



ยุทธศาสตร์การพัฒนาจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การ
จัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการ แบบ 2.1 ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2561
ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ยุทธศาสตร์การพัฒนาคู่มือปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็น
รางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา



โดย
นางสาวนุชนัตร กาศสมุทร์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการ แบบ 2.1 ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2561

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

THE STRATEGIES FOR DEVELOPING DESTINATION FOR MEETING, INCENTIVE
TRAVEL, CONVENTION AND EXHIBITION IN SONGKHLA PROVINCE



By

MISS Nootchanate KANSAMUT

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for Doctor of Philosophy (Management)
Graduate School, Silpakorn University
Academic Year 2018
Copyright of Graduate School, Silpakorn University

หัวข้อ	ยุทธศาสตร์การพัฒนาจุดหมายปลายทางของการจัด ประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้า และนิทรรศการ จังหวัดสงขลา
โดย	นุชนนตรี กาฬสมุทร
สาขาวิชา	การจัดการ แบบ 2.1 ปรัชญาคุชฎีบัณฑิต
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เกิดศิริ เจริญวิศาล

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้รับพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.จุไรรัตน์ นันทานิช)

พิจารณาเห็นชอบโดย

..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วิโรจน์ เจษภูลักษณ์)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เกิดศิริ เจริญวิศาล)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม
(ดร. สันติธร ภูริภักดี)

..... ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เกริกฤทธิ์ อัมพะวัต)

..... ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จันทนา แสนสุข)

57604808 : การจัดการ แบบ 2.1 ปรัชญาชุมชนบัณฑิต

คำสำคัญ : ยุทธศาสตร์การพัฒนา, จุดหมายปลายทาง, อุตสาหกรรมไมซ์

นางสาว นุชเนตร ภาพสมุทร์: ยุทธศาสตร์การพัฒนาจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เกิดศิริ เจริญวิศาล

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) ศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา 2) ศึกษาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา 3) ศึกษาสภาพแวดล้อมวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา และการวิเคราะห์ TOWS Matrix Analysis และ 4) จัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์เพื่อเพิ่มศักยภาพและความได้เปรียบทางการแข่งขันในจังหวัดสงขลา การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้การวิจัยคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง จำนวน 17 ท่าน ได้แก่ หน่วยงานและองค์กรที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดสงขลา และกลุ่มผู้ให้บริการ (Service providers) คือ ผู้บริหารของสถานที่จัดงานตามบัญชีรายชื่อที่เป็นคู่ค้าทางธุรกิจของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน) การวิจัยเชิงปริมาณ กับกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้จัดงาน/เจ้าภาพการจัดงาน/เจ้าของงานการประชุมสัมมนา งานแสดงสินค้า/นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในจังหวัดสงขลาและ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมประชุมสัมมนา งานแสดงสินค้า/นิทรรศการและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในจังหวัดสงขลา ในศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชครบ 60 ปี มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ จำนวน 400 ตัวอย่าง

ผลการวิจัยพบว่า 1) อุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลาอยู่ในระดับท้องถิ่นที่กำลังได้รับการพัฒนาและขยายการเติบโตเพิ่มขึ้น 2) อุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลาประกอบด้วยศักยภาพ 7 ด้าน ได้แก่ ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกด้านความมั่นคงปลอดภัย ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในท้องถิ่น ด้านภาพลักษณ์และสิ่งดึงดูดใจ ด้านบุคลากร ด้านกิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือจากการประชุม 3) จุดแข็งของอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา ได้แก่ ด้านโครงสร้างพื้นฐาน และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกจุดอ่อนของอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา ได้แก่ ด้านบุคลากร และการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในพื้นที่ โอกาสของอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา ได้แก่ ด้านภาพลักษณ์และสิ่งดึงดูดใจ และด้านกิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือจากการประชุม อุปสรรคของอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา ได้แก่ ด้านความมั่นคงปลอดภัย 4) ยุทธศาสตร์การพัฒนาจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ประกอบด้วย 5 ยุทธศาสตร์ 15 กลยุทธ์ ดังนี้คือ ยุทธศาสตร์ที่ 1. ส่งเสริม สนับสนุน และยกระดับ ให้สงขลาเป็นผู้นำไมซ์ในภูมิภาค ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ได้แก่ (1) ส่งเสริมด้านการประชาสัมพันธ์ การตลาดเชิงรุก เพื่อเจาะตลาดกลุ่มไมซ์เป้าหมาย (2) สนับสนุนให้คนในพื้นที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ (3) ส่งเสริมการท่องเที่ยวภายใต้ความหลากหลายทางวัฒนธรรมเชื่อมโยงกิจกรรมหลังการประชุมและรองรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (incentive) ยุทธศาสตร์ที่ 2. ศูนย์กลางเชื่อมโยงการค้าและการลงทุนอุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาค ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ได้แก่ (1) ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานให้เหมาะสมกับการลงทุนในอุตสาหกรรมไมซ์ (2) พัฒนาระบบโครงข่ายคมนาคมให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (3) พัฒนารูปแบบและกิจกรรมทางการตลาดเพื่อรองรับการจัดกิจกรรมไมซ์ในทุกรูปแบบ ยุทธศาสตร์ที่ 3. ส่งเสริมและพัฒนาการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมของเครือข่ายภาคีภาครัฐ เอกชน และประชาชนเพื่อรองรับการจัดกิจกรรมไมซ์ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ได้แก่ (1) ส่งเสริมการพัฒนาาร่วมกันในระดับนโยบาย สถาบัน ผู้เกี่ยวข้อง และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมไมซ์ (2) สร้างความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านทั้งระดับทวิภาคีและพหุภาคี เพื่อเชื่อมโยงด้านเศรษฐกิจ การค้า การลงทุน การท่องเที่ยวในอุตสาหกรรมไมซ์ ตามแผนงานการพัฒนา IMT-GT (3) การจัดทำฐานข้อมูลการจัดประชุม การแสดงสินค้า และนิทรรศการ ยุทธศาสตร์ที่ 4. ยกระดับคุณภาพและมาตรฐานการบริการอย่างเป็นระบบ ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ได้แก่ (1) พัฒนาคู่มือการบริการและเพิ่มขีดความสามารถของบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ (2) ส่งเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการไมซ์ให้ได้มาตรฐานสามารถแข่งขันในระดับนานาชาติได้ (3) จัดตั้งสถาบันพัฒนากำลังคนด้านไมซ์ (MICE Academy) และยุทธศาสตร์ที่ 5. ส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านความมั่นคงและปลอดภัย ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ได้แก่ (1) จัดตั้งศูนย์อำนวยการ กำกับ ดูแล และช่วยเหลือนักท่องเที่ยว (2) ประสานความร่วมมือกับทุกภาคีในการสร้างความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินให้กับประชาชน (3) ส่งเสริมการจัดกิจกรรมไมซ์เพื่อให้เกิดความยั่งยืน ประโยชน์จากงานวิจัย สามารถนำไปใช้พัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์โดยเน้นที่การพัฒนาจุดอ่อนและเพิ่มความสามารถของจุดแข็ง เพื่อการยกระดับขีดความสามารถทางการแข่งขัน ยกระดับอุตสาหกรรมไมซ์เพื่อให้เป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศบนพื้นฐานของความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน

57604808 : Major (Management)

Keyword : THE STRATEGIES FOR DEVELOPING, DESTINATION, MICE INDUSTRY

MISS NOOTCHANATE KANSAMUT : THE STRATEGIES FOR DEVELOPING DESTINATION FOR MEETING, INCENTIVE TRAVEL, CONVENTION AND EXHIBITION IN SONGKHLA PROVINCE THESIS ADVISOR : ASSISTANT PROFESSOR DR. KERDSIRI JAROENWISAN, Ph.D.

The objectives of this study were: 1) to study the current situation of MICE industry in Songkhla Province; 2) to study the potential of MICE industry in Songkhla Province; 3) to study the circumstances of MICE industry in Songkhla Province, to analyze its strengths, weaknesses, opportunities, as well as threats (SWOT Analysis), and to analyze TOWS Matrix and 4) to provide development strategies for MICE industry in order to increase the potential and the competitive advantage in Songkhla Province. This study was a mixed method approach between a qualitative study and a quantitative study. In-depth interviews with semi-structured interview forms were used in the qualitative study for 17 key informants from agencies and organizations concerning with the development of MICE industry in Songkhla Province and from service providers who were executives of the venues according to the business partner list of Thailand Convention & Exhibition Bureau (TCEB). A sample of 400 cases for the quantitative study comprised MICE organizers, exhibitors, participants and visitors in Songkhla Province at The 60th Anniversary of His Majesty the King's Accession to the Throne International Convention Center, Prince of Songkhla University.

The results showed that 1) MICE industry in Songkhla province is still at the local level that is being developed and expanding. 2) MICE industry in Songkhla Province consists of 7 potential areas, namely infrastructure Facilities Security Support from local government and private agencies The image and attractiveness of personnel in additional activities other than the meeting 3) The strengths of the MICE industry in Songkhla Province include infrastructure and facilities The weakness of the MICE industry in Songkhla province is personnel and support from public and private sectors in the area. The opportunity of the MICE industry in Songkhla province is the image and attractiveness. And The threats of the MICE industry in Songkhla province is the safety and security 4) Development strategies for Meeting, Incentive Travel, Convention and Exhibition (MICE) Destination Songkhla Province consist of 15 tactics in 5 strategies as follows: Strategy 1. To promote and enhance Songkhla Province to be MICE leader in the region. The three tactics are as follows: (1) to promote public relations and proactive marketing for market penetration in MICE target groups; (2) to support local people to participate in MICE industry development; (3) to promote tourism under cultural diversity to link with activities after meetings and to support incentive travels. Strategy 2. Regional Connection Center for Trading and Investment of MICE Industry The three tactics are as follows: (1) to improve infrastructure suitable for Investment of MICE Industry; (2) to develop transportation network systems to be effective and efficient; (3) to develop marketing patterns and activities to support every pattern of MICE activities. Strategy 3. To promote and develop participative management of networks among government sector, private sector, and public sector to support MICE activities The three tactics are as follows: (1) to promote joint development at the policy level among institutes, related people, and stakeholders in MICE industry; (2) to establish both bilateral and multilateral cooperation with neighboring countries for economic, trading, investing, and travelling connection in MICE industry according to IMT-GT3 development plan; (3) to create MICE database. Strategy 4. To enhance service quality and standard systematically. The three tactics are as follows: (1) to develop service quality and increase personnel's capability in MICE industry; (2) to promote MICE entrepreneurs' potential to reach international standard; (3) to establish MICE Academy Institute. Strategy 5. To promote security and safety images The three tactics are as follows: (1) to establish Tourist Administration and Assistance Center; (2) to collaborate with every associate to create life and property safety for the public; (3) to promote MICE activity arrangement for sustainability occurrence. Benefits gained from the study can be used to develop MICE industry with the focus on weakness development and increasing strength ability in order to enhance competitiveness and MICE industry to be mechanism for the country economic movement based on stability, prosperity and sustainability.



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เพราะได้รับความกรุณาจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ร้อยโทหญิง ดร. เกิดศิริ เจริญวิศาล และอาจารย์ ดร.สันติธร ภูริภักดี ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาในการทำวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาให้แนวคิด และคำปรึกษาที่ดีในการทำวิจัย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิโรจน์ เจษภูลักษณ์ ประธานกรรมการสอบ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกริกฤทธิ์ อัมพะวัตต์ ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จันทนา แสนสุข ผู้ทรงคุณวุฒิ ภายนอก ที่กรุณาให้คำ แนะนำ ตลอดจนข้อเสนอแนะที่เป็น ประโยชน์แก่ผู้วิจัย

นอกจากนี้ ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ผกากรอง เทพรัักษ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุทธิชัย พิสุทธิศรี รังศรี ดร.นิธิกร ม่วงศรีเขียว ดร.ทรงสิน ชีระกุลพิศุทธิ์ และคุณศิริชัย เขาวนปรีชา เป็นอย่างสูง ที่กรุณาเป็นผู้เชี่ยวชาญ ตรวจสอบ และแก้ไขเครื่องมือใน การวิจัย สำหรับการทำให้วิทยานิพนธ์นี้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยยิ่งขึ้น ขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.ฐิติมา พูลเพชร ผู้ให้ความช่วยเหลือ และคำปรึกษาด้านเอกสารที่ใช้ใน งานวิจัย

ขอขอบคุณคณาจารย์คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรีทุกท่านที่ ให้ความรู้ คำแนะนำ และประสบการณ์อันมีคุณค่าอย่างยิ่งต่อผู้วิจัย ขอขอบคุณผู้เขียนหนังสือ ตำรา เอกสาร วารสาร เอกสารทางวิชาการ วิทยานิพนธ์ทั้งไทยและต่างประเทศทุกเล่มซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลอันมี ประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้า และจัดทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้ รวมทั้งขอขอบคุณผู้ให้ข้อมูลหลักในงานวิจัยเชิงคุณภาพ และกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยเชิง ปริมาณ ที่ให้ความร่วมมือในการเก็บข้อมูลการวิจัย ส่งผลทำให้ผู้วิจัยสามารถดำเนินการทำวิจัยได้อย่างราบรื่น และ สำเร็จลุล่วงด้วยดี

อนึ่ง คุณค่าและประโยชน์อันเกิดจากวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ผู้วิจัยขอน้อมบูชาแก่พระคุณบิดา มารดา ครู อาจารย์ที่อบรมสั่งสอน แนะนำ และให้ความรู้แก่ผู้วิจัยเป็นอย่างดีเสมอมา



นุชนเตร กาศสมุทร

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ.....	๗
ตารางที่.....	ฐ
ภาพที่.....	ต
บทที่ 1	14
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	14
คำถามการวิจัย	20
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	20
ขอบเขตของการวิจัย.....	21
กรอบแนวคิดการวิจัย	23
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	24
นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ	25
บทที่ 2	27
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	27
ข้อมูลทั่วไปจังหวัดสงขลา	27
ทฤษฎีพื้นฐานที่ใช้ในการวิจัย.....	37
แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรม MICE	48
บทที่ 3	90
วิธีดำเนินการวิจัย	90

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย	90
ระเบียบวิธีวิจัย.....	97
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย.....	98
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	100
การเก็บรวบรวมข้อมูล	104
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย.....	109
บทที่ 4	111
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	111
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ	111
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ.....	131
ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา และการวิเคราะห์ TOWS Matrix Analysis เพื่อนำมาจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา	182
ผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของอุตสาหกรรมไมซ์ (SWOT Analysis) ในจังหวัดสงขลา	182
ผลการนำเสนอ (ร่าง) ยุทธศาสตร์การพัฒนาจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา.....	192
บทที่ 5	221
สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	221
สรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพ.....	221
สรุปผลการวิจัยเชิงปริมาณ	226
สรุปผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา และการวิเคราะห์ TOWS Matrix Analysis	

เพื่อนำมาจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนารูปแบบปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การ ท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา.....	232
สรุปผลการนำเสนอ (ร่าง) ยุทธศาสตร์การพัฒนารูปแบบปลายทางของการจัด ประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา	238
อภิปรายผลการวิจัย.....	240
ประโยชน์การวิจัย.....	260
ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต.....	271
รายการอ้างอิง.....	272
ภาคผนวก ก.....	282
ภาคผนวก ข.....	286
ภาคผนวก ค.....	301
ภาคผนวก ง.....	288
ภาคผนวก จ.....	290
ภาคผนวก ฉ.....	297





ที่ ศร 6806 (นจ) / พ ๒๕๖๒

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

6 ธันวาคม 2560

เรื่อง ขอสัมภาษณ์

เรียน ผู้ว่าราชการจังหวัดสงขลา

ด้วย นางสาวนุชนนตรี กาฬสมุทร รหัสประจำตัว 57604808 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต
สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "รูปแบบการพัฒนายุทธศาสตร์
สำหรับจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ
(MICE Destination) : กรณีศึกษาจังหวัดสงขลา" มีความประสงค์ จะขอสัมภาษณ์ ท่าน เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดให้สัมภาษณ์แก่นักศึกษาดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ไชยยศ ไพวิทยศิริธรรม)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
นครปฐม โทร.034-218790

.....298

ภาคผนวก ซ.....315

รายการอ้างอิง321

ประวัติผู้เขียน323



ตารางที่

	หน้า
ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ศักยภาพของจังหวัดสงขลา.....	33
ตารางที่ 2 คำจำกัดความของภาพลักษณ์จุดหมายปลายทาง (Destination Image).....	65
ตารางที่ 3 องค์ประกอบและรายละเอียดภาพลักษณ์สถานที่.....	67
ตารางที่ 4 สรุปรูปการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยการเลือกสถานที่การจัดกิจกรรมไมซ์	79
ตารางที่ 5 สรุปลักษณะการศึกษาศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา 7 ด้าน	82
ตารางที่ 6 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย.....	92
ตารางที่ 7 ตาราง TOWS Matrix เพื่อกำหนดกลยุทธ์.....	96
ตารางที่ 8 การกำหนดขนาดของผู้ให้ข้อมูลหลัก (McMillan, 1971).....	98
ตารางที่ 9 สรุปลักษณะเชื่อมั่นของแบบสอบถามแบ่งตามรายด้าน	103
ตารางที่ 10 รายละเอียดของผู้ให้ข้อมูลหลักจากการสัมภาษณ์เชิงลึก	112
ตารางที่ 11 จำนวน และร้อยละของข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง	134
ตารางที่ 12 พฤติกรรมต่อการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดส่งสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา.....	136
ตารางที่ 13 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดส่งสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ด้านโครงสร้างพื้นฐาน	138
ตารางที่ 14 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดส่งสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	139
ตารางที่ 15 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดส่งสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ด้านความมั่นคงและปลอดภัย ...	140

ตารางที่ 16 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงาน ภาครัฐและเอกชน	141
ตารางที่ 17 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ด้านภาพลักษณ์และสิ่งดึงดูดใจ .143	143
ตารางที่ 18 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ด้านบุคลากร	144
ตารางที่ 19 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ด้านกิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือการ ประชุม	145
ตารางที่ 20 จำนวน และร้อยละของข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง	146
ตารางที่ 21 พฤติกรรมต่อการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและ นิทรรศการ จังหวัดสงขลา	148
ตารางที่ 22 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ด้านโครงสร้างพื้นฐาน	150
ตารางที่ 23 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	151
ตารางที่ 24 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ด้านความมั่นคงและปลอดภัย ...153	153
ตารางที่ 25 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงาน ภาครัฐและเอกชน	154
ตารางที่ 26 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ด้านภาพลักษณ์และสิ่งดึงดูดใจ .155	155
ตารางที่ 27 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ด้านบุคลากร	156

ตารางที่ 28 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ด้านกิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือการ ประชุม	157
ตารางที่ 29 ค่าความเบ้ และความโด่งของตัวแปรสังเกต	158
ตารางที่ 30 ค่าดัชนีความสอดคล้องโมเดลองค์ประกอบยืนยันการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านโครงสร้างพื้นฐาน.....	160
ตารางที่ 31 สรุปรองค้ประกอบการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้า และนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านโครงสร้างพื้นฐาน	162
ตารางที่ 32 ค่าดัชนีความสอดคล้องโมเดลองค์ประกอบยืนยันการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก.....	164
ตารางที่ 33 สรุปรองค้ประกอบการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้า และนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	166
ตารางที่ 34 ค่าดัชนีความสอดคล้องโมเดลองค์ประกอบยืนยัน การจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านความมั่นคงปลอดภัย.....	167
ตารางที่ 35 สรุปรองค้ประกอบการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้า และนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านความมั่นคงปลอดภัย	169
ตารางที่ 36 ค่าดัชนีความสอดคล้องโมเดลองค์ประกอบยืนยัน การจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงาน ภาครัฐและเอกชนที่อยู่ในท้องถิ่น	170
ตารางที่ 37 สรุปรองค้ประกอบการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้า และนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่อยู่ในท้องถิ่น ..	172
ตารางที่ 38 ค่าดัชนีความสอดคล้องโมเดลองค์ประกอบยืนยัน การจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านภาพลักษณ์และสิ่งดึงดูดใจ...173	173
ตารางที่ 39 สรุปรองค้ประกอบการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้า และนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านภาพลักษณ์และสิ่งดึงดูดใจ	175
ตารางที่ 40 ค่าดัชนีความสอดคล้องโมเดลองค์ประกอบยืนยัน การจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านบุคลากร	176

ตารางที่ 41	สรุปองค์ประกอบการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านบุคลากร.....	178
ตารางที่ 42	ค่าดัชนีความสอดคล้องโมเดลองค์ประกอบยั่งยืน การจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านกิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือการประชุม.....	179
ตารางที่ 43	สรุปองค์ประกอบการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านกิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือการประชุม.....	181
ตารางที่ 44	ผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของอุตสาหกรรมไมซ์ (SWOT Analysis) ในจังหวัดสงขลา.....	183
ตารางที่ 45	สรุป (ร่าง) กลยุทธ์การพัฒนาจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา.....	191
ตารางที่ 46	ผลการประเมิน (ร่าง) ยุทธศาสตร์ที่ 1 ส่งเสริม สนับสนุน และยกระดับ ให้สงขลาเป็นผู้นำไมซ์ในภูมิภาค.....	198
ตารางที่ 47	ผลการประเมิน (ร่าง) ยุทธศาสตร์ที่ 2 ศูนย์กลางเชื่อมโยงการค้าและการลงทุน อุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาค.....	200
ตารางที่ 48	ผลการประเมิน (ร่าง) ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมและพัฒนาการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมของเครือข่ายภาคีภาครัฐ เอกชน และประชาชนเพื่อ.....	202
ตารางที่ 49	ผลการประเมิน (ร่าง) ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยกระดับคุณภาพและมาตรฐานการบริการอย่างเป็นระบบ.....	204
ตารางที่ 50	ผลการประเมิน (ร่าง) ยุทธศาสตร์ที่ 5 ส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านความปลอดภัย.....	206
ตารางที่ 51	ยุทธศาสตร์การพัฒนาจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา.....	209
ตารางที่ 52	แนวทางการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์การพัฒนาจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา.....	216
ตารางที่ 53	การสังเคราะห์ยุทธศาสตร์การพัฒนาจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา.....	235

ตารางที่ 54 สรุปค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามแบ่งตามรายด้าน289



ภาพที่

	หน้า
ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย	23
ภาพที่ 2 ที่ตั้งและอาณาเขตของจังหวัดสงขลา	28
ภาพที่ 3 แสดงองค์ประกอบของการท่องเที่ยวรูปแบบ MICE ตามการดำเนินงาน	61
ภาพที่ 4 การแบ่งองค์ประกอบของธุรกิจไมซ์ตามธุรกิจที่เกี่ยวข้อง	64
ภาพที่ 5 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย	91
ภาพที่ 6 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านโครงสร้างพื้นฐาน.....	162
ภาพที่ 7 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก.....	165
ภาพที่ 8 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านความมั่นคงปลอดภัย	168
ภาพที่ 9 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่ อยู่ในท้องถิ่น	171
ภาพที่ 10 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็น รางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านภาพลักษณ์และสิ่งดึงดูดใจ	174
ภาพที่ 11 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็น รางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านบุคลากร	177
ภาพที่ 12 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านกิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือการประชุม.....	180
ภาพที่ 13 การสังเคราะห์ยุทธศาสตร์การพัฒนาจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การ ท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา.....	256

บทที่ 1

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวถือเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาและขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ อีกทั้งมีขีดความสามารถทางการแข่งขันในระดับสูงตลอดจนภาครัฐยังได้ให้ความสำคัญและให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง ผ่านยุทธศาสตร์และแผนงานด้านการท่องเที่ยวในทุก ระดับ ได้แก่ ระดับนานาชาติ เช่น แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว อาเซียน (พ.ศ. ๒๕๕๙ - ๒๕๖๘) แผนการตลาดการท่องเที่ยวอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง (พ.ศ. ๒๕๕๘ - ๒๕๖๓) กรอบความร่วมมือระหว่างประเทศอื่น ๆ เช่น CLMVT (กัมพูชา ลาว เมียนมา เวียดนาม ไทย) ระดับนโยบาย เช่น (ร่าง) ยุทธศาสตร์ชาติระยะ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๗๙) (ร่าง) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔) ระดับส่วนกลาง เช่น ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔) แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔ ระดับจังหวัดและท้องถิ่น เช่น แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวจังหวัด แผนพัฒนาจังหวัด และกลุ่มจังหวัดพัฒนาเขตพื้นที่ท่องเที่ยว ระดับสาขา เช่น แผนแม่บทอุตสาหกรรมการจัดประชุมและงานแสดงสินค้า นานาชาติ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔) แผนยุทธศาสตร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (พ.ศ. ๒๕๕๘ - ๒๕๖๒) (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559)

โดยในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔) เป็นการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะ ๕ ปีแรก ซึ่งมีจุดมุ่งหมายเพื่อวางรากฐานและแก้ไขปัญหาระดับต้นที่เป็นอุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว ทั้งด้านคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว บุคลากรการท่องเที่ยว และโครงสร้างพื้นฐาน รวมทั้งการสร้างสมดุลของการพัฒนา ทั้งในมิติของพื้นที่ เวลา กิจกรรม รูปแบบ และกลุ่มนักท่องเที่ยว การเตรียมความพร้อมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว สู่การเติบโตในอนาคตบนพื้นฐานของการลงทุนพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ การทำงานอย่างบูรณาการระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และระหว่างประเทศ ทั้งนี้ เพื่อให้แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔) มีประสิทธิภาพที่จะเป็นแผนแม่บทในการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยสู่วิสัยทัศน์ที่คาดหวัง ได้อย่างแท้จริง ดังนั้น จึงได้กำหนดเป้าประสงค์และตัวชี้วัดการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยในกรอบระยะเวลา ๕ ปีข้างหน้า เพื่อวางรากฐานสู่การบรรลุวิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย และขับเคลื่อนการพัฒนาอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวไทยไปในทิศทาง ที่เหมาะสม เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ เป้าประสงค์ และพันธกิจของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔) จึงได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนายออกเป็น ๕ ยุทธศาสตร์ดังนี้ ยุทธศาสตร์ที่ ๑ การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุล และยั่งยืน ยุทธศาสตร์ที่ ๒ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และสนับสนุนการมีส่วนร่วมของ

ประชาชนในการพัฒนา การท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์ที่ ๔ การสร้างความสมดุลให้การท่องเที่ยวไทย ผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม การส่งเสริมวิถีไทย และการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์ที่ ๕ การบูรณาการการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559)

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ทำให้ในปัจจุบัน การท่องเที่ยวได้กลายเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยหากจะพิจารณาจากความพร้อม และศักยภาพของประเทศไทยที่มีต่อการท่องเที่ยว พบว่าประเทศไทยยังมีจุดเด่นและข้อได้เปรียบจากประเทศคู่แข่งหลาย ประการ เช่น ทำเลที่ตั้งเป็นจุดศูนย์กลางของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์อันทรงคุณค่าของไทย เป็นต้น เนื่องจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงไปตามแนวโน้มของโลก ดังนั้น จึงต้องมีการวิเคราะห์ แนวโน้มหลักของโลกหลายประการที่จะเป็นปัจจัยขับเคลื่อนการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของไทย โดยปัจจัยและแนวโน้มที่คาดว่าจะส่งผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย ได้แก่ แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงเชิงรูปแบบการท่องเที่ยว (Tourism segment trends) เนื่องด้วย ปัจจัยและแนวโน้มที่กำลังเปลี่ยนไปในทุกมิติส่งผลให้กลุ่มนักท่องเที่ยวในอนาคตมีจุดประสงค์ในการท่องเที่ยวที่แปรเปลี่ยน จากเดิม อีกทั้งวิวัฒนาการดังกล่าวจะส่งผลสำคัญต่อตลาดการท่องเที่ยวโลก โดยสามารถจำแนกตามพฤติกรรม ของกลุ่มนักท่องเที่ยว ออกเป็น ๑๓ กลุ่ม ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) การท่องเที่ยวทางทะเล และชายหาด (Sea Sun Sand Tourism) การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ (MICE) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย (Adventure Tourism) การท่องเที่ยวเพื่อการเลือกซื้อสินค้า (Shopping Tourism) การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy tourism) การท่องเที่ยวเพื่อสันทนาการและความบันเทิง (Entertainment Tourism) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health & Wellness Tourism) การท่องเที่ยวเชิงสิ่งแวดล้อม และนิเวศ (Ecotourism) การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism) การท่องเที่ยวเรือสำราญ (Cruise Tourism) และการท่องเที่ยวเชิงศาสนา (Religious Tourism) (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559)

แนวโน้มในระยะ ๑๐ ปีข้างหน้า นักท่องเที่ยวที่ยังคงเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักของโลก ได้แก่ นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาด และนักท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีส่วนแบ่งทางตลาดเชิงมูลค่าอยู่ในระดับสูง โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และทางทะเล และชายหาด อีกทั้งยังมีแนวโน้มการเดินทางท่องเที่ยวในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มากขึ้น สาเหตุประการหนึ่ง มาจากความแพร่หลายของข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว ที่แปลกใหม่ผ่านกระแสโลกสังคมออนไลน์หรือสื่อสังคมดิจิทัลอีกทั้งความต้องการ

สัมพัทธ์แหล่งวัฒนธรรมและประเพณีดั้งเดิม นอกจากนี้กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาเริ่มมีแนวโน้มเติบโตอย่าง ชัดเจน เช่นเดียวกับกับกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสิ่งแวดล้อมและนิเวศ รวมไปถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คาดว่าจะมีอัตรา การเติบโตเพิ่มขึ้นแบบทวีคูณเช่นเดียวกัน ทั้งหมดนี้เป็นผลสืบเนื่องจาก รายได้ของนักท่องเที่ยวที่เติบโตขึ้นและความต้องการ ในบริการแบบครบวงจรที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้บ่งชี้ถึงนโยบายของรัฐบาลในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้ สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ เพื่อเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559)

อุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) เป็นแขนงหนึ่งในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่มีความสำคัญโดยอุตสาหกรรม MICE หมายถึง การท่องเที่ยวขนาดใหญ่ 4 ธุรกิจ คือ ธุรกิจการจัดประชุมและสัมมนา(meeting) ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive) ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ (Convention) และธุรกิจการจัดแสดงสินค้า (Exhibition) เป็นอุตสาหกรรมที่กำลังเติบโตอย่างรวดเร็วในระดับโลก (Rogers, 2008) จุดหมายปลายทางจำนวนมากลงทุนในสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการประชุมโครงสร้างพื้นฐานและด้านบริการ เพราะได้ตระหนักว่าผลกระทบทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมนี้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อเศรษฐกิจในประเทศ (Rogers, 2008) นักท่องเที่ยวในกลุ่มธุรกิจเหล่านี้นับเป็นนักท่องเที่ยวที่ใช้จ่ายสูงกว่านักท่องเที่ยวโดยทั่วไป 2-3 เท่าซึ่งคิดเป็นร้อยละ 10.7 ของรายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในแต่ละปี (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2558)

อุตสาหกรรมไมซ์ของไทยมีการเติบโตอย่างสูงโดยปี 2561 มีจำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์ทั้งจากต่างประเทศและในประเทศ 34,267,307 ราย สร้างรายได้ให้ประเทศไทยรวม 212,924 ล้านบาท โดยเป็นนักเดินทางกลุ่มไมซ์จากต่างประเทศประมาณ 1,255,985 คน เพิ่มจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 19.85 ก่อให้เกิดรายได้จากการใช้จ่ายประมาณ 95,623 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.10 มีระยะเวลาพำนักเฉลี่ย 5 วัน มีค่าใช้จ่ายต่อทริปต่อคนประมาณ 76,135 บาท ส่วนนักเดินทางกลุ่มไมซ์ในประเทศมีจำนวน 33,011,322 ราย ก่อให้เกิดรายได้ในระบบเศรษฐกิจ 117,301 ล้านบาท ซึ่งในแง่ของรายได้นั้นมีการเติบโตร้อยละ 28.89 เป็นผลมาจากความแข็งแกร่งของเศรษฐกิจไทยอันเกิดมาจากการขยายตัวของส่งออกและการท่องเที่ยวในระดับสูง อันเป็นผลจากการสนับสนุนของรัฐบาลที่ต้องการให้ธุรกิจไมซ์เป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ความพร้อมและมาตรฐานของสถานที่จัดงาน ไม่ว่าจะเป็นโรงแรม ศูนย์การประชุม ศูนย์แสดงสินค้า ทั้งในกรุงเทพฯและไมซ์ซิตี้ที่อีก 4 แห่ง ตลอดจนความเป็นมืออาชีพของบุคลากรไมซ์ที่มีความสามารถและได้มาตรฐานมากขึ้น ทำให้นักเดินทางกลุ่มไมซ์จากต่างชาติให้ความมั่นใจประเทศไทยในการเป็นจุดหมายปลายทางของการจัดงาน ขณะเดียวกัน ภายในประเทศเองยังมีนโยบายส่งเสริมการประชุมในจังหวัดต่าง ๆ เพื่อสร้างการ

กระจายรายได้ และก่อให้เกิดความเข้มแข็งของภาคชุมชนด้วย (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2561)

จากผลการวิจัยของบริษัท ฟรอสต์ แอนด์ ซัลลิวัน (ไทยแลนด์) จำกัด พบว่าผลกระทบทางเศรษฐกิจที่เกิดจากธุรกิจไมซ์นอกจากการใช้จ่ายของผู้เข้าร่วมงาน ในปี 2561 มีค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการจัดกิจกรรมไมซ์ทั้งสิ้น (Total Expenditure) มูลค่าถึง 251,400 ล้านบาท และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นถึงประมาณ 316,000-405,000 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2565 ผลกระทบทางเศรษฐกิจของกิจกรรมในธุรกิจไมซ์มีมูลค่า 177,200 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 1.2 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศไทย (GDP Contribution) ก่อให้เกิดการจ้างงาน 181,000 ตำแหน่ง และสามารถจัดเก็บภาษีให้กับประเทศไทยได้กว่า 23,400 ล้านบาท (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2561)

จากข้อมูลพบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์จากต่างประเทศสูงสุด 5 อันดับ ล้วนเป็นนักท่องเที่ยวธุรกิจจากเอเชีย ได้แก่ จีน 85,498 ราย ลาว 29,547 ราย มาเลเซีย 21,352 ราย อินโดนีเซีย 21,051 ราย และญี่ปุ่น 19,205 ราย ซึ่งนักท่องเที่ยวไมซ์จากภูมิภาคเอเชียมีความสำคัญหรือมีส่วนสูงที่สุดของกิจกรรมไมซ์นานาชาติทุกประเภทที่จัดในประเทศไทย เหตุผลสำคัญ คือ แนวโน้มโลกด้านการเดินทางเป็นการเดินทางระยะสั้นภายในภูมิภาค ประเทศเพื่อนบ้านใช้เวลาเดินทางมาไทยน้อยกว่าประเทศในภูมิภาคอื่นๆ และมาตรการของรัฐบาลในการส่งเสริมการขาย อาทิ การยกเลิกค่าธรรมเนียมการตรวจลงตรา เป็นต้น(สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2561) ภายใต้การขยายตัวของความต้องการบริการธุรกิจไมซ์ในตลาดโลก ประกอบกับการรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ASEAN Economic Community (AEC) ที่จะป็นปัจจัยเสริมให้ความต้องการบริการธุรกิจไมซ์ในตลาดระดับภูมิภาคขยายตัว อันเนื่องมาจาก การเติบโตของการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศในกลุ่มอาเซียน นับได้ว่าเป็นโอกาสที่สำคัญในการเพิ่มมูลค่ารายได้ธุรกิจไมซ์ในประเทศไทย ทั้งนี้ หากพิจารณาขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจไมซ์ในประเทศไทย ที่มีความทัดเทียมกับประเทศพัฒนาแล้วหลายๆประเทศ และข้อได้เปรียบของประเทศไทย ไม่ว่าจะเป็นค่าใช้จ่ายในการจัดงานที่ไม่สูงมากนักเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่น ๆ สภาพภูมิอากาศที่เหมาะสมทำเลที่ตั้งของประเทศไทยที่เป็นจุดศูนย์กลางของภูมิภาค รวมถึงภาพลักษณ์ของประเทศไทยในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย และความโดดเด่นในด้านอสังหาริมทรัพย์ของผู้นคนซึ่งเป็นที่ยอมรับของชาวต่างชาติ กล่าวได้ว่าประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความเหมาะสมต่อการจัดงานในกลุ่มไมซ์ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย,2556)

อย่างไรก็ดี แม้การดำเนินงานในระยะที่ผ่านมาจะประสบผลสำเร็จในด้านการเพิ่มปริมาณนักท่องเที่ยวและรายได้ จากการท่องเที่ยว แต่ยังคงประสบปัญหาและอุปสรรคสำคัญหลายประการ อาทิ จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ ยังคงกระจุกตัวอยู่ในเมืองท่องเที่ยวหลัก ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวใน

แม่เหล็กที่ต้องเร่งแก้ไขปรับปรุง เพื่อสร้างความเชื่อมั่น ของนักท่องเที่ยว รวมทั้งความเสื่อมโทรมของทรัพยากรการท่องเที่ยว และขาดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ปัญหาการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและการเชื่อมโยงระหว่างแหล่งท่องเที่ยว ข้อจำกัดในการพัฒนาและยกระดับบุคลากร ด้านการท่องเที่ยว ความล่าช้าและความขัดแย้งของกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว การขาดข้อมูลเชิงลึก เพื่อการวิเคราะห์และวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว ตลอดจนขาดการบูรณาการทำงานของกลไกการบริหารจัดการ การท่องเที่ยวทั้งระบบ สิ่งเหล่านี้ล้วนมีความจำเป็นต้องได้รับการแก้ไขและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าประเทศไทยจะมีขีดความสามารถในการรองรับการจัดงานในกลุ่มไม่ช้ออย่างเพียงพอ แต่การเพิ่มขึ้นของจำนวนการจัดงานและจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในอนาคต ประกอบกับผลจากการรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ที่จะนำมาซึ่งโอกาสของประเทศไทยในการเป็นศูนย์กลางหรือเป็นเจ้าภาพการจัดงานในกลุ่มไม่ช้อของภูมิภาค อาจส่งผลให้ประเทศไทยเผชิญปัญหาความไม่เพียงพอของโครงสร้างพื้นฐานและบุคลากร นอกจากนี้ การรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ยังก่อให้เกิดโอกาสสำหรับพื้นที่ต่าง ๆ ที่เป็นเมืองเศรษฐกิจและเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญ เช่น เชียงใหม่ ขอนแก่น ชลบุรี ภูเก็ต ในการเป็นสถานที่จัดงานในกลุ่มไม่ช้อ จากเดิมที่การจัดงานมักกระจุกตัวอยู่ในจังหวัดกรุงเทพฯ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2556)

จากสถานการณ์ดังกล่าว นำมาซึ่งความจำเป็นในการเตรียมพร้อมทั้งในเชิงรุกและเชิงรับของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้ประกอบการ ที่ต้องมุ่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและยกระดับการให้บริการด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น สถานที่จัดประชุม พื้นที่การจัดแสดงสินค้า เส้นทางคมนาคมขนส่ง ระบบสื่อสารและโทรคมนาคม บริการด้านโรงแรมและที่พัก รวมถึงการเพิ่มจำนวนบุคลากรที่มีความรู้และประสบการณ์ในการบริหารจัดการธุรกิจไม่ช้อ และมีคึกเทศก์ ให้มีจำนวนที่เพียงพอและมีคุณภาพ ตลอดจนการพัฒนาทักษะทางด้านภาษาต่างสำหรับบุคลากรที่เกี่ยวข้องในการให้บริการ เพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจไม่ช้อในอนาคต โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในจังหวัดที่มีศักยภาพในการเป็นสถานที่จัดงานในกลุ่มไม่ช้อ ให้สามารถรองรับการจัดงานขนาดใหญ่หรืองานในระดับนานาชาติได้

จังหวัดสงขลาเป็นเมืองศูนย์กลางการค้า การลงทุน การอุตสาหกรรมจากภาคการเกษตรและการท่องเที่ยวของภาคใต้ตอนล่าง มีชายแดนติดประเทศมาเลเซีย มีต้นทุนด้านต่าง ๆ และทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงาม มีแหล่งพลังงาน สามารถเชื่อมโยงการพัฒนาด้านเศรษฐกิจได้ ทั้งภายในกลุ่มจังหวัดชายแดนภาคใต้ กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย และประเทศเพื่อนบ้าน นอกจากนี้ เศรษฐกิจของจังหวัดสงขลา ยังเป็นอันดับ 1 ในกลุ่มจังหวัดชายแดนภาคใต้ และใน 14 จังหวัดภาคใต้ด้วย ดังนั้น จุดเน้นการพัฒนาจังหวัดสงขลา คือ การพัฒนาให้ไปสู่ความเจริญเติบโตอย่างมีเสถียรภาพ

ทางเศรษฐกิจ (Growth & Competitiveness) จะส่งผลให้เกิดกระจายความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจไปสู่จังหวัดต่าง ๆ ในกลุ่มและต่างกลุ่มที่มีการเชื่อมโยงกัน (Inclusive Growth) ทั้งนี้ จังหวัดสงขลาเป็นหนึ่งในโครงการความร่วมมือเขตเศรษฐกิจสามฝ่าย อินโดนีเซีย - มาเลเซีย - ไทย (Indonesia - Malaysia - Thailand Growth Triangle : IMT - GT) โดยเน้นการพัฒนาพื้นที่ในรูปแบบของแนวพื้นที่สะพานเศรษฐกิจ สงขลา-ปีนัง-เมดาน (Seamless Songkhla-Penang-Medan Economic Development Corridor) ภายใต้การกำหนดประเด็นความร่วมมือบนพื้นฐานของการเชื่อมโยงศักยภาพการพัฒนาของพื้นที่สะพานเศรษฐกิจในแต่ละประเทศ เพื่อให้เป็นฐานเศรษฐกิจหลักที่สนับสนุนและกระจายการพัฒนาไปสู่พื้นที่ต่อเนื่องใน IMT-GT ต่อไป (กลุ่มงานยุทธศาสตร์พัฒนาจังหวัดสงขลา, 2557) สอดคล้องกับแผนพัฒนาจังหวัดสงขลา พ.ศ. 2558 – 2561 จังหวัดได้กำหนดกลไกการบริหารจัดการแนวทางการพัฒนาและตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ ความเชื่อมโยงกระบวนการจัดทำแผน จากแผนชาติสู่แผนระดับพื้นที่ สิ่งสำคัญในการทบทวนแผนฯ ครั้งนี้ คือ จังหวัดได้นำตัวชี้วัดการพัฒนาระดับจังหวัดที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ประเทศ มาวิเคราะห์เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด และได้จัดทำแผนในลักษณะบูรณาการ และสอดคล้องกับระบบงบประมาณแบบมุ่งเน้นผลงานตามยุทธศาสตร์ โดยกำหนดวิสัยทัศน์จังหวัดสงขลา “สงขลา ศูนย์กลางการค้า อุตสาหกรรมเกษตร ท่องเที่ยว เมืองสีเขียว ประชาชนมีคุณภาพ สุ่อาเซียน” ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 : พัฒนาภาคการเกษตร อุตสาหกรรม การค้า การลงทุน การท่องเที่ยวและบริการเพื่อสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างมีเสถียรภาพ (คณะกรรมการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการ(ก.บ.จ.),2556) นอกจากนี้จังหวัดสงขลายังมีศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ ๖๐ ปี เป็นศูนย์ประชุมระดับนานาชาติที่ใหญ่ที่สุดในภาคใต้ ได้รับมาตรฐาน มอก.22300 หรือมาตรฐานระบบการจัดการด้านการรักษาความปลอดภัยสำหรับการจัดประชุม สัมมนา และนิทรรศการ MICE Security Management System (MSMS) จากสถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสโอ (สรอ.) การได้รับ มอก.นี้ จะทำให้เกิดระบบขั้นตอนในการดูแลด้านการรักษาความปลอดภัยสำหรับผู้ปฏิบัติหน้าที่ผู้ร่วมงาน และกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นภายในศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ ๖๐ ปี เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันกับธุรกิจไมซีในระดับนานาชาติ และพัฒนาขีดความสามารถรองรับการขยายตัวของเศรษฐกิจอาเซียน (ฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์, 2557)

ดังนั้น เพื่อให้การพัฒนาจังหวัดสงขลาสอดคล้องกับกรอบยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579) ตามยุทธศาสตร์ที่ 9 การพัฒนาภูมิภาค เมือง และพื้นที่เศรษฐกิจ โดยมีเป้าหมาย ลดช่องว่างรายได้ระหว่างภาค และมีการกระจายรายได้ที่เป็นธรรม เพิ่มมูลค่าการลงทุนในพื้นที่เศรษฐกิจใหม่บริเวณชายแดน พัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจใหม่บริเวณชายแดน เป็นประตูเศรษฐกิจเชื่อมโยงกับ

ประเทศเพื่อนบ้าน ตามแนวนโยบายของรัฐบาลเพื่อส่งเสริมธุรกิจภาคบริการ พร้อม ๆ กับการกระจายการค้าและการลงทุนไปสู่ระดับภูมิภาค ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาจังหวัดสงขลา 4 ปี พ.ศ.2558 - 2561 โดยมีพันธกิจหลักคือ พัฒนาเศรษฐกิจ การค้า การท่องเที่ยว อุตสาหกรรมเกษตร เพื่อรองรับการเป็นประตูสู่อาเซียน นับเป็นโอกาสที่ดีในการพัฒนาจังหวัดสงขลาให้เป็นศูนย์กลางการจัดประชุมและการแสดงสินค้า ทั้งในระดับชาติและระดับสากลรองรับการขยายตัวทางเศรษฐกิจของอาเซียนเพิ่มรายได้เข้าสู่ภูมิภาค และประเทศไทย ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเรื่อง “ยุทธศาสตร์การพัฒนาจุดหมายปลายทางการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ (MICE Destination): จังหวัดสงขลา” ที่จะขับเคลื่อนให้ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีรายได้สูงมีการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม เป็นศูนย์กลางด้านการค้าและบริการของภูมิภาค (Trading and Service Nation) โดยคำนึงถึงสภาพการณ์ของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศ โดยเน้นที่การพัฒนาจุดอ่อนและเพิ่มความสามารถของจุดแข็ง ในขณะที่เดียวกันต้องมีการคำนึงถึงแนวโน้มของโลกที่กระทบกับการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ เพื่อให้ทิศทางการพัฒนาเป็นไปอย่างสอดคล้องและสามารถแปรเปลี่ยนเป็นรายได้ของอุตสาหกรรมได้ ทั้งนี้ เพื่อการยกระดับขีดความสามารถทางการแข่งขันและต่อยอดการพัฒนาบนพื้นฐานของศักยภาพด้านการท่องเที่ยวที่มีอยู่ จึงควรกำหนด แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะพัฒนา และยกระดับอุตสาหกรรมไมซ์กระตุ้นให้เกิดการลงทุนเพิ่มมากขึ้นในภาคธุรกิจอันจะก่อให้เกิดการจ้างงานและการหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจของจังหวัด ส่งผลให้อุตสาหกรรมไมซ์เป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจประเทศไทยให้เป็นประเทศพัฒนาแล้ว บนพื้นฐานของความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน ตามกรอบยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี

คำถามการวิจัย

1. สถานการณ์ปัจจุบันอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลาเป็นอย่างไร
2. ศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลาเป็นอย่างไร
3. การพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลาที่เหมาะสมเป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา
2. ศึกษาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา
3. ศึกษาสภาพแวดล้อมวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis)

ของอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา และการวิเคราะห์ TOWS Matrix Analysis

4. จัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนากิจการโรงแรมไมซ์เพื่อเพิ่มศักยภาพและรายได้เปรียบ
ทางการแข่งขันในจังหวัดสงขลา

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ผู้จัดงาน/เจ้าภาพการจัดงาน/
เจ้าของงานการประชุมสัมมนา งานแสดงสินค้า/นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลใน
จังหวัดสงขลา และ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมประชุมสัมมนา งานแสดงสินค้า/นิทรรศการและการท่องเที่ยว
เพื่อเป็นรางวัลในจังหวัดสงขลา ในศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชครบ 60 ปี
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

1.2 กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงปริมาณ คือ ผู้จัดงาน/เจ้าภาพการจัดงาน/เจ้าของ
งานการประชุมสัมมนา งานแสดงสินค้า/นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในจังหวัด
สงขลา และ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมประชุมสัมมนา งานแสดงสินค้า/นิทรรศการและการท่องเที่ยวเพื่อเป็น
รางวัลในจังหวัดสงขลา ในศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชครบ 60 ปี มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
รวม 400 คน

1.3 ผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informant) และ
ตัวอย่างเชิงทฤษฎี (Theoretical sampling) ด้วยวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling)
ร่วมกับการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participant Observation) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจาก
ผู้ให้ข้อมูลหลักซึ่งที่มีประสบการณ์ และสามารถตีความหมายเกี่ยวกับปรากฏการณ์ที่ศึกษาได้เป็น
อย่างดี (ชาย โปธิสิตา, 2556) โดยเลือกเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารของหน่วยงานและองค์กรที่มี
ส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนากิจการโรงแรมไมซ์จังหวัดสงขลา ได้แก่ 1) สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุม
และนิทรรศการ (องค์การมหาชน) 2) สมาคมการแสดงสินค้าไทย 3) สมาคมส่งเสริมการจัดประชุม
นานาชาติไทย 4) สำนักงานจังหวัดสงขลา 5) องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา 6) การท่องเที่ยว
แห่งประเทศไทย (สำนักงานหาดใหญ่) 7) สภาก่อการค้าจังหวัดสงขลา 8) สำนักงานการท่องเที่ยว
และกีฬาจังหวัดสงขลา 9) สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา 10) สมาคมโรงแรมหาดใหญ่-สงขลา
11) มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ 12) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ศรีวิชัย และกลุ่มผู้ให้บริการ
(Service providers) คือ ผู้บริหารของสถานที่จัดงานตามบัญชีรายชื่อที่เป็นคู่ค้าทางธุรกิจของ
สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน) ได้แก่ 1) ศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริ

ราชครบ 60 มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ 2) บริษัท เอ็น.ซี.ซี. แมนเนจเม้นท์ แอนด์ ดิเวลลอปเม้นท์ จำกัด 3) โรงแรมบุรีศรีภู บูติกโฮเต็ล 4) โรงแรมซากระ แกรนด์วิว โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 17 คน ตามเกณฑ์ในการกำหนดขนาดของ ผู้ให้ข้อมูลหลัก (McMillan, 1971)

2. ขอบเขตด้านพื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ พื้นที่ในการจัดกิจกรรมการประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การประชุมนานาชาติ และงานแสดงนิทรรศการ/งานแสดงสินค้าในจังหวัดสงขลา

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา โดยเก็บรวบรวมเก็บข้อมูล สิงหาคม 2560 – พฤษภาคม 2561

4. ขอบเขตด้านเนื้อหา

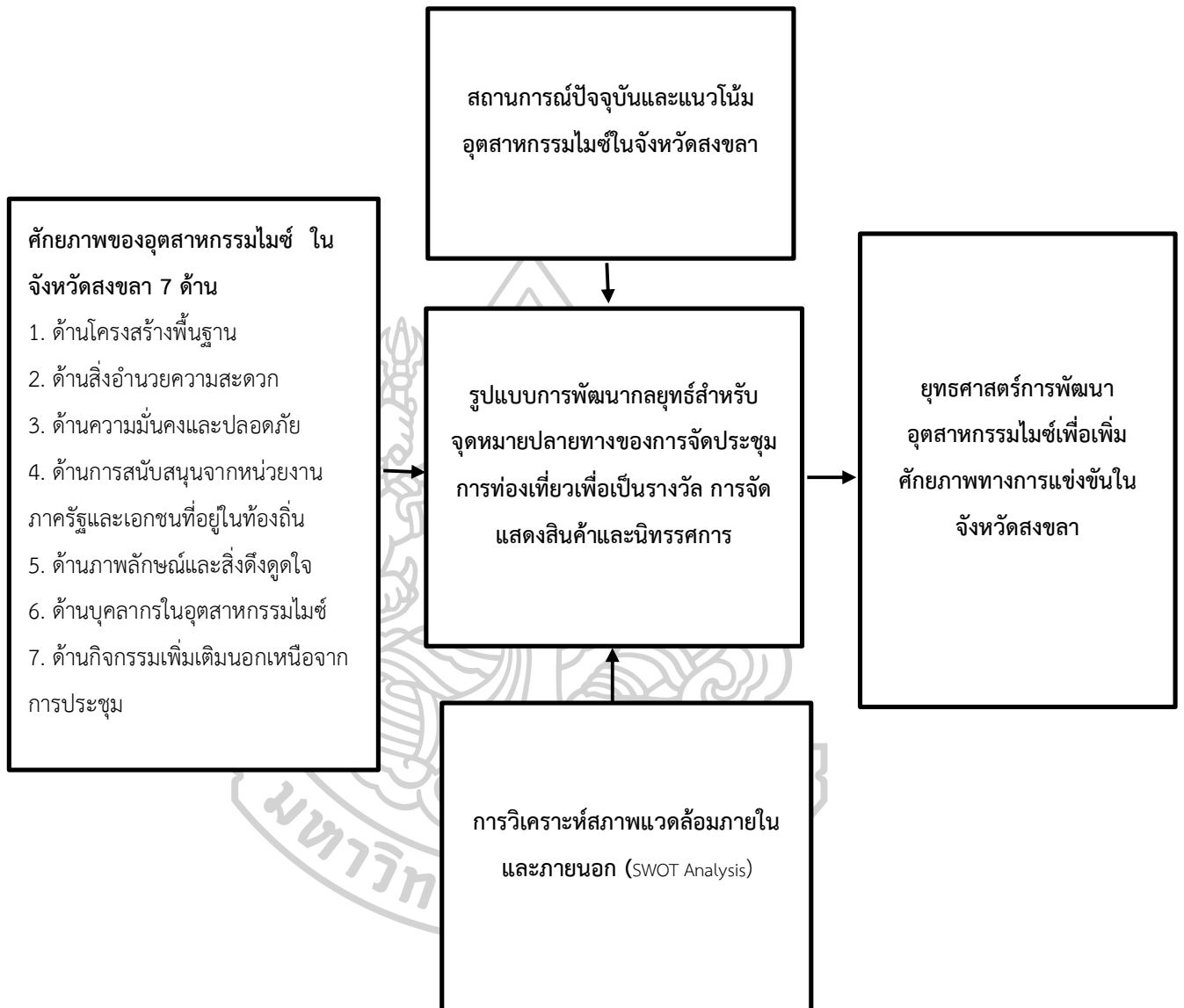
การศึกษายุทธศาสตร์การพัฒนาคู่มือปลายทางการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา” ประกอบด้วย

4.1 สถานการณ์ปัจจุบันและแนวโน้ม อุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา

4.2 ศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา 7 ด้าน ได้แก่ 1. ด้านโครงสร้างพื้นฐาน 2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 3. ด้านความมั่นคงและปลอดภัย 4. ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่อยู่ในท้องถิ่น 5. ด้านภาพลักษณ์และสิ่งดึงดูดใจ 6. ด้านบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ และ 7. ด้านกิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือจากการประชุม

4.3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT Analysis)

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. อุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) หมายถึง อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการจัดประชุมภายในองค์กร (meeting) ธุรกิจการจัดประชุมขององค์กรร่วมกับองค์กรอื่น (convention) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและมีการจัดประชุมร่วมด้วย (incentive) การแสดงนิทรรศการ/แสดงสินค้า (exhibition/trade show)
2. ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ หมายถึง แผนสำหรับปฏิบัติการที่เชื่อมโยงเป้าหมายนโยบายและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมการประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การประชุมนานาชาติ และงานแสดงนิทรรศการ/งานแสดงสินค้า
3. ศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์ด้านโครงสร้างพื้นฐาน หมายถึง ระบบโครงสร้างพื้นฐานของเมืองในการรองรับการจัดงาน ความสะดวกในการเดินทางเข้าสู่เมือง รูปแบบการเดินทางต่าง ๆ รวมถึงค่าใช้จ่ายในการเดินทาง การคมนาคมขนส่งสามารถเชื่อมโยงภายในเมืองได้อย่างสะดวกและทั่วถึง สภาพแวดล้อมโดยรอบของเมืองเอื้อต่อการจัดกิจกรรมไมซ์ รวมทั้งระบบการสื่อสารและเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการจัดงาน
4. ศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง ความพร้อมของที่พักรวมและสถานที่จัดงาน ในการรองรับผู้เข้าร่วมงาน สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ค่าใช้จ่าย ตลอดจนคุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งด้านอาหาร ที่พัก
5. ศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์ด้านความมั่นคงและปลอดภัย หมายถึง ระบบการจัดการด้านการรักษาความปลอดภัยของผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงาน การดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับภัยคุกคาม ความเสี่ยงและอันตรายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรักษาความปลอดภัย
6. ศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่อยู่ในท้องถิ่น หมายถึง การสนับสนุนจากกลุ่มต่าง ๆ ในเมืองการจัดงาน ประกอบด้วย การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและองค์กรเอกชน ในด้านต่าง ๆ เช่น การประชาสัมพันธ์ การประสานงาน การขออนุญาต การสนับสนุนด้านการเงิน เป็นต้น รวมถึงบริษัทที่ให้บริการรับจัดงานต่าง ๆ
7. ศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์ด้านภาพลักษณ์และสิ่งดึงดูดใจ หมายถึง ทศนคติของผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงานที่มีต่อเมืองจัดงาน ความมีชื่อเสียงของเมือง การเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป รวมทั้งประสบการณ์ในการจัดงานที่ผ่านมา

8. ศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์ด้านบุคลากร หมายถึง บุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ที่มีความเป็นมืออาชีพและมีทักษะในการให้บริการที่มีคุณภาพ มีความพร้อมและเต็มใจ ความรู้ความสามารถในการให้บริการของพนักงานต่อผู้เข้าร่วมงานในด้านต่าง ๆ อย่างมีคุณภาพ ตลอดจนสามารถให้คำแนะนำ ข้อเสนอแนะในการจัดงานได้

9. ศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์ด้านกิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือการประชุม หมายถึง ความหลากหลายและความน่าสนใจของสถานที่ต่าง ๆ ในเมืองจัดงาน เช่น สถานที่ท่องเที่ยว สถานที่สังสรรค์ทางสังคม แหล่งช้อปปิ้ง โอกาสในการติดต่อทางธุรกิจ เป็นต้น

นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ

1. ศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์ด้านโครงสร้างพื้นฐาน หมายถึง วิธีการเดินทางเข้าสู่พื้นที่ระยะทางและระยะเวลาในการเดินทางจากกรุงเทพฯ ระบบโครงสร้างพื้นฐานของเมืองในการรองรับการจัดงาน สภาพแวดล้อมโดยรอบของเมืองเอื้อต่อการจัดกิจกรรมไมซ์ รวมทั้งระบบการสื่อสารและเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการจัดงาน

2. ศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง จำนวนโรงแรมและห้องพักสำหรับการรองรับนักท่องเที่ยว รวมถึงผู้เข้าร่วมประชุมสัมมนา ราคาของห้องพักและโรงแรมในแต่ละพื้นที่ จำนวนสถานที่ในการจัดประชุมสัมมนา ซึ่งหมายถึงห้องประชุมภายในโรงแรมที่ความจุแตกต่างกัน จำนวนของร้านอาหารที่ได้มาตรฐานเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว รวมถึงผู้เข้าร่วมประชุมสัมมนา ราคาของอาหารในพื้นที่

3. ศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์ด้านความมั่นคงและปลอดภัย หมายถึง ระบบการจัดการด้านการรักษาความปลอดภัยของผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงาน ความปลอดภัยภายในพื้นที่ ปัญหาอาชญากรรมที่เกิดขึ้น

4. ศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่อยู่ในท้องถิ่น หมายถึง การสนับสนุนจากกลุ่มต่าง ๆ ในเมืองการจัดงาน ประกอบด้วย การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและองค์กรเอกชน ในด้านต่าง ๆ เช่น การประชาสัมพันธ์ การประสานงาน การขออนุญาต การสนับสนุนด้านการเงิน เป็นต้น รวมถึงบริษัทที่ให้บริการรับจัดงานต่าง ๆ

5. ศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์ด้านภาพลักษณ์และสิ่งดึงดูดใจ หมายถึง ทศนคติของผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงานที่มีต่อเมืองจัดงาน ความมีชื่อเสียงของเมือง การเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป รวมทั้งประสบการณ์ในการจัดงานที่ผ่านมา

6. ศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์ด้านบุคลากร หมายถึง จำนวนบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ที่มีความเป็นมืออาชีพและมีทักษะในการให้บริการที่มีคุณภาพ มีความพร้อมและเต็มใจ ความรู้ความสามารถในการให้บริการของพนักงานต่อผู้เข้าร่วมงานในด้านต่าง ๆ อย่างมีคุณภาพ

7. ศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์ด้านกิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือการประชุม หมายถึง จำนวนสถานที่ท่องเที่ยวภายในพื้นที่ ทั้งในเชิงของธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม และสถานที่ที่มนุษย์สร้างขึ้น ความหลากหลายและความน่าสนใจของสถานที่ต่าง ๆ ในเมืองจัดงาน เช่น สถานที่ท่องเที่ยว สถานที่สังสรรค์ทางสังคม แหล่งช้อปปิ้ง โอกาสในการติดต่อทางธุรกิจ เป็นต้น



บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “ยุทธศาสตร์การพัฒนาจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา” เพื่อให้การศึกษาเป็นไปตามวัตถุประสงค์ ผู้วิจัยได้ศึกษา วิเคราะห์ แนวคิด ทฤษฎีจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียดแต่ละประเด็นตามลำดับดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปจังหวัดสงขลา
2. ทฤษฎีพื้นฐานที่ใช้ในการวิจัย
3. แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรม MICE

ข้อมูลทั่วไปจังหวัดสงขลา

จังหวัดสงขลา เป็นจังหวัดชายแดนภาคใต้ เมืองท่าและเมืองชายทะเลที่สำคัญของประเทศไทย อยู่ห่างจากกรุงเทพฯ 950 กิโลเมตร ครอบคลุมพื้นที่ 7,393 ตารางกิโลเมตร มีโบราณสถานและโบราณวัตถุมากมาย สงขลามีประชากรหลายเชื้อชาติเข้ามาอาศัยอยู่ร่วมกันไม่ว่าจะเป็นจีน มาเลย์ และไทย จึงทำให้มีขนบธรรมเนียมประเพณี ภาษาที่หลากหลายและการละเล่นพื้นเมืองที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมของบรรพบุรุษตกทอดให้ชนรุ่นหลังได้ศึกษามากมาย ลักษณะพื้นที่ทางทิศเหนือของจังหวัดสงขลาส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่ม ทางทิศตะวันออกเป็นที่ราบริมหทะเล ส่วนทางทิศใต้และทิศตะวันตกเป็นเขตภูเขาและที่ราบสูง โดยมีเทือกเขาสนกาลาคีรีเป็นพรมแดนธรรมชาติกั้นระหว่างสงขลาและรัฐเคดาห์ สหพันธรัฐมาเลเซีย

เมืองสงขลาเดิมเรียกว่า "เมืองสทิง" สันนิษฐานว่าชื่อเมือง "สงขลา" น่าจะเพี้ยนมาจากคำว่า "สิงหลา" ที่แปลว่าเมืองสิงห์ อันเป็นชื่อที่พ่อค้าชาวเปอร์เซียอินเดียใช้เรียกกันในอดีต เนื่องจากได้แล่นเรือผ่านเข้ามาในทะเลสาบสงขลา เห็นเกาะหนู-เกาะแมวจากระยะไกลๆ มีลักษณะคล้ายสิงห์ 2 ตัวหมอบเฝ้าปากทางเข้าเมือง จึงตั้งชื่อเมืองตามนั้น หรืออีกข้อสันนิษฐานหนึ่งกล่าวว่า คำว่า "สงขลา" นั้นมาจากคำว่า "สิงขร" ที่แปลว่า "ภูเขา" เนื่องจากเมืองสงขลาในยุคดั้งเดิมตั้งอยู่เชิงเขาเมื่อพ่อค้าชาวมลายูเดินทางเข้ามาค้าขาย ได้ออกเสียงเพี้ยนเป็น "เซ็งคอร่า" และต่อมาเมื่อชาวตะวันตกเข้ามา ก็ออกเสียงชื่อเมืองเพี้ยนเป็น "ซิงกอร่า" (Singora) จากนั้นจึงค่อยๆ เพี้ยนเป็นคำว่า "สงขลา"

ที่ตั้งและอาณาเขต

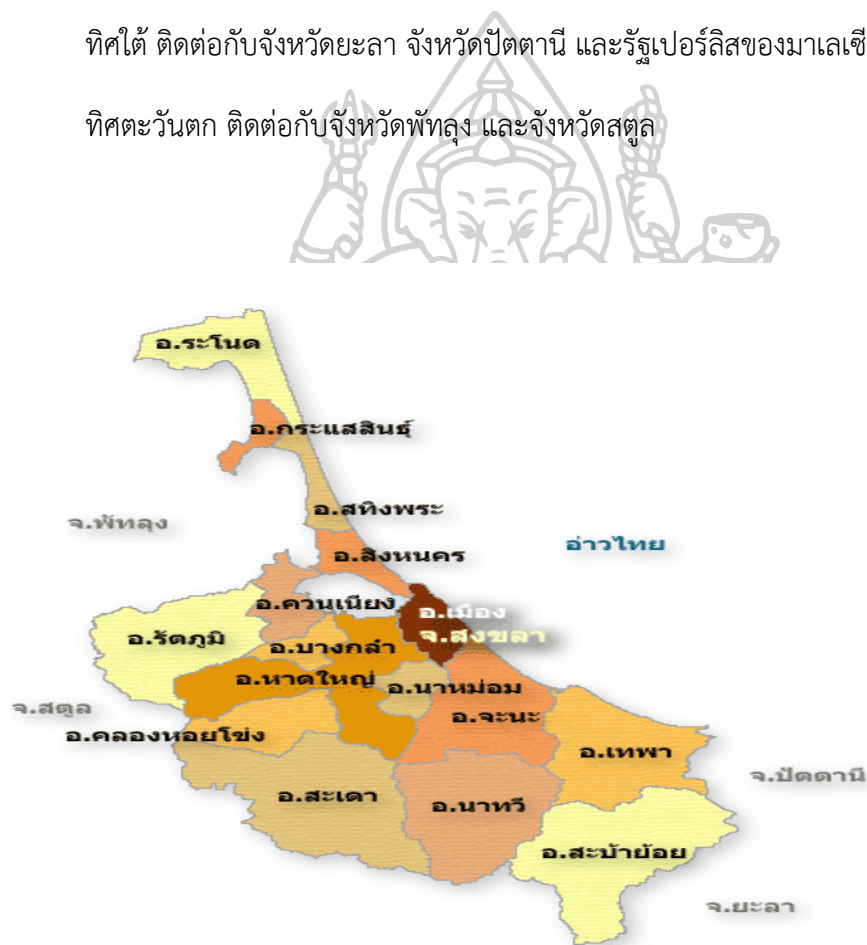
จังหวัดสงขลามีพื้นที่ 7,393.889 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 4,862,599.25 ไร่ มีขนาดเป็นอันดับ 27 ของประเทศ และใหญ่เป็นอันดับที่ 3 ของภาคใต้ มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียง ดังนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับจังหวัดนครศรีธรรมราชและจังหวัดพัทลุง

ทิศตะวันออก ติดต่อกับอ่าวไทย

ทิศใต้ ติดต่อกับจังหวัดยะลา จังหวัดปัตตานี และรัฐเปอร์ลิสของมาเลเซีย

ทิศตะวันตก ติดต่อกับจังหวัดพัทลุง และจังหวัดสตูล



ภาพที่ 2 ที่ตั้งและอาณาเขตของจังหวัดสงขลา

การคมนาคม

1) **ทางถนน** การคมนาคมขนส่งระหว่างจังหวัดและภายในพื้นที่จังหวัดสงขลา ประกอบด้วยเส้นทางถนนสายหลักในความรับผิดชอบของแขวงทางสงขลา สำนักงานบำรุงทางสงขลาที่ ๒ สำนักงานทางหลวงชนบทจังหวัดสงขลา และองค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา

ทางหลวงแผ่นดินเป็นเส้นทางคมนาคมขนส่งสายหลักของจังหวัด โดยมีเส้นทางที่สำคัญ ได้แก่

ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข ๕ เป็นเส้นทางสายหลักที่ติดต่อระหว่างเมือง/ชุมชนในจังหวัดพัทลุงเชื่อมต่อกับจังหวัดสงขลาไปอำเภอสะเดา และสิ้นสุดที่ประเทศมาเลเซีย ในแนวเหนือ - ใต้

ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข ๔๓ เป็นเส้นทางที่เชื่อมต่อระหว่างอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลาไปทางอำเภอจะนะ จังหวัดสงขลา โดยเชื่อมต่อไปยังจังหวัดปัตตานี ยะลา และจังหวัดนราธิวาส

ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข ๔๐๗ เป็นเส้นทางเชื่อมระหว่างอำเภอหาดใหญ่และอำเภอเมืองจังหวัดสงขลา ทางด้านทิศใต้

ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข ๔๐๘ เป็นเส้นทางที่เชื่อมต่อระหว่างอำเภอหัวไทร จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยเชื่อมต่อกับอำเภอระโนด จังหวัดสงขลา ผ่านตัวจังหวัดสงขลาไปทางอำเภอจะนะและสิ้นสุดที่อำเภอนาทวี จังหวัดสงขลา

ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข ๔๑๔ เป็นเส้นทางที่เชื่อมระหว่างอำเภอเมือง จังหวัดสงขลา กับอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา ทางด้านทิศเหนือ

ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 4083 เป็นเส้นทางที่แยกจากทางหลวงหมายเลข 408 ไปยังอำเภอระโนด จังหวัดสงขลา

ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 4135 เป็นเส้นทางที่แยกจากทางหลวงหมายเลข 414 ไปยังท่าอากาศยานนานาชาติหาดใหญ่

ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข ๔๒๘๗ เป็นเส้นทางเชื่อมต่อระหว่างอำเภอหาดใหญ่ อำเภอรัตภูมิ จังหวัดสงขลา เป็นเส้นทางเชื่อมต่อไปยังจังหวัดสตูล

2) **ทางรถไฟ** สถานีรถไฟชุมทางหาดใหญ่ เป็นสถานีชุมทางเชื่อมโยงจากกรุงเทพฯผ่านสถานีชุมทางหาดใหญ่เชื่อมต่อไปจังหวัดปัตตานี ยะลาและนราธิวาส(อ.สุโหงโกลก) และอีกเส้นทางเชื่อมต่อไปยังสถานีบันเตอรืเวิร์ธประเทศมาเลเซีย มีรถไฟผ่านวันละ 22 ขบวน มีสถานีจอดรถ 7 สถานี เส้นทางรถไฟในจังหวัด ระยะทางยาว 160 กม.

3) **ทางน้ำ** มีท่าเรือน้ำลึกสงขลาตั้งอยู่ที่ตำบลหัวเขาแดง อำเภอสิงหนคร มีท่าเทียบเรือ ๓ ท่า รองรับสินค้าได้ ๑.๑ ล้านตัน/ปี นอกจากนี้ยังมีท่าเทียบเรือประมงองค์การสะพานปลา ตั้งอยู่บริเวณท่าสะพานท่าเทียบเรือของกองทัพเรือและท่าเทียบเรือของสำนักงานเจ้าท่าภูมิภาคที่ ๔ ตั้งอยู่บริเวณฐานทัพเรือสงขลา

4) **ทางเครื่องบิน** จังหวัดสงขลามีท่าอากาศยานหาดใหญ่ ซึ่งเป็นสนามบินนานาชาติ มีสถานที่ตั้งอยู่ในพื้นที่อำเภอคลองหอยโข่ง ห่างจากตัวเมืองหาดใหญ่ ระยะทาง ๑๒ กิโลเมตร และยังมีสนามบินสงขลาตั้งอยู่ในเขตเทศบาลนครสงขลา อยู่ในความรับผิดชอบของกองทัพเรือ

แหล่งท่องเที่ยว

หาดสมิหลา

อยู่ในเขตเทศบาลนครสงขลา ห่างจากศาลากลางจังหวัดสงขลา ประมาณ 1 กิโลเมตรมีหาดทรายขาวสะอาด ทิวสนอันร่มรื่น มีรูปปั้นนางเงือก ที่เป็นสัญลักษณ์ของจังหวัดสงขลา และรูปปั้นหนูแมว โดยรอบบริเวณได้จัดสวนหย่อมไว้ดูร่มรื่นเหมาะเป็นที่นั่งพักผ่อนยามเย็น เมื่อมองออกไปในทะเลจะเห็นเกาะหนูเกาะแมว อันเป็นอีกสัญลักษณ์หนึ่งของแหลมสมิหลา

แหลมสนอ่อน

อยู่บริเวณแหลมสมิหลา ร่มรื่นไปด้วยทิวสนทะเล บริเวณปลายแหลมเป็นที่ประดิษฐานอนุสาวรีย์กรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ ซึ่งก่อตั้งโดยกลุ่มไทยอาสาป้องกันชาติในทะเลจังหวัดสงขลา ได้แก่ผู้ประกอบอาชีพอันเกี่ยวเนื่องกับการปกครองร่วมกับกองทัพเรือ สร้างเมื่อปี พ.ศ.2530 เพื่อให้ชาวเรือได้สักการบูชาก่อนออกไปประกอบอาชีพในทะเล บริเวณแหลมสนอ่อนมีประติมากรรมพญานาคพ่นน้ำซึ่งนักท่องเที่ยวนิยมมาถ่ายรูปเป็นที่ระลึก ประติมากรรมพญานาคนี้แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ตั้งอยู่สถานที่ต่างกัน ส่วนหัวอยู่ที่แหลมสนอ่อน ส่วนลำตัวหรือสะดือพญานาคอยู่ที่แหลมสมิหลา ส่วนหางอยู่ที่ถนนชลาลัย - หาดสมิหลา จากแหลมสนอ่อน สามารถชมทัศนียภาพอันสวยงามของ

ทะเลสาบสงขลา และมองเห็นเกาะหนู ได้ใกล้และชัดที่สุด รอบๆบริเวณมีที่นั่งพักผ่อนยามเย็นสำหรับประชาชน

สถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสงขลา

สถานแสดงพันธุ์สัตว์น้ำสงขลา ตั้งอยู่บริเวณ ปลายแหลมสนอ่อน เป็นโครงการที่ดำเนินการก่อสร้างใน ปี พ.ศ. 2549 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เยาวชน และประชาชนทั่วไปให้ได้เป็นแหล่งเรียนรู้ ศึกษาเกี่ยวกับระบบนิเวศทางน้ำ และพันธุ์สัตว์น้ำหลากหลายชนิด มีเนื้อที่รวม ประมาณ 7.5 ไร่ ตัวอาคารมีเนื้อที่ 2 ไร่ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ส่วนน้ำจืด เป็นการจำลองน้ำตกที่มีชื่อเสียงของภาคใต้ และการแสดงพันธุ์ปลา น้ำจืด ส่วนน้ำกร่อย เป็นการจำลองระบบนิเวศของน้ำ เช่น ป่าชายเลน พืช และสัตว์ที่อาศัยบริเวณป่าชายเลนส่วนน้ำเค็ม มีสัตว์ทะเลและพันธุ์ปลาหลากหลายชนิดที่หาดูได้ยาก เช่น ปลาหมอทะเล น้ำหนักกว่า 200 กิโลกรัม ที่ใหญ่และมากที่สุดในประเทศไทย และฉลามเสือดาว ที่สามารถชมผ่านจอแก้วพานอรามาที่มีขนาดสูง 3 เมตร ยาว 7 เมตร สามารถชมปลาได้ในมุมกว้าง นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อการท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมขับรถโกคาร์ท การผจญภัย กิจกรรมทางทะเล รวมถึงกิจกรรมการพักผ่อนหย่อน ชมเกาะหนูเกาะแมวอีกด้วย **เขาดังกวน**

อยู่ทางทิศตะวันตกของเขาน้อย มีบันไดทางขึ้นอยู่ใกล้วัดแหลมทราย สูงจากระดับน้ำทะเล ประมาณ 290 ฟุต ปัจจุบันเทศบาลนครสงขลาสร้างลิฟต์ขึ้นเขาดังกวนอีกทางหนึ่ง บนยอดเมืองสงขลา พ.ศ.2402 ได้โปรดเกล้าฯให้ พระยาสงขลาบูรณปฏิสังขรณ์ เพื่อเป็นที่เคารพสักการะของชาวสงขลา เมื่อขึ้นไปบนยอดเขาดังกวนแล้ว สามารถมองเห็นทิวทัศน์ของเมืองสงขลาและทะเลสาบสงขลาได้

อุทยานนกน้ำคูขุด

เป็นเขตห้ามล่าสัตว์ป่าทะเลสาบสงขลา ตั้งอยู่ที่บ้านคูขุด อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา ห่างจากที่ว่าการอำเภอสทิงพระเข้าไปทางแยกประมาณ 3 กม. ห่างจากสงขลา 32 กม. ได้รับการประกาศเป็น เขตห้ามล่าสัตว์ทะเลสาบ เมื่อวันที่ 9 เมษายน 2519 มีพื้นที่อยู่ในเขตรับผิดชอบทั้งหมด 277,916 ไร่ ครอบคลุมพื้นที่ อ.เมืองสงขลา อ.สทิงพระ อ.สิงหนคร อ.ควนเนียง และ อ.กระแสดำ และ มีพื้นที่ส่วนหนึ่งติดต่อกับ อ.ปากพะยูน จ.พัทลุง โดยมีพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นเกาะเล็ก เกาะน้อย ซึ่งมีบรรยากาศที่ตีเหมาะแก่การพักผ่อนหย่อนใจ ท่ามกลางทิวทัศน์ที่งดงาม จากการสำรวจของกรมป่าไม้พบว่า มีนกชนิดต่างๆ มากมายทั้งนกท้องถิ่น และนกอพยพ นกเหล่านี้จะมาอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก ในช่วงเดือน ตุลาคม – เมษายน

น้ำตกโตนงาช้าง

ตั้งอยู่ที่ถนนหาดใหญ่ – รัตภูมิ (สายเก่า) อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ห่างจากอำเภอหาดใหญ่ 26 กิโลเมตร เป็นน้ำตกที่สวยงามแห่งหนึ่งในภาคใต้ มีทั้งหมด 7 ชั้นๆ ที่สวยงาม และเรียกชื่อน้ำตก คือ ชั้นที่ 3 ซึ่งมีน้ำตกแยกออกมาในลักษณะงาช้าง “โตน” ภาษาพื้นเมืองแปลว่า น้ำตก น้ำตกแห่งนี้จึงกลายเป็นอีกหนึ่ง มนต์เสน่ห์ของเมืองสงขลาที่ต้องมาเยือน

วัดพะโคะ (วัดราชประดิษฐฐาน)

ตั้งอยู่บนเขาพะโคะ หรือเขาพัทลุง หมู่ที่ 6 ตำบลชุมพล อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา เป็นวัดที่มีความสำคัญมาทางประวัติศาสตร์ โบราณคดีศาสนา เป็นที่ประดิษฐานพระเมวลิกเจดีย์ซึ่งเป็นศิลปะสถาปัตยกรรมทางใต้ สมัยกรุงศรีอยุธยา แบบอย่างศิลปะลังกา และเกี่ยวข้องกับตำนานหลวงพ่อทวดเหยียบน้ำทะเลจืดตามพงศาวดาร เล่ากันว่า วันหนึ่งมีโจรสลัดแล่นเรือเลียบมาตามฝั่งเห็นสมเด็จพระโคะเดินอยู่มีลักษณะแปลกกว่าคนทั้งหลายจึงใคร่จะลองดี โจรสลัดจอดเรือและจับสมเด็จพระโคะ ไปเมื่อเรือแล่นมาได้สักครู่เกิดเหตุเรือแล่นต่อไปไม่ได้ ต้องจอดอยู่หลายวัน จนในที่สุดน้ำจืดหมดลงโจรสลัดเดือดร้อนสมเด็จพระโคะสงสาร จึงเอาเท้าซ้ายแช่ลงไปในน้ำทะเลเกิดเป็นประกายโชติช่วง น้ำทะเลกลายเป็นน้ำจืด โจรสลัดเกิดความเลื่อมใสศรัทธากราบไหว้ขอขมา และนำสมเด็จพระโคะขึ้นฝั่ง ตั้งแต่นั้นมาประชาชนจึงพากันไปกราบไหว้บูชากันเป็นจำนวนมาก

อุโมงค์ประวัติศาสตร์เขาน้ำค้าง

ตั้งอยู่ในบริเวณเขาน้ำค้าง หมู่ 1 ตำบลคลองขวาง อำเภอนาทวี จังหวัดสงขลา หรือที่รู้จักกันในนามหมู่บ้านปิยมิตร 5 ซึ่งเป็นหมู่บ้านของอดีต จคม. ผู้กลับใจเข้าร่วมพัฒนาชาติไทยเมื่อวันที่ 13 มีนาคม 2530 ในอดีตเคยเป็นยุทธภูมิการสู้รบ มาเกือบ 40 ปี มีลักษณะเป็นอุโมงค์ที่ขุดด้วยกำลังคน กว้างใหญ่ และยาวที่สุดในประเทศไทย ภายในแบ่งเป็น 3 ชั้น มีช่องทางเข้าออก หลายช่องทางความคดเคี้ยวขึ้นลงภายในอุโมงค์ประมาณ 600 เมตร สามารถบรรจุคนได้ประมาณ 200 คน ใช้เวลาขุดประมาณ 9 ปี ปัจจุบันการเดินทางไปเยี่ยมชมอุโมงค์แห่งนี้มีถนนลาดยางผ่านเดินทางได้สะดวก

เกาะยอ

อยู่ในทะเลสาบสงขลา มีสวนผลไม้ชานาชนิด และมีโบราณสถาน เช่น วัดเขาบ่อ วัดท้ายยอ ซึ่งวัดนี้มีเจดีย์เก่าแก่อยู่บนเนินเขา เดินทางมาตามเส้นทาง สงขลา - หาดใหญ่ แล้วเลี้ยวขวาที่สี่แยกบ้านน้ำกระจาย ข้ามสะพานติณสูลานนท์ ซึ่งเป็นสะพานยาวที่สุดในประเทศไทย

การวิเคราะห์ศักยภาพของจังหวัด

การวิเคราะห์ศักยภาพของจังหวัด (SWOT ANALYSIS) คณะกรรมการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการ (ก.บ.จ.สงขลา) ได้วิเคราะห์สภาพแวดล้อม ของจังหวัดและได้ปรับข้อมูลให้มีความสอดคล้องข้อเท็จจริง ดังนี้

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ศักยภาพของจังหวัดสงขลา

การวิเคราะห์จุดแข็ง (S - STRENGTHS)	
S1	<p>ด้านการท่องเที่ยว</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย <ul style="list-style-type: none"> : แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น เมืองเก่าสงขลา สถาบันทักษิณคดีศึกษา, เกาะยอและชุมชน สทิงหม้อ : แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น น้ำตกโตนงาช้าง หาดสมิหลา, แหลมสนอ่อน : แหล่งการค้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่สำคัญของภูมิภาค ตลาดกิมหยง ตลาดสันติสุข แหล่งการค้าบริเวณถนนเสน่หานุสรณ์ - กิจกรรมการท่องเที่ยวตามประเพณีและวัฒนธรรมตลอดปี เช่น ปีใหม่สงกรานต์ - แข่งขันเรือยาวบางกล่ำ ลากพระ ตรุษจีน ไหว้พระแก้วัด ลอยกระทง เทศกาลอาหาร - สองทะเล เทศกาลกินเจ มิดไนท์สงกรานต์
S2	<p>ด้านเศรษฐกิจ การค้า การลงทุน</p> <ul style="list-style-type: none"> - เป็นประตูเชื่อมโยงเศรษฐกิจกับประเทศเพื่อนบ้าน (Gate Way) โดยเฉพาะการค้าและการขนส่งเชื่อมโยงประเทศเพื่อนบ้านด้านใต้และนานาชาติ - เป็นแหล่งการค้าชายแดนที่มีมูลค่าการค้าชายแดนสูงที่สุดของประเทศ (62 % ของมูลค่าการค้าชายแดนทั่วประเทศ) - เป็นศูนย์กลางด้านการค้า การเงิน การลงทุน และการบริการ ที่สำคัญของภาคใต้ เช่น นิคมอุตสาหกรรมฉลุง โรงงานอุตสาหกรรม ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคใต้ ตลาดหลักทรัพย์ เป็นต้น

	<p>- ขนาดเศรษฐกิจใหญ่เป็นอันดับ 1 ของภาคใต้ (214,799 ล้านบาท) และสูงกว่า ค่าเฉลี่ยของประเทศ (102,491 ล้านบาท)</p> <p>- มีพื้นที่ติดต่อกับประเทศมาเลเซีย สามารถเชื่อมโยงการค้า การลงทุน และการ ท่องเที่ยว ตามแผนการพัฒนาเศรษฐกิจในบริเวณแนวพื้นที่ภาคเหนือ (Northern Corridor Economic Region : NCER) ของประเทศมาเลเซีย</p>
S3	<p>ด้านการคมนาคมขนส่ง เป็นศูนย์กลางการคมนาคมเชื่อมโยงสู่อาเซียน</p> <p>การขนส่งทางน้ำ - ทำเรือน้ำลึกสงขลา จำนวนปริมาณสินค้าผ่านท่าเรือสงขลา ปี 2555 จำนวน 1,736,630 ตัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 23.43 จากปี 2553</p> <p>การขนส่งทางอากาศ - มีสนามบินนานาชาติหาดใหญ่ เป็น 1 ใน 6 ของสนามบินนานาชาติ สามารถรองรับการคมนาคมและขนส่งทางอากาศ มีเส้นทางการบินใน ประเทศและต่างประเทศ สิงคโปร์ มาเลเซีย ซาอุดีอาระเบีย และอื่น ๆ</p> <p>การขนส่งระบบราง - ชุมทางรถไฟหาดใหญ่ สามารถเชื่อมต่อไปยังประเทศมาเลเซีย</p> <p>การขนส่งทางบก - มีเส้นทางการคมนาคมเชื่อมโยงจังหวัด ในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย อันดามันและประเทศเพื่อนบ้าน</p>
การวิเคราะห์จุดอ่อน (W - WEAKNESS)	
W1	<p>ด้านการท่องเที่ยว</p> <p>- สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการทางการท่องเที่ยวไม่ได้มาตรฐาน เช่น ป้ายชี้ทาง แหล่งท่องเที่ยว (3 ภาษา) ห้องน้ำ ศูนย์บริการท่องเที่ยว การบริหารจัดการ แหล่งท่องเที่ยว</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - ขาดการสร้างความโดดเด่นและเรื่องราว (Story) เพื่อสร้างอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว - ขาดบุคลากรด้านการท่องเที่ยวระดับมืออาชีพ ขาดทักษะด้านภาษา
W2	<p>ด้านเศรษฐกิจ การค้า การลงทุน</p> <ul style="list-style-type: none"> - แรงงานบางส่วนยังขาดความรู้และทักษะที่จำเป็นในการปฏิบัติงาน และเลิกงาน ทำให้มีอัตราการว่างงานร้อยละ ๐.๘๙ - การขอรับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ เช่น อย. มพช. ฮาลาล มอก. ยังมีจำนวนน้อย - การขาดแคลนน้ำใช้ในภาคอุตสาหกรรม - ปัญหาการเกิดอุทกภัยส่งผลกระทบต่อการค้า การลงทุน - ผลิตภาพแรงงานของจังหวัดต่ำกว่าของประเทศ เนื่องจากเศรษฐกิจส่วนใหญ่พึ่งพาการเกษตร
W3	<p>ด้านการคมนาคมขนส่ง</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีปัญหาการจราจรหนาแน่นติดขัดในเมืองใหญ่และเมืองชายแดน - การขนส่งโดยรถไฟใช้ระบบรางเดียวทำให้เกิดความล่าช้า ไม่สะดวก - ขาดการวางโครงข่ายคมนาคมขนส่งเพื่อการค้าการลงทุนอย่างเป็นระบบ
การวิเคราะห์โอกาส (O - OPPORTUNITIES)	
O1	<p>ด้านการท่องเที่ยว</p> <ul style="list-style-type: none"> - นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาล - นโยบายการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่นเอื้อต่อการเสริมสร้างศักยภาพทางการท่องเที่ยวทั้งการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและการตลาด - โครงการด้านการท่องเที่ยวภายใต้แผนงาน Indonesia – Malaysia – Thailand Growth Triangle : IMT – GT เช่น โครงการเส้นทางท่องเที่ยว ตามรอยหลวงปู่ทวด และ โครงการท่องเที่ยวเมืองเก่า IMT – GT เป็นต้น
O2	<p>ด้านเศรษฐกิจ การค้า การลงทุน</p> <ul style="list-style-type: none"> - มีแผนงานการพัฒนาเขตพัฒนาเศรษฐกิจ ๓ ฝ่าย อินโดนีเซีย – มาเลเซีย – ไทย (Indonesia – Malaysia – Thailand Growth Triangle : IMT – GT)

	<ul style="list-style-type: none"> - มีกรอบความร่วมมือความร่วมมือเพื่อพัฒนาชายแดนไทย-มาเลเซีย (Joint Development Strategy for Border Areas : JDS) - แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11, นโยบายรัฐบาล, นโยบาย ศอ.บต. ให้การสนับสนุนการเสริมสร้างรายได้ ให้กับผู้มีรายได้น้อย ด้วยหลักปรัชญา ของเศรษฐกิจพอเพียงและให้ความสำคัญในการพัฒนา คุ้มครองดูแลแรงงาน เช่น ขยายการคุ้มครองสู่แรงงานนอกระบบ
O3	<p>ด้านการคมนาคมขนส่ง</p> <ul style="list-style-type: none"> - นโยบายรัฐบาลตามร่างพระราชบัญญัติเงินกู้ 2.2 ล้านล้านบาท เพื่อสนับสนุนการดำเนินการตามโครงการด้านโครงสร้างพื้นฐาน
การวิเคราะห์อุปสรรค (T – THREATS)	
T1	<p>ด้านการท่องเที่ยว</p> <ul style="list-style-type: none"> - การแข่งขันด้านการท่องเที่ยวมีสูง - นักท่องเที่ยวขาดความเชื่อมั่นต่อสถานการณ์ความไม่สงบในพื้นที่
T2	<p>ด้านเศรษฐกิจ การค้า การลงทุน</p> <ul style="list-style-type: none"> - ภาวะความผันผวนของระบบเศรษฐกิจโลกส่งผลกระทบต่อการส่งออกสินค้า - มาตรการกีดกันทางการค้าของบางประเทศเป็นอุปสรรคในการส่งออก - อุปสรรคในการส่งออก การท่องเที่ยว และการบริการ - มาตรฐานฮาลาล ของไทยยังไม่ได้รับการรับรองในบางประเทศ - การกำหนดมาตรการการใช้มัลติเทคท์ท้องถิ่นของบางประเทศ

ที่มา : คณะกรรมการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการ (ก.บ.จ. สงขลา)

ทฤษฎีพื้นฐานที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาทฤษฎีที่สามารถใช้เป็นกรอบในการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาคู่มือปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ (MICE Destination) จังหวัดสงขลา” ประกอบด้วย 2 ทฤษฎีได้แก่ 1) ทฤษฎีฐานทรัพยากร (Resource-based View: RBV) ที่มุ่งอธิบาย การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างมีคุณค่าให้ได้ประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อความสามารถในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) และ 2) การจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management) มุ่งเน้นอธิบายการกำหนดแนวทางและทิศทางในการดำเนินงาน วิเคราะห์และประเมินปัจจัยต่าง ๆ ที่เกิดจากสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อกำหนดกิจกรรม แผนงาน หรือโครงการให้สอดคล้องแนวทางขององค์กรที่จะสามารถบรรลุวิสัยทัศน์และเป้าหมายที่กำหนดไว้สูงสุด

จากทฤษฎีพื้นฐานที่ใช้ในการการวิจัยทั้ง 2 ทฤษฎีดังกล่าว ผู้วิจัยได้สังเคราะห์ เพื่อใช้ในการอธิบายผลการวิจัย ดังมีรายละเอียดดังนี้

1. ทฤษฎีฐานทรัพยากร (Resource-based View: RBV)

Jay Barney ได้นำเสนอผลงาน “Firm Resources and Sustained Competitive Advantage”

ตีพิมพ์ใน Journal of Management โดยบทความชิ้นนี้เป็นบทความหลัก สำคัญของค่าย RBV โดย Barney (1991) ได้เสนอแนวคิดในประเด็นของที่มาของความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยแสดงให้เห็นถึงลักษณะที่สำคัญของทรัพยากรเชิงกลยุทธ์ที่จำเป็น ได้แก่ (1) ก่อให้เกิดคุณค่าขึ้นภายในองค์กร (Value) (2) จะต้องหายาก (Rarity) (3) ไม่สามารถลอกเลียนแบบได้หรือมีต้นทุนลอกเลียนแบบสูง (Imitability) และ (4) ไม่สามารถทดแทนได้ (Non-substitutable) (Barney, 1991; Barney & Wright, 1998) หลังจากนั้นมีการใช้กันอย่างแพร่หลาย และมีการพัฒนาแนวคิดอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน พัฒนาการทางแนวคิดจึงเปลี่ยนมาเป็นทฤษฎีฐานทรัพยากรขององค์กร โดยมุ่งทำความเข้าใจในมุมมองทุกด้านขององค์กรซึ่งเป็นแนวคิดที่มี ความสำคัญยิ่ง (Ketchen and Wright, 2011) กล่าวคือ ทฤษฎีฐานทรัพยากรขององค์กร มุ่งอธิบายถึง ทรัพยากรในองค์กรมีบทบาทในการปัจจัยหลักที่ส่งผลกระทบต่อ การดำเนินการธุรกิจทุก กระบวนการขององค์กรซึ่งสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในตลาด โดยหากองค์กรใด นั้นมีศักยภาพในการใช้ ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างมีคุณค่าได้ ประสิทธิภาพและประสิทธิผล องค์กรนั้นก็มีความสามารถในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันเหนือคู่แข่งรายอื่น ด้วยคุณลักษณะของ ความสามารถของ ทรัพยากร คือ การเกิดมูลค่าเพิ่ม (Valued) การเป็นทรัพยากรที่หายาก (Rarity) การมีทรัพยากร

ที่ลอกเลียนแบบยาก (Imitability) และการมีทรัพยากรที่ไม่สามารถทดแทนได้ (Non-substitutable) (Barney, 1991; Young et al., 2000) ทฤษฎี RBV เป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญกับทรัพยากรภายในองค์กร ซึ่งทรัพยากร หมายถึง สิทธิทรัพย์สิน ความสามารถ กระบวนการทำงานภายในองค์กรคุณสมบัติของธุรกิจข้อมูลสารสนเทศ และความรู้ ทฤษฎีนี้แสดงถึงความสามารถและทรัพยากรภายในองค์กรที่เป็นสิ่งขับเคลื่อนให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน สิ่งสำคัญของทฤษฎี RBV คือ ต้องมีลักษณะเฉพาะมีค่าเป็นหนึ่งเดียว สิทธิทรัพย์สินมีคุณค่าในตัวเอง และยากต่อการลอกเลียนแบบ (Barney, 1991)

แนวคิดของ Barney (1991) ได้นำเสนอความคิดในประเด็นของแหล่งที่มาความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน ซึ่งแสดงลักษณะที่สำคัญของทรัพยากรเชิงกลยุทธ์ที่จำเป็นต้องมี ได้แก่ (1) ทรัพยากร นั้นจะต้องก่อให้เกิดคุณค่าขึ้นภายในองค์กร (Value) (2) ทรัพยากรนั้นจะต้องหายาก (Rarity) (3) ทรัพยากร นั้นจะต้องไม่สามารถลอกเลียนแบบได้หรือมีต้นทุนลอกเลียนแบบสูง (Imitability) และ (4) ความสามารถที่ทดแทนไม่ได้ (Non-substitutable) (Barney and Wright, 1998) ทั้งนี้จากการศึกษาของ Barney (1991) พบว่า “องค์กรที่จะสามารถสร้างคุณลักษณะเฉพาะขององค์กร เพื่อให้เกิดศักยภาพในการได้เปรียบ เจริญการแข่งขัน ทรัพยากรขององค์กร การต้องประกอบด้วยคุณลักษณะ 4 ประการ” ดังต่อไปนี้ (พรสวรรค์ มงคลชัย อรัญญา และนวพร ประสมทอง, 2551)

1. ความมีคุณค่า (Valuable Resource) คือ การที่องค์กรต้องใช้จุดอ่อนและจุดแข็ง เพื่อแสวงหาประโยชน์ และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

2. การหาได้ยาก (Rare Resource) คือ ทรัพยากรที่หาได้ยาก จากคู่แข่งจำนวนน้อย (Barney, 1991)

3. ต้นทุนลอกเลียนแบบสูง (Imperfectly Imitable resources) คือ ทรัพยากรนั้นมีต้นทุนการลอกเลียนแบบที่สูง ทำให้บริษัทอื่นไม่สามารถทำได้ง่าย (Barney, 1991)

4. การทดแทนไม่ได้ (Non-substitutable) คือ ทรัพยากรที่คู่แข่งไม่สามารถทดแทนได้ หรือความสามารถที่ทดแทนไม่ได้ จะเป็นแหล่งที่มาของความได้เปรียบการแข่งขัน (Barney, 1991)

RBV ขององค์กรประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก 2 ด้าน ได้แก่ (1) ทรัพยากร (Resources) และ (2) ความสามารถ (Capabilities) ทั้งสองเป็นองค์ประกอบของการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน (Grant, 1996; Eisenhardt & Martin, 2000)

1. ทรัพยากร (Resources) ประกอบด้วยทรัพยากรที่มีตัวตน (Tangible resources) ทรัพยากรที่ไม่มีตัวตน (Intangible resources) และรวมไปถึงทรัพยากรด้านบุคคล ทักษะ และความรู้ (Barney & Wright, 1998) เพื่อการสร้างความสามารถทางการแข่งขัน ทรัพยากรของบริษัทจะต้องมีความพิเศษและมีคุณค่า ทรัพยากรที่พิเศษคือ “ทรัพยากรที่บริษัทอื่นไม่มี” Grant (1991) ได้แบ่งทรัพยากรออกเป็น 6 ประเภท ได้แก่ 1. ทรัพยากรทางการเงิน 2. ทรัพยากรทางกายภาพ 3. ทรัพยากรบุคลากร 4. ทรัพยากรทางเทคโนโลยี 5. ความมีชื่อเสียง 6. ทรัพยากรด้านองค์กร Barney (1991) ให้ความหมายของทรัพยากรภายในองค์กรคือ “สินทรัพย์ ความสามารถ กระบวนการขององค์กร ข้อมูลและความรู้ที่ควบคุมโดยบริษัทและบริษัทสามารถนำทรัพยากรเหล่านี้มาพัฒนาประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์กรโดยใช้ผลประโยชน์จากความสามารถขององค์กรที่มีอยู่” จากมุมมองตามหลักการพื้นฐานของทฤษฎีฐานทรัพยากร (Resource-Based View of the Firm: RBV) ในแนวคิดของ Penrose (1959) ที่อธิบายทรัพยากรไว้ว่า การเติบโตขององค์กรนั้น มาจากการที่องค์กรจะสามารถใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์คุ้มค่าที่สุด ทรัพยากร ประกอบไปด้วย สินทรัพย์ (Asset) ความสามารถ (Ability) กระบวนการ (Process) ความรู้ (Knowledge) ที่องค์กรจะสามารถใช้สร้างและประยุกต์ใช้กลยุทธ์การแข่งขัน

2. ความสามารถขององค์กร (Ordinary Capabilities) ซึ่งเป็นสินทรัพย์ที่ไม่สามารถมองเห็นได้ หรือไม่มีตัวตนและไม่สามารถตีความสามารถเป็นมูลค่าทางตัวเลขได้ ดังนั้น ความสามารถจึงเป็นกระบวนการขององค์กรในการนำข้อมูลและความรู้ ที่ควบคุมโดยองค์กร รวมถึงความสามารถทางด้านข่าวสาร การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้า ผู้จัดหาสิ่งของ (supplier) และตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับผลประกอบการที่มีความเสี่ยง (venture performance) เช่น ความสามารถในการทำงานเป็นทีม วัฒนธรรมองค์กรด้านความเชื่อมั่นระหว่างการจัดการองค์กรและพนักงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งทักษะในการทำงานภายในองค์กร เป็นต้น ความสามารถและวิธีการของการผสมผสานระหว่างสินทรัพย์ (asset) บุคคล (people) และกระบวนการ (processes) ที่องค์กรใช้เพื่อการเปลี่ยนรูปปัจจัยนำเข้า (inputs) ให้กลายเป็นผลผลิต (outputs) โดยใช้ความสามารถด้านทรัพยากรที่มีอยู่แล้ว นำมากำหนดกลยุทธ์เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์กร สร้างศักยภาพและความได้เปรียบด้านการแข่งขัน (competitive advantages) (Weerawardena & Mort, 2012)

กล่าวโดยสรุปว่า ทฤษฎีฐานทรัพยากรเป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญกับทรัพยากร (resources) และความสามารถในการจัดการกับทรัพยากร (capabilities) ภายในองค์กร ที่ถือว่าเป็นสิ่งสำคัญที่

ทำให้องค์การมีประสิทธิภาพในการสร้างความได้เปรียบของการแข่งขันในยุคสังคมเศรษฐกิจ ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงนำทฤษฎีฐานทรัพยากรมาใช้ในการวิเคราะห์ศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซีในจังหวัดสงขลาภายใต้พื้นฐานของทรัพยากรที่มีอยู่เพื่อให้มีคุณลักษณะที่แตกต่างจากคู่แข่งประกอบด้วย ความมีคุณค่า เป็นสิ่งที่หาได้ยาก ยากต่อการลอกเลียนแบบ และไม่สามารถหาทดแทนได้จากที่อื่น โดยพิจารณาทรัพยากรภายในองค์กรที่เป็นจุดอ่อนหรือจุดแข็ง และใช้ทรัพยากรที่เป็นจุดแข็งตอบสนองการเปลี่ยนแปลงและความต้องการตามสภาพแวดล้อมภายนอก ที่เป็นโอกาสหรืออุปสรรค และแก้ไขหรือปรับปรุงทรัพยากรที่เป็นจุดอ่อน ส่งผลให้อุตสาหกรรมไมซีในจังหวัดสงขลาเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน ยกกระดับขีดความสามารถทางการแข่งขันและต่อยอดการพัฒนาบนพื้นฐานของทรัพยากรที่มีอยู่ พัฒนาจังหวัดสงขลาให้เป็นศูนย์กลางการจัดประชุม และการแสดงสินค้า ทั้งในระดับชาติและระดับสากลรองรับการขยายตัวทางเศรษฐกิจของอาเซียน เพิ่มรายได้เข้าสู่ภูมิภาค และประเทศไทย

การจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management)

แนวความคิดการจัดการเชิงกลยุทธ์เริ่มขึ้นราวปี 1912 ที่มหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด และมีพัฒนาการเรื่อยมาจนกระทั่งปัจจุบัน (ไพโรจน์, 2545) โดยคำว่า กลยุทธ์ (Strategy) หรือยุทธศาสตร์เป็นศัพท์ที่มีกำเนิดในทางทหาร (Rue and Holland, 1989) ซึ่งหมายความว่าศาสตร์และศิลป์ในการบังคับบัญชากองทัพ ต่อมาคำนี้ได้ถูกนำมาใช้ในการวางแผนการบริหารงานองค์กร เพื่อเป็นวิธีการที่จะทำให้เกิดผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ โดยมีการพัฒนากลยุทธ์ให้มีความสอดคล้องและเหมาะสมกับสถานการณ์ (จินตนา และณัฐพันธ์, 2549) การจัดการเชิงกลยุทธ์จึงกลายเป็นกลไกสำคัญในการบริหารจัดการยุคใหม่ (พิบูล, 2551)

คำว่า “กลยุทธ์” หรือ “ยุทธศาสตร์” นั้น รองศาสตราจารย์ ดร.พสุ เดชะรินทร์ และคณะ ได้ให้คำนิยามไว้ในหนังสือเรื่อง Strategy Map : แผนที่ยุทธศาสตร์ว่า สิ่งที่องค์กรทำเพื่อนำไปสู่ความสำเร็จ ซึ่งยุทธศาสตร์ไม่ใช่งานประจำแต่หมายถึง การพัฒนางานประจำหรือ การสร้างงานใหม่ ทั้งนี้การที่องค์กรจะดำเนินการไปสู่ความสำเร็จได้ จำเป็นต้องมีวิธีการบริหารจัดการที่เรียกว่า การบริหารยุทธศาสตร์หรือการบริหารเชิงกลยุทธ์และมีตัวชี้วัดความสำเร็จที่ชัดเจน ซึ่งตัวชี้วัดความสำเร็จของแต่ละองค์กรก็จะไม่เหมือนกัน ถ้าเป็นองค์กรเอกชนความสำเร็จอาจอยู่ที่ตัวเลขทางการเงิน ในขณะที่ถ้าเป็นหน่วยราชการ ความสำเร็จจะอยู่ที่การบรรลุวิสัยทัศน์ ดังนั้น ยุทธศาสตร์ คือ แผนและนโยบายในการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ แผนยุทธศาสตร์จะใช้ในระดับผู้บริหารหรือระดับนโยบาย สอดคล้องกับแนวคิดของ Hill & Jones (2009) ที่กล่าวว่า ยุทธศาสตร์ (Strategy) คือชุดของการปฏิบัติการซึ่งผู้บริหารเลือกนำมาใช้เพื่อเพิ่มสมรรถนะขององค์กรของตน

เมื่อเทียบกับคู่แข่ง หากผลของการใช้ยุทธศาสตร์ทำให้องค์กรมีสมรรถนะที่เหนือกว่า สิ่งนี้หมายถึง การมีความสามารถในการแข่งขัน ชานเดเลอร์ (Chandler) ได้เขียนหนังสือเรื่อง Strategy and Structure ในปี 1962 ได้ให้ความหมายยุทธศาสตร์ไว้ว่า ยุทธศาสตร์ เป็นการตัดสินใจในเป้าหมาย (Goal) และมีวัตถุประสงค์ (Objectives) ระยะยาว ส่วนโครงสร้างองค์กรจะมีบทบาทในการบริหาร ยุทธศาสตร์ ด้วยการกำหนดอำนาจหน้าที่และสายการบังคับบัญชา เพื่อความสำเร็จขององค์กร ขณะที่ แอนซอฟฟ์ (Ansoff) นักคิดอีกท่านหนึ่งได้กล่าวไว้ในหนังสือ Corporate Strategy ในปี 1965 และ หนังสือ Implanting Strategic Management โดยเขามองยุทธศาสตร์ใน 2 ลักษณะด้วยกัน กล่าวคือ ลักษณะแรกเป็นการมองยุทธศาสตร์ในแง่ของการวางแผนยุทธศาสตร์องค์กร ซึ่งจะ เป็นเรื่องภายในองค์กรและเกี่ยวข้องกับการกำหนดเป้าหมายขององค์กร การผลิตสินค้าและบริการที่ ทันสมัย การแสวงหากลุ่มลูกค้าและตลาด การพัฒนาการผลิตสินค้าและบริการและการแสวงหา ประโยชน์จากสถานการณ์ทางการตลาด ลักษณะที่สองเป็นการมองยุทธศาสตร์ในแง่ของการนำ ยุทธศาสตร์ไปสู่การปฏิบัติที่ให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ ตลอดเวลา และพอร์เตอร์ (Porter) พอร์เตอร์มองว่ายุทธศาสตร์เป็นเรื่องของความได้เปรียบเชิง แข่งขันที่จำเป็นต้องคำนึงถึงจำนวนของคู่แข่งทางการค้าในตลาด การเกิดขึ้นของคู่แข่งรายใหม่ การ เกิดขึ้นของสินค้า หรือบริการทดแทนอำนาจการต่อรองของผู้จัดส่ง (Suppliers) และลูกค้า นอกจากนี้ การได้เปรียบในเชิงแข่งขันจะเกิดขึ้นได้ใน 2 กรณี คือการมีต้นทุนต่ำ (Low Cost) และ การมีความแตกต่าง (Differentiation) ในสินค้าหรือบริการ วัฒนา วงศ์เกียรติรัตน์ และคณะ (2548) ได้สรุปลักษณะและความสำคัญของ ยุทธศาสตร์ไว้ดังนี้ 1. ยุทธศาสตร์คือ รูปแบบของการปฏิบัติที่ กำหนดเพื่อช่วยให้องค์กรพัฒนาไปได้ อย่างเหมาะสมต่อสภาพการณ์ ทั้งนี้เพราะยุทธศาสตร์มี ความสัมพันธ์กับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม ทั้งภายในและภายนอกองค์กร 2. ยุทธศาสตร์คือ แนวทางปฏิบัติที่ช่วยให้หน่วยงานภาครัฐสู่ความสำเร็จ (หรือ ความล้มเหลว) ตามเป้าประสงค์ของ องค์กร 3. ยุทธศาสตร์เป็นข้อกำหนดของการปฏิบัติที่ส่งเสริมการบริหารภาครัฐแนวใหม่ (New Public Management, NPM) ที่มีความสำคัญต่อการดำเนินงานของหน่วยงานภาครัฐทั้ง ระบบ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยดำเนินงานตามแนวทางการบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดี (Good Governance) 4. ยุทธศาสตร์เป็นนวัตกรรมการบริหารจัดการ ที่เกิดจากการวิเคราะห์ การ วางแผน และนำเสนอทางเลือกเพื่อการจัดการแบบใหม่ ที่แตกต่างจากระบบแบบแผนดั้งเดิม 5. ยุทธศาสตร์เป็นรูปแบบหรือแนวทางการปฏิบัติที่สนับสนุนหลักประชาธิปไตย ในเรื่องการมีส่วนร่วม (Participation) และการกระจายอำนาจ (Decentralization)

วัฒนา (2546) กล่าวว่า ขั้นตอนการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ มีขั้นตอนวิธีการดำเนินงานพอสรุปได้ ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การกำหนดวิสัยทัศน์ เป็นขั้นตอนของการกำหนดจุดมุ่งหมายที่ยาวไกลที่สุดขององค์กร โดยทั่วไปนิยมใช้เป็นจุดมุ่งหมายหลักขององค์กรไม่ควรเปลี่ยนแปลงบ่อยนัก ความจริงวิสัยทัศน์เป็นจุดมุ่งหมายที่มีอยู่แล้วในแผนแม่บทขององค์กรมาใช้หรือนำมาปรับปรุงอีกครั้งหนึ่งเพื่อให้ทันต่อสถานการณ์ กล่าวอีกนัยหนึ่งการกำหนดวิสัยทัศน์ คือ การหาคำตอบให้กับคำถามที่ว่า “ความต้องการจะเป็นอะไร” (What do we want to be)

ขั้นตอนที่ 2 การกำหนดพันธกิจ เป็นขั้นตอนของการกำหนดวิธีการดำเนินงานเบื้องต้นเพื่อเป็นหลักประกันว่า สิ่งที่ต้องการจะเป็นนั้นมีโอกาสที่จะบรรลุถึงได้ กล่าวอีกนัยหนึ่ง พันธกิจ คือ การหาคำตอบให้กับคำถามที่ว่า “ทำไมเราจึงต้องจัดตั้งองค์กรของเราขึ้นมา” (Why do we exist) คำตอบคือเราตั้งองค์กรขึ้นมาเพื่อต้องการจะเป็นอย่างไรที่เราคาดหวังไว้

ขั้นตอนที่ 3 การกำหนดค่านิยมร่วม เป็นขั้นตอนของการกำหนดค่านิยมหลักขององค์กรที่จะสามารถทำหน้าที่เป็นเป้าหมายพฤติกรรมและความเชื่อของบุคคลขององค์กรให้เป็นในทิศทางเดียวกัน กล่าวอีกนัยหนึ่ง การกำหนดค่านิยมร่วม ก็คือ การหาคำตอบให้กับคำถามที่ว่า “อะไรคือสิ่งที่เราเชื่อ” (What do we believe in)

ขั้นตอนที่ 4 การกำหนดความสามารถหลัก เป็นขั้นตอนของการกำหนดความสามารถหลักขององค์กรที่จะสามารถทำหน้าที่เป็นเป้าหมายพฤติกรรมการทำงานของบุคลากรขององค์กรให้มีทักษะและความสามารถพิเศษในทิศทางที่องค์กรต้องการ กล่าวอีกนัยหนึ่งการกำหนดความสามารถหลักก็คือการหาคำตอบให้กับคำถามที่ว่า “อะไรคือความสามารถหลักที่บุคลากรของเราควรมี” (What kind of core competency should we have)

ขั้นตอนที่ 5 การกำหนดวัตถุประสงค์หลัก เป็นขั้นตอนการกำหนดวัตถุประสงค์ระยะยาวขององค์กร หรือวัตถุประสงค์ที่ระบุไว้ในพระราชบัญญัติจัดตั้งหน่วยงานราชการหรือรัฐวิสาหกิจ หรือวัตถุประสงค์ที่ระบุไว้ในหนังสือบริคณห์สนธิในการจัดตั้งบริษัทสำหรับภาคเอกชน

ขั้นตอนที่ 6 การกำหนดจุดมุ่งหมายเชิงกลยุทธ์ หรือยุทธศาสตร์ ขั้นตอนการกำหนดจุดมุ่งหมายระดับกลยุทธ์ในรอบ 3 ปี หรือ 5 ปี ขององค์กรตามปกติองค์กรต้องกำหนดจุดมุ่งหมายหรือเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ ในรอบ 3 ปี หรือ 5 ปี ขององค์กรแต่ละด้านมีอะไรบ้าง

ขั้นตอนที่ 7 การกำหนดดัชนีวัดความสำเร็จแบบสมดุล ขั้นตอนนี้ คือขั้นตอนการพิจารณาว่า จากจุดมุ่งหมายเชิงกลยุทธ์หรือยุทธศาสตร์ที่กำหนดไว้นั้น สามารถนำมากำหนดเป็นดัชนีวัดความสำเร็จแบบสมดุลได้ที่ด้าน หรือกี่มิติ

ขั้นตอนที่ 8 การกำหนดกลุ่มผลสัมฤทธิ์หลัก เป็นขั้นตอนของการกำหนดกลุ่มผลสัมฤทธิ์หลักขององค์กร ซึ่งจะต้องกำหนดให้ได้ว่าอะไรคือผลสัมฤทธิ์หลักที่ต้องการ

ขั้นตอนที่ 9 การแปลงกลยุทธ์สู่การปฏิบัติด้วยการกำหนดรายชื่อแผนงานและโครงการ ขั้นตอนนี้ คือ ขั้นตอนที่เป็นหัวเลี้ยวหัวต่อระหว่างแผนกลยุทธ์และการนำแผน กลยุทธ์ไป

ปฏิบัติ กล่าวอีกนัยหนึ่ง เป็นการกำหนดคำตอบให้กับคำถามที่ว่า “เราต้องการจะทำอะไรบ้าง” ในทางปฏิบัติ กิจกรรมในขั้นตอนนี้จะมีอยู่ 2 ขั้นตอนหลักคือ

1) ขั้นกำหนดรายชื่อแผนงาน วิธีการกำหนดรายชื่อแผนงานนิยม กำหนดโดยการระดมสมองเพื่อค้นหาปัญหาหลักขององค์กรว่าในรอบ 3 ปี หรือในรอบ 5 ปี องค์กรนี้น่าจะมีปัญหาหลักอะไรบ้าง คำตอบที่ได้คือรายชื่อแผนงาน นั่นเอง

2) ขั้นตอนกำหนดรายชื่อโครงการ โดยวิธีการกำหนดรายชื่อโครงการนิยม กำหนดโดยการค้นหาสาเหตุของปัญหาหลักภายใต้แต่ละแผนงานว่ามีสาเหตุมาจากอะไรบ้าง สาเหตุแต่ละสาเหตุก็คือ รายชื่อโครงการแต่ละโครงการนั่นเอง

กล่าวโดยสรุป การจัดการเชิงกลยุทธ์ เป็นกระบวนการจัดการขององค์กร เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในระยะยาวที่กำหนดไว้ตามวัตถุประสงค์ มีการวิเคราะห์และประเมินปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องโดยคำนึงถึงบริบทขององค์กรและสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้ได้แผนงานในการปฏิบัติ การจัดการเชิงกลยุทธ์ช่วยให้องค์กรสามารถดำเนินงานและใช้ทรัพยากรที่ตนมีในการแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ การจัดการเชิงกลยุทธ์จึงเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยให้นักบริหารกำหนดทิศทางของธุรกิจ วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร ช่วยกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับองค์กร เพื่อที่จะนำกลยุทธ์เหล่านั้นไปประยุกต์ปฏิบัติ และควบคุมประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรได้ ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงนำแนวคิดการจัดการเชิงกลยุทธ์มาใช้ในการกำหนดทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา โดยการกำหนดวิสัยทัศน์ (Vision) พันธกิจ (Mission) วัตถุประสงค์ (Objective) เป้าหมาย (Goal) เพื่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยวิเคราะห์และประเมินสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการแข่งขัน คำนึงถึงการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในระยะยาว และสภาวะการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมไมซ์ รวมทั้งยังคำนึงถึงความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมไมซ์ (Stakeholders) การจัดการเชิงกลยุทธ์ยังทำหน้าที่ในการเชื่อมโยงประสานหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ได้ข้อมูลในการจัดทำกลยุทธ์ที่เหมาะสมในการพัฒนา และยกระดับอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา กระตุ้นให้เกิดการลงทุนเพิ่มมากขึ้นในภาคธุรกิจอันจะก่อให้เกิดการจ้างงานและมีการหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจของจังหวัด ส่งผลให้อุตสาหกรรมไมซ์เป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจประเทศไทยให้เป็นประเทศพัฒนาแล้ว บนพื้นฐานของความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน ตามกรอบยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์

ณสิรินทร์ หลิมวิรัตน์ (2557) ศึกษาเรื่อง การพัฒนายุทธศาสตร์การเสริมสร้างสมรรถนะวิชาชีพพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินเพื่อรองรับการก้าวสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ผลการวิจัยพบว่า

1. อนาคตภาพของสมรรถนะวิชาชีพพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินเพื่อรองรับการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ควรพัฒนาสมรรถนะด้านต่าง ๆ ของกลุ่มวิชาชีพพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินรวมทั้งการยกระดับมาตรฐานด้านการศึกษา ด้านทักษะต่าง ๆ ในการบริการเพื่อรองรับการก้าวสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน
2. สมรรถนะของวิชาชีพพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินเพื่อรองรับการก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนโดยภาพรวมอยู่ในระดับประสบความสำเร็จดี สมรรถนะที่มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าคาดหวังมากที่สุดคือทักษะการใช้ภาษาอาเซียนในการสื่อสาร
3. ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างสมรรถนะวิชาชีพพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินเพื่อรองรับการก้าวสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน มี 2 ยุทธศาสตร์ คือ 1. ยุทธศาสตร์ของกลุ่มนักศึกษาที่มี 4 ยุทธศาสตร์ คือ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาศักยภาพของหลักสูตรและบูรณาการการเรียนรู้สู่วิชาชีพพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาศักยภาพของนักศึกษาและบุคลากรเพื่อเสริมสร้างความรู้สู่อาเซียน ยุทธศาสตร์ที่ 3 การจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้สู่วิชาชีพพนักงานต้อนรับบนและ ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการสู่การปฏิบัติงานในวิชาชีพ
2. ยุทธศาสตร์ของกลุ่มพนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน 4 ยุทธศาสตร์ คือ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การจัดตั้งศูนย์ปฏิบัติการฝึกอบรมพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินครบวงจรในภูมิภาคอาเซียน ยุทธศาสตร์ที่ 2 การเพิ่มพูนทักษะประสบการณ์วิชาชีพพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินเพื่อรองรับบริบทที่เปลี่ยนแปลง ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาการจัดการเรียนรู้ของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินสู่บริบทอาเซียนและ ยุทธศาสตร์ที่ 4 การเสริมสร้างขวัญและกำลังใจแก่พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินเพื่อก้าวสู่ประชาคมอาเซียนอย่างยั่งยืน

ผุสดี วัฒนสาคร (2557) ศึกษาเรื่อง ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยสู่การเสริมสร้างเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ผลการวิจัยพบว่า ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยสู่การเสริมสร้างเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 6 ยุทธศาสตร์ 16 กลยุทธ์การพัฒนา ดังนี้

1. การจัดตั้งค่ายภาพยนตร์แห่งชาติ โดยกลยุทธ์การพัฒนา ได้แก่ (1) กำหนดเป็นวาระแห่งชาติ (2) บูรณาการความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน และ (3) จัดตั้งกองทุนภาพยนตร์แห่งชาติ
2. การจัดตั้งศูนย์บริการด้านภาพยนตร์จากต่างประเทศครบวงจร โดยกลยุทธ์การพัฒนา ได้แก่ (1) การจัดตั้งศูนย์บริการด้านภาพยนตร์จากต่างประเทศครบวงจรในรูปแบบองค์กรอิสระ (2) สร้างมาตรฐานการบริหารจัดการอย่างมืออาชีพ และ (3) ดำเนินการประชาสัมพันธ์ด้วยการสื่อสารการตลาดแบบ

ครบวงจร 3. การรณรงค์ให้เยาวชนไทยสนับสนุนภาพยนตร์ไทยอย่างสร้างสรรค์ โดยกลยุทธ์การพัฒนา ได้แก่ (1) บูรณาการความร่วมมือกับค่ายภาพยนตร์ (2) บูรณาการความร่วมมือกับโรงภาพยนตร์ทั่วประเทศไทย และ (3) ดำเนินการจัดกิจกรรมรณรงค์ส่งเสริมภาพยนตร์ไทยเชิงสร้างสรรค์ทั่วประเทศ 4. การส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยเชิงสร้างสรรค์ โดยกลยุทธ์การพัฒนา ได้แก่ (1) พัฒนาศักยภาพบุคลากรทางด้านภาพยนตร์ไทยเชิงสร้างสรรค์ (2) ยกย่องและสนับสนุนบุคลากรอาวุโสทางด้านภาพยนตร์ และ (3) สร้างเครือข่ายความร่วมมือเพื่อพัฒนาบุคลากรทางด้านภาพยนตร์ไทยเชิงสร้างสรรค์ 5. การเพิ่มช่องทางสร้างรายได้ให้แก่ภาพยนตร์ไทยเชิงสร้างสรรค์ โดยกลยุทธ์การพัฒนา ได้แก่ (1) จัดหาพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อสนับสนุนการผลิตภาพยนตร์ไทยเชิงสร้างสรรค์ และ (2) วางแผนและดำเนินการสื่อสารการตลาดอุตสาหกรรมภาพยนตร์เชิงสร้างสรรค์แบบครบวงจรทั้งในและต่างประเทศ 6. การเชื่อมโยงให้เป็นอุตสาหกรรมบันเทิง โดยกลยุทธ์การพัฒนา ได้แก่ (1) บูรณาการอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยเชิงสร้างสรรค์เข้ากับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์อื่น ๆ (2) ดำเนินการจัดกิจกรรมสื่อสารการตลาดแบบครบวงจรเพื่อปรับเปลี่ยนมุมมองของผู้บริโภค

รัตนา เถลิงพล (2557) การพัฒนายุทธศาสตร์การจัดการทรัพยากรมนุษย์ของการรถไฟแห่งประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่าระดับบุคลากรไม่แน่ใจว่ามีการดำเนินงานตามแผนวิสาหกิจการรถไฟแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2555-2559 เมื่อจำแนกตำแหน่งงาน พบว่า ตำแหน่งที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในแผนที่ 1 ถึงแผนที่ 4 ตามลำดับ ยกเว้นแผนที่ 5 ตำแหน่งงานที่ต่างกันมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน ส่วนความต้องการของบุคลากรต่อการดำเนินงานตามแผนบริหารและพัฒนาบุคลากรโดยรวมบุคลากรต้องการให้มีการดำเนินงานตามแผนวิสาหกิจทั้ง 5 แผนในระดับมาก เมื่อจำแนกความต้องการตามตำแหน่งงานพบว่า ตำแหน่งงานที่ต่างกันมีความต้องการให้มีการดำเนินการตามแผนฯ ทั้ง 5 แผน ไม่แตกต่างกันในขณะที่ผลการวิจัยระดับองค์กร พบว่า การรถไฟฯ มีโครงสร้างขนาดใหญ่บุคลากรมีความรู้ความชำนาญในด้านวิศวกรรมระบบราง อาณัติสัญญาณ การเดินรถ และการให้บริการในระดับมากแต่เกิดวิกฤติการณ์ขาดแคลนบุคลากร มีผลกระทบต่อการวางแผนอัตรากำลังทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ เกิดปัญหาการสูญเสียองค์ความรู้จากการเกษียณอายุ นอกจากความรู้ด้านเทคโนโลยีที่มาใช้ทดแทนแรงงานคนค่อนข้างน้อย ยังมีวัฒนธรรมองค์กรแบบดั้งเดิมจึงให้ความสำคัญต่อเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารน้อยทำให้การประชาสัมพันธ์ไม่มีประสิทธิภาพอย่างไรก็ตาม ขณะนี้การรถไฟฯ อยู่ระหว่างการปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์กรเป็นหน่วยธุรกิจ ผลจากวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอกองค์กรและการสนทนากลุ่มเพื่อพิจารณาคัดเลือกยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมโดยผู้บริหารระดับสูงของการรถไฟฯ

ได้ยุทธศาสตร์การจัดการทรัพยากรมนุษย์ของการรถไฟแห่งประเทศไทย 5 ยุทธศาสตร์ประกอบด้วย ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาระบบบริหารทรัพยากรบุคคล ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาทรัพยากรบุคคล ยุทธศาสตร์ที่ 3 สร้างบทบาทฝ่ายบริหารงานบุคคลให้เป็น HR Strategic Partner ยุทธศาสตร์ที่ 4 การปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมองค์กร และยุทธศาสตร์ที่ 5 การพัฒนาบุคลากรเป็นทุนมนุษย์

บำเพ็ญ ไมตรีโสภณ (2555) ศึกษาเรื่อง ยุทธศาสตร์การพัฒนากำลังคนกลุ่ม อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเขตภูมิภาคตะวันตกเพื่อการก้าวสู่ประชาคมอาเซียน โดยมี วัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาสภาพการผลิตกำลังคนกลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของ สถาบันอุดมศึกษาในภูมิภาคตะวันตกเพื่อการก้าวสู่ประชาคมอาเซียน 2. ศึกษาสมรรถนะกำลังคน กลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตกเพื่อการก้าวสู่ประชาคมอาเซียนและ 3. นำเสนอ ยุทธศาสตร์การพัฒนากำลังคนกลุ่ม อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเขตภูมิภาคตะวันตกเพื่อการก้าวสู่ ประชาคมอาเซียน ใช้เทคนิคการจัดกิจกรรมสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) การจัดกิจกรรมการวิพากษ์หลักสูตร การจัดประชุมผู้เชี่ยวชาญ การใช้แบบสอบถามในการวัดและประเมิน ระดับสมรรถนะที่เป็นจริง เพื่อนำมาประเมิน ช่องว่างของสมรรถนะ (Competency Gap Assessment) ผลการศึกษาพบว่าสมรรถนะกำลังคนกลุ่ม อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเขตภูมิภาค ตะวันตกทั้งสมรรถนะหลักและสมรรถนะทั่วไปที่ปรับปรุงมาจากมาตรฐานสมรรถนะร่วมและ สมรรถนะวิชาชีพสำหรับการท่องเที่ยวอาเซียน ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าคาดหวังเล็กน้อย สมรรถนะที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดและมีช่องว่างของสมรรถนะสูงที่สุด คือด้านการสื่อสารภาษาอังกฤษ ในระดับปฏิบัติงานเบื้องต้นทั่วไป รองลงมาคือด้านการติดต่อสื่อสารทางโทรศัพท์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและเทคโนโลยีทางธุรกิจทั่วไป

คณิงกรณ วงเวียน (2554) การพัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษาเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ผลการวิจัย พบว่า 1) เกาะเสม็ดเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความพร้อมด้านทรัพยากรธรรมชาติทางทะเลและ ป่าไม้ มีความสวยงามและจุดเด่นในด้านหาดทรายขาวละเอียด น้ำทะเลใส มีอ่าวต่าง ๆ มากมาย และเป็นสัญลักษณ์ของวรรณคดีเรื่องพระอภัยมณี มีความเหมาะสมของกิจกรรมการท่องเที่ยว การบริการทางการท่องเที่ยว การจัดการทางการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมและการมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวของเกาะเสม็ด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลางถึงมาก และปริมาณนักท่องเที่ยวที่ต้องการให้มาท่องเที่ยวที่เกาะเสม็ดส่วนมากอยู่ระหว่าง 200,001-500,000 คน/ปี 2) เกาะเสม็ดมีปัญหาด้านมลภาวะทางสิ่งแวดล้อม เช่น การกำจัดขยะ การจัดการน้ำเสีย ทรัพยากรธรรมชาติเสื่อมโทรม ความขัดแย้งด้านกรรมสิทธิ์ที่ดินและปริมาณน้ำจืดไม่เพียงพอ ส่วนอุปสรรคคือ ขาดการบูรณาการในการประสานงานกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐ งบประมาณ ในการ

บริหารจัดการท่องเที่ยวและฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่ไม่เพียงพอ ขาดการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง ขาดการวางผังพื้นที่เฉพาะในการพัฒนา/อนุรักษ์เกาะเสม็ด และขาดหน่วยงานหลักหรือกลไกการประสานความร่วมมือในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาพื้นที่เกาะเสม็ดอย่างจริงจัง 3) ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืน ที่เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง มีวิสัยทัศน์ คือ “เกาะเสม็ดเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเลที่ได้มาตรฐานและยั่งยืนในภาคตะวันออก ของไทย” ประกอบด้วย 3 ประเด็นยุทธศาสตร์ ได้แก่ 1) เสริมสร้างคุณภาพชีวิตและความมั่นคงปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินให้แก่ประชาชนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว 2) เสริมสร้างการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และระบบสาธารณสุข 3) พัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการตลาดท่องเที่ยวเชิงคุณภาพอย่างยั่งยืน ซึ่งในการประเมินยุทธศาสตร์ดังกล่าว โดยผู้เชี่ยวชาญ พบว่ายุทธศาสตร์ที่สร้างขึ้นมีความเหมาะสม สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของ เกาะเสม็ด และสามารถนำไปสู่การปฏิบัติได้

ศรีสุตา วงศ์วิเศษกุล (2554) ศึกษาเรื่อง การพัฒนายุทธศาสตร์องค์กรสมรรถนะสูงของสถาบันการศึกษาพยาบาล สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาผลการวิจัยพบว่าคุณลักษณะสำคัญของสถาบันการศึกษาพยาบาลที่เป็นองค์กรสมรรถนะสูงมี 8 ด้านได้แก่ 1)ด้านการบริหารจัดการ มี 13 ตัวบ่งชี้ 2) ด้านผลผลิตและผลลัพธ์ มี 9 ตัวบ่งชี้ 3) ด้านการจัดการความรู้ มี 15 ตัวบ่งชี้ 4) ด้านนักศึกษาและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง มี 12 ตัวบ่งชี้ 5) ด้านการนำองค์กร มี 14 ตัวบ่งชี้ 6) ด้านอาจารย์และบุคลากร มี 9 ตัวบ่งชี้ 7) ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม มี 7 ตัวบ่งชี้และ 8) ด้านเครือข่ายความร่วมมือ มี 7 ตัวบ่งชี้ ยุทธศาสตร์องค์กรสมรรถนะสูงของสถาบันการศึกษาพยาบาล สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา ตามคุณลักษณะองค์กรสมรรถนะสูงเป็นยุทธศาสตร์เชิงระบบประกอบด้วย 1) ยุทธศาสตร์เชิงปัจจัยนำเข้า ได้แก่ ยุทธศาสตร์การนำองค์กรและยุทธศาสตร์การเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขัน 2) ยุทธศาสตร์เชิงกระบวนการ ได้แก่ ยุทธศาสตร์การสร้างคุณค่าแก่นักศึกษา ยุทธศาสตร์การบริหารทรัพยากรบุคคล ยุทธศาสตร์การชี้นำสังคม และยุทธศาสตร์การพัฒนาเครือข่าย 3) ยุทธศาสตร์เชิงผลผลิต ได้แก่ ยุทธศาสตร์กระบวนการสร้างผลสัมฤทธิ์ และ 4) ยุทธศาสตร์เชิงตัวป้อนกลับ ได้แก่ ยุทธศาสตร์ด้านองค์กรการเรียนรู้

ศักดิ์พันธ์ ต้นวิมลรัตน์ (2553) ศึกษาเรื่อง ข้อเสนอแนะทางแผนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยศิลปากรในช่วงแผนพัฒนาการศึกษาแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555 - 2559) ผลการศึกษา พบว่า 1. สภาพแวดล้อมภายในที่เป็นจุดแข็ง ได้แก่ อาจารย์กลุ่มศิลปะของมหาวิทยาลัยมีความสามารถสูง สภาพแวดล้อมภายในที่เป็นจุดอ่อน ได้แก่ อาจารย์ส่วนมากทำงานเป็นส่วนบุคคลมากกว่าทำงานเป็น

ที่ม สภภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นโอกาส ได้แก่ ภาครัฐสนับสนุนด้านการวิจัยและสิ่งประดิษฐ์ สภภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นภัยคุกคาม ได้แก่ การสนับสนุนงบประมาณจากภาครัฐมีแนวโน้มลดลง เป็นต้น 2. ยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยศิลปากรในช่วงแผนพัฒนาการศึกษาแห่งชาติฉบับที่ 11(พ.ศ. 2555 - 2559) ควรจะมี 7 ยุทธศาสตร์ 29 มาตรการ ประกอบด้วย ยุทธศาสตร์ผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ ทักษะวิชาชีพเชิงสร้างสรรค์ มีการบูรณาการความรู้สู่สังคม มี 8 ประการ ยุทธศาสตร์การพัฒนา หลักสูตรเชิงสร้าง สรรค์และการบูรณาการระหว่างศาสตร์และศิลป์ มี 5 มาตรการ ยุทธศาสตร์การเป็น มหาวิทยาลัยวิจัยและการสร้างสรรค์ชั้นนำมี 5 ประการ ยุทธศาสตร์บริการวิชาการโดยการถ่ายทอด ความรู้เทคโนโลยีและงานวิจัยสู่สังคมมี 3 มาตรการ ยุทธศาสตร์สืบสาน สร้างสรรค์ส่งเสริมศิลปะและ วัฒนธรรมสู่ความเป็นเลิศมี 3 มาตรการ ยุทธศาสตร์การบริหารจัดการเชิงสร้างสรรค์มี 3 มาตรการ ยุทธศาสตร์ใช้เทคโนโลยีสาร สนเทศและการสื่อสารเพื่อเพิ่มผลสัมฤทธิ์ตามพันธกิจของมหาวิทยาลัยมี 2 มาตรการ 3. ข้อเสนอแนะทางแผนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยศิลปากรในช่วงแผนพัฒนาการศึกษา แห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555 - 2559) คือ มหาวิทยาลัยศิลปากรเป็นมหาวิทยาลัยชั้นนำแห่งการ สร้างสรรค์เป็นเลิศด้านศิลปวัฒนธรรม บูรณาการศาสตร์และศิลป์ ถ่ายทอดองค์ความรู้สู่การพัฒนา สังคมยั่งยืน

แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรม MICE

ความหมายของธุรกิจไมซ์

ธุรกิจไมซ์ตามความหมายของสมาคมส่งเสริมการประชุมกลุ่มประเทศอาเซียน (Asian Association of Convention and Visitor Bureaus-AACVB) ได้ให้คำนิยามไว้ว่า

ธุรกิจ M I C E หมายถึง ธุรกิจการท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการจัดการประชุมของ องค์กร การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดประชุมนานาชาติ และการจัดงานแสดงสินค้าเข้าด้วยกัน โดยธุรกิจไมซ์ประกอบไปด้วยธุรกิจหลักอยู่ 4 กลุ่ม ได้แก่ ธุรกิจการจัดประชุมขององค์กร (Meeting หรือ M) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive หรือ I) การจัดประชุมนานาชาติ (Conventions หรือ C) และการจัดงานแสดงสินค้า (Exhibitions หรือ E) หรือที่รวมเรียกว่าธุรกิจไมซ์ (MICE Business) (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2554)

M = Meeting หมายถึง ธุรกิจการจัดประชุมขององค์กร ซึ่งเป็นการจัดประชุมของกลุ่มบุคคล ในองค์กรเดียวกันหรือสมาคมเดียวกัน อาจจะมีจัดประชุมระดับภูมิภาค ระดับนานาชาติ หรือระดับ

ภายในประเทศก็ได้ โดยเป็นการประชุมเฉพาะกิจหรือวางแผนล่วงหน้า สามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภทคือ

1) Association Meeting เป็นการประชุมเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลจากกลุ่มบุคคลภายในองค์กรหรือสมาคมเดียวกันหรือกลุ่มอาชีพเดียวกันหรือกลุ่มศาสนาเดียวกัน โดยทั่วไปจะมีการจัดสัมมนากลุ่มย่อยหรือจัดนิทรรศการขนาดเล็ก โดยเฉลี่ยจะมีผู้เข้าร่วมประมาณ 100 คน นอกจากนี้ยังอาจมีคำอื่นที่ใช้แทนกันได้ เป็นต้นว่า

(1) Conference เป็นการประชุมที่มีผู้เข้าร่วมประชุมมาแลกเปลี่ยนกันเพื่อหาข้อเท็จจริงหรือแก้ปัญหาหรือปรึกษาหารือ แต่จะขนาดเล็กกว่า Association Meeting

(2) Congress เป็นการประชุมที่มีผู้เข้าร่วมประชุมหลายร้อยหรือหลายพันคนจากกลุ่มคนประเภทเดียวกัน เช่น กลุ่มอาชีพ กลุ่มศาสนาเดียวกัน เป็นต้น จะพิจารณาในหัวข้อการประชุมที่มาจาก การสนับสนุนของสมาชิกหรือองค์กรเท่านั้น จึงมักเป็นการประชุมนานาชาติหรือระดับโลก

(3) Seminar เป็นการประชุมที่มีผู้ชำนาญการโดยเฉพาะทางและมีทักษะที่แตกต่างกัน แต่มีความสนใจเฉพาะทาง และมาร่วมกันเพื่ออบรมหรือเรียนรู้ตามวัตถุประสงค์นั้น ๆ

(4) Symposium เป็นการประชุมกลุ่มผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง โดยการเสนอผลงานจากผู้เชี่ยวชาญในหัวข้อนั้น ๆ เพื่อให้ที่ประชุมพิจารณาให้ความเห็น

2) Corporate Meetings เป็นการประชุมของกลุ่มบุคคลที่มาจากองค์กรเดียวกันหรือเครือเดียวกัน อาจมาจากประเทศเดียวกัน ภูมิภาคเดียวกัน หรือหลายประเทศทั่วโลก มักเป็นการจัดโดยบริษัท จึงสามารถเลือกสถานที่จัดได้ด้วยการสอบถามจากสมาชิก และไม่ต้องมีการประชาสัมพันธ์มาก เนื่องจากเป็นการประชุมของบริษัทเท่านั้น และมีขนาดงานเล็กกว่าประเภท Association Meetings โดยเฉลี่ยจะมีผู้เข้าร่วมประชุมประมาณ 80 คน

3) Government Meetings เป็นการประชุมของกลุ่มบุคคลหรือผู้แทนจากหน่วยงานราชการที่รัฐบาลประเทศนั้นเป็นผู้ดำเนินการ จึงสามารถเลือกสถานที่จัดได้โดยไม่ต้องสอบถามสมาชิก

สำหรับการจัดประชุมขององค์กร (Meetings) นี้สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ลักษณะคือ

(1) การจัดประชุมองค์กรระดับนานาชาติ (International Meetings) หมายถึง การประชุมที่มีผู้เข้าร่วมประชุมจากกิจการเดียวกันเดินทางมาจากประเทศต่าง ๆ ในทวีปต่าง ๆ ตั้งแต่ 2 ทวีปขึ้นไป

(2) การประชุมขององค์กรระดับภูมิภาค (Regional Meetings) หมายถึง การประชุมที่มีผู้เข้าร่วมประชุมจากกิจการเดียวกันเดินทางมาจากประเทศต่าง ๆ ในทวีปเดียวกัน ตั้งแต่ 2 ประเทศขึ้นไป

(3) การประชุมขององค์กรระดับชาติ (National Offshore Meetings) หมายถึง การประชุมที่มีผู้ร่วมประชุมจากกิจการเดียวกันเดินทางมาจากประเทศใดประเทศหนึ่งในทวีปต่าง ๆ มาประชุมร่วมกัน และมีความเป็นไปได้ที่จะประชุมในต่างประเทศ หรือมาประชุมร่วมกับประเทศเจ้าภาพ

(4) การประชุมขององค์กรภายในประเทศ (Domestic Meetings) หมายถึง การประชุมภายในประเทศที่มีผู้เข้าร่วมประชุมจากกิจการเดียวกันทุกสัญชาติที่มีถิ่นพำนักถาวรอยู่ภายในประเทศนั้น

I = Incentives หมายถึง การจูงใจเพื่อเป็นรางวัลแก่พนักงานหรือบุคคลที่สามารถดำเนินงานตามเป้าหมายที่บริษัทวางใจ โดยบริษัทผู้ให้รางวัลจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวทั้งหมด อาจใช้คำว่า Event แทนก็ได้ซึ่งการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลสามารถแบ่งเป็น 2 ประเภทคือ

1) Individual Incentives หมายถึง การจูงใจเพื่อเป็นรางวัลแก่พนักงานรายบุคคล ซึ่งพนักงานแต่ละคนมีอิสระในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวได้ แต่มักจำกัดขอบเขต เช่น ต้องเป็นการท่องเที่ยวภายในประเทศเท่านั้น หรือการท่องเที่ยวเฉพาะประเทศเพื่อนบ้าน เป็นต้น

2) Group Incentives หมายถึง การจูงใจเพื่อเป็นรางวัลแก่พนักงานเป็นกลุ่ม ซึ่งเป็นรูปแบบของการให้รางวัลที่นิยมกันมาก โดยมีการวางแผนและเตรียมการมากกว่าประเภท Individual Incentive และมักไม่จำกัดขอบเขตในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นการให้บริการแก่พนักงานกลุ่มใหญ่ จึงสามารถช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย สำหรับการจูงใจเพื่อเป็นรางวัลประเภทนี้สามารถแยกออกได้เป็น 3 กลุ่มย่อยคือ

(1) User Incentives เป็นการเชิญผู้ใช้บริการหรือลูกค้าไปท่องเที่ยวฟรี เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของบริษัทและสร้างความจงรักภักดีต่อบริษัท

(2) Channel Incentives เป็นการให้รางวัลเพื่อการท่องเที่ยวแก่ตัวแทนจำหน่ายที่ทำยอดขายได้ตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

(3) Inner Incentives เป็นการให้รางวัลเพื่อการท่องเที่ยวแก่พนักงานภายในบริษัทเอง

C = Conventions หมายถึง การประชุมนานาชาติของกลุ่มบุคคลต่างองค์กรในสายอาชีพ หรือใกล้เคียงกัน เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลและความคิดเห็นโดยมีผู้เข้าร่วมประมาณ 800 คน ส่วนใหญ่ จะเป็นการจัดของสมาคมระดับนานาชาติ และมีรูปแบบการจัดใน 2 ลักษณะ คือ

1) ลักษณะการจัดประชุมแบบหมุนเวียนตามประเทศสมาชิก มักใช้วิธีการเวียนตามตัวอักษรและตามภูมิภาค

2) ลักษณะการประมูลเพื่อเป็นประเทศเจ้าภาพในการจัดงานประเทศสมาชิกที่ต้องการเป็นเจ้าภาพจะส่งตัวแทนเข้าร่วมประมูลในสมาคม จึงต้องมีต้นทุนค่าใช้จ่ายสูง และมีระยะเวลาเตรียมงานนาน

สำหรับความแตกต่างระหว่าง Conventions กับ Meetings อยู่ที่ตัวแปรหลัก 2 ตัวแปรคือ

(1) จำนวนผู้เข้าร่วมประชุม โดย Conventions จะมีผู้เข้าร่วมประชุมในระดับร้อยคนขึ้นไปจนถึงระดับหมื่นคน ส่วน Meetings จะมีผู้เข้าร่วมประชุมตั้งแต่ 10 คนจนถึงหลายร้อยคน

(2) รายได้จากการประชุม โดย Conventions จะมีรายได้จากการจัดการประชุมสูงกว่า Meetings เพราะมีจำนวนผู้เข้าร่วมประชุมที่มากกว่านั่นเอง

E = Exhibitions หมายถึง การจัดงานแสดงสินค้าหรือบริการเพื่อขายให้แก่อุตสาหกรรมร้านค้า และผู้ซื้อ อาจจัดในระดับนานาชาติ หรือระดับภูมิภาคหรือระดับชาติก็ได้ สามารถแบ่งออกได้ 3 ประเภทคือ

1) Trade Show เป็นการจัดงานแสดงสินค้าสำหรับผู้ประกอบการ

2) Consumer Show เป็นการจัดงานแสดงสินค้าสำหรับผู้บริโภคอาจมีการจัดประชุมในหัวข้อเดียวกันหรือเกี่ยวกับการแสดงสินค้าหรือนิทรรศการนั้น

3) Trade and Consumer Show เป็นการจัดงานแสดงสินค้าสำหรับผู้ประกอบการและผู้บริโภครวมเข้าด้วยกัน

ความเป็นมาของธุรกิจไมซ์

ธุรกิจไมซ์ (MICE Business) เป็นการพัฒนามาจากธุรกิจนำเที่ยวที่เสนอบริการลักษณะพิเศษในการเป็นตัวกลางจัดประชุมทั้งแบบ Meetings และ Conventions การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดแสดงสินค้า นับวันจะทวีความสำคัญมากขึ้นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของโลก เนื่องจากมนุษย์เป็นสัตว์สังคม มีการติดต่อสื่อสารระหว่างกันในกลุ่มชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการอยู่ในสังคมขนาดใหญ่ ข้อตกลงร่วมเป็นเรื่องสำคัญ การประชุมเพื่อปรึกษาหารือจึงเป็นเครื่องมือสื่อสารที่จำเป็นอย่างหนึ่งของคนในสังคม การประชุมเป็นได้ตั้งแต่การพูดจาหารือกันระหว่างคนสองคน การล้อมวงพูดคุยกันรอบกองไฟของคนสมัยโบราณเพื่อถ่ายทอดความรู้และความเชื่อให้คนรุ่นต่อไปเมื่อสังคมขยายตัวขึ้น ขนาดและความถี่ของการรวมกลุ่มก็เพิ่มมากขึ้นตาม กลุ่มหรือสมาคมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นมากมาย เช่น การจัดตั้งสมาคมช่างฝีมือในทวีปยุโรปเพื่อดูแลเรื่องค่าจ้างและมาตรฐานการทำงาน เป็นต้น

ตามประวัติศาสตร์ไม่ปรากฏหลักฐานชัดเจนว่าการจัดประชุมที่มีแบบแผนอย่างเป็นทางการ เริ่มต้นเมื่อใดและที่ใด แต่การจัดประชุมมีความนิยมมากในภูมิภาคยุโรประหว่างเดือนกันยายน ค.ศ. 1814 ถึงเดือนมิถุนายน ค.ศ. 1815 มีการประชุมคองเกรสเวียนนา (Congress of Vienna) มีผู้เข้าร่วมประชุมคือ Alexander I จากประเทศรัสเซีย Prince Karl August von Hardenberg จากประเทศรัสเซีย Viscount Castlereagh and the Duke of Wellington จากประเทศอังกฤษ โดยการประชุมนั้นเป็นการประชุมเกี่ยวกับการรวมอำนาจ แต่ธุรกิจไมซ์ ปรากฏให้เห็นอย่างเด่นชัดในช่วงปลายคริสต์ศตวรรษที่ 19 เมื่อมีการจัดประชุมด้านการเมืองและวิทยาศาสตร์ในประเทศยุโรป

สำหรับในประเทศสหรัฐอเมริกาในช่วงกลางศตวรรษที่ 19 ได้มีการรวมกลุ่มของธุรกิจการค้า โดยจัดตั้งสมาคมการค้าสาขาวิชาชีพต่าง ๆ ขึ้นมากมายมีการจัดประชุมอย่างสม่ำเสมอตามโรงแรมต่าง ๆ จึงเป็นสาเหตุให้มีการจัดตั้งองค์การที่ทำหน้าที่บริหารศูนย์การประชุม (Convention Bureau)

ปี ค.ศ. 1896 แห่งแรกที่เมือง Detroit ประเทศสหรัฐอเมริกา

ปี ค.ศ. 1904 ต่อมามีการจัดตั้งที่เมือง Cleveland

ปี ค.ศ. 1908 ที่เมือง Atlanta

ปี ค.ศ. 1909 ต่อมามีการจัดตั้งที่เมือง Denver และ St.Louis ตามด้วยรัฐ

ปี ค.ศ. 1910 Louisville และ Los Angeles

ปี ค.ศ. 1914 และมีการจัดตั้ง The International Association of Convention and Visitor Bureaus (AICVB) ขึ้น

ปี ค.ศ. 1963 จึงได้ก่อตั้ง The International Congress of Convention Association ซึ่งเป็นสมาคม ที่ส่งเสริมและสนับสนุนจัดประชุมนานาชาติที่มีบทบาทมาก โดยในปี ค.ศ. 2000 สมาคมนี้มีสมาชิกมากกว่า 550 ราย จาก 76 ประเทศ

จะเห็นได้ว่าธุรกิจการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของประเทศในยุโรปมีการพัฒนาช้ากว่าในประเทศสหรัฐอเมริกา โดยมีการจัดตั้ง The Birmingham Convention and Visitor Bureaus ขึ้นเมื่อปี ค.ศ. 1982 และปัจจุบันเกือบทุกเมืองใหญ่ในโลกมีการสร้างศูนย์ประชุมของตัวเอง เพื่อจัดประชุมของกลุ่มที่หาธุรกิจการค้า กลุ่มศาสนาและสมาคมต่าง ๆ เช่น เมือง Munich, Frankfurt ประเทศสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี เมือง Macao ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน และเมือง Queensland ประเทศออสเตรเลีย เป็นต้น

ส่วนการจัดงานแสดงสินค้าหรือนิทรรศการนั้นเริ่มจากการพัฒนาอุตสาหกรรมทำให้ต้องมีการแนะนำสินค้าใหม่ๆ จากกรรมวิธีการผลิตสินค้าใหม่ๆ ให้ผู้บริโภคได้รู้จักโดยเริ่มจัดงานแสดงสินค้าขึ้นตั้งแต่ศตวรรษที่ 18 ที่ประเทศอังกฤษ และงานมหกรรมแสดงสินค้านานาชาติที่มีชื่อเสียงทั่วโลกก็คือ งานวังแก้วผลึกแห่งกรุงลอนดอน (London's Crystal Palace) ต่อมาประเทศต่าง ๆ ก็นิยมจัดงานแสดงสินค้านามากมาย ถือว่าเป็นการพัฒนาธุรกิจไม่ข้อย่างเต็มรูปแบบ แต่ในช่วงระหว่างปี ค.ศ. 1980-1990 สถานที่ที่ได้รับความนิยมในการจัดงานประชุมมากที่สุดคือแหล่งท่องเที่ยวหรือเมืองชายทะเล หลังจากช่วงปี ค.ศ. 1990 เป็นต้นมาสถานที่จัดงานประชุมที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือสถานที่ที่เป็นแหล่งวัฒนธรรมหรือสถานที่ที่มีกิจกรรมพิเศษด้านนันทนาการและกีฬา

ประวัติความเป็นมาธุรกิจการจัดประชุมในประเทศไทยระดับนานาชาติเกิดขึ้นครั้งแรกตั้งแต่เมื่อใด ไม่มีหลักฐานปรากฏแน่ชัด พ.ศ. 2508 สมาคมสุขภาพจิตแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์เป็นองค์กรเอกชนแห่งแรกที่ได้รับเกียรติให้จัดการประชุมระดับโลกขึ้นในประเทศไทย โดยได้รับความอนุเคราะห์ด้านงบประมาณจากรัฐบาล สมาคมที่เป็นเจ้าภาพจัดประชุมครั้งนี้คือ “สหพันธ์สุขภาพจิตโลก” ในหัวข้อ “Family Life and Value System” ณ ศาลาสันติธรรม (ปัจจุบันคือสา

นํักงานองค์การสหประชาชาติ) ในการประชุมครั้งนั้นมีผู้เข้าร่วมประชุมจาก 60 ประเทศทั่วโลก จำนวนสองร้อยกว่าคนโดยสมัยก่อนการประชุมระดับนานาชาติจะเป็นการประชุมภาครัฐในระดับรัฐบาลต่อรัฐบาล หรือการประชุมขององค์การสากลต่าง ๆ ซึ่งมีที่ตั้งอยู่ในประเทศไทย เช่น องค์การสหประชาชาติ (United Nations - UN) หรือการประชุมเพื่อก่อตั้งสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ASEAN) ซึ่งมีบทบาทต่อการประชุมระดับนานาชาติมากยิ่งขึ้น เพราะในการก่อตั้ง ASEAN การประชุมเตรียมงานกันหลายครั้ง รวมทั้งองค์การ ASEAN เองก็ประกอบด้วยหลายคณะอนุกรรมการ จึงมีการประชุมแยกย่อยอีกหลายครั้งต่อเนื่องตั้งแต่ยุคแรกของ ASEAN ประเทศไทยซึ่งเป็นแกนหลักในการจัดตั้ง ASEAN จึงมีโอกาสเป็นเจ้าภาพจัดประชุมระดับภูมิภาคดังกล่าวหลายครั้ง ลักษณะการจัดประชุมในสมัยก่อนจะหมุนเวียนตามวาระการเป็นเจ้าภาพจัดประชุมในระดับภูมิภาคหรือนานาชาติและประเทศสมาชิกจะถูกเรียกร้อง ชักชวน หรือขอให้เป็นเจ้าภาพ ซึ่งผู้บริหารองค์การที่จะต้องเป็นเจ้าภาพมักปฏิเสธ เนื่องจากองค์การนั้น ๆ ยังไม่มีบุคลากรที่มีความรู้และความชำนาญในการเตรียมตัวเป็นเจ้าภาพ รวมทั้งความไม่พร้อมด้านสถานที่จัดประชุมและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการดำเนินการจัดประชุม ทำให้องค์การเจ้าภาพในอดีตตกอยู่ในสภาพ “จำใจต้องจัด” ซึ่งประเทศไทยต้องรับเป็นเจ้าภาพจัดประชุมและมักจัดในวงจำกัดเฉพาะเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น โดยสถานที่สำหรับการจัดประชุม ได้แก่ โรงแรมเอราวัณ โรงแรมโอเรียนเต็ล หรือห้องประชุมศาลาสันติธรรม ในต่างจังหวัดแทบจะไม่มีการจัดประชุมระดับนานาชาติเลย ส่วนการเลี้ยงต้อนรับนั้นนอกจากจะจัดกันที่โรงแรมที่ใช้ประชุมซึ่งมีอยู่แล้ว มักนิยมใช้สถานที่อื่น เช่น วังสวนผักกาด หรือวังสราญรมย์ เป็นต้น ทั้งองค์การภาครัฐและเอกชนในสมัยนั้นยังไม่มีความรู้และความเชี่ยวชาญในการจัดประชุมระดับนานาชาติ หน่วยงานที่อาจมีประสบการณ์มากที่สุดคือ กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ จึงมีการขอยืมตัวบุคคลให้ไปช่วยงานเฉพาะกิจสำหรับการประชุมระดับสำคัญ ๆ ของประเทศอย่างไรก็ตามการจัดประชุมในประเทศไทย ซึ่งเป็นประเทศที่ได้รับการยกย่องว่าเป็น “Land of Smile” เนื่องจากคนไทยมีนิสัยรักสันติ ชอบต้อนรับแขกบ้านแขกเมือง มีใจโอบอ้อมอารี และมักรับรองผู้มาเยือนด้วยใบหน้าที่ยิ้มแย้ม ทำให้ประเทศไทยมักได้รับการชมเชยว่าเป็นเจ้าภาพที่ดีในการต้อนรับผู้มาร่วมประชุมหรือผู้มาเยือนอย่างอบอุ่นและประทับใจ

ในช่วง พ.ศ. 2520 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ก่อตั้งการประชุมนานาชาติขึ้นทำหน้าที่รับผิดชอบการส่งเสริมการประชุม โดยการส่งเสริมให้บุคลากรได้รับความรู้ ทักษะของการจัดประชุมนานาชาติ และข้อมูลเกี่ยวกับการประชุมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นทั่วโลก ทำให้การประชุมนานาชาติของไทยเริ่มเกิดขึ้นอย่างมีรูปแบบสากล และได้เข้าเป็นสมาชิกขององค์การด้านการประชุมนานาชาติสากล

เช่น International Congress and Convention Association (ICCA) และ Union of International Association (UIA) เป็นต้น

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ก่อตั้งสมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) โดยใช้ชื่อภาษาอังกฤษว่า Thailand Incentive and Convention Association (TICA) ในปี พ.ศ. 2527 โดยมีจุดประสงค์ให้เป็นองค์การร่วมของรัฐและเอกชนมีหน้าที่รับผิดชอบในการส่งเสริมและพัฒนาการประชุมนานาชาติให้แก่ประเทศไทยอย่างมีประสิทธิภาพ ต่อมามีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในการประชุม เช่น การสร้างศูนย์ประชุมบางกอกคอนเวนชันเซ็นเตอร์ (Bangkok Convention Center) ที่โรงแรมไฮแอทเซ็นทรัลพลาซ่า (ปัจจุบันคือโรงแรมโซฟิเทลเซ็นทรัล) ถือเป็นศูนย์ประชุมมาตรฐานสากลแห่งแรกของประเทศไทย

ในปี พ.ศ. 2534 มีการก่อตั้งศูนย์การประชุมนานาชาติสิริกิติ์ (Queen Sirikit National Convention Center - QSNCC) จากนั้นได้มีการก่อสร้างศูนย์ประชุมและโรงแรมขึ้นโดยเฉพาะในกรุงเทพฯ เช่น ศูนย์การแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติ (BITEC) ศูนย์แสดงสินค้าอิมแพ็ค (IMPACT) ศูนย์ประชุมของโรงแรมแอมบาสซาเดอร์ และโรงแรมรอยัลล่อคิดเซอร์ราตัน ส่วนตามต่างจังหวัดใหญ่ ๆ ได้มีการปรับรูปแบบของโรงแรมให้มีห้องประชุมทั้งขนาดใหญ่และเล็ก เพื่อรองรับการประชุมขนาดต่าง ๆ นอกเหนือจากการสร้างห้องพักเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเพียงกลุ่มเดียว เช่น ห้องสยามบอลรูมในโรงแรมรอยัลคลิฟพัตยา ห้องบอลรูมในโรงแรมเฟิร์ล จังหวัดภูเก็ต และโรงแรมเชียงใหม่ฮิลล์ เป็นต้น ต่อมาได้มีการก่อตั้งสมาคมการค้าแสดงสินค้า (Trade Exhibition Association - TEA) ในขณะเดียวกันได้เริ่มพัฒนาบุคลากรเพื่อประกอบอาชีพที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ เช่น ผู้จัดการประชุมมืออาชีพ (Professional Convention Organizer - PCO) ผู้จัดการแสดงสินค้านานาชาติมืออาชีพ (Professional Exhibition Organizer - PEO) และบริษัทบริหารจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Destination Management Company - DMC) เป็นต้น ปัจจุบันมีบริษัทที่มีอาชีพบริหารจัดการประชุมเกิดขึ้นในประเทศไทยอยู่หลายบริษัท เช่น บริษัท Convention Organizers บริษัท N.C.C. Management & Development บริษัท Optimum และบริษัท Asia Congress เป็นต้น ทำให้นานาชาติมองประเทศไทยเป็นจุดหมายใหม่ (New Destination) ที่น่าสนใจสำหรับกิจกรรมไมซ์ในปัจจุบันแม้ว่านักท่องเที่ยวกลุ่มธุรกิจไมซ์ของประเทศไทยยังมีน้อยมากเมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน ถ้าหากพิจารณาถึงรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มธุรกิจไมซ์แล้ว จะเห็นว่าสามารถสร้างรายได้มากกว่านักท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนประมาณ 3 เท่าตัว

ธุรกิจการจัดประชุมของไทยมีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว มีการสร้างศูนย์ประชุมที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกและมีขนาดใหญ่ขึ้นทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด เช่น ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค (Bangkok International Trade & Exhibition Center - BITEC) ศูนย์การแสดงสินค้านานาชาติอิมแพค (Impact Exhibition Center) ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมพัทยา (Pattaya Exhibition Center Hall - PEACH) เพื่อรองรับการจัดประชุมทั้งระดับภายในประเทศและนานาชาติที่มีจำนวนผู้เข้าร่วมประชุมจำนวนมากได้อย่างเพียงพอ ต่อมาสมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) ได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกขององค์กรสำคัญคือ สมาคมส่งเสริมการประชุมระหว่างประเทศ (The International Congress and Convention Association - ICCA) โดยสมาคม ICCA ได้ให้ความรู้แก่บุคลากรของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและภาคธุรกิจเอกชน ในด้านการส่งเสริมและการบริการประชุมระดับนานาชาติ รวมทั้งการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการประชุมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นทั่วโลก เพื่อขยายตลาดการประชุม (รชพร จันทรสว่าง, 2546)

ความสำคัญของธุรกิจไมซ์

ธุรกิจไมซ์ (MICE Business) เป็นธุรกิจแขนงหนึ่งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งมีความสำคัญของประเทศอย่างยิ่ง เพราะรายได้จากธุรกิจไมซ์จัดอยู่ในรายได้ของภาคบริการในบัญชีเดินสะพัดของประเทศที่ค่อนข้างสูงมาก ทำให้คุณภาพการบริการเกินดุลและส่งผลกระทบต่อดุลการชำระเงินของประเทศปรับตัวดีขึ้น อีกทั้งยังก่อให้เกิดการจ้างงานและสร้างรายได้ให้แก่ธุรกิจที่เกี่ยวข้องด้วย ความสำคัญของธุรกิจไมซ์พอจะสรุปได้ 14 ประการคือ

1. ช่วยสร้างรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศ ทำให้ดุลการชำระเงินของประเทศปรับตัวดีขึ้น แม้ว่าดุลการค้าจะเสียดุลบ้างก็ตาม ก็สามารถนำรายได้ไปชดเชยส่วนที่ขาดดุลการค้าได้
2. ช่วยการสร้างงานและการกระจายรายได้สู่ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากการดำเนินธุรกิจไมซ์จะต้องอาศัยองค์ประกอบและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ทั้งหน่วยงานภาครัฐ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติไทย เป็นต้น และภาคธุรกิจโดยตรงอื่น ๆ เช่น โรงแรม สถานที่จัดประชุม ผู้จัดงานการประชุมมืออาชีพ (Professional Convention Organizer - PCO) ผู้จัดงานแสดงสินค้ามืออาชีพ (Professional Exhibition Organizer - PEO) และบริษัทรับจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Destination Management Company - DMC) เป็นต้น นอกจากนี้ยังกระจายผลประโยชน์ยังธุรกิจอื่น ๆ ที่เชื่อมโยงทั้งภาคการผลิตและภาคการบริการ

ก่อให้เกิดการสร้างงานในวงกว้าง สร้างโอกาสพัฒนาทางวิชาชีพของหน่วยงานหรือสมาคมวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

3. ช่วยสร้างรายได้ทางอ้อมให้บุคลากรสาขาอาชีพต่าง ๆ เช่น การขายของที่ระลึก ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายเครื่องดื่ม ร้านขายหนังสือพิมพ์ เป็นต้น

4. ช่วยสร้างรายได้ให้รัฐในรูปของภาษีเงินได้จากรายรับของธุรกิจไมซ์และธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้อง

5. ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศที่เป็นเจ้าภาพ เนื่องจากประเทศที่ได้รับเลือกเป็นเจ้าภาพจะต้องเป็นประเทศที่ได้รับการยอมรับเป็นอย่างดี เท่ากับเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับประเทศ

6. ช่วยประชาสัมพันธ์ให้กับประเทศเจ้าภาพ ถึงแม้ผู้ที่เข้ามาร่วมกิจกรรมไมซ์จะมีวัตถุประสงค์หลักคือธุรกิจ แต่หากมีความประทับใจและได้รับประสบการณ์ที่ดี ย่อมจะเป็นแรงจูงใจให้เดินทางกลับเข้ามาท่องเที่ยวส่วนตัวอีก รวมทั้งยังช่วยบอกต่อญาติมิตรให้มาท่องเที่ยวด้วย อันเป็นการช่วยประชาสัมพันธ์ให้แก่ประเทศนั้นเป็นอย่างดี และช่วยเสริมสร้างศักยภาพด้านการท่องเที่ยวให้แก่ประเทศเจ้าภาพอีกด้วย

7. ช่วยพัฒนาศักยภาพของบุคลากร การจัดกิจกรรมไมซ์ทำให้เกิดการอบรมเสริมสร้างความรู้ การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างผู้ร่วมงาน อีกทั้งยังเป็นการสร้างแรงจูงใจในการดำเนินงาน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ดังนั้น บริษัทผู้จัดจะได้รับประโยชน์ทั้งด้านการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรและการเสริมสร้างความเข้าใจระหว่างผู้ร่วมงานให้เกิดขึ้นภายในองค์กร อันนำไปสู่ระบบการทำงานที่มีประสิทธิภาพสามารถสร้างผลงานที่มีคุณภาพของบุคลากรในระดับองค์กร และจะนำผลที่ดีไปสู่ประเทศในการสร้างระบบเศรษฐกิจระดับมหภาคได้

8. ช่วยกระตุ้นให้มีการเพิ่มมาตรฐานอุตสาหกรรมบริการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ทุกด้าน เพื่อสร้างความประทับใจให้แก่ผู้เข้าร่วมงาน อันจะทำให้ได้รับความเชื่อถือและไว้วางใจให้จัดกิจกรรมไมซ์ในครั้งต่อ ๆ ไป

9. ช่วยสร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในด้านการพัฒนาและลงทุน ด้านโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก การบริการ กำหนดมาตรฐานการฝึกอบรมและการดำเนินการตลาดสำหรับธุรกิจไมซ์

10. ช่วยเพิ่มรายได้ทางการท่องเที่ยว เนื่องจากการท่องเที่ยวของกลุ่มไมซ์เป็นกลุ่มที่มีคุณภาพ และที่มีกำลังซื้อสูง จึงทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวของกลุ่มไมซ์จึงมีมากกว่านักท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน อันเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่ประเทศที่เป็นเจ้าภาพ

11. ช่วยสร้างโอกาสในการขยายฐานการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระดับบน ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์เป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง และยังมีความเชื่อว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีแนวโน้มที่จะรักษาและอนุรักษ์สภาพแวดล้อมได้ดีกว่านักท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน เนื่องจากส่วนมากเป็นกลุ่มบุคคลที่มีการศึกษาสูงและเป็นผู้นำด้านความคิด

12. ช่วยสร้างโอกาสในการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ด้านวิชาการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดประชุม การจัดงานแสดงสินค้า และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ที่มีการนำองค์ความรู้ เทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาสู่ประเทศ ทำให้คนในประเทศนั้นได้มีโอกาสเรียนรู้วิทยาการและเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อให้ทันต่อความก้าวหน้าของเหตุการณ์ของโลก

13. ช่วยให้ประชาชนทั่วไปได้รับประโยชน์จากการลงทุนของรัฐ เมื่อได้การจัดกิจกรรมไมซ์ ทำให้รัฐจะต้องลงทุนในส่วนโครงสร้างและสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับธุรกิจไมซ์ ย่อมส่งผลให้ประชาชนทั่วไปได้รับประโยชน์ด้วย

14. ช่วยสร้างตลาดทางธุรกิจและการท่องเที่ยวใหม่ เมื่อได้จัดกิจกรรมไมซ์ประสบความสำเร็จจะเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่สำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวและธุรกิจใหม่ ๆ เข้าสู่ประเทศเพิ่มมากขึ้นนับเป็นการช่วยขยายตลาดธุรกิจและการท่องเที่ยว

ผลประโยชน์ที่ได้รับจากการประชุมทั้งแบบ Meeting และ Conventions ซึ่งพอสรุปได้ 7 ประการดังนี้

1. การจัดประชุมส่วนใหญ่เป็นการจัดเพื่ออบรมเสริมสร้างความรู้และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างผู้ร่วมงาน ดังนั้น บริษัทผู้จัดประชุมจะได้รับผลประโยชน์ทั้งด้านการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรและการเสริมสร้างความเข้าใจระหว่างผู้ร่วมงานให้เกิดขึ้นภายในองค์กร อันจะนำไปสู่ระบบการทำงานที่มีประสิทธิภาพ

2. การดำเนินธุรกิจการจัดประชุมต้องอาศัยองค์ประกอบหรือสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ นอกเหนือจากหน่วยงานหลัก เช่น โรงแรม สถานที่จัดประชุมที่ได้รับผลประโยชน์โดยตรงแล้ว แต่ได้กระจายผลประโยชน์ไปยังธุรกิจบริการด้านอื่น ๆ ที่เชื่อมโยงทั้งภาคผลิตและการบริการก่อให้เกิด

ประโยชน์ในภาพรวมทั้งด้านการกระจายรายได้ไปในส่วนต่าง ๆ และยังก่อให้เกิดการสร้างงานในวงกว้าง นอกจากนี้ยังเป็นการสร้างโอกาสการพัฒนาทางวิชาชีพของหน่วยงานหรือสมาคมวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับการประชุมด้วย

3. ช่วยให้อัตราการเข้าพักเฉลี่ยของโรงแรมดีขึ้น ตลอดธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องดีขึ้นตามด้วย โดยเฉพาะในช่วงที่มีใช้เป็นฤดูท่องเที่ยว (Low Season) ที่มีนักท่องเที่ยวแบบพักผ่อนน้อย จึงควรส่งเสริมให้มีการจัดธุรกิจไมซีในช่วงนอกฤดูท่องเที่ยวเพื่อชดเชยรายได้ที่ขาดหายไป

4. ถึงแม้ผู้ที่เข้ามาร่วมการประชุมจะมีวัตถุประสงค์ในทางธุรกิจแต่หากผู้ที่เดินทางเพื่อการประชุมมีความประทับใจและได้รับประสบการณ์ที่ดี จะเป็นแรงจูงใจให้เดินทางกลับเข้ามาอีกเพื่อการท่องเที่ยว หรือเป็นผู้ที่ช่วยประชาสัมพันธ์ชักชวนให้ผู้อื่นเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศที่จัดประชุมได้

5. นักท่องเที่ยวไม่ซีมีแนวโน้มที่จะรักษาและอนุรักษ์สภาพแวดล้อมได้ดีกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป เพราะส่วนมากเป็นกลุ่มบุคคลที่เป็นผู้นำความคิดและการศึกษาสูง

6. การประชุมนานาชาติจะช่วยให้ประเทศที่เป็นเจ้าภาพได้รับภาพลักษณ์ และกล่าวถึงในอนาคตอีกยาวนาน อันเป็นการช่วยประชาสัมพันธ์ประเทศอีกทางหนึ่ง เพื่อเสริมสร้างศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยวของประเทศ

7. การจัดประชุมทำให้มีการนำองค์ความรู้ด้านวิชาการและเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้าสู่ประเทศ เนื่องจากการประชุมนานาชาติจะช่วยให้คนในประเทศนั้นได้มีโอกาสตักตวงความรู้ก้าวหน้าที่ทันต่อเหตุการณ์ของโลก โดยที่ไม่ต้องสูญเสียงบประมาณเพื่อเดินทางออกไปประชุมนอกประเทศ

ผลประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentives) สรุปได้ 4 ประการคือ

1. การจัดท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีวัตถุประสงค์สำคัญคือ การสร้างแรงจูงใจในการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ นอกจากนี้จะเป็นรางวัลในการทำงานแล้ว ยังเป็นการพบปะสังสรรค์และแลกเปลี่ยนความเห็นระหว่างกัน ซึ่งบริษัทเจ้าของงานจะได้รับประโยชน์ด้านการเสริมสร้างความเข้าใจระหว่างบริษัทกับตัวแทนจำหน่ายหรือพนักงาน

2. เป็นการสร้างโอกาสในการขยายฐานการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระดับบน

3. เป็นการสร้างโอกาสให้กับธุรกิจต่อเนื่อง เช่น โรงแรม ร้านอาหาร ภัตตาคาร และธุรกิจบริการอื่น ๆ ซึ่งก่อให้เกิดการกระจายรายได้และการสร้างงานในภาพรวม ตลอดจนโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมท้องถิ่น อันนำไปสู่การสร้างรายได้ในระดับท้องถิ่น

4. เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศและช่วยประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยวของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวซึ่งเป็นสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมไทยรวมถึงภาพลักษณ์

ผลประโยชน์ที่ได้รับจากการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibition) สรุปได้ 3 ประการ

1. การจัดการแสดงสินค้านานาชาติ เป็นการสร้างเสริมโอกาสทางเศรษฐกิจของประเทศ รวมทั้งเป็นการเปิดโอกาสในการประชาสัมพันธ์สินค้าของประเทศที่มีศักยภาพในกรณีของการจัดงานแสดงสินค้าเพื่อเป้าหมายการส่งออก และการร่วมมือด้านการค้าระหว่างประเทศในกรณีของการจัดงานแสดงสินค้าเพื่อการนำเข้า

2. โดยทั่วไปการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติ เป็นการจัดงานเพื่อวัตถุประสงค์ทางการค้าซึ่งงานแสดงสินค้าในบางกรณีเป็นงานที่เปิดโอกาสให้คนในชาติได้รับความรู้ความก้าวหน้าทางวิชาการที่ทันสมัย โดยไม่ต้องสิ้นเปลืองงบประมาณเพื่อการเดินทางออกไปยังต่างประเทศ

3. การดำเนินธุรกิจการจัดการแสดงสินค้าต้องอาศัยองค์ประกอบหรือสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ นอกเหนือจากหน่วยงานหลัก เช่น สถานที่จัดการแสดงสินค้า แต่ได้แผ่ไปถึงธุรกิจบริการในด้านอื่น ๆ ที่เชื่อมโยงถึงทั้งภาคการผลิตและบริการ เช่น ผู้รับจัดการขนส่ง (Freight Forwarder) ผู้รับเหมา (Contract) เป็นต้น

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวรูปแบบ MICE

สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ ตามเกณฑ์ในการพิจารณา ดังนี้ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2554.)

1. การพิจารณาจากการดำเนินงานเป็นหลัก การแบ่งประเภทองค์ประกอบของการท่องเที่ยวรูปแบบ MICE ตามการดำเนินงานเป็นหลัก ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ที่สำคัญ คือ

1) ผู้ให้การสนับสนุนการจัดอุตสาหกรรมไมซ์และอีเวนต์ (MICE & EVENT SPONSORSHIP) หมายถึง ผู้ที่มีบทบาทในการสนับสนุนการจัดงาน อาจจะเป็นหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชนก็ได้ซึ่งมีบทบาทในการกำหนดวัตถุประสงค์ของการจัดงานหรือกิจกรรม รวมถึงการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย สถานที่จัดงานหรือกิจกรรม สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการและงบประมาณในการจัดงานหรือกิจกรรมไมซ์

2) ลูกค้า/ผู้ซื้อของอุตสาหกรรมไมซ์และอีเวนต์ (MICE & EVENT CUSTOMER/ BUYER) หมายถึง ผู้ที่ต้องการใช้บริการของธุรกิจไมซ์และอีเวนต์ อาจจะเป็นทั้งหน่วยงานรัฐและเอกชนก็ได้ เช่น ผู้ร่วมจัดแสดงสินค้าภายในประเทศและนานาชาติ เป็นต้น

3) ผู้ประกอบการของอุตสาหกรรมไมซ์และอีเวนต์ (MICE & EVENT SUPPLIER) หมายถึง ผู้ที่มีบทบาทในการเสนอขายสินค้าและบริการสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์และอีเวนต์ ได้แก่ ธุรกิจโรงแรม ศูนย์ประชุม ธุรกิจนำเที่ยว ผู้ประกอบการขนส่ง ผู้รับเหมาหรือออกแบบสถานที่จัดงาน ธุรกิจขายสินค้าที่ระลึก ธุรกิจบันเทิง ผู้จัดจ้างดำเนินการจัดไมซ์แบบมีอาชีพ เป็นต้น

4) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมไมซ์และอีเวนต์ (RELATED ORGANIZATION) หมายถึง หน่วยงานหรือองค์กรที่ท าหน้าที่ก ากับดูแลและส่งเสริมการจัดงานทั้งภาครัฐและเอกชน ได้แก่ กองการประชุมนานาชาติของกระทรวงการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ(ไทย) (Thailand Incentive Convention Association TICA) และสมาคมการค้าแสดงสินค้า (TradeExhibition Association TEA) เป็นต้น



ภาพที่ 3 แสดงองค์ประกอบของการท่องเที่ยวรูปแบบ MICE ตามการดำเนินงาน แหล่งที่มา: บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2554.

2. การพิจารณาจากธุรกิจที่เกี่ยวข้องเป็นหลัก ซึ่งประกอบด้วย 7 ธุรกิจที่สำคัญ คือ

1) Organization คือ “ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมในลักษณะการดำเนินงาน” สามารถแบ่งได้เป็น 4 ประเภทใหญ่ๆ ได้แก่

(1) Professional Convention organizer- PCO คือ ธุรกิจที่จัดงาน เหตุการณ์สำคัญ (Event Management) ที่มีบทบาทหลักในการจัดประชุม หรือบริษัทหรือบุคคลที่มีความชำนาญในการจัดประชุม บางครั้งเรียกว่า Meeting planner

(2) Professional Exhibition organizer-PEO คือ “ธุรกิจที่จัดงาน นิทรรศการหรืองานแสดงสินค้าและบริการรวมถึงนวัตกรรมต่าง ๆ ซึ่งมีบทบาทในการสร้าง ภาพลักษณ์ที่ดีของงานนิทรรศการหรืองานแสดงสินค้า การประชาสัมพันธ์ เพื่อชักชวนให้ ผู้ประกอบการหรือผู้บริโภคเข้าร่วมชมงาน การเลือกสถานที่จัดงานนิทรรศการหรืองานแสดงสินค้า”

(3) Destination Management Company – DMC คือ “บริษัทที่ดำเนิน จัดการเรื่องการขนส่งภาคพื้นดิน การจัดงานเลี้ยง โรงแรมและนำเที่ยวให้แก่กลุ่มท่องเที่ยวแบบที่ ได้รับรางวัล (Incentive Group) มีความเชี่ยวชาญด้านการบริการขนส่งภาคพื้นดิน จองห้องพัก ห้องอาหารและห้องจัดเลี้ยงของโรงแรม บริการจัดงานเลี้ยงนอกสถานที่ จัดกิจกรรมพิเศษ เช่น นันทนาการ กลุ่มสัมพันธ์”

(4) Venue คือ “ธุรกิจที่ให้บริการด้านสถานที่ในการจัดการประชุมศูนย์ แสดงสินค้าโรงแรม ห้องประชุม”

2) Accommodation and Food Business คือ “ธุรกิจที่ให้บริการที่ พักแรมและอาหารเครื่องดื่มให้กับผู้ที่เข้าร่วมกับกิจกรรมไมซ์และอีเวนต์ ซึ่งประกอบไปด้วยธุรกิจ 2 ธุรกิจสำคัญคือ 1) ธุรกิจที่พักแรม 2) ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

(3) Contractor คือ “ธุรกิจที่เกี่ยวกับการออกแบบสถานที่ ก่อสร้างและตกแต่งคูหา สถานที่ใช้ในการจัดงาน รวมถึงธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดเวที การแสดง ระบบเสียง ระบบไฟฟ้า ซึ่ง ใช้ในงาน พิธีเปิด-ปิดงาน และเป็นเวทีในการแสดงกิจกรรมต่าง ๆ ของงานไมซ์และอีเวนต์นั้น ๆ”

(4) Tour Business and Entertainment Business คือ “ธุรกิจที่จัดรายการนำ เที่ยวภายในประเทศและธุรกิจที่ให้บริการด้านความบันเทิงหรือนันทนาการต่าง ๆ แก่ผู้ร่วมกิจกรรม ไมซ์และอีเวนต์ในประเทศนั้น ซึ่งประกอบด้วย 2 ธุรกิจที่สำคัญ คือ

1) ธุรกิจนำเที่ยวที่จัดรายการนำเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tour) หมายถึง ธุรกิจที่จัดรถขนส่งผู้โดยสารระหว่างสถานที่จัดงานกับสถานที่พัก รวมถึงสถานที่อื่น ๆ รวมทั้งจัดการเรื่องตัวโดยสารจองที่พัก และจัดรายการนำเที่ยวระหว่างที่มีกิจกรรมไมซ์และอีเว้นท์

2) ธุรกิจบันเทิง (Entertainment Business) หมายถึง ธุรกิจที่ให้บริการด้านความบันเทิงและบันเทิงนาการทุกประเภทกับผู้ที่มาร่วมในกิจกรรมไมซ์และอีเว้นท์ มักจะจัดรายการบันเทิงในช่วงกลางคืนหลังจากเสร็จงานในช่วงกลางวัน หรือหลังจากสิ้นสุดโปรแกรมการจัดงาน เพื่อให้ผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมไมซ์และอีเว้นท์สามารถท่องเที่ยวหาความสุขและเป็นการพักผ่อนภายหลังจากสิ้นสุดงาน

(5) Transportation Business คือ “ธุรกิจที่บริการด้านการคมนาคมขนส่งผู้โดยสารแก่ผู้ที่รับหน้าที่จัดและผู้เข้าร่วมในกิจกรรมไมซ์และอีเว้นท์ ซึ่งประกอบไปด้วย 2 ธุรกิจที่สำคัญคือ

1) ธุรกิจขนส่งผู้โดยสาร (Passenger Transportation) หมายถึง ธุรกิจที่ให้บริการรับส่งแก่ผู้ที่รับจัดและสมาชิกที่เข้าร่วมงานไมซ์และอีเว้นท์ ทั้งระหว่างประเทศ และอาจจะรวมถึงการเดินทางภายในประเทศที่จัดงาน

2) ธุรกิจขนส่งสินค้า (Freight Transportation) หมายถึง ธุรกิจที่ให้บริการขนส่งสินค้าและอุปกรณ์ที่จะนำมาใช้ในงานไมซ์อีเว้นท์หรืองานแสดงสินค้า โดยมากมักจะเป็นสินค้าจากต่างประเทศที่นำเข้ามาแสดง จะต้องมีความชำนาญในการขนส่ง เนื่องจากบางครั้งมีข้อจำกัดทางด้านเวลาและตัวสินค้า นอกจากนั้นยังต้องมีการดำเนินการพิธีการศุลกากรอีก

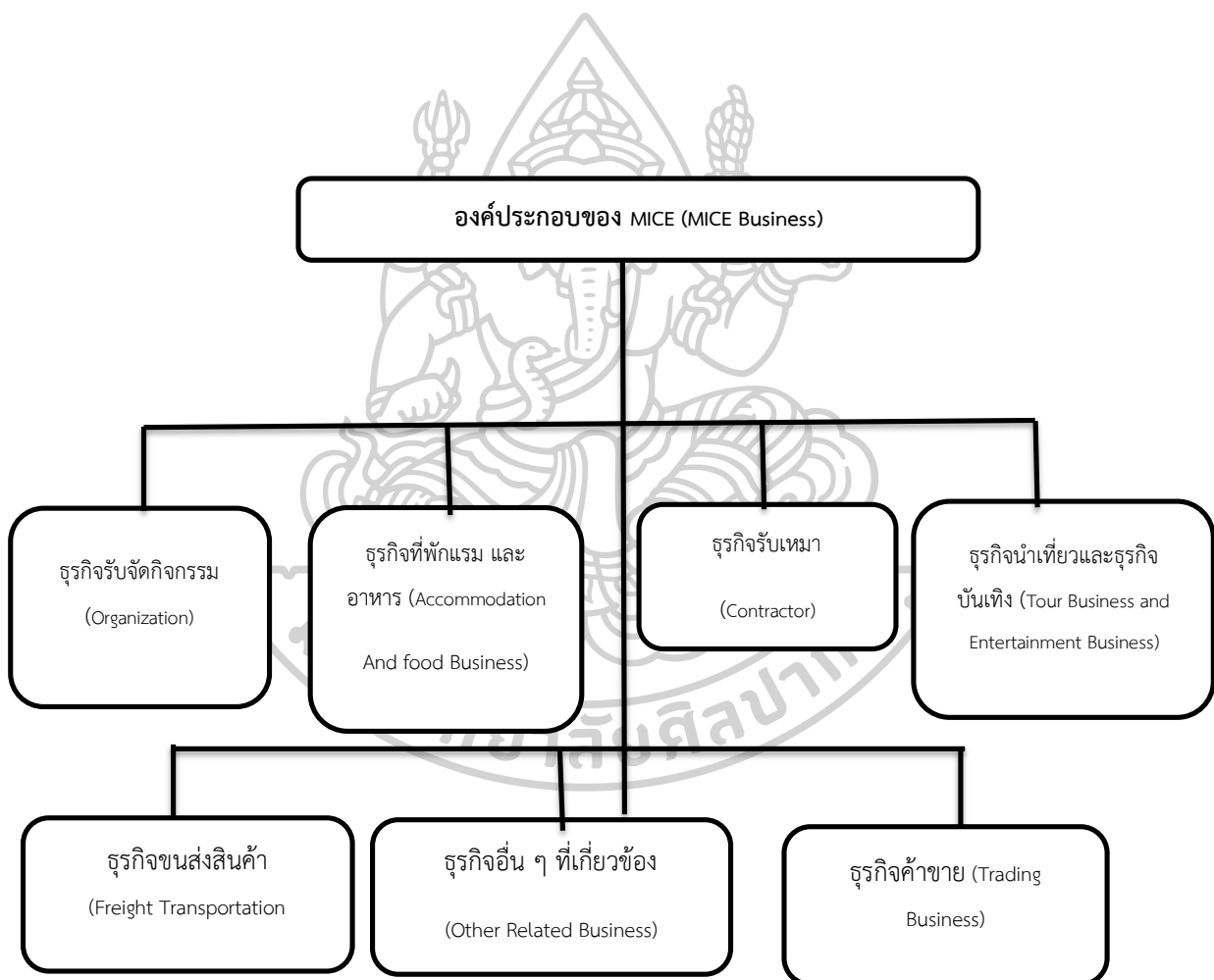
(6) Trading Business คือ “ธุรกิจที่ให้บริการ การค้าทุกชนิด ไม่ว่าจะเป็นการค้าส่ง การค้าปลีก การส่งออกสินค้า และบริการจัดแสดงนิทรรศการ รวมถึงสินค้าอื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวประเภทไมซ์ซื้อฝากญาติหรือเป็นของที่ระลึก” ประกอบด้วย 2 ธุรกิจ

- Souvenir Business คือ “ธุรกิจที่ขายสินค้าต่าง ๆ ให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ ไม่ว่าจะเป็นห้างสรรพสินค้า ศูนย์การค้าร้านค้าปลีก เพื่อให้นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์สามารถซื้อสินค้า เหล่านั้น ไปฝากญาติมิตรหรือเก็บไว้เป็นที่ระลึก”

- Duty free Business คือ ธุรกิจที่ขายสินค้าต่าง ๆ ให้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์และอีเว้นท์ซึ่งเป็นสินค้าที่ไม่คิดภาษีอากรต่าง ๆ เหมือนคนในท้องถิ่นซึ่งราคาจะ

ถูกกว่าสินค้าตามร้านทั่วไป ซึ่งจะเป็นการเอื้ออำนวยให้นักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ใช้เงินในการซื้อสินค้ามากขึ้น

(7) Other Related Business คือ “ธุรกิจอื่นนอกเหนือจากที่กล่าวมา ที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE ได้แก่ ธุรกิจโฆษณา ธุรกิจสิ่งพิมพ์ ธุรกิจทำความสะอาด ธุรกิจรักษาความปลอดภัย ธุรกิจธนาคาร เป็นต้น” แสดงองค์ประกอบของ MICE ตามการแบ่งประเภทองค์ประกอบของธุรกิจที่เกี่ยวข้อง



ภาพที่ 4 การแบ่งองค์ประกอบของธุรกิจไมซ์ตามธุรกิจที่เกี่ยวข้อง
แหล่งที่มา: บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2554.

แนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์จุดหมายปลายทาง (Destination Image)

ทฤษฎีภาพลักษณ์ (Image Theory) พบว่า ภาพลักษณ์เป็นเรื่องของความเชื่อ ความคิด ความประทับใจ ที่บุคคลมีต่อบุคคลอื่น สถานที่ หรือจุดหมายปลายทาง (Kotler et al., 1993) โดยภาพลักษณ์เกิดจากปัจจัยที่มีบทบาทในการสร้างภาพลักษณ์ 2 ปัจจัย ปัจจัยแรก คือ ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factor) ปัจจัยส่วนบุคคล เกิดจากคุณสมบัติของบุคคลหนึ่งๆ ซึ่งอาจเกิดจากคุณลักษณะส่วนบุคคลทางด้านสังคม (อายุ การศึกษา สถานภาพ การสมรส) และการกระตุ้นเชิงจิตวิทยา เช่น แรงจูงใจ บุคลิกภาพ ค่านิยมต่าง ๆ ปัจจัยที่สอง คือ ปัจจัยภายนอก ซึ่งอาจเกิดจากแหล่งข้อมูล ประสบการณ์ในอดีต (Dobni & Zinkhan, 1990) ภาพลักษณ์จุดหมายปลายทางนั้นก็แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ภาพลักษณ์เชิงความเชื่อและความรู้ (Cognitive image) และภาพลักษณ์เชิงความรู้สึก (Affective image) โดยที่ กลุ่มปัจจัยภายนอกนั้นจะมีอิทธิพลหลักต่อภาพลักษณ์ เชิงความเชื่อและความรู้ ส่วนกลุ่มปัจจัยภายในนั้นจะมีอิทธิพลมากต่อภาพลักษณ์ เชิงความรู้สึก โดยมีนักวิจัยหลายท่าน ได้ให้ความหมายของภาพลักษณ์จุดหมายปลายทาง (Destination Image) ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 คำจำกัดความของภาพลักษณ์จุดหมายปลายทาง (Destination Image)

นักวิจัย	คำจำกัดความ
Crompton (1979)	ความเชื่อ ความคิดและความประทับใจที่มีต่อจุดหมายปลายทาง
Phelps (1986)	การรับรู้หรือความประทับใจที่มีต่อสถานที่
Gartner and Hunt (1987)	ความประทับใจที่บุคคลหนึ่งมีต่อสถานที่ที่หนึ่งๆ ที่ไม่ใช่ที่อยู่อาศัย
Moutinho (1987)	ทัศนคติที่บุคคลหนึ่งมีต่อคุณสมบัติของจุดหมายปลายทางจากความรู้ที่มีอยู่และความรู้สึก
Calantone et al. (1989)	การรับรู้ที่มีต่อจุดหมายปลายทางที่อาจจะไป
Embacher and Buttle (1989)	ความคิดหรือแนวทางของแต่ละบุคคลหรือกลุ่มคนที่มีต่อจุดหมายปลายทางที่สำรวจข้อมูล
Chon (1990)	ผลจากการสื่อสารระหว่างกลุ่มบุคคลเกี่ยวกับความเชื่อ ความคิด ความรู้สึกความคาดหวังและความประทับใจที่มีต่อจุดหมายปลายทาง
Echtner and Ritchie (1991)	การรับรู้ของแต่ละบุคคลที่มีต่อคุณสมบัติของจุดหมายปลายทางและความประทับใจโดยรวมที่มีต่อจุดหมายปลายทาง
Milman and Pizam (1995)	ภาพหรือความรู้สึกความประทับใจในสินค้า สถานที่ หรือประสบการณ์ของคนทั่วไป

MacKay and Fesenmaier (1997)	องค์ประกอบของคุณลักษณะของสินค้าการสานรวมเป็นความประทับใจโดยรวม
Pritchard (1998)	ภาพความประทับใจที่มีต่อสถานที่
Baloglu and McCleary (1999)	ความรู้ ความรู้สึก และความประทับใจโดยรวมที่มีต่อจุดหมายปลายทาง
Coshall (2000)	การรับรู้ของแต่ละบุคคลที่มีต่อคุณลักษณะของจุดหมายปลายทาง
Murphy, Pritchard and Smith (2000)	สารสนเทศจุดหมายปลายทางที่เกี่ยวกับจุดหมายปลายทางและการรับรู้จุดหมายปลายทางของแต่ละบุคคล
Tapachai and Waryszak (2000)	การรับรู้และความประทับใจจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับประโยชน์ที่คาดหวังหรือคุณค่าจากการบริโภค
Kim and Richardson (2003)	ความประทับใจ ความเชื่อ ความคาดหวัง ความคิดที่มีต่อจุดหมายปลายทางที่เสสมมา

Gallarza, M., Gil, I. & Calderón, H. (2002) ให้คำจำกัดความของภาพลักษณ์ว่าเป็น บทสรุปของความเชื่อโนคติและความรู้สึกที่บุคคลมีต่อสถานที่ ในขณะที่ (Gartner, 1996) อธิบายว่า ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว นั้น ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ที่มีความเกี่ยวข้องและสัมพันธ์กันคือ 1) ความรู้ (Cognitive) 2) ความรู้สึก (Affective) 3) ภาพการตัดสินใจ (Conative) ซึ่งภาพลักษณ์เชิงความรู้/ การรับรู้ (Cognitive/ Perceptual image) หมายถึง ความเชื่อและทัศนคติโดยรวมที่บุคคลมีต่อลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว นั้น ส่วนภาพลักษณ์เชิงความรู้สึก (Affective) หมายถึง ความรู้สึกและคุณค่าที่นักท่องเที่ยวมีต่อสถานที่นั้น ซึ่งอาจแตกต่างกันอยู่กับแรงจูงใจ (Motivation) หรือผลประโยชน์ที่นักท่องเที่ยวต้องการจากการ เดินทางไปท่องเที่ยวและ Conative Image นั้น หมายถึงการกระทำหรือการตัดสินใจของบุคคลในการเดินทางไปสถานที่นั้น

ภาพลักษณ์สถานที่ (Destination Image) คือ องค์รวมความประทับใจที่มีต่อสถานที่หนึ่งๆ หรือการรับรู้เกี่ยวกับสถานที่หนึ่งๆ (Echtner & Ritchie 2003) ซึ่งเป็นภาพลักษณ์ที่เกิดจากการที่นักท่องเที่ยวประเมินต่อสถานที่หรือประเมิน ต่อสภาพแวดล้อมของสถานที่นั้น ๆ โดยภาพลักษณ์สถานที่จะมีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะเลือกเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ที่มีภาพลักษณ์ที่ดี เช่น สถานที่ที่มีชื่อเสียง ที่มีความสวยงาม มีความสะอาด และมีความปลอดภัย ในทางตรงกันข้ามนักท่องเที่ยว จะหลีกเลี่ยงที่จะเดินทางไปยังสถานที่ที่มีภาพลักษณ์ที่ไม่ดีกล่าวคือ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะไม่เลือกเดินทางไป ยัง

สถานที่ที่สกปรก สถานที่ที่ไม่ปลอดภัย สถานที่ที่มีความไม่มั่นคงทางการเมืองหรือเกิดการประท้วง การจลาจล เป็นต้น ดังนั้น สถานที่จำเป็นต้องบริหารจัดการภาพลักษณ์อย่างละเอียดอ่อนเพราะคือ ด้านที่สำคัญในการตัดสินใจเลือกเดินทางไปยังจุดหมายนั้น ๆ Beerli และ Martiin (2004) ได้ รวบรวมวรรณกรรมที่เกี่ยวกับภาพลักษณ์สถานที่จาก นักวิจัยหลายท่าน และได้จัดหมวดหมู่ องค์ประกอบของภาพลักษณ์สถานที่ออกเป็น 9 องค์ประกอบด้วยกัน คือ องค์ประกอบด้าน ทรัพยากรธรรมชาติ โครงสร้างทั่วไป โครงสร้างด้านการท่องเที่ยว นันทนาการ ศิลปวัฒนธรรม/ ประวัติศาสตร์ เศรษฐกิจและการเมือง สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ สภาพแวดล้อมทางสังคม และ บรรยากาศ ของสถานที่ ซึ่งรายละเอียดในแต่ละองค์ประกอบ ได้แสดงอยู่ในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 องค์ประกอบและรายละเอียดภาพลักษณ์สถานที่

องค์ประกอบ	รายละเอียด
ทรัพยากรทางธรรมชาติ	ภาพทิวทัศน์ของธรรมชาติ ทะเล ความหลากหลายของสวนสัตว์รุกชชาติ
โครงสร้างทั่วไป	สิ่งอำนวยความสะดวกด้านการคมนาคม ถนน สนามบิน ท่าเรือ การสื่อสาร ร้านค้า บริการด้านสุขภาพ และตึกอาคาร
โครงสร้างด้านการท่องเที่ยว	โรงแรมที่พัก ร้านอาหาร บาร์ ศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยว การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่สะดวก
นันทนาการ	กิจกรรมด้านนันทนาการ ส่วนหย่อมและสวนสาธารณะ
ศิลปวัฒนธรรม/ประวัติศาสตร์	สถาปัตยกรรมเชิงประวัติศาสตร์ พิพิธภัณฑ์ อนุสาวรีย์ ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีการดำเนินชีวิต
เศรษฐกิจและการเมือง	ความปลอดภัย สภาพทางการเมือง สภาพเศรษฐกิจ
สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ	ความสวยงามของธรรมชาติ ความสวยงามของท้องถิ่นและเมือง ความสะอาด ปราศจากมลพิษด้านอากาศและเสียง ความไม่แออัด และการไม่มีปัญหาการจราจรที่ติดขัด
สิ่งแวดล้อมด้านสังคม	การต้อนรับและความเป็นมิตรของคนในท้องถิ่น คุณภาพชีวิตของคนในท้องถิ่นดี ไม่มีความยากจนและสิทธิพิเศษ และไม่มียุบสรรคด้านภาษา
บรรยากาศของสถานที่	สถานที่หรูหราทันสมัย มีชื่อเสียง น่าพักผ่อนหย่อนใจ น่าดึงดูด และแปลกใหม่ รวมถึงสถานที่ที่ทำให้ครอบครัวมีกิจกรรมร่วมกันได้

แหล่งที่มา: ดัดแปลงมาจาก Beerli และ Martiin (2004)

ภาพลักษณ์เมือง (City Image) การศึกษาเกี่ยวกับภาพลักษณ์เมือง (City image) เป็นประเด็นที่ได้รับความสนใจจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการเมืองรวมทั้งนักวิชาการ เนื่องจากภาพลักษณ์เมืองมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและทัศนคติที่มีต่อเมือง (Styldis, Biran, Sit, & Szivas, 2014) และเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการสร้างแบรนด์ เมือง ภาพลักษณ์เมืองถูกใช้เป็นเครื่องมือสร้างความน่าดึงดูดใจ (Attractiveness) และสร้างความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness) (Zhu, Qian, & Gao, 2011) และช่วยให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทราบว่าควรส่งเสริมหรือโปรโมทเมืองใน ประเด็นใดและอย่างไร เพื่อที่จะสามารถดึงดูดผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เมืองต้องการให้มาพำนักอาศัย ทำธุรกิจ หรือท่องเที่ยวได้ (Qu, Kim, & Im, 2011) ซึ่งในกลุ่มนักท่องเที่ยว ภาพลักษณ์เมืองหรือจุดหมายปลายทาง (Destination) ถูกพบว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ นักท่องเที่ยวใช้พิจารณาตัดสินใจมาเที่ยวยังเมืองนั้น ๆ และ ภาพลักษณ์เมืองเป็นสิ่งที่สร้างความคาดหวังให้กับ นักท่องเที่ยวที่มีต่อเมืองอีกด้วย (Zhang, Fu, Cai, & Lu, 2014) โดยผลการศึกษาของ Styldis, et al. (2014) ได้แสดงให้เห็นว่า ภาพลักษณ์เมืองส่งผลต่อการสนับสนุนการพัฒนาเมืองเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยว นักวิจัยหลายท่านได้ใช้องค์ประกอบการวัดภาพลักษณ์ของประเทศ (Country Image) โดยวัดจากทัศนคติ ของนักท่องเที่ยวต่างชาติตามแนวความคิดของ Echtner และ Ritchie (1991) โดยวัดรายละเอียดของภาพลักษณ์ที่เป็นภาพลักษณ์ด้านหน้าที่และภาพลักษณ์ด้านจิตวิทยา อาทิ Ngamsom (2001) ศึกษาภาพลักษณ์ของ ประเทศไทยและพบว่าภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทยคือ ความสวยงามทางด้านสถาปัตยกรรมประเพณีวัฒนธรรม ที่น่าสนใจ มิตรภาพของผู้คน หาข้อมูลท่องเที่ยวได้ง่าย ทัศนียภาพที่สวยงาม เป็นต้น ส่วนภาพลักษณ์ที่ไม่ดีคือ มีประชากรอาศัยในเมืองใหญ่อย่างแออัด การจราจรที่ติดขัดและการค้าประเวณีสถานอาบอบนวด และสถาน บันเทิงยามค่ำคืนมีจำนวนมาก และปัญหาด้านมลพิษต่าง ๆ O'Leary และ Deegan (2005) ศึกษาภาพลักษณ์ของ ประเทศไอร์แลนด์และพบว่าประเทศไอร์แลนด์ มีภาพลักษณ์ที่ดีในด้านของทิวทัศน์ที่สวยงามและผู้คนเป็นมิตร นอกจากนี้แล้วประเทศไอร์แลนด์ยังมีชื่อเสียง ด้านทะเลสาบที่สวยงามและการมีแหล่งบันเทิงมากมาย ได้แก่ ผับหรือบาร์ซึ่งคำตอบนี้ได้มาจากคำถามถามนัก ท่องเที่ยวที่เป็นคำถามแบบปลายเปิด Hui และ Wan (2003) ศึกษาภาพลักษณ์ของประเทศสิงคโปร์จากการศึกษาของพวกเขา พบว่า นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางมาเที่ยวที่ประเทศสิงคโปร์เพราะประเทศสิงคโปร์มีจุดเด่นคือ มีแหล่งช้อปปิ้งที่ดีมีความปลอดภัย เป็นเมืองที่มีความทันสมัย ง่ายต่อการเดินทางไปยังประเทศอื่นและเสนอแนะต่อไปว่าภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกที่ดีต่อคุณลักษณะต่าง ๆ ของประเทศนั้นสามารถนำมาใช้ในการวางตำแหน่งทางการตลาด ของประเทศได้

การสร้างแบรนด์สถานที่ (Destination Branding) Aaker (1991) ได้ให้ความหมายของแบรนด์ผลิตภัณฑ์ (Brand) ไว้ค่อนข้างจำกัดว่าตราสัญลักษณ์หรือแบรนด์คือการตั้งชื่อและการออกแบบสัญลักษณ์ของสินค้าหรือบริการ เพื่อให้เห็นถึงความแตกต่างจากคู่แข่ง ส่วน Ritchie และ Ritchie(1998) ให้คำจำกัดความกว้างขึ้น โดยเห็นว่าตราสถานที่ (Destination Brand) หมายถึง ชื่อ (Name) สัญลักษณ์ (Symbol) โลโก้ (Logo) หรือรูปภาพ (Graphic) ที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของสถานที่ หรือแสดงให้ถึงความแตกต่างจากสถานที่อื่น ซึ่งแบรนด์สถานที่เป็นกลไกหนึ่งที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวในสถานที่นั้น ๆ และก่อให้เกิดความทรงจำที่ดีจากการได้รับประสบการณ์ตรงตามที่แบรนด์ได้ส่งเสริมไว้ (Ritchie & Ritchie 1998 อ้างถึงใน Blain Levy & Ritchie 2005) นอกจากนี้แล้ว Allan (2004) ยังแนะนำว่าการสร้างแบรนด์ให้กับสถานที่นั้น ควรจะเน้นถึงการให้นักท่องเที่ยวมีความทรงจำที่ดีต่อสถานที่ ความน่าดึงดูดของสถานที่ ความเป็นเอกลักษณ์ของสถานที่ แสดงคุณภาพ ของสถานที่เพื่อให้แบรนด์ยั่งยืน รวมถึงการสื่อสารแบรนด์ไปยังตลาดทั่วโลกเพื่อให้ทุกคนได้รับรู้ถึงสถานที่นั้น

Blain et al. (2005) ให้ความเห็นว่าการสร้างตราสถานที่ (Destination Branding) มีกระบวนการดังนี้

1. การหาเอกลักษณ์หรือลักษณะเด่นของสถานที่นั้น รวมถึงการสร้างชื่อ สัญลักษณ์ หรือรูปภาพ
2. การนำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวตามที่สัญญาไว้เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความทรงจำที่ดีต่อสถานที่นั้น
3. การกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความชื่นชอบและสามารถจดจำสถานที่นั้น

จากความหมายและแนวคิดของภาพลักษณ์ที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า ภาพลักษณ์จุดหมายปลายทาง (Destination Image) ภาพลักษณ์เป็นจุดขายหลัก ซึ่งมักนำเสนอผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น ภาพของสถานที่ ผู้คน การคมนาคมขนส่ง การเดินทางและความสวยงามของสถานที่ เพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยวที่ เดินทางมายังสถานที่นั้น (Buck, 1993) และภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวมีต่อแหล่งท่องเที่ยวจัดเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างยิ่งต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

การศึกษาหลักเกณฑ์ในการพัฒนาเมืองให้ไปสู่การเป็นศูนย์กลางการจัดประชุม

ประเทศไทย สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) ได้กำหนดเกณฑ์ในการประเมินและคัดเลือกเมืองเพื่อเป็นไมซ์ซิตี้ ได้แก่ (1) ความสะดวกในการเข้าสู่เมือง และสถานที่จัดงาน (2) การสนับสนุนการจัดงานไมซ์จากในเมืองจัดงาน (3) กิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือจากการ

ประชุม (4) ที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวก (5) สถานที่จัดงานและสิ่งอำนวยความสะดวก (6) ภาพลักษณ์และควมมีชื่อเสียงของเมือง (7) สภาพแวดล้อมของเมือง และ (8) การรักษาความปลอดภัย สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน), 2557)

ประเทศออสเตรเลีย งานวิจัยที่ได้จากการสัมภาษณ์และรวบรวมความคิดเห็นจากผู้จัดงานประชุมในประเทศ พบว่าเกณฑ์ในการประเมินและพิจารณาเพื่อคัดเลือกพื้นที่จัดการประชุมสามารถจำแนกได้ออกเป็น 8 ด้าน ได้แก่ 1. ความสามารถในการเข้าถึง 2. การสนับสนุนในพื้นที่ 3. กิจกรรมเสริมที่น่าสนใจนอกเหนือการประชุม 4. ที่พัก และสิ่งอำนวยความสะดวก 5. สิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่จัดประชุมหรือนิทรรศการ 6. ข้อมูลสนับสนุน ในพื้นที่ 7. สภาพแวดล้อมในพื้นที่ และ 8. เกณฑ์ในการตัดสินใจด้านอื่นเช่น ความเสี่ยงต่อการจัดงานในพื้นที่ และความแปลกใหม่ของพื้นที่เป็นต้น สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน), 2557)

ประเทศจีน งานวิจัยที่ได้จากการสัมภาษณ์และรวบรวมความคิดเห็นจากผู้จัดงานประชุมในประเทศ พบว่ามีเกณฑ์สำหรับ การประเมินและพิจารณาเพื่อคัดเลือกพื้นที่จัดการประชุมสามารถจำแนกได้ออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ 1. สิ่งอำนวยความสะดวกของที่พักและสถานที่จัดประชุม 2. ค่าใช้จ่าย 3. สภาพแวดล้อมของพื้นที่ 4. ประสิทธิภาพ ของบุคลากรการจัดการประชุมในพื้นที่ และ 5. กิจกรรมเสริมที่น่าสนใจนอกเหนือการประชุม สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน), 2557)

เขตบริหารพิเศษมาเก๊า งานวิจัยที่ได้รวบรวมความคิดเห็นจากผู้เข้าร่วมงานในงานนิทรรศการจำนวน 700 คน พบว่า ปัจจัยสำหรับการคัดเลือกพื้นที่ในการจัดงานนิทรรศการจำแนกได้ออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ 1. สิ่งอำนวยความสะดวกในการจัดงานไม่ซ์ 2. สถานที่พัก 3. ความสามารถในการเข้าถึงพื้นที่จัดประชุม 4. โอกาสในการพักผ่อนและติดต่อ ทางธุรกิจ และ 5. คุณสมบัติของพื้นที่ สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน), 2557)

ประเทศเกาหลี จากการสัมภาษณ์และรวบรวมความคิดเห็นจากผู้จัดงานประชุมงานสัมมนาทางวิชาการในต่างประเทศจำนวน 75 คนพบว่าเกณฑ์สำหรับการประเมินและพิจารณารูจโซลในการเป็นพื้นที่จัดการประชุมสัมมนาสรุปได้ว่า ปัจจัยสำคัญมีอยู่ด้วยกัน 5 ด้าน ได้แก่ 1. สิ่งอำนวยความสะดวกของที่พักและสถานที่จัดประชุม 2. ค่าใช้จ่าย สภาพแวดล้อมของพื้นที่ 3. ประสิทธิภาพของบุคลากรการจัดการประชุมในพื้นที่ และ 4. กิจกรรมเสริมที่น่าสนใจ นอกเหนือการประชุม สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน), 2557)

เขตบริหารพิเศษไต้หวัน งานวิจัยที่ได้จากการสัมภาษณ์และรวบรวมความคิดเห็นจากตัวแทนของสมาคมผู้ประกอบการจำนวน 35 กลุ่ม พบว่ามีเกณฑ์สำหรับการประเมินและพิจารณาเพื่อคัดเลือกพื้นที่จัดการด้านการประชุมสัมมนาทางวิชาการ สามารถจำแนกได้ออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ 1. สิ่งอำนวยความสะดวกของที่พักและสถานที่จัดประชุม 2. ค่าใช้จ่าย 3. สภาพแวดล้อมของพื้นที่ 4. ประสิทธิภาพของบุคลากรการจัดประชุมในพื้นที่ และ 5. กิจกรรมเสริมที่ น่าสนใจนอกเหนือการประชุม

สหรัฐอเมริกา งานวิจัยที่ได้รวบรวมความคิดเห็นจากสมาชิกของสมาคมวิชาชีพด้านการจัดประชุมวิชาการ (PCMA) สมาคม วิชาชีพด้านการจัดประชุมองค์กร (MPI) และ สมาคมวิชาชีพด้านการจัดนิทรรศการและงานมหกรรม (IAEE) พบว่ามีเกณฑ์สำหรับการประเมินและพิจารณาเพื่อคัดเลือกพื้นที่ที่สามารถจำแนกได้ออกเป็น 7 ด้าน ได้แก่ 1. ค่าใช้จ่าย 2. สถานที่พักและสถานที่จัดประชุม 3. ระบบคมนาคมในพื้นที่ 4. การบริการในพื้นที่ 5. ความปลอดภัยในพื้นที่ 6. การสนับสนุนจากหน่วยงานในพื้นที่ และ 7. ภาพลักษณ์ของเมือง ส่วนงานวิจัยที่รวบรวมข้อมูลของจากตัวแทนผู้จัดงานประชุมใน 5 เมืองหลัก เช่น ชิคาโก ออร์แลนโด ลาสเวกัส ในการจัดประชุมงานวิชาการพบว่า 1. ความสามารถในการเข้าถึงและระบบโลจิสติกส์ในพื้นที่ 2. ร้านค้าและร้านอาหาร 3. ภาพลักษณ์ของเมือง และ 3 การสนับสนุนจากหน่วยงาน CVB เป็นองค์ประกอบ ที่สำคัญ งานวิจัยอีกชิ้นที่ได้รวบรวมข้อมูลของสมาคมวิชาชีพจำนวน 252 สมาคมใน 6 มลรัฐพบว่าเกณฑ์การเลือก พื้นที่ของสมาคมต่างจะให้ความสำคัญโดยพิจารณาจาก 1.ระยะทางจากโรงแรมถึงสถานที่ประชุม 2.ความจุใน สถานที่ประชุม 3.สภาพและความสะอาดของโรงแรม 4.จำนวนห้องประชุม และ 5.คุณภาพของอาหารและเครื่องดื่ม เป็นหลัก ส่วนงานวิจัยของการรวบรวมข้อคิดเห็นของผู้บริหาร ของสมาคมผู้จัดการของอเมริกา American Society of Association Manager (ASAM) จำนวน 1,272 คน พบว่าปัจจัยสำคัญในการคัดเลือกพื้นที่ในการจัดประชุมจะพิจารณาจาก 1 ความช่วยเหลือในการสนับสนุนการเตรียมการประชุมของเจ้าหน้าที่ศูนย์ ประชุม 2. การรักษาความปลอดภัย และความปลอดภัยของพื้นที่การประชุม 3. อัตราราคาค่าห้องพัก 4. จำนวนห้องประชุมที่พร้อมในการรับรองการจัดประชุม และ 5.อัตราราคาสถานที่จัดงาน สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน), 2557)

การเลือกสถานที่สำหรับกิจกรรมประเภทใดภายในอุตสาหกรรมการประชุมมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อผู้จัดงาน สถานที่นี้มีบทบาทสำคัญในกระบวนการตัดสินใจเกี่ยวกับสถานที่จัดงาน เมื่อพูดถึงจุดหมายปลายทางนี้อาจหมายถึงเมือง ภูมิภาคหรือประเทศ จุดหมายปลายทางทุกแห่ง ต้องมี

สถานที่จัดงาน สิ่งอำนวยความสะดวก สถานที่ท่องเที่ยว บริการสนับสนุนและโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม เพื่อสร้างศูนย์รวมความสนใจสำหรับอุตสาหกรรมการประชุม องค์กรด้านการตลาดปลายทาง (DMO) และสำนักงานการท่องเที่ยวและผู้เข้าชมงาน (CVBs) ต้องปฏิบัติภารกิจในการส่งเสริมปลายทางสำหรับการประชุม เน้นจุดแข็งและสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งหมดสร้างและพัฒนาไปสู่ธุรกิจและกำจัดจุดอ่อนในสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐานโดยทั่วไป " (Rogers, 2008) การเลือกจุดหมายปลายทางอาจได้รับอิทธิพลจากปัจจัยภายในต่าง ๆ เช่น การรับรู้แรงจูงใจและทัศนคติต่อปัจจัยภายนอกซึ่งรวมถึงเวลาว่างและค่าใช้จ่ายในการรับรู้ของปลายทาง (Baloglu & McCleary, 1999) การศึกษาที่ผ่านมาเกี่ยวกับการเลือกสถานที่จัดประชุมส่วนใหญ่มุ่งเน้นไปที่การระบุคุณลักษณะการวิเคราะห์ปัจจัยที่สำคัญในการเลือกจุดหมายปลายทางการประชุม (Clark และ McCleary 1995; Kim and Kim 2003) ขั้นตอนการคัดเลือกสถานที่การประชุมอาจมีความซับซ้อนเนื่องจากตัวแปรหลากหลายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ (Clark และ McCleary 1995) Fortin, Ritchie และ Arsenault (1976) พบว่าปัจจัยการเลือกสถานที่จัดงานมีความสัมพันธ์กับลักษณะโครงสร้างของสมาคม เช่น ลักษณะเฉพาะของสมาชิกผู้บริหาร ประสบการณ์ในการจัดงานที่ผ่านมา นโยบายสมาคม ปัจจัยสิ่งแวดล้อม และวัตถุประสงค์ของการประชุม สอดคล้องกับแนวคิดในการคัดเลือกสถานที่จัดประชุมของ Crouch และ Ritchie (1998) ประกอบด้วย 8 ปัจจัยหลัก ได้แก่ 1.การเข้าถึง 2.การสนับสนุนจากท้องถิ่น 3. โอกาสในการทำกิจกรรมเพิ่มเติม 4. สิ่งอำนวยความสะดวกด้านที่พัก 5.สิ่งอำนวยความสะดวกในการประชุม 6. ข้อมูล 7.สภาพแวดล้อม 8. และเกณฑ์อื่น ๆ (เช่น ความเสี่ยง ผลกำไรของสมาคม) ส่วนผลการวิจัยของ Oppermann (1996) พบว่า นักวางแผนการประชุมให้ความสำคัญกับห้องประชุมและคุณภาพการบริการของโรงแรม ความปลอดภัย / ความพร้อมในห้องพักของโรงแรมและความสะอาด / ความน่าดึงดูดใจของจุดหมายปลายทางก็มีความสำคัญเช่นกัน ในขณะที่ Jago และ Deery (2005) พบว่า ความปลอดภัยและเข้าถึงได้เมืองเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเข้าร่วมการประชุม ปัจจัยที่ตั้งของสถานที่จัดประชุม เป็นปัจจัยในการตัดสินใจว่าจะเข้าร่วมหรือไม่เข้าร่วมการประชุม ตัวอย่างเช่น ผู้เข้าร่วมประชุมอาจพิจารณาเข้าร่วมการประชุมที่เกิดขึ้นใกล้บ้านของเขา เพราะจะประหยัดค่าใช้จ่ายและเวลาในการเดินทาง หรือการประชุมที่เดินทางเข้าถึงได้สะดวก เช่น ศูนย์กลางเมืองหรือใกล้สนามบินก็มีแนวโน้มที่จะดึงดูดผู้เข้าร่วมประชุมได้มากขึ้น และสภาพภูมิอากาศของสถานที่จัดประชุม ก็มีความสำคัญในการตัดสินใจเข้าร่วมการประชุมเช่นเดียวกัน Oppermann และ Chon (1997)

อุตสาหกรรมไม้ในจังหวัดสงขลา

จากโครงการศึกษาและจัดทำข้อมูลยุทธศาสตร์ของไม้ซิดี้และเมืองที่มีศักยภาพจังหวัดสงขลา สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน), 2560 พบว่า สงขลา มีพื้นที่ติดต่อกับรัฐเคดาห์ (ไทรบุรี) ของมาเลเซีย เป็นเมืองท่าและเมืองชายทะเลที่สำคัญแห่งหนึ่งของภาคใต้มาแต่สมัยโบราณ จึงมีประชาชนหลากหลายเชื้อชาติ ทั้งชาวไทย จีน และชาวมลายู โดยประชากรส่วนใหญ่ร้อยละ 63.65 นับถือศาสนาพุทธ รองลงมาร้อยละ 33.6 นับถือศาสนาอิสลาม และร้อยละ 3.9 นับถือศาสนาอื่น เช่น ศาสนาคริสต์ ฮินดู โดยวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชาวพื้นเมืองมีการแสดงออกทั้ง ทางด้านเครื่องแต่งกาย ภาษา อาหารพื้นบ้าน การละเล่นพื้นเมือง ประเพณีเกี่ยวกับชีวิตของบุคคล และ ประเพณีเกี่ยวกับสังคมและชุมชนท้องถิ่น ที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมของบรรพบุรุษตกทอดให้ชนรุ่นหลังได้ศึกษามากมาย ซึ่งถือเป็นเสน่ห์ที่สำคัญของจังหวัดสงขลา สงขลาเป็นศูนย์กลางทางการค้าและการบริการของภูมิภาค โดยมีอำเภอหาดใหญ่เป็นเมืองชุมทางของภาคใต้ ซึ่งมีความเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วในทางเศรษฐกิจ สงขลาเป็นที่ตั้งของนิคมอุตสาหกรรมขนาดใหญ่คือ นิคมฉลุง นอกจากนี้เพื่อเป็นการตอบสนองนโยบายของรัฐบาลในการแก้ไขปัญหาการค้ายางพาราตกต่ำและขาดเสถียรภาพ กระทรวงอุตสาหกรรมโดยการนิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (กนอ.) จึงได้มีการจัดทำโครงการนิคมอุตสาหกรรมยางพารา (Rubber City) ขึ้นเพื่อเพิ่มอุปสงค์การใช้ยางพาราใน ภาคอุตสาหกรรมชั้นกลางน้ำและปลายน้ำที่สำคัญ สงขลาเป็นที่ตั้งของท่าเรือน้ำลึกสงขลา ซึ่งเป็นท่าเรือหลักและเป็นท่าเรือส่งออกระหว่าง ประเทศที่สำคัญของประเทศไทย รวมถึงการที่สงขลามีความพร้อมของที่พักและโรงแรมสูงสุดของภูมิภาค โดยเฉพาะในเขตอำเภอหาดใหญ่รวมถึงศูนย์การค้า ซึ่งมีการบริการที่ดีเยี่ยม มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ได้มาตรฐานสามารถรองรับการจัดงานไม้ซิดี้ได้ นอกจากนี้ สงขลาเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพสูงในกลุ่มจังหวัดชายแดนภาคใต้ โดยมีสัดส่วนของเศรษฐกิจเกือบ 60% ของจังหวัดชายแดนภาคใต้ ข้อมูลศักยภาพแบ่งเป็น 5 ด้าน ได้แก่ อุตสาหกรรม และเหมืองแร่

1. อุตสาหกรรมและเหมืองแร่ มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (GPP) ปี 2557 จากอุตสาหกรรม 44,758 ล้านบาท และเหมืองแร่ มูลค่า 29,565 ล้านบาท อุตสาหกรรมที่สำคัญ ได้แก่ อุตสาหกรรมเกษตร อุตสาหกรรมอาหาร และอุตสาหกรรมยาง เหมืองแร่ที่สำคัญ ได้แก่ หินปูน หินแกรนิต หินควอตซ์ไซต์ไดโลไมต์มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (GPP) ปี 2557 จากอุตสาหกรรม 44,758 ล้านบาท และเหมืองแร่ มูลค่า 29,565 ล้านบาท

2.เกษตรกรรม และการประมง ผลผลิตภาคการเกษตรมีมูลค่า 36,658 ล้านบาท (ปี 2557) มีพื้นที่เกษตร 2,852,084 ไร่ พืชเศรษฐกิจที่สำคัญ ได้แก่ ยางพารา ข้าว ปาล์มน้ำมัน และผลไม้ เช่นทุเรียน เงาะ มังคุด ลองกอง การเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำชายฝั่งมีผลผลิตกึ่งทะเลรวม 10,447,793 ตัน โดยนิยมเลี้ยงกุ้งขาวเป็นสำคัญ ปศุสัตว์ที่สำคัญของสงขลา ได้แก่ โคเนื้อ สุกร ไก่เนื้อ ไก่ไข่ ไก่พื้นเมือง และแพะ

3. การท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัดที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ในปี 2558 ประมาณ 48.89 ล้านบาท โดยมีนักท่องเที่ยว 6,524,676 คน แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น แหลมสมิหลา แหลมสนอ่อน เกาะหนู -เกาะแมว เกาะยอ หาดมหาราช แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์/วัฒนธรรม เช่น วัดมณีมาวาส (วัดกลาง) พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น สวนสัตว์สงขลา สถานที่แสดงพันธุ์สัตว์น้ำหาดใหญ่ไอซ์โดม

4. ศิลปวัฒนธรรม สงขลาเป็นเมืองเก่าเมืองแก่ มีโบราณสถาน ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม และ อาหารที่ผสมผสานกันระหว่างไทย จีน และอิสลาม งานประเพณีที่สำคัญของสงขลา คือ งานประเพณีสงกรานต์ งานเทศกาลทำบุญเดือนสิบ งานประเพณี ลากพระและตักบาตรเทโว ประเพณีการแข่งขันวัวชน และการแข่งขันนกเขาขาวเสียง อาหารพื้นเมืองที่เป็นเอกลักษณ์ของสงขลา เช่น แกงไตปลา แกงเหลือง เต้าคั่ว หมูค้อ ข้าวยา ขนมะเจาะหู ขนมะลา ขนมะโค ขนหม้อฉี่ ขนหมูหลี่

5. โครงสร้างพื้นฐาน ท่าอากาศยานนานาชาติหาดใหญ่ ห่างจากตัวเมืองหาดใหญ่ 12 กิโลเมตร มีผู้โดยสารมากกว่า 2,500,000 คน เที่ยวบิน 18,000 เที่ยวบินต่อปี และบริการขนถ่ายสินค้ามากกว่า 15,000ตันต่อปี สถานีหาดใหญ่เป็นชุมทางสำคัญของภาคใต้ มีขบวนรถไฟให้บริการที่สำคัญ ได้แก่ รถด่วนยะลา กรุงเทพฯ รถดีเซลรางยะลา -กรุงเทพฯ บัตเตอร์เวิร์ธ -กรุงเทพฯ ท่าจอดเรือมีหลายท่า ได้แก่ ท่าเรื่อน้ำลึกสงขลา รองรับสินค้าได้ 1.1ล้านตัน/ปี ท่าเทียบเรือประมงขององค์การสะพานปลา ท่าเทียบเรือของกองทัพเรือและท่าเทียบเรือของสำนักงานเจ้าท่าภูมิภาคที่ 4

สงขลามีศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 พื้นที่รวมของหอประชุมใหญ่เป็นอันดับที่ 9 ของประเทศ จากสถิติของ UFI โดยเป็นศูนย์ประชุมที่มีขนาดใหญ่ที่สุดของภาคใต้ ซึ่งสามารถจุคนได้ถึง 4,000 คน สงขลามีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ 33 แห่ง แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ 25 แห่ง แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น 23 แห่ง เป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวในภาคใต้ของประเทศ สงขลามีความพร้อมในด้านโรงแรมเพื่อรองรับความต้องการของผู้เข้าร่วมประชุมและสัมมนา โดยมีโรงแรม 183 แห่ง มีจำนวนห้องพักทั้งหมด 15,531 ห้อง ราคา

ห้องพักรวมของจังหวัดสงขลาจะมีราคาอยู่ในช่วง 600 ถึง 2,000 บาท สงขลามีจำนวนร้านอาหารที่ได้ตามมาตรฐาน และขึ้นทะเบียนของกรมพัฒนาธุรกิจการค้าจำนวน 90 ร้าน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยด้านอาหารและเครื่องดื่มของจังหวัดสงขลาจะมีราคาอาหารและเครื่องดื่มเฉลี่ย ประมาณ 600- 700 บาทต่อคน

ดังนั้น การพัฒนาจังหวัดสงขลาให้เป็นพื้นที่ทางเลือกของการจัดประชุมสัมมนาในระดับชาติและระดับนานาชาติ จำเป็นต้องมีการผลักดันให้เกิดการจัดทำโครงการต่าง ๆ ตามแผนยุทธศาสตร์ เพื่อให้สงขลามีความพร้อมในการเป็นโมชิตี้ ทั้งในแง่ของสถานที่จัดประชุม สถานที่ท่องเที่ยว การเดินทาง บุคลากร และกิจกรรมหลังการประชุม ที่สามารถผลักดันให้เกิดขึ้นได้โดยใช้ศักยภาพของจังหวัดด้านการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือที่สำคัญ ทั้งนี้ ในการกำหนดโครงการเพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์โมชิตี้ของจังหวัดสงขลา จะต้องมีความสอดคล้องกับการวิเคราะห์ความต้องการทางเลือก และศักยภาพของจังหวัดสงขลา เพื่อให้เกิดการพัฒนาพื้นที่และรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรมโมชิตี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยในการพัฒนาโมชิตี้ของจังหวัดสงขลาเพื่อให้สามารถรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมโมชิตี้ได้ ล้วนต้องเกี่ยวข้องกับทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน องค์กรเอกชน ประชาชน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย ดังนั้น ในการวางแผนเพื่อให้เกิดการบูรณาการร่วมกันและสามารถตอบโจทย์ของการพัฒนาโมชิตี้ของ จังหวัดได้ทั้ง 3 มิติ ได้แก่ ระดับของรัฐบาล (Agenda) ระดับของกระทรวง หน่วยงาน (Function) และระดับของพื้นที่ (Area) จะนำมาสู่การจัดทำนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาโมชิตี้ของจังหวัดที่จะส่งผลให้การดำเนินการตามยุทธศาสตร์เกิดประสิทธิภาพ และทำให้เกิดประสิทธิผลต่อการพัฒนาประเทศโดยรวม โดยสามารถอธิบายการทำงานของแต่ละมิติได้ ดังนี้

1. มิติพื้นที่ (Area based): เป็นหน้าที่ความรับผิดชอบและความร่วมมือของหน่วยงานที่ปฏิบัติงานตามหลักภารกิจพื้นที่หรือท้องถิ่น ภูมิภาค จังหวัด กลุ่มจังหวัด หรือการบูรณาการการปฏิบัติงานหลาย พื้นที่หรือหลายหน่วยงาน

2. มิติกระทรวงและหน่วยงาน (Function Based): เป็นภารกิจหลักที่มีเป้าหมายที่ชัดเจนภายใต้ ขอบเขตอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของกระทรวงและหน่วยงาน โดยต้องสอดคล้องกับเป้าหมายและยุทธศาสตร์ระดับชาติ และยุทธศาสตร์การจัดสรรงบประมาณประจำปี

3. มิติประเด็นหลักตามยุทธศาสตร์ (Agenda Based): เป็นหลักภารกิจยุทธศาสตร์แนวทางปฏิบัติตามรูปแบบภาครัฐ ปฏิบัติงานตามนโยบายเร่งด่วน หรือภารกิจที่ได้รับมอบหมายเป็นพิเศษ

ไม่ได้เป็น ภารกิจของกระทรวงใดกระทรวงหนึ่งโดยเฉพาะ เป็นการมุ่งเน้นการมีเป้าหมายและการดำเนินงานร่วมกัน มีเจ้าภาพหรือผู้รับผิดชอบ และผู้สนับสนุนอย่างชัดเจน หรือที่เรียกว่าการบริหารเชิงบูรณาการ

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเกณฑ์การเลือกของสถานที่จัดงานประชุมสัมมนา งานประชุมวิชาการ และการจัดนิทรรศการ ตามตารางที่ 5 ผู้วิจัยสรุปเกณฑ์การศึกษาศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา 7 ด้าน ดังนี้

(1) ด้านโครงสร้างพื้นฐาน เป็นการพิจารณาศักยภาพในด้านความทันสมัยของโครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคมขนส่ง (Indian Express Newspapers, 2001) ความสะดวกในการเข้าสู่เมือง พิจารณาถึงความยากง่ายในการเข้าสู่เมือง โดยรูปแบบการเดินทางต่าง ๆ เช่น รถยนต์ เครื่องบิน รถไฟ รถประจำทาง ระยะเวลาในการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง และปัญหาการจราจรในพื้นที่ รวมทั้งสภาพแวดล้อมของโดยรอบของเมืองเอื้อต่อการจัดกิจกรรมไมซ์ในระดับชาติและนานาชาติ เดินทางสะดวกสบาย (Xin, 2008) มีรถรับจ้างสาธารณะและโดยสารประจำทางสามารถเชื่อมโยงภายในเมืองได้อย่างทั่วถึง (แสนดี สีสุทธิโพธิ์, ม.ป.ป.) รวมทั้งระบบการสื่อสารและเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการจัดงาน

(2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ความพร้อมของสถานที่จัดงานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการจัดงาน เป็นปัจจัย พื้นฐานที่ต้องพิจารณาในการเลือกเมืองจัดงาน ซึ่งพิจารณาในด้านต่าง ๆ เช่น ความจุของสถานที่ที่เพียงพอสามารถรองรับผู้เข้าร่วมงานได้ ความสามารถในการปรับเปลี่ยนรูปแบบ ห้องจัดงานตามความต้องการ ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก ค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม คุณภาพการให้บริการ การรักษาความปลอดภัย คุณภาพอาหาร เป็นต้น จากผลการศึกษาของ Tan Cheong Su (2007) ซึ่งพบว่า เมืองที่จะเป็นจุด หมายปลายทางของอุตสาหกรรมไมซ์จะต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่สามารถรองรับการจัดกิจกรรมไมซ์ เป็นศูนย์กลางการจัดประชุมและนิทรรศการ และการเป็นศูนย์กลางของการค้าและการลงทุน (Jaeho and Narui, 2012) รวมทั้งมีความพร้อมของสถานที่จัดงานและคุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก (มนัส ชัยสวัสดิ์ และ คณะ, 2552) ซึ่งจะต้องมีการเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับอุตสาหกรรมไมซ์ที่มีการขยายอย่างเพิ่มขึ้น (Li-Ting and Zheng, 2012)

(3) ความมั่นคงและปลอดภัย เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นภายในเมืองในอดีตซึ่งส่งผลกระทบต่อความสามารถในการจัดงาน เช่น การประท้วงทาง การเมือง หรือภัยธรรมชาติ ปริมาณของ

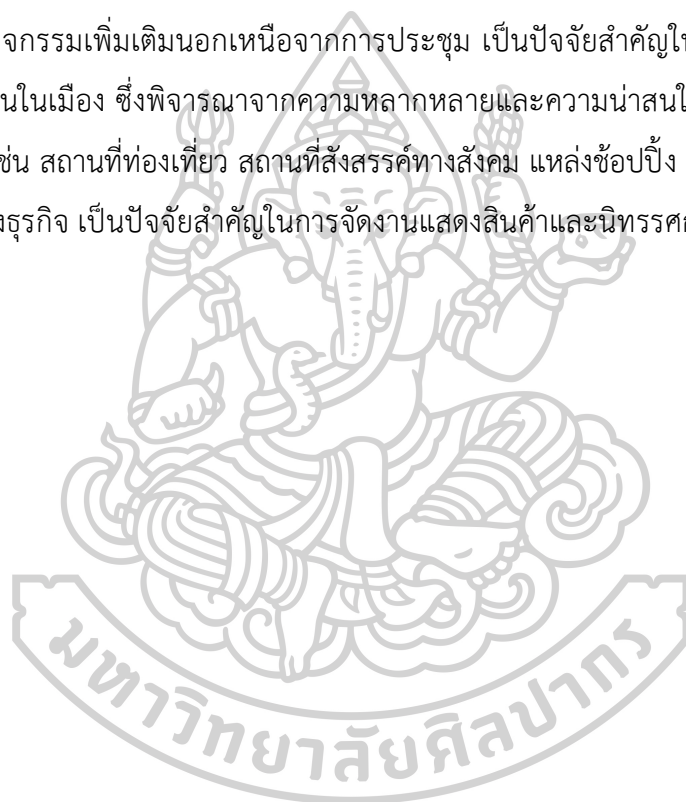
อาชญากรรมหรือ เหตุการณ์ไม่สงบที่เคยเกิดขึ้นซึ่งส่งผล กระทบต่อความปลอดภัยของผู้เข้าร่วม งาน และนักท่องเที่ยว ประเทศไทยได้ให้ความสำคัญ กับมาตรฐานความปลอดภัยในอุตสาหกรรมไมซ์โดย การนำมาตรฐาน MICE Security Management Standard (MSMS) หรือ TISI 22300 มุ่งเน้นให้ ให้บริการจัดงาน ผู้จัดงาน และผู้ให้บริการอื่น ๆ จัดทำนโยบาย ความปลอดภัยที่ครอบคลุมทุกส่วน งาน (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ 2556) รวมทั้งการป้องกันภัยคุกคาม ความ เสี่ยง และอันตรายต่าง ๆ นโยบายการรักษาความปลอดภัย การตรวจสอบระบบความปลอดภัย และ มีการปรับปรุง ระบบความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง (วีระยุทธ เศรษฐเสถียร, 2560)

(4) การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่อยู่ในท้องถิ่น การสนับสนุนการจัดงาน ไมซ์จากกลุ่มต่าง ๆ ในเมืองจัดงาน เป็นกลไกหนึ่งในการจัดงานให้ประสบความสำเร็จ ซึ่งประกอบด้วย การสนับสนุนจากทั้งองค์กรเอกชน และหน่วยงานรัฐบาล ในด้านต่าง ๆ เช่น ประชาสัมพันธ์ ประสานงานการขออนุญาต สนับสนุนด้านการเงิน เป็นต้น รวมถึงบริษัทในเมืองที่ให้บริการรับจ้างจัด งานในด้านต่าง ๆ ควรมีความพร้อมในการสนับสนุนการจัดงานในพื้นที่ Xin (2008) กล่าวไว้ว่า ในการ พัฒนาเมืองให้มีศักยภาพสู่การเป็นไมซ์ซิตี้ขึ้นนั้น จะต้องมี การสนับสนุนในด้านนโยบาย ด้านบุคลากร ด้านงบประมาณที่มาจากหน่วยงานภาครัฐ รวมทั้งมีการสนับสนุน กิจกรรมทางการตลาดของงาน แสดงสินค้าหรืองานไมซ์อื่น ๆ พร้อมกับการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้จัดงาน และ นอกจากนี้ก็จะต้องมีการ จัดตั้งหน่วยงานที่รับผิดชอบและส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับท้องถิ่น (Malaysia Convention & Exhibition Bureau, 2012) และความร่วมมือทางด้านวิชาการจากสถาบันการศึกษาในท้องถิ่น (เทวี วรณ ปทุมพร, 2548)

(5) ภาพลักษณ์และสิ่งดึงดูดใจ ภาพลักษณ์และความมีชื่อเสียงของเมือง มีส่วนสำคัญใน การดึงดูดให้เกิดการจัดงานในเมือง ซึ่งพิจารณาจากทัศนคติของผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงานที่มีต่อเมือง จัดงานทั้งด้านบวกและลบ และการที่เมืองเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป รวมถึงประสบการณ์จัดงานในอดีต ที่ผ่านมา ในการที่จะพัฒนาเมืองให้เป็นไมซ์ซิตี้ขึ้นนั้น จะต้องมีคำนึงถึงภาพลักษณ์ของเมือง ซึ่งจะต้องมี การกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของเมือง โดยการนำจุดเด่น ของตนเองมาปรับปรุงและพัฒนา ซึ่ง รวมไปถึงการพัฒนาให้เป็นเมืองศูนย์กลางทางการค้า การลงทุน หรือ เป็นเมืองท่องเที่ยวที่ สามารถพัฒนาไปสู่การเป็นนครแห่งไมซ์ในรูปแบบอื่น ๆ ได้ (Tan Cheong Su, 2007) และ มีการ พัฒนาและปรับปรุงภาพลักษณ์ของไมซ์ซิตี้ให้มี ความยั่งยืนด้วยการนำแนวคิดและการปฏิบัติไปสู่ผู้จัด งานประชุมหรือผู้จัดงานประเภทอื่น ๆ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ในอนาคต (Jumyong, 2011)

(6) บุคลากรด้านไอซี Sanjay and Aliana (2007) และ แสนดี สีสุทธิโพธิ์ (ม.ป.ป.) กล่าวว่าบุคลากรในอุตสาหกรรมไอซี นั้น จะต้องเป็นผู้ที่มีความเป็นมืออาชีพสูงและมีทักษะในการให้บริการที่มีคุณภาพ สามารถให้บริการครอบคลุม และช่วยเหลือในการวางแผนให้กับนักท่องเที่ยว (Indian Express Newspapers, 2001) มีคุณสมบัติด้าน การตอบสนองด้วยความพร้อมและเต็มใจ ให้บริการ ความน่าเชื่อถือ และความสามารถทางวิชาการและการ บริการ (วิโรจน์ ระจิตดำรงค์, 2553) พร้อมกับมีการกระตุ้นการพัฒนาบุคลากรไอซี/สร้างหลักสูตรการเรียน ด้านไอซี (Nguyen, 2012)

(7) กิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือจากการประชุม เป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดให้เกิดความต้องการจัดงานในเมือง ซึ่งพิจารณาจากความหลากหลายและความน่าสนใจของสถานที่ต่าง ๆ ในเมืองจัดงาน เช่น สถานที่ท่องเที่ยว สถานที่สร้างสรรค์ทางสังคม แหล่งช้อปปิ้ง เป็นต้น รวมถึงโอกาสในการติดต่อทางธุรกิจ เป็นปัจจัยสำคัญในการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการประเภทงาน Trade show



<p>ผู้แต่ง</p> <p>ปีวิจัย</p>	<p>การตั้งรูปแบบการเขียน</p>		✓				✓	✓	
	<p>การตั้งชื่อเรื่อง</p>	✓	✓	✓	✓			✓	
	<p>การตั้งชื่อผู้แต่ง</p>	✓	✓		✓			✓	✓
	<p>การตั้งชื่อเรื่อง</p>			✓			✓		✓
	<p>การตั้งชื่อผู้แต่ง</p>	✓			✓	✓			
	<p>การตั้งชื่อเรื่อง</p>	✓	✓			✓			
	<p>การตั้งชื่อผู้แต่ง</p>	✓	✓		✓	✓			
	<p>การตั้งชื่อเรื่อง</p>	✓	✓		✓			✓	✓
	<p>การตั้งชื่อผู้แต่ง</p>	✓	✓		✓	✓		✓	
	<p>การตั้งชื่อเรื่อง</p>	✓	✓		✓			✓	✓
	<p>การตั้งชื่อผู้แต่ง</p>	✓	✓		✓	✓		✓	
	<p>การตั้งชื่อเรื่อง</p>	✓	✓		✓			✓	✓
	<p>การตั้งชื่อผู้แต่ง</p>	✓	✓		✓	✓		✓	
	<p>การตั้งชื่อเรื่อง</p>	✓	✓		✓			✓	✓

ผู้แต่ง	ปีวิจัย	การตีพิมพ์ในวารสาร	การตีพิมพ์ในหนังสือ	การตีพิมพ์ในวิทยานิพนธ์	การตีพิมพ์ในบทความ	การตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ	การตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ	การตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ
Rittichaiuwat et al. (2001)	✓					✓		
Baloglu and Love (2003)	✓	✓				✓		
Kim and Kim (2003)	✓	✓	✓			✓		
Crouch and Louviere (2004)	✓	✓	✓			✓		
Jago and Deery (2005)	✓					✓		
Severt et al. (2007)	✓					✓		
Zhang et al. (2007)	✓					✓		
Robin et al. (2008)	✓					✓		

ที่มา : การสังเคราะห์จากผู้วิจัย

ตารางที่ 5 สรุปเกณฑ์การศึกษาที่ศักยภาพของอุตสาหกรรมไม่ซีในจังหวัดสงขลา 7 ด้าน

เกณฑ์การศึกษาที่ศักยภาพของอุตสาหกรรมไม่ซีในจังหวัดสงขลา 7 ด้าน	เกณฑ์ในการประเมินและคัดเลือกเมืองเพื่อเป็นโมเดล (องค์การมหาชน), 2557)	การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกสถานที่การจัดกิจกรรมไม่ซี
1. ด้านโครงสร้างพื้นฐาน	<ul style="list-style-type: none"> - ความสะดวกในการเข้าสู่เมือง และสถานที่จัดงาน 	<ul style="list-style-type: none"> - โครงสร้างพื้นฐาน - การเข้าถึง - ค่าใช้จ่ายในการขนส่ง
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	<ul style="list-style-type: none"> - ที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวก - สถานที่จัดงานและสิ่งอำนวยความสะดวก 	<ul style="list-style-type: none"> - สถานที่จัดงาน - สิ่งอำนวยความสะดวก - ค่าใช้จ่ายด้านที่พักแรม - อาหารและเครื่องดื่ม
3. ด้านความมั่นคงปลอดภัย	<ul style="list-style-type: none"> - การรักษาความปลอดภัย 	<ul style="list-style-type: none"> - ความปลอดภัย
4. ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่อยู่ในท้องถิ่น	<ul style="list-style-type: none"> - การสนับสนุนการจัดงานไม่ซีจากในเมืองจัดงาน 	<ul style="list-style-type: none"> - การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ
5. ด้านภาพลักษณ์และสิ่งดึงดูดใจ	<ul style="list-style-type: none"> - ภาพลักษณ์และความมีชื่อเสียงของเมือง - สภาพแวดล้อมของเมือง 	<ul style="list-style-type: none"> - ภาพลักษณ์ของเมือง
6. ด้านบุคลากรในอุตสาหกรรมไม่ซี		<ul style="list-style-type: none"> - บุคลากร
7. ด้านกิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือการประชุม	<ul style="list-style-type: none"> - กิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือจากการประชุม 	<ul style="list-style-type: none"> - โอกาสในการติดต่อทางธุรกิจ - สถานที่ท่องเที่ยว/แหล่งท่องเที่ยว

ที่มา : การสังเคราะห์จากผู้วิจัย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์

จิรพร จันลา (2556) ศึกษาเรื่อง แนวทางการเพิ่มศักยภาพของจังหวัดขอนแก่นในการท่องเที่ยวรูปแบบ MICE ผลการศึกษาพบว่า

ระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจสูงสุด 2 อันดับได้แก่ ด้านที่พัก รองลงมาคือด้านสถานที่จัดงาน

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย 8 ด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยความคาดหวังมากกว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ มี 6 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความสามารถของบุคลากรที่จัดงาน 2) ด้านภาพลักษณ์ของจังหวัด 3) ด้านการสนับสนุนของภาครัฐและภาคเอกชน 4) ด้านการเข้าถึง 5) ด้านธุรกิจที่เกี่ยวข้อง 6) ด้านสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น ด้านที่มีค่าเฉลี่ยความคาดหวังน้อยกว่าค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ

มี 1 ด้าน ได้แก่ ด้านที่พัก และด้านที่มีค่าเฉลี่ยความคาดหวังเท่ากับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ มี 1 ด้าน ได้แก่ ด้านสถานที่จัดงาน

การทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย (t-test) พบว่า ด้านที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มี 2 ด้าน ได้แก่ ด้านการเข้าถึง และ ด้านความสามารถของบุคลากรที่จัดงานและด้านที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มี 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น 2) ด้านธุรกิจที่เกี่ยวข้อง 3) ด้านการสนับสนุนของภาครัฐ และภาคเอกชนและ 4) ด้านภาพลักษณ์ของจังหวัด

โดยในการศึกษาครั้งนี้ได้มีการเสนอแนวทางในการเพิ่มศักยภาพของจังหวัดขอนแก่นในการท่องเที่ยวรูปแบบ MICE รวม 6 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความสามารถของบุคลากรที่จัดงาน 2) ด้านภาพลักษณ์ของ 3) ด้านการสนับสนุนของภาครัฐและภาคเอกชน 4) ด้านการเข้าถึง 5) ด้าน

ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง และ 6) ด้านสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น

กันตภ บัวทอง (2554) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การพัฒนาตลาด MICE ของจังหวัดชายแดนริมแม่น้ำโขง ผลการศึกษาพบว่า

1) ผลลัพธ์ของอุตสาหกรรม MICE ได้แก่ สถานที่จัดประชุมสัมมนาในระดับภูมิภาค ระดับชาติหรือนานาชาติ มีการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล รวมไปถึงการจัดแสดงสินค้า/ นิทรรศการ แต่ความสามารถในการรองรับของทั้งสองจังหวัดในปัจจุบันสามารถรองรับการจัดการได้ดีในระดับภูมิภาค ระดับชาติที่มีผู้เข้าร่วมไม่เกิน 1,000 คนเท่านั้น

2) การกำหนดราคา ผู้จัดจะกำหนดราคาขึ้นตามความพอใจเนื่องจากสินค้าที่มีเอกลักษณ์และไม่มีคู่แข่งทางการตลาด

3) สถานที่และช่องทางการจัดจำหน่าย สถานที่ที่มีความได้เปรียบในเรื่องของการเป็นจังหวัดติดชายแดนริมแม่น้ำโขง แต่ข้อเสียคือการคมนาคมขนส่งที่มีเพียงการเดินทางโดยรถยนต์ หรือรถประจำทางระหว่างจังหวัดเท่านั้น

4) การส่งเสริมการตลาดโดยส่วนมากแต่ละหน่วยงานหรือแต่ละบริษัทจะไปกันเองหรือต่างคนต่างไป เนื่องจากสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวของทั้งสองจังหวัดเพิ่งเริ่มก่อตั้งขึ้น การแบ่งราคาขายที่ต่างกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐบาลให้มีราคาที่ถูกลงกว่าภาคเอกชน เพื่อเป็นการดึงดูดลูกค้ากลุ่มภาครัฐซึ่งเป็นลูกค้าหลักที่ใช้บริการและมาอย่างต่อเนื่องทั้งปี

5) กระบวนการผลิต เนื่องจากผู้ดำเนินการผลิตเป็นคนในพื้นที่จึงมีจุดเด่นคือเอกลักษณ์ของความเป็นคนในพื้นที่ แต่มีข้อเสียคือความไม่เป็นมาตรฐานไม่มีแบบแผนจึงทำให้การจัดกิจกรรมในแต่ละครั้งความสมบูรณ์ที่ออกมาจึงไม่เท่ากัน

6) คน ไม่มีผู้ดูแลกิจกรรม MICE โดยตรง อีกทั้งการฝึกอบรมก็ยังมีไม่ต่อเนื่องจึงเป็นปัญหาของทั้งสองจังหวัดอยู่ในขณะนี้

7) คุณภาพของการผลิตและบริการ สถานที่จัดกิจกรรม รวมถึงอุปกรณ์ที่ใช้ในการจัดงานและบริการ มีสภาพค่อนข้างเก่าเนื่องจากสถานที่เปิดมาค่อนข้างนาน

8) รูปแบบวัตถุดิบหรือภาชนะที่บรรจุผลิตภัณฑ์เน้นลักษณะความเป็นท้องถิ่นอีสาน และคนในท้องถิ่นลุ่มน้ำโขง มีเอกลักษณ์ด้านอาหาร รวมถึงการตกแต่งสถานที่แสดงถึงความ เป็นจังหวัดชายแดนริมแม่น้ำโขงได้อย่างชัดเจน

เกิติริ เจริญวิศาล (2552) ศึกษาเรื่อง รูปแบบการตลาดที่เหมาะสมของสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย ผลการวิจัย พบว่า

ผู้ให้ข้อมูลจากกลุ่มผู้รับบริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านพนักงานมากที่สุด และให้ความสำคัญระดับปานกลางกับปัจจัยด้านโปรแกรมการจัดงานสำเร็จรูป และให้ความสำคัญในระดับมาก ในด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านกระบวนการบริการ ขณะที่ผู้ให้ข้อมูลประเมินผลการปฏิบัติงานของสถานที่จัดงานในปัจจุบันเกือบทุกด้านในระดับสูง ยกเว้นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านโปรแกรมการจัดงานสำเร็จรูป ที่มีผลการปฏิบัติงานในระดับปานกลาง

ส่วนผู้ให้ข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้บริการ พบว่า ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญมากที่สุดในด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านกระบวนการบริการ และด้านพนักงาน ส่วนปัจจัยที่ให้ความสำคัญในระดับมากได้แก่ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านโปรแกรมการจัดงานสำเร็จรูป ในขณะที่ผู้ให้ข้อมูลในกลุ่มนี้ประเมินผลการปฏิบัติงานของสถานที่จัดงานในระดับสูงกับปัจจัยทุกด้าน

ในขณะที่ผู้ให้ข้อมูลจากกลุ่มสมาคม ระบุว่าปัจจัยที่มีระดับความสำคัญและการปฏิบัติงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ คือ ผลผลิต/บริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการบริการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านพนักงาน ด้านโปรแกรมการจัดงานสำเร็จรูป ส่วนผู้ให้ข้อมูลจากบริษัททั่วไป กลุ่มหน่วยงานของรัฐและสถาบันการศึกษา และกลุ่มผู้รับจัดงานมืออาชีพ ระบุเหมือนกันว่า ทุกปัจจัยมีระดับความสำคัญและการปฏิบัติงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ สำหรับกลุ่มผู้รับบริการในภาพรวม พบว่า ผู้ให้ข้อมูลระบุระดับความสำคัญแตกต่างกับการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญ โดยมีระดับการปฏิบัติงานต่ำกว่าระดับความสำคัญในปัจจัยทั้ง 8 ด้าน โดยเฉพาะด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านพนักงาน

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบ สามารถจัดรูปแบบส่วนประสมทางการตลาดที่นำเสนอไว้ 2 รูปแบบคือ

- 1) รูปแบบที่อยู่บนพื้นฐานของการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของเป้าประสงค์ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดขององค์กรผู้รับบริการต่อการเลือกสถานที่จัดงาน
- 2) รูปแบบที่อยู่บนพื้นฐานของการวิเคราะห์ระดับการปฏิบัติงานในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดขององค์กรผู้รับบริการต่อการปฏิบัติงานของสถานที่จัดงาน

และพบว่า รูปแบบส่วนประสมทางการตลาดที่เหมาะสมสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย คือ รูปแบบที่อยู่บนพื้นฐานของการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของเป้าประสงค์ในปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดขององค์กรผู้รับบริการต่อการเลือกสถานที่จัดงาน

ณัฐกานต์ รองทอง (2552) ศึกษา เรื่องความพร้อมของเมืองในด้านธุรกิจการจัดประชุมหรือไมซ์ (MICE) พื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี ผลการศึกษาพบว่าจังหวัดอุบลราชธานีมีความพร้อมในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ สำหรับการจัดประชุมหรือไมซ์ทั้ง 5 ประเด็นได้แก่

- 1) คุณภาพของสถานที่จัดประชุม จังหวัดอุบลราชธานีมีสถานที่รองรับการจัดประชุมระดับนานาชาติและตลาดประชุมภายในประเทศที่มีศักยภาพสูงของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ปัจจุบันมีสถานที่จัดการประชุมหลากหลายรูปแบบทั้งในส่วนของภาครัฐ โรงแรมและรีสอร์ทส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในตัวเมือง ด้วยการเป็นศูนย์กลางของภาคอีสานตอนล่างในการเชื่อมโยงทางการค้า การท่องเที่ยว และการลงทุนกับประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ ศูนย์กลางการศึกษา ประชุม อบรม สัมมนา ศูนย์กลางการคมนาคมทางอากาศ ด้านสากลสู่ประเทศเวียดนามและกลุ่มอาเซียนในแถบลุ่มน้ำโขง ทำให้จังหวัดอุบลราชธานีมีโอกาสที่จะส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจการจัดการประชุมภายในประเทศให้มีศักยภาพได้

- 2) การเข้าถึงสถานที่จัดประชุม จังหวัดอุบลราชธานีมีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ โดยเฉพาะการเดินทางทุกประเภท ทั้งทางเครื่องบิน รถยนต์ และรถไฟ ทำให้การเข้าถึงจังหวัดอุบลราชธานีมีความสะดวกสบาย โดยเฉพาะสนามบินนานาชาติ

สามารถอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ นอกจากนี้ยังมี การจัดบริการรถแท็กซี่มอเตอร์ และรถสองแถวไว้สำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางโดยสารไปยัง สถานที่ต่าง ๆ ภายในตัวเมืองด้วย

3) โครงสร้างพื้นฐานการจัดประชุม นอกจากโรงแรมขนาดใหญ่ของคนท้องถิ่นและ สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี ที่ประสานงานในเรื่องการขยายตลาดธุรกิจการประชุม แล้ว ยังไม่มีหน่วยงานระดับจังหวัดที่เป็นหน่วยการตลาดของจังหวัดรับผิดชอบโดยตรง ส่วนการบริหารงานการประชุมที่มีอยู่แล้วทั้งระดับประเทศและนานาชาติที่โรงแรมต่าง ๆ จัดอยู่ ไม่มี ผู้รับผิดชอบโดยตรง ซึ่งสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดอุบลราชธานี ได้เพิ่มหลักสูตรการเรียนการสอน เกี่ยวกับธุรกิจการจัดประชุมหรือ MICE สำหรับนักศึกษาในมหาวิทยาลัย เพื่อสามารถผลิตบุคลากร ด้านการท่องเที่ยวให้มีศักยภาพและสามารถรองรับตลาดการประชุมภายในประเทศและนานาชาติ มากขึ้น

4) การสนับสนุนของรัฐ ความพร้อมของจังหวัดอุบลราชธานีและนโยบายของรัฐใน การสนับสนุนตลาดการประชุมและนิทรรศการ โดยสรุปยังไม่มีแผนงานที่ชัดเจน ถึงแม้จะได้รับการ สนับสนุนจากรัฐบาลกลางได้แก่ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ หรือ สสปน. แต่ นโยบายของทางจังหวัดยังไม่ได้คิดในเรื่องการส่งเสริมการตลาดจัดประชุมอย่างเป็นระบบ จะต้อง พัฒนาอย่างอื่นที่เกี่ยวข้องไปพร้อม ๆ นด้วย

5) สถานที่การพักผ่อนหย่อนใจ การท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานีมีความสนใจ ดึงดูดของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการคมนาคมที่เชื่อมโยงการท่องเที่ยวจากจังหวัดอุบลราชธานีสู่ ประเทศลาว อย่างไรก็ดีตามการเดินทางจากตัวเมืองไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัด อุบลราชธานี ยังไม่สะดวกมากนักเนื่องจากอยู่ห่างไกลตัวเมืองและต้องใช้เวลามากในการเดินทางจาก จุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง

ด้วยการที่จังหวัดอุบลราชธานีเป็นศูนย์กลางของภาคอีสานตอนล่างในการเชื่อมโยง การค้าทางการท่องเที่ยวและการลงทุนกับประเทศเพื่อนบ้าน ทำให้มีโอกาสที่จะส่งเสริมและพัฒนา ธุรกิจการจัดการประชุมภายในประเทศให้มีศักยภาพได้

มนัส ชัยสวัสดิ์ และคณะ (2552) ศึกษา เรื่องความพร้อมของเมืองในด้านธุรกิจการจัด ประชุมหรือไมซ์ (MICE) พื้นที่จังหวัดภูเก็ต โดยผลการศึกษาพบว่าจังหวัดภูเก็ตมีความพร้อมสำหรับ ตลาดการจัดประชุมและนิทรรศการภายในประเทศตามตัวชี้วัด 5 ประการ ได้แก่

1) คุณภาพของสถานที่จัดประชุม มีความพร้อมของพื้นที่การประชุมแบบต่าง ๆ คุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก

2) การเข้าถึงสถานที่จัดการประชุม ระบบการขนส่งรูปแบบต่าง ๆ ทั้งระยะการเดินทางจากที่พักถึงศูนย์ประชุม จากศูนย์ประชุมไปยังร้านอาหาร ตลอดจนการซื้อของ และสถานที่พักผ่อน ระบบสาธารณูปโภคต่าง ๆ

3) โครงสร้างพื้นฐานการจัดประชุม มีหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนการจัดประชุม และบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดประชุม

4) การสนับสนุนของรัฐ ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ มีการกำหนดวิสัยทัศน์และพันธกิจในการพัฒนาการท่องเที่ยว พร้อมทั้งมีนโยบายส่งเสริมการตลาดการจัดประชุม การสนับสนุนการจัดสร้างศูนย์การประชุม ปรับปรุงระบบโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับการจัดประชุม คุณภาพสิ่งแวดล้อมที่ดีความสวยงามและความปลอดภัย

5) สถานที่การพักผ่อนหย่อนใจ มีแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงทั้งประเภทที่มนุษย์สร้างขึ้นและแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ สำหรับผู้เข้าชมและติดตาม การจําหน่ายก่อนและหลังการประชุม

จังหวัดภูเก็ตได้มีความพยายามที่จะพัฒนาจังหวัดให้เป็นจุดหมายปลายทาง การตลาดจัดประชุมและนิทรรศการ รวมทั้งรัฐบาลได้มีแผนการก่อสร้างศูนย์ประชุมขึ้นในจังหวัดภูเก็ตและในรัฐบาลปัจจุบันได้บรรจุโครงการจัดสร้างศูนย์ประชุมและแสดงนิทรรศการสินค้านานาชาติจังหวัดภูเก็ตไว้แล้ว แต่การพัฒนาจังหวัดภูเก็ตเป็นตลาดสำหรับการจัดประชุมและนิทรรศการภายในประเทศยังมีจุดอ่อนอยู่หลายประการที่สามารถพัฒนาได้

1) จังหวัดภูเก็ตมีภาพลักษณ์เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายสูงในการจัดประชุมแต่อย่างไรก็ตามสำหรับตลาดการประชุมภายในประเทศจังหวัดภูเก็ตมีความเหมาะสมเพราะภูเก็ตมีความได้เปรียบหลายประการ เช่น ภูเก็ตมีสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตและจังหวัดใกล้เคียงที่น่าสนใจมากกว่ากิจกรรมเพื่อการพักผ่อนมีความหลากหลายมากกว่าประเทศเพื่อนบ้าน จุดอ่อนเรื่องนี้สามารถชี้แจงให้เข้าใจได้ในแง่ของความคุ้มค่าเงิน (Value for money) เพราะภูเก็ตให้ประสบการณ์การประชุมและการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและให้คุณค่าสูงกว่าทางเลือกที่อื่น ๆ

2) จุดอ่อนของจังหวัดคือ ปัญหาโครงสร้างพื้นฐานในเรื่องการคมนาคมภายใน ความปลอดภัย รวมทั้งปัญหาขยะ สามารถแก้ไขจุดอ่อนเหล่านี้ได้ด้วยระบบการจัดการที่ดี เช่น การเดินทางโดยใช้รถบัสขนาดใหญ่ จากสนามบินและภายในจังหวัด หรือการสร้างโอกาสในการรณรงค์แก้ไขปัญหายุ่งเพื่อลดภาวะโลกร้อน เป็นต้น

วุฒิสภา สุนทรสมัยและคณะ (2552) ศึกษาเรื่อง ความพร้อมของเมืองในด้านธุรกิจการจัดประชุมหรือไมซ์ (MICE) พื้นที่จังหวัดชลบุรี ได้สรุปจากการสำรวจและสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ และประเมินศักยภาพด้วย MICE model พบว่า เมืองพัทยา คือพื้นที่ที่มีศักยภาพและความพร้อมในหลายๆ ด้าน โดยเฉพาะการท่องเที่ยวที่ชื่อเสียงเป็นที่รู้จักทั่วโลก สรุปเป็นผลการศึกษาออกมาเป็น 3 ส่วนคือ

1) ผลสรุปความพร้อมด้านสภาพแวดล้อมทั่วไปมีความสวยงามของวิวทิวทัศน์แนวชายฝั่งทะเลของเมืองพัทยา ตั้งแต่พัทยาเหนือตลอดลงมาถึงพัทยาใต้ อีกทั้งเมืองพัทยาใกล้แหล่งนิคมอุตสาหกรรมทำให้มีความพร้อมในเรื่องของไฟฟ้า น้ำประปา เส้นทางการเดินทางที่สะดวก

2) ผลสรุปความพร้อมด้านการจัดประชุมหรือไมซ์ (MICE) พื้นที่จังหวัดชลบุรี พบว่าในเมืองพัทยามีโรงแรมที่มีห้องประชุมถึงร้อยละ 68.07 มีจำนวนห้องพัก 100-300 ห้อง ร้อยละ 41.18 ราคาห้องพักต่ำสุด 500-1,500 บาท ร้อยละ 50.42 ซึ่งราคาอยู่ในระดับที่มีไม่แพงมาก

3) ผลการวิเคราะห์ SWOT ด้านความพร้อมของเมืองในด้านธุรกิจการจัดประชุมหรือไมซ์ ด้านการคมนาคมที่สะดวก และการปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบพิเศษเป็นจุดเด่นทำให้การบริหารจัดการเป็นไปอย่างคล่องตัว ที่พักและโรงแรมมีเครือข่ายที่มีมาตรฐานจำนวนมาก ส่วนจุดอ่อนคือ บุคลากรหรือพนักงานขาดทักษะในการใช้ภาษาต่างประเทศ ด้านโอกาสนั้นรัฐบาลมีนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวในรูปแบบไมซ์ มีแหล่งท่องเที่ยวมากมายและอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพ ส่วนอุปสรรค คือเมืองพัทยามีค่าครองชีพสูง

เทวีวรรณ ปทุมพร (2549) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จของอุตสาหกรรม การประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและการแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ (MICE) ในจังหวัดขอนแก่น ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาธุรกิจการจัดประชุม สามารถแบ่งได้เป็น 4 กลุ่มปัจจัย คือ

1) ปัจจัยความสำเร็จสำหรับธุรกิจการจัดประชุมโดยรวมได้แก่ โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก ระบบคมนาคมขนส่ง จำนวนเที่ยวบิน ระบบฐานข้อมูลสำหรับผู้จัดกิจกรรม จุดขาย และภาพลักษณ์ของจังหวัด ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน บุคลากรและแผนพัฒนาเฉพาะด้านธุรกิจการจัดประชุม

2) ปัจจัยความสำเร็จสำหรับกิจกรรมไมซ์ (MICE) รูปแบบต่าง ๆ ประกอบด้วยปัจจัยความสำเร็จสำหรับกิจกรรมการประชุมนานาชาติ ได้แก่ สถานที่จัดการประชุม ทั้งที่เป็นศูนย์การประชุมและโรงแรม แหล่งท่องเที่ยว สถานที่พัก และวิชาชีพการจัดประชุม (POC)

ปัจจัยความสำเร็จสำหรับกิจกรรมท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว สถานที่พัก และปัจจัยความสำเร็จสำหรับกิจกรรมการแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ ได้แก่ ศูนย์การแสดงสินค้า/นิทรรศการ กลุ่มธุรกิจและอุตสาหกรรม ระบบขนถ่ายสินค้า บริษัทรับจัดกิจกรรมต่าง ๆ (EMC) วิชาชีพการจัดนิทรรศการ (PEO) บริษัทผู้รับจัดการขนส่งสินค้า (Freight Forwarder) และบริษัทผู้รับเหมาบริการด้านต่าง ๆ สำหรับการแสดงสินค้า (Service contractor)

3) ปัจจัยที่มีส่วนสนับสนุนความสำเร็จได้แก่ การเป็นศูนย์กลางของหน่วยงานภาครัฐและเอกชนของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ความร่วมมือทางด้านวิชาการ ความร่วมมือทางด้านเศรษฐกิจอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง นโยบายองค์การผู้จัดกิจกรรม นโยบายรัฐบาล ความมั่นคงปลอดภัยและสภาพเศรษฐกิจ

4) ปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ โรงแรมที่มีคุณภาพ แหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลก การเดินทางภายในจังหวัดที่มีความสะดวกสบาย รวดเร็ว มีเส้นทางเชื่อมโยงระหว่างศูนย์ประชุมและแหล่งท่องเที่ยว บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในด้านธุรกิจการจัดประชุม การเปิดเสรีทางการค้ากับต่างประเทศ นโยบายส่งเสริมธุรกิจการจัดประชุมของรัฐบาล



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ยุทธศาสตร์การพัฒนาจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา” มีวัตถุประสงค์เพื่อ

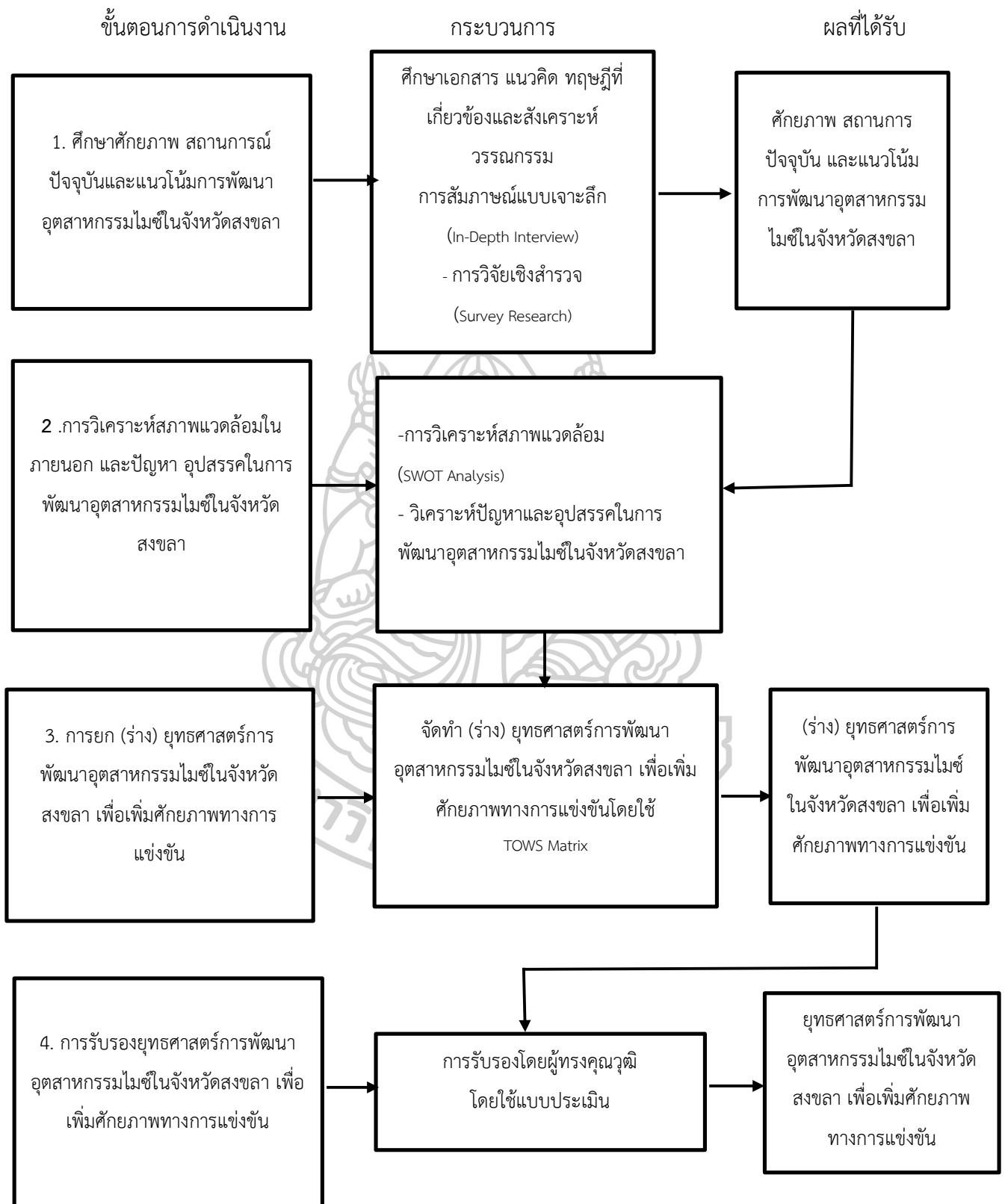
1. เพื่อศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันและแนวโน้มการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา
3. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดสงขลา และ
4. เพื่อจัดทำกลยุทธ์การพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์เพื่อเพิ่มศักยภาพและความได้เปรียบทางการแข่งขันในจังหวัดสงขลา

ซึ่งเป็นการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Method Research) โดยมีทั้งแบบวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และแบบวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีขั้นตอนการดำเนินการวิจัยดังนี้

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed Method Research) ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งมีขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยใช้วิธีวิทยาในการศึกษาข้อมูลจากแหล่งปฐมภูมิ จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Information) ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure Interview) ร่วมกับการศึกษาข้อมูลจากแหล่งทุติยภูมิ ได้แก่ การวิจัยเอกสาร (Document Research)
2. การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis หรือ CFA) เพื่อยืนยันองค์ประกอบความคิดเห็นต่อการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา อธิบายองค์ความรู้ในเชิงทฤษฎีและผลการศึกษาวิจัยเชิงประจักษ์ ซึ่งขั้นตอนการดำเนินการวิจัย มีรายละเอียดดังภาพที่ 5. และตารางที่ 6.



ภาพที่ 5 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

ตารางที่ 6 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนการศึกษา	แหล่งข้อมูล	วิธีการดำเนินการ	กลุ่มตัวอย่าง	ผลที่ได้รับ
1. ศึกษาศักยภาพ สถานการณ์ปัจจุบัน และแนวโน้มการพัฒนา อุตสาหกรรมไมซ์ใน จังหวัดสงขลา	- ศึกษาเอกสารข้อมูล แนวคิด ทฤษฎี และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลทั่วไปและ นโยบายการท่องเที่ยว แผนพัฒนาจังหวัด สงขลา ๔ ปี พ.ศ. ๒๕๕๘-๒๕๖๑ และ แผนยุทธศาสตร์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับ อุตสาหกรรมไมซ์ และ แนวทางการพัฒนา อุตสาหกรรมไมซ์ใน จังหวัดสงขลา	1.การวิจัยเชิงคุณภาพ - การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)	กลุ่มที่ 1. หน่วยงาน และองค์กรที่มีส่วน เกี่ยวข้องในการพัฒนา อุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดสงขลา กลุ่มที่ 2. กลุ่มผู้ บริการ (Service Providers) คือ สถานที่จัดงานที่เป็น ศูนย์ประชุม และ สถานที่จัดงานใน โรงแรม	- ศักยภาพ สถานการณ์ ปัจจุบันและแนวโน้มการ พัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ ในจังหวัดสงขลา
		2. การวิจัยเชิงปริมาณ - การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) - กำหนดจำนวนของ กลุ่มตัวอย่างโดยใช้ สูตรคำนวณแบบไม่ ทราบขนาดประชากร ของคอคอแครง - ใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Stratified Random Sampling) - สถิติ Path Analysis	กลุ่มที่ 1. คือ ผู้จัด งาน/เจ้าภาพการจัด งาน/เจ้าของงานการ ประชุมสัมมนา งาน แสดงสินค้า/ นิทรรศการ และการ ท่องเที่ยวเพื่อเป็น รางวัลในจังหวัดสงขลา กลุ่มที่ 2. ผู้เข้าร่วม กิจกรรมการ ประชุมสัมมนา งาน แสดงสินค้า/ นิทรรศการ และการ ท่องเที่ยวเพื่อเป็น รางวัลในจังหวัดสงขลา	

ขั้นตอนการศึกษา	แหล่งข้อมูล	วิธีการดำเนินการ	กลุ่มตัวอย่าง	ผลที่ได้รับ
2. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมในภายนอก และปัญหาอุปสรรคในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซีในจังหวัดสงขลา	- ศักยภาพ สถานการณ์ปัจจุบันและแนวโน้มการพัฒนา อุตสาหกรรมไมซีในจังหวัดสงขลา - การสัมภาษณ์เชิงลึก - แบบสอบถาม ในระยะที่ 1	- การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) - วิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซีในจังหวัดสงขลา - วิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)	-	- จุดแข็ง (Strength) - จุดอ่อน (Weaknesses) - โอกาส (Opportunities) - อุปสรรค (Threats) ของอุตสาหกรรมไมซีในจังหวัดสงขลา
3. การยก (ร่าง) ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไมซีในจังหวัดสงขลา เพื่อเพิ่มศักยภาพและสามารถเปรียบเทียบทางการแข่งขัน	ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SOWT Analysis) ของอุตสาหกรรมไมซีในจังหวัดสงขลา	นำผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SOWT Analysis) ไปจัดทำกลยุทธ์ TOW Matrix กำหนดเป็น (ร่าง) ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไมซีในจังหวัดสงขลา - วิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)		(ร่าง)ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไมซีในจังหวัดสงขลา เพื่อเพิ่มศักยภาพและสามารถเปรียบเทียบทางการแข่งขัน
4. การรับรองยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไมซีในจังหวัดสงขลา เพื่อเพิ่มศักยภาพและสามารถเปรียบเทียบทางการแข่งขัน	แบบประเมิน (ร่าง) ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไมซีในจังหวัดสงขลา เพื่อเพิ่มศักยภาพและสามารถเปรียบเทียบทางการแข่งขัน	- วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard - Deviation)	ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 คน โดยใช้แบบสอบถาม	ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไมซีในจังหวัดสงขลา เพื่อเพิ่มศักยภาพและสามารถเปรียบเทียบทางการแข่งขัน

จากภาพที่ 5 และตารางที่ 6. แสดงขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยไว้ 4 ขั้นตอน ประกอบไปด้วย

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาศักยภาพ สถานการณ์ปัจจุบันและแนวโน้มการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา เป็นการศึกษาเกี่ยวกับศักยภาพ สถานการณ์ปัจจุบันและแนวโน้มการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์เพื่อเพิ่มศักยภาพและความได้เปรียบทางการแข่งขันในจังหวัดสงขลา โดยผู้วิจัยศึกษาข้อมูลแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลทั่วไปจังหวัด และนโยบายการท่องเที่ยว แผนพัฒนาจังหวัดสงขลา ๔ ปี พ.ศ.๒๕๕๘-๒๕๖๑ และแผนยุทธศาสตร์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยนำข้อมูลมาสร้างแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างเพื่อใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้ให้ข้อมูลหลักได้แก่ หน่วยงานและองค์กรที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดสงขลา และกลุ่มผู้บริการ (Service Providers) คือ สถานที่จัดงานที่เป็นศูนย์ประชุม และสถานที่จัดงานในโรงแรม จำนวน 17 ท่าน หลังจากนั้นผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการวิจัยเชิงคุณภาพ พัฒนาเป็นแบบสอบถามการวิจัยตามแนวคิด ทฤษฎี เพื่อศึกษาองค์ประกอบยืนยันความคิดเห็นต่อการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา จากนั้นนำแบบสอบถามมาตรวจสอบคุณภาพและความเหมาะสมของเครื่องมือโดยให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน พิจารณาตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) นำผลที่ได้มาวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Item of Objective Congruence Index - IOC) นำเครื่องมือที่ผ่านการตรวจสอบมาปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ นำไปทดสอบ (try out) จำนวน 30 ชุด แล้วนำผลที่ได้มาหาค่าความเที่ยงตรง (Reliability) โดยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient) ของคอนบราค (Cronbach, 1984) ซึ่งต้องมีค่ามากกว่า 0.70 ขึ้นไป จึงถือว่าเครื่องมือมีคุณภาพเพื่อใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ

ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมใน ภายนอก และปัญหา อุปสรรคในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลาเป็นการศึกษาเกี่ยวกับจุดแข็ง (Strength : S) จุดอ่อน (Weaknesses : W) โอกาส(Opportunities : O) และอุปสรรค (Threats : T) ของอุตสาหกรรมไมซ์ โดยผู้วิจัยจะนำข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับศักยภาพ สถานการณ์และแนวโน้มการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ที่ได้ในระยะที่ 1 มาวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันภายในและภายนอก รวมทั้งวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาของอุตสาหกรรมไมซ์ ตลอดจนวางแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา รายละเอียดมีดังนี้

1. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน เป็นการศึกษาถึงจุดแข็ง (Strength : S) และจุดอ่อน (Weaknesses : W) ของอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา โดยใช้แหล่งข้อมูลจาก

แหล่งข้อมูลประเภทเอกสารประกอบด้วย บทความ รายงาน และหนังสือ รวมถึงข้อมูลด้านนโยบายที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ ตลอดจนแหล่งข้อมูลประเภทบุคคลซึ่งเป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ โดยผู้วิจัยจะสรุปผลด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

2. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก เป็นการศึกษาถึงโอกาส (Opportunities: O) และอุปสรรค (Threats: T) ของอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา โดยใช้แหล่งข้อมูลจากแหล่งข้อมูลประเภทเอกสารประกอบด้วย บทความ รายงาน และหนังสือ รวมถึงข้อมูลด้านนโยบายที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ ตลอดจนแหล่งข้อมูลประเภทบุคคลซึ่งเป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ โดยผู้วิจัยจะสรุปผลด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

3. การวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา โดยวิเคราะห์ข้อมูลจากแนวทางการสัมภาษณ์เชิงลึก และแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งตามประชากรและกลุ่มตัวอย่าง และผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัย รวม 4 กลุ่ม ได้แก่ 1. หน่วยงานและองค์กรที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาจังหวัดสงขลา 2. กลุ่มผู้ประกอบการในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา 3. ผู้จัดงาน/เจ้าภาพการจัดงาน/เจ้าของงานการประชุมสัมมนา งานแสดงสินค้า/นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในจังหวัดสงขลา และ 4. ผู้เข้าร่วมกิจกรรมประชุมสัมมนา งานแสดงสินค้า/นิทรรศการและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในจังหวัดสงขลา

ขั้นตอนที่ 3 การยกย่องยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา เพื่อเพิ่มศักยภาพและรายได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นการนำข้อมูลทั้งหมดที่ได้ในขั้นตอนที่ 1 และ 2 มาวิเคราะห์เพื่อกำหนดศักยภาพหรือความสามารถขององค์กร ทำยุทธศาสตร์ที่เหมาะสมในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา จากนั้นนำผลการวิเคราะห์ SWOT มาจัดทำข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ โดยใช้ตาราง TOWS Matrix และการจับคู่ เพื่อกำหนดกลยุทธ์ 4 ประเภท ได้แก่ กลยุทธ์ SO, WO, ST และ WT แล้วนำเสนอกลยุทธ์ทางเลือกเพื่อจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลาในขั้นตอนต่อไป โดยจะนำเสนอในลักษณะของการบรรยายเชิงพรรณนา (Description) กลยุทธ์จะปรากฏในตาราง TOWS Matrix ตามตารางที่ 7. ดังนี้

1. กลยุทธ์ SO เป็นการจับคู่ระหว่างจุดแข็ง (Strength : S) กับโอกาส (Opportunities: O) ซึ่งเป็นปัจจัยเชิงบวกทั้งคู่ กล่าวคือ องค์กรควรจะใช้จุดแข็งและโอกาสร่วมกันเพื่อก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน

2. กลยุทธ์ ST เป็นการจับคู่ระหว่างจุดแข็ง (Strength : S) กับอุปสรรค (Threats : T) ซึ่งมี S เป็นปัจจัยเชิงบวก และมี T เป็นปัจจัยเชิงลบ กล่าวคือ องค์กรต้องนำจุดแข็งมาใช้ในการป้องกันหรือหลีกเลี่ยงอุปสรรค

3. กลยุทธ์ WO เป็นการจับคู่ระหว่างจุดอ่อน (Weaknesses : W) กับโอกาส (Opportunities : O) ซึ่งมี W เป็นปัจจัยเชิงลบแต่มี O เป็นปัจจัยเชิงบวก กล่าวคือ องค์กรต้องนำโอกาสมาใช้ในการกำจัดจุดอ่อน หรือนำโอกาสมาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กร

4. กลยุทธ์ WT เป็นการจับคู่ระหว่างจุดอ่อน (Weaknesses : W) กับอุปสรรค (Threats : T) ซึ่งเป็นปัจจัยเชิงลบทั้งคู่ กล่าวคือ องค์กรต้องคิดกลยุทธ์ที่กระทำ แล้วสามารถกำจัดจุดอ่อนได้และป้องกันอุปสรรคได้ด้วยในคราวเดียวกัน

ตารางที่ 7 ตาราง TOWS Matrix เพื่อกำหนดกลยุทธ์

ปัจจัยภายใน / ปัจจัยภายนอก	จุดแข็ง (Strengths : S)	จุดอ่อน (Weakness : W)
	กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategies)	กลยุทธ์เชิงพัฒนา (WO Strategies)
โอกาส (Opportunities : O)	กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategies)	กลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategies)
อุปสรรค (Threats : T)		

ขั้นตอนที่ 4 การรับรองยุทธศาสตร์การพัฒนากิจการโรงแรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา เพื่อเพิ่มศักยภาพและรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันเป็นการนำข้อค้นพบที่ได้จาก (ร่าง) ยุทธศาสตร์การพัฒนากิจการโรงแรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา เพื่อเพิ่มศักยภาพและรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 คน เพื่อให้ผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมไมซ์ประเมินความเหมาะสมในมิติต่าง ๆ ทั้งในด้านประโยชน์ ความเหมาะสม ความเป็นไปได้และให้ความเห็นหรือข้อเสนอแนะอื่น ๆ โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ประมวลผล สรุปประเด็นสำคัญ

และจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา เพื่อเพิ่มศักยภาพและความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ผู้วิจัยกำหนดไว้ว่ายุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา เพื่อเพิ่มศักยภาพและความได้เปรียบทางการแข่งขันที่จะผ่านเกณฑ์ต้องมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากและมากที่สุด จากนั้นจะจัดทำเป็นข้อเสนอเชิงนโยบายเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา เพื่อเพิ่มศักยภาพและความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

1. กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักสำหรับการวิจัยคุณภาพ ผู้วิจัยได้กำหนดผู้ให้ข้อมูลหลักในการวิจัยเชิงคุณภาพ (Key Informants) และ ตัวอย่างเชิงทฤษฎี (Theoretical Sampling) โดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purpose Sampling) โดยจะคัดเลือกเฉพาะผู้เชี่ยวชาญที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ และผู้เชี่ยวชาญที่มีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายและ/หรือเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในตำแหน่งระดับผู้บริหารและระดับปฏิบัติการทั้งองค์ภาครัฐ ภาคเอกชนธุรกิจ โดยพิจารณาจากความรอบรู้ ความชำนาญ และประสบการณ์การทำงานเพราะสามารถตีความหมายได้เป็นอย่างดี (ชาย โปธิสิตา, 2554) ผู้ให้ข้อมูลหลักประกอบด้วย สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) สมาคมการแสดงสินค้าไทย สมาคมส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติไทย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สำนักงานหาดใหญ่) สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสงขลา สภาหอการค้าจังหวัดสงขลา องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสงขลา สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา สมาคมโรงแรมหาดใหญ่ - สงขลา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ศรีวิชัย ศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชครบ 60 ปี มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ บริษัท เอ็น.ซี.ซี. แมนเนจเม้นท์ แอนด์ ดิเวลลอปเม้นท์ จำกัด โรงแรมบุรีศรีภู บูติกโฮเต็ล และโรงแรมชากูระ แกรนด์วิว โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 17 คน ตามเกณฑ์ในการกำหนดขนาดของผู้ให้ข้อมูล หลัก (McMillan, 1971) มีรายละเอียดดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 การกำหนดขนาดของผู้ให้ข้อมูลหลัก (McMillan, 1971)

จำนวนผู้เชี่ยวชาญ (คน)	ระดับค่าความคลาดเคลื่อน	ความคลาดเคลื่อนลดลง
1-5	1.20 - 0.70	0.50
5-9	0.70 - 0.58	0.12
9-13	0.58 - 0.54	0.04
13-17	0.54 - 0.50	0.04
17-21	0.50 - 0.48	0.02
21-25	0.48 - 0.46	0.02
25-29	0.46 - 0.44	0.02

2. กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยปริมาณ คือ ผู้จัดการงาน/เจ้าภาพการจัดงาน/เจ้าของงานการประชุมสัมมนางานแสดงสินค้า/นิทรรศการและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในจังหวัดสงขลา และผู้เข้าร่วมงานการประชุมสัมมนางานแสดงสินค้า/นิทรรศการและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในจังหวัดสงขลา โดยผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Stratified Random Sampling) กำหนดจำนวนของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณแบบไม่ทราบขนาดประชากรของคอคแรน (Cochran, 1977 อ้างใน ชีรวิทย์ เอกะกุล, 2543) ทั้งนี้เพื่อให้งานวิจัยมีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยนี้ แบ่งเป็น 2 กลุ่มตามวิธีวิทยาที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) วิธีวิทยาการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure Interview) เพื่อเป็นแนวคำถามในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ร่วมกับการศึกษาข้อมูลจากแหล่งทุติยภูมิ (Secondary Sources) กับผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informations) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล และ 2) วิธีวิทยาการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ครอบคลุมนิยามของตัวแปรที่ศึกษา และมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure Interview) เพื่อเป็นแนวทางสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview) โดยใช้คำถามหลัก (Main Questions) ในการสร้างบทสนทนาซึ่งข้อคำถามได้จากการศึกษารวบรวมข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดการสร้างข้อคำถามที่เป็นประโยชน์ต่อการนำไปวิเคราะห์ตามแนวคิดปรากฏการณ์วิทยาอรรถวิทยา ตามแนวทางของ Heidegger ที่เน้นการหา

ความหมายโดยการมองผ่านจากสิ่งที่ปรากฏ (Appearance) ไปยังความหมายที่อยู่เบื้องหลังของสิ่งนั้น ซึ่งเป็นวิธีการแสวงหาความรู้ ความจริงจากการศึกษาปรากฏการณ์และประสบการณ์ชีวิตของมนุษย์ โดยมุ่งทำความเข้าใจความหมายประสบการณ์ชีวิตที่บุคคลได้ประสบเป็นหลัก (ชาย โพธิสิตา, 2556) กับผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) สมาคมการแสดงสินค้าไทย สมาคมส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติไทย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สำนักงานททท) สำนักงานทททและกีฬาจังหวัดสงขลา สภาหอการค้าจังหวัดสงขลา องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสงขลา สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา สมาคมโรงแรมหาดใหญ่-สงขลา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ศรีวิชัย ศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชครบ 60 ปี มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ บริษัท เอ็น.ซี.ซี. แมนเนจเม้นท์ แอนด์ ดิเวลลอปเม้นท์ จำกัด โรงแรมบุรีศรีภู บูติกโฮเทล และโรงแรมซากุระ แกรนด์วิว โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 17 คน ซึ่งแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างมีรายละเอียดดังนี้ ในประเด็นต่อไปนี้ 1. สถานการณ์ปัจจุบันอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) ในจังหวัดสงขลา 2. นโยบาย แนวทางการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) ในจังหวัดสงขลา 3. ศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) ในจังหวัดสงขลา ทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความมั่นคงและปลอดภัย ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ และเอกชนที่อยู่ในท้องถิ่น ด้านภาพลักษณ์และสิ่งดึงดูดใจ ด้านบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ และด้านกิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือจากการประชุม 4. จุดแข็ง จุดอ่อนในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) จังหวัดสงขลา 5. ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) จังหวัดสงขลา 6. แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) ในจังหวัดสงขลาที่เหมาะสม

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นต่อการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ประกอบด้วย 4 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์และข้อมูลทั่วไปของผู้เข้าร่วมกิจกรรมประชุมสัมมนา งานแสดงสินค้า/นิทรรศการและการท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัลในจังหวัดสงขลา มีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายปิด (Closed-ended Questionnaire) ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมต่อการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา และคุณลักษณะของผู้ประกอบการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จำนวน 8 ข้อ มีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบต่อการประชุมสัมมนา งานแสดงสินค้า/นิทรรศการและการท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล โดยตัวชี้วัดระดับความคาดหวังและความพึงพอใจใน 7 ด้านได้แก่ 1. ด้านโครงสร้างพื้นฐาน 2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 3. ด้านความมั่นคงและปลอดภัย 4. ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่อยู่ในท้องถิ่น 5. ด้านภาพลักษณ์และสิ่งดึงดูดใจ 6. ด้านบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ 7. ด้านกิจกรรมเพิ่มเติม นอกเหนือจากการประชุม จำนวน 41 ข้อ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ ในจังหวัดสงขลา โดยเปิดโอกาสให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบคำถามปลายเปิด (Open-ended Questionnaire)

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. การสร้างเครื่องมือที่ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยถือเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการเก็บรวบรวมข้อมูล จึงจำเป็นต้องมีความไวต่อทฤษฎี (Theoretical sensitivity) โดยผู้วิจัย ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และจากการทบทวนวรรณกรรมโดยพิจารณาให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย และร่างแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structural Interview) ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยผ่านกระบวนการวิเคราะห์ ตีความ และสรุปประเด็นเพื่อตอบคำถามการวิจัย

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ มีขั้นตอนดังนี้

1) ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์จากเอกสาร ตำรา แนวคิด ทฤษฎี รวมทั้งผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนารอบแนวคิดในการวิจัย กำหนดนิยามศัพท์เฉพาะของตัวแปร เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างข้อคำถามในแบบสอบถามเพื่อการวิจัยต่อไป

2) นำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสอบถามโดยมีเนื้อหาสอดคล้องกับจุดมุ่งหมาย การวิจัยและนิยามศัพท์เฉพาะโดยมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) แบบมาตราส่วน ประมาณค่า (Rating Scale) และแบบปลายเปิด (Open-Ended Questionnaire) แบบสอบถาม ทั้งหมด 4 ส่วน

3) นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาคุณิพนธ์ เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง รับฟังข้อเสนอแนะ และนำไปปรับปรุงแก้ไข

4) นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วให้ไปให้ผู้เชี่ยวชาญ พิจารณา ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ความเป็นปรนัย (Objectivity) หรือการใช้ภาษา และการตรวจสอบความเที่ยงตรงในเชิงเนื้อหา การวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถาม กับนิยามเชิงปฏิบัติการที่ต้องการวัด (Item Objective Congruence or IOC) จำนวน 5 คน ประกอบด้วย

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุทธิชัย พิสุทธิศรีวงศ์ หัวหน้าภาควิชา บริหารธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรม คณะบริหารธุรกิจและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี พระจอมเกล้าพระนครเหนือ

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 2 รองศาสตราจารย์ ผกากรอง เทพรัักษ์ ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายวิจัย คณะศิลป ศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 3 ดร. นิธิกร ม่วงศรีเขียว อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว คณะ วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 4 ดร.ทรงสิน อีระกุลพิศุทธิ์ ประธานหลักสูตรการจัดการประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ภาควิชาบริหารธุรกิจคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 5 คุณศิริชัย เขาวนปรีชา ผู้อำนวยการศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราช สมบัติครบ ๖๐ ปี

5) ปรับปรุงเครื่องมือการวิจัยตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ และนำเสนอ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์พิจารณาอีกครั้ง

การทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มีขั้นตอนดังนี้

1. การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือในการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยใช้การทดสอบความตรงและความเที่ยง ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

1) การทดสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยการนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบความสอดคล้องของข้อความกับวัตถุประสงค์การวิจัย ตลอดจนนิยามศัพท์เฉพาะของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย และนำมาปรับปรุงข้อความ จากนั้นหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อความกับคุณลักษณะตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยโดยใช้สูตร IOC (Index of Item Object Congruence) = $\sum R/N$ จากนั้นประมวลความเห็นของผู้เชี่ยวชาญเป็นรายข้อ โดยค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อความต้องมีค่าตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป จึงจะถือว่าข้อความมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยและนิยามศัพท์ และสามารถนำมาใช้เป็นข้อความในแบบสอบถามได้ (Rovinelli & Hambleton, 1976) จากการทดสอบ พบว่า ค่าดังกล่าวอยู่ระหว่าง 0.8 – 1.00

โดยมีกำหนดการให้คะแนนจากผู้เชี่ยวชาญ ดังนี้

- ศัพท์
- +1 หมายถึง ข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยและนิยามศัพท์
- ศัพท์
- 1 หมายถึง ข้อคำถามไม่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยและนิยามศัพท์
- และ
- 0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยและนิยามศัพท์

เกณฑ์การแปลความหมายดังนี้

ศัพท์

ค่า IOC \geq 0.50 หมายถึง ข้อคำถามตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยและนิยามศัพท์

ศัพท์

ค่า IOC $<$ 0.50 หมายถึง ข้อคำถามไม่ตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยและนิยามศัพท์

2) การตรวจสอบความเที่ยงของเครื่องมือ (Reliability) เพื่อทดสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือ นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติเช่นเดียวกับกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 ชุด เพื่อตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามด้วยการวัดความสอดคล้องภายในโดยการใช้วิธีสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha's Coefficient) ตามสูตรของครอนบาค (Cronbach,1970) โดยค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับต้องมีค่าตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป จึงจะถือว่ายอมรับได้ (Hair et al., 2010) จากการทดสอบ พบว่า ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าเท่ากับ 0.976 และมีค่าความเชื่อมั่นรายด้านรายละเอียดดังตารางที่ 9

ตารางที่ 9 สรุปค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามแบ่งตามรายด้าน

ตัวแปรสังเกตได้	จำนวนข้อคำถาม	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา Cronbach's Alpha
1.ด้านโครงสร้างพื้นฐาน	5	.918
2.ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	9	.889
3.ด้านความมั่นคงและปลอดภัย	4	.800
4.ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่อยู่ในท้องถิ่น	5	.819
5. ด้านภาพลักษณ์และสิ่งดึงดูดใจ	7	.960
6.ด้านบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์	6	.838
7.ด้านกิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือจากการประชุม	5	.918
รวม	41	.976

จากตารางที่ 9. แสดงให้เห็นว่าผลการทดสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัยด้วยการตรวจสอบความเชื่อมั่น โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาตามวิธีของครอนบาค พบว่า ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามที่แบ่งตามรายด้านมีค่าระหว่าง 0.800 – 0.960 ซึ่งเป็นไปตามข้อกำหนด ดังนั้นแบบสอบถามดังกล่าวสามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยได้

3) นำผลที่ได้จากการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือทั้งหมด เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์อีกครั้ง เพื่อปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องและมีความเหมาะสม ตรงประเด็น

ในการสื่อสาร และจึงจัดทำเป็นแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป

2. การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือในการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (Credibility) ของข้อมูลด้วยวิธีตรวจสอบด้วยเทคนิควิธีสามเส้า (ชาย โพธิสิตา, 2556) ซึ่งเป็นการตรวจสอบว่าผู้วิจัยสามารถใช้แนวคิด ทฤษฎีต่างไปจากเดิม ที่ความข้อมูลแตกต่างกันได้มากน้อยแค่เพียงใด มีรายละเอียดดังนี้

1) การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี (Theory Triangulation) คือ การใช้ทฤษฎีมากกว่า 1 ทฤษฎี ผู้วิจัยใช้ 2 ทฤษฎี ได้แก่ 1) ทฤษฎีฐานทรัพยากร (Resource-based View: RBV) 2) การจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management) เพื่อเป็นแนวทางนำไปสู่การตีความเพื่อให้ความหมายแก่ข้อมูลที่วิเคราะห์

2) การตรวจสอบสามเส้าด้านแหล่งข้อมูล (Triangulation of sources) คือ การใช้ข้อมูลจากหลายแหล่งภายใต้วิธีการเดียวกันด้วยการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) สมาคมการแสดงสินค้าไทย สมาคมส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติไทย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สำนักงานหาดใหญ่) สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสงขลา สภาหอการค้าจังหวัดสงขลา องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสงขลา สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา สมาคมโรงแรมหาดใหญ่-สงขลามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ศรีวิชัย ศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชครบ 60 ปี มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ บริษัท เอ็น.ซี.ซี. แมนเนจเม้นท์ แอนด์ ดิเวลลอปเม้นท์ จำกัด โรงแรมบุรีศรีภู บูติกโฮเทล และโรงแรมซากุระ แกรนด์วิว จำนวน 17 คน โดยเนื้อหาที่สัมภาษณ์เป็นประเด็นเดียวกัน

3) การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (Methods Triangulation) คือการใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) และการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) ตลอดจนการสังเกตพฤติกรรมของผู้ให้ข้อมูลระหว่างการสัมภาษณ์เชิงลึกว่า มีความสอดคล้องกับข้อมูลที่ได้จากสัมภาษณ์หรือไม่

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ตามรายละเอียดดังนี้

1) ผู้วิจัยดำเนินการเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 17 คน ด้วยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากตัวแทนของผู้บริหารสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) สมาคมการแสดงสินค้าไทย สมาคมส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติไทย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สำนักงานททท) สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสงขลา สภาหอการค้าจังหวัดสงขลา องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสงขลา สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา สมาคมโรงแรมหาดใหญ่-สงขลา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ศรีวิชัย ศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชครบ 60 ปี มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ บริษัท เอ็น.ซี.ซี. แมนเนจเม้นท์ แอนด์ ดิเวลลอปเม้นท์ จำกัด โรงแรมบุรีศรีภู บูติกโฮเต็ล และโรงแรมซากุระ แกรนด์วิว

2) จัดทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก จากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเข้าสัมภาษณ์ 5.1.3 เก็บรวบรวมข้อมูล ด้วยวิธีที่หลากหลาย โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) โดยติดต่อสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participate Observation) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนสมบูรณ์ และมีการซักถามข้อมูลเพิ่มเติมอีกครั้ง จากผู้ให้ข้อมูลหลังจากสรุปผลการศึกษา เพื่อความเชื่อมั่นว่าข้อสรุปนั้นตรงความเป็นจริง

3) ดำเนินการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ ตัวผู้วิจัยซึ่งเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญ ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเป็นผู้ที่ออกแบบแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง ทำหน้าที่ในการสัมภาษณ์ บันทึกข้อมูลด้วยเครื่องบันทึกเสียง บันทึกภาพนิ่ง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เหมาะสม ตลอดจนอุปกรณ์ต่าง ๆ ได้แก่ สมุดจดบันทึก และปากกา ให้มีความพร้อมเพียงพอที่จะนำไปใช้ในการวิเคราะห์เพื่อหาคำตอบในงานวิจัยต่อไป ผู้วิจัยให้ความสำคัญต่อจริยธรรมในการวิจัยโดยผู้วิจัยต้องแจ้งและขออนุญาตจากผู้ให้ข้อมูลหลักทุกครั้ง และแจ้งให้ทราบถึงวัตถุประสงค์การวิจัยก่อนการเก็บรวบรวมข้อมูล ในระหว่างการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยจะสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักอย่างผ่อนคลายและให้สามารถแสดงความคิดเห็นอย่างเป็นอิสระเคารพความเป็นส่วนตัว รักษาความลับไม่เปิดเผยนามของผู้ให้ข้อมูลหลัก และไม่สร้างความกดดันในการเข้าร่วมวิจัย (ประสพชัย พสุนนท์ และพิทักษ์ ศิริวงศ์, 2556)

2. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) กับกลุ่มตัวอย่าง ตามรายละเอียดดังนี้

- 1) ติดต่อผู้อำนวยการศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ ๖๐ ปี เพื่อขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน
- 2) จัดทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
- 3) จัดทำแบบสอบถามโดยผู้วิจัยเก็บข้อมูลด้วยตนเองจำนวนทั้งสิ้น 400 ฉบับ ตั้งแต่เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2561 ถึง สิงหาคม พ.ศ. 2561
- 4) ตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามหลังจากดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ

การจัดกระทำกับข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับวิจัยเชิงคุณภาพจะมีองค์ประกอบ 3 องค์ประกอบ ดังนี้ (ชาย โพอธิสิตา, 2556)

1) การจัดระเบียบข้อมูล เป็นการทำให้ข้อมูลมีความเป็นระบบ เพื่อสะดวกในการจัดเก็บและนำไปใช้งาน สามารถแบ่งเป็นการจัดระเบียบทางกายภาพข้อมูล ได้แก่ การถอดเทปบันทึกเสียง โดยเป็นการถอดเทปสนทนาคำต่อคำ (Verbatim) การตีความ การวิเคราะห์ การจัดเก็บข้อมูล และการจัดระเบียบเนื้อหาข้อมูล ซึ่งเป็นการสรุปรวบรวมข้อมูลที่มีความหมาย หรือมีประเด็นตรงกับที่ผู้วิจัยต้องการ ข้อมูลที่ถูกคัดสรรออกมาจะถูกกำหนดเป็นรหัสข้อมูล (Coding) โดยข้อมูลที่มีความหมายเดียวกัน จะถูกใส่รหัสเดียวกัน ในการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดรหัสให้กับข้อมูล 5 กลุ่ม ได้แก่ สถานการณ์ปัจจุบันอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) ในจังหวัดสงขลา ศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) ในจังหวัดสงขลา ทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความมั่นคงและปลอดภัย ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่อยู่ในท้องถิ่น ด้านภาพลักษณ์และสิ่งดึงดูดใจ ด้านบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ และด้านกิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือจากการประชุม จุดแข็ง จุดอ่อนในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) จังหวัดสงขลา ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) จังหวัดสงขลา แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) ในจังหวัดสงขลาที่เหมาะสม

2) การแสดงข้อมูล เป็นการนำเอาข้อมูลที่ใส่รหัสแล้วนั้นกลับเข้ามารวมกันใหม่ให้เป็นกลุ่ม (Reassembling) โดยจำแนกตามประเด็นหัวข้อในการวิเคราะห์ จากผลการวิเคราะห์สามารถแยกประเด็นของการวิจัยเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ สถานการณ์ปัจจุบันอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) ในจังหวัดสงขลา ศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) ในจังหวัดสงขลา แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) ในจังหวัดสงขลาที่เหมาะสม

3) การหาข้อสรุป ดีความ และตรวจสอบประเด็นความถูกต้องของ ผลงานวิจัย ซึ่งข้อสรุปอาจอยู่ในรูปของคำอธิบาย การแสดงความสัมพันธ์ ตลอดจนกรอบแนวคิด ที่สามารถตอบคำถามงานวิจัยได้ การวิเคราะห์ข้อมูลที่ดีควรมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือ ถูกต้อง ตรงประเด็นของข้อสรุปและดีความ ซึ่งผู้วิจัยยังต้องมีทักษะการคิดวิเคราะห์และการตีความจากข้อมูลที่ เก็บได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสามารถและประสบการณ์ของผู้วิจัย

4) การนำเสนอผลการวิจัยใช้วิธีการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analytics) เป็นการนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลและนำมาวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ และ เรียบเรียงเชื่อมโยงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

5) นำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ในเชิงปริมาณและการวิเคราะห์ในเชิง คุณภาพมาดำเนินการบูรณาการและเชื่อมโยงเข้าด้วยกันเพื่อนำมาสร้างข้อสรุปและเขียนรายงานวิจัย ต่อไป

2. การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับวิจัยเชิงปริมาณแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนเพื่ออธิบายลักษณะของผู้ตอบ แบบสอบถาม

โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าสถิติ ประกอบด้วย คือ ค่าความถี่ (Frequency) และ ค่าร้อยละ (Percentage) โดยโปรแกรมสำเร็จรูปทาง สถิติ

2) การวิเคราะห์พฤติกรรมต่อการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็น รางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าสถิติประกอบด้วย คือ ค่าความถี่ (Frequency) และ ค่าร้อยละ (Percentage) โดยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

3) วิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการประชุมสัมมนา งาน แสดงสินค้า/นิทรรศการและการท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล ใน 7 ด้านได้แก่ 1. ด้านโครงสร้างพื้นฐาน 2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 3. ด้านความมั่นคงและปลอดภัย 4. ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงาน ภาครัฐและเอกชนที่อยู่ในท้องถิ่น 5. ด้านภาพลักษณ์และสิ่งดึงดูดใจ 6. ด้านบุคลากรในอุตสาหกรรม ไมซ์ 7. ด้านกิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือจากการประชุม ด้วยค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการทดสอบค่าที (t-test) โดยการนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบของตาราง

ประกอบการบรรยาย ซึ่งผลการวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ กำหนดให้คะแนนคำตอบของแบบสอบถาม การวิจัย มีรายละเอียดดังนี้ (Best, 1997)

มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด	กำหนดให้เท่ากับ	5 คะแนน
มีความคิดเห็นในระดับมาก	กำหนดให้เท่ากับ	4 คะแนน
มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง	กำหนดให้เท่ากับ	3 คะแนน
มีความคิดเห็นในระดับน้อย	กำหนดให้เท่ากับ	2 คะแนน
มีความคิดเห็นในระดับน้อยที่สุด	กำหนดให้เท่ากับ	1 คะแนน

จากนั้นหาค่าเฉลี่ยของคำตอบแบบสอบถาม โดยใช้การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย มีรายละเอียดดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับน้อยที่สุด

4) การวิเคราะห์เพื่อทดสอบเงื่อนไขพื้นฐานสำหรับการวิเคราะห์โมเดลการ

วัดและ

โมเดลการวิจัย ประกอบด้วย

4.1 การวิเคราะห์การแจกแจงแบบปกติ โดยพิจารณาจากค่าความเบ้ (Skewness) และค่าความโด่ง (Kurtosis) ซึ่งค่าความเบ้ควรมีค่าอยู่ในช่วง -3 ถึง $+3$ และมีค่าความโด่งควรมีค่าอยู่ในช่วง -10 ถึง $+10$ แสดงว่าตัวแปรมีการแจกแจงแบบปกติ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2557)

4.2 การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเพื่อทดสอบภาวะที่ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันสูงเกินไป (Multicollinearity) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation) (กรีซ แรงสูงเนิน, 2554)

4.3 การทำการทดสอบความเป็นอิสระของตัวแปรเหล่านี้ด้วยค่า KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) โดยมีค่าระหว่าง 0 ถึง 1 และค่า Bartlett's test of Sphericity เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของกลุ่มตัวแปรว่าตัวแปรต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กันหรือไม่ ถ้าค่า Bartlett's test of Sphericity มีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าตัวแปรต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กันสามารถนำไปวิเคราะห์ได้ (Hair, Black, Babin, & Anderson, 2010)

5) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) เพื่อ

ทดสอบยืนยันว่าตัวแปรสังเกตสามารถวัดตัวแปรแฝง โดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2557) โดยมีขั้นตอนการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน มีรายละเอียดดังนี้

5.1 การพัฒนาโมเดลการวัดจากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

5.2 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน โดยตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลการวัดกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Model Fit) และการทดสอบน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (Standardized Factor Loading)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยในครั้งนี้ มีดังนี้

1. สถิติพื้นฐาน เพื่อใช้บรรยายคุณลักษณะของสิ่งที่ศึกษา ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Stand Deviation)

2. สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัย ได้แก่ การตรวจสอบค่าความตรงของเนื้อหา โดยการคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ IOC (Index of Item Object Congruence) จากการประเมินคุณภาพเครื่องมือ โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน การหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) โดยการคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์ของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) จากการนำแบบสอบถามไปทดสอบกับตัวอย่างไม่ใช่ตัวอย่างจริงจำนวน 30 ชุด

3. การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) โดยใช้ค่า ดัชนีความสอดคล้องของโมเดล (Model Fit Index) และค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Standardized Factor Loading) โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.1 ดัชนีความสอดคล้องของโมเดล มีดังนี้

3.1.1 ค่าไค-สแควร์ (Chi-square/ χ^2 หมายถึง ค่าที่ใช้ทดสอบความกลมกลืน ระหว่างเมทริกซ์ ค่าแปรปรวน-ค่าแปรปรวนร่วมของข้อมูลเชิงประจักษ์ที่เก็บได้จริง กับเมทริกซ์ค่าแปรปรวน-ค่าแปรปรวนร่วมของโมเดลที่พัฒนาขึ้น ค่าสถิติไค-สแควร์มีค่ามากกว่า 0.05 แสดงว่าโมเดลมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Diamantopoulos and Sigauw, 2000)

3.1.2 ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (Relative Chi-square) หรือ χ^2/df หมายถึง ค่าที่ใช้ปรับลดอิทธิพลของขนาดตัวอย่างที่มีต่อค่าสถิติไค-สแควร์เนื่องจากการใช้ค่าไค-สแควร์ มีข้อจำกัด กล่าวคือ ค่าไค-สแควร์ จะมีค่าสูงหากขนาดตัวอย่างใหญ่ทำให้อาจจะสรุปว่าโมเดล

ไม่กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในขณะที่ความจริงมีความกลมกลืน โดยค่าไค-สแควร์ สัมพัทธ์มีค่าน้อยกว่า หรือเท่ากับ 2 แสดงว่าโมเดลมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Schumacker and Lomax, 2010)

3.1.3 ค่าดัชนีระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบ (Comparative Fit Index: CFI) หมายถึง ค่าเปรียบเทียบค่าไค-สแควร์ของโมเดลอิสระลบล้างของสาเหตุของโมเดลอิสระ กับ ค่าไค-สแควร์ของโมเดลของผู้วิจัยลบล้างของสาเหตุของโมเดลของผู้วิจัย โมเดลที่พัฒนาขึ้นกับโมเดลอิสระ ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบมีค่ามากกว่า หรือเท่ากับ 0.95 แสดงว่าโมเดลมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Kaplan, 2000)

3.1.4 ค่าดัชนีระดับความกลมกลืน (Goodness of Fit Index: GFI) หมายถึง ค่าที่ใช้วัดความสัมพันธ์ระหว่างค่าไค-สแควร์ของโมเดลของผู้วิจัยและค่าไค-สแควร์ของโมเดลอิสระ ซึ่งโมเดลอิสระ คือ ตัวแปรเป็นอิสระต่อกัน หรือค่าแปรปรวนร่วมระหว่างตัวแปรเป็นศูนย์ค่าดัชนีระดับความกลมกลืนมีค่ามากกว่า หรือเท่ากับ 0.95 แสดงว่าโมเดลมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Diamantopoulos and Siguaw, 2000)

3.1.5 ค่าดัชนีระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted Goodness of Fit Index: AGFI) หมายถึง ค่าที่ได้จากการปรับแก้ดัชนี GFI โดยคำนึงถึงขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวนตัวแปรและขนาดขององศาอิสระ ซึ่งดัชนี AGFI มีคุณสมบัติเหมือนกับดัชนี GFI ค่าดัชนีระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้วมีค่ามากกว่า หรือเท่ากับ 0.95 แสดงว่าโมเดลมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Diamantopoulos and Siguaw, 2000)

3.1.6 ค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อนโดยประมาณ (Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA) หมายถึง ค่าเฉลี่ยของความแตกต่าง (ความไม่กลมกลืน) ต่อองศาอิสระ ค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อนโดยประมาณ มีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงว่าโมเดลมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (Diamantopoulos and Siguaw, 2000)

3.2 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (Standardized Factor Loading) หมายถึง ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรที่ปรับให้เป็นมาตรฐาน ไม่มีหน่วยค่าน้ำหนักองค์ประกอบ มาตรฐานมีค่ามากกว่า 0.40 จึงผ่านเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (Hair et al., 2006)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยเรื่อง “ยุทธศาสตร์การพัฒนาจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา” ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันและแนวโน้มการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา 2. ศึกษาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา 3. ศึกษาสภาพแวดล้อมวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา และการวิเคราะห์ TOWS Matrix Analysis เพื่อนำมาจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลาและ 4. จัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์เพื่อเพิ่มศักยภาพและรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันในจังหวัดสงขลา โดยการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Method Research) ที่มีทั้งแบบวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และแบบวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูล และนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1. ศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันและแนวโน้มการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

การวิจัยเชิงคุณภาพในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลจากเอกสารข้อมูล (Documentary study) เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา และใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ร่วมกับการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมโดยผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก 3 ประเด็น ได้แก่ 1. สถานการณ์ปัจจุบันอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) ในจังหวัดสงขลา 2. นโยบายการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) ในจังหวัดสงขลา และ 3. แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) ในจังหวัดสงขลา โดยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพและการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ซึ่งอาศัยการตีความ (Interpretation) ผู้วิจัยดำเนินการรวบรวมข้อมูลโดยขอความร่วมมือจากผู้เชี่ยวชาญมีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ และผู้เชี่ยวชาญที่มีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายและ/หรือเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์เพื่อเป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) การวิจัยครั้งนี้ มีผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 17 คน ตามตารางที่ 10. ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกนำมาวิเคราะห์ ด้วยการตัดทอนข้อมูล (data reduction) ให้เหลือสาระสำคัญตามหลักเหตุและผล เพื่อรวบรวมและสรุปเป็น

ประเด็นที่เกี่ยวกับสถานการณ์ปัจจุบันของอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา เพื่อกำหนดเป็นยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา

ตารางที่ 10 รายละเอียดของผู้ให้ข้อมูลหลักจากการสัมภาษณ์เชิงลึก

ลำดับ	ตำแหน่งงานและสถานประกอบการ	พื้นที่	นามสมมุติ
1.	รองผู้ว่าราชการจังหวัดสงขลา	สงขลา	ผู้ให้ข้อมูลหลัก หมายเลข 1
2.	รองนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา	สงขลา	ผู้ให้ข้อมูลหลัก หมายเลข 2
3.	ผู้จัดการอาวุโส ฝ่ายส่งเสริมตลาดภายในประเทศ สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและ นิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน.	กรุงเทพฯ	ผู้ให้ข้อมูลหลัก หมายเลข 3
4.	นายกสมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย)	กรุงเทพฯ	ผู้ให้ข้อมูลหลัก หมายเลข 4
5.	นายกสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา	สงขลา	ผู้ให้ข้อมูลหลัก หมายเลข 5
6.	รองผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานหาดใหญ่	สงขลา	ผู้ให้ข้อมูลหลัก หมายเลข 6
7.	ประธานกรรมการฝ่ายการศึกษาและพัฒนา สมาคมการแสดงสินค้าไทย (TEA)	กรุงเทพฯ	ผู้ให้ข้อมูลหลัก หมายเลข 7
8.	ผู้อำนวยการศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราช สมบัติครบ ๖๐ ปี	สงขลา	ผู้ให้ข้อมูลหลัก หมายเลข 8
9.	กรรมการที่ปรึกษา/ประธานฝ่ายวิชาการและ กิจการต่างประเทศ หอการค้าจังหวัดสงขลา	สงขลา	ผู้ให้ข้อมูลหลัก หมายเลข 9
10.	ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสงขลา	สงขลา	ผู้ให้ข้อมูลหลัก หมายเลข 10
11.	พัฒนาการจังหวัดสงขลา	สงขลา	ผู้ให้ข้อมูลหลัก หมายเลข 11
12.	ประธานหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการประชุมนิทรรศการและการท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์	สงขลา	ผู้ให้ข้อมูลหลัก หมายเลข 12

13.	อาจารย์ประจำสาขาการโรงแรมและการท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	สงขลา	ผู้ให้ข้อมูลหลัก หมายเลข 13
14.	ผู้อำนวยการฝ่ายขาย บริษัท N.C.C Management & Development จำกัด	กรุงเทพฯ	ผู้ให้ข้อมูลหลัก หมายเลข 14
15.	เจ้าหน้าที่อาวุโสฝ่ายภาพลักษณ์องค์กร บริษัท N.C.C Management & Development จำกัด	กรุงเทพฯ	ผู้ให้ข้อมูลหลัก หมายเลข 15
16.	ผู้จัดการทั่วไป โรงแรมบุรี ศรีภูมิ	สงขลา	ผู้ให้ข้อมูลหลัก หมายเลข 16
17.	ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายอาหารและเครื่องดื่ม โรงแรมชาสุระ แกรนด์ วิล	สงขลา	ผู้ให้ข้อมูลหลัก หมายเลข 17

สถานการณ์ปัจจุบันของอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา

อุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลาอยู่ในระดับท้องถิ่นที่มีโอกาสเติบโตเพิ่มขึ้น ด้วยปัจจัยด้านพื้นที่เป็นศูนย์กลางการคมนาคมขนส่งมีเส้นทางหลักที่ใช้ในการเดินทางทั้งทางรถยนต์ ทางรถไฟ ทางเรือ และทางเครื่องบิน เป็นหนึ่งในจังหวัดศูนย์กลางเศรษฐกิจและการลงทุนของภาคใต้ และเขตเศรษฐกิจพิเศษ สะเดา ปาดังเบซาร์ เชื่อมโยงเศรษฐกิจทางตอนบนของภาคกับตอนใต้ของประเทศไปยังประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มอาเซียน ได้แก่ มาเลเซีย สิงคโปร์ ทั้งยังเป็นศูนย์รวมการประชุมของภาครัฐจากภาคใต้ตอนล่างทั้งหมด เนื่องจากเป็นศูนย์รวมศูนย์ราชการของภาคใต้ (Government Center) โดยมีหน่วยงานบริหารราชการส่วนกลางในพื้นที่ถึง 221 หน่วยงาน และยังเป็นที่ตั้งของกงสุลใหญ่ประจำประเทศไทย 5 ประเทศ ได้แก่ จีน มาเลเซีย อินเดีย อินโดนีเซีย และมองโกเลีย อีกด้วย โดยมีศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ ๖๐ ปี มีพื้นที่รวมของหอประชุมใหญ่เป็นอันดับที่ 9 ของประเทศ เป็นศูนย์ประชุมที่มีขนาดใหญ่ที่สุดของภาคใต้ ซึ่งสามารถจุคนได้ถึง 4,000 คน ได้รับการยอมรับทั้งจากผู้จัดงาน ผู้เข้าร่วมงาน ทั้งในระดับภูมิภาค และระดับประเทศ เป็นกลไกสำคัญที่ช่วยกระตุ้นให้เกิดการขับเคลื่อนของอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลาและภาคใต้ โดยสามารถแบ่งสัดส่วนของจำนวนการจัดงานแต่ละประเภทออกเป็น 5 กลุ่มคือ การจัดประชุม สัมมนา 51% การจัดนิทรรศการและการแสดงสินค้า 16% งานแต่งงาน 10% งานคอนเสิร์ต การแสดง 7%

และอื่นๆ 16% เน้นการจัดกิจกรรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในประเทศ ได้แก่ กลุ่มวิชาชีพ นักศึกษา กลุ่มราชการพนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเอกชน โดยงานที่จัดขึ้นเป็นงานระดับภูมิภาคและระดับประเทศ 95% และเป็นงานระดับนานาชาติในลักษณะของการร่วมจัดระหว่างหน่วยงาน หรือองค์กรภายในประเทศและระหว่างประเทศ 5% งานที่ประสบความสำเร็จและมีผู้เข้าร่วมชมงานมากที่สุด คือ งาน OTOP ทั่วไทย Motor Show Hat Yai บ้านคอนโดและวัสดุ ตกแต่ง โฮมโพร แฟร์ Coffee Tea & Bakery Fair Summer Bitter Sweet และงาน Songkhla Travel Fair สร้างยอดเงินสะพัดและรายได้ทางเศรษฐกิจในท้องถิ่นรวมกว่า 722 ล้านบาท และมีจำนวนผู้เข้าร่วมชมงานประมาณ 1.8 ล้านคน มีรายจ่ายต่อคนประมาณ 2,500 บาท และช่วงเวลาของการจัดกิจกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา พบว่าจะมีการจัดงานต่อเนื่องตลอดปี ดังนั้น การเติบโตของการจัดงานที่เกิดขึ้น เป็นการสร้างงาน สร้างอาชีพให้กับคนในท้องถิ่นได้ในวงกว้าง และยังก่อให้เกิดธุรกิจใหม่ๆ ขึ้น เพื่อรองรับธุรกิจการจัดประชุม สัมมนา งานแสดงสินค้าและนิทรรศการอีกด้วย อาทิ บริษัทรับจัดงาน บริการอุปกรณ์สำหรับการจัดงานประชุมและนิทรรศการ บริการถ่ายภาพและวีดีทัศน์ บริการจัดเลี้ยง บริการห้องพัก ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ ล้วนยืนยันได้เป็นอย่างดีว่าธุรกิจไมซ์ที่เติบโต และก้าวเดินอย่างต่อเนื่องในจังหวัดสงขลานั้น นอกจากจะช่วยสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับคนในท้องถิ่นแล้ว ยังช่วยยกระดับธุรกิจไมซ์ในประเทศไทยให้สามารถแข่งขันในระดับนานาชาติอีกด้วย

“หาดใหญ่ เป็นเมืองเศรษฐกิจของภาคใต้ มีความโดดเด่นเรื่องทำเลที่ตั้ง มีโครงสร้างพื้นฐาน และการคมนาคมที่สะดวกทั้งทางบกและทางอากาศ เรามีสนามบินนานาชาติ ที่รองรับการเดินทางได้ทั้งภายในและต่างประเทศ โรงแรมที่พักก็มีหลากหลายแบบให้เลือกพักได้ตามต้องการของนักท่องเที่ยว ทั้งยังมีศูนย์ประชุมที่ใหญ่และทันสมัยที่สุดในภาคใต้ ซึ่งถือว่ามีความพร้อมที่รองรับการจัดกิจกรรมไมซ์ได้เป็นอย่างดี (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 1,2561)

“ด้วยศักยภาพและความพร้อมของจังหวัดสงขลา ทั้งการเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ การคมนาคมขนส่ง การศึกษา การท่องเที่ยวของภาคใต้ และด้วยการสนับสนุนของภาครัฐในการพัฒนาหัวเมืองแห่งนี้ให้กลายเป็นไมซ์ซิตี ซึ่งหากได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ทั้งจากหน่วยงานรัฐ บริษัทเอกชน และภาคการศึกษา ก็จะทำให้การก้าวไปสู่เป้าหมายดังกล่าว สำเร็จลุล่วงได้ในไม่ช้านี้” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 2,2561)

“ตลาดไมซ์เติบโตในทุกเมืองของประเทศ และกำลังเติบโตแบบก้าวกระโดดในอาเซียน ซึ่งอาเซียนทุกประเทศต่างหันมาพัฒนาเมืองรองเพื่อรองรับการประชุมและแสดงสินค้าให้มากขึ้น เพราะ

รายได้จากตลาดไมซ์สูงกว่า 3-4 เท่าของการท่องเที่ยวทั่วไป ซึ่งเมืองรองที่เรามองไว้ว่ามีศักยภาพ ประกอบด้วย เชียงราย อุตรธานี นครราชสีมา ระยอง และหาดใหญ่ จ.สงขลา ทางที่เลียบ กำลังหา แนวทางการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์เมืองรองเหล่านี้ให้พร้อมรองรับการจัดงานไมซ์ และการกระจายกิจกรรมไมซ์จากเมืองหลักสู่ภูมิภาคท้องถิ่น” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 3,2561)

“หาดใหญ่มี ศักยภาพที่เพียงพอพร้อมในการจัดงานที่มีคุณภาพได้ ไม่ว่าจะเป็นการคมนาคมที่สะดวก มีสนามบินนานาชาติหาดใหญ่ที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยว ได้จำนวนมาก เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของภาคใต้อยู่ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจสามฝ่าย อินโดนีเซีย-มาเลเซีย-ไทย (Indonesia-Malaysia-Thailand Growth Triangle: IMT-GT)” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 3,2561)

“เราเป็นศูนย์ประชุมระดับนานาชาติของประเทศไทยที่ใหญ่ที่สุดในภาคใต้ รองรับผู้เข้าร่วมงานไมซ์ได้ถึง 4,000 คน และมีศักยภาพสูงในการเพิ่มขีดความสามารถรองรับการขยายตัวของเศรษฐกิจอาเซียน เนื่องจากมีความทันสมัย เพียงพร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวก และมีมาตรฐานแข่งขันในระดับนานาชาติ” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 8,2561)

“มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ได้ตระหนักถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดงานแสดงสินค้า และนิทรรศการ หรืออุตสาหกรรมไมซ์ ซึ่งช่วยส่งเสริมศักยภาพทางเศรษฐกิจและสร้างรายได้เข้าประเทศในแต่ละปีเป็นจำนวนมาก จึงได้มีการริเริ่มเปิดการเรียนการสอนในหลักสูตรการจัดการประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล มาตั้งแต่ปี 2556 ซึ่งถือเป็นสถาบันอุดมศึกษาอันดับต้น ๆ ที่ได้มีการเปิดการเรียนการสอนในหลักสูตรนี้ เพื่อเผยแพร่ความรู้ด้านธุรกิจไมซ์แก่นักศึกษา รวมถึงผู้ประกอบการ หน่วยงาน องค์กร ผู้จัดงานในพื้นที่มาอย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ ในธุรกิจไมซ์แก่ผู้จัดงาน รวมทั้งพัฒนาทักษะ ความรู้ ความสามารถ เสริมสร้างประสบการณ์แก่นักศึกษาให้มีความพร้อมรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาคใต้ (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 12,2561)

นโยบายการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) ในจังหวัดสงขลา

จังหวัดสงขลาได้รับการสนับสนุนจากนโยบายของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ในการกระจายงานออกนอกพื้นที่กรุงเทพฯ ไปยังหัวเมืองใหญ่ๆ ทั่วประเทศ โดยให้การสนับสนุนหน่วยงานผู้จัดงาน ทั้งในด้านงบประมาณ และการสนับสนุนอื่น ๆ ซึ่งในส่วนของการจัดงานแสดงสินค้านั้น มุ่งส่งเสริมและสนับสนุนในด้านการพัฒนาคุณภาพการจัดงานเดิม

ให้ดียิ่งขึ้น รวมไปถึงการพัฒนารูปแบบงานใหม่ๆ และกระจายงานที่ประสบความสำเร็จในพื้นที่ กรุงเทพฯ ไปสู่ภาคต่าง ๆ เพื่อพัฒนาศักยภาพผู้จัดงานแสดงสินค้า รวมไปถึงสร้างเครือข่ายผู้จัดงานแสดงสินค้าทั้งในพื้นที่ เพื่อเป็นช่องทางในการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้ ช่วยให้เกิดการพัฒนางานแสดงสินค้าใหม่ๆ และยกระดับคุณภาพการจัดงานแสดงสินค้าในภาคได้

“ฝ่ายส่งเสริมตลาดในประเทศ TCEB มีกลยุทธ์หลัก 4 ด้านในการพัฒนาธุรกิจไมซีในประเทศไทย กลยุทธ์แรกคือ การสร้างความร่วมมือกับภาคีต่าง ๆ ทั้งหน่วยงานภาครัฐ เอกชน สมาคมต่าง ๆ กลยุทธ์ที่ 2 มุ่งสนับสนุนให้เกิดงานใหม่ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมหลัก และเศรษฐกิจ 4.0 กลยุทธ์ที่ 3 กระจายงานออกนอกพื้นที่กรุงเทพฯ ไปยังหัวเมืองใหญ่ๆ ทั่วประเทศ กลยุทธ์ที่ 4 ผลักดันการเจรจาธุรกิจสำหรับตลาดไมซีในประเทศ โดยฝ่ายส่งเสริมตลาดในประเทศ พร้อมให้การสนับสนุนหน่วยงานผู้จัดงาน ทั้งในด้านงบประมาณ และการสนับสนุนอื่นๆ ซึ่งในส่วนของการจัดงานแสดงสินค้านั้น มุ่งส่งเสริมและสนับสนุนในด้านการพัฒนาคุณภาพการจัดงานเดิมให้ดียิ่งขึ้น รวมไปถึงการพัฒนารูปแบบงานใหม่ๆ และกระจายงานที่ประสบความสำเร็จในพื้นที่กรุงเทพฯ ไปสู่ภาคต่าง ๆ โดยแบ่งรูปแบบการสนับสนุนออกเป็น 3 ระดับ ตามขนาดของการจัดงาน ซึ่งการจัดงานในครั้งนี้ถือเป็นกิจกรรมหนึ่งที่จะช่วยพัฒนาศักยภาพผู้จัดงานแสดงสินค้า รวมไปถึงสร้างเครือข่ายผู้จัดงานแสดงสินค้าทั้งในพื้นที่จังหวัดสงขลา และใกล้เคียง เพื่อเป็นช่องทางในการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้ ช่วยให้เกิดการพัฒนางานแสดงสินค้าใหม่ๆ และยกระดับคุณภาพการจัดงานแสดงสินค้าในภาคได้” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 3,2561)

จังหวัดสงขลา ร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และ สภาอุตสาหกรรมจังหวัดสงขลา มีนโยบายสนับสนุนการจัดกิจกรรมตลอดทั้งปีตามเทศกาล ประเพณี หรือวันสำคัญต่าง ๆ ภายใต้แนวคิด “สงขลามหาสนุก สุขทั้งปีที่สงขลา” โดยมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายทั้งธรรมชาติอันอุดมสมบูรณ์ ศิลปวัฒนธรรมประเพณีโดดเด่น อาหารอร่อย และแหล่งช้อปปิ้ง รวมถึงย่านเมืองเก่าสงขลาที่โดดเด่นไปด้วย Street Art และของอร่อยมากมาย

“โครงการนี้เป็นแผนพัฒนากลยุทธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวปี 2560-2561 ภายใต้แนวคิด “สงขลามหาสนุก สุขทั้งปีที่สงขลา” โดยสงขลานำเที่ยวเป็น 1 ใน 15 วาระอันเป็นเป้าหมายในการพัฒนาสงขลา ภายใต้แนวคิด “เทศกาลสงขลามหาสนุก” โดยมีกลยุทธ์ที่สำคัญคือ “ยกระดับคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ศิลปวัฒนธรรม แหล่งธรรมชาติ ประวัติศาสตร์และสุขภาพ สู่วัฒนธรรมนานาชาติ” อีกทั้งยังเป็นการเน้นย้ำจุดยืนในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา ให้เป็นเมืองท่องเที่ยวระดับคุณภาพและเที่ยวได้ทั้งปี” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 1,2561)

วัตถุประสงค์ที่ 2. ศักยภาพอุตสาหกรรมไมซีในจังหวัดสงขลา

เพื่อให้เห็นถึงศักยภาพอุตสาหกรรมไมซีในจังหวัดสงขลา ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากผู้เชี่ยวชาญที่อยู่ในกลุ่มภาครัฐ เอกชน นักวิชาการ จำนวน 17 คน ตามตารางที่ 8 และวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้แบบสอบถามผู้จัดงาน/เจ้าภาพการจัดงาน/เจ้าของงานการประชุมสัมมนา งานแสดงสินค้า/นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในจังหวัดสงขลาจำนวน 200 คน และผู้เข้าร่วมกิจกรรมประชุมสัมมนา งานแสดงสินค้า/นิทรรศการและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในจังหวัดสงขลา ในศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชครบ 60 ปี มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ จำนวน 200 คน ซึ่งได้แสดงทัศนะเกี่ยวกับศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซีในจังหวัดสงขลาตามกรอบแนวคิดที่ผู้วิจัยนำเสนอ จากนั้นจึงนำผลการวิจัยไปวิเคราะห์และสังเคราะห์เพื่อให้ได้ข้อมูลศักยภาพอุตสาหกรรมไมซีในจังหวัดสงขลา สามารถสรุปได้ 7 ประเด็น ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

1. ด้านโครงสร้างพื้นฐาน

ผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นผู้เชี่ยวชาญได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพของจังหวัดสงขลา ด้านโครงสร้างพื้นฐานสามารถสรุปได้ว่า เป็นเมืองหลักของภาคใต้ตอนล่างและเป็นศูนย์กลางการคมนาคม เป็นประตูผ่านไปยังประเทศเพื่อนบ้าน คือ มาเลเซีย และสิงคโปร์ มีเส้นทางหลักที่ใช้ในการเดินทางทั้งทางรถยนต์ ทางรถไฟ ทางเรือ และทางเครื่องบิน แต่ควรมีการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน โดยเฉพาะเส้นทางคมนาคมในอำเภอหาดใหญ่ ให้สามารถเชื่อมโยงเส้นทางคมนาคมขนส่งทั้งภายในและภายนอกภูมิภาคอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้เกิดความสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัยในการเดินทาง อีกทั้งเป็นการเพิ่มโอกาสในการแข่งขันและกระจายรายได้ลงสู่พื้นที่ได้มากขึ้น จังหวัดสงขลา มีแผนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญ คือ 1) ถนนมอเตอร์เวย์สายหาดใหญ่-สะเตา-มาเลเซีย มูลค่า 23,000 ล้านบาท เพื่อเป็นโครงข่ายสนับสนุนการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศและการท่องเที่ยว โดยคาดว่าจะแล้วเสร็จในปี 2563 2) รถไฟรางคู่ เส้นทางหาดใหญ่-ปาดังเบซาร์ เพื่อรองรับการเปิดสถานีรถไฟปาดังเบซาร์ ซึ่งตั้งอยู่ในเขตของสหพันธรัฐมาเลเซียและที่ตั้งอยู่ในฝั่งไทยรวมทั้งเชื่อมโยงรถไฟความเร็วสูงจากมาเลเซีย-สิงคโปร์ด้วย ทั้งนี้ได้เปิดทดลองเดินขบวนครั้งแรกเมื่อปลายเดือนธันวาคม 2558 3) การพัฒนาด้านศุลกากรสะเตาและปาดังเบซาร์ เพื่อรองรับการค้าข้ามแดนผ่านด่านศุลกากรที่ติดต่อกับประเทศมาเลเซีย และเป็นประตูตุนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียและ

สิงคโปร์สู่ประเทศไทย 4) โครงการพัฒนาระบบไฟฟ้าและประปา เพื่อก่อสร้าง ปรับปรุง ซ่อมแซม และขยายเขตระบบสาธารณูปโภคให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ และ 5) ระบบการสื่อสารและระบบเทคโนโลยี ปัจจุบันได้มีการติดตั้งจุดบริการอินเทอร์เน็ตไร้สายในพื้นที่สาธารณะ ซึ่งทางเทศบาลนครสงขลาได้คาดการณ์ไว้ทั้งหมด 500 จุด เพื่อให้ความสะดวกและรวดเร็วในการติดต่อประสานงานทั้งในส่วนของประชาชน นักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์

“การเดินทางเข้าสู่เมืองมีความสะดวก รองรับการเดินทางได้ทุกรูปแบบ ทั้งทางเครื่องบิน รถไฟ รถประจำทาง และรถยนต์โดยสารส่วนตัว หาดใหญ่เป็นศูนย์กลางการคมนาคมแห่งแรกของภาคใต้ มีรถโดยสารประจำทางระหว่างเมืองของบริษัท ขนส่ง จำกัด ให้บริการไปยังจุดหมายต่าง ๆ ทั้งกรุงเทพฯและภาคใต้ โดยมีสถานีขนส่งหาดใหญ่เป็นสถานีรถโดยสารประจำเมือง สามารถเลือกเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว รถไฟ หรือเครื่องบินไปลงที่สนามบินนานาชาติหาดใหญ่ ซึ่งเป็นสนามบินที่คึกคักที่สุดแห่งหนึ่งของไทย” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 1,2561)

“ทางอบจ.สงขลา มีโครงการศูนย์คมนาคมขนส่งเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดสงขลา ได้รับงบประมาณ 539.3 ล้านบาท เพื่อก่อสร้างสถานีขนส่งผู้โดยสารและศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ที่ครบวงจรและทันสมัย มีคุณภาพ ได้มาตรฐานรองรับอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ รองรับการแข่งขันของเศรษฐกิจ เป็นศูนย์กลางการค้าชายแดนระหว่างประเทศ นอกจากนี้ ยังมีโครงการพัฒนารถไฟความเร็วสูงและรถไฟรางคู่ โดยรถไฟรางคู่ช่วงที่ดำเนินการไปแล้วส่วนของสายใต้ ประกอบด้วยช่วงช่วงนครปฐม-หัวหิน ช่วงหัวหิน-ประจวบคีรีขันธ์-ชุมพร จากนั้นจะมีการขยายต่อมายังช่วงชุมพร-สุราษฎร์ธานี ช่วงสุราษฎร์ธานี-หาดใหญ่-สงขลา และช่วงหาดใหญ่-ปาดังเบซาร์ อีกด้วย” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 2,2561)

“นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้ามายังหาดใหญ่ได้หลายวิธี โดยหาดใหญ่นับเป็นศูนย์กลางของการคมนาคมของภาคใต้ มีรถโดยสารจำนวนมากเดินทางไปยังจังหวัดใกล้เคียงทุกจังหวัด นอกจากนี้หาดใหญ่ยังมีเส้นทางเชื่อมต่อไปยังชายแดนประเทศมาเลเซียอีกด้วย” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 10,2561)

“ควรมีการพัฒนาความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ด้านชายแดน การคมนาคมขนส่ง ระบบน้ำ ไฟฟ้าและอื่น ๆ เพื่อรองรับการเจริญเติบโตของพื้นที่ และอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวและนักลงทุน” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 11,2561)

“ระบบขนส่งมวลชนที่ล้มเหลวล้าหลัง ก็เป็นอีกปัจจัยที่ต้องเร่งพัฒนา ปรับปรุงให้มีคุณภาพ และครอบคลุมพื้นที่ในการให้บริการเพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางของนักท่องเที่ยว รวมทั้งปัญหาการจราจรติดขัดในเวลาเร่งด่วน ยิ่งปัญหาจราจรเพิ่มมากขึ้นเท่าไร ผลกระทบกับธุรกิจการค้าในตัวเมืองหาดใหญ่จะเพิ่มมากขึ้น” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 11,2561)

“หาดใหญ่เป็นเมืองที่มีเสน่ห์ดึงดูดนักท่องเที่ยวมาก โดยเป็นศูนย์กลางของการคมนาคม ซึ่งสามารถเข้าถึงได้ทั้งสะดวกทั้งทางรถยนต์ รถไฟ และเครื่องบิน ในตัวเมืองหาดใหญ่มีโรงแรมที่พักจำนวนมาก ทั้งโรงแรมระดับเฟิร์สคลาสและโรงแรมระดับกลาง นอกจากนี้หาดใหญ่ยังมีภัตตาคารและร้านอาหารจำนวนมาก” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 15,2561)

2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักเพื่อวิเคราะห์ศักยภาพจังหวัดสงขลาด้านสิ่งอำนวยความสะดวกสามารถสรุปได้ว่า สงขลามีศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี เป็นศูนย์ประชุมระดับนานาชาติ ที่ใหญ่ที่สุดในภาคใต้มีพื้นที่กว่า ๓,๐๐๐ ตารางเมตร ความจุสูงสุด ๔,๐๐๐ คน มีความทันสมัย เพียบพร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวก อาทิ ระบบแสง-เสียง และโสตทัศนูปกรณ์ครบครัน สามารถรองรับการจัดการประชุม สัมมนา งานแสดงสินค้า การจัดนิทรรศการคอนเสิร์ต ทั้งในระดับภูมิภาค ระดับชาติ และระดับนานาชาติ และเป็นส่วนหนึ่งในการเสริมสร้างเศรษฐกิจ ของจังหวัดสงขลา รวมถึงจังหวัดใกล้เคียงด้วย และยังมีศูนย์ประชุมภายในศูนย์การค้าเซ็นทรัลเฟสติวัล หาดใหญ่ ที่มีขนาดใหญ่ที่สุด และทันสมัยที่สุดในภาคใต้ ด้วยการรองรับการจัดงานได้หลากหลายรูปแบบ อาทิ การประชุม สัมมนา งานแสดงสินค้า คอนเสิร์ต ทั้งในระดับภูมิภาค ระดับชาติ รวมถึงระดับนานาชาติ ด้วยพื้นที่มากกว่า 3,000 ตารางเมตร ในส่วนของโรงแรมที่พักสงขลามีความพร้อมของที่พักและโรงแรมหลากหลายรูปแบบในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ อำเภอเมือง และอำเภอสะเดา จากการเป็นแหล่งท่องเที่ยวและหัวเมืองหลักทางเศรษฐกิจของภาคใต้ตอนล่างและยังมีค่าใช้จ่ายที่ถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับเมืองท่องเที่ยวอื่นๆ นอกจากนี้หาดใหญ่ยังมีภัตตาคารและร้านอาหารหลากหลายรูปแบบ ตั้งแต่ร้านริมถนนไปจนถึงสวนอาหารหรือภัตตาคารหรูหรารในโรงแรม ซึ่งมีเมนูอาหารแปลกและอร่อยรองรับตลอด 24 ชั่วโมง ถึงแม้ว่าจ.สงขลาจะมีความพร้อมด้านพื้นที่ แต่ก็ยังมีปัญหาการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว เช่น ห้องน้ำ ป้ายบอกทาง ข้อมูลการท่องเที่ยว ที่ไม่มีคุณภาพไม่เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว รวมถึงการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวก็ยังไม่เพียงพออีกด้วย

“สงขลามีร้านอาหารที่หลากหลาย พร้อมรองรับนักท่องเที่ยวได้เป็นจำนวนมาก มีทั้งอาหารทั่วไปและอาหารทะเล บรรยากาศหลากหลาย ทั้งโซนบนเขา ริมทะเล และในเมือง (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 6,2561)

“เรามีความมุ่งมั่นที่จะทำให้ศูนย์ประชุมมีศักยภาพ สามารถรองรับความต้องการของลูกค้าได้อย่างครบวงจร มีการสร้างงานสร้างรายได้ให้กับจังหวัดสงขลา-หาดใหญ่และภาคใต้โดยรวม” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 8,2561)

“ผมเคยพาสมาชิกหอการค้ามาดูศูนย์ประชุมนานาชาติคลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี เขาตกใจมาก ที่มีศูนย์ประชุมขนาดใหญ่ ในขณะที่ความพร้อมทางด้านอื่น เช่น โรงแรม สายการบินที่มีทั้งในและต่างประเทศ ทางรถยนต์จากมาเลเซีย สิงคโปร์ รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวใน จ.สงขลาที่มีความพร้อมที่รองรับกิจกรรมไมซ์ ได้เป็นอย่างดี” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 9,2561)

“สถานที่จัดงานมีความหลากหลาย ทั้งในโรงแรมและศูนย์ประชุม มีห้องประชุมหลายขนาดรองรับการการจัดกิจกรรมได้ทั้งภายในและภายนอกอาคาร จึงถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เลือกลงมาจัดงานในพื้นที่สงขลา” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 11,2561)

“สงขลาที่มีความพร้อมในด้านโรงแรมเพื่อรองรับความต้องการของผู้เข้าร่วมประชุมและสัมมนา ควรปรับปรุงและเพิ่มความพร้อมด้านสถานที่ในการจัดประชุมสัมมนา ห้องประชุมในพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นห้องประชุมขนาดเล็ก ความจุอยู่ที่ประมาณ 200 คน ส่วนห้องประชุมขนาดใหญ่มีจำนวนจำกัด” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 13,2561)

3. ด้านความมั่นคงและปลอดภัย

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักเพื่อวิเคราะห์ศักยภาพจังหวัดสงขลา ด้านความมั่นคงและปลอดภัย สามารถสรุปได้ว่า จังหวัดสงขลา มีพื้นที่ติดต่อกับ 3 จังหวัดชายแดนใต้ ส่งผลต่อความเชื่อมั่นด้านความมั่นคงและปลอดภัยของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในพื้นที่ เทศบาลนครหาดใหญ่ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีแนวทางการจัดการความมั่นคงปลอดภัยที่เหมาะสม มีการวางมาตรการความปลอดภัยต่าง ๆ อย่างบูรณาการได้แก่ การตั้งจุดตรวจ จุดสกัด การลาดตระเวนโดยเจ้าหน้าที่ตำรวจและร่วมโดยตำรวจชุมชน อส. ในเชิงลึกมีการติดตามผู้ต้องสงสัย มีการจัดหาเครื่องมืออุปกรณ์ต่าง ๆ เช่นเครื่องตรวจวัตถุระเบิด มีการกำหนดมาตรการรักษาความปลอดภัยเพิ่มเติม ได้แก่ การห้ามจอดรถในบริเวณสถานที่สำคัญ เช่น ธนาคารพาณิชย์ การเพิ่มความเข้มงวดในการรักษาความปลอดภัยองค์กรต่าง ๆ การติดตั้งกล้องวงจรปิดในพื้นที่สาธารณะ ห้างสรรพสินค้าสถานบันเทิง สถาน

บริการ และจุดเสี่ยงภัยต่าง ๆ เพื่อสร้างความมั่นใจในความปลอดภัยของประชาชน สามารถดำเนินชีวิตอย่างปกติ ลดผลกระทบต่อการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการสามารถประกอบธุรกิจได้อย่างปลอดภัย ทั้งยังกระจายรายได้กระตุ้นเศรษฐกิจในพื้นที่ พร้อมทั้งสร้างภาพลักษณ์ในด้านความสงบสุขและความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยในการรองรับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี พร้อมกันนี้ ศูนย์ประชุมนานาชาติ ฉลองสิริราชสมบัติครบ ๖๐ ปีหาตใหญ่ ได้รับมาตรฐานระดับสากลด้านการจัดการรักษาความปลอดภัยสำหรับการจัดประชุม สัมมนา และนิทรรศการ หรือมอก.22300 MICE Security Management System (MSMS) และมาตรฐานระบบการบริหารการจัดการงานอย่างยั่งยืน (ISO 20121 Event Sustainability Management System) จึงสร้างความมั่นใจให้กับผู้เข้าร่วม และผู้ที่เดินทางมาจัดแสดงสินค้า

“ทางจังหวัดสงขลามีนโยบาย ติดตั้งกล้อง CCTV อัจริยะในพื้นที่เศรษฐกิจและแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ เพื่อสร้างความมั่นคงปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวตลอดจนมีด้านตรวจความมั่นคงในเส้นทางหลักและเส้นทางรองในพื้นที่จังหวัดสงขลา” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 1,2561)

“จังหวัดสงขลาอยู่ในพื้นที่ติด 3 จังหวัดชายแดน มีภาพลักษณ์เรื่องความปลอดภัย ที่อาจจะสร้างความกังวลให้กับนักท่องเที่ยว ดังนั้นควรเพิ่มมาตรการด้านความปลอดภัย เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่นักท่องเที่ยว เช่น มีศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวตามสถานที่สำคัญในจังหวัด” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 2,2561)

“ทางอบจ. ได้ร่วมกับสถานีตำรวจภูธรเมืองสงขลาจัดโครงการฝึกอบรมอาสาสมัครตำรวจบ้านรักษาความปลอดภัยนักท่องเที่ยว ถือเป็นโครงการนำร่องในการเปิดโอกาสให้อาสาสมัครภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดูแลรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี พร้อมสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามาในพื้นที่จังหวัดสงขลา” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 2,2561)

“มีมาตรการดูแลรักษาความปลอดภัยอย่างเข้มงวดในทุกพื้นที่ที่สำคัญ มีการจัดตั้งด่านของเจ้าหน้าที่ในพื้นที่โดยรอบตัวเมือง การเครื่องตรวจเอกซเรย์ในบริเวณด่านตรวจก่อนเข้าลานจอดรถทุกคัน เชื่อว่าสามารถสร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยให้กับผู้เข้าร่วมงานได้เป็นอย่างดี” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 5,2561)

“จากสถานการณ์ไม่สงบในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ และบางส่วนของ จ.สงขลา ทำให้นักท่องเที่ยวที่เข้าสู่ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา ลดลงไปแล้วถึงร้อยละ 30 เมื่อเทียบกับช่วงที่มีเหตุการณ์ปกติ” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 6,2561)

“ศูนย์ประชุมได้รับการรับรองมาตรฐานระดับสากล ไม่ว่าจะเป็น มอก. 22300 ระบบการจัดการด้านความปลอดภัยสำหรับการประชุม สัมมนาและนิทรรศการ มาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย (ประเภทห้องประชุม) และ ISO 20121 ระบบการบริหารการจัดงานอย่างยั่งยืน ทำให้ผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงาน เกิดความมั่นใจในระบบการดูแลรักษาความปลอดภัยมากขึ้น” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 8,2561)

“ควรให้ความสำคัญในการแก้ปัญหาความไม่สงบในจังหวัด เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักลงทุน การใช้มาตรการส่งเสริมการลงทุน โดยการให้สิทธิพิเศษด้านการลงทุนเพื่อให้กับผู้ประกอบการที่เข้ามาลงทุนในพื้นที่เพิ่มขึ้น” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 11,2561)

4. ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่อยู่ในท้องถิ่น

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักเพื่อวิเคราะห์ศักยภาพจังหวัดสงขลา ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่อยู่ในท้องถิ่นสามารถสรุปได้ว่า จ.สงขลาได้ตระหนักถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดงานแสดงสินค้า และนิทรรศการ หรืออุตสาหกรรมไมซ์ ซึ่งช่วยส่งเสริมศักยภาพทางเศรษฐกิจ และสร้างรายได้เข้าประเทศในแต่ละปีเป็นจำนวนมาก ได้ผลักดันให้ความรู้และร่วมส่งเสริม สร้างการรับรู้ และความเข้าใจให้กับทุกภาคส่วนให้เห็นความสำคัญของการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ โดยได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ และศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ ๖๐ ปี ในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อเผยแพร่ความรู้ด้านธุรกิจไมซ์แก่นักศึกษา รวมถึงผู้ประกอบการ หน่วยงาน องค์กร ผู้จัดงานในพื้นที่ จ.สงขลาอย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจในธุรกิจไมซ์แก่ผู้จัดงาน รวมทั้งพัฒนาทักษะ ความรู้ ความสามารถ เสริมสร้างประสบการณ์แก่นักศึกษา ให้มีความพร้อมรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย นอกจากนี้ จังหวัดสงขลา มีนโยบายสนับสนุนการจัดกิจกรรมตลอดทั้งปีตามเทศกาล ประเพณี หรือวันสำคัญต่าง ๆ ภายใต้แนวคิด “สงขลามหาสนุก สุขทั้งปีที่สงขลา” มีการสนับสนุนจากองค์กรภาครัฐภาคเอกชน ประชาชนและนักท่องเที่ยว รวมถึงนักธุรกิจ ด้านการท่องเที่ยวและธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง และสงขลา ยังได้รับโอกาสจากนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยว

ของรัฐบาลด้วยการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่นเอื้อต่อการเสริมสร้างศักยภาพทางการท่องเที่ยวทั้งการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและการตลาด อีกทั้งการมีความร่วมมือภายใต้แผนงาน IMT – GT ทำให้มีเส้นทางท่องเที่ยวที่น่าสนใจมากขึ้น ส่งผลให้มีสายการบินต่างประเทศเพิ่มเที่ยวบินมายังสนามบินขนาดใหญ่ เช่น สายการบิน FIREFLY , TIGER AIR, AIR ASIA, LION AIR, THAI SMILE เป็นต้น

“ทางอบจ.มีนโยบายพัฒนาสงขลาเป็นแลนด์มาร์คด้านการค้า การลงทุน การท่องเที่ยว คมนาคม การปกครองและการศึกษา เพื่อให้เป็นจุดกระจายความเจริญของภาคใต้ รองรับกับการเติบโตมั่งคั่งของเศรษฐกิจในอนาคต โดยร่วมกับองค์การบริหารส่วนตำบล และเทศบาล สนับสนุนการจัดกิจกรรมส่งเสริมการค้าการท่องเที่ยวของอ.หาดใหญ่ และสงขลาให้ก้าวไกลสู่ระดับนานาชาติ โดยเสริมศักยภาพให้นครหาดใหญ่เป็นเมืองแห่งความสุขรองรับการท่องเที่ยวประเภท Shopping การพักผ่อนหย่อนใจและให้สงขลาเป็น Green City เพิ่มสีเขียวให้กับเมือง รวมทั้งสนับสนุนส่งเสริมให้มีการขึ้นทะเบียนพื้นที่อนุรักษ์เขตสงขลาเมืองเก่า เป็นเมืองมรดกโลก เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 2,2561)

“ทีเส็บ (TCEB) ร่วมมือกับกรมส่งเสริมสหกรณ์ ได้จัดทำโครงการ “ไมซ์ เพื่อชุมชน” เพื่อนำอุตสาหกรรมไมซ์ขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนและพัฒนาจุดมุ่งหมายใหม่ในการรองรับงานประชุม ฝึกอบรม จัดกิจกรรมการเรียนรู้ และศึกษาดูงานในประเทศ กระจายรายได้อย่างมั่นคง โดยสหกรณ์การเกษตรรัตภูมิ จำกัด จ.สงขลาเข้าร่วมโครงการในครั้งนี้ นับเป็นโครงการบูรณาการระหว่างหน่วยงานรัฐและเอกชนที่น่าสนใจ ซึ่งสุดท้ายแล้ว คาดหวังว่า จะบรรลุเป้าหมายสามารถขับเคลื่อนเศรษฐกิจในระดับฐานรากและขยายโครงการครอบคลุมทุกสหกรณ์ทั่วประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับการวางแผนกลยุทธ์ 4 แนวทางหลักสำหรับปี 2561 หนึ่งในแนวทางการพัฒนาระบบส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ภูมิภาค ด้วยการเข้าเสริมสร้างจังหวัดที่มีศักยภาพ เช่น สงขลา, เชียงราย, อุตรธานี”. (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 3,2561)

“ตอนนี้ต้องพัฒนาเศรษฐกิจของหาดใหญ่ให้มีความเข้มแข็งมากขึ้นทัดเทียมกับประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาคอาเซียน เนื่องจากหาดใหญ่เป็นศูนย์กลางการค้าของภาคใต้ มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน สามารถเป็นรองรับการจัดงานไมซ์ MICE ได้ทุกรูปแบบ แต่การที่จะไปถึงจุดนั้นได้ สิ่งสำคัญคือการร่วมมือจากภาคีทุกเครือข่าย ต้องร่วมมือกันนำเสนอแนวคิด และลงมือทำอย่างจริงจัง” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 9,2561)

“ทางกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ร่วมกับภาคีจากหลากหลายฝ่ายกำลังจัดทำแนวทางการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวที่มีศักยภาพเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านตามกรอบความร่วมมือเขตเศรษฐกิจสามฝ่ายอินโดนีเซียมาเลเซียไทย หรือแผนงาน IMT-GT นำ Livable Old Towns themes เชื่อมสามเมืองเปิดเส้นทางและรูปแบบการท่องเที่ยวที่จะส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพและสร้างการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวไปในจุดหมายปลายทางทั้งหลักและรอง เชื่อมโยงเมืองเก่าสงขลาซึ่งมีเอกลักษณ์และคุณค่าทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมรวมถึงวิถีชีวิตของประชาชนผู้อยู่อาศัยในท้องถิ่นมีอัตลักษณ์ตั้งแต่อดีต” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 10,2561)

“มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ได้ลงนามความร่วมมือกับสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ในการจัดตั้งศูนย์เครือข่ายด้านการศึกษาไมซ์ในภูมิภาค ภาคใต้ ทั้งนี้ เพื่อเป็นการพัฒนาศักยภาพและยกระดับความรู้ของบุคลากรในธุรกิจไมซ์ ทั้งอาจารย์ผู้สอน บุคลากร และผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมไมซ์ พร้อมทั้งเสริมสร้างโอกาสในการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างบุคลากรในภาคการศึกษาและภาคอุตสาหกรรมไมซ์” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 12,2561)

5. ด้านภาพลักษณ์และสิ่งดึงดูดใจ

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักเพื่อวิเคราะห์ศักยภาพจังหวัดสงขลา ด้านภาพลักษณ์และสิ่งดึงดูดใจสามารถสรุปได้ว่า จังหวัดสงขลาที่มีความหลากหลายทางเชื้อชาติ ศาสนา วัฒนธรรม และยังเป็นพื้นที่ที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจระดับประเทศ เป็นจังหวัดที่มีชื่อเสียงในเรื่องการท่องเที่ยวมาเป็นระยะเวลานาน ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางทะเลในอำเภอเมือง ได้แก่ ทะเลสาบสงขลา แหลมสมิหลา เกาะหนูเกาะแมวหรือสถานที่เลือกซื้อสินค้าและอาหารอร่อยในตัวเมืองหาดใหญ่ รวมถึงสถานที่ท่องเที่ยวด้านศาสนา ศิลปวัฒนธรรมและเนื่องจากสงขลามีชายแดนติดประเทศมาเลเซียและใกล้ประเทศสิงคโปร์ทำให้นักท่องเที่ยวจากสองประเทศดังกล่าวเดินทางมาสงขลาและหาดใหญ่เป็นจำนวนมาก ประกอบกับทางจังหวัดได้มีการจัดโปรแกรมส่งเสริมการท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องเช่น ปีใหม่ตรุษจีน สงกรานต์ลอยกระทง เป็นต้น สงขลามีอัตลักษณ์ของความเป็นเมืองที่มีสองทะเลเชื่อมต่อกัน ระหว่างทะเลสาบสงขลาและทะเลอ่าวไทย ซึ่งทะเลสาบสงขลา มีลักษณะพิเศษ เป็นทะเล 3 สามน้ำ (น้ำจืด, น้ำกร่อย และน้ำเค็ม) ทำให้สงขลาเป็นเมืองที่มีทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย เช่น ชายฝั่งทะเล แหล่งน้ำมัน ป่าชายเลน ป่าดิบชื้น และมีเครือข่าย/องค์กรภาคประชาชนที่เข้มแข็งในการร่วมดูแลรักษา ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เช่น สภากลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา กลุ่มรักษ์คลองอู่ตะเภา ทำให้ได้รับเลือกเป็นจังหวัดต้นแบบเมืองสีเขียว

เขียว (Green City) ที่ได้รับการคัดเลือกภายใต้ความร่วมมือ IMT-GT สงขลาเป็นศูนย์กลางการศึกษาของภาคใต้ที่มีการจัดการศึกษาทุกระดับมีคุณภาพ เป็นที่ยอมรับทั้งใน และต่างประเทศมีมหาวิทยาลัยในจังหวัด 5 แห่ง และศูนย์การเรียนรู้ของมหาวิทยาลัยจาก ภูมิภาคอื่นอีก มากกว่า 4 แห่ง ซึ่งทำการสอนในระดับปริญญาตรี โทและเอก ทั้งหลักสูตร ภาษาไทยและหลักสูตรภาษาอังกฤษ เช่น มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีศรีวิชัย และมหาวิทยาลัยหาดใหญ่ นอกจากนี้จังหวัดสงขลา ยังได้รับปัจจัยสนับสนุนจากการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษ อีกทั้งมีด้านสะดวกและด้านป่าดงเบซาร์ ส่งผลต่อการเพิ่มขึ้นของปริมาณที่พักเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติที่เดินทางมาติดต่อซื้อขาย การค้าชายแดน โดยเฉพาะชาวจีนสัญชาติมาเลเซีย โดยเฉพาะในเขตอำเภอหาดใหญ่รวมถึงศูนย์การค้า ซึ่งมีการบริการที่ดีเยี่ยม มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ได้มาตรฐาน สามารถรองรับการจัดงานไม่ซ้ำได้

"สงขลาอิม เทียวและอิมที่สงขลา" เป็นโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา และเนื่องจากปี 2561 เป็นปีท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก้อย่างยั่งยืน อีกทั้ง ยังมีการจัดการแข่งขันกีฬา กองทัพบกในพื้นที่จังหวัดสงขลา ดังนั้น เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว คณะกรรมการจัดงานและผู้ที่เกี่ยวข้องมีความพยายามที่จะจัดงานให้มีความหลากหลายและจัดกิจกรรมที่น่าสนใจมากขึ้น พร้อมทั้งเป็นการกระตุ้นการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจได้เป็นอย่างดี" (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 1,2561)

"หาดใหญ่ได้ชื่อว่าเป็นเมืองที่ไม่เคยหลับใหล นักท่องเที่ยวต่างชาติที่จำนวนมากเคยมาเที่ยวหาดใหญ่ตั้งฉายาเมืองหาดใหญ่ว่าเป็น "นครปารีสแห่งภาคใต้ของประเทศไทย" ใครก็ตามที่มาเที่ยวหาดใหญ่ สามารถที่จะซื้อหาความสุข ความสะดวกสบายทุกอย่างได้ トラบเท่าที่มีกำลังทรัพย์พอ" (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 5,2561)

"สงขลา มีสถานที่ท่องเที่ยวมากมาย ไม่ว่าจะเป็น ภูเขา น้ำตก ธรรมชาติ หรือ เมืองเก่าสงขลา แต่ละสถานที่มีจุดเด่นที่แตกต่างกันออกไป แต่ที่มีเหมือนกันคือ ความสงบ และความสวยงามเหมาะสำหรับการพักผ่อนและทำกิจกรรมกับครอบครัว" (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 5,2561)

"สงขลา มีวัฒนธรรมอันหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นชาวจีน ชาวมาเลย์ และชาวไทย ล้วนมีส่วนในการสรรสร้างอาหาร เครื่องแต่งกาย ศิลปะ และสถาปัตยกรรม ทำให้เมืองแห่งนี้กลายเป็นเมืองที่เต็มไปด้วยความสนุกสนาน คึกคัก และมีเสน่ห์ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี" (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 6,2561)

“จำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลงจากเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่ภาคใต้ ประกอบกับภาวะเศรษฐกิจที่ไม่ดี ราคาพืชผลทางการเกษตรที่ตกต่ำ โดยเฉพาะยางพารา ปาล์มน้ำมัน ส่งผลต่อรายได้ และการจับจ่ายใช้สอยลดลง ขณะที่การขยายตัวของโมเดิร์นเทรดขนาดใหญ่ที่มีมากขึ้น และเข้ามาแย่งลูกค้าไป รวมถึงปัจจุบันผู้บริโภคมีการสั่งซื้อสินค้าทางออนไลน์เพิ่มขึ้น” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 9,2561)

“เนื่องจากหาดใหญ่เป็นศูนย์กลางการค้าขาย เมื่อราคาขายตกต่ำ คนใต้ไม่มีกำลังซื้อ ชาวบ้านก็ไม่สั่งซื้อสินค้า เครื่องใช้ไฟฟ้า อุปกรณ์เครื่องมือ หรือเสื้อผ้าจากหาดใหญ่ ทำให้การค้าย่านตลาดสดชบเขา ขาดเงินหมุนเวียน แม่ค้าเร่จากต่างจังหวัดไม่เข้ามาสั่งของ แม่ค้าขายส่งก็สะดุด” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 9,2561)

“นอกจากจะเป็นศูนย์กลางทางวัฒนธรรมของภาคใต้ หาดใหญ่ยังเป็นศูนย์กลางสำหรับการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล โดยได้รับอานิสงส์จากสถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรมอันน่าตื่นเต้น และไม่ควรถูกมองข้ามไปเหมือนเมืองอื่น รวมทั้งร่วมชมกีฬาอดนินยิมที่สุดของเมืองอย่าง กีฬาชนโค” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 10,2561)

“ควรมุ่งเน้นในเรื่องการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ทั้งในรูปแบบของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ทางศิลปะ ประเภทวิถีชีวิต ออกแบบการท่องเที่ยวแบบครบวงจร การท่องเที่ยวเชิงเกษตร เมืองท่องเที่ยวฮาลาลระดับนานาชาติ เป็นต้น โดยอาจออกแบบกระบวนการให้ชุมชนมีส่วนร่วม เพื่อเป็นการกระจายรายได้ให้กับประชาชนอย่างแท้จริง” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 11,2561)

“อ.หาดใหญ่ เป็นศูนย์การค้าและการลงทุนเชื่อมโยงในภาคใต้ รวมทั้งมีภาพลักษณ์เป็นเมืองชายแดนเชื่อมโยงประเทศเพื่อนบ้าน จึงเหมาะในการเป็นศูนย์กลางในการจัดกิจกรรมการประชุมในทุกรูปแบบ” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 11,2561)

6. ด้านบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักเพื่อวิเคราะห์ศักยภาพจังหวัดสงขลา ด้านบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ สามารถสรุปได้ว่า จ.สงขลาจะมีศักยภาพและขีดความสามารถในการรองรับการจัดงานในกลุ่มไมซ์ที่เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว แต่การเพิ่มขึ้นของจำนวนการจัดงานและนักเดินทางไมซ์ ส่งผลต่อปัญหาการขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ และความเชี่ยวชาญในการบริการของอุตสาหกรรมไมซ์ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการพัฒนาสมรรถนะในการให้บริการใน

ฐานะบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุดในการจัดกิจกรรมไมซ์ และส่งผลให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเกิดความประทับใจต่อการเข้าร่วมกิจกรรมโดยเน้นทักษะด้านภาษาที่สำคัญในการติดต่อสื่อสาร 3 ภาษา ได้แก่ ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษามลายูกลาง พร้อมจัดฝึกอบรมหลักสูตรจิตวิญญาณการเป็นผู้ประกอบการ ที่จะช่วยเสริมศักยภาพในการแข่งขันของพื้นที่ นอกจากนี้จำนวนบุคลากรยังมีแนวโน้มลดลงและอาจขาดแคลนในอนาคต เนื่องจากค่าตอบแทนเฉลี่ยของพนักงานในสาขาธุรกิจบริการอยู่ในระดับต่ำเมื่อเทียบกับจังหวัดอื่น ๆ ในภาคใต้ เช่น กระบี่ ภูเก็ต และสุราษฎร์ธานี ในส่วนธุรกิจรับจัดงานในจังหวัดสงขลายังเป็นธุรกิจที่อยู่ในท้องถิ่นประเภทรับจัดงานอีเวนต์ขนาดเล็ก ไม่มีผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง ขาดความเชี่ยวชาญ มีประสบการณ์เฉพาะงานระดับท้องถิ่นขาดทักษะที่เป็นมาตรฐานระดับสากล

“ที่เสียบ นอกจากจะมีบทบาทในการสร้างมาตรฐานให้อุตสาหกรรม และการเพิ่มขีดความสามารถให้องค์กรและบุคลากรในภาคธุรกิจแล้ว ยังทำหน้าที่ปูทางและเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย ด้วยการสร้างเครือข่ายและเผยแพร่องค์ความรู้ ด้านการศึกษาให้แก่นักศึกษา อาจารย์ ในสถาบันการศึกษา รวมไปถึงในกลุ่มอาชีพศึกษาด้วย” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 3,2561)

“เรายังไม่สามารถพัฒนาไปถึงจุดที่สามารถดึงนักท่องเที่ยวระดับบนเข้ามาในพื้นที่ได้ เนื่องจากเรายังขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้ ความเข้าใจ ในอุตสาหกรรมไมซ์อย่างจริงจัง” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 6,2561)

“บุคลากรเรามีความรู้ ความสามารถและพร้อมให้บริการทั้งในส่วนของศูนย์ประชุมและในโรงแรม สามารถให้บริการข้อมูลข่าวสาร รายละเอียดต่าง ๆ ภายในงานได้เป็นอย่างดี ทำให้เกิดความประทับใจทั้งผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงาน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการให้บริการมากขึ้น พนักงานควรเน้นทักษะด้านภาษา ทั้งภาษาอังกฤษ และภาษาอื่น ๆ ด้วย ควรมีการพัฒนาบุคลากรให้มีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีเพื่อรองรับการประชุม สัมมนา ในระดับชาติ และรองรับการพัฒนาเศรษฐกิจในยุคดิจิทัล” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 11,2561)

“คณะวิทยาการจัดการ ในฐานะศูนย์เครือข่ายด้านการศึกษาไมซ์ในภูมิภาค ภาคใต้ ได้เล็งเห็นความสำคัญของการเตรียมความพร้อมให้แก่ นักเรียน นักศึกษาในภาคบริการ การท่องเที่ยว และธุรกิจไมซ์ ก่อนออกสู่สนามการทำงานจริง จึงได้ร่วมกับศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ ๖๐ ปี จัดกิจกรรมแนะนำสายอาชีพไมซ์ Make MICE A Brighter Future และกิจกรรมเชื่อมโยง

บัณฑิตสู่สายอาชีพไมซ์ MICE Academy & Career Day โดยได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) และความร่วมมือจาก 4 สมาคมชั้นนำในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้แก่ สมาคมสร้างสรรค์การจัดงาน สมาคมการแสดงสินค้าไทย สมาคมโรงแรมไทย และสมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติไทย การจัดกิจกรรมครั้งนี้ เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ ในธุรกิจไมซ์ และแนะนำแนวทางการเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ตลาดแรงงานแก่นักเรียน นักศึกษา ทั้งในด้านการพัฒนาบุคลิกภาพ การสมัครงาน การสอบสัมภาษณ์ ทักษะที่มีความจำเป็นต่อการทำงาน รวมไปถึงการแนะนำเส้นทางอาชีพในฝัน เพื่อเป็นการปูทางไปสู่การเป็นบุคลากรไมซ์ในระดับมืออาชีพ” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 12,2561)

“ทางคณะฯได้เปิดสอนระดับปริญญาโท รุ่นแรกในปีนี้ (2553) โดยกลุ่มเป้าหมายของหลักสูตรคือ กลุ่มอาจารย์ สถาบันการศึกษาในพื้นที่ และผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นกลุ่มที่สามารถนำความรู้ได้ไปพัฒนาธุรกิจของตัวเอง ในขณะที่อาจารย์ก็สามารถนำไปสอนนักศึกษาที่เรียนทางด้านนี้ได้” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 12,2561)

“ถึงแม้ว่าทางคณะศิลปศาสตร์ของเรา ยังไม่มีหลักสูตรไมซ์ให้กับนักศึกษา แต่ทางสาขาวิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว ก็มีรายวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจไมซ์ และรายวิชาการจัดการงานประชุมและงานแสดงสินค้า เป็นวิชาเลือก ให้นักศึกษาเรียนในชั้นปีที่ 3-4” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 13,2561)

“ธุรกิจโรงแรมต้องเผชิญกับปัญหาการขาดแคลนแรงงานและบุคลากร หลายครั้งที่ทางโรงแรมของเรามีการจัดงานประชุม งานเลี้ยง งานแต่งงาน ทางเราต้องไปจ้างพนักงานพาร์ทไทม์ที่เป็นนิสิต นักศึกษามาช่วยงานตลอด ” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 16,2561)

7. ด้านกิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือจากการประชุม

จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักเพื่อวิเคราะห์ศักยภาพจังหวัดสงขลา ด้านกิจกรรมเพิ่มเติม นอกเหนือจากการประชุม สามารถสรุปได้ว่า สงขลาเป็นจังหวัดท่องเที่ยวที่โดดเด่นอีกจังหวัดหนึ่งของภาคใต้ มีพรมแดนติดกับประเทศมาเลเซีย เป็นเมืองท่าและเมืองชายทะเลที่สำคัญของภาคใต้ โดยมีอำเภอหาดใหญ่เป็นศูนย์กลางการค้าและการท่องเที่ยวของภาคใต้ตอนล่าง ที่พร้อมไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวมากมาย และมีสีสันบรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายทั้งแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และเทศกาลงานประเพณีต่าง ๆ สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้หลายรูปแบบ ทั้งยังสามารถเดินทางมาท่องเที่ยวกันได้

ทั้งปีและมีการเดินทางที่สะดวกสบาย อาทิ หาดสมิหลา ที่ถือได้ว่าเป็นสถานที่ต้อนรับแขกบ้านแขกเมืองที่มีชื่อเสียง เพราะที่หาดสมิหลาแห่งนี้ เป็นชายหาดที่มีธรรมชาติอันสวยงาม มีหาดทรายขาวละเอียดทอดตัวยาวไปกับป่าสนอันร่มรื่น ที่นี่ยังมีประติมากรรมอันโดดเด่นที่เป็นสัญลักษณ์ที่มีชื่อประจำหาดสมิหลา คือ รูปปั้นนางเงือกทอง ที่ตั้งเด่นอยู่บนโขดหินริมชายหาด ในย่านเมืองเก่าสงขลา มีวิถีชีวิตความเป็นอยู่เรียบง่าย มีตึกเก่าโบราณที่ยังคงความสมบูรณ์สร้างแบบซิโน-โปรตุกีส มีอาคารและสถาปัตยกรรมที่งดงาม เป็นแหล่งเรียนรู้เรื่องราวความเป็นมาของชาวสงขลา ทั้งยังมีร้านอาหาร อาหารคาว-หวานทั้งไทย ฝรั่ง จีนให้เลือกชมและชิมมากมาย เกะเยอเป็นอีกชุมชนเก่าแก่ที่มีชื่อเสียง ในด้านการท่องเที่ยวของสงขลา บนเกาะเยอ จะมีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงการเรียนรู้เกี่ยวกับการทอผ้า และยังมีร้านอาหารและร้านกาแฟมากมายหลายร้าน นอกจากนี้ก็ยังมีโฮมสเตย์ที่สามารถเช่าและไปนอนพักผ่อนกับบรรยากาศกลางทะเล อ.หาดใหญ่ เป็นศูนย์กลางทางด้านธุรกิจ การสื่อสาร รวมถึงเป็นแหล่งซื้อขายสินค้า มีกิจกรรมท่องเที่ยวสำคัญได้แก่ การนั่งกระเช้าลอยฟ้าที่เขาคอหงส์ เพื่อมาชมวิวหาดใหญ่ในมุมสูงกัน ซึ่งถือว่าเป็นอีกหนึ่งมิติใหม่ในการท่องเที่ยวของเมืองไทย ที่มีการนำเอากระเช้าลอยฟ้ามาเป็นจุดขายดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ และยังมีหาดใหญ่ไอซ์โดม สัมผัสกับความมหัศจรรย์โลกน้ำแข็ง ที่เมื่อมาแล้วจะได้ชมความอลังการของประติมากรรมน้ำแข็งหลากหลายรูปแบบ โดยฝีมือการแกะสลักจากช่างฝีมือระดับโลกจากเมืองฮาร์บิน สาธารณรัฐประชาชนจีน

“จ.สงขลามีแผนการตลาดอีกหลากหลายรูปแบบ เพื่อเจาะนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ ๆ อาทิ 1. มุ่งเจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ และตลาดใหม่ เช่น อินโดนีเซีย จีน ด้วยการเพิ่มโครงการสตรีทอาร์ต ในตัวเมืองสงขลา พร้อมนำเอากลยุทธ์มิวสิก มาร์เก็ตติ้งมาเป็นตัวช่วย เช่น สมิหลา มิวสิค เฟสติวล บนหาดสมิหลา แพลมสนอ่อน อ.เมืองสงขลา สงขลา เรโทร เฟส ในย่านเมืองเก่า อ.เมืองสงขลา 2. ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา หรือ สपोर्टทัวริซึม โดยใช้ความเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันกีฬาแห่งชาติมาช่วยปลุกกระแส รวมถึงทำกิจกรรมด้านกีฬาอย่างต่อเนื่อง 3. ส่งเสริมมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และสร้างความแข็งแกร่งในการเป็นเมดคัลฮับ นอกจากนี้ ยังมุ่งส่งเสริมการท่องเที่ยวในตลาดไมซ์ (ประชุม สัมมนา) การท่องเที่ยวเชิงซีเอสอาร์ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ โดยชูเรื่องมรดกโลก ย่านเมืองเก่า การท่องเที่ยวเสริมพลังมงคล เน้นขายความศักดิ์สิทธิ์และพลังศรัทธา เป็นต้น ” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 1,2561)

“ในช่วงกลางวัน นักท่องเที่ยวสามารถเลือกที่จะท่องเที่ยวรอบตัวอำเภอ อาจจะไปเที่ยวสถานที่ทางธรรมชาติ เช่น ชายหาด ภูเขา หรือน้ำตก หรืออาจจะไปเยี่ยมชมโบราณสถาน วัดวา

อารามเก่าๆที่สวยงาม หรืออาจจะไปเที่ยวเดินช้อปปิ้ง โดยหาดใหญ่เป็นที่ที่นักท่องเที่ยวสามารถซื้อหาสินค้าหลากหลายได้ในราคาถูก สำหรับช่วงกลางคืน นักท่องเที่ยวสามารถสนุกสนานไปกับกา รท่องเที่ยวราตรี โดยหาดใหญ่เป็นศูนย์กลางของความบันเทิงที่หรูหราและน่าตื่นตาตื่นใจ นักท่องเที่ยวสามารถเลือกที่จะไปดูหนัง ฟังเพลง เที่ยวดิสโก้เธค คาราโอเกะ ไนต์คลับ หรืออื่น ๆ ที่ต้องการได้” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 5,2561)

“จังหวัดสงขลาเป็นจังหวัดที่มีความเจริญที่สุดในภาคใต้ ทั้งด้านการท่องเที่ยว การคมนาคมขนส่ง การค้าและการลงทุน ในด้านสถานที่ท่องเที่ยวยังคงโดดเด่นไม่แพ้ใคร มีแหล่งท่องเที่ยวสวยงาม ทั้งมีกิจกรรมที่หลากหลายไว้รองรับนักท่องเที่ยวตลอดทั้งปี” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 6,2561)

“ตลาดกิมหยง เป็นแหล่งจับจ่ายสินค้าใหญ่ที่สุดในหาดใหญ่ เป็นตลาดจับจ่ายที่ดุจศึกักไปด้วยแม่ค้าที่มาจากขายสินค้าอันหลากหลาย มีทั้งของกินอย่างผลไม้สดๆ ของใช้เบ็ดเตล็ด เสื้อผ้า เครื่องใช้ไฟฟ้า” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 9,2561)

“ทางททท.มีการสร้างจุดขายการท่องเที่ยวเมืองสงขลาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ที่มีความหลากหลายทั้งด้านอาหาร สินค้าอุปโภคบริโภค และสถานที่ท่องเที่ยว ส่งผลให้เกิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาเส้นทาง การเดินทางสู่แหล่งท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว รวมถึง อาหาร ผลิตภัณฑ์ที่เป็นของกินของฝาก และของที่ระลึก” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 10,2561)

“นักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการพักผ่อนแบบเรียนรู้วิถีของชุมชน เราก็มีเกาะยอโฮมสเตย์ จุดเด่นของโฮมสเตย์ที่นี้คืออยู่ริมทะเลสาบสงขลา เห็นวิถีชีวิตของชาวประมงอย่างชัดเจน ไม่ว่าจะเป็น วิถีชีวิตชาวประมง การยกโขยักกุ้ง และจะมีป้าชายเลนที่อุดมสมบูรณ์ให้นักท่องเที่ยวได้เดินสำรวจธรรมชาติอย่างใกล้ชิด” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 11,2561)

“การช้อปปิ้งเป็นเสน่ห์สำคัญอีกอย่างของเมืองหาดใหญ่ โดยหาดใหญ่มีทั้งห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่หลายห้าง และร้านค้าขนาดกลางและเล็กอีกหลายร้อยแห่ง นักท่องเที่ยวสามารถหาซื้อสินค้าหลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นเสื้อผ้า งานฝีมือ ผลไม้สด อาหารแห้ง เครื่องสำอาง เครื่องใช้ไฟฟ้า และอื่น ๆ ได้ในราคาถูก” (ผู้ให้ข้อมูลหลักหมายเลข 15,2561)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

เพื่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกันในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้กำหนดและแปลความหมายของสัญลักษณ์ที่ใช้แทนค่าสถิติและตัวแปรต่าง ๆ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

Mean	หมายถึง	ค่าเฉลี่ย
SD	หมายถึง	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
Skew	หมายถึง	ค่าความเบ้
Kurtosis	หมายถึง	ค่าความโด่ง
t	หมายถึง	ค่าสถิติทดสอบที
χ^2	หมายถึง	ค่า-ไคสแควร์
df	หมายถึง	ค่าองศาความเป็นอิสระ
KMO	หมายถึง	ค่าดัชนีวิเคราะห์ความเหมาะสมขององค์ประกอบ
Bartlett's Test	หมายถึง	ความเหมาะสมของกลุ่มตัวแปร
RMSEA	หมายถึง	ค่ารากกำลังสองของความคลาดเคลื่อนโดยประมาณ
CFI	หมายถึง	ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนเปรียบเทียบ
GFI	หมายถึง	ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืน
AGFI	หมายถึง	ค่าดัชนีวัดระดับความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว
p-value	หมายถึง	ค่าความน่าจะเป็นทางสถิติ
INF1	หมายถึง	โครงสร้างพื้นฐานและระบบสาธารณสุขภาค
INF2	หมายถึง	ระบบคมนาคมขนส่ง
INF3	หมายถึง	ความสะดวกของการเข้าถึงสถานที่จัดงาน
INF4	หมายถึง	ความสะดวกในการเข้าถึงที่พัก
INF5	หมายถึง	ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเข้าร่วมงาน

ACC1	หมายถึง	ขนาดและพื้นที่ในการจัดงาน
ACC2	หมายถึง	คุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกของสถานที่จัดงาน
ACC3	หมายถึง	ความพร้อมของอุปกรณ์โสตทัศนูปกรณ์
ACC4	หมายถึง	มาตรฐานของที่พัก
ACC5	หมายถึง	ความหลากหลายของที่พัก
ACC6	หมายถึง	ความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายด้านโรงแรมที่พัก
ACC7	หมายถึง	ความหลากหลายของภัตตาคาร/ร้านอาหาร
ACC8	หมายถึง	คุณภาพของการบริการอาหารและเครื่องดื่ม
ACC9	หมายถึง	ความหลากหลายของห้างสรรพสินค้า/แหล่งช้อปปิ้ง
SAF1	หมายถึง	ระบบการรักษาความปลอดภัยภายในงาน
SAF2	หมายถึง	ความปลอดภัยของผู้เข้าร่วมงานและนักท่องเที่ยว
SAF3	หมายถึง	ความมั่นคงด้านการเมือง
SAF4	หมายถึง	มีศูนย์รับแจ้งเหตุฉุกเฉินหรือร้องทุกข์
SUP1	หมายถึง	การสนับสนุนจากองค์กรเอกชนในการจัดงานไมซ์
SUP2	หมายถึง	การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในการจัดงานไมซ์
SUP3	หมายถึง	ความหลากหลายของบริษัทนำเที่ยว
SUP4	หมายถึง	ความหลากหลายของสถานที่การจัดประชุมและการแสดงสินค้า / นิทรรศการ
SUP5	หมายถึง	การบริการด้านข้อมูลสถานที่สำคัญในพื้นที่
IMG1	หมายถึง	ความมั่นคงปลอดภัย
IMG2	หมายถึง	ความมีชื่อเสียงของจังหวัด
IMG3	หมายถึง	ความน่าสนใจของจังหวัด

IMG4	หมายถึง	ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว
IMG5	หมายถึง	ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว
IMG6	หมายถึง	ความมีเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว
IMG7	หมายถึง	ประสบการณ์การจัดงานในอดีต
PER1	หมายถึง	คุณภาพการบริการของพนักงาน
PER2	หมายถึง	การติดต่อสื่อสาร/ประสานงาน
PER3	หมายถึง	ความเป็นมืออาชีพ/ความเชี่ยวชาญ
PER4	หมายถึง	ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ
PER5	หมายถึง	ความรู้ความสามารถในการจัดงาน
PER6	หมายถึง	มีไหวพริบ แก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี
EXT1	หมายถึง	สถานที่นั้นหนาแน่น/ออกกำลังกาย
EXT2	หมายถึง	มีกิจกรรมนั้นหนาแน่นทั้งก่อนและหลังการประชุม
EXT3	หมายถึง	สถานที่สังสรรค์ทางสังคม
EXT4	หมายถึง	มีบริการเสริม นอกเหนือจากการเข้าร่วมงาน เช่น บริการนำเที่ยว สถานบันเทิง
EXT5	หมายถึง	โอกาสในการติดต่อทางธุรกิจ

ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยได้นำข้อมูลองค์ประกอบการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา มาสร้างเป็นแบบสอบถามและนำไปแจกให้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ประกอบด้วย 1) ผู้จัดงาน/เจ้าภาพการจัดงาน/เจ้าของงานการประชุมสัมมนา งานแสดงสินค้า/นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในจังหวัดสงขลา จำนวน 200 คน 2) ผู้เข้าร่วมงานการประชุมสัมมนา งานแสดงสินค้า/นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในจังหวัดสงขลา จำนวน 200 คน แล้วนำผลจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) เพื่อยืนยันองค์ประกอบ โดยพิจารณาดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ผู้จัดงาน/เจ้าภาพการจัดงาน/เจ้าของงานการประชุมสัมมนา งานแสดงสินค้า/นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในจังหวัดสงขลา

1.1 ข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ประกอบด้วย เพศ อายุ วุฒิการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีรายละเอียดดังตารางที่

11

ตารางที่ 11 จำนวน และร้อยละของข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแบ่งกลุ่ม	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	71	35.5
	หญิง	129	64.5
	รวม	200	100.00
อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	17	8.5
	20 - 30 ปี	72	36.0
	31 - 40 ปี	72	36.0
		26	13.0
	41 - 50 ปี	11	5.5
	51 - 60 ปี	2	1.0
	มากกว่า 60 ปี	200	100.00
	รวม		
ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	58	29.0
		128	64.0
	ปริญญาตรี	14	7.0
	สูงกว่าปริญญาตรี	200	100.00
	รวม		
สถานภาพ	โสด	82	41.0
	สมรส	109	54.5
	หม้าย / หย่าร้าง	9	4.5
	รวม	200	100.00
อาชีพ	ข้าราชการ	9	4.5

	พนักงานของรัฐ	20	10.0
	ลูกจ้างประจำ / ชั่วคราว	40	20.0
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	8	4.0
	พนักงานเอกชน	11	5.5
	ธุรกิจส่วนตัว	76	38.0
	นักเรียน / นักศึกษา	24	12.0
	เกษตรกร	10	5.0
	อื่นๆ	2	1.0
	รวม	200	100.00
รายได้	น้อยกว่า 10,000 บาท	33	16.5
	10,001 – 20,000	21	10.5
	บาท20,001 – 30,000	53	26.5
	บาท30,001 – 40,000	90	45.0
	บาท	3	1.5
	มากกว่า 40,000 บาท	200	100.00
	รวม		

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามการวิจัยส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุ 20 – 30 และ 31 - 40 ปี วุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพสมรส มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว และมีรายได้ 30,001 – 40,000 บาท

1.2 พฤติกรรมต่อการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา

ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาจังหวัดสงขลา ท่านเดินทางมาจังหวัดสงขลา ร่วมกับใครบ้าง ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาจังหวัดสงขลา การใช้บริการขนส่งสาธารณะภายในจังหวัดสงขลา อัตราเฉลี่ยจำนวนคืนในการค้างคืนในจังหวัดสงขลา ค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมกิจกรรมไมซ์ ปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจเดินทางมายังจังหวัดสงขลา มีรายละเอียดดังตารางที่ 12

ตารางที่ 12 พฤติกรรมต่อการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา

พฤติกรรมต่อการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา	การแบ่งกลุ่ม	จำนวน	ร้อยละ
วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาที่จังหวัดสงขลา	- เพื่อเข้าร่วมประชุม สัมมนา (Meetings)	30	15.0
	- เพื่อเข้าร่วมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive)	7	3.5
	- เพื่อเข้าร่วมการประชุมระดับชาติ หรือระดับนานาชาติ (Convention)	12	6.0
	- เพื่อเข้าร่วมงานแสดงสินค้า/นิทรรศการ(Exhibition)	150	75.0
	- อื่น ๆ	1	.5
	รวม	200	100.00
เดินทางกับใคร	เดินทางคนเดียว	41	20.5
	ครอบครัว	74	37.0
	กลุ่มเพื่อน	44	22.0
	หน่วยงาน	41	20.5
	รวม	200	100.0
ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง	เครื่องบิน	17	8.5
	รถโดยสารประจำทาง	38	19.0
	รถเช่า	3	1.5
	รถไฟ	3	1.5
	รถยนต์ส่วนบุคคล	138	69.0
	อื่น ๆ	1	.5
รวม	200	100.00	
บริการขนส่งสาธารณะ	ไม่ได้ใช้บริการ	121	60.5
	ได้ใช้บริการ	79	39.5
	รวม	200	100.00

อัตราเฉลี่ยจำนวนคืนในการค้างคืนในจังหวัดสงขลา	ไม่ค้างคืน	42	21.0
	1-2 คืน	31	15.5
	3-4 คืน	72	36.0
	มากกว่า 4 คืน	55	27.5
	รวม	200	100.00
ค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมกิจกรรมไมซ์	ต่ำกว่า 5,000 บาท	68	34.0
	5,001 – 10,000 บาท	90	45.0
	มากกว่า 10,000 บาท	42	21.0
	รวม	200	100.00
ปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจเดินทางมาเข้าร่วมการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการยังจังหวัดสงขลา	ด้านโครงสร้างพื้นฐาน	39	19.5
	ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	84	42.0
	ด้านความมั่นคงและปลอดภัย	20	10.0
	ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่อยู่ในท้องถิ่น	12	6.0
	ด้านภาพลักษณ์และสิ่งดึงดูดใจ	30	15.0
	ด้านบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์	9	4.5
	ด้านกิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือจากการประชุม	4	2.0
	อื่น ๆ	2	1.0
	รวม	200	100.00

จากตารางที่ 12 พบว่า พฤติกรรมต่อการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาจังหวัดสงขลาเพื่อเข้าร่วมงานแสดงสินค้า/นิทรรศการ (Exhibition) เดินทางมาจังหวัดสงขลาพร้อมกับครอบครัว ใช้ยานพาหนะในการเดินทางคือรถยนต์ส่วนบุคคล ไม่ใช้บริการขนส่งสาธารณะภายในจังหวัดสงขลา พักค้างคืนในจังหวัดสงขลา 3-4 คืน ค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมกิจกรรมไมซ์ จำนวน 5,001 – 10,000 บาท และปัจจัยในการตัดสินใจเดินทางมาจังหวัดสงขลาเพื่อการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการได้แก่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

1.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้า และนิทรรศการ จังหวัดสงขลา

ประกอบด้วย ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความมั่นคงและปลอดภัย การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ด้านภาพลักษณ์และสิ่งดึงดูด ด้านบุคลากร และด้านกิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือจากการประชุม มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 13 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ด้านโครงสร้างพื้นฐาน

ด้านโครงสร้างพื้นฐาน	ค่าความถี่และค่าร้อยละ					\bar{x}	S.D	ระดับความคิดเห็น
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	1	2	3	4	5			
1.โครงสร้างพื้นฐานและระบบสาธารณูปโภค	1 (0.5)	13 (6.5)	91 (45.5)	80 (40.0)	15 (7.5)	3.48	0.75	ปานกลาง
2.ระบบคมนาคมขนส่ง	1 (0.5)	7 (3.5)	87 (43.5)	89 (44.5)	16 (8.0)	3.56	0.71	มาก
3.ความสะดวกของการเข้าถึงสถานที่จัดงาน	1 (0.5)	6 (3.0)	75 (37.5)	85 (42.5)	33 (16.5)	3.71	0.79	มาก
4.ความสะดวกในการเข้าถึงที่พัก	0 (0.0)	2 (2.5)	67 (33.5)	87 (43.5)	41 (20.5)	3.82	0.78	มาก
5.ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเข้าร่วมงาน	3 (1.5)	13 (6.5)	59 (29.5)	84 (42.0)	41 (20.5)	3.73	0.91	มาก
รวมเฉลี่ย						3.66	0.78	มาก

จากตารางที่ 13 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ด้านโครงสร้างพื้นฐาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสะดวกในการเข้าถึงที่พัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเข้าร่วมงาน มีค่าเฉลี่ย

เท่ากับ 3.73 ความสะดวกของการเข้าถึงสถานที่จัดงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 ระบบคมนาคมขนส่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ โครงสร้างพื้นฐานและระบบสาธารณูปโภค มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 ตามลำดับ

ตารางที่ 14 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ค่าความถี่และค่าร้อยละ					\bar{x}	SD	ระดับความคิดเห็น
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	1	2	3	4	5			
1.ขนาดและพื้นที่ในการจัดงาน	1 (0.5)	11 (5.5)	62 (31.0)	111 (55.5)	15 (7.5)	3.64	0.72	มาก
2.คุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกของสถานที่จัดงาน	(0.0)	6 (3.0)	62 (31.0)	117 (56.5)	15 (7.5)	3.70	0.65	มาก
3.ความพร้อมของอุปกรณ์ไฮสปีดคอมพิวเตอร์	(0.0)	5 (2.5)	56 (28.0)	101 (50.5)	38 (19.0)	3.86	0.74	มาก
4.มาตรฐานของที่พัก	(0.0)	4 (2.0)	62 (31.0)	97 (48.5)	37 (18.5)	3.83	0.74	มาก
5.ความหลากหลายของที่พัก	(0.0)	5 (2.5)	55 (22.5)	110 (55.0)	30 (15.0)	3.82	0.70	มาก
6.ความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายด้านโรงแรมที่พัก	2 (1.0)	14 (7.0)	57 (26.5)	111 (55.5)	16 (8.0)	3.62	0.77	มาก
7.ความหลากหลายของภัตตาคาร/ร้านอาหาร	1 (0.5)	9 (4.5)	58 (29.0)	98 (49.0)	34 (17.0)	3.77	0.80	มาก

8.คุณภาพของการบริการอาหารและเครื่องดื่ม	1 (0.5)	7 (3.5)	53 (26.5)	91 (45.5)	48 (24.0)	3.89	0.83	มาก
9.ความหลากหลายของห้างสรรพสินค้า/แหล่งช้อปปิ้ง	(0.0)	7 (3.5)	48 (24.0)	70 (35.0)	75 (37.5)	4.06	0.87	มาก
รวมเฉลี่ย						3.79	0.75	มาก

จากตารางที่ 14 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความหลากหลายของห้างสรรพสินค้า/แหล่งช้อปปิ้ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 รองลงมาคือ คุณภาพของการบริการอาหารและเครื่องดื่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 ความพร้อมของอุปกรณ์โสตทัศนูปกรณ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 มาตรฐานของที่พักรับ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 ความหลากหลายของที่พักรับ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 ความหลากหลายของภัตตาคาร/ร้านอาหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 คุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกของสถานที่จัดงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 ขนาดและพื้นที่ในการจัดงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ขนาดและพื้นที่ในการจัดงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 ตามลำดับ

ตารางที่ 15 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ด้านความมั่นคงและปลอดภัย

ด้านความมั่นคง ปลอดภัย	ค่าความถี่และค่าร้อยละ					- x	SD	ระดับ ความ คิดเห็น
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
	1	2	3	4	5			
1.ระบบการ รักษาความ ปลอดภัยภายใน งาน	(0.0)	13 (6.5)	62 (31.0)	97 (48.5)	28 (14.0)	3.70	0.79	มาก

2.ความปลอดภัย ของผู้เข้าร่วมงาน และนักท่องเที่ยว	(0.0)	14 (7.0)	66 (33.0)	92 (46.0)	28 (14.0)	3.79	0.80	มาก
3.ความมั่นคง ด้านการเมือง	2 (1.0)	15 (7.5)	65 (32.5)	81 (40.5)	37 (18.5)	3.68	0.90	มาก
4.มีศูนย์รับแจ้ง เหตุฉุกเฉินหรือ ร้องทุกข์	(0.0)	13 (6.5)	63 (31.5)	77 (38.5)	47 (28.5)	3.67	0.88	มาก
รวมเฉลี่ย						3.71	0.84	มาก

จากตารางที่ 15 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ด้านความมั่นคงและปลอดภัย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความปลอดภัยของผู้เข้าร่วมงานและนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 รองลงมา คือ ระบบการรักษาความปลอดภัยภายในงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 ความมั่นคงด้านการเมือง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มีศูนย์รับแจ้งเหตุฉุกเฉินหรือร้องทุกข์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 ตามลำดับ

ตารางที่ 16 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

ด้านการ สนับสนุนจาก หน่วยงาน ภาครัฐและ เอกชน	ค่าความถี่และค่าร้อยละ					\bar{x}	SD	ระดับ ความ คิด เห็น
	น้อย ที่สุด 1	น้อย 2	ปาน กลาง 3	มาก 4	มาก ที่สุด 5			
1.การสนับสนุน จากองค์กร เอกชนในการจัด งานไม่ซ้ำ	2 (1.0)	10 (5.0)	91 (45.5)	87 (43.5)	10 (5.0)	3.47	0.72	ปาน กลาง

2.การสนับสนุน จากหน่วยงาน ภาครัฐในการจัด งานไมซ์	1 (0.5)	6 (3.0)	83 (41.5)	93 (46.5)	17 (8.5)	3.60	0.71	มาก
3.ความ หลากหลายของ บริษัทนำเที่ยว	1 (0.5)	11 (5.5)	73 (36.5)	87 (43.5)	28 (14.0)	3.65	0.80	มาก
4.ความ หลากหลายของ สถานที่การจัด ประชุมและการ แสดงสินค้า / นิทรรศการ	1 (0.50)	12 (6.0)	69 (34.5)	79 (39.5)	39 (19.5)	3.71	0.86	มาก
5.การบริการด้าน ข้อมูลสถานที่ สำคัญในพื้นที่	2 (1.0)	10 (5.0)	72 (31.0)	87 (43.5)	29 (14.5)	3.66	0.82	มาก
รวมเฉลี่ย						3.61	0.78	มาก

จากตารางที่ 16 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็น
รางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและ
เอกชน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ
ความหลากหลายของสถานที่การจัดประชุมและการแสดงสินค้า /นิทรรศการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71
รองลงมา คือ การบริการด้านข้อมูลสถานที่สำคัญในพื้นที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 ความหลากหลาย
ของบริษัทนำเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในการจัดงานไมซ์ มี
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ การสนับสนุนจากองค์กรเอกชนในการจัดงานไมซ์ มี
ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.47 ตามลำดับ

ตารางที่ 17 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ด้านภาพลักษณ์และสิ่งดึงดูดใจ

ด้านภาพลักษณ์ และ สิ่งดึงดูดใจ	ค่าความถี่และค่าร้อยละ					\bar{x}	SD	ระดับ ความ คิดเห็น
	น้อย ที่สุด 1	น้อย 2	ปาน กลาง 3	มาก 4	มาก ที่สุด 5			
1.ความมั่นคง ปลอดภัย	(0.0)	12 (6.0)	79 (39.5)	84 (42.0)	25 (12.5)	3.61	0.78	มาก
2.ความมีชื่อเสียง ของจังหวัด	(0.0)	5 (2.5)	58 (29.0)	95 (47.5)	42 (21.0)	3.87	0.76	มาก
3.ความน่าสนใจ ของจังหวัด	(0.0)	5 (2.5)	44 (22.0)	89 (44.5)	62 (31.0)	4.04	0.79	มาก
4.ความ หลากหลายของ แหล่งท่องเที่ยว	(0.0)	6 (3.0)	39 (19.5)	92 (46.0)	63 (31.5)	4.06	0.79	มาก
5.ความน่าสนใจ ของแหล่ง ท่องเที่ยว	(0.0)	5 (2.5)	42 (21.0)	101 (50.5)	52 (26.0)	4.00	0.76	มาก
6.ความมี เอกลักษณ์ของ แหล่งท่องเที่ยว	(0.0)	7 (3.5)	42 (21.0)	96 (48.0)	55 (27.5)	4.00	0.79	มาก
7.ประสบการณ์ การจัดงานใน อดีต	1 (0.5)	7 (3.5)	44 (22.0)	104 (52.0)	44 (22)	3.92	0.79	มาก
รวมเฉลี่ย						3.92	0.78	มาก

จากตารางที่ 17 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ด้านภาพลักษณ์และสิ่งดึงดูดใจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 รองลงมา คือ ความน่าสนใจของจังหวัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ

4.04 ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ประสบการณ์การจัดงานในอดีต มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 ความมีชื่อเสียงของจังหวัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ความมั่นคงปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 ตามลำดับ

ตารางที่ 18 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ด้านบุคลากร

ด้านบุคลากร	ค่าความถี่และค่าร้อยละ					\bar{x}	SD	ระดับ ความ คิดเห็น
	น้อย ที่สุด 1	น้อย 2	ปาน กลาง 3	มาก 4	มาก ที่สุด 5			
1.คุณภาพการ บริการของ พนักงาน	(0.0)	16 (8.0)	79 (39.5)	81 (40.5)	24 (12.5)	3.56	0.81	มาก
2.การ ติดต่อสื่อสาร/ ประสานงาน	1 (0.5)	11 (5.5)	80 (40.0)	79 (39.5)	29 (14.5)	3.62	0.82	มาก
3.ความเป็นมือ อาชีพ/ความ เชี่ยวชาญ	2 (1.0)	11 (5.5)	69 (34.5)	78 (39.0)	40 (20.0)	3.71	0.88	มาก
4.ความสะดวก รวดเร็วในการ ให้บริการ	1 (0.5)	9 (4.5)	69 (34.5)	75 (37.5)	46 (23.0)	3.79	0.87	มาก
5.ความรู้ ความสามารถใน การจัดงาน	2 (1.0)	11 (5.5)	69 (39.5)	84 (42.0)	34 (17.0)	3.69	0.85	มาก
6.มีไหวพริบ แก้ปัญหาเฉพาะ หน้าได้ดี	2 (1.0)	10 (5.0)	69 (39.5)	88 (44.0)	31 (15.5)	3.68	0.83	มาก
รวมเฉลี่ย						3.67	0.84	มาก

จากตารางที่ 18 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ด้านบุคลากร อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 รองลงมา คือ ความเป็นมืออาชีพ/ความเชี่ยวชาญ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 ความรู้ความสามารถในการจัดงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 มีไหวพริบ แก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 การติดต่อสื่อสาร/ประสานงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 และ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ คุณภาพการบริการของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 ตามลำดับ

ตารางที่ 19 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ด้านกิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือการประชุม

ด้านกิจกรรม เพิ่มเติม นอกเหนือการ ประชุม	ค่าความถี่และค่าร้อยละ					\bar{x}	SD	ระดับ ความ คิดเห็น
	น้อย ที่สุด 1	น้อย 2	ปาน กลาง 3	มาก 4	มาก ที่สุด 5			
1.สถานที่ นัดพบ/ออก กำลังกาย	(0.0)	7 (3.5)	69 (34.5)	91 (45.5)	33 (16.5)	3.75	0.77	มาก
2.มีกิจกรรม นัดพบทั้ง ก่อนและหลังการ ประชุม	(0.0)	6 (3.0)	63 (31.5)	99 (49.5)	32 (16.0)	3.79	0.74	มาก
3.สถานที่สังสรรค์ ทางสังคม	(0.0)	7 (3.5)	55 (27.5)	104 (52.0)	34 (17.0)	3.82	0.75	มาก
4.มีบริการเสริม นอกเหนือจาก การเข้าร่วมงาน เช่น บริการนำ เที่ยว สถาน บันเทิง	(0.0)	18 (9.0)	80 (40.0)	81 (40.5)	21 (10.5)	3.53	0.80	มาก

5.โอกาสในการ ติดต่อทางธุรกิจ	1 (0.5)	9 (4.5)	73 (36.5)	86 (43.0)	31 (15.5)	3.69	0.80	มาก
รวมเฉลี่ย						3.71	0.77	มาก

จากตารางที่ 19 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ด้านกิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือการประชุมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สถานที่สร้างสรรค์ทางสังคม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 รองลงมา คือ มีกิจกรรมนันทนาการทั้งก่อนและหลังการประชุม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 สถานที่นันทนาการ/ออกกำลังกาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 โอกาสในการติดต่อทางธุรกิจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มีบริการเสริม นอกเหนือจากการเข้าร่วมงาน เช่น บริการนำเที่ยว สถาบันบันเทิง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 ตามลำดับ

2. ผู้เข้าร่วมกิจกรรมการประชุมสัมมนา งานแสดงสินค้า/นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในจังหวัดสงขลา

2.1 ข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ประกอบด้วย เพศ อายุ วุฒิการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีรายละเอียดดังตารางที่

20

ตารางที่ 20 จำนวน และร้อยละของข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแบ่งกลุ่ม	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	41	20.5
	หญิง	159	79.5
	รวม	200	100.00
อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	43	21.5
	20 – 30 ปี	89	44.5
	31 – 40 ปี	46	23.0
		14	7.0
	41 – 50 ปี	8	4.0
	51 ปีขึ้นไป	200	100.00
	รวม		

ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	71	35.5
		123	61.5
	ปริญญาตรี	6	3.0
	สูงกว่าปริญญาตรี	200	100.00
	รวม		
สถานภาพ	โสด	138	69.0
	สมรส	61	30.5
	หม้าย / หย่าร้าง	1	.5
	รวม	200	100.00
	อาชีพ	ข้าราชการ	19
พนักงานของรัฐ		11	5.5
ลูกจ้างประจำ /		40	20.0
ชั่วคราว		4	2.0
พนักงานรัฐวิสาหกิจ		12	6.0
พนักงานเอกชน		35	17.5
ธุรกิจส่วนตัว		73	36.5
นักเรียน / นักศึกษา		6	3.0
เกษตรกร		200	100.00
รวม			
รายได้	น้อยกว่า 10,000 บาท	77	38.5
	10,001 – 20,000	51	25.3
	บาท20,001 – 30,000	42	21.0
	บาท30,001 – 40,000	24	12.0
	บาท	6	3.0
	มากกว่า 40,000 บาท	200	100.00
	รวม		

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามการวิจัยส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง อายุ 20 – 30 ปี มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพโสด มีอาชีพนักเรียน / นักศึกษา และมีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท

2.1 พฤติกรรมต่อการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้า และนิทรรศการ จังหวัดสงขลา

ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาจังหวัดสงขลา ท่านเดินทางมาจังหวัดสงขลา ร่วมกับใครบ้าง ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาจังหวัดสงขลา การใช้บริการขนส่งสาธารณะภายใน จังหวัดสงขลา อัตราเฉลี่ยจำนวนคืนในการค้างคืนในจังหวัดสงขลา ค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมกิจกรรม ไมซ์ ปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจเดินทางมายังจังหวัดสงขลา มีรายละเอียดดังตารางที่ 21

ตารางที่ 21 พฤติกรรมต่อการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและ นิทรรศการ จังหวัดสงขลา

พฤติกรรมต่อการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา	การแบ่งกลุ่ม	จำนวน	ร้อยละ
วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาที่จังหวัดสงขลา	- เพื่อเข้าร่วมประชุม สัมมนา (Meetings)	14	7.0
	- เพื่อเข้าร่วมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive)	61	30.5
	- เพื่อเข้าร่วมการประชุมระดับชาติหรือระดับนานาชาติ (Convention)	31	15.5
	- เพื่อเข้าร่วมงานแสดงสินค้า/นิทรรศการ(Exhibition)	86	43.0
	- เพื่อเข้าร่วมงานแสดงสินค้า/นิทรรศการ(Exhibition)	8	4.0
	- อื่น ๆ	200	100.00
	รวม		
เดินทางกับใคร	เดินทางคนเดียว	13	6.5

	ครอบครัว	90	45.0
	กลุ่มเพื่อน	74	37.0
	หน่วยงาน	20	10.0
	อื่น ๆ	3	1.5
	รวม	200	100.00
ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง	เครื่องบิน	9	4.5
	รถโดยสารประจำทาง	35	17.5
	รถเช่า	10	5.0
	รถไฟ	6	3.0
	รถยนต์ส่วนบุคคล	140	70.0
	รวม	200	100.00
บริการขนส่งสาธารณะ	ไม่ได้ใช้บริการ	133	66.5
	ได้ใช้บริการ	67	33.5
	รวม	200	100.00
อัตราเฉลี่ยจำนวนคืนในการค้างคืนในจังหวัดสงขลา	ไม่เคยค้างคืน	35	17.5
	1-2 คืน	48	240.0
	3-4 คืน	57	23.5
	มากกว่า 4 คืน	60	30.0
	รวม	200	100.00
ค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมกิจกรรมไมซ์	ต่ำกว่า 5,000 บาท	127	63.5
	5,001 – 10,000 บาท	63	31.5
	มากกว่า 10,000 บาท	10	5.0
	รวม	200	100.00
ปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจเดินทางมาเข้าร่วมการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการยังจังหวัดสงขลา	ด้านโครงสร้างพื้นฐาน	16	8.0
	ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	106	53.0
	ด้านความมั่นคงและปลอดภัย	28	14.0
	ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่อยู่ในท้องถิ่น	10	5.0
	ด้านภาพลักษณ์และสิ่งดึงดูดใจ	38	19.0
	ด้านบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์	1	0.5
		1	0.5

	ด้านกิจกรรมเพิ่มเติม นอกเหนือจากการประชุม อื่น ๆ	200	100.00
	รวม		

จากตารางที่ 21 พบว่า พฤติกรรมต่อการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาจังหวัดสงขลาเพื่อเข้าร่วมงานแสดงสินค้า/นิทรรศการ (Exhibition) เดินทางมาจังหวัดสงขลาพร้อมกับครอบครัว ใช้ยานพาหนะในการเดินทางคือรถยนต์ส่วนบุคคล ไม่ใช้บริการขนส่งสาธารณะภายในจังหวัดสงขลา พักค้างคืนในจังหวัดสงขลามากกว่า 4 คืน ค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมกิจกรรมไม่ต่ำกว่า 5,000 บาท และปัจจัยในการตัดสินใจเดินทางมาจังหวัดสงขลาเพื่อการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการได้แก่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

2.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา

ประกอบด้วย ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านความมั่นคงและปลอดภัย การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ด้านภาพลักษณ์และสิ่งดึงดูด ด้านบุคลากร และด้านกิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือจากการประชุม มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 22 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ด้านโครงสร้างพื้นฐาน

ด้านโครงสร้างพื้นฐาน	ค่าความถี่และค่าร้อยละ					\bar{x}	S.D	ระดับความคิดเห็น
	น้อยที่สุด 1	น้อย 2	ปานกลาง 3	มาก 4	มากที่สุด 5			
1.โครงสร้างพื้นฐานและระบบสาธารณูปโภค	3 (1.5)	9 (4.5)	77 (38.5)	91 (45.5)	20 (10.0)	3.58	0.79	มาก
2.ระบบคมนาคมขนส่ง	4 (2.0)	9 (4.5)	59 (29.5)	109 (54.5)	19 (9.5)	3.65	0.79	มาก

3.ความสะดวกของ การเข้าถึงสถานที่ จัดงาน	2 (1.0)	7 (3.5)	57 (28.5)	95 (47.5)	39 (19.5)	3.81	0.82	มาก
4.ความสะดวกใน การเข้าถึงที่พัก	(0.0)	12 (6.0)	51 (25.5)	107 (53.5)	30 (15.0)	3.77	0.78	มาก
5.ค่าใช้จ่ายในการ เดินทางเข้า ร่วมงาน	(0.0)	8 (4.0)	65 (32.5)	95 (47.5)	32 (16.0)	3.75	0.81	มาก
รวมเฉลี่ย						3.71	0.79	มาก

จากตารางที่ 22 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ด้านโครงสร้างพื้นฐาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความสะดวกของการเข้าถึงสถานที่จัดงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 รองลงมาคือ ความสะดวกในการเข้าถึงที่พัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเข้าร่วมงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 ระบบคมนาคมขนส่ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือโครงสร้างพื้นฐานและระบบสาธารณูปโภค มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.58 ตามลำดับ

ตารางที่ 23 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ค่าความถี่และค่าร้อยละ					\bar{x}	SD	ระดับ ความ คิดเห็น
	น้อย ที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มาก ที่สุด			
	1	2	3	4	5			
1.ขนาดและพื้นที่ ในการจัดงาน	1 (0.5)	11 (5.5)	59 (29.5)	96 (48.0)	33 (16.5)	3.74	0.81	มาก
2.คุณภาพของสิ่ง อำนวยความสะดวกของ สถานที่จัดงาน	2 (1.0)	9 (4.5)	45 (22.5)	98 (49.0)	46 (23.0)	3.88	0.84	มาก

3.ความพร้อมของอุปกรณ์ โสตทัศนูปกรณ์	3 (1.5)	8 (4.0)	50 (25.0)	102 (51.0)	37 (18.5)	3.81	0.83	มาก
4.มาตรฐานของที่พัก	1 (0.5)	8 (4.0)	51 (25.5)	103 (51.5)	37 (18.5)	3.83	0.78	มาก
5.ความหลากหลายของที่พัก	2 (1.0)	10 (5.0)	50 (25.0)	99 (49.5)	39 (19.5)	3.81	0.83	มาก
6.ความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายด้านโรงแรมที่พัก	1 (0.5)	13 (6.5)	45 (22.5)	106 (53.0)	35 (17.5)	3.80	0.81	มาก
7.ความหลากหลายของภัตตาคาร/ ร้านอาหาร	(0.0)	8 (4.0)	51 (25.5)	99 (49.5)	42 (21.0)	3.87	0.78	มาก
8.คุณภาพของการบริการอาหารและเครื่องดื่ม	2 (1.0)	6 (3.0)	50 (25.0)	102 (51.0)	40 (20.0)	3.86	0.80	มาก
9.ความหลากหลายของห้างสรรพสินค้า/ แหล่งช้อปปิ้ง	3 (1.5)	6 (3.0)	43 (21.5)	103 (51.5)	45 (22.5)	3.90	0.83	มาก
รวมเฉลี่ย						3.83	0.81	มาก

จากตารางที่ 23 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความหลากหลายของห้างสรรพสินค้า/แหล่งช้อปปิ้ง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 รองลงมาคือ คุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกของสถานที่จัดงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 ความหลากหลายของภัตตาคาร/ร้านอาหาร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87 คุณภาพของการบริการอาหารและเครื่องดื่ม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 มาตรฐาน

ของที่พัก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 ความหลากหลายของที่พัก และความพร้อมของอุปกรณ์
 โสตทัศนูปกรณ์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ขนาดและพื้นที่ในการจัดงาน มี
 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 ตามลำดับ

ตารางที่ 24 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยว
 เพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ด้านความมั่นคงและปลอดภัย

ด้านความมั่นคง ปลอดภัย	ค่าความถี่และค่าร้อยละ					\bar{x}	SD	ระดับ ความ คิดเห็น
	น้อย ที่สุด 1	น้อย 2	ปาน กลาง 3	มาก 4	มาก ที่สุด 5			
1.ระบบการรักษา ความปลอดภัย ภายในงาน		10	58	84	48	3.85	0.84	มาก
2.ความปลอดภัย ของผู้เข้าร่วมงาน และนักท่องเที่ยว	(0.0)	7 (3.5)	52 (26.0)	92 (46.0)	49 (24.5)	3.95	0.80	มาก
3.ความมั่นคงด้าน การเมือง	(0.0)	10 (5.0)	43 (21.0)	101 (50.5)	46 (23.0)	3.91	0.80	มาก
4.มีศูนย์รับแจ้ง เหตุฉุกเฉินหรือ ร้องทุกข์	1 (0.5)	6 (3.0)	44 (22.0)	99 (49.5)	50 (25.5)	3.91	0.79	มาก
รวมเฉลี่ย						3.90	0.80	มาก

จากตารางที่ 24 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็น
 รางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ด้านความมั่นคงและปลอดภัย อยู่ในระดับ
 มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความปลอดภัย
 ของผู้เข้าร่วมงานและนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 รองลงมา คือ ความปลอดภัยของผู้เข้าร่วม
 งานและนักท่องเที่ยว และความมั่นคงด้านการเมือง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด
 คือ ระบบการรักษาความปลอดภัยภายในงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 ตามลำดับ

ตารางที่ 25 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงาน ภาครัฐและเอกชน

ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน	ค่าความถี่และค่าร้อยละ					\bar{x}	S.D	ระดับความคิดเห็น
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
	1	2	3	4	5			
1.การสนับสนุนจากองค์กรเอกชนในการจัดงานไมซ์	3 (1.5)	8 (4.0)	77 (38.5)	94 (47.0)	18 (9.0)	3.56	0.81	มาก
2.การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในการจัดงานไมซ์	2 (1.0)	9 (4.5)	57 (28.5)	109 (54.5)	23 (11.5)	3.69	0.81	มาก
3.ความหลากหลายของบริษัทนำเที่ยว	3 (1.5)	9 (4.5)	57 (28.5)	95 (47.5)	36 (18.0)	3.73	0.88	มาก
4.ความหลากหลายของสถานที่การจัดประชุมและการแสดงสินค้า / นิทรรศการ	1 (0.5)	8 (4.0)	56 (28.0)	110 (55.0)	25 (12.5)	3.75	0.74	มาก
5.การบริการด้านข้อมูลสถานที่สำคัญในพื้นที่	2 (1.0)	7 (3.5)	43 (41.5)	112 (56.0)	36 (18.0)	3.86	0.78	มาก
รวมเฉลี่ย						3.71	0.80	มาก

จากตารางที่ 25 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การบริการด้านข้อมูลสถานที่สำคัญในพื้นที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 รองลงมา คือ ความหลากหลายของสถานที่การจัดประชุมและการแสดงสินค้า /นิทรรศการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 ความหลากหลายของบริษัทนำเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในการจัดงานมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ การสนับสนุนจากองค์กรเอกชนในการจัดงานมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 ตามลำดับ

ตารางที่ 26 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ด้านภาพลักษณ์และสิ่งดึงดูดใจ

ด้านภาพลักษณ์ และ สิ่งดึงดูดใจ	ค่าความถี่และค่าร้อยละ					S.D.	ระดับ ความ คิดเห็น	
	น้อย ที่สุด 1	น้อย 2	ปาน กลาง 3	มาก 4	มาก ที่สุด 5			
1.ความมั่นคง ปลอดภัย	2 (1.0)	8 (4.0)	62 (31.0)	88 (44.0)	40 (20.0)	3.78	0.84	มาก
2.ความมีชื่อเสียง ของจังหวัด	2 (1.0)	5 (2.5)	31 (15.5)	99 (49.5)	63 (31.5)	4.08	0.81	มาก
3.ความน่าสนใจของ จังหวัด	1 (0.5)	4 (2.0)	51 (25.5)	76 (38.0)	68 (34.0)	4.03	0.85	มาก
4.ความหลากหลาย ของแหล่งท่องเที่ยว	(0.0)	6 (3.0)	49 (24.5)	87 (43.5)	58 (29.0)	3.99	0.82	มาก
5.ความน่าสนใจของ แหล่งท่องเที่ยว	(0.0)	6 (3.0)	49 (24.5)	94 (47.0)	51 (25.5)	3.95	0.78	มาก
6.ความมีเอกลักษณ์ ของแหล่งท่องเที่ยว	1 (0.5)	7 (3.5)	36 (18.0)	103 (51.5)	53 (26.5)	4.00	0.79	มาก
7.ประสบการณ์การ จัดงานในอดีต	2 (1.0)	10 (5.0)	37 (18.5)	103 (51.5)	48 (24.0)	3.92	0.84	มาก
รวมเฉลี่ย						3.96	0.81	มาก

จากตารางที่ 26 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ด้านภาพลักษณ์และสิ่งดึงดูดใจ อยู่ในระดับ

มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือความมีชื่อเสียงของจังหวัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 รองลงมา คือความน่าสนใจของจังหวัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03 ความมีเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.95 ประสิทธิภาพการจัดงานในอดีต 3.92 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ความมั่นคงปลอดภัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.78 ตามลำดับ

ตารางที่ 27 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ด้านบุคลากร

ด้านบุคลากร	ค่าความถี่และค่าร้อยละ					\bar{x}	SD	ระดับ ความ คิดเห็น
	น้อย ที่สุด 1	น้อย 2	ปาน กลาง 3	มาก 4	มาก ที่สุด 5			
1.คุณภาพการ บริการของ พนักงาน	1 (0.5)	8 (4.0)	80 (40.0)	83 (41.5)	28 (14.0)	3.64	0.78	มาก
2.การ ติดต่อสื่อสาร/ ประสานงาน	2 (1.0)	5 (2.5)	49 (24.5)	109 (54.5)	35 (17.5)	3.85	0.76	มาก
3.ความเป็นมือ อาชีพ/ความ เชี่ยวชาญ	(0.0)	6 (3.0)	49 (24.5)	100 (50.0)	45 (22.5)	3.92	0.75	มาก
4.ความสะดวก รวดเร็วในการ ให้บริการ	2 (1.0)	7 (3.5)	44 (22.0)	99 (49.5)	48 (24.0)	3.92	0.82	มาก
5.ความรู้ ความสามารถใน การจัดงาน	(0.0)	6 (3.0)	60 (30.0)	107 (53.5)	27 (13.5)	3.77	0.71	มาก
6.มีไหวพริบ แก้ปัญหาเฉพาะ หน้าได้ดี	(0.0)	4 (2.0)	51 (25.5)	117 (58.5)	28 (14.0)	3.84	0.72	มาก
รวมเฉลี่ย						3.82	0.75	มาก

จากตารางที่ 27 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ด้านบุคลากร อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ และความเป็นมืออาชีพ/ความเชี่ยวชาญ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 รองลงมา คือ การติดต่อสื่อสาร/ประสานงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 มีไหวพริบ แก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 ความรู้ความสามารถในการจัดงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 และ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ คุณภาพการบริการของพนักงาน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 ตามลำดับ

ตารางที่ 28 ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ด้านกิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือการประชุม

ด้านกิจกรรม เพิ่มเติม นอกเหนือการ ประชุม	ค่าความถี่และค่าร้อยละ					\bar{x}	SD	ระดับ ความ คิดเห็น
	น้อย ที่สุด 1	น้อย 2	ปาน กลาง 3	มาก 4	มาก ที่สุด 5			
1.สถานที่ นัดพบการ/ออก กำลังกาย	1 (0.5)	6 (3.0)	75 (37.5)	82 (41.0)	36 (18.0)	3.72	0.85	มาก
2.มีกิจกรรม นัดพบการทั้ง ก่อนและหลังการ ประชุม		8 (4.0)	61 (30.5)	100 (50.0)	31 (15.5)	3.75	0.81	มาก
3.สถานที่สังสรรค์ ทางสังคม	1 (0.5)	4 (2.0)	68 (34.0)	101 (50.5)	26 (13.5)	3.72	0.77	มาก
4.มีบริการเสริม นอกเหนือจาก การเข้าร่วมงาน เช่น บริการนำ เที่ยว สถานที่ บันเทิง	(0.0)	26 (13.0)	63 (31.5)	87 (43.5)	24 (12.0)	3.53	0.90	มาก

5.โอกาสในการติดต่อทางธุรกิจ	(0.0)	9 (4.5)	54 (27.0)	111 (55.5)	26 (13.0)	3.76	0.74	มาก
รวมเฉลี่ย						3.69	0.81	มาก

จากตารางที่ 28 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ด้านกิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือการประชุมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ โอกาสในการติดต่อทางธุรกิจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 รองลงมา คือ มีกิจกรรมนันทนาการทั้งก่อนและหลังการประชุม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 สถานที่นันทนาการ/ออกกำลังกาย และสถานที่สร้างสรรค์ทางสังคมมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มีบริการเสริม นอกเหนือจากการเข้าร่วมงาน เช่น บริการนำเที่ยว สถานบันเทิง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.53 ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์การตรวจสอบข้อมูลก่อนการวิเคราะห์

ตารางที่ 29 ค่าความเบ้ และความโด่งของตัวแปรสังเกต

ตัวแปรสังเกตได้	ค่าความเบ้ (Skewness)	ค่าความโด่ง (Kurtosis)
โครงสร้างพื้นฐานและระบบสาธารณูปโภค (INF1)	-0.207	0.340
ระบบคมนาคมขนส่ง (INF2)	-0.466	0.835
ความสะดวกของการเข้าถึงสถานที่จัดงาน (INF3)	-0.258	0.048
ความสะดวกในการเข้าถึงที่พัก (INF4)	-0.250	-0.164
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเข้าร่วมงาน (INF5)	-0.431	0.185
ขนาดและพื้นที่ในการจัดงาน (ACC1)	-0.399	0.258
คุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกของสถานที่จัดงาน (ACC2)	-0.437	0.443
ความพร้อมของอุปกรณ์โสตทัศนูปกรณ์ (ACC3)	-0.464	0.443
มาตรฐานของที่พัก (ACC4)	-0.253	-0.100
ความหลากหลายของที่พัก (ACC5)	-0.427	0.327
ความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายด้านโรงแรมที่พัก (ACC6)	-0.591	0.475
ความหลากหลายของภัตตาคาร/ร้านอาหาร (ACC7)	-0.319	-0.115
คุณภาพของการบริการอาหารและเครื่องดื่ม (ACC8)	-0.470	0.279
ความหลากหลายของห้างสรรพสินค้า/แหล่งช้อปปิ้ง (ACC9)	-0.581	0.124

ตัวแปรสังเกตได้	ค่าความเบ้ (Skewness)	ค่าความโด่ง (Kurtosis)
ระบบการรักษาความปลอดภัยภายในงาน (SAF1)	-0.196	-0.519
ความปลอดภัยของผู้เข้าร่วมงานและนักท่องเที่ยว (SAF2)	-0.201	-0.497
ความมั่นคงด้านการเมือง (SAF3)	-0.393	-0.179
มีศูนย์รับแจ้งเหตุฉุกเฉินหรือร้องทุกข์ (SAF4)	-0.339	-0.381
การสนับสนุนจากองค์กรเอกชนในการจัดงานไมซ์ (SUP1)	-0.530	1.451
การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในการจัดงานไมซ์ (SUP2)	-0.557	1.456
ความหลากหลายของบริษัทนำเที่ยว (SUP3)	-0.505	0.788
ความหลากหลายของสถานที่การจัดประชุมและการแสดงสินค้า / นิทรรศการ (SUP4)	-0.290	-0.027
การบริการด้านข้อมูลสถานที่สำคัญในพื้นที่ (SUP5)	-0.479	0.474
ความมั่นคงปลอดภัย (IMG1)	-0.159	-0.214
ความมีชื่อเสียงของจังหวัด (IMG2)	-0.498	0.206
ความน่าสนใจของจังหวัด (IMG3)	-0.391	-0.426
ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว (IMG4)	-0.362	-0.486
ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว (IMG5)	-0.319	-0.419
ความมีเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว (IMG6)	-0.541	0.127
ประสบการณ์การจัดงานในอดีต (IMG7)	-0.660	0.612
คุณภาพการบริการของพนักงาน (PER1)	-0.004	-0.330
การติดต่อสื่อสาร/ประสานงาน (PER2)	-0.309	0.164
ความเป็นมืออาชีพ/ความเชี่ยวชาญ (PER3)	-0.305	-0.195
ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ (PER4)	-0.395	-0.070
ความรู้ความสามารถในการจัดงาน (PER5)	-0.260	0.033
มีไหวพริบ แก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี (PER6)	-0.493	1.322
สถานที่นั้นหนาแน่น/ออกกำลังกาย (EXT1)	-0.199	0.551
มีกิจกรรมนันทนาการทั้งก่อนและหลังการประชุม (EXT2)	-0.437	0.979
สถานที่สังสรรค์ทางสังคม (EXT3)	-0.454	1.181
มีบริการเสริม นอกเหนือจากการเข้าร่วมงาน เช่น บริการนำเที่ยว สถานบันเทิง (EXT4)	-0.221	-0.240
โอกาสในการติดต่อทางธุรกิจ (EXT5)	-0.291	0.132

จากตารางที่ 29 พบว่า ตัวแปรสังเกตที่ศึกษามีค่าความเบี่ยงอยู่ระหว่าง -0.660 ถึง -0.004 ซึ่งมีค่าอยู่ในช่วง -3 ถึง +3 และมีค่าความโด่งระหว่าง -0.027 ถึง 1.456 ซึ่งมีค่าอยู่ในช่วง -10 ถึง +10 แสดงว่าตัวแปรมีการแจกแจงแบบปกติ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2557) ดังนั้น จึงมีความเหมาะสมที่จะนำไปวิเคราะห์โมเดลการวัดและโมเดลที่ได้พัฒนาขึ้น

4. ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา

ผู้วิจัยวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน เพื่อตรวจสอบและยืนยันความถูกต้องของตัวแปรสังเกตที่สามารถวัดตัวแปรแฝง ตัวแปรแฝงภายใน ได้แก่ องค์ประกอบการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ประกอบด้วยตัวแปรสังเกต 7 ตัวแปร ได้แก่ ด้านโครงสร้างพื้นฐาน (INF) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (ACC) ด้านความมั่นคงและปลอดภัย (SAF) ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่อยู่ในท้องถิ่น (SUP) ด้านภาพลักษณ์และสิ่งดึงดูดใจ (IMG) ด้านบุคลากร (PER) และด้านกิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือการประชุม (EXT) พิจารณาโดยใช้ค่า ดัชนีความสอดคล้องของโมเดล (Model Fit Index) และค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Standardized Factor Loading)

4.1 การวิเคราะห์องค์ประกอบยืนยันการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านโครงสร้างพื้นฐาน

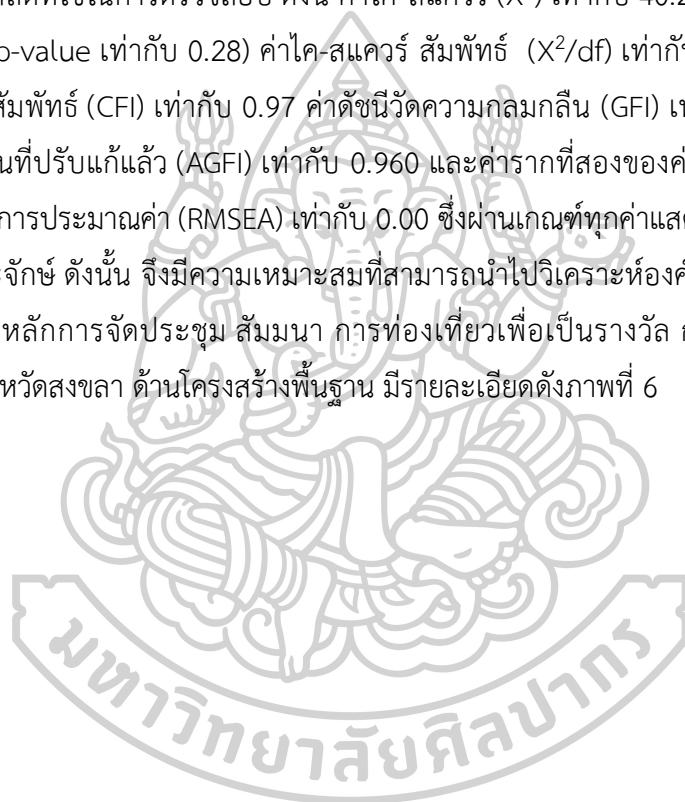
ผู้วิจัยตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนโมเดลองค์ประกอบยืนยันขององค์ประกอบหลัก ด้านโครงสร้างพื้นฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์ มีรายละเอียดดังตารางที่ 30

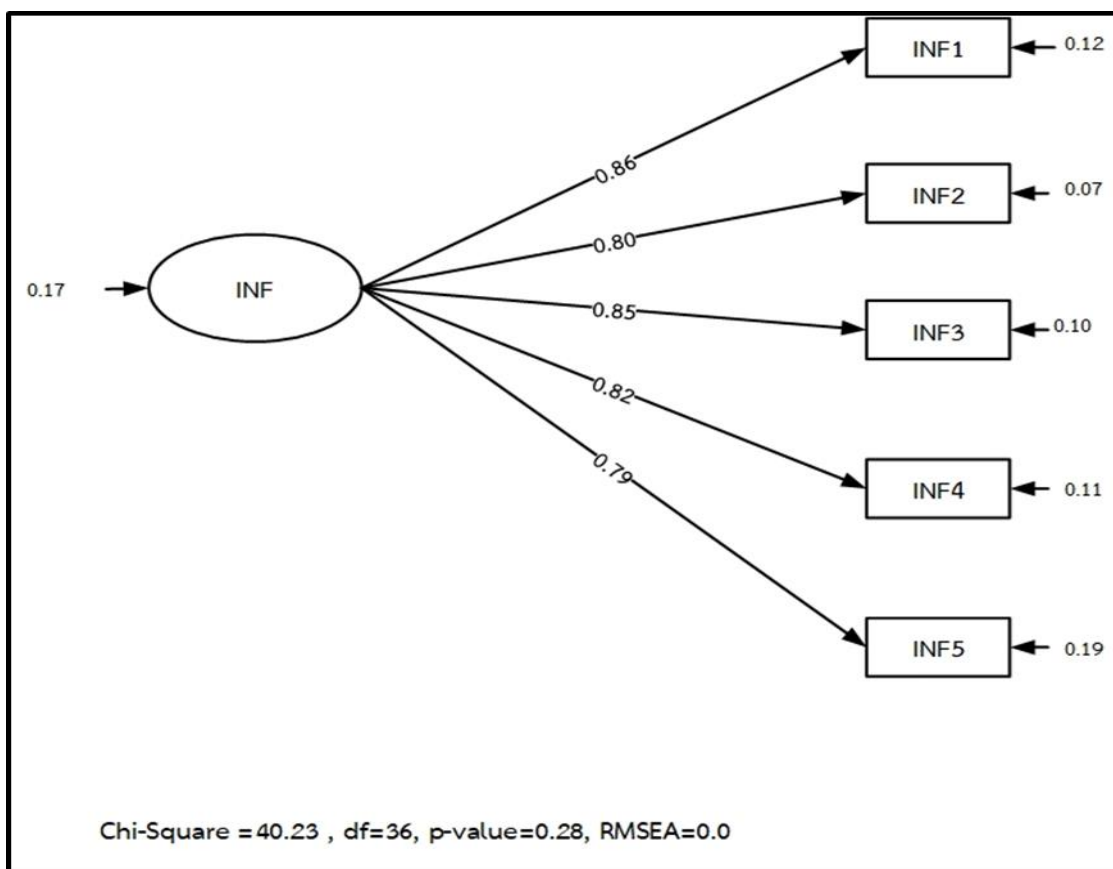
ตารางที่ 30 ค่าดัชนีความสอดคล้องโมเดลองค์ประกอบยืนยันการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านโครงสร้างพื้นฐาน

สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบ	เกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณา	ค่าที่คำนวณได้	ผลการพิจารณา
χ^2	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05	40.23	-
df	-	36	-
p-value	$p > 0.05$	0.28	-
χ^2 / df	$\chi^2 / df < 2$	1.12	ผ่านเกณฑ์

CFI	≥ 0.95	0.97	ผ่านเกณฑ์
GFI	≥ 0.95	0.97	ผ่านเกณฑ์
AGFI	≥ 0.95	0.96	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< 0.05	0.00	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 30 พบว่า ดัชนีความสอดคล้องโมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านโครงสร้างพื้นฐาน มีค่าสถิติที่ใช้ในการตรวจสอบ ดังนี้ ค่าไค-สแควร์ (X^2) เท่ากับ 40.23 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.28 (p-value เท่ากับ 0.28) ค่าไค-สแควร์ สัมพัทธ์ (X^2/df) เท่ากับ 1.12 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (CFI) เท่ากับ 0.97 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ 0.970 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) เท่ากับ 0.960 และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ 0.00 ซึ่งผ่านเกณฑ์ทุกค่าแสดงว่าโมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังนั้น จึงมีความเหมาะสมที่สามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบ เมื่อวิเคราะห์องค์ประกอบหลักการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านโครงสร้างพื้นฐาน มีรายละเอียดดังภาพที่ 6





ภาพที่ 6 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านโครงสร้างพื้นฐาน

ตารางที่ 31 สรุปองค์ประกอบการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้า และนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านโครงสร้างพื้นฐาน

องค์ประกอบ หลักด้าน	องค์ประกอบ ภายใน	ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ	ลำดับ ความสำคัญ	ค่าความ แปรปรวน เฉลี่ยที่สกัด ได้ AVE	ค่าความ เชื่อมั่นของ แบบวัด CR
INF	INF1	0.86	1	0.70	0.85
	INF2	0.80	4		
	INF3	0.85	2		
	INF4	0.82	3		
	INF5	0.79	5		

จากภาพที่ 6 และตารางที่ 31 พบว่า องค์กรประกอบเชิงยืนยันการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านโครงสร้างพื้นฐาน องค์กรประกอบย่อยโครงสร้างพื้นฐานและระบบสาธารณูปโภค (INF1) มีค่าน้ำหนักองค์กรประกอบเท่ากับ 0.86 องค์กรประกอบย่อยระบบคมนาคมขนส่ง (INF2) มีค่าน้ำหนักองค์กรประกอบเท่ากับ 0.80 องค์กรประกอบย่อยความสะดวกของการเข้าถึงสถานที่จัดงาน (INF3) มีค่าน้ำหนักองค์กรประกอบเท่ากับ 0.85 องค์กรประกอบย่อยความสะดวกในการเข้าถึงที่พัก (INF4) มีค่าน้ำหนักองค์กรประกอบเท่ากับ 0.82 องค์กรประกอบย่อยค่าใช้จ่ายในการเดินทางเข้าร่วมงาน (INF5) มีค่าน้ำหนักองค์กรประกอบเท่ากับ 0.79 ซึ่งเป็นค่าน้ำหนักของตัวแปรในองค์กรประกอบที่มากกว่า 0.4 จัดว่าเป็นค่าที่อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม (Hair et al., 2010) และพบว่าค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้ (AVE) ขององค์กรประกอบหลัก ด้านโครงสร้างพื้นฐานมีค่าเท่ากับ 0.7 จัดว่ามีความเหมาะสม (AVE \geq 0.50) (Fornell and Larcker, 1981; Hair et al., 2010) จากการพิจารณาค่าสถิติขององค์กรประกอบหลักด้านโครงสร้างพื้นฐานค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดเชิงองค์กรประกอบ มีค่าเท่ากับ 0.85 จัดว่ามีความเหมาะสม (CR \geq 0.70) (Bagozzi and Yi, 1988; Hair et al., 2010) ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่าตัวแปรทั้งหมดของด้านโครงสร้างพื้นฐาน มีความเชื่อถือได้จากการวิเคราะห์องค์กรประกอบเชิงยืนยันด้านโครงสร้างพื้นฐาน

การตรวจสอบค่าน้ำหนักองค์กรประกอบหลักด้านโครงสร้างพื้นฐาน จากการวิเคราะห์ องค์กรประกอบเชิงยืนยัน พบว่าองค์กรประกอบย่อยที่มีความสำคัญมากที่สุดได้แก่ โครงสร้างพื้นฐานและระบบสาธารณูปโภค (INF1) รองลงมาได้แก่ ความสะดวกของการเข้าถึงสถานที่จัดงาน (INF3) ความสะดวกในการเข้าถึงที่พัก (INF4) ระบบคมนาคมขนส่ง (INF2) และค่าใช้จ่ายในการเดินทางเข้าร่วมงาน (INF5) ตามลำดับ

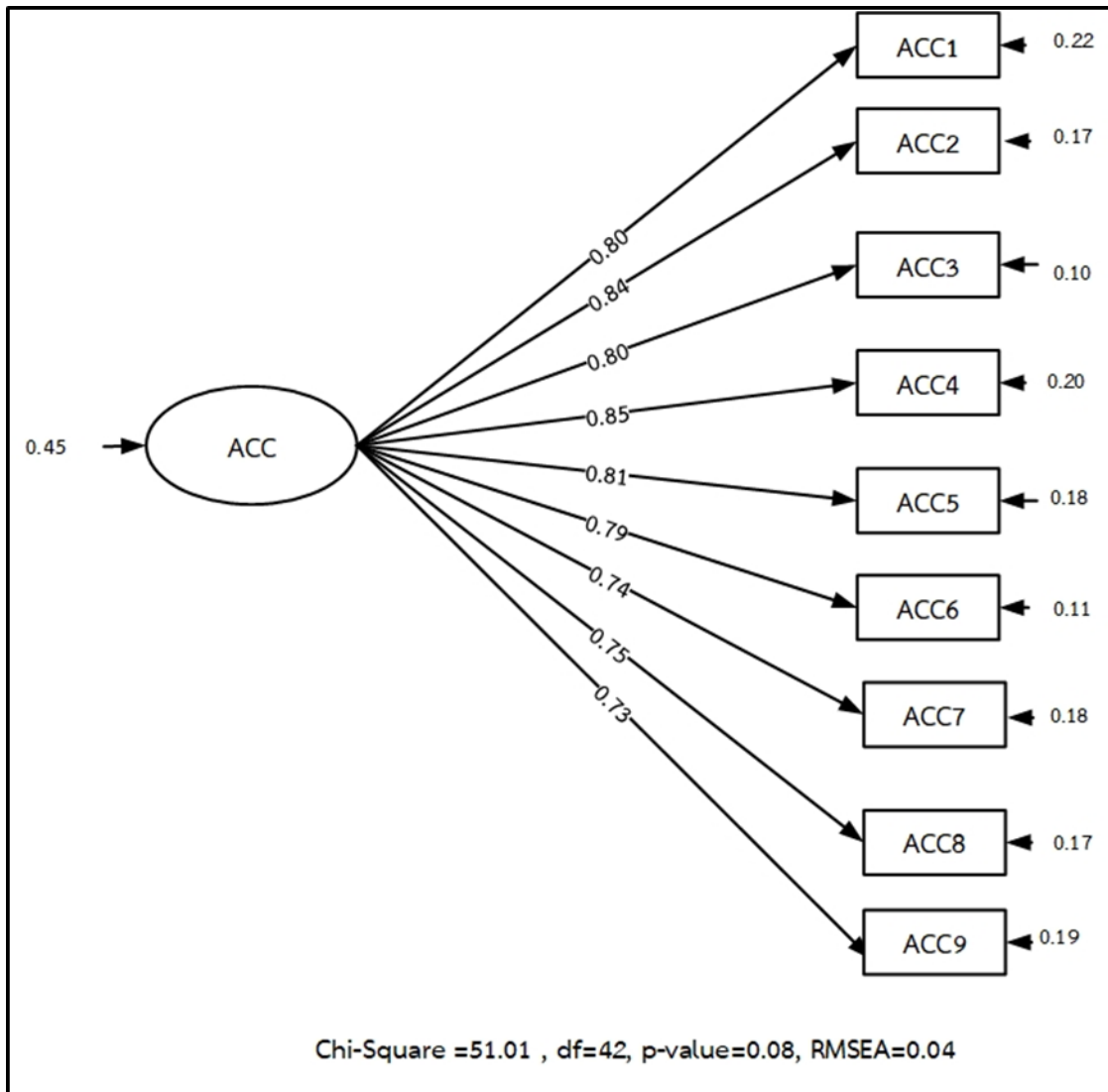
4.2 การวิเคราะห์องค์กรประกอบยืนยันการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ผู้วิจัยตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนโมเดลองค์กรประกอบยืนยันขององค์กรประกอบหลัก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกกับข้อมูลเชิงประจักษ์ มีรายละเอียดดังตารางที่ 32

ตารางที่ 32 ค่าดัชนีความสอดคล้องโมเดลองค์ประกอบยืนยันการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบ	เกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณา	ค่าที่คำนวณได้	ผลการพิจารณา
X^2	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05	51.01	-
df	-	42	-
p-value	$p > 0.05$	0.08	-
X^2/df	$\chi^2/df < 2$	1.21	ผ่านเกณฑ์
CFI	≥ 0.95	0.95	ผ่านเกณฑ์
GFI	≥ 0.95	0.97	ผ่านเกณฑ์
AGFI	≥ 0.95	0.96	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< 0.05	0.04	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 32 พบว่า ดัชนีความสอดคล้องโมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีค่าสถิติที่ใช้ในการตรวจสอบ ดังนี้ ค่าไค-สแควร์ (X^2) เท่ากับ 51.01 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.08 (p-value เท่ากับ 0.08) ค่าไค-สแควร์ สัมพัทธ์ (X^2/df) เท่ากับ 1.21 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (CFI) เท่ากับ 0.95 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ 0.97 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) เท่ากับ 0.96 และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ 0.04 ซึ่งผ่านเกณฑ์ทุกค่าแสดงว่าโมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังนั้น จึงมีความเหมาะสมที่สามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบ เมื่อวิเคราะห์องค์ประกอบหลักการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีรายละเอียดดังภาพที่ 7



ภาพที่ 7 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ตารางที่ 33 สรุปองค์ประกอบการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้า และนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

องค์ประกอบหลักด้าน	องค์ประกอบภายใน	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ	ลำดับความสำคัญ	ค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้ AVE	ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัด CR
ACC	ACC1	0.80	4	0.67	0.87
	ACC2	0.84	2		
	ACC3	0.80	4		
	ACC4	0.85	1		
	ACC5	0.81	3		
	ACC6	0.79	5		
	ACC7	0.74	7		
	ACC8	0.75	6		
	ACC9	0.73	8		

จากภาพที่ 7 และตารางที่ 33 พบว่า องค์ประกอบเชิงยืนยันการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก องค์ประกอบย่อยขนาดและพื้นที่ในการจัดงาน (ACC1) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.80 องค์ประกอบย่อยคุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกของสถานที่จัดงาน (ACC2) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.84 องค์ประกอบย่อยความพร้อมของอุปกรณ์โสตทัศนูปกรณ์ (ACC3) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.80 องค์ประกอบย่อยมาตรฐานของสถานที่จัดงาน (ACC4) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.85 องค์ประกอบย่อยความหลากหลายของที่พักร (ACC5) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.81 องค์ประกอบย่อยความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายด้านโรงแรมที่พัก (ACC6) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.79 องค์ประกอบย่อยความหลากหลายของภัตตาคาร/ร้านอาหาร (ACC7) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.74 องค์ประกอบย่อยคุณภาพของการบริการอาหารและเครื่องดื่ม (ACC8) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.75 องค์ประกอบย่อยความหลากหลายของห้างสรรพสินค้า/แหล่งช้อปปิ้ง (ACC9) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.73 ซึ่งเป็นค่าน้ำหนักของตัวแปรในองค์ประกอบที่มากกว่า 0.4 จัดว่าเป็นค่าที่อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม (Hair et al., 2010) และพบว่าค่าความ

แปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้ (AVE) ขององค์ประกอบหลักด้านสิ่งแวดล้อมมีค่าเท่ากับ 0.67 จัดว่ามีความเหมาะสม (AVE \geq 0.50) (Fornell and Larcker, 1981; Hair et al., 2010) จากการพิจารณาค่าสถิติขององค์ประกอบหลักด้านสิ่งแวดล้อมค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดเชิงองค์ประกอบ มีค่าเท่ากับ 0.87 จัดว่ามีความเหมาะสม (CR \geq 0.70) (Bagozzi and Yi, 1988; Hair et al., 2010) ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่าตัวแปรทั้งหมดของด้านสิ่งแวดล้อมมีความเชื่อถือได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันด้านสิ่งแวดล้อม

การตรวจสอบค่าน้ำหนักองค์ประกอบหลักด้านสิ่งแวดล้อม จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่าองค์ประกอบย่อยที่มีความสำคัญมากที่สุดได้แก่ มาตรฐานของสถานที่จัดงาน (ACC4) รองลงมาคุณภาพของสิ่งแวดล้อมของสถานที่จัดงาน (ACC2) ความหลากหลายของที่พักรักษา (ACC5) ขนาดและพื้นที่ในการจัดงาน (ACC1) ความพร้อมของอุปกรณ์ไฮดรอลิก (ACC3) ความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายด้านโรงแรมที่พัก (ACC6) คุณภาพของการบริการอาหารและเครื่องดื่ม (ACC8) ความหลากหลายของภัตตาคาร/ร้านอาหาร (ACC7) และความหลากหลายของห้างสรรพสินค้า/แหล่งช้อปปิ้ง (ACC9) ตามลำดับ

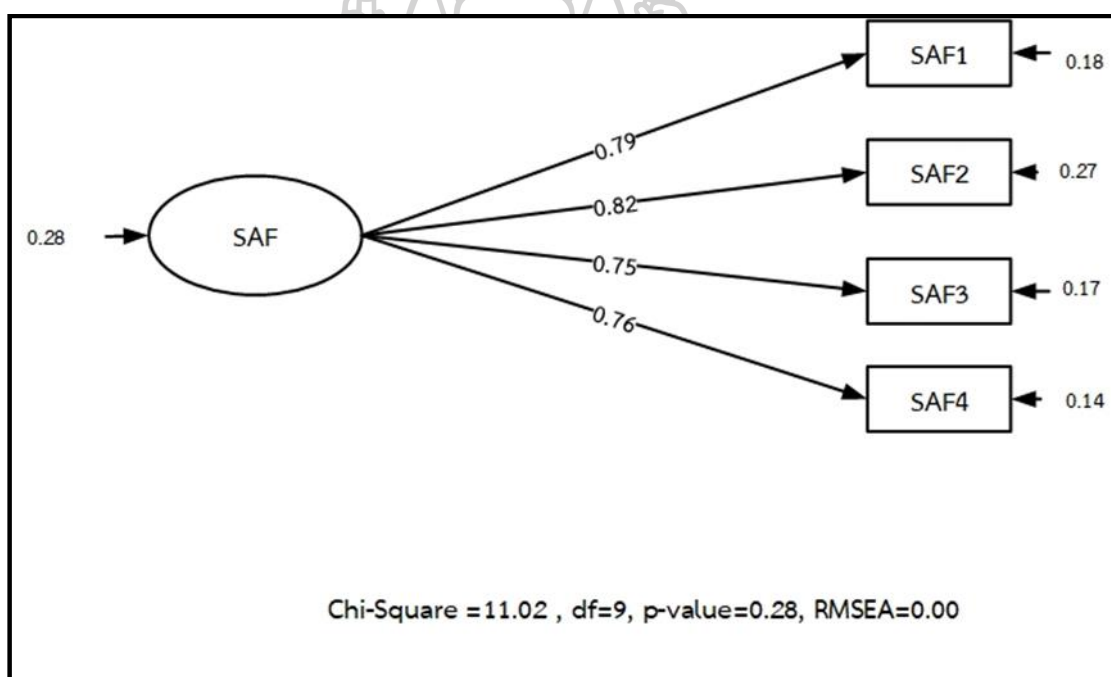
4.3 การวิเคราะห์องค์ประกอบยืนยันการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านความมั่นคงปลอดภัย

ผู้วิจัยตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนโมเดลองค์ประกอบยืนยันขององค์ประกอบหลักด้านความมั่นคงปลอดภัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์ มีรายละเอียดดังตารางที่ 34

ตารางที่ 34 ค่าดัชนีความสอดคล้องโมเดลองค์ประกอบยืนยัน การจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านความมั่นคงปลอดภัย

สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบ	เกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณา	ค่าที่คำนวณได้	ผลการพิจารณา
χ^2	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05	11.02	-
df	-	9	-
p-value	p > 0.05	0.28	-
χ^2/df	$\chi^2/df < 2$	1.22	ผ่านเกณฑ์
CFI	≥ 0.95	0.96	ผ่านเกณฑ์
GFI	≥ 0.95	0.95	ผ่านเกณฑ์
AGFI	≥ 0.95	0.96	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< 0.05	0.00	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 34 พบว่า ดัชนีความสอดคล้องโมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านความมั่นคงปลอดภัย มีค่าสถิติที่ใช้ในการตรวจสอบ ดังนี้ ค่าไค-สแควร์ (X^2) เท่ากับ 11.02 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.28 (p-value เท่ากับ 0.28) ค่าไค-สแควร์ สัมพัทธ์ (X^2/df) เท่ากับ 1.22 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (CFI) เท่ากับ 0.96 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ 0.95 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) เท่ากับ 0.96 และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ 0.00 ซึ่งผ่านเกณฑ์ทุกค่าแสดงว่าโมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังนั้น จึงมีความเหมาะสมที่สามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบ เมื่อวิเคราะห์องค์ประกอบหลักการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านความมั่นคงปลอดภัยมีรายละเอียด ดังภาพที่ 8



ภาพที่ 8 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านความมั่นคงปลอดภัย

ตารางที่ 35 สรุปลงค์ประกอบการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้า และนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านความมั่นคงปลอดภัย

องค์ประกอบ หลักด้าน	องค์ประกอบ ภายใน	ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ	ลำดับ ความสำคัญ	ค่าความ แปรปรวน เฉลี่ยที่สกัดได้ AVE	ค่าความ เชื่อมั่นของ แบบวัด CR
SAF	SAF1	0.79	2	0.59	0.82
	SAF2	0.82	1		
	SAF3	0.75	4		
	SAF4	0.76	3		

จากภาพที่ 8 และตารางที่ 35 พบว่า องค์ประกอบเชิงยืนยันการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านความมั่นคงปลอดภัย องค์ประกอบย่อยระบบการรักษาความปลอดภัยภายในงาน (SAF1) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.79 องค์ประกอบย่อยความปลอดภัยของผู้เข้าร่วมงานและนักท่องเที่ยว (SAF2) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.82 องค์ประกอบย่อยความมั่นคงด้านการเมือง (SAF3) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.75 องค์ประกอบย่อยมีศูนย์รับแจ้งเหตุฉุกเฉินหรือร้องทุกข์ (SAF4) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.76 ซึ่งเป็นค่าน้ำหนักของตัวแปรในองค์ประกอบที่มากกว่า 0.4 จัดว่าเป็นค่าที่อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม (Hair et al., 2010) และพบว่าค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้ (AVE) ขององค์ประกอบหลักด้านความมั่นคงปลอดภัยมีค่าเท่ากับ 0.59 จัดว่ามีความเหมาะสม (AVE \geq 0.50) (Fornell and Larcker, 1981; Hair et al., 2010) จากการพิจารณาค่าสถิติขององค์ประกอบหลักด้านความมั่นคงปลอดภัย ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดเชิงองค์ประกอบ มีค่าเท่ากับ 0.82 จัดว่ามีความเหมาะสม (CR \geq 0.70) (Bagozzi and Yi, 1988; Hair et al., 2010) ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่าตัวแปรทั้งหมดของด้านความมั่นคงปลอดภัยมีความเชื่อถือได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันด้านความมั่นคงปลอดภัย

การตรวจสอบค่าน้ำหนักองค์ประกอบหลักด้านความมั่นคงปลอดภัยจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่าองค์ประกอบย่อยที่มีความสำคัญมากที่สุดได้แก่ ความปลอดภัยของผู้เข้าร่วมงานและนักท่องเที่ยว (SAF2) รองลงมาได้แก่ ระบบการรักษาความปลอดภัยภายในงาน (SAF1) มีศูนย์รับแจ้งเหตุฉุกเฉินหรือร้องทุกข์ (SAF4) และความมั่นคงด้านการเมือง (SAF3) ตามลำดับ

4.4 การวิเคราะห์องค์ประกอบยืนยันการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่อยู่ในท้องถิ่น

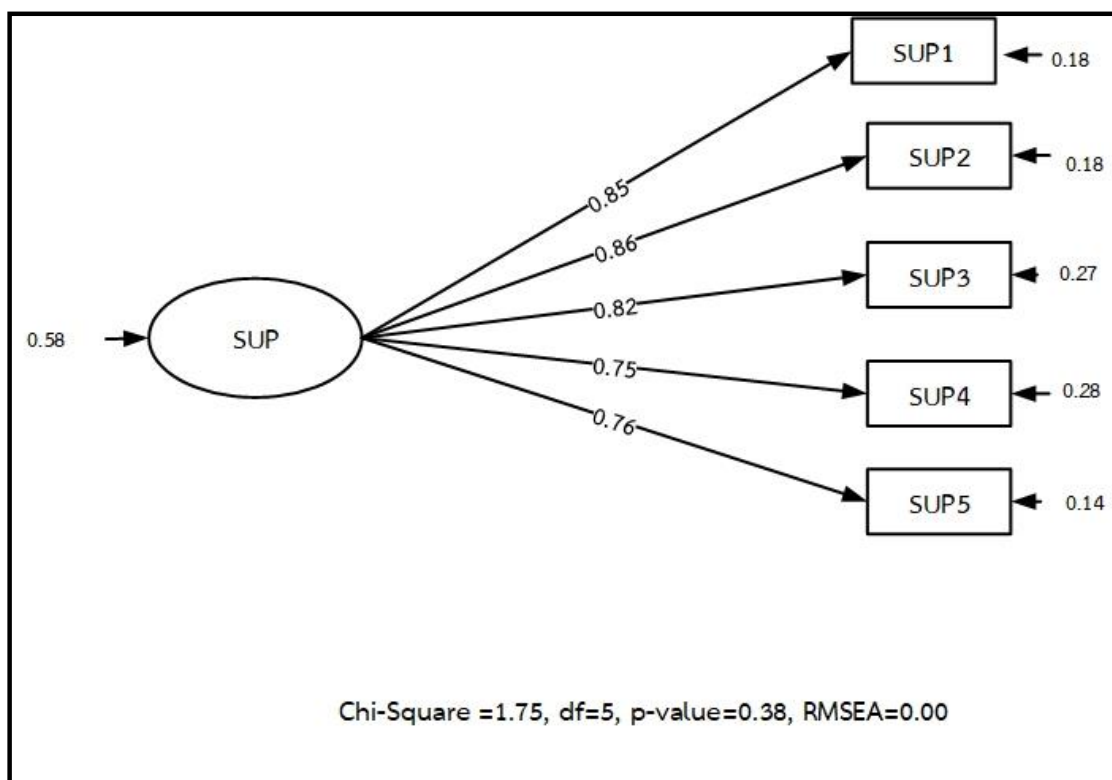
ผู้วิจัยตรวจสอบความสอดคล้องโมเดลองค์ประกอบยืนยันขององค์ประกอบหลัก ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่อยู่ในท้องถิ่น กับข้อมูลเชิงประจักษ์ มีรายละเอียดดังตารางที่ 36

ตารางที่ 36 ค่าดัชนีความสอดคล้องโมเดลองค์ประกอบยืนยัน การจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงาน ภาครัฐและเอกชนที่อยู่ในท้องถิ่น

สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบ	เกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณา	ค่าที่คำนวณได้	ผลการพิจารณา
X^2	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05	1.75	-
df	-	5	-
p-value	$p > 0.05$	0.38	-
X^2/df	$\chi^2/df < 2$	0.35	ผ่านเกณฑ์
CFI	≥ 0.95	0.96	ผ่านเกณฑ์
GFI	≥ 0.95	0.95	ผ่านเกณฑ์
AGFI	≥ 0.95	0.96	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< 0.05	0.00	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 36 พบว่า ดัชนีความสอดคล้องโมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่อยู่ในท้องถิ่น มีค่าสถิติที่ใช้ในการตรวจสอบ ดังนี้ ค่าไค-สแควร์ (X^2) เท่ากับ 1.75 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.38 (p-value เท่ากับ 0.38) ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (X^2/df) เท่ากับ 0.35 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (CFI) เท่ากับ 0.96 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ 0.95 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) เท่ากับ 0.96 และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ 0.00 ซึ่งผ่านเกณฑ์ทุกค่าแสดงว่าโมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังนั้น จึงมีความเหมาะสมที่สามารถ

นำไปวิเคราะห์องค์ประกอบ เมื่อวิเคราะห์องค์ประกอบหลักการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ และเอกชนที่อยู่ในท้องถิ่น มีรายละเอียดดังภาพที่ 9



ภาพที่ 9 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่อยู่ในท้องถิ่น

ตารางที่ 37 สรุปองค์ประกอบการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้า และนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่อยู่ในท้องถิ่น

องค์ประกอบ หลักด้าน	องค์ประกอบ ภายใน	ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ	ลำดับ ความสำคัญ	ค่าความ แปรปรวน เฉลี่ยที่สกัด ได้ AVE	ค่าความ เชื่อมั่นของ แบบวัด CR
SUP	SUP1	0.85	2	0.65	0.72
	SUP2	0.86	1		
	SUP3	0.82	3		
	SUP4	0.75	5		
	SUP5	0.76	4		

จากภาพที่ 9 และตารางที่ 37 พบว่า องค์ประกอบเชิงยืนยันการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่อยู่ในท้องถิ่น องค์ประกอบย่อยการสนับสนุนจากองค์กรเอกชนในการจัดงานไมซ์ (SUP1) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.85 องค์ประกอบย่อยการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในการจัดงานไมซ์ (SUP2) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.86 องค์ประกอบย่อยความหลากหลายของบริษัทนำเที่ยว (SUP3) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.82 องค์ประกอบย่อยความหลากหลายของสถานที่การจัดประชุมและการแสดงสินค้า /นิทรรศการ (SUP4) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.75 องค์ประกอบย่อยการบริการด้านข้อมูลสถานที่สำคัญในพื้นที่ (SUP5) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.76 ซึ่งเป็นค่าน้ำหนักของตัวแปรในองค์ประกอบที่มากกว่า 0.4 จัดว่าเป็นค่าที่อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม (Hair et al., 2010) และพบว่าค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้ (AVE) ขององค์ประกอบหลักด้านโครงสร้างพื้นฐานมีค่าเท่ากับ 0.65 จัดว่ามีความเหมาะสม (AVE \geq 0.50) (Fornell and Larcker, 1981; Hair et al., 2010) จากการพิจารณาค่าสถิติขององค์ประกอบหลักการบริการด้านข้อมูลสถานที่สำคัญในพื้นที่ที่ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดเชิงองค์ประกอบ มีค่าเท่ากับ 0.82 จัดว่ามีความเหมาะสม (CR \geq 0.70) (Bagozzi and Yi, 1988; Hair et al., 2010) ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่าตัวแปรทั้งหมดของด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่อยู่ในท้องถิ่น มีความเชื่อถือได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่อยู่ในท้องถิ่น

การตรวจสอบค่าน้ำหนักองค์ประกอบหลักด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่อยู่ในท้องถิ่น จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่าองค์ประกอบย่อยที่มี

ความสำคัญมากที่สุดได้แก่ การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในการจัดงานไมซ์ (SUP2) รองลงมา ได้แก่ การสนับสนุนจากองค์กรเอกชนในการจัดงานไมซ์ (SUP1) ความหลากหลายของบริษัทนำเที่ยว (SUP3) การบริการด้านข้อมูลสถานที่สำคัญในพื้นที่ (SUP5) และความหลากหลายของสถานที่การจัดประชุมและการแสดงสินค้า / นิทรรศการ (SUP4) ตามลำดับ

4.5 การวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบยืนยันการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลาด้านภาพลักษณ์และสิ่งดึงดูดใจ

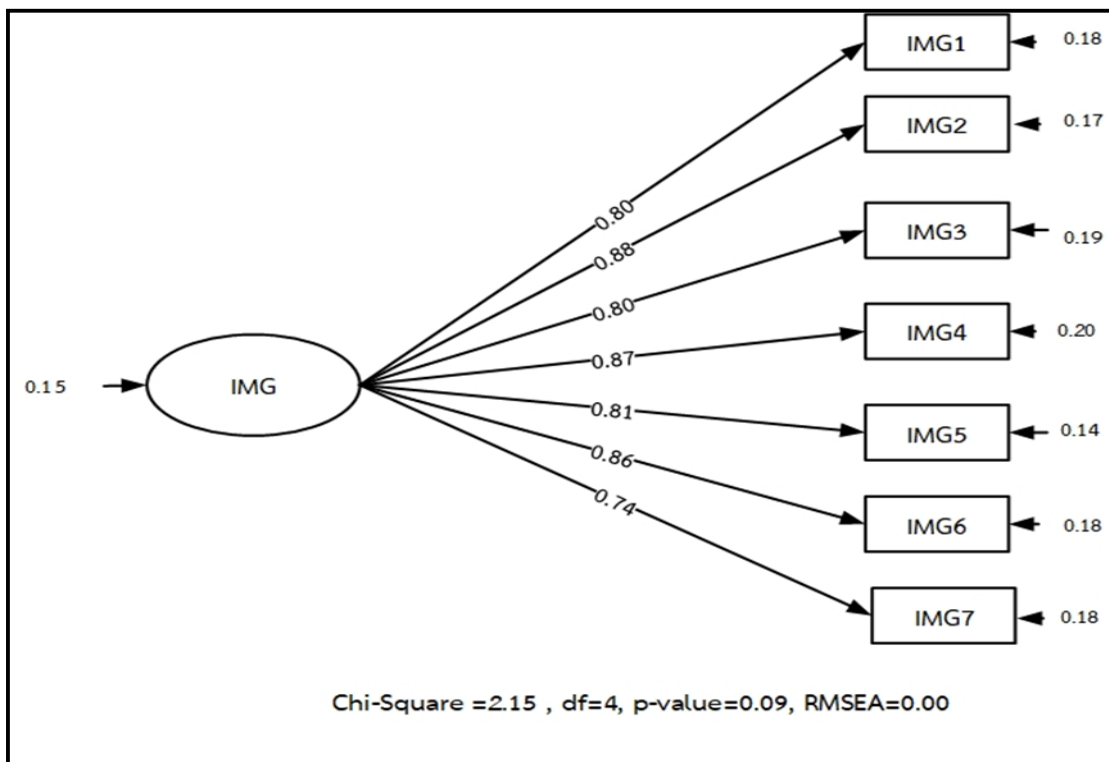
ผู้วิจัยตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนโมเดลองค์ประกอบยืนยันขององค์ประกอบหลัก ด้านภาพลักษณ์และสิ่งดึงดูดใจกับข้อมูลเชิงประจักษ์ มีรายละเอียดดังตารางที่ 38

ตารางที่ 38 ค่าดัชนีความสอดคล้องโมเดลองค์ประกอบยืนยัน การจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านภาพลักษณ์และสิ่งดึงดูดใจ

สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบ	เกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณา	ค่าที่คำนวณได้	ผลการพิจารณา
X^2	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05	2.15	-
df	-	4	-
p-value	$p > 0.05$	0.09	-
X^2 / df	$\chi^2 / df < 2$	0.53	ผ่านเกณฑ์
CFI	≥ 0.95	0.95	ผ่านเกณฑ์
GFI	≥ 0.95	0.95	ผ่านเกณฑ์
AGFI	≥ 0.95	0.96	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< 0.05	0.00	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 38 พบว่า ดัชนีความสอดคล้องโมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านภาพลักษณ์และสิ่งดึงดูดใจมีค่าสถิติที่ใช้ในการตรวจสอบ ดังนี้ ค่าไค-สแควร์ (X^2) เท่ากับ 2.15 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.09 (p-value เท่ากับ 0.09) ค่าไค-สแควร์ สัมพัทธ์ (X^2/df) เท่ากับ 0.53 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (CFI) เท่ากับ 0.95 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ 0.95 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) เท่ากับ 0.96 และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคาด

เคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ 0.00 ซึ่งผ่านเกณฑ์ทุกค่าแสดงว่าโมเดล สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังนั้น จึงมีความเหมาะสมที่สามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบ เมื่อวิเคราะห์องค์ประกอบหลักการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดง สินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านภาพลักษณ์และสิ่งดึงดูดใจ มีรายละเอียดดังภาพที่ 10



ภาพที่ 10 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็น รางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านภาพลักษณ์และสิ่งดึงดูดใจ

ตารางที่ 39 สรุปองค์ประกอบการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้า และนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านภาพลักษณ์และสิ่งดึงดูดใจ

องค์ประกอบ หลักด้าน	องค์ประกอบ ภายใน	ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ	ลำดับ ความสำคัญ	ค่าความ แปรปรวน เฉลี่ยที่สกัด ได้ AVE	ค่าความ เชื่อมั่นของ แบบวัด CR
IMG	IMG1	0.80	5	0.70	0.82
	IMG2	0.88	1		
	IMG3	0.80	5		
	IMG4	0.87	2		
	IMG5	0.81	4		
	IMG6	0.86	3		
	IMG7	0.74	6		

จากภาพที่ 10 และตารางที่ 39 พบว่า องค์ประกอบเชิงยืนยันการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านภาพลักษณ์และสิ่งดึงดูดใจ องค์ประกอบย่อยความมั่นคงปลอดภัย (IMG1) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.80 องค์ประกอบย่อยความมีชื่อเสียงของจังหวัด (IMG2) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.88 องค์ประกอบย่อยความน่าสนใจของจังหวัด (IMG3) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.80 องค์ประกอบย่อยความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว (IMG4) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.87 องค์ประกอบย่อยความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว (IMG5) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.81 องค์ประกอบย่อยความมีเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว (IMG6) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.86 องค์ประกอบย่อยประสบการณ์การจัดงานในอดีต (IMG7) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.74 ซึ่งเป็นค่าน้ำหนักของตัวแปรในองค์ประกอบที่มากกว่า 0.4 จัดว่าเป็นค่าที่อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม (Hair et al., 2010) และพบว่าค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้ (AVE) ขององค์ประกอบหลักด้านภาพลักษณ์และสิ่งดึงดูดใจ มีค่าเท่ากับ 0.7 จัดว่ามีความเหมาะสม ($AVE \geq 0.50$) (Fornell and Larcker, 1981; Hair et al., 2010) จากการพิจารณาค่าสถิติขององค์ประกอบหลักด้านภาพลักษณ์และสิ่งดึงดูดใจ ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดเชิงองค์ประกอบ มีค่าเท่ากับ 0.82 จัดว่ามีความเหมาะสม ($CR \geq 0.70$) (Bagozzi and Yi, 1988; Hair et al., 2010) ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่าตัวแปรทั้งหมดของด้านภาพลักษณ์และสิ่งดึงดูดใจ มีความเชื่อถือได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันด้านภาพลักษณ์และสิ่งดึงดูดใจ

การตรวจสอบค่าน้ำหนักองค์ประกอบหลักด้านภาพลักษณ์และสิ่งดึงดูดใจ จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่าองค์ประกอบย่อยที่มีความสำคัญมากที่สุดได้แก่ ความมีชื่อเสียงของจังหวัด (IMG2) รองลงมาได้แก่ ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว (IMG4) ความมีเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว (IMG6) ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว (IMG5) ความมั่นคงปลอดภัย (IMG1) ความน่าสนใจของจังหวัด (IMG3) และประสบการณ์การจัดงานในอดีต (IMG7) ตามลำดับ

4.6 การวิเคราะห์องค์ประกอบยืนยันการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านบุคลากร

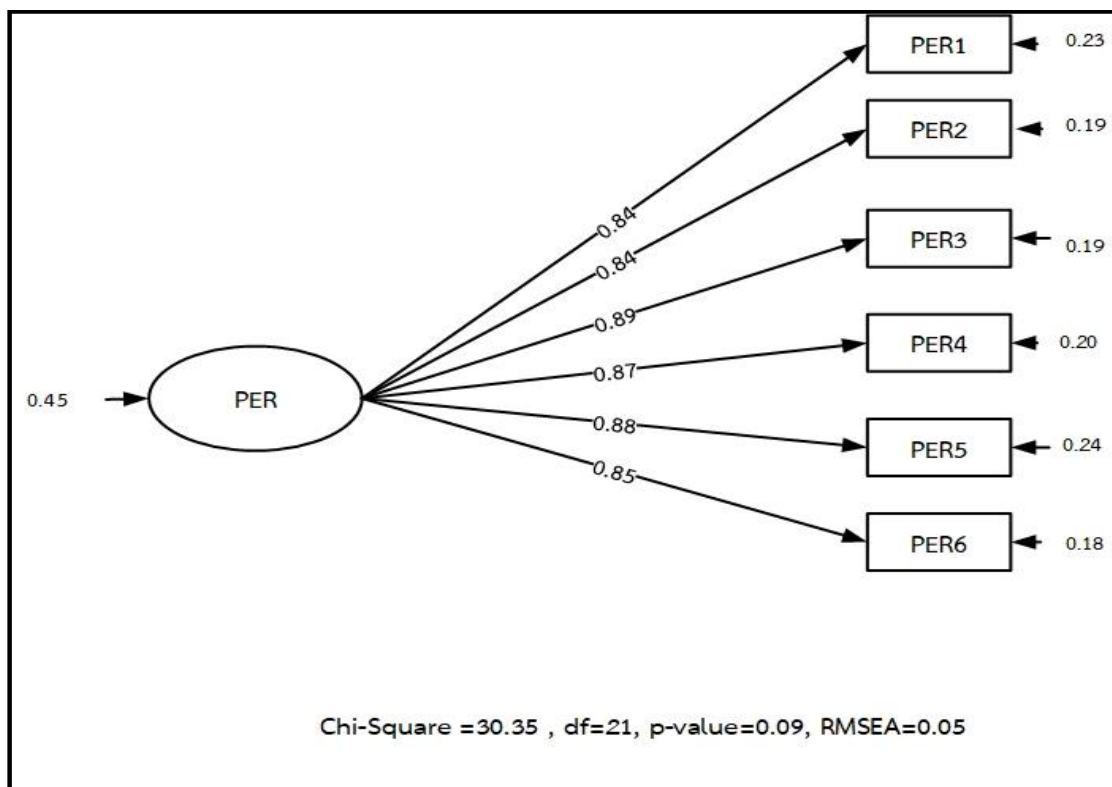
ผู้วิจัยตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนโมเดลองค์ประกอบยืนยันขององค์ประกอบหลัก ด้านบุคลากรกับข้อมูลเชิงประจักษ์ มีรายละเอียดดังตารางที่ 40

ตารางที่ 40 ค่าดัชนีความสอดคล้องโมเดลองค์ประกอบยืนยัน การจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านบุคลากร

สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบ	เกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณา	ค่าที่คำนวณได้	ผลการพิจารณา
χ^2	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05	30.35	-
df	-	21	-
p-value	$p > 0.05$	0.09	-
χ^2 / df	$\chi^2 / df < 2$	1.44	ผ่านเกณฑ์
CFI	≥ 0.95	0.95	ผ่านเกณฑ์
GFI	≥ 0.95	0.97	ผ่านเกณฑ์
AGFI	≥ 0.95	0.96	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< 0.05	0.05	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 40 พบว่า ดัชนีความสอดคล้องโมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านบุคลากร พื้นฐานมีค่าสถิติที่ใช้ในการตรวจสอบ ดังนี้ ค่าไค-สแควร์ (χ^2) เท่ากับ 30.35 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.09 (p-value เท่ากับ 0.09) ค่าไค-สแควร์ สัมพัทธ์ (χ^2/df) เท่ากับ 1.44 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (CFI) เท่ากับ 0.95 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ 0.97 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) เท่ากับ 0.96 และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคาดเคลื่อนกำลัง

สองของการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ 0.05 ซึ่งผ่านเกณฑ์ทุกค่าแสดงว่าโมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังนั้น จึงมีความเหมาะสมที่สามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบ เมื่อวิเคราะห์องค์ประกอบหลักการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านบุคลากร มีรายละเอียดดังภาพที่ 11



ภาพที่ 11 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านบุคลากร

ตารางที่ 41 สรุปลงค์ประกอบการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้า และนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านบุคลากร

องค์ประกอบหลัก ด้าน	องค์ประกอบ ภายใน	ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ	ลำดับ ความสำคัญ	ค่าความ แปรปรวนเฉลี่ย ที่สกัดได้ AVE	ค่าความ เชื่อมั่นของ แบบวัด CR
PER	PER1	0.84	5	0.60	0.82
	PER2	0.84	5		
	PER3	0.89	1		
	PER4	0.87	3		
	PER5	0.88	2		
	PER6	0.85	4		

จากภาพที่ 11 และตารางที่ 41 พบว่า องค์ประกอบเชิงยืนยันการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านบุคลากร องค์ประกอบย่อยคุณภาพการบริการของพนักงาน (PER1) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.84 องค์ประกอบย่อยการติดต่อสื่อสาร/ประสานงาน (PER2) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.84 องค์ประกอบย่อยความเป็นมืออาชีพ/ความเชี่ยวชาญ (PER3) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.89 องค์ประกอบย่อยความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ (PER4) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.87 องค์ประกอบย่อยความรู้ความสามารถในการจัดงาน (PER5) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.88 องค์ประกอบย่อยมีไหวพริบกแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี (PER6) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.85 ซึ่งเป็นค่าน้ำหนักของตัวแปรในองค์ประกอบที่มากกว่า 0.4 จัดว่าเป็นค่าที่อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม (Hair et al., 2010) และพบว่าค่าความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้ (AVE) ขององค์ประกอบหลักด้านโครงสร้างพื้นฐานมีค่าเท่ากับ 0.60 จัดว่ามีความเหมาะสม ($AVE \geq 0.50$) (Fornell and Larcker, 1981; Hair et al., 2010) จากการพิจารณาค่าสถิติขององค์ประกอบหลักด้านบุคลากรค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดเชิงองค์ประกอบ มีค่าเท่ากับ 0.82 จัดว่ามีความเหมาะสม ($CR \geq 0.70$) (Bagozzi and Yi, 1988; Hair et al., 2010) ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่าตัวแปรทั้งหมดของด้านบุคลากรมีความเชื่อถือได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันด้านบุคลากร

การตรวจสอบค่าน้ำหนักองค์ประกอบหลักด้านบุคลากรจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่าองค์ประกอบย่อยที่มีความสำคัญมากที่สุดได้แก่ ความเป็นมืออาชีพ/ความเชี่ยวชาญ (PER3) รองลงมาได้แก่ ความรู้ความสามารถในการจัดงาน (PER5) ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ (PER4) มีไหวพริบกแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี (PER6) และคุณภาพการบริการของพนักงาน (PER1) การติดต่อสื่อสาร/ประสานงาน (PER2) ตามลำดับ

4.7 การวิเคราะห์องค์ประกอบยืนยันการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านกิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือการประชุม

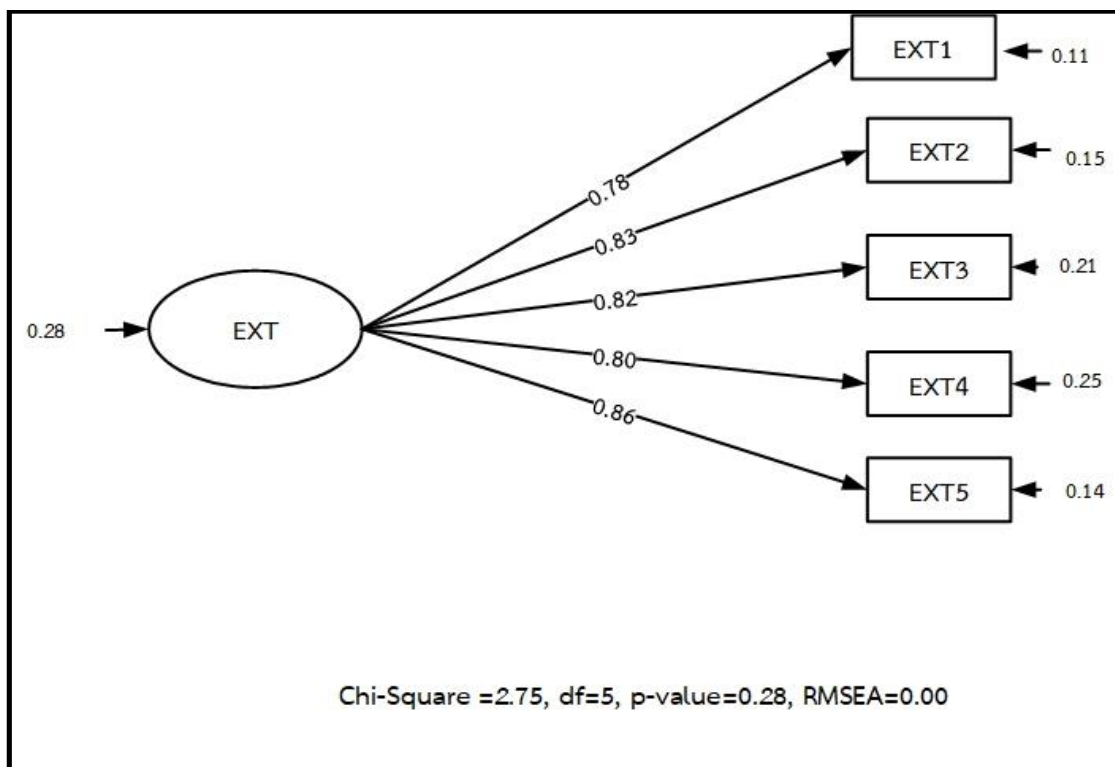
ผู้วิจัยตรวจสอบความสอดคล้องกลมกลืนโมเดลองค์ประกอบยืนยันขององค์ประกอบหลัก
ด้านกิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือการประชุมกับข้อมูลเชิงประจักษ์ มีรายละเอียดดังตารางที่ 42

ตารางที่ 42 ค่าดัชนีความสอดคล้องโมเดลองค์ประกอบยืนยัน การจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยว
เพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านกิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือการ
ประชุม

สถิติที่ใช้ในการ ตรวจสอบ	เกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณา	ค่าที่คำนวณได้	ผลการพิจารณา
χ^2	ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05	2.75	-
df	-	5	-
p-value	$p > 0.05$	0.28	-
χ^2 / df	$\chi^2 / df < 2$	0.55	ผ่านเกณฑ์
CFI	≥ 0.95	0.95	ผ่านเกณฑ์
GFI	≥ 0.95	0.95	ผ่านเกณฑ์
AGFI	≥ 0.95	0.96	ผ่านเกณฑ์
RMSEA	< 0.05	0.00	ผ่านเกณฑ์

จากตารางที่ 42 พบว่า ดัชนีความสอดคล้องโมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันการจัดประชุม
สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านกิจกรรม
เพิ่มเติมนอกเหนือการประชุมมีค่าสถิติที่ใช้ในการตรวจสอบ ดังนี้ ค่าไค-สแควร์ (χ^2) เท่ากับ 2.75 มี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.28 (p-value เท่ากับ 0.28) ค่าไค-สแควร์ สัมพัทธ์ (χ^2/df) เท่ากับ 0.55
ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนเชิงสัมพัทธ์ (CFI) เท่ากับ 0.95 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืน (GFI) เท่ากับ 0.95
ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) เท่ากับ 0.96 และค่ารากที่สองของค่าเฉลี่ยความคาด
เคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ 0.00 ซึ่งผ่านเกณฑ์ทุกค่าแสดงว่าโมเดล
สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังนั้น จึงมีความเหมาะสมที่สามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบ
เมื่อวิเคราะห์องค์ประกอบหลักการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดง

สินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลาด้านกิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือการประชุมมีรายละเอียดดังภาพที่ 12



ภาพที่ 12 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านกิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือการประชุม

ตารางที่ 43 สรุปองค์ประกอบการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้า และนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านกิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือการประชุม

องค์ประกอบ หลักด้าน	องค์ประกอบ ภายใน	ค่าน้ำหนัก องค์ประกอบ	ลำดับ ความสำคัญ	ค่าความ แปรปรวน เฉลี่ยที่สกัด ได้ AVE	ค่าความ เชื่อมั่นของ แบบวัด CR
EXT	EXT1	0.78	5	0.59	0.81
	EXT2	0.83	2		
	EXT3	0.82	3		
	EXT4	0.80	4		
	EXT5	0.86	1		

จากภาพที่ 12 และตารางที่ 43 พบว่า องค์ประกอบเชิงยืนยันการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านกิจกรรมเพิ่มเติม นอกเหนือการประชุม องค์ประกอบย่อยสถานที่นั้นหนาตาการ/ออกกำลังกาย (EXT1) มีค่าน้ำหนัก องค์ประกอบเท่ากับ 0.78 องค์ประกอบย่อยมีกิจกรรมนั้นหนาตาการทั้งก่อนและหลังการประชุม (EXT2) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.83 องค์ประกอบย่อยสถานที่สังสรรค์ทางสังคม (EXT3) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.82 องค์ประกอบย่อยมีบริการเสริม นอกเหนือจากการเข้าร่วมงาน เช่น บริการนำเที่ยว สถานบันเทิง (EXT4) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.80 องค์ประกอบย่อยโอกาส ในการติดต่อทางธุรกิจ (EXT5) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.86 ซึ่งเป็นค่าน้ำหนักของตัวแปรใน องค์ประกอบที่มากกว่า 0.4 จัดว่าเป็นค่าที่อยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม (Hair et al., 2010) และพบว่าค่า ความแปรปรวนเฉลี่ยที่สกัดได้ (AVE) ขององค์ประกอบหลักด้านกิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือการ ประชุมมีค่าเท่ากับ 0.59 จัดว่ามีความเหมาะสม (AVE \geq 0.50) (Fornell and Larcker, 1981; Hair et al., 2010) จากการพิจารณาค่าสถิติขององค์ประกอบหลักด้านกิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือการประชุม ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดเชิงองค์ประกอบ มีค่าเท่ากับ 0.81 จัดว่ามีความเหมาะสม (CR \geq 0.70) (Bagozzi and Yi, 1988; Hair et al., 2010) ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่าตัวแปรทั้งหมดของด้านกิจกรรม เพิ่มเติมนอกเหนือการประชุมมีความเชื่อถือได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันด้านกิจกรรม เพิ่มเติมนอกเหนือการประชุม

การตรวจสอบค่าน้ำหนักองค์ประกอบหลักด้านกิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือการประชุมจาก การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน พบว่าองค์ประกอบย่อยที่มีความสำคัญมากที่สุดได้แก่ โอกาสใน

การติดต่อทางธุรกิจ (EXT5) รองลงมาได้แก่ มีกิจกรรมนันทนาการทั้งก่อนและหลังการประชุม (EXT2) สถานที่สร้างสรรค์ทางสังคม (EXT3) มีบริการเสริม นอกเหนือจากการเข้าร่วมงาน เช่น บริการนำเที่ยว สถานบันเทิง (EXT4) และสถานที่นันทนาการ/ออกกำลังกาย (EXT1) ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ที่ 3. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา และการวิเคราะห์ TOWS Matrix Analysis เพื่อนำมาจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา

ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา และการวิเคราะห์ TOWS Matrix Analysis เพื่อนำมาจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา

ผู้วิจัยนำข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์และแนวโน้มการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา ศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา ทั้ง 7 ด้าน ที่ได้จากการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณมาทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันภายในและภายนอก (SWOT Analysis) และจับคู่สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอก (TOWS Matrix) เพื่อกำหนด (ร่าง) ยุทธศาสตร์การพัฒนาจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา

ผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของอุตสาหกรรมไมซ์ (SWOT Analysis) ในจังหวัดสงขลา

ในส่วนนี้ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์เกี่ยวกับจุดแข็ง (Strength : S) จุดอ่อน (Weaknesses: W) โอกาส (Opportunities : O) และอุปสรรค (Threats : T) ของอุตสาหกรรมไมซ์ ในจังหวัดสงขลา โดยศึกษาจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพเกี่ยวกับสถานการณ์ปัจจุบันและแนวโน้มการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา รายละเอียดมีดังนี้

ตารางที่ 44 ผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของอุตสาหกรรมไม้ (SWOT Analysis) ในจังหวัดสงขลา

จุดแข็ง (STRENGTHS)	โอกาส (OPPORTUNITIES)
<p>ด้านโครงสร้างพื้นฐาน</p> <p>S1 เป็นศูนย์กลางการคมนาคมที่เชื่อมโยงการท่องเที่ยวกวภาคใต้ตอนล่าง และประเทศเพื่อนบ้าน</p> <p>S2 มีการคมนาคมขนส่งที่เชื่อมโยงทุกระบบ เช่น ทาง เรือ (ท่าเรือสงขลา) สนามบิน (สนามบินนานาชาติหาดใหญ่) รถไฟ (ชุมทางหาดใหญ่) และระบบขนส่งทางบก</p> <p>S3 มีด่านศุลกากรสะเดาและปาดังเบซาร์ เพื่อรองรับการค้าข้ามแดนผ่านด่านศุลกากรที่ติดต่อกับประเทศมาเลเซีย</p> <p>ด้านสิ่งแวดล้อมและความสะอาด</p> <p>S4 มีศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี โดยเป็นศูนย์ประชุมที่มีขนาดใหญ่ที่สุดของภาคใต้</p> <p>S5 มีศูนย์ประชุมภายในศูนย์การค้าเซ็นทรัลเฟสติวัลหาดใหญ่ ที่มีขนาดใหญ่ที่สุด และทันสมัยที่สุดในภาคใต้</p> <p>S6 มีโรงแรมหลากหลายรูปแบบในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ และอำเภอเมือง</p> <p>ด้านความมั่นคงปลอดภัย</p> <p>S7 ศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ ๖๐ ปีหาดใหญ่ ได้รับมาตรฐานระดับสากลด้านการจัดการรักษาความปลอดภัย สำหรับการจัดการประชุม สัมมนา และนิทรรศการ หรือมอก.22300 MICE Security Management System (MSMS) และมาตรฐานระบบการบริหารการจัดงานอย่าง</p>	<p>ด้านโครงสร้างพื้นฐาน</p> <p>O1 สายการบินต่างประเทศเพิ่มเที่ยวบินมายังสนามบินหาดใหญ่ เช่น สายการบิน FIREFLY , TIGER AIR, LION AIR , AIR ASIA เป็นต้น</p> <p>O2 มีโครงการสร้างรถไฟความเร็วสูงเชื่อมโยงในพื้นที่จังหวัดสงขลา</p> <p>O3 มีโครงการรถไฟรางคู่ เส้นทางหาดใหญ่-ปาดังเบซาร์ เชื่อมโยงรถไฟความเร็วสูงจากมาเลเซีย-สิงคโปร์</p> <p>O4 มีโครงการสร้างถนนมอเตอร์เวย์สายหาดใหญ่-สะเดา-มาเลเซีย</p> <p>ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่อยู่ในท้องถิ่น</p> <p>O5 การสร้างเมืองสงขลาเป็น Rubber city ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 - 2564)</p> <p>O6 มีกลไกทวิภาคีระหว่างไทยกับมาเลเซีย ช่วยสนับสนุนเศรษฐกิจ ส่งเสริมการค้าการลงทุน และการท่องเที่ยว</p> <p>O7 นโยบายรัฐบาลในการสนับสนุนอุตสาหกรรม MICE ในภูมิภาค</p> <p>O8 การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และมีเขตพัฒนาเศรษฐกิจ 3 ฝ่าย อินโดนีเซีย-มาเลเซีย-ไทย (IMT-GT)</p> <p>ด้านภาพลักษณ์และสิ่งดึงดูดใจ</p> <p>O9 มีโครงการปรับภาพลักษณ์ของเมืองสงขลาให้เป็น Green City หรือ Global city</p>

<p>ยั่งยืน (ISO 20121 Event Sustainability Management System)</p> <p>ด้านภาพลักษณ์และสิ่งดึงดูดใจ</p> <p>S8 มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายตลอดทั้งปี ตามเทศกาล ประเพณี หรือวันสำคัญต่าง ๆ ภายใต้แนวคิด “สงขลามาสนุก สุขทั้งปีที่สงขลา</p> <p>S9 มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย อาทิ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์/ศาสนสถาน แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ</p> <p>S10 เป็นศูนย์กลางการศึกษาของภาคใต้ที่มีการจัดการศึกษาทุกระดับมีคุณภาพ เป็นที่ยอมรับทั้งในและต่างประเทศ</p> <p>S11 มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต เป็นเมืองที่มี 3 ชนเผ่าอาศัยในพื้นที่ ได้แก่ ไทย จีน และมุสลิม</p> <p>ด้านกิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือการประชุม</p> <p>S12 เป็นศูนย์กลางด้านการค้า การเงิน การลงทุน และการบริการ ที่สำคัญของภาคใต้</p> <p>S13 มีหน่วยงานราชการภาครัฐ ในพื้นที่เป็นจำนวนมาก</p> <p>S14 เป็นจังหวัดที่เป็นที่ตั้งของกงสุลใหญ่ประจำประเทศไทย 5 ประเทศ ได้แก่ จีน มาเลเซีย อินเดีย อินโดนีเซีย และมองโกเลีย</p> <p>S15 มีด่านพรมแดนไทย-มาเลเซียจำนวน 3 ด่าน ซึ่งเปรียบเสมือนประตูสู่ประเทศไทยของชาวมาเลเซียและสิงคโปร์</p> <p>S16 มีนิคมฉลุงเป็นศูนย์กลางของอุตสาหกรรมยางพาราและปาล์มในภูมิภาค</p>	<p>ด้านกิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือการประชุม</p> <p>O10 โครงการด้านการท่องเที่ยวภายใต้แผนงาน Indonesia – Malaysia – Thailand Growth Triangle (IMTGT) เช่น เส้นทางท่องเที่ยวตามรอยหลวงปู่ทวด และการท่องเที่ยวเมืองเก่า IMT - GT เป็นต้น</p> <p>O11 กระแสความนิยมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive)</p>
---	--

จุดอ่อน (WEAKNESS)	อุปสรรค (THREATS)
<p>ด้านโครงสร้างพื้นฐาน</p> <p>W1 ขาดระบบขนส่งสาธารณะที่เป็นระบบและมีประสิทธิภาพ</p> <p>ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก</p> <p>W2 สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการทางการท่องเที่ยวไม่ได้มาตรฐาน เช่น ป้ายชี้ทางแหล่งท่องเที่ยวศูนย์บริการท่องเที่ยว เป็นต้น</p> <p>W3 โรงแรมที่ได้มาตรฐานในพื้นที่มีค่อนข้างน้อย ส่วนมากโรงแรมในพื้นที่เป็นโรงแรมที่อยู่ในระดับ 3 ดาว</p> <p>W4 มีปัญหาเรื่องมาตรฐานของที่พัก มาตรฐานร้านอาหาร มาตรฐานการบริการ มาตรฐานความปลอดภัย</p> <p>ด้านความมั่นคงปลอดภัย</p> <p>W5 สถานการณ์ความไม่สงบในพื้นที่ส่งผลกระทบต่อการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยว</p> <p>ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่อยู่ในท้องถิ่น</p> <p>W6 ประชาชนและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องส่วนมากยังไม่มีความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์</p> <p>W7 ขาดหน่วยงานหลักที่ทำหน้าที่จัดงานใหม่เข้ามาในพื้นที่</p> <p>ด้านภาพลักษณ์และสิ่งดึงดูดใจ</p> <p>W8 ขาดการสร้างความโดดเด่นและเรื่องราว (Story) เพื่อสร้างอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว</p> <p>ด้านบุคลากร</p> <p>W9 ขาดบุคลากรด้านการท่องเที่ยวทั้งเชิงคุณภาพ และปริมาณ</p>	<p>ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก</p> <p>T1 การแข่งขันจากเมืองอื่น ที่มีความพร้อมในอุตสาหกรรมไมซ์</p> <p>ด้านความมั่นคงปลอดภัย</p> <p>T2 ปัญหาความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดชายแดนภายใต้ มีผลกระทบด้านการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยว</p> <p>T3 นักท่องเที่ยวขาดความเชื่อมั่นต่อสถานการณ์ความไม่สงบในพื้นที่</p> <p>T4 ภาวะเศรษฐกิจโลกถดถอยส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจโดยรวม</p> <p>T5 ปัญหาจากการเมืองภายในประเทศ ที่จะกระทบสู่ความเชื่อมั่นของประเทศอื่น ๆ ในการเข้ามาจัดประชุม</p> <p>ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่อยู่ในท้องถิ่น</p> <p>T6 ความไม่ต่อเนื่องของนโยบายของรัฐในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา</p>

ผลการวิเคราะห์การจับคู่จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัด สงขลา (TOWS Matrix)

การวิเคราะห์ TOWS Matrix Analysis เพื่อนำมาจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา การวิเคราะห์ TOWS Matrix Analysis เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในและภายนอกเพื่อนำมาจัดทำกลยุทธ์สำหรับจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ (MICE Destination) : จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยได้ดำเนินการดังนี้

1. การสร้างกลยุทธ์ SO (Strengths + Opportunities) คือ การนำจุดเด่นหรือจุดแข็งมาผนวกกับโอกาส หรือการจับคู่กันระหว่างจุดเด่นและโอกาส ที่เป็นปัจจัยเชิงบวก และเป็นสิ่งที่ผู้เกี่ยวข้องควรใช้ปัจจัยทั้งสองประการนี้ร่วมกัน เพื่อก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน

2. การสร้างกลยุทธ์ ST (Strengths + Threats) คือ การนำจุดแข็งมาดำเนินการร่วมกันกับปัญหาและอุปสรรคหรือปัจจัยคุกคาม เป็นการจับคู่ระหว่างจุดแข็งกับอุปสรรค โดยที่จุดแข็งเป็นปัจจัยเชิงบวก ส่วนภัยคุกคามเป็นปัจจัยเชิงลบ ผู้เกี่ยวข้องควรนำจุดแข็งมาเป็นสิ่งป้องกันหรือจัดการกับปัญหาและอุปสรรค หรือนำมาควบคุมปัญหาและอุปสรรค เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดผลต่อการพัฒนา

3. การสร้างกลยุทธ์ WO (Weakness + Opportunities) คือ การนำจุดอ่อนที่เป็นปัจจัยเชิงลบมาผนวกกันกับโอกาส ที่เป็นปัจจัยเชิงบวก เป็นการจับคู่ระหว่างจุดอ่อนกับโอกาสที่ผู้เกี่ยวข้องควรนำโอกาสที่ดีที่มีอยู่มาจัดการกับจุดอ่อน ไม่ให้ส่งผลต่อการพัฒนา

4. การสร้างกลยุทธ์ WT (Weaknesses + Threats) คือ การนำจุดอ่อนกับปัญหาและอุปสรรคหรือภัยคุกคามมาไว้ด้วยกัน เป็นการจับคู่ระหว่างปัจจัยเชิงลบ ที่ผู้เกี่ยวข้องควรพิจารณา กำหนดยุทธศาสตร์ที่สามารถใช้กำจัดทั้งจุดอ่อน และอุปสรรคได้ในเวลาเดียวกัน หรือกำจัดจุดอ่อนและป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น

ผลการจับคู่สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกที่เรียกว่า แมทริกซ์อุปสรรค-โอกาส-จุดอ่อน-จุดแข็ง (Threats-Opportunities-Weaknesses-Strengths : TOWS Matrix) เพื่อกำหนดกลยุทธ์เชิงรุก (SO) กลยุทธ์เชิงพัฒนา (WO) กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) และกลยุทธ์เชิงรับ (WT) สามารถสรุปกลยุทธ์เพื่อการพัฒนาจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ได้ดังนี้

1. กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) S1+S6+O1+O2

สถานการณ์ : จังหวัดสงขลา ตั้งอยู่ฝั่งตะวันออกของภาคใต้ตอนล่างของประเทศไทยเป็นเมืองประวัติศาสตร์มีชุมชนโบราณและเมืองเก่าแก่ มีโบราณสถาน โบราณวัตถุ ขนบธรรมเนียมประเพณี และการละเล่นพื้นเมือง ศิลปะพื้นบ้านเป็นมรดกทางวัฒนธรรม มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและ

วิถีชีวิต เป็นเมืองที่มี 3 ชนเผ่าอาศัยในพื้นที่ ได้แก่ ไทย จีน และมุสลิม (S6) มีการแสดงออกทั้งทางด้านเครื่องแต่งกาย ภาษา อาหารพื้นบ้าน และประเพณีเกี่ยวกับสังคมและชุมชนท้องถิ่น ที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมของบรรพบุรุษตกทอดให้ชนรุ่นหลังได้ศึกษามากมาย ซึ่งถือเป็นเสน่ห์สำคัญของจังหวัดสงขลา นอกจากนี้จังหวัดสงขลายังมีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย อาทิ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์/ศาสนสถาน แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (S1) และจังหวัดสงขลาได้รับประโยชน์จากความร่วมมือทางเศรษฐกิจในลักษณะไตรภาคีระหว่างภาคใต้ของไทย ภาคเหนือของมาเลเซีย และพื้นที่บนเกาะสุมาตราของอินโดนีเซีย ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจระหว่าง 3 ประเทศ ให้มีการใช้ทรัพยากรทางเศรษฐกิจร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด โดยเน้นการพัฒนาพื้นที่ในรูปแบบของแนวพื้นที่สะพานเศรษฐกิจ สงขลา – ปีนัง – เมดาน (Seamless Songkhla - Penang - Medan Economic Development Corridor) เพื่อให้เป็นฐานเศรษฐกิจหลักที่สนับสนุนและกระจายการพัฒนาไปสู่พื้นที่ต่อเนื่องใน IMT – GT โดยมีโครงการด้านการท่องเที่ยวภายใต้แผนงาน Indonesia – Malaysia – Thailand Growth Triangle (IMT-GT) เช่น เส้นทางท่องเที่ยวตามรอยหลวงปู่ทวด และการท่องเที่ยวเมืองเก่า IMT - GT เป็นต้น (O1) รวมถึงการสนับสนุนการประชาสัมพันธ์กิจกรรมด้านการท่องเที่ยวข้ามพรมแดน เพื่อมุ่งไปสู่การเป็น Single Destination และการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวและทำการตลาดเพื่อรองรับตลาดใหม่ เช่น การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (O2)

การจัดวางและเลือกใช้ (ร่าง) กลยุทธ์ “ส่งเสริม สนับสนุน และยกระดับ ให้สงขลาเป็นผู้นำโมซีในภูมิภาค” เป็นกลยุทธ์เชิงรุก จำเป็นต้องพัฒนาศักยภาพทางด้านแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นเมืองเก่าที่อยู่ใกล้กับทะเล การมีวัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่หลากหลาย ใช้วัฒนธรรมที่มีการผสมผสานของคนท้องถิ่นทั้งชาวไทย จีน และมุสลิม ในการสร้างจุดขายของเมือง เพื่อผลักดันให้สงขลาเป็นเมืองศูนย์กลางทางวัฒนธรรมของภูมิภาคสำหรับการจัดประชุมสัมมนา และนิทรรศการ

2. กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) S2+S3+S4+S5+S10+S11+O3

สถานการณ์ : สงขลาเป็นศูนย์กลางทางการค้าและการบริการของภูมิภาค โดยมีอำเภอลาดใหญ่เป็นเมืองชุมทางของภาคใต้ ซึ่งมีความเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วในทางเศรษฐกิจ เป็นศูนย์กลางด้านการค้า การเงิน การลงทุน และการบริการ (S4) ที่สำคัญของภาคใต้ รวมถึงการที่สงขลาความสะดวกในการเดินทางเข้าสู่เมือง มีการคมนาคมขนส่งที่เชื่อมโยงทุกระบบ เช่น ทางเรือ (ท่าเรือสงขลา) สนามบิน (สนามบินนานาชาติหาดใหญ่) รถไฟ (ชุมทางหาดใหญ่) และระบบขนส่งทางบก (S3) เป็นศูนย์กลางการคมนาคมที่เชื่อมโยงการท่องเที่ยวภาคใต้ตอนล่าง และประเทศเพื่อนบ้าน (S2) จากศักยภาพและความพร้อมดังกล่าวทำให้มีสายการบินต่างประเทศเพิ่มขึ้นเที่ยวบินมายังสนามบินหาดใหญ่ เช่น สายการบิน FIREFLY , TIGER AIR, LION AIR , AIR ASIA เป็นต้น (O3) โดยเฉพาะในเขตอำเภอ

หาดใหญ่ มีการบริการที่ดีเยี่ยม มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ได้มาตรฐาน ทั้งด้านที่พัก อาหาร และสถานที่จัดประชุม โดยมีศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี โดยเป็นศูนย์ประชุมที่มีขนาดใหญ่ที่สุดของภูมิภาค (S10) สามารถรองรับการจัดงานไมซ์ได้เป็นอย่างดี จึงเป็นการเพิ่มโอกาสทางการแข่งขันให้กับสงขลาอย่างมาก จังหวัดสงขลายังมีด่านพรมแดนไทย-มาเลเซียจำนวน 3 ด่าน ซึ่งเปรียบเสมือนประตูสู่ประเทศไทยของชาวมาเลเซียและสิงคโปร์ (S11) และจากการเปิดด่านพรมแดนทำให้นักเดินทางไมซ์มีความสนใจในการร่วมกิจกรรมไมซ์เพิ่มขึ้น นอกจากนี้จังหวัดสงขลายังเป็นศูนย์กลางการศึกษาของภาคใต้ที่มีการจัดการศึกษาทุกระดับมีคุณภาพ เป็นที่ยอมรับทั้งในและต่างประเทศ (S5) ศูนย์กลางการศึกษาของภูมิภาคในการสร้างองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมและเอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ

การจัดวางและเลือกใช้ (ร่าง) กลยุทธ์ “ศูนย์กลางเชื่อมโยงการค้าและการลงทุนอุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาค” เป็นกลยุทธ์เชิงรุก โดยดึงจุดเด่นการเป็นศูนย์กลางทางการค้า การลงทุน และการบริการของภูมิภาค การเดินทางเข้าสู่ตัวเมืองที่มีความสะดวก การเพิ่มเที่ยวบิน และจากการเปิดด่านพรมแดน ทำให้นักเดินทางไมซ์มีความสนใจในการร่วมกิจกรรมไมซ์เพิ่มขึ้น จึงเป็นการเพิ่มโอกาสทางการแข่งขันให้กับสงขลาเพื่อเป็นเมืองไมซ์เชื่อมโยงการค้าและศูนย์กลางการบริการส่วนภูมิภาคของภาคใต้ ตลอดจนใช้ประโยชน์จากการเป็นศูนย์กลางทางการศึกษาของภูมิภาค ในการจัดอบรมและยกระดับบุคลากรที่เกี่ยวข้องให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักเดินทางไมซ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy) S7+S8+T1+T2

สถานการณ์ : สงขลาเป็นศูนย์กลางการบริการส่วนงานราชการของภาคใต้ มีหน่วยงานราชการภาครัฐ (Government Center) ของภาคใต้ในพื้นที่จำนวนมากทั้งระดับส่วนกลาง เขต ภาค และส่วนภูมิภาค โดยมีหน่วยงานบริหารราชการส่วนกลางในพื้นที่ถึง 22 หน่วยงาน เช่น ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคใต้ สำนักงานสรรพากรพื้นที่สงขลา สำนักงานสิ่งแวดล้อม สำนักงานท้องถิ่นจังหวัดสงขลา และศูนย์ป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย เป็นต้น (S7) รวมทั้งสงขลายังเป็นที่ตั้งของกงสุลใหญ่ประจำประเทศไทย 5 ประเทศ ได้แก่ จีน มาเลเซีย อินเดีย อินโดนีเซีย และมองโกเลียอีกด้วย (S8) และยังเป็นศูนย์กลางของภาคใต้ที่เป็นจุดเชื่อมต่อไปยังจังหวัดอื่น และสถานที่สำคัญในภูมิภาค แต่จากสถานการณ์ความรุนแรงที่เกิดขึ้นในจังหวัดชายแดนภาคใต้ ตั้งแต่ปี 2547 เป็นต้นมา ส่งผลให้เกิดความเสียหายทั้งชีวิตและทรัพย์สินอันมิสามารถประเมินค่าได้ ทั้งยังก่อให้เกิดความหวาดระแวงระหว่างประชาชน นักท่องเที่ยว นักลงทุน ส่งผลให้นักท่องเที่ยวขาดความเชื่อมั่นต่อสถานการณ์ความไม่สงบในพื้นที่ (T2) และผู้ประกอบการทั้งภายในและภายนอกพื้นที่ขาดความ

เชื่อมั่นในการลงทุนและความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินทั้งยังกลายเป็นภัยคุกคามต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ การค้าและการลงทุนในพื้นที่ (T1)

การจัดวางและเลือกใช้ (ร่าง) กลยุทธ์ “ส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านความมั่นคงและปลอดภัย” เป็นกลยุทธ์เชิงป้องกัน เพื่อสร้างเชื่อมั่นด้านความมั่นคงและปลอดภัยในพื้นที่ เสริมสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับสถานการณ์ความเป็นจริงที่เกิดขึ้นทั้งในและต่างประเทศ สร้างโอกาสและแรงจูงใจเพื่อพัฒนาการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยว ตลอดจนบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับความมั่นคงปลอดภัยอย่างเคร่งครัดในทุกภาคส่วน

4. กลยุทธ์เชิงพัฒนา (WO Strategy) W1+W2+W4+W5+W6+O4

สถานการณ์ : จากโครงการการพัฒนาเขตเศรษฐกิจสามฝ่าย อินโดนีเซีย-มาเลเซีย-ไทย (Indonesia-Malaysia-Thailand Growth Triangle: IMT-GT) มีแผนงานการพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืน (Sustainable Urban Development Framework: SUDF) ในพื้นที่ IMT-GT ซึ่งจะช่วยขยายข้อริเริ่มเมืองสีเขียวให้กว้างขวาง ไปยังเมืองอื่น ๆ ที่มีศักยภาพ และสร้างเครือข่ายเมืองสีเขียวผ่านการขับเคลื่อนแผนปฏิบัติการเมืองสีเขียว และการขยายการเชื่อมโยงภายในอนุภูมิภาค สอดคล้องกับจังหวัดมีโครงการปรับสภาพลักษณะของเมืองสงขลาให้เป็น Green City หรือ Global city (O4) เพื่อให้เกิดความยั่งยืน สามารถแข่งขันได้ และยกระดับเรื่องความเชื่อมโยงให้เกิดผลเพื่อส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือทางด้าน การท่องเที่ยวร่วมกัน ถึงแม้ว่าเมืองสงขลามีประวัติศาสตร์อันยาวนาน มีชุมชนโบราณ และเมืองเก่าแก่ มีโบราณสถาน โบราณวัตถุ ขนบธรรมเนียมประเพณี และการละเล่นพื้นเมือง ศิลปะพื้นบ้านเป็นมรดกทางวัฒนธรรม แต่ขาดการสร้างความโดดเด่นและเรื่องราว (Story) เพื่อสร้างอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว (W1) ด้วยการถ่ายทอดเรื่องราวจากประวัติศาสตร์ การสร้างและนำจุดแข็งของวัฒนธรรมในท้องถิ่นที่มีความน่าสนใจ โดดเด่น งดงาม นำเป็นประเด็นสาระสำคัญในบอกเล่า ขาดสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการทางการท่องเที่ยวไม่ได้มาตรฐาน เช่น ป้ายชี้ทางแหล่งท่องเที่ยว ศูนย์บริการท่องเที่ยว เป็นต้น (W2) ขาดระบบขนส่งสาธารณะที่เป็นระบบและมีประสิทธิภาพ (W5) ขาดหน่วยงานหลักที่ทำหน้าที่ตั้งงานใหม่เข้ามาในพื้นที่ (W6) ตลอดจนสถานการณ์ความไม่สงบในพื้นที่ส่งผลกระทบต่อการค้าดำรงชีวิตของประชาชนในพื้นที่ การค้า การลงทุน และการท่องเที่ยว (W4)

การจัดวางและเลือกใช้ (ร่าง) กลยุทธ์ “ส่งเสริมและพัฒนากิจการบริการจัดการแบบมีส่วนร่วมของเครือข่ายภาคีภาครัฐ เอกชน และประชาชนเพื่อรองรับการจัดกิจกรรมไมซ์” เป็นกลยุทธ์เชิงพัฒนา โดยภาครัฐและภาคเอกชนจะต้องร่วมกันพัฒนาระบบการขนส่งสาธารณะภายในจังหวัด สงขลาให้มีประสิทธิภาพและครอบคลุมทุกพื้นที่ โดยออกแบบและการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ การพัฒนาบุคลากรให้เชื่อมโยงกับระบบการศึกษาในทุกระดับชั้น โดยครอบคลุมทั้งระดับอุดมศึกษา ภายใต้เครือข่ายมหาวิทยาลัย IMT-GT และขยายไปสู่ความร่วมมือระดับสถาบันอาชีวศึกษา สถาบัน

พัฒนาฝีมือแรงงาน เพื่อการสร้างตลาดแรงงานที่เชื่อมโยงระหว่างกัน และมีการรับรองทักษะฝีมือและมาตรฐานแรงงานร่วมกันเพื่อรองรับการเคลื่อนย้ายแรงงานอย่างเสรี

5. กลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategy) W3+W8+W9+T3+6

สถานการณ์ : ธุรกิจการท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลายังประสบกับภาวะซบเซาต่อเนื่องตั้งแต่ปลายปี 2560 มีผลจากการบังคับใช้กฎหมายของเจ้าหน้าที่บางประเด็น เช่น พ.ร.บ.การขนส่งทางบก พ.ศ. 2522 ห้ามรถที่จดทะเบียนในมาเลเซียวิ่งออกนอกเขต 5 จังหวัด ได้แก่ สงขลา สตูล ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส ซึ่งมีการจับรถบริการผู้โดยสารประเภทนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สิงคโปร์ ตลอดจนถึง พ.ร.บ.ประกันภัยนักท่องเที่ยว จนส่งผลให้ธุรกิจการท่องเที่ยวเกิดภาวะซบเซา ตอนนี้โรงแรมจำนวนมากที่มีทุนระยะสั้น ต่างมีนโยบายเออร์ลี่พนักงานโรงแรมออกเป็นระลอก ส่วนหนึ่งเป็นผลจากภาวะเศรษฐกิจโลกถดถอยส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจโดยรวมในพื้นที่ (T3) โรงแรมที่ได้มาตรฐานในพื้นที่มีค่อนข้างน้อย ส่วนมากโรงแรมในพื้นที่เป็นโรงแรมที่อยู่ในระดับต่ำกว่า 3 ดาว (W8) ทั้งประสบปัญหาการขาดบุคลากรด้านการท่องเที่ยวทั้งเชิงคุณภาพและปริมาณ (W3) และการแข่งขันจากเมืองอื่น ที่มีความพร้อมในอุตสาหกรรมไมซ์ (T6)

การจัดวางและเลือกใช้ (ร่าง) กลยุทธ์ “ยกระดับคุณภาพและมาตรฐานการบริการอย่างเป็นระบบ” เป็นกลยุทธ์เชิงรับ โดยใช้ความร่วมมือจากภาครัฐ ภาคเอกชน สร้างมาตรฐานคุณภาพการบริการและยกระดับมาตรฐานหอประชุมในจังหวัดให้ได้มาตรฐานสากลเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันรองรับการจัดงานประชุมหรือกิจกรรมทางธุรกิจต่าง ๆ

ตารางที่ 45 สรุป (ร่าง) กลยุทธ์การพัฒนาจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา

ภายใน ปัจจัยภายนอก	ปัจจัย	จุดแข็ง (Strengths : S)	จุดอ่อน (Weakness : W)
โอกาส (Opportunities : O)	<p>กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategies)</p> <p>“ส่งเสริม สนับสนุน และยกระดับให้สงขลาเป็นผู้นำไมซ์ในภูมิภาค”</p> <p>“ศูนย์กลางเชื่อมโยงการค้าและการลงทุนอุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาค”</p>	<p>กลยุทธ์เชิงพัฒนา (WO Strategies)</p> <p>“ส่งเสริมและพัฒนาการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมของเครือข่ายภาคีภาครัฐ เอกชน และประชาชนเพื่อรองรับการจัดการกิจกรรมไมซ์”</p>	
อุปสรรค (Threats : T)	<p>กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategies)</p> <p>“ส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านความมั่นคงและปลอดภัย”</p>	<p>กลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategies)</p> <p>“ยกระดับคุณภาพและมาตรฐานการบริการอย่างเป็นระบบ”</p>	

วัตถุประสงค์ที่ 4. การนำเสนอ (ร่าง) ยุทธศาสตร์การพัฒนาจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา

ผลการนำเสนอ (ร่าง) ยุทธศาสตร์การพัฒนาจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา

ผู้วิจัยได้นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ข้อมูลเชิงปริมาณ และการสรุปผลวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก ด้วยเทคนิค SWOT Analysis, การวิเคราะห์ TOWS Matrix Analysis เพื่อนำมาจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยได้ทำการแบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์วิสัยทัศน์ พันธกิจ และประเด็นยุทธศาสตร์การพัฒนาจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา

ตอนที่ 2 ผลการประเมิน (ร่าง) ยุทธศาสตร์การพัฒนาจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา

ตอนที่ 3 ผลการจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การพัฒนาจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์วิสัยทัศน์ พันธกิจ และประเด็นยุทธศาสตร์การพัฒนาจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา

วิสัยทัศน์ : สงขลา เมืองไมซ์ศูนย์กลางเศรษฐกิจของภาคใต้ (MICE City Economic Hub of the south)

พันธกิจ

1. ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ประกอบการในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันระยะยาว

2. ส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจด้านการค้า การลงทุน การท่องเที่ยว เพื่อรองรับการเป็นเมืองไมซ์ศูนย์กลางเศรษฐกิจของภาคใต้

3. สนับสนุนการจัดงานไมซ์ภายในจังหวัดเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจกระจายรายได้ไปสู่พื้นที่ภาคใต้

4. พัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ พัฒนามาตรฐาน ยกระดับการบริการ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถของบุคลากรและสร้างโอกาสให้กิจกรรมไมซ์ในภูมิภาค

เป้าหมายการพัฒนา

เป้าหมายในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ของจังหวัดสงขลา คือ ต้องการพัฒนาจังหวัดให้เป็นจุดหมายปลายทางของประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ เพื่อกระตุ้นอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศและเป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของภูมิภาค โดยมีเป้าหมาย ดังต่อไปนี้

1. เศรษฐกิจขยายตัว และประชาชนมีรายได้เพิ่มขึ้น ตลอดจนสร้างรายได้ให้แก่ประเทศด้วยการจัดกิจกรรมไมซ์เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ โดยพัฒนาการบริการที่สร้างมูลค่า และเพิ่มจำนวนนักเดินทางไมซ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

2. พัฒนาผู้ประกอบการไมซ์ในพื้นที่ให้ได้มาตรฐานและมีโครงสร้างพื้นฐานที่เพียงพอต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในอนาคต

3. กระตุ้นให้เกิดการลงทุน กระจายรายได้ไปสู่พื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษทั่วประเทศ

4. สร้างความเจริญจากอุตสาหกรรมไมซ์เพื่อมุ่งประโยชน์ส่วนรวมในทุกภาคส่วนของสังคม

รายละเอียดของยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ส่งเสริม สนับสนุน และยกระดับ ให้สงขลาเป็นผู้นำไมซ์ในภูมิภาค

เป้าประสงค์

1. การท่องเที่ยวจังหวัดสงขลามีภาพลักษณ์ที่ดี นักท่องเที่ยวเชื่อมั่น และประทับใจ

2. สิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานทางการท่องเที่ยวได้รับการพัฒนาเพิ่มมากขึ้น

3. เป็นเมืองศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภาคใต้ มีแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวหลากหลายที่เป็นเสน่ห์และเอกลักษณ์ของเมืองเชื่อมโยงกิจกรรมหลังการประชุม และรองรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentives)

กลยุทธ์

1. ส่งเสริมด้านการประชาสัมพันธ์ การตลาดเชิงรุก เพื่อเจาะตลาดกลุ่มไมซ์เป้าหมาย
2. พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและระบบสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว
3. ส่งเสริมการท่องเที่ยวภายใต้ความหลากหลายทางวัฒนธรรมเชื่อมโยงกิจกรรมหลังการประชุมและรองรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentives)

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ศูนย์กลางเชื่อมโยงการค้าและการลงทุนอุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาค

เป้าประสงค์

1. มีโครงสร้างพื้นฐานทั้งด้านการลงทุน การบริการ การเงิน และด้านคมนาคม ที่เพียงพอ มีประสิทธิภาพ สามารถรองรับการเป็นศูนย์กลางการค้า บริการและการลงทุนอุตสาหกรรมไมซ์ของภูมิภาค
2. ระบบเครือข่ายคมนาคมได้รับการพัฒนาให้รองรับการขยายตัวทางเศรษฐกิจเชื่อมโยงพื้นที่เศรษฐกิจและชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพและระดับการให้บริการที่ดี
3. รายได้จากการค้า การลงทุน ในอุตสาหกรรมไมซ์มีมูลค่าเพิ่มขึ้น

กลยุทธ์

1. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานให้เหมาะสมกับการลงทุน
2. พัฒนาระบบโครงข่ายคมนาคมให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
3. พัฒนารูปแบบและกิจกรรมทางการตลาดเพื่อรองรับการจัดกิจกรรมไมซ์ในทุกรูปแบบ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมและพัฒนาการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมของเครือข่ายภาคีภาครัฐ เอกชน และประชาชนเพื่อยกระดับกิจกรรมไมซ์

เป้าประสงค์

1. การพัฒนาร่วมกันในระดับนโยบายของเครือข่ายภาคีภาครัฐ เอกชน และประชาชนเพื่อยกระดับกิจกรรมไมซ์
2. การนำ ICT มาใช้ในการบริหารจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ความรวดเร็ว และความทันสมัยของข้อมูล
3. คณะทำงานเครือข่ายความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านมีความเข้มแข็ง รับรู้ และมีส่วนร่วมเพื่อหาแนวทางในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ร่วมกัน

กลยุทธ์

1. ส่งเสริมการพัฒนาร่วมกันในระดับนโยบาย สถาบัน ผู้เกี่ยวข้อง และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมไมซ์
2. การจัดทำฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องการจัดการประชุม การแสดงสินค้า และนิทรรศการ
3. สร้างความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านทั้งระดับทวิภาคีและพหุภาคี เพื่อเชื่อมโยงด้านเศรษฐกิจ การค้า การลงทุน การท่องเที่ยว ตามแผนงานการพัฒนา IMT-GT

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยกระดับคุณภาพและมาตรฐานการบริการอย่างเป็นระบบเพื่อรองรับการเป็นเมืองไมซ์ ศูนย์กลางเศรษฐกิจของภาคใต้

เป้าประสงค์

1. บุคลากรด้านการท่องเที่ยวได้รับการพัฒนาเพิ่มมากขึ้น
2. มีการบูรณาการการเรียนการสอนในมหาวิทยาลัยที่เชื่อมโยงกับการอุตสาหกรรมไมซ์ สอดคล้องกับความต้องการในตลาดแรงงาน
3. มีการพัฒนาองค์ความรู้และยกระดับมาตรฐานบุคลากร

กลยุทธ์

1. พัฒนาศูนย์กลางการบริการและเพิ่มขีดความสามารถของบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์
2. ส่งเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการไมซ์ให้ได้มาตรฐานสามารถแข่งขันในระดับนานาชาติได้

3. จัดตั้งสถาบันพัฒนากำลังคนด้านไมซ์ (MICE Academy)

ยุทธศาสตร์ที่ 5 ส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านความมั่นคงปลอดภัย

เป้าประสงค์

1. สงขลาเป็นเมืองสงบประชาชนและนักท่องเที่ยว มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน
2. มีการบูรณาการเพื่อการจัดการความมั่นคงและปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชนระหว่างส่วนกลาง จังหวัด และท้องถิ่นอย่างเป็นรูปธรรม
4. ระบบบริหารจัดการด้านการสืบสวนและปราบปรามอาชญากรรมมีประสิทธิภาพ

กลยุทธ์

1. จัดตั้งศูนย์อำนวยการ กำกับ ดูแล และช่วยเหลือนักท่องเที่ยว
2. ประสานความร่วมมือกับทุกภาคีในการสร้างความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินให้กับประชาชน
3. ส่งเสริมการจัดกิจกรรมไมซ์เพื่อให้เกิดความยั่งยืน

ตอนที่ 2 ผลการประเมิน (ร่าง) ยุทธศาสตร์สำหรับจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา

ในส่วนนี้ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ผลการประเมิน (ร่าง) ยุทธศาสตร์การพัฒนาจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ใน 4 ด้าน คือ ด้านความถูกต้อง ด้านความเหมาะสม ด้านความเป็นไปได้ และด้านความเป็นประโยชน์ โดยใช้แบบสอบถาม และผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งเป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ จำนวน 5 คน ได้แก่

- | | |
|-----------------------------|---|
| 1. นายประสิทธิ์ กุลเทพรหม | นักวิเคราะห์นโยบายและแผนปฏิบัติการ สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดสงขลา |
| 2. นางเขมชนิตาภา ฤทธิกาญจน์ | ประธานเขต 13 สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย |

ตารางที่ 46 ผลการประเมิน (ร่าง) ยุทธศาสตร์ที่ 1 ส่งเสริม สนับสนุน และยกระดับ ให้สงขลาเป็นผู้นำไม่ซีในภูมิภาค

กลยุทธ์	ความถูกต้อง			ความเหมาะสม			ความเป็นไปได้			ความเป็นประโยชน์		
	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลความหมาย	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลความหมาย	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลความหมาย	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลความหมาย
เป้าประสงค์ : จังหวัดสงขลามีภาพลักษณ์ที่ดีทั้งด้านการท่องเที่ยว การลงทุนสนับสนุนการเป็นผู้ประกอบการไม่ซีในภูมิภาค												
กลยุทธ์ที่ 1. ส่งเสริมด้านการประชาสัมพันธ์ การตลาดเชิงรุก เพื่อเจาะตลาดกลุ่มไม่ซีเป้าหมาย	5.00	0.00	มากที่สุด	5.00	0.00	มากที่สุด	5.00	0.00	มากที่สุด	5.00	0.00	มากที่สุด
กลยุทธ์ที่ 2. สนับสนุนให้คนในพื้นที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาอุตสาหกรรมไม่ซี	4.40	0.89	มาก	4.60	0.89	มากที่สุด	4.20	0.83	มาก	4.60	0.89	มากที่สุด
กลยุทธ์ที่ 3. ส่งเสริมการท่องเที่ยวภายใต้ความหลากหลายทางวัฒนธรรมเชื่อมโยงกิจกรรมหลังการประชุมและรองรับการท่องเที่ยวเป็นรางวัล (incentive)	4.00	1.54	มาก	4.40	1.34	มาก	4.40	1.03	มาก	4.40	1.34	มาก
รวม	4.46	0.77	มาก	4.66	0.68	มากที่สุด	4.53	0.55	มากที่สุด	4.66	0.68	มากที่สุด

จากตารางที่ 46 ผลการประเมิน (ร่าง) ยุทธศาสตร์ที่ 1 ส่งเสริม สนับสนุน และยกระดับ ให้สงขลาเป็นผู้นำไมซ์ในภูมิภาค พบว่า มีความถูกต้องอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.77) มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.68) มีความเป็นไปได้อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.55) และความเป็นประโยชน์อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.88) โดยผู้ทรงคุณวุฒิมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับ (ร่าง) ยุทธศาสตร์ที่ 1 ดังนี้

1. ควรสร้างความรู้ความเข้าใจโดยเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ให้กับประชาชนทั่วไปอย่างต่อเนื่อง
2. ควรมีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมด้านการท่องเที่ยวภายหลังการประชุม ให้มีความหลากหลาย
3. ควรพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวและทำการตลาดเพื่อรองรับตลาดใหม่ๆ
4. ควรวางแผนและกำหนดแนวทางการสื่อสารการตลาดอย่างรอบคอบทั้งในระยะสั้นและระยะยาว
5. ควรมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดต่าง ๆ ร่วมกับเมืองไมซ์ ซิตี ทั้ง 5 แห่ง
6. ส่งเสริมการจัดทำและเผยแพร่ข้อมูลการจัดกิจกรรมไมซ์ และสนับสนุนสื่อประชาสัมพันธ์ในพื้นที่
7. ควรส่งเสริมบรรยากาศในการจัดกิจกรรมไมซ์ให้สอดคล้องกับกิจกรรม และประเพณี ตลอดทั้งปี

ตารางที่ 47 ผลการประเมิน (ร่าง) ยุทธศาสตร์ที่ 2 ศูนย์กลางเชื่อมโยงการค้าและการลงทุนอุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาค

กลยุทธ์	ความถูกต้อง			ความเหมาะสม			ความเป็นไปได้			ความเป็นประโยชน์		
	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลความหมาย	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลความหมาย	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลความหมาย	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลความหมาย
เป้าประสงค์ : ระบบเครือข่ายคมนาคมได้รับการพัฒนาให้รองรับการขยายตัวทางเศรษฐกิจเพื่อเพิ่มมูลค่าการค้าการลงทุนในอุตสาหกรรมไมซ์												
กลยุทธ์ที่ 1. ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานให้เหมาะสมกับการลงทุนในอุตสาหกรรมไมซ์	4.60	0.89	มากที่สุด	4.60	0.89	มากที่สุด	3.80	1.64	มาก	5.00	0.00	มากที่สุด
กลยุทธ์ที่ 2. พัฒนาระบบโครงข่ายคมนาคมให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล	4.60	0.89	มากที่สุด	4.60	0.89	มากที่สุด	4.00	1.73	มาก	5.00	0.00	มากที่สุด
กลยุทธ์ที่ 3. พัฒนารูปแบบและกิจการทางการตลาดเพื่อรองรับการจัดกิจกรรมไมซ์ในทุกรูปแบบ	4.40	0.89	มาก	4.60	0.89	มากที่สุด	4.20	1.78	มาก	5.00	0.00	มากที่สุด
รวม	4.53	0.00	มากที่สุด	4.60	0.00	มากที่สุด	4.00	0.07	มาก	5.00	0.00	มากที่สุด

จากตารางที่ 47 ผลการประเมิน (ร่าง) ยุทธศาสตร์ที่ 2 ศูนย์กลางเชื่อมโยงการค้าและการลงทุน อุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาคพบว่า มีความถูกต้องอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.00) มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.00) มีความเป็นไปได้อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.07) และความเป็นประโยชน์อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.00) โดยผู้ทรงคุณวุฒิมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับ (ร่าง) ยุทธศาสตร์ที่ 2 ดังนี้

1. ควรลดขั้นตอนการดำเนินงานทางด้านเอกสารและอำนวยความสะดวกในการเดินทางเข้า-ออก ผ่านด่านชายแดนไทย-มาเลเซีย
2. ควรวางแผนการสื่อสารการตลาดทั้งในระยะสั้นและระยะยาว
3. ควรจัดตั้งศูนย์บริการแบบ One Stop Service เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่เจ้าภาพ ผู้จัดงาน และผู้เข้าร่วมงานต่าง ๆ
4. ควรเร่งรัดการหาหรือความตกลงที่เกี่ยวกับกฎระเบียบ ด้านการอำนวยความสะดวกในการขนส่งข้ามพรมแดนในอนุภูมิภาค IMT-GT
5. ควรเร่งการขยายการเชื่อมโยงการค้า การลงทุน ภายในอนุภูมิภาคเพื่อรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรมไมซ์
6. การจัดระบบขนส่งมวลชนเพื่อการเข้าถึงสถานที่จัดงานและแหล่งท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพทั้งภายในและระหว่างจังหวัด
7. มีการจัดวางโครงข่ายระบบขนส่งสาธารณะ เพื่อพัฒนาการบริการให้เข้าถึงพื้นที่เศรษฐกิจได้อย่างสะดวกรวดเร็ว

ตารางที่ 48 ผลการประเมิน (ร่าง) ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมและพัฒนาการบริหารจัดการงบประมาณของเครือข่ายภาคีภาครัฐ เอกชน และประชาชนเพื่อรองรับการจัดกิจกรรมไม่ซ้ำ

กลยุทธ์	ความถูกต้อง			ความเหมาะสม			ความเป็นไปได้			ความเป็นประโยชน์		
	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลความหมาย	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลความหมาย	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลความหมาย	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลความหมาย
เป้าประสงค์ : ส่งเสริมการพัฒนาร่วมกันในระดับนโยบาย สนับสนุนให้คนในพื้นที่มีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไม่ซ้ำ												
กลยุทธ์ที่ 1. ส่งเสริมการพัฒนาร่วมกันในระดับนโยบาย สถาบัน ผู้เกี่ยวข้อง และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมไม่ซ้ำ	5.00	0.00	มากที่สุด	5.00	0.00	มากที่สุด	4.80	0.44	มากที่สุด	5.00	0.00	มากที่สุด
กลยุทธ์ที่ 2. การจัดทำฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไม่ซ้ำ	5.00	0.00	มากที่สุด	4.60	0.54	มากที่สุด	4.60	0.54	มากที่สุด	5.00	0.00	มากที่สุด
กลยุทธ์ที่ 3. สร้างความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านทั้งระดับภูมิภาคและพหุภาคี เพื่อเชื่อมโยงด้านเศรษฐกิจ การค้า การลงทุน การท่องเที่ยวในอุตสาหกรรมไม่ซ้ำ ตามแผนงานการพัฒนา IMT-GT	5.00	0.00	มากที่สุด	5.00	0.00	มากที่สุด	5.00	0.00	มากที่สุด	5.00	0.00	มากที่สุด
รวม	5.00	0.00	มากที่สุด	4.86	0.31	มากที่สุด	4.80	0.29	มากที่สุด	5.00	0.00	มากที่สุด

จากตารางที่ 48 ผลการประเมิน (ร่าง) ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมและพัฒนากิจการบริการจัดการแบบมีส่วนร่วมของเครือข่ายภาคีภาครัฐ เอกชน และประชาชนเพื่อรองรับการจัดกิจกรรมไมซ์ พบว่ามีความถูกต้องอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.00) มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.86 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.31) มีความเป็นไปได้อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.80 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.29) และความเป็นประโยชน์อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.00 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.00) โดยผู้ทรงคุณวุฒิมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับ (ร่าง) ยุทธศาสตร์ที่ 3 ดังนี้

1. กำหนดทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ร่วมกันเพื่อความสอดคล้องและการดำเนินการขนานกันไปได้อย่างเหมาะสม เชื่อมโยง ครอบคลุม
2. จัดตั้งศูนย์ปฏิบัติการเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์อย่างครบวงจร โดยการบูรณาการความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์อย่างจริงจัง
3. จัดตั้งคณะกรรมการเพื่อกำหนดนโยบาย บทบาท หน้าที่ และภารกิจในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์อย่างชัดเจน
4. ควรสร้างภาคีเครือข่ายและพันธมิตรทางธุรกิจ ทั้งภาครัฐ เอกชน สถาบันการศึกษา และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ร่วมกัน
5. มีการเชื่อมโยงเครือข่ายระดับท้องถิ่น ท้องถิ่น และระดับชาติเพื่อประสานความสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในทุกรูปแบบ
6. จัดให้มีสถานีข้อมูลความรู้และเครือข่ายปฏิบัติการ เพื่อการรวบรวม/วิเคราะห์/เผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ ที่จะนำไปสู่การจัดกิจกรรมไมซ์ในพื้นที่
7. ส่งเสริมความร่วมมือหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการลดอุปสรรค เช่น จัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อพัฒนากฎ ระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกด้านการค้าและบริการอุตสาหกรรมไมซ์
8. ส่งเสริมและสนับสนุนบทบาทขององค์กรและเครือข่ายสถาบันทางวิชาการทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อเข้ามาช่วยวางแผนและกำหนดทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์และการรองรับการขยายเมืองในอนาคต

ตารางที่ 49 ผลการประเมิน (ร่าง) ยุทธศาสตร์ที่ 4 กระตุ้นคุณภาพและมาตรฐานการบริการอย่างเป็นระบบ

กลยุทธ์	ความถูกต้อง			ความเหมาะสม			ความเป็นไปได้			ความเป็นประโยชน์		
	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลความหมาย	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลความหมาย	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลความหมาย	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลความหมาย
เป้าประสงค์ : บุคลากรด้านการท่องเที่ยวได้รับการพัฒนา ยกระดับคุณภาพการบริการให้มาตรฐานเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมบริการ ให้สอดคล้องกับความต้องการในตลาดแรงงาน												
กลยุทธ์ที่ 1. จัดตั้งสถาบันพัฒนากำลังคนด้านไมซ์ (MICE Academy)	4.40	0.89	มาก	4.60	0.89	มากที่สุด	4.20	0.83	มาก	4.40	0.89	มาก
กลยุทธ์ที่ 2. ส่งเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการไมซ์ให้ได้มาตรฐานสามารถแข่งขันในระดับภูมิภาค	4.46	0.54	มาก	4.80	0.44	มากที่สุด	4.20	0.83	มาก	4.80	0.44	มากที่สุด
กลยุทธ์ที่ 3. พัฒนาศูนย์บริการและเพิ่มขีดความสามารถของบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์	4.46	0.89	มาก	4.40	0.89	มาก	4.25	0.83	มาก	4.80	0.44	มากที่สุด
รวม	4.53	0.20	มากที่สุด	4.60	0.25	มากที่สุด	4.21	0.00	มาก	4.66	0.25	มากที่สุด

จากตารางที่ 49 ผลการประเมิน (ร่าง) ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยกระดับคุณภาพและมาตรฐานการบริการอย่างเป็นระบบพบว่า มีความถูกต้องอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.20) มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.25) มีความเป็นไปได้อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.00) และความเป็นประโยชน์อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.66 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.25) โดยผู้ทรงคุณวุฒิมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับ (ร่าง) ยุทธศาสตร์ที่ 4 ดังนี้

1. ควรนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพสูงมาใช้เพื่อให้เกิดความถูกต้องและรวดเร็วในการบริการ
2. ควรนำแนวคิดเกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศ (Customer Service Excellence) และแนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ (Service Quality) เข้ามาใช้ในการให้บริการ
3. ควรคัดเลือกบุคลากรที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญด้านการบริการที่เหมาะสมกับลักษณะของอุตสาหกรรมไมซ์
4. ควรพัฒนาความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ
5. พัฒนาทักษะการสื่อสารและการประสานงานที่ถูกต้อง ชัดเจน กระชับ เพื่อการให้บริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ
6. ควรจัดกิจกรรมให้นักเรียนและนักศึกษาจากสถาบันต่าง ๆ มีส่วนร่วมในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์
7. ควรวางแผนงานเพื่อการพัฒนาบุคลากรเข้าสู่อุตสาหกรรมไมซ์อย่างจริงจังทั้งในเชิงคุณภาพและปริมาณ
8. ควรมีการจัดทำมาตรฐานคุณวุฒิวิชาชีพ (Thai Vocational Qualifications: TVQ) จะทำให้พนักงานในอุตสาหกรรมไมซ์มีแนวทางในการเติบโตในสายงานอาชีพ (Career Path) และมีความภาคภูมิใจในวิชาชีพเพิ่มมากขึ้น
9. ควรพัฒนาฝีมือแรงงานให้สอดคล้องกับความต้องการและเติบโตของพื้นที่

ตารางที่ 50 ผลการประเมิน (ร่าง) ยุทธศาสตร์ที่ 5 ส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านความปลอดภัย

กลยุทธ์	ความถูกต้อง			ความเหมาะสม			ความเป็นไปได้			ความเป็นประโยชน์		
	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลความหมาย	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลความหมาย	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลความหมาย	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลความหมาย
เป้าประสงค์ : สงขลาเป็นเมืองสงบ มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมเมืองยั่งยืน เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและชุมชน												
กลยุทธ์ที่ 1. จัดตั้งศูนย์อำนวยความสะดวก กำกับ ดูแล และช่วยเหลือนักท่องเที่ยว	4.60	0.89	มากที่สุด	4.60	0.89	มากที่สุด	4.60	0.89	มากที่สุด	4.60	0.89	มากที่สุด
กลยุทธ์ที่ 2. ประสานความร่วมมือกับทุกภาคีในการสร้างความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินให้กับประชาชน	4.60	0.89	มากที่สุด	4.60	0.89	มากที่สุด	4.40	0.89	มากที่สุด	4.60	0.89	มากที่สุด
กลยุทธ์ที่ 3. ส่งเสริมการจัดกิจกรรมไม่ซ้ำเพื่อให้เกิดความยั่งยืน	4.60	0.89	มากที่สุด	4.60	0.89	มากที่สุด	4.20	0.82	มากที่สุด	4.60	0.89	มากที่สุด
รวม	4.60	0.00	มากที่สุด	4.53	0.00	มากที่สุด	4.40	0.03	มากที่สุด	4.60	0.00	มากที่สุด

จากตารางที่ 50 ผลการประเมิน (ร่าง) ยุทธศาสตร์ที่ 5 ส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านความปลอดภัย พบว่า มีความถูกต้องอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.00) มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.00) มีความเป็นไปได้อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.03) และความเป็นประโยชน์อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.00) โดยผู้ทรงคุณวุฒิมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับ (ร่าง) ยุทธศาสตร์ที่ 5 ดังนี้

1. จัดให้มีระบบการทำงานร่วมกันของทุกภาคส่วนที่ประสานและเชื่อมโยงกับศูนย์ปฏิบัติการความปลอดภัย โดยมีเป้าหมายและแผนงานร่วมกัน มีการบูรณาการทรัพยากรทางด้านบุคลากรงบประมาณ วัสดุอุปกรณ์ ระบบข้อมูลสารสนเทศและเทคโนโลยี ร่วมกับองค์กรภาคีต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ
2. การขับเคลื่อนการดำเนินงานป้องกันและรักษาความปลอดภัยในพื้นที่อาศัยความร่วมมือจากหน่วยงานทุกระดับ เพื่อบูรณาการทีมสหสาขาและการมีส่วนร่วมของท้องถิ่นในการหามาตรการแก้ไขอย่างจริงจัง เพื่อชี้เป้าและการจัดการแก้ไขจุดเสี่ยง การออกมาตรการการแก้ไขที่ตรงจุด การกำหนดเป้าหมายในแต่ละพื้นที่อย่างเข้มข้น รวมทั้งการประเมินอย่างต่อเนื่อง
3. ควรติดตั้ง CCTV ทุกจุดที่มีความเสี่ยงสูงและเสริมด้วย รถ CCTV เคลื่อนที่ เพื่อดูแลความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน
4. จัดให้มีระบบภาคีร่วมในการแก้ปัญหาด้านความปลอดภัย ที่อาจมีทั้งตำรวจ นักกฎหมาย นักจิตวิทยา แพทย์พยาบาล อาสาสมัครกู้ภัย นักการเมืองท้องถิ่น ผู้นำชุมชน ฯลฯ
5. ปรับปรุงป้ายจราจรให้ได้มาตรฐาน เป็นสากล ทั้งรูปแบบและการสื่อภาษา โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สื่อที่เป็นภาษาอังกฤษ
6. เข้มงวดในการบังคับใช้กฎหมาย พัฒนานักภู ระเบียบ ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลความปลอดภัยแก่ประชาชน นักท่องเที่ยว ตลอดจนจนถึงผู้ประกอบการส่งผลต่อความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยในพื้นที่
7. สนับสนุนเครือข่ายกู้ชีพ-กู้ภัยในท้องที่เพื่อความรวดเร็วและความถูกต้องในการให้ความช่วยเหลือประสานเชื่อมโยงและส่งเสริมสวัสดิการแก่อาสาสมัครประจำชุมชน เสริมสร้างระบบเตือนภัยและป้องกันภัยธรรมชาติให้มีประสิทธิภาพ

ตอนที่ 3 ผลการจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การพัฒนาจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา

3.1 ข้อเสนอเชิงนโยบายเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การพัฒนาจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา

หลังจากที่ผู้วิจัยได้ทำการประเมิน (ร่าง) ยุทธศาสตร์การพัฒนาจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ด้วยผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งเป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ จำนวน 5 คน โดยใช้แบบสอบถาม ผู้วิจัยจึงนำ ข้อเสนอแนะต่าง ๆ ที่ได้มาปรับปรุงและจัดทำเป็นข้อเสนอเชิงนโยบายเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การพัฒนาจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา อย่างไรก็ตามข้อเสนอแนะใดที่มีเนื้อหาตรงกับ (ร่าง) ยุทธศาสตร์การพัฒนาจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยจะไม่นำไปใช้เพื่อป้องกันความซ้ำซ้อน โดยสามารถสรุปเป็นยุทธศาสตร์การพัฒนาจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ตามตารางที่ 50



ตารางที่ 51 ยุทธศาสตร์การพัฒนาคุณภาพของกองจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา

เป้าประสงค์ของการพัฒนา	กลยุทธ์การพัฒนา	แนวทางปฏิบัติ/มาตรการ	ตัวชี้วัดการพัฒนา	ผู้รับผิดชอบ
ยุทธศาสตร์ที่ 1. ส่งเสริม สนับสนุน และยกระดับ ให้สงขลาเป็นผู้ไม่ขึ้นภูมิภาค	กลยุทธ์ที่ 1. ส่งเสริมด้านการประชาสัมพันธ์ การตลาดเชิงรุก เพื่อเจาะตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยว	- เพิ่มช่องทางทางการประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไม่ซ์ที่หลากหลาย	- รายได้อุตสาหกรรมไม่ซ์ของจังหวัด	- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.)
จังหวัดสงขลา มีภาพลักษณ์ที่ดี ทั้งด้านการท่องเที่ยว การลงทุน	กลยุทธ์ที่ 2. สนับสนุนให้คนในพื้นที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาอุตสาหกรรมไม่ซ์	- สนับสนุนให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดแผนงานโครงการ และมาตรการพัฒนาอุตสาหกรรมไม่ซ์ด้านต่าง ๆ	- จำนวนนักท่องเที่ยวไม่ซ์แยกเป็นกลุ่ม (mc/e)	- สำนักงานจังหวัดสงขลา
สนับสนุนการเป็นผู้นำอุตสาหกรรมไม่ซ์ในภูมิภาค	กลยุทธ์ที่ 3. ส่งเสริมการท่องเที่ยวภายใต้ความหลากหลายทางวัฒนธรรม	เพื่อเพิ่มความสอดคล้องกับความต้องการของประชาชน	- จำนวนผู้ประกอบการที่อุตสาหกรรมไม่ซ์ของจังหวัด	- สำนักงานการศึกษาในจังหวัดสงขลา
	ส่งเสริมการท่องเที่ยวภายใต้ความหลากหลายทางวัฒนธรรม	- ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดสงขลา โดยการบริหารและปรับปรุงบริการพื้นฐานที่จำเป็นของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้มีความพร้อมและได้มาตรฐาน ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม	- จำนวนผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไม่ซ์ เช่น PEO, PCO, DMC, Contractor เป็นต้น	- ภาคเอกชน (เจ้าของสถานที่จัดงาน)

ตารางที่ 51 ยุทธศาสตร์การพัฒนาจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา (ต่อ)

เป้าประสงค์ของการพัฒนา	กลยุทธ์การพัฒนา	แนวทางปฏิบัติ/มาตรการ	ตัวชี้วัดการพัฒนา	ผู้รับผิดชอบ
ยุทธศาสตร์ที่ 2 ศูนย์กลางเชื่อมโยงการค้าและการลงทุนอุตสาหกรรมไม่ซีในภูมิภาค				
ระบบเครือข่ายคมนาคม ได้รับการพัฒนาให้รองรับ การขยายตัวทางเศรษฐกิจ เพื่อเพิ่ม มูลค่าการค้า การ ลงทุน ในอุตสาหกรรมไม่ซี	กลยุทธ์ที่ 1. ปรับปรุง โครงสร้างพื้นฐานให้ เหมาะสมกับการลงทุนใน อุตสาหกรรมไม่ซี	- พัฒนาผังเมืองและ โครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็น เพื่อยกระดับเป็นเมืองการค้า การลงทุนที่มีศักยภาพรองรับ การเติบโตทางเศรษฐกิจ -พัฒนา ปรับปรุง ระบบ คมนาคมขนส่งสาธารณะ เพื่อให้เชื่อมโยงเส้นทางจาก ในเมืองสู่ถนนสายหลักต่างๆ	- รายได้อุตสาหกรรมไม่ซีของ จังหวัด - จำนวนนักเดินทางไม่ซีของ จังหวัด - จำนวนงานไม่ซีแยกเป็น กลุ่ม(mc/i/e) - จำนวนการลงทุนใน อุตสาหกรรมไม่ซีของจังหวัด	- สำนักงานส่งเสริมการจัด ประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) - องค์การบริหารส่วนจังหวัด สงขลา - สำนักงานจังหวัดสงขลา - สำนักงานการท่องเที่ยวและ กีฬาจังหวัดสงขลา - สถาบันการศึกษาในจังหวัด สงขลา -สมาคมโรงแรมจังหวัด สงขลา - ภาคเอกชน (เจ้าของ สถานที่จัดงาน)
	กลยุทธ์ที่ 2. พัฒนาระบบ โครงข่ายคมนาคมให้มี ประสิทธิภาพและ ประสิทธิผล			
	กลยุทธ์ที่ 3. พัฒนารูปแบบ และกิจการทางการตลาด เพื่อรองรับการจัดกิจกรรม ไม่ซีในทุกรูปแบบ	- การพัฒนาเว็บไซต์และ โปรแกรมประยุกต์ (Application) เชื่อมโยง ข้อมูลการท่องเที่ยว และ กิจการทางตลาดที่ สอดคล้องกับกิจกรรมไม่ซีแต่ ละกลุ่ม (mc/i/e)	- จำนวนผู้ประกอบการไม่ซี ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไม่ซี เช่น PEO,PCO, DMC, Contractor เป็นต้น	

ตารางที่ 51 ยุทธศาสตร์การพัฒนาจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา (ต่อ)

เป้าประสงค์ของการพัฒนา	กลยุทธ์การพัฒนา	แนวทางการปฏิบัติ/มาตรการ	ตัวชี้วัดการพัฒนา	ผู้รับผิดชอบ
ส่งเสริมและพัฒนาความร่วมมือในระดับนโยบาย สนับสนุนให้คนในพื้นที่มีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์	<p>กลยุทธ์ที่ 1. ส่งเสริมการพัฒนา ร่วมกันในระดับนโยบาย สถาบัน ผู้เกี่ยวข้อง และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในอุตสาหกรรมไมซ์</p> <p>กลยุทธ์ที่ 2. สร้างความร่วมมือกับ ประเทศเพื่อนบ้านทั้งระดับทวิภาคี และพหุภาคี เพื่อเชื่อมโยงด้าน เศรษฐกิจ การค้า การลงทุน การท่องเที่ยวในอุตสาหกรรมไมซ์ ตาม แผนงานการพัฒนา IMT-GT</p> <p>กลยุทธ์ที่ 3. การจัดทำฐานข้อมูล การจัดประชุม การแสดงสินค้า และ นิทรรศการ</p>	<p>- ประสานความร่วมมือทั้ง ภาครัฐและ ภาคเอกชนในการส่งเสริมพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์</p> <p>- ตั้งคณะทำงานเพื่อจัดกิจกรรมให้ ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจใน กิจกรรมไมซ์ทุกรูปแบบ</p> <p>- สนับสนุนให้ประชาชนมีส่วนร่วมใน การขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์</p> <p>- จัดตั้งศูนย์กลางประสานงานไมซ์ (MICE Center) เพื่อให้บริการข้อมูล ข่าวสารและช่วยเหลือการจัดกิจกรรม ไมซ์ทุกรูปแบบ</p> <p>- สร้างเว็บเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ในพื้นที่เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ในกลุ่ม IMT-GT และผู้สนใจ</p> <p>- จัดทำฐานข้อมูล E-directory เพื่อ รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อกับการจัดงาน ไมซ์ในพื้นที่เพื่อเป็น แนวทางการ ให้บริการ และจับคู่ธุรกิจที่เหมาะสม</p>	<p>- รายได้อุตสาหกรรมไมซ์ของ จังหวัด</p> <p>- จำนวนนักเดินทางไมซ์ของ จังหวัด</p> <p>- จำนวนงานไมซ์แยกเป็นกลุ่ม (mc/i/e)</p>	<p>- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุม และนิทรรศการ (สสปน.)</p> <p>- สำนักงานจังหวัดสงขลา</p> <p>- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดสงขลา</p> <p>- สถาบันการศึกษาในจังหวัดสงขลา</p> <p>- สมาคมโรงแรมในจังหวัดสงขลา</p> <p>- สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัด สงขลา</p> <p>- หอการค้าจังหวัดสงขลา</p> <p>- ภาคเอกชน (เจ้าของสถานที่จัดงาน)</p>

ตารางที่ 51 ยุทธศาสตร์การพัฒนาบุคลากรของทางราชการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา (ต่อ)

เป้าประสงค์ของการพัฒนา	กลยุทธ์การพัฒนา	แนวทางการปฏิบัติ/มาตรการ	ตัวชี้วัดการพัฒนา	ผู้รับผิดชอบ	
ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยกระดับคุณภาพและมาตรฐานการบริการอย่างเป็นระบบ	บุคลากรด้านการท่องเที่ยวได้รับการพัฒนาคุณภาพการบริการและเพิ่มขีดความสามารถของบุคลากรในอุตสาหกรรมไม่ซ์	กลยุทธ์ที่ 1. พัฒนาคุณภาพการบริการและเพิ่มขีดความสามารถของบุคลากรในอุตสาหกรรมไม่ซ์	<ul style="list-style-type: none"> - วิเคราะห์ตลาดแรงงานในอุตสาหกรรมไม่ซ์นำมาพัฒนาบุคลากรให้มีความเหมาะสมกับความต้องการ - มีการกำหนดมาตรฐานและคุณสมบัติทั่วไปและคุณสมบัติเฉพาะของพนักงานให้เหมาะสมในแต่ละตำแหน่ง - การฝึกอบรมหลักสูตรทักษะการใช้ภาษาอังกฤษ ภาษากว่า 3 ในการบริการ 	<ul style="list-style-type: none"> - จำนวนบุคลากรและผู้จัดงานไม่ซ์ที่ได้คุณภาพ - จำนวนห้องประชุมที่ได้รับการรับรองสถานที่จัดงานประเทศไทย (Thailand MICE Venue Standard: TMVS) - จำนวนผู้ประกอบการไม่ซ์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานวิชาชีพ 	<ul style="list-style-type: none"> - สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) - สำนักงานจังหวัดสงขลา - สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสงขลา - สถาบันการศึกษาในจังหวัดสงขลา - สมาคมโรงแรมจังหวัดสงขลา - ภาคเอกชน (เจ้าของสถานที่จัดงาน)
บุคลากรด้านการท่องเที่ยวได้รับการพัฒนา ยกระดับคุณภาพการบริการให้ได้มาตรฐานเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมบริการ ให้สอดคล้องกับความต้องการในตลาดแรงงาน	กลยุทธ์ที่ 2. ส่งเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการไม่ซ์ให้ได้มาตรฐาน สามารถแข่งขันในระดับนานาชาติได้	กลยุทธ์ที่ 2. ส่งเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการไม่ซ์ให้ได้มาตรฐาน สามารถแข่งขันในระดับนานาชาติได้	<ul style="list-style-type: none"> - จัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานต่างๆที่เกี่ยวข้อง ให้กับผู้ประกอบการไม่ซ์ - จัดกิจกรรมตรวจสอบและรับรองมาตรฐานให้กับผู้ประกอบการไม่ซ์ 		
	กลยุทธ์ที่ 3. จัดตั้งสถาบันพัฒนากำลังคนด้านไม่ซ์ (MICE Academy)	กลยุทธ์ที่ 3. จัดตั้งสถาบันพัฒนากำลังคนด้านไม่ซ์ (MICE Academy)	<ul style="list-style-type: none"> - ส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมไม่ซ์ ได้รับการอบรมและรับรองมาตรฐานวิชาชีพในระดับสากล 		

ตารางที่ 51 ยุทธศาสตร์การพัฒนาจากยุทธศาสตร์การวิจัยและพัฒนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา (ต่อ)

เป้าประสงค์ของการพัฒนา	กลยุทธ์การพัฒนา	แนวทางปฏิบัติ/มาตรการ	ตัวชี้วัดการพัฒนา	ผู้รับผิดชอบ
ยุทธศาสตร์ที่ 5 ส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านความมั่นคงปลอดภัย				
สงขลาเป็นเมืองสงบ มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมไม่มีความยั่งยืน เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและชุมชน	<p>กลยุทธ์ที่ 1. จัดตั้งศูนย์ อำนวยความสะดวกให้กับ ดูแล และช่วยเหลือนักท่องเที่ยว</p> <p>กลยุทธ์ที่ 2. ประสานความร่วมมือกับทุกภาคีในการสร้างความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินให้กับประชาชน</p> <p>กลยุทธ์ที่ 3. ส่งเสริมการจัดกิจกรรมไม่ให้เกิดความยั่งยืน</p>	<p>จัดทำแผนช่วยเหลือฉุกเฉิน</p> <p>- การฝึกอบรมด้านความปลอดภัย, ด้านการปฐมพยาบาล และด้านอื่นๆ เพื่อดูแลและช่วยเหลือนักท่องเที่ยว</p> <p>- การจัดกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ด้านความมั่นคงปลอดภัย</p> <p>- พัฒนาเครือข่ายการเฝ้าระวังด้านความปลอดภัย บูรณาการความร่วมมือในทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการกำกับ ดูแลความปลอดภัย</p> <p>- ส่งเสริมและพัฒนาการจัดกิจกรรมไม่ให้เกิดความยั่งยืน โดยใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม</p>	<p>- รายได้อุตสาหกรรมไม่ซ้ำของจังหวัด</p> <p>- จำนวนนักเดินทางไม่ซ้ำของจังหวัด</p> <p>- จำนวนงานไม่ซ้ำแยกเป็นกลุ่ม (mc/1/e)</p> <p>- จำนวนงานไม่ซ้ำที่เข้าร่วมโครงการ Green MICE</p>	<p>- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.)</p> <p>- สำนักงานจังหวัดสงขลา</p> <p>- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสงขลา</p> <p>- สถาบันการศึกษาในจังหวัดสงขลา</p> <p>- สมาคมโรงแรมจังหวัดสงขลา</p> <p>- ภาคเอกชน (เจ้าของสถานที่จัดงาน)</p>

3.2 กลไกการขับเคลื่อนในการนำยุทธศาสตร์ไปสู่การปฏิบัติ

การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา สู่อำนาจปฏิบัติให้ประสบความสำเร็จ จำเป็นต้องมีส่วนร่วมจากหน่วยงานทุกภาคส่วนในการเชื่อมโยงยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการอย่างเป็นระบบ ทั้งระดับนโยบาย ระดับขับเคลื่อน และระดับปฏิบัติ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการกำหนดนโยบาย ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา และภาคประชาชน อีกทั้งหน่วยงานราชการ ระดับกระทรวง และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ต้องร่วมกันบูรณาการเพื่อขับเคลื่อน ยุทธศาสตร์การพัฒนาจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ให้สามารถบรรลุเป้าหมายของการพัฒนาให้เกิดประโยชน์ต่อระบบเศรษฐกิจ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ และพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนได้อย่างเป็นรูปธรรม

การกำหนดตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ที่มีความชัดเจน จะช่วยสนับสนุนการพัฒนาภาพลักษณ์ของจังหวัดสงขลาให้มีความโดดเด่น ใช้เป็นจุดขายของจังหวัดที่สามารถสร้างให้เป็นที่ยึดจำของนักท่องเที่ยวในฐานะการเป็นเมืองแห่งไมซ์ของประเทศไทย รวมทั้งยังช่วยส่งเสริมให้ทิศทางการพัฒนาจังหวัดสงขลาในการรองรับการจัดงานไมซ์มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และจากโอกาสในนโยบายการขยายตัวทางเศรษฐกิจ จำเป็นต้องมีกลไกการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ไปสู่อำนาจปฏิบัติ มีดังนี้

1. ควรมีการบูรณาการความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนเพื่อให้ยุทธศาสตร์การพัฒนาจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา เกิดผลสัมฤทธิ์อย่างเป็นรูปธรรม หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา มหาวิทยาลัย หน่วยงานภาคเอกชน ได้แก่ สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) สมาคมการแสดงสินค้าไทย (TEA) สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา หอการค้าจังหวัดสงขลาโดยหน่วยงานภาครัฐและเอกชนข้างต้นนี้จะต้องประสานความร่วมมือไปในทิศทางเดียวกัน ตลอดจนมีการติดตามและประเมินผลอย่างต่อเนื่อง

2. จัดตั้งคณะกรรมการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ เพื่อเป็นศูนย์กลางในการกำหนดนโยบาย วางแผน ประสานงาน สร้างเครือข่ายทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ร่วมกัน
3. หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการรณรงค์ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ ให้หน่วยงานในประเทศและต่างประเทศทราบถึงศักยภาพและความพร้อมของจังหวัดสงขลาในการ เป็นผู้นำอุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาค
4. ปรับปรุงแก้ไขและ/หรือเพิ่มประสิทธิภาพในการบังคับใช้กฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่เจ้าภาพผู้จัดงาน และนักเดินทางกลุ่มไมซ์ เช่น การให้สิทธิประโยชน์และแรงจูงใจทางภาษี สำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุม การสนับสนุนด้านภาษีศุลกากรเพื่อดึงดูดการลงทุนและให้นักธุรกิจสนใจเดินทางเข้ามาลงทุนใน จังหวัดสงขลา
5. พัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ให้มีศักยภาพเพียงพอในการให้บริการตามแนวคิด เกี่ยวกับการบริการที่เป็นเลิศ (Customer Service Excellence) เพื่อยกระดับคุณภาพการบริการ และได้มาตรฐานสากล
6. มีการปรับปรุงภูมิทัศน์ ติดตั้งระบบอินเทอร์เน็ตไร้สาย (wifi) และสิ่งอำนวยความสะดวก ต่าง ๆ ในพื้นที่จัดกิจกรรมไมซ์ ให้เพียงพอเพื่อรองรับความต้องการของผู้เข้าร่วมงาน
7. จัดทำปฏิทินการจัดกิจกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ เพื่อส่งเสริม การประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รับรู้แก่นักท่องเที่ยวและผู้สนใจเข้าร่วมงานได้ตลอดทั้งปี
8. จัดทำฐานข้อมูลเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ภายในจังหวัด เช่น สถานที่จัดงาน โรงแรมที่พัก ร้านอาหาร บริษัทรับจัดงาน เป็นต้น
9. ปรับปรุงระบบขนส่งมวลชนให้ครอบคลุมภายในเมือง เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ นักท่องเที่ยวและผู้เดินทางเข้ามาร่วมงาน และลดปัญหาการจราจรในพื้นที่
10. ส่งเสริมให้โรงแรมในจังหวัดสงขลา เข้าร่วมโครงการปรับปรุงมาตรฐานสถานที่จัดงาน ประเทศไทย Thailand MICE Venue Standards หรือ TMVS เพื่อยกระดับมาตรฐานการบริการ และเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาค

ตารางที่ 52 แนวทางการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์การพัฒนาจากยุทธศาสตร์การวิจัยเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา

ยุทธศาสตร์ที่ 1. ส่งเสริม สนับสนุน และยกระดับ ให้สงขลาเป็นผู้นำไม่ซีในภูมิภาค				
กลยุทธ์	โครงการ	รายละเอียดโครงการ	ตัวชี้วัด	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
กลยุทธ์ที่ 1. ส่งเสริมด้านการประชาสัมพันธ์ การตลาดเชิงรุก เพื่อเจาะตลาดกลุ่มแม่ค้าเป้าหมาย	- โครงการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย	จัดทำสื่อและแผนงานการประชาสัมพันธ์ศักยภาพความพร้อมของจังหวัดสงขลาเพื่อเป็นผู้นำไม่ซีในภูมิภาค โดยมีข้อมูลรูปภาพของแหล่งท่องเที่ยว โรงแรม ที่พัก ร้านอาหาร สถานที่จัดงาน บริษัทรับจัดงาน เป็นต้น	- รายได้อุตสาหกรรมไม่ซีของจังหวัดสงขลาเพิ่มขึ้นร้อยละ 70 - จำนวนงานแม่ชีแยกเป็นกลุ่ม(mtc/i/e) เพิ่มขึ้นร้อยละ 70	- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) - สำนักงานจังหวัดสงขลา - สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสงขลา - สถาบันการศึกษาในจังหวัดสงขลา - สมาคมโรงแรมจังหวัดสงขลา - ภาคเอกชน (เจ้าของสถานที่จัดงาน)
กลยุทธ์ที่ 2. สนับสนุนให้คนในพื้นที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาอุตสาหกรรมไม่ซี	- โครงการอบรมสร้างความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรมไม่ซี	สร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไม่ซีและบทบาทของคนในพื้นที่ในการสนับสนุนกิจกรรมไม่ซีให้แก่ประชาชน และบุคลากรที่มีส่วนสนับสนุนให้เกิดการจัดกิจกรรมไม่ซีในพื้นที่	ประชาชนที่เข้าร่วมโครงการอบรมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไม่ซีไม่น้อยกว่าร้อยละ 70	
กลยุทธ์ที่ 3. ส่งเสริมการท่องเที่ยวภายใต้ความหลากหลายทางวัฒนธรรม เชื่อมโยงกิจกรรมหลังการประชุมและรองรับการท่องเที่ยวเป็นรางวัล (incentive)	-โครงการจัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยวหลังการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (incentive)	ออกแบบและสร้างกิจกรรมและเส้นทางการท่องเที่ยว เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ของจังหวัดทั้งทางด้านธรรมชาติและด้านความหลากหลายทางวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับศักยภาพของจังหวัด	มีโปรแกรมการท่องเที่ยวหลังการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (incentive) อย่างน้อย 5 โปรแกรม	

ตารางที่ 52 แนวทางการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์การพัฒนาจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา (ต่อ)

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ศูนย์กลางเชื่อมโยงการค้าและการลงทุนอุตสาหกรรมไม่ซีในภูมิภาค				
กลยุทธ์	โครงการ	รายละเอียดโครงการ	ตัวชี้วัด	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
กลยุทธ์ที่ 1. ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานให้เหมาะสมกับการลงทุนในอุตสาหกรรมไม่ซี	โครงการพัฒนาโครงสร้างทางกายภาพ	พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น โรงแรมที่พัก ร้านอาหาร สถานที่จัดประชุม ภายในจังหวัด สงขลาให้เป็นที่ยอมรับของผู้จัดงานไม่ซี เพื่อรองรับ การเติบโตของอุตสาหกรรมไม่ซี	ระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการของนักท่องเที่ยวกลุ่มไม่ซี ด้านโครงสร้างพื้นฐานไม่น้อยกว่าร้อยละ 70	- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) - องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา - สำนักงานจังหวัดสงขลา
กลยุทธ์ที่ 2. พัฒนาระบบโครงสร้างคมนาคมให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล	โครงการพัฒนาศักยภาพระบบจัดการโลจิสติกส์	การพัฒนาระบบการจัดการด้านคมนาคมขนส่งและระบบการจัดการโลจิสติกส์ (Logistics) ให้มีความสะดวกและทันสมัย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการกับนักท่องเที่ยวและนักเดินทางไม่ซี	ระดับความพึงพอใจต่อการใช้บริการของนักท่องเที่ยวกลุ่มไม่ซี ด้านการคมนาคมไม่ น้อยกว่าร้อยละ 70	สงขลา - สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสงขลา - สถาบันการศึกษาในจังหวัดสงขลา
กลยุทธ์ที่ 3. พัฒนารูปแบบและกิจการมทางการตลาดเพื่อรองรับการจัดกิจกรรมไม่ซีในทุกรูปแบบ	โครงการจัดทำโปรแกรมจัดการกิจกรรมไม่ซีผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ	ส่งเสริมกิจกรรมการตลาดใหม่ พัฒนากิจกรรมและช่องทางการตลาดที่หลากหลาย เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวไม่ซีทุกประเภท	จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มไม่ซีเข้ามาท่องเที่ยวและจัดกิจกรรมไม่ซีในจังหวัดสงขลาเพิ่มขึ้น ร้อยละ 70	จังหวัดสงขลา

ตารางที่ 52 แนวทางการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา (ต่อ)

ยุทธศาสตร์ที่ 3. ส่งเสริมและพัฒนาการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมของเครือข่ายภาครัฐ เอกชน และประชาชนเพื่อรองรับการจัดกิจกรรมไม่ซ้ำ				
กลยุทธ์	โครงการ	รายละเอียดโครงการ	ตัวชี้วัด	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
กลยุทธ์ที่ 1. ส่งเสริมการพัฒนา ร่วมกันในระยะต้นนโยบาย สถาบัน ผู้เกี่ยวข้อง และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียใน อุตสาหกรรมไม้ซุง	โครงการจัดตั้งคณะกรรมการ ขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไม้ซุง	จัดตั้งคณะกรรมการส่งเสริมอุตสาหกรรมไม้ซุงของ จังหวัดสงขลา เพื่อวางแผนพัฒนา กำหนดนโยบาย และ ประสานความร่วมมือกับทุกภาคส่วน ในการขับเคลื่อน อุตสาหกรรมไม้ซุงของจังหวัดสงขลา ส่งเสริมให้เกิดความ ร่วมมือทางธุรกิจ (Cluster Development) เพื่อเพิ่มขีด ความสามารถทางการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการใน อุตสาหกรรมไม้ซุง	มีคณะกรรมการส่งเสริม อุตสาหกรรมไม้ซุงของ ภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษาและผู้ มีส่วนได้ส่วนเสีย 1 ชุด	- สำนักงานส่งเสริมการจัด ประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) - องค์การบริหารส่วนจังหวัด สงขลา - สำนักงานจังหวัดสงขลา - สำนักงานการท่องเที่ยวและ กีฬาจังหวัดสงขลา - สถาบันการศึกษาในจังหวัด สงขลา - สมาคมโรงแรมจังหวัดสงขลา - ภาคเอกชน (เจ้าของสถานที่จัด งาน)
กลยุทธ์ที่ 2. สร้างความร่วมมือ กับประเทศเพื่อนบ้าน ทั้ง ระดับภูมิภาคและพหุภาคี เพื่อเชื่อมโยงด้านเศรษฐกิจ การค้า การลงทุนใน อุตสาหกรรมไม้ซุง ตาม แผนงานการพัฒนา IMT-GT	โครงการจัดตั้งศูนย์ประสานงาน ด้านไม้ซุงในพื้นที่	จัดตั้งศูนย์อำนวยความสะดวก เพื่อการแลกเปลี่ยนความรู้ และประสบการณ์ที่ก่อให้เกิดความร่วมมือและการ ประสานงานเชิงนโยบายในการส่งเสริมธุรกิจไม้ซุงใน ภูมิภาค	จัดตั้งศูนย์ MICE SERVICE เพื่อการ ประสานงานเชิง นโยบายในการส่งเสริม ธุรกิจไม้ซุงในภูมิภาค จำนวน 1 ศูนย์	
กลยุทธ์ที่ 3. การจัดทำ ฐานข้อมูลการจัดประชุม การ แสดงสินค้า และนิทรรศการ	โครงการจัดทำฐานข้อมูลและสถิติ อุตสาหกรรมไม้ซุงจังหวัดสงขลา	จัดทำฐานข้อมูลการจัดประชุมและนิทรรศการภายในพื้นที่ เพื่อใช้ในการบริหารจัดการและสนับสนุนการจัดประชุม ไม้ซุงของจังหวัด	มีรายงานฐานข้อมูลและ สถิติเกี่ยวกับการจัดงาน ไม้ซุงในจังหวัดสงขลา รายไตรมาส 4 ฉบับ	

ตารางที่ 52 แนวทางการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา (ต่อ)

ยุทธศาสตร์ที่ 4. ยกระดับคุณภาพและมาตรฐานการบริการอย่างเป็นระบบ				
กลยุทธ์	โครงการ	รายละเอียดโครงการ	ตัวชี้วัด	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
กลยุทธ์ที่ 1. พัฒนาคุณภาพการบริการและเพิ่มขีดความสามารถของบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์	- โครงการอบรมหลักสูตรการบริการที่เป็นเลิศ	ส่งเสริม พัฒนาศักยภาพความสามารถด้านการบริการให้มีคุณภาพ พัฒนาและยกระดับขีดความสามารถของบุคลากรในการจัดงานไมซ์ (Organizer) เพิ่มประสิทธิภาพและพัฒนางานกึ่งฝีมือแรงงานให้ได้มาตรฐาน และเป็นที่ยอมรับของผู้จัดงาน	ระดับความพึงพอใจของนักเดินทางกลุ่มไมซ์ที่มีต่อการบริการไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ทั้งหมด	- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) - องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา
กลยุทธ์ที่ 2. ส่งเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการไมซ์ให้ได้มาตรฐานสามารถแข่งขันในระดับนานาชาติได้	- โครงการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการ	พัฒนารองรับที่พัก และสถานที่จัดงานให้ได้รับมาตรฐานห้องประชุมของมาตรฐานส่งเสริมการจัดนิทรรศการ (Thailand MICE Venue Standard: TMVS)	จำนวนห้องประชุมที่ได้มาตรฐานห้องประชุมของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (Thailand MICE Venue Standard: TMVS) ไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ของห้องประชุมทั้งหมด	- สำนักงานจังหวัดสงขลา - สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสงขลา - สถาบันการศึกษาในจังหวัดสงขลา - สมาคมโรงแรมจังหวัดสงขลา - ภาคเอกชน (เจ้าของสถานที่จัดงาน)
กลยุทธ์ที่ 3. จัดตั้งสถาบันพัฒนากลังด้านไมซ์ (MICE Academy)	- โครงการอบรมและรับรองมาตรฐานวิชาชีพในระดับสากล	ส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ ได้รับการอบรมและรับรองมาตรฐานวิชาชีพในระดับสากล	จำนวนบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ที่เข้าร่วมโครงการอบรมและรับรองมาตรฐานวิชาชีพในระดับสากล ไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ของบุคลากรทั้งหมด	

ตารางที่ 52 แนวทางการปฏิบัติตามยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมเพื่อการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา (ต่อ)

ยุทธศาสตร์ที่ 5 ส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านความมั่นคงและปลอดภัย				
กลยุทธ์	โครงการ	รายละเอียดโครงการ	ตัวชี้วัด	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
กลยุทธ์ที่ 1. จัดตั้งศูนย์อำนวยความสะดวก กำกับ ดูแล และช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยว	โครงการร้อยคน ร้อยภาคี ร่วมสร้างความปลอดภัย ในสงขลา	ประสานความร่วมมือกับทุกภาคีในการสร้างความมั่นคง และปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินให้กับประชาชนส่งเสริมภาพลักษณ์ของจังหวัดด้านความมั่นคงปลอดภัย สร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยว นักเดินทางแม่ชี และผู้ประกอบการ เพื่อให้เกิดความเข้าใจในเรื่องความปลอดภัย	ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มแม่ชีต่อการดูแลความปลอดภัยตามแหล่งท่องเที่ยว และสถานที่จัดงานไม่น้อยกว่าร้อยละ 80	- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) - องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา - สำนักงานจังหวัดสงขลา
กลยุทธ์ที่ 2. ส่งเสริมและพัฒนาระบบการดูแลรักษาความปลอดภัยด้านความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึงอย่างสม่ำเสมอ	โครงการติดตั้งระบบกล้องวงจรปิดอัจฉริยะ (Intelligent CCTV)	การติดตั้งกล้องวงจรปิดเพื่อพัฒนามาตรฐานความปลอดภัยด้วยเทคโนโลยีในการกำกับดูแลความสงบเรียบร้อยและสร้างควมมั่นคงปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	จำนวนการติดตั้งกล้อง CCTV ตามโครงการติดตั้งระบบกล้องวงจรปิดอัจฉริยะ (Intelligent CCTV) เพิ่มขึ้นร้อยละ 70	- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสงขลา - สถาบันการศึกษาในจังหวัดสงขลา
กลยุทธ์ที่ 2 ส่งเสริมการจัดกิจกรรมแม่ชีเพื่อให้เกิดความยั่งยืน	โครงการ Green MICE	ส่งเสริมและพัฒนาการจัดกิจกรรมแม่ชี โดยคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุดและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	จำนวนกิจกรรมแม่ชีที่เข้าร่วมโครงการ Green MICE เพิ่มขึ้นร้อยละ 10	- สมาคมโรงแรมจังหวัดสงขลา - ภาคเอกชน (เจ้าของสถานที่จัดงาน)

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเรื่อง “ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา” ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา” ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันและแนวโน้มการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา 2. ศึกษาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา 3. ศึกษาสภาพแวดล้อมวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา และการวิเคราะห์ TOWS Matrix Analysis และ 4. จัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์เพื่อเพิ่มศักยภาพและรายได้เปรียบทางการแข่งขันในจังหวัดสงขลา โดยการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Method Research) ที่มีทั้งแบบวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และแบบวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) สามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

สถานการณ์ปัจจุบันและแนวโน้มการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา

สรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก ด้วยแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง โดยสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจง ผู้เชี่ยวชาญที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ และผู้เชี่ยวชาญที่มีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายและ/หรือเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค จำนวน 17 คน ผลการวิจัยพบว่า

ผลการศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันและแนวโน้มการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัด

สงขลา

จากการศึกษาพบว่าอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลาอยู่ในระดับท้องถิ่นที่กำลังได้รับการพัฒนาและขยายการเติบโตเพิ่มขึ้น จากการได้รับการสนับสนุนทั้งทางภาครัฐและเอกชนโดยมีศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ ๖๐ ปี เป็นกลไกสำคัญที่ช่วยกระตุ้นให้เกิดการขับเคลื่อนของอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา โดยมีตลาดเป็นนักเดินทางกลุ่มไมซ์ในประเทศ ได้แก่ กลุ่มวิชาชีพ นักศึกษา กลุ่มราชการพนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเอกชน สามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มหลักคือ 1) กลุ่มจัดประชุม สัมมนา (meeting) 2) กลุ่มจัดนิทรรศการและการแสดงสินค้า (exhibition/event) 3) กลุ่มการประชุมขนาดใหญ่/นานาชาติ (convention) สำหรับกลุ่มการ

ท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive) ยังมีสัดส่วนค่อนข้างน้อย เนื่องจากจังหวัดสงขลาไม่ใช่เมืองท่องเที่ยวหลักของประเทศ ช่วงเวลาในการจัดกิจกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา มีการจัดงานต่อเนื่องตลอดทั้งปี การพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลาควรเสริมสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ให้แก่ประชาชน หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน การพัฒนาภาพลักษณ์เพื่อสร้างความเชื่อมั่นด้านความมั่นคงปลอดภัย การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อรองรับการจัดกิจกรรมไมซ์ ควรมีการปรับปรุงระบบสาธารณูปโภคที่ทันสมัย ระบบการคมนาคมที่มีความสะดวกสบายเชื่อมโยงพื้นที่เศรษฐกิจสำคัญ นอกจากนี้ควรพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ ทั้งระบบทั้งเชิงคุณภาพและปริมาณให้มีทักษะ ความรู้ ความสามารถสอดคล้องกับความต้องการในตลาดแรงงานเพื่อเพิ่มศักยภาพและรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันในระดับสากล ควรมีหน่วยงานและสมาคมต่าง ๆ เข้ามาส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา ทั้งหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน อาทิ สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ(องค์การมหาชน) (TCEB) สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย)(TICA) สมาคมการแสดงสินค้าไทย (TEA) การสร้างความร่วมมือกับเมืองไมซ์ในประเทศ อาทิ กรุงเทพฯ พัทยา เชียงใหม่ ภูเก็ต ขอนแก่น เพื่อการพัฒนาช่องทางการตลาดและส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ร่วมกัน

ศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา

สรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก ด้วยแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง โดยสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจง ผู้เชี่ยวชาญที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ และผู้เชี่ยวชาญที่มีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายและ/หรือเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค จำนวน 17 คน ผลการวิจัยพบว่า

1. ด้านโครงสร้างพื้นฐาน

จากการศึกษาและวิเคราะห์ศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา ด้านโครงสร้างพื้นฐาน พบว่า สงขลาเป็นเมืองหลักของภาคใต้ตอนล่างและเป็นศูนย์กลางการคมนาคมเป็นประตูผ่านไปยังประเทศเพื่อนบ้าน คือ มาเลเซีย และสิงคโปร์ ด้านการคมนาคมขนส่งทางบกมีเส้นทางหลักที่ใช้ในการเดินทางทั้งทางรถยนต์ ทางรถไฟมีสถานีรถไฟชุมทางหาดใหญ่ เป็นสถานีชุมทางเชื่อมโยงจากกรุงเทพฯผ่านสถานีชุมทางหาดใหญ่เชื่อมต่อไปจังหวัดปัตตานี ยะลาและนราธิวาส (อ.สุไหงโกกลก) และอีกเส้นทางเชื่อมต่อไปยังสถานีปัตเตอร์เวิร์ธ ประเทศมาเลเซีย ด้านการคมนาคม

ขนส่งทางน้ำ มีท่าเรือน้ำลึกสงขลาตั้งอยู่ที่ตำบลหัวเขาแดง อำเภอสิงหนคร มีท่าเทียบเรือ ๓ ท่า รองรับสินค้าได้ ๑.๑ ล้านตัน/ปี นอกจากนี้ยังมีท่าเทียบเรือประมงองค์การสะพานปลา ตั้งอยู่บริเวณท่าสะพาน ท่าเทียบเรือของกองทัพเรือและท่าเทียบเรือของสำนักงานเจ้าท่าภูมิภาคที่ ๔ ตั้งอยู่บริเวณฐานทัพเรือสงขลา และการคมนาคมทางอากาศ จังหวัดสงขลามีท่าอากาศยานหาดใหญ่ ซึ่งเป็นสนามบินนานาชาติ มีสถานที่ตั้งอยู่ในพื้นที่อำเภอคลองหอยโข่ง ห่างจากตัวเมืองหาดใหญ่ ระยะทาง ๑๒ กิโลเมตรมีความสามารถในการรองรับเที่ยวบินได้ 42 เที่ยวบิน/ชม. รองรับผู้โดยสารได้ปีละ 2,000,000 คน และรองรับสินค้าได้ปีละ 41,800 ตัน แต่ควรมีการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน โดยเฉพาะเส้นทางคมนาคมในอำเภอหาดใหญ่ให้สามารถเชื่อมโยงเส้นทางคมนาคมขนส่งทั้งภายในและภายนอกภูมิภาคอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้เกิดความสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัยในการเดินทาง อีกทั้งเป็นการเพิ่มโอกาสในการแข่งขันและกระจายรายได้ลงสู่พื้นที่ได้มากขึ้น ในส่วนของระบบสาธารณูปโภค ระบบน้ำ และระบบไฟฟ้าภายในจังหวัด มีความพร้อมและเพียงพอ ในด้านเทคโนโลยีสารสนเทศภายในจังหวัดสงขลา มีการติดตั้งจุดบริการอินเทอร์เน็ตไร้สายในพื้นที่สาธารณะ และโรงแรม และมีการปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์ในเขตเมืองและนอกเมืองให้เอื้อต่อการจัดกิจกรรมไม่ซ์

2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

จากการศึกษาและวิเคราะห์ศักยภาพอุตสาหกรรมไม่ซ์ในจังหวัดสงขลา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า สงขลามีศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี เป็นศูนย์ประชุมระดับนานาชาติ ที่ใหญ่ที่สุดในภาคใต้มีพื้นที่กว่า ๓,๐๐๐ ตารางเมตร ความจุสูงสุด ๔,๐๐๐ คน มีความทันสมัย เทียบพร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวก อาทิ ระบบแสง-เสียง และโสตทัศนูปกรณ์ครบครัน สามารถรองรับการจัดการประชุม สัมมนา งานแสดงสินค้า การจัดนิทรรศการคอนเสิร์ต ทั้งในระดับภูมิภาค ระดับชาติ และระดับนานาชาติ และเป็นส่วนหนึ่งในการเสริมสร้างเศรษฐกิจ ของจังหวัดสงขลา รวมถึงจังหวัดใกล้เคียงด้วย และยังมีศูนย์ประชุมภายในศูนย์การค้าเซ็นทรัลเฟสติวัล หาดใหญ่ ที่มีขนาดใหญ่ที่สุด และทันสมัยที่สุดในภาคใต้ ด้วยการรองรับการจัดงานได้หลากหลายรูปแบบ อาทิ การประชุม สัมมนา งานแสดงสินค้า คอนเสิร์ต ทั้งในระดับภูมิภาค ระดับชาติ รวมถึงระดับนานาชาติ ด้วยพื้นที่มากกว่า 3,000 ตารางเมตร ในส่วนของโรงแรมที่พักสงขลา มีความพร้อมของที่พักและโรงแรมหลากหลายรูปแบบในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ อำเภอเมือง และอำเภอสะเดา ถึงแม้ว่า จ.สงขลาจะมีความพร้อมด้านพื้นที่ แต่ก็ยังมีปัญหาการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว เช่น ห้องน้ำ ป้ายบอกทาง ข้อมูลการ

ท่องเที่ยว ที่ไม่มีคุณภาพไม่เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว รวมถึงการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวก็ยังไม่เพียงพออีกด้วย

3. ด้านความมั่นคงปลอดภัย

จากการศึกษาและวิเคราะห์ศักยภาพอุตสาหกรรมไมซีในจังหวัดสงขลาด้านความมั่นคงปลอดภัย พบว่า จังหวัดสงขลาที่มีพื้นที่ติดต่อกับ 3 จังหวัดชายแดนใต้ และเคยเกิดเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่ ส่งผลต่อความเชื่อมั่นด้านความมั่นคงและปลอดภัยของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามา ทางจังหวัดสงขลา เทศบาลนครหาดใหญ่ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีแนวทางการจัดการความมั่นคงปลอดภัยที่เหมาะสม มีการวางมาตรการความปลอดภัยต่าง ๆ อย่างบูรณาการได้แก่ การตั้งจุดตรวจ จุดสกัด การลาดตระเวนโดยเจ้าหน้าที่ตำรวจและร่วมโดยตำรวจชุมชน อส. ในเชิงลึกมีการติดตามผู้ต้องสงสัย มีการจัดหาเครื่องมืออุปกรณ์ต่าง ๆ เช่นเครื่องตรวจวัตถุระเบิด มีการกำหนดมาตรการรักษาความปลอดภัยเพิ่มเติม ได้แก่ การห้ามจอดรถในบริเวณสถานที่สำคัญ เช่น ธนาคาร พาณิชยกรรม การเพิ่มความเข้มงวดในการรักษาความปลอดภัยองค์กรต่าง ๆ การติดตั้งกล้องวงจรปิดในพื้นที่สาธารณะ ห้างสรรพสินค้าสถานบันเทิง สถานบริการ และจุดเสี่ยงภัยต่าง ๆ เพื่อสร้างความมั่นใจในความปลอดภัยของประชาชน สามารถดำเนินชีวิตอย่างปกติ ลดผลกระทบต่อการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการสามารถประกอบธุรกิจได้อย่างปลอดภัย ทั้งยังกระจายรายได้กระตุ้นเศรษฐกิจในพื้นที่ พร้อมทั้งสร้างภาพลักษณ์ในด้านความสงบสุขและความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยในการรองรับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

4. ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในท้องถิ่น

จากการศึกษาและวิเคราะห์ศักยภาพอุตสาหกรรมไมซีในจังหวัดสงขลาด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในท้องถิ่น พบว่า จ.สงขลาได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ และศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ ๖๐ ปี ในการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อเผยแพร่ความรู้ด้านธุรกิจไมซีแก่นักศึกษา รวมถึงผู้ประกอบการ หน่วยงาน องค์กร ผู้จัดงานในพื้นที่ จ.สงขลาอย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจในธุรกิจไมซีแก่ผู้จัดงาน รวมทั้งพัฒนาทักษะ ความรู้ความสามารถ เสริมสร้างประสบการณ์แก่นักศึกษา ให้มีความพร้อมรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรมไมซีในประเทศไทย และสงขลายังได้รับโอกาสจากนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลด้วยการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่นเอื้อต่อการเสริมสร้างศักยภาพทางการท่องเที่ยวทั้งการพัฒนา

แหล่งท่องเที่ยวและการตลาด อีกทั้งการมีความร่วมมือภายใต้แผนงาน IMT – GT ทำให้มีเส้นทาง การท่องเที่ยวที่น่าสนใจมากขึ้น

5. ด้านภาพลักษณ์และสิ่งดึงดูดใจ

จากการศึกษาและวิเคราะห์ศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา ด้านภาพลักษณ์และสิ่งดึงดูดใจ พบว่า จังหวัดสงขลา มีความหลากหลายทางเชื้อชาติ ศาสนา วัฒนธรรม และยังเป็นพื้นที่ที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจระดับประเทศ เป็นจังหวัดที่มีชื่อเสียงในเรื่องการท่องเที่ยวมาเป็นระยะเวลาอันยาวนาน ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางทะเลในอำเภอเมือง ได้แก่ ทะเลสาบสงขลา แหลมสมิหลา เกาะหนูเกาะแมวหรือสถานที่เลือกซื้อสินค้าและอาหารอร่อยในตัวเมืองหาดใหญ่ รวมถึงสถานที่ท่องเที่ยวด้านศาสนา ศิลปวัฒนธรรมและเนื่องจากสงขลา มีชายแดนติดประเทศมาเลเซียและใกล้ประเทศสิงคโปร์ทำให้นักท่องเที่ยวจากสองประเทศดังกล่าวเดินทางมาสงขลาและหาดใหญ่เป็นจำนวนมาก สงขลาเป็นเมืองที่มีทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย เช่น ชายฝั่งทะเล แหล่งน้ำมัน ป่าชายเลน ป่าดิบชื้น และมีเครือข่าย/องค์กรภาคประชาชนที่เข้มแข็งในการร่วมดูแลรักษา ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เช่น สภากลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา กลุ่มรักษ์คลองอู่ตะเภา ทำให้ได้รับเลือกเป็นจังหวัดต้นแบบเมืองสีเขียว (Green City) ที่ได้รับการคัดเลือกภายใต้ความร่วมมือ IMT-GT

6. ด้านบุคลากร

จากการศึกษาและวิเคราะห์ศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา ด้านบุคลากร พบว่า จ.สงขลาจะมีศักยภาพและขีดความสามารถในการรองรับการจัดงานในกลุ่มไมซ์ที่เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว แต่การเพิ่มขึ้นของจำนวนการจัดงานและนักเดินทางไมซ์ส่งผลต่อปัญหาการขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ และความเชี่ยวชาญในการบริการของอุตสาหกรรมไมซ์ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการพัฒนาสมรรถนะในการให้บริการในฐานะบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุดในการจัดกิจกรรมไมซ์ และส่งผลให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเกิดความประทับใจต่อการเข้าร่วมกิจกรรมโดยเน้นทักษะด้านภาษาที่สำคัญในการติดต่อสื่อสาร 3 ภาษา ได้แก่ ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษามลายูกลาง พร้อมจัดฝึกอบรมหลักสูตรจิตวิทยุญาณการเป็นผู้ประกอบการ ที่จะช่วยเสริมศักยภาพในการแข่งขันของพื้นที่ นอกจากนี้รัฐกิจที่ให้บริการรับจัดงานและธุรกิจรับเหมาที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานในจังหวัดสงขลา ส่วนใหญ่ยังเป็นการให้บริการของสถานที่จัดงานและเป็นธุรกิจระดับท้องถิ่นซึ่งยังไม่มีมาตรฐานในการจัดงานในระดับสากล

7. ด้านกิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือจากการประชุม

จากการศึกษาและวิเคราะห์ศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลาด้านกิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือจากการประชุม พบว่า สงขลาเป็นจังหวัดท่องเที่ยวที่โดดเด่นอีกจังหวัดหนึ่งของภาคใต้ มีพรมแดนติดกับประเทศมาเลเซีย เป็นเมืองท่าและเมืองชายทะเลที่สำคัญของภาคใต้ โดยมีอำเภอหาดใหญ่เป็นศูนย์กลางการค้าและการท่องเที่ยวของภาคใต้ตอนล่าง ที่พร้อมไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวมากมาย และมีสีสันบรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายทั้งแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และเทศกาลงานประเพณีต่าง ๆ สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้หลายรูปแบบ ทั้งยังสามารถเดินทางมาท่องเที่ยวกันได้ทั้งปีและมีการเดินทางที่สะดวกสบาย

สรุปผลการวิจัยเชิงปริมาณ

1. ผู้จัดงาน/เจ้าภาพการจัดงาน/เจ้าของงานการประชุมสัมมนา งานแสดงสินค้า/นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในจังหวัดสงขลา

1.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้จัดงาน/เจ้าภาพการจัดงาน/เจ้าของงานการประชุมสัมมนา งานแสดงสินค้า/นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในจังหวัดสงขลา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 31 - 40 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีสถานภาพสมรส อาชีพธุรกิจส่วนตัว และมีรายได้ต่อเดือนประมาณ 30,001 - 40,000 บาท

1.2 พฤติกรรมต่อการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมต่อการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลาของผู้จัดงาน/เจ้าภาพการจัดงาน/เจ้าของงานการประชุมสัมมนา งานแสดงสินค้า/นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในจังหวัดสงขลา ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาที่จังหวัดสงขลาเพื่อเข้าร่วมงานแสดงสินค้า/นิทรรศการ (Exhibition) เดินทางกับครอบครัว โดยรถยนต์ส่วนบุคคล ส่วนใหญ่ไม่ได้ใช้บริการขนส่งสาธารณะ อัตราเฉลี่ยจำนวนคืนในการค้างคืนในจังหวัดสงขลา 3- 4 คืน มีค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมกิจกรรมไมซ์อยู่ที่ 5,001 - 10,000 บาท และปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจเดินทางมาเข้าร่วมการจัดประชุม สัมมนา

การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการยังจังหวัดสงขลาคือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

1.3 การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นองค์ประกอบการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา

(1) ระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ประกอบด้วย ข้อคำถาม 5 ข้อ โดยมีผลรวมของระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าระดับความคิดเห็นที่มีมากที่สุด ได้แก่ ความสะดวกในการเข้าถึงที่พัก โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และระดับความคิดเห็นที่มีน้อยที่สุดได้แก่ โครงสร้างพื้นฐานและระบบสาธารณูปโภค โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

(2) ระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ประกอบด้วย ข้อคำถาม 9 ข้อ โดยมีผลรวมของระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าระดับความคิดเห็นมากที่สุด ได้แก่ ความหลากหลายของห้างสรรพสินค้า/แหล่งช้อปปิ้ง โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และระดับความคิดเห็นน้อยที่สุดได้แก่ ความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายด้านโรงแรมที่พักโดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

(3) ระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ด้านความมั่นคงปลอดภัย ประกอบด้วย ข้อคำถาม 4 ข้อ โดยมีผลรวมของระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าระดับความคิดเห็นที่มีมากที่สุด ได้แก่ ความปลอดภัยของผู้เข้าร่วมงานและนักท่องเที่ยว โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และระดับความคิดเห็นน้อยที่สุดได้แก่ ศูนย์รับแจ้งเหตุฉุกเฉินหรือร้องทุกข์ โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

(4) ระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ประกอบด้วย ข้อคำถาม 5 ข้อ โดยมีผลรวมของระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าระดับความคิดเห็นมากที่สุด ได้แก่ ความหลากหลายของสถานที่การจัดประชุมและการแสดงสินค้า/นิทรรศการโดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และระดับความคิดเห็น

น้อยที่สุดได้แก่ การสนับสนุนจากองค์กรเอกชนในการจัดงานไมซ์ โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

(5) ระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ด้านภาพลักษณ์และสิ่งดึงดูดใจ ประกอบด้วยข้อคำถาม 7 ข้อ โดยมีผลรวมของระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าระดับความคิดเห็นที่มากที่สุด ได้แก่ ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และระดับความคิดเห็นน้อยที่สุดได้แก่ ความมั่นคงปลอดภัย โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

(6) ระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ด้านบุคลากร ประกอบด้วยข้อคำถาม 6 ข้อ โดยมีผลรวมของระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าระดับความคิดเห็นมากที่สุด ได้แก่ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และระดับความคิดเห็นน้อยที่สุดได้แก่ คุณภาพการบริการของพนักงาน โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

(7) ระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ด้านกิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือจากการประชุม ประกอบด้วยข้อคำถาม 5 ข้อ โดยมีผลรวมของระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าระดับความคิดเห็นมากที่สุด ได้แก่ สถานที่สร้างสรรค์ทางสังคมโดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และระดับความคิดเห็นน้อยที่สุดได้แก่ มีบริการเสริม นอกเหนือจากการเข้าร่วมงาน เช่น บริการนำเที่ยว สถานบันเทิง โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

2. ผู้เข้าร่วมกิจกรรมการประชุมสัมมนา งานแสดงสินค้า/นิทรรศการ และการท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัลในจังหวัดสงขลา

2.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้เข้าร่วมกิจกรรมการประชุมสัมมนา งานแสดงสินค้า/นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในจังหวัดสงขลา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20 - 30 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีสถานภาพโสด อาชีพนักเรียน / นักศึกษา และมีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท

2.2 พฤติกรรมต่อการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมต่อการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลาของผู้เข้าร่วมกิจกรรมการประชุมสัมมนา งานแสดงสินค้า/นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในจังหวัดสงขลา ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาที่จังหวัดสงขลาเพื่อเข้าร่วมงานแสดงสินค้า/นิทรรศการ (Exhibition) เดินทางกับครอบครัว โดยรถยนต์ส่วนบุคคล ส่วนใหญ่ไม่ได้ใช้บริการขนส่งสาธารณะ อัตราเฉลี่ยจำนวนคืนในการค้างคืนในจังหวัดสงขลา มากกว่า 4 คืน มีค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมกิจกรรมไม่ช้อยู่ที่ ต่ำกว่า 5,000 บาท และปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจเดินทางมาเข้าร่วมการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการยังจังหวัดสงขลาคือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

2.3 การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา

(1) ระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ประกอบด้วย ข้อคำถาม 5 ข้อ โดยมีผลรวมของระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ระดับความคิดเห็นมากที่สุด ได้แก่ ความสะดวกของการเข้าถึงสถานที่จัดงาน โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และระดับความคิดเห็นน้อยที่สุดได้แก่ โครงสร้างพื้นฐานและระบบสาธารณูปโภค โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

(2) ระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ประกอบด้วยข้อคำถาม 9 ข้อ โดยมีผลรวมของระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าระดับความคิดเห็นมากที่สุด ได้แก่ ความหลากหลายของห้างสรรพสินค้า/แหล่งช้อปปิ้ง โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และระดับความคิดเห็นน้อยที่สุดได้แก่ ขนาดและพื้นที่ในการจัดงาน โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

(3) ระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ด้านความมั่นคงปลอดภัย

ประกอบด้วยข้อคำถาม 4 ข้อ โดยมีผลรวมของระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าระดับความคิดเห็นที่มีมากที่สุด ได้แก่ ความปลอดภัยของผู้เข้าร่วมงานและนักท่องเที่ยว โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และระดับความคิดเห็นน้อยที่สุดได้แก่ ระบบการรักษาความปลอดภัยภายในงาน โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

(4) ระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนประกอบด้วยข้อคำถาม 5 ข้อ โดยมีผลรวมของระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าระดับความคิดเห็นที่มีมากที่สุด ได้แก่ การบริการด้านข้อมูลสถานที่สำคัญในพื้นที่ โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และระดับความคิดเห็นน้อยที่สุดได้แก่ การสนับสนุนจากองค์กรเอกชนในการจัดงานไมซ์ โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

(5) ระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ด้านภาพลักษณ์และสิ่งดึงดูดใจ ประกอบด้วยข้อคำถาม 7 ข้อ โดยมีผลรวมของระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าระดับความคิดเห็นมากที่สุด ได้แก่ ความมีชื่อเสียงของจังหวัด โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และระดับความคิดเห็นน้อยที่สุดได้แก่ ความมั่นคงปลอดภัย โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

(6) ระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ด้านบุคลากร ประกอบด้วยข้อคำถาม 6 ข้อ โดยมีผลรวมของระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าระดับความคิดเห็นมากที่สุด ได้แก่ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และระดับความคิดเห็นที่มีน้อยที่สุดได้แก่ คุณภาพการบริการของพนักงาน โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

(7) ระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ด้านกิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือจากการประชุม ประกอบด้วยข้อคำถาม 5 ข้อ โดยมีผลรวมของระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าระดับความคิดเห็นมากที่สุด ได้แก่ โอกาสในการติดต่อทางธุรกิจ โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก และระดับความคิดเห็นน้อยที่สุดได้แก่ มีบริการเสริม นอกเหนือจากการเข้าร่วมงาน เช่น บริการนำเที่ยว สถานบันเทิง โดยมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

3. ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา

3.1 องค์ประกอบเชิงยืนยันการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ประกอบด้วยองค์ประกอบย่อยที่เรียงตามน้ำหนักองค์ประกอบดังนี้ 1) โครงสร้างพื้นฐานและระบบสาธารณูปโภค 2) ความสะดวกของการเข้าถึงสถานที่จัดงาน 3) ความสะดวกในการเข้าถึงที่พัก 4) ระบบคมนาคมขนส่ง และ 5) ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเข้าร่วมงาน

3.2 องค์ประกอบเชิงยืนยันการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ประกอบด้วยองค์ประกอบย่อยที่เรียงตามน้ำหนักองค์ประกอบดังนี้ 1) มาตรฐานของที่พัก 2) คุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกของสถานที่จัดงาน 3) ความหลากหลายของที่พัก 4) ขนาดและพื้นที่ในการจัดงาน 5) ความพร้อมของอุปกรณ์โสตทัศนูปกรณ์ 6) ความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายด้านโรงแรมที่พัก 7) คุณภาพของการบริการอาหารและเครื่องดื่ม 8) ความหลากหลายของภัตตาคาร/ร้านอาหาร และ 9) ความหลากหลายของห้างสรรพสินค้า/แหล่งช้อปปิ้ง

3.3 องค์ประกอบเชิงยืนยันการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านความมั่นคงปลอดภัย ประกอบด้วยองค์ประกอบย่อยที่เรียงตามน้ำหนักองค์ประกอบดังนี้ ได้แก่ 1) ความปลอดภัยของผู้เข้าร่วมงานและนักท่องเที่ยว 2) ระบบการรักษาความปลอดภัยภายในงาน 3) มีศูนย์รับแจ้งเหตุฉุกเฉินหรือร้องทุกข์ และ 4) ความมั่นคงด้านการเมือง

3.4 องค์ประกอบเชิงยืนยันการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่อยู่ในท้องถิ่น ประกอบด้วยองค์ประกอบย่อยที่เรียงตามน้ำหนักองค์ประกอบดังนี้ ได้แก่ 1) การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในการจัดงานไมซ์ 2) การสนับสนุนจากองค์กรเอกชนในการจัดงานไมซ์ 3) ความหลากหลายของบริษัทนำเที่ยว 4) การบริการด้านข้อมูลสถานที่สำคัญในพื้นที่ และ 5) ความหลากหลายของสถานที่การจัดประชุมและการแสดงสินค้า /นิทรรศการ

3.5 องค์ประกอบเชิงยืนยันการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านภาพลักษณ์และสิ่งดึงดูดใจ ประกอบด้วย

องค์ประกอบย่อยที่เรียงตามน้ำหนักองค์ประกอบดังนี้ ได้แก่ 1) ความมีชื่อเสียงของจังหวัด 2) ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว 3) ความมีเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว 4) ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว 5) ความมั่นคงปลอดภัย 6) ความน่าสนใจของจังหวัด และ 7) และประสบการณ์การจัดงานในอดีต

3.6 องค์ประกอบเชิงยืนยันต่อการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านบุคลากร ประกอบด้วยองค์ประกอบย่อยที่เรียงตามน้ำหนักองค์ประกอบดังนี้ ได้แก่ 1) ความเป็นมืออาชีพ/ความเชี่ยวชาญ 2) ความรู้ความสามารถในการจัดงาน 3) ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ 4) มีไหวพริบ แก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี 5) คุณภาพการบริการของพนักงาน และ 6) การติดต่อสื่อสาร/ประสานงาน

3.7 องค์ประกอบเชิงยืนยันการจัดการประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านกิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือการประชุม ประกอบด้วยองค์ประกอบย่อยที่เรียงตามน้ำหนักองค์ประกอบดังนี้ ได้แก่ 1) โอกาสในการติดต่อทางธุรกิจ 2) มีกิจกรรมนันทนาการทั้งก่อนและหลังการประชุม 3) สถานที่สร้างสรรค์ทางสังคม 4) มีบริการเสริม นอกเหนือจากการเข้าร่วมงาน เช่น บริการนำเที่ยว สถานบันเทิง และ 5) สถานที่นันทนาการ/ออกกำลังกาย

สรุปผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา และการวิเคราะห์ TOWS Matrix Analysis เพื่อนำมาจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา

1. สรุปผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันภายในและภายนอกของอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา

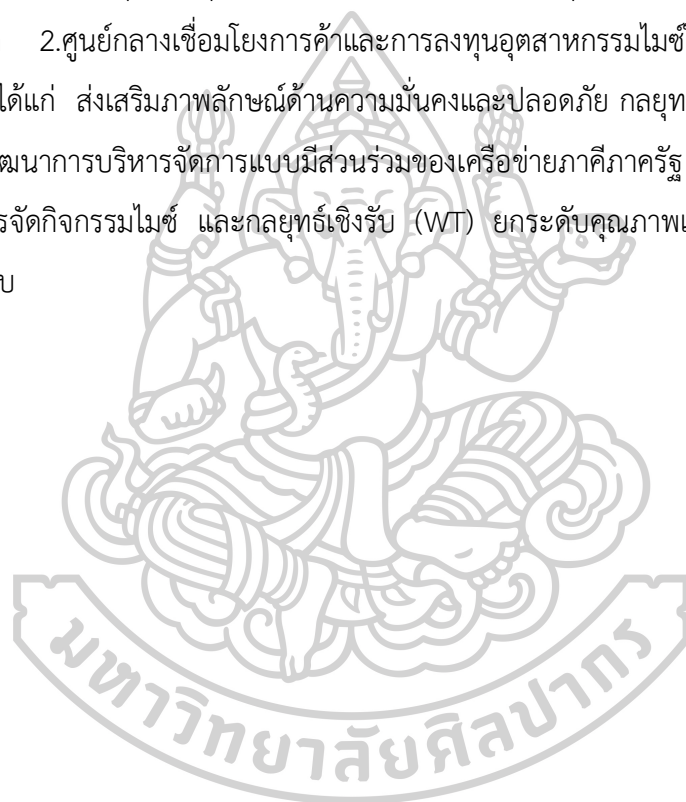
จากผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันภายนอกของอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา พบว่า โอกาส (Opportunities) ของอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา ได้แก่ (1) โครงการด้านการท่องเที่ยวภายใต้แผนงาน Indonesia – Malaysia – Thailand Growth Triangle (IMTGT) เช่น เส้นทางท่องเที่ยวตามรอยหลวงปู่ทวด และ การท่องเที่ยวเมืองเก่า IMT - GT เป็นต้น (2) กระแสความนิยมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (3) สายการบินต่างประเทศเพิ่มเติมเที่ยวบินมายังสนามบินขนาดใหญ่ เช่น สายการบิน FIREFLY , TIGER AIR, LION AIR , AIR ASIA เป็นต้น (4) มีโครงการปรับภาพลักษณ์ของเมืองสงขลาให้เป็น Green City หรือ Global city (5) การสร้างเมืองสงขลาเป็น

Rubber city ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 - 2564) (6) มีโครงการสร้างรถไฟความเร็วสูงเชื่อมโยงในพื้นที่จังหวัดสงขลา อุปสรรค (Threats) ของอุตสาหกรรมไม้ซีในจังหวัดสงขลา ได้แก่ (1) นักท่องเที่ยวขาดความเชื่อมั่นต่อสถานการณ์ความไม่สงบในพื้นที่ (2) มีทัวร์ศูนย์เหรียญจากจีนเข้ามาในพื้นที่ ส่งผลกระทบต่อธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยเฉพาะธุรกิจโรงแรมที่พัก

จากผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันภายในของอุตสาหกรรมไม้ซีในจังหวัดสงขลา พบว่า จุดแข็ง (Strength) ของอุตสาหกรรมไม้ซีในจังหวัดสงขลา ได้แก่ (1) มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย อาทิ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์/ศาสนสถาน แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (2) เป็นศูนย์กลางการคมนาคมที่เชื่อมโยงการท่องเที่ยวภาคใต้ตอนล่าง และประเทศเพื่อนบ้าน (3) มีการคมนาคมขนส่งที่เชื่อมโยงทุกระบบ เช่น ทางเรือ (ท่าเรือสงขลา) สนามบิน (สนามบินนานาชาติหาดใหญ่) รถไฟ (ชุมทางหาดใหญ่) และระบบขนส่งทางบก (4) เป็นศูนย์กลางด้านการค้า การเงิน การลงทุน และการบริการ ที่สำคัญของภาคใต้ (5) เป็นศูนย์กลางการศึกษาของภาคใต้ที่มีการจัดการศึกษาทุกระดับมีคุณภาพ เป็นที่ยอมรับทั้งในและต่างประเทศ (6) มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต เป็นเมืองที่มี 3 ชนเผ่าอาศัยในพื้นที่ ได้แก่ ไทย จีน และมุสลิม (7) มีหน่วยงานราชการภาครัฐ ในพื้นที่เป็นจำนวนมาก (8) เป็นจังหวัดที่เป็นที่ตั้งของกงสุลใหญ่ประจำประเทศไทย 5 ประเทศ ได้แก่ จีน มาเลเซีย อินเดีย อินโดนีเซีย และมองโกเลีย (9) มีนิคมฉลุงเป็นศูนย์กลางของอุตสาหกรรมยางพาราและปาล์มในภูมิภาค (10) มีศูนย์ประชุมนานาชาติฉลุงสิริราชสมบัติครบ 60 ปี โดยเป็นศูนย์ประชุมที่มีขนาดใหญ่ที่สุดของภาคใต้ (11) มีด่านพรมแดนไทย-มาเลเซียจำนวน 3 ด่าน ซึ่งเปรียบเสมือนประตูสู่ประเทศไทยของชาวมลายูและสิงคโปร์ จุดอ่อน (Weaknesses) ของอุตสาหกรรมไม้ซีในจังหวัดสงขลา ได้แก่ (1) ขาดการสร้างความโดดเด่นและเรื่องราว (Story) เพื่อสร้างอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว (2) ขาดบุคลากรด้านการท่องเที่ยวระดับมืออาชีพ (3) สถานการณ์ความไม่สงบในพื้นที่ส่งผลกระทบต่อการค้าการลงทุนและการท่องเที่ยว (4) ขาดระบบขนส่งสาธารณะที่เป็นระบบและมีประสิทธิภาพ (5) ประชาชนและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องส่วนมากยังไม่มีความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไม้ซี (6) ขาดหน่วยงานหลักที่ทำหน้าที่จัดงานใหม่เข้ามาในพื้นที่ (7) โรงแรมที่ได้มาตรฐานในพื้นที่มีค่อนข้างน้อย ส่วนมากโรงแรมในพื้นที่เป็นโรงแรมที่อยู่ในระดับต่ำกว่า 3 ดาว

2. การวิเคราะห์ TOWS Matrix Analysis เพื่อนำมาจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาสำหรับ จุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้า และนิทรรศการ จังหวัดสงขลา

ผลการวิจัย พบว่า การกำหนดกลยุทธ์เชิงรุก (SO) กลยุทธ์เชิงพัฒนา (WO) กลยุทธ์
เชิงป้องกัน (ST) และกลยุทธ์เชิงรับ (WT) เพื่อใช้เป็น (ร่าง) ยุทธศาสตร์การพัฒนาสำหรับจุดหมาย
ปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ
จังหวัดสงขลา มีดังนี้ กลยุทธ์เชิงรุก (SO) ได้แก่ 1.ส่งเสริม สนับสนุน และยกระดับ ให้สงขลาเป็นผู้นำ
โมเดลในภูมิภาค 2.ศูนย์กลางเชื่อมโยงการค้าและการลงทุนอุตสาหกรรมโมเดลในภูมิภาค กลยุทธ์เชิง
ป้องกัน (ST) ได้แก่ ส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านความมั่นคงและปลอดภัย กลยุทธ์เชิงพัฒนา (WO) ได้แก่
ส่งเสริมและพัฒนาการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมของเครือข่ายภาคีภาครัฐ เอกชน และประชาชน
เพื่อรองรับการจัดกิจกรรมโมเดล และกลยุทธ์เชิงรับ (WT) ยกระดับคุณภาพและมาตรฐานการบริการ
อย่างเป็นระบบ



ตารางที่ 53 การสังเคราะห์ยุทธศาสตร์การพัฒนาจุดหมายปลายทางการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา

ประเด็นยุทธศาสตร์/กลยุทธ์	สถานะ			
	กลยุทธ์เชิงรุก (SO)	กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST)	กลยุทธ์เชิงพัฒนา (WO)	กลยุทธ์เชิงรับ (WT)
ยุทธศาสตร์ที่ 1 ส่งเสริม สนับสนุน และยกระดับ ให้สงขลาเป็นผู้นำไม่ซีในภูมิภาค				
กลยุทธ์ที่ 1. ส่งเสริมด้านการประชาสัมพันธ์ การตลาดเชิงรุก เพื่อเจาะตลาดกลุ่มเมซ์เป้าหมาย	✓			
กลยุทธ์ที่ 2. สนับสนุนให้คนในพื้นที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาอุตสาหกรรมเมซ์	✓			
กลยุทธ์ที่ 3. ส่งเสริมการท่องเที่ยวภายใต้ความหลากหลายทางวัฒนธรรม เชื่อมโยงกิจกรรมหลังการประชุมและรองรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (incentive)	✓			
ยุทธศาสตร์ที่ 2 ศูนย์กลางเชื่อมโยงการค้าและการลงทุนอุตสาหกรรมไม่ซีในภูมิภาค				
กลยุทธ์ที่ 1. ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานให้เหมาะสมกับการลงทุนในอุตสาหกรรมเมซ์	✓			
กลยุทธ์ที่ 2. พัฒนาระบบโครงข่ายคมนาคมให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล	✓			
กลยุทธ์ที่ 3. พัฒนารูปแบบและกิจกรรมทางการตลาดเพื่อรองรับการจัดกิจกรรมไม่ซีในทุกรูปแบบ	✓			

ตารางที่ 53. การสังเคราะห์ยุทธศาสตร์การพัฒนาจุดหมายปลายทางการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา (ต่อ)

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมและพัฒนาการบริหารจัดการเมืองของเครือข่ายภาคีภาครัฐ เอกชน และประชาชนเพื่อการจัดกิจกรรมไม่ซ้ำ	สถานะ			
	กลยุทธ์เชิงรุก (SO)	กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST)	กลยุทธ์เชิงพัฒนา (WO)	กลยุทธ์เชิงรับ (WT)
<p>ประเด็นยุทธศาสตร์/กลยุทธ์</p> <p>ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมและพัฒนาการบริหารจัดการเมืองของเครือข่ายภาคีภาครัฐ เอกชน และประชาชนเพื่อการจัดกิจกรรมไม่ซ้ำ</p> <p>กลยุทธ์ที่ 1. ส่งเสริมการพัฒนาความร่วมมือในระดับนโยบาย สถาบัน ผู้เกี่ยวข้อง และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมไม่ซ้ำ</p> <p>กลยุทธ์ที่ 2. สร้างความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านในระดับทวิภาคีและพหุภาคี เพื่อเชื่อมโยงด้านเศรษฐกิจ การค้า การลงทุน การท่องเที่ยวในอุตสาหกรรมไม่ซ้ำ ตามแผนงานการพัฒนา IMT-GT</p> <p>กลยุทธ์ที่ 3. การจัดทำฐานข้อมูลการจัดประชุม การแสดงสินค้า และนิทรรศการ</p>			✓	
<p>ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยกระดับคุณภาพและมาตรฐานการบริการอย่างเป็นระบบ</p> <p>กลยุทธ์ที่ 1. พัฒนาศักยภาพการบริการและเพิ่มขีดความสามารถของบุคลากรในอุตสาหกรรมไม่ซ้ำ</p> <p>กลยุทธ์ที่ 2. ส่งเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการไม่ซ้ำให้เดิมาตรฐานสามารถแข่งขันในระดับนานาชาติได้</p> <p>กลยุทธ์ที่ 3. จัดตั้งสถาบันพัฒนากำลังคนด้านไม่ซ้ำ (MICE Academy)</p>			✓	✓

ตารางที่ 53. การสังเคราะห์ยุทธศาสตร์การพัฒนามาจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา (ต่อ)

ประเด็นยุทธศาสตร์/กลยุทธ์	สถานะ			
	กลยุทธ์เชิงรุก (SO)	กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST)	กลยุทธ์เชิงพัฒนา (WO)	กลยุทธ์เชิงรับ (WT)
ยุทธศาสตร์ที่ 5 ส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านความมั่นคงปลอดภัย				
กลยุทธ์ที่ 1. จัดตั้งศูนย์อำนวยความสะดวก กำกับ ดูแล และช่วยเหลือนักท่องเที่ยว		✓		
กลยุทธ์ที่ 2. ประสานความร่วมมือกับทุกภาคีในการสร้างความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินให้กับประชาชน		✓		
กลยุทธ์ที่ 3. ส่งเสริมการจัดกิจกรรมไม่ให้เกิดความยั่งยืน		✓		

**สรุปผลการนำเสนอ (ร่าง) ยุทธศาสตร์การพัฒนาสำหรับจุดหมายปลายทางของการจัด
ประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา**

ผลการประเมิน (ร่าง) ยุทธศาสตร์การพัฒนาสำหรับจุดหมายปลายทางของการจัด
ประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ด้วย
ผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งเป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา จำนวน 5 คน โดยใช้
แบบสอบถาม และพบว่า ผลการประเมินอยู่ในระดับมาก และ มากที่สุด ผู้วิจัยได้นำข้อเสนอแนะต่าง
ๆ ที่ได้มาปรับปรุงและจัดทำเป็นข้อเสนอเชิงนโยบายเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การพัฒนาจุดหมาย
ปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ
จังหวัดสงขลา ประกอบด้วย 5 ยุทธศาสตร์ 15 กลยุทธ์

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ส่งเสริม สนับสนุน และยกระดับ ให้สงขลาเป็นผู้นำไมซ์ในภูมิภาค
ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ได้แก่ 1) ส่งเสริมด้านการประชาสัมพันธ์ การตลาดเชิงรุก เพื่อเจาะตลาดกลุ่ม
ไมซ์เป้าหมาย ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ และสร้างช่องทางการตลาดไมซ์สำหรับตลาดในประเทศ
และต่างประเทศในเชิงรุก เพื่อดึงดูดการจัดกิจกรรมไมซ์ สร้างภาพลักษณ์ของสงขลาในการสื่อสารกับ
กลุ่มนักท่องเที่ยวไมซ์ โดยเน้นการนำจุดเด่นของสงขลามาใช้เป็นภาพลักษณ์เพื่อช่วยในการ
ประชาสัมพันธ์ 2) พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและระบบสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว 3)
ส่งเสริมการท่องเที่ยวภายใต้ความหลากหลายทางวัฒนธรรมเชื่อมโยงกิจกรรมหลังการประชุมและ
รองรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentives) การสร้างโปรแกรมและกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อ
ผ่อนคลายหลังจากเสร็จสิ้นการประชุม การพัฒนาสินค้าและบริการต่าง ของจังหวัดให้สอดคล้องกับ
วิถีความเป็นอยู่และวัฒนธรรมของคนในพื้นที่ ออกแบบหรือสร้างกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยว
เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวต่าง ของจังหวัด โดยจัดทำเป็นโปรแกรมมาตรฐานสำหรับกลุ่มเป้าหมาย
แต่ละกลุ่มที่ครอบคลุม และมีความทันสมัยเพื่อสร้างความน่าสนใจให้กับผู้จัดงาน สามารถตอบสนอง
ต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม เช่น เส้นทางท่องเที่ยวทางทะเล เส้นทางการเรียนรู้วิถี
ชีวิตชุมชน เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร เส้นทางกิจกรรมการจับจ่ายใช้สอย เส้นทางท่องเที่ยว
ทางศิลปวัฒนธรรม และการทำกิจกรรมเพื่อสังคม เป็นต้น

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ศูนย์กลางเชื่อมโยงการค้าและการลงทุนอุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาค
ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ได้แก่ 1) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานให้เหมาะสมกับการลงทุน พัฒนา
โครงสร้างทางกายภาพ เช่น โรงแรมที่พัก ภายในพื้นที่จังหวัดสงขลาให้เป็นที่ยอมรับของผู้จัดงานไมซ์
เพื่อเป็นทางเลือกให้แก่ผู้จัดงาน รวมถึงการปรับปรุงห้องประชุมของโรงแรม และสถานที่จัดงานที่มีอยู่

ให้ได้รับมาตรฐานห้องประชุมของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (Thailand MICE Venue Standard, TMVS) 2) พัฒนาระบบโครงข่ายคมนาคมให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลวางแผนพัฒนาการจัดการด้านการคมนาคมขนส่งให้มีความสะดวกและพัฒนาระบบการจัดการที่ทันสมัย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการกับผู้เดินทางเข้ามาในพื้นที่ ทั้งนักท่องเที่ยวและนักเดินทางไมซ์ 3) พัฒนารูปแบบและกิจกรรมทางการตลาดเพื่อรองรับการจัดกิจกรรมไมซ์ในทุกรูปแบบ การจัดทำแผนการตลาด พัฒนาช่องทางการตลาดเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์จังหวัดไปยังกลุ่มผู้จัดงาน เพื่อดึงดูดงานเข้าสู่จังหวัด

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมและพัฒนาการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมของเครือข่ายภาคีภาครัฐ เอกชน และประชาชนเพื่อยกระดับกิจกรรมไมซ์ ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ได้แก่ 1) ส่งเสริมการพัฒนาความร่วมมือในระดับนโยบาย สถาบัน ผู้เกี่ยวข้อง และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมไมซ์ สนับสนุนการสร้างร่วมมือระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชน เพื่อให้ภาครัฐ ช่วยสนับสนุนการจัดนิทรรศการและงานแสดงสินค้าในจังหวัดสงขลาของภาคเอกชน ส่งเสริมให้เกิดการรวมตัวผู้ที่เกี่ยวข้อง เช่น กลุ่มผู้ผลิต ผู้จำหน่ายสินค้า และผู้ลงทุนทั้งในพื้นที่และนอกพื้นที่ สร้างความพร้อมในการจัดกิจกรรมและนิทรรศการต่าง เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวจากประเทศเข้าสู่ประเทศไทย 2) การจัดทำฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องการจัดการประชุม การแสดงสินค้า และนิทรรศการ การจัดทำฐานข้อมูลการจัดประชุมและนิทรรศการภายในพื้นที่ เพื่อใช้ในการบริหารจัดการและสนับสนุนการจัดประชุมไมซ์ของจังหวัด และนำเทคโนโลยีต่าง มาใช้ในการให้บริการ เช่น สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อประกอบการให้บริการไมซ์ สำหรับการวางแผนการจัดประชุมไมซ์ในพื้นที่และเกิดความสะดวกต่อผู้จัดงานไมซ์ 3) สร้างความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านทั้งระดับทวิภาคีและพหุภาคี เพื่อเชื่อมโยงด้านเศรษฐกิจการค้า การลงทุน การท่องเที่ยว ตามแผนงานการพัฒนา IMT-GT กิจกรรมไมซ์ที่เกี่ยวกับการพัฒนาความร่วมมือระหว่าง IMT - GT

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยกระดับคุณภาพและมาตรฐานการบริการอย่างเป็นระบบเพื่อรองรับการเป็นเมืองไมซ์ ศูนย์กลางเศรษฐกิจของภาคใต้ ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ได้แก่ 1) พัฒนาคูณภาพการบริการและเพิ่มขีดความสามารถของบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ ส่งเสริมและพัฒนาให้เกิดการยกระดับบริการ เพิ่มขีดความสามารถของบุคลากรในการจัดงานไมซ์ (Organizer) ของคนในพื้นที่ให้ได้มาตรฐานระดับสากลและเป็นที่ยอมรับของผู้จัดงาน เพื่อรองรับการจัดงานไมซ์ทั้งในระดับประเทศและนานาชาติและพัฒนาความรู้และพฤติกรรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวไมซ์ 2) ส่งเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการไมซ์ให้ได้มาตรฐานสามารถแข่งขันในระดับนานาชาติได้ พัฒนาและยกระดับขีด

ความสามารถของบุคลากรในพื้นที่ในการจัดงานไมซ์ให้ทัดเทียมกับมาตรฐานสากล เช่น ผู้เชี่ยวชาญในการจัดงานประชุม (Professional Convention Organizer: PCO) การจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Destination Management Company: DMC) และผู้เชี่ยวชาญในการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Professional Exhibition Organizer: PEO) รวมถึงบุคลากรที่มีส่วนสนับสนุนให้เกิดการจัดกิจกรรมไมซ์ในพื้นที่ เช่น ผู้ให้บริการด้านสถานที่จัดประชุมและนิทรรศการ (Venue) การประชาสัมพันธ์ การนำเที่ยว และการบริการในโรงแรม เพื่อให้มีความพร้อมสำหรับการจัดงานในระดับประเทศและนานาชาติ 3) จัดตั้งสถาบันพัฒนากำลังคนด้านไมซ์ (MICE Academy)

ยุทธศาสตร์ที่ 5 ส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านความมั่นคงปลอดภัย ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ได้แก่ 1) จัดตั้งศูนย์อำนวยการ กำกับ ดูแล และช่วยเหลือนักท่องเที่ยว สร้างภาพลักษณ์ของจังหวัดด้านพื้นที่ที่ปลอดภัย เพื่อสร้างให้เกิดความเข้าใจในเรื่องความปลอดภัยแก่ผู้เข้าประชุม 2) ประสานความร่วมมือกับทุกภาคีในการสร้างความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินให้กับประชาชน 3) ส่งเสริมการจัดกิจกรรมไมซ์เพื่อให้เกิดความยั่งยืน ส่งเสริมให้สถานประกอบการเข้าสู่อุตสาหกรรมสีเขียว เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน เน้นการจัดกิจกรรมไมซ์ที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ให้ตระหนักถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การลดมลพิษ และส่งเสริมความรับผิดชอบร่วมกันของคนในพื้นที่ และนักท่องเที่ยว ให้ตระหนักถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ด้านความมั่นคงปลอดภัย

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา โดยมีวัตถุประสงค์ย่อยดังนี้ 1. เพื่อศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันและแนวโน้มการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา 2. เพื่อศึกษาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา และ 3. เพื่อจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์เพื่อเพิ่มศักยภาพและความได้เปรียบทางการแข่งขันในจังหวัดสงขลา ดังนั้นผู้วิจัยได้ดำเนินการอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์โดยมีรายละเอียดดังนี้

สถานการณ์ปัจจุบันและแนวโน้มการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา

จากการวิจัยพบว่า อุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลาอยู่ในระดับท้องถิ่นที่กำลังได้รับการพัฒนาและขยายการเติบโตเพิ่มขึ้น จากการได้รับการสนับสนุนทั้งทางภาครัฐและเอกชนโดยมีศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ ๖๐ ปี เป็นกลไกสำคัญที่ช่วยกระตุ้นให้เกิดการขับเคลื่อนของอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา โดยมีตลาดเป็นนักเดินทางกลุ่มไมซ์ในประเทศ ได้แก่ กลุ่มวิชาชีพ นักศึกษา กลุ่มราชการพนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานบริษัทเอกชน และประชาชนทั่วไป สอดคล้องกับ Chloe (n.d.), Rogers (2003) และ Swarbooke and Horner (2001) ได้กล่าวถึงลักษณะของผู้เข้าร่วมงานประเภทบริษัท ห้างร้าน และยังสอดคล้องกับ Aurélie (2009) ซึ่งกล่าวถึงผู้ร่วมงานประเภทองค์กรหรือสมาคม ซึ่งสอดคล้องกับ Swarbooke and Horner (2001), ทวีป ศิริรัมย์และกรินทร์ ธรรมกร่าง (2549), สุนีย์ บริสุทธิ์ และคณะ (2548) ที่ได้กล่าวถึงผู้เข้าร่วมงานประเภทเจ้าหน้าที่ของรัฐและ สอดคล้องกับ Beier (2012), Chloe (n.d.), บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2554) และ Xin (2012) ได้กล่าวถึงกลุ่มผู้เข้าร่วมงานประเภทผู้จัดแสดงสินค้าและผู้เข้าร่วมงานแสดงสินค้า ประเภทของอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา ประกอบด้วย 3 กลุ่มหลักคือ 1.กลุ่มจัดประชุมองค์กร (meeting) 2. กลุ่มจัดนิทรรศการและการแสดงสินค้า (exhibition/event) 3. กลุ่มการประชุมวิชาชีพ (convention)

จะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา ยังขาดกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive) เนื่องจากจังหวัดสงขลาไม่ได้เป็นจังหวัดท่องเที่ยวหลักของประเทศ ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรเร่งพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลาในครอบคลุมกิจกรรมทั้ง 4 ประเภท ได้แก่ การจัดประชุมองค์กร (meeting) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive) การประชุมวิชาชีพ (convention) และการจัดนิทรรศการและการแสดงสินค้า (exhibition/event) ซึ่งสอดคล้องกับ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2554), The Caribbean Tourism Organization (n.d.) และสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (2554) ที่ได้กล่าวถึงประเภทของอุตสาหกรรมไมซ์ช่วงเวลาในการจัดกิจกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา มีการจัดงานต่อเนื่องตลอดทั้งปี โดยนิยมจัดงานในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ ซึ่งไม่สอดคล้องกับ International Congress And Convention Association (ICCA) ที่กล่าวว่าอุตสาหกรรมไมซ์มักจะมีการจัดงานส่วนมากนอกฤดูการท่องเที่ยวพักผ่อน

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่า การพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลาควรเสริมสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ให้แก่ประชาชน หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน การพัฒนา

ภาพลักษณ์เพื่อสร้างความเชื่อมั่นด้านความมั่นคงปลอดภัย การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อรองรับการจัดกิจกรรมไมซ์ ควรมีการปรับปรุงระบบสาธารณูปโภคที่ทันสมัย ระบบการคมนาคมที่มีความสะดวกสบายเชื่อมโยงพื้นที่เศรษฐกิจสำคัญ นอกจากนี้ควรพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งระบบทั้งเชิงคุณภาพและปริมาณให้มีทักษะ ความรู้ ความสามารถสอดคล้องกับความต้องการในตลาดแรงงานเพื่อเพิ่มศักยภาพและความได้เปรียบทางการแข่งขันในระดับสากล ควรมีหน่วยงานและสมาคมต่าง ๆ เข้ามาส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา ทั้งหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน อาทิ สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ(องค์การมหาชน) (TCEB) สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) (TICA) สมาคมการแสดงสินค้าไทย (TEA) การสร้างความร่วมมือกับเมืองไมซ์ในประเทศ อาทิ กรุงเทพฯ พัทยา เชียงใหม่ ภูเก็ต ขอนแก่น เพื่อการพัฒนาช่องทางทางการตลาดและส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ร่วมกัน

ศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา

4.2.1 ด้านโครงสร้างพื้นฐาน

ผลการวิจัยพบว่า จังหวัดสงขลาสามารถรองรับผู้เข้าร่วมกิจกรรมไมซ์ได้ เนื่องจากสงขลาเป็นเมืองหลักของภาคใต้ตอนล่างและเป็นศูนย์กลางการคมนาคม เป็นประตูผ่านไปยังประเทศเพื่อนบ้าน คือ มาเลเซีย และสิงคโปร์ มีเส้นทางหลักที่ใช้ในการเดินทางทั้งทางรถยนต์ ทางรถไฟ ทางเรือ และทางเครื่องบิน ซึ่งสอดคล้องกับ Indian Express Newspapers (2001) ที่ได้กล่าวถึงโครงสร้างของประเทศญี่ปุ่นในการเป็นเมืองที่เป็นศูนย์กลางด้านการขนส่งและการเดินทาง สอดคล้องกับ Xin (2008) และเสนดี สีสุทธิโพธิ์ (ม.ป.ป.) ที่ได้กล่าวถึงโครงสร้างพื้นฐาน สภาพแวดล้อมของเมืองที่เอื้อต่อการจัดกิจกรรมไมซ์ มีการคมนาคมที่สะดวกสบาย แต่ควรมีการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน โดยเฉพาะเส้นทางคมนาคมในอำเภอหาดใหญ่ ให้สามารถเชื่อมโยงเส้นทางคมนาคมขนส่งทั้งภายในและภายนอกภูมิภาคอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้เกิดความสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัยในการเดินทาง อีกทั้งเป็นการเพิ่มโอกาสในการแข่งขันและกระจายรายได้ลงสู่พื้นที่ได้มากขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของ Jones (2010) กล่าวคือ การจัดงานไมซ์ใด ๆ ก็ตามจำเป็นต้องมีการขนส่งมีประสิทธิภาพ ทั้งด้านเวลาและสถานที่ รวมทั้งยังสอดคล้องกับเทวีวรรณ ปทุมพร (2548) ที่ได้กล่าวถึงการคมนาคมขนส่งภายในเมืองและระหว่างเมืองที่มีความเชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ โดยจังหวัดสงขลามีแผนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญ คือ 1) ถนนมอเตอร์เวย์สายหาดใหญ่-สะเดา-มาเลเซีย มูลค่า 23,000 ล้านบาท เพื่อเป็นโครงข่ายสนับสนุนการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศและการท่องเที่ยว โดยคาดว่าจะ

แล้วเสร็จในปี 2563 2) รถไฟรางคู่ เส้นทางหาดใหญ่-ปาดังเบซาร์ เพื่อรองรับการเปิดสถานีรถไฟปาดังเบซาร์ ซึ่งตั้งอยู่ในเขตของสหพันธรัฐมาเลเซียและที่ตั้งอยู่ในฝั่งไทย รวมทั้งเชื่อมโยงรถไฟความเร็วสูงจากมาเลเซีย-สิงคโปร์ด้วย รวมทั้งโครงการระบบรถไฟฟ้าวางเดี่ยวรอบเมืองหาดใหญ่ (Hatyai Monorail) ซึ่งหากโครงการเหล่านี้แล้วเสร็จก็จะอำนวยความสะดวกในการเดินทางได้อย่างมีประสิทธิภาพสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่า จังหวัดสงขลาสามารถรองรับผู้เข้ากิจกรรมไมซ์ ด้วยการเป็น ศูนย์กลางการคมนาคมขนส่งของใต้ตอนล่าง เป็นประตูผ่านไปยังประเทศเพื่อนบ้าน คือ มาเลเซีย และสิงคโปร์ มีเส้นทางหลักที่ใช้ในการเดินทางทั้งทางรถยนต์ ทางรถไฟ ทางเรือ และทางเครื่องบิน มีระบบสาธารณูปโภค ระบบน้ำ ระบบไฟฟ้าเพียงพอ มีเครือข่ายการสื่อสารและระบบเทคโนโลยี รวมทั้งมีสภาพภูมิทัศน์ที่เอื้อต่อการจัดกิจกรรมไมซ์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านโครงสร้างพื้นฐาน พบว่าองค์ประกอบย่อยที่มีความสำคัญมากที่สุดได้แก่ โครงสร้างพื้นฐานและระบบสาธารณูปโภค (INF1) รองลงมาได้แก่ ความสะดวกของการเข้าถึงสถานที่จัดงาน (INF3) ความสะดวกในการเข้าถึงที่พัก (INF4) ระบบคมนาคมขนส่ง (INF2) และค่าใช้จ่ายในการเดินทางเข้าร่วมงาน (INF5) ตามลำดับ

4.2.2 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ผลการวิจัยพบว่า สงขลามีศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี เป็นศูนย์ประชุมระดับนานาชาติ ที่ใหญ่ที่สุดในภาคใต้มีพื้นที่กว่า ๓,๐๐๐ ตารางเมตร ความจุสูงสุด ๔,๐๐๐ คน มีความทันสมัย เพียบพร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวก อาทิ ระบบแสง-เสียง และโสตทัศนูปกรณ์ครบครัน สามารถรองรับการจัดการประชุม สัมมนา งานแสดงสินค้า การจัดนิทรรศการคอนเสิร์ต ทั้งในระดับภูมิภาค ระดับชาติ และระดับนานาชาติ และเป็นส่วนหนึ่งในการเสริมสร้างเศรษฐกิจ ของจังหวัดสงขลา รวมถึงจังหวัดใกล้เคียงด้วย และยังมีศูนย์ประชุมภายในศูนย์การค้าเซ็นทรัลเฟสติวัล หาดใหญ่ ที่มีขนาดใหญ่ที่สุด และทันสมัยที่สุดในภาคใต้ ด้วยการรองรับการจัดงานได้หลากหลายรูปแบบ อาทิ การประชุม สัมมนา งานแสดงสินค้า คอนเสิร์ต ทั้งในระดับภูมิภาค ระดับชาติ รวมถึงระดับนานาชาติ ด้วยพื้นที่มากกว่า 3,000 ตารางเมตร สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปวีร์ ต้นสกุล (2549) พบว่า คุณสมบัติของสิ่งอำนวยความสะดวกของการประชุม ถือเป็นปัจจัยที่สำคัญในการเพิ่มระดับความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ในกรุงเทพมหานคร ในส่วนของโรงแรมที่พักสงขลามีความพร้อมของที่พักและโรงแรมหลากหลาย

รูปแบบในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ อำเภอเมือง และอำเภอสะเดานอกจากนี้หาดใหญ่ยังมีภัตตาคารและร้านอาหารหลากหลายรูปแบบ ตั้งแต่ร้านริมถนนไปจนถึงสวนอาหารหรือภัตตาคารหรูหรารในโรงแรม ซึ่งมีเมนูอาหารแปลกและอร่อยรองรับตลอด 24 ชั่วโมง สอดคล้องกับแนวคิดของ Kozack (2005) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวมักแสวงหาความต้องการเรื่องอาหารการกินที่แปลกใหม่อยู่เสมอ เพราะเชื่อว่าสิ่งเหล่านั้นจะทำให้ได้รับความตื่นเต้นและประทับใจในการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับภุริวัจน์ เดชอุดม (2552) ที่กล่าวว่า การจัดประชุมนานาชาติผู้จัดงานจะต้องเลือกสถานที่จัดงานที่มีปัจจัยอำนวยความสะดวกและดึงดูดความสนใจของผู้เข้าร่วมประชุม ถึงแม้ว่า จ.สงขลาจะมีความพร้อมด้านพื้นที่ แต่ก็ยังมีปัญหาการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว เช่น ห้องน้ำ ป้ายบอกทาง ข้อมูลการท่องเที่ยว ที่ไม่มีคุณภาพ ไม่เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว รวมถึงการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวก็ยังไม่เพียงพออีกด้วย สอดคล้องกับแนวคิดของ Morrison (2010) กล่าวคือ เทคโนโลยีต่าง ๆ มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ดังนั้นธุรกิจต่าง ๆ ต้องคำนึงถึงการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับแนวคิดของ Bowen & Clarke (2009) กล่าวว่า อินเทอร์เน็ตเป็นที่นิยมมากในปัจจุบันสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่บุคคลด้วยการบริการต่าง ๆ ที่หลากหลาย รวมทั้งสอดคล้องกับ Li-Ting and Zheng (2012), Jaeho and Narui (2012) ที่ได้กล่าวถึงศักยภาพด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของเมืองที่สามารถรองรับอุตสาหกรรมไมซ์

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่า จังหวัดสงขลามีความพร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีสถานที่จัดงานหลากหลายรองรับการจัดงานได้หลายรูปแบบ ทั้งศูนย์การประชุม ห้องประชุมในโรงแรม ที่มีมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย Thailand MICE Venue Standards (TMVS) มาตรฐานด้านการจัดการรักษาความปลอดภัยสำหรับการจัดประชุม สัมมนา และนิทรรศการ หรือ มอก.22300 MICE Security Management System (MSMS) และมาตรฐานระบบการบริหารการจัดงานอย่างยั่งยืน (ISO 20121 Event Sustainability Management System) นอกจากนี้ยังมีโรงแรม ที่พัก และการบริการอาหารและเครื่องดื่มที่สามารถรองรับผู้เข้าร่วมงานได้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่าองค์ประกอบย่อยที่มีความสำคัญมากที่สุดได้แก่ มาตรฐานของสถานที่จัดงาน (ACC4) รองลงมาคุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกของสถานที่จัดงาน (ACC2) ความหลากหลายของที่พัก (ACC5) ขนาดและพื้นที่ในการจัด

งาน (ACC1) ความพร้อมของอุปกรณ์โสตทัศนูปกรณ์ (ACC3) ความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายด้านโรงแรมที่พัก (ACC6) คุณภาพของการบริการอาหารและเครื่องดื่ม (ACC8) ความหลากหลายของภัตตาคาร/ร้านอาหาร (ACC7) และความหลากหลายของห้างสรรพสินค้า/แหล่งช้อปปิ้ง (ACC9) ตามลำดับ

4.2.3 ด้านความมั่นคงปลอดภัย

ผลการวิจัยพบว่า จังหวัดสงขลามีพื้นที่ติดต่อกับ 3 จังหวัดชายแดนใต้ ส่งผลต่อความเชื่อมั่นด้านความมั่นคงและปลอดภัยของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในพื้นที่ ทั้งนี้ทางจังหวัดสงขลา เทศบาลนครหาดใหญ่ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีแนวทางการจัดการความมั่นคงปลอดภัยที่เหมาะสม มีการวางมาตรการความปลอดภัยต่างๆ อย่างบูรณาการได้แก่ การตั้งจุดตรวจ จุดสกัด การลาดตระเวนโดยเจ้าหน้าที่ตำรวจและร่วมโดยตำรวจชุมชน อส. ในเชิงลึกมีการติดตามผู้ต้องสงสัย มีการจัดหาเครื่องมืออุปกรณ์ต่างๆ เช่นเครื่องตรวจวัตถุระเบิด มีการกำหนดมาตรการรักษาความปลอดภัยเพิ่มเติม ได้แก่ การห้ามจอดรถในบริเวณสถานที่สำคัญ เช่น ธนาคารพาณิชย์ การเพิ่มความเข้มงวดในการรักษาความปลอดภัยองค์กรต่าง ๆ การติดตั้งกล้องวงจรปิดในพื้นที่สาธารณะ ห้างสรรพสินค้าสถานบันเทิง สถานบริการ และจุดเสี่ยงภัยต่าง ๆ สอดคล้องกับ ภูมิวิวัฒน์ เดชอ่อน (2553) ที่ได้กล่าวถึงการรักษาความปลอดภัยในเมืองที่มีการจัดกิจกรรมไม่ซ้ำด้วยการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับภัยคุกคาม ความเสี่ยงอันตรายต่าง ๆ เพื่อสร้างความมั่นใจในความปลอดภัยของประชาชน สามารถดำเนินชีวิตอย่างปกติ ลดผลกระทบต่อการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการสามารถประกอบธุรกิจได้อย่างปลอดภัย ทั้งยังกระจายรายได้กระตุ้นเศรษฐกิจในพื้นที่ พร้อมทั้งสร้างภาพลักษณ์ในด้านความสงบสุขและความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยในการรองรับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ Shibuta & Sugano (2011) พบว่า หนึ่งในความสำเร็จของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศญี่ปุ่น คือ มีระบบรักษาความปลอดภัยในสถานที่จัดงานที่ได้มาตรฐานในระดับนานาชาติ พร้อมกันนี้ ศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ ๖๐ ปีหาดใหญ่ ได้รับมาตรฐานระดับสากลด้านการจัดการรักษาความปลอดภัยสำหรับการจัดประชุม สัมมนา และนิทรรศการ หรือมอก.22300 MICE Security Management System (MSMS) และมาตรฐานระบบการบริหารการจัดงานอย่างยั่งยืน (ISO 20121 Event Sustainability Management System) สอดคล้องกับผลการวิจัยของกฤต จุระกะนิศย์(2552) พบว่า อำเภอหาดใหญ่มีสถานที่จัดงานที่ได้รับรางวัลมาตรฐานทั้งระดับชาติและนานาชาติ จึงสร้างความมั่นใจให้กับผู้เข้าร่วมงาน และผู้เดินทางมาจัดแสดงสินค้า สอดคล้องกับแนวคิดของ Rittichainuwat (2010) กล่าวคือ ในการคัดเลือกสถานที่จัด

งานนั้น ผู้จัดงานมักมองหาจุดเด่นของสถานที่จัดงาน โดยดูจากมาตรฐานต่าง ๆ ที่สถานที่จัดงานได้รับ โดยเฉพาะด้านความปลอดภัยเพื่อเป็นการยืนยันความพร้อมของสถานที่จัดงาน

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่า จังหวัดสงขลามีการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการรักษาความปลอดภัย การป้องกันภัยคุกคามและอันตรายต่าง ๆ มีการวางมาตรการความปลอดภัยต่าง ๆ อย่างบูรณาการได้แก่ การตั้งจุดตรวจ จุดสกัด มีการจัดหาเครื่องมืออุปกรณ์ต่าง ๆ เช่น เครื่องตรวจวัตถุระเบิด มีการกำหนดมาตรการรักษาความปลอดภัยเพิ่มเติม ได้แก่ การห้ามจอดรถในบริเวณสถานที่สำคัญ การติดตั้งกล้องวงจรปิดในจุดเสี่ยง บริเวณสถานที่จัดงาน พื้นที่สาธารณะ ห้างสรรพสินค้า สถานบันเทิง สถานบริการ เพื่อสร้างความมั่นใจในความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยวและผู้เข้าร่วมงานไมซ์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านความมั่นคงปลอดภัย พบว่าองค์ประกอบย่อยที่มีความสำคัญมากที่สุดได้แก่ ความปลอดภัยของผู้เข้าร่วมงานและนักท่องเที่ยว (SAF2) รองลงมาได้แก่ ระบบการรักษาความปลอดภัยภายในงาน (SAF1) มีศูนย์รับแจ้งเหตุฉุกเฉินหรือร้องทุกข์ (SAF4) และความมั่นคงด้านการเมือง (SAF3) ตามลำดับ

1.2.4 ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในท้องถิ่น

ผลการวิจัยพบว่า จ.สงขลาได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) ในการส่งเสริม พัฒนา ประชาสัมพันธ์กิจกรรมการจัดงานไมซ์อย่างต่อเนื่อง ตามกลยุทธ์ที่ 3 ฝ่ายส่งเสริมตลาดในประเทศ คือการกระจายงานออกนอกพื้นที่กรุงเทพฯ ไปยังหัวเมืองใหญ่ๆ ทั่วประเทศ พร้อมให้การสนับสนุนหน่วยงานผู้จัดงาน ทั้งในด้านงบประมาณ และการสนับสนุนอื่น ๆ ซึ่งในส่วนของงานจัดงานแสดงสินค้านั้น มุ่งส่งเสริมและสนับสนุนในด้านการพัฒนาคุณภาพการจัดงานเดิมให้ดียิ่งขึ้น พร้อมทั้งช่วยพัฒนาศักยภาพผู้จัดงานแสดงสินค้า รวมไปถึงสร้างเครือข่ายผู้จัดงานแสดงสินค้าทั้งในพื้นที่จังหวัดสงขลา และใกล้เคียง เพื่อเป็นช่องทางในการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้ ช่วยให้เกิดการพัฒนางานแสดงสินค้าใหม่ๆ และยกระดับคุณภาพการจัดงานแสดงสินค้าในภาคใต้ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Meeting and Exhibition Hong kong (2014) ที่พบว่าได้รับการสนับสนุนด้านการบริการและงบประมาณจากรัฐบาล ทำให้ฮ่องกงประสบความสำเร็จในการจัดงานไมซ์ และสอดคล้องกับสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (2557) กล่าวว่า ปัญหาและอุปสรรคโดยทั่วไปของการพัฒนาไมซ์ซิตี้ คือ ขาดความต่อเนื่องของงบประมาณในการสนับสนุนอุตสาหกรรมไมซ์ ในส่วนของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ และศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ ๖๐ ปี ก็มีการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อเผยแพร่ความรู้

ด้านธุรกิจไมซ์แก่นักศึกษา รวมถึงผู้ประกอบการ หน่วยงาน องค์กร ผู้จัดงานในพื้นที่ จ.สงขลาอย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจในธุรกิจไมซ์แก่ผู้จัดงาน รวมทั้งพัฒนาทักษะ ความรู้ ความสามารถ เสริมสร้างประสบการณ์แก่นักศึกษา ให้มีความพร้อมรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย สอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐกานต์ รองทอง (2552) ที่ศึกษาความพร้อมของเมืองในด้านธุรกิจ MICE ที่จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า ควรสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการพัฒนาและผลิตบุคลากร ถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการเพิ่มระดับความสามารถของจังหวัดรองรับการขยายตัวของตลาดการจัดประชุมและนิทรรศการในประเทศได้ ซึ่งสอดคล้องกับแผนแม่บทอุตสาหกรรมไมซ์ไทย (2555) ในการพัฒนาตลาดไมซ์ในประเทศให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นความร่วมมือกันระหว่างภาคส่วนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างการทำงานร่วมกันในการกระตุ้นให้เกิดการจัดกิจกรรมไมซ์ในทั่วทุกภูมิภาคของประเทศไปพร้อมๆ กัน และสงขลายังได้รับโอกาสจากนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลด้วยการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่นเอื้อต่อการเสริมสร้างศักยภาพทางกาท่องเที่ยวทั้งการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและการตลาด อีกทั้งการมีความร่วมมือภายใต้แผนงาน IMT – GT ทำให้มีเส้นทางท่องเที่ยวที่น่าสนใจมากขึ้น

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่า จ.สงขลาได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) ในการส่งเสริม พัฒนา ประชาสัมพันธ์กิจกรรมการจัดงานไมซ์อย่างต่อเนื่อง โดยจังหวัดสงขลาให้ความสำคัญกับการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ โดยมีกิจกรรมร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และ สภาอุตสาหกรรมจังหวัดสงขลา มีนโยบายสนับสนุนการจัดกิจกรรมตลอดทั้งปีตามเทศกาล ประเพณี หรือวันสำคัญต่าง ๆ แต่ยังคงขาดหน่วยงานหลักในการดูแล และรับผิดชอบดูแลในด้านไมซ์อย่างจริงจัง ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในท้องถิ่น พบว่า องค์ประกอบย่อยที่มีความสำคัญมากที่สุดได้แก่ การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในการจัดงานไมซ์ (SUP2) รองลงมาได้แก่ การสนับสนุนจากองค์กรเอกชนในการจัดงานไมซ์ (SUP1) ความหลากหลายของบริษัทนำเที่ยว (SUP3) การบริการด้านข้อมูลสถานที่สำคัญในพื้นที่ (SUP5) และความหลากหลายของสถานที่การจัดประชุมและการแสดงสินค้า /นิทรรศการ (SUP4) ตามลำดับ

1.2.5 ด้านภาพลักษณ์และสิ่งดึงดูดใจ

ผลการวิจัยพบว่า จังหวัดสงขลามีความหลากหลายทางเชื้อชาติ ศาสนา วัฒนธรรม และยังเป็นพื้นที่ที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจระดับประเทศ เป็นจังหวัดที่มีชื่อเสียงในเรื่อง

การท่องเที่ยวมาเป็นระยะเวลาอันยาวนาน ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางทะเลในอำเภอเมือง ได้แก่ ทะเลสาบสงขลา แหหลมสมิหลา เกาะหนูเกาะแมวหรือสถานที่เลือกซื้อสินค้าและอาหารอร่อยในตัวเมืองหาดใหญ่ รวมถึงสถานที่ท่องเที่ยวด้านศาสนา ศิลปวัฒนธรรม สอดคล้องกับผลการวิจัยของกฤต จุระกะนิทย์ (2558) พบว่า นักท่องเที่ยวรู้จักอำเภอหาดใหญ่ในฐานะเมืองเศรษฐกิจของภาคใต้ มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงหลากหลาย ได้แก่ วัด สวนสาธารณะ ห้างสรรพสินค้า สถานที่ท่องเที่ยวกลางคืน ตลาดกิมหยง-ตลาดสันติสุข และเนื่องจากสงขลามีชายแดนติดประเทศมาเลเซียและใกล้ประเทศสิงคโปร์ทำให้นักท่องเที่ยวจากสองประเทศเดินทางมาสงขลาและหาดใหญ่เป็นจำนวนมาก สอดคล้องกับ Tan Cheong Su (2007) ซึ่งได้กล่าวถึงภาพลักษณ์ในการเป็นนครแห่งไมซ์ ด้วยการวางตำแหน่งของเมืองว่าจะให้อยู่ในรูปแบบของกิจกรรมไมซ์แต่ละประเภท และนำจุดเด่นของเมืองมาพัฒนา เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันในอุตสาหกรรมไมซ์ในอนาคตต่อไป สงขลาเป็นเมืองที่มีทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย เช่น ชายฝั่งทะเล แหล่งน้ำมัน ป่าชายเลน ป่าดิบชื้น และมีเครือข่าย/องค์กรภาคประชาชนที่เข้มแข็งในการร่วมดูแลรักษา ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เช่น สภากลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา กลุ่มรักษ์คลองอู่ตะเภา ทำให้ได้รับเลือกเป็นจังหวัดต้นแบบเมืองสีเขียว (Green City) ที่ได้รับการคัดเลือกภายใต้ความร่วมมือ IMT-GT สอดคล้องกับกลยุทธ์ด้านการพัฒนาของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน., 2558) ที่มุ่งเน้นสร้างความแตกต่างและเพิ่มมูลค่าให้กับอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยการใช้ทรัพยากรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้จังหวัดสงขลา ยังได้รับปัจจัยสนับสนุนจากการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษ อีกทั้งมีด่านสะเดา และด่านปาดังเบซาร์ ส่งผลต่อการเพิ่มขึ้นของปริมาณที่พักรับรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ ที่เดินทางมาติดต่อซื้อขาย การค้าชายแดน โดยเฉพาะชาวจีนสัญชาติมาเลเซีย โดยเฉพาะในเขตอำเภอหาดใหญ่รวมถึงศูนย์การค้า ซึ่งมีการบริการที่ดีเยี่ยม มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ได้มาตรฐาน สามารถรองรับการจัดงานไมซ์ได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Wu & Zhang (2013) พบว่าเมือง เซินเจิ้นเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวในฐานะเมืองเศรษฐกิจพิเศษทางตอนใต้ของประเทศจีน ส่งผลให้เป็นเมืองแห่งการค้าที่มีความเจริญและทันสมัย มีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่มีสีสันมากมาย เช่น แหล่งช้อปปิ้งสินค้าราคาถูก ศูนย์การค้า และร้านอาหาร

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่า จังหวัดสงขลา มีภาพลักษณ์ในด้านความหลากหลายทางเชื้อชาติ ศาสนา และวัฒนธรรม รวมทั้งมีสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลายทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิต และงานประเพณีต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบเชิงยืนยันการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดง

สินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านภาพลักษณ์และสิ่งดึงดูดใจ พบว่า องค์ประกอบย่อยที่มีความสำคัญมากที่สุดได้แก่ ความมีชื่อเสียงของจังหวัด (IMG2) รองลงมาได้แก่ ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว (IMG4) ความมีเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว (IMG6) ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว (IMG5) ความมั่นคงปลอดภัย (IMG1) ความน่าสนใจของจังหวัด (IMG3) และประสบการณ์การจัดงานในอดีต (IMG7) ตามลำดับ

1.2.6 ด้านบุคลากร

ผลการวิจัยพบว่า จ.สงขลาจะมีศักยภาพและขีดความสามารถในการรองรับการจัดงานในกลุ่มไมซ์ที่เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว แต่การเพิ่มขึ้นของจำนวนการจัดงานและนักเดินทางไมซ์ส่งผลต่อปัญหาการขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ และความเชี่ยวชาญในการบริการของอุตสาหกรรมไมซ์ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการพัฒนาสมรรถนะในการให้บริการในฐานะบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุดในการจัดกิจกรรมไมซ์ และส่งผลให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเกิดความประทับใจต่อการเข้าร่วมกิจกรรม สอดคล้องกับงานวิจัยของเกดศิริ เจริญวิศาล (2552) ที่ศึกษาเรื่อง รูปแบบการตลาดที่เหมาะสมของสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย พบว่า ผู้ให้ข้อมูลจากกลุ่มผู้รับบริการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านพนักงานมากที่สุด โดยเน้นทักษะการสื่อสารเพื่อติดต่อประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดงานได้เป็นอย่างดี โดยเน้นภาษาที่สำคัญในการติดต่อสื่อสาร ได้แก่ ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน และภาษามลายูกลาง ตลอดจนทักษะความเป็นมืออาชีพในการทำงาน มีไหวพริบปฏิภาณในการแก้ปัญหา และรู้ความสามารถในการจัดงานแต่ละประเภท พร้อมจัดฝึกอบรมหลักสูตรจิตวิญญาณการเป็นผู้ประกอบการ ที่จะช่วยเสริมศักยภาพในการแข่งขันของพื้นที่ สอดคล้องกับงานวิจัยของ วัชรภรณ์ และ ฉลองศรี (2012) ที่ศึกษาเรื่องการศึกษาความต้องการสมรรถนะของบุคลากรในอุตสาหกรรมการจัดประชุม นิทรรศการและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่าสมรรถนะด้านความรู้ที่ต้องการมากที่สุดคือความรู้ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศที่สามารถสื่อสารกับผู้มาใช้บริการที่หลากหลายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ดุษฎี และดลฤทัย (2015) ที่ศึกษาเรื่องการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดขอนแก่นเพื่อรองรับการเป็นไมซ์ซิตี้ของประเทศไทย พบว่า จุดอ่อนของอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดขอนแก่นนอกจากสถานที่ท่องเที่ยวและการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวทั้งก่อนและหลังยังไม่มี ความชัดเจน และความน่าดึงดูดใจ ในด้านบุคลากรยังอยู่ในระดับท้องถิ่นที่ยังไม่มีความชำนาญในการจัดงาน ขาดทักษะการบริการพร้อมทั้งการประสานงานและความเชื่อมโยงการทำงานของ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยภาพรวมยังต้องมีการพัฒนาทักษะและความสามารถทางวิชาการเพื่อให้มีความเป็นมืออาชีพในการให้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของวุฒิชชาติ สุทรสมัยและคณะ (2552) ที่ศึกษาเรื่อง ความพร้อมของเมืองในด้านธุรกิจการจัดประชุมหรือไมซ์ (MICE) พื้นที่จังหวัดชลบุรี พบว่าเมืองพัทยาคือพื้นที่ที่ศักยภาพและความพร้อมในหลายด้าน แต่จุดอ่อนคือพนักงานขาดทักษะการใช้และสื่อสารภาษาต่างประเทศ และสอดคล้องกับแนวคิดของ McCabe (2000) ที่ให้ความสำคัญกับบุคลากรในสถานที่จัดงานต้องมีคุณภาพและมีคุณสมบัติที่เหมาะสม และสอดคล้องงานวิจัยกับเทวีพร ปทุมพร (2549) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จของอุตสาหกรรมการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ (MICE) ในจังหวัดขอนแก่น พบว่า บุคลากรไม่ว่าจะเป็นเจ้าหน้าที่ของศูนย์ประชุม เช่น ล่าม พนักงานรับลงทะเบียน พนักงานที่คอยอำนวยความสะดวกแก่ผู้เข้าร่วมประชุมถือเป็นหัวใจหลักของความสำเร็จในการจัดประชุม และสอดคล้องกับการศึกษาของ ชลลดา มงคลวนิช และ รัตนาภรณ์ ชาติวังศ์ (2560ก) ที่ศึกษาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของบุคลากรใน อุตสาหกรรมไมซ์ โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะด้านความพร้อมและความเต็มใจใน การบริการมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความซื่อสัตย์ และด้านความเอาใจใส่ในการบริการแก่ลูกค้า อุตสาหกรรมไมซ์ ต้องพัฒนาบุคลากรที่ขาดแคลนในอุตสาหกรรมไมซ์ในธุรกิจโรงแรม ควรให้ความสำคัญในเรื่องการจัดอบรมด้านภาษาอังกฤษและภาษาที่สามให้แก่พนักงาน การจัดอบรมด้านธุรกิจบริการที่เน้นเรื่อง การมีจิตบริการ (Service mind) และเพิ่มความรู้ความเข้าใจในการทำงานของธุรกิจไมซ์ (ชลลดา มงคลวนิช และ รัตนาภรณ์ ชาติวังศ์, 2560ข)

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่า อุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลาขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ ความเป็นมืออาชีพในการจัดงาน และขาดทักษะด้านภาษาอังกฤษในการสื่อสารและให้บริการ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการพัฒนาสมรรถนะในการให้บริการ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุดในการจัดกิจกรรมไมซ์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านบุคลากร พบว่า องค์ประกอบย่อยที่มีความสำคัญมากที่สุดได้แก่ ความเป็นมืออาชีพ/ความเชี่ยวชาญ (PER3) รองลงมาได้แก่ ความรู้ความสามารถในการจัดงาน (PER5) ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ (PER4) มีไหวพริบ แก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี(PER6) และคุณภาพการบริการของพนักงาน (PER1) การติดต่อสื่อสาร/ประสานงาน (PER2) ตามลำดับ

1.2.7 ด้านกิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือจากการประชุม

ผลการวิจัยพบว่า สงขลาเป็นจังหวัดท่องเที่ยวที่โดดเด่นอีกจังหวัดหนึ่งของภาคใต้ มีพรมแดนติดกับประเทศมาเลเซีย เป็นเมืองท่าและเมืองชายทะเลที่สำคัญของภาคใต้ โดยมีอำเภอหาดใหญ่เป็นศูนย์กลางการค้าและการท่องเที่ยวของภาคใต้ตอนล่าง ที่พรั่งพร้อมไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวมากมาย และมีสีสันบรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และเทศกาลงานประเพณีต่าง ๆ สอดคล้องแนวคิดของ Medlick (1985) กล่าวคือ เมืองและสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย มีเอกลักษณ์เฉพาะย่อมทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและอยากเดินทางกลับมาอีก โดยจังหวัดสงขลามีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้หลายรูปแบบ ทั้งยังสามารถเดินทางมาท่องเที่ยวกันได้ทั้งปีมีการเดินทางที่สะดวกสบาย สอดคล้องกับแนวคิดของสุรียะเข้มทอง (2553) ที่กล่าวว่า ผู้เข้าร่วมงานไมซ์ส่วนใหญ่มักใช้เวลาว่างในการหากิจกรรมนันทนาการรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งถือว่าเป็นการพักผ่อนและช่วยเติมเต็มความสุขในชีวิตได้ จ.สงขลามีแผนการตลาดอีกหลากหลายรูปแบบ เพื่อเจาะนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ ๆ อาทิ 1.มุ่งเจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ และตลาดใหม่ เช่น อินโดนีเซีย จีน ด้วยการเพิ่มโครงการสตรีท อาร์ต ในตัวเมืองสงขลา พร้อมนำเอากลยุทธ์มิวสิก มาร์เก็ตติ้งมาเป็นตัวช่วย เช่น สมิหลา มิวสิค เฟสติวัล บนหาดสมิหลา แหลมสนอ่อน อ.เมืองสงขลา สงขลา เรโทร เฟส ในย่านเมืองเก่า อ.เมืองสงขลา 2.ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา หรือสปอร์ตทัวริซึม โดยใช้ความเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันกีฬาแห่งชาติมาช่วยปลุกกระแส รวมถึงทำกิจกรรมด้านกีฬาอย่างต่อเนื่อง 3.ส่งเสริมมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และสร้างความแข็งแกร่งในการเป็นเมดิคัลฮับ

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่า จังหวัดสงขลาเป็นศูนย์กลางการค้าและการท่องเที่ยวของภาคใต้ตอนล่าง ที่พรั่งพร้อมไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวมากมาย และมีสีสันบรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้หลายรูปแบบ และสามารถรองรับการจัดกิจกรรมทั้งก่อนและหลังการประชุมได้เป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านกิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือการประชุม พบว่า องค์ประกอบย่อยที่มีความสำคัญมากที่สุดได้แก่ โอกาสในการติดต่อทางธุรกิจ (EXT5) รองลงมาได้แก่ มีกิจกรรมนันทนาการทั้งก่อนและหลังการประชุม (EXT2) สถานที่สังสรรค์ทางสังคม (EXT3) มีบริการเสริม

นอกเหนือจากการเข้าร่วมงาน เช่น บริการนำเที่ยว สถานบันเทิง (EXT4) และสถานที่นันทนาการ/ ออกกำลังกาย (EXT1) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา และการวิเคราะห์ TOWS Matrix Analysis เพื่อนำมาจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา

ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา นั้น มีความสำคัญ ดังที่ Chaiyajitkumtorn (2012) กล่าวไว้ว่า การวิเคราะห์ SWOT จะครอบคลุมขอบเขตของปัจจัยที่กว้างด้วยการระบุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคขององค์กร ทำให้มีข้อมูลในการกำหนดทิศทางหรือเป้าหมายที่จะถูกสร้างขึ้นมาบนจุดแข็งขององค์กร และแสวงหาประโยชน์จากโอกาสทางสภาพแวดล้อม และสามารถกำหนดกลยุทธ์ที่มุ่งเอาชนะอุปสรรคทางสภาพแวดล้อมหรือลดจุดอ่อนขององค์กรให้มัน้อยที่สุดได้ ดังที่ Sartor and Bourauel, (2013) ได้ให้ข้อสรุปและมีการแสดงความคิดเห็นถึง SWOT Analysis ว่าข้อดีของการใช้ SWOT Analysis มีดังนี้ 1. SWOT Analysis เป็นวิธีที่รู้จักกันทั่ว 2. SWOT Analysis สามารถพิจารณามุมมองทั้งมุมมองภายในและภายนอกองค์กร และ 3. SWOT Analysis ให้ภาพโดยรวมของสถานการณ์ของบริษัท และจากการศึกษาและวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของจังหวัดสงขลา ด้านอุตสาหกรรมไมซ์ พบว่า จุดแข็ง (Strength) ของอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา ได้แก่ (1) มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย อาทิ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์/ศาสนสถาน แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (2) เป็นศูนย์กลางการคมนาคมที่เชื่อมโยงการท่องเที่ยวภาคใต้ตอนล่าง และประเทศเพื่อนบ้าน (3) มีการคมนาคมขนส่งที่เชื่อมโยงทุกระบบ เช่น ทางเรือ (ท่าเรือสงขลา) สนามบิน (สนามบินนานาชาติหาดใหญ่) รถไฟ (ชุมทางหาดใหญ่) และระบบขนส่งทางบก (4) เป็นศูนย์กลางด้านการค้า การเงิน การลงทุน และการบริการ ที่สำคัญของภาคใต้ (5) เป็นศูนย์กลางการศึกษาของภาคใต้ที่มีการจัดการศึกษาทุกระดับมีคุณภาพ เป็นที่ยอมรับทั้งในและต่างประเทศ (6) มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต เป็นเมืองที่มี 3 ชนเผ่าอาศัยในพื้นที่ ได้แก่ ไทย จีน และมุสลิม (7) มีหน่วยงานราชการภาครัฐ ในพื้นที่เป็นจำนวนมาก (8) เป็นจังหวัดที่เป็นที่ตั้งของกงสุลใหญ่ประจำประเทศไทย 5 ประเทศ ได้แก่ จีน มาเลเซีย อินเดีย อินโดนีเซีย และมองโกเลีย (9) มีนิคมฉลุงเป็นศูนย์กลางของอุตสาหกรรมยางพาราและปาล์มในภูมิภาค (10) มีศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี โดยเป็นศูนย์ประชุมที่มีขนาด

ใหญ่ที่สุดของภาคใต้ (11) มีด่านพรมแดนไทย-มาเลเซียจำนวน 3 ด่าน ซึ่งเปรียบเสมือนประตูสู่ประเทศไทยของชาวมาเลเซียและสิงคโปร์ จุดอ่อน (Weaknesses) ของอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา ได้แก่ (1) ขาดการสร้างความคิดเด่นและเรื่องราว (Story) เพื่อสร้างอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว (2) ขาดบุคลากรด้านการท่องเที่ยวระดับมืออาชีพ (3) สถานการณ์ความไม่สงบในพื้นที่ส่งผลกระทบต่อการดำรงชีวิตของประชาชนในพื้นที่ การค้า การลงทุน และการท่องเที่ยว (4) ขาดระบบขนส่งสาธารณะที่เป็นระบบและมีประสิทธิภาพ (5) ประชาชนและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องส่วนมากยังไม่มีความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ (6) ขาดหน่วยงานหลักที่ทำหน้าที่จัดงานใหม่เข้ามาในพื้นที่ (7) โรงแรมที่ได้มาตรฐานในพื้นที่มีค่อนข้างน้อย ส่วนมากโรงแรมในพื้นที่เป็นโรงแรมที่อยู่ในระดับต่ำกว่า 3 ดาว โอกาส (Opportunities) ของอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา ได้แก่ (1) โครงการด้านการท่องเที่ยวภายใต้แผนงาน Indonesia – Malaysia – Thailand Growth Triangle (IMTGT) เช่น เส้นทางท่องเที่ยวตามรอยหลวงปู่ทวด และ การท่องเที่ยวเมืองเก่า IMT - GT เป็นต้น (2) กระแสความนิยมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (3) สายการบินต่างประเทศเพิ่มเที่ยวบินมายังสนามบินขนาดใหญ่ เช่น สายการบิน FIREFLY , TIGER AIR, LION AIR , AIR ASIA เป็นต้น (4) มีโครงการปรับปรุงภาพลักษณ์ของเมืองสงขลาให้เป็น Green City หรือ Global city (5) การสร้างเมืองสงขลาเป็น Rubber city ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 - 2564) (6) มีโครงการสร้างรถไฟความเร็วสูงเชื่อมโยงในพื้นที่จังหวัดสงขลา อุปสรรค (Threats) ของอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา ได้แก่ (1) นักท่องเที่ยวขาดความเชื่อมั่นต่อสถานการณ์ความไม่สงบในพื้นที่ (2) มีทัวร์ศูนย์เหรียญจากจีนเข้ามาในพื้นที่ ส่งผลกระทบต่อธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยเฉพาะธุรกิจโรงแรมที่พัก

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลจากการจับคู่สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอก (TOWS Matrix) สรุปได้ว่า ยุทธศาสตร์การพัฒนาจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ประกอบด้วย 5 ยุทธศาสตร์ คือ 1. ส่งเสริม สนับสนุน และยกระดับ ให้สงขลาเป็นผู้นำไมซ์ในภูมิภาค 2. ศูนย์กลางเชื่อมโยงการค้าและการลงทุนอุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาค 3. ส่งเสริมและพัฒนาการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมของเครือข่ายภาคีภาครัฐ เอกชน และประชาชนเพื่อรองรับการจัดกิจกรรมไมซ์ 4. ยกระดับคุณภาพและมาตรฐานการบริการอย่างเป็นระบบ 5. ส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านความมั่นคงและปลอดภัย ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาจังหวัดสงขลา 4 ปี (พ.ศ. 2561-2564) ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 : พัฒนาภาคการเกษตร อุตสาหกรรม การค้า การลงทุน การท่องเที่ยวและบริการ เพื่อสร้างความ

เจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างมีเสถียรภาพ และสอดคล้องกับกรอบยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579) ตามยุทธศาสตร์ที่ 9 การพัฒนาภูมิภาค เมือง และพื้นที่เศรษฐกิจ โดยมีเป้าหมาย ลดช่องว่างรายได้ระหว่างภาค และมีการกระจายรายได้ที่เป็นธรรม เพิ่มมูลค่าการลงทุนในพื้นที่เศรษฐกิจใหม่บริเวณชายแดน พัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจใหม่บริเวณชายแดน เป็นประตูเศรษฐกิจ เชื่อมโยงกับ ประเทศเพื่อนบ้าน

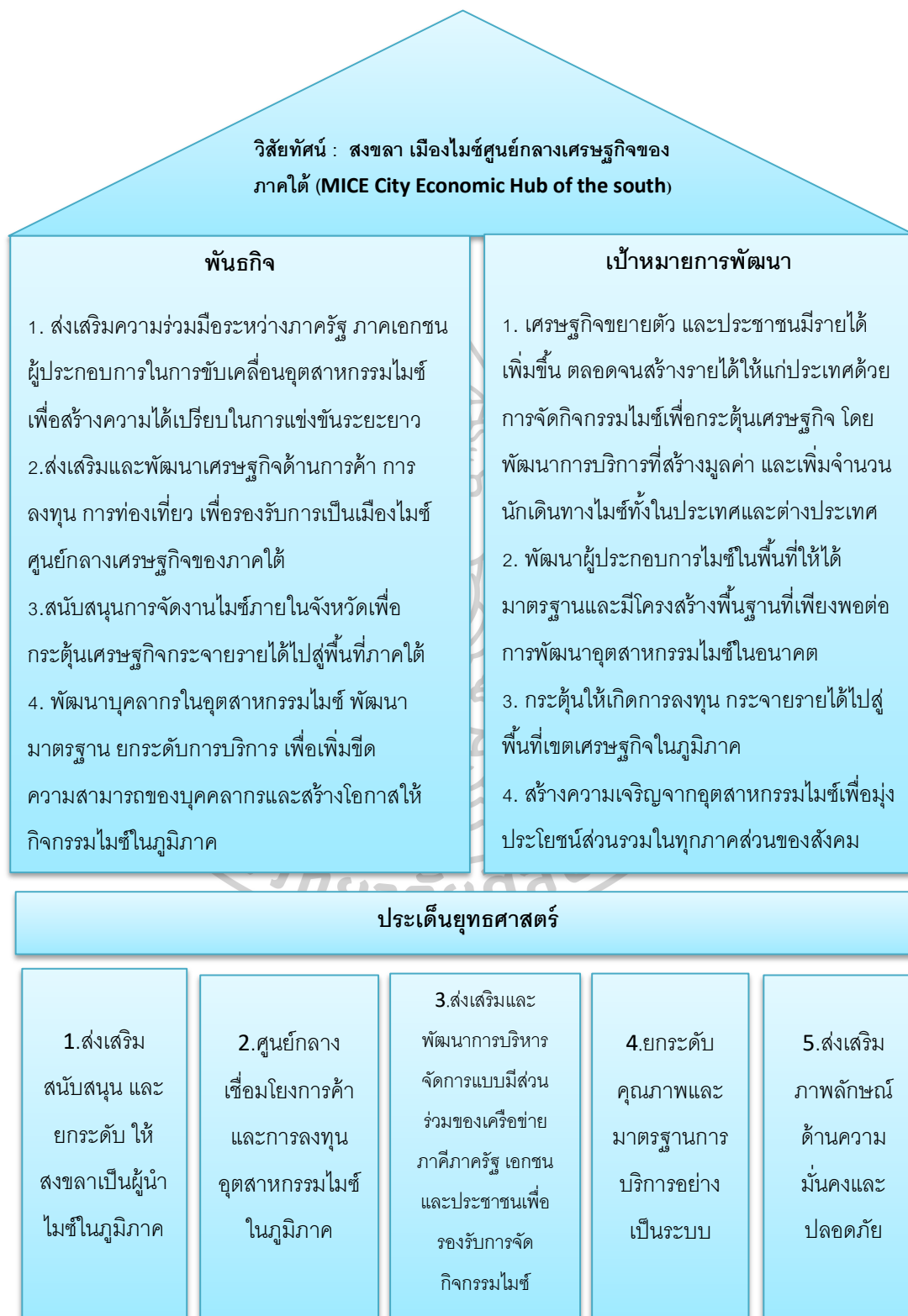
การนำเสนอ (ร่าง) ยุทธศาสตร์การพัฒนาจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา

จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลาโดยผ่านขั้นตอนการวิจัยเริ่มจากการวิจัยเอกสารโดยการค้นคว้าเอกสาร หนังสือ ตำรา งานวิจัย บทความทางวิชาการทั้งในและต่างประเทศ จากนั้นเข้าสู่ขั้นตอนการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งจากส่วนกลางและส่วนภูมิภาค จำนวน 17 เพื่อประเมินห่วงโซ่ประกอบที่เหมาะสมในการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ลำดับต่อมาจึงนำไปสู่ขั้นตอนการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อหาลำดับห่วงโซ่ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) แล้วนำองค์ประกอบหลักและองค์ประกอบย่อยมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์การพัฒนาจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา เพื่อเข้าสู่กระบวนการประเมินยุทธศาสตร์ที่เหมาะสม ซึ่งจากผลการประเมินยุทธศาสตร์การพัฒนาจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ที่มีความสอดคล้องกับแผนต่าง ซึ่งได้แก่ ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-2564) แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ ๒ (พ.ศ.2560-2564) แผนแม่บทอุตสาหกรรมการจัดประชุมและงานแสดงสินค้า นานาชาติ (พ.ศ.2560-2564) และแผนพัฒนาจังหวัดสงขลา 4 ปี (พ.ศ. 2561-2564) ทำให้ได้ยุทธศาสตร์ภายใต้วิสัยทัศน์ “สงขลา เมืองไมซ์ศูนย์กลางเศรษฐกิจของภาคใต้ (MICE City Economic Hub of the south)” มีพันธกิจ คือ 1. ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ประกอบการในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันระยะยาว 2. ส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจการค้า การลงทุน การท่องเที่ยว เพื่อรองรับการเป็นเมืองไมซ์ศูนย์กลางเศรษฐกิจของภาคใต้ 3. สนับสนุนการจัดงานไมซ์ภายในจังหวัดเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจกระจายรายได้ไปสู่พื้นที่ภาคใต้ และ 4. พัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ พัฒนามาตรฐาน ยกระดับการบริการ

เพื่อเพิ่มขีดความสามารถของบุคคลากรและสร้างโอกาสให้กิจกรรมไมซ์ในภูมิภาค ตามเป้าหมายการพัฒนา 1. เศรษฐกิจขยายตัว และประชาชนมีรายได้เพิ่มขึ้น ตลอดจนสร้างรายได้ให้แก่ประเทศด้วยการจัดกิจกรรมไมซ์เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจ โดยพัฒนาการบริการที่สร้างมูลค่า และเพิ่มจำนวนนักเดินทางไมซ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ 2. พัฒนาผู้ประกอบการไมซ์ในพื้นที่ให้ได้มาตรฐานและมีโครงสร้างพื้นฐานที่เพียงพอต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในอนาคต 3. กระตุ้นให้เกิดการลงทุนกระจายรายได้ไปสู่พื้นที่เขตเศรษฐกิจในภูมิภาค และ 4. สร้างความเจริญจากอุตสาหกรรมไมซ์เพื่อมุ่งประโยชน์ส่วนรวมในทุกภาคส่วนของสังคม ประกอบด้วย 5 ยุทธศาสตร์ คือ 1. ส่งเสริม สนับสนุน และยกระดับ ให้สงขลาเป็นผู้นำไมซ์ในภูมิภาค 2. ศูนย์กลางเชื่อมโยงการค้าและการลงทุนอุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาค 3. ส่งเสริมและพัฒนาการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมของเครือข่ายภาคีภาครัฐ เอกชน และประชาชนเพื่อรองรับการจัดกิจกรรมไมซ์ 4. ยกระดับคุณภาพและมาตรฐานการบริการอย่างเป็นระบบ 5. ส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านความมั่นคงและปลอดภัย



ภาพที่ 13 การสังเคราะห์ยุทธศาสตร์การพัฒนาจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา



ยุทธศาสตร์ที่ 1 ส่งเสริม สนับสนุน และยกระดับ ให้สงขลาเป็นผู้นำไมซ์ในภูมิภาค ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ได้แก่ 1. ส่งเสริมด้านการประชาสัมพันธ์ การตลาดเชิงรุก เพื่อเจาะตลาดกลุ่มไมซ์เป้าหมาย ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ และสร้างช่องทางการตลาดไมซ์สำหรับตลาดในประเทศ และต่างประเทศในเชิงรุก เพื่อดึงดูดการจัดกิจกรรมไมซ์ สร้างภาพลักษณ์ของสงขลาในการสื่อสารกับกลุ่มนักท่องเที่ยวไมซ์ โดยเน้นการนำจุดเด่นของสงขลามาใช้เป็นภาพลักษณ์เพื่อช่วยในการประชาสัมพันธ์ 2. พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและระบบสื่อความหมายในแหล่งท่องเที่ยว 3. ส่งเสริมการท่องเที่ยวภายใต้ความหลากหลายทางวัฒนธรรมเชื่อมโยงกิจกรรมหลังการประชุมและรองรับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentives) การสร้างโปรแกรมและกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อผ่อนคลายหลังจากเสร็จสิ้นการประชุม การพัฒนาสินค้าและบริการต่าง ของจังหวัดให้สอดคล้องกับวิถีความเป็นอยู่และวัฒนธรรมของคนในพื้นที่ ออกแบบหรือสร้างกิจกรรมและเส้นทางการท่องเที่ยว เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวต่าง ของจังหวัด โดยจัดทำเป็นโปรแกรมมาตรฐานสำหรับกลุ่มเป้าหมาย แต่ละกลุ่มที่ครอบคลุม และมีความทันสมัยเพื่อสร้างความน่าสนใจให้กับผู้จัดงาน สามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม เช่น เส้นทางท่องเที่ยวทางทะเล เส้นทางเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน เส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร เส้นทางกิจกรรมการจับจ่ายใช้สอย เส้นทางท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม และการทำกิจกรรมเพื่อสังคม เป็นต้น สอดคล้องกับฝ่ายส่งเสริมตลาดในประเทศ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ กลยุทธ์ที่ 3 กระจายงานออกนอกพื้นที่กรุงเทพฯ ไปยังหัวเมืองใหญ่ทั่วประเทศ กระจายโอกาสธุรกิจไมซ์ไปยังเมืองไมซ์และเมืองรองโดยรอบ ดันงานนิทรรศการแสดงสินค้าสู่ศูนย์ประชุมขนาดใหญ่ในภูมิภาค สร้างโอกาสธุรกิจให้ผู้ประกอบการและกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ศูนย์กลางเชื่อมโยงการค้าและการลงทุนอุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาค ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ได้แก่ 1. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานให้เหมาะสมกับการลงทุน พัฒนาโครงสร้างทางกายภาพ เช่น โรงแรมที่พัก ภายในพื้นที่จังหวัดสงขลาให้เป็นที่ยอมรับของผู้จัดงานไมซ์ เพื่อเป็นทางเลือกให้แก่ผู้จัดงาน รวมถึงการปรับปรุงห้องประชุมของโรงแรม และสถานที่จัดงานที่มีอยู่ ให้ได้รับมาตรฐานห้องประชุมของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (Thailand MICE Venue Standard, TMVS) 2. พัฒนาระบบโครงสร้างคมนาคมให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล วางแผนพัฒนาการจัดการด้านการคมนาคมขนส่งให้มีความสะดวกและพัฒนาระบบการจัดการที่ทันสมัย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการกับผู้เดินทางเข้ามาในพื้นที่ ทั้งนักท่องเที่ยวและนักเดินทางไมซ์ 3. พัฒนารูปแบบและกิจกรรมทางการตลาดเพื่อรองรับการจัดกิจกรรมไมซ์ในทุกรูปแบบ

การจัดทำแผนการตลาด พัฒนาช่องทางการตลาดเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์จังหวัดไปยังกลุ่มผู้จัดงาน เพื่อดึงดูดงานเข้าสู่จังหวัด สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2564 ภายใต้ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวพื้นที่ท่องเที่ยวจังหวัดรองเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มอย่างยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมและพัฒนาการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมของเครือข่ายภาคีภาครัฐ เอกชน และประชาชนเพื่อยกระดับกิจกรรมไมซ์ ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ได้แก่ 1. ส่งเสริมการพัฒนาาร่วมกันในระดับนโยบาย สถาบัน ผู้เกี่ยวข้อง และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมไมซ์ สนับสนุนการสร้างร่วมมือระหว่างภาครัฐ และภาคเอกชน เพื่อให้ภาครัฐ ช่วยสนับสนุนการจัดนิทรรศการและงานแสดงสินค้าในจังหวัดสงขลาของภาคเอกชน ส่งเสริมให้เกิดการรวมตัวผู้ที่เกี่ยวข้อง เช่น กลุ่มผู้ผลิต ผู้จำหน่ายสินค้า และผู้ลงทุนทั้งในพื้นที่และนอกพื้นที่ สร้างความพร้อมในการจัดกิจกรรมและนิทรรศการต่าง เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวจากประเทศเข้าสู่ประเทศไทย 2. การจัดทำฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องการจัดประชุม การแสดงสินค้า และนิทรรศการ การจัดทำฐานข้อมูลการจัดประชุมและนิทรรศการภายในพื้นที่ เพื่อใช้ในการบริหารจัดการและสนับสนุนการจัดประชุมไมซ์ของจังหวัด และนำเทคโนโลยีต่าง มาใช้ในการให้บริการ เช่น สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อประกอบการให้บริการไมซ์ สำหรับการวางแผนการจัดประชุมไมซ์ในพื้นที่และเกิดความสะดวกต่อผู้จัดงานไมซ์ 3. สร้างความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านทั้งระดับทวิภาคีและพหุภาคี เพื่อเชื่อมโยงด้านเศรษฐกิจ การค้า การลงทุน การท่องเที่ยว ตามแผนงานการพัฒนา IMT-GT กิจกรรมไมซ์ที่เกี่ยวกับในการพัฒนาความร่วมมือระหว่าง IMT – GT สอดคล้องกับฝ่ายส่งเสริมตลาดในประเทศ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการกลยุทธ์ที่ 1 คือการสร้างร่วมมือกับภาคีต่างๆ ทั้งหน่วยงานภาครัฐ เอกชน สมาคมต่างๆ โดยการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชนและชุมชนในการพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาบุคลากรที่สอดคล้องความต้องการของตลาดแรงงาน สร้างแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการสนับสนุนบุคลากรให้มีสมรรถนะขั้นพื้นฐานตามตำแหน่งงาน และได้รับการฝึกอบรมที่ได้มาตรฐานสากล

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ยกระดับคุณภาพและมาตรฐานการบริการอย่างเป็นระบบเพื่อรองรับการเป็นเมืองไมซ์ ศูนย์กลางเศรษฐกิจของภาคใต้ ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ได้แก่ 1. พัฒนาคุณภาพการบริการและเพิ่มขีดความสามารถของบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ ส่งเสริมและพัฒนาให้เกิดการยกระดับบริการ เพิ่มขีดความสามารถของบุคลากรในการจัดงานไมซ์ (Organizer) ของคนในพื้นที่ให้ได้มาตรฐานระดับสากลและเป็นที่ยอมรับของผู้จัดงาน เพื่อรองรับการจัดงานไมซ์ทั้งในระดับประเทศและนานาชาติและพัฒนาความรู้และพฤติกรรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวไมซ์ 2. ส่งเสริมศักยภาพของ

ผู้ประกอบการไมซ์ให้ได้มาตรฐานสามารถแข่งขันในระดับนานาชาติได้ พัฒนาและยกระดับขีดความสามารถของบุคลากรในพื้นที่ในการจัดงานไมซ์ให้ทัดเทียมกับมาตรฐานสากล เช่น ผู้เชี่ยวชาญในการจัดงานประชุม (Professional Convention Organizer: PCO) การจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Destination Management Company: DMC) และผู้เชี่ยวชาญในการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Professional Exhibition Organizer: PEO) รวมถึงบุคคลากรที่มีส่วนสนับสนุนให้เกิดการจัดกิจกรรมไมซ์ในพื้นที่ เช่น ผู้ให้บริการด้านสถานที่จัดประชุมและนิทรรศการ (Venue) การประชาสัมพันธ์ การนำเที่ยว และการบริการในโรงแรม เพื่อให้มีความพร้อมสำหรับการจัดงานในระดับประเทศและนานาชาติ 3. จัดตั้งสถาบันพัฒนากำลังคนด้านไมซ์ (MICE Academy) สอดคล้องกับนโยบายของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ได้มีความร่วมมือกับสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) และศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ ๖๐ ปี ในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อเผยแพร่ความรู้ด้านธุรกิจไมซ์แก่นักศึกษา รวมถึงผู้ประกอบการ หน่วยงานองค์กร ผู้จัดงานในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจในธุรกิจไมซ์แก่ผู้จัดงานรวมทั้งพัฒนาทักษะ ความรู้ ความสามารถ เสริมสร้างประสบการณ์แก่นักศึกษา ให้มีความพร้อมรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย

ยุทธศาสตร์ที่ 5 ส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านความมั่นคงปลอดภัย ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ได้แก่

1. จัดตั้งศูนย์อำนวยการ กำกับ ดูแล และช่วยเหลือนักท่องเที่ยว สร้างภาพลักษณ์ของจังหวัดด้านพื้นที่ที่ปลอดภัย เพื่อสร้างให้เกิดความเข้าใจในเรื่องความปลอดภัยแก่ผู้เข้าชม
2. ประสานความร่วมมือกับทุกภาคีในการสร้างความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินให้กับประชาชน
3. ส่งเสริมการจัดกิจกรรมไมซ์เพื่อให้เกิดความยั่งยืน ส่งเสริมให้สถานประกอบการเข้าสู่อุตสาหกรรมสีเขียว เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน เน้นการจัดกิจกรรมไมซ์ที่ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมการท่องเที่ยวของนักเดินทางกลุ่มไมซ์ให้ตระหนักถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การลดมลพิษ และส่งเสริมความรับผิดชอบร่วมกันของคนในพื้นที่ และนักท่องเที่ยว ให้ตระหนักถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติด้านความมั่นคง โดยการอำนวยความสะดวกอย่างกว้างขวางและครอบคลุม เสริมสร้างงานและอาชีพ โอกาส ความเสมอภาค และความยุติธรรม ให้เกิดขึ้นกับคนในทุกภาคส่วนอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔) พัฒนาระบบความปลอดภัยและสุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยว โดยการสนับสนุนเครื่องมือและอุปกรณ์เพื่อป้องกันและช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ได้แก่ กล้องวงจรปิด เครื่องแปลภาษา การติดตั้งไฟในสถานที่ท่องเที่ยว อุปกรณ์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเบื้องต้น จัดตั้งศูนย์ช่วยเหลือ

นักท่องเที่ยวให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ท่องเที่ยว ส่งเสริมสุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ปรับปรุงสุขา สาธารณะ การจัดการขยะและระบบบำบัดน้ำเสียในแหล่งท่องเที่ยว และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กองบังคับการตำรวจท่องเที่ยว (2550) ทำการวิจัยเรื่องประสิทธิผลของแผนปฏิบัติราชการ เรื่องการรักษาความปลอดภัยและให้บริการแก่นักท่องเที่ยวประจำปีพ.ศ. 2550 พบว่านักท่องเที่ยวมีความต้องการให้เจ้าหน้าที่ให้บริการในเรื่องการรักษาความปลอดภัยในด้านร่างกายและทรัพย์สินมากเป็นอันดับแรก

ประโยชน์การวิจัย

การวิจัยเรื่อง ยุทธศาสตร์การพัฒนาจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา

ประโยชน์เชิงทฤษฎี

การวิจัยนี้เป็นการบูรณาการทฤษฎีมุมมองด้านพื้นฐานด้านทรัพยากร (Resource-Based View-RBV) และแนวคิดเกี่ยวกับการการแข่งขันกลยุทธ์ โดยนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์การพัฒนาจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ: จังหวัดสงขลา ประกอบด้วย 5 ยุทธศาสตร์ 15 กลยุทธ์ ทั้งนี้ผู้ที่สนใจสามารถนำทฤษฎีและผลของการวิจัยไปใช้อ้างอิงในการทำวิจัยเกี่ยวกับการสร้างกลยุทธ์ ในมิติอื่นได้ต่อไป

1. ทฤษฎีมุมมองพื้นฐานด้านทรัพยากร (Resource-Based View--RBV) เป็นทฤษฎีที่ให้ความสำคัญหรือมุ่งเน้นที่ทรัพยากร (resources) และความสามารถในการจัดการกับทรัพยากร (capabilities) ภายในองค์กร ที่ถือว่าเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้องค์กรมีประสิทธิภาพในการสร้างความได้เปรียบของการแข่งขันในยุคสังคมเศรษฐกิจฐานความรู้ที่มีการเปลี่ยนแปลงในระดับบุคคล องค์กร และระดับโลก ซึ่งมาจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและข้อมูลสารสนเทศ องค์กรจึงต้องเรียนรู้ความสัมพันธ์ในการทำงานให้มีประสิทธิภาพและรวดเร็วกว่าคู่แข่ง โดยการพิจารณาทรัพยากรภายในองค์กรที่ถือเป็นจุดอ่อนหรือจุดแข็ง และใช้ทรัพยากรที่เป็นจุดแข็ง ตอบสนองการเปลี่ยนแปลงและความต้องการตามสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร ที่ถือเป็นโอกาสหรืออุปสรรค และแก้ไขหรือปรับปรุงทรัพยากรที่เป็นจุดอ่อนขององค์กร (Barney, 1991) RBV ถูกนำมาใช้กำหนดนโยบายทางธุรกิจขององค์กรและเป็นมุมมอง ในการค้นหาทรัพยากรภายในองค์กรที่มีประสิทธิภาพ สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยมองที่แหล่งทรัพยากร (resources) และความสามารถ (capabilities) โดยอาจแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ สินทรัพย์ที่เป็นรูปธรรม คือ ทรัพยากรที่มีตัวตนหรือ

มองเห็นได้และจับต้องได้ (tangible resources) เป็นสินทรัพย์ที่หาได้ง่ายโดยทั่วไปและอ้างอิงกับสินทรัพย์ถาวรและสินทรัพย์หมุนเวียนขององค์กรที่เป็นที่มีอยู่ เช่น ที่ดิน อาคาร โรงงาน ทุนทางด้านเครื่องจักร การเงิน กายภาพ บุคลากร และเทคโนโลยี เป็นต้น ส่วนสินทรัพย์ที่เป็นนามธรรม (intangible) คือ ทรัพยากรที่ไม่มีตัวตน หรือมองไม่เห็นและจับต้องไม่ได้ และยากจะประเมินคุณค่า (intangible resources) ไม่มีสถานะทางกายภาพ แต่องค์กรเป็นเจ้าของ เช่น ความเชื่อใจและความภักดีของลูกค้า ประสบการณ์ด้านการผลิต ความเป็นผู้นำทางด้านเทคโนโลยี ชื่อเสียง ต้นทุนด้านองค์กร สิทธิบัตร เครื่องหมายการค้า ลิขสิทธิ์ และความลับทางการค้า เป็นต้น หากองค์กรต้องการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน ควรสร้างทรัพยากรหลักที่แตกต่าง (heterogeneous) ได้แก่ ทักษะ ความสามารถ และเป็นทรัพยากรที่หยุดนิ่ง ไม่เคลื่อนย้ายได้ง่าย ได้แก่ เครื่องหมายการค้า กระบวนการทำงาน ความรู้ หรือทรัพย์สินทางปัญญา เป็นต้น ความสามารถ หมายถึงความสามารถขององค์กร (ordinary capabilities) ซึ่งเป็นสินทรัพย์ที่ไม่สามารถมองเห็นได้ หรือไม่มีตัวตนและไม่สามารถตีความสามารถเป็นมูลค่าทางตัวเลขได้ ดังนั้น ความสามารถจึงเป็นกระบวนการขององค์กรในการนำข้อมูลและความรู้ ที่ควบคุมโดยองค์กร รวมถึงความสามารถทางด้านข่าวสาร การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้า ผู้จัดหาสิ่งของ (supplier) และตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับผลประกอบการที่มีความเสี่ยง (venture performance) เช่น ความสามารถในการทำงานเป็นทีม วัฒนธรรมองค์กรด้านความเชื่อมั่นระหว่างการจัดการองค์กรและพนักงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งทักษะในการทำงานภายในองค์กร เป็นต้น ความสามารถและวิธีการของการผสมผสานระหว่างสินทรัพย์ (asset) บุคคล (people) และกระบวนการ (processes) ที่องค์กรใช้เพื่อการเปลี่ยนรูปปัจจัยนำเข้า (inputs) ให้กลายเป็นผลผลิต (outputs) โดยใช้ความสามารถด้านทรัพยากรที่มีอยู่แล้ว นำมากำหนดกลยุทธ์เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพและประสิทธิผลขององค์กร สร้างศักยภาพและความได้เปรียบด้านการแข่งขัน (competitive advantages) (Weerawardena & Mort, 2012) โดยองค์กรจะประสบความสำเร็จในระยะยาวหากมีวิเคราะหความสามารถของทรัพยากรภายในองค์กร ดังนั้นการศึกษาวิจัยนี้เป็นการสนับสนุนความรู้เชิงทฤษฎี ผู้วิจัยจึงนำทฤษฎีมุมมองพื้นฐานด้านทรัพยากร มาวิเคราะห์ความสามารถเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา ตามคุณลักษณะ VRIO ดังนี้

(1) การรวมกลุ่มของทรัพยากรที่มีคุณค่าและก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มภายในองค์กร (value) กล่าวคือ สงขลาเป็นจังหวัดท่องเที่ยวที่โดดเด่นอีกจังหวัดหนึ่งของภาคใต้ มีพรมแดนติดกับประเทศมาเลเซีย เป็นเมืองท่าและเมืองชายทะเลที่สำคัญของภาคใต้ โดยมีอำเภอหาดใหญ่เป็นศูนย์กลาง

การค้าและการท่องเที่ยวของภาคใต้ตอนล่าง ที่พร้อมไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวมากมาย และมีสีสันบรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายทั้งแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และเทศกาลงานประเพณีต่าง ๆ สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้หลายรูปแบบ

(2) เป็นสิ่งที่หาได้ยาก (rareness) กล่าวคือ จังหวัดสงขลามีความหลากหลายทางเชื้อชาติ ศาสนา วัฒนธรรม และยังเป็นพื้นที่ที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจระดับประเทศ มีอัตลักษณ์ของความเป็นเมืองที่มีสองทะเลเชื่อมต่อกัน ระหว่างทะเลสาบสงขลาและทะเลอ่าวไทย ซึ่งทะเลสาบสงขลามีลักษณะพิเศษ เป็นทะเล 3 สามน้ำ (น้ำจืด, น้ำกร่อย และน้ำเค็ม) ทำให้สงขลาเป็นเมืองที่มีทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย เช่น ชายฝั่งทะเล แหล่งน้ำมัน ป่าชายเลน ป่าดิบชื้นและมีเครือข่าย/องค์กรภาคประชาชนที่เข้มแข็งในการร่วมดูแลรักษา ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เช่น สภากลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา กลุ่มรักษ์คลองอู่ตะเภา ทำให้ได้รับเลือกเป็นจังหวัดต้นแบบเมืองสีเขียว (Green City) ที่ได้รับการคัดเลือกภายใต้ความร่วมมือ IMT-GT

(3) ไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ง่ายหรือหากจะมีการลอกเลียนแบบต้องใช้ต้นทุนสูงมาก (limitability) กล่าวคือ จังหวัดสงขลาเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจของภาคใต้ เป็นเมืองที่มีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน มีระบบคมนาคมขนส่งเชื่อมโยงทางบก (รถไฟ ถนน) ทางเรือ (ท่าเรือสงขลา แห่งที่ 1 และ 2) และทางอากาศ (สนามบินนานาชาติหาดใหญ่) เป็นศูนย์กลางการค้าการลงทุนของภาคใต้ โดยใช้ศักยภาพของนิคมอุตสาหกรรมยางพารา และเขตเศรษฐกิจพิเศษสะเดา ปาดังเบซาร์ เชื่อมโยงเศรษฐกิจทางตอนบนของภาคกับตอนใต้ของประเทศไปยังประเทศเพื่อนบ้านและนานาชาติ เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภาคใต้ โดยใช้ความโดดเด่นจากฐานเดิมที่เป็นเมืองท่องเที่ยวชายแดน ความสวยงามของทรัพยากรและความหลากหลายทางวัฒนธรรมรวมทั้งเป็นเส้นทางสำคัญในการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของภูมิภาคทั้งฝั่งทะเลอันดามันและอ่าวไทย สงขลา มีศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี เป็นศูนย์ประชุมระดับนานาชาติ ที่ใหญ่ที่สุดในภาคใต้ มีความทันสมัย เพียบพร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวก อาทิ ระบบแสง-เสียง และไฮดรอลิกครบครัน สามารถรองรับการจัดการประชุม สัมมนา งานแสดงสินค้า การจัดนิทรรศการคอนเสิร์ต ทั้งในระดับภูมิภาค ระดับชาติ และระดับนานาชาติ

(4) องค์กรสามารถสร้างความเชี่ยวชาญในการดำเนินธุรกิจ (organization) กล่าวคือ จังหวัดสงขลาได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ และศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ ๖๐ ปี ในการจัด

กิจกรรมต่าง ๆ เพื่อเผยแพร่ความรู้ด้านธุรกิจไมซ์แก่นักศึกษา รวมถึงผู้ประกอบการ หน่วยงาน องค์กร ผู้จัดงานในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง เพื่อเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจในธุรกิจไมซ์แก่ผู้จัดงาน รวมทั้งพัฒนาทักษะ ความรู้ ความสามารถ เสริมสร้างประสบการณ์แก่นักศึกษา ให้มีความพร้อมรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย ตลอดจนมีแนวทางการจัดการความมั่นคงปลอดภัยที่เหมาะสม มีการวางมาตรการความปลอดภัยต่าง ๆ อย่างบูรณาการได้แก่ การตั้งจุดตรวจ จุดสกัด การลาดตระเวนโดยเจ้าหน้าที่ตำรวจและร่วมโดยตำรวจชุมชน อส. มีการจัดหาเครื่องมือ อุปกรณ์ต่าง ๆ เช่นเครื่องตรวจวัตถุระเบิด มีการกำหนดมาตรการรักษาความปลอดภัยเพิ่มเติม การเพิ่มความเข้มงวดในการรักษาความปลอดภัยองค์กรต่าง ๆ การติดตั้งกล้องวงจรปิดในพื้นที่สาธารณะ ห้างสรรพสินค้าสถานบันเทิง สถานบริการ และจุดเสี่ยงภัยต่าง ๆ เพื่อสร้างความมั่นใจในความปลอดภัยของประชาชน สามารถดำเนินชีวิตอย่างปกติ ลดผลกระทบต่อการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ สามารถประกอบธุรกิจได้อย่างปลอดภัย ทั้งยังกระจายรายได้กระตุ้นเศรษฐกิจในพื้นที่

2. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการเชิงกลยุทธ์ เป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยให้นักบริหารกำหนดทิศทางของธุรกิจ วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายนอกและภายในองค์กร ช่วยกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับองค์กร เพื่อที่จะนำกลยุทธ์เหล่านั้นไปประยุกต์ปฏิบัติ และควบคุมประเมินผลการดำเนินงานขององค์กรได้ กลยุทธ์ขององค์กรจะเป็นสิ่งสำคัญที่จะกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวขององค์กรได้ การทำความเข้าใจและการพยายามศึกษาขององค์กรที่ประสบผลสำเร็จในการใช้กลยุทธ์เพื่อการจัดการ จะทำให้ได้ทราบถึงคุณประโยชน์ของกลยุทธ์ ที่จะช่วยสนับสนุนองค์กรให้ประสบความสำเร็จ และจะต้องมีการพิจารณาเลือกกลยุทธ์และประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับองค์กร จำเป็นต้องกำหนดวิสัยทัศน์ (Vision) พันธกิจ (Mission) วัตถุประสงค์ (Objective) เป้าหมาย (Goal) ขององค์กรในระยะสั้นและระยะยาว จากนั้นจึงวางแผนทำกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้องค์กรสามารถดำเนินงานตามพันธกิจ อันนำไปสู่การบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้ การจัดการเชิงกลยุทธ์ทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน จะช่วยสร้างประสิทธิภาพและศักยภาพในการแข่งขันให้แก่ธุรกิจ และเสริมสร้างการพัฒนาขีดความสามารถทางการบริหารของนักบริหาร รวมทั้งช่วยเตรียมความพร้อมและพัฒนาบุคลากรที่อยู่ภายในองค์กร เนื่องจากการพัฒนาเชิงกลยุทธ์จะต้องมีการสร้างความเข้าใจและแนวทางในการเตรียมพร้อม เพื่อรับกับความเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นของสภาพแวดล้อมและคู่แข่ง การจัดการกลยุทธ์ยังคำนึงถึงความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กร (Stakeholders) และ การจัดการเชิงกลยุทธ์ยังทำหน้าที่ในการเชื่อมโยงประสานหน่วยต่าง ๆ ในองค์กรให้สามารถบริหารจัดการเพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กรร่วมกัน ขึ้นตอน

สำคัญก่อนกำหนดกลยุทธ์คือ การวิเคราะห์กลยุทธ์ (Strategic Analysis) ซึ่งจำเป็นต้องศึกษาและทำความเข้าใจสภาพแวดล้อมขององค์กร โดยการวิเคราะห์สถานการณ์ที่เป็นอยู่ ไม่ว่าจะเป็นสภาพแวดล้อมภายนอกและภายในขององค์กรเอง หรืออาจจะกล่าวได้ว่าในขั้นตอนการกำหนดกลยุทธ์ต้องเริ่มจากการวิเคราะห์กลยุทธ์ก่อน เพื่อจัดทำแผนกลยุทธ์ที่เป็นสายลักษณะอักษรอย่างเป็นทางการมองเห็นทิศทางของเป้าหมายและความสำเร็จที่องค์กรต้องการชัดเจนยิ่งขึ้น ด้วยเป้าหมายระยะยาวคือ วิสัยทัศน์ และเป้าหมายระยะสั้นหรือเป้าหมายปัจจุบัน คือ พันธกิจ (หรือภารกิจ) ขององค์กร โดยผู้วิจัยได้การวิเคราะห์กลยุทธ์ เพื่อศึกษาหาปัจจัยสภาวะแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์มาใช้ในการวางแผนหรือกำหนดกลยุทธ์ รวมถึงการออกแบบและกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จ พร้อมแผนปฏิบัติการ ตามลำดับขั้นตอนการวิเคราะห์ ดังนี้ 1) SWOT Analysis เป็นการวิเคราะห์ภาพรวมของจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในความหมายของการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพขององค์กร จากนั้นจะต้องมี TOWS Matrix Model 2) TOWS Matrix Model เป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค โดยตาราง TOWS Matrix เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงเป็นประโยชน์เชิงทฤษฎีและผลการวิจัยสามารถตอบสนองให้แก่ภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้ประกอบการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมไมซ์ นำองค์ความรู้ไปใช้ประโยชน์ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในระดับธุรกิจ และนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศต่อไป

3. การสร้างองค์ประกอบการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา ประกอบไปด้วย 7 องค์ประกอบ ได้แก่ โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก ความมั่นคงปลอดภัย การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในพื้นที่ ภาพลักษณ์และสิ่งดึงดูดใจ บุคลากร และกิจกรรมเพิ่มเพิ่มนอกเหนือการประชุม เกิดจากผู้วิจัยได้มุ่งเน้นการศึกษาและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องครอบคลุมประเด็นการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ ซึ่งนำไปสู่การสังเคราะห์องค์ความรู้ต่างๆ โดยพัฒนามาจากแนวคิดการจัดการเชิงกลยุทธ์และแนวคิดอุตสาหกรรมไมซ์ รวมทั้งนโยบายการจัดการอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค สู่การสร้างองค์ประกอบทั้ง 7 องค์ประกอบที่นำไปสู่การการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา

ประโยชน์เชิงการจัดการ

ด้านนโยบาย

1. กลุ่มงานยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด สำนักงานจังหวัดสงขลา เสนอให้อุตสาหกรรมไมซ์ กลายเป็นอุตสาหกรรมหลักของจังหวัดสงขลาในกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจเพื่ออนาคต เป็นอุตสาหกรรมเดิมที่มีศักยภาพในการต่อยอด (First S-Curve) ที่ต้องได้รับการพัฒนาอย่างเร่งด่วน จากผลการวิจัยพบว่า จังหวัดสงขลามีความพร้อมในการดำเนินงานกิจกรรมไมซ์ ทั้งด้านสถานที่จัดงาน โรงแรมและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น การคมนาคมที่สะดวกทันสมัย ความร่วมมือทั้งจากภาครัฐและเอกชน ความมั่นคงปลอดภัย การติดต่อสื่อสาร และเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมทั้งมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ทั้งแหล่งท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ตลอดจนมีกิจกรรมหลังการประชุมที่หลากหลาย ดังนั้น เพื่อส่งเสริมให้อุตสาหกรรมไมซ์ กลายเป็นอุตสาหกรรมหลักของจังหวัดสงขลาเป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจ และกระจายรายได้สู่ภูมิภาค จังหวัดสงขลาต้องบูรณาการความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนเพื่อให้อุตสาหกรรม การพัฒนาจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดง สินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา เกิดผลสัมฤทธิ์อย่างเป็นรูปธรรม เพื่อให้จังหวัดสงขลาเป็น ศูนย์กลางของอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) ในภูมิภาค

2. สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) สำนักงานจังหวัด สงขลา สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสงขลา ควรสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดของ อุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา โดยการกำหนดตำแหน่งทางการตลาด ที่ชัดเจน ทั้งในด้านการจัด ประชุม (Meeting) ด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive) ด้านการประชุมนานาชาติ (Conference) และด้านการจัดนิทรรศการ (Exhibition) เพื่อให้ความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การ พัฒนาจังหวัด จากผลการวิจัยพบว่า จังหวัดสงขลา มีภาพลักษณ์เป็นเมืองเป็นจังหวัดที่มีชื่อเสียงใน เรื่องการท่องเที่ยวมาเป็นระยะเวลาอันยาวนาน ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางทะเลในอำเภอเมือง ได้แก่ ทะเลสาบสงขลา แหลมสมิหลา เกาะหนูเกาะแมวหรือสถานที่เลือกซื้อสินค้าและอาหารอร่อยในตัว เมืองหาดใหญ่ รวมถึงสถานที่ท่องเที่ยวด้านศาสนา ศิลปวัฒนธรรม ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทาง มาท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี โดยมีแคมเปญท่องเที่ยว “สงขลามหาสนุก สุขทั้งปีที่สงขลา” ดังนั้น การ กำหนดตำแหน่งทางการตลาด ของจังหวัดสงขลาให้เป็น “ธุรกิจก้าวไกล...ไปกับ MICE ในสงขลา” จะช่วยสนับสนุนการพัฒนาภาพลักษณ์ของจังหวัดสงขลาให้มีความโดดเด่น ใช้เป็นจุดขายของจังหวัด ที่สามารถสร้างให้เป็นที่ยึดใจของนักท่องเที่ยวในฐานะการเป็นเมืองแห่งไมซ์ของประเทศไทย รวมทั้ง

ยังช่วยส่งเสริมให้ทิศทางการพัฒนาจังหวัดสงขลาในการรองรับการจัดงานไมซ์มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

3. สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ร่วมกับสมาคมโรงแรมจังหวัดสงขลา ส่งเสริมให้โรงแรมในจังหวัดสงขลาเข้าร่วมโครงการปรับปรุงมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย Thailand MICE Venue Standards หรือ TMVS เพื่อยกระดับมาตรฐานการบริการและเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาค จากผลการวิจัยพบว่าสถานที่จัดงานที่ผ่านมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย Thailand MICE Venue Standards หรือ TMVS มี 5 แห่ง ได้แก่ ศูนย์ประชุมนานาชาติฉลอง ตีรราชสมบัติครบ 60 ปี ศูนย์ประชุมคณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเฟสติวัล หาดใหญ่ โรงแรมเซนทารา หาดใหญ่ และโรงแรมบุรี ศรีภู บูติค ดังนั้น การส่งเสริมให้โรงแรมในจังหวัดสงขลาเข้าร่วมโครงการปรับปรุงมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย Thailand MICE Venue Standards หรือ TMVS ถือเป็นภารกิจหลักในการพัฒนาเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และสร้างความเชื่อมั่นให้กับอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัด ทั้งผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ รองรับการเติบโตของอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา อีกทั้งยังเป็นเครื่องมือสนับสนุนการยกระดับคุณภาพมาตรฐานบริการสถานที่จัดงานไมซ์ และการส่งเสริมตลาดให้กับผู้ประกอบการไมซ์อีกด้วย มาตรฐานดังกล่าวมีความสำคัญกับการยกระดับสถานที่จัดงานในจังหวัดสงขลาให้มีความน่าเชื่อถือ ส่งเสริมให้สถานประกอบการในจังหวัดสงขลาเพิ่มศักยภาพในเรื่องของสถานที่จัดงาน รองรับการเดินทางในด้านการจุดหมายปลายทางของจัดประชุมและนิทรรศการของภูมิภาค

4. สถาบันการศึกษาสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ประกอบการจัดทำหลักสูตรการเรียนการสอนในระดับอุดมศึกษาให้สอดคล้องกับความต้องการบุคลากรของอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา จากผลการวิจัยพบว่า อุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา ยังขาดบุคลากรทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ บุคลากรยังขาดความรู้ความเข้าใจ ทักษะ ความชำนาญในอุตสาหกรรมไมซ์ ปัญหาการสื่อสารภาษาต่างประเทศ และความตั้งใจการบริการ (service mind) ดังนั้น สถาบันการศึกษาควรเร่งพัฒนาบุคลากรโดยออกแบบการเรียนการสอนให้มีเนื้อหาเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์โดยตรง รวมทั้งการนำเนื้อหาเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์สอดแทรกรายวิชาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งในระดับปริญญาประกาศนียบัตร หรือหลักสูตรระยะสั้น เพื่อพัฒนาศักยภาพบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ในด้านทักษะการให้บริการ ทักษะภาษาอังกฤษ และทักษะด้านการจัดงาน เพื่อเพิ่มคุณภาพและขีดความสามารถของบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดสงขลา

5. องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา ร่วมกับเทศบาลเมืองสงขลา เทศบาลนครหาดใหญ่ และองค์กรส่วนปกครองในท้องถิ่น ประสานงานความร่วมมือในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ระบบ ถนน การสื่อสาร กับหน่วยงานต่าง ๆ ในจังหวัด เพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมไมซ์ใน จังหวัด จากการวิจัยพบว่า จังหวัดสงขลาเป็นศูนย์กลางการคมนาคมของภาคใต้มีเส้นทางคมนาคมที่ สะดวกทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ เชื่อมโยงทั้งในระดับภูมิภาคและระดับประเทศ ทำให้เกิด ความสะดวกในการเดินทางเข้าสู่เมือง แต่พื้นที่เมืองหาดใหญ่ยังประสบปัญหาการจราจร โดยเฉพาะ พื้นที่ใจกลางเมืองย่านเศรษฐกิจที่สำคัญ สาเหตุหลักของปัญหาการจราจรในเมืองหาดใหญ่คือการขาด แคลนระบบขนส่งสาธารณะ ส่งผลให้มีปริมาณการเดินทางด้วยพาหนะส่วนตัวเพิ่มมากขึ้นทำให้เกิด ปัญหาจราจรติดขัดและเกิดมลพิษทางอากาศ ดังนั้น ควรวางแผนการพัฒนา ระบบขนส่งสาธารณะ รองรับการเดินทางในเมืองหาดใหญ่จะต้องครอบคลุมพื้นที่อย่างทั่วถึง (Coverage) เข้าถึงได้ง่าย (Accessibility) และสะดวกในการเดินทาง (Efficiency) เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับประชาชนและ นักเดินทางกลุ่มไมซ์ กล่าวคือ การพัฒนาระบบการขนส่งรางเดียวในเมืองหาดใหญ่จะต้องให้มี โครงข่ายที่ ครอบคลุมและต่อเชื่อมเข้ากับระบบขนส่งอื่น ๆ ที่สามารถเข้าถึงสถานที่จัดงานได้โดยตรง

6. องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา ร่วมกับเทศบาลเมืองสงขลา เทศบาลนครหาดใหญ่ ร่วมกับสถานีตำรวจภูธรเมืองสงขลา และหน่วยงานความมั่นคง สร้างเครือข่ายป้องกันสาธารณภัย ร่วมกับองค์กรปกครองท้องถิ่นในเขตอำเภอเมืองสงขลา เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านความปลอดภัย เพื่อสร้างความเชื่อมั่นของผู้เข้าร่วมงานและนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในพื้นที่ รวมทั้งการ ประสานงานกับตำรวจ ทหาร และอาสาสมัครป้องกันภัย ทำหน้าที่ในการรักษาความปลอดภัยใน ระหว่างการจัดกิจกรรมไมซ์ในพื้นที่จังหวัดสงขลา จากผลการวิจัยพบว่า จังหวัดสงขลาเคยประสบ ปัญหาความไม่สงบในพื้นที่ ส่งผลต่อความเชื่อมั่นในการเดินทางเข้ามาจัดกิจกรรมไมซ์ในพื้นที่ ดังนั้น แนวทางการสร้างความมั่นใจด้านความปลอดภัยในการเดินทางเข้ามาจัดกิจกรรมไมซ์ให้กับ นักท่องเที่ยวทั้งคนไทยและต่างชาติ จำเป็นต้องเพิ่มมาตรการรักษาความปลอดภัยตามแนวทางพัฒนา มาตรฐานความปลอดภัยด้วยเทคโนโลยี (CCTV) ในแหล่งท่องเที่ยว โดยการติดตั้งระบบเป็นการ ยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยแหล่งท่องเที่ยว ด้วยระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิดอัจฉริยะ (SMART CCTV) ตามแหล่งท่องเที่ยวและสถานที่จัดงานสำคัญทุกแห่งในพื้นที่ เพื่อดูแลรักษาความปลอดภัย ให้แก่นักท่องเที่ยวในการเข้ามาจัดกิจกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา และประสานความร่วมมือกับ ผู้ประกอบการธุรกิจต่างๆ อาทิ โรงแรม ห้างสรรพสินค้า ร้านอาหาร สถานบันเทิง ร้านจำหน่ายสินค้า และธุรกิจบริการต่างๆ ในการรักษาความปลอดภัยอย่างเข้มงวดในพื้นที่สถานประกอบการของตน

ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวมั่นใจด้านความปลอดภัยในการเดินทางมาเที่ยวและจัดกิจกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา

ด้านการจัดการ

1. องค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา สำนักงานจังหวัดสงขลา เทศบาลนครหาดใหญ่ นำข้อมูลจากผลการวิจัยองค์ประกอบเชิงยืนยันความพึงพอใจต่อการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านโครงสร้างพื้นฐาน โดยมีองค์ประกอบย่อย ด้านโครงสร้างพื้นฐานและระบบสาธารณูปโภค นำไปพัฒนา ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและระบบสาธารณูปโภคต่าง ๆ ภายในจังหวัดสงขลา ทั้งด้านคมนาคมขนส่ง พัฒนาโครงข่ายคมนาคมให้มีความเชื่อมโยงและมีมาตรฐานทั้งทางบกและทางอากาศ อาทิ พัฒนาระบบขนส่งสาธารณะ พัฒนากันสายหลักและสายรองให้มีมาตรฐาน เชื่อมโยงโครงข่ายการเดินทางและขนส่งทางรางกับประเทศมาเลเซีย ด้านศุลกากรและระบบการผ่านแดน ให้สามารถอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ เพื่อเชื่อมโยงการค้า การลงทุน การท่องเที่ยว และการจัดกิจกรรมไมซ์ในเชื่อมโยงทั้งภายในภาค และระหว่างภาค และประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อสร้างความได้เปรียบจากจุดยุทธศาสตร์ที่เป็นทั้งศูนย์กลางทางการค้าและการท่องเที่ยว การมีทรัพยากรที่เอื้อต่อการผลิตทางอุตสาหกรรม ตลอดจนพื้นที่ที่เชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์สามเหลี่ยมเศรษฐกิจอินโดนีเซีย – มาเลเซีย – ไทย (IMT-GT) สร้างโอกาสในการดึงดูดการค้าและการลงทุนในอุตสาหกรรมไมซ์ พร้อมทั้งพัฒนาไปสู่การเป็นผู้นำอุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาค

2. สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ สมาคมธุรกิจโรงแรม และผู้ประกอบการสถานที่จัดงาน นำข้อมูลจากผลการวิจัยองค์ประกอบเชิงยืนยันความพึงพอใจต่อการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยมีองค์ประกอบย่อย ด้านมาตรฐานสถานที่จัดงาน มาตรฐานถือเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความน่าเชื่อถือ และเป็นเครื่องยืนยันความพร้อม ความเป็นมืออาชีพของสถานที่จัดงานในประเทศไทย เพื่อให้สามารถจัดงานและผู้จัดงานทั้งในและต่างประเทศเข้ามาจัดงานในสถานที่จัดงานที่ได้มาตรฐาน ทั้งนี้ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้สงขลาเป็นผู้นำอุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาค จำเป็นต้องเร่งผลักดันให้สถานที่จัดงานในจังหวัดสงขลาได้รับมาตรฐานระดับสากล ทั้งมาตรฐานด้านการจัดการรักษาความปลอดภัยสำหรับการจัดประชุม สัมมนา และนิทรรศการ หรือ มอก.22300 MICE Security Management System (MSMS) มาตรฐานระบบการบริหารจัดการงานอย่างยั่งยืน (ISO 20121 Event Sustainability Management System) และมาตรฐานสถานที่

การจัดงานประเทศไทย Thailand MICE Venue Standards (TMVS) ให้มากที่สุด เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจและสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าที่เข้ามาจัดกิจกรรมไมซ์และเพื่อเพิ่มศักยภาพและความได้เปรียบทางการแข่งขันรองรับการเป็นผู้นำอุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาค

3. หน่วยงานภาครัฐ ตำรวจ ทหาร ฝ่ายปกครอง และภาคเอกชน นำข้อมูลจากผลการวิจัยองค์ประกอบเชิงยืนยันความพึงพอใจต่อการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านความมั่นคงปลอดภัย โดยมีองค์ประกอบย่อย ด้านความปลอดภัยของผู้เข้าร่วมงานและนักท่องเที่ยว นำไปปรับใช้เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้เข้าร่วมงานและนักท่องเที่ยว โดยการรณรงค์ ติดตามสถานการณ์ และตรวจสอบสิ่งบอกร่องเหตุที่มีผลกระทบหรืออาจเกิดผลกระทบต่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว และเผยแพร่เพื่อแจ้งเตือนภัยแก่นักท่องเที่ยว พัฒนามาตรฐานเกี่ยวกับการรักษาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ตลอดจนเป็นศูนย์กลางในการประสานงานและสร้างความร่วมมือของทุกภาคส่วนในการให้ความช่วยเหลือ การอำนวยความสะดวก การแก้ไขปัญหาการล่อลวง การดูแลรักษาความปลอดภัยทั้งในส่วนของพื้นที่การจัดงาน และพื้นที่โดยรอบ โดยร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนเพื่อร่วมกันดำเนินงานให้เกิดเครือข่ายและความเข้มแข็งทั้งระบบ พร้อมทั้งสนับสนุนเครื่องมือและอุปกรณ์ในการรักษาความปลอดภัยนักท่องเที่ยว

4. หน่วยงานภาครัฐและเอกชน นำข้อมูลจากผลการวิจัยองค์ประกอบเชิงยืนยันความพึงพอใจต่อการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่อยู่ในท้องถิ่น โดยมีองค์ประกอบย่อย ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในการจัดงานไมซ์ เพื่อสนับสนุนนโยบายรัฐบาล โดยใช้กิจกรรมไมซ์ส่งเสริมอุตสาหกรรมตามนโยบาย Thailand 4.0 ให้มากขึ้น และนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้ในอุตสาหกรรมไมซ์ ตลอดจนกระจายกิจกรรมไมซ์ไปยังภูมิภาคและเมืองรอง เพื่อการกระจายรายได้ในประเทศ โดยต้องเร่งสร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษาจัดทำแพคเกจสนับสนุนและส่งเสริมการตลาด ร่วมกันจัดงานและสนับสนุนการจัดงาน และการปรับเปลี่ยนกฎระเบียบขององค์กรภาครัฐในการอำนวยความสะดวกและส่งเสริมธุรกิจไมซ์ในจังหวัดสงขลา

5. สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสงขลา นำข้อมูลจากผลการวิจัยองค์ประกอบเชิงยืนยันความพึงพอใจต่อการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านภาพลักษณ์และสิ่งดึงดูดใจ โดยมีองค์ประกอบย่อย ด้านความมีชื่อเสียง

ของจังหวัด โดยจะมุ่งเน้นการพัฒนาและสร้างสรรค์สินค้าและกิจกรรมการท่องเที่ยว ทั้งการรักษาจุดแข็งเดิมและกิจกรรมที่มีความแปลกใหม่มาส่งเสริมการตลาดดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งไทยและนักเดินทางกลุ่มไมซ์ พร้อมทั้งสร้างจุดขายการท่องเที่ยวเมืองสงขลาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิต ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ที่มีความหลากหลายทั้งด้านอาหาร สินค้าอุปโภคบริโภค และสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในตลาดไมซ์ ตลอดจนการออกแบบกิจกรรมภายหลังการประชุมให้มีความหลากหลาย เชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ของท้องถิ่น เช่น การท่องเที่ยวเชิงซีเอสอาร์ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ โดยชูเรื่องมรดกโลก ย่านเมืองเก่า การท่องเที่ยวเสริมพลังมงคล เน้นขายความศักดิ์สิทธิ์และพลังศรัทธา เป็นต้น

6. หน่วยงานภาครัฐ อาทิ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กระทรวงแรงงาน ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษา นำข้อมูลจากผลการวิจัยองค์ประกอบเชิงยืนยันความพึงพอใจต่อการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านบุคลากร โดยมีองค์ประกอบย่อย ด้านความเป็นมืออาชีพ/ความเชี่ยวชาญ มาพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพของบุคลากร โดยการพัฒนาและสนับสนุนทักษะฝีมือแรงงานให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดทั้งด้านการสื่อสารภาษาต่างประเทศ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการทำงาน ความรู้ความเชี่ยวชาญด้านธุรกิจไมซ์ ความรู้เกี่ยวกับรูปแบบในการจัดประชุมประเภทต่าง ๆ เพื่อพัฒนาและยกระดับคุณภาพการบริการให้ได้มาตรฐานคุณลักษณะของแรงงานในอุตสาหกรรมไมซ์ให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

7. หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน อาทิ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ หอการค้าจังหวัดสงขลา สภาอุตสาหกรรมจังหวัดสงขลา นำข้อมูลจากผลการวิจัยองค์ประกอบเชิงยืนยันความพึงพอใจต่อการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา ด้านกิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือการประชุม โดยมีองค์ประกอบย่อย ด้านโอกาสในการติดต่อทางธุรกิจ เพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมายในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจระดับฐานราก ที่ตรงตามเจตนารมณ์ของรัฐบาลให้อุตสาหกรรมไมซ์เป็นกลไกหลักอันหนึ่งในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภายในประเทศ สร้างรายได้เพิ่ม ช่วยกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น โดยเฉพาะในเมืองรองและชุมชนรายย่อย นำไปสู่การแลกเปลี่ยนประสบการณ์องค์ความรู้ด้านธุรกิจระหว่างผู้ประกอบการ ทำให้เกิดต่อยอดธุรกิจ ทั้งทางช่องทางการตลาด การพัฒนารูปแบบสินค้าและบริการ การแบ่งปันความรู้ด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย ซึ่งจะช่วยกระตุ้นให้ผู้ประกอบการเกิดความเข้าใจและพัฒนาสินค้าให้สอดคล้อง

กับความต้องการของตลาดในยุคปัจจุบัน ส่งผลทำให้มีโอกาสในการพัฒนาอาชีพ สร้างรายได้เพิ่มขึ้น และยกระดับความเข้มแข็งของชุมชนให้เกิดความยั่งยืนในที่สุด

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

1. จากการวิจัยครั้งนี้ใช้หน่วยการวิเคราะห์ระดับองค์การในระดับผู้บริหาร ซึ่งมุ่งเน้นการวางแผนการกำหนดนโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมไม้ในจังหวัดสงขลา ดังนั้น ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาหน่วยการวิเคราะห์ระดับบุคคลที่ทำหน้าที่อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไม้ เพื่อแสดงให้เห็นถึงมุมมองของความต้องการพัฒนาอุตสาหกรรมไม้ ที่ส่งผลจากคุณภาพการให้บริการภายใต้ความพึงพอใจของบุคลากร

2. การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีวิทยาแบบผสมวิธี ด้วยวิธีเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจงจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไม้ แล้วจึงยืนยันข้อมูลด้วยวิธีเชิงปริมาณเพื่อยืนยันผลการวิจัยให้ชัดเจนมากขึ้น ดังนั้น ควรศึกษาวิธีเชิงคุณภาพด้วยการอภิปรายกลุ่ม (Focus group) การวิจัยแบบมีส่วนร่วม (participation Action Research - PAR) หรือวิธีอื่นตามเหมาะสมอาจจะได้ข้อมูลในเชิงลึกเพิ่มเติมมากขึ้น

3. การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบตัดขวาง มีข้อจำกัดในด้านเวลา ดังนั้น การวิจัยในอนาคตควรออกแบบระเบียบวิธีวิจัยที่ครอบคลุมการวิจัยแบบตัดขวาง หรือมีการศึกษาการวิจัยต่อเนื่องในอนาคตควรมีการเก็บข้อมูลหลายครั้ง เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์และเปรียบเทียบความแตกต่างของผลการวิเคราะห์ข้อมูลในแต่ละครั้ง

4. ผลการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก พบประเด็นเกี่ยวกับความต้องการบุคลากร ซึ่งส่งผลกระทบต่อการจัดการบุคลากรในองค์กร ดังนั้น ควรมีการศึกษาความต้องการบุคลากรในแต่ละตำแหน่ง และสมรรถนะหลักของบุคลากร เพื่อให้องค์กรเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

รายการอ้างอิง

- Aaker, D. A. (1991). *Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name*. New York: Free Press.
- Allan, M. (2004). Why brand places? (Opinion). *Agenda for Local Economic Development*, 1-3. Retrieved from http://www.beyond-branding.com/Agenda_MSA_Article_Feb2017.pdf
- Baloglu, S., & Love, C. (2003). "Association meeting planners' perceived performance of Las Vegas: An importance-performance analysis". *Journal of Convention and Exhibition Management*, 5(1), 13-27.
- Baloglu, S., & McClear, K. W. (1999). "A model of destination image formation". *Annals of Tourism Research*, 26, 868-897.
- Barney, J. B. (1991). "Firm resources and sustained competitive advantage". *Journal of Management*, 17(1 (March)), 99-120.
- Barney, J. B., & Wright, P. M. (1998). "On becoming a strategic partner: The role of human resources in gaining competitive advantage". *Human Resource Management*, 37(1), 31-46.
- Berli, A., & Martin, J. D. (2004). "Factors influencing destination image". *Annals of Tourism Research*, 31(3), 657-681.
- Blain, C., Levy, S. E., & Ritchie, J. R. B. (2005). "Destination branding: Insights and practice from destination management organizations". *Journal of Travel Research*, 43(4), 328-338.
- Boxall, P., & Purcell, J. (2008). *Strategy and human resource management* (2nd ed. ed.). Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Buck, R. (1993). *Human motivation and emotion* (2nd ed. ed.). New York: John Wiley and Son.
- Calantone, R. J. a. o. (1989). "Multiple multinational tourism positioning using correspondence analysis". *Journal of Travel Research*, 28(2), 25-32.

- Carpon, L., & John, H. (1999). "Redeployment of brands, sales forces, and general marketing management expertise following horizontal acquisition: A resource-based view". *Journal of Marketing*, 63(2), 41-54.
- Chacko, H. E., & Fenich, G. G. (2000). "Determining the importance of US convention destination attributes". *Journal of Vacation Marketing*, 6(3), 211-220.
- Chaiyajitkumtorn, M. (2012). SWOT analysis. Retrieved from <http://methawit.blogspot.com/2012/04/blog-post.html>
- Ching-Fu Chen. (2006). "Applying the analytical hierarchy process (AHP) approach to convention site selection". *Journal of Travel Research*, 45(2), 167-174.
- Chon, K. S. (1990). "The role of destination image in tourism: A review and discussion". *Revue du Tourisme*, 45(2), 2-9.
- Clark, J. D., & McCleary, K. W. (1995). "Influencing associations' site selection process". *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 36(2), 61-68.
- Clulow, V., Barry, C., & Gerstman, J. (2007). "The resource-based view and value: The customer-based view of the firm". *Journal of European Industrial Training*, 13(1), 19-35.
- Conner, K. R., & Prahalad, C. K. (1996). "A resource-based theory of the firm: Knowledge versus opportunism". *Organization Science*, 7(5), 477-501.
- Coshall, J. T. (2000). "Measurement of tourists' images: The repertory grid approach". *Journal of Travel Research*, 39(1), 85-89.
- Crompton, J. L. (1979). "An assessment of the image of Mexico as a vacation destination and the influence of geographical location upon the image". *Journal of Travel Research*, 18(4), 18-23.
- Crouch, G. I., & Ritchie, J. R. B. (1998). "Convention site selection research: A review, conceptual model, and propositional framework". *Journal of Convention and Exhibition Management*, 1(1), 49-69.
- Dess, G. G., Lumpkin, G. T., & Eisner, A. B. (2008). *Strategic management: Creating competitive advantage* (4th ed. ed.). New York, NY: McGraw-Hill.
- Dobni, D., & Zinkhan, G. M. (1990). "In search of brand image: A foundation analysis". *Advances in Consumer Research*, 17, 110-119.

- Echtner, C. M., & Ritchie, J. R. B. (1991). "The meaning and measurement of destination image". *Journal of Tourism Studies*, 2(2), 2-12.
- Echtner, C. M., & Ritchie, J. R. B. (2003). "The meaning and measurement of destination image". *The Journal of Tourism Studies*, 14(1), 37-48.
- Eisenhardt, K. M., & Martin, J. A. (2000). "Dynamic capabilities: What are they?". *Strategic Management Journal*, 21(10/11), 1105-1121.
- Embacher, J., & Buttle, F. (1989). "A repertory grid analysis of Austria's image as a summer vacation destination". *Journal of Travel Research*, 27(3), 3-7.
- Finney, R. Z., & and other. (2008). "Market pioneers, late movers, and the resource-based view (RBV): A conceptual model". *Journal of Business Research*, 61(9), 925-935.
- Fortin, P. A., Ritchie, J. R. B., & Arsenault, J. (1976). *A study of the decision process of North American associations concerning the choice of a convention site*. Quebec, Canada: Quebec Planning and Development.
- Gallarza, M., Gil, I., & Calderón, H. (2002). "Destination image: Towards a conceptual framework". *Annals of Tourism Research*, 29(1), 56-78.
- Gartner, W. C., & Hunt, J. D. (1987). "An analysis of state image change over a twelve-year period (1971-1983)". *Journal of Travel Research*, 26(2), 15-19.
- Go, F., & Zang, W. (1997). "Applying importance-performance analysis to Beijing as an international meeting destination". *Journal of Travel Research*, 35(4), 42-49.
- Grant, R. M. (1991). "The resource-based theory of competitive advantage: Implication for strategy". *California Management Review*, 33(3), 114-135.
- Grant, R. M. (1996). "Toward a knowledge-based theory of the firm". *Strategic Management Journal*, 17(winter), 109-122.
- Hill, C. W. L., & Jones, G. R. (2009). *Essentials of strategic management*. Mason, OH: South-Western/Cengage Learning.
- Hinkin, T. R., & Tracey, J. B. (1998). "The service imperative: Factor driving meeting effectiveness". *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 39(5), 59-67.
- Hui, T. K., & Wan, T. W. D. (2003). "Singapore's image as a tourist destination". *The International Journal of Tourism Research*, 5(4), 305-313.

- Jago, L. K., & Deery, M. (2005). "Relationships and factors influencing convention decision-making". *Journal of Convention and Event Tourism*, 7(1), 23-42.
- Johnson, G., & Scholes, K. (1999). *Exploring corporate strategy* (5th ed. ed.). London: Prentice Hall Europe.
- Jun, J., & McCleary, K. M. (1999). "Classifying US association meeting planners based on international destination selection criteria: A case study of South Korea". *International Journal of Hospitality Management* 18(2), 183-199.
- Kaleka, A. (2002). "Resources and capabilities driving competitive advantage in export market: Guidelines for industrial exporters". *Industrial Marketing Management*, 31(3), 273-283.
- Kim, H., & Richardson, S. L. (2003). "Motion picture impacts on destination images". *Annals of Tourism Research*, 30(1), 216-237.
- Kim, W. G. K., H. C. (2003). "The Analysis of Seoul as an International Convention Destination". *Journal of Convention and Exhibition Management*, 5(2), 69-87.
- Kotler, P., Haider, D. H., & Rein, I. (1993). *Marketing places: Attracting investment, industry, and tourism to cities, states, and nations*. New York: Free Press.
- MacKay, K. J., & Fesenmaier, D. R. (1997). "Pictorial element of destination in image formation". *Annals of Tourism Research*, 24(3), 537-565.
- McCleary, K. M. (1978). "The corporate meetings market: Components of success in attracting corporate group business". *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 19(August), 30-35.
- Milman, A., & Pizam, A. (1995). "The role of awareness and familiarity with a destination: The central Florida case". *Journal of Travel Research*, 33(3), 21-27.
- Moingeon, B., & and others. (1998). "Another look at strategy-structure relationships: The resource-based view". *European Management Journal*, 16(3), 297-305.
- Morgan, N. A., Kaleka, A., & Katsikeas, C. S. (2004). "Antecedents of export venture performance: A theoretical model and empirical assessment". *Journal of Marketing*, 68(1), 90-108.
- Moutinho, L. (1987). "Consumer behavior in tourism". *European Journal of Marketing*, 21(10), 5-44.

- Murphy, P., Pritchard, M. P., & Smith, B. (2000). "The destination product and its impact on traveller perceptions". *Tourism Management*, 21(1), 43-52.
- Ngamsom, B. (2001). *The impacts of a bundle of travel determinants on repeat visitation: An exploratory study of tourism in Thailand*. (Ph.D. dissertation), Oklahoma State University,
- O'Leary, S., & Deegan, J. (2003). "People, pace, place: Qualitative and quantitative images of Ireland as a tourism destination in France". *Journal of Vacation Marketing*, 9(3), 213-226.
- Oppermann, M. (1996). "Convention destination images: Analysis of association meeting planners' perceptions". *Tourism Management*, 17(3), 175-182.
- Oppermann, M., & Chon, K. S. (1997). "Convention participation decision-making process". *Annals of Tourism Research*, 24(1), 178-191.
- Phelps, A. (1986). "Holiday destination image-the problem of assessment: An example developed in Menorca". *Tourism Management*, 7(3), 168-180.
- Porter, M. E. (1990). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. New York: Free Press.
- Qu, H., Kim, L. H., & Im, H. H. (2011). "A model of destination branding: Integrating the concepts of the branding and destination image". *Tourism Management*, 32(3), 465-476.
- Renaghan, L. M., & Kay, M. Z. (1987). "What meeting planners want: The conjoint-analysis approach". *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 28(May), 67-76.
- Riordan, C. O. (2006). "Using the VRIO framework in practicing firms taking the resource-based view (RBV)". *Accountancy Ireland*, 38(3), 42.
- Rittichainuwat Ngamson, B., Beck, J. A., & Lalopa, J. (2001). "Understanding motivators, inhibitors and facilitators of association members in attending international conferences". *Journal of Convention and Exhibition Management*, 3(3), 45-62.
- Rogers, T. (2008). *Conferences and conventions: A global industry* (2nd ed. ed.). Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Rothaermel, T. F. (2013). *Strategic management: Concept and cases*. New York: McGraw-Hill.

- Sadler, P. (2003). *Strategic management* (2nd ed. ed.). Great Britain: Kogan Page.
- Sartor, F. J., & Bourauel, C. (2013). *Risikomanagement kompakt: In 7 schritten zum aggregierten nettorisiko des unternehmens*. München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH.
- Schütter, N. (2010). *Success factors of a leading meeting industry destination with a special focus on Vienna*. Austria: IMC University of Applied Sciences Krems.
- Severt, D., & and others. (2007). "Examining the motivation, perceived performance, and behavioral intentions of convention attendees: Evidence from a regional conference". *Tourism Management*, 28(2), 399–408.
- Stylidis, D., & and others. (2014). "Residents' support for tourism development: The role of residents' place image and perceived tourism impacts". *Tourism Management*, 45, 260-274.
- Swart, J., & and others. (2005). *Human resource development: Strategy and tactics*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Tapachai, N., & Waryszak, R. (2000). "An examination of the role of beneficial image in tourist destination selection". *Journal of Travel Research*, 39(1), 37–44.
- Wernerfelt, B. (1984). "A resource-based view of the firm". *Strategic Management Journal*, 5(2), 171-180.
- Witt, S. F., Sykes, A. M., & Dartus, M. (1995). "Forecasting international conference attending". *Tourism Management*, 16(8), 559–570.
- World Tourism Organization. (2014). UNWTO tourism highlights, 2015 edition. Retrieved from <http://www.eunwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416899>
- Zhang, H., & and others. (2014). "Destination image and tourist loyalty: A meta-analysis". *Tourism Management*, 40, 213-223.
- Zhang, H., Leung, V., & Qu, H. (2007). "A refined model of factors affecting convention participation decision-making". *Tourism Management*, 28(4), 1123–1127.
- Zhu, H., Qian, J., & Gao, Y. (2011). "Globalization and the production of city image in Guangzhou's metro station advertisements". *Cities*, 28(3), 221-229.
- กลุ่มงานยุทธศาสตร์การพัฒนารัฐสงขลา. แผนพัฒนารัฐสงขลา 4 ปี พ.ศ.2558-2561. Retrieved from <http://www.stg.songkhla.go.th/>

- กลุ่มงานยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสงขลา. (2557). แผนพัฒนาจังหวัดสงขลา 4 ปี พ.ศ. 2558-2561. Retrieved from <http://slbkb.psu.ac.th/xmlui/handle/2558/947>
- กันตภพ บัวทอง. (2554). กลยุทธ์การพัฒนาตลาด *MICE* ของจังหวัดชายแดนริมแม่น้ำโขง. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย), มหาวิทยาลัยขอนแก่น,
- กิ่งพร ทองใบ. (2549). กลยุทธ์และนโยบายธุรกิจ (พิมพ์ครั้งที่ 5 ed.). นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- เกริกยศ ชลาชนเดชะ. (2555). “การนำกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติ”. In ประมวลสาระชุดวิชาการจัดการเชิงกลยุทธ์ในการบริหารโรงพยาบาล บัณฑิตศึกษา สาขาวิชาวิทยาศาสตร์สุขภาพ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช เล่ม 3 หน่วยที่ 11. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- เกิดศิริ เจริญวิศาล. (2552). รูปแบบการตลาดที่เหมาะสมของสถานที่จัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาการท่องเที่ยว สำนักงานบัณฑิตศึกษา), มหาวิทยาลัยแม่โจ้,
- คณิงภรณ์ วงเวียน. (2554). การพัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษาเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง. (วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชายุทธศาสตร์การพัฒนา), มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร,
- จินตนา บุญบังการ, & ณีฐพันธ์ เขจรนันท์. (2554). การจัดการเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- จิรพร จันลา. (2556). แนวทางการเพิ่มศักยภาพของจังหวัดขอนแก่นในการท่องเที่ยวรูปแบบ *MICE*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ คณะการจัดการการท่องเที่ยว, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์,
- ชูเพ็ญ วิบูลสันติ. การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน จุดด้อยโอกาส และอุปสรรค (ความเสี่ยง) ขององค์กร (SWOT analysis). Retrieved from <http://www.pharmacy.cmu.ac.th/pharmcare/pharad/swot982.htm>
- ณีฐพันธ์ เขจรนันท์. (2552). การจัดการเชิงกลยุทธ์ ฉบับปรับปรุงใหม่. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ณัฐกานต์ รองทอง. (2555). ศึกษาความพร้อมของเมืองในด้านธุรกิจการจัดประชุมหรือไมซ์ (*MICE*) พื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรม และการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย), มหาวิทยาลัยนเรศวร,
- ณัฐรินทร์ หลิมวิรัตน์. (2557). การพัฒนายุทธศาสตร์การเสริมสร้างสมรรถนะวิชาชีพพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินเพื่อรองรับการก้าวสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. (วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญา

- ขนาดย่อมในเขตภาคเหนือตอนบน. Paper presented at the การประชุมวิชาการรำไพ
พรรณี ครั้งที่ 6 (1-12), จันทบุรี.
- พัคตร์ผจง วัฒนสินธุ์, & พสุ เดชะรินทร์. (2542). การจัดการเชิงกลยุทธ์และนโยบายธุรกิจ (พ. 2 Ed.).
กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิบูล ทีปะपाल. (2551). การจัดการเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ: อมรการพิมพ์.
- ไพโรจน์ ปิยะวงศ์วัฒนา. (2545). การจัดการเชิงกลยุทธ์. เพชรบุรี: คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราช
ภัฏเพชรบุรี.
- มนัส ชัยสวัสดิ์, & และคนอื่น ๆ. (2552). ศึกษาความพร้อมของเมืองในด้านธุรกิจการจัดประชุมหรือ
ไมซ์ (MICE) พื้นที่จังหวัดภูเก็ต. ภูเก็ต: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต.
- ยุทธ ไถยวรรณ. (2553). การบริหารการผลิต. กรุงเทพฯ: ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพ.
- รัตนา เถลิงพล. (2557). การพัฒนายุทธศาสตร์การจัดการทรัพยากรมนุษย์ของการรถไฟแห่งประเทศไทย
ไทย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย),
มหาวิทยาลัยศิลปากร,
- วัฒนา พัฒนพงศ์. (2546). การบริหารเพื่อมุ่งอนาคต. กรุงเทพฯ: ดอกหญ้า.
- วิจิต อุ๋อัน. (2546). การจัดการเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ: เซ็นทรัลเอ็กเซลส.
- วิเชียร วิทยอดม. (2550). การจัดการสมัยใหม่. กรุงเทพฯ: ธนัชการพิมพ์.
- วุฒิชชาติ สุนทรสมย์, & และคนอื่น ๆ. (2552). ความพร้อมของเมืองในด้านธุรกิจการจัดประชุมหรือ
ไมซ์ (MICE) พื้นที่จังหวัดชลบุรี. ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ศรีสุดา วงศ์วิเศษกุล. (2554). การพัฒนายุทธศาสตร์องค์กรสมรรถนะสูงของสถาบันการศึกษา
พยาบาล สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศักดิ์พันธ์ ตันวิมลรัตน์. (2553). ข้อเสนอแนะทางแผนกลยุทธ์มหาวิทยาลัยศิลปากรในช่วงแผนพัฒนา
การศึกษาแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ.2555-2559). (วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาการบริหารการศึกษา ภาควิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย), มหาวิทยาลัย
ศิลปากร,
- ศิริชัย กาญจนวาสิ. (2552). ทฤษฎีการทดสอบแบบดั้งเดิม *Classical test theory* (พิมพ์ครั้งที่ 6
ed.). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2556). ต่างชาติแห่งจัดงานในเอเชีย...โอกาสธุรกิจไมซ์ของประเทศไทย (กระแส
ทรรศน์ ฉบับที่ 2386). Retrieved from
<https://www.kasikornresearch.com/th/keconanalysis/pages/ViewSummary.aspx?docid=31547>
- สมคิด บางโม. (2552). องค์การและการจัดการ. กรุงเทพฯ: วิทย์พัฒน์.

- สมยศ นาวิการ. (2543). การบริหารเชิงกลยุทธ์และนโยบายธุรกิจ. กรุงเทพฯ: ผู้จัดการ.
- สาโรจน์ โอปัทธ์ชีวิน. (2548). การจัดการเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ: แมคกรอ-ฮิล.
- สาโรจน์ โอปัทธ์ชีวิน. (2550). การจัดการเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ: แมคกรอ-ฮิล.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559). (ร่าง)แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564). กรุงเทพฯ: สำนักนายกรัฐมนตรี.
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2552). รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการสำรวจสถิติการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดงานแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติในประเทศไทย ปี 2552. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ.
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2555). อุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาคเอเชีย. Retrieved from <http://www.tceb.or.th/images/pdf/statistics/micemovement-in-asia.pdf>
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2557a). บทสรุปผู้บริหาร โครงการจัดทำหลักเกณฑ์และแนวทางในการพัฒนาไมซ์ซิตี้. Retrieved from <http://www.tceb.or.th/micecity/pdf/>
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2557b). ฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์. Retrieved from <http://www.tceb.or.th/images/pdf/statistics/micemovement-in-asia.pdf>
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2558). สถิติอุตสาหกรรมของอุตสาหกรรมไมซ์. Retrieved from <http://www.tceb.or.th/.../MICE-Industry-Statistics-2003-2014-Analysis.pdf>
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2559). สถิติอุตสาหกรรมของอุตสาหกรรมไมซ์. Retrieved from <http://www.tceb.or.th/.../MICE-Industry-Statistics-2003-2016-Analysis.pdf>
- สุดใจ วันอุดมเดชาชัย. (2556). การจัดการเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ: สามลดา.
- สุนีย์ วรรณโกมล, & ธาณิชร์ ศิลป์จารุ. (2552). “การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมเพื่อการจัดการธุรกิจ”. *RMUTT Global Business and Economics Review*, 5(1), 53-63.
- สุพานี สุฤษฏ์วานิช. (2553). การบริหารเชิงกลยุทธ์: แนวคิดและทฤษฎี (พิมพ์ครั้งที่ 3 ed.). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เสนาะ ตีเยาว์. (2543). การจัดการเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). การบริการเชิงกลยุทธ์ *Strategic management*. กรุงเทพฯ:
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.





แบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในการวิจัย

วิจัยเรื่อง “ยุทธศาสตร์การพัฒนาจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา”

การวิจัยเรื่อง “ยุทธศาสตร์การพัฒนาจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อ
เป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา” มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. เพื่อศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันและแนวโน้มการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา
3. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา
4. เพื่อจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์เพื่อเพิ่มศักยภาพและรายได้เปรียบทางการ
แข่งขันในจังหวัดสงขลา

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์.....ตำแหน่ง.....
 สถานที่ทำงาน.....ประสบการณ์ในการทำงาน.....ปี
 เบอร์โทรศัพท์.....E-mail.....
 วันที่ให้สัมภาษณ์ วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

ตอนที่ 2 ข้อมูลในการสัมภาษณ์

1. สถานการณ์ปัจจุบันอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) ในประเทศไทยเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

2. สถานการณ์ปัจจุบันอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) ในจังหวัดสงขลาเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

3. ศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) ในจังหวัดสงขลาเป็นอย่างไร

3.1 ด้านโครงสร้างพื้นฐาน

.....

.....

.....

3.2 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

.....

.....

.....

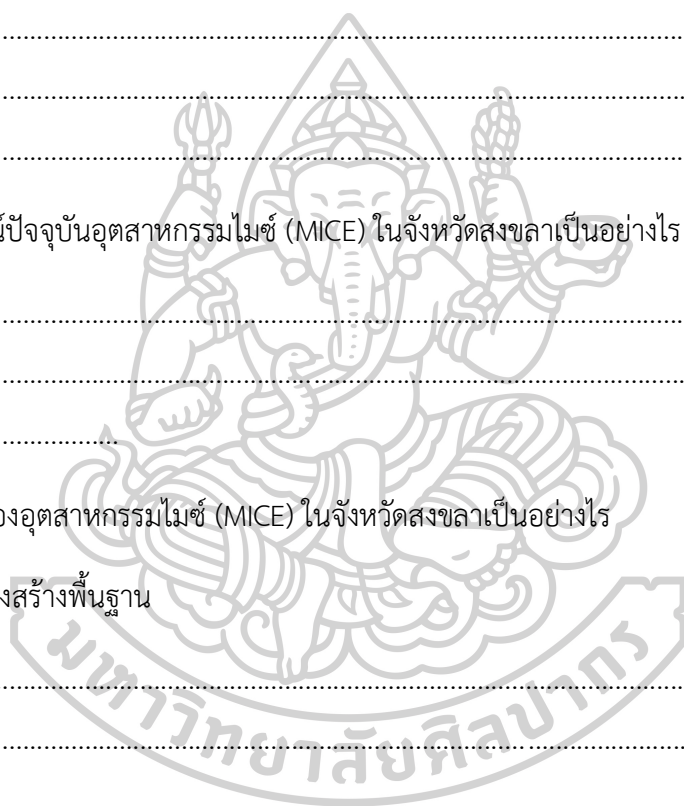
3.3 ด้านความมั่นคงและปลอดภัย

.....

.....

.....

3.4 ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่อยู่ในท้องถิ่น



3.5 ด้านภาพลักษณ์และสิ่งดึงดูดใจ

3.6 ด้านบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์

3.7 ด้านกิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือจากการประชุม

4. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT Analysis) จังหวัดสงขลาเป็นอย่างไร

5. ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) ในจังหวัดสงขลาเป็นอย่างไร

6. แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) ในจังหวัดสงขลาที่เหมาะสม ควรเป็นอย่างไร

ขอพระคุณในความอนุเคราะห์เป็นอย่างสูง





แบบสอบถาม

เรื่อง ยุทธศาสตร์การพัฒนาจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็น
รางวัล
การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา

แบบสอบถามสำหรับผู้เข้าร่วมงาน การจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัด
แสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา

คำชี้แจง : แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยเพื่อศึกษาเกี่ยวกับ ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมงาน
การจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา
ข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามจะถูกรวบรวมเพื่อใช้ในการศึกษา และเป็นประโยชน์ต่อการเสนอ
แนวทางในแผนพัฒนายุทธศาสตร์จุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็น
รางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลาต่อไป

แบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 : พฤติกรรมต่อการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและ
นิทรรศการ จังหวัดสงขลา

ส่วนที่ 3 : ระดับความคิดเห็นต่อการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดง
สินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา

ส่วนที่ 4 : ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ

ขอขอบพระคุณในความอนุเคราะห์เป็นอย่างสูง

นางสาวนุชนัตร กาศสมุทร

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย / ลงใน () หรือกรอกข้อความลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็น/
สถานภาพของท่านมากที่สุด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.เพศ

- ชาย หญิง

2.อายุ

- ต่ำกว่า 20 ปี 20 – 30 ปี 31 – 40 ปี
 41 – 50 ปี 51 – 60 ปี มากกว่า 60 ปี

3.ระดับการศึกษา

- ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี ปริญญาโท ปริญญาเอก

เอก

4.สถานภาพสมรส

- โสด สมรส หม้าย / หย่าร้าง

5.อาชีพ

- ข้าราชการ พนักงานของรัฐ ลูกจ้างประจำ / ชั่วคราว
 พนักงานรัฐวิสาหกิจ พนักงานเอกชน ธุรกิจส่วนตัว
 นักเรียน / นักศึกษา อื่นๆโปรดระบุ.....

6.รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (รวมรายได้หลักและรายได้เสริม)

- น้อยกว่า 10,000 บาท 10,001 – 20,000 บาท
 20,001 – 30,000 บาท 30,001 – 40,000 บาท
 40,001 – 50,000 บาท มากกว่า 50,000 บาท

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมต่อการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล
การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา

1. วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาที่จังหวัดสงขลา (ตอบเพียง 1 ข้อ)

- () เพื่อเข้าร่วมประชุม สัมมนา (Meetings)
 () เพื่อเข้าร่วมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive)
 () เพื่อเข้าร่วมการประชุมระดับชาติหรือระดับนานาชาติ (Convention)
 () เพื่อเข้าร่วมงานแสดงสินค้า/นิทรรศการ (Exhibition)
 () อื่นๆโปรดระบุ.....

2. ท่านเดินทางมาจังหวัดสงขลาพร้อมกับใครบ้าง

- () เดินทางคนเดียว () ครอบครัว () กลุ่มเพื่อน
 () หน่วยงาน () อื่นๆโปรดระบุ.....

3. ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาจังหวัดสงขลา

- () เครื่องบิน () รถโดยสารประจำทาง () รถบริษัทนำเที่ยว () รถเช่า
 () รถไฟ () รถยนต์ส่วนบุคคล () อื่นๆโปรดระบุ.....

4. ท่านได้ใช้บริการขนส่งสาธารณะภายในจังหวัดสงขลาหรือไม่

- () ไม่ได้ใช้บริการ
 () ได้ใช้บริการโปรดระบุ
 () แท็กซี่ () รถสองแถว () รถสามล้อเครื่อง
 () จักรยานสามล้อ () มอเตอร์ไซด์รับจ้าง () รถเช่า

6. อัตราเฉลี่ยจำนวนคืนในการค้างคืนในจังหวัดสงขลาต่อครั้ง

- () ไม่เคยค้างคืน () 1-2 คืน () 3-4 คืน () มากกว่า 4 คืน

7. ค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมกิจกรรมไมซ์ครั้งนี้

- () ต่ำกว่า 5,000 บาท () 5,001 – 10,000 บาท () มากกว่า 10,000 บาท

8. ท่านคิดว่าปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจเดินทางมายังจังหวัดสงขลาเพื่อการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ คือ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

() ด้านโครงสร้างพื้นฐาน

() ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

() ด้านความมั่นคงและปลอดภัย

() ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่

อยู่ในท้องถิ่น

() ด้านภาพลักษณ์และสิ่งดึงดูดใจ

() ด้านบุคลากร

ในอุตสาหกรรมไมซ์

() ด้านกิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือจากการประชุม



ส่วนที่ 3 แบบสอบถามระดับความคิดเห็นต่อการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล
การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย / หน้าข้อที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ช่องระดับความคิดเห็น ระดับ 1= เห็นด้วยน้อยมาก 2=เห็นด้วยน้อย 3 =เห็นด้วยปานกลาง 4= เห็น
ด้วยมาก

และ 5 = เห็นด้วยมากที่สุด

ความคิดเห็นต่อการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อ เป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัด สงขลา	ระดับความคิดเห็น				
	1	2	3	4	5
1.ด้านโครงสร้างพื้นฐาน					
1.1 โครงสร้างพื้นฐานและระบบสาธารณูปโภค					
1.2 ระบบคมนาคมขนส่ง					
1.3 ความสะดวกของการเข้าถึงสถานที่จัดงาน					
1.4 ความสะดวกในการเข้าถึงที่พัก					
1.5 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเข้าร่วมงาน					
2.ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
2.1 ขนาดและพื้นที่ในการจัดงาน					
2.2 คุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกของสถานที่จัดงาน					
2.3 ความพร้อมของอุปกรณ์ไฮดรอลิก/เครื่องเล่น					
2.4 มาตรฐานของที่พัก					
2.5 ความหลากหลายของที่พัก					
2.6 ความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายด้านโรงแรมที่พัก					
2.7 ความหลากหลายของภัตตาคาร/ร้านอาหาร					
2.8 คุณภาพของการบริการอาหารและเครื่องดื่ม					
2.9 ความหลากหลายของห้างสรรพสินค้า/แหล่งช้อปปิ้ง					
3.ด้านความมั่นคงและปลอดภัย					
3.1 ระบบการรักษาความปลอดภัยภายในงาน					
3.2 ความปลอดภัยของผู้เข้าร่วมงานและนักท่องเที่ยว					
3.3 ความมั่นคงด้านการเมือง					
3.4 มีศูนย์รับแจ้งเหตุฉุกเฉินหรือร้องทุกข์					

4.ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่อยู่ในท้องถิ่น					
4.1 การสนับสนุนจากองค์กรเอกชนในการจัดงานไมซ์					
4.2 การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในการจัดงานไมซ์					
4.3 ความหลากหลายของบริษัทนำเที่ยว					
4.4 ความหลากหลายของสถานที่การจัดประชุมและการแสดงสินค้า / นิทรรศการ					
4.5 การบริการด้านข้อมูลสถานที่สำคัญในพื้นที่					
5. ด้านภาพลักษณ์และสิ่งดึงดูดใจ					
5.1 ความมั่นคงปลอดภัย					
5.2 ความมีชื่อเสียงของจังหวัด					
5.3 ความน่าสนใจของจังหวัด					
5.4 ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว					
5.5 ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว					
5.6 ความมีเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว					
5.7 ประสบการณ์การจัดงานในอดีต					
6.ด้านบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์					
6.1 คุณภาพการบริการของพนักงาน					
6.2 การติดต่อสื่อสาร/ประสานงาน					
6.3 ความเป็นมืออาชีพ/ความเชี่ยวชาญ					
6.4 ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ					
6.5 ความรู้ความสามารถในการจัดงาน					
6.6 มีไหวพริบ แก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี					
7.ด้านกิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือจากการประชุม					
7.1 สถานที่นันทนาการ/ออกกำลังกาย					
7.2 มีกิจกรรมนันทนาการทั้งก่อนและหลังการประชุม					
7.3 สถานที่สร้างสรรค์ทางสังคม					
7.4 มีบริการเสริม นอกเหนือจากการเข้าร่วมงาน เช่น บริการนำเที่ยว สถานบันเทิง					
7.5 โอกาสในการติดต่อทางธุรกิจ					

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ในการพัฒนาการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยว
เพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....





แบบสอบถาม

เรื่อง ยุทธศาสตร์การพัฒนาจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็น
รางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา

แบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบการการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัด
แสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา

คำชี้แจง : แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการวิจัยเพื่อศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นของ
ผู้ประกอบการ การจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ
จังหวัดสงขลา ข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามจะถูกรวบรวมเพื่อใช้ในการศึกษา และเป็นประโยชน์ต่อ
การเสนอแนวทางในแผนพัฒนายุทธศาสตร์สำหรับจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การ
ท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลาต่อไป

แบบสอบถามชุดนี้แบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 : แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อ
เป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ

ส่วนที่ 3 : ระดับความคิดเห็นต่อการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดง
สินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา

ส่วนที่ 4 : ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ

ขอขอบพระคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมา ณ โอกาสนี้

นางสาวนุชนนตรี กาฬสมุทร์

คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยศิลปากร

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย / ลงใน () หรือกรอกข้อความลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็น/
สถานภาพของท่านมากที่สุด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.เพศ

- () ชาย () หญิง

2.อายุ

- () ต่ำกว่า 20 ปี () 20 – 30 ปี () 31 – 40 ปี
() 41 – 50 ปี () 51 – 60 ปี () มากกว่า 60 ปี

3.สถานภาพสมรส

- () โสด () สมรส () หม้าย / หย่าร้าง

4.ระดับการศึกษา

- () ต่ำกว่าปริญญาตรี () ปริญญาตรี () ปริญญาโท () ปริญญาเอก

5.อาชีพ

- () ข้าราชการ () พนักงานของรัฐ () ลูกจ้างประจำ / ชั่วคราว
() พนักงานรัฐวิสาหกิจ () พนักงานเอกชน () ธุรกิจส่วนตัว
() นักเรียน / นักศึกษา () อื่นๆโปรดระบุ.....

6.รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (รวมรายได้หลักและรายได้เสริม)

- () น้อยกว่า 10,000 บาท () 10,001 – 20,000 บาท
() 20,001 – 30,000 บาท () 30,001 – 40,000 บาท
() 40,001 – 50,000 บาท () มากกว่า 50,000 บาท

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ

1.ลักษณะการให้บริการธุรกิจการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดง สินค้าและนิทรรศการ (ตอบเพียง 1 ข้อ)

- () ธุรกิจรับจัดประชุม (Professional Convention organizer : PCO)
- () ธุรกิจจัดงานแสดงสินค้ามืออาชีพ (Professional Exhibition organizer : PEO)
- () ธุรกิจรับจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Destination Management Company : DMC)
- () ธุรกิจให้บริการด้านสถานที่จัดประชุมและนิทรรศการ (Venue)
- () ธุรกิจที่พักแรมและอาหาร (Accommodation and Food Business)
- () ธุรกิจนำเที่ยวและธุรกิจบันเทิง (Tour Business and Entertainment Business)
- () ธุรกิจขนส่ง (Transportation Business)
- () ธุรกิจรับเหมา (Contractor) หมายถึง ธุรกิจที่เกี่ยวกับการออกแบบสถานที่ก่อสร้างและตกแต่ง คูหา เพื่อให้แสดงสินค้า รวมถึงธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดเวทีแสดง ระบบเสียง ระบบไฟฟ้า
- () ธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้อง (Other Related Business) หมายถึง ธุรกิจอื่นนอกเหนือจากที่กล่าวมา ที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE ได้แก่ ธุรกิจโฆษณา ธุรกิจสิ่งพิมพ์ ธุรกิจทำความสะอาด ธุรกิจรักษาความปลอดภัย ธุรกิจธนาคาร เป็นต้น

2.ประเภทของธุรกิจ

- () ห้างหุ้นส่วน () ห้างหุ้นส่วนสามัญ () บริษัทมหาชนจำกัด
- () บริษัทจำกัด (มหาชน) () กิจการเจ้าของคนเดียว () อื่น ๆ โปรดระบุ

.....

3. ท่านทำงานในตำแหน่งใด

- () เจ้าของกิจการ () ผู้บริหาร () หัวหน้าฝ่าย/หัวหน้างาน
- () พนักงาน

4. ระยะเวลาที่ท่านทำงานในธุรกิจ

- () น้อยกว่า 2 ปี () 2-4 ปี () 4-6 ปี () มากกว่า 6 ปี

5. จำนวนพนักงานในองค์กร

- () น้อยกว่า 5 คน () 6-10 คน () 11 -15 คน
 () มากกว่า 15 คน

6. การเติบโตของธุรกิจ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () กำลังเพิ่มจำนวนพนักงาน
 () กำลังขยายสาขาหรือเพิ่มพื้นที่ในการรับงาน
 () กำลังเพิ่มสายงาน (ให้บริการด้านอื่นๆ เพิ่ม นอกเหนือจากการจัดงาน)

7. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของการดำเนินธุรกิจ (ขององค์กร)

- () ต่ำกว่า 30,000 บาท () 30,001 – 60,000 บาท () 60,001 – 90,000 บาท
 () 90,001- 120,000 บาท () 120,000 – 150,000 บาท () มากกว่า 150,000 บาท

8. ท่านคิดว่าปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจเดินทางมายังจังหวัดสงขลาเพื่อการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ คือ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () ด้านโครงสร้างพื้นฐาน () ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก
 () ด้านความมั่นคงและปลอดภัย () ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน
 () อยู่ในท้องถิ่น () ด้านภาพลักษณ์และสิ่งดึงดูดใจ
 () ด้านบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ () ด้านกิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือจากการประชุม

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามระดับความคิดเห็นต่อการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล
การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการจังหวัดสงขลา

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย / หน้าข้อที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ช่องระดับความคิดเห็น ระดับ 1= เห็นด้วยน้อยมาก 2=เห็นด้วยน้อย 3 =เห็นด้วยปานกลาง 4= เห็น
ด้วยมาก

และ 5 = เห็นด้วยมากที่สุด

ความคิดเห็นต่อการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา	ระดับความคิดเห็น				
	1	2	3	4	5
1.ด้านโครงสร้างพื้นฐาน					
1.1 โครงสร้างพื้นฐานและระบบสาธารณูปโภค					
1.2 ระบบคมนาคมขนส่ง					
1.3 ความสะดวกของการเข้าถึงสถานที่จัดงาน					
1.4 ความสะดวกในการเข้าถึงที่พัก					
1.5 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเข้าร่วมงาน					
2.ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
2.1 ขนาดและพื้นที่ในการจัดงาน					
2.2 คุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกของสถานที่จัด งาน					
2.3 ความพร้อมของอุปกรณ์ไฮดรอลิก/ศุนุอุปกรณ์					
2.4 มาตรฐานของที่พัก					
2.5 ความหลากหลายของที่พัก					
2.6 ความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายด้านโรงแรมที่พัก					
2.7 ความหลากหลายของภัตตาคาร/ร้านอาหาร					
2.8 คุณภาพของการบริการอาหารและเครื่องดื่ม					
2.9 ความหลากหลายของห้างสรรพสินค้า/แหล่งช้อปปิ้ง					
3.ด้านความมั่นคงและปลอดภัย					
3.1 ระบบการรักษาความปลอดภัยภายในงาน					
3.2 ความปลอดภัยของผู้เข้าร่วมงานและนักท่องเที่ยว					
3.3 ความมั่นคงด้านการเมือง					
3.4 มีศูนย์รับแจ้งเหตุฉุกเฉินหรือร้องทุกข์					

4.ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่อยู่ในท้องถิ่น					
4.1 การสนับสนุนจากองค์กรเอกชนในการจัดงานไมซ์					
4.2 การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในการจัดงานไมซ์					
4.2 ความหลากหลายของบริษัทนำเที่ยว					
4.3 ความหลากหลายของสถานที่จัดประชุมและการแสดงสินค้า / นิทรรศการ					
4.4 การบริการด้านข้อมูลสถานที่สำคัญในพื้นที่					
5. ด้านภาพลักษณ์และสิ่งดึงดูดใจ					
5.1 ความมั่นคงปลอดภัย					
5.2 ความมีชื่อเสียงของจังหวัด					
5.3 ความน่าสนใจของจังหวัด					
5.4 ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว					
5.5 ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว					
5.6 ความมีเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว					
5.7 ประสบการณ์การจัดงานในอดีต					
6.ด้านบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์					
6.1 คุณภาพการบริการของพนักงาน					
6.2 การติดต่อสื่อสาร/ประสานงาน					
6.3 ความเป็นมืออาชีพ/ความเชี่ยวชาญ					
6.4 ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ					
6.5 ความรู้ความสามารถในการจัดงาน					
6.6 มีไหวพริบ แก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี					
7.ด้านกิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือจากการประชุม					
7.1 สถานที่นันทนาการ/ออกกำลังกาย					
7.2 มีกิจกรรมนันทนาการทั้งก่อนและหลังการประชุม					
7.3 สถานที่สร้างสรรค์ทางสังคม					
7.4 มีบริการเสริม นอกเหนือจากการเข้าร่วมงาน เช่น บริการนำเที่ยว สถานบันเทิง					

7.5 โอกาสในการติดต่อทางธุรกิจ					
-------------------------------	--	--	--	--	--

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ ในการพัฒนาการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยว
เพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ จังหวัดสงขลา

.....

.....

.....

.....

.....



ขอขอบพระคุณในความอนุเคราะห์เป็นอย่างสูง
นางสาวนุชนัตร กาศสมุทร์
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร



ยุทธศาสตร์ที่ 1. ส่งเสริม สนับสนุน และยกระดับ ให้สงขลาเป็นผู้ไม่ซีในภูมิภาค

กลยุทธ์	ความถูกต้อง					ความเหมาะสม					ความเป็นไปได้					ความเป็นประโยชน์				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
เป้าประสงค์ : จังหวัดสงขลามีภาพลักษณ์ที่ดีทั้งด้านการท่องเที่ยว การลงทุนสนับสนุนการเป็นผู้นำอุตสาหกรรมไม่ซีในภูมิภาค																				
กลยุทธ์ที่ 1. ส่งเสริมด้านการประชาสัมพันธ์ การตลาดเชิงรุก เพื่อเจาะตลาดกลุ่มไม่ซีเป้าหมาย																				
กลยุทธ์ที่ 2. สนับสนุนให้คนในพื้นที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาอุตสาหกรรมไม่ซี																				
กลยุทธ์ที่ 3. ส่งเสริมการท่องเที่ยวภายใต้ความหลากหลายทางวัฒนธรรมเชื่อมโยงกิจกรรมหลังการประชุม																				

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ที่ 1

.....

.....

.....

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ศูนย์กลางเชื่อมโยงการค้าและการลงทุนอุตสาหกรรมแม่ข่ายในภูมิภาค

กลยุทธ์	ความถูกต้อง					ความเหมาะสม					ความเป็นไปได้					ความเป็นประโยชน์				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
เป้าประสงค์ : ระบบเครือข่ายคมนาคมได้รับการพัฒนาให้รองรับการขยายตัวทางเศรษฐกิจเพื่อเพิ่มมูลค่าการค้า การลงทุน ในอุตสาหกรรมแม่ข่าย																				
กลยุทธ์ที่ 1. ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานให้เหมาะสมกับการลงทุนในอุตสาหกรรมแม่ข่าย																				
กลยุทธ์ที่ 2. พัฒนาระบบโครงข่ายคมนาคมให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล																				
กลยุทธ์ที่ 3. พัฒนารูปแบบและกิจการทางทะเลเพื่อรองรับการจัดกิจกรรมแม่ข่ายในทุกรูปแบบ																				

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ที่ 2

.....

.....

.....

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านความมั่นคงและปลอดภัย

กลยุทธ์	ความถูกต้อง					ความเหมาะสม					ความเป็นไปได้					ความเป็นประโยชน์				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
เป้าประสงค์ : สงขลาเป็นเมืองสงบ มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินพัฒนาอุตสาหกรรมไม่มีความยั่งยืน เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและชุมชน																				
กลยุทธ์ที่ 1. จัดตั้งศูนย์อำนวยความสะดวกให้กับ ดูแล และช่วยเหลือ นักท่องเที่ยว																				
กลยุทธ์ที่ 2. ประสานความร่วมมือกับทุกภาคีในการสร้างความมั่นคง และปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินให้กับประชาชน																				
กลยุทธ์ที่ 3. ส่งเสริมการบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับความมั่นคง ปลอดภัยอย่างเคร่งครัด																				

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ที่ 3

.....

.....

.....

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ส่งเสริมและพัฒนาการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมของเครือข่ายภาคีภาครัฐ เอกชน และประชาชนเพื่อรองรับการจัดกิจกรรมไมซ์

กลยุทธ์	ความถูกต้อง					ความเหมาะสม					ความเป็นไปได้					ความเป็นประโยชน์				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
เป้าประสงค์ : ส่งเสริมการพัฒนาาร่วมกันในระดับนโยบาย สนับสนุนให้คนในพื้นที่มีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์																				
กลยุทธ์ที่ 1. ส่งเสริมการพัฒนาาร่วมกันในระดับนโยบาย สถาบัน ผู้เกี่ยวข้อง และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมไมซ์																				
กลยุทธ์ที่ 2. สร้างความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านทั้งระดับภาคี และพหุภาคี เพื่อเชื่อมโยงด้านเศรษฐกิจ การค้า การลงทุน การท่องเที่ยว ตามแผนงานการพัฒนา IMT-GT																				
กลยุทธ์ที่ 3. การจัดทำฐานข้อมูลการจัดประชุม การแสดงสินค้า และนิทรรศการ																				

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ที่ 4

.....

.....

.....

ยุทธศาสตร์ที่ 5 ยกระดับคุณภาพและมาตรฐานการบริการอย่างเป็นระบบ

กลยุทธ์	ความถูกต้อง					ความเหมาะสม					ความเป็นไปได้					ความเป็นประโยชน์				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
เป้าประสงค์ : บุคลากรด้านการท่องเที่ยวได้รับการพัฒนา ยกระดับคุณภาพการบริการให้ได้มาตรฐานเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมบริการให้สอดคล้องกับความต้องการในตลาดแรงงาน																				
กลยุทธ์ที่ 1. พัฒนาศูนย์คุณภาพการบริการและเพิ่มขีดความสามารถของบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์																				
กลยุทธ์ที่ 2. ส่งเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการไมซ์ที่ได้มาตรฐาน สามารถแข่งขันในระดับนานาชาติได้																				
กลยุทธ์ที่ 3. จัดตั้งสถาบันพัฒนากำลังคนด้านไมซ์ (MICE Academy)																				

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ที่ 5

.....

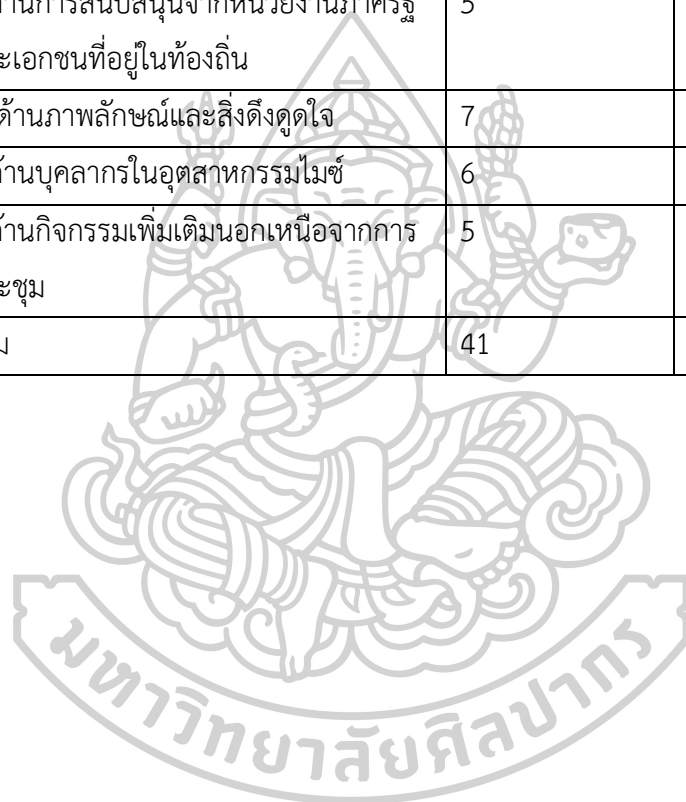
.....

ภาคผนวก ง
คุณภาพของเครื่องมือวิจัย



ตารางที่ 54 สรุปค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามแบ่งตามรายด้าน

ตัวแปรสังเกตได้	จำนวนข้อคำถาม	ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา Cronbach's Alpha
1.ด้านโครงสร้างพื้นฐาน	5	.918
2.ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	9	.889
3.ด้านความมั่นคงและปลอดภัย	4	.800
4.ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ และเอกชนที่อยู่ในท้องถิ่น	5	.819
5. ด้านภาพลักษณ์และสิ่งดึงดูดใจ	7	.960
6.ด้านบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์	6	.838
7.ด้านกิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือจากการ ประชุม	5	.918
รวม	41	.976



ภาคผนวก จ
หนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัย







ที่ ศธ 6806(จ) 1320
๑/๑

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

23 กุมภาพันธ์ 2561

เรื่อง ขออนุญาตเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

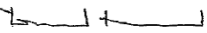
เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุทธิชัย พิสุทธิเสวีวงศ์

ด้วย นางสาวนุชนนตรี กาฬสมุทร รหัสประจำตัว 57604808 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง " รูปแบบการพัฒนายุทธศาสตร์ สำหรับจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ (MICE Destination) : กรณีศึกษาจังหวัดสงขลา "

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความประสงค์ ขอเรียนเชิญท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษาดังกล่าว เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ


(รองศาสตราจารย์ ดร.ไชยยศ ไทวิทยศิริธรรม)
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย
รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
นครปฐม โทร.034-218790



ที่ ศบ 6806/1321

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

23 กุมภาพันธ์ 2561

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

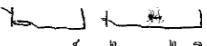
เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ผกากรอง เทพรัญ

ด้วย นางสาวนุชนนทร กาฬสมุทร รหัสประจำตัว 57604808 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต
สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "รูปแบบการพัฒนายุทธศาสตร์
สำหรับจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ
(MICE Destination) : กรณีศึกษาจังหวัดสงขลา "

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความประสงค์ ขอเรียนเชิญท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้
ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษาดังกล่าว เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ


(รองศาสตราจารย์ ดร.ไชยยศ ไพวิทยศิริธรรม)
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย
รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
นครปฐม โทร.034-218790



บันทึกข้อความ

ส่วนงาน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

โทร.034-218790

ที่ ศธ 6806(ขจ)/1322

วันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2561

เรื่อง ขอบเชิญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เรียน อาจารย์ ดร.นิธิกร ม่วงศรีเขียว

ด้วย นางสาวนุชนนทร กาศสมุทร์ รหัสประจำตัว 57604808 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง " รูปแบบการพัฒนายุทธศาสตร์ สำหรับจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ (MICE Destination) : กรณีศึกษาจังหวัดสงขลา "

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความประสงค์ ขอเรียนเชิญท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษาดังกล่าว เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

(รองศาสตราจารย์ ดร. ไชยยศ ไพวิทยศิริธรรม)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย



ที่ ศท 6806 (จ.ศ.) / 1323

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

23 กุมภาพันธ์ 2561

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เรียน อาจารย์ ดร.ทรงสิน ธีระกุลพิศุทธิ์

ด้วย นางสาวนุชนนตรี กาฬสมุทร รหัสประจำตัว 57604808 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง " รูปแบบการพัฒนายุทธศาสตร์ สำหรับจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ (MICE Destination) : กรณีศึกษาจังหวัดสงขลา "

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความประสงค์ ขอเรียนเชิญท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษาดังกล่าว เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ไชยยศ ไพวิทยศิริธรรม)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
นครปฐม โทร.034-218790



ที่ ศธ 6806 (๙๕)/1324

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

23 กุมภาพันธ์ 2561

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เรียน นายศิริชัย เขาวนปรีชา

ด้วย นางสาวนุชนนตรี กาฬสมุทร รหัสประจำตัว 57604808 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต
สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง " รูปแบบการพัฒนายุทธศาสตร์
สำหรับจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ
(MICE Destination) : กรณีศึกษาจังหวัดสงขลา "

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความประสงค์ ขอเรียนเชิญท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้
ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษาดังกล่าว เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร. ไชยยศ ไชววิทยศิริธรรม)
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย
รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
นครปฐม โทร.034-218790

ภาคผนวก ฉ

หนังสือขอความอนุเคราะห์ขอสัมภาษณ์เชิงลึก





ที่ ศธ 6806 (นส) / พ ๒๕๖๒

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

6 ธันวาคม 2560

เรื่อง ขอสัมภาษณ์

เรียน ผู้ว่าราชการจังหวัดสงขลา

ด้วย นางสาวนุชนนตรี กาฬสมุทร รหัสประจำตัว 57604808 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต
สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "รูปแบบการพัฒนายุทธศาสตร์
สำหรับจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ
(MICE Destination) : กรณีศึกษาจังหวัดสงขลา" มีความประสงค์ จะขอสัมภาษณ์ ท่าน เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดให้สัมภาษณ์แก่นักศึกษาดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ไชยยศ ไพวิทยศิริธรรม)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
นครปฐม โทร.034-218790



ที่ ศร 6806 (นจ) / พิ ๒๕๖

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

14 กันยายน 2560

เรื่อง ขอสัมภาระ

เรียน นายกองค้การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา

ด้วย นางสาวนุชนนทร กาศสมุทร รหัสประจำตัว 57604808 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง " รูปแบบการพัฒนายุทธศาสตร์ สำหรับจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ (MICE Destination) : กรณีศึกษาจังหวัดสงขลา " มีความประสงค์ จะขอสัมภาระ ท่าน เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดให้สัมภาระแก่นักศึกษาดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ไชยยศ ไพวิทยศิริธรรม)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
นครปฐม โทร.034-218790



ที่ ศท 6806 (น.จ.) / พ. 6๗1๒

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

14 กันยายน 2560

เรื่อง ขอสัมภาษณ์

เรียน คุณนิชาภา ยศวีร์ ผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์

ด้วย นางสาวนุชนนตรี กาศสมุทร รหัสประจำตัว 57604808 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต
สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง " รูปแบบการพัฒนายุทธศาสตร์
สำหรับจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ
(MICE Destination) : กรณีศึกษาจังหวัดสงขลา " มีความประสงค์ จะขอสัมภาษณ์ ท่าน เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดให้สัมภาษณ์แก่นักศึกษาดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ไชยยศ ไพวิทยศิริธรรม)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
นครปฐม โทร.034-218790



ที่ ศธ 6806 (น.จ.) / พิ ๒๗๒

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

14 กันยายน 2560

เรื่อง ขอสัมภาษณ์

เรียน คุณสุเมธ สุทัศน์ ณ อยุธยา นายกสมาคมส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ (ไทย)

ด้วย นางสาวนุชนนตรี กาศสมุทร รหัสประจำตัว 57604808 นักศึกษาระดับปริญญาตรี บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "รูปแบบการพัฒนายุทธศาสตร์ สำหรับจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ (MICE Destination) : กรณีศึกษาจังหวัดสงขลา" มีความประสงค์ จะขอสัมภาษณ์ ท่าน เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดให้สัมภาษณ์แก่นักศึกษาดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ไชยยศ ไพวิทยศิริธรรม)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
นครปฐม โทร.034-218790



ที่ ศธ 6806 (นจ) / พ ๒๕๖๒

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

14 กันยายน 2560

เรื่อง ขอสัมภาษณ์

เรียน คุณเทียมใจ บุญนาค ผู้จัดการสมาคมการแสดงสินค้า (ไทย)

ด้วย นางสาวนุชนนทร กาฬสมุทร รหัสประจำตัว 57604808 นักศึกษาระดับปริญญาตรี บัณฑิตวิทยาลัย สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "รูปแบบการพัฒนายุทธศาสตร์ สำหรับจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ (MICE Destination) : กรณีศึกษาจังหวัดสงขลา" มีความประสงค์ จะขอสัมภาษณ์ ท่าน เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดให้สัมภาษณ์แก่นักศึกษาดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ไชยยศ ไพวิทยศิริธรรม)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
นครปฐม โทร.034-218790



ที่ ศษ 6806 (น.จ.) / พ. ๑๗๒

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์

อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

14 กันยายน 2560

เรื่อง ขอสัมภาษณ์

เรียน คุณภาณุ วรมิตร ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานหาดใหญ่

ด้วย นางสาวนุชนนตรี ภาพสมุทร์ รหัสประจำตัว 57604808 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "รูปแบบการพัฒนายุทธศาสตร์ สำหรับจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ (MICE Destination) : กรณีศึกษาจังหวัดสงขลา" มีความประสงค์ จะขอสัมภาษณ์ ท่าน เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดให้สัมภาษณ์แก่นักศึกษาดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ไชยศ ไพวิทยศิริธรรม)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
นครปฐม โทร.034-218790



ที่ ศธ 6806 (น.จ.) / พ. 6๗๒๙

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

14 กันยายน 2560

เรื่อง ขอสัมภาษณ์

เรียน ท้องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสงขลา

ด้วย นางสาวนุชนทร กาศสมุทร รหัสประจำตัว 57604808 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต
สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "รูปแบบการพัฒนาอุตสาหกรรม
สำหรับจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ
(MICE Destination) : กรณีศึกษาจังหวัดสงขลา" มีความประสงค์ จะขอสัมภาษณ์ ท่าน เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดให้สัมภาษณ์แก่นักศึกษาดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วิชัยศ ไพวิทยศิริธรรม)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
นครปฐม โทร.034-218790



ที่ ศธ 6806 (น.จ) / ศพ 60/๒๕

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

14 กันยายน 2560

เรื่อง ขอสัมภาษณ์

เรียน คณบดีคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ด้วย นางสาวนุชนนตรี กาฬสมุทร รหัสประจำตัว 57604808 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง " รูปแบบการพัฒนายุทธศาสตร์ สำหรับจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ (MICE Destination) : กรณีศึกษาจังหวัดสงขลา " มีความประสงค์ จะขอสัมภาษณ์ ท่าน เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดให้สัมภาษณ์แก่นักศึกษาดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไชยยศ ไพวิทยศิริธรรม)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
นครปฐม โทร.034-218790



ที่ ศบ 6806 (น.จ.) / พิ 6๑๒๙

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

14 กันยายน 2560

เรื่อง ขอสัมภาษณ์

เรียน คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ด้วย นางสาวนุชนนตรี กาศสมุทร รหัสประจำตัว 57604808 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง " รูปแบบการพัฒนายุทธศาสตร์ สำหรับจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ (MICE Destination) : กรณีศึกษาจังหวัดสงขลา " มีความประสงค์ จะขอสัมภาษณ์ ท่าน เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดให้สัมภาษณ์แก่นักศึกษาดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพชยศ ไพวิทยศิริธรรม)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
นครปฐม โทร.034-218790

ที่ ศธ 6806 (น.จ.) / ศพ 6019



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

14 กันยายน 2560

เรื่อง ขอสัมภาษณ์

เรียน ประธานหอการค้าจังหวัดสงขลา

ด้วย นางสาวนุชนนตรี กาศสมุทร รหัสประจำตัว 57604808 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "รูปแบบการพัฒนายุทธศาสตร์ สำหรับจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ (MICE Destination) : กรณีศึกษาจังหวัดสงขลา" มีความประสงค์ จะขอสัมภาษณ์ ท่าน เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดให้สัมภาษณ์แก่นักศึกษาดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ไชยยศ ไพวิทยศิริธรรม)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
นครปฐม โทร.034-218790



ที่ ศธ 6806 (น.จ.) / พ ๒๐๗๒

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

6 ธันวาคม 2560

เรื่อง ขอสัมภาษณ์

เรียน พัฒนาการจังหวัดสงขลา

ด้วย นางสาวนุชนนตรี กาฬสมุทร รหัสประจำตัว 57604808 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "รูปแบบการพัฒนายุทธศาสตร์ สำหรับจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ (MICE Destination) : กรณีศึกษาจังหวัดสงขลา" มีความประสงค์ จะขอสัมภาษณ์ ท่าน เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดให้สัมภาษณ์แก่นักศึกษาดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ไชยยศ ไพวิทยศิริธรรม)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
นครปฐม โทร.034-218790

ที่ ศบ 6806 (น.จ.) / พ. ๒๕๖๒



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

14 กันยายน 2560

เรื่อง ขอสัมภาษณ์

เรียน ผู้อำนวยการศูนย์ประชุมนานาชาติคลองศิริราชครบ 60 ปี

ด้วย นางสาวนุชนนตรี กาพสมุทร์ รหัสประจำตัว 57604808 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง " รูปแบบการพัฒนาอุตสาหกรรม สำหรับจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ (MICE Destination) : กรณีศึกษาจังหวัดสงขลา " มีความประสงค์ จะขอสัมภาษณ์ ท่าน เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดให้สัมภาษณ์แก่นักศึกษาดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ไชยศ ไพวิทยศิริธรรม)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
นครปฐม โทร.034-218790

ที่ ศษ 6806 (ข.จ.) / พิ ๒๐๒๙



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

14 กันยายน 2560

เรื่อง ขอสัมภาษณ์

เรียน นายกสมาคมธุรกิจการทองเที่ยวจังหวัดสงขลา

ด้วย นางสาวนุชนนทร ภาพสมุทร์ รหัสประจำตัว 57604808 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง " รูปแบบการพัฒนายุทธศาสตร์ สำหรับจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ (MICE Destination) : กรณีศึกษาจังหวัดสงขลา " มีความประสงค์ จะขอสัมภาษณ์ ท่าน เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดให้สัมภาษณ์แก่นักศึกษาดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ไชยยศ ไพวิทยศิริธรรม)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
นครปฐม โทร.034-218790





ที่ ศร 6806 (น.จ.) / พ. ๒๕๖๕

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

14 กันยายน 2560

เรื่อง ขอสัมภาษณ์

เรียน นายกสมาคม โรงแรมหาดใหญ่-สงขลา

ด้วย นางสาวนุชนนตรี กาศสมุทร รหัสประจำตัว 57604808 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "รูปแบบการพัฒนาอุตสาหกรรม สำหรับจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ (MICE Destination) : กรณีศึกษาจังหวัดสงขลา" มีความประสงค์ จะขอสัมภาษณ์ ท่าน เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดให้สัมภาษณ์แก่นักศึกษาดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ไชยยศ ไทวิทยศิริธรรม)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
นครปฐม โทร.034-218790



ที่ ศธ 6806 (น.จ.) / พ. ๒๕๖๒

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

14 กันยายน 2560

เรื่อง ขอสัมภาษณ์

เรียน ผู้ช่วยผู้จัดการทั่วไป โรงแรมชาภูระ แกรนด์วิว

ด้วย นางสาวนุชนนตรี กาศสมุทร รหัสประจำตัว 57604808 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "รูปแบบการพัฒนายุทธศาสตร์ สำหรับจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ (MICE Destination) : กรณีศึกษาจังหวัดสงขลา" มีความประสงค์ จะขอสัมภาษณ์ ท่าน เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดให้สัมภาษณ์แก่นักศึกษาดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ไชยยศ ไพวิทยศิริธรรม)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
นครปฐม โทร.034-218790



ที่ ศษ 6806 (นจ) / ศพ 6๗1๒

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

14 กันยายน 2560

เรื่อง ขอสัมภาษณ์

เรียน ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายบุคคล โรงแรมบุรีศรีภู บูติกโฮเต็ล

ด้วย นางสาวนุชนนตรี กาพสมุทธิ์ รหัสประจำตัว 57604808 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง " รูปแบบการพัฒนาศาสตร์ สำหรับจุดหมายปลายทางของการจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ (MICE Destination) : กรณีศึกษาจังหวัดสงขลา" มีความประสงค์ จะขอสัมภาษณ์ ท่าน เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในกรณีนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดให้สัมภาษณ์แก่นักศึกษาดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไชยยศ ไพวิทยศิริธรรม)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
นครปฐม โทร.034-218790

ภาคผนวก ช

รูปภาพการลงพื้นที่เพื่อสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลัก





ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 1



ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 2



ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 3



ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 4



ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 5



ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 6



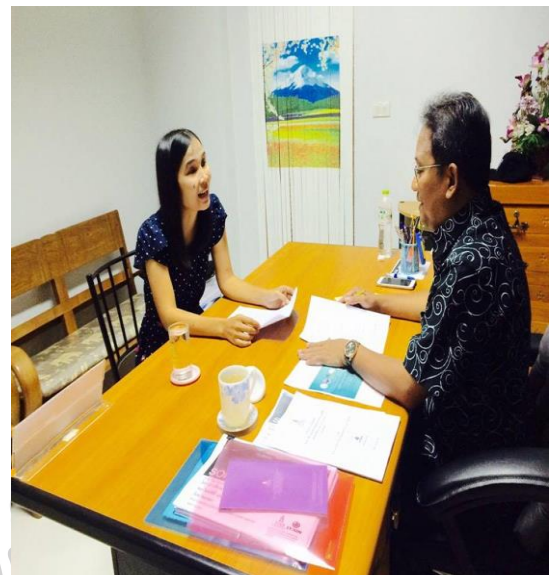
ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 7



ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 8



ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 9



ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 10



ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 11



ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 12



ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 13

ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 14



ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 15



ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 16



ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 17



รายการอ้างอิง





ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นางสาวนุชเนตร กาฬสมุทร์
วัน เดือน ปี เกิด	1 มิถุนายน 2526
สถานที่เกิด	จังหวัดสุราษฎร์ธานี
วุฒิการศึกษา	พ.ศ.2548 สำเร็จการศึกษาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการโรงแรมและ การท่องเที่ยว คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล รัตนโกสินทร์ วิทยาเขตวังไกลกังวล พ.ศ.2551 สำเร็จการศึกษาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการโรงแรม และการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยนเรศวร พ.ศ. 2557 ศึกษาต่อระดับปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ที่อยู่ปัจจุบัน	80/54 หมู่ 5 ตำบลเขารูปช้าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา 90000

