

ศักยภาพการจัดการธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผล
ต่อความสำเร็จของธุรกิจไมซ์ (MICE) ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
Business Management Capability and Entrepreneur Characteristics
affect MICE Business Success in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province

สุชาดา ทองคำเจริญ*

Suchada Thongkumcharoen

จันทนา แสนสุข**

Jantana Saensuk

คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ, ประเทศไทย

Faculty of Business Administration and Information Technology,

Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi, Thailand

E-mail : apple_2522@yahoo.com

Received : May 18, 2021

Revised : April 21, 2022

Accepted : April 23, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (๑) อิทธิพลของศักยภาพการจัดการธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจไมซ์ (MICE) ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (๒) อิทธิพลของคุณลักษณะผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจไมซ์ (MICE) ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจไมซ์ จำนวน ๒๘๐ ราย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ผลการวิเคราะห์ พบว่า ศักยภาพการจัดการธุรกิจ ได้แก่ การจัดการด้านการตลาด การจัดการด้านการบริการ และการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจไมซ์ (MICE) ส่วนการจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ไม่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจไมซ์ (MICE) สำหรับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ได้แก่ ความมุ่งมั่นในความสำเร็จ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ การมุ่งเน้นนวัตกรรม และความกล้าเสี่ยง มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจไมซ์ (MICE) ผลการวิจัยจะเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการ

* นางสาวสุชาดา ทองคำเจริญ นักศึกษา MISS Suchada Thongkumcharoen, นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต Master of Business Administration Program

** ผศ.ดร.จันทนา แสนสุข Asst.Prof.Dr.Jantana Saensuk, อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ Advisor Thesis

การธุรกิจไมซ์นำไปใช้ในการเพิ่มศักยภาพการจัดการธุรกิจและปรับปรุงคุณลักษณะของตนในการดำเนินกิจการให้บรรลุผลสำเร็จได้อย่างยั่งยืน

คำสำคัญ : ศักยภาพการจัดการธุรกิจ; คุณลักษณะของผู้ประกอบการ; ธุรกิจไมซ์

Abstract

This research aimed to study as follows. (1) Influence of Business management capability affects on MICE Business success in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. (2) Influence of entrepreneur characteristics affects on MICE Business Success in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. The questionnaire were used to collect data from 280 MICE entrepreneurs. The statistics used for data analysis were percentage, mean, standard deviation, besides multiple regression analysis. The results of the data analysis found that the business management capability such as marketing management, service management, and information technology management positively influences MICE businesses success. In contrast, human resource management does not affect on MICE businesses success. While entrepreneurial characteristics include a determination to success, creative thinking, innovation orientation and risk taking influence MICE businesses success. The research results will guide business entrepreneurs in enhancing their business management capability besides developing their characteristics in operating their businesses to achieve sustainable results.

Keywords: Business Management Capability; Entrepreneur Characteristics, Mice business

บทนำ

ธุรกิจไมซ์(MICE) เป็นธุรกิจท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการจัดประชุมขององค์กรการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดประชุมนานาชาติ และการจัดแสดงสินค้าเข้าด้วยกัน โดยมีการจัดการที่ดีและสมบูรณ์อย่างมืออาชีพ ทั้งด้านการบริการ ด้านสถานที่ ด้านการจัดประชุมด้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านเครื่องมืออุปกรณ์อำนวยความสะดวก ด้านการรับส่งสินค้าที่จะจัดแสดงด้านพิธีการและศุลกากรประกอบด้วย ๔ กลุ่ม^๑ ได้แก่ (๑) ธุรกิจการจัดประชุมองค์กร (Meeting: M) คือ การรวมกลุ่มของผู้คนเพื่อที่จะอภิปราย

^๑ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน), รายงานสถิติอุตสาหกรรมไมซ์ ปีงบประมาณ ๒๕๖๑ โครงการสำรวจสถิติการจัดประชุมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๑, (กรุงเทพมหานคร : สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน), ๒๕๖๑).

แลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน โดยเป็นการประชุมที่มีขนาดเล็ก (๒) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive: I) คือ การเดินทางเพื่อพักผ่อนส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นไปที่การพักผ่อนหรือความตื่นเต้นเป็นหลัก โดยไม่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจหรือหน้าที่การงานของบุคคล (๓) การจัดประชุมวิชาชีพ (Convention: C) คือ กิจกรรมที่จัดขึ้นโดยมุ่งการให้ความรู้แก่ผู้เข้าร่วมงานการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เข้าร่วมงาน (๔) การจัดแสดงสินค้า (Exhibition: E) คือ การนำเสนอสินค้าและบริการที่มีการเชิญผู้เข้าร่วมงานโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อชักจูงให้เกิดการขายแก่ผู้เข้าร่วมงาน ซึ่งทั้ง ๔ ประเภทนี้ รวมเรียกว่า MICE Business^๒

การท่องเที่ยวรูปแบบธุรกิจไมซ์เป็นธุรกิจการท่องเที่ยวที่สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ช่วยต่อยอดและสร้างเครือข่ายการค้าการลงทุนของนักธุรกิจไทยและชาวต่างชาติ ทั้งทางตรงและทางอ้อม ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลองค์ความรู้ นวัตกรรมอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน รวมทั้งก่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปยังธุรกิจที่อยู่ในภาคการท่องเที่ยวโดยตรง^๓ รัฐบาลจึงกำหนดให้การท่องเที่ยวรูปแบบธุรกิจไมซ์ เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมภาคบริการที่สำคัญในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔) และยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๗๙)^๔ รวมทั้งเป็นการเพิ่มศักยภาพให้แก่ธุรกิจไมซ์ของประเทศไทย และการพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรให้มีขีดความสามารถที่ดีทั้งด้านความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะต่าง ๆ^๕ รวมทั้งการส่งเสริมให้ผู้ประกอบที่มีคุณลักษณะที่เหมาะสมกับการดำเนินธุรกิจไมซ์ มีความมุ่งมั่น กล้าเสี่ยง เพื่อสร้างสรรค์ให้เกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ จะส่งผลให้ธุรกิจไมซ์ประสบความสำเร็จได้มากยิ่งขึ้น

สำหรับประเทศไทยเป็นประเทศที่มีเสน่ห์ในการดึงดูดนักท่องเที่ยวด้วยปัจจัยหลายประการทั้งแหล่งท่องเที่ยว วัฒนธรรม โรงแรม ร้านอาหาร กิจกรรมนันทนาการทางการค้าการแสดง และกีฬา มนต์เสน่ห์เหล่านี้ จะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยือนประเทศไทยเป็นจำนวนมากถือเป็นอันดับหนึ่งของโลกในปี ๒๕๖๐ เป็นเมืองจุดหมายปลายทางด้านเศรษฐกิจ และการใช้โอกาสทางธุรกิจ (Business Opportunity) ในการเปิดการค้าเสรีในความร่วมมือต่าง ๆ ที่กำหนดเป็นกลยุทธ์เชิงรุกด้วยการท่องเที่ยวรูปแบบธุรกิจไมซ์ (MICE)

^๒ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, ธุรกิจไมซ์: Mice Business ธุรกิจการจัดประชุมขององค์กร การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลธุรกิจ การจัดประชุมนานาชาติ และการจัดงานแสดงสินค้า, (กรุงเทพมหานคร : เพิร์นข้าหลวง พรินต์ติ้ง, ๒๕๕๔), หน้า ๔.

^๓ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน), รายงานสถิติอุตสาหกรรมไมซ์ปีงบประมาณ ๒๕๖๑ โครงการสำรวจสถิติการจัดประชุมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๑.

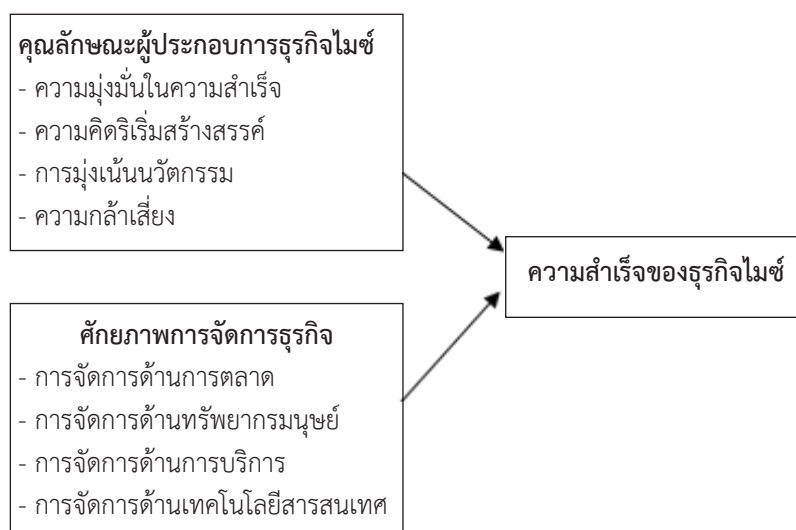
^๔ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. Thailand's MICE Industry Report. [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <https://elibrary.tceb.or.th/getattachment/353221e7-53e9-4cbe-9158-a3dfaae4d4c6/5863.aspx>, [๑๒ พฤศจิกายน ๒๕๖๒].

^๕ ธนพล รุ่งเรือง, “สมรรถนะบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์และความภาคภูมิใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรม”, วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ, ปีที่ ๑๑ เล่มที่ ๒ (๒๕๕๘) : ๑๑๖-๑๔๗.

ในประเทศโดยเฉพาะจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งเป็นเมืองท่องเที่ยวทางภาคกลางที่สามารถพัฒนา ศักยภาพการจัดการธุรกิจไมซ์ขนาดใหญ่ ด้วยโครงข่ายการคมนาคม โรงแรม ที่พักหลายระดับสถานที่ จัดการประชุม สถานที่จัดงานสัมมนา สถานที่ท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมากมาย รวมไปถึงศูนย์จัดแสดง นิทรรศการที่สะดวกสบาย ได้รับการออกแบบโดยคำนึงถึงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของประเทศไทย เป็นหลักในการจัดงานกิจกรรมธุรกิจครบวงจร ผู้จัดงานสามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างคุ้มค่าบนทำเลที่มี ความสวยงาม ทำให้สถานการณ์การท่องเที่ยวรูปแบบธุรกิจไมซ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีการขยายตัว มากขึ้น แต่ยังมีจุดอ่อนในด้านการประชาสัมพันธ์และขาดการส่งเสริมการท่องเที่ยวรูปแบบนี้อย่างชัดเจน ประกอบกับมีบุคลากรที่มีคุณลักษณะเหมาะสมกับธุรกิจไมซ์ไม่เพียงพอส่งผลต่อศักยภาพการจัดการธุรกิจ ไมซ์ของผู้ประกอบการ ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาศักยภาพการจัดการธุรกิจ และคุณลักษณะของ ผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจไมซ์ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งผลการวิจัยจะเป็น แนวทางสำหรับผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องร่วมกันพัฒนาศักยภาพการจัดการธุรกิจและ คุณลักษณะของผู้ประกอบการให้เหมาะสมในการดำเนินธุรกิจไมซ์นำไปสู่ความสำเร็จได้อย่างยั่งยืน เป็นการ ส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและ สังคมแห่งชาติ และยุทธศาสตร์ชาติต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

๑. เพื่อศึกษาอิทธิพลของศักยภาพการจัดการธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จธุรกิจไมซ์ (MICE) ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
๒. เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณลักษณะผู้ประกอบการธุรกิจไมซ์ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจไมซ์ (MICE) ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา



การทบทวนวรรณกรรม

๑. ศักยภาพการจัดการธุรกิจ ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้องค์กรมุ่งสู่ความสำเร็จได้ไม่ว่าจะเป็นองค์กรขนาดใหญ่หรือขนาดเล็กย่อมต้องประสบกับภาวะการแข่งขันทั้งสิ้น ดังนั้น การจัดการองค์กรที่ดีจะสามารถนำความรู้ด้านต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้และมีความยืดหยุ่นสามารถปรับตัวตามสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงได้โดยกิจกรรมทั้งภายในและภายนอกองค์กรต้องมีความเชื่อมโยงสามารถทำงานดำเนินไปได้อย่างต่อเนื่องไม่ติดขัดสอดคล้องกับแนวคิดห่วงโซ่แห่งคุณค่า (Value Chain) ของ Michael Porter ศักยภาพการจัดการธุรกิจ หมายถึง ความสามารถในการดำเนินธุรกิจให้มีประสิทธิภาพนำไปสู่เป้าหมายสูงสุดประกอบด้วย การจัดการ ๔ ด้าน ดังนี้

๑.๑ การจัดการด้านการตลาด (Marketing Management) หมายถึง กระบวนการในการจัดการนำสินค้าหรือบริการไปสู่การกำหนดตำแหน่งตลาด การเลือกกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การวางแผนเจาะกลุ่มลูกค้า การหาลูกค้ากลุ่มมุ่งหวัง รวมถึงการส่งเสริมการตลาดเพื่อการรักษาลูกค้าเก่าและการเพิ่มจำนวนลูกค้าใหม่ ให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ การตลาดของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ดังนั้น การสื่อสารที่รวดเร็วและเข้าถึงประชาชนอย่างแพร่หลายจะสนับสนุนให้ประชาชนเกิดความสนใจและตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวได้มากยิ่งขึ้นผลการดำเนินงานขึ้นอยู่กับส่งเสริมการตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการมุ่งเน้นการตลาด^๖ ดังนั้น หากธุรกิจท่องเที่ยวมีการจัดการด้านการตลาดที่มีประสิทธิภาพ โดยสามารถวิเคราะห์สถานการณ์ตลาดได้อย่างถูกต้องเกี่ยวกับแนวโน้มทางการตลาด และเข้าใจความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างดี ย่อมจะทำให้สามารถวางแผนการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ^๗ ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้รวดเร็วยิ่งขึ้น

๑.๒ การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management) หมายถึง กระบวนการสรรหาบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถ ตามลักษณะงานแต่ละธุรกิจ และกำหนดแผนการพัฒนา การทะนุบำรุงรักษาทรัพยากรบุคคลให้มีศักยภาพตามขีดความสามารถ กำหนดผลตอบแทนและสวัสดิการต่าง ๆ ด้านความปลอดภัยและสุขภาพของพนักงานรวมถึงประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างเป็นธรรมและมีประสิทธิภาพสำหรับบุคลากรในการดำเนินธุรกิจไม่ว่าควรได้รับการเสริมสร้างความพร้อมทั้งด้านความคิดสติปัญญาอารมณ์ ความสามารถในการแก้ปัญหาการเตรียมความพร้อมให้กับบุคลากรด้วย

^๖ ปุริตา กล้าประเสริฐ. “อิทธิพลของการมุ่งเน้นการตลาดต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย”, *ดุษฎีนิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต*, (โครงการปรัชญาดุษฎีบัณฑิตกิตติมศักดิ์ : มหาวิทยาลัยปทุมธานี, ๒๕๕๓).

^๗ อังคน บัญเกิด, “ศักยภาพของอุตสาหกรรมบริการในแหล่งท่องเที่ยวภาคตะวันตก เพื่อพัฒนาเป็นโมเดลชีวิตในประชาคมอาเซียน”, *การประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ครั้งที่ ๙ “ราชมงคลสร้างสรรค์นวัตกรรมที่ยั่งยืนสู่ประเทศไทย ๔.๐” (Creative RMUT and Sustainable Innovation for Thailand ๔.๐)*, (นครปฐม : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์, ๒๕๖๐).

การเสริมสร้างคุณสมบัติที่ดี ทำให้บุคลากรมีสมรรถนะมากขึ้น ส่งผลต่อความภักดีของผู้เข้าร่วมกิจกรรม^๙ การที่ธุรกิจไมซ์มีบุคลากรที่เชี่ยวชาญในแต่ละด้านมีการเตรียมการตลอดเวลาสามารถทำให้การดำเนินงานสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้^๙ นำไปสู่ความสำเร็จในการดำเนินงาน

๑.๓ การจัดการด้านการบริการ (Service Management) หมายถึง การให้บริการที่มีคุณภาพ ในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ตามกำหนดเวลา มีการใช้ทรัพยากร หรือต้นทุนค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่จำเป็น เพื่อรักษามาตรฐานและพร้อมพัฒนาเพื่อให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจ สูงสุด ซึ่งการบริการในธุรกิจไมซ์จะต้องเป็นการบริการที่มีคุณภาพตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดี ผู้ประกอบการจะต้องตระหนักถึงการบริการที่มีคุณภาพตามความคาดหวังของลูกค้ามากที่สุด ตลอดจนวางแผนในการแก้ปัญหาที่จะเกิดขึ้นในขณะปฏิบัติงานได้อย่างรอบคอบเป็นขั้นตอน ทำให้ลูกค้าพอใจและ ต้องการใช้บริการอย่างต่อเนื่อง การจัดการด้านการบริการเป็นสิ่งสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของท้องถิ่น^{๑๐} นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจไมซ์

๑.๔ การจัดการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology Management) หมายถึง กระบวนการในการพัฒนาเครื่องมือด้านเทคโนโลยีมาใช้ในการสนับสนุนการให้บริการต่อกลุ่มลูกค้า ให้ได้รับความสะดวกมากที่สุด เช่น การใช้คอมพิวเตอร์ที่มีความเร็วสูง Software ต่าง ๆ ที่ทำให้การปฏิบัติงานเกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เนื่องจากการจัดการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเกี่ยวข้องกับความเป็นอยู่ ของสังคมสมัยใหม่ จึงเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับการดำเนินงานในหน่วยงานต่าง ๆ^{๑๑} ในการพัฒนาระบบ รวบรวมจัดเก็บข้อมูลในองค์กรของตนช่วยเพิ่มผลผลิต ลดต้นทุน และเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน เช่น เทคโนโลยีสารสนเทศด้านสื่อสังคมออนไลน์ มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินกิจการ^{๑๒} ดังนั้น

^๙ เรื่องเดียวกัน.

^{๑๐} พิมพ์ฐานัน แฉ่มใสศรี, “ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้าง ในเขต ชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม.” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยศิลปากร, ๒๕๕๔).

^{๑๑} เปรมฤดี ทองลา, “การศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนหนองบัว อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี คณะ วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์”, การประชุมวิชาการระดับชาติ วิทยาลัย นครราชสีมาครั้งที่ ๖ ประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๒ “สังคมผู้สูงวัย: โอกาสและความท้าทายของอุดมศึกษา”, (นครราชสีมา : วิทยาลัยนครราชสีมา, ๒๕๖๒).

^{๑๒} สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, โครงการวิจัยนานาชาติด้านการรู้คอมพิวเตอร์และ สารสนเทศ(International Computer and Information Literacy Study), (กรุงเทพฯ : สถาบันส่งเสริมการ สอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, ๒๕๕๓).

^{๑๓} ดาริกา ธนะสูตร และนิตนา ฐานิตธนกร, “ปัจจัยกลยุทธ์ด้านการตลาดและสื่อสังคมออนไลน์ที่มีอิทธิพล ต่อความสำเร็จในการดำเนินกิจการร้านค้าขนมตำระดับพรีเมียมของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร”, การประชุมเสนอมผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ ๔, นนทบุรี : มหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๕๖).

การที่องค์กรนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้ในการปฏิบัติงานและมีการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศที่ดี ย่อมทำให้กิจการประสบความสำเร็จได้ง่าย

๒. คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการธุรกิจ (Entrepreneurs) นับเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่จะขับเคลื่อนธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้ ผู้ประกอบการคือผู้ลงทุนประกอบธุรกิจโดยยอมรับความเสี่ยงต่อการขาดทุนและกำไร รวมทั้งควบคุมดำเนินการธุรกิจด้วยตนเอง คุณลักษณะของผู้ประกอบการ (Entrepreneur Characteristics) หมายถึง ผู้ประกอบการที่มีทักษะความรู้ ความสามารถ แนวคิดและมุมมองในการประกอบธุรกิจภายใต้สภาพแวดล้อมและลักษณะวัฒนธรรมขององค์กรที่แตกต่างกัน ประกอบด้วย ๔ ลักษณะ ดังนี้

๒.๑ ความมุ่งมั่นในความสำเร็จ (Determination to Success) หมายถึง การมองหาโอกาสและแนวทางความเป็นไปได้ในการปฏิบัติ และปรับปรุงพัฒนาวิธีการเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ในด้านธุรกิจตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ รวมถึงกระบวนการดำเนินงานในการพัฒนาการให้เจริญเติบโตเพื่อให้ได้ผลกำไรตามที่มุ่งหวังเป็นสำคัญ ความมุ่งมั่นในความสำเร็จเป็นความรู้สึกในเชิงบวกที่ทำให้เกิดพลังขับเคลื่อนในงานโดยไม่ย่อท้อจะส่งผลให้บุคคลเกิดความทุ่มเทลงอย่างเต็มที่เพื่อขับเคลื่อนให้งานบรรลุเป้าหมาย^{๑๓} ผู้ประกอบการที่มีความมุ่งมั่นตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการ มีความใฝ่ใจในความสำเร็จ มีความอดทนแสวงหาโอกาสกล้าเสี่ยงมีแรงจูงใจและพลังจะส่งผลให้การดำเนินงานนั้นประสบความสำเร็จดังที่ตั้งเป้าหมายไว้^{๑๔}

๒.๒ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (Creativity Thinking) หมายถึง กระบวนการทางความคิดที่รู้สึกไวต่อปัญหาและสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างมีขั้นตอนและเป็นระบบ ด้วยความละเอียดลออและยืดหยุ่นเป็นการนำเสนอสิ่งใหม่ที่มีคุณค่าความแตกต่างน่าสนใจ เพื่อให้เกิดวิธีการใหม่ ๆ ในการดำเนินธุรกิจให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ผู้ประกอบการที่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ จะเป็นผู้ที่ไม่อยู่นิ่งอยากรู้อยากเห็นสนุกสนานและชอบความแปลกใหม่ กล้าหาญ ชอบผจญภัย เพื่อให้ได้ประสบการณ์ใหม่ ๆ และสามารถแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ได้ดีแตกต่างจากคนอื่น มีความมานะพยายามทำงานหนัก เพื่อสร้างสรรค์งานให้มีความแปลกใหม่อย่างต่อเนื่อง นำไปสู่ความสำเร็จขององค์กรได้ ดังนั้นผู้ประกอบการที่มีความคิดสร้างสรรค์ย่อมมีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจในทิศทางเดียวกัน^{๑๕, ๑๖}

^{๑๓} D.Gorgievski, and A., Bakker, “Passion for Work : Work Engagement versus Work Aholism.” Handbook of Employee Engagement: Perspectives, Issues, Research and Practice Glos, (UK: Edward Elgar, 2010), p. 264-271.

^{๑๔} ฝนทิพย์ ชวโรว, “คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภาคเหนือตอนล่างของไทย”, วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, (คณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ : มหาวิทยาลัยนเรศวร, ๒๕๕๕).

^{๑๕} เรื่องเดียวกัน.

^{๑๖} นิตย์ สุขศรี, “ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี”, วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี, ๒๕๕๓).

๒.๓ การมุ่งเน้นนวัตกรรม (Innovation Orientation) หมายถึง รูปแบบการดำเนินธุรกิจที่สนับสนุนการพัฒนาเครื่องมือหรือวิธีการใหม่ๆ ในการปฏิบัติงานที่มีศักยภาพความพร้อม รวมถึงแนวทางการปฏิบัติงานใหม่ ๆ นำไปสู่ผลิตภัณฑ์และบริการรูปแบบใหม่ที่แตกต่างกันเดิม เพื่อให้เกิดผลการปฏิบัติงานที่ดีมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น องค์กรที่มุ่งเน้นนวัตกรรมจะสามารถสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ได้อย่างต่อเนื่องสามารถปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมให้บรรลุผลการดำเนินงาน^{๑๗} สามารถเผชิญการแข่งขันที่รุนแรง ในการออกแบบสินค้าและบริการรูปแบบใหม่ ๆ ที่แตกต่างให้กับลูกค้า และตอบสนองความต้องการได้ดีกว่าคู่แข่ง ทำให้ธุรกิจอยู่รอดได้อย่างยั่งยืน^{๑๘} ศักยภาพผู้ประกอบการและนวัตกรรมองค์กรมีอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อความสามารถทางการแข่งขัน^{๑๙} ซึ่งจะส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กร

๒.๔ ความกล้าเสี่ยง (Risk Taking) หมายถึง ความมั่นใจในแนวคิดวิธีปฏิบัติใหม่ ๆ ที่ท้าทายความรู้ความสามารถ วางแผนการลงทุนดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจ รวมถึงการตัดสินใจในการเลือกงานที่แตกต่างจากกิจการทั่วไป เพื่อเพิ่มช่องทางแห่งความสำเร็จขององค์กร ผู้ประกอบการที่ยินดีจะรับความเสี่ยงจะสามารถจัดการกับสถานการณ์ที่มีความไม่แน่นอนนั้นได้ด้วยความพยายามของตนเอง ความกล้าเสี่ยงอย่างมีเหตุผลเป็นความกล้าเสี่ยงในระดับที่เหมาะสม ไม่มากหรือน้อยเกินไปผู้ประกอบการที่สามารถจัดการความเสี่ยงได้จะมีโอกาสพลาตน้อยที่สุดหรือมีแนวโน้มทำให้ธุรกิจดำเนินการไปได้มากที่สุดความกล้าเสี่ยงมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จของธุรกิจเนื่องจากผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จมีความกล้าที่ทำการเสี่ยงภายใต้สถานการณ์ที่ได้ประเมินแล้วว่าความสามารถที่มีอยู่ของตนเพียงพอที่จะทำงานนั้นให้บรรลุเป้าหมายได้^{๒๐}

๓. ความสำเร็จของธุรกิจไมซ์ (MICE Business Success) หมายถึง ผลลัพธ์จากการดำเนินธุรกิจประกอบด้วย ความเชื่อมั่นของลูกค้า ได้แก่ จำนวนผู้มาใช้บริการที่เพิ่มมากขึ้นจากการบอกต่อของผู้ที่เคยมาใช้บริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ อันได้แก่ อัตราการลดลงของข้อร้องเรียนและความผิดพลาดที่เกี่ยวกับการให้บริการ รวมทั้งด้านบริหารจัดการที่ดีขึ้น เช่น การใช้จ่ายที่เป็นไปตามแผน การมีผลกำไรเท่ากับที่ตั้งไว้หรือสูงกว่าเป้าหมาย รวมทั้งประสบการณ์ที่บุคลากรได้รับเพิ่มมากขึ้นการบรรลุผลสำเร็จ

^{๑๗} N.A., Omar, and others, “Assessing the Factors Influencing Service Innovation Capabilities and Performance”, *Information Management and Business Review*, Vol. 4 (2016): 52-63.

^{๑๘} H.W., Chesbrough, “Bringing Open Innovation to Services”, *MIT Sloan Management Review Cambridge*, Vol. 52 No.2 (2011): 85-90.

^{๑๙} พนิดา สัตโยภาส, “ศักยภาพผู้ประกอบการและนวัตกรรมองค์กรที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคเหนือตอนบน”, *วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต*, (คณะวิทยาการจัดการ : มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง, ๒๕๕๕).

^{๒๐} พิมพ์ญาณ แจ่มใสศรี, “ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม.” *วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต*.

ในการบริการเกี่ยวกับธุรกิจไมซ์ เป็นการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าโดยตอบสนองและเติมเต็มความต้องการของลูกค้าที่มีอยู่ได้อย่างรวดเร็ว เกินความคาดหวังของลูกค้า และเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของกิจการที่ตั้งไว้^{๒๑} กิจการที่ส่งมอบการบริการเหนือความคาดหวังของลูกค้าและทันเวลาที่ลูกค้าต้องการจะสามารถบรรลุผลสำเร็จในการให้บริการ ลดความเสี่ยง และมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงาน^{๒๒}

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้มุ่งศึกษาศักยภาพการจัดการธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจไมซ์ (MICE) ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ประกอบการธุรกิจไมซ์ จำนวน ๒๘๐ ราย จากจำนวนทั้งสิ้น ๙๑๒ ราย ด้วยวิธีการคำนวณกลุ่มตัวอย่างจากสูตรทาโรยามาเน่ ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ ๙๕ ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) โดยการแจกแบบสอบถามให้กับผู้ประกอบการที่เข้าร่วมประชุมสัมมนาธุรกิจไมซ์ ในการสัมมนาเรื่อง “สัมมนาร้อยเรียงพระนครศรีอยุธยาสู่ MICE Destination” เมื่อวันที่ ๑๙ ตุลาคม ๒๕๖๓ ณ The Hall Convention Centre ศูนย์การค้าอยุธยาซิตีพาร์ค จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

แบบสอบถาม (Questionnaires) ประกอบด้วย ๓ ส่วน ได้แก่ (๑) แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ แบบคำตอบหลายตัวเลือก (Multiple Choices Question) จำนวน ๗ ข้อ (๒) แบบสอบถามเกี่ยวกับศักยภาพการจัดการ จำนวน ๑๒ ข้อ คุณลักษณะของผู้ประกอบการ จำนวน ๑๒ ข้อ และความสำเร็จของธุรกิจไมซ์ จำนวน ๕ ข้อ ซึ่งเป็นข้อคำถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ๕ ระดับ และ (๓) ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายเปิด เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างได้มีโอกาสในการแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ โดย (๑) การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน ๓ ท่าน ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างคำถามกับวัตถุประสงค์ของเนื้อหา (IOC : Index of Item Objective Congruence) อยู่ระหว่าง ๐.๖๗ – ๑.๐๐ (๒) การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาที่ได้จากการตรวจสอบ อยู่ระหว่าง ๐.๘๗-๐.๙๒ ซึ่งมีความมากกว่า ๐.๗๐^{๒๓} ถือว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นในระดับสูงสามารถใช้เก็บข้อมูลได้

^{๒๑} W., Wikhamn, “Innovation, Sustainable HRM and Customer Satisfaction”, *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 76 (2019): 102-110.

^{๒๒} T.S., Gruca, and L.L., Rego, “Customer Satisfaction, Cash Flow, and Shareholder Value”, *Journal of Marketing*, Vol. 69 No.6 (2005): 115-130.

^{๒๓} กัลยา วานิชย์บัญชา, การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล, พิมพ์ครั้งที่ ๙, (กรุงเทพมหานคร : ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๙).

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา เพื่ออธิบายข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ วิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Person's Correlation Coefficient) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรและใช้สถิติการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ในการวิเคราะห์สมมติฐาน

สรุปผลการวิจัย

๑. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน ๒๘๐ คน ส่วนใหญ่เป็น เพศหญิงจำนวน ๑๕๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๔.๓๐ คน อายุระหว่าง ๓๖ – ๔๖ ปี จำนวน ๗๓ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๖.๑๐ ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน ๑๘๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๖๗.๕๐ ตำแหน่งในองค์กร ส่วนใหญ่เป็นเจ้าของกิจการ จำนวน ๙๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๓.๕๗ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า ๑๐๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๑๓๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๘.๒๒ ประเภทธุรกิจ คือ กิจการเจ้าของคนเดียว จำนวน ๑๓๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๗.๘๖ และรูปแบบธุรกิจ ส่วนใหญ่ให้บริการที่พัก จำนวน ๖๓ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๒.๕๐

๒. ผลการวิเคราะห์สมมติฐาน

ในการทดสอบสมมติฐาน ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบคุณสมบัติตัวแปรว่ามีความเหมาะสมกับเทคนิคการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระที่สูงเกินไปจนอาจเกิดปัญหา Multicollinearity พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพการจัดการธุรกิจ ประกอบด้วย การจัดการด้านการตลาด (MKM) การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ (HRM) การจัดการด้านการบริการ (SVM) และการจัดการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (ITM) มีค่าอยู่ระหว่าง ๐.๓๒๖ – ๐.๗๔๕ ประกอบกับการพิจารณาจากค่า VIF และพบว่าอยู่ระหว่าง ๑.๒๕๓ – ๒.๘๘๙ ในขณะที่ตัวแปรอิสระที่สนใจคือ ความมุ่งมั่นในความสำเร็จ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ การมุ่งเน้นนวัตกรรม และความกล้าเสี่ยง มีค่าอยู่ระหว่าง ๐.๖๓๓ – ๐.๗๓๘ และค่า VIF อยู่ระหว่าง ๒.๓๘๘ – ๓.๓๐๓ ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระทั้งสองกลุ่ม มีค่าไม่เกิน ๐.๘๐ และค่า VIF ไม่เกิน ๑๐ แสดงว่า ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity จึงสามารถนำไปทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ได้ ดังตารางที่ ๑ และตารางที่ ๒

ตารางที่ ๑ แสดงศักยภาพการจัดการธุรกิจ ประกอบด้วย การจัดการด้านการตลาด การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ การจัดการด้านการบริการ และการจัดการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจไหมซ์

ศักยภาพการจัดการธุรกิจ	ความสำเร็จของธุรกิจไหมซ์			p – Value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย(β)	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (ϵ)	t	
ค่าคงที่ (a)	๒.๐๑๓E-๑๖	๐.๔๐	๐.๐๐	๑.๐๐๐
๑. การจัดการด้านการตลาด	๐.๑๙๑	๐.๕๗	๓.๓๓๘	๐.๐๐๑**
๒. การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์	-๐.๐๗๒	๐.๔๕	-๑.๖๐๒	๐.๑๑๐
๓. การจัดการด้านการบริการ	๐.๑๔๓	๐.๗๐	๑๒.๐๖๐	๐.๐๔๐*
๔. การจัดการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	๐.๕๑๙	๐.๖๒	๘.๔๐๘	๐.๐๐๐**
Adjusted R Square	๐.๕๔๙			

* ระดับนัยสำคัญ $p < ๐.๐๕$, ** ระดับนัยสำคัญ $p < ๐.๐๑$

จากตารางที่ ๑ พบว่า ตัวแปรอิสระร่วมกันพยากรณ์ตัวแปรตามได้ร้อยละ ๕๔.๙๐ โดยพิจารณาจากค่า Adjusted R Square เท่ากับ ๐.๕๔๙ และเมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า การจัดการด้านการตลาดและการจัดการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจไหมซ์อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ ๐.๐๑ ($\beta = ๐.๑๙๑$, $\beta = ๐.๕๑๙$, ตามลำดับ) การจัดการด้านการบริการ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจไหมซ์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ ๐.๐๕ ($\beta = ๐.๑๔๓$) ส่วนการจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ ไม่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจไหมซ์ ($\beta = -๐.๐๗๒$)

ตารางที่ ๒ แสดงผลการวิเคราะห์คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ประกอบด้วย ความมุ่งมั่นในความสำเร็จ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ การมุ่งเน้นนวัตกรรม และความกล้าเสี่ยงมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจไหมซ์

คุณลักษณะของผู้ประกอบการ	ความสำเร็จของธุรกิจไหมซ์			p – Value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย(β)	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (ϵ)	t	
ค่าคงที่ (a)	๐.๐๐	๐.๐๓๒	๐.๐๐๐	๑.๐๐๐**
๑. ความมุ่งมั่นในความสำเร็จ	๐.๑๗๑	๐.๐๕๙	๒.๘๙๐	๐.๐๐๔**
๒. ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์	๐.๑๒๙	๐.๐๕๐	๒.๕๗๗	๐.๐๑๐*
๓. การมุ่งเน้นนวัตกรรม	๐.๖๔๙	๐.๐๕๑	๑๒.๗๒๖	๐.๐๐๐**
๔. ความกล้าเสี่ยง	๐.๒๙๘	๐.๐๕๑	๕.๘๗๕	๐.๐๐๐**
Adjusted R Square	๐.๗๐๕			

* ระดับนัยสำคัญ $p < ๐.๐๕$, ** ระดับนัยสำคัญ $p < ๐.๐๑$

จากตารางที่ ๒ พบว่า ตัวแปรอิสระร่วมกับพยากรณ์ตัวแปรตามได้ร้อยละ ๗๐.๕๐ โดยพิจารณาจากค่า Adjusted R Square เท่ากับ ๐.๗๐๕ และเมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า ความมุ่งมั่นในความสำเร็จการมุ่งเน้นนวัตกรรม และความกล้าเสี่ยงมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจไมซ์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ ๐.๐๑ ($\beta = ๐.๑๗๑$, $\beta = ๐.๖๔๙$, $\beta = ๐.๒๙๘$, ตามลำดับ) ส่วนความคิดริเริ่มสร้างสรรค์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจไมซ์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ ๐.๐๕ ($\beta = ๐.๑๒๙$)

การอภิปรายผล

๑. ศักยภาพการจัดการธุรกิจ ประกอบด้วย การจัดการด้านการตลาด การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ การจัดการด้านการบริการ และการจัดการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศมีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจไมซ์ อภิปรายผลได้ดังนี้

๑.๑ การจัดการด้านการตลาดมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจไมซ์ เนื่องจากผู้ประกอบการที่มีการจัดการด้านการตลาดที่ดี ได้ทำการวิเคราะห์สถานการณ์การตลาด คู่แข่งขัน และลูกค้าอย่างรอบคอบทำให้รับรู้สถานการณ์ปัจจุบันเป็นอย่างดี สามารถประเมินคู่แข่งได้ รวมถึงมีความเข้าใจในความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง ทำให้สามารถวางแผนการตลาดได้อย่างเหมาะสมส่งผลให้ธุรกิจดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง โดยได้รับความสนใจจากลูกค้ามาใช้สินค้าหรือบริการมากขึ้น สินค้าและบริการสร้างความประทับใจและความพึงพอใจให้กับลูกค้า นำมาสู่ยอดขายและผลกำไรที่เพิ่มขึ้นตามมาด้วยก่อให้เกิดความสำเร็จของธุรกิจไมซ์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสายธิดา สระภักแก้ว^{๒๔} พบว่า การจัดการด้านการตลาดมีอิทธิพลทางบวกต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ และงานวิจัยของปรีดา กล้าประเสริฐ^{๒๕} พบว่า ผลการดำเนินงานขึ้นอยู่กับการส่งเสริมการตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การมุ่งเน้นการตลาด และคุณลักษณะของผู้ประกอบการในขณะเดียวกันยังสอดคล้องกับงานวิจัยของฉัตยาพร เสมอใจ^{๒๖} พบว่า การจัดการด้านการตลาดในภาพรวมมีความสัมพันธ์กับการดำเนินงานในภาพรวมในระดับสูง

๑.๒ การจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ไม่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจไมซ์ อาจเป็นเพราะผู้ประกอบการธุรกิจไมซ์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีมุมมองในการจัดการบุคลากรได้อย่างไม่ยากนัก

^{๒๔} สายธิดา สระภักแก้ว, “คุณลักษณะและศักยภาพการจัดการธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการฟาร์มกุ้ง อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม”, วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร, ๒๕๖๑), บทคัดย่อ.

^{๒๕} ปรีดา กล้าประเสริฐ, “อิทธิพลของการมุ่งเน้นการตลาดต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย”, ดุษฎีนิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, บทคัดย่อ.

^{๒๖} ฉัตยาพร เสมอใจ, “การจัดการด้านการตลาดและผลการดำเนินงานของ SMEs ในจังหวัดนนทบุรี.” วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์, ปีที่ ๔ ฉบับที่ ๒ (มิถุนายน – กันยายน ๒๕๖๑) : ๗๗-๙๒.

เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นกิจการเจ้าของคนเดียวที่ไม่มีการจ้างพนักงานหรือมีพนักงานจำนวนน้อยและพนักงานเหล่านั้นอาจเป็นญาติกับเจ้าของกิจการ ซึ่งเจ้าของเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถในทุกด้าน สามารถดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ได้ด้วยตนเอง จึงไม่ได้ให้ความสำคัญต่อการจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าการจัดการทรัพยากรมนุษย์จะไม่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจไมซ์ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาก็ตาม แต่การที่องค์กรมีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ ความเชี่ยวชาญงานทุก ๆ ด้าน ถือเป็นปัจจัยสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ รวมถึงการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพการทำงานอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จยิ่งขึ้น เพราะการดำเนินงานธุรกิจไมซ์ต้องอาศัยบุคลากรที่มีทักษะ ความชำนาญความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ร่วมกันขับเคลื่อนองค์กร ซึ่งสอดคล้องงานวิจัยของอาทิตยา แซ่ลี^{๒๗} พบว่า ศักยภาพการจัดการจัดด้านทรัพยากรมนุษย์ไม่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ

๑.๓ การจัดการด้านการบริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจไมซ์ (MICE) เนื่องจาก การประกอบธุรกิจไมซ์มีความเกี่ยวข้องกับการบริการเป็นส่วนใหญ่ จึงให้ความสำคัญกับการบริการที่มี คุณภาพมีนวัตกรรมบริการที่อำนวยความสะดวกมากที่สุด ไม่มีความยุ่งยาก ซับซ้อนสามารถมองเห็นได้ อย่างเป็นรูปธรรม เพราะหากสามารถสร้างมาตรฐานการจัดการและการบริการให้เป็นที่ยอมรับ สิ่งเหล่านี้ จะช่วยดึงดูดใจทั้งผู้จัดงานและนักท่องเที่ยวทำให้เกิดความพึงพอใจและกลับมาใช้บริการอีกครั้ง ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจผู้มาใช้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของศิริประภา บำรุงวัตร^{๒๘} พบว่า การรับรู้คุณภาพการบริการของการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์มีอิทธิพลต่อแนวโน้มกลับมาท่องเที่ยวรูปแบบ ไมซ์เมืองพัทยาส่งผลให้เกิดความสำเร็จของธุรกิจนวัตกรรมการ

๑.๔ การจัดการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจไมซ์ เนื่องจากในการดำเนินธุรกิจไมซ์ เทคโนโลยีสารสนเทศถือเป็นส่วนประกอบสำคัญในการดำเนินธุรกิจให้ เป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยนำมาประยุกต์ใช้เพื่ออำนวยความสะดวก รวดเร็วสามารถเชื่อถือและ ตรวจสอบได้ สร้างเครือข่ายการทำงานด้วย Internet ที่แตกต่างจากคู่แข่ง ทำให้เกิดการรับรู้และเข้าใจ ของผู้มาใช้บริการได้ง่ายขึ้น สามารถส่งผลในความพึงพอใจ ลดความผิดพลาดต่าง ๆ สร้างฐานข้อมูลลูกค้า ในปัจจุบันและอนาคต ที่ทำให้รู้จักลูกค้าและสามารถสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในรูปแบบต่าง ๆ ได้

^{๒๗} อาทิตยา แซ่ลี, “ศักยภาพการจัดการและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการไร้สำปะหลัง อำเภอบ่อพลอย จังหวัดกาญจนบุรี”, วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยศิลปากร, ๒๕๕๘), บทคัดย่อ.

^{๒๘} ศิริประภา บำรุงวัตร, “อิทธิพลของการรับรู้คุณภาพการบริการที่มีต่อแนวโน้มในการกลับมาท่องเที่ยวและ ศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ (MICE) ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี”, วารสารวิชาการมหาวิทยาลัย พาร์อีสเทอร์น, ปีที่ ๑๑ ฉบับที่ ๓ (กรกฎาคม – กันยายน ๒๕๖๐) : ๓๗-๔๙.

อย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดความสำเร็จในธุรกิจไมซ์ได้อย่างยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยศิริกาน นิรมิตวรรณะ^{๒๙} พบว่า ปัจจัยด้านโครงสร้างระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการจัดการความรู้ขององค์กรเอกชน

๒. คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ประกอบด้วย ความมุ่งมั่นในความสำเร็จ คิดคิดริเริ่มสร้างสรรค์ การมุ่งเน้นนวัตกรรม และความกล้าเสี่ยง มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจไมซ์ อภิปรายผลได้ ดังนี้

๒.๑ ความมุ่งมั่นในความสำเร็จ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจไมซ์ เนื่องจากปัจจุบัน มีอุปสรรคในการดำเนินงานค่อนข้างมาก ทั้งเรื่องสภาพอากาศต่าง ๆ มลภาวะ สิ่งแวดล้อม โรคระบาด ความสามารถของคู่แข่ง และระบบเศรษฐกิจในภาวะปัจจุบัน ตลอดจนความก้าวหน้าอย่างไม่หยุดยั้ง ของเทคโนโลยี เป็นผลให้พฤติกรรมการณ์การบริโภคของลูกค้าเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยผู้บริโภคมีความ ต้องการที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น ผู้ประกอบการธุรกิจไมซ์ จึงควรมีความมุ่งมั่น อดทน อีกทั้งต้องสร้างแรง ผลักดันให้กับตนเอง ไม่ย่อท้อต่อปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ต้องปรับตัวพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ โดยมุ่งหวังเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ดีขึ้น การที่ผู้ประกอบการมุ่งหวังไปที่ผลประโยชน์และคุณค่าที่องค์กรจะได้รับ ย่อมทำให้ทุ่มเทกายใจปฏิบัติภารกิจต่าง ๆ อย่างเต็มกำลัง ทำให้ผลการดำเนินงานขององค์กรประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย สอดคล้องกับงานวิจัยของวิมพิวิภา เกตุเทียน^{๓๐} พบว่า ปัจจัยความใส่ใจในความ สำเร็จร่วมกันพยากรณ์ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลาง และงานวิจัยของวันวิสาข์ โชคพรหมอนันต์^{๓๑} พบว่า ด้านใส่ใจในความสำเร็จมีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการประกอบการ

๒.๒ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจไมซ์ เนื่องจากการที่ ผู้ประกอบการที่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง ด้วยการนำวิธีการแปลกใหม่มาช่วย ในการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพสินค้าและบริการให้ทันสมัยและแตกต่างจากสินค้าหรือบริการของคู่แข่ง ออกสู่ตลาดและเป็นที่ยอมรับของลูกค้า สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดี ทำให้ลูกค้า เกิดความพึงพอใจ ตลอดจนมีความคิดริเริ่มในการปรับปรุงวิธีการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ไม่ว่า

^{๒๙} ศิริกาน นิรมิตวรรณะ, “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อการจัดการความรู้ ขององค์กรเอกชน”, การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, ๒๕๕๙), บทคัดย่อ.

^{๓๐} วิมพิวิภา เกตุเทียน, “คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจ ขนาดกลางในเขตภาคตะวันออก”, การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, (คณะบริหารธุรกิจ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ๒๕๕๖), บทคัดย่อ.

^{๓๑} วันวิสาข์ โชคพรหมอนันต์, “คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ของผู้ ประกอบการร้านค้าในตลาดนัดดอนหวาย จังหวัดนครปฐม”, วารสารวิชาการ ฉบับมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และ ศิลปะ, ปีที่ ๘ ฉบับที่ ๒ (พฤษภาคม – สิงหาคม ๒๕๕๘) : ๙๖๗-๙๘๘.

จะเป็นวิธีการทำงานตามภารกิจประจำวัน หรือวิธีการทำงานในภารกิจพิเศษ รวมถึงการติดต่อประสานงานกันภายในหน่วยงานกับบุคคลภายนอกหน่วยงานต่าง ๆ โดยสามารถนำประสบการณ์มาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จและบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้ ดังนั้น คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ จึงส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ หงไหม เหนอ^{๓๒} พบว่า ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ส่งผลต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ และงานวิจัยของ ฝนทิพย์ ฆารไสว^{๓๓} พบว่า ด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์มีความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภาคเหนือตอนล่างของไทย

๒.๓ การมุ่งเน้นนวัตกรรมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจไมซ์ เนื่องจากรูปแบบการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันผู้บริโภคคำนึงถึงภาพลักษณ์ของสินค้าและบริการรูปแบบใหม่ที่แตกต่างกันจากผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องผลิตสินค้าและบริการที่เป็นเอกลักษณ์และมีรูปแบบที่ทันสมัยอยู่เสมอ โดยนำเทคโนโลยีมาใช้ประโยชน์ในการสร้างนวัตกรรมสินค้าและบริการให้มีความน่าสนใจเพื่อดึงดูดลูกค้า ต้องมีการพัฒนาอยู่เสมอมีการคิดหาวิธีการใหม่ ๆ เพื่อให้สินค้าบริการของตนเข้าไปอยู่ในใจผู้บริโภคและสามารถครองใจผู้บริโภคได้ยาวนาน ทำให้ผลการดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืน สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุธีรา อะทะวงษา^{๓๔} พบว่า คุณลักษณะของผู้ประกอบการด้านนวัตกรรมองค์กรมีผลทางตรงต่อลักษณะของสถานประกอบการ

๒.๔ ความกล้าเสี่ยงมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จของธุรกิจไมซ์ เนื่องจากปัจจุบันธุรกิจขนาดเล็กมีความหวัดไหวต่อผลกระทบต่าง ๆ ได้ง่ายกว่าธุรกิจขนาดใหญ่ ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ภาวะดินฟ้า อากาศที่ไม่แน่นอน ราคาตลาด และอื่น ๆ ทำให้ผู้ประกอบการมีการจ่ายความเสี่ยง และมีความรู้ความเข้าใจถึงความเสี่ยง และกล้าลงทุนในธุรกิจอื่น ๆ เพราะได้เรียนรู้มาจากธุรกิจร้านค้าของตนเอง จึงทำให้มีการตัดสินใจและยอมรับผลเสียที่อาจเกิดขึ้นได้ง่าย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิมพชญาณ์ แจ่มใสศรี^{๓๕} พบว่าความกล้าเสี่ยงมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จในการประกอบธุรกิจ และ

^{๓๒} หงไหม เหนอ, คุณลักษณะของผู้ประกอบการและความสำเร็จในการประกอบธุรกิจส่งออกมันสำปะหลังไทยไปจีน, การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, ๒๕๕๖), บทคัดย่อ.

^{๓๓} ฝนทิพย์ ฆารไสว, “คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภาคเหนือตอนล่างของไทย”, วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บทคัดย่อ.

^{๓๔} สุธีรา อะทะวงษา, “คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการและลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย”, วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต, (คณะบริหารธุรกิจ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, ๒๕๕๗), บทคัดย่อ.

^{๓๕} พิมพชญาณ์ แจ่มใสศรี, “ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม.” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บทคัดย่อ.

งานวิจัยของนราเขต ยิ้มสุข^{๓๖} พบว่า บุคคลที่จะตัดสินใจประกอบธุรกิจจะต้องมีความกล้าที่จะเสี่ยงเพื่อความสำเร็จของกิจการ ผู้ประกอบการต้องกล้าที่จะทำงานท้าทายความสามารถที่จะทำให้ธุรกิจบรรลุผลสำเร็จได้มากกว่า

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า ศักยภาพของผู้ประกอบการ ได้แก่ การจัดการด้านการตลาด การจัดการด้านการบริการ และการจัดการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจไมซ์ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรมุ่งเน้นการเจาะตลาดกับกลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการเป็นพิเศษ มีออกแบบสินค้าหรือบริการให้เหมาะสมกับตลาดกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น แสวงหาแนวทางพัฒนาการบริการให้มีความโดดเด่นแตกต่างไปจากคู่แข่งรายอื่น ๆ โดยเพิ่มเอกลักษณ์ อัตลักษณ์ ให้สามารถจดจำได้ง่าย ตลอดจนการบริการที่ตอบสนองเกินความต้องการลูกค้าอยู่เนื่อง ๆ รวมทั้งให้ความสำคัญในการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์เพื่ออำนวยความสะดวก รวดเร็ว แม่นยำ เชื่อถือและตรวจสอบได้จะสามารถสร้างเครือข่ายร่วมกับคู่ค้า และผู้มาใช้บริการได้เป็นอย่างดี ส่วนการจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ถึงแม้ว่าการวิจัยจะพบว่าการจัดการทรัพยากรมนุษย์ไม่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจไมซ์ก็ตาม ผู้ประกอบการก็ควรให้ความสำคัญในการส่งเสริมให้มีการศึกษาดูงาน อบรมสัมมนาในด้านต่าง ๆ เพื่อเพิ่มพูนศักยภาพการจัดการและก่อให้เกิดวิสัยทัศน์ที่กว้างไกลสามารถนำธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จได้ดียิ่งขึ้น

สำหรับคุณลักษณะของผู้ประกอบการ ได้แก่ การมุ่งมั่นในความสำเร็จ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ การมุ่งเน้นนวัตกรรม และความกล้าเสี่ยง มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของธุรกิจไมซ์ ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจไมซ์ควรจะฝึกฝน สร้างความอดทน มานะพยายาม โดยไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค โดยการทำหน้าที่การทำงานด้วยความเพียรพยายามควรเป็นผู้มีความคิดริเริ่มทำในสิ่งที่แปลกใหม่ และไม่เคยปรากฏมาก่อนในอดีต โดยการแสวงหาข้อมูลหรือแนวทางในการนำวิธีการใหม่ ๆ เข้ามาช่วยในการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน และแนวโน้มของเศรษฐกิจในอนาคต รวมทั้งต้องมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงร้านค้าให้มีความเป็นเอกลักษณ์และทันสมัยอยู่เสมอ โดยผู้ประกอบการต้องคิดค้น พัฒนา และปรับปรุงสินค้าและบริการใหม่ ๆ นำออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง ผู้ประกอบการต้องมีความกล้าเสี่ยงในการลงทุนธุรกิจ เมื่อมองเห็นว่ามีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จ มีความกล้าตัดสินใจ มีความมั่นใจในตนเองและยอมรับผลเสียที่อาจเกิดขึ้น ซึ่งความกล้าจะช่วยสร้างความน่าเชื่อถือและเกิดการยอมรับในกิจการได้

^{๓๖} นราเขต ยิ้มสุข, “ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม : กรณีศึกษาธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับ ในอำเภอองครักษ์ จังหวัดนครนายก”, งานวิจัยส่วนบุคคลปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๕๒), บทคัดย่อ.

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

๑. การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาประเด็นศักยภาพการจัดการธุรกิจ และคุณลักษณะผู้ประกอบการตามตัวแปร ๘ ด้าน ซึ่งพบว่าปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจไม่ประสบความสำเร็จ จำนวน ๗ ด้าน และมี ๑ ด้านที่ไม่ส่งผลต่อความสำเร็จ ได้แก่ ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญมาก ดังนั้น ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรนำปัจจัยการจัดการทรัพยากรมนุษย์มาศึกษาซ้ำ เพื่อยืนยันผลการวิจัยให้มีคุณค่ามากขึ้น

๒. สำหรับการศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาในเชิงลึก โดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในกลุ่มของธุรกิจไมซ์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ทั้งที่ประสบความสำเร็จและไม่ประสบความสำเร็จ รวมทั้งการสัมภาษณ์ผู้บริหารในจังหวัดที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจการธุรกิจไมซ์ร่วมกับการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวไมซ์เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลาย นำไปสู่การพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน เนื่องจากธุรกิจไมซ์ถือเป็นส่วนสำคัญของการสร้างรายได้ของจังหวัด รวมถึงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวภาคกลาง ซึ่งข้อมูลที่ได้สามารถนำไปใช้ในการกำหนดแนวทางการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ และสร้างความยั่งยืนได้ในอนาคต

บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ ๙. กรุงเทพมหานคร : ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๔๙.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. “การจัดการด้านการตลาดและผลการดำเนินงานของ SMEs ในจังหวัดนนทบุรี”. **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิราวุธ**. ปีที่ ๔ ฉบับที่ ๒ (มิถุนายน – กันยายน ๒๕๖๑) : ๗๗-๙๒.
- ดาริกา ณะสูตร และนิตนา ฐานิตชนกร. “ปัจจัยกลยุทธ์ด้านการตลาดและสื่อสังคมออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินกิจการร้านค้าค้าปลีกขนาดเล็กในระดับพรีเมียมของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร”. **การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ ๔**. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๕๖.
- ธนพล รุ่งเรือง. “สมรรถนะบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์และความภักดีของผู้เข้าร่วมกิจกรรม”. **วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ**. ปีที่ ๑๑ ฉบับที่ ๒ (๒๕๕๘) : ๑๑๖-๑๔๗.
- นราเขต ยิ้มสุข. “ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของผู้ประกอบการกับความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม : กรณีศึกษาธุรกิจไม้ดอกไม้ประดับ ในอำเภอองครักษ์ จังหวัดนครนายก”. **งานวิจัยส่วนบุคคลปริญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, ๒๕๕๒, บทคัดย่อ.

นิตย์ สุขศรี. “ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี”. **วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี, ๒๕๕๓.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. **ธุรกิจไมซ์ : Mice Business ธุรกิจการจัดประชุมขององค์กร การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลธุรกิจ การจัดประชุมนานาชาติ และการจัดงานแสดงสินค้า**. กรุงเทพมหานคร : เวิร์นข่าวหลวง พรินติ้ง, ๒๕๕๔, หน้า ๔.

ปฐิตา กล้าประเสริฐ. “อิทธิพลของการมุ่งเน้นการตลาดต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย”. **คุณลักษณะปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต**. สาขาการพัฒนากิจการ : มหาวิทยาลัยปทุมธานี, ๒๕๕๓, บทคัดย่อ.

เปรมฤดี ทองลา. “การศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนหนองบัว อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์”. **การประชุมวิชาการระดับชาติ วิทยาลัยนครราชสีมา ครั้งที่ ๖ ประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๒ “สังคมผู้สูงวัย: โอกาสและความท้าทายของอุดมศึกษา”**. นครราชสีมา : วิทยาลัยนครราชสีมา, ๒๕๖๒.

ฝนทิพย์ ชารไสว. “คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จของธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภาคเหนือตอนล่างของไทย”. **วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต**. คณะวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์ : มหาวิทยาลัยนเรศวร, ๒๕๕๕.

พนิดา สัตโยภาส. “ศักยภาพผู้ประกอบการและนวัตกรรมองค์การที่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคเหนือตอนบน”. **วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต**. คณะวิทยาการจัดการ : มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง, ๒๕๕๕.

พิมพ์ชญาณ์ แจ่มใสศรี. “ปัจจัยแห่งความสำเร็จของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าวัสดุและอุปกรณ์ก่อสร้างในเขตชุมชน อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม”. **วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยศิลปากร, ๒๕๕๔.

วันวิสาข์ โชคพรหมอนันต์. “คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ของผู้ประกอบการร้านค้าในตลาดน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม”, **วารสารวิชาการ ฉบับมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ**. ปีที่ ๘ ฉบับที่ ๒ (พฤษภาคม – สิงหาคม ๒๕๕๘) : ๘๖๗-๘๘๘.

วิมลวิภา เกตุเทียน. “คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางในเขตภาคตะวันออก”. **การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต**. คณะบริหารธุรกิจ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ๒๕๕๖.

ศิริประภา บำรุงวัตร. “อิทธิพลของการรับรู้คุณภาพการบริการที่มีต่อแนวโน้มในการกลับมาท่องเที่ยวและศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ (MICE) ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี”.

วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น. ปีที่ ๑๑ ฉบับที่ ๓ (กรกฎาคม – กันยายน ๒๕๖๐) : ๓๗-๔๔.

ศรินาถ นิรมิตวรรณ. “ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อการจัดการความรู้ขององค์กรเอกชน”. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, ๒๕๕๙.

สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. โครงการวิจัยนานาชาติด้านการรู้คอมพิวเตอร์และสารสนเทศ (International Computer and Information Literacy Study. กรุงเทพมหานคร : สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, ๒๕๕๓.

สายธิดา สระกะแก้ว. “คุณลักษณะและศักยภาพการจัดการธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการฟาร์มกุ้ง อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม”. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยศิลปากร, ๒๕๖๑.

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน). รายงานสถิติอุตสาหกรรมไมซ์ปีงบประมาณ ๒๕๖๑ โครงการสำรวจสถิติการจัดประชุมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติในประเทศไทย ประจำปีงบประมาณ ๒๕๖๑. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน), ๒๕๖๑.

สุธีรา อะทะวงษา. “คุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการและลักษณะของสถานประกอบการที่มีผลต่อการเจริญเติบโตของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย”. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต. คณะบริหารธุรกิจ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, ๒๕๕๗.

หงไหม เหม. “คุณลักษณะของผู้ประกอบการและความสำเร็จในการประกอบธุรกิจส่งออกมันสำปะหลังไทยไปจีน”. การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, ๒๕๕๖.

อังเคน บุญเกิด. “ศักยภาพของอุตสาหกรรมบริการในแหล่งท่องเที่ยวภาคตะวันตก เพื่อพัฒนาเป็นโมเดลต้นแบบประชาคมอาเซียน”. การประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลครั้งที่ ๙ “ราชมงคลสร้างสรรค์นวัตกรรมที่ยั่งยืนสู่ประเทศไทย ๔.๐” (Creative RMUT and Sustainable Innovation for Thailand ๔.๐). นครปฐม : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์, ๒๕๖๐.

ศักยภาพการจัดการธุรกิจและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจไมซ์ฯ ๑๒๗

อาทิตยา แซ่ลี. “ศักยภาพการจัดการและคุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการไร้สำปะหลัง อำเภอบ่อพลอย จังหวัดกาญจนบุรี”. **วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต**. บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยศิลปากร, ๒๕๕๘.

D.,Gorgievski, and A., Bakker. “Passion for Work : Work Engagement versus Work Aholism.” **Handbook of Employee Engagement : Perspectives, Issues, Research and Practice** Glos. UK : Edward Elgar, 2010, p. 264-271.

H.W., Chesbrough. “Bringing Open Innovation to Services”. **MIT Sloan Management Review Cambridge**.Vol. 52 No.2 (2011) : 85-90.

N.A., Omar, and others. “Assessing the Factors Influencing Service Innovation Capabilities and Performance”. **Information Management and Business Review**. Vol. 4 : 52-63.

T.S., Gruca, and L.L., Rego. “Customer Satisfaction, Cash Flow, and Shareholder Value”. **Journal of Marketing**. Vol. 69 No.6 (2005) : 115-130.

W., Wikhamn. “Innovation, Sustainable HRM and Customer Satisfaction”. **International Journal of Hospitality Management**. Vol. 76(2019) : 102-110.

เว็บไซต์

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน). **Thailand’s MICE Industry Report**. ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://elibrary.tceb.or.th/get attachment/353221e7-53e9-4cbe-9158-a3dfaae4d4c6/5863.aspx> [๑๒ พฤศจิกายน ๒๕๖๒]