

บทคัดย่อ

หัวหน้าโครงการ ดร.ไพรัช พิบูลย์รุ่งโรจน์

Email me@pairach.com

ระยะเวลาดำเนินการ 1 พฤษภาคม 2558 - 30 เมษายน 2559

โครงการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์หลัก 5 ประการคือ (1) ศึกษาความเชื่อมโยงในโซ่คุณค่าของธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (2) ศึกษาศักยภาพของธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของไทย (3) ศึกษาผลกระทบเชิงเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และ สิ่งแวดล้อมของธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของไทย (4) ศึกษาแนวโน้มของธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของไทย (5) นำเสนอแนวทางการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของไทย โดยมีขอบเขตการศึกษาเป็นการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจากตลาดนานาชาติสู่ประเทศไทย (International Incentive Travels) คณะวิจัยได้ใช้วิธีการศึกษาสำหรับวัตถุประสงค์ในการศึกษาทั้ง 5 ด้าน ดังนี้ การใช้ SCAAN Model ในการศึกษาห่วงโซ่คุณค่า การสำรวจด้วยแบบสอบถามและการใช้แบบจำลองปัจจัยเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) ในการศึกษาศักยภาพและผลกระทบของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การวิเคราะห์แนวโน้มโดยเทคนิคการวิเคราะห์เศรษฐมิติแบบอนุกรมเวลา และการสัมภาษณ์เชิงลึกและการจัดประชุมกลุ่มย่อยเพื่อระดมความเห็นและนำเสนอแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของประเทศไทย

ผลการศึกษาแบ่งตามวัตถุประสงค์ พบว่า (1) ผู้เล่นสำคัญที่มีบทบาทในการเชื่อมโยงห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในประเทศไทยได้แก่ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน. หรือ TCEB) และ สมาคมส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ หรือ Thailand Incentive and Convention Association (TICA) อย่างไรก็ตามพบว่ายังมีผู้เล่นที่ทำหน้าที่สนับสนุนจำนวนมากที่ยังขาดความเชื่อมโยง เช่น ผู้ประกอบการรายย่อยที่ไม่ได้เป็นสมาชิก TICA และ หน่วยงานภาครัฐในระดับจังหวัดและท้องถิ่นที่แม้จะมีการทำงานร่วมกันกับ สสปน. และ TICA ทว่าภารกิจด้านการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนที่มีอยู่มากทำให้ไม่สามารถผลักดันการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลได้เต็มที่ (2) ในส่วนของตัวชี้วัดความสามารถในการแข่งขันของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล พบว่าตัวชี้วัดด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) และตัวชี้วัดด้านผู้ประกอบการสนับสนุนงานไมซ์ (Agency) เป็นสองคุณสมบัติสำคัญที่ใช้วัดศักยภาพของธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในประเทศไทย (3) ประเทศไทยได้รับผลกระทบจากธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในเชิงเศรษฐกิจมากที่สุด โดยเฉพาะในแง่ของการจ้างงานที่เพิ่มขึ้น รวมทั้งการกระจายรายได้ที่มากขึ้น ส่วนในแง่ของผลกระทบเชิงวัฒนธรรมพบว่า ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลก่อให้เกิดการอนุรักษ์วัฒนธรรม รวมทั้งช่วยพัฒนาโบราณสถานและสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมด้วย อย่างไรก็ตามผลการศึกษายังชี้ให้เห็นว่า การ

ท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลสามารถก่อให้เกิดผลเสียตามมาเช่นกัน ทั้งในเชิงสังคมและสิ่งแวดล้อม อันได้แก่ เกิดความหนาแน่นในพื้นที่และการแย่งชิงพื้นที่สาธารณะ การทำลายทรัพยากรธรรมชาติของประเทศ เป็นต้น (4) แนวโน้มธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในประเทศไทยมีแนวโน้มความเป็นฤดูกาลมากขึ้น โดยผลการศึกษาระบุว่านักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลนิยมมาเที่ยวเมืองไทยในช่วงไตรมาสที่ 2 มากที่สุด นอกจากนี้ยังสามารถจำแนกประเภทของกลุ่มตลาดเป้าหมายเป็น 2 กลุ่มได้แก่กลุ่มดาวรุ่ง (raising star) และกลุ่มดาวร่วง (falling star) ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐและเอกชนจำเป็นต้องใช้นโยบายตั้งรับกลุ่มที่ขยายตัวสูงและคัดกรองกลุ่มที่มีคุณภาพจากตลาดดังกล่าว ในขณะที่เดียวกันจะต้องพยายามรื้อฟื้นกลุ่มตลาดเดิมที่มีคุณภาพด้วย

Abstract

Head of Project Pairach Piboonrungrroj, Ph.D.
Email me@pairach.com
Duration 1 May 2015 - 30 April 2016

This research project has five main objectives: (1) to explore the connectivity in the value chain of the incentive travel industry, (2) to measure the competitiveness and potential of incentive travels in Thailand, (3) to assess the impacts of incentive travel in Thailand in terms of economic, social-cultural and environmental aspects, (4) to predict the trend of the incentive travel in Thailand and (5) to provide policy recommendations to stakeholders. The scope of the study is the international incentive travellers to Thailand. Research methods were selected for each objective including SCAAN model for value chain, Confirmatory Factor Analysis (CFA) with survey data for measuring competitiveness and impacts, time series econometrics for trend prediction and focus group for brainstorming the policy recommendation based from the research findings to enhance the competitiveness and impacts of incentive travel in Thailand.

The research results have shown that: (1) a key player who connects the value chain of incentive travel industry in Thailand is TCEB and TICA. However, there are still a lot of agencies who always support the industry but could not link to the value chain, e.g. entrepreneurs who are not the member of TICA or other government agencies. (2) Amenity and Agency are the most important attribute which measure the competitiveness and potential of incentive travels in Thailand. (3) Incentive travel industry in Thailand has economic impacts on people most in terms of higher job creation and better income distribution. It is also benefit Thai culture since it helps preserve cultural and historical sites. Yet, there are negative impacts on society and environment, such as creating congestion in public area and destroying natural resources. (4) Incentive travel in Thailand tends to have more seasonal trend. The result indicates that incentive travellers prefer the second quarter of the year to visit Thailand. Moreover, the study could classify market segments into two types, the raising star and the falling star. Therefore,

private and government agencies should prepare for the growing markets as well as plan to attract the good-quality old markets.