (Safe for Future)											✓					✓			
2.14 ความรู้ในงานที่จะบริการ					✓								✓			✓			
2.15 ความรู้ในตัวสินค้าหรือบริการ					✓								✓			✓			
2.16 ความสามารถในการวิเคราะห์ปัญหา													✓			✓			
2.17 ความรู้ ความสามารถที่จำเป็นต่องาน (Well Equipped)										✓						✓			
2.18 ทักษะที่ฝึกฝนจนชำนาญ (Skill and Training)					✓									✓		✓	✓	✓	

ตาราง 2.5 ตารางคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่สอดคล้องกันตามแนวคิดของนักวิชาการและหน่วยงาน ที่ผู้วิจัยนำมาศึกษา (ต่อ)

ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ	นักวิชาการ / หน่วยงาน																		
	1. Baumback	2. Levinson	3. Hatten	4. Dollinger	5. McCelland	6. Frese	7. อาทิตย์	8. ดนัย	9. วิฑูรย์	10. บุริม	11. สุรชัย	12. ททท.	13. สมิต	14. Wiliam Joeseph	15. บุญเลิศ	16. สสปน.	17. กรมส่งเสริม	18. ศูนย์วิจัยกสิกรไทย	19.TICA
2.19 เชาวน์ปัญญา																✓			
2.20 สัญชาตญาณทางธุรกิจ และเชาวน์ทางธุรกิจ																✓			
2.21 วางแผนและมีกระบวนการในทำงาน								✓								✓			
2.22 มีความรู้และในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับแนวโน้มตลาดและการแข่งขัน																✓			
2.23 ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีในกระบวนการทำงาน																✓		✓	
2.24 ความรู้ในการปรับใช้ผลิตภัณฑ์และการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการแก่ลูกค้าได้ดีที่สุด																✓			

ตาราง 2.5 ตารางคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่สอดคล้องกันตามแนวคิดของนักวิชาการและหน่วยงาน ที่ผู้วิจัยนำมาศึกษา (ต่อ)

ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ	นักวิชาการ / หน่วยงาน																		
	1. Baumback	2. Levinson	3. Hatten	4. Dollinger	5. McCelland	6. Frese	7. อาทิตย์	8. ดนัย	9. วิฑูรย์	10. บุริม	11. สุรชัย	12. ททท.	13. สมิต	14. Wiliam Joeseph	15. บุญเลิศ	16. สสปน.	17. กรมส่งเสริม	18. ศูนย์วิจัยกสิกรไทย	19.TICA
2.25 ความรู้ความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษสูง												✓				✓		✓	
2.26 ความรู้ความเข้าใจในกระบวนการทำงานของแผนกอื่นๆในองค์กร																✓			
2.27 ประสบการณ์ทำงานในอุตสาหกรรมการจัดประชุมและประชุมนานาชาติ															✓	✓			
2.28 ประสบการณ์ทำงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล															✓	✓			
2.29 ประสบการณ์ทำงานในอุตสาหกรรมการจัดนิทรรศการและการแสดงสินค้า															✓	✓			
2.30 ประสบการณ์ทำงานในอุตสาหกรรมการจัดกิจกรรมพิเศษ															✓	✓			
2.31 ประสบการณ์ทำงานในอุตสาหกรรมไมซ์																✓			

ตาราง 2.5 ตารางคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่สอดคล้องกันตามแนวคิดของนักวิชาการและหน่วยงาน ที่ผู้วิจัยนำมาศึกษา (ต่อ)

ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ	นักวิชาการ / หน่วยงาน																		
	1. Baumback	2. Levinson	3. Hatten	4. Dollinger	5. McCelland	6. Frese	7. อาทิตย์	8. ดนัย	9. วิฑูรย์	10. บุริม	11. สุรชัย	12. ททท.	13. สมิต	14. Wiliam Joeseph	15. บุญเลิศ	16. สสปน.	17. กรมส่งเสริม	18. ศูนย์วิจัยกสิกรไทย	19.TICA
3.2 มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์	✓									✓	✓		✓				✓	✓	
3.3 มีความรับผิดชอบและมีความคิดแน่วแน่					✓			✓											
3.4 การเป็นคนเจ้าความคิดและมีจินตนาการ (Imagination)		✓																	
3.5 มีไหวพริบและไวต่อสิ่งแวดล้อมรอบด้าน (Sensitivity)		✓										✓					✓		
3.6 มีความสามารถในการคิดและแก้ปัญหา (Critical Thinking Skills)			✓																
3.7 ความมุ่งมั่นและพยายามที่จะดำเนินธุรกิจให้สำเร็จให้ได้ (Passion)			✓							✓	✓								
3.8 มีความสามารถในการตัดสินใจในภาวะวิกฤต (Determination)			✓							✓									
3.9 ไม่ปล่อยให้ตนเองตกอยู่ในโชคชะตาหรือพรหมลิขิต			✓																

ตาราง 2.5 ตารางคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่สอดคล้องกันตามแนวคิดของนักวิชาการและหน่วยงาน ที่ผู้วิจัยนำมาศึกษา (ต่อ)

ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ	นักวิชาการ / หน่วยงาน																		
	1. Baumback	2. Levinson	3. Hatten	4. Dollinger	5. McCelland	6. Frese	7. อาทิตย์	8. ดนัย	9. วิฑูรย์	10. บุริม	11. สุรชัย	12. ททท.	13. สมิต	14. Wiliam Joeseph	15. บุญเลิศ	16. สสปน.	17. กรมส่งเสริม	18. ศูนย์วิจัยกสิกรไทย	19.TICA
3.10 แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์				✓													✓		
3.11 เชื่อในอำนาจแห่งตน				✓															
3.12 ต้องการทราบผลสะท้อนกลับของการทำงาน					✓														
3.13 ต้องการความสำเร็จในเบื้องต้น									✓										
3.14 มีความรับผิดชอบ	✓				✓					✓	✓								
3.15 มองเห็นความน่าจะสำเร็จของงาน					✓														
3.16 มองการณ์ไกล					✓														
3.17 ใฝ่ใจในความสำเร็จ (Achievement orientation)									✓	✓									
3.18 เรียนรู้จากประสบการณ์														✓					
3.19 มีความหวังในอนาคต													✓						

ตาราง 2.5 ตารางคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่สอดคล้องกันตามแนวคิดของนักวิชาการและหน่วยงาน ที่ผู้วิจัยนำมาศึกษา (ต่อ)

ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ	นักวิชาการ / หน่วยงาน																		
	1. Baumback	2. Levinson	3. Hatten	4. Dollinger	5. McCelland	6. Frese	7. อาทิตย์	8. ดนัย	9. วิฑูรย์	10. บุริม	11. สุรชัย	12. ททท.	13. สมิต	14. Wiliam Joeseph	15. บุญเลิศ	16. สสปน.	17. กรมส่งเสริม	18. ศูนย์วิจัยกสิกรไทย	19.TICA
3.20 มุ่งเน้นการบรรลุเป้าหมาย										✓	✓								
3.21 ใฝ่รู้อยู่เสมอ									✓										
3.22 วิสัยทัศน์กว้างไกล									✓		✓								
3.23 แสวงหาโอกาส									✓										
3.24 เป้าหมายชัดเจน																			
3.25 มุ่งมั่นสูงให้ประสบผลสำเร็จ	✓									✓	✓								
3.26 เอาประสบการณ์ในอดีตมาเป็นบทเรียน (Learning from Experience)											✓					✓			
3.27 กล้าตัดสินใจและมีความมุมานะพยายาม (Can Make Decision and Be Attempt)			✓							✓	✓					✓			

ตาราง 2.5 ตารางคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่สอดคล้องกันตามแนวคิดของนักวิชาการและหน่วยงาน ที่ผู้วิจัยนำมาศึกษา (ต่อ)

ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ	นักวิชาการ / หน่วยงาน																		
	1. Baumback	2. Levinson	3. Hatten	4. Dollinger	5. McCelland	6. Frese	7. อาทิตย์	8. ดนัย	9. วิฑูรย์	10. บุริม	11. สุรชัย	12. ททท.	13. สมิต	14. Wiliam Joeseph	15. บุญเลิศ	16. สสปน.	17. กรมส่งเสริม	18. ศูนย์วิจัยกสิกรไทย	19.TICA
3.28 ไม่ตั้งความหวังไว้กับผู้อื่น (Independent)				✓							✓								
3.29 มองเหตุการณ์ปัจจุบันเป็นหลัก (Focus on Current Situation)											✓								
3.30 มีวิจารณญาณไตร่ตรองรอบคอบ													✓						
3.31 ทัศนคติที่มุ่งเน้นความพึงพอใจของลูกค้า																✓		✓	
3.32 ความทรงจำที่ดีเกี่ยวกับประเด็นที่เกี่ยวข้องกับงาน																✓			
3.33 เตรียมความพร้อมในการทำงานล่วงหน้า																✓			
3.34 คาดการณ์ปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้ล่วงหน้า																✓			
3.35 การมองภาพรวม																	✓		
3.36 การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า												✓							
4.1 ความซื่อสัตย์สุจริต	✓										✓					✓			
4.2 รับผิดชอบต่อการปฏิบัติตน											✓		✓						

ตาราง 2.5 ตารางคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่สอดคล้องกันตามแนวคิดของนักวิชาการและหน่วยงาน ที่ผู้วิจัยนำมาศึกษา (ต่อ)

ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ	นักวิชาการ / หน่วยงาน																		
	1. Baumback	2. Levinson	3. Hatten	4. Dollinger	5. McCelland	6. Frese	7. อาทิตย์	8. ดนัย	9. วิฑูรย์	10. บุริม	11. สุรชัย	12. ททท.	13. สมิต	14. Wiliam Joeseph	15. บุญเลิศ	16. สสปน.	17. กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม	18. ศูนย์วิจัยกสิกรไทย	19.TICA
4.3 รับผิดชอบต่องานในหน้าที่											✓		✓			✓			
4.4 รับผิดชอบต่อลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ											✓		✓			✓			
4.5 ความเสียสละ																✓			
4.6 อุทิศตนให้กับงาน																✓			
4.7 หลีกเลี่ยงผลประโยชน์ที่ซับซ้อน																✓			
4.8 มีความยุติธรรม																✓			
4.9 สำนึกด้านความแตกต่างทางวัฒนธรรม																✓			
4.10 ความภาคภูมิใจในองค์กรและวิชาชีพของตนเอง																✓			
4.11 หลีกเลี่ยงการตัดราคา																✓			

ตาราง 2.5 ตารางคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่สอดคล้องกันตามแนวคิดของนักวิชาการและหน่วยงาน ที่ผู้วิจัยนำมาศึกษา (ต่อ)

ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ	นักวิชาการ / หน่วยงาน																		
	1. Baumback	2. Levinson	3. Hatten	4. Dollinger	5. McCelland	6. Frese	7. อาทิตย์	8. ดนัย	9. วิฑูรย์	10. บุริม	11. สุรชัย	12. ททท.	13. สมิต	14. Wliam Joeseph	15. บุญเลิศ	16. สสปน.	17. กรมส่งเสริม	18. ศูนย์วิจัยกสิกรไทย	19.TICA
4.12 อุทิศตนให้กับงานและความสามารถทำงานให้ลุล่วงด้วยตนเอง												✓							
4.13 เจรจาต่อรองอย่างเป็นระบบ ยุติธรรม และเท่าทันเหตุการณ์																✓			
5.1 ความสามารถในการโน้มน้าวจิตใจในการทำงานต่างๆ																✓			
5.2 ความรู้สึกยินดีเมื่อต้องให้									✓							✓			
5.3 การมีเครือข่ายส่วนตัวและเครือข่ายวิชาชีพ									✓							✓	✓	✓	
5.4 สามารถโน้มน้าวจิตใจผู้อื่น (Ability to motivate)											✓						✓		
5.5 ความร่วมมือและแข่งขัน(Participation and Competition)											✓								
5.6 การเป็นคนเปิดเผย (Extrovert)												✓							

ตาราง 2.5 ตารางคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่สอดคล้องกันตามแนวคิดของนักวิชาการและหน่วยงาน ที่ผู้วิจัยนำมาศึกษา (ต่อ)

ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ	นักวิชาการ / หน่วยงาน																		
	1. Baumback	2. Levinson	3. Hatten	4. Dollinger	5. McCelland	6. Frese	7. อาทิตย์	8. ดนัย	9. วิฑูรย์	10. บุริม	11. สุรชัย	12. ททท.	13. สมิต	14. Wliam Joeseph	15. บุญเลิศ	16. สสปน.	17. กรมส่งเสริม	18. ศูนย์วิจัยกสิกรไทย	19.TICA
5.7 คุณสมบัติในการพูด (Speech)												✓							
5.8 ยิ้มแย้มแจ่มใส (Smiling)												✓							
5.9 รักในงานบริการ												✓	✓						
5.10 ทัศนคติต่องานบริการที่ดี																✓			
5.11 การตอบสนองและให้คำตอบที่ถูกต้อง (Responsive and Correct Answer)																✓			
5.12 การปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลง											✓					✓			
5.13 กล้าแสดงออกด้วยความสุภาพ																✓			
5.14 เป็นที่พึ่งได้ของผู้อื่น																✓			
5.15 เครือข่ายส่วนตัว และเครือข่ายวิชาชีพในอุตสาหกรรมการจัดนิทรรศการและการแสดงสินค้า																✓			
5.16 พื้นฐานทางอารมณ์ที่ดีและมีอารมณ์ขัน																✓			

ตาราง 2.5 ตารางคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่สอดคล้องกันตามแนวคิดของนักวิชาการและหน่วยงาน ที่ผู้วิจัยนำมาศึกษา (ต่อ)

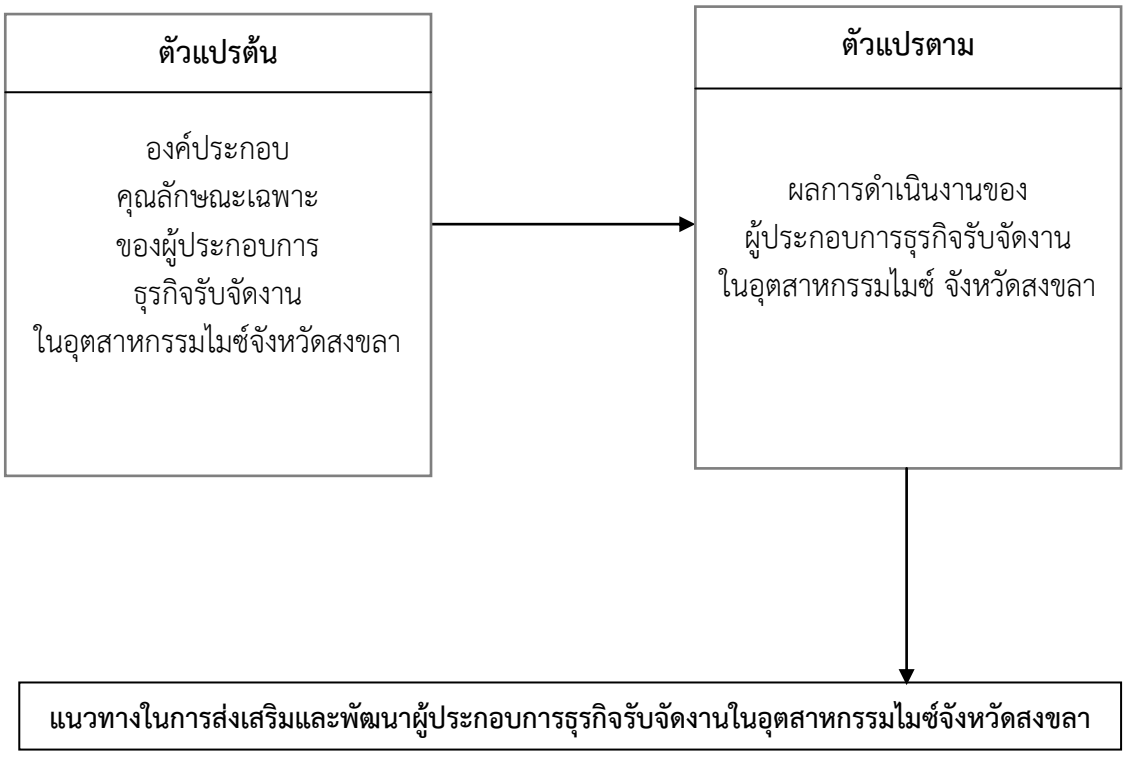
ปัจจัยคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ	นักวิชาการ / หน่วยงาน																		
	1. Baumback	2. Levinson	3. Hatten	4. Dollinger	5. McCelland	6. Frese	7. อาทิตย์	8. ดนัย	9. วิฑูรย์	10. บุริม	11. สุรชัย	12. ททท.	13. สมิต	14. Wliam Joeseph	15. บุญเลิศ	16. สสปน.	17. กรมส่งเสริม	18. ศูนย์วิจัยกสิกรไทย	19.TICA
5.17 สื่อสารอย่างมีชั้นเชิง จูงใจ ชัดเจน เหมาะสมกับพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรมของผู้รับสาร																✓	✓		
5.18 การทำงานเป็นทีม																✓			

2.7 กรอบแนวคิด

การศึกษาเรื่อง “คุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา” ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ของการศึกษาไว้ดังนี้

1. ศึกษาคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์
2. ศึกษาระดับความสำคัญของคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา
3. วิเคราะห์องค์ประกอบคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา
4. เพื่อนำเสนอแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา

จากวัตถุประสงค์ข้างต้น ผู้วิจัยจึงศึกษาการประเมินระดับความสำคัญของคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ ด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) แล้วนำไปสร้างเป็นสมการทางคณิตศาสตร์ เพื่อพยากรณ์ความสัมพันธ์ของตัวแปรด้วยวิธีการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) จากนั้นจึงนำองค์ประกอบใหม่ ที่ได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบ และรูปแบบความสัมพันธ์ของตัวแปรในสมการพยากรณ์ มาประกอบการนำเสนอแนวทางส่งเสริม และพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจ รับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา โดยมีกรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้



บทที่ 3
ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง คุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา เป็นการวิจัยประยุกต์ (Applied Research) โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณเพื่อการวิเคราะห์ผลการศึกษา มีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา ซึ่งมีขั้นตอนดำเนินการวิจัยดังนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3.3 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3.4 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

จากวัตถุประสงค์ของการศึกษา ได้แก่

1. ศึกษาคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์
2. ศึกษาระดับความสำคัญของคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา
3. วิเคราะห์องค์ประกอบคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา
4. เพื่อนำเสนอแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา

ผู้วิจัยได้กำหนดประชากร (Population) ที่ให้ข้อมูลความคิดเห็นตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย คือ

1. ผู้ให้บริการดำเนินการจัดงาน ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงาน (Organizer) ผู้บริหารศูนย์ประชุม และผู้ให้บริการสถานที่จัดงาน
2. ผู้รับบริการดำเนินการจัดงาน ได้แก่ เจ้าภาพผู้จัดงาน บริษัทเอกชน หน่วยงานของรัฐ และสมาคมต่างๆที่เคยจัดงานในพื้นที่จังหวัดสงขลา ซึ่งประชากรในการศึกษาไม่อาจทราบจำนวนที่แน่ชัดได้

จากการสืบค้นข้อมูลและสอบถามรายละเอียดเบื้องต้น จากตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงาน เกี่ยวกับจำนวนของประชากรที่ต้องใช้ในการศึกษา พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในจังหวัดสงขลา ไม่ได้มีการจดทะเบียนพาณิชย์ไว้ทั้งหมด และไม่มีการเก็บข้อมูลจำนวน หรือ

รายชื่อที่ชัดเจนแน่นอนไว้กับหน่วยงานใด อีกทั้งสถานที่รับจัดงานหรือการจัดประชุมที่มีความพร้อมสามารถรองรับกิจกรรมรูปแบบไมซ์อย่างสมบูรณ์แบบ มีจำนวนไม่มากด้วยเช่นกัน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงต้องใช้วิธีการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นประชากรทั้งหมดในการศึกษา เพื่อให้มีจำนวนมากพอและเหมาะสมกับการนำไปวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป โดยสามารถสรุปได้ดังตารางต่อไปนี้

ทั้งนี้เพื่อความเป็นส่วนตัวของการรักษาสิทธิ์ส่วนบุคคลในการแสดงความคิดเห็น ผู้วิจัยจึงขอสงวนไว้ซึ่งชื่อหน่วยงาน บริษัท หรือองค์กรของกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูล

ตาราง 3.1 อธิบายประชากรและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ให้บริการดำเนินการจัดงาน		
ประชากร/กลุ่มตัวอย่าง	**วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง**	**วิธีการเก็บข้อมูล**
1. ผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงาน ในจังหวัดสงขลา	- เลือกจากรายชื่อที่ทราบจากการสอบถามผู้ที่ดำเนินธุรกิจรับจัดงานในจังหวัดสงขลา - ใช้วิธีการสุ่มแบบแบบสโนว์บอล (Snowball Sampling) ซึ่งเลือกตัวอย่างคนถัดไปจากคำแนะนำของผู้ให้ข้อมูลคนแรก - กำหนดให้จำนวนกลุ่มตัวอย่างแห่งละ 5 คน ขึ้นไป	ใช้แบบสอบถามเพื่อวัดระดับความสำคัญของคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงาน และระดับความพึงพอใจในผลการดำเนินงาน
2. ศูนย์ประชุมและสถานที่จัดงาน ในจังหวัดสงขลา	- เลือกจากรายชื่อที่ทราบจากการสอบถามผู้ที่ดำเนินธุรกิจรับจัดงาน - กำหนดให้จำนวนกลุ่มตัวอย่างแห่งละ 5 คน ขึ้นไป	ใช้แบบสอบถามเพื่อวัดระดับความสำคัญของคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงาน และระดับความพึงพอใจในผลการดำเนินงาน

ตาราง 3.1 อธิบายประชากรและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

ผู้รับบริการดำเนินการจัดงาน		
ประชากร/กลุ่มตัวอย่าง	**วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง**	**วิธีการเก็บข้อมูล**
1. เจ้าภาพผู้จัดงาน	เลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยการสุ่มแบบโควต้าหรือการสุ่มเลือกตัวอย่างโดยกำหนดสัดส่วน (Quota Sampling) โดยวิธีการสืบค้นและสอบถามข้อมูลสถิติจำนวนครั้งที่จัดงานจากสถานที่ผู้ให้บริการดำเนินการจัดงาน โดยผู้วิจัยกำหนดว่าต้องมีการจัดงานในจังหวัดสงขลาตั้งแต่ 2 ครั้งขึ้นไป แล้วจึงเลือกผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการจัดงานจำนวน 5 คน เพื่อให้ข้อมูลตามแบบสอบถาม	ใช้แบบสอบถามเพื่อวัดระดับความสำคัญของคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงาน
2. บริษัทเอกชน		
3. องค์กรภาครัฐ		
4. สมาคมต่างๆ		
5. สถานศึกษา		

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

จากการเลือกกลุ่มตัวอย่าง (Sampling Technique) สำหรับการศึกษาเรื่องคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานในอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยใช้ด้วยวิธีการสุ่มแบบไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็น (Non-propability Sampling) โดยการเลือกสุ่มแบบลูกบอลหิมะ (Snowball Sampling) ตามเงื่อนไขลักษณะของผู้ให้ข้อมูล ดังที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้แล้วในตารางที่ 3-1 อธิบายประชากรและวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยจึงใช้เครื่องมือคือแบบสอบถาม (Questionnaires)

3.2.1 แบบสอบถามที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลมี 2 ชุด และแบ่งส่วนได้ดังนี้

แบบสอบถามชุดที่ 1 สำหรับผู้ให้บริการดำเนินการจัดงาน และแบบสอบถามชุดที่ 2 สำหรับผู้รับบริการดำเนินการจัดงาน (ดังที่แสดงไว้ในภาคผนวก ก)

1.) แบบสอบถามชุดที่ 1 สำหรับผู้ให้บริการดำเนินการจัดงาน (แบ่งเป็น 4 ส่วน)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ศาสนา เชื้อชาติ สัญชาติ จำนวนสมาชิกในครอบครัว อาชีพเดิมของครอบครัว พื้นที่หรือจังหวัดที่อาศัยอยู่ ระดับการศึกษาสูงสุด ทำงานในตำแหน่ง ประเภทของธุรกิจ ประสบการณ์ก่อนเป็นผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงาน การเติบโตของธุรกิจรับจัดงาน ภูมิหลังที่ส่งเสริมการประกอบธุรกิจรับจัดงาน ลักษณะการให้บริการธุรกิจรับจัดงาน แหล่งเงินทุนในการประกอบการธุรกิจ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนจากการดำเนินธุรกิจรับจัดงาน อาชีพรองหรือธุรกิจอื่นของผู้ประกอบการซึ่งข้อมูลดังกล่าวนี้ผู้วิจัยนำมาเพื่อประกอบการอธิบายข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม เพื่อใช้อภิปรายผลการวิเคราะห์ข้อมูลให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น โดยลักษณะคำถามจะเป็นแบบเลือกตอบตามรายการ (Check list)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และสถิติที่ใช้ ทดสอบสำหรับข้อมูลที่อยู่ในรูปของความถี่ (Test from Frequency Data) โดยสถิติที่นำมาใช้จะสามารถอธิบายลักษณะทั่วไปของข้อมูล และข้อสรุปผลการวิเคราะห์จะนำไปสู่ การเสนอผลการวิจัยในรูปของตาราง และใช้สถิติในการอธิบายความสัมพันธ์ของข้อมูลในรูปของร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลระดับความสำคัญของคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา โดยลักษณะคำถามจะเป็นแบบเลือกตอบตามรายการ (Check list) แบบ Important Scale

โดยสถิติที่นำมาใช้นั้น ได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ในรูปแบบของตาราง ซึ่งสามารถอธิบายตามลักษณะความสัมพันธ์ของข้อมูลในรูปของร้อยละ (Percentage) รวมถึงค่าเฉลี่ยเลขคณิตถ่วงน้ำหนัก (Mean Weight) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

ส่วนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงาน ได้แก่ ความพึงพอใจที่มีต่อแนวโน้มของผลกำไร แนวโน้มของจำนวนลูกค้า ต้นทุนการดำเนินงาน เครือข่ายธุรกิจ ส่วนแบ่งทางการตลาด จำนวนการจัดงาน จำนวนพนักงาน โดยลักษณะคำถามจะเป็นแบบเลือกตอบตามรายการ (Check list)

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ หรือข้อคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับคุณลักษณะผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงาน และแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา โดยลักษณะคำถามจะเป็นคำถามปลายเปิด (Open ended)

ทั้งนี้ข้อคำถามที่เป็นมาตรวัดอันตรภาค (Interval scale) ผู้วิจัยกำหนดค่าในการเทียบผลการวัดกับมาตราส่วนประมาณค่าแบบ Important scale ตามวิธีวัดของ เรนซิส ลิเคอร์ท (Rensis Likert) 5 ระดับ (บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ, 2547) โดยการนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาแปลความหมายของคะแนน ด้วยการเฉลี่ยคะแนนก่อน แล้วนำมาแบ่งเป็นช่วงการแปลความหมาย ซึ่งใช้เกณฑ์ดังนี้

ระดับค่าเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง /มากที่สุด
ระดับค่าเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายถึง เห็นด้วย / มาก
ระดับค่าเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายถึง ไม่แน่ใจ / ปานกลาง
ระดับค่าเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายถึง ไม่เห็นด้วย / น้อย
ระดับค่าเฉลี่ย 1.00-1.80 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง / น้อยที่สุด

1.) แบบสอบถามชุดที่ 2 สำหรับผู้รับบริการดำเนินการจัดงาน (แบ่งเป็น 3 ส่วน)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ศาสนา ระดับการศึกษาสูงสุด ประเภทของหน่วยงาน จังหวัดที่ตั้งของหน่วยงาน จำนวนพนักงานในหน่วยงาน รูปแบบและจำนวนครั้งในการจัดกิจกรรม เหตุผลที่เลือกใช้บริการธุรกิจรับจัดงาน ลักษณะการใช้บริการธุรกิจรับจัดงาน การใช้บริการธุรกิจรับจัดงานส่งผลดีต่อการดำเนินธุรกิจ หรือการดำเนินงานด้านใด ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้งในการว่าจ้างธุรกิจรับจัดงาน ความถี่โดยเฉลี่ยในการใช้บริการธุรกิจรับจัดงานต่อปี ซึ่งข้อมูลดังกล่าวนี้ ผู้วิจัยนำมาเพื่อประกอบการอธิบายข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม เพื่อใช้อภิปรายผลการวิเคราะห์ข้อมูลให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น โดยลักษณะคำถามจะเป็นแบบเลือกตอบตามรายการ (Check list)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลระดับความสำคัญของคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา เป็นข้อคำถามเช่นเดียวกันกับแบบสอบถามชุดที่ 1

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ หรือข้อคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับคุณลักษณะผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงาน และแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา โดยลักษณะคำถามจะเป็นคำถามปลายเปิด (Open ended)

3.3 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3.1 ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากเอกสาร ตำรา ทฤษฎี แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดกรอบแนวคิดการศึกษา

3.3.2 พิจารณารายละเอียดต่างๆที่เกี่ยวข้องกับข้อคำถามให้ถูกต้องและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา

3.3.3 ปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบ แก้ไข แบบสอบถามเพื่อความถูกต้องของภาษาและความถูกต้องตรงตามเนื้อหา (Content of validity)

3.3.4 ปรับปรุงแบบสอบถามเพื่อให้เหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่างและครอบคลุมข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาให้มากที่สุด

3.3.5 นำแบบสอบถามไปใช้เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง (Try out) ที่เป็นกลุ่มทดลอง จำนวน 30 ชุด

3.3.6 นำแบบสอบถาม มาตรวจสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Test Reliability) ด้วยค่าสัมประสิทธ์แอลฟ่าครอนบัค (Cronbach’s Alpha Coefficient)

3.3.7 นำแบบสอบถามไปใช้เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง ที่แท้จริงเพื่อนำมาวิเคราะห์ผลต่อไป

3.4 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย ทำได้โดยการหาค่าความเชื่อมั่น (Test Reliability) ของแบบสอบถาม ด้วยค่าสัมประสิทธ์แอลฟ่าครอนบัค (Cronbach’s Alpha Coefficient) ซึ่งมีเกณฑ์ในการพิจารณาค่า α คือ มีค่าใกล้ 1 แสดงว่าเครื่องมือนั้นมีค่าความเชื่อมั่นในระดับสูง

สูตร $$\alpha = \frac{k \text{ covariance / variance}}{1+ (k+1) \text{ covariance / variance}}$$

เมื่อ α แทน ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม
k แทน จำนวนคำถาม
covariance แทน ค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่างๆ
variance แทน ค่าเฉลี่ยของค่าความแปรปรวนของคำถามต่างๆ

จากนั้นจึงปรับปรุงข้อคำถามในแบบสอบถามอีกครั้ง เพื่อเสนออาจารย์ที่ปรึกษาในการให้คำแนะนำและปรับปรุงแก้ไข จนได้ข้อมูลที่มีความถูกต้องมากที่สุด แล้วนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์ไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด (Try out) จากนั้นจึงนำมาปรับข้อคำถามให้เหมาะสม เพื่อนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่แท้จริงต่อไป

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.5.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ได้แก่ ข้อมูลที่ได้จากการแจกแบบสอบถามผู้ให้บริการดำเนินการจัดงานได้แก่ ผู้บริหารศูนย์ประชุมและสถานที่จัดงาน ผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานและผู้รับบริการดำเนินการจัดงาน ได้แก่ เจ้าภาพผู้จัดงาน บริษัทเอกชน และหน่วยงานของรัฐ สมาคม สถาบันการศึกษา

3.5.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ได้แก่ ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาข้อมูลทางสถิติ เอกสาร สื่อสิ่งพิมพ์ ข้อมูลในเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย โดยใช้ข้อมูลดังกล่าวร่วมกับข้อมูลที่ได้จากการสังเกตพื้นที่ในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ในจังหวัดสงขลา

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพแบบตีความสร้างข้อสรุป หรือการวิเคราะห์แบบอุปนัย (Analytic Induction) ที่เป็นการตีความข้อมูลที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมและการสำรวจ สอบถาม เพื่อสร้างข้อสรุปโดยอาศัยการเปรียบเทียบประเด็นความคิดเห็นที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างกับแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ศึกษาในงานวิจัย โดยนำผลวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อนำมาประกอบการหาแนวทางในการส่งเสริม และพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมดและตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ประมวลผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป เพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการทดสอบหาค่าความสัมพันธ์ โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีรายละเอียดของสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่

1.) ค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) นำมาใช้วิเคราะห์และอธิบายข้อมูลทั่วไปจากแบบสอบถามในส่วนที่ 1 ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ศาสนา เชื้อชาติ สัญชาติ จำนวนสมาชิกในครอบครัว อาชีพเดิมของครอบครัว พื้นที่หรือจังหวัดที่อาศัยอยู่ ระดับการศึกษาสูงสุด ทำงานในตำแหน่ง ประเภทของธุรกิจ ประสบการณ์ก่อนเป็นผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงาน

การเติบโตของธุรกิจรับจัดงาน ภูมิหลังที่ส่งเสริมการประกอบธุรกิจรับจัดงาน ลักษณะการให้บริการธุรกิจรับจัดงาน แหล่งเงินทุนในการประกอบการธุรกิจของท่าน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จากการดำเนินธุรกิจรับจัดงาน อาชีพรองหรือธุรกิจอื่นของผู้ประกอบการ

2.) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) นำมาใช้วิเคราะห์คะแนนจากแบบสอบถามในส่วนที่ 2 คือ ข้อมูลระดับความสำคัญของคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา โดยแทนความหมายของคะแนนเฉลี่ยระดับความคิดเห็นที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูล แล้วนำไปเทียบกับเกณฑ์ที่ตั้งเพื่อวัดระดับคุณลักษณะต่างๆ ตามมาตรวัดระดับความสำคัญ (Important Scale)

3.6.4 ใช้สถิติเชิงอนุมาน

เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ โดยใช้ความสัมพันธ์ของค่าสถิติ ในการทดสอบหาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงาน โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้คำว่า การวิเคราะห์องค์ประกอบ หรือ Factor analysis เพื่อแบ่งกลุ่มตัวแปรคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา นำไปวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ Multiple Regression Analysis (MRA) เพื่อกำหนดสมการพยากรณ์ความสำพันธ์ที่คุณลักษณะเฉพาะมีต่อผลการดำเนินงาน ต่อไป

ผู้วิจัยทำการสรุปขั้นตอนการดำเนินการวิจัยเรื่อง “คุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา (Effects of Organizer Entrepreneur Characteristics Towards the Business Performance in MICE Industry, Songkhla Province)” ไว้ดังนี้

ตาราง 3.2 สรุปขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย	แหล่งข้อมูลที่ศึกษา	วิธีการและเครื่องมือที่ใช้ศึกษา	ผลลัพธ์
1. กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย	1. หนังสือ 2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 3. เอกสารทางวิชาการ 4. อาจารย์ที่ปรึกษา	- ศึกษาข้อมูลจากแหล่งข้อมูล - สังเคราะห์องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ	- กรอบแนวคิดในการวิจัย
2. ศึกษาคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงาน	1. เอกสารที่เกี่ยวข้อง - นโยบาย - แผนยุทธศาสตร์ - งานวิจัย - แนวคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้อง 2. บุคคลที่ทำงานในสายงานธุรกิจรับจัดงาน 3. อาจารย์ที่ปรึกษา	- ศึกษาข้อมูลจากแหล่งข้อมูล	- ตัวแปรคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ (วัตถุประสงค์ข้อที่ 1) - แบบสอบถาม สำหรับผู้ให้บริการดำเนินการจัดงานและผู้รับบริการดำเนินการจัดงาน

ตารางที่ 3.2 สรุปขั้นตอนการดำเนินการวิจัย (ต่อ)

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย	แหล่งข้อมูลที่ศึกษา	วิธีการและเครื่องมือที่ใช้ศึกษา	ผลลัพธ์
3. ขั้นตอนการเก็บข้อมูลคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดสงขลา	ข้อมูลที่ได้จากการสรุปคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงาน ในขั้นตอนที่ 2	แบบสอบถามสำหรับ ผู้ให้บริการดำเนินการจัดงาน และผู้รับบริการดำเนินการจัดงาน	ข้อมูลคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงาน ในอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดสงขลา (วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 และ 3)
4. ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูล เพื่อกำหนดแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการ ธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา	ข้อมูลคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดสงขลาที่ได้จากการเก็บข้อมูล		แนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา (วัตถุประสงค์ข้อที่ 4)

บทที่ 4
ผลการศึกษา

ผลการศึกษาเรื่อง คุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจความคิดเห็นที่มีต่อระดับความสำคัญของคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น จำนวน 224 คน ซึ่งแบ่งเป็นสองกลุ่ม คือ

1. กลุ่มผู้ให้บริการดำเนินการจัดงาน จำนวน 96 คน (ผู้ให้ข้อมูลได้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานหรือผู้ที่ทำงานในสายงานธุรกิจรับจัดงาน ผู้บริหารศูนย์ประชุม และผู้ให้บริการสถานที่จัดงาน)

2. ผู้รับบริการดำเนินการจัดงาน จำนวน 128 คน (ได้แก่ เจ้าภาพผู้จัดงาน บริษัทเอกชน หน่วยงานของรัฐ และสมาคมต่างๆ)

ข้อมูลที่ได้รับจากกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามข้างต้น ผู้วิจัยได้นำมาวิเคราะห์ผลการศึกษา ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ดังต่อไปนี้

1. ศึกษาคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์

2. ศึกษาระดับความสำคัญของคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา

3. วิเคราะห์องค์ประกอบคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา

4. เพื่อนำเสนอแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา

โดยแบ่งผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ในการวิจัย ดังนี้

4.1 ผลการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ ซึ่งเป็นข้อมูลพื้นฐานของผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ผู้ให้บริการดำเนินการจัดงาน และผู้รับบริการดำเนินการจัดงาน

4.2 ผลการศึกษาพฤติกรรมการให้บริการของผู้ให้บริการดำเนินการจัดงาน และพฤติกรรมการใช้บริการของผู้รับบริการดำเนินการจัดงาน

4.3 ผลการศึกษาการประเมินระดับความสำคัญ ของปัจจัยคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการ ธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา โดยผู้ให้บริการดำเนินการจัดงานและผู้รับบริการดำเนินการจัดงาน

4.4 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ให้บริการดำเนินการจัดงาน เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา

4.5 ปัญหา อุปสรรค ข้อเสนอแนะในการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงาน ในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา

4.6 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา

4.7 ผลการศึกษา การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ เมื่อให้คะแนนความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานเป็นตัวแปรตามที่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ผู้วิจัยนำเสนอผลการศึกษาแต่ละวัตถุประสงค์ของการวิจัย ในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยายตามลำดับดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการแสดงผลข้อมูลการวิเคราะห์เชิงปริมาณ ได้แก่

$\bar{x}$ แทน ค่าเฉลี่ย

S.D. แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

Sig. แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.1 ผลการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของผู้ให้บริการดำเนินการจัดงาน และผู้รับบริการดำเนินการจัดงาน

ผลการศึกษาข้อมูลคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของผู้ให้บริการดำเนินการจัดงาน ซึ่งมีกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูล จำนวน 96 คน แสดงรายละเอียดได้ดังตาราง 4.1.1 ต่อไปนี้

ตาราง 4.1.1 จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูล (ผู้ให้บริการดำเนินการจัดงาน) จำแนกตามคุณลักษณะประชากรศาสตร์

(n=96)

ข้อมูลคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์		จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	40	41.7
	หญิง	**56**	**58.3**
อายุ	18 - 24 ปี	0	0
	25 – 30 ปี	23	24.0
	30 - 34 ปี	26	27.1
	35 - 44 ปี	**41**	**42.7**
	45 - 54 ปี	6	6.3
	55 ปีขึ้นไป	0	0
สถานภาพ	สมรส	27	28.1
	หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่	0	0
	อิสลาม	10	10.4
	อื่นๆ	0	0
เชื้อชาติ	ไทย	**96**	**100**
	อื่นๆ	0	0
สัญชาติ	ไทย	**96**	**100**
	อื่นๆ	0	0

ตาราง 4.1.1 จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูล (ผู้ให้บริการดำเนินการจัดงาน) จำแนกตามคุณลักษณะประชากรศาสตร์ (ต่อ)

(n=96)

ข้อมูลคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์		จำนวน	ร้อยละ
จำนวนสมาชิกในครอบครัว	น้อยกว่า 3 คน	25	26.0
	3-5 คน	**50**	**52.1**
	มากกว่า 5 คน	21	21.9
อาชีพเดิมของครอบครัว	- ข้าราชการ	14	14.6
	- พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3	3.1
	- พนักงานบริษัทเอกชน	5	5.2
	- ประกอบธุรกิจส่วนตัว	19	19.8
	- ค้าขาย	**37**	**38.5**
	- รับจ้าง/ลูกจ้าง	1	1.0
	- เกษตรกรรม/ปศุสัตว์/ประมง	17	17.7
	- อื่นๆ	0	0
พื้นที่หรือจังหวัดที่อาศัยอยู่	จ.สงขลา	**92**	**95.8**
	จ.สตูล	1	1.0
	จ.ปัตตานี	0	0
	จ.ยะลา	0	0
	จ.นราธิวาส	0	0
ระดับการศึกษาสูงสุด	- มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า	0	0
	- มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	1	1.0
	- อนุปริญญา/ปวส.	16	16.7
	- ปริญญาตรี	**72**	**75.0**
	- ปริญญาโท	7	7.3
	- อื่นๆ	0	0
ระดับตำแหน่งงาน	เจ้าของกิจการ	9	9.4
	ผู้บริหาร	16	16.7
	หัวหน้าฝ่าย/หัวหน้างาน	17	17.7
	พนักงาน	**54**	**56.3**
ระยะเวลาการทำงานในธุรกิจรับจัดงาน	น้อยกว่า 3 ปี	**45**	**46.9**
	3-5 ปี	28	29.2
	5-10 ปี	15	15.6
	มากกว่า 10 ปี	8	8.3

ตาราง 4.1.1 จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูล (ผู้ให้บริการดำเนินการจัดงาน) จำแนกตามคุณลักษณะประชากรศาสตร์ (ต่อ)

(n=96)

ข้อมูลคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์		จำนวน	ร้อยละ
จำนวนพนักงานในองค์กร	น้อยกว่า 3 คน	24	25.0
	4-10 คน	**49**	**51.0**
	11-15 คน	6	6.3
	มากกว่า 15 คน	17	17.7
ประเภทของธุรกิจ	- ห้างหุ้นส่วน	32	33.3
	- กิจการเจ้าของคนเดียว	5	5.2
	- บริษัทมหาชนจำกัด	0	0
	- ห้างหุ้นส่วนสามัญ	0	0
	- บริษัทจำกัด	21	21.9
	- อื่นๆ	**38**	**39.6**
ประสบการณ์ก่อนเป็นผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงาน	- มีประสบการณ์ในการทำธุรกิจรับจัดงานมาก่อน	**53**	**55.2**
	- ไม่มีประสบการณ์ในการทำธุรกิจรับจัดงานมาก่อน	43	44.8
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จากการดำเนินธุรกิจรับจัดงานขององค์กร	ต่ำกว่า 20,000 บาท	3	3.1
	20,001-50,000 บาท	23	24.0
	50,001-100,000 บาท	**30**	**31.3**
	100,001-200,000 บาท	15	15.6
	200,001-500,000 บาท	7	7.3
	500,001-800,000 บาท	8	8.3
	800,001-1,000,000 บาท	1	1.0
	มากกว่า 1,000,001 บาท	9	9.4
รายได้เฉลี่ยต่อเดือนจากการดำเนินธุรกิจรับจัดงาน ของผู้ประกอบการเอง	ต่ำกว่า 20,000 บาท	**53**	**55.2**
	20,001-40,000	27	28.1
	40,001-50,000	9	9.4
	50,001-70,000	4	4.2
	70,001-80,000	1	1.0
	80,001-100,000	1	1.0
	มากกว่า 100,001 บาท	0	0

ตาราง 4.1.1 จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูล (ผู้ให้บริการดำเนินการจัดงาน) จำแนกตามคุณลักษณะประชากรศาสตร์ (ต่อ)

(n=96)

ข้อมูลคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์		จำนวน	ร้อยละ
อาชีพรองหรือธุรกิจอื่นของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงาน	- ไม่มี	**73**	**76.0**
	- ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	22	22.9
	-พนักงานเอกชน/ลูกจ้างเอกชน	0	0
	- ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0	0
	- เกษตรกรรม	1	1.0
	- อื่นๆ	0	0

ผลการศึกษาข้อมูลคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลซึ่งเป็นผู้ให้บริการดำเนินการจัดงาน จำนวน 96 คน จากตาราง 4.1.1 พบว่าส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 58.3 และมีอายุ 35-44 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.7 รองลงมา คือ 30-34 ปี คิดเป็นร้อยละ 24 และ 25-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 24 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 71.9 และร้อยละ 28.1 มีสถานะภาพสมรส ตามลำดับ ในส่วนของการนับถือศาสนา โดยส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ คิดเป็นร้อยละ 85 ศาสนาอิสลาม ร้อยละ 10 ศาสนาคริสต์มีเพียงร้อยละ 1 ส่วนของเชื้อชาติและสัญชาติของกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูล เป็นไทยทั้งหมด

ส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3-5 คน คิดเป็นร้อยละ 52.1 รองลงมาคือน้อยกว่า 3 คน ร้อยละ 26 และมีสมาชิกมากกว่า 5 คน ร้อยละ 21.9 ตามลำดับ

ด้านอาชีพเดิมของครอบครัว ส่วนใหญ่มีอาชีพค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 38.5 รองลงมาคือประกอบธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 19.8 ประกอบอาชีพเกษตรกรรม/ปศุสัตว์/ประมง ร้อยละ 17.7 เป็นข้าราชการ ร้อยละ 14.6 พนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 5.2 พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 3.1 รับจ้าง/ลูกจ้าง ร้อยละ 1 ตามลำดับ

ส่วนของพื้นที่หรือจังหวัดที่อาศัยอยู่ พบว่าส่วนมากอาศัยอยู่ในจังหวัดสงขลา ร้อยละ 95.8 และจังหวัดมีบางส่วนอาศัยอยู่ในพื้นที่อื่น คิดเป็นร้อยละ 3.1 (ตามข้อมูลที่ผู้ให้ข้อมูลระบุคือ จ.กรุงเทพฯ จำนวน 3 คน)

ด้านระดับการศึกษา ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ร้อยละ 75 มีระดับการศึกษาสูงสุดคือปริญญาตรี และรองลงมาคืออนุปริญญา หรือ ปวส. คิดเป็นร้อยละ 16.7 และปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 7.3 ตามลำดับ

ด้านระดับตำแหน่งงานของผู้ให้ข้อมูล ส่วนใหญ่เป็นระดับพนังงาน คิดเป็นร้อยละ 56.3 หัวหน้าฝ่ายหรือหัวหน้างาน คิดเป็นร้อยละ 17.7 อยู่ในตำแหน่งผู้บริหาร คิดเป็นร้อยละ 16.7 และเป็นเจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 9.4 ตามลำดับ

สำหรับระยะเวลาการทำงานในธุรกิจรับจัดงานนั้น ส่วนใหญ่ระบุว่าทำงานในธุรกิจรับจัดงานน้อยกว่า 3 ปี ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 46.9 และ 3-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 29.2 ส่วน ระยะเวลา 5-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 15.6 และมากกว่า 10 ปี มีจำนวนน้อยที่สุดคือ ร้อยละ 8.3

สำหรับจำนวนพนักงานในองค์กร ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ระบุว่า มีจำนวนพนักงาน 4-10 คน คิดเป็นร้อยละ 51 และรองลงมาคือ น้อยกว่า 3 คน คิดเป็นร้อยละ 25 มากกว่า 15 คน คิดเป็นร้อยละ 17.7 ส่วนจำนวนพนักงาน 11-15 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3

สำหรับประเภทของธุรกิจ ผู้ให้ข้อมูลระบุว่าเป็นประเภทอื่นๆ นอกเหนือจากห้างหุ้นส่วน กิจการเจ้าของคนเดียว บริษัทมหาชนจำกัด ห้างหุ้นส่วนสามัญ และบริษัทจำกัด มากที่สุดและคิดเป็นร้อยละ 39.6 รองลงมาคือ เป็นประเภทห้างหุ้นส่วน ร้อยละ 33.3 เป็นประเภทบริษัทจำกัด ร้อยละ 21 กิจการเจ้าของคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 5 แต่ไม่มีกลุ่มตัวอย่างระบุว่าเป็น ประเภทบริษัทมหาชนจำกัด ห้างหุ้นส่วนสามัญ

ด้านประสบการณ์ก่อนเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ รับจัดงาน ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ระบุว่ามีประสบการณ์ในการทำธุรกิจรับจัดงานมาก่อน คิดเป็นร้อยละ 55.2 และระบุว่าไม่มีประสบการณ์ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 44.8

สำหรับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน จากการดำเนินธุรกิจรับจัดงานขององค์กร ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ระบุว่าอยู่ในช่วง 50,001-100,000 บาทต่อเดือน คิดเป็น ร้อยละ 31.3 รองลงมาคือ 20,001-50,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 24.0 และ 100,001-200,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 15.6 ส่วนที่มากกว่า 1,000,001 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 9.4 ต่อมาคือ 200,001-500,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 7.3 และ ต่ำกว่า 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.1

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จากการดำเนินธุรกิจรับจัดงานของผู้ประกอบการเอง ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ระบุว่า มีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 20,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 55.2 รองลงมาคือ 20,001-40,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 28.1 และได้รับในช่วง 40,001-50,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 9.4 ช่วง 50,001-70,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 4.2 และ ช่วง 70,001-80,000 บาทต่อเดือน กับ ช่วง 80,001-100,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 1 เท่ากัน

ในส่วนอาชีพรอง หรือธุรกิจอื่นของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงาน ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ระบุว่า ไม่มีอาชีพรองมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 76 และส่วนที่มีอาชีพรอง ระบุว่าค้าขายและทำธุรกิจส่วนตัว ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 22.9 และด้านเกษตรกรรม คิดเป็นร้อยละ 1

ผลการศึกษาข้อมูลคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของผู้รับบริการดำเนินการจัดงาน จำนวน 128 คน ประกอบด้วยรายละเอียดต่างๆ ดังตาราง 4.1.2

ตาราง 4.1.2 จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูล (ผู้รับบริการดำเนินการจัดงาน) จำแนกตามคุณลักษณะประชากรศาสตร์

(n=128)

ข้อมูลคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์		จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	51	39.8
	หญิง	**77**	**60.2**
อายุ	25 – 34 ปี	**61**	**47.7**
	35 – 44 ปี	24	18.8
	45 – 54 ปี	23	18.0
	55 ปีขึ้นไป	20	15.6
ศาสนา	พุทธ	**114**	**89.1**
	คริสต์	1	.8
	อิสลาม	13	10.2
	อื่นๆ	0	0
ระดับการศึกษาสูงสุด	อนุปริญญา/ปวส.	12	9.4
	ปริญญาตรี	**101**	**78.9**
	ปริญญาโท	15	11.7
	อื่นๆ	0	0
ประเภทของหน่วยงาน	บริษัทเอกชน	**47**	**36.7**
	องค์กรภาครัฐ	31	24.2
	รัฐวิสาหกิจ	18	14.1
	สมาคม	18	14.1
	สถานศึกษา	14	10.9
	อื่นๆ	0	0
จังหวัดที่ตั้งของหน่วยงาน	สงขลา	**124**	**96.9**
	ปัตตานี	4	3.1
จำนวนพนักงานในหน่วยงาน	ต่ำกว่า 10 คน	3	2.3
	11-20 คน	33	25.8
	21-50 คน	28	21.9
	50-100 คน	21	16.4
	มากกว่า 100 คน	**43**	**33.6**

ตาราง 4.1.2 จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูล (ผู้รับบริการดำเนินการจัดงาน) จำแนกตามคุณลักษณะประชากรศาสตร์ (ต่อ)

(n=128)

ข้อมูลคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์		จำนวน	ร้อยละ
ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง	ต่ำกว่า 20,000 บาท	0	0
ในการว่าจ้างธุรกิจรับจัดงาน	20,001-50,000 บาท	**48**	**37.5**
	50,001-100,000 บาท	32	25.0
	100,001-200,000 บาท	5	3.9
	200,001-500,000 บาท	8	6.3
	มากกว่า 500,000 บาท	35	27.3
ความถี่โดยเฉลี่ยในการใช้บริการ	1-3 ครั้ง ต่อปี	**75**	**58.6**
ธุรกิจรับจัดงานต่อปี	4-6 ครั้ง ต่อปี	34	26.6
	มากกว่า 6 ครั้ง ต่อปี	19	14.8

จากตาราง 4.1.2 พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูล ของผู้รับบริการดำเนินการจัดงานส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 60.2 และเป็นเพศชาย ร้อยละ 39.8 ซึ่งส่วนมากมีอายุ 25 – 34 ปี (คิดเป็นร้อยละ 47.7) รองลงมาคืออายุ 35 – 44 ปี (คิดเป็นร้อยละ 18.8) และ 45 – 54 ปี (คิดเป็นร้อยละ 18) ส่วนอายุ 55 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 15.6 โดยส่วนมากนับถือศาสนาพุทธ คิดเป็นร้อยละ 89.1 และนับถือศาสนาอิสลาม ร้อยละ 10.2 นับถือศาสนาคริสต์ คิดเป็นร้อยละ 0.8 และไม่มีผู้ให้ข้อมูลระบุว่านับถือศาสนาอื่นนอกเหนือจากนี้

ผู้ให้ข้อมูลส่วนมากมีระดับการศึกษาสูงสุด คือ ปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 78.9 รองลงมาคือปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 11.7 และอนุปริญญา / ปวส. คิดเป็นร้อยละ 9.4 ตามลำดับ

สำหรับประเภทของหน่วยงานที่ผู้ให้ข้อมูลทำงานอยู่นั้น เป็นบริษัทเอกชน ร้อยละ 36.7 และรองลงมาคือองค์กรภาครัฐ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 24.2 เป็นรัฐวิสาหกิจและสมาคม คิดเป็นร้อยละ 14.1 เท่ากัน และลำดับสุดท้ายคือสถานศึกษา ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 10.9 โดยมีจังหวัดที่ตั้งของหน่วยงานของผู้ให้ข้อมูล ส่วนมากอยู่ในจังหวัดสงขลา คิดเป็นร้อยละ 96.9 และจังหวัดปัตตานี คิดเป็นร้อยละ 3.1 สำหรับจำนวนพนักงานในหน่วยงาน ส่วนใหญ่มีจำนวนมากกว่า 100 คน คิดเป็นร้อยละ 33.6 รองลงมาได้แก่ จำนวน 11-20 คน คิดเป็นร้อยละ 25.8 จำนวน 21-50 คน คิดเป็นร้อยละ 21.9 จำนวน 50-100 คน คิดเป็นร้อยละ 16.4 และต่ำกว่า 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 ตามลำดับ

ส่วนของค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง ในการว่าจ้างธุรกิจรับจัดงาน ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ระบุว่า มีค่าใช่จ่ายเฉลี่ยนอยู่ที่ 20,001-50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมาคือ มากกว่า 500,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.3 ต่อมาคือ 50,001-100,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25.0 และ 200,001-500,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 6.3 และ 100,001-200,000 บาทคิดเป็น ร้อยละ 3.9 ตามลำดับ โดยไม่มีผู้ใดระบุว่าค่าใช้จ่ายในการว่าจ้างธุรกิจรับจัดงานต่ำกว่า 20,000 บาท

สำหรับความถี่โดยเฉลี่ยในการใช้บริการธุรกิจรับจัดงานต่อปี คือ ส่วนมากใช้บริการธุรกิจรับจัดงาน 1-3 ครั้ง ต่อปี คิดเป็นร้อยละ 58.6 รองลงมาได้แก่ 4-6 ครั้ง ต่อปี คิดเป็นร้อยละ 26.6 และมากกว่า 6 ครั้ง ต่อปี คิดเป็นร้อยละ 14.8 ตามลำดับ

4.2 ผลการศึกษาพฤติกรรมการให้บริการของผู้ให้บริการดำเนินการจัดงาน และพฤติกรรมการใช้บริการของผู้รับบริการดำเนินการจัดงาน

ผู้วิจัยได้สรุปผล ผลการศึกษาพฤติกรรมการให้บริการของผู้ให้บริการดำเนินการจัดงาน และพฤติกรรมการใช้บริการของผู้รับบริการดำเนินการจัดงาน โดยแบ่งสรุปผลเป็นสองตาราง ตามประเภทของกลุ่มตัวอย่างข้างต้น ดังรายละเอียดในตาราง 4.2.1 และตาราง 4.2.2 ต่อไปนี้

ตาราง 4.2.1 ผลการศึกษาพฤติกรรมการให้บริการ ของผู้ให้บริการดำเนินการจัดงาน

พฤติกรรมการดำเนินธุรกิจและการให้บริการ		**จำนวน**	**ร้อยละ**
การเติบโตของธุรกิจรับจัดงาน*	- กำลังเพิ่มจำนวนพนักงาน	**38**	**42.2**
	- กำลังขยายสาขา หรือเพิ่มพื้นที่ในการรับงาน (เช่น รับงานต่างจังหวัด)	21	23.3
	- กำลังเพิ่มสายงาน (ให้บริการด้านอื่นๆเพิ่มนอกเหนือจากการจัดงาน)	18	20.0
	- คาดว่าจะเพิ่มจำนวนพนักงานแน่นอน	37	41.1
	- คาดว่าจะมีการขยายสาขาแน่นอน หรือเพิ่มพื้นที่ในการรับงาน (เช่น รับงานต่างจังหวัด)	12	13.3
	- คาดว่าจะเพิ่มสายงานแน่นอน (ให้บริการด้านอื่นๆเพิ่ม นอกเหนือจากการจัดงาน)	24	26.7
ภูมิหลังที่ส่งเสริมการประกอบธุรกิจรับจัดงาน*	- ครอบครัวเคยทำธุรกิจรับจัดงานหรือเกี่ยวข้องกับธุรกิจรับจัดงานมาก่อน	5	5.5
	- เคยเป็นลูกจ้างธุรกิจรับจัดงานมาก่อน	57	62.6
	- เคยเข้าอบรมเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานมาก่อน	9	9.9
	- เคยเรียนในหลักสูตรที่มีการสอนเกี่ยวกับธุรกิจรับจัดงานมาก่อน	0	0

(*เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ตาราง 4.2.1 ผลการศึกษาพฤติกรรมการให้บริการ ของผู้ให้บริการดำเนินการจัดงาน

พฤติกรรมการดำเนินธุรกิจและการให้บริการ		จำนวน	ร้อยละ
ภูมิหลังที่ส่งเสริมการประกอบธุรกิจรับจัดงาน* (ต่อ)	- มีเพื่อนสนิท มิตรสหาย เคยทำธุรกิจรับจัดงานมาก่อน (และยังคงทำธุรกิจอยู่)	64	**70.3**
	- ตนเองเคยทำธุรกิจ Organizer มาก่อน และมีเหตุต้องหยุดไป	2	*2.2*
	- กำลังทำธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องกับกับธุรกิจ Organizer อยู่	14	15.4
	- มีความรู้ และเข้าใจความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ (MICE)	19	20.9
ลักษณะการให้บริการดำเนินการจัดงาน*	- ให้บริการพื้นที่/สถานที่จัดประชุม สัมมนา จัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ	37	39.8
	- ให้บริการจัดหา/ติดต่อ ผู้ให้บริการ อุปกรณ์ และสถานที่เพื่อจัดงาน	**68**	**73.1**
	- ให้บริการสถานที่พร้อมอุปกรณ์ และมีพนักงานทำหน้าที่ต่างๆในการจัดงาน	*46*	*49.5*
	- ให้บริการด้านการขนส่ง (Logistic)	0	0
	- ให้บริการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลสำหรับลูกค้ากลุ่มองค์กร DMC (Destination Management Company)	1	1.1
	- ให้บริการประชาสัมพันธ์ โฆษณา (Promote) การจัดงาน	29	31.2
	- อื่นๆ	0	0
แหล่งเงินทุนในการประกอบการธุรกิจ*	ตนเอง	*13*	*27.7*
	ครอบครัว/ญาติ	4	8.5
	ธนาคาร	10	21.3
	การร่วมหุ้น	7	14.9
	นายทุนเงินกู้	0	0
	อื่นๆ	**34**	**72.3**

(***เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

จากตาราง 4.2.1 กลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูล จำนวน 96 คน สามารถเลือกตอบในส่วนของพฤติกรรมการให้บริการ ของผู้ให้บริการดำเนินการจัดงาน ในแต่ละประเด็นคำถามได้มากกว่า 1 คำตอบ พบว่าผู้ให้ข้อมูล ระบุเกี่ยวกับการเติบโตของธุรกิจรับจัดงานของตนว่า อยู่ในช่วงที่กำลังเพิ่มจำนวนพนักงาน คิดเป็นร้อยละ 42.2 ของจำนวนผู้ให้ข้อมูล (จากผู้ให้ข้อมูล 38 คน) และรองลงมาคือคาดว่าจะเพิ่มจำนวนพนักงานแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 41.1 ของจำนวนผู้ให้ข้อมูล (จากผู้ให้ข้อมูล 37

คน) และ คาดว่าจะมีการขยายสาขาแน่นอน หรือเพิ่มพื้นที่ในการรับงาน (เช่น รับงานต่างจังหวัด) คิดเป็นร้อยละ 8 ของจำนวนผู้ให้ข้อมูล (จากผู้ให้ข้อมูล 12 คน)

ด้านภูมิหลังที่ส่งเสริมการประกอบธุรกิจรับจัดงาน ส่วนมากระบุว่ามีเพื่อนสนิทมิตรสหาย เคยทำธุรกิจรับจัดงานมาก่อน (และยังคงทำธุรกิจอยู่) ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 70.3 (จากผู้ให้ข้อมูล 64 คน) รองลงมา คือเคยเป็นลูกจ้างธุรกิจรับจัดงานมาก่อนคิดเป็นร้อยละ 62.6 (จากจากผู้ให้ข้อมูล 57 คน) และที่น้อยที่สุดคือ เคยทำธุรกิจรับจัดงานมาก่อนและมีเหตุต้องหยุดไป ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 2.2 (จากผู้ให้ข้อมูล 2 คน)

สำหรับลักษณะการให้บริการดำเนินการจัดงานนั้น ผู้ให้ข้อมูลส่วนมากเป็นผู้ให้บริการจัดหาและติดต่อผู้ให้บริการอุปกรณ์ และสถานที่เพื่อจัดงาน คิดเป็นร้อยละ 73.1 (จากผู้ให้ข้อมูล 68 คน) รองลงมาคือ ให้บริการสถานที่พร้อมอุปกรณ์ และมีพนักงานทำหน้าที่ต่าง ๆ ในการจัดงาน คิดเป็นร้อยละ 49.5 (จากผู้ให้ข้อมูล 46 คน) และให้บริการพื้นที่และสถานที่จัดประชุมสัมมนา จัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ คิดเป็นร้อยละ 39.8 (จากผู้ให้ข้อมูล 37 คน) แต่ในส่วนของการให้บริการด้านการขนส่ง (Logistic) นั้นไม่มีผู้ให้ข้อมูลในส่วนดังกล่าว

แหล่งเงินทุนในการประกอบการธุรกิจ พบว่าส่วนมากของผู้ให้ข้อมูลระบุว่า แหล่งเงินทุนมาจากแหล่งอื่นคือการได้รับเงินค่าจ้างบางส่วนก่อนดำเนินงานจากลูกค้า (เงินมัดจำ) ตามแต่ข้อตกลงที่เกี่ยวกับระยะเวลาดำเนินงาน และรายละเอียดในการว่าจ้าง ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 72.3 (จากผู้ให้ข้อมูล 34 คน) โดยเป็นแหล่งเงินทุนที่นอกเหนือไปจาก ที่ระบุว่ามาจากของตนเอง ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 27.7 (จากผู้ให้ข้อมูล 13 คน) มาจากธนาคาร ที่คิดเป็นร้อยละ 21.3 (จากผู้ให้ข้อมูล 10 คน) มาจากคนครอบครัวหรือญาติ ร้อยละ 8.5 (จากผู้ให้ข้อมูล 4 คน) รวมทั้งการร่วมหุ้น ที่คิดเป็นร้อยละ 14.9 (จากผู้ให้ข้อมูล 7 คน) ซึ่งกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ไม่มีการระบุว่าแหล่งเงินทุนของตนมาจากนายทุนเงินกู้

สำหรับพฤติกรรมการใช้บริการของผู้รับบริการดำเนินการจัดงาน สามารถแสดงรายละเอียดได้ดังตาราง 4.2.2 ดังนี้

ตาราง 4.2.2 ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการของผู้รับบริการดำเนินการจัดงาน

พฤติกรรมการใช้บริการ		จำนวน	ร้อยละ
รูปแบบในการจัดกิจกรรม*	- จัดประชุม (Meetings)	**63**	**50.8**
	- การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentives)	44	35.2
	- การจัดประชุมนานาชาติ (Conventions)	12	9.6
	- จัดแสดงงานสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitions)	18	14.4
	- อื่นๆ	60	48.4

ตาราง 4.2.2 ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการของผู้รับบริการดำเนินการจัดงาน (ต่อ)

พฤติกรรมการใช้บริการ		จำนวน	ร้อยละ
ลักษณะการใช้บริการธุรกิจรับจัดงาน*	- ใช้บริการพื้นที่/สถานที่จัดประชุม สัมมนา จัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ	58	46.8
	- ใช้บริการอุปกรณ์ในการดำเนินงานจัดงาน	48	38.7
	- ใช้บริการพนักงานของธุรกิจรับจัดงานเป็นผู้ดำเนินงานและประสานงานการจัดงาน	51	41.1
	- ใช้บริการสถานที่ พร้อมอุปกรณ์ในการจัดงาน และมีพนักงานของธุรกิจรับจัดงานเป็นผู้ดำเนินงานและ ประสานงานการจัดงาน	**74**	**59.7**
	- ใช้บริการด้านการขนส่ง (Logistic)	0	0
	- ด้านองค์ความรู้ของพนักงาน (พนักงานในหน่วยงานได้รับความรู้จากผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงาน)	73	58.9
	- ด้านอื่นๆ	4	3.2

(*เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

จากตาราง 4.2.2 กลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูล จำนวน 128 คน สามารถเลือกตอบในส่วนของพฤติกรรมการใช้บริการ ของผู้รับบริการดำเนินการจัดงาน ในแต่ละประเด็นคำถามได้มากกว่า 1 คำตอบ พบว่าโดยส่วนมาก มีเหตุผลที่เลือกใช้บริการธุรกิจรับจัดงาน เพราะลดความเสี่ยงของการเกิดความผิดพลาดในทุกๆขั้นตอนของการจัดงาน โดยคิดเป็นร้อยละ 61.1 (จากจำนวนจำนวนผู้ที่เลือกตอบ 77 คน) รองลงมาคือ คาดหวังว่าธุรกิจรับจัดงาน จะช่วยแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าระหว่างการจัดงานให้ได้ คิดเป็นร้อยละ 57.1 (จากผู้ตอบ 72 คน) เหตุผลถัดมาคือ ไม่มีพนักงานที่เชี่ยวชาญในการดำเนินการจัดงาน คิดเป็นร้อยละ 56.3 (จากผู้ตอบ 71 คน) ส่วนเหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างส่วนน้อยระบุ คือ ได้รับการนำเสนอส่วนลด หรือบริการเพิ่มเติมจากธุรกิจรับจัดงาน และการใช้บริการธุรกิจรับจัดงานสามารถเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดให้ธุรกิจได้ คิดเป็นร้อยละ 7.9 (จากผู้ตอบ 10 คน)

ลักษณะการใช้บริการธุรกิจรับจัดงานพบว่า ผู้รับบริการส่วนมากเลือกใช้บริการสถานที่ พร้อมอุปกรณ์ในการดำเนินงาน และมีพนักงานของธุรกิจรับจัดงานเป็นผู้ดำเนินงาน และประสานงานการจัดงาน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 59.7 (จากผู้ตอบ 74 คน) รองลงมาเลือกใช้บริการพื้นที่/สถานที่จัดประชุม สัมมนา จัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ คิดเป็นร้อยละ 46.8 (จากผู้ตอบ 58 คน) และเลือกใช้บริการพนักงานของ Organizer เป็นผู้ดำเนินงานและประสานงานการจัดงาน คิดเป็นร้อยละ 41.1 (จากผู้ตอบ 51 คน) ส่วนที่ใช้เพียงบริการอุปกรณ์ในการดำเนินงานจัดงาน คิดเป็นร้อยละ 38.7 (จากผู้ตอบ 48 คน) และสำหรับการใช้บริการบริษัทผู้ให้บริการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (DMC) มีกลุ่มตัวอย่างระบุว่าเลือกใช้บริการ คิดเป็นร้อยละ 9.7 (จากผู้ตอบอ12 คน) ส่วนการ

ใช้บริการบริษัทผู้ให้บริการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (DMC) นั้น คิดเป็นร้อยละ 9.7

การใช้บริการธุรกิจรับจัดงาน ส่งผลดีต่อการดำเนินธุรกิจหรือการดำเนินงาน ด้านใดบ้างนั้น ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ระบุว่า ส่งผลดีด้านการเงิน (สารมารถลดรายจ่าย และเพิ่มรายได้จากกลุ่มลูกค้าใหม่) คิดเป็นร้อยละ 64.5 (จากผู้ตอบ 80 คน) รองลงมาคือข้อดีด้าน ด้านองค์ความรู้ของพนักงาน (พนักงานในหน่วยงานได้รับความรู้จากผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงาน) คิดเป็นร้อยละ 58.9 (จากผู้ตอบ 73 คน) ส่วนด้านกระบวนการทำงานภายในองค์กร (การบริหารโครงการสำหรับการดำเนินการจัดงานเกิดประสิทธิภาพ) กลุ่มตัวอย่างระบุว่าส่งผลดี คิดเป็น ร้อยละ 50 (จากผู้ตอบ 62 คน) ส่วนข้อดีด้านอื่นๆนั้นคิดเป็นร้อยละ 3.2 (จากผู้ตอบ 4 คน)

4.3 ผลการศึกษา การประเมินระดับความสำคัญของปัจจัยคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา โดยผู้ให้บริการดำเนินการจัดงาน และผู้รับบริการดำเนินการจัดงาน

ผลการศึกษา การประเมินระดับความสำคัญของปัจจัยคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา โดยผู้ให้บริการดำเนินการจัดงาน และผู้รับบริการดำเนินการจัดงาน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างผู้ประเมินระดับความสำคัญดังกล่าวมีจำนวนทั้งสิ้นทั้งสิ้น 224 คน

ผู้วิจัยกำหนดค่าในการเทียบผลการวัดกับมาตราส่วนประมาณค่า (Important scale) ซึ่งมีระดับคะแนนความสำคัญไว้ดังนี้

ระดับคะแนน 4.21 - 5.00 หมายถึง สำคัญมากที่สุด
ระดับคะแนน 3.41 - 4.20 หมายถึง สำคัญมาก
ระดับคะแนน 2.61 - 3.40 หมายถึง สำคัญปานกลาง
ระดับคะแนน 1.81 - 2.60 หมายถึง สำคัญน้อย
ระดับคะแนน 1.00 - 1.80 หมายถึง สำคัญน้อยที่สุด

ผลการศึกษา การประเมินระดับความสำคัญของปัจจัยคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา แสดงรายละเอียดดังตาราง 4.3

ตาราง 4.3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญของปัจจัยคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา

ลำดับ	ปัจจัยคุณลักษณะเฉพาะ	ระดับความสำคัญ		
		$\overline{X}$	SD	ระดับ
1	อดทนในการทำงานภายใต้ความกดดันสูง	4.85	.367	มากที่สุด
2	กล้าเสี่ยง	3.62	.985	มาก
3	มีความคิดสร้างสรรค์	4.75	.480	มากที่สุด
4	ช่างสังเกตและใส่ใจรายละเอียด	4.27	.736	มากที่สุด
5	ตรงต่อเวลา	4.28	.802	มากที่สุด

ตาราง 4.3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญของปัจจัยคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา (ต่อ)

ลำดับ	ปัจจัยคุณลักษณะเฉพาะ	ระดับความสำคัญ		
		$\overline{X}$	SD	ระดับ
6	บุคลิกภาพน่าเชื่อถือ	4.01	.841	มาก
7	มีประสบการณ์ทำงานในการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	3.95	.845	มาก
8	มีนวัตกรรม	4.00	.809	มาก
9	มีความสม่ำเสมอและใฝ่ใจในการเรียนรู้เพิ่มเติมอยู่เสมอ	4.24	.738	มาก
10	สามารถใช้เทคโนโลยีในกระบวนการทำงาน	4.55	.686	มากที่สุด
11	มีทักษะที่ฝึกฝนจนชำนาญ	4.01	.939	มาก
12	มีการวางแผนงาน และมีกระบวนการทำงาน	4.34	.697	มาก
13	สามารถใช้ภาษาอังกฤษระดับสูงในการสื่อสาร	3.94	.858	มาก
14	มีประสบการณ์ทำงานในการจัดประชุมและประชุมนานาชาติ	4.33	.675	มาก
15	มีประสบการณ์ทำงานในการจัดนิทรรศการ และการแสดงสินค้า	4.35	.625	มาก
16	มีจิตบริการ	4.45	.566	มากที่สุด
17	มีไหวพริบและไวต่อสิ่งแวดล้อมรอบด้าน	4.64	.498	มากที่สุด
18	มุ่งมั่นและพยายามที่จะดำเนินธุรกิจให้สำเร็จให้ได้	4.57	.530	มากที่สุด
19	กล้าตัดสินใจในภาวะวิกฤต	4.75	.478	มากที่สุด
20	มุ่งเน้นความพึงพอใจของลูกค้า	4.81	.410	มากที่สุด
21	เตรียมพร้อมในการทำงานล่วงหน้า	4.79	.453	มากที่สุด
22	คาดการณ์ปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้ล่วงหน้า	4.74	.577	มากที่สุด
23	ซื่อสัตย์สุจริต	4.76	.518	มากที่สุด

จากตาราง 4.3 รายละเอียดค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญของปัจจัยคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูล ประเมินระดับความสำคัญของปัจจัยคุณลักษณะเฉพาะ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$=4.43)

4.4 วิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ให้บริการดำเนินการจัดงาน เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็น ของกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูล ในส่วนของความพึงพอใจ ที่มีต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา ของผู้ประกอบการรับ

จัดงาน จำนวน 96 คน โดยผู้วิจัยกำหนดค่าในการเทียบผลการวัดกับมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ซึ่งมีระดับคะแนนความพึงพอใจดังนี้

ระดับคะแนน 4.21 - 5.00 หมายถึง พึงพอใจมากที่สุด
ระดับคะแนน 3.41 - 4.20 หมายถึง พึงพอใจมาก
ระดับคะแนน 2.61 - 3.40 หมายถึง พึงพอใจปานกลาง
ระดับคะแนน 1.81 - 2.60 หมายถึง พึงพอใจน้อย
ระดับคะแนน 1.00 - 1.80 หมายถึง พึงพอใจน้อยที่สุด

โดยสามารถสรุปรายละเอียดได้ดังตาราง 4.4

ตาราง 4.4 วิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ให้บริการดำเนินการจัดงาน เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา

ลำดับ	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงาน	ระดับความพึงพอใจ		
		$\overline{X}$	SD	ระดับ
1	แนวโน้มของผลกำไร	3.69	. 715	มาก
2	แนวโน้มของจำนวนลูกค้า	3.69	.715	มาก
3	ต้นทุนการดำเนินงาน	3.30	.968	ปานกลาง
4.	เครือข่ายธุรกิจ	4.21	.543	มาก
5.	ส่วนแบ่งทางการตลาด	3.31	.890	ปานกลาง
6.	จำนวนการจัดงาน	3.67	.892	มาก
7.	จำนวนพนักงาน	3.29	.861	ปานกลาง
	เฉลี่ยรวม	**3.59**	**.330**	**มาก**

จาก ตาราง 4.4 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ให้บริการดำเนินการจัดงาน เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูล ระบุว่ามีความพึงพอใจต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานโดยภาพรวม ในระดับมาก ($\overline{X}$=4.43)

4.5 ปัญหา อุปสรรค ข้อเสนอแนะในการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา

ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะในการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงาน ในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา มีกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูล ได้แสดงความคิดเห็นสอดคล้องกันในประเด็นที่คล้ายคลึงกัน ดังรายละเอียดในตาราง 4.5.1 และ 4.5.2 ต่อไปนี้

ตาราง 4.5.1 ปัญหา อุปสรรค ข้อเสนอแนะในการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา

ลำดับที่	ปัญหาและอุปสรรค	ความถี่
1	รูปแบบการจัดงานไม่ตรงตามที่ตกลง	21
2	ค่าใช้จ่ายในการว่าจ้างไม่ตรงตามที่ตกลง	17
3	ผู้ประกอบการไม่สนใจรายละเอียดเล็กๆน้อยๆ ความชอบใจ หรือความพอใจในมุมมองส่วนตัวของลูกค้า	9
4	การออกแบบรูปแบบการจัดงานหรือการจัดกิจกรรมไม่ดึงดูดใจ	4

จากตาราง 4.5.1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูล แสดงความคิดเห็นต่อประเด็นปัญหา และอุปสรรคในการใช้บริการธุรกิจรับจัดงานไว้ 4 ด้าน ด้วยกัน คือ 1) รูปแบบการจัดงานไม่ตรงตามที่ตกลงมีจำนวนความถี่ ของความคิดเห็นมากที่สุดจากผู้ให้ข้อมูล 21 คน 2) ค่าใช้จ่ายในการว่าจ้างไม่ตรงตามที่ตกลง จากผู้ให้ข้อมูล 17 คน 3) ผู้ประกอบการ ไม่สนใจรายละเอียดเล็กๆน้อยๆ ความชอบใจหรือความพอใจในมุมมองส่วนตัวของลูกค้า จากผู้ให้ข้อมูล 9 คน 4) การออกแบบรูปแบบการจัดงานหรือการจัดกิจกรรมไม่ดึงดูดใจ จากผู้ให้ข้อมูล 4 คน

ตาราง 4.5.2 ข้อเสนอแนะในการส่งเสริม และพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา

ลำดับที่	ข้อเสนอแนะ	ความถี่
1	การเสนอราคาต้องตรงไป ตรงมา มีความชัดเจน เหมาะสมกับรายละเอียดของการให้บริการ อยู่บนพื้นฐานของความยุติธรรม	18
2	ควรมีแนวคิดที่หลากหลายในการจัดงานมานำเสนอลูกค้า	7
3	รูปแบบการจัดกิจกรรมต่าง ๆ หรืองานใด ๆ ควรมีการยืดหยุ่นหรือมีการเปลี่ยนแปลงได้บ้าง ในบางส่วนที่ไม่กระทบกับต้องทุนการดำเนินงาน	5
4	ผู้ประกอบการควรให้ความรู้ หรือให้คำแนะนำในสิ่งที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของลูกค้า เช่น การออกแบบผลงาน หรือรูปแบบการทำกิจกรรม	3
5	ผู้ประกอบการควรมีตัวอย่างผลงาน ที่เคยให้บริการลูกค้าก่อนหน้ามาแนะนำให้กับลูกค้าที่กำลังจะตัดสินใจใช้บริการ	3

จากตาราง 4.5.2 ข้อเสนอแนะในการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา พบว่ามีกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูล จำนวน 18 ราย ระบุว่าข้อเสนอแนะด้านการเสนอราคาต้องตรงไป ตรงมา มีความชัดเจน เหมาะสมกับรายละเอียดของการให้บริการ อยู่บนพื้นฐานของความยุติธรรม และมีกลุ่มตัวอย่างจำนวนผู้ให้ข้อมูล จำนวน 7 ราย เสนอว่าควรมีแนวคิด ที่หลากหลายในการจัดงานมานำเสนอลูกค้า และมีกลุ่มตัวอย่าง 5 ราย เสนอแนะว่ารูปแบบการจัดกิจกรรมต่าง ๆ หรืองานใด ๆ ควรมีการยืดหยุ่นหรือมีการเปลี่ยนแปลงได้บ้าง

ในบางส่วนที่ไม่กระทบกับต้องทุนการดำเนินงาน และผู้ประกอบการควรให้ความรู้ หรือให้คำแนะนำในสิ่งที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของลูกค้า เช่น การออกแบบผลงาน หรือรูปแบบการทำกิจกรรม รวมทั้งผู้ประกอบการควรมีตัวอย่างผลงาน ที่เคยให้บริการลูกค้าก่อนหน้ามาแนะนำให้กับลูกค้าที่กำลังจะตัดสินใจใช้บริการ โดยกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลจำนวน 3 ราย

4.6 การวิเคราะห์องค์ประกอบคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูล คะแนนการประเมินระดับความสำคัญของปัจจัยคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา จากกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูล ทั้งที่เป็นผู้ให้บริการดำเนินการจัดงาน และผู้ที่รับบริการดำเนินการจัดงาน ซึ่งเป็นข้อมูลผลการประเมินที่ถือว่าได้จากทั้งผู้ประกอบการและลูกค้า จำนวนทั้งสิ้น 224 คน โดยเครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถาม ที่มีจำนวนข้อคำถาม (Item) หรือจำนวนตัวแปรที่ใช้ประเมิน จำนวน 30 ข้อคำถาม ซึ่งจากการทดสอบค่าสถิติของบาร์ทเลท (Bartlett's Test of Sphericity) ได้ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.00 และสำหรับค่า Kaiser-Meyer-Olkin Measure ที่ใช้วัดความเหมาะสมของข้อมูลในการใช้วิธีวิเคราะห์องค์ประกอบ มีค่า 0.716 ซึ่งมากกว่า 0.5 และเข้าใกล้ 1 ข้อมูลจึงเหมาะสมที่จะใช้วิธีวิเคราะห์องค์ประกอบ

จากข้อคำถามทั้งหมด ที่ใช้ประเมินระดับความสำคัญของปัจจัยคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา ซึ่งผู้วิจัยศึกษาตัวแปรทั้งสิ้น 30 ตัวแปร จึงเลือกใช้หลักการทางสถิติ เพื่อลดจำนวนตัวแปรลง ด้วยการจัดกลุ่มตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันเข้าด้วยกัน โดยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) และเลือกใช้วีการทดสอบความแม่นยำขององค์ประกอบ แบบ Principle Component Analysis หรือ PCA แล้วใช้วิธีหมุนแกนปัจจัยแบบ Varimax โดยสามารถสรุปรายละเอียดของผลการวิเคราะห์องค์ประกอบ คุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา ดังตาราง 4.6

ตาราง 4.6 น้ำหนัก ค่าไอเกน ร้อยละความแปรปรวนรวมขององค์ประกอบคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา

องค์ประกอบคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงาน		จำนวนตัวแปร	น้ำหนักปัจจัย	Eigen Value	PCT Of Variance	Cum PCT of Var
F1	ความเป็นผู้นำ	9	0.40 - 0.80	4.65	15.50	15.50
F2	ความสามารถด้านการจัดการ	9	0.49 - 0.73	3.97	13.23	28.733
F3	ด้านประสบการณ์ในงานบริการในอุตสาหกรรมไมซ์	4	0.37 - 0.78	2.61	8.72	37.452
F4	ด้านบุคลิกภาพ	4	0.40 - 0.56	1.74	5.78	43.251
F5	ด้านมนุษย์สัมพันธ์	4	0.59 - 0.33	1.64	5.46	48.720

จากตาราง 4.6 น้ำหนัก ค่าไอเกน ร้อยละความแปรปรวนรวมขององค์ประกอบคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา สามารถอธิบายผลการวิเคราะห์ได้ว่า องค์ประกอบที่ 1 สามารถอธิบายความแปรปรวนของข้อมูลได้ร้อยละ 15.5 องค์ประกอบที่ 2 สามารถอธิบายความแปรปรวนของข้อมูลได้ร้อยละ 28.73 องค์ประกอบที่ 3 สามารถอธิบายความแปรปรวนของข้อมูลได้ร้อยละ 37.45 องค์ประกอบที่ 4 สามารถอธิบายความแปรปรวนของข้อมูลได้ร้อยละ 43.25 และองค์ประกอบที่ 5 สามารถอธิบายความแปรปรวนของข้อมูลได้ร้อยละ 48.72

องค์ประกอบคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา ทั้ง 5 ด้าน ดังตาราง 4.6 ข้างต้นนั้น ได้มาจากการวิเคราะห์องค์ประกอบ จากตัวแปรทั้งสิ้นจำนวน 30 ตัวแปร โดยได้กำหนดชื่อขึ้นใหม่ จากตัวแปรเดิมในแต่ละองค์ประกอบสามารถแสดงรายละเอียดได้ดังตาราง 4.7 ต่อไปนี้

ตาราง 4.7 น้ำหนัก ค่าไอเกน ร้อยละความแปรปรวนรวมขององค์ประกอบคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา **ด้านความเป็นผู้นำ**

	ด้านความเป็นผู้นำ	**น้ำหนักองค์ประกอบ**
1.	มีทักษะที่ฝึกฝนจนชำนาญ	0.802
2.	สามารถใช้ภาษาอังกฤษระดับสูงในการสื่อสาร	0.770
3.	กล้าเสี่ยง	0.713
4.	มีความสม่ำเสมอและใฝ่ใจในการเรียนรู้เพิ่มเติมอยู่เสมอ	0.682
5.	มีนวัตกรรม	0.592
6.	มีการวางแผนงาน และมีกระบวนการทำงาน	0.559
7.	มีไหวพริบและไวต่อสิ่งแวดล้อมรอบด้าน	0.528
8.	มุ่งมั่นและพยายามที่จะดำเนินธุรกิจให้สำเร็จให้ได้	0.498
9.	สามารถใช้เทคโนโลยีในกระบวนการทำงาน	0.405
Eigenvalues=4.65	%Cumulative =15.50	Reliability Cronbach Alpha =0.834

จากตาราง 4.7 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบด้านความเป็นผู้นำ พบว่ามีค่าผลรวมของน้ำหนักตัวแปรหลังสกัดระหว่าง 0.40 - 0.80 ประกอบด้วย 9 ตัวแปร ดังนี้ คือ 1. มีทักษะที่ฝึกฝนจนชำนาญ 2. สามารถใช้ภาษาอังกฤษระดับสูงในการสื่อสาร 3. กล้าเสี่ยง 4. มีความสม่ำเสมอและใฝ่ใจในการเรียนรู้เพิ่มเติมอยู่เสมอ 5. มีนวัตกรรม 6. มีการวางแผนงาน และมีกระบวนการทำงาน 7. มีไหวพริบและไวต่อสิ่งแวดล้อมรอบด้าน 8. มุ่งมั่นและพยายามที่จะดำเนินธุรกิจให้สำเร็จให้ได้ 9. สามารถใช้เทคโนโลยีในกระบวนการทำงาน ซึ่งมีค่าความสอดคล้องภายในของข้อคำถามเท่ากับ 0.834

ตาราง 4.8 น้ำหนัก ค่าไอเกน ร้อยละความแปรปรวนรวมขององค์ประกอบคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา **ด้านความสามารถทางการจัดการ**

	ด้านความสามารถทางการจัดการ	น้ำหนักองค์ประกอบ
1.	รับผิดชอบต่องานในหน้าที่ และการปฏิบัติตนรวมถึงผู้ใช้บริการ	0.753
2.	มีความสามารถในการทำงานเป็นทีม	0.695
3.	คาดการณ์ปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้ล่วงหน้า	0.650
4.	อุทิศตนให้กับงาน	0.639
5.	เตรียมพร้อมในการทำงานล่วงหน้า	0.612
6.	มีเครือข่ายส่วนตัว และเครือข่ายวิชาชีพในอุตสาหกรรมการจัดประชุม การแสดงสินค้าและนิทรรศการ	0.546
7.	มีสำนึกด้านความแตกต่างทางวัฒนธรรม	0.543
8.	รักงานบริการ	0.533
9.	มุ่งเน้นความพึงพอใจของลูกค้า	0.485
Eigenvalues=3.97	%Cumulative =13.23	Reliability Cronbach Alpha =0.778

จากตาราง 4.8 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบด้านความสามารถทางการจัดการ พบว่ามีค่าผลรวมของน้ำหนักตัวแปรหลังสกัดระหว่าง 0.49 - 0.73 ประกอบด้วย 9 ตัวแปร ดังนี้ คือ 1. รับผิดชอบต่องานในหน้าที่ และการปฏิบัติตนรวมถึงผู้ใช้บริการ 2. มีความสามารถในการทำงานเป็นทีม 3. คาดการณ์ปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้ล่วงหน้า 4. อุทิศตนให้กับงาน 5. เตรียมพร้อมในการทำงานล่วงหน้า 6. มีเครือข่ายส่วนตัว และเครือข่ายวิชาชีพในอุตสาหกรรมการจัดประชุม การแสดงสินค้าและนิทรรศการ 7. มีสำนึกด้านความแตกต่างทางวัฒนธรรม 8. รักงานบริการ และ 9.มุ่งเน้นความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งมีค่าความสอดคล้องภายในของข้อคำถามเท่ากับ 0.778

ตาราง 4.9 น้ำหนัก ค่าไอเกน ร้อยละความแปรปรวนรวมขององค์ประกอบคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา **ด้านประสบการณ์ในงานบริการในอุตสาหกรรมไมซ์**

	ด้านประสบการณ์ในงานบริการในอุตสาหกรรมไมซ์	น้ำหนักองค์ประกอบ
1.	มีประสบการณ์ทำงานในการจัดนิทรรศการ และการแสดงสินค้า	0.835
2.	มีประสบการณ์ทำงานในการจัดประชุมและประชุมนานาชาติ	0.80
3.	กล้าตัดสินใจในภาวะวิกฤต	0.535
4.	มีประสบการณ์ทำงานในการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	0.393
Eigenvalues=2.61	%Cumulative = 8.72	Reliability Cronbach Alpha = 0.755

จากตาราง 4.9 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบด้านประสบการณ์ในงานบริการในอุตสาหกรรมไมซ์ พบว่า มีค่าผลรวมของน้ำหนักตัวแปรหลังสกัดระหว่าง 0.37 - 0.78 ประกอบ

ด้วย 4 ตัวแปร ดังนี้ คือ 1.มีประสบการณ์ทำงานในการจัดนิทรรศการ และการแสดงสินค้า 2.มีประสบการณ์ทำงานในการจัดประชุมและประชุมนานาชาติ 3.กล้าตัดสินใจในภาวะวิกฤต และ 4.มีจิตบริการ ซึ่งมีค่าความสอดคล้องภายในของข้อคำถามเท่ากับ 0.755

ตาราง 4.10 น้ำหนัก ค่าไอเกน ร้อยละความแปรปรวนรวมขององค์ประกอบคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา **ด้านบุคลิกภาพ**

	ด้านบุคลิกภาพ	น้ำหนักองค์ประกอบ
1.	อดทนในการทำงานภายใต้ความกดดันสูง	0.835
2.	ช่างสังเกตและใส่ใจรายละเอียด	0.80
3.	มีความคิดสร้างสรรค์	0.535
4.	บุคลิกภาพน่าเชื่อถือ	0.393
Eigenvalues= 1.74	%Cumulative = 5.78	Reliability Cronbach Alpha = 0.732

จากตาราง 4.10 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบด้านบุคลิกภาพ พบว่ามีค่าผลรวมของน้ำหนักตัวแปรหลังสกัดระหว่าง 0.4 - 0.56 ประกอบด้วย 4 ตัวแปร ดังนี้ คือ 1.อดทนในการทำงานภายใต้ความกดดันสูง 2.ช่างสังเกตและใส่ใจรายละเอียด 3.มีความคิดสร้างสรรค์ และ 4. บุคลิกภาพน่าเชื่อถือ ซึ่งมีค่าความสอดคล้องภายในของข้อคำถามเท่ากับ 0.732

ตาราง 4.11 น้ำหนัก ค่าไอเกน ร้อยละความแปรปรวนรวมขององค์ประกอบคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา **ด้านมนุษย์สัมพันธ์**

	ด้านมนุษย์สัมพันธ์	น้ำหนักองค์ประกอบ
1.	สามารถสื่อสารอย่างมีชั้นเชิง จูงใจ ชัดเจน เหมาะสมกับพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรมของผู้รับสาร	0.641
2.	มีจิตบริการ	0.619
3.	ตรงต่อเวลา	0.514
4.	ซื่อสัตย์สุจริต	0.399
Eigenvalues= 1.64	%Cumulative = 5.46	Reliability Cronbach Alpha = 0.701

จากตาราง 4.11 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบด้านมนุษย์สัมพันธ์ พบว่ามีค่าผลรวมของน้ำหนักตัวแปรหลังสกัดระหว่าง 0.59 - 0.33 ประกอบด้วย 4 ตัวแปร ดังนี้ คือ 1.สามารถสื่อสารอย่างมีชั้นเชิง จูงใจ ชัดเจน เหมาะสมกับพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรมของผู้รับสาร 2.มีจิตบริการ 3.ตรงต่อเวลา และ 4.ซื่อสัตย์สุจริต ซึ่งมีค่าความสอดคล้องภายในของข้อคำถามเท่ากับ 0.701

ตาราง 4.12 วิเคราะห์ระดับความสำคัญ ขององค์ประกอบคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา

ลำดับ	องค์ประกอบ	ระดับความสำคัญ		
		$\overline{X}$	SD	ระดับ
F1	องค์ประกอบด้านความเป็นผู้นำ	4.18	0.75	มาก
F2	องค์ประกอบด้านความสามารถด้านการจัดการ	4.69	0.56	มากที่สุด
F3	องค์ประกอบด้านประสบการณ์ในงานบริการในอุตสาหกรรมไมซ์	3.38	0.58	มากที่สุด
F4	องค์ประกอบด้านบุคลิกภาพ	4.59	0.54	มากที่สุด
F5	องค์ประกอบด้านมนุษย์สัมพันธ์	4.44	0.54	มากที่สุด
	เฉลี่ยรวม	**4.25**	**0.59**	มากที่สุด

จาก ตาราง 4.12 ผลของการวิเคราะห์ระดับความสำคัญขององค์ประกอบคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา ซึ่งแสดงแสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความสำคัญขององค์ประกอบ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบคุณลักษณะเฉพาะ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$=4.69) เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยแต่ละองค์ประกอบ พบว่า F2 องค์ประกอบด้านความสามารถด้านการจัดการมีค่าเฉลี่ยของการประเมินระดับความสำคัญสูงที่สุด ($\overline{X}$=4.69) รองลงมาคือ F4 องค์ประกอบด้านบุคลิกภาพ ($\overline{X}$=4.59) ถัดมาคือ F5 องค์ประกอบด้านความคิดสร้างสรรค์ ($\overline{X}$=4.44) รองลงมาคือ F1 องค์ประกอบด้านความเป็นผู้นำ ($\overline{X}$=4.18) และ F3 องค์ประกอบด้านประสบการณ์ในงานบริการในอุตสาหกรรมไมซ์ ($\overline{X}$=3.38) ตามลำดับ

ตาราง 4.13 วิเคราะห์ระดับความสำคัญขององค์ประกอบคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา **ด้านความเป็นผู้นำ (F1)**

ลำดับ	ปัจจัยในองค์ประกอบ	ระดับความสำคัญ		
	F1 ด้านความเป็นผู้นำ	$\overline{X}$	SD	ระดับ
1	ทักษะที่ฝึกฝนจนชำนาญ	4.01	0.939	มาก
2	สามารถใช้ภาษาอังกฤษระดับสูงในการสื่อสาร	3.94	0.858	มาก
3	กล้าเสี่ยง	3.62	0.985	มาก
4	ความสม่ำเสมอและใฝ่ใจในการเรียนรู้เพิ่มเติมอยู่เสมอ	4.24	0.738	มากที่สุด
5	มีนวัตกรรม	4.00	0.809	มาก
6	มีการวางแผนงาน และมีกระบวนการทำงาน	4.34	0.697	มากที่สุด
7	มีไหวพริบและไวต่อสิ่งแวดล้อมรอบด้าน	4.64	0.498	มากที่สุด
8	มุ่งมั่นและพยายามที่จะดำเนินธุรกิจให้สำเร็จให้ได้	4.57	0.530	มากที่สุด
9	สามารถใช้เทคโนโลยีในกระบวนการทำงาน	4.34	0.697	มากที่สุด
	เฉลี่ยรวม	**4.18**	**0.75**	**มาก**

จาก ตาราง 4.13 ผลของการวิเคราะห์ระดับความสำคัญขององค์ประกอบคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา ซึ่งแสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยในองค์ประกอบ พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญ ด้านความเป็นผู้นำ (F1) ในแต่ละประเด็นดังนี้ คือ กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับทักษะที่ฝึกฝนจนชำนาญในระดับมาก ($\overline{X}$=4.01) สามารถใช้ภาษาอังกฤษระดับสูงในการสื่อสารในระดับมาก ($\overline{X}$=3.94) กล้าเสี่ยงในระดับมาก ($\overline{X}$=3.62) ความสม่ำเสมอและใฝ่ใจในการเรียนรู้เพิ่มเติมอยู่เสมอ ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$=4.24) มีนวัตกรรมในระดับมาก ($\overline{X}$=4.00) มีการวางแผนงาน และมีกระบวนการทำงานในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$=4.34) มีไหวพริบและไวต่อสิ่งแวดล้อมรอบด้านในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$=4.64) มุ่งมั่นและพยายามที่จะดำเนินธุรกิจให้สำเร็จให้ได้ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$=4.57) และสามารถใช้เทคโนโลยีในกระบวนการทำงาน ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$=4.34) ตามลำดับ

ตาราง 4.14 วิเคราะห์ระดับความสำคัญขององค์ประกอบคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา **ด้านความสามารถด้านการจัดการ (F2)**

ลำดับ	ปัจจัยในองค์ประกอบ	ระดับความสำคัญ		
	F2 ด้านความสามารถด้านการจัดการ	$\overline{X}$	SD	ระดับ
1	รับผิดชอบต่องานในหน้าที่ และการปฏิบัติตนรวมถึงผู้ใช้บริการ	4.73	0.473	มากที่สุด
2	มีความสามารถในการทำงานเป็นทีม	4.69	0.524	มากที่สุด
3	คาดการณ์ปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้ล่วงหน้า	4.74	0.577	มากที่สุด
4	อุทิศตนให้กับงาน	4.79	0.453	มากที่สุด
5	เตรียมพร้อมในการทำงานล่วงหน้า	4.50	0.620	มากที่สุด
6	มีเครือข่ายส่วนตัว และเครือข่ายวิชาชีพในอุตสาหกรรมการจัดประชุม การแสดงสินค้าและนิทรรศการ	4.45	0.681	มากที่สุด
7	มีสำนึกด้านความแตกต่างทางวัฒนธรรม	4.09	0.739	มาก
8	รักงานบริการ	4.64	0.604	มากที่สุด
9	มุ่งเน้นความพึงพอใจของลูกค้า	4.81	0.410	มากที่สุด
	เฉลี่ยรวม	**4.69**	**0.56**	**มากที่สุด**

จาก ตาราง 4.14 ผลของการวิเคราะห์ระดับความสำคัญขององค์ประกอบคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา ซึ่งแสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยในองค์ประกอบ พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญ ด้านความสามารถด้านการจัดการ (F2) ในแต่ละประเด็นดังนี้ คือ รับผิดชอบต่องานในหน้าที่ และการปฏิบัติตนรวมถึงผู้ใช้บริการ ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$=4.73) มีความสามารถในการทำงานเป็นทีม ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$=4.69) คาดการณ์ปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้

ล่วงหน้า ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$=4.74) อุทิศตนให้กับงาน ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$=4.79) เตรียมพร้อมในการทำงานล่วงหน้า ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$=4.50) มีเครือข่ายส่วนตัว และเครือข่ายวิชาชีพในอุตสาหกรรมการจัดประชุม การแสดงสินค้าและนิทรรศการ ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$=4.45) มีสำนึกด้านความแตกต่างทางวัฒนธรรม ในระดับมาก ($\overline{X}$=4.09) รักงานบริการ ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$=4.64) มุ่งเน้นความพึงพอใจของลูกค้า ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$=4.81) **ตามลำดับ**

ตาราง 4.15 วิเคราะห์ระดับความสำคัญขององค์ประกอบคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา **ด้านประสบการณ์ในงานบริการในอุตสาหกรรมไมซ์ (F3)**

ลำดับ	ปัจจัยในองค์ประกอบ F3 ด้านประสบการณ์ในงานบริการในอุตสาหกรรมไมซ์	ระดับความสำคัญ		
		$\overline{X}$	SD	ระดับ
1	มีประสบการณ์ทำงานในการจัดนิทรรศการ และการแสดงสินค้า	4.35	0.625	มาก
2	มีประสบการณ์ทำงานในการจัดประชุมและประชุมนานาชาติ	4.33	0.675	มาก
3	กล้าตัดสินใจในภาวะวิกฤต	4.75	0.478	มากที่สุด
4	มีประสบการณ์ทำงานในการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	4.45	0.566	มากที่สุด
	เฉลี่ยรวม	**3.38**	**0.58**	**มาก**

จาก ตาราง 4.15 ผลของการวิเคราะห์ระดับความสำคัญขององค์ประกอบคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา ซึ่งแสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยในองค์ประกอบ พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญ ด้านประสบการณ์ในงานบริการในอุตสาหกรรมไมซ์ (F3) ในแต่ละประเด็นดังนี้ คือ มีประสบการณ์ทำงานในการจัดนิทรรศการ และการแสดงสินค้า ในระดับมาก ($\overline{X}$=4.35) มีประสบการณ์ทำงานในการจัดประชุมและประชุมนานาชาติ ในระดับมาก ($\overline{X}$=4.33) กล้าตัดสินใจในภาวะวิกฤต ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$=4.75) และมีประสบการณ์ทำงานในการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ในระดับมาก ($\overline{X}$=4.45) ตามลำดับ

ตาราง 4.16 วิเคราะห์ระดับความสำคัญขององค์ประกอบคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา **ด้านบุคลิกภาพ (F4)**

ลำดับ	ปัจจัยในองค์ประกอบ F4 ด้านบุคลิกภาพ	ระดับความสำคัญ		
		$\overline{X}$	SD	ระดับ
1	อดทนในการทำงานภายใต้ความกดดันสูง	4.85	0.367	มากที่สุด
2	ช่างสังเกตและใส่ใจรายละเอียด	4.75	0.478	มากที่สุด
3	มีความคิดสร้างสรรค์	4.75	0.480	มากที่สุด
4	บุคลิกภาพน่าเชื่อถือ	4.01	0.841	มาก
	เฉลี่ยรวม	**4.59**	**0.541**	มากที่สุด

จาก ตาราง 4.16 ผลของการวิเคราะห์ระดับความสำคัญขององค์ประกอบคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา ซึ่งแสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยในองค์ประกอบ พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญ ด้านบุคลิกภาพ (F4) ในแต่ละประเด็นดังนี้ คือ อดทนในการทำงานภายใต้ความกดดันสูง ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$=4.85) ช่างสังเกตและใส่ใจรายละเอียด ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$=4.75) มีความคิดสร้างสรรค์ ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$=4.75) บุคลิกภาพน่าเชื่อถือ ในระดับมาก ($\overline{X}$=4.01) ตามลำดับ

ตาราง 4.17 วิเคราะห์ระดับความสำคัญขององค์ประกอบคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา **ด้านมนุษย์สัมพันธ์ (F5)**

ลำดับ	ปัจจัยในองค์ประกอบ F5 ด้านมนุษย์สัมพันธ์	ระดับความสำคัญ		
		$\overline{X}$	SD	ระดับ
1	สามารถสื่อสารอย่างมีชั้นเชิง จูงใจ ชัดเจน เหมาะสมกับพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรมของผู้รับสาร	4.79	0	มากที่สุด
2	มีจิตบริการ	3.95	0.845	มาก
3	ตรงต่อเวลา	4.28	0.802	มากที่สุด
4	ซื่อสัตย์สุจริต	4.76	0.518	มากที่สุด
	เฉลี่ยรวม	**4.44**	**0.54**	มากที่สุด

จาก ตาราง 4.17 ผลของการวิเคราะห์ระดับความสำคัญขององค์ประกอบคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา ซึ่งแสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความสำคัญของแต่ละปัจจัยในองค์ประกอบ พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญด้านมนุษย์สัมพันธ์ (F5) ในแต่ละประเด็นดังนี้ คือ ผู้รับสาร ใน

ระดับมากที่สุด ($\overline{X}$=4.79) มีจิตบริการในระดับมาก ($\overline{X}$=3.95) ตรงต่อเวลา ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$=4.28) ซื่อสัตย์สุจริต ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$=4.76) ตามลำดับ

4.7 ผลการศึกษาการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ เมื่อให้ผลการดำเนินงานเป็นตัวแปรตาม และตัวแปรพยากรณ์มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากผลการวิเคราะห์ที่ได้จากวิธีทางสถิติ (จากตาราง Model Summary ของผลการวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติ) ตัวแปรพยากรณ์มีค่า R^2 คือ 0.53 ซึ่งหมายถึงตัวแปรอิสระในงานวิจัยครั้งนี้ สามารถอธิบายความแปรปรวนของผลการดำเนินงานได้ 53.3% ส่วนอีก 46.7% นั้นมาจากปัจจัยอื่นๆที่ไม่ได้นำมาพิจารณาร่วมด้วยในการวิจัย

ตาราง 4.18 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ เมื่อให้คะแนนความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานเป็นตัวแปรตาม โดยเลือกใช้ตัวแปรพยากรณ์ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตัวพยากรณ์	R	R^2	R^2 ที่เพิ่ม	สัมประสิทธิ์การถดถอย		t	p
				B	Beta		
องค์ประกอบ	0.794	0.53	0.453	3.779		51.62	0.00
F1 ด้านความเป็นผู้นำ				0.34	0.387		
F2 ความสามารถด้านการจัดการ				0.093	0.137		
F3 ด้านประสบการณ์ในงานบริการในอุตสาหกรรมไมซ์				0.266	0.507		
F4 ด้านบุคลิกภาพ				0.044	0.066		
F5 ด้านมนุษย์สัมพันธ์				0.227	0.297		

F= 19.681 P =0.00

จาก ตาราง 4.18 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ เมื่อให้คะแนนความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานเป็นตัวแปรตาม โดยเลือกใช้ตัวแปรพยากรณ์ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ตัวแปรที่ใช้เป็นตัวพยากรณ์ในงานวิจัยนี้ คือตัวแปรพยากรณ์ตาม ในทุกองค์ประกอบทั้ง 5 ด้านของงานวิจัย ซึ่งได้มาจากวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ด้วยวิธีทางสถิติ ซึ่งผู้วิจัยพิจารณาจากค่า R^2 (ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ) ที่ได้ คือ 0.53 ซึ่งหมายถึง สมการที่ได้จากการวิเคราะห์ถอดถอยพหุคูณจะสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของผลการดำเนินงาน ได้ 53% ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบที่ได้

จากการวิเคราะห์ Factor Analysis จำนวน 5 องค์ประกอบคือ F1 องค์ประกอบด้านความเป็นผู้นำ F2 องค์ประกอบความสามารถด้านการจัดการ F3 องค์ประกอบด้านประสบการณ์ในงานบริการในอุตสาหกรรมไมซ์ F4 องค์ประกอบด้านบุคลิกภาพ F5 องค์ประกอบด้านมนุษย์สัมพันธ์ โดยตัวแปรทั้งหมดนี้ สามารถอธิบายความแปรปรวนของคะแนนความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงาน ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้

เมื่อพิจารณาตัวแปรพยากรณ์พบว่า ตัวแปรทั้งหมดมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงาน ในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา โดยองค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์สูงที่สุดคือ F1 องค์ประกอบด้านความเป็นผู้นำ รองลงมาคือ F3 องค์ประกอบด้านประสบการณ์ในงานบริการในอุตสาหกรรมไมซ์ F5 องค์ประกอบด้านมนุษย์สัมพันธ์ F4 องค์ประกอบด้านบุคลิกภาพ และ F2 องค์ประกอบด้านความสามารถด้านการจัดการ

ดังนั้น สมการพยากรณ์ที่ได้จาก ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ เมื่อให้คะแนนความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานเป็นตัวแปรตาม โดยเลือกใช้ตัวแปรพยากรณ์ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 และใช้วิธีการทำนายค่าตัวแปรตามจากการทราบค่าตัวแปรอิสระ 1 ตัว ตามหลักกำลังสองน้อยที่สุด สามารถเขียนสมการพยากรณ์เชิงเส้นอย่างง่ายได้เป็น Y= a+bx ตัวแปรตาม 1 ตัว คือ ผลการดำเนินงาน (Y) และตัวแปรต้น จำนวน 5 ตัวแปร คือ F1 องค์ประกอบด้านความเป็นผู้นำ (มีค่าคะแนนมาตรฐานหรือค่า Beta = .387) รองลงมาคือ F3 องค์ประกอบด้านประสบการณ์ในงานบริการในอุตสาหกรรมไมซ์ (มีค่าคะแนนมาตรฐานหรือค่า Beta = .507) F5 องค์ประกอบด้านมนุษย์สัมพันธ์ (มีค่าคะแนนมาตรฐานหรือค่า Beta = .297) F4 องค์ประกอบด้านบุคลิกภาพ (มีค่าคะแนนมาตรฐานหรือค่า Beta = .066) และ F2 องค์ประกอบด้านความสามารถด้านการจัดการ (มีค่าคะแนนมาตรฐานหรือค่า Beta = .137) ซึ่งสมการพยากรณ์ผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรม ไมซ์ จังหวัดสงขลา มีดังนี้

$$Y= 0.387(F1) + 0.507(F3) + 0.297(F5) + 0.066(F4) + 0.137(F2)$$

บทที่ 5
สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง คุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจความคิดเห็นที่มีต่อระดับความสำคัญของคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น จำนวน 224 คน ซึ่งแบ่งเป็นสองกลุ่ม คือ

1. กลุ่มผู้ให้บริการดำเนินการจัดงาน จำนวน 96 คน (ผู้ให้ข้อมูลได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานหรือผู้ที่ทำงานในสายงานธุรกิจรับจัดงาน ผู้บริหารศูนย์ประชุม และผู้ให้บริการสถานที่จัดงาน) เป็นกลุ่มที่ประเมินคะแนนระดับความสำคัญของคุณลักษณะเฉพาะที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา และให้ระดับความสำคัญของความพึงพอใจที่มีต่อผลการดำเนินงาน

2. ผู้รับบริการดำเนินการจัดงาน จำนวน 128 คน (ได้แก่ เจ้าภาพผู้จัดงานบริษัทเอกชน หน่วยงานของรัฐ และสมาคมต่างๆ) เป็นกลุ่มที่ประเมินคะแนนระดับความสำคัญของคุณลักษณะเฉพาะที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา

ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มแบบแบบสโนว์บอล (Snowball Sampling) ซึ่งเลือกตัวอย่างคนถัดไปจากคำแนะนำของผู้ให้ข้อมูล จากกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มข้างต้นดังที่กล่าวไว้แล้ว ซึ่งข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้นำมาวิเคราะห์ผลการศึกษาเพื่อให้ได้มาซึ่งสมการพยากรณ์ผลการดำเนินงาน และแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาดังต่อไปนี้

1. ศึกษาคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์
2. ศึกษาระดับความสำคัญของคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา
3. วิเคราะห์องค์ประกอบคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา
4. เพื่อนำเสนอแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา

5.1 สรุปผลการศึกษา

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1. ศึกษาคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์

ผู้วิจัยได้ศึกษา ทบทวนวรรณกรรม โดยการศึกษาค้นคว้าเอกสาร และศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ และสรุปคุณลักษณะในด้านต่าง ๆ ที่สอดคล้องกัน

ตามแนวคิดของนักวิชาการ และหน่วยงาน เพื่อให้ได้เป็นปัจจัยคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ ที่มีความสำคัญ และเหมาะสมที่จะนำมาเป็นข้อคำถามในแบบสอบถาม และเป็นปัจจัยคุณลักษณะในการวิเคราะห์องค์ประกอบ เพื่อนำไปวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณและกำหนดเป็นสมการพยากรณ์ผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการ ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรคุณลักษณะเฉพาะ จำนวน 30 ปัจจัย ดังนี้

1. อดทนในการทำงานภายใต้ความกดดันสูง 2.กล้าเสี่ยง 3.มีความคิดสร้างสรรค์ 4. ช่างสังเกตและใส่ใจรายละเอียด 5.ตรงต่อเวลา 6. บุคลิกภาพน่าเชื่อถือ 7.มีประสบการณ์ทำงานในการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล 8.มีนวัตกรรม 9.มีความสม่ำเสมอและใฝ่ใจในการเรียนรู้เพิ่มเติมอยู่เสมอ 10.สามารถใช้เทคโนโลยีในกระบวนการทำงาน 11. มีทักษะที่ฝึกฝนจนชำนาญ 12.มีการวางแผนงาน และมีกระบวนการทำงาน 13. สามารถใช้ภาษาอังกฤษระดับสูงในการสื่อสาร 14. มีประสบการณ์ทำงานในการจัดประชุมและประชุมนานาชาติ 15. มีประสบการณ์ทำงานในการจัดนิทรรศการ และการแสดงสินค้า 16.มีจิตบริการ 17.มีไหวพริบและไวต่อสิ่งแวดล้อมรอบด้าน 18.มุ่งมั่นและพยายามที่จะดำเนินธุรกิจให้สำเร็จให้ได้ 19.กล้าตัดสินใจในภาวะวิกฤต 20.มุ่งเน้นความพึงพอใจของลูกค้า 21.เตรียมพร้อมในการทำงานล่วงหน้า 22.คาดการณ์ปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้ล่วงหน้า 23.ซื่อสัตย์สุจริต 24.รับผิดชอบต่องานในหน้าที่ และการปฏิบัติตน รวมถึงผู้ใช้บริการ 25. มีสำนึกด้านความแตกต่างทางวัฒนธรรม 26.อุทิศตนให้กับงาน 27.รักงานบริการ 28. สามารถสื่อสารอย่างมีชั้นเชิง จูงใจ ชัดเจน เหมาะสมกับพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรมของผู้รับสาร 29. มีเครือข่ายส่วนตัว และเครือข่ายวิชาชีพในอุตสาหกรรมการจัดประชุม การแสดงสินค้าและนิทรรศการ 30.มีความสามารถในการทำงานเป็นทีม

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2.ศึกษาระดับความสำคัญของคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา

สรุปผลการศึกษา การประเมินระดับความสำคัญของปัจจัยคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา โดยผู้ให้บริการดำเนินการจัดงานและผู้รับบริการดำเนินการจัดงาน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประเมินระดับความสำคัญดังกล่าวด้วยแบบสอบถาม จำนวนทั้งสิ้น 224 คน ทั้งจากผู้ให้บริการ จำนวน 96 คน และผู้ใช้บริการดำเนินการจัดงาน จำนวน 128 คน

สรุปได้ว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา นั้นกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูล ให้ความสำคัญกับปัจจัยคุณลักษณะเฉพาะโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{\mathbf{X}}$=4.43) จากทั้ง 30 ปัจจัยคุณลักษณะเฉพาะ โดยพบว่า ประเด็น อดทนในการทำงานภายใต้ความกดดันสูง มีระดับความสำคัญสูงที่สุด ($\overline{\mathbf{X}}$=4.85) รองลงมาคือ มุ่งเน้นความพึงพอใจของลูกค้า ($\overline{\mathbf{X}}$=4.81) และถัดมาคือ สามารถสื่อสารอย่างมีชั้นเชิง จูงใจ ชัดเจน เหมาะสมกับพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรมของผู้รับสาร และเตรียมพร้อมในการทำงานล่วงหน้า ($\overline{\mathbf{X}}$=4.79) ส่วนที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมากคือ สามารถใช้ภาษาอังกฤษระดับสูงในการสื่อสาร ($\overline{\mathbf{X}}$=3.94) และกล้าเสี่ยง ($\overline{\mathbf{X}}$=3.62) ซึ่งประเด็นดังกล่าวนี้ สอดคล้องกับรายการสมรรถนะสำหรับผู้ประสานงานและผู้วางแผนปฏิบัติงานไมซ์ ในคู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานไมซ์สำหรับผู้ประสานงานและผู้วางแผนปฏิบัติงานไมซ์ (MICE Working Standard Manual) ซึ่งถือเป็นคุณ

ลักษณะเฉพาะของผู้ที่จะทำงานด้านต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมไมซ์ทุกตำแหน่งงาน โดยเฉพาะการอดทนในการทำงานภายใต้ความกดดันสูง ที่เป็นคุณลักษณะสำคัญของการทำงานในธุรกิจรับจัดงาน

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3. วิเคราะห์องค์ประกอบคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา

จากรายการปัจจัยคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา จำนวน 30 ปัจจัย เมื่อใช้วิธีการทางสถิติวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจแล้ว สามารถสกัดตัวแปรและจัดกลุ่มใหม่ได้เป็น 5 กลุ่ม โดยมีรายละเอียดดังที่กล่าวไว้แล้วในบทที่ 4 นั้น ผู้วิจัยขอนำมาสรุปในภาพรวมคือ กลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูล ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อองค์ประกอบ คุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{\mathbf{X}}$=4.25) เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยแต่ละองค์ประกอบ พบว่า F2 องค์ประกอบด้านความสามารถด้านการจัดการ มีค่าเฉลี่ยของการประเมินระดับความสำคัญสูงที่สุด ($\overline{\mathbf{X}}$=4.69) รองลงมาคือ F4 องค์ประกอบด้านบุคลิกภาพ ($\overline{\mathbf{X}}$=4.59) ถัดมาคือ F5 องค์ประกอบด้านมนุษย์สัมพันธ์ ($\overline{\mathbf{X}}$=4.44) และ F1 องค์ประกอบด้านความเป็นผู้นำ ($\overline{\mathbf{X}}$=4.18) ลำดับสุดท้ายคือ F3 องค์ประกอบด้านประสบการณ์ในงานบริการในอุตสาหกรรมไมซ์ ($\overline{\mathbf{X}}$=3.38)

สรุปผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็น ของผู้ให้บริการดำเนินการจัดงาน เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา ของผู้ประกอบการรับจัดงาน จำนวน 96 คน (ผู้ให้บริการดำเนินการจัดงาน) ซึ่งผู้วิจัยกำหนดค่าในการเทียบผลการวัดกับมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ซึ่งมีระดับคะแนน เช่นเดียวกันกับการประเมินระดับความสำคัญของปัจจัยคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการ โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานดังกล่าวได้แก่ แนวโน้มของผลกำไร แนวโน้มของจำนวนลูกค้า ต้นทุนการดำเนินงาน เครือข่ายธุรกิจ ส่วนแบ่งทางการตลาด จำนวนการจัดงาน จำนวนพนักงาน ซึ่งคะแนนระดับความพึงพอใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{\mathbf{X}}$=4.43) โดยเฉพาะประเด็นเครือข่ายธุรกิจ ที่มีคะแนนความพึงพอใจสูงที่สุด ($\overline{\mathbf{X}}$=4.21) แต่ประเด็นความพึงพอใจในส่วนของจำนวนพนักงานที่อยู่ในระดับปานกลาง อยู่ในระดับต่ำที่สุด ($\overline{\mathbf{X}}$=3.29) จากทั้ง 7 ประเด็น ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นในส่วนของการเติบโตของธุรกิจรับจัดงาน ที่กลุ่มตัวอย่างในส่วนของผู้ให้บริการระบุว่า กำลังเพิ่มจำนวนพนักงาน

และเมื่อนำองค์ประกอบ คุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา ดังกล่าวข้างต้น มาวิเคราะห์มาถดถอยพหุคูณ โดยให้คะแนนความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานเป็นตัวแปรตาม ซึ่งใช้ตัวแปรพยากรณ์ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ตัวแปรที่ใช้เป็นตัวพยากรณ์ในงานวิจัยนี้ มีตามลำดับความสำคัญในการเข้าสู่สมการ คือ F2 องค์ประกอบด้านความสามารถด้านการจัดการ F4 องค์ประกอบด้านบุคลิกภาพ F5 องค์ประกอบด้านมนุษย์สัมพันธ์ F1 องค์ประกอบด้านความเป็นผู้นำ F3 องค์ประกอบด้านประสบการณ์ในงานบริการในอุตสาหกรรมไมซ์ ซึ่งเข้าสู่กระบวนการวิเคราะห์ตามลำดับ และผลผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ พบว่าทุกตัวแปรมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม สามารถอธิบายความแปรปรวนของคะแนนความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัย ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานได้ ด้วยค่าพยากรณ์หรือค่าสัมประสิทธิ์ตัดสินใจ ที่ R^2 เท่ากับ 0.53 ซึ่งหมายถึงตัวแปรอิสระในงานวิจัยครั้งนี้ สามารถ

อธิบายความแปรปรวนของผลการดำเนินงานได้ 53.3% ส่วนอีก 46.7% นั้นมาจากปัจจัยอื่นๆที่ไม่ได้นำมาพิจารณาร่วมด้วยในการวิจัยครั้งนี้

สมการพยากรณ์ผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรม ไมซ์ จังหวัดสงขลา มีดังนี้

$$Y= 0.387(F1) + 0.507(F3) + 0.297(F5) + 0.066(F4) + 0.137(F2)$$

เมื่อ Y คือ ผลการดำเนินงาน

(F1) คือ องค์ประกอบด้านความเป็นผู้นำ

(F3) คือ องค์ประกอบด้านประสบการณ์ในงานบริการในอุตสาหกรรมไมซ์

(F5) คือ องค์ประกอบด้านมนุษย์สัมพันธ์

(F4) คือ องค์ประกอบด้านบุคลิกภาพ

(F2) คือ องค์ประกอบด้านความสามารถด้านการจัดการ

สรุปผลการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ ซึ่งเป็นข้อมูลพื้นฐานของผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ผู้ให้บริการดำเนินการจัดงาน และผู้รับบริการดำเนินการจัดงาน ผู้วิจัยนำมาเป็นส่วนหนึ่งในการอธิบายข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ประกอบการ ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

จากข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูล **ผู้ให้บริการดำเนินการจัดงาน** พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 35-44 ปี มีสถานภาพโสด มีอาชีพเดิมของครอบครัวคือ ค้าขายและประกอบธุรกิจส่วนตัว ส่วนมากอาศัยอยู่ในจังหวัดสงขลา มีระดับการศึกษาสูงสุดคือ ปริญญาตรี มีตำแหน่งงานพนักงานเป็นส่วนใหญ่ รองลงมาคือตำแหน่งหัวหน้างาน หรือหัวหน้าฝ่าย และผู้บริหาร เจ้าของกิจการ ตามลำดับ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ระบุว่า มีระยะเวลาการทำงานในธุรกิจรับจัดงาน น้อยกว่า 3 ปี และรองลงมาคือ อยู่ในช่วง 3-5 ปี ส่วนใหญ่ระบุถึงประเภทธุรกิจว่าเป็นประเภทอื่นๆมากที่สุด และรองลงมาระบุว่าเป็นห้างหุ้นส่วน และบริษัทกำกัด สำหรับประสบการณ์ก่อนเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ รับจัดงานนั้น กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการทำธุรกิจรับจัดงานมาก่อน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนขององค์กรอยู่ที่ 50,000 – 100,000 บาท และรองลงมาคือ 20,000 – 50,000 บาท ซึ่งสำหรับรายได้เฉลี่ยของผู้ประกอบการ หรือของกลุ่มตัวอย่างเอง จะอยู่ที่ต่ำกว่า 20,000 บาทเป็นส่วนใหญ่ และรองลงมาคือ 20,001-40,000 บาท และนอกจากรายได้จากการทำงานในธุรกิจรับจัดงานแล้ว ยังมีบางส่วนมีอาชีพรองหรือธุรกิจอื่นของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงาน คือ ค้าขายหรือทำธุรกิจส่วนตัวอีกด้วยอีกด้วย แม้ว่าส่วนใหญ่ระบุว่าไม่มีอาชีพรองหรือธุรกิจอื่นของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานก็ตาม

จากข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูล **ผู้รับบริการดำเนินการจัดงาน** พบว่าส่วนมากเป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 25-34 ปี รองลงมาคือ 35 – 44 ปี และนับถือศาสนาพุทธ มีระดับการศึกษาสูงสุดคือ ระดับปริญญาตรี และปริญญาโท โดยประเภทหน่วยงานของผู้ให้ข้อมูลคือ บริษัทเอกชน และองค์กรภาครัฐเป็นส่วนใหญ่ รองลงมาคือรัฐวิสาหกิจและสมาคม สถานศึกษา

มีจังหวัดที่ตั้งของหน่วยงานอยู่ในจังหวัดสงขลาเป็นส่วนมาก และมีบางส่วนที่ตั้งอยู่ในจังหวัดปัตตานี ซึ่งส่วนใหญ่มีจำนวนพนักงานในองค์กรมากกว่า 100 คน และรองลงมาคือ 21-50 คน มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อครั้ง ในการว่าจ้าง ธุรกิจรับจัดงานต่อครั้ง 20,001-50,000 บาท เป็นส่วนใหญ่ และรองลงมาคือ 200,000 - 500,000 บาท และมีความถี่โดยเฉลี่ยในการใช้บริการธุรกิจรับจัดงานอยู่ที่ 1-3 ครั้งต่อปี เป็นส่วนใหญ่ รองลงมาคือ 4-6 ครั้งต่อปี และมีบางส่วน มากกว่า 6 ครั้งต่อปี

ผลการศึกษาพฤติกรรมการดำเนินธุรกิจ และการให้บริการของผู้ให้บริการดำเนินการจัดงาน และพฤติกรรมการใช้บริการของผู้รับบริการดำเนินการจัดงาน

ผลการศึกษาพฤติกรรม**การให้บริการของผู้ให้บริการดำเนินการจัดงาน** พบว่า มีการการเติบโตของธุรกิจรับจัดงาน โดยระบุว่ากำลังเพิ่มพนักงาน มากที่สุด และรองลงมาคือคาดว่าจะเพิ่มจำนวนพนักงานแน่นอน ถัดมาคือคาดว่าจะเพิ่มสายงานหรือการให้บริการด้านอื่น ๆ นอกเหนือจากการจัดงาน และกำลังเพิ่มสายงานหรือบริการด้านอื่น ๆ ตามลำดับ

สำหรับภูมิหลังที่ส่งเสริมการประกอบธุรกิจรับจัดงานนั้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีเพื่อนสนิท มิตรสหาย เคยทำธุรกิจรับจัดงานมาก่อน (และยังคงทำธุรกิจอยู่) และส่วนใหญ่เคยเป็นลูกจ้างธุรกิจรับจัดงานมาก่อน รองลงมา มีบางส่วนระบุว่ามีความรู้ และเข้าใจความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ (MICE) กำลังทำธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องกับกับธุรกิจ Organizer อยู่ และเคยเข้าอบรมเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานมาก่อน ครอบครัวเคยทำธุรกิจรับจัดงานหรือเกี่ยวข้องกับธุรกิจรับจัดงานมาก่อน ตนเองเคยทำธุรกิจ Organizer มาก่อนและมีเหตุต้องหยุดไป แต่ไม่มีกลุ่มตัวอย่างใดเคยเรียนในหลักสูตรที่มีการสอนเกี่ยวกับธุรกิจรับจัดงานมาก่อน

ลักษณะการให้บริการดำเนินการจัดงานนั้น จะให้บริการจัดหา/ติดต่อ ผู้ให้บริการอุปกรณ์ และสถานที่เพื่อจัดงาน เป็นส่วนมาก และรองลงมาคือ ให้บริการสถานที่พร้อมอุปกรณ์ และมีพนักงานทำหน้าที่ต่างๆในการจัดงาน แต่ไม่มีผู้ประกอบการ หรือกลุ่มตัวอย่างคนใดระบุว่าบริษัทให้บริการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลสำหรับลูกค้ากลุ่มองค์กร DMC (Destination Management Company) เลย สำหรับแหล่งเงินทุนในการประกอบการธุรกิจ ส่วนมากระบุว่าเป็นแหล่งอื่นๆนอกเหนือไปจาก ตนเอง ครอบครัวหรือญาติ ธนาคาร การร่วมหุ้น ซึ่งจากการสำรวจพบว่ากลุ่มตัวอย่างระบุว่าเงินทุนของการดำเนินการจัดงานได้มาจากการมัดจำ หรือลูกค้าจ่ายก่อนในบางส่วน และไม่มีกลุ่มตัวอย่างรายใดระบุว่ามีแหล่งเงินทุนมาจากนายทุนเงินกู้

ผลการศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการของผู้รับบริการดำเนินการจัดงาน พบว่าส่วนมากเลือกใช้บริการธุรกิจรับจัดงาน เนื่องจากลดความเสี่ยงของการเกิดความผิดพลาด ในทุกๆขั้นตอนของการจัดงาน และคาดหวังว่าธุรกิจรับจัดงานจะช่วยแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าระหว่างการจัดงานให้ได้ รองลงมาคือไม่มีพนักงานที่เชี่ยวชาญในการดำเนินการจัดงาน และ มีจำนวนพนักงานไม่เพียงพอสำหรับการดำเนินการจัดงาน เคยใช้บริการธุรกิจรับจัดงานตั้งแต่ครั้งแรกที่จัดงาน และใช้บริการมาตลอด การใช้บริการธุรกิจรับจัดงาน สามารถเพิ่มภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรได้ มีต้นทุนการดำเนินงานต่ำกว่าดำเนินงานเอง ตามลำดับ โดยมีส่วนน้อยระบุว่า ได้รับการนำเสนอส่วนลด หรือบริการเพิ่มเติมจากธุรกิจรับจัดงานและการใช้บริการธุรกิจรับจัดงาน สามารถเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดให้ธุรกิจได้

โดยส่วนมากกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลระบุว่า มีลักษณะการใช้บริการธุรกิจรับจัดงาน คือ ใช้บริการสถานที่ พร้อมอุปกรณ์ในการดำเนินงาน และมีพนักงานของธุรกิจรับจัดงานเป็นผู้ดำเนินงานและ ประสานงานการจัดงาน รองลงมาคือ ใช้บริการพื้นที่/สถานที่จัดประชุม สัมมนาจัดแสดงสินค้า และนิทรรศการ แต่ไม่มีกลุ่มตัวอย่างใดใช้บริการด้านการขนส่ง (Logistic)

การใช้บริการบริการธุรกิจรับจัดงานส่งผลดีต่อการดำเนินธุรกิจ หรือการดำเนินงานนั้น พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าส่งผลดีด้านการเงิน (สารมารถลดรายจ่าย และเพิ่มรายได้จากกลุ่มลูกค้าใหม่) รองลงมาคือ ด้านองค์ความรู้ของพนักงาน (พนักงานในหน่วยงานได้รับความรู้จากผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงาน) และ ด้านกระบวนการทำงานภายในองค์กร (การบริหารโครงการสำหรับการดำเนินการจัดงานเกิดประสิทธิภาพ)

วัตถุประสงค์ที่ 4 เพื่อนำเสนอแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา

จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลระบุถึงปัญหาที่พบ จากการใช้บริการธุรกิจรับจัดงานดังนี้ คือ รูปแบบการจัดงานไม่ตรงตามที่ตกลง ซึ่งมีจำนวนผู้ให้ความคิดเห็นสอดคล้องตรงกันจำนวน 21 ราย ด้านค่าใช้จ่ายในการว่าจ้างไม่ตรงตามที่ตกลงมีจำนวนผู้ให้ความคิดเห็นสอดคล้องตรงกันจำนวน 17 ราย ผู้ประกอบการไม่สนใจรายละเอียดเล็กๆน้อยๆ ความชอบใจ หรือความพอใจในมุมมองส่วนตัวของลูกค้า มีจำนวนผู้ให้ความคิดเห็นสอดคล้องตรงกันจำนวน 9 ราย การออกแบบรูปแบบการจัดงานหรือการจัดกิจกรรมไม่ดึงดูดใจ มีจำนวนผู้ให้ความคิดเห็นสอดคล้องตรงกันจำนวน 4 ราย

โดยประเด็นดังกล่าวผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญต่อการป้องกัน และแก้ไขปัญหาที่อาจเกิดขึ้นจากการดำเนินการจัดงาน หรือการบริหารโครงการให้มากขึ้น พร้อมทั้งพิจารณารายละเอียดจากข้อเสนอแนะ ตามข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับดังนี้

1. การเสนอราคาต้องตรงไป ตรงมา มีความชัดเจน เหมาะสมกับรายละเอียดของการให้บริการ อยู่บนพื้นฐานของความยุติธรรม (มีจำนวนผู้ให้ความคิดเห็นสอดคล้องตรงกันจำนวน 18 ราย) ซึ่งแนวทาง

2. ควรมีแนวคิดที่หลากหลายในการจัดงานมานำเสนอลูกค้า (มีจำนวนผู้ให้ความคิดเห็นสอดคล้องตรงกันจำนวน 7 ราย) รูปแบบการจัดกิจกรรมต่างๆ หรืองานใดๆ ควรมีการยืดหยุ่นหรือมีการเปลี่ยนแปลงได้บ้าง ในบางส่วนที่ไม่กระทบกับต้องทุนการดำเนินงาน (มีจำนวนผู้ให้ความคิดเห็นสอดคล้องตรงกันจำนวน 5 ราย) ผู้ประกอบการควรให้ความรู้ หรือให้คำแนะนำในสิ่งที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของลูกค้า เช่น การออกแบบผลงาน หรือรูปแบบการทำกิจกรรม (มีจำนวนผู้ให้ความคิดเห็นสอดคล้องตรงกันจำนวน 3 ราย) ผู้ประกอบการควรมีตัวอย่างผลงาน ที่เคยให้บริการลูกค้าก่อนหน้า มาแนะนำให้กับลูกค้าที่กำลังจะตัดสินใจใช้บริการ (มีจำนวนผู้ให้ความคิดเห็นสอดคล้องตรงกันจำนวน 3 ราย)

จากผลการศึกษา ทำให้ได้สมการพยากรณ์ผลการดำเนินงาน ของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา ดังที่ได้แสดงไว้แล้วนั้น โดยสมการดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า คุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงาน ที่ผู้วิจัยนำมาศึกษาและใช้เป็น

ตัวแปรในการวิเคราะห์องค์ประกอบ มีความสำคัญต่อการพยากรณ์แนวโน้มผลการดำเนินงานทั้งสิ้น ดังนั้น จึงควรนำมาพิจารณาเป็นประเด็นสำคัญในแนวทางการส่งเสริม หรือพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา เพื่อให้เกิดแนวทางให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจรับจัดงาน หรือกิจกรรมอื่นใดในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา และนำมาซึ่งการมีรายได้หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจของท้องถิ่น

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาเรื่องคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจความคิดเห็นที่มีต่อระดับความสำคัญของคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น จำนวน 224 คน โดยเป็นกลุ่มตัวอย่างผู้ที่ให้บริการดำเนินการจัดงาน จำนวน 96 คน และผู้ที่รับบริการดำเนินการจัดงาน จำนวน 128 คน ซึ่งเครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูล ถูกสร้างข้อคำถามขึ้นจากการศึกษาเอกสาร และทบทวนวรรณกรรมของผู้วิจัย แล้วจึงนำมาทดลองเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด จากนั้นจึงปรับข้อคำถามให้เหมาะสม ซึ่งข้อคำถามในส่วนที่สอง คือรายการประเมินระดับความสำคัญของคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงาน ที่ผู้วิจัยได้อ้างอิงถึงคุณลักษณะเฉพาะตำแหน่งงานที่เหมาะสมกับผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงาน จากสมรรถนะสำหรับการปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมไมซ์ ที่พัฒนาและกำหนดขึ้นโดยมหาวิทยาลัยรังสิต ร่วมกับ กองทุนส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ (Convention Promotion Fund - CPF) สมาคมวิชาชีพด้านไมซ์ในประเทศไทย ได้แก่ สมาคมส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ (ไทย) (Thailand Incentive and Promotion Association-TICA) สมาคมการแสดงสินค้า (ไทย) (Thai Exhibition Association-TEA) สมาคมธุรกิจสร้างสรรค์การจัดงาน (Business of Creative and Event Management Association-EMA) และสำนักงานส่งเสริมการประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) (Thailand Convention and Exhibition Bureau-TCEB) มาเป็นแนวทางหลักสำหรับกำหนดข้อคำถาม เพื่อให้เหมาะสมกับการอธิบายกลุ่มประชากรของงานวิจัย

จากผลการศึกษา การประเมินระดับความสำคัญขององค์ประกอบด้านความสามารถด้านการจัดการ ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่มีคะแนนระดับความสำคัญสูงที่สุด และมีคุณลักษณะเฉพาะ ประเด็นการมุ่งเน้นความพึงพอใจของลูกค้า เป็นประเด็นที่มีคะแนนสูงที่สุดนั้น สะท้อนให้เห็นว่า ทั้งผู้ให้บริการต้องตระหนักถึงศักยภาพการให้บริการ และมีกระบวนการทำงานที่ดีที่สุดเพื่อรองรับความต้องการของผู้รับบริการ ซึ่งผลการศึกษาการประเมินระดับความสำคัญของคุณลักษณะเฉพาะสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการไมซ์ ที่มีกลุ่มผู้รับจัดงานมืออาชีพเป็นเป้าหมายหลัก (สสปน., 2556) รวมทั้งคุณลักษณะด้านการวางแผนงาน และมีกระบวนการทำงานนั้นสอดคล้องกับแนวคิด มีแผนงานที่เป็นระบบ (The business plan) ซึ่งเป็นปัจจัยที่จะทำให้ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ และประสบความล้มเหลว (Ryan et al., 1999, p.12-13 อ้างถึงใน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย) และสอดคล้องกับตัวแปรคุณลักษณะด้านพนักงาน อันได้แก่

มีความสามารถ มีความตั้งใจทำงาน มีอัธยาศัยที่ดี และมีบุคลิกภาพที่ดี จากการศึกษาเรื่องรูปแบบการตลาดที่เหมาะสมของสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย (เกิดศิริ เจริญวิศาล, 2552) รวมถึงงานวิจัยของ วิโรจน์ ระจิตดำรง ที่ศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพและประสิทธิภาพของตัวบุคคลที่มีผลต่องานด้านการบริการในอุตสาหกรรมไมซ์ โดยระบุว่าต้องใช้ทักษะด้านการปฏิบัติงาน (Technical Skill) ทักษะด้านการบริหาร (Managerial Skill) และทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ (Human Relation Skill) เพื่อสร้างความพอใจสูงสุดแก่ผู้ใช้บริการ โดยทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพร้อมด้านบุคลากรของศูนย์ประชุม ซึ่งมีการวิเคราะห์คุณสมบัติของบุคลากรด้านการบริการที่มีผลต่อความพร้อมด้านบุคลากรในศูนย์ประชุม รวมทั้ง ผลการศึกษาเรื่องศักยภาพผู้ประกอบการและนวัตกรรมองค์การที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขัน ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคเหนือตอนบน (พนิดา สัตโยภาส และคณะ, 2555) ซึ่งระบุว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการ คือ ศักยภาพของผู้ประกอบการ และนวัตกรรมองค์การ

แนวทางในการส่งเสริมผู้ประกอบการรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา

1. จากผลการศึกษา พบว่าผู้ประกอบการมีแนวโน้มต้องการเพิ่มจำนวนพนังงาน ซึ่งจะเห็นได้จากผลการศึกษาการเจริญเติบโตของธุรกิจ และผลการศึกษาในส่วนของความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานในประเด็นพนักงาน ซึ่งอยู่ในระดับปานกลาง จึงควรให้ความสำคัญอย่างยิ่ง ต่อการเพิ่มแรงงานฝีมือเข้าสู่ระบบการทำงานในธุรกิจรับจัดงาน ซึ่งเป็นลักษณะของงานบริการ ต้องอาศัยบุคลากรผู้มีความเชี่ยวชาญ และมีทักษะที่หลากหลายในการติดต่อประสานงาน กับบริษัทที่มารับงานต่อด้านอื่น ๆ และมีความรู้ในเชิงลึกเกี่ยวกับข้อมูลด้านต่าง ๆ ที่จำเป็นสำหรับการจัดงานไมซ์ (สสปน., 2555) ในพื้นจังหวัดสงขลา

2. จากผลการศึกษาที่พบว่าผู้ประกอบการมีความพึงพอใจในแนวโน้มเครือข่าย ในระดับมาก ซึ่งอาจสะท้อนให้เห็นว่า การมีเครือข่ายในการดำเนินธุรกิจ สามารถช่วยสนับสนุนให้เกิดการดำเนินงานที่ดี และเกิดความพึงพอใจในผลการดำเนินงานได้ ดังนั้นจึงควรส่งเสริมให้เกิดการค้าในระดับธุรกิจกับธุรกิจ (Business to Business หรือ B2B) สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานและผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง และสนับสนุนธุรกิจรับจัดงาน (supplier)

3. องค์กรภาครัฐและเอกชน ผู้กำหนดนโยบายและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจในอุตสาหกรรมไมซ์ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา สสปน. ควรช่วยส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ให้กลุ่มตลาดที่เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ ทั้งในท้องถิ่นรวมถึงระดับภูมิภาคอื่นในประเทศ และกลุ่มตลาดต่างประเทศ เช่น ประเทศเพื่อนบ้านในอาเซียน หรือประเทศในภูมิอื่น ๆ เลือกตัดสินใจเดินทางมายังจังหวัดสงขลา เพื่อทำกิจกรรมรูปแบบไมซ์ให้มากขึ้นพร้อมๆ กับช่วยส่งเสริมให้องค์กรในท้องถิ่นพัฒนารูปแบบกิจกรรม และสถานที่จัดงาน และองค์ประกอบของการท่องเที่ยวให้รองรับกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ให้ได้

4. ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรม เพื่อเพิ่มความคิดสร้างสรรค์ของผู้ที่ทำงานในตำแหน่งนักออกแบบ (Designer) หรือผู้ที่ประสานงานกับเจ้าภาพจัดงาน รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในสถานที่จัดงาน ซึ่งคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จต้องมีความสามารถทางนวัตกรรม (ดนัย เทียนพุฒ, 2532)

5. ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเกิดการสร้างเครือข่ายไปยังธุรกิจอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น ที่พัก ร้านอาหาร สถานที่ท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวในชุมชน สอดคล้องกับแนวคิดของวิฑูรย์ สิมะโชคดี (2542 น.33) ที่กล่าวว่าผู้ประกอบการต้องมีเครือข่ายที่ดี เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งด้านข้อมูลและการได้รับความช่วยเหลือด้านต่าง ๆ จากเครือข่ายได้เป็นอย่างดี

แนวทางในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา

1. แนวทางสำหรับองค์กรภาครัฐและเอกชน ผู้กำหนดนโยบายและส่งเสริมการท่องเที่ยวในอุตสาหกรรมไมซ์ คือ การหากลยุทธ์ที่เน้นเผยแผ่ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ ผ่านการส่งเสริม หรือประสานงานในการจัดงานต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ประกอบการในจังหวัดสงขลาค่อย ๆ ทำความเข้าใจความต้องการของลูกค้ากลุ่มไมซ์ ที่แตกต่างไปจากกลุ่มตลาดทั่วไป และตระหนักถึงความสำคัญในการพัฒนาศักยภาพตนเอง เพื่อรองรับความต้องการนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ให้ได้ทุกรูปแบบ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สุรชัย ภัทรบรรเจิด ที่ได้กล่าวถึงปัจจัยสู่ความสำเร็จของผู้ประกอบการ SMEs ไว้ว่าผู้ประกอบการต้อง ใฝ่หาความรู้เพิ่มเติม (Take New Knowledge) อยู่เสมอ (สุรชัย ภัทรบรรเจิด, 2552) ซึ่งจะเห็นได้ว่า หากต้องการให้มีกิจกรรมรูปแบบไมซ์ใดๆเพิ่มขึ้นจำเป็นจะต้องให้ผู้ประกอบการเข้าใจว่าต้องเตรียมความพร้อมด้านใด และเน้นให้ตนเองมีความเชี่ยวชาญด้านใดเป็นพิเศษ และเมื่อพิจารณาจากผลการศึกษาพบว่า บทบาทของธุรกิจ Destination Management Company หรือ DMC ยังไม่มีผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานรายใด ให้ข้อมูลว่าตนเองให้บริการลักษณะดังกล่าว แต่กลับมีผู้รับบริการดำเนินการจัดงานส่วนหนึ่งระบุว่า ได้ใช้บริการบริษัทผู้ให้บริการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (DMC) ซึ่งอาจมีผู้ให้บริการที่ยังไม่หลากหลายมากนัก และผู้รับบริการอาจไม่ได้ว่าจ้างผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในพื้นที่จังหวัดสงขลา

2. สถาบันการศึกษา ที่มีหลักสูตรการเรียนการสอนเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์จำเป็นต้องมีการจัดการเรียนรู้เรื่องการใช้เทคโนโลยีหรือ การสร้างนวัตกรรมที่ช่วยในการทำกิจกรรมไมซ์ทุกรูปแบบ เพื่อช่วยพัฒนาศักยภาพด้านความคิดสร้างสรรค์ ของผู้ที่จะทำงานในตำแหน่งออกแบบ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการเป็นผู้ประกอบการของอาทิตย์ วุฒิคะโร (2527, น. 26-29) ที่กล่าวว่า ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จต้องเป็นผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์ คิดหาวิธีการใหม่ที่ดีกว่าเดิม (Creativity) และผลิตสิ่งใหม่ๆที่เรียกว่านวัตกรรม (Innovation) และสอดคล้องกับข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลที่ว่า ผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานควรมีแนวคิดที่หลากหลายในการจัดงานมานำเสนอลูกค้า

5.3 ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการอบรมและพัฒนาผู้ประกอบการขนาดย่อมในพื้นที่จังหวัดสงขลา ควรให้ความสำคัญต่อการพัฒนาความรู้ความสามารถของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงาน ในเรื่องของอุตสาหกรรมไมซ์ เช่น การให้ความรู้เกี่ยวกับลักษณะการจัดกิจกรรม รูปแบบการเดินทาง รวมถึงภาษาที่ 3 หรือ 4 ในการสื่อสาร ให้มากยิ่งขึ้น

2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริม และพัฒนาการท่องเที่ยว ทั้งในระดับประเทศ และระดับท้องถิ่น ควรให้ความสำคัญกับการร่วมกันส่งเสริมการขาย หรือการโฆษณาถึงแหล่งทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดใจและรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ พร้อมทั้งพัฒนาองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวให้พร้อมรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ควบคู่กัน

3. ผู้ประกอบการควรเร่งพัฒนาความรู้ ความสามารถ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดงาน การจัดประชุม การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ รวมถึงการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ให้สามารถเข้าใจบทบาทและหน้าที่ พร้อมทั้งตระหนักถึงความเป็นมืออาชีพในการจัดหา ประสานงานติดต่อ และสร้างสรรค์ผลงานให้เกินความคาดหมายของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ โดยอาศัยความพร้อมในการเป็นเมืองธุรกิจของจังหวัดสงขลามาเป็นปัจจัยในการค้นหากลยุทธ์ในการให้บริการของตนเอง

4. หน่วยงานภาคธุรกิจในจังหวัดสงขลา และผู้ประกอบการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ควรมีความร่วมมือกันในการพัฒนาคุณภาพในการให้บริการ และมีการแข่งขันทางธุรกิจภายใต้ความมีคุณธรรมจริยธรรม และตระหนักถึงผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว และระบบเศรษฐกิจในท้องถิ่นที่ยั่งยืน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษาถึงสมรรถนะ หรือปัจจัยแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจรับจัดงานด้านอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงาน เป็นต้น

2. การศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาโดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่จังหวัดสงขลาเท่านั้น ดังนั้นการศึกษาในครั้งต่อไป ควรมีการเก็บข้อมูลและใช้พื้นที่ในการศึกษาในพื้นที่ซึ่งกว้างขึ้น และเหมาะสมกับการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ หรือการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์

3. ควรมีการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับความพร้อมของผู้ประกอบการรับจัดงานในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มอาเซียน หรือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

บรรณานุกรม

กตัญญู หิรัญญสมบูรณ์. (2545). การจัดการธุรกิจขนาดย่อม. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: บริษัท เท็กซ์แอนด์ เจอร์นัล พับลิเคชั่น จำกัด.

กรณัฏฐ์ ขวัญคง. (2553). เส้นทางอุตสาหกรรมไมซ์ ของเก่าที่ยังต้องเล่าใหม่. สืบค้น 20 สิงหาคม 2557, จาก http://thainews.prd.go.th/view.php?m_newsid=255307190193&tb=N255307&return=ok&news_headline

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา . (2555). ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2555-2559. สืบค้น 1 เมษายน 2557, จาก http://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=3942

กลุ่มงานยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสงขลา. (2556). แผนพัฒนาจังหวัดสงขลา 4 ปี พ.ศ. 2558-2561(ฉบับปรับปรุง). สืบค้น 10 กันยายน 2557,จากhttp://stg.songkhla.go.th/develop

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2544). เอกสารเผยแพร่เรื่องการบริการส่วนหน้าของโรงแรม

เกิดศิริ เจริญวิศาล. (2552). “รูปแบบการตลาดที่เหมาะสมของสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย (Appropriate marketing model of venues for MICE industry in Thailand)”, ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้

กัลยา วานิชย์บัญชา. (2546). การวิเคราะห์สถิติชั้นสูงด้วย SPSS for Windows. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.

จินตนา สุนทรธรรม. (2533). การจัดการธุรกจิขนาดย่อม : Small Business Management. เชียงใหม่: คณะสังคมศาสตร์ มหาวทิยาลัยเชียงใหม่.

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2548). การวางแผนและการพัฒนาตลาดท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ณัฐพงศ์ โชติกเสถียร และ คนอื่นๆ. (2557). คู่มือมาตรฐานการปฏิบัติงานสำหรับผู้ประสานงานไมซ์และผู้วางแผนปฏิบัติการไมซ์ (ไทย). กองทุนส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ. กรุงเทพฯ.

ดนัย เทียนพุฒิ. "นักวิสาหกิจผู้ประกอบการในองค์การ." วารสารคลังสมอง. ฉบับที่ 77 (พฤศจิกายน 2532): 72-75

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2550). การแสวงหาโอกาสทางธุรกิจ. สืบค้น 3 พฤษภาคม 2556, จาก http://www.tsi-thailand.org/index.php?option=com_ content&task=view&id =831&Itemid =0&limit=1&limitstart=4.

ธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน). (2548). สู่สุดยอด SMEs. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น,

ธงชัย ศรีดามา. (2555). ทีเส็บ ปรับเป้าหมายการดำเนินงานปี 56 คาดธุรกิจโตไกลถึงร้อยละ 10 กระตุ้นตลาดไมซ์ด้วย 3 กลยุทธ์. สืบค้น 3 พฤษภาคม 2556, จาก http://www.businesseventsthailand.com/th/nc/ news-download-center/news/detail/article/tceb-ups-2013-mice-growth-target-to-10-pathree-new-strategies-to-boost-mice-visitor-numbers-to-94/

บรรณานุกรม (ต่อ)

ธีรยุส วัฒนาศุภโชค. (2542). Entrepreneurship ฤาจะเป็นฟางเส้นสุดท้ายของระบบเศรษฐกิจไทย. จุฬาลงกรณ์รีวิว, 12(45), 65.

นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2548). สถิติชวนใช้. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

นันทนา คินิมาน. (2546). “ความต้องการพัฒนาศักยภาพในการประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร” ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา สถาบันราชภัฏราชนครินทร์

ราชบัณฑิตยสถาน. (2531). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525. (พิมพ์ครั้งที่ 4) กรุงเทพฯ: อักษรเจริญทัศน์.

ราณี อิสิชัยกุล, ปภาวดี ประจักษ์ศุภนิมิต และ เบญจวรรณ วิสุทธิ์สัตย์. (2546). เอกสารการสอนชุดวิชาการ จัดการธุรกิจการจัดประชุม Convention Management. (พิมพ์ครั้งที่ 1) กรุงเทพฯ : ประชาชน จำกัด

รุ่งนภา ต่ออุดม. (2550). “ปัจจัยความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนากลาง และขนาดย่อม SMEs ในอุตสาหกรรมเกษตร ภาคการค้า ในจังหวัดฉะเชิงเทรา. การค้นค้วาอิสระ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. (2547). ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์. (พิมพ์ครั้งที่8). กรุงเทพฯ: จามจุรี โปรดักท์.

บุริม โอทกานนท์. (2550). คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ. สืบค้น 1 เมษายน 2557, จาก http://www.oknation.net/blog/pprint.php?id=135202

ผุสดี รุมาคม. (2540). การบริหารธุรกิจขนาดย่อม. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ฟิสิกส์เซ็นเตอร์.

ฝนทิพย์ ฆารไสว. (2555). “คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภาคเหนือตอนล่างของไทย”, บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

พนิดา สัตโยภาส และคณะ. (2555). “ศักยภาพผู้ประกอบการและนวัตกรรมองค์การที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขัน ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคเหนือตอนบน”, คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

เพชรน้อย สิงห์ช่างชัย. (2549). หลักการและการใช้สถิติวิเคราะห์ตัวแปรหลายตัวสำหรับงานวิจัยทางการ พยาบาล (พิมพ์ครั้งที่ 3). สงขลา : ชานเมืองการพิมพ์.

ภูริวัจน์ เดชอุ่ม. (2552). การพัฒนากลยุทธ์การเสนอขอเป็นเจ้าภาพจัดการประชุมนานาชาติของประเทศไทย. สืบค้น 3 สิงหาคม 2557, จาก http://www.oknation.net/blog /miceinthailand/2009 /10/07/entry-1

วงจันทร์ ตั้งทรงศักดิ์. (2550). รู้จักธุรกิจไมซ์ ปูทางไทยสู่ศูนย์กลางการจัดประชุมนานาชาติโลก. สืบค้น 3 กันยายน 2557, จาก http://www.bihap.org/th/main /content.php? page=sub&category= 19&id=74

บรรณานุกรม (ต่อ)

วราภรณ์ ศรีบุญ. (2552). “ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน และท้องถิ่น (OTOP)” ในจังหวัดสงขลา, รัฐประศาสตร์มหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

วินิจ วีรยางกูร. (2532). การจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. (พิมพ์ครั้งที่ 1) กรุงเทพฯ: ภาควิชาบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วิฑูรย์ สิมะโชคดี. (2542) SMEs: เสาหลักของอุตสาหกรรมกู้ชาติ กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโยโลยี(ไทย-ญี่ปุ่น).

ศักดิ์ชัย ภัทรปรีชากุล. (2556). เอ็น.ซี.ซี.ฯ ฉลอง 5 ปี แห่งความสำเร็จบริหารศูนย์ประชุมนานาชาติหาดใหญ่. สืบค้น 11 พฤษภาคม 2557, จาก http://www.banmuang.co.th/เอ็น-ซี-ซี-ฯ ฉลอง5ปี/

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2545). องค์การและการจัดการฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ธรรมสาร.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2557). ธุรกิจอีเว้นท์ SME ก้าวอย่างไรให้มั่นคงและเติบโต??. สืบค้น 11 พฤษภาคม 2557, จาก http://www.smeleader.com/ธุรกิจอีเว้นท์-sme/#

ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์. Conference Organizer (PCO). สืบค้น 11 พฤษภาคม 2557, จาก http://www. qsncc.co.th/th/organizers/conference-organizer-pco.html

สมแก้ว รุ่งเลิศเกรียงไกรและคณะ. (2546). คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่สำเร็จในภาคใต้. สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เครือข่ายมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

สิรินาถ ฉัตรศุภกุล. (2556). สรุปสถานการณ์การท่องเที่ยวตลาดต่างประเทศและแนวโน้ม ปี 2555 และแนวโน้มปี 2556 TAT Tourism Journal Published on Tuesday, 23 April 2013. สืบค้น 11 พฤษภาคม 2557, จาก http://www.etatjournal.com/web/menu-read-web-etatjournal/menu-2013/menu-2013-apr-jun/509-22556-situation-travel-2012-2013

สำนักนายกรัฐมนตรี. (2554). แผนการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11. สืบค้น 11 พฤษภาคม 2557, จาก http://www.nesdb.go.th/Default.aspx?tabid=395

เสรี วังส์ไพจิตร. (2555). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงมหกรรม (Event Tourism) และการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ (Business Tourism) ในกรอบของ MICE. BrandAge Essential.

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2555). MICE 101. สืบค้น 20 เมษายน 2557, จาก http://www.businesseventsthailand .com/th/news-download-center/tceb-download-center/

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2557), MICE JOURNAL. สืบค้น 11 พฤษภาคม 2557, จาก http://www.bangkokpost.com/download/supplements/070314-supplement1.pdf

บรรณานุกรม (ต่อ)

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2557), สรุปแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559, สืบค้น 10 กันยายน 2557, จาก http://www.businesseventsthailand.com/fileadmin/user_upload/documents/mice-publications/Thailand_Tourism_Dev _Plan.pdf

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2557). ทีเส็บประกาศแผนกลยุทธ์ส่งเสริมไมซ์ปี 57 ตอบสนองยุทธศาสตร์ประเทศ ชูเป้ายกระดับสู่ตลาดไมซ์. สืบค้น 25 เมษายน 2557, จาก http://www.businesseventsthailand.com/th/nc/news-download-center/news/detail/article/tceb-moves-strategically-towards-high-quality-mice-markets/

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2555). ทีเส็บเปิดแผนเชิงรุกพัฒนาผู้ประกอบการอุตสาหกรรมไมซ์ไทยเตรียมพร้อมการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในอีก 2 ปี สร้างหลักสูตรพร้อมเจาะ 4 ประเทศศักยภาพในการดำเนินธุรกิจไมซ์. สืบค้น 14 พฤษภาคม 2557, จาก http://www.newswit.com/อุตสาหกรรมไมซ์/

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2553) . Inspiring the regions to change their views about being MICE venue สืบค้น 10 สิงหาคม 2557, จาก http://businesseventsthailand.com/fileadmin/user_upload/documents/tceb-newsletter/Issue_14.pdf

สำนักพัฒนาผู้ประกอบการ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2554). สืบค้น 12 พฤษภาคม 2557, จาก http://www.reedtradex.com/th_site/index.html

อรสา จรูญธรรม. (2554) สถิติขั้นสูงสำหรับการวิจัย ปทุมธานี : คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.

อาทิตย์ วุฒิคะโร. “ลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จเพียงใด.” อุตสาหกรรม Journal, ฉบับที่ 1 (มกราคม 2527): 21-30.

อำนาจ ธีระวนิช. (2546). การจัดการธุรกิจขนาดย่อม กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

Baum, R.J. and Locke E.A. (2004). The Relationship of Entrepreneurial Traits, Skill and Motivation to Subsequent Venture Growth. Journal of Applied Psychology, 89, 587-589.

Baumback, Clifford. M. (1988). How to Organize and Operate a Small Business. New Jersey : Prentice-Hall International.

Frese M. (2000). Success and failure of microbusiness owners in Africa: a psychological approach. U.S.A.: Greenwood Publishing Group.

Scarborough, Z. W. (2003). Effective small business management an entrepreneurial approach (7th Ed.). New Jersey: Pearson Education Inc.

บรรณานุกรม (ต่อ)

Timothy S. Hatten. (1997). Small Business Management: Entreprenuership And Beyond. New York: Houghton Miffin Col.

William Joseph. (1983). Professional Service Management. New York: McGraw-Hill Book Company

Zimmerer, T. W., & Scarborough, N. M. (1996). Entrepreneurship and new venture formation. Upper Saddle River, N.J.: Prentice Hall.

ภาคผนวก ก
เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

หมายเลขแบบสอบถาม ☐☐☐

ผู้ให้บริการ

แบบสอบถาม
เรื่อง คุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงาน ในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา

(Effects of Organizer Entrepreneur Characteristics Towards the Business Performance in MICE Industry, Songkhla Province)

แบบสอบถามฉบับนี้ จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษาและทำวิทยานิพนธ์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่ง ของการศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามฉบับนี้ จะนำไปใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น โดยจะผ่านการประมวลผล การวิเคราะห์ และการสังเคราะห์ออกมาในภาพรวม เพื่อเป็นประโยชน์ในการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา ซึ่งข้อมูลที่ได้รับ**ถือเป็นข้อมูลส่วนบุคคลที่จะถูกปกปิดเป็นความลับ ไม่มีผลกระทบใดๆทั้งสิ้นต่อผู้ให้ข้อมูล**

ผู้วิจัยขอความกรุณาจากท่าน ในการตอบแบบสอบถามอย่างสมบูรณ์ ตามความคิดเห็นที่ตรงตามความเป็นจริงมากที่สุด ในทั้ง 4 ส่วน ดังนี้ คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของให้ข้อมูล

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นที่มีต่อคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจ Organizer

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจที่มีต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจ Organizer

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นที่มีต่อแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจ Organizer ในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา

ขอบพระคุณอย่างสูง
พรณพรรษ หนูดี (ผู้วิจัย)

▪ **อุตสาหกรรมไมซ์ (MICE)** หมายถึง อุตสาหกรรมที่ประกอบด้วย การประชุมองค์กร (Meetings) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive) การประชุมวิชาชีพ (Conventions) และงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติ (Exhibitions)

▪ **คุณลักษณะของผู้ประกอบการ (Entrepreneur Characteristics)** หมายถึง ลักษณะเชิงจิตวิทยา หรือลักษณะส่วนบุคคล ซึ่งเป็นลักษณะประจำตัวที่ทำให้บุคคลนั้นๆมีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จในการเป็นผู้ประกอบการ

▪ **ผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงาน (Organizer)** หมายถึง ผู้ให้บริการดำเนินการจัดงานประชุมองค์กร งานประชุมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติ และดำเนินการจัดงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการขายภายใต้นโยบายด้านการตลาดของลูกค้า หรือผู้ที่ว่าจ้างให้ดำเนินการจัดงาน

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย / ลงใน ( ) หรือ ☐ หรือระบุข้อความลงในช่องว่าง

ส่วนที่ 1. ข้อมูลส่วนตัวของผู้ให้บริการดำเนินการจัดงาน (Organizer)

ส่วนที่ 1. ข้อมูลส่วนตัวของผู้ประกอบการ Organizer

1. เพศ ( ) ชาย ( ) หญิง

2. อายุ ( ) 18 - 24 ปี ( ) 25 – 30 ปี ( ) 30 - 34 ปี ( ) 45 - 54 ปี ( ) 55 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ ( ) โสด ( ) สมรส ( ) หย่าร้าง/หม้าย/แยกกันอยู่

4. ศาสนา ( ) พุทธ ( ) คริสต์ ( ) อิสลาม ( ) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

5. เชื้อชาติ ( ) ไทย ( ) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

6. สัญชาติ ( ) ไทย ( ) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

7. จำนวนสมาชิกในครอบครัว ( ) น้อยกว่า 3 คน ( ) 3-5 คน ( ) มากกว่า 5 คน

8. อาชีพเดิมของครอบครัว

( ) 1.ข้าราชการ ( ) 2.พนักงานรัฐวิสาหกิจ ( ) 3.พนักงานบริษัทเอกชน

( ) 4.ประกอบธุรกิจส่วนตัว ( ) 5.ค้าขาย ( ) 6.รับจ้าง/ลูกจ้าง

( ) 7.เกษตรกรรม/ปศุสัตว์/ประมง ( ) 8.อื่นๆ โปรดระบุ.....

9. พื้นที่หรือจังหวัดที่อาศัยอยู่

( ) 1. จ.สงขลา ( ) 2. จ.สตูล ( ) 3. จ. ปัตตานี

( ) 4. จ.ยะลา ( ) 5. จ.นราธิวาส ( ) 6.อื่นๆ (โปรดระบุ).....

10. ระดับการศึกษาสูงสุด

( ) มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า ( ) มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ( ) อนุปริญญา/ปวส.

( ) ปริญญาตรี ( ) ปริญญาโท ( ) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

11. ทำงานในตำแหน่ง ( ) เจ้าของกิจการ ( ) ผู้บริหาร ( ) หัวหน้าฝ่าย/หัวหน้างาน ( ) พนักงาน

12. ระยะเวลาการทำงานในธุรกิจ Organizer

( ) น้อยกว่า 3 ปี ( ) 3-5 ปี ( ) 5-10 ปี ( ) มากกว่า 10 ปี

13. จำนวนพนักงานในองค์กร

( ) น้อยกว่า 3 คน ( ) 4-10 คน ( ) 11-15 คน ( ) มากกว่า 15 คน

14. ประเภทของธุรกิจ

( ) 1.ห้างหุ้นส่วน ( ) 2.กิจการเจ้าของคนเดียว ( ) 3.บริษัทมหาชนจำกัด

( ) 4.ห้างหุ้นส่วนสามัญ ( ) 5.บริษัทจำกัด ( ) 6.อื่นๆ (โปรดระบุ).....

15. ประสบการณ์ก่อนเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ Organizer

( ) **มี**ประสบการณ์ในการทำธุรกิจรับจัดงานมาก่อน

( ) **ไม่มี**ประสบการณ์ในการทำธุรกิจรับจัดงานมาก่อน

16. การเติบโตของธุรกิจ Organizer (เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

☐ 1. กำลังเพิ่มจำนวนพนักงาน

☐ 2. กำลังขยายสาขา หรือเพิ่มพื้นที่ในการรับงาน (เช่น รับงานต่างจังหวัด)

☐ 3. กำลังเพิ่มสายงาน (ให้บริการด้านอื่นๆเพิ่ม นอกเหนือจากการจัดงาน)

☐ 4. คาดว่าจะเพิ่มจำนวนพนักงานแน่นอน

☐ 5 คาดว่าจะมีการขยายสาขาแน่นอน หรือเพิ่มพื้นที่ในการรับงาน (เช่น รับงานต่างจังหวัด)

☐ 6. คาดว่าจะเพิ่มสายงานแน่นอน (ให้บริการด้านอื่นๆเพิ่ม นอกเหนือจากการจัดงาน)

17. ภูมิหลังที่ส่งเสริมการประกอบธุรกิจ Organizer ของท่าน (เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

☐ 1.ครอบครัวของท่านเคยทำธุรกิจ Organizer หรือเกี่ยวข้องกับธุรกิจ Organizer มาก่อน

☐ 2. ท่านเคยเป็นลูกจ้างธุรกิจ Organizer มาก่อน

☐ 3. เคยเข้าอบรมเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ Organizer มาก่อน

☐ 4.เคยเรียนในหลักสูตรที่มีการสอนเกี่ยวกับธุรกิจ Organizer มาก่อน

☐ 5. มีเพื่อนสนิท มิตรสหาย เคยทำธุรกิจ Organizer มาก่อน (และยังคงทำธุรกิจอยู่)

☐ 6. ตนเองเคยทำธุรกิจ Organizer มาก่อนและมีเหตุต้องหยุดไป

☐ 7. ท่านกำลังทำธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องกับกับธุรกิจ Organizer อยู่

☐ 8. ท่านมีความรู้ และเข้าใจความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ (MICE)

18. ลักษณะการให้บริการธุรกิจ Organizer (เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

☐ 1. ให้บริการพื้นที่/สถานที่จัดประชุม สัมมนา จัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ

☐ 2. ให้บริการจัดหา/ติดต่อ ผู้ให้บริการอุปกรณ์ และสถานที่เพื่อจัดงาน

☐ 3. ให้บริการสถานที่พร้อมอุปกรณ์ และมีพนักงานทำหน้าที่ต่างๆในการจัดงาน

☐ 4. ให้บริการด้านการขนส่ง (Logistic)

☐ 5. บริษัทให้บริการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลสำหรับลูกค้ากลุ่มองค์กร DMC (Destination Management Company)

☐ 6. ให้บริการประชาสัมพันธ์ โฆษณา (Promote) การจัดงาน

☐ 7. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

19. แหล่งเงินทุนในการประกอบการธุรกิจของท่านมาจากแหล่งใด (เลือกตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

☐ 1.ตนเอง ☐ 2 .ครอบครัว/ญาติ ☐ 3. ธนาคาร ☐ 4. การร่วมหุ้น

☐ 5. นายทุนเงินกู้ ☐ 6. อื่นๆ (โปรดระบุ) .....

20. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จากการดำเนินธุรกิจ Organizer ขององค์กร

( ) ต่ำกว่า 20,000 บาท ( ) 20,001-50,000 บาท ( ) 50,001-100,000 บาท

( ) 100,001-200,000 บาท ( ) 200,001-500,000 บาท ( ) 500,001-800,000 บาท

( ) 800,001-1,000,000 บาท ( ) มากกว่า 1,000,001 บาท

21. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน จากการดำเนินธุรกิจ Organizer ของท่านเอง

( ) ต่ำกว่า 20,000 บาท ( ) 20,001-40,000 บาท ( ) 40,001-50,000 บาท

( ) 50,001-70,000 บาท ( ) 70,001-80,000 บาท ( ) 80,001-100,000 บาท

( ) มากกว่า 100,001 บาท

22. อาชีพรองหรือธุรกิจอื่นของท่าน

( ) 1.ไม่มี ( ) 2.ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ( ) 3.พนักงานเอกชน/ลูกจ้างเอกชน

( ) 4. ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ( ) 5. เกษตรกรรม

( ) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นที่มีต่อคุณลักษณะของผู้ประกอบการ Organizer

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ╱ ลงในช่อง “ระดับความสำคัญ” ที่ท่านเห็นว่าคุณลักษณะของผู้ประกอบการ Organizer ข้อนั้นๆสำคัญจริงและตรงตามความเห็นของท่านมากที่สุด

5 = สำคัญมากที่สุด **4**= สำคัญมาก **3**= สำคัญปานกลาง **2**=สำคัญน้อย **1**= สำคัญน้อยที่สุด

รายการประเมินคุณลักษณะของ Organizer	ระดับความสำคัญ				
	5	4	3	2	1
1. อดทนในการทำงานภายใต้ความกดดันสูง	5	4	3	2	1
2. กล้าเสี่ยง	5	4	3	2	1
3. บุคลิกภาพน่าเชื่อถือ	5	4	3	2	1
4. ช่างสังเกตและใส่ใจรายละเอียด	5	4	3	2	1
5. ตรงต่อเวลา	5	4	3	2	1
6. มีความคิดสร้างสรรค์	5	4	3	2	1
7. มีประสบการณ์ทำงานในการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	5	4	3	2	1
8. มีนวัตกรรม	5	4	3	2	1
9. มีความสม่ำเสมอและใฝ่ใจในการเรียนรู้เพิ่มเติมอยู่เสมอ	5	4	3	2	1
10. สามารถใช้เทคโนโลยีในกระบวนการทำงาน	5	4	3	2	1
11 มีทักษะที่ฝึกฝนจนชำนาญ	5	4	3	2	1
12. มีการวางแผนงาน และมีกระบวนการทำงาน	5	4	3	2	1
13. สามารถใช้ภาษาอังกฤษระดับสูงในการสื่อสาร	5	4	3	2	1
14. มีประสบการณ์ทำงานในการจัดประชุมและประชุมนานาชาติ	5	4	3	2	1
15. มีประสบการณ์ทำงานในการจัดนิทรรศการ และการแสดงสินค้า	5	4	3	2	1
16. มีจิตบริการ	5	4	3	2	1
17. มีไหวพริบและไวต่อสิ่งแวดล้อมรอบด้าน	5	4	3	2	1
18. มุ่งมั่นและพยายามที่จะดำเนินธุรกิจให้สำเร็จให้ได้	5	4	3	2	1
19. กล้าการตัดสินใจได้ในภาวะวิกฤต	5	4	3	2	1
20. มุ่งเน้นความพึงพอใจของลูกค้า	5	4	3	2	1
21. เตรียมพร้อมในการทำงานล่วงหน้า	5	4	3	2	1
22. คาดการณ์ปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้ล่วงหน้า	5	4	3	2	1
23. ซื่อสัตย์สุจริต	5	4	3	2	1
24. รับผิดชอบต่องานในหน้าที่ และการปฏิบัติตน รวมถึงผู้ใช้บริการ	5	4	3	2	1
25. มีสำนึกด้านความแตกต่างทางวัฒนธรรม	5	4	3	2	1
26. อุทิศตนให้กับงาน	5	4	3	2	1
27. รักงานบริการ	5	4	3	2	1

28. สามารถสื่อสารอย่างมีชั้นเชิง จูงใจ ชัดเจน เหมาะสมกับพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรมของผู้รับสาร	5	4	3	2	1
29. มีเครือข่ายส่วนตัว และเครือข่ายวิชาชีพในอุตสาหกรรมการจัดประชุม การแสดงสินค้าและนิทรรศการ	5	4	3	2	1
30. มีความสามารถในการทำงานเป็นทีม	5	4	3	2	1

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงาน

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ╱ ลงในช่อง “ระดับคงวามพึงพอใจ” ที่มีต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของท่าน

5 = พอใจมากที่สุด **4**= พอใจมาก **3**= พอใจปานกลาง **2**= พอใจน้อย **1**= พอใจน้อยที่สุด

ปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงาน	**ระดับความพึงพอใจ**				
	5	**4**	**3**	**2**	**1**
1. ท่านพึงพอใจกับ**แนวโน้มของผลกำไร**ในระดับใด	5	4	3	2	1
2. ท่านพึงพอใจกับ**แนวโน้มของจำนวนลูกค้า**ในระดับใด	5	4	3	2	1
3. ท่านพึงพอใจกับ**ต้นทุนการดำเนินงาน**ในระดับใด	5	4	3	2	1
4. ท่านพึงพอใจกับ**เครือข่ายธุรกิจ**ในระดับใด	5	4	3	2	1
5. ท่านพึงพอใจกับ**ส่วนแบ่งทางการตลาด**ในระดับใด	5	4	3	2	1
6. ท่านพึงพอใจกับ**จำนวนการจัดงาน**ในระดับใด	5	4	3	2	1
7. ท่านพึงพอใจกับ**จำนวนพนักงาน**ในระดับใด	5	4	3	2	1

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นที่มีต่อแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา

4.1 ท่านคิดว่าคุณลักษณะของผู้ประกอบการใดบ้าง ที่เป็น**จุดแข็ง**ในการดำเนินธุรกิจของท่าน

.....

.....

4.2 ท่านคิดว่าคุณลักษณะของผู้ประกอบการใดบ้าง ที่เป็นสิ่งที่ท่าน**ต้องการพัฒนา**ให้มากขึ้น

.....

.....

4.3 ท่านคิดว่า **ปัญหา อุปสรรค หรือข้อจำกัด**ในการดำเนินธุรกิจรับจัดงานมีสิ่งใดบ้าง และท่านแก้ไขปัญหาเหล่านั้นด้วยวิธีใด

.....

.....

.....

4.4 ท่านคิดว่ากิจกรรมรูปแบบใดของธุรกิจ Organizer ที่มีความ**ท้าทายศักยภาพการให้บริการ**ของพนักงานในองค์กรของท่าน เพราะเหตุใด

.....

.....

4.5 ท่านคิดว่า**โอกาสในการดำเนินธุรกิจด้านใดบ้าง** ที่มีผลต่อการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการ Organizer เพราะเหตุใด.....

.....

ขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงในการสละเวลาเพื่อตอบแบบสอบถามฉบับนี้อย่างสมบูรณ์

นางสาวพรณพรรษ หนูดี

(ผู้วิจัย)

หมายเลขแบบสอบถาม □□□

ผู้ให้บริการ

แบบสอบถาม
เรื่อง คุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงาน ในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา
(Effects of Organizer Entrepreneur Characteristics Towards the Business Performance in MICE Industry, Songkhla Province)

แบบสอบถามฉบับนี้ จัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการศึกษาและทำวิทยานิพนธ์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่ง ของการศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามฉบับนี้ จะนำไปใช้เพื่อการศึกษาเท่านั้น โดยจะผ่านการประมวลผล การวิเคราะห์ และการสังเคราะห์ออกมาในภาพรวม เพื่อเป็นประโยชน์ในการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา ซึ่งข้อมูลที่ได้รับ**ถือเป็นข้อมูลส่วนบุคคลที่จะถูกปกปิดเป็นความลับ ไม่มีผลกระทบใดๆทั้งสิ้นต่อผู้ให้ข้อมูล**

ผู้วิจัยขอความกรุณาจากท่าน ในการตอบแบบสอบถามอย่างสมบูรณ์ ตามความคิดเห็นที่ตรงตามความเป็นจริงมากที่สุด ในทั้ง 3 ส่วน ดังนี้ คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของให้ข้อมูล

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นที่มีต่อคุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงาน (Organizer)

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นที่มีต่อแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงาน ในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา

ขอบพระคุณอย่างสูง
พรณพรรษ หนูดี (ผู้วิจัย)

▪ **อุตสาหกรรมไมซ์ (MICE)** หมายถึง อุตสาหกรรมที่ประกอบด้วย การประชุมองค์กร (Meetings) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive) การประชุมวิชาชีพ (Conventions) และงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติ (Exhibitions)

▪ **คุณลักษณะของผู้ประกอบการ (Entrepreneur Characteristics)** หมายถึง ลักษณะเชิงจิตวิทยา หรือลักษณะส่วนบุคคล ซึ่งเป็นลักษณะประจำตัวที่ทำให้บุคคลนั้นๆมีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จในการเป็นผู้ประกอบการ

▪ **ผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงาน (Organizer)** หมายถึง ผู้ให้บริการดำเนินการจัดงานประชุมองค์กร งานประชุมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติ และดำเนินการจัดงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการขายภายใต้นโยบายด้านการตลาดของลูกค้า หรือผู้ที่ว่าจ้างให้ดำเนินการจัดงาน

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย / ลงใน ( ) หรือ ☐ หรือระบุข้อความลงในช่องว่าง

ส่วนที่ 1. ข้อมูลส่วนตัวของผู้รับบริการดำเนินการจัดงาน จากธุรกิจรับจัดงาน (User)

1. ท่านใช้บริการ Organizer ในนามองค์กรหรือบุคคลทั่วไป ( ) องค์กร ( ) บุคคลทั่วไป

2. เพศ ( ) ชาย ( ) หญิง

2. อายุ ( ) 18 - 24 ปี ( ) 25 – 30 ปี ( ) 30 - 34 ปี ( ) 35 – 44 ปี
( ) 45 - 54 ปี ( ) 55 ปีขึ้นไป

3. ศาสนา ( ) พุทธ ( ) คริสต์ ( ) อิสลาม ( ) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

4. ระดับการศึกษาสูงสุด ( ) มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า ( ) มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.
( ) อนุปริญญา/ปวส. ( ) ปริญญาตรี ( ) ปริญญาโท ( ) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

5. ตำแหน่งงานของผู้ให้ข้อมูล.....

6. ประเภทของหน่วยงาน

( ) บริษัทเอกชน ( ) องค์กรภาครัฐ ( ) สมาคม ( ) สถานศึกษา ( ) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

7. จังหวัดที่ตั้งของหน่วยงาน

( ) สงขลา ( ) สตูล ( ) ปัตตานี ( ) ยะลา ( ) นราธิวาส ( ) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

8. จำนวนพนักงานในหน่วยงาน

( ) ต่ำกว่า 10 คน ( ) 11-20 คน ( ) 21-50 คน ( ) 50-100 คน ( ) มากกว่า 100 คน

9. รูปแบบในการจัดกิจกรรม (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ 1. จัดประชุม (Meetings)
☐ 2. การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentives)
☐ 3. การจัดประชุมนานาชาติ (Conventions)
☐ 4. จัดแสดงงานสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitions)
☐ 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

10. เหตุผลที่เลือกใช้บริการ Organizer (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ 1. มีต้นทุนการดำเนินงานต่ำกว่าดำเนินงานเอง
☐ 2. ลดความเสี่ยงของการเกิดความผิดพลาด ในทุกๆขั้นตอนของการจัดงาน
☐ 3. ไม่มีพนักงานที่เชี่ยวชาญในการดำเนินการจัดงาน
☐ 4. มีจำนวนพนักงานไม่เพียงพอสำหรับการดำเนินการจัดงาน
☐ 5. ไม่มีสถานที่ อุปกรณ์ และเทคโนโลยี เพียงพอสำหรับดำเนินการจัดงาน
☐ 6. ได้รับการนำเสนอส่วนลด หรือบริการเพิ่มเติมจาก Organizer
☐ 7. เคยใช้บริการ Organizer ตั้งแต่ครั้งแรกที่จัดงาน และใช้บริการมาตลอด
☐ 8. คาดหวังว่า Organizer จะช่วยแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าระหว่างการจัดงานให้ท่านได้
☐ 9. การใช้บริการ Organizer สามารถเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดให้ธุรกิจของท่านได้
☐ 10.การใช้บริการ Organizer สามารถเพิ่มภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรของท่านได้

11. ลักษณะการใช้บริการ Organizer (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ 1. ใช้บริการพื้นที่/สถานที่จัดประชุม สัมมนา จัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ
☐ 2. ใช้บริการอุปกรณ์ในการดำเนินงานจัดงาน

☐ 3. ใช้บริการพนักงานของ Organizer เป็นผู้ดำเนินงานและประสานงานการจัดงาน

☐ 4. ใช้บริการสถานที่ พร้อมอุปกรณ์ในการดำเนินงาน และมีพนักงานของ Organizer เป็นผู้ดำเนินงาน และประสานงานการจัดงาน

☐ 5. ใช้บริการด้านการขนส่ง (Logistic)

☐ 6. ใช้บริการบริษัทผู้ให้บริการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (DMC)

12. การใช้บริการ Organizer ส่งผลดีต่อการดำเนินธุรกิจ หรือการดำเนินงานของท่านด้านใดบ้าง (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ 1. ด้านการเงิน (สารมารถลดรายจ่าย และเพิ่มรายได้จากกลุ่มลูกค้าใหม่)

☐ 2. ด้านภาพลักษณ์ (สร้างภาพลักษณ์ที่ดีจากผู้เข้าร่วมงานได้ / สร้างคุณค่าให้กับลูกค้าได้)

☐ 3. ด้านกระบวนการทำงานภายในองค์กร (การบริหารโครงการสำหรับการดำเนินการจัดงานเกิดประสิทธิภาพ)

☐ 4. ด้านองค์ความรู้ของพนักงาน (พนักงานในหน่วยงานของท่านได้รับความรู้จากผู้ประกอบการ Organizer)

☐ 5. ด้านอื่นๆ (โปรดระบุ).....

13. ค่าใช้จ่ายโดย<u>เฉลี่ยต่อครั้ง</u> ในการว่าจ้าง Organizer

( ) ต่ำกว่า 20,000 บาท ( ) 20,001-50,000 บาท ( ) 50,001-100,000 บาท

( ) 100,001-200,000 บาท ( ) 200,001-500,000 บาท ( ) มากกว่า 500,001 บาท

14. ความถี่<u>โดยเฉลี่ย</u> ในการใช้บริการ Organizer ต่อปี

( ) 1-3 ครั้ง ต่อปี ( ) 4-6 ครั้ง ต่อปี ( ) มากกว่า 6 ครั้ง ต่อปี

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นที่มีต่อคุณลักษณะของผู้ประกอบการ Organizer

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ╱ ลงในช่อง “ระดับความสำคัญ” ที่ท่านเห็นว่าคุณลักษณะของผู้ประกอบการ Organizer ข้อนั้นๆ<u>สำคัญจริง</u>และตรงตามความเห็นของท่านมากที่สุด

5 = สำคัญมากที่สุด **4**= สำคัญมาก **3**= สำคัญปานกลาง **2**=สำคัญน้อย **1**= สำคัญน้อยที่สุด

รายการประเมินคุณลักษณะของ Organizer	ระดับความสำคัญ				
	5	4	3	2	1
1. อดทนในการทำงานภายใต้ความกดดันสูง	5	4	3	2	1
2. กล้าเสี่ยง	5	4	3	2	1
3. บุคลิกภาพน่าเชื่อถือ	5	4	3	2	1
4. ช่างสังเกตและใส่ใจรายละเอียด	5	4	3	2	1
5. ตรงต่อเวลา	5	4	3	2	1
6. มีความคิดสร้างสรรค์	5	4	3	2	1
7. มีประสบการณ์ทำงานในการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	5	4	3	2	1
8. มีนวัตกรรม	5	4	3	2	1
9. มีความสม่ำเสมอและใฝ่ใจในการเรียนรู้เพิ่มเติมอยู่เสมอ	5	4	3	2	1

10. สามารถใช้เทคโนโลยีในกระบวนการทำงาน	5	4	3	2	1
11 มีทักษะที่ฝึกฝนจนชำนาญ	5	4	3	2	1
12. มีการวางแผนงาน และมีกระบวนการทำงาน	5	4	3	2	1
13. สามารถใช้ภาษาอังกฤษระดับสูงในการสื่อสาร	5	4	3	2	1
14. มีประสบการณ์ทำงานในการจัดประชุมและประชุมนานาชาติ	5	4	3	2	1
15. มีประสบการณ์ทำงานในการจัดนิทรรศการ และการแสดงสินค้า	5	4	3	2	1
16. มีจิตบริการ	5	4	3	2	1
17. มีไหวพริบและไวต่อสิ่งแวดล้อมรอบด้าน	5	4	3	2	1
18. มุ่งมั่นและพยายามที่จะดำเนินธุรกิจให้สำเร็จให้ได้	5	4	3	2	1
19. กล้าการตัดสินใจได้ในภาวะวิกฤต	5	4	3	2	1
20. มุ่งเน้นความพึงพอใจของลูกค้า	5	4	3	2	1
21. เตรียมพร้อมในการทำงานล่วงหน้า	5	4	3	2	1
22. คาดการณ์ปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้ล่วงหน้า	5	4	3	2	1
23. ซื่อสัตย์สุจริต	5	4	3	2	1
24. รับผิดชอบต่องานในหน้าที่ และการปฏิบัติตน รวมถึงผู้ใช้บริการ	5	4	3	2	1
25. มีสำนึกด้านความแตกต่างทางวัฒนธรรม	5	4	3	2	1
26. อุทิศตนให้กับงาน	5	4	3	2	1
27. รักงานบริการ	5	4	3	2	1
28. สามารถสื่อสารอย่างมีชั้นเชิง จูงใจ ชัดเจน เหมาะสมกับพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรมของผู้รับสาร	5	4	3	2	1
29. มีเครือข่ายส่วนตัว และเครือข่ายวิชาชีพในอุตสาหกรรมการจัดประชุม การแสดงสินค้าและนิทรรศการ	5	4	3	2	1
30. มีความสามารถในการทำงานเป็นทีม	5	4	3	2	1

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นที่มีต่อแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา

1. คุณลักษณะเด่นแบบใดของ Organizer ที่ท่านเลือกพิจารณาเป็นอันดับต้นๆก่อนว่าจ้าง

.....

.....

2. ท่านคิดว่าคุณลักษณะด้านใด ที่จำเป็นต้องพัฒนาสำหรับผู้ประกอบการ Organizer ในปัจจุบัน

.....

.....

3. ท่านคิดว่าปัญหาและอุปสรรคในการใช้บริการ Organizer มีสิ่งใดบ้าง และท่านแก้ไขปัญหาเหล่านั้นด้วยวิธีใด

.....

.....

ขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงในการสละเวลาเพื่อตอบแบบสอบถามฉบับนี้อย่างสมบูรณ์

นางสาวพรณพรรษ หนูดี (ผู้วิจัย)

ภาคผนวก ข
ตารางผลการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ผลการวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น Reliability ของข้อคำถามตามแบบสอบถามในส่วนที่ 2 การประเมินปัจจัยคุณลักษณะเฉพาะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา ได้ค่าความเชื่อมั่นเป็น 0.752

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.744	.752	30

2. ผลการการทดสอบค่าสถิติของบาร์ทเลท (Bartlett's Test of Sphericity) ได้ค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.00 และสำหรับค่า Kaiser-Meyer-Olkin Measure ที่ใช้วัดความเหมาะสมของข้อมูลในการใช้วิธีวิเคราะห์องค์ประกอบ มีค่า 0.716

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.716
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	2376.177
	df	435
	Sig.	.000

3. ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติสำหรับแต่ละ Factor สกัดปัจจัยโดยวิธี Principal Componant จากปัจจัย 30 ปัจจัย ได้เป็นองค์ประกอบใหม่จำนวน 5 องค์ประกอบ

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared	
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance
1	4.650	15.499	15.499	4.650	15.499
2	3.970	13.234	28.733	3.970	13.234
3	2.616	8.720	37.452	2.616	8.720
4	1.740	5.798	43.251	1.740	5.798
5	1.641	5.469	48.720	1.641	5.469
6	.968	4.806	53.526		
7	.951	4.334	57.860		
8	.844	3.774	61.635		
9	.791	3.518	65.153		
10	.696	3.228	68.381		
11	.653	3.171	71.552		
12	.643	2.812	74.363		
13	.564	2.635	76.999		
14	.501	2.320	79.319		
15	.481	2.175	81.494		
16	.434	2.144	83.638		
17	.402	1.879	85.517		
18	.392	1.669	87.186		
19	.370	1.605	88.791		
20	.354	1.446	90.236		
21	.315	1.340	91.576		
22	.278	1.306	92.882		
23	.242	1.235	94.117		
24	.226	1.179	95.296		
25	.217	1.041	96.337		
26	.213	.888	97.225		
27	.201	.807	98.032		
28	.186	.752	98.785		
29	.179	.710	99.495		
30	.151	.505	100.000		

4. ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติ การถดถอยพหุคูณเมื่อให้คะแนนความพึงพอใจที่มีต่อปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานเป็นตัวแปรตาม โดยเลือกใช้ตัวแปรพยากรณ์ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สามารถแสดงรายละเอียดได้ดังนี้

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.794[a]	.553	.453	.48073	.482	16.580	5	89	.000

a. Predictors: (Constant), REGR factor score 5 for analysis 2, REGR factor score 1 for analysis 2, REGR factor score 2 for analysis 2, REGR factor score 3 for analysis 2, REGR factor score 4 for analysis 2

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	19.158	5	3.832	16.580	.000[b]
	Residual	20.568	89	.231		
	Total	39.726	94			

a. Dependent Variable: BP

b. Predictors: (Constant), REGR factor score 5 for analysis 2, REGR factor score 1 for analysis 2, REGR factor score 2 for analysis 2, REGR factor score 3 for analysis 2, REGR factor score 4 for analysis 2

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.779	.073		51.628	.000
	REGR factor score 1 for analysis 2	.340	.077	.387	4.416	.000
	REGR factor score 2 for analysis 2	.093	.053	.137	1.747	.084
	REGR factor score 3 for analysis 2	.266	.044	.507	6.051	.000
	REGR factor score 4 for analysis 2	.044	.058	.066	.771	.443
	REGR factor score 5 for analysis 2	.227	.062	.297	3.658	.000

a. Dependent Variable: BP

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล นางสาวพรณพรรษ หนูดี

รหัสประจำตัวนักศึกษา 5410521074

วุฒิการศึกษา	ชื่อสถาบัน	ปีที่สำเร็จการศึกษา
ปริญญาสารสนเทศศาสตรบัณฑิต (ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ)	มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์	2551

การตีพิมพ์เผยแพร่ผลงาน

พรณพรรษ หนูดี. 2558. คุณลักษณะของผู้ประกอบการธุรกิจรับจัดงานที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานในอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา.