

การประยุกต์ใช้แนวคิดการจัดการคุณภาพเพื่อสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันของ จุดหมายปลายทางการจัดงานไมซ์สำหรับผู้จัดงาน

Applying the Concept of Quality Management to Build Competitiveness of MICE Destinations for MICE Organizers

◆ ศตายุ ร่มเย็น

อาจารย์ศูนย์วิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในภาคใต้ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
Satayu Romyen

Lecture of Research Centre for MICE Industry Development in Southern Thailand,
Faculty of Management Sciences, Prince of Songkla University. E-mail: satayu.r@psu.ac.th

◆ เกดศิริ เจริญวิศาล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ร้อยโทหญิง ดร., สาขาวิชาการจัดการโรงแรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
Kaedsiri Jaroenwisan

Asst. Prof. Lt. Dr. Hotel Management, Faculty of Management Science, Silpakorn University.
E-mail: kaedsiri@ms.su.ac.th

Received: March 24, 2022; Revised: May 27, 2022; Accepted: July 29, 2022

Abstract

This academic paper aims to present the process of developing MICE destinations for organizers through an analysis of qualitative management principles in the Deming Cycle (PDCA) which is a tool used to create operational processes to achieve goals and to develop competitiveness. It is used to analyze the satisfaction of the organizers who have the potential to support the MICE event at the destination. which is the factor that results in the success of the goals set and the marketing mix concept that plays a role in the marketing strategy to effectively meet the needs of the organizers. Therefore, this concept is considered an important idea to determine the direction of the MICE destinations development, to create competitiveness for the destination and impress leading to the return of the event again. Any destination that is interested in driving the MICE industry to the area, whether it is a MICE city or a destination that is ready to support MICE events, can apply the development process in planning. Strategic design, assessment and follow-up to achieve effective results, to add value during operations to become a new competitive capability in the future.

Keywords: Development, Destination, Satisfaction, Marketing Mix

บทคัดย่อ

บทความวิชาการฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเสนอแนวทางพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันของจุดหมายปลายทางการจัดงานไมซ์สำหรับผู้จัดงาน ผ่านการนำหลักการบริหารจัดการเชิงคุณภาพแบบต่อเนื่องตามวงจรเดมมิง (Deming Cycle) หรือ PDCA ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการสร้างกระบวนการดำเนินงานให้บรรลุตามเป้าหมาย และพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันนั้นๆ มาประยุกต์ใช้เพื่อวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้จัดงานที่มีต่อศักยภาพในการรองรับการจัดงานไมซ์ในจุดหมายปลายทางซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดความสำเร็จในเป้าหมายที่วางไว้ ตลอดจนวิเคราะห์แนวคิดส่วนประสมทางตลาดที่มีบทบาทในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้จัดงานให้ออกมาอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้นจึงถือเป็นแนวคิดที่สำคัญในการกำหนดแนวทางพัฒนาจุดหมายปลายทางในการจัดงานไมซ์ เพื่อสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันให้กับจุดหมายปลายทางและสร้างความประทับใจอันนำไปสู่การกลับมาจัดงานใหม่อีกครั้ง ทั้งนี้จุดหมายปลายทางที่สนใจในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ให้กับพื้นที่ไม่ว่าจะเป็นไมซ์ซิตี้ หรือ จุดหมายปลายทางที่มีความพร้อมทางด้านการรองรับการจัดงานไมซ์ สามารถนำกระบวนการพัฒนาดังกล่าวไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนออกแบบกลยุทธ์ ตรวจสอบ และ ติดตามผลให้ได้ผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพ เพื่อเพิ่มคุณค่าระหว่างการดำเนินงานให้เป็นขีดความสามารถในการแข่งขันรูปแบบใหม่ต่อไปในอนาคต

คำสำคัญ : การจัดการคุณภาพ, ขีดความสามารถทางการแข่งขัน, จุดหมายปลายทางไมซ์

บทนำ

การจัดงานไมซ์เป็นการจัดงานที่ครอบคลุม 4 องค์ประกอบหลักในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้แก่ การจัดประชุมองค์กร การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล การประชุมนานาชาติหรือการประชุมขนาดใหญ่ของกลุ่มสายอาชีพ หรือสมาคมเดียวกัน และการจัดงานนิทรรศการ อีกทั้งยังรวมไปถึงการจัดงานแสดงสินค้าและการจัดงานเมกาอีเวนต์ต่างๆ (Ngammak, 2020; Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization), 2018) การจัดงานไมซ์ดังกล่าวสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศได้อย่างมหาศาล อีกทั้งสร้างงาน สร้างรายได้ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เมืองนั้นๆ ได้เป็นอย่างดี (Ngammak, 2020) จากเหตุผลดังกล่าวทำให้หลากหลายจุดหมายปลายทางมีความต้องการ ในการพัฒนาเมืองให้มีขีดความสามารถทางการแข่งขันในการรองรับการจัดงานไมซ์ที่มีประสิทธิภาพ และหากกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้จัดงานและเจ้าของงานระดับโลกอย่างแท้จริง อันนำมาซึ่งการสร้าง ความประทับใจ และความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการขับเคลื่อนจุดหมายปลายทางในการจัดงานไมซ์อย่างยั่งยืน (Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization), 2021) ซึ่งจากความต้องการของจุดหมายปลายทางดังกล่าวมีความสัมพันธ์กับบริบทแนวคิดทางด้านความพึงพอใจที่มีหลักคิดในการก่อเกิดความประทับใจ และเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จ การตอบสนองต่อความ

ต้องการและการบรรลุเป้าหมายที่กลุ่มลูกค้าได้กำหนดไว้ (Panmanee, 2003) จึงทำให้ความพึงพอใจเป็นปัจจัยที่สำคัญในการพิจารณากระบวนการพัฒนาจุดหมายปลายทางในการจัดงานไมซ์ผ่านมุมมองของผู้จัดงาน

อีกทั้งแนวคิดทางด้านส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งมุ่งเน้นการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่สร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันให้กับบริการ โดยการกำหนดองค์ประกอบต่างๆ จะมีความแตกต่างกันไปในบริบทที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นการมุ่งเน้นการสร้างคุณค่าและเป็นเอกลักษณ์ให้กับบริการนั้นๆ (Neamhom, 2017; Sereerat, & Laksitanonsuporn, 1998; Kotler, 1997) ดังนั้นการสร้างแนวทางพัฒนาจุดหมายปลายทางในการจัดงานไมซ์สำหรับผู้จัดงานให้มีความเหมาะสมต้องคำนึงถึงบริบทที่เกี่ยวข้อง จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับแนวทางพัฒนาจุดหมายปลายทางในการจัดงานไมซ์พบว่า งานวิจัยส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นการหาความพึงพอใจ และการสร้างขีดความสามารถทางการตลาดในการแข่งขันผ่านมุมมองของผู้เข้าร่วมงาน หรือ นักเดินทางไมซ์ แต่ในทางกลับกันงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวทางพัฒนาจุดหมายปลายทางในการจัดงานไมซ์ที่ผ่านมุมมองของผู้จัดงานยังมีจำนวนน้อย

ดังนั้นการพัฒนาจุดหมายปลายทางในการจัดงานไมซ์ที่ตอบโจทย์แก่ผู้จัดงาน จำเป็นต้องสร้างกระบวนการแผนงานที่ชัดเจน ซึ่งเป็นระบบสามารถวัดผลและติดตามผลได้อย่างมีคุณภาพ เพื่อบรรลุต่อความต้องการของผู้จัดงานอย่างแท้จริง ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า หลักการบริหารจัดการเชิงคุณภาพ PDCA ถือเป็นเครื่องมือในการวางแผนการดำเนินงานมีประสิทธิภาพที่ประกอบด้วย 4 ขั้นตอนหลัก ได้แก่ วางแผน ทำตามแผน ตรวจสอบ และดำเนินการที่สามารถนำไปวิเคราะห์ร่วมกับแนวคิดต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับผลลัพธ์ที่วางไว้ สู่การสร้างความสำเร็จเปรียบกับการดำเนินการนั้นๆ จึงทำให้บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาจุดหมายปลายทางในการจัดงานไมซ์ ทางด้านความพึงพอใจ และส่วนประสมทางการตลาด ผ่านการวิเคราะห์หลักการบริหารจัดการเชิงคุณภาพแบบต่อเนื่องตามวงจรเดมมิง (Deming Cycle) หรือ PDCA เพื่อเป็นกระบวนการพัฒนาจุดหมายปลายทางในการจัดงานไมซ์ผ่านมุมมองของผู้จัดงานอย่างยั่งยืน

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการคุณภาพ โดยใช้ PDCA

การบริหารคุณภาพเป็นกระบวนการทำงานที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าเพื่อสร้างความประทับใจ และความเชื่อมั่น อันนำไปสู่การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าทั้งภายในและภายนอก ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ 1. การบริหารคุณภาพ เป็นการกำหนดการดำเนินการในภาพรวมจากผู้บริหารระดับสูง 2. การจัดการคุณภาพ เป็นการกำหนดเป้าหมายคุณภาพในการดำเนินงานโดยอ้างอิงจากนโยบายคุณภาพ และนำไปประยุกต์เป็นแผนคุณภาพ โดยผู้บริหารระดับรองลงมา และ 3. การดำเนินการให้เกิดคุณภาพ เป็นการดำเนินงานตามแผนคุณภาพที่กำหนดไว้ ซึ่งต้องมีการตรวจสอบ ติดตาม แก้ไข ปรับปรุง และป้องกันตามแนวทางที่วางไว้ ซึ่งการบริหารจัดการการประกันคุณภาพการศึกษาจะสำเร็จตามเป้าหมายที่คาดหวังได้อย่างมี

ประสิทธิภาพได้นั้น ต้องมีหลักการบริหารจัดการเชิงคุณภาพแบบต่อเนื่องตามวงจรเดมมิง (Deming Cycle) หรือ PDCA ซึ่งสามารถอธิบายองค์ประกอบได้ (Boonfu & Kanchanawong, 2012; Deming, 1986) ดังนี้

1. P ย่อมาจาก Plan หรือ การวางแผน เป็นการหาองค์ประกอบที่สำคัญของปัญหา ผ่านการระดมความคิด หาสาเหตุจากปัญหา กำหนดวิธีการแก้ไข วางแผนแนวทางการดำเนินการ กำหนดการตรวจสอบ และวางแผนการประเมินผลที่ครอบคลุมด้านการกำหนดปัญหาเป้าหมายที่ต้องการแก้ไข เก็บรวบรวมข้อมูลในการวิเคราะห์ สรุปปัญหาการกำหนดทางเลือก และเลือกวิธีแก้ปัญหาที่เหมาะสม ซึ่งทั้งหมดนี้ถือเป็นส่วนประกอบที่สำคัญในการวางแผนเริ่มต้นของการดำเนินงาน

2. D ย่อมาจาก Do หรือ การทำตามแผน เป็นการปฏิบัติตามแผนดำเนินงานที่กำหนดไว้ ซึ่งผู้ปฏิบัติงานต้องมีความเข้าใจและความตระหนักของแผนที่กำหนดไว้ อีกทั้งทรัพยากรที่นำมาใช้ในการดำเนินงานต้องเป็นไปตามที่แผนกำหนดไว้ หากการดำเนินงานไม่เป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้อาจจะต้องมีการปรับเปลี่ยน หรือแก้ไขแผนใหม่ และยึดเป็นแผนในการดำเนินงานต่อไป

3. C ย่อมาจาก Check หรือ การตรวจสอบ เป็นกระบวนการตรวจสอบการดำเนินงานที่ได้ปฏิบัติตามแผนว่ามีการแก้ไขปัญหาก็ถูกจุดหรือไม่ ซึ่งหากผลการตรวจสอบไม่เป็นไปตามเป้าหมายอาจเป็นผลที่เนื่องมาจากการแนวทางแก้ไขที่ไม่ตรงจุด การไม่ดำเนินการตามแผนที่วางไว้อย่างเคร่งครัด หรือ การประยุกต์ใช้เทคนิคที่ไม่เหมาะสม

4. A ย่อมาจาก Action หรือ การดำเนินการให้เหมาะสม เป็นกระบวนการสุดท้ายที่นำผลจากการตรวจสอบมาดำเนินการต่อไปให้เกิดความเหมาะสมในการดำเนินงาน

ซึ่งหลักการบริหารจัดการเชิงคุณภาพถือเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์สถานการณ์ การสร้างสรรค์กระบวนการที่แปลกใหม่ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเป็นระบบ ซึ่งครอบคลุม 4 มิติที่สำคัญ ดังนั้นเพื่อให้กระบวนการพัฒนาจุดหมายปลายทางในการจัดงานไมซ์สำหรับผู้จัดงาน ถูกออกแบบให้เหมาะสมกับสถานที่จัดงานไมซ์ต่างๆ ทั้งเมืองที่เป็นไมซ์ซิตี้ หรือเมืองที่มีศักยภาพในการรองรับการจัดงานไมซ์ จึงควรนำมาประยุกต์เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ เพื่อตอบโจทย์สำหรับผู้จัดงานอย่างแท้จริง ผ่านตัวแปรปัจจัยที่สำคัญต่างๆ อาทิ ปัจจัยด้านความพึงพอใจของผู้จัดงานที่มีต่อจุดหมายปลายทาง และการสร้างกลยุทธ์ทางตลาดที่ตอบสนองต่อผู้จัดงาน เป็นต้น อีกทั้งเพื่อให้กระบวนการออกแบบจุดหมายปลายทางในการจัดงานไมซ์มีประสิทธิภาพ จำเป็นต้องคำนึงถึงบริบทของการจัดงานไมซ์และการพัฒนาศักยภาพของจุดหมายปลายทางนั้นๆ

ความหมายและความสำคัญการจัดงานไมซ์

อุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) หรือ หรือธุรกิจไมซ์ เป็นอุตสาหกรรมที่ย่อมาจากตัวอักษรภาษาอังกฤษ 4 ตัว คือ M I C และ E ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้ 1) M ย่อมาจาก Meetings หมายถึง การประชุมขององค์กร หรือกลุ่มบุคคล เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็น และ ความสัมพันธ์ภายในองค์กร ซึ่งอาจจะมีผู้เข้าร่วมประชุมตั้งแต่หลักสิบถึงหลักหมื่น โดยกำหนดให้องค์กรเป็นเจ้าของงาน 2) I ย่อมาจาก Incentive Travel หมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่ตอบแทนพนักงานที่สามารถทำงานได้บรรลุเป้าหมายที่

องค์กรวางไว้เพื่อสร้างแรงจูงใจในการพัฒนาตนเองให้กับพนักงานต่อไป โดยค่าใช้จ่ายทั้งหมดองค์กรจะเป็นผู้รับผิดชอบ และการเดินทางจะถูกกำหนดไว้อย่างชัดเจน 3) C ย่อมาจาก Conventions หมายถึง การประชุมขนาดใหญ่ของกลุ่มสายอาชีพ หรือสมาคมเดียวกัน เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็นต่างๆ โดยการจัดงาน Conventions จะจัดขึ้นโดยสมาคม สมาพันธ์ต่างๆ ซึ่งมีจำนวนตั้งแต่หลักร้อยถึงหลักหมื่นคน และ 4) E ย่อมาจาก Exhibitions หมายถึง งานนิทรรศการ หรือ งานแสดงสินค้าเป็นแหล่งในการนำเสนอสินค้า นวัตกรรม หรือ การบริการต่างๆ อันนำมาซึ่งจุดมุ่งหมายในการเจรจาธุรกิจภายในงาน ทั้งในรูปแบบผู้บริโภคร่วมกับผู้ประกอบการ หรือ ผู้ประกอบการกับผู้ประกอบการกันเอง อีกทั้ง E ยังรวมถึงการจัดงาน Trade Show งาน Trade fair และงาน Mega event ซึ่งเป็นงานที่จะสร้างผลกระทบขนาดใหญ่เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักในระดับนานาชาติอีกด้วย (Ngammak, 2020; Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization), 2018) ซึ่งสอดคล้องกับ Soonsan, Prawram, Krootsong and Kongjam (2017) ที่กล่าวว่า อุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) เป็นอุตสาหกรรมที่ประกอบด้วย 4 ส่วนสำคัญ ได้แก่ การประชุมองค์กร การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การประชุมวิชาชีพ และงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจควบคู่ไปกับธุรกิจต่างๆ อาทิ ธุรกิจสถานที่จัดงาน ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจโฆษณา ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจการขนส่งสินค้า ธุรกิจจัดบูธและจัดเวที ผู้จัดการด้านแหล่งท่องเที่ยวปลายทางมืออาชีพ และธุรกิจผู้จัดงานประชุมมืออาชีพ เป็นต้น ดังนั้นการจัดงานไมซ์ หมายถึง การจัดงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ทั้ง 4 องค์ประกอบที่กล่าวมาข้างต้น

จากความหมายที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปได้ว่าการจัดงานไมซ์ถือเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานต่างๆ ทั้งหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของเมือง หรือหน่วยธุรกิจภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องในการผลักดันองค์กรให้มีการเติบโตตามกาลเวลาและยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับพื้นที่นั้นๆ จึงทำให้ธุรกิจการจัดงานไมซ์มีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง สร้างรายได้มหาศาลให้กับประเทศ สร้างงาน สร้างรายได้ให้กับคนในพื้นที่ และสร้างภาพลักษณ์ให้กับจุดหมายปลายทางที่มีการจัดงานนั้นๆ (Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization), 2018) ซึ่งหน่วยงานที่สำคัญในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย คือ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2547 เป็นหน่วยงานในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ในทุกๆ ด้านของประเทศไทยให้มีขีดความสามารถทางการแข่งขันในระดับโลก (Ngammak, 2020)

ด้วยทรัพยากรสิ่งอำนวยความสะดวกในการจัดงานไมซ์ที่เพียบพร้อมของแต่ละพื้นที่ในประเทศไทย ทำให้ สสปน. ได้ผลักดันหัวเมืองต่างๆ สูการเป็นเมืองไมซ์ซิตี้ โดยเริ่มต้นจาก 5 เมืองไมซ์ซิตี้ ได้แก่ กรุงเทพมหานคร พัทยา เชียงใหม่ ภูเก็ต และ ขอนแก่น ซึ่งเป็นหัวเมืองสำคัญในการผลักดันการจัดงานไมซ์ในแต่ละภูมิภาค ต่อมาด้วยการเติบโตของอุตสาหกรรมไมซ์ที่พัฒนาเศรษฐกิจภายในพื้นที่อย่างรวดเร็ว ส่งผลให้เกิดความสนใจจากจังหวัดต่างๆ ที่มีความพร้อมในการรับการจัดงานไมซ์ และขอรับรองเป็นเมือง

ไมซ์ซิตี้จาก สสพ. จึงนำมาซึ่งการประกาศเป็นเมืองไมซ์ซิตี้เพิ่มเติม 5 จังหวัด ในปี พ.ศ. 2563 – 2564 ได้แก่ สงขลา และนครราชสีมา อุตรธานี พิษณุโลก และสุราษฎร์ธานี ซึ่งถือเป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในแต่ละพื้นที่ให้ดำเนินการไปอย่างยั่งยืน อีกทั้งด้วยความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกในการจัดงานไมซ์ อาทิ การเข้าถึงสถานที่จัดงาน สถานที่พัก สถานที่จัดประชุม และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทางหน่วยงานในพื้นที่ช่วยในการสนับสนุนการจัดงาน ทำให้ประเทศไทยถูกจัดเป็นอันดับ 4 ของเอเชียทางด้านการจัดงานประชุมนานาชาติในไตรมาสที่ 2 ของปี 2562 ซึ่งมีการจัดประชุมนานาชาติทั้งหมด 193 ประชุม สร้างรายได้ให้กับประเทศสูงถึง 5 หมื่นล้านบาท (Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization), 2019) แต่อย่างไรก็ตามแม้ว่าจะมีเพียง 10 จังหวัดที่ได้รับรองเป็นไมซ์ซิตี้ที่กล่าวมาข้างต้น แต่ยังมีจุดหมายปลายทางอื่นๆ ที่ไม่ใช่ไมซ์ซิตี้ยังมีขีดความสามารถในการรองรับการจัดงานไมซ์ภายในพื้นที่

ดังนั้นการสร้างความโดดเด่นให้จุดหมายปลายทางในการจัดงานไมซ์ต่างๆ นักวิจัยหลายท่านให้ความสนใจมุ่งเน้นในการสร้างภาพลักษณ์ ค้นหาอัตลักษณ์ของเมืองและแนวทางการพัฒนา ศักยภาพของจุดหมายปลายทางในการจัดงานไมซ์ที่เหมาะสม เพื่อเป็นจุดเด่นในการดึงดูดนักท่องเที่ยวไมซ์ หรือผู้จัดงานไมซ์มาจัดในเมืองต่างๆ อันนำมาซึ่งการสร้างรายได้ สร้างงานให้กับคนในพื้นที่ที่เกี่ยวข้อง ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ สู่การขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยอุตสาหกรรมไมซ์อย่างยั่งยืน

แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพของเมืองในการรองรับการจัดงานไมซ์

ศักยภาพ คือ ความสามารถสูงสุดที่บุคคล หรือสถานที่นั้นๆ สามารถกระทำได้ ซึ่งตามพระราชบัญญัติสถาน (2542) ได้นิยามคำว่าศักยภาพ คือ ลักษณะหรือคุณสมบัติแฝงที่อยู่ในสิ่งต่างๆ ซึ่งสามารถพัฒนาปรากฏให้เห็นได้ ดังนั้นศักยภาพของเมืองในการรองรับการจัดงานไมซ์ จึงเป็นความสามารถสูงสุดที่จุดหมายปลายทางสามารถรองรับการจัดงานไมซ์ได้ แต่อย่างไรก็ตามแม้ว่าแต่ละ เมืองจะมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียบพร้อมในการรองรับการจัดงานต่างๆ แต่ไม่ได้หมายความว่าเมือง ดังกล่าวจะไม่สามารถรองรับการจัดงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น สสพ. จึงได้กำหนดหลักเกณฑ์ในการประเมินเมืองไมซ์ซิตี้ เพื่อเป็นกรอบในการพิจารณาจุดหมายปลายทางที่มีประสิทธิภาพในการรองรับการจัดงานไมซ์ (Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization), 2021) โดยมีเกณฑ์แบ่งออกเป็น 8 ด้าน ได้แก่

1) ความสะดวกในการเข้าสู่เมืองและสถานที่จัดงาน ถือเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างยิ่ง เนื่องด้วยการรองรับการจัดงานไมซ์ต่างๆ โดยเฉพาะงานระดับนานาชาติจำเป็นต้องอำนวยความสะดวกให้กับผู้มาเยือน ไม่ก่อให้เกิดการสับสนในการเดินทาง และไม่เป็นการเพิ่มภาระในการจัดงาน ดังนั้นเมืองควรมีสถานมบินนานาชาติตั้งอยู่ภายในเมืองและไม่ไกลจากสถานที่จัดงาน หรือสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ

2) การสนับสนุนการจัดงานไมซ์จากจุดหมายปลายทางที่จัดงาน ต้องมีการสนับสนุนจากทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคการศึกษา และภาคประชาชน รวมไปถึงผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์เพื่อเอื้ออำนวยความสะดวกให้กับผู้จัดงาน อาทิ การให้ความสะดวกในการจราจร และ

สาธารณูปโภคเบื้องต้นในการจัดงาน เป็นต้น อีกทั้งการสนับสนุนการจัดงานไมซ์ ควรครอบคลุมการสร้างคุณภาพในการจัดงานไมซ์ที่ครอบคลุมทั้ง 4 รูปแบบ เพื่อสร้างความประทับใจให้กับผู้จัดงาน

3) กิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือจากการประชุม จุดหมายปลายทางต้องมีความหลากหลายและคุณภาพของสถานที่ท่องเที่ยว แหล่งช้อปปิ้ง สถานที่สร้างสรรค์ทางสังคม และเครือข่ายเพื่อเพิ่มโอกาสในการติดต่อทางธุรกิจไมซ์ ซึ่งเป็นกิจกรรมไว้นักเดินทางไมซ์ หรือผู้จัดงานได้ทำกิจกรรมภายหลังการเข้าร่วมงาน หรือการจัดงานของตน ตลอดจนเพื่อเป็นสถานที่ในการรับรองแขก VIP หลังการประชุม

4) ที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวก มุ่งเน้นสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรมเป็นหลัก ทั้งทางด้านมาตรฐานในการรองรับ คุณภาพการให้บริการ หรืออาหาร เพราะการที่นักเดินทางไมซ์ หรือการมีงานมาจัดภายในจุดหมายปลายทาง ที่พักถือเป็นประตูหน้าด่านที่จะสร้างความประทับใจให้ตลอดช่วงเวลาที่มาพักอาศัยได้เป็นอย่างดี

5) สถานที่จัดงานและสิ่งอำนวยความสะดวก ต้องมีความพร้อมในการจัดงานทุกรูปแบบทั้งทางด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในการจัดงาน ขนาดที่เพียงพอในการรองรับการจัดงาน สถานที่จัด กิจกรรมพิเศษ มาตรฐานของสถานที่จัดงาน ประสิทธิภาพในการให้บริการ ความปลอดภัยของสถานที่จัดงาน ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับผู้จัดงานเป็นอย่างมาก เพื่อตอบสนองต่อการจัดงานได้อย่างสมบูรณ์แบบ

6) ภาพลักษณ์และความมีชื่อเสียงของเมือง ซึ่งบ่อยครั้งที่การตัดสินใจในการเลือกเมืองเป็นจุดหมายในการจัดงานต่างๆ คือ ภาพลักษณ์ของเมือง ความมีชื่อเสียง และ ประสบการณ์ในการจัดงานต่างๆภายในเมือง เพื่อเป็นตัวการันตีในการจัดงานออกมาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

7) สภาพแวดล้อมของเมืองถือเป็นหน้าตาของเมืองที่ผู้เข้ามาเยือนจะได้สัมผัสเป็นอย่างแรก ดังนั้นโครงสร้างพื้นฐานในการรองรับการจัดงานไมซ์ของเมืองมีความจำเป็นต้องมี อาทิ สถานีขนส่งสาธารณะ สถานีรถไฟ จุดกระจายสัญญาณ wifi และระบบการบริหารจัดการของเสียของเมือง เป็นต้น อีกทั้งความมั่งคั่งของเมือง และสภาพภูมิอากาศของเมืองที่ดีจะเป็นปัจจัยที่สร้างความดึงดูดในการมาจัดงานอีกครั้ง

8) ความเสี่ยงและการบริหารจัดการความเสี่ยง หากผู้จัดงานต้องการเลือกเมืองในการจัดงานต้องมีการบริหารจัดการสาธารณภัยของเมืองที่ดี มีความปลอดภัยในเมืองของผู้เข้าร่วมงาน และมีมาตรการด้านสุขอนามัยของเมืองที่ชัดเจน เพื่อสร้างความมั่นใจและความปลอดภัยให้กับนักเดินทางไมซ์และผู้จัดงาน

ดังนั้นการพัฒนาศักยภาพในการจัดงานไมซ์ในจุดหมายปลายทางการจัดงานไมซ์ให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในการจัดงานไมซ์ของจุดหมายปลายทางที่ตอบสนองต่อการเข้าร่วมงานไมซ์ขั้นพื้นฐานต่างๆ ภายในพื้นที่ซึ่งจำเป็นต้องมีการผสมผสานแนวทาง และหลักเกณฑ์ขั้นพื้นฐานของขีดความสามารถในการรองรับการจัดงานไมซ์ในประเทศไทยทั้ง 8 องค์ประกอบ ในการวิเคราะห์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันผ่านปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้างความประทับใจ ความพึงพอใจ และการสร้างความในการแข่งขันให้กับจุดหมายปลายทาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของMarchoo (2021) ที่นำหลักเกณฑ์ในการประเมินเมืองไมซ์ที่ดีของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและ นิทรรศการจังหวัดสงขลา มาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ศักยภาพของจังหวัดสุราษฎร์ธานีสู่การเป็นเมืองในการรองรับการจัดงานไมซ์ทุกประเภท

แนวคิดความพึงพอใจ (Satisfaction)

แนวคิดความพึงพอใจ (Satisfaction) เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานที่ได้คาดหวังไว้ ซึ่งนักวิจัยหลายท่านต่างให้คำนิยามของความพึงพอใจที่แตกต่างกันไปตามบริบทต่างๆ Panmanee (2003) ได้อธิบายว่า ความพึงพอใจสามารถแบ่งเป็นการรับรู้ความรู้สึกได้ 2 รูปแบบ ทั้งการรับรู้ความรู้สึกที่ดีและการรับรู้ความรู้สึกที่ไม่ดี ซึ่งขึ้นอยู่กับสิ่งที่บุคคลได้รับการตอบสนองต่อความต้องการที่ได้คาดหวังไว้น้อยเพียงใด หากผลลัพธ์ที่ได้ตอบสนองเกินความคาดหวังไว้ จะนำมาซึ่งการสร้างความรู้สึกที่ดี การสร้างความประทับใจ และการกลับมาใหม่อีกครั้ง ในทางกลับกันหากผลลัพธ์ไม่เป็นตามความคาดหวังที่วางไว้จะส่งผลต่อมุมมองของผู้บริโภคที่ไม่ดี ซึ่งสอดคล้องกับ Pattana, Yupin and Jeerasak (2020) ที่กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึก อารมณ์ส่วนบุคคลที่มีต่อการได้รับประสบการณ์การเรียนรู้ที่มาจากแรงจูงใจต่างๆ อันนำไปสู่ความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการและความคาดหวังที่บุคคลได้ตั้งไว้ จึงทำให้หลากหลายคนต่างแสวงหาสิ่งที่ตนต้องการมาตอบสนองต่อความต้องการ อันส่งผลต่อความสุข ความมุ่งมั่น และประสิทธิผลของการดำเนินการต่างๆ สู่เป้าหมายที่ตั้งไว้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยงานวิจัยของ Bauer, Law, Tse and Weber (2007) ได้ศึกษาความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงาน ITU Telecom World 2006 ในประเทศฮ่องกง พบว่า ปัจจัยส่วนใหญ่ที่ผู้เข้าร่วมงานได้ให้ความสำคัญและสร้างความพึงพอใจ คือ การเข้าถึงตัวเมือง ความมั่นคง และความปลอดภัยของเมือง ซึ่งมีความสอดคล้องระหว่างปัจจัยความพึงพอใจและศักยภาพในการรองรับการจัดงานของจุดหมายปลายทางกับงานวิจัยของ Jeong and Kim (2020) ที่พบว่า การที่จุดหมายปลายทางมีการจัดการที่พิกที่เหมาะสม และภาพลักษณ์ ของจุดหมายปลายทางที่มีความปลอดภัยถือเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลต่อการสร้างความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยว

ดังนั้นการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้จัดงานไมซ์ที่เหนือความคาดหวังที่ตั้งไว้ของผู้จัดงาน ถือเป็น การตอบสนองต่อความต้องการที่สำคัญ อันไปสู่การสร้างประทับใจ และแรงจูงใจในการกลับมาจัดงานในครั้งต่อไปในอนาคต ซึ่งสามารถแสดงให้เห็นถึงความสำเร็จของจุดหมายปลายทางนั้นๆ

แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ถือเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด ซึ่งเป็นปัจจัยที่องค์กรสามารถควบคุมและปรับเปลี่ยนตามความเหมาะสมได้ ซึ่งหากกิจการเลือกองค์ประกอบที่เหมาะสมตามบริบท จะนำมาซึ่งการตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย (Neamhom, 2017; Sereerat, & Laksitanonsuporn, 1998; Kotler, 1997) โดย Armstrong, Adam, Denize, Volkov and Kotler (2014) และ Kotler (2003) ได้กำหนดกลยุทธ์ขององค์ประกอบส่วนประสมทางการที่เหมะสมกับธุรกิจบริการออกเป็น 7Ps ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์กับการจัดงานไมซ์ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพทางการแข่งขัน ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) จุดหมายปลายทางมีความเป็นเอกลักษณ์ โดดเด่น การบริการ และการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดงานไมซ์ในพื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ด้านราคา (Price) ค่าใช้จ่ายในการมาจัดงานไมซ์ในจุดหมายปลายทางนั้นๆมีความเหมาะสมต่อราคาที่เราเสียไป อาทิ ราคาที่พัก สถานที่จัดงาน และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เป็นต้น

3. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) การสนับสนุนสิทธิประโยชน์ต่างๆ จากจุดหมายปลายทางนั้นๆ ที่มีให้แก่ผู้จัดงาน อาทิ โปรโมชั่นในการจัดงานภายในเมือง การรักษาความปลอดภัยระหว่างการจัดงาน หรือ งบประมาณสนับสนุนในการจัดงานที่แปลกใหม่ เป็นต้น

4. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หรือ ด้านจุตุยศาสตร์ของจุดหมายปลายทาง ซึ่งจุดหมายปลายทางในการจัดงานไมซ์ต้องมีความสะดวกในการเข้าถึงของผู้เข้าร่วมงาน รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าถึง

5. ด้านทางกายภาพ (Physical environment) ความปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวก และสิ่งแวดล้อมของจุดหมายปลายทางที่เอื้อต่อการจัดงานไมซ์

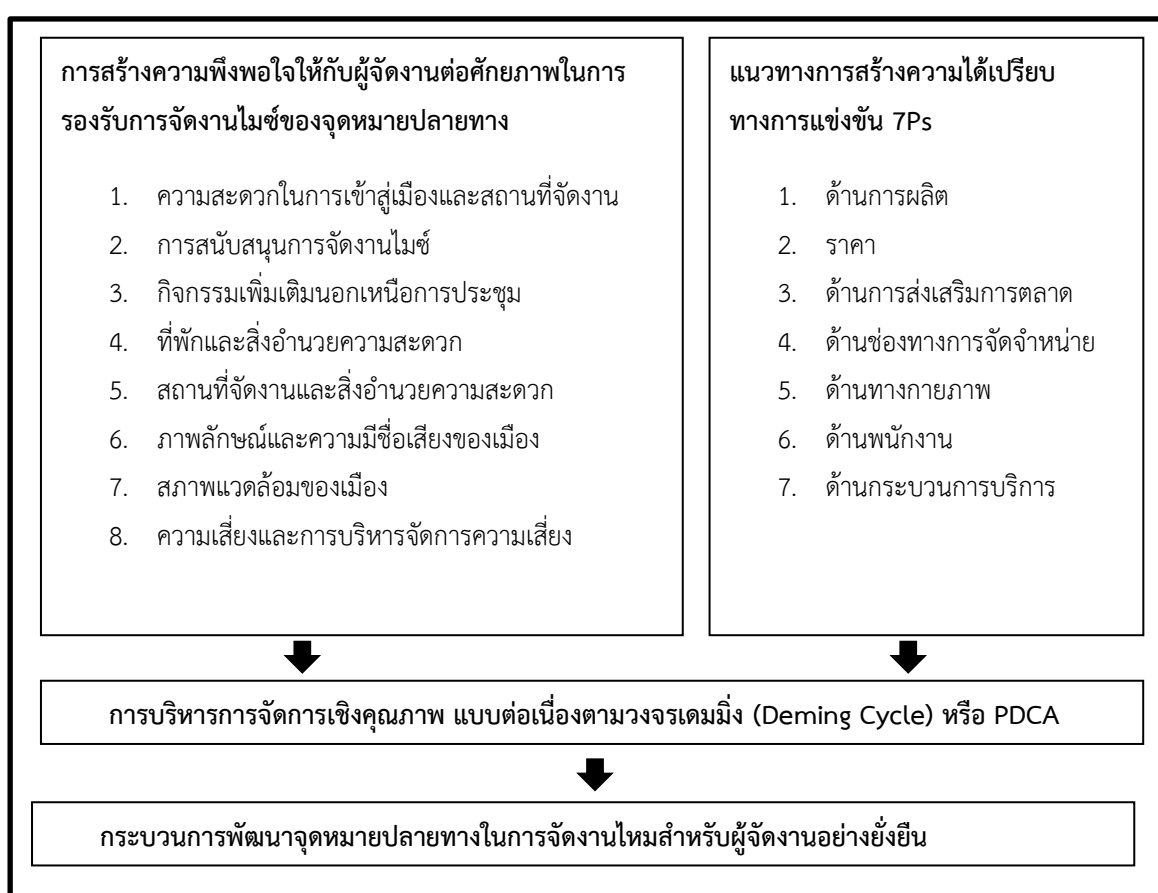
6. ด้านพนักงาน (People) ผู้ให้บริการในการจัดงานไมซ์ อาทิ สถานที่จัดงาน ที่พัก ซัพพลายเออร์ ออแกไนซ์เซอร์ และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ต้องมีความเชี่ยวชาญ รักในการบริการ และทำงานอย่างเป็นมืออาชีพ

7. ด้านกระบวนการบริการ (Process) ผู้ให้บริการในการจัดงานไมซ์ อาทิ สถานที่จัดงาน สถานที่พัก ซัพพลายเออร์ ออแกไนซ์เซอร์ และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ต้องมีกระบวนการทำงานที่รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ

จากการทบทวนวรรณกรรมที่กล่าวข้างต้นทั้งหมด สามารถอธิบายได้ว่ากระบวนการพัฒนาจุดหมายปลายทางในการจัดงานไมซ์สำหรับผู้จัดงาน จำเป็นต้องมีการออกแบบกระบวนการที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้จัดงาน และเหมาะสมกับการพัฒนาศักยภาพของจุดหมายปลายทางในการจัดงานไมซ์ในพื้นที่ต่างๆ ที่มีบริบทแตกต่างกันออกไป โดยการวิเคราะห์ดังกล่าวครอบคลุมถึง ปัจจัยที่สำคัญอันส่งผลต่อการสร้างความประทับใจและขีดความสามารถทางการแข่งขันในการจัดไมซ์ ซึ่งการสร้างความพึงพอใจดังกล่าวให้เกิดขึ้นกับผู้จัดงานถือเป็นหนึ่งปัจจัยที่ส่งผลต่อการประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ได้วางไว้ และสร้างความประทับใจให้ประผู้จัดงานในการกลับมาจัดงานในจุดหมายปลายทางใหม่อีกครั้ง (Wolman, 1973; Morse 1953) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Jeong and Kim (2020) ที่มองผ่านมุมมองของการสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวทางด้านกีฬา และนำมาซึ่งการสร้างความจงรักภักดีให้กับจุดหมายปลายทางในการจัดงาน ซึ่งส่งผลต่อความสำเร็จของผู้จัดงานที่มีต่อผู้เข้าร่วมงาน อีกทั้งการสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดถือเป็นการสร้างแนวทางในการนำสู่การสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันในการจัดงานไมซ์ในแต่ละจุดหมายปลายทางนั้นๆ อีกด้วย (Neamhom, 2017) ดังนั้นเพื่อยกระดับการสร้างกระบวนการในการรองรับการจัดงานไมซ์สำหรับผู้จัดงานของจุดหมายปลายทาง จำเป็นต้องมีการวางแผนการพัฒนากระบวนการอย่างเป็นระบบผ่านการสังเคราะห์แนวทางในรูปแบบ PDCA เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าสูงสุด ผ่านการนำประโยชน์ของผลลัพธ์การสร้างความพึงพอใจของผู้จัดงานต่อศักยภาพในการรองรับการจัดงานไมซ์ของจุดหมายปลายทาง และการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งจะส่งผลดีต่อการวางแผนกลยุทธ์ในการพัฒนาจุดหมายปลายทางไมซ์สำหรับผู้จัดงานทั้งในระยะสั้นและ

ระยะยาว อีกทั้งเป็นการวางรากฐานโครงสร้างในการรองรับการจัดงาน และการเตรียมพร้อมทรัพยากรบุคคลให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ที่วางไว้ควบคู่กันไป อาทิ การผลักดันมาตรฐานสถานที่จัดงาน และการพัฒนาบุคลากรทางด้านภาษาเพื่อรองรับการขยายตัวของกลุ่มลูกค้า เป็นต้น ซึ่งหากจุดหมายปลายทางมีการพัฒนาเพื่อตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้จัดงาน จะเป็นผลดีของจุดเริ่มต้นที่ทำให้งานอีเวนต์ในอุตสาหกรรมไมซ์ระดับนานาชาติที่สำคัญต่างๆ หลังไหลเข้ามาแก่จุดหมายปลายทางมากยิ่งขึ้น อันส่งผลต่อการสร้างรากฐานกลยุทธ์ทางเศรษฐกิจที่มั่นคง

ซึ่งสามารถสรุปกระบวนการพัฒนาจุดหมายปลายทางในการจัดงานไมซ์สำหรับผู้จัดงาน โดยใช้กระบวนการ PDCA ดังแผนภาพที่ 1



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิด (Conceptual Model)

สรุปผล

การสร้างโอกาสให้กับจุดหมายปลายทางในการจัดงานไมซ์สำหรับผู้จัดงานผ่านการกำหนดกระบวนการพัฒนาจุดหมายปลายทางอันนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายอย่างชัดเจน พร้อมเตรียมความพร้อมในการเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ส่งผลต่อการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี เพื่อเป็นกลยุทธ์ในการขับเคลื่อนจุดหมายปลายทางในการจัดงานไมซ์ต่อไปในอนาคตอย่างยั่งยืนนั้น ถือเป็นโจทย์ที่สำคัญของ

ทุกภาคส่วนที่จะตอบสนองต่อความต้องการของผู้ที่จะเข้ามาจัดงานในพื้นที่ ทั้งหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และประชาชนที่คอยเกื้อกูลและสนับสนุนในการมีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าบ้านที่ดีในการจัดงานไมซ์ต่างๆ อย่างแท้จริง และเกิดเป็นแนวปฏิบัติของจุดหมายปลายทางอย่างเป็นรูปธรรม ดังพระราชดำรัส สมเด็จพระมหิตลาธิเบศร อดุลยเดชวิกรม พระบรมราชชนก ความตอนหนึ่งว่า “ขอให้ถือประโยชน์ส่วนตัวเป็นที่สอง ประโยชน์ของเพื่อนมนุษย์เป็นกิจที่หนึ่ง” ยึดเป็นทัศนคติในการดำเนินการพัฒนาจุดหมายปลายทางร่วมกันของทุกภาคส่วน เกิดเป็นการพัฒนาเชิงบูรณาการที่ก้าวข้ามผ่านปัญหาทั้งหมด จึงจะตอบโจทย์ต่อการสร้างกระบวนการที่ครอบคลุมความต้องการของผู้จัดงานที่เข้ามาจัดงานในจุดหมายปลายทางนั้นๆ ได้อย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตามแม้ว่าบทบาทการส่งเสริมของหน่วยงานภาคเอกชน และประชาชนจะส่งผลอย่างมากในการพัฒนาจุดหมายปลายทางในการจัดงานไมซ์ แต่บทบาทของภาครัฐในฐานะของเจ้าเมืองที่กำหนดทิศทาง นโยบาย และกลยุทธ์ในการขับเคลื่อนถือเป็นสิ่งสำคัญหลักที่จะเป็นแนวทางต่อยอดการขับเคลื่อนให้กับหน่วยงานอื่นๆต่อไปในอนาคต ทั้งนี้จึงนำมาซึ่งกระบวนการพัฒนาจุดหมายปลายทางในการจัดงานไมซ์สำหรับผู้จัดงานผ่านกระบวนการสังเคราะห์แนวทางในรูปแบบ PDCA เบื้องต้น เพื่อเป็นแนวทางในการเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับการจัดงานไมซ์ต่อไปในอนาคต ดังนี้

การวางแผน

1. กำหนดนโยบายปรับปรุงแผนระบบขนส่งสาธารณะภายในเมืองให้เกิดการเชื่อมโยงกันระหว่างสถานที่สำคัญต่างๆ อาทิ สถานที่จัดงาน โรงแรมที่พัก สนามบิน และระบบขนส่งอื่นๆ เป็นต้น โดยเพิ่มจำนวนยานพาหนะ และรอบเที่ยวในการขนส่งให้เหมาะสมกับจำนวนผู้เข้ามาเยือน
2. กำหนดการจัดทำแผนปฏิบัติการ “การจัดทำแพ็คเกจของเมืองสำหรับผู้จัดงานในพื้นที่” เพื่อสนองต่อผู้จัดงานในหลายๆมิติ อาทิ การเข้าถึงบในการสนับสนุนการจัดงาน ดำรวจและจรรยาจร ส่วนลดราคาของโรงแรมที่พักและสถานที่จัดงาน เป็นต้น
3. สำรวจและศึกษาเส้นทางกิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือ จากการประชุม หรือสถานที่ ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ในการสร้างประสบการณ์ ที่แปลกใหม่ให้กับผู้เข้าร่วมงาน และผู้จัดงานในการรับรองแขก VIP ให้จุดหมายปลายทาง โดยคำนึงถึง DNA และภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทางนั้นๆ
4. กำหนดแนวทางอบรมการยกระดับที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวกของจุดหมายปลายทางและสถานที่จัดงานแก่ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างความตระหนักและมาตรฐานในการรองรับการจัดงานระดับนานาชาติ เพื่อส่งเสริมคุณภาพในการให้บริการ อันนำมาซึ่งความประทับใจ
5. กำหนดการจัดตั้งคณะกรรมการ และจัดตั้งหน่วยงานในการขับเคลื่อนจุดหมายปลายทางการจัดงานไมซ์ ตลอดจนวางแผนการประชุมทั้งระยะสั้นและระยะยาวในการขับเคลื่อนจุดหมายปลายทางการจัดงานของเมืองทุกภาคส่วน เพื่อหาความโดดเด่นและความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว หรือ หา DNA ที่ไม่เหมือนใคร ตลอดจนพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นอย่างครบวงจร อาทิ ระบบขนส่งสาธารณะ จุดกระจายสัญญาณ Wi-Fi และการบริหารของเสีย เพื่ออำนวยความสะดวกในการจัดงาน

6. กำหนดนโยบายการวางแผนมาตรการการรักษาความปลอดภัย และการบริหารจัดการสาธารณภัยของจุดหมายปลายทางให้สอดคล้องกับการสนับสนุนในการจัดงานไมซ์ทุกประเภท

7. กำหนดแผนอบรมเชิงปฏิบัติการยกระดับมาตรฐานสิ่งอำนวยความสะดวกในการจัดงานไมซ์ร่วมกับหน่วยงานภาคเอกชน ในการพัฒนาที่พัก สถานที่จัดงาน ชัฟฟลายเออร์ และอแอกไนซ์เซอร์ให้มีคุณภาพการบริการระดับสากล

8. กำหนดนโยบายการวางแผนการประชาสัมพันธ์จุดหมายปลายทางในการจัดงานไมซ์ประจำเดือนให้กับเมือง

9. กำหนดนโยบายผลักดันจุดหมายปลายทางสู่การเป็นยุทธศาสตร์การจัดงานไมซ์ในพื้นที่

10. กำหนดนโยบายแผนพัฒนาองค์ความรู้ให้กับผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดงานไมซ์ อาทิ สถานที่ จัดงาน สถานที่พัก ชัฟฟลายเออร์ และ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดงานไมซ์ให้มีความเชี่ยวชาญในการให้บริการทุกแขนง เพื่อรองรับการร่วมมือในการจัดงานไมซ์ในอนาคต

การปฏิบัติ

1. นำแผนการพัฒนาข้างต้น 10 องค์ประกอบไปปฏิบัติเพื่อให้เกิดประสิทธิผล สอดคล้องกับศักยภาพของจุดหมายปลายทางในการรองรับการจัดงานไมซ์

2. ควบคุมการดำเนินงานให้เป็นไปตามแผน

การตรวจสอบ

1. ติดตามความก้าวหน้าของแผนที่ได้ดำเนินการ

2. เปรียบเทียบผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างก่อน และหลังการวางแผนงาน

3. ควบคุมการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับแผนงานด้านการสร้างความพึงพอใจที่สอดคล้องกับศักยภาพของจุดหมายปลายทางในการรองรับการจัดงานไมซ์ และการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับ แผนงานแผนการสร้างรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันที่สอดคล้องกับการพัฒนาจุดหมายปลายทาง ในการจัดงานไมซ์สำหรับผู้จัดงาน

การทบทวน

1. ทบทวนแผนการดำเนินงานที่ได้นำไปปฏิบัติ อาทิ การติดขัดจุดใดบ้าง ในแต่ละกระบวนการมีการติดขัดมากน้อยเพียงใด กระบวนการในการดำเนินงานมากน้อยเพียงใด วิธีที่ทำให้ดำเนินงานสามารถย่นระยะเวลาได้ ผู้จัดงานรู้สึกอย่างไร ผลตอบรับของการเข้าร่วมงานเป็นไปในทิศทางใด มีข้อเสนอแนะให้ปรับปรุงมากน้อยเพียงใด อะไรเป็นจุดอ่อน อะไรเป็นโอกาสในการพัฒนา อะไรเป็นข้อจำกัดของการพัฒนา และอะไรที่จะสร้างความแตกต่างในการวางกลยุทธ์ต่อไปในอนาคตเมื่อโลกได้มีการเปลี่ยนแปลงไป

2. การวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลจากการทบทวนเบื้องต้น เพื่อหาปัจจัยที่อยู่เบื้องหลังของเหตุผลต่างๆ เพื่อหาวิธีในการแก้ไขปัญหา

3. นำผลวิเคราะห์และสังเคราะห์เบื้องต้นมาแก้ไขปรับปรุงให้เหมาะสมตามหลักปฏิบัติ และวัฒนธรรมการดำเนินงานของจุดหมายปลายทางอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการร่วมบูรณาการแก้ไขร่วมกันกับจุดหมายปลายทางสู่แนวทางหลักพัฒนาจุดหมายปลายทางในการจัดงานไมซ์อย่างยั่งยืนในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

การทบทวนบทความวิชาการในครั้งนี้นี้การศึกษาแค่ 2 ปัจจัยหลัก ได้แก่ การสร้างความพึงพอใจ และการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในการรองรับการจัดงานไมซ์สำหรับผู้จัดงาน ซึ่งเป็นเพียงส่วนหนึ่งในองค์ประกอบหลักที่สำคัญของการพัฒนาจุดหมายปลายทางการจัดงานไมซ์สำหรับผู้จัดงานไมซ์ โดยจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ยังพบว่ามีปัจจัยอื่นที่เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลต่อการพัฒนาจุดหมายปลายทาง อาทิ ปัจจัยด้านศักยภาพ ภาพลักษณ์ การสนับสนุน ความคุ้มค่าในการลงทุน และปัจจัยด้านอื่นๆ ของจุดหมายปลายทาง เป็นต้น ดังนั้นการศึกษารังต่อไปควรมีการศึกษาตัวแปรเพิ่มเติมเพื่อปรับเป็นกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับจุดหมายปลายทางต่างๆได้ อีกทั้งเพื่อให้การวางแผนดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยควรคำนึงถึงการเข้าใจปัจจัยภายในของกลุ่มเป้าหมายหลักที่ต้องการจัดงานมาจัดในจุดหมายปลายทางอย่างถ่องแท้ถึงข้อจำกัดของผู้จัดงาน วัฒนธรรม ประเพณี ธรรมเนียม หรือหลักปฏิบัติที่ต้องยึดถืออย่างเคร่งครัด เพื่อให้การวางแผนการรองรับการจัดงานสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการจัดงานได้อย่างสูงสุดที่สุด

เอกสารอ้างอิง

- Armstrong, G., Adam, S., Denize, S.M., Volkov, M. & Kotler, P. (2014). *Principles of marketing*. Malaysia: Pearson Australia Group Pty Ltd.
- Bauer, T, Law, R. Tse, T. and Weber, K. (2007). Research in brief Motivation and satisfaction of mega-business event attendees The case of ITU Telecom World 2006 in Hong Kong. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 2(20), 228 – 234.
- Boonfu, S. and Kanchanawong, A. (2012) . *The Participation in Educational Quality Assurance of Educational*. Bangkok: Maejo University.
- Deming, W. E. (1986). *Out of the Crisis*. Cambridge: MIT Press.
- Jeong, Y. and Kim, S. (2020). A study of event quality, destination image, perceived value, tourist satisfaction, and destination loyalty among sport tourists. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 4(32), 940 – 960.
- Kotler, P. (1997). *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice-Hall,Lnc.
- Kotler, P. (2003). *Marketing management*. (11th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-hall,Lnc.
- Marchoo, W. (2021). A Potential Development of Surat Thani to be Thailand MICE City. *Journal of Yala Rajabhat University*, 1(17), 89 -97.
- Morse, N. C. (1953). *Satisfactions in the White Collar Job*. Michigan : University of Michigan Press.
- Neamhom, N. (2017). *The Marketing-Mix Factors Influencing the Decision-Making of the Students in Taking Vocational Education at Viboon Business Administration Technological College (VBAC), Ram-Indra*. Bangkok: krirk university.

- Ngammak, P. (2020). Guideline for Human Resource Development in MICE Industry. *Humanities and Social Sciences Journal*. 1(11), 165 – 177.
- Panmanee, A. (2003). *Creative psychology*. Bangkok: Yamai Eddu Kate Publishing.
- Pattana, P., Yupin, P. and Jeerasak, T. (2020). Concepts of Satisfaction and Construction of Job Satisfaction Questionnaire, *APHEIT Journal*. 1(26), 59 -66.
- Sereerat, s. and Laksitanonsuporn, P. (1998). *Marketing Strategy and Marketing Management*. Bangkok: Diamond in Business World.
- Soonsan, N., Prawram, N., Krootsong, K. and Kongjam, P. (2017). MICE Industrial Educational Cluster Development in Southern of Thailand. *Dusit Thani College Journal*. 11, 229 - 248.
- Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization). (2018). *MICE has different meanings. in Hathaithip Hongchukiat (Editor), MICE doesn't mean rat.* (No.14). Bangkok: Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization).
- Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization). (2019). *Thailand ranked 4th in Asia in terms of international conferences, Q2, earning more than 50 billion baht, TCEB continues to create revenues of 2.2 billion baht, May 15, 2019*, from website <https://www.businesseventsthailand.com/th/press-media/news-press-release/detail/877-thailand-soars-to-asia-s-no-4-for-international-convention>
- Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization). (2021) . *Criteria for assessing a city for a MICE City*. Bangkok: Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization).
- Wolman, B. B. (1973). *Dictionary of Behavioral Science*. London: Litton Educational.



Satayu Romyen, MBA. Lecturer, Research Centre for MICE Industry Development in Southern Thailand, Faculty of Management Sciences Prince of Songkla University



Kaedsiri Jaroenwisan, Ph.D. (Tourism Development)
Lecturer, Hotel Management, Faculty of Management Science
Silpakorn University