การพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

นายกฤป จุระกะนิตย์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

บทคัดย่อและแฟ้มข้อมูลฉบับเต็มของวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ปีการศึกษา 2554 ที่ให้บริการในคลังปัญญาจุฬาฯ (CUIR)
เป็นแฟ้มข้อมูลของนิสิตเจ้าของวิทยานิพนธ์ ที่ส่งผ่านทางบัณฑิตวิทยาลัย
The abstract and full text of theses from the academic year 2011 in Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR)
are the thesis authors' files submitted through the University Graduate School.

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา
คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2558
ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

THE POTENTIAL DEVELOPMENT OF MICE INDUSTRY HATYAI DISTRICT, SONGKHLA PROVINCE

Mr. Krip Jurakanit

A Dissertation Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Doctor of Philosophy Program in Sports Science
Faculty of Sports Science
Chulalongkorn University
Academic Year 2015

Copyright of Chulalongkorn University

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
โดย	นายกฤป จุระกะนิตย์
สาขาวิชา	วิทยาศาสตร์การกีฬา
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม	ดร.จุฑา ธาราไชย

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้นับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาดุษฎีบัณฑิต

.....คณบดีคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนินทร์ชัย อินทิราภรณ์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ
(ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม
(ดร.จุฑา ธาราไชย)

.....กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วันชัย บุญรอด)

.....กรรมการ
(อาจารย์ ดร.โสมฤทัย สุนธยาธร)

.....กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์มนัส ชัยสวัสดิ์)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

กฤป จุระกะนิตย์ : การพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา (THE POTENTIAL DEVELOPMENT OF MICE INDUSTRY HATYAI DISTRICT, SONGKHLA PROVINCE) อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: ผศ. ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล, อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม: ดร.จุฑา ธาราไชย, หน้า.

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ และเสนอแนวทางในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ใช้วิธีดำเนินการวิจัยทั้งเชิงคุณภาพและปริมาณ มี 2 ขั้นตอน ดังนี้ ขั้นตอนที่ 1.1 ศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการประเมินศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จากเจ้าของงานประชุมและผู้จัดแสดงสินค้า/นิทรรศการ จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product-Moment Correlation Coefficients) ในการพิสูจน์สมมุติฐาน ขั้นตอนที่ 1.2 ศึกษาสภาพ ปัญหา ความต้องการ และความคิดเห็นเกี่ยวกับการประเมินศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จากผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านอุตสาหกรรมไมซ์ จำนวน 7 คน ใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลเป็นเชิงคุณภาพ ขั้นตอนที่ 2 สรุปแนวทางในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จากผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านอุตสาหกรรมไมซ์ จำนวน 10 คน ใช้การสนทนากลุ่มเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลเป็นเชิงคุณภาพ

ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการประเมินศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา อยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านที่พัก ด้านธุรกิจบันเทิง ด้านผู้รับจัดงาน ด้านสถานที่จัดงาน ด้านธุรกิจนำเที่ยว ด้านความปลอดภัย ด้านการคมนาคมขนส่ง และด้านสินค้าที่ระลึก ตามลำดับ

2. ผู้วิจัยได้ให้แนวทางในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ดังนี้ *(1) ด้านสถานที่จัดงาน* ควรพัฒนาให้สามารถรองรับการจัดงานหลายรูปแบบ เพิ่มเติมสถานที่จอดรถโดยสารให้เพียงพอ และพัฒนาบุคลากรในสถานที่จัดงาน จัดอบรมให้ความรู้ในการพัฒนาทักษะ เพื่อรองรับการจัดงานไมซ์ที่ได้มาตรฐาน *(2) ด้านผู้รับจัดงาน* ผู้รับจัดงานในท้องถิ่นควรรวมกลุ่มกันเพื่อทำให้รูปแบบงานมีความน่าสนใจและหลากหลาย *(3) ด้านการคมนาคมขนส่ง* ควรมีการจัดการด้านกฎระเบียบจราจร ทั้งการขับขี่บนท้องถนน การจอดรถตามสถานที่ต่างๆ เพื่อช่วยลดปัญหาการจราจรที่ติดขัด *(4) ด้านที่พัก* ควรมีหน่วยงานตรวจสอบและควบคุมมาตรฐานของโรงแรม เพื่อช่วยลดปัญหาการขาดการทำนุบำรุง *(5) ด้านอาหารและเครื่องดื่ม* ควรมีการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการร้านอาหารในอำเภอหาดใหญ่ เพื่อให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว และเป็นการเอื้อประโยชน์ระหว่างกัน *(6) ด้านธุรกิจนำเที่ยว* ควรแก้ไขปัญหาการเอารัดเอาเปรียบผู้โดยสารของผู้ให้บริการ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นจุดท่องเที่ยวที่สำคัญ *(7) ด้านธุรกิจบันเทิง* ควรปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่จัดงาน เช่น ห้องน้ำสาธารณะ สถานที่จอดรถ ให้เพียงพอ *(8) ด้านสินค้าที่ระลึก* ควรมีความชัดเจนในตัวเอกลักษณ์ของสินค้า และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย และ *(9) ด้านความปลอดภัย* สื่อควรนำเสนอข่าวสารอย่างชัดเจน และนำเสนอภาพลักษณ์ที่ดี เพื่อให้ผู้รับข่าวสารซึ่งเป็นคนนอกพื้นที่ได้มีความเข้าใจอย่างถูกต้อง

โดยสรุปรวมแล้ว ปัจจัยหลักที่สำคัญในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา คือ ปัจจัยด้านทรัพยากรมนุษย์ ที่จะต้องมีความรู้ความสามารถที่ลึกซึ้งในแก่นของอุตสาหกรรมไมซ์ ซึ่งองค์กรหลักที่ควรมีบทบาทอย่างยิ่งในการสร้างบุคลากรมืออาชีพทางด้านไมซ์ คือ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ

สาขาวิชา วิทยาศาสตร์การกีฬา ลายมือชื่อนิสิต .....

ปีการศึกษา 2558 ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก .....

ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาร่วม .....

5478601939 : MAJOR SPORTS SCIENCE
KEYWORDS: DEVELOPMENT / POTENTIAL / MICE INDUSTRY / HATYAI DISTRICT

KRIP JURAKANIT: THE POTENTIAL DEVELOPMENT OF MICE INDUSTRY HATYAI DISTRICT, SONGKHLA PROVINCE. ADVISOR: ASST. PROF.SUCHART TAWEEPORNPATHOMGUL, Ph.D., CO-ADVISOR: CHUTA TARACHAI, Ph.D., pp.

This study explores the potential of MICE Industry and introduce ways to develop MICE Industry Hatyai district, Songkhla province. To achieve this objective, the study adopted both qualitative and quantitative study approaches. Researcher used these following three steps as part of data collection methods; 1.1) 400 questionnaires were conducted among client companies and exhibitors in order to explore issues related to general opinions regarding MICE Industry Hatyai district, Songkhla province. The data was analysed by using percentages, means, standard deviations and Pearson's Product-Moment Correlation Coefficients to prove the hypothesis. 1.2) the in-depth interview with seven participants working closely in MICE Industry Hatyai district, Songkhla province, was conducted in order to investigate their perceptions towards the evaluation of quality of MICE Industry Hatyai district, Songkhla province. And 2) a focus group interview with ten key experts were conducted in order to explore their perceptions regarding ways to improve MICE industry Hatyai district, Songkhla province.

Findings suggested that 1) most participants evaluated these following issues; food and beverage, accommodation, entertainment, organizer, venues, tour operator, security, transportation and souvenir as high standard level regarding the potential of MICE Industry Hatyai district, Songkhla province 2) the perceptions among experts who work closely in MICE Industry Hatyai district, Songkhla province suggested (a) *for the Venues issue;* a variety of additional formats and spaces to park the bus should be provided and improved. Moreover, the training program should be arranged and provided for staff in order to increasing skill and knowledge and further support MICE standardization. *(b) for the Organizer issue;* the result suggested that the local organiser should create more interesting jobs. *(c) for the Transportation issue;* it is suggested that more tighter rules and regulation should be added in order to control the traffic congestion. *(d) for the Accommodation issue;* the result suggested that there should be an involvement between government section and private section in order to set up rules and monitor and the standardization of each hotels. *(e) Food & Beverage issue;* In order to promote tourism industry Hatyai district, the network should be build up among new entrepreneurs which also resulting in a mutual beneficial. *(f) for Tour Operator issue;* it is suggested not to cheated and take advantaged on tourists in order to have good images and for long term purpose of becoming a major tourist spot. *(g) for Entertainment issue;* most facilities should be improved such as public toilets, and enough parking lots to serve customers. *(H) for Souvenir issue;* it is recommended that all products identity should be diverse and clearly seen. And lastly, *(I) for the Security issue;* It is suggested to cooperate with the media in order to present positive feedback and to let others having appropriate understanding.

In conclusion, the researcher found that the most important factor that influenced the operation in MICE Industry at Hatyai district, Songkhla province is 'Human resources' function. It is confirmed that the operational staffs are required to have more understanding and in-depth skill in doing MICE Industry. Moreover, the result is also shown that the special support from Thailand Convention and Exhibition Bureau is also needed.

Field of Study: Sports Science
Academic Year: 2015

Student's Signature .....
Advisor's Signature .....
Co-Advisor's Signature .....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จได้ด้วยความกรุณาอย่างสูงจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และ ดร.จุฑา ธาราไชย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ที่ได้กรุณาสละเวลาอันมีค่ายิ่งในการให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นต่างๆ ตลอดจนให้ความดูแลเอาใจใส่เป็นอย่างดี ความรู้และความสุขจากการทำวิทยานิพนธ์นี้เป็นผลมาจากกำลังใจที่ได้รับจากท่านเสมอมา ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณโอกาสนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วันชัย บุญรอด และอาจารย์ ดร.โสมฤทัย สุนธยาธร กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์มนัส ชัยสวัสดิ์ กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย ที่ได้กรุณากลั่นกรองกระบวนการวิจัย อันเป็นประโยชน์ยิ่งในการทำวิทยานิพนธ์จนสามารถสำเร็จการศึกษานี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.บงกช ฤทธิชัยนุวัฒน์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชลลดา มงคลวนิช ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกิดศิริ เจริญวิศาล อาจารย์ ดร.กุลกานต์ เมเวส และคณาจารย์ รวมถึงผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่าน ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบและแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้จนสมบูรณ์

บุคคลสำคัญในความสำเร็จนี้ สำเร็จลงได้ด้วยความรักและกำลังใจจากอาจารย์สุพัฒน์ จุระกะนิตย์ อาจารย์สินีนาฏ จุระกะนิตย์ แพทย์หญิงกมรพรรณ จุระกะนิตย์ ครอบครัวของข้าพเจ้า ที่ให้ความช่วยเหลือ สนับสนุนในด้านการเรียนมาโดยตลอด และระลึกถึงคุณย่าแดง จุระกะนิตย์ และคุณตาเฉลียว เรืองเดช

ท้ายสุดนี้ คุณค่าและประโยชน์ของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณแด่ บิดา มารดา คณาจารย์ที่ประสิทธิ์ประสาทความรู้อันมีคุณค่ายิ่ง และผู้มีอุปการคุณในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยซาบซึ้งในความกรุณาของทุกท่าน จึงกราบขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย ..... ง

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ ..... จ

กิตติกรรมประกาศ ..... ฉ

สารบัญ ..... ช

สารบัญตาราง ..... ฎ

บทที่ 1 บทนำ 1

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา 1

วัตถุประสงค์ของการวิจัย 4

สมมติฐานของการวิจัย 4

ข้อจำกัดในการวิจัย 4

คำถามการวิจัย 5

คำจำกัดความของการวิจัย 5

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย 6

บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 7

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ 7

1. ความเป็นมาของอุตสาหกรรมไมซ์ 7

2. ความหมายของอุตสาหกรรมไมซ์ 8

3. ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ 18

4. สถานที่จัดงาน (Venue) 22

5. อุตสาหกรรมไมซ์และผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคม 34

6. แนวคิดหลักในการประเมินและคัดเลือกไมซ์ซิตี้ 35

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาด 38

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

หน้า

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค 44
1. ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค 44
2. โมเดลของพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model) 45
3. กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Consumer Buying Process) 47
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการ 49
1. ความหมายของการบริหารจัดการ 49
2. ความสำคัญของการบริหารจัดการ 49
3. เทคนิคกระบวนการบริหารจัดการ 50
4. องค์ประกอบของการบริหารจัดการ 51
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนา 52
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 60
งานวิจัยในประเทศ 60
งานวิจัยต่างประเทศ 73
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย 81
ขั้นตอนที่ 1 การตรวจสอบสามเส้าด้านการเก็บรวบรวมข้อมูลจากหลายแหล่ง (Data Triangulation) 81
ขั้นตอนที่ 1.1 ศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการประเมินศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จากความคิดเห็นของเจ้าของงานประชุมและผู้จัดแสดงสินค้า/นิทรรศการ 81
ขั้นตอนที่ 1.2 ศึกษาสภาพ ปัญหา ความต้องการ และความคิดเห็นเกี่ยวกับการประเมินศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิที่มีคุณสมบัติเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 86

หน้า

ขั้นตอนที่ 2 สรุปแนวทางในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาจากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิที่มีคุณสมบัติเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 89

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล 92

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ขั้นตอนที่ 1.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการประเมินศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จากเจ้าของงานประชุมและผู้จัดแสดงสินค้า/นิทรรศการ 92

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 93

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม 96

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่ออุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ของผู้ตอบแบบสอบถาม 98

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญของทรัพยากรการบริหารที่มีต่อสถานที่จัดงาน ของผู้ตอบแบบสอบถาม 106

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการประเมินศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ของผู้ตอบแบบสอบถาม 111

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ขั้นตอนที่ 1.2 ศึกษาสภาพ ปัญหา ความต้องการ และความคิดเห็นเกี่ยวกับการประเมินศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 143

ส่วนที่ 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่ออุตสาหกรรมไมซ์อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 143

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับทรัพยากรการบริหารที่มีต่อสถานที่จัดงาน 147

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นที่มีต่อศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 149

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ขั้นตอนที่ 2 สรุปแนวทางในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 152

บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ 162

สรุปผลการวิจัย 162

หน้า

อภิปรายผลการวิจัย 181
ข้อเสนอแนะจากการวิจัย 198
ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย 204
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป 210
รายการอ้างอิง 211
ภาคผนวก ก ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับอำเภอหาดใหญ่ 222
ภาคผนวก ข รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ 231
ภาคผนวก ค แบบสอบถามเพื่อการวิจัย 232
ภาคผนวก ง แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย 241
ภาคผนวก จ ใบรับรองโครงการวิจัย 248
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์ 249

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ 93

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ 94

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด 94

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามภูมิภาคที่ทำงานปัจจุบัน 95

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของงานที่เข้าร่วม 95

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามขนาดของงานที่เข้าร่วม 96

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสื่อที่ได้รับข้อมูลข่าวสารของงานที่เข้าร่วม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) 96

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพาหนะในการเดินทางมาอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 97

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งท่องเที่ยวที่นิยมเดินทางไป(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) 97

ตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่ออุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 98

ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ 99

ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา 100

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

หน้า

ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 101

ตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย 102

ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผู้จัดงาน/ผู้เข้าร่วมงาน 103

ตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการวางแผน 104

ตารางที่ 17 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการหลังการจัดงาน 105

ตารางที่ 18 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อระดับความสำคัญของทรัพยากรการบริหารที่มีต่อสถานที่จัดงาน 106

ตารางที่ 19 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร 107

ตารางที่ 20 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการเงิน 108

ตารางที่ 21 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านวัสดุอุปกรณ์ 109

ตารางที่ 22 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการจัดการ 110

ตารางที่ 23 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 111

ตารางที่ 24 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ด้านสถานที่จัดงาน 112

หน้า

ตารางที่ 25 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ด้านผู้รับจัดงาน 113

ตารางที่ 26 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ด้านการคมนาคมขนส่ง 114

ตารางที่ 27 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ด้านที่พัก 115

ตารางที่ 28 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ด้านอาหารและเครื่องดื่ม 116

ตารางที่ 29 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ด้านธุรกิจนำเที่ยว 117

ตารางที่ 30 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ด้านธุรกิจบันเทิง 118

ตารางที่ 31 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ด้านสินค้าที่ระลึก 119

ตารางที่ 32 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ด้านความปลอดภัย 120

ตารางที่ 33 ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product-Moment Correlation Coefficients) 121

ตารางที่ 34 ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์กับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product-Moment Correlation Coefficients) 124

ตารางที่ 35 ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดด้านราคากับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product-Moment Correlation Coefficients) 126

หน้า

ตารางที่ 36 ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product-Moment Correlation Coefficients) 127

ตารางที่ 37 ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการขายกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product-Moment Correlation Coefficients) 129

ตารางที่ 38 ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดด้านผู้จัดงาน/ผู้เข้าร่วมงานกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product-Moment Correlation Coefficients) 131

ตารางที่ 39 ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการวางแผนกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product-Moment Correlation Coefficients) 132

ตารางที่ 40 ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการหลังการจัดงานกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product-Moment Correlation Coefficients) 134

ตารางที่ 41 ความสัมพันธ์ระหว่างทรัพยากรการบริหารกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product-Moment Correlation Coefficients) 135

ตารางที่ 42 ความสัมพันธ์ระหว่างทรัพยากรการบริหารด้านบุคลากรกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product-Moment Correlation Coefficients) 138

หน้า

ตารางที่ 43 ความสัมพันธ์ระหว่างทรัพยากรการบริหารด้านบุคลากรด้านการเงินกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product-Moment Correlation Coefficients)..... 140

ตารางที่ 44 ความสัมพันธ์ระหว่างทรัพยากรการบริหารด้านวัสดุอุปกรณ์กับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product-Moment Correlation Coefficients)..... 141

ตารางที่ 45 ความสัมพันธ์ระหว่างทรัพยากรการบริหารด้านการจัดการกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product-Moment Correlation Coefficients)..... 142

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

บทที่ 1
บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมไมซ์(Meeting, Incentive, Convention and Exhibition: MICE) เป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจสูง เกิดการจ้างงานทั้งทางตรงและทางอ้อมเป็นจำนวนมาก ประเทศต่างๆ ในภูมิภาคเอเชียที่มีทุนทางสังคมและวัฒนธรรมสูง จึงหันมาให้ความสนใจการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์มากขึ้น ทั้งในด้านโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก การประชาสัมพันธ์และการตลาด การพัฒนาบุคลากรและความรู้ รวมถึงเทคโนโลยี โดยเฉพาะในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา มีการเดินทางเข้ามาจัดกิจกรรมไมซ์ของประเทศต่างๆในภูมิภาคเอเชียเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และเป็นปัจจัยสำคัญส่วนหนึ่งที่ช่วยให้ฐานะทางเศรษฐกิจทั้งในระดับท้องถิ่นและประเทศ มีความแข็งแกร่งยิ่งขึ้น ปัจจุบันอุตสาหกรรมไมซ์กำลังเป็นที่สนใจและได้รับการยอมรับมากขึ้นจากรัฐบาล เนื่องจากนัยสำคัญทางเศรษฐกิจในการสร้างรายได้และสร้างงานจำนวนมากให้กับประเทศ โดยคาดว่าในปี พ.ศ. 2559 จะมีนักเดินทางกลุ่มไมซ์เดินทางเข้าประเทศไทยจำนวน 1,060,000 คน และสร้างรายได้รวมจากการใช้จ่ายของนักเดินทางกลุ่มไมซ์คิดเป็นมูลค่า 92,000 ล้านบาท (ฝ่ายการตลาดและภาพลักษณ์องค์กร สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2558)

ประเทศไทยมีการจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการหรือ สสปน. (Thailand Convention & Exhibition Bureau: TCEB) ขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2547 เพื่อเป็นหน่วยงานหลักในการส่งเสริมและพัฒนาการจัดงานกิจกรรมทางธุรกิจในประเทศไทย มีการจัดทำแผนแม่บทอุตสาหกรรมการจัดประชุมและการแสดงสินค้านานาชาติปี 2555-2559 แผนฉบับนี้ได้ส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ โดยระดมความร่วมมือจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อจะได้ร่วมกันสร้างพื้นฐานที่มั่นคงและยั่งยืนสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ไทยในทศวรรษหน้า โดยมีกลยุทธ์ที่ สสปน. เลือกนำมาใช้สร้างศักยภาพทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมไมซ์สู่การแข่งขันในตลาดโลกประกอบด้วย 3 กลยุทธ์หลัก ได้แก่ กลยุทธ์การดึงงานเข้าประเทศ (Win) กลยุทธ์ส่งเสริม (Promote) และกลยุทธ์พัฒนา (Develop) (ฝ่ายการตลาดและภาพลักษณ์องค์กร สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2558) สำหรับกลยุทธ์การดึงงานเข้าประเทศ (Win) จะขยายตลาดเป้าหมายด้วยการพัฒนารูปแบบและยกระดับงานประชุมและนิทรรศการแสดงสินค้าให้สอดรับกับแนวโน้มของอุตสาหกรรมและมาตรฐานควบคู่ไปกับการใช้การจัดงานขนาดใหญ่ (Mega Event) เพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมไมซ์ในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic

Community: AEC)และเอเชียรวมถึงการสนับสนุนการขยายตลาดระดับบน(Luxury) และตลาดที่มีอัตราการเติบโตสูง(High Growth) ส่วนกลยุทธ์ส่งเสริม (Promote) จะเน้นการผลักดันให้ประเทศไทยอยู่ในหัวใจ (Top of Mind) ของไมซ์ในเอเชียผ่าน 3 แนวทางหลัก ได้แก่ การพัฒนาช่องทางสื่อสารและประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการรับรู้ถึงบทบาทและศักยภาพของ สสปน. ให้เป็นที่รู้จักทั้งในและต่างประเทศผ่านแคมเปญ Believe in Thailand More and More รวมถึงประชาสัมพันธ์ถึงผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม และงานไมซ์สำคัญให้กับกลุ่มลูกค้าในต่างประเทศ ส่วนกลยุทธ์พัฒนา (Develop) เป็นกลยุทธ์ที่มุ่งสร้างความแตกต่างและเพิ่มมูลค่าให้กับอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการใช้ทรัพยากรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปกับการพัฒนาขีดความสามารถและศักยภาพขององค์กรและผู้ประกอบการให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล จะเห็นได้จากการเริ่มโครงการมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย (Thailand MICE Venue Standard 2015) เป็นประเทศแรกในภูมิภาคอาเซียน โดยมีสถานประกอบการไมซ์ใน 6 พื้นที่เป้าหมาย คือ เมืองไมซ์ซิตี้ทั้ง 5 แห่ง (กรุงเทพมหานคร พัทยา ภูเก็ต เชียงใหม่ ขอนแก่น) และหาดใหญ่ เข้าร่วมโครงการพัฒนาและประเมินมาตรฐานสถานที่จัดงาน เพื่อยกระดับมาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์ไทย และเป็นเครื่องมือส่งเสริมการตลาดทั่วโลก สำหรับเป้าหมายการผลักดันประเทศไทยสู่การเป็นศูนย์กลางไมซ์นั้น สสปน. ยังมุ่งสานต่อการดำเนินการผลักดันประเทศให้เป็นสถานที่แห่งการประชุมสีเขียวและการพัฒนาศูนย์ข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์เพื่อเป็นศูนย์ข้อมูลไมซ์แห่งเอเชีย ทำให้ทั้งในและต่างประเทศได้รู้จักและมั่นใจอุตสาหกรรมไมซ์ไทยมากยิ่งขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) ซึ่งได้นำอุตสาหกรรมไมซ์มาเป็นยุทธศาสตร์หนึ่งในแผนปฏิบัติการภายใต้วาระแห่งชาติ โดยมุ่งเน้นให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางในการจัดประชุมนานาชาติของภูมิภาคเอเชียภายในปี พ.ศ. 2559 โดยคาดว่านักเดินทางกลุ่มไมซ์จะโตถึงร้อยละ 75 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2555 หรือประมาณ 1.4 ล้านคน (ฝ่ายการตลาดและภาพลักษณ์องค์กร สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2558)

หาดใหญ่เป็นอำเภอที่มีความสำคัญอันดับต้นๆ ของภาคใต้ เนื่องจากเป็นศูนย์กลางทางธุรกิจการค้า การลงทุนที่สำคัญ ทั้งนี้เพราะเป็นประตูเชื่อมการท่องเที่ยวจากประเทศไทยไปสู่ประเทศมาเลเซียและสิงคโปร์ มีการคมนาคมที่สะดวก ทั้งทางรถยนต์ รถไฟ และเครื่องบิน มีอุตสาหกรรมหลักที่สำคัญสามารถสร้างรายได้ให้กับประชาชนในท้องถิ่น คือ อุตสาหกรรมยางพารา อาหารทะเล และธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จึงทำให้แต่ละวันมีนักธุรกิจ นักลงทุนและนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเดินทางเข้ามาเป็นจำนวนมากเพื่อติดต่อธุรกิจการค้า ประชุมสัมมนา จับจ่ายซื้อขายสินค้า และท่องเที่ยว จะเห็นได้จากจำนวนรายได้จากการท่องเที่ยว 37,276 ล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2557) ซึ่งถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับรายได้สูงสุดเป็นลำดับที่ 5 ของประเทศ ทำให้อำเภอหาดใหญ่ได้ชื่อว่าเป็นอำเภอที่มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศเดิน

ทางเข้ามามากที่สุดอำเภอหนึ่งและมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นทุกปี องค์กรภาครัฐและเอกชนต่างร่วมมือกันพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว จัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามามากที่สุด เพื่อเป็นการกระจายรายได้สู่ประชาชนในหลากหลายอาชีพ จึงเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจในท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี เหตุผลเหล่านี้เองที่ทำให้หาดใหญ่มีศักยภาพมากในการที่จะดึงรายได้เข้าประเทศ อันจะเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจทั้งของประเทศโดยรวม เนื่องจากอำเภอหาดใหญ่ มีศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี ซึ่งเป็นศูนย์การประชุมนานาชาติแห่งแรกและใหญ่ที่สุดในภาคใต้ มีพื้นที่ใช้สอยมากกว่า 15,000 ตารางเมตรสามารถรองรับการจัดงานประชุมได้มากกว่า 4,000 คนจึงได้รับการสนับสนุนจาก สสปน. ในปี พ.ศ. 2553 ให้มีโครงการไมซ์ไทยเข้มแข็ง(Creative MICE พลิกฟื้นเศรษฐกิจ ด้วยความคิดสร้างสรรค์) โดยผลักดันให้อำเภอหาดใหญ่เป็นศูนย์กลางการประชุมและจัดนิทรรศการของภาคใต้และชูจุดขาย เมืองแห่งธุรกิจ การค้า การท่องเที่ยว ผสานแนวคิด *"ล่องเมืองสองทะเล สัมผัสเสน่ห์ MICE เมืองใต้"*นอกจากนี้ สสปน. ยังได้ทำการลงนามข้อตกลงความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ร่วมกัน โดยจัดทำหลักสูตรไมซ์ระดับปริญญาตรี เพื่ออบรมและยกระดับความรู้ของบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ให้มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559 ในประเด็นส่งเสริมการจัดประชุมสัมมนา จัดนิทรรศการ ทั้งระดับชาติและระดับนานาชาติ

แผนพัฒนาสามปี (พ.ศ. 2559-2561) เทศบาลนครหาดใหญ่ ในยุทธศาสตร์ที่ 3 ด้านการพัฒนาทางเศรษฐกิจ ในประเด็นแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว ได้ส่งเสริมให้อำเภอหาดใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวแบบครบวงจรและเป็นประตูเชื่อมโยงสู่ภูมิภาคอื่นๆ รวมทั้งการจัดโรดโชว์เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของเมืองให้เป็นเสมือนบ้านที่สองของนักท่องเที่ยว ด้วยความเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงโดยเฉพาะแถบประเทศมาเลเซีย สิงคโปร์และอินโดนีเซีย แต่อำเภอหาดใหญ่ยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในการจัดงานไมซ์ รวมทั้งภาพลักษณ์ของความเป็นเมืองที่อาจมีความเสี่ยงในเรื่องปัญหาความไม่สงบจาก 3 จังหวัดชายแดนใต้ที่อาจขยายความรุนแรงโดยเฉพาะเหตุการณ์ระเบิดสนามบินนานาชาติหาดใหญ่เมื่อปี พ.ศ. 2548 (Rittichainuwat and Chakraborty, 2009) และเพื่อให้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560 ในยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยว โดยพัฒนาจังหวัดสงขลาไปสู่การท่องเที่ยวเชื่อมโยงประเทศเพื่อนบ้าน (ASEAN Connectivity) กลุ่มประเทศอินโดนีเซียมาเลเซีย (Indonesia-Malaysia-Thailand Growth Triangle: IMT-GT) ผ่านมาตรการส่งเสริมการค้าการลงทุนการบริการและระบบโลจิสติกส์ให้ได้มาตรฐาน เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาพัฒนาให้เป็นเมืองจุดหมายปลายทาง เป็นศูนย์กลางการจัดกิจกรรมไมซ์ภาคใต้และทำให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเกิด

แรงจูงใจที่จะเดินทางมาแล้วเกิดความประทับใจ ตลอดจนสร้างรายได้ต่อผู้ประกอบการธุรกิจไมซ์และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
2. เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

สมมติฐานของการวิจัย

1. ส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
2. ทรัพยากรการบริหารมีความสัมพันธ์กับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ข้อจำกัดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามจากกลุ่มเจ้าของงานประชุมสัมมนาองค์กร (Meetings) และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Travels) ขนาดเล็กไม่เกิน 50 คน ซึ่งจัดขึ้นตามโรงแรมทั้ง 9 แห่ง ในส่วนการจัดประชุมวิชาชีพ (Conventions) และงานแสดงสินค้า/นิทรรศการ (Exhibitions) ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มเจ้าของงานประชุมและผู้จัดแสดงสินค้า/นิทรรศการของงานระดับภูมิภาคและจังหวัด เช่น งานมหกรรมยานยนต์ภาคใต้ (Motor Show) งานมหกรรมการเงินภาคใต้ (Money Expo) งานมหกรรมนวัตกรรมภาคใต้ (Southern Innovation Expo) งานมหกรรมบ้าน คอนโด และวัสดุตกแต่ง มหกรรมที่อยู่อาศัย-สินเชื่อเพื่อประชาชน มหกรรมงานวิจัยส่วนภูมิภาค (Regional Research Expo) ซึ่งจัดที่ศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี และศูนย์การค้าเซ็นทรัลเฟสติวัลหาดใหญ่

คำถามการวิจัย

1. ศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาเป็นอย่างไร

2. แนวทางในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลามีลักษณะอย่างไร

คำจำกัดความของการวิจัย

1. การพัฒนา (Development) หมายถึง การวางแผนกำหนดทิศทางไว้ล่วงหน้าเพื่อเปลี่ยนแปลงศักยภาพหรือองค์ประกอบที่มีอยู่ในอุตสาหกรรมไมซ์ให้เกิดการเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน และเป็นการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาให้เป็นเมืองจุดหมายปลายทางที่มีคุณภาพ (Quality Destination)

2. ศักยภาพ (Potential) ของอุตสาหกรรมไมซ์ หมายถึง ปัจจัยหรือองค์ประกอบที่อยู่ในอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งสามารถพัฒนาขึ้นมาได้ในอนาคต ประกอบด้วย 9 ด้าน คือ สถานที่จัดงาน(Venues) ผู้รับจัดงาน(Organizer) การคมนาคมขนส่ง (Transportation) ที่พัก(Accommodation) อาหารและเครื่องดื่ม(Food and Beverage) ธุรกิจนำเที่ยว(Tour Operator)ธุรกิจบันเทิง(Entertainment) สินค้าที่ระลึก(Souvenir) และความปลอดภัย (Security)

3. อุตสาหกรรมไมซ์ (MICE Industry) หมายถึง อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการประชุมสัมมนาภายในองค์กร(Meeting) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล(Incentive) การประชุมสัมมนาวิชาชีพ(Convention) และการจัดแสดงสินค้า/นิทรรศการ(Exhibition)

4. อำเภอหาดใหญ่ (Hatyai District) หมายถึง สถานที่จัดงานตามบัญชีรายชื่อสมาชิกของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) และโรงแรมที่มีห้องประชุม/ห้องจัดเลี้ยงซึ่งรองรับได้ตั้งแต่ 500 คนขึ้นไป รวมจำนวนทั้งสิ้น 11 แห่ง ได้แก่ ศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเฟสติวัล หาดใหญ่ โรงแรมเซ็นทาราหาดใหญ่ โรงแรมหรรษา-เจบี โรงแรมลีการ์เดนส์พลาซ่า บุรีศรีภู บูติก โฮเต็ล โรงแรมไดอิชิ โรงแรมไดมอนพลาซ่า โรงแรมหาดใหญ่พาราไดสแอนด์รีสอร์ท โรงแรมเอเชี่ยน และโรงแรมซากุระ-แกรนด์วิว (สมาคมโรงแรมหาดใหญ่, 2557)

5. หน่วยงานสนับสนุนส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ (Convention and Visitors Bureau: CVB) สำหรับประเทศไทย หมายถึง สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน.

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
2. ทำให้ทราบถึงแนวทางในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
3. ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในการส่งเสริมและวางแผนพัฒนาปรับปรุงให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงานต่อไป

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

บทที่ 2
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาตำรา เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและนำเสนอตามหัวข้อดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาด
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการ
5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนา
6. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับศักยภาพ
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์

1. ความเป็นมาของอุตสาหกรรมไมซ์

อุตสาหกรรมไมซ์ มีพัฒนาการมาจากธุรกิจนำเที่ยวที่เสนอบริการลักษณะพิเศษ ในการเป็นตัวกลางจัดการประชุม นิทรรศการหรือการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ซึ่งนับวันจะทวีความสำคัญมากขึ้นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของโลก หลายประเทศโดยเฉพาะอย่างยิ่งในทวีปเอเชีย กำลังใช้การจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เป็นกลยุทธ์การตลาดที่สำคัญ เพื่อสร้างรายได้ให้แก่ประเทศ เนื่องจากธุรกิจเหล่านี้ก่อให้เกิดรายได้ต่อหัวจากนักท่องเที่ยวคล้ายคลึงกับการเดินทางเพื่อธุรกิจ โดยสูงกว่ารายได้ที่ได้จากการท่องเที่ยวแบบพักผ่อนของนักท่องเที่ยวทั่วไป(Davidson, 2003) ซึ่งสาเหตุหลักเป็นเพราะผู้เดินทางไม่ได้จ่ายเงินค่าใช้จ่ายด้วยตนเอง บริษัทหรือองค์การเป็นผู้จ่ายให้มนุษย์มีการรวมกลุ่มกันเพื่อประชุม ปรึกษาหารือในเรื่องต่างๆ เช่น การเมือง การกีฬา ศาสนา ตั้งแต่ยุคโบราณ เมื่อสังคมขยายขึ้นเป็นเมืองหรือประเทศ ขนาดและความถี่ของการรวมกลุ่มเพิ่มมากขึ้น กลุ่มหรือสมาคมต่างๆ ซึ่งเกิดขึ้นเพื่อพบปะกันเป็นประจำ ตัวอย่างของการรวมกลุ่มในยุคกลาง ได้แก่ การจัดตั้งสมาคมช่างฝีมือ (guilds) ในทวีป

ยุโรปเพื่อดูแลเรื่องค่าจ้างและมาตรฐานการทำงานในทวีปอเมริกา การรวมตัวกันเป็นสมาคม (Associations) เริ่มขึ้นในราวศตวรรษที่ 18 โดยผู้ผลิตเทียนไขโรดไอแลนด์ (Rhode Island) การเติบโตของอุตสาหกรรมต่างๆ ทำให้ต้องขยายโรงงานออกไปนอกเมือง จึงมีความจำเป็นที่จะต้องเดินทางประชุมร่วมกันเพื่อปรึกษาหารือด้านการบริหารเทคโนโลยีหรือที่ประชุมในเมืองใหญ่ ในเวลาเดียวกันสมาคมวิชาชีพและสมาคมการค้าเกิดขึ้นมากมาย และมีความจำเป็นต้องประชุมสม่ำเสมอ ซึ่งโรงแรมในสหรัฐอเมริกาในช่วงทศวรรษที่ 1950 มีการจัดบริการประชุมต่างๆ ถึงร้อยละ 40 (Swarbrooke, 2001)

ปัจจุบัน ทั่วโลกมีสมาคมต่างๆ เป็นจำนวนมาก ตั้งแต่ระดับระหว่างประเทศ ระดับภูมิภาค ระดับประเทศ และระดับท้องถิ่น ซึ่งแต่ละสมาคมมีการจัดประชุมเป็นประจำ ในสหรัฐอเมริกาสมาคมวิชาชีพและสมาคมการค้ามีการจัดประชุมประมาณร้อยละ 70 ของการจัดประชุมทั้งหมด คิดเป็นมูลค่าถึงปีละ 75,000 ล้านเหรียญสหรัฐ นอกจากนี้ ยังมีการจัดประชุมของกลุ่มหรือชมรมต่างๆ รวมทั้งการจัดสัมมนาระดับต่างๆ อีกด้วย (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2555)

2. ความหมายของอุตสาหกรรมไมซ์

จากการอธิบายของมิดเดิลตัน(Middleton, 1995) การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่สำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศต่างๆ เนื่องจากเป็นภาคบริการที่สร้างและกระจายรายได้ไปยังภาคธุรกิจต่างๆ ได้อย่างกว้างขวาง ทั้งกิจการที่อยู่ในธุรกิจนำเที่ยวโดยตรง ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อเศรษฐกิจทางอ้อม คือ การจ้างงาน การแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างกลุ่มคนในอาชีพเดียวกัน ทำให้บุคลากรของประเทศได้รับการพัฒนาอีกด้วย โดยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั่วโลกสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน(Leisure Travel) และการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ(Business Travel) ทั้งสองประเภทมีความแตกต่างกันในเรื่องระดับและคุณภาพของการให้บริการ(Nykiel, 1989) ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง การเลือกสถานที่ และช่วงเวลาการท่องเที่ยว รวมทั้งประเภทของผู้เดินทางและสถานที่ท่องเที่ยว(บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา , 2554) นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเพื่อธุรกิจมีกิจกรรมหลัก คือ การประชุมสัมมนา และกิจกรรมรอง คือ การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนได้กลายมาเป็นส่วนหนึ่งในกิจกรรมการประชุมสัมมนา จึงมีการใช้คำว่า การประชุม สัมมนา นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล หรือ MICE แทนคำว่าการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ(Girod, 2009) จะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมไมซ์มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและบริการในบริบทนักท่องเที่ยวกลุ่มหนึ่งที่มีอุปสงค์ต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวเช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวทั่วไป นอกจากนี้ ธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมไมซ์ยังเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจการท่องเที่ยวที่มีความเชื่อมโยงกัน สอดคล้องกับแนวคิดของฮินกิ้นและเทรเซ่(Hinkin and Tracey, 1998) ที่ได้อธิบายว่า อุตสาหกรรมไมซ์ประกอบด้วยสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการที่รวมถึงสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวและการสนับสนุนด้านการบริการ

สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติแห่งภูมิภาคเอเชีย (Asian Association of Convention and Visitor Bureaus-AACVB) ได้แบ่งความหมายของอุตสาหกรรมไมซ์ไว้ในโครงการสำรวจสถิติการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดงานแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2545 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2545) โดยแบ่งออกเป็น 4 องค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่ องค์ประกอบที่หนึ่ง: การจัดประชุมภายในองค์กร(Meeting) องค์ประกอบที่สอง: การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล(Incentive) องค์ประกอบที่สาม: การจัดประชุมสัมมนาวิชาชีพ(Convention) และองค์ประกอบที่สี่: การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ(Exhibitions) ซึ่งเมื่อนำตัวอักษรแรกของแต่ละองค์ประกอบมารวมกัน จะได้เป็นคำว่า *"MICE" หรือย่อมาจาก "Meeting Incentive Convention and Exhibition"*

2.1) การจัดประชุมภายในองค์กร (Meeting) หมายถึง การรวมกันของคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเพื่อทำกิจกรรมเฉพาะ โดยเป็นการเฉพาะกิจหรือวางแผนไว้ล่วงหน้า(Goldblatt, 2001) เช่น การประชุมประจำปี การประชุมคณะกรรมการ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับคำจำกัดความของการประชุมโดย (IAPCO, 2011) ที่พูดถึงการประชุมไว้ว่า เป็นการเข้ามารวมตัวกันของบุคคลในสถานที่แห่งหนึ่งเพื่อดำเนินกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งให้สำเร็จลุล่วง ขนาดของการประชุมมีได้หลายขนาดยังไม่มีกฎเกณฑ์ที่กำหนดแน่นอน แต่มักมีขนาดไม่ใหญ่จนเกินไป(สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2555) แบ่งประเภทของการประชุมภายในองค์กรตามลักษณะต่างๆ ดังต่อไปนี้

2.1.1) แบ่งประเภทของการประชุมภายในองค์กรตามวัตถุประสงค์ (Corporate Meetings Classified by Objectives) ได้แก่

2.1.1.1) การประชุมสัมมนา (Seminar) เป็นการประชุมที่บุคลากรขององค์กรเข้ามาร่วมประชุมโดยมีผู้เชี่ยวชาญภายใต้หัวข้อที่กำหนดไว้มาเป็นวิทยากรบรรยายให้ความรู้แก่ผู้เข้าร่วมประชุม (Rogers, 2000) ซึ่งการประชุมประเภทนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้เข้าร่วมประชุมมีความรู้เพิ่มเติมและสามารถนำความรู้ดังกล่าวไปใช้ในการปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.1.1.2) การประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) เป็นการประชุมที่มีวัตถุประสงค์คล้ายคลึงกับการสัมมนา เนื่องจากต้องการให้ผู้เข้าร่วมประชุมมีความรู้เพิ่มมากขึ้น อย่างไรก็ดีกระบวนการในการประชุมเชิงปฏิบัติการมีความแตกต่างจากการสัมมนาตรงที่ผู้เข้าร่วมประชุมจะมีโอกาสมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติงานจริงระหว่างเข้าร่วมประชุม (Getz, 2008)

2.1.1.3) การประชุมระดมสมอง (Brainstorming Meeting) เป็นการประชุมของบุคลากรในองค์กรซึ่งอาจจะมาจากฝ่ายเดียวกันหรือต่างฝ่ายต่างสาขาได้ และช่วยกันระดมความคิดเห็นเพื่อหาแนวทางในการแก้ไข พัฒนา การดำเนินงานต่างๆ (Krugman, 2006) ซึ่งการประชุมระดมสมองนั้นตลอดช่วงการประชุมจะไม่อนุญาตให้ผู้ร่วมประชุมโต้แย้งหรือวิจารณ์ต่อความเห็นที่ผู้ร่วมประชุม

คนอื่นๆ เสนอขึ้นมา เมื่อการประชุมเสร็จสิ้นประเด็นทุกประเด็นจะถูกบันทึกและเก็บรวบรวมเพื่อนำมาพิจารณาว่าประเด็นใดมีประโยชน์สำหรับการพัฒนาเพื่อเป็นแผนการดำเนินงานหรือแนวทางต่างๆ ต่อไป

2.1.1.4) การประชุมอภิปราย (Panel Forum Meeting) เป็นการประชุมที่มีการเชิญผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิในประเด็นที่ต้องการจะอภิปรายมาบรรยายและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน เพื่อให้ผู้เข้าร่วมประชุมเกิดมุมมองและทัศนะในมุมต่างๆ ของประเด็นที่ใช้ในการประชุม (Murdy, 2012)

2.1.2) แบ่งประเภทของการประชุมภายในองค์กรตามภูมิศาสตร์(Corporate Meetings Classified by Geographic) ได้แก่

2.1.2.1) การประชุมองค์กรระดับนานาชาติ (International Corporate Meetings) คือ การประชุมที่มีผู้เข้าร่วมประชุมจากบริษัทหรือองค์กรที่มาจากต่างทวีปและต่างประเทศมากกว่าหนึ่งทวีปขึ้นไป (Pearlman, 2008) การประชุมประเภทนี้ส่วนใหญ่มักเกิดขึ้นในบริษัทข้ามชาติ(Multinational Company) ที่มีสาขาอยู่ทั่วทุกมุมโลก

2.1.2.2) การประชุมองค์กรระดับภูมิภาค (Regional Corporate Meetings) คือ การประชุมที่มีผู้เข้าร่วมประชุมจากต่างประเทศมากกว่าหนึ่งประเทศ แต่ประเทศนั้นๆ จะต้องอยู่ในภูมิภาคหรือทวีปเดียวกัน การประชุมประเภทนี้ส่วนใหญ่จะเป็นของบริษัทข้ามชาติภายในภูมิภาคนั้นๆ แต่ยังไม่ได้มีสาขาอยู่ในทวีปอื่นๆ (Rogers, 2000)

2.1.2.3) การประชุมองค์กรในต่างประเทศ (National Offshore Corporate Meetings) คือ การประชุมองค์กรที่พนักงานของบริษัทใดบริษัทหนึ่งได้ดำเนินการจัดประชุมนอกประเทศตนเอง โดยผู้เข้าร่วมประชุมทั้งหมดจะมาจากประเทศเดียวกันแต่ไปจัดงานในต่างประเทศ เช่น บริษัทเกี่ยวกับสินค้าอุปโภคบริโภคของประเทศไทยไปจัดงานประชุมในประเทศออสเตรเลีย เป็นต้น

2.1.2.4) การประชุมองค์กรที่จัดขึ้นในประเทศ (Local Corporate Meetings) คือ การประชุมองค์กรของบริษัทที่อยู่ในประเทศแต่อาจไปจัดในพื้นที่อื่นๆ ของประเทศนั้นๆ แทน เช่น บริษัทที่มีสำนักงานอยู่ในกรุงเทพ ได้ดำเนินการจัดการประชุมองค์กรขึ้นที่จังหวัดภูเก็ต เป็นต้น

2.1.3) แบ่งประเภทของการประชุมภายในองค์กรตามวาระของการประชุม (Corporate Meetings Classified by Agenda Type) ได้แก่

2.1.3.1) การประชุมผู้บริหาร (Executive/Management Meeting) คือ การประชุมที่ผู้เข้าร่วมประชุมต้องเป็นระดับผู้บริหารขึ้นไป ซึ่งส่วนใหญ่หมายถึง ผู้บริหารระดับสูง (Top Executive) การประชุมดังกล่าว ส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นไปที่การกำหนดแนวทางการดำเนินงานของบริษัทที่กระทบต่อการดำเนินงานโดยรวม (Rogers, 2000)

2.1.3.2) การประชุมผู้ถือหุ้น (Shareholders' Meeting) การประชุมประเภทนี้จะแตกต่างจากคำจำกัดความข้างต้นอยู่บ้าง คือ การประชุมของผู้ที่มีการถือหุ้นของบริษัท ซึ่ง

ผู้เข้าร่วมประชุมไม่จำเป็นต้องเป็นพนักงานหรือผู้บริหารของบริษัท แต่ต้องมีการถือหุ้นของบริษัทนั้นๆ (Goldblatt, 2001) โดยเป้าหมายของการประชุมส่วนใหญ่ จะเป็นการแจ้งถึงผลการดำเนินงานของบริษัท การขออนุมัติเห็นชอบในประเด็นต่างๆจากผู้ถือหุ้น เป็นต้น การประชุมประเภทนี้ มักมีการจัดขึ้นในประเทศ แต่อาจมีการค้างคืนบ้างในบางครั้ง

2.1.3.3) การประชุมเพื่อแนะนำสินค้าใหม่ (New Product Introduction Meeting) การประชุมประเภทนี้ มักถูกจัดขึ้นมาเมื่อทางบริษัทมีความต้องการที่จะแนะนำสินค้าใหม่ๆ เข้าสู่ตลาด (Ba, 2004) การประชุมรูปแบบนี้ นอกจากจะมีพนักงานขององค์กรเข้าร่วมประชุมแล้ว ยังมีการเชิญนักข่าวและลูกค้าของบริษัท ซึ่งเป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เข้าร่วมประชุมด้วย

2.1.3.4) การประชุมของฝ่ายต่างๆ (Departmental Meeting) การประชุมของฝ่ายต่างๆ ในกรณีนี้อาจเป็นการประชุมของฝ่ายขาย เพื่อกำหนดเป้าหมายและยอดขาย รวมถึงการช่วยกันพัฒนากลยุทธ์ในการขาย การประชุมของฝ่ายประชาสัมพันธ์ เพื่อกำหนดแนวทางในการประชาสัมพันธ์ รวมไปถึงการประชุมของฝ่ายทรัพยากรบุคคล เพื่อกำหนดแผนการพัฒนาบุคลากรหรือแผนการอบรมต่างๆ

2.1.4) แบ่งประเภทของการประชุมภายในองค์กรตามลักษณะขององค์กร (Corporate Meetings Classified by Type of Corporate) ได้แก่

2.1.4.1) การประชุมองค์กรของบริษัทเอกชน (Corporate Meetings) คือ การประชุมองค์กรของบริษัทที่เป็นเอกชน ซึ่งบริษัทดังกล่าวอาจมีสำนักงานอยู่ในประเทศนั้นๆ หรือไม่ก็ได้ โดยรูปแบบและวัตถุประสงค์ของการประชุมแต่ละครั้งจะแตกต่างกันออกไป

2.1.4.2) การประชุมองค์กรของหน่วยงานภาครัฐ (Governmental Organization Corporate Meetings) คือ การประชุมองค์กรของหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งอาจเป็นหน่วยงานภาครัฐของประเทศนั้นๆ ไปจัดงานในส่วนต่างๆ ของประเทศหรืออาจเป็นหน่วยงานภาครัฐของต่างประเทศที่มาจัดในประเทศนั้นๆ ก็ได้

2.2) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive) หมายถึง การจัดนำเที่ยวเป็นหมู่คณะให้กับพนักงานหรือตัวแทนขาย เพื่อตอบแทนที่ทำงานได้ตามเป้าหมายของบริษัทหรือองค์กร เป็นธุรกิจย่อยที่มีความสำคัญสำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในปัจจุบัน(Incentive Marketing Association, 2012) และเป็นธุรกิจที่ได้รับความนิยมสูง ซึ่งกำลังเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว เพราะเป็นเครื่องมือการจูงใจพนักงานให้ขยันทำงานที่ได้ผลตามเป้าหมาย เนื่องจากผู้ผลิตบริการต่างๆ ให้ความสำคัญเพราะก่อให้เกิดรายได้สูงกว่าการนำเที่ยวโดยทั่วไป สอดคล้องกับโกลด์แบล็ท(Goldblatt, 2001) ซึ่งได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลไว้ว่า เป็นการประชุมหรือการท่องเที่ยวที่บริษัทเป็นผู้สนับสนุนเพื่อเป็นรางวัลตอบแทนในการทำงานและเพื่อให้เกิดความซื่อสัตย์ในองค์กร ในปัจจุบันมีการก่อตั้งสมาคมวิชาชีพการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลขึ้นหลายแห่ง เช่น สมาคมผู้บริหารการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Society of Incentive

Travel Executives: SITE) ซึ่งได้นิยามความหมายการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลว่า “เป็นเครื่องมือทางการจัดการที่ทันสมัย ที่ช่วยให้บริษัทบรรลุเป้าหมายสูงสุด” โดยการให้รางวัลผู้สำเร็จด้วยการเดินทางท่องเที่ยวแบบพิเศษที่จัดขึ้นให้โดยเฉพาะ

2.2.1) ประเภทของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ได้จัดเป็นโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล โดยแบ่งเป็น 2 ประเภทหลักๆ ได้แก่ โปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแบบ Closed-Ended และโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแบบ Open-Ended (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2555)

2.2.1.1) โปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแบบปิด (Closed-Ended Incentive Program) คือ โปรแกรมการท่องเที่ยวที่ได้มีการกำหนดงบการจัดงานและจำนวนผู้เดินทางในการท่องเที่ยวดังกล่าวไว้ก่อนล่วงหน้า (Coltmann, 1989) โดยข้อดีของโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแบบ Closed-Ended คือ ผู้จัดงานสามารถควบคุมงบประมาณในการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวดังกล่าวได้ตั้งแต่เริ่มแรก อย่างไรก็ตาม การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวรูปแบบนี้ อาจทำให้เกิดการตัดสิทธิ์และลดแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานที่สามารถปฏิบัติงานได้ดีแต่ไม่สูงมากพอที่จะได้รับคัดเลือกให้เข้าร่วมโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล นอกจากนี้ พนักงานบางกลุ่มที่มีผลการปฏิบัติงานได้สูงสุดซ้ำๆ กัน และได้รับคัดเลือกให้เข้าร่วมโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลอยู่บ่อยครั้ง อาจลดแรงกระตุ้นและแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานที่มีผลการปฏิบัติงานอยู่ในระดับรองลงมา

2.2.1.2) โปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแบบเปิด (Open-Ended Incentive Program) ไม่มีการจำกัดจำนวนพนักงานที่มีสิทธิ์เข้าร่วมโปรแกรมท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล รวมถึงงบประมาณสำหรับโปรแกรมการท่องเที่ยวนั้นๆ (Coltmann, 1989) ดังนั้น ต้นทุนในการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลรูปแบบนี้ จึงขึ้นอยู่กับผลการปฏิบัติงานของพนักงาน ซึ่งมักเพิ่มขึ้นตามจำนวนพนักงานที่สามารถปฏิบัติงานได้ดี และผ่านคุณสมบัติในการได้รับรางวัล โดยข้อดีของโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลรูปแบบนี้ คือ สามารถสร้างแรงกระตุ้นและก่อให้เกิดแรงจูงใจแก่พนักงานได้มากกว่า เนื่องจากพนักงานคนใดก็ตามที่สามารถปฏิบัติงานได้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้มีสิทธิ์ได้รับรางวัลในการเข้าร่วมโปรแกรมท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลทุกคน ส่วนข้อเสียของโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลรูปแบบนี้ คือ บริษัทไม่สามารถควบคุมงบประมาณในการจัดโปรแกรมท่องเที่ยวและต้นทุนของการจัดงานการสร้างแรงจูงใจไว้ล่วงหน้าได้

2.2.2) ความสำคัญของธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ได้ระบุความสำคัญต่อบริษัทผู้ซื้อบริการนำเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ดังนี้ (Incentive Marketing Association, 2012)

2.2.2.1) ผลักดันให้เกิดผลการดำเนินงานที่ต้องการ เนื่องจากโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมักถูกวางแผนขึ้นล่วงหน้า โดยบริษัทเป็นผู้ดำเนินการกำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของการปฏิบัติงาน ในที่สุดแล้วเป้าหมายของพนักงานสามารถนำไปสู่การบรรลุเป้าหมาย

โดยรวมของบริษัท ดังนั้น การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลให้แก่พนักงานถือเป็นการสร้างแรงจูงใจให้พนักงานสร้างผลงานให้บรรลุตามเป้าหมายที่บริษัทได้วางไว้

2.2.2.2) รักษาพนักงานที่มีความสามารถสูงให้อยู่กับองค์กร ถึงแม้การจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเพียงอย่างเดียวอาจไม่สามารถรักษาพนักงานที่มีความสามารถให้อยู่กับองค์กรตลอดไปได้ ดังนั้นการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเปรียบเสมือนการให้รางวัลตอบแทนการชมเชยหรือการยกย่องเชิดชูผลการปฏิบัติงานของพนักงานที่มีความสามารถ ทั้งนี้ย่อมก่อให้เกิดความรู้สึกทางจิตใจต่อพนักงานที่ได้รับรางวัลตอบแทนนั้น ซึ่งสามารถส่งผลต่อการตัดสินใจของพนักงานที่จะปฏิบัติงานกับองค์กรต่อไป

2.2.2.3) สร้างวัฒนธรรมการปฏิบัติงานที่ดี ประโยชน์ที่สำคัญที่สุดของการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลนั้นคือ เป็นการสร้างวัฒนธรรมที่ดีให้กับองค์กรอันเป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างมากที่ส่งผลต่อสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงาน ขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงาน รวมทั้งทัศนคติของพนักงานในองค์กร โดยการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลนั้นสามารถทำให้พนักงานเกิดความรู้สึกว่าการปฏิบัติงานของตนนั้นได้รับการยอมรับและชื่นชม รวมทั้งการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลยังก่อให้เกิดสภาวะการแข่งขันระหว่างพนักงานในระดับที่เหมาะสม ซึ่งสามารถสร้างแรงผลักดันในการบรรลุเป้าหมายในการปฏิบัติงาน

2.2.2.4) เพิ่มโอกาสในการสร้างเครือข่ายการปฏิบัติงาน การจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลสามารถเพิ่มโอกาสระหว่างพนักงานและคณะผู้บริหารในการสร้างเครือข่ายก่อให้เกิดความร่วมมือในรูปแบบต่างๆในระหว่างการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆนั้น พนักงานจากหลายๆส่วนงานรวมถึงผู้บริหารสามารถปรึกษาหารือแสดงความคิดเห็นหรือร่วมกันวางแผนการดำเนินงานในอนาคตเพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กรผ่านการประสานงานที่มากขึ้นระหว่างส่วนงาน โอกาสในการพบปะพูดคุยและหารือในรูปแบบนี้มักไม่ค่อยเกิดขึ้นในสถานการณ์ปกติทั่วไป ส่งผลให้พนักงานสามารถใช้โอกาสนี้ในการปรับปรุงรูปแบบการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2.2.2.5) สร้างแรงกระตุ้น การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจัดเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการสร้างแรงกระตุ้นและแรงจูงใจให้กับพนักงาน การเดินทางท่องเที่ยวไปยังประเทศต่างๆ ทำให้พนักงานเป็นอิสระจากภาระและความรับผิดชอบในหน้าที่การงานในช่วงระยะเวลาหนึ่งย่อมเป็นแรงจูงใจอย่างดีให้พนักงานสร้างผลงานให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ซึ่งความหวังที่จะได้รับรางวัลต่างๆ เป็นสิ่งที่จะทำให้พนักงานปฏิบัติหน้าที่ตามที่องค์กรได้คาดหวังไว้รวมถึงเป็นไปในทิศทางที่สามารถทำให้องค์กรสามารถบรรลุเป้าหมายสูงสุดได้

2.2.2.6) การรับรู้ถึงผลการปฏิบัติงานของพนักงาน เนื่องจากพนักงานที่ได้รับเลือกให้เข้าร่วมโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจะต้องเป็นพนักงานที่มีคุณสมบัติตรงตามที่ได้กำหนดไว้และมีผลการปฏิบัติงานตามเกณฑ์ที่ทางบริษัทตั้งไว้ ดังนั้น การได้รับเลือกจะส่งผลให้พนักงาน

เหล่านั้นรู้สึกได้ถึงการยกย่องชมเชย และการยอมรับจากองค์กรถึงผลงานของตนในระหว่างการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล มักจะมีกิจกรรมการประกาศมอบรางวัลหรือยกย่องชมเชยให้กับพนักงานแต่ละคน ซึ่งส่งผลต่อความรู้สึกของพนักงานที่ได้รับการยกย่องชมเชย นอกจากนี้ ความรู้สึกเชิงบวกของพนักงานที่ได้รับระหว่างโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลยังส่งผลโดยตรงให้พนักงานเหล่านั้นมีความหวังที่จะได้รับเลือกให้เข้าร่วมโปรแกรมดังกล่าวในปีถัดๆ ไป ซึ่งเป็นการช่วยกระตุ้นและสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงานเหล่านั้นในการปฏิบัติงานและพัฒนาผลการดำเนินงานของตนอย่างสม่ำเสมอ

2.2.3) ประเภทของบริษัทท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล(Types of Incentive Companies) แบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท คือ(สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2555)

2.2.3.1) บริษัทที่ให้บริการครบวงจร (A full-service company) เป็นบริษัทที่ให้บริการความช่วยเหลือในการพัฒนาและจัดการนำเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลทุกขั้นตอน (Incentive Marketing Association, 2012)

2.2.3.2) บริษัทที่ให้บริการตามความประสงค์ (A fulfillment company) โดยทั่วไปบริษัทที่ให้บริการตามความประสงค์มีการวางแผนโปรแกรมนำเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเกี่ยวกับการให้บริการจัดนำเที่ยวเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่ถนัด (Incentive Marketing Association, 2012)

2.2.3.3) บริษัทนำเที่ยวที่มีแผนกท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Travel Department) บริษัทนำเที่ยวประเภทนี้ จะมีแผนกท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เพื่อให้บริการครบวงจรเหมือนประเภทแรก หรือให้บริการตามความประสงค์เหมือนประเภทที่ 2 (Incentive Marketing Association, 2012)

2.3) การประชุมสัมมนาวิชาชีพ (Convention) หมายถึง การประชุมที่เป็นรูปแบบทั่วไป เป็นระเบียบของหน่วยงานที่ตั้งตามกฎหมายเพื่อให้ข้อมูลเฉพาะ และหาข้อสรุปที่เป็นเอกฉันท์จากผู้ร่วมประชุม(International Congress and Convention Association, 2012) โดยปกติจะกำหนดระยะเวลาและจุดประสงค์ที่แน่นอน แต่ไม่บ่อยครั้ง สอดคล้องกับครัคแมน(Krugman, 2006) ซึ่งได้ให้ความหมายของการประชุมวิชาชีพไว้ว่า เป็นกิจกรรมที่มุ่งให้ความรู้แก่ผู้เข้าร่วมงาน เกิดการอภิปรายและเข้าสังคม และได้แบ่งประเภทของการประชุมสัมมนาวิชาชีพ ดังนี้(สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2555)

2.3.1) แบ่งตามวัตถุประสงค์ของการประชุม เนื่องจากการประชุมวิชาชีพ ไม่ว่าจะเป็นการประชุมที่ถูกเรียกในศัพท์ภาษาอังกฤษว่า Convention Conference และ Congress นั้น มีความจำเป็นในการจัดงานและวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน (Jones, 2010) ไม่ว่าจะเป็นเพื่อการรายงานหรือแจ้งผลต่างๆ การอภิปราย โต้แย้ง การกระตุ้น เพื่อให้ความรู้ เพื่อสื่อสาร หรือเพื่อให้ได้ข้อสรุปในประเด็นต่างๆ โดยงานประชุมประเภท Congress มีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งผลหรือสื่อสาร รวมถึงให้โอกาสในการอภิปรายโต้แย้งในประเด็นต่างๆ ส่วนการประชุมประเภท Conference มีวัตถุประสงค์ เพื่อแจ้งถึงประเด็น

และหาข้อสรุปเกี่ยวกับประเด็นต่างๆ ที่ได้นำเสนอ ส่วนการประชุมประเภท Convention มีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้ง สื่อสาร กระตุ้น หรือแสดงความคิดเห็นระหว่างผู้เข้าร่วมประชุม

2.3.2) แบ่งตามจำนวนผู้เข้าร่วมประชุม โดยทั่วไปแล้วการประชุมแบบ Conference มีขนาดที่เล็กกว่าการประชุมประเภท Convention และ Congress

2.3.3) แบ่งตามความถี่ของการจัดการประชุม การประชุมประเภท Convention มีการจัดเป็นประจำทุกปี ในขณะที่การประชุมแบบ Congress อาจมีการจัดเป็นประจำทุกปี ทุกครึ่งปี หรือตามความจำเป็น ในขณะที่การประชุมที่เรียกว่า Conference มักจะมีกำหนดการเรื่อง วัน เวลา และสถานที่ล่วงหน้าที่แน่นอน และมีการหมุนเวียนสถานที่ในการจัดงานเป็นประจำตามความต้องการของสมาคมเจ้าของงาน (Rogers, 2000) อย่างไรก็ตาม ระยะเวลาในการเตรียมการล่วงหน้าของงานประชุมแต่ละประเภทไม่ว่าจะเป็น Convention Conference และ Congress นั้น จะไม่มีการกำหนดตายตัว เช่น การประชุมที่เรียกว่า Conference อาจมีการวางแผนเตรียมการล่วงหน้าแค่ไม่กี่สัปดาห์ก่อนที่งานจะเริ่มจริง ในขณะที่การประชุม เช่น Convention และ Congress จำเป็นต้องใช้ระยะเวลาในการเตรียมการล่วงหน้านานเป็นเวลาหลายปี เป็นต้น

2.3.4) แบ่งตามประเภทของผู้เข้าร่วมงาน จากคำอธิบายของ ICCA ซึ่งได้มีการให้ความสำคัญไปที่การประชุมนานาชาติ ซึ่งหมายถึง การประชุมที่มีการกำหนดสถานที่ชัดเจนและมีผู้เข้าร่วมงานจากสองประเทศเป็นอย่างต่ำเป็นหลักนั้น ได้มีการแบ่งประเภทของการประชุม โดยใช้ผู้เข้าร่วมประชุมเป็นเกณฑ์ในการแบ่ง ซึ่งแบ่งประเภทของผู้เข้าร่วมประชุมออกเป็นองค์กรและสมาคม ทั้งนี้ การประชุมองค์กรนานาชาติ มักประกอบไปด้วย (1)การประชุมภายใน(Internal Meeting) (2)การประชุมภายนอก(External Meeting) และ (3)การประชุมทั้งภายในและภายนอก (Combined Meeting) ในทางกลับกันการประชุมสมาคมนานาชาติ ได้ถูกแบ่งออกเป็นการประชุมสมาคมนานาชาติของภาครัฐและการประชุมสมาคมนานาชาติที่ไม่ใช่ภาครัฐ

2.4) การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibition) หมายถึง กิจกรรมที่จัดขึ้นในช่วงเวลาที่จำกัดสำหรับผู้ผลิต หรือตัวแทนนำสินค้าตัวอย่าง หรือการบริการ ซึ่งเป็นเป้าหมายของบริษัทมาแสดง เพื่อขายให้กับผู้ซื้อ ร้านค้า และอุตสาหกรรม ซึ่งในงานอาจเปิดให้ประชาชนทั่วไปเข้าชมได้(The Global Association of the Exhibition Industry, 2012) การจัดนิทรรศการหรือแสดงสินค้าใช้พื้นที่เป็นจำนวนมาก โดยจัดสรรบูธ (Booth) สำหรับแสดงสินค้าและบริการให้แก่ผู้ผลิตหรือตัวแทน ซึ่งสอดคล้องกับ ลัคเฮิส (Luckhurst, 1951) ได้ให้ความหมายของงานแสดงสินค้าและนิทรรศการไว้ว่า เป็นกิจกรรมที่ถูกออกแบบขึ้นมาเพื่อใช้แสดงและขายรวมถึงแลกเปลี่ยนสินค้าในแต่ละกลุ่มประเภทให้แก่ผู้บริโภค และมอโรว์ (Morrow, 1997) ที่ได้แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ ว่าเป็นเครื่องมือหรือตัวกลางทางการตลาดในการซื้อขายแลกเปลี่ยนของสินค้าและบริการ สามารถแบ่งประเภทของงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ ดังต่อไปนี้(สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2555)

2.4.1) ประเภทของงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติ สามารถแบ่งออกเป็นประเภทต่างๆ ได้แก่ งานแบบธุรกิจสู่ธุรกิจ(Business to Business: B2B) งานสำหรับผู้บริโภค (Consumer) ธุรกิจสู่ผู้บริโภค(Business to Consumer: B2C) งานแบบผสม(Combined) และงานนานาชาติ(International)

2.4.1.1) งานเทรดโชว์ (Trade Show) มีลักษณะที่ต่างออกไปจากงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติประเภทอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นงานสำหรับผู้บริโภค (Consumer Show) และงานแบบผสม (Combined Show) เนื่องจากผู้ออกบูธส่วนใหญ่จะเป็นผู้ผลิตหรือผู้ส่งสินค้าโดยตรง ในขณะเดียวกันผู้เข้าร่วมงาน หรือผู้ซื้อส่วนใหญ่เป็นบริษัทหรือองค์กรที่มีความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการจากผู้ออกงานในจำนวนมาก เพื่อนำไปประกอบธุรกิจ (บงกช งามสม ฤทธิชัยนุวัฒน์, 2553) โดยส่วนใหญ่แล้ว ผู้เข้าร่วมงานจะถูกเชิญโดยผู้จัดงานเท่านั้น และจำเป็นต้องลงทะเบียนล่วงหน้า รวมไปถึงมีค่าใช้จ่ายในการลงทะเบียนและเข้าร่วมงาน จึงสามารถเข้าร่วมงานเทรดโชว์ได้ ซึ่งหมายความว่า งานประเภทนี้มักไม่ได้มีการเปิดให้ประชาชนทั่วไปสามารถเข้าร่วมชมงานได้ โดยระยะเวลาของงานประเภทนี้ที่เปิดให้ผู้เข้าร่วมงานสามารถเข้าชมงานได้ มักมีระยะเวลา ตั้งแต่ 1 ถึง 5 วัน และจัดเป็นประจำทุกปี ซึ่งงานเทรดโชว์ขนาดใหญ่บางอุตสาหกรรมอาจมีการจัดงานทุกๆ 2 ปี ถึง 7 ปี ขึ้นอยู่กับลักษณะของอุตสาหกรรมนั้นๆ โดยนอกจากจะเป็นตัวกลางในการนำผู้ซื้อมาพบกับผู้ขายแล้ว งานเทรดโชว์ในปัจจุบันถือได้ว่าเป็นแหล่งของความรู้ผ่านทางการสัมมนาต่างๆ ให้กับผู้เข้าร่วมงานและผู้ออกบูธด้วยเช่นกัน งานเทรดโชว์ส่วนใหญ่จึงถูกระบุให้เป็นงานประเภทธุรกิจสู่ธุรกิจ (Business to Business: B2B)

2.4.1.2) งานสำหรับผู้บริโภค (Consumer Show) ลักษณะสำคัญของงานสำหรับผู้บริโภค คือ งานที่เปิดให้ประชาชนและคนทั่วไปสามารถเข้าร่วมได้ โดยงานสำหรับผู้บริโภคแบบนี้ สามารถเรียกได้ว่า เป็นงานแบบธุรกิจสู่ผู้บริโภค (Business to Consumer: B2C) เนื่องจากผู้ออกบูธมีโอกาสได้ขายสินค้าให้แก่ผู้เข้าร่วมงานเพื่อนำไปใช้บริโภคโดยตรง ซึ่งหมายความว่า ผู้ออกบูธส่วนใหญ่จะเป็นผู้ผลิตสินค้า ส่วนผู้บริโภคจะเป็นผู้ใช้สินค้าซึ่งเป็นการเพิ่มโอกาสในการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภค เนื่องจากผู้บริโภคจะเดินทางเข้ามายังบูธเพื่อทดลองผลิตภัณฑ์ สินค้าและบริการใหม่ๆ ลักษณะพิเศษนี้ส่งผลให้งานสำหรับผู้บริโภค ไม่จำเป็นต้องลงทะเบียนเข้าร่วมงานเหมือนงานเทรดโชว์ เพราะงานสำหรับผู้บริโภคนั้น ทางผู้จัดงานมีเป้าหมายเพื่อต้องการให้มีผู้เข้าร่วมงานมากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ อย่างไรก็ดี แม้ว่างานสำหรับผู้บริโภค จะไม่จำเป็นต้องมีการลงทะเบียน แต่ในงานบางประเภทอาจมีการเก็บค่าเข้าชมงาน เป็นต้น (บงกช งามสม ฤทธิชัยนุวัฒน์, 2553)

2.4.1.3) งานแบบผสม (Combined or Mixed Show) คือ การรวมงานเทรดโชว์และงานสำหรับผู้บริโภคเข้าไว้ด้วยกัน งานประเภทนี้ จะมีการเปิดให้ทั้งบริษัทที่ได้ลงทะเบียนไว้และประชาชนทั่วไป สามารถเข้าร่วมงานได้ โดยอาจมีการแบ่งช่วงเวลาสำหรับธุรกิจ และช่วงเวลาสำหรับประชาชนทั่วไป (Papadimitriou, 2013) เช่น สองวันแรกของการจัดงาน จะอนุญาตให้เฉพาะบริษัทที่

ได้รับเชิญ หรือลงทะเบียนไว้ สามารถเข้าชมงานได้เท่านั้น และอีก 5 วันที่เหลือ จึงจะเปิดให้ประชาชนและผู้ที่สนใจทั่วไป สามารถเข้าชมงานได้ โดยผู้ซื้อสินค้า/บริการ จะเป็นทั้งตัวองค์กร ผู้บริโภคที่อยู่ในอุตสาหกรรมนั้นๆ โดยตรง และประชาชนทั่วไป

2.4.1.4) งานนานาชาติ (International Exhibition /Exposition) งานนานาชาติในบางครั้ง อาจถูกเรียกว่างานเทรดแฟร์(The Global Association of the Exhibition Industry, 2012) โดยงานนานาชาติทำหน้าที่เสมือนตัวกลางที่มีประสิทธิภาพในการช่วยสนับสนุนส่งเสริมการส่งออกสินค้าของประเทศที่จัดงานไปยังประเทศเป้าหมาย รวมถึงการส่งออกไปยังทั่วทุกภูมิภาคในโลก โดยผู้ออกงานและผู้เข้าร่วมงานของงานประเภทนี้ จะมีความคล้ายคลึงกันกับงานเทรดโชว์ ซึ่งในบางครั้งผู้เข้าร่วมงานเป็นผู้ซื้อ จำเป็นต้องเป็นสมาชิกของสมาคมนั้นๆ และต้องผ่านคุณสมบัติที่ทางผู้จัดงานระบุไว้ จึงสามารถเข้าร่วมงานได้ อย่างไรก็ตาม ในบางประเทศที่มีกำลังซื้อในประเทศสูง เช่น สหรัฐอเมริกาหรือจีนนั้น งานทั้งสามประเภท ไม่ว่าจะเป็น งานเทรดโชว์ งานสำหรับผู้บริโภค หรืองานแบบผสม สามารถจัดขึ้นสำหรับตลาดในประเทศโดยเฉพาะได้ โดยงานในประเทศที่กล่าวมาจะถูกจัดขึ้น เพื่อให้ผู้ซื้อและผู้ขายในประเทศ ได้มีโอกาสพบกันและนำไปสู่การดำเนินธุรกิจ ก่อให้เกิดการบริโภคและจับจ่ายใช้สอยในประเทศ เช่น อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของประเทศจีน ซึ่งมีการผลิตสินค้าตั้งแต่ต้นน้ำไปจนถึงปลายน้ำนั้น นอกจากจะเป็นผู้ผลิตสินค้าสิ่งทอที่ใหญ่ที่สุดในโลกแล้ว มูลค่าการบริโภคสินค้าสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของประเทศจีนเองก็คิดเป็นกว่าร้อยละ 50 ของการบริโภคของทั้งโลก ดังนั้น ทางผู้จัดจึงจำเป็นต้องเข้าใจถึงปริมาณของอุปสงค์และอุปทานในประเทศเสียก่อน หากจำนวนอุปสงค์ในประเทศมีไม่เพียงพอ จะส่งผลให้ผู้เข้าร่วมงานมีจำนวนไม่มาก และสุดท้ายจะเกิดผลกระทบทำให้ผู้ออกงานไม่สนใจที่จะมาออกงาน เป็นต้น

สรุปความหมายของอุตสาหกรรมไมซ์ในงานวิจัย หมายถึง ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดประชุมสัมมนาภายในองค์กร (Meeting) คือ การประชุมของกลุ่มบุคคลหรือองค์กรที่อยู่ในสายอาชีพเดียวกัน มักเป็นการประชุมขนาดเล็ก การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive) คือ การเดินทางเพื่อพักผ่อนของกลุ่มบุคคลที่ได้รับรางวัลจากการปฏิบัติงานได้ตามเป้าหมายที่บริษัท/องค์กรวางไว้ การประชุมสัมมนาวิชาชีพ (Convention) คือ การประชุมขนาดใหญ่ที่เน้นการให้ความรู้แก่ผู้เข้าร่วมงาน เป็นการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างผู้เข้าร่วมงานจากองค์กรต่างๆในสายอาชีพนั้น เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลความคิดเห็นระหว่างกัน และงานแสดงสินค้า/นิทรรศการ (Exhibition) คือ การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อชักจูงให้เกิดการขายแก่ผู้เข้าร่วมงาน

3. ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์

สามารถจำแนกได้ตามรายละเอียด (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2555) ดังนี้

3.1) หน่วยงานส่งสริมการจัดงาน (Convention and Visitors Bureau: CVB) เมื่อการแข่งขันในอุตสาหกรรมไมซ์ระหว่างประเทศสูงขึ้นเพราะแต่ละประเทศเล็งเห็นถึงประโยชน์ทั้งทางเศรษฐกิจและสังคมของการจัดงานไมซ์ ส่งผลให้การจัดตั้งหน่วยงานส่งเสริมการจัดงาน เป็นหนึ่งในภารกิจสำคัญที่แต่ละประเทศต้องเร่งดำเนินการ เนื่องจากหน่วยงานนี้ถูกจัดตั้งขึ้นมาไม่ว่าจะเป็นของรัฐหรือเอกชนจะเข้ามามีบทบาทในการดำเนินการเป็นตัวกลางในการช่วยสนับสนุน ส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ ซึ่งโดยทั่วไปแล้วหน่วยงานส่งเสริมการจัดงานมีบทบาทที่สำคัญ 4 ประการ ได้แก่ *ประการแรก* เพื่อส่งเสริมให้มีการจัดงานไมซ์ในประเทศ *ประการที่สอง* เพื่อช่วยเหลือผู้ที่สนใจเข้าจัดงานไมซ์ผ่านทางการให้ข้อมูล คำแนะนำ รวมถึงรายชื่อผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์ *ประการที่สาม* เพื่อเป็นศูนย์กลางในการจัดเตรียมข้อมูลและเตรียมพร้อมที่จะให้บริการด้านดังกล่าว และ*ประการสุดท้าย* เพื่อทำตลาดประเทศที่หน่วยงานนั้นๆ รับผิดชอบ ดังนั้น จึงสามารถสรุปได้ว่าหน่วยงานส่งเสริมการจัดงาน หรือ CVB มีบทบาทเป็นเสมือนตัวกลางในการประสานระหว่างนักเดินทางไมซ์ ผู้จัดงานไมซ์ และผู้ให้บริการไมซ์ในประเทศนั้นๆ โดยนอกจากจะเป็นตัวกลางในการช่วยประสานระหว่างฝั่งอุปสงค์และฝั่งอุปทานในประเทศนั้นๆ แล้ว ยังมีบทบาทในการช่วยทำการตลาดเพื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมภาพลักษณ์อุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศนั้นๆ ด้วย บทบาทของหน่วยงานส่งเสริมการจัดงานแต่ละแห่งอาจมีความแตกต่างกันไปตามแต่ละประเทศและอำนาจหน้าที่ที่ได้รับมาจากการจัดตั้ง อย่างไรก็ตาม ประเทศใดๆ ที่ต้องการสนับสนุน ส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ ย่อมไม่อาจขาดหน่วยงานกลางในการช่วยส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ได้ สำหรับภายในประเทศไทย มีหน่วยงานที่เรียกว่า สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์กรมหาชน) หรือเรียกชื่อย่อว่า สสปน. หรือชื่อภาษาอังกฤษ Thailand Convention and Exhibition Bureau (TCEB) เป็นเพียงหน่วยงานส่งเสริมการจัดงานหนึ่งเดียวของประเทศ โดยจัดตั้งขึ้นมาเมื่อปี ค.ศ. 2004 เพื่อเป็นหน่วยงานกลางในการช่วยสนับสนุนส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย โดยบทบาทของ สสปน. สามารถสรุปสาระสำคัญได้ดังนี้

3.1.1) กำหนดนโยบายของอุตสาหรรมไมซ์ไทย

3.1.2) สนับสนุนส่งเสริมและประชาสัมพันธ์อุตสาหกรรมไมซ์ไทย

3.1.3) เป็นตัวแทนประเทศไทยในการส่งข้อเสนอตัวประมูลสิทธิ์หรือเป็นเจ้าภาพงานไมซ์นานาชาติ

3.1.4) เป็นศูนย์กลางในการให้ข้อมูลและบริการด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการเป็นที่ปรึกษามืออาชีพสำหรับธุรกิจไมซ์ในประเทศหรือต่างประเทศ หรือข้อมูลด้านอื่นๆ

3.1.5) ช่วยสนับสนุนและจัดเตรียมการสัมมนาและหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อพัฒนาความเป็นมืออาชีพของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย

3.1.6) กำหนดมาตรฐานของการให้บริการและให้การรับรองแก่ผู้ประกอบการไมซ์ในประเทศไทย

3.1.7) เป็นศูนย์กลางในการประสานงานการจัดงานไมซ์ในประเทศไทย

3.1.8) พัฒนาโครงการที่สามารถสร้างแรงบันดาลใจให้กับอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศผ่านการสนับสนุนของรัฐบาลไทย

3.1.9) สนับสนุนองค์กรที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ไทย

3.1.10) ดำเนินการเพื่อให้ สสปน.สามารถบรรลุบทบาทเป้าหมายและพันธกิจที่วางไว้ได้

จากที่กล่าวมาข้างต้น แสดงให้เห็นว่าบทบาทของ สสปน. ซึ่งเป็นหน่วยงานส่งเสริมการจัดงานหนึ่งเดียวในประเทศไทยนั้น นอกจากจะครอบคลุมบทบาททั่วไปแล้ว บทบาทอื่นๆ ของ สสปน. ยังครอบคลุมถึงการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรและการกำหนดมาตรฐานต่างๆ เพื่อช่วยให้การบริการของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์ไทยเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

3.2) ผู้รับจัดการประชุมวิชาชีพ(Professional Convention Organizer: PCO) เป็นผู้ประกอบการที่ให้บริการในการจัดประชุมให้แก่บริษัทหรือสมาคมต่างๆ ผู้รับจัดการประชุมจะต้องเป็นผู้เชี่ยวชาญอาชีพในการวางแผนและจัดประชุมตามความต้องการของลูกค้า (International Congress and Convention Association, 2012) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสหรัฐอเมริกา ต้องได้รับการรับรองวิชาชีพหรือเป็นสมาชิกขององค์การการจัดประชุมระหว่างประเทศ (Meeting and Planners International) บทบาทหลักในการจัดประชุม เช่น การให้คำปรึกษาเรื่องสถานที่จัดการประชุม การวางแผนในด้านต่างๆ การลงทะเบียนของผู้เข้าร่วมประชุม การจัดโปรแกรมการประชุม การจองห้องพักให้กับผู้เข้าร่วมประชุม เป็นต้น(Ba, 2004) อย่างไรก็ดี บทบาทของ PCO อาจแตกต่างกันไปตามแต่ละงานประชุมวิชาชีพที่จัด รวมไปถึงความต้องการของสมาคมนั้นๆ

3.3) ผู้จัดงานแสดงสินค้า (Professional Exhibition Organizer: PEO) เป็นบริษัทหรือองค์กรที่ดูแลเรื่องการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติตั้งแต่ต้นจนจบ (The Global Association of the Exhibition Industry, 2012) นอกจากนี้ PEO ยังดำเนินการเชิญชวนผู้ออกงานและผู้เข้าร่วมงานที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายให้มาเข้าร่วมงานที่จัดขึ้นผ่านทางการประชาสัมพันธ์และสนับสนุนด้านต่างๆ เพื่อสร้างความน่าดึงดูดให้กับงานนั้นๆ โดย PEO ยังสามารถดำเนินกิจกรรมอื่นๆที่เกี่ยวข้อง เช่น การดำเนินการคัดเลือกผู้ที่จะมารับการจัดงานต่อการดำเนินการมอบหมายงานบางส่วนให้กับผู้รับผิดชอบต่างๆ เพื่อให้การจัดงานเตรียมงานเป็นไปอย่างราบรื่น (Jung, 2005) ซึ่งโดยทั่วไปแล้ว PEO มักดำเนินการจัดจ้างบริษัทที่มีความ

เชี่ยวชาญมารับช่วงงานบางประเภท เช่น การขนส่งสินค้าที่จัดแสดงในงาน การติดตั้ง บำรุงรักษาและแยกบูธ รวมทั้งการออกแบบและก่อสร้าง เป็นต้น

3.4) บริษัทรับจัดการด้านสถานที่จัดงาน (Destination Management Company: DMC) เป็นบริษัทหรือองค์กรในพื้นที่ที่ให้บริการด้านคำปรึกษาการสร้างสรรค์กิจกรรมงานต่างๆ ดำเนินการจัดการเรื่องการขนส่ง รวมถึงมีความรู้เกี่ยวกับพื้นที่นั้นๆ ในเชิงลึก และเข้าใจถึงความต้องการ แรงจูงใจของผู้ที่จะมาจัดงานในพื้นที่ (IAPCO, 2011) เนื่องจาก DMC มีความรู้และความชำนาญเกี่ยวกับพื้นที่นั้นๆ ส่งผลให้ DMC มักทำงานอย่างใกล้ชิดร่วมกับ Incentive House จากต่างประเทศในการร่วมกันจัดงานประชุมองค์กรหรือการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลให้กับบริษัทต่างๆ เพื่อจัดเตรียมงานดังกล่าว เนื่องจากบางบริษัทที่เป็นบริษัทข้ามชาติที่มีสาขากระจายอยู่ทั่วโลก จะต้องมีขั้นตอนในการดูแลเรื่องการเดินทางมากเป็นพิเศษ ในขณะที่บางองค์กรมักจัดประชุมองค์กรร่วมกับลูกค้า โดยมีการผนวกกิจกรรมที่น่าสนใจเข้าไปเพื่อรักษาความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้าไว้ (Goldblatt, 2001)

3.5) องค์กรด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive House) เป็นองค์กรที่ปฏิบัติงานร่วมกับบริษัทต่างๆ เพื่อช่วยกำหนดรูปแบบของรางวัลและโครงการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติหน้าที่ต่างๆ เพื่อให้องค์กรและพนักงานสามารถบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ได้ (Incentive Marketing Association, 2012) โดยโครงการสร้างแรงจูงใจที่เป็นการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลนั้น จะต้องมีการระบุที่ชัดเจนตั้งแต่ช่วงเริ่มของโครงการ ทั้งในส่วนของขนาดของรางวัลและรายละเอียดของโครงการนั้น โดยทั่วไปบริษัทที่เป็นลูกค้ามักดำเนินการติดต่อกับองค์กรด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ที่อยู่ในประเทศหรืออยู่ในภูมิภาคที่องค์กรนั้นๆ กำลังดำเนินการอยู่ เพื่อช่วยกำหนดรูปแบบของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ทั้งนี้องค์กรด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลก็อาจติดต่อกับ DMC เพื่อช่วยวางแผนเรื่องการจัดงานในสถานที่ปลายทาง ซึ่งบทบาทขององค์กรด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ประกอบด้วยการระบุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์กร หลังจากนั้นจึงนำมาพัฒนาเป็นโครงการการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ก่อนดำเนินการจัดงานต่อไป โดยทั่วไปการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจำเป็นต้องมีการกำหนดผลลัพธ์ที่ได้รับจากการจัดงานรวมถึงเป้าหมายในการกระตุ้นให้พนักงานและบุคลากรขององค์กรที่ได้รับรางวัลดังกล่าวสามารถกลับมาปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Getz,2008) ดังนั้น องค์กรด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจึงต้องหาเครื่องมือในการติดตามผลความสำเร็จที่ได้รับของโครงการการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลต่างๆ

3.6) หน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในระดับชาติ ในกรณีนี้หมายถึง องค์กรทั้งในระดับประเทศและระดับนานาชาติที่มีบทบาทในการช่วยสนับสนุนอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยในประเทศไทยเองมีการรวมตัวกันของภาคเอกชนในการจัดตั้งสมาคมต่างๆ เพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมไมซ์ผ่านทางการแลกเปลี่ยนข้อมูลความรู้และประสบการณ์ ไม่ว่าจะเป็นสมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ(ไทย)(Thailand Incentive and Convention Association: TICA) สมาคมการแสดงสินค้าไทย (Thai Exhibition Association: TEA) สมาคมโรงแรมไทย (Thai Hotels Associations: THA) และสมาคม

ธุรกิจสร้างสรรค์การจัดงาน(Business Of Creative And Event Management Association: EMA) เป็นต้น นอกจากสมาคมที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหรรมไมซ์โดยตรงแล้ว การดำเนินงานของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย ยังได้รับอิทธิพลจากหน่วยงานอื่นๆ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย(Tourism Authority of Thailand: TAT) สำนักงานส่งเสริมการลงทุน(Board of Investment: BOI) กรมส่งเสริมการส่งออก (Department of International Trade Promotion: DITP) กรมสรรพากร(Revenue Department) การท่าอากาศยานแห่งประเทศไทย(Airport Organizations Thailand: AOT) และการท่าเรือแห่งประเทศไทย เป็นต้น ถึงแม้ว่าการดำเนินงานขององค์กรเหล่านี้ จะไม่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์โดยตรง อย่างไรก็ดี อุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย จะได้รับอิทธิพลและผลกระทบต่างๆ จากนโยบายการดำเนินงานของหน่วยงานเหล่านี้ ไม่ว่าจะเป็นระเบียบพิธีการทางศุลกากรที่กระทบต่อการนำเข้า ส่งออกสินค้าเพื่อมาจัดแสดงการเดินทางเข้าออกด่านตรวจคนเข้าเมืองของนักเดินทางไมซ์ ซึ่ง CVB ของประเทศไทยในกรณีนี้ ได้แก่ สสปน. สามารถช่วยเหลือในการอำนวยความสะดวกด้านต่างๆ ให้การจัดงานไมซ์และนักเดินทางไมซ์ที่เข้ามาในประเทศไทยเป็นไปอย่างราบรื่น(สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2555)

3.7) หน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในระดับนานาชาติ นอกจากหน่วยงานในระดับประเทศที่ส่งผลต่อการดำเนินงานของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมไมซ์แล้ว สมาคมและหน่วยงานต่างๆ ในระดับนานาชาติก็ล้วนแต่มีอิทธิพลและบทบาทในการสนับสนุนส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยเช่นกัน ไม่ว่าจะเป็น (1)International Association of Congress Centers หรือ AIPC ซึ่งดำเนินงานเกี่ยวกับการประชุมวิชาชีพ (2)Destination Marketing Association International หรือ DMAI ซึ่งดำเนินงานเกี่ยวกับ DMC (3)International Association of Professional Congress Organizers หรือ IAPCO (4)International Congress and Convention Association หรือ ICCA (5)Meeting Professionals International หรือ MPI ซึ่งหน่วยงานลำดับที่ 3-5 จะมีบทบาทต่ออุตสาหกรรมการประชุมในภาพรวมของโลก (6)The Global Association of the Exhibition Industry หรือ UFI ซึ่งเป็นสมาคมหลักที่มีบทบาทในอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติ เป็นต้น ซึ่งสมาคมระดับนานาชาติที่กล่าวมานั้น ส่วนใหญ่ล้วนเป็นการรวมตัวกันของผู้ประกอบการและผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมไมซ์ นอกจากนี้ ยังมีองค์กร (7)Green Meeting Industry Council หรือ GMIC และ (8)Society of Incentive Travel Executives หรือ SITE ซึ่งมีบทบาทในการเป็นตัวแทนพิจารณาข้อเสนอแนะในการดำเนินงาน รวมถึงมาตรฐานต่างๆ ที่ผู้ให้บริการและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2555)

จากที่กล่าวมาข้างต้น จึงอาจสรุปได้ว่า อุตสาหกรรมไมซ์ประกอบไปด้วยอุปสงค์และอุปทาน โดยอุปสงค์ เช่น ความต้องการที่จัดงานประชุมองค์กรและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล จะมาจากฝั่งบริษัทหรือองค์กรสมาคมวิชาชีพต่างๆ ซึ่งล้วนมีการกำหนดวันประชุมวิชาชีพไว้ในแต่ละช่วงของปี เช่นเดียวกับงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติที่มีการกำหนดระยะเวลาที่ต้องการจัดงานในแต่ละอุตสาหกรรม ในขณะที่อุปทาน คือ ผู้ที่ตอบสนองต่อความต้องการหรืออุปสงค์ที่จะจัดงานต่างๆ เช่น ผู้

ให้บริการจัดงานไมซ์ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นผู้จัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ(Professional Exhibition Organizer: PEO) ที่ในบางครั้งเป็นเจ้าของสิทธิ์ในการจัดงานและรับจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติ ผู้จัดงานประชุมวิชาชีพ(Professional Convention Organizer: PCO) ซึ่งรับดูแลเรื่องการจัดงานประชุมวิชาชีพ และบริษัทรับจัดการด้านสถานที่จัดงาน(Destination Management Company: DMC) ซึ่งดูแลเรื่องการหาสถานที่ในการจัดงานประชุมองค์กรและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เป็นต้น ในขณะที่หน่วยงานที่ส่งสริมการจัดงาน(Convention and Visitors Bureau: CVB) จะเป็นหน่วยงานกลางที่สำคัญ คอยประสานให้ทั้งอุปสงค์และอุปทานสามารถพบกัน เพื่อให้การจัดงานเป็นไปอย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ นอกจากบทบาทที่เป็นตัวกลางในการประสานงานแล้ว CVB ยังมีหน้าที่เป็นหน่วยงานที่คอยสนับสนุนส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศหรือพื้นที่ ซึ่ง CVB นั้นๆ รับผิดชอบอยู่ให้เป็นสถานที่ที่ได้รับความสนใจที่จะมาจัดงานด้วย

4. สถานที่จัดงาน (Venue)

สถานที่จัดงานเป็นหนึ่งในองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดในการเลือกจัดงานไมซ์ใดๆ ก็ตาม (บงกช งามสม ฤทธิชัยนุวัฒน์, 2553) ซึ่งสถานที่ที่สามารถรองรับการจัดงานไมซ์ได้นั้นมีหลากหลายรูปแบบขึ้นอยู่กับขนาดจำนวนผู้เข้าร่วมงานและประเภทของงาน ไม่ว่าจะเป็นงานประชุมองค์กร การประชุมวิชาชีพหรืองานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติ โดยสถานที่ที่เหมาะสำหรับการจัดงานไมซ์ ได้แก่ โรงแรม ศูนย์ประชุม ศูนย์แสดงสินค้า เป็นต้น ในปัจจุบันโรงแรมเริ่มให้ความสำคัญกับการจัดงานไมซ์มากขึ้น เนื่องจากโรงแรมสามารถให้บริการที่พัก สถานที่ หรือห้องประชุมได้ในเวลาเดียวกัน ส่งผลต่อความสะดวกของผู้เข้าร่วมงาน และสามารถประหยัดต้นทุน เวลาในการเดินทางลงไปได้ โดยเมื่อการแข่งขันสูงขึ้น ทางศูนย์ประชุมจึงเริ่มมีการก่อสร้างและเพิ่มเติมสถานที่พักเข้าไว้ในบริเวณของศูนย์ประชุม ซึ่งการเพิ่มสถานที่พักเข้าไปในบริเวณของศูนย์ประชุมดังกล่าวนั้น ส่งผลให้สถานที่ดังกล่าวสามารถให้บริการสถานที่พักระดับ 5 ดาว ในขณะเดียวกันก็สามารถให้บริการสถานที่จัดงานขนาดใหญ่ที่สามารถรองรับงานประชุมวิชาชีพและงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติได้ ในขณะที่โรงแรมไม่สามารถรองรับการจัดงานขนาดใหญ่ได้ ซึ่งโดยปกติแล้วขนาดของงานและความต้องการของผู้เข้าร่วมงานจะเป็นตัวกำหนดสถานที่ใช้จัดงาน (Davidson, 2003) ดังนั้น สถานที่จัดงานจึงจำเป็นต้องตอบสนองความต้องการของผู้เข้าร่วมงานและนักเดินทางไมซ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

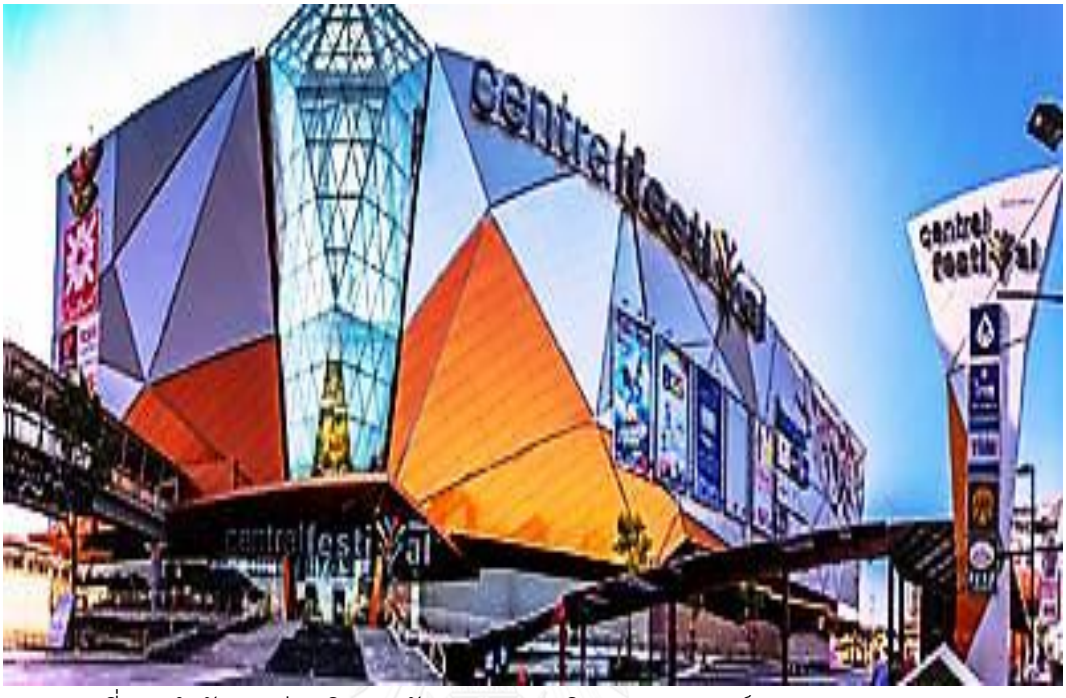
สถานที่จัดงานที่สำคัญในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา นับได้ว่าเป็นอีกหนึ่งเมืองที่เป็นผู้นำด้านศูนย์ประชุมและศูนย์แสดงสินค้าและนิทรรศการของภูมิภาค โดยประกอบไปด้วยสถานที่สำคัญดังต่อไปนี้

4.1) ศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี
(The 60th Anniversary of His Majesty the King's Accession to the ThroneInternational Convention Center–ICC Hat Yai)

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน), 2555

ศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปีเป็นศูนย์ประชุมของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ สร้างขึ้นเพื่อเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวเนื่องในวโรกาสงานฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี และเพื่อรองรับการจัดการประชุมและงานแสดงสินค้าทั้งในระดับชาติและระดับนานาชาติ ด้วยพื้นที่ใช้สอยรวม 15,000 ตารางเมตร สามารถจุผู้เข้าร่วมงานได้ 4,000 คน ศูนย์ประชุมมีที่ตั้งในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จึงถือได้ว่าศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี เปรียบเสมือนกับศูนย์กลางการจัดงานไมซ์ในภูมิภาค

4.2) ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเฟสติวัลหาดใหญ่
(CentralFestival Hat Yai)



ที่มา: สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน), 2555

ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเฟสติวัล หาดใหญ่ เป็นศูนย์การค้าขนาดใหญ่และทันสมัยแห่งหนึ่งในจังหวัดสงขลาและภาคใต้ ถือเป็นศูนย์การค้าระดับหัวเมืองภาคใต้ รองรับผู้ใช้บริการจาก 6 จังหวัดใกล้เคียงและจากประเทศมาเลเซีย ภายในศูนย์การค้ามีห้อง Hatyai Hall ขนาด 3,000 ตารางเมตร สามารถรองรับผู้เข้าร่วมงานได้ 2,500 คนจากการจัดการประชุมและงานแสดงสินค้าทั้งในระดับจังหวัดและระดับภูมิภาค

4.3) โรงแรมเซ็นทาราหาดใหญ่

(Centara Hotel Hat Yai)

ที่มา: สมาคมโรงแรมหาดใหญ่, 2557

โรงแรมเซ็นทาราหาดใหญ่ เป็นโรงแรมที่ตั้งอยู่ใจกลางเมือง มีชื่อเสียงด้านบริการจัดเลี้ยงและเป็นสถานที่ชั้นนำสำหรับการประชุม งานเลี้ยงรับรอง ภายในมีห้องพักกว่า 250 ห้อง มีห้องประชุม 5 ห้อง โดยเฉพาะห้องสุคนธา ฮอลล์ ซึ่งรองรับการจัดงานประชุมและยังสามารถแบ่งพื้นที่ออกเป็นห้องประชุมขนาดเล็กสามห้องได้ สามารถรองรับผู้เข้าร่วมงานได้ 500 คน

4.4) โรงแรมหรรษา เจบี

(Hansa JB Hotel)

ที่มา: สมาคมโรงแรมหาดใหญ่, 2557

โรงแรมหรรษา เจบี เป็นโรงแรมที่ก่อตั้งมานานกว่า 30 ปี อยู่ห่างจากตัวเมือง 2 กิโลเมตร มีจำนวนห้องพักกว่า 500 ห้อง สามารถเดินทางไปสนามบินได้ภายใน 30 นาที ปัจจุบันเป็นที่นิยมการจัดงานเลี้ยงสังสรรค์ต่างๆ มีห้องที่สามารถจัดงานได้ 11 ห้อง โดยมีห้องตะกั่วป่าและห้องศิรินภา ที่สามารถรองรับผู้เข้าร่วมงานได้ 1,000 คน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

4.5) โรงแรมลีการ์เดนส์พลาซ่า

(Lee Gardens Plaza Hotel)

ที่มา: สมาคมโรงแรมหาดใหญ่, 2557

เป็นโรงแรมที่มีชื่อเสียงในการจัดประชุมและจัดเลี้ยง มีห้องประชุม 7 ห้อง โดยเฉพาะห้องแกรนด์ บอลล์รูม ซึ่งสามารถรองรับผู้เข้าร่วมงานได้ 2,000 คน โรงแรมตั้งอยู่บนห้างสรรพสินค้าลีการ์เด้นพลาซ่า ซึ่งเป็นหนึ่งในสถานที่ยอดนิยมของนักท่องเที่ยวและมีทำเลที่ตั้งอยู่ในตัวเมืองหาดใหญ่ สามารถเดินทางไปสนามบินได้ภายใน 20 นาที โรงแรมนี้มีจำนวนห้องพักประมาณ 450 ห้อง ปัจจุบันพื้นที่บริเวณด้านหน้าโรงแรมมักใช้เป็นสถานที่จัดงานสำคัญของเมือง เช่น เทศกาลปีใหม่ เทศกาลสงกรานต์ เป็นต้น

4.6) บุรี ศรีภู บูติค โฮเต็ล

(Buri Sriphu Boutique Hotel)

ที่มา: สมาคมโรงแรมหาดใหญ่, 2557

เป็นโรงแรมบูติคแห่งใหม่ในเมืองหาดใหญ่มีจำนวนห้องพักประมาณ 90 ห้อง ปัจจุบันมีห้องที่ใช้จัดประชุม จัดเลี้ยง ซึ่งได้รับมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย จำนวน 3 ห้อง โดยเฉพาะห้อง Ballroom I ซึ่งมีขนาด 2,000 ตารางเมตร และสามารถรองรับผู้เข้าร่วมงานได้กว่า 1,500 คน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

4.7) โรงแรมไดอิชิ

(Daiichi Hotel)

ที่มา: สมาคมโรงแรมหาดใหญ่, 2557

เป็นโรงแรมในเมืองหาดใหญ่ที่อยู่ใกล้สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีจำนวนห้องพักประมาณ 180 ห้อง โรงแรมแห่งนี้เป็นที่นิยมในการจัดงานเลี้ยงสังสรรค์ โดยมีห้องที่สามารถรองรับการจัดเลี้ยง จัดประชุมได้เป็นจำนวนมาก

Chulalongkorn University

4.8) โรงแรมไดมอนด์ พลาซ่า

(Daimond Plaza Hotel)

ที่มา: สมาคมโรงแรมหาดใหญ่, 2557

เป็นโรงแรมที่ได้รับการตกแต่งสไตล์คลาสสิคในเมืองหาดใหญ่ มีจำนวนห้องพักประมาณ 270 ห้อง มักได้รับความนิยมในการจัดประชุมขององค์กรต่างๆ เนื่องจากโรงแรมมีที่ตั้งอยู่ใกล้ตลาดกิมหยง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

4.9) โรงแรมหาดใหญ่พาราไดซ์

(Hatyai Paradise Hotel & Resort)

ที่มา: สมาคมโรงแรมหาดใหญ่, 2557

เป็นโรงแรมที่อยู่ระหว่างพื้นที่ชั้นนอกและชั้นในของเมืองหาดใหญ่ จึงอยู่ไม่ไกลจากสถานีรถไฟหาดใหญ่และสนามบินหาดใหญ่ โดยมีจำนวนห้องพักประมาณ 220 ห้อง ปัจจุบันโรงแรมแห่งนี้เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียและสิงคโปร์

Chulalongkorn University

4.10) โรงแรมเอเชี่ยน

(Asian Hotel)

ที่มา: สมาคมโรงแรมหาดใหญ่, 2557

เป็นอีกโรงแรมที่อยู่ใจกลางเมือง เน้นการให้บริการและให้ความสำคัญกับการรักษาสิ่งแวดล้อม มีจำนวนห้องพักประมาณ 185 ห้อง ห้องที่ใช้จัดประชุมมี 4 ห้อง สามารถรองรับได้ทั้งหมด 1,100 คน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

4.11) โรงแรมซากุระแกรนด์วิว

(Sakura Grand View Hotel)

ที่มา: สมาคมโรงแรมหาดใหญ่, 2557

เป็นโรงแรมที่อยู่ใจกลางเมือง ทำเลที่ตั้งอยู่ไม่ไกลจากตลาดกิมหยง ตลาดสันติสุข และสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีจำนวนห้องพักประมาณ 300 ห้อง ถือเป็นอีกหนึ่งสถานที่ซึ่งได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

Chulalongkorn University

5. อุตสาหกรรมไมซ์และผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคม

5.1) ผลกระทบทางตรง (Direct Contribution)

อุตสาหกรรรมไมซ์ถือเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งหมด โดยสามารถสร้างรายได้ต่อหัวได้สูงกว่าการท่องเที่ยวเชิงพักผ่อนทั่วไป(Middleton, 1995) ซึ่งจากประเด็นดังกล่าว ส่งผลให้หลายๆ ประเทศเห็นความสำคัญของอุตสาหกรรมไมซ์และพยายามที่จะสนับสนุนส่งเสริมอุตสาหกรรมดังกล่าวให้มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง เพื่อตักตวงผลประโยชน์จากการจัดงานไมซ์ในประเทศของตน ซึ่งการใช้จ่ายของนักเดินทางไมซ์ส่งผลกระทบโดยตรงต่อเศรษฐกิจผ่านทางการใช้จ่ายด้านต่างๆ สู่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์ ไม่ว่าจะเป็นโรงแรม บริษัทขนส่ง สถานที่จัดงานต่างๆ ผู้บริหารจัดการงานไมซ์ บริษัทนำเที่ยว เป็นต้น ซึ่งเงินที่ถูกใช้จ่ายลงไป เป็นหนึ่งในเครื่องมือที่จะช่วยให้ผู้ที่ประกอบอาชีพในอุตสาหกรรมไมซ์ยังคงสามารถประกอบอาชีพต่อไปได้

5.2) ผลกระทบทางอ้อม (Indirect Contribution)

อุตสาหกรรมไมซ์ก่อให้เกิดการลงทุนโดยตรงจากต่างชาติ หรือที่เรียกกันว่า Foreign Direct Investment (FDI) การสร้างความร่วมมือด้านต่างๆ นวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ก้าวหน้านำสมัย และการกระจายความรู้สู่ชุมชน เป็นต้น ประเทศกำลังพัฒนาหลายๆ ประเทศมีการพัฒนาและเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ การก้าวข้ามไปสู่การเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว รวมถึงการสร้างงานต่างๆ ล้วนแต่มุ่งเน้นไปที่การก่อให้เกิดการลงทุนโดยตรงจากต่างชาติผ่านทางนโยบายการเปิดเสรีทางการค้าและการลงทุน การให้การสนับสนุนทางด้านนโยบาย การยกเว้นภาษี การพัฒนาระบบขนส่ง โครงสร้างพื้นฐาน และศักยภาพของทุนมนุษย์ เพื่อดึงดูดให้บริษัทต่างๆ ในอุตสาหกรรมของประเทศกำลังพัฒนาหรือประเทศเกิดใหม่นั้น สนใจมาลงทุนในประเทศของตน ซึ่งเมื่อเกิดการลงทุนสร้างโรงงานผลิตหรือการลงทุนในการสร้างสถานที่พัก ไม่ว่าจะเป็นโรงแรมระดับห้าดาวของต่างชาติล้วนแต่จะนำไปสู่การผลิตสินค้าและบริการในประเทศนั้นๆ โดยเมื่อมีสินค้าและบริการถูกผลิตออกมาก็จำเป็นต้องมีตลาดที่ก่อให้เกิดการซื้อขาย โดยงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติเป็นหนึ่งในตัวกลางและช่องทางที่สำคัญในการนำสินค้าและบริการที่ผลิตในประเทศนั้นๆ ไปสู่กลุ่มลูกค้าและผู้ซื้อโดยตรง ทั้งในระดับภูมิภาคและระดับโลก(ทวีป ศิริรัศมี, 2548) ดังนั้น การลงทุนโดยตรงจากต่างชาติมีส่วนช่วยให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวเชิงธุรกิจเข้ามาในประเทศนั้นๆ เพิ่มมากขึ้น

นอกจากนี้ ประเทศที่เป็นฐานการผลิตอุตสาหกรรมใดๆ ก็ตาม อาจทำให้เกิดการรวมกันของผู้ประกอบการ/ผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมนั้นๆ ซึ่งนำไปสู่การจัดประชุมวิชาชีพ เกิดการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจผ่านผู้แทนหรือองค์กรต่างๆ ในอุตสาหกรรมที่เข้าร่วมงาน ดังนั้น การจัดงานนิทรรศการและงานประชุมวิชาชีพ สามารถเป็นเครื่องมือในการสร้างยอดขาย สร้างพันธมิตรทางธุรกิจ ซึ่งนำไปสู่การก่อให้เกิดโอกาสทางธุรกิจและการลงทุนในระยะยาวต่อไป

6. แนวคิดหลักในการประเมินและคัดเลือกไมซ์ซิตี้

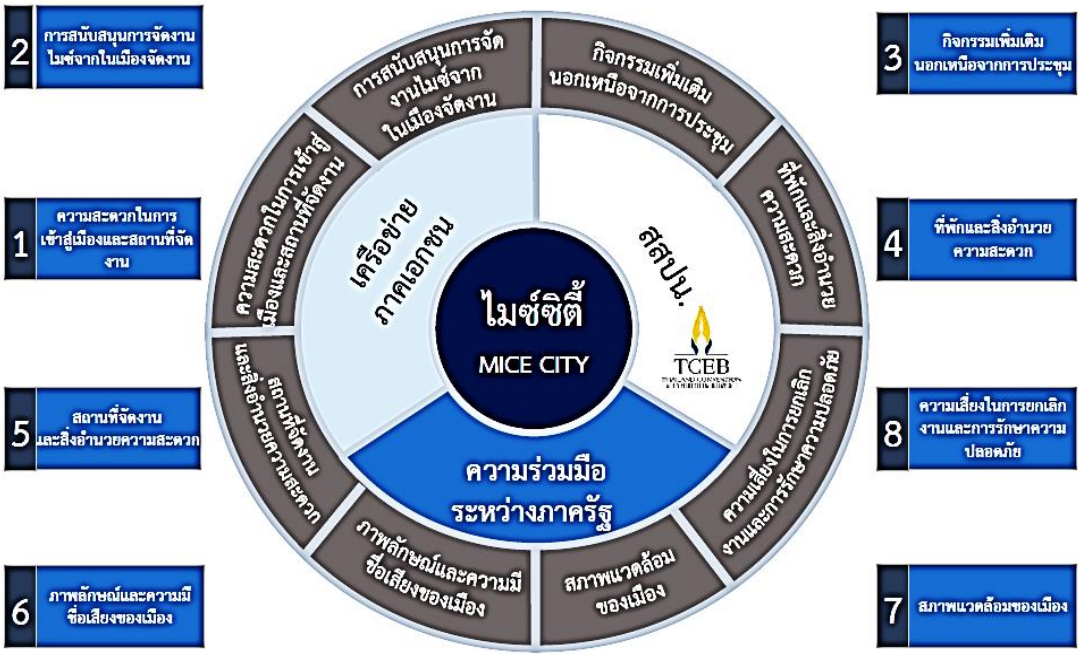
สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) ได้แบ่งระดับของ MICE City เป็น 3 ระดับ ได้แก่

MICE City ระดับภูมิภาค (Regional Level) เป็นเมืองที่มีศักยภาพและมีโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่สามารถรองรับการจัดงานไมซ์ ที่มีผู้ร่วมงานมาจากจังหวัดที่อยู่ในภูมิภาคเดียวกัน

MICE City ระดับประเทศ (National Level) เป็นเมืองที่มีศักยภาพและมีโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่สามารถรองรับการจัดงานไมซ์ ที่มีผู้ร่วมงานมาจากทั่วประเทศ

MICE City ระดับนานาชาติ (International Level) เป็นเมืองที่มีศักยภาพและมีโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่สามารถรองรับการจัดงานไมซ์ ที่มีผู้ร่วมงานมาจากต่างประเทศ

ในการพัฒนาแต่ละระดับนั้น จำเป็นต้องพิจารณาโครงสร้างพื้นฐานของเมือง สถานที่จัดงาน สถานที่ท่องเที่ยว สนามบิน เส้นทางคมนาคม และปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในการรองรับการเป็น MICE City เพื่อนำไปพิจารณาความสามารถในการพัฒนาไปสู่ระดับต่างๆ โดย สสปน. ได้กำหนดหัวข้อของการประเมินถึงศักยภาพและความพร้อมของแต่ละจังหวัดสู่การเป็น MICE City มี 8 ด้าน ดังรูป



ที่มา: สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน), 2558

1. ความสะดวกในการเข้าสู่เมืองและสถานที่จัดงาน โดยพิจารณาถึงความยากง่ายในการเข้าสู่เมือง โดยรูปแบบการเดินทางต่างๆ เช่น รถยนต์ เครื่องบิน รถไฟฟ้า รถประจำทาง เป็นต้น ซึ่งวิเคราะห์ในด้านต่างๆ เช่น ระยะเวลาในการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ปัญหาการจราจรในพื้นที่ เป็นต้น

2. การสนับสนุนการจัดงานไมซ์จากกลุ่มต่างๆ ในเมืองจัดงาน เป็นกลไกหนึ่งในการจัดงานให้ประสบความสำเร็จ ซึ่งประกอบด้วยการสนับสนุนจากทั้งองค์กรเอกชน และหน่วยงานรัฐบาล ในด้านต่างๆ เช่น ประชาสัมพันธ์ ประสานงานการขออนุญาตสนับสนุนด้านการเงิน เป็นต้น รวมถึงบริษัทในเมืองที่ให้บริการรับจ้างจัดงานในด้านต่างๆ ควรมีความพร้อมในการสนับสนุนการจัดงานในพื้นที่

3. กิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือการประชุม เป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดให้เกิดความต้องการจัดงานในเมือง ซึ่งพิจารณาจากความหลากหลายและความน่าสนใจของสถานที่ต่างๆ ในเมืองจัดงาน เช่น สถานที่ท่องเที่ยว สถานที่สังสรรค์ทางสังคม แหล่งช้อปปิ้ง เป็นต้น รวมถึงโอกาสในการติดต่อทางธุรกิจ เป็นปัจจัยสำคัญในการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการประเภทงาน Trade Show

4. ที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นปัจจัยพื้นฐานที่ต้องพิจารณาในการเลือกเมืองจัดงาน ซึ่งพิจารณาในด้านต่างๆ เช่น จำนวนห้องที่เพียงพอของโรงแรมในแต่ละระดับ ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก ค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม คุณภาพการให้บริการ การรักษาความปลอดภัย คุณภาพอาหาร เป็นต้น

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

5. สถานที่จัดงานและสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นปัจจัยพื้นฐานที่ต้องพิจารณาในการเลือกเมืองจัดงาน ซึ่งพิจารณาในด้านต่างๆ เช่น ความจุของสถานที่เพียงพอสามารถรองรับผู้เข้าร่วมงานได้ ความสามารถในการปรับเปลี่ยนรูปแบบห้องจัดงานตามความต้องการ ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก ค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม คุณภาพการให้บริการ การรักษาความปลอดภัย คุณภาพอาหาร เป็นต้น รวมถึงการมีสถานที่พิเศษในการจัดงาน จะทำให้เมืองดึงดูดการจัดงานได้มากขึ้น

6. ภาพลักษณ์และความมีชื่อเสียงของเมือง มีส่วนสำคัญในการดึงดูดให้เกิดการจัดงานในเมือง โดยเฉพาะชาวต่างชาติ ซึ่งพิจารณาจากทัศนคติของผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงานที่มีต่อเมืองที่จัดงานทั้งด้านบวกและลบ และการที่เมืองเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป รวมถึงประสบการณ์จัดงานในอดีตที่ผ่านมา

7. สภาพแวดล้อมของเมือง เป็นองค์ประกอบโดยรอบในบริเวณเมืองจัดงาน ซึ่งพิจารณาจากความเหมาะสมของสภาพภูมิอากาศในการจัดงาน ความสนใจและการเข้าร่วมกิจกรรมในการจัดงาน รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานของเมืองในการรองรับการจัดงาน

8. ความเสี่ยงในการยกเลิกงานและการรักษาความปลอดภัย เป็นอุปสรรคในการคัดเลือกเมืองเพื่อจัดงานไมซ์ เมืองที่อันตรายและมีแนวโน้มในการเกิดความไม่สงบทั้งจากปัญหาด้านการเมืองและปัญหาด้านสังคมสูง จะไม่เหมาะสมในการจัดงาน โดยวัดจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในอดีตที่ผ่านมา

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาด

ส่วนประสมการตลาดของอุตสาหกรรมไมซ์

คอทเลอร์ (Kotler, 1987) ได้อธิบายความหมายของส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ว่าเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ธุรกิจนำมาใช้ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด โดยเครื่องมือนี้เรียกว่า 4Ps ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการขาย (Promotion) มีความหมายสังเขปดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ คุณภาพ การออกแบบ รูปทรง ตรายี่ห้อ บรรจุภัณฑ์หรือหีบห่อ การรับประกัน ขนาด และรูปร่างการบริการ เป็นต้น

2. ราคา ประกอบด้วย ราคาค่าสินค้า ส่วนลด การรับรู้ราคาสินค้าของผู้บริโภค ระยะเวลาการจ่ายเงิน เป็นต้น

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย ประกอบด้วย ช่องทางการจำหน่าย สถานที่จำหน่ายสินค้า สินค้าคงคลัง การขนส่ง เป็นต้น

4. การส่งเสริมการขายประกอบด้วย การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การขายตรง การส่งเสริมการขายโดยผ่านตัวแทนจำหน่าย เป็นต้น

สอดคล้องกับบูนและเคิร์ท (Boone & Kurtz, 1989) ได้อธิบายความหมายของส่วนประสมทางการตลาดว่าเป็นปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้ โดยที่กิจการจะต้องใช้ร่วมกันเพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายซึ่งมีความเกี่ยวข้องกันของ 4 ส่วน ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด ถือเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ธุรกิจสามารถควบคุมได้ ต่อมามีการพัฒนาแนวความคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจอื่นๆ โดยมีพื้นฐานการพัฒนาจากทฤษฎีด้านส่วนประสมทางการตลาด 4Ps เช่น แนวคิดด้านส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจท่องเที่ยว มิดเดิลตัน (Middleton, 1995) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบสำคัญของการตลาดว่ามี 4 ด้าน (4Ps) คือ (1)ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สินค้าและบริการทุกอย่างที่ผู้ประกอบธุรกิจเสนอขาย เช่น รายการทัวร์แบบเหมาจ่าย (Package Tour) (2)ราคา (Price) หมายถึง ราคาของสินค้าและบริการ ตลอดจนการกำหนดราคา เช่น ราคาทัวร์ยุโรปเก้าวัน สามประเทศ เป็นเงิน 46,900 บาท เป็นต้น (3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง กระบวนการหรือช่องทางจำหน่ายสินค้าและบริการให้ไปถึงลูกค้าโดยรวดเร็วและสะดวก เช่น การจัดจำหน่ายโดยบริษัทตัวแทนจำหน่าย (4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง วิธีการที่จะกระตุ้นให้ลูกค้าต้องการซื้อสินค้าและบริการเร็วขึ้นหรือซื้อจำนวนมากขึ้น เช่น การโฆษณา (Advertising) และการส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) เป็นต้น

ธุรกิจในอุตสาหกรรมบริการ (Service Industry) มีความแตกต่างจากธุรกิจอุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคและบริโภคทั่วไป เพราะมีทั้งผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ (Tangible Product) และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Product) ซึ่งเป็นสินค้าและบริการที่นำเสนอต่อลูกค้าหรือตลาด กลยุทธ์การตลาดที่นำมาใช้กับธุรกิจการบริการจำเป็นที่จะต้องจัดให้มีส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างจากการตลาดโดยทั่วไป ต่อมาคอทเลอร์ (Kotler, 1998) ได้ให้แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix) ไว้ว่าเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซึ่งเป็นธุรกิจที่แตกต่างกับสินค้าอุปโภคและบริโภคทั่วไป จำเป็นจะต้องใช้ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) 7 อย่าง หรือ 7P's ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด ซึ่งประกอบด้วย

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้นๆ โดยทั่วไปแล้ว ผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้

2. ราคา (Price) เป็นคุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นการกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการอย่างชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอโดยพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels)

4. การส่งเสริม (Promotion) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารกับผู้ใช้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมในการใช้บริการและเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์

5. ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างและเหนือคู่แข่งขัน เป็นความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการต่างๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

6. ด้านกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence/Environment and Presentation) เป็นการแสดงให้เห็นถึงลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอให้กับลูกค้าอย่างเป็นรูปธรรมโดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้ายกายภาพและรูปแบบการให้บริการ เพื่อสร้าง

คุณค่าให้กับลูกค้าไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยนและการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่นๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ

7. ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการ เพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้อง รวดเร็วและทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ

โดยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 อย่างข้างต้น เป็นสิ่งสำคัญต่อการกำหนดกลยุทธ์ต่างๆ ทางด้านการตลาดของธุรกิจ ที่จะต้องมีการจัดส่วนประสมแต่ละอย่างให้มีความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของธุรกิจและของอุตสาหกรรมที่แตกต่างกันไปไม่มีสูตรที่ตายตัว

ต่อมาโรเจอร์(Rogers, 2000) ได้นำแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการของคอทเลอร์มาประยุกต์ใช้ โดยเน้นให้ความสำคัญกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการประชุม โดยเฉพาะผู้จัดการประชุมที่จะต้องอาศัยกระบวนการต่างๆ ในการวางแผนทั้งก่อนและหลังการจัดงาน รวมทั้งการให้ความสำคัญต่อผู้เข้าร่วมการประชุมด้วย โดยกำหนดรูปแบบการตลาดของอุตสาหกรรมการจัดประชุม ซึ่งถือได้ว่าเป็นธุรกิจหลักของอุตสาหกรรมไมซ์ ในลักษณะผสมผสานจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ จำแนกส่วนประสมทางการตลาดออกเป็น 7 ด้าน ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์/บริการ (Product) สินค้าในอุตสาหกรรมการจัดประชุม คือ การบริการที่จับต้องไม่ได้ สินค้าหรือบริการในที่นี้อยู่ในรูปของส่วนประกอบโปรแกรมการประชุม อาทิ วิทยากร การสัมมนาทางวิชาการ กิจกรรมนันทนาการ การแสดงสินค้า สถานที่จัดประชุม สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ รวมถึงชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว และความหรูหราของโรงแรมที่ใช้เป็นสถานที่จัดประชุม คุณภาพของอาหารและบริการ ความทันสมัยและเทคโนโลยีของศูนย์ประชุมที่ช่วยให้การจัดประชุมสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

2. ราคา (Price) การตั้งราคาโปรแกรมการประชุมควรคำนึงถึงต้นทุน อาทิ ราคาค่าเช่าศูนย์ประชุม ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าเครื่องดื่ม ค่าแรงเจ้าหน้าที่ลงทะเบียน อำนาจในการซื้อของสมาชิกสมาคม อนึ่งการรวมค่าลงทะเบียน ค่าที่พัก อาหารทุกมื้อและโปรแกรมนำเที่ยวไว้ด้วยกัน จะทำให้ค่าลงทะเบียนมีราคาแพง และอาจทำให้สมาชิกสมาคมที่มีรายได้น้อย ไม่สามารถเข้าร่วมประชุมได้ ดังนั้น ผู้จัดการประชุมของสมาคมจึงควรแยกค่าที่พักออกจากค่าลงทะเบียน เพื่อให้สมาชิกมีโอกาสเลือกอัตราที่พัก ซึ่งควรมีระดับราคาที่แตกต่างกัน

3. สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ในธุรกิจการประชุม หมายถึง สถานที่หรือช่องทางการจำหน่าย โปรแกรมการประชุม เช่น ในงานแสดงสินค้า ซึ่งไม่จำเป็นต้องเป็นสถานที่เสมอไป อาจเป็นช่องทางการจำหน่ายที่ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถติดต่อซื้อขายกันได้

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การให้ข้อมูลเกี่ยวกับการประชุมเพื่อกระตุ้นให้เกิดความสนใจอยากเข้าร่วมประชุม รวมถึงการโน้มน้าวให้สมาชิกลงทะเบียนเข้าร่วมประชุม โดยการใช้สื่อในรูปแบบต่างๆ อาทิ ไปรษณีย์ตรง การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

5. ผู้เข้าร่วมประชุมและผู้จัดการประชุม (People) ถือเป็นส่วนสำคัญของการประชุม การประชุมจะดำเนินไปได้ดี ต้องได้รับความร่วมมือจากผู้เข้าร่วมประชุมที่ทำกิจกรรมตามที่ผู้จัดประชุมเสนอ ดังนั้น ผู้เข้าร่วมประชุมและผู้จัดประชุมจึงเป็นองค์ประกอบสำคัญของการประชุม

6. กระบวนการวางแผน (Planning Process) หมายถึง การวางแผนตั้งแต่การวิเคราะห์ตลาด คู่แข่ง การเลือกสถานที่จัดประชุม กลยุทธ์ในการเชิญชวนให้สมาชิกเข้าร่วมประชุมให้มากที่สุด กระบวนการวางแผนมีความสำคัญต่อความสำเร็จของการประชุม เนื่องจากผู้จัดการประชุมจะต้องประสานงานกับหลายหน่วยงาน และเกี่ยวข้องกับความสามารถของผู้จัดประชุมในการจัดงานเพื่อสร้างความประทับใจให้กับผู้เข้าร่วมงาน และผู้อุปถัมภ์การประชุม

7. กระบวนการหลังการจัดงาน (Post Sale Process) ความสำเร็จของการประชุมเกิดขึ้นเมื่อสมาชิกและพนักงานบริษัทที่เข้าร่วมประชุม เจ้าภาพ และผู้อุปถัมภ์การประชุม พอใจกับผลงานและอยากที่จะเข้าร่วมงานอีกในครั้งหน้า ดังนั้น หลังเสร็จสิ้นการประชุม ผู้จัดการประชุมจึงควรทำการประเมินผลความพึงพอใจ โดยจัดประชุมย่อยเพื่อสรุปกับโรงแรม ศูนย์ประชุม และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการประชุม เพื่อหาข้อบกพร่อง ปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไข เพื่อให้การประชุมในครั้งต่อไปราบรื่น

เมดลิค (Medlick, 1985) ได้ชี้ให้เห็นถึงความเชื่อมโยงระหว่างอุตสาหกรรมไมซ์และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยอธิบายว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวจะเกิดขึ้นได้ ต้องอาศัยปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบทั้ง 3 ประการ คือ (1) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว(Attraction) เช่น ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม (2) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) หากนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าถึงได้หลากหลายวิธี ย่อมทำให้เกิดความสะดวกในการเลือกเดินทาง (3) สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว(Amenity) แหล่งท่องเที่ยวที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียบพร้อม ย่อมเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยว เช่นเดียวกับอุตสาหกรรมไมซ์ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ ที่มีกลุ่มลูกค้าและธุรกิจที่เชื่อมโยงกัน รวมทั้งการใช้ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวร่วมกัน จึงเป็นปัจจัยสนับสนุนและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยว และการประชุมสัมมนาร่วมกัน

เซททามและบิทเนอร์ (Zeithaml and Bitner, 2000) ได้ชี้ให้เห็นถึงความเชื่อมโยงระหว่างอุตสาหกรรมไมซ์และอุตสาหกรรมการบริการ โดยอธิบายถึงลักษณะพิเศษของธุรกิจบริการที่แตกต่างจากสินค้าทั่วไป คือ ความไม่มีตัวตน(Intangibility) การเก็บรักษาไม่ได้ (Perishability) ความแตกต่างในการบริการแต่ละครั้ง(Variability) ด้วยลักษณะของสินค้าและการบริการที่ไม่มีตัวตน

จับต้องไม่ได้ จะอยู่ในรูปของการอำนวยความสะดวกด้านต่างๆ ซึ่งผู้ซื้อบริการไม่สามารถตรวจสอบคุณภาพได้ล่วงหน้าเหมือนสินค้า แต่การตัดสินใจซื้อเป็นการคาดหวังโดยอาจได้รับการจูงใจด้วยวิธีต่างๆ จากผู้ขายบริการ ซึ่งผลของการซื้อบริการจะปรากฏในลักษณะของความรู้สึกทางใจ หากพบว่าประสบการณ์การบริการที่เกิดขึ้นจริงมากกว่าสิ่งที่คาดหวังไว้ แสดงว่าการบริการนั้นมีคุณภาพ เช่นเดียวกับอุตสาหกรรมไมซ์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการที่เน้นการให้บริการแก่ลูกค้า ซึ่งเป็นหัวใจหลักของความสำเร็จในการจัดงานเพื่อให้เกิดความพึงพอใจในการเข้าร่วมกิจกรรมมากที่สุด

จะเห็นได้ว่า อุตสาหกรรมไมซ์ได้ให้ความสำคัญกับความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก ด้วยความพยายามวิเคราะห์ให้ทราบถึงความต้องการของลูกค้า ก่อนที่จะทำการวางแผน ออกแบบหรือผลิตบริการไมซ์ขายให้แก่ลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม แล้วใช้ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อดึงดูดลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวให้ซื้อสินค้าและบริการของอุตสาหกรรมไมซ์ และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า อีกทั้งยังส่งผลให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีก และเกิดการบอกต่อให้ผู้อื่นมาใช้บริการ ทำให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมไมซ์ได้รับผลกำไรตามความต้องการอันเกิดจากความพึงพอใจของลูกค้าหรือนักท่องเที่ยว ในการเลือกใช้ส่วนประสมทางการตลาดนั้น ผู้วิจัยได้ศึกษาจากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและสรุปออกมาเป็นองค์ประกอบทั้ง 7 ด้าน (7Ps) ได้แก่

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นการให้บริการที่ไม่มีรูปร่างและจับต้องไม่ได้ บริการนี้อยู่ในรูปของส่วนประกอบโปรแกรมการจัดงานอุตสาหกรรมไมซ์ เช่น ธุรกิจการจัดประชุมนั้นผลิตภัณฑ์จะประกอบด้วยวิทยากร การสัมมนาทางวิชาการ กิจกรรมนันทนาการ การแสดงสินค้า สถานที่จัดประชุม สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ รวมถึงชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว และความหรูหราของโรงแรมที่ใช้เป็นสถานที่จัดประชุม คุณภาพของอาหารและบริการ ความทันสมัยและเทคโนโลยีของศูนย์ประชุมที่ช่วยให้การจัดประชุมสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

2. ราคา (Price) เป็นการตั้งราคาโปรแกรมของการจัดงานไมซ์ที่ต้องคำนึงถึงต้นทุน เช่น ธุรกิจการจัดประชุม ต้องคำนึงถึงราคาค่าเช่าศูนย์ประชุม ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าเครื่องดื่ม ค่าแรงเจ้าหน้าที่ลงทะเบียน อำนาจในการซื้อของสมาชิกสมาคม ซึ่งการรวมค่าลงทะเบียน ค่าที่พัก อาหารทุกมื้อและโปรแกรมนำเที่ยวไว้ด้วยกัน ทำให้ราคาโปรแกรมสูง เป็นเหตุให้ผู้เข้าร่วมงานที่มีรายได้น้อยไม่สามารถเข้าร่วมประชุมได้ ดังนั้น ผู้จัดประชุมจึงควรแยกค่าที่พักออกจากค่าลงทะเบียน เพื่อให้สมาชิกมีโอกาสเลือกอัตราที่พักในระดับราคาประหยัด เป็นต้น

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นช่องทางที่จะจำหน่ายกิจกรรมไมซ์ที่จัดขึ้น ถ้าเป็นธุรกิจการประชุม จะหมายถึงสถานที่จัดจำหน่ายโปรแกรมการประชุม แต่ถ้าเป็นธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้า จะหมายถึงสถานที่แสดงสินค้า คู่มือนำเที่ยวของจังหวัด เว็บไซด์ เป็นต้น

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์เพื่อกระตุ้นให้เกิดความสนใจอยากเข้าร่วมงาน รวมถึงการโน้มน้าวให้สมาชิกและผู้สนใจลงทะเบียนเข้าร่วมงาน ซึ่งใช้วิธีการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย และการขายโดยพนักงานขายปพร้อมทั้งใช้สื่อในรูปแบบต่างๆ เข้าช่วย เช่น อินเทอร์เน็ต ไปรษณีย์ วิทยุ โทรทัศน์ โทรศัพท์ เป็นต้น

5. ผู้จัดงาน/ผู้เข้าร่วมงาน (People) ถือเป็นส่วนสำคัญของการจัดงานไมซ์ การที่มีผู้เข้าร่วมงานไมซ์มาก ย่อมทำให้งานมีชีวิตชีวา การจัดงานไมซ์จะดำเนินไปได้ดี จะต้องได้รับความร่วมมือจากผู้เข้าร่วมงาน ที่ได้ทำกิจกรรมตามที่ผู้จัดงานเสนอ ดังนั้นผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงานจึงเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการจัดงานไมซ์ เช่น ในธุรกิจการจัดประชุมนั้น บุคลากรไม่ว่าจะเป็นเจ้าหน้าที่ของศูนย์ประชุม พนักงานรับลงทะเบียน และผู้เข้าร่วมประชุม ถือเป็นหัวใจหลักของความสำเร็จในการจัดประชุม เนื่องจากธุรกิจการจัดประชุมเป็นนามธรรมที่ผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงานจะต้องดำเนินกิจกรรมร่วมกัน

6. กระบวนการวางแผน (Planning Process) เป็นการวางแผนตั้งแต่การวิเคราะห์ตลาด คู่แข่ง การเลือกสถานที่จัดงาน กลยุทธ์ในการเชิญชวนให้สมาชิกและผู้สนใจเข้าร่วมงานให้มากที่สุด ซึ่งกระบวนการวางแผนนั้นมีความสำคัญต่อความสำเร็จของการจัดงานไมซ์เป็นอย่างมาก เนื่องจากผู้จัดงานจะต้องเป็นผู้ประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งถ้าผู้จัดงานมีความสามารถที่จะจัดงานในสถานที่สะดวกสบาย หรูหรา ในราคาที่ไม่แพง ก็ย่อมสร้างความประทับใจให้กับผู้เข้าร่วมงาน และผู้อุปถัมภ์ (Sponsor) ได้ไม่ยากเช่นกัน

7. กระบวนการหลังการจัดงาน (Post Sale Process) ความสำเร็จของการจัดงานไมซ์เกิดขึ้นเมื่อสมาชิกและพนักงานบริษัทที่เข้าร่วมงาน ผู้สนใจเข้าร่วมงานเอง เจ้าภาพ และผู้อุปถัมภ์ต่างพอใจกับผลงานและอยากที่จะเข้าร่วมงานอีกในครั้งต่อไป ดังนั้น หลังเสร็จสิ้นการจัดงาน ผู้จัดงานจึงควรทำการประเมินผลความพึงพอใจ โดยจัดประชุมย่อยเพื่อสรุปกับศูนย์ประชุม และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานไมซ์ เพื่อหาข้อบกพร่อง ปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไข เพื่อให้การจัดงานในครั้งต่อไปเกิดความราบรื่น

ดังนั้น จึงสรุปความหมายของส่วนประสมการตลาดของอุตสาหกรรมไมซ์ว่า เป็นการใช้เครื่องมือและกลยุทธ์ที่มีอิทธิพลต่อการขายสินค้าและบริการที่อุตสาหกรรมไมซ์ต้องใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบ 7 ด้าน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผู้จัดงาน/ผู้เข้าร่วมงาน (People) กระบวนการวางแผน (Planning Process) กระบวนการหลังการจัดงาน (Post Sale Process)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

1. ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

1.1) ชิฟแมนและแคนัค (Schiffman and Kanuk, 1987) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออกในการค้นหา การซื้อ การใช้การประเมิน และการขายผลิตภัณฑ์ บริการ และความคิด ซึ่งผู้บริโภคต้องการเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

1.2) เอนเกล แบล็คเวล และมิเนียด(Engel, Blackwell and Miniard, 1990) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดหาให้ได้มาซึ่งการบริโภคสินค้าและบริการ รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นทั้งก่อนและหลังกิจกรรมดังกล่าว

1.3) แม็คแดเนียล และคณะ (McDaniel et al., 2007) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการที่ผู้บริโภคใช้ในการพิจารณาตัดสินใจซื้อ รวมถึงการใช้และการจัดการหลังการใช้ผลิตภัณฑ์และการบริการ และยังครอบคลุมถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ และใช้ผลิตภัณฑ์และการบริการ

1.4) โซโลมอน และคณะ (Solomon et al., 2008) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นกระบวนการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการที่บุคคลพิจารณาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หรือเลือกใช้บริการ รวมทั้งการจัดการหลังการใช้ผลิตภัณฑ์และบริการ และประสบการณ์เพื่อตอบสนองความต้องการของตน

1.5) พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติ หรือการแสดงออกของมนุษย์เฉพาะในบางเรื่อง คือ เฉพาะเรื่องที่เกี่ยวกับการซื้อสินค้า และบริการจากองค์การทางการตลาด (ธงชัย สันติวงษ์, 2540)

1.6) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมการตัดสินใจ และการกระทำของคนที่เกี่ยวกับการซื้อ และการใช้สินค้า (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541)

1.7) ฮัดสัน (Hudson,1999) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคในตลาดการท่องเที่ยวและการโรงแรมไว้ว่า เป็นการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจาก 2 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยที่หนึ่ง ปัจจัยภายในของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องกับบุคลิกภาพ การเรียนรู้ แรงจูงใจ การรับรู้ รวมถึงทัศนคติของนักท่องเที่ยว ปัจจัยที่สอง ปัจจัยภายนอกที่เกี่ยวกับบทบาทและอิทธิพลของครอบครัว ชนชั้นทางสังคม วัฒนธรรม และวัฒนธรรมย่อย และกลุ่มอ้างอิง สอดคล้องกับ โบเว่นและคล๊าร์ค (Bowen & Clarke, 2009) ที่อธิบายว่าเป็นกระบวนการในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว มี 6 องค์ประกอบ คือ การรับรู้ความต้องการ (Need Recognition) การค้นหาข้อมูล (Search of Information) กระบวนการ

ประมวลผลข้อมูลที่ได้รับ (Information Processing) การประเมินทางเลือก (Alternative Evaluation) การซื้อ (Purchase) และผลลัพธ์ (Outcome) สอดคล้องกับ สุรีย์ เข็มทอง (2553) ที่อธิบายว่าเป็นกระบวนการทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจของผู้ใช้บริการด้านการท่องเที่ยวและการโรงแรม และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ และการใช้บริการของผู้ใช้บริการ มีความหมายใกล้เคียงกับ วลัยพร ริ้วตระกูลไพบูลย์ (2557) ที่อธิบายว่า เป็นความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยมีปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อระหว่างการตัดสินใจซื้อ และระยะหลังการตัดสินใจซื้อ รวมถึงกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยวและผลกระทบจากกิจกรรมเหล่านั้น

จากคำจำกัดความที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้สรุปความหมายของคำว่า *"พฤติกรรมผู้บริโภค"* ไว้ว่า เป็นการศึกษาถึงการตัดสินใจซื้อของบุคคล เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ในการค้นหา เลือกซื้อ และประเมินผล ตามความต้องการใช้สินค้าหรือบริการนั้นๆ ทั้งนี้ การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ย่อมช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารการตลาด ทำให้สามารถทราบถึงความแตกต่างของลูกค้ากลุ่มต่างๆ และทำให้เกิดความได้เปรียบต่อคู่แข่งขันในตลาด

2. โมเดลของพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model)

โมเดลของพฤติกรรมผู้บริโภค เป็นโมเดลที่ศึกษาเหตุจูงใจต่างๆ ที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ โดยเริ่มจากการมีสิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นจะเข้าไปในกล่องดำ ซึ่งเป็นความคิดการตัดสินใจของผู้บริโภค ซึ่งผู้ผลิตและผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคจะได้รับอิทธิพลจากคุณสมบัติต่างๆ ของผู้บริโภค แล้วจึงเกิดการตอบสนองของผู้บริโภค หรือการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541) ดังนี้

2.1) สิ่งกระตุ้น(Stimulus) เป็นเหตุจูงใจที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดการซื้อสินค้า สิ่งกระตุ้นอาจเกิดขึ้นเองจากความต้องการภายใน และสิ่งกระตุ้นจากภายนอก สิ่งกระตุ้นภายนอกเป็นสิ่งที่ผู้ขายให้ความสนใจ เพราะเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อสินค้า สิ่งกระตุ้นภายนอกมี 2 ส่วน คือ

2.1.1) สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่เกี่ยวข้องกับส่วนผสมทางการตลาด ซึ่งนักการตลาดสามารถควบคุมและจัดให้มีขึ้น เพื่อกระตุ้นให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

2.1.2) สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Other Stimulus) สิ่งกระตุ้นความต้องการของผู้บริโภคที่ไม่อยู่ในขอบเขตของความควบคุมขององค์กร ผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่สามารถควบคุมได้ ประกอบด้วย

2.1.2.1) สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ สิ่งกระตุ้นทางด้านเศรษฐกิจมีอิทธิพลที่สำคัญต่อความต้องการซื้อของผู้บริโภค ได้แก่ รายได้ของผู้บริโภค และภาวะทางเศรษฐกิจ

2.1.2.2) สิ่งกระตุ้นทางด้านเทคโนโลยี ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีสามารถกระตุ้นความต้องการซื้อได้

2.1.2.3) สิ่งกระตุ้นทางด้านกฎหมายและการเมือง การที่รัฐมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งที่ช่วยกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น

2.1.2.4) สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม สิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ได้แก่ สถานะทางสังคม และครอบครัว

2.2) ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ(Buyer's Black Box) ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อหลังจากที่ได้รับสิ่งกระตุ้นทางการตลาดและสิ่งกระตุ้นอื่นๆ นั้น เป็นสิ่งที่ผู้ผลิตและผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ดังนั้น ผู้ผลิตและผู้ขายจึงต้องพยายามค้นคว้าถึงความรู้สึกนึกคิดต่อสินค้าให้พบ เพื่อที่จะได้จัดส่วนประสมทางการตลาด ให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อได้ถูกต้อง

2.3) ลักษณะของผู้ซื้อหรือพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือใช้บริการ(Buyer 's Characteristics) ลักษณะของผู้ซื้อหรือพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการที่จะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยหลายประการ ดังต่อไปนี้

2.3.1) ปัจจัยทางด้านวัฒนธรรม วัฒนธรรมเป็นพฤติกรรมและสิ่งที่คนในแต่ละกลุ่มสร้างขึ้นจากการเรียนรู้ซึ่งกันและกัน ซึ่งมีอิทธิพลอย่างมากต่อพฤติกรรมการซื้อ เนื่องจากวัฒนธรรมได้แทรกซึมอยู่ในการดำเนินชีวิตประจำวัน

2.3.2) ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยด้านสังคมที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว สถานภาพ และบทบาทของผู้บริโภคในสังคม

2.3.3) ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อ ได้แก่ อายุ วัฏจักรชีวิต ครอบครัว อาชีพ รายได้ส่วนบุคคล รูปแบบการดำเนินชีวิต บุคลิกภาพ และแนวคิดส่วนบุคคล

2.3.4) ปัจจัยทางจิตวิทยา กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัยทางจิตวิทยา ซึ่งประกอบด้วย การจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ ตลอดจนความเชื่อและทัศนคติ

2.4) การตอบสนองของผู้ซื้อ(Buyer's Response) การตอบสนองของผู้ซื้อ หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจในประเด็นต่างๆ ดังนี้

2.4.1) การเลือกผลิตภัณฑ์ (Product Choice)

2.4.2) การเลือกตราสินค้า (Brand Choice)

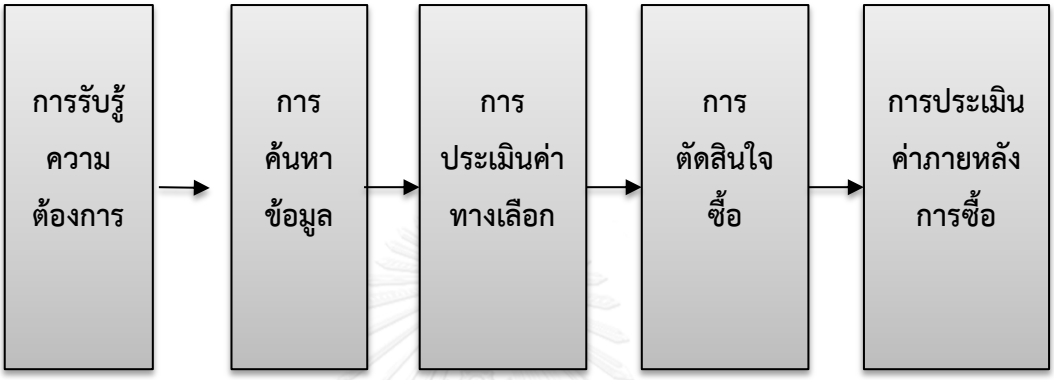
2.4.3) การเลือกผู้ขาย (Dealer Choice)

2.4.4) การเลือกเวลาในการซื้อ (Purchase Timing)

2.4.5) การเลือกปริมาณการซื้อ (Purchase amount)

3. กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Consumer Buying Process)

กระบวนการในที่นี้ หมายถึง กรรมวิธีหรือลำดับการกระทำซึ่งดำเนินต่อไปจนสำเร็จ ณ ระดับหนึ่ง ก่อนหน้าที่ผู้บริโภคจะมีอาการแสดงออก กระบวนการในการพิจารณาตัดสินใจของผู้บริโภคเรียงลำดับ (สุปัญญา ไชยชาญ, 2543) ดังนี้



3.1) การรับรู้ความต้องการ หรือการรับรู้ปัญหา คือการที่ผู้บริโภคทราบว่าตนเองมีความต้องการผลิตภัณฑ์หรือใช้บริการ เช่น การที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวจำเป็นต้องหาสถานที่พักแรม เป็นต้น

3.2) การหาข้อมูล ผู้บริโภคจะค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ หรือบริการเพื่อประกอบทางเลือกซื้อ จากแหล่งต่างๆ ดังต่อไปนี้

3.2.1) แหล่งข้อมูล เป็นการหาข้อมูลจากบุคคลอื่น เช่น จากคนในครอบครัวและญาติมิตร

3.2.2) แหล่งทางการค้า หรือการค้นหาข้อมูลจากแหล่งที่ผู้ประกอบการค้าจัดทำขึ้น

3.2.3) แหล่งสาธารณะ เป็นการค้นหาข้อมูลโดยผู้บริโภคเอง ที่เกิดจากการเคยใช้มาก่อน ผู้บริโภคจะพยายามค้นหาข้อมูลมากหรือน้อยเพียงใดนั้น ขึ้นอยู่กับข้อมูลที่ผู้บริโภคมีอยู่ก่อนแล้ว

3.3) การประเมินค่าทางเลือก(Evaluation of Alternative) หลังจากการค้นหาข้อมูลแล้ว ผู้บริโภคจะกำหนดเกณฑ์ต่างๆ ขึ้นมา เพื่อทำการวัดหรือเปรียบเทียบข้อมูลที่ได้รวบรวมมา เกณฑ์เหล่านี้จะเป็นเครื่องชี้คุณสมบัติที่พึงประสงค์และไม่พึงประสงค์ของผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค เช่น ราคา ความสะดวกสบาย และอื่นๆ ถ้าเกณฑ์ในการประเมินมีมากกว่าหนึ่งเกณฑ์ ผู้บริโภคอาจกำหนดน้ำหนักความสำคัญในแต่ละอย่าง โดยให้คะแนนแก่เกณฑ์ต่างๆ สำหรับข้อมูลทุกๆ ส่วน จากนั้นนำคะแนนมาเรียบเรียง เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจซื้อ อย่างไรก็ตามการประเมินทางเลือกนี้ไม่สามารถคำนวณเป็นตัวเลขได้โดยง่าย เพราะบางครั้งเป็นสัญชาตญาณ

3.4) การตัดสินใจซื้อ(Purchase Decision) เป็นขั้นตอนที่ผู้บริโภคจะซื้อผลิตภัณฑ์หรือใช้บริการโดยอาศัยผลการประเมินทางเลือกเป็นเครื่องตัดสินใจ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการ

1. ความหมายของการบริหารจัดการ

1.1) การจัดการ (Management) เป็นการใช้ศาสตร์และศิลป์ในการนำเอาทรัพยากรการบริหาร (Administrative Resource) มาประกอบกันขึ้น ให้เป็นไปตามกระบวนการทางการบริหาร (Process of Administration) เพื่อให้บรรลุวัตลุประสงค์ที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ (สมพงษ์ เกษมสิน, 2514)

1.2) การบริหาร หมายถึง การทำงานของคณะบุคคล (Group) ตั้งแต่สองคนขึ้นไปที่ร่วมกันปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายร่วมกัน ดังนั้น คำว่าการบริหารนี้ จึงใช้สำหรับแสดงให้เห็นลักษณะการบริหารงานแต่ละประเภทได้เสมอแล้วแต่กรณีไป แต่ถ้าเป็นการทำงานโดยบุคคลคนเดียวเรียกว่า เป็นการทำงานตามธรรมดาเท่านั้น (สมพงษ์ เกษมสิน, 2514)

2. ความสำคัญของการบริหารจัดการ

สมพงษ์ เกษมสิน (2514) ได้กล่าวถึง ความสำคัญของการบริหารไว้หลายประการ คือ (1)การบริหารย่อมมีวัตถุประสงค์ (2)การบริหารอาศัยปัจจัยบุคคลเป็นองค์ประกอบสำคัญที่สุด (3)การบริหารต้องใช้ทรัพยากรทางการบริหารเป็นองค์ประกอบพื้นฐาน (4)การบริหารมีลักษณะการดำเนินงานเป็นกระบวนการ (5)การบริหารเป็นการดำเนินงานร่วมกันของกลุ่มบุคคล และ (6)การบริหารมีลักษณะเป็นการร่วมมือกันดำเนินงานอย่างมีเหตุผล ในสังคมหนึ่งๆ มนุษย์ย่อมมีพฤติกรรมร่วมกันในอันที่จะกระทำการต่างๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของสมาชิกในสังคมมากที่สุด มีการแบ่งงานกันทำช่วยเหลือเกื้อกูลการปรับปรุงการบริหารของกลุ่มให้เกิดประสิทธิภาพและมีความเป็นระเบียบมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการและข้อเรียกร้องต่างๆ ของประชาชน พยายามหามรรควิธี (Means) ที่จะเป็นเครื่องมือในการบริหารให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด ฉะนั้นการบริหารจึงมีความสำคัญ ดังนี้

2.1) การบริหารนั้นได้เจริญเติบโตควบคู่มากับการดำรงชีพของมนุษย์ และเป็นสิ่งช่วยให้มนุษย์ดำรงชีพอยู่ร่วมกันได้อย่างผาสุก

2.2) จำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วเป็นผลทำให้องค์การต่างๆ ต้องขยายงานด้านการบริหารงานให้กว้างขวางยิ่งขึ้น

2.3) การบริหารเป็นเครื่องมือบ่งชี้ให้ทราบถึงความเจริญก้าวหน้าของสังคม ความก้าวหน้าทางวิชาการ (Technology) ในด้านต่างๆ โดยเฉพาะในด้านอุตสาหกรรม ทำให้การบริหารเกิดการเปลี่ยนแปลงและก้าวหน้าอย่างรวดเร็วยิ่งขึ้น

2.4) การบริหารเป็นมรรควิธีที่สำคัญในอันที่จะนำสังคมและโลกไปสู่ความเจริญก้าวหน้า

2.5) การบริหารจะช่วยให้ทราบถึงแนวโน้มทั้งในด้านความเจริญและความเสื่อมของสังคมในอนาคต

2.6) การบริหารมีลักษณะเป็นการทำงานร่วมกันของกลุ่มบุคคลในสังคม ฉะนั้น ความสำเร็จของการบริหารจึงขึ้นอยู่กับปัจจัยสภาพแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรมทางการเมือง (Political Socio-Cultural Factors Environment) อยู่เป็นอันมาก

2.7) การบริหารมีลักษณะต้องใช้วินิจฉัยสั่งการเป็นเครื่องมือ ซึ่งนักบริหารจะต้องคำนึงถึงปัจจัยแวดล้อมต่างๆ และการวินิจฉัยสั่งการนี้เองที่เป็นเครื่องมือแสดงให้ทราบถึงความสามารถของนักบริหารและความเจริญเติบโตการบริหาร

2.8) ชีวิตประจำวันของมนุษย์ไม่ว่าในครอบครัวหรือสำนักงานย่อมมีส่วนเกี่ยวพันกับการบริหารเสมอ ดังนั้น การบริหารจึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจและจำเป็นต่อการที่จะดำรงชีพอย่างฉลาด

2.9) การบริหารกับการเมืองเป็นสิ่งควบคู่ที่แยกกันไม่ออก ฉะนั้นการศึกษาจึงต้องคำนึงถึงสภาพทางการเมืองด้วย

3. เทคนิคกระบวนการบริหารจัดการ

กูลิคและเออร์วิค (Gulick and Urwick, 1936) ได้สร้างเทคนิคกระบวนการบริหารจัดการ โดยใช้หลัก POSDCoRB ดังนี้

3.1) การวางแผน (Planning) คือ การกำหนดเป้าหมายขององค์การว่าควรทำงานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์อะไรและจะดำเนินการอย่างไร

3.2) การจัดองค์การ (Organizing) คือ การจัดตั้งโครงสร้างอำนาจอย่างเป็นทางการภายในองค์การเพื่อประสานงานหน่วยทำงานย่อยต่างๆ ให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.3) การจัดกำลังคน (Staffing) คือ ฝ่ายบริหารต้องตัดสินใจอยู่ตลอดเวลาว่าจะดูแลควบคุมจัดสรรคนอย่างไรให้เหมาะสมกับงาน และทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.4) การอำนวยการ (Directing) คือ การสั่งการ (Decision Making) การควบคุมงาน นิเทศก์งาน และศิลปะในการบริหารงาน

3.5) การประสานงาน (Coordinating) คือ การร่วมมือประสานงาน เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อยและราบรื่น คือหัวใจของการบริหาร

3.6) การรายงาน (Reporting) คือ การรายงานความเคลื่อนไหวต่างๆ ในองค์การให้ทุกฝ่ายทราบ รวมถึงงานประชาสัมพันธ์ (Public Relation) ด้วย

3.7) การงบประมาณ (Budgeting) คือ งบประมาณในรูปของการวางแผนและการควบคุมด้านการเงิน การบัญชี

4. องค์ประกอบของการบริหารจัดการ

ดรัคเกอร์ (Drucker,1954) ได้กล่าวถึง องค์ประกอบของการบริหารงานไว้ว่าจะต้องมีปัจจัยพื้นฐาน 4 ประการ หรือเรียกว่า ทรัพยากรในการบริหาร 4M's ดังนี้

4.1) บุคลากร (Man) คือ ทรัพยากรที่ถือได้ว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญที่จะก่อให้เกิดผลสำเร็จแก่กิจการได้อย่างมาก ทั้งปริมาณและคุณภาพ เป็นการบริหารกำลังคน จะใช้คนอย่างไรให้เกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผลกับงานให้มากที่สุด

4.2) เงินทุน (Money) คือ ปัจจัยที่สำคัญในการให้การสนับสนุนจัดหาทรัพยากรเพื่อหล่อเลี้ยงและอำนวยความสะดวกให้กิจกรรมขององค์การดำเนินต่อไปได้อย่างราบรื่น เป็นการบริหารเงิน จะจัดสรรเงินอย่างไรให้ใช้จ่ายต้นทุนน้อยที่สุด

4.3) วัสดุอุปกรณ์ (Materials) คือ ปัจจัยที่ต้องจัดหามาใช้ในการดำเนินการผลิตหรือการบริการ เป็นการบริหารวัสดุในการดำเนินงาน ว่าจะทำอย่างไร้ให้สิ้นเปลืองน้อยที่สุด หรือเกิดประโยชน์สูงสุด

Chulalongkorn University

4.4) การจัดการ (Management) คือ กระบวนการจัดการบริหารควบคุมเพื่อให้งานทั้งหมดเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผลอย่างเต็มที่

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า การบริหารจัดการเป็นการนำเอาทรัพยากรต่างๆมาประกอบการตามกระบวนการบริหารให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ซึ่งการบริหารงานจะต้องมีปัจจัยพื้นฐาน 4 ประการเรียกว่า ทรัพยากรในการบริหาร ประกอบด้วยคน (Man) เงินทุน (Money) วัสดุอุปกรณ์ (Materials) และการจัดการ (Management) ซึ่งการบริหารงานใดๆ ก็ตาม การที่จะได้ผลงานออกมา (Output) ก็จำเป็น จะต้องมีปัจจัย 3 อย่าง ที่ใส่เข้าไปในงานก่อน (Input) คือ คน เงิน และวัสดุ และมีกระบวนการในการจัดการให้ Input Factors ต่างๆ ผสมกลมกลืนกันเป็นอย่างดี ผลงานจะออกมาดีและมีประสิทธิภาพ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนา

ความหมายของการพัฒนา

ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมความหมายของคำว่า “การพัฒนา” ที่เกี่ยวข้องในงานวิจัย ดังนี้

แบทเท็น (Batten, 1965) ได้ให้ความหมายของการพัฒนาไว้ว่า การพัฒนา หมายถึง การเปลี่ยนแปลงให้ดีขึ้น

บรู๊คฟิล (Brookfield, 1995) ได้ให้ความหมายของการพัฒนาไว้ว่า การพัฒนา หมายถึง ความก้าวหน้าในการมุ่งจัดสวัสดิการต่างๆ เช่น การลดความยากจน ลดการว่างงาน ลดความไม่เสมอภาคทางเศรษฐกิจ

คินเดิลแบเกอร์ (Kindleberger, 1969) ได้ให้ความหมายของการพัฒนาไว้ว่า การพัฒนา หมายถึง การขยายตัวทางเศรษฐกิจ การเปลี่ยนแปลงทางเทคนิค การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างระบบเศรษฐกิจ การเปลี่ยนแปลงระบบการเมือง การเปลี่ยนแปลงระบบสังคม การเปลี่ยนแปลงระบบการศึกษา และการเปลี่ยนแปลงระบบการบริหารให้สอดคล้องกับความต้องการของประเทศ

ฮูคเวลท์ (Hoogvelt, 1984) ได้ให้ความหมายของการพัฒนาไว้ว่า การพัฒนา หมายถึง กระบวนการหนึ่งของการเปลี่ยนแปลงและการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจภายใต้การแบ่งโลกออกเป็นโลกที่พัฒนาและไม่พัฒนา แบ่งเป็น 3 ฐานะ ได้แก่ (1)การพัฒนาในฐานะที่เป็นกระบวนการ ในความหมายนี้หมายถึง กระบวนการวิวัฒนาการของความเจริญเติบโตและการเปลี่ยนแปลงของสังคมมนุษย์รวมทั้งขององค์กรทางวัฒนธรรมด้วย การพัฒนาในฐานะนี้เกี่ยวกับทฤษฎีวิวัฒนาการทั้งแนวเก่าแนวใหม่ ความแตกต่างทางสังคม การผสมผสาน และการปรับตัวด้วยการทำให้ดีขึ้น ตลอดจนขั้นตอนของวิวัฒนาการทางสังคม (2)การพัฒนาในฐานะที่เป็นการปฏิสัมพันธ์ ในฐานะนี้เป็นการมองการพัฒนาว่าเป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงและความเจริญเติบโตของสังคมด้วยการติดต่อสัมพันธ์กับสังคมต่างๆ ฮูจเว็ลท์ได้อธิบายถึงการพัฒนาของสังคมที่ด้อยพัฒนาด้วยการติดต่อสัมพันธ์ทางการค้าระบบพาณิชย์ ระบบอาณานิคมยุคใหม่ การแปลงสภาพโครงสร้างของสังคมดั้งเดิมด้วยการเป็นสมัยใหม่ภายใต้ลัทธิอาณานิคมการแพร่กระจายทัศนคติค่านิยมสถาบันต่างๆภายใต้ลัทธิอาณานิคมและการขาดตอนของกระบวนการวิวัฒนาการ และ (3)การพัฒนาในฐานะที่เป็นการปฏิบัติการ การพัฒนาในฐานะนี้ถือว่าการพัฒนาจะต้องมีการวางแผนอย่างรอบคอบและตรวจสอบกระบวนการแห่งความเจริญเติบโตและการเปลี่ยนแปลง โดยมีเป้าหมายให้เลือกสำหรับการพัฒนาหลายเป้าหมาย รวมทั้งรูปแบบของการพัฒนา เป็นต้น

มนัส สุวรรณ (2538) ได้กล่าวถึงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้ประสบผลสำเร็จมีสิ่งสำคัญที่ต้องนำมาประเมินประกอบการตัดสินใจในการพัฒนาได้แก่ความปรารถนาของผู้ท่องเที่ยว ความสามารถในการใช้บริการของผู้ท่องเที่ยวความสะดวกในการเดินทางและการเข้าถึงและความสามารถที่จะรับได้ของพื้นที่ ประกอบด้วยความสามารถที่จะรับได้เชิงกายภาพ ความสามารถที่จะรับได้เชิงสังคม และความสามารถที่จะรับได้เชิงนิเวศวิทยา

โคลท์แมน (Coltmann, 1989) ได้ให้แนวทางในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไว้ 9 ประการ สรุปได้ดังนี้ (1)ส่งเสริมให้ประชาชนในท้องถิ่นเห็นความสาคัญของการท่องเที่ยวที่มีต่อเศรษฐกิจในสังคม (2)การพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องขึ้นอยู่กับจุดประสงค์และความต้องการของชุมชนว่าจะต้องการให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในชุมชนมากน้อยเพียงใด (3)วิธีการและความถี่ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางด้านการท่องเที่ยวควรได้รับความเห็นชอบจากประชาชนในท้องถิ่นเพราะจะเป็นเครื่องวัดว่าท้องถิ่นนั้นๆ ต้องการนักท่องเที่ยวประเภทใดและจำนวนเท่าไร (4)ควรมีความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและเอกชนในการพยายามที่จะทำให้ท้องถิ่นเป็นสถานที่พักผ่อนที่มีความสมบูรณ์และมีคุณภาพ (5)ในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไม่ควรให้มีผลกระทบต่อประชาชนในท้องถิ่น ผู้ที่เกี่ยวข้องในการวางแผนจึงต้องระมัดระวังและต้องวางแผนรองรับในเรื่องนี้เอาไว้ด้วยเพื่อที่จะรักษาวัฒนธรรมและค่านิยมของท้องถิ่นให้คงอยู่ (6)เงินทุน แรงงาน รวมทั้งนักบริหารทางการท่องเที่ยวควรมาจากชุมชนเจ้าของท้องถิ่น เพื่อที่ท้องถิ่นจะสามารถควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นไปในทิศทางที่ต้องการ (7)ควรเปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมและงานเทศกาลที่จัดขึ้นเพื่อนักท่องเที่ยว (8)เรื่องราวและงานเทศกาลที่จัดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวจะต้องสะท้อนให้เห็นถึงประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ และสภาพทางภูมิศาสตร์ของท้องถิ่น (9)ก่อนที่จะลงมือพัฒนาการท่องเที่ยวควรพยายามขจัดปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในชุมชนให้เรียบร้อย

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2558) ได้จัดทำยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560 เพื่อเป็นกลไกการขับเคลื่อนสู่การพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ โดยเป้าหมายการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศในระยะต่อไปจะไม่มุ่งเน้นเฉพาะการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยว แต่จะให้ความสำคัญกับการพัฒนาเพื่อมุ่งสู่เป้าหมายการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพมากขึ้น ทั้งในเรื่องการเพิ่มระยะเวลาพำนักของนักท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อหัวต่อวันหรือต่อครั้ง การพัฒนาในระดับพื้นที่ การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวภายในกลุ่มท่องเที่ยวและระหว่างกลุ่มท่องเที่ยว การกระจายตัวของนักท่องเที่ยว และกระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่นมากขึ้น คำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อชุมชน สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างให้เกิดความสมดุลและการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยทิศทางการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวในอนาคต ต้องพัฒนาไปสู่ความมั่นคง (Stability) ความมั่งคั่ง (Prosperity) และความยั่งยืน (Sustainability) โดยความมั่นคง คือ ความสามารถขับเคลื่อนการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพแม้ในภาวะวิกฤตต่างๆ ทั้งจากภายในประเทศและต่างประเทศ

ความมั่งคั่ง คือ การท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้และสร้างความความมั่นคงทางเศรษฐกิจให้แก่ประเทศ และความยั่งยืน คือ การพัฒนาที่สนองความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยไม่ส่งผลกระทบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม และชุมชน ดังนั้น ในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว อาจใช้รูปแบบจากการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยองค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ(UNWTO, 2014) ได้ให้คำจำกัดความล่าสุดของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) ว่าการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจะไม่ใช่เป็นเพียงแค่การท่องเที่ยวขนาดเล็กหรือการตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Tourism Segments) หากแต่การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจะต้องครอบคลุมถึงการตลาดโดยรวมหรือที่รู้จักกันในชื่อที่เรียกว่า “การท่องเที่ยวแบบมวลชน” (Mass Tourism) โดยทั่วไปการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนหมายถึง การท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญต่อการเสมอภาคระหว่างเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม รวมไปถึงสังคมและวัฒนธรรม ของคนทั้งในรุ่นปัจจุบันและในอนาคต ดังนั้น หลักการและแนวคิดที่สำคัญของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในคำจำกัดความของ WTO จึงประกอบด้วย (1)การท่องเที่ยวต้องตระหนักและใช้ทรัพยากรธรรมชาติความหลากหลายทางชีวภาพให้เหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุด การเคารพในสังคม วัฒนธรรมและประเพณีของประชาชนพื้นเมือง รวมไปถึงการรู้จักปรับตัวและเข้าใจถึงความแตกต่างทางวัฒนธรรมและประเพณีของแต่ละชุมชน (2)การสร้างความเจริญมั่นคงทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนควรก่อให้เกิดการกระจายของรายได้อย่างเป็นธรรมและทั่วถึงแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางการท่องเที่ยว (Tourism Stakeholder) นอกจากนี้ ควรก่อให้เกิดการจ้างงานและการสร้างรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่น รวมไปถึงการมีส่วนสำคัญในการช่วยลดความยากจนในท้องถิ่นด้วย นอกจากการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจะต้องให้ความสำคัญในด้านสิ่งแวดล้อม สังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจแล้ว ยังต้องคำนึงถึงความร่วมมือกันของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการท่องเที่ยว(Tourism Stakeholder) ทุกฝ่าย รวมไปถึงจะต้องสามารถรักษาความพึงพอใจสูงสุดของนักท่องเที่ยว การดำเนินการวางแผนอย่างต่อเนื่อง และที่สำคัญจะต้องมีเครื่องมือดัชนีที่ใช้วัดประสิทธิภาพต่อผลกระทบของการดำเนินการในส่วนต่างๆ เพื่อสามารถนำไปปรับปรุงและแก้ไขเพื่อให้เกิดความยั่งยืนได้ต่อไปในอนาคต โดยปัจจัยสำคัญ 5 ประการในการนำมาพิจารณาเพื่อการกำหนดแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนประกอบด้วย (1)ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งแวดล้อมต่างๆทั้งที่เป็นสิ่งแวดล้อมที่กำเนิดขึ้นมาเองตามธรรมชาติและสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นแล้วสืบทอดต่อกันมา เช่น ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีชีวิต ประวัติศาสตร์ (2)นักท่องเที่ยว เป็นกลุ่มคนที่มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวในฐานะผู้บริโภคทรัพยากรการท่องเที่ยวมีความต้องการ (Demand) ที่ทำให้คนในแหล่งท่องเที่ยวและกลุ่มนักธุรกิจท่องเที่ยวต้องตอบสนอง ซึ่งก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทรัพยากรการท่องเที่ยวและก่อผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อม ด้วยเหตุนี้นักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพจึงจำเป็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (3)กลุ่มธุรกิจท่องเที่ยว กลุ่มธุรกิจให้ความสำคัญกับธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นอย่างมากและพยายามที่จะเปลี่ยนแปลงทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อ

ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวจนอาจละเลยผลกระทบด้านลบที่อาจเกิดขึ้น ถ้าจะให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน กลุ่มธุรกิจนี้จะต้องคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวและเป็นตัวกลางที่จะช่วยกลั่นกรองคุณภาพของนักท่องเที่ยว (4)ชุมชนที่มีแหล่งท่องเที่ยว มีบทบาทเป็นทั้งผู้ผลิตทรัพยากรการท่องเที่ยว เช่น วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี ของคนในชุมชน ขณะเดียวกันในชุมชนเองมีบทบาทเป็นผู้ดูแลทรัพยากรการท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน โดยที่ผ่านมาคนในแหล่งท่องเที่ยวมักเป็นฝ่ายตั้งรับการท่องเที่ยวที่เข้ามา คนในแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะมองเห็นผลประโยชน์ในเชิงรายได้แต่อาจไม่ตระหนักและคาดการณ์ถึงผลกระทบที่เกิดตามมา นอกจากการตั้งรับกับทรัพยากรที่เปลี่ยนแปลงไปแล้ว คนในชุมชนที่มีแหล่งท่องเที่ยวกลับไม่ได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างยุติธรรม หรืออาจกล่าวได้ว่าคนในชุมชนได้ประโยชน์เพียงส่วนน้อยเมื่อเทียบกับผลกระทบที่เกิดขึ้น ด้วยเหตุนี้แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนจึงให้ความสำคัญกับเรื่องการกระจายผลประโยชน์ให้กับคนในท้องถิ่นอย่างเท่าเทียมกันโดยเน้นการให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวที่มีส่วนช่วยอนุรักษ์วิถีชีวิตและทรัพยากรของชุมชน สร้างความภาคภูมิใจในท้องถิ่นทำให้คนในชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการกับทรัพยากรของตนเอง ซึ่งเป็นความสำคัญอย่างยิ่งที่คนในชุมชนจะต้องมีสิทธิเลือกได้ว่าต้องการให้ทรัพยากรของตนเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือไม่ และควรมีรูปแบบเช่นไร (5)นักวิชาการและสถาบันการศึกษา ได้เข้ามามีบทบาทในการเป็นหน่วยงานสนับสนุน (Facilitator) ที่ช่วยนำความรู้ในทางวิชาการหรือภูมิปัญญาสากลมาใช้ในการศึกษาค้นคว้า เพื่อยกระดับและคำอธิบายองค์ความรู้ท้องถิ่นที่เรียกว่าภูมิปัญญา ให้เป็นองค์ความรู้ที่เป็นสากลได้ และยิ่งทรัพยากรการท่องเที่ยวได้รับการศึกษาค้นคว้ามากเท่าใด คนในชุมชน นักท่องเที่ยว และกลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยวก็จะเห็นคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยวมากเท่านั้น นอกจากบทบาทการเป็นผู้ศึกษาค้นคว้าแล้ว นักวิชาการอาจเข้าไปมีบทบาทในการเป็นวิทยากรช่วยประสานงานและอำนวยให้เกิดการพูดคุยกันของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวอันจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (2554) ได้มีการจัดทำ “White Paper” หรือเจตนารมณ์ร่วมของการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ไทย เพื่อเป็นการวางรากฐานที่ดีในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไว้เป็นแนวคิดแนวคิดของการบริหารและการดำเนินงานด้านอุตสาหกรรมไมซ์ในระยะต่อๆ ไป โดยให้คำนึงถึงบทบาทความสำคัญและศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์ที่สร้างเม็ดเงินเข้าประเทศสูงถึงกว่าร้อยละ 10 ของรายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอันเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมภาคการท่องเที่ยวและภาคบริการให้แข็งแกร่งเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศสู่การเจริญเติบโตและพัฒนาอย่างยั่งยืน สสปน. ได้ตระหนักถึงความเร่งด่วนในการพัฒนาและปรับกลยุทธ์ให้กับภาคอุตสาหกรรมไมซ์หลังจากเกิดวิกฤตการณ์การเมืองช่วงปี

พ.ศ. 2553 ก่อให้เกิดผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมไมซ์และความไม่มั่นใจในความปลอดภัยในการเดินทางมายังประเทศไทยซึ่งส่งผลกระทบต่อสาขาบริการท่องเที่ยวรวมถึงผู้ประกอบการอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งภายในและต่างประเทศ จึงเร่งผลักดันและพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยกลยุทธ์เชิงรุก เน้นการรับฟังความคิดเห็นของภาคเอกชนและหน่วยงานทุกภาคส่วน เพื่อนำข้อมูลมากลั่นกรองวิเคราะห์ประกอบการกำหนดกรอบนโยบายการวางกลยุทธ์ทางการตลาด หรือแม้แต่การร่วมมือกันหาแนวทางปรับยุทธวิธีเพื่อเร่งพลิกฟื้นเศรษฐกิจชาติในช่วงที่เกิดวิกฤติการณ์ทางการเมือง รวมทั้งยังเป็นสื่อกลางในการร่วมหารือระดมความคิดเพื่อเสนอของบประมาณต่อรัฐบาล เพื่อเร่งกระตุ้นและขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้สามารถฝ่าฟันวิกฤติต่างๆ โดยมีวิสัยทัศน์ที่จะนำพาประเทศไทยให้เป็นจุดหมายหลักของไมซ์แห่งภูมิภาคเอเชียทำให้เกิดกลยุทธ์ “การพัฒนา (Develop)” เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ของไทยที่เอื้อต่อการพัฒนาประเทศสู่ความยั่งยืน ดังนี้ (1)กำหนดกรอบนโยบายปรับกลยุทธ์เพื่อขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ไทยควบคู่กับการผลักดันและส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศให้สามารถฝ่าฟันวิกฤตการณ์ต่างๆ ไปสู่การเป็นจุดหมายหลักของไมซ์ในภูมิภาคเอเชีย (2)ส่งเสริมและเปิดโอกาสเพื่อรับฟังความคิดเห็นจากทุกภาคส่วนให้เข้ามามีบทบาทในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศโดยมีทิศทางและเป้าหมายหลักร่วมกันในระยะยาว (3)ส่งเสริมให้การพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์เป็นวาระแห่งชาติที่เป็นการร่วมมือกันในทุกภาคส่วนทั้งรัฐต่อรัฐ รัฐต่อเอกชน และเอกชนต่อเอกชน (4)กระตุ้นและดึงดูดให้เกิดการลงทุนของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศและในภูมิภาคทั้งในภาคการบริการและภาคการผลิต (5)เพิ่มศักยภาพทางด้านการพัฒนาการจัดประชุมและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การประชุมนานาชาติ และงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติ อันจะเอื้อต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้มีการพัฒนาอย่างสมดุลและยั่งยืน (6)พัฒนาบุคลากรและการบริหารจัดการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพ (7)พัฒนาประเทศไทยให้เป็นผู้นำในอุตสาหกรรมไมซ์ เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อประเทศชาติทั้งด้านเศรษฐกิจ การค้าการลงทุน เทคโนโลยี และการศึกษา

จากที่ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ดังนั้น จึงสรุปความหมายของการพัฒนาได้ว่า เป็นการวางแผนกำหนดทิศทางไว้ล่วงหน้าเพื่อเปลี่ยนแปลงศักยภาพหรือองค์ประกอบที่มีอยู่ในอุตสาหกรรมไมซ์ให้เกิดการเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน และเป็นการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาให้เป็นเมืองจุดหมายปลายทางที่มีคุณภาพ (Quality Destination)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับศักยภาพ

ความหมายของศักยภาพ

ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมความหมายของคำว่า “ศักยภาพ” ที่เกี่ยวข้องในงานวิจัย ไว้ดังนี้

ศักยภาพ หมายถึง ภาวะแฝงอำนาจหรือคุณสมบัติที่มีแฝงอยู่ในสิ่งต่างๆ อาจทำให้พัฒนาหรือให้ปรากฏเป็นสิ่งที่ประจักษ์ได้ (ราชบัณฑิตยสถาน, 2546)

พจนานุกรมของอเมริกันเฮอริเทจ(Editor of the American Heritage, 2007) ได้ให้ความหมายของศักยภาพไว้ว่า ศักยภาพ หมายถึง สิ่งที่มีอยู่โดยธรรมชาติที่จะสามารถรองรับการเติบโต พัฒนา เปลี่ยนแปลง เป็นสิ่งที่สามารถคงอยู่ได้

พจนานุกรมปรัชญาของออกซ์ฟอร์ด(Oxford University, 2005) ได้ให้ความหมายของศักยภาพไว้ว่า ศักยภาพ หมายถึง อำนาจที่จะเปลี่ยนแปลงให้ไปยังอีกขั้นหนึ่ง

ศักยภาพ หมายถึง ความสามารถหรือความพร้อมในตัวเองของสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่จะเอื้ออำนวยต่อการพัฒนา การปรับปรุงการจัดการ ดังนั้นแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งจึงมีศักยภาพหรือความสำคัญของตัวเองแตกต่างกันออกไป การพิจารณาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ต่างๆ จำเป็นต้องพิจารณาถึงความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว โดยได้เสนอหลักเกณฑ์การพิจารณาและกำหนดศักยภาพหรือความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว โดยพิจารณาจากองค์ประกอบหลักๆ (วิวัฒน์ชัย บุญยภักดิ์, 2529) ดังนี้ (1)คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ความสวยงาม ลักษณะเด่นในตัวเอง ความเก่าแก่ทางประวัติความเป็นมา ความสำคัญทางลัทธิและศาสนา บรรยากาศ สภาพภูมิทัศน์ทางธรรมชาติและวิถีชีวิตโดยรอบ เป็นต้น (2)สภาพการเข้าถึง ได้แก่ สภาพของเส้นทาง ลักษณะการเดินทางใช้วิธีใด ระยะทางจากตัวเมืองไปยังแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น (3)สิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ที่พักแรม ร้านอาหาร เครื่องดื่ม สถานบริการต่างๆ ระบบไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ สถานรักษาพยาบาล การรักษาความปลอดภัย เป็นต้น (4)สภาพแวดล้อม ได้แก่ สภาพทางกายภาพ สภาพอากาศ กลิ่น เสียง ควัน ระบบนิเวศ และสภาพอื่นๆ ของแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งบริเวณใกล้เคียง (5)ข้อจำกัดในการรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ ข้อจำกัดทางพื้นที่ ข้อจำกัดทางการบริการ สาธารณูปโภค ปัญหาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว เป็นต้น และ (6)ความมีชื่อเสียงในปัจจุบัน ได้แก่ ความเป็นที่รู้จักแพร่หลายของแหล่งท่องเที่ยว จำนวนนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง

ลองแมน (Longman, 1987) ได้ให้ความหมายของศักยภาพไว้ว่า ศักยภาพ หมายถึง พลังความสามารถของบุคคลที่ซ่อนเร้นอยู่ภายในตน หากมีการกระตุ้นจากบุคคลหรือสิ่งแวดล้อมจะสามารถแสดงพลังหรือความสามารถที่มีอยู่ออกมาใช้ได้หรือยับยั้งพลังที่มีอยู่มิให้บังเกิดขึ้น

นิวเฟลท์ (Neufeldt, 1990) ได้ให้ความหมายของศักยภาพไว้ว่า ศักยภาพหมายถึง พลังหรืออำนาจที่มีอยู่ในบุคคล ซึ่งสามารถดึงออกมาใช้หรือแสดงออกมาได้หากได้รับการกระตุ้นจากสิ่งภายนอก

ดังนั้น จึงสรุปความหมายของศักยภาพได้ว่า เป็นความสามารถของแหล่งท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ที่จะรองรับนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการ โดยมีองค์ประกอบของคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก สภาพแวดล้อม ข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว ความมีชื่อเสียงในปัจจุบัน ที่สามารถสนองตอบตามความต้องการของนักท่องเที่ยวในแต่ละรูปแบบได้อย่างเหมาะสม

ในการขับเคลื่อนให้อุตสาหกรรมไมซ์มีการพัฒนาและเจริญเติบโตนั้นจะต้องประกอบด้วยศักยภาพที่สำคัญซึ่งถือเป็นความสามารถขององค์ประกอบทางด้านต่างๆ ที่มีอยู่ในอุตสาหกรรมไมซ์ เพื่อช่วยตอบสนองความต้องการของผู้เข้าร่วมกิจกรรมไมซ์ทุกฝ่ายได้ ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาจากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและสรุปออกมาเป็นศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 9 องค์ประกอบ ดังนี้

1. สถานที่จัดงาน (Venues) ถือเป็นหนึ่งในองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดในการเลือกจัดงานไมซ์ ซึ่งมีหลากหลายรูปแบบขึ้นอยู่กับขนาดจำนวนผู้เข้าร่วมงานและประเภทของงาน (เทวีวรรณ ปทุมพร, 2549 ; ปวิธ ตันสกุล, 2549 ; เกิดศิริ เจริญวิศาล, 2552 ; มนัส ชัยสวัสดิ์ และคณะ, 2552 ; ณัฐกานต์ รองทอง, 2552 ; กันตภพ บัวทอง, 2554 ; บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2554 ; สสปน., 2555 ; Chen and Lalopa, 1999 ; Sangpikul and Kim, 2009 ; Rittichainuwat, 2010) โดยสถานที่ที่เหมาะสำหรับการจัดงานไมซ์ได้แก่ โรงแรม ศูนย์ประชุม ศูนย์แสดงสินค้า เป็นต้น ดังนั้น สถานที่จัดงานจึงจำเป็นต้องตอบสนองความต้องการของผู้เข้าร่วมงานและนักเดินทางไมซ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ผู้รับจัดงาน(Organizers) เป็นผู้ที่ได้รับการว่าจ้างให้วางแผนและจัดงานเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด มีการดำเนินงานแบบมืออาชีพโดยเป็นผู้ประสานงานจัดการดำเนินการหรือให้บริการแก่ผู้เข้าร่วมงานไมซ์ (เทวีวรรณ ปทุมพร, 2549 ; ปิลันธนา ชมพูพันธ์, 2551 ; บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2554 ; สสปน., 2555 ; จิรพร จันลา, 2556 ; ดุษฎี ช่วยสุข, 2557 ; Sangpikul and Kim, 2009 ; Shibuta and Sugano, 2011 ; KTO, 2014) เนื่องจากอุตสาหกรรมไมซ์มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องตลอดเวลาและมีความละเอียดอ่อนเพราะเป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริการโดยตรง ส่งผลให้การจัดงานใดๆ ก็ตาม ผู้รับจัดงานจึงมีส่วนสำคัญต่อการสร้างความประทับใจและประสบการณ์ให้กับผู้เข้าร่วมงาน

3. การคมนาคมขนส่ง (Transportation) เป็นธุรกิจที่ให้บริการขนส่งผู้โดยสาร (Passenger Transportation) ที่ให้บริการแก่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมไมซ์จากพื้นที่อื่นๆ ให้เกิดความสะดวกในการเดินทางเข้าสู่เมืองหรือสถานที่จัดงาน เช่น ธุรกิจสายการบินทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ ธุรกิจการขนส่งภายในเมืองและสถานที่สำคัญ เช่น รถยนต์ รถไฟฟ้า รถประจำทาง รถตู้สาธารณะ เป็นต้น (เทวีวรรณ ปทุมพร, 2549 ; ปวิธ ตันสกุล, 2549 ; มนัส ชัยสวัสดิ์ และคณะ, 2552 ; ณัฐกานต์ รองทอง, 2552 ; บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2554 ; สสปน., 2555 ; จิรพร จันลา, 2556 ; ดุษฎี ช่วยสุข, 2557 ; Sangpikul and Kim, 2009 ; SECB, 2012 ; MEHK, 2012) ในการจัดงานไมซ์หากผู้เข้าร่วมกิจกรรมไมซ์มีความสะดวกในการเข้าสู่เมืองและสถานที่จัดงานแล้ว ย่อมทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันสูง

4. ที่พัก (Accommodation) เป็นสถานที่สำหรับให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมไมซ์ใช้บริการในระหว่างเข้าร่วมกิจกรรม มีบริการสิ่งอำนวยความสะดวกไว้รองรับผู้เข้าพัก (เทวีวรรณ ปทุมพร, 2549 ; ปิลันธนา ชมพูพันธ์, 2551 ; วุฒิชาติ สุนทรสมัย และคณะ, 2552 ; บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2554 ; สสปน., 2555 ; MEHK, 2012) ที่พักส่วนใหญ่มักอยู่บริเวณใกล้เคียงกับสถานที่จัดงาน ในบางครั้งอาจเป็นสถานที่จัดกิจกรรมการประชุมสัมมนาและงานแสดงสินค้า/นิทรรศการอีกด้วย

5. อาหารและเครื่องดื่ม (Food and Beverage) เป็นธุรกิจที่ให้บริการด้านอาหารและเครื่องดื่มสำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรมไมซ์ทั้งในระหว่างทำกิจกรรมและหลังจากเข้าร่วมเสร็จสิ้นแล้ว (ปวิธ ตันสกุล, 2549 ; ปิลันธนา ชมพูพันธ์, 2551 ;บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2554 ; Rittichainuwat, 2010)

6. ธุรกิจนำเที่ยว (Tour Operator) มีหน้าที่เกี่ยวกับการเป็นผู้ผลิตรายการนำเที่ยวภายในเมืองที่จัดงาน โดยนำเอาบริการท่องเที่ยวมาผสมผสานเข้าด้วยกันออกมาในรูปแบบของรายการนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย มีการจัดรถขนส่งผู้โดยสารระหว่างสถานที่จัดงาน สถานที่พัก และสถานที่ท่องเที่ยว กำหนดระยะเวลาท่องเที่ยว ราคา และสถานที่ท่องเที่ยวใ นรูปแบบของรายการนำเที่ยว (ปิลันธนา ชมพูพันธ์, 2551 ; บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2554 ; จิรพร จันลา, 2556 ; ดุษฎี ช่วยสุข, 2557)

7. ธุรกิจบันเทิง (Entertainament) เป็นผู้ให้บริการด้านความบันเทิงและนันทนาการทุกประเภทแก่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมไมซ์ มักจัดรายการบันเทิงในช่วงเวลากลางคืน หลังเสร็จสิ้นกิจกรรมในช่วงเวลากลางวันแล้ว อาจเป็นส่วนหนึ่งในโปรแกรมของกิจกรรมไมซ์ (ปิลันธนา ชมพูพันธ์, 2551 ; บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2554)

8. สินค้าที่ระลึก (Souvenir) เป็นธุรกิจที่จำหน่ายสินค้าในลักษณะและรูปแบบต่างๆ ให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมไมซ์สามารถซื้อเก็บไว้หรือซื้อฝากบุคคลอื่นได้ (ปิลันธนา ชมพูพันธ์, 2551 ; บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2554 ; Chen and Lalopa, 1999 ; Rittichainuwat, 2010)

9. ความปลอดภัย (Security) ถือเป็นส่วนสำคัญในการพิจารณาการจัดงานไมซ์เป็นอย่างมาก หรืออาจเป็นอุปสรรคที่ทำให้เกิดความเสี่ยงในการยกเลิกงานได้เช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นปัญหาด้านความไม่สงบที่เกิดขึ้นจากการเมือง สังคม หรือภัยธรรมชาติ (เทวีวรรณ ปทุมพร, 2549 ; ปวิธ ตันสกุล, 2549 ; ปิลันธนา ชมพูพันธ์, 2551 ; บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2554 ; มนัส ชัยสวัสดิ์ และคณะ, 2552 ; สสปน., 2555 ; ดุษฎี ช่วยสุข, 2557 ; Sangpikul and Kim, 2009 ; Rittichainuwat, 2010 ; Shibuta and Sugano, 2011 ; SECB, 2012)

เพราะฉะนั้น การพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จึงหมายความถึง การพัฒนาคุณสมบัติหรือองค์ประกอบทั้ง 9 ด้าน ที่มีอยู่ในอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ให้เป็นศูนย์กลางในการจัดงานประชุม งานแสดงสินค้าและนิทรรศการ ระดับภูมิภาคอย่างเป็นรูปธรรมและสามารถชี้วัดได้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยในประเทศ

กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน (2548) ศึกษาเรื่อง “ความต้องการแรงงานในธุรกิจ MICE” พบว่า บุคลากรยังขาดความรู้ ทักษะ และความสามารถในหลายๆ ด้าน อาทิ เจ้าหน้าที่ประสานงานโครงการ (Project Coordinator) เจ้าหน้าที่ให้บริการลูกค้า (Customer Service Coordinator) และเจ้าหน้าที่งานขาย (Sale Coordinator) ยังขาดความรู้ในหลายๆ ด้าน ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจแสดงสินค้า การตลาดและการขาย ทักษะการคิดวิเคราะห์ ทักษะการใช้ภาษาอังกฤษและการสื่อสารอย่างมีประสิทธิผล ทักษะการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าและการตัดสินใจ ทักษะการวางแผน การประสานงาน การเจรจาต่อรอง การเรียนรู้ นอกจากนี้ ยังขาดทักษะมากที่สุดด้านการคิดเชิงกลยุทธ์และการวิเคราะห์ การคิดเชิงสร้างสรรค์และนวัตกรรม เป็นต้น

ถนอมพงศ์ ตระกูลฉวี และ พัชรี กฤตานุนุสรณ์ (2549) ศึกษาเรื่อง “แผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวรูปแบบ MICE อย่างยั่งยืนช่วง Low Season ในจังหวัดภูเก็ต” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทราบถึงปัญหาและอุปสรรค ศึกษาแนวทาง และจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาการ

ท่องเที่ยวรูปแบบ MICE แบบยั่งยืนในจังหวัดภูเก็ตช่วง Low Season (เมษายน – พฤศจิกายน) ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ หน่วยงานภาครัฐ เอกชน ประชาชนในจังหวัดภูเก็ต และหน่วยงานที่เดินทางมาจัดกิจกรรมในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยวรูปแบบ MICE พบว่าที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ได้แก่ การเดินทางเข้าสู่จังหวัดและภายในจังหวัดมีความสะดวกรวดเร็ว โรงแรมที่พักมีคุณภาพและมีจำนวนเพียงพอ พื้นที่สำหรับจัดแสดงสินค้า/นิทรรศการ และห้องจัดเลี้ยง ตามลำดับ ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจในจังหวัดภูเก็ต ได้แก่ เทศกาลและประเพณี เช่น เทศกาลกินเจ กิจกรรมดำน้ำดูปะการัง กิจกรรมนันทนาการต่างๆ ประเภทการแข่งเรือใบ ตามลำดับ ความคิดเห็นเกี่ยวกับวิสัยทัศน์ ประเด็นยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และโครงการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวรูปแบบ MICE แบบยั่งยืนช่วง Low Season ในจังหวัดภูเก็ต คือ ส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นว่าจังหวัดภูเก็ตจะเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวการประชุมการแสดงสินค้าและนิทรรศการระดับโลกของภูมิภาคเอเชีย ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 ด้านการเงิน โดยสร้างกำไรและความคุ้มค่าจากการจัดการท่องเที่ยวรูปแบบ MICE นั้น กลยุทธ์การสร้างรายได้มีความสำคัญมากที่สุด ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านลูกค้า โดยเสนอความพึงพอใจต่อลูกค้าด้วยความหลากหลายในด้าน MICE นั้น กลยุทธ์การสร้างความเป็นเลิศด้านการตลาดมีความสำคัญมากที่สุด ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 ด้านกระบวนการภายใน โดยดำเนินการจัดการต่อกระบวนการให้บริการการท่องเที่ยวรูปแบบ MICE นั้น กลยุทธ์การสร้างผลิตภัณฑ์ที่ดีที่สุดด้านการจัดประชุม/แสดงสินค้า/นิทรรศการ และ Event ต่อลูกค้า มีความสำคัญมากที่สุดประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 ด้านการเรียนรู้และการเติบโตขององค์กร โดยการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร ซึ่งเป็นทรัพย์สินที่จับต้องไม่ได้ในอุตสาหกรรม MICE นั้น กลยุทธ์การบริหารจัดการด้านข้อมูล ข่าวสาร มีความสำคัญมากที่สุด

เทวีวรรณ ปทุมพร (2549) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยความสำเร็จของอุตสาหกรรมการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติ (MICE) ในจังหวัดขอนแก่น” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยความสำเร็จในการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมไมซ์ของจังหวัดขอนแก่น ซึ่งสามารถนำมาเป็นข้อมูลประกอบการกำหนดแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ของจังหวัดขอนแก่นได้ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยความสำเร็จของอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่น สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่มปัจจัย คือ (1)ปัจจัยความสำเร็จสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์โดยรวม ได้แก่ โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก ระบบคมนาคมขนส่ง จำนวนเที่ยวบิน ระบบฐานข้อมูลสำหรับผู้จัดกิจกรรม จุดขายและภาพลักษณ์ของจังหวัด ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน บุคลากร และแผนพัฒนาเฉพาะด้านอุตสาหกรรมไมซ์ (2)ปัจจัยความสำเร็จสำหรับกิจกรรมไมซ์รูปแบบต่างๆ ประกอบด้วย ปัจจัยความสำเร็จสำหรับกิจกรรมการประชุมนานาชาติ ได้แก่ สถานที่จัดการประชุมทั้งที่เป็นศูนย์การประชุมและโรงแรม แหล่งท่องเที่ยว สถานที่พัก และบริษัทรับจัดการประชุมมืออาชีพ

ปัจจัยความสำเร็จสำหรับกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว และสถานที่พัก และปัจจัยความสำเร็จสำหรับกิจกรรมการแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติ ได้แก่ ศูนย์การแสดงสินค้าและนิทรรศการ กลุ่มธุรกิจและอุตสาหกรรม ระบบขนถ่ายสินค้า บริษัทรับจัดกิจกรรมต่างๆ บริษัทรับจัดการแสดงสินค้าและนิทรรศการมืออาชีพบริษัทผู้รับจัดการขนส่งสินค้า และบริษัทผู้รับเหมาบริการด้านต่างๆสำหรับการแสดงสินค้า (3)ปัจจัยที่มีส่วนสนับสนุนความสำเร็จ ได้แก่ การเป็นศูนย์กลางของหน่วยงานภาครัฐและเอกชนของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ความร่วมมือทางด้านวิชาการ ความร่วมมือทางด้านเศรษฐกิจอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง นโยบายองค์การผู้จัดกิจกรรม นโยบายรัฐบาล ความมั่นคงปลอดภัย และสภาพเศรษฐกิจ (4)ปัจจัยอื่นๆ ได้แก่ โรงแรมที่มีคุณภาพ แหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลก การเดินทางภายในจังหวัดมีความสะดวกสบาย รวดเร็ว มีเส้นทางเชื่อมโยงระหว่างศูนย์ประชุมและแหล่งท่องเที่ยว บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในด้านธุรกิจการจัดประชุม การเปิดเสรีทางการค้ากับต่างประเทศ นโยบายส่งเสริมธุรกิจการจัดประชุมของรัฐบาล

ปวิธ ตันสกุล (2549) ศึกษาเรื่อง “การประเมินศักยภาพของศูนย์การประชุม ศูนย์การแสดงสินค้าและนิทรรศการในเขตกรุงเทพมหานคร ในอุตสาหกรรมการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดสัมมนา และนิทรรศการในประเทศไทย” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพของศูนย์การประชุม และศูนย์แสดงสินค้ารวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกในเขตกรุงเทพมหานครในบริ บทของอุตสาหกรรมการประชุมนานาชาติในประเทศไทย และสำรวจความพึงพอใจของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดงานประชุม ต่อศูนย์การประชุม และศูนย์แสดงสินค้าในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและสัมมนา และผู้จัดงานส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่ออุตสาหกรรมการประชุมในไทย ส่วนปัจจัยที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุดประกอบด้วย ระบบขนส่งมวลชน ความมั่นคงและความปลอดภัย และศักยภาพของร้านอาหารภายในศูนย์การประชุม ส่วนคุณลักษณะของศูนย์การประชุมแต่ละแห่งเป็นปัจจัยหลักต่อระดับความพึงพอใจ นอกจากคุณสมบัติของสิ่งอำนวยความสะดวกของการประชุมที่มีความสำคัญแล้ว ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนเป็นปัจจัยที่สำคัญในการเพิ่มระดับความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์

กฤป จุระกะนิตย์ (2551) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยวชาวไทย” โดยมีปัจจัยหลัก 3 ด้าน ได้แก่ (1)ด้านเศรษฐกิจ ศึกษาในเรื่อง ธุรกิจที่พักและโรงแรม ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจการซื้อสินค้าและของที่ระลึก ธุรกิจบันเทิงและมหรสพ ธุรกิจคมนาคมขนส่งท้องถิ่น และธุรกิจนำเที่ยวชมเมือง (2)ด้านสังคม ศึกษาในเรื่องวิถีชีวิตชุมชน ประเพณีและวัฒนธรรม และสภาพทางภูมิศาสตร์ (3)ด้านการเมือง ศึกษาในเรื่องความปลอดภัยในการเดินทาง ความปลอดภัยในชีวิต และความปลอดภัยในทรัพย์สิน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ของนักท่องเที่ยวชาวไทยอยู่

ในระดับมากทั้งหมด ได้แก่ ปัจจัยด้านสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ระหว่างนักท่องเที่ยวเพศชายกับเพศหญิงพบว่า ปัจจัยด้านสังคม ความคิดเห็นระหว่างเพศชายกับเพศหญิงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ความคิดเห็นระหว่างเพศชายกับเพศหญิงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เฉพาะประเด็นเกี่ยวกับธุรกิจคมนาคมขนส่งท้องถิ่นและธุรกิจนำเที่ยวชมเมืองเท่านั้น เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ระหว่างนักท่องเที่ยวที่มีอายุและรายได้แตกต่างกันพบว่า แตกต่างกันทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ระหว่างนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกันพบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เฉพาะประเด็นเกี่ยวกับธุรกิจที่พักและโรงแรม ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจบันเทิงและมหรสพ ธุรกิจคมนาคมขนส่งท้องถิ่น ธุรกิจนำเที่ยวชมเมือง และปัจจัยด้านสังคมเท่านั้น

ปิลันธนา ชมพูพันธ์ (2551) ศึกษาเรื่อง “การศึกษาศักยภาพการจัดการประชุมและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพการจัดการประชุมและนิทรรศการจังหวัดเชียงใหม่ และเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นระดับตำแหน่งงานในปัจจุบันต่อศักยภาพผู้ประกอบการทั้ง 9 ด้าน ได้แก่ ด้านธุรกิจการจัดการประชุมและนิทรรศการ(Organizer) ด้านระบบลอจิสติกส์(Logistics) ด้านสาธารณูปโภค(Public Utility) ด้านที่พักและโรงแรม (Accommodation) ด้านการรักษาความปลอดภัย(Security) ด้านร้านอาหาร/ภัตตาคาร (Restaurant) ด้านธุรกิจนำเที่ยว(Tour Agency) ด้านนันทนาการและความบันเทิง(Recreation and Entertainment) ด้านร้านค้าของที่ระลึก (Souvenir) ผลการวิจัยพบว่า การจัดการประชุมและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่ มีระดับศักยภาพของผู้ประกอบการทั้ง 9 ด้าน อยู่ในระดับมากเป็นส่วนใหญ่ และเมื่อพิจารณาความแตกต่างของความคิดเห็นระหว่างตำแหน่งงานในปัจจุบัน ได้แก่ ผู้บริหารผู้ประกอบการ, หัวหน้างาน, เจ้าของกิจการ, กรรมการผู้จัดการ และผู้จัดการ ต่อศักยภาพผู้ประกอบการทั้ง 9 ด้าน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 พบว่า มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันในทุกด้าน ยกเว้นด้านสาธารณูปโภค (Public Utility) พบว่าตำแหน่งระดับผู้บริหารกับผู้ประกอบการ/เจ้าของกิจการ และตำแหน่งระดับผู้บริหารกับกรรมการผู้จัดการ มีความคิดเห็นแตกต่างกันในประเด็นสถานที่การจัดการประชุมและนิทรรศการมีระบบไฟฟ้า ระบบประปา ระบบโทรศัพท์ และระบบอินเทอร์เนต รองรับอย่างเพียงพอในการจัดการประชุมและนิทรรศการ และด้านที่พักและโรงแรม(Accommodation) พบว่า ตำแหน่งระดับผู้บริหารกับหัวหน้างาน มีความคิดเห็นแตกต่างกันในประเด็น ความสะดวกในการติดต่อจองที่พักและโรงแรม และผลการศึกษาส่วนใหญ่แสดงให้เห็นว่าจังหวัดเชียงใหม่มีศักยภาพระดับมากในการรองรับการจัดการประชุมและนิทรรศการ

เกิดศิริ เจริญวิศาล (2552) ศึกษาเรื่อง “รูปแบบการตลาดที่เหมาะสมของสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย” โดยมีวัตถุประสงค์ คือ (1)เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ระดับความสำคัญของเป้าประสงค์ และระดับการปฏิบัติงานในส่วนประสมทางการตลาดของกลุ่มผู้รับบริการและกลุ่มผู้ให้บริการด้านสถานที่จัดงาน (2)เปรียบเทียบระดับความสำคัญของเป้าประสงค์ และระดับการปฏิบัติงานฯ ระหว่างกลุ่มผู้รับบริการและกลุ่มผู้ให้บริการฯ และ (3)เปรียบเทียบระดับความสำคัญของเป้าประสงค์และระดับการปฏิบัติงานฯ ภายในกลุ่มผู้รับบริการแต่ละกลุ่มย่อยสี่กลุ่มและภายในกลุ่มผู้รับบริการในภาพรวม (4)วิเคราะห์และกำหนดรูปแบบกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่นำเสนอและรูปแบบที่เหมาะสมของสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ผลการวิจัย พบว่า ผู้ให้ข้อมูลจากกลุ่มผู้รับบริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านพนักงานมากที่สุด และให้ความสำคัญระดับปานกลางกับปัจจัยด้านโปรแกรมการจัดงานสำเร็จรูป นอกนั้นให้ความสำคัญระดับมาก ในด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านกระบวนการบริการ ขณะที่ผู้ให้ข้อมูลประเมินผลการปฏิบัติงานของสถานที่จัดงานในปัจจัยเกือบทุกด้านในระดับสูง ยกเว้นด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านโปรแกรมการจัดงานสำเร็จรูป ที่มีผลการปฏิบัติงานในระดับปานกลาง ส่วนผู้ให้ข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้บริการ พบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากที่สุดในด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านกระบวนการบริการ และด้านพนักงาน ส่วนปัจจัยที่ให้ความสำคัญระดับมาก ได้แก่ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านโปรแกรมการจัดงานสำเร็จรูป ในขณะที่ผู้ให้ข้อมูลในกลุ่มนี้ประเมินผลการปฏิบัติงานของสถานที่จัดงานในระดับสูงกับปัจจัยทุกด้าน นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้รับบริการให้ความสำคัญในเป้าประสงค์และประเมินการปฏิบัติงานแตกต่างจากผู้ให้บริการอย่างมีนัยสำคัญ คือ ผู้รับบริการประเมินระดับความสำคัญและการปฏิบัติงานต่ำกว่าผู้ให้บริการในปัจจัยทั้ง 8 ด้าน สำหรับกลุ่มผู้รับบริการในภาพรวม พบว่า ผู้ให้ข้อมูลระบุระดับความสำคัญแตกต่างกับการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีระดับการปฏิบัติงานต่ำกว่าระดับความสำคัญในปัจจัยทั้ง 8 ด้าน โดยเฉพาะด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านพนักงาน

มนัส ชัยสวัสดิ์ และคณะ (2552) ศึกษาเรื่อง “ความพร้อมของเมืองในด้านธุรกิจการจัดประชุมหรือไมซ์ (MICE) พื้นที่จังหวัดภูเก็ต” ผลการศึกษาพบว่าจังหวัดภูเก็ตมีความพร้อมสำหรับตลาดการจัดประชุมและนิทรรศการภายในประเทศตามตัวชี้วัด 5 ประการ ได้แก่ (1)คุณภาพของสถานที่การจัดประชุม (มีความพร้อมของพื้นที่การประชุมแบบต่างๆ คุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก Wi-Fi Internet connection, audio visual equipment, TV and Multisystem video player) (2)การเข้าถึงสถานที่จัดการประชุม (ระบบการขนส่งรูปแบบต่างๆ ระยะการเดินทางจากที่พักถึงศูนย์ประชุม จากศูนย์ประชุมไปยังร้านอาหาร การซื้อของ สถานที่พักผ่อน ระบบสาธารณูปโภคต่างๆ) (3)โครงสร้างพื้นฐานการจัดการ

ประชุม (หน่วยงานสนับสนุนการจัดประชุมและบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดประชุม) (4)การสนับสนุนของรัฐ (วิสัยทัศน์และพันธกิจในการพัฒนาการท่องเที่ยว นโยบายส่งเสริมการตลาด การจัดประชุม การจัดสร้างศูนย์การประชุม การทำโครงสร้างพื้นฐานสนับสนุน คุณภาพสิ่งแวดล้อมที่ดี ความสวยงามและความปลอดภัย) และ (5)สถานที่การพักผ่อนหย่อนใจ (แหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงทั้งประเภทที่มนุษย์สร้างขึ้นและแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติสำหรับผู้เข้าประชุม และผู้ติดตามการจัดนำเที่ยวก่อนและหลังการประชุม) จากผลการศึกษาสรุปได้ว่า จังหวัดภูเก็ตมีความพร้อมสำหรับตลาดการจัดประชุมและนิทรรศการภายในประเทศตามตัวชี้วัด 5 ประการตามที่ได้กล่าวมาแล้ว จังหวัดภูเก็ตได้วางตำแหน่งเป็นเมืองท่องเที่ยวระดับนานาชาติและได้มีความพยายามที่จะพัฒนาจังหวัดภูเก็ตให้เป็นจุดหมายปลายทางการตลาดจัดประชุมและนิทรรศการ รวมทั้งรัฐบาลได้มีแผนการก่อสร้างศูนย์ประชุมขึ้นในจังหวัดภูเก็ตและในรัฐบาลปัจจุบันได้บรรจุโครงการจัดสร้างศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติจังหวัดภูเก็ตไว้แล้ว โดยใช้งบประมาณของรัฐบาลเงินกู้ไทยเข้มแข็งปี 2553-2554 ในการก่อสร้างและศึกษาออกแบบประมาณ 3,000 ล้านบาทบนเนื้อที่ประมาณ 150 ไร่ การพัฒนาจังหวัดภูเก็ตเป็นตลาดสำหรับการจัดประชุมและนิทรรศการภายในประเทศ มีจุดอ่อนอยู่หลายประการ แต่สามารถพัฒนาสำหรับตลาดภายในประเทศได้ ประการแรก จังหวัดภูเก็ตมีภาพลักษณ์เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายสูงในการจัดประชุมแต่อย่างไรก็ตามสำหรับตลาดการประชุมภายในประเทศ จังหวัดภูเก็ตมีความเหมาะสมเพราะจังหวัดภูเก็ตมีความได้เปรียบหลายประการ เช่น ภูเก็ตมีสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตและจังหวัดใกล้เคียงที่น่าสนใจมากกว่ากิจกรรมเพื่อการพักผ่อนมีความหลากหลายมากกว่าประเทศเพื่อนบ้าน จุดอ่อนเรื่องนี้สามารถชี้แจงให้เข้าใจได้ ในแง่ของความคุ้มค่าเงิน (Value for money) เพราะจังหวัดภูเก็ตให้ประสบการณ์การประชุมและการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและให้คุณค่าสูงกว่าทางเลือกสถานที่อื่นๆ ประการที่สองปัญหาโครงสร้างพื้นฐานในเรื่องการคมนาคมภายในและความปลอดภัยในการเดินทางภายในจังหวัด รวมทั้งปัญหาขยะ เนื่องจากความเป็นเกาะและมีพื้นที่จำกัด จุดอ่อนเหล่านี้สามารถแก้ไขด้วยระบบการจัดการได้ในระดับหนึ่ง เช่น การเดินทางโดยใช้รถบัสขนาดใหญ่จากสนามบินและภายในจังหวัด หรือการสร้างโอกาสจากปัญหาขยะเพื่อแก้ปัญหาโลกร้อน เป็นต้น

วุฒิชาติ สุนทรสมัย และคณะ (2552) ศึกษาเรื่อง “ความพร้อมของเมืองในด้านธุรกิจการจัดประชุมหรือไมซ์ (MICE) พื้นที่จังหวัดชลบุรี” นำข้อมูลที่สรุปได้จากการสำรวจและสัมภาษณ์มาวิเคราะห์และประเมินศักยภาพด้วย MICE Model โดยข้อมูลที่ได้จากการสำรวจทั่วไปจะเน้นพื้นที่ที่มีศักยภาพสูง คือเมืองพัทยา ซึ่งมีศักยภาพและความพร้อมในหลายๆ ด้าน โดยเฉพาะการท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันของนักท่องเที่ยวทั่วโลก สามารถสรุปผลการศึกษาออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ผลสรุปสภาพแวดล้อมทั่วไปของเมืองพัทยา มีความพร้อมทั้งในเรื่องความสวยงามของวิวทิวทัศน์แนวชายฝั่งทะเลตั้งแต่ด้านเหนือลงมาจนถึงด้านใต้ของเมืองพัทยา อีกทั้งยังใกล้กับนิคมอุตสาหกรรมมีความพร้อมในเรื่อง

ของไฟฟ้า น้ำประปา เส้นทางการเดินทางที่สะดวก ส่วนที่ 2 ผลสรุปความพร้อมของเมืองในด้านธุรกิจการจัดประชุมหรือไมซ์ (MICE) พื้นที่จังหวัดชลบุรี จากการสำรวจพบว่ามีโรงแรมในเมืองพัทยาที่มีห้องประชุมถึงร้อยละ 68.07 มีจำนวนห้องพัก 101-300 ห้องถึงร้อยละ 41.18 มีจำนวนราคาห้องพักต่ำสุด 500-1,500 บาทถึงร้อยละ 50.42 ซึ่งถือว่ามีราคาไม่แพงมาก ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์จุดเด่นจุดด้อยโอกาสและอุปสรรคความพร้อมของเมืองในด้านธุรกิจการจัดประชุมหรือไมซ์ โดยมีจุดเด่นในด้านการคมนาคมที่สะดวก มีรูปแบบการปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบพิเศษทำให้การบริหารจัดการเป็นไปอย่างคล่องตัว มีเครือข่ายที่พักและโรงแรมที่มีมาตรฐานจำนวนมาก ส่วนจุดอ่อนจะเป็นในเรื่องของบุคลากรหรือพนักงานยังไม่มีทักษะในการใช้ภาษาต่างประเทศเท่าที่ควร ในเรื่องของโอกาสนั้นรัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวในรูปแบบไมซ์ มีแหล่งท่องเที่ยวมากมายและอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพ ในเรื่องของอุปสรรค คือ เมืองพัทยามีอัตราค่าครองชีพสูงส่งผลให้ต้นทุนการอุปโภค-บริโภคสูงด้วยเช่นกัน

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2552) ศึกษาเรื่อง “การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย” พบว่าเมื่อเปรียบเทียบกิจกรรมไมซ์ในประเทศไทยกับประเทศในภูมิภาคเอเชียปี พ.ศ. 2542 ประเทศไทยมีกิจกรรมไมซ์ที่เกิดขึ้นเป็นรองเฉพาะประเทศสิงคโปร์และมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยที่สูงถึงร้อยละ 20 ต่อปีระหว่างปี พ.ศ. 2536-2542 และเมื่อพิจารณาในส่วนประกอบพบว่าประเทศไทยมีศักยภาพสูงในการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Travel) โดยมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยระหว่างปี พ.ศ. 2536-2542 สูงถึงร้อยละ 33 ต่อปี เนื่องจากประเทศไทยมีปัจจัยการผลิตด้านการท่องเที่ยวที่แข็งแกร่ง เช่น การมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่งดงาม เป็นต้น ส่วนในกิจกรรมการประชุมสัมมนาภายในองค์กร (Meeting) และการประชุมสัมมนาวิชาชีพ (Convention) ประเทศไทยได้รับรับการจัดอันดับอยู่ในอันดับที่ 23 ในปี พ.ศ. 2543 ดีขึ้นจากอันดับที่ 26 ในปี พ.ศ. 2542 ถึงแม้จะมีสัดส่วนในตลาดโลกไม่แตกต่างกันจากเดิมมากนัก ในกิจกรรมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibition) ประเทศไทยมีส่วนแบ่งการตลาดในด้านนี้ค่อนข้างน้อยและขยายตัวค่อนข้างต่ำเมื่อเทียบกับประเทศอื่นในภูมิภาคเอเชียจากการสำรวจงานวิจัยต่างประเทศเบื้องต้น ซึ่งปัจจุบันไม่ค่อยพบงานวิจัยหรือการศึกษาที่สนับสนุนการยกระดับเมืองให้เป็นศูนย์กลางการจัดประชุมของภูมิภาค งานวิจัยส่วนมากเป็นการศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งศูนย์การประชุมในเมืองต่างๆ โดยเฉพาะในระดับนานาชาติ อย่างไรก็ตามงานวิจัยบางส่วนสะท้อนข้อมูลพื้นฐานที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาเมืองให้เป็นศูนย์กลางการจัดประชุม

ณัฐกานต์ รองทอง (2552) ศึกษาเรื่อง “ความพร้อมของเมืองในด้านธุรกิจการจัดประชุมหรือไมซ์ (MICE) พื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี” เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพและปริมาณดังนี้เชิงคุณภาพ (1)ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาจากข้อมูลทุติยภูมิ (2)ใช้การร่วมสังเกตการณ์ประชุมต่างๆในจังหวัดอุบลราชธานี และ (3)การสัมภาษณ์เชิงลึกของข้อมูลที่สำคัญมีการเก็บข้อมูลจากหน่วยงานราชการรัฐวิสาหกิจและ

สมาคมที่เกี่ยวข้อง โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงแบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็น 3 กลุ่มระดับองค์กรรวมทั้งสิ้น 20 คน เชิงปริมาณใช้แบบสอบถามสำรวจความคิดเห็นกลุ่มตัวอย่างในช่วงที่มีการจัดประชุมในจังหวัดอุบลราชธานีมีการเก็บข้อมูลจากผู้เข้าร่วมประชุมหรือผู้ที่มีประสบการณ์ในจังหวัดอุบลราชธานี โดยสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงจำนวน 120 คน ผลการวิจัยพบว่า จังหวัดอุบลราชธานีมีความพร้อมในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ สำหรับการจัดประชุมหรือไมซ์ทั้ง 5 ประเด็นได้แก่ (1)คุณภาพของสถานที่จัดประชุม จังหวัดอุบลราชธานีมีสถานที่รองรับการจัดประชุมระดับนานาชาติและตลาดประชุมภายในประเทศที่มีศักยภาพสูงของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ปัจจุบันมีสถานที่จัดการประชุมหลากหลายรูปแบบทั้งในส่วนของภาครัฐ โรงแรมและรีสอร์ท ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในตัวเมืองด้วยการเป็นศูนย์กลางของภาคอีสานตอนล่างในการเชื่อมโยงทางการค้า การท่องเที่ยว และการลงทุนกับประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ ศูนย์กลางการศึกษา ประชุม อบรมสัมมนา ศูนย์กลางการคมนาคมทางอากาศ ด่านสากลสู่ประเทศเวียดนาม และกลุ่มอาเซียนในแถบลุ่มน้ำโขง ทำให้จังหวัดอุบลราชธานีมีโอกาสที่จะส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจการจัดการประชุมภายในประเทศให้มีศักยภาพได้ (2)การเข้าถึงสถานที่จัดประชุม จังหวัดอุบลราชธานีมีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ โดยเฉพาะการเดินทางทุกประเภท ทั้งทางเครื่องบิน รถยนต์ และรถไฟ ทำให้การเข้าถึงจังหวัดอุบลราชธานีมีความสะดวกสบาย โดยเฉพาะสนามบินนานาชาติสามารถอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ นอกจากนี้ ยังมีการจัดบริการรถแท็กซี่มิเตอร์และรถสองแถวไว้สำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางโดยสารไปยังสถานที่ต่างๆ ภายในตัวเมืองด้วย (3)โครงสร้างพื้นฐานการจัดประชุม นอกจากโรงแรมขนาดใหญ่ของคนท้องถิ่นและสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีที่ประสานงานในเรื่องการขยายตลาดธุรกิจการประชุมแล้ว ยังไม่มีหน่วยงานระดับจังหวัดที่เป็นหน่วยการตลาดของจังหวัดรับผิดชอบโดยตรง ส่วนการบริหารงานการประชุมที่มีอยู่แล้วทั้งระดับประเทศและนานาชาติที่โรงแรมต่างๆ จัดอยู่ ไม่มีผู้รับผิดชอบโดยตรง ซึ่งสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดอุบลราชธานีได้เพิ่มหลักสูตรการเรียนการสอนเกี่ยวกับธุรกิจการจัดประชุมหรือไมซ์ (MICE) สำหรับนักศึกษาในมหาวิทยาลัยเพื่อสามารถผลิตบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้มีศักยภาพและสามารถรองรับตลาดการประชุมภายในประเทศและนานาชาติมากขึ้น (4)การสนับสนุนของรัฐ ความพร้อมของจังหวัดอุบลราชธานีและนโยบายของรัฐในการสนับสนุนตลาดการประชุมและนิทรรศการ โดยสรุปยังไม่มีแผนงานที่ชัดเจนซึ่งแม้จะได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลกลาง ได้แก่ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการหรือ สสปน. แต่นโยบายของทางจังหวัดยังไม่ได้คิดในเรื่องการส่งเสริมการตลาดการจัดประชุมอย่างเป็นระบบจะต้องพัฒนาอย่างอื่นที่เกี่ยวข้องไปพร้อมๆ กันด้วย และ (5)สถานที่การพักผ่อนหย่อนใจ การท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานีมีความน่าสนใจเป็นที่ดึงดูดของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการคมนาคมที่เชื่อมโยงการท่องเที่ยวจากจังหวัดอุบลราชธานีสู่ประเทศลาว อย่างไรก็ตาม การเดินทางจากตัวเมืองไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในจังหวัดอุบลราชธานียังไม่สะดวกมากนัก เนื่องจากอยู่ห่างไกลตัวเมืองและต้องใช้เวลา

มากในการเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง สรุปได้ว่า ด้วยการที่จังหวัดอุบลราชธานีเป็นศูนย์กลางของภาคอีสานตอนล่างในการเชื่อมโยงการค้าทางการท่องเที่ยวและการลงทุนกับประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ ศูนย์กลางการศึกษา ประชุมอบรมสัมมนา ศูนย์กลางการคมนาคมขนส่งทางอากาศ ด่านสากลสู่ประเทศเวียดนาม และกลุ่มอาเซียนในแถบลุ่มน้ำโขง ทำให้จังหวัดมีโอกาสที่จะส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจการจัดการประชุมภายในประเทศให้มีศักยภาพได้ อย่างไรก็ตาม ผลจากการศึกษาดังกล่าวได้เสนอแนวทางในการพัฒนานอกจากการพัฒนาความพร้อมทั้ง 5 ประเด็นที่กล่าวมาแล้ว ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนในการดำเนินธุรกิจการจัดประชุม การพัฒนาและผลิตบุคลากรเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการเพิ่มระดับความสามารถของจังหวัดในการรองรับการขยายตัวของตลาดการจัดประชุมและนิทรรศการภายในประเทศได้

กันตภพ บัวทอง (2554) ศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การพัฒนาตลาดไมซ์ (MICE) ของจังหวัดชายแดนริมแม่น้ำโขง” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและปริมาณโดยทำการศึกษาจาก (1)การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) รายบุคคลเพื่อสอบถามประเด็นปัญหาที่สนใจ 15 คนที่เป็นผู้บริหารระดับสูงในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ ในรูปแบบการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างมีทั้งคำถามปลายเปิด (Open - end Questions) และคำถามปลายปิด (Close-end Questions) เพื่อวัดทัศนคติเกี่ยวกับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อกิจกรรมไมซ์ (2)การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) ใช้การจุดประเด็นปัญหาในเนื้อหาและขอบเขตการศึกษาที่สนใจให้กลุ่มตัวอย่างซึ่งประกอบไปด้วยตัวแทนหน่วยงานภาครัฐและเอกชนเสนอแนะความคิดเห็นและสรุปผลโดยการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 37 คน (3)แบบสอบถามมีทั้งคำถามปลายเปิด (Open - end Questions) และคำถามปลายปิด (Close-end Questions) ผู้เข้าร่วมกิจกรรมไมซ์ในระดับชาติหรือระดับนานาชาติที่จัดขึ้นในจังหวัดหนองคายและจังหวัดมุกดาหารในช่วงเดือนพฤศจิกายน 2553 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2554 จำนวน 400 คน ผลการวิจัยและวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและภายใน และความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมไมซ์ที่ส่งผลกระทบต่อการจัดการประชุมในระดับชาติหรือนานาชาติการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและการจัดแสดงสินค้านิทรรศการจังหวัดชายแดนริมแม่น้ำโขง ซึ่งมีผลการศึกษาดังนี้ (1)ผลิตภัณฑ์ของอุตสาหกรรมไมซ์ ได้แก่ สถานที่จัดประชุมสัมมนาในระดับภูมิภาค ระดับชาติหรือนานาชาติ มีการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลรวมไปถึงการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ แต่ความสามารถในการรองรับของทั้งสองจังหวัดในปัจจุบันสามารถรองรับการจัดการได้ดีในระดับภูมิภาคระดับชาติที่มีผู้เข้าร่วมไม่เกิน 1,000 คนเท่านั้น (2)การกำหนดราคา ผู้จัดจะกำหนดราคาขึ้นตามความพอใจ เนื่องจากสินค้าที่มีเอกลักษณ์และไม่มีคู่แข่งขันทางการตลาด (3)สถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย สถานที่มีความได้เปรียบในเรื่องของการเป็นจังหวัดติดชายแดนริมแม่น้ำโขง แต่ข้อเสียคือการคมนาคมขนส่งที่มีเพียงการเดินทางโดยรถยนต์หรือรถประจำทางระหว่างจังหวัดเท่านั้น (4)การส่งเสริม

การตลาด โดยส่วนมากแต่ละหน่วยงานหรือแต่ละบริษัทจะเดินทางไปกันเองหรือต่างคนต่างไป เนื่องจากสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวของทั้งสองจังหวัดเพิ่งเริ่มก่อตั้งขึ้น การแบ่งราคาขายที่ต่างกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐบาลให้มีราคาที่ถูกกว่าภาคเอกชน เพื่อเป็นการดึงลูกค้ากลุ่มภาครัฐซึ่งเป็นลูกค้าหลักที่ใช้บริการและมาอย่างต่อเนื่องทั้งปี (5)กระบวนการผลิต เนื่องจากผู้ดำเนินการผลิตเป็นคนในพื้นที่ จึงมีจุดเด่น คือ เอกลักษณ์ของความเป็นคนในพื้นถิ่น แต่มีข้อเสียคือความไม่เป็นมาตรฐานไม่มีแบบแผนทำให้การจัดกิจกรรมในแต่ละครั้งความสมบูรณ์ที่ออกมาจึงไม่เท่ากัน (6)คน ไม่มีผู้ดูแลกิจกรรมไมซ์โดยตรง อีกทั้งการฝึกอบรมก็ยังมีไม่ต่อเนื่อง จึงเป็นปัญหาของทั้งสองจังหวัดอยู่ในขณะนี้ (7)คุณภาพของการผลิตและบริการ สถานที่จัดกิจกรรมรวมถึงอุปกรณ์ที่ใช้ในการจัดงานและบริการมีสภาพค่อนข้างเก่า เนื่องจากสถานที่เปิดมาค่อนข้างนาน และ(8)รูปแบบ วัตถุดิบหรือภาชนะที่บรรจุผลิตภัณฑ์เน้นลักษณะความเป็นท้องถิ่นอีสานและคนในท้องถิ่นลุ่มน้ำโขง มีเอกลักษณ์ด้านอาหารรวมถึงการตกแต่งสถานที่ ซึ่งแสดงถึงความเป็นจังหวัดชายแดนริมแม่น้ำโขงได้อย่างชัดเจน สรุปได้ว่า การใช้กลยุทธ์การพัฒนาตลาด 8 Ps สามารถวิเคราะห์และปรับใช้กับการพัฒนาธุรกิจไมซ์ได้ ทำให้สามารถมองเห็นข้อดีและข้อด้อยของจังหวัดชายแดนริมแม่น้ำโขง

วัชราภรณ์ สุรภี (2556) ศึกษาเรื่อง “การศึกษาความต้องการสมรรถนะของบุคลากรในอุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล(MICE) ของประเทศไทย” โดยมีวัตถุประสงค์ คือ (1)เพื่อศึกษาสมรรถนะหลักของบุคลากรในอุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของประเทศไทย ที่ตรงกับความต้องการของผู้ประกอบการ (2)เพื่อศึกษาสมรรถนะตามตำแหน่งงานของบุคลากร 2 ตำแหน่งในอุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของประเทศไทย ตามความต้องการของผู้ประกอบการ และ (3)เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรในอุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของประเทศไทยให้ตรงกับความต้องการของผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากกลุ่มผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของประเทศไทย 7 กลุ่ม จำนวน 486 บริษัท/คน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี อยู่ในตำแหน่งผู้จัดการทรัพยากรมนุษย์เป็นเวลา 6-10 ปี และให้ความสำคัญของการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล อยู่ในระดับมาก เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในระดับอาเซียน สมรรถนะหลักที่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม MICE ต้องการจากบุคลากรทุกตำแหน่งใน 3 ด้าน คือ ด้านคุณลักษณะ ด้านความรู้ และด้านทักษะ พบว่าต้องการด้านคุณลักษณะมากที่สุด ส่วนสมรรถนะเฉพาะที่เพิ่มขึ้น สำหรับ 2 ตำแหน่งงาน คือ ตำแหน่งเจ้าหน้าที่ประสานงานขายและให้บริการลูกค้า (Sale and Customer Service Coordinator) และตำแหน่งเจ้าหน้าที่ประสานงานโครงการ (Project

Coordinator) พบว่า ต้องการให้พนักงานมีสมรรถนะด้านทักษะมากที่สุดเช่นเดียวกัน ผู้ประกอบการเห็นด้วยกับแนวทางสำคัญในการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมนี้คือ การจัดหลักสูตรฝึกอบรม การจัดกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ การส่งไปศึกษาดูงาน และการจัดหมุนเวียนงานภายในและข้ามฝ่าย ตามลำดับ

จิรพร จันลา (2556) ศึกษาเรื่อง “แนวทางการเพิ่มศักยภาพของจังหวัดขอนแก่นในการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ (MICE)” โดยกำหนดวัตถุประสงค์ของการศึกษาไว้ 3 ประการคือ (1)เพื่อศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในจังหวัดขอนแก่น (2)เพื่อศึกษาศักยภาพของจังหวัดขอนแก่นในการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ (3)เพื่อเสนอแนวทางในการเพิ่มศักยภาพของจังหวัดขอนแก่นในการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ วิธีการศึกษาแบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ด้านอุปสงค์และด้านอุปทาน สำหรับด้านอุปสงค์ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์รวมทั้งสิ้น 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบที่สรุปตัวชี้วัดรายด้านตามลำดับความสำคัญในการเสนอแนวทางการเพิ่มศักยภาพ และในด้านอุปทานเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์รวมทั้งสิ้น 19 คนร่วมกับข้อมูลทุติยภูมิ แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหาเพื่อทราบศักยภาพของจังหวัดขอนแก่นในการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ และนำข้อมูลที่ได้ทั้ง 2 ด้านมาสรุปเป็นแนวทางในการเพิ่มศักยภาพของจังหวัดขอนแก่นในการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ต่อไป ผลการวิจัยพบว่าระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจสูงสุด 2 อันดับ ได้แก่ ด้านที่พัก รองลงมาคือด้านสถานที่จัดงาน การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย 8 ด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยความคาดหวังมากกว่าค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมี 6 ด้านได้แก่ (1)ด้านความสามารถของบุคลากรที่จัดงาน (2)ด้านภาพลักษณ์ของจังหวัด (3)ด้านการสนับสนุนของภาครัฐและภาคเอกชน (4)ด้านการเข้าถึง (5)ด้านธุรกิจที่เกี่ยวข้อง และ(6)ด้านสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่นด้านที่มีค่าเฉลี่ยความคาดหวังน้อยกว่าค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมี 1 ด้าน ได้แก่ ด้านที่พัก และด้านที่มีค่าเฉลี่ยความคาดหวังเท่ากับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมี 1 ด้าน ได้แก่ ด้านสถานที่จัดงาน การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย (t-test) พบว่า ด้านที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มี 2 ด้าน ได้แก่ ด้านการเข้าถึงและด้านความสามารถของบุคลากรที่จัดงาน และด้านที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มี 4 ด้าน ได้แก่ (1)ด้านสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น (2)ด้านธุรกิจที่เกี่ยวข้อง (3)ด้านการสนับสนุนของภาครัฐ/ภาคเอกชนและ (4)ด้านภาพลักษณ์ของจังหวัด โดยในการศึกษาครั้งนี้ได้มีการเสนอแนวทางในการเพิ่มศักยภาพของจังหวัดขอนแก่นในการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์รวม 6 ด้านได้แก่ (1)ด้านความสามารถของบุคลากรที่จัดงาน (2)ด้านภาพลักษณ์ของจังหวัด (3)ด้านการสนับสนุนของภาครัฐและภาคเอกชน (4)ด้านการเข้าถึง (5)ด้านธุรกิจที่เกี่ยวข้องและ (6)ด้านสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น

ดุษฎี ช่วยสุข (2557) ศึกษาเรื่อง “แผนพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดขอนแก่นเพื่อรองรับการเป็นนครแห่งไมซ์ของประเทศไทย” โดยมีวัตถุประสงค์ คือ (1)เพื่อศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันของอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดขอนแก่น (2)เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดขอนแก่น และ(3)เพื่อจัดทำแผนพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ของจังหวัดขอนแก่น เพื่อรองรับการเป็นนครแห่งไมซ์ของประเทศไทย วิธีดำเนินการวิจัยในงานนี้ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพร่วมกับการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อให้ได้ข้อมูลครบถ้วน มีกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 4 กลุ่ม คือ (1)กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดขอนแก่น จำนวน 25 คน (2)หน่วยงานและองค์กรที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดขอนแก่น จำนวน 12 คน (3)ผู้จัดงาน/เจ้าภาพการจัดงานในจังหวัดขอนแก่น จำนวน 3 คน โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลเป็นเชิงคุณภาพและ (4)ผู้เข้าร่วมกิจกรรมไมซ์ในจังหวัดขอนแก่นจำนวน 400 คน โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลเป็นเชิงปริมาณ จากการวิเคราะห์ศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดขอนแก่น ทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความมั่นคงและปลอดภัย ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่อยู่ในท้องถิ่น ด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจ และด้านบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ พบว่า ในภาพรวมของศักยภาพมีความพร้อมและสามารถรองรับการเป็นนครแห่งไมซ์ของประเทศไทย จากผลการศึกษาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้นำมาจัดทำเป็นแผนพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดขอนแก่นที่มีความสอดคล้องกับแผนและนโยบายที่เกี่ยวข้อง

พัจน์พิตตา ศรีสมพงษ์ (2558) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีศักยภาพของเมืองด้านธุรกิจการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ (MICE) ในจังหวัดพะเยาเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน” โดยมีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อศึกษาศักยภาพของโครงสร้างพื้นฐานสิ่งอำนวยความสะดวกที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มธุรกิจการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและการแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ (MICE) และเสนอแนะข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนส่งเสริมธุรกิจการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ (MICE) ในจังหวัดพะเยา เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน มีประชากรกลุ่มตัวอย่าง คือ หน่วยงานราชการรัฐวิสาหกิจ และสมาคมที่เกี่ยวข้อง ที่อยู่ในจังหวัดพะเยา จำนวน 9 คน และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดพะเยา จำนวน 164 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง และใช้วิธีการเก็บข้อมูลเป็นการสำรวจความคิดเห็นด้วยแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ ผลการศึกษาพบว่า ด้านคุณภาพของสถานที่การจัดประชุมและด้านการเข้าถึงสถานที่จัดการประชุม มีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง ด้านโครงสร้างพื้นฐานการจัดการประชุม และด้านการสนับสนุนของรัฐ มีศักยภาพอยู่ในระดับน้อย และด้านสถานที่การพักผ่อนหย่อนใจ มีศักยภาพอยู่ในระดับมาก สิ่งสำคัญต่อการวางแผนส่งเสริม

ธุรกิจการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ (MICE) ในจังหวัดพะเยา เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนคือ หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาภาคธุรกิจการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ (MICE) ควรผลักดันให้เกิดการผลิตและพัฒนาบุคลากรที่มีประสิทธิภาพเพื่อรองรับความเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางธุรกิจที่มีการปรับเปลี่ยนอยู่ตลอดเวลา

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (2558) จัดทำ “ทิศทางกลยุทธ์ไมซ์ไทย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2558” เพื่อเป็นการรวบรวมกลยุทธ์ แนวทางการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจของประเทศไทย ที่มีความสอดคล้องกับการกำหนดทิศทางตลาดสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ ประกอบการวิเคราะห์นโยบายของภาครัฐที่เกี่ยวข้อง อาทิ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 และแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559 นอกจากนี้ยังมีแผนแม่บทอุตสาหกรรมการจัดประชุมและการแสดงสินค้านานาชาติ ระยะ 5 ปี ตั้งแต่ พ.ศ. 2555-2559 อันเป็นพื้นฐานและกรอบการทำงานในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ภายใต้ 3 กลยุทธ์หลักของ สสปน. ได้แก่ กลยุทธ์การดึงงาน (WIN) คือ การประมูลสิทธิ์และการดึงงานเข้าประเทศ ประกอบด้วยยุทธศาสตร์ที่ 1 รักษาตลาดเดิมและขยายตลาดเป้าหมายกลยุทธ์การส่งเสริม (PROMOTE) คือ การเสริมสร้างภาพลักษณ์ของไทยในฐานะศูนย์กลางของอุตสาหกรรมไมซ์ ประกอบด้วยยุทธศาสตร์ที่ 2 การผลักดันให้ประเทศไทยเป็น Top of Mind ของไมซ์ในเอเชีย และกลยุทธ์การพัฒนา (DEVELOP) คือ การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ไทย ประกอบด้วยยุทธศาสตร์ที่ 3 การสนับสนุนอุตสาหกรรม D-MICE ให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาเมืองแห่งไมซ์ในการรองรับการเป็นผู้นำการจัดการไมซ์ในภูมิภาค ยุทธศาสตร์ที่ 5 การสร้างความแตกต่างและเพิ่มมูลค่าด้วยเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ยุทธศาสตร์ที่ 6 การพัฒนาขีดความสามารถโครงสร้างพื้นฐานอุตสาหกรรมไมซ์ ยุทธศาสตร์ที่ 7 การเสริมสร้างความเข้มแข็งระหว่างเครือข่ายความร่วมมือทั้งในและต่างประเทศ และยุทธศาสตร์ที่ 8 การยกระดับศักยภาพและบทบาทของ สสปน. ทั้งหมดนี้เป็นส่วนสำคัญให้เกิดการบูรณาการแผนงานส่งเสริมธุรกิจไมซ์ของไทย รวมทั้งส่งเสริมและผลักดันให้ประเทศไทยเป็นจุดยุทธศาสตร์ไมซ์หลักของภูมิภาคเอเชีย

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (2558) จัดทำ “แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาไมซ์ซิตี้ จังหวัดเชียงราย”เพื่อทำการศึกษาวิจัยและประเมินพื้นที่เมืองศักยภาพ และยกระดับเมืองให้เป็นจุดหมายปลายทางและเป็นการเพิ่มทางเลือกแก่ผู้จัดงาน อันนับเป็นการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันทางอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศ พบว่า เมื่อสรุปผลการประเมินจังหวัดเชียงรายเพื่อเป็นไมซ์ซิตี้ สามารถประเมินระดับความพร้อมในการเป็นไมซ์ซิตี้ ระดับภูมิภาคได้ ซึ่งมีความจำเป็นต้องมีการพัฒนาจังหวัดเพื่อให้พร้อมสำหรับการเป็นไมซ์ซิตี้มากยิ่งขึ้น โดยมีกลยุทธ์ในการพัฒนาไมซ์ซิตี้ของจังหวัดเชียงรายแบ่งออกเป็น 4 กลยุทธ์ คือ (1)การส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การจัดประชุมและนิทรรศการร่วมกับการ

ท่องเที่ยวโดยใช้ศักยภาพที่มีเอกลักษณ์ของพื้นที่ให้เป็นที่รู้จัก (2)การสนับสนุนการสร้างคลัสเตอร์เครือข่ายของผู้ประกอบการให้มีความเข้มแข็ง (3)การพัฒนาบุคลากรด้านธุรกิจไมซ์ และสร้างความเข้าใจให้กับผู้ประกอบการและประชาชนในเมือง (4)การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกในการจัดกิจกรรมไมซ์ รวมทั้งยกระดับมาตรฐานของสถานที่จัดงานให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น

งานวิจัยต่างประเทศ

เชนและลาโลป้า Chen & Lalopa (1999) ศึกษาเรื่อง “Conventions and Exhibitions Development in Thailand” จากการศึกษาพบว่า ประเทศไทยมีความพร้อมในเรื่องของสถานที่จัดประชุมมากกว่าประเทศอื่นๆ ในอาเซียน โดยที่ผ่านมาสถานที่ซึ่งมักใช้ในการจัดงานประชุม ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต พัทยา เชียงใหม่ หาดใหญ่ สุราษฎร์ธานี และอื่นๆ ตามลำดับ ในปัจจุบันจังหวัดกรุงเทพมหานครมีความถี่ในการจัดงานประชุมสูงถึงร้อยละ 46 จังหวัดภูเก็ตและเชียงใหม่มีความถี่ในการจัดงานประชุมร้อยละ 10 เท่ากัน และอื่นๆ มีจำนวนร้อยละ 36 โดยมีปริมาณการจัดงานสูงสุดในเดือนมีนาคม ในส่วนของงานแสดงสินค้า/นิทรรศการ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์มีความถี่ในการจัดงานแสดงสินค้า/นิทรรศการถึงร้อยละ 40 รองลงมาเป็น บางกอก คอนเวนชัน เซ็นเตอร์ และอื่นๆ ตามลำดับ โดยมีปริมาณการจัดงานสูงสุดในเดือนพฤศจิกายน และจากการที่ประเทศไทยมีการจัดงานประชุม งานแสดงสินค้า/นิทรรศการอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดรายได้หลักเข้าประเทศจากธุรกิจที่พัก ธุรกิจสินค้าที่ระลึก และค่าลงทะเบียนการประชุม ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจึงควรเร่งส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมนี้ เพื่อให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้เพิ่มขึ้นในอนาคต

แสงพิกุลและคิม Sangpikul & Kim (2009) ศึกษาเรื่อง “An Overview and Identification of Barriers Affecting the Meeting and Convention Industry in Thailand” จากการศึกษาพบว่า ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาประเทศไทยมีการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์อย่างต่อเนื่องทำให้เกิดการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจทั้งในระดับภูมิภาคและระดับประเทศ โดยประเทศไทยมีสถานที่จัดงานประชุม งานแสดงสินค้าและนิทรรศการหลักๆ เรียงตามขนาดพื้นที่ได้แก่ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุม อิมแพ็ค(IMPACT) มีขนาดพื้นที่ประมาณ 1,500,000 ตร.ม., ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ (QSNCC) มีขนาดพื้นที่ประมาณ 645,000 ตร.ม., ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค(BITEC) มีขนาดพื้นที่ประมาณ 430,000 ตร.ม., ศูนย์ประชุมพีช(PEACH) มีขนาดพื้นที่ประมาณ 170,000 ตร.ม. และศูนย์ประชุมและแสดงนิทรรศการ รอยัล พารากอนฮอลล์(PHECC) มีขนาดพื้นที่ประมาณ 77,000 ตร.ม. ตามลำดับ ส่วนโรงแรมที่ใช้จัดงานประชุมหลักๆ เรียงตามขนาดพื้นที่ ได้แก่ Ambassador City Jomtien มีขนาดพื้นที่ประมาณ 107,000 ตร.ม., Centara Grand at Central World มีขนาดพื้นที่ประมาณ 87,500 ตร.ม., Sofitel Centara Grand Bangkok มีขนาดพื้นที่ประมาณ 75,000 ตร.ม., The Ambassador Bangkok มีขนาดพื้นที่ประมาณ 52,000 ตร.ม., Holiday Inn Chiang Mai มีขนาดพื้นที่

ประมาณ 50,000 ตร.ม., Royal Orchid Sheraton มีขนาดพื้นที่ประมาณ 43,000 ตร.ม., Imperial Queen's Park มีขนาดพื้นที่ประมาณ 40,000 ตร.ม., Shangri-la Bangkok มีขนาดพื้นที่ประมาณ 38,500 ตร.ม., Sofitel Raja Orchid มีขนาดพื้นที่ประมาณ 38,000 ตร.ม., Sheraton Grande Laguna มีขนาดพื้นที่ประมาณ 20,400 ตร.ม., Hilton Phuket Arcadia มีขนาดพื้นที่ประมาณ 19,000 ตร.ม. และ Chiang Mai Orchid มีขนาดพื้นที่ประมาณ 15,000 ตร.ม. ตามลำดับ เมื่อจำแนกตามจำนวนผู้เข้าร่วมงานระดับนานาชาติเป็นรายภาคพบว่า กรุงเทพมหานครมีจำนวนผู้เข้าร่วมงานประชุม งานแสดงสินค้าและนิทรรศการในปี 2007 มากที่สุด โดยมีจำนวน 365,600 คน รองลงมาได้แก่ ภาคตะวันออก มีจำนวนผู้เข้าร่วม 85,300 คน ภาคเหนือ มีจำนวนผู้เข้าร่วม 79,900 คน ภาคใต้ มีจำนวนผู้เข้าร่วม 78,600 คน ภาคกลาง มีจำนวนผู้เข้าร่วม 56,500 คน และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีจำนวนผู้เข้าร่วม 7,400 คน ตามลำดับ เมื่อจำแนกตามจำนวนงานระดับนานาชาติในเมืองหลักๆ ในปี 2007 พบว่า กรุงเทพมหานครมีจำนวนงานมากที่สุด จำนวน 2,834 ครั้ง รองลงมาได้แก่ เชียงใหม่ มีจำนวนงาน 453 ครั้ง พัทยา มีจำนวนงาน 440 ครั้ง ภูเก็ต มีจำนวนงาน 338 ครั้ง หัวหิน มีจำนวนงาน 285 ครั้ง เชียงราย มีจำนวนงาน 129 ครั้ง และอื่นๆ มีจำนวนงานรวม 113 ครั้ง ตามลำดับ นอกจากนี้ยังได้สรุป 5ปัจจัยหลักที่จะช่วยเพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขันและทำให้อุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยประสบความสำเร็จ ซึ่งประกอบด้วย (1)การมีข้อมูลที่สามารถเข้าถึงได้ของอุตสาหกรรม (2)โครงสร้างพื้นฐานของอุตสาหกรรม เช่น สถานที่จัดงาน และการคมนาคมขนส่ง (3)ทรัพยากรมนุษย์ (4)การประสานงานกันภายในอุตสาหกรรม และ (5)ความมั่นคงทางการเมือง

ฤทธิชัยนุวัฒน์ Rittichainuwat (2010) ศึกษาเรื่อง "Image of Thailand as an International Convention and Exhibition Destination" จากพฤติกรรมด้านต่างๆ ของผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงานนานาชาติ พบว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบกว่าประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในการจัดงานประชุมและงานแสดงสินค้านิทรรศการ ดังนี้ (1)มีสถานที่จัดงานที่มีความหลากหลายกระจายทั่วทุกภูมิภาค (2)มีสภาพภูมิอากาศที่แตกต่างกันไปทำให้เกิดความน่าสนใจในแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆ (3)มีศิลปวัฒนธรรมประเพณีที่สวยงาม (4)ความมีอัธยาศัยไมตรีที่ดีแก่นักท่องเที่ยว (5)มีกลยุทธ์ทางการตลาดที่น่าสนใจในการดึงดูดงาน และ(6)ความคุ้มค่าเงินในเรื่องอาหารและสินค้าต่างๆ แต่มีข้อจำกัดบางครั้งในเรื่องความไม่มั่นคงทางการเมือง

ชิบูตะและซูกาโนะ Shibuta & Sugano (2011) ศึกษาเรื่อง "Toward Enhancing the international Competitiveness of Japan's MICE Business" พบว่า ปัจจัยแห่งความสำเร็จของอุตสาหกรรมไมซ์ประเทศญี่ปุ่น มีดังนี้ (1)บุคลากรทางด้านไมซ์มีความเป็นมืออาชีพสูง (2)การต้อนรับและบริการตามวัฒนธรรมและประเพณีดั้งเดิม (3)มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัย (4)โครงสร้าง

พื้นฐานมีความทันสมัยด้วยเทคโนโลยีที่ก้าวหน้า (5)มีความปลอดภัยในเขตเมืองสูง และ(6)ศูนย์ประชุมมีความหลากหลายทั่วประเทศ

เชนและโม Chen & Mo (2012) ศึกษาเรื่อง “Attendee’s Perspectives on the service quality of an exhibition organizer: A case study of a tourism exhibition” ผลการศึกษาพบว่า สิ่งสำคัญในทัศนคติของผู้เข้าร่วมงานที่จะทำให้งานแสดงสินค้ามีคุณภาพ จะต้องประกอบด้วย 6 ด้าน ดังนี้ (1)การบริหารจัดการ ประกอบด้วย การสื่อสารของพนักงาน มารยาทของพนักงาน ความรู้ความเชี่ยวชาญของพนักงาน และข้อมูลประกอบการตัดสินใจ เช่น โบรชัวร์ แผ่นพับ เป็นต้น (2)เนื้อหาสาระของงาน ประกอบด้วย ความเหมาะสมของกิจกรรม และการมีส่วนร่วมกับผู้เข้าร่วมงาน คู่มือการร่วมงานแสดงสินค้าเพียงพอต่อผู้เข้าร่วมงาน ความเหมาะสมของสินค้าภายในบูธกับรูปแบบการจัดแสดงสินค้า และการจัดการที่ดีต่อการจัดแสดงสินค้า การประชุมสัมมนาในงานเดียวกัน (3)การลงทะเบียน ประกอบด้วย ความสะดวกในการลงทะเบียนล่วงหน้าผ่านอินเทอร์เน็ต ขั้นตอนการลงทะเบียนที่มีความรวดเร็วและง่าย ความเหมาะสมของจุดลงทะเบียน การอำนวยความสะดวก และมารยาทของพนักงานในการช่วยลงทะเบียน (4)การเข้าถึง ประกอบด้วย ความเหมาะสมด้านขนาดความจุและคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกของสถานที่จัดงาน และความเหมาะสมของระยะเวลาการจัดนิทรรศการ (5)การจัดสรรบูธและการใช้งาน ประกอบด้วย การจัดวางบูธมีความสะดวกและความคล่องตัวในการเดินชมงาน การออกแบบของบูธเหมาะกับการเข้าชม การออกแบบและมองเห็นได้ง่ายของป้ายที่จัดแสดงนิทรรศการ และห้องประชุม/ห้องสัมมนามีสิ่งอำนวยความสะดวกมีพื้นที่ใช้สอยที่เพียงพอ (6)ความน่าสนใจจุดดึงดูดของงานแสดงสินค้า ประกอบด้วย การประชาสัมพันธ์ให้คนมาเข้าร่วมงานผ่านทาง ทีวี วิทยุ อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ ฯลฯ การดึงดูดใจด้วยของอภินันทนาการ เช่น กระเป๋า ถ้วย ปากกา สมุดโน๊ต ฯลฯ การจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อดึงดูดผู้เข้าร่วมงานให้เข้าบูธ การมอบบัตรเข้างานฟรี หนังสือเชิญร่วมงาน โบรชัวร์ เป็นต้น

ฮอง Nguyen (2012) ศึกษาเรื่อง “MICE Tourism in Vietnam” พบว่า ประเทศเวียดนามกำลังพัฒนาเมืองฮานอยและนครโฮจิมินห์ ซึ่งเป็นเมืองศูนย์กลางทางเศรษฐกิจตอนใต้ของประเทศ ให้เป็นเมืองจุดหมายปลายทางในการจัดงานไมซ์ โดยเร่งปรับปรุงและพัฒนาองค์ประกอบที่ใช้รองรับการจัดงาน ดังนี้ (1)การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ โดยเฉพาะการเร่งก่อสร้างท่าอากาศยานนานาชาติแห่งใหม่ สถานที่จัดงาน และที่พักระดับมาตรฐาน (2)การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางด้านไมซ์ โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางมรดกโลกสำหรับเน้นธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (3)การสร้างฐานข้อมูลทางด้านไมซ์ เพื่อเป็นการวางแผนกลยุทธ์ในการพัฒนาในอนาคต (4)การพัฒนาบุคลากรทางด้านไมซ์ โดยสร้างหลักสูตรการเรียนการสอนเฉพาะในทุกระดับ (5)สร้างความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อนบ้าน โดยเน้นส่งเสริมให้เกิดการเข้ามาลงทุนจากต่างประเทศ

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการสิงคโปร์ Singapore Exhibition & Convention Bureau (2012) ศึกษาเรื่อง “Here are the 3 key drivers of Singapore’s hospitality industry” ซึ่งปัจจัยขับเคลื่อนภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ (Hospitality) ของสิงคโปร์ ได้แก่ ธุรกิจไมซ์ สถานตากอากาศแบบบูรณาการที่มีคาสิโน (Casino Integrated Resorts) และธุรกิจการท่องเที่ยวทางการแพทย์ พบว่า ในส่วนอุตสาหกรรมไมซ์นั้น สิงคโปร์เป็นผู้นำตลาดระดับโลกแห่งหนึ่ง มีการจัดการประชุมระหว่างประเทศ (International Meetings) มากที่สุดในบรรดาเมืองทั่วโลกสำหรับปี 2011 ซึ่งถือเป็นครั้งที่ 5 ที่สิงคโปร์ได้รับตำแหน่งเมืองอันดับ 1 สำหรับการจัดการประชุมระหว่างประเทศ โดย 1 ใน 3 ของจำนวนนักท่องเที่ยวจำนวน 13 ล้านคนที่เดินทางเข้ามาสิงคโปร์ ในปี 2011 นั้นเข้ามาร่วมอีเวนท์ด้านธุรกิจ (Business Events) ปัจจัยที่เกื้อหนุนให้สิงคโปร์ประสบความสำเร็จด้านอุตสาหกรรมไมซ์ มีดังนี้ (1)สถานะของประเทศเชิงเปรียบเทียบจากการที่สิงคโปร์เป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจและการเงินระดับภูมิภาคและระดับโลก (2)ที่ตั้งของประเทศซึ่งอยู่ในตำแหน่งศูนย์กลางทางภูมิศาสตร์ โดยนักเดินทางไมซ์สามารถเดินทางในระยะเวลาบิน 7 ชั่วโมงจากเขตส่วนใหญ่ในเอเชียและโอเชียเนีย (3)สภาพแวดล้อมทางด้านภาษาที่มีลักษณะสากล ทั้งนี้ประชากรสิงคโปร์จำนวนมากสามารถพูดภาษาอังกฤษ ภาษาจีนกลาง ภาษามาเล และภาษาอื่นๆ อีกหลายภาษา และ (4)สิงคโปร์เป็นเมืองมีมาตรฐานความปลอดภัยสูง มีระบบขนส่งระหว่างประเทศและข้ามทวีปตลอดจนระบบขนส่งสาธารณะที่มีประสิทธิภาพและครอบคลุมทั่วถึง

หวูและหยาง Wu & Zhang (2013) ศึกษาเรื่อง “Research on the Tourism Effect and Marketing Strategy of Convention & Exposition Industry: A Case Study of Shenzhen City of China” พบว่า เมืองเซินเจิ้นได้รับการสนับสนุนจากประเทศจีนให้เป็นเมืองที่มีศักยภาพในการจัดงานไมซ์อีกแห่ง โดยมีปัจจัยที่เป็นข้อได้เปรียบทางการแข่งขันดังนี้ (1)เป็นเมืองชายแดนริมฝั่งตรงข้ามกับเกาะฮ่องกง จึงเป็นแหล่งดึงดูดอุตสาหกรรมต่างๆ จากฮ่องกงให้เข้ามาลงทุน (2)ถูกคัดเลือกให้เป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษ ทำให้เป็นเมืองแห่งการค้าที่มีความเจริญและทันสมัยถือเป็นไข่มุกทางเศรษฐกิจแห่งสำคัญทางตอนใต้ของประเทศจีน (3)มีแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่เหมาะกับการจัดนำเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (4)เป็นเมืองชุมทางขนส่งและคมนาคมที่สำคัญทางตอนใต้ของประเทศ โดยมีทั้งท่าเรือและท่าอากาศยานที่ได้มาตรฐาน (5)มีศูนย์ประชุมที่มีขนาดใหญ่ รองรับผู้เข้าร่วมงานได้เป็นจำนวนมาก และ (6)มีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่มีสีสันมากมาย เช่น แหล่งช้อปปิ้งสินค้าราคาถูก ศูนย์การค้า ร้านอาหาร เป็นต้น

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการฮ่องกง Meetings and Exhibitions Hong Kong (2014) ศึกษาเรื่อง “The Winning Formula” ถึงความสำเร็จของสถานที่จัดงานในฮ่องกง พบว่า ปัจจุบันฮ่องกงเป็นเมืองอุตสาหกรรมการประชุมและการแสดงสินค้านานาชาติของภูมิภาคแห่งหนึ่ง ได้รับรางวัลเมืองธุรกิจที่ดีที่สุดในโลก (Best Business City in the World) ประจำปี 2012

และรางวัลเมืองที่ดีที่สุดสำหรับอีเวนท์ด้านธุรกิจ (Best City for Business Events) ประจำปี 2013 โดยในปี 2012 ฮ่องกงจัดงานแสดงสินค้า 3 งานที่จัดอยู่ในกลุ่มงานที่ใหญ่ที่สุดในโลก และงานแสดงสินค้า 10 งานที่จัดอยู่ในกลุ่มงานที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย ปัจจัยที่ทำให้ฮ่องกงประสบความสำเร็จในด้านอุตสาหกรรมไมซ์ มีดังนี้ (1)มีระบบการเชื่อมโยงทางอากาศที่ดี ผู้แสดงสินค้าและนักท่องเที่ยวเดินทางไปเมืองท่าเสรีนี้ได้โดยสะดวก (2)มีที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวก ระบบโทรคมนาคมและเครือข่ายการขนส่งที่มีประสิทธิภาพสูง (3)การได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนด้านบริการจากรัฐบาลในการจัดงาน และ (4)มีสถานที่จัดงานขนาดต่างๆ กันกว่า 50 แห่งสำหรับงานแสดงสินค้าและการประชุมนานาชาติ (Trade Fairs and Convention) โดยมีสถานที่จัดงานหลักคือ HKCEC ในเขตธุรกิจกลางเมือง AWE ใกล้สนามบิน และ Hong Kong International Trade and Exhibition Centre ในเขตอ่าวเกาลูน เป็นต้น

กองเศรษฐกิจจีน China Economic Review (2014) ศึกษาเรื่อง “Indonesia Boosts MICE Industry with New Initiatives” ถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศอินโดนีเซีย พบว่า ปัจจุบันอุตสาหกรรมไมซ์ส่งผลต่อเศรษฐกิจท้องถิ่นของประเทศอินโดนีเซียเป็นอย่างมาก มีการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้เป็นส่วนหนึ่งของแผนแม่บทเพื่อการเร่งรัดและขยายการพัฒนาเศรษฐกิจอินโดนีเซีย (Master Plan for the Accelerated and Expansion of Indonesian Economic Development) ในช่วงปี 2011-2025 ซึ่งจะเน้นระเบียงเศรษฐกิจจำนวน 6 ระเบียงเป็นพิเศษรวมถึงระเบียงเศรษฐกิจบาหลี-นูซา เต็งการา (Bali-Nusa Tenggara Corridor) โดยมีกิจกรรมไมซ์ที่ดำเนินโดยการล่องเรือสำราญและเรือยอชท์ด้วย เพื่อเป็นการนำหมู่เกาะจำนวนมากเข้ามาในระบบการท่องเที่ยวธุรกิจ ปัจจัยที่ส่งเสริมให้อุตสาหกรรมไมซ์ประเทศอินโดนีเซียมีความแข็งแกร่ง มีดังนี้ (1)ความงดงามตามธรรมชาติและสัตว์ป่าซึ่งมีเป็นจำนวนมาก (2)สถานที่มรดกทางวัฒนธรรมอันหลากหลาย (3)เศรษฐกิจของประเทศซึ่งมีขนาดใหญ่ (4)อุปกรณ์และสถานที่จัดงานที่ทันสมัย และ(5)มีเมืองที่เป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ที่หลากหลายจำนวนมาก เช่น บาหลี จาการ์ตา สุบารายา เป็นต้น

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการมาเลเซีย Malaysia Convention and Exhibition Bureau (2014) ศึกษาเรื่อง “Malaysia: Making Inroads into MICE” โดยความสำเร็จของอุตสาหกรรมไมซ์ประเทศมาเลเซียมีปัจจัยสำคัญเป็นผลมาจากการให้การสนับสนุนของหน่วยงานหลักดังนี้ (1)การท่องเที่ยวแห่งประเทศมาเลเซีย(Tourism Malaysia) มีหน้าที่สนับสนุนให้ประเทศเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวและไมซ์ที่สำคัญระดับโลก (2)สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการมาเลเซีย(Malaysia Convention and Exhibition Bureau: MyCEB) มีหน้าที่เป็นศูนย์กลางพัฒนากิจกรรมไมซ์แบบเบ็ดเสร็จ และ (3)สมาคมผู้จัดงานประชุม และแสดงสินค้าและผู้ให้บริการแห่งมาเลเซีย (Malaysia Association of Convention and Exhibitor Organisers and Suppliers: MACEOS) เป็นเวทีสำหรับการอภิปรายในกลุ่มผู้จัดงานแสดงสินค้านานาชาติระดับวิชาชีพและผู้จัดการ

ประชุมนานาชาติระดับวิชาชีพ นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่นๆที่ส่งผลต่อความสำเร็จ ได้แก่ สถานที่จัดงาน อุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว และความคุ้มค่าเงิน เป็นต้น

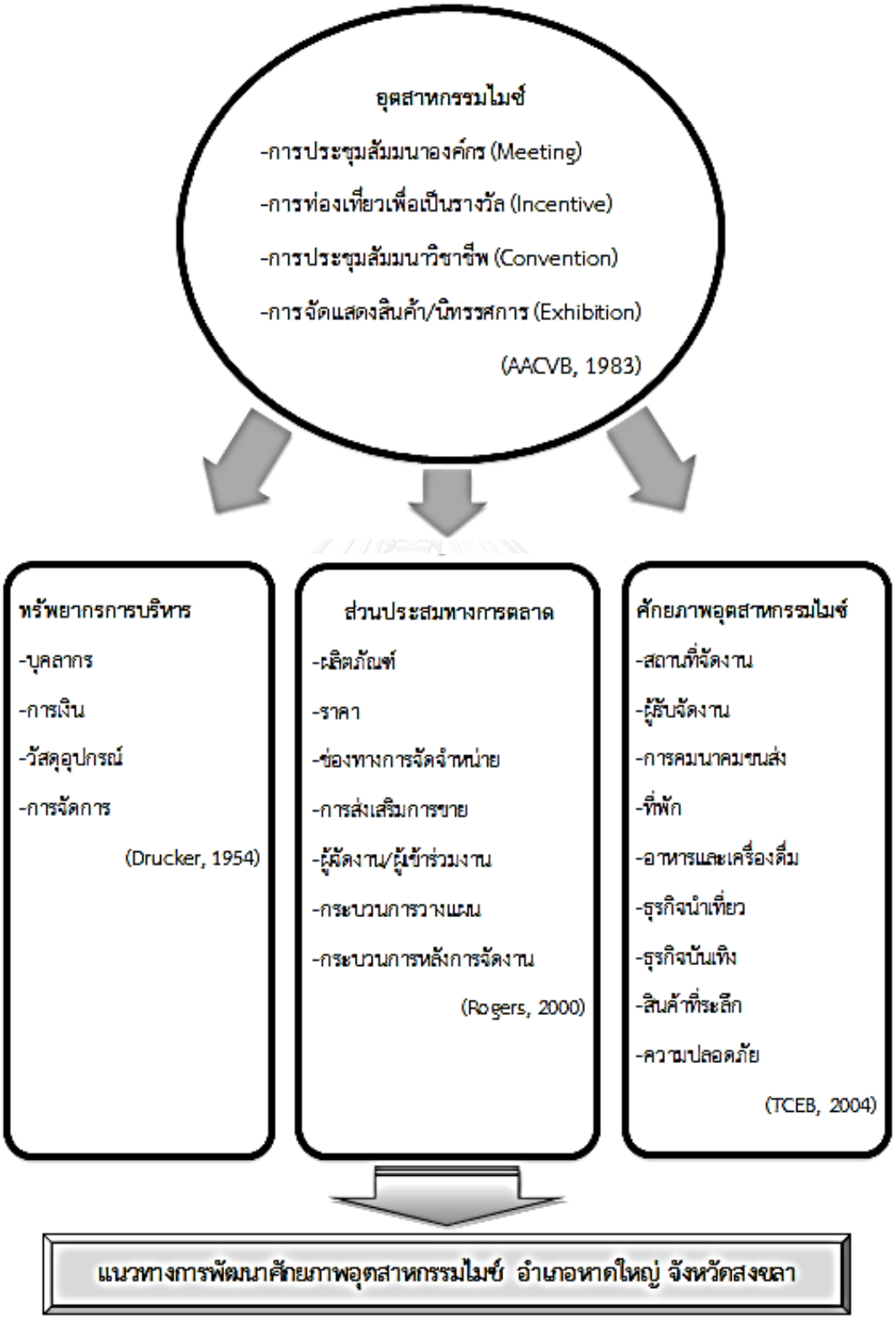
องค์การการท่องเที่ยวเกาหลี Korea Tourism Organization (2014) ศึกษาเรื่อง “How We Can Support MICE Industry” ปัจจัยที่ทำให้ประเทศเกาหลีใต้ประสบผลสำเร็จด้านไมซ์ พบว่ามีปัจจัยดังนี้ (1)ความร่วมมือกับสมาคมวิชาการระดับโลกของเกาหลี เป็นการส่งเสริมโอกาสด้านการจัดอีเวนท์นานาชาติ และการเน้นทำการตลาดร่วมกับองค์กรที่เป็นเจ้าภาพจัดงาน และเนื่องจากการศึกษาระดับอุดมศึกษาที่มีคุณภาพสูงในเกาหลี ย่อมทำให้มีศูนย์การประชุมหลักระดับภูมิภาคหลายแห่ง (2)สถานที่ตั้งของเกาหลีใต้ทำให้ประเทศเป็นศูนย์กลางที่ดีแห่งหนึ่งสำหรับภูมิภาคตะวันออก สามารถเข้าถึงตลาดภายในภูมิภาค ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น รัสเซีย ได้อย่างสะดวก (3)เกาหลีได้รับความสนใจในการมาจัดการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เนื่องจากมีวัฒนธรรมที่โดดเด่น ภูมิทัศน์มีความสวยงาม รวมทั้งการมีแหล่งมรดกโลกจำนวน 10 แห่ง ถือเป็นแหล่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (4)เกาหลีใต้กำลังพัฒนาประเทศให้เป็นจุดหมายปลายทางหลักสำหรับผู้เดินทางด้วยเรือสำราญในทวีปเอเชีย เนื่องจากมีสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่เหมาะสมในการท่องเรือสำราญ มีท่าเรือสำคัญ 11 แห่ง เช่น อินชอน ปูซาน เชจู เป็นต้น (5)มีศูนย์จัดงานไมซ์ที่สำคัญระดับภูมิภาคหลายแห่ง แบ่งเป็น 4 กลุ่ม คือ เขตนครหลวงและปริมณฑล ศูนย์กลางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ศูนย์กลางวิทยาการและอุตสาหกรรม และสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ และ (6)การทำงานของสำนักงานด้านไมซ์มีลักษณะเชิงรุก เจ้าหน้าที่มีประสบการณ์สูง มีการประสานความร่วมมือกันระหว่างเจ้าภาพในประเทศ สมาคม ศูนย์การประชุม และ Convention Visitors Bureau โดยให้การสนับสนุนในหลายด้าน ทั้งด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ การสื่อสาร การเงิน สถานที่จัดงาน เป็นต้น

โรดริเกซ Rodriguez (2015) ศึกษาเรื่อง “Indonesia Boosts MICE Industry with New Initiatives” พบว่า ปัจจัยที่ทำให้เมืองบาหลีและจาการ์ตาเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับการจัดกิจกรรมไมซ์ มีดังนี้ (1)การมีสนามบินนานาชาติซึ่งสามารถบินตรงจากเมืองต่างๆ ในโลก (2)มีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวทั้งธุรกิจความบันเทิง แหล่งช้อปปิ้งและร้านอาหารที่ได้มาตรฐาน (3)มีโรงแรมที่ได้มาตรฐานสากลระดับ 5 ดาว (4)มีห้องประชุมที่สามารถรองรับผู้เข้าร่วมงานได้ 10,000 คน (5)มีระบบโครงสร้างพื้นฐานที่ดี (6)ได้รับการประสานความร่วมมือที่ดีจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหลายฝ่าย (7)บาหลีเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงแห่งหนึ่งของโลกมาอย่างยาวนาน โดยมีจุดเด่นคือ มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและธรรมชาติที่มีความสวยงาม มีระบบการให้บริการของโรงแรมที่เป็นมิตรแก่นักท่องเที่ยว

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ของเมืองที่ประสบความสำเร็จในการจัดงานไมซ์ (Best Practices) ซึ่งอยู่บนพื้นฐานของแนวคิดอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว อันประกอบด้วยสินค้าและบริการที่มีความหลากหลาย มีลักษณะของการบริการที่ไม่สามารถสัมผัสได้เหมือนสินค้าทั่วไปนั้น ดังนั้นการศึกษาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผ่านแนวคิด ทฤษฎีของส่วนประสมทางการตลาดและทรัพยากรการบริหาร จะช่วยนำไปสู่การได้ข้อค้นพบ ปัญหาและอุปสรรคต่างๆ เพื่อประเมินศักยภาพและความพร้อมของอำเภอหาดใหญ่ในด้านอุตสาหกรรมไมซ์ และนำไปสู่แนวทางการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาต่อไป

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

กรอบแนวความคิดในการวิจัย



บทที่ 3
วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา” กระบวนการวิจัยประกอบด้วย การศึกษารวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีผสมแบบทำพร้อมกัน (Concurrent mixed method) และใช้วิธีการเก็บข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพไปพร้อมๆกัน ที่เรียกว่า (Concurrent Triangulation) (Cresswell, 2009) ทำให้ได้ข้อมูลจากวิธีวิจัยทั้งสองประเภทมาเสริมกัน วิธีการนี้จะช่วยให้นักวิจัยสามารถเข้าถึงข้อเท็จจริง (Fact) หรือปรากฏการณ์ที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย โดยจะต้องมีการเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือ (Merriam, 1998) และทำการถอดความ/วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยมีการกำหนดขั้นตอนการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 การตรวจสอบสามเส้าด้านการเก็บรวบรวมข้อมูลจากหลายแหล่ง (Data Triangulation)

โดยใช้วิธีการเก็บรวมรวมข้อมูลจากแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ เพื่อเป็นการตรวจสอบความวางใจในข้อมูลหลักฐานและผลการศึกษาที่ได้ให้ตรงกับความเป็นจริง ถือเป็นวิธีที่ช่วยให้การศึกษามีความครอบคลุม สมบูรณ์และน่าเชื่อถือ อันเป็นการลดอคติจากการใช้วิธีการศึกษาเพียงแบบเดียวหรือทฤษฎีเดียว (Denzin & Lincoln 1994) ประกอบด้วย

ขั้นตอนที่ 1.1 ศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการประเมินศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จากความคิดเห็นของเจ้าของงานประชุมและผู้จัดแสดงสินค้า/นิทรรศการ

1. วัตถุประสงค์

1.1) เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด จังหวัดที่ทำงานปัจจุบัน ประเภทและขนาดของงานที่เข้าร่วม

1.2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.3) เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่ออุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

1.4) เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญของทรัพยากรการบริหารที่มีต่อสถานที่จัดงาน

1.5) เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการประเมินศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1) ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการตอบแบบสอบถาม คือ เจ้าของงานประชุมและผู้จัดแสดงสินค้า/นิทรรศการชาวไทยในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยประมาณประชากรผู้มาเยี่ยมเยือนอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ในปี พ.ศ. 2556 รวมมีจำนวนทั้งสิ้น 3,551,191 คน (กองสถิติและการวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2557)

2.2) กลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างจากประชากรที่เป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมไมซ์ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา การได้มาซึ่งกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยใช้สูตรของยามาเน่ (Yamane, 1960) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นไว้ที่ 95% ความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% ในการสุ่มตัวอย่าง ดังสูตร

สูตร $$n = \frac{N}{1+ N(e)^2}$$

เมื่อ n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N แทน ขนาดของประชากร

e แทน ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ระดับ 0.05

แทนค่าในสูตร $$n = \frac{3,551,191}{1 + 3,551,191(0.05)^2}$$

$$n = 399.93$$ หรือ ประมาณ 400 คน

ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ 400 คน

3. เครื่องมือ

3.1) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire)

แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด จังหวัดที่ทำงานปัจจุบัน ประเภทและขนาดของ

งานที่เข้าร่วม ลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) ส่วนที่ 2 แบบสอบถามพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่ออุตสาหกรรมไมซ์อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยลักษณะคำถามเป็นแบบให้เลือกตอบที่ประมาณค่าระดับความสำคัญ 5 ระดับ (Likert scale) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านผู้จัดงาน/ผู้เข้าร่วมงาน ด้านกระบวนการวางแผน และด้านกระบวนการหลังการจัดงาน ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญของทรัพยากรการบริหารที่มีต่อสถานที่จัดงาน โดยลักษณะคำถามเป็นแบบให้เลือกตอบประมาณค่าระดับความสำคัญ 5 ระดับ (Likert scale) ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านการเงิน ด้านวัสดุอุปกรณ์ และด้านการจัดการ ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการประเมินศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยลักษณะคำถามเป็นแบบให้เลือกตอบประมาณค่าระดับความสำคัญ 5 ระดับ(Likert scale) ได้แก่ สถานที่จัดงาน ผู้รับจัดงาน การคมนาคมขนส่ง ที่พัก อาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจบันเทิง สินค้าที่ระลึก และความปลอดภัย แบบสอบถามในส่วนที่ 3, 4 และ 5 ผู้วิจัยมีเกณฑ์ในการกำหนดน้ำหนักคะแนนของข้อคำถามแบบมาตรประมาณค่าระดับความสำคัญมากน้อย 5 ระดับ โดยกำหนดค่าคะแนนดังต่อไปนี้

คะแนน	**ระดับความสำคัญ**
5	มากที่สุด
4	มาก
3	ปานกลาง
2	น้อย
1	น้อยที่สุด

แปลความหมายของค่าเฉลี่ยที่ได้มีเกณฑ์ดังนี้ (Best, 1959)

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 4.50 - 5.00 หมายความว่า ระดับความสำคัญมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.50 - 4.49 หมายความว่า ระดับความสำคัญมาก
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 2.50 - 3.49 หมายความว่า ระดับความสำคัญปานกลาง
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.50 - 2.49 หมายความว่า ระดับความสำคัญน้อย
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 1.00 - 1.49 หมายความว่า ระดับความสำคัญน้อยที่สุด

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ในส่วนของความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อนำไปพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาในอนาคต ผู้วิจัยจะใช้ลักษณะคำถามปลายเปิด (Open-ended questions) การสร้างและการหาคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เพื่อร่างแบบสอบถามและนำร่างแบบสอบถามไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อสร้างแบบสอบถามเพื่อให้มีความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยให้เนื้อหาครอบคลุมถึงการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

3.2) การหาคุณภาพเครื่องมือ

3.2.1) นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องจำนวน 5 ท่าน พิจารณาค่าความตรงของแบบสอบถามด้วยวิธีตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ด้วยวิธีหาความสอดคล้องระหว่างรายการกับวัตถุประสงค์ (IOC, Item Objective Congruence) โดยกำหนดเกณฑ์ในการตรวจพิจารณาคือ ถ้าแน่ใจว่ารายการใดมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ให้คะแนน +1 ถ้าไม่แน่ใจว่ารายการใดมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หรือไม่ ให้คะแนน 0 ถ้าแน่ใจว่ารายการใดไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ให้คะแนน -1 แล้วนำผลคะแนนที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญมาคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างรายการกับวัตถุประสงค์ (IIOC,Index of Item Objective Congruence) ตามสูตร IIOC = ผลรวมคะแนนของข้อนั้น/จำนวนผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งผู้วิจัยได้ค่าความตรงของแบบสอบถามเท่ากับ 0.89 หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปปรับปรุงให้เกิดความสมบูรณ์ก่อนทดลองใช้

3.2.2) นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถามด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach’s alpha coefficient) ซึ่งผู้วิจัยได้ค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.92 (Cronbach, 1974)

3.3.3) นำแบบสอบถามที่ทดลองใช้แล้วมาปรับปรุงด้านสำนวนภาษาให้ชัดเจน ตลอดจนรูปแบบการจัดพิมพ์แบบสอบถามเพื่อให้เหมาะสม ก่อนนำแบบสอบถามนี้ไปใช้ในการวิจัยต่อไป

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1) วางแผนการดำเนินงานเก็บข้อมูล และกำหนดวันเดินทางไปเก็บรวบรวมข้อมูลในแต่ละสถานที่โดยกระจายวัน และช่วงเวลาในการเก็บข้อมูล เพื่อให้ได้ข้อมูลครบถ้วนสมบูรณ์ตามที่ได้กำหนดไว้

4.2) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling)

4.3) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการแจกและเก็บแบบสอบถามด้วยตนเอง

4.4) นำแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม ลงรหัสข้อมูลและนำข้อมูลไปทำการวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติต่อไป

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ ดังต่อไปนี้

5.1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามข้อมูลมาตรนามบัญญัติ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด จังหวัดที่ทำงานปัจจุบัน ประเภทและขนาดของงานที่เข้าร่วม นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และการหาค่าร้อยละ (Percentage) นำเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง

5.2) ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามข้อมูลมาตรนามบัญญัติ นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และการหาค่าร้อยละ (Percentage) นำเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง

5.3) ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ทรัพยากรการบริหารและการประเมินศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์เป็นแบบสอบถามข้อมูลมาตรภาค นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

5.4) สถิติในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product-Moment Correlation Coefficients) ทดสอบสมมติฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยกำหนดความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งมีสูตรดังนี้

$$rXY = \frac{n\sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{n\sum X^2 - \left(\sum X\right)^2 \left(n\sum Y\right)^2}}$$

X = ค่าตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย

X_1 คือ ส่วนประสมทางการตลาด X_2 คือ ทรัพยากรการบริหาร

Y = ค่าตัวแปรตามคือ ศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์

ในการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จะมีค่าระหว่าง -1<r<1

- ถ้าค่า r เป็นลบ แสดงว่า x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม
- ถ้าค่า r เป็นบวก แสดงว่า x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน
- ถ้าค่า r มีค่าเข้าใกล้ 1 หมายถึง x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันมาก
- ถ้าค่า r มีค่าเข้าใกล้ -1 หมายถึง x และ y มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม และมีความสัมพันธ์กันมาก
- ถ้าค่า r=0 แสดงว่า x และ y ไม่มีความสัมพันธ์กัน

โดยระดับความสัมพันธ์สามารถอธิบายได้ดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541)

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	ระดับความสัมพันธ์
0.81 – 1.00	สูงมาก
0.61 – 0.80	สูง
0.41 – 0.60	ปานกลาง
0.21 – 0.40	ต่ำ
0.01 – 0.20	ต่ำมาก

ในส่วนของข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ผู้วิจัยใช้วิธีวิเคราะห์ความคิดเห็นในประเด็นที่เหมือนกันหรือสอดคล้องกัน ทำการแจกแจงความถี่ นำเสนอผลการวิเคราะห์เป็นรายข้อพร้อมความถี่

ขั้นตอนที่ 1.2 ศึกษาสภาพ ปัญหา ความต้องการ และความคิดเห็นเกี่ยวกับการประเมินศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิที่มีคุณสมบัติเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

1. วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ของผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิที่มีคุณสมบัติเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1) ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการสัมภาษณ์ คือกลุ่มผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

2.2) กลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้กลุ่มตัวอย่างมาจากประชากรที่เป็นผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำนวนรวมทั้งสิ้น 7 ท่าน ที่มีคุณสมบัติอย่างหนึ่งอย่างใด ซึ่งกลุ่มตัวอย่างได้มาโดยวิธีการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ (สสปน., 2554) ประกอบด้วย

2.2.1) ผู้กำหนดนโยบาย/ผู้บริหารระดับสูงที่จัดกิจกรรมไมซ์ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาโดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือกคือ เป็นผู้เกี่ยวข้องหลักในการวางแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเทศบาลนครหาดใหญ่ ได้แก่ นายกเทศมนตรีเทศบาลนครหาดใหญ่ หรือผู้แทนจำนวน 1 ท่าน

2.2.2) ผู้กำหนดนโยบาย/ผู้บริหารระดับสูง หรือผู้แทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ จำนวน 2 ท่าน โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือก คือ เป็นผู้บริหารในหน่วยงานที่มีบทบาทหน้าที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวในรูปแบบ MICE ของอำเภอหาดใหญ่ จากสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานหาดใหญ่ และสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.)

2.2.3) ผู้กำหนดนโยบาย/ผู้บริหาร หรือผู้แทนสถานที่จัดกิจกรรมไมซ์ ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำนวน 3 ท่าน โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือก คือ เป็นผู้บริหารในสถานที่จัดงานไมซ์ ประเภทศูนย์ประชุม ศูนย์การค้า และโรงแรมในอำเภอหาดใหญ่

2.2.4) ผู้ที่อยู่ในส่วนงานวิชาการด้านอุตสาหกรรมไมซ์ โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือก คือ เป็นอาจารย์ผู้มีประสบการณ์ในการสอนไม่น้อยกว่า 5 ปี จากสถาบันอุดมศึกษาที่มีผลงานวิชาการที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์วิทยาเขตหาดใหญ่ จำนวน 1 ท่าน

3. เครื่องมือ

3.1) แบบสัมภาษณ์ (Interview) ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

3.1.1) สถานภาพและข้อมูลทั่วไป

3.1.2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่ออุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

3.1.3) ความคิดเห็นเกี่ยวกับทรัพยากรการบริหารที่มีต่อสถานที่จัดงาน

3.1.4) ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ในการเป็นเมืองแห่งไมซ์ (MICE City)

3.2) การสร้างและการหาคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยทำการศึกษาค้นคว้าเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เพื่อร่างแบบสัมภาษณ์และนำแบบสัมภาษณ์ไปปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อสร้างแบบสัมภาษณ์ให้มีความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยให้เนื้อหาครอบคลุมถึงการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi - Structured Interview) โดยการบันทึกเสียงการสัมภาษณ์และจดบันทึกตามประเด็นหลักในแบบสัมภาษณ์

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ซึ่งมีลักษณะเป็นความคิดเห็น ผู้วิจัยใช้การถอดความวิเคราะห์ความคิดเห็นในประเด็นที่เหมือนกันหรือสอดคล้องกัน และจัดลำดับความความสำคัญตามข้อคิดเห็น และในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพมีวิธีการตรวจสอบข้อมูลว่าถูกต้องตามระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ดังนี้ ใช้วิธีการตรวจสอบแบบสามเส้าในการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งเป็นวิธีการตรวจสอบเพื่อยืนยันความถูกต้องของข้อมูลจากแหล่งข้อมูลหลายแหล่งและใช้ระเบียบวิธีวิจัยที่หลากหลายในการศึกษาปรากฏการณ์เดียวกัน โดยใช้การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล โดยการตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลในด้านเวลา สถานที่ และบุคคล เพื่อพิสูจน์ว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มานั้นมีความถูกต้อง และเพื่อตรวจสอบผลการวิจัยว่ามีความน่าเชื่อถือ และถูกต้องตามระเบียบวิธีวิจัย (Denzin and Lincoln, 1994; องอาจ นัยพัฒน์, 2548; สุภางค์ จันทวานิช, 2555) คำนวณร้อยละของผลการสัมภาษณ์ นำเสนอผลการวิจัยในรูปแบบความเรียง จากนั้นนำข้อมูลไปใช้ในการสนทนากลุ่ม

6. ผลที่ได้รับ

6.1) ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ของผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

6.2) ทำให้ได้กรอบแนวทางในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ขั้นตอนที่ 2 สรุปแนวทางในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิที่มีคุณสมบัติเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

1. วัตถุประสงค์

เพื่อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1) ประชากร

ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิที่มีคุณสมบัติเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

2.2) กลุ่มตัวอย่าง

กำหนดเกณฑ์การเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ทำให้ผู้วิจัยแยกแยะความแตกต่างของกลุ่มให้ได้มากที่สุด(Maximun Variation) และตอบคำถามการวิจัยได้มากที่สุด (Caplan, 1990) ซึ่งกลุ่มตัวอย่างได้มาโดยวิธีการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ (สสปน., 2554) ประกอบด้วย

2.2.1) มีเกณฑ์ในการคัดเลือกคือ เป็นผู้บริหารในสถานที่จัดงาน MICE ประเภทศูนย์ประชุมของอำเภอหาดใหญ่ ได้แก่ ผู้บริหารศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี หรือผู้แทน 1 ท่าน

2.2.2) มีเกณฑ์ในการคัดเลือกคือ เป็นผู้บริหารในสถานที่จัดงาน MICE ประเภทศูนย์การค้าของอำเภอหาดใหญ่ ได้แก่ ผู้บริหารศูนย์การค้าเซ็นทรัลเฟสติวัล หาดใหญ่ หรือผู้แทน 1 ท่าน

2.2.3) มีเกณฑ์ในการคัดเลือกคือ เป็นผู้บริหารในสถานที่จัดงาน MICE ประเภทโรงแรมของอำเภอหาดใหญ่ ได้แก่ ผู้บริหารโรงแรมเซ็นทาราหาดใหญ่ หรือผู้แทน 1 ท่าน

2.2.4) มีเกณฑ์ในการคัดเลือกคือ เป็นผู้มีประสบการณ์ในการจัดงานประชุมและงานแสดงสินค้า/นิทรรศการ ของอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ไม่น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 1 ท่าน ได้แก่ ผู้รับจัดงานจากบริษัทดรีมแฟคทอรี่ จำกัด

2.2.5) มีเกณฑ์ในการคัดเลือกคือ เป็นผู้บริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในรูปแบบ MICE ที่นักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE ใช้บริการ ได้แก่ นายกสมาคมโรงแรมหาดใหญ่-สงขลา หรือผู้แทน 1 ท่าน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

2.2.6) มีเกณฑ์ในการคัดเลือกคือ เป็นผู้บริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในรูปแบบ MICE ที่นักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE ใช้บริการ ได้แก่ ประธานชมรมร้านอาหารหาดใหญ่ หรือผู้แทน 1 ท่าน

2.2.7) มีเกณฑ์ในการคัดเลือกคือ เป็นผู้บริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในรูปแบบ MICE ที่นักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE ใช้บริการ ได้แก่ นายกสมาคมมัคคุเทศก์อาชีพจังหวัดสงขลา หรือผู้แทน 1 ท่าน

2.2.8) มีเกณฑ์ในการคัดเลือกคือ เป็นผู้บริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในรูปแบบ MICE ที่นักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE ใช้บริการ ได้แก่ นายกสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา หรือผู้แทน 1 ท่าน

2.2.9) มีเกณฑ์ในการคัดเลือกคือ เป็นผู้บริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในรูปแบบ MICE ที่นักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE ใช้บริการ ได้แก่ นายกสมาคมธุรกิจบันเทิงจังหวัดสงขลา หรือผู้แทน 1 ท่าน

2.2.10) มีเกณฑ์ในการคัดเลือกคือ เป็นผู้บริหารธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในรูปแบบ MICE ที่นักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE ใช้บริการสูงสุด ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าที่ระลึกจากร้านโนราพลาซ่า 1 ท่าน

2.2.11) มีเกณฑ์ในการคัดเลือกคือ เป็นผู้บริหารหน่วยงานที่สนับสนุน ส่งเสริมประชาสัมพันธ์กิจกรรมไมซ์ไม่น้อยกว่า 5 ปี ได้แก่ ประธานหอการค้าจังหวัดสงขลา หรือผู้แทน 1 ท่าน

3. เครื่องมือ

ใช้วิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) โดยเปิดโอกาสให้ทุกคนได้ร่วมอภิปรายและแสดงความคิดเห็นตามประเด็นการสนทนากลุ่มเพื่อหาแนวทางการแก้ไขปัญหารวมถึงการวางแผนที่ดีและการกำหนดแนวทางการพัฒนาต่อไป โดยใช้เครื่องมือ ได้แก่ เอกสารประกอบการสนทนากลุ่ม และเครื่องบันทึกเสียง เมื่อเสร็จสิ้นการประชุมทำการสรุปประเด็นและเขียนรายงานการสนทนากลุ่มทันที โดยสรุปประเด็นความสำคัญตามหัวข้อการสนทนากลุ่ม ดังนี้

(1) มุมมองเกี่ยวกับจุดแข็ง(Strengths) ของอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่ส่งผลต่อศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์

(2) มุมมองเกี่ยวกับจุดอ่อน(Weakness) ของอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่ส่งผลต่อศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์

(3) มุมมองเกี่ยวกับโอกาส(Opportunities) ของอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่ส่งผลต่อศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์

(4) มุมมองเกี่ยวกับอุปสรรค(Threats) ของอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่ส่งผลต่อศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์

(5) แนวทางในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านสถานที่จัดงาน (Venues)

(6) แนวทางในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านผู้รับจัดงาน (Organizer)

(7) แนวทางในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านการคมนาคมขนส่ง (Transportation)

(8) แนวทางในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านที่พัก (Accommodation)

(9) แนวทางในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านอาหารและเครื่องดื่ม (Food and Beverage)

(10) แนวทางในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านธุรกิจนำเที่ยว (Tour Operator)

(11) แนวทางในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านธุรกิจบันเทิง (Entertainment)

(12) แนวทางในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านสินค้าที่ระลึก (Souvenir)

(13) แนวทางในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านความปลอดภัย (Security)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่มมาทำการถอดเทปบทสนทนา ถอดความและวิเคราะห์ความคิดเห็นในประเด็นที่เหมือนกันหรือสอดคล้องกัน และจัดลำดับความสำคัญตามข้อคิดเห็น และในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพมีวิธีการตรวจสอบข้อมูลว่าถูกต้องตามระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ดังนี้ ใช้วิธีการตรวจสอบแบบสามเส้าในการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งเป็นวิธีการตรวจสอบเพื่อยืนยันความถูกต้องของข้อมูลจากแหล่งข้อมูลหลายแหล่งและใช้ระเบียบวิธีวิจัยที่หลากหลายในการศึกษาปรากฏการณ์เดียวกัน โดยใช้การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล โดยการตรวจสอบแหล่งที่มาของข้อมูลในด้านบุคคล เพื่อพิสูจน์ว่าข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มานั้นมีความถูกต้อง และเพื่อตรวจสอบผลการวิจัยว่ามีความน่าเชื่อถือ และถูกต้องตามระเบียบวิธีวิจัย (Denzin and Lincoln, 1994; องอาจ นัยพัฒน์, 2548; สุภางค์ จันทวานิช, 2555) นำข้อมูลมาสรุปเนื้อหาแยกตามประเด็นการสนทนากลุ่ม นำเสนอในรูปความเรียง เพื่อนำข้อมูลไปใช้สรุปประเด็น วางแผนและแก้ไขเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาและเสนอแนวทางในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ขั้นตอนที่ 1.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการประเมินศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จากเจ้าของงานประชุมและผู้จัดแสดงสินค้า/นิทรรศการ

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปเก็บรวบรวมข้อมูล แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์ นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปตารางประกอบความเรียงเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่ออุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านต่างๆ ได้แก่

- ด้านผลิตภัณฑ์
- ด้านราคา
- ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
- ด้านการส่งเสริมการขาย
- ด้านผู้จัดงาน/ผู้เข้าร่วมงาน
- ด้านกระบวนการวางแผน
- ด้านกระบวนการหลังการจัดงาน

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญของทรัพยากรการบริหารที่มีต่อสถานที่จัดงาน ของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านต่างๆ ได้แก่

- ด้านบุคลากร
- ด้านการเงิน
- ด้านวัสดุอุปกรณ์
- ด้านการจัดการ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการประเมินศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ของผู้ตอบแบบสอบถามในด้านต่างๆ ได้แก่

- ด้านสถานที่จัดงาน
- ด้านผู้รับจัดงาน
- ด้านการคมนาคมขนส่ง
- ด้านที่พัก
- ด้านอาหารและเครื่องดื่ม
- ด้านธุรกิจนำเที่ยว
- ด้านธุรกิจบันเทิง
- ด้านสินค้าที่ระลึก
- ด้านความปลอดภัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้วิจัยนำข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามมาแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ ดังตารางที่ 1-6

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	110	27.50
หญิง	290	72.50
รวม	**400**	**100.00**

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 290 คน คิดเป็นร้อยละ 72.50

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
อายุ 21-30 ปี	224	56.00
อายุ 31-40 ปี	132	33.00
อายุ 41-50 ปี	37	9.25
อายุ 51-60 ปี	7	1.75
อายุ 61 ปีขึ้นไป	-	0.00
รวม	**400**	**100.00**

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 21-30 ปี จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56.00 รองลงมาคือผู้ที่มีอายุ 31-40 ปีจำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	50	12.50
ปริญญาตรี/อนุปริญญา	212	53.00
ปริญญาโท	122	30.50
ปริญญาเอก	16	4.00
รวม	**400**	**100.00**

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี/อนุปริญญา จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.00 รองลงมาคือมีระดับการศึกษาปริญญาโท จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.50

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามภูมิภาคที่ทำงานปัจจุบัน

ที่ทำงาน	จำนวน	ร้อยละ
กรุงเทพมหานคร	97	24.25
ภาคใต้	295	73.75
ภาคเหนือ	-	0.00
ภาคกลาง	4	1.00
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	2	0.50
ภาคตะวันออก	2	0.50
รวม	**400**	**100.00**

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ทำงานอยู่ในภาคใต้ จำนวน 295 คน คิดเป็นร้อยละ 73.75

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเภทของงานที่เข้าร่วม

ประเภทของงาน	จำนวน	ร้อยละ
การประชุมสัมมนาภายในองค์กร	82	20.50
การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	21	5.25
การประชุมสัมมนาวิชาชีพ	133	33.25
งานแสดงสินค้าและนิทรรศการ	164	41.00
รวม	**400**	**100.00**

จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เข้าร่วมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00 รองลงมาคือการประชุม สัมมนาวิชาชีพ จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.25

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามขนาดของงานที่เข้าร่วม

ขนาดของงาน	จำนวน	ร้อยละ
เล็ก	43	10.75
กลาง	226	56.50
ใหญ่	131	32.75
รวม	**400**	**100.00**

จากตารางที่ 6 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เข้าร่วมงานขนาดกลาง จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 56.50 รองลงมาคืองานขนาดใหญ่ จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.75

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้วิจัยนำข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามมาแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ ดังตารางที่ 7-9

ตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสื่อที่ได้รับข้อมูลข่าวสารของงานที่เข้าร่วม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

สื่อ	จำนวน	ร้อยละ
โทรทัศน์	37	9.25
บริษัทนำเที่ยว	19	4.75
หนังสือพิมพ์	26	6.50
นิตยสาร/วารสาร	57	14.25
อินเตอร์เน็ต	171	42.75
ป้ายโฆษณากลางแจ้ง	190	47.50
แผ่นพับ/โบรชัวร์	108	27.00
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	21	5.25
สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ	59	14.75

จากตารางที่ 7 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารแหล่งท่องเที่ยวจากป้ายโฆษณากลางแจ้ง จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.50 รองลงมาคือได้รับข้อมูลข่าวสารแหล่งท่องเที่ยวจากอินเตอร์เน็ต จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 42.75

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 8 จำนวนและร้อยละพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามพาหนะในการเดินทางมาอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

พาหนะ	จำนวน	ร้อยละ
เครื่องบิน	140	35.00
รถไฟ	-	0.00
รถโดยสารประจำทาง	24	6.00
รถส่วนตัวและรถนำเที่ยว	236	59.00
รวม	**400**	**100.00**

จากตารางที่ 8 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาอำเภอหาดใหญ่โดยรถส่วนตัวและรถนำเที่ยว จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 59.00 รองลงมาคือเครื่องบิน จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามแหล่งท่องเที่ยวที่นิยมเดินทางไป(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

แหล่งท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
วัด	96	24.00
ตลาดกิมหยง-ตลาดสันติสุข	258	64.50
ห้างสรรพสินค้า	297	74.25
สวนสาธารณะเทศบาลนครหาดใหญ่	120	30.00
สถานที่ท่องเที่ยวกลางคืน	84	21.00

จากตารางที่ 9 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นิยมเดินทางไปห้างสรรพสินค้า จำนวน 297 คน คิดเป็นร้อยละ 74.25 รองลงมาคือตลาดกิมหยง-ตลาดสันติสุข จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 64.50

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่ออุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังตารางที่ 10-17

ตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่ออุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความสำคัญ
ด้านผลิตภัณฑ์	3.82	0.66	มาก
ด้านราคา	3.57	0.88	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.93	0.80	มาก
ด้านการส่งเสริมการขาย	3.69	0.78	มาก
ด้านผู้จัดงาน/ผู้เข้าร่วมงาน	3.81	0.77	มาก
ด้านกระบวนการวางแผน	3.81	0.76	มาก
ด้านกระบวนการหลังการจัดงาน	3.76	0.74	มาก
รวม	**3.76**	**0.52**	**มาก**

จากตารางที่ 10 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่ออุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา อยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านผู้จัดงาน/ผู้เข้าร่วมงาน และด้านกระบวนการวางแผน ด้านกระบวนการหลังการจัดงาน ด้านการส่งเสริมการขาย และด้านราคา

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความสำคัญ
ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	3.93	0.60	มาก
ขนาดและจำนวนของห้องประชุมห้องแสดงสินค้า/นิทรรศการ	3.77	0.66	มาก
จำนวนเครื่องมือ อุปกรณ์ที่ใช้ในการประชุม การแสดงสินค้า/นิทรรศการมีเพียงพอกับความต้องการใช้	3.79	0.67	มาก
คุณภาพของเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการประชุม การแสดงสินค้านิทรรศการมีมาตรฐานระดับนานาชาติ/ชาติ	3.80	0.71	มาก
เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการประชุม การแสดงสินค้า/นิทรรศการ ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ ทันสมัย	3.81	0.68	มาก
รวม	**3.82**	**0.66**	**มาก**

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

จากตารางที่ 11 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากทุกประเด็น ได้แก่ ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการประชุม/การแสดงสินค้า/นิทรรศการ ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ ทันสมัยคุณภาพของเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการประชุม/การแสดงสินค้า/นิทรรศการ มีมาตรฐานระดับนานาชาติ/ชาติ จำนวนเครื่องมือ อุปกรณ์ที่ใช้ในการประชุม/การแสดงสินค้า/นิทรรศการ มีเพียงพอกับความต้องการใช้และขนาดและจำนวนของห้องประชุม/ห้องแสดงสินค้า/นิทรรศการ

ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านราคา

ด้านราคา	ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความสำคัญ
ราคาค่าเช่าที่จ่ายมีความคุ้มค่า คุ้มราคา	3.56	0.76	มาก
ราคาค่าเช่าเหมาะสมกับสิ่งอำนวยความสะดวกของสถานที่จัดงาน	3.64	0.77	มาก
ราคาค่าเช่ามีความยืดหยุ่น สามารถต่อรองได้	3.48	0.88	ปานกลาง
มีการนำเสนอราคาที่น่าสนใจแก่ผู้จัดงาน	3.58	0.77	มาก
รวม	**3.57**	**0.88**	**มาก**

จากตารางที่ 12 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านราคาส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคาค่าเช่าเหมาะสมกับสิ่งอำนวยความสะดวกของสถานที่จัดงาน มีการนำเสนอราคาที่น่าสนใจแก่ผู้จัดงาน และราคาค่าเช่าที่จ่ายมีความคุ้มค่า คุ้มราคา ยกเว้นประเด็นเรื่องราคาค่าเช่ามีความยืดหยุ่น สามารถต่อรองได้ ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความสำคัญ
สถานที่จัดงานมีที่ตั้งเหมาะสม	4.07	0.74	มาก
มีระบบขนส่ง (มวลชน/สาธารณะ) เข้าถึงสถานที่จัดงาน	3.70	0.90	มาก
ความปลอดภัยของสถานที่จัดงาน	4.05	0.73	มาก
ที่จอดรถมีเพียงพอ	3.92	0.87	มาก
มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยอย่างทั่วถึง	3.92	0.76	มาก
รวม	**3.93**	**0.80**	**มาก**

จากตารางที่ 13 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ในระดับมากทุกประเด็น ได้แก่ สถานที่จัดงานมีที่ตั้งเหมาะสม ความปลอดภัยของสถานที่จัดงานที่จอดรถมีเพียงพอและมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยอย่างทั่วถึงและมีระบบขนส่ง (มวลชน/สาธารณะ) เข้าถึงสถานที่จัดงาน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย

ด้านการส่งเสริมการขาย	ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความสำคัญ
มีการออกบูธเพื่อสร้างแรงกระตุ้นให้มีการจัดงาน	3.76	0.72	มาก
มีรูปแบบการนำเสนอสถานที่จัดงานที่น่าสนใจผ่านทางแผ่นพับต่างๆ	3.65	0.75	มาก
มีความร่วมมือกับหน่วยงาน/สมาคมต่างๆ เพื่อดึงดูดงานให้เข้ามาจัดในพื้นที่	3.73	0.73	มาก
การให้ส่วนลดสำหรับสถานที่พักหรือตั๋วเครื่องบิน	3.58	0.99	มาก
สถานที่จัดงาน มีการประชาสัมพันธ์งานประชุม/งานแสดงสินค้า/นิทรรศการต่างๆ ที่จัดภายในสถานที่จัดงาน	3.71	0.73	มาก
รวม	**3.69**	**0.78**	**มาก**

จากตารางที่ 14 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายอยู่ในระดับมากทุกประเด็น ได้แก่ มีการออกบูธเพื่อสร้างแรงกระตุ้นให้มีการจัดงาน สถานบันเทิงและแหล่งมหรสพมีป้ายสัญลักษณ์ ตั้งอยู่ในทำเลที่ค้นหาได้สะดวกมีความร่วมมือกับหน่วยงาน/สมาคมต่างๆเพื่อดึงดูดงานให้เข้ามาจัดในพื้นที่ สถานที่จัดงาน มีการประชาสัมพันธ์งานประชุม/งานแสดงสินค้า/นิทรรศการต่างๆ ที่จัดภายในสถานที่จัดงานมีรูปแบบการนำเสนอสถานที่จัดงานที่น่าสนใจผ่านทางแผ่นพับต่างๆและการให้ส่วนลดสำหรับสถานที่พักหรือตั๋วเครื่องบิน

ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านผู้จัดงาน/ผู้เข้าร่วมงาน

ด้านผู้จัดงาน/ผู้เข้าร่วมงาน	ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความสำคัญ
การดูแลเอาใจใส่ ความกระตือรือร้นของผู้ให้บริการ	3.76	0.76	มาก
ความรวดเร็วในการบริการ	3.75	0.82	มาก
ความมีประสิทธิภาพในการทำงาน	3.85	0.75	มาก
ผู้จัดงานมีความรู้ความเข้าใจในการจัดงานประชุม/งานแสดงสินค้า/นิทรรศการ เป็นอย่างดี	3.88	0.76	มาก
รวม	**3.81**	**0.77**	**มาก**

จากตารางที่ 15 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านผู้จัดงาน/ผู้เข้าร่วมงานอยู่ในระดับมากทุกประเด็น ได้แก่ ผู้จัดงานมีความรู้ความเข้าใจในการจัดงานประชุม/งานแสดงสินค้า/นิทรรศการ เป็นอย่างดีความมีประสิทธิภาพในการทำงาน การดูแลเอาใจใส่ความกระตือรือร้นของผู้ให้บริการ และความรวดเร็วในการบริการ

Chulalongkorn University

ตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการวางแผน

ด้านกระบวนการวางแผน	ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความสำคัญ
การประสานงานระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ	3.82	0.75	มาก
ระบบรักษาความปลอดภัย	3.88	0.78	มาก
แผนบริหารความเสี่ยงและการดำเนินงานฉุกเฉิน	3.70	0.76	มาก
มีการจัดระบบการจราจรภายในสถานที่จัดงานเป็นอย่างดี	3.84	0.75	มาก
รวม	**3.81**	**0.76**	**มาก**

จากตารางที่ 16 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านกระบวนการวางแผนอยู่ในระดับมากทุกประเด็น ได้แก่ ระบบรักษาความปลอดภัยมีการจัดระบบการจราจรภายในสถานที่จัดงานเป็นอย่างดี การประสานงานระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ และแผนบริหารความเสี่ยงและการดำเนินงานฉุกเฉิน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 17 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านกระบวนการหลังการจัดงาน

ด้านกระบวนการหลังการจัดงาน	ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความสำคัญ
มีการประเมินผลการจัดงานด้านคุณภาพและความพึงพอใจจากผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงาน	3.84	0.71	มาก
ประสิทธิภาพและความครอบคลุมของสื่อและเครื่องมือ	3.76	0.74	มาก
การเน้นย้ำถึงความสำเร็จของงานผ่านการประชาสัมพันธ์	3.70	0.76	มาก
การแสดงความขอบคุณแก่ผู้ที่มีส่วนร่วมในงานนั้นๆ	3.72	0.75	มาก
รวม	**3.76**	**0.74**	**มาก**

จากตารางที่ 17 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านกระบวนการหลังการจัดงานอยู่ในระดับมากทุกประเด็น ได้แก่ มีการประเมินผลการจัดงานด้านคุณภาพและความพึงพอใจจากผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงาน ประสิทธิภาพและความครอบคลุมของสื่อและเครื่องมือการแสดงความขอบคุณแก่ผู้ที่มีส่วนร่วมในงานนั้นๆและการเน้นย้ำถึงความสำเร็จของงานผ่านการประชาสัมพันธ์

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญของทรัพยากรการบริหารที่มีต่อสถานที่จัดงาน ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังตารางที่ 18-22

ตารางที่ 18 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อระดับความสำคัญของทรัพยากรการบริหารที่มีต่อสถานที่จัดงาน

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความสำคัญ
ด้านบุคลากร	3.84	0.71	มาก
ด้านการเงิน	3.72	0.78	มาก
ด้านวัสดุอุปกรณ์	3.92	0.77	มาก
ด้านการจัดการ	3.88	0.78	มาก
รวม	**3.84**	**0.58**	**มาก**

จากตารางที่ 18 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญของทรัพยากรการบริหารที่มีต่อสถานที่จัดงานอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านวัสดุอุปกรณ์ ด้านการจัดการ ด้านบุคลากร และด้านการเงิน

ตารางที่ 19 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านบุคลากร

ด้านบุคลากร	ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความสำคัญ
บุคลากร/เจ้าหน้าที่มีจำนวนเพียงพอและมีประสิทธิภาพในการทำงาน	3.88	0.71	มาก
บุคลากร/เจ้าหน้าที่มีความเป็นมืออาชีพสามารถแก้ปัญหาได้ดี	3.79	0.74	มาก
บุคลากร/เจ้าหน้าที่มีความรู้ ประสบการณ์	3.87	0.67	มาก
บุคลากร/เจ้าหน้าที่มีคุณสมบัติตรงตามความต้องการ	3.81	0.72	มาก
รวม	**3.84**	**0.71**	**มาก**

จากตารางที่ 19 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านบุคลากรอยู่ในระดับมากทุกประเด็น ได้แก่ บุคลากร/เจ้าหน้าที่มีจำนวนเพียงพอและมีประสิทธิภาพในการทำงานบุคลากร/เจ้าหน้าที่มีความรู้ ประสบการณ์ บุคลากร/เจ้าหน้าที่มีคุณสมบัติตรงตามความต้องการ และ บุคลากร/เจ้าหน้าที่มีความเป็นมือ อาชีพสามารถแก้ปัญหาได้ดี

Chulalongkorn University

ตารางที่ 20 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการเงิน

ด้านการเงิน	ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความสำคัญ
มีการสนับสนุนงบประมาณอย่างเหมาะสม	3.68	0.79	มาก
มีแผนการใช้จ่ายเงินที่ชัดเจน	3.70	0.78	มาก
เงินทุนในการดำเนินงานมีความเป็นระบบระเบียบ	3.76	0.78	มาก
รวม	**3.72**	**0.78**	**มาก**

จากตารางที่ 20 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการเงิน โดยรวมอยู่ในระดับมากทุกประเด็น ได้แก่ เงินทุนในการดำเนินงานมีความเป็นระบบระเบียบมีแผนการใช้จ่ายเงินที่ชัดเจนและมีการสนับสนุนงบประมาณอย่างเหมาะสม

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 21 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านวัสดุอุปกรณ์

ด้านวัสดุอุปกรณ์	ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความสำคัญ
มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆในสถานที่จัดงานครบถ้วน	3.96	0.72	มาก
มีความพร้อมในระบบแสง สี เสียง	3.93	0.75	มาก
วัสดุอุปกรณ์ต่างๆมีความทันสมัย	3.89	0.77	มาก
โต๊ะ เก้าอี้มีความเพียงพอ	3.89	0.83	มาก
รวม	**3.92**	**0.77**	**มาก**

จากตารางที่ 21 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านวัสดุอุปกรณ์ อยู่ในระดับมากทุกประเด็น ได้แก่ มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆในสถานที่จัดงานครบถ้วนมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆในสถานที่จัดงานครบถ้วน และวัสดุอุปกรณ์ต่างๆมีความทันสมัยและโต๊ะ เก้าอี้มีความเพียงพอ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 22 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยด้านการจัดการ

ด้านการจัดการ	ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความสำคัญ
มีการดูแล/บำรุงรักษาให้ทันสมัย พร้อมรองรับการจัดงานตลอดเวลา	3.93	0.72	มาก
มีการจัดการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	3.88	0.78	มาก
การจัดงานมีความน่าสนใจ	3.81	0.83	มาก
รวม	**3.88**	**0.78**	**มาก**

จากตารางที่ 22 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการจัดการอยู่ในระดับมากทุกประเด็น ได้แก่ มีการดูแล/บำรุงรักษาให้ทันสมัย พร้อมรองรับการจัดงานตลอดเวลา มีการจัดการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและการจัดงานทีความน่าสนใจ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการประเมินศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังตารางที่ 23-32

ตารางที่ 23 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ปัจจัย	ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความสำคัญ
ด้านสถานที่จัดงาน	3.79	0.83	มาก
ด้านผู้รับจัดงาน	3.75	0.76	มาก
ด้านการคมนาคมขนส่ง	3.61	0.84	มาก
ด้านที่พัก	3.87	0.77	มาก
ด้านอาหารและเครื่องดื่ม	3.93	0.71	มาก
ด้านธุรกิจนำเที่ยว	3.66	0.78	มาก
ด้านธุรกิจบันเทิง	3.79	0.77	มาก
ด้านสินค้าที่ระลึก	3.53	0.80	มาก
ด้านความปลอดภัย	3.63	0.75	มาก
รวม	**3.72**	**0.53**	**มาก**

จากตารางที่ 23 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญเกี่ยวกับการประเมินศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา อยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านที่พัก ด้านสถานที่จัดงาน ด้านธุรกิจบันเทิง ด้านผู้รับจัดงาน ด้านธุรกิจนำเที่ยว ด้านความปลอดภัย ด้านการคมนาคมขนส่ง และด้านสินค้าที่ระลึก

ตารางที่ 24 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ด้านสถานที่จัดงาน

ด้านสถานที่จัดงาน	ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความสำคัญ
สถานที่จัดงานมีขนาดใหญ่ มีจำนวนและประเภทห้องที่หลากหลาย	3.90	0.72	มาก
สามารถปรับเปลี่ยนการจัดแผนผังและการติดตั้งอุปกรณ์ต่างๆได้สะดวก (Multi-Purpose Usage)	3.76	0.74	มาก
ที่จอดรถมีปริมาณเพียงพอ	3.82	0.90	มาก
มีการบริการจัดอาหาร	3.68	0.95	มาก
รวม	**3.79**	**0.83**	**มาก**

จากตารางที่ 24 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพด้านสถานที่จัดงานอยู่ในระดับมากทุกประเด็น ได้แก่ สถานที่จัดงานมีขนาดใหญ่ มีจำนวนและประเภทห้องที่หลากหลาย ที่จอดรถมีปริมาณเพียงพอสามารถปรับเปลี่ยนการจัดแผนผังและการติดตั้งอุปกรณ์ต่างๆได้สะดวก (Multi-Purpose Usage) และมีการบริการจัดอาหาร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 25 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ด้านผู้รับจัดงาน

ด้านผู้รับจัดงาน	ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความสำคัญ
ความสร้างสรรค์ในการจัดงาน	3.83	0.74	มาก
การนำเทคโนโลยีต่างๆมาประยุกต์ใช้	3.75	0.76	มาก
โบรชัวร์ของงานมีความน่าสนใจ	3.66	0.78	มาก
ให้ข้อมูลรายละเอียดต่างๆได้อย่างถูกต้อง	3.75	0.72	มาก
มีรูปแบบการจัดงานที่น่าสนใจ	3.76	0.79	มาก
รวม	**3.75**	**0.76**	**มาก**

จากตารางที่ 25 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพด้านผู้รับจัดงานอยู่ในระดับมากทุกประเด็น ได้แก่ ความสร้างสรรค์ในการจัดงาน มีรูปแบบการจัดงานที่น่าสนใจ การนำเทคโนโลยีต่างๆมาประยุกต์ใช้และให้ข้อมูลรายละเอียดต่างๆได้อย่างถูกต้องและโบรชัวร์ของงานมีความน่าสนใจ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 26 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ด้านการคมนาคมขนส่ง

ด้านการคมนาคมขนส่ง	ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความสำคัญ
มีระบบการขนส่งมวลชนที่ครอบคลุม มีประสิทธิภาพ	3.64	0.84	มาก
มีจำนวนผู้ประกอบการด้านการขนส่งที่เพียงพอ	3.61	0.82	มาก
ค่าบริการในการขนส่งมีความเหมาะสม	3.59	0.83	มาก
มีเทคโนโลยีความทันสมัยของการให้บริการ (การจองตั๋วเดินทาง e-ticket)	3.59	0.88	มาก
รวม	**3.61**	**0.84**	**มาก**

จากตารางที่ 26 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพด้านการคมนาคมขนส่งอยู่ในระดับมากทุกประเด็น ได้แก่ มีระบบการขนส่งมวลชนที่ครอบคลุม มีประสิทธิภาพ มีจำนวนผู้ประกอบการด้านการขนส่งที่เพียงพอ ค่าบริการในการขนส่งมีความเหมาะสมและมีเทคโนโลยีความทันสมัยของการให้บริการ (การจองตั๋วเดินทาง e-ticket)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 27 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ด้านที่พัก

ด้านที่พัก	ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความสำคัญ
จำนวนที่พัก โรงแรมในอำเภอหาดใหญ่	3.98	0.75	มาก
คุณภาพและมาตรฐานของห้องพัก	3.81	0.79	มาก
มีค่าบริการที่พักเหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับบริการ	3.82	0.78	มาก
ความสะดวกสบายในการติดต่อจองห้องพัก	3.87	0.76	มาก
รวม	**3.87**	**0.77**	**มาก**

จากตารางที่ 27 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพด้านที่พักอยู่ในระดับมากทุกประเด็น ได้แก่ จำนวนที่พัก โรงแรมในอำเภอหาดใหญ่ ความสะดวกสบายในการติดต่อจองห้องพัก มีค่าบริการที่พักเหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับบริการ และคุณภาพและมาตรฐานของห้องพัก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 28 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ด้านอาหารและเครื่องดื่ม

ด้านอาหารและเครื่องดื่ม	ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความสำคัญ
จำนวนร้านอาหาร ภัตตาคารในอำเภอหาดใหญ่	4.00	0.71	มาก
ร้านอาหารตั้งอยู่ในทำเลที่หาง่าย เดินทางสะดวก	3.93	0.74	มาก
มีประเภทอาหารให้เลือกหลากหลาย	3.95	0.70	มาก
อาหารมีคุณภาพ ถูกหลักอนามัย	3.83	0.67	มาก
รวม	**3.93**	**0.71**	**มาก**

จากตารางที่ 28 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพด้านอาหารและเครื่องดื่มอยู่ในระดับมากทุกประเด็น ได้แก่ จำนวนร้านอาหาร ภัตตาคารในอำเภอหาดใหญ่ มีประเภทอาหารให้เลือกหลากหลายร้านอาหารตั้งอยู่ในทำเลที่หาง่าย เดินทางสะดวก และอาหารมีคุณภาพ ถูกหลักอนามัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 29 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ด้านธุรกิจนำเที่ยว

ด้านธุรกิจนำเที่ยว	ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความสำคัญ
จำนวนบริษัทผู้ประกอบการด้านธุรกิจนำเที่ยว	3.74	0.77	มาก
จำนวนมัคคุเทศก์ในการนำเที่ยว	3.62	0.78	มาก
ขีดความสามารถในการสื่อสารของมัคคุเทศก์ในการนำเที่ยว	3.63	0.79	มาก
ค่าใช้จ่ายด้านธุรกิจนำเที่ยวมีความเหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับบริการ	3.65	0.79	มาก
รวม	**3.66**	**0.78**	**มาก**

จากตารางที่ 29 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพด้านธุรกิจนำเที่ยวอยู่ในระดับมากทุกประเด็น ได้แก่ จำนวนบริษัทผู้ประกอบการด้านธุรกิจนำเที่ยว ค่าใช้จ่ายด้านธุรกิจนำเที่ยวมีความเหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับบริการขีดความสามารถในการสื่อสารของมัคคุเทศก์ในการนำเที่ยว และจำนวนมัคคุเทศก์ในการนำเที่ยว

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 30 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ด้านธุรกิจบันเทิง

ด้านธุรกิจบันเทิง	ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความสำคัญ
จำนวนสถานบันเทิงและแหล่งมหรสพ	3.88	0.78	มาก
จำนวนบุคลากรในการให้บริการ	3.79	0.75	มาก
ขีดความสามารถของบุคลากรในการให้บริการ	3.70	0.76	มาก
สถานบันเทิงและแหล่งมหรสพมีป้ายสัญลักษณ์ตั้งอยู่ในทำเลที่ค้นหาได้สะดวก	3.78	0.78	มาก
รวม	**3.79**	**0.77**	**มาก**

จากตารางที่ 30 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพด้านธุรกิจบันเทิงอยู่ในระดับมากทุกประเด็น ได้แก่ จำนวนสถานบันเทิงและแหล่งมหรสพ จำนวนบุคลากรในการให้บริการ สถานบันเทิงและแหล่งมหรสพมีป้ายสัญลักษณ์ตั้งอยู่ในทำเลที่ค้นหาได้สะดวกและขีดความสามารถของบุคลากรในการให้บริการ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 31 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ด้านสินค้าที่ระลึก

ด้านสินค้าที่ระลึก	ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความสำคัญ
จำนวนร้านค้าของที่ระลึก	3.53	0.79	มาก
ความหลากหลายของสินค้าที่ระลึก	3.50	0.84	มาก
จำนวนบุคลากรในการให้บริการของร้านค้า	3.55	0.80	มาก
ขีดความสามารถของบุคลากรในการให้บริการ	3.52	0.77	มาก
ค่าสินค้าของที่ระลึกมีความเหมาะสมต่อคุณภาพของสินค้า	3.54	0.81	มาก
รวม	**3.53**	**0.80**	**มาก**

จากตารางที่ 31 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพด้านสินค้าที่ระลึกอยู่ในระดับมากทุกประเด็น ได้แก่ จำนวนบุคลากรในการให้บริการของร้านค้าค่าสินค้าของที่ระลึกมีความเหมาะสมต่อคุณภาพของสินค้าจำนวนร้านค้าของที่ระลึก ขีดความสามารถของบุคลากรในการให้บริการและความหลากหลายของสินค้าที่ระลึก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 32 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ด้านความปลอดภัย

ด้านความปลอดภัย	ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ระดับความสำคัญ
อำเภอหาดใหญ่เป็นเมืองที่มีความมั่นคงปลอดภัยในการเดินทางมาท่องเที่ยว	3.72	0.74	มาก
เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยในหาดใหญ่มีเพียงพอ	3.63	0.75	มาก
จำนวนอุปกรณ์/เครื่องมือรักษาความปลอดภัยเพียงพอ	3.62	0.74	มาก
เทคโนโลยีด้านระบบเตือนภัยมีคุณภาพดี	3.54	0.77	มาก
รวม	**3.63**	**0.75**	**มาก**

จากตารางที่ 32 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพด้านความปลอดภัยอยู่ในระดับมากทุกประเด็น ได้แก่ อำเภอหาดใหญ่เป็นเมืองที่มีความมั่นคงปลอดภัยในการเดินทางมาท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยในหาดใหญ่มีเพียงพอ จำนวนอุปกรณ์/เครื่องมือรักษาความปลอดภัยเพียงพอ และเทคโนโลยีด้านระบบเตือนภัยมีคุณภาพดี

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 33 ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product-Moment Correlation Coefficients)

ส่วนประสมทางการตลาด	ค่าสถิติ	ศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์								
		สถานที่จัดงาน	ผู้รับจัดงาน	การคมนาคมขนส่ง	ที่พัก	อาหารและเครื่องดื่ม	ธุรกิจนำเที่ยว	ธุรกิจบันเทิง	สินค้าที่ระลึก	ความปลอดภัย
ผลิตภัณฑ์	Pearson Correlation	0.411*	0.512*	0.419*	0.423*	0.349*	0.404*	0.397*	0.301*	0.414*
ราคา	Pearson Correlation	0.503*	0.411*	0.439*	0.417*	0.284*	0.423*	0.214*	0.374*	0.449*
ช่องทางการจัดจำหน่าย	Pearson Correlation	0.584*	0.520*	0.535*	0.457*	0.395*	0.416*	0.379*	0.397*	0.439*
การส่งเสริมการขาย	Pearson Correlation	0.503*	0.539*	0.460*	0.411*	0.285*	0.454*	0.271*	0.334*	0.457*
ผู้จัดงาน/ผู้เข้าร่วมงาน	Pearson Correlation	0.560*	0.610*	0.504*	0.468*	0.338*	0484*	0.361*	0.353*	0.442*
กระบวนการวางแผน	Pearson Correlation	0.508*	0.614*	0.541*	0.433*	0.393*	0.464*	0.390*	0.395*	0.496*
กระบวนการหลังการจัดงาน	Pearson Correlation	0.558*	0.669*	0.582*	0.544*	0.382*	0.541*	0.395*	0.390*	0.436*

* P< .05

จากตารางที่ 33 แสดงให้เห็นว่า

1. ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์(Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย(Place) ด้านการส่งเสริมการขาย(Promotion) ด้านผู้จัดงาน/ผู้เข้าร่วมงาน(People) ด้านกระบวนการวางแผน(Planning Process) และด้านกระบวนการหลังการจัดงาน(Post Sale Process) กับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาด้านสถานที่จัดงาน(Venues) มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันปานกลาง

2. ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์(Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย(Place) และด้านการส่งเสริมการขาย(Promotion) กับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาด้านผู้รับจัดงาน(Organizer) มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันปานกลาง ส่วนด้านผู้จัด

งาน/ผู้เข้าร่วมงาน(People) ด้านกระบวนการวางแผน(Planning Process) และด้านกระบวนการหลังการจัดงาน(Post Sale Process) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันสูง

3. ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์(Product) ด้านราคา(Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย(Place) ด้านการส่งเสริมการขาย(Promotion) ด้านผู้จัดงาน/ผู้เข้าร่วมงาน(People) ด้านกระบวนการวางแผน(Planning Process) และด้านกระบวนการหลังการจัดงาน(Post Sale Process) กับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาด้านการคมนาขนส่ง(Transportation) มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันปานกลาง

4. ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์(Product) ด้านราคา(Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย(Place) ด้านการส่งเสริมการขาย(Promotion) ด้านผู้จัดงาน/ผู้เข้าร่วมงาน(People) ด้านกระบวนการวางแผน(Planning Process) และด้านกระบวนการหลังการจัดงาน(Post Sale Process) กับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาด้านที่พัก(Accommodation) มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันปานกลาง

5. ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์(Product) ด้านราคา(Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย(Place) ด้านการส่งเสริมการขาย(Promotion) ด้านผู้จัดงาน/ผู้เข้าร่วมงาน(People) และด้านกระบวนการวางแผน(Planning Process) และด้านกระบวนการหลังการจัดงาน(Post Sale Process) กับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาด้านอาหารและเครื่องดื่ม(Food and Beverage) มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันต่ำ

6. ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์(Product) ด้านราคา(Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย(Place) ด้านการส่งเสริมการขาย(Promotion) ด้านผู้จัดงาน/ผู้เข้าร่วมงาน(People) ด้านกระบวนการวางแผน(Planning Process) และด้านกระบวนการหลังการจัดงาน(Post Sale Process) กับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาด้านธุรกิจนำเที่ยว(Tour Operator) มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันปานกลาง

7. ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดด้านด้านผลิตภัณฑ์(Product) ด้านราคา(Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย(Place) ด้านการส่งเสริมการขาย(Promotion) ด้านผู้จัดงาน/ผู้เข้าร่วมงาน(People) ด้านกระบวนการวางแผน(Planning Process) และด้านกระบวนการหลังการจัดงาน(Post Sale Process) กับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ด้านธุรกิจบันเทิง(Entertainment) มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันต่ำ

8. ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์(Product) ด้านราคา(Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย(Place) ด้านการส่งเสริมการขาย(Promotion) ด้านผู้จัดงาน/ผู้เข้าร่วมงาน(People) และด้านกระบวนการวางแผน(Planning Process) และด้านกระบวนการหลังการจัดงาน(Post Sale Process) มีความสัมพันธ์กับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาด้านสินค้าที่ระลึก(Souvenir) มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันต่ำ

9. ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์(Product) ด้านราคา(Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย(Place) ด้านการส่งเสริมการขาย(Promotion) ด้านผู้จัดงาน/ผู้เข้าร่วมงาน(People) ด้านกระบวนการวางแผน(Planning Process) และด้านกระบวนการหลังการจัดงาน(Post Sale Process) กับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาด้านความปลอดภัย(Security) มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันปานกลาง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 34 ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์กับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product-Moment Correlation Coefficients)

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	ค่าสถิติ	ศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์								
		สถานที่จัดงาน	ผู้รับจัดงาน	การคมนาคมขนส่ง	ที่พัก	อาหารและเครื่องดื่ม	ธุรกิจนำเที่ยว	ธุรกิจบันเทิง	สินค้าที่ระลึก	ความปลอดภัย
ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	Pearson Correlation	0.328*	0.325*	0.221*	0.303*	0.377*	0.361*	0.355*	0.282*	0.272*
ขนาดและจำนวนของห้องประชุม ห้องแสดงสินค้า/นิทรรศการ	Pearson Correlation	0.358*	0.372*	0.226*	0.277*	0.240*	0.272*	0.300*	0.270*	0.301*
จำนวนเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการประชุม การแสดงสินค้า/นิทรรศการมีเพียงพอกับความต้องการใช้	Pearson Correlation	0.362*	0.460*	0.237*	0.325*	0.289*	0.270*	0.342*	0.219*	0.286*
คุณภาพของเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการประชุม การแสดงสินค้า/นิทรรศการ มีมาตรฐานระดับนานาชาติ/ชาติ	Pearson Correlation	0.332*	0.415*	0.204*	0.244*	0.231*	0.202*	0.254*	0.207*	0.306*
เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการประชุม การแสดงสินค้า/นิทรรศการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ทันสมัย	Pearson Correlation	0.399*	0.485*	0.259*	0.279*	0.284*	0.337*	0.359*	0.266*	0.342*

* P< .05

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

จากตารางที่ 34 แสดงให้เห็นว่า

1. ความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นเรื่องความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

2. ความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นเรื่องขนาดและจำนวนของห้องประชุมห้องแสดงสินค้า/นิทรรศการกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

3. ความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นเรื่องจำนวนเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการประชุมการแสดงสินค้า/นิทรรศการมีเพียงพอกับความต้องการใช้กับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ ยกเว้นด้านผู้รับจัดงานที่มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง

4. ความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นเรื่องคุณภาพของเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการประชุมการแสดงสินค้า/นิทรรศการมีมาตรฐานระดับนานาชาติ/ชาติกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำยกเว้นด้านผู้รับจัดงานที่มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง

5. ความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นเรื่องเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการประชุมการแสดงสินค้า/นิทรรศการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ทันสมัยกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ ยกเว้นด้านผู้รับจัดงานที่มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง

ตารางที่ 35 ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดด้านราคากับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product-Moment Correlation Coefficients)

ด้านราคา (Price)	ค่าสถิติ	ศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์								
		สถานที่จัดงาน	ผู้รับจัดงาน	การคมนาคมขนส่ง	ที่พัก	อาหารและเครื่องดื่ม	ธุรกิจนำเที่ยว	ธุรกิจบันเทิง	สินค้าที่ระลึก	ความปลอดภัย
ราคาค่าเช่าที่จ่ายมีความคุ้มค่าคุ้มราคา	Pearson Correlation	0.420*	0.366*	0.364*	0.348*	0.252*	0.305*	0.214*	0.306*	0.365*
ราคาค่าเช่าเหมาะสมกับสิ่งอำนวยความสะดวกของสถานที่จัดงาน	Pearson Correlation	0.454*	0.374*	0.421*	0.299*	0.239*	0.337*	0.211*	0.325*	0.426*
ราคาค่าเช่ามีความยืดหยุ่นสามารถต่อรองได้	Pearson Correlation	0.396*	0.209*	0.349*	0.282*	0.201*	0.283*	0.244*	0.305*	0.350*
มีการนำเสนอราคาที่น่าสนใจแก่ผู้จัดงาน	Pearson Correlation	0.404*	0.332*	0.404*	0.312*	0.242*	0.379*	0.223*	0.325*	0.368*

* P< .05

จากตารางที่ 35 แสดงให้เห็นว่า

1. ความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นเรื่องราคาค่าเช่าที่จ่ายมีความคุ้มค่า คุ้มราคากับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ ยกเว้นด้านสถานที่จัดงานที่มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง

2. ความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นเรื่องราคาค่าเช่าเหมาะสมกับสิ่งอำนวยความสะดวกของสถานที่จัดงานกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ ยกเว้นด้านสถานที่จัดงาน ด้านการคมนาคมขนส่ง และด้านความปลอดภัย ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง

3. ความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นเรื่องราคาค่าเช่ามีความยืดหยุ่นสามารถต่อรองได้กับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

4. ความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นเรื่องมีการนำเสนอราคาที่น่าสนใจแก่ผู้จัดงานกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ ยกเว้นด้านสถานที่จัดงานและด้านการคมนาคมขนส่ง ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง

ตารางที่ 36 ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product-Moment Correlation Coefficients)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	ค่าสถิติ	ศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์								
		สถานที่จัดงาน	ผู้รับจัดงาน	การคมนาคมขนส่ง	ที่พัก	อาหารและเครื่องดื่ม	ธุรกิจนำเที่ยว	ธุรกิจบันเทิง	สินค้าที่ระลึก	ความปลอดภัย
สถานที่จัดงานมีที่ตั้งเหมาะสม	Pearson Correlation	0.441*	0.512*	0.333*	0.351*	0.340*	0.290*	0.357*	0.262*	0.357*
มีระบบขนส่ง (มวลชน/สาธารณะ)เข้าถึงสถานที่จัดงาน	Pearson Correlation	0.453*	0.371*	0.561*	0.430*	0.334*	0.360*	0.254*	0.352*	0.322*
ความปลอดภัยของสถานที่จัดงาน	Pearson Correlation	0.381*	0.378*	0.373*	0.302*	0.387*	0.298*	0.361*	0.297*	0.304*
ที่จอดรถมีเพียงพอ	Pearson Correlation	0.558*	0.369*	0.400*	0.367*	0.364*	0.375*	0.236*	0.334*	0.356*
มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยอย่างทั่วถึง	Pearson Correlation	0.522*	0.497*	0.480*	0.390*	0.418*	0.352*	0.354*	0.356*	0.445*

* P< .05

จากตารางที่ 36 แสดงให้เห็นว่า

1. ความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นเรื่องสถานที่จัดงานมีที่ตั้งเหมาะสมกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ ยกเว้นด้านสถานที่จัดงานและด้านผู้รับจัดงาน ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง

2. ความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นเรื่องมีระบบขนส่ง (มวลชน/สาธารณะ) เข้าถึงสถานที่จัดงานกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ ยกเว้นด้านสถานที่จัดงาน ด้านการคมนาคมขนส่ง และด้านที่พัก ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง

3. ความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นเรื่องความปลอดภัยของสถานที่จัดงานกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

4. ความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นเรื่องที่จอดรถมีเพียงพอกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำยกเว้นด้านสถานที่จัดงานที่มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง

5. ความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นเรื่องมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยอย่างทั่วถึงกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลางยกเว้นด้านที่พัก ด้านธุรกิจนำเที่ยว ด้านธุรกิจบันเทิง และด้านสินค้าที่ระลึก ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 37 ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการขายกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product-Moment Correlation Coefficients)

ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)	ค่าสถิติ	ศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์								
		สถานที่จัดงาน	ผู้รับจัดงาน	การคมนาคมขนส่ง	ที่พัก	อาหารและเครื่องดื่ม	ธุรกิจนำเที่ยว	ธุรกิจบันเทิง	สินค้าที่ระลึก	ความปลอดภัย
มีการออกบูธเพื่อสร้างแรงกระตุ้นให้มีการจัดงาน	Pearson Correlation	0.395*	0.411*	0.357*	0.376*	0.362*	0.394*	0.235*	0.304*	0.412*
มีรูปแบบการนำเสนอสถานที่จัดงานที่น่าสนใจผ่านทางแผ่นพับต่างๆ	Pearson Correlation	0.366*	0.498*	0.289*	0.262*	0.239*	0.367*	0.286*	0.200*	0.304*
มีความร่วมมือกับหน่วยงาน / สมาคมต่างๆเพื่อดึงดูดงานให้เข้ามาจัดในพื้นที่	Pearson Correlation	0.451*	0.500*	0.361*	0.385*	0.264*	0.335*	0.240*	0.221*	0.408*
การให้ส่วนลดสำหรับสถานที่พักหรือตั๋วเครื่องบิน	Pearson Correlation	0.386*	0.328*	0.450*	0.323*	0.282*	0.370*	0.280*	0.299*	0.335*
สถานที่จัดงานมีการประชาสัมพันธ์งานประชุม/นิทรรศการต่างๆที่จัดภายในสถานที่จัดงาน	Pearson Correlation	0.415*	0.448*	0.353*	0.299*	0.243*	0.342*	0.287*	0.302*	0.380*

* P< .05

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

จากตารางที่ 37 แสดงให้เห็นว่า

1. ความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นเรื่องมีการออกบูธเพื่อสร้างแรงกระตุ้นให้มีการจัดงานกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ ยกเว้นด้านผู้รับจัดงานและด้านความปลอดภัย ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง

2. ความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นเรื่องมีรูปแบบการนำเสนอสถานที่จัดงานที่น่าสนใจผ่านทางแผ่นพับต่างๆกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ ยกเว้นด้านผู้รับจัดงานที่มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง

3. ความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นเรื่องมีความร่วมมือกับหน่วยงาน/สมาคมต่างๆเพื่อดึงดูดงานให้เข้ามาจัดในพื้นที่กับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ ยกเว้นด้านสถานที่จัดงาน ด้านผู้รับจัดงาน และด้านความปลอดภัย ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง

4. ความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นเรื่องการให้ส่วนลดสำหรับสถานที่พักหรือตั๋วเครื่องบินกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ ยกเว้นด้านการคมนาคมขนส่งที่มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง

5. ความสัมพันธ์ระหว่างสถานที่จัดงานมีการประชาสัมพันธ์งานประชุม/นิทรรศการต่างๆที่จัดภายในสถานที่จัดงานกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ ยกเว้นด้านสถานที่จัดงานและด้านผู้รับจัดงาน ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง

ตารางที่ 38 ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดด้านผู้จัดงาน/ผู้เข้าร่วมงานกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product-Moment Correlation Coefficients)

ด้านผู้จัดงาน/ผู้เข้าร่วมงาน (People)	ค่าสถิติ	ศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์								
		สถานที่จัดงาน	ผู้รับจัดงาน	การคมนาคมขนส่ง	ที่พัก	อาหารและเครื่องดื่ม	ธุรกิจนำเที่ยว	ธุรกิจบันเทิง	สินค้าที่ระลึก	ความปลอดภัย
การดูแลเอาใจใส่ความกระตือรือร้นของผู้ให้บริการ	Pearson Correlation	0.470*	0.500*	0.408*	0.418*	0.308*	0.439*	0.303*	0.322*	0.385*
ความรวดเร็วในการบริการ	Pearson Correlation	0.482*	0.522*	0.473*	0.422*	0.306*	0.403*	0.306*	0.334*	0.378*
ความมีประสิทธิภาพในการทำงาน	Pearson Correlation	0.476*	0.535*	0.450*	0.384*	0.294*	0.390*	0.319*	0.287*	0.364*
ผู้จัดงานมีความรู้ความเข้าใจในการจัดงานประชุม/นิทรรศการเป็นอย่างดี	Pearson Correlation	0.512*	0.562*	0.404*	0.402*	0.277*	0.427*	0.364*	0.263*	0.355*

* P< .05

จากตารางที่ 38 แสดงให้เห็นว่า

1. ความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นเรื่องการดูแลเอาใจใส่ความกระตือรือร้นของผู้ให้บริการกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง ยกเว้นด้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านธุรกิจบันเทิง ด้านสินค้าที่ระลึก และด้านความปลอดภัย ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

2. ความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นเรื่องความรวดเร็วในการบริการกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง ยกเว้นด้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านธุรกิจบันเทิง ด้านสินค้าที่ระลึก และด้านความปลอดภัย ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

3. ความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นเรื่องความมีประสิทธิภาพในการทำงานกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ ยกเว้นด้านสถานที่จัดงาน ด้านผู้รับจัดงาน และด้านการคมนาคมขนส่ง ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง

4. ความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นเรื่องผู้จัดงานมีความรู้ความเข้าใจในการจัดงานประชุม/นิทรรศการเป็นอย่างดีกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง ยกเว้นด้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านธุรกิจบันเทิง ด้านสินค้าที่ระลึก และด้านความปลอดภัย ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

ตารางที่ 39 ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการวางแผนกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product-Moment Correlation Coefficients)

ด้านกระบวนการวางแผน (Planning Process)	ค่าสถิติ	ศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์								
		สถานที่จัดงาน	ผู้รับจัดงาน	การคมนาคมขนส่ง	ที่พัก	อาหารและเครื่องดื่ม	ธุรกิจนำเที่ยว	ธุรกิจบันเทิง	สินค้าที่ระลึก	ความปลอดภัย
การประสานงานระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ	Pearson Correlation	0.369*	0.578*	0.400*	0.362*	0.319*	0.414*	0.383*	0.308*	0.366*
ระบบรักษาความปลอดภัย	Pearson Correlation	0.445*	0.491*	0.506*	0.378*	0.359*	0.346*	0.356*	0.312*	0.415*
แผนบริหารความเสี่ยงและการดำเนินงานฉุกเฉิน	Pearson Correlation	0.439*	0.531*	0.526*	0.374*	0.374*	0.446*	0.375*	0.373*	0.487*
มีการจัดระบบการจราจรภายในสถานที่จัดงานเป็นอย่างดี	Pearson Correlation	0.469*	0.482*	0.400*	0.353*	0.278*	0.367*	0.293*	0.346*	0.411*

* P< .05

จากตารางที่ 39 แสดงให้เห็นว่า

1. ความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นเรื่องการประสานงานระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ ยกเว้นด้านผู้รับจัดงานและด้านธุรกิจนำเที่ยว ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง

2. ความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นเรื่องระบบรักษาความปลอดภัยกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ ยกเว้นด้านสถานที่จัดงาน ด้านผู้รับจัดงาน ด้านการคมนาคมขนส่ง และด้านความปลอดภัย ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง

3. ความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นเรื่องแผนบริหารความเสี่ยงและการดำเนินงานฉุกเฉินกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลางยกเว้นด้านที่พัก ด้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านธุรกิจบันเทิง และด้านสินค้าที่ระลึก ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

4. ความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นเรื่องมีการจัดระบบการจราจรภายในสถานที่จัดงานเป็นอย่างดีกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ ยกเว้นด้านสถานที่จัดงาน ด้านผู้รับจัดงาน และด้านความปลอดภัย ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 40 ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการหลังการจัดงานกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product-Moment Correlation Coefficients)

ด้านกระบวนการหลังการจัดงาน (Post Sale Process)	ค่าสถิติ	ศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์								
		สถานที่จัดงาน	ผู้รับจัดงาน	การคมนาคมขนส่ง	ที่พัก	อาหารและเครื่องดื่ม	ธุรกิจนำเที่ยว	ธุรกิจบันเทิง	สินค้าที่ระลึก	ความปลอดภัย
มีการประเมินผลการจัดงานด้านคุณภาพและความพึงพอใจจากผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงาน	Pearson Correlation	0.470*	0.623*	0.454*	0.462*	0.400*	0.437*	0.467*	0.362*	0.394*
ประสิทธิภาพและความครอบคลุมของสื่อและเครื่องมือ	Pearson Correlation	0.501*	0.615*	0.523*	0.467*	0.347*	0.496*	0.419*	0.446*	0.381*
การเน้นย้ำถึงความสำเร็จของงานผ่านการประชาสัมพันธ์	Pearson Correlation	0.517*	0.593*	0.541*	0.488*	0.341*	0.475*	0.378*	0.444*	0.376*
การแสดงความขอบคุณแก่ผู้ที่มีส่วนร่วมในงานนั้นๆ	Pearson Correlation	0.463*	0.512*	0.516*	0.485*	0.355*	0.482*	0.348*	0.459*	0.374*

* P< .05

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

จากตารางที่ 40 แสดงให้เห็นว่า

1. ความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นเรื่องมีการประเมินผลการจัดงานด้านคุณภาพและความพึงพอใจจากผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงานกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง ยกเว้นด้านผู้รับจัดงานที่มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง และด้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านสินค้าที่ระลึก และด้านความปลอดภัย ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

2. ความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นเรื่องประสิทธิภาพและความครอบคลุมของสื่อและเครื่องมือกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง ยกเว้นด้านผู้รับจัดงานที่มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง และด้านอาหารและเครื่องดื่มและด้านความปลอดภัยที่มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

3. ความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นเรื่องการเน้นย้ำถึงความสำเร็จของงานผ่านการประชาสัมพันธ์กับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง ยกเว้นด้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านธุรกิจบันเทิง และด้านความปลอดภัย ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

4. ความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นเรื่องการแสดงความขอบคุณแก่ผู้ที่มีส่วนร่วมในงานนั้นๆกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง ยกเว้นด้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านธุรกิจบันเทิง และด้านความปลอดภัย ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

ตารางที่ 41 ความสัมพันธ์ระหว่างทรัพยากรการบริหารกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product-Moment Correlation Coefficients)

ทรัพยากรการบริหาร	ค่าสถิติ	ศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์								
		สถานที่จัดงาน	ผู้รับจัดงาน	การคมนาคมขนส่ง	ที่พัก	อาหารและเครื่องดื่ม	ธุรกิจนำเที่ยว	ธุรกิจบันเทิง	สินค้าที่ระลึก	ความปลอดภัย
บุคลากร	Pearson Correlation	0.517*	0.575*	0.494*	0.436*	0.408*	0.440*	0.332*	0.328*	0.402*
การเงิน	Pearson Correlation	0.504*	0.519*	0.552*	0.453*	0.402*	0.462*	0.310*	0.393*	0.489*
วัสดุอุปกรณ์	Pearson Correlation	0.539*	0.634*	0.456*	0.469*	0.468*	0.456*	0.385*	0.372*	0.436*
การจัดการ	Pearson Correlation	0.513*	0.714*	0.529*	0.544*	0.404*	0.450*	0.394*	0.398*	0.444*

* P< .05

จากตารางที่ 41 แสดงให้เห็นว่า

1. ความสัมพันธ์ระหว่างทรัพยากรการบริหารด้านบุคลากร(Man) ด้านการเงิน (Money) ด้านวัสดุอุปกรณ์(Materials) และด้านการจัดการ(Management) กับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาด้านสถานที่จัดงาน(Venues) กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันปานกลาง

2. ความสัมพันธ์ระหว่างทรัพยากรการบริหารด้านบุคลากร(Man) และด้านการเงิน (Money) กับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาด้านผู้รับจัดงาน(Organizer) มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันปานกลาง ส่วนด้านวัสดุอุปกรณ์(Materials) และด้านการจัดการ(Management) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันสูง

3. ความสัมพันธ์ระหว่างทรัพยากรการบริหารด้านบุคลากร(Man) ด้านการเงิน (Money) ด้านวัสดุอุปกรณ์(Materials) และด้านการจัดการ(Management) กับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาด้านการคมนาคมขนส่ง(Transportation) มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันปานกลาง

4. ความสัมพันธ์ระหว่างทรัพยากรการบริหารด้านบุคลากร(Man) ด้านการเงิน (Money) ด้านวัสดุอุปกรณ์(Materials) และด้านการจัดการ(Management) กับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาด้านที่พัก(Accommodation) มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันปานกลาง

5. ความสัมพันธ์ระหว่างทรัพยากรการบริหารด้านบุคลากร(Man) ด้านการเงิน (Money) ด้านวัสดุอุปกรณ์(Materials) และด้านการจัดการ(Management) กับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาด้านอาหารและเครื่องดื่ม(Food and Beverage) มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันปานกลาง

6. ความสัมพันธ์ระหว่างทรัพยากรการบริหารด้านบุคลากร(Man) ด้านการเงิน (Money) ด้านวัสดุอุปกรณ์(Materials) และด้านการจัดการ(Management) กับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาด้านธุรกิจนำเที่ยว(Tour Operator) มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันปานกลาง

7. ความสัมพันธ์ระหว่างทรัพยากรการบริหารด้านบุคลากร(Man) ด้านการเงิน (Money) ด้านวัสดุอุปกรณ์(Materials) และด้านการจัดการ(Management) กับศักยภาพ

อุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาด้านธุรกิจบันเทิง(Entertainment) มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันต่ำ

8. ความสัมพันธ์ระหว่างทรัพยากรการบริหารด้านบุคลากร(Man) ด้านการเงิน(Money) ด้านวัสดุอุปกรณ์(Materials) และด้านการจัดการ(Management) กับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาด้านสินค้าที่ระลึก(Souvenir) มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันต่ำ

9. ความสัมพันธ์ระหว่างทรัพยากรการบริหารด้านบุคลากร(Man) ด้านการเงิน(Money) ด้านวัสดุอุปกรณ์(Materials) และด้านการจัดการ(Management) กับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาด้านความปลอดภัย(Security) มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันปานกลาง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 42 ความสัมพันธ์ระหว่างทรัพยากรการบริหารด้านบุคลากรกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product-Moment Correlation Coefficients)

ด้านบุคลากร (Man)	ค่าสถิติ	ศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์								
		สถานที่จัดงาน	ผู้รับจัดงาน	การคมนาคมขนส่ง	ที่พัก	อาหารและเครื่องดื่ม	ธุรกิจนำเที่ยว	ธุรกิจบันเทิง	สินค้าที่ระลึก	ความปลอดภัย
บุคลากร/เจ้าหน้าที่มีจำนวนเพียงพอและมีประสิทธิภาพในการทำงาน	Pearson Correlation	0.436*	0.479*	0.437*	0.363*	0.349*	0.356*	0.266*	0.238*	0.345*
บุคลากร/เจ้าหน้าที่มีความเป็นมืออาชีพสามารถแก้ปัญหาได้ดี	Pearson Correlation	0.428*	0.468*	0.404*	0.320*	0.306*	0.296*	0.228*	0.249*	0.328*
บุคลากร/เจ้าหน้าที่มีความรู้ประสบการณ์	Pearson Correlation	0.458*	0.520*	0.429*	0.397*	0.387*	0.415*	0.313*	0.313*	0.363*
บุคลากร/เจ้าหน้าที่มีคุณสมบัติตรงตามความต้องการ	Pearson Correlation	0.486*	0.546*	0.460*	0.448*	0.391*	0.477*	0.359*	0.351*	0.371*

* P< .05

จากตารางที่ 42 แสดงให้เห็นว่า

1. ความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นเรื่องบุคลากร/เจ้าหน้าที่มีจำนวนเพียงพอและมีประสิทธิภาพในการทำงานกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ ยกเว้นด้านสถานที่จัดงาน ด้านผู้รับจัดงาน และด้านการคมนาคมขนส่ง ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง

2. ความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นเรื่องบุคลากร/เจ้าหน้าที่มีความเป็นมืออาชีพสามารถแก้ปัญหาได้ดีกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ ยกเว้นด้านสถานที่จัดงาน ด้านผู้รับจัดงาน และด้านการคมนาคมขนส่ง ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง

3. ความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นเรื่องบุคลากร/เจ้าหน้าที่มีความรู้ ประสบการณ์กับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ ยกเว้นด้านสถานที่จัดงาน ด้านผู้รับจัดงาน ด้านการคมนาคมขนส่ง และด้านธุรกิจนำเที่ยว ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง

4. ความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นเรื่องบุคลากร/เจ้าหน้าที่มีคุณสมบัติตรงตามความต้องการกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง ยกเว้นด้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านธุรกิจบันเทิง ด้านสินค้าที่ระลึก และด้านความปลอดภัย ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ตารางที่ 43 ความสัมพันธ์ระหว่างทรัพยากรการบริหารด้านบุคลากรด้านการเงินกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product-Moment Correlation Coefficients)

ด้านการเงิน (Money)	ค่าสถิติ	ศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์								
		สถานที่จัดงาน	ผู้รับจัดงาน	การคมนาคมขนส่ง	ที่พัก	อาหารและเครื่องดื่ม	ธุรกิจนำเที่ยว	ธุรกิจบันเทิง	สินค้าที่ระลึก	ความปลอดภัย
มีการสนับสนุนงบประมาณอย่างเหมาะสม	Pearson Correlation	0.452*	0.465*	0.482*	0.403*	0.262*	0.418*	0.244*	0.331*	0.424*
มีแผนการใช้จ่ายเงินที่ชัดเจน	Pearson Correlation	0.480*	0.451*	0.520*	0.412*	0.337*	0.416*	0.273*	0.371*	0.456*
เงินทุนในการดำเนินงานมีความเป็นระบบระเบียบ	Pearson Correlation	0.453*	0.510*	0.515*	0.471*	0.370*	0.436*	0.336*	0.377*	0.464*

* P< .05

จากตารางที่ 43 แสดงให้เห็นว่า

1. ความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นเรื่องมีการสนับสนุนงบประมาณอย่างเหมาะสมกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง ยกเว้นด้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านธุรกิจบันเทิง และด้านสินค้าที่ระลึก ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

2. ความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นเรื่องมีแผนการใช้จ่ายเงินที่ชัดเจนกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง ยกเว้นด้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านธุรกิจบันเทิง และด้านสินค้าที่ระลึก ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

3. ความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นเรื่องเงินทุนในการดำเนินงานมีความเป็นระบบระเบียบกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง ยกเว้นด้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านธุรกิจบันเทิง และด้านสินค้าที่ระลึก ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

ตารางที่ 44 ความสัมพันธ์ระหว่างทรัพยากรการบริหารด้านวัสดุอุปกรณ์กับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product-Moment Correlation Coefficients)

ด้านวัสดุอุปกรณ์ (Materials)	ค่าสถิติ	ศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์								
		สถานที่จัดงาน	ผู้รับจัดงาน	การคมนาคมขนส่ง	ที่พัก	อาหารและเครื่องดื่ม	ธุรกิจนำเที่ยว	ธุรกิจบันเทิง	สินค้าที่ระลึก	ความปลอดภัย
มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในสถานที่จัดงานครบถ้วน	Pearson Correlation	0.523*	0.583*	0.413*	0.433*	0.409*	0.369*	0.342*	0.312*	0.390*
มีความพร้อมในระบบแสง สีเสียง	Pearson Correlation	0.474*	0.588*	0.403*	0.407*	0.437*	0.379*	0.408*	0.349*	0.388*
วัสดุอุปกรณ์ต่างๆ มีความทันสมัย	Pearson Correlation	0.465*	0.609*	0.404*	0.448*	0.412*	0.391*	0.443*	0.384*	0.400*
โต๊ะเก้าอี้มีความเพียงพอ	Pearson Correlation	0.449*	0.471*	0.412*	0.375*	0.400*	0.382*	0.282*	0.275*	0.347*

* P< .05

จากตารางที่ 44 แสดงให้เห็นว่า

1. ความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นเรื่องมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆในสถานที่จัดงานครบถ้วนกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง ยกเว้นด้านธุรกิจนำเที่ยว ด้านธุรกิจบันเทิง ด้านสินค้าที่ระลึก และด้านความปลอดภัย ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

2. ความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นเรื่องมีความพร้อมในระบบแสง สี เสียงกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในระดับปานกลาง ยกเว้นด้านธุรกิจนำเที่ยว ด้านสินค้าที่ระลึก และด้านความปลอดภัย ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

3. ความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นเรื่องวัสดุอุปกรณ์ต่างๆมีความทันสมัยกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง ยกเว้นด้านผู้รับจัดงานที่มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง และด้านธุรกิจนำเที่ยว และด้านสินค้าที่ระลึก ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

4. ความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นเรื่องโต๊ะ เก้าอี้มีความเพียงพอกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ ยกเว้นด้านสถานที่จัดงาน ด้านผู้รับจัดงาน และด้านการคมนาคมขนส่ง ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง

ตารางที่ 45 ความสัมพันธ์ระหว่างทรัพยากรการบริหารด้านการจัดการกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product-Moment Correlation Coefficients)

ด้านการจัดการ (Management)	ค่าสถิติ	ศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์								
		สถานที่จัดงาน	ผู้รับจัดงาน	การคมนาคมขนส่ง	ที่พัก	อาหารและเครื่องดื่ม	ธุรกิจนำเที่ยว	ธุรกิจบันเทิง	สินค้าที่ระลึก	ความปลอดภัย
มีการดูแล/บำรุงรักษาให้ทันสมัยพร้อมรองรับการจัดงานตลอดเวลา	Pearson Correlation	0.486*	0.657*	0.498*	0.472*	0.389*	0.411*	0.450*	0.393*	0.380*
มีการจัดการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	Pearson Correlation	0.460*	0.646*	0.507*	0.532*	0.411*	0.466*	0.415*	0.398*	0.367*
การจัดงานมีความน่าสนใจ	Pearson Correlation	0.448*	0.632*	0.431*	0.468*	0.300*	0.405*	0.494*	0.318*	0.398*

* P< .05

จากตารางที่ 45 แสดงให้เห็นว่า

1. ความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นเรื่องมีการดูแล/บำรุงรักษาให้ทันสมัย พร้อมรองรับการจัดงานตลอดเวลากับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง ยกเว้นด้านผู้รับจัดงานที่มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง และด้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านสินค้าที่ระลึก และด้านความปลอดภัย ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

2. ความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นเรื่องมีการจัดการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง ยกเว้นด้านผู้รับจัดงานที่มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง และด้านสินค้าที่ระลึกและด้านความปลอดภัย ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

3. ความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นเรื่องการจัดงานมีความน่าสนใจกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในทิศทางเดียวกัน และมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง ยกเว้นด้านผู้รับจัดงานที่มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง และด้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านสินค้าที่ระลึก และด้านความปลอดภัยที่มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ขั้นตอนที่ 1.2 ศึกษาสภาพ ปัญหา ความต้องการ และความคิดเห็นเกี่ยวกับการประเมินศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

อุตสาหกรรมไมซ์มีความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมการบริการและการท่องเที่ยว ที่เน้นการให้บริการแก่ลูกค้าซึ่งเป็นหัวใจหลักของความสำเร็จในการจัดงาน ดังนั้น การวิเคราะห์ให้ทราบถึงความต้องการของลูกค้า ก่อนที่จะทำการวางแผน ออกแบบ หรือผลิตบริการไมซ์ขายให้แก่กลุ่มลูกค้า จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องใช้เครื่องมือและกลยุทธ์ที่มีอิทธิพลต่อการขายสินค้าและบริการ อีกทั้งยังต้องมีการนำเอาทรัพยากรต่างๆ มาประกอบการตามกระบวนการบริหารให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อให้องค์ประกอบทางด้านต่างๆ ที่มีอยู่ในอุตสาหกรรมไมซ์สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายในอุตสาหกรรมไมซ์ได้ การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิที่มีคุณสมบัติเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา นำเสนอเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่ออุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับทรัพยากรการบริหารที่มีต่อสถานที่จัดงาน
3. ความคิดเห็นที่มีต่อศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ส่วนที่ 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่ออุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ภาพลักษณ์และความมีชื่อเสียง

ผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นตรงกันในเรื่องภาพลักษณ์และความมีชื่อเสียงของอำเภอหาดใหญ่ โดยมองว่าอำเภอหาดใหญ่มีภาพลักษณ์เป็นเมืองชายแดนและเป็นเส้นทางศูนย์กลางในการเชื่อมต่อกันของภาคใต้ฝั่งตะวันออก จึงถือเป็นศูนย์กลางในการจัดประชุมและจัดแสดงสินค้า/

นิทรรศการระดับภาคใต้ ทำให้มีศักยภาพในการรองรับงานภายในประเทศ (Domestic MICE) และเป็นเส้นทางเชื่อมต่อที่สำคัญไปสู่ตลาดอาเซียนในอนาคต ในส่วนความมีชื่อเสียงของอำเภอหาดใหญ่ คือ มีสถานที่จัดงานที่มีความหลากหลาย มีห้องจัดประชุมสัมมนามากมาย ช่วยดึงดูดให้องค์กรภาครัฐและเอกชน ทั้งจากส่วนกลางและส่วนภูมิภาคเลือกมาจัดงาน อย่างไรก็ตาม ผู้ให้สัมภาษณ์ยังมีความคิดเห็นเพิ่มเติมในเรื่องความวิตกกังวลจากสถานการณ์ความไม่สงบที่อาจส่งผลต่อการจัดงานได้ในบางครั้ง ซึ่งจากการสรุปความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิในเรื่องภาพลักษณ์และความมีชื่อเสียงของอำเภอหาดใหญ่นั้น มีความเชื่อมโยงกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในประเด็นสถานที่จัดงานมีขนาดใหญ่ มีจำนวนและประเภทห้องที่หลากหลาย โดยเฉพาะการที่อำเภอหาดใหญ่มีระบบการขนส่งมวลชนที่ครอบคลุม มีประสิทธิภาพ ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้เกิดการเดินทางมาจัดงานหรือเข้าร่วมงานได้ ในส่วนเรื่องความวิตกจากสถานการณ์ความไม่สงบซึ่งอาจส่งผลต่อการจัดงานได้นั้น เชื่อว่าหากได้รับการสนับสนุนจากและความร่วมมือจากทุกฝ่ายในการร่วมกันเปลี่ยนแปลงทัศนคติและภาพลักษณ์ได้ ย่อมทำให้เกิดการดึงดูดงานอย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น

ความสะดวกและความปลอดภัยในการเข้าร่วมงาน

ผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นตรงกันในเรื่องความสะดวกและความปลอดภัยในการเข้าร่วมงาน โดยมองว่าการที่อำเภอหาดใหญ่มีมาตรการรักษาความปลอดภัยอย่างเข้มงวด มีการตั้งด่านของเจ้าหน้าที่ตำรวจตรวจสี่มุมเมืองรอบเมืองหาดใหญ่ตลอด 24 ชั่วโมง และมีการตรวจด้วยเครื่องเอ็กซเรย์ในลานจอดรถ ย่อมทำให้เกิดความเชื่อมั่นจากผู้เข้าร่วมงานทุกฝ่าย ทั้งนี้ ผู้ให้สัมภาษณ์ ยังมีความคิดเห็นเพิ่มเติมในเรื่องพื้นที่สำหรับจอดรถ ซึ่งอาจมีไม่เพียงพอต่อการรองรับงานขนาดใหญ่ อาจทำให้การจราจรเส้นทางเข้า-ออก ติดขัดบางเวลาได้ ซึ่งจากการสรุปความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิในเรื่องความสะดวกและความปลอดภัยในการเข้าร่วมงานนั้น มีความเชื่อมโยงกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในประเด็นอำเภอหาดใหญ่เป็นเมืองที่มีความมั่นคงปลอดภัยในการเดินทางมาท่องเที่ยว มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยอย่างเพียงพอ มีจำนวนอุปกรณ์/เครื่องมือ และเทคโนโลยีด้านระบบเตือนภัยที่มีคุณภาพ รวมทั้งสถานที่จัดงานมีความปลอดภัย โดยเมื่อผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงานจากต่างจังหวัดและส่วนกลางได้เดินทางมาเข้าร่วมงานแล้ว ย่อมทำให้เกิดความเชื่อมั่นว่ามีความปลอดภัยจริง ในส่วนพื้นที่จอดรถที่อาจมีไม่เพียงพอต่อการรองรับงานขนาดใหญ่ในบางครั้งนั้น จำเป็นต้องมีการให้บริการรถสาธารณะในรูปแบบอื่นๆ รวมทั้งการจัดระบบการจราจรภายในสถานที่จัดงานให้ดียิ่งขึ้น

ข้อมูลข่าวสารในการโฆษณาประชาสัมพันธ์การจัดงาน

ผู้ให้สัมภาษณ์มีความเห็นตรงกันในเรื่องการได้รับข้อมูลข่าวสารในการโฆษณาประชาสัมพันธ์การจัดงาน โดยได้รับข้อมูลของการจัดงานต่างๆ ผ่านทางสื่อออนไลน์ ป้ายโฆษณากลางแจ้งขนาดใหญ่ (Billboard) และวิทยุ รวมทั้งยังได้รับหนังสือเชิญเข้าร่วมงานประชุมสัมมนาและงานจัดแสดงสินค้าต่างๆ ด้วย ซึ่งจากการสรุปความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิในเรื่องการได้รับข้อมูลข่าวสารในการโฆษณาประชาสัมพันธ์การจัดงานนั้น มีความเชื่อมโยงกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในประเด็นการได้รับข้อมูลข่าวสารของงานจากป้ายโฆษณากลางแจ้งขนาดใหญ่ (Billboard) ซึ่งมักติดตั้งตามจุดสำคัญรอบเมืองหาดใหญ่รวมทั้งจากสื่อออนไลน์ ซึ่งเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน ทำให้เกิดการบอกต่อและมีผู้สนใจเข้าร่วมงานเป็นจำนวนมาก ถือเป็นวิธีการลงทุนที่สะดวก คุ้มค่าในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของงานให้กลุ่มเป้าหมายได้รับทราบอย่างรวดเร็ว

การให้บริการของพนักงาน

ผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นตรงกันในเรื่องการให้บริการของพนักงาน โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ พนักงานที่อยู่ในศูนย์ประชุมและพนักงานที่อยู่ในโรงแรม ในส่วนของการให้บริการของพนักงานที่อยู่ในศูนย์ประชุม มีการให้บริการที่ดี มีความรับผิดชอบไม่ปฏิเสธต่อการร้องขอของผู้ใช้บริการ สามารถตอบข้อซักถามได้เป็นอย่างดี แต่ในส่วนการให้บริการของพนักงานในโรงแรม ยังไม่ได้มาตรฐานสากลเท่าที่ควร เน้นการให้บริการในเชิงโรงแรมมากกว่าการประชุมสัมมนา บางครั้งพนักงานยังขาดทักษะในการสื่อสาร รวมทั้งควรมีรายละเอียดในการให้ข้อมูลที่ชัดเจนยิ่งขึ้น ซึ่งจากการสรุปความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิในเรื่องการให้บริการของพนักงานนั้น มีความเชื่อมโยงกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในประเด็นการดูแลเอาใจใส่ ความกระตือรือร้นของผู้ให้บริการ ซึ่งถือเป็นคุณลักษณะที่ดีของผู้ให้บริการ ย่อมทำให้เกิดความพึงพอใจในการเข้าร่วมงาน

ความพร้อมของอุปกรณ์ ป้ายบอกทางและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ

ผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นตรงกันในเรื่องความพร้อมของอุปกรณ์ ป้ายบอกทางและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ โดยมองว่ามีมาตรฐานค่อนข้างครบถ้วน แต่ควรเน้นการลดการใช้กระบวนการที่ทำลายสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ ผู้ให้สัมภาษณ์ยังมีความคิดเห็นเพิ่มเติมในส่วนของป้ายบอกทางที่อาจมีไม่มากเท่าที่ควรนั้น เป็นเพราะคนในพื้นที่ส่วนใหญ่รู้จักสถานที่จัดงานดีอยู่แล้ว ซึ่งจากการสรุปความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิในเรื่องความพร้อมของอุปกรณ์ป้ายบอกทางและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆในอำเภอหาดใหญ่นั้น มีความเชื่อมโยงกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในประเด็นมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในสถานที่จัดงานครบถ้วน ซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานทั่วไปที่มีอยู่ใน

สถานที่จัดงานแต่ละแห่ง ปัจจุบันสถานที่จัดงานได้พยายามเน้นระบบการจัดการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น เพื่อทำให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนและเป็นการขยายกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้

ระบบการขนส่งเข้างาน/ภายในงาน

ผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นตรงกันในเรื่องระบบการขนส่งเข้างาน/ภายในงาน โดยมองว่าผู้เข้าร่วมงานส่วนใหญ่ซึ่งเป็นคนในพื้นที่นิยมเดินทางโดยรถยนต์ส่วนบุคคล เจ้าของงานอาจมีการให้บริการขนส่งเข้างานด้วยรถรางเป็นบางครั้ง แต่การจัดการเรื่องการเดินทางในบางสถานที่โดยเฉพาะโรงแรมในเมืองยังมีข้อจำกัดเรื่องสถานที่จอดรถโดยสารประจำทาง ทั้งภายในอาคารและกลางแจ้ง ซึ่งในบางโรงแรมจะมีรถรับ-ส่งให้บริการ ซึ่งจากการสรุปความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิในเรื่องระบบการขนส่งเข้างาน/ภายในงานที่จัดขึ้นในอำเภอหาดใหญ่นั้น มีความเชื่อมโยงกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในประเด็นมีระบบขนส่ง (มวลชน/สาธารณะ) เข้าถึงสถานที่จัดงาน โดยหากเป็นงานระดับภูมิภาค เจ้าของงานต้องมีการประสานความร่วมมือกับเทศบาลและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานหาดใหญ่ ในการขอการสนับสนุนรถรับ-ส่ง เพื่อลดความแออัดในพื้นที่อันเป็นสาเหตุให้การจราจรติดขัดได้

การทำการวิจัยเก็บข้อมูลความต้องการของผู้เข้าร่วมงาน

ผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นตรงกันในเรื่องการทำการวิจัยเก็บข้อมูลความต้องการของผู้เข้าร่วมงาน โดยมองว่าการวิจัยเก็บข้อมูลถือเป็นเรื่องที่มีประโยชน์มากต่อผู้จัดงาน ย่อมทำให้ได้ทราบถึงความต้องการของผู้เข้าร่วมงาน รวมทั้งรูปแบบของงานและสินค้าที่ต้องการด้วย เป็นการได้ประโยชน์ร่วมกันของทั้งผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงาน ซึ่งข้อมูลสถิติต่างๆ ที่ได้จะช่วยสร้างกลยุทธ์ทางการตลาด และแผนโครงการพัฒนาต่างๆ ได้ จากการสรุปความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิในเรื่องการทำการวิจัยเก็บข้อมูลความต้องการของผู้เข้าร่วมงานนั้น มีความเชื่อมโยงกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในประเด็นมีการประเมินผลการจัดดำเนินงานด้านคุณภาพและความพึงพอใจจากผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงาน ทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องช่วยตอบสนองเป้าหมายในการจัดงานรูปแบบต่างๆ ได้ และส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดงาน

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับทรัพยากรการบริหารที่มีต่อสถานที่จัดงาน

ความพร้อมของบุคลากรที่มีคุณภาพของสถานที่จัดงาน

ผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นตรงกันในเรื่องความพร้อมของบุคลากรที่มีคุณภาพของสถานที่จัดงาน โดยมองว่าพนักงานทุกฝ่ายของสถานที่จัดงานทั้งในศูนย์ประชุมและโรงแรม ต้องมีความรู้ความเข้าใจและความคล่องตัวในงาน มีความพร้อม ข้อมูลข่าวสารและรายละเอียดต่างๆ ทำให้เกิดความสะดวกแก่ผู้เข้าร่วมงานและควรเน้นทักษะทางด้านภาษาและการสื่อสารให้มากยิ่งขึ้น ซึ่งจากการสรุปความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิในเรื่องความพร้อมของบุคลากรที่มีคุณภาพของสถานที่จัดงานนั้น มีความเชื่อมโยงกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในประเด็นความมีประสิทธิภาพในการทำงาน และความเป็นมืออาชีพของผู้ให้บริการ ส่งผลให้เกิดการยอมรับในระดับภูมิภาคและระดับชาติ และช่วยทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อเมืองและสถานที่จัดงาน

ราคาที่จ่ายกับความเหมาะสมของสิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่จัดงาน

ผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นตรงกันในเรื่องราคาที่จ่ายกับความเหมาะสมของสิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่จัดงาน โดยมองว่าราคาที่จ่ายนั้นมีความคุ้มค่าคุ้มราคา เหมาะสมกับสภาวะปัจจุบัน โดยสถานที่จัดงานมีทางเลือกที่หลากหลายตามความต้องการและงบประมาณของผู้จัดงาน และยังมีบริการเสริมต่างๆ เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายทราบทั้งก่อนและหลังจัดงาน ซึ่งจากการสรุปความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิในเรื่องราคาที่จ่ายกับความเหมาะสมของสิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่จัดงานนั้น มีความเชื่อมโยงกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในประเด็นความคุ้มค่า คุ้มราคา และสถานที่จัดงานมีการประชาสัมพันธ์งานต่างๆ ซึ่งถือเป็นความสร้างสรรค์ของอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ ที่มีการช่วยเหลือกันระหว่างสถานที่จัดงาน ผู้รับจัดงาน และเจ้าของงาน ในการร่วมกันส่งเสริมให้เกิดการจัดงานต่างๆ โดยไม่ได้เน้นถึงผลตอบแทนที่สูง

รูปแบบในการจัดงานอุตสาหกรรมไมซ์

ผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นตรงกันในเรื่องรูปแบบในการจัดงานอุตสาหกรรมไมซ์ ว่ามีรูปแบบงานต่างๆที่น่าสนใจ หากเป็นงานประชุมสัมมนาภายในองค์กร (Meeting) จะขึ้นอยู่กับโจทย์ของเจ้าของงาน ว่าต้องการวัตถุประสงค์ใด เช่น กระตุ้นยอดขาย ส่วนงานประชุมวิชาชีพ (Convention) จะให้ความสำคัญในส่วนเนื้อหาและวิทยากรเป็นหลัก ด้านงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibition) มีการผสมผสานกลิ่นอายวัฒนธรรมทางภาคใต้ แต่โดยรวมงานส่วนใหญ่ที่จัดยังเป็นลักษณะรูปแบบเดิมๆ ควรมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบความคิดสร้างสรรค์ให้มากยิ่งขึ้น ซึ่งจากการสรุปความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิในเรื่องรูปแบบในการจัดงานอุตสาหกรรมไมซ์ในอำเภอ

หาดใหญ่นั้น มีความเชื่อมโยงกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในประเด็นความเชี่ยวชาญในการจัดงานของผู้รับจัดงาน ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นบริษัทที่อยู่ในพื้นที่ ทำให้สามารถเข้าถึงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้

รายละเอียดของโบรชัวร์ และเอกสาร

ผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นตรงกันในเรื่องรายละเอียดของโบรชัวร์ และเอกสาร โดยมองว่ามีความหลากหลาย น่าสนใจ แต่บางครั้งยังไม่ดึงดูดใจเท่าที่ควร ซึ่งจากการสรุปความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิในเรื่องรายละเอียดของโบรชัวร์ และเอกสารนั้น มีความเชื่อมโยงกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในประเด็นโบรชัวร์ของงานมีความน่าสนใจ ให้ข้อมูลรายละเอียดต่างๆ ได้อย่างถูกต้อง แต่อาจใช้ต้นทุนสูง จึงควรมีการจัดการในเรื่องเอกสารที่เรียบง่ายและให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึน

มาตรฐานของขนาด คุณภาพ และเทคโนโลยีของสถานที่จัดงาน

ผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นตรงกันในเรื่องมาตรฐานของขนาด คุณภาพ และเทคโนโลยีของสถานที่จัดงาน โดยมองว่าสถานที่จัดงานมีความพร้อมทางอุปกรณ์พื้นฐานทั่วไปเป็นอย่างดี มีเทคโนโลยีค่อนข้างครบถ้วน มีห้องให้เลือกใช้ได้ทุกขนาด การแบ่งห้องมีความยืดหยุ่นเป็นอย่างดี แต่สถานที่จัดงานที่รองรับการจัดงานประชุมขนาดใหญ่ ยังมีไม่มากเท่าที่ควร ซึ่งจากการสรุปความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิในเรื่องมาตรฐานของขนาด คุณภาพ และเทคโนโลยีของสถานที่จัดงานนั้น มีความเชื่อมโยงกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในประเด็นคุณภาพของเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการประชุม/การแสดงสินค้านิทรรศการมีมาตรฐานระดับชาติ/นานาชาติ ซึ่งมักใช้รองรับการจัดงานระดับภูมิภาค และในอนาคตอาจมีความพร้อมในการขยายการจัดงานระดับชาติโดยเน้นกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านมาเลเซียและสิงคโปร์

การบริหารจัดการในการลงทะเบียนเข้าร่วมงาน

ผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นตรงกันในเรื่องการบริหารจัดการในการลงทะเบียนเข้าร่วมงาน โดยในการลงทะเบียนเข้าร่วมงานจะมีแบบฟอร์มรายละเอียดแยกเป็นหมวดหมู่ แบ่งแยกหน่วยงานอย่างชัดเจน อย่างไรก็ตามในบางครั้งอาจมีความล่าช้าบ้าง ควรใช้ระบบการบริหารจัดการที่ทันสมัยยิ่งขึ้น เช่น บาร์โค๊ด ซึ่งจากการสรุปความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิในเรื่องการบริหารจัดการในการลงทะเบียนเข้าร่วมงานนั้น มีความเชื่อมโยงกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในประเด็นการประสานงานระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ซึ่งมีระบบการการจัดการที่มีประสิทธิภาพดี

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นที่มีต่อศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

สถานที่จัดงาน

ผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นตรงกันในเรื่องสถานที่จัดงาน โดยมองว่าสถานที่จัดงานในอำเภอหาดใหญ่จะมีจุดเด่นที่แตกต่างกันตามทำเลที่ตั้ง โดยสถานที่จัดงานส่วนใหญ่อยู่บริเวณใจกลางเมือง มีสิ่งอำนวยความสะดวกรองรับด้านการท่องเที่ยวเป็นอย่างดี สามารถเดินทางเข้าถึงสถานที่จัดงานได้อย่างสะดวก เนื่องจากมีการจัดบริการรถเสริมไว้ให้ แต่ในบางครั้งการจราจรรอบสถานที่จัดงานอาจติดขัดเนื่องจากขาดสถานที่จอดรถโดยสารที่เพียงพอ อย่างไรก็ตามจากการที่ศูนย์ประชุมนานาชาติมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ได้รับมาตรฐานระดับชาติและนานาชาติ หรือ มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก. 22300) ระบบการจัดการด้านการรักษาความปลอดภัยสำหรับการจัดประชุม สัมมนา และนิทรรศการ หรือ MICE Security Management System(MSMS) และการที่ศูนย์ประชุมนานาชาติมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเฟสติวัลหาดใหญ่ โรงแรมเซ็นทาราหาดใหญ่ และบุรีศรีภู บูติค โฮเต็ล ได้รับมาตรฐานด้านสถานที่จัดงาน หรือThailand MICE Venue Standard(TMVS) จะยิ่งช่วยสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงานได้เป็นอย่างดี ซึ่งจากการสรุปความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิในเรื่องสถานที่จัดงานในอำเภอหาดใหญ่นั้น มีความเชื่อมโยงกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในประเด็นสถานที่จัดงานมีขนาดใหญ่ มีจำนวนและประเภทห้องที่หลากหลาย โดยเฉพาะความพร้อมของศูนย์ประชุมนานาชาติมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์และศูนย์การค้าเซ็นทรัลเฟสติวัลหาดใหญ่ที่สามารถปรับเปลี่ยนการจัดแผนผังและการติดตั้งอุปกรณ์ต่างๆได้สะดวก (Multi-Purpose Usage) ทำให้สามารถรองรับการจัดงานในรูปแบบที่หลากหลายได้

ผู้รับจัดงาน

ผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นตรงกันในเรื่องผู้รับจัดงาน โดยมองว่าผู้รับจัดงานในอำเภอหาดใหญ่ยังมีตัวเลือกที่น้อย ควรมีการนำเสนอผู้รับจัดงานให้มากกว่านี้และมีรูปแบบการสร้างสรรค์งานที่น่าสนใจและหลากหลายยิ่งขึ้น เนื่องจากยังมีลักษณะเดิมๆ ไม่ว่าจะจัดงานที่ไหนก็ตาม ซึ่งจากการสรุปความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิในเรื่องผู้รับจัดงานในอำเภอหาดใหญ่นั้น มีความเชื่อมโยงกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่ได้ให้ความสำคัญในประเด็นเรื่องผู้รับจัดงาน ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญและมีความสัมพันธ์ต่อศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ เป็นอย่างมาก ดังนั้นจึงควรเน้นการสนับสนุนจากทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ในการประชาสัมพันธ์

และขอการสนับสนุนทางด้านการเงินเพื่อให้เกิดกลไกในการสนับสนุนการจัดงานในพื้นที่ให้ประสบความสำเร็จ

การคมนาคมขนส่ง

ผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นตรงกันในเรื่องการคมนาคมขนส่ง โดยมองว่าสามารถเข้าถึงได้ง่าย มีความสะดวกสบายในการคมนาคมขนส่ง แต่ในตัวเมืองบางเวลามีการจราจรหนาแน่น เนื่องจากถนนเล็กและแคบ จึงควรพัฒนามาตรฐานเรื่องความปลอดภัยให้มากกว่านี้ ซึ่งจากการสรุปความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิในเรื่องการคมนาคมขนส่งในอำเภอหาดใหญ่นั้น มีความเชื่อมโยงกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในประเด็นมีระบบการขนส่งมวลชนที่ครอบคลุม มีประสิทธิภาพ และมีจำนวนผู้ประกอบการด้านการขนส่งที่เพียงพอ ทำให้เกิดความง่ายในการเดินทางเข้าสู่เมือง แต่ปัญหาการจราจรที่หนาแน่นอาจส่งผลกระทบต่อระยะเวลาในการเดินทางเข้าสู่สถานที่จัดงานได้ จึงควรพัฒนาสภาพแวดล้อมของเมืองให้มีความเหมาะสมต่อระบบการคมนาคมขนส่งในตัวเมือง โดยเฉพาะในชั่วโมงเร่งด่วน

ที่พัก

ผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นตรงกันในเรื่องที่พัก โดยมองว่าจำนวนที่พักในอำเภอหาดใหญ่มีเพียงพอ และมีมาตรฐานต่างกัน มักแข่งขันกันในเรื่องการให้บริการ โดยปัจจัยเรื่องราคาขึ้นอยู่กับช่วงเทศกาลของไทยและประเทศเพื่อนบ้าน มาเลเซียและสิงคโปร์ เป็นหลัก ที่พักในอำเภอหาดใหญ่ในปัจจุบันขาดการทำนุบำรุง ควรปรับปรุงเรื่องมาตรฐานและยกระดับคุณภาพกว่านี้ เนื่องจากส่วนใหญ่เจ้าของเป็นผู้บริหารจัดการเอง ซึ่งจากการสรุปความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิในเรื่องที่พักในอำเภอหาดใหญ่นั้น มีความเชื่อมโยงกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในประเด็นจำนวนที่พัก โรงแรมในอำเภอหาดใหญ่มีเพียงพอ ค่าบริการเหมาะสมกับคุณภาพ แต่การขาดมาตรฐานห้องพักสำหรับรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวไมซ์ ถือเป็นเรื่องที่มีความสำคัญ เนื่องจากโรงแรมเซ็นทาราหาดใหญ่เพียงแห่งเดียว ไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวไมซ์กลุ่มใหญ่ได้ทั้งหมด สมาคมโรงแรมจึงควรมีการประสานความร่วมมือกันเพื่อทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่เหมาะสมต่อธุรกิจที่พักในอำเภอหาดใหญ่

อาหารและเครื่องดื่ม

ผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นตรงกันในเรื่องอาหารและเครื่องดื่ม โดยมองว่าอาหารและเครื่องดื่มถือเป็นจุดเด่นของอำเภอหาดใหญ่ เนื่องจากมีความหลากหลาย มีร้านอาหารท้องถิ่นที่มีชื่อเสียงมากมายตลอด 24 ชั่วโมง ทั้งร้านขนาดกลางและเล็กโดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมายหลักกลุ่มหนึ่ง

คือ ชาวมุสลิมจากทั้งในและต่างประเทศ มีครัวฮาลาลรองรับอย่างชัดเจน ซึ่งจากการสรุปความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิในเรื่องอาหารและเครื่องดื่มในอำเภอหาดใหญ่นั้น มีความเชื่อมโยงกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในประเด็นอำเภอหาดใหญ่มีจำนวนและประเภทของร้านอาหารให้เลือกหลากหลาย เดินทางสะดวก ถือเป็นภาพลักษณ์ที่ดีของอำเภอหาดใหญ่ และเป็นกิจกรรมเพิ่มเติมสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ที่มีศักยภาพและมีความน่าสนใจ

ธุรกิจนำเที่ยว

ผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นตรงกันในเรื่องธุรกิจนำเที่ยว ซึ่งส่วนใหญ่เป็นบริษัททัวร์ขนาดเล็ก และเป็นลักษณะธุรกิจครอบครัว โดยเน้นการนำนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามา ดังนั้นจึงควรส่งเสริมการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวชาวไทยด้วยเช่นกัน และพัฒนามาตรฐานด้านโปรแกรมเหมาจ่ายที่น่าสนใจกว่านี้ ส่วนแหล่งท่องเที่ยวในหาดใหญ่นั้นยังมีไม่มาก ควรพัฒนาและส่งเสริมควบคู่กันไป ซึ่งจากการสรุปความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิในเรื่องธุรกิจนำเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่นั้น มีความเชื่อมโยงกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในประเด็นมีจำนวนมัคคุเทศก์ และผู้ประกอบการด้านธุรกิจนำเที่ยว ซึ่งส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ นิยมขับรถเดินทางมาเที่ยวด้วยตนเอง หากอำเภอหาดใหญ่สามารถพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายขึ้น ย่อมส่งผลดีต่อการท่องเที่ยวโดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมายจากธุรกิจนำเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

ธุรกิจบันเทิง

ผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นตรงกันในเรื่องธุรกิจบันเทิง โดยมองว่าอำเภอหาดใหญ่มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวจากภาครัฐและเอกชนในทุกๆ เดือน ช่วยดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยวมากขึ้น โดยเฉพาะช่วงสงกรานต์ ปีใหม่ กินเจ ซึ่งเป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียง ทั้งนี้ กิจกรรมความบันเทิงอาจยังไม่ตอบสนองต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวไมซ์เท่าที่ควร เนื่องจากยังขาดแหล่งท่องเที่ยวในลักษณะที่เป็น Incentive Tour หรือสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ จากการสรุปความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิในเรื่องธุรกิจบันเทิงในอำเภอหาดใหญ่นั้น มีความเชื่อมโยงกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในประเด็นมีจำนวนสถานบันเทิงและแหล่งมหรสพที่มักจัดกิจกรรมที่มีชื่อเสียงในระดับประเทศ เกิดเป็นภาพลักษณ์ที่ดีซึ่งทำให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว และยังถือเป็นสถานที่สังสรรค์ทางสังคมนอกเหนือจากการเดินทางมาเข้าร่วมงานไมซ์ได้อีกด้วย

สินค้าที่ระลึก

ผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นตรงกันในเรื่องสินค้าที่ระลึก โดยมองว่าอำเภอหาดใหญ่ยังขาดความชัดเจนในตัวเอกลักษณ์สินค้า เนื่องจากสินค้าที่นักท่องเที่ยวนิยมส่วนใหญ่เป็นของกิน-ของ

ใช้จากตลาดกิมหยงและตลาดสันติสุข ซึ่งมีราคาไม่แพงและมีความหลากหลายในตัวสินค้า ซึ่งจากการสรุปความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิในเรื่องสินค้าที่ระลึกของอำเภอหาดใหญ่นั้น มีความเชื่อมโยงกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในประเด็นความหลากหลายของสินค้าที่ระลึก ซึ่งแหล่งช้อปปิ้งสินค้าที่มีจำหน่ายทั้งในอดีตและปัจจุบันส่วนใหญ่จะมาจากสถานที่อื่น ดังนั้นหากสามารถค้นพบเอกลักษณ์ของสินค้าที่ระลึกของอำเภอหาดใหญ่ได้จริง ย่อมทำให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ และส่งผลดีต่อเศรษฐกิจโดยรวมของจังหวัดต่อไป

ความปลอดภัย

ผู้ให้สัมภาษณ์มีความคิดเห็นตรงกันในเรื่องความปลอดภัยของอำเภอหาดใหญ่ โดยมองว่าในมุมมองของคนในพื้นที่มีความมั่นใจว่าสงบ เรียบร้อย ปลอดภัย เพราะมีมาตรการรองรับอย่างชัดเจน แต่ในมุมมองของคนนอกพื้นที่อาจมองว่าอยู่ใกล้พื้นที่เสี่ยง ดังนั้นควรมองจากสถานการณ์จริง อย่างไรก็ตาม หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายมีความพร้อมอย่างเต็มที่ จากการสรุปความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิในเรื่องความปลอดภัยของอำเภอหาดใหญ่นั้น มีความเชื่อมโยงกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในประเด็นอำเภอหาดใหญ่เป็นเมืองที่มีความมั่นคงปลอดภัยในการเดินทางมาท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวและผู้เข้าร่วมกิจกรรมไมซ์ได้เดินทางมาอำเภอหาดใหญ่ ทำให้มีความเชื่อมั่นและมั่นใจว่ามีความปลอดภัยจริง เกิดเป็นทัศนคติทางด้านบวก สิ่งเหล่านี้ย่อมทำให้ภาพลักษณ์ของเมืองดีขึ้น จึงถือเป็นส่วนสำคัญยิ่งที่จะทำให้เกิดการจัดงานได้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ขั้นตอนที่ 2 สรุปแนวทางในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

การวิจัยในขั้นตอนนี้เป็นการสนทนากลุ่มเพื่อสรุปแนวทางการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยจัดการสนทนากลุ่มเมื่อวันที่ 7 กรกฎาคม 2558 ระหว่างเวลา 14.00 – 16.30 น. ณ โรงแรมเซ็นทาราหาดใหญ่ โดยมีผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มซึ่งเป็นผู้ที่มีคุณสมบัติเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำนวน 7 คน ดังรายชื่อต่อไปนี้

1. คุณศิริชัย เชาวนปรีชา ผู้อำนวยการศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี
2. คุณอภิรดี บุญสม ผู้จัดการทั่วไป ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเฟสติวัลหาดใหญ่
3. คุณโอภาส ดำรงกุล ผู้จัดการทั่วไป โรงแรมเซ็นทาราหาดใหญ่
4. คุณสมพล ชีววัฒนาพงศ์ เลขาธิการสมาคมโรงแรมหาดใหญ่-สงขลา

5. คุณกุล สุนทรวิจิตร นายกสมาคมมัคคุเทศก์อาชีพจังหวัดสงขลา

6. คุณนิศานาถ วรปัญญา กรรมการผู้จัดการบริษัทดรีมแฟคทอรี่ จำกัด

7. คุณสมมาตร จุลิกพงศ์ ประธานฝ่ายวิชาการและพัฒนา หอการค้าจังหวัดสงขลา

ผู้ดำเนินการสนทนากลุ่ม คือ นายกฤป จุระกะนิตย์ (ผู้วิจัย) ผู้ช่วยบันทึกเทปและบันทึกการประชุม คือ คุณณฐ ย่าหลี อาจารย์ประจำคณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์วิทยาเขตตรัง

ในการขับเคลื่อนให้อุตสาหกรรมไมซ์มีการพัฒนาและเจริญเติบโตได้นั้น จะต้องมีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก ซึ่งถือเป็นเครื่องมือที่ช่วยประเมินสถานการณ์ ตลอดจนผลกระทบทางด้านต่างๆ ประกอบกับการมีศักยภาพที่สำคัญซึ่งถือเป็นความสามารถขององค์ประกอบที่มีอยู่ในอุตสาหกรรมไมซ์ เพื่อช่วยตอบสนองความต้องการของผู้เข้าร่วมกิจกรรมไมซ์ทุกฝ่ายได้ ประเด็นหัวข้อการสนทนากลุ่ม (Focus Group) มีดังนี้

1. มุมมองเกี่ยวกับจุดแข็ง (Strengths) ของอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่ส่งผลต่อศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์

2. มุมมองเกี่ยวกับจุดอ่อน (Weakness) ของอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่ส่งผลต่อศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์

3. มุมมองเกี่ยวกับโอกาส (Opportunities) ของอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่ส่งผลต่อศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์

4. มุมมองเกี่ยวกับอุปสรรค (Threats) ของอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่ส่งผลต่อศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์

5. แนวทางในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านสถานที่จัดงาน (Venues)

6. แนวทางในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านผู้รับจัดงาน (Organizer)

7. แนวทางในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านการคมนาคมขนส่ง (Transportation)

8. แนวทางในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านที่พัก (Accommodation)

9. แนวทางในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านอาหารและเครื่องดื่ม (Food and Beverage)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

10. แนวทางในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านธุรกิจนำเที่ยว (Tour Operator)

11. แนวทางในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านธุรกิจบันเทิง (Entertainment)

12. แนวทางในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านสินค้าที่ระลึก (Souvenir)

13. แนวทางในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านความปลอดภัย (Security)

ผู้ดำเนินการให้ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มแสดงความคิดเห็นตามประเด็นที่กำหนดไว้ เมื่อเสร็จสิ้นการประชุม ผู้วิจัยได้สรุปความคิดเห็นผู้เข้าร่วมประชุมดังรายละเอียดต่อไปนี้

ประเด็นที่ 1 มุมมองเกี่ยวกับจุดแข็ง (Strengths) ของอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่ส่งผลต่อศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มได้แสดงความคิดเห็น สรุปได้ดังนี้

1. ที่ตั้งมียุทธศาสตร์สำคัญและเป็นศูนย์กลางทางด้านเศรษฐกิจ การลงทุน การค้าที่สำคัญและสร้างรายได้ของภาคใต้ เนื่องจากเป็นจุดที่มีการนำเข้า-ส่งออกสินค้าหลายประเภท และเป็นศูนย์กลางในการกระจายสินค้าอุปโภคบริโภคไปสู่จังหวัดต่างๆ ในภาคใต้ตอนล่าง

2. มีสถานที่ท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติ ทางวัฒนธรรม และที่เทศบาลจัดสร้าง เช่น ไอซ์โดม และกระเช้าลอยฟ้า ซึ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติได้เป็นจำนวนมาก และยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของนักท่องเที่ยวมาเลเซียและสิงคโปร์

3. ระบบการขนส่ง และการเดินทางที่สะดวกสบาย เป็นศูนย์กลางการขนส่งของภาคใต้ตอนล่าง ทั้งทางบก ทางอากาศ มีสถานีรถไฟชุมทางหาดใหญ่ สนามบินนานาชาติหาดใหญ่ และสถานีขนส่งผู้โดยสารประจำทางที่มีคุณภาพ

4. มีความหลากหลายในด้านเชื้อชาติและศาสนา ทั้งไทย จีน อิสลาม แต่ประชาชนสามารถอาศัยอยู่ร่วมกันอย่างสันติ

5. เป็นศูนย์กลางทางด้านการศึกษา มีมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ เป็นมหาวิทยาลัยประจำภูมิภาค ปัจจุบันมีหลักสูตรทางด้านอุตสาหกรรมไมซ์ และการแพทย์ของภาคใต้โดยมีโรงพยาบาลสงขลานครินทร์เป็นโรงพยาบาลประจำภูมิภาค

6. มีศูนย์การประชุมนานาชาติและศูนย์การค้าเซ็นทรัลเฟสติวัลที่มีขนาดใหญ่ รองรับอุตสาหกรรมไมซ์ระดับภูมิภาค

7. ความเป็นมิตร อัธยาศัยไมตรีของชุมชนที่มีต่อผู้มาเยือน

8. ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่มีชื่อเสียงรองรับผู้ใช้บริการตลอด 24 ชั่วโมง

9. มีงานเทศกาลต่างๆ ระดับชาติตลอดทั้งปี

ประเด็นที่ 2 มุมมองเกี่ยวกับจุดอ่อน(Weakness) ของอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่ส่งผลต่อศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มได้แสดงความคิดเห็น สรุปได้ดังนี้

1. ขาดแคลนบุคลากรหน่วยงานมืออาชีพที่มีมาตรฐานในระดับสากล สำหรับธุรกิจไมซ์

2. อุตสาหกรรมไมซ์ยังไม่เป็นที่รู้จัก และขาดความเข้าใจจากคนในจังหวัด

3. ขาดการประสานงานที่ชัดเจนจากแต่ละหน่วยงานที่รับผิดชอบ

4. ชื่อเสียงของอำเภอหาดใหญ่ ยังไม่เป็นที่รู้จักและยอมรับในการจัดงานระดับนานาชาติมากนัก

5. เป็นแหล่งรวมสินค้าหนีภาษี เป็นเหตุทำให้รัฐสูญเสียรายได้จากภาษีสินค้าดังกล่าว

6. เป็นพื้นที่ที่เสี่ยงต่อการเกิดภัยธรรมชาติ เช่น อุทกภัย

7. ความทรุดโทรมและเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อมเนื่องจากการขยายตัวของสังคมอย่างรวดเร็ว ทำให้มีการใช้ทรัพยากรมากขึ้น

8. ความไม่ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน จากปัญหายาเสพติดและความแออัดของเมือง

9. ภาพลักษณ์ของเมืองหาดใหญ่หลังจากการก่อการร้าย ทำให้กระทบกระเทือนต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว ถึงการดูแลรักษาความปลอดภัยที่อาจหละหลวมในบางพื้นที่

10. ความไม่มีวินัยของผู้ใช้รถใช้ถนนส่งผลให้เกิดปัญหาการจราจรติดขัด และอุบัติเหตุบนท้องถนน

11. แหล่งท่องเที่ยวยังไม่ตอบสนองต่อกลุ่มไมซ์เท่าที่ควร

12. ขาดเอกลักษณ์ในเรื่องสินค้าที่ระลึก

13. ธุรกิจที่พักส่วนใหญ่ยังขาดมาตรฐานในการรองรับกลุ่มไมซ์

14. กิจกรรมไมซ์ในอำเภอหาดใหญ่ยังไม่ครอบคลุมทั้ง 4 กลุ่ม ปัจจุบันเป็นประเภท Meeting และ Exhibition ในกลุ่ม Conventions มีเพียงบางส่วน และในกลุ่ม Incentive ยังมีสัดส่วนที่น้อยมาก

ประเด็นที่ 3 มุมมองเกี่ยวกับโอกาส (Opportunities) ของอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่ส่งผลต่อศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มได้แสดงความคิดเห็น สรุปได้ดังนี้

1. การเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในอนาคต เป็นการเพิ่มโอกาสในการเชื่อมโยงเศรษฐกิจร่วมกับกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านอินโดนีเซียมาเลเซีย (Indonesia-Malaysia-Thailand Growth Triangle: IMT-GT)

2. การเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศเพื่อนบ้าน เช่น มาเลเซีย สิงคโปร์

3. งบประมาณที่ได้รับการสนับสนุนทั้งจากภาครัฐและเอกชนมีจำนวนมาก สามารถนำมาพัฒนาให้อำเภอหาดใหญ่เจริญรุ่งเรืองเพิ่มมากขึ้น

4. การมีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมภาคใต้ที่ชัดเจนของคนในพื้นที่

5. นโยบายของรัฐบาล โครงการขนส่งมวลชนด้วยระบบราง (Monorail) ที่จะมีการพัฒนาในอนาคต เพื่อรองรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของภาคใต้สู่ประเทศเพื่อนบ้าน

6. การเติบโตของงานแสดงสินค้า/นิทรรศการ (Exhibitions) ทำให้เกิดความได้เปรียบในการจัดงานขึ้น

ประเด็นที่ 4 มุมมองเกี่ยวกับอุปสรรค (Threats) ของอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่ส่งผลต่อศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มได้แสดงความคิดเห็น สรุปได้ดังนี้

1. ผลกระทบจากความไม่สงบใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ และ 4 อำเภอในจังหวัดสงขลา ส่งผลกระทบต่อการค้าการลงทุน รวมไปถึงนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาสู่อำเภอหาดใหญ่

2. ความไม่มั่นคงทางการเมืองระดับประเทศ ส่งผลกระทบมาถึงการปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนา

3. สภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ สิ่งของอุปโภคบริโภคที่มีราคาสูง ประกอบกับรายได้ประชากรน้อย ส่งผลให้คุณภาพชีวิตของประชาชนต่ำลง

4. การเพิ่มของประชากรแฝงที่เข้ามาอาศัยในชุมชนเมือง และการขยายตัวของเมืองทำให้มีแนวโน้มการเกิดปัญหาสังคมเพิ่มขึ้น

5. ความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งผลกระทบจากภัยธรรมชาติ

6. การแข่งขันจากเมืองอื่นๆ ในประเทศที่มีความพร้อมในอุตสาหกรรมไมซ์

จากมุมมองความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก ทำให้สามารถประเมินสถานการณ์ของอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ได้ดังนี้ (1)จุดแข็งของอำเภอหาดใหญ่คือ การเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ การคมนาคมขนส่ง และการศึกษาของภาคใต้ที่มีมาอย่างยาวนาน ถือเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวมหาศาล รวมทั้งการมีศูนย์ประชุมนานาชาติที่มีความพร้อมในการรองรับการจัดงานไมซ์ ย่อมทำให้เกิดรายได้เพิ่มขึ้นอีกทางด้วย (2)โอกาสของอำเภอหาดใหญ่คือ การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) และการพัฒนาโครงการขนส่งมวลชนด้วยระบบราง (Monorail) ย่อมมีการสนับสนุนงบประมาณเพิ่มขึ้นและทำให้เกิดการเดินทางมาจัด/เข้าร่วมกิจกรรมไมซ์ของกลุ่มเป้าหมายทั้งชาวไทยและมาเลเซีย ทำให้ส่งผลดีต่อเศรษฐกิจของประเทศในอนาคต แต่ในขณะเดียวกัน (3)จุดอ่อนที่สำคัญของอำเภอหาดใหญ่คือ ภาพลักษณ์ของเมืองที่เคยเกิด

เหตุการณ์ความไม่สงบขึ้น รวมทั้งขาดการประสานงานความร่วมมือระหว่างกัน อาจทำให้การพัฒนาศักยภาพเป็นไปด้วยความล่าช้า ประกอบกับ (4)อุปสรรคของอำเภอหาดใหญ่คือ ความไม่มั่นคงทางการเมืองระดับประเทศย่อมส่งผลกระทบเป็นอย่างมาก ทำให้ขาดความต่อเนื่องในการพัฒนา รวมทั้งหลายเมืองในประเทศไทยเริ่มมีการพัฒนาทางด้านอุตสาหกรรมไมซ์ ทำให้เกิดความพร้อมทางการแข่งขันเช่นกัน

ประเด็นที่ 5 แนวทางในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านสถานที่จัดงาน (Venues) ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มได้แสดงความคิดเห็น สรุปได้ดังนี้

ควรเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับการจัดงานที่มีขนาดใหญ่ขึ้น โดยการกระจายงานต่างๆไปยังสถานที่หลัก ได้แก่ ศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเฟสติวัล หาดใหญ่ และโรงแรมอื่นๆ โดยเฉพาะพื้นที่แถบศูนย์ประชุม ขณะนี้องค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.) ได้มีการเตรียมการขยายถนนเพื่อช่วยแก้ปัญหาเรื่องการจราจรโดยรอบให้ดียิ่งขึ้น และควรมีการรวมตัวกันของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการช่วยกันประชาสัมพันธ์งานทั้งในส่วนศูนย์ประชุม โรงแรม และเทศบาล โดยมีการออกบูธประชาสัมพันธ์ร่วมกันทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค นอกจากนี้ การติดต่อประสานงานภายในที่ดีจะช่วยเรื่องการขนย้ายอุปกรณ์สิ่งของต่างๆให้มีความสะดวกง่ายดายยิ่งขึ้น รวมทั้งเรื่องการบริการจอดรถให้แก่ลูกค้า และการพัฒนาบุคลากร เนื่องจากบางโรงแรมอาจยังให้บริการไม่ถึงมาตรฐานระดับสากล โดยภาพรวม สถานที่จัดงานในอำเภอหาดใหญ่เหมาะกับการจัดงานประเภท งานประชุมสัมมนาภายในองค์กร (Meeting) และงานแสดงสินค้า/นิทรรศการ (Exhibition) มากที่สุด เนื่องจากมีความเหมาะสมทางด้านสถานที่จัดงานซึ่งถือเป็นปัจจัยพื้นฐานในการเลือกเมืองที่จัดงาน

ประเด็นที่ 6 แนวทางในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านผู้รับจัดงาน (Organizer) ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มได้แสดงความคิดเห็น สรุปได้ดังนี้

ปัญหาในประเด็นเรื่องผู้รับจัดงานที่มีตัวเลือกน้อย และมีรูปแบบการสร้างสรรค์งานที่ขาดความน่าสนใจนั้น ในกรณีนี้มีข้อยึดติดทางด้านศาสนาบางประการ เนื่องจากผู้เข้าร่วมงานบางส่วนเป็นกลุ่มมุสลิม ทำให้เกิดข้อจำกัดต่างๆในการจัดงาน เช่น การแต่งกายของเจ้าหน้าที่/ผู้ให้บริการด้านต่างๆที่เหมาะสม รวมทั้งการขอผู้อุปถัมภ์(Sponsor) ในบางบริษัทอาจมีข้อจำกัด เช่น เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ส่วนประเด็นที่มีความสำคัญคือ ได้รับการสนับสนุนทางด้านงบประมาณน้อย เนื่องจากผู้รับจัดงานจากส่วนกลางบางส่วน ได้รับฟังการนำเสนอข่าวสารปัญหาความไม่สงบที่ส่งผลกระทบจากสื่อ ทำให้ขาดความเชื่อมั่น จึงเลือกเปลี่ยนสถานที่จัดงานเป็นจังหวัดภูเก็ตหรือสุราษฎร์ธานีแทน ดังนั้น สื่อควรมีทิศทางในการนำเสนอข่าวสารในด้านบวกและช่วยประชาสัมพันธ์การจัดงาน

และภาพลักษณ์ต่างๆ ให้มากยิ่งขึ้น และในอนาคต กลุ่มผู้รับจัดงานในท้องถิ่นควรมีการดึงงานโดยการสร้างงานใหม่ๆ ขึ้นมาเอง และมีการทำงานร่วมกันของกลุ่มผู้รับจัดงานในอำเภอหาดใหญ่ต่อไป

ประเด็นที่ 7 แนวทางในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านการคมนาคมขนส่ง (Transportation) ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มได้แสดงความคิดเห็น สรุปได้ดังนี้

ควรมีการเชื่อมต่อระหว่างพื้นที่ฝั่งอันดามัน-อ่าวไทย และมีการวางแผนการสร้างทางด่วน (Motorway) และรถขนส่งมวลชนรางเดียว (Monorail) เพื่อวิ่งตามสถานที่หลักในอำเภอหาดใหญ่ ทำให้เกิดความคล่องตัวในการจราจรได้ดีช่วยเปิดโอกาสในการจัดงานได้อย่างต่อเนื่องมากยิ่งขึ้น ควรเพิ่มเติมสถานที่จอดรถให้เพียงพอ เนื่องจากผู้เข้าร่วมงานส่วนใหญ่นิยมเดินทางโดยรถยนต์ส่วนบุคคล และเพื่อลดปัญหาเหล่านี้ ควรขอการสนับสนุนจากเทศบาลในการจัดรถรับ-ส่ง จากงานไปยังจุดสำคัญต่างๆ เพื่อช่วยลดปัญหาการจราจรติดขัดได้อีกทาง นอกจากนี้ ควรส่งเสริมให้ผู้ให้บริการรถสาธารณะเข้ารับการอบรมในการให้บริการที่ถูกต้อง เพื่อช่วยลดปัญหาการตั้งราคาที่สูงเกินจริง

ประเด็นที่ 8 แนวทางในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านที่พัก (Accommodation) ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มได้แสดงความคิดเห็น สรุปได้ดังนี้

ปัจจุบันโรงแรมในอำเภอหาดใหญ่มีระดับมาตรฐานสูงสุดคือ 4 ดาว ซึ่งปัญหาหลักมาจากระบบการบริหารจัดการแบบครอบครัว มีการฉวยโอกาสด้านราคาในช่วงเทศกาลต่างๆ เนื่องจากเน้นกลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติเป็นหลัก ดังนั้นจึงควรมีการส่งเสริมมาตรฐานครัวฮาลาลให้มากยิ่งขึ้นเพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าเหล่านี้ด้วย นอกจากนี้ควรพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้ทันสมัย โดยยึดหลักจากโรงแรมเซ็นทาราเป็นแม่แบบ และมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) มายกระดับมาตรฐานและมีเกณฑ์มาตรฐานจากส่วนกลาง เข้าไปช่วยตรวจสอบและพัฒนา รวมทั้งขอความร่วมมือจากโรงแรมต่างๆ ในการรับการตรวจสอบหรือเข้าร่วมการประเมินเกณฑ์มาตรฐานต่างๆ เพื่อทราบระดับมาตรฐานที่แท้จริง เป็นการช่วยยกระดับโรงแรมในอำเภอหาดใหญ่ต่อไป

ประเด็นที่ 9 แนวทางในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ด้านอาหารและเครื่องดื่ม (Food and Beverage) ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มได้แสดงความคิดเห็น สรุปได้ดังนี้

เนื่องจากอำเภอหาดใหญ่มีร้านที่เป็นเอกลักษณ์ มีจุดเด่นและมีความหลากหลายอยู่แล้ว สามารถรองรับลูกค้ากลุ่มใหญ่ได้เพียงพอ แต่ควรมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น การท่องเที่ยวแห่ง

ประเทศไทย (ททท.) ในการจัดทำบัญชีรายชื่อร้านอาหารและข้อมูลในการติดต่อและการเดินทาง เพื่อประชาสัมพันธ์สำหรับนักท่องเที่ยวไมซ์โดยเฉพาะ นอกจากนี้ควรมีการประสานความร่วมมือกันระหว่างกลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารในหาดใหญ่ร่วมกันให้มากกว่านี้

ประเด็นที่ 10 แนวทางในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาด้านธุรกิจนำเที่ยว (Tour Operator) ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มได้แสดงความคิดเห็น สรุปได้ดังนี้

ควรมีการทำโปรแกรมขายอย่างเป็นรูปธรรม สามารถจัดทำโปรแกรมเหมารวม (Package) ต่างๆ โดยดึงแหล่งท่องเที่ยวรอบข้างมาช่วยในการประชาสัมพันธ์ และพัฒนาบริษัททัวร์ในเรื่องการให้บริการอย่างถูกต้อง มีกฎระเบียบข้อบังคับอย่างชัดเจน ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการจัดอบรมให้แก่เจ้าของบริษัททัวร์และผู้ให้บริการในด้านต่างๆ เช่น อบรมการใช้สื่อ เทคโนโลยี การต้อนรับ และจรรยาบรรณ เป็นต้น และพัฒนาและประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น เพราะตามหลักในการจัดงาน จะต้องเลือกจุดหมายปลายทาง(Destination) ก่อนเป็นลำดับแรก

ประเด็นที่ 11 แนวทางในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาด้านธุรกิจบันเทิง (Entertainment) ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มได้แสดงความคิดเห็น สรุปได้ดังนี้

เนื่องจากในอำเภอหาดใหญ่มีการจัดงานเทศกาลต่างๆ ตลอดทั้งปี และธุรกิจบันเทิงเป็นเพียงธุรกิจเสริมการท่องเที่ยว ดังนั้นจึงถือว่ามีความเหมาะอยู่แล้ว นอกจากนี้ ยังสามารถเดินทางไปท่องเที่ยวยังบริเวณพื้นที่ใกล้เคียงได้ เช่น ตัวเมืองสงขลา ด่านนอก สะเดา เป็นต้น ซึ่งมีแหล่งนันทนาการและความบันเทิงอีกมากมาย โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ทำให้เกิดการท่องเที่ยวแบบเชื่อมโยงทั้งจังหวัดได้

ประเด็นที่ 12 แนวทางในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาด้านสินค้าที่ระลึก (Souvenir) ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มได้แสดงความคิดเห็น สรุปได้ดังนี้

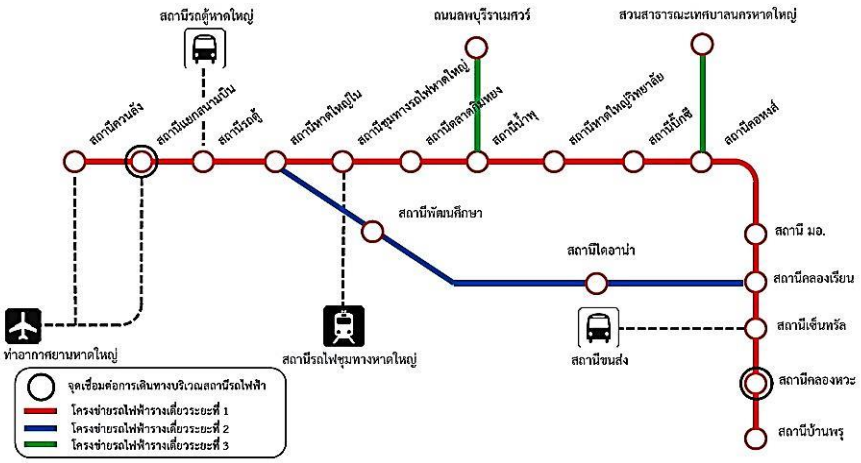
สามารถพัฒนาโดยการเพิ่มมูลค่าและความน่าเชื่อถือทางสินค้าให้เป็นที่นิยมมากยิ่งขึ้น ในปัจจุบันจะมีสินค้าที่เป็นที่นิยมบางประเภท โดยสินค้าประเภทของกิน เช่น ไก่ทอดหาดใหญ่ มะม่วงแช่อิ่ม เม็ดมะม่วงหิมพานต์ ฯลฯ สินค้าเหล่านี้สามารถจัดทำภาชนะบรรจุให้มีความหลากหลายและสวยงามได้ นอกจากนี้การดึงเอาจุดเด่นของจังหวัดสงขลา คือ “นางเงือก” มาจัดทำเป็นสินค้าในรูปแบบต่างๆ ยังสามารถช่วยเพิ่มศักยภาพด้านสินค้าที่ระลึกได้อีกทางด้วย

ประเด็นที่ 13 แนวทางในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาด้านความปลอดภัย (Security) ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มได้แสดงความคิดเห็น สรุปได้ดังนี้

ปัจจุบัน อำเภอหาดใหญ่มีมาตรการรองรับด้านการรักษาความปลอดภัยอย่างชัดเจน ซึ่งคนในพื้นที่มีความมั่นใจว่าอำเภอหาดใหญ่มีความสงบ เรียบร้อย ปลอดภัย เป็นอย่างดี ดังนั้น สื่อควรมีส่วนร่วมในการนำเสนอภาพลักษณ์ที่ดี รวมทั้งประชาสัมพันธ์การจัดงานต่างๆ เพื่อให้คนนอกพื้นที่ได้รับรู้ เข้าใจและรับทราบถึงข้อเท็จจริงตรงจุดนี้

จากมุมมองความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิในการสนทนากลุ่มเพื่อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาประกอบกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม และข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ เมื่อได้ทำการวิเคราะห์ร่วมกับแนวคิดหลักในการประเมินและคัดเลือก MICE City ของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ซึ่งได้ให้ความสำคัญกับเมืองที่มีความพร้อมทางด้านโครงสร้างพื้นฐาน สถานที่จัดงาน สถานที่ท่องเที่ยว สนามบิน เส้นทางคมนาคม และปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในการรองรับการเป็น MICE City นั้น ทำให้ทราบถึงองค์ประกอบสำคัญที่มีอิทธิพลต่อศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ในประเด็นดังต่อไปนี้

(1) ความสะดวกในการเข้าสู่เมืองและสถานที่จัดงานของอำเภอหาดใหญ่ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมไมซ์ที่อยู่ในภาคใต้นิยมเดินทางมาด้วยรถส่วนตัวและเครื่องบิน หากเป็นผู้เข้าร่วมที่มาจากส่วนกลางจะเดินทางด้วยเครื่องบิน ซึ่งอำเภอหาดใหญ่มีโครงสร้างพื้นฐานที่ค่อนข้างพร้อม และในอนาคตเมื่อการเชื่อมโยงระบบรถไฟฟ้ารางเดี่ยว(Monorail) เมืองหาดใหญ่และพื้นที่โดยรอบเสร็จสิ้น ก็จะทำให้เกิดความสะดวกในการเข้าสู่เมืองและสถานที่จัดงานเป็นอย่างมาก ทั้งยังเป็นการช่วยลดระยะเวลาในการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง และปัญหาการจราจรในพื้นที่ได้ดี ดังรูป



ที่มา: เทศบาลนครหาดใหญ่, 2558

(2) การสนับสนุนการจัดงานไมซ์จากกลุ่มต่างๆ ในเมืองหาดใหญ่ การนำเสนอของสื่อมีส่วนเป็นอย่างมากที่จะส่งผลต่อทัศนคติ รวมทั้งการประชาสัมพันธ์งานต่างๆ ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกฝ่าย รวมทั้งการประสานความร่วมมือของกลุ่มผู้จัดงานทั้งในท้องถิ่นและส่วนกลาง และการขอสนับสนุนด้านการเงินเพื่อทำให้งานที่จัดประสบความสำเร็จและเป็นที่ยอมรับ

(3) กิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือการประชุม ซึ่งในอำเภอหาดใหญ่มีแหล่งช้อปปิ้งที่หลากหลาย แต่ควรพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวให้มีความสอดคล้องกับกลุ่มนักท่องเที่ยวไมซ์ต่อไป

(4) ที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวกในอำเภอหาดใหญ่ ถึงแม้จะมีจำนวนห้องพักที่เพียงพอ แต่ต้องเร่งพัฒนามาตรฐานโดยการสร้างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก เพื่อให้เกิดเป็นมาตรฐานเดียวกัน

(5) สถานที่จัดงานและสิ่งอำนวยความสะดวกในอำเภอหาดใหญ่ ปัจจุบันเริ่มมีสถานที่จัดงานหลายแห่งที่ได้รับมาตรฐาน จากการเข้าร่วมโครงการตรวจประเมินมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย จึงควรส่งเสริมให้ผู้ประกอบการที่พักซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับการจัดงานไมซ์ได้เร่งสร้างมาตรฐานในเรื่องห้องจัดประชุม ให้มีความจุเพียงพอ สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบห้องได้หลากหลาย และฝึกอบรมพนักงานผู้ให้บริการให้มีความพร้อมมากยิ่งขึ้น

(6) ภาพลักษณ์และความมีชื่อเสียงของเมืองหาดใหญ่ หากเป็นงานในระดับภูมิภาคซึ่งผู้เข้าร่วมส่วนใหญ่มีทัศนคติและภาพลักษณ์ที่ดี ย่อมทำให้เกิดการจัดงานที่มีความถี่มากยิ่งขึ้น แต่ในบางครั้งผู้เข้าร่วมกิจกรรมไมซ์ซึ่งไม่เคยเดินทางมาอำเภอหาดใหญ่อาจมีการพิจารณาข้อมูลข่าวสารประกอบการตัดสินใจจากสื่อ ดังนั้นประเด็นนี้จึงต้องอาศัยความร่วมมือจากสื่อในการสร้างสรรค์ข้อมูลข่าวสารต่างๆ เป็นอย่างมาก เพื่อทำให้เกิดการดึงดูดการจัดงานได้อย่างสม่ำเสมอ

(7) สภาพแวดล้อมของเมืองหาดใหญ่ ซึ่งปัจจุบันเทศบาลนครหาดใหญ่ได้มีการปรับเปลี่ยนและพัฒนาสภาพแวดล้อม และส่งเสริมให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในโครงการต่างๆ รวมทั้งการเป็นเจ้าบ้านที่ดี ซึ่งชาวบ้าน พ่อค้าแม่ค้ามีอัธยาศัยไมตรีที่ดีแก่ผู้มาเยือนอยู่เป็นประจำ

(8) ความเสี่ยงในการยกเลิกงานและการรักษาความปลอดภัยอำเภอหาดใหญ่ ถึงแม้อำเภอหาดใหญ่จะเคยได้รับผลกระทบจากความไม่สงบในอดีต แต่ปัจจุบันหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายทั้งฝ่ายความมั่นคง ภาครัฐภาคเอกชนหรือแม้แต่ประชาชน ทุกฝ่ายได้มีส่วนร่วมในการช่วยกันดูแลรักษาบ้านเมืองให้เกิดความปลอดภัยน่าอยู่ จนทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกอุ่นใจในการเดินทางมาเยือนและอยากกลับมาอีกครั้ง ซึ่งล้วนส่งผลดีต่อการจัดงานไมซ์เป็นอย่างมาก

โดยผลที่ได้รับเพิ่มเติมจากการสนทนากลุ่มครั้งนี้ ทำให้เกิดการสร้างเครือข่ายผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (Stakeholders) ในอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา อันจะนำไปสู่ความร่วมมือในการทำงานร่วมกันและเกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ต่อไปในอนาคต

บทที่ 5
สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเสนอแนวทางในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยได้กำหนดการดำเนินการวิจัยออกเป็น 2 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการประเมินศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยการตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) แบ่งการศึกษาเป็น 2 ขั้นตอนย่อย ได้แก่ ขั้นตอนที่ 1.1 เป็นการศึกษาความคิดเห็นในกลุ่มเจ้าของงานประชุมและผู้จัดแสดงสินค้า/นิทรรศการ และขั้นตอนย่อยที่ 1.2 เป็นการศึกษาสภาพปัญหา ความต้องการ และความคิดเห็นในกลุ่มผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ขั้นตอนที่ 2 สรุปแนวทางในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

สรุปผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา” สรุปได้ดังนี้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ขั้นตอนที่ 1.1 ศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการประเมินศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จากเจ้าของงานประชุมและผู้จัดแสดงสินค้า/นิทรรศการ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 72.50 มีอายุ 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 56.00 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี/อนุปริญญา คิดเป็นร้อยละ 53.00 ทำงานอยู่ในภาคใต้ คิดเป็นร้อยละ 73.75 เข้าร่วมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ คิดเป็นร้อยละ 41.00 และเข้าร่วมงานขนาดกลาง คิดเป็นร้อยละ 56.50

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารของงานจากป้ายโฆษณากลางแจ้ง คิดเป็นร้อยละ 47.50 เดินทางมาอำเภอหาดใหญ่โดยรถส่วนตัวและรถนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 59.00 และนิยมเดินทางไปห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 74.25

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่ออุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ในการประเมินความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ย 3.93 ด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 3.82 ด้านผู้จัดงาน/ผู้เข้าร่วมงานและด้านกระบวนการวางแผน มีค่าเฉลี่ย 3.81 ด้านกระบวนการหลังการจัดงาน มีค่าเฉลี่ย 3.76 ด้านการส่งเสริมการขาย มีค่าเฉลี่ย 3.69 และด้านราคา มีค่าเฉลี่ย 3.57

ด้านผลิตภัณฑ์

ในการประเมินความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญต่อประเด็นที่มีอิทธิพลต่ออุตสาหกรรมไมซ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 3.93 เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการประชุม/การแสดงสินค้า/นิทรรศการ ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ ทันสมัย มีค่าเฉลี่ย 3.81 คุณภาพของเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการประชุม/การแสดงสินค้า/นิทรรศการ มีมาตรฐานระดับนานาชาติ/ชาติ มีค่าเฉลี่ย 3.80 จำนวนเครื่องมือ อุปกรณ์ที่ใช้ในการประชุม/การแสดงสินค้า/นิทรรศการ มีเพียงพอกับความต้องการใช้ มีค่าเฉลี่ย 3.79 และขนาดและจำนวนของห้องประชุม/ห้องแสดงสินค้า/นิทรรศการ มีค่าเฉลี่ย 3.77

ด้านราคา

ในการประเมินความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญต่อประเด็นที่มีอิทธิพลต่ออุตสาหกรรมไมซ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคาค่าเช่าเหมาะสมกับสิ่งอำนวยความสะดวกของสถานที่จัดงาน มีค่าเฉลี่ย 3.64 มีการนำเสนอราคาที่น่าสนใจแก่ผู้จัดงาน มีค่าเฉลี่ย 3.58 และราคาค่าเช่าที่จ่ายมีความคุ้มค่า คุ้มราคา มีค่าเฉลี่ย 3.56 ยกเว้นประเด็นเรื่องราคาค่าเช่ามีความยืดหยุ่น สามารถต่อรองได้ ที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.48

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ในการประเมินความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญต่อประเด็นที่มีอิทธิพลต่ออุตสาหกรรมไมซ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สถานที่จัดงานมีที่ตั้งเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.07 ความปลอดภัยของสถานที่จัดงาน มีค่าเฉลี่ย 4.05 ที่จอดรถมีเพียงพอและมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยอย่างทั่วถึง มีค่าเฉลี่ย 3.92 และมีระบบขนส่ง (มวลชน/สาธารณะ) เข้าถึงสถานที่จัดงาน มีค่าเฉลี่ย 3.70

ด้านการส่งเสริมการขาย

ในการประเมินความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการขาย ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญต่อประเด็นที่มีอิทธิพลต่ออุตสาหกรรมไมซ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีการออกบูธเพื่อสร้างแรงกระตุ้นให้มีการจัดงาน มีค่าเฉลี่ย 3.76 สถานบันเทิงและแหล่งมหรสพมีป้ายสัญลักษณ์ ตั้งอยู่ในทำเลที่ค้นหาได้สะดวกมีความร่วมมือกับหน่วยงาน/สมาคมต่างๆเพื่อดึงดูดงานให้เข้ามาจัดในพื้นที่ มีค่าเฉลี่ย 3.73 สถานที่จัดงาน มีการประชาสัมพันธ์งานประชุม/งานแสดงสินค้า/นิทรรศการต่างๆ ที่จัดภายในสถานที่จัดงานมีค่าเฉลี่ย 3.71 มีรูปแบบการนำเสนอสถานที่จัดงานที่น่าสนใจผ่านทางแผ่นพับต่างๆ มีค่าเฉลี่ย 3.65 และการให้ส่วนลดสำหรับสถานที่พักหรือตั๋วเครื่องบิน มีค่าเฉลี่ย 3.58

ด้านผู้จัดงาน/ผู้เข้าร่วมงาน

ในการประเมินความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดด้านผู้จัดงาน/ผู้เข้าร่วมงาน ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญต่อประเด็นที่มีอิทธิพลต่ออุตสาหกรรมไมซ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ผู้จัดงานมีความรู้ความเข้าใจในการจัดงานประชุม/งานแสดงสินค้า/นิทรรศการ เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 3.88 ความมีประสิทธิภาพในการทำงาน มีค่าเฉลี่ย 3.85 การดูแลเอาใจใส่ ความกระตือรือร้นของผู้ให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.76 และความรวดเร็วในการบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.75

ด้านกระบวนการวางแผน

ในการประเมินความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการวางแผน ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญต่อประเด็นที่มีอิทธิพลต่ออุตสาหกรรมไมซ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ระบบรักษาความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ย 3.88 มีการจัดระบบการจราจรภายในสถานที่จัดงานเป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 3.84 การประสานงานระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.82 และแผนบริหารความเสี่ยงและการดำเนินงานฉุกเฉิน มีค่าเฉลี่ย 3.70

ด้านกระบวนการหลังการจัดงาน

ในการประเมินความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการหลังการจัดงาน ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญต่อประเด็นที่มีอิทธิพลต่ออุตสาหกรรมไมซ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีการประเมินผลการจัดงานด้านคุณภาพและความพึงพอใจจากผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงาน มีค่าเฉลี่ย 3.84 ประสิทธิภาพและความครอบคลุมของสื่อและเครื่องมือ มีค่าเฉลี่ย 3.76 การแสดงความขอบคุณแก่ผู้ที่มีส่วนร่วมในงานนั้นๆ มีค่าเฉลี่ย 3.72 และ การเน้นย้ำถึงความสำเร็จของงานผ่านการประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ย 3.70

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญของทรัพยากรการบริหารที่มีต่อสถานที่จัดงานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ในการประเมินความสำคัญของทรัพยากรการบริหาร ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อสถานที่จัดงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านวัสดุอุปกรณ์ มีค่าเฉลี่ย 3.92 ด้านการจัดการ มีค่าเฉลี่ย 3.88 ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ย 3.84 และด้านการเงิน มีค่าเฉลี่ย 3.72

ด้านบุคลากร

ในการประเมินความสำคัญของทรัพยากรการบริหารด้านบุคลากร ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญต่อประเด็นที่มีอิทธิพลต่อสถานที่จัดงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ บุคลากร/เจ้าหน้าที่มีจำนวนเพียงพอและมีประสิทธิภาพในการทำงาน มีค่าเฉลี่ย 3.88 บุคลากร/เจ้าหน้าที่มีความรู้ ประสบการณ์ มีค่าเฉลี่ย 3.87 บุคลากร/เจ้าหน้าที่มีคุณสมบัติตรงตามความต้องการ มีค่าเฉลี่ย 3.81 และ บุคลากร/เจ้าหน้าที่มีความเป็นมือ อาชีพสามารถแก้ปัญหาได้ดี มีค่าเฉลี่ย 3.79

ด้านการเงิน

ในการประเมินความสำคัญของทรัพยากรการบริหารด้านการเงิน ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญต่อประเด็นที่มีอิทธิพลต่อสถานที่จัดงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ เงินทุนในการดำเนินงานมีความเป็นระบบ ระเบียบ มีค่าเฉลี่ย 3.76 มีแผนการใช้จ่ายเงินที่ชัดเจน มีค่าเฉลี่ย 3.70 และมีการสนับสนุนงบประมาณอย่างเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 3.68

ด้านวัสดุอุปกรณ์

ในการประเมินความสำคัญของทรัพยากรการบริหารด้านวัสดุอุปกรณ์ ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญต่อประเด็นที่มีอิทธิพลต่อสถานที่จัดงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆในสถานที่จัดงานครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 3.96 มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆในสถานที่จัดงานครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 3.93 และวัสดุอุปกรณ์ต่างๆมีความทันสมัย และโต๊ะ เก้าอี้มีความเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.89

ด้านการจัดการ

ในการประเมินความสำคัญของทรัพยากรการบริหารด้านการจัดการ ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญต่อประเด็นที่มีอิทธิพลต่อสถานที่จัดงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ มีการดูแล/บำรุงรักษาให้ทันสมัย พร้อมรองรับการจัดงานตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ย 3.93 มีการจัดการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีค่าเฉลี่ย 3.88 และการจัดงานทีความน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 3.81

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการประเมินศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ในการประเมินศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญต่อปัจจัยทุกด้านซึ่งเป็นองค์ประกอบของอุตสาหกรรมไมซ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านอาหารและเครื่องดื่ม มีค่าเฉลี่ย 3.93 ด้านที่พัก มีค่าเฉลี่ย 3.87 ด้านธุรกิจบันเทิง มีค่าเฉลี่ย 3.79 ด้านผู้รับจัดงาน มีค่าเฉลี่ย 3.75 ด้านสถานที่จัดงาน มีค่าเฉลี่ย 3.74 ด้านธุรกิจนำเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 3.66 ด้านความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ย 3.63 ด้านการคมนาคมขนส่ง มีค่าเฉลี่ย 3.61 และด้านสินค้าที่ระลึก มีค่าเฉลี่ย 3.53

ด้านสถานที่จัดงาน

ในการประเมินศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญในด้านสถานที่จัดงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สถานที่จัดงานมีขนาดใหญ่ มีจำนวนและประเภทห้องที่หลากหลาย มีค่าเฉลี่ย 3.90 ที่จอดรถมีปริมาณเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.82 สามารถปรับเปลี่ยนการจัดแผนผังและการติดตั้งอุปกรณ์ต่างๆได้สะดวก (Multi-Purpose Usage) มีค่าเฉลี่ย 3.76 และ มีการบริการจัดอาหาร มีค่าเฉลี่ย 3.68

ด้านผู้รับจัดงาน

ในการประเมินศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญในด้านผู้รับจัดงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ความสร้างสรรค์ในการจัดงาน มีค่าเฉลี่ย 3.83 มีรูปแบบการจัดงานที่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 3.76 การนำเทคโนโลยีต่างๆมาประยุกต์ใช้และให้ข้อมูลรายละเอียดต่างๆได้อย่างถูกต้อง มีค่าเฉลี่ย 3.75 และ โบรชัวร์ของงานมีความน่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 3.66

ด้านการคมนาคมขนส่ง

ในการประเมินศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญในด้านการคมนาคมขนส่ง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ระบบการขนส่งมวลชนที่ครอบคลุม มีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ย 3.64 มีจำนวนผู้ประกอบการด้านการขนส่งที่เพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.61 และค่าบริการในการขนส่งมีความเหมาะสมและมีเทคโนโลยีความทันสมัยของการให้บริการ (การจองตั๋วเดินทาง e-ticket) มีค่าเฉลี่ย 3.59

ด้านที่พัก

ในการประเมินศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญในด้านที่พัก โดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ จำนวนที่พัก โรงแรมในอำเภอหาดใหญ่ มีค่าเฉลี่ย 3.98 ความสะดวกสบายในการติดต่อจองห้องพัก มีค่าเฉลี่ย 3.87 มีค่าบริการที่พักเหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.82 และ คุณภาพและมาตรฐานของห้องพัก มีค่าเฉลี่ย 3.81

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ด้านอาหารและเครื่องดื่ม

ในการประเมินศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญในด้านอาหารและเครื่องดื่ม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ จำนวนร้านอาหาร ภัตตาคารในอำเภอหาดใหญ่ มีค่าเฉลี่ย 4.00 มีประเภทอาหารให้เลือกหลากหลาย มีค่าเฉลี่ย 3.95 ร้านอาหารตั้งอยู่ในทำเลที่หาง่าย เดินทางสะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.93 และ อาหารมีคุณภาพ ถูกหลักอนามัย มีค่าเฉลี่ย 3.83

ด้านธุรกิจนำเที่ยว

ในการประเมินศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญในด้านธุรกิจนำเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ จำนวนบริษัทผู้ประกอบการด้านธุรกิจนำเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 3.74 ค่าใช้จ่ายด้านธุรกิจนำเที่ยวมีความเหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับบริการ มีค่าเฉลี่ย 3.65 ขีดความสามารถในการสื่อสารของมัคคุเทศก์ในการนำเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 3.63 และ จำนวนมัคคุเทศก์ในการนำเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 3.62

ด้านธุรกิจบันเทิง

ในการประเมินศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญในด้านธุรกิจบันเทิง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ จำนวนสถานบันเทิงและแหล่งมหรสพ มีค่าเฉลี่ย 3.88 จำนวนบุคลากรในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.79 สถานบันเทิงและแหล่งมหรสพมีป้ายสัญลักษณ์ตั้งอยู่ในทำเลที่ค้นหาได้สะดวก มีค่าเฉลี่ย 3.78 และ ขีดความสามารถของบุคลากรในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.70

ด้านสินค้าที่ระลึก

ในการประเมินศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญในด้านสินค้าที่ระลึก โดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ จำนวนบุคลากรในการให้บริการของร้านค้า มีค่าเฉลี่ย 3.55 ค่าสินค้าของที่ระลึกมีความเหมาะสมต่อคุณภาพของสินค้า มีค่าเฉลี่ย 3.54 จำนวนร้านค้าของที่ระลึก มีค่าเฉลี่ย 3.53 ขีดความสามารถของบุคลากรในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย 3.52 และ ความหลากหลายของสินค้าที่ระลึก มีค่าเฉลี่ย 3.50

ด้านความปลอดภัย

ในการประเมินศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญในด้านความปลอดภัย โดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ อำเภอหาดใหญ่เป็นเมืองที่มีความมั่นคงปลอดภัยในการเดินทางมาท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 3.72 เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยในหาดใหญ่มีเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.63 จำนวนอุปกรณ์/เครื่องมือรักษาความปลอดภัยเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย 3.62 และเทคโนโลยีด้านระบบเตือนภัยมีคุณภาพดี มีค่าเฉลี่ย 3.54

ผลการตรวจสอบสมมติฐานด้านความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ส่วนประสมทางการตลาดทุกปัจจัยมีส่วนสำคัญต่อศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ด้านสถานที่จัดงาน ด้านความปลอดภัย ด้านการคมนาคมขนส่ง ด้านที่พัก ด้านธุรกิจนำเที่ยว และด้านผู้รับจัดงาน โดยเฉพาะปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผู้จัดงาน/ผู้เข้าร่วมงาน กระบวนการวางแผน และกระบวนการหลังการจัดงาน ที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ด้านผู้รับจัดงาน ในขณะเดียวกันส่วนประสมทางการตลาดทุกปัจจัยเป็นเพียงส่วนหนึ่งของศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ด้านธุรกิจบันเทิงและด้านสินค้าที่ระลึก และสรุปความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดเป็นรายด้านกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ได้ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์

(1)ประเด็นเรื่องความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวและประเด็นเรื่องขนาดและจำนวนของห้องประชุมห้องแสดงสินค้า/นิทรรศการ มีความสัมพันธ์กับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับต่ำ (2)ประเด็นเรื่องจำนวนเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการประชุมการแสดงสินค้า/นิทรรศการมีเพียงพอกับความต้องการใช้ ประเด็นเรื่องเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการประชุมการแสดงสินค้า/นิทรรศการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ทันสมัย และประเด็นเรื่องคุณภาพของเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการประชุมการแสดงสินค้า/นิทรรศการมีมาตรฐานระดับนานาชาติ/ชาตินิทรรศการ มีความสัมพันธ์กับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับต่ำ ยกเว้นด้านผู้รับจัดงานที่มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง

ด้านราคา

(1)ประเด็นเรื่องราคาค่าเช่าที่จ่ายมีความคุ้มค่า คุ้มราคา มีความสัมพันธ์กับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับต่ำ ยกเว้นด้านสถานที่จัดงานที่มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง (2)ประเด็นเรื่องราคาค่าเช่าเหมาะสมกับสิ่งอำนวยความสะดวกของสถานที่จัดงานมีความสัมพันธ์กับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับต่ำ ยกเว้นด้านสถานที่จัดงาน ด้านการคมนาคมขนส่ง และด้านความปลอดภัย ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง (3)ประเด็นเรื่องราคาค่าเช่ามีความยืดหยุ่นสามารถต่อรองได้มีความสัมพันธ์กับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับต่ำ (4)ประเด็นเรื่องมีการนำเสนอราคาที่น่าสนใจแก่ผู้จัดงานมีความสัมพันธ์กับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับต่ำ ยกเว้นด้านสถานที่จัดงานและด้านการคมนาคมขนส่ง ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

(1)ประเด็นเรื่องสถานที่จัดงานมีที่ตั้งเหมาะสมมีความสัมพันธ์กับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับต่ำ ยกเว้นด้านสถานที่จัดงานและด้านผู้รับจัดงาน ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง (2)ประเด็นเรื่องมีระบบขนส่ง(มวลชน/สาธารณะ)เข้าถึงสถานที่จัดงานมีความสัมพันธ์กับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับต่ำยกเว้นด้านสถานที่จัดงาน ด้านการคมนาคมขนส่ง และด้านที่พัก ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง (3)ประเด็นเรื่องความปลอดภัยของสถานที่จัดงานมีความสัมพันธ์กับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับต่ำ (4)ประเด็นเรื่องที่จอดรถมีเพียงพอ มีความสัมพันธ์กับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับต่ำ ยกเว้นด้านสถานที่จัดงานที่มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง (5)ประเด็นเรื่องมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยอย่างทั่วถึงมีความสัมพันธ์กับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับปานกลาง ยกเว้นด้านที่พัก ด้านธุรกิจนำเที่ยว ด้านธุรกิจบันเทิง และด้านสินค้าที่ระลึก ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

ด้านการส่งเสริมการขาย

(1)ประเด็นเรื่องมีการออกบูธเพื่อสร้างแรงกระตุ้นให้มีการจัดงานมีความสัมพันธ์กับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับต่ำยกเว้นด้านผู้รับจัดงานและด้านความปลอดภัย ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง (2)ประเด็นเรื่องมีรูปแบบการนำเสนอสถานที่จัดงานที่น่าสนใจผ่านทางแผ่นพับต่างๆมีความสัมพันธ์กับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับต่ำยกเว้นด้านผู้รับจัดงานที่มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง (3)ประเด็นเรื่องมีความร่วมมือกับหน่วยงาน/สมาคมต่างๆเพื่อดึงดูดงานให้เข้ามาจัดในพื้นที่มีความสัมพันธ์กับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับต่ำยกเว้นด้านสถานที่จัดงาน ด้านผู้รับจัดงาน และด้านความปลอดภัย ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง (4)ประเด็นเรื่องการให้ส่วนลดสำหรับสถานที่พักหรือตั๋วเครื่องบินมีความสัมพันธ์กับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับต่ำยกเว้นด้านการคมนาคมขนส่งที่มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง (5)ประเด็นเรื่องสถานที่จัดงานมีการประชาสัมพันธ์งานประชุม/นิทรรศการต่างๆที่จัดภายในสถานที่จัดงานมีความสัมพันธ์กับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับต่ำยกเว้นด้านสถานที่จัดงานและด้านผู้รับจัดงาน ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง

ด้านผู้จัดงาน/ผู้เข้าร่วมงาน

(1)ประเด็นเรื่องการดูแลเอาใจใส่ความกระตือรือร้นของผู้ให้บริการประเด็นเรื่องความรวดเร็วในการบริการ และประเด็นเรื่องผู้จัดงานมีความรู้ความเข้าใจในการจัดงานประชุม/นิทรรศการเป็นอย่างดีมีความสัมพันธ์กับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับปานกลาง ยกเว้นด้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านธุรกิจบันเทิง ด้านสินค้าที่ระลึก และด้านความปลอดภัย ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ (2)ประเด็นเรื่องความมีประสิทธิภาพในการทำงานมีความสัมพันธ์กับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับต่ำยกเว้นด้านสถานที่จัดงาน ด้านผู้รับจัดงาน และด้านการคมนาคมขนส่ง ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง

ด้านกระบวนการวางแผน

(1)ประเด็นเรื่องการประสานงานระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการมีความสัมพันธ์กับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับต่ำยกเว้นด้านผู้รับจัดงานและด้านธุรกิจนำเที่ยว ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง (2)ประเด็นเรื่องระบบรักษาความปลอดภัย มีความสัมพันธ์กับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับต่ำยกเว้นด้านสถานที่จัดงาน ด้านผู้รับจัดงาน ด้านการคมนาคมขนส่ง และด้านความปลอดภัย ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง (3)ประเด็นเรื่องแผนบริหารความเสี่ยงและการดำเนินงานฉุกเฉินมีความสัมพันธ์กับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับปานกลางยกเว้นด้านที่พัก ด้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านธุรกิจบันเทิง และด้านสินค้าที่ระลึก ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับ

ต่ำ (4)ประเด็นเรื่องมีการจัดระบบการจราจรภายในสถานที่จัดงานเป็นอย่างดีมีความสัมพันธ์กับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับต่ำยกเว้นด้านสถานที่จัดงาน ด้านผู้รับจัดงาน และด้านความปลอดภัย ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง

ด้านกระบวนการหลังการจัดงาน

(1)ประเด็นเรื่องมีการประเมินผลการจัดงานด้านคุณภาพและความพึงพอใจจากผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงานมีความสัมพันธ์กับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับปานกลางยกเว้นด้านผู้รับจัดงานที่มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง และด้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านสินค้าที่ระลึก และด้านความปลอดภัย ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ (2)ประเด็นเรื่องประสิทธิภาพและความครอบคลุมของสื่อและเครื่องมือมีความสัมพันธ์กับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับปานกลางยกเว้นด้านผู้รับจัดงานที่มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง และด้านอาหารและเครื่องดื่ม และด้านความปลอดภัย ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ (3)ประเด็นเรื่องการเน้นย้ำถึงความสำเร็จของงานผ่านการประชาสัมพันธ์และประเด็นเรื่องการแสดงความขอบคุณแก่ผู้ที่มีส่วนร่วมในงานนั้นๆ มีความสัมพันธ์กับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับปานกลางยกเว้นด้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านธุรกิจบันเทิง และด้านความปลอดภัย ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

ผลการตรวจสอบสมมติฐานด้านความสัมพันธ์ระหว่างทรัพยากรการบริหารกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ทรัพยากรการบริหารทุกปัจจัยมีส่วนสำคัญต่อศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ทั้ง 9 ด้าน โดยเฉพาะปัจจัยทรัพยากรการบริหารด้านวัสดุอุปกรณ์และด้านการจัดการ ที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ด้านผู้รับจัดงาน และสรุปความสัมพันธ์ระหว่างทรัพยากรการบริหารเป็นรายด้านกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ได้ดังนี้

ด้านบุคลากร

(1)ประเด็นเรื่องบุคลากร/เจ้าหน้าที่มีจำนวนเพียงพอและมีประสิทธิภาพในการทำงานและประเด็นเรื่องบุคลากร/เจ้าหน้าที่มีความเป็นมืออาชีพสามารถแก้ปัญหาได้ดี มีความสัมพันธ์กับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับต่ำยกเว้นด้านสถานที่จัดงาน ด้านผู้รับจัดงาน และด้านการคมนาคมขนส่ง ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง (2)ประเด็นเรื่องบุคลากร/เจ้าหน้าที่มีความรู้ประสบการณ์ มีความสัมพันธ์กับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับต่ำยกเว้นด้านสถานที่จัดงาน ด้าน

ผู้รับจัดงาน ด้านการคมนาคมขนส่ง และด้านธุรกิจนำเที่ยว ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง (3)ประเด็นเรื่องบุคลากร/เจ้าหน้าที่มีคุณสมบัติตรงตามความต้องการ มีความสัมพันธ์กับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับปานกลางยกเว้นด้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านธุรกิจบันเทิง ด้านสินค้าที่ระลึก และด้านความปลอดภัย ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

ด้านการเงิน

ประเด็นเรื่องมีการสนับสนุนงบประมาณอย่างเหมาะสม ประเด็นเรื่องมีแผนการใช้จ่ายเงินที่ชัดเจน และประเด็นเรื่องเงินทุนในการดำเนินงานมีความเป็นระบบ ระเบียบ มีความสัมพันธ์กับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับปานกลางยกเว้นด้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านธุรกิจบันเทิง และด้านสินค้าที่ระลึก ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

ด้านวัสดุอุปกรณ์

(1)ประเด็นเรื่องมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆในสถานที่จัดงานครบถ้วนมีความสัมพันธ์กับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับปานกลางยกเว้นด้านธุรกิจนำเที่ยว ด้านธุรกิจบันเทิง ด้านสินค้าที่ระลึก และด้านความปลอดภัย ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ (2)ประเด็นเรื่องมีความพร้อมในระบบแสง สี เสียงมีความสัมพันธ์กับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับปานกลางยกเว้นด้านธุรกิจนำเที่ยว ด้านสินค้าที่ระลึก และด้านความปลอดภัย ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ (3)ประเด็นเรื่องวัสดุอุปกรณ์ต่างๆมีความทันสมัยมีความสัมพันธ์กับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับปานกลางยกเว้นด้านผู้รับจัดงานที่มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง และด้านธุรกิจนำเที่ยว และด้านสินค้าที่ระลึกที่มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ (4)ประเด็นเรื่องโต๊ะ เก้าอี้มีความเพียงพอมีความสัมพันธ์กับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับต่ำยกเว้นด้านสถานที่จัดงาน ด้านผู้รับจัดงาน และด้านการคมนาคมขนส่งที่มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง

ด้านการจัดการ

(1)ประเด็นเรื่องมีการดูแล/บำรุงรักษาให้ทันสมัย พร้อมรองรับการจัดงานตลอดเวลามีความสัมพันธ์กับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับปานกลางยกเว้นด้านผู้รับจัดงานที่มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง และด้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านสินค้าที่ระลึก และด้านความปลอดภัย ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ (2)ประเด็นเรื่องมีการจัดการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์กับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับปานกลาง ยกเว้นยกเว้นด้านผู้รับจัดงานที่มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง และด้านสินค้าที่ระลึกและด้านความปลอดภัย ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ (3)ประเด็นเรื่องการจัดงานมีความน่าสนใจตลอดเวลามีความสัมพันธ์กับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับปาน

กลาง ยกเว้นด้านผู้รับจัดงานที่มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง และด้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านสินค้าที่ระลึก และด้านความปลอดภัย ที่มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

ขั้นตอนที่ 1.2 ศึกษาสภาพ ปัญหา ความต้องการ และความคิดเห็นเกี่ยวกับการประเมินศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิที่มีคุณสมบัติเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิที่มีคุณสมบัติเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา สรุปได้ดังนี้

ปัจจุบันอำเภอหาดใหญ่มีความพร้อมทางด้านอุตสาหกรรมไมซ์ในหลายๆ ด้าน ได้แก่ ด้านการคมนาคมขนส่ง(Transportation) ซึ่งมีรูปแบบในการขนส่งทั้งทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ โดยเฉพาะการมีสนามบินนานาชาติหาดใหญ่ที่สามารถรองรับการเดินทางเข้า-ออก จากทั้งภายในประเทศ รวมถึงประเทศเพื่อนบ้านมาเลเซีย สิงคโปร์ด้วยนั้น เมื่อมีการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนแล้ว ย่อมทำให้เกิดการเดินทางไปยังประเทศเพื่อนบ้านได้ง่ายขึ้น แต่การเข้าถึงสถานที่จัดงานในบางครั้ง อาจมีการเข้าถึงที่ค่อนข้างยาก เนื่องจากสภาพการจราจรที่หนาแน่นในบางเวลา ในขณะเดียวกันอำเภอหาดใหญ่ยังขาดระบบขนส่งมวลชนที่ได้มาตรฐาน รวมทั้งพฤติกรรมในการขับขี่ของผู้ใช้รถใช้ถนนด้วย ด้านสถานที่จัดงาน (Venues) ซึ่งปัจจุบันอำเภอหาดใหญ่มีศูนย์ประชุม ศูนย์การค้า และโรงแรมที่ได้รับมาตรฐานสถานที่จัดงานจากสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) รวมทั้งสิ้น 5 แห่ง ทำให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันในการจัดงานที่หลากหลายขึ้น แต่ทั้งนี้ การจัดงานในโรงแรมอาจยังไม่เพียงพอต่อการรองรับการจัดงานขนาดใหญ่ได้ ด้านที่พัก(Accommodation) ธุรกิจที่พักในอำเภอหาดใหญ่มีเพียงพอต่อกลุ่มนักท่องเที่ยว แต่ส่วนใหญ่ยังขาดมาตรฐาน ทั้งในส่วนสภาพของโรมแรมที่มีการบริหารจัดการแบบครอบครัว และการให้บริการของพนักงานในโรงแรม ที่ยังขาดความรู้ความเข้าใจในการจัดงานไมซ์ รวมทั้งปัญหาในเรื่องสถานที่จอดรถที่อาจไม่เพียงพอต่อผู้เข้าร่วมงาน ด้านความปลอดภัย(Security) ปัจจุบันอำเภอหาดใหญ่ได้รับการยอมรับจากนักท่องเที่ยวว่ามีความปลอดภัยเป็นอย่างมาก เนื่องจากมีหน่วยงานภาครัฐภาคเอกชนทุกฝ่าย รวมถึงชุมชนในพื้นที่ซึ่งได้ให้ความร่วมมือร่วมใจกันอย่างเต็มที่ ดังนั้น สื่อควรมีการนำเสนอข่าวสารในแง่บวก เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่อยู่นอกพื้นที่ มีความเชื่อมั่นในการเดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ให้มากยิ่งขึ้น ด้านผู้รับจัดงาน(Organizer) ด้วยความที่อำเภอหาดใหญ่มีกลุ่มผู้รับจัดงานในท้องถิ่นไม่มากนัก ซึ่งมักจัดงานเป็นประจำ จึงทำให้มีความชำนาญงานมากขึ้น แต่อาจทำให้รูปแบบในการจัดงานขาดความแปลกใหม่และน่าสนใจขึ้น ในขณะเดียวกันการนำเสนอข่าวสารของสื่อในบางครั้ง ย่อมส่งผลเสียต่อการจัดงานในอำเภอหาดใหญ่ เนื่องจากขาดผู้ให้การสนับสนุนทางด้าน

งบประมาณ ทำให้การจัดงานต่างๆ ไม่สามารถพัฒนาได้ดียิ่งขึ้น ด้านธุรกิจนำเที่ยว(Tour Operator) อำเภอหาดใหญ่ยังขาดแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจและเหมาะกับกลุ่ม Incentive Tour เนื่องจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามา มักจะเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเดิมๆ ในส่วนบริษัทนำเที่ยวก็มักเน้นการให้บริการกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียและสิงคโปร์ เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวไทยจะเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง ดังนั้นจึงควรมีการเพิ่มมาตรฐานของบริษัทนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ท้องถิ่นในอำเภอหาดใหญ่ ให้เป็นที่ยอมรับแก่นักท่องเที่ยวให้มากกว่านี้ ด้านสินค้าที่ระลึก (Souvenir) นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาซื้อของฝากที่ตลาดกิมหยง และตลาดสันติสุข ซึ่งตลาดเหล่านี้มักนำสินค้าจากพื้นที่อื่นมาจำหน่าย ซึ่งในความเป็นจริง อำเภอหาดใหญ่ยังขาดเอกลักษณ์ในเรื่องของสินค้าที่ระลึก จึงควรมีการคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่างๆ เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าสินค้าและเป็นที่จดจำของนักท่องเที่ยวต่อไป ด้านอาหารและเครื่องดื่ม(Food and Beverage) ถือเป็นจุดเด่นของอำเภอหาดใหญ่และเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางเข้ามา โดยสามารถเลือกทานได้ตลอด 24 ชั่วโมง และด้าน(Entertainment) ซึ่งอำเภอหาดใหญ่มีเทศกาลต่างๆ และกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจมากมายตลอดทั้งปี จึงทำให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ 2 สรุปแนวทางในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิที่มีคุณสมบัติเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม สามารถสรุปแนวทางในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ดังนี้

ด้านสถานที่จัดงาน(Venues) สร้างความเข้มแข็งในกลุ่มสถานที่จัดงาน ทั้งในส่วนศูนย์ประชุม ศูนย์การค้า และโรงแรม เพื่อให้เกิดการดึงงานไมซ์ที่มีความหลากหลายเข้ามาจัดในอำเภอหาดใหญ่ พร้อมรองรับวิธีการแก้ไขปัญหาความจุของสถานที่จอดรถ โดยเจ้าของสถานที่จัดงานอาจประสานความร่วมมือกับเจ้าของงาน และเทศบาลนครหาดใหญ่ ในการขอการสนับสนุนรถสาธารณะ

ด้านผู้รับจัดงาน(Organizer) ผู้รับจัดงานในท้องถิ่นควรมีการรวมตัวกันเพื่อสร้างความเข้มแข็ง รวมทั้งการขอความร่วมมือจากสื่อ ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารต่างๆ เพื่อทำให้เกิดการเข้าร่วมงานไมซ์ และยังได้รับการสนับสนุนทางด้านงบประมาณต่างๆ เพื่อให้รูปแบบงานไมซ์ในอำเภอหาดใหญ่มีความน่าสนใจยิ่งขึ้น

ด้านการคมนาคมขนส่ง(Transportation) ควรวางแผนจัดสร้างระบบขนส่งมวลชนในอนาคต เพื่อทำให้เกิดการเข้าถึงสถานที่จัดงานได้ง่ายขึ้น รวมทั้งการขอการสนับสนุนการให้บริการรถสาธารณะจากทางเทศบาล เพื่อช่วยลดปัญหาการจราจรที่หนาแน่นทั้งภายในบริเวณงานและรอบงานได้ ในขณะเดียวกันควรปลูกฝังจิตสำนึกในการให้บริการที่ถูกต้องของผู้ให้บริการรถสาธารณะ เพื่อทำให้เกิดความประทับใจของผู้ใช้บริการยิ่งขึ้น

ด้านที่พัก(Accommodation) ควรร่วมกันเปลี่ยนมุมมอง ความคิดของผู้ประกอบการธุรกิจที่พัก ให้เห็นถึงความสำคัญของการปรับปรุงมาตรฐานที่พัก รวมทั้งการให้ความสำคัญแก่มาตรฐานและทักษะของพนักงานผู้ให้บริการ ให้มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องในการจัดงานไมซ์ เพื่อให้ประสบผลสำเร็จในการจัดงานต่อไป

ด้านอาหารและเครื่องดื่ม(Food and Beverage) ผู้ประกอบการร้านอาหารควรมีการรวมกลุ่มกัน เพื่อทำให้เกิดความพร้อมในการรองรับการจัดงานไมซ์ รวมทั้งส่งเสริมอาหารประเภทฮาลาลให้มากยิ่งขึ้น เพื่อรองรับต่อความเปลี่ยนแปลงที่จะมีนักเดินทางกลุ่มมุสลิมทั้งชาวไทยและชาวมาเลเซียมาใช้บริการในอนาคตหลังเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

ด้านธุรกิจนำเที่ยว(Tour Operator) ควรมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความน่าสนใจยิ่งขึ้น รวมทั้งการร่วมกันคิดค้นแหล่งท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ พร้อมทั้งส่งเสริมให้ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ท้องถิ่น ได้มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง ในการให้บริการต่อผู้เข้าร่วมกิจกรรมไมซ์ เพื่อทำให้เกิดการเดินทางในรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ในอนาคตต่อไป

ด้านธุรกิจบันเทิง(Entertainment) ควรมีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมทางการท่องเที่ยวตลอดทั้งปี เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ทราบ รวมทั้งการเชื่อมต่อธุรกิจบันเทิงที่มีความหลากหลายจากทั้งในเมืองสงขลา อำเภอหาดใหญ่ และด่านสะเดา ให้มีความสอดคล้องกัน เพื่อเป็นการเชื่อมโยงกิจกรรมการท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น

ด้านสินค้าที่ระลึก(Souvenir) ควรร่วมกันคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ และพัฒนาสินค้าซึ่งเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว ให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น เพื่อทำให้เกิดการสร้างงานสร้างรายได้ เป็นการพัฒนามูลค่าของสินค้า และเกิดเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าที่ระลึกอำเภอหาดใหญ่ต่อไป

ด้านความปลอดภัย(Security) ในปัจจุบันอำเภอหาดใหญ่กลับมามีความสงบ เรียบร้อย ปลอดภัยแล้ว ซึ่งทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องต่างให้ความสำคัญและให้ความร่วมมือกันเป็นอย่างดี ดังนั้น สื่อจึงควรมีการนำเสนอสิ่งเหล่านี้ให้บุคคลที่อยู่นอกพื้นที่ได้มีความเข้าใจอย่างถูกต้อง และทำให้เกิดทัศนคติและความเชื่อมั่นที่จะเดินทางมาเข้าร่วมกิจกรรมไมซ์ในอำเภอหาดใหญ่ เหมือนกับที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาเข้าร่วมกิจกรรมและเทศกาลต่างๆ ที่มีชื่อเสียง เช่น สงกรานต์ ปีใหม่ กินเจ เป็นต้น

จากการสรุปผลการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา” ทำให้ผู้วิจัยได้ข้อค้นพบจากการศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันของอำเภอหาดใหญ่ในด้านอุตสาหกรรมไมซ์ ซึ่งพบว่าในบริบทของเมืองหาดใหญ่นั้นมีลักษณะเฉพาะซึ่งไม่เหมือนกับเมืองอื่นๆ ที่มีศักยภาพและความพร้อมทางด้านอุตสาหกรรมไมซ์ คือ ความเป็นเมืองศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ การคมนาคมขนส่ง และการศึกษาของภาคใต้ รวมทั้งการมีศูนย์ประชุมนานาชาติที่มีความพร้อมในการรองรับการจัดงานไมซ์ ประกอบกับการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) และการพัฒนาโครงการขนส่งมวลชนด้วยระบบราง (Monorail) ในอนาคต ย่อมส่งผลดีต่อการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ได้ แต่ปัญหาที่สำคัญซึ่งอาจส่งผลต่อการพัฒนาคือ ภาพลักษณ์ของเมืองที่เคยเกิดเหตุการณ์ความไม่สงบขึ้น ดังนั้นจึงควรมีการนำข้อมูลเหล่านี้มาพิจารณาประกอบถึงการประเมินความพร้อมของอำเภอหาดใหญ่ในด้านอุตสาหกรรมไมซ์ จากแนวคิดหลักในการประเมินถึงศักยภาพและความพร้อมของแต่ละจังหวัดสู่การเป็น MICE City ทำให้ได้ข้อค้นพบจากการวิจัย ดังนี้

ด้านสถานที่จัดงาน(Venues) อำเภอหาดใหญ่มีสถานที่จัดกิจกรรมไมซ์ที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานด้านสถานที่จัดงาน หรือThailand MICE Venue Standard (TMVS) ได้แก่ ศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเฟสติวัลหาดใหญ่ โรงแรมเซ็นทาราหาดใหญ่ บุรี ศรีภู บูติค โฮเทล และศูนย์ประชุมคณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ซึ่งสถานที่เหล่านี้มักมีการจัดงานไมซ์ในระดับภูมิภาค(ภาคใต้) เป็นประจำ จึงควรมีการพัฒนาสถานที่ให้สามารถรองรับการจัดงานและผู้เข้าร่วมงานที่หลากหลายได้ โดยเฉพาะในงานประชุมสัมมนา ซึ่งต้องอาศัยคุณสมบัติในเรื่องของขนาดและคุณภาพของห้องประชุม เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการประชุม คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม และควรเพิ่มเติมสถานที่จอดรถโดยสารให้เพียงพอ ควรมีการพัฒนาบุคลากรในสถานที่จัดงาน โดยจัดอบรมให้ความรู้ในการพัฒนาทักษะเพื่อรองรับการจัดงานไมซ์ที่ได้มาตรฐานยิ่งขึ้น ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยทำให้ผู้เข้าร่วมงานเกิดความประทับใจ นอกจากนี้ ศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี ยังเป็นศูนย์ประชุมในภาคใต้แห่งแรกที่ได้รับ มอก.22300 หรือมาตรฐานระบบการจัดการด้านการรักษาความปลอดภัยสำหรับการจัดประชุมสัมมนา และนิทรรศการ หรือ MICE Security Management System (MSMS) จากสถาบันรับรอง

มาตรฐานไอเอสโอ (สรอ.) โดยมาตรฐานดังกล่าว จะทำให้สามารถตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าได้เพิ่มขึ้น และทำให้เกิดความเชื่อมั่นที่ดีต่อลูกค้าทั้งในและต่างประเทศที่เข้ามาใช้บริการ รวมทั้งยังช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับนานาชาติ เนื่องจากระดับมาตรฐานดังกล่าวเป็นที่ยอมรับในระดับสากล โดยปัจจุบันประเทศไทยมีศูนย์ประชุมที่ได้รับ มอก.22300 แล้ว 5 ราย ประกอบด้วย ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์, ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค บางนา, ศูนย์การแสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานี, ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้าพีช เมืองพัทยา และล่าสุดคือ ศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี หาดใหญ่ และในอนาคตทางศูนย์ประชุมนานาชาติ หาดใหญ่ ยังมีแผนที่จะทำการยื่นขอ ISO 20121 มาตรฐานการจัดการและบริหารธุรกิจอีเวนต์อย่างยั่งยืน หรือ Event Sustainability Management Systems เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และเตรียมความพร้อมของเมืองหาดใหญ่ ให้เป็น MICE CITY ในอนาคตต่อไป

ด้านผู้รับจัดงาน(Organizer) ผู้รับจัดงานถือเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ เป็นอย่างมาก ซึ่งประสิทธิภาพของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดงาน โดยเฉพาะผู้รับจัดงานในอำเภอหาดใหญ่ที่มีจำนวนค่อนข้างน้อย ในขณะเดียวกัน คุณภาพของผู้ให้บริการธุรกิจสนับสนุนการจัดประชุมและนิทรรศการ (MICEs Suppliers) ในพื้นที่ยังไม่ได้มาตรฐานเท่าที่ควร ทำให้เกิดปัญหาการขาดแคลนบุคลากรที่ได้มาตรฐานในพื้นที่ในการสนับสนุนการให้บริการในการจัดงานไมซ์ได้จะเห็นได้จากการจัดงานประชุมและนิทรรศการในอำเภอหาดใหญ่ ส่วนใหญ่บริษัทผู้จัดงานจะต้องมีการนำทีมงานของบริษัทในกรุงเทพมหานคร ลงพื้นที่ในการสนับสนุนการทำงาน เนื่องจาก ผู้ให้บริการธุรกิจสนับสนุนไมซ์ในพื้นที่ ส่วนมากยังขาดทักษะ ความเข้าใจในงานและระเบียบวินัย ทำให้ไม่เกิดความเชื่อมั่นในการใช้บริการของผู้ให้บริการในพื้นที่ (Local Suppliers) จึงอาจเป็นอุปสรรคในการเลือกพื้นที่จัดงานในระยะยาวได้ นอกจากนี้ การได้รับการสนับสนุนทางด้านงบประมาณที่ไม่เพียงพอ จากทั้งภาครัฐหรือหน่วยงานเอกชน เนื่องจากมีผู้รับจัดงานจากส่วนกลางบางส่วน ที่ได้รับฟังการนำเสนอข่าวสารปัญหาความไม่สงบที่อาจส่งผลกระทบจากสื่อ จึงอาจทำให้เกิดทัศนคติในแง่ลบ จากเหตุการณ์ที่เคยเกิดขึ้นในอดีตที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของเมืองหาดใหญ่ ทำให้ขาดความเชื่อมั่น และเลือกเปลี่ยนสถานที่จัดงานเป็นที่อื่นนั้น ในขณะเดียวกัน สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) ยังได้ให้ความสำคัญกับการสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรและผู้ประกอบการที่อยู่ในอุตสาหกรรมการจัดการประชุมและนิทรรศการให้มีเพียงพอ รวมไปถึง เยาวชน นิสิต นักศึกษาในการเข้ามาเป็นกำลังสำคัญในอุตสาหกรรมนี้ และได้มาตรฐานต่อความต้องการของประเทศ จึงมีโครงการต่างๆมากมายที่ช่วยในการพัฒนาบุคลากรเหล่านั้น ได้แก่ การลงนามบันทึกข้อตกลงร่วมกัน ระหว่างสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) และคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ในการ

เปิดการเรียนการสอนในหลักสูตรไมซ์ ระดับปริญญาตรี รวมทั้งการใช้เอกสารประกอบการเรียนหรือ Introduction to MICE Industry: วิชาการจัดประชุมและนิทรรศการ ซึ่งทางสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) เป็นผู้เรียบเรียง นอกจากนี้ “โครงการ Coach the coaches” ยังถือเป็นโครงการที่ช่วยพัฒนาองค์ความรู้ทางด้านอุตสาหกรรมไมซ์ ให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องได้ โดยที่ผ่านมามีผู้เข้าร่วมโครงการนี้เป็นจำนวนมาก เช่น คณาจารย์ผู้สอนทางด้าน MICE และบุคลากรที่เกี่ยวข้องในอำเภอหาดใหญ่ทั้งในส่วนผู้จัดงาน และบุคลากรจากสถานที่จัดงาน เช่น ศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี เป็นต้น

ด้านการคมนาคมขนส่ง(Transportation) ปัจจุบันอำเภอหาดใหญ่ถือเป็นศูนย์กลางทางการคมนาคมของภาคใต้ สามารถเชื่อมโยงกับจังหวัดต่างๆ ได้ทั้งภายในภูมิภาคและนานาชาติทำให้ผู้เข้าร่วมงานจากพื้นที่อื่นๆ เกิดความสะดวกในการเดินทางเข้าสู่เมืองหรือสถานที่จัดงาน โดยเฉพาะการเดินทางโดยเครื่องบิน ซึ่งในปัจจุบันมีการให้บริการเครื่องบินโดยสารกรุงเทพ–หาดใหญ่ที่มีจำนวนเที่ยวบินกว่า 30 เที่ยวต่อวัน จากสายการบินต่างๆ เช่น การบินไทย(Thai Airways International)การบินไทยสมายล์(Thai Smile) บางกอกแอร์เวย์(Bangkok Airways) แอร์เอเชีย (Thai AirAsia) ไทยไลอ้อนแอร์(Thai Lion Air) นกแอร์(Nok Air) โอเรียนท์ ไทย แอร์ไลน์(Orient Thai Airlines) และกานต์แอร์(Kan Air) โดยใช้เวลาเดินทางประมาณ 1 ชั่วโมง 20 นาที นอกจากนี้ยังมีเส้นทางบินที่หลากหลายและครอบคลุมเมือง MICE CITY ทั้งหมด ได้แก่ หาดใหญ่–เชียงใหม่ หาดใหญ่–ภูเก็ต หาดใหญ่–พัทยา (อู่ตะเภา) หาดใหญ่–ขอนแก่น หาดใหญ่–เชียงราย หาดใหญ่–เกาะสมุย หาดใหญ่–กระบี่ หาดใหญ่–อุดรธานี และเส้นทางบินระหว่างประเทศ คือ หาดใหญ่–สิงคโปร์ หาดใหญ่–กัวลาลัมเปอร์ เป็นต้น ส่วนความสะดวกของระบบคมนาคมทางบกในการเดินทางภายในเมืองและสถานที่สำคัญนั้น พบว่า การเดินทางภายในตัวเมืองหาดใหญ่มีการให้บริการหลายรูปแบบ อาทิรถโดยสารประจำทาง รถสองแถว (วิ่งผ่านตัวเมืองตามถนนเพชรเกษม) ให้บริการเส้นทางสถานีขนส่งผู้โดยสารอำเภอหาดใหญ่–สนามบินและเส้นทางจากหน้าสวนสาธารณะเทศบาลนครหาดใหญ่-สี่แยกสนามบินนอกหรือเป็นรถโดยสารไม่ประจำทาง เช่น รถจักรยานยนต์รับจ้าง รถตุ๊กๆ หรือรถแท็กซี่มิเตอร์ ซึ่งมีให้บริการรับ-ส่ง นำเที่ยวจากสนามบินหาดใหญ่ไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ที่สำคัญ เช่น ภายในตัวเมืองหาดใหญ่-สงขลา ด่านนอก-สะเดา หรือท่าเทียบเรือปากบารา เป็นต้น นอกจากนี้อำเภอหาดใหญ่ยังมีระบบคมนาคมทางบกในการเดินทางเข้าสู่เมืองค่อนข้างสะดวก สามารถเดินทางโดยรถยนต์จากกรุงเทพมหานคร ขับมาตามถนนเพชรเกษมโดยใช้ทางหลวงหมายเลข 4 มายังอำเภอหาดใหญ่ได้สะดวก

ด้านที่พัก(Accommodation) ปัจจุบันโรงแรมในอำเภอหาดใหญ่มักตั้งอยู่ใจกลางเมือง มีระดับมาตรฐานค่อนข้างต่างกันไปในแต่ละสถานที่ โดยมีระดับมาตรฐานสูงสุดคือ 4 ดาว มักมีระบบการบริหารจัดการแบบครอบครัว มีการฉวยโอกาสด้านราคาในช่วงเทศกาลต่างๆ เนื่องจากผู้มาพักส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย สิงคโปร์ และจีน ซึ่งอาจไม่ได้ให้ความสำคัญกับเรื่องมาตรฐานของที่พักเท่าที่ควร แต่การรองรับกลุ่มผู้เข้าร่วมกิจกรรมไมซ์นั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้ทันสมัย โดยในปัจจุบัน สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) ได้มีโครงการตรวจประเมินมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย หรือ Thailand MICE Venue Standard (TMVS) เพื่อยกระดับมาตรฐาน โดยมีเกณฑ์มาตรฐานต่างๆ ในการตรวจสอบและพัฒนา ซึ่งในปัจจุบันมีเพียงโรงแรมเซ็นทาราหาดใหญ่และบุรี ศรีภู บูติค โฮเทล ที่ได้รับมาตรฐานสำหรับกิจกรรมไมซ์นี้ ดังนั้น โรงแรมอื่นๆ ในอำเภอหาดใหญ่จึงควรศึกษาเป็นโรงแรมแม่แบบ เพื่อร่วมผลักดัน พัฒนา และยกระดับที่พักในอำเภอหาดใหญ่ให้มีมาตรฐานเหมาะกับกลุ่มผู้เข้าร่วมกิจกรรมไมซ์ต่อไป

ด้านอาหารและเครื่องดื่ม(Food and Beverage) ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ถือเป็นจุดเด่นของอำเภอหาดใหญ่มาอย่างยาวนาน เพราะมีความหลากหลาย มีร้านอาหารท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์และมีชื่อเสียงมากมาย ให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง ที่สำคัญคือมีครัวฮาลาลไว้รองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิมจากทั้งในและต่างประเทศได้

ด้านธุรกิจนำเที่ยว(Tour Operator) ปัจจุบันอำเภอหาดใหญ่มีผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวเป็นจำนวนมาก ส่วนใหญ่เป็นบริษัททัวร์ขนาดเล็ก ซึ่งเป็นลักษณะธุรกิจครอบครัว โดยเน้นนำนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาจับจ่ายใช้สอยในเขตอำเภอหาดใหญ่เป็นหลัก ถือเป็นรูปแบบการให้บริการแบบเดิมๆ ที่มีมาตั้งแต่ในอดีต โดยในปัจจุบันมีแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมมาท่องเที่ยวในเมืองหาดใหญ่ ได้แก่ วัดโคกสมานคุณ วัดมหัตตมังคลาราม วัดถาวรวราราม น้ำตกโตนงาช้าง ตลาดน้ำคลองแห ตลาดกิมหยง ย่านซื้อของต่างประเทศสวนสาธารณะเทศบาลนครหาดใหญ่ ห้างสรรพสินค้าชั้นนำ และสถานที่ท่องเที่ยวกลางคืน เป็นต้น

ด้านธุรกิจบันเทิง(Entertainment) ปัจจุบันอำเภอหาดใหญ่มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างหลากหลายและโดดเด่นตลอดทั้งปี โดยได้รับการสนับสนุนและความร่วมมือจากทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนย่อมทำให้มีนักท่องเที่ยวผู้สนใจมาเข้าร่วมและใช้บริการตามสถานที่ต่างๆ เป็นจำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็นประชาชนในพื้นที่ นักท่องเที่ยวจากจังหวัดใกล้เคียง รวมทั้งชาวต่างชาติ ทั้งมาเลเซีย สิงคโปร์ และจีน ซึ่งมีกิจกรรมที่น่าสนใจ ได้แก่เทศกาลส่งท้ายปีเก่า-ต้อนรับ

ปีใหม่ เทศกาลตรุษจีนหาดใหญ่ มหกรรมหนังตะลุงและโนราโรงครู “สามน้ำสามเมืองร้อยเรื่องเล สาบ”เทศกาลสงกรานต์หรรษา เทศกาลกินเจหาดใหญ่ และเทศกาลวันฮาโลวีน เป็นต้น

ด้านสินค้าที่ระลึก(Souvenir) อำเภอหาดใหญ่ยังขาดความชัดเจนในตัวเอกลักษณ์ของสินค้า เนื่องจากที่ผ่านมาอำเภอหาดใหญ่ถือเป็นศูนย์รวมของการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกจากสถานที่ต่างๆ ซึ่งมักอยู่บริเวณย่านตลาดกิมหยงและตลาดสันติสุข และปัจจุบันอำเภอหาดใหญ่ยังไม่มีการรวมกลุ่มกันเป็นชมรมหรือสมาคมที่เกี่ยวข้องกับสินค้าที่ระลึก โดยร้านสินค้าที่ระลึกในอำเภอหาดใหญ่ที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว มีเพียงร้านคลังสินและร้านโนราพลาซ่าเท่านั้น เนื่องจากเป็นร้านที่ชาวมาเลเซีย จีน และสิงคโปร์ นิยมเดินทางมาเป็นหมู่คณะเพื่อซื้อสินค้าที่ระลึก ซึ่งสินค้าที่ระลึกของทางร้านส่วนใหญ่จะเป็นสินค้า OTOP ที่มีชื่อเสียงของแต่ละจังหวัดในประเทศไทย ดังนั้นอาจทำให้ราคาสินค้าที่ระลึกเหล่านี้มีราคาที่สูงกว่าความเป็นจริงได้ นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางมา นิยมซื้อสินค้าประเภทของกิน-ของใช้จากตลาดกิมหยงและตลาดสันติสุขมากกว่า

ด้านความปลอดภัย(Security) ข้อค้นพบจากการวิจัยนี้คือบางครั้งการจัดงานในอำเภอหาดใหญ่อาจมีความเสียงในการยกเลิกงานจากเหตุการณ์ต่างๆ ที่เคยเกิดขึ้นในอดีตไม่ว่าจะเป็น ปัญหาเหตุการณ์ความไม่สงบจาก 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ รวมทั้งการนำเสนอข่าวสารจากสื่อย่อมส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้เข้าร่วมงานและนักท่องเที่ยวได้ ทำให้เกิดความเสียงในการจัดงาน นอกจากนี้ ปัญหาทางด้านภัยธรรมชาติที่เคยเกิดขึ้น เช่น อุทกภัย อาจส่งผลต่อความสามารถในการจัดงานด้วยเนื่องจากในช่วงฤดูฝนของทุกปีจะมีฝนตกชุก ก่อให้เกิดน้ำหลากเข้ามาในพื้นที่เขตอำเภอหาดใหญ่และพื้นที่ใกล้เคียงเป็นจำนวนมากดังนั้น ปัญหาเหล่านี้จึงถือเป็นปัญหาสำคัญที่ส่งผลกระทบโดยตรงต่อความสำเร็จของงานที่จัดในอำเภอหาดใหญ่เป็นอย่างมากซึ่งเป็นสิ่งที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ร่วมกิจกรรมโดยตรง

อภิปรายผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้นำเสนอการอภิปรายผลการวิจัยเพื่อตอบโจทย์วัตถุประสงค์การวิจัย 2 ข้อ ดังนี้

ศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ในส่วนแรกผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากเจ้าของงานประชุม และผู้จัดแสดงสินค้า/นิทรรศการ โดยใช้แบบสอบถาม จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้มาออกบูธในงานแสดงสินค้า/นิทรรศการ ซึ่งงานเหล่านี้มักถูกจัดขึ้นที่ศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี และศูนย์การค้าเซ็นทรัลเฟสติวัลหาดใหญ่ โดยผู้มาออกบูธส่วนใหญ่ทำงานอยู่ในภาคใต้ โดยเฉพาะในจังหวัดสงขลา ซึ่งผู้ที่อยู่ประจำบูธมักเป็นเพศหญิง มีอายุ 21-30 ปี และมีระดับการศึกษาปริญญาตรี/อนุปริญญา ทั้งนี้อาจเป็นเพราะลักษณะของงานแสดงสินค้าและนิทรรศการส่วนใหญ่เป็นงานระดับภูมิภาค ซึ่งมีขนาดของพื้นที่จัดงานและมีจำนวนผู้เข้าร่วมงานอยู่ในระดับปานกลาง และเน้นการขายสินค้าอุปโภคบริโภค เช่น สินค้าพื้นเมืองหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) สถานประกอบการจึงนิยมใช้พนักงานขายในท้องถิ่นซึ่งเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยพนักงายขายไม่จำเป็นต้องมีวุฒิการศึกษาและประสบการณ์ที่สูง สามารถใช้พนักงานที่เพิ่งสำเร็จการศึกษาได้สอดคล้องกับแผนพัฒนาสามปี (พ.ศ. 2558-2560) เทศบาลนครหาดใหญ่ได้ให้ความสำคัญและร่วมส่งเสริมการจัดงานต่างๆในระดับภูมิภาค เพื่อให้เกิดความเติบโตทางเศรษฐกิจและเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มาเยือน จากการที่อำเภอหาดใหญ่เป็นศูนย์กลางการศึกษาของภาคใต้ จึงมีการจัดงานประชุมสัมมนาวิชาชีพอยู่บ่อยครั้ง เช่น มหกรรมงานวิจัยส่วนภูมิภาค(ภาคใต้) และยังได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ(สสปน.) ให้เป็นศูนย์กลางการประชุมและจัดนิทรรศการของภาคใต้จึงได้รับความสนใจจากผู้เข้าร่วมการประชุม และงานแสดงสินค้า/นิทรรศการระดับภูมิภาคเป็นจำนวนมาก สอดคล้องกับผลการวิจัยของกฤป จุระกะนิตย์ (2551) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุต่ำกว่า 25 ปี และมีภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้มากที่สุด และสอดคล้องกับ Swarbrooke (2001) ที่มีแนวคิดว่าผู้ออกบูธในงานแสดงสินค้า/นิทรรศการส่วนใหญ่มักเป็นเพศหญิง เนื่องจากมีความสามารถในการสื่อสารที่เข้าถึงกลุ่มลูกค้าทุกเพศทุกวัยได้เป็นอย่างดี

ในการมาออกบูธตามงานจัดแสดงสินค้า/นิทรรศการต่างๆ นั้น ผู้มาออกบูธส่วนใหญ่มักได้รับข้อมูลข่าวสารของงานผ่านทางป้ายโฆษณากลางแจ้ง ซึ่งมีการประชาสัมพันธ์ให้ทราบในทุกพื้นที่ทั้งในอำเภอหาดใหญ่ ในจังหวัดสงขลาและจังหวัดใกล้เคียง รวมทั้งการได้รับข้อมูลข่าวสารของงานผ่านทางอินเตอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์โดยเฉพาะเฟสบุ๊ค ส่วนใหญ่จะนิยมเดินทางมาอำเภอหาดใหญ่โดยรถส่วนตัวและรถนำเที่ยว และใช้เวลาว่างในการเดินทางไปห้างสรรพสินค้าและตลาด

กิมหยง ทั้งนี้เป็นผลมาจากการที่สถานที่จัดงานในอำเภอหาดใหญ่ ได้จัดทำตารางงานไว้ล่วงหน้าผ่านทางเว็บไซต์ รวมทั้งยังได้รับความร่วมมือจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานหาดใหญ่ ในการประชาสัมพันธ์งานต่างๆ ซึ่งงานที่จัดขึ้นส่วนใหญ่จะเป็นงานระดับภูมิภาค ทำให้กลุ่มเป้าหมายซึ่งอยู่ในภาคใต้ สามารถเดินทางมาร่วมงานโดยรถส่วนตัวได้ นอกจากนี้ การที่สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) ได้ชูจุดขายของอำเภอหาดใหญ่ว่าเป็นเมืองแห่งธุรกิจ การค้า การท่องเที่ยว ผสานแนวคิด “ล่องเมืองสองทะเล สัมผัสเสน่ห์ MICE เมืองใต้” และปัจจุบันอำเภอหาดใหญ่มีศูนย์การค้าเซ็นทรัลเฟสติวัลหาดใหญ่ซึ่งถือเป็นศูนย์การค้าระดับหัวเมืองภาคใต้ที่ใหญ่และทันสมัยที่สุด สามารถรองรับผู้มาใช้บริการจากประเทศมาเลเซีย และ 6 จังหวัดใกล้เคียงนอกจากนี้ยังมีห้อง Hatyai Hall ไว้รองรับการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการขนาดกลางนั้น ยิ่งทำให้นักท่องเที่ยวที่นิยมเดินทางไปห้างสรรพสินค้า ได้เข้าร่วมงานจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์ง่ายยิ่งขึ้น สอดคล้องกับผลการวิจัยของกฤป จุระกะนิตย์ (2551) พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาเพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน เดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถส่วนตัวและรถนำเที่ยว และนิยมเดินทางไปห้างสรรพสินค้า และสอดคล้องกับแนวคิดของ Morrison (2010) ได้ชี้ให้เห็นว่า เทคโนโลยีต่างๆในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ดังนั้นธุรกิจต่างๆจึงได้ให้ความสำคัญกับการโฆษณาประชาสัมพันธ์แก่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเพื่อให้ได้รับทราบข้อมูล โดยต้องคำนึงถึงต้นทุนและความสะดวกรวดเร็ว จึงชี้ให้เห็นว่าช่องทางการติดต่อสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ถือเป็นเทคโนโลยีในการติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ และสอดคล้องกับ Bowen & Clarke (2009) ที่พบว่า อินเทอร์เน็ตเป็นที่นิยมมากในปัจจุบัน ช่วยสร้างความพึงพอใจให้แก่บุคคลด้วยบริการที่หลากหลาย ดังนั้น การใช้งานทางอินเทอร์เน็ตสามารถทำให้เรารับรู้และเข้าถึงข้อมูลข่าวสารการจัดงานต่างๆจากทั่วโลกได้ และถือเป็นช่องทางหนึ่งที่มีความสำคัญมากต่อการประชาสัมพันธ์การจัดงานและการเข้าร่วมงานของนักเดินทางกลุ่มไมซ์

ในส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่ออุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ ในด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ประเด็นเรื่องความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญมาก เนื่องจากนักท่องเที่ยวมักรู้จักอำเภอหาดใหญ่ในฐานะเมืองเศรษฐกิจของภาคใต้ ซึ่งมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงหลากหลาย ได้แก่ วัด สวนสาธารณะ ห้างสรรพสินค้า สถานที่ท่องเที่ยวกลางคืน และตลาดกิมหยง-ตลาดสันติสุข เป็นต้น สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Wu & Zhang (2013) พบว่า เมืองเซินเจิ้นเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวในฐานะเมืองเขตเศรษฐกิจพิเศษทางตอนใต้ของประเทศจีน ทำให้เป็นเมืองแห่งการค้าที่มีความเจริญและทันสมัย มีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่มีสีสันมากมาย เช่น แหล่งช้อปปิ้งสินค้าราคาถูก ศูนย์การค้า ร้านอาหาร และสอดคล้องกับแนวคิดของ Medlick (1985) เมืองและสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายและมีเอกลักษณ์เฉพาะ ย่อมทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและอยากเดินทางกลับมาอีก โดยแหล่ง

ท่องเที่ยวของอำเภอหาดใหญ่ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมาเที่ยวได้ตลอดทั้งปี และมีสถานที่ให้เลือกเที่ยวตลอด 24 ชั่วโมง ไม่ว่าจะเป็นวัดหรือศาลเจ้าที่มีชื่อเสียง สวนสาธารณะโดยเฉพาะบริเวณเขาคอหงส์ซึ่งมีกิจกรรมนั่งกระเช้าลอยฟ้าเพื่อชมวิวและทัศนียภาพของเมืองหาดใหญ่ในมุมสูง ถือเป็นอีกหนึ่งมิติใหม่ในการท่องเที่ยวของเมืองไทยที่สามารถนั่งกระเช้าลอยฟ้าแห่งแรกในประเทศไทยเพื่อไปกราบสักการะขอพรพระพุทธมงคลมหาราช ซึ่งเป็นพระพุทธรูปปางห้ามญาติองค์ใหญ่ที่สุดในภาคใต้ ในส่วนตลาดกิมหยง ถือเป็นแหล่งจับจ่ายสินค้าท้องถิ่นที่ใหญ่ที่สุดในอำเภอหาดใหญ่ซึ่งนักท่องเที่ยวทุกคนนิยมมา จึงเปรียบเสมือนสัญลักษณ์อีกอย่างหนึ่งของเมืองหาดใหญ่ และชื่อเสียงของอำเภอหาดใหญ่อีกอย่างคือความโดดเด่นในประเภทของอาหารที่มีความหลากหลาย ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเลือกทานได้ตลอด 24 ชั่วโมง

ในด้านราคา พบว่า ประเด็นเรื่องราคาค่าเช่าเหมาะสมกับสิ่งอำนวยความสะดวกของสถานที่จัดงานมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญมาก โดยขึ้นอยู่กับขนาดงานและความต้องการของผู้จัดงานเป็นหลัก เช่น ในกรณีที่เป็นงานประชุมสัมมนาภายในองค์กรขนาดเล็ก จะมีโรงแรมต่างๆ ที่ให้บริการ หากเป็นงานประชุมสัมมนาวิชาชีพหรืองานแสดงสินค้าและนิทรรศการ ขนาดกลางหรือใหญ่ ซึ่งต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มากขึ้น ทางศูนย์ประชุมนานาชาติและศูนย์การค้าเซ็นทรัลเฟสติวัล หาดใหญ่ จะเป็นผู้ให้บริการ สอดคล้องกับผลการวิจัยของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2552) พบว่า ขีดความสามารถในการแข่งขันการจัดงานตามสถานที่ต่างๆ ในประเทศไทยมีความแตกต่างกันไปตามปัจจัยในด้านราคา โดยขึ้นอยู่กับสิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่จัดงานและสภาพเศรษฐกิจปัจจุบันเป็นหลัก ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาเมืองต่างๆ ให้เป็นศูนย์กลางการจัดประชุมและการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ และสอดคล้องกับแนวคิดของ Schiffman & Kanuk (1987) โดยระบุว่าราคามีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เมื่อรู้สึกว่าผลิตภัณฑ์นั้นมีความน่าสนใจ มีคุณค่า รวมทั้งหากสามารถต่อรองราคาได้ย่อมทำให้เกิดความคุ้มค่าคุ้มราคา โดยสถานที่จัดงานในอำเภอหาดใหญ่มักเน้นในเรื่องราคาที่ยืดหยุ่น สามารถต่อรองได้ ดังนั้นราคาที่เหมาะสมในความรู้สึกของผู้รับบริการคือการที่ผู้รับบริการสามารถเจรจาต่อรองเรื่องราคาได้ ถือว่ามีความสำคัญและส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

ในด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ประเด็นเรื่องความปลอดภัยของสถานที่จัดงาน มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญมาก ทั้งนี้เพราะอำเภอหาดใหญ่มีสถานที่จัดงานที่ได้รับรางวัลมาตรฐานทั้งในระดับชาติและนานาชาติ โดยเฉพาะการที่ศูนย์ประชุมนานาชาติได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก. 22300) ระบบการจัดการด้านการรักษาความปลอดภัยสำหรับการจัดประชุม สัมมนา และนิทรรศการ หรือ MICE Security Management System(MSMS) สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Shibuta & Sugano (2011) พบว่า หนึ่งในปัจจัยแห่งความสำเร็จของอุตสาหกรรมไมซ์ประเทศญี่ปุ่น คือ มีระบบรักษาความปลอดภัยในสถานที่จัดงานที่ได้มาตรฐานระดับนานาชาติ และ

สอดคล้องกับแนวคิดของ Rittichainuwat (2010) ในการคัดเลือกสถานที่จัดงานนั้น เป็นเรื่องสำคัญที่ผู้จัดงานมักมองหาจุดเด่นของสถานที่โดยดูจากมาตรฐานต่างๆ ที่สถานที่จัดงานเหล่านั้นได้รับ โดยเฉพาะด้านความปลอดภัยเพื่อเป็นการยืนยันถึงความพร้อมในการรองรับการจัดงาน ปัจจุบันมีสถานที่จัดงานที่ได้รับมาตรฐานด้านการรักษาความปลอดภัยเพียง 5 แห่ง ได้แก่ (1)ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค (2)ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ (3)ศูนย์การแสดงสอนค้าและการประชุมอิมแพ็ค เมืองทองธานี (4)ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้าพีช เมืองพัทยา และ(5)ศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี หาดใหญ่ สิ่งเหล่านี้จึงเป็นข้อได้เปรียบทางการตลาดและเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน ช่วยสร้างความมั่นใจแก่ผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงานไมซ์ในอำเภอหาดใหญ่ได้

ในด้านการส่งเสริมการขาย พบว่า ประเด็นเรื่องมีการออกบูธเพื่อสร้างแรงกระตุ้นให้มีการจัดงานมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญมาก เนื่องจากมีการนำกลยุทธ์ทางการตลาด เช่น การลด แลก แจก แถม มาใช้ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เกิดความสนใจจากทั้งผู้จัดงานและเข้าร่วมงานยิ่งขึ้น สอดคล้องกับกลยุทธ์ด้านการส่งเสริม(Promote)ของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ(สสปน.,2558) ที่ช่วยสร้างศักยภาพทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมไมซ์ โดยเน้นแนวทางการพัฒนาช่องทางสื่อสารและประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เกิดการจัดงานมากยิ่งขึ้น และสอดคล้องกับแนวคิดของ Bowen & Clarke (2009) ซึ่งมองว่าธุรกิจบริการมีความสลับซับซ้อนของสินค้าและบริการค่อนข้างสูงและสัมผัสได้ยาก จึงควรใช้การส่งเสริมการขายตลอดจนการประชาสัมพันธ์เป็นหลัก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการส่งเสริมการตลาด เป็นการลดต้นทุนขององค์กรในการจัดงานและการประชาสัมพันธ์ช่วยทำให้ผู้เข้าร่วมงานรู้จักสถานที่จัดงานในอำเภอหาดใหญ่และตัดสินใจเข้าร่วมงานได้ง่ายขึ้น

ในด้านผู้จัดงาน/ผู้เข้าร่วมงาน พบว่า ประเด็นเรื่องผู้จัดงานมีความรู้ความเข้าใจในการจัดงานประชุม/งานแสดงสินค้า/นิทรรศการ เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญมาก เนื่องจากผู้รับจัดงานในอำเภอหาดใหญ่มีการนำเสนอรูปแบบของงานในลักษณะเดิม จนทำให้เกิดความรู้ความชำนาญ และความเข้าใจในตัวงานมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับผลการวิจัยของ กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน (2548) พบว่า บุคลากรที่ปฏิบัติงานในหน้าที่ต่างๆ ย่อมเกิดการเรียนรู้งาน และทำให้เกิดทักษะความชำนาญในการปฏิบัติหน้าที่ได้ดียิ่งขึ้น สาเหตุหนึ่งที่การจัดงานไมซ์ในอำเภอหาดใหญ่มักเลือกใช้ผู้รับจัดงานในท้องถิ่น เนื่องจากมีการออกแบบงานที่สามารถรองรับความต้องการของลูกค้าเป้าหมายเฉพาะกลุ่มได้ เช่น กลุ่มลูกค้าที่เป็นสมาคมและหน่วยงานของรัฐ ซึ่งมักจัดงานประชุมองค์กรอยู่บ่อยครั้ง สอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler (1987) ที่ชี้ให้เห็นว่า การจัดทำสินค้าตามความต้องการของลูกค้าและลูกค้าเป็นผู้กำหนดรายละเอียดเอง เป็นรูปแบบวิธีการดำเนินงานของธุรกิจและทางการตลาด ที่ทำให้เกิดความชำนาญและสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าได้

ในด้านกระบวนการวางแผน พบว่า ประเด็นเรื่องระบบรักษาความปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญมาก โดยมีจุดตรวจทั้งภายนอกและภายในบริเวณงานอย่างชัดเจน เพื่อช่วยให้ผู้เข้าร่วมงานเกิดความมั่นใจมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดหลักในการประเมินและคัดเลือกไมซ์ซิตี้ของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ(สสปน.,2558) ในประเด็นด้านความเสี่ยงในการยกเลิกงานและการรักษาความปลอดภัย ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจที่จะจัดงานหรือยกเลิกงานได้ นอกจากสถานที่จัดงานจะมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดีแล้ว อำเภอหาดใหญ่ยังมีมาตรการที่เข้มงวด และไม่ทำให้นักเดินทางไมซ์เกิดความรู้สึกไม่สบายใจหรือไม่ประทับใจแต่อย่างใด โดยมีการกระจายจุดตรวจตามพื้นที่เข้า-ออกสำคัญๆรอบเมืองหาดใหญ่ ทั้งพื้นที่บริเวณสนามบิน มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ โรงพยาบาลสงขลานครินทร์ และห้างสรรพสินค้า เป็นต้น

ในด้านกระบวนการหลังการจัดงาน พบว่า ประเด็นเรื่องมีการประเมินผลการจัดงานด้านคุณภาพและความพึงพอใจจากผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงานมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญมาก ถือเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ได้ทราบถึงความต้องการที่แท้จริงของทั้งผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงาน สอดคล้องกับผลการวิจัยของ China Economic Review(2014) พบว่า การเก็บข้อมูลความต้องการของผู้เข้าร่วมงานนั้น ทำให้เกิดประโยชน์ต่อการวางแผนกลยุทธ์เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์และสภาพเศรษฐกิจของประเทศอินโดนีเซียให้ดียิ่งขึ้น และสอดคล้องกับแนวคิดของ Weber & Ladkin (2004) สาเหตุหนึ่งที่ทำให้ธุรกิจไม่ประสบผลสำเร็จในการดำเนินงานคือการไม่ให้ความสำคัญกับการประเมินงานหลังเสร็จสิ้น ซึ่งอาจมองว่าผู้รับบริการก็อาจไม่ได้ให้ความสำคัญ อย่างไรก็ตามการจัดงานไมซ์ในอำเภอหาดใหญ่มักจะให้ความสำคัญกับเรื่องนี้ มีการประเมินผลการบริการหลังการจัดงาน การติดตามผลและการขอบคุณลูกค้า รวมทั้งการบันทึกข้อมูลของลูกค้า เพื่อสามารถนำข้อมูลต่างๆ ที่เป็นประโยชน์มาใช้ในการบริการครั้งต่อไป และทำให้เกิดความสำเร็จของงานในระยะยาว

ในส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญของทรัพยากรการบริหารที่มีต่อสถานที่จัดงาน ในด้านบุคลากร พบว่า ประเด็นเรื่องบุคลากร/เจ้าหน้าที่มีจำนวนเพียงพอและมีประสิทธิภาพในการทำงานมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญมาก เพราะปัจจัยสำคัญที่สร้างความสำเร็จในการจัดงานคือบุคลากรของสถานที่จัดงานที่มีคุณภาพ สอดคล้องกับผลการวิจัยของเกิดศิริ เจริญวิศาล (2552) ที่ศึกษาเรื่องรูปแบบการตลาดที่เหมาะสมของสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย พบว่า ผู้ให้ข้อมูลจากกลุ่มผู้รับบริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านพนักงานมากที่สุด และสอดคล้องกับแนวคิดของ McCabe (2000) ซึ่งได้ให้ความสำคัญกับบุคลากรในสถานที่จัดประชุมต้องมีคุณภาพและมีคุณสมบัติให้เหมาะสม ตลอดจนต้องทำงานหนักเพื่อให้งานประชุมประสบความสำเร็จ ดังนั้นสถานที่จัดงานในอำเภอหาดใหญ่ โดยเฉพาะในส่วนของโรงแรมควรมุ่งเน้นและส่งเสริมคุณลักษณะของพนักงานในทุกด้าน ทั้งความสามารถในการประสานงานกับทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดงาน ความเป็นเมืออาชีพและความสามารถในการแก้ปัญหา รวมทั้งบุคลิกภาพและการแต่งกาย เนื่องจากคุณลักษณะเหล่านี้ ถือเป็น

ปัจจัยที่มีโอกาสของสถานที่จัดงานในอำเภอหาดใหญ่ที่มีผลการปฏิบัติงานใกล้เคียงกับความต้องการของลูกค้า และเป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างความสำเร็จในการจัดงานและมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่จัดงานในอำเภอหาดใหญ่

ในด้านการเงิน พบว่า ประเด็นเรื่องการสนับสนุนงบประมาณอย่างเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญมาก อาจเป็นเพราะหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนจากส่วนกลางบางส่วน ได้รับฟังการนำเสนอข่าวสารปัญหาความไม่สงบที่ส่งผลกระทบจากสื่อ ทำให้ขาดความเชื่อมั่น ไม่สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Meetings and Exhibitions Hong Kong(2014) ที่พบว่าการได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนด้านบริการและงบประมาณจากรัฐบาล ช่วยทำให้ฮ่องกงประสบความสำเร็จในการจัดงานไมซ์มากยิ่งขึ้น ในหลายครั้งที่อำเภอหาดใหญ่ถูกมองว่าไม่คุ้มค่ากับการลงทุน อันเป็นผลมาจากการให้ความสำคัญในเรื่องภาพลักษณ์ที่เคยเกิดขึ้นมากเกินไปนั้น จึงถือเป็นอุปสรรคอย่างมากต่อการจัดงานที่ต้องอาศัยงบประมาณที่ได้รับมาสนับสนุนการจัดงานให้มีประสิทธิภาพ ซึ่งอาจส่งผลต่อศักยภาพโดยรวมของอุตสาหกรรมไมซ์อำเภอหาดใหญ่ได้ และสอดคล้องกับแนวคิดของ Rittichainuwat (2010) ซึ่งระบุว่าเมื่อเกิดปัญหาความไม่มั่นคงทางการเมืองขึ้นในระดับประเทศ ทำให้ภาพลักษณ์ของประเทศไทยเกิดความเสียหาย ส่งผลให้ผู้จัดงานที่กำลังพิจารณาสถานที่จัดงานในประเทศไทยเลือกที่จะเปลี่ยนแปลงประเทศเป้าหมาย ทำให้เกิดการเสียโอกาสทางด้านเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก

ในด้านวัสดุอุปกรณ์ พบว่า ประเด็นเรื่องมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆในสถานที่จัดงานครบถ้วน มีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญมาก เพราะถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการเพิ่มระดับความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมนี้ สอดคล้องกับผลการวิจัยของปวิธ ตันสกุล(2549) พบว่า คุณสมบัติของสิ่งอำนวยความสะดวกของการประชุม ถือเป็นปัจจัยที่สำคัญในการเพิ่มระดับความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์กรุงเทพมหานคร และสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องเกณฑ์มาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทยหรือ Thailand MICE Venue Standard ของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ซึ่งได้ให้ความสำคัญต่อสถานที่จัดงานไม่ว่าจะเป็นศูนย์ประชุม โรงแรม รีสอร์ท หรือหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่มีความพร้อมในสถานที่จัดงาน ทั้งทางด้านกายภาพ (Physisical) ด้านเทคโนโลยี (Technology) และด้านบริการ (Service) โดยปัจจุบันมีสถานที่จัดงานในอำเภอหาดใหญ่ถึง 5 แห่ง ที่ได้รับมาตรฐานนี้ ประกอบด้วย (1)ศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี (2)โรงแรมเซ็นทาราหาดใหญ่ (3)ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเฟสติวัลหาดใหญ่ (4)บุรี ศรีภู บูติคโฮเต็ล และ(5)ศูนย์ประชุมคณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ จึงถือเป็นการช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค หรือผู้ใช้บริการที่เลือกงานไมซ์ในอำเภอหาดใหญ่ว่าจะได้รับการบริการที่ได้มาตรฐานและมีคุณภาพ

ในด้านการจัดการ พบว่า ประเด็นเรื่องมีการจัดการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมีค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญมากเนื่องจากการร่วมกันรณรงค์ให้เห็นถึงความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานหาดใหญ่และเทศบาลนครหาดใหญ่ เพื่อช่วยลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากภัยพิบัติทางธรรมชาติต่างๆ สอดคล้องกับกลยุทธ์ด้านการพัฒนา(Develop) ของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ(สสปน.,2558) ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่มุ่งสร้างความแตกต่างและเพิ่มมูลค่าให้กับอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยการใช้ทรัพยากรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ปัจจุบันงานต่างๆที่จัดในอำเภอหาดใหญ่ได้มีการรณรงค์ให้มีการร่วมกันรักษาสภาพแวดล้อม โดยใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีรูปแบบงานต่างๆที่ได้ให้ความสำคัญเช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นการจัดงานแบบ “Green Meeting” เป็นการจัดงานที่มุ่งเน้นการประหยัดพลังงาน ไม่จำเป็นต้องใช้วัสดุที่ดูหรูหรา แต่ให้คำนึงถึงสุขอนามัยของผู้ที่เกี่ยวข้อง และในปัจจุบันนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ที่เป็นผู้นำทางความคิดและมีระดับการศึกษาที่สูง ได้คำนึงและให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อมเป็นอย่างมาก ย่อมทำให้อุตสาหกรรมไมซ์อำเภอหาดใหญ่มีแนวโน้มในการร่วมกันรักษา อนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อมต่อไป

ในส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับการประเมินศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ ในด้านสถานที่จัดงาน พบว่า ประเด็นเรื่องสถานที่จัดงานมีขนาดใหญ่ มีจำนวนและประเภทห้องที่หลากหลาย มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นมาก แสดงให้เห็นถึงความต้องการในการจัดงานและเข้าร่วมงานทั้งในขนาดกลางและใหญ่ได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Chen & Lalopa (1999) พบว่าประเทศไทยมีความพร้อมในเรื่องของสถานที่จัดประชุมมากกว่าประเทศอื่นๆในอาเซียน โดยที่ผ่านมาสถานที่ซึ่งมักใช้ในการจัดงานประชุมได้แก่ กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต พัทยา เชียงใหม่ ขอนแก่น หาดใหญ่ สุราษฎร์ธานี และอื่นๆและจากการที่ประเทศไทยมีสถานที่จัดงานประชุม งานแสดงสินค้า/นิทรรศการที่หลากหลายทำให้เกิดรายได้หลักเข้าประเทศจำนวนมาก และสอดคล้องกับแนวคิดของ Davidson (2003) ซึ่งให้ความสำคัญกับสถานที่จัดงานเพราะถือว่าเป็นส่วนที่จะทำให้งานเกิดขึ้นได้ และสถานที่ใช้จัดงานต่างๆควรมีความพร้อมและความเหมาะสมในการจัดงานแต่ละประเภทเพื่อส่งผลต่อความสำเร็จของงาน ซึ่งสถานที่จัดงานในอำเภอหาดใหญ่ทั้งในส่วนของโรงแรม ศูนย์การค้า และศูนย์ประชุม ส่วนใหญ่รองรับผู้เข้าร่วมงานได้ตั้งแต่ 500 คนขึ้นไปโดยสามารถรองรับได้มากสุด 4,000 คน ซึ่งจะขึ้นอยู่กับประเภทและลักษณะของงานนั้นๆ โดยเฉพาะห้องที่ใช้จัดงานในศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี และศูนย์การค้าเซ็นทรัลเฟสติวัลหาดใหญ่ สามารถปรับรูปแบบของพื้นที่และความซับซ้อนในเชิงแผนผัง หรือ Multi-Purpose Facility เพื่อให้เกิดความเหมาะสมตามความต้องการของลูกค้าได้

ในด้านผู้รับจัดงาน พบว่า ประเด็นเรื่องความสร้างสรรค์ในการจัดงาน มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นมาก อาจเป็นเพราะมีการผสมผสานกลิ่นอายวัฒนธรรมทางภาคใต้มาประยุกต์ใช้ให้เกิดความน่าสนใจยิ่งขึ้น สอดคล้องกับผลการวิจัยของ วัชราภรณ์ สุรภี (2556) พบว่า สมรรถนะหลักของบุคลากรที่จัดงานอุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล(MICE)

ของประเทศไทย คือการผสมผสานรูปแบบที่แสดงถึงเอกลักษณ์ความเป็นไทยเอาไว้ เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในระดับอาเซียน และสอดคล้องกับแนวคิดของ Goldblatt (2001) ซึ่งระบุว่าในปัจจุบันผู้ให้บริการในอุตสาหกรรมไมซ์ที่ให้บริการอย่างมีคุณภาพจะมีอยู่เป็นจำนวนมาก แต่ผู้ให้บริการในอุตสาหกรรมไมซ์ที่สามารถร่วมงานกันกับผู้จัดงานได้โดยมีความสอดคล้องและมีแนวทางการทำงานที่เข้ากันได้ควรจะเป็นปัจจัยสำคัญในการคัดเลือกผู้ให้บริการในอุตสาหกรรมไมซ์ที่ผู้จัดงานควรจะเลือกร่วมงานด้วย การจัดงานไมซ์ในอำเภอหาดใหญ่ถือได้ว่ามีความเหมาะสมกับความเป็นเอกลักษณ์ของภาคใต้ เนื่องจากผู้รับจัดงานเหล่านี้มักมีประสบการณ์ในอดีตจากการแนะนำอ้างอิง และมีความคุ้นเคยกับสถานที่จัดงานเป็นอย่างดี จึงสามารถใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดมาจัดงานให้น่าสนใจได้

ในด้านการคมนาคมขนส่ง พบว่า ประเด็นเรื่องระบบการขนส่งมวลชนที่ครอบคลุม มีประสิทธิภาพมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นมาก โดยอำเภอหาดใหญ่ถือเป็นศูนย์กลางด้านการคมนาคมของภาคใต้ และในปัจจุบันยังมีรถแท็กซี่มิเตอร์ที่ช่วยตอบสนองผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับผลการวิจัยของมนัส ชัยสวัสดิ์ และคณะ (2552) พบว่าจังหวัดภูเก็ตมีความพร้อมสำหรับตลาดการจัดประชุมและนิทรรศการภายในประเทศเช่น การเข้าถึงสถานที่จัดการประชุม (ระบบการขนส่งรูปแบบต่างๆระยะการเดินทางจากที่พักถึงศูนย์ประชุม จากศูนย์ประชุมไปยังร้านอาหาร การซื้อของ สถานที่พักผ่อน ระบบสาธารณูปโภคต่างๆ) และสอดคล้องกับแนวคิดของ Jones (2010) ซึ่งระบุว่าการจัดงานไมซ์ใดๆก็ตามจำเป็นที่จะต้องมีระบบขนส่งที่มีประสิทธิภาพแม่นยำทั้งทางด้านเวลาและสถานที่ เพื่อให้การดำเนินงานในขั้นตอนต่อไปเป็นไปอย่างราบรื่น ระบบการขนส่งมวงชนของอำเภอหาดใหญ่มีรูปแบบที่หลากหลายโดยเฉพาะท่าอากาศยานนานาชาติหาดใหญ่ (Hat Yai International Airport) ซึ่งปัจจุบันมีเที่ยวบินมากเป็นอันดับ 5 ของประเทศ และท่าเรือสงขลา (Songkhla Port) ซึ่งเป็นท่าเรือหลักในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยและเป็นท่าเรือระหว่างประเทศ มีการขนส่งสินค้าออกจากภาคใต้ไปต่างประเทศโดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าหลักคือ ยางพารา รวมทั้งการขนส่งสินค้าที่นำเข้าเพื่อใช้ในภาคใต้ด้วย และในอนาคตเมื่อระบบรถไฟฟ้ารางเดี่ยวรอบเมืองหาดใหญ่ (Hatyai Monorail) เสร็จสิ้น ย่อมทำให้เกิดความครอบคลุมในการเดินทางที่มีประสิทธิภาพและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมไมซ์ยิ่งขึ้น

ในด้านที่พัก พบว่า ประเด็นเรื่องจำนวนที่พัก โรงแรมในอำเภอหาดใหญ่ มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นมาก เนื่องจากมีโรงแรมให้บริการเป็นจำนวนมาก สามารถรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย มาเลเซีย สิงคโปร์ และจีนได้ สอดคล้องกับผลการวิจัยของวุฒิชาติ สุนทรสมัย และคณะ (2552) พบว่าพื้นที่จังหวัดชลบุรีมีโรงแรมในเมืองพัทยาที่มีห้องประชุมถึงร้อยละ 68.07 มีจำนวนห้องพัก 101-300 ห้องถึงร้อยละ 41.18 มีจำนวนราคาห้องพักต่ำสุด 500-1,500 บาทถึงร้อยละ 50.42 ซึ่งถือว่ามีราคาไม่แพงมาก และสอดคล้องกับแนวคิดของ Lee & Back (2003) ซึ่งระบุว่าธุรกิจที่พักในปัจจุบันได้ให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ซึ่งมีความต้องการใช้งานตามองค์ประกอบต่างๆ

มากกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป ทั้งห้องประชุม ห้องพัก ห้องอาหาร และบริการต่างๆ ภายในโรงแรมและห้องพัก ควรประกอบด้วยสระว่ายน้ำ ศูนย์ออกกำลังกาย กล่องเก็บของมีค่า ที่เสียบสาย Internet ด้วยระบบ high speed โต๊ะเขียนหนังสือขนาดใหญ่ เครื่องต้มน้ำ ชา กาแฟ และอุปกรณ์ไฟฟ้า เช่น เครื่องปรับอากาศ ตู้เย็น โทรทัศน์ เคเบิลทีวี เครื่องทำน้ำอุ่น โทรศัพท์ เป็นต้น สิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านี้มักอยู่ในโรงแรมที่มีมาตรฐานระดับ 4-5 ดาว ซึ่งอำเภอหาดใหญ่มีจำนวนโรงแรมกว่า 150 โรงแรม แต่มีเพียงโรงแรมเซ็นทาราหาดใหญ่เท่านั้น ที่มีมาตรฐานเพียงพอที่จะรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวไมซ์ได้ ในส่วนโรงแรมที่เหลือที่มีระดับใกล้เคียง 4 ดาว และเป็นที่นิยมสำหรับนักท่องเที่ยวที่มาพักผ่อนหรือใช้บริการด้านการจัดประชุม ได้แก่ โรงแรมหรรษา เจบี โรงแรมลีการ์เดนส์ พลาซ่า และโรงแรมรุ่นใหม่ซึ่งได้รับความนิยมในปัจจุบัน คือ บุรี ศรีภู บูติก โฮเต็ล ดังนั้นโรงแรมต่างๆในอำเภอหาดใหญ่ควรให้ความสำคัญต่อการพัฒนาระดับการให้บริการให้มีมาตรฐานยิ่งขึ้น นอกจากจะช่วยทำให้นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย สิงคโปร์ ที่เดินทางมาพักผ่อนช่วงวันหยุดมีความต้องการที่จะกลับมาใช้บริการแล้ว ยังช่วยทำให้เกิดการตอบสนองความต้องการแก่ลูกค้ากลุ่มใหม่ซึ่งเป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมไมซ์ได้

ในด้านอาหารและเครื่องดื่ม พบว่า ประเด็นเรื่องมีประเภทอาหารให้เลือกหลากหลายมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นมาก เป็นเพราะอำเภอหาดใหญ่มีร้านอาหารท้องถิ่นที่มีความหลากหลาย มีชื่อเสียง ให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง และมีราคาย่อมเยาว์นอกจากนี้ ยังมีร้านอาหารประเภทฮาลาลรองรับชาวมุสลิมได้อย่างชัดเจน สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Rittichainuwat (2010) พบว่า อีกสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ประเทศไทยมีความได้เปรียบกว่าประเทศอื่นๆในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในการจัดงานประชุมและงานแสดงสินค้านิทรรศการ เพราะความคุ้มค่าเงินในเรื่องอาหารและสินค้าต่างๆ และสอดคล้องกับแนวคิดของ Kozack (2005) ซึ่งระบุว่า นักท่องเที่ยวมักแสวงหาความต้องการในเรื่องอาหารการกินที่แปลกใหม่อยู่เสมอ เพราะเชื่อว่าสิ่งเหล่านี้จะทำให้ได้รับความตื่นเต้นและประทับใจในการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ ซึ่งอำเภอหาดใหญ่มีภาพลักษณ์และชื่อเสียงด้านความโดดเด่นในประเภทของอาหารที่มีความหลากหลาย นักท่องเที่ยวสามารถเลือกทานได้ตลอด 24 ชั่วโมง โดยปกติในช่วงเวลาเช้าและกลางวัน ร้านแต่เตี๋ยม บะกุ๊ดเต๋ ติ่มซำ และร้านไก่ทอด ซึ่งมีเป็นจำนวนมากจะได้รับความนิยม ช่วงเวลาเย็นร้านข้าวต้มจะได้รับความนิยมสูง ส่วนช่วงเวลากลางคืนนักท่องเที่ยวจะนิยมร้านน้ำชาและร้านนม สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของเมืองหาดใหญ่เท่านั้น จึงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติและมักเดินทางกลับมาเป็นประจำ

ในด้านธุรกิจนำเที่ยว พบว่า ขีดความสามารถในการสื่อสารของมัคคุเทศก์ในการนำเที่ยวมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นมาก ซึ่งธุรกิจนำเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่นิยมให้บริการโดยเน้นนำนักท่องเที่ยวต่างประเทศเข้ามา (Inbound) มากกว่า อาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่นิยมเดินทางมาเที่ยวด้วยตนเอง และอำเภอหาดใหญ่มีสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญไม่กี่แห่ง ดังนั้น จึงควรมีการผลิตบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญกับงานมัคคุเทศก์ให้มากขึ้น เพื่อเป็นการเตรียมพร้อมต่อการ

เปิดประชาคมอาเซียน ซึ่งอาจทำให้เกิดการเดินทางของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเข้ามาในอำเภอหาดใหญ่มากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับผลการวิจัยของณัฐกานต์ รองทอง (2552) พบว่า จังหวัดอุบลราชธานีมีความพร้อมในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆสำหรับการจัดประชุมหรือไมซ์ รวมทั้งด้านธุรกิจนำเที่ยวที่ควรสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนในการพัฒนาและผลิตบุคลากรถือเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการเพิ่มระดับความสามารถของจังหวัดในการรองรับการขยายตัวของตลาดการจัดประชุมและนิทรรศการภายในประเทศได้ และสอดคล้องกับแนวคิดของ Papadimitriou (2013) ซึ่งระบุว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวได้มีการเปลี่ยนแปลงไปจากในอดีตซึ่งเน้นการเดินทางท่องเที่ยวผ่านบริษัทนำเที่ยว โดยสาเหตุหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวมีความต้องการเดินทางไปด้วยตนเองนั้นเป็นเพราะเทคโนโลยีต่างๆในปัจจุบันที่ทำให้การเดินทางไปด้วยตนเองเป็นเรื่องที่ง่ายขึ้น จากการที่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาอำเภอหาดใหญ่ไม่นิยมการท่องเที่ยวผ่านทางบริษัทนำเที่ยวนั้น ควรมีการนำเสนอทางเลือกอื่นๆ เช่น การให้บริการรถเช่า สามารถพบเห็นได้ตามจุดสำคัญในอำเภอหาดใหญ่ ไม่ว่าจะเป็นสนามบิน สถานีรถไฟ เขตเทศบาล และมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ โดยมีค่าบริการเริ่มต้นวันละ 700 บาท มีการให้บริการหลากหลายรูปแบบ ทั้งประเภทรถเก๋ง รถตู้แบบขับเองหรือพร้อมคนขับ บริการเหล่านี้ย่อมตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ทำให้ได้รับความสะดวกสบายพร้อมเสริมสร้างความสนุกสนานในการเดินทางท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ได้

ในด้านธุรกิจบันเทิง พบว่า ประเด็นเรื่องจำนวนสถานบันเทิงและแหล่งมหรสพมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นมาก เป็นเพราะอำเภอหาดใหญ่มีการจัดงานเทศกาลต่างๆไว้รองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติตลอดทั้งปี สอดคล้องกับผลการวิจัยของปิลันธนา ชมพูพันธ์ (2551) พบว่า ระดับศักยภาพของผู้ประกอบธุรกิจด้านนันทนาการและความบันเทิง (Recreation and Entertainment) ในจังหวัดเชียงใหม่ อยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับแนวคิดของสุรีย์ เข็มทอง (2553) ซึ่งระบุว่า ผู้เข้าร่วมงานไมซ์ส่วนใหญ่มักใช้เวลาว่างไปกับการเลือกหากิจกรรมนันทนาการรูปแบบอื่น ซึ่งถือเป็นการพักผ่อนและช่วยเติมเต็มความสุขให้กับชีวิตได้ อำเภอหาดใหญ่มีแหล่งบันเทิงและมหรสพมากมาย ทั้งในรูปแบบสถานบันเทิงยามราตรี ซึ่งในอดีตมักเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ ปัจจุบันได้มีการขยายธุรกิจสถานบันเทิงไปยังบริเวณด่านผ่านแดนไทย-มาเลเซีย (ด่านนอก) ซึ่งอยู่ในอำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา ด่านนี้ถือเป็นพื้นที่เศรษฐกิจแห่งใหม่แห่งหนึ่งซึ่งอยู่ห่างจากอำเภอหาดใหญ่ 60 กิโลเมตร และเป็นด่านที่นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียจะต้องใช้เพื่อขับรถผ่านเข้า-ออก ทำให้ปัจจุบันเกิดการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ให้ความสนใจในการเข้าร่วมงานเทศกาลต่างๆในอำเภอหาดใหญ่ตลอดทั้งปี ทางเทศบาลนครหาดใหญ่ได้ให้ความสำคัญต่อนักท่องเที่ยวทั้งขาจร ขาประจำ หรือผู้เข้าร่วมกิจกรรมไมซ์ โดยมีการจัดงานเทศกาลทั้งในระดับชาติและนานาชาติ เพื่อทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยงทั้งในอำเภอหาดใหญ่ อำเภอสะเดา และจังหวัด

สงขลา แบบครบวงจร ปัจจุบันมีกิจกรรมเทศกาลต่างๆที่น่าสนใจมากมายที่สามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาได้ เช่น การแข่งขันวอลเลย์บอลชายหาดสมิหลา เอเชี่ยนบีช ซึ่งเป็นการแข่งขันวอลเลย์บอลชายหาดระดับเอเชีย มีอายุการแข่งขันมากว่า 20 ปี โดยมักจัดขึ้นในช่วงเทศกาลสงกรานต์ บริเวณชายหาดสมิหลา อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ถือเป็นตัวอย่างงานเทศกาลประเพณีที่มีความน่าสนใจเป็นอย่างมากและช่วยสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศเป็นจำนวนมาก

ในด้านสินค้าที่ระลึก พบว่า ประเด็นเรื่องค่าสินค้าของที่ระลึกมีความเหมาะสมต่อคุณภาพของสินค้ามีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นมากโดยสินค้าที่นักท่องเที่ยวนิยมซื้อส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าอุปโภคบริโภค ซึ่งเป็นสินค้าท้องถิ่นที่หาซื้อได้ยากและมีความคุ้มราคากว่าที่อื่นๆ สอดคล้องกับผลการวิจัยของจิรพร จันลา (2556) พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในจังหวัดขอนแก่นมีระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจมากในด้านธุรกิจอื่นๆที่เกี่ยวข้อง เช่น ร้านค้าที่ระลึก และสอดคล้องกับแนวคิดของ Marguerite (1992) ซึ่งระบุว่า ของที่ระลึกเปรียบเสมือนประสบการณ์การท่องเที่ยวอย่างหนึ่ง เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ มักหาซื้อวัตถุสิ่งของที่ต้องการเพื่อเป็นความทรงจำที่เกี่ยวข้องกับสถานที่ที่เคยเดินทางไป ถึงแม้ในปัจจุบันอำเภอหาดใหญ่อาจยังไม่มีความชัดเจนในตัวสินค้าที่ระลึกก็ตาม แต่สิ่งที่นักท่องเที่ยวนิยมเลือกซื้อสินค้าที่ตลาดกิมหยงเพื่อเป็นของฝากนั้น คือ มะม่วงแช่อิ่ม เม็ดมะม่วงหิมพานต์ อัลมอนด์และถั่วประเภทต่างๆ อินทผาลัม ช็อคโกแลตและขนมต่างๆ เป็นต้น เนื่องจากมองว่ามีความหลากหลาย คุ้มค่าคุ้มราคา และสินค้าเหล่านี้เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ

ในด้านความปลอดภัย พบว่า ประเด็นเรื่องอำเภอหาดใหญ่เป็นเมืองที่มีความมั่นคงปลอดภัยในการเดินทางมาท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นมาก เมื่อไม่มีปัญหาความไม่สงบจาก 3 จังหวัดชายแดนใต้ ย่อมทำให้ผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงานมีความรู้สึกปลอดภัย ทั้งในขณะที่อยู่ตามสถานที่ท่องเที่ยวและขณะเดินทางด้วยยานพาหนะต่างๆ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Sangpikul & Kim (2009) พบว่า หนึ่งในปัจจัยหลักที่จะช่วยเพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขันและจะทำให้อุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยประสบความสำเร็จ คือ ความมั่นคงทางการเมือง ช่วยให้นักท่องเที่ยวรู้สึกมีความปลอดภัยในการเดินทางมาเที่ยวมากยิ่งขึ้น และสอดคล้องกับแนวคิดของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (2558) ชี้ให้เห็นว่าเมืองที่เคยประสบเหตุการณ์ความไม่สงบทั้งจากปัญหาด้านการเมืองและสังคมในอดีต รวมทั้งทัศนคติของผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงานในแง่ลบ อาจเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการเลือกมาจัดงานไมซ์ได้ ซึ่งผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายในอำเภอหาดใหญ่ซึ่งเคยมีบทเรียนมาแล้วจึงได้ให้ความสำคัญกับเรื่องนี้เป็นอย่างมาก มีการร่วมมือกันเฝ้าระวังเพื่อป้องกันไม่ให้เหตุการณ์เหล่านี้เกิดขึ้นอีก ปัจจุบันนักท่องเที่ยวผู้มาเยือนสามารถสัมผัสได้ถึงความปลอดภัยของอำเภอหาดใหญ่ รวมทั้งการที่สื่อมีการได้นำเสนอข้อมูลข่าวสารในแง่บวกตามความเป็นจริงนั้น ย่อมทำให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อภาพลักษณ์อำเภอหาดใหญ่ได้

และจากผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ พบว่า กระบวนการหลังการจัดงานมีความสัมพันธ์กับผู้รับจัดงานในระดับสูง โดยปกติหลังเสร็จสิ้นการจัดงาน ผู้จัดงานมักทำการประเมินผลความพึงพอใจ โดยจัดประชุมย่อยเพื่อสรุปกับสถานที่จัดงาน และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานไมซ์ เพื่อหาข้อบกพร่อง ปัญหา อุปสรรค และแนวทางแก้ไข ให้การจัดงานในครั้งต่อไปเกิดความสำเร็จและทำให้ผู้เข้าร่วมงานทุกฝ่าย ต่างพอใจกับผลงานและอยากที่จะเข้าร่วมงานอีกในอนาคต สอดคล้องกับแนวคิดของคอทเลอร์ (Kotler, 1998) ที่ได้ชี้ให้เห็นว่า ในปัจจุบันการจัดทำสินค้าตามความต้องการของลูกค้า โดยลูกค้าเป็นผู้กำหนดรายละเอียดเอง ถือเป็นรูปแบบและวิธีการดำเนินงานของธุรกิจและทางการตลาดที่ช่วยสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าได้ ในส่วนราคามีความสัมพันธ์กับธุรกิจบันเทิงในระดับต่ำนั้น โดยทั่วไปแล้วการจัดงานเทศกาลต่างๆ มักมีการกำหนดราคาค่าใช้จ่ายอย่างชัดเจน เช่น ค่าใช้จ่ายในการเข้าใช้บริการ ค่าเครื่องเล่น ค่าอาหารและเครื่องดื่มในสถานบันเทิงต่างๆ ซึ่งค่าใช้จ่ายเหล่านี้โดยทั่วไปแล้วผู้มาใช้บริการจะไม่สามารถต่อรองได้นั่นเอง ผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างทรัพยากรการบริหารกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ พบว่า การจัดการมีความสัมพันธ์กับผู้รับจัดงานในระดับสูง เนื่องจากการจัดงานไมซ์แต่ละงานนั้นมีรายละเอียดปลีกย่อยเป็นจำนวนมากที่ต้องบริหารจัดการทั้งก่อนเริ่มงาน ระหว่างงาน และหลังจากที่งานเสร็จสิ้น ทั้งการติดต่อประสานงานกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่างๆ การทำการวิจัยเก็บข้อมูลความต้องการของผู้เข้าร่วมงาน ข้อมูลทางด้านกฎระเบียบและข้อจำกัดต่างๆ การคัดเลือกสถานที่จัดงาน สถานที่พัก การเดินทางของผู้เข้าร่วมงาน เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ถือเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่จะทำให้การจัดงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและสำเร็จลุล่วงได้ สอดคล้องกับแนวคิดของฮินกิ้นและเทรเซ่ (Hinkin and Tracey, 1998) ที่ได้ชี้ให้เห็นว่า กระบวนการในการจัดการที่มีคุณภาพ จะต้องมีพนักงานที่มีความพร้อมในแต่ละขั้นตอนของการบริการ โดยเฉพาะขั้นตอนก่อนและระหว่างการจัดงาน ที่ทำให้การจัดงานเกิดขึ้นได้และดำเนินไปด้วยความเรียบร้อย ในส่วนบุคลากรมีความสัมพันธ์กับสินค้าที่ระลึกในระดับต่ำนั้น โดยปกติแล้วร้านสินค้าที่ระลึกในหาดใหญ่ เช่น ร้านค้าในตลาดกิมหยง-ตลาดสันติสุข มักเป็นร้านค้าที่เป็นลักษณะธุรกิจครอบครัว คือมักเป็นบุคคลในครอบครัวที่เป็นผู้ขายสินค้า มีน้อยรายเท่านั้นที่มีการจ้างพนักงานขาย ทั้งนี้ไม่ว่าผู้จำหน่ายสินค้าหรือพนักงานขายจะเป็นบุคคลใดก็ตาม ก็ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค เนื่องจากผู้ขายทราบถึงรายละเอียดต่างๆ วิธีการปฏิบัติในการขาย รวมทั้งทราบราคาของสินค้าที่วางจำหน่ายดีอยู่แล้ว ในขณะที่ผู้ซื้อก็ทราบถึงคุณสมบัติของสินค้าและราคาที่ค่อนข้างถูกกว่าท้องตลาดทั่วไปอยู่แล้ว

ในส่วนที่ 2 ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ โดยการสัมภาษณ์ ดังนี้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่ออุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ ผู้ทรงคุณวุฒิมีความคิดเห็นว่า อำเภอหาดใหญ่มีสถานที่จัดงานที่มีความหลากหลาย มีมาตรฐานค่อนข้างครบถ้วน โดยเฉพาะในส่วนของศูนย์ประชุม พนักงานให้บริการได้ดี มีความรับผิดชอบไม่ปฏิเสธต่อการร้องขอของผู้ใช้บริการ สามารถตอบข้อซักถามได้เป็นอย่างดี แต่ในบางโรงแรมยังไม่ได้มาตรฐานสากลเท่าที่ควร เน้นการให้บริการในเชิงโรงแรมมากกว่าการประชุมสัมมนา อำเภอหาดใหญ่มีมาตรการรักษาความปลอดภัยอย่างเข้มงวด ทำให้เกิดความเชื่อมั่นจากผู้เข้าร่วมทุกฝ่ายซึ่งได้ข้อมูลข่าวสารการจัดงาน จากทางสื่อออนไลน์ต่างๆ รวมทั้ง ป้ายโฆษณากลางแจ้งขนาดใหญ่ (Billboard) ป้ายบอกทางมีไม่มากเท่าที่ควร ส่วนใหญ่ผู้เข้าร่วมงานเป็นคนในพื้นที่ เดินทางโดยรถยนต์ส่วนบุคคลมีการให้บริการด้วยรถรางเป็นบางครั้ง สอดคล้องกับ Chen & Mo (2012) พบว่า การประชาสัมพันธ์ให้คนมาเข้าร่วมงานผ่านทาง ทีวี วิทยุ อินเทอร์เน็ต ฯลฯ ความรู้ความเชี่ยวชาญของพนักงานและข้อมูลประกอบการตัดสินใจ เช่น โบรชัวร์ แผ่นพับ รวมทั้งความเหมาะสมด้านขนาดความจุและคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกของสถานที่จัดงาน เป็นสิ่งสำคัญในทัศนคติของผู้เข้าร่วมงานที่จะทำให้งานแสดงสินค้ามีคุณภาพ

ในส่วนความคิดเห็นเกี่ยวกับทรัพยากรการบริหารที่มีต่อสถานที่จัดงาน ผู้ทรงคุณวุฒิมีความคิดเห็นว่า พนักงานทุกฝ่ายต้องมีความรู้ความเข้าใจในงาน มีความพร้อม ข้อมูลข่าวสารและรายละเอียดต่างๆ ทำให้เกิดความสะดวกแก่ผู้เข้าร่วมงานและควรเน้นทักษะทางด้านภาษาและการสื่อสารให้มากยิ่งขึ้น ในการจัดงานต่างๆราคาที่จ่ายมีความคุ้มค่าเงิน เหมาะสมกับสภาวะปัจจุบัน มีรูปแบบในการจัดงานที่มีความน่าสนใจพอประมาณ มีโบรชัวร์และเอกสารประกอบ สถานที่จัดงานมีความพร้อมทางอุปกรณ์พื้นฐานทั่วไปเป็นอย่างดี มีเทคโนโลยีค่อนข้างครบถ้วน มีห้องให้เลือกใช้ได้ทุกขนาด แต่สถานที่จัดงานที่รองรับการจัดงานประชุมขนาดใหญ่ ยังมีไม่มากเท่าที่ควร การลงทะเบียนเข้าร่วมงานมีแบบฟอร์มรายละเอียดแยกเป็นหมวดหมู่ แบ่งแยกหน่วยงานอย่างชัดเจน สอดคล้องกับ Chen & Mo (2012) พบว่า การสื่อสารของพนักงาน ความรู้ความเชี่ยวชาญของพนักงาน และข้อมูลประกอบการตัดสินใจ เช่น โบรชัวร์ แผ่นพับ เนื้อหาสาระของงาน ความสะดวกในการลงทะเบียน ถือเป็นสิ่งสำคัญในทัศนคติของผู้เข้าร่วมงานที่จะทำให้งานแสดงสินค้ามีคุณภาพ

ในส่วนความคิดเห็นที่มีต่อความพร้อมของอำเภอหาดใหญ่ในการพัฒนาศักยภาพให้เป็น MICE City ในอนาคต ผู้ทรงคุณวุฒิมีความคิดเห็นว่า การที่อำเภอหาดใหญ่เป็นศูนย์กลางทางธุรกิจการคมนาคม และการศึกษาของภาคใต้ ย่อมช่วยพัฒนาให้เป็น MICE CITY ได้ โดยเฉพาะด้านการคมนาคม หาดใหญ่ถือเป็นศูนย์กลางในการเชื่อมต่อที่หลากหลาย โดยเฉพาะการขนส่งจากประเทศเพื่อนบ้าน หลังเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาซียน หรือ ASEAN Economic Community(AEC) ยิ่งมี

ความได้เปรียบทางด้านการคมนาคมทั้งทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ สามารถติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้านได้ง่ายยิ่งขึ้น และการขนส่งจากภาคใต้ฝั่งอันดามัน ถือเป็นจุดศูนย์รวมที่มีศักยภาพและน่าสนใจ สามารถเดินทางไปกรุงเทพด้วยเครื่องบินได้ถึง24 เที่ยวบินต่อวันอำเภอหาดใหญ่เป็นศูนย์กลางด้านการเดินทาง ช่วยทำให้เกิดการจัดงานและการเดินทางมาร่วมงานประชุมสัมมนา และจัดแสดงสินค้า/นิทรรศการเป็นอย่างมาก สอดคล้องกับ Wu & Zhang (2013) พบว่า การที่เมืองเซินเจิ้นเป็นเมืองชุมทางขนส่งและคมนาคมที่สำคัญทางตอนใต้ของประเทศ มีท่าอากาศยานที่ได้มาตรฐาน รวมทั้งการเป็นเมืองชายแดนริมฝั่งตรงข้ามกับเกาะฮ่องกง จึงได้รับการสนับสนุนจากประเทศจีนให้เป็นเมืองที่มีศักยภาพในการจัดงานไมซ์อีกแห่ง แต่ควรพัฒนาเส้นทางการคมนาคมทางบก หรือรถไฟความเร็วสูงเชื่อมต่อระหว่างหาดใหญ่-ภูเก็ต ซึ่งถือเป็นเมืองท่องเที่ยวของภาคใต้ฝั่งตะวันออกและฝั่งตะวันตก: อ่าวไทย-อันดามัน นอกจากนี้ยังมีความหลากหลายในวิถีชีวิตชุมชน คนในท้องถิ่นมีอัธยาศัยไมตรีที่ดีแก่นักท่องเที่ยว เป็นเจ้าบ้านที่ดี เปรียบนักท่องเที่ยวเสมือนคนในชุมชนพื้นที่เดียวกัน ถือเป็นสเน่ห์อีกอย่างหนึ่ง แต่ควรพัฒนาด้านบุคลากรควบคู่กันไปด้วย เนื่องจากมีสถานศึกษาที่สำคัญต่างๆ มากมาย ทั้งนี้ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายควรพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานบางอย่าง เช่น ระบบขนส่งภายในเมืองและเพิ่มมาตรฐานส่วนอื่นๆ เพื่อให้ตอบสนองแก่กลุ่มนักท่องเที่ยว MICE ให้มากยิ่งขึ้น รวมทั้งการเพิ่มสเน่ห์ของตัวเมืองจากสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ให้มีความหลากหลายและเปลี่ยนมุมมองความรู้สึก สร้างความเชื่อมั่น ว่าอำเภอหาดใหญ่มีความปลอดภัยทั้งจากทางธรรมชาติ ฝีมือมนุษย์ และการเมืองจริง สอดคล้องกับ Nguyen (2012) พบว่า ประเทศเวียดนามกำลังพัฒนานครโฮจิมินห์ ให้เป็นเมืองจุดหมายทางในการจัดงานไมซ์ โดยเร่งปรับปรุงและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ รวมทั้งบุคลากรทางด้านไมซ์ ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่ใช้รองรับการจัดงานไมซ์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

แนวทางการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ โดยการสนทนากลุ่ม และผู้วิจัยได้นำเสนอแนวทางการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาดังนี้

ด้านสถานที่จัดงาน ปัจจุบันอำเภอหาดใหญ่มีสถานที่จัดงานทั้งศูนย์ประชุม ศูนย์การค้าและโรงแรมภายในเมืองที่มีความหลากหลาย ซึ่งปัจจุบันมีสถานที่จัดงานที่ได้รับมาตรฐานThailand MICE Venue Standard (TMVS) รวมทั้งสิ้น 5 แห่ง ได้แก่ ศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเฟสติวัลหาดใหญ่ โรงแรมเซ็นทาราหาดใหญ่ บุรี ศรีภู บูติค โฮเต็ล และศูนย์ประชุมคณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ สถานที่เหล่านี้ มักมีการจัดงานไมซ์ในระดับจังหวัดและภูมิภาค และมีความจุของสถานที่เพียงพอสามารถรองรับผู้เข้าร่วมงานได้หลากหลายกลุ่ม และมีคุณภาพการให้บริการที่เหมาะสมกับราคา ถือเป็นการสร้างความได้เปรียบ

ทางการแข่งขัน ซึ่งสอดคล้องกับ ดุษฎี ช่วยสุข(2557) ได้ชี้ให้เห็นว่าปัจจุบันจังหวัดขอนแก่นมีการกระจายสถานที่จัดงานทั้งศูนย์ประชุมอเนกประสงค์กาญจนาภิเษก มหาวิทยาลัยขอนแก่น ศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า ขอนแก่น และโรงแรม/รีสอร์ท ทำให้เกิดความสำเร็จในการจัดงานไมซ์ระดับภูมิภาคได้ ดังนั้น การส่งเสริมให้สถานที่จัดงานอื่นๆ โดยเฉพาะธุรกิจโรงแรมได้มีความพร้อมในการรองรับการจัดงานไมซ์ การพัฒนาทักษะด้านต่างๆของพนักงานผู้ให้บริการ รวมทั้งการมีสถานที่จอดรถเพียงพอ ย่อมทำให้เกิดการพัฒนามาตรฐานของสถานที่จัดงานในอำเภอหาดใหญ่ได้ ดังแนวคิดหลักในการประเมินและคัดเลือกไมซ์ซิตี้ ของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ(สสปน.,2558) ในประเด็นด้านสถานที่จัดงานและสิ่งอำนวยความสะดวก ที่ชี้ให้เห็นว่าความหลากหลายของสถานที่จัดงานและความจุของสถานที่ รวมทั้งค่าใช้จ่ายที่มีความเหมาะสม ถือเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ใช้พิจารณาในการเลือกเมืองจัดงาน และย่อมทำให้เกิดการดึงดูดงานได้มากขึ้น

ด้านผู้รับจัดงาน อำเภอหาดใหญ่มีบุคลากรสำหรับการสนับสนุนการจัดงานไมซ์ที่มีประสบการณ์และความชำนาญที่ค่อนข้างน้อย ทำให้เกิดปัญหาการขาดแคลนบุคลากรที่ได้มาตรฐานในพื้นที่ รวมทั้งการได้รับการสนับสนุนทางด้านงบประมาณที่ไม่เพียงพอ จากทั้งภาครัฐหรือหน่วยงานเอกชน เนื่องจากปัญหาเหตุการณ์ความไม่สงบที่เคยเกิดขึ้น ซึ่งแตกต่างกับ Shibuta & Sugano (2011) ที่ชี้ให้เห็นว่า ประเทศญี่ปุ่นประสบความสำเร็จในการจัดงานไมซ์เพราะมีบุคลากรทางด้านไมซ์ที่มีความเป็นมืออาชีพสูง รวมทั้งเขตเมืองต่างๆ ในประเทศญี่ปุ่นมีความปลอดภัยในระดับที่สูงด้วย ดังนั้น การพัฒนาบุคลากรทางด้านไมซ์ การสร้างเครือข่ายผู้รับจัดงานทั้งในส่วนท้องถิ่นและส่วนกลาง รวมทั้งการประชาสัมพันธ์นำเสนอข้อมูลข่าวสารในแง่บวกให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องนอกพื้นที่ได้มีความเข้าใจอย่างถูกต้องแล้ว ย่อมทำให้เกิดความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการสนับสนุนการจัดงานด้านต่างๆ ดังแนวคิดหลักในการประเมินและคัดเลือกไมซ์ซิตี้ ของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ(สสปน.,2558) ในประเด็นด้านการสนับสนุนการจัดงานไมซ์จากกลุ่มต่างๆ ในเมืองจัดงาน ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการได้รับการสนับสนุนจากทั้งองค์กรเอกชน และหน่วยงานรัฐบาล ในด้านต่างๆ เช่น การประชาสัมพันธ์ การประสานงาน การขออนุญาตสนับสนุนด้านการเงิน ถือเป็นกลไกหนึ่งในการจัดงานให้ประสบความสำเร็จ

ด้านการคมนาคมขนส่ง อำเภอหาดใหญ่ถือเป็นศูนย์กลางทางการคมนาคมของภาคใต้ สามารถเชื่อมโยงกับจังหวัดต่างๆได้ทั้งภายในภูมิภาคและนานาชาติ ทำให้ผู้เข้าร่วมงานเกิดความสะดวกในการเดินทางเข้าสู่เมืองหรือสถานที่จัดงาน แต่อาจมีปัญหาการจราจรติดขัดในชั่วโมงเร่งด่วน สอดคล้องกับ สอดคล้องกับ Wu & Zhang (2013) พบว่า การที่เมืองเซินเจิ้นเป็นเมืองชุมทางขนส่งและคมนาคมที่สำคัญทางตอนใต้ของประเทศ ทำให้สามารถเดินทางเชื่อมโยงกับเมืองต่างๆ ในประเทศจีน รวมทั้งเกาะฮ่องกงได้ง่าย ดังนั้น การจัดทำระบบขนส่งมวลชนจากท่าอากาศยานหาดใหญ่ไปยังสถานที่พักและสถานที่จัดงาน รวมทั้งการจัดระเบียบการจราจรและปลูกฝังวินัยจราจร ย่อมทำให้เกิดความเป็น

ระเบียบเรียบร้อยในการเดินทางเข้าถึงสถานที่จัดงานได้ง่ายยิ่งขึ้น ดังแนวคิดหลักในการประเมินและคัดเลือกไมซ์ซิตี้ ของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ(สสปน.,2558) ในประเด็นด้านความสะดวกในการเข้าสู่เมืองและสถานที่จัดงาน ซึ่งชี้ให้เห็นว่า ความยากง่ายในการเข้าสู่เมืองจากรูปแบบการเดินทางต่างๆ ระยะเวลาในการเดินทาง และปัญหาการจราจรในพื้นที่ ย่อมส่งผลต่อความต้องการในการจัดงานและเข้าร่วมกิจกรรมนั้น

ด้านที่พัก ปัจจุบันโรงแรมในอำเภอหาดใหญ่ ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ใจกลางเมือง มีระดับมาตรฐานค่อนข้างแตกต่างกันไปในแต่ละสถานที่ โดยมีระดับมาตรฐานสูงสุด 4 ดาว ราคาจึงไม่สูง และมีจำนวนห้องพักที่เพียงพอ สอดคล้องกับ Sangpikul & Kim (2009) พบว่า ประเทศไทยมีที่พักให้นักท่องเที่ยวได้เลือกหลากหลาย ตามความต้องการของแต่ละกลุ่ม โดยมักกระจายอยู่ทุกภูมิภาคและใจกลางเมืองต่างๆ ดังนั้น การประชาสัมพันธ์และสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องให้ผู้ประกอบการที่พักได้ให้ความสำคัญต่อมาตรฐานที่พัก ร่วมกันปรับปรุงสภาพโครงสร้างอาคาร และพัฒนาทักษะความสามารถของผู้ให้บริการในการรองรับงานไมซ์ได้ ย่อมทำให้เกิดความต้องการเดินทางมาเข้าพักของนักเดินทางกลุ่มไมซ์ ดังแนวคิดหลักในการประเมินและคัดเลือกไมซ์ซิตี้ ของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ(สสปน.,2558) ในประเด็นด้านที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งชี้ให้เห็นว่า จำนวนห้องที่เพียงพอของโรงแ รมในแต่ละระดับ และค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม ถือเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ต้องพิจารณาในการเลือกที่พักของเมืองที่จัดงาน

ด้านอาหารและเครื่องดื่ม อำเภอหาดใหญ่มีจุดเด่นในด้านอาหาร เนื่องจากมีร้านที่เป็นเอกลักษณ์และมีความหลากหลาย คุ้มค่าเงิน สามารถรองรับกลุ่มลูกค้าได้มาก สอดคล้องกับ Rittichainuwat (2010) ที่ชี้ให้เห็นถึงสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ประเทศไทยมีความได้เปรียบกว่าประเทศอื่นๆในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในการจัดงานประชุมและงานแสดงสินค้านิทรรศการ เพราะความคุ้มค่าเงินในเรื่องอาหารและสินค้าต่างๆ ดังนั้น การสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการร้านอาหารในหาดใหญ่ และจัดทำบัญชีรายชื่อร้านอาหาร ย่อมทำให้เป็นที่ต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวไมซ์ที่มีความแตกต่างกันได้ ดังแนวคิดหลักในการประเมินและคัดเลือกไมซ์ซิตี้ ของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ(สสปน.,2558) ในประเด็นด้านภาพลักษณ์และความมีชื่อเสียงของเมือง ซึ่งจากการที่เมืองหาดใหญ่มักเป็นที่รู้จักของคนทั่วไปโดยมีภาพลักษณ์และความมีชื่อเสียงในเรื่องอาหารนั้น ถือเป็นส่วนหนึ่งในการดึงดูดให้เกิดการจัดงานในเมืองได้

ด้านธุรกิจนำเที่ยว อำเภอหาดใหญ่มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งทางด้านความสวยงามตามธรรมชาติ สถานที่ซึ่งมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรมทางศาสนาที่มีความสวยงาม อีกทั้งยังมีแหล่งการค้าซึ่งเป็นที่นิยมของทั้งคนในพื้นที่และพื้นที่ใกล้เคียง ได้แก่ วัด น้ำตก โตนงาช้าง ตลาดน้ำคลองแห ตลาดกิมหยง ย่านซื้อของต่างประเทศ สวนสาธารณะเทศบาลนครหาดใหญ่ ห้างสรรพสินค้าชั้นนำ และสถานที่ท่องเที่ยวกลางคืน จึงสามารถจัดทำโปรแกรมการ

ท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลได้ สอดคล้องกับ China Economic Review(2014) ที่ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของประเทศอินโดนีเซีย ในปัจจุบันมีการนำหมู่เกาะจำนวนมากเข้ามาในระบบการท่องเที่ยวธุรกิจ เนื่องจากมีความงดงามตามธรรมชาติและมีสถานที่มรดกทางวัฒนธรรมอันหลากหลาย ดังนั้น การพัฒนารูปแบบการให้บริการของบริษัทนำเที่ยว การอบรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่น รวมทั้งร่วมกันพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายเพื่อช่วยตอบสนองแก่ธุรกิจการจัดนำเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลได้ ดังแนวคิดหลักในการประเมินและคัดเลือกไมซ์ซิตี้ ของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ(สสปน.,2558) ในประเด็นด้านกิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือการประชุม ซึ่งชี้ให้เห็นว่าความหลากหลายและความน่าสนใจของสถานที่ต่างๆในเมืองจัดงาน เช่น สถานที่ท่องเที่ยว สถานที่สังสรรค์ทางสังคม แหล่งช้อปปิ้ง ถือเป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดให้เกิดความต้องการจัดงานในเมือง

ด้านธุรกิจบันเทิง อำเภอหาดใหญ่มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างหลากหลายและโดดเด่นตลอดทั้งปี ทำให้มีนักท่องเที่ยวผู้สนใจมาเข้าร่วมและใช้บริการตามสถานที่ต่างๆเป็นจำนวนมาก เช่น งานเทศกาลส่งท้ายปีเก่า-ต้อนรับปีใหม่ เทศกาลตรุษจีน เทศกาลสงกรานต์ เทศกาลกินเจ เทศกาลวันฮาโลวีน เป็นต้นสอดคล้องกับ Rodriguez (2015) พบว่า สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวทั้งธุรกิจความบันเทิง แหล่งช้อปปิ้งและร้านอาหารที่ได้มาตรฐาน ถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เมืองบาหลีและจาการ์ตาเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับการจัดกิจกรรมไมซ์ ดังนั้น การปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์เมือง และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ของพื้นที่จัดงาน ย่อมทำให้เกิดความเพียงพอต่อการรองรับการเข้ามาใช้บริการได้ ดังแนวคิดหลักในการประเมินและคัดเลือกไมซ์ซิตี้ ของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.,2558) ในประเด็นด้านภาพลักษณ์และความมีชื่อเสียงของเมือง ซึ่งจากการที่เมืองหาดใหญ่มีประสบการณ์ในการจัดงานเทศกาลต่างๆที่มีชื่อเสียง ย่อมเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ถือเป็นส่วนสำคัญในการดึงดูดให้เกิดการจัดงานในเมือง

ด้านสินค้าที่ระลึก อำเภอหาดใหญ่ถือเป็นศูนย์รวมของการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกจากสถานที่ต่างๆ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางมานิยมซื้อสินค้าประเภทของกิน-ของใช้จากตลาดกิมหยงและตลาดสันติสุขมากกว่า เนื่องจากมีราคาถูกกว่าท้องตลาดทั่วไป อย่างไรก็ตามยังขาดความมัดเจนในเอกลักษณ์ของสินค้าที่ระลึก และปัจจุบันอำเภอหาดใหญ่ยังไม่มีการรวมกลุ่มกันเป็นชมรมหรือสมาคมที่เกี่ยวข้องกับสินค้าที่ระลึก ดังนั้น ควรร่วมกันค้นหาเอกลักษณ์ของสินค้าอำเภอหาดใหญ่ว่าสินค้าประเภทไหนที่ควรมีการสนับสนุนและพัฒนาให้เป็นสินค้าที่ระลึกของอำเภอหาดใหญ่ เพื่อทำให้เกิดการสร้างงานสร้างรายได้และกระจายรายได้ให้กับชุมชนในท้องถิ่น และทำให้ราคาสินค้าเหล่านั้นมีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า ดังแนวคิดหลักในการประเมินและคัดเลือกไมซ์ซิตี้ ของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.,2558) ในประเด็นด้านกิจกรรมเพิ่มเติม

นอกเหนือการประชุม ซึ่งแหล่งช้อปปิ้งถือเป็นกิจกรรมยามว่างจากการเข้าร่วมกิจกรรมไมซ์ ช่วยสร้างรายได้ให้แก่เมืองที่จัดงานไมซ์ได้เป็นจำนวนมหาศาล

ด้านความปลอดภัย จากเหตุการณ์ต่างๆ ที่เคยเกิดขึ้นในอดีต ไม่ว่าจะเป็นปัญหาความไม่สงบจาก 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ปัญหาทางด้านภัยธรรมชาติ เช่น อุทกภัย รวมทั้งการนำเสนอข่าวสารจากสื่อ ย่อมส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้เข้าร่วมงานและส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดงาน สอดคล้องกับ Rittichainuwat(2010) และ Sangpikul & Kim (2009) ที่ชี้ให้เห็นถึงข้อจำกัดในการจัดงานไมซ์ในประเทศไทย ว่าความไม่มั่นคงทางการเมือง ย่อมส่งผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมไมซ์ไทย ดังนั้น การนำเสนอข่าวสารของสื่อเพื่อเปลี่ยนมุมมองความรู้สึกที่มีต่อภาพลักษณ์เมืองหาดใหญ่ และการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้เข้าร่วมงานและนักท่องเที่ยว ถือเป็นเรื่องที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก เพื่อให้ผู้รับข่าวสารซึ่งเป็นคนนอกพื้นที่ ได้มีความเข้าใจอย่างถูกต้องและส่งผลเป็นอย่างยิ่งต่อการจัดงานไมซ์อีกด้วย ดังแนวคิดหลักในการประเมินและคัดเลือกไมซ์ซิตี้ ของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ(สสปน.,2558) ในประเด็นด้านภาพลักษณ์และความมีชื่อเสียงของเมือง ด้านสภาพแวดล้อมของเมือง และด้านความเสี่ยงในการยกเลิกงานและการรักษาความปลอดภัย ซึ่งทั้งหมดได้ชี้ให้เห็นว่า ทัศนคติของผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงาน ความเหมาะสมของสภาพภูมิอากาศ และเหตุการณ์ความไม่สงบทั้งจากปัญหาด้านการเมืองและสังคม ถือเป็นอุปสรรคในการคัดเลือกเมืองเพื่อจัดงานไมซ์

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ผู้วิจัยได้นำเสนอแนวทางในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ดังนี้

ด้านสถานที่จัดงาน(Venues) จากศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ ทางด้านสถานที่จัดงาน เมื่อเทียบกับการประเมินถึงศักยภาพและความพร้อมของเมืองสู่การเป็น MICE City ในด้าน “สถานที่จัดงานและสิ่งอำนวยความสะดวก” ของ สสปน. จึงถือว่าอำเภอหาดใหญ่มีศักยภาพเพียงพอ ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ด้านสถานที่จัดงาน ประเด็นที่ต้องมีการพัฒนาอย่างเร่งด่วน คือ การแก้ไขปัญหาด้านความจุของสถานที่จอดรถที่ไม่เพียงพอ เมื่อมีการจัดงานในระดับภูมิภาค ให้สามารถรองรับผู้เข้าร่วมงานได้มากยิ่งขึ้น โดยอาจมีการประสานความร่วมมือกันระหว่างเทศบาลนครหาดใหญ่และเจ้าของสถานที่จัดงานในการส่งเสริมการให้บริการรถสาธารณะ เป็นต้น การจัดการด้านอาหารภายในสถานที่จัดงาน ให้มีความหลากหลาย มีคุณภาพ และได้มาตรฐานของ

การบริการอาหาร ทั้งในสถานที่จัดงานและบริเวณโดยรอบ รวมทั้งเรื่องระดับมาตรฐานการให้บริการและประสบการณ์ของพนักงานภายในสถานที่จัดงาน ที่ควรมีการอบรมทักษะ ความรู้ในการบริการ ความรู้ในพื้นที่ และความสามารถในการสื่อสาร เพื่อตอบสนองแก่ผู้มาใช้บริการได้ดียิ่งขึ้น

ประเด็นที่ควรมีการพัฒนา คือการประชาสัมพันธ์ให้สถานที่จัดงานในอำเภอหาดใหญ่ ทั้งในส่วนศูนย์ประชุม ศูนย์การค้า และโรงแรม ได้เข้าร่วมโครงการปรับปรุงมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย หรือ Thailand MICE Venue Standard (TMVS) เพื่อร่วมกันยกระดับมาตรฐานของสถานที่จัดงานและสิ่งอำนวยความสะดวก โดยเฉพาะโรงแรมซึ่งมีการบริหารงานแบบครอบครัว จึงขาดการบำรุงรักษาและปรับปรุงสถานที่จัดงานและสิ่งอำนวยความสะดวก ทำให้ภาพลักษณ์ของโรงแรมเหล่านั้น เหมาะเป็นโรงแรมที่ใช้รองรับการเข้าพักของนักท่องเที่ยวมากกว่าการจัดกิจกรรมไมซ์เนื่องจากสถานที่จัดงานถือเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจของผู้จัดงาน และเพื่อเป็นการยกระดับมาตรฐานในการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์อำเภอหาดใหญ่ต่อไปในระยะยาว

ด้านผู้รับจัดงาน(Organizer) จากศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ทางด้านผู้รับจัดงาน เมื่อเทียบกับการประเมินถึงศักยภาพและความพร้อมของเมืองสู่การเป็น MICE City ในด้าน “การสนับสนุนการจัดงานไมซ์จากกลุ่มต่างๆ ในเมืองจัดงาน” และด้าน “ภาพลักษณ์และความมีชื่อเสียงของเมือง”ของ สสปน. จึงถือว่าอำเภอหาดใหญ่มีศักยภาพเพียงพอ แต่ต้องเร่งพัฒนาดังนั้น จึงสรุปได้ว่า ด้านผู้รับจัดงาน ประเด็นที่ต้องมีการพัฒนาอย่างเร่งด่วน คือ ควรมีการจัดตั้งคณะทำงานด้านการท่องเที่ยวในรูปแบบไมซ์ เพื่อสนับสนุนการพัฒนาบุคลากร โดยจัดอบรมร่วมกับสถาบันการศึกษาที่มีหลักสูตรไมซ์ เพื่อให้ความรู้ ทั้งยังช่วยพัฒนาทักษะและสร้างบุคลากรมืออาชีพทางด้านไมซ์ รวมทั้งการสร้างเครือข่ายผู้จัดงานและผู้สนับสนุนการจัดงานในภูมิภาค (MICE Supplier Network) เพื่อเป็นการเชื่อมโยงผู้จัดงานและผู้สนับสนุนการจัดงานไมซ์ในภาคใต้ที่ได้มาตรฐานและมีประสบการณ์ในการจัดงานด้วยกัน ทั้งนี้ ควรเชิญผู้รับจัดงานจากส่วนกลางมาดูสถานที่จัดงาน และเชิญชวนผู้ที่จัดงานอีเวนท์ใหญ่ในส่วนกลาง ทั้งงานของภาคเอกชนและหน่วยงานรัฐ ไปจัดที่อำเภอหาดใหญ่ เพื่อเป็นการรวมกลุ่มกันของผู้รับจัดงานทั้งในท้องถิ่นและส่วนกลาง ซึ่งช่วยสร้างความเข้มแข็งของเครือข่ายผู้จัดงานได้ทำให้เกิดการสร้างสรรค์รูปแบบงานให้มีความน่าสนใจและหลากหลายยิ่งขึ้น

ประเด็นที่ควรมีการพัฒนา คือ การที่สื่อควรมีทิศทางในการนำเสนอข่าวสารในด้านบวกเพื่อทำให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องและมีทัศนคติที่ดีต่อภาพลักษณ์ของเมืองหาดใหญ่ ทำให้เกิดการพัฒนารูปแบบงานไมซ์ทั้งจากผู้รับจัดงานและผู้เข้าร่วมงานได้ดียิ่งขึ้น รวทั้งการให้การสนับสนุนการจัด

งานไมซ์ ในด้านต่างๆ เช่น การประชาสัมพันธ์ และการสนับสนุนด้านงบประมาณในการจัดงานอย่างเต็มที่และต่อเนื่อง

ด้านการคมนาคมขนส่ง (Transportation) จากศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์อำเภอหาดใหญ่ ทางด้านการคมนาคมขนส่ง เมื่อเทียบกับการประเมินถึงศักยภาพและความพร้อมของเมืองสู่การเป็น MICE City ในด้าน “ความสะดวกในการเข้าสู่เมืองและสถานที่จัดงาน” ของ สสปน. จึงถือว่าอำเภอหาดใหญ่มีศักยภาพเพียงพอดังนั้น จึงสรุปได้ว่า ด้านการคมนาคมขนส่ง ประเด็นที่ต้องมีการพัฒนาอย่างเร่งด่วน คือ ปัญหาการจราจรติดขัด เนื่องจากปัจจุบันอำเภอหาดใหญ่มีปัญหาการจราจรติดขัด โดยเฉพาะในชั่วโมงเร่งด่วน เนื่องจากรถยนต์ รถจักรยานยนต์ที่มีจำนวนเพิ่มมากยิ่งขึ้น เทศบาลนครหาดใหญ่จึงควรมีมาตรการในการจัดการด้านกฎระเบียบการจราจรการขับขี่บนท้องถนน รวมทั้งการจอดรถตามสถานที่ต่างๆ ให้มีระเบียบมากขึ้นเพื่อช่วยลดปัญหาการจราจรที่ติดขัด รวมทั้งยังช่วยลดการเกิดอุบัติเหตุได้อีกด้วยนอกจากนี้ ควรมีการส่งเสริมการจัดการเดินรถภายในเขตอำเภอหาดใหญ่ให้มีระบบยิ่งขึ้น โดยการแบ่งสายการเดินรถเพื่ออำนวยความสะดวกและความปลอดภัยของผู้โดยสาร ในรูปแบบขนส่งมวลชนของอำเภอหาดใหญ่ เพื่อลดปริมาณการจราจรบนท้องถนน พร้อมทั้งส่งเสริมการนำรถโดยสารไฟฟ้ามาใช้ในระบบขนส่งมวลชน เพื่อการลดมลพิษทางอากาศ

ประเด็นที่ควรมีการพัฒนา คือการสร้างจิตสำนึกให้กับผู้ใช้รถใช้ถนนให้ปฏิบัติตามกฎจราจรอย่างเคร่งครัดเนื่องจากปัจจุบันมีการขาดวินัยจราจรของผู้ใช้รถใช้ถนนมากยิ่งขึ้น โดยประสานงานกับหน่วยงานที่รับผิดชอบในการควบคุมการปฏิบัติตนตามกฎหมายอย่างจริงจัง ตลอดจนปรับปรุงสัญญาณจราจรให้ชัดเจน ครบถ้วน พร้อมทั้งควรมีการฝึกอบรมความรู้ให้กับผู้ใช้รถใช้ถนนเพิ่มด้วย

Chulalongkorn University

ด้านที่พัก(Accommodation) จากศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ ทางด้านที่พัก เมื่อเทียบกับการประเมินถึงศักยภาพและความพร้อมของเมืองสู่การเป็น MICE City ในด้าน “ที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวก” ของ สสปน. จึงถือว่าอำเภอหาดใหญ่มีศักยภาพเพียงพอ แต่ต้องเร่งพัฒนาดังนั้น จึงสรุปได้ว่า ด้านที่พัก ประเด็นที่ต้องมีการพัฒนาอย่างเร่งด่วน คือ การปรับปรุงสภาพโดยทั่วไปของโรงแรม ไม่ว่าจะเป็นโครงสร้างอาคาร การเปลี่ยนเฟอร์นิเจอร์ ให้ดูสวยงามทันสมัย เป็นต้น ซึ่งสมาคมโรงแรมหาดใหญ่ควรเข้ามาตรวจสอบและควบคุมมาตรฐานของโรงแรมที่พัก ให้ได้มาตรฐานโดยให้ใบรับรองมาตรฐานหรือใบประกาศสถานประกอบการดีเด่น เพื่อช่วยลดปัญหาการขาดการทำนุบำรุงได้ นอกจากนี้ ประเด็นเรื่องการให้บริการและประสบการณ์ของพนักงานโรงแรม ก็ถือเป็นเรื่องที่ควรมีการพัฒนาด้วยเช่นกัน ควรมีการอบรมทักษะทางการบริการ ความรู้ในพื้นที่ รวมทั้งความสามารถในการสื่อสาร เพื่อให้ผู้มาใช้บริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด

ประเด็นที่ควรมีการพัฒนา คือ การประชาสัมพันธ์และสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องให้ผู้บริหาร/เจ้าของโรงแรมได้รับทราบถึงความสำคัญของระดับมาตรฐานที่พักในการให้บริการและการจัดงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ รวมทั้งการเปลี่ยนมุมมอง ทัศนคติ ในการบริหารงานเพื่อให้เกิดความพร้อมในการรองรับผู้เข้าร่วมงาน และมีนโยบายในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมต่อไป นอกจากนี้ ควรส่งเสริมและสนับสนุนการเข้าร่วมเป็นสมาชิกในสมาคมธุรกิจโรงแรมไทย เพื่อให้เกิดการปรับปรุงและพัฒนาโรงแรมให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน ทั้งในเรื่องของจำนวนและราคาห้องพัก การให้บริการของพนักงาน และระบบรักษาความปลอดภัยภายในโรงแรม เป็นต้น

ด้านอาหารและเครื่องดื่ม(Food and Beverage) จากศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ ทางด้านอาหารและเครื่องดื่ม เมื่อเทียบกับการประเมินถึงศักยภาพและความพร้อมของเมืองสู่การเป็น MICE City ในด้าน “กิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือการประชุม” ของ สสปน. จึงถือว่าอำเภอหาดใหญ่มีศักยภาพเพียงพอดังนั้น จึงสรุปได้ว่า ด้านอาหารและเครื่องดื่ม ประเด็นที่ควรมีการพัฒนา คือ ควรมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานหาดใหญ่และชมรมร้านอาหารหาดใหญ่ มาร่วมสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการร้านอาหารในอำเภอหาดใหญ่และพื้นที่ใกล้เคียง โดยการจัดทำบัญชีรายชื่อร้านอาหาร ข้อมูลในการติดต่อ และการเดินทาง เป็นต้น เพื่อให้เป็นที่รู้จักและสามารถตอบสนองต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเข้าร่วมกิจกรรมไมซ์ซึ่งมีความหลากหลายได้ดียิ่งขึ้น

ด้านธุรกิจนำเที่ยว(Tour Operator) จากศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ ทางด้านธุรกิจนำเที่ยว เมื่อเทียบกับการประเมินถึงศักยภาพและความพร้อมของเมืองสู่การเป็น MICE City ในด้าน “กิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือการประชุม” ของ สสปน. จึงถือว่าอำเภอหาดใหญ่มีศักยภาพเพียงพอ แต่ต้องเร่งพัฒนา ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า ด้านธุรกิจนำเที่ยว ประเด็นที่ต้องมีการพัฒนาอย่างเร่งด่วน คือ การเอารัดเอาเปรียบผู้โดยสารของผู้ให้บริการ ซึ่งสมาคมสมาพันธ์ธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาควรมีการพัฒนาบริษัททัวร์ในเรื่องการให้บริการอย่างถูกต้อง มีกฎระเบียบข้อบังคับอย่างชัดเจน ควรจัดอบรมให้แก่เจ้าของบริษัททัวร์และผู้ให้บริการ รวมทั้งมัคคุเทศก์ท้องถิ่น เพื่อช่วยแก้ไขปัญหานี้ เช่น การอบรมด้านการต้อนรับ การใช้สื่อ เทคโนโลยี และจรรยาบรรณ เป็นต้นเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับธุรกิจนำเที่ยว และเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการสื่อสารของมัคคุเทศก์ ในการนำเที่ยวอีกด้วย

ประเด็นที่ควรมีการพัฒนา คือสมาคมมัคคุเทศก์อาชีพจังหวัดสงขลา ควรมีการจัดทำคิดค้นหรือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ให้มีความหลากหลาย โดดเด่น เพื่อให้กลายเป็นจุดท่องเที่ยวที่สำคัญและมีชื่อเสียงยิ่งขึ้นจากที่มีอยู่เดิมนอกจากนี้ ควรมีการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบเหมา

รวม (Package) โดยการดึงแหล่งท่องเที่ยวรอบเมืองหาดใหญ่หรือจังหวัดใกล้เคียงมารวมกัน เพื่อตอบสนองนักท่องเที่ยวกลุ่ม Incentive ได้ในอนาคต

ด้านธุรกิจบันเทิง(Entertainment) จากศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ ทางด้านธุรกิจบันเทิง เมื่อเทียบกับการประเมินถึงศักยภาพและความพร้อมของเมืองสู่การเป็น MICE City ในด้าน “กิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือการประชุม” และด้าน “สภาพแวดล้อมของเมือง”ของ สสปน. จึงถือว่าอำเภอหาดใหญ่มีศักยภาพเพียงพอ ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า ด้านธุรกิจบันเทิง ประเด็นที่ควรมีการพัฒนา คือ การปรับปรุงภูมิทัศน์เมืองอย่างต่อเนื่อง โดยทางเทศบาลนครหาดใหญ่ควรมีการจัดแสง สี ประดับเมือง การทาสีเมืองให้มีความสวยงาม การขยายกิจกรรม “โครงการสายไฟฟ้าลงดิน”และควรมีโครงการในการผลักดันให้อำเภอหาดใหญ่เป็นเมืองแห่งไอซีที (ICT) โดยมีระบบ wifi สาธารณะรองรับในทุกพื้นที่นอกจากนี้สมาคมธุรกิจบันเทิงจังหวัดสงขลาและเทศบาลนครหาดใหญ่ควรมีการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่จัดงาน เช่น ห้องน้ำสาธารณะ สถานที่จอดรถ รวมทั้งรองรับการติดตั้งระบบ wifiให้มีจำนวนเพียงพอต่อการใช้บริการของผู้เข้าร่วมกิจกรรมด้วย

ด้านสินค้าที่ระลึก(Souvenir) จากศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ ทางด้านสินค้าที่ระลึก เมื่อเทียบกับการประเมินถึงศักยภาพและความพร้อมของเมืองสู่การเป็น MICE City ในด้าน “กิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือการประชุม” ของ สสปน. จึงถือว่าอำเภอหาดใหญ่มีศักยภาพเพียงพอ แต่ต้องเร่งพัฒนา ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า ด้านสินค้าที่ระลึก ประเด็นที่ต้องมีการพัฒนาอย่างเร่งด่วน คือ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสงขลา เทศบาลนครหาดใหญ่ และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย(ททท.) สำนักงานหาดใหญ่ ควรมีการร่วมกันค้นหาเอกลักษณ์ของสินค้าอำเภอหาดใหญ่ว่าสินค้าประเภทไหนที่ควรมีการสนับสนุนและพัฒนาให้เป็นสินค้าที่ระลึกของอำเภอหาดใหญ่ เพื่อทำให้เกิดการสร้างงานสร้างรายได้และกระจายรายได้ให้กับชุมชนในท้องถิ่น และทำให้ราคาสินค้าเหล่านั้นมีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า รวมทั้งการดึงเอาจุดเด่นของจังหวัดสงขลา คือ “นางเงือก” มาจัดทำเป็นสินค้าในรูปแบบต่างๆ โดยอาจประยุกต์ให้เข้ากับ “ผ้าทอเกาะยอ”ซึ่งเป็นผ้าทอพื้นเมืองของตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลาซึ่งถือเป็นผ้าพื้นเมืองที่มีชื่อเสียงของจังหวัดสงขลา ที่มีความประณีตและมีสีสันที่สวยงาม โดยมีการทอยกดอกที่มีลวดลายอ่อนนุ่ม ถือเป็นสัญลักษณ์หัตถกรรมพื้นบ้านของภาคใต้และยังเคยเป็นผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์หรือ OTOP ปี พ.ศ.2549 ซึ่งน่าจะช่วยเพิ่มศักยภาพด้านสินค้าที่ระลึกได้อีกทางด้วย

ประเด็นที่ควรมีการพัฒนา คือ สินค้าที่มีชื่อเสียงของอำเภอหาดใหญ่เช่น ไก่ทอด มะม่วงแช่อิ่ม เม็ดมะม่วงหิมพานต์ สินค้าเหล่านี้ควรมีการพัฒนาโดยการเพิ่มมูลค่าและความน่าเชื่อถือทางสินค้าของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งการบรรจุภัณฑ์สินค้าเหล่านั้นให้มีความสวยงามหลากหลายเพื่อให้เกิดเป็นเอกลักษณ์ของอำเภอหาดใหญ่ต่อไป

ด้านความปลอดภัย(Security) จากศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ทางด้านความปลอดภัย เมื่อเทียบกับการประเมินถึงศักยภาพและความพร้อมของเมืองสู่การเป็น MICE City ในด้าน “ความเสี่ยงในการยกเลิกงานและการรักษาความปลอดภัย” และด้าน “ภาพลักษณ์และความมีชื่อเสียงของเมือง”ของ สสปน. จึงถือว่าอำเภอหาดใหญ่มีศักยภาพเพียงพอแต่ต้องเร่งพัฒนาดังนั้น จึงสรุปได้ว่า ด้านความปลอดภัย ประเด็นที่ต้องมีการพัฒนาอย่างเร่งด่วนคือ การประสานความร่วมมือจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็น สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสงขลา เทศบาลนครหาดใหญ่ และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานหาดใหญ่ในการเปลี่ยนมุมมองความรู้สึก และสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้เข้าร่วมงานและนักท่องเที่ยว ว่าอำเภอหาดใหญ่มีความปลอดภัยทั้งจากทางธรรมชาติ ฝีมือมนุษย์ และการเมืองจริงนอกจากนี้ สื่อควรมีการนำเสนอข่าวสารอย่างตรงไปตรงมา และนำเสนอภาพลักษณ์ที่ดีเพื่อให้ผู้รับข่าวสารซึ่งเป็นคนนอกพื้นที่ ได้มีความเข้าใจอย่างถูกต้อง

ประเด็นที่ควรมีการพัฒนาคือเทศบาลนครหาดใหญ่ ควรมีมาตรการต่างๆ เพื่อรองรับด้านการรักษาความปลอดภัยอย่างชัดเจน เพื่อช่วยทำให้คนนอกพื้นที่มีความเข้าใจในเรื่องนี้อย่างถูกต้อง เช่น การเสริมสร้างศักยภาพของกล้องโทรทัศน์วงจรปิด CCTV ให้มีประสิทธิภาพการใช้งานสูงสุด รวมทั้งการเฝ้าระวังความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว และประชาชนโดยทั่วไป ของชุดสายตรวจนครหาดใหญ่ (Hatyai City Cops) ให้เพียงพอกับความต้องการ เพื่อทำหน้าที่ในการตรวจตราดูแลความสงบเรียบร้อย และให้ความช่วยเหลือในกรณีฉุกเฉิน มีการจัดตั้งศูนย์ข้อมูลด้านการรักษาความความปลอดภัยทางการท่องเที่ยว เพื่อรวบรวมฐานข้อมูลปัญหาด้านการเมืองและสังคมที่อาจส่งผลต่อความเสี่ยงในการยกเลิกกิจกรรมไมซ์ เนื่องจากปัญหาเหล่านี้ถือเป็นปัญหาที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นและเกิดเป็นผลกระทบโดยตรงต่อความสำเร็จของงานที่จัดขึ้น รวมทั้งควรมีการเพิ่มพื้นที่สีเขียวอย่างต่อเนื่อง การรณรงค์สร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ รักษาสภาพสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนให้แก่ประชาชนและนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นการรักษาสภาพแวดล้อมที่ดีของเมือง ให้ประชาชนและผู้มาเยือนมีความสุข รู้สึกสบาย และช่วยลดปัญหาภัยธรรมชาติได้ในระยะยาว

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ด้านสถานที่จัดงาน(Venues)

เทศบาลนครหาดใหญ่ควรมีการออกใบอนุญาตก่อสร้างอาคารของธุรกิจโรงแรมที่กำลังจะเกิดขึ้นในอำเภอหาดใหญ่ โดยจะต้องมีพื้นที่สำหรับจอดรถที่เพียงพอ รวมทั้งการดัดแปลงพื้นที่ของโรงแรมบางส่วนในปัจจุบัน เพื่อให้สามารถแก้ไขปัญหาด้านความจุของสถานที่จอดรถได้ และควรมีการจัดรถสาธารณะตามจุดสำคัญไปยังสถานที่จัดงาน ต่างๆเพื่อเป็นการลดปัญหาความไม่เพียงพอของสถานที่จอดรถและช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เข้าร่วมงานไมซ์ได้

ศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเฟสติวัลหาดใหญ่ โรงแรมเซ็นทาราหาดใหญ่ และบุรี ศรีภู บูติค โฮเทล ควรร่วมกันส่งเสริมให้ศูนย์ประชุม ศูนย์การค้า และโรงแรมในอำเภอหาดใหญ่ เข้าร่วมโครงการปรับปรุงมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย หรือ Thailand MICE Venue Standard (TMVS) เพื่อเป็นการยกระดับมาตรฐานของสถานที่จัดงานในอำเภอหาดใหญ่ ในการสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ต่อไป

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ควรมีการจัดอบรมให้ความรู้ พัฒนาทักษะภาษาอังกฤษแก่กลุ่มพนักงานผู้ให้บริการในสถานที่จัดงาน เพื่อยกระดับมาตรฐานการบริการให้ตอบสนองแก่ผู้มาใช้บริการได้ดียิ่งขึ้น

ด้านผู้รับจัดงาน(Organizer)

สำนักงานจังหวัดสงขลาควรให้การสนับสนุนการจัดกิจกรรมไมซ์ประเภทต่างๆ ทั้งการประชุม สัมมนา และงานแสดงสินค้า/นิทรรศการ และเป็นตัวกลางในการจัดทำปฏิทินกิจกรรมไมซ์ในแต่ละเดือน โดยให้หน่วยงานต่างๆหรือผู้ประกอบการเป็นผู้แจ้งรายละเอียดของกิจกรรมต่างๆ

หอการค้าจังหวัดสงขลาควรให้ความร่วมมือกับหน่วยงานภายในอำเภอหาดใหญ่ ในการดำเนินกิจกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ต่อไป

สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสงขลา และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานหาดใหญ่ ควรร่วมกันจัดตั้งคณะทำงานด้านการท่องเที่ยวในรูปแบบไมซ์ เพื่อเป็นการรวมกลุ่มกันสร้างเครือข่ายผู้จัดงานและผู้สนับสนุนการจัดงานทั้งในท้องถิ่นและภูมิภาคให้เกิดความเข้มแข็งและทำให้เกิดการสร้างสรรค์รูปแบบงานใหม่ๆ

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ควรมีการจัดอบรมให้ความรู้แก่กลุ่มผู้จัดงานและผู้สนับสนุนการจัดงาน เพื่อพัฒนาทักษะและสร้างบุคลากรมืออาชีพทางด้านไมซ์ในอำเภอหาดใหญ่ต่อไป และควรมีการสร้างความร่วมมือกับเครือข่ายสถาบันการศึกษาอื่นๆ ในการเปิดสอนหลักสูตร

การเรียนการสอนทางด้านอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในระดับปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอกต่อไปในอนาคต

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) และองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย ควรร่วมกันจัดทำฐานข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ และประชาสัมพันธ์ให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ได้มีทัศนคติและความเข้าใจที่ถูกต้องต่อภาพลักษณ์ของเมืองหาดใหญ่ เพื่อทำให้เกิดการสนับสนุนด้านงบประมาณในการจัดงานไมซ์ในอำเภอหาดใหญ่ต่อไป

ด้านการคมนาคมขนส่ง(Transportation)

องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา และเทศบาลนครหาดใหญ่ ควรร่วมกันส่งเสริมการให้บริการรถ Shuttle Bus หรือ Minibus จัดทำเป็นจุดรับ-ส่งจากสนามบินหาดใหญ่ไปยังจุดสำคัญต่างๆ ในตัวเมือง รวมทั้งเพิ่มระบบขนส่งมวลชนรอบเมืองหาดใหญ่ เพื่อทำให้เกิดความสะดวกในการเดินทางเข้าร่วมงาน และลดปัญหาการจราจรติดขัดด้วย

สถานีตำรวจภูธรหาดใหญ่ควรมีการจัดอบรมให้ความรู้และสร้างจิตสำนึกให้กับผู้ใช้รถใช้ถนน มีการรณรงค์ให้ปฏิบัติตามกฎจราจรอย่างเคร่งครัด เพื่อเป็นการเพิ่มวินัยจราจร รวมทั้งยังช่วยลดการเกิดอุบัติเหตุได้

ท่าอากาศยานหาดใหญ่ควรมีการอำนวยความสะดวกด้านข้อมูลต่างๆ ให้นักเดินทางกลุ่มไมซ์ที่เข้ามาในอำเภอหาดใหญ่ได้ทราบอย่างถูกต้อง รวมทั้งควรมีการผลักดันให้มีการเปิดเส้นทางบินตรงทั้งในประเทศ-ระหว่างประเทศที่หลากหลายขึ้น เพื่อให้เกิดความเชื่อมโยงในการเดินทางที่ดียิ่งขึ้น

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ด้านที่พัก(Accommodation)

สมาคมโรงแรมหาดใหญ่-สงขลาควรมีการส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการโรงแรมในอำเภอหาดใหญ่ ได้เปลี่ยนมุมมอง ทัศนคติในการบริหารงาน และได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกในสมาคมโรงแรมไทย เพื่อให้เกิดการปรับปรุงสภาพโดยทั่วไปของโรงแรมและลดปัญหาการขาดการทำนุบำรุงได้ เกิดเป็นมาตรฐานเดียวกันและมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ได้ดียิ่งขึ้น และผู้เข้าร่วมงานไมซ์จะได้มีข้อมูลทางด้านที่พักเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจได้อีกด้วย

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) และกรมการท่องเที่ยว ควรร่วมกันประชาสัมพันธ์เรื่องมาตรฐานที่พักเพื่อการท่องเที่ยวให้ผู้ประกอบการโรงแรมในอำเภอหาดใหญ่ได้รับทราบถึงความสำคัญของระดับมาตรฐานที่พักในการให้บริการและการจัดงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ เพื่อให้ผู้มาใช้บริการกลุ่มไมซ์เกิดความพึงพอใจสูงสุด

ด้านอาหารและเครื่องดื่ม(Food and Beverage)

ชมรมร้านอาหารหาดใหญ่ควรมีการจัดทำบัญชีรายชื่อร้านอาหารในอำเภอหาดใหญ่ พร้อมทั้งข้อมูลการติดต่อและเส้นทางการเดินทาง เพื่อประชาสัมพันธ์แก่ผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงานไมซ์ได้ทราบ รวมทั้งการสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการร้านอาหารในอำเภอหาดใหญ่ย่อมทำให้เกิดความเข้มแข็งในศักยภาพด้านนี้มากยิ่งขึ้น

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานหาดใหญ่ ควรร่วมกันประชาสัมพันธ์ร้านอาหารในอำเภอหาดใหญ่ ให้เป็นที่รู้จักและสามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ซึ่งมีความหลากหลายทั้งทางด้านรสนิยม ขนาดของกลุ่ม และเชื้อชาติได้

ด้านธุรกิจนำเที่ยว(Tour Operator)

สมาคมสมาพันธุ์ธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลาควรมีการจัดอบรมให้แก่ผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ท้องถิ่น เพื่อเป็นการพัฒนาศักยภาพบุคลากรทางการท่องเที่ยวในด้านทักษะการให้บริการ ทักษะภาษาอังกฤษ และสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ได้ เพื่อช่วยลดปัญหาการเอาเปรียบผู้โดยสารและนักท่องเที่ยวต่อไป

สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพจังหวัดสงขลาควรมีการคิดค้น หรือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความโดดเด่น หลากหลายกว่าเดิม โดยอาจดึงผู้ประกอบการที่สนใจมาร่วมลงทุน รวมทั้งการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจเพื่อตอบสนองกลุ่มนักท่องเที่ยว Incentive และนักท่องเที่ยวจากประเทศเพื่อนบ้านมาเลเซียและสิงคโปร์ต่อไปในอนาคต โดยเฉพาะเส้นทางการท่องเที่ยวที่น่าสนใจจากด่านสะเดา-อำเภอหาดใหญ่-จังหวัดสงขลา ทำให้เกิดรูปแบบการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงและครบวงจรยิ่งขึ้น

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานหาดใหญ่ ควรร่วมกันจัดทำฐานข้อมูลทางการท่องเที่ยว เพื่อเป็นการรวบรวมรายชื่อสถานที่ท่องเที่ยว บริษัทนำเที่ยว และมัคคุเทศก์ในอำเภอหาดใหญ่ ทำให้เกิดความพร้อมที่จะรองรับต่อตลาดเป้าหมายกลุ่มไมซ์ที่มาเข้าร่วมงานในอำเภอหาดใหญ่ต่อไป

ด้านธุรกิจบันเทิง(Entertainment)

สำนักงานจังหวัดสงขลาควรมีการจัดทำตารางงานอีเวนท์ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ Facebook “สงขลา มหาสนุก” เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์งานเทศกาลต่างๆ ให้เป็นที่รับรู้ของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ว่าอำเภอหาดใหญ่มีกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมงานเทศกาลต่างๆ ได้ตลอดทั้งปี

สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสงขลา และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานหาดใหญ่ ควรร่วมกันส่งเสริมศักยภาพในการรองรับการจัดงานเทศกาลกีฬานานาชาติที่จัดขึ้นเป็นประจำทั้งในอำเภอหาดใหญ่และจังหวัดสงขลา เช่น การจัดเทศกาลสีสันบอลลูนนานาชาติโดยความร่วมมือกับเทศบาลนครหาดใหญ่ การจัดการแข่งขันหาดใหญ่มาราธอนนานาชาติโดยความร่วมมือกับสมาคมนักวิ่งหาดใหญ่ และการจัดการแข่งขันวอลเลย์บอลชายหาด เอเชียนทัวร์โดยความร่วมมือกับสมาคมวอลเลย์บอลแห่งประเทศไทย เพื่อให้เป็นที่รู้จักและเกิดการส่งเสริมกิจกรรมทางการท่องเที่ยวต่อไป

เทศบาลนครหาดใหญ่ควรมีการปรับปรุงภูมิทัศน์เมืองทั้งการจัดแสง สี เสียง ประดับเมืองในช่วงเทศกาลต่างๆ รวมทั้งการติดตั้งระบบ wifi และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในพื้นที่จัดงานให้มีจำนวนที่เพียงพอต่อผู้เข้าร่วมกิจกรรม

ด้านสินค้าที่ระลึก(Souvenir)

หอการค้าจังหวัดสงขลาควรมีการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าที่ระลึกได้ร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์เฉพาะ รวมทั้งการส่งเสริมการพัฒนาทางด้าน Packaging ของสินค้าที่มีชื่อเสียงของอำเภอหาดใหญ่ เช่น มะม่วงแช่อิ่ม เม็ดมะม่วงหิมพานต์ หรือไก่ทอด เป็นต้น ให้มีความสวยงาม น่าดึงดูดใจ และหลากหลาย เพื่อทำให้เกิดการพัฒนารูปแบบและสามารถเพิ่มมูลค่าของสินค้าเหล่านั้นได้

องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา และเทศบาลนครหาดใหญ่ ควรมีการทำวิจัยร่วมกันเพื่อสร้างและค้นหาถึงเอกลักษณ์ของสินค้าที่ระลึกในอำเภอหาดใหญ่ และทำให้เกิดเป็นศักยภาพด้านสินค้าที่ระลึก เป็นที่จดจำของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ได้

ด้านความปลอดภัย (Security)

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) และเทศบาลนครหาดใหญ่ ควรร่วมกันประชาสัมพันธ์ให้หน่วยงานทั้งในและต่างประเทศได้ทราบถึงความปลอดภัย พร้อมสร้างความเชื่อมั่นในการจัดงานและการเข้าร่วมงานไมซ์ให้แก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

สำนักงานจังหวัดสงขลาควรให้การสนับสนุนอย่างเต็มที่และส่งเสริมการสร้างภาพลักษณ์ของอำเภอหาดใหญ่ ผ่านการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ซึ่งเป็นคนนอกพื้นที่ เกิดทัศนคติและความเข้าใจว่าเมืองหาดใหญ่มีความพร้อมทางด้านระบบรักษาความปลอดภัยและพร้อมที่จะรองรับการจัดงานไมซ์ได้จริง

เทศบาลนครหาดใหญ่ควรมีการเตรียมความพร้อมโดยการสร้างเครือข่ายป้องกันร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และมีการประสานงานกับฝ่ายความมั่นคง ทั้งทหาร ตำรวจ และอาสาสมัครด้วย เพื่อเป็นการสร้างความอุ่นใจให้แก่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมไมซ์ทุกฝ่ายได้

สถานีตำรวจภูธรหาดใหญ่ควรมีการดำเนินงานด้านความมั่นคงและความปลอดภัยร่วมกับหน่วยงานในอำเภอหาดใหญ่ เช่น โครงการติดตั้งกล้องโทรทัศน์วงจรปิด CCTV และประสานความร่วมมือกับเครือข่ายชุดสายตรวจนครหาดใหญ่ (Hatyai City Cops) รวมทั้งการจัดตั้งศูนย์ข้อมูลด้านการรักษาความปลอดภัยทางการท่องเที่ยว

องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทยควรมีการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ที่ดีของอำเภอหาดใหญ่ เพื่อให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ทุกฝ่ายได้มีทัศนคติและความเข้าใจที่ถูกต้องและตรงกัน ว่าอำเภอหาดใหญ่มีความปลอดภัยจริง และจะส่งผลให้เกิดการจัดงานและเข้าร่วมงานไมซ์ได้อย่างราบรื่น

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสู่การปฏิบัติ

	แผนระยะสั้น (1-2 ปี)	แผนระยะกลาง (3-5 ปี)	แผนระยะยาว (5 ปีขึ้นไป)
สถานที่จัดงาน	1.การประชาสัมพันธ์โครงการยกระดับมาตรฐานสถานที่จัดงาน 2.การจัดอบรมมาตรฐานการบริการของพนักงาน	การจัดบริการรถสาธารณะไปยังสถานที่จัดงาน	การออกใบอนุญาตก่อสร้างอาคาร และการดัดแปลงพื้นที่สำหรับจอดรถ
ผู้รับจัดงาน	1.การพัฒนาทักษะและสร้างบุคลากรมืออาชีพทางด้านไมซ์ (เร่งด่วน) 2.การจัดปฏิทินกิจกรรมไมซ์และการสนับสนุนการจัดงานจากหน่วยงาน 3.การสนับสนุนทางด้านงบประมาณในการจัดงาน	การจัดตั้งคณะทำงานด้านการท่องเที่ยวในรูปแบบไมซ์ (เร่งด่วน)	การเปิดหลักสูตรการเรียนการสอนทางด้านอุตสาหกรรมไมซ์ (เร่งด่วน)
การคมนาคมขนส่ง	การจัดอบรมและรณรงค์ให้ปฏิบัติตามกฎจราจร	1.การพัฒนาและให้บริการระบบขนส่งมวลชน (เร่งด่วน) 2.การอำนวยความสะดวกด้านข้อมูลให้นักเดินทางกลุ่มไมซ์	-
ที่พัก	การประชาสัมพันธ์ให้เห็นถึงความสำคัญของมาตรฐานที่พัก	การส่งเสริมและพัฒนามาตรฐานที่พัก (เร่งด่วน)	-
อาหารและเครื่องดื่ม	การจัดทำบัญชีรายชื่อร้านอาหาร และการสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการร้านอาหาร	-	-
ธุรกิจนำเที่ยว	1.การจัดอบรมมาตรฐานการให้บริการ 2.การจัดทำฐานข้อมูลทางการท่องเที่ยว	การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว (เร่งด่วน)	-
ธุรกิจบันเทิง	1.การจัดทำตารางงานและการประชาสัมพันธ์งานต่างๆ 2.การส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบกีฬา	การปรับปรุงภูมิทัศน์เมืองและพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ	-
สินค้าที่ระลึก	การร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์เฉพาะ	การสร้างและค้นหาผลิตภัณฑ์ใหม่ (เร่งด่วน)	-
ความปลอดภัย	1.การส่งเสริมและสนับสนุนภาพลักษณ์ของเมือง (เร่งด่วน) 2.การสร้างเครือข่ายป้องกันภัย	การประชาสัมพันธ์และสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมไมซ์ (เร่งด่วน)	-

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาวิจัยเรื่อง “การพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ภาคใต้เพื่อรองรับการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน” โดยส่งเสริมความร่วมมือในการสร้างกลุ่มไมซ์คลัสเตอร์ (MICE Cluster) เพื่อสร้างความพร้อมทางการตลาดให้แก่อุตสาหกรรมไมซ์ของภาคใต้ ทั้งในระดับภาคใต้ตอนบนและภาคใต้ตอนล่าง รวมทั้งประเทศเพื่อนบ้านมาเลเซียและสิงคโปร์ และทำให้อำเภอหาดใหญ่เป็นตลาดไมซ์ของอาเซียน โดยมุ่งตลาดประเทศมาเลเซียและอินโดนีเซีย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กฤป จุระกะนิตย์. การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาของนักท่องเที่ยวชาวไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการนันทนาการการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2551.

กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน. ทิศทางและประมาณการความต้องการแรงงานฝีมืออุตสาหกรรมหลักของประเทศไทย พ.ศ. 2547-2552. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงแรงงาน, 2548.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2556-2559. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2557.

กองวิชาการและแผนงาน. เทศบาลนครหาดใหญ่. แผนพัฒนาสามปี (พ.ศ. 2558-2560). เทศบาลนครหาดใหญ่, 2558.

กองวิชาการและแผนงาน. เทศบาลนครหาดใหญ่. แผนยุทธศาสตร์การพัฒนานครหาดใหญ่ พ.ศ. 2556-2561. เทศบาลนครหาดใหญ่, 2555.

กองสถิติและวิจัย. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. สถิติการท่องเที่ยวภายในประเทศ ภาคใต้ ปี 2556. กรุงเทพมหานคร: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2557.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. โครงการสำรวจสถิติการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดงานแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2545. กรุงเทพมหานคร: อักษรโสภณ, 2545.

กันตภพ บัวทอง. กลยุทธ์การพัฒนาตลาด MICE ของจังหวัดชายแดนริมแม่น้ำโขง. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2554.

กัลยา วานิชย์บัญชา. สถิติสำหรับงานวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550.

เกิดศิริ เจริญวิศาล. รูปแบบการตลาดที่เหมาะสมของสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, สาขาวิชาพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้, 2552.

เกิดศิริ เจริญวิศาล. สัมภาษณ์. อาจารย์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. (5 มิถุนายน 2558).

จินตนา สุวรรณรัตน์. สัมภาษณ์. ผู้ช่วยผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานหาดใหญ่. (3 มิถุนายน 2558).

จิรพร จันลา. แนวทางการเพิ่มศักยภาพของจังหวัดขอนแก่นในการท่องเที่ยวรูปแบบ MICE. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2556.

ชาย โพธิสิตา. ศาสตร์และศิลป์แห่งวิจัยเชิงคุณภาพ. กรุงเทพมหานคร: อมรินทร์พริ้นติ้ง, 2554.

ชูศรี วงศ์รัตนะ. เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพมหานคร: เทพเนรมิตการพิมพ์, 2541.

ทวีป ศิริรัศมี. ความพึงพอใจของผู้เข้าประชุมชาวต่างประเทศต่อการจัดประชุมนานาชาติในประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.), 2548.

ณัฐกานต์ รองทอง. ความพร้อมของเมืองในด้านธุรกิจการจัดประชุมหรือไมซ์ (MICE) พื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2552.

ดุษฎี ช่วยสุข. แผนพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดขอนแก่น เพื่อรองรับการเป็นนครแห่งไมซ์ของประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2557.

ถนอมพงศ์ ตระกูลฉวี และพัชรี กฤตานุสรณ์. แผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวรูปแบบ MICE อย่างยั่งยืนช่วง Low Season ในจังหวัดภูเก็ต. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2549.

เถกิงศักดิ์ ไชยกาญจน์. สัมภาษณ์. ผู้จัดการอาวุโส ส่วนงานวิจัยและพัฒนา ฝ่ายพัฒนากลยุทธ์องค์กร สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (9 มิถุนายน 2558).

เทวีวรรณ ปทุมพร. ปัจจัยความสำเร็จของอุตสาหกรรมการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ (MICE) ในจังหวัดขอนแก่น. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2549.

ธงชัย สันติวงษ์. พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 9 กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช, 2540.

บงกช งามสม ฤทธิชัยนุวัฒน์. ความรู้เบื้องต้นการจัดแสดงสินค้า. กรุงเทพมหานคร: กิตติชัยพริ้นติ้ง, 2553.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. ธุรกิจไมซ์. นนทบุรี: เฟิร์นข้าหลวงพริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง, 2554.

ปิลันธนา ชมพูพันธ์. การศึกษาศักยภาพการจัดการประชุมและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการนันทนาการการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2551.

ปวิธ ตันสกุล. อุตสาหกรรมการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดสัมมนา และนิทรรศการในประเทศไทย: การประเมินศักยภาพของศูนย์การประชุม ศูนย์การแสดงสินค้าและนิทรรศการในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการการบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 2549.

ฝ่ายการตลาดและภาพลักษณ์องค์กร. สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ทิศทางกลยุทธ์ไมซ์ไทยประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2558. กรุงเทพมหานคร, 2558.

พัจน์พิตตา ศรีสมพงษ์. ปัจจัยที่มีศักยภาพของเมืองด้านธุรกิจการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและการแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ (MICE) ในจังหวัดพะเยา เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน. วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ 7, (45-56), 2558.

ไพร พัฒโน. สัมภาษณ์. นายกเทศมนตรี นครหาดใหญ่. (4 มิถุนายน2558).

มนัส ชัยสวัสดิ์ และคณะ. ความพร้อมของเมืองในด้านธุรกิจการจัดประชุมหรือไมซ์ (MICE) พื้นที่จังหวัดภูเก็ต. สาขาวิชาการจัดการการบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 2552.

มนัส สุวรรณ. นิเวศวิทยากับการพัฒนาเศรษฐกิจ. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์, 2538.

ราชบัณฑิตยสถาน. พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542. กรุงเทพมหานคร: นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์, 2546.

วัชราภรณ์ สุรภี. การศึกษาความต้องการสมรรถนะของบุคลากรในอุตสาหกรรมการจัดประชุมนิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2556.

วลัยพร ริ้วตระกูลไพบูลย์. พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 5 กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, 2557.

วุฒิชาติ สุนทรสมัย และคณะ. โครงการศึกษาความพร้อมของเมืองในด้านธุรกิจการจัดประชุมหรือไมซ์ (MICE) พื้นที่จังหวัดชลบุรี. คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา, 2552.

ศิริชัย เชาวนปรีชา. สัมภาษณ์. ผู้อำนวยการศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี. (5 มิถุนายน 2558).

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร: ธีระฟิล์มและไซแท็กซ์, 2541.

สมาคมโรงแรมหาดใหญ่. MICE DIRECTORY 2014(MICE พัก เที่ยว ประชุม @Hatyai). สงขลา, 2557.

สมพงษ์ เกษมสิน. การบริหาร. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์เกษมสุวรรณ, 2514.

สมบัติ กาญจนกิจ. นันทนาการและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2557.

ส่วนงานองค์ความรู้ไมซ์. สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) อุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาคเอเชีย. กรุงเทพมหานคร, 2554.

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ. นโยบายและยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติ ฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2555-2559). กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ, 2554.

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน). Introduction to MICE Industry: วิชาการจัดประชุมและนิทรรศการ. กรุงเทพมหานคร, 2555.

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน). Thailand's MICE Industry Report 2015: MICE Review 2015. กรุงเทพมหานคร, 2558.

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน). แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาไมซ์ซิตี้ จังหวัดเชียงราย. กรุงเทพมหานคร, 2558.

สุปัญญา ไชยชาญ. การบริหารการตลาด. กรุงเทพมหานคร: พี.เอ.ลีฟวิ่ง, 2543.

สุภางค์ จันทวานิช. วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ. พิมพ์ครั้งที่ 20. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2555.

สุรีย์ เข็มทอง. พฤติกรรมของลูกค้าในตลาดการท่องเที่ยว และการโรงแรม. เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว และการโรงแรม. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2553.

องอาจ นัยพัฒน์. วิธีวิทยาการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: สามลดา, 2548.

อภิรดี บุญสม. สัมภาษณ์. ผู้จัดการทั่วไปศูนย์การค้าเซ็นทรัลเฟสติวัลหาดใหญ่. (4 มิถุนายน 2558).

โอภาส ดำรงกุล. สัมภาษณ์. ผู้จัดการทั่วไปโรงแรมเซ็นทาราหาดใหญ่. (3 มิถุนายน 2558).

ภาษาอังกฤษ

Ba, J.Y. (2004). Development of the Convention Industry in Korea. *Journal of Convention & Event Tourism*, 6(4), 81-94.

Best, J.W. (1959). *Research in education*. New Jersey: Prentice-Hall.

Boo, S., Koh, Y., & Jones, D. (2008). An Exploration of Attractiveness of Convention Cities Based on Visit Behavior. *Journal of Convention & Event Tourism* 9(4), 239-257.

Boone, L.E. & Kurtz, D.L. (1989). *Marketing.* 6th ed. Marianna, Florida: The Dryden.

Bowen, D., & Clarke, J. (2009). *Contemporary Tourist Behaviour: Yourself and Others as Tourists.* Cambridge: CABI

Burger, E., & Saayman, M. (2009). Key success factors in managing a conference centre in South Africa. *South African Journal for Research in Sport, Physical Education & Recreation* 31(2), 15-28.

Campiranon, K., & Arcodia, C. (2007). Market Segmentation in Time of Crisis; A Case Study of the MICE Sector in Thailand. *Journal of Travel & Tourism Marketing* 23(2), 151-161.

Caplan, S. (1990). Using focus groups methodology for ergonomic design. Ergonomics, 33 (May 1990): 527-533.

Chen, K.C., & LaLopa, J.M. (1999). Conventions and exhibitions development in Thailand. *Journal of Convention & Exhibition Management* 2(1), 1-13.

Chen, Y., & Mo, H. (2012). Attendees' perspectives on the service quality of an exhibition organizer A case study of a tourism exhibition. *Journal of Tourism Management Perspectives* 1, 28-33.

China Economic Review. (2014). *Indonesia boosts MICE industry with new initiatives. Retrieved: 2015, August 31 from http://www.chinamicenow.com/article/indonesiaboosts-mice-industry-new-initiatives.*

Coltmann, M. (1989). *Introduction to Travel and Tourism: An international approach*. New York, USA: Van Nostrand Reinhold.

Creswell, J.W. (2009). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches.* United Kingdom: SAGE Publications.

Cronbach, L.J. (1974*). Essentials of psychological testing.* New York: Harper & Row.

Crounch, I.G., & Weber, K. (2002). *Marketing of Convention Tourism, Convention Tourism International Research and Industry Perspectives*. New York: The Haworth Press, Inc..

Davidson, R. (2003). *Business Travel: conferences, incentive travel, exhibitions, corporate hospitality and corporate travel.* England: Prentice Hall Financial Times.

Denzin, N.K. & Lincoln, Y.S. (1994). *Part III: Strategies of inquiry: Handbook of qualitative research.* Thousand Oaks, CA: Sage, 1994.

Drucker, P.F. (1954). *The Practice of Management.* New York: Harper & Row.

Editors of the American Heritage. (Ed.) (2007). Boston: Houghton Mifflin Company.

Engel, J.F., Blackwell, R.D., & Miniard, P.W. (1990). *Consumer behaviour*. USA: Dryden.

Getz, D. (2008). Event tourism: definition, evolution, and research. *Journal of Tourism Management 29*, 403-428.

Girod, A. (2009). *An Analysis of The Development of MICE Industry A Case Study of Lyon, France.* Universidad Rey Juan Carlos: Bournemouth University.

Goldblatt, J. (2001). *The international dictionary of event management.* New York: Wiley.

Gulick, L., & Urwick, L. (1936). *Papers on the Science of administration*. New York: Institute of Public Administration Columbia University.

Hinkin, T.R., & Tracey, J.B. (1998). *The service imperative: factors driving meeting effectiveness*. Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly 39, 5.

Hudson, S. (1999). *Consumer behavior related to tourism*. New York: The Haworth Hospitality Press.

IAPCO. (2011). *IAPCO survey press release,* May 2011. IAPCO Survey Press Release, May 2011, 1, 1-4.

ICCA – International Congress and Convention Association – Home. (2012). *ICCA – International Congress and Convention Association– Home.* Retrieved April 26, 2012, from http://www.iccaworld.com/dcps/doc.cfm?docid=1264.

Incentive Marketing Association. (2012). *Incentive Marketing Association*. Retrieved March 1, 2012, from http://www.incentivemarketing.org/displaycommoncfm?an=1&subarticlbr=38.

Jago, L.K. & Deery, M. (2005). Relationships and Factors Influencing Convention Decision-Making. *Journal of Convention & Event Tourism* 7(1), 23-41.

Jones, D.L. (2010). Developing a Convention and Event Management Curriculum in Asia: Using Blue Ocean Strategy and Co-Creation with Industry. *Journal of Convention & Event Tourism* 11(2), 154-158.

Jung, M. (2005). Determinants of exhibition service quality as perceived by attendees. *Journal of Convention & Event Tourism* 7(3), 85-98.

Kang, M.H., Suh, S.J., & Jo, D. (2005). The Competitiveness of International Meeting Destinations in Asia. *Journal of Convention & Event Tourism* 7(2), 57-85.

Kim, S.S., Chon, K., & Chung, K.Y. (2003). Convention industry in South Korea: an economic impact analysis. *Journal of Tourism Management* 24, 533-541.

Kim, S. S., & Chon, K. (2009). An economic impact analysis of the Korean exhibition industry. *International Journal of Tourism Research* 11, 311-318.

Korea Tourism Organization (2014). *How We Can Support MICE Industry.*

Kotler, P. (1987). *Principles of marketing.* New Jersey: Pearson Education.

Kotler, P. (1998). *Marketing for Hospitality and Tourism.* 2nd ed. New Jersey: Prentice Hall .

Kozak, N. (2005). The expectations of exhibitors in tourism, hospitality and the travel industry. *Journal of Convention & Event Tourism* 7(3), 99-116.

Krugman, C. (2006). *Global Meetings and Exhibitions. New Jersey:* Wiley.

Lee, M.J., & Back, K.J. (2003). A Review of Convention and Meeting Management Research 1990-2003. *Journal Convention & Event Tourism* 7(2), 1-20.

Lee, M.J., & Lee, K.M. (2006). Convention and exhibition center development in Korea. *Journal of Convention & Event Tourism* 8(4), 101-120.

Lin, C.T., & Lin, C.W. (2013). Exhibitor Perspectives of Exhibition Service Quality. *Journal of Convention & Event Tourism* 14(4), 293-308.

Luckhurst, K.W. (1951). *The story of exhibitions.* London: Studio Publications.

Malaysia Convention and Exhibition Bureau (2014). *Malaysia: Making Inroads into MICE.*

Marguerite, L. (1992). *Meetings and Conventions Management.* New York: Delmar Publishers Inc.

Maslow, A.H. (1998). *Maslow on management.* New York: John Wiley & Sons.

McCabe, V. (2000). *The business and Management of Conventions*. John Wiley & Sons. Singapore: Australig Ltd.

McCabe, V.S. (2008). Strategies for career planning and development in the Convention and Exhibition industry in Australia. *Journal of Hospitality Management* 27, 222-231.

McDaniel, C., Lamb, C.W. & Hair, J.H. (2007). Marketing Essentials. 5th ed. Mason: Thompson Corporation.

McIntosh, R.W., Goeldner, C.R., & Ritchie, J.R. (1995). *Tourism: Principles, practices, philosophies.* 7th ed. New York: Wiley.

Medlick, S. (1985). *Tourism: Past, Present and Future.* 3rd ed. London: Heinemann.

Meetings and Exhibitions Hong Kong. (2014). *The Winning Formula.* Hong Kong Tourism Board Annual Report 2012.

Merriam, S.B. (1998). *Qualitative research and case study application in education.* San Francisco: Jossey-Bass.

Middleton, V. (1995). *Marketing in travel and tourism*. Oxford: Butterworth Heinemann.

Morrison, A.M. (2010). *Hospitality and travel marketing.* 4th ed. New York: Delmar.

Morrow, S.L. (1997). *The art of the show: An introduction to the study of exposition management.* Dallas, Tex.: IAEM Foundation.

Murdy, S., & Pike, S. (2012). Perceptions of visitor relationship marketing opportunities by destination marketers An importance-performance analysis. *Journal of Tourism Management* 33, 1281-1285.

Nguyen, T.Q. (2012). *MICE Tourism in Vietnam*. Vietnam National Administration of Tourism.

Oxford University. (ED.) (2005). *New Delhi*: Oxford University Press.

Papadimitriou, D. (2013). Service Quality Components as Antecedents of Satisfaction and Behavioral Intentions The Case of a Greek Carnival Festival. *Journal of Convention & Event Tourism* 14(1), 42-64.

Pearlman, D. (2008). Key Performance Indicators of the MICE Industry and the Top 25 United States And Canadian CVBs. *Journal of Convention & Event Tourism* 9(2), 95-118.

Pearlman, D., & Mollere, L. (2009). Meetings, Incentive, Convention, and Exhibition Evaluation Practices An Exploratory Study among Destination Marketing Organizations. *Journal of Convention & Event Tourism* 10(3), 147-165.

Rittichainuwat, B. (2010). Image of Thailand as an International and Exhibition Destination. *Paper presented at the International Convention and Expo Summit 2010 (ICES 2010).* University of Nevada Las Vegas, Singapore Campus, Singapore.

Rittichainuwat, B., & Chakraborty, G. (2009). Perceived travel risks regarding terrorism and disease: The case of Thailand. *Journal of Tourism Management* 30, 410-418.

Rittichainuwat, B., & Mair, J. (2012). Visitor attendance motivations at consumer travel exhibitions. *Journal of Tourism Management* 33, 1236-1244.

Rin, L.H., McKercher, B., & Kim, S.S. (2009). The relationship between convention hosts and professional conference organizers. *International Journal of Hospitality Management* 28, 556-562.

Rodriguez, G. (2015). *Bali and Jakarta, the best choice in Indonesia for MICE.* Retrieved: 2015, June 29 from *https://exhibitionscargo.com/2015/02/bali-and-jakarta-the-best-choice-in-indonesia-for-mice/.*

Rogers, T. (2000).*"Destination Industry" Conferences: A Twenty-First Century Industry.* New York: Addition Wesley Longman.

Sangpikul, A., Kim, S. (2009). An Overview and Identification of Barriers Affecting the Meeting and Convention Industry in Thailand. *Journal of Convention & Event Tourism* 10(3), 185-210.

Schiffman and Kanuk. (1987). *Consumer Behavior.* New Jersey: Pearson Prentice-Hall.

Shibuta and Sugano. (2011). *Toward Enhancing the international competitiveness of Japan's MICE Business.* MICE Japan 2011.

Singapore Exhibition and Convention Bureau. (2012). *Here are the 3 key drivers of Singapore's hospitality industry.* Singapore Business Review.

Solomon, M.R., Marshall, G.W. & Stuart, E.W. (2008). *Marketing: Real People, Real Choices.* New Jersey: Pearson Prentice-Hall.

Swarbrooke, J. (2000). *Sustainable tourist management.* Oxen: Cabi Publicing.

Swarbrooke, J. (2001). *Business Travel and Tourism.* Oxford: Butterworth-Heinemann.

Tanford, S., Montgomery, R., & Nelson, K. (2012). Factors that Influence Attendance, Satisfaction, and Loyalty for Conventions. *Journal of Convention & Event Tourism* 13(4), 290-318.

Tinnish, S.M., & Mangal, S.M. (2012). Sustainable Event Marketing in the MICE Industry A Theoretical Framework. *Journal of Convention & Event Tourism* 13(4), 227-249.

UFI, The Global Association of the Exhibition Industry – Basic Knowledge, fundamental. (2012). *UFI, The Global Association of the Exhibition Industry – Basic Knowledge, fundamental.* Retrieved January 7, 2012, from http://www.ufi.org/Public/Default.aspx?Clef_SITESMAPS=142&Clef_SITESMAPS=151&Clef_SITESMAPS=152

UNWTO. (2014). Understanding Tourism: Basic Glossary. Retrieved March 14, 2015, from http://www.media.unwto.org/content/understanding-tourism-basic-glossary

Weber, K., & Ladkin, A. (2003). The convention industry in Australia and the United Kingdom: Key Issues and Competitive Forces. *Journal of Travel Research* 42, 125-132.

Weber, K. and Ladkin, A. (2004). Trends Affecting the Convention Industry in the 21st Century. *Journal of Convention & Event Tourism* 6(4), 47-63.

Werther, W.B., & Davis, K. (1982). *Personnel management human resources.* New York: McGraw Hill.

Wu, R., & Zhang, M. (2013). Research on the Tourism Effect and Marketing Strategy of Convention & Exposition Industry: A Case Study of Shenzhen City of China. *Journal of Service Science & Management* 6, 151-159.

Yamane, T. (1960). *Statistics: An introductory analysis.* Singapore: Harper International Edition.

Zhang, H.Q., Leung, V., & Qu, H. (2007). A refined model of factors affecting convention participation decision-making. *Journal of Tourism Management* 28, 1123-1127.

Zhang, L., Qu, H., & Ma, J. (2010). Examining the relationship of exhibition attendees' satisfaction and expenditures: the case of two major exhibitions in China. *Journal of Convention & Event Tourism* 11(2), 100-118.

Zeithaml, V.A. & Bitner, M.J. (2000). *Services Marketing: Integrating Customer Focus across the Firm.* 2nd ed. New York: The McGraw – Hill Companies.

ภาคผนวก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ภาคผนวก ก ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับอำเภอหาดใหญ่

1. ประวัติความเป็นมา

หาดใหญ่ในอดีตเป็นชุมชนที่มีมาช้านานและเป็นคำเรียกขานมาตั้งแต่สมัยกรุงรัตนโกสินทร์ซึ่งอาจมาจากลักษณะของหาดทรายใหญ่ริมคลองอู่ตะเภาหรืออาจมาจากชื่อของต้นไม้ชนิดหนึ่งที่เคยมีอยู่ในบริเวณชุมชนเรียกว่าต้นมะหาดขนุนหรือต้นหาดใหญ่วิถีชีวิตของคนในชุมชนหาดใหญ่เป็นแบบเรียบง่ายทำการผลิตแบบยังชีพผู้คนประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นส่วนใหญ่ต่อมามีการติดต่อค้าขายเพิ่มมากขึ้นโดยอาศัยคลองอู่ตะเภาเป็นเส้นทางน้ำหลักการติดต่อค้าขายเริ่มเจริญรุ่งเรืองเมื่อมีการสร้างทางรถไฟสายใต้สมัยรัชกาลที่ 5 ใน พ.ศ. 2452 ซึ่งมีส่วนช่วยทำให้กระชับระยะทางและระยะเวลาสามารถเชื่อมหัวเมืองภาคใต้ซึ่งอยู่ห่างไกลจากการปกครองของส่วนกลางเข้ากับกรุงเทพมหานครได้สะดวกและง่ายขึ้นและมีส่วนทำให้หาดใหญ่กลายเป็นชุมทางรถไฟที่สำคัญของภาคใต้มีการขนส่งสินค้าจากส่วนต่างๆผ่านเข้ามายังชุมชนหาดใหญ่ ผ่านไปยังเมืองต่างๆในภาคใต้โดยเฉพาะอย่างยิ่งไปสู่ประเทศเพื่อนบ้านคือมาเลเซียสิงคโปร์หาดใหญ่กลายเป็นชุมทางการค้าชายแดนในการรับส่งสินค้ากับสิงคโปร์และปีนังซึ่งเป็นแหล่งรับวัตถุดิบและเป็นตลาดเศรษฐกิจสำคัญของภูมิภาคทำให้หาดใหญ่มีความเจริญทางเศรษฐกิจและเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของภาคใต้เรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน

บ้านโคกเสม็ดชุนเมื่อปี พ.ศ. 2428 ปรากฏตามหลักฐานว่ามีชาวบ้านตั้งบ้านเรือนอยู่ณที่ทำการไปรษณีย์โทรเลขเชิงสะพานลอยเป็นบ้านของนายปลอดปลูกอยู่ในอาณาเขตของบ้านโคกเสม็ดชุนและยังมีบ้านอีกหลายๆหลังตั้งอยู่ห่างๆกันไปจนถึงบริเวณที่ทำการสถานีตำรวจรถไฟสภาพพื้นที่โดยรอบบ้านโคกเสม็ดชุนในสมัยนั้นเป็นปลัก (แปลงพื้นที่ซึ่งเป็นโคลนเลน) เป็นหนองเป็นบึงมีป่ารกร้างโดยรอบบ้านเรือนของผู้คนแต่ก็ยังมีชาวบ้านจากบ้านอื่นๆเช่นบ้านกลางได้ขยับขยายย้ายถิ่นฐานไปบุกเบิกป่ารกร้างแห่งหนึ่ง (ปัจจุบันคือบริเวณที่ตั้งของวัดโคกสมานคุณ) ซึ่งในสมัยนั้นเรียกว่าบ้านปลักขี้ใส่โพลงผู้บุกเบิกป่าในช่วงนั้นมีอยู่สองครอบครัวคือนายบัวแก้วนางหนุนจีนจันทเดชและนายเพ็ชรแก้วนางเขียวไชยะวงศ์ในสมัยรัชกาลที่ 5 กระทรวงคมนาคมได้ประกาศเวนคืนที่ดินส่วนหนึ่ง (ที่ตั้งของบ้านพักรถไฟในปัจจุบัน) เพื่อตัดทางรถไฟผ่านไปปาดังเบซาร์แหลมมาลายูและสิงคโปร์ชาวบ้านครอบครัวหนึ่งคือนายง่วงนางซีด้วงสะระได้รื้อย้ายหามเรือนไปตั้งอยู่บริเวณที่ตั้งของโรงแรมวังน้อย (ใกล้สี่แยกถนนดวงจันทร์-ถนนแสงจันทร์) ชาวบ้านในสมัยนั้นเรียกบริเวณแถบนี้ว่าบ้านโคกบกเป็นบ้านรกร้างมานานหลายสิบปีผู้บุกเบิกบ้านโคกบกมาก่อนคือนายเพ็ชรแก้วไชยวงศ์และนายสักบุญมีในช่วงเวลาอันไล่เลี่ยกันนี้ชาวบ้านจากบ้านต่างๆพากันบุกเบิกป่าอีกหลายแห่งเช่นแถบบริเวณวัดมงคลเทพารามหรือวัดปากน้ำถนนแสงศรีหรือในสมัยก่อนเรียกว่าปลักโต้พุดทองและปลักจันเหร็งมี

สภาพเป็นหนองเป็นป่าลึกมากบรรพบุรุษรุ่นก่อนได้ช่วยกันบุกเบิกแหล่งรกร้างพัฒนาแหล่งทำกินไว้ให้กับชนรุ่นหลังได้รับผลประโยชน์อย่างมหาศาล

คลองเตยเป็นคลองสายเก่าแก่ที่สุดของเมืองหาดใหญ่เมื่อกว่า 80 ปีก่อนคลองเตยยังเป็นคลองน้ำลึกและกว้างมากมีพันธุ์ไม้นานาชนิดทั้งไม้ล้มลุกและไม้ยืนต้นมีสัตว์น้ำต่างๆมากมายส่วนริมฝั่งคลองเตยทั้ง 2 ฝั่งมีต้นไม้ใหญ่เรียงรายโดยเฉพาะต้นไผ่ป่าขึ้นเรียงเป็นแถวเป็นแนวเหมือนกำแพงทั้ง 2 ฝั่งคลองคลองสายนี้มีต้นน้ำมาจากทางด้านตะวันออกไหลเข้าสู่ทางด้านใต้ของสถานีรถไฟหาดใหญ่ผ่านบริเวณทุ่งเสาไหลเรียบถนนสายต่างๆในตัวเมืองหาดใหญ่เป็นคลองที่มีความยาวและคดเคี้ยวไปมาในปัจจุบันตื้นเขินและไม่สามารถสัญจรได้คลองอู่ตะเภาอยู่ทางทิศตะวันตกยาวประมาณ 15 กิโลเมตรมีปริมาณน้ำมากตลอดทั้งปีใช้เป็นทางสัญจรได้

หาดใหญ่เป็นชื่อรวมของหมู่บ้านโคกเสม็ดชุนและบ้านหาดใหญ่เดิมดินแดนหาดใหญ่เป็นเนินสูงมีผู้อาศัยอยู่ไม่มากนักการคมนาคมไม่สะดวกเป็นป่าต้นเสม็ดชุนโดยทั่วไปชาวบ้านจึงเรียกว่าบ้านโคกเสม็ดชุนเมื่อทางราชการได้ตัดทางรถไฟมาถึงท้องถิ่นนี้จึงมีประชาชนอพยพมาตั้งหลักแหล่งทามาหากินสมัยนั้นสถานีชุมทางรถไฟอยู่ที่สถานีอู่ตะเภา (ด้านเหนือของสถานีรถไฟหาดใหญ่) ในปัจจุบันเป็นเพียงที่หยุดรถไฟเนื่องจากสถานีเป็นที่ลุ่ม น้ำาท่วมเป็นประจำทางการรถไฟจึงได้ย้ายสถานีมาอยู่ที่สถานีชุมทางหาดใหญ่และประชาชนก็ได้ทยอยติดตามมาสร้างบ้านเรือนตามบริเวณสถานีนั่นเองจึงกล่าวได้ว่ากิจการรถไฟมีบทบาทต่อการขยับขยายและความเจริญก้าวหน้าของเมืองหาดใหญ่ได้มีการจับจองและซื้อที่ดินแปลงใหญ่จากราษฎรพื้นบ้านบุคคลที่ครอบครองแผ่นดินผืนใหญ่ๆอาทินายเจียกีซี (ต่อมาได้รับพระราชทานนามเป็นขุนนิพัทธ์จีนนคร) คุณพระเสน่หามนตรีนายซีกิมหยงและพระยาอรรถกระวีสุนทรทั้ง 4 ท่านโดยได้มีการตัดถนนสร้างอาคารบ้านเรือนให้ราษฎรเช่าและตัดที่ดินแบ่งขายซึ่งนับว่ามีส่วนช่วยในการกระตุ้นการเติบโตอย่างรวดเร็วของเมืองหาดใหญ่จนทางราชการต้องยกฐานะให้บ้านหาดใหญ่เป็นอำเภอที่มีชื่อว่าอำเภอเหนือต่อมาในปี พ.ศ. 2460 ได้เปลี่ยนชื่อจากอำเภอเหนือเป็นอำเภอหาดใหญ่และได้รับการยกฐานะเป็นอำเภอชั้นเอกในเวลาต่อมา

2. การคมนาคม

อำเภอหาดใหญ่เป็นอำเภอที่มีโครงสร้างพื้นฐานค่อนข้างสมบูรณ์สามารถเชื่อมโยงกับจังหวัดต่างๆได้ทั้งภายในภูมิภาคและนานาชาติคือ

รถยนต์จากกรุงเทพมหานครสามารถขับรถตามถนนเพชรเกษมโดยใช้ทางหลวงหมายเลข 4 มายังอำเภอหาดใหญ่ได้โดยสะดวก

รถไฟมีบริการเดินรถภายในประเทศจากกรุงเทพ–หาดใหญ่ทุกวัน นอกจากนี้ยังมีเส้นทางระหว่างประเทศได้แก่ กรุงเทพ–บัตเตอร์เวอร์ธหาดใหญ่–กัวลาลัมเปอร์

เครื่องบินมีบริการเครื่องบินโดยสารกรุงเทพ–หาดใหญ่ทุกวันใช้เวลาเดินทางประมาณ 1 ชั่วโมง 20 นาที นอกจากนี้ยังมีเส้นทางบินหาดใหญ่–เชียงใหม่และเส้นทางบินระหว่างประเทศคือ หาดใหญ่–สิงคโปร์ หาดใหญ่–กัวลาลัมเปอร์

รถโดยสารประจำทางมีรถโดยสารปรับอากาศออกจากสถานีขนส่งสายใต้ (ใหม่) ให้บริการทุกวันใช้เวลาเดินทางจากกรุงเทพฯถึงหาดใหญ่ประมาณ 12 ชั่วโมง

การเดินทางไปจังหวัดใกล้เคียงสามารถเดินทางไปยังจังหวัดต่างๆในภาคใต้ได้ทุกวันโดยขึ้นรถที่สถานีขนส่งผู้โดยสารอำเภอหาดใหญ่หรือสถานีรถโดยสารขนาดเล็ก(รถตู้)

การเดินทางภายในตัวเมืองหาดใหญ่มีหลายรูปแบบไว้บริการอาทิรถสองแถว (วิ่งผ่านตัวเมืองตามถนนเพชรเกษม) ให้บริการเส้นทางสถานีขนส่งผู้โดยสารอำเภอหาดใหญ่–สนามบินและเส้นทางจากหน้าสวนสาธารณะเทศบาลนครหาดใหญ่-สี่แยกสนามบินนอกหรือเป็นรถโดยสารไม่ประจำทางเช่นรถจักรยานยนต์รับจ้างและรถตุ๊กๆก็มีให้บริการอยู่ทั่วไป

3. สภาพทางกายภาพ

เทศบาลนครหาดใหญ่ตั้งอยู่บนที่ราบเชิงเขาคอหงส์ซึ่งสูงประมาณ 350 เมตรทอดตัวตามแนวยาวอยู่ทางทิศตะวันออกและมีคลองอู่ตะเภาขนาบอยู่ทางทิศตะวันตกระยะห่างประมาณ 8-10 กิโลเมตรพื้นที่จึงเอียงลาดจากทิศตะวันออกไปทางทิศตะวันตกตลอดแนวความยาวส่วนทางทิศเหนือเป็นที่ราบลุ่มกว้างทอดตัวไปทางทะเลสาบสงขลาซึ่งอยู่ห่างจากชานเมืองประมาณ 18 กิโลเมตร

ด้านรูปแบบของนครหาดใหญ่ประกอบด้วยพื้นที่เมืองที่แบ่งออกเป็นสองซีกด้วยเส้นทางรถไฟแนวเหนือ-ใต้ความเจริญส่วนใหญ่จะอยู่ทางทิศตะวันออกโดยมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 80 ของพื้นที่เมืองทั้งหมดซีกด้านตะวันตกของเมืองที่มีความเจริญน้อยกว่าเพราะข้อจำกัดด้านเส้นทางคมนาคมและที่สำคัญคือมีจุดข้ามทางรถไฟไปเชื่อมตัวเมืองทางทิศตะวันออกเพียง 3 จุดเท่านั้นจึงทำให้การคมนาคมติดต่อระหว่างกันมีข้อจำกัดความเจริญจึงเกิดได้น้อยกว่าทางทิศตะวันออกโดยขนาดและลักษณะเทศบาลนครหาดใหญ่เป็นเมืองที่มีขนาดกระชับตัวมากโดยมีศูนย์กลางเมืองแห่งเดียวขนาดกว้างประมาณ 1 กิโลเมตรยาวประมาณ 4 กิโลเมตรตั้งอยู่ประชิดทางรถไฟสภาพเมืองส่วนใหญ่ขยายตัวออกไปทางทิศตะวันออก

ลักษณะของอาคารสิ่งปลูกสร้างปรากฏว่าอาคารส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นตึกแถวประกอบการพานิชยกรรมชั้นล่างและอยู่อาศัยชั้นบนอาคารลักษณะเดี่ยวมีน้อยและกระจายตัวอยู่ประปรายไม่เป็นกลุ่มก้อนหรือเป็นบริเวณลักษณะเช่นนี้ทำให้ชุมชนมีความหนาแน่นสูงบริเวณกลางเมืองความหนาแน่นประชากรสูงประมาณ 20,000 คนต่อตารางกิโลเมตรในขณะที่เฉลี่ยทั้งเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ (เนื้อที่ 21 ตารางกิโลเมตร) ประมาณ 7,500 คนต่อตารางกิโลเมตร

4. สภาพภูมิอากาศ

ตั้งอยู่ในเขตอิทธิพลของลมมรสุมเมืองร้อนมีลมมรสุมพัดผ่านประจำทุกปีคือลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือเริ่มตั้งแต่เดือนตุลาคมถึงกลางเดือนมกราคมและลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้เริ่มตั้งแต่กลางเดือนพฤษภาคมถึงกลางเดือนตุลาคมจากอิทธิพลของลมมรสุมดังกล่าวส่งผลให้มีฤดูกาลเพียง 2 ฤดู คือ

ฤดูร้อนเริ่มตั้งแต่เดือนธันวาคมถึงเดือนพฤษภาคมซึ่งจะเป็นช่วงที่ว่างของลมมรสุมจะเริ่มตั้งแต่หลังจากหมดมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือแล้วอากาศจะเริ่มร้อนและ อากาศจะมีอุณหภูมิสูงสุดในเดือนเมษายนแต่อากาศจะไม่ร้อนมากนักเนื่องจากตั้งอยู่ใกล้ทะเล

ฤดูฝนเริ่มตั้งแต่เดือนมิถุนายนถึงพฤศจิกายนจังหวัดสงขลาจะมีฝนตกทั้งในช่วงลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือและลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้แต่ในช่วงลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือจะมีฝนตกชุกมากกว่าเนื่องจากพัดผ่านอ่าวไทยส่วนลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้จะถูกเทือกเขาบรรทัดปิดกั้นทำให้ฝนตกน้อยลง

5. สังคมและวัฒนธรรม

สังคมของเทศบาลนครหาดใหญ่ประกอบด้วยคนหลายเชื้อชาติโดยเฉพาะชาวจีนที่ได้เข้ามาประกอบธุรกิจอยู่ช้านานแล้วนับแต่มีการสร้างทางรถไฟในพื้นที่โดยชาวจีนรุ่นแรกส่วนมากเป็นแรงงานสร้างทางรถไฟและมีการอพยพตามกันเข้ามาตั้งถิ่นฐานเพิ่มมากขึ้นโดยมากประกอบกิจการด้านพาณิชยกรรมและเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เทศบาลนครหาดใหญ่มีความเจริญทางเศรษฐกิจมาจนถึงทุกวันนี้ในปัจจุบันยังมีการกินเจในเทศกาลกินเจหรือการทำบุญในวันสำคัญทางพุทธศาสนาของผู้ที่นับถือศาสนาพุทธโดยคนต่างศาสนาก็อยู่ร่วมกันอย่างสันติสุข

นอกจากนี้มีการอพยพย้ายถิ่นจากภายนอกเข้ามาประกอบอาชีพทางด้านบริการอีกจานวนหนึ่งเมื่อหาดใหญ่มีความรุ่งเรืองทางด้านธุรกิจการบริการนักท่องเที่ยวเช่นร้านอาหารสถานเริงรมย์เป็นต้นทำให้มีจำนวนประชากรแฝงอาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่หลายหมื่นคนทั้งนี้ยังไม่นับรวมคนจากพื้นที่ข้างเคียงที่เข้ามาทำงานในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ทำให้ในแต่ละวันมีคนทั้งที่อาศัยอยู่และเข้าออกเขตเทศบาลนครหาดใหญ่ชั่วคราวอาจมีจำนวนมากกว่าประชากรตามทะเบียนราษฎรจำนวนสองถึงสามเท่าตัว

6. การท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมมาท่องเที่ยวในเมืองหาดใหญ่อาทิ วัดโคกสมานคุณ วัดมหัตตมังคลาราม วัดถาวรวรารามย่านซื้อของต่างประเทศ สวนสาธารณะเทศบาลนครหาดใหญ่ และสถานที่ท่องเที่ยวกลางคืน ดังนี้

วัดโคกสมานคุณ (พระอารามหลวง) เป็นพระอารามหลวงชั้นตรีชนิดสามัญวัดเก่าแก่ของเมืองหาดใหญ่ที่ก่อตั้งมาเกือบ 100 ปีตั้งอยู่บนถนนโชคสมาน (ด้านหลังบ้านพักตำรวจ) โดยเมื่อ พ.ศ.2520 พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯได้เสด็จยกช่อฟ้าพระอุโบสถและพระราชทานราชทรัพย์ส่วนพระองค์เพื่อบำรุงวัดด้วยเหตุนี้วัดโคกสมานคุณจึงกลายเป็นพระอารามหลวงเป็นศาสนสถานที่เป็นศูนย์รวมจิตใจของชาวหาดใหญ่ภายในวัดประกอบไปด้วยพระอุโบสถกุฏิสงฆ์หอสมุดและพระอารามที่มีความวิจิตรงดงาม

วัดมหัตตมังคลารามหรือที่ชาวบ้านเรียกว่า “วัดหาดใหญ่ใน” ตั้งอยู่บริเวณด้านหลังตลาดหาดใหญ่ในริมคลองอู่ตะเภาภายในวัดยังคงร่มรื่นเงียบสงบจึงมีพุทธศาสนิกชนเดินทางมาทำบุญเป็นจำนวนมากนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมากราบไหว้พระนอนขนาดใหญ่ “พระพุทธมหัตตมงคล” มีความยาว 35 เมตรสูง 15 เมตรและกว้าง 10 เมตรซึ่งถือว่ามีขนาดใหญ่เป็นอันดับสามของโลก

วัดถาวรวรารามพระมาลัยโปรดนรกองค์ใหญ่ที่สามารถมองเห็นจากระยะไกลประดิษฐานอยู่ที่วัดถาวรวราราม วัดพุทธอนัมนิกายตั้งอยู่บนถนนธรรมนูญวิถีจึงทำให้ผู้มีจิตศรัทธาหลายคนอดไม่ได้ที่จะเข้าไปกราบไหว้ขอพรให้เดินทางปลอดภัยมีชื่อเสียงและพบแต่กัลยาณมิตรภายในวัดยังมีเจ้าแม่กวนอิมปางพันมือและเจดีย์ 9 ชั้นที่สวยงามแบบสถาปัตยกรรมจีนโบราณ

ตลาดกิมหยงตั้งอยู่ถนนศุภสารรังสรรค์เป็นตลาดขายของฝากและของที่ระลึกขนาดใหญ่มีสินค้าให้เลือกซื้อเลือกหาแทบทุกอย่างไม่ว่าจะเป็นเสื้อผ้ารองเท้าขนมขบเคี้ยวเครื่องสำอางเครื่องใช้ไฟฟ้า ของเด็กเล่นแว่นตาตลอดจนเครื่องใช้ในครัวเรือนเป็นอาคารสองชั้นชั้นบนเป็นร้านขายสินค้าทั่วไปชั้นล่างเป็นตลาดขายของแห้งผลไม้ต่างประเทศและถ้าติดใจในรสชาติของเกาลัดคั่วหอมๆ ต้องไม่พลาดที่จะมาตลาดกิมหยงจนเป็นที่กล่าวขานว่า "ถ้ามาหาดใหญ่แล้วมาไม่ถึงตลาดกิมหยงก็เหมือนกับไม่ได้มาหาดใหญ่"

ตลาดสันติสุขตั้งอยู่ใจกลางเมืองบริเวณถนนนิพัทธ์อุทิศ 1, 2 และ 3 สามารถเดินทะลุกันได้ทั้งสามเส้นทางจำหน่ายสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าสินค้าอิเล็กทรอนิกส์น้ำหอมและเครื่องสำอางมีร้านค้าและแผงลอยให้เลือกกว่า 100 ร้านการเดินทางสะดวกเพราะอยู่ใจกลางเมืองหาดใหญ่แวดล้อมไปด้วยโรงแรมที่พักตลอดจนร้านอาหารและห้างสรรพสินค้าสำหรับตลาดแห่งนี้เปิดให้บริการเวลาประมาณ 09.00 – 20.00 น.

จัตุรัสนครหาดใหญ่จากสถานที่ที่เคยเป็นจุดนัดหมายซึ่งรู้จักกันดีในนามหน้าหอนาฬิกาปัจจุบันได้ปรับปรุงเป็นจัตุรัสนครหาดใหญ่ศูนย์กลางทางการค้าและกิจกรรมของคนเมืองโดยได้มีการปรับภูมิทัศน์ใหม่ให้สวยงามคืนพื้นที่ให้เป็นลานกว้างเหมาะสาหรับการพักผ่อนและการจัดกิจกรรมทั้งยังสามารถรองรับการประชุมสัมมนาและกิจกรรมบันเทิงได้กว่า 700 ที่นั่งภายในหอประชุมนครหาดใหญ่ (Hatyai Convention Hall)

นอกจากนี้ยังมีแหล่งจับจ่ายสินค้าขนาดใหญ่คือตลาดพลาซ่านั่นเองซึ่งอยู่ในพื้นที่เดียวกันจำหน่ายทั้งเครื่องอุปโภคบริโภคครบครันอาทิเสื้อผ้ารองเท้านาฬิกาผลไม้สดตามฤดูกาลอาหารแห้งอาหารปรุงสำเร็จอาหารทะเลสดรวมถึงผักปลอดสารพิษ

ห้างสรรพสินค้าชั้นนำหาดใหญ่มีห้างสรรพสินค้าที่จัดจำหน่ายสินค้ามากมายได้คุณภาพครบทุกความต้องการอาทิห้างเซ็นทรัลเฟสติวัล หาดใหญ่ห้างเซ็นทรัลหาดใหญ่ ห้างลีการ์เดนส์พลาซ่าห้างโอเดียนช้อปปิ้งมอลล์ห้างโรบินสันหาดใหญ่ห้างไดอาน่าดีพาร์ทเมนท์สโตร์

สวนสาธารณะเทศบาลนครหาดใหญ่ตั้งอยู่ถนนกาญจนวนิชทางทิศตะวันออกของถนนกิโลเมตรที่ 22-24 สายสงขลาหาดใหญ่หมู่ที่ 6 ตำบลคอหงส์อำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลาเนื้อที่ประมาณ 1,000 ไร่ในสวนสาธารณะมีสิ่งศักดิ์สิทธิ์คู่เมืองหาดใหญ่ประดิษฐานอยู่ 3 แห่งได้แก่ท้าวมหาพรหมพระโพธิสัตว์กวนอิมและพระพุทธมงคลมหาราชก่อสร้างขึ้นเพื่อยึดเหนี่ยวจิตใจเป็นที่เคารพสักการะทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ (โดยเฉพาะมาเลเซียและสิงคโปร์) และในปัจจุบันได้ก่อสร้างถนนเชื่อมต่อระหว่างยอดเขาสักและยอดเขาคอหงส์เพื่อให้ประชาชนได้แวะเวียนเข้าไปนมัสการสิ่งศักดิ์สิทธิ์ได้อย่างสะดวกปัจจุบันสวนสาธารณะเทศบาลนครหาดใหญ่ได้รับความสนใจจากประชาชนไปเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจกันเป็นจำนวนมากโดยเฉพาะวันหยุดเสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์

- **ท้าวมหาพรหม**จัดสร้างบนยอดเขาชุมสักเมื่อปี 2532 และจัดสร้างภูมิสถาปัตย์ให้มีความสวยงามโดยรอบเป็นที่พักผ่อนมีร้านขายของที่ระลึกและจุดชมวิวของเมืองหาดใหญ่จากจุดนี้สามารถมองเห็นทิวทัศน์ของเมืองหาดใหญ่และเห็นทะเลสาบสงขลาได้ชัดเจนเป็นภาพประทับใจของผู้มาเยือนทุกๆวันจะมีนักท่องเที่ยวขึ้นไปสักการะกราบไหว้เป็นจำนวนมาก

- **พระพุทธมงคลมหาราช**เป็นพระพุทธรูปประจำนครหาดใหญ่ประดิษฐานที่ยอดเขาคอหงส์อยู่สูงถัดขึ้นไปจากเทือกเขาเดียวกันของพระโพธิสัตว์กวนอิมเป็นพระพุทธรูปปางประทานพรที่ใหญ่ที่สุดในภาคใต้ก่อสร้างระหว่างมกราคม 2541-มกราคม 2543 เพื่อเฉลิมพระเกียรติเนื่องในวโรกาสเฉลิมพระชนมพรรษา 6 รอบ (72 พรรษา) ในปี 2542 และเพื่อเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจของพุทธศาสนิกชนในเมืองหาดใหญ่และพื้นที่ใกล้เคียงและเพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองหาดใหญ่อีกทางหนึ่งโดยจัดสร้างเป็นพระพุทธรูปที่มีความสูง 19.90 เมตรไม่รวมฐานองค์พระความสูงของพระเกศ 1.63 เมตรฐานสูง 4.5 เมตรหล่อด้วยทองเหลืองเนื้อดีน้ำหนักประมาณ 200 ตัน

- **พระโพธิสัตว์กวนอิม**สิ่งศักดิ์สิทธิ์คู่เมืองหาดใหญ่ประดิษฐานที่เชิงเขาคอหงส์เป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ที่ประชาชนเคารพบูชาเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจทั้งของชาวไทยมาเลเซียและสิงคโปร์การจัดสร้างก็เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวของหาดใหญ่และที่สำคัญเพื่อเป็นการเฉลิมฉลองปีกาญจนาภิเษกที่พระบาทสมเด็จพระจ้าอยู่หัวทรงครองราชย์ครบ 50 ปีพระโพธิสัตว์กวนอิมแกะสลักจากหยกขาวที่สวยงามและหายากจากประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนโดยใช้หินหยกขาวขนาดใหญ่จานวน 8 ก้อนน้ำหนักกว่า 80 ตันใช้ช่างแกะสลักจากมณฑลเหอเป่ยเป็นพระโพธิสัตว์กวนอิมที่ทำจากหยกขาวที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทยมีความสูง 9.90 เมตรทำพิธีพุทธาภิเษกและสมโภชเมื่อวันที่ 7-9 เมษายน 2540 บรรดาพุทธศาสนิกชนที่นับถือพระโพธิสัตว์กวนอิมมักจะรับประทานอาหารมังสวิรัติหรืออาหารเจไม่ทานเนื้อสัตว์ตามรอยวัตรปฏิบัติของพระโพธิสัตว์ซึ่งว่าเป็นกุศลยิ่งนัก

- **เทพเจ้าจีน**บริเวณใกล้กับพระโพธิสัตว์กวนอิมยังมีเทพเจ้าจีนอีกหลายองค์ให้ผู้เลื่อมใสศรัทธามาขอพรเพิ่มสิริมงคลให้กับชีวิตอาทิ “เทพเจ้ากวนอู” เทพแห่งคุณธรรมและความซื่อสัตย์ประทานความก้าวหน้าในชีวิตแก่ผู้มากราบไหว้หรือเพียงเดินเข้าไปภายในปากมังกรอาจพบสวนสวรรค์ที่มี “เง็กเซียนฮ่องเต้” ประมุขของเทพเจ้าทั้งหลายประทานอำนาจวาสนา “พระสังกัจจายน์” ประทานโชคลาภและความอุดมสมบูรณ์และ “เทพเจ้าฮกลกซิ่ว” ประทานโชคลาภความร่ำรวยและอายุยืน

- **พระบรมราชานุสาวรีย์พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (ร.5)**ลานกว้างภายในสวนสาธารณะเทศบาลนครหาดใหญ่มีพระบรมราชานุสาวรีย์พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวประทับนั่งบนบัลลังก์ทำให้ชาวไทยรุ่นหลังได้สำนึกในพระมหากรุณาธิคุณที่พระองค์ทรงสร้างไว้ซึ่งพระองค์ได้รับการยกย่องจากยูเนสโกให้เป็นบุคคลสำคัญของโลกและลานพระบรมรูปแห่งนี้ยังใช้เป็นที่จัดกิจกรรมเนื่องในวันปิยมหาราชเป็นประจำทุกปี

- **หอศิลป์นครหาดใหญ่เฉลิมพระเกียรติฯ**ผลงานเลื่องชื่อของศิลปินทุกสาขาถูกจัดแสดงภายในหอศิลป์ฯโดยมีการผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนนิทรรศการต่างๆเป็นประจำทุกเดือนโดยเปิดให้เข้าชมฟรีทุกวันพุธถึงวันอาทิตย์ (เว้นวันหยุดนักขัตฤกษ์) ตั้งแต่เวลา 10.00 -18.00 น.

- **ศูนย์การเรียนรู้วิทยาศาสตร์ดาราศาสตร์นครหาดใหญ่ (หอดูดาว)** เป็นแหล่งการเรียนรู้ด้านวิทยาศาสตร์ ดาราศาสตร์ที่สมบูรณ์แบบและพร้อมสรรพไปด้วยความทันสมัยในด้านต่างๆอาทิห้องนิทรรศการโรงฉายภาพยนตร์และโดมดูดาวซึ่งสามารถเติมเต็มจินตนาการและความรู้ของเด็กและเยาวชนและผู้ที่สนใจด้านดาราศาสตร์

- **มหัศจรรย์โลกน้ำแข็ง “หาดใหญ่ไอซ์โดม” (Hatyai Ice Dome)**ภายในอาคารจะจัดแสดงประติมากรรมน้ำแข็งแกะสลักโดยช่างฝีมือระดับโลกจากเมืองฮาร์บินสาธารณรัฐประชาชนจีนเย็นสุดขั้วด้วยอุณหภูมิติดลบอ15 องศาเซลเซียส (-15 ℃) บนพื้นที่กว่า 1,700 ตารางเมตร

- **กระเช้าลอยฟ้านครหาดใหญ่ (Hatyai Cable Car)**เป็นกระเช้าลอยฟ้าแห่งแรกในประเทศไทยที่มีความทันสมัยรับรองด้วยมาตรฐานยุโรปซึ่งนอกจากนักท่องเที่ยวจะได้รับความสะดวกในการเดินทางจากพระพุทธมงคลมหาราชไปยังท้าวมหาพรหมภายในสวนสาธารณะเทศบาลนครหาดใหญ่แล้วด้วยเวลาเพียง 2 นาที 30 วินาทีในการเดินทางยังเต็มตาในการเหิรฟ้าชมทัศนียภาพของเมืองหาดใหญ่ประสบการณ์ที่น่าลองสัมผัส

7. กิจกรรมการท่องเที่ยวในเขตเทศบาลนครหาดใหญ่

1) ส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่กำหนดจัดงานเทศกาลส่งท้ายปีเก่า-ต้อนรับปีใหม่ขึ้นในวันที่ 30-31 ธันวาคมทุกปีกิจกรรมต่างๆประกอบด้วยเวทีการแสดงซุ้มอาหารพิธีเปิดงานพิธีนับถอยหลังเข้าสู่ปีใหม่ปั่นจักรยานข้ามปีเจริญพระพุทธมงคลปฏิบัติธรรมข้ามปี

2) เทศกาลตรุษจีนกำหนดจัดงาน “เทศกาลตรุษจีนหาดใหญ่” ขึ้นในช่วงปลายเดือนมกราคมหรือต้นเดือนกุมภาพันธ์ของทุกปี

3) สามน้ำสามเมืองร้อยเรื่องเลสาบมหกรรมหนังตะลุงและโนราโรงครูการแสดงโนราโรงครูเป็นการแสดงประกอบพิธีกรรมที่จัดขึ้นในชุมชนของภาคใต้มาตั้งแต่สมัยโบราณซึ่งนอกจากจะสะท้อนวิถีชีวิตของประชาชนในชุมชนได้แล้วยังสามารถสร้างความสนุกสนานสร้างความบันเทิงให้แก่ชุมชนได้เป็นอย่างดีอีกทั้งเยาวชนสถาบันการศึกษาและประชาชนทั่วไปจะได้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านภาคใต้เทศบาลนครหาดใหญ่จึงได้มีการจัดงานนี้ขึ้นประมาณช่วงต้นเดือนเมษายน

4) โครงการสงกรานต์หรรษาเทศกาลสงกรานต์ 11-13 เดือนเมษายนเทศบาลนครหาดใหญ่จัดให้มีพิธีสรงน้ำพระพุทธรูปการรดน้ำดำหัวแก่ผู้สูงอายุและการแสดงมุทิตาจิตหลังจากนั้นก็จะเป็นการเล่นน้ำกันอย่างสนุกสนานสำหรับหาดใหญ่การเล่นน้ำในยามค่ำคืนหรือหาดใหญ่มิดไนท์สงกรานต์เป็นที่กล่าวขานและนิยมเล่นกันเป็นประจำทุกปีรูปแบบการจัดงานเน้นกิจกรรมสืบสานวัฒนธรรมของคนไทยความรื่นเริงบันเทิงแสงสีเสียงการตกแต่งประดับประดาสถานที่ให้สวยงามโดยกิจกรรมหลักๆได้แก่ขบวนแห่ CARNIVAL MIDNIGHT SONGKRAN พิธีเปิดพิธีรับเทียมดาเสริมสิริมงคลกีฬาพื้นบ้านและสันทนาการและปาร์ตี้โฟม

5) โครงการวันปลอดรถลดโลกร้อนด้วยวันที่ 22 กันยายนของทุกปีเป็นวันปลอดรถสากล (World Car Free Day) เทศบาลนครหาดใหญ่จึงได้ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐเอกชนและชมรมต่างๆร่วมกันจัดโครงการนี้ขึ้นกิจกรรมหลักภายในงานประกอบด้วยการปล่อยขบวนนักปั่นจักรยานเสือภูเขา-ครอบครัว / เทน้ำอี.เอ็มเพื่อบำบัดน้ำเสีย / ร่วมกันปลูกต้นไม้ / กิจกรรมตรวจวัดควันดำจากรถยนต์

6) เทศกาลกินเจหาดใหญ่ เทศกาลกินเจหรือเทศกาลกินผักถือเป็นประเพณีวัฒนธรรมของชาวจีนที่ปฏิบัติกันอย่างแพร่หลายมาเป็นเวลาช้านานด้วยความศรัทธาการยึดมั่นในหลักศาสนาการรักษาศีลละเว้นอบายมุขและสิ่งเสพติดทั้งปวงก่อให้เกิดบุญกุศลเป็นสิริมงคลแก่ชีวิตผลที่ได้อีกประการหนึ่งคือการมีสุขภาพกายและสุขภาพจิตที่ดีเทศบาลนครหาดใหญ่จัดให้มีกิจกรรมอย่างต่อเนื่องทุกๆปีอาทิพิธีสวดขอพรจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์การแสดงของคณะสิงโต-มังกรทองกิจกรรม“ทานบุญ” กินอย่างพอเพียงเลี้ยงคนทั้งเมือง

7) เทศกาลวันฮาโลวีนด้วยวันที่ 31 ตุลาคมเป็นวันฮาโลวีน (Halloween) มีการจัดฉลองแพร่หลายกันอย่างทั่วโลกเทศบาลนครหาดใหญ่ได้จัดกิจกรรมโครงการวันฮาโลวีนขึ้นนับเป็นงานเฉลิมฉลองที่สนุกสนานมีผู้สนใจเข้าร่วมงานจำนวนมากทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติเป็นการกระตุ้นกระแสการท่องเที่ยวให้แก่นครหาดใหญ่ให้กลับมามีชีวิตชีวาและมีสีสันเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียและสิงคโปร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ภาคผนวก ข รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ

1) รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

- ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ
  (อาจารย์ประจำคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย)
- รองศาสตราจารย์ ดร.บงกช ฤทธิชัยนุวัฒน์
  (ผู้อำนวยการหลักสูตรนานาชาติ การบริหารอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยสยาม)
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชลลดา มงคลวนิช
  (ผู้ช่วยอธิการบดี มหาวิทยาลัยสยาม)
- อาจารย์ ดร.โสมฤทัย สุนธยาธร
  (อาจารย์ประจำคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย)

2) รายชื่อผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์

- ดร.ไพร พัฒโน
  (นายกเทศมนตรีนครหาดใหญ่)
- นายศิริชัย เชาวนปรีชา
  (ผู้อำนวยการศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี)
- นายโอภาส ดำรงกุล
  (ผู้จัดการทั่วไปโรงแรมเซ็นทาราหาดใหญ่)
- นางอภิรดี บุญสม
  (ผู้จัดการทั่วไปศูนย์การค้าเซ็นทรัลเฟสติวัล หาดใหญ่)
- นางสาวจินตนา สุวรรณรัตน์
  (ผู้ช่วยผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานหาดใหญ่)
- นายเถกิงศักดิ์ ไชยกาญจน์
  (ผู้จัดการอาวุโสส่วนงานวิจัยและพัฒนา ฝ่ายพัฒนากลยุทธ์องค์กร สสปน.)
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกิดศิริ เจริญวิศาล
  (อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์)

ภาคผนวก ค แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง “การพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา (THE POTENTIAL DEVELOPMENT OF MICE INDUSTRY HATYAI DISTRICT, SONGKHLA PROVINCE)”

คำชี้แจง

1. “อุตสาหกรรมไมซ์ (MICE INDUSTRY)” หมายถึง อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการจัดประชุม สัมมนาภายในองค์กร (Meeting) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive) การประชุม สัมมนาวิชาชีพ (Convention) และธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้า/นิทรรศการ (Exhibition)

2. แบบสอบถามชุดนี้ สร้างขึ้นเพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลประกอบการทำวิทยานิพนธ์ระดับดุษฎีบัณฑิต แขนงวิชาวิทยาการบริหารจัดการกีฬาและนันทนาการ คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

3. แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้เข้าร่วมกิจกรรมไมซ์

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้เข้าร่วมกิจกรรมไมซ์

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่ออุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ส่วนที่4 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับทรัพยากรการบริหารที่มีต่อสถานที่จัดงาน

ส่วนที่ 5 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการประเมินศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ในการเป็นเมืองแห่งไมซ์ (MICE CITY)

4. ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใคร่ขอความกรุณาจากท่าน ได้โปรดพิจารณา และตอบคำถามทุกข้อของแบบสอบถามตามความเป็นจริง เพราะคำตอบของท่านทุกข้อจะเป็นวิทยาทาน และประโยชน์ต่อการศึกษา คำตอบของท่านจะเก็บไว้เป็นความลับ จะไม่ผูกพันและเกิดผลเสียแก่ท่านแต่อย่างใด

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

แบบสอบถามเรื่อง“การพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา”

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้เข้าร่วมกิจกรรมไมซ์

<u>คำชี้แจง</u> กรุณาทำเครื่องหมาย √ ลงใน ☐ หน้าข้อความของคำตอบที่ท่านเลือก หรือ เติมคำลงในช่องว่าง

1. เพศ

☐ ชาย ☐ หญิง

2. อายุ

☐ อายุ 21 – 30 ปี ☐ อายุ 31 – 40 ปี ☐ อายุ 41– 50 ปี

☐ อายุ 51 – 60 ปี ☐ อายุ 61 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

☐ ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ ปริญญาตรี/อนุปริญญา

☐ ปริญญาโท ☐ ปริญญาเอก

4. จังหวัดที่ทำงานปัจจุบัน

☐ ภาคใต้ (โปรดระบุ)... ☐ ภาคเหนือ (โปรดระบุ)...

☐ ภาคกลาง (โปรดระบุ)... ☐ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (โปรดระบุ)...

☐ ภาคตะวันออก (โปรดระบุ)... ☐ กรุงเทพมหานคร

5. ประเภทของงานที่เข้าร่วม

☐ การประชุม สัมมนาภายในองค์กร (Meetings)

☐ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentives)

☐ การประชุม สัมมนาวิชาชีพ (Conventions)

☐ งานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitions)

6. ขนาดของงานที่เข้าร่วม

☐ เล็ก ☐ กลาง ☐ ใหญ่

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้เข้าร่วมกิจกรรมไมซ์

7. ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารของงานที่เข้าร่วมจากสื่อชนิดใดต่อไปนี้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ โทรทัศน์ ☐ บริษัทนำเที่ยว ☐ หนังสือพิมพ์

☐ นิตยสาร/วารสาร ☐ อินเตอร์เน็ต ☐ โฆษณาประชาสัมพันธ์

☐ แผ่นพับ/โบรชัวร์ ☐ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

☐ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ)...

8. พาหนะในการเดินทางมาอำเภอหาดใหญ่ของท่าน

☐ เครื่องบิน ☐ รถไฟ

☐ รถโดยสารประจำทาง ☐ รถส่วนตัวและรถนำเที่ยว

☐ อื่นๆ (โปรดระบุ) ...

9. แหล่งท่องเที่ยวที่ท่านนิยมเดินทางไป (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ วัด ☐ ตลาดกิมหยง-ตลาดสันติสุข

☐ ห้างสรรพสินค้า ☐ สวนสาธารณะเทศบาลนครหาดใหญ่

☐ สถานที่ท่องเที่ยวกลางคืน ☐อื่นๆ (โปรดระบุ) ...

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่ออุตสาหกรรมไมซ์อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

<u>คำชี้แจง</u> กรุณาทำเครื่องหมาย √ ในช่องระดับความคิดเห็นที่ท่านคิดว่าตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)					
1.ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว					
2.ขนาดและจำนวนของห้องประชุม *ห้องแสดงสินค้า/นิทรรศการ*					
3.จำนวนเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการประชุม *การแสดงสินค้า/นิทรรศการ*มีเพียงพอกับความต้องการใช้					
4.คุณภาพของเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการประชุม *การแสดงสินค้า/นิทรรศการ*มีมาตรฐานระดับนานาชาติ/ชาติ					
5. เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการประชุม *การแสดงสินค้า/นิทรรศการ*ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ทันสมัย					
ด้านราคา (Price)					
1. ราคาค่าเช่าที่จ่ายมีความคุ้มค่า คุ้มราคา					
2. ราคาค่าเช่าเหมาะสมกับสิ่งอำนวยความสะดวกของสถานที่จัดงาน					
3. ราคาค่าเช่ามีความยืดหยุ่น สามารถต่อรองได้					
4. มีการนำเสนอราคาที่น่าสนใจแก่ผู้จัดงาน					
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)					
1. สถานที่จัดงานมีที่ตั้งเหมาะสม					
2. มีระบบขนส่ง (มวลชน/สาธารณะ) เข้าถึงสถานที่จัดงาน					
3. ความปลอดภัยของสถานที่จัดงาน					
4. ที่จอดรถมีเพียงพอ					
5. มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยอย่างทั่วถึง					

ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)					
1. มีการออกบูธเพื่อสร้างแรงกระตุ้นให้มีการจัดงาน					
2. มีรูปแบบการนำเสนอสถานที่จัดงานที่น่าสนใจผ่านทางแผ่นพับต่างๆ					
3. มีความร่วมมือกับหน่วยงาน /สมาคมต่างๆเพื่อดึงดูดงาน ให้เข้ามาจัดในพื้นที่					
4. การให้ส่วนลดสำหรับสถานที่พักหรือตั๋วเครื่องบิน					
5. สถานที่จัดงาน (ศูนย์ประชุม) มีการประชาสัมพันธ์งานประชุม/นิทรรศการต่างๆที่จัดภายในสถานที่จัดงาน (ศูนย์ประชุม)					
ด้านผู้จัดงาน/ผู้เข้าร่วมงาน (People)					
1. การดูแลเอาใจใส่ ความกระตือรือร้นของผู้ให้บริการ					
2. ความรวดเร็วในการบริการ					
3. ความมีประสิทธิภาพในการทำงาน					
4. ผู้จัดงานมีความรู้ความเข้าใจในการจัดงานประชุม/นิทรรศการเป็นอย่างดี					
ด้านกระบวนการวางแผน (Planning Process)					
1. การประสานงานระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ					
2. ระบบรักษาความปลอดภัย					
3. แผนบริหารความเสี่ยงและการดำเนินงานฉุกเฉิน					
4. มีการจัดระบบการจราจรภายในสถานที่จัดงานเป็นอย่างดี					
ด้านกระบวนการหลังการจัดงาน (Post Sale Process)					
1. มีการประเมินผลการจัดงานด้านคุณภาพและความพึงพอใจจากผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงาน					
2. ประสิทธิภาพและความครอบคลุมของสื่อและเครื่องมือ					
3. การเน้นย้ำถึงความสำเร็จของงานผ่านการประชาสัมพันธ์					
4. การแสดงความขอบคุณแก่ผู้ที่มีส่วนร่วมในงานนั้นๆ					

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญของทรัพยากรการบริหารที่มีต่อสถานที่จัดงาน

ปัจจัยด้านทรัพยากรการบริหาร	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านบุคลากร (Man)					
1.บุคลากร/เจ้าหน้าที่มีจำนวนเพียงพอและมีประสิทธิภาพในการทำงาน					
2.บุคลากร/เจ้าหน้าที่มีความเป็นมืออาชีพสามารถแก้ปัญหาได้ดี					
3.บุคลากร/เจ้าหน้าที่มีความรู้ ประสบการณ์					
4.บุคลากร/เจ้าหน้าที่มีคุณสมบัติตรงตามความต้องการ					
ด้านการเงิน (Money)					
1.มีการสนับสนุนงบประมาณอย่างเหมาะสม					
2.มีแผนการใช้จ่ายเงินที่ชัดเจน					
3.เงินทุนในการดำเนินงานมีความเป็นระบบ ระเบียบ					
ด้านวัสดุอุปกรณ์ (Materials)					
1.มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆในสถานที่จัดงานครบถ้วน					
2.มีความพร้อมในระบบแสง สี เสียง					
3.วัสดุอุปกรณ์ต่างๆมีความทันสมัย					
4.โต๊ะ เก้าอี้มีความเพียงพอ					
ด้านการจัดการ (Management)					
1.มีการดูแล/บำรุงรักษาให้ทันสมัย พร้อมรองรับการจัดงานตลอดเวลา					
2.มีการจัดการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม					
3.การจัดงานมีความน่าสนใจ					

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการประเมินศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาในการเป็นเมืองแห่งไมซ์ (MICE CITY)

ศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านสถานที่จัดงาน (Venues)					
1.สถานที่จัดงานมีขนาดใหญ่ มีจำนวนและประเภทห้องที่หลากหลาย					
2.สามารถปรับเปลี่ยนการจัดแผนผังและการติดตั้งอุปกรณ์ต่างๆได้สะดวก (Multi-Purpose Usage)					
3.ที่จอดรถมีปริมาณเพียงพอ					
4.มีการบริการจัดอาหาร					
ด้านผู้รับจัดงาน (Organizer)					
1.ความสร้างสรรค์ในการจัดงาน					
2.การนำเทคโนโลยีต่างๆมาประยุกต์ใช้					
3.โบรชัวร์ของงานมีความน่าสนใจ					
4.ให้ข้อมูลรายละเอียดต่างๆได้อย่างถูกต้อง					
5.มีรูปแบบการจัดงานที่น่าสนใจ					
ด้านการคมนาคมขนส่ง (Transportation)					
1.ระบบการขนส่งมวลชนที่ครอบคลุม มีประสิทธิภาพ					
2.มีจำนวนผู้ประกอบการด้านการขนส่งที่เพียงพอ					
3.ค่าบริการในการขนส่งมีความเหมาะสม					
4.มีเทคโนโลยีความทันสมัยของการให้บริการ (การจองตั๋วเดินทาง e-ticket)					
ด้านที่พัก (Accommodation)					
1.จำนวนที่พัก โรงแรมในอำเภอหาดใหญ่					
2.คุณภาพและมาตรฐานของห้องพัก					
3.มีค่าบริการที่พักเหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับบริการ					
4. ความสะดวกสบายในการติดต่อจองที่พัก					
ด้านอาหารและเครื่องดื่ม (Food and Beverage)					
1.จำนวนร้านอาหาร ภัตตาคารในอำเภอหาดใหญ่					
2.ร้านอาหารตั้งอยู่ในทำเลที่หาง่าย เดินทางสะดวก					
3.มีประเภทอาหารให้เลือกหลากหลาย					
4.อาหารมีคุณภาพ ถูกหลักอนามัย					

ศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์	ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านธุรกิจนำเที่ยว (Tour Operator)					
1.จำนวนบริษัทผู้ประกอบการด้านธุรกิจนำเที่ยว					
2.จำนวนมัคคุเทศก์ในการนำเที่ยว					
3.ขีดความสามารถในการสื่อสารของมัคคุเทศก์ในการนำเที่ยว					
4.ค่าใช้จ่ายด้านธุรกิจนำเที่ยวมีความเหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับบริการ					
ด้านธุรกิจบันเทิง (Entertainment)					
1.จำนวนสถานบันเทิงและแหล่งมหรสพ					
2.จำนวนบุคลากรในการให้บริการ					
3.ขีดความสามารถของบุคลากรในการให้บริการ					
4.สถานบันเทิงและแหล่งมหรสพมีป้ายสัญลักษณ์ ตั้งอยู่ในทำเลที่ค้นหาได้สะดวก					
ด้านสินค้าที่ระลึก (Souvenir)					
1.จำนวนร้านค้าของที่ระลึก					
2.ความหลากหลายของสินค้าที่ระลึก					
3.จำนวนบุคลากรในการให้บริการของร้านค้า					
4.ขีดความสามารถของบุคลากรในการให้บริการ					
5.ค่าสินค้าของที่ระลึกมีความเหมาะสมต่อคุณภาพสินค้า					
ด้านความปลอดภัย (Security)					
1.อำเภอหาดใหญ่เป็นเมืองที่มีความมั่นคงปลอดภัยในการเดินทางมาท่องเที่ยว					
2.จำนวนเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยในอำเภอหาดใหญ่มีเพียงพอ					
3.จำนวนอุปกรณ์/เครื่องมือรักษาความปลอดภัยเพียงพอ					
4.เทคโนโลยีด้านระบบเตือนภัยมีคุณภาพดี					

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
CHULALONGKORN UNIVERSITY

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

ขอขอบคุณการให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามของท่าน

นายกฤป จุระกะนิตย์

นิสิตแขนงวิชาวิทยาการบริหารจัดการกีฬาและนันทนาการ

คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ภาคผนวก ง แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย

เรื่อง “การพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา (THE POTENTIAL DEVELOPMENT OF MICE INDUSTRY HATYAI DISTRICT, SONGKHLA PROVINCE)”

<u>คำชี้แจง</u>

1. แบบสัมภาษณ์ชุดนี้ สร้างขึ้นเพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลประกอบการทำวิทยานิพนธ์ระดับดุษฎีบัณฑิต แขนงวิชาวิทยาการบริหารจัดการกีฬาและนันทนาการคณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรับทราบความคิดเห็นและข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

2. แบบสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับสถานภาพและข้อมูลทั่วไป

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่ออุตสาหกรรมไมซ์

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นเกี่ยวกับทรัพยากรการบริหารที่มีต่อสถานที่จัดงาน

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสัมภาษณ์ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ในการเป็นเมืองแห่งไมซ์ (MICE CITY)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จะนำไปพิจารณาในลักษณะภาพรวมและคำตอบที่ได้รับจะเป็นข้อมูลในการใช้ประโยชน์ในเรื่องของการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ทั้งนี้คำตอบของท่านทุกข้อจะเป็นวิทยาทาน และประโยชน์ต่อการศึกษา คำตอบของท่านจะเก็บไว้เป็นความลับ จะไม่ผูกพันและเกิดผลเสียแก่ท่านแต่อย่างใด

ตอนที่ 1 สถานภาพและข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

ชื่อ.....	นามสกุล.....
เพศ.....	อายุ.....
การศึกษา.....	อาชีพ.....
ตำแหน่งปัจจุบัน.....	สถานที่ทำงาน.....
วันที่สัมภาษณ์.....	สถานที่สัมภาษณ์.....

ตอนที่ 2 แบบสัมภาษณ์เพื่อทราบความคิดเห็นถึงส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์

แนวทางการสัมภาษณ์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

1. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อภาพลักษณ์และความมีชื่อเสียงของอำเภอหาดใหญ่ ในการจัดงานอุตสาหกรรมไมซ์

   .....

   .....

   .....

2. ท่านคิดว่าสถานที่จัดงาน มีความสะดวก ความปลอดภัยในการเข้าร่วมงานอย่างไรบ้าง

   .....

   .....

   .....

3. ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ การจัดงานต่างๆมากน้อยเพียงใด เพราะเหตุใด

.....

.....

.....

4. ท่านมีข้อคิดเห็นต่อการให้บริการด้านต่างๆของพนักงานผู้ให้บริการในสถานที่จัดงานอย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

5. ท่านมีข้อคิดเห็นอย่างไรต่อความพร้อมของอุปกรณ์ ป้ายบอกทางและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ของสถานที่จัดงานในการจัดกิจกรรมไมซ์

.....

.....

.....

6. ท่านมีข้อคิดเห็นอย่างไรต่อระบบการขนส่งที่เตรียมไว้จากสถานที่พัก มาที่งาน รวมถึงการเดินทางภายในงานเพียงพอหรือไม่

.....

.....

.....

7. ท่านมีข้อคิดเห็นต่อการทำการวิจัยเก็บข้อมูลความต้องการของผู้เข้าร่วมงาน ว่ามีความน่าสนใจมากน้อยเพียงใด

.....

.....

.....

ตอนที่ 3 แบบสัมภาษณ์เพื่อทราบความคิดเห็นถึงทรัพยากรการบริหารของสถานที่จัดงาน

แนวทางการสัมภาษณ์

1. ท่านมีความคิดเห็นต่อความพร้อมของบุคลากรที่มีคุณภาพของสถานที่จัดงานอย่างไรบ้าง

   .....

   .....

   .....

2. ท่านคิดว่าราคาที่จ่ายมีความเหมาะสมกับสิ่งอำนวยความสะดวกของสถานที่จัดงานหรือไม่

   .....

   .....

   .....

3. ท่านคิดว่ารูปแบบในการจัดงานอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่มีความน่าสนใจมากน้อยเพียงใด

   .....

   .....

   .....

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

4. ท่านมีข้อคิดเห็นต่อรายละเอียดของโบรชัวร์ และเอกสารต่างๆว่ามีความน่าสนใจมากน้อยเพียงใด

   .....

   .....

   .....

5. ท่านมีความคิดเห็นต่อมาตรฐานของขนาด คุณภาพ และเทคโนโลยีของสถานที่จัดงานอย่างไร

   .....

   .....

   .....

6. ท่านมีข้อคิดเห็นต่อการบริหารจัดการในการลงทะเบียนเข้าร่วมงานในสถานที่จัดงานอย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

ตอนที่ 4ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์อำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลาในการเป็นเมืองแห่งไมซ์(MICE CITY)

แนวทางการสัมภาษณ์

1. ท่านมีความคิดเห็นต่อขนาด ตำแหน่งที่ตั้ง โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆของสถานที่จัดงานอย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

2. ท่านคิดว่าอำเภอหาดใหญ่มีผู้เชียวชาญที่มีประสบการณ์ในการจัดกิจกรรมไมซ์หรือไม่อย่างไร

.....

.....

.....

3. ท่านคิดว่าอำเภอหาดใหญ่มีโรงแรมที่พัก ห้องพักที่ได้มาตรฐานเพียงพอหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

Chulalongkorn University

4. ท่านคิดว่าอำเภอหาดใหญ่มีการคมนาคมขนส่งที่สะดวกสบาย เข้าถึงสถานที่จัดงานได้ง่าย หรือไม่

.....

.....

.....

5. ท่านคิดว่าอำเภอหาดใหญ่มีธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่มีศักยภาพเพียงพอหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

6. ท่านคิดว่าอำเภอหาดใหญ่มีธุรกิจนำเที่ยวที่มีศักยภาพเพียงพอหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

7. ท่านคิดว่าอำเภอหาดใหญ่มีธุรกิจบันเทิงที่มีศักยภาพเพียงพอหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

8. ท่านคิดว่าอำเภอหาดใหญ่มีสินค้าและของที่ระลึกจำหน่ายอย่างหลากหลายหรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

9. ท่านคิดว่าปัจจุบันอำเภอหาดใหญ่มีสถานการณ์ทางการเมืองที่สงบ เรียบร้อย ปลอดภัย หรือไม่ อย่างไร

.....

.....

.....

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

10. ท่านคิดว่าคนในท้องถิ่นอำเภอหาดใหญ่ มีอัธยาศัยไมตรีอันดีแก่นักท่องเที่ยวหรือไม่ อย่างไร

    .....

    .....

    .....

11. ท่านคิดว่าการที่อำเภอหาดใหญ่เป็นศูนย์กลางทางธุรกิจ การคมนาคม และการศึกษาของภาคใต้ จะช่วยพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ได้หรือไม่ อย่างไร

    .....

    .....

    .....

12. ท่านคิดว่าอำเภอหาดใหญ่ มีความพร้อมมากน้อยเพียงใด ต่อการพัฒนาศักยภาพให้เป็นเมือง MICE CITY ในอนาคต

    .....

    .....

    .....

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University

ขอขอบคุณการให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามของท่าน

นายกฤป จุระกะนิตย์
นิสิตแขนงวิชาวิทยาการบริหารจัดการกีฬาและนันทนาการ
คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก จ ใบรับรองโครงการวิจัย

AF 01-12

คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน กลุ่มสหสถาบัน ชุดที่ 1 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
อาคารสถาบัน 2 ชั้น 4 ซอยจุฬาลงกรณ์ 62 ถนนพญาไท เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330
โทรศัพท์: 0-2218-8147 โทรสาร: 0-2218-8147 E-mail: eccu@chula.ac.th

COA No. 020/2558

ใบรับรองโครงการวิจัย

โครงการวิจัยที่ 184.2/57 : การพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ผู้วิจัยหลัก : นายกฤป จุระกะนิตย์

หน่วยงาน : คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในคน กลุ่มสหสถาบัน ชุดที่ 1 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้พิจารณา โดยใช้หลัก ของ The International Conference on Harmonization – Good Clinical Practice (ICH-GCP) อนุมัติให้ดำเนินการศึกษาวิจัยเรื่องดังกล่าวได้

ลงนาม.....
(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ปรีดา ทัศนประดิษฐ)
ประธาน

ลงนาม.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทรี ชัยชนะวงศาโรจน์)
กรรมการและเลขานุการ

วันที่รับรอง : 4 กุมภาพันธ์ 2558 **วันหมดอายุ** : 3 กุมภาพันธ์ 2559

เอกสารที่คณะกรรมการรับรอง

1) โครงการวิจัย
2) ข้อมูลสำหรับกลุ่มประชากรหรือผู้มีส่วนร่วมในการวิจัยและใบยินยอมของกลุ่มประชากรหรือผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย
3) ผู้วิจัย
4) แบบสอบถาม

เลขที่โครงการวิจัย 184.2/57
วันที่รับรอง - 4 ก.พ. 2558
วันหมดอายุ - 3 ก.พ. 2559

เงื่อนไข

1. ข้าพเจ้ารับทราบว่าเป็นการผิดจริยธรรม หากดำเนินการเก็บข้อมูลการวิจัยก่อนได้รับการอนุมัติจากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยฯ
2. หากใบรับรองโครงการวิจัยหมดอายุ การดำเนินการวิจัยต้องหยุด เมื่อต้องการต่ออายุต้องขออนุมัติใหม่ล่วงหน้าไม่ต่ำกว่า 1 เดือน พร้อมส่งรายงานความก้าวหน้าการวิจัย
3. ต้องดำเนินการวิจัยตามที่ระบุไว้ในโครงการวิจัยอย่างเคร่งครัด
4. ใช้เอกสารข้อมูลสำหรับกลุ่มประชากรหรือผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย ใบยินยอมของกลุ่มประชากรหรือผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย และเอกสารเชิญเข้าร่วมวิจัย (ถ้ามี) **เฉพาะที่ประทับตราคณะกรรมการเท่านั้น**
5. หากเกิดเหตุการณ์ไม่พึงประสงค์ร้ายแรงในสถานที่เก็บข้อมูลที่ขออนุมัติจากคณะกรรมการ ต้องรายงานคณะกรรมการภายใน 5 วันทำการ
6. หากมีการเปลี่ยนแปลงการดำเนินการวิจัย ให้ส่งคณะกรรมการพิจารณารับรองก่อนดำเนินการ
7. โครงการวิจัยไม่เกิน 1 ปี ส่งแบบรายงานสิ้นสุดโครงการวิจัย (AF 03-12) และบทคัดย่อผลการวิจัยภายใน 30 วัน เมื่อโครงการวิจัยเสร็จสิ้น สำหรับโครงการวิจัยที่เป็นวิทยานิพนธ์ให้ส่งบทคัดย่อผลการวิจัย ภายใน 30 วัน เมื่อโครงการวิจัยเสร็จสิ้น

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นายกฤป จุระกะนิตย์ เกิดวันที่ 14 มีนาคม 2528 ณ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

สำเร็จการศึกษา: ระดับมัธยมศึกษา โรงเรียนหาดใหญ่วิทยาลัย บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ (2549) และวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนันทนาการการท่องเที่ยว คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2551)

ประวัติการทำงาน: ทุนผู้ช่วยสอน (TA) คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2550-51) อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ (2552-53) และอาจารย์พิเศษ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี (2554)

ปัจจุบันทำงานในตำแหน่ง: อาจารย์ประจำสาขาวิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม วิทยากรบรรยายหลักสูตรอบรมมัคคุเทศก์ และกรรมการตรวจประเมินมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย Thailand MICE Venue Standard (TMVS)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Chulalongkorn University