

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาความพร้อมด้านบุคลากรของศูนย์ประชุมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลต่อการรองรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกบุคลากรระดับบริหารหรือระดับปฏิบัติการของศูนย์ประชุมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจำนวน 5 แห่ง บุคลากรระดับบริหารหรือระดับปฏิบัติการของบริษัทรับจัดงาน (Event Organizer) จำนวน 5 แห่ง และผู้บริหารของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) จำนวน 1 ท่าน รวมทั้งสิ้น 11 ท่าน สามารถสรุปเป็นประเด็นคำตอบตามคำถามวิจัยทั้ง 3 ข้อ ดังต่อไปนี้

1. คุณสมบัติของบุคลากรด้านการบริการมีความสัมพันธ์กับความพร้อมด้านบุคลากรของศูนย์ประชุมต่อการรองรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์หรือไม่ อย่างไร

จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักพบว่าคุณสมบัติของบุคลากรด้านการบริการมีความสัมพันธ์กับความพร้อมด้านบุคลากรในศูนย์ประชุมต่อการรองรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์จริงในระดับที่แตกต่างกันไปในแต่ละคุณสมบัติ ซึ่งสามารถแยกเป็นประเด็นย่อย ๆ ได้ ดังนี้

- 1.1 คุณสมบัตินด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)
- 1.2 คุณสมบัตินด้านการตอบสนองด้วยความพร้อมและเต็มใจให้บริการ (Responsiveness)
- 1.3 คุณสมบัตินด้านความสามารถด้านวิชาการและการบริการ (Competency)
- 1.4 คุณสมบัตินด้านความสุภาพอ่อนโยน (Courtesy)
- 1.5 คุณสมบัตินด้านการสื่อสารที่ถูกต้อง ชัดเจน (Communication)
- 1.6 คุณสมบัตินด้านความซื่อสัตย์ (Credibility)
- 1.7 คุณสมบัตินด้านความเข้าใจในการเรียนรู้และเอาใจใส่ผู้ให้บริการ (Understanding)
- 1.8 คุณสมบัตินด้านการสร้างสิ่งจับต้องได้เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ให้บริการ (Tangibility)
- 1.9 คุณสมบัตินเพิ่มเติมอื่น ๆ

2. ขั้นตอนการบริหารงานทรัพยากรบุคคลมีความสัมพันธ์กับความพร้อมด้านบุคลากรของศูนย์ประชุมต่อการรองรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์หรือไม่ อย่างไร

จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักพบว่ากระบวนการในการบริหารงานทรัพยากรบุคคลมีความสัมพันธ์กับความพร้อมด้านบุคลากรในศูนย์ประชุมต่อการรองรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์จริง โดยมีระดับความสำคัญที่แตกต่างกันไปในแต่ละกระบวนการ ซึ่งสามารถแยกเป็นประเด็นย่อย ๆ ได้ ดังนี้

2.1 กระบวนการวิเคราะห์และออกแบบงาน (Job Analysis and Design Process)

2.2 กระบวนการสรรหา (Recruitment Process)

2.3 กระบวนการคัดเลือก (Selection Process)

2.4 กระบวนการฝึกอบรมและพัฒนา (Training and Development Process)

2.5 กระบวนการประเมินผลการปฏิบัติงาน (Performance Appraisal Process)

2.6 กระบวนการบริหารค่าตอบแทน (Compensation Process)

2.7 กระบวนการด้านสุขภาพและความปลอดภัย (Health and Safety Process)

2.8 กระบวนการด้านแรงงานสัมพันธ์และสหภาพแรงงาน (Labor Relations and Union Process)

3. ตำแหน่งและบทบาทหน้าที่ของบุคลากรในศูนย์ประชุมมีความสัมพันธ์กับการประเมินความพร้อมด้านบุคลากรของลูกค้าที่มาใช้บริการจัดกิจกรรมไมซ์หรือไม่ อย่างไร

จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักพบว่าบทบาทหน้าที่ของบุคลากรในศูนย์ประชุมมีความสัมพันธ์กับการประเมินความพร้อมด้านบุคลากรของลูกค้าที่มาใช้บริการจัดกิจกรรมไมซ์จริง โดยมีระดับความสำคัญแตกต่างกันไปในแต่ละฝ่ายงาน ซึ่งสามารถแยกเป็นประเด็นย่อย ๆ ได้ ดังนี้

3.1 แผนกบริการส่วนหน้า (Front of the House)

3.2 แผนกสนับสนุนบริการ (Back of the House)

นอกจากข้อมูลที่สามารถตอบคำถามวิจัยทั้ง 3 ข้อได้แล้ว ผู้วิจัยยังค้นพบข้อมูลอื่น ๆ ที่น่าสนใจที่มีความสัมพันธ์กับความพร้อมด้านบุคลากรในศูนย์ประชุม ซึ่งพอสรุปเป็นประเด็นอื่น ๆ ได้ ดังนี้

4. ประเด็นความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ

4.1 ความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักต่อการประเมินความพร้อมด้านบุคลากรในศูนย์ประชุม

- 4.2 ข้อเสนอแนะของผู้ให้ข้อมูลหลักต่อแนวทางการพัฒนาความพร้อมด้านบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์
- 4.3 ความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์
- 4.4 ความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักเกี่ยวกับแนวโน้มอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทยในอนาคต
- 4.5 ความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักต่อศักยภาพของประเทศไทยในการเป็นศูนย์กลางของอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE Center)

ประเด็นคุณสมบัติของบุคลากรด้านการบริการในศูนย์ประชุมที่มีผลต่อความพร้อมด้านบุคลากรต่อการรองรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์

การศึกษาความพร้อมด้านบุคลากรของศูนย์ประชุมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลต่อการรองรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์โดยพิจารณาถึงคุณสมบัติที่สำคัญของบุคลากรด้านการบริการทั้ง 8 ข้อ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ (Reliability) การตอบสนองด้วยความพร้อมและเต็มใจให้บริการ (Responsiveness) ความความสามารถด้านวิชาการและการบริการ (Competency) ความสุภาพอ่อนโยน (Courtesy) การสื่อสารที่ถูกต้องชัดเจน (Communication) ความซื่อสัตย์ (Credibility) ความเข้าใจในการเรียนรู้และเอาใจใส่ผู้ให้บริการ (Understanding) และการสร้างสิ่งจับต้องได้เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ (Tangibility) ตามความเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักพบว่าคุณสมบัติของบุคลากรด้านการบริการแต่ละข้อมีความสัมพันธ์กับความพร้อมด้านบุคลากรของศูนย์ประชุมในระดับที่แตกต่างกันไป ดังนี้

1. คุณสมบัติด้านความน่าเชื่อถือ (Reliability)

ประเด็นคุณสมบัติด้านความน่าเชื่อถือของบุคลากรมีความสัมพันธ์กับความพร้อมด้านบุคลากรในศูนย์ประชุมในระดับสูง เนื่องจากผู้ให้ข้อมูลหลักหลายท่านให้ความเห็นเกี่ยวกับประเด็นความน่าเชื่อถือของบุคลากรว่าเทียบได้กับ “ความเป็นมืออาชีพ” (Professional) ซึ่งจะสัมผัสได้เมื่อมีการติดต่อประสานงานกัน โดยประเมินจากการให้บริการด้านข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวก การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า ตลอดจนการให้คำแนะนำเกี่ยวกับการทำงานแก่ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งส่วนมากจะพบคุณสมบัตินี้ในบุคลากรระดับ Senior หรือ Supervisor โดยเฉพาะอย่างยิ่งบุคลากรในแผนก Sales และ Operation ที่มีหน้าที่หลักในการติดต่อประสานงานและคอยอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการตั้งแต่ต้นจนจบงาน

ในประเด็นนี้ พรพัฒน์ ศรีธนาบุตร (2554) ผู้อำนวยการฝ่ายทรัพยากรบุคคล ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ให้ความเห็นว่า ความน่าเชื่อถือสามารถเทียบได้กับความเป็นมืออาชีพเป็นสิ่งที่ถูกคาดหวังจากการใช้บริการในศูนย์ประชุม ซึ่งจะสะท้อนถึงความพร้อมของผู้ให้บริการได้

ส่วนผู้อำนวยการฝ่ายขาย ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค มีความคิดเห็นที่สอดคล้อง โดยกล่าวว่า (ดวงรัตน์ ทศนประเสริฐ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 3 มีนาคม 2554)

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

สอดคล้องกับความคิดเห็นของ Project Manager จาก Mainstream Organizer ที่กล่าวว่า (ชาลี บริบูรณ์, ผู้ให้สัมภาษณ์, 26 ตุลาคม 2553)

...ข้อสองคือความเป็นมืออาชีพ Professional เป็นคุณสมบัติที่ผมว่าใคร ๆ ก็ต้องการ คงไม่มีใครอยากทำงานกับคนที่ไม่รู้เรื่อง ไม่เก่ง หรือไม่พร้อมที่จะให้บริการจริงมัย โดยเฉพาะงานในศูนย์ประชุม ถ้าเราได้ Deal กับคนที่ทำงานเป็น รู้ทุกเรื่อง ถามอะไรตอบได้ และที่สำคัญช่วยแนะนำเราได้ด้วย ก็ถือว่าโชคดีมาก ๆ ซึ่งต้องบอกว่าความคุ้นเคยก็เป็นตัวแปรหนึ่งที่ทำให้การทำงานระหว่างออกนอกในเซอรักับบุคลากรของศูนย์ประชุมสอดคล้องประสานกันดีเป็นอย่างไร คือถ้าคนที่เรา Deal ด้วยเป็นประจำทำงานด้วยกันบ่อย ๆ ก็จะมีใจกัน บางทีแค่มองตาก็มองใจแล้วเราต้องการอะไร หรือกฎระเบียบบางอย่างก็สามารถยืดหยุ่นกันได้ เช่น เรื่องเวลา Set up ปกติจะกำหนดเวลาชัดเจนว่ากี่โมงถึงกี่โมง แต่ถ้าก่อนหน้านั้นไม่มีงาน Sales บางคนคุ้นเคยกับเราก็จะอนุญาตให้เราเข้า Set up ได้ก่อนเวลา ซึ่งก็เป็นผลดีกับทั้งเราและเค้าที่จะทำงานได้เสร็จเร็วขึ้นด้วย เพราะฉะนั้นคุณสมบัติข้อนี้ก็สำคัญไม่แพ้ Service Mind ซึ่งบางทีเราก็เรียกว่าความน่าเชื่อถือได้เหมือนกัน ซึ่งมันขึ้นอยู่กับองค์ประกอบหลาย ๆ อย่าง เช่น ประสบการณ์ ความรู้ความสามารถ

บุคลิกภาพ อายุงาน อะไรพวกนี้ มันรวม ๆ กันทำให้เกิดเป็นความน่าเชื่อถือในความเป็นมืออาชีพของคน ๆ หนึ่ง

ด้าน Event Executive ของรอยัล พารากอน ฮอลล์ ได้แสดงความคิดเห็นพร้อมทั้งยกตัวอย่างในประเด็นนี้ โดยกล่าวว่า (อานนท์ เอนกวิชนกุล, ผู้ให้ข้อมูลหลัก, 21 มกราคม 2554)

...ความน่าเชื่อถือคือการที่เราแนะนำลูกค้าแล้วลูกค้าเชื่อถือ นั่นหมายถึงว่าต้องเกิดจากประสบการณ์ก่อน แต่ในที่นี่ในฮอลล์นี่ก็มีคนหลายระดับ เค้าอาจจะมาจากธุรกิจอื่นก่อนแล้วมาอยู่ในนี้ เค้าอาจไม่ชินในการให้คำแนะนำลูกค้า คืออันเนี่ยจะพูดระดับคนทำงานไม่ใช่ระดับคนที่สื่อสารกับลูกค้า บางครั้งคือพูดในเรื่องของหน่วยงาน เค้าจะเห็นเป็นชุดพารากอนฮอลล์ เดินเข้าไปถามก็อ้อ ๆ อึ้ง ๆ ซึ่งจะบอกก่อนว่านั่นเป็นทีมงานระดับคนทำงานจริง ๆ ซึ่งบางทีเค้าก็รู้หน้าที่ของตัวเองว่าทำอะไร แต่ว่าในการจะให้ไปแนะนำลูกค้า การมองภาพงานใหญ่เนี่ย เค้าอาจจะยังไม่ถนัด ซึ่งระดับที่จะคุยเรื่องงานใหญ่เนี่ยก็จะเป็นทีม Event หรือทีม Supervisor ของแต่ละทีมไม่ว่าจะเป็นทีม Set up ทีมช่างเทคนิคให้คำแนะนำอะไรพวกนี้ คือเค้าจะค่อนข้างมั่นใจว่าเพราะว่าในระดับคนทำงานก็น่าจะเป็นเหมือนกันในหลาย ๆ ธุรกิจที่จะค่อนข้างวนกันเยอะ คนเข้าคนออกก็มีบ้าง ทำให้ความแม่นยำลดลง เค้าอาจจะไปถามคนที่เพิ่งเข้ามาทำงานได้ 3 เดือนก็ได้ และ 3 เดือนก่อนหน้านั้นทำอะไรมาไม่รู้ ทำธุรกิจอื่นมาก็อาจจะยังไม่แม่นยำข้อมูลก็อาจจะทำให้เรื่องของความน่าเชื่อถืออาจจะลดลงเพราะว่าถามผิดคน จะเป็นภาพนั้นมากกว่า

ในขณะที่ Operation Manager ของอิมแพค เมืองทองธานี มีความคิดเห็นเพิ่มเติมในประเด็นนี้ โดยกล่าวว่า (เกรียงไกร ธวัชชัย, ผู้ให้สัมภาษณ์, 15 มกราคม 2554)

...จริง ๆ แล้ว ถ้าบอกถึงความน่าเชื่อถือในภาพรวมทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นงานอินเตอร์หรืองานทั่วไป ทุก ๆ ที่จะมีทีม Operation ที่ต้องวางตัวคนที่ดูแลลูกค้าเชื่อถือไป Contact กับลูกค้า ต้องดู Connection คุณคุณสมบัติทั้งของเราและทางลูกค้า ถ้าทางลูกค้าเป็นผู้ใหญ่และดูแลต้องการความน่าเชื่อถือจากเจ้าหน้าที่อาคาร เจ้าหน้าที่ประสานงานของทางสถานที่ ก็ต้องจัด Manager เข้าไปเป็นคน Contact เป็นคนหลัก...

ในประเด็นคุณสมบัติด้านความน่าเชื่อถือนี้ ผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าเป็นคุณสมบัติของบุคลากรในศูนย์ประชุมที่จะสะท้อนถึงความพร้อมด้านบุคลากรในการให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างชัดเจน โดยจำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไม่เพียงแค่ประกอบกับการสั่งสมประสบการณ์ในการทำงาน ซึ่งจะช่วยให้ระดับความน่าเชื่อถือของบุคลากรได้มากยิ่งขึ้น

2. คุณสมบัติด้านการตอบสนองด้วยความพร้อมและเต็มใจให้บริการ (Responsiveness)

คุณสมบัติด้านการตอบสนองด้วยความพร้อมและเต็มใจให้บริการมีความสัมพันธ์กับความพร้อมด้านบุคลากรในศูนย์ประชุมในระดับสูง โดยผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าคุณสมบัติข้อนี้เทียบได้กับคำว่า “Service Mind” ซึ่งถือเป็นคุณสมบัติพื้นฐานของบุคลากรด้านการบริการ กล่าวคือ ลักษณะงานในศูนย์ประชุมเป็นงานบริการ เป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลคือผู้ให้บริการและผู้รับบริการ โดยผู้ให้บริการจะต้องให้ในสิ่งที่ลูกค้าต้องการเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้านั่นเอง ซึ่งผู้ให้บริการมักจะพอใจกับการตอบสนองที่รวดเร็วและขึ้นชอบการทำงานที่มีความพร้อมอยู่เสมอ รวมถึงการให้บริการด้วยความเต็มใจ โดยสามารถสัมผัสได้จากตัวบุคลากรที่ร่วมงานด้วย หรือสังเกตจากพฤติกรรม การแสดงออก การพูดคุย ความกระตือรือร้น ความอดทน และผลของงานที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าเองด้วย

ในประเด็นนี้ Project Manager จาก Mainstream Organizer มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณสมบัติข้อนี้ โดยกล่าวว่า (ชาติ บริบูรณ์, ผู้ให้สัมภาษณ์, 26 ตุลาคม 2553)

...เรื่อง Service Mind มาเป็นอันดับแรกเลย เพราะงานในศูนย์ประชุมถือเป็นงานบริการ ไม่แตกต่างจากโรงแรมหรืออสังหาริมทรัพย์ เพราะฉะนั้นคนที่ทำงานนี้ได้จะต้องเป็นคนที่มีใจรักในการบริการ พร้อมและเต็มใจให้บริการ อย่างที่บอกว่างาน Event เป็นงานที่ต้องแก้ปัญหาเฉพาะหน้าค่อนข้างเยอะ เพราะฉะนั้นคนที่ต้องคอยบริการหรืออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าหรืออสังหาริมทรัพย์ก็ต้องมีความพร้อมและเต็มใจที่ทำงานที่ทำเหมือนกันงานถึงจะออกมาดี

เช่นเดียวกับความคิดเห็นของ กัญญานาถ บุญประสิทธิ์ (2553) Project Manager จาก CM MICE ที่ให้ความสำคัญกับคุณสมบัติเรื่อง Service Mind โดยมองว่าเป็นคุณสมบัติสำคัญอันดับหนึ่งของบุคลากรในศูนย์ประชุม ซึ่งอาจต้องใช้รูปแบบการบริการของโรงแรมที่มีมาตรฐานแล้วลูกค้าเป็นอย่างดีมาปรับใช้ในศูนย์ประชุมด้วยเช่นกัน

ด้านผู้อำนวยการฝ่ายขาย ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค กล่าวว่า Service Mind เป็นหนึ่งในหกคุณสมบัติหลัก (Competency) ของพนักงานไบเทคทุกคน นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับการฝึกอบรมด้านการบริการที่เป็นเลิศอีกด้วยโดยกล่าวว่า (ดวงรัตน์ ทัศนประเสริฐ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 3 มีนาคม 2554)

...อย่างไบเทคกำลังมี Service Excellence เป็น Training ที่ทำให้พนักงานรู้สึกว่าคุณคนคือลูกค้า หรือแม้แต่จะส่งมอบ คนในครัวช่างในอาจจะมีความคิดว่าตัวเองไม่ได้มา Touch Point ไม่ได้มาเจอตัวลูกค้าเลย ไม่รู้ว่าตัวเองมีความสำคัญอย่างไร แต่จริง ๆ แล้ววิธีที่เค้าจะปอกแตงโมหรืออะไรอย่างนี้ กว่าจะมาถึงลูกค้ามันก็มาจากเค้า ต้องทำให้เค้ารู้ว่าเค้ามีความสำคัญ

ในประเด็นนี้ Event Executive ของรอยัล พารากอน ฮอลล์ มีความเห็นที่สอดคล้องกันว่า โดยกล่าวว่า (อานนท์ เอนกวิชนกุล, ผู้ให้สัมภาษณ์, 21 มกราคม 2554)

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

นอกจากนี้ อานนท์ เอนกวิชนกุล (2554) ยังให้ความเห็นเพิ่มเติมว่าเรื่อง Service Mind ถือเป็นนโยบายสำคัญที่คุณอรุณ เทง ผู้จัดการทั่วไป รอยัล พารากอน ฮอลล์ ให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก โดยกำหนดเป็นนโยบาย ทั้งนี้เนื่องจากคุณอรุณเคยบริหารงานในสายโรงแรมมาก่อนจึงเน้นเรื่อง Service Mind ค่อนข้างสูง

ในขณะที่ จุฑามาศ งานนฤมล (2554) Project Manager จาก Index Event Agency ให้ความหมายเพิ่มเติมเกี่ยวกับคำว่า Service Mind ว่าหมายถึงการให้ความร่วมมือในเรื่องต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการให้ข้อมูลหรือเรื่องอะไรต่าง ๆ ที่ผู้ให้บริการต้องการรู้ เช่น เรื่องการออกแบบ การนัดเข้าไปดูสถานที่ หรือการให้ข้อมูลเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์กับ Exhibitor เองด้วย

สำหรับ ยูพา พิพัฒน์พวงทอง (2554) Production Manager ของ Optimum Group ให้ความเห็นว่าคุณสมบัติเรื่อง Service Mind มีความจำเป็นมาก แต่จากประสบการณ์การทำงาน คุณสมบัติข้อนี้จะพบได้ยากในบุคลากรของศูนย์ประชุมหลาย ๆ แห่ง ซึ่งทำให้เกิดความรู้สึกไม่ประทับใจในการบริการของศูนย์ประชุมนั้น ๆ

ส่วน เกรียงไกร ธวัชชัย (2554) Operation Manager ของอิมแพค เมืองทองธานี ให้ความเห็นว่า Service Mind เป็นคุณสมบัติแรกที่ใช้เป็นเกณฑ์ในการรับคนเข้าทำงานในศูนย์ประชุมและเป็นเรื่องสำคัญที่สุดที่จะทำ Training ให้กับบุคลากรในองค์กรด้วย โดยเกณฑ์ในการรับคนเข้ามาทำงานของอิมแพคจะคัดกันตั้งแต่จบใหม่และคนที่มีประสบการณ์แล้ว ซึ่งสิ่งแรกที่จะต้องพิจารณาคือเรื่อง Service Mind และความรับผิดชอบเป็นหลัก พร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมว่าการฝึกอบรมในหน่วยงานควรเสริมเรื่อง Service Mind ของบุคลากรให้มากยิ่งขึ้น ทั้งในส่วนของเจ้าหน้าที่ประจำหรือ Supplier ด้วย

พรพัฒน์ ศรีธนาบุตร (2554) ผู้อำนวยการฝ่ายทรัพยากรบุคคล ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ให้ความเห็นเพิ่มเติมว่า Service Mind ควรมีความคู่กับความเป็นมืออาชีพในขณะเดียวกันก็ต้องบริการเป็น ซึ่งคุณสมบัติของบุคลากรด้านการบริการทุก ๆ ข้อมีความสำคัญทั้งหมด

ประเด็นคุณสมบัติด้านการตอบสนองด้วยความพร้อมและเต็มใจให้บริการเป็นคุณสมบัติสำคัญที่ผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่มีความเห็นตรงกัน โดยเทียบได้กับคำว่า “จิตสำนึกแห่งการบริการ” หรือ “Service Mind” นั่นเอง

3. คุณสมบัติด้านความสามารถด้านวิชาการและการบริการ (Competency)

คุณสมบัติด้านความสามารถด้านวิชาการและการบริการมีความสัมพันธ์กับความพร้อมด้านบุคลากรของศูนย์ประชุมในระดับสูง โดยความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักบางท่านให้นิยามคุณสมบัติข้อนี้ว่าตรงกับคำว่า “Expert” ซึ่งหมายถึงความเชี่ยวชาญในงานที่ทำ โดยมองว่าหากบุคลากรของศูนย์ประชุมควรมีความรู้ความเข้าใจพื้นฐานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไม่ช้าก่อนจะส่งผลต่อความพร้อมในการให้บริการมากกว่าบุคลากรที่ไม่มีประสบการณ์ด้านนี้มาเลย

ในประเด็นนี้ Project Manager จาก Index Event Agency กล่าวว่า (จุฬามาศ งานนฤมลกิจ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2554)

...สองคือเรื่องของ Expert ความรู้ความสามารถของเจ้าหน้าที่ ความเป็นมืออาชีพ อย่างเจ้าหน้าที่บางทีมถ้าเค้าไม่มีความรู้เรื่อง Venue เลย แล้วในการอยู่กับเราจะทำให้เราเกิดปัญหาเยอะมาก ถ้าเราเป็นผู้ที่มาใช้ Venue นี้ใหม่ ๆ แต่ถ้าเราใช้ประจำจนเรารู้หมดแล้ว

ก็ไม่มีปัญหา แต่เรากำลังพูดถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ ๆ ถ้าเจ้าหน้าที่ไม่มีความรู้เพียงพอ หรือไม่เข้าใจในเรื่องของสถานที่ของเค้า หรือในเรื่องโปรดักชั่น เค้าก็จะแนะนำ ออกแกในเซอร์หรือคนที่มาเช่าพื้นที่ของเค้าได้ไม่ดีพอ หรือบางสิ่งบางอย่างที่เค้าลืมไปแต่ มันมีผลกระทบกับการก่อสร้างงานหรืออะไร มันเจอเคสนี้เยอะ

นอกจากนี้ยังได้ยกตัวอย่างในประเด็นเรื่อง Expert นี้ไว้ด้วย โดยกล่าวว่า (จุฑามาศ งานนฤมลกิจ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2554)

...ในลักษณะของ Management อยาก Deal กับคนที่ Expert ในเรื่องของทุกอย่าง เรื่องของ Product ที่คุณดูแลอยู่ อย่าง Sales บางคนถามเรื่องอะไรก็ตอบไม่ได้ ขอดิดไว้ก่อน มันก็นำราคา อย่าง Sales บางคน หรือ Operation บางคนของสถานที่ที่มีความรู้มาก ๆ ก็สามารถแนะนำเราได้มากขึ้น ยิ่งพอใจมากขึ้น ยกตัวอย่างเช่น พารากอน เราต้องการ Drop ตรงนี้ โหลดของให้ทันสมัยจะทำอย่างไร โดย Sales กับ Operation ที่เป็นคน ๆ เดียวกันเค้ารู้ใจลูกค้าและรู้ปัญหาที่เกิดขึ้นมากับทุกงาน อยู่ ๆ เค้าก็ Recommend เราว่าเพื่อไม่ให้ช้า เพราะเรามีเวลาจำกัด ในการโหลดในการ Set up เพราะฉะนั้นคุณให้ Supplier มาพักรถตรงข้างรั้วตรงนี้ก่อนมัย เราแนะนำให้คุณแค่ทำจดหมายไปขอเขตกรณีพิเศษเลย นี่คือความเป็น Expert ของเค้า...

ส่วน พรพัฒน์ ศรีธนาบุตร (2554) ผู้อำนวยการฝ่ายทรัพยากรบุคคล ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ให้ความเห็นในประเด็นนี้ไปในทิศทางเดียวกันว่าบุคลากรที่จะเข้ามาทำงานในศูนย์ประชุมควรมีทักษะความรู้ความสามารถพื้นฐานในการทำงานในศูนย์ประชุมมาก่อนจะช่วยให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

สำหรับ ผู้อำนวยการฝ่ายขายของศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทคให้ความเห็นว่ไบเทคให้ความสำคัญกับคุณสมบัติข้อนี้ค่อนข้างมากและได้จัดทำเป็น Competency หลักของบุคลากรในศูนย์ด้วย โดยกล่าวว่า (ดวงรัตน์ ทัศนประเสริฐ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 3 มีนาคม 2554)

...เรื่องของ 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) ซึ่งเรากำลังหลอหลอมอยู่...

ในมุมมองของ Production Manager จาก Optimum Group มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณสมบัติข้อนี้ว่ามีผลต่อความพร้อมในการให้บริการ ซึ่งเป็นเรื่องปกติที่บุคลากรในศูนย์ประชุมควรจะมีความรู้ความเข้าใจในงานที่ทำ โดยกล่าวว่า (ยุพา พิพัฒน์พวงทอง, ผู้ให้สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2554)

...โดยปกติแล้วคนที่ทำงานในศูนย์ประชุมจะต้องมีความรู้ด้านการบริการและการจัดงานมาบ้างแล้ว เพราะเดี๋ยวนี้เรียนการโรงแรมมันก็ต้องครีเอทเรื่องของการจัดงานพวกนี้ แล้วรู้สึกว่ามันจะมีคลาสของการจัดอีเว้นท์เข้าไปด้วย แต่ก็มีบางส่วนที่บุคลากรในศูนย์ประชุมที่ไม่ได้เรียนเกี่ยวกับอีเว้นท์หรือไมซ์มาโดยเฉพาะ หรือเป็นคนที่ย้ายมาจากสายโรงแรมก็อาจจะทำให้การให้บริการหรือการสื่อสารอะไรบางอย่างด้อยลงไปได้ด้วย

แต่อย่างไรก็ตาม การที่บุคลากรมีโอกาสได้ทำงานที่หลากหลายรูปแบบ เรียนรู้ถูกฝึกจากประสบการณ์ที่ได้พบ จะสามารถเพิ่มพูนทักษะความรู้ความสามารถด้านวิชาการและการบริการได้มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะการให้คำแนะนำแก่ลูกค้า ซึ่งในประเด็นนี้ Event Executive ของรอยัลพารากอน ฮอลล์ กล่าวว่า (อานนท์ เอนกวิชฌกุล, ผู้ให้สัมภาษณ์, 21 มกราคม 2554)

...ส่วนของผมเองเป็นฝ่ายบริการลูกค้าก็ต้องให้ข้อมูลลูกค้า แนะนำเรื่องเกี่ยวกับพื้นที่ให้เหมาะสมกับงานของลูกค้ามากที่สุด ซึ่งบางครั้งลูกค้าเองยังไม่เคยเห็นฮอลล์ไม่เคยมาหรือมาครั้งแรก เราก็ต้องนั่งคุยกับเค้า แนะนำเค้าให้ได้มากที่สุด นั่นหมายความว่า Product Knowledge เราต้องค่อนข้างแน่นนิดนึงว่าอย่างนี้ใช้ได้นะ แต่ทั้งหมดทั้งปวงมันต้องมาจากประสบการณ์ที่เราจัดงานบ่อย ๆ...

ส่วนผู้อำนวยการฝ่ายทรัพยากรบุคคลของ Centara Grand & BCC at Central World ให้ความเห็นว่าเรื่องคุณสมบัติด้านความรู้ความสามารถในเชิงวิชาการและการบริการ (Competency) นั้น หากจะให้ดีบุคลากรในศูนย์ประชุมควรมีความสามารถหรือทักษะที่หลากหลาย (Multi Skill) เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด อีกทั้งยังแสดงถึง

ความพร้อมของบุคลากรได้อีกด้วย โดยกล่าวว่า (วิจิต วรรณศรี, ผู้ให้สัมภาษณ์, 24 กุมภาพันธ์ 2554)

...เป็นคนที่ Multi-skill คุณสมบัติที่อยู่นอกเหนือตำรา คือ Multi-skill ในที่นี้คือ Multi-skill ที่มันต้อง Relate กับงานของเขา สมมุติเด็กมาทำ Event มีความรู้ FB หรือแปล่า FB Service, FB Kitchen, Product รู้มากน้อยแค่ไหนและในส่วนของสาย PR เบสิคพื้นฐานเดิมของเค้ามีความรอบรู้หรือแปล่า แล้วในเชิงของการเป็น Guest Direct Contact Skill ของเค้ามีหรือแปล่า มันก็เป็นองค์ประกอบ คุณทำงาน Deal กับคนแล้ว คุณไม่มี Relationship ที่ดีกับคน มันเหมือนกับว่าตั้งใจทำงานแต่ Skill กับคนคุณไม่มี มันก็ไม่ใช่ว่าจะนั่นคำว่า Multi Skill นี่มันจะครอบคลุมทั้งหมดในส่วนของพนักงานใหม่และบุคลากรเดิม ๆ

ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของ อมรเทพ สีขิววัฒน์ (2554) Project & Creative Director ของ Upper Event (Thailand) ที่มองว่าบุคลากรในศูนย์ประชุมจะต้องมีทักษะหลาย ๆ ด้านเพื่อแสดงถึงความเป็นมืออาชีพนั่นเอง เนื่องจากการจัดงานไม่ซ้ำเป็นลักษณะของงานที่เป็นสากลมากขึ้นและรองรับกลุ่มคนที่เฉพาะ เช่น ลูกค้าต่างประเทศที่มาในเมืองไทยอาจต้องการเรียนรู้ความเป็นไทย แต่ไม่ได้หมายความว่าความเป็นไทยจะสามารถรองรับความต้องการของลูกค้าได้เสมอไป ดังนั้นจะต้องอาศัยทักษะเรื่องการ Entertain การท่องเที่ยว และการให้บริการอย่างเป็นมืออาชีพด้านการจัดงานเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย

ประเด็นคุณสมบัติด้านความสามารถด้านวิชาการและการบริการนี้ ผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่ค่อนข้างให้ความสำคัญ โดยให้เหตุผลว่าบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ควรเป็นผู้ที่มีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์เพื่อให้บริการได้อย่างถูกต้องและตรงกับความต้องการของลูกค้า หากบุคลากรมีความรู้ความสามารถที่หลากหลายและมีความเชี่ยวชาญในงานที่ทำแล้วจะยิ่งสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการได้มากยิ่งขึ้น

4. คุณสมบัติด้านความสุภาพอ่อนโยน (Courtesy)

คุณสมบัติด้านความสุภาพอ่อนโยนมีความสัมพันธ์กับความพร้อมด้านบุคลากรในศูนย์ประชุมในระดับปานกลาง โดยเป็นส่วนประกอบหนึ่งที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจได้เช่นกัน ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักพบว่าคุณสมบัติข้อนี้จะรวมอยู่ในเรื่อง Service Mind แล้ว

ในประเด็นนี้ อานนท์ เอนกวิชณกุล (2554) Event Executive ของรอยัล พารากอน ฮอลล์ ให้ความเห็นไว้ว่าคุณสมบัติด้านความสุภาพอ่อนโยนมีความสำคัญ แต่ขึ้นอยู่กับตัวของบุคลากรเอง โดยแสดงออกจากการพูด ซึ่งคนที่มี Service Mind มีทักษะด้านการต้อนรับและการสื่อสารที่ดีจะมีความอ่อนโยนในการดูแลลูกค้าด้วยเช่นกัน

ส่วน เกரியงไกร ธวัชชัย (2554) Operation Manager ของอิมแพค เมืองทองธานี ให้ความเห็นว่าถ้าเป็นบุคลากรประจำค่อนข้างมั่นใจว่ามีความสุภาพอ่อนโยนแม้ว่าจะเจอกับแรงกดดันจากหลาย ๆ ด้าน ทั้งจาก Visitor, Organizer, Contractor, Exhibitor ทั้งหมด แต่ก็มั่นใจพนักงานทุกคนจะสามารถควบคุมอารมณ์ความรู้สึกและการแสดงออกทางสีหน้าได้ในระดับหนึ่ง

แต่หากเป็นบุคลากรที่มีการจัดจ้างมา (Supplier) อาจมีคุณสมบัติข้อนี้น้อยกว่า เนื่องจากบุคลากรกลุ่มนี้เป็นเพียงลูกจ้างชั่วคราวและไม่ได้เคร่งครัดหรือซึ่มซึบกับวัฒนธรรมองค์กรมากเท่ากับบุคลากรประจำ จึงจำเป็นต้องมีการเน้นย้ำและปรับปรุงแก้ไขเพื่อป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้ โดยกล่าวเพิ่มเติมว่า (เกரியงไกร ธวัชชัย, ผู้ให้สัมภาษณ์, 15 มกราคม 2554)

...เจ้าหน้าที่ Supplier ที่เราจัดจ้างมา ระเบียบวินัยของเค้าอาจจะยังไม่เคร่งครัดเท่ากับเจ้าของพื้นที่ที่อาจจะรู้แล้วว่าถ้าเราทำอะไรลงไปจะเกิดอะไรขึ้น แต่พอเป็น Supplier เช่น Security หรือแม่บ้าน คนที่รับเข้ามาอาจมีปัญหบ้าง เพราะบางทีพอหมดช่วงเทศกาลเก็บเกี่ยวรับมาทำงาน พอรับมาปุ๊บก็ลง ๆ กัน อาจมีการแจ้งกฎระเบียบ Brief กันยังไม่ชัดเจน ยังไม่ซึ่มซึบเท่าที่ควรก็มาลงหน้างานกันแล้ว ก็มีปัญหาเรื่อง Service เรื่องของคำพูดบ้าง แต่เราต้องพยายามย้ำ ใครเจอต้องรีบบอก

ส่วนความคิดเห็นของผู้อำนวยความสะดวกฝ่ายชาย ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทคมองว่าการปฏิบัติต่อผู้ใช้บริการไม่ควรมีหลายมาตรฐานควรให้บริการด้วยความเท่าเทียมกันไม่ว่าจะเป็นลูกค้ากลุ่มใดก็ตาม โดยกล่าวว่า (ดวงรัตน์ ทศนประเสริฐ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 3 มีนาคม 2554)

...เรื่องความสุภาพอ่อนโยนของบุคลากรของไบเทค โดยส่วนใหญ่จะไม่ค่อยแสดงกิริยาไม่ดีกับลูกค้าอยู่แล้ว จริง ๆ รู้ว่ามีบ้าง แต่ก็พยายามสร้างอยู่ อย่างในสมัยตัวเองก็ไม่ค่อยให้ความสำคัญ คือความคิดแบบผิด ๆ และหลังจากนั้นก็เปลี่ยนความคิดว่าเค้าเป็นเพื่อนเราเป็นลูกค้าเรา คือเราควรจะมีหนึ่งมาตรฐานดีกว่า บางครั้งคนเราชอบไปทำเป็น

สองมาตรฐาน เช่น ถ้าเป็นคนแต่งตัวใส่สูทมาเราก็จะคุยแบบหนึ่ง อันนี้ไม่ควรจะ
ทำอย่างไรก็ควรจะทำอย่างนั้นกับทุกคน ซึ่งก็เป็นลูกค้าเราทั้งหมด

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักบางส่วนให้ข้อสังเกตเกี่ยวกับคุณสมบัติด้านความสุภาพอ่อนโยนของ
บุคลากรในศูนย์ประชุมว่ามักจะมีการแบ่งระดับของผู้ใช้บริการและเลือกปฏิบัติด้วยความสุภาพ
อ่อนโยนที่แตกต่างกัน โดยประเด็นนี้ ยูพา พิพัฒน์พวงทอง (2554) Production Manager ของ
Optimum Group ให้ความเห็นที่ตรงกันว่า บุคลากรในศูนย์ประชุมจะใช้โทนเสียงในการคุยกับ
ลูกค้าที่สุภาพอ่อนโยนกว่าการคุยกับอแอกไนเซอร์ พร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะว่าในมุมมองของ
อแอกไนเซอร์คิดว่าคนในศูนย์ประชุมไม่ค่อยมี Service Mind และไม่พร้อมที่จะให้บริการกับ
อแอกไนเซอร์ด้วยกัน ซึ่งในความเป็นจริงอแอกไนเซอร์คือหนึ่งในผู้มีอำนาจตัดสินใจเลือกสถานที่
เพื่อที่จะเป็นข้อดีให้กับลูกค้าได้เช่นกัน ดังนั้นจึงควรให้บริการด้วยความสุภาพอ่อนโยนเท่าเทียม
กับลูกค้าด้วย

ทั้งนี้ Project Manager ของ Mainstream Organizer ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับประเด็น
การปฏิบัติต่อลูกค้าด้วยความเสมอภาค โดยกล่าวว่า (ชาติ บริบูรณ์, ผู้ให้สัมภาษณ์, 26 ตุลาคม
2553)

...ข้อเสนอแนะที่อยากฝากไว้ คือเรื่องของการให้ความเสมอภาคหรือการบริการที่เท่า
เทียมกันในฐานะลูกค้าหรือผู้ให้บริการ ไม่ว่าจะเป็ลูกค้าชาวไทย ชาวต่างชาติ ออแกไน
เซอร์ Exhibitor Contractor ควรปฏิบัติให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน ไม่ใช่ดูแลแต่ลูกค้า พุด
ดีด้วยเฉพาะคนจ่ายเงินเท่านั้น อันนี้ไม่ถูก เพราะต้องระลึกว่าทุกคน ทุกหน่วยงานที่เข้า
มาจัดงานที่นี่ ล้วนมีโอกาสที่จะแนะนำ บอกต่อให้คนอื่น ๆ รัับรู้ถึงการบริการที่ดีหรือไม่ดี
ของสถานที่ได้ บางคนอาจมีอิทธิพลต่อลูกค้าให้เลือกใช้หรือไม่เลือกใช้สถานที่ใดสถานที่
หนึ่งได้เหมือนกัน...

ประเด็นคุณสมบัติด้านความสุภาพอ่อนโยนเป็นคุณสมบัติที่เกี่ยวเนื่องกับจิตสำนึกแห่ง
การบริการ (Service Mind) ซึ่งผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่เห็นว่าเป็นลักษณะส่วนบุคคลที่อาจส่งผล
ต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้เช่นกัน โดยให้ข้อสังเกตเกี่ยวกับการให้บริการที่ไม่เสมอภาคกัน
ระหว่างผู้ให้บริการแต่ละกลุ่มด้วย

5. คุณสมบัติด้านการสื่อสารที่ถูกต้อง ชัดเจน (Communication)

คุณสมบัติด้านการสื่อสารที่ถูกต้อง ชัดเจน มีความสัมพันธ์กับความพร้อมด้านบุคลากรในศูนย์ประชุมในระดับสูง โดยผู้ให้ข้อมูลหลักได้แบ่งคุณสมบัติข้อนี้ออกเป็น 2 ลักษณะคือ

5.1 การสื่อสารในเชิงการติดต่อประสานงานทั่วไป

ในลักษณะแรกที่เป็น การสื่อสารในเชิงการติดต่อประสานงานทั่วไปถือเป็นคุณลักษณะพื้นฐานที่สำคัญของการบริการ เนื่องจากการบริการจำเป็นต้องใช้การสื่อสารระหว่างบุคคลเพื่อสื่อความหมายของความต้องการของลูกค้ากับผู้ให้บริการ ขณะเดียวกันผู้ให้บริการก็ต้องสื่อสารและทำความเข้าใจกับความต้องการของลูกค้าให้ถูกต้องด้วย ซึ่งการสื่อสารนี้มักจะกลายเป็นปัญหาในการทำงานอยู่เสมอ เพราะเกิดการสื่อสารที่ผิดพลาด ไม่ถูกต้อง ไม่ชัดเจน นอกจากนี้ยังหมายรวมไปถึงการสื่อสารระหว่างแผนก ซึ่งบางครั้งอาจก่อให้เกิดปัญหาในการทำงานที่สร้างความไม่พอใจให้กับลูกค้าได้เช่นกัน จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักพบว่าบุคลากรของศูนย์ประชุมจำเป็นที่จะต้องมีความรู้หรือทักษะในการสื่อสารที่ดี สามารถสื่อสารได้อย่างถูกต้องและชัดเจน เพื่อให้บริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในประเด็นนี้ Project Manager ของ Mainstream Organizer กล่าวว่า (ชาติ บริบูรณ์, ผู้ให้สัมภาษณ์, 26 ตุลาคม 2553)

...บุคลากรในศูนย์ประชุมเองมีหลายฝ่ายหลายแผนกทั้งประจำและชั่วคราว ซึ่งแต่ละคนก็มีทักษะเรื่องของการสื่อสารในระดับที่แตกต่างกันไป หากเป็นคนที่ต้องติดต่อประสานงานกับลูกค้าอยู่เสมอ เช่น Sales หรือ Operation ก็ควรจะต้องมีความสามารถในการสื่อสารที่รู้เรื่อง ถูกต้อง ชัดเจน สามารถเข้าใจในสิ่งที่ลูกค้าสื่อสารมาและถ่ายทอดความต้องการนั้นไปยังส่วนที่เกี่ยวข้องได้อย่างถูกต้องด้วย...

นอกจากนี้ ชาติ บริบูรณ์ (2553) ยังได้ยกตัวอย่างเรื่องการสื่อสารที่ผิดพลาดจากประสบการณ์การทำงานจริงที่มักเกิดขึ้นว่า บางครั้ง Sales ไม่ได้ส่งต่องานให้กับ Operation หรือ F&B เมื่อถึงหน้างานเจ้าหน้าที่ที่ให้บริการมักอ้างว่าไม่เคยได้รับข้อมูลส่วนนี้ ทำให้ต้องเสียเวลาในการอธิบายงานใหม่อีกครั้ง

ส่วน Production Manager ของ Optimum Group ให้ข้อคิดเห็นพร้อมทั้งยกตัวอย่างเกี่ยวกับปัญหาที่เกิดขึ้นจากการสื่อสารที่ผิดพลาดระหว่างบุคลากรในองค์กร ซึ่งทำให้เกิดความยุ่งยากและการทำงานซ้ำซ้อนสร้างความไม่พอใจแก่ผู้ใช้บริการโดยกล่าวว่า (ยุพา พิพัฒน์พวงทอง, ผู้ให้สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2554)

...ถ้าเป็นในแง่ของ Marketing กับในแง่ของคนที่เป็น Operation บอกรตรง ๆ เหมือนเค้าไม่ประสานงานกัน เองง่าย ๆ ว่าพอกคุยกับ Sales อย่างหนึ่ง พอพนักงานไป Operation ไม่รู้เรื่องหรือบางที่ไม่ได้รับข้อมูลจากทางด้าน Sales เจอบ่อยมาก อย่างเช่นที่พวกเราทำ ก็จะมีการส่งจดหมาย Requirement ว่าเราต้องการอะไรบ้าง Sales ได้รับแต่ Operation บางที่ไม่ได้รับ เจอบ่อยมากแต่ถ้าถึงแม้ว่าได้รับ มันก็กลายเป็นบางครั้งมันเป็นการเหมือนตัดแปลงข้อมูลจาก Requirement ที่เราต้องการ โดยไม่ได้มีการแจ้งเรา มันทำให้กลายเป็นว่าเราต้องไป Order หน่วยงานเยอะมาก ทั้ง ๆ ที่เราได้ทำจดหมาย ส่งรายละเอียดไปแล้ว จึงมีความรู้สึกว่าจะมีปัญหาตรงนี้บ่อย ปัญหาการสื่อสารระหว่างแผนก Sales กับ Operation

ส่วน Operation Manager ของอิมแพค เมืองทองธานี ได้ยกตัวอย่างปัญหาด้านการสื่อสารที่มักเกิดขึ้นกับลูกค้ารายใหม่มากกว่าลูกค้ารายเดิม พร้อมทั้งให้ข้อคิดเห็นว่าคุณค่าความคุ้นเคยระหว่างบุคลากรที่ให้บริการกับลูกค้าก็สามารถช่วยแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้เช่นกัน โดยกล่าวว่า (เกรียงไกร วัชรชัย, ผู้ให้สัมภาษณ์, 15 มกราคม 2554)

...ปัญหาเรื่องการสื่อสาร อาจจะมีรู้สึกกับลูกค้าบางรายแต่ไม่ใช่กับทุกราย ถ้าเป็นงานใหม่ เรามีการแบ่ง Section การประสานงานที่แตกต่าง แบ่งกันว่า Sales Pro ขาย Sales Re รับหน้าที่ดูแลต่อ Contact กับลูกค้า แต่พอพนักงาน Operation รับงานต่อคนที่รับต่อตรงนั้นมันจะ Blank นึกออกใช่มั้ยครับ เพราะลูกค้าเริ่มจากการ Contact กับทีม Sales กลุ่มหนึ่งแล้วพนักงานมา Contact กับ Operation อีกกลุ่มหนึ่งอาจจะยังไม่คุ้นเคย ซึ่งอาจเจอกันบ้างครั้งสองครั้งในที่ประชุม แต่พอพนักงานมันต้องมีการปรับจูนเข้าหากันค่อนข้างเยอะ นื่อง ๆ ก็ต้องวิ่งเข้าหาออกแกในเซอร์เพื่อทำความคุ้นเคยให้เร็วที่สุด อาจมีปัญหาบ้างเมื่องานนั้นไม่มี Main ของออกแกในเซอร์หรือมีหลาย Section บางครั้งความคุ้นเคยกันอาจช่วยได้ เช่น ถ้าลูกค้ารายไหนเคย Deal กันมาบ่อย ๆ งานนั้นไม่มีปัญหาแน่นอน แต่เมื่อไหร่เป็นงานใหม่แล้วต้องมาเริ่มต้นกันใหม่ ความสนิทสนมก็มีส่วน ความคุ้นเคยหรือการถ่ายทอดงานอาจไม่มาทั้งหมด ชุดนี้ Deal อยู่ การถ่ายทอดมาทาง Operation อย่างน้อยอาจมาซัก 90% หรือเปล่าเราไม่รู้ว่าจะมีบ้างหรือข้อมูลจากออกแกในเซอร์ส่งให้ Sales อาจจะไม่ส่งมาฝ่าย Operation ทั้งหมดหรืออาจมีการ Miss บ้าง...

ในขณะที่ ผู้อำนวยการฝ่ายขาย ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมไบเทค มีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาเรื่องการสื่อสารในองค์กร โดยกล่าวว่า (ดวงรัตน์ ทัศนประเสริฐ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 3 มีนาคม 2554)

...เรื่องการสื่อสารของคนไบเทค ไม่ค่อยจะสื่อสารหรือสื่อสารกันน้อย ซึ่งเราอยากให้เพิ่มในเรื่องการสื่อสารให้มากกว่านี้ อย่างออกแกในเซอร์หน้าใหม่บางที่มาจัดงาน ด้วยความที่เราชินกับการทำงานจะคิดว่าเค้ารู้เรื่องของศูนย์เราทั้งหมด เช่น เรามี J-Flag เเท่าให้รอยากให้เค้าพูดหมด บางครั้งเราก็ลืมที่จะพูดจะสื่อสารโดยเฉพาะกับ Tailor Made หรือผู้จัดงานหน้าใหม่ อย่างคนเก่าเราก็รู้ใจกันแล้วว่าจะคุยเรื่องอะไร

จะเห็นได้ว่าคุณลักษณะของการสื่อสารที่ถูกต้อง ชัดเจน เป็นสิ่งสำคัญสำหรับบุคลากรในศูนย์ประชุมทั้งที่เป็นการสื่อสารภายในองค์กรและการสื่อสารกับผู้ใช้บริการด้วย

5.2 การสื่อสารในเชิงภาษาต่างประเทศ

ในลักษณะที่สอง การสื่อสารในเชิงภาษาต่างประเทศ ตามความเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่มองว่าบุคลากรที่ทำงานในศูนย์ประชุมควรมีทักษะการสื่อสารภาษาต่างประเทศได้มากกว่าสองภาษา เนื่องจากแนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทยทำให้มีลูกค้าจากหลากหลายประเทศสนใจเข้ามาจัดงานในประเทศเพิ่มมากขึ้น ซึ่งลูกค้าแต่ละกลุ่มอาจมีความชำนาญในการสื่อสารภาษาอังกฤษที่แตกต่างกันไป หรืออาจใช้ภาษาอื่น ๆ จึงจำเป็นต้องอย่างยิ่งที่บุคลากรผู้ให้บริการในศูนย์ประชุมจะต้องเพิ่มทักษะความรู้ด้านภาษาที่สาม นอกเหนือจากภาษาไทยและภาษาอังกฤษด้วย เพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมไมซ์สู่ความเป็นสากลมากขึ้น

ในประเด็นนี้ พรพัฒน์ ศรีธนาบุตร (2554) ผู้อำนวยการฝ่ายทรัพยากรบุคคล ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ให้ความเห็นว่าแนวโน้มของอุตสาหกรรมไมซ์ในอนาคตจะโตขึ้นอย่างแน่นอนและมีความเป็น International มากขึ้น ดังนั้นการให้บริการจึงต้องเป็นสากลมากขึ้นและต้องสื่อสารให้ได้หลายภาษา ทั้งภาษาอังกฤษ เยอรมัน ฝรั่งเศส ญี่ปุ่น จีน ซึ่งมีแนวโน้มที่ลูกค้ากลุ่มนี้จะเข้ามาจัดงานในเมืองไทยมากขึ้น

นอกจากนี้ พรพัฒน์ ศรีธนาบุตร (2554) ยังได้ให้ความเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับบุคลากรที่อยู่กับองค์กรมายาวนานว่าอาจมีคุณสมบัติด้านภาษาต่างประเทศไม่ดีเท่าที่ควร จึงจำเป็นต้องมีการ

พัฒนาให้เกิดความพร้อม แต่กรณีที่ต้องการใช้งานภาษาเฉพาะก็จำเป็นต้องใช้อาสาสมัครที่เป็นนักศึกษาในสาขาวิชานั้น ๆ ด้วยเช่นกัน

ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้อำนวยการฝ่ายทรัพยากรบุคคล Centara Grand & BCC at Central World ที่ว่าทักษะด้านภาษาต่างประเทศสำหรับบุคลากรรุ่นใหม่ถือว่าเป็นเรื่องธรรมดาแล้ว เนื่องจากมีหลักสูตรอินเตอร์ให้ศึกษามากขึ้น แต่สิ่งที่น่าเป็นห่วงคือเรื่องของศิลปะในการสื่อสารมากกว่า โดยกล่าวว่า (วิจิต วรรณศร, ผู้ให้สัมภาษณ์, 24 กุมภาพันธ์ 2554)

...คุณสมบัติในเรื่องทักษะด้านภาษาต่างประเทศ เดี่ยวนี้เป็นธรรมดาไปแล้ว เด็กรุ่นใหม่เก่งภาษา หลักสูตรอินเตอร์ก็มีเยอะ เดี่ยวนี้เราไม่ถามแล้วว่าคุณได้ภาษาอังกฤษมั๊ย ถือเป็นคุณสมบัติที่ต้องมี บางคนได้ 4 ภาษา บางคนได้ 5 ภาษา เราจะถามว่าคุณได้ภาษาที่ 3 มันก็จะเป็นประโยชน์ต่อตัวเอง เดี่ยวนี้ภาษาที่ 3 เด็กรุ่นใหม่ได้กันเยอะไม่ว่าจะเป็นภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น ก็มีเด็กใช้กันเยอะ เพราะฉะนั้นเราไม่ได้หวังว่าจะพูดภาษาอังกฤษได้ ภาษาฝรั่งเศสได้ ภาษาเยอรมันได้ แต่เราเป็นห่วงในเรื่องศิลปะการใช้การสื่อสารมากกว่า บางคนความรู้ดี ภาษาได้เยอะแต่พูดไม่เป็น เทคนิคในการพูดในการโน้มน้าวคน ในการ Convince คน ในการเกลี้ยกล่อมคนคุณหมุสูงให้ลดลงต่ำ เราจะมองอีกแง่ที่ว่าการใช้ภาษาของเค้านั้นโอเคหรือเปล่า คนบางคนพูดได้หลายภาษาแต่พูดไม่เข้าหูคน เราก็ต้องมองตรงนั้น ถ้าจะถามว่าภาษามีความจำเป็นมั๊ย จำเป็นเพราะว่าเราเป็นองค์กรที่จะรองรับงาน International เพราะฉะนั้นภาษาเป็นเรื่องธรรมดา...

ด้านผู้อำนวยการฝ่ายขาย ศูนย์แสดงสินค้าและนิทรรศการไบเทค ให้ความเห็นว่าคุณสมบัติข้อนี้ จะได้รับการคัดกรองมาตั้งแต่การคัดเลือกผู้สมัครแล้ว แต่ในขณะที่เดียวกันควรมีการฝึกอบรมทักษะด้านการสื่อสารให้กับบุคลากรระดับล่างซึ่งมีโอกาสพบเจอกับลูกค้าได้เช่นกัน โดยกล่าวว่า (ดวงรัตน์ ทศนประเสริฐ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 3 มีนาคม 2554)

...เรื่องทักษะการสื่อสารด้านภาษาของที่นี่ถือว่าดีเพราะเรา Screen มาแล้ว ซึ่งส่วนใหญ่ระดับที่ต้องเจอกับลูกค้าก็สื่อสารได้ แต่การที่เราไป Concentrate อย่างนั้นมันไม่ถูกต้องซักเท่าไร อย่างกลุ่มคนที่ทำงานพื้น ๆ มันต้องมีทักษะเบื้องต้นในการสื่อสารด้วย สมมติลูกค้าไปถามแม่บ้านว่าวันนี้งานข้างบน Grand Hall มีงานอะไร เค้าจะตอบว่าไม่รู้ที่อยู่ตรงนี้ แต่ถ้าเราฝึกให้เค้ามามีทักษะเรื่องการสื่อสารแล้ว เค้าอาจจะตอบว่าเดี๋ยวช่วยไป

ติดต่อที่เคาน์เตอร์ด้านโน้นได้มั้ยะคะ ซึ่งจะทำให้ลูกค้ารู้สึกดีมากกว่า ซึ่งเราก็รู้ว่าเรื่องนี้ เป็นจุดด้อยของไบเทคอยู่ อันนี้เป็นสิ่งที่เรากำลังทำอยู่ให้ทุก ๆ ส่วนมี Format ในการ สื่อสารกับลูกค้าที่ตัวเองนาน ๆ เจอทีแล้วอาจจะตกตะลึงเมื่อลูกค้ามาทัก คนไม่เคยเจอ อย่างพวกช่าง พอลูกค้าถามอะไรก็ตื่นเต้น ตอบไม่ได้จะผิดหรือเปล่า คือเราอยากให้เค้า มี Format ชัก 1 Format เวลาที่ตอบคำถามไม่ได้หรือลูกค้าถามอะไรแล้วไม่รู้ ส่วนเรื่อง ภาษาที่สาม ไบเทคเองก็กำลังหาอยู่ อยากได้พวกภาษาจีน เพราะเราก็อยากเจาะตลาด จีน เพราะเวลาไปจีนต้องใช้ล่ามแล้วเค้าก็ไม่สามารถเข้าใจธุรกิจเราเวลาพูดก็อาจจะ สื่อสารได้ไม่ดีเท่ากับเรา

ด้าน อานนท์ เชนกวิชนกุล (2554) Event Executive ของรอยัล พารากอน ฮอลล์ ให้ ความเห็นเพิ่มเติมในประเด็นนี้ว่าคนที่ทำงานในธุรกิจศูนย์ประชุมควรเน้นเรื่องของภาษาเพื่อ สื่อสารกับลูกค้าที่เป็นชาวต่างชาติ ซึ่งในอนาคตหากบุคลากรของไทยมีความทักษะด้าน ภาษาต่างประเทศดีขึ้นจะกลายเป็นจุดเด่นของประเทศในการรองรับงานที่เป็นสากลได้มากยิ่งขึ้น

ส่วน Project Manager ของ Mainstream Organizer ให้ความเห็นว่าคุณคลากรในศูนย์ ประชุมที่สามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศได้มีอยู่จำนวนจำกัดและมักเป็นระดับหัวหน้างาน เท่านั้น โดยกล่าวว่า (ชาติ บริบูรณ์, ผู้ให้สัมภาษณ์, 26 ตุลาคม 2553)

...กรณีของการสื่อสารภาษาต่างประเทศ ซึ่งเห็นได้ชัดว่าคุณบุคลากรในศูนย์ประชุมเองมี คนที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ในจำนวนจำกัด อาจเป็นเฉพาะหัวหน้างานเท่านั้น แต่ในความเป็นจริงการทำงานโดยเฉพาะงานไมซ์ ซึ่งลูกค้าเป็นชาวต่างชาติค่อนข้างเยอะ หรือมาจากหลายประเทศ การสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษอาจเป็นอุปสรรคกับการทำงาน ได้ถ้าหากบุคลากรที่อยู่ในสถานการณืนั้น ๆ ไม่สามารถสื่อสารได้ดีพอ อาจทำให้เกิดการ ตีความไปในทางที่ผิดกับวัตถุประสงค์ของลูกค้าได้...

ด้าน Project Manager ของ CM MICE ได้ให้ความเห็นที่สอดคล้องกับ Project Manager ของ Mainstream Organizer ในประเด็นนี้ โดยกล่าวว่า (กัญญานาท บุญประสิทธิ์, ผู้ให้ สัมภาษณ์, 21 พฤศจิกายน 2553)

...จากประสบการณ์ที่เคยประสานงานมา ถ้าเกิดฝ่ายที่ต้องปะทะกับลูกค้าโดยตรงน่าจะเป็น Sales ที่ต้องเจอกับเรา เจอกับทุกคนก่อนซะส่วนใหญ่ ซึ่ง Sales เค้าทำได้อยู่แล้ว แล้วก็ส่วนต่อมาเรียกว่าส่วน Operation หรือ Event Team ที่ลง Floor มาประสานงานกับเรา เค้าก็พร้อมนะ เพราะว่าทุกคนก็พร้อมปะทะลูกค้านานาชาติ เท่าที่กีฬาทำมา 3 4 5 ศูนย์หลัก ๆ ในเมืองไทยก็ได้อยู่แล้ว แม้กระทั่งพวกที่อยู่ Back พวกที่อยู่ข้างหลังหน่อยก็อาจมีทักษะภาษาลดลงนิดนึง แต่ถ้าเป็นระดับ Manager หรือระดับ F&B Director จะมีระดับที่พูดได้ แต่ระดับปฏิบัติการอาจไม่ถึงขนาดนั้น เพราะเค้าไม่จำเป็นต้องมาปะทะกับลูกค้ามากนัก แต่ถ้าระดับ Head เค้าก็ต้องพูดได้...

เช่นเดียวกันกับ Production Manager ของ Optimum Group ให้ความเห็นที่สอดคล้องกับประเด็นนี้ โดยกล่าวว่า (ยุพา พิพัฒน์พวงทอง, ผู้ให้สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2554)

...งานไมซ์จะมีลักษณะงานที่ต้องทำงานกับชาวต่างชาติค่อนข้างเยอะ เพราะฉะนั้นทักษะด้านการสื่อสารก็สำคัญ ซึ่งส่วนใหญ่คนที่ทำงานศูนย์ประชุมทุกคนภาษาอังกฤษดีหมด สื่อสารได้ดีหมด ถ้าเทียบกันในระดับของเซล หัวหน้าเซล และเซลทั่วไป Operation ที่เป็นระดับหัวหน้าโอเคหมดนะ แต่ถ้าถึงขั้นเป็นระดับเด็กยกเก้าอี้ ตรงนั้นเค้ายังไม่สามารถ ถ้าเป็นในแง่ของงานต่างประเทศเวลาลูกค้าต้องการอะไรควรจะสื่อสารกับคนระดับหัวหน้างานมากกว่าระดับพนักงาน ด้วยความที่เป็นศูนย์ประชุมเจ้าหน้าที่ระดับล่างมักไม่ใช่เจ้าหน้าที่ประจำ เป็น Supplier เป็นเด็ก ซึ่งถามว่าคุณภาพที่ควรจะถูกพัฒนาจึงเป็นไปได้ เค้าคงไม่ลงทุนกับการพัฒนากลุ่มคนเหล่านี้

ประเด็นคุณสมบัติด้านการสื่อสารที่ถูกต้องชัดเจนเป็นคุณสมบัติสำคัญสำหรับบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ โดยผู้ให้ข้อมูลหลักได้แบ่งการสื่อสารออกเป็น 2 ลักษณะคือการสื่อสารในเชิงติดต่อประสานงานทั่วไป ซึ่งมักเกิดข้อผิดพลาดในการสื่อสารโดยเฉพาะฝ่าย Sales และ Operation และการสื่อสารภาษาต่างประเทศ ซึ่งบุคลากรในศูนย์ประชุมส่วนใหญ่สามารถสื่อสารได้เป็นอย่างดี ยกเว้นบุคลากรปฏิบัติการระดับล่างหรือลูกจ้างชั่วคราว (Outsource)

6. คุณสมบัติด้านความซื่อสัตย์ (Credibility)

คุณสมบัติด้านความซื่อสัตย์มีความสัมพันธ์กับความพร้อมด้านบุคลากรในศูนย์ประชุมในระดับต่ำ เนื่องจากความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักบางส่วนมองว่าคุณสมบัติเรื่องความซื่อสัตย์เป็นคุณสมบัติพื้นฐานของมนุษย์ทุกคนอยู่แล้ว ไม่ถือเป็นคุณสมบัติที่โดดเด่นสำหรับบุคลากรใน

ศูนย์ประชุม อย่างไรก็ตามการให้บริการที่ยึดหลักความซื่อสัตย์จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจได้ ซึ่งทุกองค์กรจะเน้นย้ำหลักความซื่อสัตย์ให้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กร อย่างสม่ำเสมอและบางแห่งมีการกำหนดบทลงโทษสำหรับผู้ที่ทำผิดด้วย

ในประเด็นนี้ Event Executive ของรอยัล พารากอน ฮอลล์ แสดงความคิดเห็นว่าเรื่อง ความซื่อสัตย์ถือเป็นคุณสมบัติพื้นฐานของทุกคนอยู่แล้ว โดยกล่าวว่า (อานนท์ เอนกวิชนกุล, ผู้ให้ สัมภาษณ์, 21 มกราคม 2554)

...คุณสมบัติในเรื่องของความซื่อสัตย์ค่อนข้างสำคัญ ผมว่าไม่ใช่เฉพาะศูนย์ประชุมอย่างเดียวมันเป็นพื้นฐานของคนทุกคนอยู่แล้ว ทางเราก็จะมี ด้วยความที่จะต้องป้องกันทรัพย์สินของลูกค้า เราก็จะแนะนำตลอดว่าอะไรที่เป็นสิ่งของมีค่า คือ เราก็ไว้ใจคนของเราเอง แต่ในฮอลล์มันมีลูกค้าหลายคนมีทั้ง Supplier มีร้อยพ่อพันแม่ ถ้าพุดง่าย ๆ ใน วัน Set งาน เราก็จะช่วยเตือนเค้า แต่ว่าในเรื่องความซื่อสัตย์ของทีมงาน ผมว่าเค้าคัดคน ตรงนี้ค่อนข้างสูงอยู่แล้ว

สอดคล้องกับความคิดเห็นของ เกียรติกร รัชชัย (2554) Operation Manager ของ อิมแพค เมืองทองธานีที่ให้ความมั่นใจว่าบุคลากรในองค์กรมีความซื่อสัตย์เต็มร้อยเปอร์เซ็นต์ หากแต่การทำงานในทุก ๆ แห่งจะมีช่องโหว่หมด ถ้าคนที่มิใช่ทุจริตก็อาจมีการลักลอบได้ ดังนั้น เรื่องระบบการป้องกันและรักษาความปลอดภัยก็จำเป็นเช่นกัน โดยอิมแพคมีการติดตั้งกล้อง CCTV และมีเจ้าหน้าที่ประจำจุดต่าง ๆ ค่อนข้างเยอะ เพื่อคอยตรวจสอบการทุจริตที่อาจเกิดขึ้นได้

ส่วน ดวงรัตน์ ทศนประเสริฐ (2554) ผู้อำนวยการฝ่ายขาย ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค ให้ความเห็นว่าเรื่องความซื่อสัตย์จะพบเห็นได้ชัดเจนมากในกลุ่มพนักงานระดับล่าง โดยเฉพาะการพบสิ่งของที่ลูกค้าลืมหรือทำตกหล่นไว้ ซึ่งเรื่องนี้ไบเทคเองได้มีมาตรการในการ กำหนดแนวทางการปฏิบัติและบทลงโทษไว้อย่างชัดเจน ซึ่งช่วยป้องกันปัญหาดังกล่าวได้

ประเด็นคุณสมบัติด้านความซื่อสัตย์มีผู้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับประเด็นนี้ค่อนข้าง น้อย โดยมองว่าเป็นคุณสมบัติพื้นฐานที่ทุกคนควรมีและมีผลต่อความพร้อมด้านบุคลากรค่อนข้าง น้อย อย่างไรก็ตามทุกองค์กรยังให้ความสำคัญและกำหนดเป็นแนวทางปฏิบัติอย่างเคร่งครัดแก่ บุคลากรของตนเองด้วย

7. คุณสมบัติด้านความเข้าใจในการเรียนรู้และเอาใจใส่ผู้ใช้บริการ (Understanding)

คุณสมบัติด้านความเข้าใจในการเรียนรู้และเอาใจใส่ผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับความพร้อมด้านบุคลากรในศูนย์ประชุมในระดับปานกลาง เนื่องจากลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการจัดกิจกรรมไม่ขึ้นในศูนย์ประชุมมีความหลากหลายทั้งเชื้อชาติ ภาษา และความต้องการ การให้บริการในแต่ละงานย่อมมีความแตกต่างกันไป โดยยึดหลักการปฏิบัติที่เป็นขั้นตอนเป็นพื้นฐาน ประกอบกับการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าอย่างเหมาะสม

ดังนั้นทักษะด้านจิตวิทยาในการทำความเข้าใจลูกค้า พร้อมทั้งจะเรียนรู้และเอาใจใส่ลูกค้า จึงเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้าได้ โดยบุคลากรในแต่ละส่วนงานที่ต้องปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าจำเป็นต้องสังเกตพฤติกรรมและการแสดงออกของลูกค้าอยู่เสมอ เพื่อศึกษาให้เข้าใจถึงความต้องการที่แท้จริงและสามารถตอบสนองความต้องการนั้น ๆ ได้อย่างถูกต้อง เหมาะสม และรวดเร็ว ซึ่งผู้ให้ข้อมูลหลักหลายท่านให้ความเห็นว่าคุณสมบัติข้อนี้จะมี ความสัมพันธ์กับคุณสมบัติเรื่อง Service Mind ซึ่งจะแสดงออกมาในรูปแบบของความกระตือรือร้นในการทำงาน ความยืดหยุ่นในการทำงาน และการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้ใช้บริการในศูนย์ประชุมทุกคนต้องการได้รับจากบุคลากรด้วยกัน

ดวงรัตน์ ทศนประเสริฐ (2554) ผู้อำนวยการฝ่ายขาย ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค ให้ความเห็นในประเด็นนี้โดยประเมินจากการปฏิบัติงานของบุคลากรในไบเทคเองพบว่า ความเข้าใจในการเรียนรู้และเอาใจใส่ผู้ใช้บริการอาจมองเป็นความกระตือรือร้นในการให้บริการ ซึ่งบุคลากรของไบเทคเองยังมีคุณสมบัติข้อนี้ค่อนข้างน้อย หากเป็นไปได้อยากให้คิดแทนลูกค้าเลย เช่น ถ้าลูกค้ารายนี้เราจะทำอะไรให้เค้าได้เต็มที่ หรือลูกค้าแจ้งความต้องการมาแค่นี้แต่เราสามารถทำอะไรให้ได้มากกว่าที่ลูกค้าต้องการหรือไม่ ถ้ารู้จักลูกค้ามากขึ้นก็สามารถที่จะเป็นที่ปรึกษาให้กับลูกค้าได้เช่นกัน

ด้าน Event Executive ของรอยัล พารากอน ฮอลล์ ให้ความเห็นว่าคุณสมบัตินี้อิงไปในเรื่องของ Service Mind โดยต้องเริ่มจากการแนะนำตัวกับลูกค้าเพื่อสร้างความคุ้นเคยเป็นอันดับแรก ดังคำกล่าวต่อไปนี้ (อานนท์ เอนกวิชนกุล, ผู้ให้สัมภาษณ์, 21 มกราคม 2554)

...คุณสมบัติในด้านของการเรียนรู้ในด้านของการทำความเข้าใจกับตัวลูกค้า ผมว่าก็ไปอิงในเรื่องของ Service Mind นิดนึง เหมือนแบบทีมเราเองได้รับเรื่องจากทาง Sales แล้วว่า ผมดูแลทีมนี้นะ ดูแลงานนี้นะ อย่างแรกเราต้องโทรไปสวัสดีลูกค้าก่อน นั้นหมายความว่าเค้าจะได้รู้แล้วว่าถ้ามีอะไรต่อไปนี้จะติดต่อใคร คืออย่างน้อยเป็นการ

ไป Greeting เค้า ให้เค้ารู้ว่าเรารู้แหละว่าคุณจะมึ่งงาน คือถ้าเราไม่ไปโทรหาเค้าเลย เรา
 หนึ่งไปเลยอย่างนี้ เค้าก็จะไม่รู้ว่าจะต้องทำยังไงต่อ ต้องส่งข้อมูลยังไงอะไรอย่างนี้ ยิ่งเรา
 ติดต่อเค้าช้าเท่าไหร่นั้นหมายความว่าเราจะได้ข้อมูลในการทำงานของเราต่อช้าเท่านั้น
 นั่นก็เป็นอีกหนึ่งเหตุผลที่เราได้เบอร์มาแล้วเราต้องคุยกับลูกค้าก่อนเลยจะช้าจะเร็วยังไง
 ต้องคุยก่อน

ส่วนผู้อำนวยการฝ่ายบุคคลของ Centara Grand & BCC at Central World
 เปรียบเทียบคุณสมบัติข้อนี้ได้กับ Technical Skill ในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า โดยกล่าวว่า
 (วิจิต วรรณศร, ผู้ให้สัมภาษณ์, 24 กุมภาพันธ์ 2554)

...งานอีเว้นท์เป็นงานที่ใช้ Technical Skill ในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าค่อนข้างสูง
 เพราะฉะนั้นถ้าคุณไม่เป็นคนกล้าชน ทักษะการผ่านร้อนผ่านหนาวคุณไม่ค่อยจะเอาตัว
 เข้าไปแล็ก มันก็จะทำให้เหมือนกับว่าวินาทีหนึ่ง เสียวการตัดสินใจหนึ่งมันจะออกมาดำ
 หรือขาว Once ที่คุณได้ตัดสินใจ มันก็จะทำให้เค้าได้เปลี่ยน ได้ตัดสินใจที่จะทำ ถึงแม้ว่า
 บอกว่ามันไม่ใช่ แต่อย่างน้อย ๆ ลูกค้าบอกว่ามันต้องเปลี่ยน แล้วคุณทำให้ดีกว่าที่ลูกค้า
 ขอ แล้วบอกว่ามันคงไม่ได้ มันคงไม่ทัน ยิ่งดีกว่าไม่ทำอะไรเลย เพราะฉะนั้นจังหวะใน
 การที่จะแล็กในวินาทีนั้นเป็น Technical Skill ในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า เราจะมองคน
 ประเภทนี้เหมือนกัน คือมันหมายถึงว่าคุณมาทำงานอีเว้นท์แล้ว คุณไม่กล้าที่จะตัดสินใจ
 อะไร เพราะฉะนั้นลูกค้าก็จะ Complain ว่า คุยกันแล้วก็ไม่เห็นพูดอะไร ทำอะไร มีแต่
 บอกว่ารบกวนรอก่อน อะไรประมาณนี้ แต่ถ้าทำไปแล้วลูกค้าอาจบอกว่าโอเค ถึงแม้ว่า
 มันไม่ได้ 90 หรือ 100 เปอร์เซ็นต์ แต่มันได้ 70 เปอร์เซ็นต์ ก็ยังดีกว่า

ด้าน Project Manager ของ Index Event Agency ให้ความเห็นในเรื่องนี้พร้อม
 ยกตัวอย่างจากประสบการณ์ที่ผ่านมา โดยกล่าวว่า (จุฑามาศ งานนฤมลกิจ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 30
 มกราคม 2554)

...ส่วนหน้างานคือความรวดเร็วในการแก้ปัญหาหน้างาน กับการ Support ให้เราในสิ่งที่
 เร่งด่วนมากน้อยแค่ไหน เช่น ลูกค้าโดยเฉพาะงานรัฐบาลต้องเรียกว่าเสกให้เลยมากกว่า
 ลูกค้าบอกว่าแผนเราคือขอโต๊ะขอโซฟาหูลุส 5 ตัว แต่พอหน้างานมันต้องมีแผนสอง...

สมมติรัฐบาลมา 50 คน ต้องนั่งแถวหน้าหลุยส์หมดนะ เราทำไงหน้างาน เพราะฉะนั้นชีวิตเราบางที่ขึ้นอยู่กับฝ่ายสถานที่เหมือนกัน ฝ่ายสถานที่ Support ให้เราเร็วขนาดไหน และแก้ปัญหานำงานให้เราได้ขนาดไหน ก็มีผลเหมือนกัน เช่น เรื่องเก้าอี้เพราะเราทำงานกับรัฐบาลบ่อย ยก Case มา เป็นพารากอนกับอิมแพค เค้กกี้เอาอย่างนี้มัย โอเค มันไม่พอจริง ๆ แต่เราส่งหน่วยสนับสนุนวิ่งเดี๋ยวนี ยกมาเลย แต่ขอเป็น Set นี้ แต่ผูกโบว์ มันมีคำตอบให้ลูกค้าในเรื่องของการแก้ปัญหา ไม่ใช่กับบางที่ที่บอกว่ามีแค่นี้ไม่มีแล้วแล้วยังไง มันคือหน้าตาของสถานที่เหมือนกัน ต้องคิดว่างานลูกค้าของเราที่ลูกค้าของคุณเหมือนกัน เพราะภาพในความเตรียมพร้อมเค้าไม่ได้มองแค่ออกแกในเซอร์แต่ก็มองสถานที่ด้วยว่าดีไม่ดีแค่ไหน...

ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของ Project Manager ของ CM MICE ที่มองว่าคุณสมบัติข้อนี้เป็นเกณฑ์หนึ่งในการประเมินความพร้อมของบุคลากรในศูนย์ประชุม โดยกล่าวว่า (กัญญาณาท บัญประสิทธิ์, ผู้ให้สัมภาษณ์, 21 พฤศจิกายน 2553)

...ส่วนที่ทำให้มันไม่สนุกหรือเห็นถึงความไม่พร้อมก็คงจะเป็นในเรื่องของการ Reaction อะไรต่าง ๆ การแก้ไขปัญหา ก่อนหน้างานการเตรียมงานโอเคมัย มีการ Follow up กับเรา ไม่ใช่เราส่งอีเมลไปหายเจียบ โทรไปไม่รับสาย ไม่โทรกลับ นี่คือระบบการเตรียมงาน แต่ถ้าเกิดหน้างานแล้วเนี่ย ความฉับไว ความพร้อมเพรียง ความตื่นตัวในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าพร้อมกับเรา นั่นคือตัวประเมินมากกว่าว่าพร้อมหรือไม่พร้อม

ด้าน Project Manager ของ Mainstream Organizer ให้ความเห็นที่สอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูลหลักท่านอื่น ๆ ไว้ โดยกล่าวว่า (ชาลี บริบูรณ์, ผู้ให้สัมภาษณ์, 26 ตุลาคม 2553)

ปัจจัยที่เป็นสาเหตุให้ลูกค้าประเมินความพร้อมของบุคลากรในระดับต่ำก็คือความกระตือรือร้นในการให้บริการด้วยความเต็มใจ ที่จริงมันก็คือ Service Mind ถ้าทุกคนมี Service Mind ก็พร้อมที่จะให้บริการลูกค้า อย่างเต็มที่เช่นกัน การแสดงออกถึงความกระตือรือร้น ความพยายามแก้ปัญหาให้กับลูกค้า หรือการมี Feedback ที่รวดเร็วให้กับลูกค้า ก็เป็นการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้มากเช่นกัน แม้ว่าลูกค้าจะไม่ได้รับการตอบสนองในสิ่งที่ต้องการก็ตาม เพียงแต่รู้สึกได้ถึงความพยายามอย่างตั้งใจในการที่จะ

รับฟัง แก้ไข และตอบสนองกับลูกค้าอย่างเต็มที่เท่าที่ตนเอง ซึ่งศูนย์ประชุมหลาย ๆ แห่งก็พยายามสร้างจิตสำนึกในเรื่องนี้ให้กับบุคลากรของตัวเองเช่นกัน...

ประเด็นคุณสมบัติด้านความเข้าใจในการเรียนรู้และเอาใจใส่ผู้ใช้บริการเป็นคุณสมบัติที่มีความสัมพันธ์กับคุณสมบัติเรื่อง Service Mind โดยแสดงออกถึงความกระตือรือร้นในการให้บริการของบุคลากร ซึ่งส่งผลต่อการประเมินความพร้อมของผู้ใช้บริการด้วยเช่นกัน

8. คุณสมบัติด้านการสร้างสิ่งจับต้องได้เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ (Tangibility)

คุณสมบัติด้านการสร้างสิ่งจับต้องได้เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการมีความสัมพันธ์กับความพร้อมด้านบุคลากรในระดับปานกลาง เนื่องจากผู้ให้ข้อมูลหลักให้ความเห็นว่าการบริการมีลักษณะเฉพาะตัวที่แตกต่างจากสินค้าประเภทอื่น ๆ คือ ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการได้ (Inseparability) เนื่องจากการผลิตและการบริโภคเกิดขึ้นในขณะเดียวกัน การบริการมีลักษณะไม่แน่นอน (Variability) ขึ้นอยู่กับว่าผู้ขายบริการจะเป็นใคร จะให้บริการเมื่อใด ที่ไหน อย่างไร และการบริการไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perishability) ซึ่ง วิจิต วรรณศร (2554) ผู้อำนวยการฝ่ายทรัพยากรบุคคล ของ Centara Grand & BCC at Central World ให้ความเห็นที่สอดคล้องกับคุณสมบัติข้อนี้ไว้ว่าการบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ เป็นนามธรรม เราจึงจำเป็นต้องสร้างคุณค่าของการบริการให้เกิดเป็นความรู้สึกในใจของผู้ใช้บริการให้ได้

ดังนั้นการให้บริการจึงจำเป็นต้องสร้างสิ่งที่สามารถจับต้องได้มาเป็นตัวชี้วัดคุณภาพของการบริการ เช่น การจัดเตรียมสถานที่ สิ่งอำนวยความสะดวก อุปกรณ์ อาหาร เป็นต้น เมื่อลูกค้าได้ใช้ประโยชน์จากสิ่งที่เราจัดเตรียมให้ตามความต้องการ จะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและประเมินคุณค่าของการบริการออกมาได้ คุณสมบัติในการสร้างสิ่งจับต้องได้เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการหรือลูกค้าจึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ เนื่องจากเป็นธุรกิจการบริการที่จับต้องไม่ได้ จึงจำเป็นต้องแปลงการบริการให้เป็นรูปธรรมและสามารถจับต้องได้ผ่านความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ภายในศูนย์ประชุม ซึ่งอาจเรียกว่าความสามารถในการประยุกต์ใช้สิ่งของที่มีอยู่เพื่อสร้างการบริการที่น่าประทับใจแก่ลูกค้านี้ว่า Creativity ได้เช่นกัน

ในประเด็นนี้ ดวงรัตน์ ทัศนประเสริฐ (2554) ผู้อำนวยการฝ่ายขาย ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค ให้ความเห็นที่สอดคล้องกับเรื่อง Creativity โดยประเมินจากบุคลากรในองค์กรว่ามีคุณสมบัติข้อนี้ค่อนข้างน้อย แม้ว่าไบเทคจะมีอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกค่อนข้าง

พร้อม แต่บุคลากรของโบเทคไม่ค่อยใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการประยุกต์ใช้สิ่งของที่มีอยู่เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าหากลูกค้าไม่ร้องขอหรือแจ้งความต้องการมา ซึ่งจำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้นต่อไป

ส่วน อานนท์ เอนกวิชฌกุล (2554) Event Executive ของรอยัล พารากอน ฮอลล์ ให้ความมั่นใจในตัวบุคลากรของศูนย์ว่าค่อนข้างมีคุณสมบัติข้อนี้เด่นชัด เนื่องจากได้รับการฝึกอบรมมาเป็นอย่างดี โดยแสดงความเห็นว่าพารากอน ฮอลล์ ค่อนข้างพร้อมเรื่องของอุปกรณ์ด้วยความที่ขนาดของฮอลล์ไม่ใหญ่มาก พื้นที่ประมาณ 5,000 ตารางเมตร ดังนั้นการจัดเตรียมสิ่งของต่าง ๆ จะสามารถทำได้ง่ายและรวดเร็ว พร้อมทั้งเสริมว่าหากบุคลากรมีทักษะความรู้ในงานที่ทำแล้วจะสามารถสร้างสรรค์การบริการได้ดียิ่งขึ้น โดยยกตัวอย่างไว้ว่าทีม Set up ของฮอลล์จะมีการจัดเก็บอุปกรณ์ ไม่ว่าจะเป็นโต๊ะ เก้าอี้ ผ้าคลุมเก้าอี้ ผ้าคลุมโต๊ะ อย่างมีระบบและเป็นระเบียบและทุกคนมีความรู้เรื่องการ Stocking ที่ดี ทำให้สามารถให้บริการได้อย่างรวดเร็ว

ประเด็นคุณสมบัติด้านการสร้างสิ่งจับต้องได้เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการเป็นคุณสมบัติสำคัญสำหรับบุคลากรด้านการบริการ โดยผู้ให้ข้อมูลหลักเปรียบเทียบกับความคิดสร้างสรรค์ในการประยุกต์ใช้สิ่งของเพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการ ซึ่งขึ้นอยู่กับความรู้และประสบการณ์ในการทำงานของบุคลากรแต่ละคนด้วย

10.1 คุณสมบัติอื่น ๆ

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักทั้ง 11 ท่าน พบว่ามีคุณสมบัติบางข้อที่ไม่ได้จัดอยู่ใน 8 คุณสมบัติที่ศึกษา ซึ่งสามารถสรุปเป็นคุณสมบัติเด่น ๆ ได้ ดังนี้

10.1.1 ทักษะคติ (Attitude)

เป็นอีกหนึ่งคุณสมบัติที่มีความสำคัญต่อความพร้อมด้านบุคลากร ซึ่งผู้ให้ข้อมูลหลักหลายท่านให้ความเห็นว่าบุคลากรในศูนย์ประชุมหรือในอุตสาหกรรมไมซ์จำเป็นต้องอย่างยิ่งที่จะต้องมิตักษะคติที่ดีต่องานที่ทำก่อนเป็นอันดับแรก ต้องรู้จักว่างานที่ทำคืออะไร มีหน้าที่ความรับผิดชอบอะไรบ้าง รวมถึงการยอมรับ เรียนรู้ และพัฒนาตัวเองด้วยความรู้สึกลึกด้านบวกกับงานที่ทำด้วย

ซึ่งในประเด็นนี้ ผู้อำนวยการฝ่ายทรัพยากรบุคคล ของศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ กล่าวว่า (พรพัฒน์ ศรีธนาบุตร, ผู้ให้สัมภาษณ์, 22 กุมภาพันธ์ 2554)

...นอกจากนี้เรามีการพัฒนาทัศนคติของพนักงานอยู่แล้วเป็นคำขวัญของเราคือ มีน้ำใจ ใฝ่รู้ ใฝ่งาน ซึ่งถ้าถามผม ผมว่ามันก็ครอบคลุมหมด มีน้ำใจคือช่วยเหลือทั้งภายในภายนอก ช่วยเหลือเพื่อนร่วมงาน ลูกค้า ใฝ่รู้คือมีการพัฒนาตัวเองตลอดเวลา

มีการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม ใฝ่รู้สิ่งใหม่ ๆ สิ่งงานคือต้องหนักเอาเบาสู้ นี่ก็เป็นคำขวัญที่เราพยายามปลูกฝังให้กับพนักงานทุกคน ถ้ามองว่าถ้าเป็นกลาง ๆ ก็เป็นตัวนี้ ทุกระดับเหมือนกัน แต่ถ้ารายละเอียดว่าเป็นเรื่องอะไร ก็ต้องดูเป็นงานไป ระดับสูงขึ้นไปเราก็มั่นในเรื่อง Management อะไรใหม่ ๆ

ด้าน ดวงรัตน์ ทศนประเสริฐ (2554) ผู้อำนวยการฝ่ายขาย ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทคให้ความเห็นที่สอดคล้องกับประเด็นนี้ไว้ว่าการเพิ่มเติมหรือพัฒนาศักยภาพของบุคลากรควรจะเริ่มที่ทัศนคติของคนเป็นอันดับหนึ่ง ถ้ามีทัศนคติในการชอบงานบริการแล้ว อย่างอื่นก็เปลี่ยนได้ เรื่องทักษะความรู้สามารถฝึกกันได้

ด้าน Project Manager ของ Index Event Agency ให้ความเห็นว่าเรื่องของทัศนคติเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้บุคลากรสามารถฟันฝ่าอุปสรรคในการทำงานไปได้ โดยกล่าวว่า (จุฬามาศ งานนฤมลกิจ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2554)

...มันอยู่ที่ทัศนคติในการทำงาน อันนี้ถ้าพูดได้เลยว่าทัศนคติล้วน ๆ เลย การทำงานสอนกันได้ฝึกกันได้ในลักษณะเฉพาะของอาชีพ แต่ถ้าเกิดคุณไม่ใส่ใจกับการทำงานแล้ว เพราะงานพวกนี้จะเจอกับอุปสรรคเยอะ เจอความกดดันเยอะ ถ้าคุณมีความคิดแง่ลบ มันจะไม่มีการพัฒนาตัวเอง แล้วจะมีความเบื่อหน่ายแล้วก็จะอยู่ไม่ได้และลาออก...

นอกจากนี้ยังให้ความเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับบุคลากรรุ่นใหม่ที่มีทัศนคติที่ดีต่อการทำงานในอุตสาหกรรมนี้ไว้ว่า (จุฬามาศ งานนฤมลกิจ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2554)

...เด็กรุ่นใหม่สมัยนี้มันไม่เก่งแต่มันมีใจในการทำงาน มีทัศนคติ มีความคิดแง่บวก นั่นก็คือมีชัยไปกว่าครึ่งแล้ว คือสามารถอยู่ได้อย่างมีความสุข คุณ Suffer ในเรื่องของอุปสรรคต่าง ๆ ไม่ว่าจะเหนื่อย นอนดึก ลูกค้าไม่ไหว อย่าง Venue เอง เดินทั้งวัน ตามลูกค้าทั้งวัน ลูกค้าบ่นออกแก๊สเซอร์ ด่าโน่นนี่นั่น ปิดยอดไม่ได้อะไรอย่างนี้ แต่ถ้าทัศนคติคุณดี แ่บวกเวลาจบงานคุณก็ Happy คุณแก้ปัญหาเหล่านั้นไปได้ นั่นก็คือเป็นผลงานของคุณ ซึ่งส่วนใหญเด็กรุ่นใหม่เดี๋ยวนีนี้เป็นแบบนี้ เริ่มมีมุมมองที่ดีขึ้นในการทำงาน...

ส่วน Project Manager ของ Mainstream Organizer ให้ความเห็นว่าคุณสมบัติด้านการมีทัศนคติที่ดีต่องานบริการ จำเป็นต้องได้รับการปลูกฝังมาตั้งแต่การเรียนการสอนในสถาบันการศึกษาแล้ว โดยกล่าวว่า (ชาลี บริบูรณ์, ผู้ให้สัมภาษณ์, 26 ตุลาคม 2554)

...สิ่งที่ดีควรได้รับการพัฒนาเป็นอันดับแรก ๆ คือ เรื่องของทัศนคติเกี่ยวกับงานบริการ ซึ่งเป็นงานที่ต้องอาศัยความอดทนและใจรักในงานที่ทำ เหมือนเอาใจเขามาใส่ใจเรา การทำให้ผู้อื่นมีความสุขหรือพอใจในสิ่งที่เราทำให้ ตรงนี้ต้องปลูกฝังกันมาก่อน ตั้งแต่พื้นฐานของคนที่ยื่นในสายที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพนี้แล้ว เช่น พวกนักศึกษาคณะโรงแรมหรือการจัดการอะไรพวกนี้...

ทัศนคติที่ดีต่องานด้านการบริการเป็นพื้นฐานสำคัญสำหรับบุคลากรที่ต้องทำงานด้านการบริการซึ่งจะส่งผลต่อความพร้อมในการให้บริการแก่ลูกค้า ดังนั้นจึงจำเป็นที่ศูนย์ประชุมทุกแห่งควรจะให้ความสำคัญกับคุณสมบัติข้อนี้เป็นอันดับแรกในการคัดเลือกคนเข้ามาทำงานในศูนย์ประชุมด้วย

10.2 ความพร้อมของทีมงาน (Team Work)

คุณสมบัติของบุคลากรด้านการบริการมักจะถูกมองในแง่คุณสมบัติเฉพาะบุคคลมากกว่าการมองภาพรวมของการทำงาน ซึ่งในความเป็นจริงการทำงานด้านการบริการมีความเกี่ยวข้องกับบุคคลมากกว่าหนึ่งคนอยู่แล้ว ดังนั้นในประเด็นนี้ จุฑามาศ งานนฤมลกิจ (2554) Project Manager ของ Index Event Agency ได้แสดงความคิดเห็นว่าความพร้อมของทีมงานหมายถึงจำนวนบุคลากรที่เหมาะสมกับปริมาณงาน ซึ่งเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญต่อการทำงานด้านการบริการในศูนย์ประชุม บางครั้งบุคลากรให้บริการดีแต่ไม่สามารถให้บริการได้อย่างทั่วถึงหรือไม่เพียงพอกับปริมาณงานในองค์กรก็ทำให้เกิดปัญหาได้เช่นกัน

ด้าน Event Executive ของรอยัล พารากอน ฮอลล์ กล่าวเสริมว่าในบางช่วงเวลาจำนวนงานและจำนวนบุคลากรอาจไม่สอดคล้องกัน ซึ่งเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นได้จากหลายสาเหตุ แต่บุคลากรที่ให้บริการจะต้องให้บริการลูกค้าให้เต็มที่เหมือนเดิม เพื่อไม่ให้ลูกค้ารู้สึกถึงความไม่พร้อมหรือได้รับบริการที่ด้อยลงไปจากเดิม โดยกล่าวว่า (อานนท์ เอนกวิชนกุล, ผู้ให้สัมภาษณ์, 21 มกราคม 2554)

...จากประสบการณ์การทำงานที่ผ่านมาก็มีปัญหาที่เกี่ยวกับตัวบุคลากรในการให้บริการลูกค้าบ้าง อย่างบางช่วงที่งานค่อนข้างเยอะ งานค่อนข้างถี่ จำนวนงานกับจำนวนบุคลากรไม่สอดคล้องกันซะทีเดียว เพราะว่าตำแหน่งอาจจะมีหายไปบ้าง คนลาออกไป

บ้าง คนใหม่อาจจะยังไม่มาแทน มันอาจจะมันเป็นช่วงสั้น ๆ ก็อาจจะทำให้เราทำงานเหนื่อยมากขึ้น ทำงานมากขึ้น แต่ว่าเราก็ต้องดูแลลูกค้าเต็มที่เหมือนเดิม

ความพร้อมของบุคลากรในศูนย์ประชุมมีความสัมพันธ์กับจำนวนของบุคลากรต่อปริมาณงานที่มีเนื่องจากลักษณะงานในศูนย์ประชุมเป็นงานที่มีรายละเอียดค่อนข้างมากและเกี่ยวข้องกับหลายฝ่าย ดังนั้นจึงจำที่จะต้องบริหารงานบุคคลให้เพียงพอกับความต้องการและปริมาณงานในแต่ละส่วน เพื่อรองรับความต้องการของผู้ใช้บริการให้ดีที่สุดด้วย

10.3 ความยืดหยุ่น (Compromise)

เป็นอีกหนึ่งคุณสมบัติของบุคลากรในศูนย์ประชุมที่ผู้ให้ข้อมูลหลักบางท่านกล่าวถึง ซึ่งคุณสมบัตินี้ถือเป็นลักษณะเฉพาะของคนไทยที่มักคำนึงถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวบุคคล มีความยืดหยุ่นเรื่องการทำงานและกฎระเบียบต่าง ๆ ของศูนย์ประชุม ซึ่งบางครั้งทำให้ลูกค้ารู้สึกดีและพึงพอใจในสิ่งที่ได้รับความช่วยเหลือนี้และยังสามารถช่วยรักษาความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างศูนย์และลูกค้าได้อีกด้วย โดยในประเด็นนี้ Project Manager ของ CM MICE กล่าวว่ (กัญญานาถ บุญประสิทธิ์, ผู้ให้สัมภาษณ์, 21 พฤศจิกายน 2553)

...ถ้าเทียบความยืดหยุ่นระหว่างของเมืองไทยกับเมืองนอกก็ต้องให้เครดิตคนไทย คือเท่าที่เคยเจอมา ระบบการซาร์จของคนไทยจะยืดหยุ่นมากกว่าหน่อยนึง แต่เมืองนอกก็ตรง ๆ เหมือนกัน เมืองนอกก็ช่วยเหมือนกัน แต่ว่าคนไทยก็ไม่ถึงกับเวฟนะ ได้แต่ไม่มาก บางทีเรารู้จักกันมากหน่อยมันมีเรื่องของความสัมพันธ์ รู้จักกันมานาน ทำงานวงการนี้มานาน อาจจะพูดคุยกันได้บ้างว่าพี่ช่วยหนุหน่อยเถอะนะ งานนี้หนุไม่ได้จริง ๆ งบประมาณมีจำกัดจริง ๆ ก็ต้องมีการพูดคุยแล้วเค้าก็จะมีการ Mention ไปถึงผู้บริหารที่ดูแลเค้าอีกที เพราะเค้าตัดสินใจไม่ได้ คนไทยก็ยืดหยุ่นนะ ก็โอเค ไม่ใช่แย่เสมอไป

ด้าน อมรเทพ สิวัดมณี (2554) Project & Creative Director ของ Upper Event (Thailand) ให้ความเห็นว่าในมุมมองของออบแกในเซอร์มองว่าหากบุคลากรในศูนย์ประชุมมีความอะลุ่มอล่วยหรือมีความยืดหยุ่นมาก ไม่พยายามเผชิญหน้าหรือปะทะคารมกับลูกค้าโดยยึดกฎระเบียบของหน่วยงานมากเกินไปก็จะเป็นผลดีกับทั้งผู้ให้บริการและศูนย์ประชุมด้วยเช่นกัน

คุณสมบัตินี้ถือเป็นคุณสมบัติเด่นของคนไทยที่นิยมใช้แนวทางการประนีประนอมหรือยืดหยุ่นในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นมากกว่าการใช้ความรุนแรงหรือการเผชิญหน้าโดยตรง โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากผู้ให้บริการหรือออบแกในเซอร์มีความสัมพันธ์ที่ดีกับบุคลากรในองค์กรที่ทำงานร่วมกัน

แล้ว จะทำให้การทำงานเป็นไปอย่างราบรื่นเนื่องจากมีความคุ้นเคยกันและสามารถพูดคุยต่อรอง หรือผ่อนผันกฎเกณฑ์บางอย่างได้ง่ายขึ้น

10.4 ความกร้าว (Tough)

เป็นคุณสมบัติที่แสดงถึงความมุ่งมั่น ตั้งใจ และรับผิดชอบต่องานที่ได้รับมอบหมาย เป็นคุณสมบัติเด่นของบุคลากรในประเทศตะวันตก แต่ไม่ค่อยพบในบุคลากรของไทย หรือเอเชีย เนื่องจากเป็นชาติอนุรักษนิยมที่ยังคงยึดมั่นในความอาวุโสอยู่ ซึ่งหากบุคลากรในศูนย์ประชุมมีคุณสมบัติดังกล่าวจะช่วยเพิ่มความพร้อมของบุคลากรในการให้บริการแก่ลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น

ผู้อำนวยการฝ่ายทรัพยากรบุคคล ของ Centara Grand & BCC at Central World ให้คำจำกัดความของคุณสมบัติข้อนี้ไว้ว่า (วิจิต วรรณศรี, ผู้ให้สัมภาษณ์, 24 กุมภาพันธ์ 2554)

...ความ Tough ที่เราอยากเห็นมันเหมือนจะ Copy มาจากพวกยุโรป คือ Tough ในหน้าที่ ไม่ได้ดูถูกคนเอเชีย คนเอเชียเค้าอาจจะเป็น Conservative สูง เนื่องจากเป็นชาติเอเชียนที่ต้องเคารพในการเป็น Seniority ของคน ความเกรงใจของคนไทยจะสูงหน่อย ฝรั่งเศสมีข้อดีอยู่อย่างหนึ่ง พวก Western เค้าจะมองว่าในฐานะผู้ปฏิบัติงาน ทุกคนต้อง Perform ให้ได้ตาม Objective ของบริษัท ต้อง Achieve ให้ได้ ว่างานชิ้นหนึ่งจะต้องบรรลุผล ความ Tough ของเค้าอธิบายได้ 2 อย่าง ถ้าเกิดคุณ Tough โดยไม่มีมารยาท มันก็ไม่ใช่ การที่เราจะเข้มแข็งมันคือเข้มแข็งในหน้าที่ ในทำนองครองธรรม เราไม่ใช่คนหยาบกร้าวหรือหยาบคายมันก็ไม่ใช่ Tough หมายถึงว่าถ้าที่จะพูดว่าเสร็จเมื่อไหร่ เสร็จวันไหน ใครทำ อันนี้ไม่ได้ อันนี้ต้องเปลี่ยน คือจะไม่มีเกรงใจว่าก็ได้ ก็หยวน ๆ ต้องแก่งไปอะไรอย่างนี้ ถ้าความเป็นเอเชียนก็บอกว่าไม่เป็นไร ค่อย ๆ ทำกันไป แต่ถ้าเป็นชาติ Western ไม่ได้ก็ต้องทิ้ง ถอดก็ต้องถอด 7 คนไม่ทันก็ต้องเป็น 14 คน ฟรุ้งนี้เข้าไม่ทัน คินนี้ก็ต้องทำ เค้าเรียกว่าความมี Responsibility คือความรับผิดชอบ

คุณสมบัติข้อนี้แสดงออกถึงความมุ่งมั่น ตั้งใจ และการปฏิบัติหน้าที่ตามความรับผิดชอบอย่างเต็มที่ ซึ่งอาจตรงกันข้ามกับคุณสมบัติด้านความยืดหยุ่น ความอะลุ่มอล่วยที่เป็นลักษณะเด่นของคนไทย ดังนั้นการนำคุณสมบัติที่ดีทั้งสองข้อนี้มาประยุกต์ให้เหมาะสมกับการทำงานของบุคลากรในศูนย์ประชุมแล้ว จะทำให้บุคลากรมีคุณภาพมากยิ่งขึ้นด้วย

ประเด็นความคิดเห็นต่อกระบวนการบริหารงานทรัพยากรบุคคลในศูนย์ประชุมที่มีผลต่อความพร้อมด้านบุคลากรต่อการรองรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์

การบริหารจัดการด้านทรัพยากรบุคคลเป็นหน้าที่หลักของแผนกทรัพยากรบุคคล หรือ Human Resources Department (HR) ซึ่งประกอบไปด้วยกระบวนการ ดังนี้ การวิเคราะห์และออกแบบงาน การสรรหา การคัดเลือก การฝึกอบรมและพัฒนา การประเมินผลการปฏิบัติงาน การบริหารค่าตอบแทน การจัดการด้านสุขภาพและความปลอดภัย และการจัดการด้านแรงงานสัมพันธ์ ซึ่งกระบวนการดังกล่าวฝ่ายทรัพยากรบุคคลจำเป็นต้องดำเนินการควบคู่ไปกับทุกแผนกในองค์กร เพื่อบริหารจัดการบุคลากรทั้งหมดในองค์กรให้ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีความพร้อมสูงสุดในการให้บริการลูกค้าในศูนย์ประชุม

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกบุคลากรระดับผู้บริหารและระดับปฏิบัติการในแผนกต่าง ๆ ของศูนย์ประชุมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่าการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลมีความสัมพันธ์กับความพร้อมด้านบุคลากรของศูนย์ประชุมต่อการรองรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์จริง โดยผู้ให้ข้อมูลหลักแสดงความคิดเห็นว่ากระบวนการในแต่ละขั้นตอนของการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลมีความสำคัญในระดับที่แตกต่างกันไป โดยแยกอธิบายได้ ดังนี้

1.1 กระบวนการวิเคราะห์และออกแบบงาน (Job Analysis Process)

กระบวนการวิเคราะห์และออกแบบงานมีความสัมพันธ์กับความพร้อมด้านบุคลากรในศูนย์ประชุมในลักษณะที่เป็นกระบวนการแรกเริ่มในการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบและคุณสมบัติของบุคลากรในแต่ละตำแหน่งงาน ซึ่งมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งสำหรับการทำงานในองค์กร เปรียบได้กับแผนที่นำทางของบุคลากรในองค์กร เพราะบุคลากรในแต่ละตำแหน่งจะรับรู้ถึงคุณสมบัติส่วนบุคคล ลักษณะงาน บทบาท หน้าที่ ความรับผิดชอบของตนเองในตำแหน่งงานนั้น ๆ โดยในขั้นตอนนี้จะประกอบด้วยเอกสาร 2 ส่วน ได้แก่

1.1 ใบพรรณนาลักษณะงาน (Job Description, JD) หมายถึง ข้อความที่เขียนขึ้นมาเพื่อบรรยายถึงลักษณะหน้าที่ ความรับผิดชอบ และสภาพการทำงานของงานหนึ่ง ๆ

1.2 ใบกำหนดคุณสมบัติของบุคคลในงาน (Job Specification, JS) หมายถึง ข้อความที่บรรยายหรือระบุข้อกำหนดเกี่ยวกับคุณลักษณะของบุคคลผู้ปฏิบัติงานที่จำเป็นต่อความสำเร็จในการปฏิบัติงานหนึ่ง ๆ

ในส่วนของกระบวนการวิเคราะห์และออกแบบงานนั้น แผนกทรัพยากรบุคคลจำเป็นต้องทำงานประสานกับทุกแผนกในองค์กร เพื่อศึกษาถึงลักษณะงานและความต้องการด้านบุคลากรของแต่ละแผนก จากนั้นจึงนำข้อมูลที่วิเคราะห์ได้ไปจัดทำเป็นใบงานแจกจ่ายให้กับแผนกต่าง ๆ ต่อไป ดังนั้นในขั้นตอนการวิเคราะห์และออกแบบงานนี้จึงมีความสำคัญในการบริหาร

จัดการทรัพยากรบุคคลเพื่อให้เกิดความพร้อมสูงสุดในการทำงานเช่นเดียวกัน กล่าวคือเป็นขั้นตอนแรกในการกำหนดลักษณะของงานในแต่ละตำแหน่งและคุณลักษณะของบุคลากรที่เหมาะสมกับตำแหน่งงานนั้น ๆ เพื่อนำไปสู่การได้มาซึ่งบุคลากรที่มีความพร้อมในการรองรับงานในอุตสาหกรรมไม่ช้าต่อไป

ในประเด็นนี้ผู้อำนวยการฝ่ายทรัพยากรบุคคล ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์กล่าวว่า (พรพัฒน์ ศรีธนาบุตร, ผู้ให้สัมภาษณ์, 22 กุมภาพันธ์ 2554)

...การวิเคราะห์ การออกแบบงานคือขั้นแรก ที่จริงขึ้นอยู่กับตอนตั้งองค์กรขึ้นมาใหม่ ซึ่งที่นี้ตั้งมาประมาณก็ 20 กว่าปีแล้ว Job แต่ละ Job สำคัญ ๆ ก็คือ Job หลัก ๆ ที่มีมาอยู่แล้วแต่เริ่มและเราได้มีการทำ Job Evaluation...มีการวิเคราะห์งานและออกแบบงานมาตามขั้นตอน แต่ถามว่ามันมีผลต่อความพร้อมของบุคลากรหรือไม่ มีแน่นอนคือเราจะได้ว่า Competency ของคนกับ Need ของงานมัน Match กันหรือเปล่า ถ้าไม่ Match เราก็ไปเติมส่วนที่ขาด งานนี้ Need ทักษะอะไรบางอย่างที่ต้องการเพิ่มเติมแต่ Competency ของพนักงานไม่ถึงเราก็ไปเสริมส่วนที่เค้าขาด

ด้าน Operation Manager ของอิมแพค เมืองทองธานี ให้ความเห็นว่าขั้นตอนนี้เป็นจุดเริ่มต้นของการได้มาซึ่งบุคลากรในศูนย์ประชุม โดยจะมีการทำงานร่วมกันระหว่างฝ่ายทรัพยากรบุคคลและฝ่ายงานอื่น ๆ โดยกล่าวว่า (เกรียงไกร ธวัชชัย, ผู้ให้สัมภาษณ์, 15 มกราคม 2554)

...จุดเริ่มต้นของการดูแลบุคลากรจะต้องมาจากตัวที่มี JD JS ซึ่งจริง ๆ แต่ละส่วนงานก็จะมีกรวางออแกไนซ์ของตัวเองแล้วส่งไปให้ฝ่าย HR ดูว่าระบบของฝ่ายเป็นแบบไหน ออแกไนซ์ของตัวเองเป็นแบบไหน ซึ่งเค้าจะทำการ Recruit สรรหาคนมาให้เรา ทางเราก็จะเป็นคนสัมภาษณ์อยู่ดี เพียงแต่เค้าจะเลือกมาให้เราว่าคนไหนเหมาะสมที่จะร่วมงานกัน Job ต่าง ๆ หรืออะไรต่าง ๆ เรา Deal กับทาง HR ไปด้วยกันอยู่แล้ว...

ส่วนผู้อำนวยการฝ่ายขาย ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค ให้แนวคิดว่าการวิเคราะห์และออกแบบงานของบุคลากรในศูนย์ประชุมมีการพัฒนาจากรูปแบบของงานโรงแรม

โดยอาศัยประสบการณ์ในการทำงานศูนย์ประชุมมาประยุกต์เป็นลักษณะงานของบุคลากรในแต่ละตำแหน่ง โดยกล่าวว่า (ดวงรัตน์ ทัศนประเสริฐ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 3 มีนาคม 2554)

...การวิเคราะห์และออกแบบงาน หรือ Job Profile โดยส่วนใหญ่หัวหน้างานเป็นผู้เขียนแล้วในปัจจุบัน แต่ก่อนฝ่าย HR จะให้มา เนื่องจากไม่ชัดเจนไม่ได้มีมานานเพิ่งเกิดมาได้ไม่เกิน 20 ปี เมื่อก่อนก็จะเป็นบุคลากรคล้าย ๆ กับโรงแรมก็ Copy กันมา แต่ตอนนี้เราเริ่มมีประสบการณ์เราทำงานมาเรารู้แล้วว่า Profile ของคนทำงานในตำแหน่งนี้มันควรจะเป็นอย่างไรก็ช่วยกันเขียน แล้วก็ให้ HR จัดทำเป็น JD, JS

Event Executive ของรอยัล พารากอน ฮอลล์ ให้ความเห็นเกี่ยวกับประเด็นนี้โดยอิงจากตำแหน่งงานของตัวเอง โดยกล่าวว่า JD, JS เป็นสิ่งที่กำหนดไว้ชัดเจน แต่การทำงานจริงจำเป็นต้องช่วยกันและทำงานเป็นทีมมากกว่า โดยกล่าวว่า (อานนท์ เอนกวิชนกุล, ผู้ให้สัมภาษณ์, 21 มกราคม 2554)

...Job Description Job Specification จริง ๆ แล้วถามว่าชัดเจนมั้ย ก็ค่อนข้างชัดเจนที่เราเป็นฝ่ายบริการลูกค้า แต่พออยู่หน้างานจริง สิ่งที่เราต้องช่วยมันเหมือนการทำงานร่วมกันระหว่างเรากับฝ่ายอื่น ๆ ถ้าในจุด ๆ หนึ่งต้องช่วย ก็คือการทำงานเป็นทีมมากกว่าผมมองอย่างนั้นนะ แต่ในส่วนของ Job Description ค่อนข้างเด่นชัดอยู่แล้วว่าเราเป็นฝ่ายบริการลูกค้า

ส่วนผู้อำนวยการฝ่ายทรัพยากรบุคคล ของ Centara Grand & BCC at Central World ให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่าการกำหนดคุณสมบัติของพนักงานจะมีสิ่งที่ต้องพิจารณาหลายอย่าง แต่อย่างไรก็ตามจะมี Criteria ขั้นพื้นฐานที่จำเป็นที่ศูนย์ประชุมต้องการอยู่แล้ว โดยกล่าวว่า (วิจิตวรรณศร, ผู้ให้สัมภาษณ์, 24 กุมภาพันธ์ 2554)

...การกำหนดคุณสมบัติของพนักงานขึ้นอยู่กับตำแหน่งหน้าที่งาน ตัวพิจารณาหลากหลาย บางคนการศึกษาก็ แต่ทำงานไม่ได้ บางคนทำงานได้ดีแต่การศึกษาน้อยมันหลากหลาย เขาเป็นว่าการกำหนดคุณสมบัติมี Criteria ขั้นพื้นฐานอยู่แล้ว ใครที่มายุ่ง ๆ หน่อยก็ถือเป็นการต่อยอดให้กับตัวเองในโอกาสของการเติบโต แต่ไม่ได้ฟันธงว่า

ต้องการศึกษาสูงถึงจะเอา มีหลายองค์ประกอบ Educational, Background Experience แล้วก็ Potential สามตัวที่เราจะมองหลัก ๆ

ประเด็นกระบวนการวิเคราะห์และออกแบบงานเป็นกระบวนการที่ผู้ให้ข้อมูลหลักมองว่ามีความสำคัญในลักษณะที่เป็นตัวกำหนดคุณสมบัติของบุคลากรที่เหมาะสมกับงาน และใช้เป็นเกณฑ์ในการสรรหาและคัดเลือกบุคคลเข้ามาทำงานในองค์กร หากแต่ไม่ได้มีผลโดยตรงต่อความพร้อมด้านบุคลากรแต่อย่างใด

2. กระบวนการสรรหา (Recruitment Process)

กระบวนการสรรหามีความสัมพันธ์กับความพร้อมด้านบุคลากรในศูนย์ประชุมในลักษณะของการเป็นขั้นตอนในการจูงใจผู้สมัครที่มีความรู้ ความสามารถ และมีทัศนคติที่ดีตรงตามความต้องการขององค์กรให้เข้ามาสมัครงานเพื่อทำการคัดเลือกให้ได้บุคลากรที่มีคุณสมบัติเหมาะสมกับตำแหน่งงานนั้น ๆ ต่อไป กระบวนการนี้เป็นการติดต่อสื่อสารสองทาง นั่นคือ ผู้สมัครย่อมต้องการข้อมูลที่ต้องเกี่ยวข้องกับการทำงานในองค์กร ขณะเดียวกันองค์กรก็อยากได้ข้อมูลที่ต้องเกี่ยวข้องกับผู้สมัครว่ามีคุณสมบัติและความสามารถอะไรบ้าง เป้าหมายของการสรรหาคือต้องการให้คนที่มีคุณสมบัติตรงตามที่ต้องการมาสมัครงานให้มากที่สุด เพื่อจะได้คัดเลือกคนที่มีความพร้อมที่สุดเข้ามาทำงานในศูนย์ประชุมต่อไป ซึ่งขั้นตอนนี้จะเป็นหน้าที่ของแผนกทรัพยากรบุคคลในการโฆษณาประชาสัมพันธ์การรับสมัครงานผ่านสื่อต่าง ๆ ไปสู่กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการหรือในลักษณะของการบอกต่อจากคนในองค์กรไปยังกลุ่มคนรู้จักที่ทำงานในสายงานเดียวกันด้วย

ในประเด็นนี้ ผู้อำนวยการฝ่ายทรัพยากรบุคคล ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ กล่าวว่า ขั้นตอนการสรรหาของศูนย์ประชุมจะไม่แตกต่างจากธุรกิจอื่น ๆ สิ่งที่แตกต่างกันจะเป็นแหล่งในการสรรหา โดยแบ่งเป็นพนักงานระดับสูงและพนักงานทั่วไป ซึ่งมีวิธีการสรรหาที่แตกต่างกัน ดังนี้ (พรพัฒน์ ศรีธนาบุตร, ผู้ให้สัมภาษณ์, 22 กุมภาพันธ์ 2554)

...การสรรหาบุคลากรก็มีความสำคัญเช่นเดียวกัน โดยรวมแล้วก็ไม่ต่างจากธุรกิจอื่นเท่าไร แต่ที่แหล่งในการสรรหา ถ้าเป็นพนักงานประจำเป็นตำแหน่งพนักงานธรรมดา ๆ พวก Staff ทั่ว ๆ ไป เราก็ไหลดจากทางอินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่ก็เป็นอย่างนั้น หรือเว็บของบริษัทก็มี แต่ถ้าเป็นระดับสูงขึ้นไปหน่อย บางครั้งบางตำแหน่ง เราก็ต้องใช้ Head Hunter บ้าง ก็แล้วแต่ลักษณะความจำเป็นในการสรรหา คือบางที่ตำแหน่งอาจจะหายากหน่อย เป็นระดับสูงขึ้นไปเราจะใช้ Head Hunter แต่โดยทั่ว ๆ ไปเราจะประกาศทางเว็บ และถ้าเป็นพนักงานที่เป็น Volunteer หรือพนักงานชั่วคราวส่วนใหญ่เราก็จะมีเป็น

กลุ่มของคนที่ได้ทำงานให้กับเราค่อนข้างประจำอยู่ส่วนหนึ่งหรือเป็นพวกนักศึกษา อันนี้ก็แล้วแต่งาน บางงานอาจต้องค่อนข้าง Need ภาษาอังกฤษเยอะเนี่ย เราก็จะไปตามมหาวิทยาลัยที่ได้เป็นพวกสอนหลักสูตรพวกอินเตอร์ไป เราก็ได้นักศึกษาตรงนั้นมาก็คือ ต้องดูเป็น Job ไปว่าเราจะไปหาตรงไหนมาได้ อย่างที่บอกถ้า Need นักศึกษาที่รู้ภาษาอังกฤษ เราก็จะเจาะกลุ่มไปที่หลักสูตรอินเตอร์

ด้าน เกรียงไกร รัชชชัย (2554) Operation Manager ของอิมแพค เมืองทองธานี ให้ความเห็นในมุมมองของฝ่ายปฏิบัติการว่ากระบวนการสรรหาของฝ่ายทรัพยากรบุคคลนั้น จำเป็นต้องประสานงานกับฝ่ายต่าง ๆ เพื่อทราบถึงคุณสมบัติของบุคลากรที่ต้องการ นอกจากนี้ยังมีความสำคัญต่อความพร้อมของบุคลากรในลักษณะของการสรรหาพนักงานชั่วคราว (Casual) เข้ามาเสริมในแต่ละงานด้วย

ด้าน ดวงรัตน์ ทิศนประเสริฐ (2554) ผู้อำนวยการฝ่ายขาย ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค ให้ความเห็นเกี่ยวกับลักษณะงานของศูนย์ประชุมว่าเป็นงานเฉพาะด้าน ดังนั้นแหล่งที่มาของบุคลากรมักมาจากสายงานที่ใกล้เคียงกันหรือการอาศัยสายสัมพันธ์ส่วนบุคคลมากกว่า โดยมีส่วนน้อยที่จะเดิน Walk in เข้ามา หรือเปิดหนังสือพิมพ์หางาน เพราะมันเป็นงานเฉพาะด้าน ต้องมีพื้นฐานความรู้เรื่องไมซ์มาก่อนประกอบกับต้องทำความเข้าใจเพิ่มเติมเกี่ยวกับลักษณะงานในธุรกิจไมซ์อีกมากด้วย

เช่นเดียวกับ อานนท์ เอนกวิวัฒนกุล (2554) Event Executive ของรอยัล พารากอน ฮอลล์ ที่ให้ความเห็นสอดคล้องกันในประเด็นการใช้สายสัมพันธ์ส่วนตัวในการสรรหาผู้สมัครว่าที่ผ่านมาฝ่าย HR จะประกาศรับสมัครบุคคลภายนอกตามขั้นตอนทั่วไป ในขณะที่เดียวกันพนักงานที่มีคนรู้จักทำงานอยู่ในสายงานนี้ก็จะมีการบอกตักกันไป เพื่อให้เข้ามาสมัครงานในตำแหน่งที่ต้องการด้วยเช่นกัน เป็นการเพิ่มจำนวนผู้สมัครที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับที่องค์กรต้องการสรรหาได้มากยิ่งขึ้นด้วย

ด้านผู้อำนวยการฝ่ายทรัพยากรบุคคล Centara Grand & BCC at Central World ให้ความเห็นในประเด็นการสรรหาว่าขึ้นอยู่กับองค์ประกอบ 2 ข้อ คือ ประสิทธิภาพของผู้สมัครและภาพลักษณ์ขององค์กร โดยกล่าวว่า (วิจิต วรรณศร, ผู้ให้สัมภาษณ์, 24 กุมภาพันธ์ 2554)

...องค์ประกอบแรกในตัวคนที่ จะเข้ามา คำมาในสภาพที่พร้อมหรือไม่ มันมี 2 องค์ประกอบ เราอาจจะโชคดีที่เราได้คนที่มีความพร้อม ไม่ได้หมายถึงว่าคนที่ไม่ได้เข้า

มาทำงานกับเราไม่ได้ ไม่ใช่ แต่อาจเป็นที่ว่าใน Field ที่เค้าเคยมีประสบการณ์มาอาจจะไม่ตรงกับเราก็ได้ ทุกคนที่เข้ามาหาเรามีคุณสมบัติหมดเลย แต่เรา Skim ให้มันเหลือเฉพาะคนที่มีประสบการณ์ใกล้เคียงกับงานเรา อันนั้นก็เป็นตัวบอกตัวหนึ่ง อีกส่วนหนึ่งเป็นเรื่องของ Image องค์กร เป็นตัวที่ทำให้เค้าเดินเข้ามาหาเรา เพราะฉะนั้นตัวเสริมที่ทำให้เราได้คนดีคือภาพลักษณ์องค์กรเราดี คนที่เค้าเข้ามา ก็มีความพร้อม...

ประเด็นกระบวนการสรรหาเป็นขั้นตอนที่สำคัญในการสื่อสารให้บุคคลที่มีคุณสมบัติตรงหรือใกล้เคียงกับที่องค์กรต้องการได้รับรู้และสนใจสมัครเพื่อรับการคัดเลือกเข้ามาทำงานในองค์กรต่อไป โดยฝ่ายทรัพยากรบุคคลจำเป็นต้องประสานงานกับแต่ละฝ่ายเพื่อเรียนรู้และเข้าใจลักษณะงานและคุณสมบัติของบุคลากรที่แต่ละฝ่ายต้องการเพื่อจะได้สรรหาผู้สมัครที่มีความเหมาะสมกับตำแหน่งงานนั้น ๆ ได้

3. กระบวนการคัดเลือก (Selection Process)

กระบวนการคัดเลือกมีความสัมพันธ์กับความพร้อมด้านบุคลากรของศูนย์ประชุมมากที่สุด เนื่องจากเป็นขั้นตอนในการพิจารณาเลือกผู้สมัครและรับเข้ามาเป็นพนักงานหรือบุคลากรในศูนย์ประชุมในตำแหน่งงานนั้น ๆ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องให้ผู้บริหารหรือหัวหน้างานในแต่ละแผนกเข้ามามีส่วนร่วมในการพิจารณาคัดเลือกด้วย แม้ว่าในขั้นต้นแผนกทรัพยากรบุคคลจะทำหน้าที่ในการคัดกรองคนที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์เข้ามาจำนวนหนึ่งแล้วก็ตาม ซึ่งแต่ละแห่งจะมีวิธีการคัดเลือกที่แตกต่างกันไป อาจใช้การทดสอบความรู้ทางวิชาการหรือการสัมภาษณ์เบื้องต้น แต่ก็ยังเป็นเพียงการคัดเลือกตามคุณสมบัติพื้นฐานที่ควรจะเป็นเท่านั้น ซึ่งในความเป็นจริงแผนกทรัพยากรบุคคลก็ไม่ได้เข้าใจลึกซึ้งเกี่ยวกับลักษณะงานที่ทำดีเท่ากับคนในแผนกนั้น ๆ เพราะฉะนั้นการสัมภาษณ์ผู้สมัครโดยผู้บริหารหรือหัวหน้างานโดยตรงของตำแหน่งงานนั้น ๆ จึงเป็นวิธีการที่ดีที่สุดที่จะทำให้ได้บุคลากรที่มีคุณสมบัติตรงตามที่แผนกต้องการ โดยขั้นตอนนี้ถือเป็นขั้นตอนที่สำคัญมากกับการได้มาซึ่งบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถและมีความพร้อมเหมาะสมกับการทำงานในศูนย์ประชุม ซึ่งจะส่งผลต่อความพร้อมในการให้บริการลูกค้าในอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยเช่นกัน

ในประเด็นนี้ ผู้อำนวยการฝ่ายทรัพยากรบุคคล ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ให้ความเห็นว่าการคัดเลือกผู้สมัครจะมีการทดสอบความสามารถทางวิชาการ โดยเน้นทักษะด้านภาษาอังกฤษ และคัดเลือกโดยการสัมภาษณ์ ซึ่งแบ่งเป็นพนักงานประจำและพนักงานด้านเทคนิค โดยกล่าวว่า (พรพัฒน์ ศรีธนาบุตร, ผู้ให้สัมภาษณ์, 22 กุมภาพันธ์ 2554)

...ในส่วนของ การคัดเลือก เรามีการ Test ภาษาอังกฤษ มีทักษะด้านคอมพิวเตอร์ แล้วก็ สอบสัมภาษณ์ ถ้า Need ภาษาอังกฤษเราก็มีให้เขียนด้วย คือจริง ๆ ทุกระดับเรา Request ว่าต้องได้ภาษาอังกฤษหมด แต่ถ้าเป็นระดับล่างก็ไม่จำเป็นมาก อันนี้เราพูดถึง ในลักษณะของพนักงานประจำที่เป็นปริญญาตรีขึ้นไป ถ้าเป็นตำแหน่ง เช่น พวก พนักงานทางช่างหรืออะไรอย่างนี้ เราก็ไม่ได้ไปดูตรงนั้น เราจะดูเรื่องทักษะในงานของเค้ามากกว่า

เกรียงไกร ธวัชชัย (2554) Operation Manager ของอิมแพค เมืองทองธานี ให้ความเห็นว่า การคัดเลือกผู้สมัครโดยหัวหน้างานของฝ่ายงานนั้น ๆ จะทำให้ได้ผู้สมัครที่มีคุณสมบัติตรงตามที่ต้องการมากยิ่งขึ้น

ด้าน ดวงรัตน์ ทศนประเสริฐ (2554) ผู้อำนวยการฝ่ายขาย ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค ให้ความเห็นเกี่ยวกับขั้นตอนการคัดเลือกบุคลากรของไบเทคว่ามีความเข้มข้นในการคัดเลือกน้อย เนื่องจากมีตัวเลือกของผู้สมัครน้อย โดยเปรียบเทียบจากประสบการณ์การทำงาน โรงแรมให้เห็นว่า มีตัวเลือกของผู้สมัครงานจำนวนมาก เพราะเป็นงานที่ดีมีชีวิตรื่นเริงและคนส่วนใหญ่มองเห็นภาพการทำงานที่ชัดเจน แต่งานในศูนย์ประชุมมันใหญ่เกินที่คนทั่วไปจะมองภาพว่าคืออะไร ทำอะไรบ้าง

ด้านผู้อำนวยการฝ่ายทรัพยากรบุคคล Centara Grand & BCC at Central World กล่าวว่า การคัดเลือกบุคลากรเป็นศาสตร์ที่ทุกองค์กรใช้เหมือน ๆ กัน เพื่อให้ได้บุคลากรที่เหมาะสมกับองค์กร พร้อมทั้งให้ความเห็นว่า คุณสมบัติของผู้สมัครถือเป็นกลยุทธ์สำคัญที่จะทำให้องค์กรได้คนที่มีความพร้อมเข้ามาทำงาน โดยกล่าวว่า (วิจิต วรรณศร, ผู้ให้สัมภาษณ์, 24 กุมภาพันธ์ 2554)

...ศาสตร์ในการคัดเลือกคนไม่ต่างกัน ทุก ๆ ที่จะมีศาสตร์ตรงนี้ไว้คัดเลือกคน ทุกที่อยากได้คนที่มีความพร้อมที่จะทำให้องค์กรกับงานที่เค้าได้รับมอบหมายประสบผลสำเร็จ ธุรกิจแต่ละประเภทก็ไม่ได้เหมือนกันซะทีเดียว มันก็มาเทียบกันไม่ได้ แต่ถ้าถามว่ามีกลยุทธ์พิเศษอะไรทำให้ได้คนเก่งมาทำงาน ส่วนใหญ่กลยุทธ์ก็จะเป็นที่ตัวเองไม่ได้อยู่ที่เรา เราเป็นเพียงตัวเสริม เรื่องของขวัญกำลังใจ สวัสดิการ ภาพลักษณ์องค์กรเป็นตัวขับเคลื่อนทำให้เราได้คนกลุ่มหนึ่งที่มันใช่ทางของเขาแล้วมาทำให้งานเราเกิดขึ้น

ด้าน Project Manager ของ Index Event Agency ให้ความเห็นว่าการคัดเลือกคนเข้าทำงานในศูนย์ประชุมควรพิจารณาเรื่องของทัศนคติของผู้สมัครเป็นสำคัญ โดยกล่าวว่า (จุฬามาต งานนฤมลกิจ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2554)

...เราคิดว่า HR สำคัญในเรื่องการคัดเลือกคน งานประเภทนี้มันไม่ได้แค่คุณมีประสบการณ์ 10 ปี ถ้าจะดูประสบการณ์หรือดูแค่คุณเรียนเก่งมา ประสบการณ์ใหม่ มันดูหลายอย่าง ในเรื่อง Attitude เรื่องทัศนคติในการทำงานสำคัญ คิดว่าการคัดเลือกคนของ HR ในส่วนของศูนย์ประชุมและอแอกไนเซอร์คล้าย ๆ กัน มันมีปัญหาหลาย ๆ อย่างที่คน ๆ หนึ่งจบมาปุ๊บ ภาษาดีมาก จบเมืองนอก จบการโรงแรมมา แต่พอมาทำงานจริงแล้วอยู่ไม่ได้ ในท้ายที่สุดแล้วหากเราเปรียบเทียบระดับการศึกษาที่เท่ากันสำหรับการทำงาน อย่างเช่นคุณมาสายงานเดียวกัน การศึกษานั้นเป็นพื้นฐานอยู่แล้ว แต่สิ่งที่สำคัญไม่ใช่แค่สายงานที่คุณต้องการ มันไม่ใช่เรื่องของความเก่ง เกียรตินิยมหรือเปล่า หรือว่าจบเมืองนอกหรือเปล่า แต่มันอยู่ที่ทัศนคติในการทำงาน อันนี้กล้าพูดได้เลยว่าทัศนคติ ล้วน ๆ เลย...

ด้าน Project Manager CM MICE ให้ความเห็นเพิ่มเติมว่าคุณสมบัติที่ฝ่ายทรัพยากรบุคคลควรพิจารณาในขั้นตอนการคัดเลือกคือทักษะด้านภาษา ทักษะด้านการสื่อสาร ความยืดหยุ่นในการปรับเปลี่ยนตัวเอง การประยุกต์ความรู้ให้เหมาะสมกับงาน และความอดทนเรียนรู้งาน โดยกล่าวว่า (กัญญานาท บุญประสิทธิ์, ผู้ให้สัมภาษณ์, 21 พฤศจิกายน 2553)

...HR ก็ควรจะคัดเลือกคนที่อย่างน้อย ๆ คือคนที่สามารถดูงานได้ทั้งไทยทั้งเทศ คนที่มีความอดทน มี Service Mind เพราะว่าความรู้ตรงนี้มันไม่มีใครสอน ถึงแม้ว่าเรียน Hotel Management มากี่จริง แต่ Hotel Management เมื่อมันมาเป็นตัว Convention มันก็ต้อง Adapt ไปอีกแบบหนึ่ง ความรู้ Knowledge ต้องพร้อมที่จะเรียนรู้ใหม่เพราะมันหาโรงเรียนสอนยาก ไม่เหมือนกับ Hotel Management ที่มีเปิดสอนทั่วไป

ด้าน ยุพา พิพัฒน์พวงทอง (2554) Production Manager ของ Optimum Group ให้ความเห็นว่าขั้นตอนการคัดเลือกบุคลากรเข้าสู่ธุรกิจศูนย์ประชุมควรพิจารณาเรื่องบุคลิกภาพเป็นอันดับแรกแล้วจึงพิจารณาจากคุณสมบัติอื่น ๆ ตามมา เช่น การศึกษา ประสบการณ์ และ

ความสามารถ เป็นต้น เนื่องจากงานในศูนย์ประชุมเป็นงานบริการเน้นการต้อนรับและให้บริการกับบุคคล ดังนั้นจำเป็นที่จะต้องมีความคล่องตัวที่ดีเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กรให้เป็นดีในสายตาของผู้ใช้บริการด้วย

ส่วน Project Manager ของ Mainstream Organizer ให้ความเห็นสนับสนุนการคัดเลือกบุคลากรโดยพิจารณาจากทัศนคติเป็นสำคัญ โดยกล่าวว่า (ชาติ บริบูรณ์, ผู้ให้สัมภาษณ์, 26 ตุลาคม 2553)

...นอกจากนี้การวัดเรื่องทัศนคติของผู้สมัครก็เป็นอีกหนึ่งคุณสมบัติที่จำเป็นสำหรับการทำงานด้านการบริการ ซึ่งแต่ละองค์กรก็มีรูปแบบการวัดทัศนคติที่แตกต่างกันไป อาจใช้วิธีการทำแบบทดสอบ หรือการสร้างสถานการณ์จำลองในภาวะที่กดดันเพื่อทดสอบผู้สมัครแต่ละราย อันนี้ขึ้นอยู่กับรูปแบบที่ฝ่าย HR จะกำหนดขึ้นด้วย คือเราต้องวัดว่าเค้ารักและเข้าใจและพร้อมที่จะทำงานบริการหรือไม่ ซึ่งค่อนข้างวัดยาก...

นอกจากนี้ยังกล่าวว่าการคัดเลือกบุคลากรที่มีความพร้อมทุกด้านนั้นหาได้ยาก ดังนั้นจึงจำเป็นต้องคัดเลือกคนที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับสิ่งที่องค์กรต้องการมากที่สุดและที่สำคัญคือเรื่องของทัศนคติในแง่บวกกับการทำงานด้านการบริการ ซึ่งจะเป็นทุนในการพัฒนาศักยภาพในด้านอื่น ๆ ต่อไปได้ โดยกล่าวว่า (ชาติ บริบูรณ์, ผู้ให้สัมภาษณ์, 26 ตุลาคม 2553)

...ในความเป็นจริงบุคลากรที่มีความพร้อมร้อยเปอร์เซ็นต์หาไม่ได้ง่ายนัก เราจึงจำเป็นต้องเลือกคนที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับสิ่งที่องค์กรต้องการมากที่สุดและมีทัศนคติที่ดีต่อการทำงานในสายอาชีพนี้ คือต้องมีความเข้าใจในงานที่จะทำ มีความรักและอดทนกับงานบริการที่อาจเจอปัญหาหรือแรงกดดันต่าง ๆ มากมายได้ สิ่งนี้จำเป็นอย่างยิ่งสำหรับคนทำงานในศูนย์ประชุม ซึ่งถ้าคนที่คัดเลือกมามีทัศนคติที่ดีเป็นทุนเดิมอยู่แล้วทักษะความสามารถด้านอื่น ๆ ก็สามารถที่จะฝึกอบรมเพิ่มเติมให้มีศักยภาพและความพร้อมขึ้นมาได้เช่นกัน

หลังจากได้บุคลากรตามตำแหน่งงานที่ต้องการแล้ว จำเป็นต้องมีการปฐมนิเทศพนักงานใหม่ เพื่อเป็นการแนะนำพนักงานที่เริ่มเข้าทำงานใหม่ให้รู้จักองค์กร รู้จักหน้าที่หรืองานที่ต้องรับผิดชอบ และรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร โดยมีเป้าหมายเพื่อช่วยให้พนักงานปรับตัวให้เข้ากับ

สภาพแวดล้อมในการทำงานและงานใหม่ได้เร็วขึ้น โดยเฉพาะงานในศูนย์ประชุม ซึ่งเป็นธุรกิจบริการที่ลักษณะเฉพาะ ประกอบกับบุคลากรส่วนใหญ่ไม่ได้มาจากสายงานนี้โดยตรง แต่จะเป็นบุคลากรในสายงานอื่น ๆ และนักศึกษาจบใหม่มากกว่า ดังนั้นการสร้างความเข้าใจในหน่วยงานตลอดจนหน้าที่ความรับผิดชอบให้กับบุคลากรใหม่จึงเป็นสิ่งจำเป็น เพื่อเตรียมความพร้อมของบุคลากรในการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

โดยในประเด็นนี้ ผู้อำนวยการฝ่ายทรัพยากรบุคคล ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ได้ให้ความเห็นว่าการปฐมนิเทศเป็นขั้นตอนสำคัญอีกขั้นตอนหนึ่งในการสร้างความพร้อมให้กับบุคลากร โดยกล่าวว่า (พรพัฒน์ ศรีธนาบุตร, ผู้ให้สัมภาษณ์, 22 กุมภาพันธ์ 2554)

...หลังจากที่เราคัดเลือกคนมาแล้ว มันก็จะมีขั้นตอนการปฐมนิเทศซึ่งจำเป็นมาก คือปฐมนิเทศเพื่อให้เค้าได้รู้ว่าองค์กรเราเป็นอย่างไร ทำธุรกิจอะไรบ้าง งานหลักขององค์กรคืออะไร และจริง ๆ แล้วคือในส่วนของศูนย์เองมีบริษัทแม่อยู่ตรงกลางรับจัดเป็นออร์แกนไนเซอร์ บริษัทที่เป็น Image และบริษัทที่เป็น Exhibition เค้าจะได้รู้ เพราะถ้ามาอยู่แค่ส่วนใดส่วนหนึ่งก็ไม่ได้รู้ทั้งหมด เรายังจะมีการ Orientation ให้รู้ว่าองค์กรเราค่อนข้างครบวงจร แล้วก็ธุรกิจ MICE คืออะไร แล้วก็หลักสูตรธุรกิจ MICE ให้เค้ารู้ว่า MICE คืออะไร ตอนนี้เราก็กักขังอยู่ให้กับพนักงานที่อยู่กับเรานานแล้วด้วย

ด้าน เกรียงไกร ธีวชัย (2554) Operation Manager ของอิมแพค เมืองทองธานี ให้ความเห็นเกี่ยวกับการปฐมนิเทศว่าเป็นขั้นตอนที่อาจแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ การปฐมนิเทศโดยฝ่ายทรัพยากรบุคคลเป็นการปฐมนิเทศรวมเพื่อให้บุคลากรรับรู้ถึงข้อมูลและการทำงานภายใต้วัฒนธรรมองค์กรของบริษัท จากนั้นจะมีการปฐมนิเทศของแต่ละแผนกโดยฝ่ายหรือส่วนงานนั้น ๆ จะมีการอบรมของตัวเอง มีคู่มือการทำงานและการสอนงานจากหัวหน้างานด้วย

ส่วน Event Executive ของรอยัล พารากอน ฮอลล์ ให้ความเห็นว่าการปฐมนิเทศบุคลากรใหม่เป็นการเตรียมความพร้อมให้กับบุคลากรในการทำงานร่วมกับองค์กร โดยกล่าวว่า (อานนท์ เอนกวิชนกุล, ผู้ให้สัมภาษณ์, 21 มกราคม 2554)

...ส่วนขั้นตอนการปฐมนิเทศอาจมองว่าช่วยเรื่องความพร้อมในการทำงานร่วมกับองค์กรมากกว่า เพราะว่าการปฐมนิเทศของ HR ไม่ใช่การให้ความรู้ว่างานคืออะไร ปฐมนิเทศของ HR คือการให้ความรู้ว่าเป็นบริษัทอะไร มีใครเป็นบริษัทในเครือบ้าง แล้วก็

คุณหยุดได้กี่วัน หยุดประเพณี คือมันเป็นรูปแบบการแนะนำบริษัทมากกว่า แล้วแนะนำเรื่องของการทำงานส่วนตัวแต่ไม่มีการ Training ในเรื่องของเฉพาะตำแหน่งนั้น ๆ

ประเด็นกระบวนการคัดเลือกเป็นขั้นตอนที่สำคัญที่สุดตามความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลัก เนื่องจากเป็นกระบวนการในการพิจารณาเลือกผู้สมัครที่มีความพร้อมมากที่สุดหรือมีคุณสมบัติเหมาะสมกับตำแหน่งงานนั้น ๆ เข้ามาเป็นบุคลากรในองค์กร โดยส่วนใหญ่ฝ่ายทรัพยากรบุคคลจะส่งต่อผู้สมัครไปให้หัวหน้าฝ่ายแต่ละฝ่ายเป็นผู้คัดเลือกด้วยวิธีการที่แตกต่างกันไปตามความเหมาะสมต่อไป

4. กระบวนการฝึกอบรมและพัฒนา (Training and Development Process)

กระบวนการฝึกอบรมและพัฒนา มีความสัมพันธ์กับความพร้อมด้านบุคลากรในศูนย์ประชุมเป็นอย่างมาก โดยถือเป็นขั้นตอนสำคัญสำหรับการเตรียมความพร้อมด้านบุคลากรในศูนย์ประชุมต่อการรองรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์ เนื่องจากผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าคุณบุคลากรในธุรกิจนี้ควรได้รับการฝึกอบรมและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการทำงานให้ดียิ่งขึ้น ทำให้พนักงานเกิดความรอบรู้และปรับตัวได้ทันกับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ เช่น เทคโนโลยีใหม่ ๆ รูปแบบงานแปลก ๆ เป็นต้น การฝึกอบรมและพัฒนาเหมือนเป็นการเตรียมความพร้อมของบุคลากรอยู่ตลอดเวลา

การฝึกอบรมแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ การฝึกอบรมที่เป็นทักษะพื้นฐานของบุคลากรในองค์กร และการฝึกอบรมเฉพาะด้าน โดยทั้งสองส่วนจำเป็นต้องศึกษา สสำรวจและประเมินความต้องการของบุคลากรในแต่ละฝ่ายเกี่ยวกับเรื่องที่จะจัดฝึกอบรม ซึ่งส่วนใหญ่แต่ละแผนกจะเป็นผู้วิเคราะห์ความจำเป็นในแผนกของตัวเองและเสนอให้กับแผนกทรัพยากรบุคคลเป็นผู้จัดทำหลักสูตรการฝึกอบรมและพัฒนาขึ้น ซึ่งอาจใช้วิทยากรภายในศูนย์ประชุมเอง หรือเชิญวิทยากรจากภายนอก ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของเนื้อหาและตัวบุคคลที่จะมาเป็นวิทยากรด้วย หรือการจัดส่งบุคลากรออกไปฝึกอบรมภายนอกองค์กรเพื่อเพิ่มพูนทักษะและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ในอุตสาหกรรมไมซ์กับองค์กรหรือหน่วยงานอื่น ๆ

โดยเฉพาะอย่างยิ่งบุคลากรของศูนย์ประชุมในปัจจุบันจะเป็นคนที่ไม่ได้มีพื้นฐานความรู้เกี่ยวกับการทำงานเพื่อรองรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์โดยตรง หากแต่มีพื้นฐานด้านการบริการ ดังนั้นการจัดฝึกอบรมความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์จึงเป็นประโยชน์สำหรับบุคลากรเหล่านี้ที่จะได้ศึกษาและทำความเข้าใจลักษณะของอุตสาหกรรมไมซ์ อีกทั้งได้ฝึกฝนและพัฒนาตนเองให้มีความพร้อมในทุก ๆ ด้านเพื่อรองรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดด้วย

ในประเด็นนี้ ผู้อำนวยการฝ่ายทรัพยากรบุคคล ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ให้ความเห็นว่าการฝึกอบรมความรู้เกี่ยวกับธุรกิจไมซ์ให้กับบุคลากรถือเป็นการปูพื้นฐานและเตรียมความพร้อมให้บุคลากรในองค์กรสามารถปฏิบัติงานเพื่อรองรับงานไมซ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยกล่าวว่า (พรพัฒน์ ศรีธนาบุตร, ผู้ให้สัมภาษณ์, 22 กุมภาพันธ์ 2554)

...ทางศูนย์ประชุมเองก็โฟกัสเรื่องของ MICE มากขึ้นกว่าเดิม เพื่อเป็นการเตรียมบุคลากรให้พร้อมให้รู้ว่า MICE คืออะไรและการที่จะดำเนินธุรกิจทางนี้เราต้องทำอะไรบ้าง เพื่อเป็นการปูพื้นฐานบุคลากรให้เข้าใจในเรื่อง MICE ก่อน ส่วนในเรื่องของ Event หรือ Support งานในด้านอื่น เราก็มีการฝึกอบรมอยู่เป็นประจำอยู่แล้วเพราะมันเป็นสายงานของเค้า

ด้าน Operation Manager ของอิมแพค เมืองทองธานี กล่าวว่า การฝึกอบรมจำเป็นต้องทำอยู่ตลอดเวลา โดยมีการประเมินความต้องการและจัดอันดับความสำคัญของการฝึกอบรมด้วย โดยยกตัวอย่างพร้อมแสดงความคิดเห็นไว้ว่า (เกรียงไกร ธวัชชัย, ผู้ให้สัมภาษณ์, 15 มกราคม 2554)

...เราอยู่กับการ Training อยู่ตลอด ไม่ว่าจะเป็นของเจ้าหน้าที่ประสานงานในส่วนงานต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น Training เรื่องอะไร เราต้องประเมินคนของเราว่าควรเติมส่วนไหนเพื่อพัฒนาขึ้นไป แล้วไปคุยกับ Training ของ HR เมื่อปีที่แล้วเราได้ชุด Training ของ HR เข้ามาใหม่ บอกตรง ๆ ว่าดีใจมากที่ได้ชุดนี้เข้ามา เพราะว่าเค้าแน่นมาก เยอะมาก กระดาษหรืออันมาก อยากจะเติมให้ศักยภาพเด็กดียิ่งขึ้นไป เมื่อปีที่แล้วเรามีการ Training ให้เด็กอยู่ตลอดเวลาและน้องต้องการ Train เรื่องอะไรให้ List มา แล้วเราไปคุยกับ HR เพื่อจัดลำดับสิ่งไหนสำคัญ ดูจากสิ่งที่ Peak มากที่สุด...

โดยวิธีที่ศูนย์ประชุมอิมแพค เมืองทองธานีใช้คือการส่งบุคลากรไปเรียนรู้เพื่อเป็นผู้ฝึกอบรมแล้วมาจัดฝึกอบรมเองในองค์กร ซึ่งถือเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายในการจ้างวิทยากรจากภายนอกได้ด้วย โดยกล่าวว่า (เกรียงไกร ธวัชชัย, ผู้ให้สัมภาษณ์, 15 มกราคม 2554)

...ตอนนี้ต้องบอกก่อนว่าเรามีส่วนของ Training ประจำ ประจำฝ่าย ประจำบริษัท เราเลือกตัวบุคลากรที่จะ Training คือส่งคนชุดนี้ประมาณ 20 กว่าคนไปอบรมและทำการ Train เป็น Trainer โดยเฉพาะ คือการเอาบุคลากรของเราไปฝึกอบรมเพื่อจะเป็น Trainer ได้อาจจะมีความรู้ความสามารถเรื่องใดเรื่องหนึ่ง อาจต้องเตรียมคอร์สต่าง ๆ มา Training ต่อ เราเลยส่งคน ๆ นี้ไปอบรมในเรื่องที่ทุกคนสนใจ เพื่อจะมาถ่ายทอดต่อ พอคนนี้มี ความชำนาญแล้วก็จะสามารถที่จะ Train คนต่อ ๆ ไปได้ อาจจะได้ดีกว่าที่จะต้องจ้างบุคลากรจากภายนอกเข้ามา

ด้านผู้อำนวยการฝ่ายขาย ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค ให้ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับการฝึกอบรมบุคลากรของไบเทคว่ามี การจัดฝึกอบรมอยู่อย่างสม่ำเสมอ โดยจะเป็นไปในลักษณะของการฝึกอบรมควบคู่กับการปฏิบัติงานจริง (On the Job Training) ซึ่งได้ให้ความเห็นไว้ว่า (ดวงรัตน์ รัตนประเสริฐ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 3 มีนาคม 2554)

...บุคลากรของไบเทคเอง โดยเฉพาะแผนก Sales จะมีการ Training เยอะ ทำ Role Play ด้วย เนื่องจากเรามี 4 ทีม มี Government, Corporate, Organizer และ Association คนที่เข้ามาใหม่จะต้องเรียนรู้ในเบื้องต้นของ 4 ตลาดอาจเป็นเวลา 2 วัน ต่อไปก็คือ การเรียนรู้เรื่อง Product Service ของเรา ห้องประชุมก็ห้อง ไซส์เท่าไร ต่อไปเป็น Step การเรียนรู้เรื่องอาหารและเครื่องดื่มอะไรแบบนี้ ค่อนข้าง Training เยอะเหมือนกัน ส่วนแผนกอื่น ๆ น่าจะเป็น On the Job Training สมมติว่าเป็น Event หนึ่ง Customer Service ก็พาดูงานขนานบคู่กันไปเลย แล้วพอซักครั้งเดือนก็เริ่มให้ฝึกทำแต่ไม่ได้ปล่อยให้ทำเองจากงานเล็ก ๆ สรุบบที่นี้ค่อนข้าง Training เยอะทั้งส่วนกลางจัดและแต่ละแผนกจัดเอง เร็ว ๆ นี้ก็จะมี Service Excellence อย่าง Sales เองก็จะมี Negotiation Skill, Professional Selling, การแต่งตัว เป็นต้น...

ส่วน Event Executive ของรอยัล พารากอน ฮอลล์ ให้ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับประเด็นการฝึกอบรมว่านอกจากการฝึกอบรมที่ฝ่ายทรัพยากรบุคคลจัดให้แล้ว บุคลากรในแผนกต่าง ๆ ควรจะมีส่วนร่วมในการศึกษาหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อฝึกฝนและพัฒนาศักยภาพของตัวเอง พร้อมทั้งนำความรู้มาแบ่งปันให้กับบุคลากรในแผนกอื่น ๆ ซึ่งจะเป็นการเพิ่มความพร้อมด้านบุคลากรของศูนย์ได้มากยิ่งขึ้นด้วย โดยกล่าวว่า (อานนท์ เอนกวิชนกุล, ผู้ให้สัมภาษณ์, 21 มกราคม 2554)

...ช่วงที่งานไม่มี ทางแต่ละทีมก็ต้องหาข้อมูลของแต่ละทีมตัวเองมา Update กัน มาให้ทีมอื่น ๆ ทราบ เช่น ทีมผมก็ไปหาเรื่องของศูนย์อื่น ๆ มา Present ให้คนนี้ฟังว่าศูนย์อื่นเป็นอย่างไร มีข้อดีอย่างนั้น อย่างนี้ ทำเป็น SWOT Analysis อะไรไปแนะนำ ทางฝ่าย AV ก็อาจจะเอาอุปกรณ์ใหม่ ๆ เอาเทคนิคใหม่ ๆ มาให้ดูว่าเดี๋ยวนี้เค้ามีอย่างนี้นะ อย่างนี้เรียกว่าอะไร ในกรณีที่ถูกคำถามคุยกับเรา เราก็จะรู้แล้วว่าคืออะไร มันใช้ไฟล์ยังไง รูปแบบยังไง ต่อยังไงก็จะเป็นภาพนี้มากกว่า เหมือนมาแชร์ความรู้กัน ก็อาจจะเปิดห้องประชุมจัดเป็น Theatre มี Coffee Break กลางวัน อาจจะครึ่งวันหรือเต็มวันก็ได้แล้วแต่สถานการณ์

ด้านผู้อำนวยการฝ่ายทรัพยากรบุคคล Centara Grand & BCC at Central World กล่าวว่่าขั้นตอนการฝึกอบรมจำเป็นสำหรับการสร้างบุคลากรให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและตรงกับความต้องการของลูกค้า โดยกล่าวว่า (วิจิต วรรณศร, ผู้ให้สัมภาษณ์, 24 กุมภาพันธ์ 2554)

...เรื่องของการฝึกอบรม Training หรือเราเรียกว่า Career Development มันก็จะเป็นศาสตร์ทั่ว ๆ ไปที่ทุกโรงแรมต้องมีอยู่แล้ว และ Concept ก็เหมือนกัน เพราะว่าการพัฒนาบุคลากรในสายโรงแรม เรายุ่่นการสร้างคนให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า เรายุ่่นสร้างคนให้ตอบสนองต่อระบบให้เอื้อกับการปฏิบัติงานของเขา เราจะเน้นสองตัวนี้ ส่วนขั้นตอนการฝึกอบรมก็เป็นศาสตร์ทั่วไปเหมือนการเรียนหนังสือ การจะทำอะไรขึ้นมาต้องสำรวจว่าใช้ความต้องการของเค้าหรือเปล่า เราเรียกว่า Training Analysis...

นอกจากนี้ยังได้ยกตัวอย่างการฝึกอบรมของ Centara Grand & BCC at Central World ซึ่งเป็นระบบ Inter Chain ที่แตกต่างจากระบบการฝึกอบรมของศูนย์ประชุมทั่วไป โดยกล่าวว่า (วิจิต วรรณศร, ผู้ให้สัมภาษณ์, 24 กุมภาพันธ์ 2554)

...การ Training ของแต่ละโรงแรมก็จะไม่เหมือนกัน จะแตกต่างกันเพราะว่าถ้าเป็นระบบ Inter Chain ก็จะมี Compulsory Training Course บังคับอยู่ ส่วนของเราก็จะมีการ Training ของเราเอง การ Training เป็นเรื่องปกติมี 2 ตัว Generic Training กับ Cooperate Training ถ้าเป็น Cooperate Training ต้องเป็นนโยบายบริษัทแม่ที่ต้อง

ถ่ายทอดความรู้ ส่วน Generic Training เป็นการ Train ทั่วไป เป็นการนำ Complain จากลูกค้ามาปรับปรุง นำหนักหนักเบาตรงไหนก็ไปหาวิทยากร หาหลักสูตรให้มันตรงกับสิ่งที่ลูกค้าพูดถึงและสำรวจความต้องการของบุคลากรเองว่าอยาก Train อะไร ทำไม่ถึงอยาก Train ตัวนี้ แล้วมันจะมีประโยชน์อะไรกับองค์กรต้องสำรวจสิ่งเหล่านี้ด้วย

นอกจากความรู้พื้นฐานด้านการบริการต่าง ๆ แล้ว ความรู้ด้านภาษาต่างประเทศ โดยเฉพาะ ภาษาอังกฤษนับว่าเป็นสิ่งจำเป็นมากสำหรับบุคลากรในศูนย์ประชุม ซึ่งบุคลากรประจำในเกือบทุกตำแหน่งในศูนย์ประชุมส่วนใหญ่มีทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษเป็นพื้นฐานอยู่แล้ว แต่อาจมีความเชี่ยวชาญแตกต่างกันไปบ้างในแต่ละแผนก ในขณะที่เดียวกันบุคลากรที่เป็นพนักงานชั่วคราวหรือ Outsource เช่น พนักงานเสิร์ฟ พนักงานทำความสะอาด พนักงานรักษาความปลอดภัย เจ้าหน้าที่จราจร เป็นต้น บุคลากรเหล่านี้มักไม่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ดีเท่าที่ควร แต่เป็นบุคคลที่มีโอกาสพบเจอกับลูกค้าค่อนข้างบ่อย จึงเป็นส่วนที่ทำให้ลูกค้าประเมินภาพรวมของความพร้อมด้านบุคลากรในศูนย์ประชุมอยู่ในระดับที่ต่ำได้ ดังนั้นการฝึกอบรมด้านภาษาจึงจำเป็นต่อการเตรียมความพร้อมของบุคลากรทุกระดับในการให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพเช่นกัน

ในประเด็นนี้ พรพัฒน์ ศรีธนาบุตร (2554) ผู้อำนวยการฝ่ายทรัพยากรบุคคล ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ให้ความเห็นเกี่ยวกับการฝึกอบรมทักษะภาษาอังกฤษว่าฝ่ายทรัพยากรบุคคลจะมีหน้าที่ในการคัดกรองและสรุปรวบรวมความต้องการของบุคลากรในองค์กรแต่ละฝ่ายว่าใครต้องได้รับการพัฒนาด้านใดบ้าง ตัวอย่างเช่น การจัดคอร์สอบรมภาษาอังกฤษจะเปิดอบรมให้กับบุคลากรทุกแผนก เนื่องจากภาษาอังกฤษมีความจำเป็นสำหรับบุคลากรที่ทำงานในศูนย์ประชุม

เช่นเดียวกับกับ เกรียงไกร ธวัชชัย (2554) Operation Manager ของอิมแพค เมืองทองธานี ซึ่งมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกันว่าภาษาอังกฤษเป็นทักษะสำคัญสำหรับบุคลากรในศูนย์ประชุมทุก ๆ ตำแหน่ง โดยเฉพาะบุคลากรระดับปฏิบัติการที่ต้องให้บริการแก่ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการอยู่ตลอดเวลา เช่น เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย เจ้าหน้าที่จราจร และพนักงานทำความสะอาด เป็นต้น ซึ่งอาจมีปัญหาด้านการสื่อสารภาษาอังกฤษกับผู้ใช้บริการชาวต่างชาติ ทั้งนี้อิมแพคได้มีการจัดฝึกอบรมเรื่องภาษาอยู่ 3 คอร์สสำหรับบุคลากรในทุก ๆ แผนกด้วย

ด้าน อานนท์ เอนกวิษณกุล (2554) Event Executive ของรอยัล พารากอน ฮอลล์ ให้ความเห็นเกี่ยวกับการฝึกอบรมทักษะด้านภาษาอังกฤษที่จัดโดยฝ่ายทรัพยากรบุคคลของศูนย์ว่า

จะมีการส่งโควต้ามาให้แต่ละแผนกที่สามารถส่งบุคลากรเข้าอบรมได้กี่คน โดยแต่ละคนจะมีประวัติการเข้าเรียนว่าอยู่ในระดับใดแล้วด้วย

ประเด็นกระบวนการฝึกอบรมและพัฒนาเป็นขั้นตอนที่สำคัญอีกขั้นตอนหนึ่งที่ผู้ให้ข้อมูลหลักให้ความเห็นตรงกันว่ามีความสัมพันธ์กับความพร้อมด้านบุคลากร ซึ่งบุคลากรในศูนย์ประชุมจำเป็นต้องอย่างยิ่งที่จะต้องได้รับการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะความรู้ในด้านต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอตามความเหมาะสมในแต่ละระดับ เพื่อเพิ่มศักยภาพและเตรียมความพร้อมในการให้บริการแก่ลูกค้าในอุตสาหกรรมไมซ์อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

5. กระบวนการประเมินผลการปฏิบัติงาน (Performance Appraisal Process)

กระบวนการประเมินผลการปฏิบัติงานมีความสัมพันธ์กับความพร้อมด้านบุคลากรในศูนย์ประชุมโดยทางอ้อม กล่าวคือเป็นกลไกของการตรวจสอบความพร้อมของบุคลากรในองค์กรทั้งในด้านศักยภาพในการทำงาน สิ่งที่ต้องได้รับการพัฒนา การพิจารณาเลื่อนตำแหน่ง รวมถึงการประเมินค่าตอบแทนที่เหมาะสม เช่น เงินเดือน โบนัส รางวัลพิเศษต่าง ๆ เป็นต้น โดยฝ่ายทรัพยากรบุคคลจะจัดทำเกณฑ์ในการประเมินผลงานที่สอดคล้องกับการทำงานในแผนกนั้น ๆ ซึ่งหากองค์กรรู้ว่าบุคลากรฝ่ายใดมีเกณฑ์การประเมินอยู่ในระดับต่ำในเรื่องใดจะได้จัดหลักสูตรการอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพให้กับบุคลากรในฝ่ายนั้น ๆ ได้ตรงกับสิ่งที่ต้องการ ซึ่งจะช่วยให้ส่งเสริมให้บุคลากรมีความพร้อมในการทำงานและรองรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์ได้ดียิ่งขึ้นด้วย

ในประเด็นนี้ พรพัฒน์ ศรีธนาบุตร (2554) ผู้อำนวยการฝ่ายทรัพยากรบุคคล ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ให้ความเห็นว่าการประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กรจะมีการกำหนดไว้เป็นเกณฑ์มาตรฐานแล้วว่าบุคลากรในแต่ละตำแหน่งควรจะต้องผ่านการประเมินที่ระดับคะแนนเท่าไร และควรได้รับการพัฒนาศักยภาพด้านใดเพิ่มเติมบ้าง โดยฝ่ายทรัพยากรบุคคลจะรวบรวมและวิเคราะห์เพื่อจัดทำเป็น Training Need และใช้ในการวางแผนพัฒนาพนักงานในปีต่อไป

ส่วน ดวงรัตน์ รัตนประเสริฐ (2554) ผู้อำนวยการฝ่ายขาย ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค ให้ความเห็นว่าการประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กรจะมีการกำหนดเป็นเกณฑ์มาตรฐานและแจ้งให้บุคลากรทราบตั้งแต่เริ่มต้นเข้ามาทำงานแล้ว เช่น ฝ่ายขายจะต้องหางานที่เป็น Routine ให้ได้ 5 งานหลัก ส่วนเรื่อง Competency เป็นสิ่งที่ต้อง Find out เพิ่มเติม และสำหรับ Criteria ของไบเทคจะแตกต่างจากที่อื่นคือมีการตั้งเกณฑ์การประเมินไว้สูง ถ้าเป็น Sales จะเน้นเรื่อง Revenue รายได้ และความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ

นอกจากนี้ การประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากรในศูนย์ประชุม บางครั้งอาจพิจารณาพร้อมกับคำติชมหรือข้อเสนอแนะของลูกค้าด้วย เนื่องจากลูกค้าเป็นบุคคลที่ได้รับบริการจากบุคลากรในศูนย์ประชุม จึงสามารถให้ข้อมูลด้านความพึงพอใจและประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากรได้เช่นกัน ทั้งนี้องค์กรจำเป็นต้องนำข้อมูลทั้งสองส่วนมาพิจารณาร่วมกันเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาการปฏิบัติงานของบุคลากรให้ดียิ่งขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพด้วย

โดยผู้อำนวยการฝ่ายทรัพยากรบุคคล Centara Grand & BCC at Central World ให้ความเห็นเกี่ยวกับการประเมินผลการปฏิบัติงานที่มาจากผู้ใช้บริการไว้ว่า (วิจิต วรรณศร, ผู้ให้สัมภาษณ์, 24 กุมภาพันธ์ 2554)

...การ Comment ของลูกค้ามีทุกวัน มีทุกคน มีทุกส่วนมี Comment หมด ซึ่ง PR จะสรุปเป็น Guest Comment มาทุกวัน ต้องส่งให้ทุกแผนกผู้ ใครเจอข้อข้อโดยตรงไหน ต้องปรับตรงไหน ก็จะไปทำในส่วนของตัวเอง อันนี้เป็นในตัวภาพรวมของทั้งหมด แต่ถ้าเป็นเฉพาะในเรื่องของศูนย์ประชุม หรือ Convention Hall ก็มีเหมือนกัน เคื่อก็จะ Drop Note เอาไว้ Drop Message เอาไว้เหมือนกัน Concept เหมือนกัน ไม่ต่างกันเท่าไร

ประเด็นกระบวนการประเมินผลการปฏิบัติงานตามความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่กล่าวว่าแต่ละองค์กรมีการกำหนดเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากรไว้อย่างชัดเจนเพื่อตรวจสอบประสิทธิภาพการทำงานและจัดการฝึกอบรมให้กับบุคลากรในเรื่องที่ควรได้รับการพัฒนาต่อไป อีกทั้งยังใช้เป็นเครื่องมือในการพิจารณาค่าตอบแทนและการเลื่อนตำแหน่งตามเส้นทางความก้าวหน้าทางสายอาชีพของบุคลากรแต่ละคนด้วย

6. กระบวนการบริหารค่าตอบแทน (Compensation Process)

กระบวนการบริหารค่าตอบแทนมีความสัมพันธ์กับความพร้อมด้านบุคลากรในศูนย์ประชุมโดยทางอ้อม ซึ่งผู้ให้ข้อมูลหลักมีความคิดเห็นที่หลากหลายเกี่ยวกับประเด็นนี้ โดยบางส่วนเห็นว่าค่าตอบแทนมีผลกับความพร้อมในการทำงาน ซึ่งจะแสดงออกมาในรูปของประสิทธิภาพการทำงาน โดยบุคลากรจะเปรียบเทียบปริมาณงานกับค่าตอบแทนที่ได้รับ หากพิจารณาแล้วเห็นว่าเหมาะสมและมีความพึงพอใจในค่าตอบแทนที่ได้รับนั้นแล้วก็จะมีความตั้งใจในการทำงานและมีความตั้งใจในการทำงานมากขึ้นด้วย

ในประเด็นนี้ ผู้อำนวยการฝ่ายทรัพยากรบุคคล ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ให้ความเห็นว่าค่าตอบแทนมีผลต่อการจูงใจให้บุคลากรมีความกระตือรือร้นในการให้บริการมากขึ้นกว่าเดิม โดยกล่าวว่า (พรพัฒน์ ศรีธนาบุตร, ผู้ให้สัมภาษณ์, 22 กุมภาพันธ์ 2554)

...ถ้าถามว่าระบบเงินเดือนมันจูงใจพนักงานให้พร้อมที่จะให้บริการลูกค้าหรือไม่ ผมคิดว่ามันยืดหยุ่นพอสมควร ไม่ใช่ว่าคุณได้เท่านี้ก็ต้อง Fix อยู่ตรงนี้ แต่ถ้าถามว่ามันจูงใจให้ขนาดที่ว่าพนักงานจะกระตือรือร้นขึ้นกว่าเดิม ผมว่าเราก็คิดว่าน่าจะพอสมควร เพราะเราก็คงหาคนได้ด้วยเกณฑ์เงินเดือนที่เราใช้อยู่

ด้านผู้อำนวยการฝ่ายขาย ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค ให้ความเห็นว่าการบริหารค่าตอบแทนมีผลต่อความพร้อมในการทำงาน โดยอิงจากตัวชี้วัด (KPI) และข้อตกลงที่ได้คุยกันไว้ตอนรับสมัครแล้ว โดยกล่าวว่า (ดวงรัตน์ ทศนประเสริฐ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 3 มีนาคม 2554)

...มุมมองในเรื่องการบริหารค่าตอบแทนก็อาจมีผลต่อความพร้อมในการทำงานของบุคลากรบ้าง คือถ้าตอบแทนเยอะก็ดี ส่วนที่บอกมาก่อนเข้ามาทำงานเราต้องยอมรับในเงื่อนไขและอัตราเงินเดือนที่ได้รับอยู่แล้วจึงไม่มีผลต่อการทำงาน อันนี้ไม่จริง เพราะมันก็มี KPI ที่เป็นเป้าที่ว่าคุณต้องไปวิ่งหาลูกค้าให้ได้ก็รายต่อวัน เนื่องจากตอนเข้ามาก็คุยกันแล้วว่าบริษัทมีความคาดหวังเท่านี้ เค้าคิดว่าเค้าควรจะได้เท่าไร หลังจากนั้นก็คุยกันจบที่เท่านี้เค้าก็ต้องมาทำส่งมอบให้ได้ตามที่คุยกัน นอกจากนี้ก็จะมีการปรับเงินเดือน โบนัสด้วย

ในขณะที่ผู้ให้ข้อมูลหลักบางส่วนมองว่าค่าตอบแทนไม่ได้มีผลต่อความพร้อมของบุคลากรในด้านประสิทธิภาพการทำงาน แต่อาจมีผลในด้านจิตใจ โดยเฉพาะบุคลากรที่มีความรักในงานที่ทำและมีความผูกพันกับองค์กรที่อยู่ ดังเช่น Operation Manager อิมแพค เมืองทองธานี ที่ให้ความเห็นว่าการบริหารค่าตอบแทนไม่มีผลต่อการทำงานและมีผลด้านจิตใจของบุคลากร โดยกล่าวว่า (เกรียงไกร ธวัชชัย, ผู้ให้สัมภาษณ์, 15 มกราคม 2554)

...เรื่องของการบริหารค่าตอบแทนคิดว่าผลในด้านงานไม่มี จริง ๆ แล้วน้อง ๆ เค้ามีความตั้งใจ อย่างน้อยก็มีหลายคนที่มาอยู่ที่นี่แล้วรักองค์กร รักฝ่าย รักหน่วยงานของตัวเอง แต่

จะมีผลทางด้านจิตใจของคนหนึ่ง ถ้ามันมีความแตกต่างกันในเรื่องเงินเดือนที่แตกต่างกัน บางคนอาจมีความสามารถเยอะกว่าแต่เงินแตกต่างกัน มันก็จะมีปัจจัยหลายอย่าง เช่น วุฒิ ดีกรีที่แตกต่างกัน เรื่องเงินเดือนมีผลแต่ไม่กระทบต่อการทำงานของเค้า แต่อาจจะมีบ้างในเรื่องของจิตใจมีความน้อยเนื้อต่ำใจบ้าง แต่เราไม่เคยทิ้งปัญหานี้ เราเห็นว่ามันไม่เหมาะสมเราก็ปรับให้เค้า...

เช่นเดียวกันกับ อานนท์ เอนกวิชฌกุล (2554) Event Executive ของรอยัล พารากอน ฮอลล์ ที่แสดงความคิดเห็นว่าเรื่องค่าตอบแทนโดยมองว่าไม่มีผลต่อการให้บริการ เนื่องจากเป็นข้อตกลงที่บุคลากรรับรู้และยอมรับโดยเซ็นสัญญาแล้วกับบริษัทแล้ว จึงจำเป็นต้องปฏิบัติตามสิ่งที่ได้ตกลงกันไว้ ส่วนการจ่ายค่าตอบแทนอื่น ๆ ก็เป็นไปตามระเบียบของบริษัทอีกเช่นกัน

ในขณะที่ ผู้อำนวยการฝ่ายทรัพยากรบุคคล Centara Grand & BCC at Central World ให้ความเห็นเพิ่มเติมในประเด็นการบริหารค่าตอบแทนว่าองค์กรได้มีการจัดทำเป็นแผนงานความก้าวหน้าทางอาชีพให้กับบุคลากร (Career Growth) พร้อมกับการสร้างระบบการให้รางวัลและยกย่องผู้ที่ปฏิบัติงานดีเพื่อสร้างกำลังใจให้กับบุคลากรในองค์กรอีกด้วย โดยกล่าวว่า (วิจิตวรรณศรี, ผู้ให้สัมภาษณ์, 24 กุมภาพันธ์ 2554)

...มันเป็นเรื่องปกติที่การบริหารงานธุรกิจประเภทงานบริการ พนักงานมีความสำคัญไม่แพ้กับลูกค้า ภาษาการตลาดเค้าเลยเรียกว่า External Customer คือลูกค้าที่เดินเข้ามาหาเรา ส่วนพนักงานก็คือ Internal Customer เราอยู่กับเค้าแล้ว เราดูแลพนักงานเหมือนกับลูกค้าคนหนึ่ง เหตุที่เราพูดอย่างนี้เพราะว่าเรามีระบบ Recognition ให้กับ Staff ของเรา Recognition คือโปรแกรมที่มีเรื่องของการ Reward การ Award การสร้าง Career Growth การ Promote นั่นคือในระบบ Recognition ที่เราทำ เราให้ความสำคัญพนักงานเทียบเท่ากับลูกค้า แต่การดูแล ลักษณะทางกายภาพมันจะแตกต่างกันไป เพราะฉะนั้นพนักงานก็คือลูกค้า ถ้าลูกค้าข้างในไม่มีความสุข ลูกค้าข้างนอกก็จะไม่สุขด้วย เราแบ่งเป็นสองส่วน นั่นก็คือเป็นตัวบอกกว้าง ๆ

ประเด็นกระบวนการบริหารค่าตอบแทนนี้ ผู้ให้ข้อมูลหลักมีความคิดเห็นแยกออกเป็นสองประเด็นคือฝ่ายหนึ่งมองว่าค่าตอบแทนมีผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากร ในขณะที่อีกฝ่ายหนึ่งมองว่าไม่มีผลโดยตรง แต่มีผลทางอ้อมต่อจิตใจ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อ

ประสิทธิภาพการทำงานได้เช่นกัน ดังนั้นการบริหารค่าตอบแทนด้วยความเป็นธรรมและสร้างความพอใจแก่บุคลากรจะเป็นการสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงานแก่บุคลากรมากยิ่งขึ้น

7. กระบวนการด้านสุขภาพและความปลอดภัย (Health and Safety Process)

กระบวนการด้านสุขภาพและความปลอดภัยมีความสัมพันธ์กับความพร้อมด้านบุคลากรในศูนย์ประชุมโดยทางอ้อม กล่าวคือ ถ้าบุคลากรอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดีและเหมาะสมกับการทำงานแล้ว บุคลากรก็就会有ความพร้อมในการทำงานและสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพด้วยเช่นกัน

นโยบายของศูนย์ประชุมต่าง ๆ จะให้ความสำคัญกับระบบความปลอดภัยในการทำงาน โดยมีการจัดสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับการทำงาน มีการตรวจเช็คความพร้อมของอุปกรณ์และเครื่องมืออย่างสม่ำเสมอ เพื่อดูแลความปลอดภัยให้กับบุคลากรในหน่วยงาน รวมถึงการจัดสวัสดิการด้านสุขภาพแก่บุคลากรอย่างเหมาะสม เช่น การตรวจสุขภาพประจำปี สิทธิประกันสังคม ประกันสุขภาพและอุบัติเหตุ เป็นต้น ซึ่งนโยบายดังกล่าวจะช่วยให้บุคลากรเกิดความมั่นใจในการทำงานและพร้อมที่จะปฏิบัติงานได้อย่างเต็มความสามารถอีกด้วย

ในประเด็นนี้ ผู้อำนวยการฝ่ายทรัพยากรบุคคล ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ กล่าวว่า (พรพัฒน์ ศรีธนาบุตร, ผู้ให้สัมภาษณ์, 22 กุมภาพันธ์ 2554)

...เรื่องของสุขภาพความปลอดภัยถือเป็นสวัสดิการขององค์กร เราก็มีประกันสุขภาพ ประกันชีวิตให้กับพนักงาน ซึ่งถ้าเปรียบเทียบกับบริษัทเอกชนหลาย ๆ ที่ ของเราก็ถือว่าอยู่ในระดับที่ดีทีเดียว สวัสดิการของเราก็ถือว่าไม่น้อยหน้าผู้อื่น ในส่วนของสวัสดิการหรือการ Support ตรงนี้มีส่วนทำให้พนักงานมีกำลังใจในการทำงานมากขึ้นเหมือนกัน...

เกรียงไกร รัชชัย (2554) Operation Manager อิมแพค เมืองทองธานี ให้ความเห็นที่สอดคล้องกับประเด็นนี้ว่าผู้บริหารของอิมแพคให้ความสำคัญเรื่องสวัสดิการ สุขภาพและความปลอดภัยของบุคลากรมากขึ้นกว่าเดิมและมีแนวโน้มที่จะดีขึ้นเรื่อย ๆ เช่น ค่าครองชีพ ค่าโทรศัพท์ ค่าพิเศษประจำเดือน ทำให้พนักงานมีกำลังใจในการทำงานมากขึ้น

ส่วนผู้อำนวยการฝ่ายขาย ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค ให้ความเห็นว่าเรื่องสุขภาพและความปลอดภัยของบุคลากรในองค์กรมีความสำคัญอย่างยิ่งกับบุคลากรระดับปฏิบัติการ เนื่องจากมีโอกาสเกิดอุบัติเหตุจากการทำงานได้บ่อยครั้ง ดังนั้นการดูแลคุณภาพชีวิตของบุคลากรให้ปลอดภัยและได้มาตรฐานจึงเป็นการสร้างขวัญกำลังใจให้บุคลากรทำงานได้ดียิ่งขึ้นด้วย โดยกล่าวว่า (ดวงรัตน์ ทศนประเสริฐ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 3 มีนาคม 2554)

...เรื่องสุขภาพและความปลอดภัยมีความสำคัญ โดยเฉพาะระดับปฏิบัติการมีผลมาก เพราะที่นี้เป็นศูนย์ที่ใหญ่ อย่างเวลาคนในครัวทำอาหารปริมาณเยอะ ๆ กระทะใบใหญ่ ๆ อุบัติเหตุเกิดได้ หรือการเดินเสิร์ฟยาวนาน สะดุดอะไร หกล้มบาดเจ็บ มันมีโอกาสเกิดได้ เพราะฉะนั้นสวัสดิการของแผนกปฏิบัติการนี้สำคัญเลย ทั้งเรื่องของ Safety ด้วย คือต้องคอยดูแลให้คุณภาพชีวิตเค้าปลอดภัยและได้มาตรฐาน เค้าก็จะมีกำลังใจทำงานมากขึ้น เหมือนกับมีคนดูแล

ด้าน อานนท์ เอนกวิชฌกุล (2554) Event Executive ของรอยัล พารากอน ฮอลล์ ให้ความเห็นสนับสนุนในประเด็นนี้ว่าสวัสดิการมีความสำคัญและเป็นส่วนเสริมที่จะทำให้บุคลากรมีความมั่นใจในการทำงานมากขึ้น

ประเด็นกระบวนการจัดการด้านสุขภาพและความปลอดภัยมีผลในด้านจิตใจของบุคลากรในองค์กร ซึ่งผู้ให้ข้อมูลหลักให้ความเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่าหากองค์กรให้ความสำคัญกับการจัดการด้านสุขภาพและความปลอดภัยแก่บุคลากรในระดับที่เหมาะสมแล้วจะช่วยส่งเสริมให้บุคลากรเกิดความมั่นใจในการทำงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

8. กระบวนการด้านแรงงานสัมพันธ์และสหภาพแรงงาน (Labor Relations and Union Process)

กระบวนการด้านแรงงานสัมพันธ์มีความสัมพันธ์กับความพร้อมด้านบุคลากรในศูนย์ประชุมโดยทางอ้อมในลักษณะเดียวกันกับกระบวนการด้านการจัดการสุขภาพและความปลอดภัย กล่าวคือเป็นการสร้างขวัญและกำลังใจของบุคลากรในองค์กรให้เกิดความรู้สึกเป็นหนึ่งเดียวกัน ด้วยกิจกรรมต่าง ๆ ที่รวมกลุ่มกันจัดตั้งขึ้นและร่วมกันทำกิจกรรมนั้น ๆ ในเวลาว่าง เช่น ชมรมกีฬา ชมรมถ่ายภาพ ชมรมดนตรี เป็นต้น ซึ่งส่วนใหญ่ได้รับการสนับสนุนจากองค์กรเป็นอย่างดี

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักในศูนย์ประชุมทั้ง 5 แห่ง พบว่าทุกศูนย์ประชุมไม่มีการรวมกลุ่มของพนักงานโดยจัดตั้งเป็นสหภาพแรงงานเพื่อปกป้องผลประโยชน์หรือต่อรองกับองค์กร แต่จะเป็นในลักษณะของการจัดการด้านแรงงานสัมพันธ์ที่แต่ละองค์กรสนับสนุนให้บุคลากรของตนเองมีการรวมกลุ่มกันเพื่อทำกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ ซึ่งจะช่วยส่งเสริมความสามัคคีของคนในองค์กรได้ อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมความพร้อมด้านการทำงานเป็นที่มาของบุคลากรได้อีกด้วย

ในประเด็นนี้ พรพัฒน์ ศรีธนาบุตร (2554) ผู้อำนวยการฝ่ายทรัพยากรบุคคล ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ให้ความเห็นว่าในส่วนของศูนย์ประชุมสิริกิติ์ไม่มีสหภาพแรงงานมีแต่ชมรมที่เป็นกิจกรรมของพนักงานในเชิงสร้างสรรค์ เช่น ชมรมดนตรี ชมรมถ่ายภาพ เพื่อให้พนักงานได้ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์และสร้างความสามัคคีของบุคลากรในองค์กร

ส่วน Operation Manager อิมแพค เมืองทองธานี ให้ความเห็นว่าหากบุคลากรในองค์กรได้รับการดูแลเอาใจใส่จากผู้บริหารและองค์กรเป็นอย่างดีแล้ว การรวมกลุ่มเป็นสหภาพแรงงานก็จะไม่เกิดขึ้น โดยกล่าวว่า (เกรียงไกร รัชชชัย, ผู้ให้สัมภาษณ์, 15 มกราคม 2554)

...ผมคิดว่ากลุ่มนี้เหมือนจะมีแต่ว่ามันถูกการดูแลเอาใจใส่จากผู้ใหญ่เลยไม่มีปัญหาตอนนี้จะให้มาเรียกร้องอะไรไม่มีแล้ว เพราะผู้ใหญเราดูแลไม่ได้ทอดทิ้งอะไรมากมาย ไม่เหมือนสมัยก่อนทุกอย่างเริ่มดีขึ้นมาเรื่อย ๆ เพราะฉะนั้นผมว่างานนี้ไม่จำเป็นต้องมีกลุ่มองค์กรต่าง ๆ ที่เข้ามาเรียกร้อง แต่ถ้าหากมีอะไรแรง ๆ หรือมีอะไรที่ไม่ยุติธรรม อีกหน่อยคงมีการเคลื่อนไหว แต่ตอนนี้ผู้ใหญ่อยังดูแลเราดี

ดวงรัตน์ ทศนประเสริฐ (2554) ผู้อำนวยการฝ่ายขาย ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค ให้ความเห็นที่สอดคล้องกันว่าไบเทคไม่มีสหภาพแรงงานแต่จะมีการรวมกลุ่มพนักงานเพื่อทำกิจกรรม เช่น โยคะ กีฬา ดนตรี ซึ่งส่วนใหญ่พนักงานตั้งกันเองแต่องค์กรก็จะสนับสนุนเรื่องอุปกรณ์หรืองบประมาณตามสมควร

เช่นเดียวกับกับ Event Executive ของรอยัล พารากอน ฮอลล์ ให้ความเห็นสนับสนุนว่าองค์กรที่มีจำนวนบุคลากรน้อยมักจะไม่มีการรวมกลุ่มเพื่อต่อรองกับองค์กร แต่จะใช้วิธีการแจ้งความต้องการไปยังหัวหน้างานและให้หัวหน้างานไปปรึกษากับผู้บริหารขององค์กรต่อไป โดยแสดงความคิดเห็นว่า (อานนท์ เอนกวิชนกุล, ผู้ให้สัมภาษณ์, 21 มกราคม 2554)

...เรื่องของแรงงานสัมพันธ์ ทางพารากอนเองไม่มีนะครับ แค่ดูแลแผนกของตัวเองว่าต้องการอะไรก็แจ้งไปเท่านั้นเอง แต่ไม่มีการรวมกลุ่ม เพราะว่าด้วยความที่บุคลากรของฮอลล์เองค่อนข้างน้อย มีอยู่ประมาณ 50 คน เราก็อยู่กันเหมือนครอบครัว ถ้าพูดง่าย ๆ มันไม่ใช่ครอบครัวใหญ่เหมือนบริษัทอื่น ๆ ที่มี 2,000 คน อันนี้มีแค่ 50 คน มีอะไรก็ยิงเรื่องไปที่หัวหน้าฝ่าย แล้วหัวหน้าฝ่ายก็คุยกับนายใหญ่ให้ เป็นอย่างนั้นมากกว่า

ประเด็นกระบวนการจัดการด้านแรงงานสัมพันธ์และสหภาพแรงงานในศูนย์ประชุมทุกแห่งที่ทำการศึกษา พบว่าไม่มีการจัดตั้งสหภาพแรงงาน แต่มีการรวมกลุ่มของพนักงานเพื่อทำกิจกรรมร่วมกันในลักษณะของชมรมต่าง ๆ ทั้งนี้ผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าศูนย์ประชุมแต่ละแห่งมีจำนวนบุคลากรประจำไม่มากนัก ประกอบกับได้รับการดูแลเอาใจใส่จากองค์กร

เป็นอย่างดี จึงไม่มีความจำเป็นในการจัดตั้งสหภาพแรงงานเพื่อเรียกร้องหรือต่อรองสิทธิประโยชน์ใด ๆ กับองค์กร

จากกระบวนการการบริหารงานทรัพยากรบุคคลทั้ง 8 ขั้นตอน ซึ่งมีความสัมพันธ์กับความพร้อมด้านบุคลากรในระดับที่แตกต่างกันไป แต่หากจะพิจารณาถึงขั้นตอนที่กลุ่มผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญมากเป็นพิเศษคือขั้นตอนของสรรหาและคัดเลือก เนื่องจากเป็นกระบวนการแรกในการที่จะได้มาซึ่งบุคลากรที่มีความพร้อมตรงกับความต้องการของศูนย์ประชุม นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับกระบวนการฝึกอบรมและพัฒนา เนื่องจากเป็นกระบวนการในการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของบุคลากร ตลอดจนการเพิ่มทักษะความพร้อมในด้านต่าง ๆ ของบุคลากร เพื่อที่จะรองรับงานในอุตสาหกรรมไม่ซ้ำได้ด้วย

ประเด็นบทบาทหน้าที่ของบุคลากรในศูนย์ประชุมที่มีผลต่อการประเมินความพร้อมด้านบุคลากรของผู้ให้บริการ

จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักพบว่าบทบาทหน้าที่ของบุคลากรในศูนย์ประชุมมีความสัมพันธ์กับการประเมินความพร้อมด้านบุคลากรของลูกค้าที่มาใช้บริการจัดกิจกรรมไม่ซ้ำจริง โดยผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าทั้งแผนกบริการส่วนหน้า (Front of the House) และแผนกสนับสนุน (Back of the House) ของศูนย์ประชุมมีความสำคัญเท่าเทียมกัน และมีผลต่อการประเมินความพร้อมของลูกค้าได้เหมือนกัน เนื่องจากการทำงานในศูนย์ประชุมเป็นลักษณะของการทำงานเป็นทีม จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องได้รับความร่วมมือจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นพนักงานประจำหรือพนักงานชั่วคราว ซึ่งทุกคนมีโอกาสพบเจอกับลูกค้าได้ในทุกที่ (Touch Point) จึงเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ลูกค้าประเมินภาพรวมความพร้อมด้านบุคลากรได้เช่นกัน

ในประเด็นนี้ ดวงรัตน์ ทัศนประเสริฐ (2554) ผู้อำนวยการฝ่ายขาย ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค ให้ความเห็นว่าบุคลากรทั้งส่วนหน้าและส่วนหลังมีความสำคัญเท่ากัน เพราะหากส่วนหลังไม่สนับสนุน คนทำงานส่วนหน้าก็ไม่สามารถให้บริการได้เต็มที่เช่นกัน พร้อมทั้งกล่าวสรุปว่าถ้าเราจะส่งมอบความสุขให้ลูกค้า คนข้างในต้องทำให้คนข้างในด้วยกันมีความสุขก่อน

นอกจากนี้ยังได้ให้ความเห็นเพิ่มเติมว่าบุคลากรในทุกแผนกมีโอกาสพบเจอและให้บริการลูกค้าได้ทุกจุดสัมผัส (Touch Point) และบางครั้งลูกค้าไม่ได้แยกว่าใครเป็นพนักงานประจำหรือเป็นลูกจ้างชั่วคราว ดังนั้นทุกฝ่ายทุกแผนกจึงมีความสำคัญเท่ากัน โดยยกตัวอย่างไว้ดังนี้ (ดวงรัตน์ ทัศนประเสริฐ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 3 มีนาคม 2554)

...บุคลากรทุกฝ่ายทุกแผนกหรือทุก Touch Point มีผลต่อการประเมินความพร้อมของลูกค้าต่อบุคลากรในศูนย์ประชุมแน่นอน สมมติว่าถ้าลูกค้าเจอยาม เค้าก็ดีว่าเป็นพนักงานไบเทค ถึงแม้เราอาจจะไป Outsource มาหรือไม่ใช่พนักงานก็ตาม ถ้าลูกค้าถามว่าวันนี้ข้างในมีงานอะไรแล้วเค้าตอบไม่รู้ ลูกค้าก็ประเมินแล้วว่าไม่มีอาชีพเลยไบเทค เลยมีความคิดว่าทุกคนที่ต้องเจอลูกค้าสำคัญหมดเลย...

ด้าน Project Manager ของ Mainstream Organizer ให้ความเห็นที่สอดคล้องกัน โดยกล่าวว่า (ชาลี บริบูรณ์, ผู้ให้สัมภาษณ์, 26 ตุลาคม 2553)

...จะว่าไปทุก ๆ ส่วนล้วนมีความสำคัญต่อการประเมินความพร้อมของบุคลากรทั้งสิ้น เพราะเมื่อใดก็ตามที่ลูกค้าได้รับการบริการจากบุคลากรในศูนย์ประชุมไม่ว่าจะเป็นตำแหน่งใดก็ตามก็สามารถสร้างความพึงพอใจหรือไม่พอใจแก่ลูกค้าได้เช่นกัน ดังนั้นทุก ๆ คนควรตระหนักในบทบาทหน้าที่ของตนเองในการเป็นผู้ให้บริการและพร้อมที่จะให้บริการแก่ลูกค้าด้วยความเต็มใจหรือเรียกง่าย ๆ ว่ามี Service Mind นั้นเอง

ผู้อำนวยการฝ่ายทรัพยากรบุคคล Centara Grand & BCC at Central World อธิบายเกี่ยวกับการแบ่งหน้าที่ในศูนย์ประชุมว่าโดยปกติจะแบ่งเป็น 2 ส่วนใหญ่ ๆ แต่ปัจจุบันจะนิยมเรียกฝ่ายสนับสนุนว่าเป็น Heart of the House เพื่อสร้างความภูมิใจให้กับฝ่ายสนับสนุนในฐานะที่เป็นเหมือนหัวใจสำคัญในการทำงานขององค์กร นอกจากนี้ยังให้ความเห็นว่าบุคลากรทั้ง 2 ส่วนมีความสำคัญเท่าเทียมกัน โดยยกตัวอย่างไว้ดังนี้ (วิจิต วรรณศร, ผู้ให้สัมภาษณ์, 24 กุมภาพันธ์ 2554)

...การแบ่งฝ่ายหรืองานใหญ่ ๆ โดยนิยมปฏิบัติแล้ว จะเป็น 2 ส่วน เค้เรียกว่า Front of the House หมายถึงสายที่ปฏิบัติแล้วพบปะลูกค้า อีกส่วนหนึ่งสมัยก่อนเราเรียก Back of the House ฝ่ายสนับสนุนบริการ ตอนหลังเราไม่เรียกค่านี้อีกแล้วเพราะดูเหมือนมันด้อยค่า ตอนหลังเราเรียก Heart of the House มันเป็นการ Recognition ที่สนับสนุนส่วนหนึ่ง ไม่มีใครสำคัญมากน้อยไปกว่าใคร มันเอื้อกันทั้งหมด หน้าบ้าน Front of the House จะขายของให้ลูกค้า ถ้าไปบอกลูกค้าว่าจะได้อย่างโน้นอย่างนี้ ถ้าไม่มีหลังบ้านทำให้ หน้าบ้านก็ขายไม่ออก เพราะฉะนั้นมันเอื้อไปทั้งหมด แต่จะถามว่าอะไรทำให้

เกิดผลกระทบต่อการ Comment ของลูกค้า มันกระทบทั้งหมดทุกส่วนเลย เวลาลูกค้า Comment ขึ้นมา มันจะกระทบทุก ๆ ส่วน...

เช่นเดียวกันกับ กัญญานาถ บุญประสิทธิ์ (2553) Project Manager ของ CM MICE ที่ให้ความเห็นสอดคล้องกันว่าส่วนงานที่ถูกประเมินมากที่สุดคือ Sales กับ Operation รองลงมาเป็นส่วน Set up ต่าง ๆ และอีกส่วนหนึ่งที่เห็นมาก ๆ ก็จะเป็น Back Office ซึ่งมีผลต่อการประเมินว่างานนั้นได้รับส่งมอบถึงแต่ละฝ่ายอย่างถูกต้องและรวดเร็วมากน้อยแค่ไหนด้วย

ส่วน อมรเทพ สีชีวัฒน์ (2554) Project & Creative Director Upper Event (Thailand) ให้ความเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับความสำคัญของแผนกสนับสนุนว่ามีความสำคัญไม่น้อยไปกว่าแผนกบริการส่วนหน้า ไม่ว่าจะเป็ฝ่ายการเงิน ฝ่าย PR หรือฝ่าย Sales เนื่องจากงานไมซ์เป็นธุรกิจที่ต้องอาศัยลักษณะการทำงานเป็นกลุ่มเป็นทีมและทุกอย่างต้องประสานสอดคล้องกันหมดจึงจะทำให้งานมีประสิทธิภาพสูงสุดด้วย

ในขณะที่ผู้ให้ข้อมูลหลักบางส่วนให้ความเห็นที่แตกต่างไป โดยกล่าวว่าแผนกบริการส่วนหน้า (Front of the House) จะมีผลต่อการประเมินความพร้อมด้านบุคลากรของศูนย์ประชุมมากกว่าแผนกสนับสนุน (Back of the House) เนื่องจากบุคลากรในแผนกสนับสนุนไม่ได้พบเจอกับลูกค้าโดยตรง โดยในประเด็นนี้ ผู้อำนวยการฝ่ายทรัพยากรบุคคล ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ให้ความเห็นไว้ว่า (พรพัฒน์ ศรีธนาบุตร, ผู้ให้สัมภาษณ์, 22 กุมภาพันธ์ 2554)

...แน่นอนก็ต้องประเมิน Front เพราะ Front เป็นตัวเผชิญหน้ากับลูกค้า จริง ๆ คือในเรื่องการ Support ต้องมาจาก Back Office อยู่แล้ว แต่ถ้าลูกค้าประเมินเค้าก็ต้องประเมิน Front เพราะ Back Office ลูกค้าไม่ได้มาเจอ นอกจาก Front ก็น่าจะเป็นด้าน Operation แล้วก็ Sales แต่ Sales เค้าขาย คือต้องดูว่างานอะไร สมมติว่าเค้าไปขายให้กับ Agent อีกต่อหนึ่ง เหมือนกับเป็นคนจัด Organize อันนั้นเค้าก็ไม่ได้เผชิญหน้ากับคนที่มาเดินอย่างนั้นก็ไม่ใช่ ผมว่า Sales ก็มีส่วนเหมือนกันแต่น้อยกว่าส่วนหน้างาน Operation

ในขณะที่ เกரியงไกร ธวัชชัย (2554) Operation Manager ของอิมแพค เมืองทองธานี ให้ความเห็นในลักษณะเดียวกันว่าฝ่าย Operation เป็นฝ่ายที่ต้องเจอกับลูกค้าและใช้เวลากับลูกค้ามากที่สุด รวมถึงฝ่ายขายที่ต้องติดต่อสื่อสารกับลูกค้าโดยตลอดทั้งงาน และต้องส่งงานต่อให้กับ

ฝ่าย Operation ที่จะต้องคอยให้บริการแก่ลูกค้าโดยเริ่มตั้งแต่การเข้าติดตั้งงานไปจนจบงาน ส่วนฝ่ายขายจะทำหน้าที่ดูแลลูกค้าอีกที

ด้าน อานนท์ เอนกวิชนกุล (2554) Event Executive ของรอยัล พารากอน ฮอลล์ ให้ความเห็นที่สนับสนุนบทบาทของฝ่าย Operation มากกว่าฝ่าย Sales เนื่องจากต้องให้บริการและให้คำแนะนำลูกค้าอย่างใกล้ชิด อีกทั้งยังต้องทำงานประสานกับออดิโอในเซอร์ด้วย โดยที่ฝ่ายขายทำหน้าที่เพียงการดูแลลูกค้าและประสานงานเรื่องค่าใช้จ่ายต่าง ๆ อย่างไรก็ตามการทำงานของทั้งสองส่วนนี้จำเป็นต้องทำควบคู่และสัมพันธ์กันไปตลอดทั้งงานด้วย

ด้าน Project Manager ของ Index Event Agency ให้ความเห็นที่สนับสนุนบทบาทหน้าที่ของแผนกบริการส่วนหน้า ซึ่งให้ความสำคัญกับฝ่าย Operation มากที่สุด โดยกล่าวว่า (จุฑามาศ งานนฤมลกิจ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2554)

...ในมุมมองออดิโอในเซอร์คนที่สำคัญต้องเป็นคน Contact คือ Operation สำคัญ ส่วน Sales ในเรื่องของการขายพื้นที่ การจัดการ มันคือ Preproduction ไม่ค่อย Mind เรื่องของ Preproduction มันเป็น Pattern อยู่แล้ว เช่น คุณมีอะไรให้บ้าง Package คุณเป็นอย่างไร ราคาต่อรองได้มั้ย ต่อดองเรื่องเวลา Set up, Early Move in การ Deal กับ Sales แล้วขอเอกสารประกอบเล็กน้อย แต่เวลาทำงาน การ Set งาน มันจะเจ๊งไม่เจ๊ง ลูกค้าจะ Happy ไม่ Happy มันอยู่ที่ฝ่ายประสานงานเป็นหลัก เช่น มีหลายงานที่เป็นโรงแรม ไม่ใช่ศูนย์ประชุม เวลาจัดงานที่โรงแรม จะเจ๊งเพราะ Operation เยอะมาก ถ้าทีมเราไม่แข็งพอ งานเราก็อาจจะชิวหรือผิดคิว มีอยู่หลายงานที่เราต้องวิ่งเข้าไปในครัว ไปประสานงานเอง แบบไม่รอแล้ว วิ่งเข้าไปหา Chef เอง แม้กระทั่งคิวเปิดอาหารเราเข้าไป 3 วินาที 2 วินาทีไม่ได้ บางทีเรานับกันเป็นวินาที แล้วบางอย่างเราต้อง Co กับ Operation ของสถานที่ ถ้าพลาดคือพลาด นี่เป็นสิ่งสำคัญ

ประเด็นบทบาทหน้าที่ของบุคลากรในศูนย์ประชุมต่อการประเมินความพร้อมด้านบุคลากรของผู้ใช้บริการนั้น ความคิดเห็นส่วนใหญ่ของผู้ให้ข้อมูลหลักมองว่าแผนกบริการส่วนหน้าซึ่งได้แก่ Sales และ Operation มีบทบาทสำคัญต่อการประเมินความพร้อมของลูกค้าเนื่องจากเป็นผู้ให้บริการที่ใกล้ชิดกับลูกค้าตั้งแต่เริ่มต้นจนกระทั่งจบงาน นอกจากนี้ยังมองว่าแผนกสนับสนุนอื่น ๆ มีความสำคัญในฐานะเป็นผู้อำนวยความสะดวกและให้ความร่วมมือกับแผนกบริการส่วนหน้าในการส่งมอบการบริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้าเช่นกัน

ประเด็นความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลักทั้ง 11 คน พบว่ามีประเด็นเกี่ยวกับความคิดเห็น และข้อเสนอแนะที่น่าสนใจอื่น ๆ นอกเหนือจากประเด็นหลักตามคำถามวิจัยข้างต้น ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย โดยสามารถสรุปเป็นประเด็นและอธิบายเพิ่มเติมได้ 5 ประเด็น ดังนี้

1. ความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักต่อการประเมินความพร้อมด้านบุคลากรใน ศูนย์ประชุม

จากการสำรวจความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักโดยให้ประเมินความพร้อมด้านบุคลากร ในศูนย์ประชุม โดยแบ่งเป็นความพร้อมด้านบุคลากรในองค์กรและความพร้อมด้านบุคลากรใน ภาพรวมของประเทศ ส่วนใหญ่ประเมินว่าบุคลากรในศูนย์ประชุมของตนเองมีความพร้อมในการ รองรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์ ในขณะที่เดียวกันก็ประเมินว่าภาพรวมความพร้อมด้านบุคลากรของ ประเทศมีความพร้อมไม่ด้อยไปกว่าบุคลากรในต่างประเทศ หากแต่มีปัจจัยเสริมอื่น ๆ ที่แตกต่างกันไป

ด้านการประเมินความพร้อมภายในองค์กร ผู้อำนวยการฝ่ายทรัพยากรบุคคล ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ กล่าวว่า (พรพัฒน์ ศรีธนาบุตร, ผู้ให้สัมภาษณ์, 22 กุมภาพันธ์ 2554)

...ศูนย์สิริกิติ์เรามีจุดเด่นที่เราเป็นศูนย์แรก ๆ ที่ตั้งขึ้นมา ชื่อเราก็ตีตดตลอดอยู่แล้ว Location เราอยู่ในใจกลางเมือง เพราะฉะนั้น ถ้าถามว่าศูนย์ที่อยู่กลางใจเมือง ก็เป็นเรา นี่แหละน่าจะเป็นจุดเด่นของเรา และอีกอย่างหนึ่งก็น่าจะเป็นเรื่องความเป็นมืออาชีพ ด้วยความที่เราบริหารงานตอนนี้มา 20 ปี คิดว่ามั่นใจในความเป็นมืออาชีพด้านการ บริหารศูนย์ประชุมเหมือนกัน

เช่นเดียวกับกับความคิดเห็นของ Operation Manager อิมแพค เมืองทองธานี ที่กล่าวว่า (เกรียงไกร รัชชชัย, ผู้ให้สัมภาษณ์, 15 มกราคม 2554)

...โดยสรุปแล้วผมมองว่าบุคลากรของอิมแพคเองพร้อมที่จะให้บริการในส่วนของลูกค้าที่เป็นกลุ่มไมซ์ ตอนนี้ไมซ์จากต่างประเทศเริ่มเข้ามามากขึ้นเป็นลำดับ สักส่วนผมอาจจะ ตอบไม่ได้ชัดเจนนัก แต่เท่าที่เห็นก็จะขยับเข้ามาเป็นอินเตอร์ค่อนข้างเยอะ ต้องบอกก่อน ว่าความพร้อมของเรา 100% คือเรามีทีมที่คอยรับงานต่างประเทศอยู่แล้ว...

ด้านผู้จัดการฝ่ายพัฒนาบุคลากรไมซ์ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. ได้ประเมินความพร้อมด้านบุคลากรในศูนย์ประชุมทั้ง 5 แห่งที่ทำการศึกษา โดยให้ความเห็นว่า (พัฒนชัย สิงหะวาระ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 8 กุมภาพันธ์ 2554)

...ถ้าจะเปรียบเทียบความพร้อมด้านบุคลากรของศูนย์ประชุม 5 แห่งที่ทำการศึกษา ตั้งแต่ อิมแพค ไบเทค ศูนย์สิริกิติ์ พารากอนฮอลล์ และเซ็นทารา คงพูดยาก มันต้องเอา Record ค่อนข้างจะลำบาก ถ้าพูดในแง่ของการจัดประชุมนานาชาติ ศูนย์สิริกิติ์เค้ามีทีมที่ทำ PCO เป็นหลัก น่าจะมีความพร้อมเรื่องการจัดประชุมมากที่สุด เพราะว่าเค้าจัดงาน UN จัดงานที่มี Protocol เยอะมากที่สุด อิมแพคเค้าจัดงานที่เป็นแฟร์เป็นเทรดเยอะ Commercial Fair จัดงานบ้านและสวน งานโอท็อป 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 เซ็นทาราเค้าเพิ่งเปิดใหม่แต่ด้วยความที่เป็นฮอลล์แบบนั้นคงจัดได้แต่งานที่เป็นฟังก์ชัน อย่างอื่นก็คงจะจัดไม่ได้ กลัวมันจะถล่ม ถ้าเอาเครื่องจักรไปวางกองไว้ก็ไม่ได้ เพราะคนมันรองรับน้ำหนักไม่ได้ เค้าก็จัดงานที่เป็นฟังก์ชันที่เป็นโรงแรมอย่างงานประชุมเล็ก ๆ Meeting ย่อย 50 คน 100 คน เค้าจะมี Skill คนละแบบ หรือพารากอนเองไม่ค่อยจะ Creative เท่าไหร่ในแง่ของการจัดประชุม คือเค้าจัดงาน Commercial ได้ เปิดตัว อีเว้นท์อะไรพวกนี้ คือส่วนใหญ่บุคลากรเค้าไม่ต้องมาทำงานเอง เพราะส่วนใหญ่เค้าจะเอาออกแอกในเซอร์มาอยู่แล้ว แต่คนที่ Deal ทำงานกับออกแอกในเซอร์ของตัวเอง ศูนย์สิริกิติ์ อิมแพค ไบเทค เค้ามีออกแอกในเซอร์เป็นของตัวเองด้วยก็ทำงานได้ง่าย แต่พารากอนไม่ได้มีก็คนละแบบ

ด้านการประเมินความพร้อมของบุคลากรโดยภาพรวมทั้งประเทศ ผู้อำนวยการฝ่ายขาย ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค มีความเห็นที่แตกต่างไปจากผู้ให้ข้อมูลหลักคนอื่น ๆ โดยประเมินว่าความพร้อมด้านบุคลากรในศูนย์ประชุมของไทยยังไม่สามารถรองรับตลาดไมซ์ได้อย่าง

เต็มที เนื่องจากมีสัดส่วนบุคลากรที่จะรองรับงานได้น้อยกว่าปริมาณงานที่เข้ามาภายในประเทศ โดยกล่าวว่า (ดวงรัตน์ ทัศนประเสริฐ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 3 มีนาคม 2554)

...ถ้าประเมินภาพรวมความพร้อมของบุคลากรของศูนย์ประชุมในประเทศไทย ถ้าพูดถึงเม็ดเงินที่เข้ามาในประเทศของคนต่างชาติ เปรียบเทียบกันใน Percentage พี่ว่ามันไม่ Match กัน บุคลากรของเราที่มีประสิทธิภาพหรือความพร้อมที่จะรองรับตลาดไมซ์ยังน้อยอยู่ มันกระจุกอยู่ที่กรุงเทพฯ ซึ่งเรามีแหล่งท่องเที่ยวเยอะแยะมากมาย ถ้าเรามีศูนย์ประชุมกระจายไปมากกว่านี้ สมมติในทุกจังหวัดมีนะ แต่บุคลากรเราไม่มี โดยเฉพาะคนที่มีความรู้ในเรื่องของไมซ์จริง ๆ...

ในขณะที่ ทัศนประเสริฐ (2553) Project Manager ของ CM MICE ให้ความเห็นว่าคุณภาพความพร้อมด้านบุคลากรในศูนย์ประชุมมีการพัฒนาขึ้นจากเดิม อย่างน้อยในเรื่องของภาษาอังกฤษที่เป็นทักษะพื้นฐาน ด้านความเข้าใจในธุรกิจไมซ์ ความยืดหยุ่นในการทำงาน ลักษณะการทำงานกับชาวต่างชาติที่เป็นระดับสากลมากขึ้น

นอกจากนี้ยังกล่าวถึงจากประสบการณ์การทำงานที่ผ่านมาพบว่าบุคลากรในแผนก Sales, Operation หรือ Event Team ของ ศูนย์ประชุมในเมืองไทยมีความพร้อมในการรองรับลูกค้าต่างประเทศ รวมถึงบุคลากรในฝ่ายสนับสนุน (Back of the House) ซึ่งอาจมีทักษะด้านภาษา ที่ไม่สูงเท่าแผนกบริการส่วนหน้าแต่ก็ยังสามารถสื่อสารและให้บริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพตามความเห็นที่ว่า (ทัศนประเสริฐ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 21 พฤศจิกายน 2553)

...พวกที่อยู่ Back พวกที่อยู่ข้างหลังหน่อย ก็อาจมีทักษะภาษาลดลงนิดนึง แต่ถ้าเป็นระดับ Manager หรือระดับ F&B Director จะมีระดับที่พูดได้ แต่ระดับปฏิบัติการอาจไม่ถึงขนาดนั้น เพราะเค้าไม่จำเป็นต้องมาปะทะกับลูกค้ามากนัก แต่ถ้าระดับ Head เค้าก็ต้องพูดได้ และถ้าอย่าง เป็น Chef หลัก ๆ ก็ต้องเจอบ้างไม่เจอบ้างแล้วแต่งาน Chef ที่เป็นฝรั่งเค้าพูดได้อยู่แล้ว แต่ถ้าเป็นคนที่เป็น F&B Manager หรือ F&B Director ก็พูดได้เช่นกัน...

โดยสรุปแล้ว ทัศนคติของ บัญชีประสิทธิ (2553) ประเมินว่าบุคลากรของไทยมีความพร้อม ไม่ด้อยไปกว่าบุคลากรต่างชาติและสามารถรองรับงานไมซ์ในระดับนานาชาติได้เช่นกัน

ด้าน Production Manager ของ Optimum Group ให้ความเห็นว่าศูนย์ประชุมของไทย สามารถรองรับงานไมซ์จากต่างประเทศได้ และได้ประเมินความพร้อมด้านบุคลากรใน ศูนย์ประชุม ทั้ง 5 แห่งว่าอยู่ในระดับค่อนข้างดี โดยกล่าวว่า (ยุพา พิพัฒน์พวงทอง, ผู้ให้สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2554)

...ถ้าประเมินศูนย์ประชุมทั้ง 5 แห่งที่กล่าวมา พี่มองว่าสามารถรองรับงานที่เป็นกลุ่มของ ต่างชาติได้อยู่แล้ว รองรับได้หมดเลย เรื่องบุคลากรถ้าเทียบเป็นเปอร์เซ็นต์พี่ให้ 70 จาก 100 ถ้าให้จัดอันดับความพร้อมด้านบุคลากรในศูนย์ประชุม พี่ขอตอบในลักษณะของความชำนาญดีกว่า เพราะเรื่องของการบริการก็คล้าย ๆ กัน ในแง่ของความชำนาญที่ ชอบศูนย์สิริกิติ์ อันดับต่อมาเป็นเซ็นทรัลเวิลด์ ต่อมาเป็นอิมแพค...

ด้าน Project Manager ของ Mainstream Organizer ประเมินภาพรวมความพร้อม ด้าน บุคลากรในศูนย์ประชุม โดยกล่าวว่า (ชาลี บริบูรณ์, ผู้ให้สัมภาษณ์, 26 ตุลาคม 2553)

...ภาพรวมของบุคลากรในศูนย์ประชุมในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ซึ่งถือเป็นแหล่งรวม ของสถานที่ขนาดใหญ่ที่รองรับการจัดงานไมซ์ได้ ถือว่ามีความพร้อมอยู่ในระดับหนึ่ง ยัง ไม่พร้อมทั้งหมด อย่างที่บอกคือคนที่ทำงานในศูนย์ประชุมปัจจุบันเป็นคนที่มาจากสาย งานอื่น ๆ หรือไม่ได้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจไมซ์หรือ Event โดยตรง อาจทำให้ ทักษะการทำงานหรือการให้บริการไม่ตรงกับความต้องการของลูกค้ากลุ่มนี้ โดยเฉพาะ ทักษะด้านภาษา ต่างประเทศที่ยังต้องพัฒนาเพิ่มเติมในบุคลากรระดับล่างหรือระดับ ปฏิบัติการที่มีโอกาสพบเจอกับลูกค้าได้ หรือจำเป็นต้องฝึกฝนเรื่องทักษะการแก้ปัญหา เฉพาะหน้าให้กับพนักงานทุกคน โดยอาจเป็นไปใน Format เดียวกัน เช่น หากไม่รู้หรือไม่ แนใจเรื่องอะไรให้แจ้งว่ากรุณาติดต่อเจ้าหน้าที่ฝ่ายไหนอย่างไร ซึ่งจะสร้างความพอใจแก่ ลูกค้าได้มากกว่าการปฏิเสธการให้บริการไม่ว่าในรูปแบบใดก็ตาม

ด้าน Project & Creative Director ของ Upper Event (Thailand) ประเมินศักยภาพด้าน ความพร้อมของบุคลากรในศูนย์ประชุมของไทยว่าสามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้ โดยกล่าวว่า (อมรเทพ สิริวัฒน์, ผู้ให้สัมภาษณ์, 9 มกราคม 2554)

...ประเทศไทยมีความได้เปรียบเรื่องบุคลากรมาก จุดเด่นอย่างหนึ่งของประเทศไทยคือ ค่าแรงต่ำ ซึ่งจะทำให้สู้กับฮ่องกงและสิงคโปร์ได้อย่างสบาย อันที่สองคือเสน่ห์ความเป็นไทยที่ยิ้มง่าย คนไทยพร้อมต้อนรับต่างประเทศ ประเทศไทยนำหน้าหลาย ๆ ประเทศอยู่แล้ว ซึ่งมองว่าถ้าเรื่องบุคลากรอย่างเดียวประเทศไทยมีความได้เปรียบกว่าหลาย ๆ ประเทศ ก็เป็นจุดเด่นของประเทศไทยที่หลาย ๆ ประเทศเลียนแบบ

ด้าน พัฒนชัย สิงหะวาระ (2554) ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาบุคลากรไมซ์ จาก สสปน. ในฐานะหน่วยงานที่กำกับดูแลและส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศได้ประเมินศักยภาพด้านความพร้อมของบุคลากรในศูนย์ประชุมของไทยอยู่ในเกณฑ์ดี โดยเปรียบเทียบความพร้อมด้านสถานที่และความพร้อมด้านบุคลากรในมุมมองของชาวต่างชาติที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาจัดงานไมซ์ในเมืองไทยว่าจากการสำรวจและจัดอันดับพบว่าเรื่องการบริการเป็นสิ่งสำคัญอันดับหนึ่ง ซึ่งเกี่ยวข้องกับตัวบุคลากร ส่วนองค์ประกอบอื่น เช่น สถานที่ ฟังก์ชันการทำงาน ประเทศไทยมีความพร้อมอยู่แล้ว ขณะเดียวกันได้ยกตัวอย่างเรื่องการให้บริการอย่างเป็นทางการเป็นมืออาชีพ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ลูกค้าใช้ในการพิจารณาเลือกใช้บริการศูนย์ประชุมในประเทศไทย โดยกล่าวว่า (พัฒนชัย สิงหะวาระ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 8 กุมภาพันธ์ 2554)

...จากการสำรวจส่วนใหญ่ปัญหาที่ลูกค้าไม่กลับมาเลือกใช้บริการในเมืองไทยอีกก็ เพราะว่า Service มันไม่ Professional เช่น สมมติผมเปรียบเทียบกับคนสิงคโปร์ในการทำงานได้ตอบภาษาอังกฤษ เค้าได้เปรียบกว่าเรา 100% ในแง่เราที่เป็นคนไทยก็อาจจะทำได้ดีในระดับหนึ่งแต่คงไม่ได้ดีเท่าสิงคโปร์ ต้องเข้าใจอุตสาหกรรมไมซ์ชนิดนี้ ถ้าพูดถึง ศูนย์ประชุม จะพูดถึง Exhibition และ Convention เป็นหลัก ซึ่งสองงานนี้คนที่ลูกค้า Deal มากที่สุดคือ PEO ที่เป็น Exhibition และ PCO ที่เป็น Convention สองคนนี้เป็น หัวใจหลัก เพราะเค้า Deal ตั้งแต่ต้น เค้ารับ Requirement ลูกค้ามาแล้วไปบอก Operation ให้ทำงานต่อ เค้าต้อง Feedback ลูกค้าให้เร็วที่สุด นี่คือสาเหตุที่ลูกค้าจะ ผิดหวังหรือไม่ผิดหวังก็สองตำแหน่งนี้เป็นหลัก

จะเห็นได้ว่าความพร้อมของบุคลากรในการให้บริการเป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในการเลือกใช้บริการในศูนย์ประชุม ซึ่งจากความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักจากศูนย์ประชุม ส่วนใหญ่ค่อนข้างมั่นใจในศักยภาพของบุคลากรในองค์กรว่ามีความพร้อมในการรองรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์ได้ ในขณะที่ผู้ให้ข้อมูลหลักจาก Event Organizer และ สสปน. มองว่าบุคลากรในศูนย์ประชุมของไทยมีความพร้อมในระดับหนึ่ง แต่ยังคงต้องได้รับการพัฒนาทั้งด้านความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ ทักษะด้านภาษาต่างประเทศ และทัศนคติที่ดีต่องานด้านการบริการด้วย

2. ข้อเสนอแนะของผู้ให้ข้อมูลหลักต่อแนวทางการพัฒนาความพร้อมด้านบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์

ผู้ให้ข้อมูลหลักได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาความพร้อมด้านบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ในมุมมองที่แตกต่างกันไป ดังนี้

พรพัฒน์ ศรีธนาบุตร (2554) ผู้อำนวยการฝ่ายทรัพยากรบุคคล ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ให้ความเห็นว่าศูนย์ประชุมควรจะทำให้ความสำคัญเรื่องการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรโดยพิจารณาตามความเหมาะสมของบุคลากรแต่ละระดับ เช่น บุคลากรระดับล่างที่ต้องเจอกับลูกค้า อยู่เสมอ ควรเน้นเรื่องการบริการและสร้างทัศนคติที่ดีต่องานด้านบริการ ขณะเดียวกันการพัฒนาควรทำอย่างต่อเนื่องและมองไปในอนาคตด้วย

ด้าน Operation Manger อิมแพค เมืองทองธานี ให้ความเห็นเกี่ยวกับการพัฒนา ความพร้อมด้านบุคลากรว่าขึ้นอยู่กับโอกาสในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับต่างประเทศ ซึ่งจะช่วยพัฒนาศักยภาพของบุคลากรไทยให้ทัดเทียมนานาชาติได้ โดยกล่าวว่า (เกรียงไกร ธีวชัย, ผู้ให้สัมภาษณ์, 15 มกราคม 2554)

...เราก็มีโอกาสได้เห็นเทคโนโลยีต่าง ๆ จากต่างประเทศที่เข้ามาจัดแสดงในพื้นที่ของเรา มีไอเดียอะไรต่าง ๆ เข้ามา นี่ก็เป็นโอกาสของเราก็จะได้มีโอกาสพัฒนาคน พัฒนาสิ่งที่เราเห็น พอได้เห็นได้ทำ โอกาสของเราก็ไม่น้อยหน้าใคร คนหรือบริษัทที่เรามีอยู่ ณ ปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็น CM, Index ผมว่าทุกคนถ้ามีงบ ทุกคนทำได้ เรื่อง Create Idea ต่าง ๆ ประเทศไทยไม่น้อยหน้าใครในเรื่องฝีมือแต่เรื่องโอกาสเรายังมีไม่เท่าคนอื่น

ผู้อำนวยการฝ่ายขาย ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค ให้มุมมองเกี่ยวกับการพัฒนาบุคลากรโดยเน้นด้านเทคโนโลยีเพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน พร้อมทั้ง

เตรียมพร้อมสำหรับรองรับลูกค้าที่เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ด้วย โดยกล่าวว่า (ดวงรัตน์ ทัศนประเสริฐ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 3 มีนาคม 2554)

...ในอนาคตข้างหน้า คิดว่ามันมีเรื่องเทคโนโลยีเข้ามาเกี่ยวข้องเยอะมากขึ้น ก็อยากให้พนักงานของเราทุกคนหรือส่วนที่เกี่ยวข้องอย่างเช่น IT มีการ Update ข้อมูลข่าวสาร เพื่อให้ทันกับโลกยุคใหม่ 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

ด้าน อานนท์ เอนกวิชฌกุล (2554) Event Executive ของรอยัล พารากอน ฮอลล์ ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนาความพร้อมด้านบุคลากรโดยเฉพาะทักษะด้านภาษาต่างประเทศที่ใช้สื่อสารกับกลุ่มลูกค้าต่างชาติ ซึ่งถือเป็นจุดเด่นในการให้บริการของศูนย์ประชุม ดังนั้นจึงจำเป็นต้องพัฒนาทักษะด้านนี้ให้กับบุคลากรเพื่อให้ก้าวทันกับการเติบโตของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทยในอนาคต

ด้าน Project Manager ของ Index Event Agency แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณสมบัติสำคัญของบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ที่ควรได้รับการพัฒนาเป็นอันดับแรก ๆ คือทักษะด้านความเชี่ยวชาญ ซึ่งมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่ดี มีความรักและความอดทนในงานที่ทำ โดยเปรียบเทียบลักษณะงานในศูนย์ประชุมว่ามีความใกล้เคียงกับงานของออแกไนเซอร์ ซึ่งสามารถสรุปตามความคิดเห็นได้ว่า (จุฑามาศ งานนฤมลกิจ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2554)

...คนที่ทำงาน Venue ได้ต้องมีความอดทนและต้องรักในงาน ต้องสร้างจิตสำนึกตรึงนี้ก่อน งาน Venue เข้าง่ายออกง่าย เพราะฉะนั้นทำงานออกมาให้ได้ดีและใจรัก มันอาจจะยาก แล้วมันเลยเป็นผลพวงในเรื่องของ Service ไม่อยากจะชวนขายอะไร เพราะมันไม่มีการสร้างผลงานไงคะ เหมือนเป็นการ Operation ไปเรื่อย ๆ มันอาจไม่มี

แรงจูงใจอะไรบางอย่างที่จะปรับปรุง ถ้าเค้ารักจริง ๆ มีความสุขกับการประสานงานมากจริง ๆ เรื่องคุณภาพในการทำงาน Service Mind ความ Expert มันจะตามมาแน่นอน

สำหรับความคิดเห็นของ ยูพา พิพัฒน์พวงทอง (2554) Production Manager ของ Optimum Group ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาบุคลากรในศูนย์ประชุมว่าควรมุ่งเน้นเรื่องของการให้บริการด้วยใจ (Service Mind) เป็นอันดับแรก และการให้บริการอย่างมีมาตรฐานเท่าเทียมกันกับลูกค้าทุกราย โดยเฉพาะกับออลแกในเซอร์ ซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้สถานที่จัดงานไมซ์ของลูกค้าเช่นกัน

ความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ของ Project Manager จาก Mainstream Organizer กล่าวว่า (ชาลี บริบูรณ์, ผู้ให้สัมภาษณ์, 26 ตุลาคม 2553)

...สิ่งที่คุณควรได้รับการพัฒนาเป็นอันดับแรก ๆ คือ เรื่องของทัศนคติเกี่ยวกับงานบริการ ซึ่งเป็นงานที่ต้องอาศัยความอดทนและใจรักในงานที่ทำ เหมือนเอาใจเขามาใส่ใจเรา การทำให้ผู้อื่นมีความสุขหรือพอใจในสิ่งที่เราทำให้ ตรงนี้ต้องปลูกฝังกันมาก่อน ตั้งแต่พื้นฐานของคนที่ยื่นในสายที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพนี้แล้ว เช่น พวกนักศึกษาการโรงแรม หรือการจัดการอะไรพวกนี้ สิ่งที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งคือเรื่องความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจหรืออุตสาหกรรมไมซ์ ซึ่งมีบทบาทมากขึ้นทุกวัน โดยเฉพาะคนทำงานในศูนย์ประชุมที่เป็นแหล่งรองรับงานไมซ์อยู่แล้ว ควรจะมีความเข้าใจก่อนว่าธุรกิจไมซ์คืออะไร มีลักษณะอย่างไร และเรียนรู้ที่จะตอบสนองของความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มนี้ได้อย่างไร แม้ว่าความพร้อมส่วนหนึ่งมันอาจจะขึ้นอยู่กับประสบการณ์การทำงาน แต่พื้นฐานความรู้ความเข้าใจก็ต้องมีมาก่อนด้วย ถ้าคิดว่ารับเข้ามาแล้วค่อยมาฝึกอบรมให้ความรู้หรือสอนงานกันคงไม่ทัน เพราะส่วนใหญ่เข้ามาเจออะไรก็ดันนิดหน่อยหรือไม่รู้เรื่องว่าเค้าทำอะไรกันก็เริ่มท้อแล้ว ยังไม่ทันได้ศึกษาเนื้องานอย่างแท้จริงเลย อันนี้เป็นสองเรื่องที่น่าจะต้องพัฒนา

นอกจากนี้ยังได้ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ที่ควรให้บริการอย่างเป็นมาตรฐานเท่าเทียมกันกับลูกค้าทุกราย โดยกล่าวว่า (ชาลี บริบูรณ์, ผู้ให้สัมภาษณ์, 26 ตุลาคม 2553)

...ข้อเสนอแนะที่อยากฝากไว้ คือเรื่องของ การให้ความเสมอภาคหรือการบริการที่เท่าเทียมกันในฐานะลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ ไม่ว่าจะ เป็นลูกค้าชาวไทย ชาวต่างชาติ Organizer Exhibitor Contractor ควรปฏิบัติให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน ไม่ใช่ดูแลแต่ลูกค้า พูดดีด้วยเฉพาะคนจ่ายเงินเท่านั้น อันนี้ไม่ถูก เพราะต้องระลึกว่าทุกคนทุกหน่วยงานที่เข้ามาจัดงานที่นี่ ล้วนมีโอกาสที่จะแนะนำ บอกต่อให้คนอื่น ๆ รับรู้ถึงการบริการที่ดีหรือไม่ดีของสถานที่ได้

มุมมองของ Project & Creative Director จาก Upper Event (Thailand) มองว่าควรจะพัฒนาบุคลากรในเรื่องพื้นฐานความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ให้เป็นระบบและชัดเจน โดยกล่าวว่า (อมรเทพ สิริวัฒน, ผู้ให้สัมภาษณ์, 9 มกราคม 2554)

...ถ้ามองถึงตัวบุคลากรในบ้านเรา ในศูนย์ประชุมต่าง ๆ ว่าควรจะมีการพัฒนาในด้านใดอีกบ้าง จริง ๆ แล้วน่าจะเป็นการปูพื้นฐานตั้งแต่ต้น ปัจจุบันทุกคนรู้จักไมซ์ แต่ยังไม่มีความรู้พื้นฐานที่เท่าเทียมกัน มีแค่ 10 เปอร์เซ็นต์ของคนที่ทำอยู่ในธุรกิจที่มีความรู้เรื่องไมซ์อย่างชัดเจน อันที่สอง คนที่มีความรู้เรื่องไมซ์ 10 เปอร์เซ็นต์ดังกล่าวกลับเป็นคนที่ไม่มีประสบการณ์จริงกับการทำธุรกิจเลย น่าจะมองว่าเป็นเรื่องการพัฒนาของธุรกิจนี้ อย่างจริงจังอย่างเป็นเรื่องเป็นราว มีหลักสูตรที่ชัดเจนก็จะช่วยได้ ซึ่งการปูพื้นฐานความรู้เรื่องไมซ์ให้กับบุคลากรน่าจะแบ่งเป็นสองส่วนในความเห็นส่วนตัว คือ หนึ่งในแง่ของบุคลากรเองทำหน้าที่สื่อสารในเรื่องของการไฟกัธุรกิจไมซ์จริง ๆ ซึ่งน่าจะมีแผนกนี้ในองค์กรด้วย อย่างที่บอกก็คือ อาจจะไม่ใช่ HR โดยตรง แต่ส่วนหนึ่งเป็นความรับผิดชอบของ HR แต่น่าจะเป็นในลักษณะของผู้บริหารหรือของคนที่วางไฟกัของบริษัทว่าอาจจะ มีแผนกไมซ์หรือโรงแรมบางโรงแรมต้องการไฟกัเรื่องธุรกิจไมซ์ก็น่าจะทำแผนกเหล่านี้ขึ้นมาจริง ๆ จัง ๆ เพื่อศึกษาอะไรอย่างนี้เป็นต้น แต่ถ้าเป็นในเชิงลึกเลย มองว่าน่าจะเป็นเรื่องของระดับมหาวิทยาลัยที่จะมีบทบาทในการวางปูพื้นฐาน เพราะว่าในหลาย ๆ คนที่มาทำธุรกิจไมซ์ในปัจจุบัน มักจะมาจากหลากหลายสาขาที่มีความเชี่ยวชาญแตกต่างกันโดยสิ้นเชิง แต่ไม่รู้จักไมซ์ โดนปรับเปลี่ยนมาโยกย้ายให้มาทำตำแหน่งนี้ก็จะโดนเรียนรู้ด้วยการบังคับทำมากกว่า ในศูนย์ประชุมเองน่าจะมีการแยกในส่วนของแผนกไมซ์ขึ้นมาแยกขาดจากพวกงานอื่นวันทัวไป เพื่อความถนัดของทีมงาน เพราะฉะนั้นไม่ว่าจะในองค์กรไหน ทีมไหน ถ้าต้องการจะไฟกัธุรกิจไมซ์อย่างชัดเจนควรจะศึกษาอย่าง

ชัดเจนว่าจริง ๆ มันมีทักษะที่ต้องใช้กับงานอีเว้นท์หรืองานใกล้เคียงกัน แตกต่างกันอยู่พอสมควร

สำหรับแนวทางการพัฒนาบุคลากรของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. ซึ่งเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ โดยแบ่งส่วนของการพัฒนาออกเป็น 2 ส่วน คือ ฝ่ายพัฒนาองค์กร และฝ่ายพัฒนาบุคลากร และจากการสัมภาษณ์ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาศักยภาพบุคลากรไมซ์ของ สสปน. ให้ความเห็นในประเด็นนี้ไว้ว่า (พัฒนชัย สิงหะวาระ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 8 กุมภาพันธ์ 2554)

...ส่วนในเรื่องของการพัฒนาคนจะแบ่งเป็นหลายส่วน พัฒนาบุคลากร 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 ตัวอย่าง เรื่องการใช้ไฟล์คลิฟท์ เรื่องของการจัดประชุมนานาชาติอย่างมืออาชีพ เยอะมาก สิ่งที่เราทำทั้งปี ปีหนึ่ง 24 ครั้ง เรื่องของ Specific ส่วน Management จะทำประมาณ 12 ครั้งต่อปี ซึ่งในส่วนที่ผู้รับการอบรมได้รับก็จะได้รับการพัฒนา

แนวทางการพัฒนาบุคลากรไมซ์ของ สสปน. แบ่งเป็น 2 ระดับ คือ ระดับบริหารและระดับปฏิบัติการ โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาในทักษะที่แตกต่างกัน ซึ่ง สสปน. จะร่วมมือกับสมาคมและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อสำรวจความต้องการของบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ รวมถึงการจัดหาวิทยากรและการสนับสนุนเรื่องงบประมาณในการจัดฝึกอบรมด้วย โดยกล่าวว่า (พัฒนชัย สิงหะวาระ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 8 กุมภาพันธ์ 2554)

...เรื่องของ Course Training ที่เป็น World Class และที่เป็น Specific Training ซึ่งอันนี้จะมีสมาคม TICA และ TEA ซึ่งทั้งสองสมาคมนี้จะเข้ามาดูแลเรื่องของการจัดอบรม Exhibiton และ Convention เคื่อก็จะไปหา Requirement จาก Member ของเคื่ที่เป็น

MICE Player ทั้งหมดในประเทศไทยแล้วทำการสำรวจว่าในหนึ่งปีคุณต้องการ Training อะไรบ้าง ในแต่ละเดือนเค้าก็ไปหามา แล้วก็มาบอกเรา ซึ่งเราจะ Support ในเรื่องการเงินด้วยเพื่อจัดเรื่องพวกนี้ ซึ่งมันก็จะตรงความต้องการของเค้าอยู่แล้ว

ในระดับบริหารจะเน้นการเพิ่มทักษะเรื่องการบริหารจัดการ (Management Skill) ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการเตรียมความพร้อมในการให้บริการของศูนย์ประชุมแก่ผู้ใช้บริการ ทั้งนี้ สสพ. ได้ทำการวิเคราะห์และเปรียบเทียบกับคู่แข่งในต่างประเทศ (Benchmarking) เพื่อศึกษาความสำคัญของการฝึกอบรมในทักษะต่าง ๆ ที่บุคลากรในศูนย์ประชุมควรมีและเป็นความต้องการของลูกค้า ด้วย จากนั้นจึงทำการเชิญผู้เชี่ยวชาญด้านไมซ์จากต่างประเทศมาเป็นวิทยากรเพื่อฝึกอบรมให้กับผู้บริหารในศูนย์ประชุมของไทย โดยกล่าวว่า (พัฒน์ชัย สิงหะวาระ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 8 กุมภาพันธ์ 2554)

...สำหรับคอร์ส Management เราไม่เลือกใช้คนที่ เป็น Trainer ในเมืองไทยเป็นหลัก เราเลือกใช้ Trainer จากต่างประเทศ เพราะเราต้องเลือกสิ่งที่ดีที่สุดมาดึงศักยภาพคนไทยให้แข่งขันกับต่างชาติได้ เพราะเรา Position ตัวเองว่าเราเป็นผู้นำเรื่องของไมซ์เป็นหลัก บางส่วนเราใช้คนไทยบ้างแต่ไม่ใช่ทั้งหมด ทั้งหมดเราใช้ World Class ซึ่ง Trainer มา Train ให้คนไทยเป็นหลัก นี่คือเป้าหมายที่เรามองไว้ คิดว่ามันน่าจะดึงศักยภาพพวกนี้ขึ้นมาได้ พยายามจะให้เมืองไทยเป็นศูนย์การศึกษาเรื่องไมซ์ เราพยายามดึง Course Training จากต่างชาติ เยอรมัน อเมริกา มาทำสัญญาว่าเมืองไทยเป็นที่เดียวที่สามารถจัดคอร์สพวกนี้ได้เท่านั้น ทำให้พวกอาเซียนใครที่อยากเรียนไม่ต้องบินไปอเมริกา บินมาเมืองไทย มีการทำสัญญาว่าคอร์สพวกนี้ห้ามจัดในประเทศอาเซียนเลย เราจัดได้ที่เดียวนั่นคือสิ่งที่พวกเราทำกันอยู่

โดยได้ยกตัวอย่างหลักสูตรการฝึกอบรมสำหรับการพัฒนาบุคลากรด้านการบริหารที่ สสพ. ได้จัดขึ้นมาแล้ว คือ (พัฒน์ชัย สิงหะวาระ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 8 กุมภาพันธ์ 2554)

...คอร์สเรื่อง EMD (Exhibition Management Degree) ที่ Training เรื่องของ Exhibition โดยเฉพาะ เราไปคุยกับ UFI (The Global Association of the Exhibitor Industry) เพราะ UFI เป็นสมาคม Exhibition ที่ใหญ่ที่สุดในโลก แล้วเค้ามี Class หนึ่งที่เป็น

Education เราก็ไปประสานให้ช่วยแนะนำว่าถ้าจะทำเรื่อง Education มีมหาวิทยาลัยไหนที่ Specific เรื่องไมซ์ เค้านแนะนำมหาวิทยาลัยหนึ่งชื่อ Levenberg ในเยอรมัน เป็นมหาวิทยาลัยเล็ก ๆ แต่ดังเรื่องไมซ์ที่สุดในโลก มีอาจารย์ท่านหนึ่งเขียนตำราเรื่องไมซ์ อยู่ เลยดึงอาจารย์ท่านนี้มาจัดที่เมืองไทย ตอนนี้กระจายไปทั่วโลกแล้ว แต่ประเทศไทย เป็นที่เดียวที่จัดได้ในอาเซียน นี่คือนี่ที่เรา Position ตัวเองไว้

สำหรับบุคลากรระดับปฏิบัติการ สสปน. ได้เน้นการพัฒนาทักษะเฉพาะด้าน (Specific Skill) และจัดคอร์สฝึกอบรมโดยร่วมมือกับองค์กรและหน่วยงานที่สนใจ ขณะเดียวกันยังได้ให้ความสำคัญกับนักเรียนนักศึกษาในสายอาชีพศึกษา ซึ่งถือเป็นกำลังสำคัญของบุคลากรระดับปฏิบัติการ โดยกล่าวว่า (พัฒนชัย สิงหะวาระ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 8 กุมภาพันธ์ 2554)

...Operation ส่วนใหญ่จะต้องเป็นสายอาชีพ เพราะเป็นคนที่ดูแลลูกค้า เป็น Front Line ถ้าจบปริญญาตรี คุณย์ฯ บอกว่า Requirement สูงไป เราไม่สามารถจ้างคนพวกนี้มาดูแล Front Line ได้ทั้งหมด แรงงานส่วนใหญ่ของ Operation ส่วนใหญ่จบ ปวช. ปวส. เป็นหลัก ซึ่งคนกลุ่มนี้จบมาแล้วยังไม่ได้มี Service Mind หรือมี Skill ด้านการบริหารหรือการบริการมากนัก เราจึงร่วมมือกับกรมอาชีวศึกษาจะจัดหลักสูตรที่เป็นไมซ์สำหรับนักเรียนอาชีวะเป็นหลัก ปวช. ปวส. แล้วก็ทำเป็นคอร์สไมซ์ซึ่งได้คุยกันแล้ว กำลัง Draft หลักสูตรนี้อยู่แล้วก็กำลังจะพัฒนาให้เป็น Scheme

จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาบุคลากรไมซ์ของ สสปน. พบว่าความพร้อมด้านจำนวนบุคลากรต่อการรองรับงานในศูนย์ประชุมมีสัดส่วนที่เหมาะสม แต่ปัญหาด้านบุคลากรที่พบได้บ่อยในอุตสาหกรรมไมซ์คือเรื่องการรับรู้ (Perception) ของบุคลากรเกี่ยวกับงานในอุตสาหกรรมไมซ์ โดยกล่าวว่า (พัฒนชัย สิงหะวาระ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 8 กุมภาพันธ์ 2554)

...เท่าที่คุยกับผู้ประกอบการเค้าบอกว่าไม่มีปัญหาเรื่องคนไม่พอ แต่คนไม่มีศักยภาพมากกว่า มีงานวิจัยออกมาว่า คนที่เข้ามาทำงานจบไม่ตรงไม่เป็นไรแต่ Perception ในหัวของเค้าว่างานไมซ์มันสนุก มันเป็นเรื่องที่สนุกสนาน ได้เจอคนมากมาย มันเป็นส่วนหนึ่งเท่านั้น ไม่ใช่ทั้งหมด คนที่อยู่หน้างานจะขาดความรู้พื้นฐานในเรื่องอุตสาหกรรมไมซ์ ภาษาอังกฤษ และการจัดการ การประสานงาน และ Service Mind สำคัญที่สุด ถ้าคน

พวกนี้ไม่มี Perception ตรงนี้ก็จะอยู่ได้ไม่นาน ซึ่งส่วนใหญ่ที่ผมเจอและได้คุยปัญหากับผู้ประกอบการคือ Turnover ของคนในอุตสาหกรรมไม้มันสูงมาก คำก็เลยคิดว่า หนึ่งเค้าต้องแก้ปัญหาในการ Treat คนพวกนี้ไว้ให้ได้ยังไง ให้ Benefit หรืออะไรพวกนี้แต่ มันก็ไม่ใช่ เพราะว่าอุตสาหกรรมไม้มันเป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่เค้าคิด เค้าเลยเดินมาบอกเราว่าช่วยสร้าง Perception ใหม่ให้กับคนพวกนี้ได้มั้ย ว่ามันเป็นงานที่ไม่ได้สนุกอย่างเดียวแต่ต้องมีความอดทน ต้องทำงาน Paper Work เยอะ เราต้องสร้าง Perception กับคนกลุ่มนี้ใหม่

สิ่งสำคัญที่สุดสำหรับการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมไม้ คือ การสร้างการรับรู้ (Perception) ที่ถูกต้องให้กับนักศึกษาและบุคลากรในองค์กรเกี่ยวกับความรู้พื้นฐานในอุตสาหกรรมไม้ คุณสมบัติที่จำเป็นสำหรับบุคลากรไม้ และบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของบุคลากรไม้แต่ละตำแหน่ง เพื่อสร้างการรับรู้ให้ทุกคนเห็นภาพที่ชัดเจนของงานในอุตสาหกรรมไม้และเกิดทัศนคติที่ดีต่อการทำงานในสายนี้ ซึ่งจะทำให้สามารถคัดกรองบุคลากรที่มีคุณภาพเข้าสู่อุตสาหกรรมได้ดียิ่งขึ้น โดยผู้จัดการฝ่ายพัฒนาบุคลากรไม้จาก สสปน. กล่าวเพิ่มเติมไว้ดังนี้ (พัฒนชัย สิงหะวาระ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 8 กุมภาพันธ์ 2554)

...การสร้าง Perception นี้มันมีอยู่ 2 ช่วง พูดย่าง ๆ คือเราทำทุกระดับเลย คิดว่าจะทำถึงระดับมัธยมศึกษา ส่วนระดับมหาวิทยาลัยทำแล้ว คิดว่าจะทำกับกลุ่มคนที่จบมาแล้วแต่ยังไม่มีการงานและคนที่เพิ่งเริ่มทำงานแต่ยังไม่รู้ว่าตัวเองชอบอะไร เราอาจไปจัดอีเวนท์ขึ้นมาแล้วบอกว่าอุตสาหกรรมไม้เป็นอุตสาหกรรมที่น่าทำงานด้วยเหตุผลหนึ่งสองสามสี่ห้า แล้วก็พยายามสร้าง Perception ว่ามันเป็นงานที่ไม่ได้สนุก ไม่ได้ง่าย

สสปน. ได้ริเริ่มและพัฒนาหลักสูตร MICE Education ขึ้น เพื่อใช้เป็นแนวทางในการแก้ปัญหาเรื่องการรับรู้ (Perception) และพัฒนาศักยภาพของนักศึกษาและบุคลากรในอุตสาหกรรมไม้ โดยร่วมกับสถาบันการศึกษาทั่วประเทศและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไม้กำหนดแนวทางการจัดกิจกรรม ซึ่ง พัฒนชัย สิงหะวาระ (2554) ให้ความเห็นว่าแนวทางหลักคือต้องพยายามประชาสัมพันธ์ให้คนรู้จักธุรกิจไม้ก่อนเพื่อสร้างความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย จากนั้นจึงค่อย ๆ ใส่ความรู้เข้าไป ซึ่งในปี 2553 สสปน. ได้เดินสายจัดกิจกรรมนี้ไปตามมหาวิทยาลัย 26 แห่งทั่วประเทศ และได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี โดยช่วงปีแรก สสปน. เป็นผู้ดำเนินการเองทั้งหมดโดย

เชิญมหาวิทยาลัยเข้ามาเป็นพันธมิตร แต่ปัจจุบันนี้มีมหาวิทยาลัยหลายแห่งสามารถที่จัดคอร์สขึ้นเองได้แล้วและเชิญ สสปน. ไปเป็นผู้สังเกตการณ์แทน

สำหรับแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาด้านบุคลากรนั้น สสปน. ให้ความสำคัญกับเรื่องการศึกษา โดยร่วมมือกับสถาบันการศึกษาระดับมหาวิทยาลัยจัดหลักสูตรการศึกษาเฉพาะด้านเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซีในระดับปริญญาตรีและกำลังร่างหลักสูตรระดับปริญญาโทด้วย ซึ่งมีโครงการนำร่องที่มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ อีกทั้งยังมีโครงการจะลงนามความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาอื่น ๆ เพิ่มเติมดังนี้ (พัฒนชัย สิงหะวาระ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 8 กุมภาพันธ์ 2554)

...ปีนี้เรามีโครงการจะเซ็น MOU กับ 10 สถาบันการศึกษาอย่างต่ำ เพื่อขยายโครงการ MICE Education เพิ่มขึ้นอีก 10 สถาบันก็จะเป็นจุฬา ธรรมศาสตร์ เกษตร มหิดล ม.กรุงเทพ เอแบค ที่เป็นมหาวิทยาลัยศิษย์ ๆ แล้วก็พยายามจะสร้างการรับรู้ให้มากขึ้น จะทำโมเดลเดียวกับที่ มอ.ทำ เราเห็นความร่วมมืออุป อธิการเห็นความสำคัญ อาจจะมีหลักสูตร ป.ตรี ตามขึ้นมาอีกก็ได้

สำหรับแนวทางการพัฒนาบุคลากรของ สสปน. ที่จะใช้แก้ปัญหาคาดแคลนบุคลากรที่เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านไมซีในประเทศไทย เพื่อสนับสนุนให้เป็นอาจารย์ผู้สอนในหลักสูตรของมหาวิทยาลัยและเป็นวิทยากรในหลักสูตรการฝึกอบรมในระดับหน่วยงานนั้น สสปน. มีโครงการส่งเสริมบุคลากรที่มีความสามารถด้วยการให้ทุนไปศึกษาต่อต่างประเทศและกลับมาเป็นกำลังสำคัญของประเทศต่อไป โดยกล่าวว่า (พัฒนชัย สิงหะวาระ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 8 กุมภาพันธ์ 2554)

...ตอนนี้เรากำลัง Pending เรื่องการให้ทุน คือเราไม่เคยให้ทุนใครไปเรียนเลย มันคือทุนอาจารย์ จะบอกว่ามันมีปัญหามากในการนำคนมาจัดหลักสูตร จะบอกว่าถ้าเราสามารถให้ทุนคนไปเรียนแล้วกลับมาใช้ทุนในอุตสาหกรรมไมซีได้จะเป็นประโยชน์มาก พุดง่าย ๆ พอทุกคนเห็นว่าใครได้ทุนก็จะสนใจว่าเค้าทำอะไรหรรอ มันก็สร้าง Awareness ได้อีก มันได้หลายต่อ แล้วคนพวกนั้นก็กลับมาทำงานแล้วใช้ทุนได้ เราไม่ได้จำกัดว่าจะต้องกลับมาทำงานที่เรา คุณสามารถทำงานในอุตสาหกรรมแล้วพัฒนาอุตสาหกรรมนี้ก็ได้ พุดง่าย ๆ คือเราให้ทุน แล้วคุณก็มาดีไซน์หลักสูตร หรือคุณมาเป็นคลังสมองของเรา สมมติว่าเราให้ทุนไปเรียน Doctor ในเรื่องไมซี ถ้าเรามีการจัดคอร์สขึ้นมาเราไม่ต้องเสียเงินไปจ้างคนมา คุณก็มาเป็นวิทยากรให้เรา ก็เหมือนเป็นการตอบแทน ซึ่งสิ่งที่เราทำก็มี

บ้าง เป็นการแลกเปลี่ยนกัน คุณเข้ามาเรียนกับเราไม่ต้องเสียเงิน พอคุณกลับไปทำงาน เราขอให้คุณมาเป็นวิทยากรให้มาเป็น Trainer ก็มา Deal มาทำสัญญากันว่าครั้งหน้า คุณก็มาทำให้เราฟรี ๆ ก็ได้ ผมว่ามันเป็นสิ่งที่จำเป็น เพราะตอนนี้คนที่มีความรู้เรื่องของอุตสาหกรรมไมซ์มีน้อย เราพยายามจะกระจายความรู้ ทำเป็น Train the Trainer ทำคอร์สพวกนี้แล้วกระจายไปองค์กรอื่น ๆ...

จากข้อมูลข้างต้นสามารถสรุปแนวทางในการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยได้เป็นประเด็นหลัก ๆ คือ ด้านการศึกษาโดยเน้นที่การสร้างหลักสูตรเฉพาะด้านไมซ์ในสถาบันการศึกษาเพื่อปูพื้นฐานความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ให้กับนักศึกษา และสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับงานในอุตสาหกรรมไมซ์ ตลอดจนการสร้างเสริมทัศนคติที่ดีต่องานด้านการบริการ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความพร้อมให้กับบุคลากรต่อไป

ประเด็นที่สอง คือ การเพิ่มพูนทักษะความรู้ความสามารถเฉพาะด้านที่ช่วยสนับสนุนการทำงานของบุคลากร เช่น ทักษะด้านภาษาต่างประเทศ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เทคโนโลยีและการจัดการสมัยใหม่เพื่อให้สามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยควรแยกการพัฒนาบุคลากรออกเป็น 2 ระดับ คือ ระดับบริหารที่ควรพัฒนาทักษะด้านการบริหาร จัดการ (Management Skill) และระดับปฏิบัติการที่ควรพัฒนาทักษะเฉพาะด้าน (Specific Skill) ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างศักยภาพของบุคลากรไทยให้สามารถแข่งขันในระดับนานาชาติและรองรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดด้วย

3. ความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ในการส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ พบว่าส่วนใหญ่มีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันคือหน้าที่ในการส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ควรได้รับความร่วมมือจาก 3 หน่วยงานหลัก ได้แก่ สถาบันการศึกษา หน่วยงานธุรกิจอุตสาหกรรมไมซ์ และสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) โดยแต่ละหน่วยงานควรมีบทบาทในการถ่ายทอดความรู้ความเข้าใจพื้นฐานที่ถูกต้องเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์แก่นักศึกษาและบุคลากร เพื่อให้เห็นคุณค่าและความสำคัญของอุตสาหกรรมไมซ์ที่มีต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ รวมถึงการปลูกฝังทัศนคติที่ดีต่องานด้านการบริการเพื่อให้บุคลากรสามารถทำหน้าที่ในการส่งมอบบริการที่ดีและสร้างความพึงพอใจสูงสุดแก่ผู้ใช้บริการในอุตสาหกรรมไมซ์โดยเฉพาะชาวต่างประเทศ ซึ่งจะเป็นผลดีต่อภาพลักษณ์ของประเทศตลอดจนการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ของไทยให้เจริญก้าวหน้ายิ่งขึ้นไป

ผู้อำนวยการฝ่ายทรัพยากรบุคคล ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ มีความเห็นในประเด็นนี้โดยกล่าวว่า (พรพัฒน์ ศรีธนาบุตร, ผู้ให้สัมภาษณ์, 22 กุมภาพันธ์ 2554)

...หน่วยงานหรือองค์กรที่มีควรจะมีหน้าที่ในการส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรในธุรกิจไมซ์ อันที่จริงก็ทั้ง 3 ฝ่าย คือถ้าในส่วนของสถานศึกษา ก็เป็นการเตรียมเด็กรุ่นใหม่ขึ้นมา เตรียมให้เค้าพร้อมไปกับธุรกิจไมซ์ที่กำลังจะโตขึ้นและก็ต้องสอนให้เค้ารู้ว่าไมซ์เป็นอย่างไร เตรียมบุคลากรรุ่นใหม่ขึ้นมาป้อนให้กับตลาดได้ ในส่วนขององค์กรเองก็ต้องเตรียมบุคลากรของตัวเอง ซึ่งปัจจุบันก็อาจจะยังไม่มีมีความเข้าใจในธุรกิจไมซ์มากเท่าไร ก็อย่างที่บอกว่าจะต้องเตรียมความเข้าใจในเรื่องของไมซ์ให้มากขึ้น ในส่วนของ TCEP เอง คือก็เหมือนกับเป็นตัวประสาน ถ้ามี Conflict อะไรที่ต้องพัฒนา ผมยังเห็น TCEP เค้าจัดหลักสูตรอยู่บ่อย ๆ และก็จะมี การ Debate กันระหว่าง TCEP องค์กรศูนย์ประชุม สถาบันการศึกษา ซึ่ง TCEP เป็นตัวประสานที่ดีได้ก็ยิ่งเห็นว่าจัดหลักสูตรอยู่เรื่อย ๆ เพราะฉะนั้นทุก ๆ หน่วยงานมีความสำคัญหมด

ด้าน ดวงรัตน์ ทศนประเสริฐ (2554) ผู้อำนวยการฝ่ายขาย ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค แสดงความคิดเห็นว่าหน่วยงานที่มีบทบาทหรือหน้าที่ในการผลิตและพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทยควรจะเป็นรัฐบาล TCEB กระทรวงศึกษาธิการ และทบวงมหาวิทยาลัย โดยเสนอแนะว่าควรให้ความสำคัญกับการศึกษาเรื่องไมซ์ในสถาบันการศึกษา และควรมีการกระจายความเจริญไปยังภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วประเทศ ซึ่งได้แสดงความคิดเห็นไว้ดังนี้ (ดวงรัตน์ ทศนประเสริฐ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 3 มีนาคม 2554)

...เรื่องของการศึกษาด้านไมซ์ควรจะเป็นหลักสูตรหนึ่งในคณะที่เกี่ยวข้องเพื่อกระจายความเจริญด้านอุตสาหกรรมไมซ์ไปยังจังหวัดต่าง ๆ ทั่วประเทศ ไม่ให้กระจุกตัวอยู่แค่ในกรุงเทพฯ อย่างแรกคือต้องเร่งความเข้าใจเรื่องไมซ์ให้กับนักศึกษา ในขณะที่เดียวกันก็ต้องทำให้บุคลากรในหน่วยงานหรือสถาบันการศึกษาเข้าใจเรื่องไมซ์อย่างถูกต้องและชัดเจนเช่นกันก่อนที่จะออกไปแนะนำให้นักเรียนนักศึกษาหันมาเรียนไมซ์กัน ต้องรู้ว่ามันมีความสำคัญอย่างไร

นอกจากนี้ยังได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ หรือ TCEB ไว้ว่า (ดวงรัตน์ ทัศนประเสริฐ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 3 มีนาคม 2554)

...ในด้านการพัฒนาบุคลากร TCEB ก็มีจัด Training ของ UFI หลักสูตร EMD (Event Management Degree หรือ Exhibition Management Degree) คอร์สนี้ อาจารย์สอนอยู่ที่เยอรมัน TCEB ออกค่าใช้จ่ายให้สำหรับบุคลากรในประเทศ 10 หรือ 20 คน ออกให้ประมาณ 70% จาก 100,000 เราก็ออกแค่ 30,000 เท่านั้นก็จะมีคนในวงการณ์ไปเรียนที่เองก็ได้ไปเรียน เรียนที่เมืองไทยใช้เวลาประมาณ 4 เดือน เรียนแบบที่เป็น Module ทั้งหมด 4 Module อาจารย์จะมาครั้งนึง 7 วัน 2 ครั้ง หลังจากนั้นเรียน Online มีสอบจับเวลาข้อหนึ่งต้องทำใน 1 นาที เค้าก็ส่งเสริมตรงนี้ ซึ่งเป็นอะไรที่ดีมาก

ในขณะที่เดียวกันยังได้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของไบเทคในฐานะที่เป็นหน่วยธุรกิจหนึ่งในอุตสาหกรรมไมซ์ที่มีส่วนส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรในธุรกิจนี้ด้วย โดยกล่าวว่า (ดวงรัตน์ ทัศนประเสริฐ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 3 มีนาคม 2554)

...นอกจากนี้ก็มี BITEC Initiate อันนี้เราคิดขึ้นมา จัด 2 คอร์ส คือ A2Z และ How to Exhibit อันแรกเป็นอะไรที่เกี่ยวกับ Exhibition เริ่มให้ความรู้สมาคมที่เป็นการแพทย์และไม่ใช้การแพทย์ ให้รู้จักว่าในโลกเรามีการประชุมนานาชาติหรืองานประชุมโลกอยู่ กระตุ้นให้เค้ามีความรู้สึกที่เค้าจะเป็นตัวแทนและอยากจะทำอะไรมัยให้งานพวกนี้เข้ามา 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 เบื้องต้นคร่าว ๆ เป็นหลักสูตร 2 วัน โดยไม่คิดค่าใช้จ่ายแต่เราเลือกคนเข้าอบรม

ด้าน อานนท์ เอนกวิชฌกุล (2554) Event Executive ของรอยัล พารากอน ฮอลล์ ให้ความเห็นเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของหน่วยงานที่จะช่วยส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ว่านอกจากตัวองค์กรเองแล้วยังจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐเพิ่มเติมในด้านการ

แนะนำสถานที่จัดงานแก่กลุ่มเป้าหมายต่างชาติ ในขณะที่เดียวกันก็ได้รับการส่งเสริมจากสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ หรือ TCEB ในลักษณะของการฝึกอบรมบุคลากรและการให้ข้อมูลที่เป็นปัจจุบันแก่องค์กร โดยเฉพาะด้านการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ นอกจากนี้ยังให้ความเห็นว่าบทบาทด้านการส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมนี้ควรจะมีอยู่ในสถาบันการศึกษาด้วย โดยกล่าวว่าสถาบันการศึกษาควรมีการจัดการเรียนการสอนหลักสูตรไมซ์ โดยเฉพาะ

ในมุมมองของ จุฑามาศ งานนฤมลกิจ (2554) Project Manger ของ Index Event Agency มีความคิดเห็นต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ว่าประกอบด้วยหน่วยงาน 3 ส่วนหลัก ๆ คือ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ หรือ TCEB ซึ่งมีโครงการที่มุ่งเน้นการพัฒนาคนกลุ่มที่เป็นผู้ประกอบการหรือประชาชนทั่วไป เพื่อให้เกิดแนวคิดในการต่อยอดธุรกิจไมซ์ แต่เป็นเรื่องที่ต้องใช้เวลาในการดำเนินการให้ผู้ประกอบการและประชาชนเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจไมซ์มากยิ่งขึ้น ขณะเดียวกันยังมองว่าสถาบันการศึกษา โดยเฉพาะระดับมหาวิทยาลัยก็เป็นส่วนสำคัญในการปลูกฝังความรู้เกี่ยวกับไมซ์และพัฒนาบุคลากรเข้าสู่อุตสาหกรรมไมซ์ด้วยเช่นกัน รวมไปถึงองค์กรหรือหน่วยธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ที่บุคลากรทำงานอยู่ด้วย

ด้าน Project Manager ของ CM MICE มีความเห็นว่าการส่งเสริมและสนับสนุนจากภาครัฐโดยให้นโยบายผ่านการทำงานของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ หรือ TCEB เป็นสิ่งที่สามารถทำได้แต่ต้องพิจารณาถึงประโยชน์ในระยะยาวด้วย โดยกล่าวว่า (กัญญานาถ บุญประสิทธิ์, ผู้ให้สัมภาษณ์, 21 พฤศจิกายน 2553)

...การพัฒนาบุคลากรที่จะเข้าสู่อุตสาหกรรมไมซ์ของ TCEB ที่มีโครงการฝึกอบรมต่าง ๆ มากมาย ถ้าเกิดให้ผล Appreciate กับคนอื่น ๆ นอกวงการอะ TCEP ก็มีสิทธิ์ทำได้ แต่วามันไม่ใช่ภาระหน้าที่ของตัวสถานะนั้น ๆ ที่จะต้องมานั่งทำให้คนอื่น แต่ที่ TCEP ทำในด้านทฤษฎีมากไปหรือเปล่า ก็รู้สึกว่าสัมมนาไปก็ได้ความรู้ ได้องค์ความรู้จริง ๆ ก็เป็นแบบนี้ แต่ถ้าเค้าไม่ได้อยู่ในโลกของความเป็นจริงคือไม่ใช่คนที่ทำงานโดยตรง ส่วน TCEP ต้องทำหน้าที่ให้ถูกด้วยถ้าเค้าจะมีแผนกพัฒนาองค์กรอะไรของเค้า ถ้าทำได้ก็โอเค แต่คนพวกนี้จะกลับเข้ามาสู่ธุรกิจนี้ อุตสาหกรรมนี้สักกี่คน...

นอกจากนี้ ภัณฑานาถ บุญประสิทธิ์ (2553) ยังได้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับการเชิญวิทยากรมาฝึกอบรมให้กับบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ว่าควรมีการวัดผลและติดตามผลที่ได้จากการฝึกอบรมนั้น ๆ ในระยะยาวด้วย

ส่วน Production Manager ของ Optimum Group แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของหน่วยงานที่ส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ว่า (ยุพา พิพัฒน์พวงทอง, ผู้ให้สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2554)

...บทบาทหน้าที่ในการพัฒนาบุคลากร พี่มองว่ามันต้องช่วย ๆ กันมากกว่า ตั้งแต่การเรียนเท่าที่เรียนการโรงแรมการท่องเที่ยวต้องดูว่าหลักสูตรมันแน่นพอมั้ย หลักสูตรเค้ามองแคไหน บางทีเค้าเป็นหลักเกณฑ์ในตำราเยอะ แต่พอมาทำจริงแล้วบางทีก็ไม่สามารถยึดแค่ในตำราได้ เพราะฉะนั้นตั้งแต่การเรียน การได้ทดสอบจริง ๆ เยอะ การลองทำ บางทีมีเยอะทำให้การออกมาทำงานแล้วมันโอเค...

นอกจากนี้ยังให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมว่าพื้นฐานความรู้จากการเรียนในสถาบันการศึกษาอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอกับการทำงานในอุตสาหกรรมนี้ ยังจำเป็นต้องฝึกฝนและสั่งสมประสบการณ์จากการทำงานจริงด้วย โดยกล่าวว่า (ยุพา พิพัฒน์พวงทอง, ผู้ให้สัมภาษณ์, 27 มกราคม 2554)

...มันต้องปูพื้นฐานตั้งแต่การเรียนในโรงเรียน มหาวิทยาลัยต่าง ๆ ที่มันจะมีอะไรพวกนี้ เรื่องการศึกษาต่าง ๆ แล้วสิ่งที่ตามมาเวลาที่เค้าได้เข้าไปในมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง ที่แห่งนั้นคือคอร์สอบรม ทำกิจกรรมต่าง ๆ ก่อนที่จะส่งเด็กคนนึงออกมาทำงานจริง ๆ เพราะพี่จะบอกว่าคุณจบมาจากสถาบันการศึกษาที่เรียนตรงกับสาขากับสาขานี้มา แคนั้นมันยังไม่พอ เพราะว่าเวลามันมาเจอโลกความเป็นจริง มันก็ต้องถูกหมุน ถูกดัดแปลง ต้องอาศัยประสบการณ์ การเรียนกับการทำงานไม่เหมือนกัน...

สำหรับ Project & Creative Director ของ Upper Event (Thailand) มีความคิดเห็นเกี่ยวกับประเด็นนี้ว่า (อมรเทพ สิริวัฒน์, ผู้ให้สัมภาษณ์, 9 มกราคม 2554)

...หน้าที่ในการจัดอบรมหรือว่าการสร้างหลักสูตรขึ้นมาส่งเสริมศักยภาพตัวบุคลากรนี้ น่าจะเป็นในระดับมหาวิทยาลัย แต่ว่าในส่วนของ สสปน. ในปัจจุบันทำหน้าที่ให้ความรู้ก็ คงจะเป็น Part หนึ่งที่ต้องทำอยู่แล้ว ด้วยบทบาทที่เค้าทำอยู่ มองว่าจะเป็นการเจาะ เฉพาะกลุ่ม คือ พุดง่าย ๆ ว่ายังไม่ได้กว้างพอ ยังไม่ Mass พอที่จะทำให้คนได้รู้ถึงธุรกิจ โมชั่นหรือข้อดีของโมชั่นในประเทศไทยว่ามีข้อดีอย่างไร เป็นการเจาะเฉพาะกลุ่มหรือบุคคล ที่มีความรู้อยู่แล้ว มันเป็นการเพิ่มพูนศักยภาพของทีมงานของบุคลากรในวงการมากกว่า

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. เป็นองค์กรหลักที่ทำหน้าที่ในการส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรโมชั่น โดยทำงานร่วมกับองค์กรธุรกิจ ในภาคอุตสาหกรรมโมชั่น หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนสถาบันการศึกษา ทั่วประเทศ ในลักษณะของความร่วมมือด้านต่าง ๆ ตามความเหมาะสม ซึ่งในประเด็นนี้ พัฒนชัย สิงหะวาระ (2554) ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาบุคลากรโมชั่นให้ข้อมูลว่าคอร์สที่จัดขึ้นมาเป็นความร่วมมือ ของ สสปน. กับสถาบันการศึกษาหรือหน่วยงานเอกชน โดย สสปน. มีหน้าที่คัดเลือกว่าหน่วยงาน ใดเหมาะสมกับการจัดฝึกอบรมและพัฒนาเรื่องใด พร้อมทั้งให้การสนับสนุนในด้านต่าง ๆ ต่อไป นอกจากนี้ยังได้ยกตัวอย่างความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาศักยภาพของ บุคลากรโมชั่นไว้ดังนี้ (พัฒนชัย สิงหะวาระ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 8 กุมภาพันธ์ 2554)

...แต่ละศูนย์ประชุมก็จะมีความถนัดในเรื่องของงานที่แตกต่างกันไป เวลาจะพัฒนา บุคลากรจะโฟกัสในสิ่งที่ตัวเองถนัดหรือเพิ่มเติมในส่วนที่ไม่ถนัด ก็อย่างคอร์สที่ผมบอก EMD (Exhibition Management Degree) ศูนย์สิริกิติ์เค้าส่งคนมาเยอะที่สุดทุกปี ซึ่ง ถามว่า Exhibition ที่จัดกับเค้ามีอะไรบ้าง เช่น งานไปรษณีย์ มันไม่ใช่ Exhibition ที่เป็น Exhibition ส่วนใหญ่เป็นงานท่องเที่ยว งานแฟร์ งานเทรด มันก็ไม่ใช่ Exhibition ที่จัดขึ้น เหมือนไบเทคหรือ อิมแพคจัด ไม่เหมือน Motor Show ที่เป็น Exhibition จริง ๆ คนละ แบบ เค้าก็คิดว่าเค้าเพิ่มศักยภาพคนเค้าได้ ถ้าเราจะจัดงานที่เป็น Convention เราจะให้ คนที่ศูนย์สิริกิติ์มาสอนให้เรา เพราะเค้ามี Skill ที่ดีที่สุดในประเทศไทยที่สามารถสอนคน ได้ เค้าไม่ได้คิดว่าโอเคเราทำแบบนี้เราจะไม่เรียนรู้รู้อย่างอื่น ทุกคนก็เรียนรู้หมด คนที่ ศูนย์สิริกิติ์มาสอนไบเทค คือมันแชร์ความรู้กันได้ มันเป็น Community ที่ทุกคนเห็นหน้า กันหมด รู้จักกันทุกคน อย่างสมาคม กรรมการสมาคมก็มาจากพวกออกแอกไนเซอร์ ทุกคน

รู้จักกันหมด ถ้ามองว่าแข่งกันมัย ก็แข่งกัน แต่ไม่ได้แข่งกันรุนแรงขนาดที่เกลียดกัน มันก็อยู่ด้วยกันได้ หรือไม่มีงานก็โอดงานผ่านกันไปมา

จากข้อมูลข้างต้นสามารถสรุปได้ว่าหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ประกอบด้วย สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. ซึ่งมีฝ่ายพัฒนาศักยภาพบุคลากรไมซ์โดยเฉพาะทำหน้าที่ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของบุคลากรไมซ์ในด้านต่าง ๆ และเป็นตัวกลางในการประสานความร่วมมือกับองค์กรธุรกิจไมซ์ ได้แก่ ศูนย์ประชุม Event Organizer และสมาคมต่าง ๆ เช่น TICA (Thailand Incentive and Convention Association) และ TEA (Thai Exhibition Association) ในการสำรวจความต้องการของภาคธุรกิจเพื่อสนับสนุนด้านงบประมาณและการจัดหาผู้เชี่ยวชาญมาฝึกอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพบุคลากรในองค์กรต่อไป อีกทั้งยังผลักดันให้เกิดหลักสูตรการเรียนการสอนในระดับมหาวิทยาลัยโดยร่วมมือกับสถาบันการศึกษาชั้นนำจากทั่วประเทศอีกด้วย จะเห็นได้ว่าบทบาทหน้าที่ในการส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐ เอกชน และประชาชน เพื่อร่วมกันสร้างสรรค์บุคลากรที่มีคุณภาพและมีความพร้อมต่อการรองรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์ต่อไป

4. ความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักเกี่ยวกับแนวโน้มอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทยในอนาคต

ผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่มองว่าแนวโน้มของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทยยังคงเติบโตต่อไปได้เรื่อย ๆ หากไม่มีปัจจัยด้านลบที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของประเทศ เช่น เหตุการณ์ความวุ่นวายทางการเมือง ความรุนแรงภายในประเทศ หรือ ภัยธรรมชาติ เป็นต้น ในขณะที่เดียวกันภาครัฐควรให้การส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้มากยิ่งขึ้นด้วย

พรพัฒน์ ศรีธนาบุตร (2554) ผู้อำนวยการฝ่ายทรัพยากรบุคคล ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ แสดงความคิดเห็นว่าแนวโน้มของอุตสาหกรรมไมซ์ในอนาคตจะเติบโตขึ้นอย่างแน่นอน และมีลักษณะเป็นงานนานาชาติมากขึ้น เพราะฉะนั้นจำเป็นต้องเตรียมความพร้อมของบุคลากร โดยเฉพาะทักษะด้านภาษาที่รองรับชาวต่างชาติได้หลากหลายมากขึ้นด้วย นอกจากนี้ยังให้ความเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับการให้การส่งเสริมจากภาครัฐด้วยว่ามีนโยบายให้มหาวิทยาลัยเปิดสอนหลักสูตร MICE มากขึ้น เพื่อผลิตบุคลากรทางด้านนี้ป้อนเข้าสู่ตลาดเพื่อรองรับงานไมซ์ที่จะเติบโตขึ้นในอนาคตด้วย ในขณะเดียวกันยังเสนอแนะให้มีการพัฒนาบุคลากรภายในประเทศเพื่อทำหน้าที่เป็นวิทยากรให้ความรู้เรื่องไมซ์แก่นักศึกษาเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะช่วยลดการพึ่งพาวิทยากรจากต่างประเทศลงด้วย

ด้าน เกรียงไกร รัชชชัย (2554) Operation Manager อิมแพค เมืองทองธานี ให้ความเห็นที่สอดคล้องกัน โดยมองว่าแนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยดีกว่าในหลาย ๆ ประเทศในภูมิภาคนี้ เนื่องจากมีการเริ่มต้นและพัฒนาที่เร็วกว่าประเทศอื่น ๆ พร้อมทั้งแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับโอกาสของประเทศไทยในการพัฒนาด้านอุตสาหกรรมไมซ์ โดยกล่าวว่า (เกรียงไกร รัชชชัย, ผู้ให้สัมภาษณ์, 15 มกราคม 2554)

...ผมว่าเรามีโอกาสอยู่ตลอดเวลา การจัดงานมีอยู่ต่อเนื่องตลอดเวลา งานของเรา บางครั้งก็ต้องบอกว่าเรา Copy งานดี ๆ จากต่างประเทศมาก็เยอะ แต่ก็เป็นการพัฒนา Create และ Apply ต่อไปได้เยอะ ๆ มันต้องพัฒนาไปเรื่อย ๆ ยังมองไม่เห็นว่ารูทริกไมซ์ของเรามันย่ออยู่กับที่เลย มันเติบโตต่อไปเรื่อย ๆ ดีขึ้นเรื่อย ๆ ไปขยายอยู่ต่างประเทศก็เยอะ ต่างประเทศก็มาทางเราเยอะเหมือนกัน ผมว่าปีหน้าและต่อ ๆ ไปไม่ดูว่าจะซบเซาเลย น่าจะพัฒนาขึ้น”

ด้าน ดวงรัตน์ ทศนประเสริฐ (2554) ผู้อำนวยการฝ่ายขาย ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค มีความเห็นที่สอดคล้องกับประเด็นที่ว่าแนวโน้มของอุตสาหกรรมไมซ์ในปัจจุบันยังคงสดใสหากไม่มีเรื่องการเมืองเข้ามาวุ่นวาย อีกทั้งประเทศไทยเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีค่าครองชีพค่อนข้างต่ำแต่มีมาตรฐานการบริการของโรงแรมที่พักที่ดีมากกว่าหลาย ๆ ประเทศ

เช่นเดียวกันกับความคิดเห็นของ Event Executive รอยัล พารากอน ฮอลล์ ที่กล่าวว่าแนวโน้มของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทยขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายด้าน โดยเฉพาะปัจจัยด้านการเมืองภายในประเทศ โดยให้ความเห็นว่า (อานนท์ เอนกวิษณกุล, ผู้ให้สัมภาษณ์, 21 มกราคม 2554)

...แนวโน้มอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย ถ้ามว่ามันสดใสมั๊ย จริง ๆ มันเป็นภาพใหญ่ของประเทศมันอิงอยู่หลายอย่าง ทั้งการเมือง ความน่าเชื่อถือของประเทศเอง มันค่อนข้างสำคัญ ถ้าประเทศยังไม่เสถียรมันค่อนข้างยาก Exhibitor เจ้าไหนจะกล้ามาลงบูธหลาย ๆ ล้านในกรณีที่ปิดสนามบิน หรือ เกิดอุบัติเหตุ ผมว่ามันเป็นภาพใหญ่ แต่ว่าถ้าเป็นภายในประเทศผมว่ายังโตอยู่เรื่อย ๆ...

ด้าน จุฑามาศ งานนฤมลกิจ (2554) Project Manager ของ Index Event Agency มีความคิดเห็นว่าแนวโน้มของอุตสาหกรรมไมซ์ในปัจจุบันและอนาคตน่าจะดีขึ้น เพราะจากการที่มีโอกาสได้ทำงานให้กับ TCEB และจากการศึกษาวิจัยเรื่องไมซ์ พบว่าอีเว้นท์ในเมืองไทยที่เป็นงานเทรต งานไมซ์ โดยเฉพาะงานของต่างชาติที่เข้ามา มีแนวโน้มที่ดีขึ้นและคนให้ความสนใจมากขึ้น ด้วย หากแต่ยังมีอุปสรรคในเรื่องการต่อยอดทางธุรกิจซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในอุตสาหกรรมไมซ์ โดยกล่าวเพิ่มเติมว่า (จุฑามาศ งานนฤมลกิจ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2554)

... สิ่งสำคัญของไมซ์คือการต่อยอดตลาด การขยายตลาด หรือว่าการเปิดเชื่อมโยงไปเรื่อย ๆ ธุรกิจอื่น ๆ แต่งานที่คนไทยทำอยู่แล้วเอาต่างประเทศเข้ามาดู หรือการเริ่มต้นตอนนี้กำลังไปได้สวย รัฐบาลกำลังสนับสนุน ทุกฝ่ายถูกกระตุ้น แต่โดยความเข้าใจของคนไทยหรือผู้ประกอบการ ต้องยอมรับว่าคนไทยฝีมือดีแต่เค้าไม่คิดต่อยอด คนที่มีหัวด้านนี้ก็มองไกล แต่หลาย ๆ คนคิดแค่ว่าขายของได้ ไม่ได้คิดถึงการต่อยอด จะไม่รู้จักคำว่าไมซ์...

ส่วน กัญญานาถ บุญประสิทธิ์ (2553) Project Manager ของ CM MICE มีมุมมองเกี่ยวกับแนวโน้มของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทยโดยแยกเป็น 2 กลุ่ม คือ M and I (Meeting and Incentive) หรือธุรกิจการจัดประชุมและการท่องเที่ยวที่เป็นรางวัลยังมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง หากไม่มีปัญหาความวุ่นวายทางการเมืองภายในประเทศจนกระทบต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยว และกลุ่มที่สองคือ C and E (Conference and Exhibition) ซึ่งเป็นธุรกิจที่มี Demand ในตัวของมันเองที่ว่า Facility ในเมืองนั้น ๆ จะต้องพร้อมในการรองรับงานประเภทนี้ได้ ซึ่งประเทศไทยยังสามารถที่จะพัฒนาให้ดีขึ้นได้อีก โดยเฉพาะเรื่อง Facility ความปลอดภัย ความมั่นคงของเมือง และการที่ทำให้เมืองน่าอยู่ น่าท่องเที่ยว ซึ่งจะเป็นสิ่งดึงดูดงานประเภท Convention Exhibition ให้เข้ามามากยิ่งขึ้นได้

ยุพา พิพัฒน์พวงทอง (2554) Production Manager ของ Optimum Group แสดงความคิดเห็นว่าแนวโน้มอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทยขึ้นอยู่กับสถานการณ์การเมืองภายในประเทศ ซึ่งส่งผลต่อความเชื่อมั่นของชาวต่างชาติเป็นอย่างมาก แต่มีแนวโน้มดีขึ้นถ้าไม่มีสถานการณ์รุนแรงอะไรเกิดขึ้น จากประสบการณ์ในการจัดงานไมซ์นานาชาติให้กับหลาย ๆ องค์กร พบว่าชาวต่างชาติชื่นชอบประเทศไทยและอยากมาท่องเที่ยวจำนวนมาก ด้วยความที่เป็นประเทศเล็ก แต่ขณะเดียวกันก็เป็นประเทศเล็กที่ไม่ได้เจริญมากก็ยังมีวัฒนธรรมเก่า ๆ ให้คนได้สัมผัสอีกด้วย

ด้าน Project Manager ของ Mainstream Organizer แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวโน้มของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย โดยกล่าวว่า (ชาลี บริบูรณ์, ผู้ให้สัมภาษณ์, 26 ตุลาคม 2553)

...แนวโน้มของอุตสาหกรรมไมซ์ในบ้านเรายังดูสดใส เพราะเท่าที่เห็นก็มีหลายภาคส่วนเข้ามาสนับสนุนค่อนข้างเยอะ อย่างรัฐบาลเอง สสปน. หรือภาคเอกชน ที่ให้ความสนใจ พยายามไป Bid งานไมซ์จากเมืองนอกให้เข้ามาจัดในบ้านเรา อย่าง World Expo เราก็เสนอตัวเป็นเจ้าของภาพ รู้สึกว่าโอลิมปิกเราก็น่าจะเคยเสนอตัวหรือเปล่า ไม่น่าใจ หรือที่เห็นชัด ๆ พวกงานประชุมนานาชาติต่าง ๆ เนี่ย เยอะขึ้นเรื่อย ๆ ในแต่ละปี เราในฐานะที่เป็น Organizer ก็มีโอกาสได้ทำงานเหล่านี้บ้างเหมือนกัน ส่วนใหญ่จะทำในส่วนของการ Production แล้วก็ Event Run Show ส่วนขั้นตอนในการติดต่อประสานงานต่าง ๆ จะเป็นหน้าที่ของอีกบริษัทหนึ่งที่เค้าทำด้านนี้โดยเฉพาะ

ในประเด็นเดียวกันนี้ Project & Creative Director ของ Upper Event (Thailand) กล่าวว่า (อมรเทพ สิวัดมณี, ผู้ให้สัมภาษณ์, 9 มกราคม 2554)

...แนวโน้มของธุรกิจไมซ์ในเมืองไทย มองว่าในระยะใกล้ ๆ เท่าที่มองคงยังไม่เติบโตอะไรมาก มันก็ยังใหม่ในแง่ของธุรกิจ แต่เชื่อว่าต่อไปด้วยเสน่ห์ของความเป็นไทย มันจะทำให้ธุรกิจนี้เติบโตได้อย่างชัดเจน แทนที่นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในเมืองไทย เป็นแบบ Backpack ก็จะเป็นนักท่องเที่ยวธุรกิจมากขึ้น เพราะว่าด้วยศักยภาพของเมืองไทยที่รองรับงานกลุ่มนี้ได้มากขึ้น

ด้านผู้จัดการฝ่ายพัฒนาบุคลากรไมซ์ของ สสปน. ให้ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทยไว้ว่า (พัฒนชัย สิงหะวาระ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 8 กุมภาพันธ์ 2554)

...แนวโน้มของอุตสาหกรรมไมซ์ปัจจุบันเติบโตปีละ 12-13% ก็โตมาทุกปี เพิ่งจะมาร่วงก็ช่วงเหตุการณ์ความไม่สงบ ก็ร่วงลงมาแล้วก็ขึ้น ปีนี้ก็ขึ้นมา รายได้ก็ประมาณ 53,000 ล้านบาทที่ให้อุตสาหกรรม ก็เรียกว่าเติบโตทุกปี คิดเป็น 8% ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ซึ่งไม่ได้เยอะมากแต่มันมีต่อยอดจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้ คนมาลงทุนต่อ เหมือนใน
 แห่งของ BOI เราก็ไปดึงจากที่ใหญ่ ๆ มา มาลงทุนต่อ ต่อยอดได้เยอะมาก คือมา 1 งาน
 ควรจะ Spending มากกว่า 3 เท่าอะไรก็แล้วแต่ คุณยังได้ธุรกิจต่อยอดหรือจ้างงานคน
 ท้องถิ่น คิดว่ามันคงไม่โตมากกว่านี้เท่าไหนในแห่งของ Scale คนเข้าร่วม แต่ก็เติบโตขึ้นทุก
 ปี เราก็พยายามผลักดันให้มันมากขึ้นด้วย

จากข้อมูลดังกล่าวที่ผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นไว้ นั้น พอสรุปได้ว่า
 แนวโน้มของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทยยังคงเติบโตต่อไปได้ หากไม่มีปัจจัยภายนอกที่ส่งผล
 กระทบต่อความเชื่อมั่นของชาวต่างประเทศ เช่น ความวุ่นวายทางการเมืองภายในประเทศ
 เหตุการณ์ความรุนแรง และภัยพิบัติทางธรรมชาติ เป็นต้น ประกอบกับการส่งเสริมจากภาครัฐ
 เอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่พร้อมใจกันผลักดันให้ประเทศไทยก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางของ
 อุตสาหกรรมไมซ์ (MICE Center) ในระดับนานาชาติต่อไป

5. ทัศนคติของผู้ให้ข้อมูลหลักต่อศักยภาพของประเทศไทยในการเป็น ศูนย์กลางของอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE Center)

จากการสำรวจความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักเกี่ยวกับการประเมินศักยภาพของ
 ประเทศไทยในการเป็นศูนย์กลางของอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE Center) พบว่าส่วนใหญ่ประเมินว่า
 ประเทศไทยยังไม่พร้อมที่จะเป็นศูนย์กลางของอุตสาหกรรมไมซ์เมื่อเทียบกับประเทศอื่น ๆ ใน
 ภูมิภาค เช่น สิงคโปร์ ฮองกง จีน ญี่ปุ่น เป็นต้น อย่างไรก็ตามประเทศไทยควรมีการพัฒนาทั้งด้าน
 บุคลากรและโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ เพื่อรองรับการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมไมซ์ในอนาคต

พรพัฒน์ ศรีธนาบุตร (2554) ผู้อำนวยการฝ่ายทรัพยากรบุคคล ศูนย์การประชุมแห่งชาติ
 สิริกิติ์ ให้ความเห็นว่าประเทศไทยยังไม่พร้อมร้อยเปอร์เซ็นต์ในการเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมไมซ์
 ซึ่งมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องของหลายด้านประกอบกัน ทั้งด้านความพร้อมของศูนย์ประชุมหรือโรงแรม
 ภาพรวมทั้งประเทศ ความมั่นคง ความปลอดภัย ความพร้อมของประชาชน โดยยกตัวอย่าง
 ประกอบคำอธิบายไว้ ดังนี้ (พรพัฒน์ ศรีธนาบุตร, ผู้ให้สัมภาษณ์, 22 กุมภาพันธ์ 2554)

...สมมติว่าคุณจัดงานที่ศูนย์ประชุมในจังหวัดใดจังหวัดหนึ่ง มีต่างชาติไปเยอะแยะไป
 หมดเลยไปประชุมกันตรงนั้น พอเค้าออกมา บุคลากร ร้านค้าย่อยที่ขายตรงแถบนั้น
 พร้อมเพียงพอที่จะรองรับภาษา วัฒนธรรมกับคนที่มามากน้อยแค่ไหน อันนี้แค่
 ยกตัวอย่างเท่านั้น แต่ถ้าถามว่าจำเป็นขนาดนั้นมั๊ย อาจจะค่อย ๆ ไปเรื่อย ๆ คือถ้า

สมมติว่าเราเริ่มมี ประชาชนอาจดิ้นรนเริ่มศึกษาหาความรู้ ฝึกพูดภาษาอังกฤษให้ได้ ถ้าถามว่าพร้อมหรือยัง ผมก็ว่ายังไม่พร้อมร้อยเปอร์เซ็นต์

ดวงรัตน์ ทศนประเสริฐ (2554) ผู้อำนวยการฝ่ายขาย ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค ให้ความเห็นว่าเมืองไทยยังมีอุปสรรคอยู่พอสมควรในการที่จะพัฒนาไปเป็น MICE Center ซึ่งเมืองไทยมีสถานที่ท่องเที่ยวเยอะแต่ยังไม่มีแผนรองรับความเชื่อมโยงที่ เกิดจากการท่องเที่ยวนี้พร้อมทั้งแสดงความคิดเห็นว่าประเทศไทยเร่งที่จะพัฒนามากจนเกินไปจนไม่คำนึงถึงผลที่จะเกิดขึ้นในระยะยาว โดยเฉพาะด้านความเชื่อมโยงของแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศ

ด้าน อานนท์ เอนกวิชฌกุล (2554) Event Executive ของรอยัล พารากอน ฮอลล์ แสดงความคิดเห็นว่าประเทศไทยยังขาดความมีเสถียรภาพในสายตาของต่างประเทศ จึงทำให้ยังไม่พร้อมที่จะเป็นศูนย์กลางของอุตสาหกรรมไมซ์

ในมุมมองของผู้จัดงานที่เป็น Event Organizer อย่าง Project Manager ของ Index Event Agency มองว่าประเทศไทยยังไม่พร้อมที่จะเป็นศูนย์กลางของอุตสาหกรรมไมซ์ โดยให้เหตุผลว่า (จุฑามาศ งานนฤมลกิจ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2554)

...คิดว่าเรายังไม่พร้อมที่จะเป็น MICE Center ซึ่งหมายถึงการเอา Product หรือลูกค้าจากเมืองนอกเข้ามาจัดในเมืองไทย เจ้าของงานไมซ์เป็นต่างประเทศ ไม่ใช่เราเป็นคนจัดภายในประเทศแล้ว Visitor เป็นแค่ชาวต่างชาติเท่านั้น มองว่ายังไม่พร้อม ในมุมมองตัวเองนะ เท่าที่เคยไปดูที่อื่น ๆ มา ในเรื่องของหลาย ๆ อย่าง ภาษาสำคัญแน่นอน Operation เองก็สำคัญ...

และหากมองในด้านความพร้อมของสถานที่ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญในการรองรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์ยังถือว่าห่างไกลมาตรฐานสากล โดยให้ความเห็นเพิ่มเติมว่า (จุฑามาศ งานนฤมลกิจ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2554)

...สถานที่เราออกแบบมาก็ยังไม่ตอบโจทย์แบบ World Wide เท่าไหร่ Function งานที่บอกว่ายิ่งใหญ่ก็ยังไม่ใหญ่จริง เพราะดูจากที่อื่นมาที่เค้าไม่ได้ใหญ่มากแต่เค้าพร้อมจริงในเรื่องของระบบ Logistic ทุกอย่าง แต่เรา Logistic ก็สอดคล้องแล้ว การแบ่งรถ แก่ปัญหา ยังไม่ได้เลย แคนงานเล็ก ๆ เวลาผู้จัดที่เป็นต่างประเทศเข้ามา ระบบขนส่งสำคัญแน่นอน

คุณต้อง Air Fed คุณ Ship เข้ามา มันต้องมีการจัดลำดับพวกนี้ เรายังเรื่องขนส่ง เรายัง
วุ่นวายอยู่เลย แต่ต่างจังหวัดเข้ามาจัดในศูนย์ประชุม เรายังไม่สามารถจัดการได้เลย

นอกจากนี้ Project Manager ของ Index Event Agency ยังได้ให้ความเห็นเพิ่มเติม
เกี่ยวกับความพร้อมด้านสถานที่ไว้ว่า (จุฬามาศ งานนฤมลกิจ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2554)

...เรื่องที่สองคือเรื่องของพื้นที่เองเรามีตัวเลือกน้อย เท่าที่ดูมากที่สุดถ้าเกิดเป็นระดับเอา
ต่างประเทศมาจัด โดยสถานที่ไปเทคโนโลยีได้ แต่เรื่องจอตกรถ Logistic ตก อิมแพคเองสถานที่
น่าจะโอเคสุดแต่ก็ยังเล็ก Logistic ดูเหมือนจะเพียงพอ ลานจอตกรถ การไหลของดู
เหมือนจะมีประสิทธิภาพ แต่จริง ๆ แล้วปัญหาเยอะมาก จากคนที่เคยไปใช้ เพียงแต่ได้ที่
พื้นที่ใหญ่ ได้เปรียบกว่าชาวบ้าน แต่การจัดการของบุคลากร ในเรื่องของบุคลากรก็ยัง
ธรรมดา ยังไม่มี Logic ในการจัดระบบเท่าไร เรื่องของการประสานงาน คนที่
ประสานงานที่เป็น Professional จะเป็นระดับที่เป็น Senior Sale, Senior Operation
จริง ๆ ก็นับคนได้ แต่ในเรื่องของ Operation หน่วยงาน หรือ Sales ประสานงานหน่วยงาน
ส่วนใหญ่ก็จะเป็นเด็กจบใหม่ที่ยังไม่ได้มีประสบการณ์มากมาย ก็ยังรองรับงานไม่ได้
ภาพรวมคือเรายังไม่พร้อมที่จะเป็น MICE Center

ด้าน Project Manager ของ CM MICE ให้ความเห็นว่าเมืองไทยมีความน่าสนใจทั้ง
แหล่งท่องเที่ยว วัฒนธรรม และบุคลากรที่มีคุณภาพ แต่ขาดการวางแผนและการจัดการที่ดี ซึ่งถ้า
สามารถบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ เมืองไทยก็มีโอกาสที่จะก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางของ
อุตสาหกรรมไมซ์ได้ ดังความเห็นต่อไปนี้ (กัญญานาถ บุญประสิทธิ์, ผู้ให้สัมภาษณ์, 21
พฤศจิกายน 2553)

...ถ้าเมืองพร้อม เมืองมีความสร้างสรรค์อยู่ในตัว แล้วก็เมืองมีความน่าดึงดูดเค้าก็มา
ไม่ใช่ดึงดูดแค่การช้อปปิ้ง มันน่าจะรวม ๆ กัน อย่างที่เราพยายามทำ ถ้าเรา Integrate
หลาย ๆ อย่างให้เป็นการดึงดูดคนเข้ามา คิดว่าเราก็ไปได้ เราก็มีด้านที่ดีของเราอยู่ มี
วัฒนธรรมอะไรต่าง ๆ ที่เอาเข้ามาผสมได้ ความพร้อม ความสมบูรณ์ของระบบสาธารณ
ูปโภคต่าง ๆ พอเค้ามาก็รู้สึกปลอดภัย ปลอดภัยเรื่องการเมืองก็ส่วนหนึ่ง ปลอดภัยใน
เรื่องทั่ว ๆ ไปอีกอย่างหนึ่ง แล้วบุคลากรเราไม่ได้น้อยหน้าใคร พอเค้ามาเค้าไม่ได้เจอแต่

บุคลากรของพวกเรา เค้าเจอบุคคลอื่นทั่วเมือง ตำรวจ เจอบุคคลนั้น คนนี้ ช่วยเหลือเค้าได้มาก น้อยแค่ไหน มีจุด Information ต่าง ๆ พร้อมมั๊ย ถ้าตรงนี้ครบวงจรเราก็จะดีขึ้น เหมือนเราไปตามเมืองที่เค้าพัฒนาแล้ว เราไปแล้วไม่รู้อะไรแต่มีคนให้ข้อมูลเราได้ ไม่ใช่เป็นใบ้หรือดูสับสนไปหมด ถ้าไม่นับว่าการเมืองว่ามีผล ตัวเมืองมันควรพัฒนาด้วยตัวของมันเอง คือเราควรจะพร้อมในการต้อนรับลูกค้ากลุ่มนี้ด้วย

เช่นเดียวกันกับ ยูพา พิคเจอร์ส (2554) Production Manager ของ Optimum Group ที่มองว่าถ้าเทียบเมืองไทยกับประเทศเพื่อนบ้านอย่างเวียดนาม ได้วัน มาเลเซีย หรือประเทศในแถบตะวันออกเฉียงใต้ถือว่าประเทศไทยไม่เป็นรองใครทั้งในด้านสถานที่และบุคลากร แต่จะเป็นรองแค่ประเทศสิงคโปร์เท่านั้น

ด้าน ชาลี บริบูรณ์ (2553) Project Manager ของ Mainstream Organizer มีความเห็นที่สอดคล้องกันว่าประเทศไทยยังเป็นรองประเทศสิงคโปร์ในด้านการเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมไมซ์ ทั้งในด้านสถานที่ การคมนาคมขนส่ง บุคลากร เทคโนโลยี รวมไปถึงประชาชนในประเทศที่สามารถพูดภาษาอังกฤษและภาษาจีนได้

หากแยกพิจารณาความพร้อมในด้านต่าง ๆ แล้ว Project Manager ของ Mainstream Organizer ยังได้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมที่น่าสนใจไว้ดังนี้ (ชาลี บริบูรณ์, ผู้ให้สัมภาษณ์, 26 ตุลาคม 2553)

...เรื่องสถานที่ถือว่าผ่าน เรื่องการคมนาคมยังต้องปรับปรุง นี่มองเฉพาะในกรุงเทพฯ นะ การเดินทางยังไม่ค่อยสะดวกเท่าไร รวดเร็ว การจราจรเปลี่ยนตลอด วันนี้ One Way ฟุ้งนี้ Two Way จะเอาไงกันแน่ แล้วพวกขบวนเจ้าใหญ่ นายโตนี่เยอะมาก เดินสายกันทุกวัน ฉะนั้นการเดินทางในเมืองไทยต้องเผื่อเวลาไว้เยอะ ๆ เลยทีเดียว ระบบสาธารณูปโภคเรายังไม่พร้อมรถไฟฟ้า รถใต้ดิน รถไฟอะไรเรายังไม่ค่อยเชื่อมต่อกัน เดินหากันให้วุ่นไปหมด นี่เพิ่งจะเปิดใช้ Airport Link ก็ดีขึ้นมาน้อย แต่ก็ยังงง ๆ เชื่อมต่อกับรถไฟฟ้าหรือใต้ดินยังไม่เรียบร้อยเท่าไร ส่วนการขนส่ง เรื่อง Logistic ก็ยังดีเท่าที่ควร ส่วนใหญ่ที่เห็นลูกค้ามักจะใช้บริการระบบ Logistic ของเค้าเอง หรือของบริษัทอินเตอร์ไปเลย ไม่ค่อยใช้ของไทย เพราะยังไม่มั่นใจในคุณภาพการบริการ บางทีของเค้ามีมูลค่าสูงมากหรือเรื่องของวันเวลาที่ค่อนข้างแน่นอน ของเรายังอ่อนอยู่เรื่องนี้

นอกจากนี้ยังได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความพร้อมด้านบุคลากรในศูนย์ประชุมไว้ด้วยว่า (ชาติ บริบูรณ์, ผู้ให้สัมภาษณ์, 26 ตุลาคม 2553)

...ด้านบุคลากรก็ยอมรับว่าหลาย ๆ ศูนย์หรือในโรงแรมใหญ่ ๆ หลายแห่งก็ค่อนข้างพร้อมในเรื่องนี้ มีคนที่สามารถสื่อสารและให้บริการลูกค้ากลุ่มไม่ซีได้ ซึ่งก็จะแตกต่างกันไปตามแต่ความเหมาะสมของสถานที่กับรูปแบบงานต่าง ๆ ในโรงแรมอาจจะเป็นรูปแบบงานประชุมขนาดเล็กหรือ Incentive เป็นส่วนใหญ่ ส่วนพวก Convention, Exhibition ก็ จะ Go ไปพวกศูนย์ประชุมมากกว่า

อีกทั้งยังได้ให้ข้อคิดเกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมของประชาชนในประเทศเพื่อให้สามารถรองรับงานไม่ซีไว้ดังนี้ (ชาติ บริบูรณ์, ผู้ให้สัมภาษณ์, 26 ตุลาคม 2553)

...ประเด็นสุดท้ายคือเรื่องความพร้อมของคนในประเทศที่จะรองรับงานไม่ซีต้องบอกว่าคนไทยส่วนใหญ่ยังสื่อสารภาษาอังกฤษไม่ได้ จะได้ก็พวกที่ทำงานในโรงแรม ศูนย์ประชุม หรือบริษัทอินเตอร์ต่าง ๆ แต่ลองนึกถึงเวลาที่ลูกค้าต่างชาติมาเมืองไทยเค้าไม่ได้ อยู่แค่ในโรงแรมหรือศูนย์ประชุมเท่านั้น เค้าก็มีเวลาว่างออกไปช้อปปิ้ง ท่องเที่ยว ซึ่งต้องพบเจอกับคนอีกหลาย ๆ ส่วน แล้วคนพวกนี้สามารถสื่อสารกับเค้าเข้าใจดีพอหรือยัง...

นอกจากนี้ ชาติ บริบูรณ์ (2553) ยังได้ให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาประเทศไปสู่การเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมไม่ซีว่าต้องเริ่มต้นที่การพัฒนาคนในประเทศก่อนเพื่อให้เกิดความพร้อมและความเข้าใจในอุตสาหกรรมไม่ซี รวมถึงพัฒนาด้านองค์ประกอบอื่น ๆ ที่จำเป็นต่อการรองรับงานในอุตสาหกรรมไม่ซีเพิ่มเติมด้วย

ด้าน Project & Creative Director ของ Upper Event (Thailand) มองว่าประเทศไทยยังไม่สามารถเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมไม่ซีได้ แม้ว่าจะมีความพร้อมด้านบุคลากร แหล่งท่องเที่ยว และเอกลักษณ์ความเป็นไทย แต่ยังคงขาดการวางแผนและการจัดการที่ดี พร้อมทั้งยกตัวอย่างประเทศที่เป็นแบบอย่างด้าน MICE Center ไว้ดังนี้ (อมรเทพ สีชีวัฒน์, ผู้ให้สัมภาษณ์, 9 มกราคม 2554)

...ประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้คิดว่าสิงคโปร์และฮ่องกงเป็นแลนด์มาร์คของไมซ์ ด้วยสิงคโปร์ได้วางรากฐานของไมซ์มาเป็นระยะเวลานาน คือในสิงคโปร์เอง ก็สามารถสร้างเป็น MICE Center ที่ครบวงจรได้ มีทั้งโรงแรม มีทุกอย่างเชื่อมต่อกัน พร้อมรับงานไมซ์ที่ประเทศไทยสู้ไม่ได้ เช่นเดียวกันกับฮ่องกง ความมีเสน่ห์ของการเป็นแหล่งช้อปปิ้งของสถานที่ท่องเที่ยว ทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกทุกอย่างพร้อมรองรับกลุ่มไมซ์ปัจจุบันที่ประเทศไทยยังแพ้อยู่ก็น่าจะเป็นสิงคโปร์กับฮ่องกง น่าจะเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับประเทศไทยได้

โดยคุณอมรเทพได้กล่าวถึงการสูญเสียโอกาสของประเทศไทยในการพัฒนาประเทศไปสู่การเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาคไว้ว่า (อมรเทพ สีชีวัฒน์, ผู้ให้สัมภาษณ์, 9 มกราคม 2554)

...ต้องบอกว่าในอดีตถ้าประเทศไทยพัฒนาอย่างจริงจัง ประเทศไทยจะมีความได้เปรียบมากกว่าสิงคโปร์ ฮ่องกงอยู่หลาย ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยว เสน่ห์ของความเป็นไทย ในแง่ของเซอร์วิส ในเรื่องของการจัดการต่าง ๆ ความเป็นไทยน่าจะนำ น่าจะชนะสิงคโปร์และฮ่องกงได้ไม่ยาก หากทำจริง ๆ และก็ฝึกฝนอย่างเป็นระบบจริง ๆ ถ้ามองว่าอีกกี่ปี ขึ้นอยู่กับความพร้อมโดยภาพรวม อันนี้ตอบไม่ได้ สิ่งเกิดจากงานหลาย ๆ งาน ที่ไป Pitching ระดับสากลระดับนานาชาติจะแพ้ 2 ประเทศนี้ด้วยความพร้อมอย่างเดียว ความพร้อมในที่นี้คือเรื่องของการจัดการ Management ทุดง่าย ๆ คือการจัดเตรียมทุกอย่างให้พร้อม กับไมซ์ ไม่ว่าจะเรื่องของ Facility ต่าง ๆ เรื่อง Infrastructure ต่าง ๆ

นอกจากนี้ยังได้เสนอแนะแนวทางการแข่งขันกับต่างประเทศด้วยการขยายอุตสาหกรรมไมซ์ไปยังหัวเมืองต่างจังหวัด ซึ่งประเทศไทยมีความได้เปรียบด้านแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามและได้รับความนิยมจากชาวต่างชาติ ดังความคิดเห็นต่อไปนี้ (อมรเทพ สีชีวัฒน์, ผู้ให้สัมภาษณ์, 9 มกราคม 2554)

...การขยายตัวของไมซ์ออกต่างจังหวัด ซึ่งมีโอกาสเติบโตได้สูงกว่าทั้งในเรื่องสถานที่ สถานที่ท่องเที่ยว หรืออะไรก็ตาม ที่มันพร้อมรองรับ แน่นนอนว่าการขยายเมืองหรือขยายไปสู่อำเภอต่าง ๆ ได้เปรียบกว่าที่จะไปสู้กับต่างประเทศได้ เพราะเรามีบางอย่างในแง่ของ

ต่างจังหวัดที่ต่างประเทศสู้ไม่ได้ ในขณะที่ในเมืองในกรุงเทพฯมีข้อจำกัดหลายอย่างที่เรายังสู้เค้าไม่ได้เหมือนกัน หลายสถานที่ในเมืองไทยเป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวอยู่แล้วแน่นอนว่ากลุ่มเป้าหมายของไมซ์คือนักท่องเที่ยวเชิงธุรกิจซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวเช่นกัน ดังนั้นในส่วนหนึ่งที่มีวิวทิวทัศน์สวยอยู่แล้ว เช่น ภูเก็ต ที่มีสถานที่อยู่แล้ว เช่น เชียงใหม่ ที่ Popular ในสายตานักท่องเที่ยวอยู่แล้ว การมาเพิ่มบทบาทในเรื่องของธุรกิจไมซ์ก็น่าจะเป็นความได้เปรียบอยู่แล้ว คืออาจจะไม่ต้องหาสถานที่ใหม่ ไปสร้างอะไรใหม่ ๆ แต่ว่าหัวเมืองต่าง ๆ ของประเทศไทยไม่ว่าจะเชียงใหม่ ภูเก็ต เค้ามีความพร้อมจริง ๆ ในแง่ของการพัฒนาเป็น MICE City

ด้าน Operation Manager อิมแพค เมืองทองธานี ให้ความเห็นที่แตกต่างจากผู้ให้ข้อมูลหลักคนอื่น ๆ โดยประเมินว่าประเทศไทยมีศักยภาพที่จะเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับโอกาส อย่างไรก็ตามยังคงต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องด้วย ทั้งนี้ได้ยกตัวอย่างประเทศที่มีโอกาสพัฒนาด้านอุตสาหกรรมไมซ์ให้เห็นด้วย (เกรียงไกร ธวัชชัย, ผู้ให้สัมภาษณ์, 15 มกราคม 2554)

...ประเทศไทยพร้อมที่จะเป็น MICE Center ของเราเองไม่น้อยหน้าใคร ในเรื่องของพื้นที่ต่าง ๆ แต่ยังคงมีการพัฒนาต่อไป อย่างบางประเทศมีเรื่องของการใช้พื้นที่ เน้นที่ทันสมัย ใหญ่ขึ้น หรืออะไรหลาย ๆ อย่าง ก็ทำให้เค้าได้เปรียบ เช่น จีนที่ผ่านมามีอะไรที่ทำให้เค้าได้พัฒนาหรือเห็นอะไรมาเยอะ ก็มีโอกาสพัฒนาตรงนั้นอยู่แล้ว ถ้าเรามีโอกาสอย่างนั้น เรายังจะดึงกลับเข้ามาเหมือนกัน...

ด้านผู้จัดการฝ่ายพัฒนาบุคลากรไมซ์ ของ สสป. มีความเห็นที่สอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่ โดยมองว่าประเทศไทยยังเป็นรองประเทศจีนและญี่ปุ่น และมีคู่แข่งที่สำคัญคือ สิงคโปร์ พร้อมทั้งให้ความเห็นว่า (พัฒนชัย สิงหะวาระ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 8 กุมภาพันธ์ 2554)

...ถ้าเทียบศักยภาพของเมืองไทยกับภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้หรือเอเชียเองในเรื่องของคนอาจวัดได้ลำบาก เราจะวัดในเรื่องของความสามารถในการจัดงานเป็นหลัก เราเป็นอันดับ 2 อันดับ 3 ของเอเชีย ญี่ปุ่นกับจีนไปไกลไม่ต้องพูดถึงแล้ว เพราะจีนเค้าก็จัดภายในประเทศเค้าตั้งเท่าไร ญี่ปุ่นเองก็ไม่เคยออกไปจัดเค้าก็จัดในประเทศของเค้า

อย่างเดียว ซึ่งสองประเทศนี้หลุดไปเลยจาก Rank เราสู้เค้าไม่ได้ เราจะเป็น 3 หรือ 4 สลับกับสิงคโปร์

ในขณะที่ สสปน. ได้ทำการประชาสัมพันธ์ให้องค์กรธุรกิจและประชาชนเห็นความสำคัญ ของอุตสาหกรรมไมซ์อย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งได้เตรียมความพร้อมด้านบุคลากรภายในประเทศด้วย การจัดหลักสูตร MICE Education โดยสร้างความร่วมมือกับองค์กร หน่วยงาน และ สถาบันการศึกษาต่าง ๆ เพื่อเพิ่มศักยภาพของบุคลากรในการรองรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์ควบคู่ กันไปด้วย รวมถึงการกำหนดนโยบายเชิงรุกและแผนการประชาสัมพันธ์ประเทศไทยให้เป็นที่รู้จัก ของนานาชาติโดยเน้นที่การสร้างเชื่อมั่นและการเพิ่มมูลค่าของสิ่งที่ลูกค้าจะได้รับเมื่อมา จัดกิจกรรมไมซ์ในประเทศไทย โดยอธิบายไว้ดังนี้ (พัฒนาชัย สิงหะวาระ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 8 กุมภาพันธ์ 2554)

...ในส่วนงานของ สสปน. เองที่มีการไป Road Show จัด Trade SME หรือ Trade Show ทั่วโลก เพื่อประชาสัมพันธ์ประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักในฐานะ MICE Center อย่างเช่น ที่ ประเทศสเปน อังกฤษ เยอรมัน ฝรั่งเศส สิ่งที่เราไปขายเค้าคือหนึ่ง เราขาย Destination ประเทศไทยมี Infrastructure อะไรบ้าง ถ้าพูดได้ความสำคัญเลย ในเรื่องของบุคลากร เป็นสิ่งที่เน้นน้อยที่สุด สองเราขายในแง่ของ Infrastructure สถานที่ ในแง่ของความ พร้อมของโรงแรม แพคเกจเป็นหลัก เช่น หนึ่งหากคุณมาจัดงานที่นี่คุณจะได้โปรโมชั่น นอนฟรีที่คืน คือเราจะไม่พูดถึงเรื่องของศักยภาพบุคลากร แต่จะพูดในแง่ของความพร้อม ของโรงแรมห้าดาว ซึ่งบุคลากรต้องได้รับการ Training ระดับหนึ่งอยู่แล้ว เราขาย Destination เป็นหลัก ไม่ได้ขายคนอยู่แล้ว แต่ลูกค้าจะ Assume ได้เองว่าโรงแรมที่เป็น International Five Star บุคลากรก็ต้องมีศักยภาพพอสมควร หรืองานที่เป็น International อย่างงาน Herbal Life คนมา 30,000 คน เราไปขายต่างประเทศว่าเราเคย รับงาน 30,000 คนมาแล้ว แสดงว่าบุคลากรเราจัดงานในระดับนี้ได้ก็ต้องมีความสามารถระดับหนึ่ง คือเราไม่ได้ขายตรง ๆ เราขายในแง่ของความพร้อมในสิ่งที่เรามี เรื่องของคนคงเป็นระดับล่าง ๆ เลย

นอกจากนี้ ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาศักยภาพบุคลากรไมซ์ ยังให้ความเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับ ทิศทางการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย โดยเน้นจุดขายเรื่องโครงสร้างพื้นฐานและการ

เป็นสถานที่เป้าหมาย (Destination) ของการจัดกิจกรรมไมซ์มากกว่าจุดหมายด้านความพร้อม ของบุคลากรไว้ว่า (พัฒนชัย สิงหะวาระ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 8 กุมภาพันธ์ 2554)

...ส่วนเรื่องของเอกลักษณ์ ความมีน้ำใจ ยิ้มแย้มแจ่มใสของคนไทย นำมาเป็นจุดหมายได้ยาก เพราะว่าธุรกิจไมซ์เป็น Business ที่เน้น Perception เป็นหลัก ไม่เหมือนการท่องเที่ยว ท่องเที่ยวบางที่เราขาย Destination ยิ้มแย้มแจ่มใส คนก็อยากจะมาท่องเที่ยว แต่ไมซ์ถ้ายังเป็น Exhibition ค่อนข้างจะเป็น Business Deal เลย เช่น สมมติคุณมางานไบเทคแล้วคุณจะได้เจอใครบ้าง คำดู List คนมางานเลยว่าคุณจะมาเจอลูกค้าที่มีความสำคัญระดับไหน สิ่งที่เราต้องทำคือดึงคนที่เป็นคีย์ของแต่ละอุตสาหกรรมมาให้ได้ เช่น ธุรกิจท่องเที่ยวต้องเชิญผู้ประกอบการท่องเที่ยวระดับโลกมาให้ได้ทั้งหมด เพื่อจะดึงคนให้เข้ามาอีก เพราะทุกคนอยากมาเจอพวกคีย์กลุ่มนี้ ต้องเชิญคนเหล่านั้นมาให้ได้ ซึ่งถ้าพูดถึงเรื่องรอยยิ้ม ผมว่าน้อย หรืองานที่เป็นงานประชุม Convention ก็ตาม เราคงไม่ขายในแง่ของการท่องเที่ยวมาก เพราะเราขายในแง่ของ Function เราขายในแง่ของความพร้อมของการจัดงาน การต้อนรับ Delegates ทำอย่างไร มีรถนำขบวนหรือเปล่า อะไรพวกนี้เป็นหลัก ตัวที่ตามมาคือมัน Valuable กับค่ามั้ย มันคุ้มค่าเงินของค่ามั้ยในการมาเที่ยวต่ออีกสองสามวันเทียบกันเลย สมมติมาไทยเสียหัวละ 1,000 เหรียญต่อคืน ไปอินเดีย 1,200 เหรียญ เมืองไทยดีกว่า คือเราไม่ได้เน้นการท่องเที่ยวมาก เราเน้น Financial เป็นหลัก

โดยสรุปแล้ว ผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่มองว่าประเทศไทยยังไม่พร้อมสำหรับการเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE Center) ในภูมิภาคนี้ โดยเป็นรองประเทศจีน ญี่ปุ่น และสิงคโปร์ ด้วยปัจจัยความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน การให้บริการอย่างมืออาชีพ และความพร้อมของประชาชนในประเทศ อย่างไรก็ตามผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่ได้ให้ความเห็นว่าประเทศไทยก็มีศักยภาพที่จะรองรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์ได้ โดยเฉพาะความพร้อมด้านสถานที่ อันได้แก่ศูนย์ประชุมขนาดใหญ่ในกรุงเทพมหานครและเมืองท่องเที่ยวในภูมิภาคต่าง ๆ เช่น ภูเก็ต เชียงใหม่ พัทยา เป็นต้น นอกจากนี้ประเทศไทยยังมีศักยภาพด้านแหล่งท่องเที่ยวที่งดงาม หลากหลาย วัฒนธรรมไทยที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น ซึ่งเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศและดึงดูดความสนใจของชาวต่างชาติให้เลือกประเทศไทยเป็นสถานที่จัดกิจกรรมไมซ์ได้เช่นกัน ดังนั้นการส่งเสริมและพัฒนาประเทศไทยให้ก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมไมซ์ใน

ภูมิภาคยังคงจำเป็นต้องได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนจากทุกภาคส่วนอย่างต่อเนื่อง และที่สำคัญคือการเตรียมความพร้อมของคนในชาติให้เข้าใจอุตสาหกรรมไมซ์และพร้อมให้บริการแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ได้อย่างน่าประทับใจด้วย

จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักทั้ง 3 กลุ่ม ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มที่หนึ่ง คือ ผู้แทนจากศูนย์ประชุมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ซึ่งสะท้อนมุมมองของผู้ให้บริการด้านสถานที่ในการจัดกิจกรรมไมซ์ กลุ่มที่สอง คือ ผู้แทนจาก Event Organizer ซึ่งให้มุมมองในฐานะผู้ใช้บริการในศูนย์ประชุม และกลุ่มที่สาม คือ ผู้แทนจากสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ซึ่งให้มุมมองในฐานะผู้กำกับดูแลและส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย โดยผู้ให้ข้อมูลหลักทั้ง 3 กลุ่ม มีความคิดเห็นที่สอดคล้องและแตกต่างกันไปตามประเด็นที่อธิบายไว้ข้างต้น ซึ่งสามารถตอบคำถามวิจัยตามที่ได้ศึกษาได้ตั้งไว้ และค้นพบข้อมูลที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัยเรื่องความพร้อมด้านบุคลากรของศูนย์ประชุมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลต่อการรองรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์ต่อไป

