



ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกจังหวัดนครพนมเป็นสถานที่จัดกิจกรรม MICE Factors for selecting NakhonPhanom province as a MICE city

พิไลวรรณ พูลสวัสดิ์¹, สุภัทรา นพฤทธิ์², และสุริยันต์ สุระเกรียงไกร³

Pilaiwan Poolsawat¹ Supratra Nopparit² and Suriyan Surakreangkrai³

มหาวิทยาลัยนครพนม

Nakhon Phanom University

Corresponding author, E-mail: pilaiwan.poolsawat@npu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกจังหวัดนครพนมเป็นสถานที่จัดกิจกรรม MICE และ (2) หาแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรม MICE ในจังหวัดนครพนม เป็นการศึกษาวิจัยแบบผสมผสาน โดยการวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นการการสัมภาษณ์ผู้จัดงานที่มาใช้บริการสถานที่ในการจัดกิจกรรม MICE ที่อาคารศรีโคตรบูรณ์ และการวิจัยเชิงปริมาณ เป็นการสำรวจความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกจังหวัดนครพนม เป็นสถานที่จัดกิจกรรม MICE จากกลุ่มตัวอย่างของผู้เข้าร่วมงานที่อาคารศรีโคตรบูรณ์ คุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีความเชื่อมั่น 0.94 ผลการวิจัยพบว่า

1. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกจังหวัดนครพนม เป็นสถานที่จัดกิจกรรม MICE โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ 1.1 ด้านที่พัก 1.2 ด้านสถานที่ท่องเที่ยว 1.3 ด้านความมั่นคงและความปลอดภัย 1.4 ด้านการสนับสนุนของภาครัฐและเอกชน 1.5 ด้านความสามารถของบุคลากรที่จัดงาน 1.6 ด้านสถานที่จัดงาน 1.7 ด้านภาพลักษณ์ของจังหวัดนครพนม และ 1.8 ด้านการเข้าถึง โดยผู้เข้าร่วมสัมมนาที่มีเพศอายุ ระดับการศึกษา ภูมิภาค รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกจังหวัดนครพนมเป็นสถานที่จัดกิจกรรม MICE ไม่แตกต่างกัน

2. แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว พบว่า ควรมีความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนและที่สำคัญประชาชนทุกคนในจังหวัดต้องมีการพัฒนาแบบมีส่วนร่วมอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งแสดงออกถึงการทำกิจกรรมร่วมกัน การเป็นเจ้าบ้านที่ดีในการต้อนรับนักท่องเที่ยว ประชาสัมพันธ์ให้จังหวัดนครพนมเป็นที่รู้จัก ควรมีการจัดตั้งคณะกรรมการด้านการท่องเที่ยวรูปแบบ MICE และจัดตั้งศูนย์กลาง MICE เพื่อทำหน้าที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูล การพัฒนาบุคลากร การจัดฝึกอบรม ส่งเสริมการตลาดให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย มีการประสานงานความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งยังควรให้ความสำคัญในการพัฒนามาตรฐานของสถานที่ในการจัดงานประชุม และนิทรรศการให้ได้มาตรฐาน รองรับนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE ได้เป็นจำนวนมาก ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก อุปกรณ์ที่ใช้ในห้องประชุม รวมไปถึงการให้ความสำคัญในการพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม MICE เพื่อที่จะได้พัฒนาในเรื่องของการบริการให้ได้มาตรฐานต่อไปในอนาคต จากนั้นสรุปตัวชี้วัดรายด้านตามลำดับ ความสำคัญในการเสนอแนวทางการพัฒนาจังหวัดนครพนมเป็นสถานที่จัดกิจกรรม MICE ต่อไปในอนาคต

คำสำคัญ: MICE ผู้รับบริการ (ผู้จัดงาน, ผู้เข้าร่วมประชุม)



ABSTRACT

The objective of this research is to (1) study the factors affecting the selection of Nakhon Phanom province as a location for MICE activities and (2) find the MICE industry development guidelines in Nakhon Phanom province. This research is a mixed method research; for qualitative research is an interview with the organizers who come to use the MICE venue to organize activities at Srikotraboorn Building, and quantitative research is a survey of opinions on factors affecting the selection of Nakhon Phanom province as the location of MICE activities from a sample of participants at the Srikotraboorn Building, the quality of the instruments used in the research had a reliability of 0.94. The results showed that:

1. The factors affecting the selection of Nakhon Phanom province as the location of MICE activities; the overall is at a high level, consist of: 1.1 Accommodation, 1.2 Tourist attractions, 1.3 Security and safety, 1.4 Public and private support, 1.5 Competency of event personnel, 1.6 Event venue, 1.7 Image of Nakhon Phanom Province, and 1.8 Accessibility. In which the attendees of the seminar who had gender, age, education level, domicile, and average monthly income, had opinions on factors affecting the selection of Nakhon Phanom province as the location of MICE activities was not different.

2. The guidelines for tourism industry development, it is found that there should be cooperation between the public and private sectors, and importantly, all people in the province must have a strong participatory development, which shows the activity together, being a good host to welcome tourists, promote to Nakhon Phanom Province to be known, the MICE Tourism Committee should be established, and the MICE Center should be set up to collect data, human resource development, training, promote marketing to reach the target group, cooperation with relevant agencies, focus on the development of standards for the meeting venue and exhibitions to meet standards, able to accommodate a large number of MICE tourists, availability of facilities, equipment used in the meeting room, Including the importance of the development of personnel related to the MICE industry, in order to develop services in the future. After that, summarize the indicators by order of importance in proposing the development of Nakhon Phanom Province as the location of MICE activities in the future.

Keywords: MICE; Service Recipients (Organizers, Participants)



บทนำ

ปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้อย่างมหาศาลให้แก่หลาย ๆ ประเทศ ทั้งยังมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจโลก ในประเทศไทยการเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจที่เกี่ยวข้องจากการประชุมสัมมนา หรือจัดนิทรรศการที่เรียกว่า MICE ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ให้ประเทศไทยอย่างมหาศาล โดยมีการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 10 ต่อปี (สุจิตรา จันทนา, 2558)

จากการสำรวจข้อมูลของสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในปี 2560 พบว่าสถานการณ์การท่องเที่ยวของไทยในช่วงไตรมาสแรกของปี พ.ศ. 2560 มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.41 และในช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา มีรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.94 เนื่องจากค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนสูงขึ้น และยังพบว่านักท่องเที่ยวในประเทศของคนไทยมีอัตราที่เพิ่มสูงขึ้นร้อยละ 5.43 เป็นผลให้มีการขยายตัวของรายได้ เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 6.53 จากช่วงเวลาเดียวกันจากที่ได้ทำการสำรวจนักท่องเที่ยวกลุ่มธุรกิจ MICE จึงถือเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและมีการใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวต่อคนสูงกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป

กันตภพ บัวทอง (2552) กล่าวถึงธุรกิจ MICE ว่าเป็นธุรกิจสาขาหนึ่งที่กำลังมีบทบาทเป็นอย่างมากในตลาดการท่องเที่ยวของประเทศไทย เนื่องจากเป็นธุรกิจการท่องเที่ยวที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับหลายภาคส่วน ทั้งการเดินทางที่เน้นคุณภาพสูง ที่พักและสถานที่จัดกิจกรรมที่เน้นความสะดวกสบาย นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จึงเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อและความสามารถในการใช้จ่ายสูงกว่านักท่องเที่ยวปกติถึง 3-4 เท่าตัว โดยมักเป็นการสนับสนุนค่าใช้จ่ายของบริษัทที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ทำงานอยู่ ทำให้รายได้เต็มที่และยังรวมไปถึงค่าใช้จ่ายของผู้ติดตามหรือคนในครอบครัวด้วยซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของไพศาล มะระพุทธสุวรรณ (2557) นอกจากนี้ธุรกิจ MICE ยังเป็นธุรกิจที่สามารถกระจายรายได้ไปสู่ธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE คือนักท่องเที่ยวที่มีกำลังจ่ายสูงและมีความต้องการสินค้าและบริการที่ดี มีคุณภาพ จึงส่งผลเชิงบวกแก่หลายธุรกิจ เช่น ธุรกิจการขนส่ง

ธุรกิจที่พัก ธุรกิจเกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจนำเที่ยว รวมไปถึงธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึกและอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (TCEB) ได้มีการผลักดันและส่งเสริมศักยภาพทางด้านพื้นที่ของจังหวัดน่านรองหรือ MICE ซิตี้ (MICE City) ไว้เบื้องต้น 5 จังหวัดอัน ได้แก่ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ ขอนแก่น พัทธยา และภูเก็ตโดยใช้ 3 กลยุทธ์สำคัญคือ Upgrade, Clone และ Invent ประกอบไปด้วยการยกระดับมาตรฐานของการจัดงานและแสดงสินค้าระดับประเทศไปต่อยอดการขายและจัดขึ้นในภูมิภาคอื่น ๆ ตลอดจนสนับสนุนแนวคิดหรือรูปแบบการจัดงานแสดงสินค้าใหม่ ๆ ที่ไม่เคยจัดมาก่อนเพื่อเป็นการกระจายการเจริญเติบโตทางรายได้และเศรษฐกิจไปยังส่วนภูมิภาค (TCEB) จากนโยบายการขยายตลาด MICE ของไทยดังที่กล่าวมาข้างต้น กล่าวได้ว่าธุรกิจ MICE สามารถกระจายรายได้สู่ชุมชนทำให้แต่ละพื้นที่ต้องศึกษาและดึงศักยภาพของตนเองขึ้นมาเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE ให้เข้ามาเลือกจัดกิจกรรมในพื้นที่ของตน

จังหวัดนครพนมแม้จะไม่ได้เป็น 1 ใน 5 จังหวัดนำร่อง MICE ซิตี้ แต่หากมองถึงศักยภาพของตัวจังหวัดที่ได้รับเลือกให้เป็นพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดนครพนมถือว่าเป็นพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษที่ได้เปรียบในเชิงที่ตั้ง "ภูมิศาสตร์" ในการเป็นเมืองศูนย์กลาง การขนส่ง และโลจิสติกส์ ซึ่งยังมีนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE เดินทางเข้ามายังพื้นที่มากที่สุด เมื่อเทียบกับพื้นที่เขตเศรษฐกิจอื่น ๆ จึงถือเป็นพื้นที่แห่งโอกาสในการเติบโตของการค้าการลงทุนกับประเทศเพื่อนบ้านและธุรกิจ MICE ดังนั้นหากเรามีการวางแผนการจัดการที่ดีก็จะสามารถพัฒนาจังหวัดนครพนมในเป็นที่จัดกิจกรรม MICE ได้ต่อไปในอนาคตการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานนครพนม (2562)

จากที่กล่าวมาข้างต้นทำให้ผู้วิจัยเล็งเห็นว่าจังหวัดนครพนมซึ่งถือเป็นจังหวัดเล็ก ๆ แต่มีศักยภาพค่อนข้างสูงทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรม แต่ยังไม่เป็นที่สนใจในนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE เท่าที่ควร จึงเป็นกรณีศึกษาที่น่าสนใจว่าปัจจัยอะไรที่มีส่วนในการตัดสินใจเลือกสถานที่จัดกิจกรรม MICE เพื่อจะได้นำข้อมูลที่ได้มาช่วยกระตุ้นและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้สนใจและเลือกจังหวัดนครพนมเป็นสถานที่ในการจัดกิจกรรม



วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกจังหวัดนครพนมเป็นสถานที่จัดกิจกรรม MICE
2. เพื่อแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรม MICE ในจังหวัดนครพนม

ขอบเขตการวิจัย

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครพนม
2. ด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ 1) Mekong Tourism Coordinating Office 2) สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย และสภาเกษตรกรแห่งชาติ 3) กระทรวงคมนาคม 4) มหาวิทยาลัยนครพนม 5) บริษัทล้งข้อสอบครูผู้ช่วย และกลุ่มผู้เข้าร่วมประชุม สัมมนา ที่เข้ามาใช้บริการ ณ ห้องประชุม อาคารศรีโคตรบูรณ วิทยาลัยการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยนครพนม

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้านี้ โดยวิธีการสุ่มเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) คือ กลุ่มผู้เข้าร่วมประชุม สัมมนา กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ช่วงเวลาที่จะใช้เก็บข้อมูลระหว่าง เดือนมิถุนายน-สิงหาคม พ.ศ. 2561

3. ขอบเขตด้านเนื้อหาในการวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการการจัดประชุมและสัมมนาในจังหวัดนครพนม ซึ่งประกอบด้วย 8 ด้าน ดังนี้ ด้านสถานที่จัดงานด้านการเข้าถึงด้านที่พัก ด้านสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดนครพนม ด้านธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ด้านความสามารถของบุคลากรที่จัดงาน ด้านการสนับสนุนของภาครัฐและเอกชน และด้านภาพลักษณ์ของจังหวัด

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา โดยใช้แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามในการเก็บข้อมูลผู้รับบริการในธุรกิจการจัดประชุมในพื้นที่ จังหวัดนครพนมเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วน ซึ่งมีกระบวนการ และขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 เริ่มจากการรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิเอกสารอ้างอิงเชิงบริบทเชิงพื้นที่ที่ได้จากหนังสือ งานวิจัย และบทความต่าง ๆ ตลอดจน

แหล่งข้อมูลเชิงสถิติ และฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อศึกษาความสำคัญของปัญหา

ขั้นตอนที่ 2 เป็นการศึกษาค้นคว้าเอกสารและตำราที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม MICE องค์การที่มีความเกี่ยวข้อง โครงสร้างของธุรกิจการจัดประชุม สภาพแวดล้อมทางการตลาด ข้อมูลพื้นฐานจังหวัดนครพนม ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้ในการสร้างกรอบแนวความคิดในการวิจัย และการสร้างแบบสอบถาม (Questionnaire)

ขั้นตอนที่ 3 เป็นการตรวจสอบแก้ไข ปรับปรุงแบบสอบถาม ซึ่งหลังจากสร้างแบบสอบถามเสร็จแล้ว จึงนำส่งผู้ทรงคุณวุฒิในอุตสาหกรรม MICE จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบแบบสอบถามเพื่อทำการแก้ไขจนเสร็จสมบูรณ์

ขั้นตอนที่ 4 ทำการสัมภาษณ์ และแจกแบบสอบถาม โดยขอความร่วมมือจากผู้เข้าร่วมประชุม สัมมนาในพื้นที่จังหวัดนครพนมตอบแบบสอบถาม และกรอกข้อมูล หลังจากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้กลับมาวิเคราะห์ และเรียบเรียงเพื่อนำเสนอต่อไป

เครื่องมือการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 แบบดังนี้

1. สัมภาษณ์ (Interview) เพื่อสำรวจข้อมูลเชิงคุณภาพ และดังต่อไปนี้

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

- 1.1 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดประชุม สัมมนา (MICE)

- 1.2 มุมมองเกี่ยวกับการจัดประชุม สัมมนา (MICE) ในจังหวัดนครพนม

- 1.3 มุมมองด้านปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกจังหวัดนครพนมเป็นสถานที่จัดกิจกรรม MICE

- 1.4 แนวทางพัฒนาจังหวัดนครพนมให้เป็นสถานที่จัดกิจกรรม MICE ในอนาคต

2. แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อสำรวจข้อมูลเชิงปริมาณในการสอบถามผู้เข้าร่วมงานประชุมสัมมนา มีขั้นตอนและแบ่งออกเป็น



ส่วนต่าง ๆ ซึ่งมีลักษณะคำถามแบบปลายปิด (Close-ended Question) เพื่อสอบถามผู้เข้าร่วมงานประชุมสัมมนาขึ้นตอนดังนี้

2.1 ศึกษาจากตาราง เอกสาร บทความ ทฤษฎี หลักการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดขอบเขตของการวิจัย และสร้างเครื่องมือวิจัยให้ครอบคลุมความมุ่งหมายของการวิจัย

2.2 นำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสอบถามโดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของผู้รับบริการสถานที่จัดงาน ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ภูมิลำเนา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมและความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวในรูปแบบ MICE ในจังหวัดนครพนม

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการจัดประชุม และสัมมนา

3. นำแบบสอบถามมาทดสอบเพื่อหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากผู้เชี่ยวชาญพิจารณาตรวจสอบและขอคำแนะนำในการแก้ไขปรับปรุงก่อนที่จะนำแบบสอบถามไปใช้เก็บข้อมูลจริงกับนักท่องเที่ยว

4. นำแบบสอบถามที่แก้ไขตามคำแนะนำมาดำเนินการทดสอบ (Try-out) กับกลุ่มที่ไม่ใช่ตัวอย่าง จำนวน 30 คน

5. นำแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้ วิเคราะห์ความเชื่อมั่น (Reliability Analysis)

6. ปรับปรุงรูปแบบสอบถามอีกครั้ง แล้วนำเสนอผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อแก้ไขปรับปรุง เพิ่มเติมเพื่อให้ได้แบบสอบถามที่มีประสิทธิภาพ

7. นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปสอบถามกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 4 แบบสอบถามปลายเปิดเพื่อแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกจังหวัดนครพนมเป็นสถานที่จัดกิจกรรม MICE

การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในวิจัย

ในการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ทางผู้วิจัยได้นำเอาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมาตรวจสอบ วัดความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาเหมาะสมของเนื้อหา และวัดความเชื่อมั่น (Reliability) ดังนี้ (ธีรศักดิ์ อุ่นอารมณเลิศ, 2549)

1. ตรวจสอบความเหมาะสมเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามโดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิดทางทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญตรวจสอบซึ่งผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญได้ค่า IOC ระหว่าง 0.33 – 0.79

2. การทดสอบความเชื่อมั่นโดยผู้วิจัยนำเอาแบบสอบถามแบบ Checklist / Rating Scale ดังที่ตรวจสอบวัดความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาเหมาะสมของเนื้อหา ของเนื้อหาและภาษาที่ใช้จากผู้ทรงคุณวุฒิไปตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือเพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยนำแบบสอบถามไปทดสอบ (Try Out) กับกลุ่มประชากรที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด (Pilot Study) ในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยแจกแบบสอบถาม จำนวน 30 ชุด จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นโดยใช้แอลฟาของครอนบาคค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือทั้งฉบับเท่ากับ 0.94

3. นำแบบสอบถามมาปรับปรุงแล้วเสนออาจารย์ที่ปรึกษาจัดพิมพ์และนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางและดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) รวบรวมเอกสารที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกจังหวัดนครพนมเป็นสถานที่จัดกิจกรรม MICE ในรูปแบบทุติยภูมิ เพื่อให้ทราบข้อมูลเบื้องต้นซึ่งผู้วิจัยได้รวบรวมไว้แล้วในบทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) และข้อมูลต่าง ๆ จะทำการศึกษาวิจัยโดยการติดต่อกับผู้ที่เกี่ยวข้องทางโทรศัพท์ และจัดทำหนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูลถึงผู้บริหารและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในด้านการจัดประชุมของโรงแรม บริษัท และหน่วยงานอื่น ๆ ในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลทำการวิจัยและแจกแบบสอบถาม ทั้งนี้การรวบรวมข้อมูลขึ้นอยู่กับความสะดวกของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น E-mail ไปรษณีย์ โทรศัพท์หรือด้วย



ตนเอง ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามกลับมาตรวจสอบความถูกต้อง และความครบถ้วนของข้อมูลเพื่อดำเนินการประมวลผลต่อไป โดย สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

การวิเคราะห์ข้อมูล

นำแบบสอบถามทั้งหมดมาตรวจสอบความสมบูรณ์ถูกต้อง ในการตอบแบบสอบถามแล้วนำมาคัดเลือกฉบับที่สมบูรณ์ และถูกต้อง เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ของลักษณะของทั่วไปผู้รับบริการสถานที่จัดงานหรือผู้เข้าร่วมประชุม สัมมนา สถิติที่ใช้ ค่าเฉลี่ย (Frequency) และร้อยละ (Percentage) และ คะแนนเฉลี่ยระดับความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการการจัดประชุมและสัมมนา โดยใช้หาค่าเฉลี่ย (Mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

2. สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานค่า T-test (Independent t-test) ใช้วิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ที่มีระดับนัยสำคัญ 0.05 และ ใช้สถิติวิเคราะห์ F-test (Independent sample F-test) แบบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-way ANOVA (One-way Analysis of Variance) ใช้เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม

ผลการวิจัย

จากผลการศึกษา ผู้วิจัยได้มีการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. ผลการศึกษาปัจจัยที่สำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกจังหวัดนครพนมเป็นสถานที่จัดกิจกรรม MICE พบว่า กลุ่มผู้เข้าร่วมประชุม สัมมนาโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงสุด 2 อันดับแรก ได้แก่ ด้านที่พักอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านสถานที่ท่องเที่ยว โดยผลการศึกษาแต่ละด้านดังนี้

1.1 ด้านสถานที่จัดงาน พบว่า ค่าเฉลี่ยความสำคัญใน ด้านสถานที่จัดงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อย่อยพบว่า ค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงสุด 2 อันดับแรก ได้แก่ คุณภาพ ของ

สิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ มาตรฐานของสถานที่จัดงาน

1.2 ด้านการเข้าถึงพบว่าค่าเฉลี่ยความสำคัญในด้านการเข้าถึงโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อย่อย พบว่า ค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงสุด 2 อันดับแรก ได้แก่ ระยะทางจากที่พักถึงศูนย์ประชุมไม่ไกลมากอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือระบบการคมนาคม (รถยนต์ รถไฟ เครื่องบิน

1.3 ด้านที่พักพบว่าค่าเฉลี่ยความสำคัญในด้านการที่พักโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อย่อย พบว่า ค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงสุด 2 อันดับแรก ได้แก่ มาตรฐานของที่พักอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ทำเลที่ตั้งใกล้กับแหล่งชุมชน

1.4 ด้านการสนับสนุนของภาครัฐ และเอกชน พบว่า ค่าเฉลี่ยความสำคัญในด้านการสนับสนุนของภาครัฐและเอกชนโดยรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อย่อย พบว่า ค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงสุด 2 อันดับแรก ได้แก่ นโยบายความมั่นคงปลอดภัยของจังหวัดอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ วัสดุภัณฑ์และพันธกิจในการพัฒนา การท่องเที่ยวรูปแบบ MICE

1.5 ด้านสถานที่ท่องเที่ยว พบว่า ค่าเฉลี่ยความสำคัญในด้านการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อย่อย พบว่า ค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงสุด 2 อันดับแรก ได้แก่ ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว

1.6 ด้านภาพลักษณ์ของจังหวัดพบว่าค่าเฉลี่ยความสำคัญในด้านการภาพลักษณ์ของจังหวัด โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อย่อย พบว่า ค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงสุด 2 อันดับแรก ได้แก่ ความน่าสนใจของจังหวัด อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ โครงสร้างพื้นฐาน/สาธารณูปโภค

1.7 ด้านความสามารถของบุคลากรที่จัดงาน พบว่า ค่าเฉลี่ยความสำคัญในด้านการความสามารถของบุคลากรที่จัดงาน โดยรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อย่อย พบว่า ค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงสุด 2 อันดับแรก ได้แก่ ความเป็นมืออาชีพ/ความเชี่ยวชาญอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ

1.8 ด้านความมั่นคงและปลอดภัยพบว่าค่าเฉลี่ยความสำคัญ



ในด้านความมั่นคง และความปลอดภัย โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อย่อย พบว่า ค่าเฉลี่ยความสำคัญสูงสุด 2 อันดับแรก ได้แก่ มีระบบรักษาความปลอดภัยที่มีมาตรฐาน อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ มุ่งเน้นให้ผู้จัดงานมีนโยบายด้านการรักษาความปลอดภัยและมีการตรวจสอบและแก้ไขเกี่ยวกับการจัดการความปลอดภัยอย่างต่อเนื่อง

2. ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของกลุ่มผู้เข้าร่วมสัมมนาพบว่า ผู้เข้าร่วมสัมมนาที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา ภูมิฐานะ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความคิดเห็นต่อบัณฑิตที่มีผลต่อการเลือกจังหวัดนครพนม เป็นสถานที่จัดกิจกรรม MICE ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ข้อเสนอแนะแนวทางเกี่ยวกับการจัดกิจกรรม MICE ในพื้นที่อาคารศรีโคตรบูรณ์ และจังหวัดนครพนมมีปัจจัยที่ส่งผลดังนี้

3.1 บริบทของงาน เนื่องจากนครพนมเป็นจังหวัดที่กำลังเติบโตในด้านของ การคมนาคม และเศรษฐกิจ รวมทั้งยังอุดมสมบูรณ์ไปด้วยธรรมชาติ และวัฒนธรรม หลาย ๆ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงเลือกมาจัดงานที่จังหวัดนครพนม เพื่อสร้างการรับรู้ของคนในจังหวัดและในพื้นที่ใกล้เคียง

3.2 การเดินทางสะดวก แม้จังหวัดนครพนมจะเป็นจังหวัดที่ไม่ได้มีจำนวนประชากรมากหากเทียบกับพื้นที่ แต่มีสายการบินให้บริการถึง 2 สายการบิน ได้แก่ แนกแอร์ และแอร์เอเชีย ทั้งยังมีเที่ยวบินระหว่าง กรุงเทพฯ - นครพนม บริการ ถึง 5 เที่ยวบินต่อวัน รวมถึงการเดินทางโดยรถยนต์เองก็ค่อนข้างสะดวก

3.3 ที่พัก แม้ว่าจังหวัดนครพนมจะไม่มีโรงแรมใหญ่ ๆ หรือโรงแรมในเครือให้บริการ แต่ก็มี Boutique hotel หรือโรงแรมในกลุ่ม SME ให้บริการแก่ผู้เข้าร่วมงานประชุมอย่างเพียงพอ

3.4 สถานที่จัดงาน อาคารศรีโคตรบูรณ์ วิทยาลัยการท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยนครพนม เนื่องจากจังหวัดนครพนม เป็นจังหวัดที่ไม่ใหญ่มากนัก ตัวเลือกด้านสถานที่อาจจะค่อนข้างจำกัด วิทยาลัยการท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมบริการ จึงเป็นตัวเลือกที่ดีที่สุดที่สามารถรองรับจำนวนผู้เข้าอบรม มากกว่า 1,000 คนได้ แต่หากเป็นงานที่ไม่ใหญ่มากนัก ก็อาจจะไม่เหมาะเพราะทำเลที่ตั้งของอาคารศรีโคตรบูรณ์ อยู่ห่าง

จากตัวเมือง ประมาณ 15 กิโลเมตร และไม่มีรถประจำทางบริการ ผู้จัดงานต้องจัดรถรับส่งบริการ หรือผู้เข้าร่วมงานต้องเดินทางโดยรถส่วนตัว

สรุปผลและอภิปรายผลการวิจัย

1. บัณฑิตที่มีผลต่อการเลือกจังหวัดนครพนมเป็นสถานที่จัดกิจกรรม MICE

1.1 ด้านสถานที่จัดงาน พบว่า ผู้เข้าร่วมประชุม สัมมนาที่เข้ามาใช้บริการ ณ ห้องประชุมอาคารศรีโคตรบูรณ์ วิทยาลัยการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยนครพนม ให้ความสำคัญในด้านคุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกที่ใช้ในการจัดประชุม สัมมนามากที่สุด เนื่องจากสถานที่จัดงานมีความพร้อม มีสิ่งอำนวยความสะดวก มีการจัดตกแต่งสถานที่เหมาะสม สวยงามต่อการให้บริการและจัดงานในกิจกรรมต่าง ๆ นอกจากนี้ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (2561, อ้างอิงถึงใน ภูริวัจน์ เดชอุ่ม, 2552) ได้กล่าวถึงปัจจัยภายในต่าง ๆ ที่ช่วยส่งเสริมศักยภาพของประเทศไทยในการเป็นจุดหมายด้านการจัดประชุมนานาชาติ ที่กล่าวว่า สถานที่ที่พักรวม ความพร้อมของสถานที่พักรวมทั้งด้านคุณภาพ และปริมาณส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาเข้าร่วมประชุม ซึ่งตามทฤษฎีการตลาดการท่องเที่ยวของ สอดคล้องกับแนวคิด ของ Koller (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2557); บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2556) และฉันทน์ วรรณธอม (2557) ได้กล่าวว่า สถานที่หรือปัจจัยทางกายภาพ (Physical) คือ ลักษณะรูปแบบของตัวอาคารที่เป็นสำนักงาน บริษัทในการซื้อขายสินค้า และบริการทางการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว รวมถึงบรรยากาศขณะการซื้อขายด้วย ซึ่งเป็นเครื่องมือสื่อสารสำคัญ ที่จะช่วยเสริมสร้างประสิทธิภาพสูงสุดในการติดต่อสื่อสารเพื่อส่งข่าวสารและข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า และบริการได้อย่างชัดเจน และเป็นไปในทิศทางเดียว ซึ่งจะสามารถช่วยสื่อสารสร้างการรับรู้ให้กับนักท่องเที่ยว ส่งผลให้เกิดการกระตุ้นแรงจูงใจ ความต้องการอยากออกเดินทางไปท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับ ดุษฎี ชั่วสุข และดลฤทัย ไกรวรรณกุล (2558) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดของการจัดประชุมวิชาการระดับนานาชาติ จังหวัดขอนแก่น พบว่า ผลลัพธ์ / บริการเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพ และการปฏิบัติงานตาม



บริการ บริการเสริมต่าง ๆ เช่น อุปกรณ์ที่จำเป็นสำหรับการประชุม สอดคล้องกับแนวคิด ของมนัส ชัยสวัสดิ์ และคณะ (2558) ได้ศึกษา เรื่อง ความพร้อมของเมืองในด้านธุรกิจการจัดประชุมหรือ MICE (MICE) พื้นที่จังหวัดภูเก็ตโดยผลการศึกษาพบว่าจังหวัดภูเก็ต มีความพร้อมสำหรับตลาดการจัดการประชุม และนิทรรศการในประเทศ กล่าวว่าการสนับสนุนของรัฐได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ ซึ่งเห็นได้จากการกำหนดวิสัยทัศน์ และพันธกิจในการพัฒนาการท่องเที่ยว นโยบายส่งเสริมการตลาดการจัดประชุม การจัดสร้าง ศูนย์ประชุม การทำโครงสร้างพื้นฐานสนับสนุน คุณภาพสิ่งแวดล้อมที่ดีมีความสวยงาม และความปลอดภัย

1.2 ด้านการเข้าถึงพบว่า ผู้เข้าร่วมประชุม สัมมนา ที่เข้ามาใช้บริการ ณ ห้องประชุมอาคารศรีโคตรบูรณ วิทยาลัยการท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยนครพนม ให้คะแนนความสำคัญ ในด้านระยะทางจากที่พักถึงศูนย์ประชุมไม่ไกลมาก ที่เป็นเช่นนั้น เนื่องจากผู้เข้าร่วมประชุมมีความต้องการความสะดวกในการเข้าร่วมกิจกรรมนอกจากนี้ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุม และนิทรรศการ (อ้างอิงใน ภูริวิจน์ เดชอุ่ม, 2552) ได้กล่าวถึงปัจจัยภายในต่าง ๆ ที่ช่วยส่งเสริมศักยภาพของประเทศไทยในการเป็นจุดหมายด้านการจัดประชุมนานาชาติ พบว่า ความสามารถในการเดินทางเข้าถึง (Accessibility) หมายถึง เที่ยวบิน และระยะเวลาในการเดินทางจากต่างประเทศมายังประเทศไทย รวมไปถึงการเชื่อมโยงกับเมืองหลักอื่น ๆ ซึ่งตามแนวคิดกลยุทธ์การบริการที่เป็นเลิศ สอดคล้องกับแนวคิด ของวิทยา ดำรงกุล (2547, น. 18 - 21) ได้กล่าวว่า การเข้าถึง และการเอาใจใส่ลูกค้า เป็นการที่ทุกคนในกิจการ ตั้งแต่พนักงานระดับล่างสุดถึงผู้บริหารระดับสูงสุดมองลูกค้าเป็นหนึ่งเดียวกัน ลูกค้าย่อมจะมีความต้องการที่หลากหลายแตกต่างกันออกไป การที่กิจการจะบังคับให้ลูกค้ามีความต้องการแบบเดียวกันนั้นคงเป็นไปได้ ดังนั้นกิจการควรเตรียมตัวเตรียมใจที่จะรับมือกับประเภทของลูกค้าที่มีความต้องการที่แตกต่างกันออกไปเมื่อลูกค้าได้รับการบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการ และการรับรู้ของตนเองแล้ว ลูกค้าจะเกิดความคาดหวังว่า จะต้องได้รับการบริการจากกิจการอย่างเช่นที่เคยได้รับอีก จนทำให้เกิดมาตรฐานหรือเกณฑ์ที่ถูกกำหนดขึ้น เกิดจากการเปรียบเทียบบริการที่ได้รับในปัจจุบันกับบริการในอดีตที่ผ่านมาผลปรากฏอยู่สองทางคือ ใช้บริการนั้น

ต่อไป เพราะพอใจในคุณภาพงานบริการที่ได้รับ หรือหยุดใช้บริการ อันเนื่องมาจากลูกค้าไม่ได้รับการบริการที่ดีตามความคาดหวังของตนสอดคล้องกับ มนัส ชัยสวัสดิ์ และคณะ (2558) ได้ศึกษา เรื่องความพร้อมของเมืองในด้านธุรกิจการจัดประชุมหรือ MICE (MICE) พื้นที่จังหวัดภูเก็ตโดยผลการศึกษา พบว่า จังหวัดภูเก็ต มีความพร้อมสำหรับตลาดการจัดการประชุม และนิทรรศการในประเทศ กล่าวว่าการเข้าถึงสถานที่จัดประชุม คือ มีระบบการขนส่งรูปแบบต่าง ๆ ระยะการเดินทางจากที่พักถึงศูนย์ประชุมจากศูนย์ประชุมไปยังร้านอาหาร การซื้อของสถานที่ ที่พักผ่อน ระบบสาธารณูปโภคต่าง ๆ

1.3 ด้านที่พัก พบว่า ผู้เข้าร่วมประชุม สัมมนา ที่เข้ามาใช้บริการ ณ ห้องประชุมอาคารศรีโคตรบูรณ วิทยาลัยการท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยนครพนม ให้คะแนนความสำคัญ ในด้านมาตรฐานของที่พักเนื่องจากสถานที่พักเป็นสถานที่ที่ผู้ให้บริการต้องการการพักผ่อน ต้องการความเป็นส่วนตัว ต้องการการบริการที่มีคุณภาพนอกจากนี้ วุฒิชชาติ สุนทรสมัย และคณะ (2560) กล่าวว่า อุตสาหกรรมไมซ์ ในประเทศไทยได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เนื่องจากประเทศไทยมีสภาพภูมิประเทศ และภูมิอากาศที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว รวมทั้งมีวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีที่น่าสนใจ มีสิ่งอำนวยความสะดวกและแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2547) สอดคล้องกับ การศึกษา สาลินี ทิพย์เพ็ง และคณะ (2562) พบว่า การบริการนักท่องเที่ยว และการได้รับการดูแลความปลอดภัย จากพนักงานเป็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมขนาดใหญ่ในเขตอำเภอเมืองสงขลา

1.4 ด้านการสนับสนุนของภาครัฐและเอกชน พบว่า ผู้เข้าร่วมประชุมสัมมนา ที่เข้ามาใช้บริการ ณ ห้องประชุมอาคาร ศรีโคตรบูรณ วิทยาลัยการท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยนครพนม ให้คะแนนความสำคัญในด้านนโยบาย ความมั่นคงปลอดภัยของจังหวัด นอกจากนี้ ธีรฐกานต์ รองทอง (2555) ศึกษา เรื่อง ความพร้อมของเมืองใน ด้านธุรกิจการจัดประชุม หรือ MICE (MICE) พื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี มีความสอดคล้องกับงานวิจัยครั้งนี้ คือ มีการใช้ตัวชี้วัดในการศึกษาความพร้อมของเมือง ในการพัฒนาการท่องเที่ยวรูปแบบ MICE และใช้ตัวชี้วัด ด้านการสนับสนุนของภาครัฐและภาคเอกชน



ในการประเมินศักยภาพของจังหวัด ดังนั้น ในด้านการสนับสนุนของภาครัฐ การกำหนดนโยบายในการพัฒนาจังหวัดการรักษาสิ่งแวดล้อมให้มีความสวยงาม การรักษาความมั่นคงปลอดภัยจึงเป็นตัวชี้วัดที่สำคัญในการเพิ่มศักยภาพของจังหวัดได้ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด ของ Dabsomdet (2010) ได้กล่าวว่า ประเทศไทยมีความพร้อมในทรัพยากรท่องเที่ยวเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวที่หลากหลาย รวมทั้งรัฐบาลได้ลงทุนสนับสนุน สาธารณูปโภคเพื่ออำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับ มนัส ชัยสวัสดิ์และคณะ (2558) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ เรื่อง ความพร้อมของเมืองในด้านธุรกิจ การจัดประชุม หรือ MICE (MICE) พื้นที่จังหวัดภูเก็ตที่พบว่า การสนับสนุนของรัฐได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐซึ่งเห็นได้จากการกำหนดวิสัยทัศน์ และพันธกิจในการพัฒนาการท่องเที่ยว นโยบายส่งเสริมการตลาดการจัดประชุม การจัดสร้างศูนย์ประชุม การทำโครงสร้างพื้นฐานสนับสนุน คุณภาพสิ่งแวดล้อมที่ดีมีความสวยงาม และความปลอดภัย

1.5 ด้านสถานที่ท่องเที่ยวพบว่า ผู้เข้าร่วมประชุม สัมมนาที่เข้ามาใช้บริการ ณ ห้องประชุมอาคารศรีโคตรบูรณ วิทยาลัยการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยนครพนม ให้คะแนนความสำคัญในด้านความหลากหลาย และความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครพนม นอกจากนี้ กานต์ชนก ดาบสมเด็จ (2552) ได้กล่าวว่า อุตสาหกรรมไมซ์ เป็นอุตสาหกรรมที่เป็นยุทธศาสตร์ของชาติ ซึ่งต้องมีความพร้อมในทรัพยากรที่เพียงพอ เพื่อสนับสนุนธุรกิจไมซ์ ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรทางด้านสถานที่จัดงาน สถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลาย ศิลปวัฒนธรรมที่งดงามซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด ของ Lumsdon (1999) ได้กล่าวว่าการท่องเที่ยว เป็นการติดต่อและสัมพันธ์กับกิจกรรมของบุคคล เพื่อการพักผ่อน และการติดต่อธุรกิจ ซึ่งต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่หลากหลาย และเป็นการแลกเปลี่ยนทางสังคม เศรษฐกิจและวัฒนธรรม อันเป็นองค์ประกอบพื้นฐานของการเดินทาง และการท่องเที่ยวสอดคล้องกับปวิธ ดันสกุล(2550) ได้ศึกษา เรื่อง การประเมินศักยภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกต่อศูนย์ประชุมในส่วนการตลาดการประชุม การแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติในประเทศไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล มีความสอดคล้องกับงานวิจัย

ครั้งนี้ คือ มีการใช้ตัวชี้วัดเกี่ยวกับความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นตัวชี้วัดที่สำคัญในการประเมินศักยภาพของศูนย์ประชุม

1.6 ด้านภาพลักษณ์ของจังหวัดพบว่า ผู้เข้าร่วมประชุม สัมมนา ที่เข้ามาใช้บริการ ณ ห้องประชุมอาคารศรีโคตรบูรณ วิทยาลัยการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยนครพนม ให้คะแนนความสำคัญในด้านความน่าสนใจของจังหวัด เนื่องจากจังหวัดนครพนม มีสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย ผู้ที่มาร่วมงานงานประชุม สัมมนา สามารถไปท่องเที่ยวหรือทำกิจกรรมทำ ในระหว่างที่มาร่วมงานประชุม สัมมนา อย่างเช่น ลักการพระธาตุประจำวันเกิด หรือศึกษาเกี่ยวกับวัฒนธรรมชนเผ่าพื้นเมือง ร่องลงมา คือ โครงสร้างพื้นฐาน / สาธารณูปโภคที่ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้ เพราะจังหวัดนครพนม มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเพียงพอที่รองรับกลุ่มคนที่เข้าร่วมการประชุม รวมทั้งมีสิ่งอำนวยความสะดวกมากมายที่สามารถสนับสนุนให้ผู้เข้าร่วมสามารถทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้อย่างหลากหลาย เช่น สถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหาร เป็นต้น นอกจากนี้ภูมิชาติ สุนทรสมัย (2560) กล่าวว่า อุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทยได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เนื่องจากประเทศไทยมีสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว รวมทั้งมีวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีที่น่าสนใจ มีสิ่งอำนวยความสะดวกและแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2547) สอดคล้องกับแนวคิดของการบริการยุคบริหารสมัยใหม่ (Modern Service Strategy) เป็นวิธีการหรือแนวทาง ในการบริการที่ทันสมัย โดยคำนึงถึงความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก ซึ่งผู้ให้บริการจะมีการวางแผนการบริการล่วงหน้าอย่างละเอียดรอบคอบ เพื่อตอบสนองความต้องการสูงสุดของลูกค้า และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยประยุกต์จากแนวคิดทางการตลาดยุคใหม่ที่เน้นลูกค้าเป็นกลไกขับเคลื่อน การดำเนินขององค์กร (Customer - Driven Marketing) ของ คิริพร วิษณุหิมาชัย (2551, น. 15 - 18) และแนวคิดทางการตลาดแบบองค์รวม (Holistic Marketing: HM) ของ Kotler และ Keller (2012, pp. 643 - 662) การเน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง (Customer Centric) หมายถึง การบริการโดย มุ่งเน้นความต้องการเฉพาะด้านของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด ซึ่ง



สอดคล้องกับ มนัส ชัยสวัสดิ์และคณะ (2558) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ เรื่อง ความพร้อมของเมืองในด้านธุรกิจ การจัดประชุมหรือ MICE (MICE) พื้นที่จังหวัดภูเก็ต พบว่า จังหวัดภูเก็ตมีภาพลักษณ์ที่ดีเหมาะสมต่อการจัดการประชุมและการท่องเที่ยว

1.7 ด้านความสามารถของบุคลากรที่จัดงาน พบว่า ผู้เข้าร่วมประชุม สัมมนา ที่เข้ามาใช้บริการ ณ ห้องประชุมอาคารศรีโคตรบูรณ์ วิทยาลัยการท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยนครพนม ให้คะแนนความสำคัญในด้านความเป็นมืออาชีพ/ความเชี่ยวชาญ รองลงมา คือ ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ เนื่องจากการบริหารจัดการด้านนี้จะเป็นตัวกำหนดความสามารถของเจ้าของงานว่าจะสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพได้อย่างยิ่ง (Hankinson อ้างถึงใน มนัส ชัยสวัสดิ์และคณะ, 2552) ได้กล่าวถึง แนวทางการพัฒนาธุรกิจด้านการจัดการประชุมมีปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาศักยภาพ และส่งเสริมธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ คือ คุณภาพและมาตรฐานในการให้บริการ ถ้าทำได้ไม่ดี อาจส่งผลให้เกิดปัญหาอุปสรรคต่อการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ (MICE) โดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องตลาดนานาชาติ จึงจำเป็นต้องมีบุคลากรที่มีประสิทธิภาพในการทำงาน มีการพัฒนาบุคลากรให้มีคุณภาพ ซึ่งเป็นเรื่องสำคัญสำหรับตลาดการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจอย่างมากซึ่งตามแนวคิดกลยุทธ์การบริการที่เป็นเลิศ ของวิทยา ด้านธำรงกุล. (2547, น. 18 – 21) ได้กล่าวว่า กระบวนการขององค์กรต่อการพัฒนาบุคลากร คือ การจัดอบรม การส่งเสริม การพัฒนาโปรแกรม การพัฒนาความรู้และทักษะของพนักงาน เพื่อสร้างเสริมประสบการณ์ และความสามารถในการให้บริการลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีการพัฒนาความสามารถการบริการ เป็นขั้นตอน การปฏิบัติในอันที่จะทำให้พนักงาน เกิดความรู้ ความเข้าใจ ทักษะ ทักษะ หรือความชำนาญ ตลอดจนประสบการณ์ในการให้บริการ สิ่งทีพนักงานควรมีเป็นอันดับแรกคือ ความเป็นคนที่รักในงานบริการเพราะคนที่รักในงานบริการจะมีความเข้าใจ และให้ความสำคัญ สอดคล้องกับพิทักษ์ชัย หศดร และเกิดชาย ช่วยบำรุง (2559) ได้ศึกษา เรื่อง แนวทางการพัฒนาพันธมิตรทางธุรกิจด้านไมซ์ (MICE) ของผู้ประกอบการโรงแรมในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี พบว่า การฝึกอบรมช่วยเหลือ และให้บริการที่ดี รวดเร็วมีประสิทธิภาพ จัดทำแผนอบรมการใช้ภาษา

ต่างชาติร่วมกัน ส่งเสริมให้มีการอบรม กำหนดคุณสมบัติเพื่อสรรหาคนที่มีประสบการณ์ด้าน (MICE) ร่วมกัน สร้างวัฒนธรรมที่ดีเพื่อการส่งเสริมให้บุคลากรได้รู้จักการทำงานเป็นทีม ถือเป็นหัวใจหลักของความสำเร็จในการจัดประชุม

1.8 ด้านความมั่นคงและปลอดภัย พบว่า ผู้เข้าร่วมประชุม สัมมนา ที่เข้ามาใช้บริการ ณ ห้องประชุมอาคารศรีโคตรบูรณ์ วิทยาลัยการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยนครพนม ให้คะแนนความสำคัญในด้านมีระบบรักษาความปลอดภัยที่มีมาตรฐานเนื่องจากประเทศไทยควรให้ความสำคัญกับมาตรฐานความปลอดภัยในอุตสาหกรรม MICE โดยการนำมาตรฐาน MICE Security Management Standard (MSMS) หรือ TISI 22300 มุ่งเน้นให้ให้บริการจัดงาน ผู้จัดงาน และผู้ให้บริการอื่น ๆ จัดทำนโยบายความปลอดภัยที่ครอบคลุมทุกส่วนงานเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้มาจัดงาน และเข้าร่วมประชุมสัมมนาในจังหวัดนครพนม

2. ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของกลุ่มผู้เข้าร่วมสัมมนา พบว่า ผู้เข้าร่วมสัมมนาที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา ภูมิฐานะ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความคิดเห็นต่อบัณฑิตที่มีผลต่อการเลือกจังหวัดนครพนม เป็นสถานที่จัดกิจกรรม MICE ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ที่ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้เนื่องจากผู้เข้าร่วมสัมมนาในครั้งนั้นส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและมาใช้บริการในพื้นที่ดังกล่าวอย่างต่อเนื่องเป็นเวลานาน จึงมีความเข้าใจในบริบทของสถานที่ด้านความพร้อมต่าง ๆ ในการให้บริการ อีกทั้งจังหวัดนครพนมเป็นจังหวัดที่อยู่ชายแดน มีวัฒนธรรม ความเชื่อเป็นเอกลักษณ์ มีสถานที่ท่องเที่ยวอันหลากหลาย ง่ายต่อการเดินทาง ทำให้ส่งผลดีต่อการซื้อเชิญเพื่อนบ้านมาร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างประเทศและส่งผลต่อการเที่ยวอย่างชัดเจน และสามารถสร้างรายได้ต่อประเทศอย่างชัดเจน นอกจากนี้ด้านการท่องเที่ยว หรือผู้มี ส่วนได้ส่วนเสียหรือบุคคลภายนอกที่สนใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวใน แถบลุ่มน้ำโขง ได้เข้ามาพบปะแสดงวิสัยทัศน์ รวมไปถึงได้ศึกษาวัฒนธรรมท้องถิ่นของประเทศ ที่จัดงาน ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของสุจิตรา จันทนา (2558) กันตพ บัวทอง (2552) และอัญมณี สงวนวงศ์วาน (2553) ที่กล่าวว่า บัณฑิตส่วนบุคคลที่ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ ภูมิฐานะ และรายได้/เดือน ที่มีความแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อบัณฑิตทางการตลาดการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน



3. แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว พบว่า ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน และที่สำคัญประชาชนทุกคนในจังหวัดต้องมีการพัฒนาแบบมีส่วนร่วมอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งแสดงออกถึงการทำกิจกรรมร่วมกัน การเป็นเจ้าของที่ดีในการต้อนรับนักท่องเที่ยว ประชาสัมพันธ์ให้จังหวัดนครพนมเป็นที่รู้จัก ควรมีการจัดตั้งคณะกรรมการด้านการท่องเที่ยวรูปแบบ MICE และจัดตั้งศูนย์กลาง MICE เพื่อทำหน้าที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูล การพัฒนาบุคลากร การจัดฝึกอบรม ส่งเสริมการตลาดให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย มีการประสานงานความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งยังควรให้ความสำคัญในการพัฒนามาตรฐานของสถานที่ในการจัดงานประชุม และนิทรรศการให้ได้มาตรฐาน รองรับนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE ได้เป็นจำนวนมาก ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก อุปกรณ์ที่ใช้ในห้องประชุม รวมไปถึงการให้ความสำคัญในการพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม MICE เพื่อที่จะได้พัฒนาในเรื่องของการบริการให้ได้มาตรฐานต่อไปในอนาคต จากนั้นสรุปตัวชี้วัดรายด้านตามลำดับความสำคัญในการเสนอแนวทางการพัฒนา จังหวัดนครพนมเป็นสถานที่จัดกิจกรรม MICE ต่อไป ในอนาคต ซึ่งผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับ สุจิตรา จันทนา (2558) กันตภพ บัวทอง (2552) และสุทธาสินี จำปาจี (2556) ที่กล่าวว่า แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว คือ ด้านจัดการสถานที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวซึ่งดำรงไว้ซึ่งเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีความสะดวกในการเดินทาง ด้านการให้บริการร้านค้า และสินค้ามีการให้บริการที่ดี สุภาพอ่อนน้อม และมีอัธยาศัยดี และด้านบุคลากรให้บริการนักท่องเที่ยวด้วยความเต็มใจ และใส่ใจนักท่องเที่ยว สำหรับแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนการบริหารจัดการการท่องเที่ยว โดยมีส่วนร่วมร่วมกับชุมชนในการกำหนดอัตลักษณ์ของชุมชนที่มีส่วนส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยการพัฒนาแบบการท่องเที่ยว เส้นทางกิจกรรมการปรับปรุงภูมิทัศน์ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และการให้ข้อมูลการท่องเที่ยวควบคู่กับการให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อให้เกิดจิตสำนึกในการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมไปถึงการรวบรวมภูมิปัญญาท้องถิ่นจัดตั้งเป็นศูนย์การเรียนรู้ชุมชน

ดังนั้นจะเห็นได้ว่า จังหวัดนครพนมเป็นอีกเมืองหนึ่งที่มีความพร้อมในการเป็นสถานที่จัดกิจกรรม MICE แต่ยังคงต้องมีการพัฒนาในเรื่องของการส่งเสริมการตลาด และการมีส่วนร่วมความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน และที่สำคัญประชาชนทุกคนในจังหวัด ต้องมีการพัฒนาแบบมีส่วนร่วมอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งแสดงออกถึงการทำกิจกรรมร่วมกัน การเป็นเจ้าของที่ดีในการต้อนรับนักท่องเที่ยว ประชาสัมพันธ์ให้จังหวัดนครพนมเป็นที่รู้จัก ควรมีการจัดตั้งคณะกรรมการด้านการท่องเที่ยวรูปแบบ MICE และจัดตั้งศูนย์กลาง MICE เพื่อทำหน้าที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูล การพัฒนาบุคลากร การจัดฝึกอบรม ส่งเสริมการตลาดให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย มีการประสานงานความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งยังควรให้ความสำคัญในการพัฒนามาตรฐานของสถานที่ในการจัดงานประชุม และนิทรรศการให้ได้มาตรฐาน รองรับนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE ได้เป็นจำนวนมาก ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก อุปกรณ์ที่ใช้ในห้องประชุม รวมไปถึงการให้ความสำคัญในการพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม MICE เพื่อที่จะได้พัฒนาในเรื่องของการบริการให้ได้มาตรฐานต่อไปในอนาคต

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

- 1.1 ควรมีการกำหนดแผนนโยบายในการพัฒนาจังหวัดนครพนม ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวรูปแบบ MICE โดยเฉพาะในเรื่องของ การเข้าถึง และสถานที่จัดงาน รวมไปถึงการพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม MICE
- 1.2 ควรมีการทำวิจัย เรื่อง มาตรฐานสถานที่จัดงานเพื่อรองรับการท่องเที่ยวรูปแบบ MICE ในจังหวัดนครพนม
- 1.3 สร้างเครือข่ายผู้ประกอบการธุรกิจ MICE ในจังหวัดนครพนม เพื่อเอื้อประโยชน์ต่อกัน
- 1.4 ปรับปรุงภูมิทัศน์ของจังหวัดให้เป็นเมืองที่น่าอยู่ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เกิดขึ้นภายในจังหวัด

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

- 2.1 ควรศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการที่ส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพงาน MICE ในอนาคต



2. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับคุณภาพของการให้บริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมงาน MICE ของกลุ่มผู้ให้บริการ ที่เดินทางมาท่องเที่ยว

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลงได้ ผู้วิจัยขอขอบคุณ วิทยาลัยการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยนครพนม และคณะผู้บริหาร และอาจารย์ ทั้งภายใน และภายนอกมหาวิทยาลัย ที่ได้ให้คำปรึกษา และข้อมูลการทำวิจัยจนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

- กานต์ชนก ดาบสมเด็จ. (2553). **กลยุทธ์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) ในประเทศไทย**. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2547). **การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานนครพนม. (2562). **5 มิติใหม่ปฏิวัติอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวไมซ์ปี 2562**. นครพนม: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานนครพนม.
- กันตภพ บัวทอง. (2552). **กลยุทธ์การพัฒนาตลาดไมซ์ของจังหวัดชายแดนริมแม่น้ำโขง**. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2557). **การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว**. (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฉันทิช วรรณณอม. (2557). **การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ณัฐกานต์ รองทอง. (2555). **ศึกษาความพร้อมของเมืองในด้านธุรกิจการจัดประชุมหรือไมซ์ (MICE) พื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี**. อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- ดลฤทัย ไกรวรรณกุล. (2558). **การพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดขอนแก่นเพื่อรองรับการเป็นไมซ์ ซิตี้ ของ ประเทศไทย**. **วารสารการบริหารและการท่องเที่ยวไทย**, 10(1), 15 - 29.
- ดุษฐ์ ช่วยสุข และดลฤทัย ไกรวรรณกุล. (2558). **การพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดขอนแก่นเพื่อรองรับการเป็นไมซ์ซิตี้**

ของประเทศไทย. **วารสารการบริหารและการท่องเที่ยวไทย**, 10(1), 17 - 19.

ธีรศักดิ์ อุ่่นอารมย์เลิศ. (2549). **เครื่องมือวิจัยทางการศึกษา :**

การสร้างและการพัฒนา. นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒน. (2556). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

ไพศาล มะระพุกขวรรณ. (2557). **การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ โอกาส**

การเป็นฮับด้านไมซ์ของไทยใน AEC. **วารสาร TPSO**, 1(1), 1 - 2.

ปวิธ ต้นสกุล. (2550). **อุตสาหกรรมการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อ**

เป็นรางวัล การจัดสัมมนา และนิทรรศการในประเทศไทย :

การประชุมเม็ดเงินภาพของศูนย์การประชุม ศูนย์การแสดง

สินค้าและนิทรรศการในเขตกรุงเทพมหานคร. **วารสารดุษฐ์**

บัณฑิตทางสังคมศาสตร์, 156 - 173.

พิทักษ์ชัย ทศตร และเทิดชัย ช่วยบำรุง. (2559). **แนวทางการพัฒนา**

พหุมิตรทางธุรกิจด้านไมซ์ (MICE) ของผู้ประกอบการโรงแรม

ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี. **วารสารดุษฐ์บัณฑิตทางสังคมศาสตร์**.

ฉบับพิเศษ (มกราคม 2559), 126 - 138

ภูริวัจน์ เดชอุ้ม. (2552). **การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิง** **สร้างสรรค์: กรอบ**

แนวคิดสู่แนวทางปฏิบัติ สำหรับประเทศไทย. **วารสาร**

มหาวิทยาลัย ศิลปากร ฉบับภาษาไทย, 33(2), 329-364.

มนัส ชัยสวัสดิ์ และคณะ. (2552). **ศึกษาความพร้อมของเมืองใน**

ด้านธุรกิจการจัดประชุมหรือไมซ์ (MICE) พื้นที่จังหวัดภูเก็ต.

ภูเก็ต: มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.

วิทยา ด้านดำรงกุล. (2547). **การบริหารองค์การ**. กรุงเทพฯ: เชิร์ชเวฟ

เอ็ดดูเคชั่น.

วุฒิชชาติ สุนทรสมัย. (2560). **การพัฒนาการรวมกลุ่มแบบเครือข่าย**

วิสาหกิจด้านการท่องเที่ยว: แนวคิดและการประยุกต์. กรุงเทพฯ:

ประกายสิน.

ศิริพร วิษณุหมิมชัย. (2551). **การสร้างบริการเชิงรุกสู่ความเป็นเลิศ**.

วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ. 21(1), 99 - 120.

สาสินี ทิพย์เพ็ง, เสรี วงษ์มณฑา, ชุชนะ เตชะดณ และชวลีย์ ณ ถลาง.

(2560). **การพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมการจัดประชุม**

สัมมนาการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและการจัดแสดงสินค้า

และนิทรรศการในจังหวัดสงขลา. **วารสารมหาวิทยาลัย**

ราชภัฏยะลา, 14(12), 299-310.



สุจิตรา จันทน. (2558). ทักษะคตินักท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ (MICE) ของ
ชาวต่างชาติที่มีต่อการบริการของ โรงแรมเขตกรุงเทพมหานคร.

วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร. 10(2), 58 - 65.

Dabsomdet. (2010). Marketing strategy of MICE Industry in
Thailand. Retrieved from
[http://methawit.blogspot.com/2012/04/blog-p
ost.html](http://methawit.blogspot.com/2012/04/blog-post.html). (in Thai)

Lumsdon. (1999). **Motivation and Personnality**. Bankkok:
Express Net.

Kotler, P., and Keller, K. L.(2012). Marketing Management.
(14th ed). USA: Prentice Hall.

