

MICE

ทำอะไร ?

รู้จัก“ไมซ์”(MICE)

อุตสาหกรรมไมซ์เป็นกลไกในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ และเป็นอุตสาหกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างใกล้ชิด โดยอุตสาหกรรมไมซ์ประกอบด้วย



อุตสาหกรรมการจัดประชุม (Meetings)
เป็นการจัดประชุมสัมมนา ฝึกอบรม ขอบริษัทเอกชน หรือองค์กรต่างๆ รวมถึงกิจกรรม สโมสรนอกสถานที่ ประจำปี (company outing) เพื่อสร้างสัมพันธ์ในที่ทำงาน โดยบริษัทเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายให้ผู้เข้าร่วมประชุม



อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentives)
คือการท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะโดยเป็นบริษัทหรือองค์กร เป็นผู้ออกเงินให้ เพื่อเป็นรางวัลแก่บุคลากรในบริษัท หรือองค์กรที่ทำงานยอดเยี่ยมประจำปี เพื่อสร้างแรงจูงใจในการทำงาน



อุตสาหกรรมจัดประชุมนานาชาติ (Conventions)
ซึ่งหมายถึงงานประชุมที่มีผู้เข้าร่วมจากหลากหลายประเทศ จัดโดยรัฐบาล สมาคม หรือองค์กรที่ไม่แสวงหากำไร ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นงานประชุมของกลุ่มคนที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกัน เช่น งานประชุมขอสมาคมการแพทย์นานาชาติ เป็นต้น



อุตสาหกรรมจัดงานแสดงสินค้า (Exhibitions)
ครอบคลุมเรื่องการจัดงานแสดงสินค้าในประเทศไทย โดยผู้จัดอาจเป็นผู้จัดงานชาวไทย หรือผู้จัดงานจากต่างประเทศก็ได้ ตัวอย่างงานที่เรารู้จักกันดี เช่น งาน OTOP หรืองาน BIG&BIH เป็นต้น

ทั้งนี้ อุตสาหกรรมไมซ์มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดธุรกิจบริการด้านการท่องเที่ยว เพราะเกี่ยวข้องกับการเดินทางจากที่หนึ่งไปอีกที่หนึ่ง ส่วนใหญ่ต้องใช้ที่พัก ที่ประชุมในโรงแรม รับประทานอาหาร ฯลฯ ซึ่งในเมืองไทยเอง การท่องเที่ยวถือว่าเป็นอุตสาหกรรมที่ได้รับการพัฒนา และมีความสำคัญต่อภาคเศรษฐกิจของประเทศอย่างยิ่ง แต่นอกจากประโยชน์ด้านรายได้ของนักเดินทางไมซ์ที่ใช้จ่ายในประเทศไทย อุตสาหกรรมไมซ์ยังมีผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ

และสังคมมากกว่าการท่องเที่ยวธรรมดา เพราะการเข้ามาของนักเดินทางกลุ่มนี้ส่งเสริมภาคธุรกิจอื่นๆ ในทางอ้อม ไม่ว่าจะเป็นการต่อยอดทางธุรกิจจากการเจรจาการค้า การลงทุน การจัดงานแสดงสินค้า ฯลฯ ซึ่งล้วนก่อให้เกิดรายได้ต่อประเทศหมุนเวียนมหาศาล นอกจากนี้ อุตสาหกรรมไมซ์ยังเป็นแหล่งเรียนรู้ แลกเปลี่ยน และถ่ายทอดเทคโนโลยีเพื่อพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของประเทศในอีกทางหนึ่ง จึงนับว่าไมซ์เป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาประเทศให้รุ่งคั่งได้อย่างยั่งยืน

ใครคือ นักเดินทางไมซ์

ระยะหลังคำว่า “นักเดินทางไมซ์” หรือ “นักเดินทางเพื่อธุรกิจ” เริ่มเป็นที่พูดถึงมากขึ้น โดยนักเดินทางกลุ่มนี้มีลักษณะที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวทั่วไป โดยเฉพาะในเรื่องของค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักเดินทางกลุ่มนี้ กล่าวกันว่ามีมูลค่าต่อทริปเฉลี่ยสูงกว่านักท่องเที่ยวมากกว่า 2-3 เท่าตัว โดยไมซ์เดินทางเข้ามาในลักษณะที่เฉพาะเจาะจง มีจุดประสงค์เชิงธุรกิจที่อาจเกี่ยวข้องเนื่องกับการเดินทางเพื่อร่วมประชุมบริษัท การท่องเที่ยวจากรางวัลที่ถ่ายทอดรายได้ทะลุเป้า การเข้าร่วมงานประชุมนานาชาติ หรือการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า หรือนิทรรศการนานาชาติ ดังนั้นนักเดินทางไมซ์กลุ่มนี้จึงถือเป็นนักเดินทางที่มีคุณภาพ และมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจไทย

การวางแผน
และออกบบ
SPECIAL
EVENTS

งานอีเว้นท์ในรูปแบบพิเศษเป็นสิ่งที่เราควรทำความเข้าใจ และสามารถบริการลูกค้าได้ เพื่อจัดงานให้ตรงกับความ ต้องการและตอบสนองความพึงพอใจสูงสุด โดยการจัดงานอีเว้นท์ลักษณะนี้จะเกิดขึ้นในสถานที่ใดที่หนึ่ง โดยเฉพาะ และมีจุดประสงค์ของการจัดงานแตกต่างกันไป รวมทั้งมีลักษณะพิเศษแตกต่างกัน ตามความต้องการของผู้จัดงาน นอกจากงานอีเว้นท์พิเศษยังรวมถึงการจัดงานประจำชาติต่าง ๆ โดยงานอีเว้นท์ลักษณะนี้ จะมีผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้วยกัน กล่าวคือ



- **วัตถุประสงค์ของงาน** ถือเป็นจุดเริ่มต้นของการจัดงานเลยทีเดียว โดยมีหลายแบบ เช่น งานอีเว้นท์เพื่อให้ข้อมูล งานอีเว้นท์เพื่อการบันเทิง งานอีเว้นท์เพื่อเพิ่มกำไร และงานอีเว้นท์เพื่อชุมชน

- **ธีมงาน** การสร้างธีมงานอีเว้นท์นอกจากจะทำให้งานน่าสนใจมากขึ้นแล้ว ยังถือเป็นสีสันของงานที่สามารถสร้างความประทับใจให้ลูกค้าได้

- **สถานที่จัดงาน** ควรรู้จักเลือกสถานที่จัดงานให้สอดคล้องกับธีมงาน โดยมีหลายปัจจัยที่ต้องคำนึงถึง เช่น สภาพแวดล้อม ค่าตกแต่ง แสงสีเสียง สถานที่ตั้ง ค่าจ้างพนักงาน การเข้าถึง ระบบขนส่งเพื่อติดตั้ง ที่จอดรถ บริการอาหารและเครื่องดื่ม จำนวนที่นั่ง ความปลอดภัย กระบวนการติดตั้งเวที

- **ผู้เข้าร่วมงาน** ต้องรู้ว่ากลุ่มผู้เข้าร่วมงานเป็นใคร เพื่อจัดงานให้สอดคล้องกับกลุ่มนั้น

- **ค่าใช้จ่าย** ค่าใช้จ่ายนั้นเป็นสิ่งจำเป็น ที่สำคัญควรจัดสรรงบประมาณให้เหมาะสมกับลักษณะของงานที่จัด

- **ช่วงเวลาจัดงานอีเว้นท์** พิจารณาจากช่วงเวลาโดยคำนึงถึงปัจจัยหลัก ได้แก่ ฤดูกาล ช่วงวันในสัปดาห์ ช่วงเวลาในแต่ละวัน และช่วงเวลาในการจัดงาน

- **ผู้มีส่วนร่วมในการจัดงาน** หมายถึงทีมงานการจัดงานอีเว้นท์ ที่จะต้องมีประสบการณ์ ทักษะ ความชำนาญในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นแผนกแสงสีเสียง แผนกอาหารและเครื่องดื่ม ฯลฯ

คอนเซ็ปต์ดี มีชัยไปกว่าครึ่ง

งานอีเว้นท์สมัยใหม่มักจะมีธีมการจัดงานที่มี “คอนเซ็ปต์” นั้นหมายถึงการสร้างสรรคงานอีเว้นท์ด้วยไอเดียแปลกใหม่ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับผู้เข้าร่วมงาน อีเว้นท์ที่มีคอนเซ็ปต์งานดีมักจะกลายเป็นที่จดจำและได้รับการกล่าวขานมากกว่าการจัดงานอีเว้นท์ทั่วไป


การจัดการ ดำเนินงานอีเว้นท์

ในกระบวนการจัดงานอีเว้นท์นั้น สามารถแบ่งได้
6 ส่วนหลักด้วยกัน ได้แก่

1. การเงิน
2. สุขภาพ ความปลอดภัยและความเสี่ยง
3. การจัดการทรัพยากรมนุษย์
4. การจัดการขนส่ง
5. กฎหมายที่เกี่ยวข้อง
6. การตลาด

และในส่วนของผู้ปฏิบัติงาน มาดูกันซิว่ามีแผนกใด
ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานอีเว้นท์บ้าง



 ฝ่ายจัดซื้อ และจัดเก็บ	 ฝ่าย การตลาด	 ฝ่ายตัว	 ฝ่าย ลงทะเบียน	 ฝ่ายเสนอ ขาย	 ฝ่ายการเงิน
 ฝ่าย กฎหมาย	 ฝ่าย เทคโนโลยี	 ฝ่ายสื่อ	 ฝ่ายติดต่อ สื่อสารชุมชน	 ฝ่ายพนักงาน	 ฝ่ายบริการ และให้ข้อมูล
 ฝ่ายทำความสะอาดและ จัดการของเสีย	 ฝ่ายจัดเลี้ยง	 ฝ่ายจัดการ สถานที่	 ฝ่ายจัดการ ด้านกีฬา	 ฝ่ายทางการแพทย์	 ฝ่ายรักษา ความปลอดภัย

ผู้สนับสนุนในการจัดงาน

สปอนเซอร์คือใคร?

การเป็นผู้สนับสนุน (Sponsorship) หมายถึง ความสัมพันธ์ในทางธุรกิจระหว่างผู้ให้ความช่วยเหลือจากกองทุน แหล่งทรัพยากร หรือบริการ รวมไปถึงความสัมพันธ์ในลักษณะส่วนบุคคล ที่ให้การสนับสนุนแก่กิจกรรมหรือองค์กร โดยวัตถุประสงค์ของการเข้ามาเป็นผู้สนับสนุนทางการตลาดในงานอีเวนต์นั้น มักเกี่ยวข้องกับ

- เพื่อเพิ่มการตระหนักรู้ในชื่อและตราสินค้า
- เพื่อการใช้สื่อได้อย่างเปิดเผย โดยปราศจากข้อจำกัดต่างๆ เช่น กฎหมาย

เป็นต้น

- เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ตราสินค้า ผลิตภัณฑ์ และองค์กร
- เพื่อแสดงออกถึงความมีเมตตา เพื่อแผ่ ที่มีต่อบุคคล กลุ่มคน ชุมชน องค์กร
- เพื่อส่งเสริมการขาย (อาทิเช่น การเป็นสินค้าตัวอย่างพ่วงติดกับสินค้าหลักอื่นๆ)
- เพื่อสร้างกำลังขวัญและความภาคภูมิใจในองค์กรการให้กับพนักงาน
- เพื่อพัฒนาและดำรงรักษาไว้ซึ่งความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ผู้จัดจำหน่าย

พนักงานงานและผู้ถือหุ้นของบริษัท

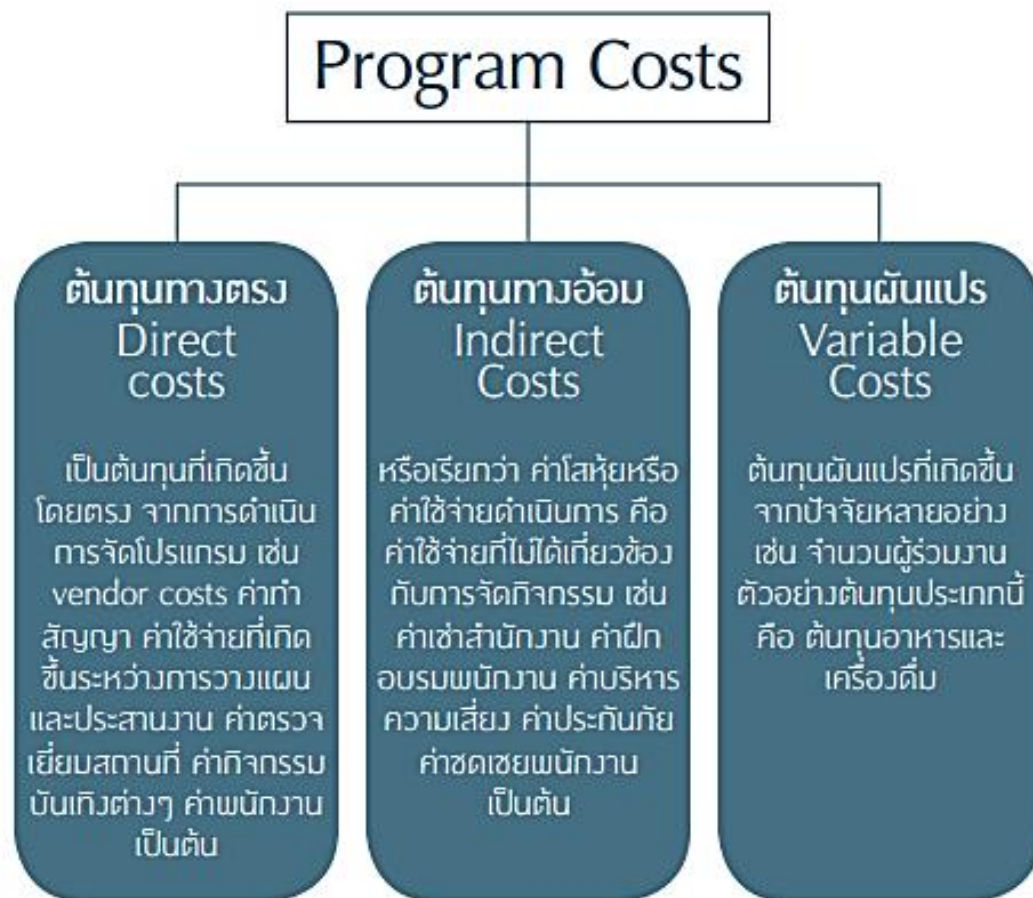
- เพื่อเพิ่มยอดขายและเป็นโอกาสในการเปิดตลาดที่ถูกปิดไปในอดีต

การคำนวณต้นทุน



• ต้นทุนของโปรแกรมหรือกิจกรรม (Program Costs)

ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการจัดโปรแกรม ประกอบด้วย ต้นทุนทางตรง (Direct costs) ต้นทุนทางอ้อม (Indirect Costs) และต้นทุนผันแปร (Variable Costs) การที่ DMC จะสามารถตั้งราคาที่แข่งขันได้ จะต้องมีความเข้าใจความแตกต่างของต้นทุนทั้งสามนี้



การจัดท้าว
หรือโปรแกรม
ท่องเที่ยว
เพื่อเป็นรางวัล



ที่พัก

- ทำเลที่ตั้งของโรงแรม
- ระดับของโรงแรม
- ควรเลือกโรงแรมที่มีภาพลักษณ์ดี หรือมีชื่อเสียงในทางที่ดี
- ชนิดของห้องพัก
- การมีบริการเสริม
- ที่จอดรถภายในบริเวณโรงแรม และมีสถานที่เพียงพอที่สามารถจอดรถได้ (กรณีจัดนำเที่ยวเป็นหมู่คณะใหญ่)
- ควรเลือกโรงแรมที่มีอภินันทนาการห้องพักพร้อมอาหารเช้าสำหรับคนขับรถและผู้นำเที่ยว
- ควรเลือกบริษัทที่ผู้นำเที่ยวหรือผู้จัดมี contract อยู่
- ควรคำนึงถึงจุดหมายที่จะเดินทางต่อจากโรงแรมด้วย
- ควรคำนึงถึงสิ่งอำนวยความสะดวกในโรงแรมที่เหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าของตน
- หลักการการจองที่พักควรจองไว้เพื่อหลีกเลี่ยงว่าขาด
- บริษัทควรเลือกโรงแรมที่มีการบริการอาหารเช้าด้วย



ร้านอาหาร

- ควรเป็นร้านที่มีคุณภาพ สะอาด รสชาติอาหารดี มีบริการและพนักงานที่เพียงพอ
- ราคาอาหารมีความเหมาะสม และสามารถต่อรองได้
- รูปแบบของการบริการอาหาร
- มีการแสดงให้เห็นระหว่างรับประทานอาหาร
- มีที่จอดรถเพียงพอ โดยเฉพาะรถโค้ช
- มือก๊อนกานการจัดอาหารให้ผู้นำเที่ยวคนขับรถ และผู้ติดตาม
- เป็นทางผ่านไปยังสถานที่ต่อไปได้สะดวก
- มีรายการอาหารท้องถิ่น
- รายการอาหารแต่ละมื้อควรมีความหลากหลาย
- กรณีมีเนื้ออาหารที่ลูกค้าจำเป็นต้องรับประทานเอง ควรเน้นใจว่าในจุดที่จอดรถมีร้านอาหารมากพอ
- ต้องมีประสิทธิภาพในการจัดอาหารได้อย่างรวดเร็ว
- ต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกมากพอที่จะรับลูกค้ากลุ่มใหญ่ได้
- บริษัทควรจัดนำเที่ยวโดยคิดค่าบริการรวมอาหาร 3 มื้อ
- บริษัทควรคำนึงว่าการรับประทานอาหารแบบบุฟเฟ่ต์ อาจใช้เวลานานกว่าแบบเซตเมนู



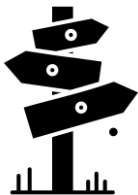
ยานพาหนะ

- ในกรณีที่ปั่นจักรยาน เรือ หรือรถไฟ ต้องทราบตารางเวลาและราคาที่ชัดเจน
- ควรเลือกที่นั่งให้ลูกค้ากลุ่มของตนเองได้นั่งใกล้ๆ กันโดยเน้นริมหน้าต่าง
- เลือกเวลาการเดินทางที่ลูกค้าส่วนมากสะดวก และง่ายต่อการตัดสินใจ
- หากเป็นรถโค้ชควรเน้นบริการที่มีมาตรฐานปลอดภัย คนขับมีความชำนาญ สิ่งอำนวยความสะดวกครบครันและทันสมัย
- ค่าเนืงขนาดที่นั่ง ต้องเพียงพอต่อจำนวนของลูกค้า ไม่แน่นเกินไป และไม่เหลือเยอะจนเกินไป
- เลือกพนักงานขับรถที่มีประสบการณ์ไว้ใจได้ มีบุษยสัมพันธ์ดี ขับรถดีรู้และชำนาญในเส้นทาง
- เลือกรถที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน และมีประกันภัยการรถยนต์ให้ด้วย
- เลือกรถที่อยู่ในสภาพดี ถูกสุขลักษณะตามพระราชบัญญัติการขนส่ง
- บริษัทต้องทำประกันภัยระหว่างการเดินทางให้ลูกค้า



จุดแวะพัก

- ส่วนมากแล้วสถานที่พักมักเป็นบีนน้ำบีนและร้านอาหาร ที่มีห้องน้ำและร้านอาหารให้นักท่องเที่ยวได้ลงไปเปลี่ยนอิริยาบถ ผ่อนคลาย ซ้อมขนม เข้าห้องน้ำ
- ส่วนใหญ่แล้วจุดพักทุก 2-4 ชั่วโมง เนื่องจากนักท่องเที่ยวบางคนไม่สะดวกที่จะเข้าห้องน้ำรถ และยังเป็นที่พักคลายความเหนื่อยล้าของพนักงานขับรถอีกด้วย
- ควรรู้ว่าที่พักรถจุดใดสะอาด มีมาตรฐานและเหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยวของตน
- มีร้านขายของที่ระลึก
- เลือกร้านที่อยู่ระหว่างทางจุดต่อไป
- ควรเป็นร้านที่มีสินค้าอินเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น หรือเป็นร้านที่รัฐบาลของประเทศนั้นๆ รับรอง ไม่ควรเลือกร้านที่จำหน่ายสินค้าทั่วไป
- การแวะร้านในแต่ละครั้ง ควรเป็นร้านที่มีสินค้าแตกต่างกัน
- ร้านควรตั้งอยู่ในบริเวณทางผ่านหรือใกล้กับสถานที่ที่จะไป ไม่ต้องขับรถอ้อมไกลๆ
- เลือกร้านที่มีการสวัสดิการผลิตสินค้า
- ผู้จัดโปรแกรม หรือผู้นำเที่ยวไม่ควรคำนึงถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับจากร้านค้าจนลืมนึกถึงคุณภาพของสินค้าและบริการ





แหล่งท่องเที่ยว

- สถานที่ท่องเที่ยวนั้นควรมีความน่าดึงดูด และมีจุดเด่นควรค่าแก่การเยี่ยมชม
- ควรมีโครงสร้างพื้นฐานที่ค่อนข้างดี มีถนนสภาพดีที่เข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว และเข้าออกได้หลายทาง
- ในแหล่งท่องเที่ยวควรมีร้านอาหารที่สะอาดถูกสุขอนามัย และมีร้านเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว
- คนในพื้นที่ต้องมีอัธยาศัยดี จะช่วยให้นักท่องเที่ยวประทับใจมากขึ้น
- หากเป็นไปได้ ควรจัดกริ๊ปให้ตรงกับช่วงมีเทศกาลท้องถิ่น
- ควรดูว่าแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในความสนใจของนักท่องเที่ยวหรือไม่
- เวลาในการเปิดและปิด
- เสียค่าเข้าชมหรือไม่
- แหล่งท่องเที่ยวให้เข้าชมได้เฉพาะกลุ่มพิเศษหรือไม่
- มีร้านอาหารบริการหรือไม่
- มีสิ่งอำนวยความสะดวก ที่ซื้อของจุดเน้นพัก ห้องน้ำที่สะอาดและเพียงพอ
- มีบริการมัคคุเทศก์นำชมหรือไม่
- มีความปลอดภัยมากน้อยเพียงใด
- แหล่งท่องเที่ยวมีการเดินต่อเนื่องเป็นวงรอบหรือไม่ ไม่อวกวน และมีความหลากหลายในกิจกรรมท่องเที่ยว



บริการนำเที่ยว และมัคคุเทศก์

- มีบัตรมัคคุเทศก์ที่ถูกต้องตามกฎหมาย
- มีประสบการณ์ในการนำเที่ยวในโปรแกรมนั้นมาแล้ว
- มีจิตวิทยาในการนำเที่ยว มีใจรักการบริการ ทราบความต้องการของลูกค้า
- สามารถสร้างความครื้นเครง สนุกสนานให้ลูกค้าได้
- เป็นผู้มีนิสัยดี
- สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี



การเลือก สถานที่จัดงาน

- 1 กำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ในการจัดงาน
- 2 รวบรวมข้อมูลในอดีต ได้แก่ โรงแรมที่ลูกค้าเคยเลือกจัดงาน จำนวนของห้องพักที่จองไว้และได้มีการเช็กอินจริง ประเภทของห้องพัก งบประมาณสำหรับค่าอาหารและเครื่องดื่ม จำนวนและขนาดของห้องประชุม ขนาดของพื้นที่แสดงนิทรรศการ เป็นต้น
- 3 กำหนดรายละเอียดและสิ่งที่ต้องการสำหรับการจัดงาน ได้แก่ วันที่จัดงาน จำนวนผู้เข้าร่วมงานที่คาดหวัง จำนวนห้องพักที่ต้องการ จำนวนห้องประชุม พื้นที่แสดงนิทรรศการ จำนวนอาหารและเครื่องดื่ม การลงทะเบียน กิจกรรมพิเศษต่างๆ บริการพิเศษต่างๆ สำหรับผู้พัก เป็นต้น
- 4 พิจารณาความต้องการและความคาดหวังของผู้ที่จะเข้าร่วมงาน
- 5 เลือกบริเวณหรือประเภทของสถานที่จัดงาน เช่น แถบชานเมือง หรือในเมือง รีสอร์ท หรือศูนย์ประชุม
- 6 การขอเอกสารเสนอราคาจากสถานที่ (Request for Proposal: RFP)
- 7 การเยี่ยมชมหรือตรวจเช็คสถานที่ (Site inspection)
- 8 เลือกสถานที่จัดงาน

การเยี่ยมชมหรือตรวจเช็คสถานที่

การเยี่ยมชมหรือตรวจเช็คสถานที่ (Site inspection) นั้นเป็นรูปแบบหนึ่งของ Experiential Marketing ซึ่งจะช่วยให้นักค้าสามารถได้รับข้อมูลและประสบการณ์โดยตรงจากสถานที่จัดงาน นอกเหนือไปจากสื่อโฆษณาทางวิทยุ โทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ เว็บไซต์หรืออินเทอร์เน็ต การเยี่ยมชมสถานที่ที่จัดงานอาจจัดขึ้นโดยสถานที่นั้นๆ เอง หรือเป็นส่วนหนึ่งของ Familiarisation Trip (Fam Trip) หรือ Press Trip ซึ่งมักจัดโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ประเภทของ Site Inspection

การเยี่ยมชมก่อนระดมการขาย บางครั้งเรียกว่า Venue Tour

- ให้ข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกทั่วไป
- สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มเป้าหมายทั้งก่อน ระหว่าง และหลังทัวร์
- พูดคุยเกี่ยวกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายสำหรับการจัดงานในอนาคต

การเยี่ยมชมระหว่างระดมการขาย หรือ Venue Inspection

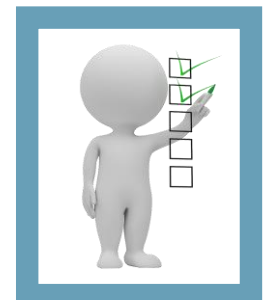
- นำเสนอสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่ตรงตามความต้องการของลูกค้า
- สร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าในการเลือก Venue เป็นสถานที่จัดงาน

องค์ประกอบของสถานที่ที่มีผลต่อการเลือกสถานที่จัดงาน

- ขนาดของสถานที่ (Venue Size)
- ตำแหน่งที่ตั้งของสถานที่จัดงาน (Venue Location)
- แผนผังของสถานที่จัดงาน (Venue Layout)
- โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกของสถานที่จัดงาน (Venue Infrastructure & Facilities)
- การเดินทางสู่สถานที่จัดงาน (Accessibility)
- บริการต่างๆ (Other Services)

เช็คลิสต์ว่าควรตรวจสอบ บริเวณไหนบ้าง

- พื้นที่/สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ
- พื้นที่สำหรับลงทะเบียน
- ลิ้อบบี้และพื้นที่ต้อนรับ
- ห้องพัก/พื้นที่เก็บของ
- พื้นที่สำหรับจัดงาน ห้องประชุมย่อย
- ระบบแสง สี เสียง
- ห้องน้ำ
- ความสวยงามของสถานที่
- การจัดเลี้ยง Catering
- ระบบรักษาความปลอดภัย
- บริการช่วยเหลืออื่นๆ (Support services)
- การสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับผู้ติดต่อของสถานที่ ข้อมูลการเดินทาง แผนฉุกเฉินต่างๆ เป็นต้น



การจัดการอาหาร และเครื่องดื่ม

1. ประเภทของร้านอาหาร
2. กระบวนการบริการ
3. การจัดการรายการอาหารและเครื่องดื่ม
4. การกำหนดราคารายการอาหารและเครื่องดื่ม
5. การออกแบบและวางแผนรายการอาหารและเครื่องดื่ม
6. การจัดการงานจัดเลี้ยง

กระบวนการบริการอาหารและเครื่องดื่ม
สามารถแบ่งแยกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ ดังนี้

1 การบริการที่โต๊ะโดยใช้พนักงาน

American Style

- พนักงานจะมาเสิร์ฟแขกที่โต๊ะ
- การเสิร์ฟแบบนี้เหมาะสำหรับร้านอาหารปัจจุบันซึ่งมีพื้นที่จำกัด
- การบริการ: เข้าซ้าย ออกขวา ต่อมา เข้าขวา ออกขวา
- เดินเสิร์ฟทวนเข็มนาฬิกา
- เสิร์ฟผู้หญิงก่อนผู้ชาย

English Style

- เจ้าภาพจะตักอาหาร แจกทุกคน ต่อมามอบให้ Butler เป็นผู้ตักนำไปเสิร์ฟที่โต๊ะ
- ตั้งโต๊ะพักอาหาร Side Board หรือ รถเสิร์ฟ Trolley มีที่อุ่น สำหรับงานเนื้อ เพื่อให้ร้อนเสมอ

French Style

- เหมาะสำหรับเสิร์ฟลูกค้า 4 ท่านขึ้นไป อาจเป็น Side Board/ Queridon
- เป็น Silver service
- เสิร์ฟทวนเข็มนาฬิกาตามตำแหน่งทางสังคม
- ตักเปลาอาหารด้วยมือซ้าย

Russian Style

- เสิร์ฟที่มีการโชว์อาหาร นำมาทั้งชิ้นใหญ่
- ผู้เสิร์ฟจำเป็นต้องมีทักษะพิเศษ

2 การบริการแบบบริการตนเอง

Cafeteria Service

จะรับตาดมาและเลือกอาหาร
ที่ต้องการด้วยตัวเอง
เมื่อเสร็จ เก็บภาชนะไว้
ที่ส่วนรับภาชนะ

Buffet Service

เน้นการบริการตนเอง พนักงาน
จะเสิร์ฟเครื่องดื่มบ้าง
และเก็บภาชนะที่ใช้แล้ว

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการกำหนด ราคาอาหารและเครื่องดื่ม

- การแข่งขันในชุมชนและละแวกใกล้เคียง (Local competition)
- ระดับของบริการ (Service Levels)
- ประเภทของลูกค้า (Guest type –price Sensitivity)
- คุณภาพของสินค้า (Product Quality)
- ขนาดอาหารและเครื่องดื่ม (Size)
- บรรยากาศการตกแต่ง (Atmosphere)
- ช่วงเวลาในการให้บริการ (Period)
- สถานที่ตั้ง (Location)
- คุณค่าของอาหาร (Nutrition)
- มื้อของอาหาร (Meal time)
- เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ (Equipment)
- ต้นทุนของเครื่องปรุง (Cost ingredient)
- ค่าเช่า (Cost Rental)
- ค่าฝึกอบรมพนักงาน (Cost Training)



การออกแบบและวางแผนรายการอาหาร ต้องคำนึงถึงปัจจัยดังต่อไปนี้

1. ธีมงานและการตกแต่ง (Theme & Decorate)
2. เป้าหมายกลุ่มผู้บริโภค
3. คุณภาพอาหาร
4. ความสามารถของพ่อครัวและพนักงาน
5. อุปกรณ์ในการผลิตอาหาร
6. ความต่อเนื่องในการจัดหาวัตถุดิบ
7. การกำหนดราคาขาย
8. ความสะอาด & ความปลอดภัยของอาหาร
9. ทำเลที่ตั้ง (Location)
10. ชนิดของร้านและสิ่งก่อสร้าง
11. เวลาของมื้ออาหาร (Meal time)
12. เครื่องมือเครื่องใช้
13. คุณค่าของอาหาร (Nutrition)



การจัดเลี้ยง

เป็นการบริการที่ไม่เฉพาะเจาะจงอยู่กับพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง สามารถเคลื่อนย้าย
การบริการไปต่างสถานที่ โดยขึ้นกับลูกค้า ไม่ว่าจะงาน (Function)
จะเป็นลักษณะใด เช่น งานเลี้ยงขนาดใหญ่ (Banquet) งานเลี้ยงรับรอง
(Reception) หรืองานแสดงสินค้า (Event)

ประเภทของงานจัดเลี้ยง



ON - Promise:

การจัดเลี้ยงภายในโรงแรม/ร้านอาหาร
ภายในห้อง ไม่มีการลำเลียงออกไปข้าง
นอก การจัดเลี้ยงแบบนี้มีข้อดี คือ
สะดวก วางแผนง่าย ผิดพลาดน้อย
การแก้ปัญหารวดเร็ว

OFF - Promise:

การจัดเลี้ยงภายนอกโรงแรม ออกนอก
สถานที่ (Cater-Out) ผลิตอาหารออก
จากครัวกลาง แล้วนำอาหาร อุปกรณ์
การบริการอาหารและเครื่องดื่ม ออกไป
จัดข้างนอกสถานที่ โดยรถขนอาหารที่
สะอาด ปลอดภัย สด-ใหม่ ข้อดีของการ
จัดเลี้ยงแบบนี้ คือ ลูกค้าได้รับ
บรรยากาศแปลกใหม่ ผ่อนคลาย

ปัจจัยที่ต้องคำนึงถึง
เพื่อที่จะทำให้งานจัดเลี้ยงนั้น
ประสบความสำเร็จ



Theme Party design

การจัดงานจัดเลี้ยงมักจะต้องมีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์และมีความน่าสนใจ โดยจำเป็นต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ คำนวณการลงทุน ต้องรัดกุมชัดเจน โดยปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบธีมในการจัดงานจัดเลี้ยงให้น่าสนใจนั้นมีดังนี้

- ธีมสี (Color Themes): สีเดียว หรือ สีต่าง
- การสร้างสถานที่ให้ดูแปลกใหม่ (Location Themes): สมมุติให้ห้องจัดเลี้ยงเป็นที่ใดที่หนึ่ง เช่น สวนเมือง
- การจัดงานแบบใช้ธีมช่วงเวลา (Time or Historical Themes): เช่น งานแบบย้อนยุค
- ธีมวัฒนธรรม (Culture Themes): วัฒนธรรม วิถีชีวิต สถานที่ การแต่งกาย บทเพลง อาหาร เช่น อินเดียแดง
- ธีมเทศกาล (Festival Themes): เช่น สงกรานต์



Beverage Planning

วางแผนเครื่องดื่ม ในการจัดการด้านของเครื่องดื่มในงานจัดเลี้ยงก็เป็นสิ่งสำคัญ โดยประเด็นที่นำมาพิจารณา มีดังนี้

- ชนิดของเครื่องดื่มเป็นแบบใด มีแอลกอฮอล์หรือไม่
- คุณภาพเครื่องดื่ม
- ปริมาณเครื่องดื่ม
- รายการจ่ายค่าเครื่องดื่ม แบบจ่ายสด หรือเหมาราย



Meal Planning

วางแผนเรื่องอาหาร ในการจัดการเรื่อง
ของอาหารได้กล่าวโดยรวมไปข้างต้นแล้ว
แต่ในการจัดงานจัดเลี้ยงยังมีประเด็นที่
นำมาพิจารณาดังนี้คือ

- ความสำคัญของอาหารในงาน อาหาร
รูปแบบ หน้าที่ จำนวน
- ราคา เช่น รายการอาหารมาตรฐาน
และรายการอื่นนอกจากที่สั่งไว้
- ภูมิหลังของกลุ่มแขกที่มา เช่น
สถานภาพทางสังคม การดำเนินชีวิต
อายุ เพศ
- ความยากในการผลิต เช่น การเตรียม
วัสดุ เวลา พนักงาน ความชำนาญ สีสัน
- ฤดูกาล เช่น วิธีการถนอมคุณภาพ
อาหาร วัตถุดิบ
- ระยะเวลาและความพร้อมของอาหาร
เช่น ประชุมระดับใด การลำเลียงอาหาร
อุณหภูมิ วัสดุ กาชนะ การนำออก
- ความสมดุลของอาหาร เช่น สีสัน
รูปทรง สัดส่วน
- ข้อจำกัดในเรื่องเครื่องมือ
- รูปแบบการบริการ
- จำนวนอาหารเพียงพอต่อลูกค้า



Staff Planning

การอบรมพนักงาน หรือบุคลากร ต้อง
มีความสอดคล้องกับงานที่ใช้ในการ
บริการงานจัดเลี้ยงนั้นๆ โดยประเด็นที่
นำมาพิจารณาคือ

- จำนวนพนักงานผลิตอาหาร: จำนวน
แขก ระยะเวลา รูปแบบ ความยากขอ
การปรุง ค่าตอบแทน รายการพิเศษ
- จำนวนพนักงานบริการเครื่องดื่ม:
ประเภทเครื่องดื่ม จำนวนเครื่องดื่มบริการ
จำนวนแขก ชั่วโมงการทำงาน ลักษณะ
การบริการ



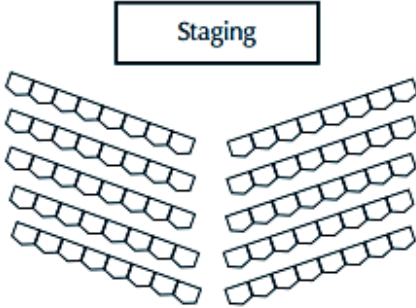
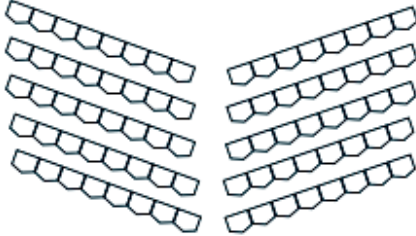
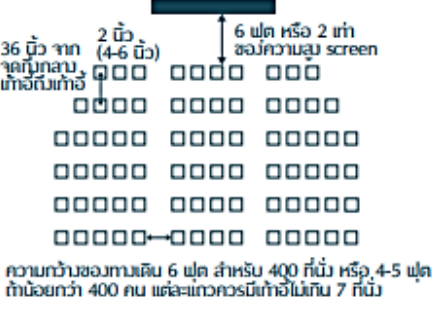
Function Room Planning

การเลือกสถานที่ในการจัดงานจัดเลี้ยงนั้น
เป็นสิ่งที่จะต้องพิจารณาเป็นอย่างมาก เพื่อตอบสนอง
ความต้องการของผู้เข้าร่วมงานได้มาก
ที่สุด ดังนี้

- | | |
|----------------|----------------------|
| • บรรยากาศ | • ทัศนวิสัย |
| • แสงสว่าง | • การจัดสถานที่ |
| • เสียง | • สิ่งอำนวยความสะดวก |
| • แสง | • ขนาดพื้นที่ |
| • สี | (จำนวนแขก ประเภท |
| • ผนังและเพดาน | โต๊ะ ขนาดห้องของโต๊ะ |
| • อุณหภูมิ | พื้นที่แสดง รูปแบบ |
| • กลิ่น | งานเลี้ยง) |

การบริการ
จัดประชุม
และการลงทะเบียน

ประเภทของการจัดประชุม และพื้นที่ที่ต้องการ

รูปแบบการจัด		พื้นที่ที่ต้องการ ต่อผู้เข้าร่วมงาน 1 คน	หมายเหตุ
Reception		0.84-0.93 ตารางเมตร	ไม่รวมพื้นที่ สำหรับงานแสดง สเตชันอาหาร บาร์เครื่องดื่ม
Theater น้อยกว่า 60 คน		1.1-1.2 ตารางเมตร	พื้นที่ระหว่างแถว อย่างน้อย 61 ซม. และระหว่างเก้าอี้ที่ ติดกัน 10 ซม.
Theater 60-300 คน		1.0-1.1 ตารางเมตร	พื้นที่ระหว่างแถว อย่างน้อย 61 ซม. และระหว่างเก้าอี้ ที่ติดกัน 10 ซม.
Theater มากกว่า 300 คน		0.93-1.0 ตารางเมตร	พื้นที่ระหว่างแถว อย่างน้อย 61 ซม. และระหว่างเก้าอี้ ที่ติดกัน 10 ซม.

ประเภทของการจัดประชุม และพื้นที่ที่ต้องการ

รูปแบบการจัด	พื้นที่ที่ต้องการต่อผู้เข้าร่วมงาน 1 คน	หมายเหตุ
Classroom ทั่วไป	1.6-2.0 ตารางเมตร	สำหรับโต๊ะสี่เหลี่ยมขนาด 6 หรือ 8 ฟุต โดยแต่ละคนมีพื้นที่ 61 ซม.
Classroom น้อยกว่า 60 คน	2.0-2.1 ตารางเมตร	สำหรับโต๊ะสี่เหลี่ยมขนาด 6 หรือ 8 ฟุต โดยแต่ละคนมีพื้นที่ 61 ซม.
Classroom 60-300 คน	1.9-1.95 ตารางเมตร	สำหรับโต๊ะสี่เหลี่ยมขนาด 6 หรือ 8 ฟุต โดยแต่ละคนมีพื้นที่ 61 ซม.
Classroom มากกว่า 300 คน	1.6-1.7 ตารางเมตร	สำหรับโต๊ะสี่เหลี่ยมขนาด 6 หรือ 8 ฟุต โดยแต่ละคนมีพื้นที่ 61 ซม.

ที่มา: Marsh, N. (2014). Best Practices in Destination Management. The Association of Destination Management Executives International

งานบริการอื่นๆ

นอกเหนือจากการช่วยเลือกสถานที่ในการจัดประชุมแล้ว เราอาจต้องอำนวยความสะดวกในเรื่องการจัดซื้อหรือจัดทำป้ายชื่อสำหรับผู้เข้าร่วมประชุม การลงทะเบียนเข้าประชุมในงาน การเตรียมอุปกรณ์ต่างๆ สำหรับทำการประชาสัมพันธ์ เช่น จัดทำโปสเตอร์ การบริการจัดส่งเอกสารต่างๆ รวมไปถึงการคิดธีมงานสำหรับงานประชุมหรือกิจกรรมพิเศษ

การให้บริการจัดการการลงทะเบียน เข้าประชุมในงาน (Registration)

จุดลงทะเบียนเป็นจุดแรกที่สร้างความประทับใจให้กับผู้เข้าร่วมงาน และส่งผลกระทบต่อความพอใจต่อภาพรวมของการจัดงานทั้งหมด ดังนั้นในการดำเนินการลงทะเบียน ควรมีการวางแผนล่วงหน้า โดยเจ้าหน้าที่ที่ประจำอยู่ใต้ลงทะเบียน ต้องมีความชำนาญ สามารถจัดการกระบวนการลงทะเบียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ ควรมีพนักงานประจำใต้ลงทะเบียนจำนวน 1 คนต่อผู้เข้าร่วมงาน 100 คน ดังนั้นในงานประชุมขนาดใหญ่ที่มีผู้เข้าร่วมงานกว่า 10,000 คน จะต้องใช้พนักงานสำหรับลงทะเบียนกว่า 100 คน Meeting planners หรือผู้จัดงาน มักใช้พนักงานท้องถิ่นโดยความช่วยเหลือจากบริษัท DMC

เตรียมอุปกรณ์สำหรับลงทะเบียน

- จัดเตรียมทิวบบรรจุเอกสารการประชุม
- พิมพ์ป้ายชื่อผู้เข้าร่วมงาน
- ลงทะเบียนผู้เข้าร่วมงาน
- เก็บเงินค่าลงทะเบียน
- คีย์ข้อมูลต่างๆ
- อำนวยความสะดวกให้กับผู้เข้าร่วมงาน ขณะทำการลงทะเบียน



จริยธรรม
ในวิชาชีพ

- เป็นผู้ที่มีความประพฤติปฏิบัติตนอย่างเหมาะสม มีความซื่อสัตย์ มีความเป็นมืออาชีพในการทำงานและละเว้นความประพฤติที่จะก่อให้เกิดผลเสียต่อวิชาชีพ
- เป็นผู้ที่มีความรับผิดชอบต่อลูกค้า และปฏิบัติหน้าที่การงานที่ได้รับมอบหมายอย่างเต็มกำลัง
- เป็นผู้มีจิตสำนึก ให้เกียรติและเคารพในความแตกต่างของเชื้อชาติ ศาสนา วัฒนธรรม เพศและวัย
- เป็นผู้รักษาความลับของลูกค้า และไม่นำข้อมูลไปสื่อสารหรือขยายต่อสาธารณะในทางที่จะก่อผลกระทบทางหนึ่งทางใดต่อลูกค้า
- เป็นที่ใช้ดุลยพินิจในการตัดสินใจและปฏิบัติหน้าที่ด้วยความรู้ ความสามารถโดยปราศจากอคติส่วนตัว ไม่ใช้ความสัมพันธ์ส่วนตัวในการดำเนินธุรกิจ
- เป็นผู้ที่ไม่กล่าวเท็จ หรือสร้างความเข้าใจผิด ให้เกิดความขัดแย้งต่อลูกค้าและผู้ประกอบธุรกิจ
- เป็นผู้ที่คำนึงถึงประโยชน์ของส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตน
- เป็นผู้ที่ดำเนินธุรกิจโดยตระหนักถึงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และชุมชน

10 S สำคัญอย่างไร?

หลัก 10 S มาจากจากคู่มือ-เทคนิค การให้บริการด้วยใจ “Service Mind” สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการบริการ ลูกค้า VIP เพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด

1. **S - Smooth** หมายถึง อารมณ์ ของผู้ให้บริการ ผู้ให้บริการที่ดีควรมี อารมณ์มั่นคงสม่ำเสมอ
2. **S - Smile** หมายถึง การบริการ ด้วยรอยยิ้ม
3. **S - Speak** หมายถึง การพูดจาดี น้ำเสียงการพูดจาไพเราะ มีสัมมาคารวะ
4. **S - Small** หมายถึง ผู้บริการ ต้องปฏิบัติตนด้วยความอ่อนน้อมต่อม ตน ไม่อวดอ้าง
5. **S - Smart** หมายถึง ผู้ให้บริการ ที่มีบุคลิกภาพที่ดีสว่างาม จะสร้างความ ประทับใจ

10 S



6. **S – Special** หมายถึง ผู้ให้ บริการให้ความสำคัญกับผู้รับบริการ โดยมองว่าผู้รับบริการเป็นบุคคลพิเศษ
7. **S - Spirit** หมายถึง ผู้บริการ ต้องยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้รับ บริการ เป็นผู้รับฟังที่ดี
8. **S - Speed** หมายถึง การให้ บริการด้วยความรวดเร็ว
9. **S - Super** หมายถึง การให้ บริการที่มากกว่าที่ผู้รับบริการคาดหวัง
10. **S - Save** หมายถึง การ ประหยัด ทั้งในด้านของระยะเวลาและ ค่าใช้จ่าย

เอกสารประกอบการเรียนการสอน
วิชา การจัดประชุมและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล
รหัสวิชา 30707-2002

โดย...

นางสาวปภาณศิริ อ้อยขาว
ครูแผนกวิชาการท่องเที่ยว
วิทยาลัยอาชีวศึกษาสุพรรณบุรี
โทร 088-4079422