

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัย เรื่อง "การศึกษาความต้องการสมรรถนะของบุคลากรในอุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของประเทศไทย" ผู้วิจัยได้ศึกษาทฤษฎี หลักการแนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้ในการวิจัยแบ่งออกเป็น 6 ส่วน และมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 แนวคิดเกี่ยวกับแรงงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ

ส่วนที่ 2 แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (MICE)

ส่วนที่ 3 ทฤษฎีและแนวคิดในเรื่องสมรรถนะ (Competence)

ส่วนที่ 4 แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของบุคลากรในอุตสาหกรรมบริการ

ส่วนที่ 5 ทฤษฎีและแนวคิดในเรื่องการบริหารทรัพยากรมนุษย์

ส่วนที่ 6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ส่วนที่ 1 แนวคิดเกี่ยวกับแรงงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ

1. ความหมายของแรงงาน

นักวิชาการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ให้ความหมายของแรงงาน ในลักษณะต่าง ๆ กัน สรุปได้ดังนี้

สุมาลี ปิตยานนท์ (2535, หน้า 1) กล่าวว่า แรงงาน หมายถึง กำลังกายและกำลังความคิดของมนุษย์ในการประกอบกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ซึ่งอาจหมายถึงคนในวัยทำงานทั้งหมดที่เป็นกำลังแรงงาน (Labor Force) หรืออาจหมายถึงจำนวนวันหรือชั่วโมง (man-day หรือ man-hour) ที่คนจะทำงานได้ในระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง ซึ่งสามารถเปลี่ยนแปลงในทางที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงในระยะเวลาอันสั้นได้

พจนานุกรมไทยฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2542) กล่าวว่า แรงงาน หมายถึง บุคคลที่กำลังทำงานและหางานทำ แต่ไม่รวมผู้ที่อยู่ในสภาพที่ทำงานไม่ได้ เพราะร่างกายและจิตใจไม่สมประกอบ หรือผู้อยู่ในสถานะ นักเรียน นักศึกษา แม่บ้าน นักบวช ทหาร และผู้ประกอบกิจการเพื่อหากำไร

วันรักษ์ มิ่งมณีนาคน (2545, หน้า 3) กล่าวว่า แรงงาน หมายถึง ทรัพยากรมนุษย์ หรือ ทูมนมนุษย์ ได้แก่ แรงกาย แรงใจ ตลอดจนสติปัญญา ความรู้ ความคิด ที่มนุษย์ทุ่มเทให้แก่การผลิตสินค้าและบริการ โดยไม่รับแรงงานจากสัตว์

กระทรวงแรงงาน (2554ก, หน้า 5-1) กล่าวว่า แรงงาน หมายถึง กำลังแรงงาน ซึ่งเป็นบุคคลที่อายุ 15 ปีขึ้นไป เป็นผู้มีงานทำ ผู้ว่างงาน และผู้รอฤดูกาลทำงาน ทั้งในและนอกระบบ

พจนานา วไล (2554) กล่าวว่า แรงงาน หมายถึง การทำงานทุกชนิดของมนุษย์ทั้งที่ใช้แรงงาน สติปัญญาความสามารถ และแรงกายแรงใจที่ทุ่มเทในการผลิตสินค้าและบริการ โดยแบ่งเป็น แรงงานฝีมือ เช่น วิศวกร นักวิชาการ แรงงานกึ่งฝีมือ เช่น ช่างเทคนิค เสมียน และแรงงานไร้ฝีมือ เช่น กรรมกรแบกหาม ยาม นักการภารโรง โดยมีผลตอบแทนคือ ค่าจ้าง

เสาวณี จันทะพงษ์ และศลิษา อังศรีประเสริฐ (2553, หน้า 2) กล่าวว่า แรงงาน หมายถึง ทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณสมบัติตามที่ผู้ประกอบการต้องการ ทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพ โดยใช้ระดับการศึกษาเป็นเกณฑ์ ซึ่งสามารถแบ่งได้ 3 ระดับ คือ

แรงงานฝีมือ (Skilled Labor) หมายถึง แรงงานที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป

แรงงานกึ่งฝีมือ (Semi-skilled Labor) หมายถึง แรงงานที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย และสูงกว่า รวมถึง ปวช. และปวส.

แรงงานไร้ฝีมือ (Unskilled Labor) หมายถึง แรงงานที่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและต่ำกว่า

สรุปตามความเห็นของผู้วิจัย แรงงาน คือ บุคคลที่ใช้กำลังทางด้านความคิด สติปัญญาทักษะ ความสามารถ และร่างกายที่มีความแตกต่างกันไปของแต่ละบุคคล ในการดำเนินกิจกรรมและ/หรือปฏิบัติงานได้สำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ของผู้ประกอบการและงานก่อให้เกิดเป็นสินค้าและ/หรือบริการ โดยหวังผลตอบแทนที่เป็นตัวเงินและมีใช้ตัวเงินจากผู้ประกอบการ

2. กำลังแรงงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ ช่วงปี 2554 – 2556

เนื่องจากอุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เป็นธุรกิจแขนงหนึ่งในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2547, หน้า 61-63) จึงทำให้ผู้วิจัยสามารถนำข้อมูลสถิติจำนวนแรงงานที่อยู่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 - 2554 และการประมาณการกำลังแรงงานที่กำลังจะเข้าสู่ตลาดแรงงานท่องเที่ยวและบริการจากจำนวนสถิติผู้จบการศึกษาในปีการศึกษา 2554 - 2556 มาเทียบเคียงข้อมูลกำลังแรงงานที่อยู่ในอุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ได้ดังนี้

จากการรวบรวมข้อมูลจากวารสารรายงานประจำปีของสำนักบริหารแรงงานต่างด้าว และสำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน ในช่วงระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา (2550 -2554) พบว่าจำนวนแรงงานที่อยู่ในภาคอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวมีถึง 22.71 ล้านคน โดยเป็นแรงงานไทย 22.47 ล้านคน และเป็นแรงงานต่างด้าวทั้งถูกกฎหมายและผิดกฎหมาย 24,010 คน และกระทรวงแรงงาน (2554ข, หน้า 9-14) สํารวจจำนวนผู้สำเร็จการศึกษาในช่วงตั้งแต่ปีการศึกษา 2554-2556 สาขาอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว ทั้งในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) และระดับปริญญาตรี และคาดการณ์ประมาณผู้เข้าสู่ตลาดแรงงานในอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว จำนวน 9,754 คน ดังแสดงไว้ในตาราง 2-3 ดังนี้

ตาราง 2 จำนวนแรงงานไทยและต่างด้าวในอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว

ประเภทแรงงาน	ปี พ.ศ.					
	2550	2551	2552	2553	2554	รวม
แรงงานไทย (ล้านคน)	2.4	2.43	2.64	2.65	12.35	22.47
แรงงานต่างด้าว (คน)	ถูกกฎหมาย	4,265	4,173	3,424	3,634	10,936
	ผิดกฎหมาย	1,915	2,096	1,935	2,568	4,692
รวมทั้งสิ้น	22,509,638					

ที่มา: รวบรวมวิเคราะห์ข้อมูลจากวารสารรายงานประจำปีของสำนักบริหารแรงงานต่างด้าวและสำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2550 -2554

เมื่อพิจารณาสถิติจำนวนแรงงานไทยและแรงงานต่างด้าวในอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยวเปรียบเทียบปี พ.ศ. 2550-2554 จะเห็นได้ว่าแรงงานไทยและแรงงานต่างด้าวมีจำนวนที่เพิ่มขึ้น – ลดลงเล็กน้อยในปี พ.ศ. 2550 – 2553 แต่ในปี พ.ศ. 2554 พบว่าจำนวนแรงงานไทยและต่างด้าวเพิ่มจำนวนมากกว่า 10 เท่าของปีที่ผ่านมา โดยแรงงานไทยมีจำนวนถึง 12,350,000 คน แรงงานต่างด้าวถูกกฎหมายมีจำนวนถึง 10,936 คน และแรงงานต่างด้าวผิดกฎหมายมีจำนวนถึง 4,692 คน เนื่องจากในปี พ.ศ. 2554 เป็นปีสืบเนื่องที่กลุ่มอาเซียนเปิดเสรีทางการค้าในสาขาบริการ โดยเฉพาะสาขาการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2553 (สำนักเศรษฐกิจอุตสาหกรรมระหว่างประเทศ, 2554)

ตาราง 3 ประมาณการผู้เข้าสู่ตลาดแรงงานระดับอาชีวศึกษา ปีการศึกษา 2554 – 2556
จำแนกตามระดับการศึกษา

หน่วย: คน

ลำดับ	ประเภทวิชา	ปวช.			ปวส.	
		ปี 2554	ปี 2555	ปี 2556	ปี 2555	ปี 2556
1	เกษตรกรรม	1,121	1,109	1,485	2,878	1,758
2	คหกรรม	1,029	1,025	1,370	897	704
3	เทคโนโลยีสารสนเทศและ การสื่อสาร	-	-	-	1,269	1,099
4	พาณิชยกรรม/บริหารธุรกิจ	12,073	14,571	13,857	26,149	20,659
5	ประมง	97	65	103	286	252
6	ศิลปกรรม	748	732	1,385	437	435
7	อุตสาหกรรม	20,747	17,056	22,903	33,173	26,150
8	อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	791	945	1,249	990	753
9	วิทยาศาสตร์และ เทคโนโลยี	-	-	-	130	107
10	ศิลปศาสตร์	-	-	-	5	-
11	อุตสาหกรรมสิ่งทอ	20	15	26	-	-
รวมทั้งสิ้น		153,633	136,403	177,759	136,746	107,221

ที่มา: คัดลอกบางส่วนจาก ข้อมูลผู้สำเร็จการศึกษาและประมาณการผู้เข้าสู่ตลาดแรงงานปี 2555
กระทรวงแรงงาน, หน้า 12

จากตารางประมาณการผู้เข้าสู่ตลาดแรงงานระดับอาชีวศึกษาปีการศึกษา 2554 – 2556 พบสถิติจำนวนผู้เข้าสู่ตลาดแรงงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจำนวนทั้งสิ้น 4,728 คน โดยแบ่งเป็นระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ในปี 2554 จำนวน 791 คน ในปี 2555 มีจำนวน 945 คน และในปี 2556 มีจำนวน 1,249 คน และระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ในปี 2555 มีจำนวน 990 คน และในปี 2556 มีจำนวน 753 คน

ตาราง 4 ประมาณการผู้เข้าสู่ตลาดแรงงานระดับปริญญาตรีปีการศึกษา 2554 – 2556

หน่วย : คน

ลำดับ	คณะ/วิชา	ปริญญาตรี		
		ปี 2554	ปี 2555	ปี 2556
37	ศิลปกรรม/ศิลปกรรมศาสตร์	4,105	3,152	3,821
38	ศิลปศาสตร์	14,450	13,198	16,443
39	ครุศาสตร์/ศึกษาศาสตร์	20,465	18,868	29,514
40	เศรษฐศาสตร์	3,859	3,563	3,655
41	สถาปัตยกรรมศาสตร์	2,048	2,683	2,746
42	สหเวชศาสตร์	1,055	873	1,467
43	สัตวแพทยศาสตร์	266	659	616
44	สาธารณสุขศาสตร์	1,418	1,893	2,781
45	สารสนเทศศาสตร์	468	324	559
46	อักษรศาสตร์	1,054	806	903
47	อุตสาหกรรมศาสตร์	7,619	7,117	7,311
48	อุตสาหกรรมการเกษตร	1,695	1,353	1,539
49	อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	1,565	1,699	1,762
50	อุตสาหกรรมบริการ	836	747	766
51	อื่นๆ	952	879	944
รวมทั้งสิ้น		314,865	283,869	349,823

ที่มา: คัดลอกบางส่วนจาก ข้อมูลผู้สำเร็จการศึกษาและประมาณการผู้เข้าสู่ตลาดแรงงานปี 2555
กระทรวงแรงงาน, หน้า 14

จากตารางประมาณการผู้เข้าสู่ตลาดแรงงานระดับปริญญาตรีปีการศึกษา 2554 – 2556 พบสถิติจำนวนผู้เข้าสู่ตลาดแรงงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจำนวนทั้งสิ้น 5,026 คน โดย ในปี 2554 จำนวน 1,565 คน ในปี 2555 มีจำนวน 1,699 คน และในปี 2556 มีจำนวน 1,762 คน

เมื่อพิจารณาแรงงานที่อยู่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวดังตาราง 1 ที่มีแรงงานอยู่ในอุตสาหกรรมอยู่แล้วทั้งสิ้น 22,509,638 คน และแรงงานที่กำลังจะก้าวเข้าสู่ตลาดแรงงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จากปริมาณนักศึกษาที่จบในปีการศึกษา 2554 – 2556 สาขาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) และปริญญาตรี ดังตาราง 2 และ 3 มีจำนวนทั้งสิ้น 9,754 คน เมื่อรวมกันแล้วในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะมีแรงงานจำนวน 22,519,392 คนภายในปี พ.ศ. 2555 ซึ่งเป็นแรงงานที่เกินความต้องการ และจากผลการสำรวจความต้องการแรงงานของอุตสาหกรรมบริการในช่วงปี พ.ศ.2553-2557 พบว่าในปี พ.ศ. 2553 มีความต้องการแรงงานจำนวน 15.4 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2554 มีความต้องการแรงงานจำนวน 15.8 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2555 มีความต้องการแรงงานจำนวน 16.3 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2556 มีความต้องการแรงงานจำนวน 16.7 ล้านคน และในปี พ.ศ. 2557 มีความต้องการแรงงานจำนวน 17.1 ล้านคน (กระทรวงแรงงาน, 2554ก, หน้า 144) ดังนั้นประเทศไทยมิได้ขาดแคลนแรงงานเชิงปริมาณ แต่การวิจัยของกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน (2548) พบการขาดแคลนแรงงานเชิงคุณภาพ อาทิ ทักษะการสื่อสารและการใช้ภาษาอังกฤษอย่างมีประสิทธิภาพ การประสานงาน การเจรจาต่อรอง การคิดเชิงสร้างสรรค์นวัตกรรม การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าและการตัดสินใจ การวางแผน การตลาด การคิดเชิงกลยุทธ์ การมีจิตบริการ (Service Mind) การทำงานเป็นทีม และเป็นมืออาชีพระดับสากล เป็นต้น

ผู้วิจัยได้ข้อมูลสนับสนุนและพบปัญหาการขาดแคลนแรงงานเชิงคุณภาพในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ ทำให้ได้แนวคิดการทำวิจัยถึงประเด็นความสำคัญในความต้องการและการขาดแคลนแรงงานเชิงคุณภาพ ในอุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เนื่องจากอุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเป็นแขนงหนึ่งในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีแรงงานส่วนหนึ่งเป็นแรงงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้วย อาทิ สถานที่จัดงาน (Venue) ประเภทจัดการประชุม และ/หรือนิทรรศการในโรงแรม แรงงานส่วนหนึ่งจะมาจากการปฏิบัติงานของพนักงานโรงแรม เป็นต้น ซึ่งตำแหน่งงานอยู่ในส่วนของโรงแรม แต่ผลของการปฏิบัติงานส่งผลต่อ อุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล จึงอนุมานได้ว่าอุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ก็ขาดแคลนแรงงานเชิงคุณภาพด้วยเช่นกัน และจำเป็นต้องศึกษาให้ตรงกับความต้องการของผู้ประกอบการ จึงจะเสริมสร้างมาตรฐานคุณภาพให้แก่อุตสาหกรรมนี้ได้จริง

ส่วนที่ 2 แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (MICE)

อุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล มีพัฒนาการมาจากธุรกิจนำเที่ยวที่เสนอบริการลักษณะพิเศษในการเป็นตัวกลางจัดประชุม ทั้งแบบการจัดประชุมแบบพบปะ และการจัดประชุมขนาดใหญ่ (Meetings & Conventions) การจัดแสดงสินค้า และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เริ่มปรากฏการบันทึก และมีรูปแบบอย่างชัดเจนในภูมิภาคยุโรป ช่วงคริสต์ศตวรรษที่ 18-19 และได้รับความนิยมไปทั่วโลก วิวัฒนาการของการประชุมเริ่มมาจากการประชุมกองเกรสเวียนนาในปี ค.ศ. 1814 -1815 การจัดงานนิทรรศการเริ่มมาจากการพัฒนาอุตสาหกรรม ทำให้ต้องมีการแนะนำสินค้าใหม่ๆ ให้ผู้บริโภคได้รู้จักจึงมีการจัดงานแสดงสินค้า ตั้งแต่ศตวรรษที่ 18 ที่ประเทศอังกฤษ นิทรรศการแสดงสินค้านานาชาติที่มีชื่อเสียงทั่วโลก คือ London's Crystal Palace ซึ่งเป็นสถานที่ที่สร้างจากกระจก จึงเป็นที่รู้จักในนามของ "วังกระจก" จุดประสงค์เพื่อใช้เป็นสถานที่สำหรับการแสดงนิทรรศการที่ยิ่งใหญ่ในสมัยนั้น ส่วนการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เริ่มพัฒนารูปแบบมาจาก การให้รางวัลแก่พนักงานขายของบริษัทที่สามารถทำยอดขายได้ตามกำหนด สำหรับการท่องเที่ยวที่นำมาใช้เป็นรางวัลเพื่อจูงใจการปฏิบัติงานนั้น The Society of Incentive & Travel Executives (SITE) ได้ระบุว่า การจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล อย่างเป็นรูปแบบได้ถูกจัดขึ้นครั้งแรกโดย NCR Corporation ในช่วง ค.ศ. 1900 โดยร่วมกับโรงแรม พลาซ่า ในกรุงนิวยอร์ก เสนอโปรแกรมท่องเที่ยวสุดสัปดาห์ในนิวยอร์ก (Weekend in New York) ให้แก่พนักงานระดับสูงของบริษัท และเริ่มเติบโตอย่างรวดเร็วหลัง ค.ศ. 1960 เนื่องจากมีการขยาย การขนส่งทางอากาศ โดยเฉพาะเครื่องบินไอพ่น ทำให้การเดินทางจากสหรัฐอเมริกาไปยังภูมิภาค ยุโรปสามารถทำได้ง่ายขึ้น สำหรับอุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในประเทศไทยระดับนานาชาติไม่ปรากฏว่าเกิดขึ้นครั้งแรกเมื่อใด มีเพียงบันทึกว่าปี พ.ศ. 2508 สมาคมสุขภาพจิตแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์เป็นองค์กรแรกที่ได้รับเกียรติ ให้จัดประชุมระดับโลก การประชุมนานาชาติของไทยเริ่มเกิดขึ้นอย่างเป็นรูปแบบสากลในปี พ.ศ. 2520 เป็นต้นมา (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2554, หน้า 7-12; รชพร จันทรสว่าง, 2546, หน้า 53-55)

1. ความหมายของการจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

Pacific Asia Travel Association (2011, pp. 1-2) อธิบายว่า

Meeting คือ การรวมตัวกันเพื่อประชุมสัมมนา ปรีกษาหารือ ให้คำแนะนำ การรวมตัว เพื่อกิจกรรมเฉพาะเพื่อจุดประสงค์บางอย่าง หรือเป็นการประชุมสามัญประจำปีของคณะกรรมการ เป็นต้น

Incentive คือ ส่วนหนึ่งของการประชุมสัมมนา เพื่อการตอบแทนผู้ที่ปฏิบัติหน้าที่ได้ตามเป้าหมาย โดยการท่องเที่ยวพักผ่อน

Conference คือ การประชุมแบบมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น ร่วมอภิปรายเพื่อหาข้อสรุปและข้อเท็จจริง มีการระบุวัตถุประสงค์อย่างชัดเจน และระยะเวลาในการประชุมอย่างชัดเจน

Exhibition คือ การจัดกิจกรรมแสดงสินค้าและบริการ จากภาคอุตสาหกรรมการผลิตต่างๆ

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (2554ก, หน้า 4) อธิบายว่า เป็นการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ ตามแต่จุดประสงค์ อาทิ ฝึกอบรม ท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล จัดแสดงสินค้า/นิทรรศการ เรียกโดยรวมว่า MICE (Meeting, Incentive, Convention and Exhibition) โดยอธิบายย่อได้ดังนี้

Meeting (M) การประชุมนานาชาติของกลุ่มบริษัทเอกชน โดยเป็นการประชุมของกลุ่มบุคคลหรือผู้แทนจากบริษัทเดียวกัน หรือบริษัทในเครือเดียวกัน

Incentive (I) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เป็นการจูงใจให้พนักงานทำงานได้ตรงตามเป้าหมายของบริษัท โดยบริษัทผู้ให้รางวัลเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมด

Convention (C) การประชุมของกลุ่มองค์กร โดยเป็นการรวมกัน หรือเรียกให้มารวมกันของกลุ่มบุคคล

Exhibition (E) การจัดงานแสดงสินค้า คือการแสดงผลงาน สินค้า ผลิตภัณฑ์ หรือกิจกรรมให้กลุ่มเป้าหมายชม โดยมีการจัดแสดงสินค้า มีวัตถุประสงค์หลักเชิงพาณิชย์ ให้ก่อเกิดการติดต่อซื้อขายระหว่างธุรกิจ (Business-to-Business: B2B)

ราณี อธิษัญกุล และจุฑามาศ วิศาลสิงห์ (2550, หน้า 32-49) อธิบายว่า การจัดประชุม (Meetings) การจัดประชุมขนาดใหญ่ (Convention/Congress) นิทรรศการหรือการจัดงานแสดงสินค้าขนาดใหญ่ (Exhibition/Expositions) และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive) สามารถย่อได้ว่า MICE ซึ่งในแต่ละกลุ่มจะมีความเกี่ยวข้องกัน เช่น อาจมีการจัดประชุมในระหว่างที่มีการเดินทางท่องเที่ยวที่ได้รับเป็นรางวัล หรือจัดแสดงสินค้าอาจจะมีการจัดประชุมควบคู่ไปด้วย

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2554, หน้า 4-7) อธิบายว่า อุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ตามความหมายของสมาคมส่งเสริมการประชุมกลุ่มประเทศอาเซียน (Asian Association of Convention and Visitor Bureaus: AACVB) คือ การ

จัดการประชุมองค์กร จัดประชุมนานาชาติ งานแสดงสินค้าและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เข้าไว้ด้วยกัน โดยมีการจัดการที่ดีสมบูรณ์แบบอย่างมืออาชีพ ทั้งด้านการบริการ ด้านสถานที่ ด้านการจัดประชุม

Meeting: M หมายถึง ธุรกิจการจัดประชุมขององค์กร ซึ่งเป็นการจัดประชุมของกลุ่มบุคคลในองค์กรเดียวกันหรือสมาคมเดียวกัน อาจจะจัดประชุมระดับนานาชาติ ระดับภูมิภาค ระดับชาติ หรือระดับภายในประเทศ โดยเป็นการประชุมเฉพาะกิจหรือวางแผนล่วงหน้า สามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

Association Meetings เป็นการประชุมเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลจากกลุ่มบุคคลภายในองค์กรหรือสมาคมเดียวกัน กลุ่มอาชีพหรือกลุ่มศาสนาเดียวกัน โดยทั่วไปจะมีการจัดสัมมนา กลุ่มย่อยหรือจัดนิทรรศการขนาดเล็ก โดยเฉลี่ยจะมีผู้เข้าร่วมประมาณ 100 คน นอกจากนี้ยังอาจมีการใช้คำอื่นแทนกันได้ อาทิ

Conference เป็นการประชุมที่มีผู้เข้าร่วมประชุมมาถกเถียงกัน เพื่อหาข้อเท็จจริงหรือแก้ปัญหาหรือปรึกษาหารือ แต่จะมีขนาดเล็กกว่า Association Meetings

Congress เป็นการประชุมที่มีผู้เข้าร่วมประชุมหลายร้อยหรือหลายพันคน จากกลุ่มประเทศเดียวกัน เช่น กลุ่มอาชีพ กลุ่มศาสนาเดียวกัน เป็นต้น จะพิจารณาในหัวข้อการประชุมที่มาจากการสนับสนุนของสมาชิกหรือองค์กรเท่านั้น จึงมักเป็นการประชุมนานาชาติ หรือระดับโลก

Seminar เป็นการประชุมที่มีผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง มีทักษะที่แตกต่างกัน แต่มีความสนใจเฉพาะทาง และมาร่วมกันเพื่ออบรมหรือเรียนรู้ตามวัตถุประสงค์นั้นๆ

Symposium เป็นการประชุมกลุ่มผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง โดยการเสนอผลงานจากผู้เชี่ยวชาญในหัวข้อนั้นๆ เพื่อให้ที่ประชุมพิจารณาให้ความเห็น

Corporate Meetings เป็นการประชุมของกลุ่มบุคคลที่มาจากองค์กรเดียวกันหรือเครือเดียวกัน อาจมาจากประเทศเดียวกัน ภูมิภาคเดียวกัน หรือหลายประเทศทั่วโลก มักเป็นการจัดโดยบริษัท จึงสามารถเลือกสถานที่จัดได้ โดยการสอบถามจากสมาชิก และไม่ต้องมีการประชาสัมพันธ์มาก เนื่องจากเป็นการประชุมของบริษัทเท่านั้น และมีขนาดเล็กกว่า Association Meetings โดยเฉลี่ยจะมีผู้เข้าร่วมประชุมประมาณ 50 คน

Government Meetings เป็นการประชุมของกลุ่มบุคคลหรือผู้แทนจากหน่วยงานราชการที่รัฐบาลประเทศนั้นๆเป็นผู้ดำเนินการ จึงสามารถเลือกสถานที่จัดได้โดยไม่ต้องสอบถามสมาชิก การจัดประชุมแบบนี้แบ่งออกได้เป็น 4 ลักษณะคือ

การประชุมขององค์กรระดับนานาชาติ (International Meetings) หมายถึง การประชุมที่มีผู้เข้าร่วมประชุมจากกิจการเดียวกัน เดินทางมาจากทวีปต่างๆตั้งแต่ 2 ทวีปขึ้นไป

การประชุมขององค์กรระดับภูมิภาค (Regional Meetings) หมายถึง การประชุมที่มีผู้เข้าร่วมประชุมจากกิจการเดียวกัน เดินทางมาจากประเทศต่างๆในทวีปเดียวกัน ตั้งแต่ 2 ประเทศขึ้นไป

การประชุมขององค์กรระดับชาติ (National Offshore Meetings) หมายถึง การประชุมที่มีผู้เข้าร่วมประชุมจากกิจการเดียวกัน เดินทางมาจากประเทศใดประเทศหนึ่งในทวีปต่างๆมาประชุมร่วมกัน และมีความเป็นไปได้ที่จะประชุมในต่างประเทศ หรือมาประชุมร่วมกันกับประเทศเจ้าภาพ

การประชุมขององค์กรภายในประเทศ (Domestic Meetings) หมายถึง การประชุมภายในประเทศที่มีผู้เข้าร่วมประชุมจากกิจการเดียวกันทุกสัญชาติที่มีถิ่นพำนักถาวรอยู่ภายในประเทศนั้น

Incentives: I หมายถึง การจูงใจเพื่อเป็นรางวัลแก่พนักงานหรือบุคคลที่สามารถดำเนินงานได้ตามเป้าหมายที่บริษัทวางไว้ โดยบริษัทผู้ให้รางวัลจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวทั้งหมด อาจใช้คำว่า Event แทนก็ได้ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

Individual Incentive หมายถึง การจูงใจเพื่อเป็นรางวัลแก่พนักงานรายบุคคล ซึ่งพนักงานแต่ละคนมีอิสระในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวได้ แต่มีจำกัดขอบเขต เช่น ต้องเป็นการท่องเที่ยวภายในประเทศเท่านั้น หรือเป็นการท่องเที่ยวเฉพาะประเทศเพื่อนบ้าน เป็นต้น

Group Incentives หมายถึง การจูงใจเพื่อเป็นรางวัลแก่พนักงานเป็นกลุ่ม ซึ่งเป็นรูปแบบของการให้รางวัลที่นิยมกันมาก โดยจะมีการวางแผนและเตรียมการมากกว่าประเภท Individual Incentive และมักไม่จำกัดขอบเขตในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นการให้บริการพนักงานกลุ่มใหญ่ จึงสามารถช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายได้ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลประเภทนี้สามารถแยกออกเป็น 3 กลุ่มย่อย คือ

User Incentives เป็นการเชิญผู้ใช้บริการหรือลูกค้าไปท่องเที่ยวฟรี เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของบริษัทและสร้างความจงรักภักดีต่อบริษัทในการซื้อและ/หรือใช้สินค้าและบริการของบริษัท

Channel Incentives เป็นการให้รางวัลเพื่อการท่องเที่ยวแก่ตัวแทนจำหน่ายที่ทำยอดขายได้ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

Inner Incentives เป็นการให้รางวัลเพื่อการท่องเที่ยวแก่พนักงานภายในบริษัทเอง

Conventions: C หมายถึง การประชุมนานาชาติของกลุ่มบุคคลต่างองค์กรในสายอาชีพเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลและความคิดเห็น โดยมีผู้เข้าร่วมประชุมประมาณ 800 คน ส่วนใหญ่จะเป็นการจัดของสมาคมระดับนานาชาติ และมีรูปแบบการจัดใน 2 ลักษณะ คือ

ลักษณะการจัดประชุมแบบหมุนเวียนตามประเทศสมาชิก มักใช้วิธีการเวียนตามตัวอักษร และตามภูมิภาค

ลักษณะการประชุมเพื่อเป็นประเทศเจ้าภาพในการจัดงาน ประเทศสมาชิกที่ต้องการเป็นเจ้าภาพจะส่งตัวแทนเข้าร่วมประชุมในสมาคม จึงต้องมีต้นทุนค่าใช้จ่ายสูง และมีระยะเวลาเตรียมงานนาน

Exhibitions: E หมายถึง การจัดแสดงสินค้าหรือบริการเพื่อขายให้แก่อุตสาหกรรมร้านค้า และผู้ซื้อ อาจจัดในระดับนานาชาติ ระดับภูมิภาค หรือ ระดับชาติ สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท คือ

Trade Show เป็นการจัดงานแสดงสินค้าสำหรับผู้ประกอบการ

Consumer Show เป็นการจัดงานแสดงสินค้าสำหรับผู้บริโภค อาจมีการจัดประชุมในหัวข้อเดียวกัน หรือเกี่ยวกับการแสดงสินค้าหรือนิทรรศการนั้นๆ

Trade and Consumer Show เป็นการจัดงานแสดงสินค้าสำหรับผู้ประกอบการและผู้บริโภครวมเข้าด้วยกัน

ทั้งนี้ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2554) ยังได้มีการเปรียบเทียบลักษณะระหว่างการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจทั่วไป (Leisure travel) กับการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจไมซ์ (MICE Travel) ไว้ดังนี้

ตาราง 5 การเปรียบเทียบลักษณะการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจทั่วไป
(Leisure travel) กับการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจไมซ์ (MICE Travel)

ประเด็นเปรียบเทียบ	การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน (Leisure travel)	การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจไมซ์ (MICE Travel)
1. ผู้สนับสนุนค่าใช้จ่ายใน การเดินทางท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยวเป็นผู้จ่ายเอง	นายจ้าง/บริษัทเป็นผู้จ่าย
2. ผู้เลือกสถานที่ท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยวเป็นผู้เลือกเอง	ผู้จัดการธุรกิจ ไมซ์เป็นผู้เลือก
3. ช่วงเวลาการท่องเที่ยว	ระหว่างวันหยุดสุดสัปดาห์ และวันหยุดประจำปี	ตลอดปี และจัดระหว่างวัน จันทร์-ศุกร์
4. ระยะเวลาสำหรับการ ท่องเที่ยว	วันหยุดติดต่อกันหลายวัน ควรรจองล่วงหน้าเป็นเดือน วันหยุดน้อย ควรรจอง ล่วงหน้า 2-3 วัน	การประชุมใหญ่ควรรจอง ล่วงหน้าเป็นปี
5. ประเภทของผู้เดินทาง	ทุกคนที่ต้องการท่องเที่ยว พักผ่อน	สมาชิกของหน่วยงาน หรือ ลูกจ้างของบริษัทที่ได้รับการ คัดเลือกให้เดินทางท่องเที่ยว
6. ประเภทของสถานที่ ท่องเที่ยว	แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์ สร้าง ฯลฯ	แหล่งท่องเที่ยวตามเมืองใหญ่ โดยเฉพาะในประเทศ อุตสาหกรรม

ที่มา: บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2554, หน้า 3

สรุปได้ว่า อุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ประกอบด้วยกิจกรรมหลัก คือ การประชุม การแสดงนิทรรศการ และการท่องเที่ยวที่ได้มาจากการให้รางวัลแก่พนักงาน โดยมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนจากผู้จัดหรือเจ้าภาพ

2. ความสัมพันธ์ของอุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัลกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประกอบด้วยอุปสงค์ และอุปทานของการท่องเที่ยว ซึ่งมีทั้งจุดหมายปลายทาง สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และธุรกิจบริการหลายประเภท เพื่อตอบสนองความ

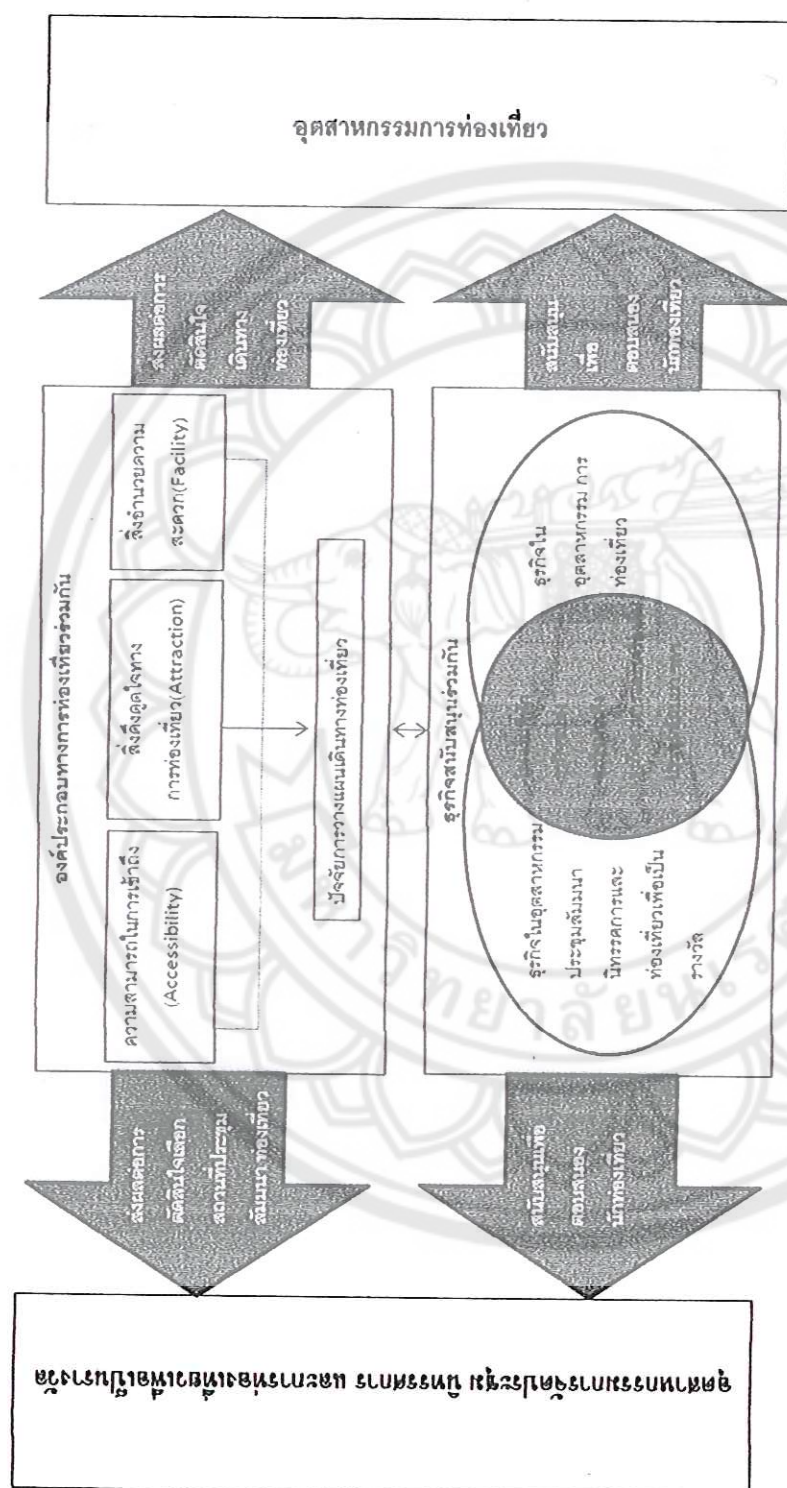
ต้องการและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง อาทิ ธุรกิจขนส่ง ธุรกิจโรงแรมและที่พัก ธุรกิจร้านอาหารภัตตาคาร ธุรกิจนันทนาการ ธุรกิจบันเทิงและธุรกิจจัดประชุมสัมมนา (Kotler, Bowen and Makens, 2006, pp. 10-11) ประภา เจริญศิริธร (2544, หน้า 24) ได้ระบุธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม การจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ประกอบด้วย ธุรกิจสถานที่ ธุรกิจโรงแรมและที่พักอาศัย ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจช้อปปิ้ง ธุรกิจบันเทิงและสันทนาการ ธุรกิจขนส่ง ธุรกิจท่องเที่ยว ธุรกิจรับเหมาก่อสร้าง ธุรกิจรับจ้างจัดงาน ธุรกิจรับส่งสินค้าและภาษี จึงสรุปได้ว่าอุตสาหกรรม การจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และมีความเชื่อมโยงกัน โดยมีธุรกิจภายในอุตสาหกรรมของตนเองร่วมกันให้บริการแก่นักท่องเที่ยวและผู้มาประชุม อีกทั้งยังมีการใช้ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวร่วมกัน อาทิ แหล่งท่องเที่ยว มรดกศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม เรื่องราวประวัติศาสตร์และสิ่งก่อสร้างต่างๆ (เกิดศิริ เจริญวิศาล, 2552, หน้า 18)

Inskeep (1991, pp. 38-39) ได้อธิบายถึงปัจจัยในการวางแผนการเดินทางของนักท่องเที่ยวจะพิจารณาองค์ประกอบพื้นฐาน 6 ด้าน คือ 1) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวและกิจกรรม ทั้งธรรมชาติและสิ่งทีมนุสรณ์สร้างขึ้น 2) สิ่งอำนวยความสะดวกด้านที่พักและพื้นที่จัดงาน โรงแรม ศูนย์ประชุม 3) สิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวและบริการอื่นๆ อาทิ ศูนย์นักท่องเที่ยว ศูนย์ข้อมูล ร้านอาหาร ไปรษณีย์ ตลอดจนการบริการรับจัดประชุมสัมมนา 4) สิ่งอำนวยความสะดวกด้านการขนส่ง รวมถึงการเดินทางเข้าไปในแหล่งท่องเที่ยว 5) โครงสร้างพื้นฐานอื่น อาทิ ระบบขนส่ง น้ำประปา การกำจัดขยะและของเสีย ศูนย์ประชุม ระบบการสื่อสาร เป็นต้น และ 6) ส่วนประกอบของสถาบัน องค์การ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในการส่งเสริม พัฒนา อบรมด้านการท่องเที่ยว รวมถึงการลงทุนของเอกชนและผู้ประกอบการ

สรุปได้ว่าอุตสาหกรรม การจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเป็นส่วนหนึ่งในการส่งเสริมให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้รับการพัฒนามากขึ้น เนื่องจากอุตสาหกรรม การจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล กับ อุตสาหกรรม การท่องเที่ยว มีการใช้ประโยชน์จากองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวร่วมกัน (Burkart and Medlick, 1985, p. 46) คือ 1) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction) 2) ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) และ 3) สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Facility) นอกจากนี้ Davidson (2003, p. 30) ได้อธิบายถึงการได้รับประโยชน์ร่วมกันระหว่างอุตสาหกรรม การจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล กับ อุตสาหกรรม การท่องเที่ยว จากผู้ที่เดินทางมาเพื่อจุดประสงค์ใดๆไม่ว่าจะเป็น ประชุมสัมมนา ชมนิทรรศการ หรือ เดินทางท่องเที่ยวจากการเป็น

รางวัล มักจะขยายเวลาการพักในพื้นที่หรือเมืองที่จัดงาน เพื่อท่องเที่ยว ชมสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ส่งผลให้เกิดการสร้างรายได้จากการพักผ่อน และการทำกิจกรรมต่างๆตลอดระยะเวลาการท่องเที่ยว ดังภาพ 2





ภาพ 2 แผนภาพแสดงความสัมพันธ์ระหว่างอุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลกับ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ที่มา: Inskeep, 1991, pp. 38-39; Burkart and Medlick, 1985, p. 46; Davidson, 2003, p. 30; Kotler, Bowen and Makens, 2006, pp. 10-11;
เกิดศิริ เจริญวิศาล, 2552, หน้า 18

จากการศึกษาความเชื่อมโยงความสัมพันธ์อุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว พบว่ามีปัจจัยเชื่อมโยงอุตสาหกรรมทั้ง 2 เข้าด้วยกันมี 2 ปัจจัยหลักคือ 1) การใช้องค์ประกอบและปัจจัยทางการท่องเที่ยวร่วมกัน และ 2) การได้รับการสนับสนุนจากธุรกิจที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมร่วมกัน ซึ่งการดำเนินธุรกิจในอุตสาหกรรมทั้งการจัดประชุม นิทรรศการและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว บุคลากรในการปฏิบัติงานในแต่ละหน่วยธุรกิจจึงเป็นกลุ่มเดียวกันในการปฏิบัติงานและต้องทำงานร่วมกัน ดังนั้นการศึกษาข้อมูลทั้งในด้านสถิติจำนวนแรงงาน ความรู้ ทักษะ ความสามารถ คุณลักษณะที่จำเป็นของบุคลากรในหน่วยธุรกิจในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จึงสามารถอนุมาน สถิติจำนวนแรงงาน ความรู้ ทักษะ ความสามารถ คุณลักษณะ และสมรรถนะที่จำเป็นของบุคลากรในหน่วยธุรกิจในอุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลได้

3. บทบาทและความสำคัญของอุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กระทรวงแรงงาน (2548) ได้จัดอุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (MICE) อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพสูง (Niche Industry) ในการสร้างรายได้ ในปี 2554 สามารถสร้างรายได้ถึง 6,843 ล้านบาท นำนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเข้ามาในประเทศได้มากถึง 799,450 คน (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2556, หน้า 4) จากรายงานนี้ ระบุว่า พฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้สูงกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป 2-3 เท่า (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2554ก, หน้า 4) จึงทำให้อุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล มีบทบาทและเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ

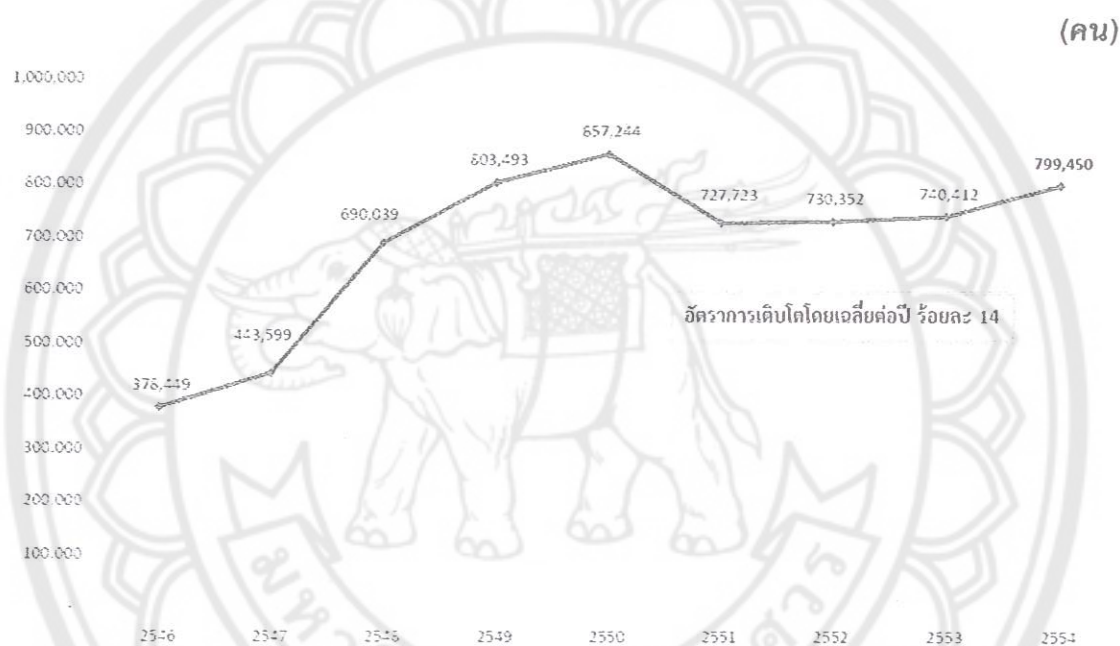
อุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลยังมีบทบาทสำคัญในการกระจายรายได้ และสร้างงานทั้งทางตรงและทางอ้อมให้กับประเทศ เนื่องจากการดำเนินธุรกิจในอุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลต้องอาศัยองค์ประกอบของสินค้าบริการจากหน่วยธุรกิจอื่น ๆ ที่มีความเกี่ยวข้อง ทั้งภาคการผลิตและบริการ รวมถึงหน่วยงานภาครัฐที่จะสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การทำงานในแต่ละครั้ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งทำให้เกิดการกระจายรายได้ และสร้างงานทางตรงให้กับกลุ่มธุรกิจที่ได้รับผลประโยชน์โดยตรง (Direct Interests) จากอุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ซึ่งประกอบด้วยผู้ประกอบการ 7 กลุ่ม คือ

1. บริษัทรับจัดงานประชุมมืออาชีพ (Professional Conference Organizer: PCO)
2. บริษัทรับจัดงานแสดงสินค้ามืออาชีพ (Professional Exhibition Organizer: PEO)
3. บริษัทบริหารจัดการจุดหมายปลายทาง (Destination Management Company: DMC)
4. บริษัทบริหารจัดการกิจกรรมพิเศษ (Event Management Company: EMC)
5. บริษัทบริหารจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Travel Company)
6. สถานที่จัดงาน (Venue)
7. สถานที่จัดงานประเภทโรงแรม (Convention Hotel)

และยังทำให้เกิดการกระจายรายได้ และสร้างงานทางอ้อมให้กลุ่มธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกับทั้งภาคผลิต และบริการที่ทำให้ได้รับรายได้ที่เกิดขึ้นจากความเกี่ยวเนื่อง (Related Interests) ได้แก่ ธุรกิจรับเหมา (Contractors) ธุรกิจขนส่งสินค้า (Freight Forwarders) ภัตตาคาร และธุรกิจบันเทิงนันทนาการ (Restaurants & Entertainment) ธุรกิจตัวแทนจำหน่ายสินค้าบริการการท่องเที่ยว (Tour Agent) ศูนย์การค้า (Shopping Centers) และคมนาคมขนส่ง (Transportation and Communication) ซึ่งมีหน้าที่หลักในการให้บริการสนับสนุนกลุ่มผู้ประกอบการที่ได้รับผลประโยชน์โดยตรง

นอกจากนี้บทบาทสำคัญของอุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ยังเป็นตัวผลักดันให้ประเทศเกิดการพัฒนาทั้งในด้านสิ่งก่อสร้าง และความรู้วิทยาการ ใหม่ ๆ ที่มาพร้อม และรองรับอุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เช่น 1) เกิดระบบการขนส่งและเทคโนโลยีที่ทันสมัย สะดวก รวดเร็ว ความสามารถในการรองรับเพิ่มสูงขึ้น 2) เกิดการค้าระดับนานาชาติ (International Trade) เพราะอุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวในลักษณะ "การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ" (เสรี วังสไพจิตร, 2554) คือ การเดินทางโดยมีวัตถุประสงค์ทางธุรกิจอย่างชัดเจน จึงเป็นการเสริมโอกาสทางเศรษฐกิจของประเทศ เป็นการประชาสัมพันธ์สินค้าของประเทศ ผลักดันให้สินค้าของไทยเกิดการค้าขายระดับนานาชาติ 3) เกิดความรู้วิทยาการใหม่ ๆ ในการพัฒนาอุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล โดยเฉพาะในด้านบุคลากร เกิดการอบรม เสริมความรู้ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างผู้เข้าร่วมงานกับผู้จัดที่ตรงกัน ซึ่งจะนำไปสู่ระบบการทำงานที่มีประสิทธิภาพ สามารถสร้างบุคลากรที่มีคุณภาพ และ 4) เกิดภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ เป็นการประชาสัมพันธ์ประเทศ ช่วยสร้างศักยภาพการท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักในระดับนานาชาติ เป็นการเพิ่มโอกาสขยายฐานการท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวระดับบนมากขึ้น เป็นต้น

สรุปได้ว่า บทบาทสำคัญของอุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ของไทย นอกจากจะเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศจากการสร้างรายได้แล้ว อุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลยังเป็นตัวกระจายรายได้ไปสู่ธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและธุรกิจอื่นๆที่เกี่ยวข้อง และการสร้างงานทั้งทางตรงและทางอ้อมภายในประเทศ รวมถึงยังมีบทบาทสำคัญในการสร้างความเจริญก้าวหน้าให้กับประเทศ ทั้งในด้านสิ่งก่อสร้างและความรู้วิชาการ คุณภาพของบุคลากรอีกด้วย



ภาพ 3 จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE ในช่วงปี พ.ศ. 2546 – 2554

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมการประชุมและนิทรรศการ, 2556, หน้า 4

จากภาพ 3 แสดงการเติบโต ทั้งจำนวนนักท่องเที่ยว นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 เป็นต้นมา มีนักท่องเที่ยวกลุ่มการจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เข้ามาประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. 2550 เป็นปีที่มีนักท่องเที่ยวกลุ่มการจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมากที่สุด จำนวน 857,244 คน แต่ในปี พ.ศ. 2551 นักท่องเที่ยวลดลงเหลือ 727,723 คน เหตุเนื่องมาจากวิกฤติการณ์ทางเศรษฐกิจ แต่หลังจากปี พ.ศ. 2552 - 2554 จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. 2554 มีจำนวนนักท่องเที่ยวถึง 799,450 คน จึงเป็นเครื่องยืนยันว่าอุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

เป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจสูง นอกจากนี้ยังก่อให้เกิดการจ้างงานทั้งทางตรง และทางอ้อม จากการกระจายงานและรายได้ไปตามแต่ละธุรกิจที่เกี่ยวข้อง โดยสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ได้จัดหมวดหมู่ธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล จากเกณฑ์การได้รับรายได้โดยตรง ระบายได้ที่เกิดขึ้นจากความเกี่ยวเนื่อง และรายได้ที่เกิดขึ้นจากการตกทอดตามลำดับ ดังนี้

ธุรกิจที่ได้รับรายได้โดยตรง (Direct Interests)

จากกิจกรรมการจัดประชุม นิทรรศการและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล คือ PCOs, PEOs, DMCs, EMC, Venue and Incentive Travel Company

ธุรกิจที่ได้รับรายได้ที่เกิดขึ้นจากความเกี่ยวเนื่อง (Related Interests)

จากกิจกรรมการจัดประชุมนิทรรศการและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เช่น Contractors, Exhibition, Freight Forwarders, Restaurants & Entertainment, Tour Agent, Shopping Centers, Transportation & Communication พนักงานชั่วคราวในพื้นที่การจัดกิจกรรม และธนาคาร

ธุรกิจที่ได้รับรายได้ที่เกิดขึ้นจากการตกทอด (Multiple Interests)

จากกิจกรรมการจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล กรณีนี้ไม่สามารถประเมินเป็นมูลค่าหรือรายได้ แต่จะปรากฏในรูปแบบของผลประโยชน์อื่นๆ เช่น ภาพลักษณ์ของประเทศ และหรือ ภาพลักษณ์ของธุรกิจ (Positive Image) ที่ให้บริการจัดกิจกรรมในอุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เป็นการสร้างความมั่นใจและเชื่อมั่นในการทำงาน ระบบการขนส่งและการพัฒนาด้านเทคโนโลยี (Technology and knowledge Transfer) และการค้าระดับนานาชาติ (International Trade) เป็นต้น

4. ลักษณะงานและตำแหน่งงานหลักในอุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

ศึกษาเฉพาะกลุ่มธุรกิจที่ได้รับผลประโยชน์โดยตรง (Direct Interests) ประกอบไปด้วยผู้ประกอบการ 7 กลุ่ม คือ

4.1 บริษัทรับจัดงานประชุมมืออาชีพ (Professional Conference Organizer: PCO)

ผู้จัดประชุมมืออาชีพที่มีความชำนาญในการจัดการและบริหารการประชุม ทำหน้าที่เป็นผู้ให้คำปรึกษาแก่คณะกรรมการผู้จัดการประชุมในการตัดสินใจเรื่องต่างๆ โดยใช้ความรู้และประสบการณ์ที่มีจากการจัดประชุมมาเป็นระยะเวลายาวนาน เป็นบริษัทที่รับจ้างจัดประชุม โดยได้รับค่าตอบแทนในรูปของค่าธรรมเนียมการจัดการ บทบาทของผู้จัดการประชุมนี้จะเริ่มต้น

ตั้งแต่การสำรวจ และเสนอแนะสถานที่จัดประชุมที่เหมาะสมกับกลุ่มที่ต้องการประชุม ช่วยวางแผนจัดการประชุม จัดโปรแกรมการประชุม และกิจกรรมทางสังคม ดำรงห้องพักสำหรับผู้จัดการประชุมและผู้เข้าร่วมประชุม จัดเตรียมงบประมาณ และการเงินของการประชุม รับลงทะเบียนผู้เข้าร่วมประชุม ให้คำปรึกษา ช่วยเหลือ คอยช่วยแก้ไขปัญหาซึ่งอาจเกิดขึ้นระหว่างการจัดประชุม จนกระทั่งสิ้นสุดการประชุม โดยสรุปหน้าที่ความรับผิดชอบของ PCO มีดังนี้ (รศพร จันทรสว่าง, 2546, หน้า 113)

1. ทำหน้าที่เป็นกองเลขานุการในการประชุม
2. จัดการเรื่องวิทยากรและเอกสารการประชุม
3. ประสานงานกับลูกค้า
4. รับลงทะเบียนผู้เข้าร่วมประชุม
5. บริหารงบประมาณ
6. จัดกิจกรรมพิเศษ
7. ทำการตลาดและประชาสัมพันธ์

โครงสร้างองค์กรของ PCO แบ่งตำแหน่งงานออกเป็น 2 ประเภท คือ ตำแหน่งบุคลากรที่อยู่ประจำบริษัท และตำแหน่งบุคลากรที่จ้างช่วงใกล้กับวันจัดงาน ดังนี้ (สุณีย์ บริสุทธิ์ และคณะ, 2548, หน้า 41)

1. ตำแหน่งบุคลากรที่อยู่ประจำบริษัท
 - 1.1 ผู้จัดการโครงการ (Project Manager)
 - 1.2 ผู้ช่วยผู้จัดการโครงการ (Assistant Project Manager)
 - 1.3 ผู้จัดการตลาดและประชาสัมพันธ์ (Marketing & PR Manager)
2. ตำแหน่งบุคลากรที่จ้างช่วงใกล้กับวันจัดงาน
 - 2.1 ตำแหน่งประสานงานซัพพลายเออร์
 - 2.2 ตำแหน่งการเดินทาง ที่พัก
 - 2.3 ตำแหน่งอาหารเครื่องดื่ม นันทนาการ

4.2 บริษัทรับจัดงานแสดงสินค้ามืออาชีพ (Professional Exhibition Organizer: PEO)

ราณี อธิชัยกุล (2554) ได้กล่าวว่า บริษัทที่ให้บริการจัดงานในธุรกิจการจัดงาน นิทรรศการหรือแสดงสินค้า มีบทบาทสำคัญ คือ กำหนดแนวคิดของงานนิทรรศการ ขยายพื้นที่จัดงานนิทรรศการ ติดต่อประสานงาน ประชาสัมพันธ์แก่ผู้เข้าชมงาน ตั้งแต่ก่อนแสดงสินค้า

นิทรรศการ ระหว่างแสดงสินค้านิทรรศการ และหลังแสดงสินค้านิทรรศการ โดยแบ่งการบริการได้ดังนี้

1. บริการด้านการตลาดและการขาย โดยกำหนดกลุ่มตลาดเป้าหมายที่มาร่วมงานแสดงสินค้านิทรรศการ และทำการส่งเสริม

2. เตรียมอุปกรณ์และเทคนิคทั้งหมดในการจัดแสดงสินค้านิทรรศการ

3. ดูแลประสานงานหน่วยงานสนับสนุนการบริการด้านต่างๆ อาทิ ระบบการรักษาความปลอดภัย ความสะอาดของพื้นที่ บุคลากรในการลงทะเบียนเข้างาน ตั้งแต่วันจัดเตรียมงานถึงวันจัดแสดงสินค้านิทรรศการ

4. ดำเนินการด้านต่างๆ อาทิ คู่มือการเข้าร่วมงาน บัตรเชิญ ป้ายบอกทางตลอดงาน รายชื่อผู้จัดแสดงสินค้านิทรรศการภายในงาน จุดบริการโทรศัพท์ อุปกรณ์ เครื่องเขียนต่างๆที่จำเป็นในงาน ใบแจ้งค่าใช้จ่ายสำหรับผู้เข้าร่วมแสดงสินค้านิทรรศการ เป็นต้น

โครงสร้างองค์กรของ PEO แบ่งตำแหน่งงานออกเป็น 2 ประเภท คือ ตำแหน่งบุคลากรที่อยู่ประจำบริษัท และตำแหน่งบุคลากรที่จ้างช่วงใกล้กับวันจัดงาน ดังนี้ (สุณีย์ บริสุทธิ์ และคณะ, 2548, หน้า 41)

1. ตำแหน่งบุคลากรที่อยู่ประจำบริษัท

1.1 ผู้จัดการโครงการ (Project Manager)

1.2 ผู้ช่วยผู้จัดการโครงการ (Assistant Project Manager)

1.3 ผู้จัดการตลาดและประชาสัมพันธ์ (Marketing & PR Manager)

2. ตำแหน่งบุคลากรที่จ้างช่วงใกล้กับวันจัดงาน

2.1 ตำแหน่งประสานงานซัพพลายเออร์

2.2 ตำแหน่งการเดินทาง ที่พัก

2.3 ตำแหน่งอาหารเครื่องดื่ม นันทนาการ

4.3 บริษัทบริหารจัดการจุดหมายปลายทาง (Destination Management Company: DMC)

บริษัทให้บริการท้องถิ่นที่ทำหน้าที่ในการให้คำปรึกษา จัดโปรแกรมการประชุมและท่องเที่ยว รวมถึงการจัดการด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว เพราะเป็นผู้ที่มีความรู้อย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับเมืองที่เป็นจุดหมายปลายทางของตลาดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล(รพพร จันทร์สว่าง, 2546, หน้า 113) โดยสรุปหน้าที่ความรับผิดชอบของ DMC มีดังนี้

1. ทำหน้าที่เป็นกองเลขานุการด้านการท่องเที่ยวท้องถิ่น
2. ดูแลรายการเดินทางและกิจกรรมการท่องเที่ยวของวิทยาการและนักท่องเที่ยว
3. ประสานงานกับลูกค้า
4. ดำเนินการด้านทะเบียนผู้เดินทาง
5. จัดกิจกรรมพิเศษ
6. ทำการตลาดและประชาสัมพันธ์

โครงสร้างองค์การของบริษัท DMC แบ่งออกเป็น 4 ฝ่าย ดังนี้ (ราณี อธิชัยกุล, 2546, หน้า 140)

1. ฝ่ายขายและการตลาด (Sales & Marketing) ขึ้นอยู่กับขนาดขององค์กรและการครอบคลุมตลาดขนาดใหญ่ อาจมีผู้จัดการฝ่ายขายสำหรับตลาดหลักๆ โดยจำแนกความรับผิดชอบตามตลาดภูมิศาสตร์เป็นทวีปหรือตามสายภาษา หน้าที่หลักของฝ่ายขายและการตลาด คือ การติดต่อลูกค้า การหาลูกค้าใหม่ การเก็บข้อมูลทางการตลาด ความเคลื่อนไหวในอุตสาหกรรม และแนวโน้มของธุรกิจ และการเป็นตัวแทนบริษัทในสมาคมและชมรมในธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

2. ฝ่ายพัฒนาโปรแกรม (Program Development) เช่นเดียวกับฝ่ายขายและการตลาด ฝ่ายพัฒนาโปรแกรมอาจมีผู้จัดการฝ่าย โดยแบ่งงานตามตลาดทางภูมิศาสตร์หรือภาษา และอาจมีเจ้าหน้าที่ระดับอาวุโสและระดับรองลงมา หน้าที่หลักคือทำโปรแกรมเสนอราคา (Quotation) ส่งให้ลูกค้าตามที่ลูกค้าต้องการ และเสนอรายการอื่นๆที่เหมาะสมกับตลาดนั้นๆ ตามสมควร และตามสถานการณ์ และเมื่อฝ่ายพัฒนาโปรแกรมได้รับการตอบรับหรือยืนยันจากลูกค้าว่าจะใช้บริการของบริษัทแน่นอน ฝ่ายพัฒนาโปรแกรมจะมีหน้าที่ในการประสานงานกับลูกค้าในด้านรายละเอียด และเรียกเก็บค่าบริการล่วงหน้า (หากบริษัทมีนโยบาย) การเตรียมความพร้อมทุกอย่างจนถึงวันเดินทางของกลุ่มผู้ได้รางวัล รวมทั้งมีหน้าที่ควบคุมการบริการให้เป็นไปตามที่ตกลงกันไว้กับลูกค้า โดยประสานงานกับฝ่ายปฏิบัติการวันต่อวัน จนเสร็จสิ้นการบริการ และรวบรวมค่าใช้จ่ายครั้งสุดท้าย เพื่อเตรียมเรียกเก็บเงินค่าบริการที่เหลือจากลูกค้าต่อโดยฝ่ายบัญชี

3. ฝ่ายปฏิบัติการ (Field Operation) มีผู้จัดการฝ่ายปฏิบัติการสำหรับทุกตลาด โดยมีทีมงานประกอบด้วยเจ้าหน้าที่อาวุโสและระดับรองลงมา หน้าที่หลักของฝ่าย คือ คัดเลือกและจองพาหนะในการเดินทาง การจัดมัคคุเทศก์ การสำรวจพื้นที่ที่อยู่ในรายการนำเที่ยวหรือกิจกรรมพิเศษ การควบคุมและดำเนินทุกอย่างเพื่อให้การปฏิบัติการเป็นไปด้วยความราบรื่นในภาคสนาม โดยการประสานงานอย่างใกล้ชิดกับฝ่ายพัฒนาโปรแกรม

4. ฝ่ายบริหารทั่วไป (Administration) มีผู้จัดการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และมีหัวหน้าฝ่ายบัญชีเป็นผู้ดูแลรับผิดชอบ หน้าที่ของฝ่าย คือ การบริหารบุคลากรและการบัญชี รวมทั้งหน้าที่การบริหารที่ไม่เกี่ยวข้องกับการบริการลูกค้าโดยตรง ในส่วนของการบัญชีมีหน้าที่ในการดูแลตัวเลขกำไรหรือขาดทุนเพื่อเสนอผู้บริหารในการตัดสินใจ

4.4 บริษัทรับจัดกิจกรรมพิเศษ (Event Management Company: EMC)

องค์กรหรือบริษัทที่ให้บริการจัดกิจกรรมและพิธีต่างๆของงานมีการออกแบบเพื่อให้เกิดความแตกต่างของงานแต่ละงาน มีความคิดสร้างสรรค์ มีทีมงานที่ดูแลส่วนต่างๆเพื่อความพร้อมของงาน และทำหน้าที่ในการเตรียมและดำเนินการแทนเจ้าภาพในการจัดงาน เพื่อให้เจ้าภาพจะได้ใช้เวลาดูแลและต้อนรับแขกของงานในวันงานได้อย่างใกล้ชิดและทั่วถึง บุคลากรที่อยู่ในองค์กรสามารถจัดเป็น 2 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มบุคลากรที่ทำงานช่วงระยะเวลาเตรียมงาน และ 2)กลุ่มบุคลากรที่ทำงานช่วงระหว่างจัดงาน โดยกลุ่มบุคลากรที่ทำงานช่วงระยะเวลาเตรียมงานสามารถแบ่งได้ออกเป็น 3 ฝ่าย ตามการแบ่งโครงสร้างขององค์กร EMC ดังนี้ (เบญจวรรณ วิสุทธิสัตย์, 2553, หน้า 147-153)

1. กลุ่มบุคลากรที่ทำงานช่วงระยะเวลาเตรียมงาน

1.1 ฝ่ายประสานงานลูกค้า ทำหน้าที่เป็นผู้ดูแลประสานงานลูกค้าเพื่อรับทราบความต้องการของลูกค้า นำมาประชุมกับฝ่ายสร้างสรรค์และออกแบบ เพื่อให้ได้รูปแบบงานและขึ้นงานตามที่ลูกค้าต้องการ

1.2 ฝ่ายสร้างสรรค์และออกแบบ เป็นผู้คิด Concept รูปแบบของงานตามความต้องการของลูกค้าให้ออกมาเป็นชิ้นงาน และในรูปแบบของภาพที่แสดงให้เห็นรูปแบบของงาน (Perspective) ผังงาน (Layout plan) ประกอบกับบทความบรรยาย เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าใจถึงขั้นตอนและพิธีการต่างๆ

1.3 ฝ่ายผลิต เมื่อขึ้นงานได้รับการอนุมัติจากลูกค้า ต่อไปจะเป็นหน้าที่ของฝ่ายผลิตที่จะต้องดำเนินการผลิต โดยฝ่ายผลิตจะต้องวางแผนกำหนดการผลิต และควบคุมการรับส่งชิ้นงาน ให้มีคุณภาพ และเป็นไปตามรูปแบบที่ลูกค้าต้องการ

2. กลุ่มบุคลากรที่ทำงานช่วงระหว่างจัดงาน เพื่อให้งานสามารถดำเนินการต่อเนื่องด้วยดีไม่มีการติดขัดหรือขาดช่วง ดังนั้นบุคลากรในส่วนนี้จะประกอบด้วย 5 กลุ่มดังนี้

2.1 กลุ่มผู้จัดการเวทีหรือผู้ควบคุมเวที (Stage Manager) คือ ผู้ควบคุมดูแลสั่งการการปฏิบัติงาน ณ จุดต่างๆ เพื่อให้การแสดง หรือการดำเนินงานด้านหน้าเวทีเป็นไปด้วยความเรียบร้อย

2.2 ผู้ควบคุมหลังเวที (Back Stage Constructor) คือ ผู้ควบคุมดูแลด้านหลังเวที เพื่อปล่อยการแสดงตามลำดับของงานหรือตามคิวต่างๆ รวมถึงการจัดอุปกรณ์ประกอบสำหรับการแสดงแต่ละชุด

2.3 ผู้ควบคุมระบบแสง (Lighting Engineer) คือ ผู้ควบคุมดูแลระบบแสงให้เป็นไปตามคิวการแสดง ซึ่งจะต้องมีความรู้ ความสามารถเกี่ยวกับอุปกรณ์แสงนั้นๆ

2.4 ผู้ควบคุมระบบเสียง (Sound Engineer) คือ ผู้ควบคุมดูแลระบบเสียงเครื่องขยายเสียง การเปิดเพลงประกอบการแสดงต่างๆ ควรเป็นผู้ที่มีความรู้ในเรื่องระบบเสียงที่สามารถแก้ไขข้อขัดข้องทางเทคนิคได้

2.5 ช่างเทคนิคดูแลการใช้โสตทัศนูปกรณ์ (Av.Technician) คือ เจ้าหน้าที่ควบคุมดูแลระบบฉายภาพ รวมถึงระบบคอมพิวเตอร์ Power point ที่ใช้ประกอบในงาน เป็นต้น

4.5 บริษัทรับจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Travel Company)

หน่วยงานมืออาชีพที่รับจ้างจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลให้แก่บริษัทหรือลูกค้าที่ต้องการจูงใจบุคลากรด้วยรางวัลท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มผลผลิตภาพในการทำงาน โดยหน่วยงานอาจมีการให้บริการเริ่มตั้งแต่การกำหนดวัตถุประสงค์ของโครงการแข่งขันจนถึงเสร็จสิ้นการเดินทางท่องเที่ยว หรือบางแห่งอาจให้บริการบางส่วนของรางวัลท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเท่านั้น (รพพร จันทรสว่าง, 2546, หน้า 136) ลักษณะหน้าที่หลักของ Incentive Travel Company ในกรณีให้บริการแบบครบวงจร เปรียบเสมือน One-stop shopping คือ (ราณี อธิชัยกุล, 2546, หน้า 136)

1. การกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายของโครงการ
2. การวัดผลปฏิบัติงานของผู้มีสิทธิ์เข้าร่วมโครงการ
3. การกำหนดกฎระเบียบของการแข่งขัน
4. การออกแบบและจัดสรรรางวัลตอบแทน
5. การตลาดและการส่งเสริมการขายของโครงการ
6. การบริหารโครงการ
7. การดำเนินโครงการ
8. การประเมินผลโครงการ
9. หน่วยงาน Incentive Travel Company ประกอบไปด้วยหลายฝ่าย คือ
10. ฝ่ายขาย
11. ฝ่ายพัฒนา
12. ฝ่ายส่งเสริม
13. ฝ่ายจัดการเดินทางท่องเที่ยว

4.6 สถานที่จัดงาน (Venue)

สถานที่ที่ใช้รับรองกิจกรรม ไม่ว่าจะกิจกรรมนั้นจะมีขนาดเล็กหรือใหญ่ จะเป็นกิจกรรมระดับชาติ ระดับภูมิภาค ระดับประเทศ ระดับภายในประเทศ หรือระดับองค์กร การจัดกิจกรรมแต่ละครั้งต้องการสถานที่แตกต่างกันไป ราณี อธิชัยกุล (2553, หน้า 65) ได้แบ่งประเภทของสถานที่จัดงานออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. สถานที่จัดงานประเภทศูนย์ประชุม (Convention/congress center) คือ อาคารอเนกประสงค์ที่สร้างขึ้นเพื่อจัดการประชุมหรือนิทรรศการ ซึ่งประเทศไทยมีอยู่ 4 แห่ง คือ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ศูนย์การประชุมอิมแพค (IMPACT) ศูนย์การประชุมและนิทรรศการไบเทค (BITEC) และศูนย์การประชุมพีช (PEACH)
2. สถานที่จัดงานประเภทโรงแรมที่จัดประชุม (Congress hotel/Convention hotels) คือ โรงแรมที่มีห้องประชุมขนาดใหญ่และมีอุปกรณ์ที่จำเป็นสำหรับการจัดประชุมและให้ความสนใจต่อตลาดการประชุม
3. สถานที่จัดงานประเภทสถาบันการศึกษา เช่น มหาวิทยาลัย สถาบันราชภัฏที่มีห้องประชุมที่ได้มาตรฐาน และมีขนาดใหญ่

การวิจัยครั้งนี้ ได้เลือกศึกษาสถานที่จัดงาน 2 ประเภท คือ สถานที่จัดงานประเภทศูนย์ประชุม และสถานที่จัดงานประเภทโรงแรมที่จัดประชุม ซึ่งมีการดำเนินในลักษณะของธุรกิจเพื่อหวังผลกำไร และเลือกศึกษาตำแหน่งงาน ระดับปฏิบัติการจากกลุ่มธุรกิจ 7 กลุ่ม ในอุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีบุคลากรที่มีตำแหน่งงานเหมือนกัน คือ 1) บุคคลที่ทำงานทำงานติดต่อประสานงานกับลูกค้า คือ ตำแหน่งเจ้าหน้าที่ประสานงานขายและให้บริการลูกค้า (Sale & Customer Service Coordinator) 2) บุคคลที่ทำงานติดต่อประสานงานกับธุรกิจหน่วยผลิต (Suppliers) คือ ตำแหน่งเจ้าหน้าที่ประสานงานโครงการ (Project Coordinator) เพื่อนำไปเป็นเกณฑ์การหาสมรรถนะเฉพาะของแรงงานในอุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เพื่อพัฒนาคุณภาพของแรงงาน ตามความต้องการของผู้ประกอบการ

5. การแข่งขัน แนวโน้ม และอุปสรรคในอุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของไทย

เนื่องจากบทบาท และความสำคัญของอุตสาหกรรมจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ทำให้หลายประเทศให้การสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมนี้เป็นอย่างมาก โดยเฉพาะในภูมิภาคเอเชีย และในการเป็นคู่แข่งจากสมาชิกประชาคมอาเซียน หรือ AEC ซึ่งกำลังเปิดเสรีทางการค้าอย่างเต็มรูปแบบในปี พ.ศ. 2558 ทำให้การแข่งขันของอุตสาหกรรมจัด

ประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล จะมีความรุนแรงมากขึ้น ประเทศไทยจึงควรเตรียมความพร้อมในการแข่งขันกับประเทศกับเพื่อนบ้านที่มีความแข็งแกร่งกว่า ทั้งการดำเนินงานของกลุ่มธุรกิจที่ได้รับผลประโยชน์โดยตรงและโดยอ้อม และการพัฒนาสมรรถนะบุคลากรให้มีความพร้อมสูงสุด จึงจะตอบสนองการแข่งขันได้ในทันที ข้อมูลจัดอันดับด้วยจำนวนการจัดประชุมของสมาคมส่งเสริมการประชุมระหว่างประเทศ(International Congress & Convention Association: ICCA) พบว่า คู่แข่งของประเทศไทยที่สำคัญ ได้แก่ ญี่ปุ่น จีน ออสเตรเลีย เกาหลีใต้ สิงคโปร์ มาเลเซีย อินเดียฮ่องกง อินโดนีเซีย เวียดนาม ฟิลิปปินส์ แสดงในตาราง 6 ดังนี้

ตาราง 6 อันดับประเทศในประชาคมอาเซียนที่ได้รับความนิยมเป็นประเทศจัดกิจกรรมไมซ์ ของโลก ในปี พ.ศ. 2553

ลำดับ	ประเทศ	จำนวนการจัดประชุม	ลำดับ	ประเทศ	จำนวนการจัดประชุม
1	ญี่ปุ่น	305	7	อินเดีย	100
2	จีน	282	8	ไทย	88
3	ออสเตรเลีย	239	9	ฮ่องกง	82
4	เกาหลีใต้	186	10	อินโดนีเซีย	64
5	สิงคโปร์	136	11	เวียดนาม	29
6	มาเลเซีย	119	12	ฟิลิปปินส์	19

ที่มา: คัดลอกบางส่วนจาก International Congress and Convention Association, 2010, หน้า 17-18

จากตารางอันดับประเทศที่ได้รับความนิยมในการจัดกิจกรรมไมซ์ของโลก พบว่าประเทศ 3 อันดับแรกที่ได้รับความนิยมในการจัดกิจกรรมไมซ์ คือ ญี่ปุ่น จีน และออสเตรเลีย ในขณะที่ไทยได้รับความนิยมในการจัดกิจกรรมไมซ์เป็นอันดับที่ 8 ของโลก เมื่อพิจารณาเฉพาะในส่วน of สมาชิกประชาคมอาเซียน 10 ประเทศ พบว่าประเทศไทยจัดอยู่ในอันดับ 3 รองมาจากสิงคโปร์ และมาเลเซีย ตามลำดับ ทั้งนี้สถิติอันดับของประเทศ พม่า บรูไน ลาว และกัมพูชา ไม่สามารถแสดงในตารางได้เนื่องจาก 2 สาเหตุหลัก คือ 1) ไม่มีการจัดกิจกรรมไมซ์ระดับนานาชาติในประเทศพม่า บรูไน ลาว และกัมพูชา และ 2) การจัดกิจกรรมไมซ์ระดับนานาชาติมีน้อย ประกอบ

กับไม่มีการส่งสถิติให้กับหน่วยงานองค์กรระหว่างประเทศ อาทิ ICCA จึงทำให้ไม่สามารถนับรวมสถิติได้ (ละเอียด ศิลาน้อย, 2555)

จากการให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล หลายประเทศจึงมีการจัดตั้งหน่วยงานขึ้นมาดูแลโดยตรง โดยเฉพาะประเทศคู่แข่งในภูมิภาคเอเชียที่ไทยต้องทำการแข่งขันแย่งชิงการเป็นศูนย์กลางทางด้านการจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล อาทิ สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งชาติของจีน (China National Tourist Office: CNTO) สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการฮ่องกง (Meetings & Exhibitions Hong Kong: MEHK) สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ประเทศมาเลเซีย (Malaysia Convention & Exhibition Bureau: MYCEB) องค์การส่งเสริมการจัดประชุมและการท่องเที่ยวไต้หวัน (Taiwan Convention and Visitors Corporation: PCVC) สำนักงานไมซ์สิงคโปร์ (Singapore Exhibition & Convention Bureau: SECB) และสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) (Thailand Convention and Exhibition Bureau: TCEB) เป็นต้น (The Asian Association of Convention and Visitor Bureaus, 2012)

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (2553ข, หน้า 72-73) ประเทศไทยตั้งเป้าหมายที่จะเป็นศูนย์กลางทางด้านอุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เนื่องจากเห็นประโยชน์ที่จะตามมา ทั้งที่ประเมินค่าได้และประเมินค่าไม่ได้ เพราะประเทศไทยมีปัจจัยสนับสนุนก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน ดังนี้

1. ความได้เปรียบด้านยุทธศาสตร์ที่ตั้ง กล่าวคือ ประเทศไทยตั้งอยู่ใจกลางทวีปเอเชีย ซึ่งมีตลาดทางเศรษฐกิจเติบโตที่สุด สะดวกต่อการทำการค้ากับประเทศจีน อินเดีย และกลุ่มประเทศในอาเซียน

2. ความได้เปรียบทางการเข้าถึง เนื่องจากประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการบิน ที่มี 80 สายการบิน เที่ยวบินมากกว่า 200 เที่ยวบินต่อวัน

3. ประเทศไทยได้รับรางวัลและคะแนนนิยมที่เป็นการยืนยันภาพลักษณ์และคุณภาพ อาทิ (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2554ข)

2011 World's Best Cities	อันดับ	1
Most popular destinations 2010	อันดับ	1
Best Airline in Asia	อันดับ	2
Best Hotel in Asia	อันดับ	1
The 10 Best Countries for Food	อันดับ	1

นับตั้งแต่ปี 2548 เป็นต้นมา เหตุการณ์สำคัญของโลกและของไทยได้ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ของไทย อาทิ

ในปี 2548 ประเทศไทยได้รับผลกระทบจากความเสียหายภัยพิบัติสึนามิ และความไม่สงบ 3 จังหวัด ชายแดนภาคใต้

ในปี 2549 การปฏิวัติโดยคณะมนตรีความมั่นคงแห่งชาติ เกิดเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมืองจากการชุมนุมของกลุ่มพันธมิตรประชาชนเพื่อประชาธิปไตย

ในปี 2550 เศรษฐกิจโลกที่ยืดกับภาวะเศรษฐกิจของสหรัฐตกต่ำลง ประกอบกับเกิดการลอบวางระเบิดที่สนามบินฮีธโธรว์ของกรุงลอนดอน และกลาสโกวในสกอตแลนด์ ทำให้นักท่องเที่ยวได้ร่นถอน และคำนึงถึงความปลอดภัยมากขึ้น ซึ่งมาพร้อมกับกระแสใส่ใจภาวะโลกร้อน นักท่องเที่ยวเดินทางในระยะใกล้ และในภูมิภาคตนเองมากขึ้น โดยเฉพาะคนยุโรป ซึ่งในประเทศไทยเองก็เกิดการวางระเบิดในช่วงปีใหม่ ในเขตกรุงเทพฯ

ในปี 2551 กลุ่มพันธมิตรประชาชนเพื่อประชาธิปไตย ยึดธรรมเนียบรัฐบาลและปิดสนามบินกรุงเทพ ภูเก็ต กระบี่ และเหตุการณ์วางระเบิด 7 จุด ที่หาดใหญ่และสงขลา ซึ่งเหตุการณ์ในต่างประเทศก็เกิดความผันผวนเช่นกัน นั่นคือ การล่มสลายของสถาบันการเงินและสินเชื่อ ทำให้บริษัท องค์กร และนักท่องเที่ยวต่างชาติระมัดระวังการใช้จ่ายมากขึ้น

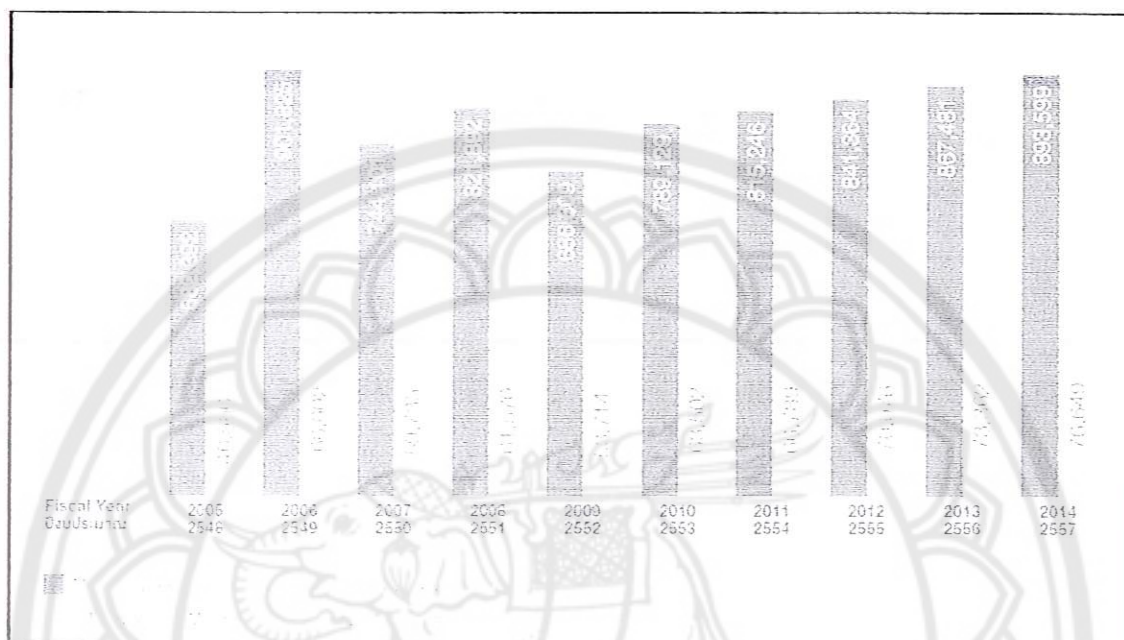
ในปี 2552 แนวร่วมประชาธิปไตยต่อต้านเผด็จการแห่งชาติปิดอนุสาวรีย์ พร้อมทั้งเกิดการระบาดของไข้หวัดใหญ่ 2009 ทั่วโลก และราคาน้ำมันมีความผันผวนสูง

ในปี 2553 เกิดวิกฤตหนี้สาธารณะยุโรป ส่งผลต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจทั่วโลก ประกอบกับในประเทศไทย แนวร่วมประชาธิปไตยต่อต้านเผด็จการแห่งชาติ ชุมนุมที่ราชประสงค์ เรียกร้องให้รัฐบาลยุบสภา และปฏิบัติการทางทหารสลายการชุมนุม ซึ่งภาคใต้เองประสบปัญหาอุทกภัยครั้งใหญ่เช่นกัน

ในปี พ.ศ. 2554 เหตุการณ์วิกฤตทางการเมืองต่อต้านเผด็จการในตะวันออกกลางและแอฟริกา เหตุการณ์แผ่นดินไหว และสึนามิถล่มประเทศญี่ปุ่น และในประเทศไทยเกิดอุทกภัยครั้งใหญ่ ถึง 65 จังหวัด

จากปัจจัยที่กล่าวมาทั้งในประเทศไทยและทั่วโลก ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว และหรือการเลือกสถานที่จัดกิจกรรม จากปัญหา ทางด้าน การเมือง เศรษฐกิจ ภัยธรรมชาติ แต่การเติบโตของอุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ของไทย ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการได้จัดทำ

สถิติ และคาดการณ์การเติบโตของอุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ของไทย ในปี พ.ศ. 2548 – 2557 ไว้ดังภาพนี้



ภาพ 4 แนวโน้มอุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ของไทย ปี 2548 – 2557

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2552, หน้า 85

จากภาพแสดงแนวโน้มอุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของไทยปี พ.ศ. 2548 - 2557 โดยในปี พ.ศ. 2548 มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาจำนวน 582,392 คน มีการใช้จ่ายอยู่ที่ 40,586 ล้านบาท และเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2549 มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาจำนวน 901,825 คน มีการใช้จ่ายอยู่ที่ 66,602 ล้านบาท และลดลงอีกในปี 2550 มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาจำนวน 744,101 คน มีการใช้จ่ายอยู่ที่ 59,735 ล้านบาท และเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2551 มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาจำนวน 821,892 คน มีการใช้จ่ายอยู่ที่ 61,570 ล้านบาท แสดงถึงความผันผวนไม่เติบโตอย่างต่อเนื่องของจำนวนนักท่องเที่ยวและการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว และมีการคาดการณ์ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากอุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจะเพิ่มขึ้นสูงสุดในปี พ.ศ. 2557 จะสามารถนำ

นักท่องเที่ยวเข้ามาในประเทศไทยได้มากถึง 893,599 คน และสามารถทำรายได้ให้กับประเทศสูงสุดถึง 76,649 ล้านบาท

แนวคิดที่ได้จากข้อมูลความหมาย ประเภทของ MICE บทบาทและความสำคัญ รวมถึงทิศทางแนวโน้มการแข่งขันกับประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่งผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ จากการทำได้ของธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ซึ่งประกอบด้วย 7 ธุรกิจ โดยใช้เกณฑ์ด้านผลประโยชน์โดยตรง (Direct Interests) คือ PCOs, PEOs, DMCs, EMC, Venue ประเภทศูนย์ประชุม, Convention Hotels และ บริษัท Incentive Travel Operators โดยที่ประเทศไทยยังต้องเร่งพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันให้ทัดเทียมกับคู่แข่งอื่นอีกมาก หากพิจารณาจากปัจจัยความสำเร็จในอุตสาหกรรม MICE ตามที่ เทวีวรรณ ปทุมพร (2549) ได้กล่าวไว้ว่าบุคลากรเป็นปัจจัยหนึ่งในการนำพาให้อุตสาหกรรมประสบความสำเร็จ ข้อมูลความสำคัญและสถานการณ์ในการแข่งขันนี้ จึงสนับสนุนหัวข้อการศึกษาของผู้วิจัย และได้แนวคิดหลักว่าการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมจะสามารถสร้างความสามารถในการแข่งขันให้ทัดเทียมกับคู่แข่งอื่นได้ โดยมุ่งศึกษาสมรรถนะหลักของบุคลากรทุกคน และสมรรถนะเพิ่มเติมเฉพาะ ซึ่งเป็นตำแหน่งงานร่วมของกลุ่มธุรกิจ ในอุตสาหกรรม การจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล คือ ตำแหน่งเจ้าหน้าที่ประสานงานขายและให้บริการลูกค้า (Sale & Customer Service Coordinator) และตำแหน่งเจ้าหน้าที่ประสานงานโครงการ (Project Coordinator)

ส่วนที่ 3 ทฤษฎีและแนวคิดในเรื่องสมรรถนะ (Competence)

แนวคิดเรื่องสมรรถนะ (Competence) ได้รับความสนใจในภาคอุตสาหกรรมและองค์กรต่างๆ นำไปใช้เป็นกลยุทธ์สร้างความได้เปรียบคู่แข่งอื่น ผลจากการศึกษาเรื่อง Testing for Competence Rather than for Intelligence ในปี ค.ศ. 1973 ของ McClelland ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับการวัดความสำเร็จจากสิ่งที่เรียนรู้มากกว่าการประสบความสำเร็จจากเชาว์ปัญญา (IQ) โดยใช้กรณีศึกษาจากโรงเรียนที่ประเมินเด็กนักเรียนจากผลการศึกษา พบว่าระดับเชาว์ปัญญา (IQ) ไม่สามารถประเมินผลของความสำเร็จในการทำงานได้ แต่ผลสำเร็จของงานขึ้นอยู่กับความสามารถในการประยุกต์ความสามารถนั้นมาทำให้เกิดประโยชน์ได้จริง โดยองค์ประกอบของความสามารถในการทำงานได้แก่ ความรู้ ทักษะความสามารถ และคุณลักษณะอื่นๆ ซึ่งเรียกโดยรวมว่าสมรรถนะ (Competence) และสามารถจัดกลุ่มของสมรรถนะออกเป็น 2 กลุ่ม คือ สมรรถนะขั้นพื้นฐาน เน้นการมีความรู้ ทักษะความสามารถ และคุณลักษณะอื่นๆ ในการทำงาน และสมรรถนะเฉพาะ คือ เน้นการนำความรู้ ทักษะความสามารถ และคุณลักษณะอื่นๆ ไปใช้ในการทำงาน

1. ความหมายของสมรรถนะ

McClelland (1999) ได้ให้ความหมายว่าสมรรถนะ หมายถึง บุคลิกลักษณะที่มีอยู่ในตัวของแต่ละบุคคล และสามารถทำให้เกิดประโยชน์ และสามารถทำงานตามเป้าหมายได้ โดย Spencer and Spencer (2008) ได้ให้ความหมายว่าสมรรถนะเป็นไปในทิศทางเดียวกับ McClelland ว่าสมรรถนะ คือ คุณลักษณะเฉพาะที่จำเป็นของแต่ละบุคคลที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของการทำงาน

องค์กรและนักวิชาการของไทยได้ให้ความหมายของสมรรถนะ (Competency) โดยสังเขป ดังนี้

สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (2548ก) ได้ให้ความหมายว่า สมรรถนะ (Competency) คือ คุณลักษณะเชิงพฤติกรรมที่เป็นผลมาจากความรู้ ทักษะ ความสามารถ และคุณลักษณะอื่นๆ ที่ทำให้บุคคลสามารถสร้างผลงานได้โดดเด่นกว่าเพื่อนร่วมงานคนอื่นๆ ในองค์กร บุคคลใดบุคคลหนึ่งจะแสดงสมรรถนะหนึ่งได้ ต้องมีองค์ประกอบหลายๆด้านเข้าด้วยกัน อาทิ สมรรถนะการบริการที่ดี ต้องใช้ความรู้ในงาน ใช้ทักษะเฉพาะทาง จิตใจที่เต็มใจบริการ สิ่งเหล่านี้ประกอบกัน เพื่อให้ผู้รับบริการพึงพอใจ

เทียน ทองแก้ว (2552) ได้ให้ความหมายว่า สมรรถนะ (Competency) คือ ความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะที่จำเป็นของบุคคลในการทำงานให้ประสบความสำเร็จ มีผลงานได้ตามเกณฑ์หรือมาตรฐานที่กำหนดหรือสูงกว่า

สรุปได้ว่า สมรรถนะ หมายถึง คุณลักษณะ ความรู้ ทักษะ ที่มีอยู่ในตัวของแต่ละบุคคล ซึ่งมีความจำเป็นในการทำงาน เนื่องจากจะส่งผลต่อประสิทธิภาพของการทำงานให้สามารถทำงานตามเป้าหมาย ทำให้บุคคลสามารถสร้างผลงานได้โดดเด่นกว่าเพื่อนร่วมงานคนอื่นๆ ในองค์กร

2. องค์ประกอบของสมรรถนะ

McClelland (1999) กล่าวว่า สมรรถนะประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ คือ

2.1 ความรู้ (Knowledge) คือ ความรู้เฉพาะด้านของบุคคล เช่น ความรู้ด้านภาษาอังกฤษ ความรู้ด้านการบริหารการศึกษา เป็นต้น

2.2 ทักษะ (Skill) คือ สิ่งที่บุคคลกระทำได้ดี และฝึกปฏิบัติจนชำนาญ เช่น ทักษะการอ่าน เป็นต้น

2.3 ทศนคติ ค่านิยม และความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของตนเอง (Self - Concept) เช่น คนที่มีความเชื่อมั่นในตนเอง (Self - Confident) จะเชื่อว่าตนเองสามารถแก้ปัญหาต่างๆ ได้

2.4 บุคลิกประจำตัวบุคคล (Trait) คือ สิ่งที่อยู่ภายในถึงบุคคลผู้นั้น เช่น เป็นคนที่น่าเชื่อถือ ไว้วางใจได้ มีคุณลักษณะเป็นผู้นำ เป็นต้น

2.5 แรงจูงใจหรือแรงขับภายใน (Motive) ทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมที่มุ่งไปสู่สิ่งที่
เป็นเป้าหมาย เช่น บุคคลที่มุ่งผลสำเร็จ (Achievement Orientation) จะพยายามทำงานให้สำเร็จ
ตามเป้าหมาย และปรับปรุงวิธีการทำงานของตนเองตลอดเวลา

สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (2548) กล่าวว่า องค์ประกอบของสมรรถนะมี 3 องค์ประกอบ คือ

คุณลักษณะ (Attribute) เป็นสมรรถนะของบุคคล ซึ่งแสดงออกถึงพฤติกรรมและความคิด

ความรู้ (Knowledge) เป็นความรู้เฉพาะของแต่ละบุคคล

ทักษะ (Skill) เป็นสิ่งที่แต่ละบุคคลสามารถกระทำได้ดี และฝึกปฏิบัติเป็นประจำจนเกิดความชำนาญ

จิรประภา อัครบวร (2549) กล่าวว่า สมรรถนะ หมายถึง ความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skill) และคุณลักษณะ (Attribute) ที่จำเป็นในงานหนึ่งให้ประสบความสำเร็จ และมีความโดดเด่นกว่าคนอื่น ๆ ในเชิงพฤติกรรม

อ้าง คางคาสวัสดิ์ (2553) กล่าวว่า สมรรถนะประกอบด้วย 7 องค์ประกอบหลัก คือ ความรู้ ความสามารถ ความชำนาญ ทักษะ ทัศนคติ ความเชื่อ ตลอดจนพฤติกรรมของบุคคลที่จะสามารถปฏิบัติงานให้ประสบความสำเร็จ

สรุปได้ว่า องค์ประกอบของสมรรถนะ ประกอบด้วย 1) คุณลักษณะ คือ ความคิด ความรู้สึก เจตคติ ทักษะคิด แรงจูงใจ ความต้องการส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานที่ดี 2) ความรู้ คือ ข้อมูลทางวิชาการหรือสิ่งที่ถูกส่งสมมาจากการศึกษาทั้งในสถานบันการศึกษา สถาบัน ฝึกอบรม/สัมมนา หรือการศึกษาดด้วยตนเอง และเป็นสิ่งที่ต้องรู้สำหรับการทำงานให้ประสบความสำเร็จ 3) ทักษะ คือ ทักษะเฉพาะบุคคลในเรื่องการบริหารจัดการ การวางแผน และการแก้ปัญหาที่เกิดจากการฝึกฝน พัฒนา และได้รับการฝึกอบรม จนสามารถส่งผลให้การปฏิบัติงานประสบความสำเร็จได้

3. ประเภทของสมรรถนะ (Competency)

นักวิชาการได้จัดประเภทของสมรรถนะไว้ ดังนี้

ปิยะชัย จันทรวงศ์ไพศาล (2549) แบ่งประเภทสมรรถนะ (Competency) ออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

3.1 ความสามารถหลักขององค์กร (Core competency of corporation) เป็นสมรรถนะของทุกตำแหน่งภายในองค์กรที่พึงมี เพื่อความสำเร็จในการแข่งขัน และนำไปสู่ความได้เปรียบเชิงแข่งขัน เช่น การคิดอย่างเป็นระบบ การวางแผน ภาวะผู้นำ ฯลฯ

3.2 ความสามารถในการบริหารจัดการ (Professional Competency) เป็นสมรรถนะความสามารถที่มีแตกต่างไปตามหน่วยงาน ตามกลยุทธ์ของหน่วยงานที่สอดคล้องกับกลยุทธ์หลักขององค์กร ความสามารถในการบริหารจัดการ มีลักษณะสำคัญ 5 ประการคือ 1) เป็นความสามารถในการบริหารจัดการ 2) แปรผันตามกลยุทธ์ขององค์กรและหน่วยงาน 3) สนับสนุนผลการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด 4) ยึดเป้าหมายขององค์กรเป็นหลัก และ 5) ต้องสามารถวัดผลได้ เช่น ฝ่ายการตลาดและการขาย ที่มีเป้าหมายเพื่อส่งออกต่างประเทศ ควรมีสมรรถนะเรื่องการใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสาร ฝ่ายคลังสินค้า ที่มีเป้าหมายในการส่งสินค้าให้ถึงมือลูกค้าอย่างรวดเร็วและถูกต้อง ควรมีสมรรถนะเรื่องความละเอียดรอบคอบ และการใช้คอมพิวเตอร์ เป็นต้น

3.3 ความสามารถในตำแหน่งหน้าที่ (Functional / Technical Competency) เป็นสมรรถนะที่ใช้เฉพาะตำแหน่งงานนั้นๆ ที่กำหนดขึ้นจากขอบเขตหน้าที่และความรับผิดชอบของพนักงานตามตำแหน่งงานนั้นๆ

วิระวัฒน์ ปรีนิตามัย (2552, หน้า 17) แบ่งประเภทของสมรรถนะออกเป็น 2 ประเภท คือ สมรรถนะกลางที่ใช้ร่วมกัน (Generic or Core competency) และสมรรถนะที่ใช้เฉพาะกลุ่มงาน (Functional Competency)

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2552) ได้ทำการศึกษากรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษา แห่งชาติ พ.ศ. 2552 และศึกษามาตรฐานบุคลากรในสถานประกอบการที่พักแรมในประเทศไทย (2547) ให้แก่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการเริ่มต้นเจรจาเกี่ยวกับการเปิดเสรีทางการค้าและบริการ ของต้นแบบกรอบมาตรฐานของ ASEAN Common Competency Standards for Tourism Professionals: ACCSTP สมรรถนะ 3 ประเภท ได้แก่ 1) สมรรถนะหลัก (Core Competencies) คือ มาตรฐานสมรรถนะร่วมที่บุคลากรทุกคนในหน่วยงานพึงมี 2) สมรรถนะทั่วไป (Generic Competencies) คือ มาตรฐานสมรรถนะทั่วไปที่บุคลากรในฝ่ายต้องมี และ 3) สมรรถนะตามหน้าที่ (Functional Competencies) คือ มาตรฐานสมรรถนะตามหน้าที่ ตำแหน่งงานของบุคลากรแต่ละคนในทุกฝ่าย/แผนก โดยแต่ละประเภทมีองค์ประกอบ ดังนี้

สมรรถนะหลัก (Core Competencies) และสมรรถนะทั่วไป (Generic Competencies) ประกอบด้วย

มาตรฐานด้านบุคลิกภาพ ได้แก่ มีกิริยามารยาทเรียบร้อย พุดจาสุภาพถูกต้องชัดเจน แต่งกายสะอาดถูกต้องตามกาลเทศะ มีสุขภาพแข็งแรง สามารถทำงานหนักได้และมีอนามัยส่วนตัวดี มีความกระฉับกระเฉง ว่องไวในการทำงาน มีการวางตนอย่างเหมาะสมถูกต้องตามกาลเทศะ

มาตรฐานด้านคุณธรรม จริยธรรม ได้แก่ มีความรับผิดชอบสูง มีระเบียบวินัย มีความอดทน อดกลั้น ควบคุมอารมณ์ได้ดี มีทัศนคติที่ดีต่องาน มีจิตพร้อมบริการ ตรงต่อเวลาเชื่อมั่นในตนเอง ซื่อสัตย์สุจริต มีเหตุผล มนุษย์สัมพันธ์ดี ละเอียดรอบคอบ มีคุณธรรม ยุติธรรม

มาตรฐานด้านความรู้ความสามารถทั่วไป ได้แก่ มีความสามารถในการติดต่อสื่อสาร ประสานงาน แก้ปัญหาได้ดี ใช้คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีได้ดี สามารถพัฒนาระบบวิธีการปฏิบัติงาน รู้กฎหมายในอาชีพ ทำงานได้มาตรฐานตามเวลาที่กำหนด และประเมินตนเองได้

มาตรฐานด้านความสามารถ ทักษะด้านภาษาและการสื่อสาร ได้แก่ สามารถใช้ภาษาไทยได้อย่างดีทั้งการอ่าน พูด และเขียน ใช้ภาษาอังกฤษและภาษาท่าทางได้ดีและสามารถใช้ภาษาต่างประเทศอื่นอีกอย่างน้อย 1 ภาษา

สมรรถนะตามหน้าที่ (Functional Competencies) กำหนดความรู้ความสามารถเฉพาะของบุคลากรที่ปฏิบัติงานในแต่ละตำแหน่ง คือ

มาตรฐานด้านความรู้ความสามารถของบุคลากรที่ปฏิบัติงานประจำ โดย มีความรู้ความสามารถ ทักษะพื้นฐานในงานตามตำแหน่งที่ทำอยู่ สามารถทำงานประจำให้ลุล่วงไปด้วยดี แก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าในงานประจำได้ดีภายใต้กฎระเบียบขององค์กร หรือคำแนะนำของหัวหน้างาน มีทักษะดีในการสื่อสาร ทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ดี มีความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจของตน หน้าที่ บทบาท ความสัมพันธ์ของหน่วยงาน ความสามารถในการจดจำลูกค้า ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับจิตบริการ พฤติกรรมของลูกค้า และการปฏิบัติตนในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร

มาตรฐานด้านความรู้ความสามารถของบุคลากรที่ปฏิบัติงานกรณีไม่เกิดขึ้นประจำ หรือเป็นงานที่ได้รับมอบหมาย โดย สามารถประยุกต์ใช้ความรู้และทักษะในการทำงานที่ซับซ้อนขึ้น ตลอดจนมีทักษะในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่เกี่ยวข้องกับการงานโดยใช้วิจารณญาณส่วนบุคคล มีทักษะในการประสานงานกับบุคคลอื่นในงานบริการ สามารถสื่อสารกับชาวต่างชาติได้เป็นอย่างดี สามารถพูดเพื่อให้ข้อเสนอแนะทางเลือกในการตัดสินใจแก่ลูกค้า

มาตรฐานด้านความรู้ความสามารถของบุคลากรที่ปฏิบัติงานที่ซับซ้อนขึ้น โดยสามารถรับผิดชอบ ดูแล แนะนำ ควบคุมการทำงานและให้คำแนะนำทางเทคนิคแก่บุคคลที่อยู่ในความดูแล มีทักษะในการจัดการ พัฒนาทรัพยากรต่างๆ รวมทั้งทรัพยากรมนุษย์ที่อยู่ในความรับผิดชอบ มีทักษะในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าที่ต้องใช้วิจารณญาณส่วนบุคคลอย่างมาก มาตรฐานด้านความรู้ความสามารถของบุคลากรที่ปฏิบัติงานที่ซับซ้อนและมีความหลากหลาย โดย มีทักษะทั้งในระดับเทคนิคและการจัดการสำหรับงานที่ซับซ้อน และมีความหลากหลายเป็นอย่างมาก มีความเป็นผู้นำ สามารถให้นโยบายและแนวทางในการดำเนินงานของงานบริการ สามารถตัดสินใจแก้ปัญหาของงานภายใต้สถานการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นประจำ หรือเป็นพิเศษ มีทักษะในการคิดริเริ่มสร้างสรรค์ การวางแผน การจัดการ การประสานงาน การบริหารแผนงาน และประเมินผล การดำเนินงานของงานบริการ สามารถจัดทำแผนงานที่รับผิดชอบ ควบคุมงาน สร้างขวัญและกำลังใจให้แก่ตนและผู้ใต้บังคับบัญชา วางแผนการดำเนินงานและการตัดสินใจ

มาตรฐานด้านความรู้ความสามารถของบุคลากรที่ปฏิบัติงานซับซ้อน และหลากหลายเป็นอย่างมาก โดยมีความเป็นผู้นำ สามารถให้นโยบายและแนวทางในการดำเนินงานของงานบริการ สามารถตัดสินใจแก้ปัญหาของงานภายใต้สถานการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นประจำ หรือเป็นพิเศษ มีทักษะในการคิดริเริ่มสร้างสรรค์ การวางแผน การจัดการ การประสานงาน การบริหารแผนงานและการประเมินผลการดำเนินงานบริการ สามารถจัดทำแผนงานในงานที่รับผิดชอบ มีความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการวิเคราะห์วางแผนทางการเงิน การสร้างและบริหารทีมงานอย่างมีประสิทธิภาพ การจัดการความขัดแย้ง การเป็นแบบอย่างด้านการแสดงออก

มาตรฐานด้านความรู้ความสามารถของบุคลากรที่ปฏิบัติงานซับซ้อน และหลากหลายเทคนิคทั้งเชิงลึก เชิงกว้าง โดย มีทักษะในการวิเคราะห์ วิจัย วางแผนบริหารองค์กร คิดริเริ่ม พัฒนาแนวทาง กระบวนการใหม่ในการบริหารงาน สามารถจัดทำแผนงาน งบประมาณ แผนกลยุทธ์ต่างๆ มีความเป็นผู้นำอย่างมาก เชื้อมั่น รักองค์กร ทำให้บุคลากรเป็นหนึ่งเดียวกัน มีการพัฒนาก้าวหน้าโลก สามารถแก้ไขปัญหาความรุนแรง หรือทำการตัดสินใจได้อย่างทันที และเฉียบคม ภายใต้สถานการณ์คับขันหรือสถานการณ์ที่คาดคะเนได้ยาก มีประสิทธิภาพในการประสานงาน การต่อรอง การขยายธุรกิจกับธุรกิจระหว่างประเทศ การแก้ไขปัญหาความรุนแรงและตัดสินใจในสถานการณ์วิกฤติได้อย่างรวดเร็ว การควบคุมการเงินและการใช้สินทรัพย์ขององค์กร และความรู้เกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

มาตรฐานความรู้หลักเฉพาะงาน ได้แก่ ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการบริการ ความรู้ภาษาอังกฤษ คำศัพท์เฉพาะเกี่ยวกับสายงาน และเทคนิคการขาย

อ้าง คางศาสวัสดิ์ (2553) จำแนกประเภทของสมรรถนะ (competency) ออกเป็น 2 กลุ่มคือ Core competency and Non-Core Competency

1. สมรรถนะหลัก (Core competency) คือ คุณลักษณะหรือคุณสมบัติพื้นฐานที่เป็นหลักที่ทุกตำแหน่งงานในองค์กรจะต้องมี

2. ไม่ใช่สมรรถนะหลัก (Non-Core Competency) คือ คุณลักษณะหรือคุณสมบัติที่นอกเหนือจากสมรรถนะหลัก แต่พนักงานจำเป็นต้องมี คือ สมรรถนะตามตำแหน่งหน้าที่ (Functional Competency) คือ คุณลักษณะหรือคุณสมบัติของพนักงานในตำแหน่งนั้นควรมี อาทิ ความคิดสร้างสรรค์ การเจรจาต่อรอง เป็นต้น

สรุปได้ว่า สมรรถนะสามารถจำแนกออกเป็น 2 ประเภท คือ สมรรถนะหลักที่บุคลากรควรมีเป็นพื้นฐานตามแต่ละองค์กรกำหนดไว้ และสมรรถนะเฉพาะตำแหน่งงานที่มีรายละเอียดเพิ่มขึ้นจากสมรรถนะหลัก โดยกำหนดขึ้นจากขอบเขตหน้าที่และความรับผิดชอบของบุคลากรตามตำแหน่งงานนั้นๆ

จากการศึกษา แนวคิด ความหมาย องค์ประกอบ และประเภทของสมรรถนะ (Competency) ที่กล่าวโดยทั่วไปและในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้นำมาศึกษาเทียบเคียงเพื่อศึกษาสมรรถนะของบุคลากรในอุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของไทย การศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดประเภทของ Competency เป็น 2 ประเภท คือ (1) สมรรถนะหลัก (Core Competencies) และ (2) สมรรถนะตามตำแหน่งงาน (Functional Competencies) ใน 2 ตำแหน่ง คือ 1) ตำแหน่งเจ้าหน้าที่ประสานงานขายและให้บริการลูกค้า (Sale & Customer Service Coordinator) และ 2) ตำแหน่งเจ้าหน้าที่ประสานงานโครงการ (Project Coordinator) จาก 7 ธุรกิจ คือ PCO, PEO, DMC, EMC, Incentive Travel Company, Venue and Convention Hotels โดยสมรรถนะทั้ง 2 ส่วน จะประกอบด้วย คุณลักษณะ (Attributes) ความรู้ (Knowledge) และทักษะ (Skill) ซึ่งในขอบเขตของการวิจัย องค์ประกอบสมรรถนะในแต่ละประเภทมีความหมายขอบเขต ดังนี้

สมรรถนะด้านคุณลักษณะ คือ ความคิด ความรู้สึก เจตคติ ทักษะคติ แรงจูงใจ ความต้องการส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานที่ดี

สมรรถนะด้านความรู้ คือ ข้อมูลทางวิชาการหรือสิ่งที่ถูกสั่งสมมาจากการศึกษาทั้งในสถาบันการศึกษา สถาบันฝึกอบรม/สัมมนา หรือการศึกษาด้วยตนเอง และเป็นสิ่งที่ต้องรู้สำหรับการทำงานให้ประสบความสำเร็จ

สมรรถนะด้านทักษะ คือ ทักษะเฉพาะบุคคลในเรื่องการบริหารจัดการ การวางแผน และการแก้ปัญหาที่เกิดจากการฝึกฝน พัฒนา และได้รับการฝึกอบรม จนสามารถส่งผลให้การปฏิบัติงานประสบความสำเร็จได้

ส่วนที่ 4 แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของบุคลากรในอุตสาหกรรมบริการ

นักวิชาการได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของบุคคลไว้ดังนี้

Allport (1937) ได้อธิบายว่าคุณลักษณะของบุคคล มีบทบาทในการชักจูงใจให้เกิดพฤติกรรมโดยตรง มีลักษณะเด่นเป็นพิเศษ จะทำหน้าที่ควบคุมการแสดงพฤติกรรมของบุคคลทุกรูปแบบ และคุณลักษณะของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน

Kellock (2010, pp. 24-25) ได้อธิบายว่าคุณลักษณะของแต่ละบุคคลมีผลมาจากพฤติกรรม การรับรู้ เรียนรู้ และประสบการณ์ที่ผ่านมาของแต่ละบุคคล ซึ่งจะแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งเนื่องมาจากปัจจัย 2 ประการคือ ปัจจัยภายในตัวบุคคล เช่น ทักษะ ความสามารถ ความพยายาม และปัจจัยภายนอก เช่น กฎระเบียบของสังคม กฎระเบียบของที่ทำงาน สิ่งแวดล้อมทางสังคม และสถานที่ทำงาน เป็นต้น

กวี วงศ์พุ่ม (2542, หน้า 105-108) ได้อธิบายว่าคุณลักษณะโดยรวมของบุคคลอาจแบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ

1. คุณลักษณะด้านกายภาพ หมายถึง พฤติกรรมการแสดงออกทางกาย วาจา บุคลิกภาพความกระตือรือร้นต่อกิจกรรมในชุมชน การควบคุมอารมณ์ความรู้สึก การยอมรับของสมาชิกในชุมชน

2. คุณลักษณะด้านสังคม หมายถึง พฤติกรรมการแสดงออก ทางการทำงาน การตัดสินใจ ความรับผิดชอบต่อกิจกรรมส่วนรวม การบริหารจัดการกลุ่มองค์กร คุณธรรมจริยธรรม การทำงาน การประสานงานภายในและภายนอกองค์กร การพูด การปรับตัวให้เข้ากับสภาพสังคม สิ่งแวดล้อม

3. คุณลักษณะด้านความรู้ความสามารถ หมายถึง พฤติกรรมด้านแนวความคิด มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สามารถนำแนวความคิดมาปฏิบัติได้ มีความสามารถเฉพาะด้าน มีประสบการณ์ทำงานมาก มีความรอบรู้ความเปลี่ยนแปลงทางสังคมได้ดี มีทักษะการถ่ายทอดได้ดี เข้าใจง่าย มีทักษะการทำงานร่วมกับผู้อื่นได้

เมื่อนำแนวคิดด้านคุณลักษณะของบุคคลมาพิจารณาในมุมมองของงานด้านบริการ นักวิชาการได้อธิบายองค์ประกอบคุณลักษณะที่ดีของบุคลากร ดังนี้

ขยายพันธุ์ ขึ้นรุ่งโรจน์ และณรงค์ ศิริวิทย์ (2549, หน้า 10) กล่าวว่า คุณลักษณะที่ดีของบุคลากรในอุตสาหกรรมการบริการ ควรมีคุณลักษณะดังนี้

1. มีความรู้เกี่ยวกับลักษณะของอุตสาหกรรมการบริการ เช่น มีความยืดหยุ่นในด้าน อุปสงค์ อุปทานตามฤดูกาล ซึ่งหากผู้ปฏิบัติงานมีความรู้ความเข้าใจ ก็จะไปสู่การมีพฤติกรรมในการทำงานได้อย่างเหมาะสม

2. ให้ความสำคัญกับงานของตนเอง ที่จะส่งส่งผลถึงตนเองและส่วนรวมของงานที่ทำ เพราะการให้ความสำคัญกับงานย่อมส่งผลถึงคุณภาพของงานนั้นๆ

3. มีความภาคภูมิใจในอาชีพที่ทำ ไม่ว่าจะเป็นงานส่วนใด ตำแหน่งใด ให้ความสำคัญต่อผลสำเร็จของงานในภาพรวม เพราะงานจะมีลักษณะเอื้ออำนวยการทำงานซึ่งกันและกัน

4. มีลักษณะนิสัยที่เหมาะสม เอื้อต่อการทำงานบริการ เช่น

5. มีความกระตือรือร้น กระฉับกระเฉง ชอบให้บริการผู้อื่นด้วยความจริงใจและเต็มใจ ยิ้มแย้มแจ่มใสไม่รู้สึกรำคาญ

6. มีความเห็นอกเห็นใจผู้อื่น มีความอดทนอดกลั้นสูง เต็มใจให้บริการ ด้วยพฤติกรรม และการทักทาย

7. มีความสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้า และความประนีประนอม

8. มีความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับทุกสถานการณ์ ทั้งต่อผู้ร่วมงานและต่อผู้มาใช้บริการ

9. มีจรรยาบรรณในวิชาชีพทั้งต่อตนเอง และผู้มาใช้บริการ

10. มีความรู้ทักษะ และระเบียบวินัยในการปฏิบัติงาน ในหน้าที่ของตน

ตรีเพชร อำเมือง (ม.ป.ป.) ได้อธิบายคุณลักษณะที่ดีของบุคลากรในอุตสาหกรรมการบริการ ควรมีคุณลักษณะประกอบกัน 3 ด้าน ดังนี้

1. ทางกาย

1.1 มีสุขภาพร่างกายแข็งแรงสดชื่นด้วยอาการกระปรี้กระเปร่า ไม่เชื่องซึม มีลักษณะทะมัดทะแมง กระฉับกระเฉง กระชุ่มกระชวย หน้าตาสดใส

1.2 มีความกระตือรือร้น ซึ่งจะแสดงถึงความมีจิตใจในการต้อนรับ ให้ความช่วยเหลือ แสดงความห่วงใย จะทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี ในการช่วยเหลือผู้รับบริการ

1.3 มีกิริยาจาสุภาพ เช่น การยิ้ม โหว่ หรือทักทายเหมาะสม กิริยาจาเป็นสิ่งที่แสดงออกจากความคิด ความรู้สึก และส่งผลให้เกิดบุคลิกภาพที่ดี เพื่อให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการมีความสบายใจที่จะติดต่อขอรับบริการ

1.4 มีบุคลิกภาพที่ดี แต่งกายเรียบร้อย หวีผมเรียบร้อย ไม่ปล่อยผมรุงรัง หรือหัวยุ่ง เป็นกระเซิง เป็นต้น

2. ทางใจ

2.1 มีทัศนคติที่ดีต่องานบริการ การบริการเป็นการช่วยเหลือ ผู้ทำงานบริการเป็นผู้ให้ จึงต้องมีความคิดความรู้สึกต่องานบริการในทางที่ขอบ และเต็มใจที่จะให้บริการ ถ้าผู้ใดมีความคิดความรู้สึกไม่ชอบงานบริการ แม้จะพอใจในการรับบริการจากผู้อื่น ก็ไม่อาจจะทำงานบริการให้เป็นผลดีได้ ถ้าบุคคลใดมีทัศนคติที่ดีต่องานบริการ ก็จะทำให้ความสำคัญต่องานบริการและปฏิบัติงานอย่างเต็มที่ เป็นผลให้งานบริการมีคุณค่าและนำไปสู่ความเป็นเลิศ

2.2 มีจิตใจเบิกบานแจ่มใส ยินดีที่จะต้อนรับ ไม่รู้สึกขุ่นเคืองที่จะต้องรับหน้าหรือพบปะกับคนแปลกหน้าที่ไม่คุ้นเคยกันมาก่อน หรือไม่ปล่อยให้จิตใจหม่นหมอง ใจลอยขาดสมาธิในการทำงาน เศร้าซึม หรือเบื่อหน่าย

3. ทางความรู้และทักษะ

3.1 มีความรู้ในงานที่ให้บริการหรือรับผิดชอบ สามารถตอบข้อซักถามจากผู้รับบริการได้อย่างถูกต้องและแม่นยำ ในเรื่องของสินค้าที่นำเสนอ เพื่อมิให้เกิดความผิดพลาดเสียหาย และต้องชวนขยายหาความรู้จากเทคโนโลยีใหม่ๆ เพิ่มขึ้นอย่างสม่ำเสมอ

3.2 มีความช่างสังเกต ผู้ทำงานบริการจะต้องมีลักษณะเฉพาะตัว เป็นผู้มีความช่างสังเกต เพราะหากมีการรับรู้ว่าการบริการอย่างไรจึงจะเป็นที่พอใจของผู้รับบริการ ก็จะพยายามนำมาคิดสร้างสรรค์ ให้เกิดบริการที่ดียิ่งขึ้น เกิดความพอใจและตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการได้ มากยิ่งขึ้น

3.3 ต้องมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ผู้ให้บริการควรมีความคิดใหม่ ๆ ไม่ควรยึดติดกับประสบการณ์หรือบริการที่ทำอยู่ เคยปฏิบัติมาอย่างไรก็ทำไปอย่างนั้นไม่มีการปรับเปลี่ยนวิธีการให้บริการ จึงควรมีความคิดใหม่ ๆ ในการปฏิบัติงานบริการได้ดี

3.4 ต้องสามารถควบคุมอารมณ์ได้ งานบริการเป็นงานที่ให้ความช่วยเหลือจากผู้อื่น ต้องพบปะผู้คนมากมายหลายชนชั้น มีการศึกษาที่ต่างกัน ดังนั้นกิริยามารยาทจากผู้รับบริการจะแตกต่างกัน เมื่อผู้รับบริการไม่ได้ตั้งใจ อาจจะถูกตำหนิ พุดจาก้าวร้าวกิริยามารยาทไม่ดี ซึ่งผู้ให้บริการต้องสามารถควบคุมสติอารมณ์ได้เป็นอย่างดี

3.5 ต้องมีสติในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น ผู้รับบริการส่วนใหญ่จะติดต่อขอความช่วยเหลือตามปกติ แต่บางกรณีลูกค้าที่มีปัญหาเร่งด่วน ผู้ให้บริการจะต้องสามารถวิเคราะห์ถึงสาเหตุและคิดหาวิธีในการแก้ไขปัญหาอย่างมีสติ อาจจะเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดจากหลายทางเลือกในการให้บริการแก่ลูกค้า

3.6 มีความรับผิดชอบต่อกู้ค้าหรือผู้รับบริการ ในด้านงานทางการตลาด และการขาย และงานบริการ การปลูกฝังทัศนคติให้เห็นความสำคัญของลูกค้าหรือผู้รับบริการด้วยการยกย่องว่า "ลูกค้าคือบุคคลที่สำคัญที่สุด" และ "ลูกค้าเป็นฝ่ายถูกเสมอ"

สรุปได้ว่า คุณลักษณะที่ดีของบุคลากรที่ทำงานด้านบริการ ควรมีคุณลักษณะ ทั้งการแสดงออกทางกาย ทางวาจาและความคิด โดยเฉพาะการใช้ความรู้ความสามารถที่เหมาะสมกับลักษณะของงาน ซึ่งงานบริการที่ต้องติดต่อให้บริการลูกค้าโดยตรง จึงจำเป็นต้องมีบุคลากรที่มีคุณลักษณะที่เหมาะสมกับลักษณะงาน เนื่องจากคุณภาพของงานจะขึ้นอยู่กับคุณภาพการให้บริการจากพนักงาน

ส่วนที่ 5 ทฤษฎีและแนวคิดในเรื่องการบริหารทรัพยากรมนุษย์

ไพโรจน์ อุลัด (2548) ได้อธิบายหน้าที่ และความรับผิดชอบของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management Function) ในองค์กรต่างๆไว้ ดังนี้

1. การออกแบบงาน คือ การนำภารกิจขององค์กรมาแยกออกไปตามลักษณะเฉพาะของงาน เพื่อกำหนดขอบเขตอำนาจหน้าที่ ความรับผิดชอบไม่ให้ซ้ำซ้อนกัน และง่ายต่อการจัดหาคนมาทำงาน ตามตำแหน่งเหล่านั้น
2. การวิเคราะห์งาน คือ การศึกษาค้นคว้าหารายละเอียดของตำแหน่งงานที่ออกแบบไว้ นั้น จะต้องเป็นบุคคลที่มีความรู้ประสบการณ์ ตลอดจนมีคุณสมบัติตรง จึงจะสามารถปฏิบัติงานในตำแหน่งนั้นได้อย่างเหมาะสมและเกิดประสิทธิภาพ
3. การวางแผนกำลังคน เป็นการคำนวณหาปริมาณของพนักงานที่พอเหมาะที่จะมาปฏิบัติภารกิจที่มีอยู่ในแต่ละตำแหน่งงาน ทั้งปัจจุบันและในอนาคต
4. การสรรหาและคัดเลือก เป็นกระบวนการที่จะหาคนที่มีคุณสมบัติตรงตามลักษณะเฉพาะของตำแหน่งงานที่องค์กรต้องการให้เข้ามาทำงานในตำแหน่งที่ว่างได้ครบถ้วน และตรงตามเวลาที่ต้องการ

5. การบรรจุแต่งตั้ง ปฐมนิเทศ และทดลองงาน เป็นกระบวนการรับพนักงานใหม่ขององค์กร ที่จะต้องทำสัญญาว่าจ้างให้เข้ามาทำงานในตำแหน่งที่ว่าง พร้อมกับให้คำแนะนำชี้แจงเกี่ยวกับกฎระเบียบข้อบังคับต่างๆ ขององค์กร และทดลองทำงานชั่วระยะเวลาหนึ่ง เพื่อให้แน่ใจว่ามีคุณสมบัติเหมาะสมกับงานที่จะทำหรือไม่ ก่อนบรรจุเข้าเป็นพนักงานประจำขององค์กรต่อไป

6. การสร้างแรงจูงใจ คือ การกระตุ้นให้พนักงานมีความพยายามที่จะทำงาน อย่างเต็มที่ เต็มใจ เต็มความสามารถ โดยใช้ความรู้ด้านจิตวิทยาการทำงานมาใช้กับพนักงาน ให้เหมาะสมตามลักษณะของแต่ละบุคคล

7. มนุษยสัมพันธ์และการติดต่อสื่อสารในองค์กร เป็นการนำเอาความรู้ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และการติดต่อสื่อสารของบุคคลมาอบรมพนักงาน เพื่อให้มีความชำนาญในการติดต่อกับบุคคลและสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อกัน

8. การสร้างทีมงาน คือ ความพยายามของผู้บริหารที่จะทำให้พนักงานทุกคนได้มีความเข้าใจรักใคร่ เป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน และช่วยกันทำงาน ด้วยความเต็มใจ และมีความสุขกับการทำงานร่วมกัน

9. การประเมินผลการปฏิบัติงาน เป็นกระบวนการที่จะตรวจสอบความสามารถในการทำงานของพนักงาน เพื่อการปรับปรุงแก้ไข การทำงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

10. การฝึกอบรมและพัฒนา เป็นกระบวนการที่จะเพิ่มพูนประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานให้ดียิ่งขึ้น ด้วยการให้พนักงานเข้าฝึกอบรม ในโอกาสต่างๆ ตามความเหมาะสมและต่อเนื่อง

11. การพิจารณาความดีความชอบ การโยกย้ายและการให้พ้นจากงาน เป็นกระบวนการที่องค์กรดำเนินการเพื่อตอบแทนให้กับพนักงานที่ทำงานให้กับองค์กร ด้วยการพิจารณาเพิ่มค่าจ้าง เงินเดือน เลื่อนตำแหน่งหน้าที่ให้สูงขึ้น ส่วนการโยกย้ายเป็นไปตามความเหมาะสม ความจำเป็นของหน่วยงาน และการให้พ้นจากงานเป็นไปตามระเบียบการพ้นจากงานขององค์กร

12. การจ่ายค่าตอบแทน เป็นกระบวนการคิดอัตราค่าจ้างตอบแทน และผลประโยชน์ตอบแทนให้กับพนักงานอย่างเป็นธรรม และเกิดประสิทธิภาพในการจูงใจบุคคลภายนอกให้ยินดีจะเข้าร่วมงาน และกระตุ้นให้พนักงานภายในเต็มใจที่จะทำงาน

13. การบำรุงรักษาสุขภาพอนามัยและความปลอดภัย เป็นการดูแลรักษาสุขภาพอนามัยของพนักงานให้มีความแข็งแรงทั้งร่างกายและจิตใจ เพื่อให้ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนป้องกันอุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้นจากการทำงานซึ่งเป็นสาเหตุของการสูญเสียทั้งชีวิตและทรัพย์สิน

14. การควบคุมด้านวินัยและการลงโทษ เป็นการฝึกฝนให้พนักงานมีความสามารถในการควบคุมตนเองให้อยู่ในกฎระเบียบข้อบังคับ เพื่อความมีประสิทธิภาพขององค์กร หากผู้ใดฝ่าฝืนก็ดำเนินการลงโทษตามความเหมาะสม

15. กฎหมายเกี่ยวกับแรงงานและแรงงานสัมพันธ์ เป็นการให้ความรู้แก่นายจ้างและลูกจ้างที่จะปฏิบัติตามข้อกำหนดของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการว่าจ้างแรงงาน ซึ่งประกอบด้วยกฎหมายคุ้มครองแรงงาน กฎหมายกองทุนเงินทดแทน กฎหมายกองทุนประกันสังคม และกฎหมายแรงงานสัมพันธ์ และเมื่อเกิดปัญหาขัดแย้งจะได้ดำเนินการได้อย่างถูกต้อง มีประสิทธิภาพ และเกิดประโยชน์ต่อส่วนรวม

ราณี อธิชัยกุล (2550) อธิบายว่า การจัดการทรัพยากรมนุษย์ คือ กระบวนการในการดึงดูด ชักชวน คัดเลือกพัฒนา และบำรุงรักษาทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณสมบัติพึงประสงค์ขององค์กร เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้สำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ขององค์กร โดยการจัดการทรัพยากรมนุษย์จะให้ความสำคัญต่อการวางแผนบุคลากรระยะยาว และเป็นส่วนหนึ่งของการวางแผนกลยุทธ์ขององค์กร ซึ่งการจัดการทรัพยากรมนุษย์จะมีหน้าที่ตั้งแต่กิจกรรมเริ่มต้น เพื่อให้ได้ทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพ ใช้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนบำรุงรักษาเพื่อให้ทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพปฏิบัติงานในองค์กรนานที่สุด

จากแนวคิดหน้าที่ของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ทั้ง 15 ด้านที่กล่าวมาข้างต้น มีความสอดคล้องกับเนื้อหางานวิจัย "การศึกษาความต้องการสมรรถนะของบุคลากรในอุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของประเทศไทย" 3 ด้าน ได้แก่ การสรรหาคัดเลือก การฝึกอบรมพัฒนา และการประเมินผลการปฏิบัติงาน ดังนั้นจึงศึกษารายละเอียดเฉพาะ 3 ด้าน ดังนี้

1. การสรรหาและคัดเลือก

การสรรหาและคัดเลือก หมายถึง กระบวนการแสวงหาผู้สมัครที่มีคุณสมบัติเหมาะสมกับตำแหน่งที่ว่างเข้าสู่องค์กร เพื่อดึงดูดผู้สมัครในด้านปริมาณและคุณภาพที่ต้องการ โดยองค์กรมีหน้าที่ตัดสินใจเลือกผู้สมัครที่มีคุณสมบัติตรงกับตำแหน่งที่ว่างมากที่สุด โดยการเปรียบเทียบความรู้ ความสามารถ ทักษะ ความชำนาญ และบุคลิกภาพของผู้สมัครแต่ละราย ซึ่งการสรรหาทรัพยากรมนุษย์สามารถสรรหาได้ 2 แหล่ง คือ แหล่งภายในองค์กร และแหล่งภายนอกองค์กร (ราณี อธิชัยกุล, 2550, หน้า 44-70)

1.1 การสรรหาและคัดเลือกภายในองค์กร

นันทน์ภัส มะลิเผือก (2547) กล่าวว่า การสรรหาภายในองค์กร หมายถึง การคัดเลือกจากคนในองค์กรที่มีความรู้ความสามารถ โดยการสับเปลี่ยนโอนย้าย และเลื่อนตำแหน่ง

ให้สูงขึ้น องค์กรเปิดโอกาสให้มีการเลื่อนตำแหน่งให้กับบุคคลที่อยู่ภายในองค์กรก่อนเป็นอันดับแรก เพื่อบรรจุกแทนในตำแหน่งที่ว่าง การสรรหาและคัดเลือกจากภายในองค์กร (Internal Recruiting Method) มีวิธีการที่สำคัญ 5 วิธี คือ

1.1.1 การแจ้งตำแหน่งงานว่างและการคัดเลือกด้วยตนเอง (Job Posting: Self Selection) เป็นกระบวนการแจ้งข้อมูลให้พนักงานทราบว่า มีตำแหน่งงานใดที่เปิดรับสมัครอยู่

1.1.2 การใช้ทักษะ (Skill Inventories) คือ การคัดเลือกจากฐานข้อมูลขององค์กร เช่น ข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงาน ได้แก่ อายุ เพศ สถานภาพสมรส ข้อมูลด้านทักษะของบุคลากรนั้นๆ ได้แก่ การศึกษา ประสบการณ์การทำงาน การฝึกอบรม เป็นต้น

1.1.3 การใช้การอ้างอิงจากบุคคลภายใน (Referrals)

1.1.4 การคัดเลือกจากหัวหน้างานโดยตรง

1.1.5 การจัดให้มีแผนงานพัฒนานักบริหาร (Executive Development Plan)

ประโยชน์จากการสรรหาและคัดเลือกภายในองค์กร คือ

1. เป็นการประชาสัมพันธ์ที่ดีต่อองค์กร
2. เป็นการสร้างขวัญและกำลังใจให้กับบุคคลในองค์กร
3. ช่วยกระตุ้นแรงผลักดันที่ดี ซึ่งต้องการความก้าวหน้าและความทะเยอทะยาน
4. เป็นการพิสูจน์ความน่าจะเป็นของการคัดเลือกที่ดี
5. เป็นการเสียค่าใช้จ่ายน้อยกว่าการสรรหาจากภายนอก

1.2 การสรรหาและคัดเลือกภายนอกองค์กร องค์กรสามารถสรรหาจากแหล่งภายนอกได้หลายวิธี เช่น

1.2.1 สำนักงานจัดหางานของรัฐ (Public Employment Services) เช่น สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (ก.พ.) กองการจัดหางานของกรมแรงงาน กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม เป็นต้น

1.2.2 สำนักงานจัดหางานเอกชน (Private Employment Agencies) ตัวแทนหรือนายหน้าจัดหางานเอกชน ก็คือ สำนักงานจัดหางานต่าง ๆ ที่มีใบอนุญาตประกอบกิจการจัดหางาน ซึ่งได้รับอนุญาตจากกรมแรงงาน กระทรวงแรงงาน และโฆษณาหน้าหนังสือพิมพ์

1.2.3 หน่วยจัดหางานของสถาบันการศึกษา (High School, Trade and Vocational Schools, Colleges, Professional Schools and Universities) โรงเรียนและสถาบันเป็นแหล่งที่สำคัญในการสรรหาบุคลากร ประเภทที่มีความรู้ความสามารถพิเศษ โดยเฉพาะสถาบันที่มีการสอนวิชาเฉพาะบางแขนง บริษัทจะส่งคณะกรรมการคัดเลือกมาทำการสอบสัมภาษณ์ หรือ

ทดสอบนักเรียน นักศึกษาที่จะจบการศึกษา บางกรณีบริษัทอาจติดต่อของจองตัวผู้กำลังเรียน ซึ่งมีผลการเรียนดีเด่น นอกจากนี้ในกรณีที่บริษัทต้องการคนงานและไม่สามารถติดต่อกับคนงานโดยตรงได้ สามารถขอให้สถานศึกษาเป็นคนกลางติดต่อให้

1.2.4 จากผู้มาสมัครงานด้วยตัวเอง (Personal Application) หรือที่เรียกว่า Walk in โดยผู้สนใจหางานทำมาสมัครเองที่หน่วยงาน องค์กรหลายแห่งใช้วิธีรับสมัครไว้ล่วงหน้า ทำการคัดเลือกจากใบสมัครและเก็บรายชื่อไว้ในบัญชี เพื่อรอการคัดเลือกอีกครั้งหนึ่งเมื่อมีตำแหน่งว่าง

1.2.5 สมาคมที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานบุคคล หรือสมาคมวิชาชีพต่างๆ ได้แก่ สมาคมการจัดการงานบุคคลแห่งประเทศไทย (Thailand Management Association) สมาคมจะมีเอกสารหรือวารสารแจกเกี่ยวกับตำแหน่งว่างอื่น ๆ และมักจะให้ความร่วมมือบอกตำแหน่งว่างกับผู้สนใจสอบถาม และบางครั้งก็ช่วยลงเผยแพร่คุณสมบัติของผู้สมัครได้ด้วย

1.2.6 ประกาศรับสมัคร วิธีการนี้องค์กรสามารถสรรหาบุคลากรโดยประกาศผ่านทางสื่อสารมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ หรือปิดประกาศตามแหล่งต่าง ๆ เพื่อดึงดูดบุคคลที่มีความเหมาะสมกับตำแหน่งงานนั้น ๆ ให้สนใจสมัครเข้ารับการคัดเลือกจากองค์กร

1.2.7 วันตลาดนัดแรงงาน (Labor Market Day) การจัดตลาดแรงงานจะได้รับความร่วมมือจากบริษัทห้างหุ้นส่วนต่าง ๆ งานดังกล่าวนี้มีจุดประสงค์เพื่อนำอาชีพต่าง ๆ และพร้อมที่จะเปิดรับสมัครผู้คนต่าง ๆ ให้เข้ามาทำงานในตำแหน่งว่างต่าง ๆ ของวันเวลาที่ได้จัดขึ้นมาจริงๆ การจัดตลาดนัดแรงงานจะถูกโฆษณาตามหนังสือพิมพ์ต่างๆ หน่วยงานราชการ และสถานที่ที่ให้บริการเกี่ยวกับการจัดหางานทำ สถานที่ที่จัดมักจะถูกกำหนดขึ้นตามเมืองใหญ่ที่มีผู้คนอยู่เป็นจำนวนมาก และจะมีทีมงานที่พร้อมจะให้คำแนะนำต่าง ๆ แก่ผู้ที่มีความสนใจ

1.2.8 แหล่งอื่นๆ (Other Sources) จากศูนย์ส่งเสริมวิชาชีพคนพิการ หรือจากสถานฝึกอาชีพของคนบางประเภท ซึ่งมีการอบรม และฝึกหัดให้ปฏิบัติงานบางอย่าง เป็นต้น

2. การฝึกอบรมพัฒนา

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นกระบวนการในการพัฒนาองค์กร ผ่านทางกระบวนการฝึกอบรมบุคลากร เพื่อพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงาน DiPietro (2008, p. 348) มีความเห็นว่าองค์กรที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาทักษะบุคลากรจะเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันกับคู่แข่ง และก่อให้เกิดความมั่นคงและเจริญก้าวหน้าขององค์กร จากการดึงทักษะและความรู้ ของบุคลากรมาใช้ให้มีประสิทธิผลสูงสุด Cannon (2008, p. 374) กล่าวว่า การพัฒนา และการฝึกอบรมเป็นองค์ประกอบสำคัญของธุรกิจบริการ องค์กรที่ให้ความสำคัญและสนับสนุน การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านทักษะและความรู้ในเนื้อสายงาน ย่อมส่งผลถึงคุณภาพการบริการ

ที่ดีของพนักงานที่ให้บริการแก่ลูกค้า โดยการพัฒนานั้นจะต้องพัฒนาทั้งในด้านทักษะ และความรู้ ในสายงาน เพราะทั้ง 2 ด้านจะมีความสอดคล้อง และสนับสนุนการปฏิบัติงานของพนักงานให้ ออกมาอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

Brown and Green (2001, p. 142) กล่าวว่า การพัฒนาบุคลากรส่งผลประโยชน์ต่อบุคลากรและองค์กร ดังนี้

1. ประโยชน์ต่อบุคลากร
2. เกิดความมั่นใจในทักษะที่ใช้ในการทำงาน และสามารถปฏิบัติงานได้ดี
3. เพิ่มการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร
4. เปิดโอกาสให้สามารถพัฒนาอาชีพให้เจริญก้าวหน้า
5. เพิ่มโอกาสได้รับการศึกษาอบรม และพัฒนาตนเอง
6. ได้รับการกระจายอำนาจหน้าที่ในการทำงานมากขึ้น
7. มีการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องตามความสนใจ
8. ได้รับความรู้ และทักษะที่ทันสมัย
9. เพิ่มระดับความพึงพอใจในการทำงาน
10. ปฏิบัติงานผิดพลาดน้อยลง
11. ลดความเสี่ยงในด้านสุขภาพ และความปลอดภัย
12. ทำให้มีคุณภาพชีวิตการทำงานที่ดี มีขวัญและกำลังใจในการทำงาน
13. ประโยชน์ต่อองค์กร
14. สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน
15. ลดอัตราการเข้าออกงานของพนักงาน
16. ลดอัตราการขาดงาน
17. ทำให้การปฏิบัติงานในองค์กรมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลมากขึ้น
18. เกิดการประหยัดทรัพยากร และลดการสูญเสียที่ไม่จำเป็น
19. รักษาระดับความจงรักภักดีของพนักงาน และจงใจพนักงานในการทำงานให้มากขึ้น
20. รักษาระดับ และปรับปรุงคุณภาพของการบริการ
21. ทำให้ลูกค้ามีความพึงพอใจมากขึ้น และทำให้ธุรกิจมีกำไรเพิ่มขึ้น
22. มีสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัยสำหรับลูกค้าและพนักงาน

โดยการพัฒนาศักยภาพบุคคลมีขอบข่ายครอบคลุมกิจกรรมของการฝึกอบรม (Training) ทำให้บุคลากรในองค์กรได้รับความรู้ พัฒนาทักษะและทัศนคติ ที่จำเป็นในการทำงาน ปัจจุบัน โดยทั่วไปองค์กรธุรกิจนิยมให้การฝึกอบรมทั้งจากภายในองค์กร และภายนอกองค์กร (ราณี อธิชัยกุล, 2550)

3. การประเมินผลการปฏิบัติงาน

การประเมินผลการปฏิบัติงาน เป็นการบวนการเพื่อให้ได้ข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) เกี่ยวกับผู้รับประเมิน จากผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ทักษะความสามารถ พฤติกรรม หรือวิธีการที่แสดงออกในการปฏิบัติงาน หรือต่อสภาพแวดล้อมภายนอก

แนวความคิดเกี่ยวกับการประเมินผลของ อลงกรณ์ มีสุทธา และสมิต สัจฉกร (2553) แบ่งออกเป็น 2 แนวทาง คือ

แนวทางที่ 1 เป็นการประเมินผลการปฏิบัติงาน เพื่อให้ทราบผลการปฏิบัติงานในปัจจุบันของพนักงาน ตามความเห็น และการรับรู้ของผู้ที่ทำการประเมิน

แนวทางที่ 2 เป็นการประเมินทักษะความสามารถหลัก (Core Competency) ที่องค์กรต้องการในอนาคต หรือสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ขององค์กร โดยนำมากำหนดเป็นปัจจัยในการประเมิน เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในกระบวนการบริหารทรัพยากรบุคคล ในด้านการคัดเลือกพนักงานเข้าสู่ระบบ การฝึกอบรมและพัฒนา ตลอดจนให้รางวัลตามความสามารถ

ซูชัย สมิตธิไกร (2550, หน้า 379-380) จัดกลุ่มประเภทผู้ประเมินผลการปฏิบัติงาน ออกเป็น 5 กลุ่ม คือ ผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน ผู้ใต้บังคับบัญชา ลูกค้า และพนักงานผู้ได้รับการประเมิน (ดังภาพ 5)



ภาพ 5 กลุ่มผู้ประเมินผลการปฏิบัติงาน

การประเมินโดยผู้บังคับบัญชา คือ การประเมินโดยผู้ที่ทำหน้าที่ดูแล ควบคุมการปฏิบัติงานของบุคลากรโดยตรง เนื่องจากผู้บังคับบัญชามีความรู้เกี่ยวกับภาระหน้าที่ และความรับผิดชอบของพนักงานผู้ได้รับการประเมิน

การประเมินโดยเพื่อนร่วมงาน คือ การประเมินโดยผู้ที่ปฏิบัติหน้าที่ร่วมกับบุคลากรที่ถูกประเมิน ซึ่งอาจจะเป็นพนักงานในแผนก/ฝ่ายเดียวกัน หรือต่างแผนก/ฝ่าย เนื่องจากเพื่อนร่วมงาน คือ ผู้ที่ทำงานร่วมกันกับผู้ได้รับการประเมิน โดยการทำงานของผู้ที่ได้รับการประเมินจะส่งผลกระทบโดยตรงและโดยอ้อม ดังนั้นเพื่อนร่วมงานจึงเป็นกลุ่มหนึ่งที่สามารถเป็นตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานได้

การประเมินโดยผู้ใต้บังคับบัญชา คือ การให้ความเห็นโดยผู้ที่อยู่ภายใต้การควบคุมและดูแลของพนักงาน หรือ บุคคลที่ได้รับการประเมินมีอำนาจมากกว่า ทั้งอำนาจโดยตำแหน่ง อำนาจการทำงาน อาทิ ลูกน้อง หรือ บริษัทที่เป็นลูกค้าหรือใช้บริการอยู่

การประเมินโดยลูกค้า คือ การให้ความเห็นโดยผู้ที่รับบริการ หรือซื้อสินค้าจากพนักงานที่ถูกประเมิน

การประเมินโดยตัวผู้รับการประเมิน คือ การให้พนักงานผู้ปฏิบัติหน้าที่เป็นผู้ประเมินผลการปฏิบัติงานของตนเอง เพื่อเป็นการให้ผู้ปฏิบัติงานทราบเกี่ยวกับการทำงานของตนเองมากที่สุด และได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำงานของตนเอง

จากแนวคิดทฤษฎีการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ผู้วิจัยนำแนวคิดหลัก 3 ด้าน คือ ด้านการสรรหาและคัดเลือก ด้านการฝึกอบรม และการประเมินผลการปฏิบัติงาน มาประยุกต์กับงานวิจัยเรื่อง "การศึกษาความต้องการสมรรถนะของบุคลากรในอุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของประเทศไทย" คือ แนวคิดจากการประเมินผลการปฏิบัติงาน เป็นตัวกำหนดผู้ตอบแบบสอบถาม คือผู้ประกอบการ หรือพนักงานในองค์กรนั้นๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลย้อนกลับถึงสมรรถนะที่ต้องการ โดยผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปกำหนดคุณสมบัติเฉพาะของงาน (Job Specification) และเป็นเครื่องมือในการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรเข้าองค์กรของตน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปเป็นแนวทางพัฒนามูลฐานบุคลากรในอุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของประเทศไทยให้มีคุณภาพ

ส่วนที่ 6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่ผู้วิจัยเลือกมาใช้เป็นแนวทางประกอบการศึกษา มี 3 ความมุ่งหมาย คือ 1) เพื่อสื่อให้เห็นถึงความสำคัญของบุคลากรในการสร้างความสำเร็จให้แก่ธุรกิจ โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ 2) เพื่อสื่อถึงลักษณะบุคลากรที่พึงประสงค์ในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวและบริการ และลักษณะงาน และ 3) สมรรถนะของแรงงานที่ยังขาดแคลนอยู่ในปัจจุบัน

Chen and Mo (2012) ได้ศึกษา เรื่อง คุณภาพการให้บริการจัดงานแสดงสินค้าในมุมมองของผู้เข้าร่วมงานแสดงสินค้า กรณีศึกษาการจัดงานแสดงสินค้าการท่องเที่ยว (Attendees' perspectives on the service quality of an exhibition organizer: A case study of a tourism exhibition) ผลการศึกษาพบว่า สิ่งสำคัญในทัศนคติของผู้เข้าร่วมงาน ที่จะทำให้งานแสดงสินค้ามีคุณภาพ จะต้องประกอบไปด้วย 6 ด้าน ดังนี้

1. การบริหารจัดการ ประกอบด้วย การสื่อสารของพนักงาน มารยาทของพนักงาน ความรู้ความเชี่ยวชาญของพนักงาน และข้อมูลประกอบการตัดสินใจ เช่น โบชัวร์ แผ่นพับ เป็นต้น

2. เนื้อหาสาระของงาน ประกอบด้วย ความเหมาะสมของกิจกรรม และการมีส่วนร่วมกับผู้เข้าร่วมงาน คู่มือการร่วมงานแสดงสินค้าเพียงพอต่อผู้เข้าร่วมงาน ความเหมาะสมของสินค้า ภายในบูธกับรูปแบบการจัดแสดงสินค้า และการจัดการที่ดีต่อการจัดแสดงสินค้า การประชุม สัมมนาในงานเดียวกัน

3. การลงทะเบียน ประกอบด้วย ความสะดวกในการลงทะเบียนล่วงหน้าผ่านอินเทอร์เน็ต ขั้นตอนการลงทะเบียนที่มีความรวดเร็วและง่าย ความเหมาะสมของจุดลงทะเบียน การอำนวยความสะดวก และมารยาทของพนักงานในการช่วยลงทะเบียน

4. การเข้าถึง ประกอบด้วย ความเหมาะสมด้านขนาดความจุ และคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกของสถานที่จัดงาน และความเหมาะสมของระยะเวลาการจัดนิทรรศการ

5. การจัดสรรบูธและการใช้งาน ประกอบด้วย การจัดวางบูธมีความสะดวก และความสะดวกต่อการเดินชมงาน (ระหว่างบูธกับจุดแวะนั่งพัก) การออกแบบของบูธเหมาะกับการเข้าชม การออกแบบและมองเห็นได้ง่ายของป้ายที่จัดแสดงนิทรรศการ และห้องประชุม หรือห้องสัมมนา มีสิ่งอำนวยความสะดวก มีพื้นที่ใช้สอยที่เพียงพอ

6. ความน่าสนใจจุดดึงดูดของงานแสดงสินค้า ประกอบด้วย การประชาสัมพันธ์ให้คนมาเข้าร่วมงานผ่านทาง ทีวี วิทยุ อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ ฯลฯ การดึงดูดใจด้วยของอภินันทนาการ เช่น กระเป๋า ถ้วย ปากกา สมุดโน้ต ฯลฯ การจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อดึงดูดผู้เข้าร่วมงานให้เข้าบูธ การมอบบัตรเข้าชมฟรี หนังสือเชิญร่วมงาน โบชัวร์ เพื่อดึงดูดผู้เข้าร่วมงานเข้าบูธ

ผลการศึกษาพบว่าผู้เข้าร่วมงานมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก แสดงถึงการจัดงานแสดงสินค้าและบริการมีคุณภาพตามทัศนคติของผู้เข้าร่วมงาน

Weber and Ladkin (2003) ได้ศึกษาเรื่อง อุตสาหกรรมการประชุมในประเทศออสเตรเลีย และสหราชอาณาจักร: ประเด็นหลักในภาวะการแข่งขัน (The Convention Industry in Australia and the United Kingdom: Key Issues and Competitive Forces) โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อหาปัจจัยที่ส่งผลต่อภาวะการแข่งขัน อีก 5 ปีข้างหน้า ของออสเตรเลียและสหราชอาณาจักร 2) เพื่อศึกษาอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องของออสเตรเลียและสหราชอาณาจักร ผลการศึกษาพบว่า ตลาดการแข่งขันของออสเตรเลีย คือ ภูมิภาคเอเชีย โดยเฉพาะสิงคโปร์ ฮองกง และสหราชอาณาจักร ตลาดแข่งขัน คือ ยุโรป โดยเฉพาะไอร์แลนด์ ซึ่งอุปสรรคต่อภาวะการแข่งขันของออสเตรเลีย และสหราชอาณาจักรที่กำลังเผชิญและมีปัญหาที่คล้ายคลึงกัน คือ ประเด็นใน

เรื่องของ การตลาด การลงทุน การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทรัพยากรมนุษย์ และคุณภาพการให้บริการ ซึ่งเป็นปัญหาที่ต้องได้รับการพัฒนา

Chen, et al., (2012) ได้ศึกษา เรื่อง การเพิ่มประสิทธิภาพคุณภาพบริการและความพึงพอใจ ในภาคบริการ MICE ของไต้หวัน (A Study of the Enhancement of Service Quality and Satisfaction by Taiwan MICE Service Project) จากผลการวิจัยพบว่า ไต้หวันพยายามเป็นเจ้าภาพจัดประชุมนานาชาติ ด้วยการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อดึงดูดให้มีความน่าสนใจ ในการเป็นสถานที่ที่ต้องการในการจัดประชุมจากนานาชาติ โดยภาครัฐสนับสนุนในด้านเทคโนโลยีให้กับผู้ประกอบการ เข้าร่วมสมาคม MICE นานาชาติเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์และส่งเสริมการโฆษณาของประเทศไต้หวัน และในส่วนของผู้ประกอบการเองต้องเร่งปรับปรุงคุณภาพของบุคลากร แม้ว่าด้านเทคโนโลยีที่ล้ำสมัยและการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างเข้มแข็งนั้นจะสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน แต่อย่างไรก็ยังมีจุดอ่อน คือ ผู้เข้าร่วมประชุม ยังต้องการความดูแลเอาใจใส่อย่างดี มีบุคลากรที่ชำนาญทางวิชาชีพและเทคโนโลยีที่นำมาใช้ในการประชุม ดังนั้นจึงต้องเร่งจัดฝึกอบรม และพัฒนาบุคลากร เพราะสามารถลดช่องว่างและเพิ่มประสิทธิภาพคุณภาพการบริการในอุตสาหกรรม MICE สร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้เข้าร่วมประชุมได้เป็นอย่างดี

Jin, Weberb and Bauer (2012) ได้ศึกษา เรื่อง คุณภาพความสัมพันธ์ระหว่างผู้เข้าร่วมงาน (ผู้แสดงสินค้า) กับผู้จัดงานแสดงสินค้า: กรณีศึกษาอุตสาหกรรมการจัดนิทรรศการของจีน (Relationship quality between exhibitors and organizers: A perspective from Mainland China's exhibition industry) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ได้ข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างผู้เข้าร่วมงานกับผู้จัดนิทรรศการ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดนิทรรศการ ซึ่งการจัดงานแสดงสินค้าเป็นการสร้างสัมพันธ์ทางการตลาดระหว่าง ธุรกิจกับธุรกิจ (Business to Business) และหรือธุรกิจกับผู้บริโภค (Business to Customer) ดังนั้น บุคลากรที่เข้ามาทำงานจึงมีความสำคัญมาก เพราะบุคลากรจะเป็นผู้ดำเนินงาน อำนวยความสะดวก และความสัมพันธ์ทางการตลาด เพราะขั้นตอนการสร้างสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ร่วมงานจะขึ้นอยู่กับ 4 ปัจจัย ดังนี้ 1) คุณภาพการให้บริการ 2) ความไว้วางใจ 3) การสื่อสารของพนักงานที่ดี และ 4) สัมพันธ์กับพันธมิตรที่ผู้ประกอบการให้แก่ลูกค้า ซึ่งเกิดจากกระบวนการทำงานของบุคลากร

Lee, McKercher and Kim (2009) ได้ศึกษา เรื่อง สัมพันธ์ระหว่างเจ้าภาพจัดงานประชุมกับผู้จัดการประชุมมืออาชีพ (The relationship between convention hosts and professional conference organizers) โดยปกติเจ้าภาพจัดงานประชุมมักนิยมจ้างบริษัทรับจัดการประชุมมืออาชีพ เนื่องจากมีความชำนาญในการติดต่อประสานงานกับหลายหน่วยงานใน

การจัดงานแต่ละครั้ง โดยงานวิจัยนี้ระบุว่าความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าภาพกับผู้จัดการประชุมจะดีหรือไม่ ขึ้นอยู่กับการสร้างความมั่นใจในตัวบริษัทที่รับจ้างจัดงาน และประสิทธิภาพในการทำงาน ซึ่งผลจากการวิจัยพบว่า สิ่งที่ส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าภาพจัดงานประชุม กับบริษัทรับจัดการประชุมมืออาชีพ คือความเข้าใจไม่ตรงกันของทั้ง 2 ฝ่าย ในเรื่องค่าบริการ ที่เจ้าภาพจัดงานประชุมมองว่า บริษัทรับจัดประชุมมืออาชีพมักค้ำกำไรเกินควร ไม่มีความโปร่งใส และบุคคลที่ได้รับมอบหมายให้จัดประชุมมักจะมีข้อจำกัดในด้านประสบการณ์ และความชำนาญ

Beaulieu and Love (2004) ได้ศึกษา เรื่อง คุณลักษณะเด่นของผู้จัดการประชุม (Characteristics of a Meeting Planner: Attributes of an Emerging Profession) จากข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้จัดการประชุมส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 30-41 ปี มีประสบการณ์ในการทำงานไม่ต่ำกว่า 7 ปี มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี และไม่ได้การรับรองจากสถาบันที่เชื่อถือได้ในสาขาการบริหารธุรกิจหรือเกี่ยวข้อง และจากยังพบอีกว่า ผู้จัดการประชุมเหล่านี้ต้องการให้คนรุ่นใหม่ที่จะเข้ามา มีวุฒิการศึกษาในระดับปริญญาตรี คุณสมบัติที่ควรมีสำหรับการทำงาน คือ ทักษะด้านการจัดการ กล่าวคือ ความสามารถในการจัดการประชุมในทุกๆ ส่วนของงาน ทักษะการติดต่อสื่อสาร ทักษะการเจรจาต่อรอง ทักษะรอบด้าน สามารถทำงานหลายๆ งาน หลายๆ ประเภท ได้พร้อมกัน

เทวีวรรณ ปทุมพร (2549) ได้ศึกษา เรื่อง ปัจจัยความสำเร็จของอุตสาหกรรมการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ (MICE) ในจังหวัดขอนแก่น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลกระทบโดยตรงต่ออุตสาหกรรม MICE ของจังหวัดขอนแก่น 2) วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลกระทบโดยอ้อมต่ออุตสาหกรรม MICE ของจังหวัดขอนแก่น 3) วิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในอุตสาหกรรม MICE ของจังหวัดขอนแก่น และ 4) วิเคราะห์ปัจจัยความสำเร็จในการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันในอุตสาหกรรม MICE ของจังหวัดขอนแก่น โดยการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เจาะลึกบุคคล ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยความสำเร็จของอุตสาหกรรม MICE ในจังหวัดขอนแก่น แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มปัจจัย คือ

1. ปัจจัยความสำเร็จสำหรับอุตสาหกรรม MICE โดยรวม ได้แก่ โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก ระบบการคมนาคมขนส่ง ระบบฐานข้อมูลสำหรับผู้จัดกิจกรรม จุดขายและภาพลักษณ์ของจังหวัด ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน บุคลากร และแผนพัฒนาเฉพาะด้านอุตสาหกรรม MICE

2. ปัจจัยความสำเร็จสำหรับกิจกรรม MICE รูปแบบต่างๆ ประกอบด้วย

ปัจจัยความสำเร็จกิจกรรมการประชุมนานาชาติ ได้แก่ สถานที่จัดการประชุมทั้งที่เป็น ศูนย์การประชุม และโรงเรียน แหล่งท่องเที่ยว สถานที่พัก และบริษัทบริหารจัดการประชุมมืออาชีพ (PCO)

ปัจจัยความสำเร็จสำหรับกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว และสถานที่พัก

ปัจจัยความสำเร็จสำหรับกิจกรรมแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ ได้แก่ ศูนย์การ แสดงสินค้า/นิทรรศการ กลุ่มธุรกิจและอุตสาหกรรม ระบบขนถ่ายสินค้า บริษัท รับจัดกิจกรรม ต่างๆ (EMC) บริษัท รับจัดแสดงสินค้า/นิทรรศการมืออาชีพ (PEO) บริษัท ผู้รับจัดการขนส่งสินค้า (Freight Forwarder) และบริษัทผู้รับเหมาบริการด้านต่างๆ สำหรับการแสดงสินค้า (Service Contractor)

3. ปัจจัยที่มีส่วนสนับสนุนความสำเร็จ ได้แก่ การเป็นศูนย์กลางของหน่วยงานภาครัฐ และเอกชนของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ความร่วมมือทางด้านวิชาการ ความร่วมมือทางด้าน เศรษฐกิจอนุภาคลุ่มน้ำโขง นโยบายองค์การผู้จัดกิจกรรม นโยบายรัฐบาล ความมั่นคงปลอดภัย และสภาพเศรษฐกิจ

ซึ่งปัจจัยทั้ง 3 ด้านนี้ส่งผลให้จังหวัดขอนแก่น มีความสามารถในการรองรับอุตสาหกรรม MICE แต่ยังมีจุดที่ควรปรับปรุงในบางประเด็น โดยเฉพาะด้านบุคลากร ผลจากการศึกษาพบว่า บุคลากรมีความเข้าใจในธุรกิจในการอุตสาหกรรม MICE น้อยมาก ส่งผลให้การวางแผนเพื่อพัฒนา และการปฏิบัติงานไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร

จันทร์เพ็ญ สายน้ำปราณ (2549) ได้ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงิน ของธุรกิจจัดประชุมในเขตกรุงเทพมหานคร (An Analysis of the Financial Returns on Investment of MICE Organization Establishment in Bangkok Metropolis) โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) ศึกษาและวิเคราะห์งบการเงินของธุรกิจจัดประชุมในเขตกรุงเทพมหานคร และ 2) ศึกษา และวิเคราะห์ลักษณะของธุรกิจ การบริหารจัดการ บุคลากร การตลาด ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ ความสำเร็จ ปัญหา และอุปสรรคของธุรกิจจัดประชุมในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จ คือ คุณภาพในการให้บริการ การบริหารจัดการ และที่สำคัญการคัดเลือก และอบรมบุคลากร แต่ปัจจัยเหล่านี้ยังเป็นปัญหา และส่งผลกระทบต่อธุรกิจ ซึ่งสิ่งที่เป็นปัญหามากที่สุดจากการวิจัย คือ ปัญหาด้านบุคลากร เนื่องจากธุรกิจนิยมจ้างพนักงาน ประจำจัดการประชุมมากกว่าพนักงานชั่วคราว แต่พนักงานเหล่านี้ แม้จะมีวุฒิการศึกษาในระดับ

ปริญญาตรี แต่ไม่มีความรู้ในสาขาวิชาที่เกี่ยวกับการจัดประชุม และมีประสบการณ์ในการทำงานด้านการจัดประชุมประมาณ 1-3 ปี ประกอบกับการบริหารจัดการ การจัดองค์การของธุรกิจใช้หลักเกณฑ์การแบ่งตามหน้าที่ มีการจัดสรรบุคลากรให้ทำงานเป็นทีม และทำงานหลายด้านร่วมกัน โดยหน้าที่หลักได้แก่ การวางแผนงาน การจัดการและดำเนินการ การประเมินผล และติดตามผลการจัดประชุม จึงต้องใช้ความรู้ ทักษะ ความชำนาญ รอบด้าน บุคลากรยังขาดแคลนที่มีความรู้ความชำนาญด้านการจัดประชุม

วรินญา ศรีวัลย์ (2551) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมลูกค้าธุรกิจในการจ้างบริษัทรับจัดกิจกรรมพิเศษ (Organizer) ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมลูกค้าธุรกิจในการจ้างบริษัทรับจัดกิจกรรมพิเศษ (Organizer) ในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ลูกค้านิยมจ้างบริษัทหอแก้วในเซอร์ในโอกาสงานประชุม/สัมมนา รูปแบบที่ใช้บริการ คือ การวางแผนสื่อประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อต่างๆ และการออกแบบและผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ โดยสถานที่นิยมใช้จัดงาน คือ โรงแรม เหตุผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการมากปัจจัยหนึ่ง คือ ปัจจัยด้านบุคลากรหรือพนักงาน ที่มีความริเริ่มสร้างสรรค์ มีความรู้ความสามารถ มีทักษะในการแก้ไขเหตุการณ์เฉพาะหน้าได้ดี มีทักษะความชำนาญในด้านงานบริการลูกค้า มีการตอบสนองต่อลูกค้าทันที เมื่อลูกค้ามีปัญหาเกิดขึ้น มีความสามารถในการเสนอขาย เพื่อให้องค์กรตัดสินใจใช้บริการธุรกิจรับจัดกิจกรรมพิเศษ (Organizer)

เกตุศิริ เจริญวิศาล (2552) ได้ศึกษาเรื่อง รูปแบบการตลาดที่เหมาะสมของสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการตลาดที่เหมาะสมของสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า จากส่วนประสมทางการตลาด 8Ps คือ ด้านผลิตภัณฑ์บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านกระบวนการบริการ ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์บริการ และด้านพนักงาน กลุ่มผู้รับบริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านพนักงานมากที่สุด และพนักงานควรมีคุณสมบัติดังนี้ 1) ความสามารถในการประสานงานกับทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดงาน 2) ความเต็มใจและความตั้งใจในการทำงาน 3) ความมีประสิทธิภาพในการทำงาน 4) ความเอาใจใส่และความเต็มใจในการช่วยเหลือ 5) ความเป็นมืออาชีพและความสามารถในการแก้ปัญหา 6) ความมีมารยาทและความสุภาพ 7) การมีอัธยาศัยดีและมีความเป็นมิตร 8) แต่งกายที่เหมาะสม และ 9) บุคลิกภาพที่ดี

กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน (2548) วิจัยเกี่ยวกับความต้องการแรงงาน ในธุรกิจ MICE พบว่า บุคลากรยังขาดความรู้ ทักษะ และความสามารถในหลายๆ ด้าน อาทิ

เจ้าหน้าที่ประสานงานโครงการ (Project Coordinator) ยังขาดความรู้เกี่ยวกับธุรกิจ แสดงสินค้า ด้านการตลาดและการขาย ด้านการบริหารโครงการและเวลา และขาดทักษะการคิด วิเคราะห์ ทักษะการใช้ภาษาอังกฤษและการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ ทักษะการคิดเชิงกลยุทธ์ การคิดเชิงสร้างสรรค์และนวัตกรรม ทักษะการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าและการตัดสินใจ และทักษะ การวางแผน การประสานงาน การเจรจาต่อรอง การเรียนรู้ และการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าและการตัดสินใจ ขาดความรู้อย่างมากด้าน โซลูชัน การจัดการโลจิสติกส์ การจัดการเวลา และการตลาด ในส่วนของทักษะก็ยังขาดอยู่มากด้าน การคิดเชิงกลยุทธ์และการวิเคราะห์ การ ประสานงานร่วมมือ และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

เจ้าหน้าที่ให้บริการลูกค้า (Customer Service Coordinator) ขาดความรู้มากที่สุด เกี่ยวกับธุรกิจแสดงสินค้า การตลาด และวิจัยการตลาด นอกจากนี้ยังขาดทักษะมากที่สุดด้าน การคิดเชิงกลยุทธ์ การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ ภาษาอังกฤษ การแก้ไขปัญหา และการตัดสินใจ

เจ้าหน้าที่งานขาย (Sale Coordinator) ยังขาดความรู้ในหลายๆ ด้าน ได้แก่ ความรู้ เกี่ยวกับธุรกิจแสดงสินค้า การตลาดและวิจัยการตลาด การควบคุมงบประมาณ ส่วนทักษะที่ยัง ต้องเพิ่มพูนอีก ได้แก่ ด้านการคิดเชิงสร้างสรรค์ นวัตกรรม การสื่อสารภาษาอังกฤษอย่างมี ประสิทธิภาพ และการวางแผน

ผู้วิจัยได้ประยุกต์แนวคิดและรายละเอียดบุคลากรที่จะนำพาให้องค์กรประสบความสำเร็จจากคุณลักษณะที่พึงประสงค์ มาเป็นประเด็นรายละเอียดในการสร้างแบบสอบถาม เพื่อหาสมรรถนะหลักและสมรรถนะตามตำแหน่งงานของบุคลากร 2 ตำแหน่ง คือ ตำแหน่ง เจ้าหน้าที่ประสานงานขายและให้บริการลูกค้า (Sale & Customer Service Coordinator) และ เจ้าหน้าที่ประสานงานโครงการ (Project Coordinator) โดยสอบถามสมรรถนะของบุคลากรที่ควรมีในทัศนะของบุคคลสำคัญที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม และนำมาสอบถามระดับความต้องการจาก ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เพื่อให้ สอดคล้องกับความต้องการสมรรถนะบุคลากรใน 3 ประเด็น คือ คุณลักษณะ ความรู้ และทักษะ