

การรับรู้ของหน่วยงานภาครัฐของจังหวัดนครราชสีมาที่มีต่ออุตสาหกรรมไมซ์
และความสำคัญของปัจจัยตามเกณฑ์การประเมินเมืองไมซ์ (MICE City)
ของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.)

The Nakorn Ratchasima province local government's perception toward MICE
industry and the important of factors from MICE City's evaluation criteria
according to Thailand Convention & Exhibition Bureau (TCEB)

สุรัชธานี ทองมี (Suratsa Thongmee)

นักศึกษาปริญญาเอก คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Ph.D. Student (Management) Faculty of Management Science, Silapakorn University

ประสพชัย พสุนนท์ (Prasopchai Pasunon)

รองศาสตราจารย์ ดร. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Assoc. Prof., Dr. of Faculty of Management Science, Silapakorn University

Received: May 29, 2020, Revised: September 16, 2020, Accepted: September 24, 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาศักยภาพการรับรู้ของหน่วยงานภาครัฐต่ออุตสาหกรรมไมซ์ (MICE Industry) ในจังหวัดนครราชสีมา และ 2) เพื่อศึกษาความสำคัญของปัจจัยตามเกณฑ์การประเมินเมืองไมซ์ (MICE City) ตามการรับรู้ของหน่วยงานภาครัฐ เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการสำรวจด้วยแบบสอบถาม (Questionnaires) สร้างขึ้นเพื่อเก็บข้อมูลกับภาครัฐจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 65 หน่วยงาน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปและระดับการรับรู้ที่มีต่ออุตสาหกรรมไมซ์ ประกอบด้วย ค่าความถี่ (Frequencies) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) และการทดสอบที (T-test) ส่วนการวิเคราะห์ความสำคัญของปัจจัยตามเกณฑ์การประเมินเมืองไมซ์ (MICE City) โดยใช้การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) เพื่อสกัดปัจจัยซึ่งมีความเป็นอิสระต่อกัน การวิเคราะห์วิธีองค์ประกอบหลัก (Principal Component Analysis : PCA) ตัวประกอบหลัก และหมุนแกนปัจจัยโดยวิธีแวนริแมกซ์ (Varimax) ผลการวิจัยพบว่า 1) หน่วยงานภาครัฐมีการรับรู้ถึงอุตสาหกรรมไมซ์อยู่ในเกณฑ์ที่ดี แต่ประสบการณ์ส่วนบุคคลนั้นไม่มีผลต่อการรับรู้เรื่องอุตสาหกรรมไมซ์ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และ 2) หน่วยงานภาครัฐให้ความสำคัญเรื่องเกณฑ์การประเมินเมืองไมซ์ แบ่งเป็น 6 องค์ประกอบ คือ การสนับสนุนการจัดงานและสถานที่พักอาศัย สถานที่จัดงานและสิ่งอำนวยความสะดวกในการจัดงาน กิจกรรมเพื่อความบันเทิงและการท่องเที่ยว ภาพลักษณ์และสภาพแวดล้อมของเมือง ความสะดวกในการเข้าสู่เมืองหรือสถานที่จัดประชุม และความเสี่ยงในการยกเลิกการจัดงานและความปลอดภัยของเมือง โดยสามารถอธิบายความแปรผันได้ร้อยละ 77.645

คำสำคัญ : อุตสาหกรรมไมซ์, เมืองไมซ์, การรับรู้, เกณฑ์การประเมินเมืองไมซ์

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the Nakhon Ratchasima province local government's perception toward MICE industry, also 2) to study the importance of MICE City's evaluation criteria. This study is a Quantitative Research, using the Questionnaire which was developed and used as a research instrument to collect the data from local government in the total of 65 local agencies. The analysis of statistics in term of frequencies, mean, standard deviation, simple regression analysis and T-test were used in this research for testing the hypothesis (1) that personal factors in different work experiences affect the perception of the MICE industry. The hypothesis (2), the importance of factors in the MICE City's evaluation criteria toward local government's perception, was tested by factor analysis, principal component analysis: PCA, rotating factor axis by Varimax method. The results of the research showed that 1) the local government in Nakhon Ratchasima province had a good perception of the MICE industry, but the personal experience of the local agencies did not affect the perception of the MICE industry at the level of significance 0.05. Also 2) that the government agencies were focused on the MICE City's evaluation criteria, divided into 6 components which were Local Support & Accommodation, Venue Facility, Entertain & Travelling Activity, City's Branding & Environment, Accessibility, and Risk & Security at a cumulative significance level of 77.645.

Keywords : MICE Industry, MICE City, Perception, MICE's Evaluation Criteria

บทนำ

ประเทศไทยโดยการนำของรัฐบาลยุคปัจจุบัน ได้กำหนดแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2562-2580) เป็นยุทธศาสตร์ชาติฉบับแรกของประเทศไทย ตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย มาตราที่ 65 ซึ่งกรอบการดำเนินงานต้องนำไปสู่การปฏิบัติเพื่อตอบโจทย์วิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” (สำนักงานเลขาธิการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561) โดยหนึ่งในด้านการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน มีเป้าหมายในการพัฒนาระดับศักยภาพของประเทศไทย และมีเนื้อหาที่ให้ความสำคัญต่อการเป็นจุดหมายปลายทางที่สำคัญทางการท่องเที่ยวระดับโลก รวมทั้งเพิ่มสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพสูง ซึ่งเน้นการจัดประชุมและนิทรรศการนานาชาติ หรือ อุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) นั่นเอง (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560)

จากการประกาศแนวทางปฏิบัติยุทธศาสตร์ชาติ ในหลายจังหวัดได้มีการนำไปจัดทำแผนพัฒนาจังหวัดตามนโยบายของรัฐบาล โดยจังหวัดที่มีศักยภาพหลายจังหวัดได้หันมาให้ความสนใจอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE Industry) ถือว่าเป็นอุตสาหกรรมใหม่ที่นำมาซึ่งการกระตุ้นเศรษฐกิจแบบทันทีทันใด หรือ Quick WIN (ปีทริบิวส์, 2017) จังหวัดนครราชสีมาเป็นอีกหนึ่งจังหวัดที่เห็นความสำคัญและให้ความสนใจต่ออุตสาหกรรมไมซ์ ได้ดำเนินการส่งหนังสือด่วนที่สุด นม.๐๐๑๗.๒/๒๖๕๒๐ เสนอต่อด่วนสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. เพื่อขอ

เข้ารับการประเมินเป็นเมืองไมซ์ซิตี้ (MICE City) โดยมุ่งเน้นการใช้ไมซ์เป็นหนึ่งในเครื่องมือกระตุ้นเศรษฐกิจ (จังหวัดนครราชสีมา, 2561)

ผู้วิจัยมีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรงต่อการพัฒนาต่อยอดเศรษฐกิจในภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยใช้อุตสาหกรรมไมซ์เป็นตัวขับเคลื่อน ผลักดันให้เกิดการดำเนินการและกำหนดเป็นยุทธศาสตร์และแผนของจังหวัด จึงมีความสนใจในการวิเคราะห์ถึงศักยภาพความพร้อมในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์และการเตรียมความพร้อมในการประเมินเป็นเมืองไมซ์ โดยในวิจัยนี้มุ่งเน้นการศึกษาถึงการรับรู้ของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ ประสิทธิภาพที่แตกต่างกันของบุคลากรในหน่วยงานภาครัฐจังหวัดนครราชสีมา และการรับรู้เรื่องอุตสาหกรรมไมซ์ในองค์กรรวมจะสามารถทำให้หน่วยงานภาครัฐเห็นความสำคัญของเกณฑ์การเป็นเมืองไมซ์ซิตี้ตามเกณฑ์ประเมินเมืองไมซ์และนำไปปฏิบัติให้เกิดการรวมตัวกันเพื่อประเมินเมืองและเป็นเมืองไมซ์ซิตี้ที่ประสบความสำเร็จต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพการรับรู้ของหน่วยงานภาครัฐต่ออุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดนครราชสีมา เพื่อดำเนินการวางแผนขับเคลื่อนจังหวัดโดยใช้ไมซ์เป็นเครื่องมือดำเนินการทั้งทางนโยบายและการปฏิบัติเชิงโครงการ/กิจกรรม
2. เพื่อศึกษาความสำคัญของปัจจัยตามเกณฑ์การประเมินเมืองไมซ์ (MICE City) ตามการรับรู้ของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องในจังหวัดนครราชสีมา

สมมุติฐานการวิจัย

สมมุติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลด้านประสิทธิภาพการทำงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อการรับรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์

สมมุติฐานที่ 2 การรับรู้ของหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ต่อความสำคัญของเกณฑ์การประเมินเมืองไมซ์ (MICE City)

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ คือจังหวัดนครราชสีมา เนื่องจากจังหวัดนครราชสีมาเป็นจังหวัดที่ใหญ่ที่สุดของประเทศไทยและแสดงความจำนงในการขอเป็นเมืองไมซ์ซิตี้ลำดับที่ 6 ของประเทศไทย

2. ขอบเขตด้านเนื้อหาวิจัย ผู้วิจัยได้ศึกษารายละเอียดครอบคลุมด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องดังนี้

2.1 ศักยภาพความพร้อมด้านอุตสาหกรรมไมซ์ของจังหวัดนครราชสีมา ตามแนวทางของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ องค์กรมหาชน (สสปน.)

2.2 เกณฑ์การประเมินเมืองไมซ์ของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) ได้ถูกกล่าวถึงในคู่มือในการประเมินและคัดเลือกเมืองเพื่อจัดงานประชุมองค์กร การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล งานประชุมวิชาการ งานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (2557)

3. ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ใช้เป็นบุคลากรภาครัฐที่ทำงานเกี่ยวข้องกับการประเมินความพร้อมรองรับการเป็นเมืองไมซ์ของจังหวัดนครราชสีมา ได้แก่ ผู้ว่าราชการจังหวัด รองผู้ว่าราชการจังหวัด หัวหน้าสำนักงาน

จังหวัด ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ที่ขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ในส่วนของภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการประชุม สัมมนา และงานแสดงสินค้า และภาคการศึกษาซึ่งเป็นหน่วยงานของรัฐในจังหวัดนครราชสีมา

4. ขอบเขตด้านเวลา วิจัยครั้งนี้ดำเนินการศึกษาในช่วงเดือนตุลาคม 2562 – ธันวาคม 2562

การทบทวนวรรณกรรม/งานวิจัย/สารสนเทศ ที่เกี่ยวข้อง

ไมซ์ (MICE) อุตสาหกรรมไมซ์ (MICE Industry)

ได้มีการให้ความหมายคำว่าไมซ์ (MICE) ไว้ว่า เป็นอุตสาหกรรมไมซ์ที่มีการรวมกลุ่มของผู้เข้าร่วมอย่างน้อย 10 คน โดยใช้สถานที่อย่างน้อยครั้งวันในการจัดกิจกรรม มีวัตถุประสงค์การจัดงานหรือกิจกรรมเป็นวัตถุประสงค์ร่วมกัน (L & Forsyth, P, 1997) และมีการให้คำจำกัดความของ “การประชุมองค์กร” (Meeting) คือ การรวมตัวกันของบุคคลจากหลายๆ ที่เพื่อมาหารือถึงประเด็นที่สนใจร่วมกัน หรือเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาความสามารถทางอาชีพผ่านการเรียนรู้ด้วยกิจกรรมต่าง ๆ สำหรับคำว่า “การประชุม” (Convention) นั้น เป็นการรวมตัวของกลุ่มคนที่มีวัตถุประสงค์ร่วมกันเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นมุมมอง และข้อมูลที่น่าสนใจร่วมกัน ส่วน “งานแสดงสินค้าและนิทรรศการ” (Exhibitions) คือ กิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อแสดงผลผลิตภัณฑบริการและข้อมูลใหม่ ๆ ให้กับผู้ที่มีความสนใจ (Goldblatt & Nelson, 1999)

ปัจจุบัน ในประเทศไทยได้ให้คำจำกัดความว่า ไมซ์ หรือ MICE เป็นตัวย่อมาจากคำว่า Meetings, Incentives, Conventions, และ Exhibitions/Events หมายถึงการจัดประชุมองค์กร การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การประชุมวิชาการนานาชาติ และงานแสดงสินค้าหรืออีเวนต์ระดับนานาชาติ โดยอุตสาหกรรมไมซ์มุ่งเน้นการเข้ามาของนักเดินทางเชิงธุรกิจจากต่างถิ่น เพื่อจุดประสงค์ที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน การดำเนินธุรกิจ ต่อยอดด้านธุรกิจทำให้เกิดการซื้อขาย การแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ นวัตกรรม ต่อยอดสินค้าและผลิตภัณฑ์ เป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจของเมืองหรือพื้นที่เป้าหมายที่เป็นสถานที่จัดงานหรือจัดกิจกรรม (Thailand Convention & Exhibition Bureau, 2016)

ไมซ์ซิตี้ของประเทศไทย

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมนิทรรศการ (องค์การมหาชน) เป็นองค์กรของรัฐมีพันธกิจในการส่งเสริม สนับสนุน พัฒนา กระจายรายได้สู่ท้องถิ่น โดยใช้ไมซ์เป็นตัวกระตุ้นเศรษฐกิจ ได้มีการแต่งตั้งเมืองที่มีศักยภาพในการรองรับการจัดการประชุมและจัดงานแสดงสินค้าในประเทศไทย ได้แก่ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ พัทยา ภูเก็ต และขอนแก่น และยังมีแผนส่งเสริมเมืองที่กำลังจะเป็นไมซ์ซิตี้ในปี 2565 อีก 2 เมืองคือจังหวัดนครราชสีมาและจังหวัดสงขลา โดยการพัฒนาไมซ์ซิตี้ของประเทศไทยให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดนั้น มีการวางระดับการพัฒนาไมซ์ซิตี้ออกเป็น 3 อันดับ ได้แก่ ระดับภูมิภาค ระดับประเทศ และระดับนานาชาติ ที่เหมาะสมกับศักยภาพ การเติบโต จำนวนกิจกรรม และความพร้อมของสถานที่และบุคลากรของอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในระดับภายในประเทศและต่างประเทศ และเหมาะสมกับศักยภาพในการรองรับความต้องการจัดงานของพื้นที่เป้าหมาย ซึ่งการเป็นไมซ์ซิตี้จะนำมาซึ่งการยกระดับงานไมซ์ที่มีอยู่แล้วเดิมให้เป็นมาตรฐานสากล และเพิ่มเติมงานไมซ์ที่ตอบโจทย์อุตสาหกรรมหลักของพื้นที่ อีกทั้งการพัฒนาบุคลากรในพื้นที่เสริมให้มีรายได้เพิ่มเติมโดยใช้ไมซ์เป็นเครื่องมือทางการตลาดอีกตัวหนึ่ง (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมนิทรรศการ (องค์การมหาชน), 2561)

เกณฑ์การประเมินเมืองไมซ์ที่ดีของประเทศไทย

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ได้กำหนดแนวทางเกณฑ์การประเมินเมืองไมซ์ที่ดีของประเทศไทย แบ่งได้เป็น 8 กลุ่มหลัก (คู่มือในการประเมินและคัดเลือกเมืองเพื่อจัดงานประชุมองค์กร การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล งานประชุมวิชาการ งานแสดงสินค้าและนิทรรศการ, 2557) ดังต่อไปนี้

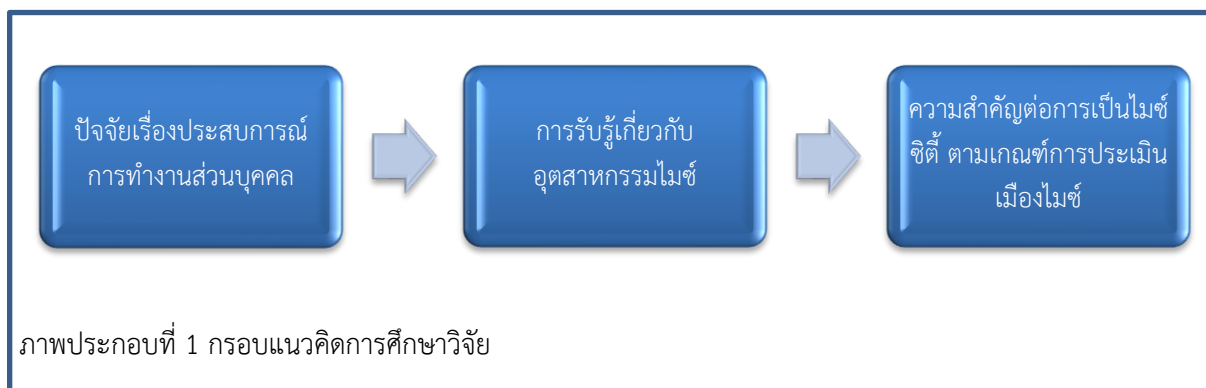
1. ความสะดวกในการเข้าสู่เมืองและสถานที่จัดงาน (Accessibility) โดยพิจารณาจากความสะดวกในการเข้าสู่เมืองหรือจังหวัด ทั้งทางถนน ทางเครื่องบิน หรือทางราง
2. การสนับสนุนการจัดงานไมซ์ของพื้นที่ (Local Support) เป็นการสนับสนุนการจัดงานไมซ์จากหน่วยงานภาครัฐ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน ภาคการศึกษา ที่ทำให้การจัดงานหรือกิจกรรมไมซ์ประสบความสำเร็จ
3. กิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือจากการประชุม (Additional Activity Support) เช่น ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว แหล่งบันเทิง ศูนย์การค้า แหล่งสินค้า การอำนวยความสะดวก รวมถึงโอกาสในการติดต่อทางธุรกิจ
4. ที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวก (Accommodation Facility) การเข้ามาจัดงานไมซ์ต้องมีการพักค้างคืนเป็นปัจจัยขั้นพื้นฐานที่ผู้จัดงานพิจารณาในการเลือกพื้นที่จัดงาน
5. สถานที่จัดงานและสิ่งอำนวยความสะดวก (Venue, Meeting Facility) จำนวนของสถานที่จัดงานและความพร้อมของสถานที่จัดงานรวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการจัดงาน
6. ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของเมือง (City's Image) ผู้จัดงานจากต่างประเทศมักพิจารณาความมีชื่อเสียงของเมืองที่สอดคล้องกับงานหรือกิจกรรมที่จัดในพื้นที่เป็นสำคัญ
7. สภาพแวดล้อมของเมือง (Site Environment) ความเหมาะสมของสภาพภูมิอากาศในพื้นที่ สภาพแวดล้อมของพื้นที่จัดงาน โครงสร้างพื้นฐานของเมืองในการรองรับการจัดงาน รวมไปถึงอัตลักษณ์ไมตรีของคนในพื้นที่
8. ความเสี่ยงในการยกเลิกงานและความปลอดภัย (Risk and Security) ความเสี่ยงในการที่จะยกเลิกการจัดงานเป็นอุปสรรคในการคัดเลือกพื้นที่เพื่อจัดงานไมซ์ของผู้จัดงาน

ทฤษฎีการรับรู้

การขับเคลื่อนเมืองไมซ์ในทุกพื้นที่ หนึ่งในปัจจัยสำคัญในการที่กิจกรรมไมซ์จะประสบความสำเร็จได้นั้น ต้องได้รับการมีส่วนร่วมและการสนับสนุนของทุกภาคส่วนที่อยู่ในพื้นที่ ซึ่งก่อนที่จะเกิดการมีส่วนร่วมจะต้องมีกระบวนการที่สร้างให้เกิดความเข้าใจ ที่ส่งผลมาจากการรับรู้ส่วนบุคคล การรับรู้ส่วนบุคคลนั้นจะมาจากประสบการณ์เดิมที่สะสมมา บุคคลจะเกิดการรับรู้สิ่งต่างๆ รอบๆ ตัวทั้งจากการคาดคะเน จากการกระทำที่เคยทำมาแล้ว หรือจากสมมุติฐานที่ตั้งไว้ จากประสบการณ์ ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ของบุคคล จะประกอบไปด้วยทัศนคติ แรงจูงใจ ความสนใจ ประสบการณ์ และการคาดหวัง การรับรู้ของบุคคลเกิดโดยความรู้สึกส่วนตัวที่เกี่ยวข้องกับความชอบหรือไม่ชอบ ส่งผลให้เกิดความรู้หรือความเชื่อ ที่สื่อถึงทัศนคติ ที่เกี่ยวข้องกับความสนใจส่วนบุคคล ทำให้เกิดพฤติกรรมหรือการกระทำที่แสดงออก (ศิริโสภาคย์ บุรพาเดชะ, 2529; Stephen and Timothy , 2011; มาลินี มาลีคล้าย, 2554) และส่งผลต่อการมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนในภาพเมือง/จังหวัด

กรอบแนวคิดการศึกษาวิจัย

ปัจจัยเรื่องประสบการณ์ส่วนบุคคล ส่งผลต่อการรับรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ และการรับรู้ส่งผลต่อการให้ความสำคัญต่อการเป็นไมซ์ซิตี้อย่างมีเงื่อนไขตามเกณฑ์การประเมินเมืองไมซ์ เพื่อพัฒนาเป็นแบบสอบถามในการขับเคลื่อนนโยบายของภาครัฐ มุ่งเน้นการเตรียมความพร้อม การรับรู้ของหน่วยงานราชการในจังหวัดนครราชสีมา ตามแนวทางการประเมินเมืองไมซ์ที่ดีของประเทศไทยของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) โดยมีการกำหนดตัวแปรในงานวิจัย ซึ่งเป็นตัวแปรอิสระ (Independent Variable) เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนบุคคลอันได้แก่ ประสบการณ์การทำงาน นั้นมีผลต่อการรับรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ในพื้นที่ที่เป็นตัวแปรตาม (Dependent Variable) โดยประสบการณ์ที่ทำให้เกิดการรับรู้จะส่งผลต่อการให้ความสำคัญต่อการเป็นไมซ์ซิตี้อย่างมีเงื่อนไขตามเกณฑ์การประเมินเมืองไมซ์ 8 ด้าน ได้แก่ ความสะดวกในการเข้าสู่เมืองและสถานที่จัดงาน (Accessibility), การสนับสนุนการจัดงานไมซ์ของพื้นที่ (Local Support), กิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือจากการประชุม (Additional Activity Support), ที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวก (Accommodation Facility), สถานที่จัดงานและสิ่งอำนวยความสะดวก (Venue, Meeting Facility), ภาพลักษณ์และความมีชื่อเสียงของเมือง (City's Image), สภาพแวดล้อมของเมือง (Site Environment), ความเสี่ยงในการยกเลิกงานและความปลอดภัย (Risk and Security) ซึ่งเป็นเกณฑ์สำคัญสำหรับจังหวัดนครราชสีมาในการเป็นเมืองไมซ์ซิตี้อย่างมีเงื่อนไข



วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาการรับรู้ของหน่วยงานภาครัฐของจังหวัดนครราชสีมาที่มีต่ออุตสาหกรรมไมซ์ และความสำคัญของการเป็นไมซ์ซิตี้อย่างมีเงื่อนไขตามเกณฑ์การประเมินเมืองไมซ์ (MICE City) ของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ในครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการสำรวจด้วยแบบสอบถาม มีขั้นตอนในการดำเนินการดังต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้กำหนดนโยบายเชิงบริหาร ผู้ปฏิบัติงานภาครัฐผู้เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดนครราชสีมาตามฐานข้อมูลของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) จำนวน 65 หน่วยงาน ได้แก่กลุ่มประชากรที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานไมซ์หลักได้แก่ ผู้ว่าราชการจังหวัด รองผู้ว่าราชการจังหวัด หัวหน้าสำนักงานจังหวัด คณบดีมหาวิทยาลัยในพื้นที่ หัวหน้าหน่วยงานราชการในพื้นที่ พาณิชย พัฒนาชุมชน นายอำเภอ ตำรวจ และการคลัง และผู้ปฏิบัติงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ได้แก่ เจ้าหน้าที่ปฏิบัติการในพื้นที่ภาครัฐ และอาจารย์มหาวิทยาลัยรัฐในจังหวัดนครราชสีมา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถาม ขึ้นมาเพื่อเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลการรับรู้ของหน่วยงานภาครัฐของจังหวัดนครราชสีมาที่มีต่ออุตสาหกรรมไมซ์ และความสำคัญของปัจจัยตามเกณฑ์การประเมินเมืองไมซ์ จำนวน 1 ฉบับ ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 คือ ข้อมูลการรับรู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ โดยเป็นแบบสำรวจรายการ (Check List จำนวน 2 ตัวเลือก ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นถึงความสำคัญของการเป็นเมืองไมซ์ และเกณฑ์การประเมินเมืองไมซ์ จำนวน 36 ตัวแปร 8 ด้าน เป็นแบบสอบถามประมาณค่าแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) ตั้งแต่ 1-5 คือจากน้อยที่สุดไปถึงมากที่สุด แทนค่าเป็นตัวเลขจาก 1, 2, 3, 4, และ 5 ตามลำดับ ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมต่อการเป็นเมืองไมซ์ที่ดี ของจังหวัดนครราชสีมาในอนาคต เป็นข้อคำถามปลายเปิด (Open Form)

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการศึกษาจากข้อมูลพื้นฐานตามแนวคิดทฤษฎีและการทบทวนวรรณกรรมรวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ความเชื่อมโยงของข้อคำถามโดยอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) จำนวน 3 ท่าน ซึ่งพิจารณาเนื้อหาว่าครอบคลุมแล้ว โดยผ่านการตรวจทานจากผู้เชี่ยวชาญ และตรวจสอบคุณภาพด้านความเที่ยงตรงเชิงพินิจ (Face Validity) นำแบบสอบถามที่ผ่านผู้เชี่ยวชาญไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อทดสอบความเข้าใจของข้อคำถามและความชัดเจน และปรับตามคำแนะนำ รวมทั้งการตรวจสอบค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือวิจัยด้วยโปรแกรมทางสถิติ และทำการแจกแบบสอบถามตามแผนที่ได้วางไว้ ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบค่าความเที่ยงของแบบสอบถามอีกครั้งหนึ่งด้วยโปรแกรมทดสอบทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติในงานวิจัยนี้ แบ่งการวิเคราะห์เป็น 2 ขั้นตอน คือ

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปและระดับการรับรู้ของหน่วยงานภาครัฐของจังหวัดนครราชสีมา ที่มีต่อ

อุตสาหกรรมไมซ์ โดยใช้ 1.1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequencies) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และ 1.2) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (Simple Regression Analysis) และการทดสอบที (T-test)

2. วิเคราะห์ความสำคัญของปัจจัยตามเกณฑ์การประเมินเมืองไมซ์ (MICE City) ได้แก่ การวิเคราะห์ ปัจจัย (Factor Analysis) เพื่อสกัดปัจจัยซึ่งมีความเป็นอิสระต่อกัน การวิเคราะห์วิธีองค์ประกอบหลัก (Principal Component Analysis : PCA) และหมุนแกนปัจจัยโดยวิธีแวนริแมกซ์ (Varimax) โดยพิจารณาองค์ประกอบตามเกณฑ์ คือ องค์ประกอบสำคัญต้องมีค่าไอแกน (Eigen Value) มากกว่า 1 และตัวแปรในแต่ละองค์ประกอบต้องมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป กำหนดชื่อให้กับกลุ่มปัจจัยใหม่ โดยต้องอาศัยประสบการณ์ในการกำหนดชื่อให้สื่อความหมายแก่แต่ละปัจจัย

ผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่องการรับรู้ของหน่วยงานภาครัฐของจังหวัดนครราชสีมาที่มีต่ออุตสาหกรรมไมซ์และความสำคัญของเกณฑ์การประเมินเป็นเมืองไมซ์ (MICE City) สรุปได้ดังนี้

จากการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน 65 ชุด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 36 คน (ร้อยละ 55.4) ที่เหลือเป็นเพศชาย 29 คน (ร้อยละ 44.6) เมื่อพิจารณาการจำแนกผู้ตอบแบบสอบถามตามอายุ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสัดส่วนการตอบแบบสอบถามอยู่ในช่วงอายุ 51-60 ปี (ร้อยละ 44.6) ช่วงอายุ 31-40 ปี (ร้อยละ 21.5) และ 41-50 ปี (ร้อยละ 23.1) และช่วงอายุ 21-39 ปี (ร้อยละ 10.8)

ผลการรับรู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ของหน่วยงานภาครัฐจังหวัดนครราชสีมาแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่มดังต่อไปนี้

กลุ่มที่ 1 การรับรู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ระดับดีมาก เรียงลำดับตามการรับรู้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้ในเรื่องจังหวัดนครราชสีมาดำเนินการเรื่องการเป็นไมซ์ซิตี้ในอนาคต มากที่สุด (90.8%) รองลงมาให้ความสนใจว่าอุตสาหกรรมไมซ์มีส่วนช่วยยกระดับเศรษฐกิจในจังหวัดได้เป็นอย่างดี (86.2%) ความเข้าใจคำว่าอุตสาหกรรมไมซ์ (84.6%) จังหวัดนครราชสีมากำลังจะเข้ารับการตรวจประเมินเป็นเมืองไมซ์ซิตี้ (83.1%) จังหวัดนครราชสีมามีงานหรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับไมซ์ (81.5%) ความเข้าใจว่าอุตสาหกรรมไมซ์จะทำให้เกิดการพัฒนาระดับจังหวัด อำเภอและชุมชนได้ (80%) ตามลำดับ ซึ่งกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับเชิงนโยบายการบริหารระดับหัวหน้างาน หัวหน้าองค์กรซึ่งอยู่ในคณะกรรมการขับเคลื่อนเมืองไมซ์ซิตี้ และเป็นกลุ่มที่มีความใกล้ชิดกับการจัดการประชุม และแสดงสินค้าของพื้นที่ในภาพของการบริหารงานของจังหวัด เช่น พาณิชย์ พัฒนาชุมชน มหาวิทยาลัย และหน่วยงานที่ทำงานที่ศาลากลางจังหวัด

กลุ่มที่ 2 มีการรับรู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ระดับปานกลาง เรียงลำดับตามการรับรู้ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้ในเรื่อง อุตสาหกรรมไมซ์เกี่ยวข้องกับหน่วยงานที่ตนเองสังกัดอยู่ (76.9%) ความเข้าใจในนโยบายการขับเคลื่อนเมืองไมซ์ (MICE City) ของจังหวัดนครราชสีมา (72.3%) จังหวัดนครราชสีมา มีสถานที่จัดงานหรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับไมซ์ (70.8%) ตามลำดับ ซึ่งกลุ่มนี้มีทั้งระดับเชิงนโยบายการบริหารงานและระดับปฏิบัติการ แต่เป็นกลุ่มที่

ยังไม่เชื่อมโยงกับการขับเคลื่อนไมซ์ของจังหวัดโดยตรง แต่มีการรับรู้ตามประสบการณ์ของตนผ่านการจัดงานหรือกิจกรรมการประชุม งานแสดงสินค้าหรืออีเวนต์พื้นถิ่น เช่น นายอำเภอ และหน่วยงานรัฐเช่น ตำรวจ เป็นต้น

กลุ่มที่ 3 มีการรับรู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ระดับต่ำกว่า 70 % เรียงลำดับตามการรับรู้ในเรื่อง การจัดงานหรือกิจกรรมไมซ์ต้องทำอะไร (66.2%) ขั้นตอนวิธีการประเมินเมืองไมซ์โดยใช้การประเมินเมืองของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) (61.5%) หน่วยงานในสังกัดจะต้องเป็นหนึ่งในกรรมาธิการร่วมเข้ารับการตรวจประเมินเป็นไมซ์ซิตี้ (55.4%) ตามลำดับ ซึ่งกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่ห่างไกลกับการทำงานขับเคลื่อนไมซ์ของจังหวัด เช่น การคลัง เป็นต้น

จากสมมุติฐานการวิจัย ปัจจัยส่วนบุคคลด้านประสบการณ์การทำงานที่แตกต่างกันส่งผลต่อการรับรู้เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์

ผลการวิเคราะห์ถดถอยเพื่อทำนายตัวแปรการรับรู้รวม โดยมีตัวแปรประสบการณ์การทำงานเป็นตัวแปรต้น พบว่าโมเดลในภาพรวมไม่สามารถทำนายตัวแปรตามได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($F = 3.966, p > .05$) โดยสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตามได้เพียงร้อยละ 5.9 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพบว่าค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวแปรต้นไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยเท่ากับ .089 ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	8.396	.992		8.466	.000
ประสบการณ์การทำงาน	.089	.045	.243	1.991	.051

จากสมมุติฐานการวิจัย การรับรู้ของหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ต่อความสำคัญของเกณฑ์การประเมินเมืองไมซ์ (MICE City)

ผลการรับรู้อุตสาหกรรมไมซ์ของหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ส่งผลต่อการให้ระดับความสำคัญในเรื่องเกณฑ์การประเมินเมืองไมซ์ พบว่า ค่าปัจจัย (Factor Loading) ที่ทำให้เห็นค่าโครงสร้างที่แตกต่างกันของข้อมูล เมื่อพิจารณาจัดให้ตัวแปรแต่ละตัวเข้าอยู่ในองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งเพียงองค์ประกอบเดียวที่ตัวแปรมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) สูงสุดแล้ว มีองค์ประกอบที่มีความสำคัญต่อเกณฑ์การประเมินเมืองไมซ์ ซึ่งแสดงถึงศักยภาพความพร้อมของเมือง 6 องค์ประกอบ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนองค์ประกอบ ค่าไอเกน ร้อยละของความแปรปรวน และร้อยละของความแปรปรวนสะสม

องค์ประกอบ (Component)	ค่าไอเกน (Eigen Value)	ร้อยละของความแปรปรวน (% of Variance)	ร้อยละของความแปรปรวน สะสม (Cumulative %)
1	7.290	20.250	20.250
2	4.767	13.242	33.492
3	4.573	12.702	46.194
4	4.318	11.994	58.189
5	3.563	9.898	68.086
6	3.441	9.558	77.645

ผลปรากฏจากค่าน้ำหนักขององค์ประกอบ (Factor Loading) ที่ได้จากการหมุนแกนด้วยวิธีแวนริแมกซ์ (Varimax) ตามตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลค่าน้ำหนักขององค์ประกอบ (Factor Loading) ที่ได้จากการหมุนแกนด้วยวิธีแวนริแมกซ์ (Varimax)

องค์ประกอบ	ตัวแปรย่อย	น้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading)
1	1.1 การสนับสนุนการจัดงานจากภาครัฐในพื้นที่ 1.2 การสนับสนุนของประชาชนในพื้นที่ที่จัดกิจกรรมไม่ซ้ำขนาดใหญ่ (Mega Event) 1.3 หน่วยงานในพื้นที่ที่มีการสนับสนุนเรื่องงบประมาณ 1.4 ราคาห้องพักที่สมเหตุสมผลในช่วงระหว่างจัดกิจกรรมไม่ซ้ำ	0.824 0.775 0.772 0.733
2	2.1 สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไม่ซ้ำได้ 2.2 โอกาสในการต่อยอดทางธุรกิจ 2.3 สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่ได้จากสถานที่จัดงาน โดยไม่ต้องนำเข้ามาเอง อาทิเช่น อาหาร เครื่องดื่ม เวที ดอกไม้ น้ำ-ไฟ เป็นต้น 2.4 ความจุขนาดของสถานที่จัดงานตามรูปแบบการจัดกิจกรรมไม่ซ้ำใน หลาย ประเภท	0.645 0.614 0.588 0.583
3	3.1 ความมีเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่ 3.2 ความหลากหลายและจำนวนห้างสรรพสินค้าในพื้นที่ 3.3 ความหลากหลายและจำนวนของสถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่ 3.4 ความหลากหลายและจำนวนแหล่งบันเทิง สันทนาการในพื้นที่	0.824 0.816 0.756 0.671

ตารางที่ 3 (ต่อ)

องค์ประกอบ	ตัวแปรย่อย	น้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading)
4	4.1 ภาพลักษณ์ของเมือง มีเอกลักษณ์และวัฒนธรรมที่แตกต่าง	0.752
	4.2 อธิยาศัยไมตรีของคนในพื้นที่	0.698
	4.3 ความมีชื่อเสียงของเมือง	0.697
	4.4 ความปลอดภัยของสถานที่จัดงาน	0.565
5	5.1 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเข้าสู่เมือง	0.749
	5.2 ความถี่ของพาหนะที่นำผู้โดยสารเข้าสู่เมือง	0.737
	5.3 เวลาที่ใช้ในการเดินทางสู่เข้าสู่เมือง	0.718
	5.4 ความสะดวกสบายของระบบคมนาคมในเมือง	0.553
6	6.1 ความเสี่ยงในการเกิดเหตุการณ์ที่ต้องยกเลิกการจัดงาน	0.843
	6.2 โอกาสในการเกิดเหตุไม่ปลอดภัยในเมือง/จังหวัด	0.842
	6.3 ค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่ทำให้ผู้จัดงานต้องเพิ่มค่าใช้จ่ายในการจัดงาน อาทิ ภาษี หรือ	0.831
	ข้อกำหนดพิเศษอื่น ๆ	

จากตารางที่ 3 เมื่อได้แยกค่าตัวแปรโดยพิจารณาถึงค่า Factor Loading ของตัวแปร 36 ตัวแปรย่อย ว่าอยู่ในองค์ประกอบใด จะได้องค์ประกอบใหม่จำนวน 6 องค์ประกอบ ตามข้อมูลการรับรู้อุตสาหกรรมไมซ์ของหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ส่งผลต่อการให้ระดับความสำคัญในเรื่องเกณฑ์การประเมินเมืองไมซ์ ซึ่งสามารถกำหนดชื่อกลุ่มทั้ง 6 องค์ประกอบความสำคัญได้ดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 : การสนับสนุนการจัดงานและสถานที่พักอาศัย(Local Support & Accommodation)

องค์ประกอบที่ 2 : สถานที่จัดงานและสิ่งอำนวยความสะดวกในการจัดงาน (Venue Facility)

องค์ประกอบที่ 3 : กิจกรรมเพื่อความบันเทิงและการท่องเที่ยว (Entertain & Travelling Activity)

องค์ประกอบที่ 4 : ภาพลักษณ์และสภาพแวดล้อมของเมือง (City's Branding & Environment)

องค์ประกอบที่ 5 : ความสะดวกในการเข้าสู่เมืองหรือสถานที่จัดประชุม (Accessibility)

องค์ประกอบที่ 6 : ความเสี่ยงในการยกเลิกการจัดงานและความปลอดภัยของเมือง (Risk & Security)

โดยทั้ง 6 องค์ประกอบมีความสำคัญต่อการรับรู้ในเรื่องอุตสาหกรรมไมซ์ของหน่วยงานภาครัฐพื้นที่จังหวัดนครราชสีมาเพื่อขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์

การอภิปรายผล

จากผลการวิจัยสรุปผลได้ว่า หน่วยงานภาครัฐของจังหวัดนครราชสีมาการรับรู้ที่เกี่ยวข้องกับจังหวัดอยู่ในเกณฑ์ที่ดี ทั้งเรื่องจังหวัดนครราชสีมาดำเนินการเรื่องขอเป็นเมืองไมซ์ที่ดีในอนาคต เรื่องความเข้าใจว่าอุตสาหกรรมไมซ์มีส่วน

ช่วยยกระดับเศรษฐกิจในจังหวัดและทำให้เกิดการพัฒนาระดับจังหวัด อำเภอและชุมชนได้ มีการรับรู้ว่าหน่วยงานภาครัฐมีความเข้าใจคำว่าอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดมีงานหรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับไมซ์และกำลังจะเข้ารับการตรวจประเมินเป็นเมืองไมซ์ซิตี้ แต่ยังมี การรับรู้ถึงเรื่องเกณฑ์การประเมินเมืองไมซ์ ขั้นตอนการประเมิน หรือแม้แต่หน่วยงานในสังกัดจะต้องร่วมเข้ารับการตรวจประเมินเมืองไมซ์ซิตี้ ยังอยู่ในกลุ่มที่มีการรับรู้น้อยอยู่

ถึงแม้ว่าการรับรู้เรื่องอุตสาหกรรมไมซ์และการประเมินเมืองของหน่วยงานภาครัฐในจังหวัดนครราชสีมาอยู่ในเกณฑ์ที่ดี แต่หากพิจารณาถึงปัจจัยในเรื่องประสบการณ์ส่วนบุคคลของหน่วยงานภาครัฐของจังหวัดนครราชสีมา นั้น กลับไม่มีผลต่อการรับรู้เรื่องอุตสาหกรรมไมซ์ในภาพรวม ซึ่งสามารถวิเคราะห์หัตถ์ทอดไปได้ว่าอาจมีปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อการรับรู้ อาทิเช่น อุตสาหกรรมไมซ์อาจเป็นอุตสาหกรรมใหม่สำหรับเมืองหรือจังหวัด ประสบการณ์ในการทำงานของหน่วยงานภาครัฐที่ผ่านมาไม่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ (Bernd Schmitt, 1999) ที่ว่าการรับรู้ของลูกค้านั้นขึ้นอยู่กับประสบการณ์ (Perception of Customer Experience) นั้นเกี่ยวข้องกับประสบการณ์หรือการถูกกระตุ้นด้วยอะไรบางอย่างที่มาจาก การมีส่วนร่วมโดยตรง ซึ่งหากไม่มีการเกิดขึ้นกับตนเองหรือไม่มีประสบการณ์ร่วมจะไม่เกิดการรับรู้ และดำเนินการต่อ ซึ่งสอดคล้องกับการทบทวนวรรณกรรม (ศิริโสภาคย์ บุรพาเดชะ, 2529; Stephen and Timothy, 2011; มาลินี มาลีคล้าย, 2554)

ผลวิจัยในเรื่องความสำคัญตามหลักเกณฑ์การประเมินเมืองไมซ์ (MCE City) 8 ด้าน ตามการรับรู้ของหน่วยงานภาครัฐในจังหวัดนครราชสีมา จากผลการวิจัย หน่วยงานภาครัฐในจังหวัดนครราชสีมาให้ความสำคัญเรื่อง การประเมินเมืองไมซ์ตามเกณฑ์ของการเป็นเมืองไมซ์ซิตี้ ได้ 6 องค์ประกอบ ได้แก่ การสนับสนุนการจัดงานและสถานที่พักอาศัย สถานที่จัดงานและสิ่งอำนวยความสะดวกในการจัดงาน กิจกรรมเพื่อความบันเทิงและการท่องเที่ยว ภาพลักษณ์และสภาพแวดล้อมของเมือง ความสะดวกในการเข้าสู่เมืองหรือสถานที่จัดประชุม และความเสี่ยงในการยกเลิกการจัดงานและความปลอดภัยของเมือง ซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลให้เกิดการใช้ไมซ์เป็นตัวขับเคลื่อนเมือง

โดยการจัดอันดับความสำคัญทำให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ เพื่อนำไปพัฒนาต่อยอด โดยการเสริมสร้างภาพลักษณ์ของเมืองผ่านการรับรู้ของภาครัฐสร้างเสริมประสบการณ์การจัดงานให้มากยิ่งขึ้น พัฒนาโครงการทางกายภาพเพิ่มความสะดวกในการเข้าสู่เมือง จัดการโครงสร้างขั้นพื้นฐานของเมือง ให้สอดคล้องกับการจัดกิจกรรมไมซ์ จัดทำแพ็คเกจเมือง (City's Package) ซึ่งรวมการสนับสนุนงานจากหน่วยงานภาครัฐทุกหน่วยที่เกี่ยวข้อง และผลิตออกมาเป็น Welcome Package สำหรับนักท่องเที่ยวเชิงธุรกิจกลุ่มไมซ์ได้ รวมทั้ง กิจกรรมเสริมเรื่องความบันเทิงและการท่องเที่ยวจะสามารถพัฒนาต่อยอดเป็น Pre-Post Tour Program สำหรับนักท่องเที่ยวเชิงธุรกิจกลุ่มไมซ์เมื่อเข้ามาประชุมสัมมนาในจังหวัดนครราชสีมาและสถานที่จัดงานและสิ่งอำนวยความสะดวกในการจัดงานเป็นอีกกลุ่มที่หน่วยงานภาครัฐในจังหวัดนครราชสีมาให้ความสำคัญ จึงต้องมุ่งเน้นการยกระดับสถานที่จัดงานให้ได้มาตรฐานเพื่อรองรับผู้จัดงานไมซ์และนักท่องเที่ยวเชิงธุรกิจกลุ่มไมซ์ ดังนั้นถือว่าเป็นสิ่งที่ทุกหน่วยงานที่มีภาระหน้าที่ดังกล่าวต้องร่วมแรงใจบูรณาการเพื่อให้เกิดผลสำเร็จในการขับเคลื่อนเมือง/จังหวัดสูงสุด

ข้อเสนอแนะ

1. ควรนำปัจจัยที่พบจากการศึกษาวิจัยการให้ความสำคัญเรื่องการแข่งขันเมืองไม่ซ์ตามเกณฑ์ของการเป็นเมืองไม่ซ์ที่ดีทั้ง 6 องค์ประกอบจากหน่วยงานภาครัฐจังหวัดนครราชสีมา ไปศึกษาต่อกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ ให้ครบทั้งภาคเอกชน ภาคประชาชนและภาคการศึกษาในจังหวัดนครราชสีมา โดยสามารถนำองค์ประกอบทั้ง 6 องค์ประกอบไปกำหนดเป็นแผนนโยบายและแผนปฏิบัติการขับเคลื่อน เพื่อให้เห็นผลจริง

2. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบในเมืองหรือจังหวัดอื่นที่จะขอรับการประเมินเป็นเมืองไม่ซ์ เพื่อยืนยันปัจจัยส่วนบุคคลในเรื่องของประสิทธิภาพการทำงานนั้นส่งผลต่อการรับรู้อุตสาหกรรมไม่ซ์หรือไม่ และการให้ความสำคัญกับเกณฑ์การแข่งขันเมืองไม่ซ์ตามบริบทของเมืองหรือจังหวัดที่แตกต่างกัน เพื่อนำไปวิเคราะห์ระดับการให้ความสำคัญนำไปพัฒนาเมืองเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจระดับเมือง/จังหวัดอย่างแท้จริง

เอกสารอ้างอิง

- ปัทมวิมล. (2017). “จิรัฐ”หัวเรือใหญ่”ที่เลิ่บ”คนใหม่ โข่ววิสัยทัศน์ เร่งวางกลยุทธ์ ชู 5 QUICK WIN มุ่งยกระดับไม่ซ์. ค้นคืนจาก <https://www.btripnews.net/?p=8126>.
- จังหวัดนครราชสีมา. (2561). หนังสือด่วนที่สุด นม.๐๐๑๗.๒/๒๖๕๒๐ เรื่อง จังหวัดนครราชสีมาขอเข้ารับการประเมินเป็นเมืองไม่ซ์ที่ดี. นครราชสีมา: สำนักงานจังหวัดนครราชสีมา.
- มาลีนิ มาลีคล้าย. (2554). การรับรู้การสื่อสารการตลาดของผู้บริโภคที่มีผลต่อภาพลักษณ์ตราสินค้าอิติตันในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ศิริโสภาคย์ บุรพาเดชะ. (2529). จิตวิทยาทั่วไป. กรุงเทพมหานคร: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานนายกรัฐมนตรี. (2560). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่สิบสอง พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔. ค้นคืนจากhttps://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=6422.
- สำนักงานเลขาธิการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2562). ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561-2580. ค้นคืนจาก kbphpp.nationalhealth.or.th/bitstream/handle/123456789/21314/NationalStrategy.pdf?sequence=1&isAllowed=y.
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน). (2562). รายงานงบประมาณประจำปี 2561. ค้นคืนจาก <https://www.buinesseventsthai.com/files/annual-reports/TCEB-AR2018-JULY07.pdf>
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน). (2557). คู่มือในการประเมินและคัดเลือกเมืองเพื่อจัดงานประชุมองค์การทองเทียวเพื่อเป็นรางวัล งานประชุมวิชาการ งานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (MICE city). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ.

- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) (2560). รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการศึกษา และจัดทำข้อมูลยุทธศาสตร์ของไมซ์ซิตี้และเมืองที่มีศักยภาพ (City Profile) จังหวัดนครราชสีมา . กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ.
- Dwyer, L & Forsyth, P. (1997). *Impacts and Benefits of MICE Tourism: A Framework for Analysis*. Tourism Economics, 3(1), 21-38.
- Goldblatt, J. & Nelson, K.S. (1999). *Dollars and Event: How to Succeed in the Special Event Business*. New York: John Wiley & Son.
- Schmitt, B. (1999). Experiential Marketing. *Journal of Marketing Management*, 15(1-3), 53-67.
- Stephen P. Robbins and Timothy A. Judge. (2011). *Organizational Behavior*. (14th ed.). New Jersey, U.S.A.: Pearson Education, Inc., publishing as Prentice Hall.
- Thailand Convention & Exhibition Bureau (Public Organization). (2016). *Introduction to MICE Industry*. (2nd ed.). Bangkok: Thailand Convention & Exhibition Bureau.