

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยมีรายได้หลักมาจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง นับตั้งแต่ได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยรูปแบบการท่องเที่ยวได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และปัจจุบันรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจหรือที่เรารู้จักในนาม “ไมซ์” กำลังมีแนวโน้มเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว พร้อมทั้งนำรายได้เข้าสู่ประเทศเป็นจำนวนมาก ทั้งนี้เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มธุรกิจไมซ์ถือเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและมีการใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวต่อคนสูงกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป ประกอบกับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มักจะมีผู้ติดตามมาด้วย ซึ่งจะช่วยเพิ่มรายได้รวมของธุรกิจไมซ์ได้มากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ไมซ์ยังสามารถสร้างการต่อยอดทางธุรกิจให้กับคนในประเทศอีกเป็นจำนวนมาก ซึ่งถือเป็นตัวกระตุ้นเศรษฐกิจไทยให้เจริญก้าวหน้าอย่างมั่นคงอีกด้วย

ดังนั้นรัฐบาลจึงได้กำหนดเป้าหมายในการส่งเสริมและผลักดันให้ประเทศไทยกลายเป็นศูนย์กลางในการจัดประชุมและนิทรรศการของภูมิภาคเอเชีย หรือ MICE Center โดยมีสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. เป็นผู้ดำเนินการขับเคลื่อนนโยบายให้เป็นรูปธรรม ซึ่ง สสปน. ได้ดำเนินการวางแผนด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์เพื่อกระตุ้นตลาดไมซ์ทั้งภายในและภายนอกประเทศภายใต้งบประมาณในโครงการไทยเข้มแข็งจำนวน 325 ล้านบาทที่ได้รับอนุมัติจากรัฐบาล สำหรับฟื้นฟูภาพลักษณ์และเพิ่มความเชื่อมั่นให้กับประเทศไทย โดยร่วมมือกับพันธมิตรทั้ง 5 องค์กรที่เกี่ยวข้องกับการจัดประชุมและท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชนของไทย ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สมาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สทท.) สมาคมส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติไทย (Thailand Incentive and Convention Association – TICA) สมาคมธุรกิจสร้างสรรค์การจัดงาน (Event Management Association – EMA) สมาคมการตลาดแห่งประเทศไทย (Marketing Association of Thailand – MAT) และองค์กรที่ปรึกษาโดยบริษัท บัตรกรุงไทย จำกัด (มหาชน) จัดตั้งคณะกรรมการที่ปรึกษาสำหรับการจัดงานธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative Event Advisory Panel – CEAP) ขึ้นอย่างเป็นทางการ เพื่อร่วมกันผลักดันเรื่องการจัดงานที่สร้างสรรค์ผ่านเวทีไทยและเวทีโลก ซึ่งจะใช้เป็นเครื่องมือทางการตลาดเพื่อแข่งขันในการประมูลงานกับประเทศอื่น ๆ ได้ และ

สามารถดึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นองค์กรเข้ามาจัดงานในประเทศไทยได้มากขึ้นด้วย (ฐานเศรษฐกิจ, 2550)

แม้ว่าการวางแผนด้านกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่กลุ่มเป้าหมายจะเป็นสิ่งจำเป็นก็ตาม แต่สิ่งหนึ่งที่ไม่ควรมองข้าม คือ ความพร้อมด้านบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ ซึ่งเป็นกลไกสำคัญที่จะขับเคลื่อนให้ประเทศไทยกลายเป็นศูนย์กลางของอุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาคเอเชียได้ตามเป้าหมาย ดังนั้นการศึกษาความพร้อมด้านบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์จึงมีความจำเป็นเพื่อหาจุดอ่อนจุดแข็งของบุคลากรของศูนย์ประชุมแล้วนำมาแก้ไขปรับปรุงและพัฒนาด้วยการฝึกอบรมเพิ่มพูนความรู้ความสามารถ ตลอดจนการส่งเสริมให้บุคลากรมีความคิดสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาการบริการให้ดียิ่งขึ้นอันจะนำมาซึ่งความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้าด้วยเช่นกัน

ปัญหาด้านบุคลากรที่เกิดขึ้นสม่ำเสมอ ได้แก่ ปัญหาด้านความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์และปัญหาด้านการสื่อสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการติดต่อประสานงานกับชาวต่างชาติที่เข้ามาจัดการประชุมหรือจัดนิทรรศการในประเทศไทยมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องอาศัยทักษะด้านภาษาที่หลากหลายเพื่อสื่อสารและทำความเข้าใจในรายละเอียดงานที่ต้องประสานงานกัน ซึ่งศูนย์ประชุมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลส่วนใหญ่มักขาดบุคลากรที่มีคุณสมบัติครบถ้วนตามที่ธุรกิจต้องการ กล่าวคือ เจ้าหน้าที่บางคนมีทักษะด้านการสื่อสารภาษาต่างประเทศ แต่ขาดทักษะด้านการบริหารจัดการ หรือ บางคนมีทักษะด้านปฏิบัติการ แต่ขาดทักษะด้านการสื่อสาร เป็นต้น ซึ่งเป็นสาเหตุของปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดตามมา เช่น การจัดเตรียมความพร้อมของสถานที่และอุปกรณ์ได้ไม่ตรงตามความต้องการของลูกค้าเนื่องจากความเข้าใจที่คลาดเคลื่อน ความล่าช้าในการดำเนินการเพราะต้องเสียเวลาในการสื่อสารผ่านบุคคลที่สาม หรือ การสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายในกรณีที่ต้องใช้ล่ามเป็นผู้แปลสาร เป็นต้น

จากกรณีนี้มีตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจนคือ การจัดงาน Schneider South East Asia Initiative Conference 2005 จัดขึ้นที่หอประชุมกองทัพเรือ และงาน 19th World Congress of Neurology 2009 จัดขึ้นที่ศูนย์นิทรรศการนานาชาติและการประชุมไบเทค ซึ่งทั้งสองงานนี้ผู้วิจัยในฐานะที่เป็นบุคลากรของบริษัท Event Organizer ที่รับผิดชอบงานดังกล่าวและมีโอกาสได้เข้าร่วมตั้งแต่กระบวนการวางแผนและดำเนินการจนเสร็จสิ้น ได้พบปัญหาที่เกิดขึ้นจากตัวบุคลากรค่อนข้างมาก ทั้งปัญหาด้านกระบวนการทำงานที่แตกต่างกัน กล่าวคือ ชาวต่างประเทศจะมีลักษณะการทำงานที่รวดเร็ว ถูกต้อง ชัดเจน ในขณะที่บุคลากรไทยมักจะทำแบบไม่เร่งรีบและไม่ให้ความสำคัญกับรายละเอียดเล็ก ๆ น้อย ๆ นอกจากนี้ยังมีปัญหาการขาดทักษะและความรู้

ด้านการจัดการแบบมืออาชีพด้วย และปัญหาที่พบมากที่สุด คือ ปัญหาด้านการสื่อสาร ภาษาต่างประเทศของเจ้าหน้าที่ในประเทศไทย ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานในทุกขั้นตอน

ด้านความรู้ความเข้าใจของบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ควรคำนึงถึง เนื่องจากบุคลากรส่วนใหญ่ไม่เคยมีประสบการณ์ในการทำงานในธุรกิจไมซ์ ประกอบกับไม่ได้ศึกษาในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพด้านนี้มาก่อน เช่น สาขาวิชานิติศาสตร์ สาขาวิชาการจัดการ หรือสาขาวิชาด้านธุรกิจไมซ์โดยเฉพาะ เป็นต้น ทำให้ขาดความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับงานในสายอาชีพนี้ อันได้แก่ ความเข้าใจในธุรกิจไมซ์ คำศัพท์เฉพาะในธุรกิจ อุปกรณ์ด้านเทคนิคต่าง ๆ เป็นต้น จึงเป็นสาเหตุให้เกิดความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนระหว่างลูกค้าและเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการได้ นอกจากนี้ผู้ประกอบการธุรกิจไมซ์บางแห่งยังไม่มีกรฝึกอบรมให้แก่พนักงานก่อนการปฏิบัติงานจริง แต่อาศัยการเรียนรู้ด้วยการลองผิดลองถูก หรือ มีเพียงหัวหน้างานคอยให้คำปรึกษาหรือแก้ไขในกรณีที่มีปัญหาเกิดขึ้นเท่านั้น ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานของศูนย์ประชุมและเป็นปัญหาที่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการด้วย

พลวัฒน์ ศุขจรัส กล่าวว่า “ในแง่บุคลากรบ้านเราอาจจะด้อยกว่าในเรื่องของภาษาอังกฤษเพราะเป็นภาษาที่ 2 การเร่งผลิตนักศึกษาหรือบุคลากรใหม่ให้มีความสามารถในการใช้ภาษาได้ดีจึงเป็นสิ่งจำเป็นมาก ส่วนทางด้าน Creativity เราก็มีบุคลากรที่น่าจะดีกว่าคู่แข่งด้วยซ้ำเพราะเขาจะทำงานเป็นลักษณะฟรีเมตมากกว่าเรา” พร้อมทั้งกล่าวว่า “ในช่วง 3-4 ปีที่ผ่านมาบุคลากรที่เข้ามาในธุรกิจนี้มีมากขึ้น แม้คนรุ่นใหม่ให้ความสนใจแต่ก็ยังต้องพัฒนาต่อไปให้ดียิ่งขึ้น เพราะเป็นธุรกิจที่ต้องการความแม่นยำและประสิทธิภาพในการทำงานสูง เนื่องจากเป็นงานที่เกิดขึ้นครั้งเดียวและไม่สามารถแก้ไขข้อผิดพลาดได้ ต้องมีความรอบรู้และเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ตลอดเวลา มีความตรงต่อเวลา นอกจากนี้การบริหารจัดการก็เป็นเรื่องสำคัญ” (โพสต์ทูเดย์, 2550)

จากปัญหาดังกล่าวข้างต้น เป็นเหตุผลให้เกิดการพัฒนาด้านบุคลากรเพื่อรองรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์อย่างต่อเนื่อง โดยมีหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนในอุตสาหกรรมไมซ์เป็นผู้ดำเนินการฝึกอบรม ซึ่งในปี 2550 มีจำนวนบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์เพิ่มขึ้นประมาณ 797,000 คน คิดเป็นจำนวนร้อยละ 18 และช่วยสร้างรายได้เพิ่มขึ้นในปี 2550 ประมาณ 54,993 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 18 เมื่อเทียบกับรายรับโดยประมาณเมื่อปี 2549 จำนวนทั้งสิ้น 46,747 ล้านบาท (วงจันทร์ ตั้งทรงศักดิ์, 2550)

ในขณะเดียวกัน สสพ. ได้มีการวางแผนยุทธศาสตร์ 5 ปี โดยประกาศโครงการริเริ่มหลักสำหรับแผนยุทธศาสตร์ทั้งสิ้น 5 โครงการ ได้แก่ โครงการปิดทองหลังพระ โครงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือทั้งไทยและต่างประเทศภายใต้ Thai Team โครงการศูนย์รวบรวมและวิจัยข้อมูลไมซ์

โครงการพัฒนาความรู้ความสามารถแก่บุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ และโครงการสร้างมาตรฐานระบบการจัดการ (MICE Certificate) เพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ที่ยั่งยืนให้กับประเทศไทย พร้อมตอบโจทย์การปรับเป้าหมายผลิตภัณฑ์ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมไมซ์ภายในปี พ.ศ. 2554 ด้วย (วงจันทร์ ตั้งทรงศักดิ์, 2550)

จากแผนยุทธศาสตร์ข้างต้นของ สสปน. ได้ระบุถึงแผนการพัฒนาความรู้ความสามารถของบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ไว้ด้วยเช่นกัน โดยจะดำเนินโครงการพัฒนาความรู้ความสามารถด้านไมซ์ (MICE Capability) อย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้ในระดับสากล ทั้งนี้โครงการหลัก 2 โครงการ ได้แก่ การจัดหลักสูตรการบริหารจัดการด้านการจัดนิทรรศการ (Exhibition Management Degree - EMD) ในปี 2550 ซึ่งเป็นหลักสูตรแรกของโลก โดย สสปน. ร่วมมือกับ UFI (The Global Association of the Exhibition Industry) ซึ่งเป็นองค์กรผู้เชี่ยวชาญด้านการสร้างความรู้เพื่อธุรกิจไมซ์ระดับโลก และ ECE (The Transfer Centre for Exhibition, Convention and Event Management) แห่ง University of Cooperative Education ณ เมือง Ravensburg ประเทศเยอรมนี ซึ่งได้รับการตอบรับและประสบความสำเร็จเกินความคาดหมาย กล่าวคือ มีผู้สนใจสมัครเข้ารับการอบรมจากวงการอุตสาหกรรมไมซ์และบรรดาอาจารย์มหาวิทยาลัยทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติถึง 33 คน จาก 10 ประเทศทั่วโลก (วงจันทร์ ตั้งทรงศักดิ์, 2550)

นอกจากนี้ยังมีอีกหนึ่งโครงการสำคัญ คือ การจัดหลักสูตร English for MICE เพื่อส่งเสริมและพัฒนาทักษะด้านภาษาและการสื่อสารของบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ โดย สสปน. ได้ทำการศึกษาความคาดหวังต่อบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์จากผู้ประกอบการและลูกค้า พบว่ามีความต้องการบุคลากรที่มีความสามารถด้านภาษาอังกฤษในระดับมาตรฐานเทียบเท่านานาชาติ จึงร่วมมือกับสถาบันสอนภาษา Inlingua International School of Languages จัดสอนหลักสูตรพิเศษที่คิดค้นขึ้นเฉพาะ โดยศึกษาจากความจำเป็นในการใช้งานจริงและสร้างสรรค์หลักสูตรเฉพาะด้านเพื่อการสอนภาษาอังกฤษให้กับบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ ทั้งนี้ได้กำหนดเป้าหมายของผู้สนใจเข้าฝึกอบรมจำนวน 300 คน และจัดคอร์สการสอนทั้งสิ้น 25 คอร์ส ซึ่งคอร์สแรกเริ่มต้นตั้งแต่ 12 มิถุนายน ถึง 15 สิงหาคม 2550 ใช้เวลาทั้งสิ้น 2 เดือนครึ่ง มีผู้เข้ารับการอบรมทั้งสิ้นจำนวน 40 คน (วงจันทร์ ตั้งทรงศักดิ์, 2550)

นอกจากนี้ สสปน. ยังได้ดำเนินโครงการ Branding ให้กับองค์กรควบคู่กันไปด้วย เพื่อให้บุคลากรในองค์กรตลอดจนกลุ่มเป้าหมายเกิดการรับรู้และเข้าใจในภารกิจและหน้าที่ที่ชัดเจนของ สสปน. โดยใช้เป็นแนวทางและรูปแบบในการกำหนดมาตรฐานของการสื่อสารผ่านช่องทางต่าง ๆ

ไปยังกลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและภายนอกองค์กรได้อย่างชัดเจน ถูกต้อง มีประสิทธิภาพ และสามารถวัดผลได้ ซึ่งจะเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์และวัฒนธรรมองค์กรของ สสปน. เองด้วย

หากพิจารณาจากปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลให้ประเทศไทยเป็นอีกหนึ่งจุดหมายของสถานที่จัด กิจกรรมไมซ์ (MICE Destination) จะพบว่าประเทศไทยเปรียบพร้อมด้วยจุดขายที่สำคัญ คือ มีความพร้อมสมบูรณ์ทั้งแหล่งท่องเที่ยวแบบ Leisure ควบคู่ไปกับการจัดการประชุมสัมมนา ประกอบกับความมีน้ำใจและมิตรไมตรีของคนไทยที่ทำให้ชาวต่างชาติประทับใจและอยากเลือก เมืองไทยเป็นสถานที่เป้าหมายในการจัดกิจกรรมไมซ์ (วงจันทร์ ตั้งทรงศักดิ์, 2550) นอกจากนี้ยังมี ปัจจัยที่ใช้เปรียบเทียบกับคู่แข่งในอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย ซึ่งประกอบด้วย 1) คุณภาพ ของสนามบินและความสะดวกในการเดินทางเข้ามาในประเทศ 2) คุณภาพของสถานที่จัดประชุม 3) วัฒนธรรมและสิ่งดึงดูด 4) พิธีการศุลกากรและการตรวจคนเข้าเมือง 5) โครงสร้างพื้นฐานอัน ได้แก่ การคมนาคมและการสื่อสาร 6) การเข้าถึงสถานที่จัดประชุม 7) คุณภาพของที่พักแรม 8) ความเป็นมืออาชีพในการจัดงาน เช่น การประสานงาน การบริการข้อมูล และการบริการครบ วงจร 9) ราคาและความคุ้มค่าเงิน และ 10) ภาพลักษณ์ของการเป็นแหล่งธุรกิจ (ภูริวัจน์ เดชอุ่ม, 2552) โดยจะเห็นว่าปัจจัยในข้อ 8 นั้นเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ ซึ่งมี ส่วนสำคัญในการแข่งขันในตลาดโลก และเป็นปัจจัยหนึ่งที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ได้ โดยขึ้นอยู่กับระดับความพร้อมของบุคลากร กล่าวคือ ถ้าบุคลากรมีความพร้อมที่สมบูรณ์ใน ทุก ๆ ด้านก็ย่อมทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้าได้ เช่นเดียวกัน สำหรับประเทศไทยถือว่ามีความโดดเด่นในแง่ของ “จิตบริการ” จากพื้นฐานนิสัยของคนไทยที่มักเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่และมอบสิ่งที่ดีที่สุดแก่ผู้รับบริการ อย่างไรก็ตามยังมีปัญหาด้านการ สื่อสารอยู่บ้างสำหรับการบริการให้กับนักท่องเที่ยวระดับ Business Traveler ซึ่งหากสามารถ พัฒนาความสามารถด้านภาษาให้กับบุคลากรไทยได้ จะเพิ่มความน่าเชื่อถือและศักยภาพในการ บริการมากยิ่งขึ้น (กรณัญญ์ ขวัญคง, 2553)

จากการรวบรวมและวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมไมซ์ในมุมมองของผู้ประกอบการ ประกอบกับประสบการณ์การทำงานจริงของผู้วิจัย พบว่าปัญหาที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่ เป็นปัญหาที่มีสาเหตุมาจากบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งสิ้น ทั้งนี้เนื่องจากอุตสาหกรรมไมซ์เป็น อุตสาหกรรมบริการรูปแบบหนึ่งที่มีบุคลากรเป็นผู้ส่งมอบบริการแก่ลูกค้า ดังนั้นปัญหาเรื่อง ความพร้อมด้านบุคลากรจึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจที่จะศึกษา เพื่อนำข้อมูลและผลการวิจัยที่ได้ไป ปรับปรุงและพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมให้มีคุณภาพได้มาตรฐานทัดเทียมนานาชาติและ

สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพสูงสุด อีกทั้งยังเป็นแนวทางในการเพิ่มขีดความสามารถของบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ให้สามารถแข่งขันกับนานาชาติได้อีกด้วย ซึ่งจะช่วยผลักดันให้ประเทศไทยก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาคเอเชียได้อย่างแท้จริง

จุดมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพร้อมด้านของบุคลากรของศูนย์ประชุมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลต่อการรองรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์
2. เพื่อวิเคราะห์คุณสมบัติของบุคลากรด้านการบริการที่มีผลต่อความพร้อมด้านบุคลากรในศูนย์ประชุมต่อการรองรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์
3. เพื่อวิเคราะห์ความสำคัญของกระบวนการบริหารงานทรัพยากรบุคคลที่มีผลต่อความพร้อมด้านบุคลากรในศูนย์ประชุมต่อการรองรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์
4. เพื่อวิเคราะห์บทบาทหน้าที่ของบุคลากรในศูนย์ประชุมที่มีผลต่อการประเมินความพร้อมด้านบุคลากรของลูกค้าที่มาใช้บริการจัดกิจกรรมไมซ์ในศูนย์ประชุมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ความสำคัญของการวิจัย

การทำวิจัยในหัวข้อนี้จะทำให้ทราบถึงคุณสมบัติที่สำคัญของบุคลากรด้านการบริการและความสำคัญของกระบวนการบริหารงานทรัพยากรบุคคลในแต่ละขั้นตอนที่มีผลต่อความพร้อมด้านบุคลากรในศูนย์ประชุม และทราบถึงบทบาทหน้าที่ของบุคลากรในศูนย์ประชุมที่มีผลต่อการประเมินความพร้อมด้านบุคลากรของลูกค้าที่มาใช้บริการจัดกิจกรรมไมซ์ในศูนย์ประชุม ทั้งนี้เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการคัดเลือก ฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรในศูนย์ประชุมให้มีคุณสมบัติที่เหมาะสมกับการปฏิบัติงานเพื่อรองรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัย ได้แก่

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ครอบคลุมเนื้อหา ดังนี้
 - 1.1 ศึกษาว่าคุณสมบัติข้อใดบ้างของบุคลากรด้านการบริการที่มีผลต่อความพร้อมด้านบุคลากรในศูนย์ประชุมต่อการรองรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์

1.2 ศึกษาความสำคัญของกระบวนการบริหารงานทรัพยากรบุคคลที่มีผลต่อความพร้อมด้านบุคลากรในศูนย์ประชุมต่อการรองรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์

1.3 ศึกษาบทบาทหน้าที่ของบุคลากรในศูนย์ประชุมที่มีผลต่อการประเมินความพร้อมด้านบุคลากรของลูกค้าที่มาใช้บริการจัดกิจกรรมไมซ์ในศูนย์ประชุมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งประกอบด้วยศูนย์ประชุมขนาดใหญ่จำนวน 5 แห่ง ได้แก่

1.3.1 ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ (Queen Sirikit National Convention Center)

1.3.2 ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุม อิมแพ็ค เมืองทองธานี (IMPACT Arena, Exhibition and Convention Center)

1.3.3 ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค (Bangkok International Trade & Exhibition Centre)

1.3.4 รอยัล พารากอน ฮอลล์ ศูนย์การค้าสยามพารากอน (Royal Paragon Hall Exhibition & Convention Center)

1.3.5 บางกอกคอนเวนชันเซ็นเตอร์ แอท เซ็นทรัลเวิลด์ (Bangkok Convention Centre at Central World)

2. ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้ให้ข้อมูลหลักที่ใช้ในการวิจัยนี้ ประกอบด้วย ผู้บริหารของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

2.1 ผู้บริหารของศูนย์ประชุมขนาดใหญ่ที่ทำการศึกษา จำนวน 5 คน

2.2 ผู้บริหารของบริษัทรับจัดงาน (Event Organizer) จำนวน 5 คน

2.3 ผู้บริหารของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. จำนวน 1 คน

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บข้อมูลทั้งหมด 6 เดือน ระหว่างเดือนตุลาคม 2553 ถึงเดือนมีนาคม 2554

นิยามศัพท์เฉพาะ

ไมซ์ (MICE) เป็นคำย่อที่มาจากตัวอักษรตัวแรกของคำว่า Meeting, Incentive, Convention, Exhibition หมายถึง การจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดงานนานาชาติ การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติ

อุตสาหกรรมไมซ์ (MICE Industry) หมายถึง คือ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดประชุมนานาชาติ การแสดงสินค้าและนิทรรศการ ตั้งแต่ระดับเล็กไปจนถึงระดับใหญ่อย่างนานาชาติ

บุคลากร หมายถึง พนักงานและเจ้าหน้าที่ที่ทำงานอยู่ในศูนย์ประชุมตั้งแต่ระดับผู้บริหารจนถึงระดับพนักงาน รวมถึงลูกจ้างชั่วคราวจากบริษัทภายนอกด้วย

ความพร้อมด้านบุคลากร หมายถึง ความสามารถของบุคลากรในการให้บริการแก่ผู้ใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในที่นี้มุ่งศึกษาเฉพาะการให้บริการในศูนย์ประชุมเพื่อจัดกิจกรรมไมซ์เท่านั้น

ศูนย์ประชุม หมายถึง สถานที่ขนาดใหญ่ที่ใช้สำหรับจัดประชุม แสดงสินค้า จัดนิทรรศการ และจัดเลี้ยงในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งสามารถจุคนได้เป็นจำนวนมาก

คุณสมบัติของบุคลากรด้านการบริการ หมายถึง คุณลักษณะของบุคคลที่ทำงานด้านการบริการ ซึ่งได้แก่ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองด้วยความพร้อมและเต็มใจให้บริการ ความสามารถด้านวิชาการและการบริการ ความสุภาพอ่อนโยน การสื่อสารที่ถูกต้องชัดเจน ความซื่อสัตย์ ความเข้าใจในการเรียนรู้และเอาใจใส่ผู้ใช้บริการ และการสร้างสิ่งจำเป็นได้เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ

การบริหารงานทรัพยากรบุคคล หมายถึง กระบวนการที่ผู้บริหารใช้ศิลปะและกลยุทธ์ ดำเนินการวางแผนด้านทรัพยากรมนุษย์ในขั้นตอนตั้งแต่การวิเคราะห์และการออกแบบงาน การสรรหา การคัดเลือก การฝึกอบรมและพัฒนา การประเมินผลการปฏิบัติงาน การบริหารค่าตอบแทน การจัดการด้านสุขภาพและความปลอดภัย แรงงานสัมพันธ์และสภาพแรงงาน ในที่นี้มุ่งศึกษาเฉพาะการบริหารงานทรัพยากรบุคคลของศูนย์ประชุมเท่านั้น

บทบาทและหน้าที่ของบุคลากรในศูนย์ประชุม หมายถึง การปฏิบัติงานตามหน้าที่ความรับผิดชอบของบุคลากรในศูนย์ประชุมในตำแหน่งงานที่ได้รับมอบหมายเพื่อให้บริการแก่ลูกค้าที่จัดกิจกรรมไมซ์ในศูนย์ประชุม

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย



ภาพ 1 แสดงกรอบแนวความคิดในการวิจัย

คำถามวิจัย

1. คุณสมบัติของบุคลากรด้านการบริการมีความสัมพันธ์กับความพร้อมด้านบุคลากรของศูนย์ประชุมต่อการรองรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์หรือไม่ อย่างไร
2. ขั้นตอนการบริหารงานทรัพยากรบุคคลมีความสัมพันธ์กับความพร้อมด้านบุคลากรของศูนย์ประชุมต่อการรองรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์หรือไม่ อย่างไร
3. ตำแหน่งและบทบาทหน้าที่ของบุคลากรในศูนย์ประชุมมีความสัมพันธ์กับการประเมินความพร้อมด้านบุคลากรของลูกค้าที่มาใช้บริการจัดกิจกรรมไมซ์หรือไม่ อย่างไร

