

แนวทางการพัฒนาศักยภาพการจัดการธุรกิจให้บริการสถานที่จัดประชุม
ในจังหวัดนครปฐม

THE GUIDELINES FOR THE POTENTIAL DEVELOPMENT OF MEETING
VENUE BUSINESS IN NAKHON PATHOM PROVINCE

ประพนธ์ เล็กสุมา¹ และนรินทร์ สังข์รักษา²
Prapon Leksuma¹ andd Narin Sungrugsas²

¹ สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม จังหวัดนครปฐม

² สาขาวิชาการจัดการชุมชน มหาวิทยาลัยศิลปากร จังหวัดเพชรบุรี

¹ Tourism and Hotel Program, Nakhon Pathom Rajabhat University, Nakhon Pathom Province

² Community Management Program, Silpakorn University, Phetchaburi Province

E-mail: Ballozo86@gmail.com

Received:	May 2, 2020
Revised:	July 13, 2020
Accepted:	July 16, 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาห่วงโซ่คุณค่าและศักยภาพของธุรกิจสถานที่ให้บริการจัดประชุม 2) วิเคราะห์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่จัดประชุม และ 3) สร้างแนวทางการพัฒนาศักยภาพการจัดการธุรกิจให้บริการสถานที่จัดประชุมในจังหวัดนครปฐม ใช้การวิจัยแบบผสมวิธี เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลัก 51 คน และแบบสอบถามจากผู้มีส่วนในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ จำนวน 400 คน จากนั้นสนทนากลุ่มกับผู้เชี่ยวชาญจำนวน 10 คน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิเคราะห์เนื้อหา และสถิติเชิงพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่า 1) จังหวัดนครปฐมมีห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจสถานที่ให้บริการจัดประชุม 8 องค์ประกอบ คือ (1) ผู้ให้บริการสถานที่จัดประชุม (2) ผู้ให้บริการอื่น ๆ (3) การปฏิบัติการ (4) การขายและการตลาด (5) ลูกค้า (6) แหล่งท่องเที่ยว (7) นวัตกรรมและเทคโนโลยี และ 8) หน่วยงานสนับสนุน 2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่จัดประชุมในจังหวัดนครปฐมอยู่ในระดับมากที่สุดคือ ด้านโปรแกรมจัดงาน ด้านกระบวนการบริการ และด้านกายภาพ 3) นำไปสู่การสร้างแนวทางการพัฒนาศักยภาพการจัดการธุรกิจการจัดประชุมในจังหวัดนครปฐมได้ 4 ขั้นตอน ประกอบด้วย (1) การวางแผน (2) การปฏิบัติการ (3) การประเมินผล และ (4) การปรับปรุง

คำสำคัญ

การพัฒนาศักยภาพ สถานที่จัดประชุม จังหวัดนครปฐม

ABSTRACT

This research aimed to; 1) study the value chain and potential of meeting venue business, 2) analyze the marketing mix factors affecting the decision to use the

meeting venue, and 3) create guidelines for the development of business management capabilities in providing meeting venues in Nakhon Pathom province. This research was used mixed method. Data were collected by in-depth interview with 51 key informants, questionnaires from 400 samplings and a group discussion with 10 experts. Data analysis was used to content analysis and descriptive statistics.

The results were as follows; 1) The value chain of the meeting venue business in Nakhon Pathom consisting of 8 components: (1) service providers (2) other service providers (3) operation (4) sales and marketing (5) customers (6) tourist attractions (7) innovation and technology and (8) supporting organization 2) The factors affecting the decision to use its meeting venues were at the highest level. Considering the various aspects, it was found that organizational program, service process, and physical. 3) These were led to creating a guideline for potential development of meetings business in Nakhon Pathom in 4 steps in order to effectively conduct the business of meeting venue services, consisting of 1) planning, 2) operation, 3) evaluation, and 4) improvement.

Keywords

Potential Development, Venue, Nakhon Pathom Province

ความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการประชุมและการจัดงานแสดงสินค้าทั่วโลกมีอัตราการเติบโตอย่างสูงในช่วง 20 ปีที่ผ่านมา หน่วยงานภาครัฐและบริษัทการท่องเที่ยวระดับโลกถือว่าอุตสาหกรรมนี้เป็นอุตสาหกรรมที่มีผลกำไรสูง และมีมูลค่ามหาศาลในกลุ่มอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ โดยกลุ่มอุตสาหกรรมนี้รู้จักกันในรูปแบบของ การประชุมองค์กร (Meeting) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Travel) การประชุมวิชาชีพ (Convention) และการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitions) รวมเรียกว่าอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) (McCabe, 2008) ซึ่งในอดีตธุรกิจไม่ถูกจัดเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เนื่องจากกลุ่มลูกค้ามีการใช้บริการที่พักและบริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว แต่ในปัจจุบันไมซ์ถือเป็นกิจกรรมทางธุรกิจที่สามารถปรับตัวให้เข้ากับอุตสาหกรรมอื่นได้ คนส่วนใหญ่เห็นว่าธุรกิจไมซ์มีบทบาทเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว แต่ในความเป็นจริงบทบาทที่สำคัญของไมซ์ คือการพัฒนาเศรษฐกิจและส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาธุรกิจใอุตสาหกรรมต่าง ๆ รวมถึงการพัฒนาทางอาชีพ การแลกเปลี่ยนในเชิงวิชาการและการวิจัย ตลอดจนพัฒนาการทางสังคมและวัฒนธรรม โดยเฉพาะการกระจายรายได้สู่ชุมชน (Khawyeen, 2010)

จากสถานการณ์ที่ได้กล่าวในข้างต้น จึงส่งผลให้อุตสาหกรรมไมซ์เป็นกลุ่มธุรกิจที่มีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว และสูงกว่าธุรกิจการท่องเที่ยวโดยทั่วไป (Moon et al., 2011) ดังเห็นได้จากในปี 2560 ที่ผ่านมา พบว่า อุตสาหกรรมไมซ์มีอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้นคิดเป็น ร้อยละ 4.68 และมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องสามารถสร้างรายได้ให้แก่ประเทศมากกว่า 80,000 ล้านบาทต่อปี ซึ่งมูลค่า

ของอุตสาหกรรมไมซ์มีส่วนต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวคิดเป็นจำนวนร้อยละ 8.95 และคิดเป็นสัดส่วนต่อ GDP ร้อยละ 0.6 ด้วยนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์จำนวน 1,047,959 คน

โดยเมื่อคิดแยกเป็นรายธุรกิจในปีงบประมาณ 2560 สำหรับธุรกิจจัดประชุม คิดเป็นจำนวนร้อยละ 24 ด้วยนักเดินทางกลุ่มไมซ์จำนวน 259,901 คน ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล คิดเป็นจำนวนร้อยละ 26 ด้วยจำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์ 271,793 คน ธุรกิจการประชุมสมาคมวิชาชีพ คิดเป็นจำนวนร้อยละ 29 ด้วยจำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์ 300,273 คน และธุรกิจการจัดแสดงสินค้านิทรรศการ คิดเป็นจำนวนร้อยละ 21 ด้วย นักเดินทางกลุ่มไมซ์จำนวน 215,992 คน (Thailand Convention & Exhibition Bureau, 2017)

นักเดินทางกลุ่มไมซ์ถือเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ เนื่องจากมีความสามารถในการใช้จ่ายสูงกว่านักท่องเที่ยวโดยทั่วไป 2-3 เท่า (Dabsomdet, 2010) โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าการจัดประชุมองค์กรซึ่งกำลังเป็นกิจกรรมที่นิยมในหน่วยงานของภาครัฐและองค์กรเอกชน โดยกิจกรรมการจัดประชุมองค์กร เป็นการพัฒนาความรู้ ประสบการณ์และทัศนคติ รวมถึงเป็นการเสริมสร้างความสัมพันธ์ให้สมาชิกในองค์กรเดียวกัน แต่การเลือกจุดหมายปลายทางสำหรับการจัดประชุมองค์กร แต่ละองค์กรจำเป็นต้องพิจารณาถึงองค์ประกอบที่สำคัญคือ คุณภาพของสถานที่การจัดประชุม การเข้าถึงสถานที่ การจัดประชุม โครงสร้างพื้นฐานการจัดประชุม แหล่งที่ท่องเที่ยวเชื่อมโยง (Srisompong, 2015)

โดยจังหวัดนครปฐมถือได้ว่ามีความพร้อมสำหรับการจัดประชุมองค์กรตามองค์ประกอบดังกล่าว จากสถิติการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2558 สามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวประมาณ 4,041 ล้านบาท โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวมากถึง 4,145,404 คน และภายในจังหวัดมีจำนวนโรงแรมมากกว่า 64 แห่ง และห้องพักมากกว่า 3,883 ห้อง นอกจากนั้นยังมีความพร้อมทางด้านสถานที่จัดประชุมและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มีความได้เปรียบด้านที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ที่อยู่ใกล้กรุงเทพมหานคร และสามารถเชื่อมเส้นทางการเดินทางและการท่องเที่ยวไปยังภูมิภาคและจังหวัดใกล้เคียง ได้แก่ เส้นทางผ่านสู่ภาคใต้ เชื่อมโยงเส้นทางผ่านสู่ภาคเหนือ และภาคตะวันตก และในอนาคตยังสามารถเชื่อมโยงเส้นทางมอเตอร์เวย์สู่ภาคตะวันออก และประเทศสหภาพเมียนมา ส่งผลให้เกิดความได้เปรียบทางที่ตั้ง ประกอบกับการมีทรัพยากรท่องเที่ยวอันมีทุนทางวัฒนธรรมที่มีเสน่ห์และทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของจังหวัดสามารถนำไปสู่การพัฒนาจังหวัดนครปฐมสู่แหล่งการจัดประชุมและสัมมนา (Nakhon Pathom Province Development Plan 2018-2021)

แต่สิ่งที่เป็นอุปสรรคสำหรับจังหวัดนครปฐมในการเป็นเมืองสำหรับการจัดประชุมองค์กรคือ ปัญหาด้านระบบการขนส่งสาธารณะในพื้นที่ ปัญหาด้านการสร้างความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรม ปัญหาด้านภาพลักษณ์ของจังหวัดนครปฐมสำหรับการเป็นเมืองรองรับอุตสาหกรรมไมซ์ โดยเฉพาะธุรกิจให้บริการสถานที่จัดประชุม เป็นธุรกิจที่สำคัญที่กลุ่มลูกค้าพิจารณาในการเลือกเป็นจุดหมายปลายทาง แต่ยังคงขาดข้อมูลพื้นฐานที่เชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพไม่เพียงพอ เนื่องจากผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ใช้อินเทอร์เน็ตในการค้นหาข้อมูล ซึ่งรายละเอียดของข้อมูลที่มีอยู่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ (Sangpikul and Kim, 2009) อีกทั้งภาพรวมของธุรกิจให้บริการสถานที่จัดประชุมยังขาดการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ เนื่องจากขาดการสร้างเครือข่าย ต่างฝ่ายต่างดำเนินธุรกิจของตนเองทำให้จังหวัดนครปฐมยังไม่สามารถพัฒนาสู่ไมซ์ซิตี (MICE City) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากปรากฏการณ์ดังกล่าวพบว่าจังหวัดนครปฐมมีความพร้อมสำหรับการเป็นจุดหมายของการจัดประชุมองค์กรแต่ถูกให้ความสำคัญน้อยกว่าสถานที่จัดประชุมในแห่งอื่น เนื่องจากขาดฐานข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ ขาดการประชาสัมพันธ์ที่ดี ขาดความเข้าใจกลุ่มผู้ใช้บริการ ขาดการประสานงานผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และระบบบริหารจัดการ ซึ่งทั้งหมดส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่จัดประชุมทั้งสิ้น

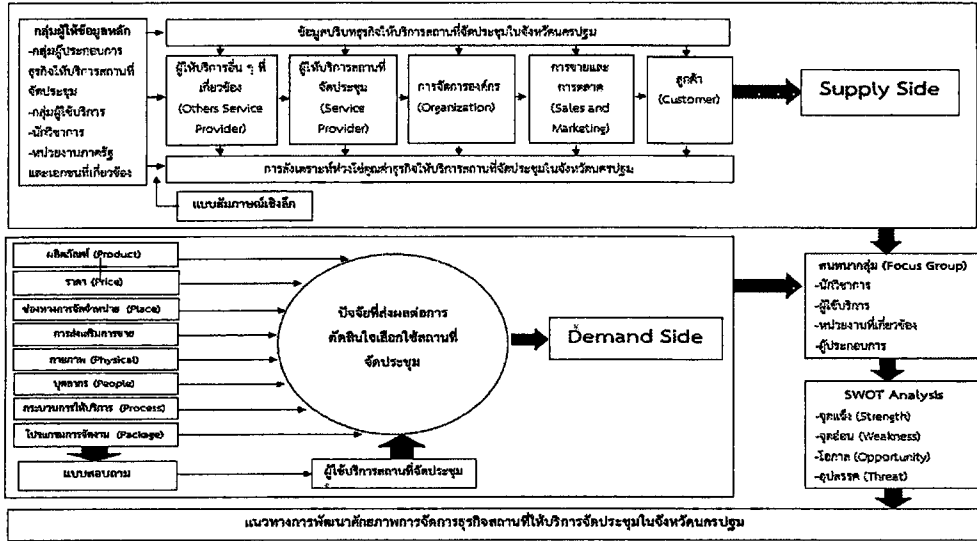
หากพิจารณาการวิจัยที่ผ่านมาพบว่ามีการศึกษาการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ (Sanjai & Mongkolsrisawat, 2015) ศักยภาพและความพร้อมของเมืองสำหรับอุตสาหกรรมใหม่ (Sethasathien, 2017) การศึกษาปัจจัยในการเลือกใช้บริการการจัดประชุมและสัมมนาของโรงแรมและรีสอร์ท (Kaewjitkhongthong & Chawbanpho, 2016) กลยุทธ์การตลาดสำหรับอุตสาหกรรมใหม่ (Dabsomdet, 2010) มาตรฐานสถานที่จัดงานในประเทศไทยประเภทห้องจัดประชุม (Thailand Convention and Exhibition Bureau, 2016) และอื่น ๆ จากการทบทวนงานวิจัยที่ผ่านมาปรากฏ Research Gap หรือโอกาสช่องว่างทางการวิจัย คือ ยังขาดการศึกษาต่อยอดในประเด็นเชิงลึกแยกแยะธุรกิจของอุตสาหกรรมใหม่ เพื่อพัฒนาแต่ละองค์ประกอบตามศักยภาพและความเหมาะสม โดยการวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นที่ธุรกิจให้บริการสถานที่จัดประชุมซึ่งเป็นองค์ประกอบหลักที่สำคัญของอุตสาหกรรมใหม่

จากภาพรวมปัญหาดังกล่าวฯ หากไม่ทำการศึกษาหรือพัฒนาจะทำให้ธุรกิจให้บริการสถานที่จัดประชุมในจังหวัดนครปฐมอาจเกิดการพัฒนาอย่างไร้ทิศทาง ขาดโอกาสในการพัฒนาจังหวัดนครปฐมสู่โมเดลที่ดีได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจในการศึกษาห่วงโซ่คุณค่าและศักยภาพธุรกิจของผู้ให้บริการด้านสถานที่จัดประชุม และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ให้บริการสถานที่จัดประชุมในจังหวัดนครปฐม และนำไปสู่การสร้างแนวทางการพัฒนาศักยภาพการจัดการธุรกิจให้บริการสถานที่จัดประชุมในจังหวัดนครปฐมให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มลูกค้า เพื่อพัฒนาจังหวัดนครปฐมให้มีความพร้อมสำหรับการรองรับธุรกิจการจัดประชุมได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อเตรียมพร้อมสู่การพัฒนาเป็นโมเดลที่ดีในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาห่วงโซ่คุณค่าและศักยภาพของธุรกิจสถานที่ให้บริการจัดประชุมในจังหวัดนครปฐม
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่จัดประชุมในจังหวัดนครปฐม
3. เพื่อสร้างแนวทางการพัฒนาศักยภาพด้านการจัดการสำหรับธุรกิจสถานที่ให้บริการจัดประชุมในจังหวัดนครปฐม

กรอบแนวคิด



วิธีดำเนินการวิจัย

ประกอบด้วย 3 ขั้นตอนสามารถอธิบายรายละเอียดได้ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 เพื่อศึกษาห่วงโซ่คุณค่าและศักยภาพของธุรกิจให้บริการสถานที่จัดประชุมในจังหวัดนครปฐมด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกดังนี้

1) ศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับห่วงโซ่คุณค่า อุตสาหกรรมไม้ซึ่ศักยภาพสถานที่ให้บริการจัดประชุม และข้อมูลบริบทจังหวัดนครปฐม 2) ร่างแบบสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อใช้เป็นเครื่องมือวิจัยเชิงคุณภาพ 3) ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการให้บริการสถานที่จัดประชุมในจังหวัดนครปฐม ใช้การเลือกแบบเจาะจง ทั้งหมดจำนวน 51 คน ประกอบด้วยกลุ่มผู้ใช้บริการสถานที่จัดประชุม กลุ่มผู้ใช้บริการ กลุ่มอาจารย์หรือนักวิชาการที่มีความเชี่ยวชาญในด้านอุตสาหกรรมไม้ซึ่ หน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไม้ซึ่ และกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือในการวิจัย แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างประกอบด้วยประเด็นด้านห่วงโซ่คุณค่าและศักยภาพสถานที่ให้บริการจัดประชุมในจังหวัดนครปฐม

การตรวจสอบข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยการจัดระเบียบข้อมูล ตีความ และนำมาแปลผลสรุปความเห็น

ขั้นตอนที่ 2 วิเคราะห์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่จัดประชุมในจังหวัดนครปฐมด้วยวิธีเชิงปริมาณ

ประชากร คือ ผู้บริหารหรือพนักงานขององค์กรที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกและเคยใช้บริการสถานที่จัดประชุมในจังหวัดนครปฐมซึ่งมีขนาดไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่าง ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยใช้เทคนิคการกำหนดตัวอย่างของคอคแรน (Cochran, 1977) กรณีที่ไม่ทราบขนาดประชากรที่แน่นอนแต่ทราบว่ามีความถี่จำนวนมาก ผู้วิจัยสามารถกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างได้จำนวน 384 หน่วย แต่เลือกเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน คัดเลือกเฉพาะผู้บริหารหรือพนักงานองค์กรที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกและเคยใช้บริการสถานที่จัดประชุมในจังหวัดนครปฐม เพื่อลดความคลาดเคลื่อนหรือลดความผิดพลาดจากผู้ตอบแบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านโดยผู้วิจัยเลือกใช้เพียงข้อคำถามที่มีคะแนนเกิน 0.66 เท่านั้น หลังจากนั้นผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) กับการเก็บข้อมูลแบบสอบถามกับกลุ่มทดลองจำนวน 30 คน โดยมีค่าระดับความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.792

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้วิธีวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย 1. ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) 2. ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของคะแนนจากแบบสอบถาม โดยแทนความหมายของคะแนนเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สถานที่จัดประชุมในจังหวัดนครปฐม

ขั้นตอนที่ 3 เพื่อสร้างแนวทางการพัฒนาศักยภาพด้านการจัดการสำหรับธุรกิจสถานที่ให้บริการจัดประชุมในจังหวัดนครปฐมด้วยการสนทนากลุ่ม

การสังเคราะห์แนวทางการพัฒนาศักยภาพธุรกิจให้บริการสถานที่จัดประชุมในจังหวัดนครปฐม มีกระบวนการดำเนินการด้วยการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ด้วยการใช้เทคนิคกระบวนการวางแผนแบบมีส่วนร่วม (Appreciation-Influence-Control : A-I-C).

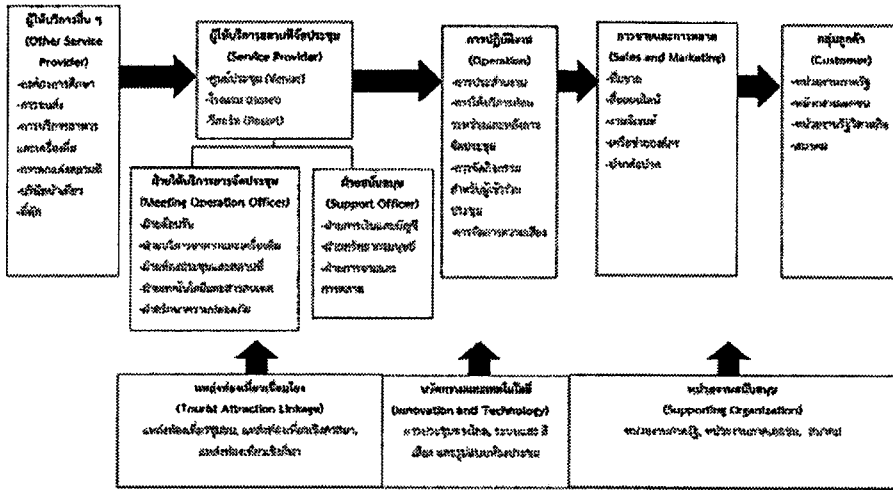
ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) การวิจัยครั้งนี้กำหนดผู้ให้ข้อมูลหลักเชิงคุณภาพ โดยการเลือกแบบเจาะจง โดยเลือกผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจให้บริการสถานที่จัดประชุมในจังหวัดนครปฐม ใช้การสนทนากลุ่ม จำนวน 10 คน ประกอบด้วย กลุ่มนักวิชาการด้านธุรกิจการจัดการประชุม การจัดการ การตลาด การท่องเที่ยวจำนวน 6 คน กลุ่มผู้ประกอบการให้บริการการจัดการประชุม จำนวน 1 คน กลุ่มผู้บริหารองค์กรที่เคยใช้บริการสถานที่จัดประชุมจำนวน 2 คน และ กลุ่มของหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจการจัดการประชุมจำนวน 1 คน

เครื่องมือในการวิจัย 1. แนวทางการสนทนากลุ่ม 2. ผู้ดำเนินการสนทนา (Moderator) 3. ผู้จดบันทึก (Note taker) 4. ผู้ช่วยทั่วไป (Assistant) 5. อุปกรณ์บันทึกเสียง

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยทำการสรุปแนวทางการพัฒนาศักยภาพธุรกิจให้บริการสถานที่จัดประชุมโดยมติในที่ประชุม ใช้การวิเคราะห์เนื้อหาแล้วนำเสนอผลในลักษณะการบรรยาย

ผลการวิจัย

จากการศึกษาพบว่า จังหวัดนครปฐมมีศักยภาพสำหรับการเป็นไมซ์เมืองรอง โดยมีความพร้อมในด้านของสถานที่ให้บริการจัดประชุมจำนวน 3 รูปแบบ คือ ศูนย์ประชุม โรงแรม และรีสอร์ท สามารถนำเสนอห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจให้บริการสถานที่จัดประชุมมีรายละเอียดดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจให้บริการสถานที่จัดประชุมในจังหวัดนครปฐม

จากภาพที่ 2 ห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจให้บริการสถานที่จัดประชุมในจังหวัดนครปฐม ประกอบด้วย 8 องค์ประกอบ โดยแต่ละองค์ประกอบมีรายละเอียดดังนี้

1. ผู้ให้บริการสถานที่จัดประชุม (Service Provider) ธุรกิจให้บริการสถานที่จัดประชุมในจังหวัดนครปฐมมีจำนวน 3 รูปแบบ คือ 1.1 ศูนย์ประชุมอเนกประสงค์ ประกอบด้วย 1) ศูนย์ประชุมชัยพัฒนา มีเอกลักษณ์ของรูปแบบการเป็นธุรกิจเพื่อสังคม 2) ศูนย์ประชุมมหิตลลิตาคาร มีเอกลักษณ์ในด้านของเทคโนโลยีโดดเด่นด้วยสถาปัตยกรรมของโครงสร้างอาคาร 3) ศูนย์ประชุมศูนย์ศิลปวัฒนธรรมเฉลิมพระเกียรติ 6 รอบพระชนมพรรษา มีเอกลักษณ์โครงสร้างและองค์ประกอบของอาคารตามแบบพระราชวังสนามจันทร์ 4) อาคารสิริวิโรปัญญา มีเอกลักษณ์ด้านลักษณะของอาคาร สามารถรองรับผู้เข้าร่วมประชุมได้จำนวนมาก 1.2 โรงแรม ประกอบด้วย 1) โรงแรมสามพรานริเวอร์ไซด์มีเอกลักษณ์ด้านกิจกรรมเรียนรู้วิถีชีวิตเกษตรอินทรีย์ และห้องประชุมมีมาตรฐาน Thailand MICE Venue Standard 2) โรงแรมไมด้า แกรนด์ ทวารวดี มีเอกลักษณ์โดดเด่นด้านการตกแต่งรูปแบบทวารวดี ได้มาตรฐานโรงแรมสีเขียว ระบบห้องประชุมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 3) โรงแรมริเวอร์มีเอกลักษณ์ด้านของการให้บริการครบวงจร และทำเลที่ตั้ง 1.3 รีสอร์ท ประกอบด้วย 1) เครือวัลย์รีสอร์ท แอนด์ สปา มีเอกลักษณ์ของห้องประชุมที่สามารถสัมผัสวิถีชีวิตริมน้ำ 2) ขวาลัน รีสอร์ท มีเอกลักษณ์ในด้านบรรยากาศธรรมชาติที่สวยงาม และมีกิจกรรมรองรับผู้เข้าการประชุมที่หลากหลาย โดยผู้ให้บริการสถานที่จัดประชุมมี 2 ส่วนงานประกอบด้วย ฝ่ายให้บริการการจัดการประชุม และฝ่ายสนับสนุน โดยมีรายละเอียดดังนี้ 1) ฝ่ายให้บริการการจัดการประชุมมี 5 ฝ่าย คือ ฝ่ายต้อนรับ ฝ่ายบริการอาหารและเครื่องดื่ม ฝ่ายห้องประชุมและสถานที่ ฝ่ายเทคโนโลยีและสารสนเทศ และฝ่ายรักษาความปลอดภัย 2) ฝ่ายสนับสนุนการจัดการประชุม เป็นส่วนงานทำหน้าที่ส่งเสริม ตั้งแต่การจัดเตรียมบุคลากร การรับชำระค่าบริการ เอกสารสำหรับการเบิกจ่าย และการทำ

การตลาด โดยมี 3 ฝ่ายที่สำคัญ คือ ฝ่ายการเงินและการบัญชี ฝ่ายบริหารทรัพยากรมนุษย์ และฝ่ายการขายและการตลาด

2. ผู้ให้บริการอื่น ๆ (Other Service Provider) เป็นกลุ่มผู้ให้บริการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจให้บริการสถานที่จัดประชุมในจังหวัดนครปฐม ประกอบด้วย 6 ธุรกิจ มีรายละเอียดคือ 1) องค์กรการศึกษาสนับสนุนในด้านของวิทยากรผู้ให้ความรู้ศาสตร์ต่าง ๆ ในจังหวัดนครปฐม 2) ธุรกิจการขนส่ง (Freight Forwarders) เป็นผู้ให้บริการขนส่งสิ่งของสำหรับการจัดประชุม ที่มีความเฉพาะโดยทีมงานมืออาชีพ 3) ธุรกิจการบริการอาหารและเครื่องดื่มซึ่งจังหวัดนครปฐมมีความโดดเด่นในด้านของการให้บริการโต๊ะจีน สตรีทฟู้ด 4) ธุรกิจการตกแต่งสถานที่ 5) ธุรกิจน้ำดื่ม เป็นผู้ให้บริการการนำเที่ยวภายในพื้นที่จังหวัดนครปฐมและแหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยง 6) ธุรกิจที่พัก เป็นผู้ให้บริการเกี่ยวกับที่พักเช่น โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์

3. การปฏิบัติงาน (Operation) เป็นการดำเนินงานที่สำคัญประกอบด้วย 1) การประสานงาน เป็นการประสานงานกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ทั้งในด้านการสำรวจความต้องการของผู้จัดประชุมและผู้เข้าร่วมการประชุม การให้ข้อมูล การตกลงราคา การวางโปรแกรม เป็นต้น 2) การให้บริการ สามารถแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน คือ 1. ก่อนการจัดประชุม เป็นการให้ข้อมูลและการเตรียมความพร้อมก่อนการจัดประชุม 2. ระหว่างการจัดประชุม เป็นการอำนวยความสะดวก แก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าและ 3. การให้บริการหลังการจัดประชุม เป็นการดำเนินงานเกี่ยวกับการประเมินผลการจัดประชุมทั้งในด้านของความพึงพอใจของผู้จัดงาน ผู้เข้าร่วมงาน เป็นต้น 3) การจัดการกิจกรรมสำหรับผู้เข้าร่วมการประชุม เป็นการดำเนินการจัดเตรียมอุปกรณ์ สถานที่ รูปแบบกิจกรรม และสิ่งอำนวยความสะดวกและแหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยง 4) การจัดการความเสี่ยง เป็นการดำเนินการด้านการดูแลรักษาความปลอดภัย ทั้งในด้านของที่จอดรถ สถานที่และอุปกรณ์ในห้องจัดประชุม

4. การขายและการตลาด (Sales and Marketing) การขายและการตลาดของธุรกิจให้บริการสถานที่จัดประชุมในจังหวัดนครปฐม ประกอบด้วย 4 รูปแบบสำคัญ คือ 1) การขายผ่านทีมขาย เป็นการใช้บุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านการตลาด และมีทักษะการขาย 2) การขายผ่านสื่อออนไลน์ เป็นการใช้ช่องทางประชาสัมพันธ์ ให้ข้อมูลและขายห้องประชุม ผ่านโซเชียลมีเดีย และผ่านช่องทางยูทูบ เป็นต้น 3) การออกอีเวนต์ เป็นการเข้าร่วมงานอีเวนต์เกี่ยวข้องทางด้านการท่องเที่ยว การประชุมวิชาชีพในสาขาวิชาต่าง ๆ งานจัดแสดงสินค้า 4) การขายผ่านเครือข่ายองค์กร เป็นการใช้เครือข่ายจากองค์กรที่ผู้ให้บริการสถานที่จัดประชุมเป็นสมาชิก 5) การทำการตลาดแบบปากต่อปาก (Word of Mouth) เป็นการทำการตลาดผ่านการบอกต่อของลูกค้าที่เคยใช้บริการลูกค้ากลุ่มใหม่ที่เป็นเครือข่ายของลูกค้าเก่า

5. กลุ่มลูกค้า (Customer) เป็นบริษัทและองค์กรที่มีความประสงค์ในการจัดประชุมนอกสถานที่ขององค์กร มีเป้าหมายในการแจ้งเพื่อทราบข้อมูลแก่พนักงาน หาประเด็นหารือ อบรมเสริมความรู้พัฒนาบุคลากร สร้างความสัมพันธ์ของคนในองค์กร โดยองค์กรจะมีผู้รับผิดชอบในการดำเนินโครงการจัดประชุมสำหรับองค์กร มีกระบวนการในการคัดเลือกจุดหมายปลายทาง สถานที่จัดประชุม บุคลากรที่เข้าร่วมโครงการ กิจกรรมระหว่างการจัดประชุม หัวข้อการจัดประชุม ระยะเวลาการจัดประชุม สถานที่พัก การเดินทาง ค่าใช้จ่าย และอื่น ๆ โดยรูปแบบขององค์กรที่ใช้บริการสถานที่จัด

ประชุมแบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ 1. หน่วยงานภาครัฐ 2. หน่วยงานภาคเอกชน 3. หน่วยงานรัฐวิสาหกิจ และ 4. สมาคม

6. แหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยง (Tourist Attraction Linkage) จังหวัดนครปฐมมีแหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยงสำหรับผู้เข้าร่วมประชุม สามารถแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบการท่องเที่ยว คือ 1) แหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา จังหวัดนครปฐมมีความโดดเด่นเป็นเมืองศูนย์กลางศิลปะทวารวดี มีวัดที่สำคัญและมีชื่อเสียงจำนวนมาก เช่น องค์พระปฐมเจดีย์ วัดไร่ขิง วัดศรีษะทอง วัดดอนยายหอม วัดสามง่าม วัดกลางบางแก้ว เป็นต้น 2) แหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬา สำหรับผู้ชื่นชอบกีฬา กอล์ฟ จังหวัดนครปฐมมีสนามกอล์ฟที่ได้มาตรฐานสากลรองรับ เช่น สนามกอล์ฟฟยูนีแลนด์ สนามกอล์ฟไดนาสดี เป็นต้น 3) แหล่งท่องเที่ยวชุมชน เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นำเสนอวิถีชีวิตของคนในชุมชน เช่น ชุมชนบ้านหัวอ่าวเป็นชุมชนที่มีการนำเสนอวิถีชีวิตเกษตรอินทรีย์ มีกิจกรรมรองรับผู้เข้าร่วมการจัดประชุม ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ เป็นต้น

7. นวัตกรรมและเทคโนโลยี (Innovation and Technology) เป็นองค์ประกอบสำคัญในการสร้างมาตรฐานและความเป็นมืออาชีพระดับสากล โดยการใช้นวัตกรรมหรือเทคโนโลยี เช่น นวัตกรรมออกแบบห้องประชุม นวัตกรรมการรักษาความปลอดภัย ระบบปรับอากาศ แสง สี เสียง การจัดประชุมทางไกล (Video Conference) นวัตกรรมด้านการจัดเก็บฐานข้อมูล และการใช้เทคโนโลยีเพื่ออำนวยความสะดวกในการจัดประชุม เป็นต้น

8. หน่วยงานสนับสนุน (Support Organization) ประกอบด้วยหน่วยงานภายนอกและภายใน โดยหน่วยงานภายนอกประกอบด้วย 1) สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ส่งเสริมด้านการช่วยจัดงานต่าง ๆ เข้าพื้นที่ และการพัฒนาบุคลากรด้านอุตสาหกรรมไมซ์ 2) สมาคมส่งเสริมการประชุมและแสดงสินค้าแห่งประเทศไทย สนับสนุนด้านการฝึกอบรมบุคลากร การจัดสัมมนา 3) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สนับสนุนด้านการทำการตลาด 4) สมาคมโรงแรมไทย สนับสนุนการพัฒนามาตรฐานของโรงแรมที่ให้บริการจัดประชุม และสร้างเครือข่ายกับองค์กรต่าง ๆ สำหรับหน่วยงานภายในประกอบด้วย 1. เทศบาล สนับสนุนด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสาธารณูปการ ต่าง ๆ พื้นที่ 2. องค์การการศึกษา สนับสนุนด้านวิทยากรผู้ให้ความรู้แขนงต่าง ๆ สำหรับองค์กรหรือบริษัทที่ต้องการจัดประชุม

จากการศึกษาพบว่าศักยภาพของสถานที่ให้บริการจัดประชุมในจังหวัดนครปฐม 3 รูปแบบ คือ โรงแรม สถานที่จัดประชุมเอกชนประสงค์ และรีสอร์ทสามารถแสดงเปรียบเทียบ ได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการศึกษาศักยภาพของสถานที่ให้บริการจัดประชุมในจังหวัดนครปฐม

ศักยภาพสถานที่	โรงแรม	ศูนย์ประชุมเนกประสงค์	รีสอร์ท
1. ความเหมาะสม (Suitable)			
1.1 ภาพลักษณ์	ภาพลักษณ์เป็นทางการ และหรูหรา สะท้อนความคิดสร้างสรรค์และภูมิหลังของพื้นที่เช่น ศิลปะทวารวดี วิถีชีวิตเกษตร เป็นต้น	แสดงภาพลักษณ์หน่วยงานที่ สังกัด เน้นการให้บริการคนในพื้นที่และสังคมท้องถิ่น	แสดงภาพลักษณ์ตามลักษณะของพื้นที่และความคิดสร้างสรรค์ เช่น วิถีชีวิตริมน้ำ และความโรแมนติก
1.3 ความพร้อมของบุคลากร	พนักงานมีความรู้ ทักษะ และความสามารถ และจำนวนเพียงพอ	พนักงานมีจำนวนและความรับผิดชอบจำกัดตามตำแหน่งของหน่วยงาน	พนักงานมีความรู้ ทักษะ และความสามารถ และจำนวนเพียงพอ
2. สถานที่ตั้งและการเข้าถึง (Location and Accessibility)			
2.1 ความสะดวกในการเข้าถึง และระบบคมนาคม	โรงแรมตั้งอยู่ในเขตเมือง สะดวกต่อการเข้าถึงด้วยรถส่วนตัวและมีรถขนส่งสาธารณะให้บริการ แต่จำกัดด้านความถี่การบริการ	ตั้งอยู่ในสถานศึกษาและเขตเมืองสะดวกต่อการเข้าถึงด้วยรถส่วนตัวและมีรถขนส่งสาธารณะให้บริการ แต่จำกัดด้านความถี่การบริการ	ตั้งอยู่นอกเขตเมือง ยากต่อการเข้าถึงด้วยรถส่วนตัวหรือเช่าเหมารถ โดยไม่มีรถสาธารณะให้บริการ
2.3 บรรยากาศโดยรอบของสถานที่ เช่น ความสงบ ความปลอดภัย	สถานที่มีความสวยงาม มีการดูแลรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง อย่างเคร่งครัด	มีความร่มรื่นและมีการดูแลรักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง อย่างเคร่งครัด	บรรยากาศธรรมชาติร่มรื่นสงบ และมีความเป็นส่วนตัว มีการดูแลรักษาความปลอดภัย
4. ขนาดห้องจัดประชุม (Size)			
4.2 ห้องประชุมมีขนาดใหญ่เพียงพอรองรับผู้ร่วมประชุม	มีหลากหลายขนาด รองรับการจัดงานได้ 10 – 1,000 คน	มีขนาดใหญ่รองรับการจัดประชุมได้ 10 – 2,000 คน	มีหลากหลายขนาดรองรับการจัดงานได้ 10 – 1,000 คน
4.3 แผนผังของห้องจัดประชุมเหมาะสม สามารถมองเห็นวิทยากรได้ชัดเจน	มีความเหมาะสม โดยเวทียกระดับเหนือพื้นทำให้สะดวกต่อการมองเห็นวิทยากร	มีความเหมาะสม โดยเวทียกระดับเหนือพื้น และบางแห่งมีที่นั่งเลื่อนระดับ สะดวกต่อการมองเห็นวิทยากร	มีความเหมาะสม โดยเวทียกระดับเหนือพื้นทำให้สะดวกต่อการมองเห็นวิทยากร
5. สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities)			
5.2 มีอุปกรณ์สำหรับการจัดประชุมครบครัน	มีอุปกรณ์เพื่อการจัดประชุมคุณภาพสูง และครบครัน	มีอุปกรณ์คุณภาพสูงและครบครัน	มีอุปกรณ์คุณภาพปานกลางและครบครัน
5.3 มีการบริการอาหารและเครื่องดื่ม	ให้บริการคุณภาพระดับสากล	ต้องจ้างผู้ให้บริการภายนอก	ให้บริการคุณภาพระดับสากล
5.4 มีที่จอดรถเพียงพอ	เพียงพอ	เพียงพอ	เพียงพอ
5.7 มีห้องพักรองรับผู้เข้าร่วมงาน	มีห้องพักคุณภาพรองรับและเพียงพอต่อผู้เข้าร่วมงาน	ไม่มีห้องพักให้บริการ	มีห้องพักคุณภาพรองรับและเพียงพอต่อผู้เข้าร่วมงาน
6. ค่าใช้จ่าย (Cost)			
6.1 ราคามีความยืดหยุ่นสามารถต่อรองได้	สามารถต่อรองได้ตามจำนวนผู้เข้าร่วมงานและประเภทของอาหารและเครื่องดื่ม	ไม่สามารถต่อรองได้ เนื่องจากถูกกำหนดโดยระเบียบของหน่วยงาน	สามารถต่อรองได้ตามจำนวนผู้เข้าร่วมงานและประเภทของอาหารและเครื่องดื่ม
6.4 ระยะเวลาในการชำระเงิน	มัดจำล่วงหน้า 1 สัปดาห์และส่วนที่เหลือหลังเสร็จงาน	มัดจำล่วงหน้า 1 สัปดาห์และส่วนที่เหลือหลังเสร็จงาน	มัดจำล่วงหน้า 1 สัปดาห์และส่วนที่เหลือหลังเสร็จงาน

จากผลการศึกษาห่วงโซ่คุณค่าและศักยภาพดังกล่าวฯ เป็นผลการศึกษาด้านอุปทานของธุรกิจ ในส่วนของผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่จัดประชุมในจังหวัดนครปฐม เป็นผลด้านอุปสงค์ สามารถแสดงรายละเอียดได้ดังตารางที่ 2

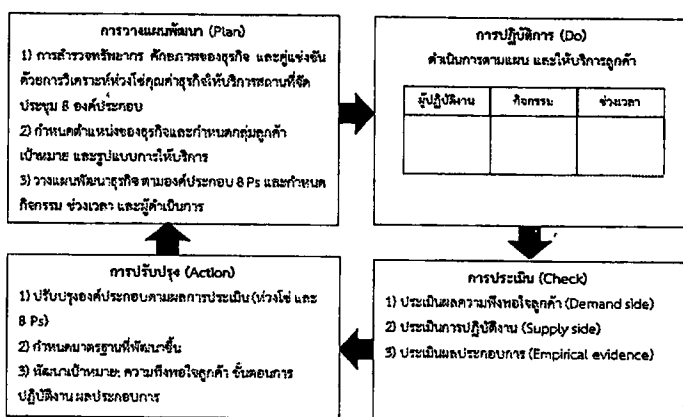
ตารางที่ 2 ผลวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่จัดประชุมจังหวัดนครปฐม

องค์ประกอบ	Mean	S.D.	ความหมาย
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	4.06	0.53	มาก
ด้านราคา (Price)	4.24	0.56	มากที่สุด
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	3.68	0.65	มาก
ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)	3.75	0.68	มาก
ด้านกายภาพ (Physical)	4.25	0.52	มากที่สุด
ด้านกระบวนการบริการ (Process)	4.27	0.53	มากที่สุด
ด้านบุคลากร (Personal)	4.20	0.58	มาก
ด้านโปรแกรมจัดงาน (Package)	4.29	0.63	มากที่สุด
รวม	4.09	0.43	มาก

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่ในการจัดประชุมองค์กรในจังหวัดนครปฐม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือด้านโปรแกรมการจัดงาน (\bar{X} = 4.29, S.D. = 0.63) ประกอบด้วย การให้เข้าห้องประชุมพร้อมที่พัก บริการอาหารและเครื่องดื่ม โปรแกรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ และกิจกรรมเสริมในการจัดประชุม รองลงมา คือ ด้านกระบวนการบริการ (\bar{X} = 4.27, S.D. = 0.53) ประกอบด้วย การให้บริการอาหารและเครื่องดื่มตามหลักสากล การประสานงานก่อนการจัดประชุม ระหว่างประชุม หลังประชุม การจัดการความปลอดภัยและการจัดการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ด้านกายภาพ (\bar{X} = 4.25, S.D. = 0.52) ประกอบด้วย ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเข้าถึง มีแหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยงในพื้นที่ ภูมิทัศน์โดยรอบมีความสวยงาม มีความพร้อมด้านสาธารณูปโภค และมีที่จอดรถเพียงพอ ด้านราคา (\bar{X} = 4.24, S.D. = 0.56) ประกอบด้วย ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ สามารถยืดหยุ่นต่อรองได้ มีรายละเอียดเอกสารเบิกจ่ายครบถ้วน การเลือกช่องทางชำระเงินมีความหลากหลาย และระยะเวลาในการชำระเงินมีความยืดหยุ่น ด้านบุคลากร (\bar{X} = 4.20, S.D. = 0.58) ประกอบด้วย ทักษะการสื่อสาร ภาษาต่างประเทศ บุคลิกภาพ การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า อธิบายดีและเป็นมิตร ด้านผลิตภัณฑ์ (\bar{X} = 4.06, S.D. = 0.53) ประกอบด้วย มาตรฐานห้องประชุม ความหลากหลายของรูปแบบห้องประชุม อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก และอาหารและเครื่องดื่ม ด้านการส่งเสริมการขาย (\bar{X} = 3.75, S.D. = 0.68) ประกอบด้วย การส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง สามารถดึงดูดผู้ใช้บริการ และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (\bar{X} = 3.68, S.D. = 0.65) ประกอบด้วย การให้เข้าห้องประชุมผ่านระบบออนไลน์ ตัวแทนบริษัท ทีมขาย และลูกค้า Walk in

จากการสนทนากลุ่มสามารถหาสรุปมติที่ประชุมในการกำหนดแนวทางการพัฒนาศักยภาพการจัดการธุรกิจให้บริการสถานที่จัดประชุมในจังหวัดนครปฐม ได้ 5 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านความเหมาะสม คือ ผู้ให้บริการสถานที่จัดประชุมควรกำหนดตำแหน่งทางการตลาดขององค์กร สร้างภาพลักษณ์ของสถานที่ให้บริการจัดประชุมให้สอดคล้องกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ซึ่งนำไปสู่การปรับปรุงรูปแบบห้องประชุม สิ่งอำนวยความสะดวก การตลาดและการขายที่เหมาะสม และควรสร้างเกณฑ์มาตรฐานเพื่อคัดเลือกผู้ให้บริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดประชุมเพื่อส่งเสริมให้การจัดประชุมให้มีประสิทธิภาพระดับสากล 2) ด้านสถานที่ตั้งและการเข้าถึง คือ ผู้ให้บริการสถานที่จัดประชุมควรอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการรับส่งผู้เข้าร่วมประชุม โดยการให้บริการรถบัส หรือการเพิ่มจุดเด่นของพาหนะรับส่งเพื่อสร้างความประทับใจแก่ผู้ใช้บริการทำให้เกิดการใช้บริการซ้ำในครั้งต่อไป รวมถึงการเพิ่มป้ายบอกทางที่ชัดเจน 3) ด้านขนาด คือ ผู้ให้บริการสถานที่จัดประชุมควรกำหนดความสามารถในการรองรับจำนวนผู้เข้าร่วมประชุมให้เหมาะสมกับขนาดของห้องตามเกณฑ์มาตรฐานเพื่อความปลอดภัยและการใช้งานที่เหมาะสม 4) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก คือ ห้องประชุมและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ควรพัฒนาให้ได้มาตรฐานตาม MICE Venue Standard ประกอบด้วยด้านกายภาพ ด้านเทคโนโลยี ด้านบริการและการจัดการ นอกจากนี้ควรพัฒนาด้านอุปกรณ์ในห้องประชุมให้มีความทันสมัย รองรับการจัดประชุมแบบผสมผสานระหว่างการจัดประชุมแบบ Face to Face และแบบออนไลน์ (Hybrid Meeting) 5) ด้านค่าใช้จ่าย คือ ผู้ให้บริการสถานที่จัดประชุมควรมีการออกแบบแพ็คเกจการจัดประชุมให้มีความหลากหลาย ควรจัดโปรแกรมของการจัดประชุมร่วมกับแหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยงในพื้นที่และเพิ่มช่องทางการตลาดและการขายโดยการสร้างเครือข่ายระดับชาติและระดับนานาชาติ

สามารถกำหนดแนวทางการพัฒนาออกเป็น 4 ขั้นตอน ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 แนวทางการพัฒนาธุรกิจให้บริการสถานที่จัดประชุม

จากภาพที่ 3 สามารถกำหนดขั้นตอนการพัฒนาได้ 4 ขั้นตอน คือ

1. การวางแผนการพัฒนา (Development Plan) ประกอบด้วย 3 ขั้นตอนย่อย คือ

1.1) เริ่มต้นด้วยการสำรวจทรัพยากร ประกอบด้วย ทรัพยากรมนุษย์ ระบบการจัดการเงินทุน วัสดุและอุปกรณ์ ห้องประชุมและการให้บริการ และการตลาด และวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจและคู่แข่งขึ้น ด้วยการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจให้บริการสถานที่จัดประชุม จำนวน 8 องค์ประกอบ คือ 1. ผู้ให้บริการสถานที่จัดประชุม 2. ผู้ให้บริการอื่น ๆ 3. การปฏิบัติงาน 4. การขายและการตลาด 5. กลุ่มลูกค้า 6. แหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยง 7. นวัตกรรมและเทคโนโลยี และ 8. หน่วยงานสนับสนุน

1.2) จากนั้นทำการกำหนดตำแหน่งทางธุรกิจ โดยการวางภาพลักษณ์หรือเอกลักษณ์ของสถานที่ให้บริการจัดประชุม และเลือกประเภทและกลุ่มลูกค้า องค์กร หรือบริษัท เป้าหมาย ให้สอดคล้องกับเป้าหมายทางการตลาด และกำหนดรูปแบบการให้บริการของสถานที่จัดประชุม

1.3) วางแผนการพัฒนาธุรกิจตามองค์ประกอบ 8Ps คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคลากร ด้านโปรแกรมการจัดงาน ให้สอดคล้องกับตำแหน่งทางธุรกิจพร้อมทั้งกำหนดกิจกรรมช่วงเวลา และผู้ดำเนินการ

2. การปฏิบัติการ (Do) เป็นขั้นตอนการปฏิบัติงาน ตรวจสอบ และควบคุมให้การดำเนินการเป็นไปตามแผนที่วางไว้ โดยมีการติดตามความสำเร็จของกิจกรรม ประสิทธิภาพผู้ดำเนินการ และตรวจสอบช่วงเวลาในการปฏิบัติงานจนสำเร็จ

3. การประเมินผล (Check) เป็นขั้นตอนการประเมินผล โดยแบ่งการประเมินผลออกเป็น 3 ด้านคือ 1) การประเมินผลความพึงพอใจลูกค้า เป็นการประเมินผลตามองค์ประกอบ 8ps คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคลากร และด้านโปรแกรมการจัดงาน จากด้าน Demand side 2) การประเมินผลด้านปฏิบัติงาน เป็นการประเมินผลตามห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจให้บริการสถานที่จัดประชุม 8 องค์ประกอบ คือ 1. ผู้ให้บริการสถานที่จัดประชุม 2. ผู้ให้บริการอื่น ๆ 3. การปฏิบัติงาน 4. การขายและการตลาด 5. กลุ่มลูกค้า 6. แหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยง 7. นวัตกรรมและเทคโนโลยี และ 8. หน่วยงานสนับสนุน จากด้าน Supply side 3) การประเมินด้านผลประกอบการ เป็นการประเมินความคุ้มค่าของการดำเนินกิจกรรม ประกอบด้วย 1. มิติที่เป็นตัวเงิน รายรับ รายจ่าย กำไร (ขาดทุน) 2. มิติที่ไม่เป็นตัวเงิน จำนวนลูกค้า ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการ/กลุ่ม/ครั้ง อัตราการกลับมาใช้ซ้ำ เปรียบเทียบกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและกลุ่มลูกค้าที่มาใช้จริง

4. การปรับปรุง (Action) เป็นขั้นตอนการปรับปรุงองค์ประกอบตามผลการประเมินทั้งด้านห่วงโซ่คุณค่า 8 องค์ประกอบ และส่วนประสมทางการตลาด 8 องค์ประกอบจากนั้นนำแนวทางการปรับปรุง มากำหนดมาตรฐานการจัดการธุรกิจให้บริการสถานที่จัดประชุมใหม่ขึ้น กำหนดเป้าหมาย ค่าคะแนนความพึงพอใจของลูกค้า ค่าคะแนนความพึงพอใจผลการปฏิบัติงาน และค่าคะแนนของผลประกอบการและนำไปสู่การวางแผน (Plan) ในขั้นตอนที่ 1 ทำตามวงจรการพัฒนา PDCA ไปเรื่อย ๆ จนกระทั่งเกิดแนวทางการปฏิบัติที่ดี (Best Practice) สำหรับการจัดการธุรกิจให้บริการสถานที่จัดประชุม โดยแนวทางการพัฒนาศักยภาพการจัดการธุรกิจให้บริการสถานที่จัดประชุมสามารถนำไปประยุกต์ใช้ไม่จำกัดจำนวนครั้ง เพื่อให้เกิดการพัฒนาทันต่อยุคสมัยในอนาคต

อภิปรายผล

จากการศึกษาพบว่า จังหวัดนครปฐมมีศักยภาพสำหรับการเป็นเมืองรองสำหรับธุรกิจไมซ์ โดยมีการให้บริการสถานที่จัดประชุม 3 รูปแบบ คือ ศูนย์ประชุมอเนกประสงค์ โรงแรม และรีสอร์ท ซึ่งสอดคล้องกับ Thailand Convention & Exhibition Bureau (2016) ที่ได้เสนอว่าสถานที่จัดงานอุตสาหกรรมไมซ์ สามารถแบ่งได้ตามลักษณะการใช้งาน คือ โรงแรมและรีสอร์ท เป็นสถานที่พักผ่อนสำหรับนักเดินทางและสามารถรองรับการจัดประชุมและการจัดงานอีเวนต์รูปแบบต่าง ๆ ในส่วนของศูนย์ประชุมอเนกประสงค์เป็นสิ่งก่อสร้างที่รวมสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ไว้ด้วยกัน ถูกออกแบบมาเพื่อการใช้ประโยชน์ที่หลากหลาย สามารถประยุกต์ใช้ได้หลายสถานการณ์

โดยห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจให้บริการสถานที่จัดประชุมในจังหวัดนครปฐม ตามแนวคิดของ Michael (2008) ที่เสนอว่าห่วงโซ่คุณค่าเป็นกิจกรรมที่มีความเชื่อมโยงเพื่อสร้างคุณค่าธุรกิจ ประกอบด้วย 5 กิจกรรม หลัก คือ 1. ปัจจัยนำเข้า (Inbound Logistic) 2. การปฏิบัติการ (Operation) 3. ปัจจัยนำออก (Outbound Logistics) 4. การขายและการตลาด (Sales and Marketing) และ 5. การให้บริการ (Service) และกิจกรรมสนับสนุน ประกอบด้วย การพัฒนาสินค้าและบริการ การพัฒนาบุคลากร และการพัฒนาด้านการบริหาร สามารถนำมาประยุกต์สังเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจให้บริการสถานที่จัดประชุมในจังหวัดนครปฐม ประกอบด้วย 8 องค์ประกอบ คือ 1. ผู้ให้บริการสถานที่จัดประชุม 2. ผู้ให้บริการอื่น ๆ 3. การปฏิบัติงาน 4. การขายและการตลาด 5. กลุ่มลูกค้า 6. แหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยง 7. นวัตกรรมและเทคโนโลยี และ 8. หน่วยงานสนับสนุน ซึ่งจากห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจให้บริการสถานที่จัดประชุมในจังหวัดนครปฐม มีองค์ประกอบสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sanjai & Mongkolsrisawat (2015) พบว่าศักยภาพในการเป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยวรูปแบบ MICE มีองค์ประกอบดังนี้ 1) การเข้าถึง ด้วยความเป็นจุดศูนย์กลางของภูมิภาค 2) ด้านสถานที่จัดงาน มีสถานที่ในการจัดกิจกรรม MICE ที่สามารถรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวได้มาก 3) ด้านโรงแรมที่พักมีจำนวนโรงแรมที่สามารถรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวในปริมาณมากและหลากหลายระดับ 4) ร้านอาหารและของที่ระลึก 5) ด้านของแหล่งท่องเที่ยว 6) ด้านธุรกิจท่องเที่ยว 7) ด้านความมั่นคงและปลอดภัย 8) ด้านการสนับสนุนจากภาครัฐและภาคเอกชน

ในส่วนของผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานที่จัดประชุมในจังหวัดนครปฐม ผู้วิจัยใช้แนวคิดของ Pankaew (2015) พบว่าส่วนประสมทางการตลาด 8Ps มีความคิดเห็นรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า 1) ด้านโปรแกรมจัดงาน ประกอบด้วย การให้เข้าห้องประชุมพร้อมที่พัก บริการอาหารและเครื่องดื่ม โปรแกรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ และกิจกรรมเสริมในการจัดประชุม 2) ด้านกระบวนการบริการ ประกอบด้วย การให้บริการอาหารและเครื่องดื่มตามหลักสากล การประสานงานก่อนการจัดประชุม ระหว่างประชุม หลังประชุม การจัดการความปลอดภัยและการจัดการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม 3) ด้านกายภาพ ประกอบด้วย ทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเข้าถึง มีแหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยงในพื้นที่ ภูมิทัศน์โดยรอบมีความสวยงาม มีความพร้อมด้านสาธารณูปโภค และมีที่จอดรถเพียงพอ และ 4) ด้านราคาประกอบด้วย ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ สามารถยืดหยุ่นต่อรองได้ มีรายละเอียดเอกสารเบิกจ่ายครบถ้วน การเลือกช่องทางชำระเงินมีความหลากหลาย และระยะเวลาในการชำระเงินมีความยืดหยุ่น ทั้ง 4 ปัจจัยมีค่าความคิดเห็นระดับมากที่สุด โดย 5) ด้านบุคลากร ประกอบด้วย ทักษะการสื่อสาร ภาษาต่างประเทศ

บุคลิกภาพ การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า อธิษาศัยดีและเป็นมิตร 6) ด้านผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย มาตรฐานห้องประชุม ความหลากหลายของรูปแบบห้องประชุม อุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวก และอาหารและเครื่องดื่ม 7) ด้านการส่งเสริมการขาย ประกอบด้วย การส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง สามารถดึงดูดผู้ใช้บริการ และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และ 8) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ประกอบด้วย การให้เข้าห้องประชุมผ่านระบบออนไลน์ ตัวแทนบริษัท ทีมขาย และลูกค้า Walk in ทั้ง 4 องค์ประกอบอยู่ในระดับมากสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kaewjitkhongthong & Chawbanpho (2016) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการการจัดประชุมและสัมมนา โดยปัจจัยที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมากมี 5 ด้าน ดังนี้ คือ 1) ด้านโปรแกรมการจัดงานสำเร็จรูป 2) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ 3) ด้านกระบวนการบริการ 4) ด้านพนักงาน และ 5) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ส่วนปัจจัยที่มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลางมี 3 ด้าน คือ 1) ด้านการส่งเสริมการตลาด 2) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ 3) ด้านราคา ตามลำดับ

จากการศึกษาพบว่าแนวทางการพัฒนาศักยภาพสถานที่จัดประชุมในจังหวัดนครปฐมที่สำคัญ คือ การพัฒนาอุปกรณ์ในห้องประชุมให้มีความทันสมัยรองรับการจัดประชุมประชุมแบบ Hybrid Meeting ผสมผสานระหว่าง Face to Face และแบบออนไลน์ และการพัฒนาด้านการเข้าถึงโดยการให้บริการรถบัส หรือการเพิ่มจุดเด่นของพาหนะรับส่งเพื่อสร้างความประทับใจแก่ผู้ใช้บริการสอดคล้องกับ International Association of Conference Centers (2018) ได้กล่าวถึงศักยภาพของสถานที่จัดประชุมองค์กร โดยมีองค์ประกอบดังต่อไปนี้ 1) ด้านพื้นที่ใช้สอย แฝงฝังห้องประชุม และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ 2) การบริการ 3) บรรยากาศในสถานที่จัดประชุม 4) โสตทัศนอุปกรณ์ และเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัย และ 5) บุคลากร

ในการพัฒนาจังหวัดนครปฐม ผู้เมืองรองแห่งการจัดประชุมและนิทรรศการ จากมติการสนทนากลุ่มสามารถกำหนดแนวทางการพัฒนาศักยภาพการจัดการธุรกิจให้บริการสถานที่จัดประชุมในจังหวัดนครปฐม โดยใช้หลักการ PDCA ของ Deming (1993) เป็นหลักและบูรณาการด้วยองค์ความรู้ด้านห่วงโซ่คุณค่า ส่วนประสมทางการตลาด (8Ps) การตลาดตามเป้าหมาย (Target Marketing) และหลักการประเมินผลทั้งด้านอุปสงค์ (Demand side) และอุปทาน (Supply side) สรุปเป็น 4 ขั้นตอน ประกอบด้วย 1. การวางแผนการพัฒนา (Plan) เริ่มต้นด้วยการสำรวจทรัพยากรขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับหลักการ 6M's ของ Phuttachot (2016) ที่ได้เสนอแนวทรัพยากรทางด้านจัดการ 6 องค์ประกอบประกอบด้วย ทรัพยากรมนุษย์ ระบบการจัดการเงินทุน วัสดุและอุปกรณ์ ห้องประชุมและการให้บริการ การตลาด และวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจและคู่แข่งขั้น ด้วยการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจให้บริการสถานที่จัดประชุม ที่ได้จากวัตถุประสงค์ที่ 1 ซึ่งไปตามหลักการของ Michael (2008) จากนั้นทำการกำหนดตำแหน่งทางธุรกิจ โดยการวางแผนลักษณะหรือเอกลักษณ์ของสถานที่ให้บริการจัดประชุม และเลือกประเภทและกลุ่มลูกค้า องค์กรหรือบริษัท เป้าหมาย ให้สอดคล้องกับเป้าหมายทางการตลาด และกำหนดรูปแบบการให้บริการของสถานที่จัดประชุม ตามหลักการตลาดเป้าหมายของ Kotler and Armstrong (2006) นำไปสู่การวางแผนการพัฒนาธุรกิจตามองค์ประกอบส่วนประสมทางการตลาด 8Ps สอดคล้องกับ Pankaew (2015) ที่ได้เสนอการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้ธุรกิจให้บริการสถานที่จัดประชุม ตามส่วนประสมทางการตลาด 8Ps ให้สอดคล้องกับตำแหน่งทางธุรกิจพร้อมทั้งกำหนดกิจกรรม ช่วงเวลา

และผู้ดำเนินการ 2. การปฏิบัติการ (Do) เป็นขั้นตอนการปฏิบัติงาน ตรวจสอบ และควบคุมให้การดำเนินการเป็นไปตามแผนที่วางไว้ โดยมีการติดตามความสำเร็จของกิจกรรม ประสิทธิภาพ ผู้ดำเนินการ และตรวจสอบช่วงเวลาในการปฏิบัติงานจนสำเร็จ 3. การประเมินผล (Check) เป็นขั้นตอนการประเมินผล โดยแบ่งการประเมินผลออกเป็น 3 ด้าน คือ การประเมินผลความพึงพอใจลูกค้าจากด้านอุปสงค์ (Demand side) สอดคล้องกับแนวคิดของ Pimonsompong (2007) ที่ได้เสนอว่า อุปสงค์การท่องเที่ยว คือ ความต้องการของนักท่องเที่ยวในการเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวที่สถานที่จุดหมายปลายทางซึ่งเป็นตัววัดชี้วัดด้านความต้องการ และการประเมินผลด้านการปฏิบัติงานจากด้านอุปทาน (Supply side) ซึ่งเป็นตัวชี้วัดประสิทธิภาพการดำเนินการธุรกิจ และการประเมินด้านผลประกอบการ เป็นการประเมินหลักฐานเชิงประจักษ์ถึงความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจ 4. การปรับปรุง (Action) เป็นขั้นตอนการปรับปรุงองค์ประกอบตามผลการประเมินทั้งด้านห่วงโซ่คุณค่า 8 องค์ประกอบ และส่วนประสมทางการตลาด 8Ps จากนั้นนำแนวทางการปรับปรุง มากำหนดมาตรฐานการจัดการธุรกิจให้บริการสถานที่จัดประชุมใหม่ขึ้น กำหนดเป้าหมาย ค่าคะแนนความพึงพอใจของลูกค้า ค่าคะแนนความพึงพอใจผลการปฏิบัติงาน และค่าคะแนนของผลประกอบการและนำไปสู่การวางแผน (Plan) ในขั้นตอนที่ 1 ทำตามวงจรการพัฒนา PDCA ตามหลักการของ Deming (1993) ไปเรื่อย ๆ จนกระทั่งเกิดแนวทางการปฏิบัติที่ดี (Best Practice) สำหรับการจัดการธุรกิจให้บริการสถานที่จัดประชุมโดยแนวทางการพัฒนาศักยภาพการจัดการธุรกิจให้บริการสถานที่จัดประชุมสามารถนำไปประยุกต์ใช้ไม่จำกัดจำนวนครั้ง เพื่อให้เกิดการพัฒนาทันต่อยุคสมัยในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากผลการศึกษาห่วงโซ่คุณค่าของผู้ให้บริการธุรกิจการจัดประชุมพบว่า จังหวัดนครปฐมยังขาดศูนย์ประชุมขนาดใหญ่หรือศูนย์จัดแสดงนิทรรศการโดยเฉพาะ ภาครัฐหรือส่วนงานที่เกี่ยวข้องควรวางแผนและมีนโยบายสนับสนุนการลงทุนพัฒนาเพื่อผลักดันจังหวัดนครปฐมสู่เมืองแห่งการจัดประชุมและนิทรรศการ

2. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

2.1 จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ธุรกิจให้บริการสถานที่จัดประชุมพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมากที่สุดคือ ด้านโปรแกรมจัดงาน ดังนั้นการเสนอขายในรูปแบบของแพ็คเกจห้องประชุมพร้อมที่พัก ห้องประชุมพร้อมกิจกรรม ห้องประชุมพร้อมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยง เป็นแนวทางที่ผู้ประกอบการธุรกิจให้บริการสถานที่จัดประชุมควรนำไปพัฒนาต่อยอดเป็นกลยุทธ์ในการทำการตลาด

2.2 งานวิจัยครั้งนี้สามารถสร้างแนวทางการพัฒนาศักยภาพธุรกิจให้บริการสถานที่จัดประชุมในจังหวัดนครปฐม ได้ 4 ขั้นตอน คือ PDCA ผู้ประกอบการที่นำไปใช้ควรดำเนินการอย่างน้อย 2 รอบตามวงจร PDCA เพื่อให้เกิดแนวทางการปฏิบัติที่ดี (Best Practice) สำหรับการจัดการธุรกิจให้บริการสถานที่จัดประชุมที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าและเป้าหมายทางธุรกิจ

3. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งถัดไป

งานวิจัยครั้งนี้ศึกษาเพียงแนวทางการพัฒนาศักยภาพธุรกิจให้บริการสถานที่จัดประชุม การศึกษาครั้งถัดไปควรศึกษาการพัฒนารูปแบบกิจกรรมเพื่อรองรับและตอบสนองต่อเป้าหมายการจัดประชุมองค์กร เพื่อสร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจให้บริการสถานที่จัดประชุมในจังหวัดนครปฐม

กิตติกรรมประกาศ

ผลงานวิจัยฉบับนี้สมบูรณ์ได้ด้วยการสนับสนุนทุนวิจัยโครงการพัฒนาศักยภาพอาจารย์เข้าสู่ ตำแหน่งวิชาการ ประจำปีงบประมาณ 2561 โดยสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏ นครปฐม ผู้วิจัยขอขอบคุณ รศ.ดร.นรินทร์ สังข์รักษา เป็นที่ปรึกษาวิจัยคอยดูแลให้คำแนะนำ คำปรึกษา และตรวจทานตลอดระยะเวลาการทำวิจัย และขอขอบคุณผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่านที่มี ส่วนให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์

References

- Cochran, W. G. (1977). *Sampling Techniques*. 3rd edition. New York: John Wiley&Sons.
- Dabsomdet, K. (2010). *Konlayut thaṅgkān talāt khoṅg ‘utsāhākam mai (MICE) nai prathet Thai [Marketing Strategy of MICE Industry in Thailand]*. Retrieved from http://www.arts.ksu.ac.th/manage/sub_file/Aim80K0s.pdf.
- Deming, W. E. (1993). *The New Economics*. Cambridge: MIT Press.
- International Association of Conference Centres. (2018). *How to choose a venue for a corporate event or meeting: 12 things to consider*. Retrieved from <http://www.iacconline.org/iacc-blog/how-to-choose-venue.net>
- Kaewjitkhongthong, P., & Chawbanpho, Y. (2016). *Patchai thi song phon toḷkānlūk hai boḷikān chat prachum læ sammanā (MICE) khoṅg thurakit rōṅgrām læ rīsōt nai chāngwat kānchana burī [Factors affecting the selection service of MICE for Hotels and Resorts in Kanchanaburi Province]*. *Western University Research Journal of Humanities and Social Science*. 2(3), 35-46.
- Khawyeay, P. (2010). *Khwām sonchāi nai kānchat prachum chat namthiēo læ chat sadaṅg sinkhārūnithatsakān hai kap phanakngān lūkkhārūphu thī kiēokhoṅg nai khēt phumthī muāng Phatthaya khoṅg boḷisat thī tang nai khēt nikhom ‘utsāhākam ‘amata nakhōk [Interest in Meeting Incentive and Exhibition for Staff Customers or Related Parties in the Pattaya of the company located in Amata Nakorn Industrial Estate]*. Master’s thesis. Burapha University.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2006). *Principles of marketing*. 11th edition. New Jersey: Prentice-Hall.

- McCabe, V. S. (2008). Strategies for Career Planning and Development in the Convention and Exhibition Industry in Australia. *International Journal of Hospitality Management*. 27(2), 222-231.
- Michael, E. P. (2008). The Five Competitive Forces that Shape Strategy. *Harvard Business Review*. 8(1), 79-93.
- Moon, et al. (2011). A Real-Time Booth Recommendation Based on Partial Path Information. *International Conference on social science and humanity*. 5(1), 285-289.
- Pankaew, S. (2015). Næōthāng kānčhatkān talāt ‘utsāhakammai khōng ‘amphœ hāt yai čangwat song khlā [The Guideline to Marketing Management for MICE Industry in Hatyai District, Songkhla Province]. Master’s thesis. Prince of Songkla University.
- Phuttachot, N. (2016). Kānčhatkān sapphayākōn manut nai ‘utsāhakam rōngrēm [Human Resource Management in Hotel Industry]. Bangkok: Chulalongkorn University Press.
- Pimonsompong, C. (2007). kānwāngphæñ læ phatthana talāt kānthōngthiēo [Planning and Development of Tourism Marketing]. Bangkok: Kasetsart University Publisher.
- 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.
- Sanjai, P. & Mongkolsrisawat, S. (2015). Næōthāng kānphatthana sakkayaphāp kānthōngthiēo rūpbæp mai (MICE) nai čangwat Khōn Kæñ [Guidelines to MICE Potential Development in Konkaen Province]. *International Thai Tourism Journal*. 11(1), 54-67.
- Sethasathien, W. (2017). Sakkayaphāp læ khwām phrōm khōng mūāng Čiāng Mai kap thurakit kānčhat prachummasai [Potential and Readiness of Chiang Mai for MICE Business]. *Journal of Graduate Research*. 8 (1), 199-215
- Srisompong, P. (2015). Patchai thī mī sakkayaphāp khōng mūāng dān thurakit kān prachum kānthōngthiēo phūā pen rāngwan læ kān sadæng sinkhā / nithatsakān nānā čāt (MICE) nai čangwat Phayao phūā rōng rap sū prachākhom ‘Āsīān [The Potential Factors of Meetings, Incentives, Conferencing, Exhibitions Business (MICE) in Phayao Province for ASEAN Economic Community Preparations]. *Research and Development Journal Suan Sunandha Rajabhat University*. 7(2), 45-56.

Thailand Convention & Exhibition Bureau. (2017). **Sathiti MICE 2560** [MICE Statistic 2017]. Bangkok: Thailand Convention & Exhibition Bureau Press.

Thailand Convention & Exhibition Bureau. (2016). **Khūmū pramœn mātrathān sathānthī čhat ngān prathēt Thai (praphēt hōng čhat prachum) chabap prapprung** [Thailand MICE Venue Standard Certification Handbook. (Category: Meeting Room)]. Bangkok: Thailand Convention & Exhibition Bureau Press.