



กลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่

ขัตติยา กลัฏฐกะปกรณ์

คู่มือนี้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาการท่องเที่ยว

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้

พ.ศ. 2557

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยแม่โจ้



ใบรับรองคุณวุฒิพนธ์
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนากการท่องเที่ยว

ชื่อเรื่อง
กลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่

โดย
ชัตติยา กลัญทกะปกรณ์

พิจารณาเห็นชอบโดย

ประธานกรรมการที่ปรึกษา

(รองศาสตราจารย์ ดร.วีระพล ทองมา)

วันที่ 1 เดือน ๕.๐ พ.ศ. ๒๕๕๗

กรรมการที่ปรึกษา

(รองศาสตราจารย์ ดร.เทพ พงษ์พานิช)

วันที่ 1 เดือน ๕.๐ พ.ศ. ๒๕๕๗

กรรมการที่ปรึกษา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สายสกุล ฟองมูล)

วันที่ 1 เดือน ๕.๐ พ.ศ. ๒๕๕๗

ประธานกรรมการประจำหลักสูตร

(รองศาสตราจารย์ ดร.วีระพล ทองมา)

วันที่ 1 เดือน ๕.๐ พ.ศ. ๒๕๕๗

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จตุรพงศ์ วาฤทธิ)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 1 เดือน ๕.๐ พ.ศ. ๒๕๕๗

ชื่อเรื่อง	กลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่
ชื่อผู้เขียน	นางสาวชัตติยา กลัณฐกะปกรณ์
ชื่อปริญญา	ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาการท่องเที่ยว
ประธานกรรมการที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.วิระพล ทองมา

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพในการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ 2) เพื่อสำรวจการบริหารจัดการของหน่วยงานของรัฐและเอกชนที่ส่งเสริมต่อการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ 3) เพื่อกำหนดตำแหน่งและพัฒนากลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ที่เหมาะสมกับจังหวัดเชียงใหม่ 4) วิเคราะห์ระดับการมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ โดยทั้งนี้ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ อันประกอบด้วย สถานที่จัดงาน สถานที่จัดงานที่ไม่ใช่โรงแรม กลุ่มธุรกิจรับจัดงานประชุม กลุ่มธุรกิจรับจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ กลุ่มบริษัทรับจัดงานมีโออาชีพ รวมทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในธุรกิจไมซ์ทั้งภาครัฐและเอกชน

ผลการวิจัยในการประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพในการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ในมุมมองสำหรับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียนั้นมองว่า ในการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ ยังมีศักยภาพแค่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีผลเกี่ยวเนื่องกับนโยบายของรัฐที่ยังไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอในการสนับสนุนธุรกิจไมซ์ สอดคล้องกับระดับการมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนกลยุทธ์ในการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ซึ่งอยู่ในระดับปานกลางเช่นเดียวกัน สำหรับตำแหน่งกลยุทธ์ในการบริหารจัดการในธุรกิจไมซ์โดยการวิเคราะห์แบบ TOWS Matrix ในแต่ละธุรกิจนั้น พบว่า ธุรกิจการจัดประชุมมีตำแหน่งทางการตลาดที่ดีที่สุดคือ โดยอยู่ในกลยุทธ์แบบก้าวหน้า SO (strengths–opportunities) รองลงมาคือ ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล คือ กลยุทธ์เชิงป้องกัน ST (strengths–threats) และทั้งธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติและธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการมีตำแหน่งกลยุทธ์ที่เหมือนกันคือ กลยุทธ์แบบการแข่งขัน WO (weaknesses–opportunities) ทั้งนี้เชียงใหม่ยังต้องพบกับความท้าทายในหลายอย่าง เช่น การที่จะเปลี่ยนมุมมองของนักท่องเที่ยวให้มองเชียงใหม่เป็นเมืองแห่งไมซ์ และยังต้องเผชิญกับการขาดความร่วมมือกันระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของจังหวัดเชียงใหม่และการไม่มีประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ

Title	MICE Management Strategies in Chiang Mai Province, Thailand
Author	Miss Khattiya Kruntakapakorn
Degree of	Doctor of Philosophy in Tourism Development
Advisory Committee Chairperson	Associate Professor Dr. Weerapon Thongma

ABSTRACT

This research is conducted with the following objectives: 1) to evaluate the opinion of potential of MICE management in Chiang Mai province, 2) to survey the government and corporate policy on supporting MICE business in Chiang Mai province, 3) to identify the appropriate positioning and develop the appropriate of MICE management strategies for Chiang Mai province, 4) to analyze the level of participation of stakeholders to come up with the appropriate MICE management strategies in Chiang Mai province

This paper present the outcome of purposive sampling of stakeholders in Chiang Mai Province as follows: 1) venues, 2) visitor attractions, 3) organizers in Chiang Mai-PCO (Professional Conference Organization), PEO (Professional Exhibition Organizer, EMC (Event Management Organizer) and DMC (Destination Management Company. 4) university and 5) government organizations.

The result of the opinion of potential of MICE management in Chiang Mai province revealed Chiang Mai need to develop itself because the findings showed that the potential of MICE management in Chiang Mai are moderate level. There are insufficient governments policy on supporting MICE business. Moreover, the level of participation of stakeholders to come up with MICE management strategies are also moderate. TOWS Matrix application will identify the positioning of MICE management strategies. Stakeholders or participants will name MICE management strategies in Chiang Mai province that are divided into four sectors as follows: 1) meeting, 2) incentives, 3) conventions, and 4) exhibitions. The result of appropriate positioning and MICE management strategies founded that meeting is the best positioning for management which is SO Strategy (strengths–opportunities). Incentives is ST Strategy (strengths–threats). And both of conventions and exhibitions are WO Strategy

(weaknesses–opportunities). Indeed, Chiang Mai is faced with the challenge of changing traveler perception of the destination to being a attraction convention and exhibition destination image. However, it is difficult task, mainly due to insufficiency of MICE management and the lack of cooperation among the city's stakeholders



กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ฉบับนี้ สำเร็จได้เนื่องด้วยความกรุณา ความเอื้ออาทร ช่วยเหลือแนะนำ ในด้านการศึกษาตลอดมาจาก ประธานกรรมการที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.วิระพล ทองมา กรรมการที่ปรึกษาทั้งสองท่าน รองศาสตราจารย์ ดร. เทพ พงษ์พานิช และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สายสกุล ฟองมูล ที่ได้กรุณาเป็น กำลังใจให้เสมอมา จนนำมาซึ่งความสำเร็จ รวมถึง รองศาสตราจารย์ ดร.วรทัศน์ อินทร์คัมพร ประธานในการสอบ และผู้แทนจากบัณฑิตวิทยาลัย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กชพร ศิริโกตากิจ ที่ดำเนินการในการสอบของข้าพเจ้าให้ผ่านไปได้ด้วยดี

ขอขอบคุณเพื่อนๆ พี่ๆ น้องๆ รวมถึงผู้ที่ข้าพเจ้าได้ไปสัมภาษณ์ทุกท่าน ทั้ง หน่วยงานราชการและหน่วยงานเอกชน รวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในธุรกิจไมซ์ท่านอื่นๆ ที่ให้ความกรุณา ให้คำแนะนำ และผู้ที่เป็นฝ่ายสนับสนุนที่สำคัญของข้าพเจ้าคือ ลูกศิษย์ของข้าพเจ้าที่ได้เอื้อเฟื้อข้อมูลต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อข้าพเจ้า ตลอดจนช่วยประสานงานให้ข้าพเจ้าได้รับความสะดวกในการรวบรวมข้อมูล

ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณ คณาจารย์คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ รวมถึงมหาวิทยาลัยต้นสังกัดของข้าพเจ้า คือ มหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงใหม่ ที่ได้ให้ทุนสนับสนุนข้าพเจ้ามาเรียนในระดับปริญญาเอก เพื่อต่อยอดทางการศึกษาของข้าพเจ้า

สุดท้ายนี้ ข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่ออุดม และคุณแม่อัมพร กลัญทะปกรณ์ ที่ได้ให้กำเนิดและเลี้ยงดูข้าพเจ้า และให้การสนับสนุนในการศึกษาของข้าพเจ้ามาตลอด รวมถึงเป็นกำลังใจให้ข้าพเจ้าเสมอมา

ขัตติยา กลัญทะปกรณ์

สิงหาคม 2557

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(3)
ABSTRACT	(4)
กิตติกรรมประกาศ	(6)
สารบัญ	(7)
สารบัญตาราง	(10)
สารบัญภาพ	(17)
สารบัญตารางผนวก	(18)
บทที่ 1 บทนำ	1
ปัญหาในการวิจัย	3
คำถามงานวิจัย	6
วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
ขอบเขตในการวิจัย	7
ข้อจำกัดในการวิจัย	8
นิยามศัพท์เฉพาะ	8
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร	10
ทฤษฎีปริวรรต	10
ทฤษฎีการจัดการ	12
กรอบทฤษฎีในงานวิจัย	21
ภาคสรุป	68
กรอบแนวคิดในการวิจัย	70
สมมติฐานการวิจัย	71
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	72
สถานที่ในการวิจัย	72
กลุ่มประชากรและการสุ่มตัวอย่าง	73

บทที่ 4 ประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพในการจัดการธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่	93
กลุ่มที่ 1 ผู้บริหารหรือผู้จัดการตลอดจนเจ้าของกิจการ ห้างร้าน รวมทั้ง โรงแรมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์โดยตรง	93
กลุ่มที่ 2 ประกอบด้วย บริษัทรับจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (DMC) ในกรุงเทพมหานครและในจังหวัดเชียงใหม่	125
บทที่ 5 การวิเคราะห์นโยบายของหน่วยงานรัฐและเอกชนต่อการส่งเสริมการ บริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่	167
ส่วนที่ 1 การสัมภาษณ์ในเชิงลึก	168
ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเพื่อนำไปสัมภาษณ์	177
บทที่ 6 การกำหนดตำแหน่งและพัฒนากลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ที่ เหมาะสมกับจังหวัดเชียงใหม่	227
ตอนที่ 1 วิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายในและภายนอกที่มีผลต่อความสำเร็จ ในการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่	229
ตอนที่ 2 การกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของธุรกิจไมซ์ของจังหวัด เชียงใหม่และพัฒนากลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ที่ เหมาะสมกับจังหวัดเชียงใหม่	321
ตอนที่ 3 การหาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารจัดการของธุรกิจ ไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่	336
บทที่ 7 ระดับการมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ ในจังหวัดเชียงใหม่	354
ตอนที่ 1 การกำหนดแผนกลยุทธ์และโครงการหรือกิจกรรมในการ บริหารจัดการธุรกิจไมซ์	354
ตอนที่ 2 การหาระดับการมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนกลยุทธ์การ บริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่	367
ตอนที่ 3 การหาความสัมพันธ์ของลักษณะส่วนบุคคลกับการมีส่วน ร่วมในการกำหนดแผนกลยุทธ์การบริหารจัดการของธุรกิจไมซ์ใน จังหวัดเชียงใหม่	379
บทที่ 8 สรุปผล อภิปรายผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	382
สรุปผลการวิจัย	382

	หน้า
อภิปรายผล	394
ข้อเสนอแนะ	400
บรรณานุกรม	403
ภาคผนวก	412
ภาคผนวก ก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	413
ภาคผนวก ข ผลการทดสอบความเชื่อมั่น	474
ภาคผนวก ค รายชื่อผู้ให้ข้อมูล	514
ภาคผนวก ง ประวัติผู้วิจัย	519

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	การเปรียบเทียบการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนและการท่องเที่ยวแบบไมซ์	28
2	จำนวนการจัดประชุมสมาคมนานาชาติในภูมิภาคเอเชีย จำแนกรายประเทศเปรียบเทียบระหว่างปี 2543 และปี 2552	50
3	จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูลจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล	94
4	ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อศักยภาพในการจัดการธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ด้านความปลอดภัย	97
5	ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อศักยภาพในการจัดการธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ด้านความคุ้มค่า	100
6	ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อศักยภาพในการจัดการธุรกิจไมซ์จังหวัดเชียงใหม่ด้านการจัดการบุคลากร	104
7	ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อศักยภาพในการจัดการธุรกิจไมซ์จังหวัดเชียงใหม่ด้านการจัดการด้านข้อมูล	107
8	ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อศักยภาพในการจัดการธุรกิจไมซ์จังหวัดเชียงใหม่ด้านการจัดการสถานที่จัดงาน	110
9	ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อศักยภาพในการจัดการธุรกิจไมซ์จังหวัดเชียงใหม่ด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก	115
10	ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อศักยภาพในการจัดการธุรกิจไมซ์จังหวัดเชียงใหม่ด้านการจัดการสิ่งดึงดูดใจ	119
11	ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อศักยภาพในการจัดการธุรกิจไมซ์จังหวัดเชียงใหม่ด้านความร่วมมือ	124
12	ค่าความแตกต่างระหว่างความคิดเห็นในด้านศักยภาพในการจัดการในด้านการแลกเปลี่ยนระดับบุคคลและศักยภาพในการจัดการในระดับการแลกเปลี่ยนรวมหมู่ของผู้บริหารหรือผู้จัดการตลอดจนเจ้าของกิจการห้างร้าน รวมทั้งโรงแรมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์	125
13	จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูลจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล	126

ตาราง		หน้า
14	ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อศักยภาพในการจัดการธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ด้านความปลอดภัย	129
15	ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อศักยภาพในการจัดการธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ด้านความคุ้มค่า	135
16	ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อศักยภาพในการจัดการธุรกิจไมซ์จังหวัดเชียงใหม่ด้านการจัดการบุคลากร	138
17	ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อศักยภาพในการจัดการธุรกิจไมซ์จังหวัดเชียงใหม่ด้านการจัดการด้านข้อมูล	142
18	ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อศักยภาพในการจัดการธุรกิจไมซ์จังหวัดเชียงใหม่ด้านการจัดการสถานที่จัดงาน	146
19	ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อศักยภาพในการจัดการธุรกิจไมซ์จังหวัดเชียงใหม่ด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก	151
20	ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อศักยภาพในการจัดการธุรกิจไมซ์จังหวัดเชียงใหม่ด้านการจัดการสิ่งดึงดูดใจ	156
21	ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อศักยภาพในการจัดการธุรกิจไมซ์จังหวัดเชียงใหม่ด้านความร่วมมือ	160
22	ค่าความแตกต่างระหว่างศักยภาพในการจัดการในด้านการแลกเปลี่ยนระดับบุคคลและศักยภาพในการจัดการในระดับการแลกเปลี่ยนรวมหมู่ของบริษัทบริหารจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (DMC) ในกรุงเทพมหานครและในจังหวัดเชียงใหม่	161
23	ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อศักยภาพด้านการวางแผนการจัดการธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่	178
24	ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อศักยภาพด้านการวางแผนการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของจังหวัดเชียงใหม่	181
25	ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อศักยภาพด้านการวางแผนการจัดการธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติของจังหวัดเชียงใหม่	184

[illegible]

ตาราง

หน้า

37	ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อศักยภาพด้านการควบคุมการจัดการธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติของจังหวัดเชียงใหม่	216
38	ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อศักยภาพด้านการจัดควบคุมการจัดการธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่	219
39	จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูลจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล	228
40	ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยในการประเมินจุดแข็งของผู้ให้ข้อมูลในธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่	231
41	ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยในการประเมินจุดอ่อนของผู้ให้ข้อมูลในธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่	238
42	ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยในการประเมินโอกาสของผู้ให้ข้อมูลในธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่	244
43	ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยในการประเมินอุปสรรคของผู้ให้ข้อมูลในธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่	250
44	ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยในการประเมินจุดแข็งของผู้ให้ข้อมูลในธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจังหวัดเชียงใหม่	255
45	ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยในการประเมินจุดอ่อนของผู้ให้ข้อมูลในธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของจังหวัดเชียงใหม่	261
46	ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยในการประเมินโอกาสของผู้ให้ข้อมูลในธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของจังหวัดเชียงใหม่	267
47	ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยในการประเมินอุปสรรคของผู้ให้ข้อมูลในธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของจังหวัดเชียงใหม่	273
48	ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยในการประเมินจุดแข็งของผู้ให้ข้อมูลในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติของจังหวัดเชียงใหม่	278
49	ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยในการประเมินจุดอ่อนของผู้ให้ข้อมูลในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติของจังหวัดเชียงใหม่	284
50	ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยในการประเมินโอกาสของผู้ให้ข้อมูลในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติของจังหวัดเชียงใหม่	291

ตาราง		หน้า
51	ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยในการประเมินอุปสรรคของผู้ให้ข้อมูลใน ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติของจังหวัดเชียงใหม่	297
52	ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยในการประเมินจุดแข็งของผู้ให้ข้อมูลใน ธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่	302
53	ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยในการประเมินจุดอ่อนของผู้ให้ข้อมูลใน ธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่	307
54	ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยในการประเมินโอกาสของผู้ให้ข้อมูลใน ธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่	313
55	ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยในการประเมินอุปสรรคของผู้ให้ข้อมูลใน ธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่	318
56	ผลการประเมินและกำหนดคะแนนเกี่ยวกับจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ของธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่	322
57	ผลการประเมินและกำหนดคะแนนเกี่ยวกับจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ของธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	325
58	ผลการประเมินและกำหนดคะแนนเกี่ยวกับจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ของธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติของจังหวัดเชียงใหม่	327
59	ผลการประเมินและกำหนดคะแนนเกี่ยวกับจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ของธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการของจังหวัด เชียงใหม่	330
60	ผลการแสดงความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับความเหมาะสมของ ธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่	335
61	ค่าความสัมพันธ์ของจุดแข็งในการวางแผนของธุรกิจไมซ์ของจังหวัด เชียงใหม่	337
62	ค่าความสัมพันธ์ของจุดแข็งในการจัดองค์กรของธุรกิจไมซ์ของจังหวัด เชียงใหม่	338
63	ค่าความสัมพันธ์ของจุดแข็งในการนำของธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่	339
64	ค่าความสัมพันธ์ของจุดแข็งในการควบคุมของธุรกิจไมซ์ของจังหวัด เชียงใหม่	340

ตาราง	หน้า
65	ค่าความสัมพันธ์ของจุดอ่อนในการวางแผนของธุรกิจไมซ์ของจังหวัด เชียงใหม่ 341
66	ค่าความสัมพันธ์ของจุดอ่อนในการจัดองค์กรของธุรกิจไมซ์ของจังหวัด เชียงใหม่ 342
67	ค่าความสัมพันธ์ของจุดอ่อนในการนำของธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ 343
68	ค่าความสัมพันธ์ของจุดอ่อนในการควบคุมของธุรกิจไมซ์ของจังหวัด เชียงใหม่ 344
69	ค่าความสัมพันธ์ของโอกาสในการวางแผนของธุรกิจไมซ์ของจังหวัด เชียงใหม่ 345
70	ค่าความสัมพันธ์ของโอกาสในการจัดองค์กรของธุรกิจไมซ์ของจังหวัด เชียงใหม่ 346
71	ค่าความสัมพันธ์ของโอกาสในการนำของธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ 347
72	ค่าความสัมพันธ์ของโอกาสในการควบคุมของธุรกิจไมซ์ของจังหวัด เชียงใหม่ 348
73	ค่าความสัมพันธ์ของอุปสรรคในการวางแผนของธุรกิจไมซ์ของจังหวัด เชียงใหม่ 349
74	ค่าความสัมพันธ์ของอุปสรรคในการจัดองค์กรของธุรกิจไมซ์ของจังหวัด เชียงใหม่ 350
75	ค่าความสัมพันธ์ของอุปสรรคในการนำของธุรกิจไมซ์ของจังหวัด เชียงใหม่ 351
76	ค่าความสัมพันธ์ของอุปสรรคในการควบคุมของธุรกิจไมซ์ของจังหวัด เชียงใหม่ 352
77	แผนงาน: ส่งเสริมเชียงใหม่เป็นจุดหมายปลายทางในการจัดประชุม (D-MICE destination) ของประเทศไทย 355
78	แผนงาน: ปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก โครงสร้างพื้นฐานและระบบ Logistic 357
79	แผนงาน: ส่งเสริมเชียงใหม่เป็นจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวเพื่อ เป็นรางวัล (incentive travels destination) ของประเทศไทย 358
80	แผนงาน: พัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการและบุคลากร 360

ตาราง		หน้า
81	แผนงาน: ส่งเสริมเชียงใหม่เป็นจุดหมายปลายทางในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ (convention destination)	361
82	แผนงาน: การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกและระบบ Logistic	362
83	แผนงาน: ด้านการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและบุคลากรในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ	363
84	แผนงาน: ส่งเสริมให้เชียงใหม่เป็นทางเลือกของเมืองแห่งจุดหมายปลายทางในการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (exhibition destination)	364
85	แผนงาน: การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก โครงสร้างพื้นฐานและระบบ Logistic	366
86	แผนงาน: ด้านการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและบุคลากรในธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ	367
87	จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูลจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล	368
88	ระดับการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานในการกำหนดแผนกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่	370
89	ระดับการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการกำหนดแผนกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่	373
90	ระดับการมีส่วนร่วมในการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ในการกำหนดแผนกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่	376
91	ค่าความสัมพันธ์ของลักษณะส่วนบุคคลกับการมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่	379

สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1 หลักการจัดการในกลุ่มทฤษฎีแบบคลาสสิก	17
2 แนวคิดการจัดการ	18
3 กรอบทฤษฎีในงานวิจัย	21
4 ประเภทของนักทอ่งเกี่ยวข้อง	27
5 ภูมิภาคที่มีการจัดประชุมนานาชาติ	48
6 กระบวนการจัดการกลยุทธ์	54
7 การวิเคราะห์ Tows Matrix	58
8 SWOT matrix	59
9 การวิเคราะห์เมทริกซ์บีซีจี (BCG Growth-share-Matrix)	60
10 แบบจำลองแรงกดดัน 5 ประการ	62
11 กรอบแนวคิดในการวิจัย	70
12 ตำแหน่งกลยุทธ์และการประเมินการปฏิบัติตาม (SPACE Matrix) ของ ธุรกิจการจัดประชุม	323
13 ตำแหน่งกลยุทธ์และการประเมินการปฏิบัติตาม (SPACE Matrix) ของ ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อรางวัล	326
14 ตำแหน่งกลยุทธ์และการประเมินการปฏิบัติตาม (SPACE Matrix) ของ ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ	328
15 ตำแหน่งกลยุทธ์และการประเมินการปฏิบัติตาม (SPACE Matrix) ของ ธุรกิจจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ	331
16 การเปรียบเทียบตำแหน่งทางกายภาพจาก (SPACE matrix) ของธุรกิจไมซ์ จังหวัดเชียงใหม่	333
17 การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ที่เหมาะสมของจังหวัดเชียงใหม่	399

สารบัญตารางผนวก

ตารางผนวก	หน้า
1 ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของศักยภาพในด้านความปลอดภัย ของกลุ่มสถานที่จัดงานประชุมและผู้รับงานประชุม ผู้รับจัดงานมือ อาชีพ ผู้รับจัดงานนิทรรศการ	475
2 ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของศักยภาพในด้านความคุ้มค่าของ กลุ่มสถานที่จัดงานประชุมและผู้รับงานประชุม ผู้รับจัดงานมืออาชีพ ผู้รับจัดงานนิทรรศการ	476
3 ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของศักยภาพในการจัดการบุคลากร ของกลุ่มสถานที่จัดงานประชุมและผู้รับงานประชุม ผู้รับจัดงานมือ อาชีพ ผู้รับจัดงานนิทรรศการ	477
4 ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของศักยภาพในการจัดการด้านข้อมูล ของกลุ่มสถานที่จัดงานประชุมและผู้รับงานประชุม ผู้รับจัดงานมือ อาชีพ ผู้รับจัดงานนิทรรศการ	477
5 ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของศักยภาพในการจัดการด้านสถานที่ จัดงานของกลุ่มสถานที่จัดงานประชุมและผู้รับงานประชุม ผู้รับจัดงาน มืออาชีพ ผู้รับจัดงานนิทรรศการ	478
6 ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของศักยภาพในการจัดการด้านสิ่ง อำนวยความสะดวกของกลุ่มสถานที่จัดงานประชุมและผู้รับงานประชุม ผู้รับจัดงานมืออาชีพ ผู้รับจัดงานนิทรรศการ	479
7 ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของศักยภาพในการจัดการด้านสิ่ง ดึงดูดใจของกลุ่มสถานที่จัดงานประชุมและผู้รับงานประชุม ผู้รับจัด งานมืออาชีพ ผู้รับจัดงานนิทรรศการ	480
8 ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของศักยภาพในการจัดการด้าน ความร่วมมือของกลุ่มสถานที่จัดงานประชุมและผู้รับงานประชุม ผู้รับจัดงานมืออาชีพ ผู้รับจัดงานนิทรรศการ	482
9 ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของศักยภาพในด้านความปลอดภัย ของบริษัทรับจัดการท่องเที่ยว	483

ตารางผนวก

หน้า

10	ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของศักยภาพในด้านความคุ้มค่าของ บริษัทรับจัดการท่องเที่ยว	486
11	ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของศักยภาพในการจัดการ บุคลากรของบริษัทรับจัดการท่องเที่ยว	487
12	ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของศักยภาพในการจัดการด้าน ข้อมูลของบริษัทรับจัดการท่องเที่ยว	488
13	ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของศักยภาพในด้านสถานที่จัดงาน ของบริษัทรับจัดการท่องเที่ยว	489
14	ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของศักยภาพในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ของบริษัทรับจัดการท่องเที่ยว	490
15	ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของศักยภาพในด้านสิ่งดึงดูดใจของ บริษัทรับจัดการท่องเที่ยว	491
16	ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของศักยภาพในด้านความร่วมมือของ บริษัทรับจัดการท่องเที่ยว	492
17	ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นศักยภาพในการจัดประชุม	493
18	ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นศักยภาพในการท่องเที่ยวเพื่อเป็น รางวัล	497
19	ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นศักยภาพในการจัดประชุม นานาชาติ	502
20	ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นศักยภาพในการจัดงานแสดง สินค้าและนิทรรศการ	507
21	ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นในการมีส่วนร่วมในการกำหนดแผน กลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่	510

บทที่ 1

บทนำ

ธุรกิจไมซ์ (meeting, incentive, convention and exhibition: MICE) เป็นธุรกิจแขนงหนึ่งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่สามารถทำรายได้มากมายให้แก่ประเทศ ก่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปยังธุรกิจที่อยู่ในภาคการท่องเที่ยวโดยตรง อาทิเช่น โรงแรม ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ธุรกิจที่ให้บริการด้านการออกแบบและตกแต่งสถานที่ ตลอดจนธุรกิจที่ต่อเนื่อง เช่น การขนส่ง ธนาคาร ห้างสรรพสินค้า การสื่อสารและโทรคมนาคม เป็นต้น รวมถึงสิ่งที่ไม่สามารถคำนวณเป็นผลประโยชน์ได้ เช่น การแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างคนในอาชีพเดียวกันและภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ ในขณะที่ Dawyer et al. (2001 อ้างใน Campiranon, 2006: 3) กล่าวเพิ่มเติมว่า ธุรกิจไมซ์ประกอบด้วยธุรกิจอื่นๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องมากมาย ซึ่งรวมถึง การประชุมนานาชาติ การจัดสัมมนา งานแสดงสินค้า การจัดนิทรรศการและการท่องเที่ยวแบบให้รางวัล ซึ่งกิจกรรมต่างๆ เหล่านี้ต้องเกี่ยวข้องกับหลายภาคส่วนด้วยกัน อันได้แก่ การคมนาคมขนส่ง (ทั้งในประเทศและต่างประเทศ) ธุรกิจที่พักแรม ทัวرك่อนและหลังการประชุม (pre-and post-conference) ศูนย์ประชุม สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ของศูนย์ประชุม การจัดเลี้ยง และบริการที่เกี่ยวกับเครื่องเสียงที่ใช้ในงานประชุม

ภาครัฐได้เล็งเห็นถึงผลกระทบทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมไมซ์ ซึ่งสามารถทำรายได้มากกว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยรัฐบาลได้มองถึงเหตุผลสำคัญ 4 ประการ คือ (Astroff and Abbey, 2002; Kim et al., 2003; Roger, 2003 อ้างใน Kim et al., 2011: 87)

1. จำนวนของผู้เข้าร่วมประชุมมีมากกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไปที่เดินทางมาท่องเที่ยว
2. จำนวนวันพักของกลุ่มผู้เข้าร่วมประชุมมีมากกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ
3. ผู้เข้าร่วมประชุมนานาชาติเป็นพวกที่มีการใช้จ่ายเงินสูงเพราะคนเหล่านี้เป็นทั้งนักท่องเที่ยวที่มาพักผ่อนหย่อนใจและเป็นผู้เข้าร่วมประชุมเชิงธุรกิจในเวลาเดียวกัน
4. อุตสาหกรรมการประชุมมีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจอื่นๆ อีกมากมาย เช่น ธุรกิจสิ่งพิมพ์และโฆษณา ธุรกิจเครื่องเสียง ธุรกิจบันเทิง ร้านอาหารภัตตาคาร โรงแรม การขนส่ง การท่องเที่ยว ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ และทรัพยากรบุคคล

นอกจากนี้ในปี 2548 สหประชาชาติ ได้รับรองให้หมวดการจัดข้อมูล “ผู้จัดงานประชุมและงานแสดงสินค้า/นิทรรศการ” (meeting and exhibition organizer) เป็นหนึ่งในหัวข้อ

ข้อมูลกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สำคัญของการจัดประเภทมาตรฐานอุตสาหกรรมระหว่างประเทศ แสดงให้เห็นถึงการให้ความสำคัญแก่อุตสาหกรรมไมซ์ในเศรษฐกิจของประเทศทั้งระดับท้องถิ่น ภาพรวมมากขึ้น รวมถึงการที่ประเทศต่างๆ ริเริ่มให้มีการจัดตั้งสำนักงานจัดประชุม (convention bureau) ทั้งระดับท้องถิ่นและประเทศอีกไม่น้อยกว่า 1,000 แห่งทั่วโลก (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2553: 5) ถึงแม้ว่าอุตสาหกรรมการประชุมนานาชาติและการท่องเที่ยวจะเป็นอุตสาหกรรมระดับโลก แต่มีสถานที่ที่เป็นสถานที่ประชุมในระดับยอดเยี่ยมเพียง 25 แห่งใน 20 ปีที่ผ่านมา สถานที่จัดประชุมนานาชาติที่นิยมจัดประชุมมักจะจัดขึ้นที่ประเทศสหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร และเยอรมัน ที่ยังคงเป็น 3 อันดับยอดเยี่ยมในช่วงปี ค.ศ.1999 – 2001 (International congress and convention association, 2009 อ้างใน Cameron, 2010: 136) ทั้งนี้ Roger (2003: 7) ได้ระบุถึงสองเหตุผลที่ทำให้ประเทศดังกล่าวเป็นที่นิยมเนื่องจากส่วนใหญ่สำนักงานใหญ่ของสมาคมระหว่างประเทศ ซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีการจัดงานประชุมบ่อยๆ มักตั้งอยู่ในยุโรปตะวันตกและทางแถบอเมริกาเหนือ และ นอกจากนี้ความฉลาดรอบคอบของทีมงานที่มีความชำนาญในการเลือกสถานที่จัดประชุม โดยส่วนแบ่งทางการตลาดการประชุมนานาชาติของทวีปต่างๆ พบว่า ยุโรปเป็นภูมิภาคที่ครองส่วนแบ่งตลาดในการจัดประชุมนานาชาติมากที่สุด รองลงมาคือ เอเชีย อเมริกาเหนือ ลาตินอเมริกา ออสเตรเลีย และแอฟริกาตามลำดับ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2547: 3)

สำหรับจำนวนนักท่องเที่ยวประเภทไมซ์ที่เข้ามาในประเทศไทยถึงแม้ว่าจะมีจำนวนแค่ 3 เปอร์เซ็นต์ของนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่เข้ามาเที่ยวในประเทศไทยในแต่ละปี แต่การใช้จ่ายเงินของกลุ่มนักท่องเที่ยวไมซ์มีการใช้จ่ายมากเป็น 3 เท่าของนักท่องเที่ยวในกลุ่มประเภทอื่น จึงถือได้ว่านักท่องเที่ยวไมซ์ เป็นนักท่องเที่ยวที่มี “คุณภาพ” เป็นนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจของไทย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2545: 1)

เนื่องจากตระหนักได้ถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมไมซ์ ซึ่งพิจารณาได้จากการที่รัฐบาลได้นำอุตสาหกรรมไมซ์เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549) โดยเน้นให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางในการจัดประชุมนานาชาติของภูมิภาคเอเชีย โดยมองว่าประเทศไทยมีความพร้อมในหลายๆ ด้านในการรองรับอุตสาหกรรมไมซ์ อันได้แก่ ความพร้อมด้านทรัพยากร ซึ่งถือได้ว่าประเทศไทยได้เปรียบในแง่ที่มีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทั้งด้านธรรมชาติ ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ระบบการขนส่งที่มีความรวดเร็ว หลากหลายและทันสมัย ความพร้อมด้านบุคลากร ประเทศไทยมีความโดดเด่นในแง่ของ “จิตบริการ” ด้วยนิสัยพื้นฐานของคนไทยที่เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ อภัยเสียไมตรีจิตที่ดี ความพร้อมด้าน

การตลาด สินค้าและบริการ จากนโยบายของรัฐบาลที่จะผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางในการจัดประชุมนานาชาติของภูมิภาคเอเชีย จึงได้มีการพิจารณาว่าจะเกี่ยวกับการสร้างศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติในจังหวัดเชียงใหม่ขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายแผนพัฒนาเศรษฐกิจ ฯ โดยศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาตินี้จะเป็นศูนย์ประชุมนานาชาติภูมิภาคแห่งแรกที่จะดำเนินการโดยรัฐบาลไทย โดยจะเป็นการสนับสนุนให้เชียงใหม่เป็นเมืองศูนย์กลางการประชุมนานาชาติระดับภูมิภาค เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพ และก่อให้เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจ เพิ่มมูลค่าและคุณค่าของสินค้าการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ และจะเป็นการเพิ่มศักยภาพให้ประเทศไทยในการรองรับตลาดไมซ์และพัฒนาการท่องเที่ยวไทยไปสู่ระดับนานาชาติ (world class destination) นอกจากนี้จังหวัดเชียงใหม่ยังได้มีการลงนามความร่วมมือกับสำนักงานส่งเสริมการประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) หรือ TCEB และสมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (TICA) เพื่อตกลงที่จะดำเนิน โครงการส่งเสริมจังหวัดเชียงใหม่เป็นการศูนย์กลางการประชุมนานาชาติในภูมิภาคภาคเหนือ และเพื่อเป็นการเตรียมพร้อมในการประชาสัมพันธ์ตลาดไมซ์ล่วงหน้าก่อนที่ศูนย์ประชุมนานาชาติจะดำเนินการแล้วเสร็จและให้เปิดให้บริการได้ในปี พ.ศ. 2555 โดยทั้งนี้จังหวัดเชียงใหม่จะเป็นหนึ่งในสี่นครแห่งไมซ์รองจากกรุงเทพฯ และอีกสองแห่งคือ พัทยาและภูเก็ต

ปัญหาในการวิจัย

ธุรกิจไมซ์ (MICE business) เป็นธุรกิจที่ถือกำเนิดขึ้นในช่วงระยะเวลาประมาณ 30 ปีที่ผ่านมา และมีบทบาทในธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นอย่างยิ่ง ก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศและในประเทศ นักท่องเที่ยวไมซ์ถือได้ว่าเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพเพราะเป็นนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายเงินสูง ไม่เพียงแต่เป็นตัวนำรายได้มหาศาลให้แก่ประเทศ แต่ยังก่อให้เกิดประโยชน์อย่างมากมายทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ประเทศ ประเทศไทยถือได้ว่าเป็นประเทศหนึ่งในภูมิภาคเอเชียที่มีศักยภาพในการจัดกิจกรรมไมซ์ ซึ่ง ทวีป ศิริธรรม และ กรินทร์ ธรรมกร่าง (2549: 17-24) ได้กล่าวถึง ความพร้อมของประเทศไทยในการเป็นเจ้าภาพจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการว่า ประเทศไทยได้มีการพัฒนาและสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกมากมาย อันได้แก่ 1) สถานที่จัดนิทรรศการ ศูนย์ประชุมทั้งในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 2) ศูนย์ประชุมในส่วนภูมิภาค เช่น พัทยา นครราชสีมาและขอนแก่นและอยู่ในระหว่างดำเนินการจัดสร้างอีกคือภูเก็ตและเชียงใหม่ 3) สถานที่พัก ประเทศไทยมีสถานที่พักหลากหลายรูปแบบ 4) สถานที่จัดเลี้ยง ประเทศไทยมีสถานที่หลายแห่งที่สามารถนำมาใช้เป็นสถานที่จัดประชุมและสถานที่จัดเลี้ยง 5) ผลการวิเคราะห์สถานการณ์สนามบินต้นทุน

ดำในไทย ประเทศไทยมีสนามบินนานาชาติทั้งหมด 10 แห่งทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด และ
 สนามบินภายในประเทศ 29 แห่ง มีสายการบินกว่า 80 สายการบินที่เชื่อมต่อทั่วทุกมุมโลก 6) สิ่ง
 อำนวยความสะดวก ได้แก่ รถไฟฟ้าทั้งใต้ดินและลอยฟ้า 7) สิ่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว 8)
 ประเพณีและวัฒนธรรมที่เก่าแก่และมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นน่าสนใจ 9) อาหารไทย 10) ค่าใช้จ่ายที่
 คู้มค่ากับราคา และ 11) อักษรยาศัย สอดคล้องกับ ฐวรวิจณ์ เคชอุม (2553: 2-12) ที่กล่าวถึงศักยภาพว่า
 ประเทศไทยมีความพร้อมในการเป็นจุดหมายปลายทางในการประชุมสัมมนา โดยได้เพิ่มเติม
 ศักยภาพของประเทศไทยอีก 6 ข้อ ดังนี้ 1) ความมั่นคงและปลอดภัย ประเทศไทยได้มีการจัดทำ
 มาตรฐานอุตสาหกรรม หรือ มอก 22300 ซึ่งเป็นมาตรฐานระบบการจัดการด้านการรักษาความ
 ปลอดภัยสำหรับการจัดประชุมสัมมนาและนิทรรศการ หรือ MSMS (MICE security management
 system) 2) คุณลักษณะของหน่วยงานหรือสมาคมที่เป็นเจ้าภาพว่ามีความสามารถและประสิทธิภาพ
 ในการเป็นผู้จัดประชุม 3) ความพร้อมของผู้ให้บริการหลัก อันได้แก่ ผู้จัดประชุมมืออาชีพ (PCO)
 บริษัทรับจัดการจุดหมายปลายทาง (DMC) ผู้จัดกิจกรรมพิเศษ (special event organizer) มีความ
 เป็นมืออาชีพและมาตรฐานการบริการในระดับนานาชาติ 4) จุดมุ่งหมายในเชิงภูมิศาสตร์ ทำเลที่ตั้ง
 ของประเทศไทยที่เป็นประตูไปสู่ประเทศเพื่อนบ้านในแถบอินโดจีน 5) การสนับสนุนที่จริงจังของ
 รัฐบาล และ 6) ประสิทธิภาพในการจัดประชุมนานาชาติในอดีต ถึงแม้ประเทศไทยจะมีศักยภาพ
 จากที่กล่าวมาแล้วแต่ทั้งนี้ต้องยอมรับว่าประเทศไทยยังประสบปัญหาที่มีผลต่อการดำเนินการ โดย
 Sangpikul and Kim (2009: 194) กล่าวถึงสิ่งที่เป็นอุปสรรคต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมไมซ์ใน
 ประเทศไทยมีอยู่ 5 ประการ ประกอบด้วย 1) ข้อมูลเกี่ยวกับการประชุมสัมมนาไม่มีประสิทธิภาพ
 เพียงพอ เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่มักจะใช้อินเตอร์เน็ตในการหาข้อมูลและรวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวก
 อื่นๆ ซึ่งโดยภาพรวมของเว็บไซต์ของผู้รับจัดงานมืออาชีพยังถือว่ามิจุดอ่อนอยู่มากมายและ
 ในส่วนของเว็บไซต์ของหน่วยงานสำคัญที่เกี่ยวกับไมซ์ของประเทศไทย อาทิเช่น สำนักงาน
 ส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (TSEB) และสมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (TICA) ก็
 เป็นข้อมูลโดยภาพรวมไม่ได้ระบุรายละเอียดในสิ่งที่ลูกค้าต้องการมากนัก 2) สาธารณูปโภค
 พื้นฐานของอุตสาหกรรม (industry infrastructure) สถานที่จัดงานซึ่งเป็นสถานที่ที่สร้างขึ้นมาก
 โดยเฉพาะสำหรับรองรับการจัดประชุมมีไม่เพียงพอ จะมีเฉพาะแค่พัทยาและกรุงเทพฯซึ่งเป็นเมือง
 หลักเท่านั้นและในส่วนที่เป็นการคมนาคมขนส่ง ยังขาดความต่อเนื่อง การเดินทางจากที่พักไปยัง
 สถานที่จัดงานประชุมยังไม่ได้รับความสะดวกมากนัก 3) ทรัพยากรบุคคล (human resources)
 ประเทศไทยยังต้องการบุคลากรที่มีประสิทธิภาพในระดับผู้บริหารซึ่งคนส่วนใหญ่ยังเป็นบุคลากร
 ที่ทำงานไม่มีประสิทธิภาพหรือไม่มีทักษะในระดับของผู้บริหารที่จะดำเนินงานการประชุม
 นานาชาติได้ 4) ความร่วมมือในอุตสาหกรรม (industry cooperation) ประเทศไทยยังขาดความ

ร่วมมือและประสานงานกันระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของธุรกิจไมซ์ (MICE stakeholder) ซึ่งประกอบด้วย หน่วยงานของทางภาครัฐ (government agencies) ผู้ประกอบการของธุรกิจไมซ์ (MICE supplier) และสมาคมต่างๆ ในอุตสาหกรรม MICE (industry associations) ซึ่งเกี่ยวข้องกับ การกำหนดนโยบายของชาติ การกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด การอบรมบุคลากรและการประมูลงานประชุมนานาชาติ และ 5) ความไม่มั่นคงในการเมืองและความปลอดภัย (political instability and security concerns) ภาพลักษณ์ของประเทศไทยโดยเฉพาะในประเด็นความปลอดภัยและการรักษาความปลอดภัย โดยเฉพาะในช่วงที่ผ่านมาประเทศไทยประสบปัญหาในเรื่องสถานการณ์ความไม่มั่นคงทางการเมือง และปัญหาการก่อร้ายในบริเวณชายแดนภาคใต้ซึ่งมีผลกระทบต่อ ภาพลักษณ์ในเรื่องความปลอดภัย และระบบรักษาความปลอดภัยของประเทศไทย ในส่วนของ จังหวัดเชียงใหม่ที่ได้มีการเปิดตัวเชียงใหม่ เป็นเมือง MICE City เมื่อต้นปีพ.ศ. 2554 ที่ผ่านมาก็ ประสบปัญหาสอดคล้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทยที่ Sangpikul and Kim ได้กล่าวมา ข้างต้น โดยเฉพาะปัญหาการขาดแคลนสถานที่จัดประชุมนานาชาติ ปัญหาการคมนาคมขนส่ง ภายในจังหวัดเชียงใหม่ที่ยังประสบปัญหารถติด การจราจรที่ไม่เป็นระเบียบ ขาดระบบขนส่งที่ดีพอ (สุณีย์ บริสุทธิ์ และคณะ, 2548: 36; วรณา ศิลปอาชา, 2545: 140) และปัญหาการขาดความร่วมมือและประสานงานกันระหว่างผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย และการบริหารจัดการที่ยังไม่มีประสิทธิภาพที่ทำให้การทำงานและการดำเนินงานของธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ยังไปได้ไม่ ไกลเท่าที่ควร นอกจากนี้นโยบายในแผนยุทธศาสตร์ของจังหวัดเชียงใหม่ในปี 2554-2557 เน้นให้ จังหวัดเชียงใหม่เป็นนครแห่งวัฒนธรรม ซึ่งยังไม่สอดคล้องกับการที่จะผลักดันให้จังหวัดเชียงใหม่ เป็น MICE city และถึงแม้ว่ารัฐบาลจะสนับสนุนการก่อสร้างโครงการศูนย์ประชุมนานาชาติที่จะ เปิดขึ้นในปี พ.ศ. 2555 เพื่อสนับสนุนนโยบายการเป็นศูนย์กลางการเป็นจุดหมายปลายทางในการ ประชุมในเอเชีย โดยใช้งบประมาณ 1,867,150,000 บาทนั้น ก็ยังไม่มีความชัดเจนในเรื่องของการ บริหารจัดการและการลงทุนที่สร้างศูนย์ประชุมนานาชาตินั้นจะคุ้มค่ากับการลงทุนหรือไม่ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาในประเด็นของกลยุทธ์ในการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ของจังหวัด เชียงใหม่ และผลจากการวิจัยครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ต่อจังหวัดเชียงใหม่อย่างยิ่งต่อการพัฒนาธุรกิจ ไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ ให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งกันได้และเป็นส่วนหนึ่งในการผลักดันให้ ประเทศไทย สามารถเป็นศูนย์กลางในการจัดประชุมนานาชาติของภูมิภาคเอเชียได้

คำถามงานวิจัย

1. ศักยภาพของจังหวัดเชียงใหม่มีความสัมพันธ์ต่อการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์หรือไม่
2. นโยบายของจังหวัดและหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนภายในจังหวัดเชียงใหม่ส่งเสริมการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์เช่นไร
3. แผนกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ที่เหมาะสมกับบริบทของจังหวัดเชียงใหม่ควรเป็นลักษณะใด

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

การวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. ประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพของจังหวัดเชียงใหม่ต่อการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์
2. สืบหาการบริหารจัดการของหน่วยงานรัฐและเอกชนที่ส่งเสริมต่อการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่
3. กำหนดตำแหน่งและพัฒนากลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ที่เหมาะสมกับจังหวัดเชียงใหม่
4. วิเคราะห์ระดับการมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ จะสามารถเข้าใจปัญหาอย่างแท้จริงและนำไปพัฒนาและปรับปรุง กำหนดกิจกรรมและแผนด้านการจัดการของตนเองให้สอดคล้องกับสถานการณ์และสภาพแวดล้อมทั้งภายนอกและภายในของจังหวัดเชียงใหม่
2. ผู้ว่าราชการจังหวัดเชียงใหม่ และหน่วยงานทางภาครัฐที่เกี่ยวข้อง สามารถใช้ข้อมูลจากการวิจัยนำไปกำหนดตำแหน่ง (positioning) ธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ให้ถูกต้องเพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งอื่นๆ ได้

3. ผู้บริหารของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) สามารถนำข้อมูลจากการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ให้เข้มแข็งและยั่งยืนต่อไปและยังนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนร่วมกันกับภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่ให้แข่งขันกับคู่แข่งในอนาคได้อย่างถูกต้องทิศทาง

4. นักวิชาการและนักวิจัยอื่นๆ ได้พื้นฐานความรู้สามารถนำไปต่อยอดงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ต่อไป

ขอบเขตในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ มีขอบเขตของการวิจัยดังนี้

1. การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาในประเด็นการกำหนดแผนกลยุทธ์การบริหารจัดการที่เหมาะสม ประกอบด้วย 4 ด้าน ดังนี้ การวางแผน (planning) การจัดองค์กร (organizing) การนำ (leading) และการควบคุม (controlling)

2. การวิจัยครั้งนี้ ศึกษากลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับธุรกิจไมซ์

2.1 ผู้บริหารของสถานที่จัดงาน (venue) ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ โรงแรม และสถานที่ที่รับจัดงานประเภทอื่นๆ

2.2 กลุ่มผู้รับบริการ คือ กลุ่มรับจัดงานมืออาชีพ ในจังหวัดเชียงใหม่ อันได้แก่ กลุ่มธุรกิจรับจัดประชุม หรือ PCO (Professional Conference Organization) ผู้ให้บริการธุรกิจบริการนักท่องเที่ยว หรือ DMC (Destination Management Company) ธุรกิจรับจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ หรือ PEO (Professional Exhibition Organizer บริษัทผู้รับจัดงานมืออาชีพ หรือ EMC (Event Management Organizer) ตามบัญชีรายชื่อสมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (TICA)

3. การวิจัยครั้งนี้ใช้เวลาในการศึกษาตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ. 2554 ถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2557 โดยมีขอบเขตที่จะดำเนินการวิจัยดังนี้

3.1 ขั้นตอนที่ 1 มีระยะเวลา 4 เดือน เพื่อตรวจสอบเอกสารและจัดทำโครงร่างการวิจัยระหว่างเดือนตุลาคม พ.ศ. 2554–มกราคม พ.ศ. 2555

3.2 ขั้นตอนที่ 2 มีระยะเวลา 1 ปี เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล ระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ 2555–กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2556

3.3 ขั้นตอนที่ 3 มีระยะเวลา 6 เดือน เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลการวิจัยระหว่างเดือนมีนาคม–สิงหาคม พ.ศ. 2556

3.4 ขั้นตอนที่ 4 มีระยะเวลา 6 เดือน นำเสนองานเพื่อปรับปรุงแก้ไข ข้อเสนอแนะต่างๆ เดือน กันยายน 2556–กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2557

3.5 ขั้นตอนที่ 5 มีระยะเวลา 2 เดือน คือ มีนาคม 2557–เมษายน 2557 ในการปรับปรุงแก้ไขข้อเสนอแนะต่างๆ ครึ่งสุดท้ายและนำเสนอในผลงานในเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2557

ข้อจำกัดในการวิจัย

1. การศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดขอบเขตการศึกษาโดยมุ่งเน้นที่ 4 องค์ประกอบ ซึ่งเป็นแนวคิดทางการจัดการของ Drucker เท่านั้น จึงอาจมีข้อจำกัดด้านการกำหนดแผนกลยุทธ์การบริหารจัดการด้านอื่นๆ ที่นอกเหนือจาก 4 องค์ประกอบ แต่อย่างไรก็ตาม ผู้ศึกษาได้พยายามกำหนดข้อความหรือการสัมภาษณ์ให้ครอบคลุมกับปัจจัยที่อยู่ภายในองค์กร (internal environment analysis) ซึ่งได้ทำการวิเคราะห์จุดแข็ง (strength) และจุดอ่อน (weakness) ส่วนที่เป็นปัจจัยภายนอก (external environmental analysis) ได้มุ่งเน้นใน 2 ประเด็น คือ มหภาคและจุลภาค
2. การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษากลยุทธ์การจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ดังนั้นจึงไม่สามารถนำการศึกษาไปใช้ในจังหวัดอื่นๆ ได้เนื่องจากบริบทของแต่ละจังหวัดมีความแตกต่างกัน
3. การสัมภาษณ์อาจมีข้อจำกัดในเรื่องของเวลา ทำให้การรวบรวมข้อมูลอาจทำได้ไม่ครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการ
4. เนื่องจากกลุ่มประชากรที่เก็บข้อมูลเป็นกลุ่มประชากรเฉพาะในปี พ.ศ. 2555-2556 ซึ่งถ้ามีการเปลี่ยนแปลงกลุ่มประชากรที่อาจเพิ่มหรือลดลงหลังจากเก็บข้อมูล อาจทำให้ไม่สามารถครอบคลุมเนื้อหาทั้งหมดได้

นิยามศัพท์เฉพาะ

อุตสาหกรรมไมซ์ (MICE industry) ตามความหมายของสมาคมการส่งเสริมอาเซียน หมายถึง ธุรกิจการท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการจัดประชุมขององค์กร การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดประชุมนานาชาติ และการจัดงานแสดงสินค้าเข้าด้วยกัน โดยธุรกิจไมซ์ประกอบด้วยธุรกิจหลักอยู่ 4 กลุ่มตามอักษรย่อที่มีความต่อเนื่องเชื่อมโยงกันและมีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน อันได้แก่ ธุรกิจการจัดประชุมขององค์กร (meetings หรือ M) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (incentives หรือ I) การจัดประชุมนานาชาติ (conventions หรือ C) และการจัดงานแสดง

สินค้า (exhibitions หรือ E) หรือที่รวมเรียกว่าธุรกิจไมซ์ (MICE business) (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2554: 4)

การจัดการ (management) หรือ การบริหาร หรือบางครั้งอาจเรียกว่า การบริหาร จัดการหมายถึง กระบวนการของการวางแผน (planning) การจัดองค์การ (organizing) การนำและบังคับบัญชา (leading) และการควบคุม (controlling) ทรัพยากรต่างๆขององค์การเพื่อการบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ (วิทยา ด้านธำรงกุล, 2546: 9)

สภาพแวดล้อมขององค์การ (organizational environment) หมายถึง แรงผลักดัน ต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อการบริหารงานขององค์การ ประกอบด้วย 1) สิ่งแวดล้อมทั่วไป (general environment) ได้แก่ สิ่งแวดล้อมทางการเมืองและกฎหมาย เศรษฐกิจ เทคโนโลยี สังคมวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมระหว่างประเทศ 2) สิ่งแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อองค์การ โดยตรง (task environment) ได้แก่ ลูกค้า คู่แข่งขัน วัตถุดิบ สภาพตลาดแรงงาน เจ้าหน้าที่ของรัฐและผู้ร่วมลงทุน 3) สิ่งแวดล้อมภายในองค์การ ประกอบด้วย เจ้าของกิจการ ลูกจ้าง คณะกรรมการบริหารและ วัฒนธรรมขององค์การ (Bovee et al, 1993 : 73)

การวิเคราะห์ SWOT (swot analysis) หมายถึง วิธีที่สามารถบ่งบอกถึงขอบเขตว่า ควรจะใช้กลยุทธ์อย่างไรในธุรกิจท่องเที่ยว ณ ช่วงเวลานั้นและสามารถบอกถึงจุดอ่อน จุดแข็งที่ เกี่ยวข้องและสามารถที่จะชี้ถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในสิ่งแวดล้อมของธุรกิจ (Johnson and Scholes, 1997 อ้างใน Yoo, 2004: 87)

ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว หมายถึง การที่แหล่งท่องเที่ยวมีจุด ดึงดูดความสนใจหรือมีคุณค่าทางศิลปวิทยาการ ซึ่งสามารถสร้างความประทับใจและความพึง พอใจให้นักท่องเที่ยว เช่น มีความแปลกใหม่ทางด้านเทคโนโลยี มีการนำเสนอข้อมูลที่น่าสนใจ และมีการบริการที่ดี เป็นต้น นอกจากนี้ ศักยภาพในด้านการบริการและการจัดการท่องเที่ยว ได้แก่ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัย และความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว (สถาบันวิจัยสภาวะแวดล้อม, 2549: 3)

บทที่ 2

การตรวจเอกสาร

การวิจัยครั้งนี้ ได้ทบทวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องโดยครอบคลุมเนื้อหาแบ่งออกเป็น 2 หัวข้อ โดยหัวข้อที่หนึ่ง คือ เนื้อหาทางด้านแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ได้มาซึ่งกรอบทฤษฎีในการวิจัย (theoretical framework) เป็นการตรวจเอกสารเกี่ยวกับทฤษฎีปรีวรรตนิยม ทฤษฎีการจัดการ และหัวข้อที่สองคือการนำเนื้อหาแนวคิด หลักการ ประพจน์ และผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย โดยใช้แนวคิดด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยว แนวคิดด้านอุตสาหกรรม MICE แนวคิดด้านการจัดการกลยุทธ์ และแนวคิดด้านการตลาด มาสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัย (conceptual framework)

การศึกษากลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาเป็นกรอบในการวิจัย โดยมีทฤษฎีที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1. ทฤษฎีปรีวรรต
2. ทฤษฎีการจัดการ

ทฤษฎีปรีวรรต

เป็นประเภทหนึ่งของทฤษฎีภาพ (Grand Theory) เป็นทฤษฎีใหญ่และเก่าแก่อีกทฤษฎีหนึ่งของสังคมวิทยา ที่สามารถนำแนวคิดไปใช้ได้กับความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างบุคคลไปจนกระทั่งระดับสังคม เป็นทฤษฎีที่เกิดจากการผสมผสานแนวคิดพื้นฐานระหว่างอรรถประโยชน์นิยม (utilitarianism) มานุษยวิทยาเชิงหน้าที่ (functional anthropology) และจิตวิทยาเชิงพฤติกรรม (behavioral psychology) ซึ่งแต่ละแนวคิดก็มีสิ่งที่แตกต่างกันออกไป โดยในงานวิจัย กลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ เน้นใช้แนวคิดของอรรถประโยชน์นิยม เนื่องจากสังคมมีความสอดคล้องกับแนวคิดทางอุตสาหกรรมไมซ์และแนวคิดทางการตลาดมากกว่าพฤติกรรมนิยม ซึ่งพฤติกรรมนิยมก็เป็นอีกสาขาหนึ่งของอรรถประโยชน์นิยมในหลายแง่ เพราะทั้งสองมีแนวความคิดที่ยึดหลักการที่ว่าทั้งมนุษย์และสัตว์เป็นสิ่งที่มีความต้องการที่แสวงหารางวัลหรือสิ่งตอบแทนทั้งถาวร และจะเลือกทางเลือกที่ให้ผลตอบแทนมากที่สุด (ให้กำไรมาก) แต่ได้รับโทษที่น้อยที่สุด (ลงทุนน้อย) สำหรับพวกพฤติกรรมนิยมคำว่ารางวัลหรือสิ่งตอบแทนหมายถึงพฤติกรรมที่เสริมพลัง (reinforce) ส่วนคำว่าลงโทษหมายถึงพฤติกรรมของสิ่งมีชีวิตหรือพฤติกรรมของสิ่งอื่นในสิ่งแวดล้อมที่ปิดกั้นไม่ให้สิ่งมีชีวิตสนองความต้องการที่จำเป็นได้

ซึ่งส่วนใหญ่ได้แก่ การหลีกเลี่ยงจากความเจ็บปวด ในขณะที่อรรถประโยชน์นิยมเอาคำว่า รางวัล ไปใส่แทนที่ประโยชน์ แนวคิดเรื่องรายจ่ายทุนก็ยังรักษาไว้ ไม่รับเอาคำว่า การลงโทษของพวก พฤติกรรมนิยมมาด้วย จึงกลายเป็น reward และ cost ในขณะที่พฤติกรรมนิยม เป็น reward กับ punishment เพราะการลงโทษจะผูกติดกับความเจ็บปวด ซึ่งไม่ค่อยเหมาะสมกับมนุษย์ซึ่งเป็น สิ่งมีชีวิตที่ชอบเลือกสรร รู้จักทางเลือกต่างๆ ที่ให้ผลตอบแทนมากที่สุด โดยทฤษฎีปรัวรรตมีสาระสำคัญคือ มนุษย์แต่ละคนมีความจำเป็น (needs) หลายอย่างในชีวิต มีการติดต่อสัมพันธ์กันเพื่อสนองความต้องการจำเป็นของตน ในการแลกเปลี่ยนสิ่งของกัน แต่ละคนต้องการมูลค่าสูงสุดสำหรับสิ่งของของตน และความสัมพันธ์แลกเปลี่ยนจะดำรงอยู่คราบที่คู่สัมพันธ์คิดว่าคนได้กำไรหรือคิดว่าการแลกเปลี่ยน มีความยุติธรรม ซึ่งมีนักทฤษฎีสำคัญๆ หลายคนในทฤษฎีปรัวรรตนี้ อันได้แก่ B. Malinowski, G. Homans, M. Muass, C. Levi-Strauss และ P. Blau โดยแนวคิดพื้นฐานทั้งสามแหล่งได้แก่ อรรถประโยชน์นิยม (utilitarian economics) มานุษยวิทยาเชิงหน้าที่ (functional anthropology) และจิตวิทยาเชิงพฤติกรรม (behavioral psychology) สามารถแบ่งประเภทของทฤษฎีปรัวรรตสามารถได้เป็น 2 ประเภท คือ ปรัวรรตนิยมพฤติกรรมและปรัวรรตนิยมเชิงโครงสร้าง (สัญญา สัญญาวิวัฒน์, 2551: 115-116)

โดยในส่วนของอุตสาหกรรมไมซ์ เชื่อมโยงทั้งปรัวรรตนิยมพฤติกรรม (Exchange Behaviorism) ซึ่งเป็นทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนระหว่างคนสองคนหรือกลุ่มคนขนาดเล็ก เรียกอีกอย่างหนึ่งว่า ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนระดับบุคคล (individual exchange) ซึ่งโดยหลักการใช้กับการแลกเปลี่ยนระหว่างบุคคลคนหนึ่งแลกเปลี่ยนสิ่งใดๆ (วัตถุหรือไม่ใช่วัตถุ) กับอีกคนหนึ่งหรือเน้นการแสดงพฤติกรรมของคนๆหนึ่งที่แสดงต่ออีกคนหนึ่งหรือสถานการณ์หนึ่ง หรือการแสดงพฤติกรรมเป็นการตอบโต้สิ่งเร้าอย่างหนึ่ง พฤติกรรมที่แสดงออกไปแล้วให้ผลดี จะเรียกว่ารางวัลตาม ศัพท์จิตวิทยาหรือผลตอบแทนตามแนวเศรษฐศาสตร์ก็ตาม พฤติกรรมนั้นก็就会被ประพฤติซ้ำอีก ทำเช่นนั้นๆ ไปเรื่อยๆ จนกระทั่งถึงระดับหนึ่งก็จะมีการเปลี่ยนแปลงการกระทำไม่ซ้ำแบบเดิม เปลี่ยนไปทำอย่างอื่น หากรางวัลแบบอื่น (สัญญา สัญญาวิวัฒน์, 2551: 129) และปรัวรรตนิยมเชิงโครงสร้าง (Exchange Structuralism Theory) เป็นทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนระหว่างคนหมู่มาก คู่แลกเปลี่ยนไม่จำเป็นต้องเห็นหน้ากันก็ได้ เรียกอีกอย่างหนึ่งว่า การแลกเปลี่ยนรวมหมู่ (collective exchange theory) โดยทั้งสองประเภทสอดคล้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ ในแง่ของการแลกเปลี่ยน เป็นการแลกเปลี่ยนระหว่างสองคนหรือกลุ่มคนขนาดเล็กและแลกเปลี่ยนระหว่างคนหมู่มาก เป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร วิทยาการความรู้ ทักษะ หรือการซื้อขายสินค้าในเชิงธุรกิจ สอดคล้องกับแนวคิดของ Oppermann and Chon's (1997 อ้างใน Cameron, 2010: 137) ที่ได้กล่าวถึงผลประโยชน์ที่ได้นอกเหนือจากการประชุม (meeting) ก็คือผู้เข้าร่วมประชุมสนใจที่จะได้รับความรู้

และทักษะใหม่ๆ และได้พัฒนาธุรกิจใหม่ รวมถึงสร้างเครือข่ายระหว่างธุรกิจด้วยกัน ในขณะเดียวกัน Hiller (1995; Weber and Ladkin, 2004 อ้างใน Kim et al., 2011: 86) ก็ได้กล่าวถึงอุตสาหกรรมไมซ์ ว่า มีบทบาทในการดึงดูดผู้คนที่มีความประสงค์ที่จะต้องแลกเปลี่ยนข้อมูลที่ทันสมัยและแลกเปลี่ยนมุมมอง แนวคิด ผู้คนที่ต้องการขายหรือซื้อผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ หรือเพื่อที่จะนำสินค้าใหม่ๆ ที่มาเสนอ เพื่อที่จะให้ได้การยอมรับ และนอกจากหลักการในการแลกเปลี่ยนความรู้ ทักษะต่างๆ ที่สอดคล้องกับ อุตสาหกรรมไมซ์แล้วนั้น ประเด็นสำคัญอีกประการในหลักการของทฤษฎีปฏิวรรตที่เกี่ยวข้องกับกับ อุตสาหกรรมไมซ์ ก็คือ รางวัล (reward) รางวัลที่เป็นผลตอบแทนโดยสอดคล้องกับประเภทหนึ่งของ อุตสาหกรรมไมซ์ก็คือ ธุรกิจการท่องเที่ยวแบบได้รางวัล (incentive) โดยการให้รางวัลหรือตอบแทน เป็นรางวัลสำหรับความสำเร็จหรือผลงานให้แก่พนักงานในองค์กร และนอกจากนี้ทฤษฎีปฏิวรรตนิยม ก็เป็นทฤษฎีเริ่มต้นของแนวคิดทางการตลาด ซึ่ง Kotler (2003: 8) ได้กล่าวอ้างเกี่ยวกับการแลกเปลี่ยน ว่า การตลาดจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อบุคคลตัดสินใจสนองความจำเป็นและความต้องการในสิ่งที่ตนพอใจ โดยอาศัยการแลกเปลี่ยน ดังนั้น การแลกเปลี่ยน (exchange) คือการกระทำเพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งที่ต้องการ จากใครก็ตามโดยการเสนอบางสิ่งบางอย่างให้เป็นการตอบแทน ซึ่งการแลกเปลี่ยนจึงเป็นเพียงวิธีการ หนึ่งในหลาย ๆ วิธีการที่บุคคลนำมาใช้เพื่อให้ได้มาในสิ่งที่ตนปรารถนา จะเห็นได้ว่าทฤษฎีปฏิวรรต จึงเป็นทฤษฎีภาคที่มีแนวคิดพื้นฐานเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ และแนวคิดทางการตลาด ทั้งในแง่ การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ความรู้ นวัตกรรม ประสพการณ์ทักษะใหม่ๆ และอาจทำให้เกิด แนวโน้มในขบวนการซื้อขายในเชิงพาณิชย์ในลำดับต่อไป

ทฤษฎีการจัดการ

การจัดการนอกจากจะเป็นศาสตร์อย่างหนึ่งแล้ว ยังเป็นเรื่องของศิลปะและ วิทยาศาสตร์เข้ามาเกี่ยวข้อง เพราะการจัดการต้องมีวิธีวิเคราะห์สิ่งต่างๆ และมีวิธีปฏิบัติอย่างมี เหตุผลและเป็นระบบ โดยมีการสังเกตและรวบรวมข้อมูลเพื่อหาแนวทางแก้ไข หรืออธิบายถึง สาเหตุได้ นอกจากนี้ยังสามารถพยากรณ์เหตุการณ์ในอนาคตได้ คำว่า “การจัดการ” มีนักวิชาการ ให้ความหมายไว้ดังนี้

Robbin (1994: 5) ได้ให้ความหมายของการจัดการว่าหมายถึง กระบวนการของ การดำเนินกิจกรรมอย่างมีประสิทธิภาพด้วยความร่วมมือของบุคคลต่างๆ

Daft (2000: 7) อธิบายความหมายของการจัดการว่า ความพยายามทำให้องค์กร ประสพความสำเร็จ บรรลุเป้าหมายขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพโดยใช้กระบวนการจัดการ ได้แก่

การวางแผน การจัดองค์การ การสั่งการและการควบคุมการใช้ทรัพยากรขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับการให้คำอธิบายเกี่ยวกับการจัดการของ วรารัตน์ เขียวไพร (2553: 3)

Kreimer (2008: 6; ศิริรัตน์ เสรีรัตน์ และคณะ, 2550: 10) อธิบายเกี่ยวกับความหมายของการจัดการว่ามีองค์ประกอบสำคัญ 5 ประการ คือ

1. การทำงานร่วมกับผู้อื่น และการทำงานผ่านผู้อื่น
2. การดำเนินการให้บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์กร
3. การใช้ทรัพยากรที่องค์กรมีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด
4. การสร้างความสมดุลระหว่างประสิทธิภาพและประสิทธิผล
5. การปรับระบบการจัดการตามการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อม

ทฤษฎีการจัดการ (Management Theory) ได้เริ่มมาตั้งแต่เมื่อใดนั้นไม่สามารถจะตอบได้ แต่ในงานวิจัย กลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ เลือกใช้ทฤษฎีการจัดการเข้ามามีส่วนร่วมในงานวิจัยโดยใช้แนวคิดการจัดการแบบดั้งเดิม (classical management approach) มาเป็นพื้นฐานในการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ ซึ่งแนวคิดการจัดการแบบดั้งเดิมมีรายละเอียด ดังนี้

แนวคิดด้านการจัดการแบบดั้งเดิม (classical management approach) เป็นทฤษฎีการจัดการที่มุ่งที่องค์กรโดยส่วนร่วมตลอดจนถึงวิธีการปรับปรุงประสิทธิภาพและประสิทธิผล ซึ่งแนวคิดแบบดั้งเดิมประกอบด้วย 3 แนวคิด คือ 1) การจัดการแบบวิทยาศาสตร์ (scientific management) 2) การจัดการตามหลักบริหาร (principle of management) 3) องค์การระบบราชการ (bureaucratic organization)

1. การจัดการแบบวิทยาศาสตร์ (scientific management) เป็นช่วงระหว่าง ค.ศ. 1880-1930 ช่วงนี้ถือเป็นช่วงที่สองของทฤษฎีการจัดการที่มีขึ้นมาในโลก ในช่วงระยะนี้ การจัดการและการบริหารเริ่มอาศัยหลักการต่างๆ มากยิ่งขึ้น ทั้งนี้เพราะได้มีอุตสาหกรรมต่างๆ เกิดขึ้นอย่างมาก มีการค้าต่อกันทางด้านธุรกิจ ด้านการค้า ด้านวิทยาการต่างๆ สิ่งเหล่านี้ทำให้เกิดระบบการลงทุน ซึ่งทำให้มีการค้นคว้าหาวิธีการที่จะได้มาซึ่งวิธีการที่จะทำให้ผลผลิตสมดุลกับการลงทุน ผู้ที่ได้จัดระบบงานแบบวิทยาศาสตร์ที่สำคัญก็คือ Frederick W. Taylor

ทฤษฎีของ Frederick W. Taylor เป็นผู้ได้รับการยกย่องว่าเป็น บิดาการจัดการเชิงวิทยาศาสตร์ จากผลงานหนังสือหลักการจัดการเชิงวิทยาศาสตร์ (the principle of scientific management) โดยหลักของ Taylor มี 4 ประการ (เจริญผล สุวรรณโชติ, 2544: 113-115) คือ 1) การกระตุ้นให้ผู้ปฏิบัติงานได้คิดหาวิธีการใหม่ๆ ในการปฏิบัติงาน หาวีธีที่จะให้คนทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ มีเสถียรภาพ และมีความพยายามที่ดีที่สุดที่จะปฏิบัติงานให้ลุล่วงสำเร็จตามความมุ่ง

หมายและนโยบายที่ต้องการได้วางเอาไว้ 2) การคัดเลือกบุคคลทำงาน โดยใช้วิธีการทางวิทยาศาสตร์เข้ามาใช้ คือ ความก้าวหน้าและการพัฒนาการของบุคคลที่ปฏิบัติงาน มีการคัดเลือกบุคคลโดยอาศัยข้อมูลต่างๆ ที่ได้มาจากบุคคลผู้ที่มาสมัครงานด้วยตนเอง หรือการการรับรองในการทำงานที่ได้รับมาจากบุคคลอื่น หรือความรู้ความสามารถที่ได้แสดงไว้ อาจเป็นการได้รับมาจากใบแสดงคุณวุฒิของแต่ละคน 3) นำวิธีการของการคัดเลือกบุคคลตามหลักการวิทยาศาสตร์และการฝึกบุคคลให้รู้จักการทำงานเข้ามาด้วยกัน องค์กรหรือหน่วยงานจะต้องเป็นผู้คอยศึกษาคัดเลือกด้วยตนเอง เพื่อตัดสินใจว่าบุคคลใดที่เหมาะสมในการที่จะรับการคัดเลือกเพื่อการดำรงตำแหน่งงานที่สูงยิ่งขึ้น 4) การแบ่งแผนการทำงานออกเป็นส่วนย่อยๆ โดยแบ่งออกเป็น 2 ฝ่ายคือ ฝ่ายที่ทำงานภายใต้การควบคุมของการจัดการและอีกฝ่ายหนึ่งคือ ฝ่ายที่ทำงานภายใต้การบงการของกลุ่มที่บุคคลทางฝ่ายจัดการได้มอบหมายให้แล้ว เช่น หัวหน้างานย่อย Taylor และ Fayol อยู่ในช่วงเวลาเดียวกัน ในขณะที่ Taylor จะเกี่ยวข้องกับการจัดการในระดับหัวหน้างานและใช้วิธีการทางวิทยาศาสตร์เข้ามาเนื่องจากเป็นนักวิทยาศาสตร์ ในขณะที่ Fayol เขียนโดยใช้ประสบการณ์ของตนเอง เพราะ Fayol เป็นนักปฏิบัติเพราะเป็นกรรมการผู้จัดการบริษัทขี้เหล็กใหญ่ในฝรั่งเศส

2. การจัดการ (principle of management) หรือการบริหาร (administrative principles)

โดย Henri Fayol นักอุตสาหกรรมชาวฝรั่งเศสได้ชื่อว่าบิดาของทฤษฎีการจัดการปฏิบัติ (Operational Management Theory) ผลงานชิ้นสำคัญของเขา คือ General and Industrial Management เป็นหนังสือที่แสดงออกถึงแนวคิดเกี่ยวกับวิธีการจัดการและการคัดเลือกบุคลากรที่เหมาะสม Fayol ไม่ใช่คนแรกที่ศึกษาเกี่ยวกับแนวคิดในลักษณะนี้ แต่เป็นคนแรกที่จัดทำให้เป็นระบบ และยังเป็นคนแรกที่กล่าวถึงหน้าที่สำคัญของการจัดการ โดยใช้หลักการบริหารจัดการแบบ POCC อ้างใน ตูลา มหาพสุธารานนท์ (2547: 67; Robbin et al., 2000: 47) ซึ่งหลักการเหล่านี้ยังเป็นพื้นฐานสำคัญของการจัดการจนถึงปัจจุบัน ซึ่ง POCC ประกอบด้วย อันได้แก่ 1) การวางแผน (planning) คือ การกำหนดแนวทางของกิจกรรมต่างๆ 2) การจัดองค์การ (organizing) คือ การจัดหาและใช้ทรัพยากรเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติตามแผน 3) การสั่งการ (commanding) คือ การคัดเลือก ชี้นำ และประเมินผลพนักงานเพื่อประกันผลการทำงานสูงสุดตามแผนที่วางไว้ 4) การประสานงาน (coordinating) คือ การผนึกความพยายามและความร่วมมือจากหน่วยงานต่างๆ ในองค์กรเข้าด้วยกัน การแบ่งปันข้อมูลและการร่วมกันแก้ปัญหา และ 5) การควบคุม (controlling) คือ การสร้างหลักประกันว่างานต่างๆ จะเป็นไปตามแผนและการแก้ไขปรับปรุงข้อบกพร่องที่เกิดขึ้น

ทฤษฎีของ Gulick และ Urwick ทั้งสองได้ร่วมมือกันเขียนเรื่องการบริหารงานแบบวิทยาศาสตร์และการบริหาร ได้กำหนดลักษณะสำคัญของการบริหารได้เป็น 7 ประการด้วยกัน โดยอาศัยลักษณะสำคัญ 5 ประการของ Fayol เป็นรากฐาน ซึ่งนักบริหารงานทั่วไป ใช้อักษรย่อว่า POSDCORB (เจริญผล สุวรรณโชติ, 2544: 234-235) ซึ่งได้มาจากตัวอักษรนำหน้าของคำต่อไปนี้

1. การวางแผน (planning) หมายถึง กระบวนการที่ได้กำหนดทิศทางในการปฏิบัติงาน กำหนดช่วยระยะในการปฏิบัติงาน เพื่อให้บรรลุถึงจุดหมาย ทั้งนี้หมายความว่าในการปฏิบัติงานทุกอย่างจำเป็นที่จะต้องมีการกำหนดขอบข่ายวิธีการ และกิจกรรมทุกอย่างที่จะทำให้การปฏิบัติงานในองค์กรนั้นได้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่วางเอาไว้

2. การจัดองค์การ (organizing) หมายถึง การสร้างแบบรูปหรือโครงสร้างตามแบบแผนอย่างมีระบบ เพื่อให้เกิดความรับผิดชอบและเกิดอำนาจในการปฏิบัติงานตามความเหมาะสมของระบบสังคมและสภาพของมนุษย์ในสังคมขององค์กรนั้นๆ ในการจัดองค์การจึงมีความจำเป็นจะต้องสร้างผู้รับผิดชอบในหน่วยงานย่อยๆ ลงมา ตามความถนัดของแต่ละคน ตามความสามารถของแต่ละคน และตามความรู้ความชำนาญของแต่ละคน การจัดองค์การจึงต้องอาศัยความร่วมมือของหลายๆ ฝ่าย ซึ่งจะทำให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานให้มากที่สุด

3. การจัดบุคลากร (staffing) หมายถึง การกำหนดหน้าที่ของแต่ละบุคคลที่ได้รับการแต่งตั้งให้เข้าทำงาน ซึ่งจะต้องยึดถือความชำนาญเฉพาะอย่าง (specification) และยึดถือความชำนาญพิเศษของแต่ละคน (specialization) นอกจากการบรรจุและการแต่งตั้งแล้ว ในการจัดบุคลากรยังต้องจัดให้มีการฝึกอบรมให้บุคลากรที่ร่วมงานกันอยู่ในองค์กรและยังต้องธำรงรักษาภาวการณ์ที่ดำรงที่อยู่นั้นในองค์กรไว้ให้มั่นคงอีกด้วย เพื่อให้เกิดเสถียรภาพในการทำงานของบุคลากรในองค์กร

4. การกำหนดทิศทาง (directing) หมายถึง การกำหนดแนวทางปฏิบัติงานให้มีความต่อเนื่องกันออกไป เพื่อให้เกิดการวินิจฉัยสั่งการตามข้อตกลงและตามความเห็นชอบของบุคลากรหรือของผู้บริหาร และเป็นการจัดให้บุคลากรได้ปฏิบัติตามคำสั่งที่สั่งมา โดยเฉพาะหรือโดยทั่วไป รวมทั้งการให้คำแนะนำหรือให้ความช่วยเหลือบุคลากรตามที่ต้องการต้องการหรือตามเป้าหมายที่ได้วางไว้

5. ความร่วมมือ (coordinating) หมายถึง การปฏิบัติงานของบุคลากรทุกๆ ฝ่ายตามที่ได้แยกแยะเอาไว้ให้รับผิดชอบตามตำแหน่งหน้าที่ แต่ทุกฝ่ายนั้นจะต้องมีการร่วมมือกันกระทำการสิ่งใดใด เพื่อให้องค์กรได้บรรลุตามเป้าหมาย

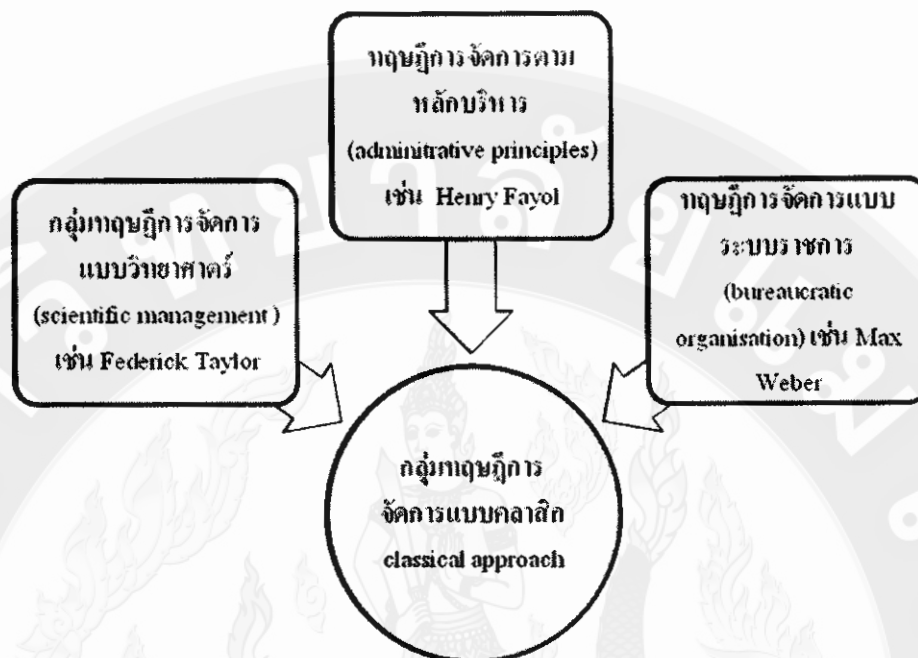
6. การรายงาน (reporting) หมายถึง การจัดระบบเรื่องราว ทะเบียนของผู้ปฏิบัติงาน เพื่อให้ผู้บริหารได้ทราบถึงวิธทางในการดำเนินงานของแต่ละฝ่ายแต่ละแผนก และแต่ละบุคคลเพื่อให้องค์กรได้รับรู้ถึงผลงานของแต่ละหน่วยงานและบุคคล อันจะทำให้การดำเนินงานภายในองค์กรได้สะดวกและเกิดความแน่ใจมากยิ่งขึ้น

7. การจัดงบประมาณ (budgeting) หมายถึง กระบวนการที่จัดทำขึ้นมาเพื่อให้ได้เงินมาใช้จ่ายในการดำเนินงาน ไม่ว่าเงินจำนวนนั้นจะเป็นเงินที่ได้มาจากงบประมาณเป็นรายปีตามแผนงานที่ได้วางเอาไว้หรือการตรวจสอบและการควบคุมการใช้จ่ายเงินที่ได้รับมาจากหน่วยงานต่างๆ

ทฤษฎีของ Drucker เป็นทฤษฎีการบริหารจัดการ (รุ่นใหม่) ซึ่งบริหารตามวัตถุประสงค์ขององค์กร มีลักษณะอยู่ 4 ประการคือ

1. การวางแผน (planning) เป็นการกำหนดหน้าที่การที่ต้องปฏิบัติเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร โดยกำหนดว่าจะดำเนินการอย่างไรและจะดำเนินการเมื่อใดเพื่อให้สำเร็จตามแผนที่วางไว้ การวางแผนต้องครอบคลุมทั้งในระยะสั้นและระยะยาว
2. การจัดองค์กร (organizing) เป็นการมอบงานให้บุคลากรในแผนกหรือฝ่ายได้ปฏิบัติเพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามแผนที่วางไว้เมื่อแผนกหรือฝ่ายประสบความสำเร็จก็จะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จไปด้วย
3. การนำ (leading) เป็นการจูงใจ การชักนำ การกระตุ้น และชี้ทิศทางให้ดำเนินไปสู่การบรรลุเป้าหมายโดยการเพิ่มผลผลิตและมนุษยสัมพันธ์ทำให้เกิดระดับผลผลิตในระยะยาวที่สูงกว่าภาระงานเพราะคนมักไม่ค่อยชอบภาระงาน
4. การควบคุม (controlling) เป็นภาระหน้าที่ของผู้บริหารที่จะต้องรวบรวมข้อมูลมาเพื่อประเมินผลการดำเนินงาน เปรียบเทียบผลงานปัจจุบันกับเกณฑ์มาตรฐานที่ตั้งไว้และทำการตัดสินใจว่าเป็นไปตามเกณฑ์หรือไม่

3. การจัดองค์กรแบบระบบราชการ (bureaucratic organization) เป็นรูปแบบขององค์กรที่ใช้หลักเหตุผลและประสิทธิภาพ โดยใช้อำนาจหน้าที่ตามกฎหมาย ระเบียบ ธรรมเนียม และอำนาจหน้าที่ตามกฎหมาย โดยมีทฤษฎีระบบราชการของ Max Weber (Weber's theory bureaucracy) เป็นแนวคิดด้านการจัดการโดยกำหนดลักษณะ โครงสร้างขององค์กร ซึ่งตำแหน่งและอำนาจหน้าที่ได้มีการกำหนดไว้ตามกฎหมายอย่างชัดเจน และมีหลักเกณฑ์สำหรับนำไปปฏิบัติ โดย Max Weber เชื่อว่า อำนาจของหลักการจัดการขึ้นอยู่กับตำแหน่งในองค์กรมากกว่าตัวบุคคลในตำแหน่งนั้น



ภาพ 1 หลักการจัดการในกลุ่มทฤษฎีแบบคลาสสิก

ที่มา: Schermerhorn (2005: 35)

โดยในงานวิจัยในหัวข้อ กลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ นักวิจัยได้เลือกใช้ทฤษฎีของ Drucker ซึ่งเป็นทฤษฎีการบริหารจัดการ (รุ่นใหม่) มาใช้ในงานวิจัยนี้ ซึ่งทฤษฎีของ Drucker ก็เป็นทฤษฎีมาจากแนวคิดของพื้นฐานของ Fayol ในเบื้องต้น โดยมีการรวมเอา การจัดคนเข้าทำงาน (staffing) เข้ามาในการจัดองค์การ (organizing) จึงเหลือเพียงแค่ 4 หน้าที่ คือ การวางแผน (planning) การจัดองค์การ (organizing) การนำ (leading) และการควบคุม (controlling) ทั้งนี้นอกเหนือจากแนวคิดแบบดั้งเดิมที่ได้กล่าวมาแล้ว ยังมีแนวคิดอื่นๆที่ได้มีการพัฒนาในยุคสมัยอื่นๆของทฤษฎีการจัดการ เช่น แนวคิดเชิงพฤติกรรม และแนวคิดเชิงปริมาณ ดังภาพ 2 ทั้งนี้ในการเลือกใช้แนวคิดนั้นๆ ขึ้นอยู่กับผู้บริหารขององค์กรเอกชน ราชการและบริษัท ห้างร้าน สมาคม ที่จะต้องมีความเข้าใจในแนวคิดแบบต่างๆ เพื่อที่จะเลือกแนวคิดแบบใดให้เหมาะสมกับโครงสร้างและสถานการณ์ขององค์กร



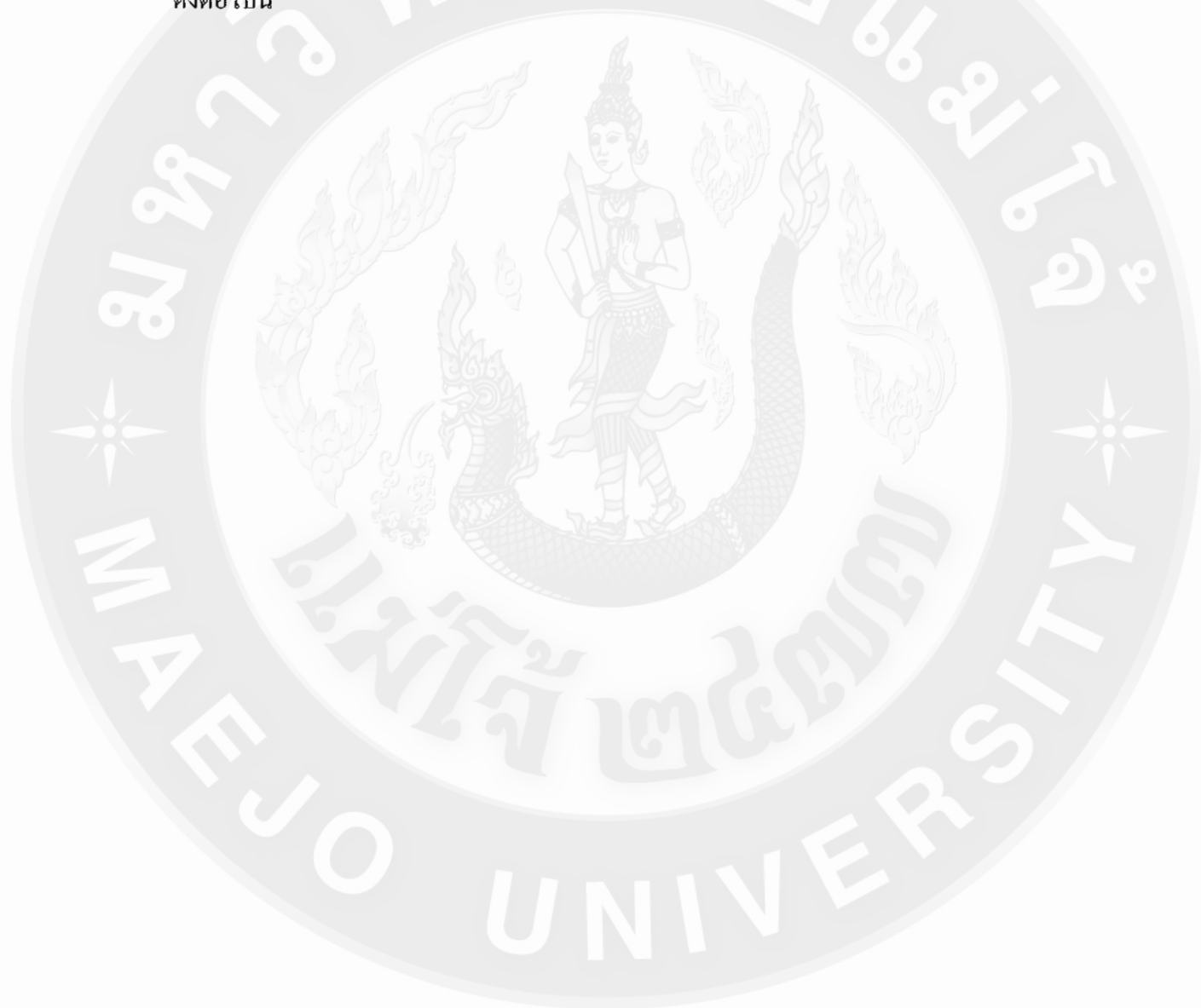
ภาพ 2 แนวคิดการจัดการ

ที่มา: คินนิชิ และ วิลเลียม (2550: 30)

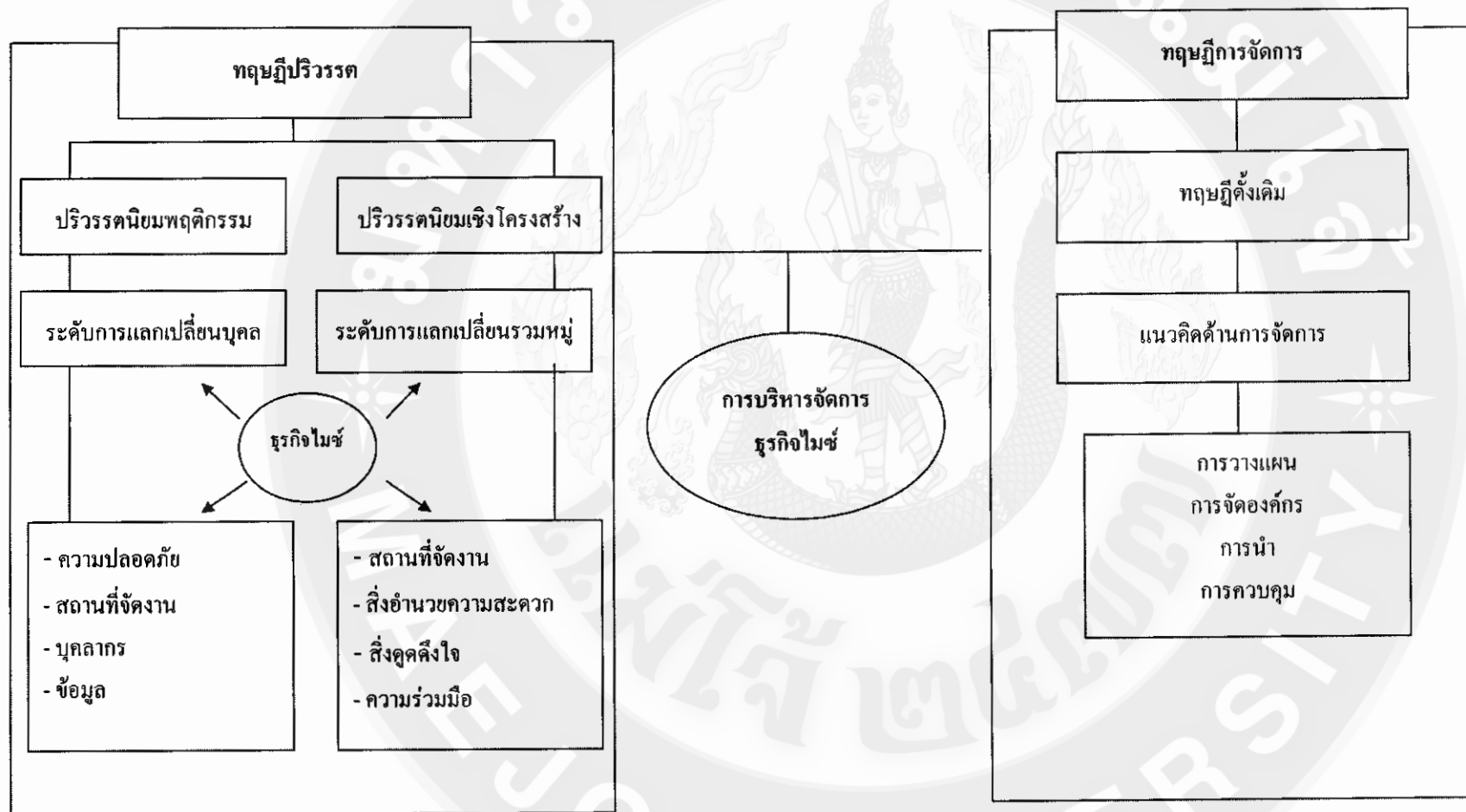
จากหลักทฤษฎีทั้ง 2 ทฤษฎีที่กล่าวมาคือ ทฤษฎีปรัวรรต (Exchange Theory) และ ทฤษฎีการจัดการ (Management Theory) มีความสัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่องโดยทฤษฎีปรัวรรตถือว่าเป็นทฤษฎีมหภาค (Grand Theory) เป็นต้นกำเนิดทฤษฎีแนวคิดต่างๆ มากมาย คำว่าการแลกเปลี่ยนหรือการปรัวรรตมีความหมายหรือการกระทำรูปแบบต่างๆ เช่น การแลกเปลี่ยน (barter system) การยืมหนุ่้นแมว การแลกเปลี่ยนเงิน การแลกเปลี่ยนคนกับสิ่งของ การซื้อขาย การเช่า การจำนำ การต่อรองราคา การกำหนดราคา การขึ้นราคา การลดราคา โดยสิ่งที่ใช้ในการแลกเปลี่ยนมีได้หลาย

ประเภทได้แก่ วัตถุประสงค์ของ เงินทอง ความคิด ความรู้ ปัญญา คุณธรรม ความเห็นใจ ความเอาใจใส่
 กามมารมณ เป็นต้น ซึ่งทฤษฎีปรัวรรตมีประโยชน์อย่างกว้างขวาง โดยเราสามารถใช่ประโยชน์
 จากสังกัดของทฤษฎี อันได้แก่ มนุษย์เศรษฐกิจ (economic man) การแลกเปลี่ยนทางสังคม (social
 exchange) ทุนและกำไร (cost and benefit) ทางเลือก (alternatives) ต่างคนต่างได้กำไร (mutual
 benefit) และการลงทุน (investment) นำไปสู่การสร้างทฤษฎีหรือแนวคิดใหม่ๆ ที่เป็นทฤษฎีขนาด
 กลาง (middle range theory) เช่น ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ทฤษฎีการพึ่งพา ทฤษฎีการ
 พัฒนาสังคม เป็นต้น นอกจากนี้ทฤษฎีการปรัวรรตยังมีประโยชน์ในการนำไปใช้ เช่น ในวงการ
 ธุรกิจการค้า ได้นำเอาทฤษฎีแลกเปลี่ยนมาเป็นใช้ประโยชน์ในการจัดการภายในองค์กร อาทิ การ
 บริหารจัดการองค์กร การพัฒนาองค์กรให้เป็นองค์กรการเรียนรู้ มีประสิทธิภาพ การสร้างความพึง
 พอใจในการทำงาน การรักษาความพึงพอใจของลูกค้าขององค์กรให้ลูกค้ารู้สึกได้รับรางวัลหรือ
 ประโยชน์อย่างต่อเนื่อง ไม่ทอดทิ้ง หรือละเลย เอาใจใส่และให้บริการและทำให้สามารถรักษา
 ลูกค้าเก่าและสร้างลูกค้าใหม่ได้ ซึ่งสิ่งที่กล่าวมามาจากประโยชน์ของทฤษฎีปรัวรรตมีความสัมพันธ์
 และต่อเนื่องกับทฤษฎีการจัดการ เนื่องจาก การพัฒนาองค์กร การบริหารจัดการองค์กร การสร้าง
 ความพึงพอใจในงาน หรือการรักษาความพึงพอใจของลูกค้าขององค์กรให้ลูกค้าได้รับรางวัลและ
 ประโยชน์เป็นส่วนหนึ่งของหน้าที่การจัดการ อันได้แก่ 1) การวางแผน (planning) 2) การจัดองค์กร
 (organizing) 3) การนำ (leading) และ 4) การควบคุม (controlling) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาใน
 หัวข้อ กลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งเป็นหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับหน้าที่ใน
 การบริหารจัดการโดยตรง และนอกจากนี้ในการใช้แรงจูงใจสำหรับพนักงาน โดยอาจใช้รางวัล
 หรือสิ่งตอบแทนเป็นตัวจูงใจ ซึ่งเป็นบริบทที่สอดคล้องกับธุรกิจไมซ์ในประเภทของการท่องเที่ยว
 แบบได้รางวัล (incentives travel) ก็จัดได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของหน้าที่การจัดการที่สามคือ การนำ
 (leading) ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่ต้องศึกษาและทำความเข้าใจในเรื่องของการจัดการเข้ามา
 ประกอบคู่กับทฤษฎีปรัวรรต และนอกจากนี้ทฤษฎีปรัวรรตยังเป็นทฤษฎีที่นำไปสู่แนวคิดใน
 อุตสาหกรรมไมซ์และแนวคิดทางการตลาด เพราะจากที่กล่าวมาเกี่ยวกับความหมายของคำว่า
 แลกเปลี่ยน เช่น การแลกเปลี่ยนสินค้า การซื้อขาย การค้า การกำหนดราคา การลดราคา และสิ่งที่ใช้
 ในการแลกเปลี่ยนมิได้หลายประเภท เช่น วัตถุประสงค์ของ เงินทอง ความคิด ความรู้ สอดคล้องกับ
 แนวคิดอุตสาหกรรมไมซ์ซึ่งเกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนความรู้ ทักษะและสินค้าและใน
 ขณะเดียวกันก็สอดคล้องกับแนวคิดทางการตลาดที่กล่าวถึงการแลกเปลี่ยนซึ่งเป็นแนวคิดหลักของ
 การตลาดเกี่ยวกับในเรื่อง การทำการค้า (transaction) ซึ่งถือว่าเป็นหน่วยการวัดทางการตลาด การ
 ทำการค้าประกอบด้วยการค้าขายสิ่งที่คุณค่าระหว่างสองฝ่าย โดยที่แต่ละฝ่ายให้บางสิ่งบางอย่างกับ
 อีกฝ่ายเป็นการตอบแทน อย่างไรก็ตามก็ไม่แน่ว่าการซื้อขายจะต้องมีเรื่องของเงินเข้ามา

เกี่ยวข้องเสมอไป โดยจะเห็นได้จาก การทำการค้ารูปแบบของการแลกเปลี่ยนสิ่งของ (barter transaction) ซึ่งจะกล่าวต่อไปในหัวข้อกรอบแนวคิดงานวิจัย จากการประมวลทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วยทฤษฎีปรัวรรต และทฤษฎีการจัดการ สามารถประมวลเป็นกรอบทฤษฎีในการวิจัย (theoretical framework) ได้ดังต่อไปนี้



กรอบทฤษฎีในงานวิจัย



ภาพ 3 กรอบทฤษฎีในงานวิจัย

ส่วนกรอบแนวคิดในการวิจัยในเรื่อง การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัด เชียงใหม่ ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (tourism concept)
2. แนวคิดการอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE concept)
3. แนวคิดด้านการจัดการกลยุทธ์ (strategic management concept)
4. แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม (participation concept)

แนวคิดด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นอุตสาหกรรมที่มีการเติบโตอย่างดีในหลายทศวรรษที่ผ่านมา มีความสำคัญต่อกระบวนการโลกาภิวัตน์และต่อเศรษฐกิจโลก องค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ได้มีการพยากรณ์ไว้ว่าใน ค.ศ. 2020 จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็นสองเท่าของปัจจุบันคือ มากกว่า 1,500 คนทั่วโลก ซึ่งจะเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางภายในภูมิภาค (intra-region) จำนวน 1,200 ล้านคน และจะเป็นนักท่องเที่ยวระยะไกล (long haul) จำนวน 378 ล้านคน (World Tourism Organization, 2001) ในปี ค.ศ. 2020 ภูมิภาคที่จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุดในสามลำดับแรกของโลกคือ ยุโรป (717 ล้านคน) เอเชียและแปซิฟิก (397 ล้านคน) และอเมริกา (282 ล้าน คน) การเติบโตของนักท่องเที่ยวที่มายังเอเชียแปซิฟิกเป็นสัญญาณที่บ่งบอกถึงความนิยมที่มีเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องของนักท่องเที่ยวทั่วโลกที่มีต่อภูมิภาคนี้ ซึ่งเป็นสัญญาณที่ดีต่ออุตสาหกรรม MICE ในภูมิภาคนี้ด้วย ซึ่งสอดคล้องกับ ICCA (2002 อ้างใน Yoo, 2004: 82) กล่าวว่า การเจริญเติบโตอย่างมากโดยเฉพาะในเอเชียแปซิฟิก ตั้งแต่ยุคปลาย ค.ศ. 1980 โดยดูจากจำนวนการจัดประชุมนานาชาติต่อปีเริ่มจากปี ค.ศ. 1996-2000 โดยจากศักยภาพทางกายภาพของพื้นที่เอื้ออำนวย ทำให้การประชุมนานาชาติส่วนใหญ่นิยมจัดในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก โดยเฉพาะในคลาคลุ่มทวีปยุโรปและอเมริกาเหนือ

จากที่กล่าวมาข้างต้นพบว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและอุตสาหกรรม MICE มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันเนื่องจากอุตสาหกรรมไมซ์ เป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดรายได้จำนวนมาก (Hing et al., 1998; Mistilis and Dawyer, 1999 อ้างใน Campiranon, 2006: 2) โดยทั้งสองมีองค์ประกอบและกิจกรรมต่างๆ ร่วมกัน ขณะที่ Crouch and Ritchie (1998; Qumsieh, 2001; Crouch, 2004; Lee and Back, 2005 อ้างใน Qumsieh et al., no date: 3) ก็ได้กล่าวถึงปัจจัยในการเลือกสถานที่จัดการประชุมว่ามีปัจจัยดังต่อไปนี้ 1) การเข้าถึง (accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ (availability of facility) 3) คุณภาพในงานบริการ (quality of service) 4)

ความสามารถในการใช้จ่ายในการมาประชุม (affordability) 5) ภาพลักษณ์ของสถานที่ (destination Image) 6) สิ่งดึงดูดใจ/สถานบันเทิงเริงรมย์ (attraction/entertainment) และ 7) ความปลอดภัย (safety/Security) ซึ่งจากการพิจารณาปัจจัยในการเลือกสถานที่จัดประชุมไม่แตกต่างจากปัจจัยในการเลือกจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวเท่าใดนัก หรือในขณะที่สถานที่ท่องเที่ยว (attractions) ก็สามารถเป็นสถานที่จัดงานต่างๆ (venues) ได้ทั้งเวลากลางวันและกลางคืนได้เช่นกัน ในขณะที่ Peterson (2004: 147) กล่าวถึง ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญที่สุดในการก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อเศรษฐกิจ ซึ่งเกิดจากบุคคลที่ไม่ใช่คนในท้องถิ่นที่เข้าร่วมงานประชุม Braun (1992 อ้างใน Kim et al., 2003: 535) กล่าวว่า การใช้จ่ายเงินในการประชุมมีผลต่อธุรกิจดังต่อไปนี้ โรงแรมหรือที่พักประเภทต่างๆ ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม ร้านค้าปลีกต่างๆ สวนสนุกและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการใช้เวลาว่าง ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจบริการ; บริการทั่วไป เครื่องมือการก่อสร้าง จัดสวน ธุรกิจด้านสุขภาพ ธุรกิจรับซ่อมแซม พิพิธภัณฑ์ สวนพฤกษศาสตร์ และสวนสัตว์ จากที่กล่าวทั้งหมดจะเห็นได้ว่าองค์ประกอบโดยส่วนใหญ่ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและอุตสาหกรรม MICE เป็นองค์ประกอบเดียวกันหรือมีความใกล้เคียง ดังนั้นควรมีการศึกษาความหมายและคำจำกัดความของการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความเข้าใจเพิ่มเติมมากขึ้น

Cook et al. (2002: 5) ให้คำนิยามของการท่องเที่ยว (tourism) ว่าเป็นการเดินทางโดยชั่วคราวจากสถานที่พำนักหรือที่ทำงานไปยังจุดหมายปลายทางหนึ่ง โดยมีการทำกิจกรรมและใช้บริการในสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ตามความต้องการในระหว่างพำนัก

Holloway and Robinson (1995: 3) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่า การที่บุคคลเดินทางจากที่พำนักหรือที่ทำงานไปยังจุดหมายปลายทางในระยะเวลาอันสั้น และมีการทำกิจกรรมระหว่างพำนักอาศัยชั่วคราวในจุดหมายปลายทางนั้น โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางต่างๆ เช่น การเยี่ยมเพื่อนและญาติ การพักผ่อนหย่อนใจ

องค์การสหประชาชาติ ได้มีการจัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและการท่องเที่ยวระหว่างประเทศใน ปี ค.ศ. 1963 ได้ให้คำนิยามของการท่องเที่ยว (Tourism) ว่ามีองค์ประกอบอย่างน้อยสามประการคือ เป็นการเดินทางที่ไม่ใช่การเดินทางที่ถูกบังคับหรือมิใช่สินจ้าง เป็นการเดินทางที่ไปเป็นการชั่วคราวและ มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่ไม่ใช่การประกอบอาชีพหรือหารายได้

World Tourism Organization (2001 อ้างใน Goeldner et al., 2002: 16) ได้มีการจัดประชุมขึ้นในปี ค.ศ. 1991 และกำหนดคำนิยามของการท่องเที่ยวอย่างเป็นทางการว่า เป็นการเดินทางที่ผู้เดินทางเดินทางออกจากถิ่นพำนักของตนเอง และมีการทำกิจกรรมระหว่างการเดินทาง

นั้น โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ธุรกิจหรืออื่นๆ ซึ่งเป็นการเดินทางที่ไม่เกินหนึ่งปีในการเดินทางนั้นๆ

ราณี อธิษัชกุล (2545: 6-8) กล่าวถึงธุรกิจท่องเที่ยวหรือธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวว่าเป็นธุรกิจที่เกี่ยวกับการให้บริการและอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวโดยมุ่งเน้นตอบสนองความต้องการและสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว โดยประกอบด้วย

1. ธุรกิจที่พักแรม (accommodation) หมายถึง การประกอบธุรกิจการขายบริการที่พักเพื่อคนเดินทางหรือบุคคลที่ต้องการที่พักค้างแรม โดยอาจมีบริการอาหารและเครื่องดื่มไว้บริการด้วย โรงแรมเป็นที่พักที่พบเห็นได้บ่อย สามารถจำแนกตามความหรูหราได้เป็น โรงแรมชั้นเยี่ยม (5 ดาว) ชั้นหนึ่ง (4ดาว) ชั้นสอง (3ดาว) และชั้นประหยัด (1ดาว) นอกจากนี้ยังมีธุรกิจที่พักประเภทอื่นๆ เช่น โมเต็ล บ้านแบ่งให้เช่า รีสอร์ท คอนโดมิเนียม เกสต์เฮาส์ ที่พักแรมแบบถือกรรมสิทธิ์ร่วม

2. ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม (food and beverage) หมายถึง ธุรกิจในการให้บริการอาหารและเครื่องดื่มสำหรับนักเดินทาง นักท่องเที่ยวหรือประชาชนทั่วไป โดยจัดเตรียมที่นั่งให้ผู้บริโภคสามารถรับประทานอาหารภายในสถานที่ที่ให้บริการหรืออาจให้บริการบรรจุอาหารใส่กล่องเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถนำไปรับประทานที่อื่นได้ ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มแบ่งเป็นภัตตาคาร ร้านอาหาร ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในโรงแรม ในศูนย์การค้า ในห้างสรรพสินค้า ในสนามบิน/สถานีขนส่ง/สถานีรถไฟ และธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มบนพาหนะในระหว่างการเดินทาง

3. ธุรกิจคมนาคมขนส่ง (transportation) หมายถึง ธุรกิจการเคลื่อนย้ายผู้โดยสารและสิ่งของจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งด้วยพาหนะขนส่ง โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อการท่องเที่ยว ธุรกิจคมนาคมขนส่งแบ่งออกเป็น การคมนาคมขนส่งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ ธุรกิจขนส่งทางบกประกอบด้วยรถไฟ รถยนต์ส่วนบุคคล รถเช่าและรถโดยสาร ธุรกิจขนส่งทางน้ำจะใช้เรือเป็นพาหนะ เช่น เรือเดินทะเล เรือข้ามฟาก เรือใบ เรือยอร์ช เรือล่องแม่น้ำ และเรือสำราญ และธุรกิจขนส่งทางอากาศประกอบด้วยสนามบิน การควบคุมการจราจรทางอากาศ สายการบินต่างๆ และผู้ผลิตเครื่องบินและเครื่องบิน

4. ธุรกิจนำเที่ยว (tour operator) หมายถึง ธุรกิจเกี่ยวกับการจัดนำเที่ยว การให้บริการหรือการอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการเดินทาง ที่พัก อาหารและเครื่องดื่ม ทัศนอาหรหรือการบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องแก่นักท่องเที่ยว โดยแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทใหญ่ คือ การจัดนำเที่ยวภายในประเทศ การจัดนำเที่ยวต่างประเทศและการจัดนำเที่ยวในประเทศของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

5. ธุรกิจตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว (travel agent) หมายถึง การประกอบกิจการในรูปของตัวแทนที่ได้รับอนุญาตให้จำหน่ายสินค้าหรือบริการในนามของธุรกิจท่องเที่ยว โดยได้รับค่านายหน้าเป็นการตอบแทน จึงเป็นผู้ที่อยู่ตรงกลางระหว่างผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ ธุรกิจตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยวแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภทใหญ่ คือ ตัวแทนจำหน่ายบัตรโดยสารสายการบิน ตัวแทนจำหน่ายธุรกิจนำเที่ยวภายในประเทศ ตัวแทนจำหน่ายธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศ และตัวแทนสายการบิน

6. ธุรกิจสินค้าที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง (souvenirs) หมายถึง ธุรกิจผลิตและจำหน่ายสินค้าที่นักท่องเที่ยวซื้อและนำกลับไปยังภูมิลำเนาของตนเพื่อเป็นที่ระลึก ของฝาก หรือแม้แต่เพื่อใช้สอยในชีวิตประจำวัน สินค้าที่ระลึกมักถูกพัฒนาขึ้นจากศิลปหัตถกรรมของแต่ละท้องถิ่นที่แสดงเอกลักษณ์ความเป็นอยู่ของท้องถิ่น โดยใช้วัสดุที่ได้ในท้องถิ่นเป็นวัตถุดิบและใช้แรงงานฝีมือคนท้องถิ่น

7. ธุรกิจนันทนาการ (recreation) หมายถึง การประกอบธุรกิจการให้บริการเพื่อความเพลิดเพลินสนุกสนานและบันเทิงสำหรับคนเดินทางหรือนักท่องเที่ยว ประกอบด้วยสวนสนุกในรูปแบบต่างๆ (amusement parks) สถานบันเทิง (entertainment) เช่น ไนท์คลับ บาร์ ดิสโก้เทค คาสิโน โรงภาพยนตร์และโรงละคร และสนามกีฬา

8. ธุรกิจการจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (meeting incentive convention and exhibition: MICE) หมายถึง ธุรกิจการให้บริการจัดประชุมแก่กลุ่มหรือสมาคมหรือบริษัทที่ต้องการจัดประชุม ซึ่งมักมีวัตถุประสงค์ที่แน่นอนล่วงหน้า ธุรกิจการจัดนิทรรศการหรืองานแสดงสินค้า และธุรกิจจูงนำเที่ยวเป็นหมู่คณะให้พนักงานบริษัทเป็นการตอบแทนการทำงานสำเร็จตามเป้าหมายของบริษัทหรือองค์กร

นักท่องเที่ยว (tourist) นั้นจากการนิยามขององค์กรสหประชาชาติที่ได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ณ กรุงโรม (Rome conference) การประชุมนี้ได้บัญญัติคำว่า ผู้มาเยือน (visitor) ได้เป็น 2 ประเภทคือ

1. นักท่องเที่ยว (tourist) คือ ผู้มาเยือนชั่วคราวโดยพำนักอยู่ในประเทศหรือสถานที่ที่ได้เยี่ยมชมไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมงโดยมีวัตถุประสงค์ในการมาเยี่ยมชมอื่นใดแก่ 1) การพักผ่อนหย่อนใจ การนันทนาการ สุขภาพ การศึกษา ศาสนา กีฬา 2) การติดต่อธุรกิจ 3) เยี่ยมเยียนครอบครัวหรือญาติมิตร 4) มีภารกิจต่างๆ และ 5) การประชุม

2. นักทัศนจร (excursionist หรือ same day visitors) คือ ผู้มาเยือนชั่วคราวโดยมีการพำนักในสถานที่หรือประเทศที่ได้เยี่ยมชมไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมงและไม่มีการค้างคืนเกินขึ้น

Weaver and Lawton ได้แบ่งประเภทของนักท่องเที่ยวออกเป็น 6 กลุ่มคือ

1. นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (international tourist) คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางจากประเทศหนึ่งไปยังอีกประเทศหนึ่งโดยมีการเชื่อมเยือนสถานที่แห่งนั้นไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง และพำนักไม่เกิน 60 วัน

2. นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (domestic tourist) คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางภายในประเทศของตนเอง โดยรวมคนต่างชาติที่มีถิ่นพำนักอาศัยเป็นการถาวรที่อยู่ในประเทศนั้นๆ ด้วย

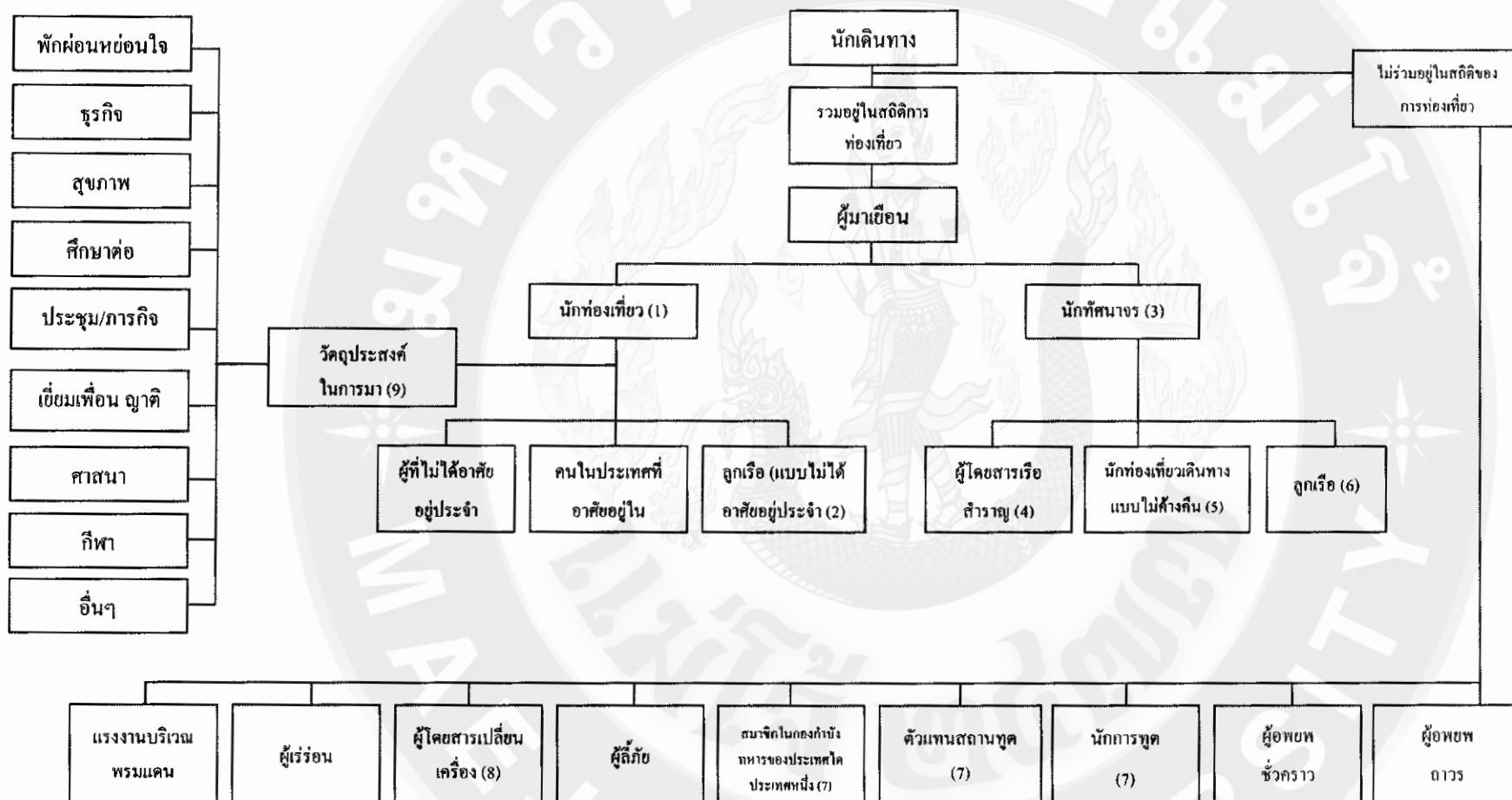
3. นักท่องเที่ยวต่างประเทศท่องเที่ยวนอกประเทศ (inbound) คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเชื่อมเยือนประเทศต่างๆ ที่ไม่ใช่ประเทศที่ตนมีถิ่นพำนักถาวร เช่น นักท่องเที่ยวชาวยุโรปเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

4. นักท่องเที่ยวในประเทศท่องเที่ยวนอกประเทศ (outbound) คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางจากประเทศที่ตนพำนักถาวร ไปเชื่อมเยือนยังประเทศอื่นๆ เช่น นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางไปเที่ยว ณ ประเทศอิตาลี

5. นักท่องเที่ยวระยะทางสั้น (short haul tourist) คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางในระยะทางสั้น ใช้เวลาการเดินทางในช่วงเวลาสั้นๆ เช่น นักท่องเที่ยวชาวอังกฤษเดินทางท่องเที่ยว ณ ประเทศฝรั่งเศส

6. นักท่องเที่ยวระยะทางยาว (long haul tourist) คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางในระยะทางไกล ใช้เวลาในการเดินทางยาวนาน เช่น นักท่องเที่ยวชาวยุโรปเดินทางไปท่องเที่ยวที่ประเทศออสเตรเลีย

ดูย ขุมสาย (2518 อ้างใน ชิดจันทร์ หังสสูตร, 2535: 9) แบ่งประเภทของการท่องเที่ยวได้ ดังนี้ 1) การท่องเที่ยวเพื่อความสนุก 2) การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน 3) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 4) การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา 5) การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ 6) การท่องเที่ยวเพื่อประชุมสัมมนา และ 7) การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา



ภาพ 4 ประเภทของนักท่องเที่ยว

ที่มา: WTO (1981 อ้างใน Gee et al., 1989: 13)

การประชุมสัมมนาเป็นหนึ่งในธุรกิจการท่องเที่ยวที่เจริญเติบโตเร็วที่สุดและสามารถทำรายได้มากที่สุด Weber and Ladkin (2003: 125-132; Oppermann and Chon, 1997: 78-191; Oppermann, 1996: 175-182; Priporas, 2005: 88) ในขณะที่ Clark (2004 อ้างใน McCartney, 2008: 294) กล่าวว่า สิ่งสำคัญในการสร้างศูนย์ประชุม ก็คือผลกระทบทางเศรษฐกิจของผู้เข้าร่วมประชุมในการที่มีการใช้จ่ายเงินมากกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป มีการพำนักรถที่นานกว่าและไม่เพียงแต่มีการใช้จ่ายเงินกับโรงแรมและร้านอาหารแล้วแต่ยังใช้จ่ายเงินกับกิจกรรมต่างๆ เช่น ร้านอาหารปลีก งานเลี้ยงต่างๆ การไปเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวของท้องถิ่น เช่น พิพิธภัณฑ์และโรงละคร ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้เข้าร่วมประชุมสัมมนาก็เป็นหนึ่งในนักท่องเที่ยวประเภทหนึ่ง สอดคล้องกับ วรรณาศิลปอาษา (2545: 116) กล่าวว่า ธุรกิจจัดประชุม นิทรรศการและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์ที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ ซึ่งการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจจัดได้ว่าเป็นการท่องเที่ยวที่เก่าแก่ที่สุด เนื่องจากในสมัยโบราณมนุษย์มีการเดินทางเพื่อการค้าขายแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างกัน คือเดินทางไปเพื่อค้าขายและมีการท่องเที่ยวไปในขณะเดียวกัน ดังตารางเปรียบเทียบที่ 1 จากความหมายและองค์ประกอบต่างๆ ทั้งหมดที่กล่าวมา พบว่า อุตสาหกรรมไมซ์เป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีความเชื่อมโยงกันอย่างชัดเจน ดังนั้น ในการศึกษาและทำความเข้าใจกับอุตสาหกรรม MICE จึงมีความจำเป็นที่จะต้องทำความเข้าใจเพื่อนำมาศึกษาและวิเคราะห์อุตสาหกรรม MICE ในหัวข้อต่อไป

ตาราง 1 การเปรียบเทียบการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนและการท่องเที่ยวแบบไมซ์

ประเด็นเปรียบเทียบ	การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน (Leisure)	การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (MICE)
-ผู้สนับสนุนค่าใช้จ่าย	นักท่องเที่ยว	นายจ้าง/บริษัท
-ผู้เลือกสถานที่	นักท่องเที่ยว	ผู้จัดการด้านธุรกิจจัดประชุม นิทรรศการและการท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล
-ช่วงเวลาของการท่องเที่ยว	ระหว่างวันหยุดสุดสัปดาห์และ วันหยุดประจำปี	ตลอดปีและจัดระหว่างวัน จันทร์ถึงศุกร์
-ระยะเวลาของการสำรองการท่องเที่ยว	-วันหยุดติดต่อกันหลายวันควรจอง ล่วงหน้าเป็นเดือน -วันหยุดน้อยควรจองล่วงหน้า 2-3 วัน	การประชุมใหญ่ควรจอง ล่วงหน้าเป็นปี

ตาราง 1 (ต่อ)

ประเด็นเปรียบเทียบ	การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน (Leisure)	การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (MICE)
-ประเภทของผู้เดินทาง	ทุกคนที่ต้องการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน	สมาชิกของหน่วยงานหรือ ลูกจ้างของ บริษัทที่ได้รับการ คัดเลือกให้เดินทางท่องเที่ยว
-ประเภทของสถานที่	ทุกประเภท ทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ตามธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวที่ มนุษย์สร้างขึ้น	แหล่งท่องเที่ยวตามเมืองใหญ่ โดยเฉพาะในประเทศ อุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ที่มา: วรรณาสีลปอาษา (2545: 117)

แนวคิดด้านอุตสาหกรรมไมซ์

อุตสาหกรรมไมซ์ เป็นอุตสาหกรรมประเภทหนึ่งของการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อเศรษฐกิจของประเทศมากมายทั้งทางตรงและทางอ้อม เป็นภาคอุตสาหกรรมที่ทำให้การกระจายรายได้เกิดการจ้างงานและสร้างอาชีพมากมาย สอดคล้องกับ McCabe (2000: 494) ที่กล่าวว่า อุตสาหกรรมการประชุมและนิทรรศการ (convention and exhibition industry) มีผลต่อการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจมากกว่า 20 ปีและถูกมองจากรัฐบาลและภาคการท่องเที่ยวของรัฐว่าเป็นอุตสาหกรรมที่ทำกำไรให้อย่างมากมายในประเภทหนึ่งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมไมตรีจิต (hospitality industry) เป็นภาคธุรกิจที่ทำให้เกิดการจ้างงาน สร้างอาชีพได้อย่างดีเยี่ยมพร้อมกับทำให้เกิดการประชาสัมพันธ์ที่มีศักยภาพในเวลาเดียวกัน ในขณะที่ Cheung and Low (2002; O' Bren and Shaw, 2002 อ้างใน Sangpikul and Kim, 2009: 193) กล่าวว่า ตลาดการประชุมนานาชาติเป็นตลาดที่ซับซ้อนและประกอบด้วยหลายส่วนที่เกี่ยวข้อง อันได้แก่ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งก็คือ ผู้ประกอบการ (สถานที่จัดการประชุมนานาชาติ) พ่อค้าคนกลาง นายหน้า ฝ่ายจัดเลี้ยง สายการบิน บริษัทนำเที่ยว หน่วยงานบริการต่างๆ หน่วยงานหรือองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน จากการที่มีธุรกิจเกี่ยวข้องหลายส่วน การได้เป็นเจ้าภาพในการจัดประชุมนานาชาติสามารถสร้างรายได้ให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมากมายซึ่งอุตสาหกรรมการประชุมและนิทรรศการเป็นที่รู้จักในดีว่าเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรม MICE (meeting, incentive, convention, exhibition)

ธุรกิจจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล หรืออาจเรียกอีกอย่างหนึ่งคือ ธุรกิจการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดงานแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ (meeting, incentive Travel, convention and exhibition) และเรียกโดยย่อว่า ไมซ์ (MICE) ซึ่งยังมีการถกเถียงและโต้แย้งเกี่ยวกับการเรียกชื่อมากมายอันได้แก่ ธุรกิจการประชุม (MICE segment) ธุรกิจจัดประชุม การจัดงานแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ (MCE) อุตสาหกรรมประชุม (Convention industry) และธุรกิจงานกิจกรรม (Business event sector) โดยชื่อแต่ละชื่อนั้นขึ้นอยู่กับนิยามของงานที่ต้องการจะศึกษา (Roger, 2003 อ้างใน Locke, 2010: 210) โดยการใช้ชื่อจะแตกต่างกันตามภูมิศาสตร์ เช่น ในยุโรปจะเรียกว่า อุตสาหกรรมการประชุม (Meeting Industry) ประเทศออสเตรเลีย จะเรียกว่า ธุรกิจกิจกรรม (Business event sector) ในขณะที่ทางแถบทวีปอเมริกาเหนือและทวีปเอเชียจะเรียกว่า อุตสาหกรรม MICE (Dwyer et al., 2007 อ้างใน Locke, 2010: 210)

สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวอาเซียน (2554 อ้างใน วรรณ ศิลปอาษา, 2545: 110-112) ได้ให้ความหมายของอุตสาหกรรม MICE ดังนี้

การประชุม (meeting) หมายถึงการประชุมของกลุ่มบุคคลหรือองค์กร โดยการประชุมมีการวางแผนไว้ล่วงหน้า โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ

1. Association meeting เป็นการประชุมเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลของกลุ่มบุคคลในสาขาอาชีพเดียวกันหรือใกล้เคียง โดยทั่วไปจะมีการประชุมสัปดาห์ และมีการจัดสัมมนาบ่อยครั้ง ใช้เวลาเตรียมการอย่างน้อยหนึ่งปี

2. Corporate meeting เป็นการประชุมของกลุ่มบุคคลที่มาจากองค์กรเดียวกันหรือเครือเดียวกัน ซึ่งอาจมาจากหลายๆ ประเทศทั่วโลก เป็นการจัดโดยบริษัททำให้สามารถเลือกสถานที่จัดได้โดยไม่ต้องสอบถามจากสมาชิก ใช้เวลาในการเตรียมการน้อยกว่า Association meeting คือใช้นาน้อยกว่าหนึ่งปี และมีขนาดเล็กกว่า Association meeting

Convention หมายถึง การประชุมของกลุ่มบุคคลที่อยู่ในสาขาอาชีพเดียวกัน เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลกัน โดยทั่วไปงานเหล่านี้ต้องใช้เวลาเตรียมการไม่น้อยกว่าสองปี และส่วนใหญ่จะเป็นการจัดโดยสมาคมระดับนานาชาติ

มีการแบ่งประเภทของ convention โดยยึดจากลักษณะเฉพาะของโครงสร้างและธุรกิจหลัก (core business) ที่ทำกำไรให้แก่บริษัท ดังนี้

1. Convention hotels หมายถึง โรงแรมซึ่งขายพื้นที่รวมถึงเฟอร์นิเจอร์และอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ และเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับการประชุม โดยผู้คนได้ไม่น้อย

กว่าห้าสิบ ที่นั่งและมีการส่งเสริมการขายโดยผ่านทางสื่อโฆษณาและนโยบายทางการสื่อสารอื่นๆ ขององค์กร

2. Convention enterprises หมายถึง สถานที่จัดงานประชุม (ซึ่งไม่มีบริการที่พัก) มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ อย่างเหมาะสมให้แก่หน่วยงานหรือองค์กรในการจัดการประชุมโดยสามารถแบ่งออกได้เป็นสามกลุ่มคือ

2.1 Convention centre มีคุณลักษณะคือ เป็นศูนย์ประชุมขนาดใหญ่ที่จุคนได้ประมาณ 300 คน หรือเกือบ 300 มีการบริการอย่างมืออาชีพและมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกครบครัน โดย Convention centre เป็นธุรกิจหลักขององค์กร

2.2 Minor convention centre ไม่สามารถบรรจุคนได้ถึง 300 คน เหมือน Convention Hall แต่มีที่ตั้งอยู่ในโรงภาพยนตร์ โรงละคร หรือสถานประกอบการอื่นๆ

2.3 Historical and artistic residence

การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (incentive travel) หมายถึง การจูงใจให้รางวัลแก่พนักงานหรือบุคคลที่สามารถดำเนินงานได้ตามเป้าหมายที่บริษัทวางไว้ โดยบริษัทผู้ให้รางวัลจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายดังกล่าว

ปภาวดี ประจักษ์ศุภนิติ และ สุเมธ สุทัศน์ ณ อยุธยา (2546: 29) ได้ให้คำนิยามการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลไว้ว่า “การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลคือ เครื่องมือหนึ่งในการบริหารที่ใช้กันทั่วไปในองค์กรต่างๆ ทั่วโลก โดยใช้ประโยชน์จากประสบการณ์การท่องเที่ยวชั้นเลิศที่จัดให้แก่บุคลากร เป็นกลไกในการจูงใจ และ/หรือการแสดงความชื่นชมการปฏิบัติงานที่มีผลงานในระดับสูงขึ้นไปของบุคลากร” ดังนั้น ความหมายที่กำหนดโดย SITE อาจกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเป็นเครื่องมือในการจูงใจบุคลากร โดยใช้เป็นรางวัลสำหรับผู้ที่มีผลงานดีเด่นตามที่องค์กรกำหนด

การจัดนิทรรศการ/การจัดงานแสดงสินค้า (exhibition) หมายถึง การจัดนิทรรศการหรืองานแสดงสินค้าหรือบริการเพื่อขายสินค้าและบริการให้กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งเปิดให้ผู้เข้าชมทั่วไปได้เข้าร่วมงานด้วย แบ่งออกได้เป็นสองประเภทคือ trade show เป็นการแสดงสินค้าสำหรับผู้ประกอบการและ consumer Show เป็นการแสดงสินค้าสำหรับผู้บริโภค

นิทรรศการ (exhibition) เป็นคำที่มีการใช้ครั้งแรกตั้งแต่ก่อนปี ค.ศ. 1649 โดยมีการดัดแปลงมาจากภาษาลาติน คือ “Expositio” ซึ่งหมายถึงการแสดง (display) คำว่านิทรรศการนอกจากจะหมายถึงการรวบรวมเอาสินค้า หรือสิ่งของที่นำเสนอมาจัดแสดงไว้ในสถานที่แห่งเดียวกันแล้ว ยังหมายถึงการรวมตัวกันในการจัดกิจกรรมของกลุ่มบุคคล บริษัทหรือองค์กรต่างๆ ด้วยเหตุผลที่ชัดเจนเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งเอาไว้ อีกนัยหนึ่ง คำว่า นิทรรศการ เป็นรูปแบบการ

แลกเปลี่ยนข่าวสาร โดยมีผู้สนับสนุน (promoters) และผู้แสดงสินค้า (exhibitors) ทำการสื่อสารไปยังผู้ชมงาน (visitor) (ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค, ม.ป.ป: ระบบออนไลน์)

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 ระบุว่า นิทรรศการ หมายถึง การแสดงผลงาน สินค้า ผลิตภัณฑ์หรือกิจกรรมให้คนทั่วไปชม ในขณะที่ วรรณ ศิลปอาชา (2546: 5) กล่าวถึง นิทรรศการ (exhibition) ว่าเป็นการแสดงผลงาน สินค้า ผลิตภัณฑ์ หรือกิจกรรมให้คนทั่วไปชม จากนิยามดังกล่าวเมื่อมีการดำเนินงานในรูปแบบของธุรกิจขึ้นจึงอาจกล่าวได้ว่า การจัดนิทรรศการหมายถึง “ธุรกิจที่ดำเนินการโดยมีการจัดแสดงผลงาน แสดงสินค้า แสดงผลิตภัณฑ์ หรือแสดงกิจกรรมต่างๆ ให้คนทั่วไปชมหรือผู้ประกอบการด้วยกันชม และสร้างโอกาสในเชิงพาณิชย์ให้เกิดขึ้น”

ความเป็นมาของอุตสาหกรรมไมซ์ มีประวัติความเป็นมาที่ยาวนาน โดยเกิดขึ้นครั้งแรกในยุโรป เป็นการเริ่มต้นพัฒนามาจากธุรกิจนำเที่ยวที่เสนอบริการลักษณะพิเศษในการเป็นตัวแทนจัดการประชุม นิทรรศการและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล มนุษย์มีการรวมกลุ่มกันเพื่อการประชุมปรึกษาหารือในเรื่องต่างๆ เช่น การเมือง สังคม การกีฬา ศาสนา และนับวันก็ยิ่งขยายเพิ่มขึ้นเมื่อสังคมขยายขนาดและความถี่ของการรวมกลุ่มเพิ่มมากขึ้น ในทวีปยุโรปมีการจัดตั้งสมาคมมากขึ้นทั้งในยุโรปและอเมริกา และการเติบโตในอุตสาหกรรมต่างๆ ทำให้มีการจัดตั้งสมาคมการค้าขึ้นเพื่อแลกเปลี่ยน แนะนำสินค้าใหม่ๆ จากกรรมวิธีผลิตใหม่ๆ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รู้จัก จึงเกิดการจัดงานแสดงสินค้าขึ้นในคริสต์ศตวรรษที่ 18 ณ ประเทศอังกฤษ เป็นงานมหกรรมนานาชาติที่มีชื่อเสียงทั่วโลก คือ เดอะ เกรท เอ็กซิบิชั่น (The great exhibition) และต่อมาขยายไปยังประเทศต่างๆ ทั่วโลก (วรรณ ศิลปอาชา, 2545: 112) ในขณะที่ อุดม เมธารังศิริ (2544: 5) ได้กล่าวถึงอุตสาหกรรมไมซ์ว่า อุตสาหกรรมไมซ์เกิดและปรากฏให้เห็นชัดเจน ตั้งแต่ช่วงปลายศตวรรษที่ 19 เมื่อมีการจัดประชุมด้านการเมืองและวิทยาศาสตร์ในประเทศยุโรปและสหรัฐอเมริกา ทั้งนี้ในช่วงเวลาดังกล่าวมีการจัดตั้งสมาคมด้านการค้าและกลุ่มสาขาวิชาชีพต่างๆ ขึ้น รวมทั้งมีการจัดตั้งองค์ที่ทำหน้าที่บริหารศูนย์ประชุม (convention bureau) ซึ่งมีการตั้งขึ้นเป็นแห่งแรกที่เมือง Detroit ประเทศสหรัฐฯ ในปี พ.ศ. 2439 ต่อมา มีการจัดตั้งศูนย์ประชุมที่เมือง Cleveland เพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2447 และเมือง Atlanta ในปี พ.ศ. 2451 นอกจากนี้ยังมีการจัดตั้ง the international association of convention and visitor bureaus (IACVB) ซึ่งเป็นหน่วยงานที่จัดตั้งขึ้นเพื่อดูแลรับผิดชอบและส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติโดยตรงในปี พ.ศ. 2457 ในยุโรปแม้ว่าธุรกิจไมซ์จะเกิดขึ้นมานานก็ตามแต่พัฒนาไปช้ากว่าในอเมริกา มีการจัดตั้ง the London convention center ขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2523 และต่อมา มีการจัดตั้ง the Birmingham convention and visitor bureau ขึ้นเมื่อปี

พ.ศ. 2525 สำหรับในเอเชียธุรกิจไมซ์ มีการเติบโตและพัฒนารับเข้ากว่าภูมิภาคอื่นๆ ถือเริ่มมีการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2523 เป็นต้นมา

องค์ประกอบของอุตสาหกรรมไมซ์ มีองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องหลายฝ่าย (วรรณศิลป์อาษา, 2545: 127) ดังนี้

1. ผู้ให้การสนับสนุน (sponsor) เป็นผู้มีบทบาทในการให้การสนับสนุนการจัดธุรกิจจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ซึ่งอาจจะเป็นหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชนก็ได้ และเป็นผู้ที่มีบทบาทในการกำหนดวัตถุประสงค์ของการจัดกิจกรรมไมซ์ รวมทั้งการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย สถานที่จัดงาน กิจกรรมไมซ์ ประเภทของสิ่งอำนวยความสะดวก และงบประมาณของการจัดกิจกรรมไมซ์

2. ลูกค้า/ผู้ซื้อ (customer/Buyer) เป็นผู้ต้องการใช้บริการในการจัดธุรกิจจัดประชุม นิทรรศการและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ลูกค้าอาจจะเป็นหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชนก็ได้ เช่น ผู้ร่วมจัดแสดงสินค้านานาชาติ (exhibition) ผู้เข้าเยี่ยมชม (visitor) พนักงานที่ได้รางวัล โดยให้ไปท่องเที่ยว เป็นต้น ปกติลูกค้ากลุ่มไมซ์จะเป็นลูกค้าที่มีคุณภาพและมีอำนาจซื้อสูง เนื่องจากส่วนมากจะได้รับการสนับสนุนค่าใช้จ่ายจากผู้ให้การสนับสนุน

3. ผู้ประกอบการ (supplier) เป็นผู้มีบทบาทในการเสนอขายสินค้าและบริการสำหรับธุรกิจจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เช่น โรงแรม ศูนย์การประชุม บริษัทจัดงานเที่ยว ผู้ประกอบการขนส่ง ผู้รับเหมาออกแบบสถานที่สำหรับการจัดประชุมและนิทรรศการ ธุรกิจขายของที่ระลึก ธุรกิจบันเทิงและนันทนาการ รวมทั้งผู้รับจ้างจัดกิจกรรมมืออาชีพ (professional organizer) ซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้และเชี่ยวชาญในการจัดการธุรกิจจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ได้แก่ ผู้จัดงานการประชุมมืออาชีพ (PCO) ผู้จัดงานแสดงสินค้ามืออาชีพ (PEO) และบริษัทบริหารจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (DMC) เป็นต้น

4. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมไมซ์ เป็นหน่วยงานหรือองค์กรที่กำกับดูแลและส่งเสริมการจัดประชุม นิทรรศการและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เช่น กองการประชุมนานาชาติของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) (TICA) และสมาคมการแสดงสินค้า (TEA) เป็นต้น

สุณีย์ บิริสุทธิ และคณะ (2548: 51-57) ได้อธิบายว่า การวิเคราะห์องค์ประกอบของธุรกิจไมซ์จะช่วยให้เข้าใจในภาพรวมของธุรกิจว่ามีความเกี่ยวข้องกับผู้ใดบ้าง ดังนี้คือ

1. เจ้าภาพงาน (organizer) หมายถึง ผู้ที่วางแผนให้จัดงานไมซ์ขึ้น เจ้าภาพงานแบ่งออกได้เป็น 5 กลุ่มคือ องค์กรระหว่างประเทศ เช่น องค์กรสหประชาชาติ (united nations) องค์กรการค้าโลก (WTO) หน่วยงานภาครัฐ (government agencies) ที่ต้องการจัดไมซ์โดยมีวัตถุประสงค์

ต่างๆ อาทิเช่น เพื่อแถลงนโยบายของรัฐ แถลงข่าวของหน่วยงาน เปิดตัวโครงการต่างๆ กิจกรรมทางด้านการเมือง การกำหนดวาระแห่งชาติ เป็นต้น หรือสมาคมวิชาชีพและธุรกิจระหว่างประเทศ ได้แก่ แพทย์ สถาปนิก นายธนาคาร รวมทั้งองค์กรด้านการค้า เช่น หอการค้า สมาคมระดับประเทศ สถาบันการศึกษา สถาบันการศึกษาระดับต่างๆ มักจะประชุมร่วมกัน เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลทางวิชาการ ประชุมประจำปีของผู้บริหาร และเสนอผลงานทางวิชาการ องค์กรการกุศล เช่น สภากาชาดไทย มักจะจัดประชุมระดับต่างๆ คือ ระดับท้องถิ่น ระดับประเทศ ระดับภูมิภาค ระดับนานาชาติ

2. ผู้เข้าร่วมงาน (delegates) ส่วนใหญ่เป็นสมาชิกของสมาคมหรือองค์กรหรือบุคลากรในหน่วยงาน/บริษัทที่จัดงานขึ้น บางครั้งอาจประกอบด้วยผู้สนใจจากภายนอกด้วย

3. สถานที่จัดงาน (venue) ประกอบด้วยห้องขนาดใหญ่หลายๆ ห้องและห้องขนาดเล็กสำหรับแบ่งกลุ่มย่อย และเตรียมงานของฝ่ายต่างๆ สิ่งอำนวยความสะดวกภายในของสถานที่จัดประชุมควรประกอบด้วย ความหลากหลายของภัตตาคารและประเภทอาหาร ศูนย์บริการธุรกิจ สำนักงานไปรษณีย์ พื้นที่ค้าขายภายในหรือติดต่อกับสถานที่ประชุม จำนวนห้องน้ำหรือห้องเปลี่ยนเสื้อผ้าที่เพียงพอ ระบบโทรศัพท์ที่ทันสมัยและเพียงพอ บริการเช่าโทรศัพท์มือถือ ระบบแปลภาษาหรือล่าม ระบบเชื่อมต่อดาวเทียม/วิทยุทัศน์ บริการรับ-ส่งอีเมล อุปกรณ์การประชุมทางภาพวิทยุทัศน์ ระบบการสแกนบาร์โค้ดสำหรับผู้เข้าร่วมประชุม ห้องปฐมพยาบาล และห้องอื่นๆ สำหรับทีมจัดงาน ห้องเก็บของ ห้องพักรักษาความปลอดภัย ห้องจัดเลี้ยง ห้องประชุมย่อย ห้องประชุมแบบบอลรูม

4. สายการบิน (airline) สายการบินมีบทบาทสำคัญในการช่วยให้ธุรกิจไม่สะดุดได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากเป็นพาหนะรับ-ส่งผู้โดยสารเข้าร่วมงาน ในขณะเดียวกันสายการบินก็ได้รับผลตอบแทนโดยตรงคือ มีการเดินทางมากขึ้น สายการบินมีรายได้มากขึ้นดังนั้นสายการบินจึงมีการสนับสนุนการจัดงานไม่ใช้อย่างเต็มที่ รูปแบบที่สายการบินให้การสนับสนุนได้แก่ บัตรโดยสารราคาพิเศษสำหรับผู้เดินทางเข้าร่วมงาน แผ่นพับประชาสัมพันธ์การจัดงาน เอกสารที่ใช้ในการจัดทำเอกสารส่งเสริมการขาย เช่น ตารางการบิน จัดเจ้าหน้าที่เข้าร่วมเป็นคณะกรรมการจัดประชุมนานาชาติ เพื่อร่วมให้ข้อเสนอแนะด้านการเดินทางและเข้าร่วมในการทำการส่งเสริม และเผยแพร่ข่าวสารการจัดงานผ่านทางสำนักงานใหญ่ต่างประเทศ ช่วยเหลือด้านการขนส่งเอกสารที่ใช้ในการจัดงาน จัดเคาน์เตอร์พิเศษเพื่อให้บริการด้านบัตรโดยสาร ณ สถานที่จัดงาน

5. ผู้จัดงานมืออาชีพ (professional organizer) หมายถึง ผู้ที่ได้รับความไว้วางใจจากเจ้าของงานหรือเจ้าภาพจัดงานให้ทำหน้าที่ดูแลการจัดงานทั้งหมด หรือเกือบทั้งหมด แล้วแต่ความตกลงกับเจ้าภาพแบ่งออกเป็น 4 ประเภทคือ 1) Professional conference organizer (PCO) เป็น

ผู้มีทักษะและความชำนาญในการวางแผนและจัดประชุมนานาชาติ 2) Professional exhibition organizer (PEO) เป็นผู้ที่มีความรู้และทักษะในการวางแผนและจัดงานแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ 3) Destination management company (DMC) ผู้ดูแลการจัดงานภายในท้องถิ่นตลอดโปรแกรม ให้บริการตั้งแต่การรับนักท่องเที่ยวจากสนามบินจนถึงการส่งกลับ จัดการท่องเที่ยวแบบ sightseeing และการท่องเที่ยวแบบต่างๆ จัดงาน theme parties จัดทัวร์และเตรียมรถโค้ช (coach) สำหรับการเดินทางตลอดโปรแกรม 4) Event management company (EMC) ผู้ที่มีทักษะด้านการจัดแสดง รื่นเริง แสง สี เสียง เพื่อความบันเทิงของผู้เข้าร่วมงาน

6. โรงแรม (hotel) ห้องพัก และสิ่งอำนวยความสะดวกในโรงแรมเพื่อรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไม่จำเป็นต้องอยู่ในระดับมาตรฐานโลก เป็นโรงแรมระดับ 4-5 ดาว ประกอบด้วยห้องประชุม ห้องพัก ห้องอาหาร และบริการต่างๆ ภายในโรงแรมและห้องพักควรประกอบด้วยสิ่งต่อไปนี้ เช่น สระว่ายน้ำ ศูนย์ออกกำลังกาย กล้องเก็บของมีค่า ที่เสียบสายอินเตอร์เน็ตด้วยระบบความเร็วสูง โต๊ะเขียนหนังสือขนาดใหญ่ เครื่องคั้นน้ำชา กาแฟและอุปกรณ์ไฟฟ้า เช่น เครื่องปรับอากาศ ตู้เย็น โทรทัศน์ เคเบิลทีวี เครื่องทำน้ำอุ่น โทรศัพท์

7. การขนส่งภายในเมืองที่จัดงาน บริษัท Panell kerr forster hospitality consulting จำกัด (2543 อ้างใน สุนิย์ บริสุทธิ์ และคณะ, 2548: 54) เช่น รถแท็กซี่ รถไฟฟ้า รถไฟฟ้าใต้ดิน รถบัส รถไฟ ทางเท้าของคนเดินถนน การรับ-ส่งฟรีของโรงแรม บริการรถเช่าขับเองและพร้อมคนขับ

8. แหล่งท่องเที่ยว นันทนาการและวัฒนธรรม นอกจากสถานที่ท่องเที่ยวแล้ว จากการสำรวจของ บริษัท Panell kerr forster hospitality consulting จำกัด (2543 อ้างใน สุนิย์ บริสุทธิ์ และคณะ, 2548: 56) ระบุว่า สถานที่นันทนาการและวัฒนธรรมในเมืองที่จัดประชุมควรประกอบด้วยภัตตาคารและบาร์ ศูนย์การค้า ศูนย์สุขภาพ (ภายในโรงแรม) พิพิธภัณฑ์ สระว่ายน้ำ ศูนย์ธรรมชาติและการนันทนาการ สนามกอล์ฟ ชายหาด สวนสนุก คาสิโน สโมสร ศูนย์กีฬา สถานที่สำหรับจัดเลี้ยง การแสดงมหรสพและละคร

9. ผู้รับเหมา (contractor) ต่างๆ ได้แก่ บริษัทรับทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ ทำป้าย แผ่นพับ งานกราฟิก สัญลักษณ์ ป้าย และเอกสารเผยแพร่ต่างๆ ผู้ทำหน้าที่ขนส่งสินค้าทางเรือหรือทางอากาศ ที่ต้องการนำมาใช้หรือแสดงในงาน (การนำเข้าและส่งออก) รวมทั้งการขนย้ายด้วย นอกจากนี้ยังมีบริษัทให้เช่าเครื่องมืออุปกรณ์ต่างๆ เช่น วีเจอ็อกซ์ ไมโครโฟน เครื่องถ่ายภาพเสียง แปลภาษาหลายๆ ภาษาพร้อมกัน หูฟัง เครื่องฉายภาพ อุปกรณ์ multimedia เครื่องอัดเสียง โทรศัพท์ เครื่องฉายสไลด์ กล้องวิดีโอ นอกจากนี้อาจมีระบบแสง สี และเสียงต่างๆ บริษัทที่เชี่ยวชาญและให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น ออกแบบเว็บไซต์ ระบบลงทะเบียนทางอินเทอร์เน็ต บริษัทที่รับจัดงานด้านความสนุกสนาน บันเทิง นอกจากบริษัทต่างๆ แล้วยังมีองค์กรรายย่อยอื่น

เช่น ผู้รับเหมางานไฟฟ้า ร้านผลิตและจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ภัตตาคารและผู้จัดการอาหาร ระบบรักษาความปลอดภัย บริษัทนำเที่ยว บริษัทขนส่งผู้โดยสาร บริษัทจัดงาน ในการจัดกิจกรรมไมซ์ จำเป็นที่ต้องใช้ผู้ช่วยมาก บริษัทจัดงานจึงมีหน้าที่ช่วยหาคนมาทำงานชั่วคราวในระหว่างที่มีการจัดงาน บริษัทจัดทำโปรแกรมสำเร็จรูปให้กับคอมพิวเตอร์ เช่น พิมพ์รายชื่อลงทะเบียน ทำป้ายชื่อคนเข้าร่วมงาน ร้านพิมพ์งานและถ่ายเอกสาร บริษัทให้เช่าอุปกรณ์เฟอร์นิเจอร์ บริษัทรับแลกเปลี่ยนเงิน ผู้ผลิตแผนที่ เป็นต้น

10. คู่สมรส (spouses) ที่เดินทางมากับผู้เข้าร่วมประชุมบางครั้งผู้เข้าประชุมจะต้องมีผู้ติดตาม ผู้ช่วยหรือเลขานุการมาด้วย

11. ลำมหรือผู้แปลภาษาต่างประเทศพร้อมอุปกรณ์ (simultaneous interpreters and equipments)

12. สิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ บริษัท Panell kerr forster hospitality consulting จำกัด (2543 อ้างใน สุณีย์ บริสุทธิ์ และคณะ, 2548: 57) ได้ระบุถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่สถานที่จัดงานควรมีไว้ดังนี้ คือ ธนาคารต่างประเทศ สถานพยาบาลและคลินิกทางการแพทย์ ร้านบริการล้างอัดรูป ศูนย์บริการธุรกิจ แหล่งท่องเที่ยว ร้านขายยา ระบบการสื่อสารไปรษณีย์

Var et al. (1985 อ้างใน Boo et al, 2008: 240) กล่าวถึงองค์ประกอบหลักในตลาดประชุมนานาชาติ ได้แก่ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการประชุม (convention agency) ผู้วางแผนการประชุม (the convention planner) และ ผู้เข้าร่วมประชุม (delegate) สอดคล้องกับ Opperman and Chon (1997 อ้างใน Boo et al, 2008: 240) ที่อธิบายถึง องค์ประกอบหลัก อันได้แก่ สถานที่จัดงานประชุม สมาคมหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้เข้าร่วมประชุมที่มีศักยภาพ ในขณะที่ Jogo and Deery (2005 อ้างใน Boo et al, 2008: 240) ได้เพิ่มศูนย์ประชุม หน่วยประสานงานการประชุม และหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่เป็นส่วนหนึ่งขององค์ประกอบหลักในตลาดประชุมนานาชาติ

ปภาวดี ประจักษ์ศุภนิติ และ สุเมธ สุทัศน์ ณ อยุธยา (2546: 29) กล่าวถึง การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีองค์ประกอบสำคัญอยู่ 4 ประการ คือ

1. เป็นเครื่องมือในการบริหาร โดยองค์การใช้เป็นเครื่องมือหนึ่งที่จะช่วยให้สามารถบริหารองค์การได้อย่างราบรื่นและประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนด

2. ประสิทธิภาพการท่องเที่ยวชั้นเลิศ โปรแกรมการท่องเที่ยวที่จัดสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เป็นโปรแกรมที่คัดสรรแล้วว่าประกอบด้วยรายการระดับเลิศกว่าโปรแกรมการท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ โดยเฉพาะที่สำคัญ คือเป็นโปรแกรมที่ไม่สามารถหาซื้อได้จากตลาดท่องเที่ยวทั่วไป

3. เป็นกลไกในการจูงใจและ/หรือการแสดงความชื่นชมบุคลากร วัตถุประสงค์ของเครื่องมือชนิดนี้คือการจูงใจให้บุคลากรมีพฤติกรรมตามที่องค์กรต้องการ และ/หรือเพื่อการแสดงความยอมรับในความสำเร็จ หรือคือการแสดงความชื่นชมในความสามารถของบุคลากรทั้งภายในและภายนอกองค์กร ภายในองค์กร เช่น พนักงาน ภายนอกองค์กร เช่น ลูกค้า

4. การปฏิบัติงานที่มีผลงานสูงขึ้น หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างรางวัลการทองเกี่ยวกับผลงานของบุคลากร โดยการทองเที่ยวเป็นผลลัพธ์ที่บุคลากรได้รับจากการปฏิบัติงานที่ดีขึ้นหรือเพิ่มขึ้นจากผลการประเมินขององค์กร

วรรณ ศิลปอาชา (2546: 70-72) กล่าวถึง องค์ประกอบของธุรกิจการจัดนิทรรศการ ว่า ประกอบด้วยบุคคลที่เกี่ยวข้องหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

1. เจ้าของงานในธุรกิจการจัดนิทรรศการ (show owner) เจ้าของงานในธุรกิจการจัดนิทรรศการ หมายถึง ผู้ที่มีความประสงค์จะจัดงานนิทรรศการหรืองานแสดงสินค้า เจ้าของงานในธุรกิจการจัดนิทรรศการจะแบ่งออกเป็นสองประเภท คือ 1.1) เจ้าของงานแสดงสินค้าโดยทั่วไป (general exhibition owner) หมายถึง หน่วยงานหรือองค์กรทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน สมาคม บริษัท หรือธุรกิจนิติบุคคลต่างๆ ที่ต้องการจัดงานแสดงสินค้าประเภทต่างๆ ขึ้น โดยอาจจะดำเนินการจัดงานเองหรือจ้างผู้บริหารการจัดงานแสดงสินค้า (organizer) ให้ดำเนินการจัดงานให้ก็ได้ และ 1.2) เจ้าของงานที่เป็นบริษัทรับบริหารจัดการจัดงานแสดงสินค้า (independent exhibition organizer) หมายถึง สมาคม บริษัทหรือกิจการนิติบุคคลที่ดำเนินงานเป็นผู้บริหารจัดการจัดงานแสดงสินค้า (organizer) เองและในขณะเดียวกันก็เป็นเจ้าของงานแสดงสินค้านั้นด้วย

2. ผู้บริหารจัดการงานในธุรกิจการจัดนิทรรศการ (exhibition organizer) อาจดำเนินงานในรูปของสมาคม บริษัท หรือเป็นกิจการนิติบุคคลที่ทำหน้าที่รับจ้างจัดงานนิทรรศการหรืองานแสดงสินค้าในลักษณะของมืออาชีพ ซึ่งนิยมเรียกว่า ผู้จัดงานแสดงสินค้านืออาชีพ (professional exhibition organizer – PEO)

3. สถานที่จัดงานนิทรรศการ (venue) จะเป็นอาคารหรือสิ่งปลูกสร้างในรูปแบบอื่นก็ได้ที่สามารถรองรับการจัดงานนิทรรศการหรืองานแสดงสินค้าได้ ซึ่งอาจจะมีพื้นที่หลายขนาดเป็นสถานที่ร่มหรือกลางแจ้ง ปัจจุบันการจัดงานแสดงสินค้านิยมจัดในศูนย์แสดงสินค้า โรงแรม รวมทั้งบริเวณพื้นที่สนาม ลานจอดรถ สนามกีฬา เป็นต้น ทั้งนี้สถานที่จัดงานนิทรรศการมีบทบาทที่สำคัญ คือ เป็นสถานที่ที่รองรับและอำนวยความสะดวกในการจัดงานแสดงสินค้านั้นๆ ทั้งขนาดใหญ่และขนาดเล็ก เช่น ให้บริการด้านจัดนิทรรศการ จัดประชุม บริการด้านที่พัก อาหารและเครื่องดื่ม และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ

4. ผู้รับเหมาก่อสร้างในธุรกิจการจัดนิทรรศการ (contractor) เป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการให้บริการตกแต่งบูธ (booth) หรือจัดหาแสดงสินค้าในการจัดงานนิทรรศการหรืองานแสดงสินค้าให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของผู้แสดงสินค้า ทั้งนี้ผู้รับเหมาก่อสร้างบูธงานแสดงสินค้าต้องมีความรู้ ความสามารถในการออกแบบตกแต่งบูธให้ดูเด่น สะดุดตา มีเอกลักษณ์แตกต่างจากบูธแสดงสินค้าของผู้แสดงสินค้านายอื่น และต้องสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ที่จะแสดง

5. ผู้จัดการขนส่งสินค้าในธุรกิจการจัดนิทรรศการ (freight forwarder) จะให้คำแนะนำ ปรีกษาและให้บริการในการจัดส่งสินค้าที่จะนำมาแสดง วัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือ สิ่งของต่างๆ เพื่อใช้ในการแสดงสินค้าจากจุดหนึ่งหรือประเทศหนึ่งไปยังจุดหมายปลายทาง หรือสถานที่จัดงานแสดงสินค้า

6. ผู้แสดงสินค้าในธุรกิจการจัดนิทรรศการ (exhibitor) เป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญหรืออาจเรียกได้ว่าเป็นหัวใจหลักของธุรกิจการจัดนิทรรศการหรืองานแสดงสินค้า ผู้แสดงสินค้าจะเป็นรายบุคคล นิติบุคคล สมาคม บริษัทหรือหน่วยงานต่างๆ ที่ต้องการส่งเสริมหรือขายสินค้าและบริการ

7. ผู้ชมงาน (visitor) เป็นอีกองค์ประกอบหลักของธุรกิจการจัดนิทรรศการหรืองานแสดงสินค้า แบ่งออกเป็นสองประเภทคือ 7.1) ผู้ชมงานประเภทผู้ประกอบการ (trade visitor) หมายถึง บริษัทหรือธุรกิจต่างๆ ซึ่งเป็นลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่มีศักยภาพสูงที่คาดว่าจะเป็นผู้ซื้อสินค้าและบริการจากผู้แสดงสินค้า โดยทั่วไปนิยมเรียกได้คืออีกอย่างว่าเป็นผู้ซื้อ (buyer) และ 7.2) ผู้ชมงานประเภทประชาชนทั่วไป (public visitor) หมายถึง ประชาชนทั่วไปหรือผู้บริโภคทั่วไปที่คาดว่าจะเป็นผู้ซื้อสินค้าและบริการจากผู้แสดงสินค้า หรืออย่างน้อยกลุ่มนี้ก็จะได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการในงานแสดงสินค้าและครั้งและมีโอกาสที่จะเกิดการซื้อขายกันในอนาคต

จากองค์ประกอบข้างต้นจะเห็นได้ว่ามีผู้เกี่ยวข้องมากมายหลายส่วนและเข้าใจได้ว่าองค์ประกอบที่สำคัญของอุตสาหกรรมไมซ์แบ่งได้เป็นสองส่วน คือ ส่วนของอุปสงค์ซึ่งประกอบด้วยกลุ่มผู้จัดประชุม กลุ่มลูกค้าที่จัดประชุม อาทิเช่น สมาคม องค์กร และหน่วยงานและธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการจัดประชุมเฉพาะทางต่างๆ และส่วนที่สองได้แก่ส่วนของอุปทาน ซึ่งก็คือ ผู้ให้บริการด้านสถานที่และบริการสำหรับไมซ์ ซึ่งผู้วิจัยจะได้นำทั้งสองส่วนนี้มาพิจารณาเพื่อที่จะใช้ในการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายในและภายนอกที่เกี่ยวข้องกับเพื่อกำหนดตำแหน่งกลยุทธ์ในการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ต่อไป

การเลือกจุดหมายปลายทางในการจัดประชุม นิทรรศการและการท่องเที่ยวเป็นรางวัล เป็นการเลือกประเทศใดประเทศหนึ่งเป็นสถานที่ในการจัดประชุม นิทรรศการและการเลือกแหล่งท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวเป็นรางวัล เป็นหนึ่งในขบวนการสำคัญสำหรับผู้วางแผนใน

การจัดประชุม เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การเลือกจุดหมายปลายทางที่เหมาะสมจะส่งผลทั้งต่อความสำเร็จในความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมประชุมหรือลูกค้าที่มาท่องเที่ยวและหมายถึงประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจให้แก่สถานที่ที่ถูกเลือกเป็นจุดหมายปลายทาง งานวิจัยส่วนใหญ่เป็นงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจของลูกค้า (client-side) ได้แก่ องค์การเอกชน สมาคมต่างๆ ผู้วางแผนการประชุมแบบไม่เน้นกำไรในขบวนการตัดสินใจ ในการเลือกจุดหมายปลายทางในการประชุม (Baloglu and Love, 2001; 2005; Boyd, 1992; Bonnet al., 1994; Chacko and Fenich, 2000; Kang et al., 2005; Oppermann, 1996; 1998; Qu et al., 2000 อ้างใน Boo et al, 2008: 240) มากกว่าที่จะศึกษาในแง่ของเศรษฐกิจในท้องถิ่น นักท่องเที่ยว หรือทรัพยากรธรรมชาติที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมของการประชุมนานาชาติ โดย วรรณาศิลปอาษา (2545: 134-135) ได้กล่าวถึงการเลือกจุดหมายปลายทางที่มีประสิทธิภาพและประสบผลสำเร็จว่ามีปัจจัยในการพิจารณาดังนี้

1. การเดินทาง (accessibility) การจัดประชุมนานาชาติ ผู้ที่มาร่วมงานประชุมจะต้องเดินทางไกลมาจากต่างประเทศ จึงต้องคำนึงถึงความสะดวกสบายในการเดินทางเข้า-ออกระหว่างประเทศ หากมีการเปลี่ยนแปลงพาหนะหลายครั้งจะทำให้เกิดการสับสนแก่ผู้เข้าร่วมประชุมและเพิ่มภาระการจัดการให้แก่ผู้จัด (organizer) มากยิ่งขึ้น สำหรับการจติดนิตรรสการ/การแสดงสินค้านานาชาติยังต้องการการบริการด้านขนส่งระหว่างประเทศเพิ่มขึ้นด้วย และการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมักจะเป็นการท่องเที่ยวแบบระยะสั้นและระยะกลาง (short/medium haul) มากกว่าแบบระยะยาว (long Haul) และยังคงคำนึงถึงความสะดวกสบายในการเข้า-ออกระหว่างประเทศด้วย สอดคล้องกับ Go and Govers (1999 อ้างใน Sangpikul and Kim, 2009: 197) อธิบายถึงปัจจัยในการพิจารณาว่า ผู้เข้าร่วมงานมีความสะดวกสบายในการเดินทางไปยังสถานที่ประชุม เวลาในการเดินทาง ความสะดวกสบายและค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

2. ทักษะในการจัดการ (professional skill) การจัดการประชุมนานาชาติมักต้องการการจัดการอย่างมืออาชีพ เช่น การจัดการด้านการลงทะเบียน การเข้าที่พัก การเตรียมเอกสารประกอบ การควบคุมความเสี่ยงในการนำเสนอ (presentation) พิธีการเปิด-ปิด ประชุม เป็นต้น รวมทั้งการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าอย่างมืออาชีพ ดังนั้น โรงแรม ศูนย์การประชุมและ PCO จะต้องเป็นผู้มีทักษะการจัดการอย่างดี สอดคล้องกับ Dawyer and Mistilis (1999; MacLaurin, 2002; Mistilis and Dawyer, 1999 อ้างใน Sangpikul and Kim, 2009: 203) ว่า การจัดประชุมนานาชาติ เป็นธุรกิจที่ซับซ้อน จึงต้องการบุคลากรที่มีทักษะความชำนาญในสายธุรกิจนี้ เช่น ฝ่ายการจัดการ การตลาด ฝ่ายวางแผนงบประมาณ ฝ่ายต้อนรับ ฝ่ายติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลและฝ่ายเทคโนโลยี การจติดนิตรรสการ/การแสดงสินค้านานาชาติก็ต้องการมืออาชีพเช่นกัน เช่น การเตรียมความพร้อมด้านพื้นที่ การนำสินค้าเข้า-ออก การประสานงานด้านระเบียบพิธีศุลกากร การเตรียม

ความพร้อมเพื่อรองรับผู้เยี่ยมชมจำนวนมากที่มาจากต่างประเทศและในประเทศ เป็นต้น รวมทั้งการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าอย่างมืออาชีพ ดังนั้นผู้ประสานงาน เช่น PEO ศูนย์แสดงสินค้า ผู้รับเหมา ผู้ดำเนินการค่าระวางขนส่งสินค้าในพื้นที่นั้นต้องมีทักษะในการจัดการอย่างดี ส่วนการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลต้องการการจัดการอย่างมืออาชีพทั้งการต้อนรับ ความพร้อมด้านที่พัก ด้านพาหนะในการเดินทาง การจัดการด้านเวลาที่ต้องสอดคล้องกับรายการนำเที่ยวต่างๆ ดังนั้นบริษัทบริหารจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (DMC) จึงจำเป็นต้องมีทักษะในการจัดการที่ดี

3. สถานที่ (venue) สถานที่จัดการประชุมนานาชาติจำเป็นต้องมีความสะดวกสบาย มีการตกแต่งที่เหมาะสม มีอุปกรณ์ในการนำเสนอที่ทันสมัย มีขนาด จำนวนห้องและบรรยากาศรอบห้องประชุมที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้จัด สำหรับสถานที่สำหรับการจัดการแสดงนิทรรศการ/การแสดงสินค้านานาชาติ ต้องมีความสะดวกสบาย มีขนาดพื้นที่ ความสูงของเพดาน และการตกแต่งที่เหมาะสม มีสถานที่เก็บสินค้ารอการเข้า-ออก อุปกรณ์รองรับการแสดงสินค้าที่ต้องการเทคโนโลยีระดับสูง มีขนาดและจำนวนห้องเหมาะสมกับความต้องการของผู้จัด

4. โรงแรม (hotel) การประชุมนานาชาติ การจัดนิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลต้องการห้องพักไว้รองรับจำนวนมากสำหรับผู้ร่วมประชุม ผู้ร่วมจัดนิทรรศการ รวมทั้งผู้ติดตามและผู้เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล โดยเฉพาะการจัดกิจกรรมขนาดใหญ่ที่มีผู้ร่วมงานเป็นจำนวนมากควรมีโรงแรมหลายแห่งอยู่ใกล้บริเวณที่จัดงาน ในกรณีของการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล โรงแรมควรมีความสามารถในการจัดหรือรองรับ theme party ที่หลากหลายและน่าประทับใจ และการมีอยู่ของโรงแรมห้าดาวยังเป็นจุดที่ทำให้ท้องถิ่นได้เปรียบ ทำให้จุดหมายปลายทางแห่งนั้นมีค่าน่าสนใจกว่าที่อื่นที่มีองค์ประกอบทางด้านอุปทานจำกัด (Bernini, 2009: 888)

5. ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว (diversity of choice) มีความหลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งธรรมชาติ โบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรม และประเพณี มีความสำคัญต่อการดึงดูดความสนใจของผู้จัดและผู้ร่วมประชุมและจัดนิทรรศการ โดยเฉพาะต่อธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในการสร้างสรรค์รายการนำเที่ยวให้เกิดความประทับใจสูงสุดและเป็นสิ่งดึงดูดให้เลือกเป็นจุดหมายในการท่องเที่ยว

6. ความเชื่อมั่น (level of confident) หมายถึงความมั่นใจของผู้จัดที่มีต่อผู้ประสานงานด้านต่างๆ ของจุดหมาย (destination) ในการบริหารจัดการพื้นที่ เช่น PCO PEO DMC โรงแรม ศูนย์ประชุม ศูนย์แสดงสินค้า เป็นต้น

7. กลุ่มเป้าหมาย (target group) การเลือกสถานที่จัดประชุม นิทรรศการ/ การแสดงสินค้าที่เหมาะสม จะมีผลต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจในการที่จะได้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายในเขต

ภูมิภาค/พื้นที่นั้นๆ เข้ามาเยี่ยมชม และเกิดผลประโยชน์ทางธุรกิจอย่างต่อเนื่องหลังการประชุมหรือแสดงสินค้าแต่ละครั้ง

Oppermann (1996 อ้างใน Kim et al., 2011: 89) ได้กล่าวถึง ปัจจัยในการเลือกจุดหมายปลายทางในการประชุมโดยอ้างถึงการสำรวจจาก 30 จุดหมายปลายทางในการประชุมในทวีปอเมริกาเหนือโดยมุมมองของผู้จัดงานประชุมประเภท association meeting ได้มีการจัดอันดับความสำคัญการเลือกจุดหมายปลายทางดังนี้ 1) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในการประชุม 2) คุณภาพในการให้บริการของโรงแรม 3) จำนวนห้องว่าง 4) ความสะอาด/น่าสนใจของสิ่งดึงดูดใจ 5) ความปลอดภัย 6) การเข้าถึงในการเดินทางทางอากาศ 7) อาหารและค่าใช้จ่ายในที่พักรวม 8) ความสามารถในการใช้จ่ายในการเดินทางไปประชุม 9) ภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทาง 10) ค่าใช้จ่ายพาหนะภายในเมือง 11) ร้านอาหาร 12) สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในการจัดนิทรรศการ 13) โอกาสในการไปเยี่ยมชมสถานที่ sightseeing อื่นนอกเหนือเวลาในการประชุม 14) อากาศ และ 15) สถานบันเทิงยามราตรี

Peterson (2004: 151-155) ได้กล่าวถึง ปัจจัยของเมืองที่จะนำไปสู่การตัดสินใจในการเข้าร่วมประชุม ณ เมืองนั้น มีดังนี้ 1) ภาษี 2) ความปลอดภัย 3) การเดินทางภายในเมือง 4) สิ่งดึงดูดใจ 5) แหล่งช้อปปิ้ง มีร้านค้าขายของที่เพียงพอกับจำนวนคนที่เข้าร่วมประชุม 6) พื้นที่ของออฟฟิศ 7) สถานที่ราชการ เช่น ศูนย์ประชุม โรงละคร สวนสาธารณะขนาดใหญ่ ศูนย์กีฬา และ 8) สถานที่ทางการค้า เช่น ร้านอาหาร ร้านค้าปลีก โรงแรม

Kim et al. (2011: 91-92) กล่าวว่า ปัจจัยของเมืองที่จะนำไปสู่การเป็นเจ้าภาพในการจัดประชุมนานาชาติมีดังนี้ 1) การเข้าถึง 2) ระบบการขนส่ง 3) สิ่งดึงดูดใจ เช่น แหล่งช้อปปิ้ง สถานบันเทิงยามราตรี sightseeing 4) ค่าใช้จ่าย เช่น ค่าพาหนะในการเดินทาง ค่าอาหาร ค่าห้องพัก 5) สิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการต่างๆ เช่น ผู้ช่วยในระหว่างการประชุม ห้องว่างของโรงแรม บริการจากพนักงานให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในศูนย์ประชุมและนิทรรศการ 6) ความปลอดภัย 7) อากาศ 8) ที่พักในราคาและคุณภาพที่เหมาะสม 9) ภาพลักษณ์ทางบวกของเมือง และ 10) มิตรไมตรีของคนในท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับ พรทิพย์ หิรัญเกตุ และ ปภาวดี ประจักษ์ศุภนิติ (2550: 62) ที่กล่าวถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเมืองจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวก็คือ ปัจจัยด้านราคา ในขณะที่ Weber and Ladkin (2004 อ้างใน Sangpikul and Kim, 2009: 203) ก็กล่าวว่า ความมั่นคงทางการเมืองของเจ้าภาพในการจัดประชุมเป็นสิ่งสำคัญที่การประชุมนานาชาติพิจารณาในการเลือกสถานที่จัดงานประชุมและในขณะที่ Zelinsky (1994 อ้างใน Boo et al, 2008: 242) ก็อ้างถึง ชื่อเสียงหรือภาพลักษณ์ของสถานที่จัดการประชุมก็เป็นตัวแปรที่ทำให้เกิดเปลี่ยนแปลงได้ง่าย

Bernini (2009 อ้างใน Cameron, 2010: 138) อ้างใน งานวิจัยโดยอ้างอิงถึงประเทศอิตาลีว่า มีปัจจัยห้าปัจจัยที่จะทำให้อิตาลีสามารถเป็นเมืองที่ประสบความสำเร็จในการเป็นจุดหมายปลายทางในการประชุมนานาชาติได้ ได้แก่ 1) เน้นการใช้ทรัพยากรที่สำคัญในท้องถิ่นให้เหมาะสมกับธุรกิจการประชุมนานาชาติ 2) คุณภาพสินค้าและบริการของการประชุม 3) การพัฒนาทักษะและความชำนาญในบุคลากร 4) มีหน่วยงานที่ดูแล เช่น CVB และ 5) นโยบายของรัฐที่จะจัดการเรื่องการบริการ การลงทุนในตลาดเป้าหมาย และการพัฒนาแหล่งทรัพยากรบุคคล

การวิจัยของสถาบันการท่องเที่ยวในออสเตรเลีย (Tourism Australia Research, 2001 อ้างใน ราณี อธิชัยกุล และ จุฑามาศ วิศาลสิงห์, 2550: 11) พบว่า ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจ (corporate decision makers) จากทวีปเอเชีย รวมทั้งจากประเทศจีนจะพิจารณาปัจจัยการเลือกจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลดังต่อไปนี้ 1) ความสามารถและความสะดวกในการเดินทางถึงที่หมาย (accessibility) เช่น จำนวนสายการบินและเที่ยวบิน ระยะเวลาในการบิน ราคาค่าโดยสาร การขอวีซ่า และความสะดวกการเดินทางต่อภายในประเทศ เช่น การเชื่อมต่อสายการบินภายในประเทศ ความถี่ของเที่ยวบินและราคาค่าโดยสารของการบินภายในประเทศ เป็นต้น 2) มาตรฐานของโรงแรม (standard of hotels) โดยให้ความสำคัญกับระดับความหรูหรา ห้องพักอย่างต่ำต้องเป็นระดับ deluxe ขึ้นไป 3) สาธารณูปโภค (infrastructure) มาตรฐานของผู้จัดการเดินทาง ณ จุดหมายปลายทาง ระบบขนส่งและการเดินทาง เช่น รถโดยสารบริการนักท่องเที่ยว เป็นต้น 4) สิ่งอำนวยความสะดวก (facilities) ควรมีคุณภาพและความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ 5) อาหารและเครื่องดื่ม (food) นักท่องเที่ยวจากเอเชียมักจะนิยมรับประทานอาหารของชาติตนเองหรือรายการอาหารที่คล้ายคลึงกับอาหารของชาติตนเอง 6) ความปลอดภัย (safety) รวมถึงความมั่นคงด้านการเมืองและความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยวโดยรวม 7) ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (creativity) ซึ่งเป็นประเด็นหลักสำหรับการนำเสนอประสบการณ์ที่ไม่อาจลืมได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับโครงการใหญ่

จะเห็นได้ว่า ปัจจัยในการพิจารณาเลือกจุดหมายปลายทางทั้งของการจัดประชุม นิทรรศการและการท่องเที่ยวเป็นรางวัล โดยส่วนใหญ่ไม่มีความแตกต่างกันเท่าไร ดังนั้นภูมิภาคเมือง หรือแม้กระทั่งรัฐต่างๆ เพื่อที่จะทำให้เศรษฐกิจมีการเจริญเติบโตจึงพยายามที่จะกำหนดทิศทางใหม่ๆ ให้แก่เศรษฐกิจในท้องถิ่นโดยการมองหาทางเลือกให้แก่เศรษฐกิจโดยเฉพาะกิจกรรมทางเศรษฐกิจต่าง ที่มีพื้นฐานจากการบริการ ดังนั้นสถานที่ท่องเที่ยวจึงมีความจำเป็นอย่างมากที่จะต้องเรียนรู้ที่จะคิดแบบการทำธุรกิจ โดยมีการพัฒนาสินค้า การทำการตลาดและคำนึงถึงลูกค้า (Kotler et al., 1993 อ้างใน Priporas, 2005: 88) เพื่อให้สามารถดึงดูดผู้วางแผนจัดการประชุม นิทรรศการและการท่องเที่ยวเป็นรางวัลเพราะการได้เป็นเจ้าภาพจัดงานหลายๆ งาน อาจก่อให้เกิด

การกลับมาอีกครั้งของผู้ที่เคยเข้าร่วมประชุม โดยอาจเลือกที่จะกลับมาอีกครั้งพร้อมกับเพื่อนหรือครอบครัว หรืออาจเป็นบุคคลที่จะนำไปสู่การพูดปากต่อปาก (word of mouth) หรืออาจเป็นบุคคลที่อยากจะมาร่วมงานประชุมและนิทรรศการในงานครั้งต่อไป (Chen and Lalopa, 1999 อ้างใน Sangpikul and Kim, 2009: 193)

การเลือกสถานที่จัดงาน สถานที่จัดงานหรือจัดประชุม (venue) หมายถึง สถานที่ที่ใช้รองรับกิจกรรมของการประชุม ระดับประเทศ ระดับภายในประเทศ หรือระดับองค์กร (ธิดา สิริสิงห, 2546: 35) สถานที่ประชุมเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่ขาดไม่ได้สำหรับการประชุม ถ้าไม่มีสถานที่ประชุมการประชุมก็เกิดขึ้นไม่ได้ หลายครั้งที่พบว่าการจัดประชุมอาจมีการแสดงนิทรรศการหรือการจัดกิจกรรมอื่นๆ ในเวลาเดียวกัน ความพร้อมและความเหมาะสมของสถานที่ประชุมจะส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดประชุม และความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมประชุม Bond (2007 อ้างใน Whitfield, 2009: 73) กล่าวว่า ผู้วางแผนในการจัดงานประชุม จะต้องมีการแข่งขันอย่างมากเพื่อที่จะเลือกสถานที่ในการจัดประชุมเพื่อให้ผู้เข้าร่วมประชุมและลูกค้าเกิดความประทับใจ ผู้วางแผนการประชุมจะต้องเลือกสถานที่จัดงานให้เหมาะสมกับ theme ของงาน แหล่งท่องเที่ยวที่ครั้งหนึ่งเคยมีความน่าสนใจ และถ้ามีอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในการประชุมและจัดงานก็ยิ่งเป็นจุดขายที่มีความพิเศษมากขึ้น แหล่งท่องเที่ยวสามารถเสนองานที่สร้างสรรค์ได้มากกว่าการจัดงานในห้องประชุมทั่วไปในโรงแรม โดยเฉพาะงานกิจกรรม (Wills, 2002: 38) และนอกจากนี้การจัดงานในแหล่งท่องเที่ยวยังมีความยืดหยุ่นกว่าโรงแรมทั้งในแง่ของเวลา การจัดงานกิจกรรมและการตกแต่ง (Saunders, 2001: 41) พิพิธภัณฑ์ ปราสาท บ้านของรัฐบาล สวนสนุก เป็นสถานที่ที่มีมูลค่าสำหรับตลาดประชุมและจัดงาน ยิ่งมีมากเท่าไรก็ยิ่งตอบสนองความต้องการให้แก่ผู้จัดงานได้มากเท่านั้น (Wills, 2002: 38) จากความคิดเห็นของนักวิจัยหลายคนสรุปได้ว่าสถานที่ในการประชุมไม่จำเป็นต้องจัดในโรงแรมเสมอไป แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ก็สามารถเข้ามาในตลาดการประชุมได้เช่นเดียวกัน และแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งก็ได้มีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์และลงทุนพัฒนาสถานที่เพื่อให้สามารถรองรับการจัดประชุมและเป็นสินค้าที่มีความพิเศษสามารถดึงดูดให้คนมาจัดงานประชุมหรืองานกิจกรรมต่างๆ ได้ ผู้เข้าร่วมงานชอบสถานที่ที่ไม่เหมือนใครและน่าตื่นเต้นนอกเหนือจากโรงแรมในเมืองหรือสถานที่ทางการศึกษา (Whitelting, 2007 อ้างใน Whitfield, 2009: 74)

โดยทั่วไปนักวิจัยมักจะวิจัยเกี่ยวกับขั้นตอนการคัดเลือกสถานที่จัดงานประชุมจาก 2 มุมมองคือ จากผู้เข้าร่วมประชุม (delegate/attendee) (Oppermann and Chon, 1997 อ้างใน Cameron, 2010: 137) และจากผู้วางแผน/สมาคมจัดการประชุม (Chacko and Fenich, 2000; Crouch and Ritchie 2004 อ้างใน Cameron, 2010: 137) โดย Oppermann and Chon ได้กล่าวถึงปัจจัยในการ

ตัดสินใจของผู้เข้าร่วมประชุม ดังนี้ 1) สุขภาพ 2) การเงิน 3) สถานภาพของผู้เข้าร่วมประชุม 4) เวลา 5) ความก้าวหน้าทางอาชีพ และ 6) สถานที่ เช่น อากาศ สภาพลักษณะของสถานที่จัดงาน ซึ่ง Crouch and Ritchie ก็ได้กล่าวถึงรูปแบบทฤษฎีปัจจัยของขั้นตอนในการตัดสินใจเช่นเดียวกันแต่ค่อนข้างแตกต่างจาก Oppermann and Chon ดังนี้ 1) การเข้าถึง 2) สิ่งสนับสนุนในสถานที่จัดการ 3) โอกาสพิเศษในการประชุม 4) สิ่งอำนวยความสะดวกในที่พักรวม 5) สิ่งอำนวยความสะดวกในการประชุม 6) ข้อมูลข่าวสารต่างๆ 7) สภาพแวดล้อมรอบๆ ที่ประชุม และ 8) บรรทัดฐานอื่นๆ ซึ่ง Crouch and Ritchie ได้นำรูปแบบทฤษฎีปัจจัยของขั้นตอนในการตัดสินใจไปใช้ในการศึกษาการประชุมในประเทศออสเตรเลีย ซึ่งผลที่ได้ก็คือ สิ่งดึงดูดใจในสถานที่จัดประชุมเป็นสิ่งสำคัญอันดับหนึ่งสำหรับผู้เข้าร่วมประชุม และตามลำดับคือ ที่พัก ราคาของที่พัก ค่าใช้จ่ายในสถานที่จัดประชุม คุณภาพของอาหารในที่จัดการประชุม และโอกาสพิเศษในการประชุม ในขณะเดียวกัน Chacko and Fenich ก็ได้เอารูปแบบทฤษฎีของปัจจัยของขั้นตอนในการตัดสินใจของ Crouch and Ritchie ไปใช้ประโยชน์โดยได้นำไปศึกษาในเจ็ดเมืองที่มีการจัดประชุมในประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งได้คุณลักษณะในการตัดสินใจที่ก็คือ ห้องว่างของโรงแรม สภาพแวดล้อมรอบๆ ที่ประชุม โอกาสพิเศษในการประชุม และการบริการต่างๆ ในจุดหมายปลายทาง และสิ่งที่ได้เพิ่มเติมก็คือการสนับสนุนจากท้องถิ่น โดยเฉพาะจาก convention visitor's bureau (CVB) ซึ่งจากการวิเคราะห์พบว่า ทั้งการศึกษาทฤษฎีของปัจจัยของขั้นตอนทั้งในประเทศออสเตรเลียและประเทศสหรัฐอเมริกาพบว่า สิ่งเหมือนกันในปัจจัยขั้นตอนในการตัดสินใจของทั้งสองประเทศก็คือ โอกาสพิเศษในการประชุม (availability of extra-conference opportunities) (Cameron, 2010: 137)

อ้างอิงงานวิจัยของ Qu et al. (2000: 647) โดยใช้ประเทศฮ่องกงเป็นกรณีศึกษาพบว่า บรรทัดฐานสำคัญในการเลือกสถานที่ในการจัดประชุมและนิทรรศการคือ 1) ราคาห้องพัก 2) ศูนย์ประชุมขนาดใหญ่มีเพียงพอหรือไม่ 3) พื้นที่ในการจัดนิทรรศการมีมากเพียงใด 4) สภาพลักษณะของเมือง และ 5) ความปลอดภัยและความสะอาด ในขณะที่ Clark and McCleary (1995; Dube and Renaghan, 2000; Hinkin and Tracey, 2003; Rutherford and Umbreit, 1993; Strick, et al., 1993 อ้างใน Locke, 2010: 218) อ้างเกี่ยวกับการศึกษามากมายเกี่ยวกับการเลือกการจัดประชุมในโรงแรมว่าแนวโน้มของผู้วางแผนการประชุมจะเลือกโรงแรมโดยมีคุณลักษณะสำคัญ สี่ประการคือ 1) สถานที่ตั้งของโรงแรม 2) คุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกของห้องประชุม 3) คุณภาพในการให้บริการ และ 4) คุณภาพของห้องพัก

จากผลสรุปการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยในการเลือกสถานที่โดยคุณลักษณะในการเลือกสถานที่ในทุกจุดหมายปลายทางพบว่า การเลือกสถานที่ที่ไม่มีคุณลักษณะที่ตายตัว แต่ละสถานที่ต้องสร้างคุณลักษณะของตนเองโดยมีการผสมผสานกันเป็นการเฉพาะของแต่ละ

ละสถานที่จัดงานเพื่อให้สามารถอยู่ในตลาดและสู้คู่แข่งกันได้ (Crouch and Ritchie, 2004: 128) นอกจากนี้ ความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทจัดการประชุม ผู้วางแผนการจัดประชุมและผู้เข้าร่วมงานก็เป็นสิ่งที่ทำให้ในขั้นตอนการเลือกสถานที่จัดการประชุมมีความสมบูรณ์ (Jago and Deery, 2005 อ้างใน Cameron, 2010: 138)

สถานที่จัดงานที่ดีส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดประชุม องค์ประกอบที่สำคัญสำหรับความสำเร็จในสถานที่จัดการประชุมที่ดีมีหกประการ ดังนี้ (ธิดา สิริสิงห์, 2546: 39-47)

1. ห้องประชุม เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่ขาดไม่ได้สำหรับการประชุม ห้องประชุมควรมีขนาดและจำนวนที่เหมาะสมสำหรับจำนวนผู้เข้าร่วมประชุมและกิจกรรมของการประชุม ห้องประชุมโดยทั่วไปแบ่งออกเป็นสองประเภท ได้แก่ ห้องประชุมใหญ่ ซึ่งเป็นห้องที่สามารถรองรับผู้เข้าร่วมประชุมทั้งหมดของการประชุมได้ (plenary session) ซึ่งนิยมใช้สำหรับการประชุมผู้เข้าร่วมทั้งหมดในการทำพิธีเปิด พิธีปิด และการประชุมในหัวข้อสำคัญๆ ของการประชุม โดยมีวิทยากรซึ่งถือเป็นจุดเด่นของงานหรือในหัวข้อที่สำคัญสำหรับผู้เข้าร่วมประชุมทั้งหมด ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และรูปแบบของการจัดประชุม และห้องประชุมย่อย เป็นห้องประชุมที่มีขนาดย่อมลงมาจากห้องประชุมใหญ่ ใช้รองรับการประชุมย่อยที่มีผู้เข้าร่วมน้อยกว่าการประชุมใหญ่

2. อุปกรณ์ระบบเสียง ภาพ และแสง ที่ใช้ในการประชุม เป็นองค์ประกอบสำคัญส่วนหนึ่งของการประชุม การประชุมที่มีระบบเสียงไม่ดี ทำให้ได้ยินไม่ชัดเจนหรือไม่ทั่วถึงยอมทำให้ไม่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้เข้าร่วมประชุม หรือระบบแสงไม่ดี มีดเกินไปหรือสว่างเกินไป ทำให้มองเห็นไม่ชัดเจนและเกิดบรรยากาศไม่เหมาะสม ดังนั้นสถานที่ประชุมที่มีความพร้อมทางระบบเสียง ภาพ และแสง ย่อมช่วยให้สามารถดึงดูดความสนใจของผู้เข้าร่วมประชุมผู้เนื้อหาได้ดีกว่าและทำให้การประชุมน่าสนใจชวนติดตาม

3. ห้องผู้จัดการประชุมหรือห้องฝ่ายเลขานุการที่ประชุม เป็นห้องประสานงานของผู้จัดประชุม ซึ่งจะมีฝ่ายเลขานุการ จัดเตรียมงานและวัสดุอุปกรณ์ที่จำเป็นเพิ่มเติม เช่น การจัดเตรียมเอกสาร ของที่ระลึก วัสดุเครื่องเขียน อุปกรณ์นำเสนอภาพสำหรับวิทยากร และรวมทั้งการประสานงานกับเจ้าหน้าที่ของสถานที่จัดประชุมหรือผู้บรรยาย ห้องทำงานของผู้จัดการประชุมควรอยู่ใกล้ห้องประชุมเพื่อความสะดวกในการประสานงานและการอำนวยความสะดวก และอาจเป็นห้องรับรองสำหรับผู้บรรยายหรือคนสำคัญที่จะมาทำพิธีเปิด ภายในห้องจะมีการจัดเตรียมเครื่องดื่มประเภทชา กาแฟ หรือน้ำอัดลมไว้รองรับ

4. การบริการอาหารและเครื่องดื่ม เป็นหัวใจหนึ่งของการจัดประชุมซึ่งจะช่วยบริการอาหารและเครื่องดื่มสำหรับผู้เข้าร่วมประชุมโดยอาจรวมทั้งอาหารหลักและอาหารว่าง ทำ

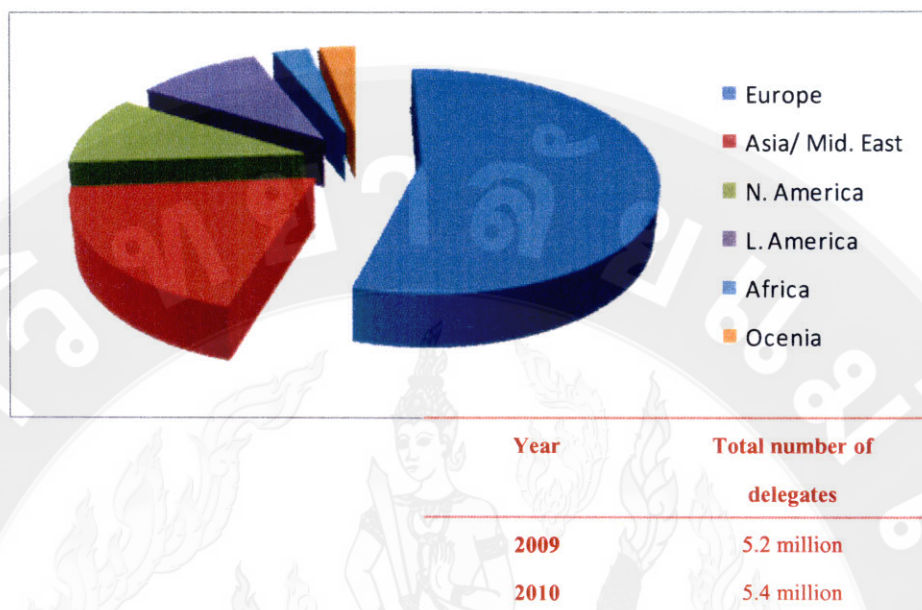
ให้ผู้เข้าร่วมสามารถเข้าร่วมประชุมได้อย่างต่อเนื่อง สถานที่สำหรับการบริการอาหารและเครื่องดื่ม แก่ผู้เข้าร่วมประชุมอาจจัดในห้องอาหารซึ่งอาจเป็นห้องอาหาร โดยเฉพาะหรือห้องอาหารที่ คัดแปลงจากห้องประชุม หรือร้านอาหาร หรือศูนย์อาหาร หรือเป็นโต๊ะบริการแบบบาร์ หรือ เคาน์เตอร์ รูปแบบการบริการอาจเป็นแบบมีพนักงานบริการที่โต๊ะอาหารหรือแบบให้ช่วยเหลือ ตนเอง

5. การบริการความสะดวกอื่นๆ สถานที่จัดประชุมควรมีบริการอื่นๆ ที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เข้าร่วมประชุม เช่น ศูนย์ธุรกิจ บริการร้านดอกไม้ บริการแลกเปลี่ยนเงินตรา ต่างประเทศ บริการล้างอัดรูป บริการรถเช่าหรือรถลีมูซีน เคาน์เตอร์ประชาสัมพันธ์ เคาน์เตอร์ บริการด้านการท่องเที่ยว บริการเครื่องใช้สำนักงาน บริการห่อพัสดุภัณฑ์ บริการห้องพยาบาล บริการร้านขายของชำ ฯลฯ สถานที่จอดรถ

6. บุคลากรของสถานที่จัดประชุม เป็นตัวจักรกลที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งที่จะทำให้ การประชุมเป็นไปอย่างราบรื่น โดยบุคลากรระดับหัวหน้าจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับวิธีการจัดการ ประชุมเป็นอย่างดี เข้าใจขั้นตอนของการประชุม ความต้องการของผู้จัดการประชุมในแต่ละช่วง ของการประชุม บุคลากรของสถานที่จัดการประชุมจะต้องมีการวางแผนล่วงหน้า ประสานกับ ผู้เกี่ยวข้อง เช่น บุคลากรฝ่ายอาหารและเครื่องดื่ม ฝ่ายเทคนิค แสง สี เสียง ฝ่ายบัญชี ฝ่ายต้อนรับ ฝ่ายแม่บ้าน ฝ่ายรักษาความปลอดภัย เป็นต้น

สถานการณ์อุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทยและเชียงใหม่ ประเทศไทยถือได้ว่าเป็นประเทศหนึ่งในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ที่ตั้งอยู่บนทำเลที่เหมาะสมสำหรับการจัด ประชุมนานาชาติ นิทรรศการและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล นอกจากนี้ยังได้รับการส่งเสริมจาก รัฐบาลเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549) จากการที่รัฐบาลเล็งเห็นถึงศักยภาพและความสำคัญของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทยจึงได้มี การจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. ในปี 2545 และเริ่มดำเนินการในปี 2547 โดยมีวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมและประสานงานการจัด ประชุมสัมมนา กิจกรรมท่องเที่ยวระดับองค์กร รวมถึงการจัดแสดงสินค้าระดับประเทศและ นานาชาติ รวมถึงรัฐบาลพยายามผลักดันให้ประเทศไทยยังเป็นจุดศูนย์กลาง (HUB) และประดู่ การค้าที่เชื่อมโยงไปสู่อนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง (great maekhong sub -region: GMS) และเอเชียใต้ ส่วนประกอบเหล่านี้จะทำให้ประเทศไทยสามารถพัฒนาเป็นศูนย์กลางในการจัดประชุมนานาชาติ ในเอเชียได้ จากสถิติจากองค์การการจัดประชุมระหว่างประเทศ (ICCA) ได้วิเคราะห์ศักยภาพของ ประเทศไทยกับธุรกิจไมซ์พบว่าธุรกิจไมซ์ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ประเทศไทยและกรุงเทพฯ ยังคงครองความนิยมในการเป็นสถานที่จัดงานประชุมทั้งในภูมิภาคและ

ระดับโลก โดยอยู่ในลำดับที่หกของประเทศชั้นนำในการจัดงานประชุมนานาชาติสูงสุดของเอเชีย แปซิฟิกและตะวันออกกลาง ด้วยจำนวน 95 งาน โดยมีประเทศญี่ปุ่นมาเป็นลำดับหนึ่งด้วยงานประชุม 247 งาน จีนเป็นอันดับสองด้วยงานประชุม 223 งานและออสเตรเลียเป็นลำดับที่สาม 182 งานนอกจากนี้กรุงเทพฯ ยังเป็นหนึ่งในห้าชั้นนำของเอเชีย รองจากประเทศสิงคโปร์ กรุงโซล กรุงปักกิ่ง และกรุงโตเกียว เป็นอันดับสุดท้ายที่จัดอยู่ในกลุ่ม 20 เมืองยอดเยี่ยมจัดงานประชุมนานาชาติของโลก โดยมีกรุงปารีสและกรุงเวียนนาเป็นอันดับหนึ่ง โดยทั้งสองเมืองมีจำนวนการจัดงานเมืองละ 139 งานเท่ากัน รองลงมาคือ บาร์เซโลนา มี 136 งานและประเทศสิงคโปร์ มี 118 งาน (กูริวัจน์ เดชอุ่ม, 2553: 1) ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จำนวนคู่แข่งที่เป็นคู่แข่งที่มีศักยภาพใกล้เคียงกัน ได้แก่ สิงคโปร์ ญี่ปุ่น ฮองกง เกาหลีใต้ มาเลเซียและประเทศไทย ที่เข้าสู่ตลาดการประชุมที่มีความหลากหลายในสถานที่จัดประชุมและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ (Carben, 1991 อ้างใน Qu et al, 2000: 643) จากการสำรวจจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE ที่เข้ามาใช้บริการในประเทศไทยในปี 2552 มีจำนวน 730,352 คน ประเมินการรายได้จากธุรกิจ MICE ทั้งสิ้น 58, 399, 632, 153 ดอลลาร์สหรัฐ มีสัดส่วนจากนักท่องเที่ยวทั่วไป 5.16 % สัดส่วนจากรายได้จากนักท่องเที่ยวทั่วไป 11.80 % (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมสัมมนาและนิทรรศการ, 2552: 3) หากเปรียบเทียบกับปี 2549 ที่มีจำนวนนักท่องเที่ยว MICE ถึง 857,244 คน ประเมินการรายได้ 69, 517, 470, 466.56 ดอลลาร์สหรัฐ (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมสัมมนาและนิทรรศการ, 2550: ระบบออนไลน์) แล้วมีสัดส่วนที่น้อยกว่าอาจเนื่องจากปัจจัยลบทั้งภายในและภายนอกประเทศ ทั้งวิกฤตทางด้านการเงินของสหรัฐอเมริกาที่นำมาซึ่งความพยายามในการรักษาเสถียรภาพของระบบการเงินและสถาบันการเงิน โดยเศรษฐกิจทั้งหลายของหลายประเทศทั่วโลก รวมถึงประเทศไทย การแพร่กระจายของไข้หวัดสายพันธุ์ใหม่ H1N1 และรวมถึงเหตุการณ์ความวุ่นวายทางการเมืองในประเทศไทยในระยะเวลาที่ใกล้เคียงกัน ทั้งการเดินขบวนเรียกร้องการปฏิรูปทางการเมือง การปิดสนามบินนานาชาติสุวรรณภูมิ มาตรการการรักษาความปลอดภัยต่อเหตุการณ์การประชุมสุดยอดอาเซียน บวกหกที่พัทยา เป็นต้น ล้วนแต่ส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของประเทศไทย แต่ทั้งนี้ภาครัฐก็ได้ออกมาดำเนินการแก้ไขโดยการชี้แจงและรายงานสภาพความเป็นจริงอย่างต่อเนื่อง รวมถึงร่วมมือกับผู้ประกอบการในการหาแนวทางแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น ทำให้ในปี 2551 – 2552 สัดส่วนนักท่องเที่ยว MICE ได้เพิ่มขึ้นตามลำดับ



ภาพ 5 ภูมิภาคที่มีการจัดประชุมนานาชาติ
ที่มา: ชัตติยา กลัฏฐกะปกรณ์ และคณะ (2555: 231-240)

จากนโยบายของรัฐบาล ที่จะผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางในการจัดประชุมนานาชาติของภูมิภาคเอเชีย จึงได้มีการพิจารณาว่าเกี่ยวกับการสร้างศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติเชียงใหม่ขึ้นเพียงให้สอดคล้องกับนโยบายหลัก โดยศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติจะเป็นศูนย์ประชุมนานาชาติภูมิภาคแห่งแรกที่จะดำเนินการโดยรัฐบาลไทย โดยจะเป็นการสนับสนุนให้เชียงใหม่เป็นเมืองศูนย์กลางการประชุมนานาชาติระดับภูมิภาค เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพ ก่อให้เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจ เพิ่มมูลค่าและคุณค่าของสินค้าการท่องเที่ยวของเชียงใหม่ นอกจากนี้จังหวัดเชียงใหม่ยังได้มีลงนามความร่วมมือกับสำนักงานส่งเสริมการประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) หรือ TCEB และสมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (TICA) เพื่อตกลงที่จะดำเนินโครงการส่งเสริมจังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการประชุมนานาชาติในภูมิภาคภาคเหนือหรือ MICE City ขึ้น

โดยภาพรวมศักยภาพของจังหวัดเชียงใหม่ในการรองรับการจัดประชุมและนิทรรศการ จากงานวิจัยพบว่า จังหวัดเชียงใหม่มีศักยภาพในระดับดีมากในการรองรับการจัดประชุมและนิทรรศการ (ปีลันธนา ชมพูนันท์, 2552: 10) ซึ่งสอดคล้องกับภาครัฐที่มองเห็นศักยภาพของจังหวัดเชียงใหม่ว่าเป็นสถานที่ที่น่าสนใจของกลุ่มลูกค้าเอเชีย โดยเชียงใหม่จัดเป็นเมืองลำดับต้นๆ ของประเทศไทยในกลุ่ม MICE เดินทางมาใช้บริการเนื่องจากจังหวัดเชียงใหม่มีความพร้อม

ทางด้านจำนวนห้องพักถึง 32,000 ห้อง สถานที่ประชุมสัมมนาและแสดงสินค้า นอกจากนี้ยังมีประวัติศาสตร์ที่ยาวนานกว่า 700 ปี มีสิ่งดึงดูดที่น่าสนใจมากมาย รวมถึงมีเที่ยวบินที่บินตรงจากนานาชาติถึงหกสายการบินสู่สนามบินนานาชาติจังหวัดเชียงใหม่ และในอนาคตจะเพิ่มเป็น 12-13 สายการบิน และจะกระตุ้นให้สายการบินใหม่บินเข้าเชียงใหม่เพิ่มขึ้นเพิ่มอีก 5-6 สายการบิน ตามแผนยุทธศาสตร์เชียงใหม่ (หนังสือพิมพ์บ้านเมือง, 2553: ระบบออนไลน์) นอกจากนี้เพื่อให้สอดคล้องนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนา ระบบโลจิสติกส์ของประเทศ รัฐบาลจะผลักดันให้มีโครงการรถไฟรางคู่ความเร็วสูง หรือไฮสปีดเทรน กรุงเทพฯ-เชียงใหม่ จะทำให้เกิดการบริการที่หลากหลาย สร้างความสะดวกและรวดเร็ว รองรับการเดินทางใหม่ นครแห่งไมซ์

การก่อสร้างศูนย์ประชุมฯ เริ่มดำเนินการตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2552 และสิ้นสุดสัญญาวันที่ 30 กันยายน พ.ศ. 2554 มีกำหนดแล้วเสร็จภายใน 730 วัน สถานที่ก่อสร้างศูนย์ประชุมฯ คือ ด.เลียบคลองชลประทาน หนองฮ่อ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยนายชุมพล ศิลปอาชา รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้ลงนามสัญญาจ้างกิจการร่วมค้ากับอีเอ็มซี และเพาเวอร์ไลน์ โดยศูนย์ประชุมนี้มีเนื้อที่ 326 ไร่ วงเงินการก่อสร้างทั้งสิ้น 1,867,150,000 บาท โดยแบ่งเป็นงาน Landscape และภายนอกอาคาร วงเงิน 457,451,750 บาท งานอาคารศูนย์ประชุม และแสดงสินค้านานาชาติ วงเงิน 1,112,821,850 บาท และงานสร้างศูนย์ส่งเสริมการพัฒนาและกระจายสินค้าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ภาคเหนือ วงเงิน 296,876,850 บาท หากงานก่อสร้างล่าช้ากว่าที่ทำสัญญาไว้จะมีค่าปรับวันละ 186,715 บาท ศูนย์ประชุมแห่งนี้สามารถรองรับคนได้กว่า 10,000 คน ซึ่งจะมีห้องประชุมใหญ่รองรับคนได้ 3,000 คน ห้องประชุมเล็ก/ย่อยต่างๆ รองรับคนได้ 3,000 คน ศูนย์/ห้องอาหาร รองรับคนได้ 2,000 คน และพื้นที่จอดรถ รองรับได้ 3,000 คน และมีพื้นที่ใช้สอยต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสระน้ำ อ่างเก็บน้ำ สำนักงาน ร้านค้า ของที่ระลึก นิทรรศการ ธนาคาร ไปรษณีย์ ขนส่ง บริษัททัวร์ หน่วยงานราชการลักษณะบริการแบบเบ็ดเสร็จ และอื่นๆ ในการรองรับธุรกิจตลาด MICE และนอกจากนี้กรมทางหลวงชนบทได้เตรียมงบประมาณถนนโดยรอบศูนย์ประชุมฯ จำนวน 3 สาย วงเงินก่อสร้างประมาณ 120 ล้านบาท ในช่วงปี 2544-2545 ในส่วนของกรมชลประทานได้มีการเตรียมดำเนินการสร้างระบบน้ำ และการจัดทำแหล่งน้ำสนับสนุนโครงการศูนย์ประชุมฯ วงเงินก่อสร้าง 90 ล้านบาท (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2553: ระบบออนไลน์)

จากการศึกษาข้างต้นสรุปได้ว่า แนวคิดอุตสาหกรรมท่องเที่ยว แนวคิดอุตสาหกรรมไมซ์ สถานการณ์อุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทยและจังหวัดเชียงใหม่ มีความเชื่อมโยงกัน โดยมีปัจจัยในการเลือกจุดหมายปลายทางและสถานที่จัดการประชุมเป็นหัวใจสำคัญ

ซึ่งนักวิจัยจะได้นำคุณลักษณะต่างๆไปศึกษาและกำหนดกลยุทธ์ทางการบริหารจัดการที่เหมาะสมของอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ต่อไป

ตาราง 2 จำนวนการจัดประชุมสมาคมนานาชาติในภูมิภาคเอเชีย จำแนกรายประเทศเปรียบเทียบระหว่างปี 2543 และปี 2552

ลำดับที่	ประเทศ	จำนวนงาน ในปี 2543 (ครั้ง)	จำนวนงาน ในปี 2552 (ครั้ง)	อัตราการเติบโต โดยเฉลี่ย ต่อปี (ร้อยละ)
1	ญี่ปุ่น	176	257	5.1%
2	จีน	83	245	21.7%
3	เกาหลีใต้	53	176	25.8%
4	สิงคโปร์	66	119	8.9%
5	ไทย	59	103	8.3%
6	มาเลเซีย	35	96	19.4%
7	ไต้หวัน	39	91	14.8%
8	อินเดีย	25	91	29.3%
9	ฮ่องกง	53	67	2.9%
10	อินโดนีเซีย	20	31	6.1%
11	ฟิลิปปินส์	37	30	- 2.1%
12	เวียดนาม	3	27	88.9%
13	มาเก๊า	1	17	177.8%
14	ศรีลังกา	5	7	4.4%
15	กัมพูชา	1	4	33.3%

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมสัมมนาและนิทรรศการ (2554ก: ระบบออนไลน์)

แนวคิดด้านการจัดการกลยุทธ์

การศึกษางานวิจัยกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ ในจังหวัดเชียงใหม่ สิ่งที่จะเข้าถึงกลยุทธ์ได้อย่างแท้จริงนั้น จะต้องมีความเข้าใจเกี่ยวกับบริบทของกลยุทธ์เป็นพื้นฐานก่อน การที่องค์กรจะดำเนินธุรกิจและประสบความสำเร็จได้นั้นจำเป็นต้องกำหนดกิจกรรมต่างๆ ของธุรกิจให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ทางธุรกิจขององค์กร การที่จะกำหนดกลยุทธ์ได้นั้นต้องอาศัยการดำเนินการทางการวิจัยอย่างหนักเพื่อทำการวิเคราะห์และกำหนดกระบวนการ เพื่อให้ฝ่ายบริหารอาวุโสสามารถระบุปัจจัยต่างๆ ที่มีความสำคัญสำหรับความสำเร็จในระยะยาวขององค์กร ซึ่งถือได้ว่าเป็นกลยุทธ์ระดับองค์กร (corporate strategy)

คำว่า กลยุทธ์ (strategy) มีที่มาจากคำภาษากรีกว่า “strategia” ซึ่งแปลว่าความเป็นนายพลหรือความเป็นแม่ทัพ (generalship) ต่อมาในปี ค.ศ. 1688 คำดังกล่าวได้กลายมาเป็นคำศัพท์คำหนึ่งในภาษาอังกฤษ โดยใช้คำว่า “strategie” ตามพจนานุกรมศัพท์ทางทหารซึ่งหมายถึงการวางแผนในการทำสงครามและการกำหนดแผนการต่อสู้แต่ละครั้ง ซึ่งหมายรวมไปถึงการตัดสินใจเกี่ยวกับการต่อสู้ของแต่ละบุคคลด้วย Edward Mead Earle อธิบายถึงกลยุทธ์ว่าเป็นศิลปะของการควบคุม และการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรของประเทศ หรือการรวบรวมกำลังของนานาประเทศ อันประกอบไปด้วยกองกำลังติดอาวุธ ซึ่งท้ายที่สุดความสนใจที่สำคัญของประเด็นดังกล่าวควรได้รับการส่งเสริมและสร้างความมั่นคงให้เกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บาร์โวลส์, แพ็ททริก (2553: 27) ได้อธิบายความหมายของกลยุทธ์ว่า คือแผนการที่มีวัตถุประสงค์ในการสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันที่เหนือกว่าคู่แข่งให้แก่องค์กร โดยกลยุทธ์เป็นเรื่องเกี่ยวกับการทำความเข้าใจในสิ่งที่คุณจะทำ การตระหนักรู้ถึงสิ่งที่คุณต้องการจะเป็นและประเด็นที่มีความสำคัญที่สุดก็คือ การเน้นย้ำให้เห็นว่าคุณจะสามารถเดินทางไปถึงจุดดังกล่าวได้อย่างไร ทั้งนี้กลยุทธ์ที่ถูกนำมาใช้อย่างมีทักษะ จะสามารถระบุเป้าหมายและทิศทางในการกำหนดนิยามให้แก่การทำงานของพนักงานทุกระดับได้ตรงกับความสำเร็จที่องค์กรต้องการ ในทางกลับกันองค์กรที่ปราศจากกลยุทธ์ที่ชัดเจนก็เปรียบได้กับเรือที่ปราศจากหางเสือ ซึ่งมุ่งหน้าไปยังทิศทางหนึ่งๆ ก่อนที่จะเปลี่ยนไปยังอีกทิศทางหนึ่ง ตามโอกาสที่พวกเขามองเห็น แต่กลับได้รับผลตอบแทนจากการดำเนินงานเพียงเล็กน้อยเท่านั้น

คินนิชิ และ วิลเลียม (2550: 85) กล่าวถึงกลยุทธ์ว่า หมายถึง แผนการปฏิบัติการภาพรวมที่ใช้กำหนดทิศทางการดำเนินงานสำหรับองค์กร แสดงถึงการพยากรณ์อย่างมีหลักการว่าต้องทำอะไรบ้างในอนาคตเพื่อความอยู่รอดหรือความเจริญรุ่งเรือง ไม่ว่าจะเป็นกลยุทธ์ต่างประเทศ กลยุทธ์การเงินหรือกลยุทธ์ทรัพยากรมนุษย์ ในขณะที่ Schermerhorn (2005: 219) ได้ให้ความหมาย

ของกลยุทธ์ว่า เป็นแผนปฏิบัติการที่ครอบคลุมเนื้อหาโดยกำหนดแนวทางในระยะยาวขององค์กร และนำไปสู่การใช้ทรัพยากรขององค์กรเพื่อให้บรรลุผลสูงสุดและสามารถได้เปรียบคู่แข่งขั้นได้อย่างยั่งยืน

อดุลย์ จาตุรงคกุล (2549: 5) ให้ความหมายของกลยุทธ์ว่า แบบแผนสำคัญเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ที่มีอยู่ในปัจจุบันและที่ได้วางแผนไว้ ตลอดจนการจัดสรรทรัพยากรและปฏิกิริยาโต้ตอบกันระหว่างบริษัทกับตลาด คู่แข่งและปัจจัยต่างๆ ในภาวะแวดล้อม

ร็อบบิน สตีเฟนส์ พี. (2551: 89) ได้ให้ความหมายของ การจัดการเชิงกลยุทธ์ว่า กิจกรรมต่างๆ ที่ผู้บริหารกระทำเพื่อให้ได้กลยุทธ์ขององค์กร ส่วนกลยุทธ์ คือ การตัดสินใจและลงมือปฏิบัติเพื่อกำหนดการดำเนินงานระยะยาวขององค์กร การจัดการเชิงกลยุทธ์จำเป็นต้องอาศัยกระบวนการจัดการที่เป็นพื้นฐานขององค์กร คือ การวางแผน การจัดองค์กร การนำและการควบคุม โดยเพิ่มและเน้นการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมทั้งภายนอกและภายในองค์กรเพื่อให้ทราบสถานะขององค์กรเพื่อกำหนดกลยุทธ์อย่างเหมาะสมก่อนนำไปปฏิบัติต่อไป

การวางแผนและการจัดการกลยุทธ์ดั้งเดิมนั้นมาจากการออกแบบกลยุทธ์ของนักเขียนหลายคนที่มหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ดในช่วงยุคปี ค.ศ. 1960 ซึ่งกลยุทธ์ที่ทุกคนรู้จักกันดีก็คือการวิเคราะห์ SWOT จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่นำไปใช้วิเคราะห์ได้อย่างเป็นประโยชน์และเหมาะสมในการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน ภายในองค์กรและโอกาสอุปสรรค ภายนอกที่นำไปสู่การวางตำแหน่งให้แก่องค์กรในอนาคต (Mintzberg et al., 2003 อ้างใน Locke, 2010: 213) และรูปแบบกลยุทธ์นี้ถูกใช้เป็นแบบแผนในการกำหนดกลยุทธ์ขององค์กรตั้งแต่นั้นมา ในยุค ค.ศ. 1970 และยังมีอิทธิพลในขบวนการการวางแผนกลยุทธ์อยู่จนถึงปัจจุบัน (Mintzberg et al., 2003 อ้างใน Locke, 2010: 213) การวางแผนกลยุทธ์จัดว่าเป็นแผนระยะยาวคือ 1-5 ปี ซึ่งไม่เพียงแต่เพื่อการเติบโตและทำกำไรให้แก่องค์กรเท่านั้นแต่ยังสามารถกำหนดแนวทางปฏิบัติให้บรรลุผลสำเร็จอีกด้วย

คินนิชิ และ วิลเลียม (2550: 86) ได้อธิบายเกี่ยวกับ ความสำคัญของการวางแผนและการจัดการเชิงกลยุทธ์ว่า

1. เพื่อให้สามารถกำหนดทิศทางและแรงผลักดัน แผนกลยุทธ์สามารถช่วยให้ผู้จัดการมุ่งเน้นเฉพาะปัญหาที่ถึงจุดวิกฤต กำหนดทางเลือกและเวลาที่เหมาะสม นอกจากนี้ยังช่วยในการสร้างทีม การเรียนรู้และการกำหนดข้อตกลงระหว่างฝ่ายต่างๆ ในองค์กร
2. สนับสนุนแนวความคิดใหม่ๆ การวางแผนกลยุทธ์สามารถช่วยสนับสนุนการให้ความสำคัญในการสร้างนวัตกรรมที่เพื่อความสำเร็จในระยะยาว เช่น กลยุทธ์ด้านนวัตกรรม

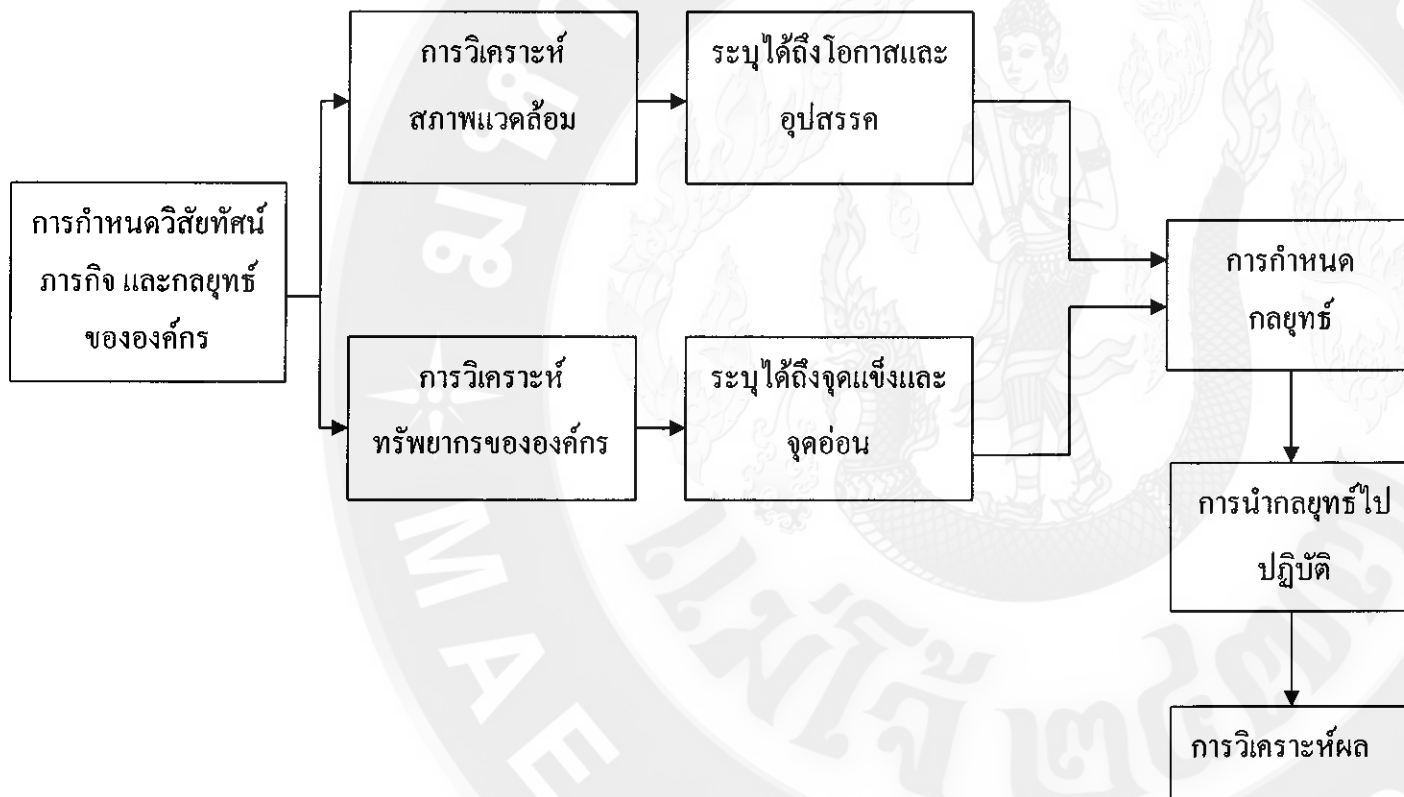
3. การพัฒนาความได้เปรียบคู่แข่งขึ้นอยู่กับสมรรถนะ การจัดการเชิงกลยุทธ์ทำให้เกิดข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน ดังนั้น การรักษาความได้เปรียบทางการแข่งขันจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อองค์กรสามารถตอบสนองลูกค้าได้เป็นอย่างดี มีการสร้างนวัตกรรม รักษาคุณภาพ และมีประสิทธิภาพอย่างสม่ำเสมอ

กลยุทธ์ที่ใช้ในองค์กร แบ่งออกได้เป็น 3 ระดับ คือ

1. กลยุทธ์ระดับบริษัท (corporate level strategy) เป็นกลยุทธ์ที่กำหนดขึ้นโดยผู้บริหารระดับสูงเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานขององค์กร ประกอบด้วยกลยุทธ์กว้างๆ ที่ครอบคลุมถึงการก้าวไปสู่ความสำเร็จตามที่ต้องการ ตามวิสัยทัศน์และภารกิจที่กำหนด
2. กลยุทธ์ระดับธุรกิจ (business level strategy) หมายถึง ในกรณีที่องค์กรเป็นองค์กรขนาดใหญ่มีหลายกิจการรวมอยู่ด้วยและมีเครือข่ายจำนวนมาก มีสินค้าหลายชนิดจำหน่าย ทำให้ยากต่อการบริหารจึงได้มีการวิเคราะห์แต่ละหน่วยธุรกิจที่เรียกว่า SBU (strategy business unites) ซึ่งแต่ละหน่วยธุรกิจจะมีการกำหนดกลยุทธ์ของตนขึ้นมาเป็นระดับหน่วยธุรกิจ สอดคล้องกับกลยุทธ์ระดับบริษัท ระดับหน้าที่และระดับปฏิบัติเพื่อความสำเร็จของแต่ละหน่วยธุรกิจ
3. กลยุทธ์ระดับหน้าที่ (functional level strategy) หมายถึง กลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับหน้าที่ต่างๆ ที่สำคัญในองค์กร เกี่ยวกับการแข่งขันทางกลยุทธ์ในหน้าที่ต่างๆ เช่น การผลิต การบริหารทรัพยากรมนุษย์ การตลาด การเงิน เช่น กลยุทธ์ในการผลิตสินค้าใหม่ กลยุทธ์ในการจัดจำหน่าย เป็นต้น โดยหน้าที่ต่างๆ เหล่านี้ผู้บริหารระดับกลางเป็นผู้กำหนดกลยุทธ์เหล่านี้เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติในระดับพนักงานโดยแต่ละหน้าที่มีการประสานงานกันโดยใช้กลยุทธ์ของแต่ละหน้าที่แล้วจะนำมาซึ่งความสำเร็จตามกลยุทธ์ขององค์กรโดยรวม

กระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ (the strategic management process) ประกอบด้วย 6 ขั้นตอน ดังภาพ 6 เป็นขั้นตอนของการวางแผน (planning) ตั้งแต่ขั้นที่ 1-4 การปฏิบัติตามกลยุทธ์ (implementation) ขั้นที่ 5 และการประเมินผล (evaluation) ขั้นที่ 6 แม้กระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์จะเน้นการวางแผน แต่หากวางแผนกลยุทธ์เป็นอย่างดีแล้วมิได้นำไปปฏิบัติ เพื่อประเมินผลอย่างเหมาะสม องค์กรก็จะไม่สามารถบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ได้ ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าทุกขั้นตอนในกระบวนการต่างมีความสำคัญจำเป็นที่ต้องมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง

การวิเคราะห์ SWOT



ภาพ 6 กระบวนการจัดการกลยุทธ์

ที่มา: Robbin et al. (2000: 277)

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (environment analysis)

เป็นกระบวนการแรกของการจัดการเชิงกลยุทธ์ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่สำคัญ คือ การศึกษาองค์ประกอบของสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการดำเนินงานขององค์กร ผู้บริหารวิเคราะห์สภาพแวดล้อมเพื่อช่วยให้เกิดความเข้าใจในสิ่งที่เกิดขึ้นทั้งจากภายในและภายนอกองค์กร เพื่อกำหนดกลยุทธ์ที่จะเป็นไปได้ที่เหมาะสมที่สุดกับสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้น ซึ่งการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมโดยทั่วไปแบ่งออกได้เป็น 3 ระดับ มีดังนี้ (เนตต์พัฒนา ขาววิราช, 2553: 54-58)

1. สภาพแวดล้อมทั่วไป (the General Environment) หมายถึง สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรหรือสภาพแวดล้อมมหภาค ซึ่งเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของสภาวะเศรษฐกิจ (economic) สังคม (social) การเมือง (political) ข้อกำหนดทางกฎหมาย (legal) เทคโนโลยี (technological) และการรักษาสีงแวดล้อม

1.1 สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ เป็นสภาพแวดล้อมที่สำคัญที่เป็นเครื่องชี้ว่าองค์กรจัดสรรทรัพยากรทางการบริหารอย่างไร สิ่งสำคัญในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจก็คือ ค่าจ้างแรงงาน อัตราเงินเฟ้อ อัตราภาษี ค่าใช้จ่ายในด้านต่างๆ ราคาสินค้าและบริการ ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน

1.2 สภาพแวดล้อมทางสังคม เป็นสภาพแวดล้อมทั่วไปที่เกี่ยวกับลักษณะของสังคม เช่น ประชากร (demographic) และค่านิยมในสังคม (social values)

1.3 สภาพแวดล้อมทางการเมือง เป็นสภาพแวดล้อมทั่วไปขององค์กรที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมของรัฐหรือข้อกำหนดของรัฐบาล แนวโน้มทางการเมือง เช่น นโยบายด้านการส่งเสริมการค้า นโยบายด้านการส่งออกสินค้า การร่างข้อกฎหมาย สภาพแวดล้อมทางการเมืองเกี่ยวข้องกับกลุ่มผลประโยชน์

1.4 สภาพแวดล้อมทางกฎหมาย หมายถึง การกำหนดข้อกฎหมายเพื่อให้สมาชิกในสังคมปฏิบัติตามข้อกฎหมายนั้น กฎหมายบางอย่างเอื้อประโยชน์ต่อการดำเนินกลยุทธ์ขององค์กร แต่ข้อกฎหมายบางอย่างก็ขัดต่อการกำหนดกลยุทธ์ เช่น นโยบายของรัฐบาลพระราชบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ

1.5 สภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยี หมายถึง การเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีที่ใช้ อาจนำมาใช้ในการปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ การเพิ่มเทคโนโลยีเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพทางการผลิต

1.6 สภาพแวดล้อมทางการรักษาสีงแวดล้อม หมายถึง การดำเนินธุรกิจคำนึงถึงสีงแวดล้อม การรักษาทรัพยากรธรรมชาติ อนุรักษ์สีงแวดล้อมทางธรรมชาติ

2. สภาพแวดล้อมทางการดำเนินการ (the operation environment) หมายถึง สภาพแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานขององค์กรอย่างทันที ประกอบด้วย ลูกค้า (customer component) คู่แข่งขัน (competition component) ตลาดแรงงาน (labor component) ผู้จำหน่ายปัจจัยการผลิต (supplier component) กำลังการผลิต สภาพะการทางธุรกิจระหว่างประเทศ (international component)

2.1 ลูกค้า ความต้องการของลูกค้าที่เป็นปัจจัยสำคัญที่มีความสัมพันธ์ต่อการผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายหรือการให้บริการที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการควรพิจารณาสภาพแวดล้อมเกี่ยวกับลูกค้า เช่น ความต้องการของลูกค้า ข้อเสนอแนะ คำตำหนิ ความสะดวกสบายของลูกค้า

2.2 การแข่งขัน หมายถึง สภาพแวดล้อมในการดำเนินการเพื่อต่อสู้กับคู่แข่งในทางธุรกิจเพื่อการปฏิบัติที่เหนือกว่าคู่แข่ง สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันในด้านลูกค้า ทำให้องค์กรมีการปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์อยู่เสมอเพื่อให้เกิดความได้เปรียบเหนือคู่แข่ง

2.3 ตลาดแรงงาน สภาพแวดล้อมเกี่ยวกับการจ้างพนักงานตามความต้องการขององค์กร การฝึกอบรม อัตราค่าจ้างแรงงาน คุณสมบัติของพนักงาน ระดับของทักษะที่ต้องการในการทำงาน

2.4 ผู้จำหน่ายปัจจัยในการผลิต หมายถึง สภาพแวดล้อมในการดำเนินการที่เกี่ยวกับการจัดหาทรัพยากรเพื่อใช้ในการผลิตหรือการให้บริการ ผู้จำหน่ายปัจจัยการผลิตสามารถจัดหาวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ราคาต่ำสุด การส่งมอบที่เชื่อถือได้และการให้เครดิตในการซื้อแต่ละครั้ง

2.5 สภาพแวดล้อมระหว่างประเทศ แม้ว่าองค์กรไม่ได้เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจกับต่างประเทศ ก็ควรศึกษาเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจระหว่างประเทศของประเทศต่างๆ เช่น กฎหมาย วัฒนธรรม สภาพเศรษฐกิจ สังคม การเมืองของประเทศต่างๆ เพื่อประโยชน์ในการขยายตัวขององค์กรต่อไปในอนาคต

3. สภาพแวดล้อมภายใน (the internal environment) หรือสภาพแวดล้อมจุลภาค สภาพแวดล้อมนี้เกิดขึ้นภายในองค์กรในระดับการทำงานภายในเป็นสภาพแวดล้อมที่ควบคุมได้ เช่น การดำเนินงานของฝ่ายต่างๆ ตามหน้าที่ เช่น ฝ่ายการตลาดขององค์กร ฝ่ายการเงิน ฝ่ายบัญชี งานในหน้าที่เหล่านี้ควรมีการวางแผน การจัดองค์กร การชักนำและการควบคุมภายในองค์กรที่ดี และมีการปรับปรุงการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น องค์กรสามารถปรับปรุงสภาพแวดล้อมภายในได้

เครื่องมือที่ใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ (strategy formulation: tool)

การกำหนด กลยุทธ์เป็นกระบวนการที่ทำให้การดำเนินงานบรรลุผลสำเร็จ ผู้บริหารกำหนดกลยุทธ์จากสภาพแวดล้อมต่างๆ ที่ได้วิเคราะห์แล้ว เครื่องมือที่จะช่วยให้การกำหนดกลยุทธ์ในธุรกิจมีอยู่หลายแบบ ดังนี้

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis) หมายถึง วิธีที่สามารถบ่งบอกถึงขอบเขตว่าควรจะใช้กลยุทธ์อย่างไรในธุรกิจท่องเที่ยว ณ ช่วงเวลานั้นและสามารถบอกถึงจุดอ่อน จุดแข็ง ที่เกี่ยวข้องและสามารถที่จะชี้ถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในสิ่งแวดล้อมของธุรกิจ (Johnson and Scholes, 1997 อ้างใน Yoo, 2004: 87) ในขณะที่ เนตร์พัฒนา ยาวีราช (2553: 63) กล่าวถึง การวิเคราะห์ SWOT ว่า เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในองค์กรและภายนอกองค์กร เพื่อกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสม การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในทำให้ทราบจุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กร และ Mouthinho (2000 อ้างใน Yoo, 2004: 87) กล่าวถึง การวิเคราะห์ SWOT ว่า เมื่อได้ทำการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาสและอุปสรรค องค์กรและสถานที่จัดงาน จะสามารถมองภาพได้อย่างชัดเจนว่ามีศักยภาพอย่างไรและอะไรที่เปราะบางเป็นจุดอ่อน และควรจะต้องอยู่ในจุดใดของตลาดถ้าเปรียบเทียบกับคู่แข่ง และอะไรที่เป็นแนวโน้มที่เป็นศักยภาพและโอกาสให้แก่องค์กร กลยุทธ์ทางการตลาดก็สามารถกำหนดได้อย่างถูกต้องในการวิเคราะห์นี้ ส่วนการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกทำให้ทราบ โอกาสและอุปสรรคขององค์กร ซึ่ง SWOT เป็นตัวย่อที่มีความหมาย ดังนี้

S มาจาก strength หมายถึง จุดเด่น จุดแข็ง เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน

W มาจาก weakness หมายถึง จุดด้อย จุดอ่อน เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน

O มาจาก opportunities หมายถึง โอกาส เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก

T มาจาก threats หมายถึง อุปสรรค เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก

การวิเคราะห์ (TOW Matrix) คือ การจับคู่ของหัวข้อ SWOT เพื่อกำหนดกลยุทธ์ เป็นการวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคทางสภาพแวดล้อมเพื่อใช้ในการกำหนดทางเลือกได้ 4 ประการ (four alternative strategies) ดังนี้

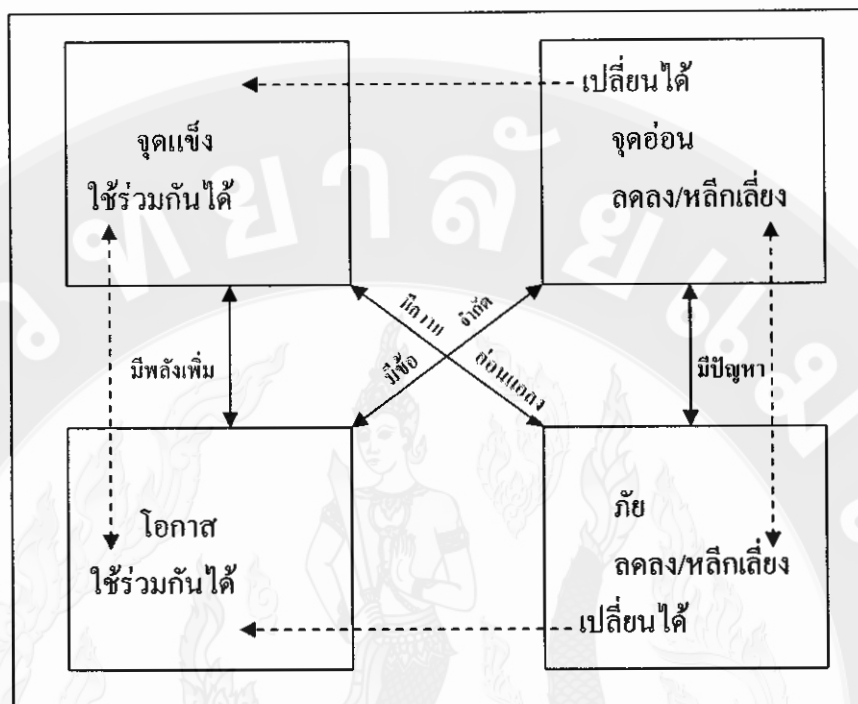
ปัจจัยภายนอก ปัจจัยภายใน	จุดแข็ง Strengths	จุดอ่อน Weaknesses
โอกาส Opportunity	กลยุทธ์ SO	กลยุทธ์ WO
อุปสรรค Threats	กลยุทธ์ ST	กลยุทธ์ WT

ภาพ 7 การวิเคราะห์ Tows Matrix

ที่มา: เนตร์พัฒนา ขาววิราช (2553: 67)

1. กลยุทธ์ SO หมายถึง ธุรกิจมีจุดแข็งและมีโอกาสในการเจริญเติบโตได้อีก ทำให้ธุรกิจสามารถขยายการลงทุนเพิ่มได้อีก เพิ่มการผลิต ขยายตลาดให้เพิ่มขึ้นได้ตามโอกาสที่เอื้ออำนวย สามารถใช้กลยุทธ์เชิงรุก (proactive strategy)
2. กลยุทธ์ ST หมายถึง ธุรกิจมีจุดแข็ง แต่มีอุปสรรคจากคู่แข่งหรือปัจจัยอื่นๆ ธุรกิจจึงควรหลีกเลี่ยงอุปสรรค อาจหันไปจับกลุ่มลูกค้ากลุ่มอื่นแทน สามารถใช้กลยุทธ์ (blue ocean strategy)
3. กลยุทธ์ WO หมายถึง ธุรกิจมีจุดอ่อนแต่มีโอกาสดีที่เอื้ออำนวยในธุรกิจ เช่น ขาดเงินทุน หรือขาดความเชี่ยวชาญในการผลิต หรืออาจมีจุดอ่อนอื่นๆ ที่ทำให้ไม่สามารถคงอยู่ได้ ธุรกิจควรค้นหาวิธีในการเปลี่ยนจุดอ่อนให้เป็นจุดแข็ง เพราะยังมีโอกาสหรือช่องทางในการทำธุรกิจอยู่มาก อาจแสวงหาความร่วมมือกับองค์กรอื่นเพื่อเสริมจุดอ่อนให้ดีขึ้น (strategic alliance)
4. กลยุทธ์ WT เป็นสภาวะการณ์ที่เลวร้ายที่สุด เพราะนอกจากธุรกิจจะมีจุดอ่อนในตนเองแล้ว ยังมีอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจด้วย จึงควรพิจารณาเลิกกิจการหรือแสวงหาความร่วมมือกับธุรกิจอื่น สามารถใช้กลยุทธ์ตั้งรับ (defender strategy)

การวิเคราะห์ SWOT matrix ใช้จัดพวกลักษณะความสัมพันธ์แต่ละองค์ประกอบและชี้แนะให้มีการปฏิบัติการที่เหมาะสมที่สุด



ภาพ 8 SWOT matrix

ที่มา: อุดลย์ จาตุรงค์กุล (2549: 285)

1. การมีพลังเพิ่มขึ้น (leverage) โดยการจับคู่ระหว่างจุดแข็งภายในธุรกิจกับโอกาสที่มาจากสิ่งแวดล้อมภายนอก การเกิดมีพลังเพิ่มขึ้นจะชี้ให้เห็นความสัมพันธ์ของธุรกิจ “ในอุดมคติ” เพราะทำให้บริษัทมีโอกาสสร้างข้อได้เปรียบในเชิงการแข่งขันที่จะมาสนับสนุนการดำเนินงานทางการตลาดให้ดีขึ้น

2. ความอ่อนแอ (vulnerability) โดยการจับคู่ความแข็งแกร่งภายในธุรกิจกับภัยจากสิ่งแวดล้อมภายนอก การจับคู่วิธีนี้จะทำให้ธุรกิจอาจถูกโจมตีและอาจทำให้ข้อได้เปรียบในเชิงการแข่งขันด้อยค่าลง

3. การมีข้อจำกัด (constraints) เป็นการจับคู่จุดอ่อนของบริษัทกับโอกาสที่จะมาจากสิ่งแวดล้อมภายนอก SBU อาจถูก “ยับยั้ง” มิให้ฉวยโอกาสที่ดีได้เพราะมีข้อจำกัดทางด้านการตลาดภายในหรือมีข้อจำกัดในการดำเนินงาน

4. การมีปัญหา (problems) เป็นการจับคู่จุดอ่อนภายในธุรกิจกับภัยจากสิ่งแวดล้อมภายนอก เป็นสถานการณ์ที่มีความยุ่งยาก บริษัทไม่พร้อมที่จะแข่งขันหรือต่อสู้กับสิ่งแวดล้อมที่เป็นศัตรูเพราะตนเองมีทรัพยากรและความสามารถจำกัด เมื่อเป็นเช่นนั้นกลยุทธ์ที่นักการตลาดควรปฏิบัติก็คือ

3. ผลិតภัณฑ์ที่มีปัญหา (question marks) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดน้อยแต่มีการเจริญเติบโตสูง ธุรกิจควรได้รับส่วนแบ่งทางการตลาดให้มากขึ้น โดยการเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดในผลิตภัณฑ์เพื่อให้ก้าวไปสู่การเป็นผลิตภัณฑ์ดาวดวงเด่น

4. ผลิตภัณฑ์ที่ตกต่ำ (dogs) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดน้อยและการเจริญเติบโตต่ำสุดทำให้ไม่ควรสนับสนุนผลิตภัณฑ์นั้นอีกต่อไป ควรจะเลิกหรือเปลี่ยนไปให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์อื่นแทน

กลยุทธ์การแข่งขันของ Porter แบบจำลองแรงกดดัน 5 ประการ เป็นตัวแบบที่รู้จักกันดีในการวิเคราะห์อุตสาหกรรมของ Michael E. Porter ศาสตราจารย์แห่งมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด เป็นเครื่องมือที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการวิเคราะห์สภาพการแข่งขัน และสภาพเศรษฐกิจของแต่ละอุตสาหกรรม แนวความคิดนี้ยังสามารถกระตุ้นให้นักวางแผนกลยุทธ์และนักการตลาดสามารถมองออกไปนอกกรอบของสภาพการแข่งขันในวงแคบ เพื่อเล็งเห็นองค์กรและปัจจัยอื่นๆที่สามารถส่งผลกระทบต่อ การเจริญเติบโต และความสามารถในการทำกำไรที่เป็นไปได้ของอุตสาหกรรมนั้นๆ ด้วย

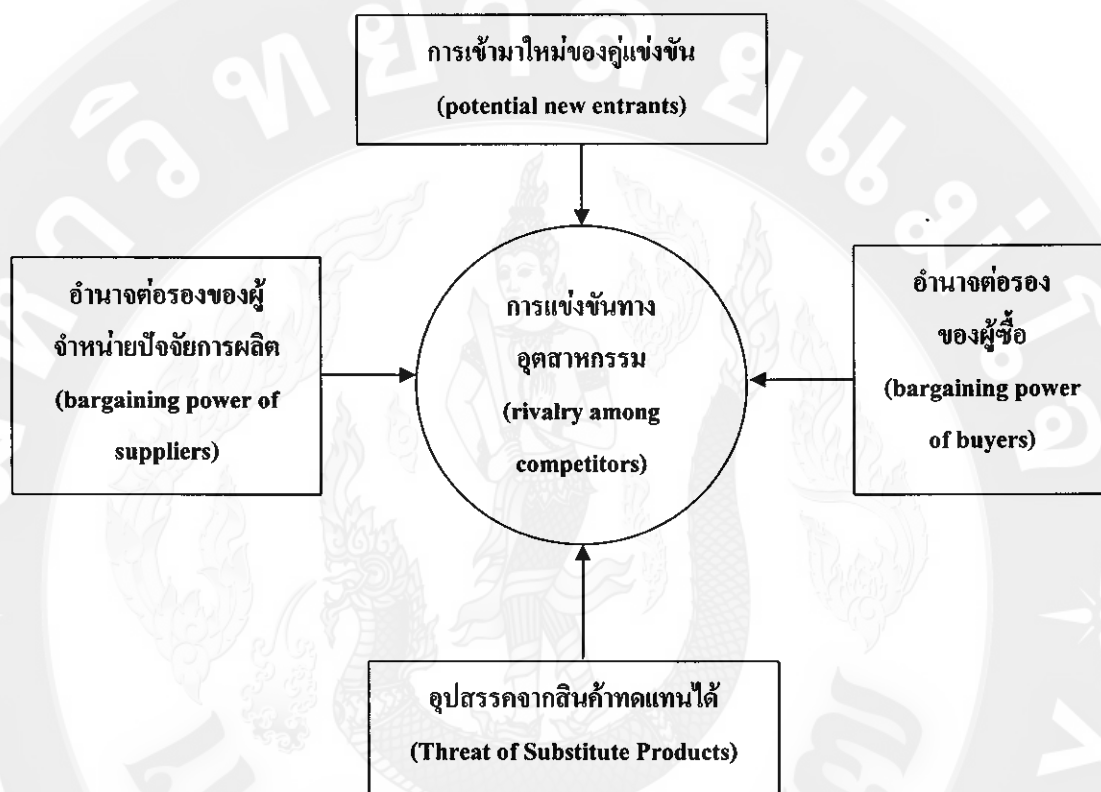
1. การเข้ามาใหม่ของผู้ประกอบการรายใหม่ (potential new entrants) ถ้าจะเข้าสู่อุตสาหกรรมนั้นๆ ผู้ที่จะเข้ามาทำธุรกิจเข้ามาขายหรือจ่าย เช่น ความชำนาญ ความรู้ ความสามารถ และเทคโนโลยีที่ต้องใช้ ถ้าต้องใช้เทคโนโลยีและความเชี่ยวชาญเฉพาะ มีผลทำให้การเข้าสู่อุตสาหกรรมทำได้ยาก

2. อำนาจต่อรองของผู้จำหน่ายปัจจัยการผลิต (bargaining power of suppliers) หมายถึง ผู้จำหน่ายปัจจัยในการผลิตในอุตสาหกรรมนั้นมีอำนาจต่อรองกับผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายสินค้า การที่ผู้จำหน่ายปัจจัยการผลิตจะมีอำนาจต่อรองมากน้อยนั้น พิจารณาจากจำนวนผู้จำหน่ายปัจจัยการผลิตหรือแหล่งวัตถุดิบที่สามารถไปซื้อสินค้าหรือวัตถุดิบได้

3. อำนาจต่อรองของผู้ซื้อ (bargaining power of buyer) ลูกค้ามีอำนาจต่อรองได้ตลอดเวลา เนื่องจากลูกค้าสามารถเปลี่ยนใจ เปลี่ยนความต้องการได้เสมอ ดังนั้นธุรกิจจึงต้องทำให้ลูกค้าเกิดความจงรักภักดีในตราสินค้า (brand loyalty) รวมทั้งกิจกรรมทางการตลาด เช่น การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (CRM หรือ customer relationship management)

4. อุปสรรคจากสินค้าทดแทนได้ (threat of substitute products) ผู้บริหารในองค์กรจะต้องพิจารณาว่ามีสินค้าทดแทนสินค้าขององค์กรได้หรือไม่ มีปริมาณเท่าใดและจัดวางกลยุทธ์ที่ทำให้สินค้านั้นไม่อาจทดแทนได้อีกต่อไป เช่น สร้างความแตกต่างในสินค้า (differentiation)

5. ความรุนแรงของการแข่งขันทางอุตสาหกรรม (rivalry among competitors) ในอุตสาหกรรมมีการแข่งขันกันรุนแรงหรือไม่ เช่น จำนวนคู่แข่ง กลยุทธ์ที่คู่แข่งใช้



ภาพ 10 แบบจำลองแรงกดดัน 5 ประการ

ที่มา: Porter (1980: 4)

กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (differentiation)

จากการวิเคราะห์แรงกดดันของ Porter พบว่า คู่แข่งขันเป็นแรงกดดันให้องค์กร ทำให้องค์กรต้องหากกลยุทธ์เพื่อสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างมีความเป็นเอกลักษณ์ในตัวสินค้าเอง เช่น ความแตกต่างในด้านคุณภาพ การออกแบบ การบริการ หลังการขาย การรับประกันสินค้า เป็นต้น

เนื่องจากอุตสาหกรรมไมซ์เป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริการ ดังนั้นการสร้าง ความแตกต่างในบริการมีดังนี้

1. ความแตกต่างด้านความง่ายในการสั่งซื้อ (ordering Easy)
2. ความแตกต่างด้านการขนส่ง (delivery)
3. ความแตกต่างด้านการติดตั้ง (installation)

4. ความแตกต่างด้านการอบรมให้ลูกค้า (training)
5. ความแตกต่างด้านการให้คำแนะนำ (consulting)
6. ความแตกต่างด้านการให้บริการซ่อมแซมบำรุงรักษา (personal Differentiation)

และยังรวมถึงการสร้าง ความแตกต่างด้านบุคลากร (Personal Differentiation)

1. ความแตกต่างด้านความสามารถ (competency)
2. ความแตกต่างด้านความมีน้ำใจ เอาใจใส่ลูกค้า (care)
3. ความแตกต่างด้านความน่าเชื่อถือ (credibility)
4. ความแตกต่างด้านความไว้วางใจได้ (reliability)
5. ความแตกต่างด้านการตอบสนองแก่ลูกค้า (responsiveness)
6. ความแตกต่างด้านการติดต่อสื่อสาร (communication)

กลยุทธ์ความเป็นผู้นำในด้านต้นทุน (cost leadership)

ความเป็นผู้นำในด้านต้นทุนหมายถึง การจำหน่ายสินค้าที่มีราคาถูกกว่าคู่แข่ง การที่จะจำหน่ายสินค้าในราคาต่ำกว่าคู่แข่งได้นั้น ธุรกิจจะต้องทำการลดต้นทุนซึ่งอาจทำได้โดยการจ้างแรงงานราคาถูก หรือการใช้วัตถุดิบราคาถูกแต่มีใช้ลดคุณภาพของวัตถุดิบ หรือธุรกิจอาจทำ ความตกลงกับผู้จำหน่ายปัจจัยการผลิต หรือการใช้เทคโนโลยีที่ประหยัดต้นทุน

กลยุทธ์การเน้นที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (focus group)

การเจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายโดยเฉพาะเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่ช่วยให้องค์กรอยู่รอดได้ ในสภาวะการแข่งขัน เช่น การเสนอผลิตภัณฑ์ต่อลูกค้ากลุ่มอื่นที่เป็นคนละกลุ่มกับคู่แข่ง จะเห็นได้ว่ากลยุทธ์หลายๆ อย่างสามารถสร้างผลลัพธ์ให้กับผู้กำหนดกลยุทธ์ได้อย่างน่าพึงพอใจ ในการสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันให้แก่องค์กรได้เหนือกว่าคู่แข่งรายอื่นๆ

แนวคิดการมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วม เป็นหัวใจสำคัญในการพัฒนาในทุกระดับ เป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนร่วมคิด วิเคราะห์ ตัดสินใจ การวางแผน การปฏิบัติตามแผน การติดตามประเมินผลในกิจกรรม/โครงการของชุมชน เป็นการสร้างหรือปลูกจิตสำนึกในความเป็นเจ้าของกิจกรรมหรือโครงการร่วมกัน ปัจจุบันแนวคิดการมีส่วนร่วมของประชาชนในงานพัฒนา (people participation

for development) ได้รับการยอมรับและใช้เป็นแนวทางปฏิบัติในงานพัฒนาทุกภาคส่วน ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน องค์กรพัฒนาเอกชน

ความหมายของการมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วม (participation) “เป็นการมีส่วนร่วม (ร่วมกับคนอื่น) ในการกระทำบางอย่างหรือเรื่องบางเรื่อง”

โกวิท พวงงาม (2551: 189) ได้อธิบายความหมายของการมีส่วนร่วมในทางวิชาการว่า ความเกี่ยวข้องทางด้านจิตใจ ความรู้สึก นึกคิดของแต่ละคนที่มีต่อกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งของกลุ่ม เป็นแรงกระตุ้นที่ช่วยให้เกิดความสำนึก เกิดความรับผิดชอบต่อกิจกรรมร่วมกันด้วยการเข้าไปเกี่ยวข้อง (involvement) เข้าไปช่วยเหลือ (contribution) และมีความรับผิดชอบ (responsibility) ซึ่งจะเกิดขึ้นทุกระดับของสายบังคับบัญชาใน 3 ลักษณะ คือ มีการช่วยเหลือ การให้อำนาจและมีขอบเขตภาระงาน

นรินทร์ชัย พัฒนพงศา (2546: 3-4) ได้อธิบายความหมายของการมีส่วนร่วมว่า การที่ฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดที่ไม่เคยได้เข้าร่วมในกิจกรรมต่างๆ หรือเข้าร่วมการตัดสินใจ หรือเคยเข้าร่วมด้วยเล็กน้อยได้เข้าร่วมด้วยมากขึ้น เป็นไปอย่างมีอิสรภาพ เสมอภาค มิใช่เพียงมีส่วนร่วมอย่างผิวเผิน แต่เข้าร่วมด้วยอย่างแท้จริงยิ่งขึ้นและการเข้าร่วมนั้นต้องเริ่มขึ้นตั้งแต่ขั้นแรกจนถึงขั้นสุดท้ายของโครงการ

สินธุ์ สโรบล และคณะ (2546: 24) ได้อธิบายการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่า การมีสิทธิในการควบคุม ดูแลกระบวนการท่องเที่ยวโดยมีส่วนร่วมตั้งแต่ขั้นการสำรวจ วางแผน จัดการ ดำเนินการ ซึ่งนอกจากจะก่อให้เกิดรายได้หรือผลประโยชน์ต่อท้องถิ่นแล้วยังชี้ถึงความสำคัญของท้องถิ่นและเป็นกระบวนการเรียนรู้สู่การพัฒนาความสามารถในการพึ่งตนเองของชุมชนด้วย

องค์ประกอบของการมีส่วนร่วม

มี 3 ด้าน (ถวิลวดี บุรีกุล, 2548: 3-4) คือ

1. ต้องมีวัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมายที่ชัดเจน การให้ประชาชนเข้าร่วมในกิจกรรมหนึ่งๆ จะต้องมีความชัดเจนและเป้าหมายที่ชัดเจนว่าเป็นไปเพื่ออะไร ผู้เข้าร่วมจะได้ตัดสินใจถูกว่าควรเข้าร่วมหรือไม่
2. ต้องมีกิจกรรมเป้าหมาย การให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมจะต้องระบุลักษณะของกิจกรรมว่ามีรูปแบบและลักษณะอย่างไร เพื่อที่ประชาชนจะได้ตัดสินใจว่าควรเข้าร่วมหรือไม่

3. ต้องมีบุคคลหรือกลุ่มเป้าหมาย การให้ประชาชนเข้ามีส่วนร่วมจะต้องระบุกลุ่มเป้าหมาย อย่างไรก็ตามโดยทั่วไปกลุ่มเป้าหมายมักถูกจำกัดโดยกิจกรรมและวัตถุประสงค์ของการมีส่วนร่วมอยู่แล้วโดยพื้นฐาน

ระดับของการมีส่วนร่วม มีหลายระดับโดยนักวิชาการต่างๆ กำหนดไว้หลากหลาย เช่น

Cohen and Huhoff (1981: 6) ได้จำแนกการมีส่วนร่วมออกเป็น 4 ระดับ คือ

1. การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (decision making) ซึ่งประกอบด้วยการริเริ่มตัดสินใจ การดำเนินการตัดสินใจ การกำหนดนโยบายจากความต้องการ และการตัดสินใจปฏิบัติการ อาจจะเป็นการตัดสินใจในช่วงระยะเวลาเริ่มแรก การตัดสินใจในช่วงของกิจกรรม หรือการตัดสินใจในช่วงการดำเนินกิจกรรม
2. การมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรม (implementation) ซึ่งอาจเป็นไปในรูปของการเข้าร่วมโครงการโดยการให้การสนับสนุนด้านการบริหาร การประสานความร่วมมือรวมทั้งการลงมือปฏิบัติการด้วยแรงงาน แรงเงินและการสนับสนุนทรัพยากรอื่นๆ
3. การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ (benefit) เป็นการร่วมกันที่จะรับผิดชอบต่อผลที่จะเกิดขึ้น หรือการมีส่วนร่วมต่อผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นในทุกๆด้าน
4. การมีส่วนร่วมในการประเมินผล (evaluation) เป็นการร่วมกันควบคุมตรวจสอบการดำเนินงานตลอดจนเข้าไปแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น

นรินทร์ชัย พัฒนพงศา (2546: 17-18) อธิบายถึง ระดับการมีส่วนร่วมตามหลักการทั่วไปว่าอาจแบ่งได้ 5 ระดับ อย่างกว้างๆ คือ

1. การมีส่วนร่วมเป็นผู้ให้ข้อมูลของตน/ครอบครัว/ชุมชนของตน
2. การมีส่วนร่วมรับรู้ข้อมูล-ข่าวสาร
3. การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (co-decision)
4. การมีส่วนร่วมทำ
5. การมีส่วนร่วมสนับสนุน

ถวิลวดี บุรีกุล (2548: 9-11) อธิบายถึง ระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนว่าอาจแบ่งได้หลายวิธีขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และความละเอียดของการแบ่งเป็นสำคัญ การแบ่งระดับขึ้นการมีส่วนร่วมของประชาชนอาจแบ่งได้จากระดับต่ำสุดไปหาระดับสูงสุดออกเป็น 7 ระดับ ได้แก่

1. ระดับการให้ข้อมูล เป็นระดับต่ำสุดและเป็นวิธีที่ง่ายที่สุดของการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้วางแผนโครงการกับประชาชน เพื่อให้ข้อมูลแก่ประชาชนเกี่ยวกับการตัดสินใจของผู้

วางแผนโครงการ แต่ไม่เปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็นหรือเข้ามาเกี่ยวข้องใดๆ วิธีการให้ข้อมูล อาจกระทำได้หลายวิธี เช่น การแถลงข่าว การแจกข่าว การแสดงนิทรรศการ และการทำหนังสือพิมพ์ให้ข้อมูลกิจกรรมต่างๆ

2. ระดับการเปิดรับความคิดเห็นของประชาชน เป็นระดับขั้นที่สูงกว่าระดับแรก กล่าวคือ โครงการเชิญชวนให้ประชาชนแสดงความคิดเห็นเพื่อให้ได้ข้อมูลเพิ่มมากขึ้น และประเด็นในการประเมินข้อดีข้อเสียยังชัดเจนขึ้น

3. ระดับการปรึกษาหารือ เป็นระดับขั้นการมีส่วนร่วมของประชาชนที่สูงกว่าการเปิดรับความคิดเห็นของประชาชน เป็นการเจรจากันอย่างเป็นทางการระหว่างผู้วางแผนโครงการ และประชาชน เพื่อประเมินความก้าวหน้าหรือระบุประเด็นหรือข้อสงสัยต่างๆ เช่น การจัดประชุม การจัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการและการเปิดกว้างรับฟังความคิดเห็น เป็นต้น

4. ระดับการวางแผนร่วมกัน เป็นระดับขั้นที่สูงกว่าการปรึกษาหารือ กล่าวคือ เป็นเรื่องการมีส่วนร่วมที่มีขอบเขตกว้างมากขึ้น มีความรับผิดชอบร่วมกันในการวางแผนเตรียมโครงการ และผลที่จะเกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการเหมาะสมที่จะใช้สำหรับการพิจารณาประเด็นที่มีความยุ่งยากซับซ้อนและมีข้อโต้แย้งมาก

5. ระดับการร่วมปฏิบัติ เป็นระดับขั้นที่สูงถัดไปจากระดับการวางแผนร่วมกัน คือ เป็นระดับที่ผู้รับผิดชอบโครงการกับประชาชนร่วมกันดำเนินโครงการเป็นขั้นการนำโครงการไปปฏิบัติร่วมกันเพื่อให้บรรลุผลตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้

6. ร่วมติดตามตรวจสอบ ประเมินผล เป็นระดับการมีส่วนร่วมที่มีผู้เข้าร่วมน้อย แต่มีประโยชน์ที่ผู้ที่เกี่ยวข้องหรือได้รับผลกระทบสามารถคอยติดตามการดำเนินกิจกรรมนั้นๆ ได้ รูปแบบของการติดตามตรวจสอบหรือประเมินผลอาจอยู่ในรูปแบบของการจัดตั้งคณะกรรมการ ติดตามประเมินผลที่มาจากหลายฝ่าย การสอบถามประชาชน โดยการทำการสำรวจเพื่อให้ประชาชนประเมิน เป็นต้น

7. ระดับการควบคุมโดยประชาชน เป็นระดับสูงสุดของการมีส่วนร่วมโดยประชาชน เพื่อแก้ปัญหาข้อขัดแย้งที่มีอยู่ทั้งหมด เช่น การลงประชามติ เป็นต้น

ข้อดีและข้อเสียของการมีส่วนร่วม (นรินทร์ชัย พัฒนพงศา, 2546: 27-28)

ข้อดีของการมีส่วนร่วม มีดังนี้

1. ทำให้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทำกิจกรรมทำให้แต่ละฝ่าย ได้เรียนรู้ซึ่งกันและกันแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ความคิดเห็นซึ่งกันและกัน จนไปสู่การยอมรับ ความแตกต่างในรูปร่าง ความรู้ นิสัย ค่านิยมต่างๆ อันเป็นรากฐานสำคัญของประชาธิปไตย

2. ทำให้งานที่ยากบางอย่างสำเร็จขึ้นมาได้ งานหลายอย่างหากทำเพียงผู้เดียวหรือทำน้อยอาจไม่สำเร็จ ต้องให้ผู้มาร่วมงานหลายคนจึงจะสำเร็จ
3. ทำให้บุคคลคิดช่วยตนเอง เพราะถ้ารัฐเป็นฝ่ายทำให้ก็จะรอความช่วยเหลือ หากมาร่วมกันพิจารณา อาจทำบางสิ่งได้เองและจะร่วมกันดูแลรักษาสิ่งนั้นมากขึ้น
4. ทำให้ความช่วยเหลือนั้นตรงกับสิ่งที่ต้องการ โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมในขั้นระบุปัญหาและความต้องการ จึงไม่เกิดปัญหาที่สร้างไว้เพื่อใช้แล้วไม่ใช้ให้เกิดประโยชน์
5. มักทำให้ประหยัดทรัพยากรลงได้ เพราะการช่วยตรงกับความต้องการที่จะใช้ จะทำ และยังมีแรงงานจากการมีส่วนร่วมมาช่วยได้
6. ทำให้รู้สึกเป็นเจ้าของ การมาร่วมคิดร่วมทำก็รู้สึกเป็นเจ้าของ ก็มักร่วมกันรักษาซ่อมแซมและมีความภูมิใจในสิ่งที่ตนร่วมกันทำขึ้นมา
7. เพิ่มทางเลือกที่ดีเพื่อการตัดสินใจ การได้รับรู้ในโครงการอย่างละเอียดทำให้ช่วยกันหาทางเลือกหลายทางที่สมบูรณ์และเหมาะสมที่สุด ทำให้เกิดผลเสียหายน้อยที่ลงหรือเกิดผลดีมากกว่าการไม่ใช้เข้ามามีส่วนร่วม
8. เกิดการสร้างฉันทามติ (consensus building) หรือการเห็นพ้องต้องกันขึ้นมาได้
9. ทำให้ชุมชนหรือสังคมเข้มแข็ง เพราะชุมชนที่เข้มแข็งควรต้องมีส่วนร่วมกันตัดสินใจ ร่วมดูแลปกครองพิทักษ์ผลประโยชน์ของชุมชน หรือสังคมนั้นเองโดยการมีส่วนร่วมคิด ร่วมกันทำกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ของชุมชน
10. ทำให้การดำเนินงานของชุมชนหรือสังคมนั้นโปร่งใส เพราะการมีส่วนร่วมเพื่อกิจการสาธารณะอยู่เสมอทำให้ผู้ที่จะทุจริต คดโกงก็หวั่นเกรงกระทำได้ยากขึ้น
11. ทำให้บุคคลที่อาจยอมรับยากยอมรับโครงการนั้นได้ โดยยอมรับว่าเมื่อมีโครงการแล้วตนอาจเสียผลประโยชน์ไปบ้างแต่เมื่อมีค่าชดเชยที่เหมาะสมและคนอื่นๆ ยอมรับโครงการนั้น ก็เห็นแก่ประโยชน์ของคนส่วนใหญ่

ข้อเสียของการมีส่วนร่วม การมีส่วนร่วมนอกจากมีประโยชน์หลายประการแล้วแต่ก็มีโทษด้วยเช่นกัน ดังนี้

1. ทำให้กิจกรรมงานต่างๆ ล่าช้าหรืออาจไม่เกิดขึ้น เพราะต้องรอให้แต่ละฝ่ายทราบเรื่องและตรึกตรอง แล้วร่วมคิดร่วมทำ โดยอาจไม่ตรงกันหรือคัดค้านสิ่งนั้นไป
2. ทำให้แต่ละฝ่ายขัดข้อง การที่ต้องนั่งอภิปรายแสดงข้อดีข้อเสีย มักเกิดการขัดแย้งในอารมณ์ หากที่ประชุมไม่ฝึกความเป็นประชาธิปไตยดีพอมักแตกแยกหรือโกรธกันไปได้

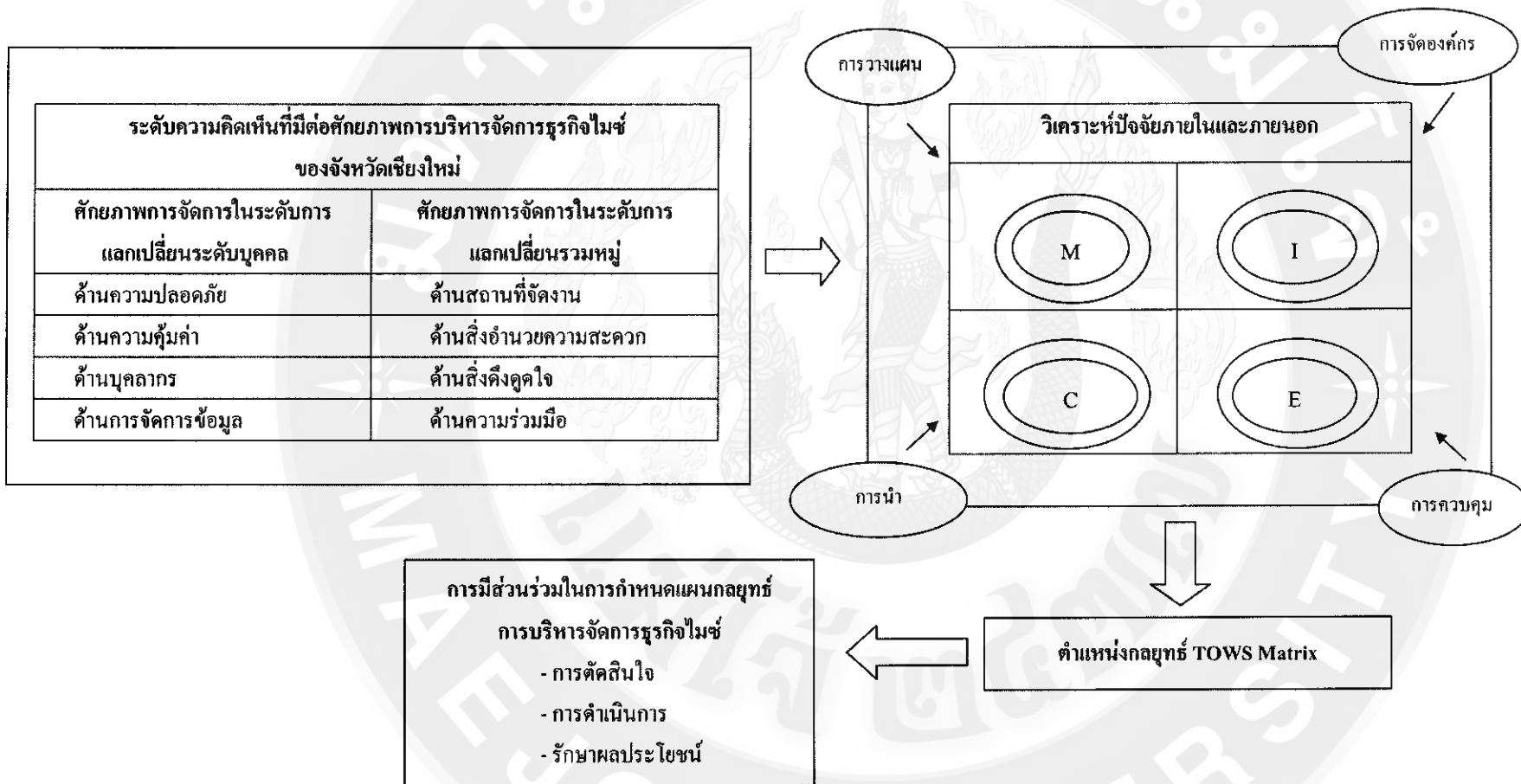
3. ทำให้เสียทรัพยากร โดยเฉพาะงบประมาณที่ต้องใช้เพื่อการมีส่วนร่วมไปมาก เช่น ค่าจัดทำ ข่าว บทความ ค่าจัดประชุม เป็นต้น
4. การมีส่วนร่วมทำให้เกิดแตกความสามัคคี ในกรณีของบุคคลบางวัฒนธรรมที่ต่างคนต่างอยู่จะสงบสุขดี แต่มีส่วนร่วมทำกิจกรรมที่จริงจึงต้องแสดงความคิดเห็นซึ่งมาพบว่าเป็นความคิดที่แตกต่าง จึงโกรธกันแบ่งแยกออกเป็นหมู่ได้
5. ทำให้ต่างฝ่ายต่างเสียเวลา เพราะการมีส่วนร่วมมักต้องมาประชุมกัน การนัดหมายที่ไม่ตรงเวลาฝ่ายที่ตรงเวลาก็ต้องรอคอย เสียเวลาเสียงาน มากกว่า การตรงเวลาก็เริ่มประชุมได้อย่างมีประสิทธิภาพ
6. การมีส่วนร่วมที่แฝงเร้นด้วยวัตถุประสงค์อื่นจะทำให้วิธีการมีส่วนร่วมสูญเปล่าได้ เช่น ประชาชนมีส่วนร่วมระดมแนวคิดต่างๆ แต่ฝ่ายบันทึกการประชุมบันทึกเฉพาะที่โครงการเห็นด้วยเท่านั้น ด้านอื่นๆ ไม่มีรายงานการประชุมเลย
7. การมีส่วนร่วมจะทำให้การขยายอิทธิพลของบรรษัทข้ามชาติเป็นไปได้โดยง่าย เพราะรัฐบาลทำอะไรที่ขัดที่ต้องรอการมีส่วนร่วมมากเกินไปและเป็นเวลานาน การบริหารงานติดขัด ทำให้ไม่ได้ตามที่ตั้งใจ ทำให้บรรษัทข้ามชาติแผ่อิทธิพลเข้าสู่ประเทศนั้นๆ โดยง่าย

ภาคสรุป

จากการศึกษาแนวคิดของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งเป็นแนวคิดพื้นฐานนำไปสู่อุตสาหกรรมไมซ์ ทำให้สามารถเข้าใจถึงคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวซึ่งมีความพิเศษแตกต่างจากผลิตภัณฑ์อื่นทั่วไป การที่จะให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จนั้นจึงจำเป็นต้องศึกษาถึงตลาดเป้าหมาย การแบ่งส่วนตลาด การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อม เพื่อนำไปสู่การกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับธุรกิจ ในการกำหนดตำแหน่งของกลยุทธ์จะต้องอยู่บนพื้นฐานของการวิเคราะห์สถานการณ์สิ่งแวดล้อมขององค์กรทั้งภายในและภายนอก การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ซึ่งเป็นการวิเคราะห์อย่างเป็นระบบเพื่อประเมินถึงความสามารถและทรัพยากรขององค์กร และโอกาสตลอดจนอุปสรรคที่จะเกิดขึ้นจากสภาพแวดล้อมภายนอก (วิทยา คำนวณกุล, 2456: 166) ดังนั้น การศึกษากลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ ต้องมีกระบวนการในการจัดการเชิงกลยุทธ์ โดยในกระบวนการแรกมีการประเมินศักยภาพการบริหารงานธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อให้ทราบถึงบริบทเบื้องต้นของศักยภาพความพร้อมในการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อนำไปสู่กระบวนการต่อไปคือการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ โดยวิเคราะห์

สิ่งแวดล้อมภายในหรือสิ่งแวดล้อมจุลภาค ซึ่งใช้ในการวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของในการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์จังหวัดเชียงใหม่ และการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายนอกหรือสิ่งแวดล้อมมหภาค อันได้แก่ สภาพเศรษฐกิจ สังคม การเมือง ข้อกำหนดทางกฎหมาย เทคโนโลยี และสภาพแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานขององค์กรอย่างทันที ประกอบด้วย ลูกค้า คู่แข่งขัน ตลาดแรงงาน ผู้จำหน่ายปัจจัยการผลิต กำลังการผลิต สภาพทางการทางธุรกิจระหว่างประเทศ ซึ่งนำไปใช้ในการวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ โดยการใช้กระบวนการจัดการ ซึ่งประกอบด้วย การวางแผน (planning) การจัดองค์กร (organizing) การนำ (leading) และการควบคุม (controlling) หรือ POLC เป็นตัวแปรในการวิเคราะห์ โดยมีการแยกวิเคราะห์ประเภทของธุรกิจไมซ์เป็นสี่ประเภท คือ คือ ธุรกิจการจัดประชุมขององค์กร (meetings หรือ M) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (incentives หรือ I) การจัดประชุมนานาชาติ (conventions หรือ C) และการจัดงานแสดงสินค้า (exhibitions หรือ E) เพื่อให้ได้ตำแหน่งกลยุทธ์ที่เหมาะสมเฉพาะเจาะจงในแต่ละธุรกิจ และเมื่อนำทั้งจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคมาผนวกกัน ทำให้สามารถกำหนดตำแหน่งกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ได้ และนำไปสู่การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการกำหนดกลยุทธ์ในการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ของจังหวัดต่อไป โดยมีกรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพ 11 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. ศักยภาพของการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ในระดับบุคคล (individual exchange) และระดับกลุ่ม (collective exchange) มีความแตกต่างกัน
2. ตำแหน่งกลยุทธ์ของ MICE ในแต่ละประเภทมีความแตกต่างกัน
3. ระดับการมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนกลยุทธ์การบริหารจัดการไมซ์มีความสัมพันธ์กัน

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นการวิจัยเพื่อพัฒนาโดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัย 4 ข้อ คือ

1. ประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพในการจัดการธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่
2. ศึกษาการบริหารจัดการของหน่วยงานรัฐและเอกชนที่ส่งเสริมต่อการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่
3. กำหนดตำแหน่งและพัฒนากลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ที่เหมาะสมกับจังหวัดเชียงใหม่
4. วิเคราะห์ระดับการมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่

สถานที่ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้พิจารณาและตัดสินใจเลือกสถานที่ในการดำเนินการวิจัยในจังหวัดเชียงใหม่ด้วยเหตุผลดังต่อไปนี้

1. เนื่องจากเชียงใหม่เป็นจังหวัดยอดนิยมในการจัดประชุมในภาคเหนือมีทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณี มีการเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลาย รวมถึงการเดินทางเข้าถึงที่สะดวกสบาย ซึ่งก่อให้เกิดความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวทั่วไปและผู้มาเข้าร่วมประชุม ทำให้มีนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมเยือนจังหวัดเชียงใหม่มีเฉลี่ยสองล้านกว่าคนต่อปี (เทศบาลนครเชียงใหม่, 2555: ระบบออนไลน์)
2. จังหวัดเชียงใหม่มีการก่อสร้างศูนย์ประชุมนานาชาติที่คาดว่าจะแล้วเสร็จในปี พ.ศ. 2555-2556 มีเนื้อที่ 326 ไร่ โดยใช้งบประมาณทั้งสิ้น 1,867,150,000 บาท ศูนย์ประชุมแห่งนี้สามารถรองรับคนได้กว่า 10,000 คน ซึ่งจะมีห้องประชุมใหญ่รองรับคนได้ 3,000 คน ห้องประชุมเล็ก/ย่อยต่างๆ รองรับคนได้ 3,000 คน ศูนย์/ห้องอาหาร รองรับคนได้ 2,000 คน และพื้นที่จอดรถรองรับได้ 3,000 คน และมีพื้นที่ใช้สอยต่างๆ ซึ่งถ้าไม่มีการวางแผนในการบริหารจัดการที่ดี อาจทำให้เงินลงทุนในการก่อสร้างศูนย์ประชุมนานาชาติจำนวนมหาศาลต้องสูญเปล่าไป

กลุ่มประชากรและการสุ่มตัวอย่าง

พื้นที่ที่ดำเนินการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยประชากรในจังหวัดเชียงใหม่และกรุงเทพฯ ดังนี้

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholder) ในธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ผู้บริหารระดับสูงหรือเจ้าของกิจการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยผู้วิจัยเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลแบบกลุ่มเฉพาะเจาะจง (purposive sampling) ซึ่งแบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ

1. ผู้บริหารหรือผู้จัดการ ตลอดจนเจ้าของกิจการ ห้างร้าน รวมทั้งโรงแรมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์โดยตรง ดังนี้ สถานที่จัดงานประชุม ได้แก่ โรงแรม (venue) ที่รับจัดงานธุรกิจไมซ์ ในจังหวัดเชียงใหม่จำนวน สถานที่จัดงานประเภทอื่นที่ไม่ใช่โรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้รับจัดงานประชุม (PCO) ผู้รับจัดงานแสดงสินค้ามืออาชีพ (PEO) ผู้รับจัดงาน (EMC) ในจังหวัดเชียงใหม่และในกรุงเทพมหานคร
2. บริษัทบริหารจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (DMC) ในจังหวัดเชียงใหม่ และกรุงเทพมหานคร
3. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์

วัตถุประสงค์ที่ 1 ประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพในการจัดการธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่

ผู้ให้ข้อมูล

ผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยในวัตถุประสงค์ที่ 1 แบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 ได้แก่กลุ่มผู้บริหารหรือผู้จัดการ ตลอดจนเจ้าของกิจการ ห้างร้าน รวมทั้งโรงแรมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์โดยตรง ได้แก่ สถานที่จัดงานประชุม ได้แก่ โรงแรม (venue) ที่รับจัดงานธุรกิจไมซ์ ในจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 14 แห่ง และสถานที่จัดงานประเภทอื่นที่ไม่ใช่โรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 2 แห่ง ผู้รับจัดงานประชุม (PCO) ผู้รับจัดงานแสดงสินค้ามืออาชีพ (PEO) ผู้รับจัดงาน (EMC) จำนวน 3 แห่ง ในจังหวัดเชียงใหม่ และ 12 แห่งในกรุงเทพมหานคร และกลุ่มที่ 2 ได้แก่บริษัทบริหารจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (DMC) 26 แห่งในกรุงเทพมหานคร และ 7 แห่งในจังหวัดเชียงใหม่ ตามบัญชีรายชื่อของสมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (TICA) โดยไม่มีการสุ่มตัวอย่างเนื่องจากประชากรมีไม่มากนัก

ตัวแปรและการวัดตัวแปร

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรในการศึกษาและการวัดตัวแปร ดังต่อไปนี้

1. ระดับความคิดเห็นที่มีต่อศักยภาพในการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ หมายถึง ความรู้สึกที่มีต่อศักยภาพของจังหวัดเชียงใหม่ต่อการจัดการธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่โดยมีองค์ประกอบในด้านการจัดการ ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งระดับในการวัดศักยภาพเป็น 2 องค์ประกอบ คือ 1) ศักยภาพการจัดการในระดับการแลกเปลี่ยนระดับบุคคล (individual exchange) ของธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ 2) ศักยภาพการจัดการในระดับการแลกเปลี่ยนรวมหมู่ (collective exchange) ของธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งได้กำหนดตามทีสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีที่ได้ตรวจสอบเอกสารมา โดยในแต่ละด้านมีรายละเอียดดังนี้

1.1 องค์ประกอบที่ 1 ศักยภาพการจัดการในระดับการแลกเปลี่ยนระดับบุคคล (individual exchange) ของธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยประกอบด้วยดัชนีชี้วัด 4 ด้าน ได้แก่

1.1.1 ศักยภาพด้านความปลอดภัย (safety and security)

1.1.2 ศักยภาพด้านความคุ้มค่า (value)

1.1.3 ศักยภาพด้านการจัดการบุคลากร (personal)

1.1.4 ศักยภาพด้านการจัดการด้านข้อมูล (information)

1.2 องค์ประกอบที่ 2 ศักยภาพการจัดการในระดับการแลกเปลี่ยนรวมหมู่ (collective exchange) ของธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยประกอบด้วยดัชนีชี้วัด 4 ด้าน ได้แก่

1.2.1 ศักยภาพในการจัดการด้านสถานที่จัดงาน (venues)

1.2.2 ศักยภาพในการจัดการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (facilities)

1.2.3 ศักยภาพในการจัดการด้านสิ่งดึงดูดใจ (tourist attraction)

1.2.4 ศักยภาพในด้านความร่วมมือ (cooperation)

โดยผู้วิจัยได้มีการกำหนดคะแนนในการวัดระดับความคิดเห็นที่มีต่อศักยภาพการจัดการธุรกิจไมซ์ในแต่ละข้อความเป็น 3 ระดับ คือ ระดับมาก = 3 คะแนน ระดับปานกลาง = 2 คะแนน และระดับน้อย = 1 คะแนน แล้วนำมาหาค่าเฉลี่ย คือ

$$\begin{aligned}\text{ความกว้างของอันตรภาพชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด}-\text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{3-1}{3} \\ &= 0.66\end{aligned}$$

เกณฑ์การแปลช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
2.34 - 3.00	มีศักยภาพในระดับมาก
1.67 - 2.33	มีศักยภาพในระดับปานกลาง
1.00 - 1.66	มีศักยภาพในระดับน้อย

จากนั้นนำคะแนนมาวิเคราะห์เพื่อวัดระดับความคิดเห็นที่มีต่อศักยภาพการจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่โดยการหาค่า ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และนำค่าคะแนนมาหาเกณฑ์มาตรฐานในการกำหนดระดับความคิดเห็นที่มีต่อศักยภาพของการจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่

2. การหาค่าแตกต่างระหว่างศักยภาพการจัดการในระดับการแลกเปลี่ยนระดับบุคคล (individual exchange) ของธุรกิจไมซ์และศักยภาพการจัดการในระดับการแลกเปลี่ยนรวมหมู่ (collective exchange) ของธุรกิจไมซ์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลสำหรับวัตถุประสงค์ที่ 1 นั้น คือ ผู้วิจัยเลือกใช้แบบสอบถามในการรวบรวมความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพในการจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่โดยแบ่งแบบสอบถาม ออกเป็น 2 ชุด คือ แบบสอบถามที่เก็บข้อมูลจากกลุ่มสถานที่จัดงาน ผู้รับจัดงานประชุม ผู้รับจัดงานมืออาชีพ ผู้รับจัดงานพิธีการ และ กลุ่มบริษัทบริหารจัดการท่องเที่ยว โดยแบบสอบถามมีทั้งสิ้น 3 ตอน คือ

1. ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป
2. ข้อมูลระดับความคิดเห็นศักยภาพการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่โดยจำแนกออกเป็น 2 ส่วนคือ

2.1 ศักยภาพการจัดการในระดับการแลกเปลี่ยนระดับบุคคล (individual exchange) ของธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีองค์ประกอบ 4 ด้าน คือ 1) การจัดการด้านความปลอดภัย (safety and security) 2) การจัดการความคุ้มค่า (value) 3) การจัดการด้านบุคลากร (personal) 4) การจัดการด้านข้อมูล (information)

2.2 ศักยภาพการจัดการในระดับการแลกเปลี่ยนรวมหมู่ของธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีองค์ประกอบสี่ด้านคือ 1) การจัดการด้านสถานที่จัดงาน (venues) 2) การจัดการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (facilities) 3) การจัดการด้านสิ่งดึงดูดใจ (tourist attraction) 4) การจัดการด้านความร่วมมือ (cooperation)

3. ข้อมูลและคำแนะนำเพิ่มเติม

โดยนักวิจัยได้ส่งแบบสอบถามไปให้แก่ผู้ให้ข้อมูลโดยส่วนหนึ่งนำไปฝากไว้ ณ สถานที่ทำงานของผู้ให้ข้อมูลและส่วนหนึ่งที่อยู่กรุงเทพมหานคร นักวิจัยได้ส่งแบบสอบถามไปทางไปรษณีย์

การทดสอบเครื่องมือ

การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือในวัตถุประสงค์ที่ 1 สำหรับการรวบรวมข้อมูลที่ทำกรวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการทดสอบด้วยวิธีการ 2 ส่วน ดังนี้

1. การทดสอบความตรงตามเนื้อหา (content of validity) ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามและนำแบบสอบถามเสนอต่อประธานกรรมการ คณะกรรมการที่ปรึกษางานวิจัย และผู้บริหารระดับสูงที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ เพื่อพิจารณาความถูกต้องในการใช้ภาษาของคำถาม ตรงตามเนื้อหาและครอบคลุมประเด็นที่ต้องการศึกษา จากนั้นจะนำไปปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ

2. การทดสอบความเที่ยง (reliability) โดยผู้วิจัยนำเครื่องมือชุดที่ 1 ที่ผ่านการทดสอบจากคณะกรรมการที่ปรึกษาแล้ว ไปทดสอบ (pre-test) กับกลุ่มผู้บริหารหรือผู้จัดการ ตลอดจนเจ้าของกิจการ ห้างร้าน รวมทั้งโรงแรมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์แต่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 15 ชุด และกลุ่มบริษัทนำเที่ยวจำนวน 15 ชุด จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าความเที่ยงของแบบสอบถามโดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2531: 132-133) ซึ่งมีสูตรดังนี้

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left\{ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right\}$$

โดยให้

α	หมายถึง	สัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น
n	หมายถึง	จำนวนข้อ
s_i^2	หมายถึง	ค่าความแปรปรวนแต่ละข้อ
s_t^2	หมายถึง	ค่าความแปรปรวนทั้งฉบับ

ผลการทดสอบพบว่า ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามกับกลุ่มสถานที่จัดงาน ประชุม ผู้รับจัดงานประชุม ผู้รับจัดงานมืออาชีพ ผู้รับจัดงานนิทรรศการ มีค่าเท่ากับ 0.978 และ

กลุ่มบริษัทนำเที่ยวได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.926 ซึ่งถือว่าแบบสอบถามมีความแน่นอนคงที่และอยู่ในเกณฑ์ที่สามารถนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมในวัตถุประสงค์ที่ 1 ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเองและมีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

1. เก็บรวบรวมข้อมูลเอกสารจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ เช่น ผลงานวิจัย ตำรา บทความต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยครั้งนี้ รวมถึงแหล่งข้อมูลอื่น เช่น เว็บไซต์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์
2. ผู้วิจัยได้ทำหนังสือในนามโครงการบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยแม่โจ้ถึงกลุ่มผู้ให้ข้อมูลเพื่อขออนุญาตและขอความร่วมมือในการกรอกแบบสอบถาม
3. ดำเนินการส่งแบบสอบถาม โดยทั้งนี้สถานประกอบการที่อยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ผู้วิจัยได้นำไปฝากไว้ ณ สถานประกอบการนั้นด้วยตนเอง โดยมีการโทรศัพท์นัดหมายล่วงหน้าในการนำแบบสอบถามไปฝากไว้ และในส่วนของสถานประกอบการที่มีที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้ใส่ซองติดแสตมป์และส่งไปทางไปรษณีย์
4. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยสถานประกอบการที่อยู่ในเชียงใหม่ ผู้วิจัยได้ดำเนินการรวบรวมแบบสอบถามจากสถานประกอบการที่ได้นำฝากไว้ ส่วนสถานประกอบการที่มีที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร แบบสอบถามที่ส่งกลับมามีจำนวนน้อยมากและค่อนข้างใช้เวลานานผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการโทรศัพท์ไปสอบถาม ณ สถานประกอบการที่ยังไม่ได้ส่งเอกสารกลับ และข้อมูลในแบบสอบถามบางส่วนที่ยังไม่ครบถ้วน ผู้วิจัยได้ดำเนินโทรศัพท์ไปสอบถามในข้อมูลนั้นเพิ่มเติมเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนและสมบูรณ์

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การหาค่าคะแนนความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพในการจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่หลังจากที่ได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการใช้แบบสอบถาม ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบความถูกต้องและนำมาวิเคราะห์ข้อมูล โดยผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ (frequency) ร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) เพื่อใช้บรรยายระดับความคิดเห็นของศักยภาพการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่

2. การหาค่าความแตกต่างระหว่างศักยภาพการจัดการในระดับการแลกเปลี่ยนระดับบุคคล (individual exchange) ของธุรกิจไมซ์และศักยภาพการจัดการในระดับการแลกเปลี่ยนรวมหมู่ (collective exchange) ของธุรกิจไมซ์ โดยผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ กระบวนการทางสถิติ t-test Dependent ซึ่งเป็นการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสองค่าว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่ โดยเป็นการหาค่าความแตกต่างในนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยค่าเฉลี่ยทั้งสองที่ได้นี้วัดจากกลุ่มตัวอย่างที่สัมพันธ์กัน โดยมีสูตรคำนวณดังนี้ พวงรัตน์ ทวีรัตน์ (2543: 165)

$$t = \frac{\sum D}{\frac{\sqrt{N \sum D^2 - (\sum D)^2}}{N - 1}}$$

$$df = n - 1$$

$$D = \text{ผลต่างของคะแนนในแต่ละคู่}$$

$$n = \text{จำนวนคู่}$$

วัตถุประสงค์ที่ 2 วิเคราะห์นโยบายของหน่วยงานรัฐและเอกชนที่ส่งเสริมต่อการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่

นโยบายของหน่วยงานรัฐและเอกชนที่ส่งเสริมต่อการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ หมายถึง การวิเคราะห์นโยบายของหน่วยงานของรัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ว่ามีนโยบายและการบริหารจัดการอย่างไรในการรองรับการเป็นนครแห่งไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ โดยนำทฤษฎีการบริหารจัดการของ Drucker (เจริญผล สุวรรณโชติ, 2544: 234-235) มาใช้คือ 1) การวางแผน (planning) 2) การจัดองค์กร (organizing) 3) การนำ (leading) และ 4) การควบคุม (controlling) เป็นเกณฑ์ในการสัมภาษณ์เกี่ยวกับนโยบายของหน่วยงานรัฐและเอกชนในการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้แบบสัมภาษณ์ที่มีเค้าโครงคำถาม (structured interview schedule) และเปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลได้แสดงความคิดเห็นในบริบทนโยบายของรัฐและเอกชนต่อการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่

ผู้ให้ข้อมูล

วัตถุประสงค์ที่ 2 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลคือ กลุ่มที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับธุรกิจไมซ์ใน จังหวัดเชียงใหม่ อันประกอบด้วย กลุ่มองค์กรภาครัฐและกลุ่มองค์กรเอกชน ดังนี้ กลุ่มหน่วยงาน ภาครัฐ จำนวน 8 แห่ง อันประกอบด้วย 1) สำนักงานจังหวัดเชียงใหม่ 2) สำนักงานพาณิชย์จังหวัด เชียงใหม่ 3) องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่ 4) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 5) สำนักงาน ตรวจคนเข้าเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 6) สำนักงานพัฒนาพิงก์พระนคร (องค์กรมหาชน) 7) อุทยาน หลวงราชพลูภัย 8) มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ กลุ่มภาคเอกชน จำนวน 16 แห่ง ประกอบด้วย 1) โรงแรมโลดัส ปางสวนแก้ว 2) โรงแรมเซนทารา ดวงตะวัน 3) โรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ เชียงใหม่ 4) โรงแรมเลอ เมริเดียน เชียงใหม่ 5) โรงแรมแซงกักรา เชียงใหม่ 6) โรงแรมเชียงใหม่ แกรนด์วิว 7) โรงแรมเอมเพรส เชียงใหม่ 8) ศูนย์ประชุมธุรกิจ (เชียงใหม่ ฮอลล์) 9) สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัด เชียงใหม่ 10) สมาคมมัคคุเทศก์ จังหวัดเชียงใหม่ 11) บริษัท IDEXT MICE & TRAVEL agency จำกัด 12) หอการค้าจังหวัดเชียงใหม่ 13) บริษัท Northern Smile จำกัด 14) บริษัท TOP Holidays จำกัด 15) บริษัท Exotismo Travel Thailand จำกัด สาขาเชียงใหม่ 16) บริษัท Siam Exhibition Business Event Thailand จำกัด รวมทั้งสิ้น 24 แห่ง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์ซึ่งผู้วิจัยสร้างตามวัตถุประสงค์โดยถามเกี่ยวกับนโยบาย ของหน่วยงานของรัฐและหน่วยงานเอกชนในการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่กับ กลุ่มประชากร โดยเป็นแบบสัมภาษณ์ที่มีเค้าโครงคำถาม (structured interview schedule) และเปิด โอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลได้แสดงความคิดเห็นในบริบทนโยบายของรัฐและเอกชนต่อการบริหาร จัดการธุรกิจไมซ์ และใช้แบบสอบถามเพื่อนำไปสัมภาษณ์เพื่อถามข้อมูลในเชิงลึกเกี่ยวกับการ บริหารจัดการขององค์กรโดยแยกออกมาเป็น 4 ประเภท คือ ธุรกิจการจัดประชุมขององค์กร (meetings หรือ M) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (incentives หรือ I) การจัดประชุมนานาชาติ (conventions หรือ C) และการจัดงานแสดงสินค้า (exhibitions หรือ E) โดยมีการใช้เกณฑ์ในการ ประเมินค่า โดยให้คะแนนอยู่ 3 ระดับ คือ มาก = 3 ปานกลาง = 2 น้อย = 1 แล้วนำมาหาค่าเฉลี่ย คือ

$$\text{ความกว้างของอันตรภาพชั้น} = \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด}-\text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$= \frac{3-1}{3}$$

$$= 0.66$$

2.34 - 3.00	มีความเป็นไปได้ในระดับมาก
1.67 - 2.33	มีความเป็นไปได้ในระดับปานกลาง
1.00 - 1.66	มีความเป็นไปได้ระดับน้อย

การทดสอบเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในวัตถุประสงค์ที่ 2 นี้คือ แบบสัมภาษณ์ที่มีเค้าโครงคำถาม เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการนำไปใช้ จึงมีการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือสำหรับการรวบรวมข้อมูลที่ทำกรวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยจะดำเนินการทดสอบด้วยวิธีการ 2 ส่วน ดังนี้

1. การทดสอบความตรงตามเนื้อหา (content of validity) ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามและนำแบบสอบถามเสนอต่อประธานกรรมการ คณะกรรมการที่ปรึกษางานวิจัย และผู้บริหารระดับสูงที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ เพื่อพิจารณาความถูกต้องในการใช้ภาษาของคำถาม ตรงตามเนื้อหาและครอบคลุมประเด็นที่ต้องการศึกษา จากนั้นจะนำไปปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ
2. การทดสอบความเที่ยง (reliability) โดยผู้วิจัยนำเครื่องมือชุดที่ 2 ที่ผ่านการทดสอบจากคณะกรรมการที่ปรึกษาแล้ว ไปทดสอบ (pre-test) กับกลุ่มผู้บริหารหรือผู้จัดการ ตลอดจนเจ้าของกิจการ ห้างร้าน รวมทั้งโรงแรมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ซึ่งไม่ใช่กลุ่มประชากรจำนวน 10 ชุด จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าความเที่ยงของแบบสอบถามโดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient) พวงรัตน์ ทวีรัตน์ (2531: 132-133) ซึ่งมีสูตรดังนี้

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left\{ 1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right\}$$

โดยให้

α	หมายถึง	สัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น
n	หมายถึง	จำนวนข้อ
s_i^2	หมายถึง	ค่าความแปรปรวนแต่ละข้อ
s_t^2	หมายถึง	ค่าความแปรปรวนทั้งฉบับ

ผลการทดสอบพบว่าค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเพื่อนำไปสัมภาษณ์นั้น ทางผู้วิจัยได้แบ่งแบบสอบถามสำหรับการทดสอบค่าความเชื่อมั่นเป็น 4 ส่วน คือ 1) การวางแผน (planning) 2) การจัดองค์กร (organizing) 3) การนำ (leading) 4) การควบคุม (controlling) โดยในส่วนของการวางแผน ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.872 การจัดองค์กร ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.913 การนำ ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.907 และการควบคุม ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.919 ซึ่งถือว่าแบบสอบถามมีความแน่นอนคงที่และอยู่ในเกณฑ์ที่สามารถนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการสร้างเครื่องมือในการวิจัยโดยการสร้างแบบสัมภาษณ์อย่างลึกซึ้ง (dept interview) และแบบสอบถามเพื่อนำไปสัมภาษณ์ โดยผู้วิจัยได้ทำหนังสือในนามคณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholders) ของธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อขออนุญาตและขอความร่วมมือในสัมภาษณ์คิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายของหน่วยงานของรัฐและหน่วยงานเอกชนในการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ โดยเป็นแบบสัมภาษณ์ที่มีเค้าโครงคำถาม (structured interview schedule) และเปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลได้แสดงความคิดเห็นในบริบทนโยบายของรัฐและเอกชนต่อการจัดการธุรกิจไมซ์

การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากที่ได้ดำเนินการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลทั้ง 24 คนแล้ว ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลในการสัมภาษณ์โดยใช้การพรรณนา และในส่วนของแบบสอบถามเพื่อนำไปสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ (frequency) ร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) และใช้บรรยายร่วมกับแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับนโยบายของหน่วยงานรัฐและเอกชนที่ส่งเสริมต่อการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่

วัตถุประสงค์ที่ 3 กำหนดตำแหน่งและพัฒนากลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ที่เหมาะสมกับจังหวัดเชียงใหม่

ตำแหน่งกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ที่เหมาะสมกับจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีดัชนีชี้วัดในการประเมินทั้งสี่ด้าน ได้แก่ 1) การวางแผน (planning) 2) การจัดองค์กร (organizing) 3) การนำ (leading) 4) การควบคุม (controlling)

โดยในแผนการจัดการธุรกิจไมซ์ หมายถึง แผนงานที่กำหนดขึ้นมาโดยอยู่บนพื้นฐานการวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของของธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ด้วยการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายใน และโอกาสอุปสรรคด้วยการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายนอกของธุรกิจไมซ์จังหวัดเชียงใหม่ โดยครอบคลุมดังนี้

1. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน (internal environment) เป็นการวิเคราะห์จุดแข็ง (strength) จุดอ่อน (weakness) ของธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ลูกค้า คู่แข่งขัน ตลาดแรงงาน ผู้ขายปัจจัยในการผลิต
2. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (external environment) เพื่อระบุถึงโอกาส (opportunities) และอุปสรรค (threats) ของธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยสภาพแวดล้อมภายนอก ได้แก่ 1) สถานะเศรษฐกิจ (economic) 2) สังคม (social) 3) การเมือง (political) 4) ข้อกำหนดทางกฎหมาย (legal) และ 5) เทคโนโลยี (technology) ทั้งนี้ได้มีในการวิเคราะห์จะได้แยกการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในแต่ละประเภทของธุรกิจไมซ์ ซึ่งจะแยกออกมาได้สี่ประเภท คือ ธุรกิจการจัดประชุมขององค์กร (meetings หรือ M) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (incentives หรือ I) การจัดประชุมนานาชาติ (conventions หรือ C) และการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (exhibitions หรือ E) โดยในแต่ละตัวดัชนีชี้วัด ผู้วิจัยจะให้ผู้ใช้ข้อมูลระบุจุดแข็ง (strengths) จุดอ่อน (weakness) โอกาส (opportunities) และอุปสรรค (threats) ซึ่งปัจจัยดังกล่าวจะนำมาซึ่งข้อมูลที่จะนำไปใช้ในการกำหนดตำแหน่งกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ต่อไป โดยมีการใช้เกณฑ์ในการประเมินค่า โดยให้คะแนนอยู่ 3 ระดับ คือ มาก = 3 ปานกลาง = 2 น้อย = 1 แล้วนำมาหาค่าเฉลี่ย คือ

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของอันตรภาพขั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด}-\text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนขั้น}} \\
 &= \frac{3-1}{3} \\
 &= 0.66
 \end{aligned}$$

2.34 - 3.00	มีความสำคัญในระดับมาก
1.67 - 2.33	มีความสำคัญในระดับปานกลาง
1.00 - 1.66	มีความสำคัญในระดับน้อย

จากนั้นนำคะแนนที่ได้มาหาค่าเฉลี่ยรวมของแต่ละปัจจัย และกำหนดค่าถ่วงน้ำหนัก (weighted score) ซึ่งในแต่ละประเด็นได้กำหนดค่าถ่วงน้ำหนักรวมเท่ากับ 1 และนำค่าคะแนนถ่วงน้ำหนักที่ได้มาหาค่าคะแนนเฉลี่ยรวมในแต่ละด้าน เพื่อกำหนดตำแหน่งกลยุทธ์และการประเมินการปฏิบัติการ (the strategic position and action evaluation – SPACE Matrix) จากนั้นจะกำหนดตำแหน่งกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไม่ซ้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ โดยจะใช้วิธี TOWS Matrix ซึ่งก็คือ นำคะแนนที่ได้มาจากการทำ SWOT เพื่อนำมากำหนดกลยุทธ์ เป็นการวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคทางสภาพแวดล้อมเพื่อใช้ในการกำหนดทางเลือกได้ 4 ประการ (four alternative strategies) ดังนี้

1. กลยุทธ์ SO หมายถึง ธุรกิจมีจุดแข็งและมีโอกาสในการเจริญเติบโตได้อีก ทำให้ธุรกิจสามารถขยายการลงทุนเพิ่มได้อีก เพิ่มการผลิต ขยายตลาดให้เพิ่มขึ้นได้ตามโอกาสที่เอื้ออำนวย สามารถใช้กลยุทธ์เชิงรุก (proactive strategy)
2. กลยุทธ์ ST หมายถึง ธุรกิจมีจุดแข็ง แต่มีอุปสรรคจากคู่แข่งหรือปัจจัยอื่นๆ ธุรกิจจึงควรหลีกเลี่ยงอุปสรรค อาจหันไปจับกลุ่มลูกค้ากลุ่มอื่นแทน สามารถใช้กลยุทธ์ (blue ocean strategy) หรือกลยุทธ์น่านน้ำสีคราม หลักการสำคัญคือ การสร้างตลาดใหม่เพื่อหลีกเลี่ยงการแข่งขัน
3. กลยุทธ์ WO หมายถึง ธุรกิจมีจุดอ่อนแต่มีโอกาสที่ดีเอื้ออำนวยในธุรกิจ เช่น ขาดเงินทุน หรือขาดความเชี่ยวชาญในการผลิต หรืออาจมีจุดอ่อนอื่นๆ ที่ทำให้ไม่สามารถคงอยู่ได้ ธุรกิจควรค้นหาวิธีในการเปลี่ยนจุดอ่อนให้เป็นจุดแข็ง เพราะยังมีโอกาสหรือช่องทางในการทำธุรกิจอยู่มาก อาจแสวงหาความร่วมมือกับองค์กรอื่นเพื่อเสริมจุดอ่อนให้ดีขึ้น (strategic alliance)
4. กลยุทธ์ WT เป็นสภาวะการณ์ที่เลวร้ายที่สุด เพราะนอกจากธุรกิจจะมีจุดอ่อนในตนเองแล้ว ยังมีอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจด้วย จึงควรพิจารณาเลิกกิจการหรือแสวงหาความร่วมมือกับธุรกิจอื่น สามารถใช้กลยุทธ์ตั้งรับ (defender strategy) ซึ่งหมายถึงธุรกิจจะต้องพยายามหาจุดอ่อนของตนเองอยู่ตลอดเวลาเพื่อสกัดคู่แข่งเมื่อถูกโจมตีหรือพยายามเปลี่ยนจุดอ่อนของตนเองให้เป็นจุดแข็ง

ผู้ให้ข้อมูล

วัตถุประสงค์ที่ 3 กลุ่มผู้ให้ข้อมูล คือ กลุ่มที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ อันประกอบด้วย กลุ่มองค์กรภาครัฐและกลุ่มองค์กรเอกชน ดังนี้ กลุ่มหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 7 แห่ง กลุ่มและภาคเอกชน จำนวน 15 แห่ง จำนวน 22 คน ซึ่งเป็นกลุ่มเดียวกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลในวัตถุประสงค์ที่ 2

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลสำหรับวัตถุประสงค์ที่ 3 คือ แบบสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ โดยแบ่งขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยเข้าพบผู้ให้ข้อมูล คือ ประชากรที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (internal and external environment analysis) ของธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก โดยมีดัชนีชี้วัดในการประเมินทั้งสิ้นสี่ด้าน ได้แก่ 1) การวางแผน (planning) 2) การจัดองค์กร (organizing) 3) การนำ (leading) 4) การควบคุม (controlling) ของแต่ละประเภทคือ M I C และ E ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ได้แก่

1. การวางแผน (planning) ได้แก่

ตอนที่ 1.1 การประเมินจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ในการวางแผน ของ M (meeting)

ตอนที่ 1.2 การประเมินจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ในการวางแผน ของ I (incentive)

ตอนที่ 1.3 การประเมินจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ในการวางแผน ของ C (convention)

ตอนที่ 1.4 การประเมินจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ในการวางแผน ของ E (exhibition)

2. การจัดองค์กร (organizing)

ตอนที่ 2.1 การประเมินจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ในการจัดองค์กร ของ M (meeting)

ตอนที่ 2.2 การประเมินจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ในการจัด
องค์กร ของ I (incentive)

ตอนที่ 2.3 การประเมินจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ในการจัด
องค์กร ของ C (convention)

ตอนที่ 2.4 การประเมินจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ในการจัด
องค์กร ของ E (exhibition)

3. การนำ (Leading)

ตอนที่ 2.1 การประเมินจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ในการนำ
ของ M (meeting)

ตอนที่ 2.2 การประเมินจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ในการนำ
ของ I (incentive)

ตอนที่ 2.3 การประเมินจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ในการนำ
ของ C (convention)

ตอนที่ 2.4 การประเมินจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ในการนำ
ของ E (exhibition)

4. การควบคุม (controlling)

ตอนที่ 4.1 การประเมินจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ในการ
ควบคุมของ M (meeting)

ตอนที่ 4.2 การประเมินจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ในการ
ควบคุม ของ I (incentive)

ตอนที่ 4.3 การประเมินจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ในการ
ควบคุมของ C (convention)

ตอนที่ 4.4 การประเมินจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ในการ
ควบคุมของ E (exhibition)

ขั้นตอนที่ 2 ผู้วิจัยนำผลการสรุปที่ได้จากขั้นตอนที่ 1 มาประชุมร่วมกับกลุ่ม
ประชากรเพื่อร่วมกันวิเคราะห์ในแต่ละด้าน โดยกำหนดค่าคะแนนถ่วงน้ำหนักในแต่ละประเด็น
(weighted score) ซึ่งในแต่ละประเด็นมีค่าถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 1 โดยนำค่าคะแนนถ่วงน้ำหนักรวมที่
ได้มาหาค่าเฉลี่ยแต่ละประเด็น แล้วจัดทำ space matrix เพื่อระบุตำแหน่งทางการตลาดของแต่ละ
ธุรกิจ

ขั้นตอนที่ 3 ผู้วิจัยหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของการบริหารจัดการของธุรกิจไมซ์โดยมีดัชนีชี้วัดในการหาค่าความสัมพันธ์ทั้งสี่ด้าน ได้แก่ 1) การวางแผน (planning) 2) การจัดองค์กร (organizing) 3) การนำ (leading) 4) การควบคุม (controlling) ของแต่ละประเภทคือ M I C และ E

การทดสอบเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในวัตถุประสงค์ที่ 3 นี้คือ แบบสัมภาษณ์ที่มีเค้าโครงคำถาม เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการนำไปใช้ จึงมีการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือสำหรับการรวบรวมข้อมูลที่ทำกรวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการทดสอบด้วยวิธีการ 2 ส่วน ดังนี้

1. การทดสอบความตรงตามเนื้อหา (content of validity) ผู้วิจัยได้สร้างแบบสัมภาษณ์และนำแบบสัมภาษณ์เสนอต่อประธานกรรมการ คณะกรรมการที่ปรึกษางานวิจัย และผู้บริหารระดับสูงที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ เพื่อพิจารณาความถูกต้องในการใช้ภาษาของคำถาม ตรงตามเนื้อหาและครอบคลุมประเด็นที่ต้องการศึกษา จากนั้นได้นำไปปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ
2. การทดสอบความเที่ยง (reliability) โดยผู้วิจัยนำเครื่องมือชุดที่ 3 ที่ผ่านการทดสอบจากคณะกรรมการที่ปรึกษาแล้ว ไปทดสอบ (pre-test) กับกลุ่มผู้บริหารหรือผู้จัดการ ตลอดจนเจ้าของกิจการ ห้างร้าน รวมทั้งโรงแรมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ซึ่งไม่ใช่กลุ่มประชากรจำนวน 15 ชุด จากนั้นนำข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์หาค่าความเที่ยงของแบบสอบถามโดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) พวงรัตน์ ทวีรัตน์ (2531: 132-133) ซึ่งมีสูตรดังนี้

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left\{ 1 - \frac{\sum s^2}{\sum x^2} \right\}$$

โดยให้

α	หมายถึง	สัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น
n	หมายถึง	จำนวนข้อ
s^2_i	หมายถึง	ค่าความแปรปรวนแต่ละข้อ
s^2_x	หมายถึง	ค่าความแปรปรวนทั้งฉบับ

ผลการทดสอบพบว่าค่าความเชื่อมั่นของแบบสัมภาษณ์เพื่อนำไปสัมภาษณ์นั้นทางผู้วิจัยได้แบ่งแบบสอบถามสำหรับการทดสอบค่าความเชื่อมั่นจำนวน 15 ชุด ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.987 ซึ่งถือว่าแบบสอบถามมีความแน่นอนคงที่และอยู่ในเกณฑ์ที่สามารถนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมในวัตถุประสงค์ที่ 3 ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเองและมีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

1. เก็บรวบรวมข้อมูลเอกสารจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ เช่น ผลงานวิจัย ตำรา บทความต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยครั้งนี้ รวมถึงจากข้อมูลจากผู้วิจัยได้สัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูล
2. สร้างเครื่องมือในการวิจัยและทดสอบเครื่องมือทั้งความตรง (validity) และความเชื่อมั่น (reliability) โดยการทดสอบความตรงทางเนื้อหา (content validity)
3. ดำเนินการระดมสมอง (brainstorming) กับกลุ่มประชากร ทั้งนี้ผู้ให้ข้อมูลที่ไม่สามารถมาร่วมระดมสมองได้ ผู้วิจัยได้ไปสัมภาษณ์เป็นรายบุคคลโดยมีแบบสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นในการระดมสมองเป็นแบบสัมภาษณ์
4. ผู้วิจัยได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูลจากการระดมสมองมาวิเคราะห์ในการหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของธุรกิจไมซ์และระบุตำแหน่งทางการตลาดของธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำผลการรวบรวมที่ได้จากการระดมสมองมาวิเคราะห์ในแต่ละด้าน ดังนี้

1. สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละเพื่อใช้ในการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายในและภายนอกของธุรกิจในแต่ละดัชนีชี้วัดในแต่ละประเภทอันประกอบด้วย 1) การวางแผน (planning) 2) การจัดองค์กร(organizing) 3) การนำ (leading) 4) การควบคุม (controlling) แต่ละประเภทของธุรกิจไมซ์
2. การกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ โดยผู้ให้ข้อมูลได้วิเคราะห์ในแต่ละด้าน และกำหนดค่าคะแนนถ่วงน้ำหนักในแต่ละประเด็นจากนั้นนำค่าคะแนนถ่วงน้ำหนักรวมที่ได้หาค่าเฉลี่ยแต่ละประเด็น (weighted score) ซึ่งแต่ละประเด็นมีค่าถ่วง

นำหนักเท่ากับ 1 แล้วจัดทำ space matrix เพื่อระบุตำแหน่งทางการตลาดของธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่

3. สร้างตาราง matrix ของแต่ละประเด็นโดยนำจุดแข็ง จุดอ่อน ที่เรียงคะแนนไว้อยู่ในแนวนอน ส่วนโอกาสและอุปสรรคที่เรียงคะแนนไว้ให้อยู่ในแนวตั้งตาม space matrix แล้วเลือกเฉพาะจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ที่มีระดับคะแนนมากและปานกลาง (ค่าคะแนนระหว่าง 1.67 – 3.00) ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในส่วนของคุณจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ที่มีคะแนนระดับปานกลางถึงระดับน้อย (1.00-1.66) โดยไม่นำมาพิจารณา จากนั้นจับคู่ (SWOT matching) ในแต่ละประเด็น

4. การหาค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson product moment correlation) เพื่อหาความสัมพันธ์ของการบริหารจัดการโดยมีดัชนีชี้วัดในแต่ละประเภทอันประกอบด้วย 1) การวางแผน (planning) 2) การจัดองค์กร(organizing) 3) การนำ (leading) 4) การควบคุม (controlling) ของแต่ละประเภทของธุรกิจ MICE คือ ธุรกิจการจัดประชุมขององค์กร (meetings หรือ M) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (incentives หรือ I) การจัดประชุมนานาชาติ (conventions หรือ C) และการจัดงานแสดงสินค้า (exhibitions หรือ E) พวงรัตน์ ทวีรัตน์ (2543: 144-145) โดยมีสูตรดังนี้

$$r \text{ หรือ } r_{xy} = \frac{N \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

เมื่อ r หรือ r_{xy} = สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร X กับตัวแปร Y

N = จำนวนคนหรือจำนวนคู่ของข้อมูล

$\sum X$ = ผลรวมของคะแนนดิบของตัวแปร X

$\sum Y$ = ผลรวมของคะแนนดิบของตัวแปร Y

$\sum XY$ = ผลรวมของผลคูณของคะแนนตัวแปร X และคะแนนตัวแปร Y

เป็นคู่ๆ ในรูปคะแนนดิบ

$\sum X^2$ = ผลรวมของกำลังสองของคะแนนดิบตัวแปร X

$\sum Y^2$ = ผลรวมของกำลังสองของคะแนนดิบตัวแปร Y

วัตถุประสงค์ที่ 4 วิเคราะห์ระดับการมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่

ระดับการมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ หมายถึง การเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดแผนกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์โดยใช้ทฤษฎีของ Cohen and Huhoff ตั้งแต่ส่วนร่วมในการตัดสินใจ ส่วนร่วมในการดำเนินงาน ส่วนร่วมในการรักษาผลประโยชน์ สำหรับเกณฑ์การประเมินค่าคะแนนที่ได้จากการวัดข้อมูลเป็นการวัดข้อมูลประเภทอัตราภาคขั้น (interval scale) ซึ่งผู้วิจัยใช้สูตรในการคำนวณหาความกว้างของขั้นดังนี้

$$\begin{aligned}\text{ความกว้างของอัตราภาคขั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด}-\text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนขั้น}} \\ &= (5-1) / 5 \\ &= 0.8\end{aligned}$$

ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง การมีส่วนร่วมอยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง การมีส่วนร่วมอยู่ในระดับมาก

ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง การมีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง การมีส่วนร่วมอยู่ในระดับน้อย

ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง การมีส่วนร่วมอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ผู้ให้ข้อมูล

กลุ่มผู้ให้ข้อมูล คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ อันประกอบด้วย กลุ่มองค์กรภาครัฐและกลุ่มองค์กรเอกชน ทั้งนี้เนื่องจากไม่ทราบจำนวนของกลุ่มประชากรที่แน่นอน (infinite population) ผู้วิจัยจึงได้มีการสุ่มตัวอย่างตามกลุ่มประชากรที่รู้จักธุรกิจไมซ์ โดยได้กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 37 ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้สูตรในการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างคือ

$$n = \frac{Z^2 P(1-P)}{D^2}$$

เมื่อ

D แทน ค่าความคลาดเคลื่อนในที่นี่ ใช้ 0.05

P แทน ร้อยละของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ในที่นี้เหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นร้อยละ 27

Z แทน 1.960

จึงคำนวณได้

$$n = \frac{(1.960)^2 (0.03) (0.97)}{(0.05)^2}$$

$$= 44.767$$

ทั้งนี้ผู้วิจัยเก็บกลุ่มตัวอย่างคือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ ได้จำนวนทั้งสิ้น 308 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเพื่อวัดระดับการมีส่วนร่วม ในการพัฒนาแผนกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยผู้วิจัยใช้แบบสอบถามวิเคราะห์ระดับการมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนกับกลุ่มประชากร เพื่อหาระดับการมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามการมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีดัชนีชี้วัดในการประเมินการมีส่วนร่วมทั้งสิ้นสามด้าน ได้แก่ 1) การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ 2) การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน 3) การมีส่วนร่วมในการรักษาผลประโยชน์

การทดสอบเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในวัตถุประสงค์ที่ 3 นี้ คือ แบบสอบถามที่มีเค้าโครงคำถาม เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการนำไปใช้ จึงมีการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือสำหรับการรวบรวมข้อมูลที่ทำกรวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการทดสอบด้วยวิธีการ 2 ส่วน ดังนี้

1 การทดสอบความตรงตามเนื้อหา (content of validity) ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามและนำแบบสอบถามนำเสนอต่อประธานกรรมการ คณะกรรมการที่ปรึกษางานวิจัย และผู้บริหาร

ระดับสูงที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ เพื่อพิจารณาความถูกต้องในการใช้ภาษาของคำถาม ตรงตามเนื้อหาและครอบคลุมประเด็นที่ต้องการศึกษา จากนั้นจะนำไปปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ

2. การทดสอบความเที่ยง (reliability) โดยผู้วิจัยนำเครื่องมือชุดที่ 4 ที่ผ่านการทดสอบจากคณะกรรมการที่ปรึกษาแล้ว ไปทดสอบ (pre-test) กับกลุ่มผู้บริหารหรือผู้จัดการ ตลอดจนเจ้าของกิจการ ห้างร้าน รวมทั้งบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ซึ่งไม่ใช่กลุ่มประชากร จำนวน 15 ชุด จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าความเที่ยงของแบบสอบถามโดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient) พวงรัตน์ ทวีรัตน์ (2531: 132-133) ซึ่งมีสูตรดังนี้

$$\alpha = \left\{ \frac{n}{n-1} \right\} 1 - \frac{\sum s^2}{\sum s^2}$$

โดยให้

α	หมายถึง	สัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น
n	หมายถึง	จำนวนข้อ
s^2_i	หมายถึง	ค่าความแปรปรวนแต่ละข้อ
s^2_t	หมายถึง	ค่าความแปรปรวนทั้งฉบับ

ผลการทดสอบพบว่าค่าความเชื่อมั่นของแบบสัมภาษณ์เพื่อนำไปสัมภาษณ์นั้น ทางผู้วิจัยได้แบ่งแบบสอบถามสำหรับการทดสอบค่าความเชื่อมั่นจำนวน 15 ชุด ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.944 ซึ่งถือว่าแบบสอบถามมีความแน่นอนคงที่และอยู่ในเกณฑ์ที่สามารถนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ผู้วิจัยใช้การวัดระดับการมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจ ไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ โดยวิเคราะห์การมีส่วนร่วมทั้งสี่ด้าน ได้แก่ 1) การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ 2) การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน 3) การมีส่วนร่วมในการรักษาผลประโยชน์ หลังจากที่ได้ดำเนินการเก็บข้อมูลของแบบสอบถามแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ (frequency) ร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)

2. การหาค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation)

เพื่อหาความสัมพันธ์ของลักษณะบุคคล คือ อายุ เพศ ประสบการณ์ในการทำงาน ว่ามีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่หรือไม่ พวงรัตน์ ทวีรัตน์ (2543: 144-145) โดยมีสูตรดังนี้

$$r \text{ หรือ } r_{xy} = \frac{N \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

เมื่อ

r หรือ r_{xy} = สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร X กับตัวแปร Y

N = จำนวนคนหรือจำนวนคู่ของข้อมูล

$\sum X$ = ผลรวมของคะแนนดิบของตัวแปร X

$\sum Y$ = ผลรวมของคะแนนดิบของตัวแปร Y

$\sum XY$ = ผลรวมของผลคูณของคะแนนตัวแปร X และคะแนนตัวแปร Y

เป็นคู่ๆ ในรูปคะแนนดิบ

$\sum X^2$ = ผลรวมของกำลังสองของคะแนนดิบตัวแปร X

$\sum Y^2$ = ผลรวมของกำลังสองของคะแนนดิบตัวแปร Y

บทที่ 4

ประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพในการจัดการ ธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่

การวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยขอ
นำเสนอผลการวิจัยและวิจารณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ 1 ของการวิจัยคือ การประเมินความคิดเห็น
เกี่ยวกับศักยภาพในการจัดการธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ โดยเป็นการศึกษาระดับความคิดเห็น
ที่มีต่อศักยภาพในการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งทางผู้วิจัยได้มีการสร้าง
เครื่องมือเป็นแบบสอบถามโดยแบ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลในการศึกษาระดับความคิดเห็นเป็น 2 กลุ่ม กลุ่ม
ที่ 1 ได้แก่ ผู้บริหารหรือผู้จัดการตลอดจนเจ้าของกิจการ ห้างร้าน รวมทั้งโรงแรมที่เกี่ยวข้องกับ
ธุรกิจไมซ์โดยตรง ดังนี้ สถานที่จัดงานประชุม ได้แก่ โรงแรม (venue) ที่รับจัดงานธุรกิจไมซ์ ใน
จังหวัดเชียงใหม่จำนวน 14 แห่ง และสถานที่รับจัดงานประเภทอื่นที่ไม่ใช่โรงแรมในจังหวัด
เชียงใหม่ จำนวน 2 แห่ง ผู้รับจัดงานประชุม (PCO) ผู้รับจัดงานแสดงสินค้ามืออาชีพ (PEO) ผู้รับ
จัดงาน (EMC) จำนวน 3 แห่ง ในจังหวัดเชียงใหม่ และ 12 แห่งในกรุงเทพมหานคร รวม 31 แห่ง
ทั้งนี้นักวิจัยได้รับการตอบรับในการทำแบบสอบถามจากผู้ให้ข้อมูลทั้งสิ้น 22 แห่ง โดยมีข้อมูล
ที่รับได้แก่ สถานที่รับจัดงานธุรกิจไมซ์ ได้แก่ โรงแรม (venue) ในจังหวัดเชียงใหม่ 13 แห่ง และ
สถานที่รับจัดงานประเภทอื่นๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ 2 แห่ง ผู้รับจัดงานประชุม (Professional
Company Organizer) ผู้รับจัดงานแสดงสินค้ามืออาชีพ (Professional Exhibition Organizer) ผู้รับจัด
งาน (Event Management Company) ในกรุงเทพมหานคร 5 แห่ง และ 2 แห่งในจังหวัดเชียงใหม่
และกลุ่มที่ 2 ประกอบด้วยบริษัทรับจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (DMC) 26 แห่งใน
กรุงเทพมหานคร และ 7 แห่งในจังหวัดเชียงใหม่ และได้รับข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลคือ บริษัทรับ
จัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Destination Management Company) 16 แห่งในกรุงเทพมหานคร
และ 6 แห่งในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีผลการวิจัยมีรายละเอียดดังนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้บริหารหรือผู้จัดการตลอดจนเจ้าของกิจการ ห้างร้าน รวมทั้งโรงแรมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์โดยตรง

ประกอบด้วย โรงแรม (venue) ที่รับจัดงานธุรกิจไมซ์ สถานที่รับจัดงานประเภท
อื่นๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้รับจัดงานประชุม (PCO) ผู้รับจัดงานแสดงสินค้ามืออาชีพ (PEO) ผู้รับ
จัดงาน (EMC) ในกรุงเทพมหานครและในจังหวัดเชียงใหม่

ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ให้ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 3 ทำให้พบว่า ผู้ให้ข้อมูลมากกว่าครึ่ง (ร้อยละ 59.09) เป็นเพศหญิง โดยมีอายุเฉลี่ย 42 ปี ทั้งนี้ผู้ให้ข้อมูลมีอายุต่ำสุดคือ 31 และสูงสุดคือ 62 ปี และจากตำแหน่งของผู้ให้ข้อมูลเป็นระดับผู้บริหารทำให้ประสบการณ์ในตำแหน่งงานที่ทำมีระยะเวลาเฉลี่ยค่อนข้างสูงคือ 11.13 ปี ในขณะที่ประสบการณ์ในการทำงานในธุรกิจไมซ์มีระยะเวลาเฉลี่ย 7.13 ซึ่งมีระยะเวลาค่อนข้างใกล้เคียงกัน แสดงให้เห็นว่าประสบการณ์ในการทำงานปัจจุบันเป็นสายงานที่มีความใกล้เคียงกับไมซ์ก็คือสายงานธุรกิจท่องเที่ยวและผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีประสบการณ์การทำงานพอสมควรมีความเหมาะสมในการเป็นผู้ให้ข้อมูลเพื่อตอบแบบสอบถามนี้

ตาราง 3 จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูลจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

ลักษณะส่วนบุคคล	ผู้ให้ข้อมูล (N = 22)	
	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	9	40.90
หญิง	13	59.09
อายุ (ปี)		
ต่ำกว่า 35 ปี	7	31.81
35-45 ปี	7	31.81
46-55 ปี	5	22.72
มากกว่า 55 ปี	3	13.63
$\mu = 42.40$	$\sigma = 10.19$	$R = 31 - 62$
ประสบการณ์ในตำแหน่งที่ทำ (ปี)		
ต่ำกว่า 5 ปี	6	27.27
5-10 ปี	10	45.45
11-15 ปี	2	9.09
มากกว่า 15 ปี	4	18.18
$\mu = 11.13$	$\sigma = 9.87$	$R = 2 - 35$

ตาราง 3 (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคล	ผู้ให้ข้อมูล (N = 22)	
	จำนวน	ร้อยละ
ประสบการณ์ด้านธุรกิจไมซ์ (ปี)		
ต่ำกว่า 5 ปี	7	31.81
5-10 ปี	11	50.00
11-15 ปี	3	13.63
มากกว่า 15 ปี	1	4.54
$\mu = 7.13$	$\sigma = 4.51$	$R = 1 - 17$

ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพในการจัดการธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่

การสำรวจระดับความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อศักยภาพในการจัดการธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยได้จำแนกออกเป็น 2 องค์ประกอบหลัก คือ องค์ประกอบที่ 1 คือ ศักยภาพการจัดการในระดับการแลกเปลี่ยนระดับบุคคล (individual exchange) ของธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ และองค์ประกอบที่ 2 คือ ศักยภาพการจัดการในระดับการแลกเปลี่ยนรวมหมู่ (collective exchange) ของธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งรายละเอียดของการวิจัยมีดังต่อไปนี้

องค์ประกอบที่ 1 ศักยภาพการจัดการในระดับการแลกเปลี่ยนระดับบุคคลธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่

สำหรับองค์ประกอบที่ 1 ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือซึ่งเป็นแบบสอบถามออกเป็น ศักยภาพในแต่ละด้านตามทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

1. ศักยภาพด้านความปลอดภัย (safety and security)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในตาราง 4 พบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีความคิดเห็นต่อศักยภาพในการจัดการด้านความปลอดภัยเพื่อรองรับธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.24) โดยผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ซึ่งเป็นผู้บริหารของโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่มองว่ามาตรฐานในเรื่องการรักษาความปลอดภัยของสถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงานให้แก่ผู้เข้าร่วมประชุม ผู้เข้าร่วมงาน ผู้จัดงานอยู่ในระดับที่พอใช้ มีการดูแลเรื่องเส้นทางหนีภัย มีการฝึกอบรมเจ้าหน้าที่/พนักงานในการรับมือกับเหตุฉุกเฉิน เช่น มีการซ้อมการ

หนีไฟทุกๆ 3 เดือนหรือ 6 เดือนในโรงแรม รวมถึงการดูแลตรวจเช็คในเรื่องอุปกรณ์และเครื่องมือ
 บรรเทาสาธารณภัย เช่น ถังดับเพลิง ประตูปหนีไฟ อุปกรณ์ปฐมพยาบาลขั้นพื้นฐานอย่างสม่ำเสมอ
 ซึ่งมีค่าคะแนนมากที่สุด (ค่าระดับคะแนนเฉลี่ย 2.40) นอกเหนือจากมาตรการความปลอดภัยที่ทาง
 สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงานมีแล้วนั้น ทั้งนี้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทางด้านความ
 ปลอดภัยของนักท่องเที่ยวอันได้แก่ ตำรวจท่องเที่ยว ได้มีมาตรการในการดูแลความปลอดภัยมาก
 ขึ้น เช่น มีการเพิ่มจำนวนตำรวจท่องเที่ยวให้เพียงพอกับสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญๆ หรือตามสถานที่
 ที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในปริมาณมาก ทั้งนี้ได้มีอาสาสมัครที่เป็นชาวต่างชาติที่มีถิ่นพำนัก
 ในจังหวัดเชียงใหม่ (EXPAT) ได้เป็นอาสาสมัครประจำตามจุดต่างๆ ในสถานที่ท่องเที่ยวของ
 จังหวัดเชียงใหม่เพื่อดูแลความปลอดภัยและให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ทั้งนี้ในฐานะหน่วยงานที่
 เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ตำรวจท่องเที่ยวได้มีการพัฒนาทักษะ
 ภาษาต่างประเทศเพื่อการรักษาความปลอดภัยและให้บริการแก่นักท่องเที่ยว (กองบังคับการตำรวจ
 ท่องเที่ยว, 2556: ระบบออนไลน์)เช่นเดียวกันกับมีการฝึกซ้อมกรณีเกิดเหตุฉุกเฉินต่างๆ ที่อาจ
 เกิดขึ้นได้กับนักท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ และนอกจากนี้ได้มีโครงการฝึกอบรมอาสาสมัครชุมชน
 โดยตำรวจภูธรจังหวัดเชียงใหม่เพื่อแสวงหาความร่วมมือกับประชาชนให้ประชาชนได้มีส่วนร่วม
 ในการดูแลความปลอดภัยรวมถึงชีวิตทรัพย์สินให้แก่ประชาชนทั่วไปและนักท่องเที่ยว (ตำรวจภูธร
 จังหวัดเชียงใหม่, 2555: ระบบออนไลน์) ซึ่งก็จะเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีในเรื่องความ
 ปลอดภัยให้กับจังหวัดเชียงใหม่เพิ่มมากขึ้นและสอดคล้องกับ Oppermann (อ้างใน Kim et al.,
 2011: 89) ที่กล่าวถึงความปลอดภัยว่าเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สำคัญที่ผู้จัดประชุม นิทรรศการ ผู้จัดงาน
 รวมถึงผู้เข้าร่วมประชุม นิทรรศการ ผู้เข้าร่วมงานจะเลือกเป็นจุดหมายปลายทางแต่ทั้งนี้ปัจจัย
 ทางการเมืองของประเทศไทยก็เป็นอุปสรรคที่สำคัญประการหนึ่งที่ส่งผลถึงภาพลักษณ์ของ
 ประเทศไทยรวมถึงจังหวัดเชียงใหม่ในเรื่องของความเชื่อมั่นในความปลอดภัยของสถานที่จัด
 ประชุม นิทรรศการและสถานที่จัดงานซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Sangpikul and Kim (2009:
 194) ที่เกี่ยวข้องอุปสรรคต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย

ตาราง 4 ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อศักยภาพในการจัดการธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ด้านความปลอดภัย

ศักยภาพด้านความปลอดภัย	ระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพ (N = 22)			ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับศักยภาพ
	ร้อยละ				
อุปกรณ์ต่างๆ ที่ให้บริการในสถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน ต้องเป็นวัสดุที่แข็งแรง สะอาด อยู่ในสภาพที่ดีไม่ชำรุด	40.90	59.09	00.00	2.40	มาก
สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน ในจังหวัดเชียงใหม่มีอุปกรณ์และเครื่องมือบรรเทาสาธารณภัยที่เพียงพอและอยู่ในสภาพที่ใช้งานได้ดี เช่น ถังดับเพลิง	45.45	50.00	4.54	2.40	มาก
สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน ในจังหวัดเชียงใหม่มีการเตรียมเส้นทางหนีภัย หรือแผนอพยพผู้เข้าประชุม ผู้เข้าร่วมงาน ผู้จัดงาน ออกจากแหล่งที่เกิดเหตุฉุกเฉิน เช่น ไฟไหม้	40.90	54.54	4.54	2.36	มาก
สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน ในจังหวัดเชียงใหม่มีอุปกรณ์ปฐมพยาบาลขั้นพื้นฐานที่อยู่ในสภาพที่ใช้งานได้ดี	40.90	45.45	13.63	2.27	ปานกลาง
สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน ในจังหวัดเชียงใหม่มีการวางระบบและตรวจสอบความปลอดภัยของอุปกรณ์ต่างๆ ที่ให้บริการในสถานที่ประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน เช่น สัญญาณเตือนภัย เครื่องมือบรรเทาสาธารณภัย อุปกรณ์ปฐมพยาบาล	40.90	45.45	13.63	2.27	ปานกลาง
สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน ในจังหวัดเชียงใหม่มีอุปกรณ์ที่แสดงถึงข้อความ ระเบียบปฏิบัติ แผ่นป้าย เพื่อแจ้งเตือนผู้เข้าร่วมประชุม ผู้เข้าร่วมงาน ผู้จัดงานถึงการปฏิบัติที่เหมาะสมเมื่อเข้ามาในสถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน	36.36	50.00	13.63	2.22	ปานกลาง

ตาราง 4 (ต่อ)

ศักยภาพด้านความปลอดภัย	ระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพ (N = 22)			ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับศักยภาพ
	ร้อยละ				
สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน ในจังหวัดเชียงใหม่มีมาตรการในการรักษาความปลอดภัยให้กับผู้เข้าประชุม ผู้เข้าร่วมงาน ผู้จัดงาน จากอันตรายที่อาจเกิดขึ้น	18.18	81.81	00.00	2.18	ปานกลาง
สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน ในจังหวัดเชียงใหม่มีการฝึกอบรมพนักงาน / เจ้าหน้าที่ของสถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน ให้ปฏิบัติตามมาตรการรักษาความปลอดภัยอย่างเคร่งครัด และมีความพร้อมในการรับมือกับเหตุฉุกเฉินอยู่ตลอดเวลา	27.27	59.09	13.63	2.13	ปานกลาง
สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน ในจังหวัดเชียงใหม่มีระบบสื่อสารสำหรับติดต่อขอความช่วยเหลือในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉินที่มีประสิทธิภาพ	27.27	59.09	13.63	2.13	ปานกลาง
สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน ในจังหวัดเชียงใหม่มีจำนวนเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยเพียงพอ	22.72	59.09	18.18	2.04	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม				2.24	

หมายเหตุ ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย หมายถึง

2.34 – 3.00	มีศักยภาพในระดับมาก
1.67 – 2.33	มีศักยภาพในระดับปานกลาง
1.00 – 1.66	มีศักยภาพในระดับน้อย

2. ศักยภาพด้านความคุ้มค่า (value)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในตาราง 5 พบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีความคิดเห็นต่อศักยภาพในการจัดการด้านความคุ้มค่าหรือประโยชน์ที่คนในจังหวัดเชียงใหม่จะได้รับจากธุรกิจไมซ์นั้นมีศักยภาพมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.75) ซึ่งหมายถึง ธุรกิจไมซ์เป็นธุรกิจที่มีศักยภาพมากต่อชุมชน โดยผู้ให้ข้อมูลทุกคนมีความเห็นตรงกันถึงศักยภาพเม็ดเงินจำนวนมากที่จะเข้ามาหมุนเวียนในจังหวัดเชียงใหม่ต่อผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อม (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.00) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดประชุมของบริษัทข้ามชาติ (corporate meeting) คือการจัดประชุมของกลุ่มบุคคลที่มาจากองค์กรหรือบริษัทเดียวกัน โดยผู้เข้าร่วมประชุมอาจเดินทางมาจากหลายประเทศทั่วโลก ประชุมแลกเปลี่ยนข้อมูลแผนงานหรือสัมมนาซึ่งรายได้จากการใช้จ่ายอันได้แก่ การใช้จ่ายจากการเดินทางมาประชุม ค่าใช้จ่ายในการจัดประชุมและสังสรรค์สามารถกระจายไปสู่ธุรกิจที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น รายได้จากที่พักที่จังหวัดเชียงใหม่จะได้รับจากการเข้าพักระหว่างการประชุม ธุรกิจการขนส่ง ร้านอาหาร การซื้อของ (shopping) โดยกลุ่มผู้เข้าประชุมเหล่านี้มีรายได้สูงกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป 3-5 เท่า และมีการใช้จ่ายเงินเฉลี่ยต่อคนต่อการเดินทางในการมาประชุมคนละ 82,500 บาทในแต่ละครั้ง (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, ม.ป.ป.) ซึ่งผลประโยชน์โดยทางตรงเหล่านี้จะทำให้เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจในจังหวัดเชียงใหม่และนอกจากนี้ยังมีผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นที่ตกทอดจากการประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลนานาชาติ และการแสดงสินค้านานาชาติที่ไม่สามารถสามารถคำนวณมูลค่าเป็นเงินได้มายังจังหวัดเชียงใหม่โดยภาพรวมได้แก่ ความคุ้มค่าในการประชาสัมพันธ์ให้กับจังหวัดเชียงใหม่ในทางบวก (positive image) ที่ผู้เข้าร่วมประชุม นิทรรศการ ผู้เข้าร่วมงานจะบอกเล่าปากต่อปากให้แก่เพื่อน ญาติ หรืออาจเป็นการกลับมาเที่ยวอีกครั้ง (revisit) ของผู้เข้าร่วมประชุม นิทรรศการ ผู้เข้าร่วมงาน (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.90) การแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ (technology and knowledge transfer) การพัฒนาวิทยาการใหม่ๆ จากกิจกรรมการจัดประชุม นิทรรศการ การจัดงาน อันเป็นการกระตุ้นให้มีการพัฒนาศักยภาพบุคลากร พัฒนาศักยภาพของสถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงานในจังหวัดเชียงใหม่ต่อไปในอนาคต (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.77) และเกิดการค้าระหว่างประเทศขึ้น (international trade) และในขณะเดียวกันยังเป็นการกระตุ้นให้คนในท้องถิ่นเกิดการหางานและรักษาสภาพสิ่งแวดล้อมทำให้ผู้จัดประชุม นิทรรศการ ผู้จัดงานต่างๆ สนใจที่จะมาจัดงานในจังหวัดเชียงใหม่ คนในท้องถิ่นก็ได้รับผลประโยชน์ได้จากการสนับสนุนจากทางภาครัฐในการลงทุนในด้านสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว ผู้เข้าร่วมประชุม นิทรรศการ ผู้จัดงาน สิ่งเหล่านี้ก็จะปัจจัยที่จะส่งเสริมให้เชียงใหม่ นครแห่งไมซ์มีศักยภาพมากยิ่งขึ้น

ตาราง 5 ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อศักยภาพในการจัดการธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ด้านความคุ้มค่า

ศักยภาพด้านความคุ้มค่า	ระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพ (N = 22)			ค่าคะแนน	ระดับ
	ร้อยละ			เฉลี่ย	ศักยภาพ
การจัดประชุม นิทรรศการ การจัดงานในจังหวัดเชียงใหม่จะนำมาซึ่งเม็ดเงินที่จะหมุนเวียนในจังหวัดเชียงใหม่กับผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อม	100	00.00	00.00	3.00	มาก
การจัดประชุม นิทรรศการ การจัดงาน นานาชาติ ในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นการประชาสัมพันธ์ให้แก่จังหวัดเชียงใหม่ และนำไปสู่แรงจูงใจให้ผู้เข้าร่วมประชุม นิทรรศการ ผู้เข้าร่วมงาน เดินทางกลับมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่อีกครั้งหรือมีการบอกต่อไปยังเพื่อน ญาติ	90.90	9.09	00.00	2.90	มาก
การจัดประชุม นิทรรศการ การจัดงาน นานาชาติ ในจังหวัดเชียงใหม่เป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ในการเป็นเมืองแห่งไมซ์ให้แก่จังหวัดเชียงใหม่	81.81	18.18	00.00	2.81	มาก
การจัดประชุม นิทรรศการ การจัดงาน นานาชาติ เป็นการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ เรียนรู้ และพัฒนาวิทยาการใหม่ๆ แนวคิดใหม่ๆ จากกิจกรรมการจัดประชุม นิทรรศการ จัดงาน นานาชาติ อันเป็นแรงกระตุ้นให้มีการพัฒนาศักยภาพบุคลากรในท้องถิ่นต่อไปในอนาคต	81.81	13.63	4.54	2.77	มาก
การจัดประชุม นิทรรศการ การจัดงาน ในจังหวัดเชียงใหม่ จะนำประโยชน์ให้แก่คนในท้องถิ่นจากการสนับสนุนและลงทุนของรัฐ เช่น สาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ	68.18	31.81	00.00	2.68	มาก
การจัดประชุม นิทรรศการ การจัดงานในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นการสนับสนุนให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมและส่งเสริมภูมิปัญญาในท้องถิ่น เช่น การนำของในท้องถิ่นมาขายในงาน	68.18	27.27	4.54	2.63	มาก

ตาราง 5 (ต่อ)

ศักยภาพด้านความคุ้มค่า	ระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพ (N = 22)			ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับศักยภาพ
	ร้อยละ				
การจัดประชุม นิทรรศการ การจัดงาน นานาชาติ ในจังหวัดเชียงใหม่จะกระตุ้นให้คนในท้องถิ่นเกิดการวางแผนและรักษาสภาพสิ่งแวดล้อมที่ดี ซึ่งจะนำไปสู่การพิจารณาตัดสินใจของผู้จัดประชุม นิทรรศการ ผู้จัดงานที่จะเลือกจังหวัดเชียงใหม่เป็นสถานที่จัดประชุม นิทรรศการ การจัดงาน ในอนาคต	50.00	45.45	4.54	2.45	มาก
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม				2.75	

หมายเหตุ ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย หมายถึง

2.34 – 3.00	มีศักยภาพในระดับมาก
1.67 – 2.33	มีศักยภาพในระดับปานกลาง
1.00 – 1.66	มีศักยภาพในระดับน้อย

3. ศักยภาพด้านการจัดการบุคลากร (personal)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในตาราง 6 พบว่า ผู้ให้ข้อมูลระบุความคิดเห็นที่มีต่อศักยภาพในการจัดการด้านการจัดการบุคลากรอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.98) ซึ่งข้อมูลระบุถึงศักยภาพ ความสามารถของบุคลากรในระดับบริหารในสถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงานที่จะดูแลงานในระดับนานาชาตินั้นยังอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.09) อาจเนื่องจากเชียงใหม่ยังไม่ค่อยมีการจัดงานในระดับนานาชาติบ่อยมากนักเนื่องจากสถานที่จัดงานประชุม นิทรรศการที่สามารถรองรับงานในระดับนานาชาติได้มีไม่มากนัก ทำให้ยังขาดบุคลากรที่มีความรู้ ทักษะ การออกแบบในงานในระดับงานขนาดใหญ่ และประโยชน์จากการที่จังหวัดเชียงใหม่เปิดตัวเป็นนครแห่งไมซ์ในปี 2555 และการเปิดดำเนินการอย่างเป็นทางการของศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติเฉลิมพระเกียรติ 7 รอบ ในเดือนเมษายน พ.ศ. 2556 นี้ก็จะเป็นการเปิดโอกาสให้บุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ได้มีโอกาสได้พัฒนาทักษะ ความรู้ ความสามารถมากขึ้นและจะทำให้เกิดบุคลากรในระดับบริหารในสถานที่จัดประชุม นิทรรศการและการจัดงานมากขึ้น นอกจากนี้ข้อมูลยังระบุถึงศักยภาพในการใช้ภาษาอังกฤษและการใช้ภาษาต่างประเทศที่ไม่ใช่ภาษาอังกฤษของบุคลากรในธุรกิจไมซ์ว่ามีศักยภาพปานกลาง (ค่าระดับคะแนน 2.09) ซึ่งภาษาถือว่าเป็นจุดด้อยของประเทศไทยที่คนไทยส่วนใหญ่ของประเทศยังไม่สามารถใช้ภาษาอังกฤษได้มากเท่าไร และจากการที่ประเทศไทยจะเข้าร่วมการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ในปี 2558 ก็ยิ่งทำให้เห็นถึงจุดด้อยในเรื่องศักยภาพในการใช้ภาษาอังกฤษในการติดต่อสื่อสารถ้าเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ ในอาเซียน ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนต้องมีการปรับตัวและพัฒนาศักยภาพด้านภาษาให้แก่บุคลากรในองค์กร ทั้งนี้ในสถาบันอุดมศึกษาหลายแห่งได้มีการตื่นตัวในเรื่องของอุตสาหกรรมไมซ์ โดยมีการกำหนดวิชาไมซ์เข้าไปในหลักสูตรเพื่อผลิตบุคลากรป้อนเข้าสู่อุตสาหกรรมไมซ์ และมีการอบรมสอนภาษาอื่นๆ เพิ่มเติมเพื่อรองรับกับการเข้าสู่ AEC ในเร็วๆ นี้ เช่น ภาษาจีน ภาษาอินโดนีเซีย ภาษาพม่า ภาษาลาว และภาษาที่น่าสนใจที่น่าเปิดสอนก็คือ ภาษาบาฮาซา เป็นภาษาที่ใช้กันมากที่สุดในอาเซียน โดยใช้มากที่สุดในประเทศอินโดนีเซียที่มีประชากรใน 280 ล้านคน มาเลเซีย 40 ล้านคน และยังใช้ในสิงคโปร์ บรูไนและภาคใต้ของไทย ซึ่งก็ยังไม่เป็นที่รู้จักในประเทศไทย แต่ในเวียดนามเริ่มมีการเปิดให้มีการเรียนการสอนภาษานี้แล้ว (หอการค้าจังหวัดเชียงใหม่, 2555: 21) ในขณะเดียวกันทางสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) ได้มีการกำหนดแผนกลยุทธ์ในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์โดยมุ่งเน้นการสร้างผู้นำรุ่นใหม่ (future MICE leader) โดยการพัฒนากลยุทธ์ไมซ์สำหรับสถาบันอุดมศึกษาทั่วประเทศ การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและผู้เชี่ยวชาญไมซ์ การยกระดับการบริหารจัดการไมซ์และมาตรฐานไมซ์ ทั้งนี้ สสปน. ได้มีการจัดทำ

หลักสูตรรายวิชา “การจัดประชุมและนิทรรศการ (introduction to MICE industry – MICE 101)” ซึ่งถือว่าเป็นตำรา “ไมซ์” ต้นแบบฉบับสมบูรณ์เล่มแรกของภูมิภาคเอเชีย โดยในปัจจุบันมีมหาวิทยาลัยทั่วประเทศรับหลักสูตรเพื่อบรรจุเข้ามหาวิทยาลัยถึง 44 แห่งทั่วประเทศ (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมสัมมนาและนิทรรศการ, 2556ก: 18) ซึ่งก็จะเป็นการเสริมสร้างศักยภาพของบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ให้เพิ่มมากขึ้นประกอบกับความสามารถในการให้บริการของบุคลากรในภาคบริการในประเทศไทยแล้ว ซึ่งประเทศไทยถือว่าเป็นอันดับต้นๆ ในโลกในการให้การบริการที่ดีเยี่ยมก็จะเพิ่มศักยภาพของบุคลากรของไทยให้สามารถแข่งขันกับประเทศในอาเซียนและทั่วโลกได้

ตาราง 6 ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อศักยภาพในการจัดการธุรกิจไมซ์จังหวัดเชียงใหม่ด้านการจัดการบุคลากร

ศักยภาพด้านการจัดการบุคลากร	ระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพ (N = 22)			ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับศักยภาพ
	ร้อยละ				
สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน มีบุคลากรในระดับบริหารที่มีทักษะความสามารถในการดำเนินงานในการจัดประชุม นิทรรศการ การจัดงาน ในระดับนานาชาติ	27.27	54.54	18.18	2.09	ปานกลาง
สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน บริษัทรัับจัดงานประชุม นิทรรศการ จัดงานมืออาชีพ ในจังหวัดเชียงใหม่มีบุคลากรที่มีทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษ	18.18	72.72	9.09	2.09	ปานกลาง
ศักยภาพการบริการของบุคลากรผู้ให้บริการ ณ สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงานในจังหวัดเชียงใหม่	22.72	54.54	22.72	2.00	ปานกลาง
สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน บริษัทรัับจัดงานประชุม นิทรรศการ จัดงานมืออาชีพ ในจังหวัดเชียงใหม่มีบุคลากรที่มีทักษะในการใช้ภาษาต่างประเทศไม่น้อยกว่า 2 ภาษา	13.63	50.00	36.36	1.77	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม				1.98	

หมายเหตุ	ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
	2.34 – 3.00	มีศักยภาพในระดับมาก
	1.67 – 2.33	มีศักยภาพในระดับปานกลาง
	1.00 – 1.66	มีศักยภาพในระดับน้อย

4. ศักยภาพด้านการจัดการข้อมูล (information)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในตาราง 7 พบว่า ผู้ให้ข้อมูลระบุความคิดเห็นที่มีต่อศักยภาพในการจัดการด้านข้อมูลอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.77) ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับค่าคะแนนเฉลี่ยรวมกับศักยภาพในด้านอื่นๆ แล้วเป็นการจัดการศักยภาพที่มีค่าน้อยที่สุด ศักยภาพในการจัดการข้อมูลที่เกี่ยวข้องไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่อันได้แก่ เว็บไซต์ฐานข้อมูลเกี่ยวกับจังหวัดเชียงใหม่ เช่น สถานที่จัดงานธุรกิจไมซ์ รายชื่อบริษัทผู้จัดประชุม นิทรรศการ รายชื่อบริษัทรับจัดงานมืออาชีพ บริษัทนำเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น อยู่ในระดับปานกลางเกือบน้อย (ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.68) ทั้งนี้ไม่ใช่เฉพาะแค่ศักยภาพการจัดการข้อมูลของจังหวัดเชียงใหม่ที่มีศักยภาพในระดับน้อยสุดนั้น Sangpikul and Kim (2009: 194) ก็กล่าวถึงสิ่งที่เป็นหนึ่งในหกของอุปสรรคต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทยก็คือ ข้อมูลเกี่ยวกับการประชุมสัมมนาที่ไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอเช่นเดียวกัน โดยในส่วนของจังหวัดเชียงใหม่เพิ่งเปิดตัวในการเป็นนครแห่งไมซ์ (MICE city) ได้ไม่นานและก่อนหน้านี้ยังไม่มีหน่วยงานที่ทำหน้าที่ดูแลโดยตรงหรือที่เรียกว่า Convention Visitor's Bureau CVB ที่จะทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ให้กับจังหวัดเชียงใหม่ หรือจัดทำฐานข้อมูลต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมของไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ทำให้ฐานข้อมูลยังไม่สมบูรณ์และน่าสนใจรวมถึงข้อมูลต่างๆ ที่นำเสนอก็ยังไม่ทันสมัยเท่าที่ควร ซึ่งทำให้เป็นการพลาดโอกาสสำหรับจังหวัดเชียงใหม่ในการที่จะเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับการจัดประชุม นิทรรศการ และจัดงานในระดับนานาชาติได้ (MICE destination) ซึ่งสอดคล้องกับสิ่งที่ Opperman and Chon อ้างถึงเกี่ยวกับทฤษฎีปัจจัยของขั้นตอนในการตัดสินใจในการเลือกสถานที่จัดงานว่ามีหลายปัจจัยด้วยกัน ทั้งนี้ข้อมูลข่าวสารของสถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงานก็เป็นส่วนหนึ่งในการตัดสินใจเลือกสถานที่จัดงาน (Cameron, 2010: 137) ซึ่งปัจจุบันทาง สสพ. ได้เป็นมีการพัฒนาระบบฐานข้อมูลของธุรกิจไมซ์ของประเทศไทย และควบคู่กับการพัฒนารวบรวมฐานข้อมูลของธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีการศึกษาถึงช่องทางในระบบออนไลน์ซึ่งเป็นช่องทางที่สำคัญในการจัดทำฐานข้อมูล เช่น โซเชียล มีเดีย หรือแอปพลิเคชันบนมือถือ ที่จะสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ และพัฒนาควบคู่ไปกับเว็บไซต์ของ สสพ. (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2555: 1) ซึ่งก็จะทำให้ระบบฐานข้อมูลและช่องทางการกระจายข้อมูลของจังหวัดเชียงใหม่มีประสิทธิภาพและเป็นระบบมากขึ้น และนอกจากนี้ข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลระบุเกี่ยวกับศักยภาพในการประชาสัมพันธ์ในการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจไมซ์ให้แก่คนในจังหวัดเชียงใหม่ก็มีศักยภาพในระดับปานกลางเกือบน้อย (ค่าคะแนน 1.68) ซึ่งสอดคล้องกับที่กล่าวมาว่าจังหวัดเชียงใหม่ยังไม่มีหน่วยงานที่ดูแลในธุรกิจไมซ์โดยตรงทำให้การประชาสัมพันธ์ยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร ทั้งนี้จากการที่ สสพ. ได้

กำหนดให้ปี 2556 เป็นปีแห่งไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ การประชาสัมพันธ์ให้คนในท้องถิ่นได้รู้จักและเข้าใจในธุรกิจไมซ์จึงเป็นเรื่องที่สำคัญเพราะหมายถึงความพร้อมของคนในท้องถิ่นในการที่จะขับเคลื่อนให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นนครแห่งไมซ์อย่างแท้จริง โดย สสป. จะทำหน้าที่ส่งเสริมการตลาดในประเทศและประชาสัมพันธ์ธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจะทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ในตลาดต่างประเทศ โดยจะเข้าร่วมงาน Trade Show ใหญ่ของโลกเพื่อแนะนำจังหวัดเชียงใหม่ เช่น ที่ Barcelona Frankfurt และ Melbourne เป็นต้น และการแนะนำและเปิดตัวศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติเฉลิมพระเกียรติ 7 รอบอย่างเป็นทางการที่จะต้องมีการส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ควบคู่กับการที่เชียงใหม่เป็นนครแห่งไมซ์ให้คนในท้องถิ่นและคนภายนอกได้รู้จักควบคู่กันไป

ตาราง 7 ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อศักยภาพในการจัดการธุรกิจไมซ์จังหวัดเชียงใหม่ด้านการจัดการด้านข้อมูล

ศักยภาพด้านการจัดการข้อมูล	ระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพ (N = 22)			ค่าคะแนน	ระดับ
	ร้อยละ			เฉลี่ย	ศักยภาพ
รายละเอียดของข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจไมซ์ที่เผยแพร่ทางสื่อและเจ้าหน้าที่ให้บริการข้อมูลควรมีการนำเสนอข้อมูลเป็นภาษาต่างประเทศอย่างน้อยหนึ่งภาษา	36.36	36.36	27.27	2.09	ปานกลาง
มีเว็บไซต์ฐานข้อมูลของภาครัฐและภาคเอกชนที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมการจัดการธุรกิจไมซ์ เช่น ข้อมูลการจัดประชุมนานาชาติทั่วโลก แนวโน้มผลประกอบการของแต่ละอุตสาหกรรม ข้อมูลด้านการส่งเสริมการตลาดที่จัดขึ้นหรือกิจกรรมต่างๆ เป็นต้น ที่สะดวกและง่ายต่อการหาข้อมูล และมีความเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน	13.63	50.00	36.36	1.77	ปานกลาง
ข้อมูลด้านธุรกิจไมซ์ ที่นำเสนอในสื่อต่างๆ เป็นข้อมูลที่มีทันสมัย	13.63	45.45	40.90	1.72	ปานกลาง
มีเว็บไซต์และฐานข้อมูลด้านธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ ที่ใช้โปรแกรมที่ทันสมัยและรวดเร็วในการทำงาน	13.63	46.90	45.50	1.68	ปานกลาง
มีรายละเอียดข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจไมซ์ทั้งหมด เช่น สถานที่จัดงานธุรกิจไมซ์ บริษัทผู้จัดประชุมนิทรรศการ บริษัทรับจัดงานมืออาชีพ บริษัทนำเที่ยว บริษัทขนส่ง สายการบิน สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ในสื่อต่างๆ เช่น เว็บไซต์ แผ่นพับ วิดีโอ เป็นต้น	18.18	31.81	50.00	1.68	ปานกลาง
การประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจไมซ์ให้แก่คนในท้องถิ่น	9.09	50.00	40.90	1.68	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม					1.77

หมายเหตุ	ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
	2.34 – 3.00	มีศักยภาพในระดับมาก
	1.67 – 2.33	มีศักยภาพในระดับปานกลาง
	1.00 – 1.66	มีศักยภาพในระดับน้อย

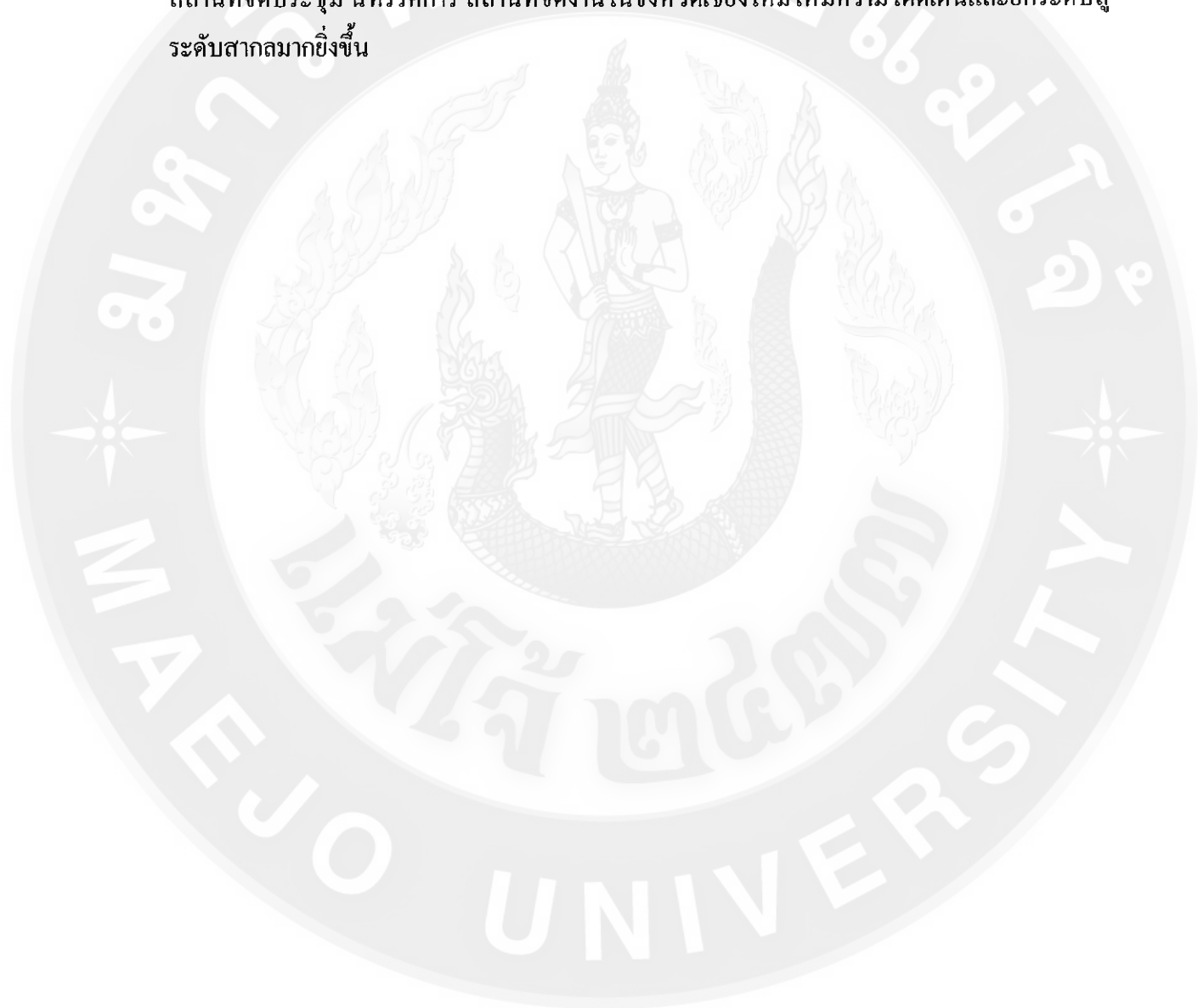
องค์ประกอบที่ 2 ศักยภาพการจัดการในระดับการแลกเปลี่ยนรวมหมู่ของธุรกิจ ไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่

ความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อศักยภาพการจัดการในระดับการแลกเปลี่ยนรวมหมู่ของธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ นั้นได้จำแนกรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ศักยภาพในการจัดการด้านสถานที่จัดงาน (venue)

ศักยภาพในการจัดการสถานที่จัดงานหรือสถานที่จัดประชุมในธุรกิจไมซ์นั้นได้พิจารณาจากหลายด้าน เช่น ด้านการจัดการของเสีย อันได้แก่ ขยะมูลฝอย น้ำเสีย การดูแลทำความสะอาด การจัดการคุณภาพด้านสิ่งแวดล้อม รวมถึงการให้ความรู้และสร้างจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมแก่ผู้เข้าร่วมประชุม ผู้เข้าร่วมงานและผู้จัดงาน ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลในตาราง 8 แสดงให้เห็นว่าผู้ให้ข้อมูลมีความคิดเห็นต่อศักยภาพในการจัดการด้านสถานที่จัดงาน (venue) ของจังหวัดเชียงใหม่ในระดับปานกลาง (ค่าคะแนน 2.25) ซึ่งโดยภาพรวมของสถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงานได้ให้ความสำคัญกับการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมเนื่องจากแนวโน้มของโลกที่ให้ความสำคัญและจริงจังกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้นและส่งผลกระทบต่อการนำเสนอในการเป็นจุดหมายในเรื่องของการใส่ใจในเรื่องของสิ่งแวดล้อมของสถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงานมากขึ้น จากผลคะแนนเฉลี่ยพบว่าสถานที่จัดประชุม นิทรรศการและสถานที่จัดงาน ให้ความสำคัญกับการดูแลรับผิดชอบในเรื่องของการดูแลคุณภาพเสียง น้ำ อากาศ ในสถานที่ให้อยู่ในเกณฑ์มาตรฐานมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.63) รวมถึงการดูแลในเรื่องของการรักษาความสะอาดของสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่ เช่น ห้องน้ำ พื้นที่สาธารณะ รองลงมา (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.45) และทั้งนี้สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงานในจังหวัดเชียงใหม่สามารถผสมผสานความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวและสร้างได้อย่างกลมกลืนกับความเป็นเชียงใหม่ได้เป็นอย่างดี ซึ่งส่วนใหญ่จะเน้นความเป็นเอกลักษณ์ความเป็นล้านนาความมาสดาแทรกในการออกแบบและก่อสร้างให้กลมกลืนกับสภาพพื้นที่ได้อย่างเหมาะสม ซึ่งจะทำให้เกิดการสร้างสรรค์รูปแบบการจัดงานในมุมมองใหม่ๆ และสร้างความแตกต่างอย่างสร้างสรรค์ในธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ สอดคล้องกับการกำหนดตำแหน่งของจังหวัดเชียงใหม่ (Chiang Mai positioning) คือ the creative MICE city ผสมกับศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติที่จะเปิดอย่างเป็นทางการในเดือนเมษายน 2556 ที่มีการออกแบบได้อย่างเป็นเอกลักษณ์อย่างลงตัว และสามารถรองรับในการจัดงานประชุม นิทรรศการ การจัดงานใหญ่ๆ ในระดับชาติหรือนานาชาติได้ก็จะนำไปสู่จุดหมายสำคัญในการจัดงานในระดับประเทศหรือนานาชาติให้เข้ามาจัดในจังหวัดเชียงใหม่และการดูแลจัดการในเรื่องของสิ่งแวดล้อมที่ได้มาตรฐาน ประกอบกับการที่ประเทศไทยเป็นผู้นำในการประชุมรักษ์โลกหรือกรีนมิตติ้งส์ (green meeting) ในภูมิภาคเอเชีย โดยมี สปป. เป็นผู้ขับเคลื่อนและได้มีการปรับนโยบาย

จากกรีนมีติดังกล่าวไปสู่แนวทางการปฏิบัติเพื่อความยั่งยืนในปี 2556 นี้ พร้อมกับเปิดตัวมาตรฐานใหม่ ISO 20120 : Event Sustainability Management Systems ครอบคลุม 3 มิติ คือ ด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมสัมมนาและนิทรรศการ, 2555: 1) เพื่อสร้างจุดขายใหม่ให้แก่ประเทศไทยในการจัดงานระดับโลกก็จะยิ่งส่งเสริมภาพลักษณ์ในเรื่องสิ่งแวดล้อมให้แก่สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงานในจังหวัดเชียงใหม่ให้มีความโดดเด่นและยกระดับสู่ระดับสากลมากยิ่งขึ้น



ตาราง 8 ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อศักยภาพในการจัดการธุรกิจไมซ์จังหวัดเชียงใหม่ด้านการจัดการสถานที่จัดงาน

ศักยภาพด้านการจัดการสถานที่จัดงาน	ระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพ (N = 22)			ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับศักยภาพ
	ร้อยละ				
คุณภาพ เสียง น้ำ อากาศ ในสถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน ต้องอยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน ไม่ทำให้เกิดอันตรายแก่ผู้เข้าร่วมประชุม ผู้เข้าร่วมงาน และไม่ก่อให้เกิดความรำคาญ	72.72	18.18	9.09	2.63	มาก
สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงานในจังหวัดเชียงใหม่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตน	50.00	50.00	00.00	2.50	มาก
สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน มีการจัดการด้านสิ่งก่อสร้างและสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานและมีความเหมาะสมกลมกลืนกับสภาพพื้นที่	50.00	45.45	4.54	2.45	มาก
สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน มีเจ้าหน้าที่รับผิดชอบดูแลรักษาความสะอาดของสถานที่และอำนวยความสะดวกในพื้นที่ เช่น ห้องน้ำ พื้นที่สาธารณะ	54.54	36.36	9.09	2.45	มาก
ในสถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน มีการจัดการคุณภาพอากาศและเสียงที่มีประสิทธิภาพ เช่น มีการจัดสรรที่สำหรับจอดรถที่เป็นสัดส่วน เพื่อป้องกันผลกระทบทางเสียงและอากาศ หรือมีบริการเช่าสามล้อถีบ รถกอล์ฟ จักรยานสำหรับเที่ยวชมภายในสถานที่ประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน	54.54	31.81	13.63	2.40	มาก
สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน มีการบำบัดน้ำเสียก่อนปล่อยลงสู่แหล่งน้ำใกล้เคียง หรือมีการเชื่อมต่อท่อน้ำทิ้งไปยังระบบบำบัดน้ำเสียส่วนกลางในพื้นที่	45.45	45.45	9.09	2.36	มาก

ตาราง 8 (ต่อ)

ศักยภาพด้านการจัดการสถานที่จัดงาน	ระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพ (N = 22)			ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับศักยภาพ
	ร้อยละ				
สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงานมีการออกแบบและก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	36.36	54.54	9.09	2.27	
สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน มีมาตรการต่างๆ ในการประหยัดทรัพยากรน้ำและไฟฟ้า รวมทั้งมีการดำเนินการในการอนุรักษ์ทรัพยากร เช่น การใช้วัสดุอุปกรณ์ที่ช่วยประหยัดพลังงาน เป็นต้น	36.36	54.54	9.09	2.27	ปานกลาง
สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน มีการจัดการขยะมูลฝอยที่ถูกหลักสุขภาพ เช่น มีอุปกรณ์รองรับขยะที่อยู่ในสภาพดี สะอาด เพียงพอและไม่มีขยะตกค้าง	45.45	31.81	22.72	2.22	ปานกลาง
สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน มีการสนับสนุนให้มีการใช้ทรัพยากรและพลังงานอย่างเหมาะสมตามความจำเป็นและตามขนาดของพื้นที่และกิจกรรม	40.90	40.90	18.18	2.22	ปานกลาง
มีเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ณ สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน ที่มีความรู้เป็นอย่างดี มีอริยาศัยดี และสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้พอสมควร	27.27	63.63	9.09	2.18	ปานกลาง
สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน มีการจัดระบบการทิ้งขยะที่มีการแยกประเภทขยะ และมีการนำเทคนิคเรื่อง reuse และ recycling มาใช้ในการจัดการขยะ	27.27	45.45	27.27	2.00	ปานกลาง
สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน มีกิจกรรมรณรงค์ ปลุกจิตสำนึกในการรักษาความสะอาดภายในสถานที่ประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน สำหรับผู้เข้าร่วมประชุม ผู้เข้าร่วมงาน และเจ้าหน้าที่	31.81	36.36	31.81	2.00	ปานกลาง

ตาราง 8 (ต่อ)

ศักยภาพด้านการจัดการสถานที่จัดงาน	ระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพ(N = 22)			ค่าคะแนน	ระดับ
	ร้อยละ			เฉลี่ย	ศักยภาพ
มีจำนวนบุคลากรด้านการบริการเพียงพอ ณ สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน	18.18	54.54	27.27	1.90	ปานกลาง
สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน มีการให้ความรู้แก่ผู้เข้าประชุม ผู้เข้าร่วมงาน ผู้จัดงานและเจ้าหน้าที่ในด้านการประหยัดพลังงาน และการกำจัดของเสียอย่างถูกวิธี	18.18	54.54	27.27	1.90	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม				2.25	

หมายเหตุ	ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
	2.34 – 3.00	มีศักยภาพในระดับมาก
	1.67 – 2.33	มีศักยภาพในระดับปานกลาง
	1.00 – 1.66	มีศักยภาพในระดับน้อย

2. ศักยภาพในการจัดการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (facilities)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในตาราง 9 ทำให้ทราบว่าผู้ให้ข้อมูลมีความคิดเห็นต่อศักยภาพในการจัดการธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่จัดประชุม นิทรรศการและสถานที่จัดงานอยู่ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.36) และเป็นศักยภาพในระดับมากที่สุดของการจัดการในองค์ประกอบที่ 2 คือ ศักยภาพการจัดการในระดับการแลกเปลี่ยนระดับรวมหมู่ของธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยผู้ให้ข้อมูลมองว่าจังหวัดเชียงใหม่มีศักยภาพในเรื่องของสถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงานที่มีขนาดจำนวนห้องประชุม และบรรยากาศรอบห้องประชุมที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้จัดประชุม และสามารถรองรับงานในระดับนานาชาติมากที่สุด (ค่าคะแนน 2.54) ซึ่งสอดคล้องกับโรงแรมหลายแห่งในจังหวัดเชียงใหม่ที่เห็นความสำคัญของธุรกิจไมซ์โดยมีการสร้างห้องประชุม นิทรรศการ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อรองรับงานในระดับนานาชาติ เช่น โรงแรม ดิ เอ็มเพลส โรงแรมเชียงใหม่แกรนด์วิว หรือสถานที่จัดงานบางแห่งที่มีข้อจำกัดในเรื่องของพื้นที่ในการจัดประชุม นิทรรศการ การจัดงานก็ให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวก การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาเป็นส่วนประกอบในการเป็นจุดขายให้แก่สถานที่จัดงาน ซึ่ง Oppermann (อ้างใน Kim et al., 2010: 89) กล่าวถึงปัจจัยในการเลือกจุดหมายปลายทางในการประชุม และ Kim et al. (2011: 91-91) กล่าวถึงปัจจัยของเมืองที่จะนำไปสู่การเป็นเจ้าภาพในการจัดประชุมนานาชาติ ซึ่งหนึ่งในปัจจัยนั้นก็คือ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ และการบริการต่างๆ ของโรงแรม ทั้งนี้โดยภาพรวมของสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ของสถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงานในเชียงใหม่มีศักยภาพค่อนข้างมาก มีความหลากหลายของห้องประชุม อุปกรณ์ในการนำเสนอ การใช้เทคโนโลยีในงานที่ทันสมัย มีห้องประสานงานสำหรับผู้จัดประชุม รวมถึงห้องรับรองสำหรับผู้บรรยายหรือแขกคนสำคัญ พร้อมกับมีบุคลากรมืออาชีพในการให้บริการแก่ผู้เข้าประชุม นิทรรศการและผู้เข้าร่วมได้อย่างเป็นที่น่าสนใจ ผสมกับการเปิดตัวศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติเฉลิมพระเกียรติ 7 รอบที่มีการใช้งบประมาณการก่อสร้างกว่า 1,867.15 ล้านบาท และจะเปิดใช้อย่างเป็นทางการในเดือนเมษายน 2556 นี่จะเป็นการเพิ่มศักยภาพในสถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงานให้กับเชียงใหม่มากขึ้นและเป็นทางเลือกแห่งใหม่ให้แก่ผู้จัดประชุม นิทรรศการ ผู้จัดงานในอีกทางหนึ่ง แต่ทั้งนี้สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ จัดงานในจังหวัดเชียงใหม่ยังต้องมีการพัฒนาในเรื่องของการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ ทั้งในพื้นที่จัดประชุม นิทรรศการ พื้นที่จัดงาน เช่น ความสามารถของระบบไวไฟ (wi-fi capability) ที่ครอบคลุมในทุกพื้นที่ของการจัดงานและพื้นที่สาธารณะและสามารถรองรับต่อการใช้ในปริมาณมากๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ อาทิเช่น การใช้อินเทอร์เน็ตในคอมพิวเตอร์ 80 เครื่อง ในเวลาเดียวกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ มี

อุปกรณ์พื้นฐานสำหรับการจัดประชุม เช่น คลิปไมโครโฟน ซึ่งวิทยากรสามารถเคลื่อนไหวย่างกาย ขณะบรรยายในการประชุมได้ เครื่อง Laser printer เครื่องคอมพิวเตอร์และเครื่องฉายโปรเจกเตอร์ (LCD) เป็นต้น นอกจากนี้ควรมีการใช้เทคโนโลยีในการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เข้าประชุมทั้ง ก่อนและหลังการประชุม เช่น การใช้ on-line reservation, on-line registration, e- payment เป็นต้น ซึ่งผู้ให้ข้อมูลมองว่ามีศักยภาพน้อยที่สุด (ค่าคะแนน 2.09) เพื่อให้พัฒนาและแข่งขันกับคู่แข่งที่มี ศักยภาพในด้านเทคโนโลยีอย่างประเทศเพื่อนบ้าน เช่น เกาหลี ญี่ปุ่น สิงคโปร์ให้ได้และนอกจากนี้ ควรมีการใช้แนวคิดในเรื่องของการรักษาสีสิ่งแวดล้อมเข้ามาควบคู่กับการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เช่น การใช้ e-copy แทนการใช้กระดาษ การส่งข้อมูลผ่านทางโซเชียล เน็ตเวิร์ก เช่น แอปพลิเคชัน หรืออีเมล เพื่อประหยัดพลังงานและสิ่งแวดล้อมหรือการไม่ใช้กระเป๋เป็นของที่ระลึกในการ ประชุม นิทรรศการ การจัดงาน เพื่อเพิ่มภาระให้แก่สิ่งแวดล้อมมากขึ้น เป็นต้น ทั้งนี้สถานที่จัด ประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงานในจังหวัดเชียงใหม่ก็จะเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางที่ น่าสนใจในการเลือกสถานที่จัดประชุม นิทรรศการและสถานที่จัดงานของผู้จัดประชุม นิทรรศการ และผู้จัดงานทั้งในระดับในประเทศและระดับนานาชาติ

ตาราง 9 ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อศักยภาพในการจัดการธุรกิจไมซ์จังหวัดเชียงใหม่ด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก

ศักยภาพด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก	ระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพ (N = 22)			ค่าคะแนน	ระดับ
	ร้อยละ			เฉลี่ย	ศักยภาพ
สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงานในจังหวัดเชียงใหม่มีขนาด จำนวนห้องและบรรยากาศรอบห้องประชุม ที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้จัดประชุม	59.09	36.36	4.54	2.54	มาก
จังหวัดเชียงใหม่ มีสถานที่ที่สามารถจัดนิทรรศการในระดับนานาชาติ	63.63	27.27	9.09	2.54	มาก
สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงานในจังหวัดเชียงใหม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำ โทรศัพท์ ความหลากหลายของภัตตาคารและประเภทของอาหาร	54.54	40.90	4.54	2.50	มาก
สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงานในจังหวัดเชียงใหม่มีสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เข้าร่วมประชุม ผู้เข้าร่วมงาน เพียงพอ เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ ห้องน้ำ อินเทอร์เน็ต ลานจอดรถ	59.09	31.81	9.09	2.50	มาก
สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงานในจังหวัดเชียงใหม่ มีความหลากหลายของห้องประชุมที่เหมาะสมกับจำนวนผู้เข้าร่วมประชุมประเภทของงานและกิจกรรม	54.54	36.36	9.09	2.45	มาก
สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงานในจังหวัดเชียงใหม่มีห้องประสานงานสำหรับผู้จัดประชุม/ห้องรับรองสำหรับผู้บรรยาย หรือแขกคนสำคัญ	54.54	36.36	9.09	2.45	มาก
สถานที่จัดนิทรรศการ ในจังหวัดเชียงใหม่มีสถานที่เก็บสินค้ารอการเข้า-ออก มีพื้นที่ ความสูงของเพดานที่เหมาะสมกับการจัดแสดงนิทรรศการ / การแสดงสินค้านานาชาติ	40.90	45.45	13.63	2.27	ปานกลาง

ตาราง 9 (ต่อ)

ศักยภาพด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก	ระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพ (N = 22)			ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับศักยภาพ
	ร้อยละ				
สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงานในจังหวัดเชียงใหม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้พิการ เช่น ห้องน้ำสำหรับผู้พิการ รถเข็น	40.90	36.36	22.72	2.18	ปานกลาง
สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงานในจังหวัดเชียงใหม่มีการใช้อุปกรณ์ในการนำเสนอ / รองรับการประชุม การจัดงานที่ทันสมัยด้วยเทคโนโลยีระดับสูง	36.36	45.45	18.18	2.18	ปานกลาง
สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงานในจังหวัดเชียงใหม่มีการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ ในการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เข้าประชุม นิทรรศการ ผู้เข้าร่วมงาน เช่น On-line Advertising, Online Reservation , Online Registration, E-payment เป็นต้น	22.72	63.63	13.63	2.09	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม					2.24

หมายเหตุ	ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
	2.34 – 3.00	มีศักยภาพในระดับมาก
	1.67 – 2.33	มีศักยภาพในระดับปานกลาง
	1.00 – 1.66	มีศักยภาพในระดับน้อย

3. ศักยภาพในการจัดการด้านสิ่งดึงดูดใจ (tourist attraction)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในตาราง 10 ทำให้ทราบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีความคิดเห็นต่อศักยภาพในการจัดการธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ด้านการจัดการสิ่งดึงดูดใจในระดับปานกลางค่อนข้างไปทางมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.33) โดยผู้ให้ข้อมูลมีความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพในโครงสร้างพื้นฐานสิ่งอำนวยความสะดวก (superstructure) อันได้แก่ ที่พัก ร้านอาหาร ร้านค้า ร้านขายของที่ระลึก รถเช่า กิจกรรมเสริมต่างๆ ระหว่างการประชุม นิทรรศการ การจัดงาน สิ่งดึงดูดใจของจังหวัดเชียงใหม่ว่ามีความหลากหลายและมีศักยภาพมาก โดยที่พักมีศักยภาพในระดับมากที่สุด (ค่าคะแนน 2.81) ทั้งนี้ที่พักแรมในจังหวัดเชียงใหม่มีความหลากหลายและหลายระดับ นอกจากนี้ยังมีที่พักประเภทบูติกโฮเต็ลมากมายในจังหวัดเชียงใหม่ ที่เป็นที่พักที่มีความเป็นเอกลักษณ์และสร้างความแตกต่างจากโรงแรมทั่วไป แต่ทั้งนี้ที่พักแรมในจังหวัดเชียงใหม่มีปริมาณที่พักรวม (supply) มากกว่าความต้องการของนักท่องเที่ยว (demand) ประกอบกับกลไกการแข่งขันในเรื่องราคาของธุรกิจที่พักแรมที่มีการแข่งขันกันสูงทำให้ราคาห้องพักในจังหวัดเชียงใหม่มีราคาที่ไม่สูงมากนัก ทำให้เป็นข้อดีและเป็นจุดขายอย่างหนึ่งของจังหวัดเชียงใหม่สำหรับมุมมองของนักท่องเที่ยวที่ชอบความแตกต่างและความคุ้มค่ากับเงินที่เสียไป (value for money) แต่ทั้งนี้ข้อเสียของเชียงใหม่ยังมีข้อด้อยที่เป็นปัญหาที่สำคัญที่ผู้ให้ข้อมูลมองก็คือปัญหาในเรื่องศักยภาพของระบบการบริหารจัดการระบบขนส่งมวลชนภายในพื้นที่เมืองในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีค่าคะแนนที่ต่ำสุด (ค่าคะแนน 1.72) ซึ่งสอดคล้องกับ สุณีย์ บริสุทธิ และคณะ (2548: 36; วรรณ ศิลปะอาษา, 2545: 140) ที่กล่าวถึงปัญหาการคมนาคมขนส่งภายในจังหวัดเชียงใหม่ที่ประสบปัญหารถติด การจราจรที่ไม่เป็นระเบียบ ขาดระบบขนส่งที่ดี ประกอบกับข้อจำกัดของจังหวัดเชียงใหม่คือสิ่งดึงดูดใจในจังหวัดเชียงใหม่เป็นสินค้าที่ขายได้เฉพาะช่วงเวลาและเป็นสินค้าเดิมๆ ไม่มีสินค้าใหม่ๆ ที่จะขายให้นักท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยวแล้ว ในขณะที่สิ่งดึงดูดใจทางทะเลเป็นสินค้าที่สามารถขายได้ตลอดปีสำหรับนักท่องเที่ยว ถึงแม้ว่าความคิดเห็นส่วนใหญ่จะมองว่าจังหวัดเชียงใหม่มีศักยภาพและความพร้อมในระดับมากในการเป็นนครแห่งไมซ์ แต่ทั้งนี้ต้องใช้เวลาในการเติบโตและพัฒนาประการสำคัญควรเร่งจัดการในเรื่องระบบโครงสร้างพื้นฐานและระบบขนส่งมวลชนให้ได้เสียก่อน เช่น มีการกำหนดราคารถโดยสารสาธารณะหรือรถสี่ล้อแดงที่แน่นอน การจัดการความไม่เป็นระเบียบเรียบร้อยของรถโดยสารสาธารณะ ระบบรถโดยสารประจำทางสาธารณะที่ควรมีความสม่ำเสมอ มีเส้นทางที่ต่อเนื่องและตรงเวลา และพร้อมกับการให้ความรู้ความเข้าใจในเรื่องธุรกิจไมซ์ให้แก่คนในท้องถิ่น เชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีจุดขายที่แข็งแกร่งอยู่แล้วในเรื่องของตัวตนของเชียงใหม่ คือ เป็นนครที่เป็นที่สุดแห่งความสง่างามทางด้านวัฒนธรรม (the most splendid city of culture) มีต้นทุนที่ราคาถูก ความอบอุ่นอารีของคนเชียงใหม่ รวมถึงการมีสิ่งอำนวยความสะดวก

และสิ่งดึงดูดใจที่มีศักยภาพมาก ในอนาคตอันใกล้นี้เชียงใหม่จะสามารถก้าวไปสู่ในตลาดระดับประเทศสามารถแข่งขันกับกรุงเทพมหานคร พัทธาหรือภูเก็ตได้และในระดับนานาชาติได้ และจะสามารถสร้างรายได้หมุนเวียนเศรษฐกิจให้แก่จังหวัดเชียงใหม่ได้ตลอดปี



ตาราง 10 ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อศักยภาพในการจัดการธุรกิจไมซ์จังหวัดเชียงใหม่ด้านการจัดการสิ่งดึงดูดใจ

ศักยภาพด้านการจัดการสิ่งดึงดูดใจ	ระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพ (N = 22)			ค่าคะแนน	ระดับ
	ร้อยละ			เฉลี่ย	ศักยภาพ
มีที่พักหลายระดับและหลายรูปแบบ เช่น ที่พักในตัวเมือง ที่พักตากอากาศ (resort)	81.81	18.18	00.00	2.81	มาก
มีความหลากหลายของกิจกรรมเสริมในการท่องเที่ยว เช่น สปา นวดแผนไทย บริการสอนทำอาหารไทย เป็นต้น	77.27	22.72	00.00	2.77	มาก
มีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ทรัพยากรธรรมชาติ โบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรมและประเพณี	72.72	27.27	00.00	2.72	มาก
มีจำนวนร้านขายของที่ระลึกให้เลือกมาก มีความหลากหลายในรูปแบบ ระดับราคาและบรรยากาศ	81.81	18.18	00.00	2.72	มาก
มีจำนวนภัตตาคาร/ร้านอาหารให้เลือกมาก มีความหลากหลายในรูปแบบ ระดับราคาและบรรยากาศ	68.18	31.81	00.00	2.68	มาก
มีบริการร้านค้าที่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว	68.18	27.27	4.54	2.63	มาก
ท่าอากาศยานจังหวัดเชียงใหม่มีทำเลที่เหมาะสม เช่น ระยะห่างจากตัวเมืองและพื้นที่เพียงพอที่จะรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากได้	68.18	27.27	4.54	2.63	มาก
มีจำนวนบริษัทรถเช่าให้เลือกมาก รถที่ให้เช่ามีคุณภาพ ได้แก่ รถโดยสารบริการนักท่องเที่ยว	59.10	36.36	4.54	2.54	มาก
มีความหลากหลายของกิจกรรมผจญภัย เช่น ขี่จักรยาน ปีนเขา ล่องแก่ง เดินป่า	54.54	40.90	4.54	2.50	มาก
มีโรงพยาบาลที่มีทันสมัย และมีคุณภาพได้มาตรฐานสากล	50.00	45.45	4.54	2.45	มาก

ตาราง 10 (ต่อ)

ศักยภาพด้านการจัดการสิ่งดึงดูดใจ	ระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพ (N = 22)			ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับศักยภาพ
	ร้อยละ				
มีความหลากหลายของสิ่งดึงดูดใจประเภทบันเทิง เช่น โรงภาพยนตร์ ศูนย์การค้า สวนสนุก ศูนย์การแสดงศิลปะ สนามกีฬา เป็นต้น	50.00	36.36	13.63	2.36	มาก
มีบริษัทนำเที่ยวในท้องถิ่น (Tour Operator) ที่มีความเป็นมืออาชีพจำนวนมาก	36.36	59.09	4.54	2.31	ปานกลาง
สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน ในจังหวัดเชียงใหม่ มีความใกล้ชุมชนทางคมนาคม เช่น สถานีรถไฟ สถานีรถโดยสาร	36.36	54.54	9.09	2.27	ปานกลาง
การอำนวยความสะดวกของพิธีการตรวจคนเข้าเมืองและศุลกากรในท่าอากาศยานจังหวัดเชียงใหม่มีคุณภาพและมีเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการบริการนักท่องเที่ยวจำนวนมาก	36.36	50.00	13.63	2.22	ปานกลาง
มีระบบสาธารณูปโภค ที่เพียงพอต่อการใช้บริการของนักท่องเที่ยวและเพื่อการใช้ประโยชน์ในจังหวัดเชียงใหม่	31.81	54.54	13.63	2.18	ปานกลาง
มีการให้บริการห้องสุขาที่เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว ณ ธุรกิจผู้ให้บริการ ฯ และแหล่งท่องเที่ยว ที่อยู่ในสภาพดี ไม่ชำรุด ถูกหลักสุขาภิบาล แยกเป็นสัดส่วนสำหรับเพศ ชาย-หญิง โดยมีข้อความหรือสัญลักษณ์ชัดเจน	22.72	68.18	9.09	2.13	ปานกลาง
มีป้ายบอกทิศทางตามทางแยก เพื่อไปยังจุดท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งอยู่ภายในแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งป้ายแสดงแผนที่ภายในแหล่งท่องเที่ยว	22.72	63.63	13.63	2.09	ปานกลาง

ตาราง 10 (ต่อ)

ศักยภาพด้านการจัดการสิ่งดึงดูดใจ	ระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพ (N = 22)			ค่าคะแนน	ระดับ
	ร้อยละ			เฉลี่ย	ศักยภาพ
ระบบการสื่อสารโทรคมนาคมภายในจังหวัดเชียงใหม่มีประสิทธิภาพ	22.27	54.54	18.18	2.09	ปานกลาง
ระบบขนส่งมายังจังหวัดเชียงใหม่ มีความหลากหลาย สะดวกรวดเร็ว	40.90	27.27	31.81	2.09	ปานกลาง
มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ เช่น ห้องน้ำสำหรับผู้พิการ รถเข็น มีบริการเส้นทางสำหรับผู้พิการ ในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น	22.72	54.54	22.72	2.00	ปานกลาง
แหล่งท่องเที่ยวมีพื้นที่จอดรถที่เพียงพอสำหรับรองรับจำนวนรถที่เข้ามา โดยเฉพาะในช่วงที่มีนักท่องเที่ยวหนาแน่น	22.72	50.00	27.27	1.95	ปานกลาง
มีความสะดวกของจรรยา หมายถึง เส้นทางที่ไปยังสถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน ภายในจังหวัดเชียงใหม่ มีระดับความหนาแน่นและความแออัดของการจราจรต่ำ	18.18	59.09	22.72	1.95	ปานกลาง
ระบบการบริหารจัดการระบบขนส่งมวลชนภายในพื้นที่เมืองมีความ สะดวก มีความหลากหลาย	18.18	36.36	45.45	1.72	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม					2.33

หมายเหตุ ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
2.34 – 3.00	มีศักยภาพในระดับมาก
1.67 – 2.33	มีศักยภาพในระดับปานกลาง
1.00 – 1.66	มีศักยภาพในระดับน้อย

4. ศักยภาพในด้านความร่วมมือ (cooperation)

ผลการศึกษาในตาราง 11 ทำให้เห็นว่าผู้ให้ข้อมูลได้ระบุความคิดเห็นที่มีต่อศักยภาพในการจัดการด้านความร่วมมือของธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 1.94) ซึ่งเป็นคะแนนเฉลี่ยที่ต่ำรองจากศักยภาพด้านการจัดการข้อมูล ทำให้เห็นว่าการทำงานร่วมมือระหว่างหลายฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งก็คือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในธุรกิจไมซ์ อันประกอบด้วย หน่วยงานของทางภาครัฐ ผู้ประกอบการธุรกิจไมซ์ สมาคมการค้าที่เกี่ยวข้องกับไมซ์ ประชาชนในพื้นที่ ยังมีความร่วมมือกันในระดับปานกลาง (ค่าคะแนน 2.09) เนื่องจากที่ผ่านมากลุ่มคณะทำงานในการขับเคลื่อนธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่เป็นเพียงกลุ่มคณะทำงานไม่กี่กลุ่มที่เห็นความสำคัญและศักยภาพของธุรกิจไมซ์ ทั้งนี้การที่จะให้ธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ขับเคลื่อนไปได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน โดยเฉพาะการสนับสนุนจากทางภาครัฐทั้งในเรื่องของการจัดสรรงบประมาณที่เพียงพอและต่อเนื่อง การสนับสนุนจากรัฐในเรื่องของระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน ทำให้การทำงานที่ผ่านมาอยู่ในระดับปานกลาง ต่างคนต่างทำงานในผลประโยชน์ของตนเอง ยังไม่มีการจัดตั้งบุคคลที่ทำหน้าที่รับผิดชอบในการดำเนินการขับเคลื่อนธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่โดยตรงหรือมีหน่วยงานกลางที่รับผิดชอบอย่างชัดเจน (Chiang Mai Visitor's Bureau หรือ CVB) หน่วยงานที่มีอยู่ก็ยังไม่มีความชัดเจนในการบริหารงาน ไม่มีหน่วยงานกลางที่ทำหน้าที่ในการรวบรวมข้อมูลขององค์กรที่เกี่ยวข้องกับไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.00) ทั้งนี้ในปี 2547 รัฐบาลได้มีการจัดตั้งหน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย คือ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) ขึ้นเพื่อเป็นหน่วยงานหลักในการพัฒนาและส่งเสริมการตลาดให้แก่อุตสาหกรรมไมซ์ ทำให้การขับเคลื่อนธุรกิจไมซ์ของเชียงใหม่มีมากขึ้น รัฐบาลให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมไมซ์โดยได้มีการจัดสร้างศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ ในปี 2552 การทำงานในธุรกิจไมซ์มีความชัดเจนมากเมื่อ สสปน. ได้ลงนามข้อตกลงความร่วมมือกับจังหวัดเชียงใหม่และได้มีการกำหนดให้เชียงใหม่เป็นนครแห่งไมซ์ (MICE city) ทำให้ทุกภาคส่วนเห็นความสำคัญของธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่มากขึ้น ทั้งนี้ปัญหาในมุมมองของผู้ให้ข้อมูลอื่นได้แก่ บุคลากรในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของทางภาครัฐมีความรู้ความเข้าใจในธุรกิจไมซ์อยู่ในระดับปานกลางเกือบน้อย (ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.77) แม้แต่ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติที่จะเปิดตัวอย่างเป็นทางการในเดือนเมษายน 2556 นี้ (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมสัมมนาและนิทรรศการ, 2555) ยังไม่มีการประชาสัมพันธ์มากเท่าที่ควร คนในพื้นที่ยังไม่รู้ว่าเชียงใหม่เป็นนครแห่งไมซ์ ดังนั้นหน่วยงานที่รับผิดชอบกำกับดูแลธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ต้องนำไปพิจารณาหาทางแก้ไข โดยมีการจัดตั้ง Chiang Mai Visitor's bureau (CVB) เพื่อทำหน้าที่

ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของธุรกิจไมซ์ให้แก่ผู้ที่สนใจและรวมถึงคนในพื้นที่ ทั้งนี้ต้องมีการทำการตลาดและประชาสัมพันธ์ธุรกิจไมซ์ให้คนในท้องถิ่นได้รู้จัก เข้าใจและเห็นประโยชน์ของกิจกรรมไมซ์ที่จะมีขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ เช่น การทำ FAM trip (familiarization trip) คือ การส่งเสริมกิจกรรมการตลาดโดยนำกลุ่มเป้าหมายเยี่ยมชมความพร้อมและศักยภาพของจังหวัดเชียงใหม่ในการจัดประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ และเข้าร่วมกิจกรรมที่จังหวัดเชียงใหม่จัดขึ้น เพื่อสร้างความประทับใจแก่ผู้เข้าร่วมงานประชุม นิทรรศการและการจัดงาน โดยกลุ่มเป้าหมายเป็นบุคลากรในหน่วยงานของรัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องในธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ เช่น ประชาสัมพันธ์จังหวัดเชียงใหม่ พาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่ สถาบันการศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่ ดำเนินการตรวจคนเข้าเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ตำรวจท่องเที่ยว สุลทากรจังหวัดเชียงใหม่ องค์การบริหารส่วนท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่ สมาคมการค้าต่างๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ รวมถึงคนในพื้นที่ที่จะทำหน้าที่ในฐานะเป็นเจ้าบ้านต้อนรับผู้เข้าร่วมประชุม นิทรรศการ ผู้เข้าร่วมงานและนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ถ้าทุกหน่วยงานของทั้งทางภาครัฐและเอกชน คนในพื้นที่ร่วมมือกันที่จะขับเคลื่อนธุรกิจไมซ์เชียงใหม่ นครแห่งไมซ์ ก็จะสามารถขับเคลื่อนไปได้อย่างมีประสิทธิภาพและแข่งขันในระดับนานาชาติได้

ตาราง 11 ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อศักยภาพในการจัดการ
ธุรกิจไมซ์จังหวัดเชียงใหม่ด้านความร่วมมือ

ศักยภาพด้านการจัดการด้านความร่วมมือ	ระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพ			ค่าคะแนน	ระดับ ศักยภาพ
	(N = 22)			เฉลี่ย	
	ร้อยละ				
มีความร่วมมือและการประสานงานระหว่างผู้ มีส่วนได้ส่วนเสียของธุรกิจไมซ์ในจังหวัด เชียงใหม่ เช่น หน่วยงานของภาครัฐ ผู้ประกอบการธุรกิจไมซ์ สมาคมต่างๆ ใน อุตสาหกรรมไมซ์อย่างเข้มแข็ง	27.30	54.54	18.18	2.09	ปานกลาง
มีหน่วยงานกลางที่เป็นศูนย์กลางในการ รวบรวมข้อมูลของทุกองค์กรที่เกี่ยวกับธุรกิจ ไมซ์และอำนวยความสะดวกแก่ผู้ที่สนใจจัด งานประชุม นิทรรศการ การจัดงาน อย่าง ชัดเจนและมีเจ้าหน้าที่ประจำ ณ หน่วยงาน กลาง	18.18	63.63	18.18	2.00	ปานกลาง
มีการจัดตั้งคณะทำงานโดยประกอบด้วยผู้มี ส่วนได้ส่วนเสียในธุรกิจไมซ์เพื่อกำหนด นโยบาย เป้าหมาย ขั้นตอนการทำงาน เพื่อ สร้างความเข้มแข็งและเพิ่มขีดความสามารถ ในการแข่งขันให้แก่ธุรกิจไมซ์ในจังหวัด เชียงใหม่	27.27	40.90	31.81	1.95	ปานกลาง
การสนับสนุนงบประมาณจากภาครัฐเกี่ยวกับ ธุรกิจไมซ์อยู่ในระดับที่ดี	27.27	36.36	36.36	1.90	ปานกลาง
หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของภาครัฐมีความรู้ ความเข้าใจในธุรกิจไมซ์ในระดับที่ดี	18.18	40.90	40.90	1.77	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม				1.94	

หมายเหตุ	ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
	2.34 – 3.00	มีศักยภาพในระดับมาก
	1.67 – 2.33	มีศักยภาพในระดับปานกลาง
	1.00 – 1.66	มีศักยภาพในระดับน้อย

จากการประเมินความคิดเห็นในด้านศักยภาพของผู้บริหารหรือผู้จัดการตลอดจนเจ้าของกิจการ ห้างร้าน รวมทั้งโรงแรมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์โดยตรงซึ่งได้แบ่งออกเป็น 2 องค์ประกอบหลัก คือ องค์ประกอบที่ 1 คือ ศักยภาพการจัดการในระดับการแลกเปลี่ยนระดับบุคคล (individual exchange) ของธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ และองค์ประกอบที่ 2 คือ ศักยภาพการจัดการในระดับการแลกเปลี่ยนรวมหมู่ (collective exchange) ของธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ นั้นทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำองค์ประกอบทั้งสององค์ประกอบมาเปรียบเทียบหาค่าความแตกต่างดังตาราง 12 ซึ่งพบว่า ศักยภาพในการจัดการในระดับการแลกเปลี่ยนระดับบุคคลมีค่าคะแนนเฉลี่ยที่ 2.23 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ 0.35 ในขณะที่ศักยภาพในการจัดการในระดับการแลกเปลี่ยนรวมหมู่มีค่าคะแนนเฉลี่ยที่ 2.28 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ 0.40 เมื่อทดสอบความแตกต่างของทั้งสองกลุ่มพบว่าไม่มีความแตกต่างกันในนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 12 ค่าความแตกต่างระหว่างความคิดเห็นในด้านศักยภาพในการจัดการในด้านการแลกเปลี่ยนระดับบุคคลและศักยภาพในการจัดการในระดับการแลกเปลี่ยนรวมหมู่ของผู้บริหารหรือผู้จัดการตลอดจนเจ้าของกิจการ ห้างร้าน รวมทั้งโรงแรมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์

รายการ	ระดับบุคคล	ระดับรวมหมู่	t
คะแนนศักยภาพในการแลกเปลี่ยนของผู้บริหารหรือผู้จัดการตลอดจนเจ้าของกิจการ ห้างร้าน	2.33	2.28	1.12
รวมทั้งโรงแรมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์	(0.35)	(0.40)	

กลุ่มที่ 2 ประกอบด้วย บริษัทรับจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (DMC)

ในกรุงเทพมหานครและในจังหวัดเชียงใหม่

ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ให้ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ในตาราง 12 ทำให้พบว่า ผู้ให้ข้อมูลซึ่งส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 68.18) เพศหญิง (ร้อยละ 31.81) โดยมีอายุเฉลี่ย 41 ปี ทั้งนี้ผู้ให้ข้อมูลมีอายุดำสุดคือ 30 ปีและสูงสุดคือ 56 ปี และจากตำแหน่งของผู้ให้ข้อมูลเป็นระดับผู้บริหารทำให้ประสบการณ์ในตำแหน่งงานที่ทำมีระยะเวลาเฉลี่ยค่อนข้างสูงคือ 15.45 ปี ในขณะที่ประสบการณ์ในการทำงานในธุรกิจ

ท่องเที่ยวมีระยะเวลาเฉลี่ยถึง 17.22 ซึ่งมีระยะเวลาเฉลี่ยค่อนข้างใกล้เคียงกันนั้นหมายถึงผู้ให้ข้อมูลมีประสบการณ์ทำงานที่อยู่ในสายอาชีพธุรกิจท่องเที่ยวเป็นเวลานาน

ตาราง 13 จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูลจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

เพศ	ลักษณะส่วนบุคคล	ผู้ให้ข้อมูล (N = 22)	
		จำนวน	ร้อยละ
ชาย	ชาย	15	68.18
	หญิง	7	31.81
อายุ (ปี)	ต่ำกว่า 35 ปี	2	9.09
	35-45 ปี	13	59.09
	46-55 ปี	6	27.27
	มากกว่า 55 ปี	1	4.54
	$\mu = 41.68$	$\sigma = 6.43$	R = 30-56
ประสบการณ์ในตำแหน่งที่ทำ (ปี)	ต่ำกว่า 5 ปี	0	0.00
	5-10 ปี	4	18.18
	11-15 ปี	8	36.36
	มากกว่า 15 ปี	10	45.45
	$\mu = 15.45$	$\sigma = 4.72$	R = 10-26
ประสบการณ์ด้านธุรกิจท่องเที่ยว (ปี)	ต่ำกว่า 5 ปี	0	0.00
	5-10 ปี	3	13.63
	11-15 ปี	6	27.27
	มากกว่า 15 ปี	13	59.09
	$\mu = 17.22$	$\sigma = 5.02$	R = 10-26

องค์ประกอบที่ 1 ศักยภาพการจัดการในระดับการแลกเปลี่ยนระดับบุคคลของธุรกิจ ไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่

1. ศักยภาพด้านความปลอดภัย

ในการวิเคราะห์ความคิดเห็นศักยภาพด้านความปลอดภัยในกลุ่มที่ 2 คือ บริษัทรับจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (DMC) ในกรุงเทพมหานครและในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดด้านองค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของ ราณี อธิชัยกุล (2545: 6-8) เข้ามาเป็นเครื่องมือในการวัดความคิดเห็นด้านศักยภาพความปลอดภัยของจังหวัดเชียงใหม่ อันได้แก่ ธุรกิจที่พักแรม (accommodation) ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม (food and beverage) ธุรกิจคมนาคมขนส่ง (transportation) ธุรกิจสินค้าที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง (souvenirs) ธุรกิจนันทนาการ (recreation) โดยในส่วนของความคิดเห็นของแต่ละองค์ประกอบนั้นบริษัทรับจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลก็จะแสดงความคิดเห็นในสถานที่หรือธุรกิจที่บริษัทมีสัญญาาร่วมกัน (contract) ทำให้ข้อมูลมีการกระจายไปในสถานประกอบการต่างๆ ทั่วจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งนี้ในส่วนของรายละเอียดในการเลือกหัวข้อในแต่ละบางองค์ประกอบ ผู้วิจัยได้เลือกธุรกิจหรือสถานที่ที่ได้รับความนิยมที่อยู่โปรแกรมการท่องเที่ยวทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดย ธุรกิจคมนาคมขนส่ง ผู้วิจัยได้เลือกการคมนาคมขนส่งภายในจังหวัดเชียงใหม่ คือ การคมนาคมขนส่งทางบกและการคมนาคมขนส่งทางน้ำ ธุรกิจร้านขายของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง ผู้วิจัยได้เลือกร้านจิวเวลรี่เป็นตัวอย่างธุรกิจในการวัดระดับความคิดเห็น ธุรกิจนันทนาการ ผู้วิจัยได้เลือกแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัดเชียงใหม่ที่เป็นที่ได้รับความนิยมทั้งของคนไทยและคนต่างชาติ คือ ปางช้าง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในตาราง 14 ทำให้ทราบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีความเห็นต่อศักยภาพในการจัดการด้านความปลอดภัยเพื่อรองรับธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวมเท่ากับ 1.81) ทั้งนี้ผู้ให้ข้อมูลเห็นว่า ด้านที่พักแรมนั้นมีศักยภาพในการจัดการด้านความปลอดภัยมากที่สุด (ค่าคะแนน 2.11) ซึ่งมองได้ว่าโรงแรมส่วนใหญ่มีมาตรการในการรักษาความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐาน อาทิเช่น การเตรียมในเรื่องเส้นทางหนีภัย กรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน มีการเตรียมความพร้อมในเรื่องการรักษาความปลอดภัย เช่น การฝึกซ้อมหนีไฟ มีอุปกรณ์และเครื่องมือบรรเทาสาธารณภัยตามจุดต่างๆ เช่น ถังดับเพลิง รวมถึงมีอุปกรณ์แสดงข้อความข้อระเบียบปฏิบัติ เพื่อแจ้งเตือนแก่นักท่องเที่ยว เนื่องจากการที่ที่พักแรมมี พรบ. โรงแรมบังคับในเรื่องการจัดการด้านความปลอดภัยทำให้การดูแลในเรื่องความปลอดภัยได้ระดับมาตรฐาน ในขณะเดียวกัน แหล่งท่องเที่ยว คือ ปางช้างในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้ให้ข้อมูลมองว่าปางช้างในจังหวัดเชียงใหม่มีศักยภาพในการจัดการด้านความปลอดภัยระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.68) โดยมองว่าปางช้างต่างๆ มีมาตรการในการรักษาความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยวปานกลาง แต่ในเรื่องของ

การดูแลในเรื่องอุปกรณ์และเครื่องมือบรรเทาสาธารณภัย หรืออยู่ในสภาพที่ไม่ดีพอ เช่น ถังดับเพลิง (ค่าคะแนนเฉลี่ยต่ำสุด 1.50) หรือการเตรียมเส้นทางหนีภัยหรือแผนอพยพนักท่องเที่ยวกรณีที่เกิดเหตุฉุกเฉิน เช่น ไฟไหม้ ยังมีศักยภาพน้อย (ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.54) ในขณะที่ร้านอาหาร/ภัตตาคาร ในจังหวัดเชียงใหม่ผู้ให้ข้อมูลมองเห็นว่ามีศักยภาพในด้านความปลอดภัยอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.68) ทั้งนี้ผู้ให้ข้อมูลมองว่ามาตรการรักษาความปลอดภัยของร้านอาหาร ภัตตาคาร เช่น การฝึกอบรมพนักงานให้ปฏิบัติตามมาตรการรักษาความปลอดภัย ความพร้อมในการรับมือกับเหตุฉุกเฉิน หรือเส้นทางหนีภัย แผนอพยพกรณีเหตุฉุกเฉิน มีศักยภาพน้อยสุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.63) ในขณะเดียวกันที่ผู้ให้ข้อมูลมองศักยภาพของร้านขายของที่ระลึก เช่น ร้านจิวเวลรี่ ในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.06) โดยมีการคมนาคมขนส่งในจังหวัดเชียงใหม่มีศักยภาพในด้านปลอดภัยในระดับน้อยสุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.54) โดยเฉพาะความปลอดภัยของรถโดยสารสาธารณะเช่น รถสี่ล้อแดง ที่มีมาตรการในการรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวจากอันตรายที่อาจเกิดขึ้น เช่น มีอุปกรณ์ที่แสดงถึงข้อความ ระเบียบปฏิบัติ แผ่นป้าย เพื่อแจ้งเตือนนักท่องเที่ยวถึงการปฏิบัติที่เหมาะสมระหว่างนั่งบนรถโดยสารสาธารณะน้อยสุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.27) รวมถึงการฝึกอบรมเกี่ยวกับการปฏิบัติตามมาตรการรักษาความปลอดภัยอย่างเคร่งครัด และมีความพร้อมในการรับมือกับเหตุฉุกเฉินอยู่ตลอดเวลาของคนขับรถโดยสารสาธารณะในจังหวัดเชียงใหม่ก็มีศักยภาพน้อย (ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.40)

ซึ่งโดยภาพรวมแสดงให้เห็นว่า สถานประกอบการ แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ให้ความสำคัญกับการดูแลในเรื่องความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยวในระดับปานกลาง ทั้งนี้การนำมาตรฐานไอเอสโอ (international standardization and organization) หรือองค์กรระหว่างประเทศว่าด้วยการมาตรฐานเข้ามาใช้ในการรับรองคุณภาพของธุรกิจของตัวเอง เช่น ISO 9001 มาตรฐานระบบการจัดการคุณภาพ หรือ ISO 14000 มาตรฐานการจัดการสิ่งแวดล้อม ก็จะก่อให้เกิดความเชื่อมั่นและภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ธุรกิจ บริษัทรับจัดการนำเที่ยวเกิดความเชื่อมั่น อันจะนำไปสู่การเลือกปางช้าง ที่พักแรม ร้านอาหาร ภัตตาคาร หรือร้านขายของที่ระลึกแห่งนั้นเป็นส่วนหนึ่งของโปรแกรมนำเที่ยวในประเทศไทย ในส่วนของนักท่องเที่ยวเองก็เกิดความเชื่อมั่นในการเข้ามาใช้บริการ ทำให้เกิดภาพลักษณ์ทางบวกแก่จังหวัดเชียงใหม่ ในขณะเดียวกันเพื่อเป็นการเสริมสร้างภาพลักษณ์ในเรื่องความปลอดภัยของจังหวัดเชียงใหม่ ทางจังหวัดเชียงใหม่ได้มีแผนยุทธศาสตร์ในเรื่องความปลอดภัย โดยในปี 2559 จังหวัดเชียงใหม่จะเป็น “เมืองเกษตรปลอดภัย” คือเป็นเมืองที่ปลอดภัยจากสารเคมีทุกชนิด โดยเฉพาะพืช ผัก จะมีการใช้เกษตรอินทรีย์ ซึ่งโครงการนี้มีระยะ 6 ปี คือ 2554-2559 ในการทำให้เชียงใหม่เป็นเมืองเกษตรปลอดภัยทั้งเมือง (วรกาน ยักษ์, สัมภาษณ์) ซึ่งก็จะเป็นการเพิ่มความมั่นใจและเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่จังหวัดเชียงใหม่ในเรื่องความปลอดภัยในมุมมองของนักท่องเที่ยวมากขึ้น

ตาราง 14 ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อศักยภาพในการจัดการ
ธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ด้านความปลอดภัย

ศักยภาพด้านความปลอดภัย	ระดับความคิดเห็นต่อ ศักยภาพ (N = 22)			ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับ ศักยภาพ
	ร้อยละ				
ที่พักแรม					
1. ภายในโรงแรมมีการเตรียมเส้นทางหนีภัย หรือแผนอพยพนักท่องเที่ยวออกจากแหล่งที่เกิดเหตุฉุกเฉิน เช่น ไฟไหม้	27.27	68.18	4.54	2.22	ปานกลาง
2. ภายในโรงแรมมีอุปกรณ์และเครื่องมือบรรเทาสาธารณภัยที่เพียงพอและอยู่ในสภาพที่ใช้งานได้ดี เช่น ถังดับเพลิง	22.72	72.70	4.54	2.18	ปานกลาง
3. มีอุปกรณ์ที่แสดงถึงข้อความ ระบียบปฏิบัติ แผ่นป้าย เพื่อแจ้งเตือนนักท่องเที่ยวถึงการปฏิบัติที่เหมาะสมเมื่อเข้ามาในโรงแรม	27.27	63.60	9.09	2.18	ปานกลาง
4. มีมาตรการในการรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว จากอันตรายที่อาจเกิดขึ้นในโรงแรม เช่น พื้นที่บางส่วนที่อยู่ในการก่อสร้างมีแผนป้องกันภัยและการรับมือกับเหตุฉุกเฉิน	18.18	68.18	13.63	2.04	ปานกลาง
5. โรงแรมมีการฝึกอบรมพนักงานให้ปฏิบัติตามมาตรการรักษาความปลอดภัยอย่างเคร่งครัด และมีความพร้อมในการรับมือกับเหตุฉุกเฉินอยู่ตลอดเวลา	13.63	68.18	18.18	1.95	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม					2.11
แหล่งท่องเที่ยว เช่น ปางช้าง					
1. ภายในบริเวณปางช้างมีระบบสื่อสารสำหรับติดต่อขอความช่วยเหลือในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉินที่มีประสิทธิภาพ	4.45	86.40	9.09	1.95	ปานกลาง

ตาราง 14 (ต่อ)

ศักยภาพด้านความปลอดภัย	ระดับความคิดเห็นต่อ			ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับศักยภาพ
	ศักยภาพ (N = 22)				
	ร้อยละ				
2. ปางช้างมีการฝึกอบรมพนักงานให้ปฏิบัติตามมาตรการรักษาความปลอดภัยอย่างเคร่งครัด และมีความพร้อมในการรับมือกับเหตุฉุกเฉินอยู่ตลอดเวลา	13.63	54.54	31.81	1.81	ปานกลาง
3. มีมาตรการในการรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว จากอันตรายที่อาจเกิดขึ้นในปางช้าง เช่น พื้นที่บางส่วนที่อยู่ในการก่อสร้างมีแผนป้องกันภัยและการรับมือกับเหตุฉุกเฉิน	00.00	63.63	36.36	1.63	ปานกลาง
4. ปางช้างมีการเตรียมเส้นทางหนีภัย หรือแผนอพยพนักท่องเที่ยวออกจากแหล่งที่เกิดเหตุฉุกเฉิน เช่น ไฟไหม้	9.09	36.35	54.54	1.54	ปานกลาง
5. ภายในปางช้างมีอุปกรณ์และเครื่องมือบรรเทาสาธารณภัยที่เพียงพอและอยู่ในสภาพที่ใช้งานได้ดี เช่น ถังดับเพลิง	00.00	50.00	50.00	1.50	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม					1.00
ร้านอาหาร/ภัตตาคาร					
1. ภายในร้านอาหาร/ภัตตาคารมีอุปกรณ์และเครื่องมือบรรเทาสาธารณภัยที่เพียงพอและอยู่ในสภาพที่ใช้งานได้ดี เช่น ถังดับเพลิง	4.54	68.18	27.27	1.77	ปานกลาง
2. มีอุปกรณ์ที่แสดงถึงข้อความ ระบียบปฏิบัติ แผ่นป้าย เพื่อแจ้งเตือนลูกค้าถึงการปฏิบัติที่เหมาะสมเมื่อเข้ามาในร้านอาหาร/ภัตตาคาร	00.00	72.72	27.27	1.72	ปานกลาง
3. มีมาตรการในการรักษาความปลอดภัยให้กับลูกค้า จากอันตรายที่อาจเกิดขึ้นในร้านอาหาร/ภัตตาคาร เช่น พื้นที่บางส่วนที่อยู่ในการก่อสร้างมีแผนป้องกันภัยและการรับมือกับเหตุฉุกเฉิน	4.54	59.09	36.36	1.68	ปานกลาง

ตาราง 14 (ต่อ)

ศักยภาพด้านความปลอดภัย	ระดับความคิดเห็นต่อ			ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับศักยภาพ
	ศักยภาพ (N = 22)				
	ร้อยละ				
4. ร้านอาหาร/ภัตตาคาร มีการเตรียมเส้นทางหนีภัย หรือแผนอพยพลูกค้าออกจากแหล่งที่เกิดเหตุฉุกเฉิน เช่น ไฟไหม้	9.09	45.45	45.45	1.63	ปานกลาง
5. ร้านอาหาร/ภัตตาคาร มีการฝึกอบรมพนักงานให้ปฏิบัติตามมาตรการรักษาความปลอดภัยอย่างเคร่งครัด และมีความพร้อมในการรับมือกับเหตุฉุกเฉินอยู่ตลอดเวลา	00.00	63.63	36.36	1.63	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม					1.68
ร้านขายของที่ระลึก เช่น ร้านจิ๋วเวอร์รี่					
1. ร้านขายของที่ระลึกมีการเตรียมเส้นทางหนีภัย หรือแผนอพยพลูกค้าออกจากแหล่งที่เกิดเหตุฉุกเฉิน เช่น ไฟไหม้	36.36	45.45	18.18	2.18	ปานกลาง
2. มีอุปกรณ์ที่แสดงถึงข้อความ ระเบียบปฏิบัติ แผ่นป้าย เพื่อแจ้งเตือนลูกค้าถึงการปฏิบัติที่เหมาะสมเมื่อเข้ามาในร้านขายของที่ระลึก	27.27	59.09	13.63	2.13	ปานกลาง
3. มีมาตรการในการรักษาความปลอดภัยให้กับลูกค้า จากอันตรายที่อาจเกิดขึ้นในร้านขายของที่ระลึก เช่น พื้นที่บางส่วนของร้าน การก่อสร้างมีแผนป้องกันภัยและการรับมือกับเหตุฉุกเฉิน	31.81	45.45	22.72	2.09	ปานกลาง
4. ภายในร้านขายของที่ระลึกมีอุปกรณ์และเครื่องมือบรรเทาสาธารณภัยที่เพียงพอและอยู่ในสภาพที่ใช้งานได้ เช่น ดังดับเพลิง	27.27	50.00	22.72	2.04	ปานกลาง
5. ร้านขายของที่ระลึกมีการฝึกอบรมพนักงานให้ปฏิบัติตามมาตรการรักษาความปลอดภัยอย่างเคร่งครัด และมีความพร้อมในการรับมือกับเหตุฉุกเฉินอยู่ตลอดเวลา	13.63	63.63	22.72	1.90	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม					2.06

ตาราง 14 (ต่อ)

ทัศนภาพด้านความปลอดภัย	ระดับความคิดเห็นต่อ ทัศนภาพ (N = 22)			ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับ ทัศนภาพ
	ร้อยละ				
การคมนาคมขนส่ง					
1. รถโดยสารบริการนักท่องเที่ยวที่ข่วยเช่น รถโค้ช ใน จังหวัดเชียงใหม่มีมาตรการ ในการรักษาความ ปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวจากอันตรายที่อาจ เกิดขึ้น เช่น มีอุปกรณ์ที่แสดงถึงข้อความ ระเบียบปฏิบัติ แผ่นป้ายเพื่อแจ้งเตือน นักท่องเที่ยวถึงการปฏิบัติที่เหมาะสมระหว่าง นั่งบนรถโดยสารบริการนักท่องเที่ยว	13.63	54.54	31.81	1.81	ปานกลาง
2. คนขับรถโดยสารบริการนักท่องเที่ยว ในจังหวัดเชียงใหม่ได้รับการฝึกอบรม เกี่ยวกับการปฏิบัติตามมาตรการรักษา ความปลอดภัยอย่างเคร่งครัด และมีความ พร้อมในการรับมือกับเหตุฉุกเฉินอยู่ ตลอดเวลา	9.09	59.09	31.81	1.77	ปานกลาง
3. เรือท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เช่น เรือ ล่องแม่น้ำปิง มีมาตรการ ในการรักษาความ ปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวจากอันตรายที่ อาจเกิดขึ้น เช่น มีอุปกรณ์ที่แสดงถึงข้อความ ระเบียบปฏิบัติ แผ่นป้ายเพื่อแจ้งเตือน นักท่องเที่ยวถึงการปฏิบัติที่เหมาะสม ระหว่างนั่งบนเรือ	0.00	50.00	50.00	1.50	ปานกลาง
4. คนขับเรือท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับการปฏิบัติตาม มาตรการรักษาความปลอดภัยอย่างเคร่งครัด และมีความพร้อมในการรับมือกับเหตุฉุกเฉิน อยู่ตลอดเวลา	4.54	40.90	54.54	1.50	ปานกลาง

ตาราง 14 (ต่อ)

ศักยภาพด้านความปลอดภัย	ระดับความคิดเห็นต่อ ศักยภาพ (N = 22)			ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับ ศักยภาพ
	ร้อยละ				
5. คนขับรถโดยสารสาธารณะในจังหวัดเชียงใหม่ได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับการปฏิบัติตามมาตรการรักษาความปลอดภัยอย่างเคร่งครัด และมีความพร้อมในการรับมือกับเหตุฉุกเฉินอยู่ตลอดเวลา	4.54	31.81	63.63	1.40	ปานกลาง
6. รถโดยสารสาธารณะภายในจังหวัดเชียงใหม่ เช่น รถสี่ล้อแดง มีมาตรการในการรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวจากอันตรายที่อาจเกิดขึ้น เช่น มีอุปกรณ์ที่แสดงถึงข้อความ ระเบียบปฏิบัติ แผ่นป้ายเพื่อแจ้งเตือนนักท่องเที่ยวถึงการปฏิบัติที่เหมาะสมระหว่างนั่งบนรถโดยสารสาธารณะ	00.00	27.27	72.72	1.27	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย					1.54
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวมทั้งสิ้น					1.81

หมายเหตุ	ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
	2.34 – 3.00	มีศักยภาพในระดับมาก
	1.67 – 2.33	มีศักยภาพในระดับปานกลาง
	1.00 – 1.66	มีศักยภาพในระดับน้อย

2. ศักยภาพด้านความคุ้มค่า

ผลการศึกษาในตาราง 15 เกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อศักยภาพด้านความคุ้มค่าหรือประโยชน์ที่จังหวัดเชียงใหม่ได้รับจากกิจกรรมที่เกิดขึ้นจากโปรแกรมนำเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลพบว่ามีศักยภาพความคุ้มค่าในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.19) โดยมองว่าประโยชน์ของการท่องเที่ยวแบบได้รางวัล (incentive) เป็นการประชาสัมพันธ์ให้แก่จังหวัดเชียงใหม่ และนำไปสู่แรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางกลับมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่อีกครั้ง หรือมีการบอกต่อไปยังเพื่อนญาติมีศักยภาพมากที่สุด (ค่าคะแนน 2.31) รวมถึงเป็นการส่งเสริม

ภาพลักษณ์ในการเป็นนครแห่งไมซ์ให้แก่จังหวัดเชียงใหม่ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.27) และที่สำคัญการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเป็นกลไกสำคัญที่จะสามารถกระตุ้นเศรษฐกิจเชียงใหม่ได้ดีให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องทางตรงและทางอ้อมในขณะเดียวกันยังช่วยกระตุ้นให้ชุมชนได้มีการพัฒนาภูมิปัญญาในท้องถิ่น (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.18) เช่น การนำของในท้องถิ่นมาขาย มีการรวมตัวกันของชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่างๆ เพื่อเพิ่มมูลค่า (value) ให้แก่สินค้า ทำให้คนในท้องถิ่นมีรายได้ในครัวเรือนเพิ่มมากขึ้นและยังเป็นการเพิ่มรายได้เฉลี่ยประชากรมวลรวม (GDP) ให้แก่ประเทศไทย นอกจากนี้ยังก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ เรียนรู้วัฒนธรรมและพัฒนาวิทยาการใหม่จากกิจกรรมการท่องเที่ยว อันเป็นแรงกระตุ้นให้มีการพัฒนาศักยภาพบุคลากรในท้องถิ่นต่อไป เช่น การอบรมยุวมัคคุเทศก์ให้แก่คนในชุมชน การอบรมภาษาอังกฤษพื้นฐานให้แก่ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น คนขับสามล้อ คนถือแพ คนขับรถสาธารณะ และยังเป็นการกระตุ้นให้คนในท้องถิ่นเกิดการหางานและรักษาสภาพแวดล้อมที่ดี อันจะนำไปสู่การพิจารณาตัดสินใจของผู้จัดโปรแกรมการท่องเที่ยวในการเลือกจังหวัดเชียงใหม่เป็นจุดหมายปลายทางหรือเป็นส่วนหนึ่งของโปรแกรมนำเที่ยว

ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจของจังหวัดเชียงใหม่ตลอดปี การใช้นโยบาย D-MICE (domestic MICE) ของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการจะช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจให้แก่จังหวัดเชียงใหม่ได้มากขึ้น เนื่องจากการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลนั้นมีจำนวนนักท่องเที่ยวและจำนวนกลุ่มที่มาท่องเที่ยวค่อนข้างคงที่หรือเพิ่มขึ้นลงในระดับที่ไม่สูงมาก เนื่องจากการเสนอโปรแกรมการท่องเที่ยวของบริษัทต่างๆ เพื่อกระตุ้นยอดขายหรือกระตุ้นประสิทธิภาพในการทำงานนั้น มักหมุนเวียนเปลี่ยนสถานที่ท่องเที่ยวไปเพื่อให้เกิดความต้องการและไม่จำเจต่อกลุ่มเป้าหมายของบริษัท ดังนั้นการหมุนเวียนกลับมาให้บริการในจุดหมายเดิมของบริษัทหนึ่งๆ ต้องใช้ระยะเวลาอย่างน้อย 4-5 ปี (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2547: ระบบออนไลน์) ดังนั้น การใช้นโยบาย D-MICE โดยกระตุ้นบริษัทชั้นนำของไทยและต่างชาติรวมทั้งกลุ่มชาวต่างชาติที่พำนักในประเทศไทยให้มาจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในประเทศมากขึ้น ก็จะเป็นการช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจของจังหวัดเชียงใหม่ในฤดูกาลที่ไม่ใช่ฤดูการท่องเที่ยวได้ (low season) ทำให้เกิดกิจกรรมทางการค้า (trading) และกิจกรรมทางเศรษฐกิจในจังหวัดเชียงใหม่ตลอดปี

ตาราง 15 ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อศักยภาพในการจัดการธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ด้านความคุ้มค่า

ศักยภาพด้านความคุ้มค่า	ระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพ (N = 22)			ค่าคะแนน	ระดับ ศักยภาพ
	ร้อยละ			เฉลี่ย	
การเข้ามาท่องเที่ยวแบบได้รางวัลของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นการประชาสัมพันธ์ให้แก่จังหวัดเชียงใหม่ และนำไปสู่แรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางกลับมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่อีกครั้งหรือมีการบอกต่อไปยังเพื่อน ญาติ	15.50	40.90	13.63	2.31	ปานกลาง
การเข้ามาท่องเที่ยวแบบได้รางวัลในจังหวัดเชียงใหม่เป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ในการเป็นเมืองแห่งไมซ์ (MICE CITY) ให้แก่จังหวัดเชียงใหม่	40.90	45.45	13.63	2.27	ปานกลาง
การเข้ามาท่องเที่ยวแบบได้รางวัลของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จะนำมาซึ่งเม็ดเงินที่จะหมุนเวียนในจังหวัดเชียงใหม่แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อม	31.81	54.54	13.63	2.18	ปานกลาง
การเข้ามาท่องเที่ยวแบบได้รางวัลของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ เรียนรู้ วัฒนธรรมและพัฒนาวิทยาการใหม่ๆ แนวคิดใหม่ๆ จากกิจกรรมการท่องเที่ยว อันเป็นแรงกระตุ้นให้มีการพัฒนาศักยภาพบุคลากรในท้องถิ่นต่อไปในอนาคต เช่น การอบรมภาษาต่างประเทศให้คนในท้องถิ่น	31.81	54.54	13.63	2.18	ปานกลาง
การเข้ามาท่องเที่ยวแบบได้รางวัลของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นการสนับสนุนให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมและส่งเสริมภูมิปัญญาในท้องถิ่น เช่น การนำของในท้องถิ่นมาขายในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ	31.81	54.54	13.63	2.18	ปานกลาง

ตาราง 15 (ต่อ)

ศักยภาพด้านความคุ้มค่า	ระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพ (N = 22)			ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับศักยภาพ
	ร้อยละ				
การเข้ามาท่องเที่ยวแบบได้รางวัลของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จะนำประโยชน์ให้แก่คนในท้องถิ่นจากการสนับสนุนและลงทุนของรัฐ เช่น สาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ	22.72	68.18	9.09	2.13	ปานกลาง
การที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จะกระตุ้นให้คนในท้องถิ่นเกิดการวางแผนและรักษาสภาพสิ่งแวดล้อมที่ดี ซึ่งจะนำไปสู่การพิจารณาตัดสินใจของผู้จัดโปรแกรมการท่องเที่ยวที่จะเลือกจังหวัดเชียงใหม่เป็นส่วนหนึ่งในโปรแกรมการท่องเที่ยว	18.18	59.09	22.72	1.95	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม					2.19

หมายเหตุ	ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
	2.34 – 3.00	มีศักยภาพในระดับมาก
	1.67 – 2.33	มีศักยภาพในระดับปานกลาง
	1.00 – 1.66	มีศักยภาพในระดับน้อย

3. ศักยภาพด้านการจัดการบุคลากร

ผลการศึกษาทำให้ทราบว่า ผู้ให้ข้อมูลได้ระบุความคิดเห็นที่มีต่อศักยภาพในการจัดการธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ด้านการจัดการบุคลากรอยู่ในระดับปานกลาง (โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.02) (ตาราง 15) โดยแบ่งประเภทตามองค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอันได้แก่ ที่พักแรม แหล่งท่องเที่ยว คือ ปางช้าง ร้านอาหารและภัตตาคาร ร้านขายของที่ระลึก และการคมนาคมขนส่ง ซึ่งผลของการศึกษาพบว่า ร้านขายของที่ระลึก คือ ร้านจิวเวอร์รี่ มีศักยภาพในด้านการจัดการบุคลากรมากที่สุด (ค่าคะแนน 2.31) รองลงมาได้แก่ ที่พักแรม (ค่าคะแนน 2.10) โดยสถานประกอบการเหล่านี้มีการพัฒนาอบรมพนักงานในเรื่องของการบริการและความสามารถในการใช้ภาษาต่างประเทศอยู่เสมอเนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติ ทำให้การคัดเลือกและพัฒนาทักษะบุคลากรเป็นปัจจัยสำคัญ หรือแม้ร้านอาหาร ภัตตาคาร แหล่งท่องเที่ยว เช่น ปางช้าง ก็มีการอบรมบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถในภาษาต่างประเทศเช่นเดียวกัน รวมถึงการอบรมในเรื่องของการบริการและการเอาใจใส่ลูกค้าเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจและประทับใจมากที่สุด ในขณะที่ศักยภาพของบุคลากรที่ทำงานเกี่ยวกับการคมนาคมขนส่งในจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งในการวัดความคิดเห็นศักยภาพผู้วิจัยได้เลือกพาหนะในการเดินทางในจังหวัดเชียงใหม่ที่เป็นนิยมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอันประกอบด้วย คนขับรถโดยสารบริการนักท่องเที่ยว เช่น รถโค้ช คนขับรถโดยสารสาธารณะในจังหวัดเชียงใหม่และพนักงานขับเรือท่องเที่ยว มีศักยภาพน้อยสุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.80) โดยผู้ให้ข้อมูลมองว่า ความสามารถ ทักษะของบุคลากรในการคมนาคมขนส่ง อาทิเช่น คนขับรถโค้ช คนขับรถโดยสารสาธารณะภายในจังหวัดเชียงใหม่ พนักงานขับเรือท่องเที่ยวในการใช้ภาษาต่างประเทศหรือแม้แต่การบริการและอภัยยศไมตรียังถือว่าอยู่ในระดับปานกลาง โดยเฉพาะการใช้ภาษาต่างประเทศในการติดต่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยว ทั้งนี้การพัฒนาคุณภาพการให้บริการและศักยภาพของบุคลากรในธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่เป็นสิ่งที่สำคัญเพื่อพัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการในธุรกิจไมซ์ในรองรับการเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบด้านการใช้ภาษาอังกฤษกับประเทศในกลุ่มอาเซียนนั้น พบว่า สิงคโปร์ มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ บรูไน มีศักยภาพมากที่สุด (หอการค้าจังหวัดเชียงใหม่, 2555: 21) ทั้งนี้หลายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในจังหวัดเชียงใหม่ได้มีการเปิดอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพในการใช้ภาษาต่างประเทศให้กับบุคลากรที่เกี่ยวข้องในธุรกิจไมซ์ เช่น ผู้ว่าฯ จังหวัดเชียงใหม่ได้เปิดจวนผู้ว่าฯ เพื่ออบรมภาษาอังกฤษให้แก่คนขับสามล้อ (วรกาน ชกยั้ง, สัมภาษณ์) สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่ได้มีการพัฒนาศักยภาพของมัคคุเทศก์ โดยมีการเปิดอบรมเสริมในภาษาที่ขาดแคลน เช่น ภาษาจีน ญี่ปุ่น รัสเซีย เกาหลี และในอนาคตจะมีการเพิ่มภาษาอื่นๆ ที่อยู่ในกลุ่มประเทศ AEC ด้วย (จุฑามาศ

แพรวพราว, 2555: สัมภาษณ์) ทั้งนี้ถ้าทุกฝ่ายทั้งภาครัฐและเอกชนร่วมแรงร่วมใจพัฒนาขีดความสามารถของบุคลากรในธุรกิจไมซ์ก็จะทำให้จังหวัดเชียงใหม่มีความเข้มแข็งมากขึ้นทั้งในมุมมองของคนในท้องถิ่นและมุมมองจากภายนอก

ตาราง 16 ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อศักยภาพในการจัดการธุรกิจไมซ์จังหวัดเชียงใหม่ด้านการจัดการบุคลากร

ศักยภาพด้านการจัดการบุคลากร	ระดับความคิดเห็น ต่อศักยภาพ (N = 22)			ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับ ศักยภาพ
	ร้อยละ				
ที่พักแรม					
1. การบริการ การเอาใจใส่ อธิยาศัยไมตรี ของพนักงานในโรงแรม	36.36	54.54	9.09	2.27	ปานกลาง
2. ศักยภาพด้านการใช้ภาษาต่างประเทศของพนักงานส่วนหน้าของโรงแรม	22.72	59.09	18.18	2.04	ปานกลาง
3. ความสามารถ ทักษะในงาน การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า ของพนักงานในโรงแรม	18.18	63.63	18.18	2.00	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม					2.10
แหล่งท่องเที่ยว เช่น ปางช้าง					
1. ความสามารถและทักษะของควาญช้าง	27.27	50.00	22.72	2.04	ปานกลาง
2. การบริการ อธิยาศัยไมตรีของพนักงานในปางช้าง	27.27	50.00	22.72	2.04	ปานกลาง
3. ศักยภาพด้านการใช้ภาษาต่างประเทศของพนักงานต้อนรับในปางช้าง	18.18	45.45	36.36	1.81	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม					2.10
ร้านอาหาร/ภัตตาคาร					
1. การบริการ การเอาใจใส่ อธิยาศัยไมตรีของพนักงานเสิร์ฟในร้านอาหารและภัตตาคาร	22.72	72.72	4.54	2.18	ปานกลาง
2. ความสามารถ ทักษะในงาน การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า ของพนักงาน เสิร์ฟในร้านอาหาร/ภัตตาคาร	00.00	81.81	18.18	1.81	ปานกลาง

ตาราง 16 (ต่อ)

ศักยภาพด้านการจัดการบุคลากร	ระดับความคิดเห็น			ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับศักยภาพ
	ต่อศักยภาพ (N = 22)				
	ร้อยละ				
3. ศักยภาพด้านการใช้ภาษาต่างประเทศของพนักงานเสิร์ฟในร้านอาหาร/ภัตตาคาร	00.00	45.45	54.54	1.45	น้อย
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวมร้านขายของที่ระลึก เช่น ร้านขายจิวเวอร์รี่					1.81
1. การบริการ อธิบายไม้ตรีของพนักงานในร้านจิวเวอร์รี่	45.45	45.45	9.09	2.36	ปานกลาง
2. ศักยภาพด้านการใช้ภาษาต่างประเทศของพนักงานขายของที่ระลึกในร้านจิวเวอร์รี่	45.45	45.45	13.63	2.31	ปานกลาง
3. ความสามารถ ความรู้ในงาน การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าของพนักงานขายในร้านจิวเวอร์รี่	36.36	54.54	9.09	2.27	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวมการคมนาคมขนส่ง					2.31
1. การบริการ อธิบายไม้ตรีของพนักงานขับรถท่องเที่ยว	22.72	63.63	13.63	2.09	ปานกลาง
2. ความสามารถและทักษะของพนักงานขับรถโดยสารบริการนักท่องเที่ยว	22.72	59.09	18.18	2.04	ปานกลาง
3. การบริการ อธิบายไม้ตรีของพนักงานขับรถโดยสารบริการนักท่องเที่ยว	22.72	54.54	22.72	2.00	ปานกลาง
4. ความสามารถและทักษะของพนักงานขับรถท่องเที่ยว	9.09	77.27	13.63	1.95	ปานกลาง
5. ความสามารถและทักษะของพนักงานขับรถโดยสารสาธารณะภายในจังหวัดเชียงใหม่	9.09	63.63	27.27	1.81	ปานกลาง
6. การบริการ อธิบายไม้ตรีของพนักงานขับรถโดยสารสาธารณะภายในจังหวัดเชียงใหม่	9.09	59.09	31.81	1.77	ปานกลาง
7. ศักยภาพด้านการใช้ภาษาต่างประเทศของพนักงานขับรถโดยสารบริการนักท่องเที่ยว เช่น รถโค้ช	9.09	40.90	50.00	1.59	น้อย

ตาราง 16 (ต่อ)

ศักยภาพด้านการจัดการบุคลากร	ระดับความคิดเห็น			ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับศักยภาพ
	ต่อศักยภาพ (N = 22)				
	ร้อยละ				
8. ศักยภาพด้านการใช้ภาษาต่างประเทศของพนักงานขับรถโดยสารสาธารณะ เช่น รถสี่ล้อแดง ภายในจังหวัดเชียงใหม่	4.45	40.90	54.54	1.50	น้อย
9. ศักยภาพด้านการใช้ภาษาต่างประเทศของพนักงานขับเรือท่องเที่ยว เช่น เรือล่องแม่น้ำปิง	4.45	40.90	54.54	1.50	น้อย
ค่าคะแนนเฉลี่ย					1.80
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวมทั้งสิ้น					2.02

หมายเหตุ ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย หมายถึง

2.34 – 3.00	มีศักยภาพในระดับมาก
1.67 – 2.33	มีศักยภาพในระดับปานกลาง
1.00– 1.66	มีศักยภาพในระดับน้อย

4. ศักยภาพด้านการจัดการข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในตาราง 17 ทำให้ทราบว่าผู้ให้ข้อมูลมีความคิดเห็นต่อศักยภาพในการจัดการด้านข้อมูลของจังหวัดเชียงใหม่ในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.80) แต่มีค่าเฉลี่ยรวมในการจัดการศักยภาพน้อยที่สุดในมุมมองของบริษัทรับจัดการท่องเที่ยว โดยบริษัทรับจัดการท่องเที่ยวมองว่าจังหวัดเชียงใหม่มีการจัดทำฐานข้อมูลรายละเอียดที่สามารถหาข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลได้ในระดับปานกลาง (ค่าคะแนน 1.95) เช่น ฐานข้อมูลพื้นฐานทั่วไป อาทิแหล่งท่องเที่ยว แผนที่ เส้นทางในการเดินทาง ข้อมูลที่พักแรม และฐานข้อมูลเชิงลึก เช่น แนวโน้มการท่องเที่ยว ข้อมูลทางการตลาด สิ่งเหล่านี้สามารถหาได้จากสื่อต่างๆ เช่น เว็บไซต์ ซีดีรอม และจากแอปพลิเคชันต่างๆ แต่ทั้งนี้ในการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว บริษัทรับจัดการท่องเที่ยวจะต้องเดินทางมาสำรวจสถานที่ เส้นทาง แหล่งท่องเที่ยว อีกครั้งเพื่อนำไปประกอบการพิจารณาตัดสินใจเนื่องจากข้อมูลในสื่อต่างๆ อาจเป็นข้อมูลที่ไม่ถูกต้องหรือล้าสมัยได้ นอกจากนี้จังหวัดเชียงใหม่ยังมีศูนย์บริการที่ให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวซึ่งก็คือ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคเหนือ โดยมีเจ้าหน้าที่ประจำอำนวยความสะดวกให้ และสามารถให้ภาษาต่างประเทศได้ดี แต่ทั้งนี้ในมุมมองของผู้ให้ข้อมูลมองว่าจังหวัดเชียงใหม่ยังขาดศักยภาพในเรื่องของการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจไมซ์ให้แก่คนในท้องถิ่น (ค่าคะแนนเฉลี่ยต่ำสุด 1.36) ซึ่งสอดคล้องกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลกลุ่มที่ 1 คือ โรงแรม (Venue) ที่รับจัดงานธุรกิจไมซ์ สถานที่รับจัดงานประเภทอื่นๆ ผู้จัดงานประชุม (PCO) ผู้จัดงานแสดงสินค้ามืออาชีพร (PEO) ผู้จัดงาน (EMC) ในจังหวัดเชียงใหม่ที่มองว่าจังหวัดเชียงใหม่ยังขาดศักยภาพในการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ความเข้าใจให้แก่คนในท้องถิ่นเนื่องจากไม่มีการจัดตั้งหน่วยงานดูแลรับผิดชอบธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่โดยตรงและการเปิดตัวเชียงใหม่ นครแห่งไมซ์ เมื่อไม่นานนี้ทั้งนี้จากการที่รัฐบาลกำหนดให้ปี 2556 เป็นปีแห่งไมซ์ของเชียงใหม่ โดยมีหน่วยงานหลักคือ สสป. ทำหน้าที่ในการดำเนินการส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ข้อมูลของธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่อย่างจริงจัง ดังนั้นคาดว่าคนจังหวัดเชียงใหม่จะเข้าใจธุรกิจและกิจกรรมของไมซ์มากยิ่งขึ้นและเป็นเจ้าบ้านที่ดีในการต้อนรับนักท่องเที่ยว ผู้เข้าร่วมประชุม นิทรรศการและผู้เข้าร่วมงาน

ตาราง 17 ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อศักยภาพในการจัดการธุรกิจไมซ์จังหวัดเชียงใหม่ด้านการจัดการด้านข้อมูล

ศักยภาพด้านการจัดการด้านข้อมูล	ระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพ(N = 22)			ค่าคะแนน	ระดับ
	ร้อยละ			เฉลี่ย	ศักยภาพ
1. มีเว็บไซต์ฐานข้อมูลของภาครัฐและเอกชนที่เป็นประโยชน์ต่อการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เช่น ฐานข้อมูลบริษัทรับจัดงานมีออาชีพ แนวโน้มการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ ข้อมูลด้านการส่งเสริมการตลาดที่จัดขึ้นหรือกิจกรรมต่างๆ ที่จัดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ ที่สะดวกและง่ายต่อการหาข้อมูลและมีความเชื่อมโยงกันและกัน	13.63	68.18	18.18	1.95	ปานกลาง
2. ข้อมูลของจังหวัดเชียงใหม่ที่น่าสนใจในสื่อต่างๆ เป็นข้อมูลที่ทันสมัย	13.63	68.18	18.18	1.95	ปานกลาง
3. มีรายละเอียดข้อมูลของจังหวัดเชียงใหม่ที่เป็นประโยชน์ต่อการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เช่น ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว แผนที่ของแหล่งท่องเที่ยว เส้นทางในการเดินทาง ระบบขนส่ง ข้อมูลของโรงแรม ในสื่อต่างๆ เช่น เว็บไซต์ แผ่นพับ วิดีโอ เป็นต้น	13.63	63.63	22.72	1.90	ปานกลาง
4. มีเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ที่ประจำ ณ ศูนย์บริการ ที่มีความรู้เป็นอย่างดี มีอัธยาศัยดี และสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้พอสมควร	9.09	68.18	22.72	1.86	ปานกลาง
5. จังหวัดเชียงใหม่มีศูนย์บริการหรือมีการกำหนดพื้นที่เพื่อเป็นศูนย์บริการที่ให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวหรือผู้ให้บริการธุรกิจบริการนักท่องเที่ยว (Destination Management Company) อย่างชัดเจนและมีเจ้าหน้าที่ประจำ	4.54	72.72	22.72	1.81	ปานกลาง

ตาราง 17 (ต่อ)

ศักยภาพด้านการจัดการด้านข้อมูล	ระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพ(N = 22)			ค่าคะแนน	ระดับ
	ร้อยละ			เฉลี่ย	ศักยภาพ
6. การประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจไมซ์ให้แก่คนในท้องถิ่น	4.45	27.27	68.18	1.36	น้อย
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม					1.80

หมายเหตุ	ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
	2.34 – 3.00	มีศักยภาพในระดับมาก
	1.67 – 2.33	มีศักยภาพในระดับปานกลาง
	1.00 – 1.66	มีศักยภาพในระดับน้อย

องค์ประกอบที่ 2 ศักยภาพการจัดการในระดับการแลกเปลี่ยนรวมหมู่ของธุรกิจ ไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่

ความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อศักยภาพในการจัดการธุรกิจไมซ์ในระดับกลุ่ม
ของจังหวัดเชียงใหม่ได้อำเนกรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ศักยภาพในการจัดการด้านสถานที่จัดงาน (venue)

ศักยภาพในการจัดการสถานที่จัดงานหรือสถานที่จัดประชุมในธุรกิจไมซ์นั้นได้
พิจารณาจากหลายด้าน เช่น ด้านการจัดการของเสีย อันได้แก่ ขยะมูลฝอย น้ำเสีย การดูแลทำความสะอาด
สโอาด การจัดการคุณภาพด้านสิ่งแวดล้อม รวมถึงการให้ความรู้และสร้างจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์
สิ่งแวดล้อมแก่ผู้เข้าร่วมประชุม ผู้เข้าร่วมงานและผู้จัดงาน ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลในตารางที่ 18
แสดงให้เห็นว่าผู้ให้ข้อมูลมีความคิดเห็นต่อศักยภาพในการจัดการของสถานที่จัดประชุม
นิทรรศการ สถานที่จัดงานในจังหวัดเชียงใหม่ในระดับปานกลาง (ค่าคะแนน 1.90) ซึ่งค่าคะแนน
ความคิดเห็นโดยบริษัทจัดการท่องเที่ยวเกี่ยวกับสถานที่จัดงาน (venue) นั้นค่อนข้างแตกต่างกันแม้
การวัดค่าคะแนนเฉลี่ยรวมจะมีศักยภาพในระดับปานกลางเหมือนกัน คือ 2.25 และ 1.90 ทั้งนี้เป็น
เพราะบริษัทจัดการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูล โดยอ้างอิงจากบัญชีรายชื่อของ
สมาคมการส่งเสริมการจัดประชุม (TICA) ส่วนใหญ่จะเน้นการจัดการโปรแกรมท่องเที่ยวอย่าง
เดียวโดยเฉพาะการท่องเที่ยวประเภทในประเทศ (Inbound) มากกว่าทำให้การแสดงความคิดเห็น
เกี่ยวกับสถานที่จัดประชุม นิทรรศการและสถานที่จัดงานนั้นไม่สามารถให้ข้อมูลในเชิงลึกได้มาก
นัก ทั้งนี้ผู้ให้ข้อมูลได้มองภาพรวมในเรื่องการจัดการของสถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัด
งานในจังหวัดเชียงใหม่อยู่ในระดับปานกลาง เช่น มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ ในการ
สื่อสารภาษาอังกฤษได้พอสมควร สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงานมีการรักษาความ
สะอาดได้ดี มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีการสร้างสิ่งก่อสร้าง และ
สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานและมีความเหมาะสมกับกลมกลืนกับพื้นที่ และมีความเป็นเอกลักษณ์
เฉพาะตัวในสไตล์ล้านนาที่โดดเด่น มีการดำเนินการดูแลในเรื่องของการอนุรักษ์ทรัพยากรตาม
กระแสแนวโน้มของโลกที่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม แต่ทั้งนี้ผู้ให้ข้อมูลยังมองว่าศักยภาพใน
การดูแลการจัดการเรื่องของขยะของสถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน เรื่องการ reuse
และ recycling สิ่งของที่ใช้แล้วยังมีศักยภาพในระดับน้อย (ค่าระดับคะแนน 1.54) โดยมองว่า
สถานที่จัดประชุม นิทรรศการและสถานที่จัดงานส่วนใหญ่ยังมีการจัดการในเรื่องของขยะยังไม่มี
ประสิทธิภาพเท่าที่ควรหรือยังให้ความสำคัญกับการ Reuse หรือ Recycling การรักษาสิ่งแวดล้อม
ในระดับน้อย (ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.59) ทั้งนี้ไม่เฉพาะสถานที่จัดประชุม นิทรรศการและสถานที่จัด
งานในเชียงใหม่เท่านั้นเกี่ยวกับการดูแลในเรื่องของการกำจัดขยะ การ Reuse หรือ Recycling

อุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆ ระหว่างการประชุม นิทรรศการและการจัดงาน โดยภาพรวมของประเทศ ไทยก็ยังไม่สามารถดูแลในเรื่องของการจัดการขยะได้อย่างมีประสิทธิภาพเมื่อเปรียบเทียบกับ ประเทศใกล้เคียง และและยังไม่สามารถแก้ปัญหาในเรื่องของการจัดการเรื่องขยะหรือของ ที่ไม่ใช่แล้วได้เช่นเดียวกัน ทั้งนี้ การที่ประเทศไทยและจังหวัดเชียงใหม่เป็นส่วนหนึ่งในการเป็น ผู้นำด้านการประชุมรักษ์โลก (Green Meeting) หรือการจัดประชุมที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและ ส่งเสริมให้มีการใช้ทรัพยากรในการจัดงานอย่างเต็มที่ในภูมิภาคเอเชีย สถานที่จัดงาน นิทรรศการ และสถานที่จัดประชุม รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนต่างๆ ก็ควรต้องทำความเข้าใจและให้ความรู้แก่คนในท้องถิ่นในเรื่องของข้อปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดการด้านขยะ การอนุรักษ์ ทรัพยากร การอนุรักษ์พลังงานเพื่อนำไปสู่การพัฒนาให้ธุรกิจโมเดลในจังหวัดเชียงใหม่เป็นธุรกิจ อย่างยั่งยืน

ตาราง 18 ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อศักยภาพในการจัดการธุรกิจไมซ์จังหวัดเชียงใหม่ด้านการจัดการสถานที่จัดงาน

ศักยภาพด้านการจัดการสถานที่จัดงาน	ระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพ (N = 22)			ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับศักยภาพ
	ร้อยละ				
1. สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงานในจังหวัดเชียงใหม่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตน	31.81	63.63	4.45	2.27	ปานกลาง
2. มีเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงานที่มีความรู้เป็นอย่างดี มีอัธยาศัยดี และสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้พอสมควร	13.63	77.27	9.09	2.04	ปานกลาง
3. สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน มีการจัดการด้านสิ่งก่อสร้างและสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานและมีความเหมาะสมกลมกลืนกับสภาพพื้นที่	18.18	68.18	13.63	2.04	ปานกลาง
4. สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน มีเจ้าหน้าที่รับผิดชอบดูแลรักษาความสะอาดของสถานที่และอำนวยความสะดวกในพื้นที่ เช่น ห้องน้ำ พื้นที่สาธารณะ	18.18	63.63	18.18	2.00	ปานกลาง
5. ในสถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน มีการจัดการคุณภาพอากาศและเสียงที่มีประสิทธิภาพ เช่น มีการจัดสรรที่สำหรับจอดรถที่เป็นสัดส่วน เพื่อป้องกันผลกระทบทางเสียงและอากาศ หรือมีบริการเช่าสามล้อถีบ รถกอล์ฟ จักรยานสำหรับเที่ยวชมภายในสถานที่ประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน	9.09	77.27	13.63	1.95	ปานกลาง

ตาราง 18 (ต่อ)

ศักยภาพด้านการจัดการสถานที่จัดงาน	ระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพ (N = 22)			ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับศักยภาพ
	ร้อยละ				
6. สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน มีการสนับสนุนให้มีการใช้ทรัพยากรและพลังงานอย่างเหมาะสมตามความจำเป็นและตามขนาดของพื้นที่และกิจกรรม	13.63	68.18	18.18	1.95	ปานกลาง
7. สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน มีมาตรการต่างๆ ในการประหยัดทรัพยากรน้ำและไฟฟ้า รวมทั้งมีการดำเนินการในการอนุรักษ์ทรัพยากร เช่น การใช้วัสดุอุปกรณ์ที่ช่วยประหยัดพลังงาน เป็นต้น	13.63	63.63	22.72	1.90	ปานกลาง
8. สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน มีการออกแบบและก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	13.63	63.63	22.72	1.90	ปานกลาง
9. สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน มีการจัดการขยะมูลฝอยที่ถูกหลักสุขาภิบาล เช่น มีอุปกรณ์รองรับขยะที่อยู่ในสภาพดี สะอาด เพียงพอและไม่มีขยะตกค้าง	13.63	63.63	22.72	1.90	ปานกลาง
10. สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน มีการบำบัดน้ำเสียก่อนปล่อยลงสู่แหล่งน้ำใกล้เคียง หรือมีการเชื่อมต่อท่อน้ำทิ้งไปยังระบบบำบัดน้ำเสียส่วนกลางในพื้นที่	9.09	63.63	22.72	1.81	ปานกลาง
11. มีจำนวนบุคลากรด้านการบริการเพียงพอ ณ สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน	4.45	68.18	27.27	1.77	ปานกลาง

ตาราง 18 (ต่อ)

ศักยภาพด้านการจัดการสถานที่จัดงาน	ระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพ (N = 22)			ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับศักยภาพ
	ร้อยละ				
12. สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน มีกิจกรรมรณรงค์ ปลุกจิตสำนึกในการรักษาความสะอาดภายในสถานที่ประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน สำหรับผู้เข้าร่วมประชุม ผู้เข้าร่วมงาน และเจ้าหน้าที่	4.45	59.09	36.36	1.68	ปานกลาง
13. สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน มีการจัดระบบการทิ้งขยะที่มีการแยกประเภทขยะ และมีการนำเทคนิคเรื่อง reuse และ recycling มาใช้ในการจัดการขยะ	9.09	40.90	50.00	1.59	น้อย
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม					1.90

หมายเหตุ	ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
	2.34 – 3.00	มีศักยภาพในระดับมาก
	1.67 – 2.33	มีศักยภาพในระดับปานกลาง
	1.00 – 1.66	มีศักยภาพในระดับน้อย

2. ศักยภาพการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม

การวิเคราะห์ในการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมในหัวข้อนี้เป็นการวิเคราะห์ด้านพร้อมของสิ่งแวดล้อมที่มีอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ในการรองรับธุรกิจไมซ์โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลในตาราง 19 ทำให้ทราบว่าบริษัทบริหารจัดการท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อศักยภาพในด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมของจังหวัดเชียงใหม่ในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.12) ซึ่งบริษัทบริหารจัดการท่องเที่ยวมองว่าจังหวัดเชียงใหม่มีความหลากหลายของกิจกรรมเสริมซึ่งมีศักยภาพมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.12) ซึ่งทำให้โปรแกรมการท่องเที่ยว ณ จังหวัดเชียงใหม่มีความน่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยว อาทิเช่น สถาปัตยกรรมไทย สอนทำอาหารไทย กิจกรรมด้านผจญภัยซึ่งสามารถรองรับความต้องการและความสนใจที่หลากหลายของนักท่องเที่ยวในแต่ละประเภทได้รวมถึงทำให้ผู้จัดการประชุม นิทรรศการและผู้จัดการงานสามารถจัดกิจกรรมที่หลากหลายให้แก่ผู้เข้าร่วม นิทรรศการ ผู้เข้าร่วมงานทั้งก่อนและหลังการประชุม (pre and post conference tour) ทำให้โปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในจังหวัดเชียงใหม่มีความน่าสนใจมากขึ้น ประกอบกับความหลากหลายของสิ่งดึงดูดใจในจังหวัดเชียงใหม่ทั้งทางธรรมชาติ โบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรมประเพณี (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.22) และและมีสิ่งแวดล้อมสะดวกครบครัน ทั้งร้านค้า ร้านอาหาร ภัตตาคาร ที่พัก บริษัทรถเช่า ที่มีความหลากหลาย มีโรงพยาบาล ท่าอากาศยานที่ทันสมัยและได้มาตรฐาน พร้อมกันนี้ สสพ. ได้มีการร่วมมือกับหน่วยงานทางภาครัฐ เช่น กรมศุลกากรและสำนักงานตรวจคนเข้าเมืองเพื่อเพิ่มประโยชน์แก่การประกอบการไมซ์ในประเทศไทยให้มากขึ้น โดยทางกรมศุลกากรได้มีการพัฒนาระบบ National Single Window (NSW) ขึ้นซึ่งเป็นระบบอิเล็กทรอนิกส์ที่รับและประมวลงานเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการค้า การนำเข้า ส่งออกและส่งต่อสินค้า ซึ่งจะช่วยให้การรับและประมวลเอกสารเป็นไปได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะเป็นการลดขั้นตอนและประหยัดเวลาในการเดินเอกสาร และในส่วนของสำนักงานตรวจคนเข้าเมืองก็ได้มีการเพิ่มอัตรากำลังคนกว่า 400 อัตราประจำ ณ สนามบินต่างๆทั่วประเทศ เพื่อรองรับการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวรวมถึงผู้เข้าร่วมกิจกรรมไมซ์ มีแผนการเพิ่มช่องตรวจหนังสือเดินทางเพื่อให้ขั้นตอนตรวจคนเข้าเมืองมีความสะดวกเร็วเร็วขึ้น รวมถึงการติดตั้ง Auto gate หรือการตรวจหนังสือเดินทางอัตโนมัติ เป็นการส่งข้อมูลมาตรวจล่วงหน้าเพื่อย่นระยะเวลาการตรวจคนเข้าเมือง (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2555: 1) ทั้งนี้ในส่วนท่าอากาศยานจังหวัดเชียงใหม่อาจมีการเพิ่ม MICE lane หรือ ช่องบริการตรวจหนังสือเดินทางพิเศษ หรือ fast track เพื่อเพิ่มความสะดวกให้แก่ผู้เข้าร่วมประชุม นิทรรศการ ผู้เข้าร่วมงาน แต่ทั้งนี้ในมุมมองของบริษัทบริหารจัดการท่องเที่ยวเหมือนเทียบกับภาพรวมกับกรุงเทพมหานคร ในแง่ของคุณภาพการบริการ

ความสามารถ ทักษะของบุคลากร ความหลากหลายของร้านค้า ร้านอาหาร ภัตตาคาร รวมถึงที่พัก ระบบสาธารณูปโภค ระบบขนส่งต่างๆ แล้วยังไม่สามารถสู้กรุงเทพมหานครได้ แต่ทั้งนี้จังหวัดเชียงใหม่ก็มีเอกลักษณ์และเสน่ห์เฉพาะตัวของตนเองที่กรุงเทพมหานครไม่มี เช่น ภาษา วัฒนธรรม ประเพณี ประวัติศาสตร์ล้านนา ที่สามารถสู้กรุงเทพมหานครได้ แต่ทั้งนี้จังหวัดเชียงใหม่ยังต้องแก้ไขในเรื่องของป้ายบอกทิศทางที่ชัดเจน ป้ายที่แสดงถึงสถานที่จอดรถประเภทต่างๆ และจุดสำหรับรับ-ส่งสำหรับผู้โดยสารซึ่งมีศักยภาพน้อยสุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.81) รวมถึงแก้ไขข้อจำกัดในเรื่องของโครงสร้างโลจิสติก ซึ่งระบบการขนส่งภายในจังหวัดเชียงใหม่ยังไม่ได้รับความสะดวกเท่าที่ควร เช่น ความสะดวกในการเข้าถึงพื้นที่ประชุม นิทรรศการ พื้นที่จัดงาน ความเชื่อมโยงกันของระบบขนส่ง ราคาที่ไม่ชัดเจนของรถโดยสารสาธารณะ เช่น รถสี่ล้อแดง ปัญหาการต่อรองราคา ทั้งนี้ภาครัฐควรมีการสนับสนุนในเรื่องของระบบโลจิสติกของจังหวัดเชียงใหม่ อาทิเช่น มีการส่งเสริมในเรื่องของระบบโครงสร้างพื้นฐานในตัวจังหวัดเชียงใหม่ อันได้แก่ การพัฒนาและส่งเสริมระบบรถโดยสารสาธารณะให้เป็นระบบและมีประสิทธิภาพ มีรถโดยสารประจำทางสาธารณะที่มีปริมาณเพียงพอกับความต้องการของผู้ใช้บริการ มีการวิ่งอย่างสม่ำเสมอและตรงเวลา การใช้รถรางเข้ามาเป็นทางเลือกหนึ่งของระบบโลจิสติกในจังหวัดเชียงใหม่และในเวลาเดียวกันก็เป็นการลดการใช้พลังงานและลดมลภาวะทางเสียงและอากาศ ลดปัญหาสิ่งแวดล้อมให้แก่จังหวัดเชียงใหม่ได้ในระดับหนึ่ง มีการเปิดเส้นทางบินตรงสู่จังหวัดเชียงใหม่ให้เพิ่มมากขึ้นทั้งในและต่างประเทศ ทั้งนี้รัฐบาลมีการสนับสนุนโครงสร้างพื้นฐานโดยมีการสานต่อโครงการจัดทำเส้นทางรถไฟความเร็วสูง กรุงเทพมหานคร – เชียงใหม่ ในปี พ.ศ. 2563-2568 ระยะทาง 754 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทางเพียง 3 ชั่วโมงครึ่งซึ่งก็จะเป็นการเพิ่มศักยภาพในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่จังหวัดเชียงใหม่ได้มากขึ้นในอนาคตแต่ทั้งนี้ก็ควรมีการศึกษาในเรื่องของผลกระทบทางลบที่จะเกิดขึ้นควบคู่ไปในเวลาเดียวกัน

ตาราง 19 ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อศักยภาพในการจัดการธุรกิจไมซ์จังหวัดเชียงใหม่ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม

ศักยภาพด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม	ระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพ (N = 22)			ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับศักยภาพ
	ร้อยละ				
1. มีความหลากหลายของกิจกรรมเสริมในการท่องเที่ยว เช่น สปา นวดแผนไทย บริการสอนทำอาหารไทย เป็นต้น	54.54	31.81	13.63	2.40	มาก
2. มีความหลากหลายของกิจกรรมผจญภัย เช่น ขี่จักรยาน ปั่นเขา ล่องแก่ง เดินป่า	54.54	27.27	18.18	2.36	มาก
3. ทำอาภาศยานจังหวัดเชียงใหม่มีทำเลที่เหมาะสม เช่น ระยะห่างจากตัวเมืองและพื้นที่เพียงพอที่จะรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากได้	36.36	63.63	00.00	2.36	มาก
4. มีบริการร้านค้าที่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว	31.81	68.18	00.00	2.31	ปานกลาง
5. มีจำนวนร้านขายของที่ระลึกให้เลือกมาก มีความหลากหลายในรูปแบบ ระดับราคาและบรรยากาศ	45.45	40.90	13.63	2.31	ปานกลาง
6. มีบริษัทนำเที่ยวในท้องถิ่น (tour operator) ที่มีความเป็นมืออาชีพจำนวนมาก	36.36	54.54	9.09	2.27	ปานกลาง
7. มีที่พักหลายระดับและหลายรูปแบบ เช่น ที่พักในตัวเมือง ที่พักตากอากาศ (resort)	50.00	27.27	23.70	2.27	ปานกลาง
8. มีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ทรัพยากรธรรมชาติ โบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรมและประเพณี	45.45	31.81	22.72	2.22	ปานกลาง
9. ระบบการสื่อสารโทรคมนาคมภายในจังหวัดเชียงใหม่มีประสิทธิภาพ	27.72	68.18	4.54	2.22	ปานกลาง

ตาราง 19 (ต่อ)

ศักยภาพด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมและความสะดวก	ระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพ (N = 22)			ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับศักยภาพ
	ร้อยละ				
10. มีจำนวนภัตตาคาร/ร้านอาหารให้เลือกมาก มีความหลากหลายในรูปแบบ ราคา และบรรยากาศ	27.27	63.63	9.09	2.18	ปานกลาง
11. มีจำนวนบริษัทรถเช่าให้เลือกมาก รถที่ให้เช่ามีคุณภาพ ได้แก่ รถโดยสารบริการนักท่องเที่ยว	36.36	45.54	18.18	2.18	ปานกลาง
12. การอำนวยความสะดวกของพิธีการตรวจคนเข้าเมืองและศุลกากรในท่าอากาศยานจังหวัดเชียงใหม่มีคุณภาพและมีเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการบริการนักท่องเที่ยวจำนวนมาก	27.27	63.63	9.09	2.18	ปานกลาง
13. มีระบบสาธารณูปโภค ที่เพียงพอต่อการให้บริการของนักท่องเที่ยวและเพื่อการใช้ประโยชน์ในจังหวัดเชียงใหม่	22.72	68.63	9.09	2.13	ปานกลาง
14. มีโรงพยาบาลที่มีทันสมัย และมีคุณภาพได้มาตรฐานสากล	27.27	54.54	18.18	2.09	ปานกลาง
15. มีความหลากหลายของสิ่งดึงดูดใจประเภทบันเทิง เช่น โรงภาพยนตร์ ศูนย์การค้า สวนสนุก ศูนย์การแสดงศิลปะ สนามกีฬา เป็นต้น	18.18	59.09	22.72	1.95	ปานกลาง
16. มีการให้บริการห้องสุขาที่เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว ณ ธุรกิจผู้ให้บริการ ฯ และแหล่งท่องเที่ยว ที่อยู่ในสภาพดี ไม่ชำรุด ถูกหลักสุขาภิบาล แยกเป็นสัดส่วนสำหรับเพศ ชาย-หญิง โดยมีข้อความหรือสัญลักษณ์ชัดเจน	9.09	72.72	18.18	1.90	ปานกลาง

ตาราง 19 (ต่อ)

ศักยภาพด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก	ระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพ (N = 22)			ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับศักยภาพ
	ร้อยละ				
มีป้ายบอกทิศทางที่ชัดเจนจากที่จอดรถไปยังแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงป้ายที่แสดงถึงสถานที่จอดรถประเภทต่างๆ เช่น รถจักรยานยนต์ รถยนต์ รถทัวร์ และจุดสำหรับรับ-ส่งผู้โดยสาร เป็นต้น	9.09	50.00	40.90	1.86	ปานกลาง
มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ เช่น ห้องน้ำสำหรับผู้พิการ รถเข็น มีบริการเส้นทางสำหรับผู้พิการในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น	4.45	72.72	22.72	1.81	ปานกลาง
แหล่งท่องเที่ยวมีพื้นที่จอดรถที่เพียงพอสำหรับรองรับจำนวนรถที่เข้ามา โดยเฉพาะในช่วงที่มีนักท่องเที่ยวหนาแน่น	9.09	54.4	36.36	1.72	ปานกลาง
มีป้ายบอกทิศทางตามทางแยก เพื่อไปยังจุดท่องเที่ยวต่างๆซึ่งอยู่ภายในแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งป้ายแสดงแผนที่ภายในแหล่งท่องเที่ยว	9.09	50.00	40.90	1.68	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม					2.12

หมายเหตุ	ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
	2.34 – 3.00	มีศักยภาพในระดับมาก
	1.67 – 2.33	มีศักยภาพในระดับปานกลาง
	1.00 – 1.66	มีศักยภาพในระดับน้อย

3. ศักยภาพในการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม (จังหวัดเชียงใหม่)

ในการวิเคราะห์ความคิดศักยภาพในการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของจังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยได้เลือกสิ่งแวดล้อมที่เป็นที่นิยมทั้งคนไทยและคนต่างชาติและโปรแกรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเมื่อมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จะต้องมา 3 แห่งนี้อันได้แก่ ปางช้างสวนพฤกษศาสตร์ สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ และวัดพระธาตุดอยสุเทพวรมหาวิหาร โดยผู้ให้ข้อมูลซึ่งก็คือบริษัทบริหารจัดการท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อศักยภาพในการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของจังหวัดเชียงใหม่ในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวมเท่ากับ 1.97) โดยมองว่าปางช้างมีศักยภาพในการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.05) ทั้งนี้มองว่าปางช้างมีการบริหารจัดการที่ดี มีการดูแลสถานที่ไม่ให้เสื่อมโทรม มีการดูแลในเรื่องของความสะอาดในสถานที่ มีเจ้าหน้าที่ดูแลรักษาความสะอาดของสถานที่และมีบุคลากรที่เพียงพอในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว อาจเนื่องจากปางช้างในจังหวัดเชียงใหม่มีหลายแห่งและเป็นของเอกชนทั้งหมด ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการบริหารจัดการที่ดีเพื่อสามารถแข่งขันกับปางช้างอื่นๆ ได้ ทั้งนี้ปางช้างบางแห่งนำมาตรฐาน ISO 9001 มาเป็นจุดขายในเรื่องของมาตรฐานในการบริหารจัดการสถานที่ที่มีคุณภาพและยังมีการดูแลในเรื่องของสิ่งแวดล้อมควบคู่กันด้วย ในขณะที่สวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์มีศักยภาพในระดับปานกลางเช่นเดียวกัน (2.03) แต่เนื่องจากสวนพฤกษศาสตร์ฯ เป็นของรัฐบาลขึ้นตรงกับกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทำให้มีงบประมาณส่วนหนึ่งจากรัฐเข้ามาช่วยสนับสนุนประกอบกับการมีการเก็บค่าเข้าชมเพื่อนำไปดูแลบริหารจัดการทำให้สวนพฤกษศาสตร์มีศักยภาพการจัดการสิ่งแวดล้อมในระดับปานกลาง สวนพฤกษศาสตร์ฯ มีการดูแลบริหารจัดการที่ดีทำให้พื้นที่ในสวนพฤกษศาสตร์ฯ มีความสะอาด มีเจ้าหน้าที่ดูแลไม่ให้สถานที่เสื่อมโทรม และยังมีการจัดการในเรื่องของคุณภาพของสิ่งแวดล้อมที่ดี ในขณะที่วัดพระธาตุดอยสุเทพวรมหาวิหารในมุมมองของบริษัทบริหารจัดการท่องเที่ยวมีศักยภาพในการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมในระดับคะแนนน้อยสุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.83) วัดพระธาตุดอยสุเทพฯ เป็นวัดที่มีการบริหารจัดการโดยเจ้าอาวาส มีคณะกรรมการที่ดูแลอย่างเป็นระบบ โดยภาพรวมของการดูแลสถานที่ภายในวัด การจัดการขยะมูลฝอย ถือว่าอยู่ในระดับปานกลาง แต่ถึงแม้วัดพระธาตุดอยสุเทพฯ จะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัดเชียงใหม่ทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาที่วัดเป็นจำนวนมากในทุกวัน ทำให้การบริหารจัดการทำได้ยาก และนอกจากนี้ในเรื่องของการจัดการด้านสิ่งก่อสร้างต่างๆ ภายในวัดยังถือว่ามียุทธยาน้อย (ค่าคะแนน 1.63) โดยสิ่งก่อสร้างที่เกิดขึ้นในวัดยังไม่มีมีการจัดการที่ดีพอ ซึ่งสิ่งก่อสร้างต่างๆ ภายในวัดส่วนใหญ่สร้างขึ้นตามศรัทธาของผู้บริจาคเงินให้แก่วัด ก่อสร้างตามใจของผู้บริจาคเงิน ไม่มีการวางแผนในเรื่องของการก่อสร้างหรือสถาปัตยกรรมทำให้สิ่งก่อสร้างบาง

ประเภทขัดต่อสภาพพื้นที่ที่ไม่มีความเหมาะสมกลมกลืน และนอกจากนี้ในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวหรือ เทศกาลสำคัญต่างๆ ปัญหาสถานที่จอดรถมีไม่เพียงพอ รถติด การแออัดของนักท่องเที่ยว การส่ง เสี่ยงดัง การจัดระเบียบการขายของและรวมถึงเรื่องของขยะยังไม่สามารถบริหารจัดการได้ดี เท่าที่ควร ทำให้สิ่งสำคัญที่วัดควรจะมีคือ ความสงบ ร่มเย็นที่ผู้เข้ามาเที่ยวจะได้รับด้วยลงไปและ นักท่องเที่ยวมาแล้วก็ไม่อยากจะมาท่องเที่ยวอีก



ตาราง 20 ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อศักยภาพในการจัดการธุรกิจไมซ์จังหวัดเชียงใหม่ด้านการจัดการสิ่งดึงดูดใจ

ศักยภาพด้านการจัดการสิ่งดึงดูดใจ	ระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพ (N = 22)			ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับศักยภาพ
	ร้อยละ				
แหล่งท่องเที่ยวปางช้าง					
1. มีการบริหารจัดการที่ดี ทำให้ไม่มีผลกระทบต่อพื้นที่สงวนและพื้นที่อนุรักษ์	22.72	68.18	9.09	2.13	ปานกลาง
2. มีเจ้าหน้าที่รับผิดชอบดูแลรักษาความสะอาดของสถานที่และอำนวยความสะดวกในพื้นที่	22.72	68.18	9.09	2.13	ปานกลาง
3. ภายในปางช้างมีการจัดการขยะมูลฝอยที่ถูกหลักสุขาภิบาล เช่น มีอุปกรณ์รองรับขยะที่อยู่ในสภาพดี สะอาด เพียงพอและไม่มียยะตกค้าง	22.72	63.63	13.63	2.09	ปานกลาง
4. มีจำนวนบุคลากรด้านการบริการเพียงพอต่อการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว	22.72	59.09	18.18	2.04	ปานกลาง
5. มีการดูแลสถานที่ที่ไม่ให้เกิดความเสื่อมโทรม เช่น ไม่ทำให้เกิดปริมาณขยะและของเสียที่ขัดต่อทัศนียภาพ	13.63	63.63	22.72	1.90	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม					2.05
สวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์					
1. มีการดูแลสถานที่ที่ไม่ให้เกิดความเสื่อมโทรม เช่น ไม่ทำให้เกิดปริมาณขยะและของเสียที่ขัดต่อทัศนียภาพ	27.27	59.09	13.63	2.13	ปานกลาง

ตาราง 20 (ต่อ)

ศักยภาพด้านการจัดการสิ่งดึงดูดใจ	ระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพ (N = 22)			ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับศักยภาพ
	ร้อยละ				
2. ภายในสวนพฤกษศาสตร์ฯ มีการจัดการคุณภาพอากาศและเสียง เช่น มีการจัดสรรที่จอดรถที่เป็นสัดส่วน	31.81	50.00	18.18	2.13	ปานกลาง
3. ภายในสวนพฤกษศาสตร์ฯ มีการจัดการขยะมูลฝอยที่ถูกหลักสุขาภิบาล เช่น มีอุปกรณ์รองรับขยะที่อยู่ในสภาพดี สะอาด เพียงพอและไม่มีขยะตกค้าง	31.81	45.45	22.72	2.09	ปานกลาง
4. มีจำนวนบุคลากรด้านการบริการเพียงพอต่อการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว	22.72	50.00	27.27	1.95	ปานกลาง
5. มีเจ้าหน้าที่รับผิดชอบดูแลรักษาความสะอาดของสถานที่และอำนวยความสะดวกในพื้นที่	18.18	50.00	31.81	1.86	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม					2.03
วัดพระธาตุคอกสุเทพรหมวิหาร					
1. มีการดูแลสถานที่ภายในวัดไม่ให้เกิดความเสื่อมโทรม เช่น ไม่ทำให้เกิดปริมาณขยะและของเสียที่ขัดต่อทัศนียภาพ	18.18	63.63	18.18	2.00	ปานกลาง
2. มีการบริหารจัดการที่ดี ทำให้ไม่มีผลกระทบต่อนักท่องเที่ยวและพื้นที่อนุรักษ์	27.27	36.36	36.36	1.90	ปานกลาง
3. ภายในวัดมีการจัดการขยะมูลฝอยที่ถูกหลักสุขาภิบาล เช่น มีอุปกรณ์รองรับขยะที่อยู่ในสภาพดี สะอาด เพียงพอและไม่มีขยะตกค้าง	22.72	40.90	36.36	1.86	ปานกลาง

ตาราง 20 (ต่อ)

ศักยภาพด้านการจัดการสิ่งดึงดูดใจ	ระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพ (N = 22)			ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับศักยภาพ
	ร้อยละ				
4. ภายในวัดมีการจัดการคุณภาพอากาศและเสียง เช่น มีการจัดสรรที่จอดรถที่เป็นสัดส่วน	18.18	40.90	40.90	1.77	ปานกลาง
5. มีการจัดการด้านสิ่งก่อสร้างและสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานและมีความเหมาะสมกลมกลืนกับสภาพพื้นที่	18.18	27.27	54.09	1.63	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม					1.83
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวมทั้งสิ้น					1.97

หมายเหตุ	ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
	2.34 – 3.00	มีศักยภาพในระดับมาก
	1.67 – 2.33	มีศักยภาพในระดับปานกลาง
	1.00 – 1.66	มีศักยภาพในระดับน้อย

4. ศักยภาพด้านความร่วมมือ

ผลการศึกษาในตาราง 21 ทำให้เห็นว่าผู้ให้ข้อมูลได้ระบุความคิดเห็นที่มีต่อศักยภาพในการจัดการธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ด้านความร่วมมือในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 1.77) โดยทั้งนี้ผู้ให้ข้อมูลคือบริษัทบริหารจัดการท่องเที่ยวมองความร่วมมือกันและประสานงานระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของธุรกิจไมซ์โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลอยู่ระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.04) โดยมองว่าการรวมตัวกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องยังมีความเข้มแข็งในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.72) ถ้าเปรียบเทียบกับกรุงเทพมหานครและภูเก็ต โดยดูจากปัญหาในเรื่องกลไกทางด้านราคาของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ปัญหาการแข่งขันในด้านราคาและการตัดราคาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวซึ่งคงเกิดขึ้นอยู่และยังไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้ นอกจากนี้ยังมองว่าการสนับสนุนงบประมาณจากภาครัฐเกี่ยวกับธุรกิจไมซ์อยู่ระดับปานกลางจนเกือบต่ำ เช่น การสนับสนุนในการพัฒนาโครงสร้างระบบสาธูปโภคพื้นฐานในจังหวัดเชียงใหม่ การช่วยเหลือในเรื่องเงินลงทุนให้แก่ภาคเอกชน (ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.68) โดยผู้ให้ข้อมูลมองว่ารัฐไม่ช่วยสนับสนุนเท่าที่ควร สถานประกอบการต่างๆ ต้องดิ้นรนด้วยตัวเองให้สามารถอยู่รอดในธุรกิจได้ งบประมาณที่รัฐจัดให้ผู้ให้ข้อมูลมองว่ายังไม่เพียงพอและทำให้การทำงานในกิจกรรมไมซ์เป็นไปอย่างไม่ต่อเนื่องและทำให้ขาดโอกาสทางการตลาด ทั้งนี้ปัจจัยทางการเมืองเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้การทำงานในกิจกรรมไมซ์ขับเคลื่อนไปได้มากหรือน้อย และนอกจากนี้หน่วยงานกลางที่เป็นศูนย์กลางในการรวบรวมข้อมูลของทุกองค์กรที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ยังมีศักยภาพในระดับน้อย (ค่าคะแนนเฉลี่ยน้อยสุด 1.63) ทั้งนี้จังหวัดเชียงใหม่ นครแห่งไมซ์ยังต้องใช้เวลาในการเติบโตพอสมควรถึงจะสามารถเข้าสู่ระดับนานาชาติได้

ตาราง 21 ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อศักยภาพในการจัดการธุรกิจไมซ์จังหวัดเชียงใหม่ด้านความร่วมมือ

ศักยภาพด้านความร่วมมือ	ระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพ (N = 22)			ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับศักยภาพ
	ร้อยละ				
1. มีความร่วมมือและการประสานงานระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ เช่น หน่วยงานของทางภาครัฐ ผู้ประกอบการธุรกิจไมซ์ สมาคมต่างๆ ในอุตสาหกรรมไมซ์อย่างเข้มแข็ง	9.09	86.40	4.45	2.04	ปานกลาง
2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของภาครัฐมีความรู้เข้าใจในธุรกิจไมซ์ในระดับที่ดี	9.09	63.63	27.27	1.81	ปานกลาง
3. ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับโปรแกรมการท่องเที่ยว (Supplier) ในจังหวัดเชียงใหม่มีการทำงานร่วมกันอย่างเข้มแข็ง	00.00	72.72	27.27	1.72	ปานกลาง
4. การสนับสนุนงบประมาณจากภาครัฐเกี่ยวกับธุรกิจไมซ์อยู่ในระดับที่ดี	9.09	50.00	40.90	1.68	ปานกลาง
5. มีหน่วยงานกลางที่เป็นศูนย์กลางในการรวบรวมข้อมูลของทุกองค์กรที่เกี่ยวกับธุรกิจไมซ์ และอำนวยความสะดวกแก่ผู้ที่สนใจจัดงานประชุม นิทรรศการ การจัดงาน อย่างชัดเจนและมีเจ้าหน้าที่ประจำ ณ หน่วยงานกลาง	4.54	54.54	40.90	1.63	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม					1.77

หมายเหตุ	ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
	2.34 – 3.00	มีศักยภาพในระดับสูง
	1.67 – 2.33	มีศักยภาพในระดับปานกลาง
	1.00 – 1.66	มีศักยภาพในระดับน้อย

จากการประเมินความคิดเห็นในด้านศักยภาพของบริษัทจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (DMC) ในกรุงเทพมหานครและในจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งได้แบ่งออกเป็น 2 องค์ประกอบหลัก คือ องค์ประกอบที่ 1 คือ ศักยภาพการจัดการในระดับการแลกเปลี่ยนระดับบุคคล (individual exchange) ของธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ และองค์ประกอบที่ 2 คือ ศักยภาพการจัดการในระดับการแลกเปลี่ยนรวมหมู่ (collective exchange) ของธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ นั้นทั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำองค์ประกอบทั้งสององค์ประกอบมาเปรียบเทียบหาค่าความแตกต่างดังตาราง 22 ซึ่งพบว่า ศักยภาพในการจัดการในระดับการแลกเปลี่ยนระดับบุคคลมีค่าคะแนนเฉลี่ยที่ 1.91 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ 0.25 ในขณะที่ศักยภาพในการจัดการในระดับการแลกเปลี่ยนรวมหมู่มีค่าคะแนนเฉลี่ยที่ 2.02 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ 0.33 เมื่อทดสอบความแตกต่างของทั้งสองกลุ่มพบว่าไม่มีความแตกต่างกันในนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 22 ค่าความแตกต่างระหว่างศักยภาพในการจัดการในด้านการแลกเปลี่ยนระดับบุคคลและศักยภาพในการจัดการในระดับการแลกเปลี่ยนรวมหมู่ของบริษัทจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (DMC) ในกรุงเทพมหานครและในจังหวัดเชียงใหม่

รายการ	ระดับ บุคคล	ระดับ รวมหมู่	t
คะแนนศักยภาพในการแลกเปลี่ยนของบริษัทจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (DMC) ในกรุงเทพมหานครและในจังหวัดเชียงใหม่	1.91 (0.25)	2.02 (0.33)	2.17

สรุปผลจากระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพในการจัดการธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลในการศึกษาระดับความคิดเห็นเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 ได้แก่ โรงแรมที่รับจัดงานธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ 13 แห่ง และสถานที่รับจัดงานประเภทอื่นๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ 2 แห่ง ผู้รับจัดงานประชุม ผู้รับจัดงานแสดงสินค้ามีอาชีพผู้รับจัดงาน ในกรุงเทพมหานคร 5 แห่งและ 2 แห่งในจังหวัดเชียงใหม่ และกลุ่มที่ 2 ได้แก่ บริษัทจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล 16 แห่งในกรุงเทพมหานคร และ 6 แห่งในจังหวัดเชียงใหม่ นั้นผลการวิจัยพบว่ากลุ่มที่ 1 เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 59.1) มีอายุเฉลี่ยประมาณ 42 ปี และมีประสบการณ์ในการทำงานในธุรกิจไมซ์เฉลี่ย 7 ปี ในขณะที่กลุ่มที่ 2 เป็นเพศชายมากกว่า (ร้อยละ 68.2) และมีประสบการณ์ในการทำงานในธุรกิจท่องเที่ยวเฉลี่ย 17 ปี โดยผู้ให้ข้อมูลทั้งสอง

กลุ่มได้ให้ความคิดเห็นถึงศักยภาพในการจัดการธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่เหมือนกันคือมีศักยภาพในระดับปานกลาง โดยกลุ่มที่ 1 มีค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 2.20 และกลุ่มที่ 2 มีค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 1.94 ทั้งนี้ทั้งสองกลุ่มมีการแบ่งองค์ประกอบเป็น 2 กลุ่มเหมือนกันคือ ศักยภาพการจัดการในระดับการแลกเปลี่ยนระดับบุคคลของธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ และศักยภาพการจัดการในระดับการแลกเปลี่ยนรวมหมู่ของธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

กลุ่มที่ 1 ได้ประเมินระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพการจัดการในระดับการแลกเปลี่ยนระดับบุคคล นั้นพบว่าจังหวัดเชียงใหม่ได้รับประโยชน์จากความคุ้มค่าของธุรกิจไมซ์มากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 2.75) รองลงมาคือ ศักยภาพด้านความปลอดภัย (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.24) ศักยภาพด้านบุคลากร (ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.98) และน้อยที่สุดคือ ศักยภาพด้านการจัดการข้อมูล (ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.72) ในส่วนของประเมินความคิดเห็นศักยภาพการจัดการในระดับการแลกเปลี่ยนระดับรวมหมู่นั้น ศักยภาพด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก มีศักยภาพในระดับมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.36) รองลงมาคือ ศักยภาพด้านการจัดการสิ่งดึงดูดใจ (จังหวัดเชียงใหม่) (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.33) ศักยภาพด้านการจัดการสถานที่จัดงาน (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.25) และระดับน้อยที่สุดคือ ศักยภาพด้านความร่วมมือ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.94)

กลุ่มที่ 2 ได้ประเมินระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพการจัดการในระดับการแลกเปลี่ยนระดับบุคคล นั้นพบว่าจังหวัดเชียงใหม่ได้รับประโยชน์จากความคุ้มค่าของธุรกิจไมซ์มากที่สุดเช่นเดียวกัน (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 2.19) รองลงมาคือ ศักยภาพด้านบุคลากร (ค่าเฉลี่ยรวม 2.02) โดยกลุ่มที่ 2 ได้ให้ค่าคะแนนศักยภาพของบุคลากรในร้านขายของที่ระลึกมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.31) รองลงมาคือ ที่พักแรม (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.10) ปางช้าง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.96) ร้านอาหาร/ภัตตาคาร (ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.81) และค่าระดับคะแนนน้อยที่สุดคือ บุคลากรในธุรกิจคมนาคมขนส่ง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.80) ถัดมาคือ ศักยภาพด้านความปลอดภัย (ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.81) และ ศักยภาพด้านการจัดการข้อมูล มีค่าคะแนนน้อยที่สุดคือ 1.80 ในส่วนของการประเมินระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพการจัดการในระดับการแลกเปลี่ยนรวมหมู่ มีความคิดเห็นที่ตรงกันกับกลุ่มที่ 1 คือ ศักยภาพในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกซึ่งมีค่าคะแนนเฉลี่ยมากที่สุดคือ 2.12 รองลงมาคือ ศักยภาพด้านสิ่งดึงดูดใจ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.97) ศักยภาพด้านสถานที่จัดงาน (ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.90) และศักยภาพด้านความร่วมมือมีค่าคะแนนน้อยที่สุดคือ 1.77 ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำองค์ประกอบทั้งสององค์ประกอบมาเปรียบเทียบหาค่าความแตกต่าง ซึ่งพบว่า ศักยภาพในการจัดการในระดับการแลกเปลี่ยนระดับบุคคลมีค่าคะแนนเฉลี่ยที่ 1.91 มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ 0.25 ในขณะที่ศักยภาพในการจัดการในระดับการแลกเปลี่ยนรวมหมู่มีค่าคะแนนเฉลี่ยที่ 2.02 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ 0.33 เมื่อทดสอบความแตกต่างของทั้งสองกลุ่มพบว่าไม่มีความแตกต่างกันในนัยสำคัญทางสถิติที่

ระดับ .01 จากข้อมูลทั้งหมดพบว่าระดับความคิดเห็นของทั้งสองกลุ่มมีความใกล้เคียงกันและไม่มี ความแตกต่างกันในนัยสำคัญทางสถิติ และซึ่งผลของการประเมินระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพ การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่นั้นก็สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Sangpikul and Kim (2009: 194) ที่เกี่ยวกับอุปสรรคต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทยมีอยู่ 5 ประการคือ 1) ข้อมูลเกี่ยวกับการประชุมสัมมนาที่ไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ 2) สาธารณูปโภค พื้นฐาน สถานที่จัดงานที่สร้างสำหรับรองรับการประชุมมีไม่เพียงพอ มีเฉพาะพัทยาและ กรุงเทพมหานครเท่านั้น 3) ทรัพยากรบุคคล ที่ยังขาดผู้มีประสบการณ์ในระดับบริหารงาน นานาชาติ 4) ความร่วมมือในอุตสาหกรรม และ 5) ความไม่มั่นคงทางการเมืองและความปลอดภัย

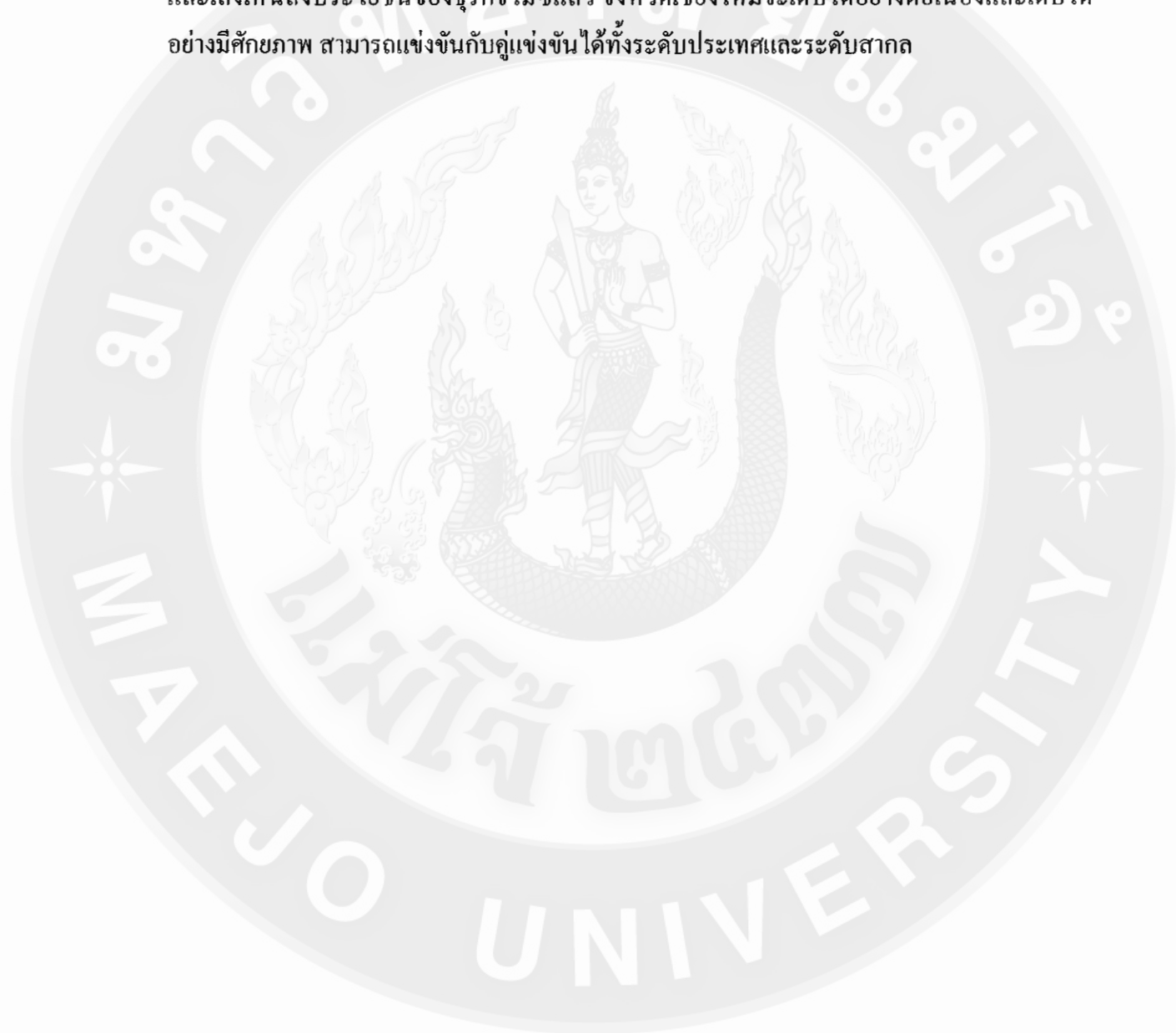
ทั้งนี้การประเมินระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพในการจัดการธุรกิจไมซ์ของ จังหวัดเชียงใหม่อยู่ในระดับปานกลาง และจากการเปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพการ จัดการในระดับการแลกเปลี่ยนระดับบุคคลของทั้งสองกลุ่มแล้วพบว่ามีความคิดเห็นที่ เหมือนกัน โดยศักยภาพด้านความคุ้มค่ามีระดับคะแนนมากที่สุด ซึ่งทั้งสองกลุ่มมองว่าธุรกิจไมซ์จะ นำมาซึ่งเม็ดเงินเข้ามาหมุนเวียนในจังหวัดเชียงใหม่ ทำรายได้และผลประโยชน์ให้แก่จังหวัด เชียงใหม่เป็นจำนวนมาก ทั้งผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นโดยตรงจากกิจกรรมประชุมนานาชาติ การ ท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลนานาชาติ และการแสดงสินค้านานาชาติ โดยมีผู้ที่เกี่ยวข้องที่ได้ผล ประโยชน์โดยตรง คือ สถานที่จัดงาน ผู้รับจัดงานประชุม ผู้รับจัดงานแสดงสินค้ามืออาชีพ ผู้รับจัด งาน บริษัทบริหารจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และโรงแรม ส่วนผลประโยชน์ทางอ้อมจากกิจกรรม ประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลนานาชาติ และการแสดงสินค้านานาชาติ โดยมีผู้มี เกี่ยวข้องที่ได้ประโยชน์ คือ ผู้รับเหมาก่อสร้างในธุรกิจการจัดนิทรรศการ (contractor) ผู้จัดการ ขนส่งสินค้าในธุรกิจจัดนิทรรศการ (freight forwarders) ผู้แสดงสินค้าในธุรกิจการจัดนิทรรศการ (exhibitor) ร้านอาหาร ภัตตาคาร สถานบันเทิง (restaurants and entertainments) บริษัทท่องเที่ยว (tour agents) ศูนย์การค้า (shopping center) การคมนาคมขนส่งและการสื่อสาร (transportation and communication) ธนาคาร (bank) และพนักงานชั่วคราวในพื้นที่แสดงสินค้า และผลประโยชน์ที่ เกิดขึ้นจากการตกทอดจากการประชุมนานาชาติ การแสดงสินค้านานาชาติที่ไม่สามารถคำนวณ มูลค่าเป็นเงินได้มายังจังหวัดเชียงใหม่โดยรวม คือ การแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ทางเทคโนโลยี (technology and knowledge) การแลกเปลี่ยนทางการค้าระหว่างประเทศ (international trade) และที่ สำคัญภาพลักษณ์ที่ดีของจังหวัดเชียงใหม่ในมุมมองของผู้เข้าร่วมประชุม นิทรรศการ ผู้เข้าร่วมงาน และนักท่องเที่ยวและนำไปสู่การส่งเสริมและพัฒนาภูมิปัญญาในท้องถิ่นและพัฒนาศักยภาพของ บุคลากร โดยมองว่าการเปิดตัวศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติเฉลิมพระเกียรติในเดือน เมษายน 2556 นี้จะทำให้เป็นโอกาสที่ดีของบุคลากรในจังหวัดเชียงใหม่ในการพัฒนาศักยภาพและ

ทักษะการทำงานในกิจกรรมไมซ์โดยการสร้างงาน (events) หรือกิจกรรมเกี่ยวกับไมซ์อย่างสม่ำเสมอรวมถึงความร่วมมือที่ดีของสถาบันการศึกษาในการที่จะผลิตบุคลากรป้อนสู่ธุรกิจไมซ์โดยตรง และในส่วนของคะแนนระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพการจัดการในระดับบุคคลน้อยสุดที่ทั้งสองกลุ่มมีความคิดเหมือนกันคือ ศักยภาพด้านการจัดการข้อมูล ซึ่งทั้งสองกลุ่มมองว่าฐานข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวกับธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ยังไม่ละเอียดเพียงพอ ไม่มีการเชื่อมโยงถึงกันและข้อมูลยังไม่ทันสมัยรวมถึงการขาดตลาดในช่องทางโซเชียลมีเดียยังไม่มีความหลากหลาย ทำให้ผู้จัดงานประชุม นิทรรศการ ผู้จัดงาน เข้าถึงข้อมูลได้ยาก ทำให้เสียโอกาสในการเป็นจุดหมายปลายทางในการจัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน ซึ่งปัญหานี้ไม่ใช่เป็นปัญหาเฉพาะแค่จังหวัดเชียงใหม่เท่านั้นแต่เป็นปัญหาการจัดการข้อมูลโดยรวมของประเทศไทย ซึ่งที่ผ่านมายังไม่มีหน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบดูแลกิจกรรมไมซ์โดยตรง ทำให้ฐานข้อมูลของจังหวัดเชียงใหม่ยังไม่มีประสิทธิภาพมากนัก และจากปัญหาที่พบในเรื่องการจัดการข้อมูลนี้ ทางผู้วิจัยมองว่าปัญหาในเรื่องการจัดการข้อมูลจะอยู่ในทิศทางที่ดีขึ้นจากการที่รัฐบาลให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย มีการจัดตั้งหน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบในอุตสาหกรรมไมซ์ซึ่งก็คือ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) ซึ่งได้เล็งเห็นปัญหาการจัดการข้อมูลนี้ สสปน.มีการพัฒนาฐานข้อมูลในอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทยให้เป็นระบบและเข้าถึงได้ง่ายมากขึ้น เช่นมีได้มีการเปิดตัว เบอร์โทร 1105 บริการเผยแพร่ข้อมูลอุตสาหกรรมประชุมและการจัดแสดงสินค้าระดับนานาชาติขึ้นให้แก่กลุ่มเป้าหมายและผู้สนใจ โดย call center จะเป็นศูนย์กลางในการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างฐานข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์กับฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องโดยให้บริการวันจันทร์ – ศุกร์ ตั้งแต่ 8.00-19.00 น. ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ในขณะเดียวกัน call center ก็จะทำหน้าที่รวบรวมข้อมูลจากการสอบถามของผู้ใช้บริการเพื่อนำมาประมวลเป็นองค์ความรู้สำหรับการพัฒนาการให้บริการและกำหนดนโยบายยุทธศาสตร์การประชุมขององค์กร และในอนาคตยังมีแผนที่จะพัฒนาระบบให้เป็นศูนย์บริการข้อมูลแบบครบวงจร (one-stop service) (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2555) พร้อมกับการพัฒนาฐานข้อมูลของธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ไปในเวลาเดียวกันเพื่อที่จะรองรับการเป็นนครแห่งไมซ์ และปีแห่งไมซ์ 2556 เช่น มีการทำแผ่นพับ(MICE city leaflet) การทำข้อมูลในแอปพลิเคชันในมือถือ มีการให้ความรู้และประชาสัมพันธ์ธุรกิจไมซ์ให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องรวมถึงคนในพื้นที่ให้รู้จักธุรกิจไมซ์มากขึ้น โดยการทำการตลาดและการประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่างๆ รวมถึงการทำความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาเพื่อให้ความรู้และผลิตบุคลากรเข้าสู่ธุรกิจไมซ์เพิ่มมากขึ้น

สำหรับการประเมินระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพการจัดการในระดับการแลกเปลี่ยนระดับหมู่นั้น พบว่า ทั้งสองกลุ่มมีการประเมินระดับความคิดเห็นที่เหมือนกันเช่นกันคือ

ศักยภาพในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีค่าคะแนนสูงสุด รองลงมาศักยภาพด้านสิ่งดึงดูดใจ ศักยภาพด้านสถานที่จัดงานและให้ค่าคะแนนศักยภาพในระดับน้อยสุดคือ ศักยภาพด้านความร่วมมือ ถึงแม้ว่าการประเมินความคิดเห็นในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของจังหวัดเชียงใหม่ในมุมมองของผู้ให้ข้อมูลทั้งสองกลุ่มจะมีค่าคะแนนศักยภาพสูงสุด แต่เชียงใหม่ยังมีจุดด้อยอีกหลายอย่าง เช่น ผลผลิตสินค้าและบริการของเชียงใหม่ยังไม่มีแปลกใหม่ มีแต่ผลิตภัณฑ์เดิมๆ ที่นำเสนอขาย และถ้าเปรียบเทียบคุณภาพและความหลากหลายในสิ่งอำนวยความสะดวกกับกรุงเทพมหานครเชียงใหม่ยังไม่สามารถแข่งขันได้ แต่ทั้งนี้เชียงใหม่ก็ยังมีจุดขายที่เป็นเสน่ห์เฉพาะตัวที่กรุงเทพฯ หรือจังหวัดอื่นๆ ไม่มีนั่นก็คือ ความเป็นอัตลักษณ์ล้านนา เป็นเมืองวัฒนธรรม ความโอปอฮ้อมอารีของคนเชียงใหม่และต้นทุนที่ราคาถูก และการเปิดตัวของศูนย์ประชุมสินค้าและนิทรรศการนานาชาติเฉลิมพระเกียรติ 7 รอบก็จะเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ทำให้เชียงใหม่มีจุดขายเพิ่มมากขึ้น สำหรับมุมมองผู้ให้ข้อมูลมองเห็นว่าผู้ประกอบการหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องของหลายฝ่ายในจังหวัดเชียงใหม่ยังขาดความร่วมมือกันอย่างเป็นเอกภาพ ยังขาดความชัดเจนทั้งหน่วยงานและบุคลากรที่รับผิดชอบบุคลากรโดยตรง ซึ่งที่ผ่านหอการค้าจังหวัดเชียงใหม่เป็นหน่วยงานหลักในการพัฒนาธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ ทำให้การทำงานยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควรเนื่องจากขาดความร่วมมือของภาครัฐในเรื่องของงบประมาณสนับสนุนที่ไม่เพียงพอและไม่ต่อเนื่อง แต่ผู้วิจัยมองว่าในอนาคตในการทำงานร่วมกันของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะทำงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น จากการที่รัฐบาลให้ความสำคัญกับธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ มีการกำหนดให้เชียงใหม่เป็นนครแห่งไมซ์ และปีแห่งไมซ์ 2556 มีการทำงานร่วมกันอย่างแข็งขันระหว่าง สสป. ที่เป็นหน่วยงานหลักในการดูแลภาพรวมอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งในทุกภาคส่วนในจังหวัดเชียงใหม่เพื่อที่จะผลักดันให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นนครแห่งไมซ์ให้ได้ และนอกจากนี้ได้มีการกำหนดหน่วยงานอย่างชัดเจนในการกำกับดูแลธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ อันได้แก่ สสป. ดูแลภาพรวมของประเทศและทำตลาดไมซ์ในประเทศให้กับจังหวัดเชียงใหม่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยดูแลในเรื่องของการทำตลาดไมซ์ในต่างประเทศ หน่วยงานภาครัฐอื่นๆ ก็พร้อมที่จะช่วยผลักดันธุรกิจไมซ์ให้มีความสู่ระดับประเทศและนานาชาติ เช่น กองตรวจคนเข้าเมือง กรมศุลกากร ดำรงท่องเที่ยว สถาบันการศึกษา หอการค้าจังหวัดเชียงใหม่ พาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่ สมาคมโรงแรมไทยภาคเหนือ สมาคมมัคคุเทศก์ และสมาคมการค้าอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง และในส่วนของคุณยประชุมฯ ก็มีหน่วยงานที่ดูแลอย่างชัดเจนคือสำนักงานพัฒนาพิงคนคร (องค์การมหาชน) ภายใต้การกำกับดูแลของนายกรัฐมนตรี ดังนั้นผู้วิจัยมองว่าการที่จะผลักดันให้เชียงใหม่เป็นนครแห่งไมซ์อย่างสมบูรณ์และนำไปสู่การก้าวไปในระดับสากลนั้นต้องใช้เวลาในการเติบโต แต่ทั้งนี้เป็นการเติบโตอย่างค่อยเป็นค่อยไปโดยความร่วมมือ

ของทุกภาคฝ่ายรวมถึงการได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากทางภาครัฐอย่างเพียงพอและ
สม่ำเสมอแต่ทั้งนี้การเติบโตจะไม่มีประสิทธิภาพถ้าไม่ได้รับความร่วมมือจากคนในท้องถิ่น ที่จะ
เป็นเจ้าบ้านที่ดีต้อนรับผู้เข้าร่วมประชุม นิทรรศการ ผู้เข้าร่วมงาน ถ้าเจ้าบ้านมีความรู้ความเข้าใจ
และเล็งเห็นถึงประโยชน์ของธุรกิจไมซ์แล้ว จังหวัดเชียงใหม่จะเติบโตอย่างต่อเนื่องและเติบโต
อย่างมีศักยภาพ สามารถแข่งขันกับคู่แข่งกันได้ทั้งระดับประเทศและระดับโลก



บทที่ 5

การวิเคราะห์นโยบายของหน่วยงานรัฐและเอกชนต่อการส่งเสริม การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่

เนื้อหาในบทนี้ ผู้วิจัยขอนำเสนอผลการวิจัยและวิจารณ์ตามวัตถุประสงค์ที่ 2 ของการวิจัยคือ การวิเคราะห์นโยบายของหน่วยงานรัฐและเอกชนต่อการส่งเสริมการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีของ Drunker เข้ามาเป็นเกณฑ์หลักในการวิเคราะห์ในเรื่องการบริหารจัดการขององค์กร คือ 1) การวางแผน (planning) 2) การจัดองค์กร (organizing) 3) การนำ (leading) 4) การควบคุม (controlling) โดยผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือ 2 ประเภท คือ 1) เป็นแบบสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholder) เกี่ยวกับธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ และ 2) แบบสอบถามเพื่อนำไปสัมภาษณ์ โดยใช้ทฤษฎีของ Drunker และแยกประเภทเป็น 4 ประเภท คือ 1) ธุรกิจการจัดประชุม (meeting) 2) ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (incentives) 3) ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ (convention) 4) ธุรกิจการจัดแสดงสินค้า (exhibition) ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลในการวิเคราะห์นโยบายของหน่วยงานเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มองค์กรภาครัฐและกลุ่มองค์กรเอกชน ดังนี้ กลุ่มหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 8 แห่ง อันประกอบด้วย 1) สำนักงานจังหวัดเชียงใหม่ 2) สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่ 3) องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่ 4) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 5) สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 6) สำนักงานพัฒนาพิงก์พระนคร (องค์กรมหาชน) 7) อุทยานหลวงราชพฤกษ์ 8) มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ กลุ่มภาคเอกชน จำนวน 16 แห่ง ประกอบด้วย 1) โรงแรมโลตัส ปางสวนแก้ว 2) โรงแรมเซนทารา ดวงดะวัน 3) โรงแรมฮอติเคย์ อินน์ เชียงใหม่ 4) โรงแรมเลอ เมอริเดียน เชียงใหม่ 5) โรงแรมแซงกีรา เชียงใหม่ 6) โรงแรมเชียงใหม่ แกรนด์วิว 7) โรงแรมเอมเพรส เชียงใหม่ 8) ศูนย์ประชุมธุรกิจ (เชียงใหม่ ฮอลล์) 9) สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ 10) สมาคมมัคคุเทศก์จังหวัดเชียงใหม่ 11) หอการค้าจังหวัดเชียงใหม่ 12) บริษัท IDEXT MICE & TRAVEL agency จำกัด 13) บริษัท Northern Smile จำกัด 14) บริษัท TOP Holidays จำกัด 15) บริษัท Exotismo Travel Thailand จำกัด สาขาเชียงใหม่ 16) บริษัท Siam Exhibition จำกัด รวมทั้งสิ้น 24 แห่ง ซึ่งผลการวิจัยมีรายละเอียด ดังนี้

ส่วนที่ 1 การสัมภาษณ์ในเชิงลึก

ซึ่งการสัมภาษณ์ได้แบ่งกลุ่มสัมภาษณ์เป็น 2 กลุ่ม ซึ่งประกอบด้วย

กลุ่มที่ 1 องค์กรภาครัฐ

อันประกอบด้วย 1) สำนักงานจังหวัดเชียงใหม่ 2) สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่ 3) องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่ 4) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 5) สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 6) สำนักงานพัฒนาพิงก์พระนคร (องค์กรมหาชน) 7) อุทยานหลวงราชพฤกษ์ 8) มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การวางแผน (planning) โดยองค์กรของรัฐทั้ง 8 องค์กรในจังหวัดเชียงใหม่ ไม่ได้มีการกำหนดวิสัยทัศน์โดยตรงเกี่ยวกับธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ แต่เป็นองค์กรที่ให้การส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจไมซ์ให้สามารถขับเคลื่อนไปได้ หรือเป็นส่วนหนึ่งของคณะกรรมการที่จะขับเคลื่อนธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ โดยธุรกิจไมซ์เป็นส่วนหนึ่งของแผนยุทธศาสตร์ขององค์กร เช่น แผนยุทธศาสตร์ของจังหวัดเชียงใหม่ หรือแผนยุทธศาสตร์ขององค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งองค์กรแต่ละองค์กรก็มีภารกิจหลักซึ่งไม่ใช่ภารกิจที่ดูแลในธุรกิจไมซ์โดยตรง แต่เป็นการส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจไมซ์มากกว่าเพราะประเทศไทยมีองค์กรที่ดูแลรับผิดชอบเกี่ยวกับธุรกิจไมซ์โดยตรงอยู่แล้ว คือ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) ดังนั้นองค์กรภาครัฐทั้ง 8 องค์กรจึงทำหน้าที่แค่ให้การส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมของธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ให้ขับเคลื่อนไปได้ตามที่องค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องร้องขอหรือขอความอนุเคราะห์เท่านั้น เช่น จังหวัดเชียงใหม่ ไม่สามารถทำเรื่องของการจัดประชุมได้โดยตรงเนื่องจากเป็นหน้าที่ของ สสปน. ซึ่งมีองค์กรที่รับผิดชอบโดยตรง แต่จังหวัดเชียงใหม่ก็ทำในส่วนของการสนับสนุน เช่น การเตรียมความพร้อมของจังหวัดเชียงใหม่ ดูในเรื่องบริบทต่างๆ ความปลอดภัย การประสานงานกับองค์กรรัฐอื่นๆ องค์การบริหารส่วนจังหวัด ไม่มีวิสัยทัศน์ในเรื่องของธุรกิจไมซ์โดยตรง แต่ก็ถือว่าธุรกิจไมซ์อยู่ในส่วนของแผนยุทธศาสตร์และแนวทางการพัฒนาท้องถิ่นในด้านเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว (องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่, 2556-2560: 58) เป็นการส่งเสริมธุรกิจไมซ์โดยนโยบายยุทธศาสตร์ในภาพรวมมากกว่า การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ก็มีภารกิจหลักในการสนับสนุนในด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ในด้านการท่องเที่ยว ตลาดนักท่องเที่ยว รวมถึงตลาดไมซ์ แต่ก็จะเป็นการทำโดยภาพรวมของประเทศมากกว่าไม่ได้เจาะจงมาที่ใดที่หนึ่ง เพราะนครแห่งไมซ์ (MICE CITY) ไม่ได้มีที่จังหวัดเชียงใหม่จังหวัดเดียว มีทั้งพญา

กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต ขอนแก่น ดังนั้นการทำการตลาดและประชาสัมพันธ์ในธุรกิจไมซ์จึงเป็นการประชาสัมพันธ์โดยภาพรวมมากกว่า อุทยานหลวงราชพฤกษ์ เป็นสถานที่ที่จัดงานแห่งหนึ่งในธุรกิจไมซ์ที่มีศักยภาพ มีห้องประชุมที่ใช้ระบบสากล มีสถานที่สำหรับการจัดงานและประเภทแบบท่องเที่ยวแบบได้รางวัล (incentives) มีห้องสำหรับจัดนิทรรศการ แต่วิสัยทัศน์ของอุทยานหลวงราชพฤกษ์คือ การเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางด้านเกษตรและวัฒนธรรมระดับนานาชาติ แต่เป็นสถานที่อีกแห่งหนึ่งในจังหวัดเชียงใหม่ที่สามารถรองรับกิจกรรมในธุรกิจไมซ์ได้ แต่ในการกำหนดแผนปฏิบัติงานไม่มีการกำหนดแผนปฏิบัติงานเกี่ยวกับไมซ์โดยตรง มีแต่แผนปฏิบัติงานโดยรวมที่เป็นแผนระยะสั้นที่ดูแลลูกค้าทั่วไป เช่น ลูกค้าประเภทเอกชน (corporate) ลูกค้าข้าราชการ (government) ลูกค้าบริษัททัวร์ (travel agent) พาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่ เป็นอีกองค์กรราชการอีกองค์กรหนึ่งซึ่งได้ทำความร่วมมือกับจังหวัดเชียงใหม่และ สสป. แต่ภารกิจของพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่ คือ สนับสนุนธุรกิจ ธุรกิจทางการค้า ดูแลในเรื่องสินค้า เช่น สินค้า OTOP ดังนั้นในส่วนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์คือทำหน้าที่ส่งเสริมสินค้าให้มีความน่าสนใจ มีคุณภาพ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในการใช้จ่ายเงินเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจของเมืองเชียงใหม่ ดำเนินการคนเข้าเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นอีกหน่วยงานหนึ่งที่ทำหน้าที่สนับสนุนหรืออำนวยความสะดวกให้แก่ นักท่องเที่ยวไมซ์ที่จะเข้ามาในจังหวัดเชียงใหม่ โดยภารกิจคือ การบริการ การป้องกันปราบปราม ไม่มียุทธศาสตร์หรือแผนปฏิบัติการโดยตรง มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่มียุทธศาสตร์ 6 ข้อ 1 ใน 6 ข้อคือ การท่องเที่ยว ธุรกิจไมซ์ถือว่าการท่องเที่ยวเป็นส่วนของการท่องเที่ยว จึงมีแผนที่จะเปิดหลักสูตรไมซ์ขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับแผนปฏิบัติงาน (mission) ของมหาวิทยาลัยคือ การผลิตบัณฑิตหรือนักวิชาการเข้าสู่ตลาด ดังนั้นจะเห็นได้ว่าองค์กรรัฐซึ่งเป็นองค์กรหลักที่จะขับเคลื่อนธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ไม่มีการกำหนดวิสัยทัศน์เกี่ยวกับธุรกิจไมซ์ จึงไม่มีแผนปฏิบัติงาน (mission) ที่ชัดเจนเหมือนกับองค์กรเอกชนที่เน้นผลกำไร

2. การจัดองค์กร (organizing) ต่อเนื่องจากการวางแผนขององค์กรรัฐที่ไม่มีนโยบายและวิสัยทัศน์โดยตรงกับธุรกิจไมซ์ ดังนั้น องค์กรรัฐเหล่านี้จึงไม่มีแผนที่กำลังดูแลไมซ์โดยตรง โดยทั่วไปจะขึ้นอยู่กับผู้บริหารระดับสูงเป็นคนกำหนดว่าจะให้แผนใดดูแลรับผิดชอบแต่ทั้งนี้ก็จะเป็นการดูแลโดยภาพรวมทั่วไปมากกว่าเพราะองค์กรยังมีการดำเนินงานที่สำคัญในการกำกับดูแล เช่น จังหวัดเชียงใหม่ ภาคส่วนที่ดูแลเรื่องไมซ์ได้แก่ สำนักงานจังหวัดเชียงใหม่ ฝ่ายยุทธศาสตร์ ซึ่งก็ไม่ได้หมายความว่าฝ่ายยุทธศาสตร์ทุกจังหวัดจะดูแลเรื่องไมซ์ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับบริบทของแต่ละจังหวัด องค์กรการบริหารจังหวัดเชียงใหม่ ฝ่ายที่ดูแลได้แก่ สำนักปลัด อุทยานหลวงราชพฤกษ์ แผนกที่ดูแลได้ แผนกการตลาดและกิจกรรม เป็นต้น ดังนั้นจะเห็นได้ว่า โครงสร้างขององค์กรรัฐเหล่านี้ไม่มีแผนกที่รับผิดชอบโดยตรงเพราะแต่ละองค์กรมีภารกิจของแต่ละองค์กรอยู่แล้ว จึงทำ

หน้าที่ได้แก่การส่งเสริมและสนับสนุน ในส่วนของการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในองค์กรส่วนใหญ่ก็จะมียุทธศาสตร์ให้บุคลากรมีการอบรม (training) โดยมีแผนอย่างชัดเจนแต่เป็นอบรมในเรื่องทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับนโยบายขององค์กร เช่น คำนวณตรวจคนเข้าเมืองจังหวัดเชียงใหม่เน้นให้บุคลากรในองค์กรพัฒนาทักษะในด้านภาษามากขึ้น เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน รวมถึงคำนวณตรวจคนเข้าเมืองมีพื้นที่ที่ติดกับชายแดนประเทศใดต้องไปเรียนภาษานั้นเพิ่มเติม เพื่อรองรับต่อการเข้าสู่ AEC แต่ในการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในองค์กรที่เกี่ยวกับธุรกิจไมซ์นั้น เช่น การอบรมความรู้เรื่องธุรกิจไมซ์ การเข้าร่วมกิจกรรมที่ส่งเสริมกับธุรกิจไมซ์ ถือได้ว่าน้อยมากและบุคคลที่ถูกส่งเข้าอบรมหรือกิจกรรมคือผู้ที่ทำงานเกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์เท่านั้น บางองค์กรก็ไม่เคยส่งบุคลากรไปเข้าร่วมกิจกรรมหรืออบรมเกี่ยวกับเรื่องไมซ์เลย ในส่วนของนโยบายในการคัดเลือกบุคลากรที่จะมาดูแลธุรกิจไมซ์นั้นไม่มีนโยบายในการคัดเลือก เนื่องจากองค์กรไม่มีแผนกไมซ์แต่ในการคัดเลือกบุคลากรโดยทั่วไปองค์กรก็จะมีข้อกำหนดตามมาตรฐานของแต่ละตำแหน่งอยู่แล้ว

3. การนำ (leading) โดยส่วนใหญ่องค์กรรัฐก็จะมียุทธศาสตร์ในการกระตุ้นให้บุคลากรในองค์กรปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพไม่แตกต่างจากองค์กรเอกชน เช่น ค่าล่วงเวลา (O.T) การได้ไปศึกษาดูงานหรือทำงานต่างประเทศในบางองค์กร เช่น สำนักงานจังหวัดเชียงใหม่มีการส่งบุคลากรไปศึกษาดูงานเกี่ยวกับธุรกิจไมซ์ยังต่างประเทศ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีการส่งบุคลากรไปทำงานยังต่างประเทศ เช่น การไปออกบูทในงานแสดงสินค้า (trade show) แต่ทั้งนี้ก็ดูจากการปฏิบัติงานของบุคลากรและความเหมาะสมด้วย แต่สิ่งที่องค์กรรัฐแตกต่างจากองค์กรเอกชนคือบุคลากรของรัฐเงินเดือนจะไม่สูงเหมือนกับองค์กรเอกชนและไม่มีโบนัสให้เหมือนกับองค์กรเอกชน ดังนั้นการทำงานหรือแรงกระตุ้นในการปฏิบัติงานอาจส่งผลถึงประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรขององค์กรรัฐด้วย นอกจากองค์กรนั้นเป็นองค์กรที่มีการบริหารจัดการพิเศษ มีเงินรายได้ที่ไม่ใช่จากส่วนกลาง เช่น องค์กรบริหารส่วนจังหวัด ก็จะมีโบนัสให้แก่บุคลากรในองค์กรทั้งที่เป็นข้าราชการประจำและลูกจ้างชั่วคราว

4. การควบคุม (controlling) องค์กรของรัฐจะมีตัวชี้วัดที่ชัดเจนตามระบบของรัฐ แต่การประเมินองค์กรของรัฐจะแตกต่างจากองค์กรเอกชนในแง่ที่องค์กรเอกชนจะเน้นที่การประเมินผลการปฏิบัติงานขององค์กรจากความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลักเนื่องจากเป็นองค์กรที่เน้นผลกำไรและรายได้หลักมาจากลูกค้า ในขณะที่องค์กรของรัฐจะมีตัวชี้วัดในการประเมินองค์กรไปในลักษณะที่แตกต่างจากองค์กรของเอกชน เป็นการประเมินที่ไม่ได้ชี้วัดที่ยอดขาย แต่เป็นการประเมินโดยใช้ตัวชี้วัดผลสำเร็จของการปฏิบัติงาน (Key Performance Indicators KPI) ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ชี้วัดผลการปฏิบัติงานหรือประเมินผลการดำเนินงานในด้านต่างๆ ซึ่งสามารถแสดงผลการวัดในรูปแบบข้อมูลเชิงปริมาณ เพื่อสะท้อนถึงประสิทธิภาพ ประสิทธิผลในการปฏิบัติงานเข้ามา

เป็นตัวประเมินองค์กรและบุคลากร ซึ่งการประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากรก็จะมีผลถึงขั้นเงินเดือนของแต่ละบุคคล

กลุ่มที่ 2 องค์กรภาคเอกชน

ได้แก่ 1) โรงแรมโลดัส ปางสวนแก้ว 2) โรงแรมเซนทารา ดวงตะวัน 3) โรงแรม สอติเดย์ อินน์ เชียงใหม่ 4) โรงแรมเลอ เมริเดียน เชียงใหม่ 5) โรงแรมแวงกிர้า เชียงใหม่ 6) โรงแรมเชียงใหม่ แกรนด์วิว 7) โรงแรมเอมเพรส เชียงใหม่ 8) ศูนย์ประชุมธุรกิจ (เชียงใหม่ สอติ) 9) สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ 10) สมาคมมัคคุเทศก์ จังหวัดเชียงใหม่ 11) หอการค้า จังหวัดเชียงใหม่ 12) บริษัท IDEXT MICE & TRAVEL agency จำกัด 13) บริษัท Northern Smile จำกัด 14) บริษัท TOP Holidays จำกัด 15) บริษัท Exotissimo Travel Thailand จำกัด สาขาเชียงใหม่ 16) บริษัท Siam Exhibition จำกัด โดยมีรายละเอียดของผลการวิจัยดังนี้

1. การวางแผน (planning) โดยองค์กรเอกชนที่มุ่งเน้นผลกำไรทั้ง 14 แห่ง มีการกำหนดวิสัยทัศน์ (vision) ในธุรกิจไมซ์ทุกองค์กรเพียงแต่ว่าองค์กรจะเน้นที่ตัวใด คือ MICE หรือ บางองค์กรอาจเน้นทั้งหมด ซึ่งขึ้นอยู่กับความชำนาญ ความพร้อม ศักยภาพและวิสัยทัศน์ของแต่ละองค์กร ยกเว้น 2 องค์กร คือ สมาคมมัคคุเทศก์ เชียงใหม่และสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ที่เป็นองค์กรที่ทำหน้าที่สนับสนุนธุรกิจไมซ์จึงไม่มีวิสัยทัศน์ (vision) ที่ชัดเจน แต่ทั้งนี้ทุกองค์กรมีความพร้อมและมีศักยภาพเพียงพอในการเข้าสู่ธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ แต่ละองค์กรมีการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ที่มีการจัดขึ้นจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยตรงซึ่งก็คือ องค์กรส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) หรือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และหลายองค์กรที่กำหนดให้ตลาดไมซ์เป็นตลาดหลักที่ทำรายได้หลักให้แก่องค์กร เช่น บริษัท Exotissimo Travel Thailand จำกัด โรงแรมเลอ เมริเดียน เชียงใหม่ นอกจากนี้แต่ละองค์กรมีแผนปฏิบัติงาน (mission) ในการส่งเสริมธุรกิจไมซ์ทุกองค์กร โดยแผนปฏิบัติงานของแต่ละองค์กรที่มีความคล้ายคลึงกัน ได้แก่ “บุคลากร” ทุกองค์กรมองถึงความสำคัญของบุคลากรที่จะเข้ามาทำงานในธุรกิจไมซ์ ซึ่งในแต่ละองค์กรจะมีการกำหนดแผนปฏิบัติงานในเรื่องของ “บุคลากร” ที่แตกต่างกัน บางองค์กรนำเอาเรื่องของบุคลากรมาเป็นแผนปฏิบัติงานระยะสั้น อาทิ เช่น โรงแรมแวงกிர้า จังหวัดเชียงใหม่ มองถึงแนวโน้มตลาดนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จากการชมภาพยนตร์เรื่อง Lost in Thailand และรวมถึงการส่งเสริมในด้านจำนวนเที่ยวบินจากประเทศจีนที่เป็นเที่ยวบินตรง (direct flight) มายังจังหวัดเชียงใหม่ ทำให้มีปริมาณของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เข้ามาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่เป็นจำนวนมาก รวมถึงการเข้ามาใน

จังหวัดเชียงใหม่ในลักษณะของการท่องเที่ยวแบบได้รางวัล (incentives travel) จึงได้มีการรับพนักงานขายชาวจีนในการดูแลสำหรับตลาดชาวจีนโดยตรง โรงแรมฮอติเคย์ อินน์ จังหวัดเชียงใหม่ มีแผนในการรองรับธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ที่กำลังเติบโตโดยมีการเปิดรับสมัครตำแหน่ง ผู้จัดการไมซ์ (MICE manager) เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวไมซ์ที่จะเข้าใช้บริการในโรงแรมฮอติเคย์ อินน์ บริษัท INDEXT MICE and TRAVEL agency มองถึงเรื่องการพัฒนาบุคลากรเป็นแผนปฏิบัติงานในระยะยาว มองถึงการสร้างบุคลากรที่จะเข้ามาทำงานในธุรกิจไมซ์ โดยมองว่าบุคลากรในองค์กรจะมีการพัฒนาตนเองและเปิดบริษัทของตนเองในอนาคต และสร้างบุคลากรให้เป็นเครือข่าย (net work) ร่วมกันในธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่และเป็นเครือข่ายที่เข้มแข็ง มีศักยภาพ สามารถแข่งขันกับกลุ่มประเทศใน AEC ได้ บริษัท TOP Holiday ซึ่งเป็นบริษัทลูกของบริษัท Standard Tour ซึ่งแยกส่วนออกมาทำตลาดไมซ์ก็มีความคิดในเรื่องการพัฒนาบุคลากรในระยะยาว โดยมีแผนในการรับบุคลากรที่สามารถใช้ภาษาอินเดียเพื่อบริการแก่ลูกค้าชาวอินเดีย ซึ่งบริษัท TOP Holiday มองว่าจะมีแนวโน้มเข้ามาในจังหวัดเชียงใหม่ในลักษณะของนักท่องเที่ยวแบบได้รางวัล (incentives travel) เป็นจำนวนมากในอนาคต ในขณะที่สมาคมมัคคุเทศก์มัคคุเทศก์จังหวัดเชียงใหม่ก็ได้มีแผนพัฒนาบุคลากรคือ มัคคุเทศก์ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีการอบรมให้ความรู้แก่มัคคุเทศก์ในเรื่องของธุรกิจไมซ์และยังมีแผนระยะยาวในการที่จะพัฒนามัคคุเทศก์ในจังหวัดเชียงใหม่ให้เป็นล่าม (interpreter) เพื่อรองรับตลาดไมซ์ในอนาคตและเป็นล่ามในภาษาที่เป็นภาษาในกลุ่มประเทศ AEC ซึ่งได้แก่ อบรมเป็นล่ามภาษาพม่า ภาษาอินโดนีเซียโดยร่วมกับสถาบันภาษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ในการอบรมการเป็นล่ามให้แก่มัคคุเทศก์ และนอกจากแผนปฏิบัติงานในเรื่อง “บุคลากร” ที่องค์กรให้ความสำคัญแล้ว แต่ละองค์กรก็มีแผนปฏิบัติงานอื่นที่แตกต่างกันไปตามแต่การกลยุทธ์ของแต่ละองค์กรซึ่งทั้งนี้ก็ต้องสอดคล้องกับนโยบายหลักขององค์กรเช่นกัน

นอกจากนี้องค์กรส่วนใหญ่ก็ได้มีแผนปฏิบัติงานสำรองหรือแผนทางเลือกในกรณีที่แผนปฏิบัติงานที่วางไว้ไม่บรรลุผลตามเป้าประสงค์ที่ตั้งไว้ ซึ่งโดยส่วนใหญ่องค์กรจะมีการตั้งเป้า (target) ไว้อยู่แล้ว ถ้าการปฏิบัติงานไม่เป็นไปตามเป้าอาจต้องมีการใช้แผนสำรองหรือแผนทางเลือกเข้ามาเพื่อที่จะทำให้องค์กรได้บรรลุผลตามเป้าที่วางไว้หรือใกล้เคียงมากที่สุด อาทิเช่น เชียงใหม่ฮอลล์ เป็นสถานที่จัดงาน (venue) ที่อยู่ในศูนย์การค้าในเครือเซ็นทรัลกรุ๊ปซึ่งมีอยู่ตามหัวเมืองใหญ่ เช่น ขอนแก่น อุรธานี สุราษฎร์ธานี หาดใหญ่ กรุงเทพมหานคร มีการทำงานเป็นทีม ดังนั้นถ้าแผนปฏิบัติงานที่กำหนดไว้ของเชียงใหม่ฮอลล์ไม่เป็นไปตามเป้าก็สามารถขอข้อมูลของลูกค้าจากทีมในจังหวัดอื่นๆ อาจมีการแนะนำลูกค้าที่สนใจที่จะมาจัดงานที่จังหวัดเชียงใหม่หรือข้อมูลของลูกค้าที่มีแนวโน้มที่จะมาเป็นลูกค้าในอนาคตขององค์กรจากทีมในจังหวัดอื่นๆ เพื่อให้

สามารถบรรลุผลตามเป้าประสงค์ที่วางไว้ให้ได้ สถานที่จัดงานหลายแห่ง เช่น โรงแรมก็มีแผนทางเลือกที่ค่อนข้างคล้ายคลึงกัน เนื่องจากแนวโน้มในการจัดประชุมในปัจจุบันผู้เข้าร่วมประชุมอาจจะไม่พักในโรงแรมที่จัดประชุม ที่พักจะเป็นทางเลือกที่ผู้เข้าร่วมประชุมสามารถเลือกได้ กรณีที่ทางสถานที่จัดประชุมไม่สามารถขายการประชุมได้ก็อาจจะเสนอขายในส่วนของห้องพักให้แก่แขก โดยมีบริการรถรับ-ส่งให้แก่ลูกค้าไปยังสถานที่จัดประชุมที่ไม่ใช่สถานที่จัดงานของตนเอง นอกจากนี้สถานที่จัดงานหรือองค์กรประเภทอื่นๆ ตลาดไมซ์ไม่ได้เป็นตลาดเป้าหมายเดียวขององค์กร ยังมีตลาดอื่นที่เป็นลูกค้าขององค์กร เช่น ตลาด F.I.T ตลาดเอกชน (corporate) เป็นต้น ดังนั้นเมื่อตลาดไมซ์ไม่เป็นไปตามเป้าที่ตั้งไว้ก็ยังมีตลาดเป้าหมายอื่นๆ เป็นทางเลือกในการที่จะทำให้สามารถบรรลุตามเป้าประสงค์ที่วางไว้ได้ ทำให้มองเห็นว่าองค์กรในภาคเอกชนให้ความสำคัญแก่ธุรกิจไมซ์ทั้งในการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ของธุรกิจไมซ์รวมถึงมีการกำหนดวิสัยทัศน์ในการวางแผนเพื่อรองรับธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ทั้งที่เป็นแผนปฏิบัติการระยะสั้น ระยะกลาง หรือระยะยาวรวมถึงการมีแผนปฏิบัติงานสำรองหรือแผนทางเลือกที่จะรองรับในการที่แผนปฏิบัติการที่ตั้งไว้ไม่เป็นไปตามเป้าประสงค์

2. การจัดองค์กร (organizing) องค์กรเอกชนที่ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจะมีแผนกที่ดูแลในเรื่องตลาดไมซ์ทุกองค์กร แต่จะมีแค่สี่องค์กรที่ใช้ชื่อว่าแผนกไมซ์ ได้แก่ บริษัท TOP Holiday จำกัด บริษัท IDEXT MICE and TRAVEL agency จำกัด บริษัท Exotismo Travel Thailand จำกัด และโรงแรมโลดัส ปางสวนแก้ว โดยมีผู้รับผิดชอบในการกำกับดูแลตลาดไมซ์โดยตรง ในส่วนขององค์กรอื่นๆ ส่วนใหญ่จะอยู่ในแผนกการขายและการตลาด (sale and marketing) หรือใช้ชื่อในการเรียกที่แตกต่างกันออกไป เช่น โรงแรมเอมเพลส เชียงใหม่ ตลาดไมซ์อยู่ในแผนกจัดเลี้ยงและการขาย (catering and sale department) โรงแรมแชงกรีลา เชียงใหม่ ตลาดไมซ์อยู่ในส่วนของแผนกงานห้องพักและจัดเลี้ยง (event booking center) โดยมีผู้จัดการฝ่ายจัดงาน (event sales manager) รับผิดชอบดูแล ซึ่งแผนกที่กล่าวมานี้จะดูแลในส่วนของการตลาดไมซ์และตลาดเป้าหมายอื่นๆ ในเวลาเดียวกัน โรงแรมฮอลิเดย์ อินน์ ซึ่งตลาดไมซ์โดยปกติจะอยู่ในส่วนของแผนกการขายและการตลาด ก็มีแผนในอนาคตที่จะแยกออกมาเป็นแผนกไมซ์ที่ดูแลรับผิดชอบตลาดไมซ์โดยตรง โรงแรมเชียงใหม่แกรนด์วิวและโรงแรม เลอ เมอริเดียน ตลาดไมซ์อยู่ในการดูแลของแผนกการขายและการตลาด แต่มีพนักงานขายที่ดูแลตลาดไมซ์โดยตรงที่แยกออกมาจากพนักงานที่ดูแลตลาดราชการ (government) และตลาดเอกชน (corporate) โดยทุกองค์กรมองว่านักท่องเที่ยวประเภทไมซ์เป็นนักท่องเที่ยวที่มีความละเอียดอ่อนและต้องการบุคลากรที่มีความเป็นมืออาชีพ ดังนั้นทุกองค์กรจึงต้องมีคนที่ดูแลรับผิดชอบและเป็นมืออาชีพโดยตรง นอกเหนือจากการที่แต่ละองค์กรมีแผนกและบุคลากรที่รับผิดชอบในตลาดไมซ์โดยตรง วิธีการในการที่จะพัฒนาบุคลากรในองค์กรให้

ประสิทธิภาพรวมถึงการกำหนดนโยบายในการคัดเลือกบุคลากรที่จะเข้ามาปฏิบัติงานในธุรกิจไมซ์ก็ค่อนข้างมีความคล้ายคลึงกัน โดยแต่ละองค์กรมีวิธีการที่จะพัฒนาบุคลากรในองค์กรที่เหมือนกันก็คือ การอบรมบุคลากร (training) ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ บุคลากรที่ทำงานเกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์จะได้รับการอบรมให้มีความรู้ความเข้าใจว่า ธุรกิจไมซ์คืออะไร โดยการอบรมมีหลายวิธีการที่แตกต่างกันตามแต่โครงสร้างและนโยบายขององค์กร เช่น แผนกอบรม (training department) ขององค์กรเป็นผู้ที่อบรมให้ความรู้แก่บุคลากรในองค์กร การเชิญวิทยากรที่มีความเชี่ยวชาญมาให้ความรู้แก่บุคลากร หรือการส่งบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับตลาดไมซ์เข้าร่วมอบรมหรือทำกิจกรรมกับหน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรงกับธุรกิจไมซ์ก็คือ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) ซึ่งทุกองค์กรได้ส่งบุคลากรเข้าร่วมอบรมกับ สสปน. แต่ทั้งนี้การส่งบุคลากรขององค์กรนั้นจะส่งบุคลากรที่อบรมคือ แผนกที่เกี่ยวข้องเท่านั้นเช่น แผนกขายและการตลาด (sale and marketing department) หรือแผนกจัดเลี้ยง (banquet department) แต่แผนกอื่นๆ โดยทั่วไปขององค์กรก็ยังไม่รู้จักว่า ไมซ์ คืออะไร

ในส่วนของนโยบายในการคัดเลือกบุคลากรที่จะเข้ามาทำงานในธุรกิจไมซ์ ทุกองค์กรมีนโยบายค่อนข้างตรงกันคือ ต้องการบุคลากรที่มีประสบการณ์ (experience) ในด้านธุรกิจการจัดประชุมหรือการจัดงาน (event) หรือมีพื้นฐานความรู้ด้าน โรงแรม เพราะถึงบุคลากรจะยังไม่มีความรู้ด้านด้านการจัดประชุมหรือจัดงาน แต่อย่างน้อยความรู้พื้นฐานด้านโรงแรมก็สามารถพัฒนาทักษะได้เร็วกว่าสายงานอื่นๆ นอกจากนี้ นโยบายที่สำคัญสำหรับการคัดเลือกบุคลากร นอกเหนือจากประสบการณ์ก็คือในเรื่องของภาษา (language) เพราะต้องใช้ในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า ซึ่งภาษาพื้นฐานที่สำคัญก็คือ ภาษาอังกฤษ เนื่องจากกลุ่มลูกค้าตลาดไมซ์ไม่ว่าจะมีเฉพาะแค่ลูกค้าคนไทยเท่านั้น และยังสามารถใช้ภาษาที่สองได้ เช่น ภาษาจีน ภาษาเกาหลีได้ก็จะได้รับการพิจารณาเป็นพิเศษ นอกจากนี้ในส่วนของคุณสมบัติอื่นที่องค์กรส่วนใหญ่กำหนดได้แก่ มีใจรักงานบริการ (service mind) มีความสามารถในเรื่องของคอมพิวเตอร์ เนื่องจากในการทำงานต้องมีการโต้ตอบอีเมลกับลูกค้า หรือการทำพาวเวอร์พอยต์ (power point) ในการนำเสนองาน (Proposal) เสนอแก่ลูกค้า

3. การนำ (leading) โดยภาพรวมของนโยบายในการกระตุ้นหรือสนับสนุนบุคลากรในองค์กรให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้นองค์กรส่วนใหญ่มีนโยบายที่ค่อนข้างคล้ายกัน อาทิเช่น โบนัส เงินรางวัล การประกาศเกียรติคุณ ซึ่งเป็นนโยบายที่องค์กรเอกชนส่วนใหญ่นิยมใช้ในการกระตุ้นบุคลากรให้ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุผลตามที่องค์กรได้วางไว้เพียงแต่จะใชการกระตุ้นในรูปแบบใด สอดคล้องกับสิ่งที่ รชพร จันทรสว่าง (2546: 49) กล่าวว่า รางวัลจูงใจมีการพัฒนารูปแบบไปให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้รับและผู้

จัด นอกเหนือจากแรงกระตุ้นหรือสนับสนุนจากโบนัส เงินรางวัล การประกาศเกียรติคุณแล้ว องค์กรในประเภทสถานที่จัดงานคือ โรงแรม ก็มีในส่วนของเซอร์วิสชาร์จ (service charge) เพิ่มให้แก่บุคลากรนอกเหนือจากเงินเดือนที่ได้รับในแต่ละเดือน บางองค์กร เช่น บริษัท Exotissmo Travel Thailand ก็จะมีค่าล่วงเวลา (O.T) ให้แก่บุคลากร นอกเวลางานปกติให้แก่บุคลากร และโดยส่วนใหญ่การทำงานในโรงแรมโดยทั่วไปจะไม่มีค่าคอมมิชชั่นให้กับพนักงานขาย แต่โรงแรมแข่งกีฬา เชียงใหม่และโรงแรม เลอ เมอริเดียน มีค่าคอมมิชชั่นให้แก่พนักงานขายที่สามารถทำยอดขายได้ตามเป้า เช่น โรงแรมเลอ เมอริเดียน ถ้าสามารถทำยอดขายได้ถึง 90 เปอร์เซ็นต์ พนักงานขายคนนั้นก็จะได้รับรางวัลเป็นรางวัลประเภทการท่องเที่ยวแบบได้รางวัล (incentives)

ในส่วนของกิจกรรมต่างๆที่สนับสนุนและส่งเสริมบุคลากรในองค์กรโดยส่วนใหญ่จะเป็นการนำบุคลากรไปทำกิจกรรมนอกสถานที่ เช่น การจัดอบรมหรือทัศนศึกษานอกสถานที่เพื่อเปิดโลกทัศน์ให้แก่บุคลากรและเป็นการเพิ่มความแข็งแกร่งให้แก่บุคลากรขององค์กรในการทำงานร่วมกันเป็นทีม (team building) ซึ่งหลายองค์กรมองว่าเป็นนโยบายที่สำคัญในการส่งเสริมในเรื่องประสิทธิภาพในการทำงานให้แก่บุคลากรในองค์กร ทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพและมีความสุขกับการทำงาน เช่น โรงแรมแอมเพลส เชียงใหม่การทำงานเป็นทีมของบุคลากรในองค์กรทำให้การหมุนเวียน (turn over) ของบุคลากรของโรงแรมแอมเพลสมีน้อยมาก เนื่องจากบุคลากรส่วนใหญ่มีความสุขกับการทำงานในองค์กรแห่งนี้ ศูนย์ประชุมธุรกิจ (เชียงใหม่ฮอลล์) เน้นการทำงานเป็นทีม โดยทีมที่อยู่ตามหัวเมืองต่างๆ จะมีการประชุมร่วมกัน จัดกิจกรรมร่วมกันอยู่เสมอ ทำให้สามารถสร้างทีมที่ประสานงานกันได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นจุดแข็งให้แก่องค์กร รูปแบบของการบริหารงานขององค์กรส่วนใหญ่จะเป็นรูปแบบของการทำงานที่เรียกว่า on the job training คือ การทำงานในสถานการณ์จริง ให้บุคลากรได้ฝึกประสบการณ์และพัฒนาทักษะของตนเองในการทำงานในสถานการณ์จริง เพื่อพัฒนากระบวนการทางความคิดและทักษะพร้อมไปกับการทำงาน บางองค์กรเช่น บริษัท Exotissmo Travel Thailand ซึ่งตลาดไมซ์เป็นตลาดหลักที่ทำรายได้สูงสุดให้แก่องค์กร มีการบริหารจัดการโดยมีการจัดงบประมาณเฉพาะที่เรียกว่า “Entertainment Budget” เฉพาะให้แก่บริษัทที่จัดงาน (organizer) ที่มาดูสถานที่จัดงาน (inspect) รับผิดชอบค่าต่างๆต่างๆให้แก่บริษัทที่จัดงานรวมถึงบุคลากรขององค์กร เพื่อองค์กรจะได้งานมากที่สุด โรงแรมเลอ เมอริเดียน เนื่องจากโรงแรมเป็นโรงแรมที่เน้นตลาดไมซ์เป็นรายได้หลักของโรงแรม พนักงานส่วนใหญ่ที่ทำงานเกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวประเภทไมซ์จะรู้จักว่าไมซ์คืออะไร มีความรู้ในระดับหนึ่งในการจะดูแลนักท่องเที่ยวตลาดไมซ์ว่าจะต้องดูแลอย่างไร

4. การควบคุม (controlling) โดยภาพรวมแล้วองค์กรเอกชนส่วนใหญ่มีนโยบายในการควบคุมหรือประเมินผลการปฏิบัติงานทั้งของหน่วยงานเองและประเมินผลการปฏิบัติงาน

ของบุคลากรคล้ายคลึงกัน แต่ทั้งนี้ก็จะแตกต่างกันตรงที่จะมีการประเมินมากน้อยแล้วแต่ลักษณะนโยบายของแต่ละองค์กร ยกเว้นสององค์กรที่ไม่มีการประเมินที่เป็นรูปธรรมเนื่องจากเป็นองค์กรที่ทำหน้าที่ส่งเสริมให้กับธุรกิจไม้มากกว่าและเป็นองค์กรที่ไม่หวังผลกำไร ดังนั้นจึงไม่มีการประเมินหน่วยงานหรือการปฏิบัติงานของบุคลากรที่ชัดเจนซึ่งก็คือ สมาคมมัคคุเทศก์ เชียงใหม่ และสมาคมธุรกิจท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นการสอบถามความคิดเห็นกับผู้ประกอบการว่าเป็นอย่างไรบ้างแต่ไม่มีการประเมินเป็นรูปธรรม ในการประเมินผลการปฏิบัติงานขององค์กรทั้ง 14 องค์กรจะเห็นได้ว่าจะให้ความสำคัญกับลูกค้า โดยมุ่งเน้นไปที่การประเมินความพึงพอใจของลูกค้า (customer satisfaction) ซึ่งเป็นหนึ่งในตัวชี้วัดหลักขององค์กรเอกชนในการที่องค์กรจะประเมินตนเองว่าองค์กรสามารถบรรลุผลตามเป้าหมายที่วางไว้ และก็จะนำข้อบกพร่องต่างๆ ที่ลูกค้าประเมินมาพัฒนาและปรับปรุงองค์กร และนอกเหนือจากการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าซึ่งเป็นหนึ่งในตัวชี้วัดหลักขององค์กรแล้วการประเมินอีกหนึ่งตัวชี้วัดที่องค์กรใช้ก็คือ การประเมินยอดขาย (forecast budget) ว่าตรงตามเป้าหมายที่วางไว้หรือไม่ โดยจำนวนครั้งในการประเมินในหนึ่งปีก็จะแตกต่างกันไปตามแต่ละองค์กร เช่น ประเมินทุกเดือน ปีละครั้ง สองครั้งต่อปีหรือสามครั้งต่อปี

ในส่วนของการประเมินการปฏิบัติงานของบุคลากร การประเมินองค์กรในแต่ละครั้งก็จะมีผลต่อการทำงานของบุคลากรด้วยเช่นกัน เพราะการประเมินยอดขายหรือเป้าหมายขององค์กรในแต่ละครั้งก็จะเป็นตัวกระตุ้นให้แก่บุคลากรในการทำงานด้วยในอีกทางหนึ่ง ถ้าประเมินยอดขายแล้วในไตรมาสที่ 1 แล้วยังไม่เข้าเป้าในไตรมาสที่เหลือบุคลากรก็ต้องทำงานให้มากขึ้นเพื่อให้ไปได้ถึงเป้าหมายเพราะก็จะมีผลต่อการประเมินผลงานของตนเอง (performance development process หรือ PDP) เช่นเดียวกัน ซึ่งโดยส่วนใหญ่การประเมินการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กรก็จะให้บุคลากรประเมินตนเองโดยมีแบบฟอร์มในการประเมิน (check list) ซึ่งแบบฟอร์มในการประเมินการปฏิบัติงานก็จะแตกต่างกันตามแต่ละองค์กรและนอกจากการประเมินการปฏิบัติงานของตนเองแล้วหัวหน้างานก็จะเป็นคนประเมินบุคลากรควบคู่ไปด้วย แต่ทั้งนี้ทุกองค์กรมีนโยบายในการประเมินการปฏิบัติงานของบุคลากรที่เหมือนกันในการกำหนดขึ้นเงินเดือน โบนัส หรือค่าคอมมิชชั่น คือประเมินจากความสามารถ (performance) ในการปฏิบัติงานของบุคลากร

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเพื่อนำไปสัมภาษณ์

โดยยังคงใช้ทฤษฎีของ Drucker คือ 1) การวางแผน (planning) 2) การจัดองค์กร (organizing) 3) การนำ (leading) 4) การควบคุม (controlling) และแยกประเภทในการสอบถามเป็น 4 ประเภท คือ 1) ธุรกิจการจัดประชุม (meeting) 2) ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (incentives) 3) ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ (convention) 4) ธุรกิจการจัดแสดงสินค้า (exhibition) ทั้งนี้ เครื่องมือประเภทที่ 2 ไม่ได้มีการแยกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลเหมือนแบบประเภทที่ 1 คือ ภาครัฐและเอกชน แต่เป็นการวิเคราะห์โดยรวม โดยผลการวิจัยมีรายละเอียดดังนี้

การวางแผน

การจัดการธุรกิจการจัดประชุม

ผลการวิเคราะห์ตาราง 23 พบว่า องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนมีนโยบายในการวางแผน (planning) รองรับการจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ในธุรกิจการจัดประชุม (meeting) ในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.10) โดยองค์กรส่วนใหญ่มีนโยบายในการส่งเสริมธุรกิจการจัดประชุมอย่างเป็นชัดเจนและเป็นรูปธรรม (ค่าระดับคะแนนเฉลี่ย 2.33) ซึ่งอยู่ในระดับมาก และมีการวางแผนกลยุทธ์ในการส่งเสริมธุรกิจการจัดประชุมอยู่แล้ว (ค่าระดับคะแนนเฉลี่ย 2.29) แต่สิ่งที่เป็นอุปสรรคในการบริหารจัดการในธุรกิจการจัดประชุมในมุมมองของผู้ให้ข้อมูลมองว่าการเมืองมีผลต่อการกำหนดแผนและพัฒนาธุรกิจการจัดประชุมขององค์กรมากที่สุด (ค่าระดับคะแนนเฉลี่ย 2.45) และมองว่าหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่มีนโยบายประชาสัมพันธ์ให้คนในท้องถิ่นมีความรู้ความเข้าใจในธุรกิจการจัดประชุมน้อยที่สุด (ค่าระดับคะแนนเฉลี่ย 1.54) ซึ่งก็สอดคล้องกับสิ่งที่ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลในบทที่ 4 เกี่ยวกับศักยภาพในการประชาสัมพันธ์ในการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจไมซ์ให้แก่คนในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีศักยภาพในระดับปานกลางเกือน้อย (ค่าคะแนน 1.68) ซึ่งยังเป็นสิ่งที่ยังตกอยู่ในแง่ของจุดด้อยของจังหวัดเชียงใหม่ในแง่ของการบริหารจัดการและเป็นสิ่งที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยตรง เช่น สสพ. จะต้องนำไปพิจารณาและแก้ไขเพื่อให้จังหวัดเชียงใหม่สามารถเป็นนครแห่งไมซ์ได้อย่างสมบูรณ์

ตาราง 23 ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อศักยภาพด้านการวางแผนการจัดการธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่

การวางแผนการจัดการธุรกิจการจัดประชุม	ความคิดเห็นต่อศักยภาพ (N = 24)			ค่าคะแนน	ระดับ
	ร้อยละ			เฉลี่ย	ศักยภาพ
การเมืองมีผลกระทบต่อการวางแผนและพัฒนาธุรกิจการจัดประชุมของหน่วยงาน	58.33	29.16	12.50	2.45	มาก
นโยบายในการส่งเสริมธุรกิจการจัดประชุมของหน่วยงานมีความชัดเจนและเป็นรูปธรรม	50.00	33.33	16.66	2.33	ปานกลาง
การกำหนดแผนกลยุทธ์ในการส่งเสริมธุรกิจการจัดประชุมสร้างความเข้าใจให้กับบุคลากรในหน่วยงาน	41.66	45.83	12.50	2.29	ปานกลาง
นโยบายของรัฐช่วยส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจการจัดประชุมของหน่วยงาน	37.50	50.00	12.50	2.25	ปานกลาง
ภาครัฐมีการกำหนดกฎระเบียบที่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินกิจกรรมด้านธุรกิจประชุมของหน่วยงาน	20.83	54.17	25.00	1.95	ปานกลาง
นโยบายในการนำเอาเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการส่งเสริมธุรกิจการจัดประชุมมีกำหนดไว้อย่างชัดเจน	16.66	62.50	20.83	1.95	ปานกลาง

ตาราง 23 (ต่อ)

การวางแผนการจัดการธุรกิจการจัดประชุม	ความคิดเห็นต่อศักยภาพ (N = 24)			ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับศักยภาพ
	ร้อยละ				
หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่มีนโยบายประชาสัมพันธ์ให้คนในท้องถิ่นมีความรู้ความเข้าใจกับธุรกิจการจัดประชุม	4.16	45.83	50.00	1.54	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม					2.10

หมายเหตุ	ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
	2.34 – 3.00	มีศักยภาพในระดับมาก
	1.67 – 2.33	มีศักยภาพในระดับปานกลาง
	1.00 – 1.66	มีศักยภาพในระดับน้อย

การจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

ผลการวิเคราะห์ตาราง 24 พบว่า องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนมีนโยบายในการวางแผน (planning) รองรับการจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ในธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.21) โดยองค์กรส่วนใหญ่มีนโยบายในการส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีความชัดเจนและเป็นรูปธรรม (ค่าระดับคะแนนเฉลี่ย 2.33) ซึ่งอยู่ในระดับมาก และมีการวางแผนกลยุทธ์ในการส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (ค่าระดับคะแนนเฉลี่ย 2.12) สิ่งที่องค์กรทั้งรัฐและเอกชนมีความเห็นที่ตรงกันคือ จังหวัดเชียงใหม่มีโครงสร้างพื้นฐานที่ดีสำหรับการเป็นจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เช่น ที่พัก ระบบการขนส่ง ศูนย์ประชุมและการจัดแสดงสินค้า (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.58) แต่ในขณะเดียวกันก็ยังมองเช่นเดียวกับตารางที่ 20 ในธุรกิจการจัดประชุมก็คือ การเมืองมีผลต่อการวางแผนและพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลสำหรับองค์กร เพราะมีผลต่อความเชื่อมั่นในความปลอดภัยในการที่จะเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.50) แต่ในขณะเดียวกันองค์กรก็มองว่าภาครัฐก็มีความชัดเจนในเรื่องของการสนับสนุนธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในกรณีของการอำนวยความสะดวกในการเข้าประเทศ (visa) สอดคล้องกับสิ่งที่สำนักงานตรวจคนเข้าเมืองได้มีการอำนวยความสะดวกในการเข้า-ออกประเทศให้แก่นักท่องเที่ยวในการเข้ามาเที่ยวประเทศไทย ซึ่งนักท่องเที่ยวจำนวน 48 ประเทศสามารถได้สิทธิในการเดินทางเข้ามาในราชอาณาจักรไทยเพื่อการท่องเที่ยวโดยได้รับการยกเว้นการตรวจลงตรา และ ประเภท Visa on Arrival อีก 27 ประเทศ ถือว่าเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยได้ง่ายขึ้น (สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง, 2554: 4) (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.37) แต่ทั้งนี้ นโยบายในการนำเอาเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การสนับสนุนของภาครัฐในบางประเภท เช่น การช่วยเหลือสนับสนุนในการประมูลงาน การสนับสนุนในเรื่องเอกสาร ของที่ระลึกมีค่าคะแนนน้อยที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.95) อาจเป็นเพราะการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลไม่ได้เกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีมากนักองค์กรจึงไม่ได้ให้ความสำคัญหรือไม่มีการกำหนดอย่างชัดเจนเป็นรูปธรรม

ตาราง 24 ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อศักยภาพด้านการวางแผนการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของจังหวัด
เชียงใหม่

การวางแผนธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	ความคิดเห็นต่อศักยภาพ (N = 24)			ค่าคะแนน	ระดับ
	ร้อยละ			เฉลี่ย	ศักยภาพ
จังหวัดเชียงใหม่มีโครงสร้างพื้นฐานที่ดีสำหรับเป็นจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เช่น ที่พัก ระบบขนส่ง ศูนย์ประชุมและการจัดแสดงสินค้า	70.83	16.67	12.50	2.58	มาก
การเมืองมีผลต่อการวางแผนและพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของหน่วยงาน	58.33	33.33	8.33	2.50	มาก
ภาครัฐมีความชัดเจนในการสนับสนุนในธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เช่น การอำนวยความสะดวกในการเข้าประเทศ (visa) ให้แก่นักท่องเที่ยว	41.67	54.17	4.17	2.37	มาก
นโยบายในการส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของหน่วยงานมีความชัดเจนและเป็นรูปธรรม	45.83	41.67	12.50	2.33	ปานกลาง
การกำหนดแผนกลยุทธ์ในการส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลสร้างความเข้าใจให้กับบุคลากรในหน่วยงาน	29.17	54.17	16.67	2.12	ปานกลาง
นโยบายในการนำเอาเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีกำหนดไว้อย่างชัดเจน	20.18	54.17	25.00	1.95	ปานกลาง

ตาราง 24 (ต่อ)

การวางแผนธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	ความคิดเห็นต่อศักยภาพ (N = 24)			ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับศักยภาพ
	ร้อยละ				
นโยบายของรัฐช่วยส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของหน่วยงาน	25.00	45.83	29.17	1.95	ปานกลาง
ภาครัฐมีการสนับสนุนในธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของหน่วยงาน เช่น การช่วยเหลือและสนับสนุนในการประมูลงาน สนับสนุนในเรื่องของเอกสารของที่ระลึก	20.83	54.17	25.00	1.95	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม					2.21

หมายเหตุ	ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
	2.34 – 3.00	มีศักยภาพในระดับมาก
	1.67 – 2.33	มีศักยภาพในระดับปานกลาง
	1.00 – 1.66	มีศักยภาพในระดับน้อย

การจัดการธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ

ผลการวิเคราะห์ตาราง 25 พบว่า องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนมีนโยบายในการวางแผน (planning) รองรับการจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.00) และถือว่ามีค่าระดับคะแนนเฉลี่ยรวมในนโยบายการวางแผนฯ ในธุรกิจไมซ์น้อยที่สุด โดยองค์กรส่วนใหญ่มีนโยบายในการส่งเสริมธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติอย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรม (ค่าระดับคะแนนเฉลี่ย 2.08) และมีการวางแผนกลยุทธ์ในการส่งเสริมธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ (ค่าระดับคะแนนเฉลี่ย 2.04) ในระดับปานกลาง ผลจากการวิจัยพบว่าธุรกิจการจัดประชุมและธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติมีผลการวิจัยที่เหมือนกันก็คือ การเมือง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.62) ซึ่งเป็นผลที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยมากที่สุดของทั้งสองธุรกิจ ทำให้เห็นได้ว่าการเมืองมีผลอย่างมากทั้งต่อการวางแผนและพัฒนาทั้งธุรกิจการจัดประชุมและธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ และนอกจากนี้ยังพบว่า หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่มีนโยบายประชาสัมพันธ์ให้คนในท้องถิ่นมีความรู้ความเข้าใจในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติน้อยที่สุดเช่นเดียวกันกับธุรกิจการจัดประชุม (ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.75) นอกจากนี้สิ่งที่น่าสนใจในผลการวิจัยก็คือ นโยบายเกี่ยวกับเรื่องการดูแลเรื่องผลกระทบสิ่งแวดล้อมที่จะเกิดจากการจัดประชุมนานาชาตินั้นอยู่ในระดับที่มีค่าคะแนนที่มีคะแนนน้อยถัดจากการประชาสัมพันธ์ ฯ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.87) ทำให้เห็นว่า องค์กรของจังหวัดเชียงใหม่ยังคงให้ความสำคัญกับเรื่องของผลกระทบสิ่งแวดล้อมที่จะเกิดขึ้นจากการจัดประชุมนานาชาติในระดับที่ต่ำ เมื่อเทียบกับต่างประเทศที่ให้ความสำคัญเป็นอย่างมากกับผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับสิ่งแวดล้อมหรือที่เรียกว่าการประชุมในรูปแบบที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (green meeting)

ตาราง 25 ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อศักยภาพด้านการวางแผนการจัดการธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติของจังหวัด
เชียงใหม่

การวางแผนธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ	ความคิดเห็นต่อศักยภาพ (N = 24)			ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับศักยภาพ
	ร้อยละ				
การเมืองมีผลต่อการวางแผนและพัฒนาธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติของหน่วยงาน	75.00	12.50	12.50	2.62	มาก
นโยบายในการส่งเสริมธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติของหน่วยงานมีความชัดเจนและเป็นรูปธรรม	29.17	50.00	20.83	2.08	ปานกลาง
กำหนดแผนกลยุทธ์ในการส่งเสริมธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติสร้างความเข้าใจให้กับบุคลากรในหน่วยงาน	29.17	45.83	25.00	2.04	ปานกลาง
ภาครัฐมีความรู้และเข้าใจในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติซึ่งนำไปสู่การให้ความร่วมมือและอำนวยความสะดวกในการส่งเสริมธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติของหน่วยงานเป็นอย่างดี	20.83	50.00	29.17	1.91	ปานกลาง
ภาครัฐได้มีการกำหนดกฎระเบียบที่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติของหน่วยงาน เช่น กฎระเบียบในเรื่องสิ่งของนำเข้าเพื่อการประชุมนานาชาติ การยกเว้นภาษีหรือค่าธรรมเนียมในการนำสิ่งของนำเข้าเพื่อการประชุมนานาชาติ	12.50	66.67	20.83	1.91	ปานกลาง

ตาราง 25 (ต่อ)

การวางแผนธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ	ความคิดเห็นต่อศักยภาพ (N = 24)			ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับศักยภาพ
	ร้อยละ				
นโยบายในการนำเอาเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการส่งเสริมธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติมีการกำหนดไว้อย่างชัดเจน	20.83	45.83	33.33	1.87	ปานกลาง
นโยบายในการเรื่องการดูแลเรื่องผลกระทบสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากจัดประชุมนานาชาติมีความชัดเจนและเป็นรูปธรรม	25.00	37.50	37.50	1.87	ปานกลาง
หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่มีการวางแผนการประชาสัมพันธ์ให้คนในท้องถิ่นได้รู้จักกับธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ	4.17	66.67	29.17	1.75	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม					2.00

หมายเหตุ	ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
	2.34 – 3.00	มีศักยภาพในระดับมาก
	1.67 – 2.33	มีศักยภาพในระดับปานกลาง
	1.00 – 1.66	มีศักยภาพในระดับน้อย

การจัดการธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ

ผลการวิเคราะห์ตาราง 26 พบว่าองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนมีนโยบายในการวางแผน (planning) รองรับการจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ในธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวมเท่ากับ 2.11) โดยการเมืองยังคงเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการวางแผนและพัฒนาธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการมากที่สุด เหมือนกับธุรกิจอื่นๆ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.70) รองลงมาองค์กรมองว่าจังหวัดเชียงใหม่มีสถานที่จัดแสดงสินค้านานาชาติที่สามารถรองรับการจัดแสดงสินค้านานาชาติได้เป็นอย่างดี (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.58) และมองว่าภาครัฐยังไม่มี ความเข้าใจในธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการทำให้การอำนวยความสะดวกในการส่งเสริมธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการยังไม่ดีเท่าที่ควรซึ่งเป็นค่าคะแนนเฉลี่ยที่น้อยที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.83) อาจเป็นเพราะจังหวัดเชียงใหม่ยังไม่ค่อยมีการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการในระดับใหญ่มากนัก ทำให้หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องยังไม่เห็นความสำคัญทำให้ยังไม่เข้าใจในประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นจากการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ นอกจากนี้ผลการวิจัยในธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการพบว่า นโยบายในการดูแลผลกระทบจากสิ่งแวดล้อมที่จะเกิดขึ้นจากการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการยังอยู่ในคะแนนที่ต่ำถัดจากคะแนนต่ำสุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.87) เหมือนกับธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ ทำให้มองภาพได้ว่าองค์กรจากเชียงใหม่ยังไม่ตระหนักถึงความสำคัญจากผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อมที่จะเกิดขึ้นจากการจัดงานทั้งงานแสดงสินค้าและนิทรรศการและการจัดงานประชุมนานาชาติ

ตาราง 26 ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อศักยภาพด้านการวางแผนการจัดการธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่

การวางแผนธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ	ความคิดเห็นต่อศักยภาพ (N = 24)			ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับศักยภาพ
	ร้อยละ				
การเมืองมีผลต่อการวางแผนและพัฒนาธุรกิจการจัดแสดงสินค้าในหน่วยงาน	79.17	12.50	8.33	2.70	มาก
จังหวัดเชียงใหม่มีสถานที่จัดแสดงสินค้านานาชาติขนาดใหญ่ที่สามารถรองรับการ					
แสดงสินค้านานาชาติได้เป็นอย่างดี	66.67	25.00	8.33	2.58	มาก
นโยบายในการส่งเสริมธุรกิจการจัดแสดงสินค้าขององค์กรมีความชัดเจนและเป็น					
รูปธรรม	25.00	54.17	20.83	2.04	ปานกลาง
ภาครัฐได้มีการกำหนดกฎระเบียบที่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินธุรกิจการจัดประชุม					
นานาชาติของหน่วยงาน เช่น กฎระเบียบในเรื่องสิ่งของนำเข้าเพื่อการจัดแสดง					
สินค้า การยกเว้นภาษีหรือค่าธรรมเนียมในการนำสิ่งของนำเข้าเพื่อการจัดแสดง					
สินค้า	20.83	62.50	16.67	2.04	ปานกลาง
การกำหนดแผนกลยุทธ์ในการส่งเสริมธุรกิจการจัดแสดงสินค้าขององค์กรสร้าง					
ความเข้าใจให้กับบุคลากรในหน่วยงาน	20.83	50.00	29.17	1.91	ปานกลาง
นโยบายในการนำเอาเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการส่งเสริมธุรกิจการจัดแสดง					
สินค้านี้กำหนดไว้อย่างชัดเจน	16.67	58.33	25.00	1.91	ปานกลาง

ตาราง 26 (ต่อ)

การวางแผนธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ	ความคิดเห็นต่อศักยภาพ (N = 24)			ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับศักยภาพ
	ร้อยละ				
นโยบายในการเรื่องการดูแลผลกระทบจากสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากจัดงานแสดงสินค้ามีกำหนดไว้อย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรม	16.67	54.17	29.17	1.87	ปานกลาง
ภาครัฐมีความเข้าใจอย่างดีในธุรกิจการจัดแสดงสินค้าอันนำไปสู่การให้ความร่วมมือและอำนวยความสะดวกในการส่งเสริมธุรกิจการจัดแสดงสินค้าของหน่วยงาน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่มีการวางแผนการประชาสัมพันธ์ให้คนในท้องถิ่นได้รู้จักกับธุรกิจการจัดแสดงสินค้า	8.33	66.67	25.00	1.83	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม					2.11

หมายเหตุ	ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
	2.34 – 3.00	มีศักยภาพในระดับมาก
	1.67 – 2.33	มีศักยภาพในระดับปานกลาง
	1.00 – 1.66	มีศักยภาพในระดับน้อย

ทั้งนี้ จากภาพรวมเกี่ยวกับนโยบายขององค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนในจังหวัดเชียงใหม่ มองภาพรวมของธุรกิจไมซ์เกี่ยวกับการวางแผน (planning) อันประกอบด้วย ธุรกิจการจัดประชุม (meeting) ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (incentives) ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ (convention) และธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.10) และมองภาพรวมคล้ายกันว่า การเมือง มีผลอย่างมากต่อการวางแผนและพัฒนาธุรกิจไมซ์ โดยมองในแง่ของภาพลักษณ์ (image perceptions) ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการพิจารณาเลือกสถานที่จัดงาน จัดประชุม ท่องเที่ยว สำหรับผู้จัดงาน ผู้เข้าร่วมประชุม ซึ่งสอดคล้องกับสิ่งที่ Chon (1990: 480-482; Echtner and Ritcher, 1993: 3-13; Opperman, 1996: 175-182; Brown and Baloglu, 1998: 9-18; Murphy, 1999: 21-45; Baloglu and McCleary, 1999: 868-897; Jenkins, 1999: 1-15; Baloglu and Mangaloglu, 2001 อ้างใน Qumsieh et al., no date: 3) ว่าเป็นหนึ่งในปัจจัยที่สำคัญในการวางแผนพัฒนาและการทำกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับสถานที่จัดงานและเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญสำหรับผู้เข้าร่วมประชุม ผู้เข้าร่วมงานและนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจมายังจุดหมายปลายทาง และในส่วนข้อค้อยในการวางแผนเกี่ยวกับนโยบายในการบริหารจัดการจังหวัดเชียงใหม่ ที่มองคล้ายกันก็คือ การขาดการวางแผนการประชาสัมพันธ์ให้คนในท้องถิ่นได้รู้จัก ซึ่งสอดคล้องกับสิ่งที่ คุณสมฤทธิ์ ไหลคำ (เชียงใหม่ ไมซ์ แมกกาซีน, ม.ป.ป.: 16) ได้กล่าวไว้ว่า จังหวัดเชียงใหม่ มีความพร้อมทางด้านพื้นฐานอยู่แล้วบางส่วนแต่ไม่ร้อยเปอร์เซ็นต์ โดยเฉพาะในเรื่องของความรู้ความเข้าใจของบุคลากรในพื้นที่เกี่ยวกับความเข้าใจในเรื่องของธุรกิจไมซ์ ซึ่งทำให้เห็นได้ว่าปัจจัยที่ส่งผลทำให้การวางแผนพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่ให้เป็นนครแห่งไมซ์นั้นมีทั้งปัจจัยภายนอกและภายใน ซึ่งในส่วนของปัจจัยภายนอกซึ่งก็คือการเมืองนั้นเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ควบคุมได้ยาก เพราะนอกจากจะมีผลต่อภาพลักษณ์ของสถานที่จัดงานซึ่งก็คือ จังหวัดเชียงใหม่แล้วนั้น การเมืองยังมีผลต่อนโยบายของรัฐและงบประมาณที่จะมาพัฒนาธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ด้วยเช่นเดียวกัน ในขณะที่ปัจจัยภายในก็คือ การขาดการประชาสัมพันธ์ให้คนในพื้นที่ได้รู้จักและเข้าใจกับธุรกิจไมซ์นั้นถือได้ว่าเป็นสิ่งที่เราสามารถปรับและแก้ไขได้แต่ทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องคือ สสพ. ที่จะต้องมีการจัดกิจกรรมประชาสัมพันธ์ธุรกิจไมซ์ให้คนเชียงใหม่ได้รู้จักมากขึ้น ในขณะเดียวกันถ้าจังหวัดเชียงใหม่มีการจัดตั้ง CVB (Chiang mai visitor bureau) ขึ้นก็จะทำให้การบริหารจัดการโดยภาพรวมดีขึ้นและรวมถึงการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้แก่คนในพื้นที่ได้รู้จักและเข้าใจธุรกิจไมซ์น่าจะอยู่ในทิศทางที่ดีขึ้นเช่นเดียวกัน

การจัดองค์กร

การจัดการธุรกิจการประชุม

ผลการวิเคราะห์ตาราง 27 พบว่า องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนมีนโยบายในการจัด องค์กร (organizing) รองรับการจัดการธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่ในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 2.18) โดยในส่วนของธุรกิจการประชุมนั้นองค์กรส่วนใหญ่มีการพัฒนา ศักยภาพของบุคลากรในองค์กรอย่างสม่ำเสมอ บุคลากรในองค์กรมีความรู้และประสบการณ์ในการ จัดการธุรกิจการจัดประชุมและองค์กรมีผู้ดูแลรับผิดชอบในการกำกับดูแลธุรกิจการจัดประชุม โดยตรงมีค่าคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.25) โดยมีทักษะในการใช้ภาษาต่างประเทศ ในการติดต่อสื่อสารมีคะแนนเฉลี่ยรองลงมา (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.20) ทั้งนี้องค์กรส่วนใหญ่มองว่า บุคลากรในจังหวัดเชียงใหม่ในด้านธุรกิจการจัดประชุมมีศักยภาพและมีปริมาณเพียงพอกับความ ต้องการของจังหวัดเชียงใหม่มีค่าคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.08)

ตาราง 27 ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อศักยภาพด้านการจัดองค์กรการจัดการธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่

การจัดองค์กรธุรกิจการจัดประชุม	ความคิดเห็นต่อศักยภาพ (N = 24)			ค่าคะแนน	ระดับ
	ร้อยละ			เฉลี่ย	ศักยภาพ
บุคลากรในองค์กรมีความรู้และประสบการณ์ในการจัดการธุรกิจการจัดประชุมเป็นอย่างดี	45.83	33.33	20.83	2.25	ปานกลาง
องค์กรมีผู้ดูแลรับผิดชอบในการดูแลธุรกิจการจัดประชุมโดยตรง	45.83	33.3	20.83	2.25	ปานกลาง
บุคลากรในองค์กรมีการพัฒนาศักยภาพในการจัดการธุรกิจการจัดประชุม โดยเฉพาะการเข้ารับการฝึกอบรมอย่างสม่ำเสมอ	37.50	45.83	16.67	2.20	ปานกลาง
บุคลากรในองค์กรมีทักษะการใช้ภาษาต่างประเทศในการสื่อสารเป็นอย่างดี	33.33	50.00	16.67	2.16	ปานกลาง
บุคลากรในองค์กรมีศักยภาพในการจัดการธุรกิจการจัดประชุมเพียงพอที่จะสามารถแข่งขันในกลุ่มประเทศ AEC ได้	29.17	58.33	12.50	2.16	ปานกลาง
องค์กรมีการกำหนดโครงสร้างอย่างชัดเจนในการกำกับการดูแลธุรกิจการจัดประชุม	37.50	41.67	20.83	2.16	ปานกลาง

ตาราง 27 (ต่อ)

การจัดองค์กรธุรกิจการจัดประชุม		ความคิดเห็นต่อศักยภาพ (N = 24)			ค่าคะแนน	ระดับ
		ร้อยละ			เฉลี่ย	ศักยภาพ
บุคลากรในจังหวัดเชียงใหม่ในด้านธุรกิจการจัดประชุมมีศักยภาพและมีปริมาณเพียงพอกับความต้องการของจังหวัดเชียงใหม่		29.17	45.83	25.00	2.04	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม						2.17

หมายเหตุ	ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
	2.34 – 3.00	มีศักยภาพในระดับมาก
	1.67 – 2.33	มีศักยภาพในระดับปานกลาง
	1.00– 1.66	มีศักยภาพในระดับน้อย

การจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

ผลการวิเคราะห์ตาราง 28 พบว่า องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนมีนโยบายในการจัดองค์กร (organizing) รองรับการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของจังหวัดเชียงใหม่ในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 2.04) โดยองค์กรมองว่าบุคลากรในองค์กรมีคุณลักษณะที่ดี มีความเป็นมืออาชีพ มีอภยาศัยไมตรี เหมาะสมกับการทำงานในธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีค่าคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.20) นอกจากนี้ยังมีความสามารถในการใช้ภาษาต่างประเทศในการสื่อสาร (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.16) มีความรู้ความเข้าใจในการทำธุรกิจและมีผู้รับผิดชอบในการกำกับดูแลในธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลโดยตรง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.16) แต่ทั้งนี้สิ่งที่องค์กรมองเกี่ยวกับบุคลากรในองค์กรว่ายังมีความรู้เกี่ยวกับการประมูลสิทธิ์ (bidding) น้อย (ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.83) และมองโดยภาพรวมของเชียงใหม่ว่ายังมีบริษัทรับจัดการท่องเที่ยว (Destination Management Company หรือ DMC) ที่มีศักยภาพและมีปริมาณเพียงพอกับความต้องการนั้นมีค่าคะแนนน้อยที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.70)

ตาราง 28 ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อศักยภาพด้านการจัดองค์การการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของจังหวัด
เชียงใหม่

การจัดองค์กรธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	ความคิดเห็นต่อศักยภาพ (N = 24)			ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับศักยภาพ
	ร้อยละ				
บุคลากรในองค์กรมีคุณลักษณะของการทำงานในธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเป็น อย่างดี เช่น บุคลิกภาพที่ดี มีความเป็นมืออาชีพ มีอริยาศัยไมตรีและ น่าเชื่อถือ	33.33	54.17	12.50	2.20	ปานกลาง
บุคลากรในองค์กรมีทักษะการใช้ภาษาต่างประเทศในการสื่อสารเป็น อย่างดี	33.33	50.00	16.67	2.16	ปานกลาง
บุคลากรในองค์กรมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องของการทำธุรกิจ (business) เป็น อย่างดี	33.33	50.00	16.67	2.16	ปานกลาง
องค์กรมีผู้รับผิดชอบในการดูแลธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลโดยตรง	33.33	50.00	16.67	2.16	ปานกลาง
บุคลากรในองค์กรเป็นผู้มีความรู้เกี่ยวกับสินค้าและบริการในธุรกิจท่องเที่ยวเป็น อย่างดี	33.33	45.83	20.83	2.12	ปานกลาง
บุคลากรในองค์กรมีศักยภาพในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เพียงพอที่จะสามารถแข่งขันในกลุ่มประเทศ AEC ได้	25.00	58.33	16.67	2.08	ปานกลาง
องค์กรมีการกำหนดโครงสร้างอย่างชัดเจนในการกำกับการดูแลธุรกิจการ ท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	25.00	50.00	25.00	2.00	ปานกลาง

ตาราง 28 (ต่อ)

การจัดองค์กรธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	ความคิดเห็นต่อศักยภาพ (N = 24)			ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับศักยภาพ
	ร้อยละ				
บุคลากรในองค์กรมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องของการประมูล (bidding) เป็นอย่างดี	16.67	50.00	33.33	1.83	ปานกลาง
จังหวัดเชียงใหม่มีบริษัทบริหารจัดการท่องเที่ยว (DMC) ที่มีศักยภาพและมีปริมาณเพียงพอกับความต้องการ	16.67	37.50	45.83	1.70	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม					2.04

หมายเหตุ	ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
	2.34 – 3.00	มีศักยภาพในระดับมาก
	1.67 – 2.33	มีศักยภาพในระดับปานกลาง
	1.00– 1.66	มีศักยภาพในระดับน้อย

การจัดการธุรกิจจัดประชุมนานาชาติ

ผลการวิเคราะห์ตาราง 29 พบว่า องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนมีนโยบายในการจัดองค์กร (organizing) รองรับการจัดการธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติของจังหวัดเชียงใหม่ในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 1.97) โดยองค์กรส่วนใหญ่มีผู้รับผิดชอบในการกำกับดูแลธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติโดยตรงมีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.12) บุคลากรในองค์กรมีความทักษะในการใช้ภาษาต่างประเทศในการสื่อสารเป็นอย่างดี และพบว่าองค์กรส่วนใหญ่มีการกำหนดโครงสร้างอย่างชัดเจนในการกำกับดูแลธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติและมองว่าบุคลากรในองค์กรของตนเองมีศักยภาพเพียงพอในการจัดการธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติและสามารถแข่งขันในกลุ่มประเทศ AEC ได้ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.04) แต่ทั้งนี้สิ่งที่องค์กรมองนั้นเหมือนกันธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลคือ บุคลากรในองค์กรยังขาดความรู้ในเรื่องของการประมูลสิทธิ์ (bidding) ซึ่งมีค่าคะแนนน้อยที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.70)

ตาราง 29 ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อศักยภาพด้านการจัดองค์กรการจัดการธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติของจังหวัด
เชียงใหม่

การจัดองค์กรธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ	ความคิดเห็นต่อศักยภาพ (N = 24)			ค่าคะแนน	ระดับ
	ร้อยละ			เฉลี่ย	ศักยภาพ
องค์กรมีผู้รับผิดชอบในการดูแลธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติโดยตรง	41.67	29.17	29.17	2.12	ปานกลาง
องค์กรมีการกำหนดโครงสร้างอย่างชัดเจนในการกำกับดูแลธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ	37.50	33.33	29.17	2.08	ปานกลาง
บุคลากรในองค์กรมีทักษะการใช้ภาษาต่างประเทศในการสื่อสารเป็นอย่างดี	29.17	45.83	25.00	2.04	ปานกลาง
บุคลากรในองค์กรมีศักยภาพเพียงพอในการจัดการธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติและสามารถแข่งขันในกลุ่มประเทศ AEC ได้	16.67	70.73	12.50	2.04	ปานกลาง
บุคลากรในองค์กรมีความรู้และประสบการณ์ในการจัดการธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติเป็นอย่างดี	29.17	41.67	29.17	2.00	ปานกลาง
บุคลากรในองค์กรมีการพัฒนาศักยภาพในการจัดการธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติโดยเฉพาะการเข้ารับการฝึกอบรมอย่างสม่ำเสมอ	29.17	37.50	33.33	1.95	ปานกลาง
บุคลากรในจังหวัดเชียงใหม่ในด้านธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติมีศักยภาพและมีปริมาณเพียงพอกับความต้องการของจังหวัดเชียงใหม่	16.67	50.00	33.33	1.83	ปานกลาง

ตาราง 29 (ต่อ)

การจัดองค์กรธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ	ความคิดเห็นต่อศักยภาพ (N = 24)			ค่าคะแนน	ระดับ
	ร้อยละ			เฉลี่ย	ศักยภาพ
บุคลากรในองค์กรมีความรู้ในเรื่องของการประมูล (bidding)	12.50	45.83	46.67	1.70	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม					1.97

หมายเหตุ	ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
	2.34 – 3.00	มีศักยภาพในระดับมาก
	1.67 – 2.33	มีศักยภาพในระดับปานกลาง
	1.00 – 1.66	มีศักยภาพในระดับน้อย

การจัดการธุรกิจจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ

ผลการวิเคราะห์ตาราง 30 พบว่า องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนมีนโยบายในการจัดองค์กร (organizing) รองรับการจัดการธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่ในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 1.91) และมีค่าคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดในธุรกิจไมซ์ โดยองค์กรมองว่าบุคลากรในองค์กรมีทักษะในการใช้ภาษาต่างประเทศในการสื่อสารเป็นอย่างดีและมองว่าบุคลากรในองค์กรของตนเองมีศักยภาพเพียงพอในการจัดการธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการและสามารถแข่งขันในกลุ่มประเทศ AEC ได้มีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.08) โดยสอดคล้องกับคำสัมภาษณ์ของคุณรัศมี พิทักษ์มนโนกุล ผู้จัดการทั่วไป บริษัทสยามเอ็กซ์ซิชั่น ซึ่งกล่าวเกี่ยวกับบุคลากรในธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่ว่ามีความสามารถ บุคลากรจากต่างประเทศยังต้องมาเรียนรู้การทำงานของคนเชียงใหม่เพียงแต่จังหวัดเชียงใหม่ยังมีสถานที่จัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการที่จะรองรับงานระดับนานาชาติไม่มากนัก ถ้าเปรียบเทียบกับประเทศจีนที่มีสถานที่จัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการที่มีคุณภาพและมีอยู่ทุกหัวเมืองสำคัญ (รัศมี พิทักษ์มนโนกุล, 2557) บุคลากรในองค์กรส่วนใหญ่มีการฝึกอบรมพัฒนาศักยภาพในธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการสม่ำเสมอและมีความรู้และประสบการณ์ในธุรกิจเป็นอย่างดี (ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.87) แต่สิ่งที่องค์กรส่วนใหญ่มองเกี่ยวกับข้อด้อยก็คือองค์กรส่วนใหญ่ไม่ค่อยมีการกำหนดโครงสร้างขององค์กรอย่างชัดเจนในการกำกับดูแลธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการและมองว่าบุคลากรในจังหวัดเชียงใหม่ในธุรกิจนี้ยังมีไม่เพียงพอต่อความต้องการของจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งมีค่าคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.75)

ตาราง 30 ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อศักยภาพด้านการจัดองค์กรการจัดการธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่

การจัดองค์กรธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ	ความคิดเห็นต่อศักยภาพ (N = 24)			ค่าคะแนน	ระดับ
	ร้อยละ			เฉลี่ย	ศักยภาพ
บุคลากรในองค์กรมีทักษะการใช้ภาษาต่างประเทศในการสื่อสารเป็นอย่างดี	33.33	41.67	25.00	2.08	ปานกลาง
บุคลากรในองค์กรมีศักยภาพเพียงพอในการจัดการธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและสามารถแข่งขันในกลุ่มประเทศ AEC ได้	20.83	66.67	12.50	2.08	ปานกลาง
องค์กรมีผู้รับผิดชอบในการดูแลธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าโดยตรง	25.00	45.83	29.17	1.95	ปานกลาง
บุคลากรในองค์กรมีการพัฒนาศักยภาพในการจัดการธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าโดยเฉพาะการเข้ารับการฝึกอบรมอย่างสม่ำเสมอ	37.50	37.50	25.00	1.87	ปานกลาง
บุคลากรในองค์กรมีความรู้และประสบการณ์ในการจัดการธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าเป็นอย่างดี	20.83	45.83	33.33	1.87	ปานกลาง
องค์กรมีการกำหนดโครงสร้างอย่างชัดเจนในการกำกับการดูแลธุรกิจการจัดแสดงสินค้า	16.67	45.83	37.50	1.79	ปานกลาง

ตาราง 30 (ต่อ)

การจัดองค์กรธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ	ความคิดเห็นต่อศักยภาพ (N = 24)			ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับศักยภาพ
	ร้อยละ				
บุคลากรในจังหวัดเชียงใหม่ในด้านธุรกิจการแสดงสินค้ามีศักยภาพและมีปริมาณเพียงพอกับความต้องการของจังหวัดเชียงใหม่	16.67	41.67	41.67	1.75	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม					1.91

หมายเหตุ	ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
	2.34 – 3.00	มีศักยภาพในระดับมาก
	1.67 – 2.33	มีศักยภาพในระดับปานกลาง
	1.00 – 1.66	มีศักยภาพในระดับน้อย

ทั้งนี้ โดยภาพรวมของการจัดองค์กร (organizing) ขององค์กรรัฐและเอกชนในธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่พบว่าองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนส่วนใหญ่มองว่าการจัดองค์กรในธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.02) โดยองค์กรส่วนใหญ่มองว่าข้อเด่นของบุคลากรในองค์กรของจังหวัดเชียงใหม่มีทักษะในการใช้ภาษาต่างประเทศในการสื่อสารได้เป็นอย่างดี องค์กรส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรโดยมีการเข้ารับการฝึกอบรมอย่างสม่ำเสมอ และมีบุคลากรที่มีความรู้และประสบการณ์ ในธุรกิจแต่ละประเภทเป็นอย่างดี แต่ทั้งนี้สิ่งที่องค์กรต้องมีการพัฒนาและปรับปรุงก็คือ ความรู้ในเรื่องของการประมูลสิทธิ์ของบุคลากรในองค์กร (bidding) ซึ่งเป็นสิ่งที่องค์กรต้องนำข้อด้อยนี้ไปพัฒนาและปรับปรุงศักยภาพของบุคลากรในองค์กรเพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งทั้งภายในจังหวัดเชียงใหม่เองและในอนาคตกับการแข่งขันกับกลุ่มประเทศใน AEC

การนำ

การจัดการธุรกิจการจัดประชุม

ผลการวิเคราะห์ตาราง 31 พบว่า องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนมีนโยบายในการนำ (leading) รองรับการจัดการธุรกิจการประชุมของจังหวัดเชียงใหม่ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 2.35) โดยมองว่าผู้บริหารในองค์กรของตนเองสามารถชี้แนะแนวทางและให้คำปรึกษาแก่บุคลากรในเวลาที่มึปัญหาระหว่างการจัดประชุมได้เป็นอย่างดีและมีค่าคะแนนสูงสุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.66) และมองว่าผู้บริหารในองค์กรมีภาวะความเป็นผู้นำ มีประสบการณ์และทักษะที่ดีในการจัดการธุรกิจการจัดประชุมทำให้บุคลากรในองค์กรสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากเช่นกัน (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.50) แต่ทั้งนี้ในส่วนของนโยบายในการให้ของรางวัล (reward) แก่บุคลากรในองค์กรหลังจากที่เสร็จสิ้นหน้าที่แล้วนั้นมีค่าคะแนนน้อยที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.12)

ตาราง 31 ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อศักยภาพด้านการนำการจัดการธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่

การนำธุรกิจการจัดประชุม	ความคิดเห็นต่อศักยภาพ (N = 24)			ค่าคะแนน	ระดับ
	ร้อยละ			เฉลี่ย	ศักยภาพ
ผู้บริหารในองค์กรสามารถชี้แนะแนวทางและให้คำปรึกษาแก่บุคลากรในองค์กรในเวลาที่มึปัญหาะหว่างการจัดการประชุม	70.83	25.00	4.17	2.66	มาก
ผู้บริหารในองค์กรมีภาวะความเป็นผู้นำ มีประสบการณ์และทักษะที่ดีในการจัดการธุรกิจการจัดประชุมทำให้บุคลากรในองค์กรสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	58.33	33.33	8.33	2.50	มาก
องค์กรมีนโยบายในการให้ของรางวัล (reward) แก่บุคลากรในองค์กรหลังจากที่ได้เสร็จสิ้นหน้าที่ในการทำงานแล้ว	37.50	37.50	4.17	2.12	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม					2.42

หมายเหตุ	ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
	2.34 – 3.00	มีศักยภาพในระดับมาก
	1.67 – 2.33	มีศักยภาพในระดับปานกลาง
	1.00 – 1.66	มีศักยภาพในระดับน้อย

การจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

ผลการวิเคราะห์ตาราง 32 พบว่า องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนมีนโยบายในการนำ (leading) รองรับการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของจังหวัดเชียงใหม่ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 2.39) โดยมองว่าผู้บริหารในองค์กรของตนเองสามารถชี้แนะแนวทางและให้คำปรึกษาแก่บุคลากรในเวลาที่ปัญหาระหว่างการดำเนินงานได้เป็นอย่างดีและมีค่าคะแนนสูงสุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.58) และมองว่าผู้บริหารในองค์กรมีภาวะความเป็นผู้นำ มีประสบการณ์และทักษะที่ดีในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลทำให้บุคลากรในองค์กรสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากและราบรื่น

ตาราง 32 ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อศักยภาพด้านการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของจังหวัดเชียงใหม่

การนำธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	ความคิดเห็นต่อศักยภาพ (N = 24)			ค่าคะแนน	ระดับ
	ร้อยละ			เฉลี่ย	ศักยภาพ
ผู้บริหารในหน่วยงานสามารถชี้แนะแนวทางและให้คำปรึกษาแก่บุคลากรในองค์กรในเวลาที่มึปัญหาะหว่างการทำงาน	66.67	25.00	8.33	2.58	มาก
ผู้บริหารในหน่วยงานมีภาวะความเป็นผู้นำ มีประสบการณ์และทักษะที่ดีในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลทำให้บุคลากรในองค์กรสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	54.17	37.50	8.33	2.45	มาก
หน่วยงานมีนโยบายในการให้ของรางวัล (reward) แก่บุคลากรในองค์กรหลังจากที่ได้เสร็จสิ้นหน้าที่ในการทำงานแล้ว	37.50	41.67	20.83	2.16	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม					2.39

หมายเหตุ	ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
	2.34 – 3.00	มีศักยภาพในระดับมาก
	1.67 – 2.33	มีศักยภาพในระดับปานกลาง
	1.00 – 1.66	มีศักยภาพในระดับน้อย

การจัดการธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ

ผลการวิเคราะห์ตาราง 33 พบว่า องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนมีนโยบายในการนำ (leading) รองรับการจัดการธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติของจังหวัดเชียงใหม่ในระดับมาก เช่นเดียวกับกับธุรกิจการจัดประชุมและธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 2.37) โดยมองว่าผู้บริหารในองค์กรของตนเองสามารถชี้แนะแนวทางและให้คำปรึกษาแก่บุคลากร ในเวลาที่มีปัญหาระหว่างการดำเนินงานในการจัดประชุมนานาชาติได้เป็นอย่างดีและมีค่าคะแนน สูงสุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.58) และมองว่าผู้บริหารในองค์กรมีภาวะความเป็นผู้นำ มีประสบการณ์ และทักษะที่ดีในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลทำให้บุคลากรในองค์กรสามารถ ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากและราบรื่นเช่นกัน (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.50) และในส่วนของ นโยบายในการให้ของรางวัล (reward) แก่บุคลากรในองค์กรหลังจากที่เสร็จสิ้นหน้าที่แล้วนั้นมี คะแนนน้อยที่สุดเช่นเดียวกับธุรกิจการจัดประชุมและธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (ค่าคะแนน เฉลี่ย 2.04)

ตาราง 33 ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อศักยภาพการนำการจัดการธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติของจังหวัดเชียงใหม่

การนำธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ	ความคิดเห็นต่อศักยภาพ (N = 24)			ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับศักยภาพ
	ร้อยละ				
ผู้บริหารในองค์กรสามารถชี้แนะแนวทางและให้คำปรึกษาแก่บุคลากรในองค์กรในเวลาที่มึปัญหาะหว่างการจัดการประชุมนานาชาติ	62.50	33.33	4.17	2.58	มาก
ผู้บริหารในองค์กรมีภาวะความเป็นผู้นำ มีประสบการณ์และทักษะที่ดีในการจัดการธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติทำให้บุคลากรในองค์กรสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	58.33	33.33	8.33	2.50	มาก
องค์กรมีนโยบายในการให้ของรางวัล (reward) แก่บุคลากรในองค์กรหลังจากที่ได้เสร็จสิ้นหน้าที่ในการทำงานแล้ว	29.17	45.83	25.00	2.04	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม					2.37

หมายเหตุ	ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
	2.34 – 3.00	มีศักยภาพในระดับมาก
	1.67 – 2.33	มีศักยภาพในระดับปานกลาง
	1.00 – 1.66	มีศักยภาพในระดับน้อย

การจัดการธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ

ผลการวิเคราะห์ตาราง 34 พบว่าองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนมีนโยบายในการนำ (leading) รองรับการจัดการธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่ในระดับ ปานกลางซึ่งแตกต่างจากธุรกิจการจัดประชุม ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและธุรกิจการจัด ประชุมนานาชาติ (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 2.24) และมีค่าคะแนนเฉลี่ยของธุรกิจไมซ์น้อยสุดในส่วน ของการนำ (leading) แต่ทั้งนี้ในมุมมองมองว่าผู้บริหารในองค์กรของตนเองสามารถชี้แนะแนวทาง และให้คำปรึกษาแก่บุคลากรในเวลาที่มีปัญหาระหว่างการทำงานในการจัดแสดงสินค้าและ นิทรรศการได้เป็นอย่างดีและมีค่าคะแนนสูงสุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.37) เหมือนกับธุรกิจทั้ง 3 ที่ กล่าวไป แต่ในมุมมองของผู้บริหารในองค์กรเกี่ยวกับการมีภาวะความเป็นผู้นำ มีประสบการณ์และ ทักษะที่ดีในการจัดการธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการนั้นกลับมองแค่ในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.33) และในส่วนของนโยบายในการให้ของรางวัล (reward) แก่บุคลากรใน องค์กรหลังจากที่เสร็จสิ้นหน้าที่แล้วนั้นมีคะแนนน้อยที่สุดเช่นเดียวกับธุรกิจอื่นๆ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.04)

ตาราง 34 ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อศักยภาพด้านการนำการจัดการธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการของ
จังหวัดเชียงใหม่

การนำธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ	ความคิดเห็นต่อศักยภาพ (N = 24)			ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับศักยภาพ
	ร้อยละ				
ผู้บริหารในองค์กรสามารถชี้แนะแนวทางและให้คำปรึกษาแก่บุคลากรในองค์กรในเวลาที่มึปัญหาระหว่างการจัดงานแสดงสินค้า	45.83	45.83	8.33	2.37	มาก
ผู้บริหารในองค์กรมีภาวะความเป็นผู้นำ มีประสบการณ์และทักษะที่ดีในการจัดการธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าทำให้บุคลากรในองค์กรสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	41.67	50.00	8.33	2.33	ปานกลาง
องค์กรมีนโยบายในการให้ของรางวัล (reward) แก่บุคลากรในองค์กรหลังจากที่ได้เสร็จสิ้นหน้าที่ในการทำงานแล้ว	29.17	45.83	25.00	2.04	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม					2.24

หมายเหตุ	ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
	2.34 – 3.00	มีศักยภาพในระดับมาก
	1.67 – 2.33	มีศักยภาพในระดับปานกลาง
	1.00 – 1.66	มีศักยภาพในระดับน้อย

ทั้งนี้ โดยภาพรวมของการนำ (leading) ในธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่พบว่า องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนมองว่าผู้นำขององค์กรตนเองมีภาวะในการเป็นผู้นำที่ดีในดูแลและบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 2.35) ทั้งนี้ผลจากการวิจัยพบว่าทุกธุรกิจของไมซ์ ซึ่งประกอบด้วย ธุรกิจการจัดประชุม ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติและธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการมีมุมมองที่เหมือนกันว่า ผู้นำในองค์กรของตนเองมีภาวะในการเป็นผู้นำ มีประสบการณ์และทักษะที่ดีทำให้บุคลากรขององค์กรสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและนอกจากนี้ยังมองผู้นำของตนเองสามารถชี้แนะแนวทางและให้คำปรึกษาแก่บุคลากรในองค์กรได้ในเวลาที่มีปัญหาระหว่างการทำงาน แต่ทั้งนี้องค์กรยังอาจไม่มีนโยบายในการให้ของรางวัล (reward) แก่บุคลากรหลังจากที่ได้เสร็จสิ้นการทำงานแต่ละครั้ง เพราะส่วนใหญ่องค์กรมีนโยบายการประเมินผลการทำงานของบุคลากรปีละครั้งหรือสองครั้งต่อปีและการให้ของรางวัลจะเป็นการให้ปีละครั้งมากกว่าโดยของรางวัลหรือสิ่งตอบแทนก็จะขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรตลอดทั้งปี

การควบคุม

การจัดการธุรกิจการจัดประชุม

ผลการวิเคราะห์ตาราง 35 พบว่า องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนมีนโยบายในการควบคุม (controlling) รองรับการจัดการธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่ในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 2.13) โดยองค์กรมีนโยบายการตรวจสอบหรือวัดผลการปฏิบัติงานในการทำงานการจัดประชุมว่าเป็นผลสำเร็จโดยการวัดจากความพึงพอใจของลูกค้ามีค่าคะแนนมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.50) และวัดจากการเปรียบเทียบผลงานในอดีต (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.29) จากการสังเกตพฤติกรรมการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กร (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.20) และดูจากผลกำไร (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.08) โดยการวัดผลสำเร็จจากผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งที่มีการประเมินหรือวัดผลน้อยที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.66)

ตาราง 35 ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อศักยภาพด้านการควบคุมการจัดการธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่

การควบคุมธุรกิจการจัดประชุม	ความคิดเห็นต่อศักยภาพ (N = 24)			ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับศักยภาพ
	ร้อยละ				
องค์กรมีนโยบายการตรวจสอบหรือวัดผลการปฏิบัติงานว่าการจัดประชุมประสบผลสำเร็จโดยวัดจากความพึงพอใจของลูกค้า	66.67	16.67	16.67	2.50	มาก
องค์กรมีการกำหนดเกณฑ์ในการวัดคุณภาพในการทำงานของบุคลากรในองค์กร	37.50	54.17	8.33	2.29	ปานกลาง
องค์กรมีนโยบายการตรวจสอบหรือวัดผลการปฏิบัติงานว่าการจัดประชุมประสบผลสำเร็จโดยเปรียบเทียบผลงานในอดีต	50.00	29.17	20.83	2.29	ปานกลาง
องค์กรมีนโยบายการตรวจสอบหรือวัดผลการปฏิบัติงานว่าการจัดประชุมประสบผลสำเร็จโดยสังเกตจากพฤติกรรมการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กร	37.50	45.83	16.67	2.20	ปานกลาง
องค์กรมีนโยบายการตรวจสอบหรือวัดผลการปฏิบัติงานว่าการจัดประชุมประสบผลสำเร็จโดยวัดจากผลกำไร	33.33	41.67	25.00	2.08	ปานกลาง
ประเทศไทยมีการกำหนดระดับคุณภาพและการบริการของผู้ประกอบกิจกรรมด้านการประชุม เช่น มาตรฐานด้านสถานที่จัดประชุม มาตรฐานการให้บริการด้านการต้อนรับ	16.67	62.50	20.83	1.95	ปานกลาง

ตาราง 35 (ต่อ)

การควบคุมธุรกิจการจัดประชุม	ความคิดเห็นต่อศักยภาพ (N = 24)			ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับศักยภาพ
	ร้อยละ				
องค์กรมีนโยบายการตรวจสอบหรือวัดผลการปฏิบัติงานว่าการจัดประชุมประสบผลสำเร็จโดยดูจากผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม	12.50	41.67	45.83	1.66	น้อย
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม					2.13

หมายเหตุ	ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
	2.34 – 3.00	มีศักยภาพในระดับมาก
	1.67 – 2.33	มีศักยภาพในระดับปานกลาง
	1.00 – 1.66	มีศักยภาพในระดับน้อย

การจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

ผลการวิเคราะห์ตาราง 36 พบว่า องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนมีนโยบายในการควบคุม (controlling) รองรับการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของจังหวัดเชียงใหม่ ในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 2.29) โดยองค์กรมีนโยบายการตรวจสอบหรือวัดผลการปฏิบัติงานในการทำงานการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลว่าเป็นผลสำเร็จโดยการวัดจากความพึงพอใจของลูกค้ามีค่าคะแนนมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.45) และวัดจากการได้รับการติดต่อจากลูกค้ารายใหม่ๆ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.37) จากการเปรียบเทียบผลงานในอดีต (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.25) และดูจากผลกำไร (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.08) เป็นสิ่งที่มีการประเมินหรือวัดผลน้อยที่สุด

ตาราง 36 ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อศักยภาพด้านการจัดควบคุมการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของจังหวัด
เชียงใหม่

การควบคุมธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	ความคิดเห็นต่อศักยภาพ (N = 24)			ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับศักยภาพ
	ร้อยละ				
องค์กรมีนโยบายการตรวจสอบหรือวัดผลการปฏิบัติงานว่าประสบความสำเร็จโดยวัดจากความพึงพอใจของลูกค้า	58.33	29.17	12.50	2.45	มาก
องค์กรมีนโยบายการตรวจสอบหรือวัดผลการปฏิบัติงานว่าประสบความสำเร็จโดยดูจากการได้รับการติดต่อจากลูกค้ารายใหม่ๆ	45.83	45.83	8.33	2.37	มาก
องค์กรมีการกำหนดเกณฑ์ในการวัดคุณภาพในการทำงานของบุคลากรในองค์กร	37.50	58.33	4.17	2.33	ปานกลาง
องค์กรมีนโยบายการตรวจสอบหรือวัดผลการปฏิบัติงานว่าประสบความสำเร็จโดยเปรียบเทียบผลงานในอดีต	37.50	50.00	12.50	2.25	ปานกลาง
องค์กรมีนโยบายการตรวจสอบหรือวัดผลการปฏิบัติงานว่าประสบความสำเร็จโดยวัดจากผลกำไร	33.33	41.67	25.00	2.08	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม					2.29

หมายเหตุ	ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
	2.34 – 3.00	มีศักยภาพในระดับมาก
	1.67 – 2.33	มีศักยภาพในระดับปานกลาง
	1.00 – 1.66	มีศักยภาพในระดับน้อย

การจัดการธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ

ผลการวิเคราะห์ตาราง 37 พบว่า องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนมีนโยบายในการควบคุม (controlling) รองรับการจัดการธุรกิจจัดประชุมนานาชาติของจังหวัดเชียงใหม่ในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 2.15) โดยองค์กรมีนโยบายการตรวจสอบหรือวัดผลการปฏิบัติงานในการทำงานการจัดประชุมนานาชาติว่าเป็นผลสำเร็จโดยการวัดจากความพึงพอใจของลูกค้ามีค่าคะแนนมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.50) เช่นเดียวกับธุรกิจการจัดประชุมและธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และวัดจากการได้รับการเปรียบเทียบผลงานในอดีต (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.41) จากการสังเกตพฤติกรรมการทำงานของบุคลากรในองค์กร (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.20) และดูจากผลกำไร (ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.95) และดูจากผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม เป็นสิ่งที่มีการประเมินหรือวัดผลน้อยที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.75)

ตาราง 37 ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อศักยภาพด้านการควบคุมการจัดการธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติของจังหวัด
เชียงใหม่

การควบคุมธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ	ความคิดเห็นต่อศักยภาพ (N = 24)			ค่าคะแนน	ระดับ
	ร้อยละ			เฉลี่ย	ศักยภาพ
องค์กรมีนโยบายการตรวจสอบหรือวัดผลการปฏิบัติงานว่าประสบผลสำเร็จโดย วัดจากความพึงพอใจของลูกค้า	62.50	25.00	12.50	2.50	มาก
องค์กรมีนโยบายการตรวจสอบหรือวัดผลการปฏิบัติงานว่าประสบผลสำเร็จโดย เปรียบเทียบผลงานในอดีต	54.17	33.3	12.50	2.41	มาก
การกำหนดเกณฑ์ในการวัดคุณภาพในการทำงานของบุคลากรในองค์กรมีความ ชัดเจนและเป็นรูปธรรม	37.50	54.17	8.33	2.29	ปานกลาง
องค์กรมีนโยบายการตรวจสอบหรือวัดผลการปฏิบัติงานว่าประสบผลสำเร็จโดย สังเกตจากพฤติกรรมการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กร	37.50	45.83	16.67	2.20	ปานกลาง
องค์กรมีนโยบายการตรวจสอบหรือวัดผลการปฏิบัติงานว่าประสบผลสำเร็จโดย วัดจากผลกำไร	20.83	54.17	25.00	1.95	ปานกลาง
ประเทศไทยมีการกำหนดระดับคุณภาพและการบริการของผู้ประกอบกิจกรรม ด้านการประชุมนานาชาติอย่างชัดเจน เช่น มาตรฐานด้านสถานที่จัดประชุม มาตรฐานการให้บริการด้านการต้อนรับ	20.83	54.17	25.00	1.95	ปานกลาง

ตาราง 37 (ต่อ)

การควบคุมธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ		ความคิดเห็นต่อศักยภาพ (N = 24)			ค่าคะแนน	ระดับ
		ร้อยละ			เฉลี่ย	ศักยภาพ
องค์กรมีนโยบายการตรวจสอบหรือวัดผลการปฏิบัติงานว่าประสบผลสำเร็จ โดยดูจากผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม		12.50	50.00	37.50	1.75	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม						2.12

หมายเหตุ	ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
	2.34 – 3.00	มีศักยภาพในระดับมาก
	1.67 – 2.33	มีศักยภาพในระดับปานกลาง
	1.00 – 1.66	มีศักยภาพในระดับน้อย

การจัดการธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ

ผลการวิเคราะห์ตาราง 38 พบว่า องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนมีนโยบายในการควบคุม (controlling) ร่องรับการจัดการธุรกิจจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่ ในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 2.19) โดยองค์กรมีนโยบายการตรวจสอบหรือวัดผลการปฏิบัติงานในการทำงานการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการว่าเป็นผลสำเร็จโดยการวัดจากความสำเร็จได้รับการติดต่อจากลูกค้ารายใหม่ๆ ภายในงานและสามารถทำตามเป้าหมายมีค่าคะแนนสูงสุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.37) และวัดจากการจำนวนผู้เข้าชมงานหรือชมสินค้า (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.41) จากการสังเกตพฤติกรรมการทำงานของบุคลากรในองค์กรและวัดจากยอดขายซื้อเกินเป้าหมายที่ตั้งไว้ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.16) วัดจากการได้รับการติดต่อจากผู้จัดจำหน่ายสินค้า (supplier) ในตลาดใหม่ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.12) และดูจากพฤติกรรมการทำงานของบุคลากรในองค์กรเป็นสิ่งที่มีการประเมินหรือวัดผลน้อยที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.08)

ตาราง 38 ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อศักยภาพด้านการจัดควบคุมการจัดการธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่

การควบคุมธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ	ความคิดเห็นต่อศักยภาพ (N = 24)			ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับศักยภาพ
	ร้อยละ				
องค์กรมีนโยบายการตรวจสอบหรือวัดผลการปฏิบัติงานว่าประสบความสำเร็จจากการได้รับการติดต่อจากลูกค้ารายใหม่ๆ ภายในงานและสามารถทำได้ตามเป้าหมาย	50.00	37.50	12.50	2.37	มาก
องค์กรมีการกำหนดเกณฑ์ในการวัดคุณภาพในการทำงานของบุคลากรในองค์กรอย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรม	41.67	41.67	16.67	2.25	ปานกลาง
องค์กรมีนโยบายการตรวจสอบหรือวัดผลการปฏิบัติงานว่าประสบผลสำเร็จโดยวัดจากจำนวนผู้เข้าชมงาน/เข้าชมสินค้า	37.50	41.67	20.83	2.16	ปานกลาง
องค์กรมีนโยบายการตรวจสอบหรือวัดผลการปฏิบัติงานว่าประสบผลสำเร็จโดยวัดจากจากยอดขายสั่งซื้อเกินเป้าหมายที่ตั้งไว้	37.50	41.67	20.83	2.16	ปานกลาง
องค์กรมีนโยบายการตรวจสอบหรือวัดผลการปฏิบัติงานว่าประสบผลสำเร็จโดยดูจากการได้รับการติดต่อจากผู้จัดจำหน่ายสินค้า (supplier) ในตลาดใหม่	37.50	37.50	25.00	2.12	ปานกลาง

ตาราง 38 (ต่อ)

การควบคุมธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ	ความคิดเห็นต่อศักยภาพ (N = 24)			ค่าคะแนน	ระดับ
	ร้อยละ			เฉลี่ย	ศักยภาพ
องค์กรมีนโยบายการตรวจสอบหรือวัดผลการปฏิบัติงานว่าประสบผลสำเร็จโดย สังเกตจากพฤติกรรมการทำงานของบุคลากรในองค์กร	33.33	41.67	25.00	2.08	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม					2.19

หมายเหตุ	ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
	2.34 – 3.00	มีศักยภาพในระดับมาก
	1.67 – 2.33	มีศักยภาพในระดับปานกลาง
	1.00 – 1.66	มีศักยภาพในระดับน้อย

ทั้งนี้ โดยภาพรวมของการควบคุม (controlling) ในธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ พบว่านโยบายในการควบคุมหรือประเมินผลการปฏิบัติงานขององค์กรนั้นอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.19) โดยนโยบายในวัดผลสำเร็จขององค์กรวัดได้จากความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลัก และการวัดผลสำเร็จโดยดูจากผลกำไรนั้นองค์กรให้ความสำคัญน้อยมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทางการตลาดสมัยใหม่ (ชัตติยา กลัฏฐะปะกรณ์, 2549: 6) ที่กล่าวถึง องค์กรให้ความสำคัญกับความพึงพอใจของลูกค้ามากกว่าผลกำไร และนอกจากนี้องค์กรทุกองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน มีการกำหนดเกณฑ์ในการวัดคุณภาพในการทำงานของบุคลากรในองค์กรอย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรม เนื่องจากเป็นสิ่งสำคัญในการควบคุมหรือตรวจสอบการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กร และผลการปฏิบัติงานขององค์กรเองว่าได้บรรลุตามแผนที่วางไว้หรือไม่ แต่สิ่งสำคัญที่องค์กรของจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่มองข้ามก็คือ การดูแลตรวจสอบผลสำเร็จจากผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อม ทำให้เห็นว่าองค์กรส่วนใหญ่ยังไม่ได้ให้ความสำคัญกับผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับสิ่งแวดล้อมในทั้งช่วงเวลาก่อนจัด ระหว่างจัด หรือหลังจัดงาน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการดูแลใส่ใจในเรื่องของสิ่งแวดล้อมนั้นมีขั้นตอนที่ยุ่งยากและทำให้ค่าใช้จ่ายในการจัดงานเพิ่มมากขึ้นเท่าตัว ทำให้ผู้จัดงาน และสถานที่จัดงานหรืออาจรวมถึงผู้เข้าร่วมงานในจังหวัดเชียงใหม่ยังไม่ให้ความสำคัญกับการดูแลในเรื่องของสิ่งแวดล้อมเท่าที่ควร ซึ่งถ้ามองในระยะยาวอาจส่งผลกระทบทางด้านลบในภาพรวมแก่ธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ในอนาคตได้ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรต้องมีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับเรื่องของผลกระทบที่จะเกิดขึ้นในด้านสิ่งแวดล้อมให้แก่ผู้ประกอบการ สถานที่จัดงาน ควบคู่กับการประชาสัมพันธ์ให้คนในท้องถิ่นได้รู้จักธุรกิจไมซ์ในเวลาเดียวกัน

กิจกรรมของธุรกิจไมซ์ที่เกิดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ตลอด 20 ปีที่ผ่านมาส่วนใหญ่เกิดจากการผลักดันของหอการค้าจังหวัดเชียงใหม่ที่มองเห็นถึงความสำคัญของตลาดไมซ์ และพยายามกระตุ้นให้องค์กรในภาคธุรกิจเล็งเห็นความสำคัญ มีการจัดตั้งคณะกรรมการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่อย่างเป็นรูปธรรม แต่ที่ผ่านมาไม่มีแผนนโยบายของทางภาครัฐที่รองรับและสนับสนุนธุรกิจไมซ์จึงทำให้ธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ยังไม่สามารถขับเคลื่อนไปได้เท่าที่ควร และจากการที่ประเทศไทยได้กำหนดให้การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ (MICE) เป็นส่วนหนึ่งในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559 และอยู่ในส่วนของยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาสินค้า บริการและปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยว โดยเน้นให้ตลาดนักท่องเที่ยวประเภทไมซ์เป็นหนึ่งในตลาดนักท่องเที่ยวที่สามารถพัฒนาเศรษฐกิจและสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการท่องเที่ยวได้ และยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยมองว่าตลาดไมซ์สามารถดึงรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นจำนวนมาก โดยมีแผนในการ

ดำเนินงานตลาดเชิงรุกเพื่อประมุลสิทธิ์ในการจัดงานระดับโลก ระดับภูมิภาค รวมถึงการจัดงานประชุมและงาน event ระหว่างประเทศ (สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ, 2554: 32-38) จากยุทธศาสตร์ดังกล่าวทำให้เกิดการกระตุ้นให้ทั้งองค์กรภาครัฐและเอกชนหันมาให้ความสำคัญกับตลาดไมซ์มากขึ้น โดยในส่วนของจังหวัดเชียงใหม่ได้ลงนาม (MOU) ร่วมกับ องค์การส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) ให้เชียงใหม่เป็นนครแห่งไมซ์ (MICE CITY) โดยมองเห็นถึงความพร้อมทางด้านปัจจัยพื้นฐานต่างๆ อาทิ โรงแรมที่พัก ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ การคมนาคมขนส่ง สถานที่ท่องเที่ยวและแหล่งบันเทิง รวมถึงความเป็นเมืองที่มีศิลปวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากเมือง MICE CITY อื่นๆ เช่น ภูเก็ต พัทยา กรุงเทพมหานคร รวมทั้งยังได้มีการกำหนดให้ปี 2556 เป็นปีของไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ ทำให้ทุกภาคส่วนเริ่มตระหนักถึงความสำคัญของธุรกิจไมซ์ ภาครัฐมองถึงเม็ดเงินมหาศาลที่จะเข้าในประเทศไทยรวมถึงในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งนี้จังหวัดเชียงใหม่ได้มีการกำหนดธุรกิจไมซ์เข้าอยู่ในแผนพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่ 4 ปี (2554 – 2557) โดยเน้นในเรื่องการจัดกิจกรรมพัฒนาตลาดไมซ์ของเชียงใหม่สู่ตลาดสากล โดยมีกิจกรรมที่เกี่ยวกับการพัฒนาธุรกิจไมซ์ และในแผนพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่ 4 ปี (พ.ศ. 2557-2560) ธุรกิจไมซ์ก็ยังอยู่ในแผนยุทธศาสตร์ของจังหวัดในกลยุทธ์ที่ 1 การส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวอย่างบูรณาการและครบวงจร (สำนักงานจังหวัดเชียงใหม่, 2555: 59) ในแผนโครงการ การส่งเสริมกิจกรรมในอุตสาหกรรม MICE/Long Stay แต่แผนยุทธศาสตร์ของธุรกิจไมซ์ในกลยุทธ์ที่ 1 เป็นการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวโดยองค์รวม เป็นหนึ่งในกระบวนการอันมากมายของจังหวัดเชียงใหม่ที่ต้องรับผิดชอบ ในขณะที่เดียวกันองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งเป็นอีกหนึ่งองค์กรหลักของรัฐที่เป็นองค์กรที่ขับเคลื่อนธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ได้กำหนดให้ธุรกิจไมซ์อยู่ในส่วนของโครงการกระตุ้นเศรษฐกิจและส่งเสริมการท่องเที่ยวหรือโครงการส่งเสริมและการพัฒนาการท่องเที่ยวของท้องถิ่นจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยภาพรวมมากกว่า (องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่, 2556: 268-269) เช่น การปรับปรุงพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและบริการทางการท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมบรรยากาศของการท่องเที่ยวให้แก่จังหวัดเชียงใหม่ การจัดกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวร่วมกับภาคเอกชนเพื่อสร้างภาพลักษณ์และประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ ไม่ได้เป็นการเขียนแผนยุทธศาสตร์ที่ส่งเสริมเกี่ยวกับธุรกิจไมซ์โดยตรง ทั้งนี้หน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบโดยตรงคือ สสปน. ผู้ซึ่งเป็นองค์กรที่ขับเคลื่อนธุรกิจไมซ์ในประเทศไทยนั้นก็มีหน้าที่รับผิดชอบในการดูแลธุรกิจไมซ์ไม่ใช่แต่เฉพาะแค่จังหวัดเชียงใหม่แต่เพียงอย่างเดียว ทั้งนี้ในประเทศไทยยังมีอีกหลายจังหวัดที่เป็น นครแห่งไมซ์ (MICE CITY) อันได้แก่ กรุงเทพฯ พัทยา ภูเก็ต ขอนแก่น ดังนั้น สสปน. ไม่ได้ดูแลแค่จังหวัดเชียงใหม่เพียงจังหวัดเดียว ทำให้การจัด

กิจกรรมและการขับเคลื่อนธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ไม่มีความต่อเนื่อง และจากการสัมภาษณ์ทุกองค์กรของรัฐทั้ง 7 แห่ง ซึ่งไม่รวมศูนย์ประชุมนานาชาติ ซึ่งเป็นองค์กรหลักในการขับเคลื่อนธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ก็ไม่มีแผนที่จะดูแลรับผิดชอบธุรกิจไมซ์โดยตรงและไม่มีบุคลากรที่รับผิดชอบในการกำกับดูแลในการพัฒนาธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่โดยตรงเช่นเดียวกัน กิจกรรมของธุรกิจไมซ์ที่จัดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่มีองค์กรคือ สสป. เป็นแม่ข่าย ทางองค์กรของรัฐในจังหวัดเชียงใหม่ทำหน้าที่แค่ส่งเสริมและสนับสนุนตามโครงการที่ได้กำหนดไว้ในแผนยุทธศาสตร์เท่านั้น ดังนั้นผู้วิจัยมองว่าเหมือนเป็นการทำกลยุทธ์เชิงรับมากกว่าเชิงรุกเพราะไม่มีองค์กรที่รับผิดชอบในการกำกับดูแลและพัฒนาธุรกิจไมซ์จังหวัดเชียงใหม่โดยตรง

วันที่ 15 มกราคม 2556 ได้มีการประกาศเจตนารมณ์ร่วม (Chiang mai MICE declaration) ขึ้นในการดำเนินยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ โดยสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์กรมหาชน) หรือ สสป. ร่วมกับ 8 องค์กรพันธมิตร ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่ หอการค้าจังหวัดเชียงใหม่ สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวเชียงใหม่ สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่ สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประจำเชียงใหม่ เชียงใหม่เมืองสร้างสรรค์ และมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ แต่ทั้งนี้องค์กรที่เข้าร่วมในการดำเนินยุทธศาสตร์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ นั้นตามที่ผู้วิจัยได้กล่าวมาก็ไม่ได้มีองค์กรใดในที่นี้ที่มีแผนและผู้รับผิดชอบที่ดูแลในเรื่องธุรกิจไมซ์โดยตรงยกเว้น หอการค้าจังหวัดเชียงใหม่ เป็นแค่การส่งเสริมและสนับสนุนในธุรกิจไมซ์เพราะมิได้มีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรงเหมือนกับ สสป. เป็นแค่ร่วมกันในการกำหนดยุทธศาสตร์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์แต่องค์กรหลักที่จะทำหน้าที่พัฒนาและขับเคลื่อนในธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ที่แท้จริงนั้นยังไม่มี ซึ่งก็สอดคล้องกับการวางกรอบ “แผนแม่บท” ของ 8 หน่วยงานพันธมิตรว่าในปี 2556 จังหวัดเชียงใหม่จะต้องมีการจัดตั้งหน่วยงานที่รับผิดชอบตลาดไมซ์โดยตรง (Chiang Mai MICE Bureau) โดยเป็นองค์กรที่มีการบริหารงานอย่างคล่องตัว ท้องถิ่นมีส่วนร่วม และเกิดจากความร่วมมือจากทุกภาคส่วน (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมสัมมนาและนิทรรศการ, 2556: 12) ซึ่ง ณ ตอนนี้อย่างยังไม่มีมีการจัดตั้งหน่วยงานที่รับผิดชอบอย่างเป็นทางการ ขณะเดียวกันถ้าเปรียบเทียบกับองค์กรภาคเอกชน ซึ่งเป็นองค์กรที่เน้นผลกำไรมองเห็นความสำคัญและโอกาสของธุรกิจไมซ์ในการที่จะดึงเม็ดเงินจากนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์เข้ามาในธุรกิจของตนเอง ได้มีการกำหนดรูปแบบการบริหารจัดการที่เป็นรูปธรรมและชัดเจนมากกว่าองค์กรของรัฐ มีแผนปฏิบัติงานที่ชัดเจนทั้งแผนระยะสั้น ระยะกลาง ระยะยาว มีการกำหนดวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนในการส่งเสริมกับธุรกิจไมซ์ มีการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ และเข้าร่วมฟังการบรรยายเกี่ยวกับการให้ความรู้ในธุรกิจ

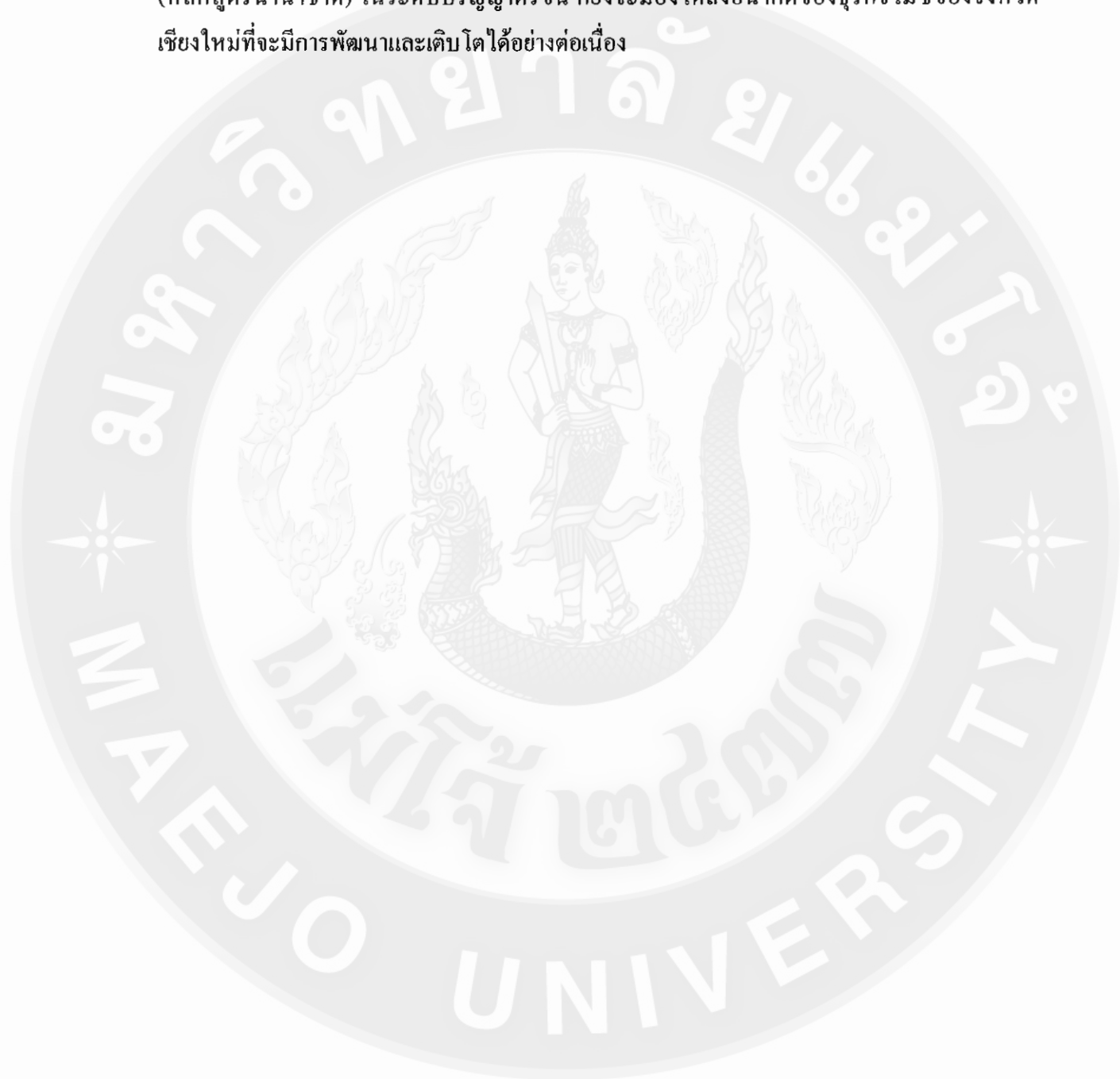
ไมซ์ที่องค์กรที่รับผิดชอบโดยตรงคือ องค์การส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) จัดขึ้นอย่างสม่ำเสมอ ดังนั้นบุคลากรในองค์กรส่วนใหญ่มีความรู้ในเรื่องของธุรกิจไมซ์เป็นอย่างดี

หลายภาคส่วนจะมองว่าเชียงใหม่พร้อมและมีศักยภาพเพียงพอที่จะเป็นนครแห่งไมซ์ (MICE CITY) เมื่อพิจารณาจากปัจจัยต่างๆ เช่น มีสิ่งอำนวยความสะดวก ทั้งที่พัก ร้านอาหาร สนามบินนานาชาติที่มีขนาดใหญ่อันดับ 3 ของประเทศ มีสิ่งดูใจที่มีความหลากหลายทั้งธรรมชาติ ศิลปะ วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ ประกอบกับในด้านการรองรับการจัดประชุมและสัมมนา นอกจากสถานที่จัดงานซึ่งก็คือ โรงแรมแล้ว จังหวัดเชียงใหม่ยังมีศูนย์ประชุมนานาชาติที่รองรับผู้เข้าร่วมประชุมได้ถึง 10,000 คน ซึ่งสอดคล้องกับ สรชนบ ถิ่นนา (2552: 57) ที่กล่าวถึง เชียงใหม่ มีศักยภาพในการรองรับธุรกิจไมซ์เนื่องจากองค์ประกอบด้านการจัดกิจกรรมไมซ์ครบถ้วน แต่อย่างไรก็ดีความไม่ชัดเจนในการบริหารจัดการของศูนย์ประชุมนานาชาติซึ่งมีสำนักงานพัฒนาพิงคพระนคร (องค์มมหาชน) เป็นผู้รับผิดชอบ ทำให้การวางแผนในการพัฒนาธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ยังไม่สามารถขับเคลื่อนไปได้เท่าที่ควร เนื่องจากต้องรอความชัดเจนในเรื่องการบริหารจัดการ เรื่องของการกำหนดราคา ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้อำนวยความสะดวกท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดเชียงใหม่ว่า การที่ศูนย์ประชุมนานาชาติยังไม่มีการบริหารจัดการที่ชัดเจนทำให้องค์กรที่เกี่ยวข้องไม่สามารถสนับสนุนหรือวางแผนทางด้านการตลาดของตลาดไมซ์ได้มากนัก นายกสมาคมธุรกิจท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่มองเช่นเดียวกันว่าการที่ศูนย์ประชุมนานาชาติยังไม่มีการบริหารจัดการที่ชัดเจนทางสมาคมธุรกิจท่องเที่ยว ฯ จึงยังไม่สามารถกำหนดแผนปฏิบัติงาน (mission) ได้ เพราะไม่รู้ว่าจะต้องไปประสานงานกับใคร การตลาดจะเป็นอย่างไร จะมีการกำหนดราคาอย่างไร ดังนั้นแผนปฏิบัติงาน (mission) ในการสนับสนุนธุรกิจไมซ์ของสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจึงยังคงต้องชะลออยู่เพื่อรอความชัดเจนจากทางสำนักงานพิงคพระนคร (องค์กรมหาชน) และหอการค้าจังหวัดเชียงใหม่ องค์กรที่เป็นตัวหลักในการขับเคลื่อนธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ในเวลานี้ก็ยังคงรอความชัดเจนของสำนักงานพิงคพระนคร (องค์กรมหาชน) ในการบริหารจัดการและการจัดตั้งหน่วยงานที่รับผิดชอบธุรกิจไมซ์โดยตรง (Chiang Mai MICE Bureau)

ถึงแม้ว่าจังหวัดเชียงใหม่จะมีศักยภาพและมีความพร้อมในหลายด้านแต่การขับเคลื่อนหรือการที่เชียงใหม่จะบรรลุถึงวัตถุประสงค์ที่จะให้จังหวัดเชียงใหม่เป็น “ศูนย์กลางอุตสาหกรรมไมซ์ของภูมิภาคและอาเซียนตอนเหนือ” นั้น ยังคงต้องใช้เวลาพอสมควรเนื่องจากธุรกิจไมซ์ยังเป็นของใหม่สำหรับคนเชียงใหม่ ยังคงต้องมีการพัฒนาในด้านการบริหารจัดการ โดยสิ่งสำคัญที่ผู้วิจัยมองว่าสิ่งที่ต้องพัฒนาปรับปรุงมีอยู่หลายประการ ประการที่ 1 คือ การให้ความสำคัญกับแผนพัฒนาธุรกิจไมซ์ของหน่วยงานท้องถิ่นซึ่งก็คือ องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่ เพราะแผนยุทธศาสตร์ที่องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่กำหนดไว้นั้นเป็นการเน้น

ยุทธศาสตร์ด้านเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว เป็นแผนยุทธศาสตร์ด้านภาพรวมของการท่องเที่ยวและมองว่าธุรกิจไมซ์เป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยว ซึ่งถ้ามองถึงผลประโยชน์ในด้านเศรษฐกิจซึ่งจังหวัดเชียงใหม่จะได้ประโยชน์นั้นธุรกิจไมซ์สามารถนำเงินหมุนเวียนทางด้านเศรษฐกิจให้แก่จังหวัดเชียงใหม่ได้มากกว่าธุรกิจท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวประเภทไมซ์มีการใช้จ่ายเงินมากกว่านักท่องเที่ยวทั่วไปถึงสามเท่า และนักท่องเที่ยวไมซ์เป็นนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวตลอดทั้งปีไม่มีฤดูกาลท่องเที่ยวเหมือนนักท่องเที่ยวทั่วไป ดังนั้นถ้าผู้บริหารมองเห็นถึงประโยชน์ทางเศรษฐกิจของธุรกิจไมซ์ควรมีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ของธุรกิจไมซ์โดยเฉพาะแยกจากธุรกิจการท่องเที่ยว ซึ่งก็จะทำให้มีการจัดทำแผนปฏิบัติการในการพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ได้อย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรม การจัดทำแผนปฏิบัติการของธุรกิจไมซ์นี้ก็จะสามารถแก้ปัญหาบางประการที่เกิดขึ้นกับธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ได้ เช่น ปัญหาในเรื่องของการขาดการประชาสัมพันธ์ของธุรกิจไมซ์ ก็จะทำให้มีของการประชาสัมพันธ์ให้คนในท้องถิ่นได้รู้จักและเข้าใจในธุรกิจไมซ์มีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้ยังมีผลต่อบรรยากาศที่จะนำมาพัฒนาในธุรกิจไมซ์ ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องก็จะได้ประโยชน์จากการที่มีงบประมาณในการสนับสนุนธุรกิจไมซ์ที่มากและต่อเนื่องขึ้น เพราะถ้ายังคงไม่มีการพัฒนาแผนยุทธศาสตร์ของไมซ์โดยตรงงบประมาณที่มีอยู่ก็จะต้องแบ่งไปให้หลายภาคส่วนทำให้งบประมาณที่จะมาสนับสนุนธุรกิจไมซ์มีไม่เพียงพอและไม่ต่อเนื่อง ประการที่สองที่ต้องพัฒนา คือ การจัดตั้งหน่วยงานที่รับผิดชอบธุรกิจไมซ์โดยตรงหรือที่เรียกว่า CVB (Chiang Mai MICE Bureau) และจะต้องทำให้เร็วที่สุด เนื่องจาก CVB จะทำหน้าที่กำกับดูแลและพัฒนาไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ให้ขับเคลื่อนไปได้มากกว่านี้ ทั้งนี้ในส่วนของการค้าจังหวัดเชียงใหม่เองได้มีการระดมสมอง (brainstorming) กับหลายภาคส่วนที่เกี่ยวข้องได้มีการจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาการท่องเที่ยวไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ขึ้น ดังนั้นถ้ามีการจัดตั้งหน่วยงาน CVB ขึ้น ก็สามารถนำแผนแม่บทที่ได้กำหนดไว้แล้วนำไปใช้ในการพัฒนาธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ประกอบกับทางภาครัฐ อันได้แก่ อบจ. เชียงใหม่ที่มีแผนยุทธศาสตร์ของธุรกิจไมซ์และหน่วยงานที่รับผิดชอบธุรกิจไมซ์ของประเทศไทยคือ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) ได้จัดทำแผนการส่งเสริมการตลาดในประเทศไทย (D-MICE) รวมถึงแผนการส่งเสริมการตลาดของจังหวัดเชียงใหม่ ก็จะทำให้การพัฒนาธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่เป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และนอกเหนือจากจัดทำแผนยุทธศาสตร์ แผนการตลาดและการก่อตั้งหน่วยงานที่รับผิดชอบธุรกิจไมซ์โดยตรงของจังหวัดเชียงใหม่หรือ CVB แล้วนั้น การที่สถาบันการศึกษาหลายแห่งในจังหวัดเชียงใหม่ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของธุรกิจไมซ์โดยมีการเปิดสอนรายวิชา “ธุรกิจไมซ์” มากขึ้นเพื่อที่จะผลิตบุคลากรในสายอาชีพธุรกิจไมซ์ให้เข้าสู่ตลาดมากขึ้น

เช่น มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ได้มีการพัฒนาหลักสูตรการจัดการไมซ์และงานกิจกรรม (หลักสูตรนานาชาติ) ในระดับปริญญาตรีขึ้น ก็ยังจะมองได้ถึงอนาคตของธุรกิจไมซ์ของจังหวัด เชียงใหม่ที่จะมีการพัฒนาและเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง



บทที่ 6

การกำหนดตำแหน่งและพัฒนากลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ ที่เหมาะสมกับจังหวัดเชียงใหม่

การกำหนดตำแหน่งและพัฒนากลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ นั้น ได้พิจารณาจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและภายในด้วยวิธีการของ SWOT Analysis เพื่อระบุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค โดยทั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดทฤษฎีของ Drucker เข้ามาวิเคราะห์ร่วม 4 ด้านคือ 1) การวางแผน (planning) 2) การจัดองค์กร (organizing) 3) การนำ (leading) และ 4) การควบคุม (controlling) ซึ่งในการวิเคราะห์ครั้งนี้ได้รับความคิดเห็นจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholders) ในธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งอยู่ในตำแหน่งผู้บริหารระดับสูงจำนวนทั้งสิ้น 22 คน โดยผู้ให้ข้อมูลได้ระบุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของในแต่ละด้านของแต่ละธุรกิจคือ ธุรกิจการจัดประชุม (meeting) ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (incentive travels) ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ (convention) และธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ (exhibition) จากนั้นได้วิเคราะห์คะแนนรวมในแต่ละข้อ ควบคู่กับค่าถ่วงน้ำหนักเพื่อเป็นค่าคะแนนเฉลี่ยของแต่ละด้าน จากนั้นนำค่าคะแนนของ SWOT Analysis ไปกำหนดตำแหน่งกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์โดยใช้ SPACE Matrix โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 วิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายในและภายนอกที่มีผลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่

ตอนที่ 2 กำหนดตำแหน่งทางการตลาดของธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่และพัฒนากลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ที่เหมาะสมกับจังหวัดเชียงใหม่

ตอนที่ 3 การหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารจัดการของธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่

จากลักษณะส่วนบุคคลของผู้ให้ข้อมูล ผลการวิเคราะห์ในตาราง 39 ทำให้พบว่าผู้ให้ข้อมูลซึ่งส่วนใหญ่มากกว่าครึ่ง (ร้อยละ 54.54) เป็นเพศชาย โดยมีอายุเฉลี่ย 43 ปี ทั้งนี้ผู้ให้ข้อมูลมีอายุต่ำสุดคือ 31 และสูงสุดคือ 62 ปี และจากตำแหน่งของผู้ให้ข้อมูลเป็นระดับผู้บริหารทำให้ประสบการณ์ในตำแหน่งงานที่ทำมีระยะเวลาเฉลี่ยค่อนข้างสูงคือ 18.68 ปี ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีประสบการณ์การทำงานพอสมควรมีความเหมาะสมในการเป็นผู้ให้ข้อมูลเพื่อตอบแบบสอบถามนี้

ตาราง 39 จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูลจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

ลักษณะส่วนบุคคล		ผู้ให้ข้อมูล (N=22)	
		จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	12	54.54
	หญิง	10	45.54
อายุ (ปี)	ต่ำกว่า 35	5	22.72
	35 - 45	7	31.81
	46 - 55	7	31.81
	มากกว่า 55	3	13.63
	$\mu = 43.50$	$\sigma = 9.68$	$R = 31 - 62$
ประสบการณ์ในการทำงาน (ปี)	ต่ำกว่า 5	2	9.09
	5 - 10	4	18.18
	11 - 15	6	27.27
	มากกว่า 15	11	50.00
	$\mu = 18.68$	$\sigma = 10.73$	$R = 1 - 38$

ตอนที่ 1 วิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายในและภายนอกที่มีผลต่อความสำเร็จ ในการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ธุรกิจการจัดประชุม (meeting)

การวิเคราะห์จุดแข็ง

1. การวางแผน (planning)

ผลการศึกษาในตาราง 40 พบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีความเห็นที่เหมือนกันว่าจังหวัดเชียงใหม่มีศักยภาพในระดับสูงหลายประการและให้ความสำคัญกับสิ่งต่างๆ เหล่านี้ในระดับสูง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.45) ซึ่งสิ่งที่เป็นจุดแข็งเหล่านี้จะทำให้ผู้ประกอบการทางด้านธุรกิจไมซ์สามารถวางแผนในการดึงให้นักท่องเที่ยว กลุ่มองค์กรต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนเข้ามาจัดประชุมในจังหวัดเชียงใหม่ โดยมองว่าจังหวัดเชียงใหม่มีความหลากหลายในเรื่องของแหล่งท่องเที่ยวทั้งธรรมชาติ ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในระดับสูงมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.00) และมองว่าจังหวัดเชียงใหม่มีความพร้อมสำหรับสถานที่ในการจัดประชุมที่มีศักยภาพและมีปริมาณเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.86) รวมถึงเชียงใหม่ยังเป็นจังหวัดที่มีต้นทุนค่าครองชีพที่ต่ำเมื่อเทียบกับจุดหมายปลายทางอื่น เช่น กรุงเทพฯ ภูเก็ต หรือประเทศเพื่อนบ้านใกล้เคียง เช่น สิงคโปร์ ฮองกง เป็นต้น (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.72) แต่ทั้งนี้ยังมองว่ายังขาดความชัดเจนในเรื่องของการกำหนดแผนปฏิบัติงานในการสนับสนุนธุรกิจการจัดประชุม (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.04) และความชัดเจนในเรื่องนโยบายในการส่งเสริมธุรกิจการจัดประชุม (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.00)

2. การจัดองค์กร (organizing)

ผลการศึกษาพบว่า โดยภาพรวมของความสำเร็จของการจัดองค์กรในธุรกิจการจัดประชุมในมุมมองของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของจังหวัดเชียงใหม่พบว่าอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.27) ทั้งนี้มองว่าบุคลากรในธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่มีศักยภาพในระดับสูงที่จะสามารถแข่งขันในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.36) บุคลากรมีความรู้ความเข้าใจในธุรกิจการจัดประชุมและมีทักษะในการใช้ภาษาต่างประเทศในการสื่อสารในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.27)

3. การนำ (leading)

ผลการศึกษาพบว่า จุดแข็งในการนำของผู้บริหารในองค์กรเอกชนมีค่าระดับคะแนนความสำคัญสูง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.47) ผู้บริหารในองค์กรเอกชนมีความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ที่ดีในระดับสูง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.40) ในการจัดการธุรกิจการจัดประชุม และสามารถให้คำปรึกษาแก่บุคลากรในองค์กรในเวลาที่เกิดปัญหาได้ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.36) และนอกจากความรู้ ทักษะและประสบการณ์ที่ดีในการเป็นผู้นำให้แก่บุคลากรแล้วนั้น ผู้ให้ข้อมูลมองว่าสิ่งที่เป็นจุดแข็งในการนำสูงสุดก็คือ องค์กรของเอกชนมีนโยบายที่กระตุ้นหรือสนับสนุนบุคลากรในองค์กรได้มีประสิทธิภาพมากกว่าองค์กรของรัฐ มีผลทำให้ธุรกิจของเอกชนสามารถขับเคลื่อนไปได้อย่างต่อเนื่องมากกว่าของรัฐ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.59)

4. การควบคุม (controlling)

ผลการศึกษาพบว่า ในแง่ของความสำคัญในการประเมินองค์กรและบุคลากรในธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่อยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.11) โดยมองว่าองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนของจังหวัดเชียงใหม่มีการประเมินองค์กรและบุคลากรในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.13) และตัวชี้วัดในการปฏิบัติงานอย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรมในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.09)

ตาราง 40 ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยในการประเมินจุดแข็งของผู้ให้ข้อมูลในธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่

การจัดประชุม ประเด็นที่เป็นจุดแข็ง (+)	ผู้ให้ข้อมูล (N = 22)			ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
	มาก	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย		
1. Planning					
1.1 จังหวัดเชียงใหม่มีความหลากหลายในเรื่องของแหล่งท่องเที่ยวทั้งธรรมชาติ ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	100.00	0.00	0.00	3.00	มาก
1.2 จังหวัดเชียงใหม่มีความพร้อมสำหรับธุรกิจการจัดประชุมและมีสถานที่จัด ประชุมที่มีศักยภาพและมีปริมาณเพียงพอต่อความต้องการ	86.36	13.64	0.00	2.86	มาก
1.3 การจัดประชุมในจังหวัดเชียงใหม่มีต้นทุนและค่าครองชีพที่ต่ำเมื่อเทียบกับ จุดหมายปลายทางอื่นๆ	72.73	27.27	0.00	2.72	มาก
1.4 จังหวัดเชียงใหม่มีการกำหนดแผนกลยุทธ์ในการส่งเสริมธุรกิจการจัดประชุม เพื่อสร้างความเข้าใจกับบุคลากรที่เกี่ยวข้อง	22.736	68.18	9.09	2.13	ปานกลาง
1.5 มีการกำหนดแผนปฏิบัติงานทั้งระยะสั้น ระยะกลาง ระยะยาวอย่างชัดเจนใน การสนับสนุนธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่	13.64	77.27	9.09	2.04	ปานกลาง
1.6 นโยบายในการส่งเสริมธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่มีความชัดเจน และเป็นรูปธรรม	18.18	63.64	18.18	2.00	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย				2.45	มาก

ตาราง 40 (ต่อ)

การจัดประชุม ประเด็นที่เป็นจุดแข็ง (+)	ผู้ให้ข้อมูล (N = 22)			ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
	มาก	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย		
2. Organizing					
2.1 บุคลากรในจังหวัดเชียงใหม่มีศักยภาพในการจัดการธุรกิจการจัดประชุมเพียงพอที่จะสามารถแข่งขันในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	45.45	45.45	9.09	2.36	มาก
2.2 บุคลากรในธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่มีทักษะการใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารเป็นอย่างดี	31.82	63.64	0.00	2.27	ปานกลาง
2.3 จังหวัดเชียงใหม่มีบุคลากรที่มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจการจัดประชุมเป็นอย่างดี	18.18	81.82	0.00	2.18	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย				2.27	ปานกลาง

ตาราง 40 (ต่อ)

การจัดประชุม ประเด็นที่เป็นจุดแข็ง (+)	ผู้ให้ข้อมูล (N = 22)			ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
	มาก	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย		
3. Leading					
3.1 องค์กรเอกชนมีนโยบายที่กระตุ้นหรือสนับสนุนบุคลากรในองค์กรได้มี ประสิทธิภาพมากกว่าองค์กรของรัฐ ทำให้สถานที่จัดประชุมของภาคเอกชน สามารถขับเคลื่อนไปได้อย่างต่อเนื่อง	59.09	40.91	0.00	2.59	มาก
3.2 องค์กรของเอกชนมีการพัฒนาองค์ความรู้ในเรื่องการจัดประชุมอยู่เสมอ	54.55	45.45	0.00	2.54	มาก
3.3 ผู้บริการในองค์กรเอกชนมีความรู้ ประสบการณ์และทักษะที่ดีในการจัดการ ธุรกิจการจัดประชุม	40.91	59.09	0.00	2.40	มาก
3.4 ผู้บริหารในองค์กรเอกชนสามารถให้คำปรึกษาแก่บุคลากรในองค์กรได้ใน เวลาที่มีปัญหาระหว่างการจัดประชุม	36.36	63.64	0.00	2.36	มาก
ค่าคะแนนเฉลี่ย				2.47	มาก
4. Controlling					
4.1 องค์กรที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่ทั้งภาครัฐและ เอกชนมีการประเมินองค์กรและบุคลากรอย่างมีประสิทธิภาพ	27.27	59.09	13.64	2.13	ปานกลาง

ตาราง 40 (ต่อ)

การจัดประชุม ประเด็นที่เป็นจุดแข็ง (+)	ผู้ให้ข้อมูล (N = 22)			ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
	มาก	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย		
4.2 ในการประเมินผลจากปฏิบัติงานองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนมีตัวชี้วัดผลใน การปฏิบัติงานอย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรม	22.73	63.64	13.64	2.09	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย				2.11	ปานกลาง

หมายเหตุ	ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
	2.34 – 3.00	มีระดับความสำคัญมาก
	1.67 – 2.33	มีระดับความสำคัญปานกลาง
	1.00 – 1.66	มีระดับความสำคัญน้อย

การวิเคราะห์จุดอ่อน

1. การวางแผน (planning)

ผลการศึกษาดารง 41 พบว่า จุดอ่อนในการวางแผนในธุรกิจการจัดประชุมอยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.28) โดยผู้ให้ข้อมูลมองว่าสิ่งที่สำคัญที่เป็นจุดอ่อนในการวางแผนในธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่คือ ระบบ Logistic ในจังหวัดเชียงใหม่ที่ไม่มีประสิทธิภาพ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.40) ซึ่งสอดคล้องกับคุณณรงค์ กองประเสริฐ ประธานหอการค้าจังหวัดเชียงใหม่ที่กล่าวไว้เกี่ยวกับ ความท้าทายของเชียงใหม่ในการแก้ปัญหาในเรื่อง Logistic ซึ่งถ้าสามารถแก้ปัญหาได้จะพลิกจากจุดอ่อนกลายเป็นโอกาสของจังหวัดเชียงใหม่ โดยเฉพาะในเรื่องเกี่ยวกับรถไฟความเร็วสูง (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่, ม.ป.ป.: 14) และในขณะเดียวกันคุณสมฤทธิ์ ไหลคำ นายกสมาคมธุรกิจท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ ก็ได้กล่าวถึงสิ่งที่น่ากังวลมากที่สุดของเชียงใหม่คือเรื่อง Logistic ในการพาคนมาใช้บริการในจังหวัดเชียงใหม่ เพราะถ้าไม่มีเครื่องบินแล้ว Logistic อื่นๆ ที่จะเดินทางเข้ามาในเชียงใหม่ค่อนข้างที่จะเดินทางไกล และค่าใช้จ่ายสูง (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่, ม.ป.ป.: 16) นอกจากนี้ จังหวัดเชียงใหม่ยังขาดในเรื่องของการประชาสัมพันธ์ให้คนในท้องถิ่นได้รู้จัก เข้าใจ เห็นประโยชน์ของธุรกิจไมซ์ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.36) นอกจากนี้ผลการวิจัยกับพบว่าจังหวัดเชียงใหม่ยังให้ความสำคัญกับการที่จะมีหน่วยงานที่รับผิดชอบหรือที่เรียกว่า CVB (convention visitor bureau) ในระดับน้อย (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.22) และมองว่างบประมาณสนับสนุนธุรกิจการจัดประชุมจากภาครัฐมีความสำคัญน้อยสุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.13) อาจเป็นเพราะหน่วยงานเอกชนมองว่าถ้ารอนงบประมาณจากภาครัฐเพียงฝ่ายเดียวธุรกิจคงไม่สามารถดำเนินไปได้ ดังนั้นจึงมองว่าการสนับสนุนงบประมาณจากภาครัฐเป็นแค่ตัวช่วยอย่างหนึ่ง เช่น การออกไป road show ยังต่างประเทศ การได้รับเงินสนับสนุนจากภาครัฐก็เป็นสิ่งที่ดีสำหรับธุรกิจ ช่วยลดต้นทุนให้แก่ธุรกิจได้ แต่ทั้งนี้ถ้าไม่มีงบประมาณจากภาครัฐองค์กรก็ต้องยังคงต้องดำเนินกิจกรรม road show ดังนั้นงบประมาณที่สนับสนุนจากภาครัฐทางผู้ให้ข้อมูลจึงมองว่ามีความสำคัญสำหรับการวางแผนน้อยที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.13)

2. การจัดองค์กร (organizing)

ผลการศึกษาพบว่า องค์กรในธุรกิจการจัดประชุมให้ความสำคัญเกี่ยวกับการจัดองค์กรในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.31) ซึ่งสิ่งที่สำคัญมากที่สุดในการจัดองค์กรในธุรกิจการจัดประชุมคือ บุคลากรในธุรกิจการจัดประชุมไม่ค่อยได้รับการอบรมหรือให้ความรู้อย่างต่อเนื่อง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.36) นอกจากนี้การให้ความสำคัญกับการเตรียมความพร้อมของบุคลากร

ในธุรกิจการจัดประชุมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนก็ยังคงอยู่ในระดับปานกลาง (2.31) ทั้งนี้หน่วยงานของรัฐที่กำกับดูแลธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่เองก็ไม่ได้มีการกำหนดโครงสร้างอย่างชัดเจนในการกำกับดูแลธุรกิจการจัดประชุมโดยให้ความสำคัญในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.31) รวมถึงเจ้าหน้าที่ของรัฐเองก็ขาดความรู้ความเข้าใจในธุรกิจการจัดประชุม (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.27)

3. การนำ (leading)

ผลการศึกษาพบว่า องค์กรของรัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ เช่น องค์กรบริหารส่วนจังหวัด สำนักงานจังหวัดเชียงใหม่ สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง ท่าอากาศยานจังหวัดเชียงใหม่ เน้นการทำงานที่เน้นการสนับสนุนมากกว่าเป็นการทำงานในเชิงรับ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.45) เนื่องจากมองว่าไม่ใช่หน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบโดยตรงอย่างสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) ดังนั้น การทำงานจึงเป็นการทำงานในแง่ของการสนับสนุนจากการร้องขอจากหน่วยงานอื่นๆ มากกว่าที่จะทำหน้าที่เป็นผู้ขับเคลื่อนหลัก จึงมองว่าเป็นการทำงานในเชิงรับมากกว่าเชิงรุก นอกจากนี้องค์กรของรัฐยังยึดติดกับการทำงานในสังกัด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.36) การทำงานแบบบูรณาการจึงยังไม่มีประสิทธิภาพมากนัก ดังนั้นจึงทำให้การทำงานในธุรกิจไมซ์ขับเคลื่อนไปได้ไม่มากเท่าที่ควรเนื่องจากยังยึดติดกับการทำงานในรูปแบบราชการมากเกินไป และนอกจากนี้ผู้บริหารในองค์กรของรัฐที่เป็นหน่วยงานที่จะขับเคลื่อนธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ก็ยังขาดความรู้และความเข้าใจในธุรกิจการจัดประชุม (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.18) ดังนั้นโดยภาพรวมแล้ว จุดอ่อนในการนำ (leading) ในธุรกิจการจัดประชุมอยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.33) ก่อนข้างไปทางสูง

4. การควบคุม (controlling)

ผลการศึกษาพบว่า ระดับความสำคัญของจุดอ่อนในการควบคุมธุรกิจการจัดประชุมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.28) โดยทั้งนี้องค์กรในธุรกิจการจัดประชุมให้ความสำคัญในเรื่องของผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการจัดประชุมน้อยมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.45) ถึงแม้ว่าแนวโน้มในเรื่องของผลกระทบในเรื่องของโลกร้อนหรือเรื่องของสิ่งแวดล้อมจะเป็นหัวข้อที่ทั่วโลกให้ความสำคัญ (green meeting) แต่สำหรับธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่ยังไม่ค่อยให้ความสำคัญกับการประเมินผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมสักเท่าไร นอกเหนือจากการประเมินในเรื่องของสิ่งแวดล้อมที่ให้ความสำคัญน้อยแล้วสำหรับประเมินผลการปฏิบัติงานสำหรับบุคลากรในองค์กรในธุรกิจการจัดประชุมเป็นการประเภทแบบ “การประเมิน

แบบทางเดียว” คือการให้หัวหน้างานประเมินลูกน้องแต่เพียงฝ่ายเดียว ซึ่งเป็นจุดอ่อนในแง่ของการควบคุมในลำดับที่รองลงมาจากการประเมินในเรื่องของสิ่งแวดล้อม (ค่าประเมินเฉลี่ย 2.31) และการประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กรจะเป็นการประเมินที่เน้นความเห็นจากผู้ประเมินภายนอก เช่น ลูกค้ายากกว่า ไม่มีการประเมินความคิดเห็นจากผู้ปฏิบัติงานว่ามีความเห็นเป็นอย่างไรกับการทำงานในแต่ละครั้ง มีค่าคะแนนความสำคัญน้อยสุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.22) ทำให้เห็นว่าองค์กรส่วนใหญ่จะเป็นการประเมิน “ทางเดียว” ซึ่งบางครั้งการมองในแง่มุมๆ เดียว อาจทำให้การประเมินผลการปฏิบัติงานขององค์กรอาจผิดพลาดไปได้



ตาราง 41 ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยในการประเมินจุดอ่อนของผู้ให้ข้อมูลในธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่

การจัดประชุม ประเด็นที่เป็นจุดอ่อน (-)	ผู้ให้ข้อมูล (N = 22)			ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
	มาก	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย		
1. Planning					
1.1 ระบบ Logistics ในจังหวัดเชียงใหม่ยังไม่มีประสิทธิภาพ	50.00	40.91	9.09	2.40	มาก
1.2 จังหวัดเชียงใหม่ยังขาดการประชาสัมพันธ์ให้คนในท้องถิ่นได้รู้จัก เข้าใจ และเห็นประโยชน์ของธุรกิจไมซ์	45.45	45.45	9.09	2.36	มาก
1.3 ธุรกิจการจัดประชุมยังไม่ให้ความสำคัญกับผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อมที่จะเกิดขึ้นจากการจัดประชุม	36.36	59.09	4.55	2.31	ปานกลาง
1.4 การบริหารแบบบูรณาการระหว่างองค์กรของรัฐและเอกชนยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร	40.91	50.00	9.09	2.31	ปานกลาง
1.5 จังหวัดเชียงใหม่ยังไม่มีหน่วยงานที่รับผิดชอบดูแลธุรกิจการจัดประชุม	40.91	40.91	18.18	2.22	ปานกลาง
1.6 งบประมาณที่สนับสนุนธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่ไม่ต่อเนื่อง	27.27	50.09	13.64	2.13	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย				2.28	ปานกลาง

ตาราง 41 (ต่อ)

การจัดประชุม ประเด็นที่เป็นจุดอ่อน (-)	ผู้ให้ข้อมูล (N = 22)			ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
	มาก	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย		
2. Organize					
2.1 การอบรมให้ความรู้ให้แก่บุคลากรในด้านธุรกิจการจัดประชุมยังไม่มี ความต่อเนื่อง	36.36	63.64	0.00	2.36	มาก
2.2 องค์กรของรัฐที่กำกับดูแลธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ไม่มีการกำหนด โครงสร้างอย่างชัดเจนในการกำกับดูแลธุรกิจการจัดประชุม	31.82	68.18	0.00	2.31	ปานกลาง
2.3 ขาดการเตรียมความพร้อมทางด้านบุคลากรในด้านธุรกิจการจัดประชุม ในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	36.36	59.09	4.55	2.31	ปานกลาง
2.4 การอบรมให้ความรู้ให้แก่บุคลากรในด้านธุรกิจการจัดประชุมยังไม่มี ความต่อเนื่อง	27.27	72.73	0.00	2.27	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย				2.31	ปานกลาง

ตาราง 41 (ต่อ)

การจัดประชุม ประเด็นที่เป็นจุดอ่อน (-)	ผู้ให้ข้อมูล (N = 22)			ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
	มาก	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย		
3. Leading					
3.1 การทำงานขององค์กรของรัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไม่ใช่เป็นการทำงานที่เน้นการสนับสนุนมากกว่า เป็นการทำงานในเชิงรับมากกว่าเชิงรุก	45.45	54.55	0.00	2.45	มาก
3.2 องค์กรของรัฐยังยึดติดกับการทำงานตามสังกัด ทำให้การทำงานแบบบูรณาการยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร	36.36	63.64	0.00	2.36	มาก
3.3 ผู้บริหารในองค์กรของรัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไม่ใช่ในจังหวัดเชียงใหม่ยังขาดความรู้ ความเข้าใจในธุรกิจการจัดประชุม	22.73	72.73	4.55	2.18	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย				2.33	ปานกลาง
4. Controlling					
4.1 การประเมินผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นจากการจัดการประชุมยังไม่มีประสิทธิภาพ	50.00	45.45	4.55	2.45	มาก

ตาราง 41 (ต่อ)

การจัดประชุม ประเด็นที่เป็นจุดอ่อน (-)	ผู้ให้ข้อมูล (N = 22)			ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
	มาก	ปานกลาง	น้อย		
	(ร้อยละ)				
4.2 องค์กรส่วนใหญ่เป็นการประเมินผลการปฏิบัติงานแบบ “ทางเดียว” คือให้หัวหน้าประเมินลูกน้องฝ่ายเดียว ทำให้การประเมินนั้นไม่รอบรับ	40.91	50.00	9.09	2.31	ปานกลาง
4.3 การประเมินผลในการปฏิบัติงานในแต่ละครั้งเป็นการประเมินจากผู้ประเมินภายนอก เช่น ประเมินความพึงพอใจของลูกค้า ไม่มีการประเมินจากความคิดเห็นของผู้ปฏิบัติงาน	27.27	68.18	4.55	2.22	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย				2.32	ปานกลาง

หมายเหตุ	ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
	2.34 – 3.00	มีระดับความสำคัญมาก
	1.67 – 2.33	มีระดับความสำคัญปานกลาง
	1.00 – 1.66	มีระดับความสำคัญน้อย

การวิเคราะห์โอกาส

1. การวางแผน (planning)

ผลการศึกษาราย 42 พบว่าโอกาสในการวางแผนพัฒนาธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่มีค่าระดับความสำคัญมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.45) เนื่องจากมีนโยบายของทั้งรัฐและองค์กรส่วนกลางที่ผลักดันและส่งเสริมให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นนครแห่งไมซ์ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.68) ซึ่งถือว่าเป็นโอกาสที่ดีที่จะทำให้ธุรกิจต่างๆของไมซ์มีโอกาสในการพัฒนา และสอดคล้องกับการที่เชียงใหม่ถูกผลักดันให้เป็นนครแห่งไมซ์ทำให้รัฐให้ความสำคัญกับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับไมซ์มากขึ้น โดยมีการกำหนดนโยบายช่วยส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.50) เช่น อบจ. จังหวัดเชียงใหม่มีการเชิญชวนให้หน่วยงานในท้องถิ่นมาจัดประชุมที่เชียงใหม่ หน่วยจากที่รับผิดชอบธุรกิจไมซ์โดยตรง เช่น สสพ. มีนโยบายที่จะมาจัดการประชุมที่จังหวัดเชียงใหม่มากขึ้น (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.45) และนอกจากนี้ภาครัฐมีการกำหนดระเบียบที่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินกิจกรรมด้านธุรกิจการจัดประชุมของเชียงใหม่ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.18) ทำให้เห็นว่าทุกภาคส่วนของรัฐพยายามที่จะสนับสนุนในธุรกิจไมซ์

2. การจัดองค์กร (organizing)

ผลการศึกษาโอกาสในการจัดองค์กรในธุรกิจการจัดประชุมมีโอกาสพัฒนาในระดับความสำคัญมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.57) โดยมองว่าจังหวัดเชียงใหม่มีศูนย์ประชุมนานาชาติซึ่งจะเป็นโอกาสอันดีแก่บุคลากรในธุรกิจการจัดประชุมที่จะมีโอกาสในการเพิ่มและพัฒนาทักษะความรู้มากขึ้น (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.68) และจากนโยบายของรัฐที่มีการสนับสนุนและกระตุ้นให้มีการจัดประชุมสัมมนาในจังหวัดเชียงใหม่อย่างต่อเนื่องก็จะเป็นประโยชน์ให้แก่บุคลากรในธุรกิจการจัดประชุมที่จะมีประสบการณ์ตรงมากขึ้น (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.63) และในเวลาเดียวกันภาครัฐก็ได้มีการกำหนดนโยบายในยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการและบุคลากรในธุรกิจไมซ์ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.40) ซึ่งทั้งหมดที่กล่าวมาจะเป็นโอกาสสำหรับธุรกิจการจัดประชุมในการทำจะพัฒนาบุคลากรให้มีทักษะ ความรู้มากขึ้นเพื่อที่จะสามารถแข่งขันกับคู่แข่งจากประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนได้

3. การนำ (leading)

ผลการศึกษาพบว่า โอกาสในการนำของธุรกิจการจัดประชุมอยู่ในระดับความสำคัญสูง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.42) โดยมองการที่มีการร่วมมือกันระหว่าง 8 พันธมิตรในจังหวัดเชียงใหม่ก็จะยังทำให้การบริหารจัดการในธุรกิจการจัดประชุมมีประสิทธิภาพมากขึ้น (ค่าคะแนน

เฉลี่ย 2.45) และในขณะเดียวกันประเทศไทยมีหน่วยงานที่รับผิดชอบในการกำกับดูแลธุรกิจไมซ์ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.40) ก็จะเป็นโอกาสที่จะทำให้ธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่มีโอกาสที่จะพัฒนาไปได้อย่างต่อเนื่อง

4. การควบคุม (controlling)

ผลการศึกษาพบว่า ระดับความสำคัญของโอกาสในการควบคุม (controlling) ในธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.26) โดยผู้ให้ข้อมูลมองว่าการที่มีการพัฒนาเทคโนโลยีในปัจจุบันมีระดับความสำคัญมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.40) เพราะทำให้องค์กรต่างๆ ที่ต้องการจัดประชุม มีโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลต่างๆ ได้อย่างสะดวกและรวดเร็วมากขึ้น เช่น ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ข้อมูลสถานที่จัดงาน ข้อมูลผู้ให้บริการด้านต่างๆ เป็นต้น และนอกจากการนี้แล้วในแง่ของผู้ประกอบการก็มองถึงความสำคัญว่า สามารถใช้เทคโนโลยีในการประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมประชุมได้ง่ายและมีประสิทธิภาพ เช่นเดียวกัน (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.22) นอกเหนือจากเทคโนโลยีแล้ว ประเทศไทยเองก็ให้เห็นความสำคัญคุณภาพในธุรกิจการจัดประชุมโดยมีการกำหนดระดับคุณภาพและการบริการของผู้ประกอบกิจกรรมด้านการประชุม (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.18) เช่น มาตรฐานด้านสถานที่จัดประชุม มาตรฐานด้านการให้บริการ ก็จะช่วยส่งเสริมโอกาสให้แก่ธุรกิจการจัดประชุมมากขึ้น

ตาราง 42 ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยในการประเมินโอกาสของผู้ให้ข้อมูลในธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่

การจัดประชุม ประเด็นที่เป็นโอกาส (+)	ผู้ให้ข้อมูล (N = 22)			ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
	มาก	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย		
1. Planning					
1.1 นโยบายของรัฐและองค์กรส่วนกลางที่ส่งเสริมให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นนคร แห่งไมซ์ (MICE City)	68.18	31.82	0.00	2.68	มาก
1.2 นโยบายของรัฐช่วยส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัด เชียงใหม่	50.00	50.00	0.00	2.50	มาก
1.3 การสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐในการส่งเสริมธุรกิจการจัดประชุม เช่น องค์การบริหารส่วนจังหวัด มีการเชิญชวนให้หน่วยงานในท้องถิ่นมาจัด ประชุมที่จังหวัดเชียงใหม่ สสพ.มีนโยบายที่จะจัดการประชุมที่จังหวัด เชียงใหม่ในปี 2556 มากขึ้น	45.45	54.55	0.00	2.45	มาก
1.4 ภาครัฐมีการกำหนดระเบียบที่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินกิจกรรมด้านธุรกิจการ จัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่	36.36	45.45	18.18	2.18	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย				2.45	มาก

ตาราง 42 (ต่อ)

การจัดประชุม ประเด็นที่เป็นโอกาส (+)	ผู้ให้ข้อมูล (N = 22)			ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
	มาก	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย		
2. Organizing					
2.1 การที่จังหวัดเชียงใหม่มีศูนย์ประชุมนานาชาติจะเป็นโอกาสที่ดีให้แก่บุคลากร ของจังหวัดเชียงใหม่ในการที่จะเพิ่มทักษะความรู้ในด้านการจัดประชุม	77.27	13.64	9.09	2.68	มาก
2.2 การที่ภาครัฐมีการกระตุ้นให้มีการจัดประชุมสัมมนาในจังหวัดเชียงใหม่อย่าง ต่อเนื่องก็จะเป็นประโยชน์ให้แก่บุคลากรที่จะมีประสบการณ์ตรงมากขึ้น	63.64	36.36	0.00	2.63	มาก
2.3 นโยบายของรัฐบาลมีการกำหนดยุทธศาสตร์ทางการพัฒนาศักยภาพของ ผู้ประกอบการและบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์	45.45	50.00	4.55	2.40	มาก
ค่าคะแนนเฉลี่ย				2.57	มาก
3. Leading					
3.1 ประเทศไทยมีหน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบในการกำกับดูแลธุรกิจไมซ์ทำให้ ธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่มีโอกาสที่จะพัฒนาไปได้อย่าง ต่อเนื่อง	40.91	59.09	0.00	2.40	มาก

ตาราง 42 (ต่อ)

การจัดประชุม ประเด็นที่เป็นโอกาส (+)	ผู้ให้ข้อมูล (N = 22)			ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
	มาก	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย		
3.2 ความร่วมมือของ 8 หน่วยงานพันธมิตรในจังหวัดเชียงใหม่จะทำให้ธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่มีการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น	45.45	54.55	0.00	2.45	มาก
ค่าคะแนนเฉลี่ย				2.42	มาก
4. Controlling					
4.1 การพัฒนาในเรื่องของเทคโนโลยีในปัจจุบันทำให้บริษัทต่างๆ ที่ต้องการจัดประชุม สามารถเข้าถึงข้อมูลที่สำคัญได้อย่างสะดวกและรวดเร็วมากขึ้นเช่น แหล่งท่องเที่ยว สถานที่จัดงาน ผู้ให้บริการด้านต่างๆ (Suppliers)	50.00	40.91	9.09	2.40	มาก
4.2 การพัฒนาในเรื่องเทคโนโลยีในปัจจุบัน เช่น ระบบสังคมออนไลน์ทำให้ธุรกิจการจัดประชุมสามารถประเมินความพึงพอใจของลูกค้าได้ง่ายขึ้นและมีประสิทธิภาพมากขึ้น	40.91	40.91	18.18	2.22	ปานกลาง

ตาราง 42 (ต่อ)

การจัดประชุม ประเด็นที่เป็นโอกาส (+)	ผู้ให้ข้อมูล (N = 22)			ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
	มาก	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย		
4.3 ประเทศไทยมีการกำหนดระดับคุณภาพและการบริการของผู้ประกอบ กิจกรรมด้านการประชุม เช่น มาตรฐานด้านสถานที่จัดประชุม มาตรฐานด้าน การให้บริการ หรือด้านการต้อนรับ	31.82	54.55	13.64	2.18	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย				2.26	ปานกลาง

หมายเหตุ	ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
	2.34 – 3.00	มีระดับความสำคัญมาก
	1.67 – 2.33	มีระดับความสำคัญปานกลาง
	1.00 – 1.66	มีระดับความสำคัญน้อย

การวิเคราะห์อุปสรรค

1. การวางแผน (planning)

ผลการศึกษาตาราง 43 พบว่า การวางแผนในธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่มีอุปสรรคอยู่ในระดับความสำคัญสูง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.54) โดยสิ่งที่เป็นอุปสรรคในการวางแผนในธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุดคือ การเมือง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.68) และนอกจากนี้ผลกระทบจากเศรษฐกิจของโลกยังส่งผลทำให้ธุรกิจการจัดประชุมมีปริมาณที่ลดน้อยลงหรือเลิกจัดในภูมิภาคเดียวกันมากขึ้นเพื่อลดค่าใช้จ่าย (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.63) และการที่ภาครัฐยังไม่มีความรู้และเข้าใจในธุรกิจการจัดประชุมทำให้ความร่วมมือและการอำนวยความสะดวกให้แก่เอกชนไม่ราบรื่นเท่าที่ควร (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.31)

2. การจัดองค์กร (organizing)

ผลการศึกษาพบว่า ระดับความสำคัญของอุปสรรคในการจัดองค์กรในธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่อยู่ในระดับสูงเช่นเดียวกับการวางแผน (planning) (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.40) โดยมองว่าการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 จะเป็นการดึงให้แรงงานต่างชาติเข้ามาแข่งขันหรือแย่งงานคนในท้องถิ่นซึ่งยังขาดทักษะด้านภาษามากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.54) และนอกจากนี้ข้อจำกัดและกฎระเบียบต่างๆ ของรัฐจะเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนารัฐกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.27)

3. การนำ (leading)

ผลการศึกษาพบว่า ระดับความสำคัญของการนำ (leading) ในธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.29) โดยที่จังหวัดเชียงใหม่ยังขาดความชัดเจนในเรื่องของการบริหารจัดการ ทำให้องค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องยังไม่สามารถกำหนดรูปแบบในการบริหารจัดการในการพัฒนารัฐกิจการจัดประชุมได้อย่างเต็มรูปแบบ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.36) เป็นสิ่งที่เป็นอุปสรรคในการนำมากที่สุด และนอกจากนี้ความร่วมมือและการสนับสนุนจากภาครัฐในการประมูลสิทธิ์ในประเทศไทยยังมีไม่มากนักทำให้โอกาสของประเทศไทยที่จะชนะหรือได้รับเลือกในการประมูลสิทธิ์ในการจัดประชุมมีน้อย (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.22)

4. การควบคุม (controlling)

ผลการศึกษาพบว่า อุปสรรคในการควบคุมธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่ อยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง โดยการเมืองยังคงเป็นอุปสรรคที่สำคัญมากที่สุดเช่นเดียวกับการวางแผน (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.59) เนื่องจากความไม่แน่นอนในนโยบายและแผนปฏิบัติงานของรัฐ รวมถึงความปลอดภัยและความเชื่อมั่นของนักลงทุน ผู้ที่จะมาจัดงานประชุมและผู้เข้าร่วมประชุม

ตาราง 43 ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยในการประเมินอุปสรรคของผู้ให้ข้อมูลในธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่

การจัดประชุม ประเด็นที่เป็นอุปสรรค (-)	ผู้ให้ข้อมูล (N = 22)			ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
	มาก	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย		
1. Planning					
1.1 การเมืองมีผลกระทบต่อการวางแผนและพัฒนาธุรกิจการจัดประชุม ของจังหวัดเชียงใหม่	68.18	31.82	0.00	2.68	มาก
1.2 ผลกระทบทางเศรษฐกิจของโลกมีผลทำให้การจัดประชุมมีปริมาณที่ลด น้อยลงหรือเลือกสถานที่จัดประชุมในภูมิภาคเดียวกันเพื่อลดค่าใช้จ่าย	63.64	36.36	0.00	2.63	มาก
1.3 ภาครัฐยังไม่มีความรู้และความเข้าใจในธุรกิจการจัดประชุม ซึ่งนำไปสู่ การไม่ให้ความร่วมมือและอำนวยความสะดวกให้แก่เอกชน	40.91	50.00	9.09	2.31	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย				2.54	มาก
2. Organizing					
2.1 การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 จะเป็นการดึงให้แรงงาน ต่างชาติเข้ามาแข่งขันกับบุคลากรของไทยซึ่งยังขาดทักษะในด้านภาษา	59.09	36.36	4.55	2.54	มาก
2.2 ข้อจำกัดและกฎระเบียบต่างๆ เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาธุรกิจการจัด ประชุมของจังหวัดเชียงใหม่	40.91	45.45	13.64	2.27	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย				2.31	ปานกลาง

ตาราง 43 (ต่อ)

การจัดประชุม ประเด็นที่เป็นอุปสรรค (-)	ผู้ให้ข้อมูล (N = 22)			ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
	มาก	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย		
3. Leading					
3.1 เนื่องจากยังขาดความชัดเจนในเรื่องการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ของจังหวัด เชียงใหม่ทำให้องค์กรต่างๆที่เกี่ยวข้องยังไม่สามารถกำหนดรูปแบบในการ บริหารจัดการในการพัฒนาธุรกิจการจัดประชุมได้อย่างเต็มรูปแบบ	50.00	36.36	13.64	2.36	มาก
3.2 ความร่วมมือและการสนับสนุนจากการค้าในการประมูลสิทธิในประเทศไทยยัง มีไม่มากนัก ทำให้โอกาสของประเทศไทยจะชนะหรือได้รับเลือกจากการ ประมูลสิทธิในการจัดประชุมมีน้อย	36.36	50.00	13.64	2.22	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย				2.29	ปานกลาง
4. Controlling					
4.1 การเมืองมีผลต่อการปฏิบัติงานของธุรกิจการจัดประชุมเนื่องจากความไม่ แน่นอนในนโยบายและแผนปฏิบัติงานของรัฐ	63.64	31.82	4.55	2.59	มาก

ตาราง 43 (ต่อ)

การจัดประชุม ประเด็นที่เป็นอุปสรรค (-)	ผู้ให้ข้อมูล (N = 22)			ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
	มาก	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย		
4.2 ลูกค้ายางกลุ่มที่ไม่นิยมหรือไม่ใช้ระบบสังคมออนไลน์ทำให้ยังขาดโอกาสในการเก็บข้อมูลจากลูกค้าในกลุ่มนี้	27.27	54.55	18.18	2.09	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย				2.32	ปานกลาง

หมายเหตุ	ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
	2.34 – 3.00	มีระดับความสำคัญมาก
	1.67 – 2.33	มีระดับความสำคัญปานกลาง
	1.00 – 1.66	มีระดับความสำคัญน้อย

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (incentive travels) การวิเคราะห์จุดแข็งในการวางแผน (planning)

ผลการศึกษาดาราง 44 พบว่า จุดแข็งในการวางแผนในธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลนั้นอยู่ในระดับความสำคัญสูง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.39) โดยจุดแข็งที่ผู้ให้ข้อมูลสามารถนำจุดเด่นของจังหวัดเชียงใหม่ไปวางแผนได้ดีที่สุดคือ จังหวัดเชียงใหม่มีความหลากหลายในแหล่งท่องเที่ยวและรูปแบบการท่องเที่ยว เช่น แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.95) นอกจากนี้จากแนวโน้มในเรื่องของความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กร (CSR) ก็เป็นจุดแข็งอีกจุดหนึ่งที่สามารถนำไปวางแผนในการดึงดูดนักท่องเที่ยว หรือผู้เข้าร่วมประชุมเข้ามาท่องเที่ยวหรือทำกิจกรรมที่รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมในจังหวัดเชียงใหม่ได้ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.59) ควบคู่กับโครงสร้างพื้นฐานที่ดีสำหรับการเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เช่น ที่พัก ระบบขนส่ง สถานที่จัดประชุม เป็นต้น (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.45) แต่อย่างไรก็ดีถึงแม้ว่าเชียงใหม่จะมีองค์ประกอบที่น่าสนใจหลายประการ แต่ทั้งนี้ แผนกลยุทธ์ ปฏิบัติงาน ในการส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของจังหวัดเชียงใหม่ก็ยังถูกมองระดับความสำคัญแค่ในระดับปานกลางเท่านั้น (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.31)

การวิเคราะห์จุดแข็ง

1. การจัดองค์กร (organizing)

ผลการศึกษาพบว่า การให้ความสำคัญกับการวางแผนจัดองค์กรในธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของจังหวัดเชียงใหม่ยังอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.20) โดยทั้งนี้การที่สมาคมักคฤเทศก์เชียงใหม่ได้มีการพัฒนาทักษะมัคคฤเทศก์ของจังหวัดเชียงใหม่อยู่เสมอและมีการอบรมภาษาที่อยู่ในกลุ่มของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เช่น ภาษาพม่า ภาษาอินโดนีเซีย ภาษาจีน เพื่อรองรับการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 ซึ่งถือว่าจุดแข็งที่จังหวัดเชียงใหม่ได้ให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.36) ซึ่งโดยทั่วไปบุคลากรในธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลก็สามารถใช้ภาษาต่างประเทศในการสื่อสารได้ในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.27) แต่ทั้งนี้สิ่งที่ทางธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลให้ความสำคัญในระดับน้อยสุดก็คือ ในเรื่องของบุคลากรในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีความรู้ ความเข้าใจในธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่อยู่ในระดับปานกลางเท่านั้น (2.04)

2. การนำ (leading)

ผลการศึกษาพบว่า ในแง่ของภาพรวมในการนำ (leading) ของผู้บริหารในธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลนั้นระดับความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.27) โดยจุดแข็งในการนำ (leading) ที่ดีที่สุดก็คือผู้บริหารองค์กรของเอกชนสามารถให้คำปรึกษาในเวลาที่เกิดปัญหาให้แก่บุคลากรในระหว่างการทำงานได้ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.36) และมองว่าผู้บริหารในองค์กรเอกชนมีความรู้ ประสบการณ์และทักษะที่ดีในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.36) และการที่องค์กรเอกชนมีนโยบายในเรื่องของการบริหารจัดการ เช่น มีงบประมาณในการรับรองลูกค้า (entertainment) เป็นสิ่งที่องค์กรให้ความสำคัญน้อยสุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.20)

3. การควบคุม (controlling)

ผลการศึกษาพบว่า การให้ความสำคัญในการควบคุม (controlling) ในธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลอยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.22) โดยทั้งองค์กรภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลให้ความสำคัญกับการประเมินองค์กรและบุคลากรในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.27) รวมถึงตัวชี้วัดก็อยู่ในการทำงานอยู่ในระดับปานกลางเช่นเดียวกัน (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.18)

ตาราง 44 ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยในการประเมินจุดแข็งของผู้ให้ข้อมูลในธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจังหวัดเชียงใหม่

การวิเคราะห์จุดแข็ง ประเด็นที่เป็นจุดแข็ง (+)	ผู้ให้ข้อมูล (N = 22)			ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
	มาก	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย		
1. Planning					
1.1 จังหวัดเชียงใหม่มีความหลากหลายในแหล่งท่องเที่ยวและรูปแบบการท่องเที่ยว อาทิเช่น แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์	95.45	4.55	0.00	2.95	มาก
1.2 แนวโน้มในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กร (CSR) ซึ่งเชียงใหม่เป็นอีกจุดหมายปลายทางหนึ่งที่มีความนิยมในการมาจัดกิจกรรมประเภทนี้	59.09	40.91	0.00	2.59	มาก
1.3 จังหวัดเชียงใหม่มีโครงสร้างพื้นฐานที่ดีสำหรับการเป็นจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เช่น ที่พัก ระบบขนส่ง สถานที่จัดประชุม	45.45	54.55	0.00	2.45	มาก
1.4 นโยบายในการส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีความชัดเจนและเป็นรูปธรรม	40.91	50.00	9.09	2.31	ปานกลาง
1.5 มีการกำหนดแผนปฏิบัติงานทั้งระยะสั้น ระยะกลาง ระยะยาวอย่างชัดเจนในการสนับสนุนธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของจังหวัดเชียงใหม่	22.73	59.09	18.18	2.04	ปานกลาง

ตาราง 44 (ต่อ)

การวิเคราะห์จุดแข็ง ประเด็นที่เป็นจุดแข็ง (+)	ผู้ให้ข้อมูล (N = 22)			ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
	มาก	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย		
1.6 จังหวัดเชียงใหม่มีการกำหนดแผนกลยุทธ์ในการส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเพื่อสร้างความเข้าใจให้แก่บุคลากรที่เกี่ยวข้อง	27.27	45.45	27.27	2.00	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย				2.39	มาก
2. Organizing					
2.1 สมาคมมัคคุเทศก์ เชียงใหม่มีการพัฒนาทักษะมัคคุเทศก์ของจังหวัดเชียงใหม่ อยู่สม่ำเสมอและมีโครงการอบรมภาษาในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เพื่อรองรับการเป็นประชาคมฯ ในอนาคต เช่น ภาษาพม่า ภาษาอินโดนีเซีย ภาษาจีน	45.45	45.45	9.09	2.36	มาก
2.2 จังหวัดเชียงใหม่มีบุคลากรที่สามารถใช้ภาษาต่างประเทศในการติดต่อสื่อสารได้เป็นอย่างดี	31.82	63.64	4.55	2.27	ปานกลาง
2.3 จังหวัดเชียงใหม่มีบุคลากรที่สามารถใช้ภาษาต่างประเทศในการติดต่อสื่อสารได้เป็นอย่างดี	23.73	68.18	9.09	2.13	ปานกลาง

ตาราง 44 (ต่อ)

การวิเคราะห์จุดแข็ง ประเด็นที่เป็นจุดแข็ง (+)	ผู้ให้ข้อมูล (N = 22)			ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
	มาก	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย		
2.4 จังหวัดเชียงใหม่มีบุคลากรที่มีความรู้ ความเข้าใจในธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	18.18	68.18	13.64	2.04	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย			2.20		ปานกลาง
3. Leading					
3.1 ผู้บริหารในองค์กรเอกชนสามารถให้คำปรึกษาแก่บุคลากรในเวลาที่มีปัญหา ระหว่างการทำงานได้	40.91	54.55	4.55	2.36	มาก
3.2 ผู้ประกอบการในองค์กรของเอกชนมีความรู้ ประสบการณ์และทักษะที่ดีในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	40.91	50.00	9.09	2.31	ปานกลาง
3.3 องค์กรเอกชนมีนโยบายในการบริหารจัดการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลอย่างชัดเจน เช่น มีงบประมาณสำหรับการ Entertain ลูกค้า มีงบค่าใช้จ่ายกรณีที่ถูกค้ามา Inspect ตามสถานที่ต่างๆ	27.27	45.45	27.27	2.00	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย				2.22	ปานกลาง

ตาราง 44 (ต่อ)

การวิเคราะห์จุดแข็ง ประเด็นที่เป็นจุดแข็ง (+)	ผู้ให้ข้อมูล (N = 22)			ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
	มาก	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย		
4. Controlling					
4.1 องค์การทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล มีการประเมินองค์กรและบุคลากรในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ	27.27	72.73	18.18	2.27	ปานกลาง
4.2 ในการประเมินผลการปฏิบัติงานขององค์กร องค์กรมีตัวชี้วัดในการ ปฏิบัติงานอย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรม	36.36	45.45	18.18	2.18	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย				2.22	ปานกลาง

หมายเหตุ	ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
	2.34 – 3.00	มีระดับความสำคัญมาก
	1.67 – 2.33	มีระดับความสำคัญปานกลาง
	1.00 – 1.66	มีระดับความสำคัญน้อย

การวิเคราะห์จุดอ่อน

1. การวางแผน (planning)

ผลการศึกษาดารง 45 พบว่า จุดอ่อนในการวางแผน (planning) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลอยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.21) โดยสิ่งที่เป็นจุดอ่อนในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมากที่สุดคือ การขาดสถานที่จัดงานที่มีความหลากหลายและรองรับปริมาณลูกค้าจำนวนมากได้และยังขาดบริษัทบริหารจัดการท่องเที่ยว (DMC) ที่มีศักยภาพและปริมาณเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.31) นอกจากนี้เชียงใหม่ยังขาดแคลนร้านอาหารหรือภัตตาคารที่สามารถรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาในปริมาณมากๆ ได้ โดยเฉพาะถ้ามาในระดับ 500-1,000 หรือมากกว่า จะมีเพียงไม่กี่แห่งที่สามารถรองรับได้ทำให้ไม่มีความหลากหลายในเรื่องของร้านอาหาร ในขณะที่เดียวกันสถานที่จัดงานของรัฐโดยส่วนใหญ่จะมีข้อจำกัดค่อนข้างมาก เนื่องจากการเป็นการทำงานในระบบราชการ ทำให้มีข้อจำกัดในการทำงานมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.27) นอกจากนี้จุดอ่อนในการวางแผนการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลอีกประการก็คือ โดยส่วนใหญ่การจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจะมีการหมุนเวียนเปลี่ยนสถานที่ไป การหมุนเวียนกลับมาใช้จุดหมายปลายทางเดิมต้องใช้เวลาอย่างน้อย 4-5 ปี (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.27) และสิ่งที่เป็นจุดอ่อนที่ได้ระดับความสำคัญน้อยสุดก็คือ เชียงใหม่ยังขาดที่พักประเภทห้าดาวซึ่งเป็นกลุ่มที่พักที่กลุ่มนักท่องเที่ยวไมซ์นิยมพัก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.09) แต่ทั้งนี้การวางแผนแก้ไขก็สามารถทำได้ในระดับหนึ่ง เช่น มีการเปลี่ยนเวลาในการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลไปในช่วงที่มีใช้ฤดูกาลท่องเที่ยว (low season) ก็จะสามารถหลีกเลี่ยงกรณีห้องพักระดับห้าดาวเต็มในช่วงนั้นได้ จึงทำให้ผู้ให้ข้อมูลมองว่าเป็นสิ่งที่สามารถแก้ไขปัญหาก็ได้จึงให้ความสำคัญในระดับน้อยสุด

2. การจัดองค์กร (organizing)

ผลการศึกษาพบว่า จุดอ่อนของการจัดองค์กร (organizing) ในธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลอยู่ในระดับความสำคัญสูง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.36) ซึ่งจุดอ่อนที่ต้องนำไปปรับปรุงแก้ไขในการจัดองค์กร ได้แก่ การขาดแคลนมัคคุเทศก์หรือล่ามที่ทำหน้าที่ดูแลกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในบางภาษา เช่น ภาษาจีน ภาษาเกาหลี ภาษาสเปน เนื่องจากนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีความแตกต่างจากนักท่องเที่ยวทั่วไปดังนั้นมัคคุเทศก์ที่สามารถดูแลนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้ต้องมีความสามารถและทักษะอย่างมากซึ่งมีจำนวนไม่มากนักในจังหวัดเชียงใหม่ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งบางภาษาซึ่งมัคคุเทศก์ทั่วไปที่สามารถใช้ภาษาที่กล่าวมาก็ค่อนข้างมีน้อยอยู่แล้ว และต้องเป็นผู้มีทักษะในการดูแลนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลยิ่งหายากมากขึ้น โดยเฉพาะในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว

จะค่อนข้างเป็นจุดอ่อนอย่างมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.36) นอกจากนี้การทอ้งเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในบางครั้งต้องมีการประมูลสิทธิ์ (bidding) ซึ่งบุคลากรในจังหวัดเชียงใหม่ที่ทำงานในธุรกิจนี้ยังขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องของการประมูลสิทธิ์ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.36) ในขณะเดียวกันผู้ให้บริการด้านการทอ้งเที่ยว (suppliers) เช่น โรงแรม ร้านอาหาร สถานที่จัดประชุม ยังขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องของการให้บริการแก่นักทอ้งเที่ยวกลุ่มเพื่อเป็นรางวัล (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.36) เนื่องจากเป็นกลุ่มที่ค่อนข้างมีรายละเอียดมากกว่ากลุ่มนักทอ้งเที่ยวทั่วไป ทั้งในเรื่องพฤติกรรม ความต้องการ เวลา ทำให้การทำงานกับผู้ให้บริการฯ บางครั้งทำงานได้ยากขึ้นและใช้เวลาในการทำงานมากขึ้น

3. การนำ (leading)

ผลการศึกษาพบว่า ระดับความสำคัญของจุดอ่อนในการนำ (leading) อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.28) โดยสิ่งที่ถือว่าเป็นจุดอ่อนในการนำของธุรกิจการทอ้งเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมากที่สุดคือ การทำงานของรัฐที่ยังยึดติดกับการทำงานตามสังกัด ทำให้การทำงานแบบบูรณาการ ไม่มีประสิทธิภาพ และและการทำงานยังเน้นการทำงานในเชิงสนับสนุนมากกว่าเชิงรุก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.36) และนอกจากนี้ผู้บริการในองค์กรของรัฐยังขาดความรู้ความเข้าใจในในธุรกิจการทอ้งเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.13)

4. การควบคุม (controlling)

ผลการศึกษาพบว่า ระดับความสำคัญของการควบคุม (controlling) ในการทอ้งเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลอยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.13) โดยจุดอ่อนในการควบคุมในธุรกิจการทอ้งเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในส่วนขององค์กรนั้นคือ การที่องค์กรส่วนใหญ่มีการประเมินผลการปฏิบัติงานแบบ “ทางเดียว” คือการให้หัวหน้าประเมินลูกน้องแต่เพียงด้านเดียว (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.22) อาจทำให้เกิดความไม่ยุติธรรมได้สำหรับในมุมมองของลูกน้อง ในส่วนของ การควบคุมในด้านของการทำงานกับหน่วยงานอื่นๆ สิ่งที่เป็นจุดอ่อนในการควบคุมก็คือ การทำงานร่วมกับผู้ให้บริการด้านการทอ้งเที่ยว (suppliers) (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.04) ซึ่งในแต่ละโปรแกรมการทอ้งเที่ยวประกอบด้วยผู้ให้บริการด้านการทอ้งเที่ยวหลายประเภท เช่น ที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ทำให้การควบคุมการทำงานให้มีประสิทธิภาพและราบรื่นไปได้ นั้นทำได้ยากและมีขั้นตอนที่ละเอียดอ่อน

ตาราง 45 ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยในการประเมินจุดอ่อนของผู้ให้ข้อมูลในธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของจังหวัดเชียงใหม่

การวิเคราะห์จุดอ่อน ประเด็นที่เป็นจุดอ่อน (-)	ผู้ให้ข้อมูล (N = 22)			ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
	มาก	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย		
1. Planning					
1.1 จังหวัดเชียงใหม่ยังขาดบริษัทบริหารจัดการท่องเที่ยว (DMC) ที่มีศักยภาพและมี ปริมาณที่เพียงพอกับความต้องการ	45.45	40.91	13.64	2.31	ปานกลาง
1.2 จังหวัดเชียงใหม่ยังขาดสถานที่จัดงานที่มีความหลากหลายและสามารถรองรับ ปริมาณลูกค้าจำนวนมาก	40.91	50.00	9.09	2.31	ปานกลาง
1.3 การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจะมีการหมุนเวียนเปลี่ยนสถานที่ท่องเที่ยวไป การ หมุนเวียนกลับมาให้บริการในจุดหมายเดิมต้องใช้เวลาอย่างน้อย 4-5 ปี	36.36	54.54	9.09	2.27	ปานกลาง
1.4 จังหวัดเชียงใหม่ยังขาดแคลนร้านอาหารที่สามารถรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มา ในปริมาณมากๆ ได้	50.00	27.27	22.73	2.27	ปานกลาง
1.5 สถานที่จัดงานของรัฐในจังหวัดเชียงใหม่มีข้อจำกัดทำให้การจัดโปรแกรมการ ท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลดำเนินงานได้ไม่ราบรื่นมากนัก	40.91	45.45	13.64	2.27	ปานกลาง
1.6 จังหวัดเชียงใหม่ยังขาดที่พักประเภทห้าดาวซึ่งเป็นที่พักที่กลุ่มนักท่องเที่ยวไมซ์ พำนักร	27.27	54.55	18.18	2.09	ปานกลาง

ตาราง 45 (ต่อ)

การวิเคราะห์จุดอ่อน ประเด็นที่เป็นจุดอ่อน (-)	ผู้ให้ข้อมูล (N = 22)			ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
	มาก	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย		
1.7 จังหวัดเชียงใหม่ไม่มีหน่วยงานที่รับผิดชอบในการกำกับดูแลธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	22.73	54.55	22.73	2.00	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย				2.21	ปานกลาง
2. Organizing					
2.1 จังหวัดเชียงใหม่ยังขาดมัคคุเทศก์หรือล่ามที่ทำหน้าที่ดูแลกลุ่มท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในบางภาษา เช่น ภาษาจีน ภาษาเกาหลี ภาษาสเปน	54.55	27.27	18.18	2.36	มาก
2.2 บุคลากรในธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลยังในจังหวัดเชียงใหม่ขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องของการประมูลสิทธิ์ (bidding)	45.45	45.45	9.09	2.36	มาก
2.3 ผู้ให้บริการด้านต่างๆ (suppliers) ยังขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องของการให้บริการกับกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	50.00	36.36	13.64	2.36	มาก
ค่าคะแนนเฉลี่ย				2.36	มาก

ตาราง 45 (ต่อ)

การวิเคราะห์จุดอ่อน ประเด็นที่เป็นจุดอ่อน (-)	ผู้ให้ข้อมูล (N = 22)			ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
	มาก	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย		
3. Leading					
3.1 องค์การของรัฐยังยึดติดกับการทำงานตามสังกัด ทำให้การทำงานแบบบูรณาการไม่มีประสิทธิภาพ	45.45	45.45	9.09	2.36	มาก
3.2 การทำงานของภาครัฐที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่เป็นการทำงานที่เน้นการสนับสนุนมากกว่า การทำงานจึงเป็นแบบเชิงรับมากกว่าเชิงรุก	45.45	45.45	9.09	2.36	มาก
3.3 ผู้บริหารในองค์การของรัฐที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ยังขาดความรู้ความเข้าใจในธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	22.73	68.18	9.09	2.13	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย				2.28	ปานกลาง
4. Controlling					
4.1 องค์การส่วนใหญ่เป็นการประเมินผลการปฏิบัติงานแบบ “ทางเดียว” คือ การให้หัวหน้างานประเมินลูกน้องทางเดียว ทำให้การประเมินนั้นอาจไม่รอบรืน	45.45	45.45	9.09	2.22	ปานกลาง

ตาราง 45 (ต่อ)

การวิเคราะห์จุดอ่อน ประเด็นที่เป็นจุดอ่อน (-)	ผู้ให้ข้อมูล (N = 22)			ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
	มาก	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย		
4.2 การทำงานของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเป็นงานที่ต้องประสานงานกับผู้ให้บริการด้านต่างๆ (Suppliers) ดังนั้นการดำเนินการควบคุมโปรแกรมให้ดำเนินไปอย่างราบรื่นมีความยากลำบากและมีความสับสนซับซ้อนมาก	9.09	86.36	4.55	2.04	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย				2.13	ปานกลาง

หมายเหตุ	ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
	2.34 – 3.00	มีระดับความสำคัญมาก
	1.67 – 2.33	มีระดับความสำคัญปานกลาง
	1.00 – 1.66	มีระดับความสำคัญน้อย

การวิเคราะห์โอกาส

1. การวางแผน (planning)

ผลการศึกษาราย 46 พบว่า โอกาสในการวางแผน (planning) ในธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลอยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.12) ถึงแม้ว่าภาครัฐจะมีการจัดทำแผนพัฒนาและปรับปรุงเส้นทางเชื่อมโยงและพัฒนาระบบขนส่งมวลชนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในแต่ในมุมมองของผู้ให้ข้อมูลมองว่ามีโอกาสในการใช้แผนฯ ไปพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในระดับปานกลางเท่านั้น (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.18) รวมถึงมองว่าถึงแม้ว่าภาครัฐจะมีการสนับสนุนการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เช่น การอำนวยความสะดวกในการเข้า-ออกประเทศให้แก่นักท่องเที่ยวก็ตามก็มองว่าเป็นระดับความสำคัญแค่ระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.13) ทั้งนี้การที่นโยบายของรัฐในการช่วยสนับสนุนธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เช่น การสนับสนุนในเรื่องของการประมุขสิทธิ์ การสนับสนุนในเรื่องของเอกสาร ของที่ระลึก เป็นต้น ผู้ให้ข้อมูลก็มองว่าเป็นโอกาสในการวางแผนในระดับปานกลางเช่นเดียวกัน (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.09)

2. การจัดองค์กร (organizing)

ผลการศึกษาพบว่า โอกาสในเรื่องของการจัดองค์กร (organizing) ในธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลอยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง (คะแนนเฉลี่ย 2.15) โดยรัฐและเอกชนให้ความสำคัญในการพัฒนาบุคลากรในองค์กรโดยเฉพาะในเรื่องของภาษาเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 ในระดับปานกลางเท่านั้น (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.18) และถึงแม้ว่ารัฐจะมีนโยบายในการกำหนดยุทธศาสตร์ทางด้านการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการและบุคลากรในธุรกิจไม่ว่าก็ตามผู้ให้ข้อมูลก็มองความสำคัญในโอกาสพัฒนาการจัดองค์กรในระดับปานกลางเช่นเดียวกัน (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.13)

3. การนำ (leading)

ผลการศึกษาพบว่า โอกาสในการนำ (leading) ในธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลอยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.26) ผู้ให้ข้อมูลมองว่าความร่วมมือของหน่วยงาน 8 พันธมิตรในจังหวัดเชียงใหม่จะเป็นโอกาสอย่างมากที่จะทำให้จังหวัดเชียงใหม่มีการบริหารจัดการในธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.45) แต่มองว่าการที่องค์กรของรัฐ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ช่วยประชาสัมพันธ์จังหวัดเชียงใหม่ทั้งในและต่างประเทศมีค่าระดับความสำคัญแค่ปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.27) รวมถึงการที่ห้าง

สนับสนุนให้แก่องค์กรเอกชนในการไป Road Show หรือออกบูทยังต่างประเทศก็มีระดับความสำคัญในการนำแต่ละระดับปานกลางเท่านั้น (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.22)

4. การควบคุม (controlling)

ผลการศึกษาพบว่า โอกาสในการควบคุม (controlling) ในธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุดในโอกาส (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.47) โดยมองว่าการพัฒนาในเรื่องของเทคโนโลยีเป็นโอกาสทำให้สามารถประเมินความพึงพอใจของลูกค้าโดยผ่านทางออนไลน์ (on-line) ทำให้สะดวก ประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายมากขึ้น (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.50) และสามารถทำให้บริษัทบริหารจัดการท่องเที่ยว (DMC) สามารถเข้าถึงข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว สถานที่จัดงาน รวมถึงผู้ให้บริการด้านธุรกิจท่องเที่ยว (suppliers) ได้ง่ายขึ้น ทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวแบบได้รางวัลมีทางเลือกมากขึ้นและดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.45)

ตาราง 46 ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยในการประเมินโอกาสของผู้ให้ข้อมูลในธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของจังหวัดเชียงใหม่

การวิเคราะห์โอกาส ประเด็นที่เป็นโอกาส (+)	ผู้ให้ข้อมูล (N = 22)			ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
	มาก	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย		
1. Planning					
1.1 แผนพัฒนาและปรับปรุงเส้นทางการท่องเที่ยวแบบเชื่อมโยงและพัฒนาระบบขนส่งมวลชนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจะเป็นโอกาสที่จะทำให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นจุดหมายปลายทางและทางเลือกในการท่องเที่ยวแบบได้รางวัลมากขึ้น	31.82	54.55	13.64	2.18	ปานกลาง
1.2 ภาครัฐมีความชัดเจนในเรื่องการสนับสนุนธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เช่น การอำนวยความสะดวกในการเข้า-ออกประเทศ (visa) ให้แก่นักท่องเที่ยว	22.73	68.18	9.09	2.13	ปานกลาง
1.3 นโยบายของรัฐช่วยส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของจังหวัดเชียงใหม่	18.18	72.73	9.09	2.09	ปานกลาง
1.4หน่วยงานของรัฐให้การสนับสนุนในธุรกิจเพื่อเป็นรางวัล เช่น การช่วยเหลือสนับสนุนในการประมูลงาน สนับสนุนในเรื่องของเอกสาร ของที่ระลึก	18.18	72.73	9.09	2.09	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย				2.12	ปานกลาง

ตาราง 46 (ต่อ)

การวิเคราะห์โอกาส ประเด็นที่เป็นโอกาส (+)	ผู้ให้ข้อมูล (N = 22)			ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
	มาก	ปานกลาง	น้อย		
	(ร้อยละ)				
2. Organizing					
2.1 องค์การทั้งภาครัฐและเอกชนให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรโดยเฉพาะในเรื่องของ “ภาษา” มากขึ้นเพื่อรองรับกับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558	27.27	63.64	9.09	2.18	ปานกลาง
2.2 นโยบายของรัฐมีการกำหนดยุทธศาสตร์ทางด้านการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการและบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์	22.73	68.18	9.09	2.13	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย				2.15	ปานกลาง
3. Leading					
3.1 ความร่วมมือของหน่วยงาน 8 พันธมิตรในจังหวัดเชียงใหม่ จะทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น	50.00	45.45	4.55	2.45	มาก
3.2 เมืองคักรของรัฐที่สนับสนุนในการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับจังหวัดเชียงใหม่ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	36.36	54.55	9.09	2.27	ปานกลาง

ตาราง 46 (ต่อ)

การวิเคราะห์โอกาส ประเด็นที่เป็นโอกาส (+)	ผู้ให้ข้อมูล (N = 22)			ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
	มาก	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย		
3.3 องค์การของรัฐมีงบประมาณสนับสนุนให้แก่องค์กรเอกชนในการไป Road show หรือออก บูธยังต่างประเทศ	36.36	50.00	13.64	2.22	ปานกลาง
3.4 ประเทศไทยมีองค์กรที่ดูแลรับผิดชอบในการกำกับดูแลธุรกิจไมซ์ ทำให้ธุรกิจการ ท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของจังหวัดเชียงใหม่มีโอกาสที่จะพัฒนาได้อย่างต่อเนื่อง	22.73	68.18	9.09	2.13	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย				2.26	ปานกลาง
4. Controlling					
4.1 รางวัลนำเทคโนโลยีมาใช้ (on-line) ในการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าได้ สะดวกและประหยัดเวลามากขึ้น	54.55	40.91	4.55	2.50	มาก

ตาราง 46 (ต่อ)

การวิเคราะห์โอกาส ประเด็นที่เป็นโอกาส (+)	ผู้ให้ข้อมูล (N = 22)			ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
	มาก	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย		
4.2 การพัฒนาในเรื่องของเทคโนโลยีในปัจจุบันทำให้บริษัทบริหารจัดการท่องเที่ยว (DMC) สามารถเข้าถึงข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว สถานที่จัดงาน ผู้ให้บริการด้านต่างๆ (suppliers) ได้ง่ายขึ้นทำให้การประกอบธุรกิจแบบได้รางวัลมีทางเลือกมากขึ้นและดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น	50.00	45.45	4.55	2.45	มาก
ค่าคะแนนเฉลี่ย				2.47	มาก

หมายเหตุ	ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
	2.34 – 3.00	มีระดับความสำคัญมาก
	1.67 – 2.33	มีระดับความสำคัญปานกลาง
	1.00 – 1.66	มีระดับความสำคัญน้อย

การวิเคราะห์อุปสรรค

1. การวางแผน (planning)

ผลการศึกษาตาราง 47 พบว่า อุปสรรคในการวางแผนพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลอยู่ในระดับความสำคัญมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.67) และมากที่สุดในการอุปสรรคทั้งหมด โดยการเมืองเป็นอุปสรรคที่สำคัญที่สุดในการวางแผนพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของจังหวัดเชียงใหม่เนื่องจากมีผลต่อความมั่นใจในความปลอดภัย และความราบรื่นในการท่องเที่ยวในมุมมองของนักท่องเที่ยว (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.81) ในขณะเดียวกันปัญหาหมอกควันและไฟป่าของจังหวัดเชียงใหม่ก็เป็นอุปสรรคสำคัญอีกอย่างหนึ่ง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.77) ซึ่งส่งผลกระทบต่อ การวางแผนในการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และยังเป็นปัญหาที่ภาครัฐยังไม่สามารถแก้ไข ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในส่วนของอุปสรรคภายนอกอีกประการก็คือ ผลกระทบของเศรษฐกิจโลก ที่เป็นอุปสรรคที่สำคัญอีกประการ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.77) เพราะทำให้การเลือกจุดหมายปลายทางของ นักท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลง รวมถึงอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศก็เป็นอุปสรรคที่สำคัญใน การวางแผนรายการนำเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลให้นักท่องเที่ยว (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.68)

2. การจัดองค์กร (organizing)

ผลการศึกษาพบว่า อุปสรรคในการจัดองค์กร (organizing) ในธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลอยู่ในระดับความสำคัญสูง โดยเหตุผลที่เป็นอุปสรรคสำคัญเนื่องจากในประเทศไทย มีสถาบันการศึกษาที่ผลิตบุคลากรในสายอาชีพธุรกิจไมซ์น้อย (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.54) เนื่องจาก ธุรกิจไมซ์เป็นองค์ความรู้ใหม่ที่ยังไม่มีการเรียนการสอนมากนักในสถาบันการศึกษา และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลโดยส่วนใหญ่จะเป็นการทำงานที่ต้องอาศัยประสบการณ์ในการทำงาน ซึ่ง ไม่มีรูปแบบการสอนที่แน่นอน การสอนส่วนใหญ่จะเป็นการสอนแบบ on the job training มากกว่า และนอกจากนี้การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 ก็จะเป็นอุปสรรคในการจัดองค์กรอีก ประการ เนื่องจากจะเป็นการดึงดูดแรงงานต่างชาติเข้ามาแข่งขันกับบุคลากรของไทยซึ่งยังขาดทักษะ ในด้านภาษาเป็นอย่างมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.54)

3. การนำ (leading)

ผลการศึกษาพบว่า อุปสรรคในการนำ (leading) ในธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็น รางวัลอยู่ในระดับความสำคัญสูงเช่นเดียวกับการวางแผนและการจัดองค์กร (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.50) โดยมองว่าการขาดความชัดเจนในการบริหารจัดการในธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากยัง ไม่มีการก่อตั้งหน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรงคือ CVB ทำให้หน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องยังไม่

สามารถกำหนดรูปแบบการบริหารจัดการในการการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลได้อย่างเต็มรูปแบบ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.50) และนอกจากนี้การให้ความสำคัญกับการสนับสนุนจากภาครัฐในเรื่องของการประมูลสิทธิ์ (bidding) ในประเทศไทยก็ยังมีไม่มากนัก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.50) ทำให้โอกาสของประเทศไทยหรือบริษัทบริหารจัดการท่องเที่ยว (DMC) จากประเทศไทยจะชนะหรือได้รับการคัดเลือกจากการประมูลสิทธิ์มีน้อย

4. การควบคุม (controlling)

ผลการศึกษาพบว่า อุปสรรคในการควบคุม (controlling) ในธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลอยู่ในระดับความสำคัญสูง เช่นเดียวกับ การวางแผน การจัดองค์กรและการนำ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.58) โดยการเมืองเป็นอุปสรรคที่สำคัญที่สุดเช่นเดียวกับการวางแผนในธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจของลูกค้าในการเลือกประเทศไทยหรือจังหวัดเชียงใหม่เป็นจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและเป็นสิ่งควบคุมได้ยากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.72) ในขณะที่เดียวกันการพัฒนาเทคโนโลยีเป็นสิ่งที่เป็นโอกาสให้กับธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแต่ในอีกมุมหนึ่งการใช้เทคโนโลยีก็มีอุปสรรคในอีกมุมหนึ่งก็คือ ไม่สามารถเข้าถึงได้ในบางกลุ่ม อาทิเช่น กลุ่มผู้สูงอายุ ซึ่งไม่นิยมในการใช้ระบบออนไลน์ ทำให้ไม่สามารถเข้าถึงหรือเก็บข้อมูลของกลุ่มลูกค้าประเภทนี้ได้หรือเก็บได้น้อย (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.45)

ตาราง 47 ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยในการประเมินอุปสรรคของผู้ให้ข้อมูลในธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของจังหวัดเชียงใหม่

การวิเคราะห์อุปสรรค ประเด็นที่เป็นอุปสรรค (-)	ผู้ให้ข้อมูล (N = 22)			ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
	มาก	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย		
1. Planning					
1.1 การเมืองมีผลโดยตรงต่อความรู้สึกมั่นใจในความปลอดภัย ความราบรื่น สะดวกสบายของรายการนำเที่ยว	81.82	18.18	0.00	2.81	มาก
1.2 ผลกระทบจากเศรษฐกิจโลกทำให้การเลือกสถานที่เพื่อเป็นรางวัลอาจมีการ เปลี่ยนแปลงจุดหมายปลายทางเป็นระยะทางใกล้ (short-haul destination)	77.27	22.73	0.00	2.77	มาก
1.3 ปัญหาหมอกควันและไฟป่าของจังหวัดเชียงใหม่ส่งผลกระทบต่อการจัดการ ท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	77.27	22.73	0.00	2.77	มาก
1.4 อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศส่งผลกระทบโดยตรงต่อการจัดการท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัลในเรื่องค่าใช้จ่าย	68.18	31.82	0.00	2.68	มาก
1.5 ภาครัฐยังไม่มีความรู้ความเข้าใจในธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลอันนำไปสู่ การให้ไม่ให้ความร่วมมือและอำนวยความสะดวกให้แก่ภาคเอกชน	36.36	63.64	0.00	2.36	มาก
ค่าคะแนนเฉลี่ย				2.67	มาก

ตาราง 47 (ต่อ)

การวิเคราะห์อุปสรรค ประเด็นที่เป็นอุปสรรค (-)	ผู้ให้ข้อมูล (N = 22)			ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
	มาก	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย		
2. Organizing					
2.1 การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 จะเป็นการดึงให้แรงงานต่างชาติ เข้ามาแข่งขันกับบุคลากรของไทยซึ่งยังขาดทักษะในด้านภาษา	59.09	36.36	4.55	2.54	มาก
2.2 ประเทศไทยยังมีสถาบันการศึกษาที่ผลิตบุคลากรที่มีความรู้ในด้านอุตสาหกรรม ไมชน้อย เนื่องจากอุตสาหกรรมไมชเป็นองค์ความรู้ใหม่ที่ยังไม่มีการเรียนการ สอนมากนักและส่วนใหญ่การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจะไม่มีรูปแบบที่แน่นอน การสอนจะเป็นการสอนแบบ On the job training มากกว่า	63.64	27.27	9.09	2.54	มาก
ค่าคะแนนเฉลี่ย				2.54	มาก
3. Leading					
3.1 ความร่วมมือและการสนับสนุนจากภาครัฐในการประมุลสิทธิในประเทศไทยยัง มีไม่มากนัก ทำให้โอกาสของประเทศไทยหรือ DMC จากประเทศไทยจะชนะ หรือได้รับเลือกจากการประมุลสิทธิมีน้อย	54.55	40.91	4.55	2.50	มาก

ตาราง 47 (ต่อ)

การวิเคราะห์อุปสรรค ประเด็นที่เป็นอุปสรรค (-)	ผู้ให้ข้อมูล (N = 22)			ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
	มาก	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย		
3.2 เนื่องจากยังขาดความชัดเจนในการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ ทำให้หน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องยังไม่สามารถกำหนดรูปแบบการบริหารจัดการในการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลได้อย่างเต็มรูปแบบ	54.55	40.91	4.55	2.50	มาก
ค่าคะแนนเฉลี่ย				2.50	มาก
4. Controlling					
4.1 การเมืองมีผลกระทบต่อธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเพราะเป็นปัจจัยหนึ่งในการตัดสินใจของลูกค้าในการเลือกสถานที่ในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวแบบได้รางวัล	72.73	27.27	0.00	2.72	มาก
4.2 ลูกค้าบางกลุ่ม เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ ไม่นิยมหรือใช้ระบบสังคมออนไลน์ ทำให้ไม่สามารถเก็บข้อมูลหรือประเมินความพึงพอใจจากลูกค้ากลุ่มนี้ได้	54.55	36.36	9.09	2.45	มาก
ค่าคะแนนเฉลี่ย				2.58	มาก

หมายเหตุ	ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
	2.34 – 3.00	มีระดับความสำคัญมาก
	1.67 – 2.33	มีระดับความสำคัญปานกลาง
	1.00 – 1.66	มีระดับความสำคัญน้อย

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ (convention)

การวิเคราะห์จุดแข็ง

1. การวางแผน (planning)

ผลการศึกษาดูตาราง 48 พบว่า จุดแข็งในการวางแผน (planning) พัฒนาศักยภาพการจัดประชุมนานาชาติอยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.30) โดยมองว่าจังหวัดเชียงใหม่มีความหลากหลายในเรื่องของแหล่งท่องเที่ยวทั้งธรรมชาติ ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.86) ซึ่งเป็นจุดแข็งที่องค์กรจะใช้ในการวางแผนที่จะดึงดูดผู้เข้าร่วมประชุม ผู้จัดประชุมให้ตัดสินใจมาร่วมประชุมหรือจัดประชุมนานาชาติ ณ จังหวัดเชียงใหม่ และนอกจากนี้ยังมองว่าจังหวัดเชียงใหม่มีสถานที่รองรับการจัดกิจกรรมในระดับนานาชาติ มีสิ่งอำนวยความสะดวก อาทิเช่น ที่พัก รีสอร์ทและศูนย์ประชุมที่มีมาตรฐาน และมีขนาดใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.40) และต้นทุนที่ต่ำเนื่องจากค่าครองชีพที่ต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับจุดหมายปลายทางอื่นในเอเชีย (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.40) ในขณะที่นโยบายของรัฐในการส่งเสริมธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติหรือการกำหนดแผนกลยุทธ์ต่างๆ ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญในการนำไปวางแผนในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.04)

2. การจัดองค์กร (organizing)

ผลการศึกษาพบว่า จุดแข็งในการการจัดองค์กร (organizing) ในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติอยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.22) โดยการที่สมาคมมัคคุเทศก์ เชียงใหม่มีโครงการพัฒนาทักษะของมัคคุเทศก์ให้เป็นล่ามในภาษาต่างๆ ในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เช่น ภาษาพม่า ภาษาอินโดนีเซีย ภาษาจีน เพื่อรองรับการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในอนาคตนั้นเป็นจุดแข็งที่สำคัญที่สุดในการพัฒนาการจัดองค์กร (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.36) นอกจากนี้มองความสำคัญของบุคลากรในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติในการจัดองค์กรมีทักษะในการใช้ภาษาต่างประเทศในระดับปานกลาง และมองว่าบุคลากรในจังหวัดเชียงใหม่มีความรู้ความเข้าใจในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติในระดับปานกลางเช่นเดียวกัน (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.09)

3. การนำ (leading)

ผลการศึกษาพบว่า จุดแข็งในการนำ (leading) ในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.32) โดยพบว่าจุดแข็งขององค์กรเอกชนก็คือ การมีนโยบายที่กระตุ้นหรือสนับสนุนบุคลากรในองค์กร ได้มีประสิทธิภาพมากกว่าองค์กรของรัฐ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.40) ทำให้การดำเนินงานขององค์กรเอกชนสามารถขับเคลื่อนไปได้อย่างต่อเนื่องมากกว่าองค์กรของรัฐ ในขณะที่ตัวผู้บริหารในองค์กรเอกชนสามารถให้คำปรึกษาแก่บุคลากรได้ดีในเวลาที่ปัญหาะหว่างการทำงาน (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.31) และมีความรู้ ทักษะและประสบการณ์ดีในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.27)

4. การควบคุม (controlling)

ผลการศึกษาพบว่า จุดแข็งในการให้ความสำคัญกับการควบคุมธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติอยู่ในระดับปานกลาง (2.15) โดยมองว่าองค์กรที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติของจังหวัดเชียงใหม่ทั้งภาครัฐและเอกชนมีการประเมินองค์กรและบุคลากรอย่างมีประสิทธิภาพ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.22) และมีตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานอย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรม (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.09)

ตาราง 48 ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยในการประเมินจุดแข็งของผู้ให้ข้อมูลในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติของจังหวัดเชียงใหม่

การจัดประชุมนานาชาติ ประเด็นที่เป็นจุดแข็ง (+)	ผู้ให้ข้อมูล (N = 22)			ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
	มาก	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย		
1. Planning					
1.1 จังหวัดเชียงใหม่มีความหลากหลายในเรื่องของแหล่งท่องเที่ยวทั้งธรรมชาติ ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	83.36	13.64	0.00	2.86	มาก
1.2 จังหวัดเชียงใหม่มีสถานที่รองรับการจัดกิจกรรมระดับนานาชาติ มีโรงแรม ที่พัก รีสอร์ทและศูนย์ประชุมที่มีมาตรฐาน มีขนาดใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้	50.00	40.91	9.09	2.40	มาก
1.3 ค่าใช้จ่ายในการจัดประชุมนานาชาติในจังหวัดเชียงใหม่มีต้นทุนและค่าครองชีพ ที่ต่ำกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับจุดหมายปลายทางอื่นในเอเชีย	50.00	40.91	9.09	2.40	มาก
1.4 มีการกำหนดแผนปฏิบัติงานทั้งระยะสั้น ระยะกลาง ระยะยาวอย่างชัดเจนในการ สนับสนุนธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่	27.27	54.55	18.18	2.09	ปานกลาง
1.5 นโยบายในการส่งเสริมธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติของจังหวัดเชียงใหม่มี ความชัดเจนและเป็นรูปธรรม	18.18	68.18	13.64	2.04	ปานกลาง

ตาราง 48 (ต่อ)

การจัดประชุมนานาชาติ ประเด็นที่เป็นจุดแข็ง (+)	ผู้ให้ข้อมูล (N = 22)			ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
	มาก	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย		
1.5 จังหวัดเชียงใหม่มีการกำหนดแผนกลยุทธ์ในการส่งเสริมธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติเพื่อสร้างความเข้าใจกับบุคลากรที่เกี่ยวข้อง	18.18	68.18	13.64	2.04	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย				2.30	ปานกลาง
2. Organizing					
2.1 สมาคมมัคคุเทศก์ เชียงใหม่มีโครงการที่จะอบรมมัคคุเทศก์ให้เป็นล่ามในภาษาในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเพื่อรองรับการเป็นประชาคมฯ ในอนาคต	45.45	45.45	9.09	2.36	มาก
เช่น ภาษาพม่า ภาษาอินโดนีเซีย ภาษาจีน					
2.2 บุคลากรในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติของจังหวัดเชียงใหม่มีทักษะในการใช้ภาษาต่างประเทศเป็นอย่างดี	36.36	50.00	13.64	2.22	ปานกลาง
2.3 จังหวัดเชียงใหม่มีบุคลากรที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติเป็นอย่างดี	18.18	72.73	9.09	2.09	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย				2.22	ปานกลาง

ตาราง 48 (ต่อ)

การจัดประชุมนานาชาติ ประเด็นที่เป็นจุดแข็ง (+)	ผู้ให้ข้อมูล (N = 22)			ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
	มาก	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย		
3. Leading					
3.1 องค์การเอกชนมีนโยบายที่กระตุ้นหรือสนับสนุนบุคลากรในองค์กรได้มี ประสิทธิภาพมากกว่าองค์กรของรัฐ ทำให้การปฏิบัติงานของภาคเอกชน สามารถขับเคลื่อนไปได้อย่างต่อเนื่อง	45.45	50.00	4.55	2.40	มาก
3.2 ผู้บริหารในองค์กรเอกชนสามารถให้คำปรึกษาแก่บุคลากรในองค์กรได้ในเวลาที่ มีปัญหาระหว่างการประชุมนานาชาติ	40.91	50.00	9.09	2.31	ปานกลาง
3.3 บริการในองค์กรเอกชนมีความรู้ ประสบการณ์และทักษะที่ดีในการจัดการธุรกิจ การจัดประชุมนานาชาติ	31.82	63.64	4.55	2.27	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย				2.15	ปานกลาง
4. Controlling					
4.1 องค์กรที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่ทั้งภาครัฐและ เอกชนมีการประเมินองค์กรและบุคลากรอย่างมีประสิทธิภาพ	31.82	59.09	9.09	2.22	ปานกลาง

ตาราง 48 (ต่อ)

การจัดประชุมนานาชาติ ประเด็นที่เป็นจุดแข็ง (+)		ผู้ให้ข้อมูล (N = 22)			ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
		มาก	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย		
4.2 ในการประเมินผลจากปฏิบัติงานองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนมีตัวชี้วัดผลในการ ปฏิบัติงานอย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรม		27.27	54.55	18.18	2.09	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย					2.15	ปานกลาง

หมายเหตุ	ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
	2.34 – 3.00	มีระดับความสำคัญมาก
	1.67 – 2.33	มีระดับความสำคัญปานกลาง
	1.00 – 1.66	มีระดับความสำคัญน้อย

การวิเคราะห์จุดอ่อน

1. การวางแผน (planning)

ผลการศึกษาราย 49 พบว่า ระดับความสำคัญของจุดอ่อนในการวางแผนพัฒนาธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติอยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.20) โดยสิ่งที่เป็นจุดอ่อนที่สำคัญในการวางแผนพัฒนาธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติมากที่สุดก็คือ การประชาสัมพันธ์ให้คนท้องถิ่นได้รู้จัก และเข้าใจและเห็นประโยชน์ของธุรกิจไมซ์ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.54) ในขณะที่เดียวกันการที่ศูนย์ประชุมนานาชาติของจังหวัดเชียงใหม่ยังขาดความชัดเจนในเรื่องของการบริหารจัดการ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.50) ก็เป็นอีกจุดอ่อนที่สำคัญอีกประการซึ่งส่งผลกระทบต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนพัฒนาธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ นอกจากนี้สิ่งสำคัญอีกประการสำหรับการพัฒนาธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติก็คือ การมีหน่วยงานรับผิดชอบดูแลหรือ CVB แต่ผู้ให้ข้อมูลมองความสำคัญในการจัดตั้ง CVB ในจังหวัดเชียงใหม่ในระดับปานกลาง แต่ผลการวิจัยกลับมองว่าการไม่มีหน่วยงานรับผิดชอบดูแลจัดการธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ มีความสำคัญในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.31) ในขณะที่โครงสร้างพื้นฐานระหว่างที่พักไปยังสถานที่จัดประชุมนานาชาติของจังหวัดเชียงใหม่และสถานที่ต่างๆ ก็ยังเป็นปัญหาที่ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.13) เช่นเดียวกันที่พักในระดับห้าดาวที่ยังขาดแคลนอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ และสิ่งที่ผู้ให้ข้อมูลให้ค่าระดับคะแนนความสำคัญของจุดอ่อนน้อยที่สุดก็คือ การขาดสถานที่จัดประชุมที่รองรับระดับนานาชาติได้ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.63) อาจจะเป็นเพราะผู้ให้ข้อมูลมองว่าจังหวัดเชียงใหม่มีศูนย์ประชุมนานาชาติที่รองรับงานระดับนานาชาติได้และมีขนาดใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จึงมองว่าไม่เป็นจุดอ่อนสำหรับการวางแผนพัฒนาธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ

2. การจัดองค์กร(organizing)

ผลการศึกษาพบว่า จุดอ่อนสำหรับการจัดองค์กร (organizing) ในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติอยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.29) สิ่งที่เป็นจุดอ่อนที่ทำให้ระดับความสำคัญมากที่สุดก็คือ การขาดการเตรียมความพร้อมทางด้านบุคลากรในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.40) นอกจากนี้จุดอ่อนที่พบในการจัดองค์กรอีกประการคือ จังหวัดเชียงใหม่ยังขาดผู้จัดงานมืออาชีพ (PCO) ที่มีศักยภาพและมีปริมาณเพียงพอต่อความต้องการ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.36) ในส่วนขององค์กรของรัฐเองก็ยังให้ความสำคัญกับธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.31) โดยยังไม่มีกำหนดโครงสร้างอย่างชัดเจนในการกำกับดูแลธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ รวมถึงการให้ความสำคัญกับ

บุคลากรในการจัดองค์กรก็อยู่ในระดับปานกลางเพราะเจ้าหน้าที่ก็ยังขาดความรู้ความเข้าใจในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติรวมทั้งประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่ด้วยเช่นกัน (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.18)

3. การนำ (leading)

ผลการศึกษาพบว่า จุดอ่อนสำหรับการนำ (leading) ในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติอยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.29) โดยมองว่าการทำงานของภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่เน้นการทำงานในเชิงสนับสนุนมากซึ่งเป็นจุดอ่อนมากที่สุดของการนำ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.36) และการทำงานของภาครัฐก็ยังยึดติดกับการทำงานตามสังกัด การทำงานแบบบูรณาการจึงไม่มีประสิทธิภาพหรือเป็นผลสำเร็จ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.31) และในขณะเดียวกันผู้บริหารในองค์กรของรัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ก็ยังไม่เห็นความสำคัญในธุรกิจไมซ์มากเท่าใดเนื่องจากยังขาดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.22)

4. การควบคุม (controlling)

ผลการศึกษาพบว่า จุดอ่อนในการควบคุม (controlling) ในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติอยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.30) โดยสิ่งที่เป็นจุดอ่อนในการควบคุมในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติมากที่สุดก็คือ การให้ความสำคัญเกี่ยวกับผลกระทบในเรื่องของสิ่งแวดล้อมที่จะเกิดจากการจัดประชุมน้อยมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.45) ซึ่งอาจเป็นเพราะค่าใช้จ่ายในการจัดประชุมนานาชาติที่เน้นเรื่องของสิ่งแวดล้อม เช่น green meeting มีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูงกว่าการจัดประชุมนานาชาติในลักษณะทั่วไป ทำให้สถานที่จัดประชุมอาจมองข้ามหรือหลีกเลี่ยงการใช้จ่ายที่สูงในการจัดงานในแต่ละครั้ง ทำให้การให้ความสำคัญกับการประเมินผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมจึงมีความสำคัญน้อยที่สุด ในขณะเดียวกันจุดอ่อนในการควบคุมการปฏิบัติงานในการทำงานแต่ละครั้งขององค์กร องค์กรมักให้ความสำคัญกับการประเมินจากผู้ประเมินภายนอกมากกว่า (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.31) โดยมองข้ามความสำคัญของผู้ปฏิบัติงานภายในองค์กร และการประเมินมักเป็นการประเมินแบบ “ทางเดียว” คือหัวหน้าประเมินลูกคำฝ่ายเดียวซึ่งอาจเกิดความไม่ยุติธรรมในการประเมินได้ถ้าหัวหน้าคนนั้นไม่มีธรรมาธิบาล (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.27) และอาจส่งผลทางลบแก่องค์กรได้ ในขณะที่การควบคุมปัจจัยภายนอกเป็นจุดอ่อนที่ให้ความสำคัญน้อยสุด ถึงแม้ว่าการทำงานในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติเป็นการทำงานที่ต้องประสานกับผู้ให้บริการด้านต่างๆ (suppliers) ทำให้การทำงานอาจควบคุมได้ยาก แต่ทั้งนี้ผู้ให้ข้อมูลกลับให้ความสำคัญกับการควบคุมน้อยสุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.18) โดยอาจมองว่าเป็นสิ่งที่ควบคุมได้ง่ายกว่าการควบคุมบุคลากรในองค์กรของตนเอง

ตาราง 49 ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยในการประเมินจุดอ่อนของผู้ให้ข้อมูลในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติของจังหวัดเชียงใหม่

การจัดประชุมนานาชาติ ประเด็นที่เป็นจุดอ่อน (-)	ผู้ให้ข้อมูล (N = 22)			ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
	มาก	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย		
1. Planning					
1.1 จังหวัดเชียงใหม่ยังขาดการประชาสัมพันธ์ให้คนในท้องถิ่นได้รู้จัก เข้าใจ และเห็นประโยชน์ของธุรกิจไมซ์	59.09	36.36	4.55	2.54	มาก
1.2 ศูนย์ประชุมนานาชาติของจังหวัดเชียงใหม่ยังไม่มี ความชัดเจนในเรื่องการบริหารจัดการ	54.55	40.91	4.55	2.50	มาก
1.3 จังหวัดเชียงใหม่ยังไม่มีหน่วยงานที่รับผิดชอบดูแลธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ	36.36	59.09	4.55	2.31	ปานกลาง
1.4 โครงสร้างพื้นฐานระหว่างที่พักไปยังสถานที่ศูนย์ประชุมนานาชาติของจังหวัดเชียงใหม่และสถานที่ต่างๆ ยังเป็นปัญหาที่ภาครัฐยังต้องดำเนินการแก้ไขอย่างเร่งด่วน	27.27	59.09	13.64	2.13	ปานกลาง
1.5 จังหวัดเชียงใหม่ยังขาดที่พักในระดับห้าดาวซึ่งเป็นที่พักที่กลุ่มประชุมนานาชาตินิยมพำนักร	18.18	77.27	4.55	2.13	ปานกลาง

ตาราง 49 (ต่อ)

การจัดประชุมนานาชาติ ประเด็นที่เป็นจุดอ่อน (-)	ผู้ให้ข้อมูล (N = 22)			ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
	มาก	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย		
1.6 จังหวัดเชียงใหม่ยังขาดสถานที่จัดประชุมที่รองรับในระดับนานาชาติ	45.45	45.45	909	1.63	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย				2.20	ปานกลาง
2. Organizing					
2.1 ขาดการเตรียมความพร้อมทางด้านบุคลากรในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ					
ในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	50.00	40.91	9.09	2.40	มาก
2.2 จังหวัดเชียงใหม่ยังขาดผู้จัดงานประชุมมืออาชีพ (PCO) ที่มีศักยภาพและมี					
ปริมาณเพียงพอต่อความต้องการ	45.45	45.45	9.09	2.36	มาก
2.3 องค์การภาครัฐที่กำกับดูแลธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ไม่มีการกำหนด					
โครงสร้างอย่างชัดเจนในการกำกับดูแลธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ	40.91	50.00	9.09	2.31	ปานกลาง
2.4 จังหวัดเชียงใหม่ยังขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในการ					
จัดการประชุมนานาชาติ	31.82	59.09	9.09	2.22	ปานกลาง

ตาราง 49 (ต่อ)

การจัดประชุมนานาชาติ ประเด็นที่เป็นจุดอ่อน (-)	ผู้ให้ข้อมูล (N = 22)			ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
	มาก	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย		
2.5 เจ้าหน้าที่ของรัฐและประชาชนในพื้นที่ยังขาดความรู้และความเข้าใจใน ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ	27.27	63.64	9.09	2.18	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย				2.29	ปานกลาง
3. Leading					
3.1 การทำงานของภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่เป็นการ ทำงานที่เน้นในการสนับสนุนมากกว่า เป็นการทำงานในเชิงรับมากกว่าเชิง รุก	45.45	45.45	9.09	2.36	มาก
3.2 หน่วยงานของรัฐยังยึดติดกับการทำงานตามสังกัด ทำให้การทำงานแบบ บูรณาการยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร	40.91	50.00	9.09	2.31	ปานกลาง
3.3 ผู้บริหารในองค์กรของรัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ยังขาด ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ	31.82	59.09	9.09	2.22	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย				2.29	ปานกลาง

ตาราง 49 (ต่อ)

การจัดประชุมนานาชาติ ประเด็นที่เป็นจุดอ่อน (-)	ผู้ให้ข้อมูล (N = 22)			ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
	มาก	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย		
4. Controlling					
4.1 การประเมินผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นจากการจัดการประชุมนานาชาติยังไม่มีประสิทธิภาพ	50.00	45.45	4.55	2.45	มาก
4.2 การประเมินผลในการปฏิบัติงานในแต่ละครั้งเป็นการประเมินจากผู้ประเมินภายนอก เช่น ประเมินความพึงพอใจของลูกค้า ไม่มีการประเมินจากความคิดเห็นของผู้ปฏิบัติงาน	40.91	50.00	9.09	2.31	ปานกลาง
4.3 องค์กรส่วนใหญ่เป็นการประเมินผลการปฏิบัติงานแบบ “ทางเดียว” คือให้หัวหน้าประเมินลูกน้องฝ่ายเดียว ทำให้การประเมินนั้นไม่รอบด้าน	36.36	54.55	9.09	2.27	ปานกลาง

ตาราง 49 (ต่อ)

การจัดประชุมนานาชาติ ประเด็นที่เป็นจุดอ่อน (-)	ผู้ให้ข้อมูล (N = 22)			ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
	มาก	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย		
4.4 การทำงานในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติเป็นการทำงานที่ต้องมีการ ประสานกันกับผู้ให้บริการด้านต่างๆ (suppliers) ดังนั้นการดำเนินการที่จะ ให้การจัดงานประชุมนานาชาติดำเนินไปอย่างราบรื่นนั้นมีความยากลำบาก และมีความสลับซับซ้อนมาก	27.27	63.64	9.09	2.18	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย				2.30	ปานกลาง

หมายเหตุ	ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
	2.34 – 3.00	มีระดับความสำคัญมาก
	1.67 – 2.33	มีระดับความสำคัญปานกลาง
	1.00 – 1.66	มีระดับความสำคัญน้อย

การวิเคราะห์โอกาส

1. การวางแผน (planning)

ผลการศึกษาตาราง 50 พบว่า ระดับความสำคัญของโอกาสในการวางแผนพัฒนาธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.30) โดยมองว่านโยบายของรัฐและองค์กรกลางที่ส่งเสริมเชียงใหม่เป็นนครแห่งไมซ์ (MICE city) เป็นจุดแข็งที่สำคัญที่สุดสำหรับการนำไปวางแผนและพัฒนาธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.40) รวมถึงหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องที่ทำให้การสนับสนุนธุรกิจการจัดประชุมก็เป็นโอกาสที่สำคัญอีกประการ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.36) อาทิเช่น การมี fast track lane ให้แก่ผู้เข้าประชุม ณ ด่านตรวจคนเข้าเมืองเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เข้าร่วมประชุม การสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐในเรื่องของเอกสาร แผ่นพับ ของที่ระลึก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.31) การช่วยเหลือและสนับสนุนของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น ในการประมูลสิทธิ์ (bidding) หรือการมีการบงให้กู้ยืมเพื่อใช้ในการประมูลสิทธิ์จากสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) นั้นผู้ให้ข้อมูลมองว่าเป็นโอกาสสำหรับการวางแผนในระดับปานกลางและมีค่าคะแนนน้อยสุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.13)

2. การจัดองค์กร (organizing)

ผลการศึกษาพบว่า โอกาสในการจัดองค์กร (organizing) ของธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติมีระดับความสำคัญสูง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.46) โดยมองว่าการที่จังหวัดเชียงใหม่มีศูนย์ประชุมนานาชาติจะเป็นโอกาสที่ดีสำหรับองค์กรต่างๆ ในการพัฒนาทักษะในด้านการจัดประชุมนานาชาติของบุคลากรในองค์กรมากที่สุดพร้อมกับการที่รัฐมีการส่งเสริมให้มีการจัดประชุมนานาชาติในจังหวัดเชียงใหม่อย่างต่อเนื่องก็จะเป็นประโยชน์กับบุคลากรในจังหวัดเชียงใหม่เช่นเดียวกัน (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.50) และในขณะเดียวกันนโยบายของรัฐได้มีการกำหนดยุทธศาสตร์ในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและบุคลากรในธุรกิจไมซ์ของเชียงใหม่ก็จะเป็นโอกาสที่สำคัญอีกประการในการจัดองค์กรในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติของจังหวัดเชียงใหม่ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.40)

3. การนำ (leading)

ผลการศึกษาพบว่า โอกาสในการนำ (leading) ของธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติมีระดับความสำคัญสูง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.36) โดยทั้งนี้มองว่าการที่หน่วยงาน 8 หน่วยงานในจังหวัดเชียงใหม่มีการเป็นพันธมิตรกัน เป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับโอกาสของจังหวัดเชียงใหม่ในการบริหารจัดการธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และการสนับสนุนจากหน่วยงาน

ของรัฐในเวลาเดียวกันก็เป็นโอกาสที่สำคัญสำหรับจังหวัดเชียงใหม่ในการพัฒนาธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.36)

4. การควบคุม (controlling)

ผลการศึกษาพบว่า ระดับความสำคัญของโอกาสในการควบคุมในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติมีระดับความสำคัญในระดับสูงเหมือนกับการจัดองค์กรและการนำ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.65) โดยมองว่าการที่จังหวัดเชียงใหม่ได้มีโอกาสดำเนินการเป็นเจ้าภาพในการจัดประชุมนานาชาติจะเป็นการช่วยเผยแพร่ชื่อเสียงให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นที่รู้จักในระดับโลกมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.72) และในการนำเทคโนโลยี (on-line) มาใช้ในการประเมินความพึงพอใจหรือประเมินประเภทอื่นๆ ก็เป็นโอกาสที่สำคัญอีกประการหนึ่งเนื่องจากได้รับความสะดวกประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายมากขึ้น (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.59)

ตาราง 50 ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยในการประเมินโอกาสของผู้ให้ข้อมูลในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติของจังหวัดเชียงใหม่

การจัดประชุมนานาชาติ ประเด็นที่เป็นโอกาส (+)	ผู้ให้ข้อมูล (N = 22)			ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
	มาก	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย		
1. Planning					
1.1 นโยบายของรัฐและองค์กรส่วนกลางที่ส่งเสริมให้เชียงใหม่เป็นนครแห่งไมซ์ (MICE city)	45.45	50.00	4.55	2.40	มาก
1.2 นโยบายของรัฐช่วยส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติของ จังหวัดเชียงใหม่	40.91	54.55	4.55	2.36	มาก
1.3 หน่วยงานของรัฐให้การสนับสนุนในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ เช่น มี Fast track lane ให้แก่ผู้เข้าประชุม ณ ด่านตรวจคนเข้าเมือง สนับสนุนในเรื่อง ของเอกสาร แผ่นพับ ของที่ระลึก	31.82	68.18	0.00	2.31	ปานกลาง
1.4 หน่วยงานของรัฐให้การสนับสนุนในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ เช่น การ ช่วยเหลือและสนับสนุนในการประมูลสิทธิ์ การมึงบให้กู้ยืมเพื่อใช้ในการ ประมูลสิทธิ์	31.82	50.00	18.18	2.13	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย				2.30	ปานกลาง

ตาราง 50 (ต่อ)

การจัดประชุมนานาชาติ ประเด็นที่เป็นโอกาส (+)	ผู้ให้ข้อมูล (N = 22)			ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
	มาก	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย		
2. Organizing					
2.1 การที่จังหวัดเชียงใหม่มีศูนย์ประชุมนานาชาติจะเป็นโอกาสที่ดีของบุคลากรที่จะมีโอกาสได้พัฒนาทักษะในการจัดประชุมนานาชาติ	59.09	31.82	9.09	2.50	มาก
2.2 การที่ภาครัฐมีการส่งเสริมให้มีการจัดประชุมนานาชาติในจังหวัดเชียงใหม่อย่างต่อเนื่องก็จะเป็นประโยชน์ให้แก่บุคลากรที่จะมีประสบการณ์มากขึ้น	54.54	40.91	4.55	2.50	มาก
2.3 นโยบายของรัฐบาลมีการกำหนดยุทธศาสตร์ทางการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่	50.00	40.91	9.09	2.40	มาก
ค่าคะแนนเฉลี่ย				2.46	มาก
3. Leading					
3.1 ความร่วมมือของหน่วยงาน 8 หน่วยงานพันธมิตรในจังหวัดเชียงใหม่จะทำให้ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติของจังหวัดเชียงใหม่มีการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น	40.91	54.55	4.55	2.36	มาก

ตาราง 50 (ต่อ)

การจัดประชุมนานาชาติ ประเด็นที่เป็นโอกาส (+)	ผู้ให้ข้อมูล (N = 22)			ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
	มาก	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย		
3.2 มีหน่วยงานของรัฐ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่สนับสนุนในการ ประชาสัมพันธ์ให้แก่จังหวัดเชียงใหม่ทั้งในและต่างประเทศ	54.55	40.91	4.55	2.36	มาก
3.3 ประเทศไทยมีหน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบในการกำกับดูแลธุรกิจไมซ์ทำให้ ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติในจังหวัดเชียงใหม่มีโอกาสในการที่จะพัฒนา ไปได้อย่างต่อเนื่อง	40.91	50.00	9.09	2.31	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย				2.34	มาก
4. Controlling					
4.1 การที่จังหวัดเชียงใหม่เป็นเจ้าภาพในการจัดประชุมนานาชาติในจังหวัด เชียงใหม่จะช่วยเป็นการเผยแพร่ชื่อเสียงของจังหวัดเชียงใหม่ให้เป็นที่รู้จักใน ระดับโลก	77.27	18.18	4.55	2.72	มาก

ตาราง 50 (ต่อ)

การจัดประชุมนานาชาติ ประเด็นที่เป็นโอกาส (+)	ผู้ให้ข้อมูล (N = 22)			ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
	มาก	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย		
4.2 การพัฒนาในเรื่องของเทคโนโลยีทำให้ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาตินำ เทคโนโลยีมาใช้ (on-line) ในการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าได้สะดวก และประหยัดเวลามากขึ้น	63.64	31.82	4.55	2.59	มาก
ค่าคะแนนเฉลี่ย				2.65	มาก

หมายเหตุ	ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
	2.34 – 3.00	มีระดับความสำคัญมาก
	1.67 – 2.33	มีระดับความสำคัญปานกลาง
	1.00 – 1.66	มีระดับความสำคัญน้อย

การวิเคราะห์อุปสรรค

1. การวางแผน (planning)

ผลการศึกษาดารง 51 พบว่า อุปสรรคในการวางแผนพัฒนาหรือบริหารจัดการธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติมีระดับความสำคัญสูง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.49) โดยอุปสรรคที่สำคัญในการวางแผนก็คือการเมืองและผลกระทบทางเศรษฐกิจโลก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.68) ซึ่งเหมือนกับธุรกิจการจัดประชุมและธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เนื่องจากมีผลต่อความเชื่อมั่นในความปลอดภัยในการเข้ามาท่องเที่ยวและประชุมในจังหวัดเชียงใหม่ และค่าใช้จ่ายก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวหรือสถานที่จัดงานประชุม นอกจากนี้การที่รัฐมีการออกกฎหมายที่เกี่ยวกับระเบียบพิธีการทางศุลกากรหรือกฎหมายอื่นๆ ที่ควบคุมการนำเข้า-ออกสินค้าซึ่งไม่เอื้ออำนวยต่อการจัดประชุมนานาชาติ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.40) รวมถึงการขาดความรู้และความเข้าใจในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติของทางภาครัฐ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.22) ก็เป็นอุปสรรคที่สำคัญอีกประการในการวางแผนบริหารจัดการธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติเพราะทำให้การทำงานมีความยุ่งยากและสลับซับซ้อนมากขึ้น

2. การจัดองค์กร (organizing)

ผลการศึกษาพบว่า ระดับความสำคัญของอุปสรรคในการจัดองค์กร (organizing) ของธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติมีระดับสูง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.42) โดยผู้ให้ข้อมูลมองว่าอุปสรรคที่สำคัญในการจัดองค์กรในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาตินั้นมีความเหมือนกับธุรกิจการจัดประชุมและธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลก็คือ การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 จะเปิดการดึงให้แรงงานต่างชาติเข้ามาแข่งขันหรือแย่งงานบุคลากรของไทยซึ่งยังขาดทักษะในด้านภาษา (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.50) และมองว่าข้อจำกัดและกฎระเบียบต่างๆ จะเป็นอุปสรรคที่สำคัญอีกประการหนึ่งในการบริหารจัดการธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.40) รวมถึงการขาดบุคลากรในธุรกิจไมซ์เนื่องจากประเทศไทยยังมีสถาบันการศึกษาที่ผลิตบุคลากรในการป้อนเข้าสู่ธุรกิจไมซ์ไม่มากนัก เนื่องจากเป็นองค์ความรู้ใหม่สำหรับประเทศไทย (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.36)

3. การนำ (leading)

ผลการศึกษาพบว่า ระดับความสำคัญของอุปสรรคในการนำ (leading) ของธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.31) โดยการขาดความชัดเจนในการบริหารจัดการในธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่มีผลทำให้หน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องยังไม่สามารถกำหนดรูปแบบการบริหารจัดการในการพัฒนาธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติได้อย่าง

เต็มรูปแบบ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.45) เหมือนกับธุรกิจการจัดประชุม ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการที่รัฐยังไม่ค่อยมีความร่วมมือหรือให้การสนับสนุนสำหรับการประมูลสิทธิให้แก่เอกชน ทำให้เป็นอุปสรรคอีกประการที่ทำให้ประเทศไทยไม่ได้รับเลือกในการประมูลสิทธิในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.18)

4. การควบคุม (controlling)

ผลการศึกษาพบว่า ระดับความสำคัญของอุปสรรคในการควบคุม (controlling) อยู่ในระดับสูง โดยการเมืองยังเป็นอุปสรรคที่สำคัญที่สุดที่ยากต่อการควบคุม (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.63) ซึ่งส่งผลกระทบต่อการบริหารจัดการในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ ทั้งในเรื่องของความเชื่อมั่น ความปลอดภัย นโยบายของรัฐ และรวมถึงงบประมาณ นอกจากการเมืองเป็นสิ่งที่เป็อุปสรรคต่อการควบคุมแล้ว เทคโนโลยีก็เป็นอีกอุปสรรคอีกประการในการควบคุม เพราะถึงแม้เทคโนโลยีจะอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ประกอบการในการเข้าถึงลูกค้าและเก็บข้อมูลของลูกค้าได้ง่ายขึ้น แต่ก็ยังมีข้อบกพร่องในบางประการเพราะก็มีลูกค้าในบางกลุ่ม เช่น ผู้สูงอายุ หรือผู้พิการที่ไม่นิยมหรือใช้ระบบสังคมออนไลน์ ทำให้ยังขาดโอกาสที่จะเก็บลูกค้าหรือเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเหล่านี้ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.31)

ตาราง 51 ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยในการประเมินอุปสรรคของผู้ให้ข้อมูลในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติของจังหวัดเชียงใหม่

การจัดประชุมนานาชาติ ประเด็นที่เป็นอุปสรรค (-)	ผู้ให้ข้อมูล (N = 22)			ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
	มาก	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย		
1. Planning					
1.1 การเมืองมีผลต่อการวางแผนและบริหารจัดการธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ	68.18	31.82	0.00	2.68	มาก
1.2 ผลกระทบจากเศรษฐกิจโลกมีผลต่อการจัดประชุมนานาชาติซึ่งมีผลทำให้การจัดประชุมนานาชาติมีจำนวนลดลงและเลือกสถานที่จัดประชุมในภูมิภาคเดียวกันกับสถานที่ตั้งของสำนักงานใหญ่มากขึ้นเพื่อลดค่าใช้จ่าย	68.18	31.82	0.00	2.68	มาก
1.3 กฎหมายเกี่ยวกับระเบียบพิธีศุลกากรและกฎหมายอื่นๆ ที่ควบคุมการนำเข้า-ออกสินค้า บางครั้งไม่มีความสอดคล้องกัน	40.91	50.09	0.00	2.40	มาก
1.4 ภาครัฐยังไม่มีความรู้และเข้าใจในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ ซึ่งจะนำไปสู่การให้ความร่วมมือและอำนวยความสะดวกให้แก่ภาคเอกชน	27.27	68.18	4.55	2.22	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย				2.49	มาก
2. Organizing					
2.1 การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 จะเป็นการดึงให้แรงงานต่างชาติเข้ามาแข่งขันกับบุคลากรของไทยซึ่งยังขาดทักษะในด้านภาษา	50.00	50.00	0.00	2.50	มาก

ตาราง 51 (ต่อ)

การจัดประชุมนานาชาติ ประเด็นที่เป็นอุปสรรค (-)	ผู้ให้ข้อมูล (N = 22)			ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
	มาก	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย		
2.2 ข้อจำกัดและกฎระเบียบต่างๆ เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติของจังหวัดเชียงใหม่	45.45	50.00	4.55	2.40	มาก
2.3 ประเทศไทยยังมีสถาบันการศึกษาที่ผลิตบุคลากรที่มีความรู้ในด้านอุตสาหกรรมไมซ์น้อย เนื่องจากอุตสาหกรรมไมซ์เป็นองค์ความรู้ใหม่ที่ยังไม่มีการเรียนการสอนมากนัก	40.91	54.55	4.55	2.36	มาก
ค่าคะแนนเฉลี่ย				2.42	มาก
3. Leading					
3.1 เนื่องจากยังขาดความชัดเจนในการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ ทำให้หน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องยังไม่สามารถกำหนดรูปแบบการบริหารจัดการในการพัฒนาธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติได้อย่างเต็มรูปแบบ	50.00	45.45	4.55	2.45	มาก
3.2 ความร่วมมือและการสนับสนุนจากภาครัฐในการประมุลสิทธิในประเทศไทยยังมีไม่มากนักทำให้โอกาสของประเทศไทยจะชนะหรือได้รับเลือกจากการประมุลสิทธิในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติมีน้อย	36.36	45.45	18.18	2.18	ปานกลาง

ตาราง 51 (ต่อ)

การจัดประชุมนานาชาติ ประเด็นที่เป็นอุปสรรค (-)	ผู้ให้ข้อมูล (N = 22)			ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
	มาก	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย		
ค่าคะแนนเฉลี่ย				2.31	ปานกลาง
4. Controlling					
4.1 การเมืองมีผลต่อการจัดประชุมนานาชาติ เนื่องจากจำเป็นต้องได้รับความ ร่วมมือจากภาครัฐและเอกชน	63.64	36.36	0.00	2.63	มาก
4.2 ลูกค้านางกลุ่มยังไม่นิยมหรือไม่ใช้ระบบสังคมออนไลน์ทำให้ยังขาดโอกาสใน การเก็บข้อมูลจากลูกค้าในกลุ่มนี้	36.36	59.09	4.55	2.31	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย				2.47	มาก

หมายเหตุ	ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
	2.34 – 3.00	มีระดับความสำคัญมาก
	1.67 – 2.33	มีระดับความสำคัญปานกลาง
	1.00 – 1.66	มีระดับความสำคัญน้อย

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ

การวิเคราะห์จุดแข็ง

1. การวางแผน (planning)

ผลการศึกษาดาราง 52 พบว่า ระดับความสำคัญของจุดแข็งในการวางแผนพัฒนา และบริหารจัดการธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการมีระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.28) โดยมองว่าการที่จังหวัดเชียงใหม่มีศูนย์ประชุมนานาชาติเป็นจุดแข็งที่สำคัญที่สุดที่สามารถนำไปใช้ในการวางแผนพัฒนาบริหารจัดการธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการได้ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.59) เพราะธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการเป็นธุรกิจที่ต้องใช้พื้นที่มากกว่าธุรกิจอื่นๆ โดยเฉพาะการจัดแสดงสินค้าระดับชาติหรือนานาชาติต้องใช้สถานที่จัดงานขนาดใหญ่ สถานที่จัดงานประเภทโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ไม่สามารถรองรับการจัดงานแสดงสินค้าในระดับชาติหรือนานาชาติได้ ส่วนจุดแข็งอื่นๆ เช่น นโยบายในการส่งเสริมธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการมีความชัดเจนและเป็นรูปธรรมก็เป็นความสำคัญสำหรับการวางแผนในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.18) หรือการกำหนดกลยุทธ์ในการส่งเสริมธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการก็เป็นความสำคัญในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.09)

2. การจัดองค์กร (organizing)

ผลการศึกษาพบว่า จุดแข็งในการจัดองค์กรในธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.20) โดยจังหวัดเชียงใหม่มีบุคลากรที่มีความรู้และความเข้าใจในธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.22) และมีทักษะในภาษาต่างประเทศในระดับปานกลางเช่นเดียวกัน (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.18)

3. การนำ (leading)

ผลการศึกษาพบว่า ความสำคัญของจุดแข็งในการนำ (leading) อยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.31) โดยผู้ให้ข้อมูลมองว่าองค์กรของเอกชนมีนโยบายที่กระตุ้นหรือสนับสนุนบุคลากรในองค์กรได้มีประสิทธิภาพมากกว่าองค์กรของรัฐ ทำให้การดำเนินงานของธุรกิจเอกชนในธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการมีประสิทธิภาพมากกว่า ซึ่งมองว่าเป็นจุดแข็งที่สำคัญมากที่สุดในการนำ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.40) เพราะส่งผลถึงกำลังใจ แรงกระตุ้นในการทำงานเป็นอย่างมาก และในขณะเดียวกันผู้บริหารขององค์กรเอกชนสามารถให้คำปรึกษาแก่บุคลากรในองค์กรได้กรณีที่เกิดปัญหาในการทำงาน (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.31) ทำให้เกิด

ความเชื่อมั่นในการทำงานของบุคลากรเนื่องจากผู้บริหารในองค์กรส่วนใหญ่มีความรู้ ประสบการณ์และทักษะที่ดีในธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.22)

4. การควบคุม (controlling)

ผลการศึกษาพบว่า ระดับความสำคัญของธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.32) ซึ่งผู้ให้ข้อมูลมองว่าการที่จังหวัดเชียงใหม่มีการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการจะเป็นจุดแข็งที่สำคัญที่จะเป็นการช่วยส่งเสริมและกระตุ้นให้ผู้ประกอบการ ซึ่งได้แก่ ผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยว (suppliers) ต่างๆ เช่น สถานที่จัดงาน บริษัทรับจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (PEO) ร้านอาหาร รวมถึงผู้ประกอบการที่นำสินค้ามาจัดแสดงได้มีการพัฒนาสินค้าของตนเองให้มีคุณภาพและสามารถแข่งขันกับตลาดต่างประเทศได้ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.59) และเป็นการก่อให้เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจให้แก่จังหวัดเชียงใหม่ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.54) ซึ่งสอดคล้องกับสิ่งที่ Myong and Kyong (2000: 105) กล่าวถึง ความสำคัญของอุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการว่าสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่อุตสาหกรรมบริการ ส่งเสริมการส่งออก และยังสามารถเพิ่มมูลค่าให้แก่อุตสาหกรรมอื่น อาทิเช่น อุตสาหกรรมท่องเที่ยว อุตสาหกรรมการบิน และระบบขนส่ง (logistic) และยังก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ประเทศด้วย นอกจากนี้สำหรับองค์กรเองทั้งภาครัฐและเอกชนก็ได้มีการประเมินตัวองค์กรและบุคลากร มีตัวชี้วัดในการปฏิบัติงานอย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรมเพื่อควบคุมการทำงานขององค์กร

ตาราง 52 ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยในการประเมินจุดแข็งของผู้ให้ข้อมูลในธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่

การจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ ประเด็นที่เป็นจุดแข็ง (+)	ผู้ให้ข้อมูล (N = 22)			ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
	มาก	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย		
1. Planning					
1.1 จังหวัดเชียงใหม่มีศูนย์ประชุมนานาชาติที่สามารถรองรับการจัดแสดงสินค้า และนิทรรศการระดับนานาชาติได้เป็นอย่างดี	68.18	22.73	9.09	2.59	มาก
1.2 นโยบายในการส่งเสริมธุรกิจการจัดนิทรรศการมีความชัดเจนและเป็น รูปธรรม	27.27	63.64	13.64	2.18	ปานกลาง
1.3 จังหวัดเชียงใหม่มีการกำหนดแผนกลยุทธ์ในการส่งเสริมธุรกิจการจัด นิทรรศการ สร้างความเข้าใจให้แก่บุคลากรที่เกี่ยวข้อง	22.73	63.64	13.64	2.09	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย				2.28	ปานกลาง
2. Organizing					
2.1 บุคลากรในธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่มี ทักษะในการใช้ภาษาต่างประเทศเป็นอย่างดี	27.27	63.64	9.09	2.18	ปานกลาง
2.2 จังหวัดเชียงใหม่มีบุคลากรที่มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจการจัด แสดงสินค้าและนิทรรศการเป็นอย่างดี	36.36	50.00	13.64	2.22	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย				2.20	ปานกลาง

ตาราง 52 (ต่อ)

การจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ ประเด็นที่เป็นจุดแข็ง (+)	ผู้ให้ข้อมูล (N = 22)			ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
	มาก	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย		
3. Leading					
3.1 องค์การเอกชนมีนโยบายในการกระตุ้นหรือสนับสนุนบุคลากรในองค์กรได้มี ประสิทธิภาพมากกว่าองค์กรของรัฐ ทำให้การทำงานขององค์กรเอกชนใน ธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการมีประสิทธิภาพมากกว่า	45.45	50.00	4.55	2.40	มาก
3.2 ผู้บริหารในองค์กรเอกชนสามารถให้คำปรึกษาแก่บุคลากรในเวลาที่มีปัญหา ระหว่างการทำงานได้	36.36	59.09	4.55	2.31	ปานกลาง
3.3 ผู้ประกอบการในองค์กรของเอกชนมีความรู้ ประสบการณ์และทักษะที่ดีใน การจัดการธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ	27.27	68.18	4.55	2.22	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย				2.31	ปานกลาง
4. Controlling					
4.1 การที่มีการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการในจังหวัดเชียงใหม่ช่วยให้เป็นการ ส่งเสริมและกระตุ้นให้ผู้ประกอบการมีการพัฒนาสินค้าของตนเองให้มี คุณภาพและสามารถแข่งขันกับตลาดต่างประเทศได้	63.64	31.82	4.55	2.59	มาก

ตาราง 52 (ต่อ)

การจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ ประเด็นที่เป็นจุดแข็ง (+)	ผู้ให้ข้อมูล (N = 22)			ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
	มาก	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย		
4.2 การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการในจังหวัดเชียงใหม่ก่อให้เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจให้แก่จังหวัดเชียงใหม่	59.09	36.36	4.55	2.54	มาก
4.3 องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการมีการประเมินองค์กรและบุคลากรในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ	18.18	72.72	9.09	2.09	ปานกลาง
4.4 ในการประเมินผลการปฏิบัติงานขององค์กร องค์กรมีตัวชี้วัดในการปฏิบัติงานอย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรม	27.27	54.55	18.18	2.09	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย				2.32	ปานกลาง

หมายเหตุ	ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
	2.34 – 3.00	มีระดับความสำคัญมาก
	1.67 – 2.33	มีระดับความสำคัญปานกลาง
	1.00 – 1.66	มีระดับความสำคัญน้อย

การวิเคราะห์จุดอ่อน

1. การวางแผน (planning)

ผลการศึกษาราย 53 พบว่า จุดอ่อนในการวางแผนในการพัฒนาและบริหารจัดการธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการมีระดับความสำคัญสูง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.47) โดยจุดอ่อนสำคัญสำหรับธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่ก็คือ คู่แข่งขัน โดยเฉพาะในเอเชียก็คือ ฮองกงและสิงคโปร์ ซึ่งเป็นประเทศที่มีชื่อเสียงในเรื่องของการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติ รวมถึงการที่ทั้งสองประเทศมีโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อและอำนวยความสะดวกในการเดินทางจากที่พักไปยังสถานที่จัดงานและสถานที่ต่างๆ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.63) ในขณะที่ศูนย์ประชุมนานาชาติของจังหวัดเชียงใหม่เองก็ยังไม่มีความชัดเจนในเรื่องของการบริหารจัดการ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.59) ทั้งในเรื่องของราคา แผนการตลาด ทำให้เป็นจุดอ่อนสำหรับการวางแผนในการบริหารจัดการธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการอีกหนึ่งประการ เนื่องจากเป็นสถานที่เดียวในจังหวัดเชียงใหม่ที่สามารถรองรับการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการในระดับนานาชาติได้ แต่ยังไม่มีความชัดเจนในเรื่องของการบริหารจัดการ ทำให้หน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องยังต้องชะลอในเรื่องของการวางแผนในการบริหารจัดการออกไปก่อน และถึงแม้ว่าจังหวัดเชียงใหม่จะมีสถานที่สำหรับจัดงานมากมายแต่จุดอ่อนในการวางแผนอีกประการก็คือ สถานที่ที่สามารถรองรับสำหรับจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการมีไม่มากนัก เนื่องจากโครงสร้างของสถานที่จัดงานทั่วไป เช่น โรงแรม มักมีข้อจำกัดสำหรับการจัดงานแสดงสินค้า เช่น โครงสร้างของหลังคาไม่สูงพอที่จะแขวนอุปกรณ์ต่างๆ ได้ ไม่มีพื้นที่สำหรับเก็บอุปกรณ์หรือขนถ่ายสินค้า เป็นต้น (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.50) นอกจากนี้จังหวัดเชียงใหม่ยังขาดผู้รับเหมาก่อสร้างในธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ (contractor) (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.45) ทำให้ต้องไปว่าจ้างผู้รับเหมาก่อสร้างฯ จากกรุงเทพฯ ทำให้การทำงานมีความยุ่งยากขึ้นและเพิ่มต้นทุนในธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการมากขึ้น

2. การจัดองค์กร (organizing)

ผลการศึกษาพบว่า ระดับความสำคัญของจุดอ่อนในการจัดองค์กรของธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการมีระดับสูง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.35) โดยจุดอ่อนที่สำคัญของจังหวัดเชียงใหม่ในธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการคือ จังหวัดเชียงใหม่ยังขาดผู้จัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (PEO) ที่มีศักยภาพและมีปริมาณเพียงพอกับความต้องการ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.45) นอกจากนี้เจ้าหน้าที่ของรัฐและประชาชนในพื้นที่ยังขาดความรู้และความเข้าใจในธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.40) ทำให้การประสานงานในแง่ความ

ร่วมหรือการอำนวยความสะดวกจึงไม่มีประสิทธิภาพมากนัก ในขณะเดียวกันจังหวัดเชียงใหม่เองก็ให้ความสำคัญกับการเตรียมความพร้อมในด้านบุคลากรในธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการน้อยในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (คำคะแนนเฉลี่ย 2.36) อาจเป็นเพราะองค์กรของรัฐที่กำกับดูแลธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่เองก็ไม่มีกำหนดโครงสร้างที่ชัดเจนในการกำกับดูแลธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (คำคะแนนเฉลี่ย 2.31) จึงไม่มีหน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรงทำให้การให้ความสำคัญกับการอบรมให้ความรู้ในด้านธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการแก่บุคลากรของรัฐหรือในธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการมีน้อย (คำคะแนนเฉลี่ย 2.31) จึงมีผลทำให้จังหวัดเชียงใหม่ยังขาดบุคลากรที่มีความรู้และเข้าใจในธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (คำคะแนนเฉลี่ย 2.27)

3. การนำ (leading)

ผลการศึกษาพบว่า ระดับความสำคัญของจุดอ่อนในการนำ (leading) อยู่ในระดับสูง (คำคะแนนเฉลี่ย 2.36) ซึ่งโดยภาพรวมของจุดอ่อนเกิดจากการทำงานของทางภาครัฐเป็นจุดอ่อนในการบริหารจัดการธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการในการนำ ทั้งนี้หน่วยงานของรัฐยังยึดติดกับการทำงานตามสังกัด (คำคะแนนเฉลี่ย 2.27) การทำงานเป็นการทำงานในเชิงของการสนับสนุนมากกว่าเชิงรุก และผู้บริหารในองค์กรของรัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ก็ยังขาดความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (คำคะแนนเฉลี่ย 2.22)

4. การควบคุม (controlling)

ผลการศึกษาพบว่า การควบคุม (controlling) ในธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้ในการควบคุมสำหรับสภาพแวดล้อมภายในก็คือ องค์กรนั้นยังคงเน้นการประเมินการปฏิบัติงานขององค์กรจากผู้ประเมินภายนอก ก็คือ ผู้จัดงานหรือผู้เข้าร่วมงาน ทำให้เป็นจุดอ่อนในการควบคุมที่มีระดับความสำคัญที่มากที่สุด (คำคะแนนเฉลี่ย 2.27) เพราะเป็นการประเมินทางด้านเดียวไม่มีการประเมินการปฏิบัติงานจากภายในคือ ผู้ปฏิบัติงาน นอกจากนี้การประเมินในเรื่องของผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมที่จะเกิดจากการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการก็ให้ความสำคัญในระดับปานกลาง (คำคะแนนเฉลี่ย 2.22) และสิ่งที่ผู้ให้ข้อมูลมองว่าเป็นจุดอ่อนที่สำคัญน้อยสุดในการควบคุมก็คือ การควบคุมผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยว (suppliers) เพราะงานแสดงสินค้าและนิทรรศการมีความซับซ้อน แต่ผู้ให้ข้อมูลมองว่าเป็นสิ่งที่สามารถควบคุมได้

ตาราง 53 ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยในการประเมินจุดอ่อนของผู้ให้ข้อมูลในธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่

การจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ ประเด็นที่เป็นจุดอ่อน (-)	ผู้ให้ข้อมูล (N = 22)			ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
	มาก	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย		
1. Planning					
1.1 คู่แข่งของเชียงใหม่ในเอเชีย เช่นฮ่องกงและสิงคโปร์มีการจัดงานแสดงสินค้านานกว่า มีโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อและอำนวยความสะดวกในการเดินทางระหว่างที่พักและสถานที่จัดงานแสดงสินค้าและระหว่างพื้นที่ต่างๆ	68.18	27.27	4.55	2.63	มาก
1.2 ศูนย์ประชุมนานาชาติของจังหวัดเชียงใหม่ยังไม่มี ความชัดเจนในเรื่องการบริหารจัดการ	59.09	40.91	0.00	2.59	มาก
1.3 จังหวัดเชียงใหม่มีสถานที่จัดงานไม่กี่แห่งที่สามารถรองรับการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการได้เนื่องจากโครงสร้างของสถานที่จัดงาน เช่นหลังคาไม่สูงพอที่จะสามารถแขวนอุปกรณ์ต่างๆได้ ไม่มีพื้นที่ในการขนถ่ายสินค้าหรือไม่มีพื้นที่ในการจัดเก็บสินค้า	54.55	40.91	4.55	2.50	มาก
1.4 จังหวัดเชียงใหม่ยังไม่มีผู้รับเหมาก่อสร้างในธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Contractor) ไม่มากนัก	50.00	45.45	4.55	2.45	มาก
1.5 โครงสร้างพื้นฐานระหว่างที่พักและศูนย์ประชุมนานาชาติของจังหวัดเชียงใหม่ยังเป็นปัญหาที่ภาครัฐยังต้องดำเนินการแก้ไข	31.82	54.55	13.64	2.18	ปานกลาง

ตาราง 53 (ต่อ)

การจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ ประเด็นที่เป็นจุดอ่อน (-)	ผู้ให้ข้อมูล (N = 22)			ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
	มาก	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย		
ค่าคะแนนเฉลี่ย				2.47	มาก
2. Organizing					
2.1 จังหวัดเชียงใหม่ยังขาดผู้จัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (PEO) ที่มีศักยภาพและมีปริมาณเพียงพอกับความต้องการ	50.00	45.45	4.55	2.45	มาก
2.2 เจ้าหน้าที่ของรัฐและประชาชนในพื้นที่ยังขาดความรู้และความเข้าใจในธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ	45.45	50.00	4.55	2.40	มาก
2.3 เชียงใหม่ยังขาดการเตรียมความพร้อมด้านบุคลากรในธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	45.45	45.45	9.09	2.36	มาก
2.4 องค์กรภาครัฐที่กำกับดูแลธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ไม่มีการกำหนดโครงสร้างอย่างชัดเจนในการกำกับดูแลธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ	40.91	50.00	9.09	2.31	ปานกลาง
2.5 ยังไม่มีการอบรมให้ความรู้ในด้านธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการในจังหวัดเชียงใหม่	40.91	50.00	9.09	2.31	ปานกลาง

ตาราง 53 (ต่อ)

การจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ ประเด็นที่เป็นจุดอ่อน (-)	ผู้ให้ข้อมูล (N = 22)			ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
	มาก	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย		
2.6 จังหวัดเชียงใหม่ยังขาดบุคลากรที่มีความรู้และความเข้าใจในธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ	36.36	54.55	9.09	2.27	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย				2.35	มาก
3. Leading					
3.1 หน่วยงานของรัฐยังยึดติดกับการทำงานตามสังกัด ทำให้การทำงานแบบบูรณาการยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร	36.36	54.55	9.09	2.27	ปานกลาง
3.2 ผู้บริหารในองค์กรของรัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ยังขาดความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ	31.82	59.09	9.09	2.22	ปานกลาง
3.3 การทำงานของภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่เป็นการทำงานที่เน้นในการสนับสนุนมากกว่า เป็นการทำงานในเชิงรับมากกว่าเชิงรุก	27.27	68.18	4.55	2.22	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย				2.23	ปานกลาง
4. Controlling					

ตาราง 53 (ต่อ)

การจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ ประเด็นที่เป็นจุดอ่อน (-)		ผู้ให้ข้อมูล (N = 22)			ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
		มาก	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย		
4.1	การประเมินการปฏิบัติงานส่วนใหญ่ขององค์กรเป็นการประเมินจากผู้ประเมินภายนอก เช่น ประเมินความพึงพอใจของผู้จัดงานหรือลูกค้า แต่ไม่มีการประเมินจากภายใน คือผู้ปฏิบัติงานในองค์กร	36.36	54.55	9.09	2.27	ปานกลาง
4.2	การประเมินผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นจากการจัดการแสดงสินค้าและนิทรรศการยังไม่มีประสิทธิภาพ	31.82	59.09	9.09	2.22	ปานกลาง
4.3	การทำงานในธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการเป็นการทำงานที่ต้องมีการประสานกันกับผู้ให้บริการด้านต่างๆ (Suppliers) ดังนั้นการดำเนินการที่จะให้การจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการดำเนินไปอย่างราบรื่นนั้นมีความยากลำบากและมีความสลับซับซ้อนมาก	27.27	63.64	9.09	2.18	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย					2.22	ปานกลาง

หมายเหตุ	ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
	2.34 – 3.00	มีระดับความสำคัญมาก
	1.67 – 2.33	มีระดับความสำคัญปานกลาง
	1.00 – 1.66	มีระดับความสำคัญน้อย

การวิเคราะห์โอกาส

1. การวางแผน (planning)

ผลการศึกษาราย 54 พบว่า โอกาสในการวางแผน (planning) ในธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการอยู่ในระดับสูง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.48) ทั้งนี้การที่รัฐมีการกำหนดนโยบายที่ส่งเสริมให้เชียงใหม่เป็นนครแห่งไมซ์ (MICE city) เป็นโอกาสที่สำคัญที่สุดของจังหวัดเชียงใหม่ในการวางแผนพัฒนาธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.54) และการที่มีการพัฒนาเทคโนโลยีก็เป็นอีกโอกาสหนึ่งของธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการในการขยายตัวมากขึ้นในด้านของจำนวนงานและขนาดของงานเนื่องจากลูกค้า หรือผู้จัดงานสามารถเข้าถึงข้อมูลของจังหวัดเชียงใหม่ได้ง่ายขึ้น (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.54) และการกระตุ้นจากนโยบายของรัฐก็จะเป็นตัวสนับสนุน โอกาสของธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่ให้มีการเติบโตมากขึ้น (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.36)

2. การจัดองค์กร (organizing)

ผลการศึกษาพบว่า โอกาสในการจัดองค์กร (organizing) ในธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการอยู่ในระดับสูง ทั้งนี้เนื่องจากการที่จังหวัดเชียงใหม่มีศูนย์ประชุมนานาชาติ ก็จะเป็นโอกาสที่ดีของบุคลากรในองค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้มีโอกาสได้พัฒนาทักษะในการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.50) ประกอบกับโอกาสของจังหวัดเชียงใหม่ที่ภาครัฐมีนโยบายกระตุ้นให้มีการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการอย่างต่อเนื่อง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.50) และมีการกำหนดยุทธศาสตร์พัฒนาบุคลากรและผู้ประกอบการซึ่งก็เป็นประโยชน์กับบุคลากรในจังหวัดเชียงใหม่ด้วยเช่นกัน (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.40)

3. การนำ (leading)

ผลการศึกษาพบว่า โอกาสในการนำ (leading) ในธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการอยู่ในระดับสูง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.45) โดยผลการวิจัยมีความเห็นที่ตรงกันว่า ความร่วมมือของหน่วยงาน 8 หน่วยงานพันธมิตรในจังหวัดเชียงใหม่จะเป็นโอกาสที่ดีที่จะทำให้ธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.59) รวมถึง ธุรกิจการจัดประชุม ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติมากที่สุด และมองว่าการที่ประเทศไทยมีหน่วยงานที่กำกับดูแลธุรกิจไมซ์ก็จะเป็น โอกาสที่ดีที่ธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่จะขับเคลื่อนไปได้อย่างต่อเนื่อง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.31)

4. การควบคุม (controlling)

ผลการศึกษาพบว่า โอกาสในการควบคุมในธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการมีค่าระดับความสำคัญสูง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.56) ทั้งนี้ผู้ให้ข้อมูลมองว่าการทำงานแสดงสินค้าและนิทรรศการจะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวจำนวนมากเข้าสู่จังหวัดเชียงใหม่และนำไปสู่การกระตุ้นเศรษฐกิจให้แก่เมืองเชียงใหม่ สอดคล้องกับสิ่งที่ Kim et al. (ค.ศ. อ้างใน Myong and Kyong, 2006: 105) เปรียบเทียบระหว่างอุตสาหกรรมการจัดประชุมนานาชาติและอุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการในเมืองที่เป็นเจ้าภาพจัดงานว่า อุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ มีผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจมากกว่าอุตสาหกรรมจัดประชุมนานาชาติ เพราะอุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการสามารถทำรายได้มากกว่าเพราะอุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการค่อนข้างเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอื่นๆ มากกว่า ดังนั้นจึงสามารถดึงดูดผู้ร่วมงานได้มากกว่า นอกจากนี้การพัฒนาในเรื่องของเทคโนโลยี (on-line) ก็ทำให้สามารถเข้าถึงลูกค้าได้สะดวกขึ้นและประหยัดเวลาได้มากขึ้น (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.54)

ตาราง 54 ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยในการประเมินโอกาสของผู้ให้ข้อมูลในธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่

การจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ ประเด็นที่เป็นโอกาส (+)	ผู้ให้ข้อมูล (N = 22)			ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
	มาก	ปานกลาง	น้อย		
	(ร้อยละ)				
1. Planning					
1.1 นโยบายของรัฐและองค์กรส่วนกลางที่ส่งเสริมให้เชียงใหม่เป็นนครแห่งไมซ์ (MICE city)	54.55	45.45	0.00	2.54	มาก
1.2 การพัฒนาเทคโนโลยีทางการคมนาคมทำให้ธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและ นิทรรศการมีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้นทั้งในด้านจำนวนงานและขนาดของงาน	54.55	45.45	0.00	2.54	มาก
1.3 นโยบายกระตุ้นของภาครัฐที่ให้มีการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการในจังหวัด เชียงใหม่ ทำให้ธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการมีโอกาสที่จะเติบโต มากขึ้น	36.36	63.64	0.00	2.36	มาก
ค่าคะแนนเฉลี่ย				2.48	มาก
2. Organizing					
2.1 การที่จังหวัดเชียงใหม่มีศูนย์ประชุมนานาชาติจะเป็นโอกาสที่ดีของบุคลากรที่จะมี โอกาสได้พัฒนาทักษะในด้านการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ	54.55	40.91	4.55	2.50	มาก
2.2 การที่ภาครัฐมีการกระตุ้นให้มีการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการในจังหวัด เชียงใหม่อย่างต่อเนื่องก็จะเป็นประโยชน์ให้แก่บุคลากรที่จะมีประสบการณ์มากขึ้น	54.55	40.91	4.55	2.50	มาก

ตาราง 54 (ต่อ)

การจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ ประเด็นที่เป็นโอกาส (+)	ผู้ให้ข้อมูล (N = 22)			ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
	มาก	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย		
2.3 นโยบายของรัฐมีการกำหนดยุทธศาสตร์ทางด้านการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ และบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่	50.00	40.91	9.09	2.40	มาก
ค่าคะแนนเฉลี่ย				2.46	มาก
3. Leading					
3.1 ความร่วมมือของหน่วยงาน 8 หน่วยงานพันธมิตรในจังหวัดเชียงใหม่จะทำให้ธุรกิจ การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่มีการบริหารจัดการที่มี ประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น	59.09	40.91	0.00	2.59	มาก
3.2 ประเทศไทยมีหน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบในการกำกับดูแลธุรกิจไมซ์ทำให้ธุรกิจ การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการในจังหวัดเชียงใหม่มีโอกาสในการที่จะพัฒนา ไปได้อย่างต่อเนื่อง	36.36	59.09	4.55	2.31	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย				2.45	มาก

ตาราง 54 (ต่อ)

การจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ ประเด็นที่เป็นโอกาส (+)	ผู้ให้ข้อมูล (N = 22)			ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
	มาก	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย		
4. Controlling					
4.1 การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการสามารถดึงดูดให้นักธุรกิจจำนวนมากเข้าสู่ จังหวัดเชียงใหม่และนำไปสู่การกระตุ้นการลงทุนให้แก่จังหวัดเชียงใหม่	63.64	31.82	4.55	2.59	มาก
4.2 การพัฒนาในเรื่องของเทคโนโลยีทำให้ธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ นำเทคโนโลยีมาใช้ (On-line) ในการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าได้สะดวกและ ประหยัดเวลามากขึ้น	59.09	36.36	4.55	2.54	มาก
ค่าคะแนนเฉลี่ย				2.56	มาก

หมายเหตุ	ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
	2.34 – 3.00	มีระดับความสำคัญมาก
	1.67 – 2.33	มีระดับความสำคัญปานกลาง
	1.00 – 1.66	มีระดับความสำคัญน้อย

การวิเคราะห์อุปสรรค

1. การวางแผน (planning)

ผลการศึกษาดูงาน 55 พบว่า อุปสรรคในการวางแผนมีระดับคะแนนสูง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.50) โดยสิ่งที่เป็นอุปสรรคสำคัญที่สุดในการวางแผนพัฒนาธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการก็คือการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก ทำให้ผู้ประกอบการต่างๆ ต้องมีการลดค่าใช้จ่ายหรืองบประมาณในการออกบูธแสดงสินค้าในต่างประเทศ รวมถึงการชะลอการลงทุนและการส่งออกสินค้า (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.68) และการเมืองก็เป็นอุปสรรคที่สำคัญอีกประการในแง่ของความเชื่อมั่นในความปลอดภัยและความไม่แน่นอนของนโยบายของรัฐ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.59) เช่น กฎหมายเกี่ยวกับระเบียบพิธีการศุลกากร กฎหมายควบคุมการนำเข้า-ออกประเทศ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.45) ที่ไม่เอื้ออำนวยให้แก่ธุรกิจ

2. การจัดองค์กร (organizing)

ผลการศึกษาพบว่า อุปสรรคในการจัดองค์กรของธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการมีค่าระดับความสำคัญสูง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.40) โดยอุปสรรคสำคัญในการจัดองค์กรของจังหวัดเชียงใหม่ก็คือ จังหวัดเชียงใหม่ไม่ค่อยมีการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการขนาดใหญ่หรือในระดับนานาชาติ ทำให้บุคลากรยังขาดโอกาสในการเรียนรู้และพัฒนาทักษะในการทำงาน (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.50) และนอกจากนี้ประเทศไทยยังมีสถาบันการศึกษาที่ผลิตบุคลากรเข้าสู่ธุรกิจไมซ์น้อยเนื่องจากเป็นองค์ความรู้ใหม่และการสอนส่วนใหญ่จะเป็นการสอนประเภท On The Job Training (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.36)

3. การนำ (leading)

ผลการศึกษาพบว่า อุปสรรคในการนำในธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการมีค่าระดับความสำคัญสูง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.36) โดยมองว่าอุปสรรคในการนำที่สำคัญที่สุดของก็คือเชียงใหม่ยังขาดความชัดเจนในเรื่องของการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ทำให้หน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องยังไม่สามารถกำหนดรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการได้อย่างเต็มรูปแบบ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.50) และนอกจากนี้ยังขาดความร่วมมือและการสนับสนุนจากภาครัฐทำให้การประมุลสิทธิ์ของประเทศไทยมีไม่มากนักทำให้การได้รับเลือกประมุลสิทธิ์ในธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการมีน้อย (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.22)

4. การควบคุม (controlling)

ผลการศึกษาพบว่า อุปสรรคในการควบคุมในธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการอยู่ในระดับสูง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.51) โดยการเมืองเป็นอุปสรรคสำคัญที่สุดในการพัฒนาและบริหารจัดการธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้า (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.63) เช่นเดียวกับธุรกิจอื่นๆ ของไมซ์ ได้แก่ ธุรกิจการจัดประชุม ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ นอกจากนี้อุปสรรคในการควบคุมอีกประการก็คือในเรื่องของเทคโนโลยี การประเมินความพึงพอใจลูกค้าผ่านระบบออนไลน์เป็นสิ่งที่สะดวกและลดค่าใช้จ่ายแต่ทั้งนี้ในลูกค้าบางกลุ่ม เช่น กลุ่มผู้สูงอายุที่ไม่นิยมใช้ระบบออนไลน์ก็เป็นอุปสรรคอย่างหนึ่งที่ทำให้ไม่สามารถประเมินหรือเข้าถึงกลุ่มลูกค้าประเภทนี้ได้ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.40)

ตาราง 55 ร้อยละและค่าคะแนนเฉลี่ยในการประเมินอุปสรรคของผู้ให้ข้อมูลในธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่

การจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ ประเด็นที่เป็นอุปสรรค(-)	ผู้ให้ข้อมูล (N = 22)			ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
	มาก	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย		
1. Planning					
1.1 ผลจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลกมีผลต่อการจัดงานแสดงสินค้าและ นิทรรศการ	72.73	22.73	4.55	2.68	มาก
1.2 การเมืองมีผลต่อการวางแผนและพัฒนาธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและ นิทรรศการ	63.64	31.82	4.55	2.59	มาก
1.3 กฎหมายเกี่ยวกับระเบียบพิธีศุลกากรและกฎหมายอื่นๆที่เกี่ยวข้องที่ควบคุม การนำเข้า-ออกสินค้าบางครั้งไม่มีความสอดคล้องกัน	50.00	45.45	4.55	2.45	มาก
1.4 นโยบายของรัฐและกฎระเบียบต่างๆ ยังไม่เอื้อต่อธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและ นิทรรศการ	36.36	59.09	4.55	2.31	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย				2.50	มาก
2. Organizing					
2.1 เนื่องจากการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการขนาดใหญ่ในจังหวัดเชียงใหม่ ยังมีปริมาณที่ไม่มากนัก ทำให้บุคลากรขาดโอกาสในการเรียนรู้และพัฒนา ทักษะในการทำงาน	54.55	40.91	4.55	2.50	มาก

ตาราง 55 (ต่อ)

การจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ ประเด็นที่เป็นอุปสรรค(-)	ผู้ให้ข้อมูล (N = 22)			ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
	มาก	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย		
2.2 ข้อจำกัดและกฎระเบียบต่างๆ เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาธุรกิจการจัดแสดง สินค้าและนิทรรศการ	40.91	54.55	4.55	2.36	มาก
2.3 ประเทศไทยยังมีสถาบันการศึกษาที่ผลิตบุคลากรที่มีความรู้ในด้าน อุตสาหกรรมไมซ์น้อย เนื่องจากอุตสาหกรรมไมซ์เป็นองค์ความรู้ใหม่ที่ยังไม่ มีการเรียนการสอนมากนัก โดยเฉพาะการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ การ สอนจะเป็นการสอนแบบ On the job training มากกว่า	40.91	54.55	4.55	2.36	มาก
ค่าคะแนนเฉลี่ย				2.40	มาก
3. Leading					
3.1 เนื่องจากจังหวัดเชียงใหม่ยังขาดความชัดเจนในเรื่องของการบริหารจัดการ ธุรกิจไมซ์ ทำให้หน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องยังไม่สามารถกำหนดรูปแบบการ บริหารจัดการในการพัฒนาธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการได้อย่าง เต็มรูปแบบ	54.55	40.91	4.55	2.50	มาก

ตาราง 55 (ต่อ)

การจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ ประเด็นที่เป็นอุปสรรค(-)	ผู้ให้ข้อมูล (N = 22)			ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
	มาก	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย		
3.2 ความร่วมมือและการสนับสนุนจากภาครัฐในการประมูลสิทธิในประเทศไทยยังมีไม่มากนักทำให้โอกาสของประเทศไทยจะชนะหรือได้รับเลือกจากการประมูลสิทธิในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติมีน้อย					
ค่าคะแนนเฉลี่ย				2.56	มาก
4. Controlling					
4.1 การเมืองมีผลต่อการประเมินผลการปฏิบัติงานของธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการเนื่องจากความไม่แน่นอนในเรื่องของนโยบายและแนวทางปฏิบัติของรัฐ				2.63	มาก
4.2 ลูกค้านางกลุ่มยังไม่นิยมหรือใช้ระบบสังคมออนไลน์ เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ ทำให้ยังขาดโอกาสในการประเมินจากลูกค้าในกลุ่มนี้				2.40	มาก
ค่าคะแนนเฉลี่ย				2.51	มาก

หมายเหตุ	ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
	2.34 – 3.00	มีระดับความสำคัญมาก
	1.67 – 2.33	มีระดับความสำคัญปานกลาง
	1.00 – 1.66	มีระดับความสำคัญน้อย

**ตอนที่ 2 การกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของธุรกิจไมซ์ของ
จังหวัดเชียงใหม่และพัฒนากลยุทธ์การบริหารจัดการ
ธุรกิจไมซ์ที่เหมาะสมกับจังหวัดเชียงใหม่**

การรวบรวมข้อมูลด้านจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ นั้น ผู้วิจัยได้มีการระดมสมอง (brainstorming) กับผู้ให้ข้อมูลและนำข้อมูลจากการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายในและภายนอกตามหลักของ SWOT analysis โดยการใช้องค์ประกอบทั้ง 4 ด้าน คือ 1) การวางแผน (planning) 2) การจัดองค์กร (organizing) 3) การนำ (leading) และ 4) การควบคุม (controlling) และได้กำหนดค่าคะแนนถ่วงน้ำหนัก (weighted score) ซึ่งในแต่ละประเด็นได้กำหนดค่าถ่วงน้ำหนักรวมเท่ากับ 1 แล้วนำค่าคะแนนถ่วงน้ำหนักที่ได้คูณกับคะแนนเฉลี่ยรวมของแต่ละข้อซึ่งแต่ละข้อที่มีค่าคะแนนระหว่าง 1.67 ขึ้นไปเพื่อเป็นค่าคะแนนเฉลี่ยรวมในแต่ละองค์ประกอบ จากนั้นนำค่าคะแนนของ SWOT analysis ไปกำหนดเพื่อตำแหน่งทางการตลาดของธุรกิจไมซ์ในแต่ละด้าน โดยใช้ SPACE matrix โดยมีรายละเอียดดังนี้

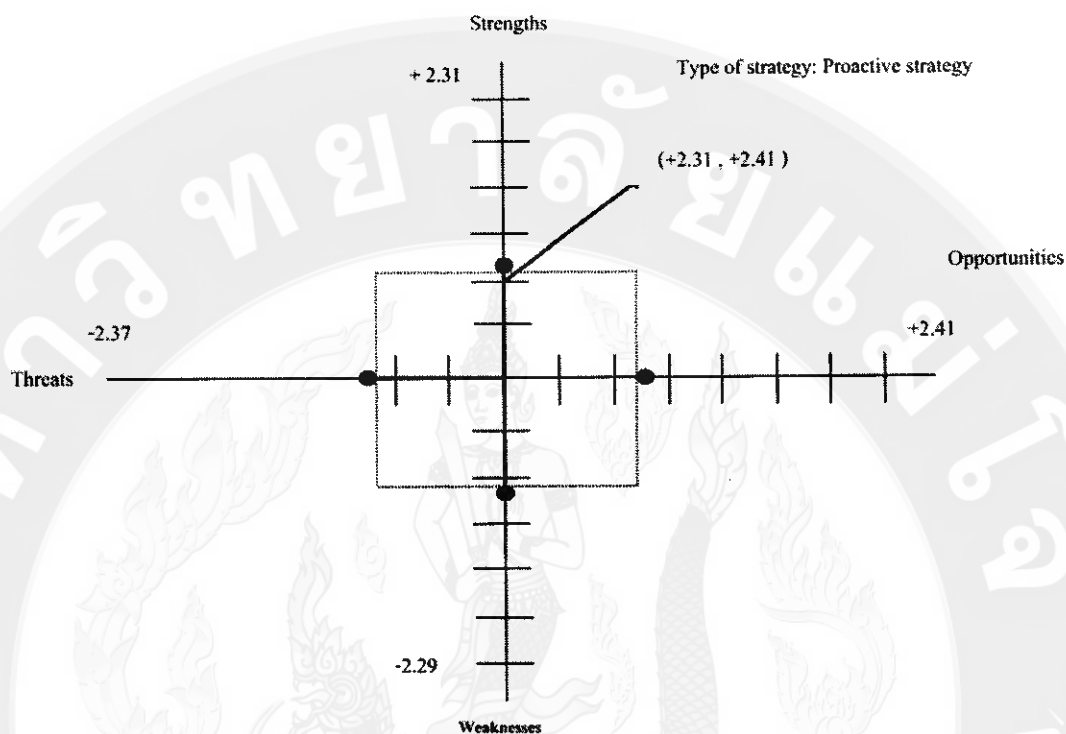
การกำหนดตำแหน่งทางการตลาด

ธุรกิจการจัดประชุม

ผลการประเมินและกำหนดค่าคะแนน จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่ในตารางที่ 56 พบว่า ธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่มีจุดแข็งและจุดอ่อนอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีคะแนนจุดแข็งมากกว่าจุดอ่อนคือ ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.31 ในขณะที่โอกาสมีค่าระดับคะแนนที่สูงกว่าอุปสรรค ทำให้จังหวัดเชียงใหม่ซึ่งมองภาพรวมแล้วจะมีความพร้อมทั้งจุดแข็งและโอกาสในหลายด้าน เช่น ที่พัก แหล่งท่องเที่ยว สถานที่จัดประชุม ค่าใช้จ่ายที่ถูกกว่าประเทศเพื่อนบ้านใกล้เคียง เช่น สิงคโปร์ฮ่องกง แต่ทั้งนี้ก็ยังมีความจุดอ่อนและอุปสรรคของธุรกิจการจัดประชุมอีกหลายประการที่จะต้องนำไปปรับปรุงและพัฒนา เช่น ในเรื่องของงบประมาณที่ยังไม่เพียงพอและต่อเนื่อง และความพร้อมของบุคลากรในองค์กรของรัฐบาลถึงผู้บริหารที่ยังไม่มีความรู้ ความเข้าใจในธุรกิจการจัดประชุมมากนัก

ตาราง 56 ผลการประเมินและกำหนดคะแนนเกี่ยวกับจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ของ
ธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่

สิ่งแวดล้อมภายในและภายนอก	ค่าถ่วงน้ำหนัก	ค่าเฉลี่ยรวม	ค่าคะแนน ถ่วงน้ำหนักที่ได้
1. จุดแข็งของธุรกิจการจัดประชุม			
การวางแผน (planning)	0.26	2.45	0.63
การจัดการ (organizing)	0.24	2.27	0.54
การนำ (leading)	0.26	2.47	0.64
การควบคุม (controlling)	0.24	2.11	0.50
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม			2.31
2. จุดอ่อนของธุรกิจการจัดประชุม			
การวางแผน (planning)	0.26	2.28	0.59
การจัดการ (organizing)	0.23	2.31	0.53
การนำ (leading)	0.27	2.33	0.62
การควบคุม (controlling)	0.24	2.32	0.55
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม			2.29
3. โอกาสของธุรกิจการจัดประชุม			
การวางแผน (planning)	0.26	2.45	0.63
การจัดการ (organizing)	0.26	2.57	0.66
การนำ (leading)	0.24	2.42	0.58
การควบคุม (controlling)	0.24	2.26	0.54
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม			2.41
4. อุปสรรคของธุรกิจการจัดประชุม			
การวางแผน (planning)	0.26	2.54	0.66
การจัดการ (organizing)	0.24	2.40	0.57
การนำ (leading)	0.24	2.29	0.54
การควบคุม (controlling)	0.26	2.34	0.60
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม			2.37



ภาพ 12 ตำแหน่งกลยุทธ์และการประเมินการปฏิบัติตาม (SPACE Matrix) ของธุรกิจการจัดประชุม

ผลการวิเคราะห์จากภาพ 12 พบว่า ค่าคะแนนเฉลี่ยของธุรกิจการจัดประชุมจากการระดมสมอง (brainstorming) ของผู้บริหารระดับสูงในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ อยู่ในตำแหน่งของการมีจุดแข็งและโอกาสสูง (strengths – opportunities) โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยของจุดแข็งและจุดอ่อนเท่ากับ 2.31 และ 2.41 ตามลำดับ ดังนั้นควรใช้กลยุทธ์แบบก้าวหน้า (aggressive strategy) ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่เน้นเอาโอกาสมาใช้ในการพัฒนาจุดแข็ง ทั้งนี้ธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่มีจุดแข็งที่ได้เปรียบจังหวัดอื่นๆ ในหลายด้าน อาทิเช่น จังหวัดเชียงใหม่มีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ซึ่งเป็นสิ่งที่เป็เสน่ห์หลักของจังหวัดเชียงใหม่ นอกจากนี้จังหวัดเชียงใหม่ยังมีสถานที่ที่จัดประชุมที่มีศักยภาพ มีปริมาณที่เพียงพอต่อความต้องการรวมถึงบุคลากรที่มีความรู้และเข้าใจในการจัดประชุมเป็นอย่างดี สิ่งเหล่านี้สามารถดึงดูด ผู้เข้าร่วมประชุมรวมถึงผู้จัดการประชุมให้เลืกจังหวัดเชียงใหม่เป็นจุดหมายปลายทางได้เป็นอย่างดี ซึ่งสิ่งนี้เป็นสิ่งที่องค์กรทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับจังหวัดเชียงใหม่ควรพยายามคงความเป็นจุดแข็งเช่นนี้อย่างเต็มที่และพยายามพัฒนาให้อยู่ในระดับที่สูงมากขึ้น และนำโอกาสที่ดีที่มีอยู่จากการสนับสนุนของรัฐ โดยเฉพาะการที่มีการส่งเสริมจังหวัดเชียงใหม่ให้เป็นนครแห่งไมซ์ (MICE city) ถือเป็นจุดเริ่มต้นที่ดี พร้อมกับการส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจการจัด

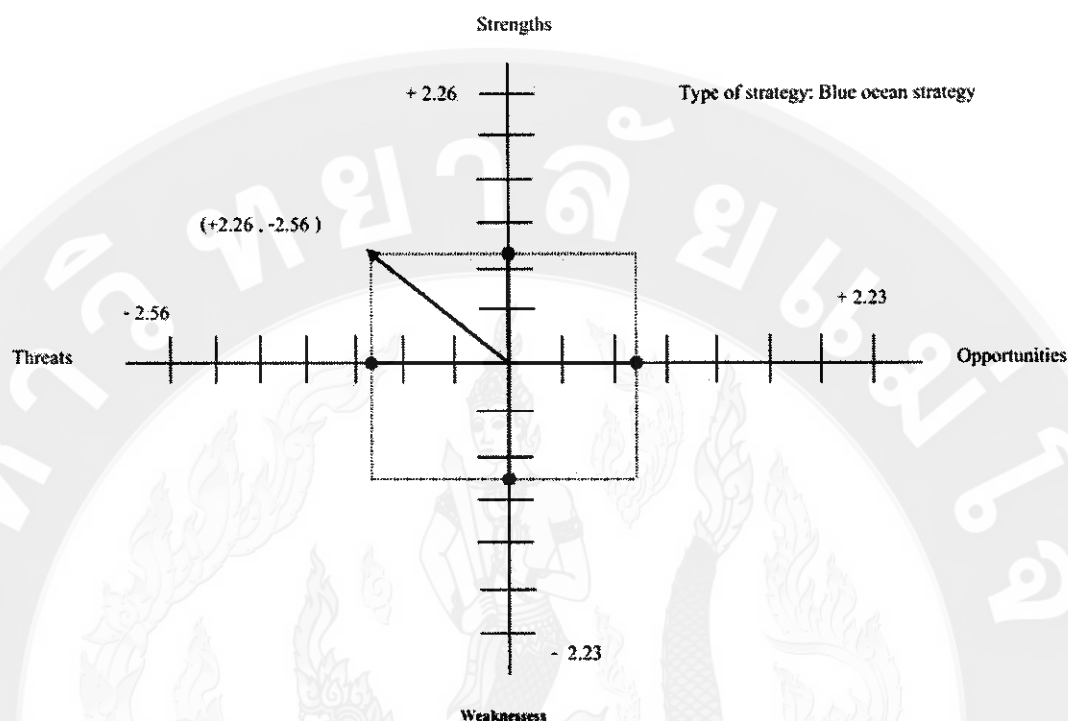
ประชุมจากหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องโดยตรง เช่น สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ รวมถึงหน่วยงานของท้องถิ่น เช่น จังหวัดเชียงใหม่ องค์การบริหารส่วนจังหวัด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานเชียงใหม่ ตรวจคนเข้าเมือง เป็นต้น จึงเป็นโอกาสที่ดีในพัฒนาและสร้างประโยชน์สูงสุดให้แก่ธุรกิจการจัดประชุมได้อย่างเต็มที่ แต่ทั้งนี้สิ่งที่เป็นจุดอ่อนที่มีอยู่ การสามารถพัฒนาจากจุดอ่อนให้เป็นจุดแข็งได้ เช่น การขาดหน่วยงานที่รับผิดชอบในธุรกิจการจัดประชุมหรือธุรกิจไมซ์ (CVB) ถ้าจังหวัดเชียงใหม่มีการจัดตั้งหน่วยงานที่รับผิดชอบธุรกิจการจัดประชุมหรือธุรกิจไมซ์ ก็สามารถจะพัฒนาจุดอ่อนที่มีอยู่ให้กลายเป็นจุดแข็งที่สำคัญได้ หรือการขาดการประชาสัมพันธ์ให้คนท้องถิ่น บุคลากรและผู้บริหารขององค์กรของรัฐได้รู้จักและเข้าใจในธุรกิจการจัดประชุมก็จะทำให้จุดอ่อนที่มีอยู่พัฒนาเป็นจุดแข็ง เพิ่มความเข้มแข็งให้เชียงใหม่ในธุรกิจการจัดประชุมมีศักยภาพและมีการบริหารจัดการที่ดีขึ้นได้

ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

ผลการประเมินและกำหนดค่าคะแนน จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของจังหวัดเชียงใหม่ในตาราง 57 พบว่า ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของจังหวัดเชียงใหม่มีสภาพแวดล้อมภายในซึ่งก็คือ จุดแข็ง มีคะแนนมากกว่าจุดอ่อน (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.26) และมีสภาพแวดล้อมภายนอกซึ่งก็คือ อุปสรรค มากกว่าโอกาส (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.56) ทำให้มองว่า จังหวัดเชียงใหม่มีจุดแข็งที่สำคัญซึ่งก็คือ ความหลากหลายในแหล่งท่องเที่ยวและรูปแบบการท่องเที่ยว เช่น แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เป็นต้น ซึ่งทั้งธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและธุรกิจการจัดประชุมนำไปใช้เป็นจุดแข็งสำคัญในการดึงดูดทั้งนักท่องเที่ยว ผู้เข้าประชุมและผู้จัดประชุม ให้เลือกเชียงใหม่เป็นจุดหมายปลายทาง แต่ทั้งนี้ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีข้ออุปสรรคจากภายนอกที่มากกว่าโอกาสที่มี (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.56) แต่ทั้งนี้ถ้าสามารถนำจุดแข็งที่มีอยู่ต่อสู้กับอุปสรรคที่มีหรือนำไปลดทอนอุปสรรคที่มีก็จะเปลี่ยนจากอุปสรรคที่มีเป็นโอกาสได้เช่นเดียวกัน

ตาราง 57 ผลการประเมินและกำหนดคะแนนเกี่ยวกับจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ของ
ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

สิ่งแวดล้อมภายในและภายนอก	ค่าถ่วงน้ำหนัก	ค่าเฉลี่ยรวม	ค่าคะแนน ถ่วงน้ำหนักที่ได้
1. จุดแข็งของธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อรางวัล			
การวางแผน (planning)	0.26	2.39	0.62
การจัดการ (organizing)	0.26	2.20	0.57
การนำ (leading)	0.24	2.27	0.54
การควบคุม (controlling)	0.24	2.22	0.53
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม			2.26
2. จุดอ่อนของธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อรางวัล			
การวางแผน (planning)	0.26	2.21	0.57
การจัดการ (organizing)	0.26	2.36	0.61
การนำ (leading)	0.24	2.28	0.54
การควบคุม (controlling)	0.24	2.13	0.51
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม			2.23
3. โอกาสของธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อรางวัล			
การวางแผน (planning)	0.25	2.12	0.53
การจัดการ (organizing)	0.25	2.15	0.53
การนำ (leading)	0.25	2.26	0.56
การควบคุม (controlling)	0.25	2.47	0.61
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม			2.23
4. อุปสรรคของธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อรางวัล			
การวางแผน (planning)	0.27	2.67	0.72
การจัดการ (organizing)	0.26	2.54	0.66
การนำ (leading)	0.23	2.50	0.57
การควบคุม (controlling)	0.24	2.58	0.61
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม			2.56



ภาพ 13 ตำแหน่งกลยุทธ์และการประเมินการปฏิบัติตาม (SPACE Matrix) ของธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อรางวัล

ผลการวิเคราะห์จากภาพ 13 พบว่า ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลอยู่ในตำแหน่งของการมีจุดแข็งและอุปสรรคสูง (strengths – threats) โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยของจุดแข็งและอุปสรรคเท่ากับ 2.26 และ 2.56 ตามลำดับ ดังนั้นควรใช้กลยุทธ์แบบบลูโอเชียน (blue ocean strategy) คือเป็นกลยุทธ์ที่เอาจุดแข็งขององค์กรมาจับคู่กับอุปสรรคภายนอกเพื่อต่อสู้กับอุปสรรคที่มีอยู่ เพื่อเพิ่มความเข้มแข็งและลดปัญหาที่มี ทั้งนี้จังหวัดเชียงใหม่มีจุดแข็งที่สำคัญที่ทั้งธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและธุรกิจการจัดประชุมนำไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ก็คือ การที่จังหวัดเชียงใหม่มีความหลากหลายในแหล่งท่องเที่ยว ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งเป็นจุดแข็งที่ดึงดูดให้เชียงใหม่เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว ผู้เข้าร่วมรวมถึงผู้จัดการประชุม ซึ่งกลยุทธ์แบบบลูโอเชียนเน้นกำจัดอุปสรรคโดยเอาเพิ่มความเข้มแข็งและลดปัญหาอุปสรรคที่ดี ทั้งนี้จุดแข็งที่สำคัญของเชียงใหม่คือเรื่องของค่าใช้จ่ายที่มีต้นทุนที่ต่ำกว่าประเทศอื่นๆ เช่น สิงคโปร์ ฮองกง ซึ่งเราสามารถนำไปเป็นจุดแข็งที่ลดทอนอุปสรรคที่มีอยู่ก็คือผลกระทบจากเศรษฐกิจโลกซึ่งมีผลต่อค่าใช้จ่ายขององค์กรในการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ดังนั้นจากค่าใช้จ่ายที่เป็นจุดแข็งที่จังหวัดเชียงใหม่สามารถนำไปเป็นจุดได้เปรียบและลดทอนอุปสรรคในเรื่องของภาวะเศรษฐกิจของโลกไปได้ ทำให้เชียงใหม่

กลายเป็นอีกหนึ่งจุดหมายปลายทางที่น่าสนใจ รวมถึงปัญหาความไม่สงบทางการเมืองในประเทศไทยซึ่งเป็นอุปสรรคที่สำคัญและส่งผลกระทบอย่างมากต่อธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเพราะธุรกิจนี้เป็นธุรกิจที่มีความอ่อนไหวมากกว่าธุรกิจอื่นๆ แต่จังหวัดเชียงใหม่ไม่ได้มีผลกระทบกับความไม่สงบทางการเมือง จึงสามารถนำอุปสรรคที่มีไปเป็นโอกาสที่ดีให้แก่จังหวัดเชียงใหม่ได้เช่นเดียวกัน

ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ

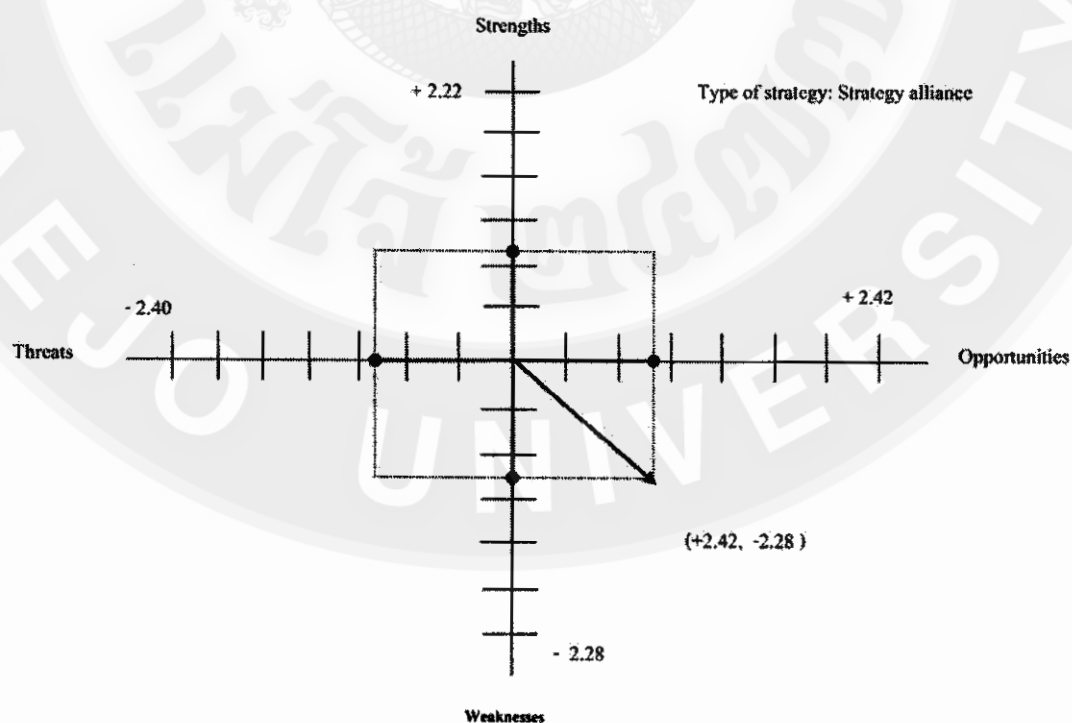
ผลการประเมินและกำหนดค่าคะแนน จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติของจังหวัดเชียงใหม่ในตาราง 58 พบว่า ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติจังหวัดเชียงใหม่มีสภาพแวดล้อมภายในซึ่งก็คือ จุดอ่อนมีคะแนนมากกว่าจุดแข็ง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.28) และสภาพแวดล้อมภายนอก คือ โอกาสมีคะแนนมากกว่าอุปสรรค (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.42) ทำให้เห็นว่าถึงแม้ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติของจังหวัดเชียงใหม่จะมีจุดอ่อนมากกว่าจุดแข็ง แต่ธุรกิจสามารถนำโอกาสที่ดีจากภายนอกเข้ามาลดจุดอ่อนแล้วทำให้เป็นจุดแข็งได้

ตาราง 58 ผลการประเมินและกำหนดคะแนนเกี่ยวกับจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ของธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติของจังหวัดเชียงใหม่

สิ่งแวดล้อมภายในและภายนอก	ค่าถ่วงน้ำหนัก	ค่าเฉลี่ยรวม	ค่าคะแนนถ่วงน้ำหนักที่ได้
1. จุดแข็งของธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ			
การวางแผน (planning)	0.26	2.30	0.59
การจัดการ (organizing)	0.26	2.22	0.57
การนำ (leading)	0.24	2.32	0.55
การควบคุม (controlling)	0.24	2.15	0.51
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม			2.22
2. จุดอ่อนของธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ			
การวางแผน (planning)	0.26	2.32	0.60
การจัดการ (organizing)	0.26	2.29	0.59
การนำ (leading)	0.24	2.29	0.54
การควบคุม (controlling)	0.24	2.30	0.55
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม			2.28

ตาราง 58 (ต่อ)

สิ่งแวดล้อมภายในและภายนอก	ค่าถ่วงน้ำหนัก	ค่าเฉลี่ยรวม	ค่าคะแนนถ่วงน้ำหนักที่ได้
3. โอกาสของธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ			
การวางแผน (planning)	0.25	2.30	0.57
การจัดการ (organizing)	0.25	2.46	0.61
การนำ (leading)	0.25	2.34	0.58
การควบคุม (controlling)	0.25	2.65	0.66
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม			2.42
4. อุปสรรคของธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ			
การวางแผน (planning)	0.25	2.49	0.62
การจัดการ (organizing)	0.25	2.42	0.60
การนำ (leading)	0.25	2.31	0.57
การควบคุม (controlling)	0.25	2.47	0.61
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม			2.40



ภาพ 14 ตำแหน่งกลยุทธ์และการประเมินการปฏิบัติตาม (SPACE Matrix) ของธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ

ผลการวิเคราะห์จากภาพ 14 พบว่า ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติอยู่ในตำแหน่งของการมีจุดอ่อนและโอกาสสูง (weaknesses – opportunities) โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยของจุดอ่อนและโอกาสเท่ากับ 2.28 และ 2.42 ตามลำดับ ดังนั้นควรใช้กลยุทธ์แบบที่เรียกว่า การแสวงหาความร่วมมือกับองค์กรอื่น (strategic alliance) เพื่อเสริมจุดอ่อนให้ดีขึ้น ทั้งนี้ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติมีจุดอ่อนที่พบว่า สามารถที่จะลดหรือเปลี่ยนจุดอ่อนให้กลายเป็นจุดแข็งได้ เนื่องจากยังมีโอกาสหรือช่องทางในการทำธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติอยู่มาก ทั้งนี้จุดอ่อนหลักของธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติก็คือ ศูนย์ประชุมนานาชาติของจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งเป็นสถานที่หลักที่สามารถรองรับการจัดประชุมนานาชาติได้ โดยมองว่ายังไม่มี ความชัดเจนในเรื่องของการบริหารจัดการและเรื่องของโครงสร้างพื้นฐานระหว่างที่พักไปยังศูนย์ประชุม ทั้งนี้ ณ ปัจจุบันศูนย์ประชุมนานาชาติได้มีการจัดหน่วยงานที่รับผิดชอบดูแลโดยตรง คือ สำนักงานพัฒนาพิงคนคร (องค์การมหาชน) [Pinkanakorn Development Agency (Public Organization)] เป็นองค์การมหาชนภายใต้การกำกับดูแลของนายกรัฐมนตรี ที่จัดตั้งขึ้นตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสำนักงานพิงคนคร (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2556 ซึ่งประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 11 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2556 และได้ดำเนินการกำหนดโครงสร้างขององค์กรเป็นที่เรียบร้อยแล้ว และได้มีการทำสัญญาความร่วมมือ (MOU) กับหน่วยงานของรัฐและเอกชนเพื่อสร้างพันธมิตรทางการค้า เช่น ที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ บริษัทรับจัดประชุม เป็นต้น ดังนั้นในเรื่องของการบริหารจัดการที่เป็นจุดอ่อนภายในขององค์กรก็จะได้รับการพัฒนาเป็นลำดับ ทั้งในเรื่องของปัญหาของโครงสร้างพื้นฐานระหว่างศูนย์ประชุมไปยังที่พัก หรือในเรื่องของความชัดเจนในเรื่องของการกำหนดราคาค่าใช้จ่ายในการใช้ศูนย์ประชุมก็จะมีการดำเนินการและแก้ไขอย่างเป็นระบบมากขึ้น ในขณะที่เดียวกันการที่ภาครัฐได้มีการส่งเสริมให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นนครแห่งไมซ์ รวมถึงมีการกำหนดนโยบายต่างๆ ที่ช่วยส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติจึงเป็นโอกาสที่ดีของจังหวัดเชียงใหม่ที่จะพัฒนาและจะลดจุดอ่อนที่เคยให้น้อยลงไปได้และพัฒนาให้กลายเป็นจุดแข็งที่สำคัญได้

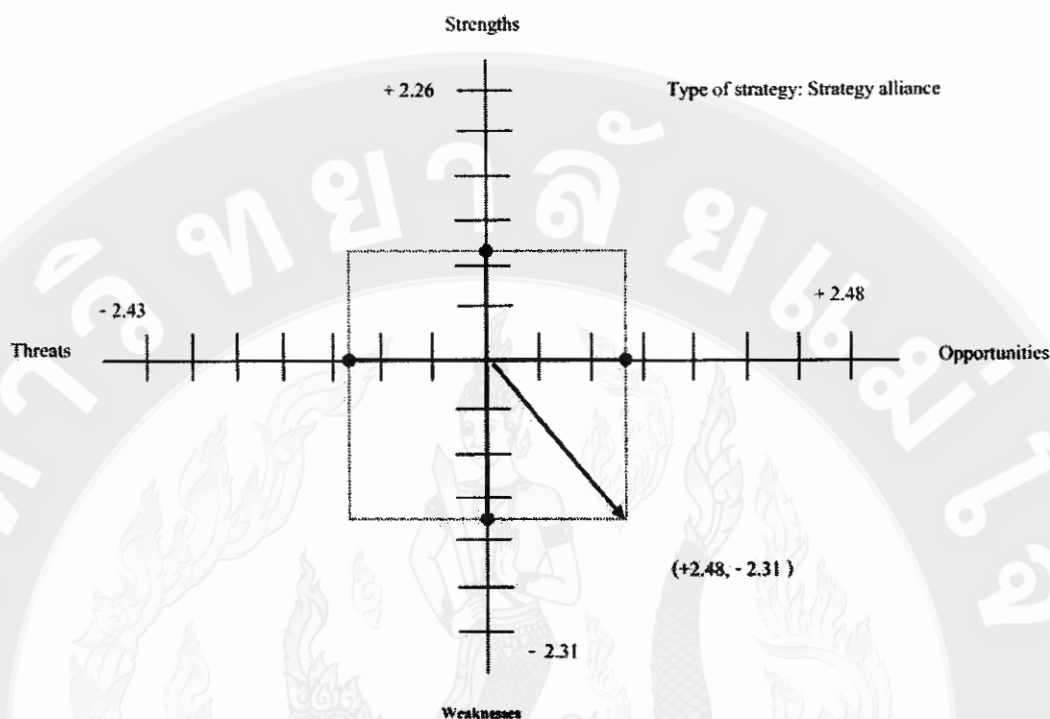
ธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ

ผลการประเมินและกำหนดค่าคะแนน จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติของจังหวัดเชียงใหม่ในตาราง 59 พบว่า ธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดเชียงใหม่มีสภาพแวดล้อมภายในซึ่งก็คือ จุดอ่อนมีคะแนนมากกว่าจุดแข็ง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.31) และสภาพแวดล้อมภายนอก คือ โอกาสมีคะแนนมากกว่าอุปสรรค (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.48) ทำให้เห็นว่าถึงแม้ธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการของจังหวัด

เชียงใหม่จะมีจุดอ่อนมากกว่าจุดแข็ง แต่ทั้งนี้ธุรกิจสามารถนำโอกาสที่ดีที่มีเข้ามาลดจุดอ่อนแล้วพัฒนาให้กลายเป็นจุดแข็งได้

ตาราง 59 ผลการประเมินและกำหนดคะแนนเกี่ยวกับจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ของธุรกิจ
การจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่

สิ่งแวดล้อมภายในและภายนอก	ค่าถ่วงน้ำหนัก	ค่าเฉลี่ยรวม	ค่าคะแนน ถ่วงน้ำหนักที่ได้
1. จุดแข็งของธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ			
การวางแผน (planning)	0.24	2.28	0.54
การจัดการ (organizing)	0.24	2.20	0.52
การนำ (leading)	0.26	2.31	0.60
การควบคุม (controlling)	0.26	2.32	0.60
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม			2.26
2. จุดอ่อนของธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ			
การวางแผน (planning)	0.26	2.47	0.64
การจัดการ (organizing)	0.26	2.35	0.61
การนำ (leading)	0.24	2.23	0.53
การควบคุม (controlling)	0.24	2.22	0.53
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม			2.31
3. โอกาสของธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ			
การวางแผน (planning)	0.25	2.48	0.62
การจัดการ (organizing)	0.25	2.46	0.61
การนำ (leading)	0.25	2.45	0.61
การควบคุม (controlling)	0.25	2.56	0.64
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม			2.48
4. อุปสรรคของธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ			
การวางแผน (planning)	0.26	2.50	0.65
การจัดการ (organizing)	0.26	2.40	0.62
การนำ (leading)	0.24	2.36	0.56
การควบคุม (controlling)	0.24	2.51	0.60
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม			2.43

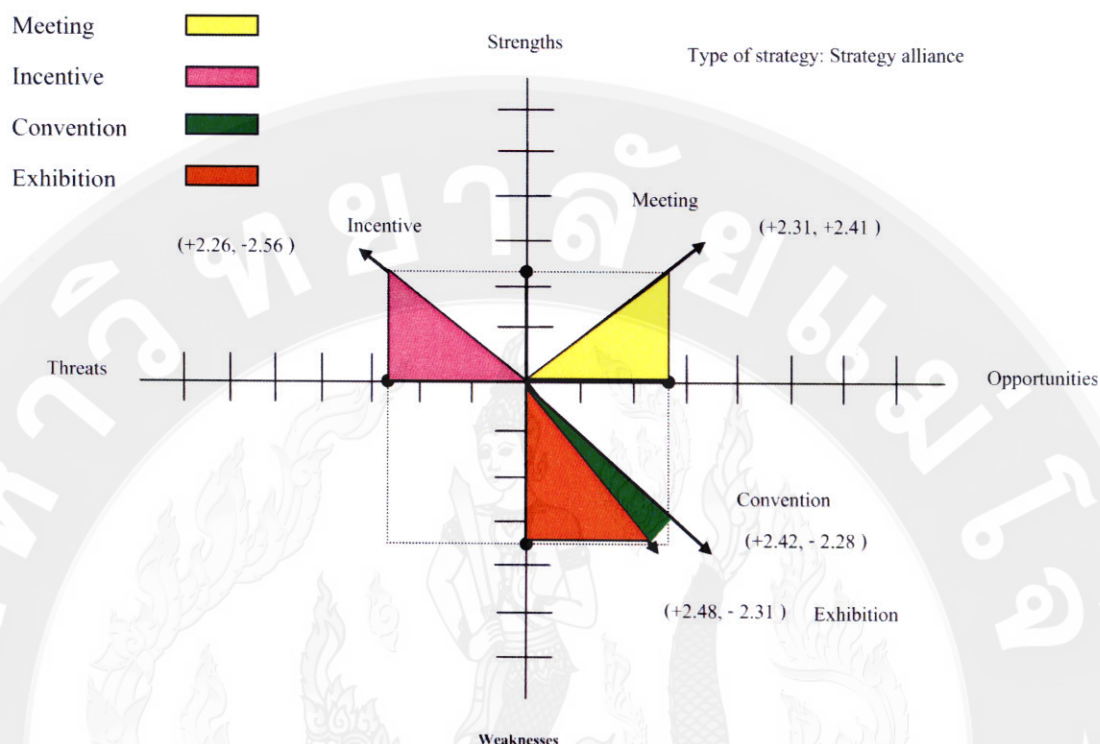


ภาพ 15 ตำแหน่งกลยุทธ์และการประเมินการปฏิบัติตาม (SPACE Matrix) ของธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ

ผลการวิเคราะห์จากภาพ 14 พบว่า ธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการอยู่ในตำแหน่งของการมีจุดอ่อนและโอกาสสูง (weaknesses – opportunities) ที่เหมือนกับธุรกิจการจัดงานประชุมนานาชาติโดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยของจุดอ่อนและโอกาสเท่ากับ 2.31 และ 2.48 ตามลำดับ ดังนั้นกลยุทธ์ที่ใช้ก็เหมือนกับธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติก็คือ การแสวงหาความร่วมมือกับองค์กรอื่น (strategic alliance) เพื่อเสริมจุดอ่อนให้ดีขึ้น ทั้งนี้ธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการมีจุดอ่อนที่เกิดจากที่การที่จังหวัดเชียงใหม่ไม่ค่อยมีงานแสดงสินค้าและนิทรรศการมากนักเนื่องจากสถานที่จัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการมีไม่มาก ทำให้เกิดจุดอ่อนหลายประการก็คือ จังหวัดเชียงใหม่ยังขาดบุคลากรที่มีทักษะความรู้และความเข้าใจในธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ และยังขาดผู้จัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (PEO) ทั้งนี้การที่จังหวัดเชียงใหม่มีศูนย์ประชุมนานาชาติก็จะทำให้เกิดโอกาสที่ดีให้แก่ทั้งธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการและธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ ซึ่งจะเป็นโอกาสของบุคลากรที่จะได้พัฒนาทักษะความรู้มากขึ้น รวมถึงก็จะเป็นการเพิ่มผู้จัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการหรือผู้จัดงานประชุมนานาชาติขึ้นเนื่องจากเห็นช่องทางในการทำธุรกิจ ทั้งนี้การใช้กลยุทธ์ของธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการก็เหมือนกับธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติคือ การหาพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อลดจุดอ่อน

ที่มีอยู่และพัฒนาให้เป็นจุดแข็ง ดังนั้นการที่ศูนย์ประชุมนานาชาติซึ่งเป็นสถานที่จัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการหลักของจังหวัดเชียงใหม่มีการสร้างพันธมิตรหรือคู่ค้าทางธุรกิจก็จะเป็นการลดจุดอ่อนให้แก่ธุรกิจทั้งสอง หรือสถานที่จัดงานอื่นๆ มีการสร้างพันธมิตรทางการค้าให้แก่องค์กรเพื่อลดจุดอ่อนให้แก่องค์กรของตนเองก็จะทำให้ธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการมีความเข้มแข็งขึ้น ประกอบกับโอกาสอื่นที่จังหวัดเชียงใหม่ก็มีคือ นโยบายของรัฐในการส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ ก็จะทำให้ธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการสามารถที่จะแข่งขันกับคู่แข่งกันทั้งในประเทศและต่างประเทศได้

ทั้งนี้จากการวิเคราะห์ตำแหน่งกลยุทธ์และการประเมินการปฏิบัติการ (the strategic position and action evaluation ; SPACE matrix) ในแต่ละธุรกิจไมซ์แล้วนั้นได้นำมาเปรียบเทียบตำแหน่งทางการตลาดเพื่อกำหนดแผนกลยุทธ์ในการบริหารจัดการที่เหมาะสมในแต่ละธุรกิจให้มีประสิทธิภาพดังภาพที่ 18 พบว่าธุรกิจการจัดประชุมเป็นธุรกิจที่ได้เปรียบธุรกิจอื่นๆ มากที่สุดเนื่องจากผลการวิเคราะห์ตำแหน่งทางการตลาดของธุรกิจการจัดประชุมโดยใช้การวิเคราะห์แบบ TOW Matrix แล้วนั้นธุรกิจการจัดประชุมอยู่ในตำแหน่งที่ดีที่สุดคือได้เปรียบทั้งจุดแข็งและโอกาส หรือที่เรียกว่า กลยุทธ์ SO คือเอาจุดแข็งภายในเพื่อเอาโอกาสภายนอกมาใช้ (เอกชัย บุญยาธิฐาน, 2553: 170) ดังนั้นสิ่งที่ธุรกิจการจัดประชุมจะต้องทำคือพยายามรักษาจุดแข็งที่มีไว้ เช่น ความพร้อมในเรื่องของสถานที่ในการจัดประชุมซึ่งมีเพียงพอและมีศักยภาพรวมถึงบุคลากรในธุรกิจการจัดประชุมที่มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจการจัดประชุมเป็นอย่างดี สถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ที่มีความหลากหลายทั้งประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม รวมถึงกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายเหมาะกับการทำกิจกรรมก่อนการประชุมหรือหลังการประชุม (pre or post program) เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย รวมถึงค่าครองชีพที่ต่ำกว่าสถานที่จัดประชุมอื่นในเมืองหลักๆ เช่น กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต พัทยา ซึ่งสิ่งเหล่านี้สามารถนำมาพัฒนาจากจุดแข็งให้เป็นโอกาสได้ โดยอาจใช้กลยุทธ์ในเรื่องของผู้นำราคา (cost leadership strategy) เข้ามาแข่งขันถ้าเปรียบเทียบกับสถานที่จัดประชุมอื่นๆ แล้ว เชียงใหม่อาจไม่มีความแตกต่างจากสถานที่จัดประชุมอื่นๆ ในแง่ของสิ่งอำนวยความสะดวก โครงสร้างพื้นฐาน แต่ละสถานที่มีเสน่ห์ที่แตกต่างกันออกไป เช่น ภูเก็ต พัทยา มีชายหาดชายทะเล กรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงของประเทศ มีความทันสมัย จังหวัดเชียงใหม่เองก็มีความเป็นเอกลักษณ์ในเรื่องของวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ แต่สิ่งที่จะสามารถนำจุดแข็งมาเป็นโอกาสได้คือในเรื่องของราคา เนื่องจากค่าครองชีพหรือค่าใช้จ่ายของจังหวัดเชียงใหม่ต่ำกว่าเมืองอื่นๆ ที่กล่าวมา ทำให้สามารถที่จะนำจุดแข็งนี้เป็นโอกาสในการที่จะมาใช้เป็นกลยุทธ์ในการแข่งขันกับคู่แข่งอื่นได้



ภาพ 16 การเปรียบเทียบตำแหน่งทางกายภาพจาก (SPACE matrix) ของธุรกิจไมซ์จังหวัดเชียงใหม่

สำหรับธุรกิจที่ 2 คือ ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ซึ่งในกลยุทธ์ที่เรียกว่า ST คือ กลยุทธ์ที่ใช้จุดแข็งภายในเพื่อลดทอนหรือหลีกเลี่ยงภัยคุกคามจากภายนอกซึ่งก็คือ อุปสรรคที่มีมากกว่าโอกาส ทั้งนี้ ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเป็นธุรกิจที่มีความอ่อนไหวมากที่สุด และสิ่งที่เป็อุปสรรคสำคัญของธุรกิจนี้ก็คือ “การเมือง (political)” เพราะมีผลต่อความมั่นใจในความปลอดภัยและเป็นสิ่งที่ควบคุมได้ยาก โดยเฉพาะสถานการณ์การชุมนุมทางการเมืองในประเทศไทยในปัจจุบันซึ่งยังคงยืดเยื้อมาจากช่วงปลายปีที่แล้วและการประชุมต่อต้านยังคงมีอย่างต่อเนื่องและยังไม่เห็นจุดสิ้นสุด แต่ทั้งนี้ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในจังหวัดเชียงใหม่สามารถเปลี่ยนวิกฤตปัญหาทางการเมืองที่เกิดขึ้น ณ กรุงเทพมหานคร ที่เป็นอุปสรรคที่มีอยู่นั้นให้เป็นโอกาสของจังหวัดเชียงใหม่ได้โดยที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ทั้งภาครัฐและเอกชนเร่งทำการประชาสัมพันธ์สร้างความเชื่อมั่นในเรื่องของความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว เพราะสถานการณ์การเมืองที่ดำเนินอยู่นั้นตั้งอยู่เฉพาะพื้นที่คือ กรุงเทพมหานครเท่านั้น ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถหลีกเลี่ยงที่จะแวะเที่ยวที่กรุงเทพมหานครได้หรือแค่เปลี่ยนเครื่องที่กรุงเทพฯ แล้วบินตรงมาที่จังหวัดเชียงใหม่ได้ ทั้งนี้ในส่วนของจังหวัดเชียงใหม่ก็มีสายการบินที่บินตรงจากภูมิภาคอื่นๆ ในเอเชียหลายสายการบินและในอนาคตก็จะมีการบินที่บินตรงมากขึ้น ก็จะเป็นโอกาสที่ดีที่สามารถลดอุปสรรค “การเมือง” ที่มีอยู่ให้กับธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของจังหวัด

เชิงใหม่ได้ หรือองค์รภาคเอกชนของเชิงใหม่อาจใช้กลยุทธ์บลูโอเชียน (blue ocean strategy) ซึ่งเหมาะกับกลยุทธ์แบบ ST คือ การหาตลาดใหม่หรือลูกค้าใหม่ๆ ดีกว่าที่จะต้องไปแข่งขันกับตลาดเดิมในเรื่องของการพาณิชย์ราคา ซึ่งจากเดิมที่เชิงใหม่เคยเน้นกลุ่มลูกค้าทางยุโรปหรืออเมริกาซึ่งมีศักยภาพสูง เชิงใหม่ควรหันมาสนใจตลาดใหม่ๆ ที่มีปริมาณและกำลังการซื้อสูง เช่น ตลาดนักท่องเที่ยวชาวจีน ตลาดนักท่องเที่ยวอินเดีย ตลาดนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย รวมถึงตลาดนักท่องเที่ยวตะวันออกกลาง แต่ทั้งนี้การหาตลาดใหม่ๆ แต่สินค้าเป็นสินค้าเดิมๆ นั้นเชิงใหม่ก็จะไม่สามารถแข่งขันกับคู่แข่งอื่นๆ ในภูมิภาคได้ ทั้งนี้ผู้ประกอบการก็ต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับตลาดนักท่องเที่ยวใหม่ๆ เหล่านี้ มีการศึกษาวิจัยพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มเหล่านี้เพื่อที่จะให้ทราบถึงพฤติกรรม นิสัยใจคอของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เพื่อที่จะพัฒนาสินค้าของตนเองให้สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเหล่านี้ได้

สำหรับธุรกิจที่ 3 และ 4 คือ ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติและธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ อยู่ในตำแหน่งทางการตลาดเดียวกัน และต้องใช้กลยุทธ์ที่เหมือนกัน คือ WO คือกลยุทธ์ที่ต้องลดจุดอ่อนภายในโดยใช้โอกาสที่ดีจากภายนอก หรือที่เรียกว่า “ปรับปรุงตนเอง” (เอกชัย บุญยาธิฐาน, 2553: 170) ทั้งนี้จุดอ่อนที่สำคัญที่ทั้งธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติและธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการต้องปรับปรุงก็คือ การขาดสถานที่ในการจัดประชุมในระดับนานาชาติและสถานที่จัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการในระดับประเทศ เช่นเดียวกัน ซึ่งจุดอ่อนที่สำคัญนี้ทางจังหวัดเชิงใหม่ได้มีการปรับปรุงแก้ไขให้เป็นโอกาสของเชิงใหม่แล้วคือ ได้มีการจัดสร้างศูนย์ประชุมนานาชาติแล้วได้ทำการเปิดใช้อย่างเป็นทางการแล้ว แต่ทั้งนี้จุดอ่อนที่ยังคงมีอยู่ก็คือ การไม่มีความชำนาญในการบริหารงานในศูนย์ประชุมนานาชาติ ซึ่งถ้าเปรียบเทียบกับศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ซึ่งเป็นของภาครัฐเช่นเดียวกันได้ว่าจ้างให้บริษัทเอกชน คือ บริษัทเอ็น.ซี.ซี แมนเนจเม้นท์ แอนด์ ดิเวลลอปเม้นท์ จำกัด มาบริหารงาน ทำให้ศูนย์ประชุมนานาชาติ จังหวัดเชิงใหม่จึงยังไม่มี ความชัดเจนเรื่องของการบริหารจัดการ รวมถึงการทำการตลาดของศูนย์ประชุมนานาชาติโดยเฉพาะในเรื่องของการกำหนดราคา และนอกจากนี้ในเรื่องของระบบขนส่งมวลชนในการเดินทางไปยังศูนย์ประชุมก็ยังคงมีปัญหา ถ้ามีการจัดประชุม (meeting) หรือการจัดประชุมนานาชาติ กลุ่มผู้ประชุมยังมีรถบริการจากโรงแรมที่พักไปยังศูนย์ประชุมนานาชาติได้ แต่ถ้าเป็นกรณีของการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (exhibition) ผู้ที่ต้องการไปร่วมงานน่าจะมีปัญหาในการเดินทางในเรื่องของระบบขนส่งสาธารณะเพราะค่อนข้างไกลจากตัวเมืองและมีแต่รถโดยสารสาธารณะที่จะสามารถไปถึงได้และรถโดยสารสาธารณะของจังหวัดเชิงใหม่ก็ไม่มีกำหนดราคาที่แน่นอน รวมถึงในเรื่องของการจัดเลี้ยงในศูนย์ประชุมนานาชาติที่ไม่ครบวงจรเหมือนกันศูนย์ประชุมที่กรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้จัดงานต้องหา

ผู้ประกอบการข้างนอกมาดูแล ซึ่งอาจทำให้มีค่าใช้จ่ายที่เพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ศูนย์ประชุมนานาชาติต้องแสวงหาความร่วมมือ (strategic alliance) กับพันธมิตรกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ทั้งภาครัฐและเอกชนและแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นเพื่อลดจุดอ่อนของตนเองและสร้างเป็นโอกาสให้แก่ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติและธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่

จากตำแหน่งทางการตลาดทั้ง 4 ธุรกิจ พบว่า ตำแหน่งทางการตลาดมีความสอดคล้องกับความเห็น ของผู้บริหารระดับสูงที่มองเกี่ยวกับความเหมาะสมของธุรกิจไมซ์ว่า เชียงใหม่เหมาะกับธุรกิจใดมากที่สุด ซึ่งตาราง 60 แสดงถึงความคิดเห็นว่า ธุรกิจการจัดประชุมมีความเหมาะสมกับเชียงใหม่มากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.77) และตำแหน่งทางการตลาดของธุรกิจการจัดประชุมก็ได้เปรียบมากที่สุด รองลงมาคือ ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.68) ซึ่งในตำแหน่งทางการตลาดก็ถือว่าอยู่ในระดับที่ดี ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติและธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการที่มีตำแหน่งทางการตลาดที่เหมือนกัน แต่ในมุมมองของผู้บริหารมองว่าธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการมีความเหมาะสมกับเชียงใหม่น้อยสุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.18)

ตาราง 60 ผลการแสดงความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับความเหมาะสมของธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่

ท่านคิดว่าเชียงใหม่เหมาะสมกับธุรกิจใดมากที่สุด	ผู้ให้ข้อมูล (N = 22)			ค่า คะแนน เฉลี่ย
	มาก	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย	
1. ธุรกิจการจัดประชุม (Meeting)	81.82	13.64	4.55	2.77
2. ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentives travels)	72.73	22.73	4.55	2.68
3. ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ (Convention)	68.18	27.27	4.55	2.63
4. ธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibition)	40.91	36.36	22.73	2.18

หมายเหตุ	ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
	2.34 – 3.00	มีความเหมาะสมมาก
	1.67 – 2.33	มีความเหมาะสมปานกลาง
	1.00 – 1.66	มีความเหมาะสมน้อย

ตอนที่ 3 การหาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารจัดการของ ธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่

การหาความสัมพันธ์ของธุรกิจไมซ์ซึ่งประกอบด้วย ธุรกิจการจัดประชุม (meeting) ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (incentive travels) ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ (convention) และธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนั้น ได้มีการหาความสัมพันธ์ของ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของการบริหารจัดการคือ การวางแผน (planning) การจัดองค์กร (organizing) การนำ (leading) และการควบคุม (controlling) ของธุรกิจไมซ์ในจังหวัด เชียงใหม่ ดังนี้

การหาความสัมพันธ์ของจุดแข็งของธุรกิจไมซ์

การวางแผน (planning)

ตาราง 61 จุดแข็งในการวางแผนของแต่ละธุรกิจ คือ การจัดประชุม (meeting) ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (incentive travels) ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ (convention) และ ธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ธุรกิจการจัดประชุมมีความสัมพันธ์กับธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการอย่างมีนัยสำคัญมากที่สุด โดยพิจารณาจากค่า Pearson Correlation = 0.68 และมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 โดยมีค่าโดยจากนโยบายของรัฐที่ส่งเสริมในธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ประกอบกับความพร้อมในสถานที่จัดประชุมและสถานที่จัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ จากการที่มีศูนย์ประชุมนานาชาติจังหวัดเชียงใหม่และสถานที่จัดงานอื่นๆ ที่มีศักยภาพทำให้เป็นการเพิ่มจุดแข็งในการวางแผนให้แก่ธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่

ตาราง 61 ค่าความสัมพันธ์ของจุดแข็งในการวางแผนของธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่

	ธุรกิจการจัด ประชุม (Meeting)	ธุรกิจการท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล (Incentive travel)	ธุรกิจการจัด ประชุมนานาชาติ (convention)	ธุรกิจการจัด แสดงสินค้าและ นิทรรศการ
ธุรกิจการจัดประชุม (Meeting)	1.00	0.49 [*] (0.019)	0.23	0.44 [*] (0.039)
ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อ เป็น รางวัล(Incentive travel)	0.49 [*] (0.019)	1.00	0.38	0.34
ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ (convention)	0.23	0.38	1.00	0.68 ^{**} (0.000)
ธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและ นิทรรศการ	0.44 [*] (0.039)	0.33	0.68 ^{**} (0.000)	1.00

หมายเหตุ * Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed)

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

การจัดองค์กร (organizing)

ตาราง 62 จุดแข็งในการจัดองค์กรของธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ธุรกิจการจัดประชุมมีความสัมพันธ์กันกับธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติอย่างมีนัยสำคัญมากที่สุด โดยพิจารณาจากค่า Pearson Correlation = 0.69 และมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 ทั้งนี้ผู้วิจัยมองว่าทั้งสองธุรกิจมีการดำเนินการที่คล้ายคลึงกันเพียงแค่แตกต่างในเรื่องของปริมาณของจำนวนผู้เข้าร่วมประชุม ทั้งนี้ผู้วิจัยมองว่าจังหวัดเชียงใหม่มีบุคลากรที่มีศักยภาพและมีความรู้และทักษะที่ดีในทั้งสองธุรกิจและสามารถแข่งขันกับกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนได้

ตาราง 62 ค่าความสัมพันธ์ของจุดแข็งในการจัดองค์กรของธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่

	ธุรกิจการจัด ประชุม (Meeting)	ธุรกิจการท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล (Incentive travel)	ธุรกิจการจัด ประชุมนานาชาติ (convention)	ธุรกิจการจัด แสดงสินค้าและ นิทรรศการ
ธุรกิจการจัดประชุม (Meeting)	1.00	0.60** (0.003)	0.52* (0.013)	0.40
ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็น รางวัล(Incentive travel)	0.60** (0.003)	1.00	0.69** (0.000)	0.35
ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ (convention)	0.52* (0.013)	0.69** (0.000)	1.00	0.36
ธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและ นิทรรศการ	0.40	0.35	0.36	1.00

หมายถึง

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed)

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

การนำ (leading)

ตาราง 63 จุดแข็งในการนำของธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติมีความสัมพันธ์กับธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการอย่างมีนัยสำคัญมากที่สุด โดยพิจารณาจากค่า Pearson Correlation = 0.75 และมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 ทั้งนี้ผู้วิจัยมองว่าทั้งสองธุรกิจมีผู้บริหารองค์กรที่มีความรู้ความสามารถ ประสบการณ์และทักษะที่ดี ในการขับเคลื่อนธุรกิจและมีศักยภาพอย่างมากในการให้คำปรึกษาและแก้ปัญหาได้เป็นอย่างดีในกรณีที่เกิดปัญหาระหว่างการทำงาน

ตาราง 63 ค่าความสัมพันธ์ของจุดแข็งในการนำของธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่

	ธุรกิจการจัด ประชุม (Meeting)	ธุรกิจการท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล (Incentive travel)	ธุรกิจการจัด ประชุมนานาชาติ (convention)	ธุรกิจการจัด แสดงสินค้าและ นิทรรศการ
ธุรกิจการจัดประชุม (Meeting)	1.00	0.57** (0.006)	0.60** (0.003)	0.74* (0.000)
ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็น รางวัล (Incentive travel)	0.57* (0.006)	1.00	0.70** (0.000)	0.65** (0.001)
ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ (convention)	0.60** (0.003)	0.70** (0.000)	1.00	0.75** (0.000)
ธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและ นิทรรศการ	0.74** (0.000)	0.65** (0.001)	0.75** (0.000)	1.00

หมายเหตุ * Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed)

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

การควบคุม (controlling)

ตาราง 64 จุดแข็งในการควบคุมของธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติมีความสัมพันธ์กับธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลอย่างมีนัยสำคัญมากที่สุด โดยพิจารณาจากค่า Pearson Correlation = 0.74 และมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 ทั้งนี้ผู้วิจัยมองว่าทั้งสองธุรกิจมีการประเมิณองค์กรและบุคลากรที่มีประสิทธิภาพทั้งในองค์กรของรัฐและเอกชน และยังมีตัวชี้วัดที่ชี้วัดในเรื่องของการปฏิบัติงานอย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรม

ตาราง 64 ค่าความสัมพันธ์ของจุดแข็งในการควบคุมของธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่

	ธุรกิจการจัด ประชุม (Meeting)	ธุรกิจการท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล (Incentive travel)	ธุรกิจการจัด ประชุมนานาชาติ (convention)	ธุรกิจการจัด แสดงสินค้าและ นิทรรศการ
ธุรกิจการจัดประชุม (Meeting)	1.00	0.41	0.54** (0.010)	0.58** (0.005)
ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็น รางวัล (Incentive travel)	0.41	1.00	0.74** (0.000)	0.32
ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ (convention)	0.54** (0.010)	0.74** (0.000)	1.00	0.58** (0.005)
ธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและ นิทรรศการ	0.60* (0.003)	0.32	0.58** (0.005)	1.00

หมายเหตุ * Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed)

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

การหาความสัมพันธ์ของจุดอ่อนของธุรกิจไมซ์

การวางแผน (planning)

ตาราง 65 จุดอ่อนในการวางแผนของธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติมีความสัมพันธ์กับธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลอย่างมีนัยสำคัญมากที่สุด โดยพิจารณาจากค่า Pearson Correlation = 0.70 และมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 ทั้งนี้ผู้วิจัยมองว่าทั้งสองธุรกิจมีความใกล้เคียงกันในเรื่องของผู้เข้าร่วมประชุม และนักท่องเที่ยวซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นชาวต่างชาติซึ่งมีความละเอียดอ่อนอย่างมากในเรื่องของความปลอดภัยของจุดหมายปลายทางสำหรับสถานที่จัดประชุมหรือสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกสถานที่จัดประชุม เข้าร่วมประชุมหรือสถานที่ท่องเที่ยว

ตาราง 65 ค่าความสัมพันธ์ของจุดอ่อนในการวางแผนของธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่

	ธุรกิจการจัด ประชุม (Meeting)	ธุรกิจการท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล (Incentive travel)	ธุรกิจการจัด ประชุมนานาชาติ (convention)	ธุรกิจการจัด แสดงสินค้าและ นิทรรศการ
ธุรกิจการจัดประชุม (Meeting)	1.00	0.63 [*] (0.002)	0.63 ^{**} (0.001)	0.38
ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive travel)	0.63 ^{**} (0.002)	1.00	0.70 ^{**} (0.000)	0.53 [*] (0.010)
ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ (convention)	0.63 ^{**} (0.001)	0.70 ^{**} (0.000)	1.00	0.59 [*] (0.004)
ธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและ นิทรรศการ	0.37	0.53 [*] (0.010)	0.59 ^{**} (0.004)	1.00

หมายเหตุ * Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed)

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

การจัดองค์กร (organizing)

ตาราง 66 จุดอ่อนในการจัดองค์กรของธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติมีความสัมพันธ์กันกับธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ อย่างมีนัยสำคัญมากที่สุด โดยพิจารณาจากค่า Pearson Correlation = 0.78 และมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 ทั้งนี้ผู้วิจัยมองว่าทั้งสองธุรกิจมีความใกล้เคียงกันในเรื่องของบุคลากรที่ยังขาดมีอาชีพเฉพาะทาง ซึ่งก็คือ ผู้จัดการประชุมนานาชาติมืออาชีพ (PCO) และผู้จัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (PEO) เนื่องจากจังหวัดเชียงใหม่เพิ่งจะมีศูนย์ประชุมนานาชาติที่สามารถรองรับธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติและงานแสดงสินค้าและนิทรรศการใหญ่ๆ ได้ ทำให้ผู้จัดการงานมืออาชีพทั้งสองธุรกิจยังมีไม่มากนัก และบุคลากรในทั้งสองธุรกิจที่มียุทธศาสตร์และทักษะในทั้งสองธุรกิจก็ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการเช่นเดียวกัน

ตาราง 66 ค่าความสัมพันธ์ของจุดอ่อนในการจัดองค์กรของธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่

	ธุรกิจการจัด ประชุม (Meeting)	ธุรกิจการท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล (Incentive travel)	ธุรกิจการจัด ประชุมนานาชาติ (convention)	ธุรกิจการจัด แสดงสินค้าและ นิทรรศการ
ธุรกิจการจัดประชุม (Meeting)	1.00	0.20	0.23	0.31
ธุรกิจการท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล(Incentive travel)	0.20	1.00	0.77** (0.000)	0.60* (0.003)
ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ (convention)	0.23	0.77** (0.000)	1.00	0.78** (0.000)
ธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและ นิทรรศการ	0.32	0.60** (0.003)	0.78** (0.000)	1.00

หมายเหตุ * Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed)

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

การนำ (leading)

ตาราง 67 จุดอ่อนในการนำของธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติมีความสัมพันธ์กับธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการอย่างมีนัยสำคัญมากที่สุดเหมือนกับการนำ ทั้งนี้พิจารณาจากค่า Pearson Correlation = 0.78 และมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 ทั้งนี้ผู้วิจัยมองว่าทั้งสองธุรกิจมีความใกล้เคียงกัน การนำในมุมมองที่ว่าเนื่องจากจังหวัดเชียงใหม่เพิ่งจะมีศูนย์ประชุมนานาชาติที่สามารถรองรับธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติและงานแสดงสินค้าและนิทรรศการใหญ่ๆ ได้ ทำให้ผู้บริหารโดยเฉพาะองค์กรของรัฐยังขาดความรู้ความเข้าใจถึงความสำคัญของทั้งสองธุรกิจว่ามีประโยชน์อย่างไรต่อจังหวัดเชียงใหม่ ทำให้การเป็นจุดอ่อนในการที่จะบริหารจัดการทั้งสองธุรกิจได้

ตาราง 67 ค่าความสัมพันธ์ของจุดอ่อนในการนำของธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่

	ธุรกิจการจัด ประชุม (Meeting)	ธุรกิจการท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล (Incentive travel)	ธุรกิจการจัด ประชุมนานาชาติ (convention)	ธุรกิจการจัด แสดงสินค้าและ นิทรรศการ
ธุรกิจการจัดประชุม (Meeting)	1.00	0.11	0.44 [*] (0.042)	0.32
ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อ เป็นรางวัล(Incentive travel)	0.11	1.00	0.66 ^{**} (0.001)	0.58 ^{**} (0.005)
ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ (convention)	0.44 [*] (0.042)	0.66 [*] (0.001)	1.00	0.78 ^{**} (0.000)
ธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและ นิทรรศการ	0.32	0.58 ^{**} (0.005)	0.78 ^{**} (0.000)	1.00

หมายเหตุ * Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed)

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

การควบคุม (controlling)

ตาราง 68 จุดอ่อนในการควบคุมของธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติมีความสัมพันธ์กับธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลอย่างมีนัยสำคัญมากที่สุดเหมือนกับการวางแผน ทั้งนี้พิจารณาจากค่า Pearson Correlation = 0.83 และมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 ทั้งนี้ผู้วิจัยมองว่าทั้งสองธุรกิจมีความใกล้เคียงกันในเรื่องของการประสานงาน ซึ่งการทำงานในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติเป็นธุรกิจที่ต้องมีการประสานงานกันกับผู้ให้บริการด้านต่างๆ (suppliers) เช่น ที่พัก ร้านอาหาร ผู้รับเหมา (contractor) เหมือนกับธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล จึงเป็นจุดอ่อนที่สำคัญในเรื่องของการควบคุมการดำเนินงานให้เกิดความราบรื่นและยากในการควบคุมคุณภาพเพราะผู้ให้บริการด้านต่างๆ ไม่ได้เป็นเจ้าของคนเดียว และผู้ให้บริการด้านต่างๆ บางองค์กรก็ยังไม่มีความเข้าใจในเรื่องของความต้องการของกลุ่มลูกค้าทั้งสองธุรกิจนี้พอ ทำให้เป็นจุดอ่อนในการที่จะบริหารจัดการทั้งสองธุรกิจได้

ตาราง 68 ค่าความสัมพันธ์ของจุดอ่อนในการควบคุมของธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่

	ธุรกิจการจัด ประชุม (Meeting)	ธุรกิจการท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล (Incentive travel)	ธุรกิจการจัด ประชุมนานาชาติ (convention)	ธุรกิจการจัด แสดงสินค้าและ นิทรรศการ
ธุรกิจการจัดประชุม (Meeting)	1.00	0.54** (0.009)	0.48* (0.022)	0.43* (0.046)
ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive travel)	0.54** (0.009)	1.00	0.83** (0.000)	0.60** (0.003)
ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ (convention)	0.48* (0.022)	0.83** (0.000)	1.00	0.74** (0.000)
ธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและ นิทรรศการ	0.43* (0.046)	0.60** (0.003)	0.74** (0.000)	1.00

หมายเหตุ * Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed)

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

การหาความสัมพันธ์ของโอกาสของธุรกิจไมซ์

การวางแผน (planning)

ตาราง 69 โอกาสในการวางแผนของธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติมีความสัมพันธ์กันกับธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลอย่างมีนัยสำคัญมากที่สุด ทั้งนี้พิจารณาจากค่า Pearson Correlation = 0.65 และมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .01 ทั้งนี้ผู้วิจัยมองว่าการที่จังหวัดเชียงใหม่มีศูนย์ประชุมนานาชาติ ทำให้เป็นโอกาสที่ดีสำหรับทั้งธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติและธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ประกอบกับนโยบายของรัฐที่ส่งเสริมการที่เชียงใหม่เป็นนครแห่งไมซ์ (MICE city) ทำให้มีการกำหนดนโยบายต่างๆ ที่ส่งเสริมทั้งสองธุรกิจ อาทิเช่น การอำนวยความสะดวกในการเข้า-ออกประเทศ การสนับสนุนในเรื่องของเอกสาร ของที่ระลึก รวมถึงการพัฒนาและปรับปรุงเส้นทางท่องเที่ยวแบบเชื่อมโยงและพัฒนาระบบขนส่งมวลชน ทำให้เป็นโอกาสที่ดีของทั้งสองธุรกิจมีความเหมือนกันคือ กลุ่มลูกค้าที่ส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติ ที่จะนำโอกาสที่ดีนี้ไปวางแผนพัฒนาธุรกิจทั้งสองต่อไป

ตาราง 69 ค่าความสัมพันธ์ของโอกาสในการวางแผนของธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่

	ธุรกิจการจัด ประชุม (Meeting)	ธุรกิจการท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล (Incentive travel)	ธุรกิจการจัด ประชุมนานาชาติ (convention)	ธุรกิจการจัด แสดงสินค้าและ นิทรรศการ
ธุรกิจการจัดประชุม (Meeting)	1.00	0.56** (0.007)	0.65** (0.001)	0.49* (0.022)
ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็น รางวัล (Incentive travel)	0.55* (0.007)	1.00	0.61** (0.003)	0.46* (0.030)
ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ (convention)	0.65** (0.001)	0.60* (0.003)	1.00	0.60** (0.003)
ธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและ นิทรรศการ	0.49* (0.022)	0.46* (0.030)	0.60** (0.003)	1.00

หมายเหตุ * Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed)

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

การจัดองค์กร (organizing)

ตาราง 70 โอกาสในการจัดองค์กรของธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ธุรกิจการจัดประชุมมีความสัมพันธ์กันกับธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติอย่างมีนัยสำคัญมากที่สุด เหมือนกับจุดแข็งในการจัดองค์กร โดยพิจารณาจากค่า Pearson Correlation = 0.88 และมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 ทั้งนี้ผู้วิจัยพบว่าการจัดองค์กรของจังหวัดเชียงใหม่มีความได้เปรียบทั้งจุดแข็งและโอกาสในทั้งสองธุรกิจ ทำให้มองได้ว่าบุคลากรในทั้งสองธุรกิจมีศักยภาพที่ดี มีความรู้ ทักษะที่ดีที่และประกอบกับการสนับสนุนของรัฐและเอกชนในการให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากร โดยเฉพาะในเรื่องของ “ภาษา” ก็จะเป็นโอกาสที่ดีของทั้งสองธุรกิจและเพื่อที่จะทำให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งทั้งในและต่างประเทศได้

ตาราง 70 ค่าความสัมพันธ์ของโอกาสในการจัดองค์กรของธุรกิจใหม่ของจังหวัดเชียงใหม่

	ธุรกิจการจัด ประชุม (Meeting)	ธุรกิจการท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล (Incentive travel)	ธุรกิจการจัด ประชุมนานาชาติ (convention)	ธุรกิจการจัด แสดงสินค้าและ นิทรรศการ
ธุรกิจการจัดประชุม (Meeting)	1.00	0.47 [*] (0.027)	0.88 ^{**} (0.000)	0.67 [*] (0.001)
ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive travel)	0.47 [*] (0.027)	1.00	0.68 ^{**} (0.001)	0.56 [*] (0.007)
ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ (convention)	0.88 ^{**} (0.000)	0.68 ^{**} (0.001)	1.00	0.70 ^{**} (0.000)
ธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและ นิทรรศการ	0.67 [*] (0.021)	0.56 ^{**} (0.007)	0.70 ^{**} (0.000)	1.00

หมายเหตุ * Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed)

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

การนำ (leading)

ตาราง 71 โอกาสในการนำของธุรกิจใหม่ของจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติมีความสัมพันธ์กับธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการอย่างมีนัยสำคัญมากที่สุดเหมือนกับจุดแข็งในการนำ โดยพิจารณาจากค่า Pearson Correlation = 0.78 และมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 ทั้งนี้ผู้วิจัยพบว่า การที่จังหวัดเชียงใหม่มีการทำความร่วมมือกันระหว่างหน่วยงาน 8 หน่วยงานพันธมิตร ก็จะช่วยให้ทั้งสองธุรกิจขับเคลื่อนไปได้มากขึ้นเนื่องจากทั้งสองธุรกิจนี้ถือว่าเป็นธุรกิจใหม่สำหรับจังหวัดเชียงใหม่เนื่องจากจังหวัดเชียงใหม่เพิ่มมีศูนย์ประชุมนานาชาติไม่นาน ดังนั้นก็จะเป็นโอกาสที่ดีของทั้งสองธุรกิจนี้

ตาราง 71 ค่าความสัมพันธ์ของโอกาสในการนำของธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่

	ธุรกิจการจัด ประชุม (Meeting)	ธุรกิจการท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล (Incentive travel)	ธุรกิจการจัด ประชุมนานาชาติ (convention)	ธุรกิจการจัด แสดงสินค้าและ นิทรรศการ
ธุรกิจการจัดประชุม (Meeting)	1.00	0.50 [*] (0.018)	0.52 [*] (0.012)	0.62 ^{**} (0.002)
ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive travel)	0.50 [*] (0.018)	1.00	0.48 [*] (0.022)	0.48 [*] (0.023)
ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ (convention)	0.52 [*] (0.012)	0.49 [*] (0.022)	1.00	0.78 ^{**} (0.000)
ธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและ นิทรรศการ	0.62 ^{**} (0.002)	0.48 [*] (0.023)	0.78 ^{**} (0.000)	1.00

หมายเหตุ * Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed)

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

การควบคุม (controlling)

ตาราง 72 โอกาสในการควบคุมของธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติมีความสัมพันธ์กับธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการอย่างมีนัยสำคัญมากที่สุด โดยพิจารณาจากค่า Pearson Correlation = 0.86 และมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .05 ทั้งนี้ผู้วิจัยพบว่า การที่จังหวัดเชียงใหม่ได้เป็นเจ้าภาพในการจัดประชุมนานาชาติและการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการระดับประเทศหรือระดับโลก เช่น งาน EXPO ก็จะทำให้จังหวัดเชียงใหม่ได้มีโอกาสนำเสนอที่จะเผยแพร่ชื่อเสียงของจังหวัดให้เป็นที่รู้จักทั้งในระดับประเทศและระดับโลก

ตาราง 72 ค่าความสัมพันธ์ของโอกาสในการควบคุมของธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่

	ธุรกิจการจัดประชุม (Meeting)	ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive travel)	ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ (convention)	ธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและ นิทรรศการ
ธุรกิจการจัดประชุม (Meeting)	1	0.33	0.31	0.26
ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive travel)	0.33	1.00	0.63** (0.002)	0.53* (0.012)
ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ (convention)	0.31	0.63** (0.002)	1.00	0.86** (0.000)
ธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและ นิทรรศการ	0.26	0.53* (0.012)	0.86* (0.000)	1.00

หมายเหตุ * Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed)

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

การหาความสัมพันธ์ของอุปสรรคของธุรกิจไมซ์

การวางแผน (planning)

ตาราง 73 อุปสรรคในการวางแผนของธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ธุรกิจการจัดประชุมมีความสัมพันธ์กันกับธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการอย่างมีนัยสำคัญมากที่สุด โดยพิจารณาจากค่า Pearson Correlation = 0.60 และมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .003 ซึ่งน้อยกว่า .01 ทั้งนี้ผู้วิจัยมองว่าเศรษฐกิจและการเมืองมีผลอย่างมากในการวางแผน โดยเฉพาะในด้านเศรษฐกิจเพราะเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกสถานที่จัดประชุมของผู้จัดการประชุมรวมถึงการที่เศรษฐกิจของโลกยังอยู่ในภาวะชะงักงันก็ส่งผลต่อการเติบโตของธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการเช่นเดียวกัน

ตาราง 73 ค่าความสัมพันธ์ของอุปสรรคในการวางแผนของธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่

	ธุรกิจการจัดประชุม (Meeting)	ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive travel)	ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ (convention)	ธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและ นิทรรศการ
ธุรกิจการจัดประชุม (Meeting)	1.00	0.47 [*] (0.029)	0.22	0.60 ^{**} (0.003)
ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive travel)	0.47 [*] (0.029)	1.00	0.48 [*] (0.024)	0.28
ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ (convention)	0.22	0.48 [*] (0.024)	1.00	0.07
ธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและ นิทรรศการ	0.60 ^{**} (0.003)	0.28	0.07	1.00

หมายเหตุ * Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed)

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

การจัดองค์กร (organizing)

ตาราง 74 อุปสรรคในการจัดองค์กรของธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีความสัมพันธ์กับธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการอย่างมีนัยสำคัญมากที่สุด โดยพิจารณาจากค่า Pearson Correlation = 0.64 และมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 ซึ่งน้อยกว่า .01 ทั้งนี้ ผู้วิจัยมองว่าอุปสรรคของทั้งสองธุรกิจนี้คือ ธุรกิจไมซ์ถือว่าเป็นองค์ความรู้ใหม่ของประเทศไทยโดยเฉพาะคนเชียงใหม่ ทั้งนี้จังหวัดเชียงใหม่ยังไม่มีสถาบันการศึกษาที่ผลิตบุคลากรทางด้านไมซ์โดยตรง โดยเฉพาะทั้งสองธุรกิจเป็นธุรกิจที่มีรูปแบบที่ไม่แน่นอน การเรียนรู้จะเป็นการเรียนรู้ในแบบ On The Job Training มากกว่า ทำให้ยังขาดบุคลากรที่มีความชำนาญในสองธุรกิจนี้อย่างมาก

ตาราง 74 ค่าความสัมพันธ์ของอุปสรรคในการจัดองค์กรของธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่

	ธุรกิจการจัด ประชุม (Meeting)	ธุรกิจการท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล (Incentive travel)	ธุรกิจการจัด ประชุมนานาชาติ (convention)	ธุรกิจการจัด แสดงสินค้าและ นิทรรศการ
ธุรกิจการจัดประชุม (Meeting)	1.00	0.56** (0.006)	0.54** (0.009)	0.58** (0.005)
ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็น รางวัล (Incentive travel)	0.56** (0.006)	1.00	0.32	0.64** (0.001)
ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ (convention)	0.54** (0.009)	0.32	1.00	0.52* (0.013)
ธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและ นิทรรศการ	0.58** (0.005)	0.64** (0.001)	0.52* (0.013)	1.00

หมายเหตุ * Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed)

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

การนำ (leading)

ตาราง 75 อุปสรรคในการนำของธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีความสัมพันธ์กันกับธุรกิจการจัดประชุมอย่างมีนัยสำคัญมากที่สุด โดยพิจารณาจากค่า Pearson Correlation = 0.53 และมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .012 ซึ่งน้อยกว่า .05 ทั้งนี้ ผู้วิจัยมองว่าอุปสรรคของการนำของธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ไม่ใช่แค่สองธุรกิจนี้เท่านั้น แต่รวมถึงอีกสองธุรกิจที่เหลือก็คือ ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติและธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ ซึ่งก็คือ การที่จังหวัดเชียงใหม่ยังไม่มีหน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรง (CVB) ทำให้การบริหารจัดการของธุรกิจไมซ์ยังไม่สามารถกำหนดรูปแบบได้รวมถึงทำให้การขับเคลื่อนธุรกิจไมซ์โดยเฉพาะทั้งธุรกิจการประชุมและธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ซึ่งผู้ให้ข้อมูลมองว่าเป็นสองธุรกิจที่เหมาะสมที่สุดสำหรับจังหวัดเชียงใหม่ (ตารางที่ 58) ยังไม่ไปไกลเท่าที่ควร

ตาราง 75 ค่าความสัมพันธ์ของอุปสรรคในการนำของธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่

	ธุรกิจการจัด ประชุม (Meeting)	ธุรกิจการท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล (Incentive travel)	ธุรกิจการจัด ประชุมนานาชาติ (convention)	ธุรกิจการจัด แสดงสินค้าและ นิทรรศการ
ธุรกิจการจัดประชุม (Meeting)	1.00	0.53 [*] (0.012)	0.22	0.18
ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive travel)	0.53 [*] (0.012)	1.00	0.42	0.34
ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ (convention)	0.22	0.42	1.00	0.39
ธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและ นิทรรศการ	0.18	0.34	0.40	1.00

หมายเหตุ * Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed)

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

การควบคุม (controlling)

ในตาราง 76 อุปสรรคในการควบคุมของธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีความสัมพันธ์กับธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติอย่างมีนัยสำคัญมากที่สุด โดยพิจารณาจากค่า Pearson Correlation = 0.76 และมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .000 ซึ่งน้อยกว่า .01 ทั้งนี้ ผู้วิจัยมองว่าอุปสรรคของการควบคุมของธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ไม่ใช่แค่สองธุรกิจนี้เท่านั้น แต่รวมถึงอีกสองธุรกิจที่เหลือก็คือ ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติและธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ ซึ่งก็คือ การเมือง ซึ่งเป็นสิ่งที่เป็อุปสรรคในการควบคุมเป็นอย่างมาก เป็นสิ่งที่ควบคุมได้ยาก โดยเฉพาะธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติซึ่งมีความเหมือนกันคือ กลุ่มลูกค้าเป็นคนต่างชาติ ดังนั้นการเมืองจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญเพราะมีผลต่อความเชื่อมั่นในการเข้ามาประชุม จัดประชุมหรือท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

ตาราง 76 ค่าความสัมพันธ์ของอุปสรรคในการควบคุมของธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่

	ธุรกิจการจัด ประชุม (Meeting)	ธุรกิจการท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล (Incentive travel)	ธุรกิจการจัด ประชุมนานาชาติ (convention)	ธุรกิจการจัด แสดงสินค้าและ นิทรรศการ
ธุรกิจการจัดประชุม (Meeting)	1.00	0.56	0.18	0.55** (0.007)
ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive travel)	0.06	1.00	0.76** (0.000)	0.38
ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ (convention)	0.18	0.76** (0.000)	1.00	0.41
ธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและ นิทรรศการ	0.55** (0.007)	0.37	0.41	1.00

หมายเหตุ * Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed)

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายในและภายนอก ที่มีผลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ นั้น ในแต่ละธุรกิจซึ่งก็คือ ธุรกิจการจัดประชุม (meeting) ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (incentive) ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ (convention) และ ธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ ต่างก็มีจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคแตกต่างกันออกไป แต่ทั้งนี้ผู้วิจัยมองว่าสิ่งที่จะสามารถแก้ปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ได้นั้น สิ่งสำคัญที่ต้องทำเป็นประการแรกก็คือ การจัดตั้งหน่วยงานที่รับผิดชอบของธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ หรือ Chiang Mai Convention Bureau (CVB) ซึ่งผลการวิจัยพบว่าผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญกับ CVB ในระดับปานกลางเท่านั้นซึ่งการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์โดยทั่วไปจะให้ความสำคัญกับ CVB เป็นอย่างมาก เช่น ผลงานวิจัยของ Weber (2001: 1) กล่าวถึง บริษัทวางแผนการจัดประชุมองค์กร (association meeting planners) ใช้ประโยชน์จาก CVB มากกว่าและบ่อยกว่าการใช้กับบริษัทรับจัดงานโดยทั่วไป และมองว่า CVB เป็นแหล่งข้อมูลในขั้นตอนการวางแผนการจัดประชุมของบริษัทวางแผนการประชุม งานวิจัยของ Leo and Deery (2005: 29) ได้กล่าวว่า การที่เมืองจะประสบความสำเร็จในธุรกิจการประชุมได้นั้น เมืองนั้นจะต้องมี CVB เพราะ CVB จะเป็นหน่วยงานเดียวที่จะประสานงานและอำนวยความสะดวกระหว่าง

หน่วยงานของภาครัฐและเอกชนในธุรกิจการจัดประชุม ในขณะที่หลายประเทศให้ความสำคัญกับ CVB เพราะถือเป็นองค์ประกอบหรือกุญแจแห่งความสำเร็จ เช่น กรณีศึกษาของประเทศ Trinidad ซึ่งตั้งอยู่ในทะเลแคริบเบียนมองว่าปัจจัยสู่ความสำเร็จของการเป็นจุดหมายปลายทางในการจัดประชุมนานาชาติก็คือ การจัดตั้งหน่วยงาน CVB (convention bureau) (Acolla, 2010: 143) และกรณีศึกษาอีกประเทศคือ ประเทศเกาหลี ซึ่ง Morrison (2002 อ้างใน Myong and Kyong, 2006: 115) กล่าวถึง ความสำคัญของ CVB ว่าเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดอย่างหนึ่งสำหรับธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติเพราะสามารถนำผลประโยชน์มากมายเข้าสู่สถานที่จัดประชุม ได้แก่ 1) ทำให้ได้โอกาสในการเพิ่มงบประมาณสำหรับการทำการตลาดให้แก่จุดหมายปลายทาง 2) ยกระดับภาพลักษณ์ของผู้อุปถัมภ์ (sponsors) 3) การติดต่อระหว่างลูกค้าและผู้ให้บริการมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ทั้งนี้ การขาดหน่วยงานที่รับผิดชอบธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ หรือ CVB เป็นจุดอ่อนที่สำคัญและนำไปสู่ปัญหาต่างๆ ที่พบในงานวิจัยนี้ เช่น การขาดการประชาสัมพันธ์ให้คนในท้องถิ่นรู้จักและเข้าใจในธุรกิจไมซ์ บุคลากรในหน่วยงานที่รับผิดชอบของรัฐยังขาดความรู้ความเข้าใจในธุรกิจไมซ์ซึ่งก็จะส่งผลในเรื่องของการกำหนดนโยบายในการส่งเสริมธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ การอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้แก่ผู้ประกอบการในธุรกิจไมซ์ ในขณะเดียวกัน การขาดการประชาสัมพันธ์ก็มีผลต่อระดับในการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในธุรกิจไมซ์ ปัญหาในเรื่องข้อมูลของธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ที่ไม่มีประสิทธิภาพ เช่น ข้อมูลของสถานที่จัดงานในจังหวัดเชียงใหม่ ข้อมูลของผู้จัดงาน (EMC) ข้อมูลของบริษัทรับจัดการท่องเที่ยว ข้อมูลของผู้จัดการประชุมมืออาชีพ (PCO) ที่ไม่มีความเชื่อมโยงกัน รวมถึงปัญหาของศักยภาพของบุคลากรในธุรกิจไมซ์ในอนาคตเมื่อเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ทั้งนี้การที่ได้มีการจัดตั้งหน่วยงาน CVB ขึ้นมาจะสามารถแก้ปัญหาดังกล่าวที่เกิดขึ้นได้ในระดับหนึ่ง ในขณะเดียวกัน ตำแหน่งทางการตลาดของแต่ละธุรกิจที่พบจากผลการวิจัยก็จะนำไปสู่การหากลยุทธ์ที่เหมาะสมให้กับแต่ละธุรกิจของไมซ์ได้ ซึ่งจะส่งผลให้ระบบการบริหารจัดการในธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ก็จะมีประสิทธิภาพมากขึ้น ประกอบกับนโยบายในการส่งเสริมและสนับสนุนของรัฐสำหรับเชียงใหม่ นครแห่งไมซ์ (MICE city) ก็ยังเพิ่มประสิทธิภาพและความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจไมซ์จังหวัดเชียงใหม่ได้ทั้งระดับประเทศและระดับนานาชาติได้

บทที่ 7

ระดับการมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ ในจังหวัดเชียงใหม่

การหาระดับการมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ นั้น ก่อนที่จะมีการหาระดับการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียนั้น ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดแผนกลยุทธ์และโครงการหรือกิจกรรมในการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ก่อนที่จะได้ทำการหาระดับการมีส่วนร่วมในการกำหนดกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 การกำหนดแผนกลยุทธ์และโครงการหรือกิจกรรม ในการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์

การประเมินสิ่งแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกของการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ได้วิเคราะห์เพื่อกำหนดค่าคะแนนลงในกราฟตำแหน่งกลยุทธ์และการประเมินการปฏิบัติการ (the strategic position and action evaluation – SPACE matrix) ทำให้ทราบว่าตำแหน่งกลยุทธ์ของธุรกิจไมซ์มีตำแหน่งกลยุทธ์ที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ธุรกิจการจัดประชุม (meeting) เป็นธุรกิจที่ได้เปรียบธุรกิจอื่นๆ มากที่สุดคือ ได้เปรียบทั้งจุดแข็งและโอกาส จึงควรใช้ธุรกิจแบบเชิงรุก (proactive strategy) ในขณะที่ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (incentive) มีจุดแข็งและอุปสรรคสูง ซึ่งควรใช้กลยุทธ์แบบบลูโอเชียน (blue ocean strategy) ในขณะที่ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติและธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ มีจุดอ่อนแต่มีโอกาสดี ควรใช้กลยุทธ์ที่เรียกว่า กลยุทธ์เครือข่าย (strategic alliance) ดังนั้น ในการวางแผนกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ที่เหมาะสมกับจังหวัดเชียงใหม่ นั้น นักวิจัยและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้มีการพิจารณา กำหนดและวางแผนกลยุทธ์การบริหารจัดการร่วมกัน โดยร่วมกันกำหนดแผนกลยุทธ์ของแต่ละธุรกิจโดยอ้างอิงจากแผนแม่บทการพัฒนาการท่องเที่ยว MICE เชียงใหม่ ของสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งนี้ทางผู้วิจัยได้มีเชิญผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งประกอบด้วย กลุ่มองค์กรภาครัฐและกลุ่มองค์กรเอกชน มาช่วยกันกำหนดแผนกลยุทธ์และโครงการหรือกิจกรรมในการบริหารจัดการในแต่ละธุรกิจของไมซ์ เนื่องจากผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนไม่กลุ่มประชากรที่แน่นอน (infinite population) ผู้วิจัยจึงได้มีการสุ่มตัวอย่างตามกลุ่มประชากรที่รู้จักธุรกิจไมซ์ ผลที่ได้รับคือ กลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้และเข้าใจในธุรกิจไมซ์ได้จำนวนร้อยละ 3 คือ

ประมาณ 44.47 คน ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้เชิญผู้มีส่วนร่วมในการกำหนดแผนกลยุทธ์และโครงการหรือกิจกรรมในการบริหารธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ทั้งสิ้น 55 คน ดังมีรายละเอียดดังนี้

การวางแผนกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจการจัดประชุม

ผลจากการวิเคราะห์และอภิปรายผลร่วมกันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ โดยผลที่ได้จากตำแหน่งกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ในบทที่ 6 นั้น พบว่า ธุรกิจการจัดประชุมมีจุดแข็งและโอกาสสูง (strengths-opportunities) โดยที่จังหวัดเชียงใหม่ได้เปรียบในหลายด้านๆ เช่น มีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม มีสถานที่จัดประชุมที่มีศักยภาพ และนอกจากนี้ยังมีโอกาสที่ดีจากการที่จังหวัดเชียงใหม่ได้รับเลือกให้เป็น นครแห่งไมซ์ แห่งหนึ่งของประเทศไทย จึงมีโอกาสนในการได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐ โดยกลยุทธ์ที่ใช้คือ กลยุทธ์แบบก้าวหน้า (aggressive strategy) โดยเน้นเอาโอกาสนี้มาใช้ในการพัฒนากลยุทธ์ ผู้มีส่วนร่วมจึงได้มีการกำหนดแผนยุทธศาสตร์ “การส่งเสริมเชียงใหม่เป็นเป็นจุดหมายปลายทางในการจัดประชุม (D-MICE destination) ของประเทศไทย” โดยมีแผนโครงการหรือกิจกรรมในการบริหารจัดการธุรกิจการจัดประชุม ดังมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตาราง 77 แผนงาน: ส่งเสริมเชียงใหม่เป็นจุดหมายปลายทางในการจัดประชุม (D-MICE destination) ของประเทศไทย

โครงการกิจกรรม	ดัชนีชี้วัด	หน่วยงานที่รับผิดชอบ	ปีที่ดำเนินการ
1. โครงการจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนา D-MICE city	จำนวนผู้เข้าร่วมประชุมในจังหวัดเชียงใหม่เพิ่มมากขึ้น	1. จังหวัดเชียงใหม่ 2. สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ 3. สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดเชียงใหม่	ปี 2555

ตาราง 77 (ต่อ)

โครงการกิจกรรม	ดัชนีชี้วัด	หน่วยงานที่รับผิดชอบ	ปีที่ดำเนินการ
2. การจัดตั้ง CVB (convention & visitor bureau)	1. คนเชียงใหม่รู้จักและ เข้าใจธุรกิจการจัด ประชุมมากขึ้น 2. การประสานงาน ระหว่างหน่วยงานของ รัฐและเอกชนมี ประสิทธิภาพมากขึ้น	1. จังหวัดเชียงใหม่ 2. สำนักงานส่งเสริมการจัด ประชุมและนิทรรศการ 3. สำนักงานการท่องเที่ยวและ กีฬา จังหวัดเชียงใหม่ 4. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียใน จังหวัดเชียงใหม่	ปี 2555-2556
3. โครงการส่งเสริม การตลาด/ ประชาสัมพันธ์ให้ หน่วยงาน	1. ส่งเสริมการตลาด D- MICE ของจังหวัด เชียงใหม่ 2. จำนวนการจัดประชุม ในจังหวัดเชียงใหม่เพิ่ม มากขึ้น	1. จังหวัดเชียงใหม่ 2. สำนักงานส่งเสริมการจัด ประชุมและนิทรรศการ	ปี 2555-2556
4. โครงการสร้างจุดขาย ที่เป็น เอกลักษณ์ (unique selling proposition)	รายได้ของคนเชียงใหม่ที่ เพิ่มมากขึ้น	สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุม และนิทรรศการ	ปี 2555-2556
5. โครงการจัดทำ โครงการพัฒนา ร่วมกับผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียเพื่อพัฒนา เชียงใหม่ D-MICE City	การประสานงานระหว่าง หน่วยงานของรัฐและ เอกชนมีประสิทธิภาพมาก ขึ้น	1. สำนักงานส่งเสริมการจัด ประชุมและนิทรรศการ 2. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียใน จังหวัดเชียงใหม่	ปี 2556-2557

ตาราง 78 แผนงาน: ปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก โครงสร้างพื้นฐานและระบบ Logistic

โครงการกิจกรรม	ดัชนีชี้วัด	หน่วยงานที่รับผิดชอบ	ปีที่ดำเนินการ
1. โครงการพัฒนา โครงข่ายขนส่ง มวลชนในผังรวมเพื่อ รองรับการเป็น MICE City แบบ Hop-in, Hop out	ความพึงพอใจในการลด ระยะเวลาในการเดินทาง และขนส่งของผู้เข้าร่วม ประชุม และความสะดวก ในการเดินทาง	1. จังหวัดเชียงใหม่ 2. องค์การบริหารส่วน จังหวัดเชียงใหม่ 3. สำนักงานการท่องเที่ยว และกีฬา จังหวัดเชียงใหม่	ปี 2555-2556
2. โครงการปรับปรุงสภาพ รถสองแถวให้เป็นรถ สองแถวมิเตอร์	ความพึงพอใจเกี่ยวกับ ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ภายในเมืองเชียงใหม่	1. จังหวัดเชียงใหม่ 2. เทศบาลเมืองเชียงใหม่ 3. องค์การบริหารส่วน จังหวัดเชียงใหม่	ปี 2555-2556
3. โครงการการจัด การเมืองเพื่อรองรับ การพัฒนา MICE ของจังหวัดเชียงใหม่ โดยเฉพาะด้าน โครงสร้างพื้นฐาน (infrastructure)	1. ลดต้นทุนด้าน Logistic ต่อรายได้มวลรวมของ จังหวัด (GDP) 2. ความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวต่อแหล่ง ท่องเที่ยวของจังหวัด เชียงใหม่เพิ่มมากขึ้น	1. จังหวัดเชียงใหม่ 2. เทศบาลเมืองเชียงใหม่ 3. องค์การบริหารส่วน จังหวัดเชียงใหม่	ปี 2556
4. โครงการยกระดับการ พัฒนาพื้นที่ (upgrade) เพื่อสร้างความพร้อม ในด้านต่างๆ รองรับ กิจกรรม D-MICE	ความพึงพอใจของ ผู้ประกอบการในธุรกิจการ จัดประชุมในการลดต้นทุน ในการดำเนินงาน	1. จังหวัดเชียงใหม่ 2. เทศบาลเมืองเชียงใหม่ 3. องค์การบริหารส่วน จังหวัดเชียงใหม่	ปี 2557-2558
5. โครงการพัฒนาธุรกิจ เทคโนโลยี สารสนเทศที่เชื่อมโยง กับ MICE	ความพึงพอใจในการเข้าถึง ระบบสารสนเทศ	1. จังหวัดเชียงใหม่ 2. สำนักงานส่งเสริมการจัด ประชุมและนิทรรศการ 3. สำนักงานการท่องเที่ยว และกีฬา จังหวัดเชียงใหม่	ปี 2558

การวางแผนกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

ผลจากการวิเคราะห์และอภิปรายผลร่วมกันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ โดยผลที่ได้จากตำแหน่งกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ จากบทที่ 6 นั้น พบว่า มีจุดแข็งและอุปสรรคสูง (strengths-threats) โดยจุดแข็งของเชียงใหม่ เหมือนกับธุรกิจการจัดประชุมคือ มีความหลากหลายในเรื่องของแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติ วัฒนธรรม ผจญภัย สุขภาพ เป็นจุดแข็งที่ดีสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล แต่อุปสรรคก็ยังมีสูงเช่นเดียวกันทั้งนี้ควรใช้กลยุทธ์แบบบลูโอเชียน (blue ocean strategy) โดยเน้นกำจัดอุปสรรคหรือลดอุปสรรคและเพิ่มความแข็งแกร่ง ทั้งนี้ผู้วิจัยและผู้มีส่วนร่วมได้ร่วมกันกำหนดแผนยุทธศาสตร์ “การส่งเสริมเชียงใหม่เป็นจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (incentive travels destination) ของประเทศไทย” โดยจัดทำโครงการหรือกิจกรรมในการดำเนินการในธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ดังมีรายละเอียดดังนี้

ตาราง 79 แผนงาน: ส่งเสริมเชียงใหม่เป็นจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (incentive travels destination) ของประเทศไทย

โครงการกิจกรรม	ดัชนีชี้วัด	หน่วยงานที่รับผิดชอบ	ปีที่ดำเนินการ
1. การจัดทำ CVB (convention & visitor bureau)	1. คนเชียงใหม่รู้จักและเข้าใจธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมากขึ้น 2. การประสานงานระหว่างหน่วยงานของรัฐและเอกชนมีประสิทธิภาพมากขึ้น	1. จังหวัดเชียงใหม่ 2. สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ 3. สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดเชียงใหม่ 4. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดเชียงใหม่	ปี 2555-2556
2. โครงการจัดทำแผนกอบกู้ความเชื่อมั่นช่วงวิกฤต	นักท่องเที่ยวมีความเชื่อมั่นมากขึ้นหลังเกิดภาวะวิกฤต	1. จังหวัดเชียงใหม่ 2. สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ 3. สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดเชียงใหม่	ปี 2555-2556

ตาราง 79 (ต่อ)

โครงการกิจกรรม	ดัชนีชี้วัด	หน่วยงานที่รับผิดชอบ	ปีดำเนินการ
3. โครงการเชียงใหม่ MICE Branding	นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่เพิ่มมากขึ้น	1. จังหวัดเชียงใหม่ 2. สำนักงานส่งเสริมการจัด ประชุมและนิทรรศการ	ปี 2555-2556
4. โครงการสร้างจุดขาย ที่เป็นเอกลักษณ์ : Unique Selling Proposition	รายได้ของคนเชียงใหม่ที่ เพิ่มมากขึ้น	สำนักงานส่งเสริมการจัด ประชุมและนิทรรศการ	ปี 2555-2556
5. โครงการผลิตสื่อ หมุนเวียน เช่น Website, Brochure	นักท่องเที่ยวรู้จักเชียงใหม่ ในการเป็นเมืองแห่งการ ท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมาก ขึ้น	สำนักงานส่งเสริมการจัด ประชุมและนิทรรศการ	ปี 2556-2557
6. โครงการจัดทำ โครงการพัฒนา ผู้มี ส่วนได้ส่วนเสียเพื่อ พัฒนาเชียงใหม่ D- MICE City	การประสานงานระหว่าง หน่วยงานของรัฐและ เอกชนมีประสิทธิภาพมาก ขึ้น	1. สำนักงานส่งเสริมการจัด ประชุมและนิทรรศการ 2. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียใน จังหวัดเชียงใหม่	ปี 2556-2557
7. โครงการจัดทำ ปฏิทินกิจกรรม ท่องเที่ยว Events	นักท่องเที่ยวรู้จัก กิจกรรมท่องเที่ยวของ จังหวัดเชียงใหม่มากขึ้น	สำนักงานส่งเสริมการจัด ประชุมและนิทรรศการ	ปี 2556-2557
8. โครงการส่งเสริมด้าน การท่องเที่ยวเชิง สุขภาพ/เชิง วัฒนธรรม/เชิง ธรรมชาติ	กิจกรรมการท่องเที่ยวมี ความหลากหลายมากขึ้น	1. สำนักงานส่งเสริมการจัด ประชุมและนิทรรศการ 2. สำนักงานการท่องเที่ยว และกีฬา จังหวัดเชียงใหม่	ปี 2558-2559

ตาราง 80 แผนงาน: พัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการและบุคลากร

โครงการกิจกรรม	ดัชนีชี้วัด	หน่วยงานที่รับผิดชอบ	ปีที่ดำเนินการ
1. โครงการพัฒนามาตรฐานผู้ประกอบการธุรกิจไมซ์ เช่น โรงแรม ที่พัก สายการบิน บริษัทนำเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว สถานที่จัดงาน ในจังหวัดเชียงใหม่ให้ได้มาตรฐานสากล	ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ที่มาตรฐานสากลมากขึ้น	1. สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ 2. สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดเชียงใหม่ 3. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดเชียงใหม่	ปี 2556-2557
2. โครงการพัฒนาบุคลากรด้านภาษา	1. บุคลากรได้รับการพัฒนาทักษะทางภาษามากขึ้น 2. ปัญหาการขาดแคลนมัคคุเทศก์ในบางภาษาลดลง	1. สมาคมมัคคุเทศก์ จังหวัดเชียงใหม่ 2. สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดเชียงใหม่	ปี 2557-2558
3. โครงการพัฒนาทักษะการให้บริการด้านการท่องเที่ยว	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการด้านการท่องเที่ยวมีมากขึ้น	1. สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ 2. สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดเชียงใหม่	ปี 2557-2558

การวางแผนกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ

ผลการวิเคราะห์และอภิปรายผลร่วมกันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ โดยนำผลที่ได้จากตำแหน่งกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ที่จากบทที่ 6 พบว่า ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติมีจุดอ่อนและโอกาสสูง (weaknesses-opportunities) ทั้งนี้เพื่อเสริมจุดอ่อนและอุปสรรคที่สูง ควรใช้กลยุทธ์ การแสวงหาความร่วมมือกับองค์กรอื่น (strategic alliance) เพื่อลดจุดอ่อนที่มีให้กลายเป็นจุดแข็ง ทั้งนี้ผู้วิจัยและผู้มีส่วนร่วมได้กำหนดแผนกลยุทธ์ “การส่งเสริมเชียงใหม่เป็นจุดหมายปลายทางในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ (convention destination)” และได้ร่วมกันกำหนดแผนโครงการหรือกิจกรรมในการดำเนินการในธุรกิจจัดประชุมนานาชาติ ดังมีรายละเอียดดังนี้

ตาราง 81 แผนงาน: ส่งเสริมเชียงใหม่เป็นจุดหมายปลายทางในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ
(convention destination)

โครงการกิจกรรม	ดัชนีชี้วัด	หน่วยงานที่รับผิดชอบ	ปีดำเนินการ
1. โครงการจัดทำแผนงาน การทำตลาดระยะสั้น ระยะกลาง ระยะยาว และการบูรณาการ แผนงานร่วมกับท้องถิ่น	จำนวนผู้เข้าร่วมประชุมนานาชาติในจังหวัดเชียงใหม่มากขึ้น	1. สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ 2. สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดเชียงใหม่ 3. จังหวัดเชียงใหม่ 4. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดเชียงใหม่	ปี 2555-2556
2. โครงการศึกษาแผนงาน และแนวทางการบริหารจัดการธุรกิจด้านไมซ์ ของจังหวัดเชียงใหม่เพื่อ พัฒนาสู่ศูนย์กลาง การประชุมนานาชาติใน กลุ่มอนุภูมิภาคแม่น้ำ โขง (GMS) เอเชียใต้ (BIMSTEC)	1. จังหวัดเชียงใหม่ได้เป็นเจ้าภาพในงานประชุมนานาชาติมากขึ้น 2. จังหวัดเชียงใหม่เป็น International MICE Destination โดยเฉพาะในกลุ่มภูมิภาคแม่น้ำโขง (GMS) และเอเชียใต้ (BIMSTEC)	1. สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ 2. สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดเชียงใหม่	ปี 2555-2556
3. การจัดทำ CVB (convention & visitor bureau)	1. คนเชียงใหม่รู้จักและเข้าใจธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติมากขึ้น 2. การประสานงานระหว่างหน่วยงานของรัฐและเอกชนมีประสิทธิภาพมาก	1. จังหวัดเชียงใหม่ 2. สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ 3. สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดเชียงใหม่ 4. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในจังหวัดเชียงใหม่	ปี 2555-2556
4. โครงการจัดทำแผนกอบกู้ ความเชื่อมั่นช่วงวิกฤต	ผู้เข้าร่วมประชุมและผู้จัดประชุมมีความเชื่อมั่นในการเข้าร่วมประชุมและเข้ามาจัดงานในจังหวัดเชียงใหม่มากขึ้นหลังเกิดภาวะวิกฤติ	1. จังหวัดเชียงใหม่ 2. สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ 3. สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดเชียงใหม่	ปี 2555-2556

ตาราง 81 (ต่อ)

โครงการกิจกรรม	ดัชนีชี้วัด	หน่วยงานที่รับผิดชอบ	ปีดำเนินการ
5. โครงการเชียงใหม่ MICE International Branding	การรับรู้ถึงการเป็น MICE International Branding แก่ ประชาชนและหน่วยงานที่ เกี่ยวข้องเพื่อก้าวไปสู่ จุดหมายปลายทางของธุรกิจ การจัดประชุมนานาชาติใน ระดับนานาชาติ	1. สำนักงานส่งเสริมการ จัดประชุมและ นิทรรศการ 2. สำนักงานการท่องเที่ยว และกีฬา จังหวัด เชียงใหม่ 3. จังหวัดเชียงใหม่	ปี 2555-2556

ตาราง 82 แผนงาน: การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกและระบบ Logistic

โครงการกิจกรรม	ดัชนีชี้วัด	หน่วยงานที่รับผิดชอบ	ปีดำเนินการ
1. โครงการพัฒนา โครงข่ายขนส่งมวลชน ในผังเมืองรวมเพื่อ รองรับการเป็น MICE City แบบ Hop in, Hop out	1. ผู้เข้าร่วมประชุม ผู้จัดงาน ประชุมได้รับความ สะดวกสบายใน โครงสร้างพื้นฐานและสิ่ง อำนวยความสะดวกมาก ขึ้น 2. ความพึงพอใจในการลด ระยะเวลาในการเดินทาง และขนส่งของผู้เข้าร่วม ประชุม และความสะดวก ในการเดินทาง	1. จังหวัดเชียงใหม่ 2. องค์การบริหารจังหวัด เชียงใหม่ 3. สำนักงานการท่องเที่ยว และกีฬา จังหวัด เชียงใหม่	ปี 2555-2556
2. โครงการจัดการเมือง เพื่อรองรับการพัฒนา MICE ของจังหวัด เชียงใหม่โดยเฉพาะด้าน โครงสร้างพื้นฐาน (infrastructure)	1. ผู้เข้าร่วมประชุม ได้รับ ความสะดวกในการ เดินทางไปยังศูนย์ประชุม และแสดงสินค้านานาชาติ 2. ลดต้นทุนด้าน Logistic ต่อรายได้มวลรวมของ จังหวัด (GDP)	1. จังหวัดเชียงใหม่ 2. เทศบาลเมืองเชียงใหม่ 3. องค์การบริหารจังหวัด เชียงใหม่	ปี 2556

ตาราง 82 (ต่อ)

โครงการกิจกรรม	ดัชนีชี้วัด	หน่วยงานที่รับผิดชอบ	ปีที่ผ่านมา
3. โครงการพัฒนาและปรับปรุงระบบขนส่งมวลชนของจังหวัดเชียงใหม่	ระบบขนส่งมวลชนของศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติได้รับการพัฒนา	1. จังหวัดเชียงใหม่ 2. เทศบาลเมืองเชียงใหม่ 3. องค์การบริหารจังหวัดเชียงใหม่	ปี 2558-2559

ตาราง 83 แผนงาน: ด้านการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและบุคลากรในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ

โครงการกิจกรรม	ดัชนีชี้วัด	หน่วยงานที่รับผิดชอบ	ปีที่ผ่านมา
โครงการเตรียมความพร้อมอุตสาหกรรมไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ต่อประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน 2558	1. บุคลากรในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติได้มาตรฐานสากล	1. สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ	ปี 2557-2558
1. พัฒนาบุคลากรด้านภาษาพัฒนาศักยภาพในการทำงาน Big event	2. ผู้ประกอบการ ผู้จัดงานมืออาชีพ เข้าสู่ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติมากขึ้น	2. สมาคมมัคคุเทศก์จังหวัดเชียงใหม่	
2. โครงการสร้างผู้จัดงานประชุมมืออาชีพ PCO (professional convention organizer)		3. สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่	

การวางแผนกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ

ผลจากการวิเคราะห์และอภิปรายผลร่วมกันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ โดยนำผลที่ได้จากตำแหน่งกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ที่จากบทที่ 6 พบว่า ธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการมีจุดอ่อนและโอกาสสูง (weaknesses – opportunities) เหมือนกับธุรกิจการจัดงานประชุมนานาชาติ เนื่องจากปัจจัยหลักคือ ศูนย์ประชุมนานาชาติ จังหวัดเชียงใหม่ ทั้งนี้เพื่อเสริมจุดอ่อนและอุปสรรคที่สูง ควรใช้กลยุทธ์การแสวงหาความร่วมมือกับองค์กรอื่น (strategic alliance) เพื่อลดจุดอ่อนที่มีให้กลายเป็นจุดแข็ง

เช่นเดียวกัน ทั้งนี้ผู้วิจัยและผู้มีส่วนร่วมได้กำหนดแผนกลยุทธ์ “การส่งเสริมให้เชียงใหม่เป็นทางเลือกของเมืองแห่งจุดหมายปลายทางในการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (exhibition destination)” ทั้งนี้ผู้วิจัยและผู้มีส่วนร่วมได้ร่วมกันกำหนดแผนโครงการหรือกิจกรรมในการดำเนินการในธุรกิจจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ ดังมีรายละเอียดดังนี้

ตาราง 84 แผนงาน: ส่งเสริมให้เชียงใหม่เป็นทางเลือกของเมืองแห่งจุดหมายปลายทางในการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (exhibition destination)

โครงการกิจกรรม	ดัชนีชี้วัด	หน่วยงานที่รับผิดชอบ	ปีดำเนินการ
1. โครงการศึกษาแผนงานและแนวทางการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อพัฒนาสู่ศูนย์กลางการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติในกลุ่มประเทศอนุภูมิภาคกลุ่มน้ำโขง (GMS) เอเชียใต้ (BIMSTEC) และเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการเกิดขึ้นของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	1. ผู้จัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการรู้จักจังหวัดเชียงใหม่มากขึ้นกับการเป็นเมืองแห่งการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติ 2. จังหวัดเชียงใหม่เป็น International MICE Destination โดยเฉพาะในกลุ่มภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง (GMS) และเอเชียใต้ (BIMSTEC)	1. สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ 2. สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดเชียงใหม่	ปี 2555-2556
2. จัดตั้ง CVB (convention & visitor bureau)	1. คนเชียงใหม่รู้จักและเข้าใจธุรกิจ การจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการมากขึ้น 2. การประสานงานระหว่างหน่วยงานของรัฐและเอกชนมีประสิทธิภาพมากขึ้น	1. จังหวัดเชียงใหม่ 2. สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ 3. สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดเชียงใหม่ 4. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ปี 2555-2556

ตาราง 84 (ต่อ)

โครงการกิจกรรม	ดัชนีชี้วัด	หน่วยงานที่รับผิดชอบ	ปีที่ดำเนินการ
3. โครงการเชียงใหม่ MICE Branding	ผู้จัดงานแสดงสินค้ารู้จักเชียงใหม่ในการเป็นเมืองแห่งการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ	1. จังหวัดเชียงใหม่ 2. พาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่ 3. สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ	ปี 2555-2556
4. โครงการเพิ่มระดับการรับรู้ถึงศักยภาพของอุตสาหกรรมไม้จังหวัดเชียงใหม่ต่อกลุ่มเป้าหมายที่มีศักยภาพ	ภาคประชาชนและหน่วยงานเอกชนมีความร่วมมือกัน เพื่อก้าวไปสู่การเป็น Exhibition destination ระดับชาติและนานาชาติ	1. สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ 2. พาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่ 3. จังหวัดเชียงใหม่	ปี 2556-2557
5. โครงการส่งเสริมและนำงานเข้ามาจัดงานนิทรรศการ	1. ผู้ประกอบมีโอกาสในการกระจายสินค้ามากขึ้น	1. จังหวัดเชียงใหม่ 2. พาณิชย์จังหวัดเชียงใหม่	ปี 2556-2557
5.1 โครงการนิทรรศการ Handicraft Festival	2. ผู้ประกอบการมีการพัฒนาสินค้าให้ได้มาตรฐานและมีความเป็นเอกลักษณ์มากขึ้น		
5.2 โครงการนิทรรศการ Handicraft Life Style Product			
5.3 โครงการ World Handicraft Expo 2016			

ตาราง 85 แผนงาน: การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก โครงสร้างพื้นฐานและระบบ Logistic

โครงการกิจกรรม	ดัชนีชี้วัด	หน่วยงานที่รับผิดชอบ	ปีที่ดำเนินการ
1. โครงการพัฒนา โครงข่ายขนส่งมวลชน ในผังเมืองรวมเพื่อ รองรับการเป็น MICE City แบบ Hop in, Hop out	1. ผู้เข้าร่วมงานแสดงสินค้า และผู้จัดงานแสดงสินค้า ได้รับความสะดวกสบายใน โครงสร้างพื้นฐานและสิ่ง อำนวยความสะดวกมากขึ้น 2. ความพึงพอใจในการลด ระยะเวลาในการเดินทางและ ขนส่งของผู้เข้าร่วมงานแสดง สินค้า และความสะดวกใน การเดินทาง	1. จังหวัดเชียงใหม่ 2. องค์การบริหารจังหวัด เชียงใหม่ 3. สำนักงานการ ท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดเชียงใหม่	ปี 2555-2556
2. โครงการปรับสภาพ สองแถวให้เป็นรถสอง แถวมิเตอร์	ความพึงพอใจเกี่ยวกับค่าใช้จ่าย ในการเดินทางภายในเมือง เชียงใหม่	1. จังหวัดเชียงใหม่ 2. เทศบาลเมืองเชียงใหม่ 3. องค์การบริหารจังหวัด เชียงใหม่	ปี 2555-2556
3. โครงการจัดการเมืองเพื่อ รองรับการพัฒนา MICE ของจังหวัดเชียงใหม่ ด้านโครงสร้างพื้นฐาน (infrastructure)	1. ผู้เข้าร่วมประชุมได้รับความ สะดวกในการเดินทางไปยัง ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ 2. ลดต้นทุนด้าน Logistic ต่อ รายได้มวลรวมของจังหวัด (GDP)	1. จังหวัดเชียงใหม่ 2. เทศบาลเมืองเชียงใหม่ 3. องค์การบริหารส่วน จังหวัดเชียงใหม่	ปี 2556
4. โครงการปรับปรุงระบบ CIQS (custom immigration quarantine sanitary)	1. กระบวนการ ทุกระเบียบ CIQS มีประสิทธิภาพมากขึ้น (พิธีการ/ ขั้นตอนการ ศุลกากร/ขั้นตอนการเข้าเมือง ต่างๆ)	1. ตรวจคนเข้าเมือง 2. ศุลกากร	ปี 2556-2557
5. โครงการพัฒนาธุรกิจ คลังสินค้าในจังหวัด เชียงใหม่	1. คลังสินค้ามีการพัฒนาให้มี ศักยภาพมากขึ้น 2. ผู้จัดงานแสดงสินค้าและ นิทรรศการได้รับความ สะดวกมากขึ้น	ศุลกากร	ปี 2558-2559

ตาราง 86 แผนงาน: ด้านการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและบุคลากรในธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ

โครงการกิจกรรม	ดัชนีชี้วัด	หน่วยงานที่รับผิดชอบ	ปีดำเนินการ
1. โครงการเตรียมความพร้อม อุตสาหกรรมไมซ์ของ จังหวัดเชียงใหม่ต่อ ประชาคมเศรษฐกิจ อาเซียน 2558	1. บุคลากรในธุรกิจการจัด ประชุมนานาชาติได้ มาตรฐานสากล	1. สำนักงานส่งเสริมการ จัดประชุมและ นิทรรศการ	ปี 2557- 2558
2. พัฒนาบุคลากรด้านภาษา พัฒนาศักยภาพในการ ทำงาน Big event	2. ผู้ประกอบการ ผู้จัดงานมือ อาชีพ เข้าสู่ธุรกิจการจัด งานแสดงสินค้าและ นิทรรศการนานาชาติมาก ขึ้น	2. สมาคมมัคคุเทศก์ จังหวัดเชียงใหม่ 3. สำนักงานการ ท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดเชียงใหม่	
3. โครงการสร้างผู้จัดงาน ประชุมมืออาชีพ PEO (professional exhibition organizer)			

ตอนที่ 2 การหาระดับการมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนกลยุทธ์ การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่

ทั้งนี้ จากการที่ได้มีการกำหนดแผนกลยุทธ์และโครงการหรือกิจกรรมการวิจัย เรื่อง กลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยขอเสนอผลการวิจัยและ วิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ที่ 4 ของการวิจัยคือ การวิเคราะห์ระดับการมีส่วนร่วมในการกำหนดแผน กลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งทางผู้วิจัยได้มีการสร้างเครื่องมือเป็น แบบสอบถามและให้กลุ่มผู้ที่ได้ร่วมจัดทำแผนกลยุทธ์ โครงการและกิจกรรมในการบริหารจัดการ ธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 55 คน ร่วมกันทำแบบสอบถามโดยมีรายละเอียดดังนี้

ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ให้ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ในตาราง 86 ทำให้พบว่า ผู้ให้ข้อมูลซึ่งส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 58.18) โดยมีอายุเฉลี่ย 39 ปี ทั้งนี้ผู้ให้ข้อมูลมีอายุต่ำสุดคือ 28 และสูงสุดคือ 67 ปี และจากอายุ

ของผู้ให้ข้อมูลซึ่งเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในธุรกิจไม้ซี้คือ 35-45 ปี มีถึงร้อยละ 41.82 ประสบการณ์ในตำแหน่งงานที่ทำมีระยะเวลาเฉลี่ยไม่สูงมากนักคือ 13 ปี แต่ก็มีผู้ที่มีประสบการณ์มากที่สุดก็คือ 40 ปี

ตาราง 87 จำนวนและร้อยละของผู้ให้ข้อมูลจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

ลักษณะส่วนบุคคล		ผู้ให้ข้อมูล (n = 55)	
		จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	32	58.18
	หญิง	23	41.82
อายุ (ปี)	ต่ำกว่า 35	21	38.18
	35 – 45	23	41.82
	46 - 55	7	12.73
	มากกว่า 55	4	7.27
	$\bar{x} = 39.05$	S.D = 9.26	R = 28-67
ประสบการณ์ในการทำงาน	ต่ำกว่า 5	8	14.55
	5 – 10	18	32.73
	11 – 15	17	30.91
	มากกว่า 15	12	21.81
	$\bar{x} = 13.45$	S.D = 9.42	R = 1-40

ระดับการมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไม้ซี้ในจังหวัดเชียงใหม่

การสำรวจระดับการมีส่วนร่วมของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อการกำหนดแผนกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไม้ซี้ของจังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยได้ใช้ทฤษฎีการมีส่วนร่วมของ Cohen & Huhoff โดยได้เลือกใช้การมีส่วนร่วมจำนวน 3 องค์ประกอบ คือ องค์ประกอบที่ 1 คือ การมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรม (implementation) องค์ประกอบที่ 2 คือ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ

(decision making) และองค์ประกอบที่ 3 คือ การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ (benefit) ซึ่งรายละเอียดของผลการวิจัยมีดังต่อไปนี้

องค์ประกอบที่ 1 การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน (implementation)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในตาราง 87 พบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีส่วนร่วมในการเป็นสมาชิกของสมาคมหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาธุรกิจไม้ซุงมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.29) และได้มีการเข้าร่วมกิจกรรม Road show ในต่างประเทศกับผู้ประกอบการธุรกิจไม้และหน่วยงานของรัฐ ทำให้พบว่าผู้ให้ข้อมูลมีหน้าที่การงานในระดับหัวหน้าหรือผู้บริหารเพราะการเดินทางไปต่างประเทศส่วนใหญ่จะมอบหมายผู้ที่เกี่ยวข้องหรือระดับผู้บริหารในการเข้าร่วมกิจกรรมในต่างแดน (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.27) และสำหรับการสนับสนุนกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไม้ จะเป็นการสนับสนุนในรูปแบบของเงินมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.18) รองลงมาคือในรูปแบบของบุคลากร (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.14) และในรูปแบบของทรัพยากรอื่นๆ น้อยที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.65) ทั้งนี้โดยภาพของการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานนั้นอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.04)

ตาราง 88 ระดับการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานในการกำหนดแผนกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่

ระดับการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน ในการกำหนดแผนกลยุทธ์การบริหารจัดการ ธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่	ผู้ให้ข้อมูล (n = 55)					ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย	น้อยที่สุด		
การมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรม							
1. เป็นสมาชิกของสมาคมหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องกับ การพัฒนาธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่	10.91	36.36	30.91	14.55	7.27	3.29	ปานกลาง
2. เข้าร่วมกิจกรรม Road show ในต่างประเทศ กับ ผู้ประกอบการธุรกิจไมซ์และหน่วยงานของรัฐ	16.36	32.73	25.45	12.73	12.73	3.27	ปานกลาง
3. สนับสนุนกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ของ จังหวัดเชียงใหม่ในรูปแบบของเงิน	10.91	29.09	36.36	14.55	9.09	3.18	ปานกลาง
4. สนับสนุนกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ของ จังหวัดเชียงใหม่ในรูปแบบของบุคลากร	14.55	21.82	36.36	18.18	9.09	3.14	ปานกลาง
5. เข้าร่วมกิจกรรมประชาสัมพันธ์ธุรกิจไมซ์ของ จังหวัดเชียงใหม่ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	5.45	25.45	49.09	12.73	7.27	3.09	ปานกลาง
6. เข้าร่วมฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะความรู้ในวิชาชีพ ไมซ์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	9.09	30.91	30.91	16.36	12.73	3.07	ปานกลาง

ตาราง 88 (ต่อ)

ระดับการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน ในการกำหนดแผนกลยุทธ์การบริหารจัดการ ธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่	ผู้ให้ข้อมูล (n = 55)					ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย	น้อยที่สุด		
7. เข้าร่วมสัมมนาในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์	5.45	30.91	34.55	16.36	12.73	3.00	ปานกลาง
8. เข้าร่วมกิจกรรม Road show ในประเทศกับ ผู้ประกอบการธุรกิจไมซ์และหน่วยงานของรัฐ	10.91	20.00	18.18	27.27	23.64	2.67	ปานกลาง
9. สนับสนุนกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ของ จังหวัดเชียงใหม่ในรูปแบบของทรัพยากรอื่นๆ	7.27	18.18	29.09	23.64	21.82	2.65	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย						3.04	ปานกลาง

หมายเหตุ	ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
	4.21- 5.00	การมีส่วนร่วมอยู่ในระดับมากที่สุด
	3.41- 4.20	การมีส่วนร่วมอยู่ในระดับมาก
	2.61 - 3.40	มีระดับความสำคัญปานกลาง
	1.81 – 2.60	มีระดับความสำคัญน้อย
	1.00 – 1.80	มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด

องค์ประกอบที่ 2 การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (decision making)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในตาราง 88 พบว่า การมีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนความคิดในกลุ่มผู้ที่ทำงานในธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.21) เช่น สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่มีการใช้แอปพลิเคชัน “ไลน์ (line)” พุดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในกลุ่มผู้ที่ทำงานในธุรกิจไมซ์ ประมาณ 100 คน รวมถึงมีห้องเฉพาะสำหรับการแลกเปลี่ยนข่าวสารในกลุ่มผู้ที่ทำงานในแวดวงธุรกิจไมซ์ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.03) แต่ทั้งนี้ถ้าเป็นกรณีการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในระดับจังหวัด เช่น การจัดเตรียมแผนแม่บท หรือการร่วมประชุมเพื่อกำหนดของเขต ขั้นตอนในการดำเนินการในแผนแม่บทนั้น (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.94) หรือ การพิจารณากำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจไมซ์ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.85) การร่วมประชุมเพื่อดำเนินกิจกรรมในการพัฒนาธุรกิจไมซ์ (ค่าคะแนน 2.83) นั้นยังไม่เปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมมากนัก โดยเฉพาะสิ่งที่สำคัญที่สุดในการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ คือ การจัดตั้ง สำนักงานส่งเสริมธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ หรือ CVB (convention & visitor bureau) มีค่าคะแนนน้อยสุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.50) ทำให้มองว่าการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจของผู้ที่เกี่ยวข้องยังต้องมีการปรับปรุงอยู่มาก

ตาราง 89 ระดับการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการกำหนดแผนกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่

ระดับการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการกำหนดแผนกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่	ผู้ให้ข้อมูล (n = 55)					ค่าคะแนนเฉลี่ย	ระดับความสำคัญ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย	น้อยที่สุด		
การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ							
1. แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในกลุ่มผู้ทำงานในธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่	10.91	29.09	36.36	18.18	5.45	3.21	ปานกลาง
2. แนะนำชักชวนผู้ที่เกี่ยวข้องหรือสนใจเข้าร่วมเครือข่ายความร่วมมือด้านธุรกิจไมซ์	7.27	30.91	36.36	18.18	7.27	3.12	ปานกลาง
3. รับรู้ข่าวสารธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	7.27	30.91	32.73	21.82	7.27	3.09	ปานกลาง
4. พุดคุยแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารในกลุ่มผู้ทำงานในธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่	3.64	30.91	41.82	12.73	10.91	3.03	ปานกลาง
5. ร่วมประชุมเพื่อกำหนดขอบเขต ขั้นตอนและวิธีการดำเนินการในการจัดทำแผนแม่บทในการพัฒนาธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่	10.91	18.18	34.55	27.27	9.09	2.94	ปานกลาง
6. จัดเตรียมแผนแม่บทในการพัฒนาธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่	10.91	16.36	32.73	30.91	9.09	2.89	ปานกลาง

ตาราง 88 (ต่อ)

ระดับการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการกำหนดแผน กลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่	ผู้ให้ข้อมูล (n = 55)					ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย	น้อยที่สุด		
7. ร่วมพิจารณากำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสม กับธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่	3.64	30.91	27.27	23.64	15.55	2.85	ปานกลาง
8. วางแผนเพื่อดำเนินกิจกรรมในการพัฒนาธุรกิจไมซ์ ของจังหวัดเชียงใหม่	9.09	23.64	27.27	21.82	18.18	2.83	ปานกลาง
9. ร่วมประชุมเพื่อแบ่งหน้าที่รับผิดชอบในการพัฒนา ธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่	7.27	21.82	21.82	32.73	16.36	2.70	ปานกลาง
10. ร่วมจัดตั้ง CVB (convention & visitor bureau) ของ จังหวัดเชียงใหม่	3.64	20.00	29.09	18.18	29.09	2.50	น้อย
ค่าคะแนนเฉลี่ย						2.91	ปานกลาง

หมายเหตุ	ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
	4.21- 5.00	การมีส่วนร่วมอยู่ในระดับมากที่สุด
	3.41- 4.20	การมีส่วนร่วมอยู่ในระดับมาก
	2.6 - 3.40	มีระดับความสำคัญปานกลาง
	1.81 – 2.60	มีระดับความสำคัญน้อย
	1.00 – 1.80	มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด

องค์ประกอบที่ 3 การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ (benefit)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในตาราง 89 พบว่า การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ในแง่ของการบริหารจัดการมีค่าคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด คือ 3.10 โดยทั้งนี้การที่ได้มีการพัฒนาในเรื่องของการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ ผู้ให้ข้อมูลมองว่าจะได้มีส่วนร่วมในผลประโยชน์ในด้านการบริหารจัดการมากที่สุด อาทิเช่น การพัฒนาในเรื่องของการส่งเสริมการตลาดหรือการประชาสัมพันธ์ธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ให้เป็นที่รู้จักโดยเฉพาะคนในท้องถิ่น รวมถึงได้ประโยชน์ในเรื่องของการพัฒนาสื่อต่างๆ เช่น เว็บไซต์ แฟ้มเก็บต่างๆ ซึ่งเป็นหนึ่งในปัญหาที่สำคัญของประเทศไทยที่ต้องแก้ไขรวมถึงจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับสิ่งที่ Aswin S. and Seongseop K. กล่าวถึงหนึ่งสิ่งที่เป็นตัวอุปสรรคความสำเร็จของประเทศไทยก็คือ ข้อมูลของธุรกิจไมซ์ (industry information) ซึ่งกล่าวว่าเว็บไซต์ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในธุรกิจไมซ์ เช่น สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) หรือ สมาคมส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ (TICA) ยังไม่มีประสิทธิภาพ ข้อมูลไม่ละเอียดเพียงพอ นอกจากนี้ผู้ให้ข้อมูลมองว่าจะได้รับประโยชน์ที่นอกเหนือจากในเรื่องของการบริหารจัดการแล้ว ยังได้ประโยชน์ในเรื่องการปรับปรุงในเรื่องของการปรับปรุงระบบ Logistic (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.03) ซึ่งเป็นปัญหาสำคัญของจังหวัดเชียงใหม่ การพัฒนาปรับปรุงโครงข่ายขนส่งมวลชนรอบเมืองเชียงใหม่ จะเป็นการเปลี่ยนจุดอ่อนของเชียงใหม่ให้กลายเป็นจุดแข็งหรือโอกาสของจังหวัดเชียงใหม่ด้วย พร้อมกับการพัฒนาโครงการรถไฟความเร็วสูง เชียงใหม่ – กรุงเทพฯ หรือการพัฒนาเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการบินระหว่างประเทศใน GMS และ AEC ก็จะเป็นสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อเชียงใหม่เป็นอย่างมากในการที่จะเป็นศูนย์กลางแห่งไมซ์ของเอเชีย พร้อมกับประโยชน์ในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการและบุคลากรในธุรกิจไมซ์ (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.03) เช่น โครงการศูนย์ส่งเสริมการสร้างศักยภาพและบ่มเพาะผู้ประกอบการธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ โครงการพัฒนามูลฐานในธุรกิจไมซ์ เช่นอบรมภาษา สร้างผู้จัดงานประชุม (PCO) เพื่อให้สามารถแข่งขันในระดับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนได้ และสิ่งที่ผู้ให้ข้อมูลมองว่าจะได้รับประโยชน์น้อยที่สุดก็คือ การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐาน (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.98) ซึ่งผู้ให้ข้อมูลอาจมองว่าจังหวัดเชียงใหม่ค่อนข้างมีศักยภาพในเรื่องของสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐานอยู่แล้ว จึงมองว่าจะเป็นสิ่งที่ได้รับประโยชน์น้อยที่สุด

ตาราง 90 ระดับการมีส่วนร่วมในการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ในการกำหนดแผนกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่

ระดับการมีส่วนร่วมในการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ในการกำหนด แผนกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่	ผู้ให้ข้อมูล (n = 55)					ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย	น้อยที่สุด		
การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์							
1. ด้านการบริหารจัดการ เช่น	20.00	14.55	32.73	21.82	10.91	3.10	ปานกลาง
1.1 ส่งเสริมการตลาด / ประชาสัมพันธ์ ธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่							
1.2 พัฒนาสื่อต่างๆ เช่น Website , Brochure , Meeting Package							
1.3 ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจ ไมซ์กับคนในพื้นที่							
1.4 การบูรณาการของหน่วยงานรัฐและเอกชน							
2. ด้านการปรับปรุงระบบ Logistic เช่น	10.91	21.82	34.55	25.45	7.27	3.03	ปานกลาง
2.1 การพัฒนาปรับปรุงโครงข่ายขนส่งมวลชนรอบเมืองเชียงใหม่							
2.2 การพัฒนาระบบคมนาคมขนส่งทั้งระบบราง อากาศ และทางถนน ของจังหวัดเชียงใหม่							
2.3 การปรับปรุงป้ายบอกทางที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว สถานที่ที่ เกี่ยวข้องกับธุรกิจ ไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่							
2.4 การพัฒนาระบบโครงข่ายถนนระหว่างจังหวัด							
2.5 การพัฒนาโครงการรถไฟความเร็วสูง เชียงใหม่- กรุงเทพฯ							
2.6 การพัฒนาเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการบินระหว่างประเทศใน GMS และ AEC							

ตาราง 90 (ต่อ)

ระดับการมีส่วนร่วมในมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ในการกำหนด แผนกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่	ผู้ให้ข้อมูล (n = 55)					ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
	(ร้อยละ)						
การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์							
1. ด้านการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการและบุคลากรในธุรกิจไมซ์ เช่น	14.55	10.91	32.73	30.91	10.91	2.87	ปานกลาง
1.1 การพัฒนาและส่งเสริมการสร้างศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจไมซ์ของ จังหวัดเชียงใหม่							
1.2 การพัฒนาฐานข้อมูลของผู้ประกอบการธุรกิจไมซ์ของจังหวัด เชียงใหม่							
1.3 การพัฒนาระบบมาตรฐานของผู้ประกอบธุรกิจไมซ์ของจังหวัด เชียงใหม่							
1.4 การพัฒนาบุคลากรในธุรกิจไมซ์							
2. ด้านการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐาน เช่น	10.91	21.82	20.00	36.36	10.91	2.85	ปานกลาง
2.1 การพัฒนาสถานที่จัดงาน (venue)							
2.2 การพัฒนาและปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกรอบเมืองเชียงใหม่							
2.3 การปรับปรุงโครงข่ายระบบสารสนเทศ							

ตาราง 90 (ต่อ)

ระดับการมีส่วนร่วมในมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ในการกำหนด แผนกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่	ผู้ให้ข้อมูล (n = 55)					ค่าคะแนน เฉลี่ย	ระดับ ความสำคัญ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง (ร้อยละ)	น้อย	น้อยที่สุด		
2.4 การพัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานรอบเมืองเชียงใหม่							
ค่าคะแนนเฉลี่ย						2.96	ปานกลาง

หมายเหตุ	ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
	4.21- 5.00	การมีส่วนร่วมอยู่ในระดับมากที่สุด
	3.41- 4.20	การมีส่วนร่วมอยู่ในระดับมาก
	2.6 - 3.40	มีระดับความสำคัญปานกลาง
	1.81 – 2.60	มีระดับความสำคัญน้อย
	1.00 – 1.80	มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด

**ตอนที่ 3 การหาค่าความสัมพันธ์ของลักษณะส่วนบุคคลกับการมีส่วนร่วม
ในการกำหนดแผนกลยุทธ์การบริหารจัดการของธุรกิจไมซ์
ในจังหวัดเชียงใหม่**

จากการประเมินระดับการมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้ทฤษฎีการมีส่วนร่วมของ Cohen and Huhoff ในการวิเคราะห์การมีส่วนร่วมจำนวน 3 องค์ประกอบ ซึ่งองค์ประกอบที่ 1 คือ การมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรม (implementation) องค์ประกอบที่ 2 คือ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (decision making) และองค์ประกอบที่ 3 การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ (benefit) ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำองค์ประกอบทั้งสามองค์ประกอบมาเปรียบเทียบหาค่าความสัมพันธ์การมีส่วนร่วมฯ กับลักษณะส่วนบุคคล โดยตาราง 90 เป็นการหาค่าความสัมพันธ์ของลักษณะส่วนบุคคลซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุและประสบการณ์ในการทำงาน กับการมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมในการกำหนดแผนกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยผลการวิจัยพบว่า ทั้งเพศชายและหญิง อายุ และประสบการณ์ในการทำงานไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรม การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจและการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์เลย

ตาราง 91 ค่าความสัมพันธ์ของลักษณะส่วนบุคคลกับการมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่

	การมีส่วนร่วมใน การดำเนินกิจกรรม	การมีส่วนร่วมใน การตัดสินใจ	การมีส่วนร่วมใน ผลประโยชน์
เพศ			
ชาย	0.017 (0.902)	0.037 (0.790)	0.038 (0.780)
หญิง	- 0.017 (0.902)	- 0.037 (0.790)	- 0.03 (0.780)
อายุ	0.111 (0.420)	0.225 (0.098)	0.158 (0.248)
ประสบการณ์ในการทำงาน	-0.008 (0.995)	0.083 (0.546)	0.042 (0.758)

หมายเหตุ ** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

สรุปผลจากการวิจัยในระดับการมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยผู้วิจัยผู้ให้ข้อมูลก็คือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งประกอบไปด้วย ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจบริษัทบริหารจัดการท่องเที่ยวแบบได้รางวัล (DMC) ธุรกิจบริษัทจัดงานประชุม (PCO) ธุรกิจรับงานแสดงสินค้ามืออาชีพ (PEO) ผู้รับจัดงาน (EMC) หน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ จำนวน 55 คน พบว่า ส่วนใหญ่ผู้ให้ข้อมูลเป็นเพศชาย (ร้อยละ 58.18) มีอายุเฉลี่ย 39 ปี และมีประสบการณ์ในการทำงานเฉลี่ย 13 ปี ทั้งนี้ผู้วิจัยได้แบ่งองค์ประกอบในระดับการมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่เป็น 3 องค์ประกอบ ซึ่งประกอบด้วย 1) ระดับการมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรม (implementation) 2) ระดับการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (decision making) และ 3) ระดับการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ ทั้งนี้พบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีระดับการมีส่วนร่วมในทุกองค์ประกอบอยู่ในระดับปานกลางทั้ง 3 องค์ประกอบ ซึ่งสอดคล้องกับสิ่งที่ นรินทรชัย พัฒนพงศา (2546: 18) อธิบายถึง กรณีการมีส่วนร่วมปานกลาง หมายถึง รัฐให้ประชาชนเข้าร่วมได้บางส่วน เช่น เป็นที่ปรึกษา เข้าเป็นกรรมการ (แต่เพียงส่วนน้อย) ประชาชนได้รับการปรึกษา (โดยมีการถามความต้องการบ้าง) โดยมีระดับการมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรม มีค่าคะแนนสูงสุด (3.04) โดยมีระดับการมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์เป็นค่าคะแนนรองลงมา (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.99) และระดับการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจมีค่าคะแนนน้อยที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.77) ทั้งนี้ ระดับการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในส่วนของการดำเนินกิจกรรมส่วนใหญ่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมักจะให้การสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ในรูปแบบอื่นๆ มากกว่าที่จะเป็นในรูปแบบของตัวเงิน เช่น การสนับสนุนด้วยบุคลากรในการเข้าร่วมกิจกรรมที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องร้องขอ หรือในรูปแบบของทรัพยากรอื่น เช่น เป็นสปอนเซอร์ในรูปแบบของวัสดุอุปกรณ์หรืออาจเป็นคูปอง ส่วนลดต่างๆ มากกว่า ถึงแม้ว่าจะไม่ได้มีโอกาสร่วมทำ แต่ก็มีส่วนร่วมในการช่วยเหลือด้านอื่นๆ หรือในแง่ของการมีส่วนร่วมในการได้รับผลประโยชน์นั้น ผู้ให้ข้อมูลยังมองว่าถึงแม้ว่าจะมีการทำแผนกลยุทธ์ในการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์แล้วก็ตามแต่ทั้งนี้ผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการทำแผนกลยุทธ์ก็มองแค่ระดับปานกลางเท่านั้น เพราะส่วนใหญ่มองว่าหน้าที่ดังกล่าวเป็นหน้าที่ของหน่วยงานรัฐในการบริหารจัดการ เช่น การปรับปรุงในระบบ logistic การปรับปรุงในแง่ของสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ การส่งเสริมการตลาด ซึ่งหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ก็ยังไม่สามารถกำหนดแผนบริหารจัดการที่ชัดเจนได้เนื่องจากเสถียรภาพทางการเมือง หรือนโยบายของรัฐในการที่จะสนับสนุนธุรกิจไมซ์ของเชียงใหม่ เช่น กรณีความคืบหน้าของรถไฟความเร็วสูง (hi-speed train) กรุงเทพ-เชียงใหม่ ก็ถูกตัดออกจากแผนการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานการคมนาคมขนส่งของประเทศ จึงยังมองไม่เห็นภาพที่จะเกิดขึ้นในอนาคตว่าธุรกิจของตนจะได้รับ

ประโยชน์อย่างไร ในส่วนของระดับการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจที่มีค่าคะแนนน้อยสุดส่วนใหญ่ ผู้ให้ข้อมูลมองว่าการมีส่วนร่วมในการรับรู้ข่าวสารธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องยังไม่มากนัก ซึ่งในแง่ของกระบวนการมีส่วนร่วมสาธารณะถือเป็นกระบวนการที่ประชาชนมีส่วนร่วมน้อยสุด คือ ได้รับข้อมูลข่าวสารว่ารัฐทำอะไรบ้าง ประชาชนมีหน้าที่รับทราบ (สุชาวัลย์ เสถียรไทย และคณะ, 2544: 65) ยังไม่ถึงระดับสูงที่ประชาชนมีสิทธิ์ที่จะแสดงความคิดเห็นในโครงการๆ เหล่านั้นว่าจะปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงแก้ไขอย่างไร ทั้งนี้จากผลการวิจัยในวัตถุประสงค์ที่ 4 พบว่า ระดับการมีส่วนร่วมในกลยุทธ์การกำหนดแผนกลยุทธ์บริหารจัดการธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่อยู่ในระดับปานกลาง ทำให้ผู้วิจัยมองว่าผู้ให้ข้อมูลคือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholder) ในจังหวัดเชียงใหม่ ยังให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนกลยุทธ์บริหารจัดการในธุรกิจไมซ์ไม่มากนักอาจเป็นเพราะว่าเนื่องจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียส่วนใหญ่เป็นภาคเอกชนทำให้ไม่มีเวลาในการเข้าร่วมในกิจกรรมการมีส่วนร่วมมากนัก มองผลประโยชน์ของตนเองสำคัญ และมองการทำงานของรัฐบาลไม่ช่วยในการทำธุรกิจของตนเองเท่าใด จึงเพิกเฉยในการที่จะเข้าร่วมในกิจกรรมต่างๆ ของหน่วยงานรัฐ นอกจากนี้บางครั้งเมื่อการขัดแย้งกันหรือถกเถียงกันก็ไม่สามารถหาข้อยุติได้ว่าใครจะเป็นผู้รับผิดชอบ หรือข้อมูลใดมีน้ำหนักและน่าเชื่อถือมากกว่ากัน ทั้งนี้ผู้วิจัยมองว่าสิ่งที่จะสามารถยกระดับการมีส่วนร่วมๆ ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในธุรกิจไมซ์ให้มีระดับที่มากกว่านี้นั้น โดยในลำดับแรกควรมีการกำหนดผู้รับผิดชอบในการดูแลธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ก่อน นอกจากนี้ในการเปิดตัวโครงการต่างๆ ที่เกี่ยวกับไมซ์ในแต่ละครั้ง ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้ทราบถึงโครงการต่างๆ ที่จะจัดขึ้นล่วงหน้าเป็นเวลาพอสมควร เพราะส่วนใหญ่โครงการที่จะจัดมักจัดในเวลากระชั้นชิดเนื่องจากงบประมาณ ทำให้การประชาสัมพันธ์ไม่ทั่วถึง ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียไม่รู้ถึงโครงการต่างๆ ที่จะจัดขึ้น และในโครงการต่างๆ ที่จัดขึ้นในแต่ละครั้งควรมีการสำรวจทัศนคติ (attitude survey) กับผู้ที่เข้าร่วมโครงการๆ หรือในระหว่างโครงการๆ ควรมีการประชุมสัมมนา เพื่อแลกเปลี่ยนและรับฟังความคิดเห็น ซึ่งความคิดเห็น ทัศนคติที่ได้สามารถนำไปเป็นข้อมูลในการปรับปรุงเพื่อนำไปสู่การที่จะทำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีระดับในการเข้าร่วมในกิจกรรมของธุรกิจไมซ์ที่มากขึ้น

บทที่ 8

สรุปผล อภิปรายผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ได้ศึกษาเกี่ยวกับ กลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัย คือ

1. ประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพของจังหวัดเชียงใหม่ต่อการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์
2. วิเคราะห์นโยบายของหน่วยงานรัฐและเอกชนที่ส่งเสริมต่อการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่
3. กำหนดตำแหน่งและพัฒนากลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ที่เหมาะสมกับจังหวัดเชียงใหม่
4. วิเคราะห์ระดับการมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่

ทั้งนี้ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในแต่ละวัตถุประสงค์มีการใช้เครื่องมือที่แตกต่างกันเพื่อให้ได้ข้อมูลให้ตรงกับวัตถุประสงค์ในแต่ละข้อ สำหรับเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในประเภทที่เป็นแบบสอบถามและแบบสอบถามเพื่อสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้มีการทดสอบความตรงของเนื้อหา (content validity) โดยนำเสนอผู้เชี่ยวชาญในธุรกิจไมซ์ เพื่อพิจารณาตรวจสอบและให้ข้อเสนอแนะในการแก้ไขปรับปรุงให้มีความตรง ครบคลุมเนื้อหาให้ตรงประเด็นกับวัตถุประสงค์และได้นำแบบสอบถามไปทดสอบความเชื่อมั่น (reliability) กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จากนั้นได้นำแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ไปเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อนำมาตรวจสอบความถูกต้องและจัดหมวดหมู่และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ ซึ่งผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

ผลการประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพของจังหวัดเชียงใหม่ต่อการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์

ทั้งนี้ ในการประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพของจังหวัดเชียงใหม่ต่อการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์นั้นผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม และได้ นำแบบสอบถามไปทดสอบความเชื่อมั่น (reliability) โดยแบบสอบถามได้แยกกลุ่มผู้ให้ข้อมูล

ออกเป็น 2 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มผู้บริหาร ผู้จัดการ เจ้าของกิจการ รวมทั้งโรงแรมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์โดยตรง และกลุ่มผู้รับจัดงานประชุม (PCO) กลุ่มผู้รับจัดงานแสดงสินค้ามีอาชีพ (PEO) ผู้รับจัดงาน (EMC) ทั้งในกรุงเทพมหานครและจังหวัดเชียงใหม่ และ 2) กลุ่มบริษัทบริหารจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (DMC) ทั้งในกรุงเทพมหานครและจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามกับกลุ่มที่ 1 มีค่าเท่ากับ 0.978 และกลุ่มที่ 2 มีค่าเท่ากับ 0.926 และได้นำแบบสอบถามที่ได้ทดสอบแล้วพร้อมการปรับปรุงแก้ไขไปเก็บรวบรวมข้อมูล โดยกลุ่มผู้ให้ข้อมูลกลุ่มที่ 1 จำนวน 22 แห่ง ซึ่งพบว่าผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยมีอายุเฉลี่ย 42 ปี โดยผู้ให้ข้อมูลมีอายุต่ำสุดที่ 31 ปีและสูงสุด 62 ปี ประสบการณ์ในการทำงานเฉลี่ยอยู่ที่ 11 ปี และประสบการณ์ในธุรกิจไมซ์เฉลี่ย 7 ปี และกลุ่มที่ 2 จำนวน 22 แห่งเช่นเดียวกัน ซึ่งพบว่าผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 68.18) มีอายุเฉลี่ย 40 ปี โดยมีอายุต่ำสุดที่ 30 ปี และสูงสุดที่ 56 ปี โดยมีประสบการณ์ในการทำงานเฉลี่ย 15 ปี และประสบการณ์ในสายธุรกิจท่องเที่ยวเฉลี่ยถึง 17 ปี โดยทั้งสองกลุ่มได้ให้ความคิดเห็นถึงศักยภาพในธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่เหมือนกันคือมีศักยภาพในระดับปานกลาง ทั้งนี้ทั้งสองกลุ่มมีการแบ่งองค์ประกอบเป็น 2 กลุ่มเหมือนกันคือ ศักยภาพการจัดการในระดับการแลกเปลี่ยนระดับบุคคลของธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ และ ศักยภาพการจัดการในระดับการแลกเปลี่ยนรวมหมู่ของธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

กลุ่มที่ 1 ได้ประเมินระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพการจัดการในระดับการแลกเปลี่ยนระดับบุคคล นั้นพบว่าจังหวัดเชียงใหม่ได้รับประโยชน์จากความคุ้มค่าของธุรกิจไมซ์มากที่สุด เนื่องจากผู้ให้ข้อมูลมองว่าธุรกิจไมซ์สามารถนำมาซึ่งผลประโยชน์ที่จังหวัดเชียงใหม่จะได้รับมากมายจากการเป็นสถานที่จัดงาน จัดประชุม งานแสดงสินค้าและนิทรรศการ อาทิเช่น เม็ดเงินที่จะเข้ามาหมุนเวียนในจังหวัดเชียงใหม่กับผู้ที่เกี่ยวข้องทางตรงและทางอ้อมซึ่งเป็นสิ่งที่น่าสนใจประโยชน์สูงสุดให้แก่จังหวัดเชียงใหม่ นอกจากนี้ยังเป็นการประชาสัมพันธ์ให้แก่จังหวัดเชียงใหม่ในการกลับมาเที่ยวอีกครั้งของผู้เข้าร่วมประชุม ผู้เข้าร่วมงานฯ รวมถึงบอกต่อๆ ให้แก่เพื่อนและญาติและในขณะเดียวกันก็เป็นการบอกย้ำภาพลักษณ์ที่ดีในการเป็นนครแห่งไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ให้แก่มุมมองของบุคคลทั่วไปด้วย โดยมีศักยภาพด้านการจัดการข้อมูลมีค่าคะแนนน้อยสุด โดยมองในแง่ของการขาดการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจไมซ์ให้แก่คนในท้องถิ่นมากที่สุด ในส่วนของประเมินความคิดเห็นศักยภาพการจัดการในระดับการแลกเปลี่ยนระดับรวมหมู่นั้น ผู้ให้ข้อมูลมองว่าจังหวัดเชียงใหม่มีศักยภาพด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกมากที่สุด โดยมองว่าจังหวัดเชียงใหม่มีของความพร้อมในเรื่องของสถานที่จัดงานประชุม งานแสดงสินค้าและนิทรรศการ ทั้งความหลากหลายของสถานที่จัดงาน สิ่งอำนวยความสะดวก

ต่างๆ และสามารถรองรับการจัดในระดับนานาชาติได้ ในส่วนของความคิดเห็นที่ผู้ให้ข้อมูลมองว่ามีศักยภาพในระดับน้อยที่สุดก็คือ ศักยภาพด้านความร่วมมือ โดยมองว่าการขาดความรู้ความเข้าใจในธุรกิจไมซ์ของหน่วยงานทางภาครัฐทำให้การทำงานในธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ไม่ราบรื่นเท่าที่ควร และนอกจากนี้ยังขาดหน่วยงานกลางที่รับผิดชอบดูแลธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ทำให้การประสานงานระหว่างหน่วยงานของรัฐและเอกชนยังไม่มีประสิทธิภาพ

กลุ่มที่ 2 ได้ประเมินระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพการจัดการในระดับการแลกเปลี่ยนระดับบุคคล นั้นพบว่าจังหวัดเชียงใหม่ได้รับประโยชน์จากความคุ้มค่าของธุรกิจไมซ์มากที่สุดเช่นเดียวกันกับกลุ่มที่ 1 และมองเหมือนกับกลุ่มที่ 1 ว่าการเข้ามาท่องเที่ยวแบบได้รางวัลของนักท่องเที่ยวนอกเหนือจากเป็นการกระตุ้นให้เกิดเงินหมุนเวียนในเศรษฐกิจของจังหวัดเชียงใหม่แล้วยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ของเชียงใหม่ในแง่บวกของนครแห่งไมซ์เช่นเดียวกัน นอกจากนี้ผู้ให้ข้อมูลมองถึงศักยภาพของบุคลากรว่าเป็นศักยภาพที่รองลงมา โดยมองว่าบุคลากรในร้านขายของที่ระลึกมีศักยภาพมากที่สุด รองลงมาคือ ที่พักแรม อาจเป็นเพราะบุคลากรเหล่านี้ต้องใช้ภาษาในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าโดยตรงและมากกว่าธุรกิจอื่นๆ องค์กรจึงจำเป็นต้องมีการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรที่มีศักยภาพที่สามารถใช้ภาษาต่างประเทศในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าได้เพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ สำหรับการประเมินระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพการจัดการในระดับการแลกเปลี่ยนรวมหมู่ มีความคิดเห็นที่ตรงกันกับกลุ่มที่ 1 คือ สิ่งอำนวยความสะดวกมีศักยภาพสูงสุด โดยมองว่า จังหวัดเชียงใหม่มีความหลากหลายในเรื่องของกิจกรรมที่จะรองรับต่อความต้องการที่มีความหลากหลายของนักท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีโครงสร้างพื้นฐานที่ดี มีบริการร้านค้า ที่พัก รองรับต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำองค์ประกอบทั้งสององค์ประกอบมาเปรียบเทียบหาค่าความแตกต่างแล้ว พบว่า ศักยภาพในการจัดการในระดับการแลกเปลี่ยนระดับบุคคลและการจัดการในระดับการแลกเปลี่ยนรวมหมู่ เมื่อทดสอบความแตกต่างของทั้งสองกลุ่มพบว่าไม่มีความแตกต่างกันในนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิเคราะห์นโยบายของหน่วยงานรัฐและเอกชนที่ส่งเสริมต่อการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่

โดยในวัตถุประสงค์นี้ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (depth interview) และแบบสอบถามเพื่อนำไปสัมภาษณ์ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีของ Drunker (POLC) เข้า

มาเป็นเกณฑ์หลักในการวิเคราะห์ในเรื่องการบริหารจัดการขององค์กร คือ 1) การวางแผน (planning) 2) การจัดองค์กร (organizing) 3) การนำ (leading) 4) การควบคุม (controlling) ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลในการวิเคราะห์นโยบายของหน่วยงานเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มองค์กรภาครัฐและกลุ่มองค์กรเอกชน โดยมีกลุ่มหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 8 แห่ง และกลุ่มภาคเอกชน จำนวน 16 แห่ง โดยทั้งสองกลุ่มมีการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ที่มีความเหมือนและความแตกต่างในแต่ละตัวชี้วัด ซึ่งในแง่ของความแตกต่าง อันประกอบด้วย 1) การวางแผน (planning) ซึ่งในส่วนของกลุ่มองค์กรภาครัฐทั้ง 8 แห่งนั้น ไม่มีการกำหนดวิสัยทัศน์ที่เกี่ยวกับธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชิงใหม่โดยตรงเลย นโยบายส่วนใหญ่เป็นการส่งเสริมและสนับสนุนมากกว่า ซึ่งธุรกิจไมซ์อยู่ในส่วนของนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนในธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการทำงานในเชิงรับมากกว่าเชิงรุก ในขณะที่องค์กรของเอกชนที่มุ่งเน้นกำไรทั้ง 14 องค์กรมีการกำหนดวิสัยทัศน์ในธุรกิจไมซ์ทุกองค์กร การกำหนดวิสัยทัศน์ (vision) ในธุรกิจไมซ์ทุกองค์กรเพียงแต่ว่าองค์กรจะเน้นที่ตัวใด คือ M I C E หรือบางองค์กรอาจเน้นทั้งหมด ซึ่งขึ้นอยู่กับความชำนาญ ความพร้อม ศักยภาพและวิสัยทัศน์ของแต่ละองค์กร เป็นการทำงานที่เน้นในเชิงรุก 2) การจัดองค์กร (organizing) ต่อเนื่องจากการวางแผนขององค์กรรัฐที่ไม่มีนโยบายและวิสัยทัศน์โดยตรงกับธุรกิจไมซ์ดังนั้น องค์กรรัฐเหล่านี้จึงไม่มีแผนกที่กำกับดูแลไมซ์โดยตรง โดยทั่วไปจะขึ้นอยู่กับผู้บริหารระดับสูงเป็นคนกำหนดว่าจะให้แผนกใดดูแลรับผิดชอบแต่ทั้งนี้ก็จะเป็นการดูแลโดยภาพรวมทั่วไปมากกว่าเพราะองค์กรยังมีการกิจอื่นๆ ที่สำคัญในการกำกับดูแล ในส่วนของการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในองค์กรส่วนใหญ่ก็จะมีนโยบายให้บุคลากรมีการอบรม (training) โดยมีแผนอย่างชัดเจนแต่เป็นอบรมในเรื่องทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับนโยบายขององค์กร ส่วนในการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในองค์กรที่เกี่ยวกับธุรกิจไมซ์นั้น เช่น การอบรมความรู้เรื่องธุรกิจไมซ์ การเข้าร่วมกิจกรรมที่ส่งเสริมกับธุรกิจไมซ์ ถือได้น้อยมากและบุคคลที่ถูกส่งเข้าอบรมหรือกิจกรรมคือผู้ที่ทำงานเกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์เท่านั้น บางองค์กรแทบไม่เคยส่งบุคลากรไปเข้าร่วมกิจกรรมหรืออบรมเกี่ยวกับเรื่องไมซ์เลย ในส่วนของนโยบายในการคัดเลือกบุคลากรที่จะมาดูแลธุรกิจไมซ์นั้น ไม่มีนโยบายในการคัดเลือก เนื่องจากองค์กร ไม่มีแผนกไมซ์แต่ในการคัดเลือกบุคลากร โดยทั่วไปองค์กรก็จะมีข้อกำหนดตามมาตรฐานของแต่ละตำแหน่งอยู่แล้ว ในขณะที่องค์กรของเอกชนซึ่งมีการกำหนดวิสัยทัศน์ในธุรกิจไมซ์ ทำให้มีแผนกที่ดูแลในเรื่องตลาดไมซ์ทุกองค์กร เพียงแต่ว่าจะเรียกแผนกที่ดูแลในธุรกิจไมซ์ว่าอย่างไร บางองค์กรก็ใช้ชื่อเรียกว่า แผนกไมซ์ บางองค์กรตลาดไมซ์อยู่ในแผนกการขายและการตลาด (sale and marketing) บางองค์กรตลาดไมซ์อยู่ในแผนกจัดเลี้ยงและการขาย (catering and sale department) ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับโครงสร้างและนโยบายของแต่ละองค์กร นอกเหนือจากการที่แต่ละองค์กรมีแผนกและบุคลากรที่รับผิดชอบในตลาดไมซ์โดยตรง ในส่วน

ของการพัฒนาบุคลากรในองค์กรคือ การอบรมบุคลากร (training) นั้นมีการส่งบุคลากรที่ทำงานเกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ไปอบรมให้มีความรู้ความเข้าใจว่า ธุรกิจไมซ์คืออะไร โดยการอบรมมีหลายวิธีการที่แตกต่างกันตามแต่โครงสร้างและนโยบายขององค์กร เนื่องจากมีหน่วยงานที่รับผิดชอบดูแลธุรกิจไมซ์โดยตรงในส่วนของนโยบายในการคัดเลือกบุคลากรที่จะเข้ามาทำงานในธุรกิจไมซ์ ทุกองค์กรจึงมีนโยบายค่อนข้างชัดเจนมากกว่าองค์กรของรัฐ 3) การนำ (leading) ในส่วนขององค์กรรัฐก็มีนโยบายในการกระตุ้นให้บุคลากรในองค์กรปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพเช่นเดียวกับองค์กรเอกชนแต่สิ่งที่องค์กรรัฐแตกต่างจากองค์กรเอกชนคือบุคลากรของรัฐเงินเดือนจะไม่สูงเหมือนกับองค์กรเอกชนและไม่มีโบนัสให้เหมือนกับองค์กรเอกชน ดังนั้นการทำงานหรือแรงกระตุ้นในการปฏิบัติงานอาจส่งผลถึงประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรขององค์กรรัฐด้วย ในขณะที่องค์กรเอกชนนโยบายในการกระตุ้นหรือสนับสนุนบุคลากรในองค์กรของเอกชนมีประสิทธิภาพมากกว่าองค์กรของรัฐ อาทิเช่น โบนัส เงินรางวัล เซอร์วิสชาร์จ์ (service charge) ค่าล่วงเวลา (O.T) ค่าคอมมิชชั่น ทำให้แรงกระตุ้นในการปฏิบัติงานจึงมีประสิทธิภาพมากกว่าองค์กรของรัฐ ในขณะที่ความเหมือนก็คือ การควบคุม (controlling) ซึ่งผู้วิจัยมองว่านโยบายในการควบคุมโดยภาพรวมแล้วองค์กรรัฐและเอกชนมีนโยบายในการควบคุมหรือประเมินผลการปฏิบัติงานทั้งของหน่วยงานเองและประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากรคล้ายคลึงกัน แต่ทั้งนี้จะแตกต่างกันตรงที่จะมีการประเมินมากน้อยแล้วแต่ลักษณะนโยบายของแต่ละองค์กร โดยการประเมินในส่วนขององค์กรรัฐและเอกชนมีการประเมินผลงานของตนเอง (performance development process หรือ PDP) และตัวชี้วัดผลสำเร็จของการปฏิบัติงาน (Key Performance Indicators KPI) เหมือนกันเพียงแต่การประเมินองค์กรของรัฐจะแตกต่างจากองค์กรเอกชนในแง่ที่องค์กรเอกชนจะเน้นที่การประเมินผลการปฏิบัติงานขององค์กรจากความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลักเนื่องจากเป็นองค์กรที่เน้นผลกำไรและรายได้หลักมาจากลูกค้า ทั้งนี้โดยสรุปในมุมมองนโยบายในการส่งเสริมต่อการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์แล้วองค์กรของเอกชนดำเนินงานได้มีประสิทธิภาพมากกว่าองค์กรของรัฐ มีความชัดเจนในเรื่องวิสัยทัศน์ นโยบาย การปฏิบัติงานและตัวชี้วัด

กำหนดตำแหน่งและพัฒนากลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ที่เหมาะสมกับจังหวัดเชียงใหม่

ในการหาตำแหน่งทางการตลาดและพัฒนากลยุทธ์ในการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ที่เหมาะสมกับจังหวัดเชียงใหม่ นั้น ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (depth interview) กับผู้บริหารระดับสูงจำนวนทั้งสิ้น 22 คน ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ทั้งองค์กรของรัฐและองค์กรเอกชน ในการวิเคราะห์หาตำแหน่งทางการตลาดนั้น ผู้วิจัยได้วิเคราะห์

สภาพแวดล้อมภายนอกและภายในด้วยวิธีการของ SWOT Analysis เพื่อระบุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค โดยใช้แนวคิดทฤษฎีของ Drunker (POLC) เข้ามาวิเคราะห์ร่วม 4 ด้าน คือ 1) การวางแผน (planning) 2) การจัดองค์กร (organizing) 3) การนำ (leading) และ 4) การควบคุม (controlling) โดยผู้ให้ข้อมูลได้ระบุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของในแต่ละด้านของแต่ละธุรกิจคือ ธุรกิจการจัดประชุม (meeting) ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (incentive travels) ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ (convention) และธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ (exhibition) จากนั้นได้วิเคราะห์คะแนนรวมในแต่ละข้อ คูณกับค่าถ่วงน้ำหนักเพื่อเป็นค่าคะแนนเฉลี่ยของแต่ละด้าน จากนั้นนำค่าคะแนนของ SWOT Analysis ไปกำหนดตำแหน่งกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์โดยใช้ SPACE Matrix โดยผลการวิจัยพบว่า ในการบริหารจัดการในแต่ละธุรกิจของธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่มีจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคที่แตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ในแง่ของจุดแข็งในภาพรวมสำหรับธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ประกอบด้วย การที่เชียงใหม่มีความหลากหลายในสถานที่ท่องเที่ยวทั้งทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม กิจกรรมทางการท่องเที่ยว เช่น ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งเป็นผลดีต่อทางเลือกของกิจกรรมระหว่างการเดินทางมาประชุม มาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้เชียงใหม่ยังมีสถานที่สำหรับจัดประชุมทั้งในระดับประเทศและระดับนานาชาติรวมถึงบุคลากรของจังหวัดเชียงใหม่ที่มีศักยภาพในแต่ละธุรกิจของไมซ์ แต่ทั้งนี้เชียงใหม่เองก็มีจุดอ่อนในเวลาเดียวกันคือ ในเรื่องของระบบ logistic ที่ยังไม่มีประสิทธิภาพ ขาดหน่วยงานที่รับผิดชอบดูแลธุรกิจไมซ์หรือ CVB รวมถึงการบูรณาการระหว่างองค์กรของรัฐและเอกชนยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร ในขณะที่โอกาสของเชียงใหม่ในธุรกิจไมซ์นั้นคือ การที่รัฐได้ให้ความสำคัญกับธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่โดยให้เชียงใหม่เป็นนครแห่งไมซ์ (MICE city) มีการกำหนดนโยบายที่ส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจไมซ์ เช่น การสร้างศูนย์ประชุมนานาชาติเพื่อรองรับต่อธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติและธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการซึ่งต้องการสถานที่จัดงานที่มีขนาดใหญ่เพียงพอ ซึ่งก็ถือว่าเป็นโอกาสที่ดีสำหรับธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ แต่ทั้งนี้ก็ยังมียุทธศาสตร์ที่เกิดจากภายนอกซึ่งก็คือ การเมือง ซึ่งสถานการณ์การประชุมทางการเมืองของไทยมีผลกระทบอย่างมากต่อทุกธุรกิจของไมซ์เพราะมีผลต่อความเชื่อมั่นในความปลอดภัยในการเข้ามาท่องเที่ยวประชุม ในประเทศไทย ทั้งนี้ จากผลการวิจัยที่พบทำให้สามารถกำหนดตำแหน่งทางการตลาดในแต่ละธุรกิจของไมซ์

ธุรกิจการจัดประชุม

ธุรกิจการจัดประชุมอยู่ในตำแหน่งของ TOW matrix ที่เรียกว่า กลยุทธ์ SO ซึ่งหมายถึงคือการเอาจุดแข็งภายในเพื่อเอาโอกาสภายนอกมาใช้ เน้นการใช้กลยุทธ์แบบเชิงรุก (proactive strategy) ซึ่งจุดแข็งที่เชียงใหม่มีอยู่แล้วคือ ความพร้อมในเรื่องของสถานที่ในการจัดประชุมซึ่งมีเพียงพอและมีศักยภาพรวมถึงบุคลากรในธุรกิจการจัดประชุมที่มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจการจัดประชุมเป็นอย่างดี สถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ที่มีความหลากหลายทั้งประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม รวมถึงกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายเหมาะกับการทำกิจกรรมก่อนการประชุมหรือหลังการประชุม (pre or post program) เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย รวมถึงค่าครองชีพที่ต่ำกว่าสถานที่จัดประชุมอื่นในเมืองหลักๆ ซึ่งสิ่งเหล่านี้สามารถนำมาพัฒนาจากจุดแข็งให้เป็นโอกาสได้ โดยอาจใช้กลยุทธ์ในเรื่องของผู้นำราคา (cost leadership strategy) เข้ามาแข่งขัน

ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลอยู่ในตำแหน่งของกลยุทธ์ ST คือ กลยุทธ์ที่ใช้จุดแข็งภายในเพื่อลดทอนหรือหลีกเลี่ยงภัยคุกคามจากภายนอกซึ่งก็คือ อุปสรรคที่มีมากกว่าโอกาส โดยการใช้กลยุทธ์ บลูโอเชียน (blue ocean strategy) คือ การหาตลาดใหม่หรือลูกค้าใหม่ๆ ซึ่งจากเดิมที่เชียงใหม่เคยเน้นกลุ่มลูกค้าทางยุโรปหรืออเมริกาซึ่งมีศักยภาพสูง เชียงใหม่ควรหันมาสนใจตลาดใหม่ๆ ที่มีปริมาณและกำลังการซื้อสูง เช่น ตลาดนักท่องเที่ยวชาวจีน ตลาดนักท่องเที่ยวอินเดีย ตลาดนักท่องเที่ยวชาวอินโดนีเซีย รวมถึงตลาดนักท่องเที่ยวตะวันออกกลาง

ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติและธุรกิจจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ

ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติและธุรกิจจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการซึ่งมีตำแหน่งทางการตลาดที่เหมือนกันก็คือ กลยุทธ์ WO คือกลยุทธ์ที่ต้องลดจุดอ่อนภายในโดยใช้โอกาสที่ดีจากภายนอก หรือที่เรียกว่า “ปรับปรุงตนเอง” ทั้งนี้จุดอ่อนที่สำคัญที่ทั้งธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติและธุรกิจจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการต้องปรับปรุงก็คือ การขาดสถานที่ในการจัดประชุมในระดับนานาชาติและสถานที่จัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการในระดับประเทศเช่นเดียวกัน ซึ่งจุดอ่อนที่สำคัญนี้ทางจังหวัดเชียงใหม่ได้มีการปรับปรุงแก้ไขให้เป็นโอกาสของเชียงใหม่แล้วคือ ได้มีการจัดสร้างศูนย์ประชุมนานาชาติและได้ดำเนินการเปิดใช้อย่างเป็นทางการแล้ว แต่ทั้งนี้จุดอ่อนที่ยังคงมีอยู่ก็คือ ความไม่ชัดเจนเรื่องของการบริหารจัดการในศูนย์ประชุมนานาชาติ การตลาดของศูนย์ประชุมนานาชาติโดยเฉพาะในเรื่องของการกำหนดราคา ซึ่ง

ยังคงต้องใช้เวลาในการปรับปรุงและพัฒนา ทั้งนี้ศูนย์ประชุมนานาชาติต้องใช้กลยุทธ์พันธมิตร (strategic alliance) คือแสวงหาความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ทั้งภาครัฐและเอกชนเพื่อลดจุดอ่อนของตนเองและสร้างโอกาสให้แก่ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติและธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่

นอกจากนี้ผู้วิจัยได้หาความสัมพันธ์ระหว่างแต่ละธุรกิจไมซ์คือ M I C และ E กับการบริหารจัดการคือ การวางแผน การจัดองค์กร การนำและการควบคุม ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ทุกธุรกิจของไมซ์มีความสัมพันธ์กันทั้งหมดทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่าจะสัมพันธ์ในองค์ประกอบใด

วิเคราะห์ระดับการมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่

ก่อนที่จะได้มีการวิเคราะห์ระดับการมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ นั้น ผู้วิจัยได้ทำการประชุมกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่เพื่อทำแผนกำหนดแผนกลยุทธ์ โครงการและกิจกรรมในการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ โดยมีแผนโครงการแยกตามแต่ละธุรกิจดังมีรายละเอียดดังนี้

ธุรกิจการจัดประชุม (meeting)

1. แผนงานที่ 1 ส่งเสริมเชียงใหม่เป็นเป็นจุดหมายปลายทางในการจัดประชุม (D-MICE destination) ของประเทศไทย

- 1.1 โครงการโครงการจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนา D-MICE city
- 1.2 โครงการจัดตั้ง CVB (convention & visitor bureau)
- 1.3 โครงการส่งเสริมการตลาด / ประชาสัมพันธ์ให้หน่วยงานภาครัฐและเอกชนจัดประชุมในจังหวัดเชียงใหม่

1.4 โครงการสร้างจุดขายที่เป็นเอกลักษณ์ (unique selling proposition)

1.5 โครงการจัดทำโครงการพัฒนาร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholders) เพื่อพัฒนาให้เชียงใหม่ D-MICE City

2. แผนงานที่ 2 ปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก โครงสร้างพื้นฐานและระบบ Logistic

2.1 โครงการพัฒนาโครงข่ายขนส่งมวลชนในผังรวมเพื่อรองรับการเป็น MICE City แบบ Hop in, Hop out

2.2 โครงการปรับสภาพรถสองแถวให้เป็นรถสองแถวมิเตอร์

2.3 โครงการจัดการเมืองเพื่อรองรับการพัฒนาไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ โดยเฉพาะด้านโครงสร้างพื้นฐาน (infrastructure)

2.4 โครงการยกระดับการพัฒนาพื้นที่ (upgrade) เพื่อสร้างความพร้อมในด้านต่างๆ รองรับกิจกรรม D-MICE

2.5 โครงการพัฒนาธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศที่เชื่อมโยงกับธุรกิจไมซ์

ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (incentives)

1. แผนงานที่ 1 ส่งเสริมเชียงใหม่เป็นจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (incentive travels destination) ของประเทศไทย

1.1 โครงการจัดตั้ง CVB (convention & visitor bureau)

1.2 โครงการจัดทำแผนกอบกู้ความเชื่อมั่นหลังช่วงวิกฤต

1.3 โครงการเชียงใหม่ MICE Branding

1.4 โครงการสร้างจุดขายที่เป็นเอกลักษณ์ (unique selling proposition)

1.5 โครงการผลิตสื่อหมุนเวียน

1.6 โครงการจัดทำโครงการพัฒนาร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholders)

เพื่อพัฒนาให้เชียงใหม่ D-MICE City

1.7 โครงการจัดทำปฏิทินกิจกรรมการท่องเที่ยว

1.8 โครงการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ/เชิงวัฒนธรรม/เชิง

ธรรมชาติ

2. แผนงานที่ 2 พัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการและบุคลากร

2.1 โครงการพัฒนามาตรฐานผู้ประกอบการธุรกิจไมซ์ เช่น โรงแรม ที่พัก สายการบิน บริษัทนำเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว สถานที่จัดงาน ในจังหวัดเชียงใหม่ให้ได้มาตรฐานสากล

2.2 โครงการพัฒนาบุคลากรด้านภาษา

2.2 โครงการพัฒนาทักษะการให้บริการด้านการท่องเที่ยว

ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ (convention)

1. แผนงานที่ 1 ส่งเสริมเชียงใหม่เป็นจุดหมายปลายทางในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ (convention destination)

- 1.1 โครงการจัดทำแผนงานการทำตลาดระยะสั้น ระยะกลางและระยะยาว
- 1.2 โครงการศึกษาแผนงานและแนวทางการบริหารจัดการธุรกิจด้านไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่เพื่อพัฒนาสู่ศูนย์กลางการประชุมนานาชาติในกลุ่มอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (GMS) เอเชียใต้ (BIMSTEC)

1.3 โครงการจัดทำ CVB (convention & visitor bureau)

1.4 โครงการจัดทำแผนกอบกู้ความเชื่อมั่นช่วงวิกฤต

1.5 โครงการเชียงใหม่ MICE International Branding

2. แผนงานที่ 2 การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกและระบบ Logistic

2.1 โครงการพัฒนาโครงข่ายขนส่งมวลชนในผังเมืองรวมเพื่อรองรับการเป็น MICE City แบบ Hop in, Hop out

2.2 โครงการจัดการเมืองเพื่อรองรับการพัฒนา MICE ของจังหวัดเชียงใหม่ โดยเฉพาะด้านโครงสร้างพื้นฐาน (infrastructure)

2.3 โครงการพัฒนาและปรับปรุงระบบขนส่งมวลชนของจังหวัดเชียงใหม่

3. แผนงานที่ 3 ด้านการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและบุคลากรในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ

3.1 โครงการเตรียมความพร้อมอุตสาหกรรมไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ต่อประชาคม เศรษฐกิจอาเซียน 2558

3.1.1 พัฒนาบุคลากรด้านภาษาพัฒนาศักยภาพในการทำงาน Big event

3.1.2 โครงการสร้างผู้จัดงานประชุมมืออาชีพ PCO (professional convention organizer)

ธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (exhibition)

1. แผนงานที่ 1 ส่งเสริมให้เชียงใหม่เป็นทางเลือกของเมืองแห่งจุดหมายปลายทางในการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (exhibition destination)

1.1 โครงการศึกษาแผนงานและแนวทางการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อพัฒนาสู่ศูนย์กลางการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติใน

กลุ่มประเทศอนุภูมิภาคกลุ่มน้ำโขง (GMS) เอเชียใต้ (BIMSTEC) และเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการเกิดขึ้นของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

1.2 โครงการจัดตั้ง CVB (convention & visitor bureau)

1.3 โครงการเชียงใหม่ MICE Branding

1.4 โครงการเพิ่มระดับการรับรู้ถึงศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดเชียงใหม่ต่อกลุ่มเป้าหมายที่มีศักยภาพ

1.5 โครงการส่งเสริมและนำงานเข้ามาจัดงานนิทรรศการ

1.5.1 โครงการนิทรรศการ Handicraft Festival

1.5.2 โครงการนิทรรศการ Handicraft Life Style Product

1.5.3 โครงการ World Handicraft Expo 2016

2. แผนงานที่ 2 การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก โครงสร้างพื้นฐานและระบบ

Logistic

2.1 โครงการพัฒนาโครงข่ายขนส่งมวลชนในผังเมืองรวมเพื่อรองรับการเป็น MICE City แบบ Hop in, Hop out

2.2 โครงการปรับสภาพรถสองแถวให้เป็นรถสองแถวมิเตอร์

2.3 โครงการจัดการเมืองเพื่อรองรับการพัฒนา MICE ของจังหวัดเชียงใหม่ ด้านโครงสร้างพื้นฐาน (infrastructure)

2.4 โครงการปรับปรุงระบบ CIQS (custom immigration quarantine sanitary)

2.5 โครงการพัฒนาธุรกิจคลังสินค้าในจังหวัดเชียงใหม่

3. แผนงานที่ 3 ด้านการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและบุคลากรในธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ

3.1 โครงการเตรียมความพร้อมอุตสาหกรรมไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ต่อประชาคม เศรษฐกิจอาเซียน 2558

3.1.1 พัฒนาบุคลากรด้านภาษาพัฒนาศักยภาพในการทำงาน Big event

3.1.2 โครงการสร้างผู้จัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการมืออาชีพ PEO (professional exhibition organizer)

เมื่อได้มีการจัดทำแผนงาน โครงการและกิจกรรมในการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ แล้ว ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลในวัตถุประสงค์ที่ 4 คือ การวัดระดับการมีส่วนร่วมในการกำหนดกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ โดยทั้งนี้ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม และได้นำแบบสอบถามไปทดสอบความเชื่อมั่น (reliability) โดยแบบสอบถามที่ได้ทดสอบได้ค่าความเชื่อมั่น 0.974 และได้้นำแบบสอบถามไปปรับปรุงแก้ไขและนำไปเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล โดยกลุ่มผู้ให้ข้อมูลคือ ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ อันได้แก่ ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจบริษัทจัดการท่องเที่ยวแบบได้รางวัล (DMC) ธุรกิจบริษัทจัดงานประชุม (PCO) ธุรกิจรับงานแสดงสินค้ามืออาชีพ (PEO) ผู้รับจัดงาน (EMC) หน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ จำนวน 55 คน และผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้ข้อมูลซึ่งส่วนใหญ่เป็นเพศชาย โดยมีอายุเฉลี่ย 39 ปี ทั้งนี้ผู้ให้ข้อมูลมีอายุต่ำสุดคือ 28 และสูงสุดคือ 67 ปี ประสบการณ์ในการทำงานมีระยะเวลาเฉลี่ยคือ 13 ปี และประสบการณ์ในการทำงานมากที่สุดคือ 40 ปี ทั้งนี้ผู้วิจัยได้แบ่งองค์ประกอบในระดับการมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่เป็น 3 องค์ประกอบ ซึ่งประกอบด้วย 1) ระดับการมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรม (implementation) 2) ระดับการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (decision making) และ 3) ระดับการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ ทั้งนี้พบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีระดับการมีส่วนร่วมในทุกองค์ประกอบอยู่ในระดับปานกลางทั้ง 3 องค์ประกอบ โดยนักวิจัยพบว่า ระดับการมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมมีระดับความสำคัญมากที่สุด โดยทั้งนี้ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นสมาชิกของสมาคมหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ มีการสนับสนุนกิจกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ ทั้งในแง่ของการไป Road show ยังต่างประเทศร่วมกับผู้ประกอบการอื่นๆและหน่วยงานของรัฐ ทั้งยังมีการสนับสนุนกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ทั้งในรูปแบบของตัวเงิน บุคลากร ในขณะที่เดียวกันก็มองว่ามีส่วนร่วมในการได้รับประโยชน์ต่างๆ จากธุรกิจไมซ์ เช่น โอกาสในด้านการบริหารจัดการในธุรกิจของตนเอง เช่นการส่งเสริมการตลาดในธุรกิจไมซ์ การพัฒนาในเรื่องสื่อที่เกี่ยวข้องกับไมซ์ ประโยชน์จากการพัฒนาและปรับปรุงระบบ Logistic ของเชียงใหม่ ทำให้มีธุรกิจมีโอกาสทางการตลาดและโอกาสการแข่งขันกับคู่แข่งจากเพื่อนบ้านได้มากขึ้น และมองว่าระดับการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจมีระดับการมีส่วนร่วมน้อยที่สุด ส่วนใหญ่ผู้ให้ข้อมูลมองว่าการมีส่วนร่วมในเรื่องที่เป็นการตัดสินใจในระดับจังหวัด ผู้ให้ข้อมูลมีส่วนร่วมน้อยมาก เช่น การมีส่วนร่วมในการพิจารณากำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมกับธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ การมีส่วนร่วมในการประชุมแบ่งหน้าที่รับผิดชอบในการพัฒนาธุรกิจไมซ์ หรือแม้กระทั่งสิ่งที่สำคัญที่สุดในการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ คือการจัดตั้ง CVB ก็เป็นระดับความสำคัญในการมีส่วนร่วมที่น้อยที่สุดในการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจของผู้ให้ข้อมูล

ทั้งนี้ จากผลการวิจัยที่มีผลว่าระดับการมีส่วนร่วมในกลยุทธ์การกำหนดแผนกลยุทธ์บริหารจัดการธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่อยู่ในระดับปานกลาง ทำให้ผู้วิจัยมองว่าผู้ให้ข้อมูลคือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholder) ในจังหวัดเชียงใหม่ยังให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนกลยุทธ์บริหารจัดการในธุรกิจไมซ์ไม่มากนักอาจเป็นเพราะว่าเนื่องจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียส่วนใหญ่เป็นภาคเอกชนทำให้ไม่มีเวลาในการเข้าร่วมในกิจกรรมการมีส่วนร่วมมากนัก มองผลประโยชน์ของตนเองสำคัญ และมองการทำงานของรัฐบาลไม่ช่วยในการทำธุรกิจของตนเองเท่าใด จึงเพิกเฉยในการที่จะเข้าร่วมในกิจกรรมต่างๆของหน่วยงานรัฐ นอกจากนี้ผู้วิจัยได้นำองค์ประกอบทั้งสามองค์ประกอบมาเปรียบเทียบหาความสัมพันธ์การมีส่วนร่วมฯ กับลักษณะส่วนบุคคล ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ และประสบการณ์ในการทำงาน และพบว่าเพศ อายุและประสบการณ์ในการทำงานไม่มีมีความสัมพันธ์กับทุกองค์ประกอบทั้งในแง่ของระดับการมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรม (implementation) ระดับการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (decision making) และระดับการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์

อภิปรายผล

ธุรกิจไมซ์ (Meeting, Incentive, Convention and Exhibition: MICE) เป็นธุรกิจแขนงหนึ่งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่สามารถทำรายได้มากมายให้แก่จังหวัดเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวไมซ์เป็นนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพมากกว่านักท่องเที่ยวทั่วไปและเป็นผู้ที่นักท่องเที่ยวทั่วไปจำกัดช่วงเวลาในการท่องเที่ยวเหมือนกับนักท่องเที่ยวทั่วไป การที่จังหวัดเชียงใหม่จะประสบผลสำเร็จในธุรกิจไมซ์ได้นั้นจำเป็นต้องมีการวางแผนบริหารจัดการที่เหมาะสม ซึ่งจะนำมาซึ่งผลประโยชน์อันมหาศาลแก่เศรษฐกิจของจังหวัดเชียงใหม่เพราะธุรกิจไมซ์ไม่ได้ก่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปยังธุรกิจที่อยู่ในภาคการท่องเที่ยวโดยตรง อาทิเช่น โรงแรม ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ธุรกิจที่ให้บริการด้านการออกแบบและตกแต่งสถานที่ ตลอดจนธุรกิจที่ต่อเนื่อง เช่น การขนส่ง ธนาคาร ห้างสรรพสินค้า การสื่อสารและโทรคมนาคมเท่านั้นแต่ยังรวมถึงสิ่งที่ไม่สามารถคำนวณเป็นผลประโยชน์ได้ เช่น การแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างคนในอาชีพเดียวกันและภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ

กลยุทธ์การบริหารจัดการเป็นวิธีการหนึ่งในการที่จะทำให้ธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่บรรลุสู่ผลสำเร็จตามที่ตั้งเป้าไว้ ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ได้ใช้ทฤษฎีการบริหารจัดการของ Drucker เข้ามาเป็นตัวชี้วัดในเรื่องของการบริหารจัดการ อันประกอบด้วย 1) การวางแผน (planning) 2) การจัดองค์กร (organizing) 3) การนำ (leading) 4) การควบคุม (controlling) โดยใน

แผนการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์จะกำหนดขึ้นมาโดยอยู่บนพื้นฐานการวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของของธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ด้วยการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายใน และโอกาสอุปสรรคด้วยการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายนอกของธุรกิจไมซ์จังหวัดเชียงใหม่ในแต่ละประเภทของธุรกิจไมซ์ ซึ่งจะแยกออกมาได้สี่ประเภท คือ ธุรกิจการจัดประชุมขององค์กร (meetings หรือ M) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (incentives หรือ I) การจัดประชุมนานาชาติ (conventions หรือ C) และการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (exhibitions หรือ E) โดยในแต่ละตัวดัชนีชี้วัด ผู้วิจัยจะให้ผู้ให้ข้อมูลระบุจุดแข็ง (strengths) จุดอ่อน (weakness) โอกาส (opportunities) และอุปสรรค (treats) ซึ่งปัจจัยดังกล่าวจะนำมาซึ่งข้อมูลที่จะนำไปใช้ในการกำหนดตำแหน่งกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ต่อไป

ทั้งนี้ ก่อนที่ผู้วิจัยจะดำเนินการหาแผนกลยุทธ์ที่เหมาะสมสำหรับการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ของเชียงใหม่ ผู้วิจัยได้ทำการประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพของจังหวัดเชียงใหม่ต่อการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ ซึ่งโดยภาพรวมของเชียงใหม่ซึ่งส่วนใหญ่จะคิดว่าจังหวัดเชียงใหม่มีศักยภาพอยู่ในระดับมาก มีความพร้อมในการเป็นนครแห่งไมซ์ ทั้งในเรื่องของการเป็นศูนย์กลางทางด้านเศรษฐกิจ การค้า การลงทุนของภาคเหนือ ศูนย์กลางด้านการคมนาคมทางอากาศของภาคเหนือ มีความหลากหลายในเรื่องของสถานที่ท่องเที่ยว มีความเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมรวมถึงมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ครบครัน มีโรงแรมตั้งแต่ระดับ 2 ถึง 5 ดาวจำนวนมาก สถานที่จัดประชุมสัมมนาและแสดงสินค้า แต่ทั้งนี้สำหรับธุรกิจไมซ์จังหวัดเชียงใหม่ยังถือว่ายังมีศักยภาพไม่เพียงพอในบางประการเนื่องจากนักท่องเที่ยวไมซ์เป็นนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวทั่วไป จึงทำให้จังหวัดเชียงใหม่ยังมีจุดอ่อนหลายประการที่ยังต้องมีการปรับปรุงเพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ได้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยในวัตถุประสงค์ที่ 1 เกี่ยวกับการประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพของจังหวัดเชียงใหม่ในการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ว่าศักยภาพของจังหวัดเชียงใหม่ในการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่า ศักยภาพในด้านสถานที่จัดงานอยู่ในระดับค่าคะแนนที่เก็บน้อยสุด โดยผู้วิจัยมองว่าสถานที่จัดงานของจังหวัดเชียงใหม่ยังมีไม่เพียงพอและไม่หลากหลาย โดยเฉพาะในการจัดงานระดับนานาชาติหรือจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการในระดับชาติ มีแค่ศูนย์ประชุมนานาชาติที่เพิ่งเปิดทำการไม่นานที่สามารถรองรับการประชุมนานาชาติระดับพันคนขึ้นไปได้ และนอกจากนี้ความไม่ชัดเจนในเรื่องของการบริหารจัดการของศูนย์ประชุมนานาชาติก็ยังมีผลต่อการตัดสินใจของผู้จัดประชุม (meeting planner) ในเวลาเดียวกัน และถึงแม้ว่าผลการวิจัยในการประเมินสิ่งอำนวยความสะดวกของจังหวัดเชียงใหม่จะมองว่ามีศักยภาพมากที่สุด และมองว่าที่พักแรมในจังหวัดเชียงใหม่มีศักยภาพ มีโรงแรมระดับ 2 ถึง 5

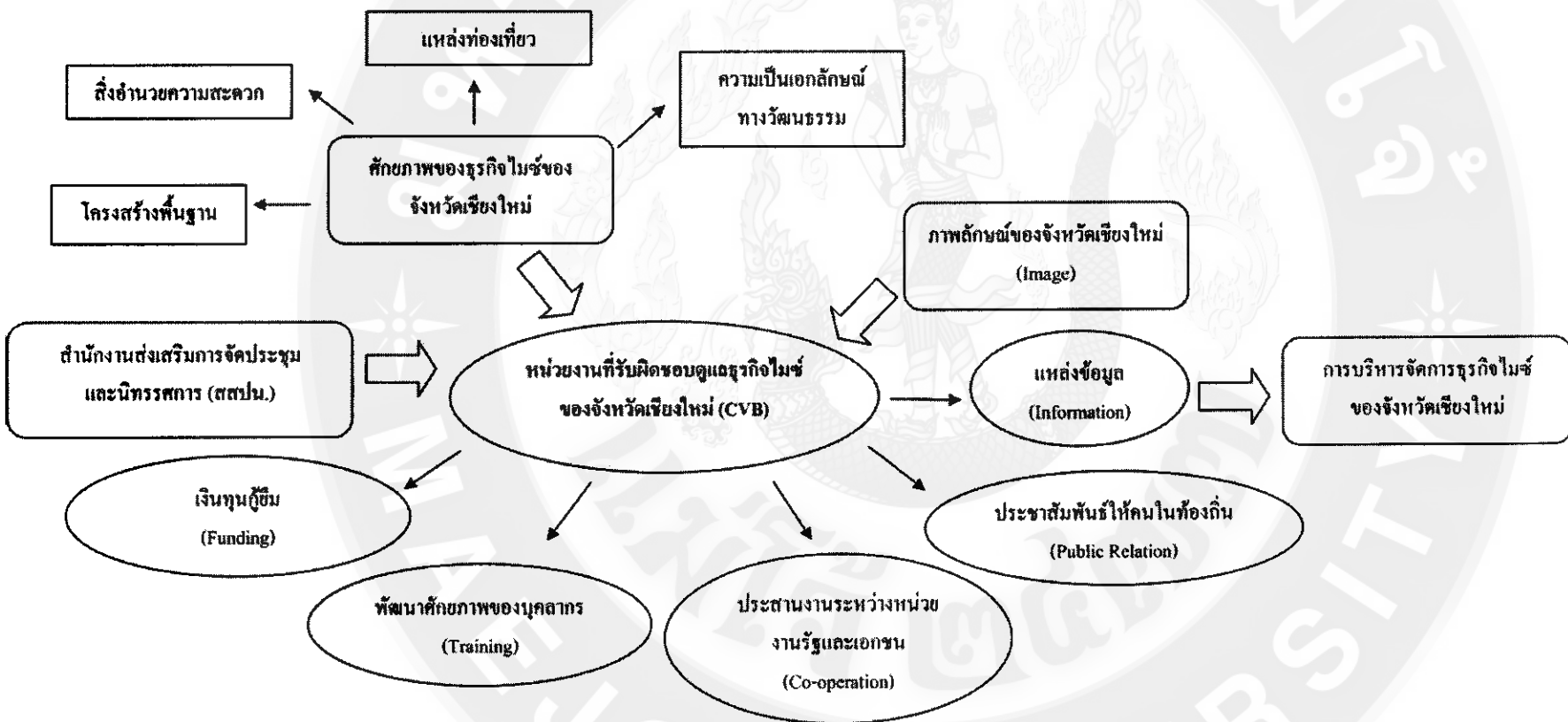
ดาว จำนวน 3,200 ห้อง แต่ทั้งนี้สำหรับนักท่องเที่ยวไมซ์จะนิยมพักโรงแรมระดับห้าดาว ซึ่งในจังหวัดเชียงใหม่มีโรงแรมห้าดาวในเมือง 2 โรงแรมคือ โรงแรมแชงกรีล่าและโรงแรมเลอ เมอริเดียน ซึ่งทำให้ไม่สามารถรองรับการประชุมในระดับนานาชาติโดยเฉพาะในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวได้ เนื่องจากจำนวนห้องพักมีไม่เพียงพอกับความต้องการ รวมถึงร้านอาหารขนาดใหญ่ที่ผู้คนในระดับพันคนขึ้นไปก็มีไม่มากนักในจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากผู้ประกอบการมองถึงความไม่คุ้มทุนที่จะลงทุนรองรับเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวไมซ์ นอกจากนี้ปัญหาในเรื่องของระบบ logistic ภายในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับสุณีย์ บริสุทธิ์ และคณะ (2548: 36) และ วรณา ศิลปอาชา (2545: 140) กล่าวถึง ระบบขนส่งสาธารณะภายในจังหวัดเชียงใหม่ การเดินทางจากที่พักไปยังสถานที่จัดประชุมหรือ ณ สถานที่ต่างๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ยังไม่มีความสะดวกตัว รถโดยสารสาธารณะไม่มีระบบการกำหนดราคาที่เหมาะสม ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นปัญหาพื้นฐานของธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ซึ่งยังเป็นจุดอ่อนที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของจังหวัดเชียงใหม่ต้องนำมาพิจารณา แก้ไขเพื่อการพัฒนา ปรับปรุง

การหากลยุทธ์ที่เหมาะสมในการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ นั้น นอกเหนือจากการประเมินความคิดเห็นในศักยภาพในการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่แล้ว ผู้วิจัยยังได้ทำการสำรวจการบริหารจัดการของหน่วยงานรัฐและเอกชนที่ส่งเสริมต่อการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ว่าได้มีการส่งเสริมในการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์เพื่อนำไปสู่การหากลยุทธ์การบริหารจัดการที่เหมาะสมกับธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ โดยการสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับสูงในองค์กรของรัฐและเอกชน ซึ่งผลการวิจัยพบว่า การบริหารจัดการของหน่วยงานรัฐ ซึ่งหมายถึงนโยบายของรัฐโดยภาพรวมในระดับประเทศมีนโยบายในการส่งเสริมและสนับสนุนนโยบายในการส่งเสริมธุรกิจไมซ์อย่างชัดเจน มีการก่อตั้งหน่วยงานที่รับผิดชอบและกำกับดูแลธุรกิจไมซ์ของประเทศไทย คือ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) ทั้งนี้ สสปน. ไม่ได้มีหน้าที่รับผิดชอบในการดูแลไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่เพียงอย่างเดียว ยังมีอีกหลายจังหวัดที่ได้กำหนดให้เป็นนครแห่งไมซ์ อันได้แก่ กรุงเทพมหานคร พัทยา ขอนแก่น ภูเก็ต ทำให้การจัดกิจกรรมส่งเสริมในธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่จึงไม่มีความต่อเนื่อง และนอกจากนั้นนโยบายในระดับของจังหวัดเองก็ไม่มีนโยบายในการสนับสนุนหรือส่งเสริมธุรกิจไมซ์โดยตรง ทั้งนี้หน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องมองว่าธุรกิจไมซ์เป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจการท่องเที่ยว ทำให้งบประมาณต่างๆ ไม่สามารถจัดสรรให้แก่ธุรกิจไมซ์ได้อย่างเต็มที่ ในขณะที่เดียวกันหน่วยงานของรัฐก็ไม่มีแผนที่รับผิดชอบธุรกิจไมซ์โดยตรงหรือมีเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบโดยตรง ซึ่งถ้าเปรียบเทียบกับองค์กรของเอกชนแล้ว มีการบริหารงานที่มีประสิทธิภาพมากกว่าองค์กรของรัฐ มีความชัดเจนในเรื่องวิสัยทัศน์ นโยบาย การปฏิบัติงานและตัวชี้วัด ซึ่งการที่นโยบายของหน่วยงาน

รัฐไม่มีความชัดเจนเรื่องของการบริหารจัดการในธุรกิจไมซ์ทำให้ส่งผลต่อการประกอบธุรกิจขององค์กรเอกชนที่ดำเนินไปได้อย่างไม่ราบรื่นนักและต้องช่วยเหลือตนเองมากกว่าที่จะต้องหวังพึ่งพาการทำงานของหน่วยงานของรัฐ ซึ่งส่งผลทำให้การขับเคลื่อนธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ยังอยู่ในภาวะชะลอตัวหรือถ่วงๆค่อนๆ ทั้งนี้หน่วยงานของรัฐถือเป็นตัวขับเคลื่อนที่สำคัญซึ่งสอดคล้องกับ Myong and Kyong (2006: 116) กล่าวถึง การสนับสนุนของภาครัฐว่าถึงแม้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติและธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการจะพยายามที่จะทำให้ธุรกิจเติบโตเพียงใดก็ตาม ทั้งนี้ถ้าขาดการสนับสนุนของภาครัฐการเติบโตก็มีข้อจำกัด ซึ่งถ้าหน่วยงานท้องถิ่นของรัฐเห็นความสำคัญและให้การสนับสนุนธุรกิจไมซ์โดยตรง เช่น มีการกำหนดวิสัยทัศน์หรือพันธกิจในการส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจไมซ์โดยตรงโดยแยกจากธุรกิจการท่องเที่ยว เช่น การจัดสรรงบประมาณในการสนับสนุนธุรกิจไมซ์โดยตรง การกำหนดผู้รับผิดชอบในธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ ก็จะทำให้การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ขับเคลื่อนไปได้มากกว่านี้

ทั้งนี้ ในการประเมินศักยภาพของจังหวัดเชียงใหม่รวมถึงการวิเคราะห์นโยบายของรัฐและเอกชนได้นำไปสู่การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของธุรกิจไมซ์เพื่อหาการบริหารจัดการที่เหมาะสมกับธุรกิจไมซ์นั้น ผลการวิจัยพบว่า สิ่งสำคัญที่จะทำให้การบริหารจัดการในธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่มีประสิทธิภาพ คือ การจัดตั้งหน่วยงานที่รับผิดชอบในธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ (Chiang Mai convention bureau หรือ CVB) ซึ่งการจัดตั้งหน่วยงาน CVB จะสามารถแก้ไขจุดอ่อน อุปสรรคต่างๆ ในการบริหารงานธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ได้ และจะนำไปสู่การปรับจุดอ่อนและอุปสรรคให้กลายเป็นจุดแข็งและโอกาสให้แก่จังหวัดเชียงใหม่ได้ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ร่างรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ที่เหมาะสมของจังหวัดเชียงใหม่ในภาพ 17 โดยการดัดแปลงจากทฤษฎีสถิติภาพในการพัฒนาและการแพร่กระจาย (Development Potential Diffusion Theory) ซึ่งประกอบด้วย 2 ส่วน คือ สถิติภาพในการพัฒนา ซึ่งประกอบด้วยสังกัด 4 ตัว คือ 1) ทรัพยากรธรรมชาติ 2) ทรัพยากรมนุษย์ 3) องค์กรทางสังคม 4) ภาพการณ์เป็นผู้นำ และทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม (Diffusion Theory) ซึ่งประกอบด้วยติดต่อกับโลกภายนอกโดยมีการฝึกอบรม เป็นตัวเชื่อม (สัญญา สัญญาวิวัฒน์, 2542: 32-39) ทั้งนี้ ผู้วิจัยมองว่าการที่จังหวัดเชียงใหม่จะมีสถิติภาพในการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ได้จะต้องมีปัจจัยหลายอย่างสนับสนุนและการที่มีปัจจัยครบทั้ง 4 คือ 1) ทรัพยากรซึ่งในที่นี้ผู้วิจัยมองว่าจังหวัดเชียงใหม่มีทรัพยากรมากมายทั้งในแง่ของสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน 2) ทรัพยากรมนุษย์ซึ่งก็คือบุคลากรที่ทำงานในธุรกิจไมซ์และการที่จะทำให้บุคลากรมีสถิติภาพได้นั้นต้องมี “การฝึกอบรม” ซึ่งเป็นตัวแปรสำคัญที่จะทำให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ 3) องค์กรทาง

สังคม ในที่นี้หมายถึง ประชาชน องค์กรภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ ที่จะเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจไมซ์ 4) ภาวการณ์เป็นผู้นำ ในที่นี้ผู้วิจัยมองถึงการมีหน่วยงาน CVB ที่จะเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการที่จะเป็นผู้รับผิดชอบในการขับเคลื่อนธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ และการติดต่อกับโลกภายนอก สำหรับผู้วิจัยมองว่าการที่ได้มีการจัดประชุม การจัดประชุมนานาชาติ การจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล จะนำไปสู่การแลกเปลี่ยนความรู้ วัฒนธรรม และนวัตกรรมใหม่ ๆ ให้แก่ธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่และจะนำไปสู่การที่จะทำให้ธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่สามารถพัฒนาศักยภาพทั้งในตัวของจังหวัดเชียงใหม่เอง ผู้ประกอบการ และบุคลากรและสามารถแข่งขันกับคู่แข่งในในระดับประเทศและระดับโลกได้



ภาพ 17 การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ที่เหมาะสมของจังหวัดเชียงใหม่

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ สามารถได้มาซึ่งข้อเสนอแนะสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ และควรนำเอาผลการวิจัยในครั้งนี้ไปเป็นแนวทางในการศึกษาให้ลึกซึ้งต่อไป ดังนี้

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) ควรดำเนินการดังนี้

1. เป็นแกนนำหลักในการจัดตั้งหน่วยงานที่รับผิดชอบธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ (CVB) โดยมีสมาชิกเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน
2. ในการทำงานไม่ควรเน้นเฉพาะในเรื่องการตลาดหรือพัฒนาศักยภาพบุคลากรให้แก่เชียงใหม่เท่านั้น แต่ควรมองถึงการพัฒนาในเรื่องของรูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ด้วย
3. มีการประชาสัมพันธ์ให้คนจังหวัดเชียงใหม่ได้รู้จักและเข้าใจในธุรกิจไมซ์มากกว่านี้ รวมถึงการให้ความรู้แก่บุคลากรในหน่วยงานของรัฐ
4. มีการอบรมเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการในหัวข้อใหม่ๆ ที่น่าสนใจอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการอบรมศักยภาพของอาจารย์ผู้สอนวิชาไมซ์ในสถาบันการศึกษา ทั้งนี้ควรมีการจัดอบรมที่เชียงใหม่ให้มากกว่านี้ เพราะส่วนใหญ่จะเป็นการอบรมที่กรุงเทพมหานครทำให้มีค่าใช้จ่ายที่สูง

หน่วยงานทางภาครัฐ อันประกอบด้วย สำนักงานจังหวัดเชียงใหม่ องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่ และหน่วยงานภาครัฐอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์

1. หน่วยงานของรัฐควรให้ความสำคัญกับธุรกิจไมซ์มากกว่านี้ โดยมีการกำหนดนโยบายในการส่งเสริมสนับสนุนธุรกิจไมซ์หรือแผนยุทธศาสตร์โดยตรง โดยแยกจากธุรกิจการท่องเที่ยว ซึ่งจะส่งผลต่องบประมาณในการพัฒนาและสนับสนุนธุรกิจไมซ์โดยตรง รวมถึงการกำหนดโครงสร้าง เช่น มีแผนกที่รับผิดชอบดูแลหรือมีผู้รับผิดชอบในธุรกิจไมซ์โดยตรง
2. ในการกำหนดนโยบายในการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ควรมีการเชิญผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายหรือแผนยุทธศาสตร์ เพราะนโยบายของรัฐ ณ ปัจจุบันไม่ได้ส่งเสริมภาคเอกชนเท่าไร

3. หน่วยงานของรัฐควรมีการพัฒนาในเรื่องของรูปแบบการบูรณาการมากกว่านี้ ไม่ทำงานยึดติดกับการทำงานในระบบราชการ ซึ่งจะทำงานในหน้าที่หรือหน่วยงานของตนเอง เท่านั้น

4. หน่วยงานของรัฐของจังหวัดเชียงใหม่ เช่น เทศบาลจังหวัดเชียงใหม่ หรือ องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่ควรมีการแก้ไขระบบ logistic ของจังหวัดเชียงใหม่ โดยเฉพาะ รถโดยสารสาธารณะหรือรถสี่ล้อแดงให้มีระบบมากกว่านี้ รวมถึงระบบการจัดเก็บค่าโดยสารที่ได้มาตรฐาน รวมถึงการปรับปรุงรถเมล์ที่วิ่งรอบเมืองเชียงใหม่ให้มีความทันสมัย เป็นระบบและมี กำหนดเวลาเดินรถที่แน่นอน ซึ่งจะช่วยลดปัญหาจราจรให้เมืองเชียงใหม่ในระดับหนึ่ง

5. หน่วยงานของรัฐของจังหวัดเชียงใหม่ เช่น เทศบาลจังหวัดเชียงใหม่ หรือ องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่ ควรมีการปรับปรุง โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกของจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อความสวยงามและความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว

6. สถานที่จัดประชุมของรัฐยึดติดกับระบบราชการมากเกินไป ทำให้การทำงาน ลำช้า ควรมีความยืดหยุ่นในระบบการบริหารจัดการให้มากกว่านี้

7. การทำงานของรัฐและเอกชนยังไม่ประสานกันเท่าที่ควร ต่างคนต่างทำงาน ทำให้การทำงานไม่ราบรื่น ควรต้องมีคนกลางเป็นผู้ประสานงาน

8. ศูนย์ประชุมนานาชาติ จังหวัดเชียงใหม่ ควรใช้มืออาชีพมาบริหารจัดการ เหมือนกับศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์เพราะมีผลต่อการทำการตลาด ศักยภาพของบุคลากร การทำงานในรูปแบบของระบบราชการจะทำให้เสียโอกาสในการแข่งขันกับคู่แข่ง

หน่วยงานภาคเอกชน ควรดำเนินการดังนี้ ผู้ประกอบการในธุรกิจไมซ์ควรมีการพัฒนาศักยภาพและมาตรฐานในธุรกิจของตนเองอยู่เสมอ เช่น สถานที่จัดประชุม ธุรกิจจัดเลี้ยง เพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งในภูมิภาคอื่นๆ รวมถึงประเทศเพื่อนบ้าน เช่น สิงคโปร์ฮ่องกง จีนได้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยในครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาในส่วนของคุณภาพการบริหารจัดการของ Drunker เท่านั้น ทั้งนี้ในการวิจัยในครั้งต่อไปอาจเป็นการมุ่งเน้นคุณลักษณะการบริหารจัดการของนักทฤษฎีอื่น ซึ่งอาจได้มุมมองในการบริหารงานที่แตกต่างจากของ Drunker

2. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะในส่วนของการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ การวิจัยในครั้งต่อไปอาจเป็นการมุ่งเน้นในประเด็นในเรื่องของการตลาด (marketing) ของธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อเป็นการต่อยอดให้มีความสมบูรณ์มากขึ้น

3. การวิจัยในครั้งต่อไปอาจเป็นการวิจัยที่เน้นหาข้อมูลเชิงลึกในแต่ละธุรกิจของธุรกิจไมซ์ ซึ่งได้แก่ ธุรกิจการประชุม (meeting) เช่น การประชุมสีเขียวของจังหวัดเชียงใหม่ (green meeting) การตลาดในธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่ ผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อมในธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น

4. การวิจัยในครั้งต่อไป เน้นวิจัยในธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (incentive travel) เช่น การตลาดในธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของจังหวัดเชียงใหม่ ปัจจัยในการเลือกจุดหมายปลายทางสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของจังหวัดเชียงใหม่ พฤติกรรมของกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เป็นต้น

5. การวิจัยในครั้งต่อไป เน้นการวิจัยในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ เช่น การตลาดในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติของจังหวัดเชียงใหม่ การบริหารจัดการธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติของจังหวัดเชียงใหม่ ปัจจัยในการเลือกสถานที่จัดประชุมนานาชาติ ผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อมในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น

6. การวิจัยในครั้งต่อไป เน้นการวิจัยในธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ เช่น การตลาดในธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่ การบริหารจัดการในธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่ ปัจจัยในการเลือกสถานที่จัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ ผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อมในธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น

7. การวิจัยในครั้งต่อไปอาจเป็นการวิจัยในเรื่องของการพัฒนาหลักสูตรไมซ์ที่เหมาะสมกับจังหวัดเชียงใหม่เพื่อนำไปปรับใช้ในหลักสูตรในสถาบันการศึกษาเพื่อผลิตบุคลากรที่มีคุณสมบัติตรงกับความต้องการของตลาดไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่

บรรณานุกรม

- กองบังคับการตำรวจท่องเที่ยว. 2556. “บัญชีรายชื่อข้าราชการตำรวจผู้ผ่านการทดสอบภาษาต่างประเทศ (ภาษาอังกฤษ)”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา www.thailandtouristpolice.com/index.php (10 เมษายน 2556).
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2545. “Thai MICE Industry gets another big boost”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://www.tatnews.org/tat_news/detail.asp?id=977 (20 ตุลาคม 2554).
- _____. 2547. “สถานการณ์การจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและการจัดแสดงสินค้านิทรรศการนานาชาติ ปี 2545”. [ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา www.etatjournal.com/upload/54/mice-45.pdf (15 มกราคม 2554).
- _____. 2548. “MICE Business in Thailand”. [ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา <http://www2.tat.or.th/tat/e-journal/> (20 ตุลาคม 2554).
- โกวิท พวงงาม. 2551. การจัดการตนเองของชุมชนและท้องถิ่น. กรุงเทพฯ: บพิธการพิมพ์.
- ชัตติยา กลัฏฐกะปกรณ์. 2549. การตลาดเพื่อการท่องเที่ยว. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- _____. 2555. “MICE MANAGEMENT STRATEGIES IN CHIANG MAI PROVINCE, THAILAND”. น. 231-240. ใน การสัมมนาทางวิชาการระดับชาติด้านการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ครั้งที่ 2. 27-29 กุมภาพันธ์ 2555 ณ โรงแรมฟูราม่า. เชียงใหม่: คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- คอตเลอร์ ฟิลลิป. 2546. หลักการตลาด ฉบับมาตรฐาน แปลจาก Principles of Marketing โดย วารุณี ตันติสงศ์วาณิช, นิภา เหล่าพัฒน์, พรพรม พรหมเทศ, นิตยา งามแดน และ จุฑามาศ ทวีไพบูลย์วงศ์. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- คินนิชิ แองเจโล และ วิลเลียม ไบรอัน. 2550. หลักการจัดการ แปลจาก Management a Practical Introduction. โดย บุตรี จารุโรจน์ และคณะ. กรุงเทพฯ: แมคกรอ-ฮิล.
- จุฑามาศ แพรวรพราย. 2555. สัมภาษณ์. 20 สิงหาคม.
- เจริญผล สุวรรณโชติ. 2544. ทฤษฎีบริหาร. กรุงเทพฯ: ทิซซิงเอ็ท.
- ฉลองศรี พิมลสมพงษ์. 2550. การวางแผนและพัฒนาตลาดท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ชิดจันทร์ หังสสูตร. 2535. หลักและการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ:

มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ตำรวจภูธรจังหวัดเชียงใหม่. 2555. “การอบรมอาสาสมัครตำรวจชุมชนของตำรวจภูธรจังหวัดเชียงใหม่”. [ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา <http://chiangmai.police.go.th/index.php?page=news&id=363> (10 เมษายน 2556).

ตุลา มหาพฤฒานนท์. 2547. หลักการจัดการบริหาร. กรุงเทพฯ: ผ.ศ. พัฒนา.

ถวิลวดี บุรีกุล. 2548. การมีส่วนร่วม แนวคิด ทฤษฎีและกระบวนการ. กรุงเทพฯ: พาณิชพระนคร (2535).

ทวีป ศิริศรีสมบัติ และ กรินทร์ ธรรมกร่าง. 2549. ความพึงพอใจของผู้จัดงานและผู้เข้าชมงานต่อการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: กองทุนสนับสนุนการวิจัย.

เทศบาลนครเชียงใหม่. 2554. “ข้อมูลด้านเศรษฐกิจของเทศบาลนครเชียงใหม่”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.cmcity.go.th/aboutus/economic.php>. (29 กุมภาพันธ์ 2555).

ธิดา สิริสิงห. 2546. การจัดการธุรกิจการจัดประชุม. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

นรินทร์ชัย พัฒนพงศา. 2546. การมีส่วนร่วม หลักการพื้นฐาน เทคนิค และกรณีตัวอย่าง. เชียงใหม่: 598 Print.

นุชนารถ รัตนสุวรรณชัย. 2545. กลยุทธ์การตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

เนตรพัฒนา ยาวีราษ. 2553. การจัดการสมัยใหม่. กรุงเทพฯ: ทริปเพิ้ล กรุ๊ป.

บงกช งามสม. 2546. การจัดการธุรกิจการจัดประชุม. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

บาร์ไวส์ แพ้ททริค. 2553. คัมภีร์นักการตลาด. แปลโดย ปฏิพล ตั้งจักรวรานนท์. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2554. ธุรกิจไมซ์. นนทบุรี: เฟิร์นข้าหลวง.

ปภาวดี ประจักษ์สุนนิต และ สุเมธ สุทัศน์ ณ อยุธยา. 2546. การจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ปัลลัษนา ชมพูพันธ์. 2552. “การศึกษาศักยภาพการจัดการประชุมและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่”. น. 10. การนำเสนอผลงานวิชาการด้านการจัดการนันทนาการ การท่องเที่ยว การประชุมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ. วันที่ 11-13 พฤษภาคม 2552 ณ โรงแรม Rose Garden Riverside. นครปฐม: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พรทิพย์ หิรัญเกตุ และ ปภาวดี ประจักษ์สุนิธิ. 2550. การจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล.

นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2531. วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ: เจริญผล.

_____. 2543. วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 8.

กรุงเทพฯ: เจริญผล.

ภูริวัจน์ เดชอุ่ม. 2553. “การพัฒนากลยุทธ์การเสนอขอเป็นเจ้าภาพการประชุมนานาชาติของประเทศไทย (ตอนที่ 2)”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://www.Etatjournal.com/upload/314/07_mice_in_Thailand2pdf. (15 มกราคม 2554).

รชพร จันทรสว่าง. 2546. การจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อให้รางวัล. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

รัศมี พัทธกัมมโนกุล. 2557. สัมภาษณ์. 13 มกราคม.

ราณี อธิชัยกุล. 2545. การจัดการธุรกิจในแหล่งท่องเที่ยว. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ราณี อธิชัยกุล และ จุฑามาศ วิศาลสิงห์. 2550. “องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล: กลุ่มการท่องเที่ยวที่ประเทศไทยต้องจับตามอง”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา www.etajournal.com/upload.182/3incentive_tourism.pdf. (15 มกราคม 2554).

หนังสือพิมพ์บ้านเมือง. 2553. “การผลักดันเชียงใหม่ “นครแห่งไมซ์” สสพ.หวังขึ้นแท่นฮับศูนย์ประชุมโลก”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.banmuang.co.th> (10 พฤศจิกายน 2553).

ร็อบบิน สตีเฟนส์ พี. 2551. การจัดการและพฤติกรรมองค์กร. โดย วิรัช สงวนวงษ์วาน.

กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.

วรกาน ยกย้ง. รองผู้ว่าราชการจังหวัดเชียงใหม่. 2555. สัมภาษณ์. 20 สิงหาคม.

วรรณมา ศิลปอาษา. 2545. การจัดการธุรกิจในแหล่งท่องเที่ยว. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

_____. 2546. การจัดการธุรกิจการจัดนิทรรศการ. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

วรรัตน์ เขียวไพร. 2553. ความรู้เกี่ยวกับการจัดการ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.

วิทยา คำนธารกุล. 2546. การบริหาร. กรุงเทพฯ: เวิร์ดเวฟ เอ็ดดูเคชั่น.

วุฒิชัย วรสิงห์ และ ประภาศรี สวัสดิ์อำไพรักษ์. 2552. การจัดการธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

- ศิริรัตน์ เสรีรัตน์, สมชาย หิรัญกิตติ และ ธนวรรษ ตั้งสินทรัพย์ศิริ. 2550. การจัดการและ
 พหุกิจกรรมองค์กร. กรุงเทพฯ: ชีระฟิล์มและโซเท็กซ์.
- ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค. ม.ป.ป. “บทบาทของงานแสดงสินค้าในการเป็นส่วนผสม
 ทางการตลาด”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.tceb.or.th/about-us-th/tceb-intelligence-th/mice-publications-th.html> (5 มกราคม 2554).
- สถาบันวิจัยสิ่งแวดล้อม. 2549. คู่มือการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางศิลป
 วิทยาการ. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยสภาวะแวดล้อม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย). 2554. “แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-
 2559”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://www.tica.or.th/images/plan_tourism2555-2559/2555-2559.pdf. (20 ธันวาคม 2556).
- สรชนบ ถิ่นนา. 2552. การศึกษาแนวโน้มธุรกิจการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและ
 การจัดงานแสดงสินค้า/นิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: คณะเศรษฐศาสตร์
 มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สัญญา สัญญาวิวัฒน์. 2542. ทฤษฎีสังคมวิทยา : การสร้าง การประเมินผลและการใช้ประโยชน์.
 พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- _____. 2551. ทฤษฎีสังคมวิทยา : เนื้อหาและแนวการใช้ประโยชน์เบื้องต้น.
 พิมพ์ครั้งที่ 13. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดเชียงใหม่. ม.ป.ป. นิตยสารเพื่อส่งเสริมการจัดประชุม
 แสดงสินค้าและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล. ฉบับที่ 2. เชียงใหม่.
- สำนักงานจังหวัดเชียงใหม่. 2555. แผนพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: ม.ป.พ.
- สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง. 2554. “ตารางสรุปประเภทของ visa และองค์ประกอบที่ สอท./สทญ
 ตรวจสอบตราได้”. ม.ป.พ. (อัคราณา).
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2553. “ตรวจเยี่ยมชมการก่อสร้างศูนย์ประชุมและจัด
 แสดงสินค้าฯ เชียงใหม่”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://secretary.mots.go.th/ewt_news.php?nid=2265&filename=ict (10 มกราคม 2554).
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมสัมมนาและนิทรรศการ. 2550. “ข้อมูลสถิติของอุตสาหกรรมไมซ์
 ปี 2549”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.tceb.or.th/about-us-th/tceb-intelligence-th/mice-industry-th.html>. (10 มกราคม 2554).

- _____. 2553. “ข้อมูลสถิติเกี่ยวกับไมซ์ปี 2552”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.tceb.or.th/about-us-th/tceb-intelligence-th/mice-industry-th.html> (10 มกราคม 2554).
- _____. 2554ก. “ข้อมูลประกอบการศึกษา แนวโน้มอุตสาหกรรมไมซ์ปี 2555”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.tceb.or.th/images/pdf/statistic> (28 ธันวาคม 2554).
- _____. 2554ข. “รายงานตลาดการประชุมนานาชาติในอาเซียน”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.tceb.or.th/images/pdf/statistics/association-meeting-in-asean>. (10 มกราคม 2554).
- _____. 2554ค. “อุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาคเอเชีย”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.tceb.or.th/images/pdf/statistics/mice-movement-in>. (10 มกราคม 2554).
- _____. 2555. จดหมายข่าว สสพ. 27 (กันยายน–ตุลาคม): 1.
- _____. 2556ก. จดหมายข่าว สสพ. 28 (มกราคม–กุมภาพันธ์): 18.
- _____. 2556ข. “ประกาศเจตนารมณ์ร่วม การดำเนินยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดเชียงใหม่”. กรุงเทพฯ. (อัดสำเนา).
- _____. ม.ป.ป. โครงการให้ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์. [ซีดี-รอม]. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ.
- สินธุ์ สโรบล, อุดร วงษ์ทับทิม, สุภาวดี ทรงพรพาณิชย์, เบญจวรรณ วงศ์คำ และ อนงนาฏ ปัญญาใหญ่. 2546. การท่องเที่ยวโดยชุมชน แนวคิดและประสบการณ์ที่ภาคเหนือ. เชียงใหม่: วนิดาเพรส.
- สุณีย์ บริสุทธี, พรรณี พิมพ์โพธิ์ และ จันทร์จิรา ม้าลำพอง. 2548. แบบอย่างการลงทุนธุรกิจ MICE. เชียงใหม่: พลอยการพิมพ์.
- สุธาวลัย เสถียรไทย, ชัยอนันต์ สมุทวณิช, บวรศักดิ์ อุวรรณโณ, ผาสุก พงษ์ไพจิตร, วันชัย วัฒนศัพท์, คะเนิงนิง ศรีบัวเอี่ยม, ปาริชาติ ศิวะรักษ์, เดชรัต สุขกำเนิด, สุกกิจ นันทะวรการ, อภิชัย พันธเสน, พณีส ทศนิยานนท์, อานันท์ กาญจนพันธ์, Ruth Greenspan Bell, Ramanan Laxminarayan และ Thomas C. Beierle. 2544. ธรรมชาติของการมีส่วนร่วมของประชาชนและกระบวนการทางด้านสิ่งแวดล้อม. กรุงเทพฯ: สายธาร.
- เสรี วงษ์มณฑา. 2542. กลยุทธ์การตลาด : การวางแผนการตลาด. กรุงเทพฯ: ซีระพิมพ์และไซเท็กซ์.
- หอการค้าจังหวัดเชียงใหม่. 2555. E-Newspaper 21 (กรกฎาคม): 7-10.

องค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่. 2556. **แผนพัฒนาสามปี (พ.ศ. 2557 – 2559)**. เชียงใหม่: ม.ป.พ.

อดุลย์ จาตุรงกกุล. 2549. **กลยุทธ์การตลาด**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อนุวัติ ศรีแก้ว. 2542. **หลักการตลาด**. เชียงใหม่: สถาบันราชภัฏเชียงใหม่.

อุดม เมธารังศิริ. 2544. “Meeting Incentive Convention Exhibition in Thailand”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.tat.or.th>. (2 ธันวาคม 2553).

เอกชัย บุญยาทิฐาน. 2553. **คู่มือวิเคราะห์ SWOT อย่างมืออาชีพ**. กรุงเทพฯ: ปัญญาชน.

Acolla, Lewis-Cameron and R, Sherma. 2010. **Marketing Island Destinations : Concepts and Cases**. London: Elsevier.

Bernini, C. 2008. “Convention industry and destination clusters: Evidence from Italy”. **Tourism Management** 30: 878-889.

Bonn, M. A., Ohlin, J. B. and R. R. Brand. 1994. “Quality Service issues: A multivariate analysis of association-meeting planner perceptions of Caribbean destinations”. **Journal of Hospitality & Tourism Research** 18 (1): 29-48.

Boo, S., Koh, Y. and D. Jones. 2008. “An Exploration of Attractiveness of Convention Cities Based on Visit Behavior”. **Journal of Convention & Event Tourism** 9 (4): 239-257.

Bovee, Courtland L., Thill, V., Wood, M. and G. Davel. 1993. **Management**. New York: McGraw-Hill.

Bran, B. M. 1992. “The economic contribution of conventions; The case of Orlando, Florida”. **Journal of Travel Research** 30 (3): 32-37.

Campiranon, K. 2006. Understanding Crisis Vulnerability of the MICE Sector: A Case Study of Thailand. Unpublished. Cited in Arcodia, C., Whitford, M. and C. Dcikson (Eds.). Brisbane, Australia: The University of Queensland.

Chen, J. 1999. “A review of MICE industry evaluation and research in Asia and Australia 1988-1998”. **Journal of Convention & Exhibition Management** 2 (1): 1-13.

Cheung, C. and R. Law. 2002. “Virtual MICE promotion: a comparison of official web sites in Hong Kong and Singapore”. **Journal of Convention & Exhibition Management** 4 (2): 37-51.

- Cohen, J. M. and N. T. Uphoff. 1981. **Rural Development Participation: Concept and Measures Design Implementation and Evaluation**. Cornell: Rural Development Committee Center for International Studies, Cornell University.
- Cook, R. A., Yale L. J. and J. J. Marqua. 2002. **Tourism: The Business of Travel**. 2nd ed. New Jersey: Prentice Hall.
- Crouch, G. I. and B. Ritchie. 2004. "The Determinants of Convention Site Selection: A Logistic Choice Model from Experimental Data". **Journal of Travel Research** 43 (2): 118-130.
- Daft, R. L. 2000. **Management**. 5th ed. Orlando: Dryden.
- Dawyer, L., Deery, M., Jago, L., Spurr, R. and L. Fredline. 2007. "Adapting the tourism satellite account conceptual framework to measure the economic importance of the meeting industry". **Tourism Analysis** 12: 247-255.
- Gee, Y. C., Makens, C. J. and J. L. D. Choy. 1989. **The Travel Industry**. 2nd ed. New York: Van Reinhold.
- Goeldener, C. R., Ritchie, J. R. B. and R. W. McIntosh. 2002. **Tourism Principle, Practice and Philosophies**. 8th ed. Canada: Wiley & Son.
- Hiller, H. H. 1995. "Conventions as mega-events: A new model for convention-host city relationships". **Tourism Management** 16 (5): 375-379.
- Holloway, J. C. and C. Robinson. 1995. **Marketing for Tourism**. 3rd ed. Essex, England: Johnson Wiley & son.
- Johnson, G. and K. Scholes. 1997. **Exploring Corporate Strategy**. U.K.: Prentice-Hall.
- Karin, W. 2001. "Meeting planner's use and evaluation of convention and visitor bureau". **Tourism Management** 22: 599-606.
- Kim, S. S., Chon, K. and K. Chung. 2003. "Convention industry in South Korea: An economic impact analysis". **Tourism Management** 24: 533-541.
- Kim, S. S., Yoon, S. and Y. Kim. 2011. "Competitive Positioning among International Convention Cites in the East Asian Region". **Journal of Convention & Event Tourism** 12: 86-105.
- Kreitner, R. 2008. **Foundation of Management**. Boston, MA: Houghton.
- Leo, J. and D. Margaret. 2005. "Relationship and Factors Influencing : Convention Decision-Making". **Journal of Convention & Event Tourism** 7 (1): 23-32.

- Locke, M. 2010. "A Framework for Conducting a Situational Analysis of the Meeting, Incentives, Conventions, and Exhibitions Sector". **Journal of Convention & Event Tourism** 11: 209-233.
- McCabe, V., Poole, B., Weeks, P. and N. Leiper. 2000. **The Business and Management of Conventions**. Milton, Queensland: John Wiley and Sons.
- McCartney, G. 2008. "The CAT (Casino Tourism) and the MICE (Meeting, Incentives, Conventions, Exhibitions): Key Development Considerations for the Convention and Exhibition Industry in Macao". **Journal of Convention & Event Tourism** 9 (4): 293-308.
- Moutinho, L. 2000. **Strategic Management in Tourism**. U.K: CABI Publishing.
- Myong, L. and L. Kyong. 2006. "Convention and Exhibition Center Development in Korea". **Journal of Convention & Event Tourism** 8 (4): 101-120.
- O'Brien, E. and M. Shaw. 2002. "Independent meeting planners: A Canadian Perspective". **Journal of Convention & Exhibition Management** 17 (3): 175-182.
- Oppermann, M. 1996. "Convention destination images: Analysis of association meeting planner's perceptions". **Tourism Management** 17 (3): 175-182.
- _____. 1998. "Perceptions of convention destinations: Large-half versus small half association meeting planners". **Journal of Convention & Event Tourism** 1 (1): 35-48.
- Peterson, C. D. 2004. "The City as a Destination: Measuring Its Attractiveness". **Journal of Convention & Event Tourism** 6 (112): 145-157.
- Porter, E. M. 1980. **Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors**. New York: Free Press.
- Priporas, V. C. 2005. "Is it Difficult to Market a City as a Convention Destination ? The Case of Thessaloniki". **Journal of Convention & Event Tourism** 7 (2): 87-99.
- Qu, H., Li, L. and K. T. G. Chu. 2000. "The comparative analysis of Hong Kong as an international conference destination in Southeast Asia". **Tourism Management** 21: 643-648.
- Qumsieh, N. G., Golinelli, C. and L. Pertruzzellis. no date. **The Role of Professional Conference Organizations in Attracting Tourism**. N.P.

- Robbin, S. P. 1994. **Management**. 4th ed. New Jersey: Prentice – Hall.
- Robbin .P. S., Bergman. R., Stagg, I. and M. Coulter. 2000. **Management**. Sydney: Prentice Hall.
- Roger, T. 2003. **Conference and Conventions: A Global Industry**. Oxford: Elsevier.
- Sangpikul, A. and S. Kim. 2009. “An Overview and Identification of Barriers Affecting the Meeting and Convention Industry in Thailand”. **Journal of Convention & Event Tourism** 10: 185-210.
- Saunders, D. 2001. “Unusual venues, remarkable locations”. **Conference and Incentives Travel** (November-December): 37-42.
- Schermerhorn, R. J. 2005. **Management**. New York: John Wiley & Son.
- Weber, K. 2001. “Meeting Planners’ Use and Evaluation of Convention and Visitor Buseaus”. **Tourism Management** 22: 559-606.
- Weber, K. and A. Ladkin. 2003. “The Convention Industry in Australia and the United Kingdom: Key Issues and Competition Forces”. **Journal of Travel Research** 42 (2): 125-132.
- Whitfield, E. J. 2009. “Why and How UK Visitor Attractions Diversify Their Product to Offer Conference and Event Facilities”. **Journal of Convention & Event Tourism** 10: 72-88.
- Wills, A. 2002. “Museums and attractions: Stimulating settings”. **Conference & Incentive travel** (April): 37-40.
- World Tourism Organization. 2001. **Tourism 2020 Vision: Global Forecasts and Profiles of Market Segments**. Madrid: World Tourism Organization.
- Yoo, Jung-Eun. 2004. “Development of the Convention Industry”. **Journal of Convention & Event Tourism** 6 (4): 81-94.



ภาควิชา





แบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพของจังหวัดเชียงใหม่
งานวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่”

คำชี้แจงประกอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 1 แบบสอบถามนี้ใช้รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มสถานที่จัดงานประชุมและ
ผู้รับจัดงานประชุม ผู้รับจัดงานมืออาชีพ ผู้รับจัดงานนิทรรศการ โดยแบบสอบถามมีทั้งหมด 3
ตอน

ตอนที่ 2 การเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ เป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งของการศึกษา
ระดับปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว คณะพัฒนาการ
ท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ข้อมูลดังกล่าวจะถูกเก็บไว้เป็นความลับและผลของข้อมูลจะวิเคราะห์
ในภาพรวม ทั้งนี้จะนำมาใช้ประโยชน์เพื่อวิจัยเท่านั้น

ขอขอบพระคุณล่วงหน้าสำหรับความร่วมมือในการกรอกแบบสอบถามชุดนี้ และ
เสียสละเวลาอันมีค่าของท่าน

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

1. เพศ

☐ 1. ชาย

☐ 2. หญิง

2. อายุ ปี (เกิน 6 เดือน ให้นับเป็น 1 ปี)

3. ประสบการณ์ทำงานในตำแหน่งงานที่ทำ ปี (เกิน 6 เดือน ให้นับเป็น 1 ปี)

4. ประสบการณ์ทำงานในธุรกิจไมซ์ ปี (เกิน 6 เดือน ให้นับเป็น 1 ปี)

องค์ประกอบที่ 1 ศักยภาพในการจัดการในระดับการแลกเปลี่ยนระดับบุคคล

1. ศักยภาพด้านความปลอดภัย

หมายเหตุ พิจารณาจากการวางแผนในการรักษาความปลอดภัยแก่ผู้เข้าร่วมประชุม ผู้เข้าร่วมงาน ผู้จัดงาน ความพร้อมของเจ้าหน้าที่พนักงานในการรักษาความปลอดภัย ความปลอดภัยของอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการจัดประชุม นิทรรศการ การจัดงาน และความพร้อมและประสิทธิภาพของอุปกรณ์รักษาความปลอดภัย ของสถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงานในจังหวัดเชียงใหม่

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่เห็นว่า มีศักยภาพในระดับมาก ให้ 3 คะแนน หากมีศักยภาพในระดับปานกลางให้ 2 คะแนน และหากมีศักยภาพในระดับน้อย ให้ 1 คะแนน

ดัชนี	ระดับความคิดเห็น		
	มาก (3)	ปานกลาง (2)	น้อย (1)
1.1 สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน ในจังหวัดเชียงใหม่มีมาตรการในการรักษาความปลอดภัยให้กับผู้เข้าร่วมประชุม ผู้เข้าร่วมงาน ผู้จัดงาน จากอันตรายที่อาจเกิดขึ้น			
1.2 สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน ในจังหวัดเชียงใหม่มีการเตรียมเส้นทางหนีภัย หรือแผนอพยพผู้เข้าร่วมประชุม ผู้เข้าร่วมงาน ผู้จัดงาน ออกจากแหล่งที่เกิดเหตุฉุกเฉิน เช่น ไฟไหม้			
1.3 สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน ในจังหวัดเชียงใหม่มีการฝึกอบรมพนักงาน / เจ้าหน้าที่ของสถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน ให้ปฏิบัติตามมาตรการรักษาความปลอดภัยอย่างเคร่งครัด และมีความพร้อมในการรับมือกับเหตุฉุกเฉินอยู่ตลอดเวลา			
1.4 สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน ในจังหวัดเชียงใหม่มีจำนวนเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยเพียงพอ			
1.5 อุปกรณ์ต่างๆ ที่ให้บริการในสถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน ต้องเป็นวัสดุที่แข็งแรง สะอาด อยู่ในสภาพที่ดีไม่ชำรุด			
1.6 สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน ในจังหวัดเชียงใหม่มีอุปกรณ์ที่แสดงถึงข้อความ ระเบียบปฏิบัติ แผ่นป้าย เพื่อแจ้งเตือนผู้เข้าร่วมประชุม ผู้เข้าร่วมงาน ผู้จัดงานถึงการปฏิบัติที่เหมาะสมเมื่อเข้ามาในสถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน			
1.7 สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน ในจังหวัดเชียงใหม่มีระบบสื่อสารสำหรับติดต่อขอความช่วยเหลือในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉินที่มีประสิทธิภาพ			
1.8 สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน ในจังหวัดเชียงใหม่มีอุปกรณ์และเครื่องมือบรรเทาสาธารณภัยที่เพียงพอและอยู่ในสภาพที่ใช้งานได้ดี เช่น ถังดับเพลิง			
1.9 สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน ในจังหวัดเชียงใหม่มีอุปกรณ์ปฐมพยาบาลขั้นพื้นฐานที่อยู่ในสภาพที่ใช้งานได้ดี			

ดัชนี	ระดับความคิดเห็น		
	มาก (3)	ปานกลาง (2)	น้อย (1)
1.10 สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน ในจังหวัดเชียงใหม่มีการวางระบบและตรวจสอบความปลอดภัยของอุปกรณ์ต่างๆ ที่ให้บริการในสถานที่ประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน เช่น สัญญาณเตือนภัย เครื่องมือบรรเทาสาธารณภัย อุปกรณ์ปฐมพยาบาล			

2. ศักยภาพด้านความคุ้มค่า

หมายเหตุ พิจารณาจากผลประโยชน์ที่ชุมชนได้รับจากการดำเนินการของการจัดประชุม นิทรรศการ การจัดงาน
โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่เห็นว่า มีศักยภาพในระดับมาก ให้ 3 คะแนน หากมีศักยภาพในระดับปานกลางให้ 2 คะแนน
และหากมีศักยภาพในระดับน้อย ให้ 1 คะแนน

ดัชนี	ระดับความคิดเห็น		
	มาก (3)	ปานกลาง (2)	น้อย (1)
2.1 การจัดประชุม นิทรรศการ การจัดงาน นานาชาติ ในจังหวัดเชียงใหม่เป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ในการเป็นเมืองแห่งไมซ์ให้แก่จังหวัดเชียงใหม่			
2.2 การจัดประชุม นิทรรศการ การจัดงาน นานาชาติ ในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นการประชาสัมพันธ์ให้แก่จังหวัดเชียงใหม่ และนำไปสู่แรงจูงใจให้ผู้เข้าร่วมประชุม นิทรรศการ ผู้เข้าร่วมงาน เดินทางกลับมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่อีกครั้งหรือมีการบอกต่อไปยังเพื่อน ญาติ			
2.3 การจัดประชุม นิทรรศการ การจัดงานในจังหวัดเชียงใหม่จะนำมาซึ่งเม็ดเงินที่จะหมุนเวียนในจังหวัดเชียงใหม่กับผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อม			
2.4 การจัดประชุม นิทรรศการ การจัดงาน ในจังหวัดเชียงใหม่ จะนำประโยชน์ให้แก่คนในท้องถิ่นจากการสนับสนุนและลงทุนของรัฐ เช่น สาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ			
2.5 การจัดประชุม นิทรรศการ การจัดงานในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นการสนับสนุนให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมและส่งเสริมภูมิปัญญาในท้องถิ่น เช่น การนำของในท้องถิ่นมาขายในงาน			
2.6 การจัดประชุม นิทรรศการ การจัดงาน นานาชาติ เป็นการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้เรียนรู้ และพัฒนาวิชาการใหม่ๆ แนวคิดใหม่ๆ จากกิจกรรมการจัดประชุม นิทรรศการ จัดงาน นานาชาติ อันเป็นแรงกระตุ้นให้มีการพัฒนาศักยภาพบุคลากรในท้องถิ่นต่อไปในอนาคต			
2.7 การจัดประชุม นิทรรศการ การจัดงาน นานาชาติ ในจังหวัดเชียงใหม่จะกระตุ้นให้คนในท้องถิ่นเกิดการวางแผนและรักษาสภาพสิ่งแวดล้อมที่ดี ซึ่งจะนำไปสู่การพิจารณาตัดสินใจของผู้จัดประชุม นิทรรศการ ผู้จัดงานที่จะเลือกจังหวัดเชียงใหม่เป็นสถานที่จัดประชุม นิทรรศการ การจัดงาน ในอนาคต			

3. ศักยภาพด้านการจัดการบุคลากร

หมายเหตุ พิจารณาจากความสามารถทักษะของบุคลากรในสถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน บริษัทรับจัดงาน ประชุม นิทรรศการ จัดงานมืออาชีพ ในจังหวัดเชียงใหม่ การให้บริการของเจ้าหน้าที่พนักงานในสถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน ในจังหวัดเชียงใหม่รวมถึงการให้ความช่วยเหลือ การเอาใจใส่ดูแลและคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้เข้าร่วม ประชุม / ผู้เข้าร่วมงาน / ผู้จัดงาน

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่เห็นว่า มีศักยภาพในระดับมาก ให้ 3 คะแนน หากมีศักยภาพในระดับปานกลาง ให้ 2 คะแนน และหากมีศักยภาพในระดับน้อย ให้ 1 คะแนน

ดัชนี	ระดับความคิดเห็น		
	มาก (3)	ปานกลาง (2)	น้อย (1)
3.1 สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน มีบุคลากรในระดับบริหารที่มี ทักษะ ความสามารถในการดำเนินงานในการจัดประชุม นิทรรศการ การจัดงาน ในระดับนานาชาติ			
3.2 สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน บริษัทรับจัดงานประชุม นิทรรศการ จัดงานมืออาชีพ ในจังหวัดเชียงใหม่มีบุคลากรที่มีทักษะในการใช้ ภาษาอังกฤษ			
3.3 สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน บริษัทรับจัดงานประชุม นิทรรศการ จัดงานมืออาชีพ ในจังหวัดเชียงใหม่มีบุคลากรที่มีทักษะในการใช้ ภาษาต่างประเทศไม่น้อยกว่า 2 ภาษา			
3.4 ศักยภาพการบริการของบุคลากรผู้ให้บริการ ณ สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงานในจังหวัดเชียงใหม่			

4. ศักยภาพด้านการจัดการด้านข้อมูล

หมายเหตุ พิจารณาจากองค์ประกอบต่างๆ ได้แก่ ศูนย์บริการข้อมูล เจ้าหน้าที่ สื่อนำเสนอข้อมูล และข้อมูลที่ให้แก่ผู้เข้าร่วม ประชุม นิทรรศการ ผู้เข้าร่วมงาน ผู้จัดงาน ในจังหวัดเชียงใหม่

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่เห็นว่า มีศักยภาพในระดับมาก ให้ 3 คะแนน หากมีศักยภาพในระดับปานกลาง ให้ 2 คะแนน และหากมีศักยภาพในระดับน้อย ให้ 1 คะแนน

ดัชนี	ระดับความคิดเห็น		
	มาก (3)	ปานกลาง (2)	น้อย (1)
4.1 มีเว็บไซต์และฐานข้อมูลด้านธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ ที่ใช้โปรแกรมที่ ทันสมัยและรวดเร็วในการใช้งาน			
4.2 มีรายละเอียดข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจไมซ์ทั้งหมด เช่น สถานที่จัดงานธุรกิจไมซ์ บริษัทผู้จัดประชุม นิทรรศการ บริษัทรับจัดงานมืออาชีพ บริษัทนำเที่ยว บริษัท ขนส่ง สายการบิน สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ในสื่อต่างๆ เช่น เว็บไซต์ แผ่นพับ วิดีโอ เป็นต้น			
4.3 รายละเอียดของข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจไมซ์ที่เผยแพร่ทางสื่อและเจ้าหน้าที่ ให้บริการข้อมูลที่มีการนำเสนอข้อมูลเป็นภาษาต่างประเทศอย่างน้อยหนึ่ง ภาษา			

ดัชนี	ระดับความคิดเห็น		
	มาก (3)	ปานกลาง (2)	น้อย (1)
4.4 มีเว็บไซต์ฐานข้อมูลของภาครัฐและภาคเอกชนที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรมการจัดธุรกิจไมซ์ เช่น ข้อมูลการจัดประชุมนานาชาติทั่วโลก แนวโน้มผลประกอบการของแต่ละอุตสาหกรรม ข้อมูลด้านการส่งเสริมการตลาดที่จัดขึ้นหรือกิจกรรมต่างๆ เป็นต้น ที่สะดวกและง่ายต่อการหาข้อมูลและมีความเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน			
4.5 ข้อมูลด้านธุรกิจไมซ์ ที่นำเสนอในสื่อต่างๆ เป็นข้อมูลที่มีทันสมัย			
4.6 การประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจไมซ์ให้แก่คนในท้องถิ่น			

องค์ประกอบที่ 2 ศักยภาพในการจัดการในระดับการแลกเปลี่ยนรวมหมู่

1. ศักยภาพในการจัดการด้านสถานที่จัดงาน

หมายเหตุ พิจารณาจากการจัดการในสถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน ในจังหวัดเชียงใหม่การจัดการของเสียต่างๆ ที่เกิดจากสถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน ได้แก่ ขยะมูลฝอย และน้ำเสีย การดูแลรักษาความสะอาด การจัดการคุณภาพสิ่งแวดล้อมให้อยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมแก่ผู้เข้าร่วมประชุม ผู้เข้าร่วมงาน ผู้จัดงาน

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่เห็นว่า มีศักยภาพในระดับมาก ให้ 3 คะแนน หากมีศักยภาพในระดับปานกลางให้ 2 คะแนน และหากมีศักยภาพในระดับน้อย ให้ 1 คะแนน

ดัชนี	ระดับความคิดเห็น		
	มาก (3)	ปานกลาง (2)	น้อย (1)
1.1 สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงานในจังหวัดเชียงใหม่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตน			
1.2 มีเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ณ สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน ที่มีความรู้เป็นอย่างดี มีอัธยาศัยดี และสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้พอสมควร			
1.3 มีจำนวนบุคลากรด้านการบริการเพียงพอ ณ สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน			
1.4 สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน มีการออกแบบและก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม			
1.5 สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน มีการจัดการด้านสิ่งก่อสร้างและสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานและมีความเหมาะสมกลมกลืนกับสภาพพื้นที่			
1.6 สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน มีการจัดการขยะมูลฝอยที่ถูกหลักสุขาภิบาล เช่น มีอุปกรณ์รองรับขยะที่อยู่ในสภาพดี สะอาด เพียงพอและไม่มีขยะตกค้าง			
1.7 สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน มีการจัดระบบการทิ้งขยะที่มีการแยกประเภทขยะ และมีการนำเทคนิคเรื่อง reuse และ recycling มาใช้ในการจัดการขยะ			

ดัชนี	ระดับความคิดเห็น		
	มาก (3)	ปานกลาง (2)	น้อย (1)
1.8	สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน มีการบำบัดน้ำเสียก่อนปล่อยลงสู่แหล่งน้ำใกล้เคียง หรือมีการเชื่อมต่อท่อน้ำทิ้งไปยังระบบบำบัดน้ำเสียส่วนกลางในพื้นที่		
1.9	สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน มีเจ้าหน้าที่รับผิดชอบดูแลรักษาความสะอาดของสถานที่และอำนวยความสะดวกในพื้นที่ เช่น ห้องน้ำ พื้นที่สาธารณะ		
1.10	คุณภาพ เสียง น้ำ อากาศ ในสถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน ต้องอยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน ไม่ทำให้เกิดอันตรายแก่ผู้เข้าร่วมประชุม ผู้เข้าร่วมงาน และไม่ก่อให้เกิดความรำคาญ		
1.11	ในสถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน มีการจัดการคุณภาพอากาศและเสียงที่มีประสิทธิภาพ เช่น มีการจัดสรรที่สำหรับจอดรถที่เป็นสัดส่วน เพื่อป้องกันผลกระทบทางเสียงและอากาศ หรือมีบริการเช่าสามล้อถีบ รถมอเตอร์ไซด์ จักรยานสำหรับเที่ยวชมภายในสถานที่ประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน		
1.12	สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน มีมาตรการต่างๆ ในการประหยัดทรัพยากรน้ำและไฟฟ้า รวมทั้งมีการดำเนินการในการอนุรักษ์ทรัพยากร เช่น การใช้วัสดุอุปกรณ์ที่ช่วยประหยัดพลังงาน เป็นต้น		
1.13	สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน มีการสนับสนุนให้มีการใช้ทรัพยากรและพลังงานอย่างเหมาะสมตามความจำเป็นและตามขนาดของพื้นที่และกิจกรรม		
1.14	สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน มีกิจกรรมรณรงค์ ปลูกจิตสำนึกในการรักษาความสะอาดภายในสถานที่ประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงานสำหรับผู้เข้าร่วมประชุม ผู้เข้าร่วมงาน และเจ้าหน้าที่		
1.15	สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน มีการให้ความรู้แก่ผู้เข้าประชุม ผู้เข้าร่วมงาน ผู้จัดงานและเจ้าหน้าที่ในด้านการประหยัดพลังงาน และการกำจัดของเสียอย่างถูกวิธี		

2. ศักยภาพในการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมและความสะดวก

หมายเหตุ:พิจารณาจากความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน ในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งต้องอยู่ในสภาพที่ใช้งานได้ดี มีจำนวนที่เพียงพอ และมีการบำรุงรักษาอย่างสม่ำเสมอ

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่เห็นว่า มีศักยภาพในระดับมาก ให้ 3 คะแนน หากมีศักยภาพในระดับปานกลางให้ 2 คะแนน และหากมีศักยภาพในระดับน้อย ให้ 1 คะแนน

ดัชนี	ระดับความคิดเห็น		
	มาก (3)	ปานกลาง (2)	น้อย (1)
2.1 สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงานในจังหวัดเชียงใหม่มีการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ ในการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เข้าร่วมประชุม นิทรรศการ ผู้เข้าร่วมงาน เช่น on-line advertising, online reservation, online registration, e-payment เป็นต้น			
2.2 สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงานในจังหวัดเชียงใหม่มีความหลากหลายของห้องประชุมที่เหมาะสมกับจำนวนผู้เข้าร่วมประชุม ประเภทของงาน และกิจกรรม			
2.3 สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงานในจังหวัดเชียงใหม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำ โทรศัพท์ ความหลากหลายของภัตตาคารและประเภทของอาหาร			
2.4 สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงานในจังหวัดเชียงใหม่มีการใช้อุปกรณ์ในการนำเสนอ / รองรับการประชุม การจัดงานที่ทันสมัยด้วยเทคโนโลยีระดับสูง			
2.5 สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงานในจังหวัดเชียงใหม่มีขนาด จำนวนห้องและบรรยากาศรอบห้องประชุม ที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้จัดประชุม			
2.6 สถานที่จัดนิทรรศการ ในจังหวัดเชียงใหม่มีสถานที่เก็บสินค้ารอการเข้า-ออก มีพื้นที่ ความสูงของเพดานที่เหมาะสมกับการจัดแสดงนิทรรศการ / การแสดงสินค้านานาชาติ			
2.7 จังหวัดเชียงใหม่ มีสถานที่ที่สามารถจัดนิทรรศการในระดับนานาชาติ			
2.8 สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงานในจังหวัดเชียงใหม่มีห้องประสานงานสำหรับผู้จัดประชุม / ห้องรับรองสำหรับผู้บรรยาย หรือแขกคนสำคัญ			
2.9 สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงานในจังหวัดเชียงใหม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้พิการ เช่น ห้องน้ำสำหรับผู้พิการ รถเข็น			
2.10 สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงานในจังหวัดเชียงใหม่มีสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เข้าร่วมประชุม ผู้เข้าร่วมงาน เพียงพอ เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ ห้องน้ำ อินเทอร์เน็ต ลานจอดรถ			
2.11 ภายในสถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงานในจังหวัดเชียงใหม่มีการบริการอื่นๆ ที่อำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เข้าร่วมประชุม นิทรรศการ ผู้เข้าร่วมงาน ผู้จัดงาน เช่น ศูนย์ธุรกิจ บริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ บริการรถเช่าหรือรถจักรยาน เคาเตอร์ประชาสัมพันธ์ เคาเตอร์บริการด้านท่องเที่ยว เป็นต้น			

3. ศักยภาพในการจัดการด้านสิ่งดึงดูดใจ (จังหวัดเชียงใหม่)

หมายเหตุ พิจารณาความดึงดูดใจ ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกภายในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งต้องอยู่ในสภาพที่ใช้งานได้ดี มีจำนวนที่เพียงพอ และมีการบำรุงรักษาอย่างสม่ำเสมอ

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่เห็นว่า มีศักยภาพในระดับมาก ให้ 3 คะแนน หากมีศักยภาพในระดับปานกลางให้ 2 คะแนน และหากมีศักยภาพในระดับน้อย ให้ 1 คะแนน

ดัชนี	ระดับความคิดเห็น		
	มาก (3)	ปานกลาง (2)	น้อย (1)
3.1	มีบริการร้านค้าที่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว		
3.2	มีจำนวนภัตตาคาร / ร้านอาหารให้เลือกมากมาย มีความหลากหลายในรูปแบบ ระดับราคา และบรรยากาศ		
3.3	มีที่พักหลายระดับและหลายรูปแบบ เช่น ที่พักในตัวเมือง ที่พักตากอากาศ (resort)		
3.4	มีจำนวนร้านขายของที่ระลึกให้เลือกมากมาย มีความหลากหลายในรูปแบบ ระดับราคา และบรรยากาศ		
3.5	มีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ทรัพยากรธรรมชาติ โบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรมและประเพณี		
3.6	มีความหลากหลายของสิ่งดึงดูดใจประเภทบันเทิง เช่น โรงภาพยนตร์ ศูนย์การค้า สวนสนุก ศูนย์การแสดงศิลปะ สนามกีฬา เป็นต้น		
3.7	มีความหลากหลายของกิจกรรมผจญภัย เช่น ขี่จักรยาน ปีนเขา ล่องแก่ง เดินป่า		
3.8	มีความหลากหลายของกิจกรรมเสริมในการท่องเที่ยว เช่น สปา นวดแผนไทย บริการสอนทำอาหารไทย เป็นต้น		
3.9	มีจำนวนบริษัทรถเช่าให้เลือกมากมาย รถที่ให้เช่ามีคุณภาพ ได้แก่ รถโดยสารบริการนักท่องเที่ยว		
3.10	มีบริษัทนำเที่ยวในท้องถิ่น (Tour Operator) ที่มีความเป็นมืออาชีพจำนวนมาก		
3.11	มีระบบสาธารณูปโภค ที่เพียงพอต่อการให้บริการของนักท่องเที่ยวและเพื่อการใช้ประโยชน์ในจังหวัดเชียงใหม่		
3.12	มีโรงพยาบาลที่มีทันสมัย และมีคุณภาพได้มาตรฐานสากล		
3.13	ท่าอากาศยานจังหวัดเชียงใหม่มีทำเลที่เหมาะสม เช่น ระยะห่างจากตัวเมืองและพื้นที่เพียงพอที่จะรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากได้		
3.14	การอำนวยความสะดวกของพิธีการตรวจคนเข้าเมืองและศุลกากรในท่าอากาศยานจังหวัดเชียงใหม่มีคุณภาพและมีเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการบริการนักท่องเที่ยวจำนวนมาก		
3.15	แหล่งท่องเที่ยวที่มีพื้นที่จอดรถที่เพียงพอสำหรับรองรับจำนวนรถที่เข้ามา โดยเฉพาะในช่วงที่มีนักท่องเที่ยวหนาแน่น		
3.16	มีป้ายบอกทิศทางตามทางแยก เพื่อไปยังจุดท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งอยู่ภายในแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งป้ายแสดงแผนที่ภายในแหล่งท่องเที่ยว		
3.17	มีการให้บริการห้องสุขาที่เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว ณ จุดให้บริการ ณ และแหล่งท่องเที่ยว ที่อยู่ในสภาพดี ไม่ชำรุด ถูกหลักสุขาภิบาล แยกเป็นสัดส่วนสำหรับเพศ ชาย-หญิง โดยมีข้อความหรือสัญลักษณ์ชัดเจน		

ดัชนี	ระดับความคิดเห็น		
	มาก (3)	ปานกลาง (2)	น้อย (1)
3.18	มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ เช่น ห้องน้ำสำหรับผู้พิการ รถเข็น มีบริการเส้นทางสำหรับผู้พิการในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น		
3.19	ระบบการสื่อสารโทรคมนาคมภายในจังหวัดเชียงใหม่มีประสิทธิภาพ		
3.20	มีความสะดวกของจราจร หมายถึง เส้นทางที่ไปยังสถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน ภายในจังหวัดเชียงใหม่ มีระดับความหนาแน่นและความแออัดของการจราจรต่ำ		
3.21	สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน ในจังหวัดเชียงใหม่ มีความใกล้ชุมทางคมนาคม เช่น สถานีรถไฟ สถานีรถโดยสาร		
3.22	ระบบการบริหารจัดการระบบขนส่งมวลชนภายในพื้นที่เมืองมีความ สะดวก มีความหลากหลาย		
3.23	ระบบขนส่งมายังจังหวัดเชียงใหม่ มีความหลากหลาย สะดวกรวดเร็ว		

4. ศักยภาพในด้านความร่วมมือ

หมายเหตุ:พิจารณาจากความร่วมมือกันระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้อง

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่เห็นว่า มีศักยภาพในระดับมาก ให้ 3 คะแนน หากมีศักยภาพในระดับปานกลางให้ 2 คะแนน และหากมีศักยภาพในระดับน้อย ให้ 1 คะแนน

ดัชนี	ระดับความคิดเห็น		
	มาก (3)	ปานกลาง (2)	น้อย (1)
4.1	มีความร่วมมือและการประสานงานระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ เช่น หน่วยงานของทางภาครัฐ ผู้ประกอบการธุรกิจไมซ์ สมาคมต่างๆ ในอุตสาหกรรมไมซ์อย่างเข้มแข็ง		
4.2	มีหน่วยงานกลางที่เป็นศูนย์กลางในการรวบรวมข้อมูลของทุกองค์กรที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ และอำนวยความสะดวกแก่ผู้ที่สนใจจัดงานประชุม นิทรรศการ การจัดงาน อย่างชัดเจนและมีเจ้าหน้าที่ประจำ ณ หน่วยงานกลาง		
4.3	มีการจัดตั้งคณะทำงานโดยประกอบด้วยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในธุรกิจไมซ์เพื่อกำหนดนโยบาย เป้าหมาย ขั้นตอนการทำงาน เพื่อสร้างความเข้มแข็งและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้แก่ธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่		
4.4	หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของภาครัฐมีความรู้เข้าใจในธุรกิจไมซ์ในระดับที่ดี		
4.5	การสนับสนุนงบประมาณจากภาครัฐเกี่ยวกับธุรกิจ ไมซ์อยู่ในระดับที่ดี		

ข้อมูลหรือคำแนะนำเพิ่มเติม

.....

.....

.....



แบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพของจังหวัดเชียงใหม่
งานวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์จังหวัดเชียงใหม่”

คำชี้แจงประกอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 1 แบบสอบถามนี้ใช้รวบรวมข้อมูลจากบริษัทรับจัดการท่องเที่ยว โดยแบบสอบถามมีทั้งหมด 3 ตอน

ตอนที่ 2 การเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ เป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งของการศึกษาระดับปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ข้อมูลดังกล่าวจะถูกเก็บไว้เป็นความลับและผลของข้อมูลจะวิเคราะห์ในภาพรวม ทั้งนี้จะนำมาใช้ประโยชน์เพื่อวิจัยเท่านั้น

ขอขอบพระคุณล่วงหน้าสำหรับความร่วมมือในการกรอกแบบสอบถามชุดนี้ และเสียสละเวลาอันมีค่าของท่าน

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

1. เพศ

☐ 1. ชาย

☐ 2. หญิง

2. อายุ ปี (เกิน 6 เดือน ให้นับเป็น 1 ปี)

3. ประสบการณ์ทำงานในตำแหน่งงานที่ทำ ปี (เกิน 6 เดือน ให้นับเป็น 1 ปี)

4. ประสบการณ์ทำงานในธุรกิจท่องเที่ยว ปี (เกิน 6 เดือน ให้นับเป็น 1 ปี)

องค์ประกอบที่ 1 สักยภาพในการจัดการในระดับการแลกเปลี่ยนระดับบุคคล

1. สักยภาพด้านความปลอดภัย

หมายเหตุ: พิจารณาจากการวางแผนในการรักษาความปลอดภัยแก่ นักท่องเที่ยว ความพร้อมของเจ้าหน้าที่พนักงานในการรักษาความปลอดภัย ความปลอดภัยของอุปกรณ์ด้านการท่องเที่ยว และความพร้อมและประสิทธิภาพของอุปกรณ์รักษาความปลอดภัย สถานประกอบการ และแหล่งท่องเที่ยว ในจังหวัดเชียงใหม่

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่เห็นว่า มีศักยภาพในระดับมาก ให้ 3 คะแนน หากมีศักยภาพในระดับปานกลางให้ 2 คะแนน และหากมีศักยภาพในระดับน้อย ให้ 1 คะแนน

ดัชนี	ระดับความคิดเห็น		
	มาก (3)	ปานกลาง (2)	น้อย (1)
ที่พักแรม			
1. มีมาตรการในการรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว จากอันตรายที่อาจเกิดขึ้นในโรงแรม เช่น พื้นที่บางส่วนที่อยู่ในการก่อสร้างมีแผนป้องกันภัยและการรับมือกับเหตุฉุกเฉิน			
2. ภายในโรงแรมมีการเตรียมเส้นทางหนีภัย หรือแผนอพยพนักท่องเที่ยวออกจากแหล่งที่เกิดเหตุฉุกเฉิน เช่น ไฟไหม้			
3. โรงแรมมีการฝึกอบรมพนักงานให้ปฏิบัติตามมาตรการรักษาความปลอดภัยอย่างเคร่งครัด และมีความพร้อมในการรับมือกับเหตุฉุกเฉินอยู่ตลอดเวลา			
4. ภายในโรงแรมมีอุปกรณ์และเครื่องมือบรรเทาสาธารณภัยที่เพียงพอและอยู่ในสภาพที่ใช้งานได้ดี เช่น ดังดับเพลิง			
5. มีอุปกรณ์ที่แสดงถึงข้อความ ระเบียนปฏิบัติ แผ่นป้าย เพื่อแจ้งเตือนนักท่องเที่ยวถึงการปฏิบัติที่เหมาะสมเมื่อเข้ามาในโรงแรม			
แหล่งท่องเที่ยว เช่น ปางช้าง			
1. มีมาตรการในการรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว จากอันตรายที่อาจเกิดขึ้นในปางช้าง เช่น พื้นที่บางส่วนที่อยู่ในการก่อสร้างมีแผนป้องกันภัยและการรับมือกับเหตุฉุกเฉิน			
2. ปางช้างมีการเตรียมเส้นทางหนีภัย หรือแผนอพยพนักท่องเที่ยวออกจากแหล่งที่เกิดเหตุฉุกเฉิน เช่น ไฟไหม้			
3. ภายในบริเวณปางช้างมีระบบสื่อสารสำหรับติดต่อขอความช่วยเหลือในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉินที่มีประสิทธิภาพ			
4. ปางช้างมีการฝึกอบรมพนักงานให้ปฏิบัติตามมาตรการรักษาความปลอดภัยอย่างเคร่งครัด และมีความพร้อมในการรับมือกับเหตุฉุกเฉินอยู่ตลอดเวลา			
5. ภายในปางช้างมีอุปกรณ์และเครื่องมือบรรเทาสาธารณภัยที่เพียงพอและอยู่ในสภาพที่ใช้งานได้ดี เช่น ดังดับเพลิง			
ร้านอาหาร/ภัตตาคาร			
1. มีมาตรการในการรักษาความปลอดภัยให้กับลูกค้า จากอันตรายที่อาจเกิดขึ้นในร้านอาหาร/ภัตตาคาร เช่น พื้นที่บางส่วนที่อยู่ในการก่อสร้างมีแผนป้องกันภัยและการรับมือกับเหตุฉุกเฉิน			

ดัชนี	ระดับความคิดเห็น		
	มาก (3)	ปานกลาง (2)	น้อย (1)
2. ร้านอาหาร/ภัตตาคาร มีการเตรียมเส้นทางหนีภัย หรือแผนอพยพลูกค้าออกจากแหล่งที่เกิดเหตุฉุกเฉิน เช่น ไฟไหม้			
3. ร้านอาหาร/ภัตตาคาร มีการฝึกอบรมพนักงานให้ปฏิบัติตามมาตรการรักษาความปลอดภัยอย่างเคร่งครัด และมีความพร้อมในการรับมือกับเหตุฉุกเฉินอยู่ตลอดเวลา			
4. ภายในร้านอาหาร/ภัตตาคารมีอุปกรณ์และเครื่องมือบรรเทาสาธารณภัยที่เพียงพอและอยู่ในสภาพที่ใช้งานได้ดี เช่น ดังดับเพลิง			
5. มีอุปกรณ์ที่แสดงถึงข้อความ ระเบียบปฏิบัติ แผ่นป้าย เพื่อแจ้งเตือนลูกค้าถึงการปฏิบัติที่เหมาะสมเมื่อเข้ามาในร้านอาหาร ภัตตาคาร			
ร้านขายของที่ระลึก เช่น ร้านจิ๋วเวอร์รี่			
1. มีมาตรการในการรักษาความปลอดภัยให้กับลูกค้า จากอันตรายที่อาจเกิดขึ้นในร้านขายของที่ระลึก เช่น พื้นที่บางส่วนที่อยู่ในการก่อสร้างมีแผนป้องกันภัยและการรับมือกับเหตุฉุกเฉิน			
2. ร้านขายของที่ระลึกมีการเตรียมเส้นทางหนีภัย หรือแผนอพยพลูกค้าออกจากแหล่งที่เกิดเหตุฉุกเฉิน เช่น ไฟไหม้			
3. ร้านขายของที่ระลึกมีการฝึกอบรมพนักงานให้ปฏิบัติตามมาตรการรักษาความปลอดภัยอย่างเคร่งครัด และมีความพร้อมในการรับมือกับเหตุฉุกเฉินอยู่ตลอดเวลา			
4. ภายในร้านขายของที่ระลึกมีอุปกรณ์และเครื่องมือบรรเทาสาธารณภัยที่เพียงพอและอยู่ในสภาพที่ใช้งานได้ดี เช่น ดังดับเพลิง			
5. มีอุปกรณ์ที่แสดงถึงข้อความ ระเบียบปฏิบัติ แผ่นป้าย เพื่อแจ้งเตือนลูกค้าถึงการปฏิบัติที่เหมาะสมเมื่อเข้ามาในร้านขายของที่ระลึก			
การคมนาคมขนส่ง			
1. รถโดยสารบริการนักท่องเที่ยว เช่น รถโค้ช ในจังหวัดเชียงใหม่มีมาตรการในการรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวจากอันตรายที่อาจเกิดขึ้น เช่น มีอุปกรณ์ที่แสดงถึงข้อความ ระเบียบปฏิบัติ แผ่นป้าย เพื่อแจ้งเตือนนักท่องเที่ยวถึงการปฏิบัติที่เหมาะสมระหว่างนั่งบนรถโดยสารบริการนักท่องเที่ยว			
2. คนขับรถโดยสารบริการนักท่องเที่ยว ในจังหวัดเชียงใหม่ได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับการปฏิบัติตามมาตรการรักษาความปลอดภัยอย่างเคร่งครัด และมีความพร้อมในการรับมือกับเหตุฉุกเฉินอยู่ตลอดเวลา			
3. รถโดยสารสาธารณะภายในจังหวัดเชียงใหม่ เช่น รถสี่ล้อแดง มีมาตรการในการรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวจากอันตรายที่อาจเกิดขึ้น เช่น มีอุปกรณ์ที่แสดงถึงข้อความ ระเบียบปฏิบัติ แผ่นป้าย เพื่อแจ้งเตือนนักท่องเที่ยวถึงการปฏิบัติที่เหมาะสมระหว่างนั่งบนรถโดยสารสาธารณะ			
4. คนขับรถโดยสารสาธารณะภายในจังหวัดเชียงใหม่ได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับการปฏิบัติตามมาตรการรักษาความปลอดภัยอย่างเคร่งครัด และมีความพร้อมในการรับมือกับเหตุฉุกเฉินอยู่ตลอดเวลา			

ดัชนี	ระดับความคิดเห็น		
	มาก (3)	ปานกลาง (2)	น้อย (1)
5. เรือท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เช่น เรือล่องแม่น้ำปิง มีมาตรการในการรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวจากอันตรายที่อาจเกิดขึ้น เช่น มีอุปกรณ์ที่แสดงถึงข้อความ ระเบียบปฏิบัติ แผ่นป้าย เพื่อแจ้งเตือนนักท่องเที่ยวถึงการปฏิบัติที่เหมาะสมระหว่างนั่งบนเรือ			
6. คนขับเรือท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับการปฏิบัติตามมาตรการรักษาความปลอดภัยอย่างเคร่งครัด และมีความพร้อมในการรับมือกับเหตุฉุกเฉินอยู่ตลอดเวลา			

2. ศักยภาพด้านความคุ้มค่า

หมายเหตุ พิจารณาจากผลประ โยชน์ที่จังหวัดเชียงใหม่ได้รับจากกิจกรรมที่เกิดขึ้นจากโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลโปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่เห็นว่า มีศักยภาพในระดับมาก ให้ 3 คะแนน หากมีศักยภาพในระดับปานกลางให้ 2 คะแนน และหากมีศักยภาพในระดับน้อย ให้ 1 คะแนน

ดัชนี	ระดับความคิดเห็น		
	มาก (3)	ปานกลาง (2)	น้อย (1)
1. การเข้ามาท่องเที่ยวแบบได้รางวัลในจังหวัดเชียงใหม่เป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ในการเป็นเมืองแห่งไมซ์ (MICE CITY) ให้แก่จังหวัดเชียงใหม่			
2. การเข้ามาท่องเที่ยวแบบได้รางวัลของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นการประชาสัมพันธ์ให้แก่จังหวัดเชียงใหม่ และนำไปสู่แรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางกลับมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่อีกครั้งหรือมีการบอกต่อไปยังเพื่อน ญาติ			
3. การเข้ามาท่องเที่ยวแบบได้รางวัลของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จะนำมาซึ่งเม็ดเงินที่จะหมุนเวียนในจังหวัดเชียงใหม่แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อม			
4. การเข้ามาท่องเที่ยวแบบได้รางวัลของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จะนำประโยชน์ให้แก่คนในท้องถิ่นจากการสนับสนุนและลงทุนของรัฐ เช่น สาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ			
5. การเข้ามาท่องเที่ยวแบบได้รางวัลของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นการสนับสนุนให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมและส่งเสริมภูมิปัญญาในท้องถิ่น เช่น การนำของในท้องถิ่นมาขายในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ			
6. การเข้ามาท่องเที่ยวแบบได้รางวัลของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ วัฒนธรรมและพัฒนาวิทยาการใหม่ๆ แนวคิดใหม่ๆ จากกิจกรรมการท่องเที่ยว อันเป็นแรงกระตุ้นให้มีการพัฒนาศักยภาพบุคลากรในท้องถิ่นต่อไปในอนาคต เช่น การอบรมภาษาต่างประเทศให้คนในท้องถิ่น			
7. การที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จะกระตุ้นให้คนในท้องถิ่นเกิดการวางแผนและรักษาสภาพสิ่งแวดล้อมที่ดี ซึ่งจะนำไปสู่การพิจารณาตัดสินใจของผู้จัดโปรแกรมการท่องเที่ยวที่จะเลือกจังหวัดเชียงใหม่เป็นส่วนหนึ่งในโปรแกรมการท่องเที่ยว			

3. ศักยภาพด้านการจัดการบุคลากร

หมายเหตุ:พิจารณาจากระดับความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการให้บริการของเจ้าหน้าที่พนักงานผู้ให้บริการ ณ สถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับโปรแกรมการท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ รวมถึงความสามารถ ทักษะ ของบุคลากรที่เกี่ยวข้องในการทำงานร่วมกับบริษัทนำเที่ยว การให้ความช่วยเหลือ การเอาใจใส่ดูแลและคำนึงถึงความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ณ สถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับโปรแกรมการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่เห็นว่า มีศักยภาพในระดับมาก ให้ 3 คะแนน หากมีศักยภาพในระดับปานกลางให้ 2 คะแนน และหากมีศักยภาพในระดับน้อย ให้ 1 คะแนน

ดัชนี	ระดับความคิดเห็น		
	มาก (3)	ปานกลาง (2)	น้อย (1)
ที่พักแรม			
1. ศักยภาพด้านการใช้ภาษาต่างประเทศของพนักงานส่วนหน้าของโรงแรม			
2. ความสามารถ ทักษะในงาน การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า ของพนักงานในโรงแรม			
3. การบริการ การเอาใจใส่ อธิษาศัยไมตรี ของพนักงานในโรงแรม			
แหล่งท่องเที่ยว เช่น ปางช้าง			
1. ศักยภาพด้านการใช้ภาษาต่างประเทศของพนักงานต้อนรับในปางช้าง			
2. ความสามารถและทักษะของควาญช้าง			
3. การบริการ อธิษาศัยไมตรีของพนักงานในปางช้าง			
ร้านอาหาร/ภัตตาคาร			
1. ศักยภาพด้านการใช้ภาษาต่างประเทศของพนักงานเสิร์ฟในร้านอาหาร/ภัตตาคาร			
2. ความสามารถ ทักษะในงาน การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า ของพนักงาน เสิร์ฟในร้านอาหาร/ภัตตาคาร			
3. การบริการ การเอาใจใส่ อธิษาศัยไมตรี ของพนักงานเสิร์ฟในร้านอาหาร/ภัตตาคาร			
ร้านขายของที่ระลึก เช่น ร้านขายจิวเวอร์รี่			
1. ศักยภาพด้านการใช้ภาษาต่างประเทศของพนักงานขายของที่ระลึกในร้านจิวเวอร์รี่			
2. ความสามารถ ความรู้ในงาน การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า ของพนักงานขายในร้านจิวเวอร์รี่			
3. การบริการ อธิษาศัยไมตรีของพนักงานในร้านจิวเวอร์รี่			
การคมนาคมขนส่ง			
1. ศักยภาพด้านการใช้ภาษาต่างประเทศของพนักงานขับรถโดยสารบริการนักท่องเที่ยว เช่น รถโค้ช			
2. ความสามารถและทักษะของพนักงานขับรถโดยสารบริการนักท่องเที่ยว			
3. การบริการ อธิษาศัยไมตรีของพนักงานขับรถโดยสารบริการนักท่องเที่ยว			
4. ศักยภาพด้านการใช้ภาษาต่างประเทศของพนักงานขับรถโดยสารสาธารณะ เช่น รถสี่ล้อแดง ภายในจังหวัดเชียงใหม่			

ดัชนี	ระดับความคิดเห็น		
	มาก (3)	ปานกลาง (2)	น้อย (1)
5. ความสามารถและทักษะของพนักงานขับรถโดยสารสาธารณะภายในจังหวัด เชียงใหม่			
6. การบริการ อรรถาธิบายไม่ตรีของพนักงานขับรถโดยสารสาธารณะภายในจังหวัด เชียงใหม่			
7. ศักยภาพด้านการใช้ภาษาต่างประเทศของพนักงานขับเรือท่องเที่ยว เช่น เรือล่อง แม่น้ำปิง			
8. ความสามารถและทักษะของพนักงานขับเรือท่องเที่ยว			
9. การบริการ อรรถาธิบายไม่ตรีของพนักงานขับเรือท่องเที่ยว			

4. ศักยภาพด้านการจัดการด้านข้อมูล

หมายเหตุ: พิจารณาจากองค์ประกอบต่างๆ ได้แก่ ศูนย์บริการข้อมูล เจ้าหน้าที่ สื่อที่นำเสนอข้อมูล และข้อมูลของจังหวัดเชียงใหม่
ที่ให้แก่นักท่องเที่ยว และผู้จัดรายการนำเที่ยว

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่เห็นว่า มีศักยภาพในระดับมาก ให้ 3 คะแนน หากมีศักยภาพในระดับปานกลางให้ 2
คะแนน และหากมีศักยภาพในระดับน้อย ให้ 1 คะแนน

ดัชนี	ระดับความคิดเห็น		
	มาก (3)	ปานกลาง (2)	น้อย (1)
1. มีรายละเอียดข้อมูลของจังหวัดเชียงใหม่ที่เป็นประโยชน์ต่อการจัดโปรแกรมการ ท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เช่น ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว แผนที่ของแหล่งท่องเที่ยว เส้นทางในการเดินทาง ระบบขนส่ง ข้อมูลของโรงแรม ในสื่อต่างๆ เช่น เวป ไซต์ แผ่นพับ วิดีโอ เป็นต้น			
2. จังหวัดเชียงใหม่มีศูนย์บริการหรือมีการกำหนดพื้นที่เพื่อเป็นศูนย์บริการที่ให้ ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวหรือผู้ให้บริการ ธุรกิจบริการนักท่องเที่ยว (Destination Management Company) อย่างชัดเจนและมี เจ้าหน้าที่ประจำ			
3. มีเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ที่ประจำ ณ ศูนย์บริการ ที่มีความรู้เป็นอย่างดี มี อรรถาธิบาย และสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้พอสมควร			
4. มีเว็บไซต์ฐานข้อมูลของภาครัฐและเอกชนที่เป็นประโยชน์ต่อการจัดโปรแกรม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เช่น ฐานข้อมูลบริษัทรับจัดงานมีอาชีพนาว์ การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ ข้อมูลด้านการส่งเสริมการตลาดที่จัดขึ้นหรือ กิจกรรมต่างๆ ที่จัดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ ที่สะดวกและง่ายต่อการหาข้อมูลและ มีความเชื่อมโยงกันและกัน			
5. ข้อมูลของจังหวัดเชียงใหม่ที่นำเสนอในสื่อต่างๆ เป็นข้อมูลที่ทันสมัย			
6. การประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจไมซ์ให้แก่คนในท้องถิ่น			

องค์ประกอบที่ 2 ศักยภาพในการจัดการในระดับการแลกเปลี่ยนรวมหมู่

1. ศักยภาพในการจัดการด้านสถานที่จัดงาน

หมายเหตุ: พิจารณาจากการจัดการในสถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน ในจังหวัดเชียงใหม่ การจัดการของเสียต่างๆ ที่เกิดจากสถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน ได้แก่ ขยะมูลฝอย และน้ำเสีย การดูแลรักษาความสะอาด การจัดการคุณภาพสิ่งแวดล้อมให้อยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมแก่ผู้เข้าร่วมประชุม ผู้เข้าร่วมงาน ผู้จัดงาน

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่เห็นว่า มีศักยภาพในระดับมาก ให้ 3 คะแนน หากมีศักยภาพในระดับปานกลางให้ 2 คะแนน และหากมีศักยภาพในระดับน้อย ให้ 1 คะแนน

ดัชนี	ระดับความคิดเห็น		
	มาก (3)	ปานกลาง (2)	น้อย (1)
1. สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงานในจังหวัดเชียงใหม่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตน			
2. มีเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ณ สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงานที่มีความรู้เป็นอย่างดี มีอัธยาศัยดี และสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้พอสมควร			
3. มีจำนวนบุคลากรด้านการบริการเพียงพอ ณ สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน			
4. สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน มีการออกแบบและก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม			
5. สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน มีการจัดการด้านสิ่งก่อสร้างและสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานและมีความเหมาะสมกลมกลืนกับสภาพพื้นที่			
6. สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน มีการจัดการขยะมูลฝอยที่ถูกหลักสุขาภิบาล เช่น มีอุปกรณ์รองรับขยะที่อยู่ในสภาพดี สะอาด เพียงพอและไม่มีขยะตกค้าง			
7. สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน มีการจัดระบบการทิ้งขยะที่มีการแยกประเภทขยะ และมีการนำเทคนิคเรื่อง reuse และ recycling มาใช้ในการจัดการขยะ			
8. สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน มีการนำบ่อน้ำเสียก่อนปล่อยลงสู่แหล่งน้ำใกล้เคียง หรือมีการเชื่อมต่อท่อน้ำทิ้งไปยังระบบบำบัดน้ำเสียส่วนกลางในพื้นที่			
9. สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน มีเจ้าหน้าที่รับผิดชอบดูแลรักษาความสะอาดของสถานที่และอำนวยความสะดวกในพื้นที่ เช่น ห้องน้ำ พื้นที่สาธารณะ			
10. ในสถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน มีการจัดการคุณภาพอากาศและเสียงที่มีประสิทธิภาพ เช่น มีการจัดสรรที่สำหรับจอดรถที่เป็นสัดส่วน เพื่อป้องกันผลกระทบทางเสียงและอากาศ หรือมีบริการเช่าสามล้อถีบ รถกอล์ฟ จักรยานสำหรับเที่ยวชมภายในสถานที่ประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน			

ดัชนี	ระดับความคิดเห็น		
	มาก (3)	ปานกลาง (2)	น้อย (1)
11. สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน มีการสนับสนุนให้มีการใช้ทรัพยากรและพลังงานอย่างเหมาะสมตามความจำเป็นและตามขนาดของพื้นที่และกิจกรรม			
12. สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน มีกิจกรรมรณรงค์ ปลุกจิตสำนึกในการรักษาความสะอาดภายในสถานที่ประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงานสำหรับผู้เข้าร่วมประชุม ผู้เข้าร่วมงาน และเจ้าหน้าที่			

2. สักยภาพในการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมและความสะดวก

หมายเหตุ:พิจารณาความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกภายในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งต้องอยู่ในสภาพที่ใช้งานได้ดี มีจำนวนที่เพียงพอ และมีการบำรุงรักษาอย่างสม่ำเสมอ

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่เห็นว่า มีศักยภาพในระดับมาก ให้ 3 คะแนน หากมีศักยภาพในระดับปานกลางให้ 2 คะแนน และหากมีศักยภาพในระดับน้อย ให้ 1 คะแนน

ดัชนี	ระดับความคิดเห็น		
	มาก (3)	ปานกลาง (2)	น้อย (1)
1. มีบริการร้านค้าที่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว			
2. มีจำนวนภัตตาคาร/ร้านอาหารให้เลือกมาก มีความหลากหลายในรูปแบบ ระดับราคา และบรรยากาศ			
3. มีที่พักหลายระดับและหลายรูปแบบ เช่น ที่พักในตัวเมือง ที่พักตากอากาศ (resort)			
4. มีจำนวนร้านขายของที่ระลึกให้เลือกมาก มีความหลากหลายในรูปแบบ ระดับราคา และบรรยากาศ			
5. มีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ทรัพยากรธรรมชาติ โบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรมและประเพณี			
6. มีความหลากหลายของสิ่งดึงดูดใจประเภทบันเทิง เช่น โรงภาพยนตร์ ศูนย์การค้า สวนสนุก ศูนย์การแสดงศิลปะ สนามกีฬา เป็นต้น			
7. มีความหลากหลายของกิจกรรมผจญภัย เช่น ขี่จักรยาน ปีนเขา ล่องแก่ง เดินป่า			
8. มีความหลากหลายของกิจกรรมเสริมในการท่องเที่ยว เช่น สปา นวดแผนไทย บริการสอนทำอาหารไทย เป็นต้น			
9. มีจำนวนบริษัทรถเช่าให้เลือกมาก รถที่ให้เช่ามีคุณภาพ ได้แก่ รถโดยสารบริการนักท่องเที่ยว			
10. มีบริษัทนำเที่ยวในท้องถิ่น (Tour Operator) ที่มีความเป็นมืออาชีพจำนวนมาก			
11. มีระบบสาธารณูปโภค ที่เพียงพอต่อการให้บริการของนักท่องเที่ยวและเพื่อการใช้ประโยชน์ในจังหวัดเชียงใหม่			
12. มีโรงพยาบาลที่มีทันสมัย และมีคุณภาพได้มาตรฐานสากล			

ดัชนี	ระดับความถี่เห็น		
	มาก (3)	ปานกลาง (2)	น้อย (1)
13. ท่าอากาศยานจังหวัดเชียงใหม่มีทำเลที่เหมาะสม เช่น ระยะห่างจากตัวเมืองและพื้นที่เพียงพอที่จะรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากได้			
14. การอำนวยความสะดวกของพิธีการตรวจคนเข้าเมืองและศุลกากร ในท่าอากาศยานจังหวัดเชียงใหม่มีคุณภาพและมีเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการบริการนักท่องเที่ยวจำนวนมาก			
15. แหล่งท่องเที่ยวที่มีพื้นที่จอดรถเพียงพอสำหรับรองรับจำนวนรถที่เข้ามา โดยเฉพาะในช่วงที่มีนักท่องเที่ยวหนาแน่น			
16. มีป้ายบอกทิศทางคมนาคมทางแยก เพื่อไปยังจุดท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งอยู่ภายในแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งป้ายแสดงแผนที่ภายในแหล่งท่องเที่ยว			
17. มีป้ายบอกทิศทางที่ชัดเจนจากที่จอดรถไปยังแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงป้ายที่แสดงถึงสถานที่จอดรถประเภทต่างๆ เช่น รถจักรยานยนต์ รถยนต์ รถทัวร์ และจุดสำหรับรับ-ส่งผู้โดยสาร เป็นต้น			
18. มีการให้บริการห้องสุขาที่เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว ณ จุดให้บริการ ฯ และแหล่งท่องเที่ยว ที่อยู่ในสภาพดี ไม่ชำรุด ถูกหลักสุขาภิบาล แยกเป็นสัดส่วนสำหรับเพศ ชาย-หญิง โดยมีข้อความหรือสัญลักษณ์ชัดเจน			
19. มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ เช่น ห้องน้ำสำหรับผู้พิการ รถเข็น มีบริการเส้นทางสำหรับผู้พิการในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น			
20. ระบบการสื่อสารโทรคมนาคมภายในจังหวัดเชียงใหม่มีประสิทธิภาพ			

3. ศักยภาพในการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม (จังหวัดเชียงใหม่)

หมายเหตุ: พิจารณาจากการจัดการในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ การจัดการของเสียต่างๆ ที่เกิดจากแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ขยะมูลฝอย และน้ำเสีย การดูแลรักษาความสะอาด การจัดการคุณภาพสิ่งแวดล้อมให้อยู่ในเกณฑ์โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่เห็นว่า มีศักยภาพในระดับมาก ให้ 3 คะแนน หากมีศักยภาพในระดับปานกลางให้ 2 คะแนน และหากมีศักยภาพในระดับน้อย ให้ 1 คะแนน

ดัชนี	ระดับความคิดเห็น		
	มาก (3)	ปานกลาง (2)	น้อย (1)
แหล่งท่องเที่ยว			
ปางช้าง			
1. มีการบริหารจัดการที่ดี ทำให้ไม่มีผลกระทบต่อพื้นที่สงวนและพื้นที่อนุรักษ์			
2. มีการดูแลสถานที่ไม่ให้เกิดความเสื่อมโทรม เช่น ไม่ทำให้เกิดปริมาณขยะ และของเสียที่ขัดต่อทัศนียภาพ			
3. มีจำนวนบุคลากรด้านการบริการเพียงพอต่อการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว			
4. ภายในปางช้างมีการจัดการขยะมูลฝอยที่ถูกหลักสุขาภิบาล เช่น มีอุปกรณ์รองรับขยะที่อยู่ในสภาพดี สะอาด เพียงพอและไม่มีขยะตกค้าง			

ดัชนี	ระดับความคิดเห็น		
	มาก (3)	ปานกลาง (2)	น้อย (1)
5. มีเจ้าหน้าที่รับผิดชอบดูแลรักษาความสะอาดของสถานที่และอำนวยความสะดวกในพื้นที่ สวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์			
1. มีการดูแลสถานที่ไม่ให้เกิดความเสื่อมโทรม เช่น ไม่ทำให้เกิดปริมาณขยะและของเสียที่ขัดต่อทัศนียภาพ			
2. มีจำนวนบุคลากรด้านการบริการเพียงพอต่อการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว			
3. ภายในสวนพฤกษศาสตร์ฯ มีการจัดการขยะมูลฝอยที่ถูกหลักสุขาภิบาล เช่น มีอุปกรณ์รองรับขยะที่อยู่ในสภาพดี สะอาด เพียงพอและไม่มีขยะตกค้าง			
4. มีเจ้าหน้าที่รับผิดชอบดูแลรักษาความสะอาดของสถานที่และอำนวยความสะดวกในพื้นที่			
5. ภายในสวนพฤกษศาสตร์ฯ มีการจัดการคุณภาพอากาศและเสียง เช่น มีการจัดสรรที่จอดรถที่เป็นสัดส่วน			
วัดพระธาตุคอกยสุเทพวรมหาวิหาร			
1. มีการบริหารจัดการที่ดี ทำให้ไม่มีผลกระทบต่อน้ำที่สวนและพื้นที่อนุรักษ์			
2. มีการดูแลสถานที่ภายในวัดไม่ให้เกิดความเสื่อมโทรม เช่น ไม่ทำให้เกิดปริมาณขยะและของเสียที่ขัดต่อทัศนียภาพ			
3. ภายในวัดมีการจัดการขยะมูลฝอยที่ถูกหลักสุขาภิบาล เช่น มีอุปกรณ์รองรับขยะที่อยู่ในสภาพดี สะอาด เพียงพอและไม่มีขยะตกค้าง			
4. มีการจัดการด้านสิ่งก่อสร้างและสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานและมีความเหมาะสมกลมกลืนกับสภาพพื้นที่			
5. ภายในวัดมีการจัดการคุณภาพอากาศและเสียง เช่น มีการจัดสรรที่จอดรถที่เป็นสัดส่วน			

4. ศักยภาพในด้านความร่วมมือ

หมายเหตุ พิจารณาจากความร่วมมือกันระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้อง

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่เห็นว่า มีศักยภาพในระดับมาก ให้ 3 คะแนน หากมีศักยภาพในระดับปานกลางให้ 2 คะแนน และหากมีศักยภาพในระดับน้อย ให้ 1 คะแนน

ดัชนี	ระดับความคิดเห็น		
	มาก (3)	ปานกลาง (2)	น้อย (1)
1. มีความร่วมมือและการประสานงานระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ เช่น หน่วยงานของทางภาครัฐ ผู้ประกอบการธุรกิจไมซ์ สมาคมต่างๆ ในอุตสาหกรรมไมซ์อย่างเข้มแข็ง			
2. มีหน่วยงานกลางที่เป็นศูนย์กลางในการรวบรวมข้อมูลของทุกองค์กรที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ และอำนวยความสะดวกแก่ผู้ที่สนใจจัดงานประชุม นิทรรศการ การจัดงาน อย่างชัดเจนและมีเจ้าหน้าที่ประจำ ณ หน่วยงานกลาง			

ดัชนี	ระดับความคิดเห็น		
	มาก (3)	ปานกลาง (2)	น้อย (1)
3. มีความร่วมมือและการประสานงานระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของธุรกิจไมซ์ใน จังหวัดเชียงใหม่ เช่น หน่วยงานของทางภาครัฐ ผู้ประกอบการธุรกิจไมซ์ สมาคม ต่างๆ ในอุตสาหกรรมไมซ์อย่างเข้มแข็ง			
4. ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับ โปรแกรมการท่องเที่ยว (Supplier) ในจังหวัด เชียงใหม่มีการทำงานร่วมกันอย่างเข้มแข็ง			
5. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของภาครัฐมีความรู้เข้าใจในธุรกิจไมซ์ในระดับที่ดี			
6. การสนับสนุนงบประมาณจากภาครัฐเกี่ยวกับธุรกิจไมซ์อยู่ในระดับที่ดี			

ข้อมูลหรือคำแนะนำเพิ่มเติม

.....

.....

.....



**Questionnaire on the Levels of Opinion of the Effectiveness
of Chiang Mai Province**

Directions:

1. This questionnaire is set to collect data of Incentive Travel which is divided into 3 parts.
2. This is one of the main parts of the study at the Ph.D. level, the department of Hospitality Management and Recreation, the Faculty of Tourism Industry Development, Maejo University. This data will be discharged and the results will be analyzed and used for only this research study.

Thank you for your kind assistance in completing this questionnaire.

Part 1: General information

Direction: Please mark ✓ in ☐ which matches your opinion

1. Sex :

- ☐ 1. Male ☐ 2. Female

2. Age: _____ years (more than 6 months=a year)

3. Current Work Experience: _____ years

4. Tourism Industry Experience: _____ years

Factor 1: Management Effectiveness at the individual exchange level**1. Effectiveness of Safety and Security**

Remark: Consider from the security plan for tourists, the good preparation in security duty of the guards, the security of the materials in tourism, and the good preparation and effectiveness of the security materials at the travel agencies and the tourist attractions in Chiang Mai Province.

Please mark ✓ for the levels of opinion, excellent level (3), fair level (2), and poor level (1).

Topics	Levels of opinion		
	Excellent (3)	Fair (2)	Poor (1)
Accommodation			
1. Set the security policy for tourists to avoid possible accidents in the hotel, for example, there are plans for security and emergency cases in the construction areas.			
2. There are emergency escape plans or plans for moving tourists from the emergency places in the hotel which are on fire.			
3. The hotel has staff training for following the security policy strictly and being ready for emergency cases at all times.			
4. The hotel has the security equipment which is sufficient and workable, for example, fire extinguishers.			
5. The hotel has materials that show contents, rules and regulations, signboards for informing tourists to follow good practices when entering the hotel.			
Tourist Attractions: Elephant camps			
1. Set the security policy for tourists to avoid possible accidents in the elephant camps, for example, there are plans for security and emergency cases in construction areas.			
2. There are emergency escape plans or plans for moving tourists from the emergency places in the camp which are on fire.			
3. The camp has communication system which is effective during emergency cases.			
4. The camp has staff training for following the security policy strictly and being ready for emergency cases at all times.			
5. The camp has the security equipment which is sufficient and workable, for example, fire extinguishers.			

Topics	Levels of opinion		
	Excellent (3)	Fair (2)	Poor (1)
Restaurants			
1. Set the security policy for customers to avoid possible accidents in the restaurant, for example, there are plans for security and emergency cases in construction areas.			
2. There are emergency escape plans or plans for moving customers from the emergency places in the restaurant which are on fire.			
3. The restaurant has staff training for following the security policy strictly and being ready for emergency cases at all times.			
4. The restaurant has the security equipment which is sufficient and workable, for example, fire extinguishers.			
5. There are materials that show contents, rules and regulations, signboards for informing customers to follow good practices when entering the restaurant.			
Souvenir shops: Jewelry shops			
1. Set the security policy for customers to avoid possible accidents in the Jewelry shops, for example, in the construction area, there are plans for security and emergency cases.			
2. The shop has emergency escape plans or plans for moving customers from the emergency places in the shop which are on fire.			
3. The shop has trained staff for following the security policy strictly and be ready for emergency cases at all times.			
4. The shop has the security equipments which are sufficient and workable, for example, fire extinguisher.			
5. The shop has materials that show contents, rules and regulations, signboards for informing tourists to follow good practices when entering the shop.			
Transportation			
1. The tourism service vehicles: Coaches in Chiang Mai which set the security policy for customers to avoid possible accidents, for example, has materials that show contents, rules and regulations, signboards for informing tourists to follow good example while sitting in the coach.			
2. The drivers have been trained to follow the security policy strictly and to be ready for emergency cases at all times.			

Topics	Levels of opinion		
	Excellent (3)	Fair (2)	Poor (1)
3. The public vehicles: red trucks in Chiang Mai which set the security policy for customers to avoid possible accidents, for example, there are materials that show contents, rules and regulations, signboards for informing tourists to follow good example while sitting in the red trucks.			
4. The drivers have been trained to follow the security policy strictly and to be ready for emergency cases at all times.			
5. The service boats: Ping River cruises in Chiang Mai which set the security policy for customers to avoid possible accidents, for example, there are materials that show contents, rules and regulations, signboards for informing tourists to follow good example while sitting in the boat.			

2. Effectiveness of Value

Remark: Consider the benefits that Chiang Mai receives from Incentive Travel.

Please mark ✓ for the levels of opinion, excellent level (3), fair level (2), and poor level (1).

Topics	Levels of opinion		
	Excellent (3)	Fair (2)	Poor (1)
1. Incentive Travel in Chiang Mai Province is to promote Chiang Mai as the image of MICE City.			
2. Incentive Travel is to publicize and motivate tourists to visit Chiang Mai again or tell friends and relatives to visit Chiang Mai.			
3. Incentive Travel will lead to amount of money circulating in Chiang Mai or parties in a direct and indirect way.			
4. Incentive Travel will lead the benefits from government to local people, for example, public utilities and other facilities.			
5. Incentive Travel is to support the community to participate and promote local wisdom, for example, selling the local goods in tourist attractions.			
6. Incentive Travel is to exchange knowledge, cultural learning and new sciences development and thinking method which is motivation in developing potentiality of local people in the future, for example, foreign language training for local people.			
7. The tourists will activate local people to value the environment highly and to sustain it well which Travel Agencies will make decision to choose Chiang Mai as a part of their programs			

3. Effectiveness of Personnel Management

Remark: Consider the satisfaction level of tourists who served by officers at the work places which deal in Travel Itinerary and Attractive places of Chiang Mai Province including skills of the officer, assistance, empathy and security of tourists.

Please mark ✓ for the levels of opinion, excellent level (3), fair level (2), and poor level (1).

Topics	Levels of opinion		
	Excellent (3)	Fair (2)	Poor (1)
Accommodation			
1. Effectiveness of Hotel Receptionists to use foreign languages.			
2. Ability, working skill, solving unexpected problems of officers in hotel			
3. Service, empathy, hospitality of officers			
Tourist Attractions: elephant camps			
1. Effectiveness of Receptionists to use foreign languages in Elephant Camp.			
2. Service and hospitality of officers			
Restaurants			
1. Effectiveness of Waiters to use foreign languages in restaurant.			
2. Ability, working skill, solving unexpected problems of waiters			
3. Service, empathy, hospitality of the waiters			
Souvenir shops: Jewelry shops			
1. Effectiveness of Salesmen to use foreign Languages in Jewelry shops.			
2. Ability, working skill, solving unexpected problems of salesmen			
3. Service, empathy, hospitality of salesmen			
Transportation			
1. Effectiveness of Coach Drivers to use foreign Languages.			
2. Ability and skill of drivers.			
3. Service and hospitality of drivers.			
4. Effectiveness of Public Vehicle Drivers to use foreign Languages, for example, red truck drivers in Chiang Mai.			
5. Ability and skill of drivers			
6. Service and hospitality of drivers			
7. Effectiveness of Service Boat Drivers to use foreign Languages Effectiveness, for example, Ping River cruise drivers.			
8. Ability and skill of drivers			
9. Service and hospitality of drivers			

4. Management Effectiveness of Information

Remark Consider from other elements, for example, Information Centers, Officers, presentation medias and Information of Chiang Mai Province to tourists and Travel Agents.

Please mark ✓ for the levels of opinion, excellent level (3 scores), fair level (2 scores), and poor level (1 score).

Topics	Levels of opinion		
	Excellent (3)	Fair (2)	Poor (1)
1. More detailed information about Chiang Mai Province that is useful for Incentive Travel, for example, Information for Tourist Attractions, map, and ways to travel, transportation system, information for accommodations in other medias, for example, website, brochures, videos, and so on.			
2. Chiang Mai Province has Service Centers or visible areas for Information Service Center and officers to give information to tourist attractions and service for tourists or Destination Management Companies.			
3. The officers have good knowledge, hospitality and can speak in English.			
4. Website Databases of public and private sectors are useful for Incentive Travel, convenient and easy to search and connecting to each other, for example, Database of Professional Organizers, Tourism trends of Chiang Mai Province, Promoting Information for Marketing events or other activities that are held in Chiang Mai Province.			
5. Information presented on Chiang Mai Province is up-to-date.			
6. Public Relations make local people understand MICE Business.			

Factor 2: Management Effectiveness at the collective exchange level

1. Management Effectiveness of Venues

Remark: Consider from managing in Venue for meetings, exhibitions, and events in Chiang Mai Province, Wastes Management, for example, solid wastes and wastewater, maintenance, Standard Quality Management in environment, efficient use of resources including giving knowledge and Public Relation Campaign in Environmental Conservation for participants and organizers.

Please mark ✓ for the levels of opinion, excellent level (3), fair level (2), and poor level (1).

Topics	Levels of opinion		
	Excellent (3)	Fair (2)	Poor (1)
1. Venues for meetings, exhibitions, and events in Chiang Mai Province are unique.			
2. Public Relation Officers have good knowledge, hospitality and can speak in English.			
3. There are sufficient service officers at venue.			
4. Venue has designed and structured facilities that are good for environment.			
5. Venue has management in establishment and basic public utilities, and it is suitable for that area.			
6. Venue has Wastes Management that is in the potential sanitary, for example, support equipment for wastes is working, clean, sufficient, and no wastes.			
7. Venue has Management System in waste dumping that is waste segregation, reuse and recycle.			
8. There are officers who are responsible for cleaning and service in the areas, for example, toilets and public areas.			
9. Venue has Effectiveness in Air and Sound Quality Management, for example, preparing car parks in proportion to protect Air and Sound side-effect or to hiring service Samlors (rickshaws), Golf Cars, bikes for visiting the place.			
10. Venue sets the water and electricity saving policy including Environmental Conservation, for example, using materials that save energy and so on.			
11. Venue supports using resources and energy to be suitable for using and size of areas and activities.			
12. Venue has campaign and Public Relations for participants and officers to keep clean in the place.			

2. Management Effectiveness of Facilities

Remark Consider from the good preparation of facilities in Chiang Mai Province which must be usually working, sufficient and maintained.

Please mark ✓ for the levels of opinion, excellent level (3), fair level (2), and poor level (1).

Topics	Levels of opinion		
	Excellent (3)	Fair (2)	Poor (1)
1. There are service shops that are sufficient for requirement of tourists.			
2. There is a variety of accommodation from levels and styles, for example, accommodation in downtown and resorts.			
3. There is a variety of souvenir shop styles, level of costs and atmospheres to choose from.			
4. There is a variety of tourist attractions, for examples, natural resources, ancient places, arts and culture, and tradition.			
5. There is a variety of entertainment places, for example, cinemas, shopping centers, amusement parks, arts exhibition centers and sport stadiums.			
6. There is a variety of adventure activities, for example, bike riding, mountain climbing, rapid shooting and hiking.			
7. There are a variety of other tourism activities, for example, spas, Thai massages and cooking schools.			
8. There is a lot of hiring vehicles companies that vehicles are in the good quality, for example, coaches.			
9. There are a lot of professional tour operators.			
10. There are public utilities that are sufficient for requirement of tourists and Chiang Mai Province.			
11. There are a lot of hospitals that are modern and standard quality.			
12. The procedure service of Immigration and customs formalities in Chiang Mai Airport has quality and there are a lot of officers that support and service a lot of tourists.			
13. Tourist Attractions have more car parks to support a lot of cars during the high season period.			
14. There are signposts at junctions to tell all spots in attractive places including signs for showing maps in the places.			
15. There are clear signposts from car park to tourist attractions including signs for showing a variety of park lots, for example, motorbikes, cars, coaches, bus stops and so on.			

Topics	Levels of opinion		
	Excellent (3)	Fair (2)	Poor (1)
16. There are more tourists at Tour Operators or business centers and tourist attractions that are working, being in the public health and the toilets have clear contents or signs in proportion for men and women.			
17. There are facilities for disabled people, for example, toilets, wheelchairs, and special ways to visit attractive places and so on.			
18. Telecommunication system in Chiang Mai is efficient.			

3. Management Effectiveness of Tourist Attractions (Chiang Mai Province)

Remark Consider from managing tourist attractions in Chiang Mai Province, Wastes Management in tourist attractions, for example, solid wastes and wastewater, maintenance, Standard Quality Management of environment, Please mark ✓ for the levels of opinion, excellent level (3), fair level (2), and poor level (1).

Topics	Levels of opinion		
	Excellent (3)	Fair (2)	Poor (1)
Tourist Attractions			
Elephant Camps			
1. There is good management that does not affect nature reserves and conservation areas.			
2. Supervise the camp to not be decayed, for example, waste minimization that is not good for scenery.			
3. There are more than enough officers to service tourists.			
4. The camp has wastes management that is in the potential sanitary, for example, waste support equipment is working, clean, sufficient, and there are no wastes left.			
5. There are officers that are responsible for cleaning and assisting in the area.			
Queen Sirikit Botanic Gardens			
1. Supervise the Botanic Gardens to not be decayed, for example, waste minimization that isn't good for scenery.			
2. There are more than enough officers to service tourists.			
3. There are officers that are responsible for cleaning and assisting in the area.			
4. The Botanic Gardens have air and sound quality management, for example, preparing car parks in proportion.			

Topics	Levels of opinion		
	Excellent (3)	Fair (2)	Poor (1)
Wat Phrathat Doi Suthep			
1. There is good management that does not affect to nature reserves and conservation areas.			
2. Supervise the temple to not be decayed, for example, waste minimization that isn't good for scenery.			
3. There are more than enough officers to service tourists.			
4. The temple has wastes management that is in the potential sanitary, for example, waste support equipment is working, clean, sufficient, and there are no wastes left.			
5. There is management in construction and basic infrastructures that is suitable for local conditions.			
6. There are officers that are responsible for cleaning and assisting in the area.			

4. Management Effectiveness of Cooperation

Remark Consider from any cooperation in Chiang Mai Province

Please mark ✓ for the levels of opinion, excellent level (3), fair level (2), and poor level (1).

Topics	Levels of opinion		
	Excellent (3)	Fair (2)	Poor (1)
1. There are strong cooperation and coordination between interested people of MICE business, for example, Government Organizations, MICE Business Companies, associations in MICE industry.			
2. There is a visible central organization that collects information of all MICE business organizations, facilitates all organizers for meeting, exhibitions, and events and there are officers at that central organization.			
3. Suppliers, managing tourism itinerary in Chiang Mai Province, have strong work cooperation.			
4. Government Organizations have a good level of knowledge and understanding in MICE business			
5. There are sufficient budgets supported by Government in MICE business			

More information or suggestions

.....

แบบสัมภาษณ์

งานวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่”

วัตถุประสงค์ที่ 2 การวิเคราะห์นโยบายของหน่วยงานรัฐและเอกชนที่ส่งเสริมต่อการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่

ตอนที่ 1

วันที่สัมภาษณ์ ผู้ให้สัมภาษณ์

ตำแหน่ง หน่วยงาน

การวางแผน (Planning)

1. องค์กรของท่านได้มีการกำหนดวิสัยทัศน์ (vision) อย่างไร และมีส่วนเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่หรือไม่ อย่างไร
2. องค์กรของท่านมีการกำหนดแผนปฏิบัติงาน (mission) ในการส่งเสริมธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่อย่างไร
3. องค์กรของท่านมีแผนปฏิบัติงานในการส่งเสริมไมซ์โดยมีการกำหนดระยะเวลาของแผน โดยแผนระยะสั้นและแผนระยะยาวเป็นอย่างไร
4. กรณีที่แผนปฏิบัติงานที่หน่วยงานในองค์กรของท่านที่ได้วางไว้ไม่บรรลุผลตามเป้าประสงค์ ท่านมีวิธีการแก้ไขหรือมีการวางแผนทางเลือกอื่นหรือไม่

การจัดองค์กร (Organizing)

1. องค์กรของท่านมีการกำหนดผู้รับผิดชอบในการทำหน้าที่กำกับดูแลในการพัฒนาธุรกิจไมซ์หรือไม่ และมีหน่วยงานหรือผู้รับผิดชอบในการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในองค์กรหรือไม่
2. องค์กรของท่านมีการกำหนดวิธีการและเทคนิคในการพัฒนาบุคลากรในหน่วยงานของท่านที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพการพัฒนาธุรกิจไมซ์หรือไม่ อย่างไร
3. องค์กรของท่านมีการกำหนดนโยบายในการคัดเลือกบุคลากรที่เข้ามาปฏิบัติงานในการส่งเสริมธุรกิจไมซ์อย่างไร

การนำ (Leading)

1. องค์กรของท่านมีนโยบายในการกระตุ้นหรือสนับสนุนให้บุคลากรในหน่วยงานของท่านสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุผลตามที่องค์กรได้วางไว้หรือไม่ และมีกิจกรรมที่สนับสนุนและส่งเสริมบุคลากรอย่างไร
2. ท่านมีรูปแบบการบริหารจัดการอย่างไรที่เอื้อประโยชน์ต่อธุรกิจไมซ์

การควบคุม (Controlling)

1. องค์กรของท่านมีนโยบายในการควบคุมหรือประเมินผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานอย่างไรให้บรรลุผลตามเป้าหมายที่ได้วางไว้
2. องค์กรของท่านมีกระบวนการควบคุมหรือตรวจสอบการปฏิบัติงานของบุคลากรให้บรรลุตามแผนที่วางไว้หรือไม่

ตอนที่ 2 การประเมินผลการจัดการตามหลัก POLC ของธุรกิจการจัดประชุม

คำชี้แจง การให้ค่าคะแนนตามระดับความเป็นไปได้ มาก ปานกลาง น้อย ซึ่งเกณฑ์ในการให้ค่าคะแนนในแต่ละระดับคือ มาก = 3 คะแนน ปานกลาง = 2 คะแนน น้อย = 1 คะแนน ตามลำดับ

MEETING ธุรกิจการจัดประชุม	ระดับความเป็นไปได้		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
การวางแผน (Planning)			
1. นโยบายในการส่งเสริมธุรกิจการจัดประชุมของหน่วยงานมีความชัดเจนและเป็นรูปธรรม			
2. การกำหนดแผนกลยุทธ์ในการส่งเสริมธุรกิจการจัดประชุมสร้างความเข้าใจให้กับบุคลากรในหน่วยงาน			
3. นโยบายในการนำเอาเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการส่งเสริมธุรกิจการจัดประชุมมีกำหนดไว้อย่างชัดเจน			
4. การเมืองมีผลกระทบต่อการวางแผนและพัฒนาธุรกิจการจัดประชุมของหน่วยงาน			
5. นโยบายของรัฐช่วยส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจการจัดประชุมของหน่วยงาน			
6. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่มีนโยบายประชาสัมพันธ์ให้คนในท้องถิ่นมีความรู้ความเข้าใจกับธุรกิจการจัดประชุม			
7. ภาครัฐมีการกำหนดกฎระเบียบที่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินกิจกรรมด้านธุรกิจประชุมของหน่วยงาน			
การจัดองค์กร (Organizing)			
1. บุคลากรในองค์กรมีการพัฒนาศักยภาพในการจัดการธุรกิจการจัดประชุมโดยเฉพาะการเข้ารับการฝึกอบรมอย่างสม่ำเสมอ			
2. บุคลากรในองค์กรมีทักษะการใช้ภาษาต่างประเทศในการสื่อสารเป็นอย่างดี			
3. บุคลากรในองค์กรมีความรู้และประสบการณ์ในการจัดการธุรกิจการจัดประชุมเป็นอย่างดี			
4. บุคลากรในองค์กรมีศักยภาพในการจัดการธุรกิจการจัดประชุมเพียงพอที่จะสามารถแข่งขันในกลุ่มประเทศ AEC ได้			
5. องค์กรมีผู้ดูแลรับผิดชอบในการดูแลธุรกิจการจัดประชุมโดยตรง			
6. องค์กรมีการกำหนดโครงสร้างอย่างชัดเจนในการทำกับการดูแลธุรกิจการจัดประชุม			
7. บุคลากรในจังหวัดเชียงใหม่ในด้านธุรกิจการจัดประชุมมีศักยภาพและมีปริมาณเพียงพอกับความต้องการของจังหวัดเชียงใหม่			

การวางแผน (Planning)	ระดับความเป็นไปได้		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
การนำ (Leading)			
1. ผู้บริหารในองค์กรมีภาวะความเป็นผู้นำ มีประสบการณ์และทักษะที่ดีในการจัดการธุรกิจการจัดประชุมทำให้บุคลากรในองค์กรสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ			
2. องค์กรมีนโยบายในการให้ของรางวัล (reward) แก่บุคลากรในองค์กรหลังจากที่ได้เสร็จสิ้นหน้าที่ในการทำงานแล้ว			
3. ผู้บริหารในองค์กรสามารถชี้แนะแนวทางและให้คำปรึกษาแก่บุคลากรในองค์กรในเวลาที่มีปัญหาระหว่างการจัดการประชุม			
Controlling			
1. องค์กรมีการกำหนดเกณฑ์ในการวัดคุณภาพในการทำงานของบุคลากรในองค์กร			
2. องค์กรมีนโยบายการตรวจสอบหรือวัดผลการปฏิบัติงานว่าการจัดประชุมประสบผลสำเร็จโดยวัดจากผลกำไร			
3. องค์กรมีนโยบายการตรวจสอบหรือวัดผลการปฏิบัติงานว่าการจัดประชุมประสบผลสำเร็จโดยวัดจากความพึงพอใจของลูกค้า			
4. องค์กรมีนโยบายการตรวจสอบหรือวัดผลการปฏิบัติงานว่าการจัดประชุมประสบผลสำเร็จโดยเปรียบเทียบผลงานในอดีต			
5. องค์กรมีนโยบายการตรวจสอบหรือวัดผลการปฏิบัติงานว่าการจัดประชุมประสบผลสำเร็จโดยสังเกตจากพฤติกรรมการทำงานของบุคลากรในองค์กร			
6. องค์กรมีนโยบายการตรวจสอบหรือวัดผลการปฏิบัติงานว่าการจัดประชุมประสบผลสำเร็จโดยดูจากผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม			
7. ประเทศไทยมีการกำหนดระดับคุณภาพและการบริการของผู้ประกอบการบริการด้านการประชุม เช่น มาตรฐานด้านสถานที่จัดประชุม มาตรฐานการให้บริการด้านการต้อนรับ			
INCENTIVE ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล			
การวางแผน (Planning)			
1. นโยบายในการส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของหน่วยงานมีความชัดเจนและเป็นรูปธรรม			
2. การกำหนดแผนกลยุทธ์ในการส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลสร้างความเข้าใจให้กับบุคลากรในหน่วยงาน			
3. นโยบายในการนำเอาเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีกำหนดไว้อย่างชัดเจน			
4. การเมื่อมีผลต่อการวางแผนและพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของหน่วยงาน			
5. นโยบายของรัฐช่วยส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของหน่วยงาน			
6. จังหวัดเชียงใหม่มีโครงสร้างพื้นฐานที่ดีสำหรับเป็นจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เช่น ที่พัก ระบบขนส่ง ศูนย์ประชุมและการจัดแสดงสินค้า			

INCENTIVE ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	ระดับความเป็นไปได้		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
7. ภาครัฐมีความชัดเจนในการสนับสนุนธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เช่น การอำนวยความสะดวกในการเข้าประเทศ (visa) ให้แก่นักท่องเที่ยว			
8. ภาครัฐมีการสนับสนุนในธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ของหน่วยงาน เช่น การช่วยเหลือและสนับสนุนในการประมูลงาน สนับสนุนในเรื่องของเอกสาร ของที่ระลึก			
การจัดองค์กร (Organizing)			
1. บุคลากรในองค์กรเป็นผู้มีความรู้เกี่ยวกับสินค้าและบริการในธุรกิจท่องเที่ยวเป็นอย่างดี			
2. บุคลากรในองค์กรมีทักษะการใช้ภาษาต่างประเทศในการสื่อสารเป็นอย่างดี			
3. บุคลากรในองค์กรมีคุณลักษณะของการทำงานในธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเป็นอย่างดี เช่น บุคลิกภาพที่ดี ความเป็นมืออาชีพ มีอัธยาศัยไมตรีและน่าเชื่อถือ			
4. บุคลากรในองค์กรมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องของการประมูล (bidding) เป็นอย่างดี			
5. บุคลากรในองค์กรมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องของการทำธุรกิจ (business) เป็นอย่างดี			
6. องค์กรมีผู้รับผิดชอบในการดูแลธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลโดยตรง			
7. องค์กรมีการกำหนดโครงสร้างอย่างชัดเจนในการกำกับการดูแลธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล			
8. บุคลากรในองค์กรมีศักยภาพในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเพียงพอที่จะสามารถแข่งขันในกลุ่มประเทศ AEC ได้			
9. จังหวัดเชียงใหม่มีบริษัทจัดการท่องเที่ยว (DMC) ที่มีศักยภาพและมีปริมาณเพียงพอกับความต้องการ			
การนำ (Leading)			
1. ผู้บริหารในหน่วยงานมีภาวะความเป็นผู้นำ มีประสบการณ์และทักษะที่ดีในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลทำให้บุคลากรในองค์กรสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ			
2. หน่วยงานมีนโยบายในการให้ของรางวัล (reward) แก่บุคลากรในองค์กรหลังจากที่ได้เสร็จสิ้นหน้าที่ในการทำงานแล้ว			
3. ผู้บริหารในหน่วยงานสามารถชี้แนะแนวทางและให้คำปรึกษาแก่บุคลากรในองค์กรในเวลาที่มียุทธการระหว่างการทำงาน			
การควบคุม (Controlling)			
1. องค์กรมีการกำหนดเกณฑ์ในการวัดคุณภาพในการทำงานของบุคลากรในองค์กร			
2. องค์กรมีนโยบายการตรวจสอบหรือวัดผลการปฏิบัติงานว่าประสบความสำเร็จโดยวัดจากผลกำไร			
3. องค์กรมีนโยบายการตรวจสอบหรือวัดผลการปฏิบัติงานว่าประสบความสำเร็จโดยวัดจากความพึงพอใจของลูกค้า			
4. องค์กรมีนโยบายการตรวจสอบหรือวัดผลการปฏิบัติงานว่าประสบความสำเร็จโดยเปรียบเทียบผลงานในอดีต			
5. องค์กรมีนโยบายการตรวจสอบหรือวัดผลการปฏิบัติงานว่าประสบความสำเร็จโดยดูจากการได้รับการติดต่อจากลูกค้ารายใหม่ๆ			

CONVENTION ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ	ระดับความเป็นไปได้		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
การวางแผน (Planning)			
1. นโยบายในการส่งเสริมธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติของหน่วยงานมีความชัดเจนและเป็นรูปธรรม			
2. กำหนดแผนกลยุทธ์ในการส่งเสริมธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติสร้างความเข้าใจให้กับบุคลากรในหน่วยงาน			
3. นโยบายในการนำเอาเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการส่งเสริมธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติมีการกำหนดไว้อย่างชัดเจน			
4. การเมืองมีผลต่อการวางแผนและพัฒนาธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติของหน่วยงาน			
5. นโยบายในการเรื่องการดูแลเรื่องผลกระทบสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากจัดประชุมนานาชาติมีความชัดเจนและเป็นรูปธรรม			
6. ภาครัฐมีความรู้และเข้าใจในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติซึ่งนำไปสู่การให้ความร่วมมือและอำนวยความสะดวกในการส่งเสริมธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติของหน่วยงานเป็นอย่างดี			
7. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่มีการวางแผนการประชาสัมพันธ์ให้คนในท้องถิ่นได้รู้จักกับธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ			
8. ภาครัฐได้มีการกำหนดกฎระเบียบที่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติของหน่วยงาน เช่น กฎระเบียบในเรื่องสิ่งของนำเข้าเพื่อการประชุมนานาชาติ การขกเว้นภาษีหรือค่าธรรมเนียมในการนำสิ่งของนำเข้าเพื่อการประชุมนานาชาติ			
การจัดองค์กร (Organizing)			
1. บุคลากรในองค์กรมีการพัฒนาศักยภาพในการจัดการธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ โดยเฉพาะการเข้ารับการฝึกอบรมอย่างสม่ำเสมอ			
2. บุคลากรในองค์กรมีทักษะการใช้ภาษาต่างประเทศในการสื่อสารเป็นอย่างดี			
3. บุคลากรในองค์กรมีความรู้และประสบการณ์ในการจัดการธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติเป็นอย่างดี			
4. บุคลากรในองค์กรมีความรู้ในเรื่องของการประมูล (bidding)			
5. บุคลากรในองค์กรมีศักยภาพเพียงพอในการจัดการธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ และสามารถแข่งขันในกลุ่มประเทศ AEC ได้			
6. องค์กรมีผู้รับผิดชอบในการดูแลธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติโดยตรง			
7. องค์กรมีการกำหนดโครงสร้างอย่างชัดเจนในการกำกับดูแลธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ			
8. บุคลากรในจังหวัดเชียงใหม่ในด้านธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติมีศักยภาพและมีปริมาณเพียงพอกับความต้องการของจังหวัดเชียงใหม่			
การนำ (Leading)			
1. ผู้บริหารในองค์กรมีภาวะความเป็นผู้นำ มีประสบการณ์และทักษะที่ดีในการจัดการธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติทำให้บุคลากรในองค์กรสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ			

CONVENTION ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ	ระดับความเป็นไปได้		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
2. องค์การมีนโยบายในการให้รางวัล (reward) แก่บุคลากรในองค์กรหลังจากที่ได้เสร็จสิ้นหน้าที่ในการทำงานแล้ว 3. ผู้บริหารในองค์กรสามารถชี้แนะแนวทางและให้คำปรึกษาแก่บุคลากรในองค์กรในเวลาที่มึปัญหาระหว่างการจัดการประชุมนานาชาติ			
การควบคุม (Controlling)			
1. การกำหนดเกณฑ์ในการวัดคุณภาพในการทำงานของบุคลากรในองค์กรมีความชัดเจนและเป็นรูปธรรม 2. องค์การมีนโยบายการตรวจสอบหรือวัดผลการปฏิบัติงานว่าประสบผลสำเร็จโดยวัดจากผลกำไร 3. องค์การมีนโยบายการตรวจสอบหรือวัดผลการปฏิบัติงานว่าประสบผลสำเร็จโดยวัดจากความพึงพอใจของลูกค้า 4. องค์การมีนโยบายการตรวจสอบหรือวัดผลการปฏิบัติงานว่าประสบผลสำเร็จโดยเปรียบเทียบผลงานในอดีต 5. องค์การมีนโยบายการตรวจสอบหรือวัดผลการปฏิบัติงานว่าประสบผลสำเร็จโดยสังเกตจากพฤติกรรมการทำงานของบุคลากรในองค์กร 6. องค์การมีนโยบายการตรวจสอบหรือวัดผลการปฏิบัติงานว่าประสบผลสำเร็จโดยดูจากผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม 7. ประเทศไทยมีการกำหนดระดับคุณภาพและการบริการของผู้ประกอบกิจกรรมด้านการประชุมนานาชาติอย่างชัดเจน เช่น มาตรฐานด้านสถานที่จัดประชุม มาตรฐานการให้บริการด้านการต้อนรับ			
EXHIBITION ธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้า			
การวางแผน (Planning)			
1. นโยบายในการส่งเสริมธุรกิจการจัดแสดงสินค้าขององค์กรมีความชัดเจนและเป็นรูปธรรม 2. การกำหนดแผนกลยุทธ์ในการส่งเสริมธุรกิจการจัดแสดงสินค้าขององค์กรสร้างความเข้าใจให้กับบุคลากรในหน่วยงาน 3. นโยบายในการนำเอาเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการส่งเสริมธุรกิจการจัดแสดงสินค้านี้กำหนดไว้อย่างชัดเจน 4. การเมืองมีผลต่อการวางแผนและพัฒนาธุรกิจการจัดแสดงสินค้าในหน่วยงาน 5. นโยบายในการเรื่องการดูแลผลกระทบจากสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากจัดงานแสดงสินค้านี้กำหนดไว้อย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรม 6. ภาครัฐมีความเข้าใจอย่างดีในธุรกิจการจัดแสดงสินค้านำไปสู่การให้ความร่วมมือและอำนวยความสะดวกในการส่งเสริมธุรกิจการจัดแสดงสินค้าของหน่วยงานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่มีการวางแผนการประชาสัมพันธ์ให้คนในท้องถิ่นได้รู้จักกับธุรกิจการจัดแสดงสินค้า 7. ภาครัฐได้มีการกำหนดกฎระเบียบที่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติของหน่วยงาน เช่น กฎระเบียบในเรื่องสิ่งของนำเข้าเพื่อการจัดแสดงสินค้านำเข้าวันภาษีหรือค่าธรรมเนียมในการนำสิ่งของนำเข้าเพื่อการจัดแสดงสินค้า			

EXHIBITION ธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้า	ระดับความเป็นไปได้		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
8. จังหวัดเชียงใหม่มีสถานที่จัดแสดงสินค้านานาชาติขนาดใหญ่ที่สามารถรองรับการ แสดงสินค้านานาชาติได้เป็นอย่างดี			
การจัดองค์กร (Organizing)			
1. บุคลากรในองค์กรมีการพัฒนาศักยภาพในการจัดการธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้า โดยเฉพาะการเข้ารับการฝึกอบรมอย่างสม่ำเสมอ			
2. บุคลากรในองค์กรมีทักษะการใช้ภาษาต่างประเทศในการสื่อสารเป็นอย่างดี			
3. บุคลากรในองค์กรมีความรู้และประสบการณ์ในการจัดการธุรกิจการจัดงานแสดง สินค้าเป็นอย่างดี			
4. บุคลากรในองค์กรมีศักยภาพเพียงพอในการจัดการธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและ สามารถแข่งขันในกลุ่มประเทศ AEC ได้			
5. องค์กรมีผู้รับผิดชอบในการดูแลธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าโดยตรง			
6. องค์กรมีการกำหนดโครงสร้างอย่างชัดเจนในการกำกับดูแลธุรกิจการจัดแสดง สินค้า			
7. บุคลากรในจังหวัดเชียงใหม่ในด้านธุรกิจการแสดงสินค้านั้นมีศักยภาพและมีปริมาณ เพียงพอต่อความต้องการของจังหวัดเชียงใหม่			
การนำ (Leading)			
1. ผู้บริหารในองค์กรมีภาวะความเป็นผู้นำ มีประสบการณ์และทักษะที่ดีในการจัดการ ธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าทำให้บุคลากรในองค์กรสามารถทำงานได้อย่างมี ประสิทธิภาพ			
2. องค์กรมีนโยบายในการให้ของรางวัล (reward) แก่บุคลากรในองค์กรหลังจากที่ได้ เสร็จสิ้นหน้าที่ในการทำงานแล้ว			
3. ผู้บริหารในองค์กรสามารถชี้แนะแนวทางและให้คำปรึกษาแก่บุคลากรในองค์กรใน เวลาที่มีปัญหาระหว่างการจัดงานแสดงสินค้า			
การควบคุม (Controlling)			
1. องค์กรมีการกำหนดเกณฑ์ในการวัดคุณภาพในการทำงานของบุคลากรในองค์กร อย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรม			
2. องค์กรมีนโยบายการตรวจสอบหรือวัดผลการปฏิบัติงานว่าประสบความสำเร็จโดยวัด จากจากยอดขายสั่งซื้อเกินเป้าหมายที่ตั้งไว้			
3. องค์กรมีนโยบายการตรวจสอบหรือวัดผลการปฏิบัติงานว่าประสบความสำเร็จโดยวัด จากจำนวนผู้เข้าชมงาน / เข้าชมสินค้า			
4. องค์กรมีนโยบายการตรวจสอบหรือวัดผลการปฏิบัติงานว่าประสบความสำเร็จจาก การได้รับการติดต่อจากลูกค้ารายใหม่ๆ ภายในงานและสามารถทำได้ตามเป้าหมาย			
5. องค์กรมีนโยบายการตรวจสอบหรือวัดผลการปฏิบัติงานว่าประสบความสำเร็จโดย สังเกตจากพฤติกรรมกรปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์กร			
6. องค์กรมีนโยบายการตรวจสอบหรือวัดผลการปฏิบัติงานว่าประสบความสำเร็จโดยดู จากการได้รับการติดต่อจากผู้จัดจำหน่ายสินค้า (supplier) ในตลาดใหม่			



แบบสอบถามระดับความสำคัญ

เกี่ยวกับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่
งานวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่”

คำชี้แจงประกอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 1 แบบสอบถามนี้ใช้รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของจังหวัดเชียงใหม่ โดยแบบสอบถามมีทั้งหมด 4 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มธุรกิจการประชุม (Meeting) 2) กลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive travels) 3) กลุ่มธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ (Convention) และ 4) กลุ่มธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibition)

ตอนที่ 2 การเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ เป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งของการศึกษาระดับปรัชญาคณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชา การจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ข้อมูลดังกล่าวจะถูกเก็บไว้เป็นความลับและผลของข้อมูลจะวิเคราะห์ในภาพรวม ทั้งนี้จะนำมาใช้ประโยชน์เพื่อวิจัยเท่านั้น

ขอขอบพระคุณล่วงหน้าสำหรับความร่วมมือในการกรอกแบบสอบถามชุดนี้ และเสียสละเวลาอันมีค่าของท่าน

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

1. เพศ

☐ 1. ชาย

☐ 2. หญิง

2. อายุ ปี (เกิน 6 เดือน ให้นับเป็น 1 ปี)

3. ประสบการณ์ทำงานในการทำงาน ปี (เกิน 6 เดือน ให้นับเป็น 1 ปี)

Meeting การจัดประชุม

ประเด็นที่เป็นจุดแข็ง (+)	ระดับความสำคัญ		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
Planning			
1. นโยบายในการส่งเสริมธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่มีความชัดเจนและเป็นรูปธรรม			
2. จังหวัดเชียงใหม่มีการกำหนดแผนกลยุทธ์ในการส่งเสริมธุรกิจการจัดประชุมเพื่อสร้างความเข้าใจกับบุคลากรที่เกี่ยวข้อง			
3. มีการกำหนดแผนปฏิบัติงานทั้งระยะสั้น ระยะกลาง ระยะยาวอย่างชัดเจนในการสนับสนุนธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่			
4. จังหวัดเชียงใหม่มีความพร้อมสำหรับธุรกิจการจัดประชุมและมีสถานที่จัดประชุมที่มีศักยภาพและมีปริมาณเพียงพอต่อความต้องการ			
5. การจัดประชุมในจังหวัดเชียงใหม่มีต้นทุนและค่าครองชีพที่ต่ำเมื่อเทียบกับจุดหมายปลายทางอื่นๆ			
6. จังหวัดเชียงใหม่มีความหลากหลายในเรื่องของแหล่งท่องเที่ยวทั้งธรรมชาติ ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม			
Organizing			
1. จังหวัดเชียงใหม่มีบุคลากรที่มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจการจัดประชุมเป็นอย่างดี			
2. บุคลากรในธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่มีทักษะการใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสารเป็นอย่างดี			
3. บุคลากรในจังหวัดเชียงใหม่มีศักยภาพในการจัดการธุรกิจการจัดประชุมเพียงพอที่จะสามารถแข่งขันในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน			
Leading			
1. ผู้บริหารในองค์กรเอกชนมีความรู้ ประสบการณ์และทักษะที่ดีในการจัดการธุรกิจการจัดประชุม			
2. ผู้บริหารในองค์กรเอกชนสามารถให้คำปรึกษาแก่บุคลากรในองค์กรได้ในเวลาที่มีปัญหาระหว่างการจัดประชุม			
3. องค์กรเอกชนมีนโยบายที่กระตุ้นหรือสนับสนุนบุคลากรในองค์กรได้มีประสิทธิภาพมากกว่าองค์กรของรัฐ ทำให้สถานที่จัดประชุมของภาคเอกชนสามารถขับเคลื่อนไปได้อย่างต่อเนื่อง			
4. องค์กรของเอกชนมีการพัฒนาองค์ความรู้ในเรื่องการจัดประชุมอยู่เสมอ			
Controlling			
1. องค์กรที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่ทั้งภาครัฐและเอกชนมีการประเมินองค์กรและบุคลากรอย่างมีประสิทธิภาพ			
2. ในการประเมินผลจากปฏิบัติงานองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนมีตัวชี้วัดผลในการปฏิบัติงานอย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรม			

ประเด็นที่เป็นจุดอ่อน (-)	ระดับความสำคัญ		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
Planning			
1. งบประมาณที่สนับสนุนธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่ไม่ต่อเนื่อง			
2. จังหวัดเชียงใหม่ยังไม่มีหน่วยงานที่รับผิดชอบดูแลธุรกิจการจัดประชุม			
3. ธุรกิจการจัดประชุมยังไม่ให้ความสำคัญกับผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อมที่จะเกิดขึ้นจากการจัดประชุม			
4. การบริหารแบบบูรณาการระหว่างองค์กรของรัฐและเอกชนยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร			
5. ระบบ Logistics ในจังหวัดเชียงใหม่ยังไม่มีประสิทธิภาพ			
6. จังหวัดเชียงใหม่ยังขาดการประชาสัมพันธ์ให้คนในท้องถิ่นได้รู้จัก เข้าใจและเห็นประโยชน์ของธุรกิจไมซ์			
Organizing			
1. องค์กรของรัฐที่กำกับดูแลธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ไม่มีการกำหนดโครงสร้างอย่างชัดเจนในการกำกับดูแลธุรกิจการจัดประชุม			
2. เจ้าหน้าที่ของรัฐและประชาชนในพื้นที่ยังขาดความรู้ความเข้าใจในธุรกิจการจัดประชุม			
3. ขาดการเตรียมความพร้อมทางด้านบุคลากรในด้านธุรกิจการจัดประชุมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน			
4. การอบรมให้ความรู้ให้แก่บุคลากรในด้านธุรกิจการจัดประชุมยังไม่มีอย่างต่อเนื่อง			
Leading			
1. ผู้บริหารในองค์กรของรัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ยังขาดความรู้ความเข้าใจในธุรกิจการจัดประชุม			
2. องค์กรของรัฐยังยึดติดกับการทำงานตามสังกัด ทำให้การทำงานแบบบูรณาการยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร			
3. การทำงานขององค์กรของรัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์เป็นการทำงานที่เน้นการสนับสนุนมากกว่า เป็นการทำงานในเชิงรับมากกว่าเชิงรุก			
Controlling			
1. การประเมินผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นจากการจัดการประชุมยังไม่มีประสิทธิภาพ			
2. องค์กรส่วนใหญ่เป็นการประเมินผลการปฏิบัติงานแบบ “ทางเดียว” คือให้หัวหน้าประเมินลูกน้องฝ่ายเดียว ทำให้การประเมินนั้นไม่รอบด้าน			
3. การประเมินผลในการปฏิบัติงานในแต่ละครั้งเป็นการประเมินจากผู้ประเมินภายนอก เช่น ประเมินความพึงพอใจของลูกค้า ไม่มีการประเมินจากความคิดเห็นของผู้ปฏิบัติงาน			

ประเด็นที่เป็นโอกาส (+)	ระดับความสำคัญ		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
Planning			
1. นโยบายของรัฐและองค์กรส่วนกลางที่ส่งเสริมให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นนครแห่งไมซ์ (MICE City)			
2. นโยบายของรัฐช่วยส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่			
3. ภาครัฐมีการกำหนดระเบียบที่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินกิจกรรมด้านธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่			
4. การสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐในการส่งเสริมธุรกิจการจัดประชุม เช่น องค์กรบริหารส่วนจังหวัด มีการเชิญชวนให้หน่วยงานในท้องถิ่นมาจัดประชุมที่จังหวัดเชียงใหม่ สสป. มีนโยบายที่จะจัดการประชุมที่จังหวัดเชียงใหม่ในปี 2556 มากขึ้น			
Organizing			
1. การที่จังหวัดเชียงใหม่มีศูนย์ประชุมนานาชาติจะเป็นโอกาสที่ดีให้แก่บุคลากรของจังหวัดเชียงใหม่ในการที่จะเพิ่มทักษะความรู้ในด้านการจัดประชุม			
2. นโยบายของรัฐมีการกำหนดยุทธศาสตร์ทางด้านการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการและบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์			
3. การที่ภาครัฐมีการกระตุ้นให้มีการจัดประชุมสัมมนาในจังหวัดเชียงใหม่อย่างต่อเนื่องก็จะเป็นประโยชน์ให้แก่บุคลากรที่จะมีประสบการณ์ตรงมากขึ้น			
Leading			
1. ประเทศไทยมีหน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบในการกำกับดูแลธุรกิจไมซ์ทำให้ธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่มีโอกาสที่จะพัฒนาไปได้อย่างต่อเนื่อง			
2. ความร่วมมือของ 8 หน่วยงานพันธมิตรในจังหวัดเชียงใหม่จะทำให้ธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่มีการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น			
Controlling			
1. ประเทศไทยมีการกำหนดระดับคุณภาพและการบริการของผู้ประกอบกิจกรรมด้านการประชุม เช่น มาตรฐานด้านสถานที่จัดประชุม มาตรฐานด้านการให้บริการ หรือด้านการต้อนรับ			
2. การพัฒนาในเรื่องเทคโนโลยีในปัจจุบัน เช่น ระบบสังคมออนไลน์ทำให้ธุรกิจการจัดประชุมสามารถประเมินความพึงพอใจของลูกค้าได้ง่ายขึ้นและมีประสิทธิภาพมากขึ้น			
3. การพัฒนาในเรื่องของเทคโนโลยีในปัจจุบันทำให้บริษัทต่างๆ ที่ต้องการจัดประชุม สามารถเข้าถึงข้อมูลที่สำคัญได้อย่างสะดวกและรวดเร็วมากขึ้นเช่น แหล่งท่องเที่ยว สถานที่จัดงาน ผู้ให้บริการด้านต่างๆ (Suppliers)			

ประเด็นที่เป็นอุปสรรค (-)	ระดับความสำคัญ		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
Planning			
1. การเมืองมีผลกระทบต่อวางแผนและพัฒนาธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่			
2. ภาครัฐยังไม่มีความรู้และความเข้าใจในธุรกิจการจัดประชุม ซึ่งนำไปสู่การไม่ให้ความร่วมมือและอำนวยความสะดวกให้แก่เอกชน			
3. ผลกระทบทางเศรษฐกิจของโลกมีผลทำให้การจัดประชุมมีปริมาณที่ลดน้อยลงหรือเลือกสถานที่จัดประชุมในภูมิภาคเดียวกันเพื่อลดค่าใช้จ่าย			
Organizing			
1. ข้อจำกัดและกฎระเบียบต่างๆ เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่			
2. การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 จะเป็นการดึงให้แรงงานต่างชาติเข้ามาแข่งขันกับบุคลากรของไทยซึ่งยังขาดทักษะในด้านภาษา			
Leading			
1. เนื่องจากยังขาดความชัดเจนในเรื่องการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ทำให้องค์กรต่างๆที่เกี่ยวข้องยังไม่สามารถกำหนดรูปแบบในการบริหารจัดการในการพัฒนาธุรกิจการจัดประชุมได้อย่างเต็มรูปแบบ			
2. ความร่วมมือและการสนับสนุนจากภาครัฐในการประมูลสิทธิในประเทศไทยยังมีไม่มากนักทำให้โอกาสของประเทศไทยจะชนะหรือได้รับการประมูลสิทธิในการจัดประชุมมีน้อย			
Controlling			
1. การเมืองมีผลต่อการปฏิบัติงานของธุรกิจการจัดประชุมเนื่องจากความไม่แน่นอนในนโยบายและแผนปฏิบัติงานของรัฐ			
2. ถูกค้าบางกลุ่มที่ไม่นิยมหรือไม่ใช้ระบบสังคมออนไลน์ทำให้ยังขาดโอกาสในการเก็บข้อมูลจากลูกค้าในกลุ่มนี้			

Incentive

ประเด็นที่เป็นจุดแข็ง (+)	ระดับความสำคัญ		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
Planning			
1. นโยบายในการส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีความชัดเจนและเป็นรูปธรรม			
2. จังหวัดเชียงใหม่มีการกำหนดแผนกลยุทธ์ในการส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเพื่อสร้างความเข้าใจให้แก่บุคลากรที่เกี่ยวข้อง			
3. มีการกำหนดแผนปฏิบัติงานทั้งระยะสั้น ระยะกลาง ระยะยาวอย่างชัดเจนในการสนับสนุนธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของจังหวัดเชียงใหม่			
4. จังหวัดเชียงใหม่มีโครงสร้างพื้นฐานที่ดีสำหรับการเป็นจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เช่น ที่พัก ระบบขนส่ง สถานที่จัดประชุม			
5. จังหวัดเชียงใหม่มีความหลากหลายในแหล่งท่องเที่ยวและรูปแบบการท่องเที่ยว อาทิเช่น แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์			
6. แนวโน้มในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กร (CSR) ซึ่งเชียงใหม่เป็นอีกจุดหมายปลายทางหนึ่งที่มีความนิยมในการมาจัดกิจกรรมประเภทนี้			
Organizing			
1. จังหวัดเชียงใหม่มีบุคลากรที่มีความรู้ ความเข้าใจในธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล			
2. จังหวัดเชียงใหม่มีบุคลากรที่สามารถใช้ภาษาต่างประเทศในการติดต่อสื่อสารได้เป็นอย่างดี			
3. บุคลากรในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีความรู้และความเข้าใจในเรื่องการทำธุรกิจเป็นอย่างดี			
4. สมาคมมัคคุเทศก์ เชียงใหม่มีการพัฒนาทักษะมัคคุเทศก์ของจังหวัดเชียงใหม่อยู่เสมอและมีโครงการอบรมภาษาในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเพื่อรองรับการเป็นประชาคมฯ ในอนาคต เช่น ภาษาพม่า ภาษาอินโดนีเซีย ภาษาจีน			
Leading			
1. ผู้ประกอบการในองค์กรของเอกชนมีความรู้ ประสบการณ์และทักษะที่ดีในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล			
2. ผู้บริหารในองค์กรเอกชนสามารถให้คำปรึกษาแก่บุคลากรในเวลาที่มีปัญหาระหว่างการทำงานได้			
3. องค์กรเอกชนมีนโยบายในการบริหารจัดการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลอย่างชัดเจน เช่น มีงบประมาณสำหรับการ Entertain ลูกค้า มีงบค่าใช้จ่ายกรณีที่ถูกค้ามา Inspect ตามสถานที่ต่างๆ			
Controlling			
1. องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีการประเมินองค์กรและบุคลากรในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ			
2. ในการประเมินผลการปฏิบัติงานขององค์กร องค์กรมีตัวชี้วัดในการปฏิบัติงานอย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรม			

ประเด็นที่เป็นจุดอ่อน (-)	ระดับความสำคัญ		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
Planning			
1. จังหวัดเชียงใหม่ไม่มีหน่วยงานที่รับผิดชอบในการกำกับดูแลธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล			
2. การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจะมีการหมุนเวียนเปลี่ยนสถานที่ท่องเที่ยวไป การหมุนเวียนกลับมาให้บริการ ในจุดหมายเดิมต้องใช้เวลามากน้อย 4-5 ปี			
3. จังหวัดเชียงใหม่ยังขาดแคลนร้านอาหารที่สามารถรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาในปริมาณมากๆ ได้			
4. จังหวัดเชียงใหม่ยังขาดที่พักประเภทหัวดาวซึ่งเป็นที่พักที่กลุ่มนักท่องเที่ยวไม่ซ้ำกัน			
5. จังหวัดเชียงใหม่ยังขาดบริษัทบริหารจัดการท่องเที่ยว (DMC) ที่มีศักยภาพและมีปริมาณที่เพียงพอความต้องการ			
6. สถานที่จัดงานของรัฐในจังหวัดเชียงใหม่มีข้อจำกัดทำให้การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลดำเนินงานได้ไม่ราบรื่นมากนัก			
7. จังหวัดเชียงใหม่ยังขาดสถานที่จัดงานที่มีความหลากหลายและสามารถรองรับปริมาณลูกค้าจำนวนมาก			
Organizing			
1. จังหวัดเชียงใหม่ยังขาดมัคคุเทศก์หรือล่ามที่ทำหน้าที่ดูแลกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในบางภาษา เช่น ภาษาจีน ภาษาเกาหลี ภาษาสเปน			
2. บุคลากรในธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลยังในจังหวัดเชียงใหม่ขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องของการประมูลสิทธิ์ (Bidding)			
3. ผู้ให้บริการด้านต่างๆ (Suppliers) ยังขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องของการให้บริการกับกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล			
Leading			
1. ผู้บริหารในองค์กรของรัฐที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ยังขาดความรู้ความเข้าใจในธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล			
2. องค์กรของรัฐยังยึดติดกับการทำงานตามสังกัด ทำให้การทำงานแบบบูรณาการไม่มีประสิทธิภาพ			
3. การทำงานของภาครัฐที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่เป็นการทำงานที่เน้นการสนับสนุนมากกว่า การทำงานจึงเป็นแบบเชิงรับมากกว่าเชิงรุก			
Controlling			
1. องค์กรส่วนใหญ่เป็นการประเมินผลการปฏิบัติงานแบบ “ทางเดียว” คือ การให้หัวหน้างานประเมินลูกน้องทางเดียว ทำให้การประเมินนั้นอาจไม่ราบรื่น			
2. องค์กรส่วนใหญ่เป็นการประเมินผลการปฏิบัติงานแบบ “ทางเดียว” คือ การให้หัวหน้างานประเมินลูกน้องทางเดียว ทำให้การประเมินนั้นอาจไม่ราบรื่น			
3. การทำงานของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเป็นงานที่ต้องประสานงานกับผู้ให้บริการด้านต่างๆ (Suppliers) ดังนั้นการดำเนินการควบคุม โปรแกรมให้ดำเนินไปอย่างราบรื่นมีความยากลำบากและมีความสลับซับซ้อนมาก			

ประเด็นที่เป็นโอกาส (+)	ระดับความสำคัญ		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
Planning			
1. นโยบายของรัฐช่วยส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของจังหวัดเชียงใหม่			
2. หน่วยงานของรัฐให้การสนับสนุนในธุรกิจเพื่อเป็นรางวัล เช่น การช่วยเหลือสนับสนุนในการประมูลงาน สนับสนุนในเรื่องของเอกสาร ของที่ระลึก			
3. ภาครัฐมีความชัดเจนในเรื่องการสนับสนุนธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เช่น การอำนวยความสะดวกในการเข้า-ออกประเทศ (visa) ให้แก่นักท่องเที่ยว			
4. แผนพัฒนาและปรับปรุงเส้นทางท่องเที่ยวแบบเชื่อมโยงและพัฒนาระบบขนส่งมวลชนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจะเป็นโอกาสที่จะทำให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นจุดหมายปลายทางและทางเลือกในการท่องเที่ยวแบบได้รางวัลมากขึ้น			
Organizing			
1. นโยบายของรัฐมีการกำหนดยุทธศาสตร์ทางด้านการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการและบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์			
2. องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากร โดยเฉพาะในเรื่องของ “ภาษา” มากขึ้นเพื่อรองรับกับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558			
Leading			
1. มืองค์กรของรัฐที่สนับสนุนในการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับจังหวัดเชียงใหม่ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย			
2. องค์กรของรัฐมีงบประมาณสนับสนุนให้แก่องค์กรเอกชนในการไป Road show หรือออกบูธยังต่างประเทศ			
3. ประเทศไทยมีองค์กรที่ดูแลรับผิดชอบในการกำกับดูแลธุรกิจไมซ์ทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของจังหวัดเชียงใหม่มีโอกาสที่จะพัฒนาได้อย่างต่อเนื่อง			
4. ความร่วมมือของหน่วยงาน 8 พันธมิตรในจังหวัดเชียงใหม่ จะทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น			
Controlling			
1. การพัฒนาในเรื่องของเทคโนโลยีในปัจจุบันทำให้บริหารจัดการท่องเที่ยว (DMC) สามารถเข้าถึงข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว สถานที่จัดงาน ผู้ให้บริการด้านต่างๆ (Suppliers) ได้ง่ายขึ้นทำให้การประกอบธุรกิจแบบได้รางวัลมีทางเลือกมากขึ้นและดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น			
2. การพัฒนาในเรื่องของเทคโนโลยีทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลนำเทคโนโลยีมาใช้ (On-line) ในการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าได้สะดวกและประหยัดเวลามากขึ้น			

ประเด็นที่เป็นอุปสรรค (-)	ระดับความสำคัญ		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
Planning			
1. การเมืองมีผลโดยตรงต่อความรู้สึกรับประกันในความปลอดภัย ความราบรื่น สะดวกสบายของรายการนำเที่ยว			
2. อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศส่งผลกระทบต่อการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในเรื่องค่าใช้จ่าย			
3. ผลกระทบจากเศรษฐกิจโลกทำให้การเลือกสถานที่เพื่อเป็นรางวัลอาจมีการเปลี่ยนแปลงจุดหมายปลายทางเป็นระยะทางใกล้ (short-haul destination)			
4. ภาครัฐยังไม่มีความรู้ความเข้าใจในธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลอันนำไปสู่การให้ไม่ให้ความร่วมมือและอำนวยความสะดวกให้แก่ภาคเอกชน			
5. ปัญหาหมอกควันและไฟป่าของจังหวัดเชียงใหม่ส่งผลกระทบต่อจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล			
Organizing			
1. การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 จะเป็นการดึงให้แรงงานต่างชาติเข้ามาแข่งขันกับบุคลากรของไทยซึ่งยังขาดทักษะในด้านภาษา			
2. ประเทศไทยยังมีสถาบันการศึกษาที่ผลิตบุคลากรที่มีความรู้ในด้านอุตสาหกรรมไมซ์น้อย เนื่องจากอุตสาหกรรมไมซ์เป็นองค์ความรู้ใหม่ที่ยังไม่มีการเรียนการสอนมากนักและส่วนใหญ่การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจะไม่มีรูปแบบที่แน่นอนการสอนจะเป็นการสอนแบบ On the job training มากกว่า			
Leading			
1. ความร่วมมือและการสนับสนุนจากภาครัฐในการประมูลสิทธิในประเทศไทยยังมีไม่มากนัก ทำให้โอกาสของประเทศไทยหรือ DMC จากประเทศไทยจะชนะหรือได้รับเลือกจากการประมูลสิทธิมีน้อย			
2. เนื่องจากยังขาดความชัดเจนในการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ ทำให้หน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องยังไม่สามารถกำหนดรูปแบบการบริหารจัดการในการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลได้อย่างเต็มรูปแบบ			
Controlling			
1. การเมืองมีผลกระทบต่อธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเพราะเป็นปัจจัยหนึ่งในการตัดสินใจของลูกค้าในการเลือกสถานที่ในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวแบบได้รางวัล			
2. ลูกค้าบางกลุ่ม เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ ไม่นิยมหรือใช้ระบบสังคมออนไลน์ ทำให้ไม่สามารถเก็บข้อมูลหรือประเมินความพึงพอใจจากลูกค้ากลุ่มนี้ได้			

Convention

ประเด็นที่เป็นจุดแข็ง (+)	ระดับความสำคัญ		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
Planning			
1. นโยบายในการส่งเสริมธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติของจังหวัดเชียงใหม่มีความชัดเจนและเป็นรูปธรรม			
2. จังหวัดเชียงใหม่มีการกำหนดแผนกลยุทธ์ในการส่งเสริมธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติเพื่อสร้างความเข้าใจกับบุคลากรที่เกี่ยวข้อง			
3. มีการกำหนดแผนปฏิบัติงานทั้งระยะสั้น ระยะกลาง ระยะยาวอย่างชัดเจนในการสนับสนุนธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่			
4. จังหวัดเชียงใหม่มีสถานที่รองรับการจัดกิจกรรมระดับนานาชาติ มีโรงแรม ที่พัก รีสอร์ทและศูนย์ประชุมที่มีมาตรฐาน มีขนาดใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้			
5. ค่าใช้จ่ายในการจัดประชุมนานาชาติในจังหวัดเชียงใหม่มีต้นทุนและค่าครองชีพที่ต่ำกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับจุดหมายปลายทางอื่นในเอเชีย			
6. จังหวัดเชียงใหม่มีความหลากหลายในเรื่องของแหล่งท่องเที่ยวทั้งธรรมชาติ ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม			
Organizing			
1. บุคลากรในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติของจังหวัดเชียงใหม่มีทักษะในการใช้ภาษาต่างประเทศเป็นอย่างดี			
2. จังหวัดเชียงใหม่มีบุคลากรที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติเป็นอย่างดี			
3. สมาคมมัคคุเทศก์ เชียงใหม่มีโครงการที่จะอบรมมัคคุเทศก์ให้เป็นล่ามในภาษาในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเพื่อรองรับการเป็นประชาคมฯ ในอนาคต เช่น ภาษาพม่า ภาษาอินโดนีเซีย ภาษาจีน			
Leading			
1. ผู้บริการในองค์กรเอกชนมีความรู้ ประสบการณ์และทักษะที่ดีในการจัดการธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ			
2. ผู้บริหารในองค์กรเอกชนสามารถให้คำปรึกษาแก่บุคลากรในองค์กรได้ในเวลาที่มีปัญหาระหว่างการประชุมนานาชาติ			
3. องค์กรเอกชนมีนโยบายที่กระตุ้นหรือสนับสนุนบุคลากรในองค์กรให้มีประสิทธิภาพมากกว่าองค์กรของรัฐ ทำให้การปฏิบัติงานของภาคเอกชนสามารถขับเคลื่อนไปได้อย่างต่อเนื่อง			
Controlling			
1. องค์กรที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่ทั้งภาครัฐและเอกชนมีการประเมินองค์กรและบุคลากรอย่างมีประสิทธิภาพ			
2. ในการประเมินผลจากปฏิบัติงานองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนมีตัวชี้วัดผลในการปฏิบัติงานอย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรม			

ประเด็นที่เป็นจุดแข็ง (+)	ระดับความสำคัญ		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
Planning			
1. นโยบายในการส่งเสริมธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติของจังหวัดเชียงใหม่มีความชัดเจนและเป็นรูปธรรม			
2. จังหวัดเชียงใหม่มีการกำหนดแผนกลยุทธ์ในการส่งเสริมธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติเพื่อสร้างความเข้าใจกับบุคลากรที่เกี่ยวข้อง			
3. มีการกำหนดแผนปฏิบัติงานทั้งระยะสั้น ระยะกลาง ระยะยาวอย่างชัดเจนในการสนับสนุนธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่			
4. จังหวัดเชียงใหม่มีสถานที่รองรับการจัดกิจกรรมระดับนานาชาติ มีโรงแรม ที่พัก รีสอร์ท และศูนย์ประชุมที่มีมาตรฐาน มีขนาดใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้			
5. ค่าใช้จ่ายในการจัดประชุมนานาชาติในจังหวัดเชียงใหม่มีต้นทุนและค่าครองชีพที่ต่ำกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับจุดหมายปลายทางอื่นในเอเชีย			
6. จังหวัดเชียงใหม่มีความหลากหลายในเรื่องของแหล่งท่องเที่ยวทั้งธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม			
Organizing			
1. บุคลากรในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติของจังหวัดเชียงใหม่มีทักษะในการใช้ภาษาต่างประเทศเป็นอย่างดี			
2. จังหวัดเชียงใหม่มีบุคลากรที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติเป็นอย่างดี			
3. สมาคมมัคคุเทศก์ เชียงใหม่มีโครงการที่จะอบรมมัคคุเทศก์ให้เป็นล่ามในภาษาในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเพื่อรองรับการเป็นประชาคมฯ ในอนาคต เช่น ภาษาพม่า ภาษาอินโดนีเซีย ภาษาจีน			
Leading			
1. ผู้บริหารในองค์กรเอกชนมีความรู้ ประสบการณ์ และทักษะที่ดีในการจัดการธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ			
2. ผู้บริหารในองค์กรเอกชนสามารถให้คำปรึกษาแก่บุคลากรในองค์กรได้ในเวลาที่มีปัญหาระหว่างการประชุมนานาชาติ			
3. องค์กรเอกชนมีนโยบายที่กระตุ้นหรือสนับสนุนบุคลากรในองค์กรได้มีประสิทธิภาพมากกว่าองค์กรของรัฐ ทำให้การปฏิบัติงานของภาคเอกชนสามารถขับเคลื่อนไปได้อย่างต่อเนื่อง			
Controlling			
1. องค์กรที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่ทั้งภาครัฐและเอกชนมีการประเมินองค์กรและบุคลากรอย่างมีประสิทธิภาพ			
2. ในการประเมินผลจากปฏิบัติงานขององค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนมีตัวชี้วัดผลในการปฏิบัติงานอย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรม			

ประเด็นที่เป็นจุดอ่อน (-)	ระดับความสำคัญ		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
Planning			
1. จังหวัดเชียงใหม่ยังไม่มีหน่วยงานที่รับผิดชอบดูแลธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ			
2. จังหวัดเชียงใหม่ยังขาดสถานที่จัดประชุมที่รองรับในระดับนานาชาติ			
3. โครงสร้างพื้นฐานระหว่างที่พักไปยังสถานที่ศูนย์ประชุมนานาชาติของจังหวัดเชียงใหม่และสถานที่ต่างๆ ยังเป็นปัญหาที่ภาครัฐยังต้องดำเนินการแก้ไขอย่างเร่งด่วน			
4. ศูนย์ประชุมนานาชาติของจังหวัดเชียงใหม่ยังไม่มี ความชัดเจนในเรื่องการบริหารจัดการ			
5. จังหวัดเชียงใหม่ยังขาดการประชาสัมพันธ์ให้คนในท้องถิ่นได้รู้จัก เข้าใจและเห็นประโยชน์ของธุรกิจไมซ์			
6. จังหวัดเชียงใหม่ยังขาดที่พักในระดับห้าดาวซึ่งเป็นที่พักที่กลุ่มประชุมนานาชาตินิยมพัก			
Organizing			
1. จังหวัดเชียงใหม่ยังขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในการจัดการประชุมนานาชาติ			
2. องค์การภาครัฐที่กำกับดูแลธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ไม่มีการกำหนดโครงสร้างอย่างชัดเจนในการกำกับดูแลธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ			
3. เจ้าหน้าที่ของรัฐและประชาชนในพื้นที่ยังขาดความรู้และความเข้าใจในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ			
4. จังหวัดเชียงใหม่ยังขาดผู้จัดงานประชุมมืออาชีพ (PCO) ที่มีศักยภาพและมีปริมาณเพียงพอต่อความต้องการ			
5. ขาดการเตรียมความพร้อมทางด้านบุคลากรในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน			
Leading			
1. ผู้บริหารในองค์กรของรัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ยังขาดความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ			
2. หน่วยงานของรัฐยังยึดติดกับการทำงานตามสังกัด ทำให้การทำงานแบบบูรณาการยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร			
3. การทำงานของภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่เป็นการทำงานที่เน้นในการสนับสนุนมากกว่า เป็นการทำงานในเชิงรับมากกว่าเชิงรุก			
Controlling			
1. การประเมินผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นจากการจัดการประชุมนานาชาติยังไม่มีประสิทธิภาพ			
2. องค์กรส่วนใหญ่เป็นการประเมินผลการปฏิบัติงานแบบ “ทางเดียว” คือให้หัวหน้าประเมินลูกน้องฝ่ายเดียว ทำให้การประเมินนั้นไม่รอบด้าน			
3. การประเมินผลในการปฏิบัติงานในแต่ละครั้งเป็นการประเมินจากผู้ประเมินภายนอก เช่น ประเมินความพึงพอใจของลูกค้า ไม่มีการประเมินจากความคิดเห็นของผู้ปฏิบัติงาน			
4. การทำงานในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติเป็นการทำงานที่ต้องมีการประสานกันกับผู้ให้บริการด้านต่างๆ (Suppliers) ดังนั้นการดำเนินการที่จะให้การจัดงานประชุมนานาชาติดำเนินไปอย่างราบรื่นนั้นมีความยากลำบากและมีความสลับซับซ้อนมาก			

ประเด็นที่เป็นโอกาส (+)	ระดับความสำคัญ		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
Planning			
1. นโยบายของรัฐและองค์กรส่วนกลางที่ส่งเสริมให้เชียงใหม่เป็นนครแห่งไมซ์ (MICE City)			
2. นโยบายของรัฐช่วยส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติของจังหวัดเชียงใหม่			
3. หน่วยงานของรัฐให้การสนับสนุนในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ เช่น การช่วยเหลือและสนับสนุนในการประมูลสิทธิ์ การมิงบ์ให้กู้ยืมเพื่อใช้ในการประมูลสิทธิ์			
4. หน่วยงานของรัฐให้การสนับสนุนในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ เช่น มี Fast track lane ให้แก่ผู้เข้าประชุม ณ ด่านตรวจคนเข้าเมือง สนับสนุนในเรื่องของเอกสาร แผ่นพับ ของที่ระลึก			
Organizing			
1. การที่จังหวัดเชียงใหม่มีศูนย์ประชุมนานาชาติจะเป็นโอกาสที่ดีของบุคลากรที่จะมีโอกาสได้พัฒนาทักษะในด้านการจัดประชุมนานาชาติ			
2. นโยบายของรัฐมีการกำหนดยุทธศาสตร์ทางด้านการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่			
3. การที่ภาครัฐมีการส่งเสริมให้มีการจัดประชุมนานาชาติในจังหวัดเชียงใหม่อย่างต่อเนื่องก็จะประโยชน์ให้แก่บุคลากรที่จะมีประสบการณ์มากขึ้น			
Leading			
1. ประเทศไทยมีหน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบในการกำกับดูแลธุรกิจไมซ์ทำให้ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติในจังหวัดเชียงใหม่มีโอกาสในการที่จะพัฒนาไปได้อย่างต่อเนื่อง			
2. ความร่วมมือของหน่วยงาน 8 หน่วยงานพันธมิตรในจังหวัดเชียงใหม่จะทำให้ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติของจังหวัดเชียงใหม่มีการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น			
3. มีหน่วยงานของรัฐ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่สนับสนุนในการประชาสัมพันธ์ให้แก่จังหวัดเชียงใหม่ทั้งในและต่างประเทศ			
Controlling			
1. การที่จังหวัดเชียงใหม่เป็นเจ้าภาพในการจัดประชุมนานาชาติในจังหวัดเชียงใหม่จะช่วยเป็นการเผยแพร่ชื่อเสียงของจังหวัดเชียงใหม่ให้เป็นที่รู้จักในระดับโลก			
2. การพัฒนาในเรื่องของเทคโนโลยีทำให้ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาตินำเทคโนโลยีมาใช้ (On-line) ในการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าได้สะดวกและประหยัดเวลามากขึ้น			

ประเด็นที่เป็นอุปสรรค (-)	ระดับความสำคัญ		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
Planning			
1. การเมืองมีผลต่อการวางแผนและบริหารจัดการธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ			
2. ภาครัฐยังไม่มีความรู้และเข้าใจในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ ซึ่งนำไปสู่การให้ความร่วมมือและอำนวยความสะดวกให้แก่ภาคเอกชน			
3. ผลกระทบจากเศรษฐกิจโลกมีผลต่อการจัดประชุมนานาชาติซึ่งมีผลทำให้การจัดประชุมนานาชาติมีจำนวนลดลงและเลือกสถานที่จัดประชุมในภูมิภาคเดียวกันกับสถานที่ตั้งของสำนักงานใหญ่มากขึ้นเพื่อลดค่าใช้จ่าย			
4. กฎหมายเกี่ยวกับระเบียบพิธีศุลกากรและกฎหมายอื่นๆ ที่ควบคุมการนำเข้า-ออกสินค้า บางครั้งไม่มีความสอดคล้องกัน			
Organizing			
1. ข้อจำกัดและกฎระเบียบต่างๆ เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติของจังหวัดเชียงใหม่			
2. การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 จะเป็นการดึงให้แรงงานต่างชาติเข้ามาแข่งขันกับบุคลากรของไทยซึ่งยังขาดทักษะในด้านภาษา			
3. ประเทศไทยยังมีสถาบันการศึกษาที่ผลิตบุคลากรที่มีความรู้ในด้านอุตสาหกรรมไม่มากนัก เนื่องจากอุตสาหกรรมไม่ทันเป็นองค์ความรู้ใหม่ที่ยังไม่มีการเรียนการสอนมากนัก			
Leading			
1. เนื่องจากยังขาดความชัดเจนในการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ ทำให้หน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องยังไม่สามารถกำหนดรูปแบบการบริหารจัดการในการพัฒนาธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติได้อย่างเต็มรูปแบบ			
2. ความร่วมมือและการสนับสนุนจากภาครัฐในการประมูลสิทธิในประเทศไทยยังมีไม่มากนักทำให้โอกาสของประเทศไทยจะชนะหรือได้รับการเลือกจากการประมูลสิทธิในการจัดประชุมนานาชาติมีน้อย			
Controlling			
1. การเมืองมีผลต่อการจัดประชุมนานาชาติ เนื่องจากจำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากภาครัฐและเอกชน			
2. ลูกค้าบางกลุ่มยังไม่นิยมหรือไม่ใช้ระบบสังคมออนไลน์ทำให้ยังขาดโอกาสในการเก็บข้อมูลจากลูกค้าในกลุ่มนี้			

Exhibition

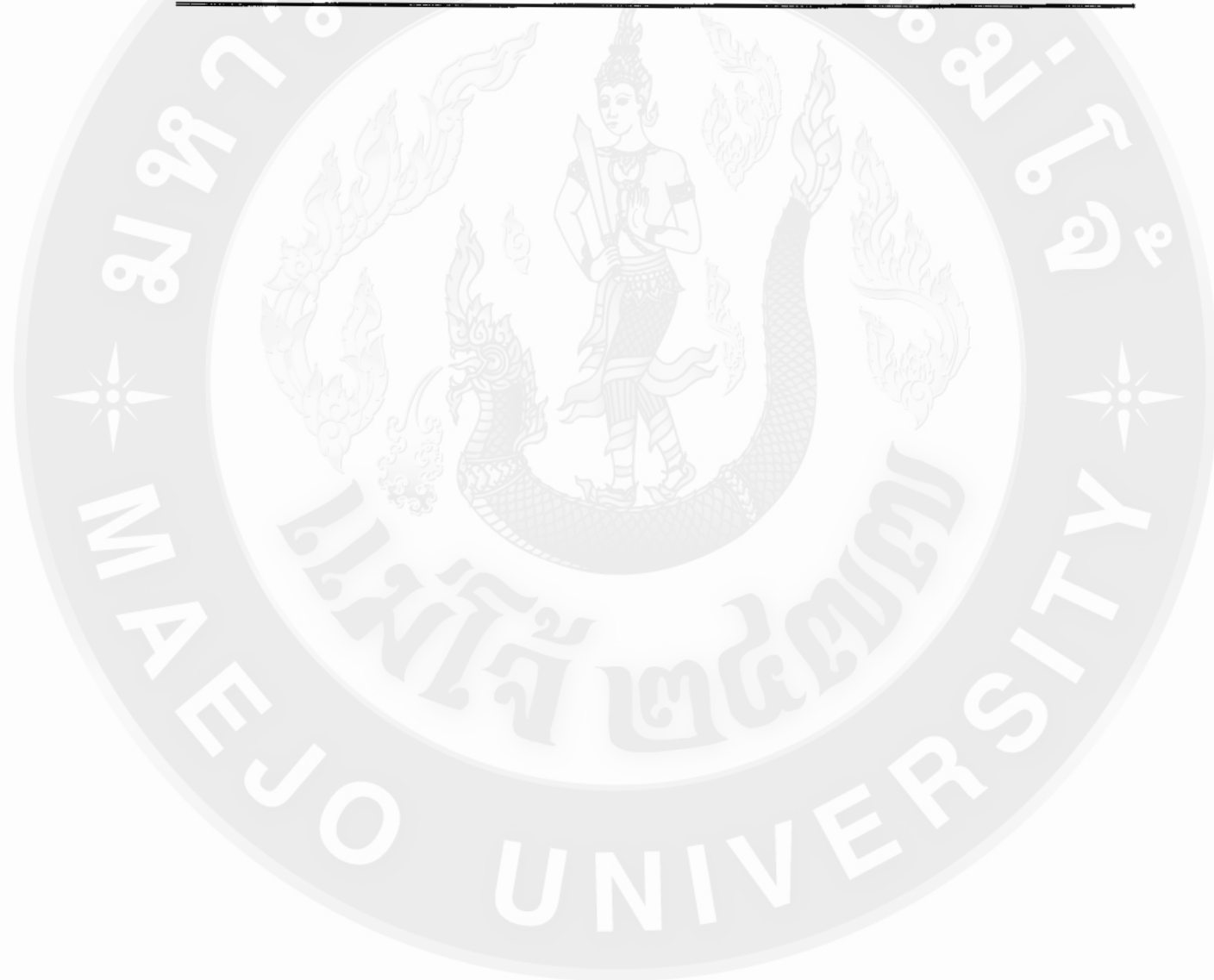
ประเด็นที่เป็นจุดแข็ง (+)	ระดับความสำคัญ		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
Planning			
1. นโยบายในการส่งเสริมธุรกิจการจัดนิทรรศการมีความชัดเจนและเป็นรูปธรรม			
2. จังหวัดเชียงใหม่มีการกำหนดแผนกลยุทธ์ในการส่งเสริมธุรกิจการจัดนิทรรศการสร้างความเข้าใจให้แก่บุคลากรที่เกี่ยวข้อง			
3. จังหวัดเชียงใหม่มีศูนย์ประชุมนานาชาติที่สามารถรองรับการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการระดับนานาชาติได้เป็นอย่างดี			
Organizing			
1. บุคลากรในธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่มีทักษะในการใช้ภาษาต่างประเทศเป็นอย่างดี			
2. จังหวัดเชียงใหม่มีบุคลากรที่มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการเป็นอย่างดี			
Leading			
1. ผู้ประกอบการในองค์กรของเอกชนมีความรู้ ประสบการณ์และทักษะที่ดีในการจัดการธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ			
2. ผู้บริหารในองค์กรเอกชนสามารถให้คำปรึกษาแก่บุคลากรในเวลาที่มีปัญหา ระหว่างการทำงานได้			
3. องค์กรเอกชนมีนโยบายในการกระตุ้นหรือสนับสนุนบุคลากรในองค์กรให้มีประสิทธิภาพมากกว่าองค์กรของรัฐ ทำให้การทำงานขององค์กรเอกชนในธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการมีประสิทธิภาพมากกว่า			
Controlling			
1. การที่มีการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการในจังหวัดเชียงใหม่ช่วยให้เป็นการส่งเสริมและกระตุ้นให้ผู้ประกอบการมีการพัฒนาสินค้าของตนเองให้มีคุณภาพ และสามารถแข่งขันกับตลาดต่างประเทศได้			
2. การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการในจังหวัดเชียงใหม่ก่อให้เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจให้แก่จังหวัดเชียงใหม่			
3. องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการมีการประเมินองค์กรและบุคลากรในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ			
4. ในการประเมินผลการปฏิบัติงานขององค์กร องค์กรมีตัวชี้วัดในการปฏิบัติงานอย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรม			

ประเด็นที่เป็นจุดอ่อน (-)	ระดับความสำคัญ		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
Planning			
1. โครงสร้างพื้นฐานระหว่างที่พักและศูนย์ประชุมนานาชาติของจังหวัดเชียงใหม่ยังเป็นปัญหาที่ภาครัฐยังคงดำเนินการแก้ไข			
2. จังหวัดเชียงใหม่มีสถานที่จัดงานไม่กี่แห่งที่สามารถรองรับการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการได้เนื่องจากโครงสร้างของสถานที่จัดงาน เช่น หลังคาไม่สูงพอที่จะสามารถแขวนอุปกรณ์ต่างๆ ได้ ไม่มีพื้นที่ในการขนถ่ายสินค้าหรือ ไม่มีพื้นที่ในการจัดเก็บสินค้า			
3. ศูนย์ประชุมนานาชาติของจังหวัดเชียงใหม่ยังไม่มีความสะดวกในเรื่องการบริหารจัดการ			
4. คู่แข่งของเชียงใหม่ในเอเชีย เช่น ส่องกงและสิงคโปร์มีการจัดงานแสดงสินค้านานกว่ามีโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อและอำนวยความสะดวกในการเดินทางระหว่างที่พักและสถานที่จัดงานแสดงสินค้าและระหว่างพื้นที่ต่างๆ			
5. จังหวัดเชียงใหม่ยังไม่มีผู้รับเหมาก่อสร้างในธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Contractor) ไม่มากนัก			
Organizing			
1. จังหวัดเชียงใหม่ยังขาดบุคลากรที่มีความรู้และความเข้าใจในธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ			
2. องค์กรภาครัฐที่กำกับดูแลธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ไม่มีการกำหนดโครงสร้างอย่างชัดเจนในการกำกับดูแลธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ			
3. เจ้าหน้าที่ของรัฐและประชาชนในพื้นที่ยังขาดความรู้และความเข้าใจในธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ			
4. เชียงใหม่ยังขาดการเตรียมความพร้อมด้านบุคลากรในธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ ในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน			
5. ยังไม่มีการอบรมให้ความรู้ในด้านธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ ในจังหวัดเชียงใหม่			
6. จังหวัดเชียงใหม่ยังขาดผู้จัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (PEO) ที่มีศักยภาพและมีปริมาณเพียงพอกับความต้องการ			
Leading			
1. ผู้บริหาร ในองค์กรของรัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ยังขาดความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ			
2. หน่วยงานของรัฐยังยึดติดกับการทำงานตามสังกัด ทำให้การทำงานแบบบูรณาการยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร			
3. การทำงานของภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่เป็นการทำงานที่เน้นในการสนับสนุนมากกว่า เป็นการทำงานในเชิงรับมากกว่าเชิงรุก			
Controlling			
1. การทำงานในธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการเป็นการทำงานที่ต้องมีการประสานกันกับผู้ให้บริการด้านต่างๆ (Suppliers) ดังนั้นการดำเนินการที่จะให้การจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการดำเนินไปอย่างราบรื่นนั้นมีความยากลำบากและมีความสลับซับซ้อนมาก			
2. การประเมินการปฏิบัติงานส่วนใหญ่ขององค์กรเป็นการประเมินจากผู้ประเมินภายนอก เช่น ประเมินความพึงพอใจของผู้จัดงานหรือลูกค้า แต่ไม่มีการประเมินจากภายใน คือ ผู้ปฏิบัติงานในองค์กร			
3. การประเมินผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นจากการจัดการแสดงสินค้าและนิทรรศการ ยังไม่มีประสิทธิภาพ			

ประเด็นที่เป็นโอกาส (+)	ระดับความสำคัญ		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
Planning			
1. นโยบายของรัฐและองค์กรส่วนกลางที่ส่งเสริมให้เชียงใหม่เป็นนครแห่งไมซ์ (MICE City)			
2. การพัฒนาเทคโนโลยีทางการคมนาคมทำให้ธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการมีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้นทั้งในด้านจำนวนงานและขนาดของงาน			
3. นโยบายกระตุ้นของภาครัฐให้มีการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการในจังหวัดเชียงใหม่ ทำให้ธุรกิจจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการมีโอกาสที่จะเติบโตมากขึ้น			
Organizing			
1. การที่จังหวัดเชียงใหม่มีศูนย์ประชุมนานาชาติจะเป็นโอกาสที่ดีของบุคลากรที่จะมีโอกาสได้พัฒนาทักษะในการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ			
2. นโยบายของรัฐมีการกำหนดยุทธศาสตร์ทางการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่			
3. การที่ภาครัฐมีการกระตุ้นให้มีการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการในจังหวัดเชียงใหม่อย่างต่อเนื่องก็จะเป็นประโยชน์ให้แก่บุคลากรที่จะมีประสบการณ์มากขึ้น			
Leading			
1. ประเทศไทยมีหน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบในการกำกับดูแลธุรกิจไมซ์ทำให้ธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการในจังหวัดเชียงใหม่มีโอกาสในการที่จะพัฒนาไปได้อย่างต่อเนื่อง			
2. ความร่วมมือของหน่วยงาน 8 หน่วยงานพันธมิตรในจังหวัดเชียงใหม่จะทำให้ธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่มีการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น			
Controlling			
1. การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการสามารถดึงดูดให้นักธุรกิจจำนวนมากเข้าสู่จังหวัดเชียงใหม่และนำไปสู่การกระตุ้นการลงทุนให้แก่จังหวัดเชียงใหม่			
2. การพัฒนาในเรื่องของเทคโนโลยีทำให้ธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนำเทคโนโลยีมาใช้ (On-line) ในการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าได้สะดวกและประหยัดเวลามากขึ้น			

ประเด็นที่เป็นอุปสรรค (-)	ระดับความสำคัญ		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
Planning			
1. นโยบายของรัฐและกฎระเบียบต่างๆ ยังไม่เอื้อต่อการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ			
2. การเมืองมีผลต่อการวางแผนและพัฒนาธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ			
3. ผลจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลกมีผลต่อการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ			
4. กฎหมายเกี่ยวกับระเบียบพิธีศุลกากรและกฎหมายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องที่ควบคุมการนำเข้า-ออกสินค้าบางครั้งไม่มีความสอดคล้องกัน			
Organizing			
1. ข้อจำกัดและกฎระเบียบต่างๆ เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ			
2. เนื่องจากการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการขนาดใหญ่ในจังหวัดเชียงใหม่ยังมีปริมาณที่ไม่มากนัก ทำให้บุคลากรโอกาสในการเรียนรู้และพัฒนาทักษะในการทำงาน			
3. ประเทศไทยยังมีสถาบันการศึกษาที่ผลิตบุคลากรที่มีความรู้ในด้านอุตสาหกรรมไม่มากนัก เนื่องจากอุตสาหกรรมไม่ใช่อุตสาหกรรมใหม่ที่ยังไม่มีการเรียนการสอนมากนักโดยเฉพาะการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ การสอนจะเป็นการสอนแบบ On the job training มากกว่า			
Leading			
1. เนื่องจากจังหวัดเชียงใหม่ยังขาดความชัดเจนในเรื่องของการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ ทำให้หน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องยังไม่สามารถกำหนดรูปแบบการบริหารจัดการในการพัฒนาธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ ได้อย่างเต็มรูปแบบ			
2. ความร่วมมือและการสนับสนุนจากภาครัฐในการประชาสัมพันธ์ในประเทศไทยยังมีไม่มากนักทำให้โอกาสของประเทศไทยจะชนะหรือได้รับการประชาสัมพันธ์ในการจัดประชุมมีน้อย			
Controlling			
1. การเมืองมีผลต่อการประเมินผลการปฏิบัติงานของธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการเนื่องจากความไม่แน่นอนในเรื่องของนโยบายและแนวทางปฏิบัติของรัฐ			
2. ลูกค้าบางกลุ่มยังไม่นิยมหรือใช้ระบบสังคมออนไลน์ เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ ทำให้ยังขาดโอกาสในการประเมินจากลูกค้าในกลุ่มนี้			

ท่านคิดว่าเชียงใหม่เหมาะสมกับธุรกิจใดมากที่สุด	ระดับความสำคัญ		
	มาก	ปานกลาง	น้อย
1. ธุรกิจการจัดประชุม (Meeting)			
2. ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentives travels)			
3. ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ (Convention)			
4. ธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibition)			





**แบบสอบถามระดับการมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนกลยุทธ์
การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่
งานวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่”**

คำชี้แจงประกอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 1 แบบสอบถามนี้ใช้รวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของจังหวัดเชียงใหม่ โดยแบบสอบถามมีทั้งหมด 3 หัวข้อ คือ 1) ระดับการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน 2) ระดับการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ 3) ระดับการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์

ตอนที่ 2 การเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ เป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งของการศึกษาระดับปรัชญาคุษฎีบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ข้อมูลดังกล่าวจะถูกเก็บไว้เป็นความลับและผลของข้อมูลจะวิเคราะห์ในภาพรวม ทั้งนี้จะนำมาใช้ประโยชน์เพื่อวิจัยเท่านั้น

ขอขอบพระคุณล่วงหน้าสำหรับความร่วมมือในการกรอกแบบสอบถามชุดนี้ และเสียสละเวลาอันมีค่าของท่าน

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน ☐ ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

1. เพศ

☐ 1. ชาย

☐ 2. หญิง

2. อายุ ปี (เกิน 6 เดือน ให้นับเป็น 1 ปี)

3. ประสบการณ์ทำงานในการทำงาน ปี (เกิน 6 เดือน ให้นับเป็น 1 ปี)

ระดับการมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนยุทธศาสตร์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่

การมีส่วนร่วม	ระดับการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน					
1. สนับสนุนกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ในรูปแบบของเงิน					
2. สนับสนุนกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ในรูปแบบของบุคลากร					
3. สนับสนุนกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ในรูปแบบของทรัพยากรอื่นๆ					
4. เข้าร่วมกิจกรรม Road show ในประเทศ กับผู้ประกอบการธุรกิจไมซ์และหน่วยงานของรัฐ					
5. เข้าร่วมกิจกรรม Road show ในต่างประเทศ กับผู้ประกอบการธุรกิจไมซ์และหน่วยงานของรัฐ					
6. เข้าร่วมสัมมนาในหัวข้อที่เกี่ยวกับธุรกิจไมซ์					
7. เข้าร่วมกิจกรรมประชาสัมพันธ์ธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง					
8. เข้าร่วมฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะความรู้ในวิชาชีพไมซ์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง					
9. เป็นสมาชิกของสมาคมหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่					
10.					
11.					
การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ					
1. รับรู้ข่าวสารธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง					
2. แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในกลุ่มผู้ทำงานในธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่					
3. พุดคุยแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารในกลุ่มผู้ทำงานในธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่					
4. แนะนำชักชวนผู้ที่เกี่ยวข้องหรือสนใจเข้าร่วมเครือข่ายความร่วมมือด้านธุรกิจไมซ์					
5. จัดเตรียมแผนแม่บทในการพัฒนาธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่					

การมีส่วนร่วม	ระดับการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
6. ร่วมประชุมเพื่อกำหนดขอบเขต ขั้นตอนและวิธีการดำเนินการในการจัดทำแผนแม่บทในการพัฒนาธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่					
7. ร่วมประชุมเพื่อแบ่งหน้าที่รับผิดชอบในการพัฒนาธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่					
8. วางแผนเพื่อดำเนินกิจกรรมในการพัฒนาธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่					
9. ร่วมพิจารณากำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมกับธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่					
10. ร่วมจัดตั้ง CVB (Convention & Visitor Bureau) ของจังหวัดเชียงใหม่					
11.					
12.					
การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์					
1. ด้านการบริหารจัดการ					
- ส่งเสริมการตลาด / ประชาสัมพันธ์ ธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่					
- พัฒนาสื่อต่างๆ เช่น website , Brochure , Meeting Package					
- ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจไมซ์กับคนในพื้นที่					
- การบูรณาการของหน่วยงานรัฐและเอกชน					
2. ด้านการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกและ โครงสร้างพื้นฐาน					
- การพัฒนาสถานที่จัดงาน (venue)					
- การพัฒนาและปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกรอบเมืองเชียงใหม่					
- การปรับปรุงโครงข่ายระบบสารสนเทศ					
- การพัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานรอบเมืองเชียงใหม่					

การมีส่วนร่วม	ระดับการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
3. ด้านการปรับปรุงระบบ Logistic					
- การพัฒนาปรับปรุงโครงข่ายขนส่งมวลชนรอบเมืองเชียงใหม่					
- การพัฒนาระบบคมนาคมขนส่งทั้งระบบราง อากาศ และทางถนน ของจังหวัดเชียงใหม่					
- การปรับปรุงป้ายบอกทางที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว สถานที่ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่					
- การพัฒนาระบบโครงข่ายถนนระหว่างจังหวัด					
- การพัฒนาโครงการรถไฟความเร็วสูง เชียงใหม่- กรุงเทพฯ					
- การพัฒนาเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการบินระหว่างประเทศใน GMS และ AEC					
4. ด้านการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการและบุคลากรในธุรกิจไมซ์					
- การพัฒนาและส่งเสริมการสร้างศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่					
- การพัฒนาฐานข้อมูลของผู้ประกอบการธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่					
- การพัฒนาระบบมาตรฐานของผู้ประกอบการธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่					
- การพัฒนาบุคลากรในธุรกิจไมซ์					
5.					
6.					



ตารางผนวก 1 ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของศักยภาพในด้านความปลอดภัยของกลุ่มสถานที่
จัดงานประชุมและผู้รับงานประชุม ผู้รับจัดงานมืออาชีพ ผู้รับจัดงานนิทรรศการ

ศักยภาพด้านความปลอดภัย	ค่าความเชื่อมั่นของ เครื่องมือ (Alpha ; α)
1. สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน ในจังหวัดเชียงใหม่มีมาตรการในการ รักษาความปลอดภัยให้กับผู้เข้าประชุม ผู้เข้าร่วมงาน ผู้จัดงาน จากอันตรายที่อาจ เกิดขึ้น	0.978
2. สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน ในจังหวัดเชียงใหม่มีการเตรียม เส้นทางหนีภัย หรือแผนอพยพผู้เข้าประชุม ผู้เข้าร่วมงาน ผู้จัดงาน ออกจากแหล่งที่ เกิดเหตุฉุกเฉิน เช่น ไฟไหม้	0.978
3. สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน ในจังหวัดเชียงใหม่มีการฝึกอบรม พนักงาน / เจ้าหน้าที่ของสถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน ให้ปฏิบัติ ตามมาตรการรักษาความปลอดภัยอย่างเคร่งครัด และมีความพร้อมในการรับมือกับ เหตุฉุกเฉินอยู่ตลอดเวลา	0.978
4. สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน ในจังหวัดเชียงใหม่มีจำนวน เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยเพียงพอ	0.978
5. อุปกรณ์ต่างๆ ที่ให้บริการในสถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน ต้อง เป็นวัสดุที่แข็งแรง สะอาด อยู่ในสภาพที่ดีไม่ชำรุด	0.978
6. สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน ในจังหวัดเชียงใหม่มีอุปกรณ์ที่แสดง ถึงข้อความ ระเบียบปฏิบัติ แผ่นป้าย เพื่อแจ้งเตือนผู้เข้าร่วมประชุม ผู้เข้าร่วมงาน ผู้ จัดงานถึงการปฏิบัติที่เหมาะสมเมื่อเข้ามาในสถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่ จัดงาน	0.978
7. สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน ในจังหวัดเชียงใหม่มีระบบสื่อสาร สำหรับติดต่อขอความช่วยเหลือในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉินที่มีประสิทธิภาพ	0.978
8. สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน ในจังหวัดเชียงใหม่มีอุปกรณ์และ เครื่องมือบรรเทาสาธารณภัยที่เพียงพอและอยู่ในสภาพที่ใช้งานได้ดี เช่น ถัง ดับเพลิง	0.978
9. สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน ในจังหวัดเชียงใหม่มีอุปกรณ์ปฐม พยาบาลขั้นพื้นฐานที่อยู่ในสภาพที่ใช้งานได้ดี	0.978
10. สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน ในจังหวัดเชียงใหม่มีการวางระบบ และตรวจสอบความปลอดภัยของอุปกรณ์ต่างๆ ที่ให้บริการในสถานที่ประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน เช่น สัญญาณเตือนภัย เครื่องมือบรรเทาสาธารณภัย อุปกรณ์ปฐมพยาบาล	0.978

ตารางผนวก 2 ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของศักยภาพในด้านความคุ้มค่าของกลุ่มสถานที่จัดงานประชุมและผู้รับงานประชุม ผู้รับจัดงานมืออาชีพ ผู้รับจัดงานนิทรรศการ

ศักยภาพด้านความคุ้มค่า	ค่าความเชื่อมั่นของ เครื่องมือ (Alpha ; α)
1. การจัดประชุม นิทรรศการ การจัดงาน นานาชาติ ในจังหวัดเชียงใหม่เป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ในการเป็นเมืองแห่งไมซ์ให้แก่จังหวัดเชียงใหม่	0.978
2. การจัดประชุม นิทรรศการ การจัดงาน นานาชาติ ในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นการประชาสัมพันธ์ให้แก่จังหวัดเชียงใหม่ และนำไปสู่แรงจูงใจให้ผู้เข้าร่วมประชุม นิทรรศการ ผู้เข้าร่วมงาน เดินทางกลับมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ อีกครั้งหรือมีการบอกต่อไปยังเพื่อน ชุมชน	0.978
3. การจัดประชุม นิทรรศการ การจัดงานในจังหวัดเชียงใหม่จะนำมาซึ่งเม็ดเงินที่จะหมุนเวียนในจังหวัดเชียงใหม่กับผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อม	0.978
4. การจัดประชุม นิทรรศการ การจัดงาน ในจังหวัดเชียงใหม่ จะนำประโยชน์ให้แก่คนในท้องถิ่นจากการสนับสนุนและลงทุนของรัฐ เช่น สาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ	0.978
5. การจัดประชุม นิทรรศการ การจัดงานในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นการสนับสนุนให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมและส่งเสริมภูมิปัญญาในท้องถิ่น เช่น การนำของในท้องถิ่นมาขายในงาน	0.979
6. การจัดประชุม นิทรรศการ การจัดงาน นานาชาติ เป็นการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ เรียนรู้ และพัฒนาวิทยาการใหม่ๆ แนวคิดใหม่ๆ จากกิจกรรมการจัดประชุม นิทรรศการ จัดงาน นานาชาติ อันเป็นแรงกระตุ้นให้มีการพัฒนาศักยภาพบุคลากรในท้องถิ่นต่อไปในอนาคต	0.979
7. การจัดประชุม นิทรรศการ การจัดงาน นานาชาติ ในจังหวัดเชียงใหม่จะกระตุ้นให้คนในท้องถิ่นเกิดการหางานและรักษาสภาพสิ่งแวดล้อมที่ดี ซึ่งจะไปสู่การพิจารณาตัดสินใจของผู้จัดประชุม นิทรรศการ ผู้จัดงานที่จะเลือกจังหวัดเชียงใหม่เป็นสถานที่จัดประชุม นิทรรศการ การจัดงาน ในอนาคต	0.978

ตารางผนวก 3 ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของศักยภาพในการจัดการบุคลากรของกลุ่มสถานที่
จัดงานประชุมและผู้รับงานประชุม ผู้รับจัดงานมืออาชีพ ผู้รับจัดงานนิทรรศการ

ศักยภาพด้านการจัดการบุคลากร	ค่าความเชื่อมั่นของ เครื่องมือ (Alpha ; α)
1. สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน มีบุคลากรในระดับบริหารที่มีทักษะ ความสามารถในการดำเนินงานในการจัดประชุม นิทรรศการ การจัดงาน ในระดับ นานาชาติ	0.978
2. สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน บริษัทรับจัดงานประชุม นิทรรศการ จัด งานมืออาชีพ ในจังหวัดเชียงใหม่มีบุคลากรที่มีทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษ	0.978
3. สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน บริษัทรับจัดงานประชุม นิทรรศการ จัด งานมืออาชีพ ในจังหวัดเชียงใหม่มีบุคลากรที่มีทักษะในการใช้ภาษาต่างประเทศไม่ น้อยกว่า 2 ภาษา	0.977
4. ศักยภาพการบริการของบุคลากรผู้ให้บริการ ณ สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่ จัดงานในจังหวัดเชียงใหม่	0.977

ตารางผนวก 4 ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของศักยภาพในการจัดการด้านข้อมูลของกลุ่ม
สถานที่จัดงานประชุมและผู้รับงานประชุม ผู้รับจัดงานมืออาชีพ ผู้รับจัดงาน
นิทรรศการ

ศักยภาพด้านการจัดการด้านข้อมูล	ค่าความเชื่อมั่นของ เครื่องมือ (Alpha ; α)
1. มีเว็บไซต์และฐานข้อมูลด้านธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ ที่ใช้โปรแกรมที่ทันสมัย และรวดเร็วในการใช้งาน	0.978
2. มีรายละเอียดข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจไมซ์ทั้งหมด เช่น สถานที่จัดงานธุรกิจไมซ์ บริษัทผู้ จัดประชุม นิทรรศการ บริษัทรับจัดงานมืออาชีพ บริษัทนำเที่ยว บริษัทขนส่ง สายการบิน บิน สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ในสื่อต่างๆ เช่น เว็บไซต์ แผ่นพับ วิดีโอ เป็นต้น	0.977
3. รายละเอียดของข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจไมซ์ที่เผยแพร่ทางสื่อและเจ้าหน้าที่ให้บริการ ข้อมูลควรมีการนำเสนอข้อมูลเป็นภาษาต่างประเทศอย่างน้อยหนึ่งภาษา	0.978
4. มีเว็บไซต์ฐานข้อมูลของภาครัฐและภาคเอกชนที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินกิจกรรม การจัดธุรกิจไมซ์ เช่น ข้อมูลการจัดประชุมนานาชาติทั่วโลก แนวโน้มผลประกอบการ ของแต่ละอุตสาหกรรม ข้อมูลด้านการส่งเสริมการตลาดที่จัดขึ้นหรือกิจกรรมต่างๆ เป็นต้น ที่สะดวกและง่ายต่อการหาข้อมูลและมีความเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน	0.978
5. ข้อมูลด้านธุรกิจไมซ์ ที่นำเสนอในสื่อต่างๆ เป็นข้อมูลที่มีทันสมัย	0.978
6. การประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจไมซ์ให้แก่คนในท้องถิ่น	0.978

ตารางผนวก 5 ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของศักยภาพในการจัดการด้านสถานที่จัดงานของกลุ่มสถานที่จัดงานประชุมและผู้รับงานประชุม ผู้รับจัดงานมีอาชีพ ผู้รับจัดงานนิทรรศการ

ศักยภาพในการจัดการด้านสถานที่จัดงาน	ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Alpha ; α)
1. สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงานในจังหวัดเชียงใหม่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะคน	0.978
2. มีเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ณ สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน ที่มีความรู้เป็นอย่างดี มีอัตราค่าจ้าง และสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้พอสมควร	0.978
3. มีจำนวนบุคลากรด้านการบริการเพียงพอ ณ สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน	0.978
4. สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน มีการออกแบบและก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	0.978
5. สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน มีการจัดการด้านสิ่งก่อสร้างและสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานและมีความเหมาะสมกลมกลืนกับสภาพพื้นที่	0.978
6. สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน มีการจัดการขยะมูลฝอยที่ถูกหลักสุขาภิบาล เช่น มีอุปกรณ์รองรับขยะที่อยู่ในสภาพดี สะอาด เพียงพอและไม่มีขยะตกค้าง	0.978
7. สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน มีการจัดระบบการทิ้งขยะที่มีการแยกประเภทขยะ และมีการนำเทคนิคเรื่อง reuse และ recycling มาใช้ในการจัดการขยะ	0.978
8. สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน มีการบำบัดน้ำเสียก่อนปล่อยลงสู่แหล่งน้ำใกล้เคียง หรือมีการเชื่อมต่อกับน้ำทิ้งไปยังระบบบำบัดน้ำเสียส่วนกลางในพื้นที่	0.978
9. สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน มีเจ้าหน้าที่รับผิดชอบดูแลรักษาความสะอาดของสถานที่และอำนวยความสะดวกในพื้นที่ เช่น ห้องน้ำ พื้นที่สาธารณะ	0.978
10. คุณภาพ เสียง น้ำ อากาศ ในสถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน ต้องอยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน ไม่ทำให้เกิดอันตรายแก่ผู้เข้าร่วมประชุม ผู้เข้าร่วมงาน และไม่ก่อให้เกิดความรำคาญ	0.978
11. ในสถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน มีการจัดการคุณภาพอากาศและเสียงที่มีประสิทธิภาพ เช่น มีการจัดสรรที่สำหรับจอดรถที่เป็นสัดส่วน เพื่อป้องกันผลกระทบทางเสียงและอากาศ หรือมีบริการเช่าสามล้อถีบ รถกอล์ฟ จักรยานสำหรับที่จอดรถภายในสถานที่ประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน	0.978
12. สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน มีมาตรการต่างๆ ในการประหยัดทรัพยากรน้ำและไฟฟ้า รวมทั้งมีการดำเนินการในการอนุรักษ์ทรัพยากร เช่น การใช้วัสดุอุปกรณ์ที่ช่วยประหยัดพลังงาน เป็นต้น	0.978
13. สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน มีการสนับสนุนให้มีการใช้ทรัพยากรและพลังงานอย่างเหมาะสมตามความจำเป็นและตามขนาดของพื้นที่และกิจกรรม	0.978
14. สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน มีกิจกรรมรณรงค์ ปลูกจิตสำนึกในการรักษาความสะอาดภายในสถานที่ประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน สำหรับผู้เข้าร่วมประชุม ผู้เข้าร่วมงาน และเจ้าหน้าที่	0.978
15. สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน มีการให้ความรู้แก่ผู้เข้าร่วมประชุม ผู้เข้าร่วมงาน ผู้จัดงานและเจ้าหน้าที่ในด้านการประหยัดพลังงาน และการกำจัดของเสียอย่างถูกวิธี	0.978

ตารางผนวก 6 ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของศักยภาพในด้านการจัดการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของกลุ่มสถานที่จัดงานประชุมและผู้รับงานประชุม ผู้รับจัดงานมืออาชีพ ผู้รับจัดงานนิทรรศการ

ศักยภาพในการจัดการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ค่าความเชื่อมั่นของ เครื่องมือ (Alpha ; α)
1. สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงานในจังหวัดเชียงใหม่มีการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ ในการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เข้าประชุม นิทรรศการ ผู้เข้าร่วมงาน เช่น on-line advertising, online reservation , online registration, e-payment เป็นต้น	0.978
2. สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงานในจังหวัดเชียงใหม่มีความหลากหลายของห้องประชุมที่เหมาะสมกับจำนวนผู้เข้าประชุม ประเภทของงานและกิจกรรม	0.978
3. สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงานในจังหวัดเชียงใหม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำ โทรศัพท์ ความหลากหลายของภัตตาคารและประเภทของอาหาร	0.978
4. สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงานในจังหวัดเชียงใหม่มีการใช้อุปกรณ์การนำเสนอ / รองรับการประชุม การจัดงานที่ทันสมัยด้วยเทคโนโลยีระดับสูง	0.978
5. สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงานในจังหวัดเชียงใหม่มีขนาด จำนวนห้องและบรรยากาศรอบห้องประชุม ที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้จัดประชุม	0.978
6. สถานที่จัดนิทรรศการ ในจังหวัดเชียงใหม่มีสถานที่เก็บสินค้ารอการเข้า-ออก มีพื้นที่ความสูงของเพดานที่เหมาะสมกับการจัดแสดงนิทรรศการ / การแสดงสินค้านานาชาติ	0.978
7. จังหวัดเชียงใหม่ มีสถานที่ที่สามารถจัดนิทรรศการในระดับนานาชาติ	0.978
8. สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงานในจังหวัดเชียงใหม่มีห้องประสานงานสำหรับผู้จัดประชุม / ห้องรับรองสำหรับผู้บรรยาย หรือแขกคนสำคัญ	0.978
9. สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงานในจังหวัดเชียงใหม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้พิการ เช่น ห้องน้ำสำหรับผู้พิการ รถเข็น	0.978
10. สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงานในจังหวัดเชียงใหม่มีสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เข้าร่วมประชุม ผู้เข้าร่วมงาน เพียงพอ เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ ห้องน้ำ อินเทอร์เน็ต ลานจอดรถ	0.978
11. ภายในสถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงานในจังหวัดเชียงใหม่มีการบริการอื่นๆ ที่อำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เข้าประชุม นิทรรศการ ผู้เข้าร่วมงาน ผู้จัดการงาน เช่น ศูนย์ธุรกิจ บริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ บริการรถเช่าหรือลีมูซีน เคาน์เตอร์ประชาสัมพันธ์ เคาน์เตอร์บริการด้านท่องเที่ยว เป็นต้น	0.977

ตารางผนวก 7 ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของศักยภาพในการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมของกลุ่ม
สถานที่จัดงานประชุมและผู้รับงานประชุม ผู้รับจัดงานมืออาชีพ ผู้รับจัดงานนิทรรศการ

ศักยภาพในการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม	ค่าความเชื่อมั่นของ เครื่องมือ (Alpha ; α)
1. มีบริการร้านค้าที่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว	0.978
2. มีจำนวนภัตตาคาร / ร้านอาหารให้เลือกมาก มีความหลากหลายในรูปแบบ ระดับ ราคา และบรรยากาศ	0.979
3. มีที่พักหลายระดับและหลายรูปแบบ เช่น ที่พักในตัวเมือง ที่พักตากอากาศ (resort)	0.978
4. มีจำนวนร้านขายของที่ระลึกให้เลือกมาก มีความหลากหลายในรูปแบบ ระดับราคา และบรรยากาศ	0.978
5. มีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ทรัพยากรธรรมชาติ โบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรมและประเพณี	0.978
6. มีความหลากหลายของสิ่งดึงดูดใจประเภทบันเทิง เช่น โรงภาพยนตร์ ศูนย์การค้า สวนสนุก ศูนย์การแสดงศิลปะ สนามกีฬา เป็นต้น	0.978
7. มีความหลากหลายของกิจกรรมผจญภัย เช่น ขี่จักรยาน ปีนเขา ล่องแก่ง เดินป่า	0.979
8. มีความหลากหลายของกิจกรรมเสริมในการท่องเที่ยว เช่น สปา นวดแผนไทย บริการสอนทำอาหารไทย เป็นต้น	0.978
9. มีจำนวนบริษัทรถเช่าให้เลือกมาก รถที่ให้เช่ามีคุณภาพ ได้แก่ รถโดยสารบริการ นักท่องเที่ยว	0.978
10. มีบริษัทนำเที่ยวในท้องถิ่น (Tour Operator) ที่มีความเป็นมืออาชีพจำนวนมาก	0.978
11. มีระบบสาธารณูปโภค ที่เพียงพอต่อการให้บริการของนักท่องเที่ยวและเพื่อการใช้ ประโยชน์ในจังหวัดเชียงใหม่	0.978
12. มีโรงพยาบาลที่มีทันสมัย และมีคุณภาพได้มาตรฐานสากล	0.978
13. ทำอาภาศยานจังหวัดเชียงใหม่มีทำเลที่เหมาะสม เช่น ระยะห่างจากตัวเมืองและ พื้นที่เพียงพอที่จะรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากได้	0.978
14. การอำนวยความสะดวกของพิธีการตรวจคนเข้าเมืองและศุลกากรในท่าอากาศยาน จังหวัดเชียงใหม่มีคุณภาพและมีเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการบริการนักท่องเที่ยว จำนวนมาก	0.978
15. แหล่งท่องเที่ยวมีพื้นที่จอดรถที่เพียงพอสำหรับรองรับจำนวนรถที่เข้ามา โดยเฉพาะในช่วงที่มีนักท่องเที่ยวหนาแน่น	0.978
16. มีป้ายบอกทิศทางตามทางแยก เพื่อไปยังจุดท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งอยู่ภายในแหล่ง ท่องเที่ยว รวมทั้งป้ายแสดงแผนที่ภายในแหล่งท่องเที่ยว	0.978
17. มีการให้บริการห้องสุขาที่เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว ณ จุดให้บริการ ฯ และแหล่งท่องเที่ยว ที่อยู่ในสภาพดี ไม่ชำรุด ถูกหลักสุขาภิบาล แยกเป็นสัดส่วน สำหรับเพศ ชาย-หญิง โดยมีข้อความหรือสัญลักษณ์ชัดเจน	0.978

ตารางผนวก 7 (ต่อ)

ศักยภาพในการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม	ค่าความเชื่อมั่นของ เครื่องมือ (Alpha ; α)
18. มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ เช่น ห้องน้ำสำหรับผู้พิการ รถเข็น มีบริการ เส้นทางสำหรับผู้พิการในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น	0.977
19. ระบบการสื่อสารโทรคมนาคมภายในจังหวัดเชียงใหม่มีประสิทธิภาพ	0.978
20. มีความสะดวกของจราจร หมายถึง เส้นทางที่ไปยังสถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน ภายในจังหวัดเชียงใหม่ มีระดับความหนาแน่นและความแออัดของ การจราจรต่ำ	0.977
21. สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน ในจังหวัดเชียงใหม่ มีความใกล้ชุม ทางคมนาคม เช่น สถานีรถไฟ สถานีรถโดยสาร	0.978
22. ระบบการบริหารจัดการระบบขนส่งมวลชนในพื้นที่เมืองมีความ สะดวก มี ความหลากหลาย	0.977
23. ระบบขนส่งมายังจังหวัดเชียงใหม่ มีความหลากหลาย สะดวกรวดเร็ว	0.978

ตารางผนวก 8 ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของศักยภาพในด้านการจัดการด้านความร่วมมือของกลุ่มสถานที่จัดงานประชุมและผู้รับงานประชุม ผู้รับจัดงานมืออาชีพ ผู้รับจัดงานนิทรรศการ

ศักยภาพในด้านความร่วมมือ	ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Alpha ; α)
1. มีความร่วมมือและการประสานงานระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ เช่น หน่วยงานของทางภาครัฐ ผู้ประกอบการธุรกิจไมซ์สมาคมต่างๆ ในอุตสาหกรรมไมซ์อย่างเข้มแข็ง	0.978
2. มีหน่วยงานกลางที่เป็นศูนย์กลางในการรวบรวมข้อมูลของทุกองค์กรที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ และอำนวยความสะดวกแก่ผู้ที่สนใจจัดงานประชุม นิทรรศการ การจัดงาน อย่างชัดเจนและมีเจ้าหน้าที่ประจำ ณ หน่วยงานกลาง	0.978
3. มีการจัดตั้งคณะทำงานโดยประกอบด้วยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในธุรกิจไมซ์เพื่อกำหนดนโยบาย เป้าหมาย ขั้นตอนการทำงาน เพื่อสร้างความเข้มแข็งและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้แก่ธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่	0.978
4. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของภาครัฐมีความรู้เข้าใจในธุรกิจไมซ์ในระดับที่ดี	0.978
5. การสนับสนุนงบประมาณจากภาครัฐเกี่ยวกับธุรกิจไมซ์อยู่ในระดับที่ดี	0.978

ตารางผนวก 9 ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของศักยภาพในด้านความปลอดภัยของบริษัทรับ
จัดการท่องเที่ยว

ศักยภาพด้านความปลอดภัย	ค่าความเชื่อมั่นของ เครื่องมือ (Alpha ; α)
1. ที่พักแรม	
1. มีมาตรการในการรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว จากอันตรายที่อาจเกิดขึ้นในโรงแรม เช่น พื้นที่บางส่วนที่อยู่ในการก่อสร้างมีแผนป้องกันภัยและการรับมือกับเหตุฉุกเฉิน	0.925
2. ภายในโรงแรมมีการเตรียมเส้นทางหนีภัย หรือแผนอพยพนักท่องเที่ยวออกจากแหล่งที่เกิดเหตุฉุกเฉิน เช่น ไฟไหม้	0.924
3. โรงแรมมีการฝึกอบรมพนักงานให้ปฏิบัติตามมาตรการรักษาความปลอดภัยอย่างเคร่งครัด และมีความพร้อมในการรับมือกับเหตุฉุกเฉินอยู่ตลอดเวลา	0.925
4. ภายในโรงแรมมีอุปกรณ์และเครื่องมือบรรเทาสาธารณภัยที่เพียงพอและอยู่ในสภาพที่ใช้งานได้ดี เช่น ถังดับเพลิง	0.925
5. มีอุปกรณ์ที่แสดงถึงข้อความ ระบียบปฏิบัติ แผ่นป้าย เพื่อแจ้งเตือนนักท่องเที่ยวถึงการปฏิบัติที่เหมาะสมเมื่อเข้ามาในโรงแรม	0.924
2. แหล่งท่องเที่ยว เช่น ปางช้าง	
1. มีมาตรการในการรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว จากอันตรายที่อาจเกิดขึ้นในปางช้าง เช่น พื้นที่บางส่วนที่อยู่ในการก่อสร้างมีแผนป้องกันภัยและการรับมือกับเหตุฉุกเฉิน	0.925
2. ปางช้างมีการเตรียมเส้นทางหนีภัย หรือแผนอพยพนักท่องเที่ยวออกจากแหล่งที่เกิดเหตุฉุกเฉิน เช่น ไฟไหม้	0.926
3. ภายในบริเวณปางช้างมีระบบสื่อสารสำหรับติดต่อขอความช่วยเหลือในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉินที่มีประสิทธิภาพ	0.926
4. ปางช้างมีการฝึกอบรมพนักงานให้ปฏิบัติตามมาตรการรักษาความปลอดภัยอย่างเคร่งครัด และมีความพร้อมในการรับมือกับเหตุฉุกเฉินอยู่ตลอดเวลา	0.925
5. ภายในปางช้างมีอุปกรณ์และเครื่องมือบรรเทาสาธารณภัยที่เพียงพอและอยู่ในสภาพที่ใช้งานได้ดี เช่น ถังดับเพลิง	0.926
3. ร้านอาหาร/ภัตตาคาร	
1. มีมาตรการในการรักษาความปลอดภัยให้กับลูกค้า จากอันตรายที่อาจเกิดขึ้นในร้านอาหาร/ภัตตาคาร เช่น พื้นที่บางส่วนที่อยู่ในการก่อสร้างมีแผนป้องกันภัยและการรับมือกับเหตุฉุกเฉิน	0.926
2. ร้านอาหาร / ภัตตาคาร มีการเตรียมเส้นทางหนีภัย หรือแผนอพยพลูกค้าออกจากแหล่งที่เกิดเหตุฉุกเฉิน เช่น ไฟไหม้	0.926

ตารางผนวก 9 (ต่อ)

ศักยภาพด้านความปลอดภัย	ค่าความเชื่อมั่นของ เครื่องมือ (Alpha ; α)
3. ร้านอาหาร / ภัตตาคาร มีการฝึกอบรมพนักงานให้ปฏิบัติตามมาตรการรักษาความปลอดภัยอย่างเคร่งครัด และมีความพร้อมในการรับมือกับเหตุฉุกเฉินอยู่ตลอดเวลา	0.926
4. ภายในร้านอาหาร / ภัตตาคารมีอุปกรณ์และเครื่องมือบรรเทาสาธารณภัยที่เพียงพอและอยู่ในสภาพที่ใช้งานได้ดี เช่น ถังดับเพลิง	0.926
5. มีอุปกรณ์ที่แสดงถึงข้อความ ระเบียบปฏิบัติ แผ่นป้าย เพื่อแจ้งเตือนลูกค้าถึงการปฏิบัติที่เหมาะสมเมื่อเข้ามาในร้านอาหาร / ภัตตาคาร	0.926
4. ร้านขายของที่ระลึก เช่น ร้านจิ๋วเวอร์รี่	
1. มีมาตรการในการรักษาความปลอดภัยให้กับลูกค้า จากอันตรายที่อาจเกิดขึ้นในร้านขายของที่ระลึก เช่น พื้นที่บางส่วนที่อยู่ในการก่อสร้างมีแผนป้องกันภัยและการรับมือกับเหตุฉุกเฉิน	0.925
2. ร้านขายของที่ระลึกมีการเตรียมเส้นทางหนีภัย หรือแผนอพยพลูกค้าออกจากแหล่งที่เกิดเหตุฉุกเฉิน เช่น ไฟไหม้	0.925
3. ร้านขายของที่ระลึกมีการฝึกอบรมพนักงานให้ปฏิบัติตามมาตรการรักษาความปลอดภัยอย่างเคร่งครัด และมีความพร้อมในการรับมือกับเหตุฉุกเฉินอยู่ตลอดเวลา	0.925
4. ภายในร้านขายของที่ระลึกมีอุปกรณ์และเครื่องมือบรรเทาสาธารณภัยที่เพียงพอและอยู่ในสภาพที่ใช้งานได้ดี เช่น ถังดับเพลิง	0.926
5. มีอุปกรณ์ที่แสดงถึงข้อความ ระเบียบปฏิบัติ แผ่นป้าย เพื่อแจ้งเตือนลูกค้าถึงการปฏิบัติที่เหมาะสมเมื่อเข้ามาในร้านขายของที่ระลึก	0.925
5. การคมนาคมขนส่ง	
1. รถโดยสารบริการนักท่องเที่ยว เช่น รถโค้ช ในจังหวัดเชียงใหม่มีมาตรการในการรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวจากอันตรายที่อาจเกิดขึ้น เช่น มีอุปกรณ์ที่แสดงถึงข้อความ ระเบียบปฏิบัติ แผ่นป้าย เพื่อแจ้งเตือนนักท่องเที่ยวถึงการปฏิบัติที่เหมาะสมระหว่างนั่งบนรถโดยสารบริการนักท่องเที่ยว	0.926
2. คนขับรถโดยสารบริการนักท่องเที่ยว ในจังหวัดเชียงใหม่ได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับการปฏิบัติตามมาตรการรักษาความปลอดภัยอย่างเคร่งครัด และมีความพร้อมในการรับมือกับเหตุฉุกเฉินอยู่ตลอดเวลา	0.927
3. รถโดยสารสาธารณะภายในจังหวัดเชียงใหม่ เช่น รถสี่ล้อแดง มีมาตรการในการรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวจากอันตรายที่อาจเกิดขึ้น เช่น มีอุปกรณ์ที่แสดงถึงข้อความ ระเบียบปฏิบัติ แผ่นป้าย เพื่อแจ้งเตือนนักท่องเที่ยวถึงการปฏิบัติที่เหมาะสมระหว่างนั่งบนรถโดยสารสาธารณะ	0.926

ตารางผนวก 9 (ต่อ)

ศักยภาพด้านความปลอดภัย	ค่าความเชื่อมั่นของ เครื่องมือ (Alpha ; α)
4. คนขับรถโดยสารสาธารณะภายในจังหวัดเชียงใหม่ได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับการปฏิบัติตามมาตรการรักษาความปลอดภัยอย่างเคร่งครัด และมีความพร้อมในการรับมือกับเหตุฉุกเฉินอยู่ตลอดเวลา	0.927
5. เรือท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เช่น เรือล่องแม่น้ำปิง มีมาตรการในการรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวจากอันตรายที่อาจเกิดขึ้น เช่น มีอุปกรณ์ที่แสดงถึงข้อความ ระเบียบปฏิบัติ แผ่นป้าย เพื่อแจ้งเตือนนักท่องเที่ยวถึงการปฏิบัติที่เหมาะสมระหว่างนั่งบนเรือ	0.927
6. คนขับเรือท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับการปฏิบัติตามมาตรการรักษาความปลอดภัยอย่างเคร่งครัด และมีความพร้อมในการรับมือกับเหตุฉุกเฉินอยู่ตลอดเวลา	0.925

ตารางผนวก 10 ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของศักยภาพในด้านความคุ้มค่าของบริษัทรับจัดการท่องเที่ยว

ศักยภาพด้านความคุ้มค่า	ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Alpha ; α)
1. การเข้ามาท่องเที่ยวแบบได้รางวัลในจังหวัดเชียงใหม่เป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ในการเป็นเมืองแห่งไมซ์ (MICE CITY) ให้แก่จังหวัดเชียงใหม่	0.924
2. การเข้ามาท่องเที่ยวแบบได้รางวัลของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นการประชาสัมพันธ์ให้แก่จังหวัดเชียงใหม่ และนำไปสู่แรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางกลับมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่อีกครั้งหรือมีการบอกต่อไปยังเพื่อนญาติ	0.924
3. การเข้ามาท่องเที่ยวแบบได้รางวัลของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จะนำมาซึ่งเม็ดเงินที่จะหมุนเวียนในจังหวัดเชียงใหม่แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อม	0.923
4. การเข้ามาท่องเที่ยวแบบได้รางวัลของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จะนำประโยชน์ให้แก่คนในท้องถิ่นจากการสนับสนุนและลงทุนของรัฐ เช่น สาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ	0.924
5. การเข้ามาท่องเที่ยวแบบได้รางวัลของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นการสนับสนุนให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมและส่งเสริมภูมิปัญญาในท้องถิ่น เช่น การนำของในท้องถิ่นมาขายในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ	0.925
6. การเข้ามาท่องเที่ยวแบบได้รางวัลของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ เรียนรู้ วัฒนธรรมและพัฒนาวิชาการใหม่ๆ แนวคิดใหม่ๆ จากกิจกรรมการท่องเที่ยว อันเป็นแรงกระตุ้นให้มีการพัฒนาศักยภาพบุคลากรในท้องถิ่นต่อไปในอนาคต เช่น การอบรมภาษาต่างประเทศให้คนในท้องถิ่น	0.924
7. การที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จะกระตุ้นให้คนในท้องถิ่นเกิดการหางานและรักษาสภาพสิ่งแวดล้อมที่ดี ซึ่งจะนำไปสู่การพิจารณาตัดสินใจของผู้จัดโปรแกรมการท่องเที่ยวที่จะเลือกจังหวัดเชียงใหม่เป็นส่วนหนึ่งในโปรแกรมการท่องเที่ยว	0.924

ตารางผนวก 11 ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของศักยภาพในการจัดการบุคลากรของ
บริษัทรับจัดการท่องเที่ยว

ศักยภาพด้านการจัดการบุคลากร	ค่าความเชื่อมั่นของ เครื่องมือ (Alpha ; α)
1. ที่พักแรม	
1. ศักยภาพด้านการใช้ภาษาต่างประเทศของพนักงานส่วนหน้าของโรงแรม	0.926
2. ความสามารถ ทักษะในงาน การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า ของพนักงานในโรงแรม	0.924
3. การบริการ การเอาใจใส่ อธิยาศัยไมตรี ของพนักงานในโรงแรม	0.923
2. แหล่งท่องเที่ยว เช่น ปางช้าง	
1. ศักยภาพด้านการใช้ภาษาต่างประเทศของพนักงานต้อนรับในปางช้าง	0.923
2. ความสามารถและทักษะของควาญช้าง	0.923
3. การบริการ อธิยาศัยไมตรีของพนักงานในปางช้าง	0.923
3. ร้านอาหาร/ภัตตาคาร	
1. ศักยภาพด้านการใช้ภาษาต่างประเทศของพนักงานเสิร์ฟในร้านอาหาร/ภัตตาคาร	0.926
2. ความสามารถ ทักษะในงาน การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า ของพนักงาน เสิร์ฟใน ร้านอาหาร/ภัตตาคาร	0.925
3. การบริการ การเอาใจใส่ อธิยาศัยไมตรี ของพนักงานเสิร์ฟในร้านอาหาร/ภัตตาคาร	0.925
4. ร้านขายของที่ระลึก เช่น ร้านขายจิวเออร์รี่	
1. ศักยภาพด้านการใช้ภาษาต่างประเทศของพนักงานขายของที่ระลึกในร้านจิวเออร์รี่	0.925
2. ความสามารถ ความรู้ในงาน การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า ของพนักงานขายในร้าน จิวเออร์รี่	0.926
3. การบริการ อธิยาศัยไมตรีของพนักงานในร้านจิวเออร์รี่	0.926
5. การคมนาคมขนส่ง	
1. ศักยภาพด้านการใช้ภาษาต่างประเทศของพนักงานขับรถโดยสารบริการ นักท่องเที่ยว เช่น รถโค้ช	0.928
2. ความสามารถและทักษะของพนักงานขับรถโดยสารบริการนักท่องเที่ยว	0.924
3. การบริการ อธิยาศัยไมตรีของพนักงานขับรถโดยสารบริการนักท่องเที่ยว	0.924
4. ศักยภาพด้านการใช้ภาษาต่างประเทศของพนักงานขับรถโดยสารสาธารณะ เช่น รถ สี่ล้อแดง ภายในจังหวัดเชียงใหม่	0.927
5. ความสามารถและทักษะของพนักงานขับรถโดยสารสาธารณะภายในจังหวัด เชียงใหม่	0.925

ตารางผนวก 11 (ต่อ)

ศักยภาพด้านการจัดการบุคลากร	ค่าความเชื่อมั่นของ เครื่องมือ (Alpha ; α)
6. การบริการ อีธยาชัยโมเดิร์นของพนักงานขับรถโดยสารสาธารณะภายในจังหวัด เชียงใหม่	0.925
7. ศักยภาพด้านการใช้ภาษาต่างประเทศของพนักงานขับรถท่องเที่ยว เช่น เรือล่อง แม่น้ำปิง	0.926
8. ความสามารถและทักษะของพนักงานขับรถท่องเที่ยว	0.925
9. การบริการ อีธยาชัยโมเดิร์นของพนักงานขับรถท่องเที่ยว	0.924

ตารางผนวก 12 ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของศักยภาพในด้านการจัดการด้านข้อมูลของ
บริษัทรับจัดการท่องเที่ยว

ศักยภาพด้านการจัดการด้านข้อมูล	ค่าความเชื่อมั่นของ เครื่องมือ (Alpha ; α)
1. มีรายละเอียดข้อมูลของจังหวัดเชียงใหม่ที่เป็นประโยชน์ต่อการจัดโปรแกรมการ ท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เช่น ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว แผนที่ของแหล่งท่องเที่ยว เส้นทางในการเดินทาง ระบบขนส่ง ข้อมูลของโรงแรม ในสื่อต่างๆ เช่น เว็บไซต์ แผ่นพับ วิดีโอ เป็นต้น	0.925
2. จังหวัดเชียงใหม่มีศูนย์บริการหรือมีการกำหนดพื้นที่เพื่อเป็นศูนย์บริการที่ให้ข้อมูล แหล่งท่องเที่ยวและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวหรือผู้ให้บริการธุรกิจ บริการนักท่องเที่ยว (Destination Management Company) อย่างชัดเจนและมี เจ้าหน้าที่ประจำ	0.924
3. มีเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ที่ประจำ ณ ศูนย์บริการ ที่มีความรู้เป็นอย่างดี มีอีธยาชัยดี และสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้พอสมควร	0.924
4. มีเว็บไซต์ฐานข้อมูลของภาครัฐและเอกชนที่เป็นประโยชน์ต่อการจัดโปรแกรมการ ท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เช่น ฐานข้อมูลบริษัทรับจัดงานมีอาชีพ แนวโน้มการ ท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ ข้อมูลด้านการส่งเสริมการตลาดที่จัดขึ้นหรือ กิจกรรมต่างๆ ที่จัดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ ที่สะดวกและง่ายต่อการหาข้อมูลและมี ความเชื่อมโยงกันและกัน	0.926
5. ข้อมูลของจังหวัดเชียงใหม่ที่นำเสนอในสื่อต่างๆ เป็นข้อมูลที่ทันสมัย	0.924
6. การประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจไมซ์ให้แก่คนในท้องถิ่น	0.926

ตารางผนวก 13 ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของศักยภาพในด้านสถานที่จัดงานของบริษัทรับจัดการท่องเที่ยว

ศักยภาพด้านการจัดการด้านสถานที่จัดงาน	ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Alpha ; α)
1. สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงานในจังหวัดเชียงใหม่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตน	0.925
2. มีเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ ณ สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงานที่มีความรู้เป็นอย่างดี มีอรรถาธิบาย และสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้พอสมควร	0.925
3. มีจำนวนบุคลากรด้านการบริการเพียงพอ ณ สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน	0.925
4. สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน มีการออกแบบและก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	0.926
5. สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน มีการจัดการด้านสิ่งก่อสร้างและสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานและมีความเหมาะสมกลมกลืนกับสภาพพื้นที่	0.925
6. สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน มีการจัดการขยะมูลฝอยที่ถูกต้องหลักสุขาภิบาล เช่น มีอุปกรณ์รองรับขยะที่อยู่ในสภาพดี สะอาด เพียงพอและไม่มีการคัดค้าน	0.926
7. สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน มีการจัดระบบการทิ้งขยะที่มีการแยกประเภทขยะ และมีการนำเทคนิคเรื่อง reuse และ recycling มาใช้ในการจัดการขยะ	0.926
8. สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน มีการบำบัดน้ำเสียก่อนปล่อยลงสู่แหล่งน้ำใกล้เคียง หรือมีการเชื่อมต่อท่อน้ำทิ้งไปยังระบบบำบัดน้ำเสียส่วนกลางในพื้นที่	0.926
9. สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน มีเจ้าหน้าที่รับผิดชอบดูแลรักษาความสะอาดของสถานที่และอำนวยความสะดวกในพื้นที่ เช่น ห้องน้ำ พื้นที่สาธารณะ	0.925
10. ในสถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน มีการจัดการคุณภาพอากาศและเสียงที่มีประสิทธิภาพ เช่น มีการจัดสรรที่สำหรับจอดรถที่เป็นสัดส่วน เพื่อป้องกันผลกระทบทางเสียงและอากาศ หรือมีบริการเช่าสามล้อถีบ รถกอล์ฟ จักรยานสำหรับเที่ยวชมภายในสถานที่ประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน	0.926
11. สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน มีมาตรการต่างๆ ในการประหยัดทรัพยากรน้ำและไฟฟ้า รวมทั้งมีการดำเนินการในการอนุรักษ์ทรัพยากร เช่น การใช้วัสดุอุปกรณ์ที่ช่วยประหยัดพลังงาน เป็นต้น	0.925
12. สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน มีการสนับสนุนให้มีการใช้ทรัพยากรและพลังงานอย่างเหมาะสมตามความจำเป็นและขนาดของพื้นที่และกิจกรรม	0.926
13. สถานที่จัดประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน มีกิจกรรมรณรงค์ ปลุกจิตสำนึกในการรักษาความสะอาดภายในสถานที่ประชุม นิทรรศการ สถานที่จัดงาน สำหรับผู้เข้าร่วมประชุม ผู้เข้าร่วมงาน และเจ้าหน้าที่	0.925

**ตารางผนวก 14 ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของศักยภาพในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของ
บริษัทบริหารจัดการท่องเที่ยว**

ศักยภาพด้านการจัดการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ค่าความเชื่อมั่นของ เครื่องมือ (Alpha ; α)
1. มีบริการร้านค้าที่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว	0.925
2. มีจำนวนภัตตาคาร/ร้านอาหารให้เลือกมาก มีความหลากหลายในรูปแบบ ระดับราคา และบรรยากาศ	0.923
3. มีที่พักหลายระดับและหลายรูปแบบ เช่น ที่พักในตัวเมือง ที่พักตากอากาศ (resort)	0.924
4. มีจำนวนร้านขายของที่ระลึกให้เลือกมาก มีความหลากหลายในรูปแบบ ระดับราคา และบรรยากาศ	0.923
5. มีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ทรัพยากรธรรมชาติ โบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรม และประเพณี	0.923
6. มีความหลากหลายของสิ่งดึงดูดใจประเภทบันเทิง เช่น โรงภาพยนตร์ ศูนย์การค้า สวนสนุก ศูนย์การแสดงศิลปะ สนามกีฬา เป็นต้น	0.925
7. มีความหลากหลายของกิจกรรมผจญภัย เช่น ขี่จักรยาน ปีนเขา ล่องแก่ง เดินป่า	0.924
8. มีความหลากหลายของกิจกรรมเสริมในการท่องเที่ยว เช่น สปา นวดแผนไทย บริการสอนทำอาหารไทย เป็นต้น	0.924
9. มีจำนวนบริษัทรถเช่าให้เลือกมาก รถที่ให้เช่ามีคุณภาพ ได้แก่ รถโดยสารบริการนักท่องเที่ยว	0.924
10. มีบริษัทนำเที่ยวในท้องถิ่น (Tour Operator) ที่มีความเป็นมืออาชีพจำนวนมาก	0.924
11. มีระบบสาธารณูปโภค ที่เพียงพอต่อการให้บริการของนักท่องเที่ยวและเพื่อการใช้ประโยชน์ในจังหวัดเชียงใหม่	0.924
12. มีโรงพยาบาลที่มีทันสมัย และมีคุณภาพได้มาตรฐานสากล	0.924
13. ทำอากาศยานจังหวัดเชียงใหม่มีทำเลที่เหมาะสม เช่น ระยะห่างจากตัวเมืองและพื้นที่เพียงพอที่จะรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากได้	0.924
14. การอำนวยความสะดวกของพิธีการตรวจคนเข้าเมืองและศุลกากรในท่าอากาศยานจังหวัดเชียงใหม่มีคุณภาพและมีเจ้าหน้าที่เพียงพอต่อการบริการนักท่องเที่ยวจำนวนมาก	0.923
15. แหล่งท่องเที่ยวมีพื้นที่จอดรถที่เพียงพอสำหรับรองรับจำนวนรถที่เข้ามา โดยเฉพาะในช่วงที่มีนักท่องเที่ยวหนาแน่น	0.924
16. มีป้ายบอกทิศทางตามทางแยก เพื่อไปยังจุดท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งอยู่ภายในแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งป้ายแสดงแผนที่ภายในแหล่งท่องเที่ยว	0.924
17. มีป้ายบอกทิศทางที่ชัดเจนจากที่จอดรถไปยังแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงป้ายที่แสดงถึงสถานที่จอดรถประเภทต่างๆ เช่น รถจักรยานยนต์ รถยนต์ รถทัวร์ และจุดสำหรับรับ-ส่งผู้โดยสาร เป็นต้น	0.925
18. มีการให้บริการห้องสุขาที่เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว ณ จุดบริการ ๗ และแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ในสภาพดี ไม่ชำรุด ถูกหลักสุขาภิบาล แยกเป็นสัดส่วนสำหรับเพศ ชาย-หญิง โดยมีข้อความหรือสัญลักษณ์ชัดเจน	0.924
19. มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ เช่น ห้องน้ำสำหรับผู้พิการ รถเข็น มีบริการเส้นทางสำหรับผู้พิการในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น	0.925
20. ระบบการสื่อสารโทรคมนาคมภายในจังหวัดเชียงใหม่มีประสิทธิภาพ	0.924

ตารางผนวก 15 ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของศักยภาพในด้านสิ่งแวดล้อมของบริษัทรับบ
จัดการท่องเที่ยว

ศักยภาพด้านการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม	ค่าความเชื่อมั่นของ เครื่องมือ (Alpha ; α)
1. แหล่งท่องเที่ยว	
ปางช้าง	
1. มีการบริหารจัดการที่ดี ทำให้ไม่มีผลกระทบต่อพื้นที่สงวนและพื้นที่อนุรักษ์	0.926
2. มีการดูแลสถานที่ไม่ให้เกิดความเสื่อมโทรม เช่น ไม่ทำให้เกิดปริมาณขยะและของเสียที่ขัดต่อทัศนียภาพ	0.924
3. มีจำนวนบุคลากรด้านการบริการเพียงพอต่อการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว	0.924
4. ภายในปางช้างมีการจัดการขยะมูลฝอยที่ถูกหลักสุขาภิบาล เช่น มีอุปกรณ์รองรับขยะที่อยู่ในสภาพดี สะอาด เพียงพอและไม่มีขยะตกค้าง	0.925
5. มีเจ้าหน้าที่รับผิดชอบดูแลรักษาความสะอาดของสถานที่และอำนวยความสะดวกในพื้นที่	0.924
สวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์	
1. มีการดูแลสถานที่ไม่ให้เกิดความเสื่อมโทรม เช่น ไม่ทำให้เกิดปริมาณขยะและของเสียที่ขัดต่อทัศนียภาพ	0.925
2. มีจำนวนบุคลากรด้านการบริการเพียงพอต่อการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว	0.923
3. ภายในสวนพฤกษศาสตร์ฯ มีการจัดการขยะมูลฝอยที่ถูกหลักสุขาภิบาล เช่น มีอุปกรณ์รองรับขยะที่อยู่ในสภาพดี สะอาด เพียงพอและไม่มีขยะตกค้าง	0.924
4. มีเจ้าหน้าที่รับผิดชอบดูแลรักษาความสะอาดของสถานที่และอำนวยความสะดวกในพื้นที่	0.924
5. ภายในสวนพฤกษศาสตร์ฯ มีการจัดการคุณภาพอากาศและเสียง เช่น มีการจัดสรรที่จอดรถที่เป็นสัดส่วน	0.924
วัดพระธาตุดอยสุเทพวรมหาวิหาร	0.924
1. มีการบริหารจัดการที่ดี ทำให้ไม่มีผลกระทบต่อพื้นที่สงวนและพื้นที่อนุรักษ์	0.925
2. มีการดูแลสถานที่ภายในวัดไม่ให้เกิดความเสื่อมโทรม เช่น ไม่ทำให้เกิดปริมาณขยะและของเสียที่ขัดต่อทัศนียภาพ	0.925
3. ภายในวัดมีการจัดการขยะมูลฝอยที่ถูกหลักสุขาภิบาล เช่น มีอุปกรณ์รองรับขยะที่อยู่ในสภาพดี สะอาด เพียงพอและไม่มีขยะตกค้าง	0.925
4. มีการจัดการด้านสิ่งก่อสร้างและสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานและมีความเหมาะสมกลมกลืนกับสภาพพื้นที่	0.924
5. ภายในวัดมีการจัดการคุณภาพอากาศและเสียง เช่น มีการจัดสรรที่จอดรถที่เป็นสัดส่วน	0.924

ตารางผนวก 16 ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นของศักยภาพในด้านความร่วมมือของปักษ์รับ
จัดการท่องเที่ยว

ศักยภาพในด้านความร่วมมือ	ค่าความเชื่อมั่นของ เครื่องมือ (Alpha ; α)
1. มีความร่วมมือและการประสานงานระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของธุรกิจไมซ์ ในจังหวัดเชียงใหม่ เช่น หน่วยงานของทางภาครัฐ ผู้ประกอบการธุรกิจไมซ์ สมาคมต่างๆ ในอุตสาหกรรมไมซ์อย่างเข้มแข็ง	0.958
2. มีหน่วยงานกลางที่เป็นศูนย์กลางในการรวบรวมข้อมูลของทุกองค์กรที่ เกี่ยวกับธุรกิจ ไมซ์ และอำนวยความสะดวกแก่ผู้ที่สนใจจัดงานประชุม นิทรรศการ การจัดงาน อย่างชัดเจนและมีเจ้าหน้าที่ประจำ ณ หน่วยงานกลาง	0.926
3. ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับ โปรแกรมการท่องเที่ยว (Supplier) ในจังหวัด เชียงใหม่มีการทำงานร่วมกันอย่างเข้มแข็ง	0.926
4. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของภาครัฐมีความรู้เข้าใจในธุรกิจไมซ์ในระดับที่ดี	0.926
5. การสนับสนุนงบประมาณจากภาครัฐเกี่ยวกับธุรกิจไมซ์อยู่ในระดับที่ดี	0.924

ตารางผนวก 17 ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นศักยภาพในการจัดประชุม

ศักยภาพในการจัดประชุม	ค่าความเชื่อมั่นของ เครื่องมือ (Alpha ; α)
ประเด็นที่เป็นจุดแข็ง (+)	
1. Planning	
1. จังหวัดเชียงใหม่มีความหลากหลายในเรื่องของแหล่งท่องเที่ยวทั้งธรรมชาติ ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	0.987
2. จังหวัดเชียงใหม่มีความพร้อมสำหรับธุรกิจการจัดประชุมและมีสถานที่จัดประชุมที่มี ศักยภาพและมีปริมาณเพียงพอต่อความต้องการ	0.987
3. การจัดประชุมในจังหวัดเชียงใหม่มีต้นทุนและค่าครองชีพที่ต่ำเมื่อเทียบกับจุดหมาย ปลายทางอื่นๆ	0.987
4. จังหวัดเชียงใหม่มีการกำหนดแผนกลยุทธ์ในการส่งเสริมธุรกิจการจัดประชุมเพื่อสร้าง ความเข้าใจกับบุคลากรที่เกี่ยวข้อง	0.987
5. มีการกำหนดแผนปฏิบัติงานทั้งระยะสั้น ระยะกลาง ระยะยาวอย่างชัดเจนในการ สนับสนุนธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่	0.987
6. นโยบายในการส่งเสริมธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่มีความชัดเจนและเป็น รูปธรรม	0.987
2. Organizing	
1. บุคลากรในจังหวัดเชียงใหม่มีศักยภาพในการจัดการธุรกิจการจัดประชุมเพียงพอที่จะ สามารถแข่งขันในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	0.987
2. จังหวัดเชียงใหม่มีบุคลากรที่มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจการจัดประชุมเป็นอย่างดี	0.987
3. บุคลากรในธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่มีทักษะการใช้ภาษาอังกฤษในการ สื่อสารเป็นอย่างดี	0.987
3. Leading	
1. องค์กรเอกชนมีนโยบายที่กระตุ้นหรือสนับสนุนบุคลากรในองค์กรได้มีประสิทธิภาพ มากกว่าองค์กรของรัฐ ทำให้สถานที่จัดประชุมของภาคเอกชนสามารถขับเคลื่อนไปได้ อย่างต่อเนื่อง	0.987
2. องค์กรของเอกชนมีการพัฒนาองค์ความรู้ในเรื่องการจัดประชุมอยู่เสมอ	0.987
3. ผู้บริการในองค์กรเอกชนมีความรู้ ประสบการณ์และทักษะที่ดีในการจัดการธุรกิจการจัด ประชุม	0.987
4. ผู้บริหารในองค์กรเอกชนสามารถให้คำปรึกษาแก่บุคลากรในองค์กรได้ในเวลาที่มีปัญหา ระหว่างการจัดประชุม	0.987

ตารางผนวก 17 (ต่อ)

ศักยภาพในการจัดการประชุม	ค่าความเชื่อมั่นของ เครื่องมือ (Alpha ; α)
4. Controlling	
1. องค์กรที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่ทั้งภาครัฐและเอกชนมีการประเมินองค์กรและบุคลากรอย่างมีประสิทธิภาพ	0.987
2. ในการประเมินผลจากปฏิบัติงานองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนมีตัวชี้วัดผลในการปฏิบัติงานอย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรม	0.987
ประเด็นที่เป็นจุดอ่อน (-)	
1. Planning	
1. ระบบ Logistics ในจังหวัดเชียงใหม่ยังไม่มีประสิทธิภาพ	0.987
2. จังหวัดเชียงใหม่ยังขาดการประชาสัมพันธ์ให้คนในท้องถิ่นได้รู้จัก เข้าใจและเห็นประโยชน์ของธุรกิจไมซ์	0.987
3. ธุรกิจการจัดประชุมยังไม่ให้ความสำคัญกับผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อมที่จะเกิดขึ้นจากการจัดประชุม	0.987
4. การบริหารแบบบูรณาการระหว่างองค์กรของรัฐและเอกชนยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร	0.987
5. จังหวัดเชียงใหม่ยังไม่มีหน่วยงานที่รับผิดชอบดูแลธุรกิจการจัดประชุม	0.987
6. งบประมาณที่สนับสนุนธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่ไม่ต่อเนื่อง	0.987
2. organize	
1. การอบรมให้ความรู้ให้แก่บุคลากรในด้านธุรกิจการจัดประชุมยังไม่มีอย่างต่อเนื่อง	0.987
2. องค์กรของรัฐที่กำกับดูแลธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ไม่มีการกำหนดโครงสร้างอย่างชัดเจนในการกำกับดูแลธุรกิจการจัดประชุม	0.987
3. ขาดการเตรียมความพร้อมทางด้านบุคลากรในด้านธุรกิจการจัดประชุมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	0.987
4. การอบรมให้ความรู้ให้แก่บุคลากรในด้านธุรกิจการจัดประชุมยังไม่มีอย่างต่อเนื่อง	0.987
3. Leading	
1. การทำงานขององค์กรของรัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์เป็นการทำงานที่เน้นการสนับสนุนมากกว่า เป็นการทำงานในเชิงรับมากกว่าเชิงรุก	0.987
2. องค์กรของรัฐยังยึดติดกับการทำงานตามสังกัด ทำให้การทำงานแบบบูรณาการยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร	0.987
3. ผู้บริหารในองค์กรของรัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ยังขาดความรู้ความเข้าใจในธุรกิจการจัดประชุม	0.987

ตารางภาคผนวก 17 (ต่อ)

ศักยภาพในการจัดประชุม	ค่าความเชื่อมั่นของ เครื่องมือ (Alpha ; α)
4. Controlling	
1. การประเมินผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นจากการจัดการประชุมยังไม่มีประสิทธิภาพ	0.987
2. องค์การส่วนใหญ่เป็นการประเมินผลการปฏิบัติงานแบบ “ทางเดียว” คือให้หัวหน้าประเมินลูกน้องฝ่ายเดียว ทำให้การประเมินนั้นไม่รอบด้าน	0.987
3. การประเมินผลในการปฏิบัติงานในแต่ละครั้งเป็นการประเมินจากผู้ประเมินภายนอก เช่น ประเมินความพึงพอใจของลูกค้า ไม่มีการประเมินจากความคิดเห็นของผู้ปฏิบัติงาน ประเด็นที่เป็นโอกาส (+)	0.987
1. Planning	
1. นโยบายของรัฐและองค์กรส่วนกลางที่ส่งเสริมให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นนครแห่งไมซ์ (MICE City)	0.987
2. นโยบายของรัฐช่วยส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่	0.987
3. การสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐในการส่งเสริมธุรกิจการจัดประชุม เช่น องค์กรบริหารส่วนจังหวัด มีการเชิญชวนให้หน่วยงานในท้องถิ่นมาจัดประชุมที่จังหวัดเชียงใหม่ สสพ.มีนโยบายที่จะจัดการประชุมที่จังหวัดเชียงใหม่ในปี 2556 มากขึ้น	0.987
4. ภาครัฐมีการกำหนดระเบียบที่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินกิจกรรมด้านธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่	0.987
2. Organizing	
1. การที่จังหวัดเชียงใหม่มีศูนย์ประชุมนานาชาติจะเป็นโอกาสที่ดีให้แก่บุคลากรของจังหวัดเชียงใหม่ในการที่จะเพิ่มทักษะความรู้ในการจัดการประชุม	0.987
2. การที่ภาครัฐมีการกระตุ้นให้มีการจัดประชุมสัมมนาในจังหวัดเชียงใหม่อย่างต่อเนื่องก็จะเป็นประโยชน์ให้แก่บุคลากรที่จะมีประสบการณ์ตรงมากขึ้น	0.987
3. นโยบายของรัฐมีการกำหนดยุทธศาสตร์ทางด้านการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการและบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์	0.987
3. Leading	
1. ประเทศไทยมีหน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบในการกำกับดูแลธุรกิจไมซ์ทำให้ธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่มีโอกาสที่จะพัฒนาไปได้อย่างต่อเนื่อง	0.987
2. ความร่วมมือของ 8 หน่วยงานพันธมิตรในจังหวัดเชียงใหม่จะทำให้ธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่มีการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น	0.987

ตารางผนวก 17 (ต่อ)

ศักยภาพในการจัดประชุม	ค่าความเชื่อมั่นของ เครื่องมือ (Alpha ; α)
4. Controlling	
1. การพัฒนาในเรื่องของเทคโนโลยีในปัจจุบันทำให้บริษัทต่างๆ ที่ต้องการจัดประชุม สามารถเข้าถึงข้อมูลที่สำคัญได้อย่างสะดวกและรวดเร็วมากขึ้นเช่น แหล่งท่องเที่ยว สถานที่จัดงาน ผู้ให้บริการด้านต่างๆ (Suppliers)	0.987
2. การพัฒนาในเรื่องเทคโนโลยีในปัจจุบัน เช่น ระบบสังคมออนไลน์ทำให้ธุรกิจการจัดประชุมสามารถประเมินความพึงพอใจของลูกค้าได้ง่ายขึ้นและมีประสิทธิภาพมากขึ้น	0.987
3. ประเทศไทยมีการกำหนดระดับคุณภาพและการบริการของผู้ประกอบการกิจกรรมด้านการประชุม เช่น มาตรฐานด้านสถานที่จัดประชุม มาตรฐานด้านการให้บริการ หรือด้านการต้อนรับ	0.987
ประเด็นที่เป็นอุปสรรค (-)	
1. planning	
1. การเมืองมีผลกระทบต่อการวางแผนและพัฒนาธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่	0.987
2. ผลกระทบทางเศรษฐกิจของโลกมีผลทำให้การจัดประชุมมีปริมาณที่ลดน้อยลงหรือเลือกสถานที่จัดประชุมในภูมิภาคเดียวกันเพื่อลดค่าใช้จ่าย	0.987
3. ภาครัฐยังไม่มีความรู้และความเข้าใจในธุรกิจการจัดประชุม ซึ่งนำไปสู่การไม่ให้ความร่วมมือและอำนวยความสะดวกให้แก่เอกชน	0.987
2. Organizing	
1. การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 จะเป็นการดึงให้แรงงานต่างชาติเข้ามาแข่งขันกับบุคลากรของไทยซึ่งยังขาดทักษะในด้านภาษา	0.987
2. ข้อจำกัดและกฎระเบียบต่างๆ เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่	0.987
3. Leading	
1. เนื่องจากยังขาดความชัดเจนในเรื่องการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ทำให้องค์กรต่างๆ ที่เกี่ยวข้องยังไม่สามารถกำหนดรูปแบบในการบริหารจัดการในการพัฒนาธุรกิจการจัดประชุมได้อย่างเต็มรูปแบบ	0.987
2. ความร่วมมือและการสนับสนุนจากการค้าในการประมูลสิทธิในประเทศไทยยังมีไม่มากนัก ทำให้โอกาสของประเทศไทยจะชนะหรือได้รับเลือกจากการประมูลสิทธิในการจัดประชุมมีน้อย	0.987
4. Controlling	
1. การเมืองมีผลต่อการปฏิบัติงานของธุรกิจการจัดประชุมเนื่องจากความไม่แน่นอนในนโยบายและแผนปฏิบัติงานของรัฐ	0.987
2. ลูกค้าบางกลุ่มที่ไม่นิยมหรือไม่ใช้ระบบสังคมออนไลน์ทำให้ยังขาดโอกาสในการเก็บข้อมูลจากลูกค้าในกลุ่มนี้	0.987

ตารางผนวก 18 ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นศักยภาพในการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

ศักยภาพในการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	ค่าความเชื่อมั่นของ เครื่องมือ (Alpha ; α)
ประเด็นที่เป็นจุดแข็ง (+)	
1. Planning	
1. จังหวัดเชียงใหม่มีความหลากหลายในแหล่งท่องเที่ยวและรูปแบบการท่องเที่ยว อาทิเช่น แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์	0.987
2. แนวโน้มในเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กร (CSR) ซึ่งเชียงใหม่เป็นอีกจุดหมายปลายทางหนึ่งที่มีความนิยมในการมาจัดกิจกรรมประเภทนี้	0.987
3. จังหวัดเชียงใหม่มีโครงสร้างพื้นฐานที่ดีสำหรับการเป็นจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เช่น ที่พัก ระบบขนส่ง สถานที่จัดประชุม	0.987
4. นโยบายในการส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีความชัดเจนและเป็นรูปธรรม	0.987
5. มีการกำหนดแผนปฏิบัติงานทั้งระยะสั้น ระยะกลาง ระยะยาวอย่างชัดเจนในการสนับสนุนธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของจังหวัดเชียงใหม่	0.987
6. จังหวัดเชียงใหม่มีการกำหนดแผนกลยุทธ์ในการส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเพื่อสร้างความเข้าใจให้แก่บุคลากรที่เกี่ยวข้อง	0.987
2. Organizing	
1. สมาคมมัคคุเทศก์ เชียงใหม่มีการพัฒนาทักษะมัคคุเทศก์ของจังหวัดเชียงใหม่อยู่เสมอ และมีโครงการอบรมภาษาในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเพื่อรองรับการเป็นประชาคมฯ ในอนาคต เช่น ภาษาพม่า ภาษาอินโดนีเซีย ภาษาจีน	0.987
2. จังหวัดเชียงใหม่มีบุคลากรที่สามารถใช้ภาษาต่างประเทศในการติดต่อสื่อสารได้เป็นอย่างดี	0.987
3. จังหวัดเชียงใหม่มีบุคลากรที่สามารถใช้ภาษาต่างประเทศในการติดต่อสื่อสารได้เป็นอย่างดี	0.987
4. จังหวัดเชียงใหม่มีบุคลากรที่มีความรู้ ความเข้าใจในธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	0.987
3. Leading	
1. ผู้บริหารในองค์กรเอกชนสามารถให้คำปรึกษาแก่บุคลากรในเวลาที่มียุทธศาสตร์ระหว่างการทำงานได้	0.987
2. ผู้ประกอบการในองค์กรของเอกชนมีความรู้ ประสบการณ์และทักษะที่ดีในการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	0.987
3. องค์กรเอกชนมีนโยบายในการบริหารจัดการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลอย่างชัดเจน เช่น มีงบประมาณสำหรับการ Entertain ลูกค้า มีงบค่าใช้จ่ายกรณีที่ถูกค้ามา Inspect ตามสถานที่ต่างๆ	0.987
4. Controlling	
1. องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีการประเมินองค์กรและบุคลากรในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ	0.987

ตารางผนวก 18 (ต่อ)

ศักยภาพในการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	ค่าความเชื่อมั่นของ เครื่องมือ (Alpha ; α)
2. ในการประเมินผลการปฏิบัติงานขององค์กร องค์กรมีตัวชี้วัดในการปฏิบัติงานอย่างชัดเจน และเป็นรูปธรรม	0.987
ประเด็นที่เป็นจุดอ่อน (-)	
1. Planning	
1. จังหวัดเชียงใหม่ยังขาดบริษัทจัดการท่องเที่ยว (DMC) ที่มีศักยภาพและมีปริมาณที่เพียงพอต่อความต้องการ	0.987
2. จังหวัดเชียงใหม่ยังขาดสถานที่จัดงานที่มีความหลากหลายและสามารถรองรับปริมาณลูกค้าจำนวนมาก	0.987
3. การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจะมีการหมุนเวียนเปลี่ยนสถานที่ท่องเที่ยวไป การหมุนเวียนกลับมาใช้บริการในจุดหมายเดิมต้องใช้เวลาอย่างน้อย 4-5 ปี	0.987
4. จังหวัดเชียงใหม่ยังขาดแคลนร้านอาหารที่สามารถรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาในปริมาณมากๆ ได้	0.987
5. สถานที่จัดงานของรัฐในจังหวัดเชียงใหม่มีข้อจำกัดทำให้การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลดำเนินงานได้ไม่ราบรื่นมากนัก	0.987
6. จังหวัดเชียงใหม่ยังขาดที่พักประเภทห้าดาวซึ่งเป็นที่พักที่กลุ่มนักท่องเที่ยวไมซ์พำนักร	0.987
7. จังหวัดเชียงใหม่ไม่มีหน่วยงานที่รับผิดชอบในการกำกับดูแลธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	0.987
2. Organizing	
1. จังหวัดเชียงใหม่ยังขาดมัคคุเทศก์หรือล่ามที่ทำหน้าที่ดูแลกลุ่มท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในบางภาษา เช่น ภาษาจีน ภาษาเกาหลี ภาษาสเปน	0.987
2. บุคลากรในธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลยังในจังหวัดเชียงใหม่ขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องของการประมูลสิทธิ์ (Bidding)	0.987
3. ผู้ให้บริการด้านต่างๆ (Suppliers) ยังขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องของการให้บริการกับกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	0.987
3. Leading	
1. องค์กรของรัฐยังยึดติดกับการทำงานตามสังกัด ทำให้การทำงานแบบบูรณาการไม่มีประสิทธิภาพ	0.987
2. การทำงานของภาครัฐที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่เป็นการทำงานที่เน้นการสนับสนุนมากกว่า การทำงานจึงเป็นแบบเชิงรับมากกว่าเชิงรุก	0.987
3. ผู้บริหารในองค์กรของรัฐที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ยังขาดความรู้ความเข้าใจในธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	0.987

ตารางผนวก 18 (ต่อ)

ศักยภาพในการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	ค่าความเชื่อมั่นของ เครื่องมือ (Alpha ; α)
4. Controlling	
1. องค์การส่วนใหญ่เป็นการประเมินผลการปฏิบัติงานแบบ “ทางเดียว” คือ การให้หัวหน้างานประเมินลูกน้องทางเดียว ทำให้การประเมินนั้นอาจไม่รอบด้าน	0.987
2. การทำงานของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเป็นงานที่ต้องประสานงานกับผู้ให้บริการด้านต่างๆ (Suppliers) ดังนั้นการดำเนินการควบคุมโปรแกรมให้ดำเนินไปอย่างราบรื่นมีความยากลำบากและมีความสลับซับซ้อนมาก	0.987
ประเด็นที่เป็นโอกาส (+)	
1. Planning	
1. แผนพัฒนาและปรับปรุงเส้นทางการท่องเที่ยวแบบเชื่อมโยงและพัฒนาระบบขนส่งมวลชนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจะเป็นโอกาสที่จะทำให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นจุดหมายปลายทางและทางเลือกในการท่องเที่ยวแบบได้รางวัลมากขึ้น	0.987
2. ภาครัฐมีความชัดเจนในเรื่องการสนับสนุนธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เช่น การอำนวยความสะดวกในการเข้า-ออกประเทศ (visa) ให้แก่นักท่องเที่ยว	0.987
3. นโยบายของรัฐช่วยส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของจังหวัดเชียงใหม่	0.987
4. หน่วยงานของรัฐให้การสนับสนุนในธุรกิจเพื่อเป็นรางวัล เช่น การช่วยเหลือสนับสนุนในการประมูลงาน สนับสนุนในเรื่องของเอกสาร ของที่ระลึก	0.987
2. Organizing	
1. องค์การทั้งภาครัฐและเอกชนให้ความสำคัญกับการพัฒนามูลฐาน โดยเฉพาะในเรื่องของ “ภาษา” มากขึ้นเพื่อรองรับกับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558	0.987
2. นโยบายของรัฐมีการกำหนดยุทธศาสตร์ทางด้านการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการและบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์	0.987
3. Leading	
1. ความร่วมมือของหน่วยงาน 8 พันธมิตรในจังหวัดเชียงใหม่ จะทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น	0.987
2. มีองค์กรของรัฐที่สนับสนุนในการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับจังหวัดเชียงใหม่ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	0.987
3. องค์กรของรัฐมีงบประมาณสนับสนุนให้แก่องค์กรเอกชนในการไป Road show หรือออกบูทยังต่างประเทศ	0.987
4. ประเทศไทยมีองค์กรที่ดูแลรับผิดชอบในการกำกับดูแลธุรกิจไมซ์ ทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของจังหวัดเชียงใหม่มีโอกาสที่จะพัฒนาได้อย่างต่อเนื่อง	0.987

ตารางผนวก 18 (ต่อ)

ศักยภาพในการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	ค่าความเชื่อมั่นของ เครื่องมือ (Alpha ; α)
4. Controlling	
1. การพัฒนาในเรื่องของเทคโนโลยีทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลนำเทคโนโลยีมาใช้ (On-line) ในการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าได้สะดวกและประหยัดเวลามากขึ้น	0.987
2. การพัฒนาในเรื่องของเทคโนโลยีในปัจจุบันทำให้บริษัทจัดการท่องเที่ยว (DMC) สามารถเข้าถึงข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว สถานที่จัดงาน ผู้ให้บริการด้านต่างๆ (Suppliers) ได้ง่ายขึ้นทำให้การประกอบธุรกิจแบบได้รางวัลมีทางเลือกมากขึ้นและดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น	0.987
ประเด็นที่เป็นอุปสรรค (-)	
1. Planning	
1. การเมืองมีผลโดยตรงต่อความรู้สึกมั่นใจในความปลอดภัย ความราบรื่นสะดวกสบายของรายการนำเที่ยว	0.987
2. ผลกระทบจากเศรษฐกิจโลกทำให้การเลือกสถานที่เพื่อเป็นรางวัลอาจมีการเปลี่ยนแปลงจุดหมายปลายทางเป็นระยะทางใกล้ (short-haul destination)	0.987
3. ปัญหาหมอกควันและไฟป่าของจังหวัดเชียงใหม่ส่งผลกระทบต่อการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	0.987
4. อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศส่งผลกระทบโดยตรงต่อการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในเรื่องค่าใช้จ่าย	0.987
5. ภาครัฐยังไม่มีความรู้ความเข้าใจในธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลอันนำไปสู่การให้ไม่ให้ความร่วมมือและอำนวยความสะดวกให้แก่ภาคเอกชน	0.987
2. Organizing	
1. การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 จะเป็นการดึงให้แรงงานต่างชาติเข้ามาแข่งขันกับบุคลากรของไทยซึ่งยังขาดทักษะในด้านภาษา	0.987
2. ประเทศไทยยังมีสถาบันการศึกษาที่ผลิตบุคลากรที่มีความรู้ในด้านอุตสาหกรรมไมซ์น้อย เนื่องจากอุตสาหกรรมไมซ์เป็นองค์ความรู้ใหม่ที่ยังไม่มีการเรียนการสอนมากนักและส่วนใหญ่การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจะไม่รูปแบบที่แน่นอน การสอนจะเป็นการสอนแบบ On the job training มากกว่า	0.987
3. Leading	
1. ความร่วมมือและการสนับสนุนจากภาครัฐในการประมูลสิทธิในประเทศไทยยังมีไม่มากนัก ทำให้โอกาสของประเทศไทยหรือ DMC จากประเทศไทยจะชนะหรือได้รับเลือกจากการประมูลสิทธิมีน้อย	0.987

ตารางภาคผนวก 18 (ต่อ)

ศักยภาพในการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	ค่าความเชื่อมั่นของ เครื่องมือ (Alpha ; α)
2. เนื่องจากยังขาดความชัดเจนในการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ ทำให้หน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องยังไม่สามารถกำหนดรูปแบบการบริหารจัดการในการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลได้อย่างเต็มรูปแบบ	0.987
4. Controlling	
1. การเมืองมีผลกระทบต่อธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเพราะเป็นปัจจัยหนึ่งในการตัดสินใจของลูกค้าในการเลือกสถานที่ในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวแบบได้รางวัล	0.987
2. ลูกค้าบางกลุ่ม เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ ไม่นิยมหรือใช้ระบบสังคมออนไลน์ ทำให้ไม่สามารถเก็บข้อมูลหรือประเมินความพึงพอใจจากลูกค้ากลุ่มนี้ได้	0.987

ตารางผนวก 19 ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นศักยภาพในการจัดประชุมนานาชาติ

ศักยภาพในการจัดประชุมนานาชาติ	ค่าความเชื่อมั่นของ เครื่องมือ (Alpha ; α)
ประเด็นที่เป็นจุดแข็ง (+)	
1. Planning	
1. จังหวัดเชียงใหม่มีความหลากหลายในเรื่องของแหล่งท่องเที่ยวทั้งธรรมชาติ ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	0.987
2. จังหวัดเชียงใหม่มีสถานที่รองรับการจัดกิจกรรมระดับนานาชาติ มีโรงแรม ที่พัก รีสอร์ท และศูนย์ประชุมที่มีมาตรฐาน มีขนาดใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้	0.987
3. ค่าใช้จ่ายในการจัดประชุมนานาชาติในจังหวัดเชียงใหม่มีต้นทุนและค่าครองชีพที่ต่ำกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับจุดหมายปลายทางอื่นในเอเชีย	0.987
4. มีการกำหนดแผนปฏิบัติงานทั้งระยะสั้น ระยะกลาง ระยะยาวอย่างชัดเจนในการสนับสนุนธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่	0.987
5. นโยบายในการส่งเสริมธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติของจังหวัดเชียงใหม่มีความชัดเจนและเป็นรูปธรรม	0.987
6. จังหวัดเชียงใหม่มีการกำหนดแผนกลยุทธ์ในการส่งเสริมธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ เพื่อสร้างความเข้าใจกับบุคลากรที่เกี่ยวข้อง	0.987
2. Organizing	
1. สมาคมมัคคุเทศก์ เชียงใหม่มีโครงการที่จะอบรมมัคคุเทศก์ให้เป็นล่ามในภาษาในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเพื่อรองรับการเป็นประชาคมฯ ในอนาคต เช่น ภาษาพม่า ภาษาอินโดนีเซีย ภาษาจีน	0.987
2. บุคลากรในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติของจังหวัดเชียงใหม่มีทักษะในการใช้ภาษาต่างประเทศเป็นอย่างดี	0.987
3. จังหวัดเชียงใหม่มีบุคลากรที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติเป็นอย่างดี	0.987
3. Leading	
1. องค์กรเอกชนมีนโยบายที่กระตุ้นหรือสนับสนุนบุคลากร ในองค์กรได้มีประสิทธิภาพมากกว่าองค์กรของรัฐ ทำให้การปฏิบัติงานของภาคเอกชนสามารถขับเคลื่อนไปได้อย่างต่อเนื่อง	0.987
2. ผู้บริหารในองค์กรเอกชนสามารถให้คำปรึกษาแก่บุคลากรในองค์กรได้ในเวลาที่มีปัญหา ระหว่างการประชุมนานาชาติ	0.987
3. บริการในองค์กรเอกชนมีความรู้ ประสบการณ์และทักษะที่ดีในการจัดการธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ	0.987

ตารางผนวก 19 (ต่อ)

ศักยภาพในการจัดประชุมนานาชาติ	ค่าความเชื่อมั่นของ เครื่องมือ (Alpha ; α)
4. Controlling	
1. องค์กรที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการจัดประชุมของจังหวัดเชียงใหม่ทั้งภาครัฐและเอกชนมีการประเมินองค์กรและบุคลากรอย่างมีประสิทธิภาพ	0.987
2. ในการประเมินผลจากปฏิบัติงานองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนมีตัวชี้วัดผลในการปฏิบัติงานอย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรม	0.987
ประเด็นที่เป็นจุดอ่อน (-)	
1. Planning	
1. จังหวัดเชียงใหม่ยังขาดการประชาสัมพันธ์ให้คนในท้องถิ่นได้รู้จัก เข้าใจและเห็นประโยชน์ของธุรกิจไมซ์	0.987
2. ศูนย์ประชุมนานาชาติของจังหวัดเชียงใหม่ยังไม่มี ความชัดเจนในเรื่องการบริหารจัดการ	0.987
3. จังหวัดเชียงใหม่ยังไม่มีหน่วยงานที่รับผิดชอบดูแลธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ	0.987
4. โครงสร้างพื้นฐานระหว่างที่พักไปยังสถานที่ศูนย์ประชุมนานาชาติของจังหวัดเชียงใหม่ และสถานที่ต่างๆ ยังเป็นปัญหาที่ภาครัฐยังต้องดำเนินการแก้ไขอย่างเร่งด่วน	0.987
5. จังหวัดเชียงใหม่ยังขาดที่พักในระดับห้าดาวซึ่งเป็นที่พักที่กลุ่มประชุมนานาชาตินิยมพำนักร	0.987
6. จังหวัดเชียงใหม่ยังขาดสถานที่จัดประชุมที่รองรับในระดับนานาชาติ	0.987
2. Organizing	
1. ขาดการเตรียมความพร้อมทางด้านบุคลากรในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	0.987
2. จังหวัดเชียงใหม่ยังขาดผู้จัดงานประชุมมืออาชีพ (PCO) ที่มีศักยภาพและมีปริมาณเพียงพอต่อความต้องการ	0.987
3. องค์กรภาครัฐที่กำกับดูแลธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ไม่มีการกำหนดโครงสร้างอย่างชัดเจนในการกำกับดูแลธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ	0.987
4. จังหวัดเชียงใหม่ยังขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในการจัดการประชุมนานาชาติ	0.987
5. เจ้าหน้าที่ของรัฐและประชาชนในพื้นที่ยังขาดความรู้และความเข้าใจในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ	0.987
3. Leading	
1. การทำงานของภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่เป็นการทำงานที่เน้นในการสนับสนุนมากกว่า เป็นการทำงานในเชิงรับมากกว่าเชิงรุก	0.987
2. หน่วยงานของรัฐยังยึดติดกับการทำงานตามสังกัด ทำให้การทำงานแบบบูรณาการยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร	0.987

ตารางผนวก 19 (ต่อ)

ศักยภาพในการจัดประชุมนานาชาติ	ค่าความเชื่อมั่นของ เครื่องมือ (Alpha ; α)
3. ผู้บริหารในองค์กรของรัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ยังขาดความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ	0.987
4. Controlling	
1. การประเมินผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นจากการจัดการประชุมนานาชาติยังไม่มีประสิทธิภาพ	0.987
2. การประเมินผลในการปฏิบัติงานในแต่ละครั้งเป็นการประเมินจากผู้ประเมินภายนอก เช่น ประเมินความพึงพอใจของลูกค้า ไม่มีการประเมินจากความคิดเห็นของผู้ปฏิบัติงาน	0.987
3. องค์กรส่วนใหญ่เป็นการประเมินผลการปฏิบัติงานแบบ “ทางเดียว” คือให้หัวหน้าประเมินลูกน้องฝ่ายเดียว ทำให้การประเมินนั้นไม่รอบร้อม	0.987
4. การทำงานในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติเป็นการทำงานที่ต้องมีการประสานกันกับ ผู้ให้บริการด้านต่างๆ (Suppliers) ดังนั้นการดำเนินการที่จะให้การจัดงานประชุมนานาชาติดำเนินไปอย่างราบรื่นนั้นมีความยากลำบากและมีความสลับซับซ้อนมาก	0.987
ประเด็นที่เป็นโอกาส (+)	
1. Planning	
1. นโยบายของรัฐและองค์กรส่วนกลางที่ส่งเสริมให้เชียงใหม่เป็นนครแห่งไมซ์ (MICE City)	0.987
2. นโยบายของรัฐช่วยส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติของจังหวัดเชียงใหม่	0.987
3. หน่วยงานของรัฐให้การสนับสนุนในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ เช่น มี Fast track lane ให้แก่ผู้เข้าประชุม ณ ด่านตรวจคนเข้าเมือง สนับสนุนในเรื่องของเอกสาร แผ่นพับของที่ระลึก	0.987
4. หน่วยงานของรัฐให้การสนับสนุนในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ เช่น การช่วยเหลือและสนับสนุนในการประมูลสิทธิ์ การมึงบให้กู้ยืมเพื่อใช้ในการประมูลสิทธิ์	0.987
2. Organizing	
1. การที่จังหวัดเชียงใหม่มีศูนย์ประชุมนานาชาติจะเป็นโอกาสที่ดีของบุคลากรที่จะมีโอกาสได้พัฒนาทักษะในการจัดประชุมนานาชาติ	0.987
2. การที่ภาครัฐมีการส่งเสริมให้มีการจัดประชุมนานาชาติในจังหวัดเชียงใหม่อย่างต่อเนื่อง จะเป็นประโยชน์ให้แก่บุคลากรที่จะมีประสบการณ์มากขึ้น	0.987
3. นโยบายของรัฐมีการกำหนดยุทธศาสตร์ทางด้านการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่	0.987

ตารางผนวก 19 (ต่อ)

ศักยภาพในการจัดประชุมนานาชาติ	ค่าความเชื่อมั่นของ เครื่องมือ (Alpha ; α)
3. Leading	
1. ความร่วมมือของหน่วยงาน 8 หน่วยงานพันธมิตรในจังหวัดเชียงใหม่จะทำให้ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติของจังหวัดเชียงใหม่มีการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น	0.987
2. มีหน่วยงานของรัฐ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่สนับสนุนในการประชาสัมพันธ์ให้แก่จังหวัดเชียงใหม่ทั้งในและต่างประเทศ	0.987
3. ประเทศไทยมีหน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบในการกำกับดูแลธุรกิจไมซ์ทำให้ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติในจังหวัดเชียงใหม่มีโอกาสในการที่จะพัฒนาไปได้อย่างต่อเนื่อง	0.987
4. Controlling	
1. การที่จังหวัดเชียงใหม่เป็นเจ้าภาพในการจัดประชุมนานาชาติในจังหวัดเชียงใหม่จะช่วยให้การเผยแพร่ชื่อเสียงของจังหวัดเชียงใหม่ให้เป็นที่รู้จักในระดับโลก	0.987
2. การพัฒนาในเรื่องของเทคโนโลยีทำให้ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาตินำเทคโนโลยีมาใช้ (On-line) ในการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าได้สะดวกและประหยัดเวลามากขึ้น	0.987
ประเด็นที่เป็นอุปสรรค (-)	
1. Planning	
1. การเมืองมีผลต่อการวางแผนและบริหารจัดการธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ	0.987
2. ผลกระทบจากเศรษฐกิจโลกมีผลต่อการจัดประชุมนานาชาติซึ่งมีผลทำให้การจัดประชุมนานาชาติมีจำนวนลดลงและเลือกสถานที่จัดประชุมในภูมิภาคเดียวกันกับสถานที่ตั้งของสำนักงานใหญ่มากขึ้นเพื่อลดค่าใช้จ่าย	0.987
3. กฎหมายเกี่ยวกับระเบียบพิธีศุลกากรและกฎหมายอื่นๆ ที่ควบคุมการนำเข้า-ออกสินค้า บางครั้งไม่มีความสอดคล้องกัน	0.987
4. ภาครัฐยังไม่มีความรู้และเข้าใจในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ ซึ่งจะนำไปสู่การให้ความร่วมมือและอำนวยความสะดวกให้แก่ภาคเอกชน	0.987
2. Organizing	
1. การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 จะเป็นการดึงให้แรงงานต่างชาติเข้ามาแข่งขันกับบุคลากรของไทยซึ่งยังขาดทักษะในด้านภาษา	0.987
2. ข้อยกเว้นและกฎระเบียบต่างๆ เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติของจังหวัดเชียงใหม่	0.987
3. ประเทศไทยยังมีสถาบันการศึกษาที่ผลิตบุคลากรที่มีความรู้ในด้านอุตสาหกรรมไมซ์น้อย เนื่องจากอุตสาหกรรมไมซ์เป็นองค์ความรู้ใหม่ที่ยังไม่มีการเรียนการสอนมากนัก	0.987

ตารางผนวก 19 (ต่อ)

ศักยภาพในด้านการจัดประชุมนานาชาติ	ค่าความเชื่อมั่นของ เครื่องมือ (Alpha ; α)
3. Leading	
1. เนื่องจากยังขาดความชัดเจนในการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ ทำให้หน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องยังไม่สามารถกำหนดรูปแบบการบริหารจัดการในการพัฒนาธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติได้อย่างเต็มรูปแบบ	0.987
2. ความร่วมมือและการสนับสนุนจากภาครัฐในการประมูลสิทธิในประเทศไทยยังมีไม่มากนักทำให้โอกาสของประเทศไทยจะชนะหรือได้รับเลือกจากการประมูลสิทธิในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติมีน้อย	0.987
4. Controlling	
1. การเมืองมีผลต่อการจัดประชุมนานาชาติ เนื่องจากจำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากภาครัฐและเอกชน	0.987
2. ลูกค้านางกลุ่มยังไม่นิยมหรือไม่ใช้ระบบสังคมออนไลน์ทำให้ยังขาดโอกาสในการเก็บข้อมูลจากลูกค้าในกลุ่มนี้	0.987

ตารางผนวก 20 ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นศักยภาพในด้านการจัดงานแสดงสินค้าและ
นิทรรศการ

ศักยภาพในด้านการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ	ค่าความเชื่อมั่นของ เครื่องมือ (Alpha ; α)
ประเด็นที่เป็นจุดแข็ง (+)	
1. Planning	
1. จังหวัดเชียงใหม่มีศูนย์ประชุมนานาชาติที่สามารถรองรับการจัดแสดงสินค้าและ นิทรรศการระดับนานาชาติได้เป็นอย่างดี	0.987
2. นโยบายในการส่งเสริมธุรกิจการจัดนิทรรศการมีความชัดเจนและเป็นรูปธรรม	0.987
3. จังหวัดเชียงใหม่มีการกำหนดแผนกลยุทธ์ในการส่งเสริมธุรกิจการจัดนิทรรศการ สร้าง ความเข้าใจให้แก่บุคลากรที่เกี่ยวข้อง	0.987
2. Organizing	
1. บุคลากรในธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่มีทักษะในการ ใช้ภาษาต่างประเทศเป็นอย่างดี	0.987
2. จังหวัดเชียงใหม่มีบุคลากรที่มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจการจัดแสดงสินค้า และนิทรรศการเป็นอย่างดี	0.987
3. Leading	
1. องค์กรเอกชนมีนโยบายในการกระตุ้นหรือสนับสนุนบุคลากรในองค์กรให้มี ประสิทธิภาพมากกว่าองค์กรของรัฐ ทำให้การทำงานขององค์กรเอกชนในธุรกิจการจัด แสดงสินค้าและนิทรรศการมีประสิทธิภาพมากกว่า	0.987
2. ผู้บริหารในองค์กรเอกชนสามารถให้คำปรึกษาแก่บุคลากรในเวลาที่มีปัญหาระหว่างการ ทำงานได้	0.987
3. ผู้ประกอบการในองค์กรของเอกชนมีความรู้ ประสบการณ์และทักษะที่ดีในการจัดการ ธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ	0.987
4. Controlling	
1. การที่มีการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการในจังหวัดเชียงใหม่ช่วยให้เป็นการส่งเสริม และกระตุ้นให้ผู้ประกอบการมีการพัฒนาสินค้าของตนเองให้มีคุณภาพและสามารถ แข่งขันกับตลาดต่างประเทศได้	0.987
2. การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการในจังหวัดเชียงใหม่ก่อให้เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจ ให้แก่จังหวัดเชียงใหม่	0.987
3. องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการมีการ ประเมินองค์กรและบุคลากรในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ	0.987
4. ในการประเมินผลการปฏิบัติงานขององค์กร องค์กรมีตัวชี้วัดในการปฏิบัติงานอย่าง ชัดเจนและเป็นรูปธรรม	0.987

ตารางผนวก 20 (ต่อ)

ศักยภาพในการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ	ค่าความเชื่อมั่นของ เครื่องมือ (Alpha ; α)
ประเด็นที่เป็นจุดอ่อน (-)	
1. Planning	
1. คู่แข่งของเชียงใหม่ในเอเชีย เช่น ฮองกงและสิงคโปร์มีการจัดงานแสดงสินค้านานกว่า มีโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อและอำนวยความสะดวกในการเดินทางระหว่างที่พักและสถานที่จัดงานแสดงสินค้าและระหว่างพื้นที่ต่างๆ	0.987
2. ศูนย์ประชุมนานาชาติของจังหวัดเชียงใหม่ยังไม่มีความสะดวกในเรื่องการบริหารจัดการ	0.987
3. จังหวัดเชียงใหม่มีสถานที่จัดงานไม่กี่แห่งที่สามารถรองรับการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการได้เนื่องจากโครงสร้างของสถานที่จัดงาน เช่น หลังคาไม่สูงพอที่จะสามารถแขวนอุปกรณ์ต่างๆ ได้ ไม่มีพื้นที่ในการขนถ่ายสินค้าหรือไม่มีพื้นที่ในการจัดเก็บสินค้า	0.987
4. จังหวัดเชียงใหม่ยังไม่มีผู้รับเหมาก่อสร้างในธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Contractor) ไม่มากนัก	0.987
5. โครงสร้างพื้นฐานระหว่างที่พักและศูนย์ประชุมนานาชาติของจังหวัดเชียงใหม่ยังเป็นปัญหาที่ภาครัฐยังต้องดำเนินการแก้ไข	0.987
2. Organizing	
1. จังหวัดเชียงใหม่ยังขาดผู้จัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (PEO) ที่มีศักยภาพและมีปริมาณเพียงพอกับความต้องการ	0.987
2. เจ้าหน้าที่ของรัฐและประชาชนในพื้นที่ยังขาดความรู้และความเข้าใจในธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ	0.987
3. เชียงใหม่ยังขาดการเตรียมความพร้อมด้านบุคลากรในธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	0.987
4. องค์กรภาครัฐที่กำกับดูแลธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ไม่มีการกำหนดโครงสร้างอย่างชัดเจนในการกำกับดูแลธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ	0.987
5. ยังไม่มีการอบรมให้ความรู้ในด้านธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการในจังหวัดเชียงใหม่	0.987
6. จังหวัดเชียงใหม่ยังขาดบุคลากรที่มีความรู้และความเข้าใจในธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ	0.987
3. Leading	
1. หน่วยงานของรัฐยังยึดติดกับการทำงานตามสังกัด ทำให้การทำงานแบบบูรณาการยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร	0.987
2. ผู้บริหารในองค์กรของรัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่ยังขาดความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ	0.987

ตารางผนวก 20 (ต่อ)

ศักยภาพในการจัดการงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ	ค่าความเชื่อมั่นของ เครื่องมือ (Alpha ; α)
3. การทำงานของภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่เป็นการทำงานที่เน้น ในการสนับสนุนมากกว่า เป็นการทำงานในเชิงรับมากกว่าเชิงรุก	0.987
4. Controlling	
1. การประเมินการปฏิบัติงานส่วนใหญ่ขององค์กรเป็นการประเมินจากผู้ประเมินภายนอก เช่น ประเมินความพึงพอใจของผู้จัดงานหรือลูกค้า แต่ไม่มีการประเมินจากภายใน คือ ผู้ปฏิบัติงานในองค์กร	0.987
2. การประเมินผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นจากการจัดการแสดงสินค้าและนิทรรศการ ยังไม่มีประสิทธิภาพ	0.987
3. การทำงานในธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการเป็นการทำงานที่ต้องมีการ ประสานกันกับผู้ให้บริการด้านต่างๆ (Suppliers) ดังนั้นการดำเนินการที่จะให้การจัดงาน แสดงสินค้าและนิทรรศการดำเนินไปอย่างราบรื่นนั้นมีความยากลำบากและมีความ สลับซับซ้อนมาก	0.987
ประเด็นที่เป็นโอกาส (+)	
1. Planning	
1. นโยบายของรัฐและองค์กรส่วนกลางที่ส่งเสริมให้เชียงใหม่เป็นนครแห่งไมซ์ (MICE City)	0.987
2. การพัฒนาเทคโนโลยีทางด้านการคมนาคมทำให้ธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและ นิทรรศการมีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้นทั้งในด้านจำนวนงานและขนาดของงาน	0.987
3. นโยบายกระตุ้นของภาครัฐที่ให้มีการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการในจังหวัด เชียงใหม่ ทำให้ธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการมีโอกาสที่จะเติบโตมากขึ้น	0.987
2. Organizing	
1. การที่จังหวัดเชียงใหม่มีศูนย์ประชุมนานาชาติจะเป็นโอกาสที่ดีของบุคลากรที่จะมี โอกาสได้พัฒนาทักษะในการจัดการแสดงสินค้าและนิทรรศการ	0.987
2. การที่ภาครัฐมีการกระตุ้นให้มีการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการในจังหวัดเชียงใหม่ อย่างต่อเนื่องก็จะจะเป็นประโยชน์ให้แก่บุคลากรที่จะมีประสบการณ์มากขึ้น	0.987
3. นโยบายของรัฐมีการกำหนดยุทธศาสตร์ทางด้านการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและ บุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่	0.987
3. Leading	
1. ความร่วมมือของหน่วยงาน 8 หน่วยงานพันธมิตรในจังหวัดเชียงใหม่จะทำให้ธุรกิจการ จัดแสดงสินค้าและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่มีการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ มากยิ่งขึ้น	0.987

ตารางผนวก 20 (ต่อ)

ศักยภาพในการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ	ค่าความเชื่อมั่นของ เครื่องมือ (Alpha ; α)
2. ประเทศไทยมีหน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบในการกำกับดูแลธุรกิจไมซ์ทำให้ธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการในจังหวัดเชียงใหม่มีโอกาสในการที่จะพัฒนาไปได้อย่างต่อเนื่อง	0.987
4. Controlling	
1. การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการสามารถดึงดูดให้นักธุรกิจจำนวนมากเข้าสู่จังหวัดเชียงใหม่และนำไปสู่การกระตุ้นการลงทุนให้แก่จังหวัดเชียงใหม่	0.987
2. การพัฒนาในเรื่องของเทคโนโลยีทำให้ธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนำเทคโนโลยีมาใช้ (On-line) ในการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าได้สะดวกและประหยัดเวลามากขึ้น	0.987
ประเด็นที่เป็นอุปสรรค(-)	
1. Planning	
1. ผลจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลกมีผลต่อการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ	0.987
2. การเมืองมีผลต่อการวางแผนและพัฒนาธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ	0.987
3. กฎหมายเกี่ยวกับระเบียบพิธีการและกฎหมายอื่นๆที่เกี่ยวข้องที่ควบคุมการนำเข้า-ออกสินค้าบางครั้งไม่มีความสอดคล้องกัน	0.987
4. นโยบายของรัฐและกฎระเบียบต่างๆ ยังไม่เอื้อต่อธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ	0.987
2. Organizing	
1. เนื่องจากการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการขนาดใหญ่ในจังหวัดเชียงใหม่ยังมีปริมาณที่ไม่มากนัก ทำให้บุคลากรขาดโอกาสในการเรียนรู้และพัฒนาทักษะในการทำงาน	0.987
2. ข้อจำกัดและกฎระเบียบต่างๆ เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ	0.987
3. ประเทศไทยยังมีสถานบันการศึกษาที่ผลิตบุคลากรที่มีความรู้ในด้านอุตสาหกรรมไมซ์น้อย เนื่องจากอุตสาหกรรมไมซ์เป็นองค์ความรู้ใหม่ที่ยังไม่มีการเรียนการสอนมากนัก โดยเฉพาะการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ การสอนจะเป็นการสอนแบบ On the job training มากกว่า	0.987
3. Leading	
1. เนื่องจากจังหวัดเชียงใหม่ยังขาดความชัดเจนในเรื่องของการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ ทำให้หน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องยังไม่สามารถกำหนดรูปแบบการบริหารจัดการในการพัฒนาธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ ได้อย่างเต็มรูปแบบ	0.987

ตารางผนวก 20 (ต่อ)

ศักยภาพในการจัดการงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ	ค่าความเชื่อมั่นของ เครื่องมือ (Alpha ; α)
2. ความร่วมมือและการสนับสนุนจากภาครัฐในการประมูลสิทธิในประเทศไทยยังมีไม่ มากนักทำให้โอกาสของประเทศไทยจะชนะหรือได้รับเลือกจากการประมูลสิทธิใน ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติมีน้อย	0.987
4. Controlling	
1. การเมืองมีผลต่อการประเมินผลการปฏิบัติงานของธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและ นิทรรศการเนื่องจากความไม่แน่นอนในเรื่องของนโยบายและแนวทางปฏิบัติของรัฐ	0.987
2. ลูกค้าบางกลุ่มยังไม่นิยมหรือใช้ระบบสังคมออนไลน์ เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ ทำให้ยังขาด โอกาสในการประเมินจากลูกค้าในกลุ่มนี้	0.987

ตารางผนวก 21 ผลการทดสอบค่าความเชื่อมั่นในการมีส่วนร่วมในการกำหนดแผนกลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่

การมีส่วนร่วม	ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Alpha ; α)
1. การมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรม	
1. สนับสนุนกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ในรูปแบบของเงิน	0.941
2. สนับสนุนกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ในรูปแบบของบุคลากร	0.941
3. สนับสนุนกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ในรูปแบบของทรัพยากรอื่นๆ	0.944
4. เข้าร่วมกิจกรรม Road show ในประเทศ กับผู้ประกอบการธุรกิจไมซ์และหน่วยงานของรัฐ	0.941
5. เข้าร่วมกิจกรรม Road show ในต่างประเทศ กับผู้ประกอบการธุรกิจไมซ์และหน่วยงานของรัฐ	0.941
6. เข้าร่วมสัมมนาในหัวข้อที่เกี่ยวกับธุรกิจไมซ์	0.944
7. เข้าร่วมกิจกรรมประชาสัมพันธ์ธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	0.942
8. เข้าร่วมฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะความรู้ในวิชาชีพไมซ์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	0.941
9. เป็นสมาชิกของสมาคมหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่	0.942
2. การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	
1. รับรู้ข่าวสารธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	0.940
2. แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในกลุ่มผู้ที่ทำงานในธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่	0.942
3. พுகุญแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารในกลุ่มผู้ที่ทำงานในธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่	0.940
4. แนะนำชักชวนผู้ที่เกี่ยวข้องหรือสนใจเข้าร่วมเครือข่ายความร่วมมือด้านธุรกิจไมซ์	0.944
5. จัดเตรียมแผนแม่บทในการพัฒนาธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่	0.940
6. ร่วมประชุมเพื่อกำหนดขอบเขต ขั้นตอนและวิธีการดำเนินการในการจัดทำแผนแม่บทในการพัฒนาธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่	0.943
7. ร่วมประชุมเพื่อแบ่งหน้าที่รับผิดชอบในการพัฒนาธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่	0.940
8. วางแผนเพื่อดำเนินกิจกรรมในการพัฒนาธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่	0.941
9. ร่วมพิจารณากำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมกับธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่	0.942
10. ร่วมจัดตั้ง CVB (Convention & Visitor Bureau) ของจังหวัดเชียงใหม่	0.942

ตารางผนวก 21 (ต่อ)

การมีส่วนร่วม	ค่าความเชื่อมั่นของ เครื่องมือ (Alpha ; α)
การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์	
1. ด้านการบริหารจัดการ - ส่งเสริมการตลาด / ประชาสัมพันธ์ ธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ - พัฒนาสื่อต่างๆ เช่น website , Brochure , Meeting Package - ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจไมซ์กับคนในพื้นที่ - การบูรณาการของหน่วยงานรัฐและเอกชน	0.939
2. ด้านการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกและ โครงสร้างพื้นฐาน - การพัฒนาสถานที่จัดงาน (venue) - การพัฒนาและปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกรอบเมืองเชียงใหม่ - การปรับปรุงโครงข่ายระบบสารสนเทศ - การพัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานรอบเมืองเชียงใหม่	0.939
3. ด้านการปรับปรุงระบบ Logistic - การพัฒนาปรับปรุงโครงข่ายขนส่งมวลชนรอบเมืองเชียงใหม่ - การพัฒนาระบบคมนาคมขนส่งทั้งระบบราง อากาศ และทางถนน ของจังหวัดเชียงใหม่ - การปรับปรุงป้ายบอกทางที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว สถานที่ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ - การพัฒนาระบบโครงข่ายถนนระหว่างจังหวัด - การพัฒนาโครงการรถไฟความเร็วสูง เชียงใหม่- กรุงเทพฯ - การพัฒนาเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการบินระหว่างประเทศใน GMS และ AEC	0.942
4. ด้านการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการและบุคลากรในธุรกิจไมซ์ - การพัฒนาและส่งเสริมการสร้างศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ - การพัฒนาฐานข้อมูลของผู้ประกอบการธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ - การพัฒนาระบบมาตรฐานของผู้ประกอบการธุรกิจไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่การพัฒนาบุคลากรในธุรกิจไมซ์	0.942



รายชื่อผู้ให้ข้อมูลแบบสอบถาม

รายชื่อผู้ให้ข้อมูลแบบสอบถามกลุ่มโรงแรม (Venue) สถานที่จัดงานประเภท
อื่นๆ ผู้จัดงานประชุม (PCO) ผู้จัดงานแสดงสินค้ามืออาชีพ (PEO) ผู้จัดงาน (EMC)
จำนวน 22 แห่ง

1. คุณ วรณ บัญยะอนันต์ Lotus Pang Suankaew hotel
2. คุณวารุณี คำเมรุ Centara Duangtawan hotel
3. คุณสุกัญญา จันทรัฐ Dusit D2 hotel
4. คุณนุสรา เล็กสมบูรณ์ Mecure hotel
5. คุณปรัชญาภัทร์ สุวรรณโชติภัทร์ Empress hotel
6. คุณดวงใจ สีวะนันทกุล Chiang Mai Plaza hotel
7. คุณอดิสร ศรีโสภณ Holiday Inn Chiang Mai hotel
8. คุณผลการันต์ ปางศรีวงษ์ Mandarin Oriental Dhara Dhevi hotel
9. คุณปรัชยานีย์ ศรีวิชัย Shangri-la Chiang Mai hotel
10. คุณวิทยา ชัยราชา Le Meridian Chiang Mai hotel
11. คุณวราธร ณ เขียวใหม่ Four season Chiang Mai hotel
12. คุณปิณทิรา เกตุคำ Amora hotel
13. คุณสาธิต ชงยุทธ Chiang Mai Grandview hotel
14. คุณศศิธร ขาวฤกษ์ Chiang Mai Hall
15. คุณวรมดี อินต๊ะแสน อุทยานหลวงราชพฤกษ์
16. คุณธีรภัทร์ เชียงทอง บริษัท Idext MICE and Travel Agent
17. คุณรัฐ จิโรจน์วิชชากร MICE & Communication
18. คุณโองการ ชัยโองการ หอหมั่นเมือง
19. คุณวิวัฒน์ กิตติพรพานิช บริษัท วิษายน์ มีเดีย จำกัด
20. คุณราชนันท์ วีรพันธ์ บริษัท C-MICE จำกัด
21. คุณพิมพ์กานต์ ไชยสังข์ บริษัท MICE Management
22. General Manager บริษัท N.C.C Management & Development

รายชื่อผู้ให้ข้อมูลแบบสอบถามกลุ่มบริษัทรับจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

(DMC)

1. บริษัท Northern Smile เชียงใหม่
2. บริษัท SEA TOUR เชียงใหม่
3. บริษัท Universal เชียงใหม่
4. บริษัท TOUR EAST เชียงใหม่
5. บริษัท TRAVEX เชียงใหม่
6. บริษัท World Travel Service (Chiang Mai Express)
7. บริษัท Exotissimo Thailand กรุงเทพมหานคร
8. บริษัท AROSA กรุงเทพมหานคร
9. บริษัท Asian Trails กรุงเทพมหานคร
10. บริษัท Destination Asia กรุงเทพมหานคร
11. บริษัท Discovery Holiday กรุงเทพมหานคร
12. บริษัท Go Vocation กรุงเทพมหานคร
13. บริษัท Siam Express กรุงเทพมหานคร
14. บริษัท Asian Corporate Travel กรุงเทพมหานคร
15. บริษัท Oriental Events กรุงเทพมหานคร
16. บริษัท Trails of Asia กรุงเทพมหานคร
17. บริษัท Image D'Asie S.A กรุงเทพมหานคร
18. บริษัท PCE Travel Consultant กรุงเทพมหานคร
19. บริษัท Siam Panoramic กรุงเทพมหานคร
20. บริษัท PWL กรุงเทพมหานคร
21. บริษัท Creative Destination Management กรุงเทพมหานคร
22. บริษัท Intra Mekong กรุงเทพมหานคร

รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์

ชื่อ	ตำแหน่ง	หน่วยงาน	วันสัมภาษณ์
1. นายธีรภัทร์ เชียงทอง	Owner / Chief Planner	บริษัท Idext MICE and Travel Agent	วันที่ 11 กันยายน 2556
2. พ.ศ.อ. นิธิคม ปัญจมาลา	ผู้กำกับ	ด่านตรวจคนเข้าเมือง เชียงใหม่ (สนามบิน)	วันที่ 17 กันยายน 2556
3. คุณนุจิรา กิตติสิทธิ์	Sale Manager	ร.ร. Centara Duangtawan	วันที่ 18 กันยายน 2556
4. คุณเข้มแข็ง เก่งการค้า	Owner / EAM	ร.ร. Lotus Pang Suan Kaew	วันที่ 25 กันยายน 2556
5. คุณสิทธิพงษ์ วงศ์สมบูรณ์	Owner / GM	บริษัท Northern Smile Tour	วันที่ 26 กันยายน 2556
6. คุณวรรณพงษ์ หมูขาวได้	Owner / GM	บริษัท Top Holiday แยกออก จาก Standard tour	วันที่ 15 ตุลาคม 2556
7. คุณสมฤทธิ์ ไหลคำ	นายกสมาคม	สมาคมมัคคุเทศก์เชียงใหม่	วันที่ 30 ตุลาคม 2556
8. คุณราชนันท์ วีระพันธุ์	Owner	บริษัท C-MICE	วันที่ 24 ตุลาคม 2556
9. คุณวิรุฬ พรรณเทวี	หัวหน้า	สำนักงานจังหวัดเชียงใหม่	วันที่ 1 พฤศจิกายน 2556
10. คุณเปรมกมล ธีโรภาส	หัวหน้า	สำนักปลัด อบจ. เชียงใหม่	วันที่ 6 พฤศจิกายน 2556
11. คุณสราวุฒิ แซ่เตี๋ย	นายกสมาคม	สมาคมธุรกิจท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่	วันที่ 8 พฤศจิกายน 2556
12. คุณวรมดี อินตะแสน	รักษาการหัวหน้ากลุ่ม พัฒนาธุรกิจ	อุทยานหลวงราชพฤกษ์	วันที่ 11 พฤศจิกายน 2556
13. คุณไพโรจน์ กุลละวณิช	พาณิชย์จังหวัด	สำนักงานพาณิชย์จังหวัด เชียงใหม่	วันที่ 12 พฤศจิกายน 2556
14. คุณวเรษฐ อินชา	Senior Marketing & Operation	Chiang Mai Hall	วันที่ 25 พฤศจิกายน 2556
15. คุณวิสูตร บัวชุม	ผู้อำนวยการ	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	วันที่ 27 พฤศจิกายน 2556
16. คุณเสมอใจ ภู่อะกุล	Business Development Manager	โรงแรม Holiday Inn	วันที่ 30 พฤศจิกายน 2556
17. คุณสติศา ไครตเพชร	Asst. catering Manager	โรงแรม The Empress	วันที่ 2 ธันวาคม 2556
18. คุณสุพิชฌาย์ เจริญ	Senior Event Sale Manger	โรงแรม Shangri-la	วันที่ 4 ธันวาคม 2556
19. คุณมยุรี สมบูรณ์	ปฏิบัติหน้าที่ผู้อำนวยการ	ศูนย์ประชุมนานาชาติ	วันที่ 6 ธันวาคม 2556
20. คุณนภัทร นันทวลักษณ์	Product & MICE manager	บริษัท Exotissimo Travel Thailand	วันที่ 7 ธันวาคม 2556
21. คุณนันทิยา ควงบุรงค์	Asst. Director of Sale	โรงแรม Chiang Mai Grandview	วันที่ 11 ธันวาคม 2556
22. คุณขวัญเดือน บุญกิจรุ่ง ไพศาล	Director of event	โรงแรม Le Meridian Chiang Mai	วันที่ 13 ธันวาคม 2556
23. คุณรัชนี พิทักษ์มนโนกุล	General Manager	บริษัท Siam Exhibition	วันที่ 13 มกราคม 2557
24. ศศ.ดร. ธรรมกิตต์ ธรรมโม	รองอธิการบดี	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	วันที่ 14 มกราคม 2557

รายชื่อผู้ให้ข้อมูลในการระดมสมอง

1. นายธีรภัทร์ เชียงทอง
2. พ.ต.อ. นิธิคม ปัญจมาลา
3. คุณมูจิรา กิตติสิทธิ์
4. คุณเข้มแข็ง เก่งการค้า
5. คุณสิทธิพงษ์ วงศ์สมบูรณ์
6. คุณสมฤทธิ์ ไหลคำ
7. คุณราชันย์ วีระพันธุ์
8. คุณวิรุฬ พรรณเทวี
9. คุณเปรมกมล ชีโรภาส
10. คุณสราวุฒิ แซ่เตียว
11. คุณวรมดี อินตะแสน
12. คุณไพโรจน์ กุลละวณิชย์
13. คุณวรเชษฐ อินยา
14. คุณวิสูตร บัวชุม
15. คุณสลิดา ไกรตเพชร
16. คุณสุพิชฌาย์ เจริญ
17. คุณเสมอใจ ภู่อะกุล
18. คุณนภัทร นันทวลักขณ์
19. คุณนันทียา ดวงบุรงค์
20. คุณขวัญเดือน บุญกิจรุ่งไพศาล
21. ผศ.ดร.ธรรมกิตต์ ธรรมโม
22. คุณมยุรี สมบูรณ์



ภาคผนวก ง

ประวัติผู้วิจัย

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	นางสาวชัตติยา กลัญทกะปกรณ์
เกิดเมื่อ	16 มีนาคม พ.ศ. 2515
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2529 มัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนสมถวิล ราชดำริ กรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2532 มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสตรีวิทยา 2 กรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2535 ศิลปศาสตรบัณฑิต (ภาษาอังกฤษ) สถาบันราชภัฏสวนดุสิต กรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2538 Master of Arts. (International Hotel & Tourism Management) Schiller International University, England
ประสบการณ์การทำงาน	พ.ศ. 2538 เจ้าหน้าที่ประสานงานฝ่ายจัดเลี้ยง โรงแรมอมารีริ้นคำ จังหวัดเชียงใหม่ พ.ศ. 2539 อาจารย์พิเศษ สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ พ.ศ. 2541 อาจารย์ประจำ สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
ประสบการณ์การอบรม	พ.ศ. 2542 11th PATA Adventure Travel and Ecotourism 1999 พ.ศ. 2542 The Marketing Strategy Under Uncertainty and Change พ.ศ. 2542 ปัญหาการฝึกงานระหว่างประเทศ ณ ห้องประชุม ขวัญเพชร คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สถาบันราชภัฏเพชรบุรี วันที่ 22-24 กรกฎาคม พ.ศ. 2548 ความรู้ในประวัติศาสตร์ล้านนา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พ.ศ. 2549 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

- พ.ศ. 2554 Service Quality And MICE Tourism
มหาวิทยาลัยสยาม กรุงเทพมหานคร
- พ.ศ. 2555 Miracle Thailand Believe in Chiang Mai
- พ.ศ. 2556 The Secret of Success in Handling
Incentive Program ณ โรงแรม เซนทารา ดวงตะวัน
จังหวัดเชียงใหม่
- พ.ศ. 2557 Tourism Through Gateway ASEAN
- พ.ศ. 2557 Heart of Sales ณ โรงแรม แสงศิรินทร์ เชียงใหม่