



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัยชุดที่ 1 – 3



แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย ชุดที่ 1

เรื่อง ความพร้อมด้านบุคลากรของศูนย์ประชุมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
ต่อการรองรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE)

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้เป็นเครื่องมือประกอบการศึกษาวิจัยของนิสิตระดับปริญญาโท ซึ่งอยู่ในการควบคุมดูแลของคณาจารย์ที่ปรึกษา และผลที่ได้จากการตอบแบบสัมภาษณ์ของท่าน จะเป็นข้อมูลในการเขียนการศึกษาค้นคว้าอิสระด้วยตนเอง ซึ่งเป็นประโยชน์ทางวิชาการใน สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์ ศูนย์วิทยบริการกรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยรัตนนคร

แบบสัมภาษณ์นี้มีทั้งหมด 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ความคิดเห็นต่อคุณสมบัติของบุคลากรด้านการบริการในศูนย์ประชุม

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลในศูนย์ประชุม

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นต่อบทบาทหน้าที่ของบุคลากรในศูนย์ประชุม

ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือในการวิจัยครั้งนี้ด้วยความตั้งใจและครบถ้วนทุกข้อ

นายวิโรจน์ ระจิตดำรงค์

นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว

ศูนย์วิทยบริการกรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยรัตนนคร

แบบสัมภาษณ์สำหรับผู้บริหารฝ่ายต่าง ๆ ของศูนย์ประชุมในเขตกรุงเทพมหานครและ ปริมณฑล ประกอบด้วยคำถาม 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ความคิดเห็นต่อคุณสมบัติของบุคลากรด้านการบริการในศูนย์ประชุมในเขต
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 15 ข้อ

1. คุณคิดว่าบุคลากรของศูนย์ประชุมในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลมีความพร้อมมาก
น้อยเพียงใดในการรองรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์
2. คุณคิดว่าบุคลากรในศูนย์ประชุมของคุณมีคุณสมบัติด้านความน่าเชื่อถือ
(reliability) มากน้อยเพียงใด เพราะเหตุใด
3. คุณคิดว่าบุคลากรในศูนย์ประชุมของคุณมีคุณสมบัติด้านการตอบสนองด้วยความ
พร้อมและเต็มใจให้บริการ (responsiveness) มากน้อยเพียงใด เพราะเหตุใด
4. คุณคิดว่าบุคลากรในศูนย์ประชุมของคุณมีคุณสมบัติด้านความสามารถทาง
วิชาการและการบริการ (competency) มากน้อยเพียงใด เพราะเหตุใด
5. คุณคิดว่าบุคลากรในศูนย์ประชุมของคุณมีคุณสมบัติด้านความสุภาพอ่อนโยน
(courtesy) มากน้อยเพียงใด เพราะเหตุใด
6. คุณคิดว่าบุคลากรในศูนย์ประชุมของคุณมีคุณสมบัติด้านการสื่อสารที่ถูกต้อง
ชัดเจน (communication) มากน้อยเพียงใด เพราะเหตุใด
7. คุณคิดว่าบุคลากรในศูนย์ประชุมของคุณมีคุณสมบัติด้านความซื่อสัตย์
(credibility) มากน้อยเพียงใด เพราะเหตุใด
8. คุณคิดว่าบุคลากรในศูนย์ประชุมของคุณมีคุณสมบัติด้านความเข้าใจในการเรียนรู้
และเอาใจใส่ผู้ใช้บริการ (understanding) มากน้อยเพียงใด เพราะเหตุใด
9. คุณคิดว่าบุคลากรในศูนย์ประชุมของคุณมีคุณสมบัติด้านการสร้างสิ่งจับต้องได้เพื่อ
อำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ (tangibility) มากน้อยเพียงใด เพราะเหตุใด
10. คุณคิดว่าคุณสมบัติด้านการบริการข้อใดที่บุคลากรในศูนย์ประชุมของคุณมีความ
พร้อมมากที่สุด เพราะเหตุใด
11. คุณคิดว่าคุณสมบัติด้านการบริการข้อใดที่บุคลากรในศูนย์ประชุมของคุณมีความ
พร้อมน้อยที่สุด เพราะเหตุใด
12. ศูนย์ประชุมของคุณให้ความสำคัญกับคุณสมบัติด้านการบริการของบุคลากรใน
องค์กรมากน้อยเพียงใด
13. คุณคิดว่าอะไรเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นบ้างในการให้บริการของบุคลากรในศูนย์ประชุม
ต่อการรองรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์

14. คุณคิดว่าบุคลากรในศูนย์ประชุมควรได้รับการพัฒนาด้านใดอีกบ้าง เพราะเหตุใด

15. คุณมีความคิดเห็นอื่น ๆ เพิ่มเติมเกี่ยวกับการเพิ่มขีดความสามารถด้านความพร้อมของบุคลากรในศูนย์ประชุมต่อการรองรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์อีกหรือไม่ อย่างไร

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลในศูนย์ประชุมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 12 ข้อ

1. คุณคิดว่าในขั้นตอนการวิเคราะห์งานและออกแบบงานมีผลต่อความพร้อมของบุคลากรในศูนย์ประชุมต่อการรองรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์หรือไม่ อย่างไร

2. คุณคิดว่าในขั้นตอนการสรรหาบุคลากรมีผลต่อความพร้อมของบุคลากรในศูนย์ประชุมต่อการรองรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์หรือไม่ อย่างไร

3. คุณคิดว่าในขั้นตอนการคัดเลือกบุคลากรมีผลต่อความพร้อมของบุคลากรในศูนย์ประชุมต่อการรองรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์หรือไม่ อย่างไร

4. คุณคิดว่าในขั้นตอนการฝึกอบรมและพัฒนา มีผลต่อความพร้อมของบุคลากรในศูนย์ประชุมต่อการรองรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์หรือไม่ อย่างไร

5. คุณคิดว่าในขั้นตอนการประเมินผลการปฏิบัติงานมีผลต่อความพร้อมของบุคลากรในศูนย์ประชุมต่อการรองรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์หรือไม่ อย่างไร

6. คุณคิดว่าในขั้นตอนการบริหารค่าตอบแทนมีผลต่อความพร้อมของบุคลากรในศูนย์ประชุมต่อการรองรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์หรือไม่ อย่างไร

7. คุณคิดว่าในขั้นตอนการจัดการด้านความปลอดภัยและสุขภาพมีผลต่อความพร้อมของบุคลากรในศูนย์ประชุมต่อการรองรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์หรือไม่ อย่างไร

8. คุณคิดว่าในขั้นตอนการจัดการแรงงานสัมพันธ์มีผลต่อความพร้อมของบุคลากรในศูนย์ประชุมต่อการรองรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์หรือไม่ อย่างไร

9. คุณคิดว่าขั้นตอนใดมีความสำคัญมากที่สุดในการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลในศูนย์ประชุมเพื่อให้เกิดความพร้อมสูงสุด เพราะเหตุใด

10. ในองค์กรของคุณมีการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลเหมือนหรือแตกต่างจากขั้นตอนดังกล่าวข้างต้นหรือไม่ อย่างไร

11. คุณคิดว่ามีปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อความพร้อมด้านบุคลากรในศูนย์ประชุมต่อการรองรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์อีกหรือไม่ อะไรบ้าง

12. คุณมีความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะอื่น ๆ เกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมด้านบุคลากรของศูนย์ประชุมต่อการรองรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์เพิ่มเติมหรือไม่ อย่างไร

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นต่อบทบาทหน้าที่ของบุคลากรในศูนย์ประชุมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 5 ข้อ

1. ในองค์กรของคุณประกอบด้วยฝ่ายใดบ้าง และแต่ละฝ่ายมีบทบาท หน้าที่ ความรับผิดชอบอย่างไรบ้าง
2. คุณคิดว่าบุคลากรในแต่ละฝ่ายในศูนย์ประชุมจะมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าหรือผู้ให้บริการมากน้อยแตกต่างกันเพียงใด
3. คุณคิดว่าบุคลากรฝ่ายใดที่ต้องมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าหรือผู้ให้บริการมากที่สุด เพราะเหตุใด
4. คุณคิดว่าการปฏิบัติงานของบุคลากรในฝ่ายที่ต้องมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าหรือผู้ให้บริการจะมีผลต่อภาพลักษณ์ขององค์กรและความเชื่อมั่นของลูกค้าเกี่ยวกับความพร้อมของบุคลากรในศูนย์ประชุมหรือไม่ อย่างไร
5. คุณคิดว่าบุคลากรฝ่ายใดที่สามารถแสดงให้เห็นถึงความพร้อมด้านบุคลากรของศูนย์ประชุมได้มากที่สุด เพราะเหตุใด





แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย ชุดที่ 2

เรื่อง ความพร้อมด้านบุคลากรของศูนย์ประชุมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
ต่อการรองรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE)

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้ เป็นเครื่องมือประกอบการศึกษาวิจัยของนิสิตระดับปริญญาโท ซึ่งอยู่ในการควบคุมดูแลของคณาจารย์ที่ปรึกษา และผลที่ได้จากการตอบแบบสัมภาษณ์ของท่าน จะเป็นข้อมูลในการเขียนการศึกษาค้นคว้าอิสระด้วยตนเอง ซึ่งเป็นประโยชน์ทางวิชาการใน สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์ ศูนย์วิทยบริการกรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยรัตนนคร

แบบสัมภาษณ์นี้มีทั้งหมด 1 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ความคิดเห็นต่อความพร้อมด้านบุคลากรในศูนย์ประชุมในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ต่อการรองรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์

ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือในการวิจัยครั้งนี้ด้วยความตั้งใจและครบถ้วนทุกข้อ

นายวิโรจน์ ระจิตดำรงค์

นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว
ศูนย์วิทยบริการกรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยรัตนนคร

แบบสัมภาษณ์สำหรับผู้บริหารของบริษัทจัดงาน (Event Organizer) ประกอบด้วยคำถาม 10 ข้อดังนี้

1. คุณเคยใช้บริการจัดกิจกรรมไมซ์ในศูนย์ประชุมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลบ้างหรือไม่ และมีความพึงพอใจมากน้อยเพียงใด
2. คุณเคยพบปัญหาในการจัดกิจกรรมไมซ์ที่เกี่ยวกับความพร้อมด้านบุคลากรในศูนย์ประชุมหรือไม่ อย่างไร
3. คุณคิดว่าปัญหาด้านความพร้อมของบุคลากรในศูนย์ประชุมส่งผลต่อการจัดกิจกรรมไมซ์ของคุณมากน้อยเพียงใด
4. คุณคิดว่าบุคลากรของศูนย์ประชุมควรมีคุณสมบัติอย่างไรที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพด้านความพร้อมของบุคลากรต่อการรองรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์
5. คุณคิดว่าการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลของศูนย์ประชุมมีผลต่อความพร้อมด้านบุคลากรหรือไม่ อย่างไร
6. คุณคิดว่าบทบาท หน้าที่ของบุคลากรในศูนย์ประชุมฝ่ายใดบ้างที่มีผลต่อการประเมินศักยภาพด้านความพร้อมของบุคลากรในศูนย์ประชุม นั้น ๆ ของคุณ
7. คุณคิดว่าอะไรคือสาเหตุสำคัญที่ส่งผลต่อความพร้อมด้านบุคลากรของศูนย์ประชุมในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ต่อการรองรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์
8. คุณคิดว่าภาพรวมของความพร้อมด้านบุคลากรของศูนย์ประชุมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลต่อการรองรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์มีความพร้อมมากน้อยเพียงใด
9. คุณคิดว่าบุคลากรของศูนย์ประชุมควรได้รับการพัฒนาด้านใดอีกบ้าง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถด้านความพร้อมของบุคลากรในการรองรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์ต่อไป
10. คุณมีความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการปรับปรุงหรือพัฒนาความพร้อมด้านบุคลากรของศูนย์ประชุมบ้างหรือไม่ อย่างไร



แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย ชุดที่ 3

เรื่อง ความพร้อมด้านบุคลากรของศูนย์ประชุมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
ต่อการรองรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE)

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์ฉบับนี้ เป็นเครื่องมือประกอบการศึกษาวิจัยของนิสิตระดับปริญญาโท ซึ่งอยู่ในการควบคุมดูแลของคณาจารย์ที่ปรึกษา และผลที่ได้จากการตอบแบบสัมภาษณ์ของท่าน จะเป็นข้อมูลในการเขียนการศึกษาค้นคว้าอิสระด้วยตนเอง ซึ่งเป็นประโยชน์ทางวิชาการใน สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์ ศูนย์วิทยบริการกรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยรัตนนคร

แบบสัมภาษณ์นี้มีทั้งหมด 1 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ความคิดเห็นต่อความพร้อมด้านบุคลากรในศูนย์ประชุมในเขต กรุงเทพมหานครและปริมณฑลต่อการรองรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์

ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือในการวิจัยครั้งนี้ด้วยความตั้งใจและครบถ้วนทุกข้อ

นายวิโรจน์ ระจิตดำรงค์

นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว
ศูนย์วิทยบริการกรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยรัตนนคร

แบบสัมภาษณ์สำหรับผู้บริหารสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ประกอบด้วยคำถาม 10 ข้อ ดังนี้

1. คุณคิดว่าภาพรวมของความพร้อมด้านบุคลากรของศูนย์ประชุมในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลมีความพร้อมมากน้อยเพียงใดต่อการรองรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์
2. คุณคิดว่าบุคลากรของศูนย์ประชุมควรมีคุณสมบัติอย่างไรที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพด้านความพร้อมของบุคลากรต่อการรองรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์
3. คุณคิดว่าการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลของศูนย์ประชุมมีผลต่อความพร้อมด้านบุคลากรหรือไม่ อย่างไร
4. คุณคิดว่าบทบาท หน้าที่ของบุคลากรในศูนย์ประชุมฝ่ายใดบ้างที่มีผลต่อการประเมินศักยภาพด้านความพร้อมของบุคลากรในศูนย์ประชุมนั้น ๆ ของคุณ
5. สสพ. ในฐานะหน่วยงานที่มีหน้าที่ส่งเสริมการจัดกิจกรรมไมซ์ในประเทศไทยได้มีการประเมินระดับความพร้อมด้านบุคลากรของศูนย์ประชุมในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลบ้างหรือไม่ อย่างไร
6. คุณคิดว่าอะไรคือสาเหตุสำคัญที่ส่งผลต่อความพร้อมด้านบุคลากรของศูนย์ประชุมในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ต่อการรองรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์
7. คุณคิดว่าบุคลากรของศูนย์ประชุมควรได้รับการพัฒนาด้านใดอีกบ้าง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถด้านความพร้อมของบุคลากรในการรองรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์ต่อไป
8. สสพ. มีการวางแผนเพื่อส่งเสริมด้านความพร้อมของบุคลากรในศูนย์ประชุมในการรองรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์หรือไม่ อย่างไร
9. นอกจากการพัฒนาความพร้อมด้านบุคลากรแล้วคุณคิดว่าศูนย์ประชุมในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลของไทยควรพัฒนาด้านใดเพิ่มเติมอีกบ้าง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับต่างประเทศ
10. คุณมีความคิดเห็นอื่น ๆ เกี่ยวกับความพร้อมด้านบุคลากรของศูนย์ประชุมเพิ่มเติมหรือไม่ อย่างไร

ภาคผนวก ข บทสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก 11 ท่าน

1. คุณชาติ บริบูรณ์ Project Manager Mainstream Organizer
2. คุณกัญญานาท บุญประสิทธิ์ Project Manager CM MICE Department
3. คุณอมรเทพ สีชีวัฒน์ Project & Creative Director Upper Event (Thailand)
4. คุณเกรียงไกร ธวัชชัย Operation Manager ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุม อิมแพ็ค เมืองทองธานี
5. คุณอานนท์ เอนกวิชฌกุล Event Executive รอยัล พารากอน ฮอลล์ ศูนย์การค้าสยาม พารากอน
6. คุณยุพา พิพัฒน์พวงทอง Production Manager Optimum Group
7. คุณจุฑามาศ งานนฤมลกิจ Project Manager Index Event Agency
8. คุณพัฒนชัย สิงหะวาระ ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาศักยภาพบุคลากรไมซ์ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
9. คุณพรพัฒน์ ศรีธนาบุตร ผู้อำนวยการฝ่ายทรัพยากรบุคคล ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์
10. คุณวิจิต วรรณศร ผู้อำนวยการฝ่ายทรัพยากรบุคคล Centara Grand and Bangkok Convention Center at Central World
11. คุณดวงรัตน์ ทศนประเสริฐ ผู้อำนวยการฝ่ายขาย ศูนย์แสดงนิทรรศการและการประชุมไบเทค

บทสัมภาษณ์ คุณชาลี บริบูรณ์

Project Manager, Mainstream Organizer

วันที่ 26 ตุลาคม 2553

จากประสบการณ์การทำงานในบริษัท Event Organizer มานาน ประกอบกับมีโอกาสได้จัดงานไมซ์ที่มีทั้งในประเทศและต่างประเทศตามศูนย์ประชุมต่าง ๆ ทั้งไบเทค อิมแพค ศูนย์สิริกิติ์ หรือตามโรงแรมต่าง ๆ ต้องบอกว่ามีทั้งพอใจและไม่พอใจ ขึ้นอยู่กับว่างานนั้น ๆ มีปัญหาที่เกิดจากความไม่พร้อมของสถานที่หรือความไม่พร้อมของเจ้าหน้าที่มากนักน้อยแค่ไหน แต่ส่วนใหญ่ก็ถือว่าโอเค ไม่ได้เลวร้ายจนเกินไป เท่าที่ผ่านมามีศูนย์ประชุมในบ้านเราค่อนข้างพร้อมที่จะรองรับงานในหลาย ๆ รูปแบบได้ ซึ่งงานไมซ์ก็เป็น Event รูปแบบหนึ่ง เพราะฉะนั้นลักษณะการทำงานจะไม่แตกต่างกันมากนัก

ถ้าให้ประเมินความพร้อมด้านบุคลากรของศูนย์ประชุม ต้องบอกว่าในภาพรวมถือว่าผ่าน แต่อาจจะมีปัญหาบ้างในด้านการบริการ อันนี้ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลด้วย ถ้าเป็นพนักงานใหม่ก็อาจบริการได้ไม่เต็มที่ คือไม่มีอำนาจการตัดสินใจ ณ หน้านางาน ต้องรอถามหัวหน้าหรือขออนุญาตผู้บริหารอีกที ซึ่งบางครั้งค่อนข้างช้าและไม่ทันการณ์ โดยเฉพาะงานไมซ์ที่เป็นลูกค้าต่างชาติซึ่งค่อนข้าง Strict เรื่องของความถูกต้อง ชัดเจนของรายละเอียดงาน และเวลาที่แน่นอนด้วย

ปัญหาเกี่ยวกับตัวบุคลากรในศูนย์ประชุมสำหรับงานไมซ์ที่เคยจัดมา เท่าที่จำได้น่าจะเป็นเรื่อง Service Mind บางทีเหมือนเค้าไม่พยายามจะช่วยเหลือเราแก้ปัญหา ปล่อยให้มันเป็นปัญหาของเราแก้กันเอง ซึ่งต้องบอกว่าในลักษณะการทำงาน Event บางทีก็มีปัญหาเฉพาะหน้าเกิดขึ้นได้เสมอ เช่น Set up ไม่เสร็จตามเวลาที่กำหนด ของไม่มาส่งตามนัดหมาย กระแสไฟดับ ช่างทำงานไม่ทัน ลูกค้าให้เสริมที่นั่งด่วน ปัญหาต่าง ๆ พวกนี้บางทีเราก็ต้องขอความช่วยเหลือจากศูนย์ประชุมด้วยเช่นกัน อย่างปัญหาเรื่องเวลาในการ Set up บางทีลูกค้าซื้อเวลาในการ Set up แค่ 12 ชั่วโมง จากเที่ยงคืนวันถึงเช้าวันพรุ่งนี้ ซึ่งถือว่าค่อนข้างน้อยมากถ้าเทียบกับงาน Scale ใหญ่ ๆ ที่มี Production เยอะ ๆ บางทีเราก็ต้องขอเวลาเพิ่ม เช่น ขอเข้าก่อนเวลาบ้าง หรือเลยเวลาที่กำหนดบ้าง ซึ่งถ้าเป็นเจ้าหน้าที่ที่คุ้นเคยกันก็อาจจะหยวน ๆ ช่วย ๆ กันไป หรืออาจจะลองพยายามต่อรองยืดหยุ่นให้เราได้บ้าง แต่บางคนก็ไม่พยายามจะช่วยเหลือแก้ปัญหาอะไรเลย ถือว่าไม่ใช่ปัญหาของตัวเอง อันนี้เราก็ไม่ Happy เหมือนกัน และถ้ามีโอกาสแนะนำลูกค้าในการเลือกสถานที่จัดงาน เราก็เลือกที่จะไม่แนะนำ สถานที่นี้ เพราะเรารู้ว่าถ้าเราจัดที่นี่เราเจอปัญหาเรื่องการ Set up แน่ ๆ แต่บางทีเราก็เลือกไม่ได้เพราะลูกค้ามักเป็นคนเลือกสถานที่จัดงานเองด้วย

อย่างกรณีการขอใช้อุปกรณ์ต่าง ๆ ในศูนย์ประชุม เช่น รถโฟล์คลิฟท์ สำหรับติดตั้งอุปกรณ์บนเพดานในฮอลล์ ก็มักไม่ค่อยได้รับความร่วมมือเท่าไร บางแห่งมีของอยู่แต่ไม่ให้ใช้ ไม่รู้

หรงของหรือซีก็เลยไปเอาให้ก็ไม่รู้ หรือบางแห่งไม่มีแต่ไม่บอกปล่อยให้เรารอก็มี ส่วนปัญหาที่เจอ อยู่เสมอมักจะเจอกับฝ่าย Operation โดยเฉพาะเจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติการต่าง ๆ เช่น ช่างเทคนิค แม่บ้าน เจ้าหน้าที่ฝ่ายอาคาร เช่น การเปิดปิดไฟ House ถ้าเป็นงาน Exhibition ไม่ค่อยมีปัญหา เปิดไว้ได้เลย แต่ถ้าเป็นงาน Meeting Convention ที่มีรูปแบบที่แตกต่างออกไป จำเป็นต้องควบคุม แสงในห้องจัดงานให้เป็นไปตามอารมณ์ของคิวงานแต่ละช่วง ซึ่งปัญหาที่เจอคือตั้งแต่การเดิน สายไฟสำหรับควบคุมไฟในฮอลล์มาที่ Control Board มักจะล่าช้า หรือบางแห่งบางห้องไม่สามารถย้าย Control มาได้ ก็จำเป็นต้องประสานงานกับเจ้าหน้าที่ประจำห้อง Control เพื่อ Run คิวไปพร้อม ๆ กัน แต่มักมีปัญหาที่เจ้าหน้าที่สื่อสารกับเราไม่รู้เรื่องและทำให้คิวงานไม่เป็นไปตามที่ เราวางไว้ หรือในเคสของการจัดโต๊ะเก้าอี้ในห้องประชุม บางครั้งเราส่ง Floor Plan ให้กับ Sales แบบหนึ่ง แต่หน้างานกลายเป็นอีกแบบหนึ่ง เนื่องจากมีการ Update กันตลอดเวลาจนถึงนาที สุดท้ายก็มี แต่ Sales ไม่ได้ Update กับ Operation ทำให้จัดเก้าอี้ผิดแบบ พอเราสั่งให้หรือหรือ เปลี่ยน เจ้าหน้าที่บางคนก็บอกว่าไม่ได้ เราก็ไม่ยอม เพราะลูกค้าต้องการแบบนี้แบบนี้ หรือถ้า ยอมก็จะชักสีหน้าไม่พอใจและเลี่ยงไปทำอย่างอื่นก่อน แล้วค่อยกลับมาแก้ไขให้ ซึ่งบางทีมันทำให้ เราารู้สึกว่าเค้าไม่มีใจที่จะบริการเราเลย อย่างที่บอกเรื่องของการประสานงานที่ผิดพลาดก็เจอบ่อย บางที Sales ไม่ได้ส่งต่องานให้กับ Operation หรือ F&B พอพนักงาน เจ้าหน้าที่บอกไม่เคยรู้ ไม่มี ใครบอก เราก็ต้อง Brief กันใหม่อีกทีทำให้เสียเวลามาก ถ้าเป็นงานเลี้ยง งานปาร์ตี้หลังจากประชุม แบบหนัก ๆ หนอยก็มี เช่น ถึงเวลาเสิร์ฟอาหารแล้ว แต่อาหารไม่มา เราก็ต้องวิ่งเข้าไปตามในครัว หรือพนักงานน้อยเสิร์ฟไม่ทัน บางทีเราก็ต้องเข้าไปช่วยเสิร์ฟด้วยเหมือนกัน ซึ่งเราก็เข้าใจว่าปัญหา บางอย่างมันเป็นปัญหาเฉพาะหน้าก็ต้องช่วย ๆ กันแก้ไข ส่วนใหญ่ปัญหาที่เจอมักจะเป็นในแนวนี้ มากกว่า

หากพิจารณาคุณสมบัติที่จำเป็นสำหรับบุคลากรในศูนย์ประชุม หลัก ๆ ผมว่ามีอยู่ ด้วยกัน 3 ข้อ คือ หนึ่งเรื่อง Service Mind มาเป็นอันดับแรกเลย เพราะงานในศูนย์ประชุมถือเป็น งานบริการไม่แตกต่างจากโรงแรมหรือออแกไนเซอร์ เพราะฉะนั้นคนที่ทำงานนี้ได้จะต้องเป็นคน ที่มีใจรักในการบริการพร้อมและเต็มใจให้บริการ อย่างที่บอกว่าการ Event เป็นงานที่ต้อง แก้ปัญหาเฉพาะหน้าค่อนข้างเยอะ เพราะฉะนั้นคนที่ต้องคอยบริการหรืออำนวยความสะดวก ให้กับลูกค้าหรือออแกไนเซอร์ก็ต้องมีความพร้อมและเต็มใจกับงานที่ทำเหมือนกัน งานถึงจะออกมาดี

ข้อสองคือความเป็นมืออาชีพ Professional เป็นคุณสมบัติที่ผมว่าใคร ๆ ก็ต้องการ คงไม่มีใครอยากทำงานกับคนที่ไม่รู้เรื่อง ไม่เก่ง หรือไม่พร้อมที่จะให้บริการจริงมัย โดยเฉพาะงานในศูนย์

ประชุม ถ้าเราได้ Deal กับคนที่ทำงานเป็น รู้ทุกเรื่อง ถามอะไรตอบได้ และที่สำคัญช่วยแนะนำเรา ได้ด้วย ก็ถือว่าโชคดีมาก ๆ ซึ่งต้องบอกว่าความคุ้นเคยก็เป็นตัวแปรหนึ่งที่ทำให้การทำงานระหว่าง ออกแอกในเซอร์กับบุคลากรของศูนย์ประชุมสอดคล้องประสานกันดีได้เป็นอย่างดี คือถ้าคนที่เรา Deal ด้วย เป็นประจำทำงานด้วยกันบ่อย ๆ ก็จะรู้จักกัน บางทีแค่มองตาก็คือรู้แล้วว่าเราต้องการอะไร หรือ กฎระเบียบบางอย่างก็สามารถยืดหยุ่นกันได้ เช่น เรื่องเวลา Set up ปกติจะกำหนดเวลาชัดเจนว่า กี่โมงถึงกี่โมง แต่ถ้าก่อนหน้านี้ไม่มีงาน Sales บางคนที่คุ้นเคยกับเราก็คงอนุญาตให้เราเข้า Set up ได้ก่อนเวลา ซึ่งก็เป็นผลดีกับทั้งเราและเค้าที่จะทำงานได้เสร็จเร็วขึ้นด้วย เพราะฉะนั้น คุณสมบัติข้อนี้ก็สำคัญไม่แพ้ Service Mind ซึ่งบางทีเราก็คงเรียกว่าความน่าเชื่อถือได้เหมือนกัน ซึ่ง มันขึ้นอยู่กับองค์ประกอบหลาย ๆ อย่าง เช่น ประสบการณ์ ความรู้ความสามารถ บุคลิกภาพ อายุ งาน อะไรพวกนี้ มันรวม ๆ กันทำให้เกิดเป็นความน่าเชื่อถือในความเป็นมืออาชีพของคน ๆ หนึ่ง ซึ่ง จะเห็นได้ชัดจากการประสานงานหรือทำงานร่วมกัน เช่น ถ้าเป็น Sales ใหม่ที่เพิ่งทำงานก็จะไม่สามารถตอบคำถามเราได้ทันที ต้องรอถามผู้ใหญ่ หรืออาจให้คำตอบที่ไม่ถูกต้องซักเท่าไร ทำให้ เราไม่มั่นใจและต้องถาม Sales คนอื่นที่เราคุ้นเคยและมีประสบการณ์มากกว่า บุคลิกภาพก็สำคัญ เป็นตัวบ่งบอกความมั่นใจของพนักงานได้ด้วย เช่น ถ้าพนักงานที่เรา Deal งานด้วยมีบุคลิกเชิงซ้ำ หรือลึกลับลึกลนขาดความมั่นใจ อันนี้เราก็คงรู้สึกไม่เชื่อมั่นซักเท่าไร อย่างที่บอกผมว่ามันหลาย ๆ อย่างรวมกันถึงจะออกมาเป็นความเชื่อมั่นในตัวคน ๆ หนึ่งได้ คงจะวัดจากอะไรอย่างเดียวยาก

ส่วนคุณสมบัติข้อที่สาม คือ ความสามารถในการสื่อสาร บุคลากรในศูนย์ประชุมเองมี หลายฝ่ายหลายแผนกทั้งประจำและชั่วคราว ซึ่งแต่ละคนก็มีทักษะเรื่องของการสื่อสารในระดับที่ แตกต่างกันไป หากเป็นคนที่ต้องติดต่อประสานงานกับลูกค้าอยู่เสมอ เช่น Sales หรือ Operation ก็ควรจะมีความสามารถในการสื่อสารที่รู้เรื่อง ถูกต้อง ชัดเจน สามารถเข้าใจในสิ่งที่ลูกค้าสื่อสารมา และถ่ายทอดความต้องการนั้นไปยังส่วนที่เกี่ยวข้องได้อย่างถูกต้องด้วย เช่น กรณีที่ลูกค้าต้องการ เปลี่ยนคิวการเสิร์ฟอาหารโดยเลื่อนเวลาออกไปจากเดิมแต่ต้องการให้แต่ต้องการให้จบในเวลาเดิม หมายความว่าเจ้าหน้าที่จะเริ่มเสิร์ฟอาหารช้ากว่ากำหนด โดยแต่ละเมนูจะเว้นระยะเวลาน้อยลง เพื่อให้ครบทุกเมนูในเวลาที่กำหนด แต่การสื่อสารที่ผิดพลาดของบุคลากรที่รับข้อมูลทำให้ เจ้าหน้าที่เข้าใจว่าให้นำอาหารออกมาเสิร์ฟทันทีเพื่อให้จบทันเวลา ซึ่งเป็นความผิดพลาดที่เกิดจาก การสื่อสารหรือแปลสารที่ได้รับไม่ถูกต้องนั่นเอง หรือกรณีของการสื่อสารภาษาต่างประเทศ ซึ่งเห็น ได้ชัดเจนว่าบุคลากรในศูนย์ประชุมเองมีคนที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ในจำนวนจำกัด อาจ เป็นเฉพาะหัวหน้างานเท่านั้น แต่ในความเป็นจริงการทำงานโดยเฉพาะงานไมซ์ ซึ่งลูกค้าเป็น ชาวต่างชาติค่อนข้างเยอะหรือมาจากหลายประเทศ การสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษอาจเป็นอุปสรรค

กับการทำงานได้ถ้าหากบุคลากรที่อยู่ในสถานการณ์นั้น ๆ ไม่สามารถสื่อสารได้ดีพอ อาจทำให้เกิดการตีความไปในทางที่ผิดกับวัตถุประสงค์ของลูกค้าได้ หรือในกรณีที่พนักงานที่เทคนิคหรือพนักงานชั่วคราวที่ไม่สันทัดเรื่องภาษาอังกฤษอาจทำให้ประหม่าและไม่เข้าใจว่าลูกค้าต้องการอะไร หรืออาจเดินหนีไปเลยในกรณีที่ฟังไม่รู้เรื่อง ดังนั้นทักษะด้านการสื่อสารที่เป็นพื้นฐานทั่วไปและการสื่อสารภาษาต่างประเทศจึงถือเป็นสิ่งสำคัญในของพนักงานในศูนย์ประชุมด้วยเช่นกัน

หากจะมองในด้านการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลถือว่าเป็นขั้นตอนสำคัญในการได้มาซึ่งบุคลากรที่มีความพร้อมในการทำงานในตำแหน่งต่าง ๆ โดยเฉพาะขั้นตอนของการสรรหาและคัดเลือก ซึ่งจะต้องเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ตรงกับความต้องการขององค์กร รวมทั้งต้องพิจารณาคุณสมบัติของผู้สมัครและทำการทดสอบด้วยวิธีการต่าง ๆ อาจจะเป็นการทำข้อสอบ การสัมภาษณ์โดยหัวหน้างานในฝ่ายนั้น ๆ เพื่อประเมินความสามารถและความเหมาะสมของคนที่ จะรับเข้ามาทำงานในฝ่ายตัวเอง นอกจากนี้การวัดเรื่องทัศนคติของผู้สมัครก็เป็นอีกหนึ่งคุณสมบัติที่จำเป็นสำหรับการทำงานด้านการบริการ ซึ่งแต่ละองค์กรก็มีรูปแบบการวัดทัศนคติที่แตกต่างกันไป อาจใช้วิธีการทำแบบทดสอบ หรือการสร้างสถานการณ์จำลองในภาวะที่กดดันเพื่อทดสอบผู้สมัครแต่ละราย อันนี้ขึ้นอยู่กับรูปแบบที่ฝ่าย HR จะกำหนดขึ้นด้วย คือเราต้องวัดว่าเค้ารักและเข้าใจและพร้อมที่จะทำงานบริการหรือไม่ ซึ่งค่อนข้างวัดยาก บางทีมัน Fake กันได้ตอนทดสอบ แต่พออยู่ ๆ ไปตัวคนที่แท้จริงมันจะออกมาเอง บางทีก็ต้องเสี่ยงเอาว่าจะได้คนแบบไหนมา การได้คนที่ถูกต้องเหมาะสมและที่สำคัญมีความพร้อมในทุก ๆ ด้านเข้ามาทำงานในองค์กรถือว่าเป็นเรื่องที่ดีและมีประโยชน์กับองค์กรเป็นอย่างยิ่ง ช่วยประหยัดงบประมาณในการสรรหาและคัดเลือก รวมถึงการฝึกอบรมเพื่อเตรียมความพร้อมของบุคลากรในการทำงานได้อีกด้วย แต่ในความเป็นจริงบุคลากรที่มีความพร้อมร้อยเปอร์เซ็นต์หาไม่ได้ง่ายนัก เราจึงจำเป็นต้องเลือกคนที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับสิ่งที่องค์กรต้องการมากที่สุดและมีทัศนคติที่ดีต่อการทำงานในสายอาชีพนี้ คือต้องมีความเข้าใจในงานที่จะทำ มีความรักและอดทนกับงานบริการที่อาจเจอปัญหาหรือแรงกดดันต่าง ๆ มากมายได้ สิ่งนี้จำเป็นอย่างยิ่งสำหรับคนทำงานในศูนย์ประชุม ซึ่งถ้าคนที่คัดเลือกมามีทัศนคติที่ดีเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว ทักษะความสามารถด้านอื่น ๆ ก็สามารถที่จะฝึกอบรมเพิ่มเติมให้มีศักยภาพและความพร้อมขึ้นมาได้เช่นกัน

การประเมินความพร้อมของบุคลากรส่วนใหญ่จะประเมินจากตัวพนักงานที่ต้องติดต่อประสานงานด้วยเป็นหลัก ซึ่งได้แก่ Sales และ Operation นอกจากนี้ยังรวมถึงเจ้าหน้าที่ในส่วนต่าง ๆ ที่คอยให้บริการ อยู่ภายในศูนย์ประชุมนั้น ๆ ด้วย เช่น แม่บ้าน รปภ. พนักงานเสิร์ฟ ช่างเทคนิคต่าง ๆ ซึ่งอาจจะเป็นพนักงานประจำหรือ Outsource มากี่ตาม แต่ลูกค้าไม่ได้มาแยกแยะว่าใคร

เป็นพนักงานประจำมีความพร้อมในการให้บริการมากนักอยู่แล้ว หรือใครเป็นพนักงานชั่วคราว แม่บ้าน ropic. ลูกค้าไม่ได้สนใจจุดนั้น แต่จะมองว่าใครก็ตามที่อยู่ในศูนย์ประชุมที่อยู่ในบริเวณงาน ก็ถือเป็นคนของศูนย์ประชุมทั้งสิ้น เพราะฉะนั้นควรจะมีความพร้อมในการให้บริการหรือรู้ในสิ่งที่ลูกค้าถามอย่างเท่าเทียมกัน ไม่ใช่ถามแล้วตอบไม่รู้หรือโยนกันไปมาจนน่ารำคาญ

จะว่าไปทุก ๆ ส่วนล้วนมีความสำคัญต่อการประเมินความพร้อมของบุคลากรทั้งสิ้น เพราะเมื่อใดก็ตามที่ลูกค้าได้รับการบริการจากบุคลากรในศูนย์ประชุมไม่ว่าจะเป็นตำแหน่งใดก็ตามก็สามารถสร้างความพึงพอใจหรือไม่พอใจแก่ลูกค้าได้เช่นกัน ดังนั้นทุก ๆ คนควรตระหนักในบทบาทหน้าที่ของตนเองในการเป็นผู้ให้บริการและพร้อมที่จะให้บริการแก่ลูกค้าด้วยความเต็มใจ หรือเรียกว่า Service Mind นั่นเอง

ปัจจัยที่เป็นสาเหตุให้ลูกค้าประเมินความพร้อมของบุคลากรในระดับต่ำก็คือความกระตือรือร้นในการให้บริการด้วยความเต็มใจ ที่จริงมันก็คือ Service Mind ถ้าทุกคนมี Service Mind ก็พร้อมที่จะให้บริการลูกค้า อย่างเต็มที่เช่นกัน การแสดงออกถึงความกระตือรือร้น ความพยายามแก้ปัญหาให้กับลูกค้า หรือการมี Feedback ที่รวดเร็วให้กับลูกค้า ก็เป็นการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้มากเช่นกัน แม้ว่าลูกค้าจะไม่ได้มีการตอบสนองในสิ่งที่ต้องการก็ตาม เพียงแต่รู้สึกได้ถึงความพยายามอย่างตั้งใจในการที่จะรับฟัง แก้ไข และตอบสนองกับลูกค้าอย่างเต็มที่เท่านั้นเอง ซึ่งศูนย์ประชุมหลาย ๆ แห่งก็พยายามสร้างจิตสำนึกในเรื่องนี้ให้กับบุคลากรของตัวเองเช่นกัน หากแต่บางแห่งมีการเข้าใจและปฏิบัติกันไปในทางที่ผิด เช่น การไม่ปฏิเสธลูกค้าถือเป็นสิ่งดี แต่เมื่อใดก็ตามที่เราไม่สามารถทำตามความต้องการของลูกค้าได้ เราก็จำเป็นต้องปฏิเสธพร้อมกับเสนอแนวทางแก้ไขอื่น ๆ ให้ลูกค้าได้เลือกด้วย ไม่ใช่รับปากทุกเรื่องแต่ทำไม่ได้ชักเรื่อง อันนี้ก็ไม่เรื่องดีมีแต่จะทำให้ลูกค้าเสียความรู้สึกมากขึ้นเท่านั้น

ภาพรวมของบุคลากรในศูนย์ประชุมในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ซึ่งถือเป็นแหล่งรวมของสถานที่ขนาดใหญ่ที่รองรับการจัดงานไม่ซ้ำได้ ถือว่ามีความพร้อมอยู่ในระดับหนึ่ง ยังไม่พร้อมทั้งหมด อย่างที่บอกคือคนที่ทำงานในศูนย์ประชุมปัจจุบันเป็นคนที่มาจากสายงานอื่น ๆ หรือไม่ได้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจไมซ์หรือ Event โดยตรง อาจทำให้ทักษะการทำงานหรือการให้บริการไม่ตรงกับความต้องการของลูกค้ากลุ่มนี้ โดยเฉพาะทักษะด้านภาษาต่างประเทศที่ยังต้องพัฒนาเพิ่มเติมในบุคลากรระดับล่างหรือระดับปฏิบัติการที่มีโอกาสพบเจอกับลูกค้าได้ หรือจำเป็นต้องฝึกฝนเรื่องทักษะการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าให้กับพนักงานทุกคน โดยอาจเป็นไปใน Format เดียวกัน เช่น หากไม่รู้หรือไม่แน่ใจเรื่องอะไรให้แจ้งว่ากรุณาติดต่อเจ้าหน้าที่ฝ่ายไหน

อย่างไร ซึ่งจะสร้างความพอใจแก่ลูกค้าได้มากกว่าการปฏิเสธการให้บริการไม่ว่าในรูปแบบใดก็ตาม

นอกจากนี้สิ่งที่ควรได้รับการพัฒนาเป็นอันดับแรก ๆ คือ เรื่องของทัศนคติเกี่ยวกับงานบริการ ซึ่งเป็นงานที่ต้องอาศัยความอดทนและใจรักในงานที่ทำ เหมือนเอาใจเขามาใส่ใจเรา การทำให้ผู้อื่นมีความสุขหรือพอใจในสิ่งที่เราทำให้ ตรงนี้ต้องปลูกฝังกันมาก่อน ตั้งแต่พื้นฐานของคนที่ยื่นในสายที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพนี้แล้ว เช่น พวกนักศึกษาการโรงแรม หรือการจัดการอะไรพวกนี้ สิ่งที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งคือเรื่องความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจหรืออุตสาหกรรมไมซ์ ซึ่งมีบทบาทมากขึ้นทุกวัน โดยเฉพาะคนทำงานในศูนย์ประชุมที่เป็นแหล่งรองรับงานไมซ์อยู่แล้ว ควรจะมีความเข้าใจก่อนว่าธุรกิจไมซ์คืออะไร มีลักษณะอย่างไร และเรียนรู้ที่จะตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มนี้อย่างไร แม้ว่าความพร้อมส่วนหนึ่งมันอาจจะขึ้นอยู่กับประสบการณ์การทำงาน แต่พื้นฐานความรู้ความเข้าใจก็ต้องมีมาก่อนด้วย ถ้าคิดว่ารับเข้ามาแล้วค่อยมาฝึกอบรมให้ความรู้หรือสอนงานกันคงไม่ทัน เพราะส่วนใหญ่เข้ามาเจออะไรก็ด้นนิดหน่อยหรือไม่รู้เรื่องราวเค้าทำอะไรกันก็เริ่มท้อแล้ว ยังไม่ทันได้ศึกษาเนื้องานอย่างแท้จริงเลย อันนี้เป็นสองเรื่องที่น่าจะต้องพัฒนา

ข้อเสนอแนะที่อยากฝากไว้ คือเรื่องของการให้ความเสมอภาคหรือการบริการที่เท่าเทียมกันในฐานะลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ ไม่ว่าจะเป็นลูกค้าชาวไทย ชาวต่างชาติ ออแกไนเซอร์ Exhibitor Contractor ควรปฏิบัติให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน ไม่ใช่ดูแลแต่ลูกค้า พุดดีด้วยเฉพาะคนจ่ายเงินเท่านั้น อันนี้ไม่ถูก เพราะต้องระลึกว่าทุกคน ทุกหน่วยงานที่เข้ามาจัดงานที่นี่ ล้วนมีโอกาสที่จะแนะนำ บอกต่อให้คนอื่น ๆ รับรู้ถึงการบริการที่ดีหรือไม่ดีของสถานที่ได้ บางคนอาจมีอิทธิพลต่อลูกค้าให้เลือกใช้หรือไม่เลือกใช้สถานที่ใดสถานที่หนึ่งได้เหมือนกัน อย่างมั่นใจว่าศูนย์คุณมีงานประจำเยอะแยะมากมายอยู่แล้วไม่ต้องจ้อลูกค้าก็ได้ มีคนวิ่งเข้าหามากมาย แต่ขณะเดียวกันถ้าการบริการของคุณไม่ดี ลูกค้าประจำก็หนีเหมือนกัน แล้วถ้าเค้าไปใช้ศูนย์อื่นกันหมด ในที่สุดคุณก็ต้องวิ่งหางานอีกเหมือนกัน เพราะฉะนั้นจะบริการทั้งที่อย่ามีหลายมาตรฐาน บริการให้เท่ากัน ทุกคนคือลูกค้าที่เอาเงินมาให้คุณเหมือนกัน

แนวโน้มของอุตสาหกรรมไมซ์ในบ้านเรายังดูสดใสนะ เพราะเท่าที่เห็นก็มีหลายภาคส่วนเข้ามาสนับสนุนค่อนข้างเยอะ อย่างรัฐบาลเอง สสพ. หรือภาคเอกชน ที่ให้ความสนใจ พยายามไป Bid งานไมซ์จากเมืองนอกให้เข้ามาจัดในบ้านเรา อย่าง World Expo เราก็เสนอตัวเป็นเจ้าของภาพ รู้สึกว่าโอลิมปิกเราก็น่าจะเคยเสนอตัวหรือเปล่า ไม่แน่ใจ หรือที่เห็นชัด ๆ พวกงานประชุมนานาชาติต่าง ๆ เนี่ย เยอะขึ้นเรื่อย ๆ ในแต่ละปี เราในฐานะที่เป็น Organizer ก็มีโอกาสดำเนินงาน

เหล่านี้บ้างเหมือนกัน ส่วนใหญ่จะทำในส่วนของการ Production แล้วก็ Event Run Show ส่วนขั้นตอนในการติดต่อประสานงานต่าง ๆ จะเป็นหน้าที่ของอีกบริษัทหนึ่งที่เค้าทำด้านนี้โดยเฉพาะ

โดยส่วนตัวมองว่าเมืองไทยยังไม่พร้อมที่จะเป็น MICE Center เพราะว่าเรายังมีศักยภาพไม่ครอบคลุมทุกด้านเหมือนอย่างสิงคโปร์ อันนั้นเค้ามีพร้อมทุกอย่าง สถานที่ การคมนาคมขนส่ง บุคลากร เทคโนโลยี รวมไปถึงประชาชนเค้าเองก็พร้อมนะ สามารถพูดภาษาอังกฤษและภาษาจีนได้ดี แต่ของไทยเองเรื่องสถานที่ถือว่าผ่าน เรื่องการคมนาคมยังต้องปรับปรุง นี่มองเฉพาะในกรุงเทพฯ นะ การเดินทางยังไม่ค่อยสะดวกเท่าไร รถติด การจราจรเปลี่ยนตลอด วันนี้ One Way พรุ่งนี้ Two Way จะเอาไปกันแน่ แล้วพวกขบวนเจ้าใหญ่นายโตนี่เยอะมาก เดินทางกันทุกวัน ฉะนั้นการเดินทางในเมืองไทยต้องเผื่อเวลาไว้เยอะ ๆ เลยทีเดียว ระบบสาธารณูปโภคเรายังไม่พร้อมรถไฟฟ้า รถใต้ดิน รถไฟอะไรเรายังไม่ค่อยเชื่อมต่อกัน เดินทางกันให้วุ่นไปหมด นี่เพิ่งจะเปิดใช้ Airport Link ก็ดีขึ้นมาน้อยแต่ก็ยังงง ๆ เชื่อมต่อกับรถไฟฟ้าหรือใต้ดินยังไม่เรียบร้อยเท่าไร ส่วนการขนส่ง เรื่อง Logistic ก็ยังดีเท่าที่ควร ส่วนใหญ่ที่เห็นลูกค้ามักจะใช้บริการระบบ Logistic ของเค้าเอง หรือของบริษัทอินเตอร์ไปเลย ไม่ค่อยใช้ของไทย เพราะยังไม่มั่นใจในคุณภาพการบริการ บางทีของเค้ามีมูลค่าสูงมากหรือเรื่องของวันเวลาที่ค่อนข้างแน่นอน ของเรายังอ่อนอยู่เรื่องนี้

ด้านบุคลากรก็ยอมรับว่าหลาย ๆ ศูนย์หรือในโรงแรมใหญ่ ๆ หลายแห่งก็ค่อนข้างพร้อมในเรื่องนี้ มีคนที่สามารถสื่อสารและให้บริการลูกค้ากลุ่มนี้ได้ ซึ่งก็จะแตกต่างกันไปตามแต่ความเหมาะสมของสถานที่กับรูปแบบงานต่าง ๆ ในโรงแรมอาจจะจะเป็นรูปแบบงานประชุมขนาดเล็กหรือ Incentive เป็นส่วนใหญ่ ส่วนพวก Convention, Exhibition ก็จะไปพวกศูนย์ประชุมมากกว่า

ประเด็นสุดท้ายคือเรื่องความพร้อมของคนในประเทศที่จะรองรับงานไมซ์ ต้องบอกว่าคนไทยส่วนใหญ่ยังสื่อสารภาษาอังกฤษไม่ได้ จะได้ก็พวกที่ทำงานในโรงแรม ศูนย์ประชุม หรือบริษัทอินเตอร์ต่าง ๆ แต่ลองนึกถึงเวลาที่ลูกค้าต่างชาติมาเมืองไทย เค้าไม่ได้อยู่แค่ในโรงแรมหรือศูนย์ประชุมเท่านั้น เค้าก็มีเวลาว่างออกไปช้อปปิ้ง ท่องเที่ยว ซึ่งต้องพบเจอกับคนอื่นหลาย ๆ ส่วน แล้วคนพวกนี้สามารถสื่อสารกับเค้าเข้าใจดีพอหรือยัง แค่ Yes, No, OK แล้วยิ้มสยามไปคงช่วยอะไรไม่ได้ คือต้องมองว่าถ้าเราจะวางตัวเองเป็น MICE Center เนี่ย มันต้องดูหลาย ๆ องค์ประกอบในชาติว่าเราพร้อมมากน้อยแค่ไหน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องของคนที่เป็นตัวขับเคลื่อนอุตสาหกรรม การบริการ รวมไปถึงคนไทยส่วนใหญ่พร้อมมั๊ย มันต้องไปพัฒนาในส่วนนั้นก่อน ถ้าตรงนั้นพร้อมแล้ว มันก็ง่ายที่จะทำอย่างอื่นต่อ บางคนอาจแย้งว่าก็ทำไปพร้อม ๆ กันก็ได้ ค่อย ๆ เรียนรู้ลองผิดลองถูก ให้การศึกษาแก่ประชาชนไป เดี่ยวก็ดีขึ้น แต่ในความเป็นจริงมันจะส่งผลเสียต่อภาพลักษณ์และความมั่นใจของลูกค้าต่อประเทศเราได้ ถ้าเค้ามาจัดงานแล้วเจอปัญหามากมาย

ทำงานไม่ราบรื่น ครั้งต่อไปได้ก็ไม่อยากมาจัดงานที่เราอีก เพราะฉะนั้นจะทำอะไรก็ต้องวางแผน และพัฒนาให้ถูกต้อง อย่าก้าวกระโดด หรืออย่าเห่อเป็นพัก ๆ ทุ่มงบกันเป็นระลอก ๆ แต่สุดท้ายก็ไม่วายคอร์ปชั่นกันนั่นเอง นี่แหละปัญหาของเมืองไทย



บทสัมภาษณ์ คุณกัญญานาถ บุญประสิทธิ์

Project Manager, CM MICE Department CM Group

วันที่ 21 พฤศจิกายน 2553

จริง ๆ ทำงานที่ CM มาไม่นาน ทำ CM แคปีกับสักสามเดือน แต่อยู่ในธุรกิจ MICE มาปีนี้เป็นปีที่ 6 แล้ว ก่อนที่จะอยู่ CM ก็อยู่ Asia Congress ซึ่งเป็นบริษัทที่ทำเป็น Pure Conference and Exhibition Management Company ที่เราเรียกว่า PCO หรือ PEO Professional Conference Organizer หรือว่า Professional Exhibition Organizer คืออยู่ตรงนั้นมา 5 ปี แล้วก็ถึง Move มาอยู่กับ CM

CM เป็นบริษัทที่โฟกัสงานด้าน Event มี Business หลักคือ Event แต่ CM MICE ที่ตัวเองทำงานอยู่เป็นหน่วยธุรกิจใหม่ของ CM ซึ่งก็คือ Organizer เหมือนกัน แต่โฟกัสในงาน Meeting Incentive หรือด้าน Conference แล้วก็ Exhibition หรือ Convention แต่ Background ก็ไม่ได้มาจาก Event ก็มาจาก Pure Conference and Exhibition Management คือ M and I จะเป็นไชน์เล็ก ๆ ที่เราไม่ค่อยได้ทำ แม้กระทั่ง CM MICE เองก็ตาม เรา Clear ตัวเองไปที่ C and E

ทั้งงานเก่าและงานใหม่มันเป็นแบบเดียวกัน เพียงแต่ว่า CM ต้องใช้เวลานานิดนึงเพราะว่า CM Business หลักเค้าเป็น Event แต่ว่า Business ของ CM MICE จะเป็นหน่วยธุรกิจเล็กที่ CM จะต้องพัฒนาตัวเองและก็ให้ความรู้กับตัวเองหรือองค์กรว่าจริง ๆ แล้ว MICE Management คืออะไร แต่อย่างที่เราบอกว่าที่เก่าที่ก็อยู่มา 5 ปี มี Business หลักคือ Convention และก็ Exhibition Organizer ซึ่ง Scale มันใหญ่กว่าเยอะแต่บริษัทเล็กกว่า

ที่ Asia Congress เราเน้น International Event เราเน้น International Show ส่วนมากจะเป็นทั้งไทยและต่างประเทศ แต่บังเอิญว่าบริษัทเก่าเจ้านายเป็นต่างชาติ เลยได้งานต่างชาติมาเยอะ ถ้าเป็นงานที่จัดเมืองไทยก็จะเป็นงานของ Association ต่าง ๆ ที่เราประมูลมาได้ แล้วก็จะเป็นงานที่ขึ้นต้นด้วยนานาชาติอยู่แล้ว จะไม่ใช่งาน Local แต่ที่ทำที่ Local ที่เมืองไทย ที่กรุงเทพฯ ทำที่ไหนของประเทศก็มีเหมือนกัน หรือว่าออกไปนอกประเทศก็แล้วแต่ รับทั้งในประเทศและนอกประเทศ รับ Manage ด้วย

คำว่า Manage ของ Convention and Exhibition เราทำเชิง Key Management เรา Manage ภาพรวม เราไม่ได้มี Core เราทำในด้าน Management ในด้านของเรื่องของ Guide Line งานช่วยเหลือเรื่องของการงาน Secretarial คือเหมือนเลขานุการการประชุม และก็ในเรื่องของ Exhibition ต่าง ๆ แต่ถ้าเป็นในเรื่องของ Production ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการสร้างบูธ การทำเวที หรือเรื่องของการทำ Event ต่าง ๆ ที่เป็นส่วนประกอบของงาน Convention และงาน Exhibition ไม่ว่าจะเป็นพิธีเปิด งานเลี้ยงต้อนรับ หรือพิธีปิด Gala Dinner อะไรต่าง ๆ เรายัง Outsource แต่ในกรณี

ที่อยู่กับ CM ซึ่งเป็นบริษัทใหญ่ เพราะฉะนั้นเราจะมีข้อได้เปรียบที่ว่าเป็น Support Event ต่าง ๆ ที่อยู่ใน Convention ใหญ่ ๆ เราก็สามารถทำได้เองด้วย แต่จะเป็นอีก Business Unit ซึ่งเราจะต้องมีการพูดคุยประสานงานกัน แต่เรื่องของค่าใช้จ่ายก็ต้องแยกกันก็แล้วการจัดการของแต่ละบริษัท แต่ละ Business Unit แต่ว่า CM ก็ไม่ได้ปิดที่เราจะไปเอา Outsource ข้างนอก ก็แล้วแต่ความเหมาะสมและกับความพึงพอใจของลูกค้า บริษัทก็ไม่ได้ว่า เพราะส่วนใหญ่ที่เราทำ MICE ไม่ได้เป็นงานของเรา จะเป็นงานที่เราไปรับ Manage ไม่ว่าจะเป็นงานเล็กงานใหญ่ หรือเป็น International Conference งานหนึ่ง อาจจะไป Manage ให้กรมใดกรมหนึ่ง หรือว่า Associate สมาคมใดสมาคมหนึ่ง เพราะฉะนั้นเราก็สามารถมีตัวเลือกให้ลูกค้า เพียงแต่ว่าถ้าลูกค้ามองเห็นว่า อันนี้สามารถเป็น One Stop Service ได้ ถ้าลูกค้าไม่ได้ Mind เรื่องนี้ ลูกค้าก็จะโอเค เราไม่สามารถบังคับลูกค้าได้

เรื่องสถานที่จัดงาน M and I ส่วนใหญ่จะเป็นโรงแรมอยู่แล้ว ส่วนใหญ่ที่ใช้อยู่ในกรุงเทพฯ แน่นนอนคือในกรุงเทพฯ Facility มั่นครบ ก็คือใช้ทุกที่ที่ผ่านหน้ามาแล้ว ศูนย์ประชุมใหญ่ ๆ ไม่ว่าจะเป็นไบเทค อิมแพ็ค ชาเลนเจอร์ ศูนย์สิริกิติ์ อันนี้คือถือว่าเป็นศูนย์ประชุมขนาดใหญ่ก็ใช้มาหมดแล้ว แต่เป็นส่วนน้อยที่จะไปต่างจังหวัด ซึ่งจะไปเมืองใหญ่ ๆ ไม่ว่าจะเป็น เชียงใหม่ พัทธยา ที่ PEACH ก็ใช้มาแล้ว เชียงใหม่ก็ยังไม่เคยไปจัดเป็น Convention จริง ๆ ซึ่งเค้าก็มีศักยภาพอยู่เท่าที่รู้ เค้าจะมีโรงแรมอยู่แห่งหนึ่งที่มีศักยภาพรองรับได้ ถ้าจำไม่ผิดรู้สึกจะเป็น The Empress แต่จะเป็นไม่ชนขนาดกลางไม่ได้ใหญ่มาก

โดยภาพรวม ตั้งแต่ Sales มาจนถึงทางด้าน Operation ไม่ว่าจะเป็น Event Team ก็แล้วแต่ เค้าจะเรียกว่า Event Operation ซึ่งโดยรวมก็โอเค แต่ถ้าถามลง Detail ก็ต้องถามว่าแบบไหนไม่โอเค อาจจะมีบ้างในเรื่องของความกระตือรือร้นหรือว่า Action ต่าง ๆ บางทีก็อาจจะเข้าไปบ้าง หรือบางครั้งความยืดหยุ่นอาจจะน้อย บางทีเค้าก็ต้องดู Volume ด้วยเหมือนกันว่าสามารถยืดหยุ่นให้เราได้มากน้อยแค่ไหนขึ้นอยู่กับไซส์งานเราใหญ่ขนาดไหน บางทีไซส์เล็กมากเค้าก็ยืดหยุ่นให้เราไม่ค่อยได้ แต่ส่วนใหญ่จะพูดคุยกันได้ ต่อรองกันได้

ถ้าให้จัดอันดับศูนย์ประชุม ขอยก Central World ออกไปก่อนเพราะยังไม่เคยใช้บริการ โดยส่วนตัวให้ No.1 กับไบเทค คือทุกที่เค้าก็พูดภาษาอังกฤษได้ Professional เหมือนกันแต่จากที่เคยทำงานที่ศูนย์ไบเทคทั้งหมด แล้วก็ไปงานที่ไม่ใช่งาน Local ทุกอย่างเป็นงาน International หมด ทำงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมน้ำมัน เป็นต่างชาติหมด ซึ่งตัวก็ฟูลด้าน Exhibition Operation ด้วย ต้องบอกว่า Facility เค้าพร้อมสำหรับงาน Trade คือ Convention เค้าได้อยู่แล้ว เพราะ Hall เค้ามีทั้งข้างบนและข้างล่าง ซึ่งเป็น Convention ขนาดกลางถึงใหญ่ แต่งานของกีฬา

เป็น Exhibition ที่ใหญ่กว่า ก็ฟิฟตี Hall เป็นงาน Trade ไม่ใหญ่ขนาด Motor Show แต่ในการที่เราสร้างบุญให้กับน้ำมันใหญ่ขนาดนั้นและบริษัทที่มาเป็นต่างชาติหมดเลย ไม่ว่าจะเป็น Contractors 90% เป็นต่างชาติ การไหลของหรือ Facility ค่าปุ๊วะ ความยืดหยุ่น ความเข้าใจงาน และก็อยู่มานานทำให้เค้ามีความเป็นมืออาชีพ ความใหม่ความสดอาจจะไม่ได้หรูหราเรื่องของสถานที่ไม่ได้ตกแต่งหรูหราเพราะว่าเค้าอยู่นอกเมือง แต่ไปเทคเหมาะสำหรับงานหนัก ๆ พวกอุตสาหกรรม เครื่องจักร

ถ้าพูดถึงเรื่อง Facility อุปกรณ์หรือสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ สำหรับพวกศูนย์ประชุมของเมืองไทยถือว่าอยู่ในขั้นพื้นฐาน ถ้าเทียบความทันสมัยเนี่ยอาจจะยังสู้ต่างชาติไม่ได้ ของเมืองไทยบางที่ระบบอะไรต่าง ๆ ยังเป็น Manual อยู่พอสมควร คือพื้นฐานได้แต่ถ้าจะอัปราคาตัวเองขึ้นก็ต้องลงทุนมากกว่านี้ แต่ถ้าเกิดมีการลงทุนมันก็จะมี Effect กับเรา เพราะเราเป็น Organizer ยกตัวอย่างว่าในศูนย์ประชุม Convention เมืองไทยอย่างห้อง Jubilee ใหญ่ ๆ มันยังไม่มีมากขนาดนั้นที่เป็นห้องแบบห้อง Auditorium ใหญ่ ๆ จริง ๆ ถ้าใหญ่มากเราก็ต้อง Set ที่ Exhibition Hall ขึ้นเป็นห้องประชุม ซึ่งมันจะไม่มีอะไรที่เป็น Build-in Build-in นี่หมายถึงตัวที่นั่งของแต่ละตัวของคนจะสามารถ Assess Internet ได้ เสียบบล็อกอะไรที่ตัวที่นั่งของคนเข้าประชุมได้ ซึ่งเดี๋ยวนี้ที่ใกล้ ๆ อย่างมาเลเชียเค้าก็มีแล้ว Auditorium ของเค้าเป็น Hall ใหญ่ ๆ รองรับได้ 3,000 คน ของเราไม่มีหรือมีไม่ถึง พออย่างนั้นเวลาที่เราจะทำเนี่ยต้อง Turn Exhibition Hall ให้เป็นห้องประชุมใหญ่แล้วก็เอาเก้าอี้เข้ามาเสริม สรุปคือความทันสมัยยังสู้เมืองนอกยังไม่ได้ แต่ถ้าเป็นเรื่องของ Facility เรื่องของ Exhibition เนี่ยก็ไม่น้อยหน้า ก็คือพื้นฐานก็โอเค แต่ในเรื่องของการทำ Risking ระบบไฟฟ้าเรายังไม่มี

ถ้ามองในด้านความพร้อมของบุคลากรก็พัฒนาขึ้น อย่างน้อยในเรื่องของภาษาอังกฤษ พื้นฐานจะต้องได้ ความเข้าใจ ความยืดหยุ่น การทำงานของฝรั่งเค้าจะมีความรวดเร็ว เพราะที่ผ่านมาเป็นงานนานาชาติทั้งนั้น ลูกค้านั้นทั้งไทยและฝรั่ง เค้าก็คุยกันได้ไม่มีปัญหา ไม่มีการตะกุกตะกัก ไม่มีใครปฏิเสธ ประสิทธิภาพ 6 ปีที่ผ่านมารวมถึงที่อยู่กับ CM ด้วย ก็ไม่มีใครบอกว่าไม่พูดกับฝรั่ง ฉันทพูดไม่เป็นเขียนไม่เป็นไม่มี ก็เขียนได้ อีเมลก็เขียนได้

จากประสบการณ์ที่เคยประสานงานมา ถ้าเกิดฝ่ายที่ต้องปะทะกับลูกค้าโดยตรงน่าจะเป็น Sales ที่ต้องเจอกับเรา เจอกับทุกคนก่อนจะส่วนใหญ่ ซึ่ง Sales เค้าทำได้อยู่แล้ว แล้วก็ส่วนต่อมาเรียกว่าส่วน Operation หรือ Event Team ที่ลง Floor มาประสานงานกับเรา เค้าก็พร้อมนะ เพราะว่าทุกคนก็พร้อมปะทะลูกค้านานาชาติ เท่าที่ก็ฟิฟตี 3 4 5 ศูนย์หลัก ๆ ในเมืองไทยก็ได้อยู่แล้ว แม้กระทั่งพวกที่อยู่ Back พวกที่อยู่ข้างหลังหน่อย ก็อาจมีทักษะภาษาลดลงนิดนึง แต่ถ้าเป็น

ระดับ Manager หรือระดับ F&B Director จะมีระดับที่พูดได้ แต่ระดับปฏิบัติการอาจไม่ถึงขนาดนั้น เพราะเค้าไม่จำเป็นต้องมาปะทะกับลูกค้ามากนัก แต่ถ้าระดับ Head เค้าก็ต้องพูดได้ และถ้าอย่างนั้น Chef หลัก ๆ ก็ต้องเจอบ้างไม่เจอบ้างแล้วแต่งาน Chef ที่เป็นฝรั่งเค้าพูดได้อยู่แล้ว แต่ถ้าเป็นคนที่เป็น F&B Manager หรือ F&B Director ก็พูดได้เช่นกัน

คุณสมบัติของบุคลากรในศูนย์ประชุมก็คงเหมือนกับเรา คือ หนึ่งต้องมี Service Mind ก่อน และอีกอย่างหนึ่ง คือ การทำศูนย์ประชุม บางแห่ง Stand Alone มันก็ต้องเอาความเป็นโรงแรมเข้ามาเกี่ยวข้องเพราะว่าการดูแลลูกค้าของโรงแรมเค้าดูแลอย่างดี เพราะฉะนั้นเรื่องของ Service Mind ได้อยู่แล้ว การบริหารลักษณะโรงแรมที่มีกลยุทธ์เรื่องของ Action จะต้องเร็วและก็มี การเตรียมงานนาน บางทีงาน Convention งาน Exhibition หนึ่งงานไม่ได้เตรียมงาน 2-3 เดือน มันเตรียมงานอย่างต่ำครึ่งปีถึงหนึ่งปี เพราะฉะนั้นต้องมีพัฒนาการไปด้วยกัน แต่ละทีมมีการ Assign ไปด้วยกัน และกับบุคลากรทางภาษาเนี่ยพื้นฐานจะต้องได้ Grammar ไวยากรณ์ถูกไม่ถูกนั่น อีกเรื่อง ไม่ใช่ว่าพูดมาไม่ได้เลยนะ เพราะว่าบางที Sales ส่งผ่านงาน ข้อมูลให้ฝ่าย Operation แล้วก็ต้องประสานงานกันต่อ บางทีวิธีการ Deal งานก็ต้อง Deal งานกับคนไทยแต่เราใช้ภาษาอังกฤษ เพราะลูกค้าเป็นต่างชาติ มันก็จะเร็ว เข้าใจง่ายดี ณ เวลานี้เรื่อง Service Mind เรื่อง ความรวดเร็วของการให้บริการ แล้วเรื่องของความยืดหยุ่น ก็ต้องมีเพราะว่างาน Convention Exhibition มันเป็นเรื่องที่เปลี่ยนแปลง Last Minute ตลอดเวลา ทุกโชว์ ทุก Convention คือ Scale มันจะมันคนละแบบกับ Meeting Incentive นั่นคืออาจจะเปลี่ยนนิดหน่อย เช่น บุธอันนี้มาไม่มา บุธนี้อยู่ดี ๆ Cancel คือต้องมีการช่วยเหลือกันไปตลอด บางทีสมมติว่าเราใช้เวลาเค้า Set up แต่ Set ไม่ทัน งานใหญ่ก็ต้องเก็บ Overtime พอเก็บ Overtime แล้ว บุธเราอยู่ก็มีค่า Charge Overtime เรามีการยืดหยุ่นกันได้มัย เราจ่ายเราก็เสีย คุณก็เสีย เสียค่าไฟเสียค่าอะไร ยืดหยุ่นกัน ขนาดไหน คุณยืดหยุ่นมาก คุณไม่ขาดทุนมาก คุณยังได้เงินจากเราอยู่ แต่ว่าจะคิดเป็นตารางเมตร คิดยังงัย คิดภาพรวม คิดจุดที่ใช้จริง ๆ หรืออย่างไรวะ นั่นคือความยืดหยุ่น ความคล่องตัว

ถ้าเทียบความยืดหยุ่นระหว่างของเมืองไทยกับเมืองนอกก็ต้องให้เครดิตคนไทย คือเท่าที่เคยเจอมา ระบบการซาร์จของคนไทยจะยืดหยุ่นมากกว่าหน่อยนึง แต่เมืองนอกก็ตรง ๆ เหมือนกัน เมืองนอกก็ช่วยเหลือเหมือนกัน แต่ว่าคนไทยก็ไม่ถึงกับเวฟนะ ได้แต่ไม่มาก บางทีเรารู้จักกันมากหน่อย มันมีเรื่องของความสัมพันธ์ รู้จักกันมานาน ทำงานวงการนี้มานาน อาจจะพูดคุยกันได้บ้างว่าพี่ช่วย หนูหน่อยเถอะนะ งานนี้หนูไม่ได้จริง ๆ งบประมาณจำกัดจริง ๆ ก็ต้องมีการพูดคุยแล้วเค้าก็จะมีการ Mention ไปถึงผู้บริหารที่ดูแลเค้าอีกทีเพราะเค้าตัดสินใจไม่ได้ คนไทยก็ยืดหยุ่นนะ ก็โอเค ไม่ใช่แยแสเสมอไป

ฝ่ายทรัพยากรบุคคลหรือฝ่าย HR ที่เค้าจะมีการเลือกบุคลากรเข้ามาทำงานในศูนย์ประชุม มันก็สำคัญอยู่แล้ว แต่เหมือนกับบางที่โรงแรมมันดูเหมือนสวยงาม มันดูน่าสนุก แต่มันก็เหนื่อย เพราะฉะนั้นเด็กบางคนก็ไม่เข้าใจ เราสังเกตเอง แม้กระทั่งอุตสาหกรรมเราเองมีการ Turn Over สูง บางที่ก็อาจจะอยู่ไม่นาน ก็เลยทำให้ดูเหมือนบุคลากรดูเหมือนจะหายาก เพราะฉะนั้นมันก็ต้องสำคัญอยู่แล้วในเรื่องของ Service Mind และความอดทน และยิ่งทำเป็น Convention มันจะเหนื่อยเพิ่มขึ้นหลายเท่ามากกว่าโรงแรม โรงแรมดูเหมือนจะมีการจัดงานบ่อย แต่ว่า Scale มันไม่ใหญ่ ส่วนมากก็จะเหมือนห้องประชุม แต่งานของศูนย์จัดการประชุม Scale มันใหญ่มาก ระบบการจัดการเค้าก็ต้อง Rotate คนดี ๆ บางทีอย่างของเราเนี่ยไม่ใช่ว่าเข้าจบเย็นจบ มันต้องมี Set up กันมาก่อน เพราะฉะนั้นการ Rotate คน คนที่เรา Deal สมมุติว่าเรา Deal กับคนนี้ แต่พอส่งต่ออีก ไม่ต้องให้เหมือนเดิมนะ บางที่มันข้าม Shift ไปแล้ว ข้ามเวลาไปแล้ว มันเหมือนว่าบางคนเคยมีประสบการณ์ บางคนเตรียมการกันไม่พร้อม HR ก็ควรจะคัดเลือกคนที่อย่างน้อย ๆ คือคนที่สามารถดูงานได้ทั้งไทยทั้งเทศ คนที่มีความอดทน มี Service Mind เพราะว่าความรู้ตรงนั้นมันไม่มีใครสอน ถึงแม้ว่าเรียน Hotel Management มาก็จริง แต่ Hotel Management เมื่อมันมาเป็นตัว Convention มันก็ต้อง Adapt ไปอีกแบบหนึ่ง ความรู้ Knowledge ต้องพร้อมที่จะเรียนรู้ใหม่เพราะมันหาโรงเรียนสอนยาก ไม่เหมือนกับ Hotel Management ที่มีเปิดสอนทั่วไป

HR สามารถเปิดโอกาสให้คนรุ่นใหม่ที่ไม่มีประสบการณ์มาทำก็ได้ แต่ต้องคัดเลือก คือต้อง Screen เรื่องทักษะภาษา ทักษะการสื่อสาร ส่วนตัวเนี่ยพร้อมมั้ยในการที่จะเจอคนเยอะ ๆ ปรับเปลี่ยนอะไรได้อย่างรวดเร็ว มีความยืดหยุ่น มี Dynamic มั้ยอะไรอย่างนี้ และก็อดทนเรียนรู้ บางทีพอเรียนรู้มาถึงจุดหนึ่ง บางคนรู้สึกไม่สนุก เหมือนกับว่าทำเหมือน ๆ เดิมแต่จริง ๆ ก็ไม่เหมือนเดิม พอเจอลูกค้าใหม่ ๆ ก็ไม่เหมือนเดิม แต่หลักการมันเหมือนเดิม และยังต้องให้เค้ามีความเข้าใจและมีความตระหนักว่าจริง ๆ แล้วงานมันเป็นประมาณนี้ เราไม่สนใจว่า HR จะรับเด็กจบเมืองนอกหรือไม่จบเมืองนอก เอาแบบที่ทำงานและเรียนรู้งาน บางคนจบเมืองนอกมากี่ทำงานไม่เป็น มาถึงก็อยากเป็นผู้บริหารเลย ทำอะไรก็ไม่เป็นตั้งแต่ต้น บางคนก็เรียนรู้ตั้งแต่ต้นแล้วก็ได้ ๆ ขึ้นไปอะไรอย่างนี้

ในส่วนของศูนย์ประชุมเองจะมีทั้งบุคลากรทั้งแบบส่วนหน้ากับส่วนหลัง คือส่วนที่ต้องเจอกับตัวลูกค้าเองแล้วก็ส่วนที่ไม่ค่อยได้เจอเท่าไร พวกฝ่ายการเงิน ฝ่ายบัญชี แต่ส่วนที่เป็นฝ่ายที่ถูกประเมินก็ต้องเป็น Sales กับ Operation รองลงมาก็จะเป็นส่วน Set up ต่าง ๆ อีกส่วนหนึ่งที่เห็นมาก ๆ ก็จะเป็น Back Office ซึ่งมีผลต่อการประเมินว่างานมันได้รับการถ่ายทอดไปเข้าใจหรือเปล่า กระบวนการของกลุ่มคนที่ทำ Set up กลุ่มคนที่ทำเรื่องอาหาร สมมุติว่าอาหารนี้เลิฟฟ่อน

หน่อย อาหารนี้อาจจะไม่ได้เวิร์ก ผลของงานมันออกมาแล้วว่าอาหารแย่ อาหารคุณภาพไม่ดี แต่บางทีการเงินคงไม่มีผลต่อการประเมินเท่าไร คนที่อยู่ส่วนหน้าซะมากกว่าที่โดนประเมินเป็นคนแรก ๆ คนที่ต้องมาสัมผัสกับเรา Sales และ Operation หลังจากนั้นก็จะเป็น Backup อื่น ๆ ที่เกี่ยวกับงานโดยตรง ก็คือทีม Set up ทีมบุคลากร ทีมบริการ ทีมอาหารอะไรอย่างนี้ รวมถึงพวก รปภ. แต่มันคือส่วนประสานงานกับฝ่าย Operation แล้วกระจายไปถึงส่วน Security ต่าง ๆ แต่สองคนทีมหลักที่โดนประเมินคือ Sales และ Operation

ถ้าจะระบุสาเหตุที่จะมีผลกระทบต่อความพร้อมด้านบุคลากร ความคิดเห็นส่วนตัวก็คิดว่ามันเป็นเรื่องของ Service Mind มากกว่า มันมีผลกระทบเร็วมาก เพราะ Sales บางคนก็ต้องมีเป้าหมายอด บางครั้งถ้าพูดเรื่องเป้าหมายอดมาก ๆ เนี่ยมันก็ไม่สนุกละ เราต้องจ่ายคุณเท่าไร อะไรอย่างนี้ เรากลับมามองไปถึงอีกข้อหนึ่งว่าเราจะเป็นลูกค้า Long Term มันขึ้นอยู่กับบริการของคุณ บางทีคุณถูกกว่าแต่ไม่ใช่เราจะพุ่งเข้าไปหาถ้าคุณบริการไม่ดี แล้วส่วนที่ทำให้มันไม่สนุกหรือเห็นถึงความไม่พร้อมก็คงจะเป็นในเรื่องของการ Reaction อะไรต่าง ๆ การแก้ไขปัญหา ก่อนหน้างานการเตรียมงาน โอเคมันมีการ Follow Up กับเรา ไม่ใช่เราส่งอีเมลไปแล้วหาย โทไปไม่รับสาย ไม่โทรกลับ นี่คือการเตรียมงาน แต่ถ้าเป็นหน้างานแล้ว ความฉับไว ความพร้อมเพรียง ความตื่นตัวในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าพร้อม กับเรา เพราะว่าเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา นั่นคือตัวประเมินมากกว่าว่าพร้อมหรือไม่พร้อม

การที่มีศูนย์ประชุมสวญหาไม่ได้เป็นตัววัดว่าบุคลากรคุณพร้อมหรือไม่พร้อม มันอยู่ที่กลุ่มบุคลากรและตัวคนนั้นด้วย เรื่องการเตรียมงาน คำแก้ปัญหาให้กับเรามากน้อยแค่ไหน เตรียมงานพร้อม กับเรามากน้อยแค่ไหน ให้คำแนะนำกับเรามากน้อยแค่ไหน คือเราก็จัดงานมาหลายที่เรา ก็รู้ว่าที่นี้กฎเป็นอย่างไร แต่บางทีเราก็ก็นึกถึงควรจะให้ข้อมูล Support เราด้วย เป็นเรื่องของบริการมากกว่า อีกอย่างหนึ่งก็เข้าใจว่าคนที่อยู่หน้างานกับเราอาจจะไม่ได้มีอำนาจอนุมัติร้อยเปอร์เซ็นต์ อำนาจในการส่งต่อถึง Supervisor เร็วมากน้อยขนาดไหน แล้วการตอบกลับมาถึงเรา Say Yes, Say No กับเราได้มากน้อยขนาดไหน มันต้อง Yes และ No เท่านั้นไม่มีก้ำกึ่ง ถ้า No แล้วยังไงก็ต้องมีการยืดหยุ่น ยืดหยุ่นแบบไหน บางทีก็อาจเปลี่ยนมาทำแบบนี้แทน หรือทำได้แต่ทำได้ในกรอบแค่นี้ Full Stream เหมือนที่เราต้องการไม่ได้ ก็ต้องมีข้อมูลมีทางเลือกให้กับเราด้วย คือ Service Mind เป็นส่วนใหญ่ และมีความฉับไวในการช่วยเหลือต่าง ๆ สำคัญ

ถ้าพูดถึงการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า การให้บริการ การให้ความช่วยเหลือกับตัวลูกค้า ก็ฟังเหมือนที่เกิดจากประสบการณ์เป็นอันดับหนึ่ง แล้วรองลงมาก็จะเป็นทักษะความรู้ มันอยู่ที่ว่าองค์กรแต่ละองค์กรมีการแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกันอย่างไร เพราะคนที่มีการประสบการณ์ก็คือคนที่มา

เป็นผู้บริหารหรือเป็นระดับ Manager ระดับ Director ที่จะต้องส่งผ่านความรู้ให้กับทีมที่เป็น Junior ลงไปเรื่อย ๆ ซึ่งประสบการณ์มันบ่งบอกได้ถึงการพัฒนาขึ้น ยกตัวอย่าง พารากอน ก็ที่เคยไปใช้บริการครั้งแรกที่เปิดใหม่ ๆ ไม่ถึงปี ทุกอย่างดูลูกขลังไปหมดเลย แต่เมื่อปีที่แล้วกลับไปใช้เค้านี้อีก ทุกอย่างดีขึ้น ทั้ง ๆ ที่เป็นคนกลุ่มเดิม ทีมงานกลุ่มเดิม ซึ่งดูว่าเค้านี้อาประสบการณต่าง ๆ มาปรับปรุงพัฒนา ตอนแรกมีปัญหาเกี่ยวกับการ Communicate คนที่นี่ แล้วของเค้าก็ยากเพราะเค้าอยู่พ่วงกับศูนย์การค้า การบริหารจัดการคนละส่วนงานกัน แต่ครั้งหลังนี้ดีขึ้นมากเลย

งานของพวกเรามันเป็นงาน On the Job Learning, On the Job Training ถึงมี Manager มาบอกคุณว่ามันเป็นอย่างนั้นอย่างนี้ แต่ถ้าคุณไม่เจอจริง ๆ คุณก็ไม่วันทะลุกำแพงมันเป็นอย่างนี้ อันนี้อาจจะเป็น Case ใกล้เคียง คือคุณเจอลูกค้าโดยตรง คุณก็จะรู้ว่าควรแก้ปัญหาอย่างนี้ แล้วคุณก็จะเอาไป Adapt ใช้ได้ ปรับเปลี่ยนใช้กับลูกค้าอื่น ๆ ต่อไป ก็เชื่อมั่นในเรื่องของประสบการณ์ อยู่ที่ว่า คุณจะเรียนรู้กับมันหรือเปล่า

หากมองว่าบุคลากรของศูนย์ประชุมของประเทศไทยเองควรจะได้รับพัฒนา ด้านใดอีกบ้าง เพื่อที่จะรองรับงานไมซ์ หรือเราควรมีการส่งเสริมหรือเพิ่มเติมในส่วนไหนที่ทำให้การบริการของพนักงานครอบคลุมและประทับใจลูกค้ามากที่สุด อันนี้ก็ต้องยาก เพราะก็รู้สึกที่ว่าที่เค้าทำมามันก็ดีขึ้นแล้ว คือคนที่ทำงานมานานงานนานาชาติมา เค้านี้อาจจะทำกับเรา พร้อมที่จะ Communicate กับลูกค้า พูดได้อะไรได้ แต่อาจจะไม่ทุกคน ในเรื่องของ Skill ทักษะในการสื่อสารมันก็มีประโยชน์ เด็กรุ่นใหม่หลาย ๆ คนพูดหลาย ๆ ภาษามันก็ดี มันก็เป็นประโยชน์กับตัวเค้า และก็จะเป็นเรื่องของ Service Mind และความอดทน มีใจรักในด้านนี้ก็จะดี ถ้าประเมินความพร้อมของตัวบุคลากรของเมืองไทยเราก็คงไม่น้อยหน้าใครเหมือนกัน

ลูกค้าของศูนย์ประชุมจะมี 2 แบบ คือ ลูกค้าตัวกลางและลูกค้าตัวจริง คือถ้านั้นเป็นโฮล์ของเราเอง เรายังจะเป็นลูกค้าจริง ๆ แต่ถ้าเกิดเป็นของลูกค้านั้น เรายังต้องเป็นคนกลางเพราะเราเป็นตัว Management งานให้เค้าอีกที ซึ่งในมุมมองของลูกค้านั้นจริงที่เป็นชาวต่างชาติเท่าที่เคยสัมผัสมาก็จะมี Feedback กับศูนย์ประชุมบ้างเหมือนกัน แต่ไม่ใช่ว่าไม่ Happy กับบุคลากร ส่วนใหญ่จะไม่ Happy กับ Facility มากกว่า หรือด้วย Location มากกว่า ถ้าเทียบเป็น Service หรือ Product จะเป็นด้าน Product สะท้อนใหญ่ กับคนเค้านี้อาจไป React ไม่มากเพราะว่าเค้ามี Organizer เค้าจะให้เราปะทะโดยตรง แต่ถ้าเป็นเรื่องของ Product เหมือนกับว่าอาหารไม่ดี แอร์ไม่เย็นอะไรอย่างนี้ ใ้พวกอุปกรณ์อะไรต่าง ๆ พวก Equipment ที่มันมีผลกระทบต่อการทำงานงานดู Drop ลงจะเป็นอย่างนั้นมากกว่า การ Maintenance มันไม่ดี การบำรุงรักษาไม่ดีมีผลมาถึงงานเราแทนที่จะได้อะไรที่ดีกว่านี้ แต่ถ้าเกิดเป็นลูกค้าที่เป็นสมาคมก็อาจจะขอเรื่องความยืดหยุ่น เค้าจะมี

การต่อรอง บางทีลูกค้ากับเราก็จะไปช่วยกันต่อรองจะเป็นเรื่องของความช่วยเหลือมากกว่า โดยรวม ๆ แล้วมันก็ไม่มากถ้าจบแบบไม่มีกรณีพิพาทอะไรกันจริง ๆ ก็จะเป็นเรื่องคุณภาพของบุคลากรมากกว่า

ถ้าจากประสบการณ์ไม่ค่อยมีปัญหาเรื่องตัวบุคคล เพราะว่า Sales เค้าก็ทำตามกฎของบริษัท ในขณะที่เค้าก็ต้องรู้ว่าลูกค้าแต่ละคนของเค้าต้อง Treat กันยังไง แต่เรามักจะขอความช่วยเหลือเค้ามากกว่า เช่น ถ้าเรามีปัญหาจะลด Hall คุณจะช่วยไม่คิดค่าซาร์จเราได้มั้ย ส่วนใหญ่ถ้าจากประสบการณ์ตัวเอง ไม่มีปัญหา แต่มันจะมีปัญหาแบบที่ว่าเราขอ เค้าไม่ให้ เค้าก็จะแบบเถรตรงอะไรอย่างนี้ จะเป็นเรื่องของความยืดหยุ่นมากกว่า แต่ถ้าลูกค้าไม่ได้ Deal โดยตรงเป็นเรื่องของ Management เรื่องของการจัดการลูกค้าจะไม่ค่อยมีปัญหา ลูกค้าจะพูดคุยกับระดับ Sales หรือเจ้าของไปเลย

อุตสาหกรรมไมซ์ในเมืองไทยมันก็ดูเติบโตนะ เท่าที่เห็นเนีย M and I (Meeting and Incentive) มันยังไปได้อยู่ เพราะว่ามันเหมือนเป็นการท่องเที่ยวเป็นรางวัลมันคงไปได้ ถ้าไม่มี Effect เรื่องของการเดินทางหรือว่าการเมืองมากมาย แต่ว่าเรื่องของ Conference and Exhibition มันเป็นเรื่องที่มันมี Demand ในตัวของมันเองที่ว่า Facility ในเมืองนั้น ๆ จะต้องพร้อมนิดนึง เพราะว่าเค้ามา 2-3 วัน แต่คือเค้าไม่ได้มาเที่ยว เค้าไม่ได้มาประชุมเชิงวิชาการแล้วบางที่มันรวมไปถึง Trade Show เป็นเรื่องของต่อรองธุรกิจอะไรต่าง ๆ เพราะฉะนั้น Facility มันควรจะต้องพร้อม ก็มีความรู้สึกเองนะ นี่เป็นความรู้สึกส่วนตัว ส่วนคนที่มีส่วนเกี่ยวข้องในกิจการนี้ไม่ว่าจะเป็น TCEP เค้าจะคิดเหมือนเราหรือเปล่า คือเมืองเรามันขาดการวางแผนที่ดี คือบางทีไปคิดเห่อตามเค้า ขณะเดียวกันตัวเมือง สภาพเมือง การจัดการเมืองของเรา มันก็ดู Making Mess up มากมาย ถามว่านี่ดีขึ้นมั๊ย ก็ดีขึ้น แต่มันไม่มี Link Gate ปลายทางให้คนไปถึงอย่างง่าย ๆ มี Airport Link อะไรต่าง ๆ บางทีคนที่มาประชุมเดินทางคนเดียวก็ช่วยเหลือตัวเองได้ ก็รู้สึก Facility มันก็สำคัญ ถ้า Facility เราดี ความปลอดภัยในเรื่องต่าง ๆ ของเมือง ความมั่นคงของเมือง และการที่ทำให้เมืองน่าอยู่น่ามาเที่ยว จะกลายเป็นตัวดึงดูด Convention Exhibition เหมือนกัน อย่าง Meeting Incentive เค้าไปตามเมืองท่องเที่ยวต่าง ๆ ก็ได้ เค้าก็ไปแค่นั้น แต่อย่างตรงนั้นมันมีศูนย์ประชุมพร้อมมั๊ย ศูนย์ประชุมก็ต้องอยู่ในเมืองใหญ่หรือหัวเมืองหลัก ต้องให้พร้อม หรือสมมติว่าไปหัวเมืองหลัก เช่น เชียงใหม่ ภูเก็ต พาเค้าไปถึงสะดวกรวดเร็วมั๊ย อย่างเราก็มีข้อจำกัดมันไม่ใช่ทุกระบบ Transportation ก็พวถ้าเมืองพร้อม เมืองมีความสร้างสรรค์อยู่ในตัว แล้วก็เมืองมีความน่าดึงดูดเค้าก็มา ไม่ใช่ดึงดูดแค่การช้อปปิ้ง มันน่าจะรวม ๆ กัน อย่างที่เราพยายามทำ ถ้าเรา Integrate หลาย ๆ อย่างให้เป็นการดึงดูดคนเข้ามา คิดว่าเราก็ไปได้ เราก็มีด้านที่ดีของเราอยู่

มีวัฒนธรรมอะไรต่าง ๆ ที่เอาเข้ามาผสมได้ ความพร้อม ความสมบูรณ์ของระบบสาธารณสุขประเทศต่าง ๆ พอเค้ามารู้สึกปลอดภัย ปลอดภัยเรื่องการเมืองก็ส่วนหนึ่ง ปลอดภัยในเรื่องทั่ว ๆ ไปอีกอย่างหนึ่ง แล้วบุคลากรเราไม่ได้ยินยอมให้ใคร พอเค้ามารู้สึกไม่ได้เจอแต่บุคลากรของพวกเรา เจอคนอื่นทั่วเมือง ตำรวจ เจอคนนั้น คนนี้ ช่วยเหลือเค้าได้มากน้อยแค่ไหน มีจุด Information ต่าง ๆ พร้อมมั๊ย ถ้าตรงนี้ครบวงจรเราก็ดีขึ้น เหมือนเราไปตามเมืองที่เค้าพัฒนาแล้ว เราไปแล้วไม่รู้อะไรแต่มีคนให้ข้อมูลเราได้ ไม่ใช่เป็นใบ้หรือดูสับสนไปหมด ถ้าไม่นับว่าการเมืองว่ามีผลต่อเมืองมันควรพัฒนาด้วยตัวของมันเอง คือเราควรจะพร้อมในการต้อนรับลูกค้ากลุ่มนี้ด้วย

ถ้าพูดในฐานะคนทำงาน คือ TCEP รับนโยบายรัฐบาลมาอีกที ก็รู้สึกเหมือน TCEP ทำการท่องเที่ยวหรือส่วนอื่น ๆ ที่เมืองไทยทำอยู่แล้วในปัจจุบัน ทำเหมือนไฟไหม้ฟาง คือทำไปแค่นั้นมันไม่ได้คิดถึงภาพรวม นี่คือปัญหาของประเทศไทย นี่คือการรู้สึกส่วนบุคคลว่าบ้านอื่นเมืองอื่นเค้าพัฒนาปรับเปลี่ยนได้ เมื่อเค้าตั้งใจจะปรับเปลี่ยน เปลี่ยนจากหน้ามือเป็นหลังมือ เปลี่ยนแบบจริง ๆ จัง ๆ ซึ่งเป็นเรื่องที่เราต้องช่วยกันแต่จะหาอย่างไรให้มีความยั่งยืน ไม่ต้องมาลู่ไปลู่มา เอนไปเอนมา เฉพาะสถานการณ์ที่มันเฉพาะหน้าไม่เป็นไร แต่ว่าโครงสร้างพื้นฐานเรา นโยบายพื้นฐานเรามันไม่เฟิร์มเลย

ใช่ แล้วเน้นปริมาณและเน้นให้ความช่วยเหลือ มีความรู้สึกว่าจะช่วยอย่างไร ถ้าช่วยแค่โปรโมตก็ทำใจเกิด แต่ถ้าคิดอะไรหลาย ๆ อย่างที่มันไม่ Make Sense การช่วยเหลือ Support มันไม่ได้ Make Sense โอเคเค้าอาจจะมี Criteria แต่ Criteria ของเค้านั้นไม่นิ่ง ดูแปลก ๆ ถ้าอย่างนั้นเค้าทำโปรโมตอย่างเดียวดีกว่า การสนับสนุนแบบนี้มันไม่ใช่จะได้ผลหรอก

การพัฒนาบุคลากรที่จะเข้าสู่อุตสาหกรรมไมซ์ของ TCEB ที่มีโครงการฝึกอบรมต่าง ๆ มากมาย ถ้าเกิดให้ผล Appreciate กับคนอื่น ๆ นอกวงการอะ TCEP ก็มีสิทธิ์ทำได้ แต่มันไม่ใช่ภาระหน้าที่ของตัวสถานทีนั้น ๆ ที่จะต้องมานั่งทำให้คนอื่น แต่ที่ TCEP ทำในด้านทฤษฎีมากไปหรือเปล่า ก็รู้สึกว่ามันน่าไปก็ได้รับความรู้ ได้องค์ความรู้จริง ๆ ก็เป็นแบบนี้ แต่ถ้าเค้าไม่ได้อยู่ในโลกของความเป็นจริงคือไม่ใช่คนที่ทำงานโดยตรง ส่วน TCEP ต้องทำหน้าที่ให้ถูกด้วยถ้าเค้าจะมีแผนพัฒนาองค์กรอะไรของเค้า ถ้าทำได้ก็โอเค แต่คนพวกนี้จะกลับเข้ามาสู่ธุรกิจนี้ อุตสาหกรรมนี้สักกี่คน แต่ถ้าเค้าพัฒนาบุคลากรที่มีอยู่แล้วก็โอเค

TCEB ก็มีความรู้สึกที่เค้าจะเป็นการแชร์ เช่น เชิญ Speaker ที่น่าสนใจมา มันจะเป็นการแชร์มุมมองมากกว่า แต่ถ้าเกิดเป็น Training ของบริษัท ก็คิดว่าเค้าเป็นการเอาข้อเท็จจริงเหตุการณ์จริงมาแชร์ร่วมกันด้วย มันก็จะเป็นส่วนหนึ่ง ซึ่งคิดว่าบริษัทคงอาจจะไม่ทุ่มทุนมากมายนักที่จะเชิญวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิจากต่างประเทศหรือในประเทศเองมาบ่อย ๆ เพื่ออบรมให้กับ

พวกองค์กรตัวเอง อันนี้คือโดยเฉลี่ยก็ไม่น่าจะเป็นอย่างนั้นอยู่แล้ว แต่ก็อาจจะมีฝ่าย Training ซึ่งเค้าคอยรวบรวมปัญหาหรือรวบรวมประสบการณ์ต่าง ๆ แล้วมาแลกเปลี่ยนว่าอย่างนี้ไม่ดี ควรพัฒนาปรับปรุงนะ แต่มันจะคนละแบบกับที่ TCEP Train คือถ้า TCEP Train ก็อาจจะเป็นวิชาการมากหน่อย

ถ้าถามว่าก็ดีมัย ก็ไปได้ แต่คนจะเอาไปปรับใช้ได้ขนาดไหน บางทีการ Train มันไม่ได้ทำให้คนมีความพร้อมขึ้นมาเลยในขณะนั้น มันต้องดูส่วน Long Term ซึ่งไม่รู้หลังจากนั้นเป็นหน้าที่ของ TCEP หรือเป็นของแต่ละองค์กรในการที่จะติดตามว่าเค้าส่งคนไป Train แล้วมันได้อะไรกลับมา มันได้อะไรพัฒนาขึ้นมัย ซึ่งจะมีสักกี่องค์กรที่จะติดตามแบบนี้ TCEP ก็มีหน้าที่นำเสนอ มีหน้าที่ทำข้อมูล แต่ไม่แน่ใจว่าเค้ามีหลักเกณฑ์อะไรในการวัด คือเค้าก็จัดแค่นี้ วันนี้ 3 วัน 2 วัน 1 วันอะไรอย่างนี้ หลังจากนั้นมันเพิ่มขึ้น ดีขึ้น ปรับปรุงขึ้นหรือแย่ลงอย่างไร ซึ่งก็ไม่แน่ใจว่าแต่ละบริษัทเป็นยังงัยกันบ้าง

ถ้าพูดถึงการประเมินคุณภาพของตัวศูนย์ประชุมเรื่องของการให้บริการ เรื่องราคาเราคงกำหนดไม่ได้ เพราะเรารู้กันอยู่แล้วว่ามันเป็นราคาตลาด ถ้าแพงมากเกินไปก็ไม่มีใครอยากซื้อ ขึ้นอยู่กับ Location ด้วย แต่ถ้าเกิดเป็นหน่วยงานที่ควบคุม ไม่แน่ใจว่า จริง ๆ TCEP ก็น่าจะคุมได้ น่าจะมีหลักเกณฑ์การประเมินว่าแต่ละศูนย์ประชุมควรจะมีคุณสมบัติในระดับไหนอย่างไบบ้าง คือคุณสมบัติอื่น ๆ ด้านเทคนิคอย่างนี้ต้องขออนุญาตจากรัฐอยู่แล้ว รัฐก็ต้องมาดูแลระดับหนึ่ง แต่ถ้าเป็นเรื่องว่าจะคุมอย่างไร TCEP ก็น่าจะคุมได้ ดูในคุณภาพของ Venue แต่ก็น่าจะดูเรื่องของสิ่งแวดล้อมด้วย ซึ่งมองว่าเป็นผลพวงต่อเนื่องว่าจบงานไปแล้ว เรื่องสิ่งแวดล้อมน่าจะมีคนมาตรวจสอบ น่าจะช่วยอะไรได้หลาย ๆ อย่าง แต่ว่าศูนย์ประชุมมันจะคล้ายกับโรงแรม ด้านคุณภาพเค้าอาจจะไม่ได้เข้ามาดูเป็นพิเศษ แต่มันจะเป็นในลักษณะว่าสิ่งแวดล้อมความปลอดภัยในการทำงานนั้น ๆ ถ้าจะเข้ามาดูก็ต้องเข้ามาดูเรื่องการวางแผนการรักษาความปลอดภัย เรื่องของ Safety Security ต่าง ๆ

ถ้าให้มองกลับมาที่ตัวเราเองในฐานะที่เรา Organizer คิดว่าความพร้อมด้านบุคลากรของ Organizer ที่จะ Service ลูกค้ากลุ่ม MICE ของเรามีความพร้อมในระดับหนึ่ง แต่ไม่ได้เป็นความพร้อมร้อยเปอร์เซ็นต์ตลอดเวลา อย่างที่บอกว่าอุตสาหกรรมนี้พอเข้ามาบู๊บ เหนื่อย ยิ่งคนเป็น Exhibition Trade Show เหนื่อยมาก คนก็จะ Turnover กันสูง ที่ว่าเรา Train กันไปได้ดี 2 ปีกำลังจะเข้าปีที่ 3 ก็บ๊ายบาย ต้องเอาเด็กใหม่มา พอเด็กใหม่มา ความมั่นใจในการตัดสินใจอะไรต่าง ๆ มันก็จะน้อยลง มันก็จะมีผลต่อการทำงานเหมือนกัน แต่ถ้ารับคนมาในสาขาที่เราจะทำ คือคุณรู้อยู่แล้วว่าจะต้องทำงาน International เพราะฉะนั้น Skill พื้นฐานคุณต้องพูดภาษาอังกฤษได้ คุณต้อง

พูดสื่อสารได้ ไม่ใช่แบบไม่ได้เลยไม่เข้าใจเลยเราคงไม่รับ แต่ถ้าบริษัทนั้นดูแล้วว่าตัวเองไม่ได้ Flow For International Show จับเฉพาะ Local Focus ก็คงไม่จำเป็น แต่ก็พบว่า ณ วันนี้ก็จำเป็นไม่มากนัก น้อย ถ้าภาษาไม่ได้เลยคิดว่าลำบาก เพราะหนึ่งคือเราไม่สามารถจะบอกได้ว่าเราจะทำงานอะไร เราจะปฏิเสธงาน International ไปเลย เพราะเรามีบุคลากรคนหนึ่งที่ไม่พร้อม ซึ่งตอนนี้ตัวเองก็มีประสบการณ์ที่คนไม่พร้อม คือกลัวเวลาไปเจอลูกค้าต่างชาติแต่อยู่ในทีมเรา เพราะงานเราไม่ได้ กำหนดว่าต้องเป็น Inter อย่างเดียว แต่อย่างบริษัทเก่า นายเป็นฝรั่งมันก็ต้อง Screen คนที่พูดภาษาอังกฤษได้เพราะว่าเจ้าของบริษัทเป็นฝรั่ง อย่างน้อยก็ต้องพูดได้ สื่อสารกับแกไม่รู้เรื่องแกก็ไม่รู้ว่าจะไปสื่อสารกับใคร อย่างบริษัทคนไทยมันมีการ Rotate คนไปมา ใครอยากจะทำสนใจด้านนี้ก็มาทำ มันมีข้อจำกัด พอไม่ได้มันก็ลำบากในการรับงาน เหมือนกับบุคลากรเราหายไป 1 คน เราไม่สามารถให้เค้าไปทำงาน Deal งานกับลูกค้าได้ แทนที่จะสามารถมาแบ่งเบาเราก็ไม่ได้เพราะเค้าไม่พร้อม ก็มีเหมือนกัน ถามว่าพร้อมมั๊ย ไม่พร้อมร้อยเปอร์เซ็นต์ หายาก Skill พร้อมได้ Skill พื้นฐานพูดสื่อสารได้ แต่ความมั่นใจในการทำงานก็ยังไม่ยังไม่เป็น เมื่อมีคนขาดหายคนใหม่เข้ามาคนเก่าออกไป มีผลเหมือนกัน

จะเห็นว่าอัตราการ Turnover ค่อนข้างสูง คือเด็กก็มีความเป็นเด็ก หลาย ๆ คนที่เข้ามาบางคนไม่รู้จักธุรกิจนี้เลย สมัยก่อนเรานึกถึงตัวเองตอนที่เรามาทำงานนี้แรก ๆ Service Mind ก็ระดับหนึ่ง อดทนต้องมากกว่า บางคนมีความคาดหวังว่า Organizer เหมือนเป็น AE เดินลัลลาก็ไม่ใช่ คิดว่าจะเป็น Organizer Event ธรรมดา ปิดทองหลังพระ กันพระ ทำดีเสมอตัว ทำชั่วก็โดนติดดินเหมือนเดิม มันจะเป็นเรื่องที่ว่าความคาดหวังของคนที่จะเข้ามาทำงาน บางคนเค้าไม่ได้คาดหวัง เค้ามองผิด เค้าก็จะไม่ Happy ก็จะไปเร็ว เพราะฉะนั้นมันก็จะหายากบุคลากรที่หนึ่ง ๆ อยู่ในอุตสาหกรรมนี้ 10 20 ปี อย่างงานบัญชี 10 20 ปี บางทีมันล้ามันเหนื่อยก็ต้องคอยหาคนรุ่นใหม่คนรุ่นใหม่มาแทน ซึ่งก็หายาก

ถ้าเทียบระหว่างคนรุ่นใหม่กับคนรุ่นเก่า ซึ่งคนรุ่นเก่าเนี่ยก็จะมีคนที่พัฒนากับคนที่อยู่เดิม ๆ ไม่ปรับเปลี่ยนกับคนรุ่นใหม่ อันไหนมันน่าจะมีแนวโน้มของการพัฒนาหรือการเพิ่มคุณภาพของการบริการได้ดีกว่ากัน เอาคนเก่าไปพัฒนาหรือเอาคนใหม่มาดีกว่า อันนี้คงต้องให้ 50-50 เพราะคนรุ่นเก่าเค้าเป็นอยู่แล้ว มันก็พัฒนาไปได้เรื่อย ๆ ตามประสบการณ์และสามารถถ่ายทอดมาสู่คนรุ่นใหม่ คนรุ่นใหม่จริง ๆ คือเราก็ไม่ได้อายุมากแต่เด็กที่มันเพิ่งจบมันก็ห่างจากเรา 10 ปี เรารู้แล้วว่าความแตกต่างมันมี เด็กไม่ทนงาน ความละเอียดไม่มี ไฮเปอร์ไปหน่อย สมองไม่ค่อยมี เราก็ต้องมีการตบกันนิดนึง Treat กันนิดนึง คิดว่าถ้าเรา Treat ความเป็นรุ่นเก่าให้เด็กรุ่นใหม่ มันคงผสมผสานกันได้ เด็กรุ่นใหม่เค้าก็ได้เรื่อง ITเทคโนโลยี ภาษาก็โอเค มันก็อาจจะมีความที่ไม่ได้ เพราะ

เมืองไทยมีภาษาแม่เป็นของตัวเองแต่ในเรื่องของทักษะการปรับตัว ก็ยังเชื่ออยู่ว่าการเป็นเด็กสมัยใหม่ที่กลวง ๆ สมัยนี้ที่มันกลวง ๆ ด้วยวัตถุ มีผลต่อการทำงานเด็กบางคนก็จะกลวงไปด้วยบางคนไม่แน่นอนเลย เด็กสมัยก่อนอย่างเราเนี่ยก็ยังเป็นน้ำไม่เต็มแก้วก็ยังซบ แต่เดี๋ยวนี้ไม่ ถ้าเราจะพัฒนาบุคลากรเป็นเด็กรุ่นใหม่เราก็ต้องพัฒนาเค้าด้วยไม่ใช่เฉพาะในเรื่องของ Skill ทักษะภาษาอย่างเดียวต้องพัฒนาอื่น ๆ ไปรอบตัว เพราะมันมีผลต่อการทำงานในทักษะอุตสาหกรรมนี้ ถ้าทักษะตัวเค้าเอง กลวง แ่ ก็จะมาถึงทักษะการทำงานแ่ด้วย

มุมมองอื่น ๆ ที่อยากจะแชร์เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ ก็คิดว่าเมืองไทยเค้ามี Fam Trip หลาย ๆ อย่างไปดูเมืองนอก ไม่ต้องเขตยุโรปหรืออเมริกาก็ได้ เอาเขตในอาเซียนเองหรือเขตเอเชียตะวันออกเฉียง ไปดูเค้า บางครั้งไปดูบ้างจะได้เอามาปรับในด้านของเทคโนโลยีความทันสมัย ทำให้ Venue มันพร้อม อัตราค่าขึ้นสักหน่อยคงไม่เป็นไร ยกตัวอย่างอินเตอร์เน็ต ไปดูหลาย ๆ ที่เค้าเปิด Wi Fi โดยที่ทุกคน Access ได้โดยที่ลูกค้าไม่ต้องเสียเงิน นั่นหมายถึงว่าเป็นมูลค่าเพิ่มให้กับลูกค้าแต่ในขณะเดียวกัน MICE ก็ต้องคิดเหมือนกันว่า Facility ของ Hall มันพร้อมขนาดนี้ เราโอเคที่จะจ่ายมัย เราก็ต้องพบกันครึ่งทางว่าเค้าก็อยากได้กำไรแต่ในขณะเดียวกันก็อย่าหักโหมมากนักที่จะเรียกทุนคืน มองญี่ปุ่นเป็นตัวอย่าง เค้าเปิดครึ่งหนึ่งให้ตัวเองมี Facility ตัวนั้นให้คนใช้โดยที่ไม่ต้องจ่ายเงิน โดยที่คนมา Convention ไม่ต้องจ่ายเงินก็มีเหมือนกัน ก็ไปเรียนรู้เรื่องของความพร้อมต่าง ๆ กลายเป็นศูนย์ข้อมูลให้กับลูกค้า ให้ข้อมูลอย่างพร้อมเพียงมัย ทักษะภาษาพื้นฐาน หรือบางคนไม่พูดภาษาอังกฤษมีการช่วยเหลืออย่างไรบ้าง มีอะไรให้ถาม มีล่ามแปลมัย สามารถทดทาล่ามให้เค้าได้มัย หรือแบบเป็นข้อมูลเบสิคมีหูฟังให้เค้ามัย เป็นเทปต่าง ๆ อะไรอย่างนี้ เหมือนเวลาไปเที่ยวต่างประเทศก็ยังเลือกได้ว่าอันนี้บรรยายเรื่องพระ เรื่องโบสถ์ มหาราชวัง คือเค้าสามารถสลับภาษาได้ อันนี้เข้าใจ จันเรามาลองทำดูมัยว่าถ้าเกิดคนนี้นั้นไม่พูดภาษาอังกฤษ จะมีแนวโน้มที่จะช่วยเค้าได้อย่างไร คืออย่างนี้คนดูก็ช่วยได้ ออร์แกนไนเซอร์ก็ช่วยได้ คือความใหญ่ไม่ได้บงบอกอะไร ยิ่งใหญ่แล้วระบบการจัดการก็ต้องดีด้วย

ถ้าเป็นมุมมองของออร์กาไนเซอร์ ก็คิดว่ากาสนับสนุนก็ส่วนหนึ่ง เงินสนับสนุนจากภาครัฐเราก็อยากได้ งานจาก TCEP เราอยากได้ แต่บางที่เราเจอความไม่ยุติธรรมในเรื่องงานหรืออะไรแบบนี้ เราอยากได้ความยุติธรรม เราอยากได้ Criteria ในการตัดสินที่ไม่ใช่ Double Standard ไม่ใช่ Under Table ไม่ใช่แบบพูดกันลับหลังของงานนี้ นั่นคือ Lock Spec ถ้าคุณจะช่วยเหลือเราจริง ๆ คุณช่วยเหลือแบบแฟร์ ๆ แล้วเวลาเลือก Pitching กัน ตั้งใจเลือกที่ทำสาขานี้จริง ๆ ไม่ใช่เลือก Contractor มา Pitching งาน Conference เลือกของ Profile ของอีกคนนึง ไม่ใช่ว่าเลือกของคนที่ถูกใจไม่ถูกใจ บริษัทนี้ไม่ถูกกับ Association นี้ ไม่ใช่ แต่ว่า Profile เค้าดี คุณก็ต้องเลือกเค้า

มา Pitching ให้ Profile มันใกล้เคียงกันจะได้ตัดสินใจง่ายขึ้นหน่อย แล้วเคยตามไปดูมั๊ยสมมุติว่าคนที่คุณ So Proud ที่จะนำเสนอเค้า ยินดีที่จะแนะนำให้ลูกค้าเลือก ไป Follow up หลังงานบ้างหรือเปล่า มันควรจะมีผลต่อการเรียกเค้ามานะ Pitching จริงอยู่เค้าชนะได้ประมูลและที่ทำงานต่อไปแล้วลูกค้า Happy ก็เปเปอร์เซ็นต์ มีใครไปประเมินผลตรงนั้นหรือเปล่า ไม่ใช่ไปประเมินผลระหว่างลูกค้าต่อลูกค้า ลูกค้าต่อออกแอกไนเซอร์ คนที่คุณแนะนำเค้า บางครั้งผ่านการแนะนำ บางที่ไม่ต้อง Pitching ลูกค้าแค่เจ้าของลูกค้าก็เลือกกันเอง ไม่ต้องผ่าน Pitching สมมุติว่า TCEP ไม่ต้องช่วยประมูล ไม่ต้องช่วยdingงาน ลูกค้าแค่แนะนำพิกกับหนู ลูกค้าพอใจหนู แล้วหลังจากนั้นมีการ Follow up มั๊ย ว่าหนูทำให้งานมันฉิบหายวายปวงมั๊ย หนูก็จริงแต่คุณภาพได้หรือเปล่า บางครั้งการทำราคาถูกมันไม่ปลอดภัย ยิ่งงานเยอะงานใหญ่ ๆ มันก็ไม่ได้ตอบโจทย์เหมือนกันว่า Keep ได้ในระดับหนึ่ง คืออยากได้ความเป็นธรรม ถ้าจะช่วยเหลือช่วยเหลือขอเรื่องความเป็นธรรม จะโปรโมตก็ทำหน้าที่ของคุณไป ในส่วนของออกแอกไนเซอร์เองก็ควรต้องเป็นการพัฒนาคุณภาพ ถ้าเกิดว่าเราอยากได้งาน Inter เราก็ต้องพัฒนาบุคลากรของเรา แต่ประชาชนส่วนใหญ่ไม่รู้หรือว่าเรามีอะไรกันทำอะไรกัน บริษัท ต้องมีความซื่อสัตย์ในอาชีพของเรา คืออย่างบางคนเรารู้ว่าเราไม่ได้งาน แต่เรารู้ว่า Facility เรามีนะ ถึงแม้ว่าเราไม่ได้ทำงานกันเป็นหนอน พนักงานเราทำงานกันเป็นหนอนเป็นร้อย ๆ รู้ว่าเราแบ่ง Function รู้ว่าตั้งใจทำงาน เราไม่เคยปฏิเสธงาน แต่คุณบอกว่าเราแพงอย่างนี้ คุณได้งานอีกงานไปแล้วคุณเคยดูมั๊ยว่าบริษัทนั้น ๆ ทำงานเป็นอย่างไรบ้าง แต่เราก็ไปเรียกร้องกับใครไม่ได้ ก็ยังคงทำงาน ซื่อสัตย์ต่อการทำงาน ทำเต็มที่ ไม่ใช่ว่าทำเล่น ๆ หรือหมกเม็ด เพราะสุดท้ายผลเสียลูกค้าก็เอาไปว่ากลับหลังอยู่ดี

บทสัมภาษณ์ คุณอมรเทพ สิริวัฒน

Project & Creative Director, Upper Event (Thailand)

วันที่ 9 มกราคม 2554

จากประสบการณ์ที่ผ่านมามีโอกาสจัดงาน Event ที่เกี่ยวกับไมซ์มาพอสมควร จะแยกเป็นสองส่วน ส่วนแรกคือส่วนที่ทำงานไมซ์กับบริษัทเก่า ๆ กับอีกส่วนหนึ่งเป็นของ Upper Event เอง ถ้าเป็นส่วนเก่า ๆ ก็ได้ทำงานใหญ่ ๆ อยู่หลาย ๆ งาน โดยเฉพาะการประชุมแพทย์ที่เป็นระดับนานาชาติถึงระดับโลกเลย อันนี้ก็ค่อนข้างเยอะพอสมควร ซึ่งได้ร่วมงานกับ CM, Optimum อันนี้ก็มีค่อนข้างเยอะ แต่ในส่วนของ Upper Event เอง ส่วนใหญ่จะเป็นในกลุ่มของ Incentive รับรางวัลอะไรพวกนี้ก็ค่อนข้างจะมีเยอะ ส่วนใหญ่ลูกค้าที่มาจะเป็นกลุ่มของอินเดีย พวกในแถบเอเชีย ค่อนข้างเยอะ เอเชีย สิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย

สถานที่ที่ใช้ในการจัดกิจกรรมอีเวนต์ ถ้าพูดถึงในกรุงเทพฯ ที่ใช้อยู่ส่วนใหญ่จะเป็น Scale โรงแรม ในส่วนที่ Upper Event ใช้อยู่ เช่น Centara Grand, Shangri-La เพราะว่าด้วย Scale ของกลุ่มไมซ์ กลุ่ม Incentive ที่มาอาจจะไม่ได้ใหญ่มาก คนขนาด 1,000 คน แต่ว่าที่เป็น Scale ขนาดใหญ่ที่เคยใช้อยู่ ก็จะเป็นไปเทศ เพราะเค้ามีความพร้อมในการนำเสนองานอยู่ ค่อนข้างเยอะ ถ้าเป็นใน Part ของประสบการณ์ที่เคยทำงานร่วมกับออแกไนเซอร์อื่น คือมีหลาย पार्टीเข้ามาเกี่ยวข้องก็เคยมีอยู่หลาย ๆ ครั้งเหมือนกัน ในบางฟอร์มแน่นอนมันก็เป็น Exhibition ก็ มีอยู่หลาย ๆ ครั้ง เช่นงานที่ทำร่วมกับ Read Tradex

หากให้วิเคราะห์ในส่วนของคุณย์ประชุมในกรุงเทพฯ ซึ่งหลัก ๆ ก็มีเมืองทอง ไปเทศ ศูนย์ สิริกิต์ อันนี้ 3 ศูนย์ใหญ่อยู่แล้ว ถ้ารวมในส่วนของพารากอนฮอลล์ บีซีซี เซ็นทรัลเวิลด์ เข้าไปด้วยก็จะเป็น 5 แห่ง อันนี้ผมว่าขึ้นอยู่กับ Scale งาน ถ้างานขนาดกลาง ส่วนใหญ่มองว่าเป็นพารากอน เซ็นทาราแกรนด์ เนื่องจากอยู่ใจกลางเมืองและก็มีเรื่องของเสน่ห์ การช้อปปิ้ง เอ็นเตอร์เทนเมนต์ ประกอบ ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของไมซ์ น่าจะเหมาะกับอะไรที่เกี่ยวกับเรื่อง Facility เพราะไมซ์สิ่งสำคัญคือ Facility ที่จะมารองรับ ไม่ว่าเรื่องการเดินทางหรืออะไรอย่างนี้ อุปกรณ์เครื่องไม้ เครื่องมือ แต่ถ้าเป็น Scale ขนาดใหญ่ คือประเทศไทยยังไม่มีที่แบบรองรับเหมือนต่างประเทศ เหมือนสิงคโปร์ ที่ทุกอย่างอยู่ในที่เดียวกัน เช่น มีโรงแรม ที่พัก สถานที่ประชุม แหล่งช้อปปิ้ง ที่ท่องเที่ยว อยู่ในระยะที่ใกล้เคียงกันหมด เป็น MICE Center ประเทศไทยยังไม่มีสิ่งนี้ ก็เลยมองว่า ถ้าเป็นตัวเล็กลงมาขนาดใหญ่ในประเทศไทยมีอยู่ไม่กี่ที่ที่ส่วนใหญ่เป็นชานเมือง

หากในเรื่องของความพร้อมมองว่าเซ็นทาราแกรนด์ แม้ว่าจะใหม่แต่ด้วยทีมงานที่ ค่อนข้างมืออาชีพ การ Compromise กับลูกค้าเยอะๆ ไม่ Surface คือทุกอย่างเข้าใจว่ามันเป็น

เรื่องของกฎ แต่ถ้ามันมีความยืดหยุ่นกับลูกค้าเยอะ ๆ ก็จะเป็นความได้เปรียบของคนทำงานด้วย นี่เป็นมุมมองในฐานะที่เป็นอออกแบบในเซอร์

ถ้าผมจะไปที่ประเด็นความพร้อมด้านบุคลากรของสถานที่ทั้งหมดที่ผมมอง มองว่าไบเทคมีความพร้อมมากที่สุด เนื่องจากมีประสบการณ์ค่อนข้างยาวนานที่สุดในเรื่องบุคลากรที่พอมีประสบการณ์ ผ่านการ Train มาบ้าง หรือมีการโฟกัสในกลุ่มธุรกิจไมซ์ชัดเจน ไม่ใช่เป็นลักษณะของอีเว้นท์บ้าง หรือทุกอย่างมันดูเป็นกลาง ๆ ที่อื่นยังไม่มีภาพชัดเจนในเรื่องของความเป็นไมซ์ แต่ไบเทคมีประสบการณ์ ฉะนั้นทีมงานค่อนข้างที่จะใช้เวลาน้อยและได้ความเป็นมืออาชีพกลับมาเยอะ

คุณสมบัติของบุคลากรในด้านนี้ โดยพื้นฐานแล้วน่าจะเป็นเรื่องของการศึกษา น่าจะมีหลักสูตรหรือความรู้ชัดเจน แต่ด้วยปัจจุบันต้องยอมรับว่าด้วยอาชีพนี้ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มอีเว้นท์หรือกลุ่มไมซ์มักจะไม่มีสาขาเฉพาะเหมือนต่างประเทศที่ได้รับการ Train หรือการเรียนรู้มาอย่างเป็นระบบ ส่วนใหญ่จะใช้การปรับเพื่อมาทำงานให้เข้ากับไมซ์มากกว่า เพราะฉะนั้นถ้าผมมองว่าพื้นฐานเลย โดยทั่วไปที่น่าจะมีเป็นพื้นฐานเลย หนึ่งในเรื่องการบริหาร ด้วยอาชีพนี้อยู่บนพื้นฐานการบริการ สองคือเข้าใจในแง่ของธุรกิจจริง ๆ ว่าไมซ์คืออะไร ถ้าเข้าใจตรงนี้แล้วทุกอย่างก็จะง่ายขึ้น อันที่สามคือ Creativity เรื่องความคิดสร้างสรรค์ อาชีพนี้จำเป็นอย่างมากที่จะต้องมียุทธศาสตร์ จะมองว่าเป็นเรื่องพื้นฐาน 3 อย่างที่เป็นปัจจัยทำให้บุคลากรมีประสิทธิภาพหรือมีศักยภาพกับงานด้านนี้

บุคลากรมีความสำคัญอยู่แล้วในเรื่องของการขับเคลื่อนธุรกิจไมซ์ และมีบทบาทต่อการสร้างความพึงพอใจต่อกฎด้วย แผนกที่น่าจะมีส่วนเกี่ยวข้องจริง ๆ น่าจะมีทุก ๆ ฝ่าย คือ ตั้งแต่เรื่องสถานที่ ไปถึงเรื่องการจัดการ ในแง่ของงานไมซ์มันเหมือนงานอีเว้นท์เลยจะประกอบด้วยอันดับแรก คือฝ่ายสร้างสรรค์ คือทำให้รูปแบบงานมีความแตกต่างกันมีความพิเศษหรือตอบรับวัตถุประสงค์ของงานที่ชัดเจน อันนี้ก็สำคัญ แผนกที่สองน่าจะเป็นเรื่องของ Production ไม่ว่าจะเป็นฝ่ายเตรียมสถานที่ ฝ่าย Set up อะไรต่าง ๆ เหล่านี้ เป็นพื้นฐานสำคัญของการทำธุรกิจอีเว้นท์หรือว่ากลุ่มไมซ์ อันที่สามคือน่าจะเป็นเรื่องของการจัดการ เป็นส่วนที่ต้องให้ความสำคัญเป็นพิเศษมากกว่าส่วนอื่น เพราะว่าถ้าทุกอย่างเตรียมไว้ดี แต่ถ้าการจัดการไม่ดี Management ไม่ดี การบริการไม่ดี สิ่งเหล่านี้ก็จะไร้ประโยชน์

รวมถึงแผนกสนับสนุนไม่ว่าจะเป็นแผนกการเงิน บัญชี PR หรือฝ่าย Sales พวกนี้ก็สำคัญ เพราะว่างานไมซ์จะต้องทำงานเป็นทีม เป็นธุรกิจที่ต้องอาศัยลักษณะการทำงานที่เป็นกลุ่ม เป็นทีมจริง ๆ เพราะฉะนั้นทุกอย่างต้องประสานสอดคล้องกันหมด ยกตัวอย่างง่าย ๆ การทำงาน Exhibition หนึ่งงาน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของไมซ์ ถ้าการจ่ายเงินอะไรบางอย่าง มันเป็นขั้นตอนเหมือน

ต้องจ่ายหน้างาน จ่ายผ่านบัตรเครดิต ถ้าขั้นตอนเหล่านี้มีปัญหา ทำให้งานทุกอย่างมัน Flow ไม่ได้เลยจริง ๆ ก็มองว่าทุกอย่าง การทำงานเป็นทีมทุกส่วนเหมือนผู้เล่นแต่ละคนหรือคนทำงานแต่ละคนล้วนต้องสอดประสานกัน ขาดคนใดคนหนึ่งไม่ได้ ถ้าตรงไหนมีปัญหา ก็ส่งผลถึงทั้งระบบ

เพราะฉะนั้นการได้มาซึ่งตัวบุคลากรก็สำคัญเช่นกัน ซึ่งในส่วนของแผนกที่ทำกา
คัดเลือกตัวบุคลากรเข้ามาทำงาน คือ แผนก HR คิดว่ามีความสำคัญที่สุด มันเป็นปราการด่านแรกที
แน่นอนว่าตัว HR หรือตัวบุคคลที่ Screen คนเข้ามา ถ้าไม่มีความเข้าใจเพียงพอก็จะ Screen คนที่
มีความหือหาวแค่คำสัมภาษณ์หรือมีศักยภาพที่ไม่สอดคล้องกับตัววัตถุประสงค์ที่เราต้องการ คือ
เหมือนด่านแรกถ้าเข้าใจในลักษณะของความเป็นไมซ์หรือในธุรกิจมากแค่ไหน การได้บุคลากรที่
ตรงกับความต้องการ คือไม่ใช่แค่มีความรู้ในเรื่องการคัดเลือกบุคลากรแต่ควรมีความรู้ในเรื่องของ
ธุรกิจด้วย ถ้าจะให้ดีควรลึกลงไปในแต่ละตำแหน่งว่าบุคลากรในตำแหน่งนั้น ๆ ควรจะมีคุณสมบัติ
อย่างไร

ถ้ามองถึงตัวบุคลากรในบ้านเรา ในศูนย์ประชุมต่าง ๆ ว่าควรจะมีการพัฒนาในด้านใด
อีกบ้าง จริง ๆ แล้วน่าจะเป็นการปูพื้นฐานตั้งแต่ต้น ปัจจุบันทุกคนรู้จักไมซ์ แต่ยังไม่มีความรู้
พื้นฐานที่เท่าเทียมกัน มีแค่ 10 เปอร์เซ็นต์ของคนที่ทำอยู่ในธุรกิจที่มีความรู้เรื่องไมซ์อย่างชัดเจน
อันที่สองคนที่มีความรู้เรื่องไมซ์ 10 เปอร์เซ็นต์ดังกล่าวกลับเป็นคนที่ไม่มีประสบการณ์จริงกับการ
ทำธุรกิจเลย น่าจะมองว่าเป็นเรื่องการปรับพื้นฐานของธุรกิจนี้จริงจ้องอย่างเป็นเรื่องเป็นราว มี
หลักสูตรที่ชัดเจนก็จะช่วยได้ ซึ่งการปูพื้นฐานความรู้เรื่องไมซ์ให้กับบุคลากรน่าจะแบ่งเป็นสองส่วน
ในความเห็นส่วนตัว คือ หนึ่ง ในแง่ของบุคลากรเองทำหน้าที่สื่อสารในเรื่องของการโฟกัสธุรกิจไมซ์
จริง ๆ ซึ่งน่าจะมีแผนกนี้ในองค์กรด้วย อย่างที่บอกก็คือ อาจจะไม่ใช่ HR โดยตรง แต่ส่วนหนึ่งเป็น
ความรับผิดชอบของ HR แต่น่าจะเป็นในลักษณะของผู้บริหารหรือของคนที่วางโฟกัสของบริษัทว่า
อาจจะมีแผนกไมซ์หรือโรงแรมบางโรงแรมต้องการโฟกัสเรื่องธุรกิจไมซ์ก็น่าจะทำแผนกเหล่านี้
ขึ้นมาจริง ๆ จัง ๆ เพื่อศึกษาอะไรอย่างนี้เป็นต้น แต่ถ้าเป็นในเชิงลึกเลย มองว่าน่าจะเป็นเรื่องของ
ระดับมหาวิทยาลัยที่จะมีบทบาทในการวางปูพื้นฐาน เพราะว่าในหลาย ๆ คนที่มาทำธุรกิจไมซ์ใน
ปัจจุบัน มักจะมาจากหลากหลายสาขาที่มีความเชี่ยวชาญแตกต่างกันโดยสิ้นเชิง แต่ไม่รู้จักไมซ์
โดนปรับเปลี่ยนมาโยกย้ายให้มาทำตำแหน่งนี้ก็จะโดนเรียนรู้ด้วยการบังคับทำมากกว่า ในศูนย์
ประชุมเองน่าจะมีการแยกในส่วนของแผนกไมซ์ขึ้นมาแยกขาดจากพวกงานอีเว้นท์ทั่วไป เพื่อความ
ถนัดของทีมงาน เพราะฉะนั้นไม่ว่าจะในองค์กรไหน ทีมไหน ถ้าต้องการจะโฟกัสธุรกิจไมซ์อย่าง
ชัดเจนควรจะศึกษาอย่างชัดเจนว่าจริง ๆ มันมีทักษะที่ต้องใช้กับงานอีเว้นท์หรืองานใกล้เคียงกัน
แตกต่างกันอยู่พอสมควร

ความแตกต่างระหว่างตัวอีเว้นท์ทั่วไปกับตัวไมซ์ สิ่งที่มีนัยสำคัญคือเรื่องวัตถุประสงค์ แน่นอนว่าอีเว้นท์กับไมซ์มักจะมีวัตถุประสงค์ในการทำงานของตัวเองที่แตกต่างกัน อันที่สองเรื่องการจัดการ ไมซ์จะเป็นลักษณะของงานที่เป็นสากลมากขึ้นหรือรองรับกลุ่มคนที่เฉพาะ ยกตัวอย่างเช่น ลูกค้าต่างประเทศที่มาในเมืองไทยอาจต้องการเรียนรู้ความเป็นไทย แต่นั่นไม่ได้หมายความว่าความเป็นไทยจะรองรับเค้าได้เสมอไป ดังนั้นจะต้องอาศัยทักษะเรื่องการ Entertain การท่องเที่ยว เรื่องความเป็นมืออาชีพด้านการจัดงานเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย ในขณะที่งานอีเว้นท์จะตอบรับวัตถุประสงค์ของงานมากกว่า ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มงานกลุ่มไหน ไม่ว่าจะเป็น Marketing Event ไม่ว่าจะเป็น Corporate Event ก็ค่อนข้างแตกต่างกันด้วยวัตถุประสงค์ของงาน

ในฐานะที่เราเป็นออแกไนเซอร์ เป็นตัวกลางระหว่างลูกค้ากับตัวศูนย์ประชุม เราจะมีบทบาทในการนำเสนอสถานที่จัดงานให้กับลูกค้า เพราะในฐานะที่เป็นคนคลุกคลีกับสถานที่หรือมีความคุ้นเคยกับสถานที่ที่รู้ข้อจำกัดหรือข้อได้เปรียบของแต่ละสถานที่ อันนั้นมองว่าเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งเป็นคนที่มีความรู้มากกว่าหรือมีทักษะมากกว่าลูกค้าเองโดยตรง ดังนั้นมองว่าสำคัญมาก

จากประสบการณ์ที่ผ่านมา ปัญหาจากการให้บริการในศูนย์ประชุมน่าจะเป็นเรื่องของข้อจำกัดในการ Set up ที่มีจำนวนจำกัดหรือศูนย์ต้องการขายสถานที่ ในขณะที่ตัวผู้จัดงานมักจะต้องการให้ตัวงานออกมาดี ดังนั้นจะอาศัยเรื่องความอะลุ่มอล่วยในการจัดงานแตกต่างกัน มีมุมมองในเรื่องนี้แตกต่างกัน ยกตัวอย่างง่าย ๆ หนึ่งวันศูนย์ประชุมอาจต้องการขายสถานที่ให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ แต่ด้านออแกไนเซอร์ก็ต้องการเวลาที่จะเตรียมสถานที่มากกว่าปกติ

แนวโน้มของธุรกิจไมซ์ในเมืองไทย มองว่าในระยะใกล้ ๆ เท่าที่มองคงยังไม่เติบโตอะไรมาก มันก็ยังใหม่ในแง่ของธุรกิจ แต่เชื่อว่าต่อไปด้วยเสน่ห์ของความเป็นไทย มันจะทำให้ธุรกิจนี้เติบโตได้อย่างชัดเจน แทนที่นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในเมืองไทย เป็นแบบ Backpack ก็จะเป็นนักท่องเที่ยวเชิงธุรกิจมากขึ้น เพราะว่าด้วยศักยภาพของเมืองไทยที่รองรับงานกลุ่มนี้ได้มากขึ้น

หน่วยงานของรัฐบาลเองที่เข้ามาส่งเสริมสนับสนุนธุรกิจไมซ์ในประเทศไทยอย่าง สสบน. ถ้าส่งเสริมเรื่องของสถานที่ก็มองว่ายังไม่ได้พิเศษอะไรมากมาย และที่เห็นศักยภาพของทีมงาน สสบน. เค้าจะทำให้เป็นลักษณะของการสื่อสารภาพรวมของไมซ์หรือธุรกิจไมซ์ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น อันนี้ยอมรับว่าเค้าทำได้ค่อนข้างดี ทำให้คนรู้จักไมซ์มากขึ้น หรือการมี Passion ที่จะไป Pitching งาน หรือนำงานจากต่างประเทศเข้ามาจัดในเมืองไทย อันนี้เป็นสิ่งที่ทำให้สังคมไทยได้รู้จักกับไมซ์มากขึ้น ซึ่งเป็นสิ่งที่ สสบน. ทำได้ดี เพียงแต่ว่าข้อด้อยของ สสบน. เท่าที่เห็น คงจะเป็นเรื่องของการเปลี่ยนบุคลากรบ่อยทำให้การสานต่องานไม่ค่อยต่อเนื่อง เป็นข้อเสียของระบบข้าราชการไทย

หน้าที่ในการจัดอบรมหรือว่าการสร้างหลักสูตรขึ้นมาส่งเสริมศักยภาพตัวบุคลากรนี้ น่าจะเป็นในระดับมหาวิทยาลัย แต่ว่าในส่วนของ สสพ. ในปัจจุบันทำหน้าที่ให้ความรู้ก็คงจะเป็น Part หนึ่งที่ต้องทำอยู่แล้ว ด้วยบทบาทที่เค้าทำอยู่มองว่าจะเป็นการเจาะเฉพาะกลุ่ม คือพูดง่าย ๆ ว่ายังไม่ได้กว้างพอ ยังไม่ Mass พอที่จะทำให้คนได้รู้ถึงธุรกิจไมซ์หรือข้อดีของไมซ์ในประเทศไทย ว่ามีข้อดีอย่างไร เป็นการเจาะเฉพาะกลุ่มหรือบุคคลที่มีความรู้อยู่แล้ว มันเป็นการเพิ่มพูนศักยภาพของทีมงานของบุคลากรในวงการมากกว่า

สถานที่ก็เป็น Function หนึ่งของงานไมซ์ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มไหนก็ตาม ดังนั้นมองว่าไม่ว่าจะเป็นผู้เตรียมงานหรือออกแกในเซอร์วิสน่าจะมีบทบาทในการวางแผน เน้นอนว่าออกแกในเซอร์วิส ภาพรวมย่อมสำคัญกว่าสถานที่ซึ่งเป็นแค่ Part เดียว

ความได้เปรียบของเมืองไทยโดยเฉพาะกรุงเทพฯที่เป็นเซ็นเตอร์มีข้อจำกัดในเรื่องของ Facility หลาย ๆ อย่างที่แพ้ในต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องระบบจราจรที่ติดขัดตลอดเวลาหรือว่าระบบคมนาคมอย่างที่เห็น รถไฟฟ้าใต้ดินของเรายังมีข้อจำกัดในส่วนของตัวเอง ดังนั้นมองว่าการขยายตัวของไมซ์ออกต่างจังหวัด ซึ่งมีโอกาสเติบโตได้สูงกว่าทั้งในเรื่องสถานที่ สถานที่ท่องเที่ยว หรืออะไรก็ตาม ที่มันพร้อมรองรับ เน้นอนว่าการขยายเมืองหรือขยายไปสู่หัวเมืองย่อมได้เปรียบกว่าที่จะไปสู้กับต่างประเทศได้ เพราะเรามีบางอย่างในแง่ของต่างจังหวัดที่ต่างประเทศสู้ไม่ได้ ในขณะที่ในเมืองในกรุงเทพฯมีข้อจำกัดหลายอย่างที่เรายังสู้เค้าไม่ได้เหมือนกัน หลายสถานที่ในเมืองไทยเป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวอยู่แล้ว เน้นอนว่ากลุ่มเป้าหมายของไมซ์คือนักท่องเที่ยวเชิงธุรกิจซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวเช่นกัน ดังนั้นในส่วนหนึ่งที่มีวิวทิวทัศน์สวยอยู่แล้ว เช่น ภูเก็ต ที่มีสถานที่อยู่แล้ว เช่น เชียงใหม่ ที่ Popular ในสายตานักท่องเที่ยวอยู่แล้ว การมาเพิ่มบทบาทในเรื่องของธุรกิจไมซ์ก็น่าจะเป็นความได้เปรียบอยู่แล้ว คืออาจจะไม่ต้องหาสถานที่ใหม่ ไปสร้างอะไรใหม่ ๆ แต่ว่าหัวเมืองต่าง ๆ ของประเทศไทยไม่ว่าจะเชียงใหม่ ภูเก็ต เค้ามีความพร้อมจริง ๆ ในแง่ของการพัฒนาเป็น MICE City

โดยส่วนตัวมองว่า Event Organizer ยังไม่มีความเข้าใจเรื่องไมซ์อยู่อีกเยอะ เมื่อเปรียบเทียบกับโรงแรม เนื่องจากโรงแรมได้มีการเดินหน้าในการสร้างความรู้ในเรื่องของไมซ์มา ระดับหนึ่งแล้ว สังเกตจากเมืองไทยมีการพัฒนาหลักสูตรในส่วนของไมซ์ในหลาย ๆ โรงแรมมาหลายปีแล้ว แต่ในส่วนของ Event Organizer ยังไม่มีหลักสูตรเหล่านี้เพื่อรองรับชัดเจนมากนัก เพราะฉะนั้นมองว่ายังล้าหลังอยู่ตามหลังกลุ่มโรงแรมอยู่ค่อนข้างเยอะ เป็นเหตุผลว่าทำไมกลุ่มโรงแรมถึงมีแผนกไมซ์หรือพยายามสร้างบุคลากรมารองรับกลุ่มนี้โดยตรง

โดยภาพรวมสังเกตว่าประเทศไทยมีคนที่สามารถสื่อสารด้วยภาษาสากล ภาษาอังกฤษ ได้ค่อนข้างเยอะอยู่พอสมควร เพียงแต่ว่าคนที่มีความรู้ด้านนี้ยังโฟกัสทำงานด้านนี้น้อยอยู่ ซึ่ง จะสังเกตได้ว่าทำไมโรงแรมถึงมีบุคลากรที่สามารถพูดภาษาอังกฤษได้ เค้านั้นไม่ได้โฟกัสมาตั้งแต่ แรกแต่เค้ามองว่าเค้าต้องการทำงานโรงแรมตั้งแต่แรก ซึ่งมันเป็นปัจจัยอย่างหนึ่งที่ช่วยทำให้ธุรกิจ ไม่น่าในโรงแรมได้เติบโตมากกว่า ในขณะที่กลุ่มอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็น Event Organizer หรือ Supplier ในส่วนของ MICE Management ทั้งหลายยังมีทักษะที่ไม่พร้อมด้านภาษา เนื่องจากยังไม่มีคน กลุ่มนี้ที่มีความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษที่ดีมาสนใจทำงานในกลุ่มบริษัทพวกนี้มากนัก

ส่วนของเจ้าหน้าที่โรงแรมหรือบุคลากรของโรงแรมมักมีความถนัดในเรื่องของการจัดการ ด้านการโรงแรมอยู่เยอะพอสมควรแล้ว แต่การจัดการสถานที่หรือการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก ความสะดวกภายในโรงแรมก็เป็นส่วนหนึ่งที่จะทำให้ไม่ประสบความสำเร็จ ดังนั้นมองว่าหากโรงแรม ต้องการโฟกัสเรื่องไม่ชัดอย่างชัดเจน ต้องอาศัยทักษะ 2 อย่างคงไม่เพียงพอ อาจจะต้องเพิ่มพูนเรื่อง ความคิดสร้างสรรค์ เรื่องการ Create งานเรื่องการจัดการ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการประชาสัมพันธ์ การ สื่อสารอะไรพวกนี้ต้องเป็นเรื่องของทีม Management มากขึ้น ก็จะจัดการไม่ชัดดีขึ้น คืออาศัยแค่ ทักษะการจัดการของโรงแรมมาจัดการไม่ชัดทั้งหมดคงไม่สามารถทำได้ ดังนั้นมองว่าน่าจะศึกษาให้ กว้างให้รอบทิศทางมากขึ้น และมีความเป็นมืออาชีพมากขึ้น

โรงแรมอาจมีความได้เปรียบในแง่ของประสบการณ์การจัดงานในลักษณะที่เจอลูกค้า หลากหลายหรือนักท่องเที่ยวโดยตรง แล้วก็ได้เจอปัญหาในการจัดการที่หลากหลาย แต่ในศูนย์ ประชุมเองจะเป็นลักษณะของการจัดงานมากกว่า มีความถนัดเฉพาะด้าน ในแง่ของการแก้ปัญหา เฉพาะหน้า ในเรื่องของการจัดการ ในเรื่อง Function หรือสถานที่ที่อาจจะมีความได้เปรียบ แต่เรื่อง เกี่ยวกับการจัดการห้องพักอาจเสียเปรียบอยู่พอสมควร ดังนั้นมองว่าทั้ง 2 แห่งมีความแตกต่างกัน อยู่ในเรื่องของทักษะอยู่พอสมควรเหมือนกัน เพราะฉะนั้นมองในแง่ความได้เปรียบ โรงแรมได้เปรียบ กว่าเพราะโรงแรมมักจะมี Ballroom ของตัวเองมีสถานที่ของตัวเอง การจัดการของตัวเองอยู่ พอสมควร

ประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้คิดว่าสิงคโปร์และฮ่องกงเป็นแลนด์มาร์คของไมซ์ ด้วยสิงคโปร์ได้วางรากฐานของไมซ์มาเป็นระยะเวลานาน คือในสิงคโปร์เอง เค้านั้นสามารถสร้างเป็น MICE Center ที่ครบวงจรได้ มีทั้งโรงแรม มีทุกอย่างเชื่อมต่อกัน พร้อมรับงานไมซ์ที่ประเทศไทยสู้ ไม่ได้ เช่นเดียวกันกับฮ่องกง ความมีเสน่ห์ของการเป็นแหล่งช้อปปิ้งของสถานที่ท่องเที่ยว ทั้งสิ่ง อำนวยความสะดวกทุกอย่างพร้อมรองรับกลุ่มไมซ์ปัจจุบันที่ประเทศไทยยังแพ้อยู่ก็น่าจะเป็น สิงคโปร์กับฮ่องกง น่าจะเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับประเทศไทยได้

ต้องบอกว่าในอดีตถ้าประเทศไทยพัฒนาอย่างจริงจัง ประเทศไทยจะมีความได้เปรียบมากกว่าสิงคโปร์ ฮองกงอยู่หลาย ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยว เสน่ห์ของความเป็นไทย ในแง่ของเชอร์วิส ในเรื่องของการจัดการต่าง ๆ ความเป็นไทยน่าจะนำ น่าจะชนะสิงคโปร์และฮองกงได้ไม่ยาก หากทำจริง ๆ และก็ฝึกฝนอย่างเป็นระบบจริง ๆ ถ้ามองอีกทีปี ขึ้นอยู่กับความพร้อมโดยภาพรวม อันนี้ตอบไม่ได้ สังเกตจากงานหลาย ๆ งานที่ไป Pitching ระดับสากลระดับนานาชาติจะแพ้ 2 ประเทศนี้ด้วยความพร้อมอย่างเดียวเลย ความพร้อมในที่นี้คือเรื่องของการจัดการ Management พูดย่าง ๆ คือการจัดเตรียมทุกอย่างให้พร้อม กับไมซ์ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของ Facility ต่าง ๆ เรื่อง Infrastructure ต่าง ๆ

แต่ถ้าเปรียบเทียบกันในตัวของบุคลากร คนไทยผู้ต่างชาติได้สบาย ประเทศไทยมีความได้เปรียบเรื่องบุคลากรมาก จุดเด่นอย่างหนึ่งของประเทศไทยคือค่าแรงต่ำ ซึ่งจะทำให้สู้กับฮองกงและสิงคโปร์ได้อย่างสบาย อันที่สองคือเสน่ห์ของความเป็นไทยที่ยิ้มง่าย คนไทยพร้อมต้อนรับต่างประเทศ ประเทศไทยน่าหน้าหลาย ๆ ประเทศอยู่แล้ว ซึ่งมองว่าถ้าเรื่องบุคลากรอย่างเดียว ประเทศไทยมีความได้เปรียบกว่าหลาย ๆ ประเทศ ก็เป็นจุดเด่นของประเทศไทยที่หลาย ๆ ประเทศเลียนแบบ



บทสัมภาษณ์ คุณเกรียงไกร ธวัชชัย

Operation Manager, อิมแพค เมืองทองธานี

วันที่ 15 มกราคม 2554

ผมทำงานที่ศูนย์ประชุมมา 6 ปีกว่า ๆ ก่อนหน้านี้ผมทำด้านอวกไนเซอร์มาก่อน 10 กว่าปี ส่วนใหญ่แล้วเป็น Presentation อย่าง Index Event แล้วรู้สึกได้ถึงจุดอิ่มตัว เลยออกมาทำเองในระยะเวลาหนึ่ง แล้วหลังจากนั้นคือเข้าสู่ธุรกิจที่เป็นศูนย์ประชุมอย่างเต็มตัว

งานศูนย์ประชุมที่แรกคือที่อิมแพค แล้วก็อยู่ยาวมาเรื่อย ๆ แต่เริ่มต้นงานเรื่อง Venue จริง ๆ ที่ The Mall ซึ่งต้องบอกว่ามันไม่ใช่เป็นพื้นที่ที่ทำแบบศูนย์ประชุม เป็นพื้นที่ที่เค้าจัดมา Join พื้นที่ บริษัทต่าง ๆ ที่เข้ามาเปิด Present สินค้า แต่ก่อนหน้านี้ทำ Grand Opening ของ The Mall บางแค บางกะปิ ก็เริ่มต้นที่นั่น

หน้าที่ความรับผิดชอบที่ทำอยู่ จริง ๆ Operation ของที่นี่มันอาจจะไม่ได้แยกเหมือนศูนย์ประชุมอื่น ๆ เมื่อก่อนต้องบอกว่ามีในส่วนของเจ้าหน้าที่ประสานงาน จะแยกโซนกันเลย ส่วนอาคาร ส่วนประสานงาน แต่ตอนนี้ผมดูส่วน Facilities, Operation

ฝ่ายอาคารของอิมแพคมีการรวมตัวระหว่างส่วนเจ้าหน้าที่ประสานงานกับเจ้าหน้าที่อาคารเข้าด้วยกัน เพราะฉะนั้นมันจะกลายเป็นว่าในส่วนของเจ้าหน้าที่ประสานงานกับเจ้าหน้าที่อาคารอยู่ด้วยกัน เพื่อให้มีความรวดเร็วมากขึ้นในเรื่องของการประสานงานจากอวกไนเซอร์และลูกค้าต่าง ๆ และในส่วนของ Support งานต่าง ๆ ได้รวดเร็วมากขึ้น เพราะฉะนั้นหน้าที่ความรับผิดชอบจริง ๆ คือ ดูแลเรื่องความพร้อมในด้านอาคารทั้งหมด ความพร้อมเกี่ยวกับ Support Team ทั้งหมด เรื่องของ Set up, Engineer อาคาร แม่บ้าน Landscape ทั้งหมดที่เกี่ยวกับอาคาร รวมถึงพื้นที่ด้านนอกด้วย ไม่ว่าจะเป็น Security จราจร ซึ่งจะอยู่ในส่วนของระบบอาคารทั้งหมด คือมีการรวมตัวในส่วนของประสานงานของอิมแพคกับอาคารเข้าด้วยกัน อย่างที่บอกก็คือให้ในเรื่องของอำนาจการตัดสินใจ ดูความเหมาะสมของพื้นที่อาคารว่าจะให้ลูกค้าได้หรือไม่ได้ จะให้ได้เร็วขึ้น แล้วก็ตัดขั้นตอนที่มันซ้ำซ้อนกันอยู่ออกไป

ส่วนงานที่รับผิดชอบอยู่จะมีส่วนบุคคลากรเข้ามาเกี่ยวข้องอยู่พอสมควร ไม่ว่าจะเป็นตัวทีมงาน พนักงาน หรือว่าบุคคลที่จะ Service ลูกค้า ถ้าเรามองถึงภาพรวมของอิมแพคเอง ต้องบอกว่าส่วนความพร้อมต่าง ๆ ของอิมแพค ผมว่าค่อนข้างพร้อม 100% ไม่ว่าจะเป็นในส่วนของเจ้าหน้าที่บุคลากรของอิมแพคเอง หรือเป็น Outsource ที่มีการจัดจ้างเข้ามา เช่น แม่บ้าน หรือ Security คือก็จะเคลียร์ไปในส่วนของบริษัทที่ Outsource ที่เป็นเจ้าประจำอยู่แล้ว เรื่องความไม่เคยชินพื้นที่ ความใหม่ของ Supplier ที่เข้ามา เราพยายามที่จะให้อยู่ไม่กับบริษัท เพื่อให้เค้ามีความชำนาญกับพื้นที่ โดยเฉพาะฝ่ายอาคารทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นส่วนของ FO (Front Operation)

เจ้าหน้าที่อาคาร ซึ่งมีอยู่ทั้งหมดประมาณ 300 กว่าคน เฉพาะฝ่ายอาคารและเจ้าหน้าที่ประสานงานที่คอยอำนวยความสะดวก ซึ่งต้องบอกว่า Flow ของมันจริง ๆ ก็คือ Sales เป็นคนขายพื้นที่ แต่ Sales ของที่นี่แบ่งเป็น Sales Proactive กับ Sales Reactive ซึ่ง Sales Pro มีหน้าที่ขายพอขายได้ก็จะมี Sales Re ที่คอย Support ประสานงานต่อก่อนหน้างาน Operation เริ่มตั้งแต่ลูกค้าเข้าพื้นที่เข้ามา Set up, Move in อะไรเข้ามา จะมีทีมของ Operation เข้าไปสนับสนุน เข้าไปประสานงาน คอยรับงานต่อทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นการตัดสินใจในการให้หรือไม่ให้อย่างไร ซึ่งเกี่ยวข้องกับเรื่องกฎของอาคารทั้งหมด จริง ๆ แล้ว Operation จะเข้าไปตั้งแต่ลูกค้ามา Sight Inspect เข้าร่วมประชุมกับลูกค้า และจะถึง 100% ก็ต่อเมื่อลูกค้า Move in เข้ามา เพราะฉะนั้นแล้วทีมที่มีการประสานงานกับออบแกในเซอร์ทั้งหมดจะมีอยู่ประมาณ 30 คน ที่ต้องคอยดูแลทั้งหมดเกี่ยวกับออบแกในเซอร์และเจ้าของงาน และจะมีเจ้าหน้าที่อีก 300 กว่าคนที่คอย Support อยู่ไม่ว่าจะเป็น Engineer, Security ซึ่งจะมีหัวหน้างาน Supervisor ต่าง ๆ เข้ามาร่วมและคอยรับข้อมูลต่อจาก Operation อีกทีหนึ่ง

โดยสรุปแล้วผมมองว่าบุคลากรของอิมแพคเองพร้อมที่จะให้บริการในส่วนของลูกค้าที่เป็นกลุ่มไมซ์ ตอนนี้ไมซ์จากต่างประเทศเริ่มเข้ามามากขึ้นเป็นลำดับ สักส่วนผมอาจจะตอบไม่ได้ชัดเจนนัก แต่เท่าที่เห็นก็จะขยับเข้ามาเป็นอินเตอร์คอนข้างเยอะ ต้องบอกก่อนว่าความพร้อมของเรา 100% คือเรามีทีมที่คอยรับงานต่างประเทศอยู่แล้ว ไม่ว่าจะเป็นในส่วน Sales เอง Sales Pro Sales Re หรือกลุ่ม Operation ที่รับงานอินเตอร์โดยเฉพาะ คือแยกทีมกัน ทีม Operation จะมีการแบ่งเป็น 3 ทีม เป็นทีมที่เกี่ยวกับด้าน Government หน่วยราชการ ซึ่งจะมีทีมย่อยอีกทีมหนึ่งที่อยู่ใน Government ที่รับงานอินเตอร์โดยเฉพาะ แล้วก็จะมีทีม Exhibition ที่เป็นงานเกี่ยวกับเอกชน ต้องบอกว่าเอกชนค่อนข้างเยอะ แล้วสุดท้ายจะเป็นทีม Banquet งานสัมมนาต่าง ๆ อย่าง Presentation เปิดตัวสินค้าในงานสัมมนา ไม่ว่าจะเป็นเอกชนหรือราชการก็อยู่ในทีมนี้ทั้งหมด คือเราจะมีทีมแบ่งเป็น 3 ทีมใหญ่ ๆ และมีทีมย่อย ๆ คอย Support อีก และที่จะเริ่มทำอีกทีมหนึ่งก็คือทีม Shooting ถ่ายทำโฆษณา ซึ่งเป็นอะไรที่แยกออกไปอีกทีมหนึ่ง

ถ้าเราเจาะคุณสมบัติเรื่องบุคลากรเป็นด้าน ๆ ไป ด้านแรกคือความน่าเชื่อถือของบุคลากรในศูนย์ประชุม

จริง ๆ แล้ว ถ้าบอกถึงความน่าเชื่อถือในภาพรวมทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นงานอินเตอร์หรืองานทั่วไป ทุก ๆ ที่จะมีทีม Operation ที่ต้องวางตัวคนที่ดูแลลูกค้าเชื่อถือไป Contact กับลูกค้า ต้องดู Connection ดูคุณสมบัติทั้งของทางเราและทางลูกค้า ถ้าทางลูกค้าเป็นผู้ใหญ่และดูแลต้องการความน่าเชื่อถือจากเจ้าหน้าที่อาคาร เจ้าหน้าที่ประสานงานของทางสถานที่ ก็ต้องจัด

Manager เข้าไปเป็นคน Contact เป็นคนหลัก ซึ่งที่ผมบอกว่าทั้ง 3 ทีมของเราก็จะมี Manager อยู่แล้ว เพราะฉะนั้นทุก ๆ ทีม Manager จะเข้าไป Contact กับเจ้าของงาน เราจะไม่ปล่อยเด็กทั้งหมดที่จะเข้าไปคุยกับเจ้าของงานหรือออกแกในเซอร์ ไม่ว่าจะเป็นงานเล็กงานใหญ่ ความน่าเชื่อถือต้องบอกว่าช่วงแรก ๆ ก็อาจมีปัญหาบ้าง ในช่วงที่อาจมีการเปลี่ยนแปลงบ่อยหรือมีการเปลี่ยนแปลงระบบเองหรือเจ้าหน้าที่ประสานงานเองที่แรก ๆ ก็อาจมีปัญหาบ้าง คือความใหม่ แต่ประสบการณ์จากด้านอื่น ๆ ก็ต้องบอกว่าเค้าก็มาจากหลาย ๆ อาชีพ แรก ๆ ก็อาจมีปัญหาบ้างในเรื่องของลูกค้า อาจจะไม่คุ้นเคยกับคำว่า Venue ก็ต้องปรับตัว แต่ช่วงหลัง ๆ นั้นเราก็ผ่านพ้นกันมาเรียบร้อยแล้ว อาจมีซลุกซลักบ้างในช่วงแรกนิดหน่อย แต่ตรงนี้มีผู้บริหารระดับ GM มาดูแล Cover อยู่เราอีกที เราใช้ปรับเปลี่ยนระบบการทำงานอยู่ไม่นานกึ่งหนึ่ง ซึ่งต้องบอกก่อนว่าเจ้าหน้าที่ 30 คนของผมนกก่อนหน้านี้อาจมีปัญหาเหมือนกัน ช่วงแรก ๆ แต่น้อง ๆ เองมีความรู้ความสามารถเยอะ คนใหม่ ๆ ความคิดใหม่ ๆ ก็เยอะ ช่วงแรกเราพยายามเสริมคนเข้ามาเติมจากที่มีอยู่ ความใหม่ของน้อง ๆ ความไม่คุ้นเคยกับสถานที่อะไรต่าง ๆ มันก็อาจจะเป็นผลให้ความน่าเชื่อถือลดลง บางทีลูกค้ามีความรู้สึกว่าได้ข้อมูลไม่ครบถ้วน ก็จะมีระดับหัวหน้างานคอยดูแลอีกที แต่บางทีก็ต้องปล่อยน้องเค้าเป็นคน Contact ไม่งั้นก็คงไม่กล้า มันอาจมีซลุกซลักบ้าง แต่ระยะเวลาที่ผ่านมาเรา มีการเปลี่ยนแปลงตรงนี้มาปีกว่าเกือบสองปีแล้วก็ยังมีปัญหาอยู่บ้าง แต่ตอนนี้ก็เราผ่านตรงนั้นมาแล้ว

Manager จะเป็นคนเสริมทำให้ลูกค้านั้นใจมากขึ้น ในส่วนของ Executive ที่มีอยู่ เวลาไป Contact กับลูกค้าหรือออกแกในเซอร์ เราจะแบ่งกลุ่มอย่างชัดเจนอยู่แล้วว่าคนไหนเคยจัดงานนี้อยู่ เค้าก็จะมี ความคุ้นเคยกับออกแกในเซอร์เจ้านี้หรือลูกค้าเจ้านี้โดยเฉพาะ ส่วนออกแกในเซอร์หรือลูกค้าเองก็มักจะชอบ Contact กับ Executive คนที่มีความคุ้นเคยด้วย ส่วนของ Manager ก็จะไปคอยเติมในส่วนที่คิดว่าน่าจะรั่วอยู่หรือวางแผนให้ลูกค้าได้ดีขึ้น เข้าไปคอยเทคแคร์ลูกค้าเสริมจากคนที่ทำงานอยู่หน้างานตรงนั้น

คุณสมบัติด้าน Service Mind ของบุคลากรมีแพคเกิน 100% ทุกคน เราจะมีแบ่งทีม แบ่ง Shift กันแล้วว่างานนี้ใครดูแลอยู่และใครเป็นคน Support หลัก ๆ Project Manager ต้องเป็นมืออาชีพกันอยู่แล้ว แต่ด้วยความที่ร้านของเค้ามีใจบริการที่ค่อนข้างเยอะ บางทีเค้าจะมาดูแลลูกค้าตั้งแต่เช้า ช่วงเย็นเค้าควรจะกลับบ้านได้แล้ว แต่ทุกคนก็ยังอยู่รอจนกว่าลูกค้าจะกลับ เค้าก็ไม่อยากให้ลูกค้ามีความรู้สึก Service ไม่ดี สมมติว่างานนี้มี Project Manager อยู่แล้ว 2 คน ก็จะช่วยกันดูแลอยู่คนละช่วงเวลากัน ซึ่งต้องบอกว่าออกแกในเซอร์แต่ละเจ้าก็จะแตกต่างกัน มี Main การประสานงานไม่เหมือนกัน บางงานมี 7-8 คน ทุกคนแยก Function กันดูแลหมด บางครั้งก็ไม่มี

Main Project เราก็ต้องคอยช่วยดูจนกว่างานจะจบ เมื่อลูกค้ากลับแล้วเราถึงจะกลับ เช่น งาน Motor Expo จะมีคนดูแลแยกเป็นส่วงาน ไม่ว่าจะเป็นส่วนของ Car Club, 4WD, เรื่องของค่ายรถ และ Accessories ต่าง ๆ ด้วย ทุกอย่างจะแยกกันหมด เราก็ต้องแบ่งคนแยกประกบแต่ละ Project ให้เหมือนกับลูกค้า ซึ่งมีลูกค้าประมาณที่เป็น Main อยู่ประมาณ 7 คน เราก็ต้องแบ่งทีมที่เป็น Project ประกบลูกค้า 7 คนเหมือนกัน แต่เค้าจะมีทีมเสริมเป็นน้อง ๆ เป็นตัววิ่งให้ หรือว่าจะช่วย ในช่วงที่ติดงาน บางทีหน้างานทีม Outdoor ผมแบ่งน้องเป็น 2 คน คนหนึ่งดูบูทบาไรโซน T9 อีกคน หนึ่งดู Car Stereo กับ 4x4 ต่างคนต่าง Deal หมดเลย แต่ละคนก็แยกกันหมด แต่อาจมีอีกคนคอย Support ช่วยเหลือเค้า ต้องบอกว่าใจที่เค้าดูแลลูกค้าเกิน 100 ทุกคน แต่ละคนไม่เคยทิ้งลูกค้า จะรอจนกว่าลูกค้าจะมา จากก็ต้องส่งลูกค้าให้เรียบร้อยก่อน ลูกค้าฝากงานอะไรต้องทำให้เรียบร้อย แล้วเรามาทำงานให้กับทีม Support เราเองอีกที

คุณสมบัติด้านวิชาการในที่นี้หมายถึงด้านความรู้ความสามารถ อย่างที่ผมบอกว่า ณ ปัจจุบัน พร้อม 100% ไม่ว่าจะเป็นความรู้เรื่องของอาคาร ใจบริการ 100% เรื่องของ Field ต่าง ๆ ทุกคนมีประสบการณ์ติดตัวมาพอสมควรอย่างน้อยก็ปีกว่า มากสุดบางคนก็อยู่มาตั้งแต่อิมแพค ก่อตั้งก็มี

เกณฑ์ในการรับคนเข้ามาทำงาน เราจะคัดกันตั้งแต่จบใหม่และที่มีประสบการณ์แล้ว ซึ่งสิ่งแรกที่เราต้องดูคือ Service Mind เรื่องของความรับผิดชอบเป็นหลัก ต้องบอกว่างานไม่ว่าจะเป็น ออกแก็นเซอร์หรือ Venue น่าจะเป็น Field เดียวกัน เวลาไม่ค่อยแน่นอน มักจะมีปัญหาเรื่อง เวลา เพราะฉะนั้นวันหยุดของคนอื่นก็คือวันทำงานของเรา เค้าต้องสามารถแยกงานกับส่วนตัวได้ แต่เราก็มองว่าเรื่องครอบครัวกับงานก็ต้องไปด้วยกัน เราพยายามดูว่าอันไหนน้องเค้ามีความ จำเป็นเราก็ไม่เคยขัดแย้ง วันหยุดก็ต้องหยุด แต่อย่างน้อยเค้าก็ต้องรู้แล้วว่าการทำงานกับชีวิต ครอบครัวของเค้ามันขัดแย้งกัน

คุณสมบัติเรื่องสภาพอ่อนโยน ผมต้องบอกก่อนว่าลูกน้องผม โดยทีมงานผม เจ้าหน้าที่ประสานงานทุกคน ผมมั่นใจว่าเค้ามีแรงกดดัน ไม่ว่าจะเป็น Visitor, Organizer, Contractor, Exhibitor ทั้งหมด เค้ามีแรงกดดันเยอะมาก แต่ผมมั่นใจน้อง ๆ ทุกคนจะสามารถ ควบคุมอารมณ์ความรู้สึกและสีหน้าได้ในระดับหนึ่ง ส่วนใหญ่แล้ว 100% แต่อาจมีบ้าง เพราะ ลูกค้ามีหลายแบบ ลูกค้าบางคนเราก็ไม่อยากจะอะไรมาก ซึ่งบางคนจะรู้แล้วว่าถ้าเค้าวันเค้าจะ ได้มาในสิ่งที่ต้องการเยอะ ไม่ว่าจะเป็น Exhibitor เอง เค้ารู้กฎระเบียบของอาคารอยู่แล้ว เราส่ง เจ้าหน้าที่ไปเคลียร์ทั้งที่รู้แต่เหมือนจะไม่เข้าใจหรือทำเป็นไม่รู้บ้าง บางทีน้องเค้ายังไม่ได้ทำอะไร ก็บอกว่าพูดจาเสียงดัง พูดไม่รู้เรื่อง เขียนใบคอมเม้นท์มาเยอะเหมือนกัน บางทีก็ต้องให้ความเป็น

ธรรมกับทั้งสองฝ่าย ต้อง Recheck ข้อมูลตรงบ้าง จากพยานข้างเคียงบ้าง เพื่อให้ความกระจ่างกับทั้งหมด แต่ต้องบอกว่าคนที่เข้ามาจัดงานเอง หรือ Exhibitor ก็ถูกเล่นเยอะเหมือนกัน บางทีอาจมีปัญหาเรื่องของ Supplier มากกว่า เจ้าหน้าที่ประจำ ถ้าจะบอกว่าเจ้าหน้าที่ Supplier ที่เราจัดจ้างมา ระเบียบวินัยของเค้าอาจจะยังไม่เคร่งครัดเท่ากับเจ้าของพื้นที่ที่อาจจะรู้แล้วว่าถ้าเราทำอะไรลงไปจะเกิดอะไรขึ้น แต่พอเป็น Supplier เช่น Security หรือแม่บ้าน คนที่รับเข้ามาอาจมีปัญหาบ้าง เพราะบางทีพอหมดช่วงเทศกาลเก็บเกี่ยวก็รับมาทำงาน พอรับมานับก็ลง ๆ กัน อาจมีการแจ้งกฎระเบียบ Brief กันยังไม่ชัดเจน ยังไม่ซึมซับเท่าที่ควรก็มาลงหน้างานกันแล้ว ก็มีปัญหาเรื่อง Service เรื่องของคำพูดบ้าง แต่เราต้องพยายามย้า ใครเจตต้องรีบบอก

คุณสมบัติเรื่องของความซื่อสัตย์ ถ้าเป็นของอิมแพคเรื่องนี้ผมว่า 100% ผมพูดตรง ๆ ว่าทุก ๆ ที่มีช่องโหว่หมด ถ้าคนคิดนิดนึงมีโอกาส รู้หนีทีไล่ ยิ่งคนอยู่มานาน ๆ ก็อาจมี ตรงจุดรั่วก็ต้องบอกว่ามันมี หากคนขาดความซื่อสัตย์หรือมีใจทุจริตนิดนึงก็อาจมีการลักลอบได้ แต่ระบบของเราเองก็มีความปลอดภัยเหมือนกัน ค่อนข้าง 100% มีกล้อง CCTV เรื่องเจ้าหน้าที่ประจำจุดต่าง ๆ ค่อนข้างเยอะ ทั้งสองอย่างประกอบกัน

ถ้าเป็นคุณสมบัติเรื่องของการเข้าใจในการเรียนรู้เอาใจใส่ผู้ใช้บริการมีเต็ม 100 อยู่แล้ว เรื่องอุปกรณ์หรือสถานที่ต่าง ๆ ก็โอเค เต็มที่ ไม่ว่าจะเป็นอุปกรณ์ เจ้าหน้าที่ เรามีความพร้อม 100% แต่มันก็มีตัวแปรอยู่บ้างเหมือนกันในเรื่องของตัวแปรต่าง ๆ เช่น พนักงาน Casual การ Set up ต่าง ๆ บางทีเราก็มีปัญหาเหมือนกันในเรื่องการใช้อำนาจคนเยอะ ๆ อย่างวันที่มีการ Set up โต๊ะเก้าอี้หลายพันหรือเป็นหมื่นตัวในห้องประชุม ถ้าหากเกิดปัญหาเรื่องกำลังคนที่เราจัดจ้างมาเป็นตัวแทนจากข้างนอก ซึ่งจากแหล่งแรงงานเราก็อยู่หลายแหล่งและมีตัวแปรเยอะเหมือนกัน เช่น เรื่องแรงงานที่มาจากปากน้ำบ้าง หรืออย่างกลุ่มที่มีการรวมตัวกันเพื่อจัดจ้างแรงงาน บางทีขาดหรือไม่ตรงจุดประสงค์ของเรา สมมติว่าเราต้องการใช้ 500 คนแต่อาจไม่ได้มา 100% เราก็มีการแก้ปัญหาว่าแหล่งนี้ไม่ได้เราก็เสริมจากแหล่งอื่น แต่พอหลาย ๆ แหล่งเข้าอาจจะไม่ได้จำนวนแต่เรารู้ว่ายังงี้ก็ต้องไม่กระทบกับเรื่องของงาน ถ้าเกิดปัญหาขึ้นเราก็ต้องเกณฑ์เจ้าหน้าที่มาช่วยดูแล ไม่ว่าจะเป็น Security บางครั้งเราก็ต้องบอกว่าให้มาช่วยกันก่อน Landscape หรืออะไรอย่างนี้ แบ่งกำลังมาเพื่อแก้ปัญหา ที่ผมบอกว่ามีแหล่งกำลังอยู่ ตัดมาช่วยเหลือกันได้ แต่ทั้งหมดทั้งมวล อาจมีปัญหา แต่ภาพความบกพร่องต่าง ๆ อาจไม่ได้เห็นกับเจ้าของงานทุกอย่าง สมมติฟรังก์นี้ใช้งานแต่ มันก็มีปัญหามายในอยู่บ้างในหลาย ๆ เรื่องแต่เราไม่ทำให้ลูกค้า

หากจะมองว่าคุณสมบัติข้อใดของตัวบุคลากรที่ยังอ่อนอยู่และควรได้รับการพัฒนาต่อ ผมต้องบอกว่ามันไม่ใช่จุดบกพร่องแต่สิ่งที่ควรพัฒนาให้ดีขึ้นต่อไป ก็ควรพัฒนาให้มันดีขึ้น

เรื่อย ๆ เราอยู่กับการ Training อยู่ตลอด ไม่ว่าจะเป็นของเจ้าหน้าที่ประสานงานในส่วนงานต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น Training เรื่องอะไร เราต้องประเมินคนของเราว่าควรเติมส่วนไหนเพื่อพัฒนาขึ้นไป แล้วไปคุยกับ Training ของ HR เมื่อปีที่แล้วเราได้ชุด Training ของ HR เข้ามาใหม่ บอกตรง ๆ ว่าดีใจมากที่ได้ชุดนี้เข้ามา เพราะว่าเค้าแน่นมาก เยอะมาก กระดาษก็อ้วนมาก อยากจะเติมให้ศักยภาพเด็กดียิ่งขึ้นไป เมื่อปีที่แล้วเรามีการ Training ให้เด็กอยู่ตลอดเวลาและน้องต้องการ Train เรื่องอะไรให้ List มา แล้วเราไปคุยกับ HR เพื่อจัดลำดับสิ่งไหนสำคัญ ดูจากสิ่งที่ Peak มากที่สุด Security อาจมีปัญหาเรื่องภาษา เราก็มีการจัด Train ให้ มีการจัด Train จัดคอร์สเรื่องภาษาอยู่ 3 คอร์ส ตอนนี้อยากบอกก่อนว่าเรามีส่วนของ Training ประจำ ประจำฝ่าย ประจำบริษัท เราเลือกตัวบุคลากรที่จะ Training คือส่งคนชุดนี้ประมาณ 20 กว่าคนไปอบรมและทำการ Train เป็น Trainer โดยเฉพาะ คือการเอาบุคลากรของเราไปฝึกอบรมเพื่อจะเป็น Trainer เค้าอาจจะมีความรู้ความสามารถเรื่องใดเรื่องหนึ่ง อาจต้องเตรียมคอร์สต่าง ๆ มา Training ต่อ เราเลยส่งคน ๆ นั้นไปอบรมในเรื่องที่ทุกคนสนใจ เพื่อจะมาถ่ายทอดต่อ พอคนนี้มี ความชำนาญแล้วก็จะสามารถที่จะ Train คนต่อ ๆ ไปได้ อาจจะดีกว่าที่จะต้องจ้างบุคลากรจากภายนอกเข้ามา

ในเรื่องของคน ทุก ๆ คนในธุรกิจไมซ์สำคัญมาก ผมว่าทุกคนมาถึงตรงนี้แล้ว ถ้าหากคนที่ไม่มีใจบริการ พูดจาไม่ดีอะไรออกไปเป็นผลเสียทันที หรือแม้กระทั่งลูกค้าบอกว่ามาแจ้งมาบอกอะไรนิดหนึ่ง แต่ไม่ได้คำตอบที่ชัดเจนหรือไม่ได้ให้ความสนใจ ใส่ใจ ก็กลายเป็น Complain ทั้งหมด เรื่องที่สำคัญที่สุดที่จะทำ Training ควรจะเสริมเรื่อง Service Mind ของบุคลากรเยอะ ๆ ไม่ว่าจะเป็นในส่วนของผู้เจ้าหน้าที่ประจำ อย่างที่ผมบอกผมไม่ซีเรียส ไม่กังวลแล้ว แต่จะกังวลเรื่องของ Supplier หรือระดับที่อาจจะมีความยับยั้งชั่งน้อย บางทีเจ้าหน้าที่จรรยา โดนแดด โดนฝน โดนอะไร เยอะ ๆ แล้วความเครียด ความรู้สึกอะไรต่าง ๆ ก็มีเยอะเหมือนกัน หากเค้าไม่ได้รับ ไม่ได้มีการควบคุมอารมณ์ที่ดีก็จะกลายเป็นเรื่องแย่ บางคนก็ต้องบอกว่าจริง ๆ มีใจอยากจะบริการแต่การสื่อสารไม่เหมาะสม คำพูดที่ไม่เหมาะสมต่าง ๆ แต่ก็ไม่ได้มีเจตนา เจอมาหลายอย่างแล้ว อย่างน้องคนนี้ไม่ใช่เลย เราก็ดูวิธีการทำงานของเค้า ก็มีเรื่องของ การสื่อสารที่อาจจะโป่งปอง ๆ แต่ไม่ได้คิดอะไร แต่ยังไงเราก็ต้องเข้าไปปรับปรุงเค้า

พื้นที่ของทางอิมแพคมีการพัฒนาขึ้นเรื่อย ๆ จะเห็นว่าการก่อสร้างอยู่ตลอดเวลา เพราะฉะนั้นสิ่งที่โดน Complain อยู่เป็นประจำจะเป็นเรื่องของพื้นที่การบริการบ่อยที่สุด บางทีงานหนึ่งประสบความสำเร็จมาก ๆ แต่ลานจอดรถอาจมีปัญหา บางงานคนให้ความสนใจเยอะ มีจัดทุกฮอลล์เลย อิมแพค อาร์น่า จูบิลี่ ชาเลนเจอร์ ไอซีซี มีงานหมด ต้องบอกว่าพื้นที่รองรับเรื่องรถของเรามีอยู่ประมาณหมื่นกว่าคัน จริง ๆ เยอะนะ ลูกค้าน้อย ๆ คน งานเค้าประสบความสำเร็จแต่

เมื่อไหร่ที่ลูกค้ามีปัญหาหาที่จอดรถไม่ได้ เค้าก็ไม่พอใจ ในเรื่องของบริการมันต้องรองรับได้ 100% เราเห็นจุดเด่นของเราคืออะไร ตั้งแต่สมัยก่อนลานจอดรถเรามีเยอะมาก พอมาถึง ณ ปัจจุบันเราเห็นปัญหา อาคารจอดรถที่เป็นพื้นที่ที่น้อยแต่รองรับได้เยอะ ตอนนี้อย่างแรกกำลังทำอยู่ คาดว่าเดือนนี้น่าจะเปิดใช้ได้ ส่วนเฟสสองจะขึ้นต่อ แล้วต่อไปเราก็ต้องสร้างลานจอดรถที่ใช้พื้นที่น้อยลงแต่รองรับได้เยอะขึ้น เรื่องนี้สำคัญและเป็น Conflict มากที่สุดที่ไม่น่ามองข้าม มันจะมีช่วง Peak ที่มีงานชนกันเยอะ ๆ เช่น Motor Expo เราต้องเตรียมรองรับไว้

ปัญหาเรื่องการสื่อสาร อาจจะมีรู้สึกกับลูกค้าบางรายแต่ไม่ใช่กับทุกราย ถ้าเป็นงานใหม่ เรามีการแบ่ง Section การประสานงานที่แตกต่าง แบ่งกันว่า Sales Pro ขาย Sales Re รับหน้าที่ดูแลต่อ Contact กับลูกค้า แต่พอหน่วยงาน Operation รับงานต่อ คนที่รับต่อตรงนี้นั้นจะ Blank นึกออกไหมครับ เพราะลูกค้าเริ่มจากการ Contact กับทีม Sales กลุ่มหนึ่งแล้วหน่วยงานมา Contact กับ Operation อีกกลุ่มหนึ่งอาจจะยังไม่คุ้นเคย ซึ่งอาจเจอกันบ้างครั้งสองครั้งในที่ประชุม แต่พอหน่วยงานมันต้องมีการปรับจูนเข้าหากันค่อนข้างเยอะ นื่อง ๆ ก็ต้องวิ่งเข้าหาออกแอกในเซอร์เพื่อทำความเข้าใจให้เร็วที่สุด อาจมีปัญหาบ้างเมื่องานนั้นไม่มี Main ของออกแอกในเซอร์หรือมีหลาย Section บางครั้งความคุ้นเคยกันอาจช่วยได้ เช่น ถ้าลูกค้ารายไหนเคย Deal กันมาบ่อย ๆ งานนั้นไม่มีปัญหาแน่นอน แต่เมื่อไหร่เป็นงานใหม่แล้วต้องมาเริ่มต้นกันใหม่ ความสนิทสนมก็มีส่วนความคุ้นเคยหรือการถ่ายทอดงานอาจไม่มาทั้งหมด ชุดนี้ Deal อยู่ การถ่ายทอดมาทาง Operation อย่างน้อยอาจมาซัก 90% หรือเปล่าเราไม่รู้ว่าจะมีบ้าง หรือข้อมูลจากออกแอกในเซอร์ส่งให้ Sales อาจจะได้ส่งมาฝ่าย Operation ทั้งหมดหรืออาจมีการ Miss บ้าง เราก็ต้องมาปรับจูนเข้าหากันเยอะ ๆ ซึ่งมันอาจจะเป็นเวลาที่เราจะเหนื่อยมาก หน่วยงานมันต้องเตรียมทุกอย่างให้พร้อมเกือบทั้งหมดแล้ว เพราะฉะนั้นมันไม่ค่อยมีเวลาที่จะจูนเข้าหากันเท่าไร

ถ้ามองในเรื่องของการเป็นผู้ให้บริการในศูนย์ประชุม บุคลากรจะมีทั้งส่วนที่เป็นแผนกที่เจอกับลูกค้าโดยตรงกับแผนกที่สนับสนุนอยู่ข้างหลัง หากจะประเมินความพร้อมของบุคลากรในมุมมองของลูกค้าแล้ว ออกแอกในเซอร์จะมองภาพรวมทั้งหมดได้ชัดเจนที่สุด เค้าจะรู้ว่าเรา Support เค้าได้ดีมากน้อยแค่ไหน บางทีลูกค้าจะมองอยู่อย่างหนึ่งว่ามีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น เช่น มีการปรับเปลี่ยนระบบในองค์กร และอาจมีความเคยชินกับระบบเก่า พอมีระบบใหม่อาจไม่ชิน ในกรณีที่เราปรับล่าสุด งาน Motor Expo เราใช้ Outsource เข้ามาทำในเรื่องของความพร้อมของอาคาร เมื่อก่อนอิมแพคทำเองทั้งหมด ความรวดเร็ว การดูแลลูกค้ามันต้อง 100% แต่พอมีการแจกแจงใช้ Outsource เข้ามา ลูกค้าอาจมีความรู้สึกว่ามันมาตรฐานมันต่างกัน แต่เราก็ต้องพยายามให้ Outsource ทำมาตรฐานให้เท่ากับเราหรือดีกว่า บางทีการตอบสนองลูกค้าหรือความล่าช้า อาจจะ

ไม่ดีเท่าเรา ต้องมีการปรับแก้ไขกันอยู่ตลอด เช่น ระบบคานทั้งหมดเราใช้ Outsource สมัยก่อนเราดูแล มีทีม Engineer ของอิมแพคดูแล ความใส่ใจมันแตกต่างกันเยอะ พอเป็น Outsource ทุกอย่างเป็นเงินหมด ไม่ซอม ไม่แก้ เปลี่ยนอย่างเดียว เพราะฉะนั้นเลยทำให้มีความล่าช้าเรื่องของการ Maintenance เราต้องเข้าไปตรวจสอบด้วยว่าอันนี้ต้องเปลี่ยนหรือมันซ่อมได้ การบริการมันแตกต่างจากเรา เราต้องเอาความสะดวกของเค้าเลยเสนอเปลี่ยนเลยไม่ซอม ทำให้เงินค่าซ่อมบำรุงมากกว่าแต่ก่อน ความเอาใจใส่ระหว่าง Supplier กับเราตอนนี้กำลังปรับให้ดีขึ้นแล้ว

Operation เป็นฝ่ายที่ต้องเจอกับลูกค้า ใช้เวลากับลูกค้าเยอะที่สุด รวมถึงฝ่ายขายที่ Contact มาตลอด พอถึงหน้างานก็ส่งต่อไปให้ Operation ส่งต่อ 100% เต็มก็ต่อเมื่อลูกค้า Move in เข้ามา แต่ฝ่ายขายจะเข้ามาดูแลลูกค้าว่าเป็นอย่างไรบ้าง เข้ามา Service มาดูแลลูกค้าด้วย

อิมแพคมีการแบ่งฝ่ายเยอะมาก หลัก ๆ ที่พอพูดถึงได้ มีฝ่ายขาย ฝ่ายอาคาร ซึ่งเป็น 2 ส่วน แยกย่อยออกมาอีก หลัก ๆ คือ Security แม่บ้าน Set up อยู่ในฝ่ายอาคารทั้งหมด ฝ่ายใหญ่ ๆ ที่มีบทบาทมากที่สุดคือฝ่ายขาย ฝ่ายอาคาร ฝ่าย F&B นอกนั้นก็เหมือนฝ่ายที่แยกย่อยลงมา เช่น Communication ดูเรื่องโฆษณาต่าง ๆ ของอิมแพค ย่อย ๆ ก็มีเรื่องของการซื้อขาย แลกเปลี่ยน ซื้อตัว การบริการต่าง ๆ Real Estate คอนข้างเยอะ แต่ Main หลัก ๆ มีอยู่ไม่กี่หน่วยงาน

ในส่วนการทำงานของฝ่าย HR ซึ่งเป็นฝ่ายที่ดูแลเรื่องคนทำงานและมีขั้นตอนการทำงานหลายขั้นตอนจุดเริ่มต้นของการดูแลบุคลากรจะต้องมาจากตัวที่มี JD JS ซึ่งจริง ๆ แต่ละส่วนงานก็จะมีกรวางออแกไนซ์ของตัวเองแล้วส่งไปให้ฝ่าย HR ดูว่าระบบของฝ่ายเป็นแบบไหน ออแกไนซ์ของตัวเองเป็นแบบไหน ซึ่งเค้าจะทำการ Recruit สรรหาคนมาให้เรา ทางเราก็จะเป็นคนสัมภาษณ์อยู่ดี เพียงแต่เค้าจะเลือกมาให้เราว่าคนไหนเหมาะสมที่จะร่วมงานกัน Job ต่าง ๆ หรืออะไรต่าง ๆ เรา Deal กับทาง HR ไปด้วยกันอยู่แล้ว ส่วนใหญ่จะมีปัญหาเรื่องการจัดการเรื่องอื่น ๆ มากกว่า โดยเฉพาะเรื่องวันหยุดของน้อง ๆ ในทีม Operation กับพนักงาน มันขาดครั้งอยู่ตลอดเวลา เพราะทุกคนมีวันหยุดประจำสัปดาห์คนละ 1 วัน เมื่อมีงานตัวเองก็ไม่สามารถหยุดได้อยู่แล้ว ก็ต้องรัน รัน รัน ต่อไป เพราะฉะนั้นปัญหาหลายเรื่องที่เราต้องดูคือเรื่องวันหยุดกับการสะสมวันหยุด คือบางคนอาจจะไม่ได้หยุดหลาย ๆ วันต่อเนื่องกัน บางทีเราต้องหาทางช่วยเหลือเค้า แต่ผมว่าจริง ๆ แล้ว HR ที่เกี่ยวข้องกับทางผมมันเป็นเรื่องของการสรรหากำลังคนที่จะเป็น Casual เสริมในงานมากกว่า ได้ตรงตาม Spec ที่ขอไปหรือเปล่า แต่ละงานที่เราขอเสริมก็คือ ขอไป 100 เราก็อยากจะได้ตามจำนวนนั้น

การสรรหาบุคลากรเข้ามาทำงานต้องประสานกันในแต่ละสายงานรวมถึง HR ด้วย แต่ละสายงานก็จะบอกคุณสมบัติและสิ่งที่ต้องการให้ฝ่าย HR รับทราบเพื่อไปสรรหาคนมาให้ จากนั้นเราก็จะมีการคัดเลือกโดยการสัมภาษณ์หรือทดสอบอะไรเอง เพื่อจะได้บุคลากรเข้ามาในส่วนงานของเรา หลังจากได้บุคลากรเข้ามาแล้ว มีเรื่องของการปฐมนิเทศเข้ามาด้วย HR จะมีปฐมนิเทศรวมก่อนว่าองค์กรรวม ๆ เป็นอย่างไร แต่พอส่งมาถึงฝ่ายหรือส่วนงานก็จะมีการอบรมของตัวเอง มีคู่มือต่าง ๆ สมมติว่า Operation ก็จะมีคู่มือของเค้าว่าต้องทำอะไรบ้าง พอมาลงหน้างานก็ใช้เวลาในการติดตามรุ่นพี่ คอยดูว่า Senior มีการสอนงานหน้างานอย่างไร คอยดูแลเรื่องเอกสารต่าง ๆ ช่วงสองอาทิตย์แรก อาจจะดูเป็นเรื่องของเอกสาร กฎระเบียบต่าง ๆ อาทิตย์ที่สองสามก็อาจจะมาดูรุ่นพี่ แล้วก็ในเดือนสองเดือนแรกดูความสามารถของน้องเค้า เดือนสองเดือนแรกถ้าเค้าสามารถทำงานได้แล้ว เราก็ให้เป็น Support ของงานนั้น ๆ ก่อน ลงหน้างานดูว่าเค้าทำอะไรช่วยเหลือรุ่นพี่แบบไหนบ้าง แต่ก็จะมีคนคอยประกบอยู่ แล้วเริ่มให้ Project เล็ก ๆ ให้ไปลองทำก่อน

เรื่องการฝึกอบรมอย่างที่บอกไปแล้วว่าแต่ละฝ่ายจะมีการ Request มาว่าเราอยากจะเพิ่มเติมความรู้หรือพัฒนาด้านไหน เราก็ให้ HR ทำโปรแกรมขึ้นมาอีกทีหนึ่ง

เรื่องของการบริหารค่าตอบแทนคิดว่าผลในด้านงานไม่มี จริง ๆ แล้วน้อง ๆ เค้ามีความตั้งใจ อย่างน้อยก็มีหลายคนที่มาอยู่ที่นี่แล้วรักองค์กร รักฝ่าย รักหน่วยงานของตัวเอง แต่จะมีผลทางด้านจิตใจของเค้าหนึ่ง ถ้ามันมีความแตกต่างกันในเรื่องเงินเดือนที่แตกต่างกัน บางคนอาจมีความสามารถเยอะกว่าแต่เงินเดือนแตกต่างกัน มันก็จะมีปัจจัยหลายอย่าง เช่น วุฒิ ดีกรีที่แตกต่างกัน เรื่องเงินเดือนมีผลแต่ไม่กระทบต่อการทำงานของเค้า แต่อาจจะมีบ้างในเรื่องของจิตใจมีความน้อยเนื้อต่ำใจบ้าง แต่เราไม่เคยทิ้งปัญหานี้ เราเห็นว่ามันไม่เหมาะสมเราก็ปรับให้เค้า เช่น ไตรมาสนี้ไม่ได้ อย่างน้อยก็ต้องค่อย ๆ ดีขึ้นในปีที่ผ่านมา มันต้องมีอะไรที่เท่ากันจะได้ไม่มีความรู้สึกแกล้งงานกัน แต่อาจจะมีความรู้สึกเล็ก ๆ ของเค้า (ด้านทำงานไม่ แต่ด้านจิตใจน้อย)

ด้านสวัสดิการ สุขภาพ ความปลอดภัย ผมมองว่าทางผู้ใหญ่นำความสำคัญกับเรื่องของบุคลากรเยอะ ต้องบอกว่าดีขึ้นเรื่อย ๆ ให้ความสนใจพนักงานมากขึ้นเรื่อย ๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของสวัสดิการ ค่าครองชีพ เรื่องค่าโทรศัพท์ ค่าพิเศษประจำเดือน ก็ดูแลให้ ทำให้พนักงานมีกำลังใจในการทำงานมากขึ้น ผมก็ยังดีใจที่ทางผู้ใหญ่นำความสำคัญเรื่องนี้ ปีสองปีที่ผ่านมาดีขึ้นมาก ดูแลพนักงานดีมาก แต่ก่อนเราบอกว่าการสื่อสารกับลูกค้าเป็นเรื่องสำคัญ เราก็เน้นไปว่าต้องมีค่าโทรศัพท์ ผู้ใหญ่ก็เห็นด้วยก็อนุมัติมา เรื่องของสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ผู้ใหญ่ก็เห็นด้วยก็อนุมัติมา อยู่ที่ว่าเราจะขออะไรจากผู้ใหญ่ ซึ่งตอนนี้ในเรื่องของการสื่อสารเอง อุปกรณ์เทคโนโลยีที่มัน Hi-tech ขึ้นมา ผู้ใหญ่ก็คิดที่จะพัฒนาและแก้ปัญหาอนุมัติด้วย ตัว ipad เอง อะไรเองที่จะ On

Floor ทั้งหมด ผมคาดว่าน่าจะเร็ว ๆ นี้ ผมว่าตอนนี้ผู้ใหญ่ Support เราได้มากในเรื่องของสวัสดิการ

การรวมกลุ่มเป็นสหภาพแรงงานหรือแรงงานสัมพันธ์เพื่อปกป้องผลประโยชน์หรือดูแลสวัสดิการต่าง ๆ ผมคิดว่ากลุ่มนี้เหมือนจะมีแต่ว่ามันถูกการดูแลเอาใจใส่จากผู้ใหญ่เลยไม่มีปัญหา ตอนนี้จะให้มาเรียกร้องอะไรไม่มีแล้ว เพราะผู้ใหญ่เราดูแลไม่ได้ทอดทิ้งอะไรมากมาย ไม่เหมือนสมัยก่อนทุกอย่างเริ่มดีขึ้นมาเรื่อย ๆ เพราะฉะนั้นผมว่างานนี้ไม่จำเป็นต้องมีกลุ่มองค์กรต่าง ๆ ที่เข้ามาเรียกร้อง แต่ถ้าหากมีอะไรแรง ๆ หรือมีอะไรที่ไม่ยุติธรรม อีกหน่อยคงมีการเคลื่อนไหว แต่ตอนนี้ผู้ใหญ่อยุ่ดูแลเราดี

กระบวนการต่าง ๆ ในการบริหารงานทรัพยากรบุคคลมีกระบวนการตามลำดับขั้นตอนที่มืออยู่แล้ว โดยเฉพาะการดูแลบุคลากรที่ผู้ใหญ่ให้ความสำคัญ ซึ่งมีผลทำให้บุคลากรมีกำลังใจ มีการเพิ่มเติมศักยภาพของตัวเองมากขึ้น ผมว่าทุกอย่างต้องไปด้วยกันหมดไม่ว่าจะเป็นการดูแลจากผู้ใหญ่ ค่าครองชีพก็ต้องอยู่ได้ การดูแลของผู้ใหญ่มันก็ต้องดูแลกันไป โดยรวมมันก็ต้องไปด้วยกันทั้งหมด ผมดูจากทุกคน ดูจากทุกอย่างแล้ว เรื่องของสวัสดิการต่าง ๆ เจ้าหน้าที่ทั้งหมดแล้วองค์กรของอิมแพคก็มีส่วนได้เยอะมาก บางคนพนักงานจะแต่งงานผู้ใหญ่ก็เข้ามาดูแลให้ มีส่วนลดให้ อะไรหลาย ๆ อย่าง คือมันเหมือนเป็นครอบครัวเดียวกัน ญาติผู้ใหญ่เสียทุกฝ่ายก็จะลงข้อมูลในเว็บอิมแพค ทุกคนก็จะเข้ามาช่วยดูแล ช่วยเหลือกัน อยู่ด้วยกันด้วยความรู้สึกที่ดี แต่ถามว่าการทำงานมีกระทบกระทั่งกันมั๊ย มันก็มีอยู่แล้วแต่ทุกคนที่อยู่ที่นี่ ทุกฝ่าย พูดตรง ๆ เลย เวลาที่ผมทำออกแกในเซอร์ผมจะเปลี่ยนงานบ่อยมาก บ่อยจริง ๆ ปีหนึ่งบางทีหลายบริษัท พอไม่พอใจนิดเดียวลาออกเลย แต่พอมาอยู่ที่นี่รู้สึกว่าเป็นเพื่อนดี หัวเราะได้ เค้านดูแลเรานะ แต่ถามว่าเหนื่อยมั๊ย เหนื่อย เรามีความรู้สึกที่เราผูกพันกับที่นี่ ผมว่าผมทำงานที่นี่นานมากเลยนะ หกปีกว่าแล้ว มีความรู้สึกผูกพันรักที่นี่ ก็ด้วยเหตุผลนี้เหมือนกันที่ว่าพอทุกคนรักก็พยายามปรับปรุงตัวเองให้ดีขึ้น ผมรู้สึกว่าพนักงานอยู่กันมานาน หลาย ๆ คน ทุกคนมีประสบการณ์เยอะมากจากการเห็นงานของทุกคน ไม่ว่าจะเป็นออกแกในเซอร์เจ้าไหนก็มาจัดที่เรา เห็นงานมาเยอะคิดงานเองได้เลย เอางานนี้เข้ามาลง ผมพูดได้เลยว่าเป็นประสบการณ์ที่ทุกคนหาได้ไม่ง่าย ใครที่อยากทำออกแกในเซอร์เอง อะไรเอง ก็หางานจากที่นี่ แต่ทุกคนมีความรู้สึกที่ไม่อยากไปไหนแล้ว รักที่นี่แล้ว เหมือนอยู่กันเป็นครอบครัว มาเอ็นเตอร์เทนเพื่อนฝูงพี่น้องกัน มีความรู้สึกว่าจะต้องไปไหนไม่อยากไป นอกจากจะมีเหตุจริง ๆ ถ้าต้องมีการเปลี่ยนแปลง

ผมมองแนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมไมซ์ว่าจริง ๆ ไมซ์ของเราดีกว่าในหลาย ๆ ประเทศเยอะมาก เท่าที่ผมดูมาหลาย ๆ ที่แล้ว เหมือนเราเป็นกลุ่มต้น ๆ ของโลกที่ทำในเรื่องนี้

พัฒนาได้เร็วมาก ผมดูจากตัวเองที่ทำออกแกในเซอร์มาก่อน แล้วก็ทำอย่างอื่นมาก่อน ผมคิดว่าความคิดของเราเอง การลงทุนของผู้ใหญ่ งบประมาณหลาย ๆ อย่างก็ทำให้เรามีความคิดริเริ่มหรือทำอะไรค่อนข้างเยอะ ในการพัฒนาความคิดหรือบุคลากร ไม่ว่าจะเป็นการก่อสร้างอะไรที่มันยิ่งใหญ่หรือมีงบประมาณที่จะทำ เอาลูกเล่น Effect อะไรต่าง ๆ มาเล่น ผมว่าเรามีโอกาสอยู่ตลอดเวลา การจัดงานมีอยู่ต่อเนื่องตลอดเวลา งานของเราบางครั้งก็ต้องบอกว่าเรา Copy งานดี ๆ จากต่างประเทศมาก็เยอะ แต่ก็เป็นการพัฒนา Create และ Apply ต่อไปได้เยอะ ๆ มันต้องพัฒนาไปเรื่อย ๆ ยังมองไม่เห็นว่ารูทริกไมซ์ของเรามันย้ายอยู่กับที่เลย มันเติบโตต่อไปเรื่อย ๆ ดีขึ้นเรื่อย ๆ ไปขยายอยู่ต่างประเทศก็เยอะ ต่างประเทศก็มาทางเราเยอะเหมือนกัน ผมว่าปีหน้าและต่อ ๆ ไปไม่รู้ว่าจะซบเซาเลย น่าจะพัฒนาขึ้น

ประเทศไทยพร้อมที่จะเป็น MICE Center ของเราเองไม่น้อยหน้าใคร ในเรื่องของพื้นที่ต่าง ๆ แต่ยังต้องมีการพัฒนาต่อไป อย่างบางประเทศมีเรื่องของการใช้พื้นที่ เน้นที่ทันสมัย ใหญ่ขึ้น หรืออะไรหลาย ๆ อย่าง ก็ทำให้เค้าได้เปรียบ เช่น จีนที่ผ่านมามีอะไรที่ทำให้เค้าได้พัฒนาหรือเห็นอะไรมาเยอะ ก็มีโอกาสพัฒนาตรงนั้นอยู่แล้ว ถ้าเรามีโอกาสอย่างนั้น เราก็จะดึงกลับเข้ามาเหมือนกัน เราก็มีโอกาสได้เห็นเทคโนโลยีต่าง ๆ จากต่างประเทศที่เข้ามาจัดแสดงในพื้นที่ของเรา มีไอเดียอะไรต่าง ๆ เข้ามา นี่ก็เป็นโอกาสของเราที่จะได้มีโอกาสพัฒนานคน พัฒนาสิ่งที่เราเห็น พอได้เห็นได้ทำ โอกาสของเราไม่น้อยหน้าใคร คนหรือบริษัทเรามีอยู่ ณ ปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็น CM, Index ผมว่าทุกคนถ้ามีงบ ทุกคนทำได้ เรื่อง Create Idea ต่าง ๆ ประเทศไทยไม่น้อยหน้าใครในเรื่องฝีมือแต่เรื่องโอกาสเรายังมีไม่เท่าคนอื่น

หากจัดอันดับศูนย์ประชุม 5 แห่ง อิมแพคอันดับหนึ่ง แต่ต้องบอกว่าจุดประสงค์ของลูกค้าแต่ละคนต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องพื้นที่ ขนาด สถานที่ตั้ง อยู่ที่บ้านจี่ยพวกนี้เข้ามาเกี่ยวข้องกับเค้าอยู่แล้ว แต่ต้องเพิ่มเติมว่าความพร้อมของอิมแพคก็มีค่อนข้างเยอะ เรื่องการรองรับต่าง ๆ ก็ได้เปรียบกว่าทุกที่ได้เปรียบหมด ถ้าเป็น Field ของงาน อาจจะต้องคุยกับปัจจัยกลุ่มคนในเมือง มันก็ต้องมีคนพวกนี้เป็นตัวแปรเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย แต่ถ้าเป็นเรื่องของพื้นที่ ความพร้อม ผมว่าอิมแพครองรับได้ แต่ถ้าต้องการกลุ่มที่เป็น Material ต่าง ๆ ก็ต้องเป็นโบเตคที่ใกล้กับกลุ่มอุตสาหกรรมต่าง ๆ ถ้าต้องการกลุ่มคนเยอะ ๆ พื้นที่ใหญ่ ๆ การรองรับการจราจรที่มีมาก ๆ ความสวยงามของอาคาร ความพร้อมต่าง ๆ ผมว่าอิมแพคไม่เป็นรองใคร Central World ได้ความใหม่จริง ๆ 3 แห่งนี้มันก็ขึ้นอยู่กับ Theme งานในแต่ละเจ้าของ Product เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับลูกค้าว่าสถานที่ไหนเหมาะกับเค้า ถ้าผมเป็นลูกค้า เป็นคนตัดสินใจ ผมจะดูว่าขนาด กลุ่มเป้าหมาย

ตรงไหนเหมาะ ทุกอย่างก็มี Base ของมันอยู่ Central World ก็มี Base อย่างหนึ่ง ทุกอย่างมีจุดเด่นหมดขึ้นอยู่กับลูกค้าจริง ๆ รวมถึงการตลาดที่จะเข้าไปเจาะกลุ่มเป้าหมายนั้น ๆ ด้วย

โดยปกติการทำงานในศูนย์ประชุมเราทำทั้งสองอย่างเลย คือทั้งวิ่งหาลูกค้าและลูกค้าเข้ามาเอง ความจริงเรามีลูกค้าประจำอยู่แล้วในแต่ละปี มันก็เหลือช่องว่างอยู่ไม่เท่าไร ก็ยังมีชาวต่างชาติอยากจะมาลง แล้วช่องว่างตรงนั้น ฝ่ายขายก็พยายามจะปิดช่องว่างนั้น อย่างสองปีนี้ได้หมดแล้ว เพราะฉะนั้นถ้ามีการเปลี่ยนแปลงหรือการเคลื่อนไหวอะไร ลูกค้าจะเสียบเต็มช่วงอยู่แล้ว แต่อาจมีปัจจัยในเรื่องของบริษัทของเค้าบ้างว่ามีการเปลี่ยนแปลงในช่วง Period งานไปบ้าง ต้องบอกว่าอันนี้มีทั้งชาวต่างชาติและลูกค้าประจำ ลูกค้าเองก็เข้ามาเองเลย ค่อนข้างเยอะ ในหลาย ๆ เรื่องผมพูดไม่ได้ แต่มีการแยกจากที่หนึ่งมาทำ มันเหมือนกับว่างานหนึ่งจัดอยู่ช่วงเวลาหนึ่งอาจจะประสบความสำเร็จก็มีการรวมกันเข้ามาจัดทำแยกเป็นอีกงาน อย่างกลุ่มเก่า ๆ เค้ารู้แล้วว่าพื้นที่นี้ใช่ของเค้ามัย ผมว่าส่วนใหญ่ลูกค้าประจำของอิมแพคเค้าจะรู้ Field ของเค้าว่าลงที่ไหนแล้วประสบความสำเร็จ

อิมแพคเองกำลังจะมีการเปิดส่วนของโรงแรมในวันที่ 1 กุมภาพันธ์นี้ ถ้าเปิดโรงแรมแล้วน่าจะเพิ่มศักยภาพในการรับกลุ่มลูกค้าได้มากขึ้นไปอีก ผู้ใหญ่เรามีโครงการเยอะมากที่จะทำให้ทุกอย่างเป็นศูนย์รวม ไม่ใช่ศูนย์รวมในเรื่องของศูนย์ประชุมต่าง ๆ แต่จะเป็นศูนย์รวมเรื่องของ Entertainment สมมุติว่าลูกค้ามาจากต่างจังหวัดหรือต่างประเทศ เรามีโรงแรมรองรับอยู่ เราจัดงาน มีที่พักใกล้เคียงให้ไม่ต้องไปหาข้างนอกเหมือน สมัยก่อน อย่างไบเทคก็มีการ Join กับโรงแรมต่าง ๆ ใกล้เคียง มีสถานที่ท่องเที่ยวที่อยู่ใกล้ ๆ อย่างของเราก็พยายามรองรับกลุ่มลูกค้าให้ได้ผลประโยชน์เยอะสุด อย่างโรงแรมเปิดใช้งานวันที่ 1 กุมภาพันธ์ โครงการต่อไปจะมีสถานีรถไฟฟ้าเข้ามาแถว Lake Side ที่เรามีการจัดสรรพื้นที่ เพราะฉะนั้นต่อไปการคมนาคมขนส่งไม่ต้องห่วง ในเรื่องของศูนย์รวมความบันเทิง Entertainment คาดว่าเร็ว ๆ นี้ ขึ้นอยู่กับผู้ใหญ่อีกที แต่ก็จะมีการเปิดโรงแรมระดับโรงแรม Novotel แล้ว อีกหนอยก็จะมีการสร้างโรงแรมด้านหลังสำหรับกลุ่ม Exhibitor รายย่อย ๆ ที่อาจจะสู้ราคาสูง ๆ ไม่ได้ ไม่ต้องพักขนาดนั้นก็ได้ ไม่ได้ไกล โรงแรมอยู่ด้านหลัง คือให้เค้าสามารถทำงานได้สะดวกขึ้น

บทสัมภาษณ์ คุณอานนท์ เอนกวิชฌกุล

Event Executive, รอยัล พารากอน ฮอลล์ ศูนย์การค้าสยาม พารากอน

วันที่ 21 มกราคม 2554

ปัจจุบันผมเป็นฝ่ายบริการลูกค้า ตำแหน่งคือ Event Executive จะเป็นส่วนบริการลูกค้า เป็นฝ่ายปฏิบัติการ ซึ่งจะคอยดูแลลูกค้าที่เข้ามาบริการ เป็นฝ่ายประสานงานกับตัวทีมงานเราเอง กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจกับการเข้ามาใช้พื้นที่มากที่สุด นั่นคือหน้าที่หลักของตำแหน่งผม

งานส่วนใหญ่ที่จัดที่พารากอน ฮอลล์ ถ้าพูดเป็นเปอร์เซ็นต์ ที่เยอะสุดจะเป็น Exhibition ด้วยความที่ฮอลล์อยู่ใจกลางเมือง อยู่บนศูนย์กลางค้าด้วย จะเยอะเป็นพิเศษ อีกอย่างจะเป็นงานพวก Entertainment ก็ค่อนข้างเยอะ ไม่ว่าจะเป็น Concert เปิดตัวผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นสถานที่ที่รองรับธุรกิจนี้ค่อนข้างได้ผล

จุดเด่นของพารากอน ฮอลล์ หลัก ๆ ก็คือ พารากอน ฮอลล์ ตั้งอยู่บนชั้น 5 ของสยาม พารากอน ซึ่งเรารู้อยู่แล้วว่ามันตั้งอยู่ในใจกลางเมือง นั่นหมายความว่าในเรื่องของการขนส่งก็จะสะดวก ถ้ามีคนมาประชุมแล้วเราอยู่บนศูนย์การค้า มันเป็น One Stop Service ไม่ว่าเราต้องการอะไร ไม่ว่าจะเป็นร้านอาหารหรือว่าอะไรเพิ่มเติมในกรณีฉุกเฉิน เราสามารถลงไปตามล่าง เราก็มีหลาย ๆ อย่างอำนวยความสะดวก นั่นก็เป็นข้อดีของการอยู่บนศูนย์การค้า

ความพร้อมด้านอุปกรณ์ Equipment ต่าง ๆ ที่เราจะ Support ให้กับ Exhibitor หรือตัวผู้ที่มาจัดงานที่พารากอน ฮอลล์ เรามั่นใจว่าเรามีความพร้อมในระดับหนึ่ง ในเรื่องของ Equipment ต่าง ๆ หลัก ๆ จะเป็นตัวของผู้จัดงานที่มามีจัดกับเราเป็นคนจัดเตรียมมา แต่ด้วยความที่ฮอลล์เราตั้งอยู่บนชั้น 5 นั่นหมายความว่าทุกคนกำลังมองว่าการขนส่งทำอย่างไร Set งานอย่างไร ต้องขับรถขึ้นมาตั้ง 5 ชั้น ขั้รถขึ้นมาได้อย่างไร แบกบูธใหญ่ ๆ ขึ้นมาได้อย่างไร ซึ่งเราก็มีลิฟท์ซึ่งแยกออกจากลิฟท์ขนส่งทั่วไป คือขึ้นตรงไปที่ชั้น 5 มีขนาดใหญ่มาก กว้าง 3 เมตร สูง 2 เมตร 75 ลิ้กถึง 10 เมตร รับน้ำหนักได้เป็นตัน ๆ และมีลิฟท์ตัวนี้เราใช้สำหรับงานที่เป็นค่อนข้างต่างประเทศนิดหนึ่ง ก็จะเป็น Crane Lift ซึ่งจะสะดวกต่อชาวต่างชาติที่เค้าขนส่งมาทางลิฟท์ เป็นพวก Fed เค้าเรียกว่า Fed Forwarder เราก็จะเป็นลิฟท์ที่เกี่ยวกับตัว Container ขึ้นมาเลย ก็จะสะดวกในการรองรับการจัดงานด้วย แล้วในส่วนของที่จอดรถ บางคนคิดว่ามาจอดที่พารากอน แพงหรือเปล่า เราก็อำนวยความสะดวกเรื่องของที่จอดรถ เรื่องของเวลามาประชุมกันเยอะ ๆ เรื่องรถบัสเรามีที่จอดรถบัส มีการล็อกที่จอดรถให้ลูกค้าด้วย ในกรณีที่เป็นแขกวีไอพีของงาน คือเราก่อนข้าง Support ในจุดนี้ คนอื่นอาจจะคิดว่าเป็นข้อเสียของพารากอน หากที่จอดรถไม่ได้ ขึ้นลงลำบาก หาระไรเนี่ย เราก็ Support ในส่วนของป้ายเพิ่ม ล็อกที่จอดรถให้ เพื่อสะดวกกับการทำงานของเค้าด้วย เราพร้อมสนับสนุนทุกอย่าง

การจัดงานของพารากอน ฮอลล์ จะเป็นกลุ่มคนไทยค่อนข้างเยอะ สมมติว่าแบ่งเป็นตัวของผู้จัดงานเอง ทางเราเวลาจัดงานจะค่อนข้างมีแนวแบบ International เยอะนิดนึง เพราะได้เปรียบเรื่องของสถานที่ที่อยู่ใจกลางเมืองคนรู้จักเยอะ สมมติว่ามีชาวต่างชาติ Exhibitor ต่างชาติ ผู้ร่วมงานต่างชาติต้องการมาที่นี่แน่นอนว่าบอกใครมาสยามพารากอน พารากอน ฮอลล์ ทุกคนรู้จักก็ค่อนข้างเยอะ แต่ว่าตัวของสัดส่วนจริง ๆ แล้ว อาจจะไม่เยอะเท่าศูนย์อื่น ๆ เพราะว่า ศูนย์อื่น ๆ เค้าสามารถรองรับธุรกิจขนาดใหญ่ได้ เช่น ไปเทคโนโลยีเค้าสามารถดูพวก Exhibition ขนาดใหญ่ พวกอุตสาหกรรมหนักได้ ซึ่งต่างชาติค่อนข้างเยอะแน่นอน พกงานแบบนั้น ของเราจะเน้นแบบ กลุ่ม Meeting มากกว่า เป็น Incentive จากญี่ปุ่นจะเป็นแนวนั้นมากกว่า

ความพร้อมด้านบุคลากรที่จะ Support ให้กับลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการที่พารากอน ฮอลล์ ถ้าเป็นในส่วนของการปฏิบัติการมีความพร้อมค่อนข้างสูง คือจะมีการแบ่งเป็นทีมเช้าและทีมเย็น เพื่อดูแลลูกค้าตลอด 24 ชั่วโมงในกรณีที่ลูกค้าสามารถ Set งาน 24 ชั่วโมงได้ แม้แต่ตัวทีม Event Executive เอง ก็จะแบ่งเป็น 2 ทีม สลับกันดูงานเพื่อให้พอจบงานแล้วสามารถไปดูผลงานถัด ๆ ไป ได้ทัน คือระบบของที่นี่จะให้ระดับ Manager ระดับ Supervisor ช่วยคุยงานในเบื้องต้น แล้วจะมา Brief น้อง ๆ ต่อ ส่วนน้อง ๆ ก็ทำงานต่อไป เป็นคนคอยประสานกับทีมงานทั้งหมดเพื่อดูแล Requirement ที่ลูกค้าต้องการ ซึ่งที่ผ่านมาลูกค้าค่อนข้างพอใจกับการบริการ ซึ่งเป็นนโยบายของทาง GM คุณอรุณ ซึ่งค่อนข้างเน้นเรื่องการบริการ Service Mind ค่อนข้างสูง ด้วยความที่คุณอรุณเองมาจากสายโรงแรมด้วยก็เลยมี Service Mind ค่อนข้างสูง

โดยรวมบุคลากรของเราเองก็จะมีฝ่ายหลัก ๆ ที่ต้องประสานงานกับลูกค้า เพื่อให้คำแนะนำลูกค้า คือเหมือนทั้ง Sales เอง และในส่วนของผมเองเป็นฝ่ายบริการลูกค้าก็จะต้องให้ข้อมูลลูกค้า แนะนำเรื่องเกี่ยวกับพื้นที่ให้เหมาะสมกับงานของลูกค้ามากที่สุด ซึ่งบางครั้งลูกค้าเองยังไม่เคยเห็นฮอลล์ ไม่เคยมาหรือมาครั้งแรก เราก็ต้องนั่งคุยกับเค้า แนะนำเค้าให้ได้มากที่สุด นั่นหมายความว่า Product Knowledge เราต้องค่อนข้างแน่นนิดนึงว่าอย่างนี้ใช้ได้นะ แต่ทั้งหมดทั้งปวงมันต้องมาจากการประสบการณ์ที่เราจัดงานบ่อย ๆ เจอภาพงานอย่างนี้ แนะนำให้เค้ามาดู สมมุติว่าจะจัดคอนเสิร์ต แล้วช่วงนี้มีงานคอนเสิร์ต คุณลองมาดูรูปแบบคอนเสิร์ตหน่อยมัย จัดแบบนี้ อะไรอย่างนี้ เราจะได้แนะนำให้เค้าเห็นเป็นภาพมากขึ้น ซึ่งทุกอย่างเกิดจากการประสบการณ์มากกว่า แต่กับ Sales ที่ดูแลงานประเภทนี้บ่อย ๆ หรือว่าตัว Event เองที่ดูแลงานประเภทนี้บ่อย ๆ จะสามารถแนะนำได้ บางครั้งเราก็จะตามลูกค้าด้วยว่าเราขาดเหลืออะไรในการบริการเค้าให้ดีที่สุด

ถ้าเป็นคุณสมบัติเรื่องความรู้ความสามารถ ต้องบอกก่อนว่าผมจบการโรงแรมสาขา MICE โดยตรง จากมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา แต่จริง ๆ แล้วเนื้อหาในกระดาด

กับเนื้อหาจริง ๆ มันก็มีส่วนเกี่ยวข้องกันในเรื่องของรูปแบบ องค์กรและก๊พวกของสมาคมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องอยู่ในธุรกิจนี้ อันไหน Support เราบ้าง มันมีอยู่ในเนื้อหาการเรียนการสอนแต่ว่าประสบการณ์ที่มันต้องใช้เนี่ยคือรูปแบบของงาน เราต้องรู้รูปแบบของงานเยอะ ๆ ผมว่าเรื่องของประสบการณ์ค่อนข้างที่จะสำคัญกว่าตัวของหนังสือ ตัวของบทเรียนอะไรอย่างนี้ ตอนแรกตอนผมจบมา ผมก็รับทำ Freelance เป็น Back Stage คืออยู่ในสายงาน Event เหมือนกัน แต่ผมฝึกงานที่นี้มา 4 เดือน แล้วก็ทำงานที่นี้ต่อมาอีกประมาณ 3 ปีกว่าได้แล้วครับ

Service Mind สำคัญที่สุด แต่วามันก็มีเรื่องของ การต่อรองการ Negotiate ให้ลูกค้าแบบ บางครั้งลูกค้าไม่พอใจแต่เราจะพูดยังไง คือมันเป็นการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าก็เป็นศิลปะในการต่อรองซึ่งมันขึ้นอยู่กับแต่ละคนในการพูดอยู่แล้ว แล้วก็การสื่อสารเป็นหลัก

เรื่องการสื่อสาร หนึ่งคือทำให้ข้อมูลลูกค้า Background ในการให้ข้อมูลลูกค้าคือเราต้องมีข้อมูลในตัวเราเองค่อนข้างแน่นก่อนถึงจะบอกเค้าได้ ไม่ใช่เราไม่รู้เลย ซึ่งลูกค้าก็อาจจะลดความเชื่อถือลงไป แล้วก็การสื่อสาร เราจะต้องมั่นใจว่าเราสื่อสารไปแล้วมีเอกสารที่แน่นอน มีการส่งอีเมลล์ตอบรับกัน ให้เข้าใจตรงกันทั้งทีมงานเราเอง ระหว่างทีมงานเรากับเราและทั้งลูกค้า อย่างนี้มันก็ต้องเป๊ะ

ภาษาสำคัญนิดนึงครับ ถ้าเราต้องคุยงานกับชาวต่างชาติเนี่ยเราต้องใช้ภาษาอังกฤษเป็นตัวกลาง แต่ว่าทีมงานของเราเป็นคนไทยทั้งหมด เราก็ใช้วิธีสื่อสารเป็นภาษาไทย มีทั้งเอกสารและก่อนการเริ่มงานทุกครั้งเราจะมี Brief งานกันว่างานนี้จะ Set ยังไง รูปแบบไหน มีการประชุมก่อนที่จะ Set งาน ดูแลลูกค้า สมมุติว่าวันนี้มีงาน Siemens หนึ่งอาทิตย์ก่อนหน้าเค้าต้องรู้แล้วว่าเค้าต้องเตรียมตัวอะไรบ้าง ต้อง Set เวที Set อะไรยังไง คือเค้าต้องมีการประชุมก่อนทุกครั้ง มีตัวเอกสารให้ดูเพื่อยืนยันว่าเราทำอย่างนี้ แล้วเราก็มานั่งเล่าให้ฟัง เพราะว่าการอ่านเอกสารอย่างเดียวเค้าก็อาจจะตามภาพไม่ถูก แต่พอเราเล่าให้ฟัง เค้าก็จะเริ่มเห็นภาพถูกแล้ว ว่างานจะเป็นภาพนี้ สี่ทุ่มเดียวลูกค้าเข้า Set up ไปถึงหกโมงเช้า เราก็เล่าให้เค้าฟังเรื่อย ๆ การ Brief งานมันก็ดีกับตัวเราเองด้วย ได้ทวน ทวนตัวเองด้วย บางครั้งเราลงไปในเอกสารแต่เราลืมลงอะไรลงไปเค้าจะได้จดเพิ่มเป็นข้อดีของการ Briefing

ถ้าเป็นลูกค้าชาวต่างชาติ คนที่ต้องอยู่ออทนงานชัวร์ ๆ เลยต้องเป็น Event Executive ก็คือทางทีมผมซึ่งเป็นทีมบริการลูกค้า ซึ่งต้องใช้ภาษาแน่นนอนอยู่แล้ว ต้องคุยได้ ต้องสื่อสารได้ แล้วเราไป Brief ต่อกับทีมงานของเราเอง แต่ในกรณีเรากลับบ้านหรือว่าไม่อยู่ ทีมที่อยู่หน้างานก็จะมี Supervisor ที่สามารถพอสื่อสารภาษาอังกฤษได้ ว่าเค้าต้องการอะไรยัง ก็จะมีระดับ Supervisor แต่ระดับทีมงานก็อาจจะยังไม่คล่องแต่ทางเราก็มีการสอนอยู่เรื่อย ๆ การ Train เรื่องภาษา อย่าง

น้อยก็เรื่องอุปกรณ์ภาษาอังกฤษเราต้องรู้อยู่แล้วว่าโต๊ะแบบนี้เรียกว่าอะไร ซึ่งมันค่อนข้างเป็น ศัพท์เทคนิคซึ่งทุกคนก็รู้ ๆ กันอยู่

คุณสมบัติด้านความสุภาพอ่อนโยน ผมว่ามีความสำคัญ แต่มันก็ต้องขึ้นอยู่กับตัวของ บุคคล การพูดจา ลึกๆ ผมคิดว่าถ้าคนที่มี Service Mind มีการ Negotiate มีการ Communication ที่ดี เค้าก็มีความอ่อนโยนในการดูแลลูกค้าด้วย

คุณสมบัติในเรื่องของความซื่อสัตย์ค่อนข้างสำคัญ ผมว่าไม่ใช่เฉพาะศูนย์ประชุมอย่าง เดียวมันเป็นพื้นฐานของคนทุกคนอยู่แล้ว ทางเราก็จะมี ด้วยความที่จะต้องป้องกันทรัพย์สินของ ลูกค้า เราก็จะแนะนำตลอดว่าอะไรที่เป็นสิ่งของมีค่า คือ เราก็ไว้ใจคนของเราเอง แต่ในฮอลล์มันมี ลูกค้าหลายคนมีทั้ง Supplier มีรอยพ้อพันแม่ ถ้าพูดง่าย ๆ ในวัน Set งาน เราก็จะช่วยเตือนเค้า แต่ว่าในเรื่องความซื่อสัตย์ของทีมงาน ผมว่าเค้าคัดคนตรงนี้ค่อนข้างสูงอยู่แล้ว

คุณสมบัติในด้านของการเรียนรู้ในด้านการทำความเข้าใจกับตัวลูกค้า ผมว่าก็ไปอิง ในเรื่องของ Service Mind นิดนึง เหมือนแบบที่ผมเองได้รับเรื่องจากทาง Sales แล้วว่า ผมดูแล ทีมนี้ละ ดูแลงานนั้นละ อย่างแรกเราต้องโทรไปสวัสดีลูกค้าก่อน แนะนำตัวนะครับ ชื่อนั่นนั่นครับ เดี่ยวคุณานี้ให้ละครับ และเดี๋ยวผมจะส่งเมลล์หาอีกที นั่นหมายความว่าเค้าจะได้รู้แล้วว่าถ้ามีอะไร ต่อไปนี้จะติดต่อใคร คืออย่างน้อยเป็นการไป Greeting เค้า ให้เค้ารู้ว่าเรารู้ละนะว่าคุณจะมีงาน คือถ้าเราไม่ไปโทรหาเค้าเลย เรายิ่งไปเลยอย่างนี้ เค้าก็จะไม่รู้ว่าจะต้องทำอะไรต่อ ต้องส่งข้อมูลยังใง อะไรอย่างนี้ ยิ่งเราติดต่อเค้าช้าเท่าไหร่นั้นหมายความว่าเราจะได้ข้อมูลในการทำงานของเราต่อช้า เท่านั้น นั่นก็เป็นอีกหนึ่งเหตุผลที่เราได้เบอร์มาแล้วเราต้องคุยกับลูกค้าก่อนเลยจะช้าจะเร็วยังงี้ ต้องคุยก่อน

คุณสมบัติเรื่องของการสร้างสิ่งที่มีมันจับต้องได้เพื่อสื่อถึงการบริการที่ดี ด้วยความที่ฮอลล์ เราเอง ค่อนข้างพร้อมเรื่องของอุปกรณ์ ด้วยความที่ขนาดของฮอลล์ไม่ใหญ่มาก และมีฮอลล์อยู่แค่ที่ เห็น 5,000 กว่าตารางเมตร หยิบอะไรมันเดินกันแป๊บเดียวห้านาทีสิบนาที แต่ว่าบางกรณีที่เราคุย กับลูกค้าแล้ว สมมุติลูกค้าให้ตั้งเวทีสูง 1.20 เมตร แต่พอมานั่งงาน 1.20 เมตรต่ำไปขอปรับเป็น 1.40 เมตร เราก็เป็นตัวกลางคุยกับลูกค้าว่าเราเปลี่ยนให้ได้นะแต่มันต้องใช้เวลาหนึ่งในการ เปลี่ยน อันนั้นก็ขึ้นอยู่กับว่าเราคุยกับลูกค้าและจะต่อรองลูกค้ายังงี้ แนะนำลูกค้ายังงี้ว่าเรา เปลี่ยนไปเป็นอย่างนี้ได้มั้ย ซึ่งเราก็ต้องช่วยทีมงานเรา บางที Stage 70 แผ่นก็ค่อนข้างหนัก เหมือนกัน เราก็ลองคุยกับลูกค้าเซฟตัวทีมงานเราหนึ่ง แต่ถ้าลูกค้ายังยืนยันความต้องการ เราก็ ต้องเปลี่ยนให้ แล้วก็ด้วยความที่เราเป็นฮอลล์ค่อนข้างเล็ก เรื่อง Service เร็วแน่นอน หยิบจับของ อะไรค่อนข้างรวดเร็ว คือทางทีม Set up จะมีการจัดเก็บอุปกรณ์ ไม่ว่าจะเป็นโต๊ะ เก้าอี้ ฝ้าคลุม

เก้าอี้ ผ้าคลุมโต๊ะ ค่อนข้างเป็นที่ เป็นทาง หมายความว่าทุกคนต้องรู้ว่าถ้าจะไปหยิบอันนี้ต้องวิ่งไปที่ไหน ทุกคนมี Knowledge เรื่องของการเก็บ การ Stocking ซึ่งถ้าเค้ารู้มันก็จะเร็ว

ผมว่าคุณสมบัติที่เด่นที่สุดของบุคลากรในศูนย์ประชุมคือเรื่อง Service Mind ทางฮอลล์ เราค่อนข้างเน้นเรื่องนี้ เพราะว่า Service Mind จะตอบโจทย์การบริการทุกอย่างจริง ๆ เพราะว่าเรื่องการพูดจา การคุย ความซื่อสัตย์ ถ้าเกิดเรามี Service Mind เรามี Think Positive ทุกอย่างจะราบรื่น เราต้องคุยกับลูกค้า อ่อนโยนกับลูกค้าตามที่ควรจะเป็น คุณสมบัติของการบริการมันจบอยู่ในคำ ๆ เดียว

ส่วนอะไรที่สำคัญน้อยที่สุด ถ้าตอนนี้ผมรู้สึกว่าการเรื่องของความซื่อสัตย์ เพราะว่ามันยังไม่มีเคสขึ้นมา เพราะว่าผมอยู่มามันยังไม่เคยมีเรื่องแบบขโมยของอะไรอย่างนี้ คือเคสอันนั้นมันยังไม่มีก็เลยไม่สามารถบอกได้ว่ามันเป็นอย่างไร

ผมว่าในอีกข้อหนึ่งเรื่องความน่าเชื่อถือ ฝ่ายผมเองหรือว่าอย่างที่ผมบอกไปแล้วว่าความน่าเชื่อถือคือการที่เราแนะนำลูกค้าแล้วลูกค้าเชื่อถือ นั่นหมายถึงว่าต้องเกิดจากประสบการณ์ก่อน แต่ในที่นี้ ในฮอลล์นี้ก็มีคนหลายระดับ เค้าอาจจะมาจากธุรกิจอื่นก่อนแล้วมาอยู่ในนี้ เค้าอาจไม่ชินในการให้คำแนะนำลูกค้า คืออันนี้จะพูดระดับคนทำงาน ไม่ใช่ระดับคนที่สื่อสารกับลูกค้า บางครั้งคือพูดในเรื่องของหน้างาน เค้าจะเห็นเป็นชุดพารากอนฮอลล์ เดินเข้าไปถามก็อ้อ ๆ อึ้ง ๆ ซึ่งจะบอกก่อนว่านั่นเป็นทีมงานระดับคนทำงานจริง ๆ ซึ่งบางทีเค้าก็รู้หน้าที่ของตัวเองว่าทำอะไร แต่ว่าในการจะให้ไปแนะนำลูกค้า การมองภาพงานใหญ่เนี่ย เค้าอาจจะยังไม่ถนัด ซึ่งระดับที่จะคุยเรื่องงานใหญ่เนี่ย ก็จะเป็นทีม Event หรือทีม Supervisor ของแต่ละทีมไม่ว่าจะเป็นทีม Set up ทีมช่างเทคนิคให้คำแนะนำอะไรพวกนี้ คือเค้าจะค่อนข้างแม่นกว่า เพราะว่าในระดับคนทำงานก็น่าจะเป็นเหมือนกันในหลาย ๆ ธุรกิจที่จะค่อนข้างวนกันเยอะ คนเข้าคนออกก็มีบ้าง ทำให้ความแม่นยำลดลง เค้าอาจจะไปถามคนที่เพิ่งเข้ามาทำงานได้ 3 เดือนก็ได้ และ 3 เดือนก่อนหน้านั้นทำอะไรมาไม่รู้ ทำธุรกิจอื่นมาก็อาจจะยังไม่แม่นข้อมูลก็อาจจะทำให้เรื่องของความน่าเชื่อถืออาจจะลดลง เพราะว่าถามผิดคน จะเป็นภาพนั้นมากกว่า

ในเรื่องการบริการอย่างที่บอกว่า GM ผมมาจากสายโรงแรมจะเน้นเรื่อง Service Mind ค่อนข้างมาก คือมันเป็นเหมือนพวก Policy ของบริษัทว่าทุกอย่างต้องได้ เราเรียก GM เราเล่น ๆ ว่า Mr. Yes หมายถึงว่าได้ครับ ได้ครับทุกอย่าง แล้วเรามาช่วยลูกค้าแก้ปัญหาอีกทีว่า ถ้าเกิดอันไหนไม่ได้ อันไหนเราทำได้เราทำให้ เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจมากที่สุด แต่ถ้าอันไหนที่มันติดปัญหาเรื่องโน้นเรื่องนี้ เราต้องคุยกับลูกค้า ต้องแนะนำลูกค้าว่าพื้นที่ของเราข้อจำกัดตรงนี้ ตรงนี้ไม่ได้อะไรอย่างนี้ ก็จะเป็นหน้าที่ของเราในการต่อรอง

จากประสบการณ์การทำงานที่ผ่านมาก็มีปัญหาที่เกี่ยวกับตัวบุคลากรในการให้บริการลูกค้าบ้าง อย่างบางช่วงที่งานค่อนข้างเยอะ งานค่อนข้างถี่ จำนวนงานกับจำนวนบุคลากรไม่สอดคล้องกันซะทีเดียว เพราะว่าตำแหน่งอาจจะมีหายไปบ้าง คนลาออกไปบ้าง คนใหม่อาจจะยังไม่มาแทน มันอาจจะมีเป็นช่วงสั้น ๆ ก็อาจจะทำให้เราทำงานเหนื่อยมากขึ้น ทำงานมากขึ้น แต่ว่าเราก็ต้องดูแลลูกค้าเต็มที่เหมือนเดิม

ผมว่าทักษะที่ควรที่จะเพิ่มเป็นทักษะเฉพาะด้านจะได้ลงลึก เพราะว่าจะได้แนะนำลูกค้าได้ อย่างบางครั้งลูกค้าที่มาฮอลล์ไม่เคยจัดงานอะไรเลย เป็นเหมือนคนที่มีความอยากที่จะจัดงาน แล้วอยากจัดเองด้วยไม่อย่างจ้าง Organizer นั้นหมายความว่าเราต้องแนะนำและถ้าทีมงานเรามีความรู้เบื้องต้นลงไปอีกก็จะแนะนำได้ดีขึ้น หรือบางครั้งลูกค้าก็จะมีคำว่าจ้าง Supplier มา มี Organizer แต่บางครั้งฝากเราดูหน่อยว่าราคาเป็นยังไงบ้าง ระบบไฟมันเหมาะกับการที่จะจัดมั้ย นั้นหมายความว่าเราสามารถให้ข้อมูลลูกค้า และสร้างความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้าได้มากขึ้นตรงนั้น

HR ของทางฮอลล์จะเป็น HR รวมกับของทางห้าง นั้นหมายความว่าแน่นอนฐานข้อมูลเค้าจะค่อนข้างเยอะ แต่ว่าส่วนมากผู้อำนวยการฝ่าย Director เค้าจะค่อนข้างจะลงลึกเอง จะหาคนที่สามารถเข้ามาแล้วทำงานได้ทันที มาปรับแต่งนิดนึงแล้วทำงานได้เลย รู้ว่างานประเภทนี้คืออะไร เค้าจะเน้นเรื่องของภาษาด้วยเน้นเรื่องของความรู้ด้านธุรกิจด้วยอาจจะมีย่อยๆน้อยๆได้

Job Description Job Specification จริง ๆ แล้วถามว่าชัดเจนมั้ย ก็ค่อนข้างชัดเจนว่าเราเป็นฝ่ายบริการลูกค้า แต่พออยู่หน้างานจริง สิ่งที่เราต้องช่วยมันเป็นเหมือนการทำงานร่วมกันระหว่างเรากับฝ่ายอื่น ๆ ถ้าในจุด ๆ หนึ่งต้องช่วย ก็คือการทำงานเป็นทีมมากกว่า ผมมองอย่างนั้นนะ แต่ในส่วนของ Job Description ค่อนข้างเด่นชัดอยู่แล้วว่าเราเป็นฝ่ายบริการลูกค้า

ขั้นตอนการสรรหา ที่ผ่านมาก็จะใช้ทางฝ่าย HR ในระดับหนึ่ง แต่ถ้าว่าในทีมผมคิดว่าผมขาดคนในตำแหน่งนี้แล้วเรามีเพื่อนหรือว่ามีคนที่รู้จักในวงการ ถ้าพูดง่าย ๆ มีเพื่อนอยู่ศูนย์อื่นมีคนรู้จัก เคยทำงานประเภทนี้ เราก็จะแนะนำกันมาด้วย ก็บวกเพิ่มเข้าไป และเค้าก็จะเรียกสัมภาษณ์เอง ทาง Director เองก็จะดูว่าเค้าจะเลือกใครประเภทไหน

ส่วนขั้นตอนการปฐมนิเทศอาจมองว่าช่วยเรื่องความพร้อมในการทำงานร่วมกับองค์กรมากกว่า เพราะว่าการศึกษาของ HR ไม่ใช่การให้ความรู้ว่างานคืออะไร ปฐมนิเทศของ HR คือการให้ความรู้ว่างานนี้เป็นบริษัทอะไร มีใครเป็นบริษัทในเครือบ้าง แล้วก็คุณหยุดได้กี่วัน หยุดประเพณี คือมันเป็นรูปแบบการแนะนำบริษัทมากกว่า แล้วแนะนำเรื่องของการทำงานส่วนตัวแต่ไม่มีการ Training ในเรื่องของเฉพาะตำแหน่งนั้น ๆ

เรื่องของการฝึกอบรมและพัฒนาจะเป็นอย่างไร จะมีการส่งออกไป Train ข้างนอกด้วย แล้วถ้า HR มีการจัดอบรมภาษาอังกฤษ ก็จะส่งใครตัวมาให้เรา ว่ารอบนี้ให้เข้า 8 คน เราก็ส่งชื่อไป เค้าก็จะมี Level ของเค้าว่าระดับไหนที่จะเข้าเรียนก็มี แล้วก็ในช่วงที่งานไม่มี ทางแต่ละทีมก็จะต้องหาข้อมูลของแต่ละทีมตัวเองมา Update กัน มาให้ทีมอื่น ๆ ทราบ เช่น ทีมผมก็ไปหาเรื่องของศูนย์อื่น ๆ มา Present ให้คนนี้ฟังว่าศูนย์อื่นเป็นอย่างนี้ มีข้อดีอย่างนั้น อย่างนี้ ทำเป็น SWOT Analysis อะไรไปแนะนำ ทางฝ่าย AV ก็อาจจะเอาอุปกรณ์ใหม่ ๆ เอาเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาให้ดูว่าเดี๋ยวนี้เค้ามีอย่างนั้นนะ อย่างนี้เรียกว่าอะไร ในกรณีที่ถูกคำถามคุยกับเรา เราก็จะรู้แล้วว่าคืออะไร มันใช้ไฟล์ยังไร รูปแบบยังไร ต่อยังไรก็จะเป็นภาพนี้มากกว่า เหมือนมาแชร์ความรู้กัน ก็อาจจะเปิดห้องประชุมจัดเป็น Theatre มี Coffee Break กลางวัน อาจจะครึ่งวันหรือเต็มวันก็ได้แล้วแต่สถานการณ์

ในส่วนตัวผมไม่คิดว่าเรื่องค่าตอบแทนมีผลต่อการให้บริการเพราะว่าคุณเข้ามาในบริษัทนี้แล้วคุณก็ต้องยอมรับในสิ่งที่คุณเห็นสัญญาตั้งแต่วันนั้นแล้วเพราะคุณก็รู้อยู่แล้วว่าเค้าจะให้อะไร คุณบ้างถูกมั๊ยครับ นั่นหมายความว่าความพร้อมแล้วที่จะให้บริการผมว่ามันไม่น่าจะเกี่ยวข้องกัน

จริง ๆ ผมว่ามันเป็นสวัสดิการที่ค่อนข้างสำคัญ ของเรามีตรวจสุขภาพประจำปีอยู่แล้ว คือถ้ามีการเจ็บป่วยอะไร มีการส่งไปรักษาที่โรงพยาบาลเลย มีสวัสดิการเรื่องการรักษาพยาบาลค่อนข้างดี ถ้าเจ็บป่วยเล็กน้อยก็นอนพักห้องพยาบาล ซึ่งมีพยาบาลและหมอเข้ามาประจำอยู่ทุกวันอยู่แล้ว ซึ่งมีพี่คนนึงเคยยก Stage ยกเวที หลังแล้วก็ค้างไปเลย แบบแข็งไปเลย ก็มีหน่วยปฐมพยาบาลเข้าไปนำส่ง อะไรอย่างนี้ ค่อนข้างดี รวมถึงตัวลูกค้าเอง ในกรณีที่ลูกค้าชวนอะไรอยู่หกล้มตกลงมา เราค่อนข้างดูแลอย่างดี หมายความว่าในเรื่องของสวัสดิการก็เป็นส่วนเสริมที่จะให้ตัวบุคลากรค่อนข้างมั่นใจในการทำงาน ทำให้มั่นใจว่าเราปลอดภัย

เรื่องของแรงงานสัมพันธ์ ทางพารากอนเองไม่มีนะครับ แค่ดูแลแผนกของตัวเอง ว่าต้องการอะไรก็แจ้งไปเท่านั้นเอง แต่ไม่มีการรวมกลุ่ม เพราะว่าด้วยความที่บุคลากรของฮอลล์เองค่อนข้างน้อย มีอยู่ประมาณ 50 คน เราก็อยู่กันเหมือนครอบครัว ถ้าพูดง่าย ๆ มันไม่ใช่ครอบครัวใหญ่เหมือนบริษัทอื่น ๆ ที่มี 2,000 คน อันนี้มีแค่ 50 คน มีอะไรก็ยิงเรื่องที่หัวหน้าฝ่าย แล้วหัวหน้าฝ่ายก็คุยกับนายใหญ่ให้ เป็นอย่างนั้นมากกว่า

ผมว่าส่วนไหนที่สำคัญที่สุดที่ได้คนที่ดีเข้ามา หนึ่งคือเรื่องของรายได้ ผมว่ารายได้มันอิงจากบุคลากรที่มีคุณภาพอยู่แล้ว ถ้าเราต้องการคนที่มีคุณภาพ นั่นหมายความว่า เราก็ต้องสู้ ๆ กับศูนย์อื่น ๆ หรือบริษัทอื่น ๆ ถ้าอยากได้ สมมติถ้าเค้าได้เยอะมา แต่เราอยากได้เค้ามาร่วมงาน เราต้องจ่ายเพิ่ม เราต้องให้สวัสดิการเค้าเพิ่มอะไรอย่างนี้ นั่นมันเรื่องสำคัญกับการได้คนดีมีความรู้เข้ามา แต่บางครั้งการได้มาแล้วไม่เหมาะกับบริษัทหรือเปล่า อันนั้นก็ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคล แต่ผมว่า

เรื่องเงินเดือน เรื่องสวัสดิการค่อนข้างสำคัญ กับการได้บุคลากรที่มีความพร้อมที่รู้แล้วว่ามาทำงาน ตรงนี้มีส่วน

จากขั้นตอนของ HR ทั้งหมด พารากอนเองไม่มีข้อสุดท้ายที่ผมบอกเรื่องแรงงานสัมพันธ์ แต่ส่วนอื่นที่ผมบอก Detail ลงไป เรื่องการสรรหาคน ก็จะมีฝ่ายที่มโนช่วยกัน รู้ว่าน้องคนนี้ทำได้น้องคนนี้จบใหม่นะ เก่งนะ เท่านั้นเอง แล้วก็มี HR เค้าจะมีน้องฝึกงานเพิ่มเข้ามามาช่วย Support เราในบางกรณี บางครั้งเราอยู่มาแม้แต่ออกสารเองเรายังทำไม่ทัน เราก็จะได้ตรงนี้มาช่วย นั่นหมายความว่าเราก็สอนน้องไปในตัว บางครั้งเป็นน้องที่ฝึกงานแล้วจบเลย อย่างผมเองที่เคยฝึกงานที่นี่ ผมค่อนข้างใส่ใจในเรื่องของงาน เค้าก็รู้ว่าพอทำได้ก็เลยดึงมาทำดู ก็จะเป็นภาพนั้นมากกว่าที่แตกต่างจากที่แจ้งมา

ถ้าเปรียบเทียบระหว่างคนที่เข้ามาฝึกงานกับคนที่สรรหามาจากข้างนอก ถ้าในสายตามผม ผมว่าคนจากข้างนอกจะค่อนข้างมีประสบการณ์มากกว่า เราก็จะได้เรียนรู้ประสบการณ์จากเค้าด้วย ข้อเสียก็คือทั้งสองอย่างมีข้อดีข้อเสีย ถ้าเอาคนนอกที่มีความรู้แล้ว เค้ามาเจอเราเค้าอาจจะรู้สึกว่าการของระบบการทำงานเองมันจะไม่เข้ากับเค้า แต่ถ้าน้องฝึกงานก็จะเป็นน้องใหม่เลย เป็นแบบเด็กเพิ่งจบเราสามารถที่จะสอนได้ Train ได้ แต่ข้อเสียคือเค้าจะไม่รู้แม้กระทั่งการทำงาน เค้ารู้แค่ว่าต้องมาสอนเยอะกว่า ถ้าพูดง่าย ๆ สอนเรื่องเนื้องานด้วย สอนเรื่องวิธีการทำงานอีก ซึ่งมันค่อนข้างเหนื่อยกว่า แต่เราสามารถปั้นเค้าได้เหมือนไม่อ่อนซึ่งค่อนข้างดี

ในส่วนของการแบ่งงานออกเป็นส่วนหลัก ๆ เป็นฝ่าย Sales Operation ซึ่งแต่ละฝ่ายก็ย่อยออกไปอีก Sales ก็จะแบ่งเป็น Sales แล้วก็มี Business Development ซึ่งฝ่ายนี้จะมีหน้าที่จัดงานของเราเอง คล้าย ๆ เป็นอแกลในเซอร์เองเป็นภาพนั้น ในส่วนของ Operation ก็แบ่งเป็น Event ฝ่ายผมเองก็คือบริการลูกค้า Event กับบริการลูกค้าคือฝ่ายเดียวกันเป็น Event Executive แต่ว่าเรียกส่วนบริการลูกค้า แล้วก็มีส่วนจัดเตรียมนั่นคือส่วน Set up แล้วก็มีส่วน AV แล้วก็ช่างเทคนิค F&B ซึ่งส่วนนี้ด้วยความที่ของเราไม่มี F&B ที่ทำอาหารเองที่เป็นครัวไม่มี เค้าจะดูแลจัดหา Supplier ข้างนอกมาลงหรือว่าลูกค้ารับเข้ามาเอง เป็น Catering เข้ามาเอง เราก็ดูแลความเรียบร้อยเป็นอย่างนั้น คุม Stock เรื่องอุปกรณ์อะไรพวกนี้ นอกเหนือจากสองฝ่ายนี้แล้วยังมีฝ่ายอื่นที่อยู่ในองค์กร เช่น HR ไฟแนนซ์ ซึ่งเราจะใช้ร่วมกับบริษัทใหญ่ตรงนั้น แต่ถ้าในฝั่งองค์กรจะมีเท่านี้

ส่วนของการให้บริการในศูนย์ประชุม ฝ่ายที่มีผลต่อการประเมินความพร้อมของลูกค้ามากที่สุด ผมว่าฝ่าย Operation ค่อนข้างเยอะกว่าทาง Sales เพราะต้องแนะนำลูกค้า แต่ทาง Sales ก็จะมีเรื่องการดูแล Take Care ลูกค้า เรื่องราคา ทั้งสองส่วนค่อนข้างสำคัญหมด แต่ว่า

การคุยกับลูกค้าส่วนมากจะเป็นทาง Operation คุยกับลูกค้า แต่ลูกค้าก็แบ่งเป็นสองประเภท ประเภทแรกก็เป็นลูกค้าจริง ๆ ซึ่ง Sales จะคุยกับลูกค้าโดยตรง แต่ถ้าลูกค้าจ้างอแอกไนเซอร์ Operation ก็คุยกับอแอกไนเซอร์มากกว่า อย่างทีมงาน Siemens คุยกับ Sales เราคุยกับอแอกไนเซอร์ จะเป็นภาพนี้ แต่ถ้า Siemens จัดเองเลย นั่นก็หมายความว่า Operation ก็ต้องคุยกับทาง Siemens ทั้งสองส่วนก็ต้องสัมพันธ์กัน ถ้า Sales คุยกับทางลูกค้าแล้ว ทาง Operation คุยกับทางอแอกไนเซอร์ คือทั้งหมดต้องสื่อสารให้รับรู้ตรงกัน บางอย่างเราคุยกับอแอกไนเซอร์ ต้อง CC ลูกค้าว่าเราคุยอย่างนี้นะ เพราะว่าไม่งั้นถ้าเรา Miss กันเมื่อไหร่มาถึงหน้างาน อ้าวทำไมที่คุยไม่ใช่ อย่างนี้ เราก็จะบอกได้ว่าเราส่งเมลล์ CC คุณแล้วนะ อย่างนั้นอย่างนี้ เค้าก็จะได้รับทราบ

ลูกค้าเข้ามาจัดงานตรงเลยกับทางพารากอนกับการที่ลูกค้า Deal กับอแอกไนเซอร์อันนี้ ไม่ทราบข้อมูลที่แน่ชัด เพราะส่วนมากจะเป็นทาง Sales คุย แต่ถ้าเฉพาะงานเลี้ยงส่วนมากจะเป็นลูกค้ามา Deal ตรงว่าอยากได้พื้นที่จัดเลี้ยง แล้วเค้าไปหา Production มา เราดูเรื่องอาหารให้ แต่ว่าถ้าพวก Exhibition ก็จะเป็นอแอกไนเซอร์ เพราะว่าเป็นตัวกลางในการจัดการกับแต่ละบูธ แต่ละบริษัท

แนวโน้มอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย ถามว่ามันสดใสมั๊ย จริง ๆ มันเป็นภาพใหญ่ของประเทศมันอิงอยู่หลายอย่าง ทั้งการเมือง ความน่าเชื่อถือของประเทศเอง มันค่อนข้างสำคัญ ถ้าประเทศยังไม่เสถียรมันค่อนข้างยาก Exhibitor เจ้าไหนจะกล้ามาลงบูธหลาย ๆ ล้านในกรณีที่ปิดสนามบิน หรือ เกิดอุบัติเหตุ ผมว่ามันเป็นภาพใหญ่ แต่ว่าถ้าเป็นภายในประเทศผมว่ายังโตอยู่เรื่อย ๆ ถ้าเทียบกับต่างชาติการที่เราจะเป็น MICE Center ผมว่าค่อนข้างยาก ถ้าทราบได้ที่ประเทศยังไม่เสถียรเท่าที่ควร

ในภูมิภาคเอเชีย ผมว่าฮ่องกงค่อนข้างน่าสนใจ เพราะว่าผมเคยไปเยี่ยมชมครั้งนึง ผมว่าเรื่องของการบินค่อนข้างดี เรื่องของรถไฟฟ้าเข้าถึงทุกที่ แต่ว่ามีอีกหลายประเทศ เช่น สิงคโปร์ จีน ญี่ปุ่น แต่ละที่ค่อนข้างมีจุดเด่นของตัวเอง ซึ่งไทยเองก็มี แต่เราจูด้อยดันไปเด่นกว่าจุดเด่นเลย ทำให้ยังสู้เค้าไม่ได้

จุดด้อยของเมืองไทย ผมว่าถ้ามองภาพใหญ่ก็อย่างที่ผมบอกการเมืองมันต้องเสถียรก่อน ถ้าเสถียรผมว่าประเทศไทยก็เป็นอีกประเทศหนึ่งที่คนสนใจ เพราะว่าเรื่องของแหล่งท่องเที่ยวเองเราค่อนข้างเด่นอยู่แล้ว แต่ถ้าจะให้เค้ามาลงทุนมาออกบูธออกร้าน พาคนของประเทศเค้ามา Incentive ที่เราแล้วไม่ปลอดภัย ผมว่าค่อนข้างยาก เหมือนการสร้างเชื่อมั่น ซึ่งผมว่ายังไม่ค่อยกลับมาเท่าไร ถ้าพูดง่าย ๆ

ถ้าในกรุงเทพฯ หรือบริเวณทลค่อนข้างพร้อม ทุกศูนย์ก็พยายามดันตัวเองเพื่อไปรับงานต่างชาตินมากขึ้น รวมถึงของพารากอนเองก็ดันตัวเองให้ต่างชาติรู้จักมากขึ้น แล้วก็จะทำตามภูมิภาคผมเห็นก็จะเปิดที่ขอนแก่น พัทธยา ค่อนข้างที่จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวด้วยตัวเอง ค่อนข้างน่าสนใจ ในภาพภายในประเทศ แต่อย่างทีบอกภายนอกประเทศก็ต้องอีกซีกซีกหนึ่ง

เรื่องการประเมินความพร้อมของบุคคลอันนี้ผมขอไม่ตอบดีกว่า ผมอาจจะไม่ทราบข้อมูลของแต่ละที่ว่าเค้าดูแลกันยังไง แต่ว่าเรื่องของสถานที่แต่ละศูนย์มันมีข้อดีข้อเสียของตัวเอง ไปเทศอาจจะดีในเรื่องของอุตสาหกรรมหนัก เพราะบ่อย ๆ ครั้งเค้าก็จัดงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมหนัก อยู่ใกล้โรงงาน พุด่าง ๆ ไม่ต้องเข้าเมืองให้รถติด แต่ของฮอลล์เราเองจะเด่นในเรื่องของภาพลักษณ์ของตัวเองจะเน้นในเรื่องของ Entertainment ค่อนข้างสูง การเดินทางด้วยรถไฟฟ้า ค่อนข้างสะดวก แต่อิมแพคเองจะเน้นไปในเรื่องของ Entertainment ค่อนข้างเยอะ จัด Exhibition บ้าง แล้วอย่าง QSNCC ศูนย์สิริกิตต์ ด้วยความที่เค้าค่อนข้างเก่าแก่เป็นศูนย์ประชุมแรก ๆ เค้าจะเน้นในเรื่องของ Meeting ค่อนข้างเยอะ ด้วยความที่เป็นกึ่งรัฐบาลก็ค่อนข้าง Deal กันง่ายมากขึ้น ส่วนเซ็นทรัลก็จะดีในเรื่องของที่พักอาจจะรับชาวต่างชาติได้เยอะหน่อย คือประชุมเสร็จมีห้องพัก อาจจะสะดวกตรงนั้นได้เปรียบตรงนั้น

อย่างของพารากอนเองก็มีโรงแรม ตรงนั้นเป็นโรงแรมที่เพิ่งเปิดเมื่อประมาณกลางปีที่แล้ว ตอนนี้ก็ Grand Opening ไปแล้ว คือเปิดเต็มแบ่งเป็นสองโซน โซนแรกเป็น Service Apartment อีกอันหนึ่งก็เป็นโรงแรม แต่ว่าเค้าไม่เหมือนกับ Central World ที่เป็นเจ้าของเดียวกันทั้งหมด แต่อันนี้เรา ก็ สามารถ Co ได้ในราคาที่ค่อนข้างต่ำ

ในส่วนของพารากอนฮอลล์ตอนนี้เราจะเน้นในด้านไมซ์ แต่คราวนี้อย่างที่บอกทุกศูนย์ เค้าจะดันตัวเองและมีแรงสนับสนุนจากภาครัฐเพื่อจะดันเป็น MICE Center ทางเราก็พยายามหาลูกค้าต่างชาติมาเยอะ ๆ มาดูสถานที่บ้าง ก็จะมุ่งไปทางจุดนั้นมากกว่า มุ่งไปสู่การ Go Inter

การสนับสนุนจากภาครัฐ ถ้าในเรื่องของตัวเงินนี้อาจจะไม่ทราบ แต่ถ้าเรื่องทางปฏิบัติจะเป็นแนะนำสถานที่ว่าอันไหนเหมาะ แล้วก็จะให้เบอร์ Contact แล้วเค้าก็โทรมาคุยกัน มาดูสถานที่ ผมไม่แน่ใจว่าเหมือนเอาสื่อต่างชาติมาดูสถานที่เรื่อย ๆ ก็จะเป็นภาพนั้น เค้าช่วยสนับสนุนเรา

ด้านการพัฒนาบุคลากรในสายไมซ์เอง TCEB ก็มีส่งระดับ Management ไปดูงาน บ้าง แล้วก็ส่งไป Training เพื่อ Update ข้อมูลใหม่ ๆ อยู่เรื่อย ๆ แล้วระดับ Management ก็จะเอา มาแชร์ข้อมูลต่อ เป็นเหมือนการดึง Head ของแต่ละฝ่ายไปรับทราบว่าเดี๋ยวนี้เค้าเป็นอย่างนี้แหละ แล้วก็ให้ทาง Head มากระจายต่อกันเอง

บุคลากรรุ่นใหม่ที่จะเข้าสู่ธุรกิจไมซ์ โดยเฉพาะคนที่จะเข้ามาทำงานในสายของศูนย์ประชุม ผมว่าธุรกิจอย่างนี้เน้นเรื่องของภาษา ถ้าในอนาคตต้องการจะก้าวให้ไกลแล้วก็เป็นภาพจุดเด่นของประเทศอีกอย่างหนึ่ง นั่นหมายความว่าก็ต้องเน้นเรื่องภาษาเป็นหลัก เพื่อสื่อสารกับลูกค้าอะไรก็ได้แต่ที่เป็นต่างชาติ แล้วก็เรื่องของบริการ แต่ค่อนข้างยากเพราะว่ามันเป็นเรื่องของส่วนบุคคล บางคนอาจจะชอบหรือไม่ชอบการบริการ อันนี้ผมตอบในมุมของฝ่ายดูแลลูกค้าส่วนคนอื่น ๆ อาจจะมองอีกด้านหนึ่ง

การศึกษาของเมืองไทยไม่ว่าจะเป็นสายโรงแรมหรือสายที่เป็นไมซ์โดยเฉพาะ รู้สึกว่าผมจะเป็นรุ่นแรก ๆ ของสายไมซ์ แต่ตอนนี้ผมว่ามันค่อนข้างเยอะขึ้นเรื่อย ๆ แล้ว คนสนใจขึ้นเรื่อย ๆ รู้สึกว่าในอนาคตถ้ายังสนับสนุนการศึกษาไปเรื่อย ๆ แต่ประสบการณ์ก็เป็นส่วนหนึ่ง ชัก 50 50 เนื้อหาในหนังสือ กับการ Training ค่อนข้างสำคัญ

การเรียนในส่วนของการโรงแรมและการท่องเที่ยวเกี่ยวกับส่วนที่โฟกัสเรื่องของไมซ์ ทั้งสองส่วนนี้ผมว่าค่อนข้างต่างกัน เพราะว่าไมซ์จะค่อนข้างไปในสายโรงแรม แต่ว่าถ้าเป็นสายท่องเที่ยวในมหาวิทยาลัยผมก็จะเน้นท่องเที่ยวหรือโรงแรมไปเลย โรงแรมจะเป็นคล้าย ๆ ไมซ์ก็จะเป็นธุรกิจการให้บริการ ส่วนท่องเที่ยวก็จะเหมือนเป็นการให้บริการแต่เน้นการท่องเที่ยวไปในที่ต่าง ๆ แต่ว่าไมซ์กับโรงแรมจะเน้นเรื่องของสถานที่เดิม ๆ แต่รู้ให้ลึกจะเป็นภาพนั้นมากกว่า

บทสัมภาษณ์ คุณยุพา พิพัฒน์พวงทอง

Production Manager, Optimum Group

วันที่ 27 มกราคม 2554

ปัจจุบันทำงานอยู่ที่ Optimum Organizer โดยตำแหน่งที่นี้เรียกว่า Production Manager คือคนที่ดูแลส่วนต่าง ๆ หลังจากที่มีการขายงานแล้ว ดูแลขั้นตอนของการผลิตออกมาให้มันเป็นรูปร่าง ผลิตออกมาเป็นภาพ เป็นของจริงให้กับคนที่มาร่วมงานเห็น ถ้าพูด Scope สั้น ๆ ง่าย ๆ ก็ประมาณนี้ ถ้าเอาแบบตั้งแต่ที่เข้าวงการนี้มาเลยก็ปีนี้ปีที่ 21 ซึ่งจากประสบการณ์ก็ได้เจองานหลากหลายรูปแบบมา โดยเฉพาะส่วนของ Optimum จะเป็นงานไม่ซ้ำมากกว่า ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มลูกค้าจากต่างประเทศที่เข้ามาจัดงานในเมืองไทย

ถ้าให้ยกตัวอย่างเอาจากความรู้สึกที่มันเป็นสถานที่จัดงานที่มันแปลกสำหรับเรา จะเป็นงานของ Convention+ จัดที่วังพญาไท ซึ่งบอกตรง ๆ ว่าเราจัดงานที่ศูนย์ประชุมพวกอิมแพคไบเทค อะโรรมาเยอะ แต่ตอนนี้เราได้มาจัดในพระราชวังพญาไท ซึ่ง Scope งานมันดูเล็ก ๆ ก็จริง แต่ในแง่ของความประทับใจที่เกิดขึ้นจากคนจัดงานเอง คนที่มาร่วมงาน และคนที่จัดงานให้กับลูกค้า มันเป็นความประทับใจที่ดีมาก กลุ่มลูกค้าของ Convention+ เป็นกลุ่มของผู้ที่มี Power ในการเลือกสถานที่ในการจัดงานสำหรับองค์กรของเค้า ในความหมายนี้ก็คือว่าคนที่เค้าให้จัดนี่คือ TCEB ซึ่งเค้าเอากลุ่มของคนในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งเป็นผู้ที่มี Power ในการเลือกสรรสถานที่จัดงานในเมืองไทย หรือจะเป็นประเทศไหนก็ตาม แต่ครั้งนี้เค้าดึงมาที่ประเทศไทย แล้วก็พาไปดูที่ต่าง ๆ แต่จังหวะของ Optimum ได้จัดงานในคืนวันปิด คือตั้งแต่เค้าพามาเนี่ย วันแรก ๆ เค้าพาไปขึ้นเชียงใหม่ แล้วไปที่ภูเก็ต เชียงใหม่เค้าก็พาไปที่ดาราเทวีและสถานที่ท่องเที่ยวในเชียงใหม่ ลงภูเก็ตก็พาไปที่ภูเก็ตแฟนตาซี แต่พอกลับมาที่กรุงเทพ เป็นวันปิดพอดี เค้าก็แบ่ง Section การทำงานกัน ในส่วนของ Optimum ทำพิธีปิด ซึ่งเราก็มองว่าเราจะเลือกสถานที่ไหนดี ครีเอทีฟก็คิดว่าเป็นพระราชวังพญาไท แล้วมันก็เกิดความรู้สึกตรงที่ว่าครีเอทีฟเค้าก็คิดว่างานนี้นมันเข้ากับคอนเซ็ปต์ แล้วทำไมถึงเลือกวังพญาไท ซึ่งอันนี้มันก็เลยทำให้เวลาที่คนมาเราได้มีโอกาสบอกเค้าว่าพระราชวังพญาไทนี่ถือว่าเป็นโรงแรมห้าดาวแห่งแรกของประเทศไทย ซึ่งเกิดขึ้นตั้งแต่ช่วงคาบเกี่ยวในสมัยรัชกาลที่ 6 และ 7 แต่คนที่มิมุมมองตรงนี้คือรัชกาลที่ 7 ท่านมองและดัดแปลงจากเดิมที่เป็นพระราชวังพญาไทแล้วก็มาดัดแปลงให้เป็นโรงแรมเพื่อรองรับชาวต่างชาติที่เข้ามามากในช่วงของรัชกาลที่ 6 กับที่ 7 แล้วเราก็เลยอิงว่ามันก็เหมือนสถานที่ที่คล้าย ๆ กันเลยที่ใช้ต้อนรับคนต่างชาติเข้ามา มันเหมือนกับว่ามีธุรกิจไม่ต่างกันตั้งแต่สมัยนั้นแล้ว ก็เลยเอามาอิงว่าทำไมถึงเลือกสถานที่ตรงนี้ เพราะมันเป็นโรงแรมห้าดาวตั้งแต่สมัยก่อน ครั้งแรกของในเมืองไทย รู้สึกว่าเท่าที่อ่านประวัติจะเป็นครั้งแรกในเอเชียด้วย ก็เลยรู้สึกว่าประทับใจกับงานนี้ ซึ่งข้างในจริง ๆ ไม่ได้มี

อะไรมาก ด้วยความที่สถานที่จัดงานมันเป็นพื้นที่โรงละครสมัยก่อนของพระราชวังพญาไทซึ่งจริง ๆ มีหลายตึก แต่ส่วนที่เราจัดมันเป็นโรงละครเก่า ซึ่งพอมาถึงเราก็สร้างเรื่องราวให้เค้ารู้สึกเหมือนได้ย้อนกลับไปในอดีตในสมัยนั้นและได้เข้ามาในโรงละคร ได้มาชมละคร ซึ่งจริง ๆ มันไม่ใช่ละครเวทีซะทีเดียวแต่เป็นลักษณะของ Multimedia ผสมกับโชว์ที่ทำให้มันดูโมเดิร์นขึ้นมาก และด้วยความที่ว่า ณ ที่แห่งนี้ ราชการที่ 6 ทรงประพันธ์เรื่องมัทนพาธาและทรงแปลเป็นภาษาอังกฤษด้วย เพราะฉะนั้นเราเลยหยิบยกเอาบทละครเรื่องนี้ที่เป็นภาษาอังกฤษมาทำเป็นโชว์แบบย่อ ๆ ในลักษณะ 3 องค์สั้น ๆ ง่าย ๆ แล้วก็มีคอนเสิร์ตของรตเกล้า อามระดิษ แค่นี้คนก็รู้สึกประทับใจแล้ว เพราะว่ามองตั้งแต่แรกเริ่มของสถานที่แล้วมันคือความแปลก ต้องบอกจริง ๆ มันคือความแปลกวันแรกที่มาเค้าไปเจอเชียงใหม่ ไปเจอสถานที่จัดงานที่มันเป็น Function ต่าง ๆ เค้าได้มีโอกาสไปแวะพวงสถานที่จัดงานอย่างมากรุงเทพก็ไปเจอพวกโบเตค แต่วันสุดท้ายเค้ามาเจอพระราชวังพญาไท มันเลยทำให้ความรู้สึกเค้าประทับใจมากขึ้น แล้วก็ให้คะแนนประมาณเอบวก อันนี้เป็นผลของการตอบรับ

หมายถึงงานนี้ TCEB ให้เราทำ แล้วดึงกลุ่มคนจากต่างประเทศเข้ามาดูว่า Location ของเมืองไทยสามารถที่จะรองรับอุตสาหกรรมไมซ์ได้ในหลากหลายสถานที่ ไม่เว้นแม้แต่พระราชวัง

อย่างศูนย์ประชุมต่าง ๆ 5 แห่งที่ทำการศึกษาก็เคยใช้บริการมาหมดแล้ว และหากพูดถึงภาพรวมในมุมมองของคนจัดงานที่เป็นออแกไนเซอร์ซึ่งก็ถือเป็นลูกค้าของศูนย์ประชุมเช่นกัน ซึ่งเราก็มีโอกาสไปจัดงานที่ศูนย์ประชุมเมืองนอกด้วยเช่นกัน ถ้าถามเรื่องความต่างคงไม่มี คล้าย ๆ กัน คือต้องยอมรับว่าเดี๋ยวนี้มันก็ปรับมาให้เหมือนคล้าย ๆ ของเมืองนอก เพียงแต่ว่า อาจมีความรู้สึกไปเองหรือเปล่าก็ไม่รู้ เมืองไทยบางที่เรื่องกฎระเบียบต่าง ๆ ดูเวอร์เกินไป เพราะจากที่เรามีโอกาสไปจัดงานที่ต่างประเทศ เขาก็ไม่ Strict เท่าคนไทยเลย ก็เลยมองว่าเมืองไทยเหมือนสร้างกฎระเบียบขึ้นมามากเกินไปหรือเปล่า ถามว่ามันดีมีในแง่ของการเปรียบเทียบว่าถ้าเราจะไปจัดที่อื่น 5 ที่นี้มันรองรับเราได้ มากที่สุดแล้วในแง่ของ Function ไม่ว่าจะเป็นโต๊ะ เก้าอี้ อาหารการกิน มุมมอง ห้องย่อยห้องเล็กห้องสารพัดอย่าง Function การจัดงานพวกนี้มันรองรับได้หมด

ถ้าเรื่องของบุคลากรก็อย่างที่บอกว่าถ้าเป็นในแง่ของ Marketing กับในแง่ของคนที่เป็น Operation บอกตรง ๆ เหมือนเค้าไม่ประสานงานกัน ง่ายๆ ๆ ว่าพอคุยกับ Sales อย่างหนึ่ง พอพนักงานบู๊ป Operation ไม่รู้เรื่องหรือบางทีไม่ได้รับข้อมูลจากทางด้าน Sales เจอบ่อยมาก อย่างเช่นที่พวกเราทำก็จะมีการส่งจดหมาย Requirement ว่าเราต้องการอะไรบ้าง Sales ได้รับแต่ Operation บางทีไม่ได้รับ เจอบ่อยมากแต่ถ้าถึงแม้ว่าได้รับ มันก็กลายเป็นบางครั้งมันเป็นการเหมือนดัดแปลงข้อมูลจาก Requirement ที่เราต้องการ โดยไม่ได้มีการแจ้งเรา มันทำให้กลายเป็น

ว่าเราต้องไป Order หน่วยงานเยอะมาก ทั้ง ๆ ที่เราได้ทำจดหมาย ส่งรายละเอียดไปแล้ว จึงมีความรู้สึกว่าเขาเจอปัญหานี้บ่อย ปัญหาการสื่อสารระหว่างแผนก Sales กับ Operation

แต่ถ้าสมมติว่าเทียบศูนย์ประชุมกับโรงแรม จะเห็นว่าโรงแรมคนเซอร์วิสเราดีกว่าไม่เกี่ยวกับเรื่อง Scale ของสถานที่แต่น่าจะเกี่ยวกับกฎระเบียบของเค้ามากกว่า เอาจ่าย ๆ ว่าช่วงเวลาเข้าทำงานของคนโรงแรมกับคนศูนย์ประชุมจะต่างกัน จะมีกี่กะ ๆ แตกต่างกัน คือโรงแรมจะมีกะที่แน่นอนและกะดึกก็มี แต่ของศูนย์ประชุมก็จะมีกะเป็นช่วง ๆ ที่มีโอ๊วท์ ซึ่งช่วงไหนที่ไม่ใช่เป็นกะเค้าก็หาคนไม่เจอเลย อันนี้จะเจอปัญหาน้อย แต่ถ้าเป็นโรงแรมจะมีความรู้สึกในส่วนนี้เราสามารถตามได้ตลอดเวลามากกว่า

ถ้าพูดในมุมมองของลูกค้าที่ไปใช้บริการในศูนย์ประชุมต่าง ๆ เท่าที่เคยคุย เค้าไม่ได้มีความประทับใจในตัวบุคคลนัก ถ้าพูดในเรื่องของสถานที่ มันกลายเป็นว่าการที่เค้าตัดสินใจเลือกที่จะใช้ศูนย์ประชุมที่ไหนก็ตาม เค้าไม่ได้ตัดสินใจเพราะคน เค้าดูเรื่องของ Function การทำงานมากกว่า เอาจ่าย ๆ มอเตอร์โชว์ที่กำลังจะมีนี้เกิดการเปลี่ยนแปลงสถานที่จากไบเทคไปชาเลนเจอร์ อิมแพค เพราะอะไร มันก็เป็นเพราะสถานที่ชาเลนเจอร์มันรองรับได้มากขึ้น อย่างสมัยก่อนไบเทคครองแชมป์มานานมาก มอเตอร์โชว์เป็นสิบปี แต่ตอนนี้ด้วยสถานที่มันไม่เอื้ออำนวยเท่าชาเลนเจอร์

เรื่องตัวบุคลากรเท่าที่ผ่านมาจะเจอน้อยที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า อย่างตอนอยู่แมนสตรีมก็จะจำได้ว่ามีคุณอ้อของไบเทค ก็จำกันได้ เค้าก็จะบริการเราดีจนเราจำเค้าได้ แต่มันน้อย และด้วยความที่ว่าการเทิร์นคนจากศูนย์หนึ่งไปอยู่อีกศูนย์หนึ่งมีบ่อยนะเดี๋ยวนี้อยู่ดี ๆ คนนี้ไปอยู่ไบเทค อยู่ดี ๆ คนนี้มาอยู่ชาเลนเจอร์แล้วอะไรอย่างนี้ คือจะเจอบ่อย มันเหมือนกันว่าเซลที่เราเคยติดต่อกันกลายไปอยู่อีกที่หนึ่ง มันเปลี่ยนแปลงบ่อย แต่ว่าพวกระดับสูง ๆ ใหญ่ ๆ จะไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงชัดเจน แต่ย่อย ๆ เดียวนี้คนที่ติดต่อกับเราบ่อย ๆ ส่วนใหญ่จะเป็นตำแหน่งที่มันเล็ก ๆ ลงมา มันจะไม่ไ้ระดับหัวหน้า ซึ่งระดับหัวหน้าจะอยู่กันนานอยู่แล้ว ก็เลยมีความรู้สึกว่าการที่เค้าเปลี่ยนคนบ่อยด้วย มันเลยมองว่า ยังไงเรื่องตัวบุคคลก็ไม่น่าที่จะทำให้เกิดการเลือกใช้ในครั้งต่อไป

ถ้ามองถึงคุณสมบัติของบุคลากรที่ทำงานในศูนย์ประชุมในภาพรวมทั้ง Front Office และ Back Office ควรจะมีคุณสมบัติอะไรบ้างนั้น คุณสมบัติที่ต้องมีในความรู้สึกของเราเอง คือต้องคุยรู้เรื่อง ในความหมายนี้คือ เราถามแล้วต้องตอบได้ เป็นความรู้สึกพึงพอใจอย่างหนึ่งถ้าเราถามแล้วคุณตอบได้ ไม่ใช่คุณต้องจดไว้แล้วไปรอกถามคนอื่น กับคำถามอีก 20 คำถามคุณต้องจดโน้ตอย่างนี้หรือ ง่าย ๆ คือ คุณต้องมีความรู้ความเข้าใจในงานที่ทำ เราจะเจอบ่อยว่าบางครั้งมี Sales ใหม่มา บางทีเราถามเค้าแล้วเค้าจะไม่รู้เรื่อง มันต้องมีการขอจดเพื่อไปถามที่ Operation

ถามโน่นถามนี่ มันก็เลยจะมีความรู้สึกว่าบางครั้งการที่เราจะตัดสินใจเลือกที่ตรงนั้นเลยเนี่ย มันเหมือนต้องมีข้อสงสัยที่อื่นให้มาเปรียบเทียบกันตลอดเวลา มันจะไม่ได้ถูกพูดโน้มน้าวให้เลือกที่ตรงนั้นได้เลย อันนี้ที่ไปเจอมาสด ๆ ร้อน ๆ เลย คำเป็น Sales ใหม่ถามอะไรไปก็ตอบไม่ได้ มันก็เลยทำให้เราต้องไปดูที่อื่นเพื่อเปรียบเทียบกันไปด้วย

โดยปกติแล้วคนที่ทำงานในศูนย์ประชุมควรจะมีความรู้ด้านการบริการและการจัดงานมาบ้างแล้ว เพราะเดี๋ยวนี้เรียนการโรงแรมมันก็ต้องครีเอทเรื่องของการจัดงานพวกนี้ แล้วรู้สึกว่ามันจะมีคลาสของการจัดอีเว้นท์เข้าไปด้วย แต่ก็มีบางส่วนที่บุคลากรในศูนย์ประชุมที่ไม่ได้เรียนเกี่ยวกับอีเว้นท์หรือโหม้มาโดยเฉพาะ หรือเป็นคนที่ย้ายมาจากสายโรงแรมก็อาจจะทำให้การให้บริการหรือการสื่อสารอะไรบางอย่างด้อยลงไปได้ด้วย

โดยเฉพาะคุณสมบัติเรื่อง Service Mind เป็นสิ่งจำเป็นมาก แต่เท่าที่เจอมาจะไม่ค่อยมีกันเท่าไร มักจะเจอการให้บริการที่ไม่ประทับใจ เราไม่รู้ว่าคำมองเราเป็นออกแกในเซอร์หรือเปล่า นะ เองง่าย ๆ อย่างพารากอนนี่เหมือนกัน ไปถึงบู๊ก็เจอเจ้าหน้าที่เค้า ลักษณะการพูด สมมติเค้าเทคแคร์ลูกค้า โทนเสียงเค้าจะอีกแบบหนึ่ง แต่พอหันมาคุยกับออกแกในเซอร์ มันเหมือนกับว่ามีโทนเสียงที่เริ่มเป็นการชม อันนี้เป็นความรู้สึกที่เราเจอ จะบอกว่ามันไม่ใช่เฉพาะพารากอนนะ อิมแพคก็เจอ ไปเทคยังหนักใหญ่เลย ในแง่ของออกแกในเซอร์คิดว่า Service Mind ของคนในศูนย์ประชุมเค้าไม่มีความพร้อมที่จะ Service ออกแกในเซอร์ด้วยกันซักเท่าไร แต่กับลูกค้าจะอีกโทนหนึ่งเลย เรากลับมองว่ามันควรจะมองถึงออกแกในเซอร์ด้วย เพราะออกแกในเซอร์คือหนึ่งในผู้มี Power ในการเลือกสถานที่เพื่อที่จะเป็นข้อดีให้ลูกค้าได้ด้วย จริง ๆ เค้าก็ควรจะรองรับเราพอ ๆ กับการเป็นลูกค้า แต่มันกลายเป็นว่า อย่างไปเทคนี่สุดยอด สุดยอดของการไม่เทคแคร์ออกแกในเซอร์ ก็เลยรู้สึกว่า Service Mind ของคนทำงานศูนย์ประชุมมีน้อย และจะต้องพัฒนาอย่างมาก

งานโม่จะมีลักษณะงานที่ต้องทำงานกับชาวต่างชาติค่อนข้างเยอะ เพราะฉะนั้นทักษะด้านการสื่อสารก็สำคัญ ซึ่งส่วนใหญ่คนที่ทำงานศูนย์ประชุมทุกคนภาษาอังกฤษดีหมด สื่อสารได้ดีหมด ถ้าเทียบกันในระดับของ Sale หัวหน้า Sale และ Sale ทั่วไป Operation ที่เป็นระดับหัวหน้าโอเคหมดนะ แต่ถ้าถึงขั้นเป็นระดับเด็ยกก็อีก โดนนั้นเค้ายังไม่สามารถ ถ้าเป็นในแง่ของงานต่างประเทศเวลาลูกค้าต้องการอะไรควรจะสื่อสารกับคนระดับหัวหน้างานมากกว่าระดับพนักงาน ด้วยความเป็นศูนย์ประชุมเจ้าหน้าที่ระดับล่างมักไม่ใช่เจ้าหน้าที่ประจำ เป็น Supplier เป็นเด็ก ซึ่งถามว่าคุณภาพที่ควรจะถูกพัฒนาจึงเป็นไปได้ เค้าคงไม่ลงทุนกับการพัฒนากลุ่มคนเหล่านี้

ในขั้นตอนของการได้มาซึ่งตัวบุคลากรของศูนย์ประชุมซึ่งจะเป็นหน้าที่หลักของฝ่ายบุคคล ในมุมมองของพี่เองพี่มองว่ามันสำคัญตั้งแต่ขั้นตอนของการรับสมัครละ การดูใบสมัคร โอเค

คุณเรียกมา ตอนที่คุณเรียกมาเนี่ยสำคัญ เรียกมาจากที่คุณครั้งแรก พี่มองว่าคนที่จะเป็นคนต้อนรับ หรือทำงานในศูนย์ประชุมได้ อย่างแรกสุดเลยต้องดูบุคลิกดี แล้วส่วนใหญ่การที่เราคัดสรรจากใบสมัคร เราต้องคัดสรรดีกรีจากการจบการศึกษาของเค้าอยู่แล้ว เสร็จแล้วพอมมาถึงปั๊บต้องดูบุคลิกดี แล้วไปโฟล์มันถึงค่อยจะตามมา ถ้าบุคลิกดีก็ดูน่าสนใจ แล้วค่อยสัมภาษณ์ต่อไป พี่มองอย่างนี้ สำหรับคนที่ทำงานในศูนย์ประชุมนะ

หลังจากที่เราได้คัดคนที่มีบุคลิก มีคุณสมบัติที่โอเคแล้ว เราก็มาต่อยอดว่าเราควรจะอบรมเพิ่มเติมเค้าไปทางใด มันเหมือนกับว่าการที่จะอบรมใครขึ้นมาได้ซักคนหนึ่ง เราต้องดูพื้นฐานเค้าก่อน ตั้งแต่พรสวรรค์ เรื่องรูปร่างหน้าตาและการศึกษาเค้า ซึ่งพวกนี้มันถึงจะมาต่อยอดที่จะเข้าสู่ขั้นตอนของการอบรม เค้าถึงจะมีโอกาสที่ถูกเราเลือกขึ้นมา

ในมุมมองพี่ มองว่าเรื่องค่าตอบแทนไม่มีผลในการคัดเลือกคนที่มีความพร้อมเข้ามาทำงานในศูนย์ประชุมนะ ในลักษณะของการซื้อคนนะ แต่ถ้าในลักษณะของคนเข้ามาทำงานแล้วอยู่ ๆ ไปแล้วเงินมันดีขึ้นเพิ่มมากขึ้นสวัสดิการดีขึ้น ก็อาจทำให้เค้าขยับขึ้นได้นะ แต่ถ้าในเรื่องของเรทเงินเดือนตอนแรก พี่มองว่าคนที่อยากเข้ามาทำงานในศูนย์ประชุมมีเยอะ แต่เรื่องของเงินเดือนตอนแรกเค้าอาจจะยังไม่คำนึงถึงกับมันมาก แต่พอเค้าทำงานไปเรื่อย ๆ มันมีประสบการณ์เพิ่มขึ้น พวกนี้เริ่มคิดเรื่องเงินละ มันก็จะมีการติดต่อซื้อตัวกันไปมาลักษณะนี้

ถ้ามองในแง่ของคนเพิ่งเข้ามาทำงานใหม่ ๆ การที่เค้ามีหัวหน้างานที่ดี มันจะช่วยทำให้เหมือนดึงเค้าขึ้นมามีความพร้อมหรือไม่พร้อม สมมติว่าเค้าเจอหัวหน้างานที่ไม่ดีและสิ่งต่าง ๆ ตามมา สวัสดิการก็ไม่ดี เงินก็ไม่ดี มันก็จะมีผลทำให้เค้ารู้สึกไม่อยากทำงานละ เค้าอยากไป แต่ถ้าสมมติเค้ามาปั๊บมีหัวหน้างานดีสอนงานเค้า แล้วก็พัฒนาเค้า ให้เค้ามีโอกาสได้ทำ ได้ออกมาพูดคุยกับลูกค้าเอง เหมือนกับว่ามีคนคอยสอนงานเค้า ถึงแม้ว่าเงินเดือนมันจะน้อย คนก็ยังอยากที่จะทำ เพราะว่าพี่จะเจอ Sales หลายคนกับพวก Operation ที่มีหัวหน้างานที่ดีเค้าจะอยู่กันนานมากเท่าที่ทำงานกันมา

ถ้าประเมินศูนย์ประชุมทั้ง 5 แห่งที่กล่าวมา พี่มองว่าสามารถรองรับงานที่เป็นกลุ่มของต่างชาติได้อยู่แล้ว รองรับได้หมดเลย เรื่องบุคลากรถ้าเทียบเป็นเปอร์เซ็นต์พี่ให้ 70 จาก 100 ถ้าให้จัดอันดับความพร้อมด้านบุคลากรในศูนย์ประชุม พี่ขอตอบในลักษณะของความชำนาญดีกว่า เพราะเรื่องของการบริการก็คล้าย ๆ กัน ในแง่ของความชำนาญพี่ชอบศูนย์สิริกิติ์ อันดับต่อมาเป็นเซ็นทรัลเวิลด์ ต่อมาเป็นอิมแพค ส่วน 2 อันดับท้ายนี้แทบจะให้อยู่อันดับเดียวกันเลย ถ้าเทียบกันแล้ว ไบเทคจะดีกว่าหน่อยนึง เพราะว่าเค้ามีความชำนาญกว่า พวราก่อนยังไม่ค่อยเท่าไร

ถ้าสามารถเพิ่มเติมศักยภาพของตัวบุคลากรในศูนย์ประชุมได้จริง พี่มองว่าควรจะเพิ่มเติมเรื่องของ Service Mind เป็นอันดับแรก พี่มองว่า Service ของเค้าอย่าเลือกชนชั้น อย่าเลือกกลุ่มคน คือใครที่ก้าวเดินเข้าไปเนี่ย ทุกคนมี Power ในการเลือกสรรคุณอยู่แล้ว แล้วเดี๋ยวนี้ ศูนย์ประชุมมันมีเพียงพอที่จะเลือกมากขึ้น แล้วจะบอกว่าเดี๋ยวนี้กลุ่มคนลดความนิยมในการจัดงานในศูนย์ประชุมลดลงนะ อย่างกลุ่มไมซ์เองก็มักจะหันเหไปจัดในโรงแรมหรือสถานที่แปลก ๆ อย่างโรงละคร โรงหนัง หรือผับ หรืออะไรที่มันสร้างความประทับใจมากกว่าศูนย์ประชุม เพราะศูนย์ประชุม Format มันเหมือนกันทุกประเทศ ยกเว้นแต่ถ้าเค้าอยากจะเป็นทางการ แล้ว Request มาอันนั้นอะโอเค แต่ว่าเดี๋ยวนี้เท่าที่จัดงาน ธุรกิจที่ผ่านมามีส่วนใหญ่มากแล้วไม่ค่อยนิยมไปจัดศูนย์ประชุม

แนวโน้มของอีเว้นท์ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์จากการประเมินภาพรวมในเมืองไทยช่วง 2 ปีที่ผ่านมาพี่ว่ามัน drop ลงนะ แต่มันกำลังจะดีขึ้น เพราะในช่วงที่ผ่านมาเจอเรื่องความวุ่นวายทางการเมืองซึ่งทำให้งานที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าต่างประเทศวนไปหมดเลย โดน Cancel ทั้ง ๆ ที่งานทำไปแล้วนะ ผลผลิตจาก Production หมดแล้ว โดนยกเลิกไม่มาแล้ว เพราะว่ามีข่าว ก็คือยอมรับว่าปีที่ผ่านมามีงานที่เกี่ยวข้องกับไมซ์ขาดทุนเยอะ แต่แนวโน้มมันน่าจะดีขึ้น ถ้ามันไม่มีสถานการณ์รุนแรง เพราะจริง ๆ แล้วประเทศไทยเท่าที่ฟังจากกลุ่มคนที่มาจากต่างประเทศจริง ๆ ประเทศไทยเป็นประเทศที่คนอยากมากันเยอะ ด้วยความที่เราเป็นประเทศเล็ก แต่ขณะเดียวกันก็เป็นประเทศเล็กที่ไม่ได้เจริญมากก็ยังมีวัฒนธรรมเก่า ๆ ให้คนได้สัมผัส ซึ่งเปอร์เซ็นต์ส่วนใหญ่คนอยากมาจัดงานมาก แต่ถามว่าตอนนี้เรตติ้งเรากำลังจะลดลงเพราะว่าคนอยากไปลาวมากขึ้น ซึ่งมีโอกาสได้ไปจัดงานที่ลาว ไม่ใช่ศูนย์ประชุมแต่เป็นโรงแรมที่เป็นโรงแรมหรู ๆ รู้สึกถ้าจำไม่ผิดจะเป็นเครือเซ็นทารา นี่แหละ เปอร์เซนต์มันกลายเป็นว่าลาวกำลังดีตื่นไทย ซึ่งในสมัยก่อนแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ไทยนี่เป็นประเทศที่ใครอยากมามาก ๆ เลย

ความคิดเห็นส่วนตัวถ้าให้บอกว่าประเทศไหนในแถบภูมิภาคนี้น่าจะมีศักยภาพในการเป็น MICE Center ได้ คิดว่าน่าจะเป็นสิงคโปร์ เป็นประเทศเล็ก ๆ แต่มีความพร้อมในหลาย ๆ ด้านเองง่าย ๆ อันนี้ฟังลูกค้ามาอีกทีหนึ่ง คือสิงคโปร์เวลาคนจะออกมาจากศูนย์ประชุมเพื่อที่จะไปเที่ยวของเค้าเอง เค้านั่งรถไฟไฟฟ้าบนฟ้าหรือใต้ดิน คือมันรอบเมือง คุณจะไปลงตรงไหนก็ได้มันก็วนรถกลับมาที่ศูนย์ประชุมได้ แต่เมืองไทยมันยังไม่ได้ อย่างนั้นไง อันนี้ไปแล้วหลง ถ้าเทียบเมืองไทยกับเพื่อนบ้านเรา เวียดนาม ได้หวัน มาเลย์ แถบตะวันออกเฉียงใต้ ก็ถือว่าเราก็ออเคอยู่นะ เรื่องสถานที่เราโอเค เรื่องคนเราก็สู้เค้าได้ พี่มองว่าเราแค่เป็นรองสิงคโปร์

ย้อนกลับไปประเด็นการให้บริการของศูนย์ประชุมที่มีการแบ่งชนชั้นเป็นลูกค้าคนไทย และชาวต่างชาติ จะเห็นว่าเค้าให้บริการลูกค้าต่างชาติดีกว่าคนไทย แต่จุดหนึ่งต้องบอกว่าลูกค้าต่างประเทศมีความแน่นอนนะ ในการ Order ในการที่เค้าอยากจะได้อะไร เค้าจะเป๊ะ ๆ พี่เจอมาหลายเจ้าแล้ว Spec ว่าฉันอยากจะได้อะไรอย่างนั้นอย่างนี้จะไม่เรื่องมากเหมือนคนไทย เป็นคุณนายเรื่องมาก พอมาถึงหน้างานขอเปลี่ยน ๆ ชาวต่างชาติจะเป็นอย่างนี้ คือเค้าจะมีการ Survey ก่อนแล้วก็จะ Order แล้วเค้าจะเป๊ะ ๆ แล้วเค้าไม่เปลี่ยน ยกเว้นแต่ถ้าถามมองแล้วมันเกินไปเค้าถึงจะเปลี่ยน เค้าจะไม่เรื่องมากเหมือนคนไทย แบบว่าสมมุติระดับลูกน้องมาเปลี่ยนอย่างหนึ่ง พอเจ้านายมาเปลี่ยนอีกอย่างหนึ่ง พอระดับสูงใหญ่ออกไปเปลี่ยนอีกอย่างหนึ่ง แต่ถ้าเป็นต่างชาติเค้ามาเพื่อจะตัดสินใจแค่นั้นแล้วเสร็จ อันนี้เป็นเปอร์เซ็นต์ส่วนใหญ่ที่เจอแล้วเป็นอย่างนี้นะสำหรับงานต่างชาติ คือที่ Optimum เรามีโอกาสได้ทำทั้งในลักษณะที่รับงานมาแล้วจัดทั้งงานกับลักษณะที่หา Supplier อย่างเดียวแล้วเค้ารับงานก็มี คือเราทำทั้ง 2 แบบ มันจะเป๊ะมากแล้วจะมีการบอกเลยว่าซื้อเวลาเซตอัพตามนี้ เค้าจะไม่มีการปล่อยให้เราเซตอัพหลังเที่ยงคืนแล้วตอนเช้าที่มึงงานมา กันแบบเหน็ดเหนื่อยแบบว่าตาหลับ อย่างนี้ไม่มี เค้าจะมีเวลาเซตอัพล่วงหน้า เค้าจะเป๊ะในเรื่องของการทำงาน

เรื่องกฎระเบียบที่บอกว่ามันเยอะเยอะ เท่าที่เจอมาแล้วแต่ความบ้าจี้ของ Sales อย่างเช่นที่ไปทำงานของเซ็นทรัลเวิลด์ กฎระเบียบเยอะมาก ประเภทที่ว่าเรื่องทาสี ห้ามทาสี ห้ามโน่นห้ามนี้ แต่พอเจอ Sales Sales บอกว่าไม่เป็นไรหรอก เอาเหอะ กฎมันคือกฎให้มันอยู่ในกระดาษ เพียงแต่ว่าขอพื้นที่พรมรองนะอย่าให้มันหยดลงบนพื้นพรมของสถานที่ มันจะเป็นลักษณะที่ตัวคน

เรื่องของอำนาจการตัดสินใจของบุคลากรจะไม่เท่าเทียมกันในแต่ละระดับ คืออำนาจการตัดสินใจในความหมายนี้ต้องแยกกันนิดนึง ถ้ามันเป็นฟังก์ชันงานที่เค้ามีอยู่แล้ว แล้วเค้าสามารถหยิบมาให้เราใช้ได้เลย เค้าตัดสินใจให้เลย แต่อะไรที่มันเริ่มมีค่าใช้จ่ายเค้าจะไม่สามารถตัดสินใจได้ เค้าจะเริ่มถามหัวหน้าก่อน หัวหน้าก็ต้องไปถามต่อ หรือเปลอ ๆ เราต้องเป็นคนโทรหา Sale เอง จะเจอกรณีอย่างนี้มากกว่า

มุมมองของตัวเองต่อการส่งเสริมของ TCEB ในด้านความพร้อมของบุคลากรมองว่าไม่ค่อยมีผล TCEB เป็นองค์กรที่มันมีขึ้นมาก็จริงแต่เค้าดูไม่เด่นในธุรกิจการท่องเที่ยวหรือธุรกิจไมซ์ของเมืองไทยเท่าไร หรือจริง ๆ แล้วเค้าอาจจะม่แล้วเราไม่รู้ แต่เท่าที่สัมผัสมา ที่เคยจัดงานให้เค้าก็รู้สึกได้ว่าเค้าไม่ค่อยมีบทบาท บทบาทจะไม่เด่น ส่วนเรื่องบทบาทหน้าที่ในการพัฒนาบุคลากร พี่มองว่ามันต้องช่วย ๆ กันมากกว่า ตั้งแต่การเรียนเท่าที่เรียนการโรงแรมการท่องเที่ยวต้องดูว่าหลักสูตรมันแน่นพอมั้ย หลักสูตรเค้ามองแค่นั้น บางทีเค้าเป็นหลักเกณฑ์ในตำราเยอะ แต่พอมา

ทำจริงแล้วบางทีก็ไม่สามารถยึดแค่นี้ได้ เพราะฉะนั้นตั้งแต่การเรียน การได้ทดสอบจริง ๆ เยอะ การลองทำ บางทีมีเยอะ ทำให้การออกมาทำงานแล้วมันโอเค เพราะเท่าที่เจอ Optimum จะมีเด็กการท่องเที่ยวและโรงแรมมาฝึกงานบ่อย เคื่อก็จะรู้จักอีเว้นท์มัย ไม่รู้จัก เราถึง คุณเรียนธุรกิจ โรงแรมมาได้ยังไง ไม่รู้ว่าอีเว้นท์คืออะไร ไม่รู้ว่าขอบเขตของอีเว้นท์เป็นอย่างไร มันก็ยากที่จะอธิบายให้เค้าฟัง ก็เลยมองว่ามันต้องปูพื้นฐานตั้งแต่การเรียนในโรงเรียน มหาวิทยาลัยต่าง ๆ ที่มันจะมีอะไรพวกนี้เรื่องการศึกษาต่าง ๆ แล้วสิ่งที่ตามมาเวลาที่เค้าได้เข้าไปในมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง ที่แห่งนั้นคือคอร์สอบรม ทำกิจกรรมต่าง ๆ ก่อนที่จะส่งเด็กคนนึงออกมาทำงานจริง ๆ เพราะพี่จะบอกว่าคุณจบมาจากสถาบันการศึกษาที่เรียนตรงกับสาขากับสาขานี้มา แค่นั้นมันยังไม่พอ เพราะว่าเวลามันมาเจอโลกความเป็นจริง มันก็ต้องถูกหมุน ถูกดัดแปลง ต้องอาศัยประสบการณ์ การเรียนกับการทำงานไม่เหมือนกัน เพราะจะเจอบ่อยที่ว่าเค้าอยู่นี้แต่ไม่รู้เรื่องอีเว้นท์ งบมาก อ้อ ไม่ได้สอน อ้าว แล้วหนูมาฝึกอีเว้นท์ รู้มัยว่าจะฝึกอะไร อ้อไม่รู้จะคะ เห็นรุ่นพี่เคยมาฝึกที่นี่ หนูก็เลยสมัครมาฝึกต่อ หนูยังไม่รู้จะฝึกอะไรเลย พี่จะเจอปัญหาแบบนี้บ่อยมาก เพราะ Optimum จะเป็นบริษัทที่เด็กเรียนการท่องเที่ยวโรงแรมมาฝึกงานบ่อยมาก

สำหรับข้อเสนอแนะในมุมมองของคนที่ทำ Production มา 20 ปีกับอีเว้นท์ พี่ขอคุยกับคนที่รู้เรื่องและเข้าใจ คุณปล่อย Sales มา Sales ของคุณต้องเป็นคนที่สามารถตอบได้จริง ๆ ต้องรู้จริง ถึงแม้ว่าประสบการณ์ยังไม่แน่น ถ้าคุณรู้ว่าเด็กคนนี้ประสบการณ์ยังไม่ถึงคุณควรจะมีพระพี่เลี้ยงที่จะมาอยู่ด้วยกันและช่วยกันดูแลลูกค้า ซึ่งพี่มีความรู้สึกว่าการปล่อยเด็กมา ซ้ำที่เด็กด้วย ซ้ำทั้งภาพพจน์และตัวบุคลากรขององค์กรด้วย

บทสัมภาษณ์ คุณจุฑามาศ งานนฤมลกิจ

Project Manager, Index Event Agency

วันที่ 30 มกราคม 2554

ลักษณะงานของออฟฟิศเป็น Event Organizer และ เป็น Agency ด้วย ในส่วนที่ทำเป็น Event Management ตำแหน่ง Project Manager บริหารทั้งโครงการที่ Index ไม่ว่าจะเป็นงาน Exhibition, Fair, Special Event, Concert จะดูแลรวมกันหมด ไม่ได้แยก ปกติ Index จะโตมาจากงาน Special Event เป็นหลัก แต่ประมาณ 4-5 ปีหลังที่ Index เริ่มไปรับงานรัฐบาลเยอะมากขึ้น จะเป็นงานแฟร์ Exhibit MICE เยอะมากขึ้น โดยเฉพาะเมื่อ 2 ปีที่แล้ว งานแฟร์ประจำของรัฐบาลที่มีอยู่ ของกระทรวงพาณิชย์ และหลาย ๆ กระทรวง อย่างงาน MICE โดยตรงเอง TCEB ก็เป็น Project ถือเป็น Key Account เลย รับโดยตรงจาก TCEB เลย เราทำเรื่อง MICE ให้กับ TCEB โดยตรงเลย โดยเฉพาะปีที่แล้วที่เรื่อง MICE กำลังมาแรง ปกติถ้าเป็นงาน MICE ทั้งหมดมันก็จะจะเป็น Pattern ที่ว่าไปอยู่แล้ว ที่เน้นขาย Exhibit อะไรทั่วไป แต่ถ้าเป็นรูปแบบใหม่ คงจะเป็นปีที่แล้วของ TCEB ที่เป็น MICE ในรูปแบบใหม่ ๆ ที่เราเรียกว่าเป็นโครงการ Creative MICE เป็นไมซ์ในรูปแบบใหม่ ๆ ไม่ใช่ไมซ์ในรูปแบบเดิม ๆ พลิกมุมมองของไมซ์ คืออย่างงาน TCEB ก็จะจัดประชุมเป็นอาชีพออยู่แล้ว ไม่ว่าจะเป็นประชุมในเรื่องต่าง ๆ ประชุมโน่นนี่นั่นอะไรทั่วประเทศ เคื่อก็เลยให้แคมเปญเราทำในลักษณะที่ว่ามันน่าจะต่อยอดอะไรซักอย่าง น่าจะสร้างความน่าสนใจอะไรซักอย่าง นอกจากเราไปจัดประชุม ไปจัดงานไมซ์ตามเมืองที่เค้าเป็นไมซ์อยู่แล้ว มันก็ขาดความน่าสนใจไป Index ก็มา Develop ให้เพิ่มเติม ก็คิดในมุมที่ว่าต้องเอาอะไรไปขายที่มันแปลก ๆ ก็มีการพลิก สร้าง แปลง เปลี่ยนอะไรกันเยอะแยะ ในลักษณะของการประชุมไมซ์ที่ให้เค้ารู้สึกว่าการประชุมไม่ได้อยู่แต่ในห้องประชุม หรือการ Creative ของของเค้ามันไม่ได้แค่คุณภาพดี แต่มันต่อยอดอะไรได้เยอะแยะ แล้วก็สร้างมุมมองใหม่ให้เค้า อย่างเช่น เหมือนกับว่าการที่เราไปจัดประชุมที่จังหวัดหนึ่ง แทนที่เราจะใช้ห้องประชุมโรงแรม เราก็ไปจัดกันกลางทุ่งนา อารมณ์อย่างนี้ เราก็สร้างความแปลกใหม่ให้เค้า มันก็น่าสนใจมากขึ้น มันเริ่มมีลูกเล่นอะไรใหม่ ๆ ขึ้นมา

มันไม่เชิงโปรโมต โครงการไมซ์ของ TCEB เค้าก็ทำแล้วก็แข็งแกร่งอยู่แล้ว แต่ว่าเป็นการสร้างรูปแบบใหม่ เป็นการจัดอีเว้นท์ที่ไม่ใช่แค่ Pattern ธรรมดา ใส่ความ Creative เข้าไปให้งานมันดูมีสีสันน่าสนใจมากขึ้นมากกว่า เพราะโดยปกติเค้าก็จัดประชุม เค้าก็จัดเหมือน ๆ เดิม ก็มี Phase 2 ต่อไปอีก เรายังมีหน้าที่คิดว่า แต่หัวใจสำคัญไม่ใช่แค่ให้เค้ารู้สึกว่ามันแปลก แต่ให้เค้าเอาไอเดียนี้ไป Adapt ได้ อย่างเช่น ให้เค้ารู้สึกว่าการวัดผลว่าสำเร็จไม่สำเร็จให้เค้าคิดได้ว่า เราไม่ต้องมีเงินมาก เรามีที่ เรามีโกดังอยู่แล้ว เราไม่ต้องไปสร้างโรงแรมก็ได้ เราปรับเปลี่ยนอะไรนิดหน่อย มันก็ดูกับเก้ คือให้เค้าเอาไปใช้ได้จริง ๆ จะเป็นอะไรประมาณนี้

กลุ่มเป้าหมายที่เข้ามาในการประชุมนี้ที่จะทำให้การประชุมไม่ซ้ำมันเปลี่ยนไป คือ ทุกกลุ่ม ตั้งแต่รากหญ้าเลยดีกว่า อย่างกลุ่มที่เชิญมาประชุม นอกเหนือจากผู้ประกอบการโรงแรม หรือว่าพวกกลุ่มธุรกิจที่มีอยู่ตามพื้นที่อยู่แล้ว อย่างกลุ่มคนทั่วไปที่มีไมซ์เล็ก ๆ ของเค้าก็เข้ามาได้ด้วย อย่างเช่น ที่ชลบุรี ที่เค้าทำพวกข้าวหลามหรืออะไรอย่างนี้ คือพวกผู้ประกอบการเล็ก ๆ ก็ทุกคนก็คือเชิญมานั่งฟัง แล้วก็เหมือนว่า Get Idea แล้วมีการ Brain Storm ต่อยอดกันจริง ๆ ไม่ใช่แค่มาสัมภาษณ์มาให้ความรู้แล้วก็จบ ๆ ไป อย่างทาง TCEB เองบุคลากรเค้าก็พร้อม มีการเชิญคนในพื้นที่ มีการจัดประชุมที่เป็นรูปธรรมมากขึ้นให้มีการ Workshop มีการก่อต่อ สร้างเป้าหมาย สร้างโครงการให้เหมือนจริง มันก็ดูน่าสนใจและพัฒนาขึ้น ดู Advance ดีในเรื่องของการจัดไมซ์

ถ้าพูดถึงกลุ่มลูกค้าไมซ์ที่เข้ามาในเมืองไทยจะนิยมจัดในแหล่งท่องเที่ยวและต่างจังหวัดมากกว่า การรองรับการประชุมไมซ์ มันรองรับได้หลายพื้นที่เหมือนกัน ถ้าดูแล้วไม่ว่าจะเป็นกรุงเทพฯ หรือต่างจังหวัดที่เป็นหัวเมืองใหญ่ ๆ เอง อยู่ที่กลุ่มเป้าหมาย จำนวนคนที่เข้าร่วม หรือขนาดของงานที่จัดมากกว่าที่มีผลตรงนี้ เช่น การจัดงาน Exhibition ถ้าเป็นอุตสาหกรรมไมซ์ขนาดเล็ก พื้นที่ใหญ่มากมันคงไม่เหมาะ แต่พื้นที่ที่อยู่ในเมืองและไม่ใหญ่มากมันอาจต่อยอดและสำเร็จ และได้ใกล้ชิดกับคนมากกว่า แต่ขณะเดียวกันอุตสาหกรรมไมซ์ขนาดใหญ่ การที่ใช้พื้นที่ขนาดเล็ก และ Function มีไม่เยอะเพียงพอ ก็ไม่ต่อยอดให้เกิดขึ้นได้ จริง ๆ แล้วมันอยู่ที่ Product ของกลุ่มนั้น ๆ ว่าจะดูที่อะไร และส่งผลในเรื่องอะไรมากกว่า

ศูนย์ประชุมทั้ง 5 แห่ง อิมแพค ไบเทค ศูนย์สิริกิติ์ เซ็นทรัลเวิลด์ พารากอน เคยให้บริการมาทั้งหมดแล้ว เดียวไล่ไปตั้งแต่อิมแพค ถ้าเกิดงานลักษณะที่เคยจัดมา ถ้าเป็น Exhibition ไม่ใช่ งานประชุมหรือเป็นงานที่ต้องการกลุ่มเป้าหมายคนในเมืองมาก มันมีหลายประเภท อย่างประเภทงาน trade งานแฟร์ คิดว่าการที่มีพื้นที่ใหญ่ และการเดินทางที่สะดวก จอดรถได้ง่าย เราต้องดูไปถึงการ Exhibitor ด้วย มันไม่ใช่แค่ผู้เข้าร่วม ต้องดูย้อนกลับไปตั้งแต่การ Preproduction การโหลดของ การเตรียมงาน การก่อสร้างอะไรทุกอย่าง ด้วยพื้นที่ที่เราต้องตัดสินใจเลือก ที่จะใช้ ถ้าเป็นงาน Trade Fair งานใหญ่ ๆ โดยเฉพาะงานรถยนต์ หรืองานอุตสาหกรรมที่ต้องใช้การ Loading เยอะ คิดว่าหาย ๆ ออกในเซกเตอร์คงจะปลื้มกับอิมแพคมากกว่า ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการขนส่ง หรือเรื่องของระบบต่าง ๆ อันนี้เราพูดถึงในภาพรวมก่อน

แต่ถ้าเป็นลักษณะของงานที่เราต้องการกลุ่มเป้าหมายที่อยู่ในเมือง หรืองานหนังสือ หรืองานอินเทอร์เน็ต หรือการสัมมนาเฉพาะกลุ่ม อิมแพคคงจะใกล้เคียงไปสำหรับ Target เพราะว่ามันไม่ใช่งาน Mass Product อะไรขนาดนั้น ก็จะเหมาะกับพารากอน ซึ่งได้ Brand Image โดยสถานที่ Image เค้าได้ Look เค้าได้ อย่าง Product ไฮโซไปอยู่ไบเทคมันก็คงดูแปลก ๆ หรือว่าศูนย์ประชุม

เองเป็นพื้นที่ที่ค่อนข้างเก่าและแคบ เรื่องการจอดรถคงไม่สะดวกสบายเท่าไร แต่ดีที่มีรถไฟฟ้าใต้ดิน มันอยู่ในเมือง แต่มันได้กับ Product ที่เป็นหนังสือ Exhibit งาน Photo Fair มันก็เหมาะกับที่นี้ มันต้องดู Product by Product ไป

อย่างไบเทคกับอิมแพคในสายตาออกแอกไนเซอร์เป็นคู่แข่งกันมาตลอด แต่ ณ ตอนนีไบเทคค่อนข้างลำบากนิดนึงเหมือนกันในเรื่องของพื้นที่จอดรถ การเดินทาง โดย Function ของห้องที่มีเสายะอะ มันก็เป็นตัวตัดสินใจเยอะเหมือนกัน อย่างพวกอุตสาหกรรมหนักเองปีนี้ก็ย้ายไปอิมแพคเยอะเหมือนกัน อันนี้ก็เป็นลักษณะของ ดูว่า Product เราเหมาะกับที่ไหนมากกว่า แต่ว่าโดยส่วนตัวที่เคยจัดมาจะเป็น Mass Product และเป็นอุตสาหกรรมหนักไปเลย อิมแพคจะเหมาะมากที่สุดในเรื่องการเซตอัพ การไหลดของ เรื่องของสถานที่ที่จะพร้อมมาก

หากมองในเรื่องความพร้อมของบุคลากร ขอแบ่งความพร้อมออกเป็น 3 หัวข้อใหญ่ ๆ คือ หนึ่งเรื่อง Service Mind ก่อน ในที่นี้หมายความว่าทำให้ความร่วมมือในเรื่องต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น การให้ข้อมูล หรือเรื่องอะไรต่าง ๆ ที่เรามีคำถามเกี่ยวกับเรื่องการออกแบบ การนัดเข้าไปดูสถานที่ หรือการให้ข้อมูลเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์กับ Exhibitor เองก็ตาม

สองคือเรื่องของ Expert ความรู้ความสามารถของเจ้าหน้าที่ ความเป็นมืออาชีพ อย่างเจ้าหน้าที่บางทีมถ้าเค้าไม่มีความรู้เรื่อง Venue เลย แล้วในการอยู่กับเราจะทำให้เราเกิดปัญหาเยอะมาก ถ้าเราเป็นผู้ที่มาใช้ Venue นี้ใหม่ ๆ แต่ถ้าเราใช้ประจำจนเรารู้หมดแล้ว ก็ไม่มีปัญหา แต่เนื่เรากำลังพูดถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ ๆ ถ้าเจ้าหน้าที่ไม่มีความรู้เพียงพอหรือไม่เข้าใจในเรื่องของสถานที่ของเค้า หรือในเรื่องโปรดักชั่น เค้าก็จะแนะนำอออกไนเซอร์หรือคนที่มาเช่าพื้นที่ของเค้าได้ไม่ดีพอ หรือบางสิ่งบางอย่างที่เค้าลืมไปแต่มันมีผลกระทบกับการก่อสร้างงานหรืออะไร มันเจอะเคสนี้เยอะ

เรื่องที่สามคือความพร้อมของทีม หมายถึงจำนวนของคนที่มา Support ออกแอกไนเซอร์เองว่ามีเพียงพอ หรือเปล่า บางทีการ Service ดี อะไรดีมาแต่แยกร่างไม่ได้ คือบุคลากรไม่เพียงพอ อาจมี 2 คนแต่ต้องดู 10 Hall หรืออะไรอย่างนี้ ก็จะเป็นเคสที่เจอใหญ่ ๆ สามอย่าง

ถ้าพูดถึงเรื่อง Service Mind คิดว่าทุกที่ Train มาดีมาก ยกเว้นที่เดียว อันนี้ก็ Complain กันโดยตรง ๆ เพราะว่าเวลาเราใช้งานเราจะถือว่าเราคือลูกค้าของ Venue หลังจากจบงานก็จะมี การ Complain Sales หรือ Operation ที่ลงมาดูเอง หรือหน่วยงานก็มีการคุยกัน ประชุมกัน บอกกันตรง ๆ ในเรื่องสิ่งที่คุณไม่น่าจะอย่างนั้นอย่างนี้ก็จะคุยกัน ก็คงจะเป็น Centara เท่าที่ใช้กันมาแล้ว ฟัง Feedback จากคนที่เคยใช้มา คือจะมีลักษณะ ของการบริการแบบโรงแรม คือบริการดีมากทุกอย่าง แต่จะเฉพาะกับลูกค้าเท่านั้น แต่ออกไนเซอร์หรือทีมงาน ทั้ง ๆ ที่เราเป็นคนจ่ายเงิน แต่เค้าจะไม่คิดว่าเราเป็นลูกค้า เค้าจะคิดว่า Product ที่เราถืออยู่นั่นคือลูกค้า นั่นอาจเป็นสาเหตุของการ

ไม่ค่อย Service Mind เท่าไหร่ อย่างเช่นการขอความร่วมมือหรือ Facility อะไรเพิ่มเติมยากมาก มีข้อแม้ ข้อจำกัดทุกเรื่อง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของเวลา Set up ต่อรองกันลำบากมาก แล้วมีผลกับการทำงานเรามาก แล้วจะพูดถึงเรื่องของค่าล่วงเวลามาก่อนเสมอ มันก็จะไม่ Happy ในการที่จะ Deal ด้วยละ หรือว่าในเรื่องของเจ้าหน้าที่เองที่วาระระหว่างทางมีการเปลี่ยน Sales บ่อย ส่วนใหญ่แล้ว ถ้าเป็นงานที่ใช้ออกแอกในเซอร์แล้วจะใช้ Junior มา Contact จะไม่ได้เป็น Senior โดยตรง เพราะว่าเค้ารู้อยู่แล้วในท้ายที่สุดแล้วออกแอกในเซอร์ก็เป็นคนจัดการ มันก็อาจเกิดปัญหาอะไรเยอะเยอะ มันน่าเบื่อในการดำเนินงานด้วยของ Centara

ส่วนของไบเทค โอเค Service ดีมากแต่ค่อนข้างจะ Feedback ช้า อาจจะเป็นเรื่องของบุคลากรข้อสาม บุคลากรน้อย คนหนึ่งทำทุกอย่าง เป็นทั้ง Sales และ Operation ด้วย แต่เค้า Feedback มาตลอด Service ดีแต่ช้า

ส่วนของศูนย์สิริกิติ์ทำบ่อยมาก ทุกอย่างได้หมด Service ดีแต่เรายังไม่ไว้วางใจในความเป็นมืออาชีพเค้าซักเท่าไหร่ รู้สึกว่า เพราะว่าเด็ก เวลาคุยแล้วก็ยังงง ๆ กันอยู่ เราก็เลยรู้สึกไม่มั่นใจ มันก็แล้วแต่คนที่ Deal ด้วย แต่ก็โอเคได้ไวก่อน แบบได้ไวก่อน อะไรไวก่อน Service เค้าโอเค

พารากอนทำอยู่ไม่กี่ครั้ง แต่ทีมโอเคมาก พารากอนกับอิมแพคสองทีนี่เรื่องการ Service และเรื่องคุณภาพงานให้คะแนนสูงสักระยะ ถ้าไม่พูดในเรื่องของความยุ่งยากในเรื่องพื้นที่ ไม่เปรียบเทียบกันในเรื่องพื้นที่กับจำนวนบุคลากร ก็เป็น Professional มาก เค้ารู้ Step ในการ Deal งานมาก บางทีเราเอารุ่นน้องหรือเด็กในกลุ่มไปแล้วก็คุยกัน เค้าวาง Step ในการ Deal งานให้เรา เราไม่ต้องเหนื่อย เป็นมืออาชีพมาก รู้ว่าต้องทำอะไรให้เราและเราต้องส่งอะไรให้เค้า โดยที่เราไม่ต้องมานั่ง Remind ไม่เหมือนกันที่อื่น อย่างเช่น การก่อสร้างงานเทรด งานแฟร์ ส่งแบบฟอร์มกำหนดส่งพื้นที่วันนั้นวันนี้ เค้ามี Step ในการทำงานโดยที่เราไม่ต้องเหนื่อย ไม่ต้องคอยมาสอนน้อง ไม่ต้องมาตามน้อง แต่ผิดกับที่อื่น ที่อื่นเราต้องมา Remind ว่าคนโน้นส่งนี่ให้ฉัน คนนั้นทำอันนี้ให้ฉัน ประมาณนี้ อันนี้พูดถึงในเรื่องของ Service Mind

แต่ถ้าพูดถึงเรื่องของความเชี่ยวชาญของลักษณะคนทำงานที่เป็น Operation หรือ Sales เอง อิมแพคกับพารากอนเวิร์คมาก โดยเฉพาะถ้าพูดถึงอิมแพคจะดูเป็นมืออาชีพมากที่สุด เพราะที่อื่นใช้ Sales กับ Operation เป็นคน ๆ เดียวกัน คุณขายพื้นที่แล้วคุณก็มาเป็น Operation เพราะฉะนั้นบางทีเค้าไม่สามารถแยกร่างได้ หรือถ้าเค้าไม่เก่งในเรื่องของ Production หรือ Operation หน่วยงานจริง ทำให้เราเสียเวลาบ้าง แต่รู้ว่าการประสานงาน Service Mind เค้าดี เช่นเคสที่เจออย่างในศูนย์สิริกิติ์ ในเรื่องของระบบ Main ไฟ ถ้าเป็น Operation เราบอกว่าจะใช้กระแสไฟเท่านั้นเท่านั้น จุดต่อ Breaker ขอกี่จุด เค้าสามารถตอบคำถาม ณ ตอนนั้นได้หมด และ

Make Sure ให้เราได้ร้อยเปอร์เซ็นต์ แต่ที่นี้เค้าเป็น Operation ด้วยแต่เค้าก็ต้องไปหา Technician อีก รู้ว่ามันมีขั้นตอนอะไรที่ยุ่งยาก แล้วแทนที่จะ Feedback หรือ Confirm ให้เราได้ร้อยเปอร์เซ็นต์ พอเราทักไปแต่ละเรื่องก็เริ่มไม่มั่นใจอีกละเดี๋ยวไปถามก่อน อะไรอย่างนี้ จะเป็นเหมือนกันกับไบเทค จะเป็นประมาณนี้ แต่ Centara ไม่ค่อยมีปัญหา เพราะว่า Operation เค้าคือ มันแย่ว่ามันไม่ใช้คน ๆ เดียวกัน แต่มันแยกกันชัดเจนโดยที่ไม่มีการส่งงานต่ออะไรให้กันเลย โดยเหมือนระบบงานโรงแรม Centara นี่คือ Sales Deal มาโนนนั่น แล้วตอนที่ Requirement เราทุกอย่าง หรือการ Clear คิวงาน คุณต้องเตรียมตรงนั้นตรงนี้ เวลานั้นเวลานี้ แล้วเรื่องการขอแก๊สในงานไมซ์หรืองานประชุม งานเทรดทุกอย่างมันพลาดไม่ได้ มันต้องมีพิธีเปิดมีอะไรขึ้นมาที่มันต้องติดกับ สถานที่อย่าง Centara เองก็จะเป็นลักษณะของงานจบที่ Sales แล้วก็ทำใบออเดอร์ส่งต่อไปที่ Operation โดยที่ Operation ก็อ่านแค่ใบออเดอร์ ไม่เคยมีการพูดคุยอะไรกับเรามาก่อน มันก็จะมี การหลุดได้ง่ายแล้ว มันก็จะเบื่อบ่อยครั้งที่ว่าคุยไปแล้วนะ ประชุมไปแล้ว พอมาหน้างานคุณมาบอกว่าคุณไม่รู้ ผมได้ใบออเดอร์มา มันก็น่าเบื่อในการทำงานซ้ำซ้อนประมาณนี้

ส่วนพารากอนวิธีการทำงานจะเหมือนอิมแพคก็คือ แต่ว่า Sales พารากอนจะลงมาเป็น Operation เอง พูดไปถึงข้อสามบุคลากรเค้าไม่ค่อยเพียงพอแต่ความเป็นมืออาชีพเค้ามีเยอะ งานเค้าไม่ตกหล่น ส่วนอิมแพค บุคลากรเค้ามีเยอะมาก ทุกอย่างก็ประทับใจมาก แบ่งแยกหน้าที่กันชัดเจน เป็น Sales เป็น Operation แต่ Sales ต้องมาประกบกับ Operation ก่อน คือต้องมีการเจอลูกค้ามีการส่งมอบงาน มา Recheck กันทั้งกลุ่มก่อนว่าผมคือ Sales คนนี้คือ Operation มีการแนะนำมีการบอกงานทวนงานตอนที่เราเข้ามารับมอบพื้นที่แล้วหลังจากนั้นก็ชัดเจนถามอะไรตอบได้ ขอบอะไรตอบได้เดี๋ยวนั้น โดยลักษณะเค้าอาจเป็นพื้นที่ใหญ่ด้วย มีการแบ่งแผนก Catering แผนกไฟ ระบบไฟกันอย่างชัดเจน มีผู้รับเหมาที่เป็นมืออาชีพอย่างชัดเจน ก็ทำงานง่ายขึ้น

มุมมองเรื่อง Production และ Operation ในลักษณะงานของออฟฟิศนี้คนที่จะต้องไป Deal กับ Sales คนแรกคือ AE ก่อน ในการขายงานกับลูกค้า จะต้องหาสถานที่เหมาะสมกับลูกค้า เรื่องราคา เรื่อง Facilities ต่าง ๆ โดยหน้าที่ต้องจบก่อนแล้วส่งต่อมาให้เรา แล้วเราก็อายมาลง Operation แต่เดี๋ยวนี้อาจจะเป็นการลง Operation ที่เร็วมาก เป็นงานขายได้แต่ยังไม่ได้ Clear Production กับพื้นที่ เราจึงต้องมาคุยกับ Sales ต่อ เพราะฉะนั้นในการติดต่อเราจะไม่ค่อยสนใจเรื่องของ Service Mind หรือจำนวนบุคลากรเท่าไร เพราะเรามีทีมงานที่มันพร้อมทุกส่วนอยู่แล้ว สถานที่เราต้องการแค่ Contact Person เพียงคนเดียวที่รู้เรื่องทุกอย่างและสามารถจัดการทุกอย่างให้เราได้คือจบ เรื่อง Service Mind เค้าไม่ต้อง Treat เราเหมือนลูกค้าขนาดนั้น แต่คุณทำงานตามบิลต์ออร์คูกันเหมือน Partner กันด้วยซ้ำแค่นั้นก็พอแล้ว ในลักษณะของ Management อยากร

Deal กับคนที่ Expert ในเรื่องของทุกอย่าง เรื่องของ Product ที่คุณดูแลอยู่ อย่าง Sales บางคนถามเรื่องอะไรก็ตอบไม่ได้ ขอดูไว้ก่อน มันก็นำราคา อย่าง Sales บางคน หรือ Operation บางคนของสถานที่ที่มีความรู้มาก ๆ ก็สามารถแนะนำเราได้มากขึ้น ยิ่งพอใจมากขึ้น ยกตัวอย่างเช่น พารากอน เราต้องการ Drop ตรงนี้ โหลดของให้ทันสมัยจะทำอย่างไร โดย Sales กับ Operation ที่เป็นคน ๆ เดียวกันเค้ารู้จักลูกค้าและรู้ปัญหาที่เกิดขึ้นมากับทุกงาน อยู่ ๆ เค้าก็ Recommend เราว่าเพื่อไม่ให้ช้า เพราะเรามีเวลาจำกัด ในการโหลดในการ Set up เพราะฉะนั้นคุณให้ Supplier มาพักรถตรงข้างรั้วตรงนี้ก่อนมัย เราแนะนำให้ คุณแค่ทำจดหมายไปขอเขตกรณีพิเศษเลย นี่คือการเป็น Expert ของเค้า แต่บางที่ไม่ได้สนใจอะไร ก็เสียประโยชน์กันไป ชอบ Deal งานแบบนี้มากกว่า แล้วจะรู้สึก ว่า งานเราเหมือนงานเค้าด้วย ให้เป็น Key Contact คนเดียวพอแล้ว

บุคลากรฝ่ายใดบ้างในศูนย์ประชุมที่มีผลต่อการประเมินความพร้อมด้านบุคลากร ในมุมมองของงานออกแอกในเซอร์แล้ว Technician ไม่มีผลเลย ตัดทิ้งไป เพราะเราไม่เคยใช้ Technician ของสถานที่อยู่แล้ว เราไม่ไว้วางใจอยู่แล้ว เราต้องมี Technician ของเราไปเองหมดทั้งทีมอยู่แล้ว คุณแค่ขึ้น Breaker ในเรื่องไฟ แค่นี้คือจบ ที่เหลือเราทำเองหมด ไฟดับไม่ดับไม่ดับไม่เกี่ยวกับเรา เพราะเราต่อไฟแยกออกมาอยู่แล้ว

ในมุมมองออกแอกในเซอร์คนที่สำคัญต้องเป็นคน Contact คือ Operation สำคัญ ส่วน Sales ในเรื่องของการขายพื้นที่ การจัดการ มันคือ Preproduction ไม่ค่อย Mind เรื่องของ Preproduction มันเป็น Pattern อยู่แล้ว เช่น คุณมีอะไรให้บ้าง Package คุณเป็นอย่างไร ราคาต่อรองได้มัย ต่อรองเรื่องเวลา Set up, Early Move ในการ Deal กับ Sales แล้วขอเอกสารประกอบเล็กน้อย แต่เวลาหน้างาน การ Set งาน มันจะเจ้งไม่เจ้ง ลูกค้าจะ Happy ไม่ Happy มันอยู่ที่ฝ่ายประสานงานเป็นหลัก เช่น มีหลายงานที่เป็นโรงแรมไม่ใช่ศูนย์ประชุม เวลาจัดงานที่โรงแรม จะเจ้งเพราะ Operation เยอะมาก ถ้าทีมเราไม่แข็งแรง งานเราก็อาจจะชิวหรือผิดคิว มีอยู่หลายงานที่เราต้องวิ่งเข้าไปในครัว ไปประสานงานเอง แบบไม่รอแล้ว วิ่งเข้าไปหา Chef เอง แม้กระทั่งเปิดอาหารเราเข้าไป 3 วินาที 2 วินาทีไม่ได้ บางทีเรานับกันเป็นวินาที แล้วบางอย่างเราต้อง Co กับ Operation ของสถานที่ ถ้าพลาดคือพลาด นี่เป็นสิ่งสำคัญ

ฝ่ายสนับสนุนมีส่วนที่ทำให้เราประเมินความพร้อมของบุคลากรหรือไม่ ถ้าไม่พูดถึง Sales กับ Operation แผนกอื่น ๆ ที่เห็นได้ชัดเพราะเป็นด่านหน้า คือ แผนก Set up ฝ่ายที่อยู่หน้า Site อย่าง Catering, Technician แต่อย่างที่เราบอกว่าฝ่าย Technician มีผลต่อการทำงานของเราน้อย ฝ่าย Catering กับทีม Set up โรงแรมจะใช้เป็นทีมเดียวกันเป็น F&B ว่ากันไป แต่บางที่จะแยกระหว่างทีม Set up กับทีม Catering สองฝ่ายนี้มีความสำคัญมากจริง ๆ Set งานให้เราตาม

แผนมัย จะช้าจะ Late มัย มีคุณภาพไม่มีคุณภาพ มันก็คือด้านหน้าทั้งนั้น แต่แผนอื่น ๆ ที่เป็น Back Office ไม่ว่าจะเป็น HR, Finance คือ Back office ไม่ได้ปะทะกับเราโดยตรงก็ไม่ได้มีผลอะไร เช่น บัญชีไม่ส่ง Quotation, Invoice เดี่ยวฝ่ายบัญชีเราก็ก็นำไปตามบัญชีเค้า หรืออะไรอย่างนั้นก็ว่ากันไป หรืออย่างเรื่องของเอกสารที่เราทำ อย่างแผนกเรามั่นชัดเจน คือทำมาปั๊บ เรื่องต่อรองราคา เราคุยกับ Sales, Operation จบ เรื่องเครดิตเราก็ก็นำไปให้ Purchase บัญชีเค้าต่อรองกันไป อย่างมีอยู่งานหนึ่งที่มันเร็วมากของรัฐบาล แบบไม่กี่วันนี้จะ Set up แต่สัญญาเพิ่งมา Deal เพิ่งมาจากรัฐบาลที่เค้าทำไว้กับสถานที่ แล้วสถานที่ที่ส่งตรงมาให้เรา พู้งนี้ต้องมัดจำ 10 ล้าน 15 ล้าน ภายในเวลานี้วันนี้ คือมันก็เป็นหน้าที่ของบัญชีคุยกันแล้วเค้าก็ต่อรองกันได้ในท้ายที่สุด มันก็เลยไม่ค่อยมีผลอะไรกับเราในส่วนของ Back Office

สาเหตุสำคัญที่ทำให้ประเมินบุคลากรว่าพร้อมหรือไม่ คือ ความพลาดในงานที่เรา Requirement อย่างเดียวเลย ก่อนที่เราประสานกับเค้า ทางเราเองต้องมีการวางแผนที่ดี ต้องมีการทำ Set up ให้เห็นก็โง่งม อย่างไร ทำแผนในการ Set up ของฝ่ายต่าง ๆ หรือการ Run งานเองก็ดี หรือสิ่งที่เราต้องขอความร่วมมือจากเค้าเป็นรายการ แบ่งเป็น Function คือเราจะทำเอกสารละเอียด แบบประมาณว่าส่งไปแล้วรู้เลยว่า สมมติ Set งานห้าวัน วันที่หนึ่งคุณต้องลงเก้าอี้จุดไหน กี่ตัว คลุมผ้าสีอะไร เวกที่ปรับระดับเท่าไร มันถูกวางแผนมาอยู่แล้ว แล้วตอนที่เราเข้าไปจะประเมินสถานที่ คือการตรวจงานหรือ Preproduction การเตรียมงานของเค้า สามารถทำได้ตามแผนของเราหรือไม่ แล้ว Feedback ของเค้าขนาดไหน เช่น อาจจะมีการเมล์คุยกันก่อนว่าอันนี้ขอเป็นแบบนี้ได้มัยมีไม่ครบไม่มีการหมกเม็ด เราจะได้มีแผนของเราว่าโอเคอันนี้เค้าไม่มีเราต้องเตรียมมา หรือประสานกันอย่างไร นี่คือสิ่งที่ประเมินสถานที่ในเบื้องต้นและหน้างาน ส่วนหน้างานคือความรวดเร็วในการแก้ปัญหาหน้างาน กับการ Support ให้เราในสิ่งที่เร่งด่วนมากน้อยแค่ไหน เช่น ลูกค้าโดยเฉพาะงานรัฐบาลต้องเรียกว่าเสกให้เลยมากกว่า ลูกค้าบอกว่าแผนเราคือขอโต๊ะขอโซฟาหูลุส 5 ตัว แต่พอหน้างานมันต้องมีแผนสอง แต่ In Case ว่าเราไม่ได้เตรียมแผนสอง แผนสามไว้ สมมติรัฐบาลมา 50 คน ต้องนั่งแถวหน้าหูลุสหมดนะ เราทำไงหน้างาน เพราะฉะนั้นชีวิตเราบางทีขึ้นอยู่กับฝ่ายสถานที่เหมือนกัน ฝ่ายสถานที่ Support ให้เราเร็วขนาดไหนและแก้ปัญหาหน้างานให้เราได้ขนาดไหน ก็มีผลเหมือนกัน เช่น เรื่องเก้าอี้เพราะเราทำงานกับรัฐบาลบ่อย ยก Case มา เป็นพารา กอนกับอิมแพค เค้าก็เอาอย่างนี้มัยโอเคมันไม่พอจริง ๆ แต่เราส่งหน่วยสนับสนุนวิ่งเดี๋ยวนี ยกมาเลย แต่ขอเป็น Set นี้ แต่ผูกโบว์ มันมีคำตอบให้ลูกค้าในเรื่องของการแก้ปัญหา ไม่ใช่กับบางทีที่บอกว่ามีแค่นี้ไม่มีแล้ว แล้วยังงี้ มันคือหน้าตาของสถานที่เหมือนกัน ต้องคิดว่างานลูกค้าของเรา

ลูกค้าของคุณเหมือนกัน เพราะภาพในความเตรียมพร้อมเค้าไม่ได้มองแค่เอกในเซอร์แต่ก็มองสถานที่ด้วยว่าดีไม่ดีแค่ไหน อันนี้คือสองจุดใหญ่ที่เรามองว่าพร้อมหรือไม่พร้อม

ถ้าเกิดว่าลูกค้าหรือเจ้าของงานที่ให้เอกในเซอร์จัดงาน ปกติลูกค้าจะไม่ Complain กับสถานที่โดยตรงแต่จะ Complain กับเอกในเซอร์ ในเรื่องของภาพรวมไม่ว่าจะเป็นบุคลากร ทาง Venue จะไม่ไปขึ้นกับลูกค้าตรง นั่นคือการไม่ให้เกียรติกัน อย่างเช่น ที่ไบเทคหรือที่ไหนก็ตาม Deal กับเอกในเซอร์ไม่ได้ Deal พื้นที่ตรงกับลูกค้า หรือการ Deal พื้นที่ตรงกับลูกค้า แล้วลูกค้ามีเอกในเซอร์มา ทางสถานที่หรือ Sales จะหลีกเลี่ยงการให้นามบัตรหรือการให้บริการลูกค้าโดยตรง แต่เป็นลักษณะของการให้บริการผ่านเรา คืออย่างเช่น เค้าจะถามว่ามีอะไรเพิ่มเติมหรือไม่ สามารถแจ้งมาทางเอกในเซอร์ได้เดี่ยวเราจะจัดการให้ เค้าจะไม่เป็นการไปเชิญกับลูกค้าตรง เหมือนกับว่าเป็นการไปแย่งลูกค้าหรือเปล่า เพราะฉะนั้นเวลาที่มี Feedback หรือ Complain อะไรมา เค้าก็จะไม่ได้พูดถึง Staff หรือ Operation ของโรงแรม แต่เป็นลักษณะของการ Complain เอกในเซอร์ เช่น Case ที่เจอบ่อย ๆ คือ เป็น Facilities มากกว่า จะไม่ใช่เรื่องของการใช้ภาษาหรือ Service อะไรมากมาย เพราะอย่างที่บอกว่าคนจัดงานคุยตรงกับเอกในเซอร์ ไม่ได้คุยตรงกับ Sales หรือ Operation ของลูกค้า เพราะฉะนั้นจะไม่ค่อยมีปัญหาเรื่องการสื่อสารเท่าไร แต่จะเป็นเรื่องของ Facilities เป็นหลัก เช่น ทำไมเราใช้ห้อง Ballroom เลยนะคุณมาชอยลานจอดรถได้อย่างไร เอกในเซอร์คุณต้องไป Clear มา นั่นคือการไม่พอใจสถานที่หรือ Sales ของสถานที่ว่าประสานงานอย่างไร แต่เค้าก็จะ Complain ผ่านการจัดการของเอกในเซอร์ว่าต้องอย่างไร หรือในเรื่องของการจ่ายค่าเช่าสถานที่ 40 ล้านแล้วสถานที่ ทำไมให้ Service แบบนี้ บางทีส่งคนมาดูแลซ้ำ จะเป็นลักษณะการ Complain แบบนี้มากกว่าในเรื่องของการจัดงานแต่ละครั้ง หรือที่ปัญหาเจอบ่อย ๆ ในเรื่องของจัดงานไมซ์ คือวันเตรียมงานเจ้าของงานต้องมาดูถึง Site ไม่เปิดแอร์ให้ อันนี้เป็นปัญหาคลาสสิกที่ว่าผู้ใหญ่ ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐหรือเอกชนเองก็ต้องไปดูงานไปตรวจงาน แล้วก็เปิดแอร์ ก็จะ Complain ไปทาง Sales ปีไปทาง Sales โดยตรง อย่าง Centara จะไม่มีปัญหาเรื่องนี้ Service เต็มที่ เพราะเป็นระบบโรงแรม แต่อิมแพค พารากอนคงไม่ไหว เพราะเปิดแอร์ที่นั่งทั้ง Floor อันนี้ไม่ใช่ไม่มีการคุยกันล่วงหน้าคือตามสัญญาู้กันอยู่แล้วว่าวัน Set up จะไม่มีการเปิดแอร์ แต่ว่าอย่างที่บอกบางทีลูกค้าไม่ค่อยเข้าใจอะไร ก็ต้องมีการ Complain โน่นนั่นนั่น แต่ถ้าเกิดเป็นตัวใหญ่ ๆ จริง ๆ สถานที่ส่วนใหญ่จะยอม สังเกตดูงานไมซ์หลายๆ งาน วันสุดท้ายที่มีรัฐมนตรีไปเปิดงานเป็นงานของตัวเอง เค้าจะเต็มที่ จะเป็นลักษณะของอย่างนี้มากกว่า แล้วก็เรื่องจอดรถอะไรอย่างนี้สำคัญ ให้เค้าเดินไกลจะมีปัญหากับสถานที่ที่เป็นเรื่องเวียนหัวของเค้า ที่เค้าบ่นให้ฟังประจำ ทุกที่

ในมุมมองเรา คิดว่าเรายังไม่พร้อมที่จะเป็น MICE Center ซึ่งหมายถึงการเอา Product หรือลูกค้าจากเมืองนอกเข้ามาจัดในเมืองไทย เจ้าของงานไมซ์เป็นต่างประเทศ ไม่ใช่เราเป็นคนจัดภายในประเทศแล้ว Visitor เป็นแค่ชาวต่างชาติเท่านั้น มองว่ายังไม่พร้อม ในมุมมองตัวเองนะ เท่าที่เคยไปดูที่อื่น ๆ มา ในเรื่องของหลาย ๆ อย่าง ภาษาสำคัญแน่นอน Operation เองก็สำคัญ หรือพูดถึงความพร้อมเรื่องสถานที่ก่อน สถานที่เราออกแบบมาก็ยังไม่ตอบโจทย์แบบ World Wide เท่าไหร่ Function งานที่บอกว่ายิ่งใหญ่ก็ยังไม่ใหญ่จริง เพราะดูจากที่อื่นมาที่เค้าไม่ได้ใหญ่มากแต่เค้าพร้อมจริงในเรื่องของระบบ Logistic ทุกอย่าง แต่เรา Logistic ก็สอบกแล้ว การแบ่งรถแก้ปัญหา ยังไม่ได้เลย แ่งานเล็ก ๆ เวลาผู้จัดที่เป็นต่างประเทศเข้ามา ระบบขนส่งสำคัญแน่นอน คุณต้อง Air Fed คุณ Ship เข้ามา มันต้องมีการจัดลำดับพวกนี้ เรายังเรื่องขนส่ง เรายังวุ่นวายอยู่เลย แต่ต่างจังหวัดเข้ามาจัดในศูนย์ประชุม เรายังไม่สามารถจัดการได้เลย

เรื่องที่สองคือเรื่องของพื้นที่เองเรามีตัวเลือกน้อย เท่าที่ดูมากที่สุดถ้าเกิดเป็นระดับเอาต่างประเทศมาจัด โดยสถานที่ไปเทคโนโลยีได้ แต่เรื่องจอตลอด Logistic ตก อิมแพคเองสถานที่น่าจะโอเคสุดแต่ก็ยังเล็ก Logistic ดูเหมือนจะเพียงพอ ลานจอดรถ การไหลของดูเหมือนจะมีประสิทธิภาพแต่จริง ๆ แล้วปัญหาเยอะมาก จากคนที่เคยไปใช้ เพียงแต่ได้ที่พื้นที่ใหญ่ ได้เปรียบกว่าชาวบ้าน แต่การจัดการของบุคลากร ในเรื่องของบุคลากรก็ยังไม่ดี ยังไม่มี Logic ในการจัดระบบเท่าไร เรื่องของการประสานงาน คนที่ประสานงานที่เป็น Professional จะเป็นระดับที่เป็น Senior Sale, Senior Operation จริง ๆ ก็นับคนได้ แต่ในเรื่องของ Operation หน่วยงาน หรือ Sales ประสานงาน หน่วยงานส่วนใหญ่ก็จะเป็นเด็กจบใหม่ที่ยังไม่ได้มีประสบการณ์มากมาย ก็ยังรองรับงานไม่ได้ ภาพรวมคือเรายังไม่พร้อมที่จะเป็น MICE Center

ถ้ามองในภาพกว้างระดับภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้หรือว่าเอเชีย ประเทศไหนที่เหมาะสมที่จะเป็น MICE Center จริง ๆ ซึ่งประเด็นนี้อาจตอบไม่ได้เพราะยังไม่ได้ศึกษาหรือรู้จักเพียงพอในประเทศตามกลุ่มดังกล่าว นอกจากประเทศที่เคยไปเห็นเท่านั้น แต่ก็ยังตอบไม่ได้ เพราะเรายังไม่ได้ศึกษา ถ้าเกิดเราบอกว่าเค้าน่าจะเป็นได้หรือไม่ มันไม่ได้ดูแค่ความเล็ก ความใหญ่ของประเทศ แต่ว่ามันต้องดูจากความพร้อมของพื้นที่ ความพร้อมของบุคลากร หลาย ๆ ส่วนประกอบกัน แต่เท่าที่เคยไปสัมผัสมา อย่างจีน ญี่ปุ่น ก็แล้ว แล้วแต่อย่างจีนยังเสียในเชิงที่ว่า เป็นคอมมิวนิสต์อยู่ เพราะฉะนั้นเรื่องระบบการจัดการดีมากแน่นอนอยู่แล้ว แต่เสียในเรื่องของอะไรที่ต้องเป็นเสรีบางอย่าง เช่น จัดไมซ์ แล้วคุณไม่ได้เป็นเจ้าของ เป็นต่างชาติเข้าหา เรื่องของ Tax เรื่องอะไรหลาย ๆ อย่างที่มันรู้สึกว่ามันก็ทำยาก พื้นที่ได้ อะไรได้หมด แต่เค้าไม่ได้เปิดรับต่างชาติ เค้าเปิดแค่เค้าเป็นเจ้าของแล้วให้ประเทศอื่น ๆ มาแจมกัน สร้างความยิ่งใหญ่ต้องมีเค้า

อะไรอย่างนี้เป็นเซ็นเตอร์ ก็เลยตอบยาก อย่างญี่ปุ่นเองก็โอเคอยู่แล้ว แต่เราก็ไม่ได้ไปจัดงาน เราไป แต่เราไปดูงาน ก็เลยพูดได้ ก็ไปแค่ไม่กี่เมือง ที่เป็น Expo ใหญ่ ๆ ที่เป็นสถานที่ใหญ่มากของเค้า ส่วนประเทศอื่นก็ตอบไม่ได้ ไม่เคยได้ไปสัมผัส ไม่รู้ว่าเป็นอะไรบ้าง

ถ้ามองในเรื่องของทักษะด้านบุคลากรที่ดูด้านการจัดการสถานที่ควรพัฒนาด้านทักษะ ความเชี่ยวชาญ แต่สิ่งที่สำคัญต้องรักและอดทน การทำงานด้านศูนย์ประชุมมันเหมือนกับโรงแรม ผสมกับอสังหาริมทรัพย์เล็ก ๆ มันคือการทำงานแบบผสมผสานกัน คุณต้อง Service Mind แบบ คนทำงานโรงแรม ต้องจัดการหรือประสานงานความเรียบร้อยให้กับอสังหาริมทรัพย์ คือเหมือนกับคนที่ทำงานโรงแรมที่ดูเรื่องสถานที่ แต่ขณะที่คนที่ทำงานโรงแรมเองเค้าไม่ต้องมายุ่งวุ่นวายอะไร มากมาย หรือการจัดการอะไรหน้างานมาก แต่ Venue กับต้องลงมาดู มี Operation อะไรเสมือน คนที่ทำอสังหาริมทรัพย์ หรือความรู้ในเรื่องการจัดงานนั้น ๆ เค้าต้องมีต้องศึกษาในเรื่องการก่อสร้าง การส่งแบบ เพราะศูนย์ประชุมมีข้อกำหนดเยอะ แต่โรงแรม Ceiling มันขนาดนี้ มันไม่มีข้อกำหนด เรื่องความสูง เรื่องวิศวกรรมแบบ มันก็คือทำงานต่างประเภทกัน ก็เลยมีความรู้สึกกว่าคนที่ทำงาน Venue อย่างเพื่อนที่ทำงาน Venue กันหลายคนแล้วก็ย้ายมาอสังหาริมทรัพย์ คือคนที่ทำงาน Venue ได้ต้องมีความอดทนและต้องรักในงาน ต้องสร้างจิตสำนึกตรงนี้ก่อน งาน Venue เข้าง่ายออกง่าย เพราะฉะนั้นทำงานออกมาให้ได้ดีและใจรัก มันอาจจะยาก แล้วมันเลยเป็นผลพวงในเรื่องของ Service ไม่อยากจะชวนขายอะไร เพราะมันไม่มีการสร้างผลงานอะไร เหมือนเป็นการ Operation ไปเรื่อย ๆ มันอาจไม่มีแรงจูงใจอะไรบางอย่างที่จะปรับปรุง ถ้าเค้ารักจริง ๆ มีความสุขกับการ ประสานงานมากจริง ๆ เรื่องคุณภาพในการทำงาน Service Mind ความ Expert มันจะตามมา แน่นนอน แต่ทุกวันนี้บางคนทำไปอย่างนั้น บางทีหน้าไม่รับ บุญไม่รับบ้าง อะไรบ้าง น่าจะเป็นอย่าง นี้มากกว่า เท่าที่ได้คุยมาหลาย ๆ ที่ แล้วก็แปลกมากที่คุยกับ Venue ที่เป็น Junior ที่ไหนทุกที่ 5 ที่ มาเนี่ย พอลงหน้างานปั๊บสักแป๊บหนึ่งก็จะถามว่างานอสังหาริมทรัพย์เป็นไงบ้าง สนุกมั๊ย ทุกคนจะมี คำพูดแบบนี้ตลอดพอเริ่มสนิทกันอยู่กันหลาย ๆ วัน เปื่อละ ไม่อยากทำ มีมุมมองแบบนี้ตลอด เพราะฉะนั้นถามว่าเด็กรุ่นใหม่ที่ต้องเจอหน้ากับลูกค้าบ่อย ๆ ความพร้อมถึงไม่ค่อยมี ส่วนใหญ่ก็ จะเจอปัญหาอย่างนี้ทุกที่

แนวโน้มของอุตสาหกรรมไมซ์ในปัจจุบันและอนาคตน่าจะดีขึ้น เพราะดูจากการที่ทำไมซ์ ให้ TCEB แล้วก็ศึกษาในเรื่องไมซ์ การวิจัย การประเมินว่าอีเว้นท์ในเมืองไทยที่เป็นงานเทรด งาน ไมซ์ โดยเฉพาะงานของต่างชาติที่เข้ามาเริ่มกระตือรือร้นเยอะ คนให้ความสนใจมากกว่าเก่า แต่สิ่ง ที่น่ากลัวคือมันน่าจะไม่พัฒนาไปไกลมากกว่านี้ สิ่งสำคัญของไมซ์คือการต่อยอดตลาด การขยาย ตลาด หรือว่าการเปิดเชื่อมโยงไปเรื่อย ๆ สู่อุทริกอื่น ๆ แต่งานที่คนไทยทำอยู่แล้วเอาต่างประเทศ

เข้ามาดู หรือการเริ่มต้นตอนนี้กำลังไปได้สวย รัฐบาลกำลังสนับสนุน ทุกฝ่ายถูกกระตุ้น แต่โดยความเข้าใจของคนไทยหรือผู้ประกอบการ ต่อยอดมรับว่าคนไทยฝีมือดีแต่เค้าไม่คิดต่อยอด คนที่มีหัวด้านนี้ก็มองไกล แต่หลาย ๆ คนคิดแค่ขายของได้ ไม่ได้คิดถึงการต่อยอด จะไม่รู้จึกคำว่าไมซ์ เราจะเจอปัญหาทุกงาน ไม่ว่าจะเป็นเอาคนมาขายของในเมืองไทย หรือเอาผู้ประกอบการออกไปเมืองนอก จะเจอปัญหาที่เค้าไม่สนใจจะต่อยอดธุรกิจหรือสร้างอะไรใหม่ ๆ หรือเอาอันนี้ไปชนกันกับกลุ่มนี้ แต่ความคิดส่วนใหญ่ประมาณ 80% จะคิดแค่ว่าจะขายของได้กำไรเท่าไร หักค่าที่ไปแล้วค่ากินค่าใช้จ่าย มางานเทรด งานขายของ งานสัมมนาจะได้อะไรกลับมาคุ้มค่านี่ เค้าคิดกันแค่นี้จริง ๆ มันเลยเป็นปัญหาทุกกระทรวง เป็นเรื่องลำบากและปวดหัวมาก อย่างพวกเจ้าหน้าที่เองไม่รู้จะทำยังไงให้คนมีความคิดที่ว่าจะต่อยอดธุรกิจ ไม่ใช่แค่ขายของจบไปวันนี้ ไม่มันแค่เปิดหน้าร้านก็ได้ แต่สิ่งที่รัฐบาลกำลังผลักดันอยู่คือการต่อยอดและสร้างอุตสาหกรรมให้มันเข้มแข็งขึ้น ตรงนี้เป็นงานของ TCEB ลำคัญที่เค้าจะต้องทำอย่างไรก็ได้ที่เป็นการสัมมนาหรือการปลูกฝังตั้งแต่เด็กเลย ตอนนี่เริ่มขยายไปรากแก้ว รากหญ้า ไม่ใช่ Center อยู่แค่หัวเมืองใหญ่ ให้คนได้รู้ปรับเปลี่ยนความคิด ต่อยอดธุรกิจ ไม่ใช่แค่ขายของวันนี้แล้วจบ หรือขายของได้เยอะแล้วสำเร็จแล้ว มันต้องปรับความคิดของคนมันถึงจะต่อยอดได้เยอะ ทุกวันนี้เงินที่สร้างอุตสาหกรรมไมซ์ก็คือเงิน Support ยอมรับกันตรง ๆ ไม่ว่าจะอย่างขององค์กรเอกชนเองก็มีเงิน Support ของเค้าที่เป็นการสร้างภาพลักษณ์เพื่อเป็นการกระตุ้น ๆ แต่นั่นคือมันยังไม่เห็นสิ่งที่เกิดขึ้นแต่ก็มีคนเริ่มกระตุ้นมันขึ้นมาแล้ว ที่เห็นมาสองสามปี ก็ต้องดูกันต่อไป

เท่าที่ทำงานให้ TCEB บางโครงการก็รู้ว่าเป้าหมายเค้าคือพัฒนาเรื่องของอุตสาหกรรมไมซ์โดยตรงอยู่แล้วทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของสถานที่เอง หาสถานที่ที่เป็นไมซ์ ส่งเสริมได้ หรือหาที่แปลก ๆ แล้วมาเป็นไมซ์ระดับกลุ่มมวลชนได้ยังไม่ต้องเป็น MICE Inter หรืออย่าง MICE Inter เองก็มีแผนแยกเป็น MICE Inter เลย หรือในเรื่องของบุคคลเอง TCEB ก็เน้นในเรื่องของการสร้าง Creative ให้คน สร้างความรู้ความเข้าใจให้คนเพื่อต่อยอด Product เค้าก็มีแผนตรงนี้เหมือนกัน แต่มันก็ต้องใช้เวลา อยู่ที่ว่าเค้าจะเข้าใจอะไรได้มากแค่ไหน เรื่องของการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในศูนย์ประชุมควรจะเป็นหน้าที่ของใคร มันดูได้ 2 แบบ คือจริง ๆ ต้องปลูกฝังมาตั้งแต่เรียน น้อยคนมากที่จะรู้จักคำว่าไมซ์ อย่าง Generation ตัวเอง ยังไม่เจocabนี้เลย เรายังไม่เข้าใจเลยด้วยซ้ำว่า Trade, Fair, Exhibit คืออะไร ซึ่งจริง ๆ แล้วมันเป็นเรื่องใกล้ตัวเลย ไมซ์เล็ก ไมซ์ใหญ่ ไมซ์ขนาดย่อม คือเป็นเรื่องของทุกคนที่มีธุรกิจ แต่รัฐบาลหรือในเรื่องของการเรียนการสอนเองไม่ได้สนใจเรื่องพวกนี้ แต่ไม่รู้ว่าคุณอื่น เศรษฐศาสตร์ หรือ Marketing หรือการท่องเที่ยว อาจมีบ้างเป็นส่วนหนึ่ง แต่ถามว่าระบบมหาวิทยาลัยก็ยังไม่มีการแบ่งที่ชัดเจนเรื่องการโรงแรมหรือการ

ท่องเที่ยวเลย จะจบคณะอะไรมาก็เอามาปรับใช้ได้กับทุกอาชีพ อย่างตัวเองจบอักษรศาสตร์มาก็ยังมาทำงานโรงแรมได้ เพื่อนก็เป็นไกด์ได้ โดยที่เราไม่ได้มีความรู้ความเข้าใจอย่างแท้จริงด้วยซ้ำ เพราะฉะนั้นจึงรู้สึกว่าการนี้ก็มีผลเยอะเหมือนกัน อีกเรื่องหนึ่งคือเรื่องของหลังจากจบและเข้าทำงานแล้ว มันก็อยู่ที่องค์กรแล้ว ซึ่งสำคัญในการสร้างให้คนในองค์กรมีทัศนคติในการทำงานแบบไหน อย่างไร ส่งเสริมอย่างไร ซึ่งหลาย ๆ คนที่เจอมาก็อยู่ด้วยศักยภาพของตัวเอง หรืออยู่ด้วยศักยภาพ มีแต่เบื่อ ไม่มีอารมณ์จะอยู่ องค์กรก็สำคัญ

การจัดการทรัพยากรมนุษย์ขององค์กรที่เป็นศูนย์ประชุมหรือการคัดสรรบุคลากรเข้ามาทำงานในศูนย์ประชุม อันนี้เราอาจตอบไม่ได้เพราะเราเป็นออแกไนเซอร์ เราจะไม่รู้มุมมองของเค้า แต่ถ้าเป็นมุมมองของออแกไนเซอร์เองเราก็มีปัญหาในการคัดเลือกบุคลากรเข้ามาทำงานเช่นกัน ทุกองค์กรก็มีความปัญหา แล้วเรารู้ว่า HR สำคัญในเรื่องการคัดเลือกคน งานประเภทนี้มันไม่ได้แค่คุณมีประสบการณ์ 10 ปี สมมติถ้าจะดูประสบการณ์ หรือดูแค่คุณเรียนเก่งมา ประสบการณ์ใช้มั้ย มันดูหลายอย่าง ในเรื่อง Attitude เรื่องทัศนคติในการทำงานสำคัญ คิดว่าการคัดเลือกคนของ HR ในส่วนของศูนย์ประชุมและออแกไนเซอร์คล้าย ๆ กัน มันมีปัญหาหลาย ๆ อย่างที่คน ๆ หนึ่งจบมา ปู๊ป ภาษาดีมาก จบเมืองนอก จบการโรงแรมมา แต่พอมาทำงานจริงแล้วอยู่ไม่ได้ ในท้ายที่สุดแล้ว หากเราเปรียบเทียบระดับการศึกษาที่เท่ากันสำหรับการทำงาน อย่างเช่นคุณมาสายงานเดียวกัน การศึกษานั้นเป็นพื้นฐานอยู่แล้ว แต่สิ่งที่สำคัญไม่ใช่แค่สายงานที่คุณต้องการ มันไม่ใช่เรื่องของความเก่ง เกียรติยศหรือเปล่า หรือว่าจบเมืองนอกหรือเปล่า แต่มันอยู่ที่ทัศนคติในการทำงาน อันนี้ถ้าพูดได้เลยว่าทัศนคติล้วน ๆ เลย การทำงานสอนกันได้ฝึกกันได้ในลักษณะเฉพาะของอาชีพ แต่ถ้าเกิดคุณไม่ใส่ใจกับการทำงานแล้ว เพราะงานพวกนี้จะเจอกับอุปสรรคเยอะ เจอความกดดันเยอะ ถ้าคุณมีความคิดแง่ลบมันจะไม่มีการพัฒนาตัวเอง แล้วจะมีความเบื่อหน่ายแล้วก็จะอยู่ไม่ได้ และลาออก เป็นอย่างนี้ เด็กบางคนอย่างที่อินเด็กซ์ก็มี จบมาใหม่ ๆ อินเด็กซ์ไม่เคยรับเด็กที่ไม่มีความประสบการณ์ เวลาใครคนเข้ามาทำงานก็จะเป็น Senior กันหมดแล้วแต่พอเข้ามาคุณก็ต้องมาเป็น Junior ใหม่ แต่พอมาพักหลัง ๆ เริ่มมีเด็กรุ่นใหม่ที่ไม่มีความประสบการณ์เลยมาทำงาน แต่ที่ HR ต้องทำงานหนักก็คือ เค้าต้องรับประกันด้วยหน้าที่ ตำแหน่งของเค้าในเรื่องศักยภาพการทำงานของ HR ถ้ามีการออกเยอะเมื่อไหร่แสดงว่าศักยภาพคุณตกต่ำแล้ว แต่เด็กที่เค้าเลือกมา เด็กรุ่นใหม่สมัยนี้มันไม่เก่งแต่มันมีใจในการทำงาน มีทัศนคติ มีความคิดแง่บวก นั่นก็คือมีชัยไปกว่าครึ่งแล้ว คือสามารถอยู่ได้อย่างมีความสุข คุณ Suffer ในเรื่องของอุปสรรคต่าง ๆ ไม่ว่าจะเหนื่อย นอนดึก ลูกค้าไม่ไหว อย่าง Venue เอง เดินทั้งวัน ตามลูกค้าทั้งวัน ลูกค้าบ่นออแกไนเซอร์ ค่าโง่งนั่นนั่น ปิดยอดไม่ได้อะไรอย่างนี้ แต่ถ้าทัศนคติคุณดี แ่บวก เวลาจบงานคุณก็ Happy คุณแก้ปัญหาเหล่านั้นไปได้ นั่น

ก็ถือเป็นผลงานของคุณ ซึ่งส่วนใหญ่ได้กลุ่มใหม่เดี๋ยวนี้นี้เป็นแบบนี้ เริ่มมีมุมมองที่ดีขึ้นในการทำงาน แต่ก็มีบางคนก็แล้วแต่ ขึ้นอยู่กับ HR ด้วยเหมือนกัน ซึ่งเป็นปัญหาใหญ่และทุกวันนี้ยังบ่นกันอยู่เลย ช่วยดูกันดี ๆ หน่อยได้มั๊ย ช่วงเวลามีเด็กออกเยอะ ๆ จะด่า HR ก่อนไม่ได้ด่าเด็ก

มุมมองของ Organizer ขนาดเล็กกับ Organizer ขนาดใหญ่ต่อศูนย์ประชุมหรือ Venue จะต่างกัน ขึ้นอยู่กับขนาดและรูปแบบของงาน ประสบการณ์เป็นสิ่งสำคัญ อย่างคนที่มีประสบการณ์น้อย เคยคิดว่าการ Deal กับสถานที่นั้น ๆ มันดีแล้ว ไม่มีปัญหา เคยมีความพึงพอใจ แต่ ณ วันหนึ่งงานเราใหญ่ขึ้น เคยมีประสบการณ์มากขึ้น การ Deal งานด้วยกันเราจะรู้เลยว่าอะไรคือความเป็นมืออาชีพหรือไม่เป็นมืออาชีพ อย่างตัวเองหรือ Index เองเราถ้าพูดได้ว่าเราทำงานเป็นมืออาชีพ เราก็จะเอาตัวเองเป็นบรรทัดฐานเป็นส่วนใหญ่ เพราะฉะนั้นเวลา Complain หรือ Evaluate ทีม หรือ Suppler อย่าง Venue เราก็ถือเป็น Supplier ก็ค่อนข้างชัดเจน ซึ่งอาจทำให้เค้าตกใจแต่ก็ต้องยอมรับ ณ จุดนั้น อย่างเมื่อก่อนเรายัง Junior มาก ๆ เราไม่ได้เห็นข้อผิดพลาดตรงนั้น เลยรู้สึกว่แค่นี้ก็โอเค แค่นี้ Service Mind ก็จบแล้ว แต่จริง ๆ มันไม่ใช่แค่นั้น มันมีขั้นตอนอะไรอีกเยอะ



บทสัมภาษณ์ คุณพัฒนชัย สิงหะวาระ

ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาศักยภาพบุคลากรไมซ์

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

วันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2554

ฝ่ายพัฒนาศักยภาพบุคลากรไมซ์แบ่งเป็น 2 ส่วนใหญ่ ๆ คือ ฝ่ายพัฒนาองค์กร และฝ่ายพัฒนาบุคลากร ส่วนแรก คือ ฝ่ายพัฒนาองค์กรให้เทียบเท่าและสามารถแข่งขันกับนานาชาติได้ เราต้องพัฒนาเรื่องของมาตรฐานเป็นหลัก ที่เคยทำมามีมาตรฐานเรื่องความปลอดภัยในศูนย์ประชุม มาตรฐานเรื่อง Green Meeting มาตรฐานเรื่องอาหาร ในแต่ละส่วนทำไมเราถึงลุกขึ้นมาทำ ยกตัวอย่างเรื่อง Green Meeting ถูกคำบินมาจากสแกนดิเนเวีย เค้า Compare ระหว่างสองที่ ระหว่างสิงคโปร์และไทย เค้าคิดว่าหนึ่งใน Criteria ที่จำเป็นสำหรับเค้าคือเรื่องสิ่งแวดล้อม นอกจากเรื่องของ Destination แล้ว ถ้าเรื่องของ Service อีกเรื่องหนึ่ง Service ไทยก็อาจเครดิตดีกว่าสิงคโปร์ แต่เรื่องของการรักษาสิ่งแวดล้อม ถ้าสมมติว่าเค้าเลือกประเทศไทย ในขณะที่สิงคโปร์ไม่มี ตัว Criteria มาตรฐานเรื่อง Green หรือ ISO มาตรฐานที่เราทำ ผู้ให้บริการส่วนใหญ่เลือกประเทศไทย ในแง่ที่เค้ามี Criteria ในการเลือกใช้ มี Option มากกว่าในการเลือก เราส่งเสริมมาตรฐานให้เค้าแข็งแกร่ง เข้มแข็งมากขึ้นด้วย ส่งเสริมในเรื่องของการใช้มาตรฐานนี้เป็น Marketing Tools ให้เค้าขายของได้ด้วย นี่คือส่วนที่เราทำ เราได้ผลักดันมาตรฐานต่าง ๆ ออกไปทุก ๆ ปี ที่ทำมาหลัก ๆ เรื่องความปลอดภัย เรื่อง Green เรื่องอาหาร

ส่วนในเรื่องของการพัฒนาคนจะแบ่งเป็นหลายส่วน พัฒนาศักยภาพ หนึ่งพัฒนาบุคลากรด้าน Management เพราะว่า Management เป็นสิ่งจำเป็น เรื่องของ Operationalism การที่เราผลักดันให้คนในระดับผู้บริหาร ผู้บริหารระดับกลางแข่งขันกับต่างชาติได้ นอกจากพัฒนาเรื่องของ Skill เรื่องของไมซ์แล้ว เรื่องของ Management, Leadership, Risk Management องค์ประกอบอื่น ๆ ที่จำเป็น จึงลุกขึ้นมาทำเรื่องของ Training เรื่องของ Management Skill เป็นหลัก นอกจากนั้นทำในส่วนที่เป็น Specific Skill จะทำกับพวก Operations เป็นหลัก ตัวอย่างเรื่องการใช้โฟลด์คลิฟท์ เรื่องของการจัดประชุมนานาชาติอย่างมืออาชีพ เยอะมาก สิ่งที่เราทำทั้งปีปีหนึ่ง 24 ครั้ง เรื่องของ Specific ส่วน Management จะทำประมาณ 12 ครั้งต่อปี ซึ่งในส่วนที่ผู้รับการอบรมได้รับก็จะได้รับการพัฒนา

สำหรับคอร์ส Management เราไม่เลือกใช้คนที่ เป็น Trainer ในเมืองไทยเป็นหลัก เราเลือกใช้ Trainer จากต่างประเทศ เพราะเราต้องเลือกสิ่งที่ดีที่สุดมาดึงศักยภาพคนไทยให้แข่งขันกับต่างชาติได้ เพราะเรา Position ตัวเองว่าเราเป็นผู้นำเรื่องของไมซ์เป็นหลัก บางส่วนเราใช้คนไทยบ้างแต่ไม่ใช่ทั้งหมด ทั้งหมดเราใช้ World Class ซึ่ง Trainer มา Train ให้คนไทยเป็นหลัก นี่คือ

เป้าหมายที่เรามองไว้ คิดว่ามันน่าจะดึงดูดศักยภาพพวกนี้ขึ้นมาได้ พยายามจะให้เมืองไทยเป็นศูนย์การศึกษาเรื่องไมซ์ เราพยายามดึง Course Training จากต่างชาติ เยอรมัน อเมริกา มาทำสัญญาว่าเมืองไทยเป็นทีเดียวยที่สามารถจัดคอร์สพวกนี้ได้เท่านั้น ทำให้พวกอาเซียนใครที่อยากเรียนไม่ต้องบินไปอเมริกา บินมาเมืองไทย มีการทำสัญญาว่าคอร์สพวกนี้ห้ามจัดในประเทศอาเซียนเลย เราจัดได้ทีเดียวนั่นคือสิ่งที่พวกเราทำกันอยู่

คอร์สที่จัดขึ้นมาเราต้องร่วมมือกับสถาบันการศึกษาหรือหน่วยงานเอกชน เพราะเรามีหน้าที่ Support เราจะไม่ทำเองเลย เราสามารถเลือกได้ว่า Partner ไหนเหมาะกับเราที่สุดในแต่ละเรื่อง เช่น คอร์สเรื่อง EMD (Exhibition Management Degree) ที่ Training เรื่องของ Exhibition โดยเฉพาะ เราไปคุยกับ UFI (The Global Association of the Exhibition Industry) เพราะ UFI เป็นสมาคม Exhibition ที่ใหญ่ที่สุดในโลก แล้วเค้ามี Class หนึ่งที่เป็น Education เราก็ไปประสานให้ช่วยแนะนำว่าถ้าจะทำเรื่อง Education มีมหาวิทยาลัยไหนที่ Specific เรื่องไมซ์ เค้าแนะนำมา มหาวิทยาลัยหนึ่งชื่อ Levenberg ในเยอรมัน เป็นมหาวิทยาลัยเล็ก ๆ แต่ตั้งเรื่องไมซ์ที่สุดในโลก มีอาจารย์ท่านหนึ่งเขียนตำราเรื่องไมซ์อยู่ เลยดึงอาจารย์ท่านนี้มาจัดที่เมืองไทย ตอนนั้นกระจายไปทั่วโลกแล้ว แต่ประเทศไทยเป็นทีเดียวยที่จัดได้ในอาเซียน นี่คือนี่ที่เรา Position ตัวเองไว้

ในมุมมองของ สสป. มองว่าบุคลากรที่ทำงานในศูนย์ประชุมมีความพร้อมมากน้อยแค่ไหน ซึ่งอาจต้องแบ่งเป็นระดับ โดยระดับ Operation เท่าที่ผมทำโครงการที่ช่วยผู้ประกอบการทำที่เรียกว่า MICE Education ซึ่งคือการสร้าง Awareness ให้กับเด็กที่กำลังจะจบจากมหาวิทยาลัย รู้จักว่าอุตสาหกรรมไมซ์คืออะไร ซึ่งตอนนี้เรามีปัญหาที่ว่าคนที่เข้ามาทำงานในอุตสาหกรรมไมซ์ส่วนใหญ่มักจะผิดหวังจากอุตสาหกรรมอื่นมา เช่น โรงแรม แบงค์ วิศวะ แล้วมาทำอะไรก็ได้ Event Organizer ก็ได้ มันเท่ดีมี ว. โน่นนี่นั่น จริง ๆ มันไม่ใช่ คนที่ทำไมซ์ได้คือ หนึ่งต้องมีความอดทน สองต้องมีความรับผิดชอบ สามอะไรก็ได้แต่ที่มันเป็น Criteria อยู่ ผมคุยกับคุณพอล เจ้าของอิมแพค คุยกับคุณประสาน ไบเทค หรือคุณเลิศชัยที่อยู่ศูนย์สิริกิติ์ มานั่งประชุมกันว่าบุคลากรตอนนี้ที่มาทำงานนี่คือคนที่ผิดหวังจากที่อื่นมาแล้วรู้สึกว่าการทำงานแบบนี้มันได้ก็ดี ว. วิ่งไปวิ่งมา เค้าไม่ต้องการคนแบบนั้น ต้องการคนที่จบแบบ Keen มา เช่น จบศคินทร์ จบจุฬา ธรรมศาสตร์ พวกนี้มาทำงานกับเค้ามากขึ้น เพราะระดับที่เป็น Management ถ้าจบอะไรที่ไม่ได้ตั้งใจมา หรือจบการโรงแรมอย่างเดียว คนก็ไม่ค่อยหลากหลายในองค์กร ถ้าทุกคนจบการโรงแรมท่องเที่ยวมาหมดแล้วมาทำงาน มันก็ตึง Skill ออกมายาก มันก็เลยมีการ Discuss กันในองค์กรว่าเราต้องเอาคนที่จบ Keen มา จบบริหาร จบการจัดการเข้ามาบ้าง ก็เลยเกิดโครงการ MICE Education คือโครงการที่ TCEB ร่วมกับ ผู้ประกอบการเดินสาย Road Show ในมหาวิทยาลัยทั่วประเทศ ปีที่แล้วทำไป 25 -

26 มหาวิทยาลัย บอกว่าอุตสาหกรรมไมซ์มันคืออะไร สร้างรายได้มากกว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยว อย่างไรบ้าง แล้วมันคืออะไรบ้าง สร้าง Awareness

ตอนนี้เราจับมือกับกรมอาชีวศึกษา เพราะ Operation ส่วนใหญ่จะต้องเป็นสายอาชีพ เพราะเป็นคนที่ดูแลลูกค้า เป็น Front Line ถ้าจบปริญญาตรี ศูนย์ฯ บอกว่า Requirement สูงไป เราไม่สามารถจ้างคนพวกนี้มาดูแล Front Line ได้ทั้งหมด แรงงานส่วนใหญ่ของ Operation ส่วนใหญ่จบ ปวช. ปวส. เป็นหลัก ซึ่งคนกลุ่มนี้จบมาแล้วยังไม่ได้มี Service Mind หรือมี Skill ด้านการบริหารหรือการบริการมากนัก เราจึงร่วมมือกับกรมอาชีวศึกษาจะจัดหลักสูตรที่เป็นโมฆะสำหรับนักเรียนอาชีวะเป็นหลัก ปวช. ปวส. แล้วก็ทำเป็นคอร์สโมฆะซึ่งได้คุยกันแล้ว กำลัง Draft หลักสูตรนี้ อยู่แล้วก็กำลังจะพัฒนาให้เป็น Scheme

ศูนย์ต่าง ๆ บอกว่าคนเราพอแต่พอแบบไม่มี Skill คือแต่ละที่ต้อง Train กันเอง แต่ถ้าเราไปจับมือกับเค้าแล้วให้ความรู้ตั้งแต่แรก เค้ามีความตั้งใจจะเรียนโมฆะตั้งแต่แรก คนที่รับเข้ามาก็ไม่ต้องเสียเงินเสียเวลาในการ Train คนพวกนี้แล้ว อย่างอิมแพคเป็นหลัก ทุกคนที่เข้ามาหรือนักศึกษาที่เข้ามาฝึกงานหรือทำ Part Time ในศูนย์ประชุมเวลามี Event ใหญ่ ๆ หรือคอนเสิร์ต จะจ้างนักศึกษาเป็นหลัก ก่อนหน้านั้นเดือนสองเดือนเค้าต้องฝึก ต้อง Training การเสิร์ฟอาหาร การวางอาหารให้ถูกต้องซึ่งมันก็ยาก แต่ถ้าทุกคนเก่งมาแล้วเค้าก็ไม่ต้องเสียเวลา Train ก็ตัดตอนไปได้เลย แล้วก็ Save ค่าใช้จ่ายไปได้ด้วย ผมมองว่าในส่วนที่เป็น Operation มันเพียงพอ แต่ยังขาด Skill ซึ่งหน้าที่เรากำลังพัฒนากันอยู่

ในส่วนที่เป็น Management อย่างที่เรียนไปแล้วคือมันผุดหวังมาจากที่อื่น เค้าคิดว่างานนี้น่าสนุก มันดูดี เท่ ได้ถือ ว. ได้ดูคอนเสิร์ตฟรี แต่จริง ๆ ไม่ใช่ มันเป็นงาน Paper Work เยอะ ซึ่งคนมาทำแล้วมันจะ Fail มันไม่ใช่สิ่งที่เค้าคิด ซึ่งเราต้องปลูกฝังว่าสิ่งที่เค้าคิด Production มันก็มีบางส่วน แต่ก่อนหน้านั้นมันคืออะไรบ้าง ก็พยายามปรับปรุงอยู่ ซึ่งถามว่าพอมั๊ย คิดว่าพอ เพราะเท่าที่คุยกับผู้ประกอบการเค้าบอกว่าไม่มีปัญหาเรื่องคนไม่พอ แต่คนไม่มีศักยภาพมากกว่า ซึ่งมีงานวิจัยออกมาว่า คนที่เข้ามาทำงานจบไม่ตรงไม่เป็นไรแต่ Perception ในหัวของเค้าว่างานไมซ์มันสนุก มันเป็นเรื่องที่สนุกสนาน ได้เจอคนมากมาย มันเป็นส่วนหนึ่งเท่านั้น ไม่ใช่ทั้งหมด คนที่อยู่หน้างานจะขาดความรู้พื้นฐานในเรื่องอุตสาหกรรมไมซ์ ภาษาอังกฤษ และการจัดการ การประสานงาน และ Service Mind สำคัญที่สุด ถ้าคนพวกนี้ไม่มี Perception ตรงนี้จะอยู่ได้ไม่นาน ซึ่งส่วนใหญ่ที่ผมเจอและได้คุยปัญหากับผู้ประกอบการคือ Turnover ของคนในอุตสาหกรรมไมซ์มันสูงมาก เค้าก็เลยคิดว่า หนึ่งเค้าต้องแก้ปัญหาในการ Treat คนพวกนี้ไว้ให้ได้ยังไง ให้ Benefit หรืออะไรพวกนี้แต่มันก็ไม่ใช่ว่า เพราะว่าอุตสาหกรรมไมซ์มันเป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่เค้าคิด เค้าเลยเดิน

มาบอกเราว่าช่วยสร้าง Perception ใหม่ให้กับคนพวกนี้ได้มั้ย ว่ามันเป็นงานที่ไม่ได้สนุกอย่างเดียว แต่ต้องมีความอดทน ต้องทำงาน Paper Work เยอะ เราต้องสร้าง Perception กับคนกลุ่มนี้ใหม่

การสร้าง Perception นี้มันมีอยู่ 2 ช่วง พูดย่าง ๆ คือเราทำทุกระดับเลย คิดว่าจะทำถึงระดับมัธยมศึกษา ส่วนระดับมหาวิทยาลัยทำแล้ว คิดว่าจะทำกับกลุ่มคนที่จบมาแล้วแต่ยังไม่มีงานและคนที่เพิ่งเริ่มทำงานแต่ยังไม่รู้ว่าตัวเองชอบอะไร เราอาจไปจัดอีเว้นท์ขึ้นมาแล้วบอกว่าอุตสาหกรรมไมซ์เป็นอุตสาหกรรมที่น่าทำงานด้วยเหตุผลหนึ่งสองสามสี่ห้า แล้วก็พยายามสร้าง Perception ว่ามันเป็นงานที่ไม่ได้สนุก ไม่ได้ง่าย

ถ้าเปรียบเทียบความพร้อมด้านสถานที่และความพร้อมด้านบุคลากรในมุมมองของชาวต่างชาติที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาจัดงานไมซ์ในเมืองไทย สิ่งที่เป็นตัวประเมินความพร้อมจากที่มีการสำรวจ ทำ Ranking มา เรื่องของ Service อันดับหนึ่งเลย เรื่องของบุคลากร สถานที่ Function ส่วนใหญ่เลยที่มาจัดในเมืองไทยไม่มีปัญหา เพราะมีการสำรวจว่าอิมแพคเองเป็น Exhibition Hall ที่ใหญ่ที่สุดในเอเชีย ที่เป็น Connecting Exhibition Hall ที่ใหญ่ที่สุด มันไม่มีปัญหาในการรองรับหรือ Infrastructure ต่าง ๆ ก็ไม่ได้ไกลจากสนามบิน อย่างเช่นศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ก็สามารถนั่งรถไฟไปได้เลย ซึ่งจากการสำรวจส่วนใหญ่ปัญหาที่ลูกค้าไม่กลับมาเลือกใช้บริการในเมืองไทยอีกก็เพราะว่า Service มันไม่ Professional เช่น สมมติผมเปรียบเทียบกับคนสิงคโปร์ในการทำงานได้ตอบภาษาอังกฤษ ได้เปรียบกว่าเรา 100% ในแง่เราที่เป็นคนไทยก็อาจจะทำได้ดีในระดับหนึ่งแต่คงไม่ได้ดีเท่าสิงคโปร์ ต้องเข้าใจอุตสาหกรรมไมซ์นิดนึง ถ้าพูดถึงศูนย์ประชุม จะพูดถึง Exhibition และ Convention เป็นหลัก ซึ่งสองงานนี้คนที่ลูกค้า Deal มากที่สุดคือ PEO ที่เป็น Exhibition และ PCO ที่เป็น Convention สองคนนี้เป็นหัวใจหลัก เพราะเค้า Deal ตั้งแต่ต้น เค้ารับ Requirement ลูกค้ามาแล้วไปบอก Operation ให้ทำงานต่อ เค้าต้อง Feedback ลูกค้าให้เร็วที่สุด นี่คือสาเหตุที่ลูกค้าจะผิดหวังหรือไม่ผิดหวังก็สองตำแหน่งนี้เป็นหลัก

นอกจากเรื่องของโครงสร้างหลักสูตรเพื่อพัฒนาบุคลากรตั้งแต่ระดับการศึกษา หลักสูตรหลัก ๆ ที่พูดถึงคือ MICE Education ซึ่งมีการ Road Show ไปตามภูมิภาคต่าง ๆ นอกจากนี้ยังมีหลักสูตรที่ช่วยเพิ่มศักยภาพให้กับตัวบุคลากรอีก โดยเฉพาะอย่างยิ่งคนที่ทำงานแล้วในอุตสาหกรรมไมซ์ เราทำในเรื่องของ Management อยู่ เรื่องของ Course Training ที่เป็น World Class และที่เป็น Specific Training ซึ่งอันนี้จะมีสมาคม TICA และ TEA ซึ่งทั้งสองสมาคมนี้จะเข้ามาดูแลเรื่องของการจัดอบรม Exhibition และ Convention เค้าก็จะไปหา Requirement จาก Member ของเค้าที่เป็น MICE Player ทั้งหมดในประเทศไทยแล้วทำการสำรวจว่าในหนึ่งปี

คุณต้องการ Training อะไรบ้าง ในแต่ละเดือนเค้าก็ไปหามา แล้วก็มาบอกเรา ซึ่งเราจะ Support ในเรื่องการเงินด้วยเพื่อจัดเรื่องพวกนี้ ซึ่งมันก็จะตรงความต้องการของเค้าอยู่แล้ว

ในส่วนที่เราจัดเราจะไม่ชอบเรื่องของ Specific เราจะชอบเรื่องของ Management Skill เป็นหลัก อย่างที่ผมเรียน เรื่องของ Leadership เรื่องของ Risk Management เรื่องของความเป็นผู้นำอะไรพวกนี้ ซึ่งเอาคอร์สที่มันได้รับการยอมรับระดับโลกมาจัดให้ โดยจัด 12 ครั้งต่อปี หรือ เดือนละครั้ง ซึ่งถือเป็นการทำการสำรวจและรวบรวมความต้องการของผู้ประกอบการแล้วนำมาประมวลว่าอันไหนที่ต้องการเรียนมากที่สุดก็ทำเป็น Criteria ลงมา จากนั้นก็ให้ทาง Member สมัครเข้ามา ซึ่งสมมติว่าคอร์สที่เป็น World Class สมมติว่า 100,000 บาท เรายกจ่าย 70% เค้าก็จ่ายแค่ 30% เพราะผู้ประกอบการคงไม่ได้มีรายได้มาทุ่มเรื่องการเรียนมาก แต่ถ้าเราสามารถทำให้เค้ามี Skill มากขึ้น มีลูกค้ามากขึ้น เราหวังว่าต่อไปเราจะได้ Support น้อยลง ซึ่งรัฐบาลจะเป็นผู้ Support งบประมาณด้านการศึกษาเป็นหลัก โดยเฉพาะในฝ่ายพัฒนาด้านการศึกษาซึ่งก็คือฝ่ายที่ผมทำงานอยู่ อย่างคอร์สหนึ่งคอร์สสมมติว่า Fee มัน 1 ล้านบาท 700,000 เรา Support อีก 300,000 ไปหาจาก Member คือถ้าเราเป็นผู้ประกอบการจะจ่ายทั้งหมดคงเป็นไปไม่ได้ ที่เหลือเราก็ช่วยเค้าไป อย่างคอร์ส ภาษาอังกฤษคือทุกคนต้องเรียนอยู่แล้วเราก็มองว่ามันไม่จำเป็นต้อง Support ถึง 70% แค่ 50% เค้าก็เรียนแล้ว ถ้าคุณไม่อยากจะเรียนก็เรื่องของคุณ เพราะมันเป็นสิ่งที่คุณต้องเรียน เราก็จะ Support น้อยลง แต่ถ้าเป็นคอร์ส Training ที่เอาวิทยากรระดับโลกมา เราคิดว่ามันยากนะก็ Support เยอะหน่อย เราก็จะดูความสำคัญของแต่ละคอร์สไป

การวัดคุณภาพของบุคลากรที่เข้ามาอบรมทำได้ค่อนข้างยาก ทุกคนจะถามผมตลอด ว่าจะไปเป็น กพร. หรืออะไรก็แล้วแต่ที่ควบคุมการทำงานของเรายู่ คุณวัดความสำเร็จจากอะไรในการ Training ผมบอกวัดไม่ได้จะวัดได้จากอะไร เช่น เรา Train ในเรื่องของ Skill ให้เค้าหนึ่ง Skill แล้วสมมติวันรุ่งขึ้นเข้าลาออก หรือวันรุ่งขึ้นเค้าไม่ได้ใช้ โดนเปลี่ยนตำแหน่งหรืองานในตำแหน่งที่ไม่ได้ใช้ Skill นั้น มันวัดได้ยาก แต่เราคิดว่าสิ่งที่เราทำวันหนึ่งหากลูกค้ามี Requirement ตรงกับสิ่งที่เราทำ พูดยาก ๆ คือเราวัดไม่ได้และไม่คิดจะวัดด้วย แต่เราทำไปเพราะว่าหนึ่งคือเรา Benchmark กับต่างประเทศแล้วนี่คือสิ่งที่เหมาะสมและเป็นความต้องการของลูกค้า ซึ่งเราไม่มีตัววัดและไม่คิดจะวัดด้วย มันยากจริง ๆ

หลักสูตรส่วนใหญ่ที่จัดเราจะเน้นเรื่องของ Management เป็นหลัก สิ่งที่เราหาเรียนได้ยากและมันแพงสำหรับเค้า เราก็มองจุดนี้เป็นหลัก เราคิดว่าหากบุคลากรมี Management Skill ในด้านต่าง ๆ เค้าคงจะมีการพัฒนาที่ดีขึ้น ถ้าจะเป็นเรื่องของ Specific ทางสมาคมจะจัดกันเอง อันนี้เราช่วยในด้านเงินทุนอย่างเดียวไม่ได้ช่วยในเรื่องเนื้อหา Content ชักเท่าไร

ในส่วนงานของ สสป. เองที่มีการไป Road Show จัด Trade SME หรือ Trade Show ทั่วโลก เพื่อประชาสัมพันธ์ประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักในฐานะ MICE Center อย่างเช่น ที่ประเทศ สเปน อังกฤษ เยอรมัน ฝรั่งเศส สิ่งที่เราไปขายเค้าคือหนึ่ง เราขาย Destination ประเทศไทยมี Infrastructure อะไรบ้าง ถ้าพูดไล่ความสำคัญเลย ในเรื่องของบุคลากรเป็นสิ่งที่เน้นน้อยที่สุด สอง เราขายในแง่ของ Infrastructure สถานที่ ในแง่ของความพร้อมของโรงแรม แพ็คเก็จเป็นหลัก เช่น หนึ่งหากคุณมาจัดงานที่นี่คุณจะได้โปรโมชั่น นอนฟรีที่คืน คือเราจะไม่พูดถึงเรื่องของศักยภาพ บุคลากร แต่จะพูดในแง่ของความพร้อมของโรงแรมห้าดาว ซึ่งบุคลากรต้องได้รับการ Training ระดับหนึ่งอยู่แล้ว เราขาย Destination เป็นหลัก ไม่ได้ขายคนอยู่แล้ว แต่ลูกค้าจะ Assume ได้เอง ว่าโรงแรมที่เป็น International Five Star บุคลากรก็ต้องมีศักยภาพพอสมควร หรืองานที่เป็น International อย่างงาน Herbal Life คนมา 30,000 คน เราไปขายต่างประเทศว่าเราเคยรับงาน 30,000 คนมาแล้ว แสดงว่าบุคลากรเราจัดงานในระดับนี้ได้ก็ต้องมีความสามารถระดับหนึ่ง คือเรา ไม่ได้ขายตรง ๆ เราขายในแง่ของความพร้อมในสิ่งที่เรามี เรื่องของคนคงเป็นระดับล่าง ๆ เลย

ส่วนเรื่องของเอกลักษณ์ ความมีน้ำใจ ยิ้มแย้มแจ่มใสของคนไทย นำมาเป็นจุดขายได้ ยาก เพราะว่าธุรกิจไมซ์เป็น Business ที่เน้น Perception เป็นหลัก ไม่เหมือนการท่องเที่ยว ท่องเที่ยวบางที่ที่เราขาย Destination ยิ้มแย้มแจ่มใส คนก็อยากจะมาท่องเที่ยว แต่ไม่ซีอายเป็น Exhibition ค่อนข้างจะเป็น Business Deal เลย เช่น สมมติคุณมางานไบเทคแล้วคุณจะได้เจอใคร บ้าง เค้าดู List คนมางานเลยว่าจะมาเจอลูกค้าที่มีความสำคัญระดับไหน สิ่งที่เราต้องทำคือดึง คนที่เป็นคีย์ของแต่ละอุตสาหกรรมมาให้ได้ เช่น ธุรกิจทอผ้าต้องเชิญผู้ประกอบการทอผ้าระดับโลก มาให้ได้ทั้งหมด เพื่อจะดึงคนให้เข้ามาอีก เพราะทุกคนอยากมาเจอพวกคีย์กลุ่มนี้ ต้องเชิญคน เหล่านั้นมาให้ได้ ซึ่งถ้าพูดถึงเรื่องรอยยิ้ม ผมว่าน้อย หรืองานที่เป็นงานประชุม Convention ก็ตาม เราคงไม่ขายในแง่ของการท่องเที่ยวมาก เพราะเราขายในแง่ของ Function เราขายในแง่ของความ พร้อมของการจัดงาน การต้อนรับ Delegates ทำอย่างไร มีรถนำขบวนหรือเปล่า อะไรพวกนี้เป็น หลัก ตัวที่ตามมาคือมัน Valuable กับเค้ามัย มันคุ้มค่าเงินของเค้ามัยในการมาเที่ยวต่ออีกสองสาม วันเทียบกันเลย สมมติมาไทยเสียหัวละ 1,000 เหรียญต่อคืน ไปอินเดีย 1,200 เหรียญ เมืองไทย ดีกว่า คือเราไม่ได้เน้นการท่องเที่ยวมาก เราเน้น Financial เป็นหลัก

กระแสดอรับของการจัดหลักสูตร MICE Education ค่อนข้างดีพอสมควร เพราะว่าตอน ปีแรกที่เรাজัดเลยเราทำเองทั้งหมดแล้วก็เชิญมหาวิทยาลัยเข้ามาเป็น Partner แต่ตอนนี้ มหาวิทยาลัยอาจจะจัดคอร์ส ขึ้นเองแล้วเชิญเราไปเป็นส่วนร่วมเท่านั้นเอง ตอนนี้มี 3-4 ที่แล้ว ผมเพิ่งกลับจากภูเก็ตมาเค้าก็เชิญเราไปเป็น Observer คือเหมือนเค้าเอาเราไปประกอบแนวคิด

เค้าว่าเค้าสามารถจัดคอร์สพวกนี้ได้แล้วก็เชิญนักศึกษาเข้ามาอบรมก่อนที่คุณจะจบ มีคอร์ส Training ที่เป็น MICE 2-3 วัน เข้าเรียนรู้ว่าอุตสาหกรรมไมซ์มีอะไรบ้าง แล้วคุณก็จะออกไปทำงานพวกนี้ได้ คือคุณสามารถที่จะออกไปเรียนรู้ต่อได้ รู้ว่าอุตสาหกรรมนี้มันน่าสนใจอย่างไร ซึ่งตอนนี้เราโยนไปให้มหาวิทยาลัยทำแล้ว เราก็สบาย เราแค่ประสานงานกับเค้าเท่านั้นเอง

ปัจจุบันนี้ที่เห็นได้ชัดเลยคือเราได้มีการส่งเสริมในเรื่องของธุรกิจไมซ์ คือให้เด็กให้นักศึกษารู้จักธุรกิจไมซ์มากขึ้น ซึ่งก็ยังมีส่วนใหญที่ยังไม่รู้จักรว่าไมซ์คืออะไร มันก็กลับมาที่ว่าเราจะ Mass ให้กับองค์กรเราได้มากน้อยแค่ไหน เราเตรียมโปรโมตให้เยอะที่สุด อย่างที่ผมบอก เราไม่อยากจะคนที่จบการท่องเที่ยวมาเท่านั้น มี วิศวะ สถาปัตย์ ทุก Elements ของอุตสาหกรรมไมซ์ทำได้หมด ออกแบบตกแต่ง Interior ทุกส่วนสามารถทำได้หมด ขึ้นอยู่กับเราว่ามีศักยภาพในการโปรโมตอุตสาหกรรมไมซ์ได้มากน้อยแค่ไหน เป็นหน้าที่ที่เราบอกว่าโอเค โครงการ MICE Education มันต้องพยายาม ผมพยายามคุยกับคณะอื่น ๆ นอกจากคณะท่องเที่ยว เพราะพวกนี้เค้ารู้จักอยู่แล้ว ผมคุยกับบริหาร การจัดการ หรือคอมพิวเตอร์ คือพยายามจะเจาะคณะพวกนี้ให้มากที่สุด ก็พยายามจะสร้าง Awareness ให้มากที่สุด คือแนวทางหลักต้องพยายามประชาสัมพันธ์ออกไปก่อนว่าไมซ์คืออะไรให้คนสนใจแล้วก็ค่อย ๆ ใส่ความรู้เข้าไป

ในแง่ที่เราร่วมกับสถาบันการศึกษา ตอนนี้ที่เราร่วมชัด ๆ เลยเกี่ยวกับการเซ็น MOU กับเค้าก็มี มอ.สงขลา นอกจากนี้เค้าร่างหลักสูตรไมซ์สำหรับปริญญาโทด้วย ในแง่ Support บุคลากรเป็นการ Comment ในเรื่องของหลักสูตร Support บุคลากรเข้าไปช่วยสอน เพราะว่าการเปิดหลักสูตรไมซ์มันต้องมีคนที่จบไมซ์ ถ้าเป็น ป.โท ผมไม่แน่ใจว่า 5 คนหรือเปล่า จบทางสายไมซ์แล้วเป็นอาจารย์ประจำ เราก็พยายามจะหาคนพวกนี้มาช่วยอาจารย์เค้าสอนหลักสูตร ป.โท ขึ้นมา ซึ่งก็ไม่ได้เยอะ แล้วก็ Support ในเรื่องของ Content และ Financial ให้มันเกิดมาให้ได้ โดยเฉพาะเป็น ป.โท ไมซ์ในเมืองไทย ซึ่งสงขลาเค้า Position ตัวเองว่าเป็น Hub ของภาคใต้ในด้าน Business เพราะมีชายแดนติดกับมาเลเซีย ในแง่ของ Business จะง่ายกว่า ไม่เหมือนกับภูเก็ตเป็น Hub ของภาคใต้ในด้าน Tourism ถ้าพูดถึงความร่วมมือกับมหาวิทยาลัย เราเป็นฝ่ายรับของเค้ามากกว่า คือเค้าจะขอความร่วมมือกับเรา อยากได้อะไรเราก็ช่วยทุกอย่าง แต่ถ้าเราจะไปบอกว่าให้ลูกขึ้นมาทำแล้วเค้าทำไม่ได้อันนี้จะยาก เพราะเราเคยจะลูกขึ้นมาบอกว่าทุกมหาวิทยาลัยต้องมีหลักสูตรไมซ์กันมัย ซึ่งมันเป็นไปไม่ได้ อย่างเช่น ทำ ป.ตรี เป็นไมซ์ เป็นमेเจอร์โดยเฉพาะอย่างนี้เป็นไปไม่ได้ เพราะต้องมีคนจบมาอย่างน้อย 5 คน ด้านไมซ์โดยเฉพาะ คือมันน้อยมากไป ซึ่งมันยาก แต่ถ้าเป็นวิชาเลือกก็โอเค เป็นวิชาที่เราทำได้อยู่ เราก็ร่วมกับดุสิตธานีจัดคอร์สเป็นเดือน เป็นคอร์ส External สำหรับคนสนใจ จบ ป.ตรีมาอยากเรียนตัวนี้ต่อก็ได้ Certificate เรื่องไมซ์ไป ก็พยายามขยายความ

ร่วมมืออยู่ แต่ยังไม่เป็นรูปธรรมมาก เพราะแต่ละมหาวิทยาลัยยังอยู่ใน Stage เริ่มต้น เค้าเพิ่งรู้ว่ามีการ TCEB อยู่ สามารถขอเงินขอข้อมูลเค้าได้ในแง่ของอุตสาหกรรมไมซ์ เพราะตอนแรกเค้าไม่รู้ว่ามี ก่อนที่ทำโครงการนี้โดยตรงมันยาก ทำแล้วไม่รู้ว่าจะไปปรึกษา ขอความร่วมมือจากใคร ททท. หรือหน่วยงานส่งเสริม มันไม่ใช่ โอเคเราเพิ่งเริ่มทำ MICE Education ด้วย มีจัด Exhibition เค้าก็เริ่มรู้จัก แล้วปีนี้เรามีโครงการจะเซ็น MOU กับ 10 สถาบันการศึกษาอย่างต่ำ เพื่อขยายโครงการ MICE Education เพิ่มขึ้นอีก 10 สถาบันก็จะเป็นจุฬา ธรรมศาสตร์ เกษตร มหิดล ม.กรุงเทพ เอแบค ที่เป็นมหาวิทยาลัยดีๆ แล้วก็พยายามจะสร้างการรับรู้ให้มากขึ้น จะทำโมเดลเดียวกับที่มอ.ทำ เราเห็นความร่วมมือปุ๊บ อธิการเห็นความสำคัญ อาจจะมีหลักสูตร ป.ตรี ตามขึ้นมาอีกก็ได้

ถ้าจะเปรียบเทียบความพร้อมด้านบุคลากรของศูนย์ประชุม 5 แห่งที่ทำการศึกษาดังแต่ อิมแพค ไบเทค ศูนย์สิริกิติ์ พารากอนฮอลล์ และเซ็นทารา คงพุดยาก มันต้องเอา Record ค่อนข้างจะลำบาก ถ้าพูดในแง่ของการจัดประชุมนานาชาติ ศูนย์สิริกิติ์เค้ามีทีมที่ทำ PCO เป็นหลัก น่าจะมีความพร้อมเรื่องการจัดประชุมมากที่สุด เพราะว่าเค้าจัดงาน UN จัดงานที่มี Protocol เยอะมากที่สุด อิมแพคเค้าจัดงานที่เป็นแฟร์เป็นเทรดเดอร์ Commercial Fair จัดงานบ้านและสวน งานไอทอป คนก็มี Skill คนละแบบ จะไปจัดงานประชุมอย่างศูนย์สิริกิติ์ทำก็คงไม่ได้ เพราะคนเค้าไม่เคยรับงานอย่างนั้นมา หรือไบเทคก็คนละแบบ เค้ามี Position ตัวเองว่าเป็น Bussiness เป็นอุตสาหกรรมหนัก เช่น เครื่องจักรกล เค้าจะมี Contact กับบริษัทเครื่องจักรกลเยอะมาก มัน Position ตัวเองคนละแบบเลย สรุปศูนย์สิริกิติ์เป็น Convention Hall ที่ใหญ่ มีศักยภาพที่สุด อิมแพคเป็นงานแฟร์ที่เป็น Mass ไบเทคก็เป็นเรื่องของ Business Commercial เรื่องของธุรกิจอุตสาหกรรมหนัก ซึ่งใกล้กับสนามบิน ถ้าเป็นพารากอนกับเซ็นทาราก็อีกแบบหนึ่ง เซ็นทาราเค้าเพิ่งเปิดใหม่แต่ด้วยความที่เป็นฮอลล์แบบนั้นคงจัดได้แต่งงานที่เป็นฟังก์ชัน อย่างอื่นก็คงจะจัดไม่ได้กลัวมันจะถล่ม ถ้าเอาเครื่องจักรไปวางกองไว้ก็ไม่ได้ เพราะคานมันรองรับน้ำหนักไม่ได้ เค้าก็จัดงานที่เป็นฟังก์ชันที่เป็นโรงแรมอย่างงานประชุมเล็ก ๆ Meeting ย่อย 50 คน 100 คน เค้าจะมี Skill คนละแบบ หรือพารากอนเองไม่ค่อยจะ Creative เท่าไหร่ในแง่ของการจัดประชุม คือเค้าจัดงาน Commercial ได้ เปิดตัว อีวันท์อะไรพวกนี้ คือส่วนใหญ่บุคลากรเค้าไม่ต้องมาทำงานเอง เพราะส่วนใหญ่เค้าจะเอาอแอกไนเซอร์มาอยู่แล้ว แต่คนที่ Deal ทำงานกับอแอกไนเซอร์ของตัวเอง ศูนย์สิริกิติ์ อิมแพค ไบเทค เค้ามีอแอกไนเซอร์เป็นของตัวเองด้วยก็ทำงานได้ง่าย แต่พารากอนไม่ได้มี Skill คนละแบบ

ถ้าพูดถึงบุคลากรแล้วก็ทุกคนก็เข้ามาเรียนกับเราหมด รู้จักกันหมด ย้ายไปย้ายมากันอยู่ อย่างนี้ พูดถึงมันก็ไม่ได้แตกต่างกันมากนัก แต่แตกต่างกันในแง่ของความชำนาญในแต่ละด้าน

เป็นหลัก เพราะเค้าไม่ได้มีโอกาสจับงานเหมือนอิมแพค ไบเทคก็ไม่ได้ทำงานแบบอิมแพค อิมแพคไม่ได้ทำงานเหมือนศูนย์สิริกิติ์ มันก็คนละแบบ มีดีคนละแบบ แต่ Skill ก็ไม่ได้ต่างกันมาก แต่ถ้าพูดว่าที่ไหน Skill Professional ที่สุด ก็ต้องเป็นศูนย์สิริกิติ์ เพราะเค้าเกิดมาก่อน แล้วคนก็มีประสบการณ์เยอะ แต่ถ้าพูดถึงไบเทคกับอิมแพคเค้าก็โอเค

แต่ละศูนย์ประชุมก็จะมีความถนัดในเรื่องของงานที่แตกต่างกันไป เวลาจะพัฒนาบุคลากรจะโฟกัสในสิ่งที่ตัวเองถนัดหรือเพิ่มเติมในส่วนที่ไม่ถนัด ก็อย่างคอร์สที่ผมบอก EMD (Exhibition Management Degree) ศูนย์สิริกิติ์เค้าส่งคนมาเยอะที่สุดทุกปี ซึ่งถามว่า Exhibition ที่จัดกับเค้ามีอะไรบ้าง เช่น งานไปรษณีย์ มันไม่ใช่ Exhibition ที่เป็น Exhibition ส่วนใหญ่เป็นงานท่องเที่ยว งานแฟร์ งานเทรด มันก็ไม่ใช่ Exhibition ที่จัดขึ้นเหมือนไบเทคหรืออิมแพคจัด ไม่เหมือน Motor Show ที่เป็น Exhibition จริง ๆ คนละแบบ เค้าก็คิดว่าเค้าเพิ่มศักยภาพคนเค้าได้ ถ้าเราจะจัดงานที่เป็น Convention เราจะให้คนที่ศูนย์สิริกิติ์มาสอนให้เรา เพราะเค้ามี Skill ที่ดีที่สุดในประเทศไทยที่สามารถสอนคนได้ เค้าไม่ได้คิดว่าโอเคเราทำแบบนี้เราจะไม่เรียนรู้อย่างอื่น ทุกคนก็เรียนรู้หมด คนที่ศูนย์สิริกิติ์มาสอนไบเทค คือมันแชร์ความรู้กันได้ มันเป็น Community ที่ทุกคนเห็นหน้ากันหมด รู้จักกันทุกคน อย่างสมาคม กรรมการสมาคมก็มาจากพวกออกแอกในเซอร์ ทุกคนรู้จักกันหมด ถามว่าแข่งกันมั้ย ก็แข่งกัน แต่ไม่ได้แข่งกันรุนแรงขนาดที่เกลียดกัน มันก็อยู่ด้วยกันได้ หรือไม่มีงานก็โอบงานผ่านกันไปมา

คือตอนนี้เรากำลัง Pending เรื่องการให้ทุน คือเราไม่เคยให้ทุนใครไปเรียนเลย มันคือทุนอาจารย์ จะบอกว่ามันมีปัญหามากในการนำคนมาจัดหลักสูตร จะบอกว่าถ้าเราสามารถให้ทุนคนไปเรียนแล้วกลับมาใช้ทุนในอุตสาหกรรมไมซ์ได้จะเป็นประโยชน์มาก พุดง่าย ๆ พอทุกคนเห็นว่าใครได้ทุนก็จะสนใจว่าเค้าทำอะไรหะ มันก็สร้าง Awareness ได้อีก มันได้หลายต่อ แล้วคนพวกนั้นก็กลับมาทำงานแล้วใช้ทุนได้ เราไม่ได้จำกัดว่าจะต้องกลับมาทำงานที่เรา คุณสามารถทำงานในอุตสาหกรรมแล้วพัฒนาอุตสาหกรรมนี้ก็ได้ พุดง่าย ๆ คือเราให้ทุน แล้วคุณก็มาดีไซน์หลักสูตร หรือคุณมาเป็นคลังสมองของเรา สมมติว่าเราให้ทุนไปเรียน Doctor ในเรื่องไมซ์ ถ้าเรามีการจัดคอร์สขึ้นมาเราไม่ต้องเสียเงินไปจ้างคนมา คุณก็มาเป็นวิทยากรให้เรา ก็เหมือนเป็นการตอบแทน ซึ่งสิ่งที่เราทำก็มีบ้าง เป็นการแลกเปลี่ยนกัน คุณเข้ามาเรียนกับเราไม่ต้องเสียเงิน พอคุณกลับไปทำงานเราขอให้คุณมาเป็นวิทยากรให้มาเป็น Trainer ก็มา Deal มาทำสัญญากันว่าครั้งหน้าคุณก็มาทำให้เราฟรี ๆ ก็ได้ ผมว่ามันเป็นสิ่งที่จำเป็น เพราะตอนนี้คนที่มีความรู้เรื่องของอุตสาหกรรมไมซ์มีน้อย เราพยายามจะกระจายความรู้ ทำเป็น Train the Trainer ทำคอร์สพวกนี้แล้วกระจายไปองค์กรอื่น ๆ มันเป็นเรื่องที่มันไปไว อย่างทำ Train the Trainer อยู่ ทำมา 3-4 ครั้ง

ก็ยังไม่ได้เลย จำนวนคนมันน้อยที่ทำได้ เพราะว่าคนที่จะเป็น Trainer ได้จริง ๆ มันต้องมีเรื่องของ Skill ในเรื่องของ Competency การพรีเซนต์หน้าห้อง มีความรู้เรื่องไมซ์เป็นหลักอยู่แล้ว เราเพิ่มเรื่องของการพรีเซนต์ เรื่องของบุคลิกภาพของเค้าในการจะเป็นอาจารย์จะทำอย่างไร ตอนนี้เราก็จัดประชุมของ Train the Trainer ด้วย ผู้ที่เข้าร่วมอบรมก็เป็นผู้บริหารระดับกลาง ระดับสูงที่ทำงานในศูนย์ประชุม ออแกไนเซอร์เป็นหลัก ซึ่งเรามองศักยภาพ คือมันรู้กัน เพราะอุตสาหกรรมมันเล็ก พอคุยกันว่าใครพอจะเป็นแบบนี้ได้มั้ย ก็แนะนำขึ้นมา เราก็ Approach เค้า แล้วก็ต้อง Recheck ว่าเค้าเป็นยังไง ทำงานเป็นยังไง ทำงานมาก็ปีแล้ว คือมันรู้จักกันหมด เห็นหน้าก็รู้แล้วว่าใครเป็นใคร ก็เตรียมทำคอร์ส นี้อยู่ แล้วก็พยายามดูเรื่องของทุน จัดหลักสูตรให้มากขึ้นในแต่ละมหาวิทยาลัย

แนวโน้มของอุตสาหกรรมไมซ์ปัจจุบันเติบโตปีละ 12-13% ก็โตมาทุกปี เพิ่งจะมาร่วงก็ช่วงเหตุการณ์ความไม่สงบ ก็ร่วงลงมาแล้วก็ขึ้น ปีนี้ก็ขึ้นมา รายได้ก็ประมาณ 53,000 ล้านบาทที่ให้อุตสาหกรรม ก็เรียกว่าเติบโตทุกปี คิดเป็น 8% ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งไม่ได้เยอะมากแต่มันมีต่อยอดจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้ คนมาลงทุนต่อ เหมือนในแง่ของ BOI เราก็ไปตั้งจากที่ใหญ่ ๆ มา มาลงทุนต่อ ต่อยอดได้เยอะมาก คือมา 1 งาน ควรจะ Spending มากกว่า 3 เท่าอะไรก็แล้วแต่ คุณยังได้ธุรกิจต่อยอดหรือจ้างงานคนท้องถิ่น คิดว่ามันคงไม่โตมากกว่านี้เท่าไรในแง่ของ Scale คนเข้าร่วม แต่ก็เติบโตขึ้นทุกปี เราก็พยายามผลักดันให้มันมากขึ้นด้วย

ถ้าเทียบศักยภาพของเมืองไทยกับภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้หรือเอเชียเองในเรื่องของคนอาจวัดได้ลำบาก เราจะวัดในเรื่องของความสามารถในการจัดงานเป็นหลัก เราเป็นอันดับ 2 อันดับ 3 ของเอเชีย ญี่ปุ่นกับจีนไปไกลไม่ต้องพูดถึงแล้ว เพราะจีนเค้าก็จัดภายในประเทศเค้าตั้งเท่าไร ญี่ปุ่นเองก็ไม่เคยออกไปจัดเค้าก็จัดในประเทศของเค้าอย่างเดียว ซึ่งสองประเทศนี้หลุดไปเลยจาก Rank เราสู้เค้าไม่ได้ เราจะเป็น 3 หรือ 4 สลับกับสิงคโปร์

ตอนนี้เรามีโครงการเยอะ เราทำเรื่องโครงการ MICE City เห็น MOU กับผู้ว่าแต่ละเมือง ภูเก็ต เชียงใหม่ หาดใหญ่ พัทยา ความพร้อมที่สุดในแง่ของ Service ก็คือคนไทย ในแง่ของ Convention ถ้าไปประเทศไทยก็กรุงเทพฯ เป็นหลัก ถ้าไปจัดภูเก็ตมันก็จะ Incentive Group พาลูกน้องไปเที่ยว อาจจะไปพัทยา ภูเก็ต แต่งานที่เป็น Convention ประชุมหมอบ ประชุมแพทย์ ก็คงเป็นกรุงเทพฯ เป็นหลัก มันอยู่ที่ Location ในการจัดงานแต่ละอย่าง อย่างตอนนี้ Exhibition ที่ Ship ของเข้ามา เค้าคงไม่ไปภูเก็ต เอาขึ้นมากกรุงเทพฯ สะดวกที่สุด กรุงเทพฯ ยังก็เป็นอันดับหนึ่งอยู่แล้ว อาจจะมีการกระจายไปภูเก็ตบ้างในแง่ของการประชุม เพราะกำลังมีการสร้างศูนย์ประชุมที่เชียงใหม่ ภูเก็ตด้วย

งานประเภท Meeting กับ Incentive เป็นอันดับหนึ่งที่เข้ามาจัดในเมืองไทยมากที่สุด ถ้าเป็นงาน Convention มันเป็นเทอมอยู่แล้ว อย่าง 3 ปี เราไป Bid มา รออีก 3 ปี ซึ่งมันก็มีการเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ ถ้าเป็น Exhibition ก็มันเป็นทุกปี อย่างงาน Metalex ทุกปีเค้าก็จัดช่วงนี้ มันก็ไม่ได้เพิ่มขึ้น แต่เรายกระดับงานให้อินเตอร์มากขึ้น สมมติงาน Motor Show เป็น Local เราพยายามยกระดับให้ต่างชาติเข้ามาร่วม หรืออย่างงานที่เป็น Book Fair หรือ World Stamp เราก็อยากรยกระดับให้เป็นงานของชาวต่างชาติด้วย ผลักดันให้เป็นงานระดับอินเตอร์มากขึ้น ระดับอาเซียน อย่างน้อย ๆ ซึ่งการที่มีงานไมซ์เข้ามาเราจะเป็นคนแนะนำสถานที่ให้กับลูกค้า คงไม่สามารถไปเลือกให้เค้าได้ โดยดูวัตถุประสงค์ว่าทำอะไรบ้าง อยู่กี่วัน ดู Criteria ของเค้า แล้วแนะนำว่ามีที่นั่นที่นั่นนะ แล้วลูกค้าก็จะเอาไปเลือกเอง สมมติว่า MI มา 50 คน อยู่ 7 วัน ทำ Activity อย่างนี้ ๆ เราก็ดูว่าอันไหนที่มันทำได้ เราก็เสนอไป 10-15 แห่ง เค้าก็ไปเลือกมา เราคงไม่ได้บอกว่าจะให้เค้าเลือกที่นั่นที่นี่



บทสัมภาษณ์ คุณพรพัฒน์ ศรีธนาบุตร

ผู้อำนวยการฝ่ายทรัพยากรบุคคล, ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

วันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2554

การจัดการทรัพยากรมนุษย์ค่อนข้างซับซ้อนเหมือนกับทั่วไปตั้งแต่การวิเคราะห์ออกแบบงาน คัดเลือกบุคลากร การฝึกอบรมบุคลากร การบริหารค่าจ้างเงินเดือน การพัฒนาพนักงาน มีก็ปกติ ถ้าเทียบกับธุรกิจอื่นองค์กรอื่น ถ้ามองในแง่ของ HR ก็เหมือนองค์กรทั่วไป จะแตกต่างในเรื่องของ รายละเอียดของธุรกิจและลักษณะงานมากกว่า

การวิเคราะห์การออกแบบงานคือขั้นแรก ที่จริงขึ้นอยู่กับตอนตั้งองค์กรขึ้นมาใหม่ ซึ่งที่นี้ ตั้งมาประมาณก็ 20 กว่าปีแล้ว Job แต่ละ Job สำคัญ ๆ ก็คือ Job หลัก ๆ ที่มีมาอยู่แล้วแต่เริ่ม และเราได้มีการทำ Job Evaluation ผมจำไม่ได้ ผมเพิ่งเข้ามา ก่อนผมเข้ามาได้ไม่นาน แต่มีการทำ มาก่อน มีการวิเคราะห์งานและออกแบบงานมาตามขั้นตอน แต่ถามว่ามันมีผลต่อความพร้อมของ บุคลากรหรือไม่ มีแน่นอนคือเราจะได้ว่า Competency ของคนกับ Need ของงานมัน Match กัน หรือเปล่า ถ้าไม่ Match เราก็ไปเติมส่วนที่ขาด งานนี้ Need ทักษะอะไรบ้างที่ต้องการเพิ่มเติมแต่ Competency ของพนักงานไม่ถึงเราก็ไปเสริมส่วนที่เค้าขาด

การสรรหาบุคลากรก็มีความสำคัญเช่นเดียวกัน โดยรวมแล้วก็ไม่ต่างจากธุรกิจอื่น เท่าไหร่ แต่ว่าแหล่งในการสรรหา ถ้าเป็นพนักงานประจำ เป็นตำแหน่งพนักงานธรรมดา ๆ พวก Staff ทั่ว ๆ ไป เราก็โหลดจากทางอินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่ก็เป็นอย่างนั้น หรือเว็บของบริษัทก็มี แต่ถ้า เป็นระดับสูงขึ้นไปหน่อย บางครั้งบางตำแหน่ง เราก็ต้องใช้ Head Hunter บ้าง ก็แล้วแต่ลักษณะ ความจำเป็นในการสรรหา คือบางที่ตำแหน่งอาจจะหายากหน่อย เป็นระดับสูงขึ้นไปเราจะใช้ Head Hunter แต่โดยทั่ว ๆ ไปเราจะประกาศทางเว็บ และถ้าเป็นพนักงานที่เป็น Volunteer หรือ พนักงานชั่วคราวส่วนใหญ่เราจะมีเป็นกลุ่มของคนที่เคยทำงานให้กับเราค่อนข้างประจำอยู่ส่วน หนึ่งหรือเป็นพวกนักศึกษา อันนี้ก็แล้วแต่งาน บางงานอาจต้องค่อนข้าง Need ภาษาอังกฤษเยอะ เนี่ย เราก็จะไปตามมหาวิทยาลัยที่เค้าเป็นพวกสอนหลักสูตรพวกอินเทอร์เน็ตไป เราก็ได้นักศึกษาตรง นั้นมา ก็คือต้องดูเป็น Job ไปว่าเราจะไปหาตรงไหนมาได้ อย่างที่บอกถ้า Need นักศึกษาที่รู้ ภาษาอังกฤษ เราก็จะเจาะกลุ่มไปที่หลักสูตรอินเทอร์เน็ต

การสรรหาที่จริงเราก็ประกาศโดย Public แต่ว่าโดยขั้นตอนการคัดกรองมันอยู่ที่เรา แต่ ถ้าสมมุติบางคนไม่ได้จบตรงแต่มีประสบการณ์ คือบางครั้งบางตำแหน่ง ถ้ามีประสบการณ์มาก ๆ เราก็อาจพิจารณา จบไม่ตรงแต่ประสบการณ์ตรงหรืออะไรก็ได้ใกล้เคียงก็โอเคเราก็รับได้ แต่บางที่ ถ้าเพิ่งจบการศึกษาเราก็ดูอันที่ค่อนข้างจะตรงก่อนเป็น First Priority

ในส่วนของการคัดเลือก เรามีการ Test ภาษาอังกฤษ มีทักษะด้านคอมพิวเตอร์ แล้วก็ สอบสัมภาษณ์ ถ้า Need ภาษาอังกฤษเราก็มีให้เขียนด้วย คือจริง ๆ ทุกระดับเรา Request ว่าต้อง ได้ภาษาอังกฤษหมด แต่ถ้าเป็นระดับล่างก็ไม่จำเป็นมาก อันนี้เราพูดถึงในลักษณะของพนักงาน ประจำที่เป็นปริญาตรีขึ้นไป ถ้าเป็นตำแหน่ง เช่น พวกพนักงานทางช่างหรืออะไรอย่างนี้ เราก็ ไม่ได้ไปดูตรงนั้น เราจะดูเรื่องทักษะในงานของเค้ามากกว่า

หลังจากที่เราคัดเลือกคนมาแล้ว มันก็จะมีขั้นตอนการปฐมนิเทศซึ่งจำเป็นมาก คือ ปฐมนิเทศเพื่อให้เค้าได้รู้ว่าองค์กรเราเป็นอย่างไร ทำธุรกิจอะไรบ้าง งานหลักขององค์กรมีอะไร และจริง ๆ แล้วคือในส่วนของศูนย์เองมีบริษัทแม่อยู่ตรงกลางรับจัดเป็นออร์แกนเซอร์ บริษัทที่เป็น Image และบริษัทที่เป็น Exhibition เค้าจะได้รู้ เพราะถ้ามาอยู่แค่ส่วนใดส่วนหนึ่งก็ไม่ใช่ทั้งหมด เราก็จะมีการ Orientation ให้รู้ว่าจะทำอะไรก่อนข้างครบวงจร แล้วก็ธุรกิจ MICE คืออะไร แล้วก็ มีหลักสูตรธุรกิจ MICE ให้เค้ารู้ว่า MICE คืออะไร ตอนนั้นเราก็ทยอยจัดอยู่ให้กับพนักงานที่อยู่กับเรานานแล้วด้วย

ทางศูนย์ประชุมเองก็โฟกัสเรื่องของ MICE มากขึ้นกว่าเดิม เพื่อเป็นการเตรียมบุคลากร ให้พร้อมให้รู้ MICE คืออะไรและการที่จะดำเนินธุรกิจทางนี้เราต้องทำอะไรบ้าง เพื่อเป็นการปู พื้นฐานบุคลากรให้เข้าใจในเรื่อง MICE ก่อน ส่วนในเรื่องของ Event หรือ Support งานในด้านอื่น เราก็มีการฝึกอบรมอยู่เป็นประจำอยู่แล้วเพราะมันเป็นสายงานของเค้า

โดยปกติการประเมินผลการปฏิบัติงานของเราจะมี Part หนึ่งที่กำหนดไว้อยู่แล้ว ว่า จะต้องพัฒนาอะไรเพิ่มขึ้นบ้าง ตรงนั้นก็เป็นส่วนที่หัวหน้ากับลูกน้องคุยกันว่าต้องพัฒนาอะไรขึ้น บ้าง เราจะเอามารวบรวมและวิเคราะห์เป็น Training Need ในการวางแผนพัฒนาพนักงาน วิเคราะห์การ Training ของปีต่อไปอีกที

การฝึกอบรมเราก็ต้องดูในแต่ละฝ่ายแต่ละแผนก ว่าต้องการเพิ่มทักษะความรู้ในส่วนไหน อย่างไรบ้าง โดยฝ่าย HR จะเป็นคนคัดกรองและสรุปรวบรวมอีกที อย่างบางเรื่องเป็น Need กลุ่ม กลาง ๆ เช่น เรื่องภาษาอังกฤษ เราก็พยายามจะจัดเป็นกลุ่มกลาง ๆ ให้ทุกคนได้เข้าไปเพราะถือว่า ภาษาอังกฤษมีความจำเป็นให้ทุกคน ทุกระดับให้ได้ความรู้เริ่มมากขึ้น ให้ได้ทักษะด้านภาษา

เรื่องของการบริหารค่าตอบแทนที่จริงเรามีระบบกะบอกเงินเดือนอยู่แล้ว รายละเอียด ตรงนี้เราพูดไม่ได้ ถ้าถามว่าระบบเงินเดือนมันจูงใจพนักงานให้พร้อมที่จะให้บริการลูกค้าหรือไม่ ผมคิดว่ามันยืดหยุ่นพอสมควร ไม่ใช่ว่าคุณได้เท่านี้ก็ต้อง Fix อยู่ตรงนี้ แต่ถ้าถามว่ามันจูงใจให้ ขนาดที่ว่าพนักงานจะกระตือรือร้นขึ้นกว่าเดิม ผมว่าเราก็คิดว่าน่าจะพอสมควร เพราะเราก็สรรหา คนได้ด้วยเกณฑ์เงินเดือนที่เรามีอยู่

เรื่องของสุขภาพความปลอดภัยถือเป็นสวัสดิการขององค์กร เราก็มีประกันสุขภาพ ประกันชีวิตให้กับพนักงาน ซึ่งถ้าเปรียบเทียบกับบริษัทเอกชนหลาย ๆ ที่ ของเราก็คือว่าอยู่ในระดับที่ดีทีเดียว สวัสดิการของเราก็คือว่าไม่น้อยหน้าที่อื่น ในส่วนของสวัสดิการหรือการ Support ตรงนี้มีส่วนทำให้พนักงานมีกำลังใจในการทำงานมากขึ้นเหมือนกัน อย่างที่บอกว่าของเรามีประกันชีวิต ประกันสุขภาพ มีกองทุนด้วย ซึ่งตรงนี้มีส่วนที่ทำให้พนักงานรู้สึกว่าการที่บริษัทนี้ได้ให้ในส่วนที่พนักงานควรได้และในบางเรื่องนี่เรามีงานจัดเลี้ยงประจำปี สัปดาห์ปาร์ตี้ทำให้พนักงานมีความผูกพันกับเพื่อนร่วมงานกับบริษัทด้วย ถือว่าบริษัทให้ความสำคัญกับพนักงาน ถึงได้จัดงานนี้ขึ้นมาให้เกิดความผูกพันภายใน ผมว่าสิ่งเหล่านี้ทำให้พนักงานอยากอยู่กับเรา

ในส่วนของคุณย่ประทุมเราไม่มีสภาพแรงงานมีแต่เป็นชมรมที่เป็นกิจกรรมของพนักงาน ในเชิงสร้างสรรค์ ชมรมดนตรี ชมรมถ่ายภาพ คือพนักงานได้ใช้เวลาว่างเป็นประโยชน์อยู่กับเพื่อนร่วมงาน

ผมว่าที่กล่าวมาทั้งหมด ขั้นตอนที่สำคัญที่สุดอยู่ที่การพัฒนา คือการสรรหาเพื่อให้ได้คนที่ตรง Spec เข้ามาทำงานได้ พอทำงานไปได้สักระยะหนึ่ง ก็ต้องมีการพัฒนา คือทุกอย่างมันก็เปลี่ยนแปลงไปได้เรื่อย ๆ ตามโลกภายนอก คือเราก็ต้องพยายามที่จะให้พนักงานอัปเดตให้ทันการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา การพัฒนาหยุดไม่ได้ ต้องทำไปเรื่อย ๆ หยุดก็ Freeze อยู่ตรงนั้น การอบรมพัฒนา ผมว่าแล้วแต่กลุ่มคน ถ้าเป็นพนักงานระดับล่างที่ต้องสัมพันธ์กับคนที่มาใช้บริการ ต้องเน้นเรื่องเซอวิส แต่ถ้าสูงขึ้นมานันก็ต้องเรื่อง Management แล้ว ถ้าเป็นระดับสูงขึ้นไประดับผู้จัดการ ระดับผู้อำนวยการขึ้นไป เน้นส่วนการจัดการ การจัดการองค์กรให้ Support กับธุรกิจ MICE มันแล้วแต่กลุ่มพนักงานว่าเราเน้นกลุ่มไหน

คุณสมบัติของบุคลากรด้านการบริการเรื่องความน่าเชื่อถือผมอยากให้มองความเป็นมืออาชีพมากกว่า คือสิ่งที่ลูกค้า Expect ที่จะมาใช้บริการนั้นคือความเป็นมืออาชีพ ซึ่งจะสะท้อนถึงความพร้อมของเราได้

คุณสมบัติเรื่องของความพร้อมและความเต็มใจที่ให้บริการ Service Mind ถ้าคุณมี Service Mind แต่ให้บริการอย่างไม่เป็นมืออาชีพ มันก็ไปด้วยกันไม่ได้ ต้องมี Service Mind ในขณะเดียวกันก็ต้องบริการเป็น ถ้าถามว่าสำคัญมั๊ยก็สำคัญ ทุกข้อมีความสำคัญ

Competency หรือเรื่องศักยภาพ เรื่องทักษะความรู้ความสามารถ ถ้าบุคลากรที่จะเข้ามาทำงานในศูนย์ประชุมมีทักษะความรู้ความสามารถพื้นฐานในการทำงานในศูนย์ประชุมมาก่อน มันก็ดี แต่ก็ไม่จำเป็นที่จะต้องมาจากธุรกิจศูนย์ประชุม ซึ่งตอนนี้มีอยู่ไม่กี่แห่ง หรืออาจจะมาจากธุรกิจใกล้เคียงกัน เป็นธุรกิจการบริการ เช่น ธุรกิจโรงแรมมันก็ได้หรือบางคนไม่ได้มาจากธุรกิจทั้ง

ศูนย์ประชุม ทั้งโรงแรม เราก็รับมาหลายตำแหน่งหลายอัตรา มันสำคัญอยู่ที่ว่าตอน Recruit เราเห็น Potential เค้าน่าจะแคไหน

โดยรวมแล้วคุณสมบัติแต่ละข้อก็มีความสำคัญกันไปแต่ละระดับ ถ้ามองเรื่องของภาษา อย่างน้อยก็ให้ได้ภาษาอังกฤษก่อน ตอนนี่เรื่อง MICE เพิ่งเข้ามาทีหลัง เพิ่งเข้ามาไม่นาน แต่ว่าคนที่อยู่กับเราก็มีจำนวนหนึ่งที่อยู่กับเรามานานแล้ว ซึ่งทักษะทางด้านภาษาของบุคลากรบางคนก็ยังไม่ถึง ซึ่งตอนนี้เรากำลังพัฒนาอยู่เรื่องภาษาอังกฤษ คืออย่างน้อยก็ให้ได้ภาษาอังกฤษก่อน ส่วนภาษาที่สองส่วนใหญ่ ถ้าเราจำเป็นจะต้องใช้เราจะใช้ Volunteer จากข้างนอก โดยเฉพาะพวกที่เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยที่เรียนอยู่ ซึ่งพวกนี้จะเป็นพวกที่จะไปเจอลูกค้าที่หน้างานอะไรอย่างนี้ ความที่เป็นความคล่องในการใช้ภาษา เคื่อก็เรียนอยู่ เคื่อก็คล่องกว่าพนักงานที่เรียนภาษาฝรั่งเศส 10 20 ปีที่แล้ว คงเป็นลักษณะอย่างนั้น

หากประเมินภาพรวมความพร้อมของบุคลากรในศูนย์สิริกิติ์เอง ผมว่าเราก็พร้อมนะ แต่ถ้าถามเป็นเปอร์เซ็นต์ ผมก็ไม่รู้ว่าจะวัดจากอะไร เพียงแต่ว่าเราก็พร้อม แต่ไม่ใช่เราจะหยุดอยู่ตรงนี้ เราก็พัฒนาพนักงานเราต่อไปเรื่อย ๆ อย่างที่บอกว่าสิ่งแวดล้อมภายนอกมันเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ถ้าวันนี้ผมตอบไปเลยว่าเราพร้อมร้อยเปอร์เซ็นต์ แล้วถ้าเกิดเดือนหน้ามีอะไรเปลี่ยนแปลงขึ้นมาเปอร์เซ็นต์ตรงนี้อาจไม่ใช่ร้อยเปอร์เซ็นต์แล้ว อาจมีการเปลี่ยนแปลงว่าพร้อมมัยก็พร้อมแต่ว่าก็เปอร์เซ็นต์ ผมก็ยังตอบไม่ได้ เราก็พยายามอัปเดตอยู่ตลอดเวลา

จากประสบการณ์ที่รองรับลูกค้ากลุ่มธุรกิจ MICE ถ้าถามว่ามีปัญหาอะไรที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับตัวบุคลากรบ้างมัย อันนี้ผมไม่แน่ใจ คือทาง Operation จะมีข้อมูลตัวนี้อยู่ ถ้าถามเท่าที่ผ่านมา ลูกค้าก็เรียกว่า Happy กันทุกคนที่มาใช้บริการที่นี่ เรียกว่าก็อัตราการใช้ของลูกค้ารายเดิมก็ยังมาใช้อยู่ คือเค้าใช้อยู่ก็แสดงว่าเค้าพอใจในบริการของเรา

ศูนย์สิริกิติ์เรามีจุดเด่นที่เราเป็นศูนย์แรก ๆ ที่ตั้งขึ้นมา ชื่อเราก็ติดตลอดอยู่แล้ว Location เราอยู่ในใจกลางเมือง เพราะฉะนั้น ถ้าถามว่าศูนย์ที่อยู่กลางใจเมือง ก็เป็นเราแน่แหละน่าจะเป็นจุดเด่นของเรา และอีกอย่างหนึ่งก็น่าจะเป็นเรื่องความเป็นมืออาชีพ ด้วยความที่เราบริหารงานตอนนี้มา 20 ปี คิดว่ามั่นใจในความเป็นมืออาชีพด้านการบริหารศูนย์ประชุมเหมือนกัน

ถ้าจะแยกประเมินฝ่ายงานต่าง ๆ ที่จะมีผลต่อมุมมองของลูกค้าในการประเมินว่าบุคลากรของศูนย์สิริกิติ์มีความพร้อมหรือไม่พร้อมมากน้อยแค่ไหน แน่นอนก็ต้องประเมิน Front เพราะ Front เป็นตัวเผชิญหน้ากับลูกค้า จริง ๆ คือในเรื่องการ Support ต้องมาจาก Back Office อยู่แล้ว แต่ถ้าลูกค้าประเมินเคื่อก็ต้องประเมิน Front เพราะ Back Office ลูกค้าไม่ได้มาเจอ นอกจาก Front ก็น่าจะเป็นด้าน Operation แล้วก็ Sales แต่ Sales เคื่อก็ต้องดูว่างานอะไร

สมมติว่าเค้าไปขายให้กับ Agent อีกต่อหนึ่ง เหมือนกับเป็นคนจัด Organize อันนั้นเค้าก็ไม่ได้เผชิญหน้ากับคนที่มาเดินอย่างนั้นก็ไม่ใช่ ผมว่า Sales ก็มีส่วนเหมือนกันแต่น้อยกว่าส่วนหน้างาน Operation

แนวโน้มของอุตสาหกรรม MICE ในอนาคตจะโตขึ้นแน่นอน ก็อย่างที่บอกทุกอย่างมันเปลี่ยนแปลงไป ตอนนี้ก็คือความเป็น International จะค่อย ๆ กระจายเข้ามาเรื่อย ๆ พอเข้ามาปฏิบัติงานเราก็ต้องจัดให้เป็น Inter มากขึ้น และไม่ใช่ภาษาอังกฤษอย่างเดียว ภาษาเยอรมัน ฝรั่งเศส ญี่ปุ่น จีน ก็ตามกันเข้ามา

ในส่วนของฝ่าย HR ถ้าเราจะต้องโฟกัสไปเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่จะพัฒนาศักยภาพของบุคลากรเราต้องดูไปตามลำดับ คืออย่างพวกระดับล่างที่จะต้องเจอกับลูกค้าเราก็ต้องเน้นด้านเซอวิซ มีทัศนคติที่ดี Positive Thinking การมีกิริยามารยาทกับลูกค้าทำอย่างไร คือต้องดู Need ของแต่ละกลุ่ม นอกจากนี้เรามีการพัฒนาทัศนคติของพนักงานอยู่แล้วเป็นคำขวัญของเราคือ มีน้ำใจ ใฝ่รู้ ใฝ่งาน ซึ่งถ้าถามผม ผมว่ามันก็ครอบคลุมหมด มีน้ำใจคือช่วยเหลือทั้งภายในภายนอก ช่วยเหลือเพื่อนร่วมงาน ลูกค้า ใฝ่รู้คือมีการพัฒนาตัวเองตลอดเวลา มีการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม ใฝ่รู้สิ่งใหม่ ๆ ใฝ่งานคือต้องหนักเอาเบาสู้ นี่ก็เป็นคำขวัญที่เราพยายามปลูกฝังให้กับพนักงานทุกคน ถามว่าถ้าเป็นกลาง ๆ ก็เป็นตัวนี้ ทุกระดับเหมือนกัน แต่ถ้ารายละเอียดว่าเป็นเรื่องอะไร ก็ต้องดูเป็นงานไป ระดับสูงขึ้นไปเราก็เน้นในเรื่อง Management อะไรใหม่ ๆ

หน่วยงานหรือองค์กรที่มีควรจะมีหน้าที่ในการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพบุคลากรในธุรกิจไมซ์ อันที่จริงก็ทั้ง 3 ฝ่าย คือถ้าในส่วนของสถานศึกษา ก็เป็นการเตรียมเด็กรุ่นใหม่ขึ้นมา เตรียมให้เค้าพร้อมกับธุรกิจไมซ์ที่กำลังจะโตขึ้นและก็ต้องสอนให้เค้ารู้ว่าไมซ์เป็นอย่างไร เตรียมบุคลากรรุ่นใหม่ขึ้นมาป้อนให้กับตลาดได้ ในส่วนขององค์กรเองก็ต้องเตรียมบุคลากรของตัวเอง ซึ่งปัจจุบันก็อาจจะยังไม่มี ความเข้าใจในธุรกิจไมซ์มากเท่าไร ก็อย่างที่บอกว่าจะต้องเตรียมความเข้าใจในเรื่องของไมซ์ให้มากขึ้น ในส่วนของ TCEP เอง คือก็เหมือนกับเป็นตัวประสาน ถ้ามี Conflict อะไรที่ต้องพัฒนา ผมยังเห็น TCEP เค้าจัดหลักสูตรอยู่บ่อย ๆ และก็จะมี Debate กันระหว่าง TCEP องค์กรศูนย์ประชุม สถาบันการศึกษา ซึ่ง TCEP เป็นตัวประสานที่ดีได้ก็ยิ่งเห็นว่าจัดหลักสูตรอยู่เรื่อย ๆ เพราะฉะนั้นทุก ๆ หน่วยงานมีความสำคัญหมด

ถ้ารัฐบาลส่งเสริมหรือมีนโยบายอะไรออกมา เช่น มหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตร MICE มากขึ้นก็ดี คือถ้าสอนทางนี้มากขึ้น ก็จะได้มีบุคลากรทางด้านนี้มากขึ้น เข้าสู่ตลาดที่จะรองรับงาน MICE ที่จะเติบโตขึ้นในอนาคตได้

การเอาวิทยากรหรือบุคลากรจากเมืองนอกมา Training คนไทย ถ้าเค้ามีความเชี่ยวชาญทางด้านนี้ก็เหมือนกับว่าเค้ามาแชร์มาถ่ายทอด แล้วเราส่งบุคลากรไปฟังเก็บเกี่ยวความรู้มาก็ดี ส่วนบุคลากรของไทยเองก็มีอยู่บ้างแต่ยังไม่มากเท่าที่ควร คงต้องพัฒนากันต่อไป คืออยากให้ มีบุคลากรที่เหมือนเป็น Trainer มากขึ้น มากกว่าในปัจจุบัน ถ้าเป็นไปได้ก็อาจจะให้มีเป็นพวก Trainer for MICE ประมาณนี้ เพื่อเอาไปสอนต่อ

ถ้าให้ประเมินเมืองไทยว่าเราพร้อมที่จะเป็น MICE Center ในภูมิภาคนี้หรือไม่ มันก็ต้อง ดูหลาย ๆ อย่างประกอบกัน ศักยภาพจริง ๆ เราก็มีแต่ต้องอาศัยหลาย ๆ อย่างด้วย โดยภาพรวม คือมันไม่ใช่แค่ของศูนย์ประชุม 4-5 แห่ง หรือโรงแรม คืออาจจะต้องดูถึงภาพรวมทั้งประเทศ ความ มั่นคง ความปลอดภัย ในเรื่องของประชาชน ยกตัวอย่าง สมมติว่าคุณจัดงานที่ศูนย์ประชุมใน จังหวัดใดจังหวัดหนึ่ง มีต่างชาติไปเยอะแยะไปหมดเลยไปประชุมกันตรงนั้น พอเค้าออกมา บุคลากร ร้านค้าย่อยที่ขายตรงแถบนั้นพร้อมเพียงพอที่จะรองรับภาษา วัฒนธรรมกับคนที่มามาก น้อยแค่ไหน อันนี้แค่ยกตัวอย่างเท่านั้น แต่ถ้าถามว่าจำเป็นขนาดนั้นมั๊ย อาจจะค่อย ๆ ไปเรื่อย ๆ คือถ้าสมมติว่าเราเริ่มมี ประชาชนอาจดีขึ้นเริ่มศึกษาหาความรู้ ฝึกพูดภาษาอังกฤษให้ได้ ถ้าถาม ว่าพร้อมหรือยัง ผมก็ว่ายังไม่พร้อมร้อยเปอร์เซ็นต์

ผมมองว่าสิงคโปร์เค้าโดดเด่นในเรื่องของ MICE แม้แต่คนขับแท็กซี่เค้าก็พูด ภาษาอังกฤษได้ คือทุกอย่างเค้า Support กันหมด แล้วเป็นประเทศเล็กด้วย

การจะโฟกัสให้ธุรกิจ MICE อยู่แค่ในกรุงเทพฯ หรือกระจายไปตามหัวเมืองแหล่ง ท่องเที่ยว คือมันก็มีทั้งข้อดีข้อเสีย คือทุกอย่างมันก็มากระจุกอยู่ที่กรุงเทพฯ หมดซึ่งมันก็จะพร้อม กว่าในเรื่องของ Facility เรื่องของโรงแรมที่พัก ถ้ามี Event ใหญ่ ๆ เข้ามาอาจจะต้องจัดเป็น 10 โรงแรม ที่จะต้องแบ่งคนแบ่งแขกไปพัก แต่ถ้าจะกระจายความเจริญไปสู่ต่างจังหวัด พร้อมแค่ไหน ทั้งตัวศูนย์ที่จะรับคนมากขนาดนั้น โรงแรมรอบ ๆ ที่จะรองรับแขก ถ้าถามผม ส่วนตัวผมอยาก กระจายไปต่างจังหวัด แต่ถ้าถามความพร้อมกรุงเทพฯ พร้อมมากกว่า ที่จริงหลายจังหวัดเริ่มจะ พร้อมแล้ว เช่น เชียงใหม่ ภูเก็ต พัทยา แต่เราก็น่าจะขยายไปที่อื่นนอกจาก 3-4 จังหวัดนี้เพื่อ กระจายความเจริญออกไปถ้ามีโอกาส

ข้อเสนอแนะหรือความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับในเรื่องของการพัฒนาบุคลากรควรต้อง พัฒนาอย่างต่อเนื่อง ไม่ใช่แค่ปัจจุบัน ต้องไปถึงอนาคตด้วย ต้องดูว่าในอนาคตงานของแต่ละ ตำแหน่งจะเป็นอย่างไร ต้องพัฒนาอะไรให้เค้า เค้าต้องมี Competency ต้องมีทักษะอะไรเพิ่มขึ้น บ้าง ก็ต้องดูถึงตรงนั้นด้วย

บทสัมภาษณ์ คุณวิจิต วรรณสร

ผู้อำนวยการฝ่ายทรัพยากรบุคคล, Centara Grand & Bangkok Convention Centre at Central World

วันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2554

ถ้าจะพูดถึงเรื่องของคุณสมบัติของคนที่ทำงานโรงแรมหรือศูนย์ประชุม ส่วนใหญ่หลักการมันไม่ต่างกับกับอุตสาหกรรมอื่น ๆ คุณสมบัติการคัดคนเข้าทำงานพื้นฐานมันจะเป็นอย่างนี้ทั้งหมด แต่ถ้าถามว่า Service เป็น Tangible มั้ย มันไม่ Tangible มันเป็น Intangible เพราะ Service มันจับต้องไม่ได้ แต่ต้องไปสร้าง Value ให้มันเกิดความรู้สึกได้ ซึ่งมันจับต้องไม่ได้ มันเป็นนามธรรม

ถ้าถามคุณสมบัติเด่น ๆ ที่เราอยากได้คนมาทำงาน ในเชิงของ Event ตอนนั้นก็โชคดีที่มีหลักสูตรเกิดขึ้นใหม่ของ MICE จากสมัยก่อนนี้ทำด้วยการลองผิดลองถูก ต่อมามันมีหลักสูตรเกิดขึ้นในระดับปริญญาตรี ที่เคยรู้จักมาจาก มอ. ที่ภูเก็ต (มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต) ก็จะมีเด็กเรียน MICE แล้วเข้ามาฝึกงานกับเรา ก็จะเป็นเรื่องเป็นราว เป็นหัวข้อ มีหลักการหน่อย แต่ถ้าจะมองในภาพรวมในฐานะที่มีประสบการณ์จากการมองน้อง ๆ ที่ทำงานมา คุณสมบัติเด่น ๆ ที่เราอยากได้เลยก็คือ

1. เป็นคนที่มี Multi-skill คุณสมบัติที่อยู่นอกเหนือตำรา คือ Multi-skill ในที่นี้คือ Multi-skill ที่มันต้อง Relate กับงานของเขา สมมุติเด็กมาทำ Event มีความรู้ FB หรือเปล่า FB Service, FB Kitchen, Product รู้มากน้อยแค่ไหน และในส่วนของสาย PR เบสิคพื้นฐานเดิมของเค้ามีความรอบรู้หรือเปล่า แล้วในเชิงของการเป็น Guest Direct Contact Skill ของเค้ามีหรือเปล่า มันก็เป็นองค์ประกอบ คุณทำงาน Deal กับคนแล้ว คุณไม่มี Relationship ที่ดีกับคน มันเหมือนกับว่าตั้งใจทำงานแต่ Skill กับคนคุณไม่มี มันก็ไม่ไ้ เพราะฉะนั้นคำว่า Multi Skill นี่มันจะครอบคลุมทั้งหมดในส่วนของพนักงานใหม่และบุคลากรเดิม ๆ

2. ความ Tough ที่เราอยากเห็นมันเหมือนจะ Copy มาจากพวกยุโรป คือ Tough ในหน้าที่ ไม่ได้ดูถูกคนเอเชีย คนเอเชียเค้าอาจจะมีความเป็น Conservative สูง เนื่องจากเป็นชาติเอเชียที่ต้องเคารพในการเป็น Seniority ของคน ความเกรงใจของคนไทยจะสูงหน่อย ฝรั่งเศสมีข้อดีอยู่อย่างหนึ่ง พวก Western เค้าจะมองว่าในฐานะผู้ปฏิบัติงาน ทุกคนต้อง Perform ให้ได้ตาม Objective ของบริษัท ต้อง Achieve ให้ได้ว่างานชิ้นนี้จะต้องบรรลุผล ความ Tough ของเค้าอธิบายได้ 2 อย่าง ถ้าเกิดคุณ Tough โดยไม่มีมารยาท มันก็ไม่ไ้ การที่เราจะเข้มแข็งมันคือเข้มแข็งในหน้าที่ ในทำนองครองธรรม เราไม่ใช่คนหยาบกร้าวหรือหยาบคายมันก็ไม่ไ้ Tough หมายถึงว่ากล้าที่จะพูดว่าเสร็จเมื่อไหร่ เสร็จวันไหน ใครทำ อันนี้ไม่ได้ อันนี้ต้องเปลี่ยน คือจะไม่

เกรงใจว่าก็ได้ ก็หยวน ๆ ต้องแก่งไปอะไรอย่างนี้ ถ้าความเป็นเอเชียกับบอกว่า ไม่เป็นไร ค่อย ๆ ทำกันไป แต่ถ้าเป็นชาติ Western ไม่ได้ก็ต้องทิ้ง ถอดก็ต้องถอด 7 คนไม่ทันก็ต้องเป็น 14 คน ฟุ้งนี้เข้าไม่ทัน ค็นนี้ก็ต้องทำ คำเรียกว่าความมี Responsibility คือความรับผิดชอบ

3. งานอีเว้นท์เป็นงานที่ใช้ Technical Skill ในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าค่อนข้างสูง เพราะฉะนั้นถ้าคุณไม่เป็นคนกล้าชน ทักษะการผ่านร้อนผ่านหนาวคุณไม่ค่อยจะเอาตัวเข้าไปแลก มันก็จะทำให้เหมือนกับว่าวินาทีหนึ่ง เสียวการตัดสินใจหนึ่งมันจะออกมาดำหรือขาว Once ที่คุณได้ตัดสินใจ มันก็จะทำให้เค้าได้เปลี่ยน ได้ตัดสินใจที่จะทำ ถึงแม้ว่าบอกว่ามันไม่ใช่ แต่อย่างน้อย ๆ ลูกค้าบอกว่ามันต้องเปลี่ยน แล้วคุณทำให้ดีกว่าที่ลูกค้าขอ แล้วบอกว่ามันคงไม่ได้ มันคงไม่ทัน ยังดีกว่าไม่ทำอะไรเลย เพราะฉะนั้นจังหวะในการที่จะแลกเปลี่ยนในวินาทีนั้นเป็น Technical Skill ในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า เราจะมองคนประเภทนี้เหมือนกัน คือมันหมายถึงว่าคุณมาทำงานอีเว้นท์ แล้ว คุณไม่กล้าที่จะตัดสินใจอะไร เพราะฉะนั้นลูกค้าก็จะ Complain ว่า คุยกันแล้วก็ไม่เห็นพูดอะไร ทำอะไร มีแต่บอกว่ารบกวนรอก่อน อะไรประมาณนี้ แต่ถ้าทำไปแล้วลูกค้าอาจบอกว่าโอเค ถึงแม้ว่ามันไม่ได้ 90 หรือ 100 เปอร์เซ็นต์ แต่มันได้ 70 เปอร์เซ็นต์ ก็ยังดีกว่า

ดังนั้นคุณสมบัติรวม ๆ ที่เราต้องไว้ ซึ่งมี Multi Skill สองเป็นคน Tough สามทักษะในเรื่องของการผ่านร้อนผ่านหนาว เราจะมองแต่ว่าต้องอาศัยคนที่มีประสบการณ์ใน Site เดียวกัน ไม่ได้ สมมติว่าตอนนี้เราเป็น Bangkok Convention เราเป็น Central ของประเทศ ซึ่งเรากล้าพูดว่าเราเป็น Bangkok Convention Center ดังนั้น บุคลากรที่เราต้องการที่จะ High Profile ในภาพรวม

คุณสมบัติในเรื่องทักษะด้านภาษาต่างประเทศ เดียวนี้เป็นธรรมดาไปแล้ว เด็กรุ่นใหม่เก่งภาษา หลักสูตรอินเตอร์ก็มีเยอะ เดียวนี้เราไม่ถามแล้วว่าคุณได้ภาษาอังกฤษมั๊ย ถือเป็นคุณสมบัติที่ต้องมี บางคนได้ 4 ภาษา บางคนได้ 5 ภาษา เราจะถามว่าคุณได้ภาษาที่ 3 มันก็จะเป็นประโยชน์ต่อตัวเขาเอง เดียวนี้ภาษาที่ 3 เด็กรุ่นใหม่ได้กันเยอะไม่ว่าจะเป็นภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น ก็มีเด็กใช้กันเยอะ เพราะฉะนั้นเราไม่ได้หวังว่าจะพูดภาษาอังกฤษได้ ภาษาฝรั่งเศสได้ ภาษาเยอรมันได้ แต่เราเป็นห่วงในเรื่องศิลปะการใช้การสื่อสารมากกว่า บางคนความรู้ดี ภาษาได้เยอะแต่พูดไม่เป็น เทคนิคในการพูดในการโน้มน้าวคน ในการ Convince คน ในการเกลี้ยกล่อมคนคุณหมอมิสูงให้ลดลงต่ำ เราจะมองอีกแง่ที่ว่าภาษาของเค้ามันโอเคหรือเปล่า คนบางคนพูดได้หลายภาษา แต่พูดไม่เข้าหูคน เราก็ต้องมองตรงนั้น ถ้าจะถามว่าภาษามีความจำเป็นมั๊ย จำเป็นเพราะว่าเราเป็นองค์กรที่จะรองรับงาน International เพราะฉะนั้นภาษาเป็นเรื่องธรรมดา แต่เราก็มีบุคลากร

รองรับหลายภาษา มีล่ามญี่ปุ่น ล่ามอาหรับ ล่ามภาษาจีน ภาษาอังกฤษ ฝรั่งเศส เพราะฉะนั้นใครได้ภาษาที่ 3 เราก็มี Allowance ให้

ตอนนี้บุคลากรที่เราถือว่่าเป็นบุคลากรที่พร้อมกับงานที่เป็นอยู่ ซึ่งค่อนข้างจะเก่งเลยทีเดียว เช่นเบอร์หนึ่งของงาน BCC เองมีประสบการณ์ยี่สิบกว่าปี บอกได้เลยว่า Central World ของเรา และ Bangkok Convention Center มีบุคลากรที่เก่งทั้งหมด และมีคุณสมบัติครอบคลุมกับงานทั้งหมด จะสังเกตได้ว่าอีเว้นท์เราแต่ละอีเว้นท์ที่ออกสู่สายตาคน สื่อ PR ไม่ธรรมดา งานเรามี 3,000 คน 4,000 คน อีเว้นท์ที่เราจัดเป็นอีเว้นท์ระดับชาติก็มี เป็น Entertainment ระดับประเทศก็มี แล้วก็ออร์แกนไนเซอร์ที่จัดงานก็เป็นกลุ่มชั้นนำ เป็นขององค์กรภาครัฐที่เค้าทำกับเรา พูดได้ว่าไม่ได้เข้าข้างกันเอง แต่งานที่มันออกมาแต่ละชิ้นงานเป็นตัวพิสูจน์

หลักการบริหารงานบุคคล ศาสตร์ตัวนี้เป็นศาสตร์ที่ใช้ได้กับตัวองค์กรทุก ๆ องค์กร ไม่ได้มีอะไรพิเศษ มันมีสององค์ประกอบ องค์ประกอบแรกในตัวคนที่จะเข้ามา เค้ามาในสภาพที่พร้อมหรือไม่ เราอาจจะโชคดีที่เราได้คนที่มีความพร้อม ไม่ได้หมายถึงว่าคนที่ไม่ได้เข้ามาทำงานกับเราไม่ดี ไม่ใช่ แต่อาจเป็นที่ว่าใน Field ที่เค้าเคยมีประสบการณ์มาอาจจะไม่ตรงกับเราก็ได้ ทุกคนที่เข้ามาหาเรามีคุณสมบัติหมดเลย แต่เรา Skim ให้มันเหลือเฉพาะคนที่มีประสบการณ์ใกล้เคียงกับงานเรา อันนั้นก็เป็นตัวบอกตัวหนึ่ง อีกส่วนหนึ่งเป็นเรื่องของ Image องค์กร เป็นตัวที่ทำให้เค้าเดินเข้ามาหาเรา เพราะฉะนั้นตัวเสริมที่ทำให้เราได้คนดีคือภาพลักษณ์องค์กรเราดี คนที่เค้าเข้ามาก็มีความพร้อม ส่วนศาสตร์ในการคัดเลือกคนไม่ต่างกัน ทุก ๆ ที่จะมีศาสตร์ตรงนี้ไว้คัดเลือกคน ทุกที่อยากได้คนที่มีความพร้อมที่จะทำให้องค์กรกับงานที่เค้าได้รับมอบหมายประสบผลสำเร็จ ธุรกิจแต่ละประเภทก็ไม่ได้เหมือนกันซะทีเดียว มันก็มาเทียบกันไม่ได้ แต่ถ้าถามว่ามีกลยุทธ์พิเศษอะไรทำให้ได้คนเก่งมาทำงาน ส่วนใหญ่กลยุทธ์ก็จะเป็นที่ตัวเขาเองไม่ได้อยู่ที่เรา เราเป็นเพียงตัวเสริมเรื่องของขวัญกำลังใจ สวัสดิการ ภาพลักษณ์องค์กรเป็นตัวขับเคลื่อนที่ทำให้เราได้คนกลุ่มหนึ่งที่มันใช่ทางของเขาแล้วมาทำให้งานเราเกิดขึ้น

มันเป็นเรื่องปกติที่การบริหารงานธุรกิจประเภทงานบริการ พนักงานมีความสำคัญไม่แพ้กับลูกค้า ภาษาการตลาดเค้าเลยเรียกว่า External Customer คือลูกค้าที่เดินเข้ามาหาเรา ส่วนพนักงานก็คือ Internal Customer เราอยู่กับเค้าแล้ว เราดูแลพนักงานเหมือนกับลูกค้าคนหนึ่ง เหตุที่เราพูดอย่างนี้เพราะว่าเรามีระบบ Recognition ให้กับ Staff ของเรา Recognition คือโปรแกรมที่มีเรื่องของ การ Reward การ Award การสร้าง Career Growth การ Promote นั่นคือในระบบ Recognition ที่เราทำ เราให้ความสำคัญพนักงานเทียบเท่ากับลูกค้า แต่การดูแล ลักษณะทาง

กายภาพมันจะแตกต่างกันไป เพราะฉะนั้นพนักงานก็คือลูกค้า ถ้าลูกค้าข้างในไม่มีความสุข ลูกค้าข้างนอกก็จะไม่สุขด้วย เราแบ่งเป็นสองส่วน นั่นก็คือเป็นตัวบอกกว้าง ๆ

ผมไม่แน่ใจว่าการบริหารงานของที่นี่แตกต่างจากที่อื่นหรือไม่ อย่างไร แต่ถ้ามองจากข้างในของเรามันทำได้ครบวงจร มีที่พัก เรามี Accommodation Service, Catering Service แล้วก็มี Supplier แล้วก็มี Organizer ที่มี Network กัน แต่ละที่จะมีข้อเด่นเฉพาะตัว ของเราเองเรามองว่าเรามีความพร้อม พร้อมด้าน Location พร้อมด้าน Image องค์การ พร้อมในที่พักอาศัย และพร้อมในเรื่องของการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม เพราะว่าโรงแรมต้องมีสิ่งเหล่านี้เป็นการบริการขั้นพื้นฐานอยู่แล้ว โดยเฉพาะ Convention Hall ของเราตรงนี้มีส่วนที่จะทำได้ครบวงจรเลย

เรื่องของการฝึกอบรม Training หรือเราเรียกว่า Career Development มันก็จะเป็นศาสตร์ทั่ว ๆ ไปที่ทุกโรงแรมต้องมีอยู่แล้ว และ Concept ก็เหมือนกัน เพราะว่าการพัฒนานบุคลากรในสายโรงแรม เราเน้นการสร้างคนให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า เราเน้นสร้างคนให้ตอบสนองต่อระบบให้เอื้อกับการปฏิบัติงานของเขา เราจะเน้นสองตัวนี้ ส่วนขั้นตอนการฝึกอบรมก็เป็นศาสตร์ทั่วไปเหมือนการเรียนหนังสือ การจะทำอะไรขึ้นมาต้องสำรวจว่าใช้ความต้องการของเค้าหรือเปล่า เราเรียกว่า Training Analysis พอ Training เสร็จแล้วเราก็ต้องมา Evaluate กันอีกว่าใช้อย่างที่เค้าคาดหวังหรือเปล่า คือมีทั้ง Pre Test กับ Post Test ซึ่งเราทำอยู่แล้ว ในการ Evaluate เพื่อวัดความพึงพอใจของผู้เข้าอบรมต่อสถานที่ ต่อวิทยากร ต่อหลักสูตรเนื้อหา ต่อความเป็นไปได้ที่จะเอาไปใช้ในชีวิตจริง ซึ่งการ Training ของแต่ละโรงแรมก็จะไม่เหมือนกัน จะแตกต่างกัน เพราะว่าถ้าเป็นระบบ Inter Chain ก็จะมี Compulsory Training Course บังคับอยู่ ส่วนของเราก็จะมีการ Training ของเราเอง การ Training เป็นเรื่องปกติมี 2 ตัว Generic Training กับ Cooperate Training ถ้าเป็น Cooperate Training ต้องเป็นนโยบายบริษัทแม่ที่ต้องถ่ายทอดความรู้ ส่วน Generic Training เป็นการ Train ทั่วไป เป็นการนำ Complain จากลูกค้ามาปรับปรุง น้าหนักหนักเบาตรงไหนก็ไปหาวิทยากร หาหลักสูตรให้มันตรงกับสิ่งที่ลูกค้าพูดถึงและสำรวจความต้องการของบุคลากรเองว่าอยาก Train อะไร ทำไม่ถึงอยาก Train ตัวนี้ แล้วมันจะมีประโยชน์อะไรกับองค์กรต้องสำรวจสิ่งเหล่านี้ด้วย

การแบ่งฝ่ายหรืองานใหญ่ ๆ โดยนิยมปฏิบัติแล้ว จะเป็น 2 ส่วน เค้าเรียกว่า Front of the House หมายถึงสายที่ปฏิบัติแล้วพบปะลูกค้า อีกส่วนหนึ่งสมัยก่อนเราเรียก Back of the House ฝ่ายสนับสนุนบริการ ตอนหลังเราไม่เรียกคำนี้แล้วเพราะดูเหมือนมันด้อยค่า ตอนหลังเราเรียก Heart of the House มันเป็นการ Recognition ที่สนับสนุนส่วนหนึ่ง ไม่มีใครสำคัญมากนักน้อยไปกว่าใคร มันเอื้อกันทั้งหมด หน้าบ้าน Front of the House จะขายของให้ลูกค้า ถ้าไปบอกลูกค้าว่า

จะได้ อย่างโน้นอย่างนี้ ถ้าไม่มีหลังบ้านทำให้ หน้าบ้านก็ขายไม่ออก เพราะฉะนั้นมันเชื้อไปทั้งหมด แต่จะถามว่าอะไรทำให้เกิดผลกระทบต่อการ Comment ของลูกค้า มันกระทบทั้งหมดทุกส่วนเลย เวลาลูกค้า Comment ขึ้นมา มันจะกระทบทุก ๆ ส่วน สมมติว่าห้องไม่เรียบร้อย ลูกค้าไม่พึงพอใจ ช่างมีส่วนมัยทำให้ห้องไม่เสร็จ แม่บ้านมีส่วนมัยทำให้ห้องไม่สะอาด อาหารการกินไม่อร่อยมีส่วนมัย คราวทำไม่ดี บริการไม่เยี่ยม พนักงานเสิร์ฟมีส่วนมัย มันกระทบกันหมด ถ้าถามว่าใครสำคัญมากกว่าน้อยกว่ากันมันไม่มี ทุกคนสำคัญทัดเทียมกันหมด แต่รับผิดชอบกันคนละส่วนงาน เวลา Comment มาลูกค้าจะเป็นคน Comment มันจะมีการด มีบัตรวาง บางคนหาการ์ดหรือบัตรไม่เจอ เค้าก็ส่งอีเมลมาชม บางครั้งส่งจดหมายมาก็มี การ Comment ของลูกค้ามีทุกวัน มีทุกคน มีทุกส่วนมี Comment หมด ซึ่ง PR จะสรุปเป็น Guest Comment มาทุกวัน ต้องส่งให้ทุกแผนกรู้ ใครเจอข้อด้อยตรงไหน ต้องปรับตรงไหน ก็จะไปทำในส่วนของตัวเอง อันนี้เป็นในตัวภาพรวมของทั้งหมด แต่ถ้าเป็นเฉพาะในเรื่องของศูนย์ประชุม หรือ Convention Hall ก็มีเหมือนกัน เค้าก็จะ Drop Note เอาไว้ Drop Message เอาไว้เหมือนกัน Concept เหมือนกัน ไม่ต่างกันเท่าไร

ส่วนใหญ่ถ้าเป็น Operation Key Position จะเป็นพนักงานประจำ ยกเว้นน้อง ๆ ระดับ Support ระดับล่าง ๆ ลงมา ซึ่งจะรับให้เต็มหมดคงเป็นไปได้ เพราะอីเว้นที่ไม่ได้มีอยู่ทุกวัน มันจะเป็นบางฤดู บางช่วงก็ใช้กำลังเสริม การปฏิบัติการ การให้บริการก็จะมีทั้งพนักงานชั่วคราว ทั้งรายวันตามสถานการณ์ นักศึกษาบ้าง เป็นกลุ่มเป็นทีมที่เคยทำกับเราบ้างก็จะมีเสริม

การบริหารงานของแผนก HR เป็นเรื่องปกติ เพราะถ้าคุณเป็นโรงแรมที่เป็น Chain อย่างของเราเป็น Local Chain มีโรงแรมในเครือ 50 แห่งทั่วประเทศ ก็ต้องมีสำนักงานใหญ่ดูแล เราเรียกว่า Corporate HR Office จะดูแล HR ในเครือทั้งหมด ในเรื่องของ Policy ในเชิง Operation ก็ให้ HR แต่ละที่ดูแลไป

การจัด Organization Chart เป็นปกติขององค์กร เพราะว่ามันจะมีสายบริหาร สายบังคับบัญชา สาย Control สายควบคุม ฝ่ายปฏิบัติการ มันก็จะแบ่งมาเรื่อย ๆ ตามปกติ มีผู้บริหารระดับสูง ระดับกลาง ระดับล่างเป็นเรื่องปกติจะแบ่งตามสายบังคับบัญชา

พนักงานแต่ละระดับจะต้องพัฒนาคนละอย่าง บุคลากรในองค์กรทุกคนเราดูแลให้ได้รับการพัฒนาเหมือนกัน ไม่มีการแบ่งว่าคนนี้จะน้อยหรือมาก พัฒนาตามความจำเป็น ตามข้อเท็จจริงตามความเป็นไปได้ เพราะฉะนั้นเราจะมีหลักสูตรการพัฒนาคนอยู่แล้ว ระดับล่างเราฝึกอบรมอยู่แค่นี้ ระดับสูงมีแค่นี้ เพราะทุกคนต้องโตไปในตำแหน่งที่สูงขึ้น เพราะฉะนั้นต้องพัฒนาทุกคนพัฒนาในความเป็นไปได้ที่จะโตให้เท่ากัน แต่เนื้อหาที่จะเข้าไปพัฒนาจะต่างกัน

ถ้าถามว่าในกรุงเทพฯ อัตราเฉลี่ยของการ Turnover โดยภาพรวมอยู่ในเกณฑ์เฉลี่ยที่มีความถี่เยอะแต่ก็ไม่สูงมาก เพราะว่ากรุงเทพมหานครเป็น Remote Area ไม่ใช่สถานที่ที่คนจะมาฝังชีวิตหรือตั้งรกราก เนื่องจากบุคลากรหนาแน่น เนื้อที่จำกัด ไม่เหมือนรีสอร์ทตามต่างจังหวัดที่คนจะไปตั้งรกราก เพราะฉะนั้นความถี่ของการ Turnover อยู่ในเกณฑ์เฉลี่ยก็มีความถี่แต่ก็ไม่ถึงกับว่าซีเรียส มันเป็น Remote Area

สัดส่วนการรับคนเข้าทำงานระหว่างเด็กจบใหม่กับคนที่มีประสบการณ์ไม่ชัดเจนแต่ขึ้นอยู่กับนโยบาย ทุกที่มันมีนโยบายของมันอยู่ว่าจะต้องรับคนเท่านั้น สายตรงเท่านั้น หรือน้องใหม่ก็รับ แต่ถ้าถามเราหรือสัดส่วนที่เราต้องการหรือหน่วยงานอื่นที่เค้าต้องการเหมือนกันหมดแน่นอนเค้าต้องอยากได้คนที่มีประสบการณ์ ซึ่งถ้าเป็นธุรกิจขนาดนี้ นี่ First Priority ของเราเลยคือคนที่มีประสบการณ์ มีศักยภาพ มี Potential แต่ถ้าที่อื่น ๆ ก็ไม่ทราบเหมือนกัน เค้าอาจจะคิดว่ากลุ่มเด็กใหม่ไม่มีประสบการณ์ มีเวลาที่จะดูแลกัน เค้าก็อาจจะรับก็ได้ แต่ของเราไม่ใช่ปิดตาย รับคนใหม่ในลักษณะที่น้อย ๆ ลงไปนิดนึง เพราะว่าต้องอาศัยรุ่นพี่กำกับ

การกำหนดคุณสมบัติของพนักงานขึ้นอยู่กับตำแหน่งหน้าที่งาน ตัวพิจารณาหลากหลาย บางคนการศึกษาดี แต่ทำงานไม่ได้ บางคนทำงานได้ดีแต่การศึกษาน้อย มันหลากหลาย เขาเป็นว่าการกำหนดคุณสมบัติมี Criteria ขึ้นพื้นฐานอยู่แล้ว ใครที่มาเยอะ ๆ น้อยก็ถือเป็นการต่อยอดให้กับตัวเองในโอกาสของการเติบโต แต่ไม่ได้ฟันธงว่าต้องการศึกษาสูงถึงจะเอา มีหลายองค์ประกอบ Educational, Background Experience แล้วก็ Potential สามตัวที่เราจะมองหลัก ๆ

เราอยากได้บุคลากรที่มีศักยภาพมีความพร้อมที่จะให้บริการตัวลูกค้าโดยเฉพาะตัวลูกค้ากลุ่ม MICE ซึ่งเป็นชาวต่างชาติเป็นส่วนใหญ่ เพราะฉะนั้นคนที่เข้ามาทำงานหรือบุคลากรในสายงานนี้ควรจะมีการพัฒนาศักยภาพตัวเอง ซึ่งส่วนใหญ่คนที่มาทำงาน Event ปัจจุบันที่เรามองเห็นแรก ๆ เลยที่คนกลุ่มใหญ่ทำ เนื่องจากหลักสูตร MICE มันเพิ่งเกิด ส่วนใหญ่ก็คือเค้ามาด้วยประสบการณ์อยู่แล้ว เพราะเวลาเราคัดคนเข้ามาเราก็จะดูประสบการณ์ของเค้า ก็คือมาด้วยประสบการณ์ แล้วก็อันที่สองก็คือหลักสูตรเรียนลัดมันเยอะ Intensive Course มันเยอะ ซึ่งเจ้าตัวเค้าจะทราบดี ว่าเค้าจะต้องเติมเต็มในส่วนไหน ส่วนใหญ่ที่มาหาเราจะมาเป็นแพ็คเกจ มาด้วยคู่มือ มาด้วยหนังสือรับรอง ซึ่งส่วนใหญ่คนที่มาหาเราจะเป็นคนที่พร้อมแล้วมาต่อยอดที่นี้แน่นอนนโยบายแต่ละที่ไม่เหมือนกัน เรื่อง Policy เรื่องนโยบาย เรื่องขอบเขตขีดจำกัดที่เรามีทรัพยากรที่มี ถ้าพัฒนาอะไรต่อยอด ส่วนใหญ่ไม่มีอะไรเป็นเชิงทฤษฎีว่าต้องมีสี่ห้าหกเจ็ดแปด ส่วนใหญ่ที่จะต่อยอดจะเป็นในเชิงของการมีเคสอะไรบางอย่างที่แก้ไขแล้วมันไปตรงกับใจของลูกค้า มันก็อาจจะกลายเป็นนโยบายอนาคตที่จะต้องทำได้

บทสัมภาษณ์ คุณดวงรัตน์ ทัศนประเสริฐ

ผู้อำนวยการฝ่ายขาย, ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค

วันที่ 3 มีนาคม 2554

มุมมองด้านความน่าเชื่อถือกับ Professional เหมือนกัน ความเป็นมืออาชีพ ถ้าของไบเทคเรามีความพร้อม สังเกตได้ว่างาน Event จะไม่ได้เยอะมาก คอนเสิร์ต Consumer พวกงัฟฟาอะไรพวกนี้จะไม่ค่อยเยอะเท่ากับที่อิมแพค แต่ของไบเทคจะเน้นไปในกลุ่มที่เป็นอุตสาหกรรม Trade เป็นเครื่องจักร เพราะฉะนั้นกลุ่มพวกนี้มาจากต่างประเทศอยู่แล้ว เขาก็มีความมั่นใจในบริการของเรา โดยเฉพาะในด้านตัวบุคลากรด้วย เพราะเมื่อปี 2008 ทางด้านบริหารการปฏิบัติงานของไบเทคได้รับรางวัลชนะเลิศของ UFI Awards ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ดูแลเรื่องการจัดนิทรรศการของโลกเลย

ถ้าประเมินจากหลาย ๆ ศูนย์ประชุมในภาพรวม คิดว่าทุก ๆ ศูนย์ประชุมก็มีความพร้อมด้านบุคลากร แต่ถ้าพูดถึงเรื่องโม้ ความเข้าใจของโรงแรมอาจจะยังไม่เข้าใจได้ครบทั้งหมด เข่าอาจจะได้ Meeting Incentive แต่เข่าจะไม่มีมุมมองของ Convention Exhibition ถ้ามีงานมีความถี่ให้เข่าได้ทำ พี่ว่าเข่าก็จะเป็นมืออาชีพ เรียนรู้ไป แต่ถ้าถามองค์รวมว่าคนในประเทศเราพร้อมมั๊ย พี่ว่าเรายังขาดอยู่ โดยเฉพาะการสื่อสารภาษาอังกฤษ สมมติว่าลูกค้าอยากจะไปจัดงานที่เชียงใหม่ ขอนแก่น บุคลากรตรงนี้ก็ขาด มันมักจะจุกอยู่ที่กรุงเทพฯ เพราะ 3 ศูนย์ใหญ่อยู่ที่กรุงเทพฯ

Service Mind ก็คงมีในระดับหนึ่ง เพียงแต่ว่าที่ที่เป็นที่ใหญ่ ๆ พี่ว่าการประสานงานในความต่อเนื่องที่ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าเป็น Unit หนึ่งเดียวมันน้อยทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกทำไมตอบกลับล่าช้า จริง ๆ เรื่องนี้มันอาจจะอยู่ที่แผนกนั้นแล้ว แต่อะไรก็ตามมันเกี่ยวกับเรื่องภายในมากกว่า เนื่องจากมันมีอยู่ Unit หลาย ๆ หน่วยงานเข้ามาประสานกันเยอะ แล้วมันไม่ผสมผสานเป็นหนึ่งเดียว ตรงนี้ต้องแก้ไข ถ้าเป็นตัวบุคลากรที่จะต้องให้บริการหรือ Contact กับลูกค้า พี่ค่อนข้างมั่นใจว่ามีความพร้อมเรื่อง Service Mind แต่ถ้าเจอบางคนต้องดูที่ทัศนคติ สมมติถ้าเป็น Operation Deal กับลูกค้าโดยตรงเข่าจะอ่อนน้อมถ่อมตน มีความเป็น Service Mind ค่อนข้างพร้อม แต่ถ้าคุณมาในลักษณะ Contractor Organizer คุณก็ไม่ควรปฏิบัติกับเข่าแตกต่างจากลูกค้า ซ่อนนี้มันอยู่ที่ทัศนคติแล้วมันต้องฝึก แต่ถามว่าเข่ามี Service Mind มั๊ย เข่ามี แต่เข่าดันไปมองภาพว่าคนนี้ไม่ใช่ลูกค้า ซึ่งเข่ามองผิด จริง ๆ มันคือลูกค้า เพราะเข่ามีอิทธิพลในการแนะนำลูกค้ามาให้เราด้วย อันนี้ต้องสร้างเหมือนกัน เพราะว่ามันบุคลากรเยอะ หลากหลาย อย่างไบเทคก็กำลังมี Service Excellence เป็น Training ที่ทำให้พนักงานรู้สึกว่าคุณคือลูกค้า หรือแม้แต่ว่าส่งมอบ คนในครัวข้างใน อาจจะมีความคิดว่าตัวเองไม่ได้มา Touch Point ไม่ได้มาเจอตัวลูกค้า

เลย ไม่รู้ว่าตัวเองมีความสำคัญอย่างไร แต่จริง ๆ แล้ว วิธีที่เค้าจะบอกแต่โมหรืออะไรอย่างนี้ กว่าจะมาถึงลูกค้ำมันก็มาจากเค้า ต้องทำให้เค้ารู้ว่าเค้ามีความสำคัญ

เรื่อง Competency หรือศักยภาพด้านวิชาการและการบริการ อันนี้ค่อนข้างครอบคลุม ถ้าเรื่องการบริการเค้าอาจจะมีความรู้ แต่ถ้าถามเรื่องโม้ทั้งหมดที่ว่าเค้าไม่รู้กันทั้งหมด แล้วเรื่องของ Competency ของไบเทคจะมี 6 ตัว คือ 1) การมุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์ของงาน (Result Oriented) 2) การทำงานเป็นทีม (Team Work) 3) การบริการ (Service Mind) 4) การสร้างความสัมพันธ์ (Interactive Relations) 5) การคิดเชิงระบบ (Systematic Thinking) และ 6) การเป็นที่พึ่งพาได้ (Dependency) ซึ่งเรากำลังหล่อหลอมอยู่ ตัวอย่างง่าย ๆ เช่น แม่บ้านของไบเทคถือเป็นพนักงานประจำจะมีความทักษะของตัวเองในการทำงานแม่บ้านมาก แต่สมมุติว่าเราเดินไปถามเค้าในเรื่องที่ไม่เกี่ยวข้องกับเค้า วิธีการตอบ การสื่อสารของเค้าจะไม่ได้ในเรื่องนี้ ทักษะในการสื่อสาร การตอบ หรือเทคนิคในการต่อรองกับลูกค้า ซึ่งไม่ต้องเป็น Sales เสมอไปที่ต้องต่อรอง บางที Operation ก็จะมีการต่อรองว่าทำแบบนี้ Set แบบนี้ดีมั้ย คือมันต้องมีเทคนิคด้านนี้ด้วย จัดซื้อหรือฝ่ายอะไรก็ตามก็ต้องต่อรอง ไม่เฉพาะ Sales

เรื่องคุณภาพอ่อนโยนของบุคลากรของไบเทค โดยส่วนใหญ่จะไม่ค่อยแสดงกิริยาไม่ดีกับลูกค้าอยู่แล้ว จริง ๆ รู้ว่ามีบ้าง แต่ก็พยายามสร้างอยู่ อย่างในสมัยตัวเองก็ไม่ค่อยให้ความสำคัญ คือความคิดแบบผิด ๆ และหลังจากนั้นก็เปลี่ยนความคิดว่าเค้าเป็นเพื่อนเราเป็นลูกค้าเรา คือเราควรจะมีหนึ่งมาตรฐานดีกว่า บางครั้งคนเราชอบไปทำเป็นสองมาตรฐาน เช่น ถ้าเป็นคนแต่งตัวใส่สูทมาเราก็จะคุยแบบหนึ่งอันนี้ไม่ควรนะ ทำอย่างไรก็ควรจะทำอย่างนั้นกับทุกคน ซึ่งก็เป็นลูกค้าเราทั้งหมด

เรื่องการสื่อสารของคนไบเทค ไม่ค่อยจะสื่อสารหรือสื่อสารกันน้อย ซึ่งเราอยากให้เพิ่มในเรื่องการสื่อสารให้มากกว่านี้ อย่างออกแกลในเซอร์หน้าใหม่บางทีมาจัดงาน ด้วยความที่เราชินกับการทำงานจะคิดว่าเค้ารู้เรื่องของศูนย์เราทั้งหมด เช่น เรามี J-Flag เท่าไหร่ อยากให้เค้าพูดหมด บางครั้งเราก็ลืมที่จะพูดจะสื่อสารโดยเฉพาะกับ Tailor Made หรือผู้จัดงานหน้าใหม่ อย่างคนเก่าเรารู้ใจกันแล้วว่าจะคุยเรื่องอะไร

เรื่องทักษะการสื่อสารด้านภาษาของที่นี่ถือว่าดีเพราะเรา Screen มาแล้ว ซึ่งส่วนใหญ่ระดับที่ต้องเจอกับลูกค้าก็สื่อสารได้ แต่การที่เราไป Concentrate อย่างนั้นมันไม่ถูกต้องซักเท่าไร อย่างกลุ่มคนที่ทำงานพื้น ๆ มันต้องมีทักษะเบื้องต้นในการสื่อสารด้วย สมมติลูกค้าไปถามแม่บ้านว่าวันนี้งานข้างบน Grand Hall มีงานอะไร เค้าจะตอบว่าไม่รู้ฟุ้งอยู่ตรงนี้ แต่ถ้าเราฝึกให้เค้ามีทักษะเรื่องการสื่อสารแล้ว เค้าอาจจะตอบว่าเดี๋ยวช่วยไปติดต่อที่เคาน์เตอร์ด้านโน้นได้มั้ยคะ ซึ่งจะทำให้

ลูกค้ารู้สึกดีมากกว่า ซึ่งเรารู้ว่าเรื่องนี้เป็นจุดด้อยของไบเทคอยู่ อันนี้เป็นสิ่งที่เรากำลังทำอยู่ให้ทุก ๆ ส่วนมี Format ในการสื่อสารกับลูกค้าที่ตัวเองนาน ๆ เจอทีแล้วอาจจะตกตะลึงเมื่อลูกค้ามาทัก คนไม่เคยเจออย่างพวกช่าง พอลูกค้าถามอะไรก็ตื่นเต้น ตอบไม่ได้จะผิดหรือเปล่า คือเราอยากให้เค้ามี Format ชัก 1 Format เวลาที่ตอบคำถามไม่ได้หรือลูกค้าถามอะไรแล้วไม่รู้ ส่วนเรื่องภาษาที่สาม ไบเทคเองก็กำลังหาอยู่ อยากได้พวกภาษาจีน เพราะเราก็อยากเจาะตลาดจีน เพราะเวลาไปจีนต้องใช้ล่ามแล้วเค้าก็ไม่สามารถเข้าใจธุรกิจเราเวลาพูดก็อาจจะสื่อสารได้ไม่ดีเท่ากับเรา

เรื่องความซื่อสัตย์เห็นได้ชัดมากถ้าเป็นพวกแม่บ้าน คือ เห็นอะไรตกหล่นก็จะส่งคืนที่ Lost & Found หรือในส่วนอื่น ๆ ก็ไม่ค่อยเจอปัญหาเรื่องนี้ เพราะไบเทคเองค่อนข้าง Strict เรื่องนี้เหมือนกัน ถ้าพบว่าใครไม่ส่งมอบในสิ่งที่ได้ Commit กับลูกค้าไว้ก็อาจจะโดนทำโทษได้

ความเข้าใจการเรียนรู้และเอาใจใส่ผู้ให้บริการ อาจมองเป็นความกระตือรือร้นในการให้บริการ ซึ่งอันนี้ค่อนข้างน้อย จริง ๆ อยากให้เค้าคิดแทนลูกค้าเลย เช่น ถ้าลูกค้ารายนี้เราจะทำอะไรให้เค้าได้เต็มที่ ขอมาแค่นี้แต่เราทำให้ได้มากกว่าอะไรประมาณนี้ เหมือนรู้เค้ารู้เรา ถ้ารู้จักลูกค้ามากขึ้นก็เหมือนกับเราสามารถที่จะเป็นที่ปรึกษาให้เค้าได้ อย่างถ้าจัดงานห้องนี้ให้ทำอย่างนี้จะดีกว่าเพราะจากงานครั้งที่แล้วทำแบบนี้แล้วดีมาก เป็นการให้คำแนะนำลูกค้าในสิ่งที่ดีที่สุด ซึ่งเราอยากให้เป็นอย่างนั้น จริง ๆ มันเหมือนกับเราต้องเข้าไปนั่งอยู่ในใจลูกค้ามันดี ถ้าเป็น Sales อาจจะเป็นแบบหนึ่งคือเราหวังจะต่อยอดในงานต่อ ๆ ไป แต่ถ้าเป็นคนอื่นอาจจะคิดว่าไม่ใช่เรื่องของเรา เราบริการแค่นี้ มี Service Mind แค่นี้ก็พอแล้ว

เรื่องการสร้างสิ่งจับต้องได้ให้ลูกค้าสัมผัสได้ถึงบริการที่เป็นเลิศของเรา ตรงนี้ค่อนข้างจะน้อย มันเหมือนเป็น Creativity ซึ่งบุคลากรของเราเองยังไม่ค่อยมีในส่วนนี้เท่าไร แม้ว่าเรื่องสถานที่ อุปกรณ์ หรือสิ่งอำนวยความสะดวกอะไรต่าง ๆ ของเราก็พร้อมอยู่แล้ว ในจุดนี้ก็ต้องเพิ่มเติมกันต่อไป

จากคุณสมบัติทั้ง 8 ข้อของบุคลากรด้านการบริการคิดว่าเรื่อง Service Mind เป็นสิ่งสำคัญที่สุดเป็นอันดับแรก รองลงมาเป็นความน่าเชื่อถือ และ Competency ตามลำดับ ส่วนคุณสมบัติที่น้อยที่สุดของบุคลากรไบเทคคือเรื่องการประยุกต์หยิบจับสิ่งที่มีอยู่ให้เกิดเป็นการบริการที่ลูกค้าประทับใจได้ (Tangibility)

ปัญหาด้านบุคลากรที่เคยเกิดขึ้น เนื่องจากเราเป็นศูนย์ที่ใหญ่ พนักงานประจำมีประมาณ 400 คน บางครั้งรับงาน Scale ใหญ่ ๆ หรือมีหลาย ๆ งาน เราก็จะไปจ้างเด็ก Casual จ้างพนักงานรายวัน สมมติว่ามีการจัดงาน Event ชัก 5,000 คน พนักงาน Staff ที่ต้องไปดูแล Casual ไม่ทั่วถึง เวลานั้นก็จะมี Complain กลับมาจากลูกค้า เช่น พนักงานคนนี้พูดจาไม่เพราะ

เลย จริง ๆ เป็นเด็กนักเรียนแต่เค้ามองว่าเป็น Staff ของเราไปแล้ว อันนี้ก็เป็นข้อเสีย แล้วก็จับกลุ่ม สมมติมีงานคอนเสิร์ตก็จะจับกลุ่มกันดูยืนกันเป็นกลุ่มเลย ซึ่งเป็นปัญหาที่เกิดจากจำนวนบุคลากรของเราไม่พอที่จะมาดูแลพนักงานชั่วคราวพวกนี้ หรือบางทีงานมี 3 วันติดกัน แต่มาวันเดียวแล้ววันต่อไปไม่มาแล้ว หายไปที 50 คน บางทีเราจ้าง 300 คน แต่หายไปที 60 คนก็เป็นเรื่อง ต้องรีบแก้ปัญหา บางทีต้องเกณฑ์พนักงาน Office ลงมาช่วยกัน

ถ้าประเมินภาพรวมความพร้อมของบุคลากรของศูนย์ประชุมในประเทศไทย ถ้าพูดถึง เม็ดเงินที่เข้ามาในประเทศของคนต่างชาติ เปรียบเทียบกับกัน ใน Percentage พี่ว่ามันไม่ Match กัน บุคลากรของเราที่มีประสิทธิภาพหรือความพร้อมที่จะรองรับตลาดไมซ์ยังน้อยอยู่ มันกระจุกอยู่ที่ กรุงเทพฯ ซึ่งเรามีแหล่งท่องเที่ยวเยอะแยะมากมาย ถ้าเรามีศูนย์ประชุมกระจายไปมากกว่านี้ สมมติในทุกจังหวัดมีนะ แต่บุคลากรเราไม่มี โดยเฉพาะคนที่มีความรู้ในเรื่องของไมซ์จริง ๆ เนื่องจากบุคลากรส่วนใหญ่ที่เข้ามาทำงานในศูนย์ประชุมจะเป็นคนจากสายโรงแรม แต่ก็ต้องเข้ามาปรับเยอะเหมือนกัน ซึ่งความแตกต่างมันคือ โรงแรม Meeting Event Banquet งานแต่งงาน พวกนี้จะเยอะมาก แต่ไฮสโตร์ไม่ใหญ่มาก ความถี่ของงานเยอะ วันหนึ่งอาจมีการ Turn ห้องประชุม เป็น Wedding ต่อทันที แต่งานศูนย์ประชุมจะมี Scope งานที่เพิ่มขึ้น Convention และ Exhibition อยู่ด้วยกัน คือมี Exhibition แล้วตามด้วย Conference ความซับซ้อนและระยะเวลาในการ Deal ใช้เวลาเป็นปี แต่ของโรงแรมมันใช้ระยะเวลาค่อนข้างสั้น 1-3 เดือน แต่ของศูนย์ประชุมใช้เวลาเป็นปี อย่างตอนนี้ Deal งาน Convention ของปี 2014 กับ 2016 อยู่เป็นต้น เพราะเราต้องมีความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมค่อนข้างดีเหมือนกัน เพื่อไปร่วมกัน Bidding นำมาให้ลูกค้าเข้ามาประเทศไทยแล้ว Venue ค่อยว่ากันว่าเลือกที่ไหน ร่วมมือกับ TCEB ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็น Convention ที่จะไปดึงมา ก็จะมีเพิ่มเข้ามาเรื่อย ๆ ส่วนใหญ่เป็นการแพทย์หมดเลย เช่น เมื่อปีที่แล้วที่ชนะมากก็เป็น งานปลูกถ่ายอวัยวะ Transplants เป็น Convention ปี 2014 ก็ไปเตะได้ ใช้เวลาประมาณปีหนึ่งในการ Deal กัน แล้วก็ต้องไป Bid เพราะมันมีหลายประเทศร่วมกัน คือมันเป็นงานระดับประเทศ แต่ถ้าโรงแรมก็จะเป็น Unit เล็ก ๆ เป็นองค์กร แต่เราต้องไปร่วมมือกับอาจารย์แพทย์ประชุมหากลยุทธวิธีการ Present ทำอย่างไรให้ประเทศไทยดึงดูดมากที่สุดแล้วให้เค้าเลือกเพราะมันมีทีม Bid เยอะ พี่ว่ามันก็สนุกตรงนี้

สมมติการแพทย์ปลูกถ่ายอวัยวะถ้าเค้าจะมาประเทศไทย เค้าต้องมองก่อนว่าเรามี สมาคมปลูกถ่ายอวัยวะหรือเปล่าทางด้านการแพทย์นี้ เหมือนโรคหัวใจเรามีสมาคมโรคหัวใจอยู่ ถ้าไม่มีสมาคมในประเทศ สมาคมโรคหัวใจโลกหรือ Regional เค้าก็ไม่มา เพราะเราไม่มีความโดดเด่นด้านการแพทย์หรืออะไรที่จูงใจให้เค้ามาประเทศเรา สมมติถ้าเราผ่าตัดทางด้านอะไรที่เก่งกาจ

เนี่ยเค้าก็จะมาละ เหมือนมาแลกเปลี่ยนความรู้ ส่วนใหญ่ก็เป็นรามาริบัติ ศิริราช ที่เรา Co ด้วย แล้วเราก็จะไป Bid งานทันตแพทย์หรือเรื่องฟัน ซึ่งที่เราเห็นก็จะจัดอยู่ที่ Central ซึ่งจะเป็นงานระดับประเทศ ซึ่งมีค่อนข้างบ่อย แต่เราจะเอาระดับโลกมา มันก็ต้องมีแพทย์ที่เก่ง ๆ และแพทย์ที่มีความรู้เรื่องการเอางานเข้ามามีวิสัยทัศน์ที่คิดว่าจะให้ประเทศไทยโดดเด่นในเวทีโลก ซึ่งถ้าคนทำงานแล้วมีส่วนร่วมก็จะรู้สึกสนุก

ในส่วนของการเพิ่มเติมหรือพัฒนาศักยภาพของบุคลากรไปตนเอง ถ้าเกิดที่มีโอกาสได้รับพนักงาน พี่คิดว่าทัศนคติของคนน่าจะมาเป็นอันดับหนึ่ง แล้วอย่างอื่นเปลี่ยนได้ ถ้ามีทัศนคติในการชอบงานบริการแล้ว อย่างอื่นก็เปลี่ยนได้ ทักษะความรู้สามารถฝึกกันได้

ด้านการบริหารงานทรัพยากรบุคคล เริ่มจากกระบวนการแรกคือการวิเคราะห์และออกแบบงาน หรือ Job Profile โดยส่วนใหญ่หัวหน้างานเป็นผู้เขียนแล้วในปัจจุบัน แต่ก่อนฝ่าย HR จะให้มา เนื่องจากไม่มั่นใจไม่ได้มีมานานเพิ่งเกิดมาได้ไม่เกิน 20 ปี เมื่อก่อนก็จะเป็นบุคลากรคล้าย ๆ กับโรงแรมก็ Copy กันมา แต่ตอนนี้เราเริ่มมีประสบการณ์เราทำงานมาเรารู้แล้วว่า Profile ของคนทำงานในตำแหน่งนี้มันควรจะเป็นอย่างไรก็ช่วยกันเขียน แล้วก็ให้ HR จัดทำเป็น JD, JS

แหล่งในการสรรหาบุคลากรของไปเทศมากที่สุดคือมาจากโรงแรม บางทีก็มี Connection ไม่ค่อยได้มาจากการเดิน Walk in เข้ามาหรืออยู่ ๆ เปิดหนังสือพิมพ์ เพราะมันเป็นงานเฉพาะด้าน ต้องมาทำความรู้จักเรื่องไมซ์เยอะ ถึงเค้าเรียนไมซ์มาก็ยังงงเลย ที่นี้มีการสอนหนังสือเยอะแบบพวกนักศึกษาเข้ามาให้ Brief ให้ฟัง เค้าไม่ค่อยเข้าใจความหมายของคำว่าไมซ์ ทั้งตัวอาจารย์ผู้สอนและนักเรียน แต่อาจารย์เริ่มดีขึ้นแล้ว อย่างบางทีพานักศึกษามาแล้วให้ Expert ด้าน Venue ของเรามาพูดให้ฟังครั้งวันอะไรอย่างนี้

ความเข้มข้นในการคัดเลือกพนักงานของที่นี่ค่อนข้างน้อยเพราะมีตัวเลือกน้อย มันไม่เหมือนกับงานโรงแรมจะมีตัวเลือกเยอะ เวลาตำแหน่งหนึ่งขาดจะมีคนจ่อเข้ามาเลย แต่พอเป็นไปเทศมันใหญ่เกินที่เค้าจะมองภาพว่าคืออะไรทำอะไรกันบ้าง แต่โรงแรมมันดูมีชีวิตชีวา สมัยที่ทำงานอยู่โรงแรมมี Candidate เยอะ ถ้าจะเอา Sales คนหนึ่ง HR เอามาให้เป็นตั้งเลย แต่ที่นี้หายากไม่รู้ว่าทำเล ความน่าสนใจของงานมันไม่เหมือนกับโรงแรม จริง ๆ มันก็คล้าย ๆ กัน ที่นี้ค่อนข้างสนุกกว่าโรงแรมด้วยซ้ำ

บุคลากรของไปเทศเอง โดยเฉพาะแผนก Sales จะมีการ Training เยอะ ทำ Role Play ด้วย เนื่องจากเรามี 4 ทีม มี Government, Corporate, Organizer และ Association คนที่เข้ามาใหม่จะต้องเรียนรู้ในเบื้องต้นของ 4 ตลาดอาจเป็นเวลา 2 วัน ต่อไปก็คือการเรียนรู้เรื่อง Product Service ของเรา ห้องประชุมก็ห้อง ไชล์เท่าไร ต่อไปเป็น Step การเรียนรู้เรื่องอาหารและเครื่องดื่ม

อะไรแบบนี้ ค่อนข้าง Training เยอะเหมือนกัน ส่วนแผนกอื่น ๆ น่าจะเป็น On the Job Training สมมติว่าเป็น Event หนึ่ง Customer Service ก็พาดูงานขนานคู่กันไปเลย แล้วพอชักครั้งเดือนก็เริ่มให้ฝึกทำแต่ไม่ได้ปล่อยให้ทำเองจากงานเล็ก ๆ สรุปที่นี้ค่อนข้าง Training เยอะทั้งส่วนกลางจัด และแต่ละแผนกจัดเอง เร็ว ๆ นี้ก็จะมี Service Excellence อย่าง Sales เองก็จะมี Negotiation Skill, Professional Selling, การแต่งตัว เป็นต้น ซึ่ง HR เคื่อก็จะถามในที่ประชุม Ex Com ว่าใครสนใจเรื่องอะไรหรือหัวหน้าคิดว่าใครสนใจควรจะไปประชุมที่ไหน มีหัวข้อนี้ เคื่อก็จะส่งเมลล์มาถามว่ามีใครสนใจมั๊ย ทั้งฟรีและเสียค่าใช้จ่าย แล้วเราก็เคยมีโปรแกรม Multi-Functional Trainee คือรับเด็กใหม่ที่จบปริญญาโท คัดเลือก 10 คน แล้วเลือกเหลือ 5 คน ต้องฝึกงานในไปเทศทุกแผนก เรียนเป็นเวลา 1-2 ปี แผนก หนึ่งอยู่ 3 เดือน แล้วทำที่ที่สุดเคื่หรือองค์กรเลือกว่าควรจะไปลงที่ไหนเหมาะกับตำแหน่งไหน ซึ่งตอนนี้เหลืออยู่ 2 คนจาก 5 คนที่คัดเลือกเข้ามา เพราะอีก 3 คือเพิ่งจบใหม่แล้วคิดว่าแผนกไหนก็ไม่ใช่เลยแล้วต้องการก้าวกระโดดปีสองปีแล้วมันน่าจะไปได้เป็น Manager แล้วหรือไม่ก็ไปเรียนต่อโทอีกใบ พวกเด็กรวยความอดทนต่ำ ก็มีแบบนี้เราใช้วิธีการนี้ โดยเราคิดว่าถ้ามีตำแหน่งไหนที่เป็นวิกฤต คนนี้สามารถเข้าไปเสริมได้ชั่วคราวเพื่อรอให้ได้คนใหม่

การประเมินผลการปฏิบัติงานของที่นี่มีตั้งแต่พนักงานเข้ามา เราจะบอกเลยว่าเราคาดหวังอะไรในตัวเคื่บ้าง เป็น Routine ชัก 5 งานหลัก แล้วก็ Competency ที่ต้อง Find out ส่วน Criteria ของที่นี่ที่แตกต่างจากที่อื่นคือเราค่อนข้างตั้งเกณฑ์การประเมินไว้สูง ถ้าเป็น Sales ก็เป็นเรื่อง Revenue รายได้ ความพึงพอใจของลูกค้า เป็นต้น

มุมมองในเรื่องการบริหารค่าตอบแทนก็อาจมีผลต่อความพร้อมในการทำงานของบุคลากรบ้าง คือถ้าตอบแทนเยอะก็ดี ส่วนที่บอกว่าก่อนเข้ามาทำงานเราต้องยอมรับเงินเดือนและอัตราเงินเดือนที่ได้รับอยู่แล้วจึงไม่มีผลต่อการทำงาน อันนี้ไม่จริง เพราะมันก็มี KPI ที่เป็นเป้าที่ว่า คุณต้องไปวิ่งหาลูกค้าให้ได้กี่รายต่อวัน เนื่องจากตอนเข้ามาก็คุยกันแล้วว่าบริษัทมีความคาดหวังเท่านี้ เคื่คิดว่าเคื่ควรจะได้เท่าไร หลังจากนั้นก็คุยกันจบที่เท่านี้เคื่ก็ต้องมาทำส่งมอบให้ได้ตามที่คุยกัน นอกจากนี้ก็จะมี การปรับเงินเดือน โบนัสด้วย

เรื่องสุขภาพและความปลอดภัยมีความสำคัญ โดยเฉพาะระดับปฏิบัติการมีผลมาก เพราะที่นี่เป็นศูนย์ที่ใหญ่ อย่างเวลาคนในครัวทำอาหารปริมาณเยอะ ๆ กระทะใบใหญ่ ๆ อุบัติเหตุเกิดได้ หรือการเดินเสิร์ฟยาวนาน สะดุดอะไร หกล้มบาดเจ็บ มันมีโอกาสเกิดได้ เพราะฉะนั้นสวัสดิการของแผนกปฏิบัติการณ์สำคัญเลย ทั้งเรื่องของ Safety ด้วย คือต้องคอยดูแลให้คุณภาพชีวิตค่าปลอดภัยและได้มาตรฐาน เคื่ก็จะมีกำลังใจทำงานมากขึ้น เหมือนกับมีคนดูแล

ที่ไปเทคโนโลยีไม่มีสภาพ แต่จะมีการรวมกลุ่มพนักงานทำกิจกรรม เช่น โยคะ แต่ไม่ค่อยมีเวลา ส่วนใหญ่พนักงานตั้งกันเองแต่องค์กรก็จะมีอุปกรณ์ให้หรือให้การสนับสนุนในกรณีที่ไปแข่งขันอะไรอย่างนี้มากกว่า

กระบวนการและคัดเลือกเป็นขั้นตอนที่สำคัญที่สุดที่จะได้มาคนที่มีความคิดที่ดีเพราะเราเป็นศูนย์บริการ ถ้ามาแบบว่าปีนึงจะต้องได้ขึ้นเท่านี้ ๆ ถ้ามีแต่คิดเรื่องนี้ค่อยเปรียบเทียบกันก็ไม่ใช่ผลดีต่อองค์กร ในขั้นตอนของ HR ทั้งหมดผู้ใหญ่ค่อนข้างให้ความสำคัญ สมมติพนักงานคนหนึ่งทำงานดี ขยันขันแข็ง ก็เสนอชื่อมาให้เลื่อนขั้น พวกเราเห็นด้วยมั๊ย ก็ให้พวกเราช่วยโหวตด้วยร่วมกันผลักดัน

บุคลากรทุกฝ่ายทุกแผนกหรือทุก Touch Point มีผลต่อการประเมินความพร้อมของลูกค้าต่อบุคลากรในศูนย์ประชุมแน่นอน สมมติว่าถ้าลูกค้าเจอยาม แค่ว่าเป็นพนักงานไปเทคโนโลยีถึงแม้เราอาจจะไป Outsource มาหรือไม่ใช่พนักงานก็ตาม ถ้าลูกค้าถามว่าวันนี้ข้างในมีงานอะไรแล้วเค้าตอบไม่รู้ ลูกค้าก็ประเมินแล้วว่าไม่มีอาชีพเลยไปเทคโนโลยีมีความคิดว่าทุกคนที่ต้องเจอลูกค้าสำคัญหมดเลย อย่าง Front เวลาลูกค้าเดินมาก็ยังนั่งคุยกินขนมแทนที่จะลุกขึ้นสวัสดีและสอบถามว่ามาพบใครอะไรอย่างนี้ก็มีผลต่อความรู้สึกของลูกค้าเช่นกัน

ทั้ง Front และ Back พี่มองว่าสำคัญเท่ากัน เพราะถ้าส่วน Support ไม่สนับสนุนคน Front Front ก็ยืนไม่ออก คือถ้าจะเราจะส่งมอบความสุขให้ลูกค้า คนข้างในต้องทำให้คนข้างในด้วยกันมีความสุขก่อน เพราะฉะนั้นพี่ว่าสำคัญทั้งคู่เลย

แนวโน้มของอุตสาหกรรมไมซ์ในปัจจุบันยังสดใสถ้าไม่มีการเมืองเข้ามาวุ่นวาย ไม่มีเชื้อเพลิงเชื้อแดง มันเดือดร้อนมากเลย เพราะบ้านเราเป็นเมืองท่องเที่ยวแล้วค่าครองชีพต่างชาติก็ปริ่มไม่แพง ที่พักโรงแรมหรู ๆ ในกรุงเทพฯ ก็เยอะ บริการก็เลิศ ขนาดเราไปต่างประเทศเรายังคิดถึงบ้านเราเลย บ้านเรามีความสุขมากเลย แต่ไอ้พวกบ้าพวกนี้มันทำให้เราเสียหาย ปีที่แล้วกลัวงานจะหลุด กลัวงานจะยกเลิก ช่วงนั้นไม่อยากจะทำโทรศัพท์เลย

หากมองความพร้อมในภาพรวมของไปเทคโนโลยี ต้องบอกว่ามีความพร้อมระดับหนึ่งแต่ในอนาคตข้างหน้า คิดว่ามันมีเรื่องเทคโนโลยีเข้ามาเกี่ยวข้องเยอะมากขึ้น ก็อยากให้พนักงานของเราทุกคนหรือส่วนที่เกี่ยวข้องอย่างเช่น IT มีการ Update ข้อมูลข่าวสารเพื่อให้ทันกับโลกยุคใหม่ อย่างเดี๋ยวนี้เค้าก็ใช้ Facebook ในการขายของ มี Event เวลาส่งไปให้ลูกค้าก็ให้ลูกค้าโหวตเข้ามาหรืออะไรอย่างนี้ คือเทคโนโลยีค่อนข้างสำคัญ ส่วนเรื่องสถานที่หรือ Equipment ต่าง ๆ ก็ควรปรับปรุงเพื่อให้ทันยุคทันสมัย แล้วให้มองไปในอนาคตข้างหน้าว่าจะมีพวก Gen Y, Gen Z เข้ามาเป็นลูกค้า แล้วกลุ่มคนที่ Service พร้อมหรือยัง เพราะเด็กพวกนี้พูดไม่ค่อยรู้เรื่อง อีกหน่อยเราต้อง

Deal กับ Event Organizer หน้าใหม่ ๆ เราก็ต้องรองรับให้ได้ คนของเราก็ต้องมีใน Level นั้นด้วยเหมือนกัน

ถ้าความพร้อมด้านบุคลากรที่น่าจะเป็น Centara เพราะเค้ามีตัวเลือกมากกว่าแล้วดูเป็น International เพราะมี Chain มีผู้บริหารที่คอยกำกับดูแล ซึ่งส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติก็อาจจะมีความทันสมัยหรืออะไรที่แปลก ๆ ใหม่ ๆ แล้วทำให้พนักงาน Active กระตือรือร้น หากเป็นด้านสถานที่ ถ้าเป็นงานเครื่องจักรหรือ Trade ไปเทศก็ได้เปรียบ เพราะไปเทศสร้างมาเพื่อรองรับน้ำหนักของอุปกรณ์พวกนี้เลย เช่น เครื่องจักรที่จะผลิตเป็นเก้าอี้ตัวหนึ่งมา Operate ให้เห็นว่าเป็นเก้าอี้ออกมาได้ มันต้องใช้พื้นที่รองรับน้ำหนักได้สูงมากและสามารถ Run เครื่องจักรได้ตลอดเวลา แล้วก็จุด Loading ที่เป็นพื้นที่ Flat ราบ มีช่องทางเข้า 8 ช่องใหญ่ ๆ มีตัว Loading Dog ยกขึ้นมาพอเอารถกระบะเทียบมา ตัว Dog นี้ก็เดินขึ้นมาสามารถเอาของลงได้ง่าย มีทั้งหมด 32 อัน ทั้งอุตสาหกรรมหนักและเบาก็ได้หมดก็เลยสบาย แม้จะเป็นงานพวก Home Work หรืองาน Consumer เราก็รับได้ ข้อดีอีกจุดหนึ่งของไปเทศคือเราอยู่ใกล้สุวรรณภูมิหรือท่าเรือแหลมฉบังด้วย ไปเทศเลยได้เปรียบตรงจุดนี้ ก็สะดวกในการ Loading หรือ Logistic อย่างงานที่เคยย้ายไปอยู่ที่อิมแพค เช่นงาน BIG งานของขวัญของข้าวสวย ข้าวที่สุกกาก็กลับมาอยู่ที่นี้ เพราะต้องการเน้นความเป็น Trade คือลูกค้าที่บินมาแล้วมีเวลาวันเดียวก็มาใกล้ ๆ ไปเทศเสร็จแล้วก็บินกลับ

ถ้าเปรียบเทียบเรื่องของความสะดวกในการการเดินทางตอนนี้คงต้องเป็นศูนย์สิริกิติ์ก่อน เพราะมีรถไฟฟ้าเข้าถึง แต่ในอนาคตข้างหน้าไปเทศก็จะมีรถไฟฟ้า BTS ก็สะดวก วันที่ 12 สิงหาคมก็จะเปิดใช้ แต่ในอนาคตข้างหน้าอิมแพคก็จะมีด้วย ก็ต้องมีครบหมด

ไปเทศเองกำลังจะขยายพื้นที่ไปทางด้านฝั่งสุขุมวิทที่เห็นเป็นทางเดินเชื่อม Walk Way บนชั้น 2 ขยายไปอีกเท่าหนึ่งเพื่อรองรับงานได้มากขึ้น

หากเมืองไทยจะพัฒนาไปเป็น MICE Center ได้นั้น เรายังมีอุปสรรคอยู่พอสมควร ซึ่งเมืองไทยมีสถานที่ท่องเที่ยวเยอะ แต่เรายังไม่มีแผนรองรับความเสื่อมโทรมของมันด้วย เช่น พวก Unseen เปิดมาปั๊บ อย่างปาย เมื่อก่อนมันดูดีมากเลย แต่เดี๋ยวนี้เริ่มเสื่อมโทรมละ นี่ละอย่าให้มันเจริญมากนักได้มัย ควบคุมให้มันมีความเป็นปายของมันตลอดไป เหมือนเราไม่มีแผนรองรับ เเง่แต่จะพัฒนาแต่ไม่ได้ดูแลที่เกิดขึ้นระยะยาวคืออยากให้อนุรักษ์ไว้ทุกอย่างของบ้านเมืองเรา

บทบาทหรือหน้าที่ของหน่วยงานที่จะเข้ามาผลิตและพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย โดยหน้าที่น่าจะเป็นรัฐบาลและหน่วยงาน TCEB กระทรวงศึกษาธิการ และทบวงมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ตอนนี้ในมหาวิทยาลัยมีหลักสูตรที่เรียนเกี่ยวกับไมซ์ค่อนข้างเยอะและค่อนข้างดี แต่อยากให้มอง ๆ ที่เลือกเรียนรู้ว่าตัวเองกำลังเรียนอะไรอยู่ไม่ใช่เรียนเพราะกระแสนิยม

เหมือนอย่างพิกนึ่งก็ฟังเรื่องโรงแรม พาณิชยก็มีการโรงแรม แต่ท้ายที่สุดมันดีเท่าสมัยก่อนมั๊ย พวก ITEM พวกโรงเรียนที่สอนทางด้านนี้โดยเฉพาะ เหมือนกลายเป็นแพชั่นเรียนไมซ์แต่ไม่รู้ว่ามันคืออะไร ภาษาที่สำคัญเพราะส่วนใหญ่เราต้องรองรับชาวต่างชาติด้วย เรื่องของการศึกษาด้านไมซ์ควรจะบรรจุเป็นหลักสูตรหนึ่งในคณะที่เกี่ยวข้องเพื่อกระจายความเจริญด้านอุตสาหกรรมไมซ์ไปยังจังหวัดต่าง ๆ ทั่วภูมิภาค ไม่ให้กระจุกตัวอยู่แค่ในกรุงเทพฯ อย่างแรกคือต้องเร่งความเข้าใจเรื่องไมซ์ให้กับนักศึกษา ในขณะเดียวกันก็ต้องทำให้บุคลากรในหน่วยงานหรือสถาบันการศึกษาเข้าใจเรื่องไมซ์อย่างถูกต้องและชัดเจนเช่นกันก่อนที่จะออกไปแนะนำให้นักเรียนนักศึกษาหันมาเรียนไมซ์กัน ต้องรู้ว่ามันมีความสำคัญอย่างไร

ย้อนไปเมื่อ 10 ปีที่แล้วยังไม่มี TCEB เรา Deal กับ ททท. หน่วยงานกองการประชุมนานาชาติ พอมาเป็น TCEB แล้วก็กระท่อนกระแท่นในช่วงแรกและดีขึ้นมาเรื่อย ๆ คือช่วงแรกยังอาจจับทิศทางไม่ถูก บทบาทมันยังซ้อนกันอยู่กับ ททท. ในด้านการพัฒนาบุคลากร TCEB ก็มีจัด Training ของ UFI หลักสูตร EMD (Event Management Degree หรือ Exhibition Management Degree) คอร์สนี้อาจารย์สอนอยู่ที่เยอรมัน TCEB ออกค่าใช้จ่ายให้สำหรับบุคลากรในประเทศ 10 หรือ 20 คน ออกให้ประมาณ 70% จาก 100,000 เราก็ออกแค่ 30,000 เท่านั้นก็จะมีคนในวงการนี้ไปเรียน พี่เองก็ได้ไปเรียน เรียนที่เมืองไทยใช้เวลาประมาณ 4 เดือน เรียนแบบที่เป็น Module ทั้งหมด 4 Module อาจารย์จะมาครั้งนึง 7 วัน 2 ครั้ง หลังจากนั้นเรียน Online มีสอบจับเวลาข้อหนึ่งต้องทำใน 1 นาที เค้าก็ส่งเสริมตรงนี้ ซึ่งเป็นอะไรที่ดีมาก

นอกจากนี้ก็มี BITEC Initiate อันนี้เราคิดขึ้นมา จัด 2 คอร์ส คือ A2Z และ How to Exhibit อันแรกเป็นอะไรที่เกี่ยวกับ Exhibition เริ่มให้ความรู้สมาคมที่เป็นการแพทย์และไม่ใช่การแพทย์ ให้รู้จักว่าในโลกเรามีการประชุมนานาชาติหรืองานประชุมโลกอยู่ กระตุ้นให้เค้ามีความรู้สึกลึกว่าเค้าจะเป็นตัวแทนและอยากจะทำอะไรมั๊ยให้งานพวกนี้เข้ามา สอนวิธีการให้เค้าตั้งแต่การไปเจาะสมาคมต่างประเทศที่ตรงกับเราว่า Deal กันอย่างไร แล้วเข้า Attend Meeting ในประเทศต่าง ๆ เพื่อให้เค้ารู้จักประเทศไทย แล้วจะไป Bidding ต้องทำอย่างไร การสร้างงบประมาณไปจนถึงจบงาน สอนหมดเลย เราก็ร่วมกับ TCEB แต่เราเป็นผู้ริเริ่ม มีคนเก่งสอนอยู่ที่นี้ ส่วนหัวข้อ How to Exhibit ก็คือจะจัดนิทรรศการอย่างไรก็สอนพวก Exhibitor, Organizer เป็องตอนคร่าว ๆ เป็นหลักสูตร 2 วัน โดยไม่คิดค่าใช้จ่ายแต่เราเลือกคนเข้าอบรม