



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

แผนงาน การศึกษาศักยภาพของอุตสาหกรรม MICE ของประเทศไทย
(The Study of Thailand MICE Capability)

โดย
รศ.ดร.ยุรพร ศุภธรัตน์ และคณะ

ธันวาคม 2559

เลขที่สัญญา RDG5850048

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

แผนงาน การศึกษาศักยภาพของอุตสาหกรรม MICE ของประเทศไทย
The Study of Thailand MICE Capability

คณะผู้วิจัย สังกัด

- | | |
|-------------------------------|--|
| 1. รศ. ดร.ยุรพร ศุภรัตน์ | คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ |
| 2. ดร. พิมพ์ภัศ พงศกรรังศิลป์ | สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ |
| 3. ดร. ไพรัช พิบูลย์รุ่งโรจน์ | คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ |
| 4. ผศ. อรรธิกา พังงา | คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ศรีราชา |
| 5. ดร. ไพฑูรย์ เจตธำรงชัย | คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ |

สนับสนุนโดยสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย วช. สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัยฉบับนี้ประกอบด้วย แผนงานวิจัยโครงการการศึกษาศักยภาพของอุตสาหกรรม MICE ของประเทศไทย (The Study of Thailand MICE Capability) และ 4 โครงการย่อย ได้แก่ โครงการวิจัยย่อยที่ 1 คือ การศึกษาศักยภาพของธุรกิจการจัดประชุมในประเทศไทย (The Study of Meeting Capability of Thailand) โครงการวิจัยย่อยที่ 2 คือ การศึกษาศักยภาพของธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในประเทศไทย (The Study of Incentive Travel Capability of Thailand) โครงการวิจัยย่อยที่ 3 คือ การศึกษาศักยภาพของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทย (The Study of Convention Capability of Thailand) และโครงการวิจัยย่อยที่ 4 คือ การศึกษาศักยภาพของธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติในประเทศไทย (The Study of International Exhibition Capability of Thailand) คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณหน่วยงานต้นสังกัดของทุกโครงการย่อย

รายงานฉบับนี้เสร็จสิ้นสมบูรณ์โดยได้รับความร่วมมือจากผู้มีส่วนได้เสียในอุตสาหกรรมทุกท่านที่ได้กรุณาสละเวลาเข้าร่วมประชุมกลุ่มย่อย ได้ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลในการสัมภาษณ์เชิงลึก การตรวจสอบข้อมูลที่ได้มา ตลอดจนการให้ข้อคิดเห็นเพื่อเติมในการจัดประชุมเสนอผลการวิจัย คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณในความกรุณาดังกล่าวเป็นอย่างสูงไว้ ณ. ที่นี้

ขอขอบพระคุณบุคคลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. ในการสนับสนุนข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่องานวิจัย นายกสมาคมนักวิชาการอ้อยและน้ำตาลแห่งประเทศไทย นายกิตติ ชุมหวงศ์ ที่ได้กรุณาให้ภาพการเกิดกิจกรรม MICE อย่างชัดเจน กรรมการปฏิรูปกฎหมายและประธานกรรมการพิจารณาปรับปรุงและพัฒนากฎหมายว่าด้วยหลักประกันทางธุรกิจ ศ.ดร.กำชัย จงจักรพันธ์ ได้กรุณาให้ความเห็นในเรื่องกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม MICE ขอขอบพระคุณ ดร.จันทริกา ธนะโสภณ ผู้อำนวยการฝ่าย ฝ่ายอุตสาหกรรม สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) และผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภาวดี โพธิยะราช ผู้ประสานงานโครงการวิจัยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ที่ให้คำปรึกษาแนะนำ ประสานงานให้ทีมวิจัยทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพตลอดจนสนับสนุนเพื่อให้งานสำเร็จและนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างแท้จริง รวมทั้งขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานประสานงานโครงการทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลืออำนวยความสะดวกเป็นอย่างดี

นอกจากนี้ ขอขอบพระคุณทุกๆ ท่านที่ไม่ได้กล่าวนาม ณ. ที่นี้ ที่ท่านได้มีส่วนในการให้ความช่วยเหลืออนุเคราะห์กับการทำรายงานวิจัยนี้ ตั้งแต่ต้นจนเสร็จ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณมา ณ. โอกาสนี้ และท้ายที่สุดขอขอบพระคุณสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย ที่ให้การสนับสนุนเงินทุนในการทำวิจัยในครั้งนี้

รศ. ดร. ยुरพร ศุภธรัตน์

ดร. พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์ ดร. ไพรัช พิบูลย์รุ่งโรจน์

ผศ. อรรธิกา พังงา ดร. ไพฑูรย์ เจตธำรงค์ชัย

ธันวาคม 2559

บทสรุปผู้บริหาร

1. บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

อุตสาหกรรม MICE เป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญ เพราะนอกจากจะสร้างรายได้จำนวนมากให้กับประเทศแล้ว ยังเกี่ยวเนื่องกับการเติบโตของอุตสาหกรรมย่อยในห่วงโซ่เดียวกันอีกเป็นจำนวนมาก โดยมีกลุ่มผู้เกี่ยวข้องหลัก 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้ใช้บริการ กลุ่มผู้ให้บริการ และกลุ่มผู้สนับสนุน ซึ่งแต่ละกลุ่มเป็นผู้ที่สร้างและรับประโยชน์ที่แตกต่างกันไป และหากได้รับการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพจะสามารถสร้างให้เกิดข้อได้เปรียบให้กับอุตสาหกรรม MICE ของประเทศไทย ดังนั้น การวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาศักยภาพของอุตสาหกรรม MICE โดยพิจารณาถึงสภาพปัจจุบันของอุตสาหกรรม MICE ในประเทศไทย จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัดของอุตสาหกรรม MICE สภาพแวดล้อมโดยทั่วไป นโยบายรัฐที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรม MICE รวมถึงผลกระทบในแต่ละธุรกิจของอุตสาหกรรม MICE ที่มีต่อประเทศทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนความเชื่อมโยงใน Value Chain ของอุตสาหกรรม MICE รวมทั้งปัญหาที่ต้องเข้าไปปรับแก้ไขต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาผลกระทบของธุรกิจ M/I/C/E ที่มีต่อประเทศโดยรวมทั้งในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม
- 2) เพื่อวิเคราะห์ความเชื่อมโยงใน Value Chain ของอุตสาหกรรม MICE ในแต่ละธุรกิจ
- 3) เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพของอุตสาหกรรม MICE
- 4) เพื่อจัดลำดับความสำคัญและเสนอนโยบายของธุรกิจ M/I/C/E ให้กับประเทศ

1.3 ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยมุ่งเป้า โดยมีสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ หรือ สสปน. เป็นผู้ใช้ประโยชน์โดยตรง โดยจะทำการศึกษาในภาพกว้างในระดับประเทศเป็นเบื้องต้น กล่าวคือ จะศึกษาธุรกิจการจัดประชุม (Meeting) ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive) ธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ (Convention) และธุรกิจการจัดแสดงงานสินค้าและนิทรรศการ (Exhibition) ที่เป็นกิจกรรม MICE จากต่างประเทศที่เข้ามาจัดในประเทศ (International MICE) เท่านั้น ทำการศึกษาถึง Key player ของธุรกิจ M I C และ E โดยพิจารณาถึงการจะทำให้เกิดธุรกิจ M/I/C/E แต่ละธุรกิจนั้นๆ จะทำอย่างไรและในแต่ละขั้นตอนมีปัญหาอุปสรรคอย่างไร เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการศึกษาในรายละเอียดเฉพาะงานต่อไป

1.4 วิธีการดำเนินการวิจัย

- 1) ศึกษาด้วยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อศึกษาสภาพการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในอุตสาหกรรม MICE ในปัจจุบัน ตามแนวทางอุปนัย (Inductive Approach)
- 2) แหล่งข้อมูลที่ศึกษา มาจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ หนังสือ เอกสาร วารสารวิชาการ ผลการวิจัยที่อ้างอิงเชื่อถือได้จากหน่วยงานรัฐ E-library และแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ จัดทำ Focus Group สัมภาษณ์เชิงลึกด้วยวิธีการ Snowball และจัดทำแบบสอบถาม (Questionnaire survey)
- 3) กรอบทฤษฎีที่ใช้ ได้แก่ ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน (Competitive Advantage) การวิเคราะห์ศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรม MICE (Diamond Model) ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรม MICE ทั้งภายใน (SWOT Analysis) และภายนอก (PEST Analysis) การประเมินผลกระทบทาง เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม
- 4) ทำการศึกษาเจาะลึกในแต่ละส่วนโดยโครงการย่อย M/IC/E ได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกด้วยวิธีการ Snowball ตลอดจนการทำ Questionnaire survey เพื่อตอบคำถามการวิจัย
- 5) วิธีการตรวจสอบข้อมูล ใช้เทคนิคการตรวจสอบสามเส้า (Triangulation) คือ ตรวจสอบด้านข้อมูล (Data Triangulation) ตรวจสอบด้านผู้วิจัย (Investigator Triangulation) และตรวจสอบข้อมูลจากสมาชิก (Member Checking)
- 6) ทำการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลอีกครั้งจาก Key Informant ที่อยู่ในอุตสาหกรรมด้วยแบบตรวจสอบผลการวิจัยด้วยวิธีการถ่วงน้ำหนัก

2. สรุปผลการดำเนินงาน

จากการศึกษาโครงการย่อย M/I/C/E ทั้ง 4 โครงการ ตามวัตถุประสงค์เดียวกันที่ได้วางแผนร่วมกัน สรุปผลรายโครงการได้ดังนี้

1. ธุรกิจการจัดประชุม (Meeting)

ผลการศึกษาพบว่า (1) ผลกระทบทางเศรษฐกิจ ได้แก่ เพิ่มโอกาสในการต่อยอดธุรกิจที่ใช้ประเทศไทยเป็นฐาน เป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น เป็นเครื่องมือสู่การพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ก่อให้เกิดผลกระทบเชิงบวกต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยมูลค่าสูง ค่าครองชีพสูงขึ้น (2) ผลกระทบทางสังคม ได้แก่ สร้างภาพลักษณ์ทางบวกและเผยแพร่ชื่อเสียงประเทศ มีการถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยี เกิดการเติบโตของสังคมเมือง อย่างไรก็ตามมีผลกระทบทางลบ ได้แก่ ปัญหาด้านความแออัดของเมืองทั้งการจราจรและการอยู่อาศัย ปัญหาการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม (3) ผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม ได้แก่ เกิดการตื่นตัวเรื่องสิ่งแวดล้อม เกิดการทำลายสิ่งแวดล้อมเพื่อพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก ปัญหาด้านขยะมูลฝอย ปัญหาด้านมลภาวะ

ผลการศึกษาห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) มีขั้นตอนดังนี้ (1) องค์กรที่มีความต้องการจะจัดประชุมตัดสินใจจัดประชุมในประเทศไทย (2) ดำเนินการเตรียมงาน โดยองค์กรนั้นจะเป็นผู้จัดการเอง หรือว่าจ้าง Travel Management Company (TMC) ให้เป็นผู้เตรียมการจัดประชุมแทน (3) จากนั้นจะดำเนินการว่าจ้าง DMC (Destination Management Company) เพื่อดูแลติดต่อประสานงานกับ Supplier ในประเทศนั้น โดยเริ่มติดต่อกับผู้ให้บริการย่อยในด้านต่างๆ เช่น โรงแรม บริษัทนำเที่ยว (3) ดำเนินการตามขั้นตอนที่ได้วางแผนไว้ (4) หน่วยงานรัฐและองค์กรที่สนับสนุนการจัดงาน (TCEB) คอยให้คำปรึกษาและช่วยเหลือต่อไป

ผลการศึกษาศักยภาพ พบว่า (1) ประเทศไทยมีความพร้อมด้านบุคลากรในธุรกิจการจัดประชุมโดยผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมมีจิตสำนึกของการให้บริการดี แต่ต้องปรับปรุงด้านภาษาอังกฤษ (2) สิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐานที่ยังขาดความพร้อมเมื่อเทียบกับประเทศอื่นในเอเชีย ทั้งในด้านการเป็นเมืองท่องเที่ยวเพื่อการประชุม ความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว ความไม่สงบทางการเมือง ปัญหาด้านโลจิสติกส์ในการขนย้ายผู้เข้ามาประชุมในประเทศไทย รวมทั้งขาดเทคโนโลยีรองรับ นอกจากนี้ ยังขาดความพร้อมด้านสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกของจังหวัดอื่นที่นอกเหนือจากกรุงเทพฯ (3) การกำหนดทิศทางการยุทธศาสตร์ธุรกิจการจัดประชุมองค์กร ที่มีตลาดเป้าหมายชัดเจน และสื่อสารกับธุรกิจโรงแรมในการรองรับการจัดประชุมในประเทศไทย (4) การสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการที่ยังไม่เอื้อประโยชน์แก่ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดประชุมขนาดกลางและขนาดเล็กเท่าที่ควรโดยเฉพาะการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในต่างประเทศ (5) การตัดสินใจเลือกประชุมจากผลประโยชน์ทางธุรกิจ โดยประเทศไทยยังไม่ใช่ตัวเลือกหลักในการจัดงานประชุม เนื่องจาก ปัญหาความไม่แน่นอนและไม่มีประสิทธิภาพเรื่องกฎหมาย ภาษี ระเบียบการเดินทางเข้าประเทศ (6) นโยบายภาครัฐต่อธุรกิจการจัดประชุมยังขาดความแน่นอน ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไม่มีความรู้ความเข้าใจและการไม่สามารถตอบสนองความต้องการใช้พื้นที่พิเศษของนักเดินทางกลุ่มไมซ์ (7) การคำนึงถึงกระแสการประชุมสีเขียว อย่างไรก็ตาม พบว่า ธุรกิจการจัดประชุมในประเทศไทยมีความแข็งแกร่งค่อนข้างสูง เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งในอุตสาหกรรมไมซ์มีความน่าดึงดูดต่อการเข้ามาดำเนินการในระดับปานกลาง โดยธุรกิจการจัดประชุมในประเทศไทยควรกำหนดตำแหน่งในการแข่งขันด้วยการเลือกตลาดที่น่าสนใจและมีความชำนาญ

ผลการศึกษาแนวโน้ม พบว่า แนวโน้มทางด้านรายได้ของธุรกิจการจัดประชุม เพิ่มขึ้นทุกปี โดย TCEB คาดการณ์ว่าปี พ.ศ. 2558 รายได้ประมาณ 23,700 ล้านบาท แนวโน้มพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงของธุรกิจผู้จัดประชุม พบว่า ทำเลที่ตั้งจะสำคัญกว่าราคา ผู้จัดประชุมต้องอาศัยเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจที่ดีผู้เข้าประชุมมีความคาดหวังที่จะเข้าร่วมประชุมในสถานที่ที่มีความยืดหยุ่น สามารถปรับเปลี่ยนผนังกันห้อง เพอร์นิเจอร์ รวมไปถึงโต๊ะประชุมให้อยู่ในรูปแบบที่เหมาะสมและสอดคล้องกับกิจกรรมการจัดประชุม อาหารและเครื่องดื่มที่เป็นเลิศและให้ผลดีต่อสุขภาพ โอกาสในการออกกำลังกายและผ่อนคลายระหว่างการเข้าประชุม ธุรกิจการจัดประชุมยังต้องให้ความสำคัญกับความยั่งยืนของสังคมและสิ่งแวดล้อม แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงด้านสภาพแวดล้อมทางธุรกิจภายนอก พบว่า ในเอเชียประเทศที่เป็นคู่แข่งคือ สิงคโปร์ มาเลเซีย เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น หรือมา

เก่า โดยมีความได้เปรียบกว่าทางด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เทคโนโลยีสำหรับการจัดประชุม การสนับสนุนของรัฐบาลในแง่งบประมาณ หรือการออกกฎหมาย กฎระเบียบหรือข้อบังคับที่จะส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจจัดประชุมของประเทศ รวมทั้งการมียุทธศาสตร์ในการสร้างภาพลักษณ์ของแต่ละประเทศที่ชัดเจนและเป็นรูปธรรม สำหรับประเทศที่มีภูมิศาสตร์ใกล้เคียง คือ พม่า เวียดนาม ลาว นั้นยังมีการดำเนินการในอุตสาหกรรมไมซ์ในช่วงการเริ่มต้น ซึ่งถ้าประเทศเหล่านี้มีแนวทางอย่างชัดเจน อาจเกิดผลกระทบกับประเทศไทยได้ สำหรับแนวโน้มในการปรับตัวที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาหลักสูตรอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE Industry Course) สถาบันการศึกษาหลายแห่งได้ทำการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีความพร้อมทั้งทางด้านความรู้ทางวิชาการ และประสบการณ์ในการจัดการเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งที่เป็นหลักสูตรระดับปริญญาตรี หรือหลักสูตรระยะสั้น คาดว่าจะทำให้อุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทยมีกำลังคนรองรับต่อการเติบโตและการแข่งขันในยุคประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC นอกจากนี้แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงด้านปัจจัยด้านเทคโนโลยีในอุตสาหกรรมจัดประชุม (Technology Factor) ได้พัฒนาก้าวหน้าอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นการจัดประชุมทางไกล (Live Video Streaming) การจัดประชุมเสมือน (Virtual Meeting Site) หรือเทคโนโลยี Interactive Display Wall ทำให้ในอนาคตรูปแบบการจัดประชุมโดยการเดินทางมายังสถานที่จัดประชุมอาจเปลี่ยนแปลงไป

2. ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive)

จากการศึกษาผลกระทบ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก และทำแบบสอบถามของผู้เกี่ยวข้องกับการจัดงานโดยใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) พบว่า (1) ผลกระทบทางเศรษฐกิจที่สำคัญ ได้แก่ การจ้างงานเพิ่มขึ้น เพิ่มรายได้ให้กับประเทศ เกิดการกระจายรายได้ (2) ผลกระทบทางสังคมและวัฒนธรรมที่สำคัญ คือ เกิดการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม ผลักดันให้เกิดความหลากหลายของกิจกรรมทางวัฒนธรรม อนุรักษ์วัฒนธรรมโบราณสถาน ลดอุบัติเหตุทางจราจร แต่ก็พบว่าคุณภาพการจัดกิจกรรมสันทนาการลดลง (3) ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมที่สำคัญ คือ เห็นว่าเป็นการทำลายภูมิทัศน์ พืช และพันธุ์สัตว์ท้องถิ่น รวมถึงเพิ่มความหนาแน่นของขยะและความแออัด

ผลการศึกษาห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) จากการศึกษาเอกสารและจัดทำแบบสำรวจกับผู้เชี่ยวชาญ สรุปว่ามีหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ Incentive Planner หรือ Incentive house, TMC, DMC, Supplier, บริษัทหรือหน่วยงานเอกชน เริ่มต้นจาก บริษัทหรือหน่วยงานเอกชน ต้องการมอบรางวัลให้แก่พนักงานเป็นการท่องเที่ยว (Incentive Travel) โดยให้ฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งในบริษัทดูแลรับผิดชอบจัดการหรืออาจว่าจ้างหน่วยงานภายนอกทำแทน เรียกว่า Incentive Planner หรือ Incentive house ทำหน้าที่วางแผนจัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยวและอีเว้นท์ต่างๆ ซึ่งอาจใช้บริการติดต่อว่าจ้างผู้ให้บริการประสานงานกับ Supplier ปลายทางในแต่ละท้องที่ ซึ่งก็คือ DMC ทั้งนี้ยังมีหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องคอยช่วยเหลือสนับสนุนและอำนวยความสะดวกให้แก่การจัดโปรแกรม

ผลการศึกษาศักยภาพ จากการสัมภาษณ์เชิงลึก และทำแบบสอบถามของผู้เกี่ยวข้องกับการจัดงานโดยใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) พบว่า องค์ประกอบที่ทำ

ให้ประเทศมีศักยภาพในการแข่งขันได้ คือ (1) มีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อม คุณภาพดี มีความโดดเด่นทันสมัยเป็นที่ดึงดูด ทั้งเรื่องการจัดหาอาหาร หรือความต้องการพื้นฐานอย่างน้ำดื่มที่สะอาด มีสื่อออนไลน์สำหรับข้อมูลการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่เพียงพอ (2) ผู้ประกอบการสนับสนุนงาน (Agency) ที่ได้รับการสนับสนุนความร่วมมือที่ดีจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจทั้งภาครัฐและภาคเอกชน รวมทั้งผู้ประกอบการมีความชำนาญในธุรกิจจะยิ่งเพิ่มความสามารถในการแข่งขันได้

ผลการศึกษาแนวโน้ม โดยการใช้เศรษฐกิจมิติเชิงอนุกรมเวลา พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติทางฝั่งตะวันตกยังไม่ให้ความสำคัญในการมาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในประเทศไทย แต่ในทวีปเอเชียค่อนข้างให้ความสนใจ ในเรื่องของวัฒนธรรม สถานที่ท่องเที่ยว โดยเฉพาะประเทศจีน รองลงมาคือประเทศอินเดีย โดยช่วงเวลาที่นิยมเดินทางเข้ามาคือช่วงระหว่างเดือนเมษายนถึงมิถุนายนที่มีเทศกาลสงกรานต์ ซึ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ดี

3. ธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ (Convention)

การศึกษาผลกระทบ จากการรวบรวมเอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า (1) ผลกระทบทางเศรษฐกิจ โดยรวมได้แก่ สร้างรายได้ เกิดการกระจายรายได้ สร้างโอกาสเชิงธุรกิจ สร้างเครือข่ายธุรกิจเกิดการพัฒนาและลงทุน ทำให้รัฐเกิดรายได้ในรูปของภาษี กระตุ้นให้เกิดมาตรฐานอุตสาหกรรม เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว ขยายตลาดไปยังกลุ่มลูกค้าระดับบน อย่างไรก็ตามมีผลกระทบทางลบ ได้แก่ ปัญหาราคาและค่าครองชีพสูงขึ้น เกิดค่าใช้จ่ายในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก เกิดการแย่งแย่งผลประโยชน์ของชุมชนในท้องถิ่น เกิดการเคลื่อนย้ายแรงงาน และมีการแข่งขันที่สูงขึ้น (2) ผลกระทบทางสังคมและวัฒนธรรม โดยรวมได้แก่ เพิ่มความเชื่อมั่นต่อภาพลักษณ์ชื่อเสียง โอกาส มีผลต่อการประมูลงานในครั้งต่อไป เกิดการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ สร้างเครือข่ายความร่วมมือ ประชาสัมพันธ์ประเทศให้เป็นที่รู้จัก พัฒนาศักยภาพ เกิดการรักษาสภาพแวดล้อมและทัศนียภาพ พื้นฟูสืบทอดวัฒนธรรมประเพณี ผลกระทบทางลบ ได้แก่ สร้างความรบกวนให้แก่ชุมชน เปลี่ยนวิถีชีวิตและค่านิยม ทำลายศิลปวัตถุชุมชน (3) ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม โดยรวมได้แก่ สร้างมาตรฐาน การตระหนักรู้คุณค่า และพัฒนาส่งเสริมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ยกระดับด้านสิ่งแวดล้อมสู่มาตรฐานสากล ผลกระทบทางลบได้แก่ เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อม ขยะมูลฝอย เกิดเป็นมลพิษ

ผลการศึกษาห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) จากการรวบรวมเอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า ผู้เกี่ยวข้องประกอบด้วย สมาคมภายในประเทศ (Local Association), ผู้จัดการประชุมมืออาชีพ (Professional Convention Organization: PCO), ศูนย์ประชุม (Venue), ธุรกิจที่พักและโรงแรมเพื่อการประชุม (Accommodation & Hotel), การขนส่งและการเดินทาง (Logistic & Transportation) และหน่วยงานภาครัฐ โดยทั้งหมดเกี่ยวข้องกับกิจกรรมหลัก (Primary Activities) ตั้งแต่การประมูลสิทธิ์เพื่อการเป็นเจ้าภาพ การเตรียมงานประชุมนานาชาติ การส่งเสริมธุรกิจการประชุม (เช่น ประชาสัมพันธ์ จัดการลงทะเบียนล่วงหน้า) การให้บริการ (เช่น กิจกรรมท่องเที่ยวก่อน-หลังการประชุม ความสะดวกเพื่อเจรจาธุรกิจ ศึกษาดูงาน) ส่วนกิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) ได้แก่ จัดซื้อจัดจ้าง พัฒนาเทคโนโลยี บริการทรัพยากรบุคคล และจัดการโครงสร้างพื้นฐานองค์กร (เช่น ระบบบัญชี การเงิน บริหารจัดการ)

ผลการศึกษาศักยภาพ จากการทำแบบสอบถามผู้เข้าร่วมงานโดยใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) พบว่า ศักยภาพและความพร้อมของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดประชุมที่ผู้เข้าร่วมงานเห็นว่าสำคัญ 3 อันดับแรก ได้แก่ ที่พักแรม สิ่งดึงดูดใจ และสถานที่จัดประชุมตามลำดับ เมื่อพิจารณาปัจจัยทั้งหมดที่ศึกษา พบว่า (1) ด้านการเข้าถึง นักเดินทางพอใจกระบวนการเข้าเมืองระดับกลาง ขาดความสะดวกสบายในการเดินทางในประเทศ ความพร้อมระบบขนส่งสาธารณะยังไม่ทั่วถึงมีปัจจัยเสี่ยงเรื่องเวลา แต่ยังคงเห็นว่ามีความปลอดภัยในการเดินทาง (2) ด้านผู้วางแผนจัดการประชุม พบว่านักเดินทางส่วนใหญ่พอใจในระดับมากทั้งในแง่ความรู้ความเข้าใจการออกแบบงาน ดำเนินการตามที่กำหนดไว้ แก้ปัญหาได้ดี (3) ด้านที่พักแรม พบว่านักเดินทางพอใจในระดับมากที่สุดทั้งเรื่องคุณภาพ ความสะดวกสบาย ทันสมัย บริการที่ดี และความเป็นมืออาชีพรองพนักงาน (4) ด้านสถานที่จัดประชุม นักเดินทางเห็นว่ามีความเหมาะสมและมีมาตรฐานแต่ควรปรับปรุงด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น อินเทอร์เน็ตไร้สาย ระบบแปลภาษา ระบบเสียง การให้ข้อมูล (5) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่ามีมาตรฐานดีแต่เรื่องความเชื่อมั่นด้านสาธารณสุขและความปลอดภัยอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนพื้นที่รองรับผู้ติดตามหรือผู้เกี่ยวข้องมีความพึงพอใจมาก (6) ด้านสิ่งดึงดูดใจได้รับความพึงพอใจมากทั้งเรื่องของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ สถานบันเทิง ศูนย์การค้า ร้านอาหาร และเครื่องดื่ม วัฒนธรรมโดดเด่น (7) ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม นักเดินทางคิดว่าเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่สมาคมตนเองที่เข้ามาจัดงาน แต่ยังคงขาดการให้ความสำคัญเรื่องสิ่งแวดล้อม นวัตกรรม เทคโนโลยี ส่วนการมีส่วนร่วมในชุมชนยังคงเป็นว่าทำได้ดี

ผลศึกษาแนวโน้ม จากการรวบรวมเอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า มีการส่งเสริมให้เกิดธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติมากขึ้น มียุทธศาสตร์ขยายอุตสาหกรรม MICE ซึ่งรวมถึง Convention ไปในแต่ละภูมิภาคเมืองหลัก (MICE City) มีความร่วมมือระหว่างองค์กรมากขึ้นสร้างความเข้มแข็งในอุตสาหกรรม มีการลงทุนและผู้ประกอบการรายใหม่เพิ่มขึ้น มีแนวโน้มพัฒนาขีดความสามารถในธุรกิจที่เกี่ยวข้องมากขึ้น ลูกคากลุ่มสมาคมและผู้เข้าร่วมประชุมนานาชาติมีแนวโน้มกำหนดและปรับปรุงกฎเกณฑ์เกิดมาตรฐานมากขึ้น เกณฑ์การเลือกสถานที่จัดงานขยายขอบเขตมากขึ้น สมาคมนานาชาติมีบทบาทมากขึ้นทั้งการกำหนดเงื่อนไข การจัดงาน และผู้เข้าร่วมประชุมเองก็ต้องการมีส่วนร่วมในกิจกรรมประชุม รวมถึงมีกระแสเรื่องการดูแลสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

4. ธุรกิจการจัดแสดงงานสินค้าและนิทรรศการ (Exhibition)

การศึกษาผลกระทบ จากการรวบรวมเอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า (1) ผลกระทบทางเศรษฐกิจ คือ การต่อยอดทางธุรกิจตลอดจนการขยายฐานลูกค้าหลังจากการจัดกิจกรรม MICE การขยายรายได้ไปยังอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง (2) ผลกระทบทางสังคมและวัฒนธรรม พบว่า ก่อให้เกิดการพัฒนาแรงงานในอุตสาหกรรมซึ่งยังขาดความรู้ ประสบการณ์ และขาดทักษะด้านภาษา

ผลการศึกษาห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) จากการรวบรวมเอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า สามารถแบ่งออกเป็น (1) ธุรกิจหลัก ได้แก่ บริการสถานที่ (Venue) ธุรกิจจัดงานแสดงสินค้ามืออาชีพร หรือ PEO (Professional Exhibitors Organizer) หน่วยงานหรือองค์กรทำหน้าที่กำกับดูแลและส่งเสริมการจัดงานทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น TEA (Trade Exhibition Association)

สสพ. (TCEB) ผู้ให้บริการสนับสนุนงานแสดงสินค้าหรือ Sponsorship ผู้ซื้อของจากการจัดงานแสดงสินค้าหรือผู้เข้าร่วมงาน (2) ธุรกิจที่เกี่ยวข้องหรือธุรกิจที่รองรับ ได้แก่ ที่พักแรมและอาหาร ธุรกิจรับเหมาตกแต่งออกแบบสถานที่รวมถึงธุรกิจเกี่ยวเนื่อง เช่น ระบบเสียง ระบบไฟ การแสดง ธุรกิจนำเที่ยวและธุรกิจบันเทิง การคมนาคมขนส่ง ธุรกิจค้าขาย เช่น ขายของที่ระลึก ธุรกิจการค้าปลอดภาษีอากร และธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้อง

ผลการศึกษาศักยภาพ จากการรวบรวมเอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึก ศักยภาพในการแข่งขันสามารถจำแนกได้ดังนี้ (1) เงื่อนไขทางด้านปัจจัยการผลิต ประเทศไทยมีความพร้อมด้านทักษะแรงงานในเขตกรุงเทพฯ แต่ต่างจังหวัดยังคงต้องการการพัฒนาทั้งทักษะ ประสิทธิภาพ และแรงงานขาดแคลนในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามยังขาดผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมโดยเฉพาะ และแรงงานขาดทักษะด้านภาษา และพบว่าประเทศไทยมีจำนวนสถานที่จัดงานแสดงสินค้าอย่างเพียงพอและหลากหลายแต่ในต่างจังหวัดควรได้รับการปรับปรุงทั้งด้านอาคารสถานที่ ระบบสาธารณูปโภค ให้รองรับกับรูปแบบการใช้งานมากขึ้น การคมนาคมระหว่างประเทศมีมาตรฐานกฎระเบียบเหมาะสม มีความแข็งแกร่งทางด้านโรงแรม สมาคมที่เกี่ยวข้องกับการจัดงาน ทางด้านเงินทุน จากปัญหาการเมืองภายในประเทศทำให้เศรษฐกิจฝืดเคือง ต้นทุนการจัดงานเพิ่มขึ้นกระทบกับการจัดหาแหล่งเงินทุน ด้านสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานในเมืองใหญ่มีความพร้อมรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมได้ดี (2) เงื่อนไขทางด้านความต้องการหรืออุปสงค์ ถ้าประเทศไทยผลักดันให้เกิดการจัดงานนานาชาติจะส่งผลให้เกิดความต้องการภายในประเทศ เกิดการพัฒนาสินค้าทั้งปริมาณและคุณภาพได้ โครงสร้างการแบ่งตลาดผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานมีส่วนสนับสนุนซึ่งกันและกันเกิดความร่วมมือเสริมสร้างศักยภาพ และถ้าประเทศไทยสร้างการรับรู้ในสินค้าและบริการเรื่องของควมมีประสิทธิภาพ มาตรฐาน การจัดงาน จะสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้ามีผลกับการตัดสินใจเลือกประเทศไทยเป็นฐานการจัดงาน และทางด้านการสร้างอุปสงค์ในประเทศให้เกิดขึ้นก่อนประเทศอื่น เช่น อุตสาหกรรมด้าน Healthcare ที่ประเทศไทยมีชื่อเสียงมาก ควรสนับสนุนต่อไป (3) อุตสาหกรรมที่สนับสนุนเกี่ยวเนื่อง ควรได้รับการสนับสนุนเนื่องจากมีผลต่อการพัฒนาปรับปรุงการผลิตให้มีประสิทธิภาพตามความต้องการของลูกค้า (4) กลยุทธ์โครงสร้างและสภาพการแข่งขันของผู้ผลิต ถ้าทำให้การแข่งขันในธุรกิจที่จัดงานแสดงสินค้าในประเทศเข้มข้นขึ้นจะยิ่งทำให้เกิดการพัฒนาสินค้าและบริการนั้นๆเป็นผลดีต่อการเลือกเข้ามาจัดงานในประเทศไทยอย่างยั่งยืน (5) รัฐบาล จากการที่รัฐบาลสนับสนุนพัฒนาระบบน้ำและถนน เกิดโครงการก่อสร้างทางหลวงพิเศษระหว่างเมือง โครงการรถไฟฟ้ารางคู่ จะช่วยสร้างความเชื่อมั่นเกิดการลงทุน และมีผลต่อการเลือกจัดงานจากลูกค้าต่างประเทศ การเปิดการค้าเสรีอาเซียนเป็นโอกาสขยายตลาดการจัดงานในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ โดยปัจจุบัน สสพ. มีนโยบายขยายตลาดการจัดงานไปยังพื้นที่ประตูการค้าหลักใกล้แนวชายแดน เรื่องของการสร้างความเข้มแข็งของธุรกิจที่รัฐบาลประกาศสนับสนุน จะนำมาซึ่งโอกาสการจัดงานในประเทศไทย (6) เหตุสุดวิสัย หรือโอกาส สำหรับเหตุการณ์ที่ไม่สามารถคาดเดาได้การมีแผนสำรองอย่างเหมาะสม จะส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขันได้ และการสร้างความแข็งแกร่งในทุกด้านจะช่วยลดปัญหาต่างๆสร้างตำแหน่งการแข่งขันที่แข็งแกร่ง

3. ผลสำเร็จและความคุ้มค่าของการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาในเชิงปริมาณและคุณภาพที่สะท้อนภาพของอุตสาหกรรมจากผู้ที่เกี่ยวข้อง ทั้งยังเป็นการชี้ให้เห็นถึงศักยภาพของอุตสาหกรรม MICE รวมทั้งสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบาย และผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมทั้งกลุ่มผู้ใช้บริการ กลุ่มผู้ให้บริการ และกลุ่มสนับสนุนผู้เกี่ยวข้อง สามารถนำส่วนที่เกี่ยวข้องกับตนไปใช้ประโยชน์ได้

4. การนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

งานวิจัยเรื่องการศึกษาศักยภาพอุตสาหกรรม MICE นี้เป็นอีกงานวิจัยหนึ่งที่ทำการศึกษาโดยสถาบันการศึกษาที่ยังไม่มีมากนัก จึงเป็นการเสนอผลในแง่ของนักวิชาการ ที่หน่วยงานผู้ที่เกี่ยวข้อง สามารถหยิบยกในส่วนที่เกี่ยวข้องกับตนไปใช้ประโยชน์ และยังสามารถนำเสนอในส่วนนโยบายให้กับภาครัฐ เพื่อการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมให้มีศักยภาพสูงขึ้นโดย

ภาครัฐ นำไปเป็นแนวทางในการจัดทำนโยบายเพื่อการพัฒนาประเทศ เช่น การอำนวยความสะดวกในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกฎระเบียบต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่อุตสาหกรรม MICE การจัดการทรัพยากรบุคคลในอุตสาหกรรม ตลอดจนการบริหารระบบ Logistics ให้มีความพร้อมในการรองรับอุตสาหกรรมมากยิ่งขึ้น

ภาคเอกชน นำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจ

ภาคการศึกษา สามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาทรัพยากรคน

ทั้งนี้ การพัฒนาดังกล่าวต้องมองโดยองค์รวมหรือเป็นการบูรณาการในทุกภาคส่วนไปพร้อมๆกัน ซึ่งการพัฒนาเป็นส่วนๆอาจจะไม่เกิดประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมอย่างที่เป็น

บทคัดย่อ

รายงานการวิจัยเรื่องการศึกษาศักยภาพของอุตสาหกรรม MICE ของประเทศไทย ในระดับนานาชาติ (The Study of International MICE Capability in Thailand) นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาผลกระทบของธุรกิจ MICE (Meeting Incentive Convention and Exhibition) ที่มีต่อประเทศทั้งในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม 2) วิเคราะห์ความเชื่อมโยงใน Value Chain ของอุตสาหกรรม MICE ในแต่ละธุรกิจ 3) วิเคราะห์ศักยภาพของอุตสาหกรรม MICE และ 4) จัดลำดับความสำคัญรวมถึงเสนอนโยบายเพื่อพัฒนาธุรกิจ MICE ให้กับประเทศ

การวิจัยครั้งนี้โดยรวมใช้วิธีการเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ในการศึกษาสภาพและสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในอุตสาหกรรมในแนวทางอุปนัย (Inductive Approach) รวบรวมข้อมูลโดยการจัดทำ Focus Group การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมด้วยวิธีการ Snowball และใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในแต่ละโครงการย่อยด้วยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire Survey) เป็นส่วนประกอบ และทำการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลผลการวิจัยโดยผู้เชี่ยวชาญที่อยู่ในอุตสาหกรรม

ผลการศึกษาผลกระทบด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม พบว่า อุตสาหกรรม MICE เป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของประเทศเป็นอย่างมาก โดยเชิงเศรษฐกิจส่งผลให้เกิดการกระจายรายได้ทั้งทางตรงและทางอ้อมไปยังธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ลดการนำเงินตราออกนอกประเทศจากการไปร่วมกิจกรรม MICE และยังเป็นโอกาสในการขยายเครือข่ายทางธุรกิจกับต่างชาติ นอกจากนี้ยังพบว่า อุตสาหกรรม MICE นำรายได้เข้าประเทศมากกว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวถึง 3.5 เท่า ส่วนหนึ่งเนื่องมาจากเป็นนักเดินทางคุณภาพ มีความสามารถใช้จ่ายสูง มีโอกาสกลับมาท่องเที่ยวส่วนตัวในอนาคต ทางด้านสังคมพบว่า มีส่วนเสริมสร้างและพัฒนาทรัพยากรบุคคลในอุตสาหกรรม MICE และวงการวิชาชีพของเจ้าภาพงานผ่านการแลกเปลี่ยนถ่ายโอนความรู้ในระดับนานาชาติ รวมถึงเสริมสร้างการเรียนรู้ประสบการณ์ทำงานให้แก่บุคลากรในธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้อง ในด้านสิ่งแวดล้อม ทุกวันนี้ กิจกรรมการรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility - CSR) ถูกนำมาใช้เป็นส่วนหนึ่งของการจัดงาน MICE มีการกระตุ้นการรับรู้และผลักดันให้นำแนวทางบริหารจัดการการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าเพื่อลดปริมาณการใช้พลังงานและจำนวนขยะ จนนำไปสู่การเพิ่มมาตรฐานเทียบเท่าระดับนานาชาติ สร้างจุดแข็งของการจัดงาน MICE ในประเทศไทยต่อไป

ผลการศึกษาความเชื่อมโยงห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของอุตสาหกรรม MICE ในแต่ละธุรกิจ พบว่า ภาพรวมทั้ง 4 โครงการย่อย (M/I/C/E) สามารถแบ่งได้เป็น 3 กลุ่มหลักที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กลุ่มผู้ให้บริการ กลุ่มผู้ให้บริการ และกลุ่มสนับสนุน ซึ่งแต่ละกลุ่มจะมีหน่วยงาน องค์กร และกลุ่มธุรกิจเกี่ยวเนื่องมากมาย เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของงาน ดังนั้น หากประเทศไทยได้รับการพัฒนาอุตสาหกรรม MICE อย่างเป็นระบบจริงจังและถูกทิศทาง นั้นหมายความว่า กลุ่มองค์กรและ

ธุรกิจเกี่ยวเนื่องเหล่านั้นก็จะได้รับประโยชน์จากกิจกรรม MICE อย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้ จะต้องมีการเชื่อมโยงการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ อธิบายได้ดังนี้

กลุ่มที่ 1 : ผู้ใช้บริการจะเป็นผู้ให้ข้อมูลความต้องการในการจัดกิจกรรม M/I/C/E และคัดเลือกกลุ่มผู้ให้บริการ ประกอบด้วย (1) เจ้าของงานซึ่งอาจเป็นองค์กรของรัฐ องค์กรกลางที่ไม่แสวงผลกำไร สมาคมวิชาชีพ หรือบริษัทเอกชน (2) ผู้จัดงาน ซึ่งเป็นผู้ได้รับมอบหมายจากเจ้าของงาน และ (3) ผู้เข้าร่วมงาน

กลุ่มที่ 2 : ผู้ให้บริการจะเป็นผู้รองรับความต้องการของกลุ่มที่ 1 เช่น สนามบิน สายการบิน โรงแรม บริษัทขนส่งภายในประเทศ สถานที่จัดงาน ล่ามแปลภาษา บริษัทประชาสัมพันธ์งาน ร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยว ร้านขายของฝาก หรือบริการนวดแผนไทย เป็นต้น

กลุ่มที่ 3 : ผู้สนับสนุน โดยเป็นผู้ส่งเสริมและสนับสนุนในการจัดกิจกรรม MICE โดยให้ข้อมูลและคำแนะนำ ติดต่อประสานงาน อำนวยความสะดวก เพื่อให้การเตรียมงานต่างๆ เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการจัดงานที่กำหนดไว้ ซึ่งมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) สมาคมส่งเสริมการประชมนานาชาติ (ไทย) หรือ ทิก้า สมาคมการตลาดสินค้าไทย หรือ ทีโอเอ สมาคมโรงแรมไทย เป็นต้น

ผลการศึกษาศักยภาพของอุตสาหกรรม MICE พิจารณาออกเป็น 2 ทาง คือ ศักยภาพที่ประเทศไทยมีความได้เปรียบ และศักยภาพที่ควรพัฒนาปรับปรุง โดยศักยภาพที่ไทยมีข้อได้เปรียบนั้น ได้แก่ การที่มีหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่ให้การสนับสนุนกิจกรรม MICE รวมถึงประเทศไทยมีการส่งเสริมทางธุรกิจและเปิดโอกาสให้มีการค้าการลงทุนระหว่างประเทศ นอกจากนี้ ประเทศไทยยังมีข้อได้เปรียบในตำแหน่งที่ตั้งของประเทศซึ่งเป็นประตูสู่ภูมิภาคอาเซียน ตลอดจนมีการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในธุรกิจ MICE ที่ได้รับการยอมรับ อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยยังมีส่วนที่ต้องพัฒนาปรับปรุงศักยภาพเพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับประเทศ ได้แก่ การพัฒนาบุคลากรทางด้าน MICE การกำหนดกลยุทธ์สำหรับ MICE โดยเฉพาะ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น การเร่งรัดในเรื่องการเชื่อมโยงระบบขนส่งสาธารณะ ภาครัฐควรเร่งพัฒนาหรือให้การสนับสนุนภาคเอกชนในการพัฒนาการสื่อสารและเทคโนโลยี และการปรับปรุงกฎระเบียบเพื่ออำนวยความสะดวกในการจัดกิจกรรม MICE ในประเทศ

ผลการศึกษาการจัดลำดับความสำคัญของธุรกิจ M/I/C/E ในอุตสาหกรรมนี้ พบว่า C ส่งผลกระทบต่อประเทศในเชิงเศรษฐกิจสูงสุดเป็นลำดับแรกโดยมีสัดส่วนประมาณ 35% รองลงมาคือ M มีสัดส่วนโดยประมาณเท่ากับ 29% และ I กับ E จะมีสัดส่วนโดยประมาณที่ 18% และ 19% ตามลำดับ สำหรับผลกระทบด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม พบว่า ทั้ง C และ E ให้ผลกระทบต่อสังคมมากเมื่อพิจารณาถึงการถ่ายโอนความรู้และเทคโนโลยี นอกจากนี้ ทั้ง M C และ E เป็นธุรกิจที่

ต้องการทักษะที่มีความเฉพาะของบุคลากรในขณะนี้ । นั้นเป็นธุรกิจที่มีความใกล้เคียงกับการท่องเที่ยวมากกว่า จึงอาจกล่าวได้ว่าเป็นภาคธุรกิจที่มีการพัฒนาบุคลากรให้กับประเทศ

ข้อเสนอแนะ จากการวิจัยแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ 1) ด้านบุคลากร ควรทำการบูรณาการภาครัฐ ภาคเอกชนและสถาบันการศึกษาในการพัฒนาบุคลากรสำหรับอุตสาหกรรม MICE 2) ด้านการพัฒนาโครงสร้าง ควรมีแผนกลยุทธ์ MICE ระดับชาติเพื่อผลักดันอุตสาหกรรมนี้ให้มีมูลค่าเพิ่มยิ่งขึ้น ควรเร่งพัฒนาเครือข่ายคมนาคม เร่งปรับปรุงมาตรฐานและความปลอดภัยระบบขนส่ง นอกจากนี้รัฐควรสนับสนุนและพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสารที่จำเป็นกับอุตสาหกรรม MICE การอำนวยความสะดวกในเรื่องกฎระเบียบในการนำเข้าสินค้าและบริการสำหรับอุตสาหกรรม MICE 3) ข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงาน สสปน. การจัดทำแผนยุทธวิธีที่สอดคล้องกับแผนกลยุทธ์ศาสตร์ MICE ระดับชาติ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องต้องมีความเข้าใจอย่างชัดเจนและลึกซึ้งในอุตสาหกรรมนี้ นอกจากนี้ควรเร่งพัฒนาการจัดเก็บข้อมูล MICE ให้มีความน่าเชื่อถือได้และเป็นมาตรฐาน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรทบทวนบทบาทและความรับผิดชอบอย่างเป็นระบบเพื่อลดความซ้ำซ้อนและเพื่อแข่งขันได้

Abstract

This research project studies the Thailand MICE capability with the following objectives: 1. To study the impact of MICE industry (Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions) on Thailand's economic, social and environment. 2. To analyze the value chain of each sector within the MICE industry. 3. To analyze the capability of MICE industry. 4. To prioritize the sectors within the MICE industry and propose policy recommendations for the development of the Thailand MICE.

This research uses qualitative research methodology to study the overall environment and current situations within the MICE industry through inductive approach. Data was collected through focus groups and in-depth interviews of MICE industry's key stakeholders using Snowball method. The questionnaire was also used to verify the relevancy of qualitative research result with key industry stakeholders.

The research findings confirm that the MICE industry is an important economical, social and environmental driver of Thailand. The economic returns yields both direct and indirect revenue to related industries; reduces outgoing foreign exchange expenses for Thai citizens to participate in MICE activities elsewhere; and gives Thai business people and academia opportunities to expand their network with their foreign counterparts. It was found that MICE industry brings in 3.5 times higher revenue than the tourism industry. This is due to greater spending capacity of MICE participants and future opportunity for those participants to return privately as tourists. Research on the social impact found that MICE industry helps to develop and enhance human resource capability within the MICE industry as well as those in the related industries through knowledge sharing at an international level. On an environmental front, current MICE events often take advantage of CSR (Corporate Social Responsibility) concept to create awareness and improve a sustainable resource management practice in order to reduce energy consumption and disposable waste, which will lead to an improvement in standards and further strengthen the Thailand MICE industry at an international level.

The study of MICE value chain indicates that there are three key stakeholder segments within MICE industry: demand, supply, and supporting segments. In order

to achieve event objectives, each segment requires relevant institutes, organizations, and business enterprises to work together in harmony. Thus, if the Thailand MICE industry is heading in this direction, those institutes, organizations, and business enterprises will also reap benefits from MICE activities, which will lead to a fulfillment of 1.2% GDP gap as stated in the Frost & Sullivan, Economic Impact Study. However, effective collaboration from all stakeholders is required in order to achieve the desired outcome.

First Segment: Demand segment is a group that provides requirements on the organization of MICE activities and selects service providers from the supply segment. The demand segment comprises of: (1) an Event owner which includes government organization, non-governmental organization (NGO), professional association, or private enterprise; (2) an Organizer who has been appointed by the event owner; and (3) Participants.

Second Segment: Supply segment is a group that serves the requirements of the 1st segment such as airport, airlines, hotels, local transportation companies, venues, interpreters, public relation agencies, restaurants, tourist destinations, souvenir shops, and Thai massage shops.

Third Segment: Supporting segment is a group that promotes and supports MICE activities by providing information and advice, coordinating and facilitating MICE activities in order to achieve event objectives. This group comprises of the Thailand Convention and Exhibition Bureau (TCEB), Thailand Incentive and Convention Association (TICA), Thailand Exhibition Association (TEA), Thai Hotels Association (THA), and others.

According to the research findings, MICE capabilities can be divided into two categories. The first category comprises of capabilities that Thailand has significant comparative advantage. Those capabilities are: Thailand has both public and private organizations to support MICE activities; Thailand has a focused policy to support business development and investment of MICE; Thailand is centrally located at the heart of ASEAN; Thailand has been long recognized for its MICE services and facilities. Despite these capabilities, Thailand still needs to improve on human resource development, a specific MICE strategy, and supporting infrastructure including an

acceleration of the public transportation network, an increased in support of private sector on communications and technology development, an improved rules and regulations, and facilitation of MICE activities.

Research finding on MICE sector prioritization indicates that Convention sector is the highest contributor of Thailand's economic at approximately 35%, followed by Meeting sector at 29%, and Incentive and Exhibition sectors at 18 and 19% respectively.

The social and environmental impact research findings indicate that Convention and Exhibition sectors contribute highly on the exchange and transfer of knowledge and technology. Moreover, Convention, Exhibition and Meeting sectors require specific needs and skills on human resource development while Incentive is closer to the leisure travel in nature and therefore requires less specific characteristics of personnel development.

Research recommendations are divided into three categories as follow:

(1) Human Resource Development: Integration between private sector, government organizations, and academic institutes is required to develop resources for the MICE industry.

(2) MICE Structure Development: A clearly defined National MICE strategy is required to drive the industry to a new height. Attention from all concerns is required to accelerate the transportation network and improve standard and safety of public transportation. In addition to the strategy, MICE development requires Government's continuous intent to support and develop communication technology and better coordination between relevant parties to ease rules and regulations on importation of goods and services on MICE

(3) Recommendation for TCEB: TCEB must develop a strategic plan that is in alignment with the Government's policy. All stakeholders should to have a clear and an in-depth understanding of MICE industry. TCEB needs to accelerate the collection of MICE information and ensure that MICE statistical data is standardized and reliable. All MICE organizations need to systematically review their roles and responsibilities to avoid duplications of work and competing efforts.

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทสรุปผู้บริหาร	ข
บทคัดย่อ	ญ
Abstract	ฐ
สารบัญ	ณ
สารบัญตาราง	ต
สารบัญภาพ	ด
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของแผนงาน	2
1.3 กรอบแนวคิดของแผนงานวิจัย	3
1.4 วิธีการดำเนินงานวิจัย	5
1.5 ขอบเขตงานวิจัย	7
1.6 พื้นที่วิจัย	7
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	8
1.8 นิยามศัพท์	8
1.9 แนวคิด ทฤษฎีและเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
บทที่ 2 ข้อค้นพบจากการวิจัย	30
วัตถุประสงค์ข้อ 1 เพื่อศึกษาผลกระทบของธุรกิจ M/I/C/E	30
ที่มีต่อประเทศโดยรวมทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคมและ สภาพแวดล้อม	
1.1 สภาพแวดล้อมภายนอก (PEST) โดยภาพรวมของอุตสาหกรรม MICE	36
1.2 สภาพแวดล้อมภายใน (SWOT Analysis)	47
วัตถุประสงค์ข้อ 2 เพื่อวิเคราะห์ความเชื่อมโยงใน Value Chain ของ	62
อุตสาหกรรม MICE ในแต่ละธุรกิจ	
1) ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของธุรกิจการจัดประชุม	
(International Corporate Meeting)	66

2) ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive)	68
3) ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของธุรกิจการจัด การประชุมนานาชาติ (Convention)	69
4) ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของการจัด งานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibition)	71
 วัตถุประสงค์ข้อ 3 เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพของอุตสาหกรรม MICE	73
3.1 ปัจจัยการผลิต	83
3.2 Demand/Supply ในประเทศ	85
3.3 อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง	86
3.4 กลยุทธ์โครงสร้างและสภาพการแข่งขันของผู้ผลิต	86
3.5 รัฐบาล	87
3.6 เหตุสุดวิสัยหรือโอกาส	88
 วัตถุประสงค์ข้อ 4 เพื่อจัดลำดับความสำคัญและเสนอนโยบายของ ธุรกิจ M/I/C/E ให้กับประเทศ	91
 บทที่ 3 สรุปภาพรวมและข้อเสนอแนะ	94
3.1 สรุปภาพรวมการวิจัย	94
3.2 ข้อเสนอแนะ	97
3.3 การนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์	101
 เอกสารอ้างอิง	102
 ภาคผนวก	105
ภาคผนวก 1	105
ภาคผนวก 2	110
ภาคผนวก 3	112
ภาคผนวก 4	118
ภาคผนวก 5	120
ภาคผนวก 6	123

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 สรุปผลสภาพแวดล้อมภายนอก (PEST) ของธุรกิจ M/I/C/E	31
2.2 สรุปการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (PEST Analysis) โดยภาพรวม ของอุตสาหกรรม MICE	45
2.3 สรุปการวิเคราะห์ SWOT ของธุรกิจ M/I/C/E	48
2.4 สรุปการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน (SWOT Analysis) โดยภาพรวม ของอุตสาหกรรม MICE	58
2.5 สรุปผลกระทบทางเศรษฐกิจ สังคม และสภาพแวดล้อมในภาพของอุตสาหกรรม MICE ที่มีต่อประเทศ	60
2.6 การวิเคราะห์ปัจจัยศักยภาพของธุรกิจ M/I/C/E	73
2.7 MICE Review 2015	86
3.1 สรุปข้อเสนอแนะของธุรกิจ MICE	98

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 โครงสร้างอุตสาหกรรม MICE	3
1.2 กรอบแนวคิดของแผนการวิจัย	4
1.3 การวิเคราะห์ศักยภาพในการแข่งขันอุตสาหกรรม	11
1.4 แผนภาพห่วงโซ่คุณค่า	17
1.5 แผนภาพขั้นตอนการประเมินผลลัพธ์	23
1.6 แผนภาพตัวอย่างห่วงโซ่ผลลัพธ์	24
2.1 ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) สำหรับอุตสาหกรรม MICE	63
2.2 ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของธุรกิจการจัดประชุม (International Corporate Meeting)	66
2.3 ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive)	68
2.4 ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ (Convention)	69
2.5 ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibition)	71

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

อุตสาหกรรม MICE หมายถึง ธุรกิจ 4 กลุ่ม คือ ธุรกิจการจัดประชุม (Meeting) ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive) ธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ (Convention) และธุรกิจการจัดแสดงงานสินค้าและนิทรรศการ (Exhibition) เป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่ประเทศเป็นอย่างมากในแต่ละปี

เดิมอุตสาหกรรม MICE เคยถูกจัดเป็นภาคธุรกิจหนึ่งในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวจะร่วมใช้สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่พัก และบริการอื่นที่สัมพันธ์กัน แต่ในความเป็นจริงแล้ว อุตสาหกรรม MICE เป็นอุตสาหกรรมที่มีลักษณะโดดเด่น เป็นเอกเทศ มีความเฉพาะเจาะจงมีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมและวงการต่างๆ อีกหลายสาขา และวัตถุประสงค์ในการจัดงานและการเดินทางเข้าร่วมงาน MICE ก็มีใช้เหตุผลทางการท่องเที่ยวอย่างที่คนส่วนใหญ่เข้าใจกัน

อุตสาหกรรม MICE เป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญเป็นอย่างมากในการพัฒนาเศรษฐกิจ ซึ่งนอกจาก จะก่อให้เกิดรายได้ทางตรงในทางธุรกิจแล้ว ยังก่อให้เกิดผลทางเศรษฐกิจอื่นๆ เช่น การเจรจาการค้า การลงทุน การจัดงานแสดงสินค้า การกระจายรายได้สู่ชุมชนดังที่ได้กล่าวข้างต้น ดังนั้น นอกจากเป็นอุตสาหกรรมที่ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาธุรกิจและการพัฒนาอาชีพอย่างหลากหลายแล้ว อุตสาหกรรม MICE ยังสามารถส่งเสริมให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การแลกเปลี่ยนในเชิงวิชาการ การถ่ายทอดเทคโนโลยี ตลอดจนการวิจัยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการแพทย์ อีกทั้งยังมีส่วนช่วยในการพัฒนาสังคมและวัฒนธรรมและพัฒนาทรัพยากรบุคคลของประเทศอีกด้วย (Cameron, 2009)

นอกจากนี้ อุตสาหกรรม MICE ยังก่อให้เกิดการสร้างงานและการกระจายรายได้สู่ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น รัฐหรือท้องถิ่นมีรายได้ในรูปแบบของภาษีเงินได้จากรายรับของธุรกิจ การพัฒนาศักยภาพของบุคลากร การสร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน การประชาสัมพันธ์ประเทศ การสนับสนุนให้เกิดการขยายตัวและลงทุนในธุรกิจอื่นๆ การมีโอกาสนในการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ในด้านวิชาการมากขึ้น รวมทั้งเอื้อต่อการสร้างอาชีพทางด้านการท่องเที่ยวอีกด้วย (Rogers, 2003, p. 23-25)

เมื่อพิจารณาลักษณะของตัวอุตสาหกรรม MICE เองตลอดจนผลประโยชน์มหาศาลที่ประเทศไทยพึงจะได้รับจากอุตสาหกรรมนี้แล้ว จะเห็นได้ว่า การพัฒนาอุตสาหกรรมและการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับอุตสาหกรรม MICE ของประเทศ จึงเป็นเรื่องสำคัญที่ควรนำมาพิจารณา และจากการที่อุตสาหกรรม MICE ได้นำมาซึ่งผลประโยชน์ต่อประเทศเป็นอย่างมาก ทั้งที่มีมูลค่าเป็นตัวเงินและมีใช้ตัวเงิน ในแง่ของสินทรัพย์ที่จับต้องไม่ได้ต่างๆ ในแต่ละสาขาวิชาชีพที่เกิดขึ้นจากกิจกรรม MICE นอกจากนี้ ผลจากการศึกษาในเรื่องผลกระทบทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรม MICE

ของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (Thailand Convention and Exhibition Bureau: TCEB) หรือ สสปน. ในปีพ.ศ. 2558 พบว่าอุตสาหกรรมนี้ยังสามารถสร้างให้เกิดมูลค่าเพิ่มแก่ประเทศได้อีก โดยอุตสาหกรรม MICE สร้างให้เกิดมูลค่าต่อรายได้ประชาชาติ (GDP) เท่ากับ 0.77% ในปีพ.ศ. 2014 ขณะที่ค่าเฉลี่ยของอุตสาหกรรมนี้ควรจะอยู่ที่ประมาณ 1.2 % ซึ่งการจะทำให้อุตสาหกรรมนี้เติบโตต่อไปได้นั้น ปัญหาที่ต้องปรับแก้ไขจึงเป็นเรื่องที่ต้องทราบ (Study on the Economic Impact of MICE in Thailand, TCEB, 2015)

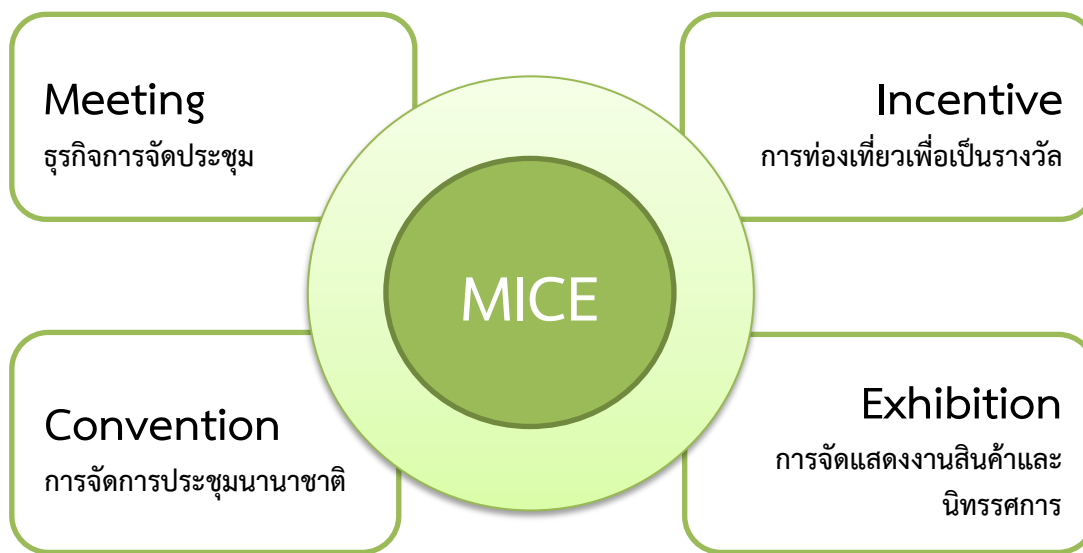
ดังนั้น การวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาศักยภาพของอุตสาหกรรม MICE โดยพิจารณาถึงสภาพปัจจุบันของอุตสาหกรรม MICE ในประเทศไทย จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัดของอุตสาหกรรม MICE สภาพแวดล้อมโดยทั่วไป นโยบายรัฐที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรม MICE รวมถึงผลกระทบในแต่ละธุรกิจของอุตสาหกรรม MICE ที่มีต่อประเทศทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนความเชื่อมโยงใน Value Chain ของอุตสาหกรรม MICE รวมทั้งปัญหาที่ต้องเข้าไปปรับแก้ไขต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของแผนงาน

- 1) เพื่อศึกษาผลกระทบของธุรกิจ M/I/C/E ที่มีต่อประเทศโดยรวมทั้งในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม
- 2) เพื่อวิเคราะห์ความเชื่อมโยงใน Value Chain ของอุตสาหกรรม MICE ในแต่ละธุรกิจ
- 3) เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพของอุตสาหกรรม MICE
- 4) เพื่อจัดลำดับความสำคัญและเสนอแนะนโยบายของธุรกิจ M/I/C/E ให้กับประเทศ

1.3 กรอบแนวคิดของแผนงานวิจัย

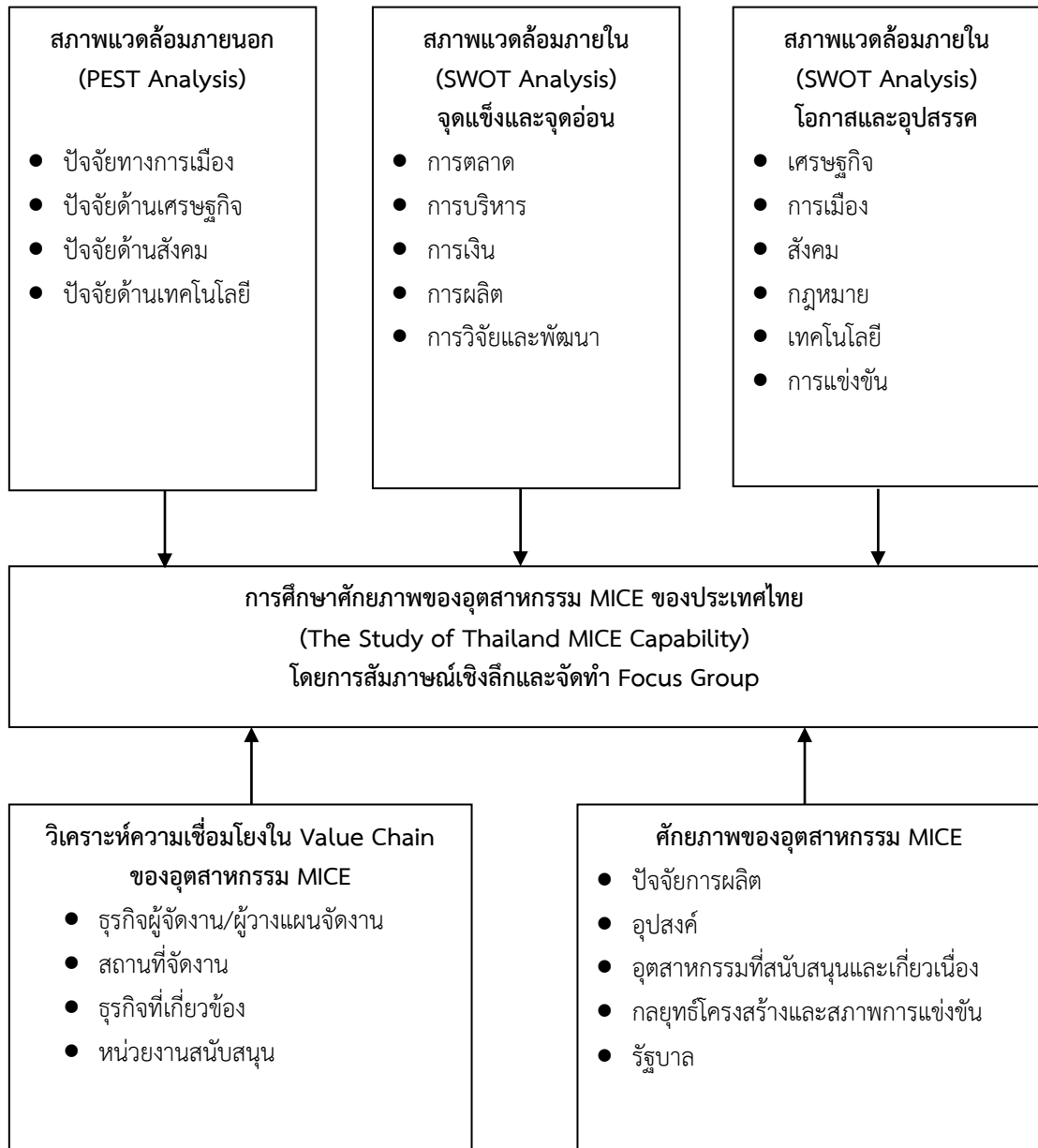
โครงการวิจัยนี้แบ่งอุตสาหกรรม MICE เป็น 4 กลุ่มธุรกิจ ดังนี้



ภาพที่ 1.1 โครงสร้างอุตสาหกรรม MICE

ที่มา: คณะผู้วิจัย

โดยแต่ละธุรกิจได้ทำการศึกษาตามกรอบด้านล่าง ดังนี้



ภาพที่ 1.2 กรอบแนวคิดของแผนงานวิจัย

ที่มา: คณะผู้วิจัย

1.4 วิธีการดำเนินการวิจัย

ใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ในการศึกษาสภาพและสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในอุตสาหกรรม MICE อันเกิดขึ้นโดยผ่านมุมมองแบบองค์รวม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนตามวัตถุประสงค์การวิจัย ซึ่งเป็นแนวทางอุปนัย (Inductive Approach) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม MICE โดยดำเนินการร่วมกับโครงการย่อยตลอดจนการจัดทำ Focus Group ผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรม ตรวจสอบความถูกต้องข้อมูลด้วยผู้เชี่ยวชาญ

สำหรับกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพนี้ จะทำการศึกษาสถานการณ์ที่เป็นไปตามธรรมชาติ ความเป็นจริงในทุกมิติ มุ่งการค้นหาคำตอบปัญหาเพื่อหาความสัมพันธ์ของปรากฏการณ์กับสภาพแวดล้อม นำมากำหนดแนวทางให้กับผู้วิจัยในการออกแบบการวิจัยที่ยืดหยุ่นได้ และมีตัวนักวิจัยเป็นเครื่องมือสำคัญในกระบวนการวิจัย ใช้การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและการสัมภาษณ์อย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการเป็นวิธีการหลักในการเก็บข้อมูล และเน้นการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการตีความสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย (พิชญ์สินี ชมพุดำ และ พิมพ์ทอง สังสทิพวงศ์, 2552) โดย สุภาภรณ์ จันทวานิช (2548: 13-14) กล่าวว่ามัลักษณะสำคัญ ดังนี้

1) เน้นการมองปรากฏการณ์ให้เห็นภาพรวม โดยการมองจากหลายแง่มุมการศึกษาปรากฏการณ์สังคมจะต้องทำโดยศึกษาปรากฏการณ์นั้นจากแง่มุม หรือแนวคิดทฤษฎีที่มีความหลากหลายมากกว่ายึดแนวคิดอันใดอันหนึ่งเป็นหลัก นอกจากนั้นไม่พิจารณาปรากฏการณ์เพียงด้านในด้านหนึ่งอย่างเป็นเสี่ยงเสี่ยง 2) เป็นการศึกษาติดตามระยะยาวและเจาะลึก เพื่อให้เข้าใจความเปลี่ยนแปลงของปรากฏการณ์สังคมซึ่งมีความเป็นพลวัต

3) ศึกษาปรากฏการณ์ในสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติ เพื่อให้เข้าใจความหมายของปรากฏการณ์ มีการวิจัยสนาม (Field research) ไม่มีการควบคุมและทดลองในห้องปฏิบัติการ เพราะทำให้ผู้วิจัยไม่เห็นปรากฏการณ์ในบริบททางสังคมและวัฒนธรรม

4) คำนึงถึงความเป็นมนุษย์ของผู้ถูกวิจัย ด้วยเหตุที่การศึกษาปรากฏการณ์สังคมเป็นการศึกษามนุษย์ จึงให้ความสำคัญและเคารพผู้ถูกวิจัยในฐานะเพื่อนมนุษย์ จะเข้าไปสัมผัส สร้างความสนิทสนมและความไว้วางใจ เชื่อใจ เข้าใจ ไม่มีแบ่งเขาแบ่งเรา ไม่นำข้อมูลของผู้ถูกวิจัยไปในทางที่เสื่อมเสีย ไม่ฝืนใจเมื่อผู้ถูกวิจัยไม่เต็มใจตอบ นักวิจัยจะเข้าไปสัมผัสมากกว่าจะใช้เครื่องมือวิจัยอื่นใดเป็นสื่อกลาง

5) ใช้การพรรณนาและการวิเคราะห์แบบอุปนัย เป็นการนำข้อมูลรูปธรรมย่อยๆ หลากๆ กรณียาสรุปเป็นข้อสรุปเชิงนามธรรม โดยพิจารณาร่วมที่พบ จะเน้นการวิเคราะห์แบบอุปนัยมากกว่าใช้สถิติตัวเลข

6) เน้นปัจจัยหรือตัวแปรด้านความรู้สึกนึกคิด จิตใจ ความหมาย ในปรากฏการณ์สังคม นักวิจัยเชิงคุณภาพเชื่อว่า องค์ประกอบด้านจิตใจ ความคิดและความหมาย คือสิ่งที่อยู่เบื้องหลังพฤติกรรมมนุษย์และเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมมนุษย์ที่แสดงออกมา

สำหรับโครงการวิจัยนี้ได้ทำการศึกษา ดังต่อไปนี้

ทำการศึกษาจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ หนังสือ เอกสาร วารสารวิชาการ ผลการวิจัยที่อ้างอิงเชื่อถือได้จากหน่วยงานรัฐ E-library และข้อมูลปฐมภูมิได้ทำการศึกษา ดังนี้

1) การจัดทำ Focus Group เพื่อให้เห็นภาพรวมของอุตสาหกรรม ในตอนเริ่มต้นการทำวิจัย โดยเชิญบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องจากทุกภาคส่วนมาสะท้อนความคิดเห็นและให้ข้อมูลในเรื่องต่างๆที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม MICE (ภาคผนวก 1)

2) ทำการศึกษาเจาะลึกในแต่ละส่วน โดยแต่ละโครงการย่อยได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึก ด้วยวิธีการ Snowball จนได้ข้อมูลตามที่นักวิจัยเห็นว่าเหมาะสมตามเกณฑ์การวิจัยเชิงคุณภาพ และ

3) การวิจัยเชิงปริมาณด้วยการสอบถามโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire survey) ของแต่ละโครงการย่อย M I C และ E เพื่อตอบคำถามการวิจัยและนำมารวบรวมโดยมีคำถามการวิจัยดังนี้

- อุตสาหกรรม MICE ส่งผลกระทบต่อประเทศในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสภาพแวดล้อมอย่างไร

- ความเชื่อมโยงของ Key Player ใน Value Chain เป็นอย่างไร
- ศักยภาพของอุตสาหกรรม MICE เป็นอย่างไร
- ลำดับความสำคัญของ M/I/C/E เป็นอย่างไร

สำหรับกรอบทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัยนี้ คือ ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงการแข่งขันและการวิเคราะห์ศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรม MICE ห่วงโซ่อุปทาน และห่วงโซ่คุณค่า การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรม MICE ทั้งภายในและภายนอก การประเมินผลทางเศรษฐกิจและสังคม

3) ทำการวิจัยภาคสนามในประเด็นที่เหมาะสม เนื่องจากการศึกษาวิจัยนี้ ในส่วนของ Qualitative Research ซึ่งไม่สามารถกำหนดจำนวนตัวอย่าง หรือใช้สูตรในการคำนวณได้ กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาจึงเป็นกลุ่มตัวอย่างที่สามารถให้ข้อมูลที่ป็นคำตอบของคำถามการวิจัยได้อย่างรอบด้าน ตามไปเรื่อยๆ (Snowball) จนเห็นว่าข้อมูลที่ได้รับถึงจุดอิ่มตัว (Saturation Point)

ส่วนการสังเคราะห์โครงการย่อยของแผน ทำโดยการรวบรวมผลที่ได้จากแต่ละโครงการย่อย มาประมวลในส่วนที่มีความเหมือนสรุปรวม และความแตกต่างโดยสรุปแยก ในส่วนของ Value Chain และทำการตรวจสอบต่อไป

4) การตรวจสอบข้อมูล เนื่องจากในส่วนของแผนงานเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นส่วนใหญ่ ความน่าเชื่อถือได้ของงานวิจัยมาจากการตีความหมายของข้อมูลที่ได้รับจากผู้ให้ข้อมูลที่ถูกต้อง รวมกับความคิดเห็นและมุมมองของผู้ให้ข้อมูลมากที่สุด และเน้นที่การตีความหมายอย่างปราศจากอคติจากผู้วิจัย โดยใช้เทคนิคการตรวจสอบสามเส้า (Triangulation) ซึ่งเป็นการใช้มุมมองและการสังเกตหลายทาง เพื่อช่วยในการตรวจสอบความตรงของข้อมูลที่ได้รับ รวมทั้งทำให้เข้าใจความหมายของข้อมูลได้ชัดเจนมากขึ้น โดยมีการตรวจสอบด้านข้อมูล (Data Triangulation) คือ การพิสูจน์ว่าข้อมูลที่ได้นั้นนั้นถูกต้องหรือไม่ จากแหล่งบุคคลต่างๆ (ถ้าบุคคลให้ข้อมูลเปลี่ยนไป ข้อมูลที่ได้จะยังเหมือนเดิมหรือไม่) ตรวจสอบด้านผู้วิจัย (Investigator Triangulation) คือการตรวจสอบว่าผู้วิจัยแต่ละคนได้ข้อมูลเหมือนกันหรือไม่ (เช่นประเด็นที่เป็นปัญหา อุปสรรค จุดแข็ง โอกาส ที่มาจากโครงการย่อย นำมาสังเคราะห์ร่วมกัน การสังเกตของแผนงาน เป็นต้น) รวมทั้งการตรวจสอบด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) คือการใช้เครื่องมือที่หลากหลายในการเก็บรวบรวมข้อมูลในข้อมูลชนิดเดียวกัน เช่น การสังเกตควบคู่กับการถาม และให้อ่านงานที่เขียนเสร็จ เพื่อทบทวนการตีความว่ามีความเที่ยงตรงแล้วจึงแก้ไขเป็นฉบับสมบูรณ์ นอกจากนี้ยังได้ทำการตรวจสอบข้อมูลจากสมาชิก (Member Checking) โดยได้นำไปให้ผู้ให้ข้อมูลตรวจสอบว่าการตีความตรงกับความคิดเห็นหรือไม่

สำหรับวิธีการศึกษาเพื่อจัดลำดับความสำคัญของ M/I/C/E ว่าเป็นอย่างไรนั้น ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้นำมาให้นัก โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ เพื่อการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลอีกชั้นหนึ่งโดย Key Informant ที่อยู่ในอุตสาหกรรม MICE และผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมนี้ และจากการประมวลผลที่ได้นำมาเสนอแนะเป็นนโยบายเป็นลำดับต่อไป (ภาคผนวก 3)

1.5 ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยมุ่งเป้า โดยมีสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ หรือ สสปน. เป็นผู้ใช้ประโยชน์โดยตรง โดยจะทำการศึกษาในภาพกว้างในระดับประเทศเป็นเบื้องต้น กล่าวคือ จะศึกษาธุรกิจการจัดประชุม (Meeting) ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive) ธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ (Convention) และธุรกิจการจัดแสดงงานสินค้าและนิทรรศการ (Exhibition) ที่เป็นกิจกรรม MICE จากต่างประเทศที่เข้ามาจัดในประเทศ (International MICE) เท่านั้น ทำการศึกษาถึง Key player ของธุรกิจ M I C และ E โดยพิจารณาถึงการจะทำให้เกิดธุรกิจ M/I/C/E แต่ละธุรกิจนั้นๆ จะทำอย่างไรและในแต่ละขั้นตอนมีปัญหาอุปสรรคอย่างไร เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการศึกษาในรายละเอียดเฉพาะงานต่อไป

1.6 พื้นที่วิจัย

ทำการศึกษา Key player ของอุตสาหกรรม MICE ได้แก่ ธุรกิจการจัดประชุม (Meeting) ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive) ธุรกิจจัดการประชุมนานาชาติ (Convention) ธุรกิจจัดแสดงงานสินค้าและนิทรรศการ (Exhibition)

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1) ได้แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรม MICE เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของประเทศ
- 2) ได้ข้อเสนอแนะให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปพัฒนาอุตสาหกรรม MICE ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เช่น หน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษา สมาคมที่เกี่ยวข้องต่างๆ

1.8 นิยามศัพท์

อุตสาหกรรม MICE ย่อมาจาก Meeting, Incentive, Convention, และ Exhibition โดยงานวิจัยฉบับนี้นิยามอุตสาหกรรม MICE ว่าประกอบไปด้วย 4 ธุรกิจดังกล่าว และแต่ละธุรกิจนิยามดังต่อไปนี้

ธุรกิจการจัดประชุม (Meeting) หมายถึง การประชุมของกลุ่มบุคคลหรือองค์กรหนึ่งเพื่อทำกิจกรรมเฉพาะโดยจะจัดเป็นการเฉพาะกิจและมีการวางแผนไว้ล่วงหน้า โดยมีผู้เข้าร่วมจำนวนไม่น้อยกว่า 10 คน และมีระยะเวลาในการประชุมไม่น้อยกว่า 4 ชั่วโมง

การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive) ใช้นิยามของสมาคม SITE ซึ่งได้ให้คำนิยามของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล คือ เครื่องมือการบริหารจัดการรูปแบบหนึ่ง ที่มอบประสบการณ์ในการท่องเที่ยวที่มีความพิเศษเพื่อเป็นการสร้างแรงกระตุ้น หรือเพื่อยกย่องส่งเสริมผู้ที่เข้าร่วม โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้เกิดผลการปฏิบัติงานที่ดีขึ้นซึ่งนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายขององค์กร (SITE International Foundation, 2010)

การจัดการประชุมนานาชาติ (Convention) หมายถึง การประชุมนานาชาติของกลุ่มบุคคลต่างองค์กรในสาขาวิชาชีพเดียวกันหรือใกล้เคียงกันเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลและความคิดเห็น

ธุรกิจการจัดแสดงงานสินค้าและนิทรรศการ (Exhibition) ใช้นิยามของ The Global Association of the Exhibition Industry (UFI) ที่ได้ให้ความหมายไว้ว่า เป็นการแสดงผลงานที่จัด

ขึ้นระยะเวลาหนึ่งหรือช่วงเวลาที่เหมาะสม โดยเฉพาะเจาะจง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้ผลิตสินค้าหรือผู้ให้บริการสามารถนำเสนอสินค้า จัดแสดงสินค้า และจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตสินค้าให้กับธุรกิจ ผู้บริโภค หรือสาธารณะ เพื่อส่งเสริมการขายสินค้าของบริษัท

1.9 แนวคิด ทฤษฎีและเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.9.1 สภาพอุตสาหกรรม MICE

ตลาดอุตสาหกรรม MICE ในประเทศไทยมีศักยภาพการเติบโตสูง เห็นได้จากการที่ประเทศไทยเป็น 1 ใน 5 ประเทศในเอเชีย ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาประชุมสัมมนา หรือ เยี่ยมชมงานนิทรรศการต่างๆ มากกว่า 100,000 คน และสร้างรายได้ต่อปีมากถึง 25 พันล้านบาท อุตสาหกรรม MICE ในประเทศไทยได้รับความนิยมมาก ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะว่า ประเทศไทยมีสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว รวมทั้งมีวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี ที่น่าศึกษา การให้บริการที่เป็นเลิศ สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกและแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย ตลอดจนสภาพแวดล้อมเป็นมิตรและปลอดภัย (Rogers, 2003)

ปัจจุบันประเทศไทยมีศูนย์ประชุมและศูนย์แสดงสินค้าที่เป็นที่ยอมรับทั้งสิ้น 5 แห่ง ได้แก่ ศูนย์แสดงสินค้านานาชาติกรุงเทพมหานคร (Bangkok International Trade and Exhibition Convention: BITEC) IMPACT เมืองทองธานี (Impact Exhibition & Convention Center) ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ (Queen Sirikit National Convention Center) ศูนย์จัดประชุมและแสดงสินค้า Centara Grand & Bangkok Convention Centre และศูนย์การประชุมและแสดงสินค้าพัทยาหรือศูนย์ประชุมพีช (PEACH - Pattaya Exhibition And Convention Hall) นอกจากนี้ยังมีโรงแรมระดับ 5 ดาวในกรุงเทพมหานคร อย่างน้อย 50 แห่งที่มีห้องประชุมรองรับผู้เข้าร่วมงานสัมมนาและนิทรรศการได้เป็นจำนวนมาก และรัฐบาลก็ยังมีแผนมุ่งพัฒนาให้ภูมิภาคหลักของประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการจัดการประชุมระดับนานาชาติ ได้แก่ กรุงเทพฯ และเชียงใหม่

อย่างไรก็ตาม จากการสำรวจความเห็นของนักเดินทางกลุ่ม MICE ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในปี 2543 พบว่า สินค้าและบริการด้านอุตสาหกรรม MICE ของไทยยังไม่สามารถแข่งขันได้กับประเทศสิงคโปร์และเขตปกครองพิเศษฮ่องกง เพราะไทยมีเฉพาะความได้เปรียบเฉพาะการมีแหล่งท่องเที่ยวที่งดงามเท่านั้น จึงอาจกล่าวได้ว่า กิจกรรม MICE เป็นกิจกรรมที่ไทยมีศักยภาพในการแข่งขัน เนื่องจากมีทรัพยากรพื้นฐานที่ดี (อุดม เมธาอำรุงศิริ และคณะ, 2544)

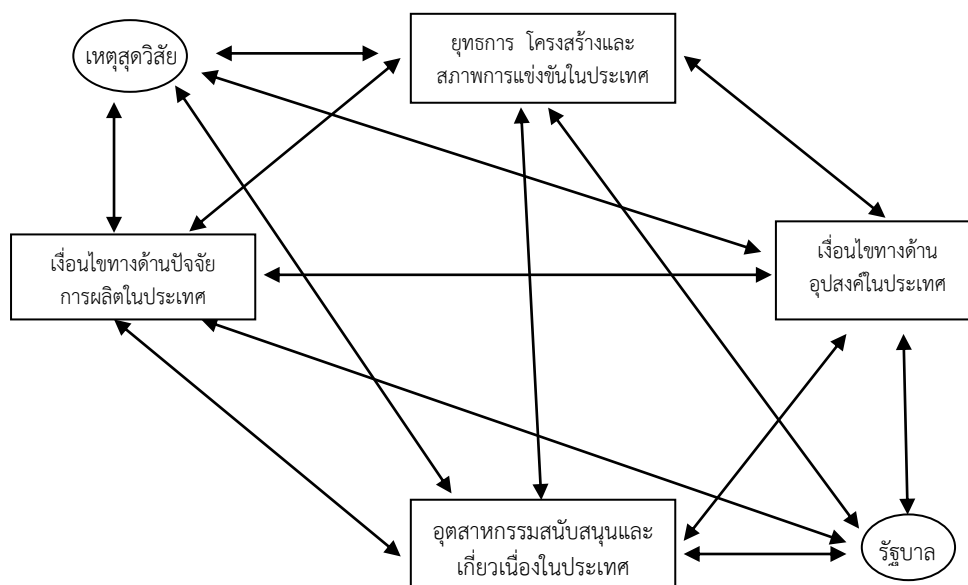
ถึงแม้ประเทศไทยจะมีจุดเด่นในหลายๆ เรื่องแล้วก็ตาม แต่กิจกรรม MICE ก็ยังไม่สามารถแข่งขันได้กับประเทศคู่แข่งในภูมิภาคเดียวกัน เพราะ การมีทรัพยากรทางธรรมชาติที่เด่นนั้นไม่อาจทำให้ประเทศเกิดความได้เปรียบในอุตสาหกรรม MICE โดยรวม ดังนั้น การชี้ให้เห็นถึงอุปสรรคและปัญหาต่างเป็นเรื่องสำคัญที่ต้องนำมาแก้ไขต่อไป

อย่างไรก็ตาม การที่รัฐบาลได้มองเห็นถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมนี้ ในปี 2546 จึงได้จัดตั้ง MICE Bureau ซึ่งเป็นหน่วยงานอิสระภายใต้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เพื่อทำหน้าที่รับผิดชอบกิจกรรม MICE โดยเฉพาะ เพื่อให้เกิดการจัดการที่เป็นระบบ และการให้บริการอย่างมืออาชีพ โดยจัดตั้งหน่วยงาน สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (Thailand Convention and Exhibition Bureau: TCEB) ขึ้น และสนับสนุนให้มีบทบาทในการดำเนินงานเข้าประเทศ ดำเนินงานด้านการตลาดและการขายเชิงรุก ในการประมูลสิทธิ์ และจัดการจัดประชุมสัมมนาและการจัดแสดงสินค้าระดับนานาชาติเข้ามาจัดในประเทศไทย ตลอดจนการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของประเทศไทยให้เป็นเป้าหมายหลักของอุตสาหกรรม MICE ทั้งในระดับประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งส่งเสริมความร่วมมือของภาครัฐและเอกชนในการพัฒนาอุตสาหกรรม MICE ร่วมกัน (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2550) ซึ่ง ณ วันนี้ ประเทศเพื่อนบ้านได้เห็นถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมนี้เช่นกัน โดยมาเลเซียได้จัดตั้งหน่วยงาน Malaysia Convention & Exhibition Bureau (MyCEB) ขึ้นในปี 2009 ขณะที่อินโดนีเซียก็กำลังจัดตั้งหน่วยงานเพื่อดูแลรับผิดชอบเพื่อสร้างให้อุตสาหกรรมนี้เข้มแข็งและก่อให้เกิดประโยชน์ต่อประเทศอย่างสูงสุดเช่นกัน

1.9.2 ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงการแข่งขันและการวิเคราะห์ศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรม

Michael E. Porter (1990) ได้พัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาระดับความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรม โดยมีแนวคิดที่ว่าภาวะการแข่งขันในการค้าโลก ประเทศทุกประเทศย่อมพยายามเลือกยุทธวิธีที่ดีที่สุดที่จะก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) ในอุตสาหกรรมในประเทศของตน ดังนั้นประเทศจึงจำเป็นที่จะต้องประเมินจุดแข็งและจุดอ่อน โอกาส รวมถึงการคุกคามจากประเทศคู่แข่งและภาวะการแข่งขัน (Strength, Weakness, Opportunity and Threat: SWOT) ของอุตสาหกรรมในประเทศของตนและคู่แข่ง เพื่อให้สามารถหาแนวทางปรับตัวให้แข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพในตลาดโลกที่มีการแข่งขันรุนแรงขึ้นทุกขณะ

Porter (1998) ได้วิพากษ์แนวคิดเรื่องความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่เน้นเพียงอุปทานของปัจจัยในประเทศ และต้องการหาคำอธิบายว่า ทำไมอุตสาหกรรมในบางประเทศจึงมีความสามารถในการแข่งขันสูงกว่าประเทศอื่น เพื่อหาเหตุผลว่า ทำไมบางอุตสาหกรรมในบางประเทศจึงประสบความสำเร็จกว่าอุตสาหกรรมเดียวกันในประเทศอื่น และพบว่า ข้อได้เปรียบทางการแข่งขันไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติแต่เป็นสิ่งที่สามารถสร้างขึ้นได้และเปลี่ยนแปลงได้ทั้งทางบวกและลบ โดยสามารถทำความเข้าใจแนวคิดดังกล่าวผ่านมุมมองของเศรษฐศาสตร์จุลภาค ส่วนปัจจัยมหภาค เช่น อัตราดอกเบี้ย ค่าจ้างแรงงาน และอัตราแลกเปลี่ยน แม้จะมีความสำคัญในการสร้างความได้เปรียบให้กับประเทศ แต่ Porter เชื่อว่า สิ่งสำคัญกว่าคือ เงื่อนไขและสภาพแวดล้อมภายในประเทศที่เอื้อต่ออุตสาหกรรมของประเทศนั้น Porter จึงได้สร้างแบบจำลอง Diamond Model ในการวิเคราะห์ โดยมีปัจจัยหรือตัวบ่งชี้ (Determinants) ข้อได้เปรียบในการแข่งขันที่ 4 กลุ่มปัจจัยที่นำไปสู่การวิเคราะห์ศักยภาพของอุตสาหกรรม ดังนี้



ภาพที่ 1.3 การวิเคราะห์ศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรม
ที่มา: Porter (1998)

1. เงื่อนไขทางด้านปัจจัยการผลิต (Factor Conditions)

ปัจจัยการผลิตในประเทศจะเป็นตัวกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ โดยปัจจัยการผลิตในที่นี้จะมีความหมายอย่างกว้าง ประกอบด้วย แรงงาน (Labor) ที่ดิน (Land) ทรัพยากรธรรมชาติ (Natural Resources) ทุน (Capital) และสาธารณูปโภค (Infrastructure) ในที่นี้ เทคโนโลยีในการผลิตถือว่าเป็นปัจจัยการผลิตเช่นเดียวกัน ดังนั้นสภาพปัจจัยการผลิตในความหมายของ Porter จะหมายถึงทุกสิ่งทุกอย่างที่ประเทศมี (Factor Endowment) และเกี่ยวข้องกับการผลิตของผู้ผลิตภายในประเทศ และมีผลกระทบต่อความได้เปรียบและเสียเปรียบในการแข่งขัน กล่าวโดยสรุปสภาพปัจจัยการผลิตในที่นี้จะครอบคลุมทรัพยากร (Resources) ต่างๆในประเทศที่มีอยู่ ซึ่งจะประกอบไปด้วย

1.1 ทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources) หมายถึงปริมาณแรงงานคุณภาพและทักษะของแรงงาน ต้นทุนทางด้านแรงงาน (ค่าจ้าง) และการจัดการทางด้านทรัพยากรมนุษย์

1.2 ทรัพยากรทางกายภาพ (Physical Resources) หมายถึง ความอุดมสมบูรณ์ และคุณภาพของทรัพยากร รวมถึงต้นทุนหรือมูลค่าของทรัพยากร ทรัพยากรกายภาพในที่นี้จะหมายถึงที่ดิน น้ำ แร่ธรรมชาติ (Mineral) และพลังงานธรรมชาติ (Power Sources) อื่นๆ นอกจากลักษณะคุณภาพของทรัพยากรกายภาพข้างต้นแล้ว ที่ตั้ง (Location) และขนาด (Geographic Size) ก็มีความสัมพันธ์กับผู้ผลิตในประเทศและในตลาด เพราะว่าที่ตั้งของแหล่งทรัพยากรจะเกี่ยวข้องกับต้นทุนทางด้านการขนส่ง (Transportation Cost) และจะส่งผลกระทบต่อต้นทุนของผู้ผลิตได้

1.3 ทรัพยากรทางด้านความรู้ (Knowledge Resources) หมายถึง ทรัพยากรที่เกิดจากการสร้างสรรค์ พัฒนาและฝึกอบรม จะพบมากในปัจจุบันด้านแรงงานที่มีทักษะเฉพาะ เช่น นักวิทยาศาสตร์ วิศวกร นักการตลาด และเจ้าหน้าที่เทคนิค เป็นต้น การพัฒนาทางด้านความรู้จะเกิดจากการสนับสนุนของทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชน โดยประเทศใดก็ตามที่ให้ความสำคัญกับทรัพยากรทางด้านนี้มาก มีนโยบายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน ประเทศนั้นจะมีศักยภาพในการพัฒนาและการแข่งขันกับประเทศต่างๆ ได้

1.4 ทรัพยากรทางการเงินทุน (Capital Resources) หมายถึง จำนวนและต้นทุนในการจัดหาและได้มาซึ่งเงินทุน ประเทศใดก็ตามที่มีแหล่งเงินทุนในประเทศที่มีต้นทุนต่ำ อัตราดอกเบี้ยต่ำ และความมั่นคงของแหล่งเงินในประเทศ รวมถึงปริมาณเงินทุนที่เพียงพอในประเทศ จะทำให้ผู้ผลิตในประเทศนั้นมีความได้เปรียบเหนือกว่าประเทศที่มีข้อจำกัดทางด้านเงินทุน เนื่องมาจากการได้มาซึ่งเงินทุนจะรวมเป็นต้นทุนในการผลิตด้วย หากต้นทุนนี้มีราคาแพงจะส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตที่สูงตามไปด้วย

1.5 สาธารณูปโภค (Infrastructure) หมายถึง ปริมาณสาธารณูปโภคที่เพียงพอ และราคาไม่แพง ในที่นี้หมายถึง เครื่องสาธารณูปโภคต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิต เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ การขนส่ง เป็นต้น เพราะประเทศใดก็ตามที่มีความพร้อมทางด้านสาธารณูปโภคนี้ จะสามารถรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมในประเทศ การพัฒนาการผลิตในประเทศ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิต

2. เงื่อนไขทางด้านความต้องการหรืออุปสงค์ (Demand Condition)

อุปสงค์หรือความต้องการในที่นี้จะหมายถึงความต้องการภายในประเทศ ซึ่งจะทำให้เกิดความได้เปรียบด้านการแข่งขันในตลาดโลกได้ เนื่องจากอุปสงค์หรือความต้องการภายในประเทศจะเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการพัฒนาการผลิตสินค้าให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นทั้งในด้านคุณภาพและปริมาณ ความต้องการภายในประเทศที่เพียงพอจะสามารถรองรับการผลิตปริมาณมากในประเทศ ซึ่งจะก่อให้เกิดการประหยัดต่อขนาดเนื่องจากสามารถทำการผลิตในปริมาณมากๆ นอกจากนั้น ปริมาณและความต้องการในประเทศที่เพียงพอจะก่อให้เกิดการพัฒนาและขยายตัวในการผลิตของผู้ผลิตในประเทศอีกด้วย ในแบบจำลองของ Porter จะเน้นสภาพความต้องการหรืออุปสงค์ในประเทศ ทั้งในรูปของปริมาณและคุณภาพของความต้องการ โดยให้ความสำคัญทางด้านคุณภาพเป็นหลัก คุณภาพของความต้องการในที่นี้หมายถึง การบริโภคที่ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดมีเหตุมีผล คำนึงถึงประโยชน์ของการใช้ ซึ่งจะช่วยประหยัดทรัพยากรที่ถูกนำมาใช้ในการผลิตที่ไม่จำเป็นหรือไม่เป็นที่ต้องการ ประเทศใดก็ตามที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพของความต้องการในประเทศ จะก่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด นอกจากนั้นแล้วการเน้นความต้องการภายในประเทศหรือตลาดในประเทศเป็นหลัก จะเป็นการลดการพึ่งพาผู้ซื้อในตลาดต่างประเทศ และความผันผวนอันเนื่องมาจากตลาดภายนอกประเทศเพราะมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา อาจกระทบผู้ผลิตในประเทศได้หากไม่สามารถเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาได้ทันการเปลี่ยนแปลงนั้น ก็จะส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของตนได้

กล่าวโดยสรุป ปัจจัยเกี่ยวกับเงื่อนไขความต้องการหรืออุปสงค์ที่มีผลต่อประสิทธิภาพและความสามารถในการแข่งขัน ได้แก่

2.1 โครงสร้างการแบ่งตลาดของอุปสงค์ในประเทศ (Segment Structure of Demand) บริษัทหรืออุตสาหกรรมมักจะมีข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศถ้าบริษัทหรืออุตสาหกรรมนั้นมีอุปสงค์ในประเทศที่คล้ายคลึงกับอุปสงค์โลกและตลาดส่วนที่คล้ายคลึงกับอุปสงค์โลกเป็นตลาดส่วนที่สำคัญของบริษัทหรืออุตสาหกรรมนั้นมากกว่าตลาดส่วนเดียวกันของประเทศอื่น ในทางกลับกันตลาดส่วนที่มีความสำคัญน้อยในอุตสาหกรรมมักจะเสียเปรียบคู่แข่งจากต่างประเทศ ถ้าตลาดส่วนนั้นมีความคล้ายคลึงกับอุปสงค์โลก

2.2 ผู้ซื้อที่รู้จริง (Sophisticated and Demanding Buyers) ผู้ซื้อที่รู้จริงในสินค้าหรือบริการใดจะตั้งมาตรฐานไว้สูงเวลาเลือกซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ซึ่งเท่ากับเป็นแรงกดดันให้บริษัทต้องพัฒนาข้อได้เปรียบด้านการแข่งขัน ดังนั้น ประเทศจะมีข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันในอุตสาหกรรมที่มีผู้ซื้อในประเทศที่รู้จริงกว่าผู้ซื้อในต่างประเทศ

2.3 อุปสงค์ในประเทศเกิดขึ้นก่อนประเทศอื่น (Anticipatory Buyer Needs) อุตสาหกรรมที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองอุปสงค์ในประเทศจะได้เปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศถ้าอุปสงค์ต่อสินค้าหรือบริการนั้นเกิดขึ้นในประเทศนั้นก่อน แล้วจึงเกิดขึ้นในประเทศอื่นๆ ภายหลัง ในบางกรณีผู้ซื้อในประเทศอาจก่อให้เกิดอุปสงค์ที่ล่วงหน้าในประเทศและล้ำหน้าอุปสงค์ในต่างประเทศ ในทางตรงกันข้ามถ้าอุปสงค์ในประเทศเกิดขึ้น แล้วเกิดขึ้นเฉพาะในประเทศนั้นโดยไม่กลายเป็นอุปสงค์สากล อุตสาหกรรมในประเทศสำหรับอุปสงค์นั้นก็จะเสียเปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศ หรือถ้าอุปสงค์ในประเทศตอบสนองอย่างล่าช้าต่อความต้องการใหม่ที่เป็นสากล ประเทศนั้นจะเสียเปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศในอุตสาหกรรมนั้น

3. อุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง (Supporting and Related Industries)

อุตสาหกรรมการผลิตสินค้าชนิดใดที่จะมีความได้เปรียบด้านการแข่งขันอุตสาหกรรมนั้นจะต้องมีอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องที่สามารถส่งเสริมความสามารถหรือศักยภาพของอุตสาหกรรมนั้น เนื่องจากอุตสาหกรรมสนับสนุนนี้จะทำให้มีการพัฒนาผลิตสินค้าให้ตรงกับความต้องการภายในประเทศและต่างประเทศมากขึ้น โดยที่อุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องจะมีความเชื่อมโยงกันในการที่จะทำให้เกิดการพัฒนาและปรับปรุงการผลิตให้มีคุณภาพและปริมาณตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น ทำให้การผลิตมีประสิทธิภาพ มีต้นทุนการผลิตต่ำ กล่าวโดยสรุปคือ การที่ประเทศใดที่มีอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องที่มีความได้เปรียบแข่งขันจะก่อให้เกิดความได้เปรียบแข่งขันระหว่างประเทศของอุตสาหกรรมนั้นๆ ทั้งนี้มาจากสาเหตุ 3 ประการที่สำคัญ ได้แก่

3.1 ช่องทางการจัดหาที่รวดเร็วมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะก่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วสามารถลดต้นทุนการผลิต และขยายตลาดให้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว หรืออาจได้รับสิทธิพิเศษมากกว่าผู้ผลิตรายอื่นในต่างประเทศในการมีวัตถุดิบหรือชิ้นส่วนที่ดีที่สุด ซึ่งจะทำให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมในประเทศ และวัตถุดิบในประเทศยังถูกใช้เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด อีกทั้งยังเป็นการลดต้นทุนการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศได้อีกด้วย

3.2 ความร่วมมือกันอยู่ตลอดเวลาระหว่างผู้ผลิตที่ใช้วัตถุดิบกับผู้ผลิตวัตถุดิบ เช่น มีการพัฒนาและร่วมมือกันพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตให้มีประสิทธิภาพ จะก่อให้เกิดการพัฒนาาร่วมกันทั้งสองฝ่าย ประเทศมีโอกาสูงที่จะประสบความสำเร็จในตลาดระหว่างประเทศสำหรับอุตสาหกรรมใด อุตสาหกรรมหนึ่ง ถ้ามีอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องตั้งอยู่ในประเทศเดียวกัน หรือมีการกระจุกตัวกันเกิดความร่วมมือกัน ก่อให้เกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขันระหว่างประเทศเหนือ อุตสาหกรรมนั้นในประเทศอื่นๆ

4. กลยุทธ์โครงสร้างและสภาพการแข่งขันของผู้ผลิต (Firm Strategy, Structure and Rivalry)

การจัดการโครงสร้างและระบบการบริหารอย่างเหมาะสมของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมนั้น และการแข่งขันของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมชนิดเดียวกันภายในประเทศ จะทำให้เกิดการปฏิบัติตามการบริหารและการผลิตที่มีประสิทธิภาพของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมมากขึ้น และเป็นแรงกดดันในการที่จะทำให้เกิดการพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพและรูปแบบที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น ซึ่งจะทำให้มีความได้เปรียบด้านการแข่งขันมากขึ้น

สภาพการแข่งขันในประเทศเป็นตัวกำหนดหนึ่งที่มีความสำคัญมากต่อการกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ การแข่งขันที่รุนแรงในประเทศสำหรับอุตสาหกรรมใดอุตสาหกรรมหนึ่ง จะทำให้อุตสาหกรรมนั้นประสบความสำเร็จในตลาดระหว่างประเทศในระดับที่สูงมาก เนื่องจากจะเกิดแรงกดดันต่อกันและกันให้มีการพัฒนามากขึ้น ซึ่งการแข่งขันในประเทศไม่ได้หมายถึงแต่เฉพาะการแข่งขันทางด้านราคาเท่านั้น การแข่งขันในด้านอื่นๆ ได้แก่ เทคโนโลยีอื่นจะนำไปสู่ความได้เปรียบเชิงแข่งขันที่ยั่งยืนกว่า และการแข่งขันในประเทศที่เข้มข้นมักจะกดดันให้เกิดการส่งออกเพื่อแสวงหาตลาดเพิ่มเติมเพื่อก่อให้เกิดความได้เปรียบด้านต้นทุนที่ลดลงเมื่อมีการผลิตครั้งละปริมาณมากๆ กระบวนการแข่งขันจะมีประโยชน์เพิ่มขึ้นอีกมากถ้าผู้แข่งขันในอุตสาหกรรมเดียวกันไม่อยู่กระจัดกระจายไปทั่วประเทศ แต่กระจุกตัวอยู่ในอาณาเขตเดียวกันมีการติดต่อและทำธุรกรรมอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอตลอดเวลา และมีการเปิดตลาดโดยไม่กีดกันการนำเข้า เพื่อที่จะทดแทนการขาดแคลนสภาพการแข่งขันในประเทศที่เข้มข้นได้บ้างสำหรับประเทศเล็กๆ นอกจากนี้จำนวนผู้แข่งขันเพียงอย่างเดียวไม่ก่อให้เกิดประโยชน์หากขาดซึ่งคุณภาพ ดังนั้นจุดที่สำคัญคือ คุณภาพของการแข่งขันต้องเข้มข้นด้วย เพราะสภาพการแข่งขันในประเทศที่เข้มข้นจะทำให้ทรัพยากรที่สำคัญของประเทศถูกนำไปใช้เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

นอกจากตัวกำหนดทั้ง 4 ใน Diamond Model แล้วยังมีปัจจัยภายนอกที่มีบทบาทต่อการเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันของประเทศอีก 2 ประการ คือ

5. รัฐบาล (Government)

รัฐบาลส่งผลกระทบและพร้อมๆกับได้รับผลกระทบจากตัวกำหนดทั้งสี่ โดยในบางกรณีเป็นผลทางด้านบวก ในบางกรณีก็เป็นผลทางด้านลบ ปัจจัยการผลิตในประเทศได้รับผลกระทบจากนโยบายของรัฐบาลทางด้านตลาดหลักทรัพย์ ด้านการศึกษา ด้านเงินช่วยเหลือจากรัฐบาล เป็นต้น อุปสงค์ในประเทศได้รับผลกระทบจากนโยบายด้านมาตรฐานสินค้าและด้านอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับความ

ต้องการของผู้ซื้อผู้บริโภค รวมทั้งรัฐบาลยังเป็นผู้ซื้อรายใหญ่ของสินค้าและบริการหลายๆชนิด อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศได้รับผลกระทบจากนโยบายรัฐบาลด้านการโฆษณา และด้านอื่นๆ ยุทธการ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศของบริษัทได้รับผลกระทบจากนโยบายรัฐบาลด้านภาษี ด้านการป้องกันและผูกขาด เหล่านี้เป็นต้น

6. เหตุสุทธวิสัย หรือโอกาส (Chance)

การเปลี่ยนแปลงต่างๆและความเป็นไปได้ที่อาจจะคาดการณ์ล่วงหน้าไม่ได้ ล้วนมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของประเทศ เช่น การมีนวัตกรรมใหม่เกิดขึ้น หรือความไม่ต่อเนื่องของเทคโนโลยีหลักที่เปิดช่องให้มีคู่แข่งรายใหม่เข้ามาได้ การเปลี่ยนแปลงอย่างมากของตลาดการเงินโลก หรืออัตราแลกเปลี่ยน ตลอดจนการเกิดสงคราม ตัวแปรเหล่านี้มีความสำคัญ เพราะทำให้เกิดความไม่ต่อเนื่องที่เปิดช่องให้มีการเปลี่ยนแปลงตำแหน่งในการแข่งขัน หรือล้มล้างข้อได้เปรียบที่มีอยู่เดิมและเปิดช่องให้ธุรกิจใหม่ๆที่สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงนั้นจนเกิดความสามารถในการแข่งขัน ดังนั้นตัวแปรนี้มีบทบาทโดยการเข้าไปเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขใน Diamond โดยผลกระทบที่เกิดขึ้นก็จะแตกต่างกันไป เนื่องจากแต่ละประเทศก็จะมีตัวบ่งชี้ใน Diamond ที่แตกต่างกัน

1.9.3 ห่วงโซ่อุปทาน และห่วงโซ่คุณค่า

ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain)

ได้มีนักวิจัยจำนวนมากได้ให้ความหมายเกี่ยวกับห่วงโซ่อุปทานไว้ อาทิ Chopra and Meindl (2001) Russell (2009) และสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (2553) เป็นต้น ว่าเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องตั้งแต่การเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และการบริการจากผู้ส่งมอบวัตถุดิบไปถึงผู้บริโภคขั้นสุดท้าย ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับสนับสนุนการไหลทางกายภาพ สารสนเทศ การเงิน การจัดการทรัพยากรมนุษย์และความรู้ ซึ่งแนวคิดนี้มีจุดเริ่มต้นมาแนวคิดโลจิสติกส์จากการเคลื่อนย้ายอาวุธยุทธโธปกรณ์ของทหารก่อนที่จะมีการนำมาประยุกต์ใช้กับการบริหารธุรกิจ (Becker, 1999) แต่การจัดการห่วงโซ่อุปทานมีความหมายที่มากกว่าการจัดการโลจิสติกส์ ดังนั้น ในกระบวนการนี้จึงต้องทำความเข้าใจกับการจัดการห่วงโซ่อุปทานก่อนที่จะทำความเข้าใจกับการจัดการโลจิสติกส์

การจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management: SCM) คือ กิจกรรมทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการส่งมอบคุณค่าให้กับลูกค้าที่ต้องอาศัยกระบวนการออกแบบ การวางแผน ปฏิบัติ การควบคุมติดตามกิจกรรมในห่วงโซ่อุปทานที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับเฉพาะลูกค้ากับหน่วยงานภายในบริษัทเท่านั้น แต่ยังครอบคลุมไปถึงบริการอื่นๆ เช่น การขนส่งสินค้า การจัดหาวัตถุดิบ พ่อค้าปลีก พ่อค้าส่ง เป็นต้น (อภิชาติ ไสยาแดง และคณะ, 2551) ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่าการจัดการห่วงโซ่อุปทานเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบูรณาการ (Integration) องค์ประกอบที่หลากหลายทั้งสิ่งที่ธุรกิจสามารถควบคุมได้ และกับสิ่งที่ธุรกิจไม่สามารถควบคุมได้ด้วยการจัดการในองค์กร ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มในสินค้าและบริการ และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน สร้างปฏิสัมพันธ์ของการจัดการกระบวนการต่างๆที่เกี่ยวข้องกับอุปทานของสินค้าและบริการในเชิงบูรณาการ โดยมีเป้าหมายในการสร้างมูลค่าเพิ่ม และสนองตอบต่อความต้องการของตลาด การผลิต การกระจายและการส่งมอบสินค้าและยังรวมถึงการสื่อสารสนเทศของข้อมูลและข่าวสาร โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะลดต้นทุนรวมของธุรกิจและเพิ่มศักยภาพของการแข่งขัน โดยการจัดการห่วงโซ่อุปทานจึงเกี่ยวข้องตั้งแต่

แหล่งของวัตถุดิบต้นน้ำ (Upstream Source) จนถึงการส่งมอบสินค้าและบริการปลายน้ำ (Downstream Customers) โดยที่คำนึงถึงการได้ประโยชน์สูงสุดของทุกฝ่าย (ดวงพรรณ กริชชาญชัย ศฤงคารินทร์, 2549) อย่างไรก็ตาม การที่จะทำให้กระบวนการเหล่านี้เป็นไปได้อย่างดีต้องอาศัยสายสัมพันธ์ทางธุรกิจ ความไว้วางใจและการเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ

นอกจากนี้ยังกล่าวได้ว่าการจัดการห่วงโซ่อุปทานมีจุดมุ่งหมายสำคัญในการสร้างคุณค่าในการแข่งขัน และยกระดับให้มีคุณภาพในระดับสากล และการปรับหรือจัดการกับอุปทาน (Supply) ให้สอดคล้องกับอุปสงค์ (Demand) และสามารถวัดผลการปฏิบัติงานได้ (สำนักมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม, 2550)

การจัดการโลจิสติกส์ (Logistics Management) ดังที่ได้กล่าวไปข้างต้นว่าการจัดการโลจิสติกส์เป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่อุปทานซึ่งเป็นกระบวนการในการวางแผน การนำเสนอ และการเคลื่อนย้ายที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล มีความเกี่ยวข้องกับการจัดเก็บสินค้า บริการ และแบ่งปันข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากจุดเริ่มต้นในการผลิตไปสู่จุดสุดท้ายของผู้บริโภค (Becker, 1999) ซึ่งนิยามการจัดการโลจิสติกส์จะเกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายสินค้าไปยังลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ทันเวลาและมีต้นทุนต่ำที่สุดเพื่อที่ธุรกิจจะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ (อภิชาติ โสภาแดง และคณะ, 2551) อย่างไรก็ตาม การจัดการโลจิสติกส์ไม่ได้จำกัดเฉพาะหน่วยงานภาคธุรกิจ แต่ยังคงเป็นส่วนสำคัญกับงานราชการด้วย ทั้งนี้ สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (2553) กล่าวว่าจัดการโลจิสติกส์จะสามารถธุรกิจสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในแง่ของการมีต้นทุนที่ลดลง และลูกค้าได้รับสินค้าทันเวลา

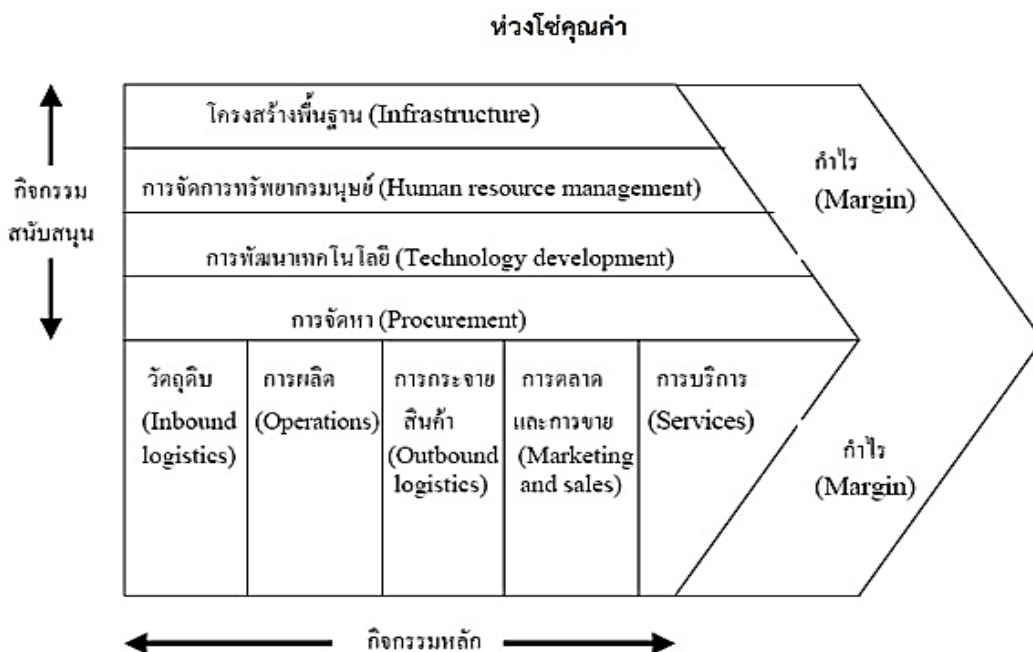
ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่าการจัดการห่วงโซ่อุปทานมีเป้าหมายเพื่อลดความไม่แน่นอนและความเสี่ยงโดยให้มีระดับสินค้าคงเหลือที่มีผลในทางบวก มีการบริหารวงจรการสั่งซื้อ (Cycle time) กระบวนการ (Process) ที่เหมาะสมที่สุดสำหรับลูกค้าหรือผู้บริโภคขั้นสุดท้าย (End Customer Service) ซึ่งการจัดการห่วงโซ่อุปทานนั้นมีความสำคัญต่อองค์กรต่างๆ ซึ่งสาเหตุที่ต้องมีการศึกษาและประยุกต์ใช้หลักการของการจัดการห่วงโซ่อุปทานเข้าไปในหน่วยงานเนื่องจาก องค์กรใดที่มีการดำเนินงานหรือเชื่อมโยงติดต่อกับหน่วยงานที่ทางธุรกิจกับคู่ค้าซึ่งจะต้องมีปัญหาเกิดขึ้นไม่มากนัก โดยประสิทธิภาพของระบบห่วงโซ่อุปทานจะช่วยสร้างคุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์จากการจัดการห่วงโซ่อุปทาน และสามารถที่จะสนับสนุนในด้านราคาและด้านปริมาณของอาหารเพื่อการส่งออก การศึกษาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานนำไปสู่ข้อสรุปที่ว่าจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทานเป็นการจัดการแบบบูรณาการโดยเกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการจัดซื้อ การผลิต การจัดส่ง ฯลฯ โดยเป็นการประสานงานกันระหว่างสมาชิกภายในโซ่อุปทาน ตั้งแต่ผู้จัดส่งวัตถุดิบไปจนถึงผู้บริโภค ภายใต้เป้าหมายของการลดต้นทุนของระบบ การเพิ่มระดับการให้บริการนำไปสู่ประสิทธิภาพและการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)

การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า เป็นการวิเคราะห์เพื่อพิจารณาถึงความสามารถของกิจการในการแข่งขัน โดยการศึกษาถึงกิจกรรมต่างๆ ทั้งกิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุนว่าสามารถช่วยให้ได้เปรียบด้านต้นทุนหรือความสามารถในการสร้างความแตกต่างเมื่อเปรียบเทียบกับ

คู่แข่งได้หรือไม่ ซึ่งจะใช้เป็นแนวทางในการกำหนดจุดแข็งและจุดอ่อนของกิจกรรมได้เป็นอย่างดี ซึ่ง ยรรยง ศรีสม (2553) ได้ขยายความไว้ดังนี้

ห่วงโซ่คุณค่า หมายถึง กิจกรรมที่มีความสัมพันธ์และเชื่อมโยงกัน เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับปัจจัยการผลิต โดยเริ่มตั้งแต่กระบวนการนำวัตถุดิบป้อนเข้าสู่กระบวนการผลิต กระบวนการจัดจำหน่าย กระบวนการจัดส่งสินค้าสู่ผู้บริโภค และกระบวนการบริการหลังการขาย การสร้างคุณค่าให้กับสินค้าหรือ บริการนั้น อาจจะเป็นการกระทำโดยบริษัทเดียวหรือหลายบริษัท ด้วยการแบ่งขอบเขตของกิจกรรมแล้วส่งต่อคุณค่าในแต่ละช่วงต่อเนื่องกันไป หรืออาจหมายความถึง การสร้างคุณค่าหรือประโยชน์อื่นๆมาประกอบกันให้เป็นประโยชน์สุดท้ายที่ลูกค้าต้องการ โดยมีขั้นตอนของกระบวนการสร้างคุณค่าที่ต่อเนื่องกันเป็นทอดๆ เหมือนห่วงโซ่ของกิจกรรมที่มีความเกี่ยวพันกันเพื่อสร้างประโยชน์สุดท้ายในผลิตภัณฑ์หรือบริการเพื่อส่งต่อไปให้ลูกค้าได้ใช้ประโยชน์ (ยรรยง ศรีสม, 2553)



ภาพที่ 1.4 แผนภาพห่วงโซ่คุณค่า
ที่มา: ยรรยง ศรีสม (2553)

ทั้งนี้ ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) จึงนำเสนอในลักษณะของแผนภาพแสดงการเคลื่อนย้ายสินค้าเริ่มตั้งแต่วัตถุดิบจนถึงมือลูกค้า แต่ละกิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่านั้นคือ Value Drivers หรือ กิจกรรมที่สร้างคุณค่าให้กับธุรกิจ ดังนั้นการใช้ห่วงโซ่คุณค่าจึงสามารถใช้วิเคราะห์ต้นทุน เช่น ทำการเปรียบเทียบต้นทุนในแต่ละกิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่าเทียบกับคู่แข่ง หรือใช้วิเคราะห์มูลค่าเพิ่มจากการดำเนินกิจกรรมต่างๆ หรือใช้ตรวจสอบความสอดคล้องของกลยุทธ์ต่างๆ ในแต่ละกิจกรรมบนห่วงโซ่คุณค่า

ตามแนวความคิดของ ไมเคิล อี พอร์เตอร์ (Michael E. Porter) แล้วธุรกิจต่างๆ ประกอบด้วยลูกโซ่แห่งกิจกรรมที่สร้างสรรค์คุณค่าต่อเนื่องสัมพันธ์กันเหมือนกับลูกโซ่ เพื่อส่งมอบคุณค่าทั้งหมดให้กับลูกค้า โดยแต่ละกิจกรรมจะมีส่วนช่วยก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มเป็นช่วงๆ นับตั้งแต่การนำวัตถุดิบที่ได้จากผู้จัดจำหน่ายเข้าสู่กิจกรรมการผลิต จนกระทั่งผ่านออกมาเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป และสิ้นสุดที่ผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สู่ผู้บริโภคคนสุดท้าย รวมทั้งกิจกรรมการบริการหลังการขาย ซึ่งแนวคิดนี้แบ่งกิจกรรมภายในองค์กรเป็น 2 กิจกรรม คือ กิจกรรมหลัก (Primary Activities) และกิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) ทั้งนี้ วัตสัน กาญจนมุกดา (2555) ได้กล่าวถึงกิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่าไว้ว่า กิจกรรมทุกประเภทยมีส่วนในการช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าหรือบริการของธุรกิจ

กิจกรรมหลัก 5 กิจกรรมเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการผลิตหรือสร้างสรรค์สินค้าหรือบริการ (Service) การตลาดและการขนส่งสินค้าหรือบริการ (Service) ไปยังผู้บริโภค ประกอบด้วย

- 1) Inbound Logistics กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการได้รับ การขนส่ง การจัดเก็บและการแจกจ่ายวัตถุดิบ การจัดการสินค้าคงเหลือ
- 2) Operations กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนหรือแปรรูปวัตถุดิบให้ออกมาเป็นสินค้าเป็นขั้นตอนการผลิต การบรรจุ
- 3) Outbound Logistics กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บ รวบรวม จัดจำหน่ายสินค้า และบริการ (Service) ไปยังลูกค้า
- 4) Marketing and Sales กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการชักจูงให้ลูกค้าซื้อสินค้าและบริการ (Service) เช่น การโฆษณา ช่องทางการจัดจำหน่าย
- 5) Services กิจกรรมที่ครอบคลุมถึงการให้บริการเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า รวมถึงการบริการหลังการขาย การแนะนำการใช้

ส่วนกิจกรรมสนับสนุนเป็นกิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมและสนับสนุนให้กิจกรรมหลักสามารถดำเนินไปได้ ประกอบด้วย

- 1) Procurement กิจกรรมในการจัดซื้อ-จัดหา input เพื่อมาใช้ในกิจกรรมหลัก การเจรจาต่อรองกับSupplier
- 2) Technology Development กิจกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาเทคโนโลยีที่ช่วยในการเพิ่มมูลค่าให้สินค้าและบริการหรือกระบวนการผลิต
- 3) Human Resource Management กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริหารทรัพยากรบุคคล ตั้งแต่วิเคราะห์ความต้องการ สรรหาและคัดเลือก ประเมินผล พัฒนา ฝึกอบรม ระบบเงินเดือนค่าจ้าง และแรงงานสัมพันธ์
- 4) Firm Infrastructure โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร ได้แก่ ระบบบัญชี ระบบการเงิน การบริหารจัดการขององค์กร

1.9.4 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมทั้งภายในและภายนอก

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกอุตสาหกรรม (PEST Analysis)

PEST Analysis เป็นเครื่องมือที่ใช้สำหรับวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายนอกทาง การตลาดระดับมหภาค (Macro Environment) ด้านโอกาสหรือข้อจำกัด ประกอบด้วย

P - Political นโยบายของรัฐ การเมือง การปกครอง กฎหมายต่างๆที่มีอิทธิพลหรือ ผลกระทบต่ออุตสาหกรรมทั้งทางตรง และทางอ้อม เช่น นโยบายของรัฐบาลที่มีผลต่อกฎหมายที่ เกี่ยวกับอุตสาหกรรมเกี่ยวกับภาษี นโยบายทางด้านเศรษฐกิจ ความสนใจในเรื่องศาสนาและ วัฒนธรรม

E - Economic วิเคราะห์ผลกระทบจากสภาพเศรษฐกิจ ปัจจัยทางด้าน เศรษฐศาสตร์ ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว เช่น อัตราดอกเบี้ย ระดับเงินเฟ้อ อัตราการว่างงาน GDP และอื่นๆ

S - Sociocultural การวิเคราะห์ผลกระทบจากสังคม วัฒนธรรม สภาพความ เป็นอยู่ที่มีอิทธิพล แตกต่างกันตามแต่ละประเทศ เช่น ศาสนาหลักของประชากร ทักษะคติต่อสินค้า หรือบริการจากต่างชาติ ภาษาที่มีผลต่อสินค้าในตลาดหรือไม่ เวลาว่างของผู้บริโภค บทบาทของชาย- หญิงในสังคม ความใส่ใจสิ่งแวดล้อม

T - Technological วิเคราะห์ผลกระทบจากเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมอื่นๆ เพื่อ การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน เป็นแรงผลักดันที่สำคัญของโลกาภิวัตน์ การดำเนินการของ องค์กร การใช้ชีวิตในปัจจุบัน เช่น เทคโนโลยีที่มีมาตรการที่ดีจะช่วยผลิตสินค้าและบริการได้ถูกลง ทำให้ลูกค้าหรือองค์การมีนวัตกรรมใหม่ ช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ เทคโนโลยีที่ช่วยในการสื่อสาร

การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อม (PEST) นี้จะเป็นตัวบ่งชี้ถึงศักยภาพในการดำเนินธุรกิจใน กลุ่มประเทศเป้าหมายนั้นๆ ในวงการธุรกิจจะทำการระดมความคิดก่อนวิเคราะห์สิ่งแวดล้อม (PEST) และทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกต่อไป

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในอุตสาหกรรม (SWOT Analysis)

หลักการสำคัญของ SWOT ก็คือการวิเคราะห์โดยการสำรวจจากสภาพการณ์ 2 ด้าน คือ สภาพการณ์ภายในและสภาพการณ์ภายนอก ดังนั้นการวิเคราะห์ SWOT จึงเรียกได้ว่าเป็น การวิเคราะห์สภาพการณ์ (Situation Analysis) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน เพื่อให้รู้ตนเอง (รู้ เรา) รู้จักสภาพแวดล้อม (รู้เขา) ชัดเจน และวิเคราะห์โอกาส-อุปสรรค การวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ ทั้ง ภายนอกและภายในองค์กร ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารขององค์กรทราบถึงการเปลี่ยนแปลงต่างๆที่เกิดขึ้น ภายนอกองค์กร ทั้งสิ่งที่ได้เกิดขึ้นแล้วและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคต รวมทั้งผลกระทบของ การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ที่มีต่อองค์กรธุรกิจ และจุดแข็ง จุดอ่อน และความสามารถด้านต่างๆที่องค์กร มีอยู่ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการกำหนดวิสัยทัศน์ การกำหนดกลยุทธ์และการ ดำเนินตามกลยุทธ์ขององค์กรระดับองค์กรที่เหมาะสมต่อไป

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน :

จุดแข็ง (Strength) คือ ผลกระทบทางด้านบวกที่เกิดขึ้นจากสิ่งแวดล้อมภายในของ บริษัทหรือเป็นข้อได้เปรียบในการดำเนินธุรกิจ หรืออาจหมายถึงการดำเนินงานเป็นจุดเด่นของตนเอง ซึ่งต้องมีพิจารณาในทุกๆองค์ประกอบ เช่น การตลาด การบริหาร การเงิน การผลิต การวิจัยและ พัฒนา เป็นต้น เพื่อวิเคราะห์หาจุดแข็งเพื่อนำมากำหนดกลยุทธ์หรือแนวทางในการดำเนินงานต่างๆ

ให้ตนเองมีความโดดเด่นหรือสร้างภาพลักษณ์ที่แตกต่างไปจากคู่แข่ง ตัวอย่างของจุดแข็งได้แก่ คุณภาพผลิตภัณฑ์ของบริษัท วิสัยทัศน์ของผู้บริหาร ฐานะทางการเงินที่มั่นคง เป็นต้น

จุดอ่อน (Weakness) คือผลกระทบทางด้านลบที่เกิดขึ้นจากสิ่งแวดล้อมภายในของ บริษัทหรือข้อเสียเปรียบในการดำเนินธุรกิจ หรืออาจหมายถึงการดำเนินงานภายในบริษัทที่ไม่สามารถกระทำได้ดี และส่งผลให้บริษัทเกิดความเสียเปรียบในการดำเนินธุรกิจได้ ตัวอย่างของจุดอ่อน ได้แก่ ต้นทุนทางการผลิตที่สูงกว่าคู่แข่ง ปัญหาด้านพนักงานขาย ภาพลักษณ์ของบริษัท เป็นต้น

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก :

โอกาส (Opportunity) หมายถึง สภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานของบริษัท หรืออาจหมายถึงผลกระทบที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมภายนอกของธุรกิจที่ส่งผล ทางด้านบวกต่อการดำเนินธุรกิจ ผู้บริหารจะต้องมีการตรวจสอบสิ่งแวดล้อมภายนอกอยู่เสมอเพื่อ ปรับปรุงกลยุทธ์ต่างๆให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ รวมทั้งต้องคาดคะเนการเปลี่ยนแปลงของ สภาพแวดล้อมภายนอก เช่นภาวะเศรษฐกิจ สังคม การเมือง กฎหมาย เทคโนโลยี และการแข่งขันอยู่ เป็นระยะๆ เพื่อแสวงหาประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกเหล่านี้

อุปสรรค (Threat) หมายถึงสภาพแวดล้อมภายนอกที่คุกคามหรือมีผลต่อการดำเนินงานของบริษัท หรืออาจหมายถึงผลกระทบด้านลบของสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีต่อการ ดำเนินธุรกิจ ซึ่งผู้บริหารจำเป็นต้องระมัดระวังในสิ่งที่เป็นการจำกัดของการดำเนินธุรกิจเนื่องจากเป็น สิ่งที่ไม่ก่อให้เกิดความเสียหายได้ เราไม่สามารถเปลี่ยนแปลงหรือแก้ไขข้อจำกัดหรืออุปสรรคเพื่อไม่ให้ เกิดขึ้นได้ แต่ถ้าเรามีการวิเคราะห์และคาดการณ์ล่วงหน้าถึงอุปสรรคที่จะเกิดขึ้นได้ เราก็จะสามารถ หาทางป้องกันผลเสียที่อาจเกิดขึ้นให้น้อยลงไปได้ ตัวอย่างของอุปสรรคภายนอก ได้แก่ ภัยธรรมชาติ ต่างๆ ความแข็งแกร่งของคู่แข่งต้นทุนทางพลังงานที่สูงขึ้น การเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ย

1.9.5 การประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคม

การประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจ :

การวิเคราะห์ผลกระทบทางเศรษฐกิจจะพิจารณาภายใต้ระบบเศรษฐกิจของประเทศ เช่น การเปลี่ยนแปลงผลผลิตและการจ้างงาน ประชากรส่วนใดได้ประโยชน์หรือเกิดความสูญเสีย และการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางด้านสิ่งแวดล้อมเช่นทรัพยากรธรรมชาติ ผลกระทบต่อ เศรษฐกิจท้องถิ่น เป็นต้น (วรศิรา งามพินิจ, 2555)

องค์ประกอบของการวิเคราะห์ผลกระทบทางเศรษฐกิจ มีดังนี้

1. การศึกษาข้อมูลพื้นฐาน (Baseline Study) ซึ่งได้แก่ การรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับ โครงการ พื้นที่โครงการ ข้อมูลจากส่วนราชการ ข้อมูลจากการศึกษาวิจัย และข้อมูลอื่นๆที่เกี่ยวข้อง เพื่อวิเคราะห์และทำความเข้าใจสภาพแวดล้อมในปัจจุบันและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น

2. การกำหนดขอบเขตการศึกษา (Scoping) ซึ่งได้แก่ การระบุผลกระทบที่มีความ เป็นไปได้ (Possible Impact) รวมทั้งการใช้ทรัพยากรและการจัดลำดับความสำคัญของผลกระทบ เพื่อการศึกษาวิเคราะห์ในชั้นรายละเอียด ผลกระทบใดที่คาดว่าจะไม่สำคัญก็อาจตัดทิ้ง การกำหนด ขอบเขตการศึกษาจะเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญเพื่อให้การศึกษามีความสอดคล้องกับ ความ ต้องการที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง ดังนั้นก่อนที่จะตกลงกำหนดขอบเขตการศึกษา จึงควรมี

การรวบรวมความคิดเห็นและปรึกษาหารือกับส่วนราชการที่เกี่ยวข้องรวมทั้งตัวแทนชุมชนที่คาดว่าจะได้รับผลกระทบด้วย

3. การคาดคะเนผลกระทบ (Prediction) ได้แก่ การประมาณการขนาดของการเปลี่ยนแปลงสาเหตุที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง รวมทั้งผลกระทบสิ่งแวดล้อมที่สำคัญในอนาคตของโครงการ

4. การประเมินผลกระทบ (Evaluation) เพื่อประเมินความสำคัญของการเปลี่ยนแปลงต่างๆที่มีต่อประเทศในรูปของวัตถุประสงค์และนโยบายทางเศรษฐกิจและสังคม ในการประเมินอาจใช้วิธีการเปรียบเทียบ นั่นคือการเปรียบเทียบกฎหมายหรือมาตรฐานและเงื่อนไขที่กำหนดไว้ เช่น เป็นพื้นที่คุ้มครองสิ่งแวดล้อมและสอดคล้องกับการยอมรับของชุมชนหรือสาธารณชน นอกจากนี้ยังควรประเมินผลกระทบโดยรวมของโครงการด้วยการประยุกต์ใช้หลักเกณฑ์ต้นทุนและผลตอบแทน เพื่อนำไปสู่การตัดสินใจว่าควรสนับสนุนหรือยับยั้งโครงการ

5. การปรับปรุงแก้ไข (Mitigation) เพื่อค้นหาวิธีการหรือมาตรการในการแก้ไขป้องกันและลดผลกระทบในทางลบ และวิธีการหรือมาตรการที่จะช่วยเพิ่มพูนผลกระทบในทางบวกให้ได้ประโยชน์สูงสุด รวมทั้งการลดต้นทุนของโครงการ

6. การสื่อสารทำความเข้าใจ (Communication) เพื่อสื่อสารผลกระทบที่เป็นไปได้ของโครงการต่อหน่วยงานและประชาชนที่คาดว่าจะได้รับผลกระทบในระหว่างกระบวนการ

7. การติดตามตรวจสอบ (Monitoring) เพื่อจัดให้มีการตรวจสอบ (Auditing) และการเฝ้าระวัง (Monitoring) ผลกระทบของโครงการทั้งในระหว่างและหลังการปฏิบัติงานตามโครงการ

ในการสังเกตและวิเคราะห์ภาวะเศรษฐกิจอาจสามารถพิจารณาได้จากวัฏจักรธุรกิจ (Business Cycle) ซึ่งเป็นสิ่งที่บ่งบอกลักษณะเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง แบ่งออกได้เป็น ระยะขยายตัว (Expansion) ระยะรุ่งเรือง (Boom) ระยะถดถอย (Recession) ระยะตกต่ำ (Depression) และระยะฟื้นตัวใหม่ (Revival)

การที่ธุรกิจจะอยู่ในภาวะรุ่งเรืองหรือตกต่ำ นอกจากจะขึ้นอยู่กับปัจจัยภายในธุรกิจอันได้แก่ ประสิทธิภาพของการบริหารแล้ว ปัจจัยภายนอกซึ่งได้แก่ ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจก็มีส่วนอย่างมาก การเปลี่ยนแปลงของภาวะเศรษฐกิจหมุนเวียนไปตามวัฏจักรธุรกิจ โดยที่การเปลี่ยนแปลงของภาวะเศรษฐกิจจะมีผลต่อการประกอบกิจการของธุรกิจ และมีส่วนในการขึ้นราคาคงของธุรกิจ

ตัวชี้และเครื่องวัดที่ใช้วิเคราะห์ภาวะเศรษฐกิจและวัฏจักรธุรกิจมีหลายตัวด้วยกัน อาทิ ผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (Gross National Product: GNP) ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) ผลผลิตอุตสาหกรรม (Industrial Production) รายได้ส่วนบุคคล (Personal Income) ดัชนีราคาผู้บริโภค (Consumer Price Index) ดัชนีราคาผู้ผลิต (Producer Price Index) อัตราเงินเฟ้อ (Inflation Rate) อัตราดอกเบี้ย (Interest Rate) และอัตราการว่างงาน (Unemployment Rate) เป็นต้น (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2536)

นอกจากนั้น ยังจำเป็นต้องพิจารณาข้อมูลทางเศรษฐกิจอื่นๆอีก ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายการเงินและนโยบายการคลัง รวมทั้งนโยบายเศรษฐกิจอื่นๆของรัฐบาล ฯลฯ

Cost Benefit Analysis เป็นเทคนิคสำหรับการค้นหาต้นทุนและผลประโยชน์ทางสังคมที่คิดค่าออกมาเป็นตัวเงิน (Monetary social cost and benefit) ของโครงการลงทุนในช่วงเวลาในเวลานึงที่กำหนดให้ (จิรพร สุเมธีประสิทธิ์, 2553)

หลักการของ Cost Benefit Analysis มีหลักเกณฑ์สำคัญ คือ

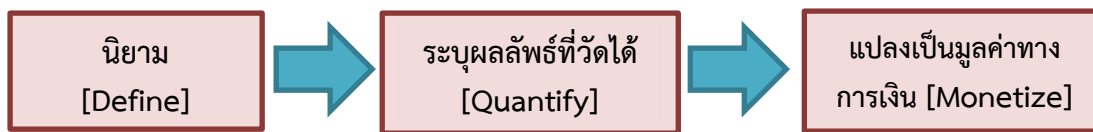
1. ใช้เป็นเครื่องมือในการประเมินโครงการในมุมมองทางเศรษฐศาสตร์หรือการประเมินในทางสังคมหรือเชิงสวัสดิการ ซึ่งเป็นเทคนิคที่ยอมรับนำไปใช้กันในโครงการทางธุรกิจและโครงการใช้จ่ายภาครัฐ
2. ใช้เป็นเครื่องมือในการนำเอาผลกระทบของโครงการต่อภายนอก (Externality) มาสู่การพิจารณาในการดำเนินโครงการ ได้แก่ ผลกระทบต่อประชาชนหรือสภาพแวดล้อมภายนอกโครงการ ควบคู่กับต้นทุนและผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นกับผู้ริเริ่มโครงการและนำทั้ง 2 ส่วนไปใช้ประกอบในการตัดสินใจเลือกดำเนินโครงการหรือไม่ ในแง่นี้ Cost Benefit Analysis คือ การประมาณการผลกระทบต่อสวัสดิการทางสังคมของการลงทุนในรูปของโครงการ
3. การนำเอาเรื่องของกรอบเวลามาพิจารณาในแง่มูลค่าทางเศรษฐกิจที่คิดลดตามระยะเวลาที่ได้รับประโยชน์ล่าช้าออกไปหรือนานมากขึ้นในอนาคต หรือคิดลดต้นทุนลงไปตามระยะเวลาในอนาคต

การประเมินผลกระทบทางสังคม :

การประเมินผลลัพธ์ทางสังคม เป็นการประเมินถึงสิ่งที่ทำไปว่าบรรลุพันธกิจมากน้อยขนาดไหนและตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายหรือไม่ ตลอดจน สร้างให้เกิดผลบวกหรือลบอะไรที่คาดไม่ถึง และควรปรับปรุงแก้ไขตรงไหนอย่างไร เพื่อสร้างให้เกิดประโยชน์มากกว่าเดิมในอนาคต รวมทั้งผลการลดผลกระทบข้างเคียงที่ไม่ได้ตั้งใจก่อ หรืออาจกล่าวได้ว่า เป็นคุณค่าทางสังคมที่เกิดจากการดำเนินงานของกิจการ

แนวคิดการวัดผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน พัฒนามาจากแนวคิดเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมและการวิเคราะห์เปรียบเทียบต้นทุนกับประโยชน์ (Cost-benefit Analysis) ทางเศรษฐศาสตร์ โดยมีหลักการประเมินทางสังคม ดังนี้ 1) การระบุผู้มีส่วนได้เสีย และดึงเข้ามามีส่วนร่วมมากที่สุด 2) เข้าใจในสิ่งที่มีการเปลี่ยนแปลง 3) ใช้ “ค่าแทนทางการเงิน” ที่ค่าผลสำคัญ 4) รวมเฉพาะปัจจัยสำคัญ 5) หลีกเลี่ยงการกล่าวอ้างเกินจริง 6) เน้นความโปร่งใสทุกขั้นตอน 7) พร้อมรับการตรวจสอบผลลัพธ์

สำหรับกรอบการประเมินและเครื่องมือในการประเมินผลลัพธ์ทางสังคม และการคำนวณผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนมี 3 อย่าง คือ 1) ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง (Impact Value Chain) 2) ห่วงโซ่ผลลัพธ์ (Theory of change) และ 3) กรณีสถาน (Base case scenario) โดย จะต้องทำการ ‘นิยาม’ เป้าหมายและพันธกิจขององค์การให้ชัด (Define) และต้องระบุถึงผลลัพธ์ที่วัดได้ (Quantify) เพื่อประเมินผลลัพธ์ทางสังคม และแปลงผลลัพธ์เหล่านั้นออกมาเป็นตัวเงิน (Monetize) เพื่อนำไปเปรียบเทียบกับต้นทุน คำนวณอัตราผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุนต่อไป



ภาพที่ 1.5 แผนภาพขั้นตอนการประเมินผลลัพธ์
ที่มา: สฤณี อาชวานันทกุล และภัทราพร แยมลลอ (2557)

สำหรับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ การประเมินผลลัพธ์ทางสังคมจะทำถึงขั้นตอนการระบุผลลัพธ์ที่วัดได้ เท่านั้น ยังไม่ทำการแปลงเป็นมูลค่าทางการเงิน โดยอ้างอิงทฤษฎีและเครื่องมือข้างต้น คือ

1) ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง (Theory of Change) หมายถึง การตอบคำถาม “กิจกรรมนี้มอบคุณค่าอะไรให้กับสังคมบ้าง” หรือ “ถ้าไม่มีกิจกรรมนี้ผลลัพธ์ทางสังคมนี้จะไม่เกิดขึ้น” อย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรมมากที่สุด โดยปกติจะสื่อสารเป็นประโยคในรูป “ถ้า...แล้ว...” และมีอะไรเปลี่ยนแปลงในทางเพิ่มหรือลด ตัวอย่างเช่น กิจกรรมเพื่อสังคมเพื่อช่วยเหลือผู้ป่วยโรคเอดส์ด้วยการผลิตยาบาลที่มีความรู้เรื่องนี้มากขึ้นและกระจายไปยังสถานพยาบาลต่างๆ ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงก็คือ ถ้าประเทศไทยมีผู้ช่วยแพทย์ที่มีความรู้เกี่ยวกับโรคเอดส์มากขึ้นแล้วผู้ป่วยโรคเอดส์จะมีชีวิตยืนยาวขึ้น มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

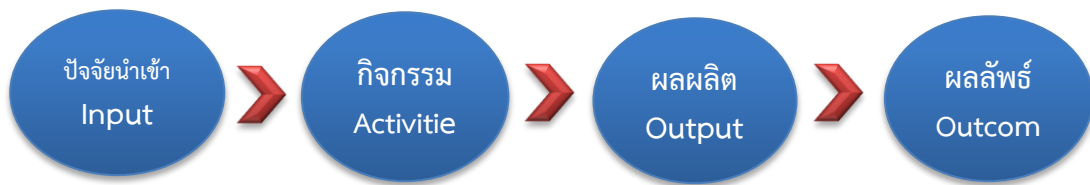
จากตัวอย่าง ส่วนแรกของประโยคทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงเป็นปัจจัยนำเข้า (Input) ที่เป็นกิจกรรมเพื่อสังคมที่พยายามจะสร้าง ส่วนหลังเป็นผลลัพธ์ (Outcome หรือ Impact) ที่ต้องการให้บรรลุจากการทำกิจกรรม ซึ่งผลลัพธ์นี้ต้องสะท้อนถึง “การเปลี่ยนแปลง” ที่คาดหวังหรือเชื่อมั่นว่าจะเกิดในกรอบเวลาที่ประเมิน เพื่อจะได้สามารถเชื่อมโยงระหว่างการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับผลของการทำกิจกรรม

2) ห่วงโซ่ผลลัพธ์ (Impact Value Chain) คือ การแจกแจงกิจกรรม (Activities) และผลผลิต (Output) ที่จะทำให้ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงที่ได้นิยามแล้วเกิดขึ้นเป็นจริง โดย

ขั้นตอนแรก จะต้องระบุกิจกรรมที่จะทำหรือทำไปแล้ว ซึ่งแปลงปัจจัยนำเข้า (Input) ในส่วนแรกของทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงให้เป็นผลลัพธ์ (Outcome หรือ Impact) ในส่วนหลัง

ขั้นที่ 2 ต้องระบุผลผลิต (Output) ที่เป็นรูปธรรม วัดได้ และสะท้อนได้ว่าผลลัพธ์ทางสังคมนั้นเกิดขึ้นจริง ผลผลิตที่เป็นรูปธรรมนี้ (จับต้องได้วัดได้) สามารถใช้เป็นตัวชี้วัด (Indicators) ว่าเราสร้างผลลัพธ์ทางสังคมที่ตรงกับเป้าหมายและพันธกิจได้มากน้อยแค่ไหน หรืออีกนัยหนึ่ง การระบุและวัดผลผลิตเหล่านี้ก็คือการประเมินผลลัพธ์ทางสังคม หรือ Social Impact Assessment นั่นเอง

ตัวอย่างห่วงโซ่ผลลัพธ์ของกิจกรรมเพื่อสังคมที่มุ่งปรับปรุง คุณภาพชีวิตของผู้ป่วยโรคเอดส์ ด้วยการสร้างบุคลากรที่มีความรู้เรื่องโรคเอดส์จากปัจจัยนำเข้า (Input) ไปสู่กิจกรรม (Activities) และผลลัพธ์ที่ต้องการ (Outcome) แสดงตามแผนภาพ ดังนี้



ภาพที่ 1.6 แผนภาพตัวอย่างห่วงโซ่ผลลัพธ์
ที่มา: คณะผู้จัดทำ

ปัจจัยนำเข้า (Input) หมายถึง ทรัพยากรที่ใช้ในการดำเนินงาน เช่น เงินทุนสนับสนุน เวลาของอาสาสมัคร อุปกรณ์สำนักงาน สถานที่ ฯลฯ

กิจกรรม (Activities) หมายถึง สิ่งที่ทำเพื่อสร้างผลลัพธ์ที่เป็นที่ต้องการ เช่น การจัดอบรมทุกสัปดาห์ ฝึกสอนบุคคลเกี่ยวกับโรคเอดส์ บริการกำจัดขยะ ฯลฯ

ผลผลิต (Output) หมายถึง ผลที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมหรือโครงการที่เป็นรูปธรรมและวัดได้ (เป็นตัวเลขนับไม่ต้องเป็นตัวเงิน) เช่น จำนวนคนที่ผ่านการอบรม จำนวนผู้ป่วยที่อายุยืนยาวกว่าเดิม

ผลลัพธ์ (Outcome หรือ Impact) หมายถึง ผลลัพธ์ทางสังคมที่เกิดจากการทำกิจกรรม อาจเป็นผลลัพธ์ทางตรง หรือผลลัพธ์ทางอ้อมที่เกิดจากผลลัพธ์ทางตรงอีกครั้งหนึ่งก็ได้ ผลลัพธ์ทุกอย่างที่น่าเสนอควรสอดคล้องกับเป้าหมายหลักและพันธกิจและตรงต่อความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียด้วย

3) กรณีฐาน (Base Case Scenario) หมายถึง การประเมินที่ให้ใกล้เคียงกับความเป็นจริงให้มากที่สุด กรณีฐานของการประเมินผลลัพธ์ทางสังคมควรมีองค์ประกอบ เช่น

ก) ถ้าต้องใช้สมมติฐาน ก็ใช้เฉพาะกรณีที่มีแหล่งอ้างอิงและใกล้เคียงกับกิจกรรมมากที่สุด

ข) ยอมรับว่ากิจกรรมอื่นๆอาจมีส่วนสร้างผลกระทบที่คล้ายคลึงกันได้ (Attribution)

ค) ยอมรับว่าผลกระทบบางส่วนอาจเกิดขึ้นได้เองถ้าไม่มีการทำกิจกรรม (Deadweight)

ง) ยอมรับว่าผลกระทบบางส่วนอาจไม่ใช่ส่วนเพิ่ม แต่เป็นการทดแทนผลกระทบอื่น (ผลลัพธ์ทดแทน = Displacement)

จ) การประมาณการผลลัพธ์ทางสังคมในอนาคตที่นานกว่า 1 ปี ควรทำประมาณการอัตราลดลง (Dropoff) ของผลลัพธ์ทางสังคมด้วย

องค์ประกอบของการวิเคราะห์ผลกระทบทางสังคม มีดังนี้

ผลในทางบวก มีหลายประการ มองจากแง่ของการพัฒนา บุคคลอาจจะมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น อุดมสมบูรณ์ด้วยปัจจัย 4 สำหรับชีวิต ไม่ว่าจะเป็นเครื่องอุปโภคใช้สอย เครื่องบริโภค อันได้แก่ อาหารการกิน บ้านเรือน ที่อยู่อาศัย รวมทั้งการได้รับการบริการทางด้านสาธารณสุขต่างๆ อย่างเพียงพอ ในแง่อื่น บุคคลอาจได้รับการศึกษาที่ดีขึ้น มีความรู้ อีกนัยหนึ่งบุคคลที่อยู่ในชนชั้นที่

ค่อนข้างต่ำ ขยับขึ้นไปอยู่ในระดับช่วงชั้นที่สูงและดีขึ้น มีความมั่นคงทางเศรษฐกิจ และได้รับการยอมรับนับถือ รวมทั้งมีชื่อเสียงในทางการเมืองด้วย

ผลในทางลบ กล่าวในแง่ของการเปลี่ยนแปลงไม่ว่าจะเกิดขึ้น ณ ที่ใด ย่อมหมายถึงว่า ต้องมีการปรับตัว เริ่มตั้งแต่การปรับเปลี่ยนความรู้สึกนึกคิด ทศนคติ ค่านิยม รวมถึงการต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ซึ่งการเปลี่ยนแปลงนี้เกิดขึ้นค่อนข้างรวดเร็ว และมีจำนวนหลากหลาย บางคนก็อาจรู้ทันตามทันการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น และสามารถปรับตัว ปรับความคิด รวมทั้งค่านิยม และพฤติกรรมของตนให้รับการเปลี่ยนแปลงนั้นๆได้ แต่บางคนอาจปรับไม่ทัน รวมทั้งไม่ยอมรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น จนกลายเป็นการต่อต้านการเปลี่ยนแปลงนั้น

1.9.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Dwyer และ Mistilis (1999) กล่าวว่าอุตสาหกรรม MICE ในออสเตรเลียเป็นตลาดหนึ่งที่มีอัตราการเติบโตอย่างรวดเร็ว ในขณะที่มีความต้องการ (Demand Side) ทางการตลาดใน “รูปแบบของ MICE” ฝ่ายด้านการตอบสนอง (Supply Side) มีหลายอย่างที่ต้องพิจารณา การศึกษาวิจัยให้เห็นถึงสิ่งท้าทาย 5 ประการเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อประเทศ คือ 1) การประสานร่วมมือกันของผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมนี้ 2) การได้รับสนับสนุนมากขึ้นจากรัฐบาล 3) การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งฝ่ายรัฐและเอกชน 4) การปรับปรุงมาตรฐานบริการ และ 5) การฝึกอบรม และการทำให้จำนวนนักเดินทางกลุ่ม MICE สูงยิ่งขึ้นด้วยการทำตลาดที่มีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตามการจะทำให้อุตสาหกรรมนี้ประสบความสำเร็จนั้นมีความซับซ้อนและความต้องการที่หลากหลายและมีความเฉพาะพิเศษ การพัฒนาอุตสาหกรรมนี้รวมถึงการจัดกิจกรรมที่ประสานร่วมมือกันในกลุ่มผู้เกี่ยวข้องที่มีส่วนได้เสีย การจัดการข้อมูลที่มีไม่เพียงพอในการวางแผนทั้งระดับชาติและภูมิภาค การแข่งขันระหว่างประเทศที่รุนแรง ตลอดจนการเตรียมการอย่างเหมาะสมในเรื่อง โครงสร้างพื้นฐานสิ่งอำนวยความสะดวก ที่พัก มาตรฐานการอบรมและการให้บริการด้วย

Bauer, T.G.; Lambert, J. และ Hutchison, J (2001) กล่าวว่า บทบาทของรัฐบาลมีผลกระทบต่อการเติบโตของอุตสาหกรรม MICE โดยตรง หากรัฐบาลมีการจัดการโดยภาพรวมทางเศรษฐกิจให้ผลดี อุตสาหกรรม MICE ก็จะไปดีตามไปด้วย และหลายด้านที่รัฐบาลมีบทบาทหลัก เช่น สิ่งอำนวยความสะดวกด้านการคมนาคมขนส่ง ถนน สนามบิน ท่าเรือ รวมไปถึงกฎระเบียบ; ศูนย์การจัดประชุม (Convention center) ทั้งการอนุมัติและบ่อยครั้งที่เป็นการสนับสนุนด้านเงินทุน; การวิจัยและตัวเลขทางสถิติต่างๆ; การให้ความสนับสนุนช่วยเหลือด้านการตลาดและการส่งเสริมการขาย (รวมทั้งเงินสนับสนุน); การให้รางวัลและการให้เงินช่วยเหลือ เช่น การให้การสนับสนุนทางการเงินให้กับผู้เข้าร่วมประชุมนานาชาติ; การให้การศึกษาและการฝึกอบรม (colleges, subsidies, industry project); พิธีการทางศุลกากรและการเข้าเมือง (visas, both business and tourist); กฎระเบียบต่างๆเกี่ยวกับตลาดแรงงาน; กฎระเบียบเกี่ยวกับใบอนุญาตทำธุรกิจ อาหารและความปลอดภัยในการทำงาน; ภาษี; และ กฎระเบียบเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม ซึ่งการที่อุตสาหกรรม MICE จะประสบความสำเร็จนั้น Bauer, T.G. et., al. (2001) กล่าวว่า ขึ้นอยู่กับการบริหารจัดการในเรื่องต่างๆ ที่ได้กล่าวมาข้างต้น รวมทั้งขึ้นอยู่กับอุตสาหกรรมเองที่จะชักจูงและโน้มน้าว

นำโดยรัฐบาลด้วย อย่างไรก็ตามได้มีการศึกษาในออสเตรเลีย ว่าอุตสาหกรรมนี้ไม่สามารถพึ่งสมาคมเพื่อให้มีอิทธิพลต่อรัฐบาลได้แต่เพียงอย่างเดียว บริษัทต่างๆตลอดจนผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมนี้ เป็นผู้มีส่วนสำคัญ โดยสิ่งที่สามารถทำได้ เช่น การทำงานร่วมกันกับสมาคมต่างๆ อย่างประสานสอดคล้อง เพื่อให้ได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างสม่ำเสมอ มีการติดต่อกับเจ้าหน้าที่และนักการเมืองทุกระดับอย่างสม่ำเสมอ มีการรวบรวมเอกสาร ข้อมูล เครื่องมือต่างๆงานวิจัยในเรื่องเกี่ยวกับ MICE พัฒนาความสัมพันธ์ที่เข้มแข็งกับสื่อ พัฒนาความเข้าใจให้ดีขึ้นกับนักการเมืองว่ามีความคิด/ข้อคิดเห็นอย่างไรต่ออุตสาหกรรมเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่ออุตสาหกรรม ซึ่ง Bauer, T.G. et., al. (2001) ยังได้ให้ข้อเสนอแนะด้วยว่า จำเป็นต้องดูแลการเมืองที่มีอิทธิพลต่ออุตสาหกรรม MICE อุตสาหกรรมเองไม่สามารถปล่อยหรือคาดหวังให้รัฐบาลมาสนใจเพราะว่าตัวอุตสาหกรรมมีความน่าสนใจ (ทำเงินเข้าประเทศ) และจะสามารถดำเนินไปได้ด้วยตัวเอง อุตสาหกรรม MICE เป็นอุตสาหกรรมที่ต้องทำงานหนักทั้งยังต้องเชี่ยวชาญชำนาญและเป็นในเรื่องการเมือง เหมือนกับบางอุตสาหกรรมที่ต้อง Lobby ในสิ่งที่ต้องการจากรัฐบาลด้วย

R Davidson, P Alford, T Seaton (2002) กล่าวว่า อุตสาหกรรม MICE จำเป็นต้องอาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) ในการเพิ่มประสิทธิภาพของอุตสาหกรรม และได้ทำการศึกษาถึงภาพรวมของการใช้งาน การนำสินค้าและบริการของ ICT ไปใช้ในอุตสาหกรรม ตลอดจนข้อจำกัดในการเติบโตของอุตสาหกรรม MICE และความเป็นไปได้ที่จะนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาใช้ ในศตวรรษที่ 21 ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารกำลังค่อยๆพัฒนาอย่างต่อเนื่องและส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรม MICE โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของศักยภาพเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่จะสามารถทำให้การเข้าร่วมประชุมทางธุรกิจของบุคคลลดความจำเป็นลงไป ลดต้นทุนในเรื่องของเวลาและเงินในการเข้าร่วมประชุม ตลอดจนการลดความเสี่ยงของการเดินทางด้วย และความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารได้ช่วยทำให้ ผู้ที่เกี่ยวข้องคนได้รับประโยชน์จากการเข้าร่วมการประชุมโดยไม่ต้องเดินทางอีกด้วย สำหรับ ICT Application เช่น การใช้อีเมลสำหรับการประชุมต่างๆ กล่าวคือ ผู้วางแผนการจัดงานสามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายของการเข้าร่วมงานโดยใช้อีเมลโดยตรงของพวกเขา และพวกเขาจะจัดการจัดประชุมบนเว็บไซต์สำหรับกลุ่มใหญ่ได้ในแต่ละการประชุม อย่างไรก็ตามระดับของการใช้อินเทอร์เน็ตสำหรับการประชุมก็ยังคงมีความแตกต่างระหว่างบริษัทกับสมาคม กลุ่มบริษัทนั้นผู้เข้าร่วมงานประชุมมักจะเป็นจุดสนใจในการเรียกร้องให้เข้าร่วมประชุมในงานนั้นๆ แต่ในกลุ่มของสมาคมสมาชิกมีสิทธิ์ที่จะเลือกเข้าร่วมประชุมหรือไม่ก็ได้ การจัดการประชุมผ่านอินเทอร์เน็ตจำเป็นต้องมีการลงทะเบียนบนเว็บไซต์ ซึ่งผู้จัดจะมีการจัดเตรียมสิ่งเหล่านี้ให้ และสื่อสารผ่านทางอีเมลของผู้เข้าร่วมประชุม นอกจากนี้ แอปพลิเคชันสำหรับการจัดการประชุมได้มีการพัฒนาในส่วนของการค้นหาข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวข้องให้รวมอยู่ในที่เดียวกัน และสามารถดำเนินการขอข้อมูลสถานที่จัดการประชุมต่างๆได้ทั่วโลก พร้อมทั้งสามารถเช็คตารางเวลาและราคาที่สามารถจองได้ แนวโน้มที่เห็นได้ชัดที่สุดคือ

ระยะเวลาในการเตรียมการประชุมจากที่เคยต้องทำล่วงหน้า 3 เดือน และด้วยเทคโนโลยีใหม่นี้สามารถทำให้เหลือเพียงวันเดียวได้ Video conferencing ก็ให้ข้อดีคล้ายๆกัน แต่ก็ยังไม่ได้รับการยอมรับเป็นวงกว้างเนื่องจากมีปัญหาเรื่องของต้นทุนและข้อจำกัดทางเทคโนโลยี แต่ก็มีการพัฒนาเรื่อยๆ จนกระทั่งตอนนี้ไม่ได้จำกัดการใช้งานอยู่ในองค์กรระดับสูงเท่านั้น การขยายตัวนี้ทำให้โรงแรมหรือสถานที่จัดประชุมใหญ่ๆ เริ่มมีการติดตั้งเครือข่ายดาวเทียมเพื่อรองรับการประชุมลักษณะนี้อีกด้วย นอกจากนี้ ในการจัดงานนิทรรศการยังได้มีการนำสื่อออนไลน์ในการทำโฆษณาใช้ โดยผู้วางแผนการจัดงานสามารถสร้างเว็บไซต์ของงานและทำการโฆษณาได้ล่วงหน้าได้เป็นเวลานานหลายเดือน เพื่อเพิ่มช่วงเวลาในการค้นหาผู้เข้าร่วมงาน การขายพื้นที่ตั้งบูธ การขายโฆษณาบนเว็บไซต์ และการหาผู้สนับสนุนกิจกรรม (Sponsor) สำหรับงานนิทรรศการและการประชุม คือเทคโนโลยีนี้ช่วยอำนวยความสะดวกในการลงทะเบียนออนไลน์ ซึ่งมีข้อดีคือ การอำนวยความสะดวกให้กับผู้เข้าร่วมงานมากขึ้น ได้รับข้อมูลอัพเดทกิจกรรมตลอดเวลา ทำให้งานมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น และแอปพลิเคชันที่จะถูกนำมาใช้สำหรับงานนิทรรศการก็คือสร้างการขายสินค้าของผู้จัดงานผ่านสื่อออนไลน์ได้ทันที ซึ่งการขายผ่านระบบออนไลน์นี้มีข้อดีมากสำหรับผู้จัดแสดง เนื่องจากไม่ต้องมีต้นทุนในเรื่องของค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ในงานจัดแสดง เปิดกว้างต่อผู้เข้าชมในระดับนานาชาติ เปิดตลอดเวลา ไม่ใช่เพียงระยะเวลาใดเวลาหนึ่งเหมือนงานนิทรรศการที่มีเพียงไม่กี่วันต่อปี สำหรับ Incentive Travel ความก้าวหน้าในเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเข้ามามีส่วนในการใช้อินเตอร์เน็ตจองที่พักหรือการเดินทางทั้งยังเป็นเครื่องมือที่ช่วยในการค้นหาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ การให้ข้อมูลกับผู้ที่ต้องการเข้าร่วมกิจกรรมผ่านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารนั้นยังช่วยลดต้นทุนและสามารถเลือกให้ข้อมูลเป็นกลุ่มที่เฉพาะเจาะจงได้ จากการศึกษาแล้วยังพบอีกว่า แนวทางในอนาคตของการพัฒนาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในอุตสาหกรรม MICE นั้นจะมีแนวโน้มการใช้ ICT ที่เติบโตขึ้น และเป็นการสร้างการสื่อสารระหว่างผู้จัดกับผู้ที่จะเข้าร่วมงาน และการสร้างโอกาสความก้าวหน้านี้คือเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารจะสามารถนำมาใช้เป็นตัวกลางในการทำตลาดและเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับงานในอุตสาหกรรม MICE ให้กว้างขวางและมีประสิทธิภาพมากขึ้น ในแง่ของการลงทะเบียนออนไลน์ก็จะสามารถช่วยให้ผู้เข้าร่วมงานได้รับข้อมูล และให้คำแนะนำกับผู้จัดได้โดยตรง อย่างไรก็ตามการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเข้ามาทดแทนการเข้าร่วมกิจกรรม MICE จริงๆ นั้น พบว่า ยังมีอยู่น้อยมาก ส่วนใหญ่จะถูกใช้เพื่อเป็นทางเลือกเท่านั้น หรือมักจะถูกใช้ในการประชุมเล็กๆมีที่ผู้เข้าร่วมเพียงไม่กี่คน ปัจจัยหลักที่จะส่งผลต่อการใช้สินค้าของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในอนาคตคือ การรับรู้เกี่ยวกับความเสี่ยงในการเดินทาง ซึ่งคุณลักษณะของมนุษย์ประการหนึ่งนั้น คือชอบที่จะพูดคุยกัน หรือทำกิจกรรมร่วมกันแบบพบปะต่อหน้ากันมากกว่าการนั่งอยู่คนละที่และคุยกันผ่านแป้นพิมพ์และหน้าจอ

Tinnish and Mangal M. (2012) ได้ศึกษาถึงกรอบการทำตลาด MICE อย่างยั่งยืน โดยกลยุทธ์การทำตลาดอย่างยั่งยืน เช่น ทำให้เกิดความสอดคล้องในเรื่องคุณค่าที่เกิดจากความยั่งยืน การปลูกฝังความยั่งยืนลงในกระบวนการวางแผน และการปลูกฝังความยั่งยืนในผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นตัว ผลักการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ซึ่งผู้ที่วางแผนสามารถใช้โอกาสที่กระแสวิกฤตให้ความสำคัญกับ แนวโน้มแนวคิดของความยั่งยืนนี้ไปสร้างให้เกิดคุณค่าในอุตสาหกรรมได้อีกด้วย

Hsieh, P. (2013) กล่าวว่า การกำหนดหลักสูตรในการพัฒนาอุตสาหกรรม MICE เป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจาก MICE เป็นอุตสาหกรรมที่เติบโตอย่างรวดเร็วทั่วโลก เพราะมีผลประโยชน์ทาง เศรษฐกิจต่อประเทศที่เป็นเจ้าภาพในการจัดงาน เนื่องจากนักเดินทางกลุ่มนี้จะอยู่ในประเทศเจ้าภาพ นานกว่าการท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ ทั้งยังสร้างประโยชน์ให้กับธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ทำให้เกิดความ ต้องการแรงงานมีอาชีพสำหรับอุตสาหกรรมนี้ ดังนั้น จึงต้องมีการศึกษาเกี่ยวกับอุตสาหกรรม MICE และเสนอทางออกสำหรับอุตสาหกรรมนี้ต่อไป การออกแบบหลักสูตรเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรม MICE เพื่อแก้ไขปัญหาของภาวะขาดแคลนแรงงาน จึงควรเป็นหลักสูตรต่อเนื่อง เพื่อสอนและฝึกอบรม แรงงานให้มีความพร้อมสำหรับตลาด มีการพัฒนาหลักสูตรปริญญาตรีสำหรับโปรแกรมนี้ในประเทศ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา จีน เป็นต้น การพัฒนาหลักสูตรโดยมีพื้นฐานมาจากความต้องการใน อุตสาหกรรม จึงเป็นการยากที่จะระบุหัวข้อในหลักสูตรทั้งในเชิงคุณภาพและปริมาณ อย่างไรก็ตาม งานวิจัยของ Hsieh, P. (2013) นี้ทำศึกษาในแนวทางนั้น เพื่อที่จะพัฒนาความรู้ของนักศึกษา เพื่อ เตรียมความพร้อมให้ตรงกับตำแหน่งที่พวกเขาจะได้รับหลังจากจบการศึกษา โดยมีการกำหนด 5 ทักษะหลัก สำหรับอุตสาหกรรมการจัดนิทรรศการ ดังนี้ 1) ทักษะการวางแผน 2) ความเป็นมืออาชีพ 3) จริยธรรมการทำงาน 4) คุณสมบัติเฉพาะส่วนบุคคล และ 5) การจัดการตนเอง ผลจากการศึกษา พบว่า การจะให้ผู้ที่มีความสามารถเข้ามาในตลาด MICE ได้นั้น ต้องให้ความรู้ในเรื่องของลักษณะ และการวิเคราะห์ธุรกิจในกลุ่ม MICE ความเข้าใจการทำงานของกลุ่มอุตสาหกรรมจะเป็นสิ่งแรกที่ ช่วยจัดการและวางแผนงานได้ วางแผนกลยุทธ์และการจัดการโครงการและปฏิบัติการมีความสำคัญ ในลำดับต่อมา รวมทั้งกลุ่มวิชาที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร

Fenich (2014) กล่าวว่า อุตสาหกรรม MICE ได้ก้าวเข้าสู่ “ยุคใหม่” ด้วยการมี Meeting and Business Event Competency Standard (MBECS) โดยมาตรฐานนี้กล่าวถึงทักษะ (Skills) ความรู้ (Knowledge) และความสามารถ (Abilities) ที่จำเป็นต้องมีเพื่อให้เป็นมืออาชีพที่ ประสบความสำเร็จ ซึ่งนับเป็นครั้งแรกที่ธุรกิจการจัดประชุมและการจัดแสดง (Meeting and Event) มีมาตรฐานร่วมที่ผู้อยู่ในธุรกิจถือปฏิบัติในแนวเดียวกัน ผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมสามารถใช้มาตรฐาน MBECS ในการสร้างทางเดินอาชีพ (Create career pathways) การประเมินทักษะส่วนบุคคลที่ต้อง มี การพัฒนา Job Specification and Job Description

Vivian Tang, H. (2014) ได้ศึกษาถึง ความสามารถหลักและตัวชี้วัดความสามารถ ทางด้านความเชี่ยวชาญการใช้ภาษาอังกฤษในอุตสาหกรรม MICE เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ใน ระดับอุดมศึกษาประเทศไต้หวัน พบว่า ความสามารถหลัก 3 อันดับ อันดับ 1 ได้แก่ “ความเป็นมือ อาชีพในอุตสาหกรรม MICE” อันดับ 2 คือ “ความสามารถในการสื่อสาร” อันดับ 3 คือ “ความสามารถทางด้านวัฒนธรรม” โดยมี “ทักษะการทำงานอุตสาหกรรม MICE” และ “ความรู้ที่ เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว” เป็นตัวชี้วัดซึ่งอยู่ภายใต้ความสามารถหลักทางด้าน “ความเป็นมืออาชีพ ในอุตสาหกรรม MICE” ส่วนทางด้าน “ทักษะการติดต่อสื่อสารด้านวัฒนธรรม” เป็นตัวชี้วัด ความสามารถหลักที่อยู่ภายใต้ “ความสามารถด้านวัฒนธรรม” ส่วน “ความสามารถด้านการ สนทนา” และ “ความสามารถด้านภาษาสังคมวิทยา” เป็นตัวชี้วัดภายใต้ “ความสามารถทางด้านการ สื่อสาร” โดย Vivian Tang, H. (2014) สรุปว่า สิ่งที่สำคัญที่สุดคือ “ความเป็นมืออาชีพของ อุตสาหกรรม MICE” และนอกเหนือจากนั้น เรื่องของ “ความสามารถด้านการสนทนา” “ด้าน ภาษาศาสตร์และสังคมวิทยา” รวมทั้ง “ทักษะด้านอุตสาหกรรม MICE” “ความรู้ด้านการท่องเที่ยว” และ “ทักษะการติดต่อสื่อสารทางวัฒนธรรม” อีกด้วย เพื่อที่จะได้เตรียมความพร้อมในการบริการ อย่างเพียงพอให้กับผู้เข้าร่วมงานทั่วโลก

บทที่ 2

ข้อค้นพบจากการวิจัย

ในบทนี้นำเสนอข้อค้นพบจากการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ ข้อ1) เพื่อศึกษาผลกระทบของธุรกิจ M/I/C/E ที่มีต่อประเทศโดยรวม ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคมและ สภาพแวดล้อม

- 1.1 สภาพแวดล้อมภายนอก (PEST) โดยภาพรวมของอุตสาหกรรม MICE
- 1.2 สภาพแวดล้อมภายใน (SWOT Analysis)

วัตถุประสงค์ ข้อ2) เพื่อวิเคราะห์ความเชื่อมโยงใน Value Chain ของ อุตสาหกรรม MICE ในแต่ละธุรกิจ

- 2.1 ธุรกิจผู้จัดงาน
- 2.2 สถานที่จัดงาน
- 2.3 ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง
- 2.4 หน่วยงานสนับสนุน

วัตถุประสงค์ข้อ 3) เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพของอุตสาหกรรม MICE

- 3.1 ปัจจัยการผลิต
- 3.2 Supply ในประเทศ
- 3.3 อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง
- 3.4 กลยุทธ์โครงสร้างและสภาพการแข่งขันของผู้ผลิต
- 3.5 รัฐบาล
- 3.6 เหตุสุตวิสัยหรือโอกาส

วัตถุประสงค์ข้อ 4) เพื่อจัดลำดับความสำคัญและเสนอนโยบายของธุรกิจ M/I/C/E ให้กับประเทศ

ข้อค้นพบของการวิจัย

วัตถุประสงค์ ข้อ1)

เพื่อศึกษาผลกระทบของธุรกิจ M/I/C/E ที่มีต่อประเทศโดยรวม ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคมและ สภาพแวดล้อม

จากการศึกษาสภาพแวดล้อมภายนอกของโครงการย่อย M/I/C/E สรุปประเด็นต่างๆ ได้ดังนี้

ตารางที่ 2.1 สรุปผลสภาพแวดล้อมภายนอก (PEST) ของธุรกิจ M/I/C/E

	Meeting	Incentive	Convention	Exhibition
Politic (P)		● มีความอ่อนไหวกับสถานการณ์ทางทางการเมือง เช่น นักเดินทางชาวญี่ปุ่น ● กฎระเบียบไม่เอื้ออำนวยต่อการจัดงาน ● รัฐให้ความสำคัญกำหนดนโยบาย และมีหน่วยงานที่ดูแลเฉพาะ เช่น สสปน. ● รัฐมีแผนผลักดันนโยบายที่ช่วยสนับสนุนอุตสาหกรรม MICE ให้กับประเทศ (Refer : Page 4-4,4-5)	● รัฐมีนโยบายสนับสนุนอุตสาหกรรม MICE อย่างชัดเจน นโยบายการส่งเสริมนักเดินทางคุณภาพ รวมทั้งมีนโยบายอื่นมารองรับ เช่น มาตรฐานความปลอดภัย เพิ่มมาตรฐานอุตสาหกรรมบริการที่เกี่ยวข้องกับ MICE ● นโยบายการทำงานเชิงรุกของหน่วยงานที่รับผิดชอบอุตสาหกรรมนี้ เช่น สสปน (Refer : Page 143-144; 206)	● ปัญหาด้านมาตรการภาษี กฎหมาย ระเบียบการจัดเก็บภาษีสำหรับสินค้านำเข้าเพื่อมาแสดงในงาน ● ความไม่มีเสถียรภาพทางการเมืองส่งผลกระทบต่อกระตุ้นใจเข้าร่วมงาน (Refer : Page 34)

	Meeting	Incentive	Convention	Exhibition
Economic (E)	● การก่อให้เกิดโอกาสในการต่อยอดธุรกิจที่ใช้ประเทศไทยเป็นฐานทางการตลาด ● เป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น (Refer : Page 54-55)	● ผู้จัดงานมองว่าเป็นธุรกิจที่สามารถทำรายได้ได้ง่ายเนื่องจากมีฐานลูกค้ามาจากประเทศที่ประกอบธุรกิจในไทย ● มีการจ้างงานเพิ่มขึ้น ● มีการเพิ่มขึ้นของรายได้ทางธุรกิจและ GDP ● เกิดการกระจายรายได้ (Refer : Page 4-4,4-15)	● สร้างรายได้ให้แก่ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในสายธุรกิจนี้ ● สร้างโอกาสเชิงธุรกิจ เกิดความร่วมมือทั้งภาครัฐและเอกชน ● ลดค่าใช้จ่ายจากการเดินทางไปร่วมงานในต่างประเทศ ● เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการ ● สร้างรูปแบบการท่องเที่ยวใหม่รวมถึงกระตุ้นให้เกิดการเพิ่มมาตรฐานการบริการการจัดประชุมนานาชาติ ● เกิดปัญหาค่าครองชีพสูงขึ้น ● เกิดค่าใช้จ่ายในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก ● เกิดการแก่งแย่งผลประโยชน์ในชุมชน ● เกิดการเคลื่อนย้ายแรงงาน ● เกิดการแข่งขันที่สูงขึ้น (Refer : Page 74-75)	● เศรษฐกิจของไทยอ่อนแอ ส่งผลให้คนลดการบริโภค และทำให้คนชะลอการตัดสินใจเข้าร่วมงานแสดงสินค้า ● การเข้าร่วม AEC สร้างโอกาสขยายตัวของธุรกิจจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการระดับนานาชาติจากการใช้ทรัพยากรกฎระเบียบ อัตราภาษี ร่วมกันระหว่างชาติ เกิดความร่วมมือทางธุรกิจ (Refer : Page 33) ● นำไปสู่การขยายตัวของอุตสาหกรรมหลักและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง (Refer : Page 97)

	Meeting	Incentive	Convention	Exhibition
Social (S)	● เป็นเครื่องมือสร้างภาพลักษณ์ทางบวกและเผยแพร่ชื่อเสียงของประเทศ ● เกิดการถ่ายโอนความรู้ ● เพิ่มอัตราการมีงานทำ เกิดการเติบโตของสังคมเมือง ● เกิดปัญหาความแออัดของเมืองทั้งด้านจราจรและที่อยู่อาศัย ● เกิดปัญหาการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม (Refer : Page 56-58)	● การสนับสนุนท้องถิ่นจัดกิจกรรม ● สภาพสังคมไทยที่มีความเป็นมิตรและเอื้อต่อการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ● ลดปัญหาอุบัติเหตุทางจราจร ● เกิดความหลากหลายทางกิจกรรมวัฒนธรรม และ ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ● เกิดการอนุรักษ์โบราณสถาน สิ่งปลูกสร้าง (Refer : Page 4-4,4-15)	● เกิดการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ในสาขาวิชาชีพต่างๆ ● เสริมสร้างภาพลักษณ์ สร้างชื่อเสียง และประชาสัมพันธ์ประเทศ ● พัฒนาศักยภาพของบุคลากรในธุรกิจการจัดประชุม ● สร้างเครือข่ายความร่วมมือ ● ได้รับโอกาสการประมุขสิทธิในครั้งต่อไป ● เกิดการรักษาสภาพแวดล้อมและทัศนียภาพ ● ประชาชนได้รับประโยชน์จากการลงทุนของภาครัฐจากการจัดประชุมนานาชาติ ● พันฟูสืบทอดวัฒนธรรมและประเพณีอันดีงาม ● มีผลกระทบต่อสังคมในเชิงลบ เช่น บางครั้งไปสร้างความรบกวนให้แก่ชุมชน หรือ	● แนวโน้มการเกิดของประชากรลดลง ประชากรผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น จำนวนแรงงานลดลง เกิดการแย่งงานเพิ่มสูงขึ้น อุตสาหกรรม MICE เกิดปัญหาบุคลากรขาดทักษะทางวิชาชีพและภาษา ● ระบบการศึกษาทั้งระดับอาชีวะและอุดมศึกษาให้ความสำคัญกับการเรียนการสอนอุตสาหกรรม MICE (Refer : Page 36) ● การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของผู้ที่อยู่ในธุรกิจ ตลอดจนการสร้างเครือข่ายความร่วมมือจากผู้เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศ (Refer : Page 98)

	Meeting	Incentive	Convention	Exhibition
			เปลี่ยนวิถีชีวิตและค่านิยม วัฒนธรรมของสังคม รวมทั้ง อาจจะเกิดการทำลายศิลปวัตถุ ของชุมชน (Refer : Page 75-76)	
Technology (T)	● เกิดการถ่ายโอนเทคโนโลยี (Refer : Page 56)	● เกิด Technology transfer และ Connection Development สู่การพัฒนา อุตสาหกรรมนี้ (Refer : Page 4-4)		● เป็นอุปสรรคต่อการขยายตัวของ ธุรกิจเนื่องจากผู้เข้าชมงานไม่ จำเป็นต้องเดินทางมาที่สถานที่ จัดงานจริงเพราะสามารถเข้าถึง ข้อมูลสินค้าผ่านเทคโนโลยี สารสนเทศได้ (Refer : Page 37)
Environment (En)	● เครื่องมือพัฒนาเศรษฐกิจเชิง สร้างสรรค์ จากกระแสการให้ ความสำคัญสิ่งแวดล้อม ● การตื่นตัวของภาคส่วนต่างๆ ต่อสิ่งแวดล้อม ● การทำลายสิ่งแวดล้อมเพื่อให้เกิด สิ่งอำนวยความสะดวก ● ปัญหาขยะมูลฝอย ● ปัญหามลภาวะ	● การเห็นความสำคัญของ สภาพแวดล้อมและการพยายาม จัดกิจกรรมที่คำนึงถึง สภาพแวดล้อมมากขึ้น อย่างไรก็ตาม การมีคนเข้ามามากขึ้นส่งผล ถึง ● เพิ่มความหนาแน่น ความแออัด ของขยะ	● ก่อให้เกิดการสร้างมาตรฐาน ยกระดับด้านสิ่งแวดล้อมสู่ มาตรฐานสากล ● สร้างการตระหนักรู้ถึงคุณค่า ฟื้นฟูสิ่งแวดล้อม และสร้างการ มีส่วนร่วมต่อการอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อม ตลอดจนค้นคว้า หาแนวทางศึกษาวิจัยในการ อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	● วิกฤตการระบาดของโรคร้าย อาจ ส่งผลกระทบต่อการเข้าร่วมงาน จากการเฝ้าระวัง (Refer : Page 37)

	Meeting	Incentive	Convention	Exhibition
	● เกิดกระแสการประชุมสีเขียว (Refer : Page 58-62)	● ทำลายสิ่งมีชีวิตและทัศนียภาพ (Refer : Page 4-15)	● เกิดปัญหาสภาพแวดล้อม ขยะ มูลฝอย มลภาวะเป็นพิษ (Refer : Page 76-77)	

จากข้อสรุปการศึกษาของโครงการย่อย M/I/C/E ประกอบกับการศึกษาวิเคราะห์สังเคราะห์ร่วมกับแผนงานวิจัย สามารถประเมินสภาพแวดล้อมภายนอก (PEST) โดยภาพรวมของอุตสาหกรรมได้ดังนี้

1.1 สภาพแวดล้อมภายนอก (PEST) โดยภาพรวมของอุตสาหกรรม MICE

สำหรับสภาพแวดล้อมภายนอกของอุตสาหกรรม MICE การวิเคราะห์ ในเรื่องของนโยบาย กฎหมาย การเมือง เศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยีและสภาพแวดล้อม มีดังต่อไปนี้

1.1.1 นโยบาย (Policy, Political and Legal) พิจารณาดังต่อไปนี้

ด้านนโยบาย :

ก) นโยบายรัฐบาลเรื่อง MICE แผนพัฒนาแห่งชาติ การจัดตั้ง สสพ.การจัดสรรงบประมาณ นโยบายการกำกับดูแล (Government Policy for MICE – National Agenda – Bureau Infrastructure – Budget Allocation for Bureau – Bureau Governance) จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 ปี พ.ศ. 2555-2559 อุตสาหกรรม MICE ถูกจัดรวมอยู่ภายใต้ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว โดยพบว่าอุตสาหกรรม MICE ทำรายได้ให้กับประเทศไทยเท่ากับ 90.8 พันล้านบาท หรือคิดเป็น 0.7 % GDP ของประเทศในปี 2013 และคาดว่า ในปี 2015 จะนำรายได้ให้กับประเทศประมาณ 113.5 พันล้านบาท (การศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจ, TCEB, 2015) จะเห็นได้ว่า อุตสาหกรรม MICE เป็นอุตสาหกรรมเฉพาะ นักเดินทางกลุ่ม MICE เป็นนักเดินทางกลุ่มที่มีคุณภาพ มีลักษณะพิเศษที่สมควรได้รับการส่งเสริม เพื่อเร่งสัดส่วนรายได้ของประเทศจากนักเดินทางกลุ่มนี้มีให้เพิ่มสูงขึ้น นอกจากนี้ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับนี้ ยังตอบรับกับกระแสโลกที่ให้ความสนใจในเรื่องการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม MICE ได้ให้ความสนใจถึงการพัฒนาอุตสาหกรรมอย่างยั่งยืน การคำนึงถึงขีดความสามารถการรองรับของธรรมชาติ ชุมชนชนบทธรรมนิยมประเพณีวัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน ทั้งยังมุ่งเน้นสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรที่เป็นฐานท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ที่มีการนำ Green Concept มาประยุกต์ใช้ สามารถสร้างโอกาสทางธุรกิจและเป็นที่ยอมรับในระดับสากลด้วย

จากการที่รัฐบาลมีนโยบายในการสนับสนุนอุตสาหกรรมอย่างชัดเจน โดยให้ความสนใจไปที่ อุตสาหกรรมหลักๆ ได้แก่ Infrastructure projects, Tourism Sector: Water Resource Management, Agriculture, Alternative Energy and Renewable Energy, และ Digital Economy and ICT development และจากนโยบายรัฐบาลนี้เอง ในอุตสาหกรรม MICE โดย สสพ. ได้ให้ความสนใจที่อุตสาหกรรมต่อไปนี้ คือ Food and agribusiness, Automotive, Energy Infrastructure และ Healthcare and wellness ซึ่งการส่งเสริมอุตสาหกรรมจากภาครัฐที่มีความชัดเจนนี้ จะส่งเสริมให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม MICE สามารถมุ่งความสนใจไปในทิศทางเดียวกัน

นอกจากนี้ รัฐบาลยังมีนโยบายในการกำหนดยุทธศาสตร์ในเรื่องต่างๆ เช่น การพัฒนาผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม MICE : สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติเอเชีย นโยบายการเปิดตัว

โครงการระบบบริหารจัดการมาตรฐานความปลอดภัย (MICE Security Management System – MSMS) หรือ มอก. 22300 เป็นแห่งแรกของโลก เพื่อยกระดับมาตรฐานอุตสาหกรรม MICE ของไทย นโยบายการกระตุ้นให้มีการเพิ่มมาตรฐานอุตสาหกรรมบริการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ MICE ในทุกด้าน นโยบายการสนับสนุนจากการลงนามข้อตกลงทางการค้าเสรีกับประเทศต่างๆ และการกำหนด ยุทธศาสตร์เศรษฐกิจในหลายสาขาเศรษฐกิจ เช่น เกษตร ยานยนต์อาหารและเครื่องดื่ม แฟชั่น และ ไอที เป็นต้น นโยบายจากรัฐบาลในการส่งเสริมอุตสาหกรรม MICE เช่น การกระจายสถานที่จัดงาน MICE ไปยังเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทย ทั้งเมืองหลักและเมืองรอง นโยบายของภาครัฐต่อการพัฒนาขีดความสามารถของสนามบินให้มีขีดความสามารถรองรับได้มากขึ้น ทั้งในสนามบินหลัก และสนามบินในแต่ละภูมิภาค โดยเฉพาะแผนการพัฒนาสนามบินอู่ตะเภาในจังหวัดชลบุรีให้เป็น สนามบินนานาชาติ นโยบายภาครัฐต่อการส่งเสริมนักท่องเที่ยวคุณภาพ โดยเฉพาะนักเดินทางกลุ่ม MICE ซึ่งสามารถสร้างผลกระทบเชิงบวกในด้านต่างๆ ในเชิงมหภาค ตลอดจนการให้นโยบายการทำงานเชิงรุกของ สสปน. ด้านการพัฒนามหานคร MICE ทั้งเมืองหลักและเมืองรอง การพัฒนาขีดความสามารถบุคลากรในอุตสาหกรรม MICE การส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง การพัฒนาเพื่อการเป็นศูนย์ข้อมูลและการวิจัย โครงการ Thailand MICE Venue Standard อย่างไรก็ตาม ถึงรัฐบาลจะมีนโยบายไปยังอุตสาหกรรมที่ต้องการส่งเสริมอย่างชัดเจน ในอุตสาหกรรม MICE เองยังเป็นเพียงการส่งเสริมที่ภาครัฐยังมีการลงทุนไม่มากนัก เมื่อเทียบกับ บางประเทศที่รัฐเป็นผู้ลงทุนในสิ่งอำนวยความสะดวกในอุตสาหกรรม MICE เอง

สำหรับหน่วยงานที่รับผิดชอบอุตสาหกรรม MICE ของประเทศไทย ได้แก่ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน) หรือ TCEB ก่อตั้งโดยพระราชกฤษฎีกาในปี พ.ศ. 2545 เพื่อส่งเสริมและพัฒนากิจการงานทางธุรกิจในประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 มี วัตถุประสงค์เพื่อผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการจัดงานกิจกรรมทางธุรกิจที่โดดเด่นของ ทวีปเอเชีย โดยการสนับสนุนการจัดงานที่มีความคล่องตัวและเน้นการบริการเป็นหลักสำหรับนักเดินทางที่เข้าร่วมการประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจากทั่วโลก รวมทั้งผู้เข้าร่วมการประชุมสัมมนาและการจัดแสดงนิทรรศการ

(<http://www.businesseventsthailand.com/th/about-us/about-tceb/introduction-background/>) การทำงานของ สสปน. นั้นจะรายงานตรงต่อนายกรัฐมนตรี ซึ่งทำให้เกิดความคล่องตัวในการดำเนินการและสั่งการ อย่างไรก็ตาม โดยสภาพกฎระเบียบแห่งชาติได้มีนโยบายในการปรับเปลี่ยนหน่วยงานราชการที่มีความซับซ้อนให้มีความคล่องตัวในการทำงานมากยิ่งขึ้นสำหรับ สสปน. ก็ได้รับนโยบายนี้มาเพื่อศึกษาถึงการปรับโครงสร้างองค์การใหม่และให้นำเสนอต่อสภานิติบัญญัติแห่งชาติหรือสนช. ต่อไปด้วยเช่นกัน

ข) นโยบายของ สสปน. ในด้านต่างๆ สำหรับงบประมาณการใช้จ่ายของหน่วยงาน สสปน. เพื่อไปสนับสนุนให้เกิดความคล่องตัวของอุตสาหกรรม MICE จากการสัมภาษณ์ผู้บริหาร สสปน. พบว่า สัดส่วนงบประมาณที่ลงมาในธุรกิจ M:I:C:E นั้นมีความเหมาะสม โดยประเมินจากสัดส่วนการอุดหนุนงบประมาณการลงทุนกับรายได้ที่เกิดขึ้นจากแต่ละธุรกิจมีความสอดคล้องกัน (รายได้จาก M+I : C : E = 50: 30: 18) (จากการสัมภาษณ์) สำหรับการดำเนินงานในการสนับสนุนอุตสาหกรรม MICE ของ สสปน. นั้น พบว่า ผู้ที่เกี่ยวข้องที่อยู่ในอุตสาหกรรมได้ให้ข้อคิดเห็นที่แตกต่างกันออกไป

เช่น หลายภาคส่วนพิจารณาว่าเป็นหน่วยงานที่สนับสนุนและแก้ปัญหาตลอดจนช่วยลดขั้นตอนต่างๆ ให้ได้รับความสะดวกขึ้น เช่น การนำของมาจัดแสดงในงานแสดงสินค้า เป็นต้น อย่างไรก็ตามพบว่า ยังมีปัญหาอีกมากที่ต้องได้รับการแก้ไขหรือยังไม่ได้รับการอำนวยความสะดวกเท่าที่ควร

ค) นโยบายรัฐที่มีต่อการสนับสนุนอุตสาหกรรมอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น อุตสาหกรรมท่องเที่ยว การแพทย์ การศึกษา อุตสาหกรรมรถยนต์ อุตสาหกรรมอาหาร เป็นต้น (Government Policy for other industries such as Medical, Tourism, Education, Food, Automobile, Agriculture, etc.) เนื่องจากอุตสาหกรรม MICE เป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอื่นๆ เป็นอย่างมาก รัฐบาลจึงได้มีการกำหนดอุตสาหกรรมที่ต้องการส่งเสริมเพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมุ่งพัฒนาไปยังอุตสาหกรรมเดียวกันเป็นเบื้องต้น นอกจากอุตสาหกรรมนี้จะส่งผลกระทบโดยตรงในทางเศรษฐกิจแล้ว ยังส่งผลกระทบทางอ้อมอีกมากมายทั้งในเชิงบวก เช่น การถ่ายทอดความรู้จากการจัดประชุม การประชุมนานาชาติ การจัดนิทรรศการ ในหลากหลายสาขาวิชาชีพ รวมทั้งผลกระทบในทางสังคมที่ตามมาอีกด้วย หรืออาจจะส่งให้เกิดผลในเชิงลบหากขาดการกำกับดูแลที่ดี เช่น การจัดการของเสียภายหลังจากการเกิดกิจกรรม MICE หรือ การดูแลสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อให้รักษาสภาพได้

ซึ่งจะได้กล่าวถึงผลกระทบของอุตสาหกรรมที่มีต่อสังคมต่อไป

ด้านกฎหมายและการเมือง :

ง) กฎหมาย และการกำกับดูแลของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (Laws and Implementation) อุตสาหกรรม MICE มีข้อจำกัดที่ไม่เอื้ออำนวยในหลายเรื่องหลายประการ ตลอดจนความไม่ชัดเจนในทางปฏิบัติในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับข้อกำหนดกฎหมาย นอกจากนี้ยังมีข้อจำกัดที่เกี่ยวกับผู้ที่มีความรู้ความชำนาญในเรื่องกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมนี้โดยเฉพาะจากการสนทนากลุ่มผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม และการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า มีประเด็นต่างๆ ที่ได้รับการหยิบยกขึ้นมาถกเถียง ดังต่อไปนี้

1) การมีกฎระเบียบบางเรื่องที่ไม่เอื้อต่อการประชุมนานาชาติ เช่น กฎระเบียบใหม่ของสรรพากร เรื่องการเสียภาษีที่ยังไม่ชัดเจน เช่น เงินที่รับบริจาคหรือค่าลงทะเบียนการประชุมใหญ่ๆ แม้ว่าผู้จัดงานจะเป็นสมาคมวิชาการที่ไม่ได้แสวงหากำไร เป็นต้น

2) กฎหมายบางประการที่ไม่เอื้อต่อการจัดงานแสดงสินค้า (Exhibition) ขั้นตอนการทำเอกสารต่างๆ ในการนำเข้าวัสดุและอุปกรณ์ที่มีความยุ่งยาก ตลอดจนไม่มีการบูรณาการของหน่วยงานต่างๆ ส่งผลให้เกิดข้อติดขัด/ขัดข้องในด้านกฎหมายต่างๆ ตามมา เช่น การนำสินค้าเข้าประเทศเพื่อใช้แสดงในงานนิทรรศการเมื่อเสร็จงานจะต้องนำกลับออกไป หรือการนำสินค้าเข้าเพื่อเป็นตัวอย่างในการจัดงานถูกตีความว่าเป็นการนำเข้าเพื่อการค้า เป็นต้น

3) การไม่มีกฎหมายเฉพาะที่เอื้อประโยชน์ให้เกิดการแข่งขันได้ในอุตสาหกรรม เช่น การจัดช่องทางพิเศษเพื่ออุตสาหกรรม MICE โดยประเทศคู่แข่งจะอำนวยความสะดวกในเรื่องเหล่านี้ สำหรับประเทศไทยยังคงมองว่าเป็นการนำเข้าสินค้าเป็นการค้าขายเท่านั้น จึงไม่เป็นการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ต้องการมาจัดงาน MICE ในประเทศไทย และหลายครั้งที่ทำให้เกิดการไปจัดในประเทศคู่แข่งแทน

4) ในเรื่องการประกันการจัดงาน ซึ่งเปี้ยประกันของงานที่จะจัดในประเทศไทยมีต้นทุนและค่าใช้จ่ายที่สูงมาก

อย่างไรก็ตาม จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญทางด้านกฎหมายในประเด็นต่างที่ผู้เกี่ยวข้องหยิบยกขึ้นมานั้น ข้อสันนิฐานในเบื้องต้นพบว่า ปัญหาอาจเกิดจากการนำไปใช้หรือการบริหารจัดการ มิได้เป็นข้อติดขัดที่เกิดจากตัวบทกฎหมาย (รายละเอียด ภาคผนวก 4) สำหรับสภาพการเมืองนั้น สภาพการเมืองของประเทศไทยในช่วงที่ผ่านมา จากการสนทนากลุ่มผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมได้ให้ข้อคิดเห็นถึงเรื่องการเมืองที่ไม่เสถียร ทำให้นักเดินทางกลุ่ม MICE รู้สึกถึงความไม่ปลอดภัย ตลอดจนการประกันภัยต่างๆ ที่ไม่ครอบคลุมหรือถ้าจะทำการประกันภัยในส่วนนี้ ก็จะทำให้เกิดค่าใช้จ่ายเปี้ยประกันภัยที่มีราคาค่อนข้างสูงที่ถือเป็นต้นทุนในการจัดกิจกรรม MICE ด้วย นอกจากนี้เมื่อเกิดเหตุการณ์ไม่สงบภายในประเทศขึ้น ภาคเอกชนต้องรับผิดชอบในการหาทางแก้ไข ปัญหาในช่วงที่มีเหตุการณ์ทางด้านการเมืองด้วยตัวเอง

ส่วนด้านความมั่นคงและความปลอดภัย ผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมได้ให้ข้อคิดเห็นในเรื่องนี้ว่า ความมั่นคง ความเชื่อมั่น และความปลอดภัยของประเทศเป็นเรื่องที่สำคัญ และจากสถานการณ์ทางการเมืองของประเทศไทยในช่วงที่ผ่านมาได้ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรม MICE โดยตรง

1.1.2 เศรษฐกิจ (Economic)

จากแนวโน้มเศรษฐกิจไทยในปี 2558 เศรษฐกิจไทยในช่วงที่เหลือของปีมีแนวโน้มขยายตัวในเกณฑ์ที่น่าพอใจภายใต้เงื่อนไขข้อจำกัดจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลกและภาวะความตกต่ำของราคาสินค้าเกษตร โดยมีปัจจัยสนับสนุนจาก 1) การใช้จ่ายและการลงทุนภาครัฐที่จะสนับสนุนการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง 2) การฟื้นตัวของ การใช้จ่ายและการลงทุนของภาคเอกชนที่ปรับตัวดีขึ้นอย่างช้าๆ ตามความเชื่อมั่นในระบบเศรษฐกิจและแนวโน้มการฟื้นตัวของเศรษฐกิจในภาพรวม 3) การขยายตัวของภาคการท่องเที่ยวที่คาดว่าจะยังมีความต่อเนื่องในช่วงครึ่งหลังของปี 4) การผลิตภาคอุตสาหกรรมที่เริ่มปรับตัวดีขึ้นและสามารถสนับสนุนการขยายตัวทางเศรษฐกิจได้มากขึ้นตามการฟื้นตัวของอุปสงค์ภายในประเทศและการเริ่มกลับมาขยายตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์และ 5) ราคาน้ำมันยังอยู่ในระดับต่ำซึ่งเพิ่มอำนาจซื้อและเอื้ออำนวยให้สามารถดำเนินนโยบายการเงินผ่อนคลายเป็นต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ปัญหาการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก การเปลี่ยนแปลงของค่าเงินโดยเฉพาะการอ่อนค่าของเงินดอลลาร์สหรัฐอเมริกา เงินยูโรและเงินเยนและความตกต่ำของราคาสินค้าเกษตรในตลาดโลกยังเป็นข้อจำกัดสำคัญที่ทำให้การฟื้นตัวของภาคการส่งออกและอุปสงค์ภาคเอกชนฟื้นตัวล่าช้าและส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจในภาพรวมขยายตัวได้น้อยกว่าการคาดการณ์ โดยรัฐบาลให้ความสำคัญต่อการวางรากฐานเพื่อเพิ่มศักยภาพการขยายตัวทางเศรษฐกิจ ประกอบด้วย 1) การเร่งรัดดำเนินโครงการลงทุนเพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญด้านการคมนาคมขนส่ง ทั้งในด้านระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน ในกรุงเทพมหานครและรถไฟฟ้าเชื่อมเมืองบริวาร ด้านการคมนาคมขนส่งทางอากาศและการคมนาคมขนส่ง ทางน้ำ 2) การลงทุนในโครงการด้านชลประทานเพื่อแก้ไขผลกระทบจากปัญหาน้ำท่วมและปัญหาภัยแล้ง 3) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านพลังงานทั้งในด้านการสำรวจแหล่งพลังงาน การผลิตไฟฟ้าและการพัฒนา พลังงานทดแทน 4) การสร้างความเข้มแข็งและยกระดับความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตโดยปรับโครงสร้างทั้งภาคเกษตร ภาคอุตสาหกรรมและภาคบริการท่องเที่ยว 5) การส่งเสริมภาคเศรษฐกิจ

ดิจิทัลและ 6) การเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยการเพิ่มองค์ความรู้การวิจัยพัฒนา การสนับสนุนการเข้าถึงแหล่งทุนและบริการทางการเงิน การวางรากฐานเพื่อให้เพิ่มศักยภาพการขยายตัวทางเศรษฐกิจ ดังกล่าวนี้นำส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรม MICE หลายประการโดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของสิ่งอำนวยความสะดวกและการคมนาคมขนส่ง อย่างไรก็ตาม แม้ว่ารัฐจะมีนโยบายการวางรากฐานเพื่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจก็ตาม หากบางเรื่องบางอย่างก็ยังไม่เอื้อต่ออุตสาหกรรม MICE เช่น การเข้าถึงสถานที่ประชุมหรือจัดงานที่สะดวก เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม ในแง่ของความยืดหยุ่นแล้ว สภาพของอุตสาหกรรม MICE อาจกล่าวได้ว่ามีความยืดหยุ่นสูงกว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยจะได้รับผลกระทบจากสภาวะทางเศรษฐกิจน้อยกว่าอุตสาหกรรมอื่น เช่น การจัดประชุมวิชาการ แม้ว่าสภาวะทางเศรษฐกิจไม่เอื้ออำนวยหากแต่การจัดประชุมวิชาการในสาขาอาชีพนั้นๆ ก็ยังคงเกิดขึ้น เป็นต้น ทั้งยังเป็นอุตสาหกรรมนำรายได้เข้าประเทศมากกว่าการท่องเที่ยวถึง 3.5 เท่า มีการใช้สิ่งอำนวยความสะดวกร่วมกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในบางเรื่อง เช่น โรงแรม ภัตตาคาร transportation เป็นต้น จึงอาจกล่าวได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่ส่งผลกระทบโดยตรงต่อเศรษฐกิจของประเทศอีกอุตสาหกรรมหนึ่ง

จากการศึกษา ผลกระทบในทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรม MICE ของ สสพ. ในปี 2015 พิจารณาใน 3 ด้าน (การศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจ, TCEB, 2015) ดังนี้

ผลกระทบทางตรงที่เกิดจากการใช้จ่ายของผู้จัดงานหรือ Organizer เช่น ค่าใช้จ่ายของสถานที่จัดงาน ค่าใช้จ่ายการตลาดและการโฆษณา ค่าใช้จ่ายการบริการขนส่ง (Logistics) ค่าใช้จ่ายการจัดทำบูธ ค่าใช้จ่ายการให้บริการด้านความบันเทิง ค่าจ้างแรงงาน ค่าใช้จ่ายการรับประทาน ค่าใช้จ่ายในการเช่า (เครื่องมือต่างๆ) เป็นต้น

นอกจากนี้ ยังมีผลกระทบทางตรงที่เกิดจากการใช้จ่ายของตัวนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE อีกด้วย เช่น ค่าใช้จ่ายในเรื่องตั๋วเครื่องบิน ที่พัก อาหารเครื่องดื่ม ค่าเดินทางที่เกิดขึ้นในระหว่างกิจกรรม MICE การท่องเที่ยว Shopping และ Entertainment ค่าใช้จ่ายในการสื่อสารและอื่นๆ สำหรับผลกระทบทางอ้อมในทางเศรษฐกิจ เช่น ค่าใช้จ่ายอื่นๆที่เกิดจาก Vendors ในอุตสาหกรรม MICE ที่จัดหาสินค้าหรือบริการให้กับ นักเดินทางกลุ่ม MICE หรือการลงทุนอื่นๆในอุตสาหกรรม MICE (โดย Organizer และ Vendors)

ผลกระทบในทางเศรษฐกิจอีกประการหนึ่งคือ Induced Impact ในอุตสาหกรรม MICE คือ การใช้จ่ายของคนหรือแรงงานที่อยู่ในอุตสาหกรรมนี้ เช่น การนำไปใช้จ่ายในส่วนของการอาหาร/เครื่องดื่ม เสื้อผ้า ที่อยู่อาศัย การดูแลสุขภาพ การเดินทาง การสื่อสาร การพักผ่อน การศึกษาและอื่นๆ จากการศึกษาของ สสพ. (การศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจ, TCEB, 2015) พบว่า อุตสาหกรรมนี้มีการใช้จ่าย 222.7 พันล้านบาท หรือ 113.5 พันล้านบาทเทียบกับ GDP ทำให้รัฐได้รับรายได้จากภาษีในอุตสาหกรรมนี้ เท่ากับ 10.4 พันล้านบาท และก่อให้เกิดการจ้างงาน 164,427 ตำแหน่ง นอกจากนี้ ยังพบว่านักเดินทางกลุ่ม MICE มีการใช้จ่ายต่อวันมากกว่านักท่องเที่ยวถึง 3.5 เท่า สำหรับผลกระทบในทางเศรษฐกิจในภาพรวมในปี 2015 มีสัดส่วนดังนี้ M: I: C: E = 28:19:31:22 หรือเท่ากับ 32,526,009,329 : 22,004,492,843 : 35,602,858,805 : 24,389,182,034 (บาท)

การจัดกิจกรรม MICE ในประเทศ นอกจากจะมีผลกระทบในทางเศรษฐกิจทั้งทางตรงและทางอ้อม ส่งผลต่อการจ้างงานในอุตสาหกรรม MICE เอง และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องแล้ว ยัง

ส่งผลต่อค่าใช้จ่ายในการเดินทางออกนอกประเทศในการไปกิจกรรม MICE ให้ลดลงกลับมาเป็นการใช้จ่ายให้เกิดขึ้นในประเทศแทน นอกจากนี้ ยังส่งผลต่อการสร้างความรู้และการถ่ายโอนความรู้ การแบ่งปันทักษะและความคิดของบุคลากรที่อยู่ในแวดวงอุตสาหกรรมต่างๆ ตลอดจนการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจต่อไป อุตสาหกรรม MICE ยังนำไปสู่การตระหนักถึงความเป็นนานาชาติของธุรกิจไทย และการรู้จักประเทศไทยในฐานะที่เป็นศูนย์กลางทางธุรกิจในภูมิภาค ทั้งยังก่อให้เกิดโอกาสในการพัฒนาบุคลากรทางด้าน MICE อีกด้วย

1.1.3 สังคม (Social)

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางสังคม พิจารณาดังนี้

ก) การสร้างภาพลักษณ์ให้แก่ประเทศ (Image Building) จากการศึกษาพบว่า อุตสาหกรรม MICE เป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่สามารถทำให้เกิดภาพลักษณ์ของประเทศได้ทั้งในแง่การสร้างภาพลักษณ์และเผยแพร่ชื่อเสียงของประเทศ และการนำเสนอภาพลักษณ์เพื่อนำไปต่อยังเรื่องการท่องเที่ยวได้อีกด้วย เช่น การนำเสนอกิจกรรมต่างๆ เกี่ยวกับความเป็นไทย ด้วยการนำวัฒนธรรมประเพณีความเป็นไทย วิถีความเป็นไทยมาร่วมนำเสนอเป็นองค์การประกอบในการจัดกิจกรรม MICE เป็นต้น ซึ่งการสื่อสารภาพลักษณ์เหล่านี้จะถูกส่งต่อออกไปอีกอย่างกว้างขวาง เมื่อกล่าวถึงในแง่วัฒนธรรมความเป็นไทย (Thainess) ที่ประเทศไทยต้องการนำเสนอและสื่อไปยัง นักเดินทาง MICE แล้ว ควรมองในทางกลับกันถึงวัฒนธรรมของนักเดินทาง MICE ที่ต้องการมาจัดกิจกรรม MICE ในประเทศไทยด้วย นอกจากนี้ การศึกษาถึงหรือการคำนึงถึงวัฒนธรรมของแต่ละประเทศที่มีความแตกต่างกันเป็นอย่างมาก ซึ่งผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรม MICE จำเป็นต้องให้ความสนใจและเข้าใจเป็นอย่างดี เช่น การขอของนักเดินทาง MICE บางประเทศ เป็นต้น ซึ่งทำให้เกิดการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ในด้านสังคม และวัฒนธรรมอีกด้วย

ข) การสร้างโอกาสในการพัฒนาบุคลากรของประเทศ ทั้งในอุตสาหกรรม MICE และอุตสาหกรรมที่อยู่ในหัวข้อการประชุม เช่น การแพทย์ วิทยาศาสตร์ การศึกษา เป็นต้น (Human Resource Development in various fields) อุตสาหกรรม MICE นอกจากจะส่งผลต่อเศรษฐกิจของประเทศแล้ว ยังส่งผลกระทบในด้านอื่นๆ อีกมาก เช่น ในการจัดประชุมนานาชาติ ผลของการจัดประชุมไม่ได้มีแต่เพียงในแง่ของเศรษฐกิจในการนำรายได้เข้าสู่ประเทศเท่านั้น ยังส่งผลต่อวงการวิชาชีพที่มีการแลกเปลี่ยนความรู้ของบุคลากรในสมาคมวิชาชีพนั้นๆ เอง แต่ยังส่งผลตามมาที่มีต่อประเทศอีกด้วย เช่น ครั้งหนึ่งในการประชุมโรคเลือด (Hemophilia) ที่เกิดผลกระทบทางด้านสังคม และส่งผลให้รัฐบาลบรรจุโรคเลือดในบัญชีหลักประกันสุขภาพ (30 บาทรักษาทุกโรค) และยังได้รับเงินสนับสนุนช่วยเหลือผู้ป่วยอีกมากในครั้งนั้น เป็นต้น ซึ่งถือได้ว่าเป็นประโยชน์ต่อคนในประเทศเป็นอย่างมาก

ค) โอกาสในการพัฒนาประเทศในสาขานั้นๆ ในด้านสังคม (Opportunities for Social Development in respective fields e.g. Social Welfare, Ethics, Development on Standard of living for the Rural Poor, the handicaps, Public Health, etc.) อุตสาหกรรม MICE เป็นอุตสาหกรรมที่มีผลต่อการพัฒนาศักยภาพบุคลากรเป็นอย่างมากทั้งทางตรงและทางอ้อม ทั้งบุคลากรที่อยู่ในอุตสาหกรรม MICE เองและผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องด้วย เช่น ในการประชุมนานาชาติของสมาคมวิชาชีพ บุคลากรที่อยู่ในอาชีพนั้นๆ ก็จะเป็นผู้ได้รับประโยชน์ในทางตรงทั้งในด้านความรู้และเครือข่ายในการทำงานในอนาคต ในขณะที่ขั้นตอนการเตรียมงานหรือขณะจัดงาน บุคลากรที่เกี่ยวข้องก็ยังได้รับประสบการณ์ตรงในเรื่องการจัดงานด้วย การจัดงานแสดงสินค้าก็มีลักษณะทำนองเดียวกัน หากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาและการฝึกอบรมทางด้าน MICE ได้เข้ามามีส่วนร่วม ก็จะสามารถนำไปสู่การสร้างคนในสาขาวิชาชีพนี้ในระยะยาวได้อีกด้วย อย่างไรก็ตาม จากการสัมมนากลุ่ม ภาคเอกชนได้ให้ข้อเสนอแนะในเรื่องการพัฒนาบุคลากรด้าน MICE ว่า ในส่วนของสถาบันการศึกษาควรจัดให้มีการบูรณาการร่วมกันเพื่อให้บุคลากรด้านนี้มีคุณภาพ โดยเฉพาะการพัฒนา PCO ให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น และ สถาบันการศึกษาควรมีการจัดรูปแบบการสอนที่มีมาตรฐานเดียวกัน เช่น การให้นักศึกษาได้มีโอกาสฝึกงานตั้งแต่ปี 1 หรือ 2 โดยเน้นภาคปฏิบัติ และมุ่งถึงประโยชน์ ที่ต้องการจะได้รับจากการฝึกงาน รวมทั้งการมีใบรับรองให้ เป็นต้น นอกจากนี้ภาคเอกชน โดยสมาคม TICA ให้ความเห็นว่า เรื่องทัศนคติของบุคลากรที่จะเข้าสู่อุตสาหกรรมนี้เป็นเรื่องที่มีความสำคัญมาก เนื่องจากความเฉพาะของอุตสาหกรรม MICE เองที่ต้องการบุคลากรที่มีความพร้อมในเรื่องของความรู้ ความอดทน ที่นอกเหนือไปจากการใช้ภาษาต่างประเทศได้เป็นอย่างดี ต้องสามารถเข้าถึงความต้องการที่เฉพาะเจาะจงของลูกค้าแต่ละประเภทและแต่ละราย งานในอุตสาหกรรม MICE เป็นงานที่แตกต่างจากการท่องเที่ยวอย่างสิ้นเชิง เป็นงานที่มีรายละเอียดมาก รวมทั้งมีความละเอียดอ่อนในแต่ละขั้นตอน ตลอดจนต้องการความสร้างสรรค์ ซึ่งรัฐบาลเองโดย สสพ. ได้มีส่วนงานที่สนับสนุนในเรื่องนี้ด้วย

1.1.4 เทคโนโลยีและสภาพแวดล้อม (Technology and Environment)

ด้านเทคโนโลยี :

สำหรับเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรม MICE และส่งผลกระทบต่อลักษณะพฤติกรรมการเดินทาง การตัดสินใจเลือกสถานที่ของทั้งนักเดินทาง MICE และผู้จัดงาน MICE โดยแนวโน้มต่างๆ ที่สำคัญและมีผลต่ออุตสาหกรรม MICE โดยตรงในอนาคต และที่สำคัญที่สุดคือเทคโนโลยีต่างๆ ที่เข้ามามีส่วนมากขึ้นในการจัดงาน MICE แต่ละงาน ประกอบด้วย การจัดงานโดยนำเทคโนโลยีต่างๆ เข้ามาใช้ซึ่งผู้เข้าร่วม Virtual Events นั้นไม่จำเป็นที่จะต้องอยู่ ณ สถานที่จัดงาน แต่สามารถสื่อสารและดำเนินการตามจุดประสงค์ของงานได้ตามปกติไม่จำเป็นที่จะเป็นการประชุมสัมมนา (Virtual Meetings) โดยเทคโนโลยีที่สำคัญประเภทต่างๆ ที่ได้ถูกนำเข้ามาใช้อย่างแพร่หลายในการจัด Virtual Meetings เช่น Video Conference อีเมล แอปพลิเคชันบนมือถือ เทคโนโลยีคลาวด์ (Cloud Technology) Podcast Teleconference รวมถึงเทคโนโลยีอื่นๆ

ที่ได้ถูกนำมาประยุกต์ใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพ การพัฒนานวัตกรรมด้านเทคโนโลยีเพื่อรองรับ แนวคิดการประชุมสีเขียว (Green Meeting) เพื่อลดปริมาณการใช้ทรัพยากรอย่างสิ้นเปลือง เช่น การลดใช้กระดาษหรือเอกสารประกอบการประชุมด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ การใช้ระบบการประชุม ด้วยเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ นอกจากนี้จะมีส่วนช่วยด้านการลดผลกระทบเชิงลบด้านสิ่งแวดล้อม แล้ว การส่งเสริมให้ผู้จัดงาน MICE ใช้นวัตกรรมต่างๆ เพื่อรองรับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในธุรกิจ การประชุม นอกจากนี้ จากการศึกษาข้อมูลด้าน E-marketing พบว่าประเทศไทยยังมียุทธศาสตร์ในการ พัฒนาระบบข้อมูลต่างๆบนเครือข่ายออนไลน์ให้มีความครบถ้วนและสะดวกมากยิ่งขึ้น โดย ดำเนินงานในลักษณะ E-portal ที่ นักเดินทาง MICE สามารถเชื่อมต่อโดยตรงกับผู้ประกอบการ ธุรกิจท่องเที่ยวในการสืบค้นและใช้ประโยชน์จากข้อมูลทางการประชุมและท่องเที่ยวต่างๆ ที่ครบครัน ในจุดเดียว ทั้งยังสามารถพัฒนาให้ครอบคลุมในทุกขั้นตอนการเดินทาง โดยพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก ในระหว่างการเดินทางให้มากขึ้น เช่น สร้างโปรแกรมประยุกต์ที่สามารถใช้ได้บน โทรศัพท์มือถือ ซึ่งนักเดินทางสามารถใช้บริการค้นหาข้อมูลต่างๆ ขณะท่องเที่ยวในลักษณะ interactive เพื่อเพิ่มความมั่นใจในการเดินทางได้อีกด้วย สำหรับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงทางด้าน เทคโนโลยีต่ออุตสาหกรรม MICE นั้น สมาคมส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ (The International Congress and Convention Association – ICCA) ได้กล่าวถึงแนวทางในอนาคตของอุตสาหกรรม การจัดประชุมว่า จะมีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาปรับใช้ในงานประชุมมากขึ้น โดยจากการ สัมภาษณ์พบว่าผู้จัดงานประชุมและผู้เข้าร่วมงานประชุมจะตอบสนองต่อแนวทางการใช้เทคโนโลยีสูงสุด 5 อันดับ ได้แก่ 1) การใช้ Live Video Streaming เพื่อจัดการประชุมทางไกล 2) การใช้เครือข่าย สังคมออนไลน์เพื่อติดต่อกับผู้เข้าร่วมประชุมทั้งก่อน ระหว่างและหลังการจัดงาน 3) ฟรีเซชั่นและ เอกสารการประชุมต่างๆจะต้องดาวน์โหลดได้ผ่านสมาร์ตโฟน 4) การจัดประชุมต้องจัดควบคู่ไปกับการ จัดประชุมเสมือน (Virtual Meeting Site) และ 5) มีการนำเทคโนโลยีที่สามารถตอบสนองได้ในทุกๆ ด้านและการประยุกต์ใช้ Interactive Display Wall เพื่อปฏิสัมพันธ์กับผู้เข้าร่วมประชุม

การถ่ายเทองค์ความรู้ เทคโนโลยีและความเชี่ยวชาญ ในสาขานั้นๆ เช่น การแพทย์ การศึกษา เทคโนโลยี การธนาคาร (Knowledge and technology transfer for various fields such as Medical, Education, Technology, Finance, etc.) ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากกิจกรรม MICE ที่เห็นได้ชัดประการหนึ่ง คือ องค์ความรู้ที่มีการถ่ายโอนจากบริษัทแม่สู่บริษัทในเครือได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดการเรียนรู้ รวมไปถึงการต่อยอดองค์ความรู้ ตลอดจนเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง เช่น e-Meeting ที่มีการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาอำนวยความสะดวกในการประชุมซึ่งมีข้อดี ทั้งการลดการใช้กระดาษ และเป็นการต่อยอดสู่การจัดการความรู้ออนไลน์ นอกจากนี้ บุคลากรใน หลากหลายสาขาของไทยเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวาง เช่น สาขาทางการแพทย์ ทันตกรรม ศัลยกรรม หรือดูแลผิวหนังทั่วไป คุณภาพของแพทย์ไทยเป็นที่ยอมรับทั่วโลก การมีโรงพยาบาลที่ ได้รับมาตรฐาน JCI (Joint Commission International Accreditation) หลายแห่งทั้งยังได้รับการยอมรับเป็นศูนย์กลางของภูมิภาคด้านการแพทย์ (Medical Hub) อีกด้วย ซึ่งการจัดกิจกรรม MICE ที่เกี่ยวข้องกับสาขาอาชีพเหล่านี้ ส่งผลต่อการแลกเปลี่ยนความรู้ การสร้างเครือข่าย ตลอดจน การสร้างเครือข่ายให้กับบุคลากรรุ่นใหม่ในสาขาอาชีพนั้นอีกด้วย

ด้านสภาพแวดล้อม :

ก) จากประเด็นการใช้ทรัพยากรของประเทศไปในเรื่อง MICE และโอกาสในการทำลายสิ่งแวดล้อม ในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง จะนำไปสู่การทำลายสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้นหรือไม่ หรือการนำขยะ electronic มาทิ้งไว้ในประเทศ เป็นต้น (The pros and cons on the use of natural assets, opportunity for enhancing awareness or destroying of natural resources, etc.) จากการศึกษาพบว่า ประเทศไทยยังขาดการใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า หรือการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวในสถานที่บางแห่ง ซึ่งส่งผลในระยะยาวที่นำไปสู่การทำลายทรัพยากรธรรมชาติ หรือโบราณสถานต่างๆที่พึงรักษาไว้ ซึ่งบางอย่างหากสูญเสียไปอาจไม่สามารถนำกลับคืนมาใช้ได้อีก

ข) การกระตุ้นการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น การที่เจ้าของงานเห็นความสำคัญของสิ่งแวดล้อมและตั้งกฎเกณฑ์ในการใช้สถานที่ประชุมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เป็นต้น ในประเด็นเรื่องความสนใจในสิ่งแวดล้อม พบว่า ในอุตสาหกรรมนี้ได้ให้ความสนใจเป็นอย่างมากในเรื่อง Green Economy, Sustainable environment ซึ่งเป็นไปตามกระแสโลก ที่ผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรม MICE ได้นำมาพิจารณาเป็นข้อปฏิบัติด้วย และในหลายหน่วยงานตลอดจนภาคเอกชนที่ได้นำแนวคิดนี้มาปฏิบัติและทำให้สามารถนำมาใช้เป็นจุดขายและการทำ CSR ขององค์กรได้อีกด้วย

จากข้อมูลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกข้างต้นสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 2.2

ตารางที่ 2.2 : สรุปการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก (PEST Analysis) โดยภาพรวมอุตสาหกรรม MICE

Politic (P)	Economic (E)	Social & Environment (S)	Technology (T)
1. นโยบาย (1) นโยบายรัฐบาลให้การสนับสนุนอย่างชัดเจน (2) มีหน่วยงานสนับสนุนที่เป็นรูปธรรม (สสพ.น.) (3) มีการจัดสรรงบประมาณให้แก่อุตสาหกรรม M/I/C/E ตามสัดส่วนการก่อให้เกิดรายได้ 2. กฎหมาย (1) การบริหารจัดการและการนำไปใช้ที่ทำให้เกิดความไม่คล่องตัว 3. การเมือง (1) ที่ผ่านมามีปัญหาการเมืองที่ไม่เสถียร (ทำให้นักเดินทาง MICE รู้สึกถึงความไม่ปลอดภัย) (2) ความรู้สึกไม่มั่นคง ความ	1. ในปี 2015 อุตสาหกรรม MICE มีการใช้จ่าย 222.7 พันล้านบาท หรือ 113.5 พันล้านบาทเทียบกับ GDP รัฐ ได้รับภาษี 10.4 พันล้านบาท ก่อให้เกิดการจ้างงาน 164,427 ตำแหน่ง 2. ผลกระทบทางเศรษฐกิจของ MICE พิจารณา 3 ด้าน (1) ทางตรง : เกิดจากการใช้จ่ายของ Event Organizer และค่าใช้จ่ายจากนักเดินทาง MICE (2) ทางอ้อม : เกิดจากค่าใช้จ่ายจาก Vendors ที่จัดหาสินค้าและบริการให้กับนักเดินทาง MICE (3) Induced Impact : การใช้จ่ายของคนในอุตสาหกรรม MICE 3. ผลกระทบในภาพรวม M : I : C : E	1. Social (1) อุตสาหกรรม MICE เป็นการสร้างภาพลักษณ์ เผยแพร่ชื่อเสียงของประเทศ เพื่อต่อยอดไปสู่อุตสาหกรรมอื่นตลอดจนการนำเสนอวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตความเป็นไทย ที่เป็นองค์ประกอบที่ถูกส่งต่อกันอย่างกว้างขวาง (2) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม (3) การสร้างให้เกิดโอกาสในการพัฒนาบุคลากรของประเทศทั้งอุตสาหกรรม MICE และอุตสาหกรรมที่อยู่ในหัวข้อการประชุม (4) โอกาสในการพัฒนาประเทศในสาขานั้นๆ เช่น การประชุมนานาชาติของสมาคมวิชาชีพ บุคลากรที่อยู่ในอาชีพนั้นๆจะเป็นผู้ได้รับผลประโยชน์ทั้งด้านความรู้และเครือข่ายการทำงานในอนาคตด้วย	1. การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการเดินทาง การเลือกสถานที่ตลอดจนผู้จัดงาน เช่น Virtual Event ไม่ว่าจะเป็น Virtual Meeting , Line Video Streaming , Cloud Technology ฯลฯ 2. การถ่ายโอนองค์ความรู้จากบริษัทแม่สู่บริษัทในเครืออย่างมีประสิทธิภาพ เกิดการเรียนรู้ต่อยอดองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ 3. การบริหารจัดการความรู้ออนไลน์

Politic (P)	Economic (E)	Social & Environment (S)	Technology (T)
เชื่อมั่น ความปลอดภัย ส่งผล อย่างมากต่ออุตสาหกรรม MICE	= 28:19:31:22 หรือเท่ากับ 32,526,009,329 : 22,004,492,843 : 35,602,858,805 : 24,389,182,034 (บาท) 4. ลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางออกนอก ประเทศมาเป็นรายได้ในการเดินทาง MICE ในประเทศแทน	2. Environment (1) อุตสาหกรรมนี้ให้ความสนใจเรื่อง Green Economy , Sustainable Environment ที่ เป็นไปตามกระแสโลก และสามารถนำมาเป็น จุดขายและการทำ CSR ขององค์กรด้วย (2) การรณรงค์ในเรื่องการใช้ทรัพยากรอย่างรู้ คุณค่า หรือการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวใน สถานที่บางแห่งยังไม่ได้มีการตระหนักหรือ ยังไม่มีมาตรการมาบังคับใช้	

1.2 สภาพแวดล้อมภายใน (SWOT Analysis)

ในส่วนนี้วิเคราะห์ Strength and Weakness หรือ SW เป็นสภาพภายในอุตสาหกรรม ขณะที่การวิเคราะห์ Opportunity and Treat หรือ OT จะพิจารณาระดับประเทศ ภูมิภาคโดยพิจารณาใน 4 ด้านหลัก P E S T ดังนี้

จากการศึกษาของโครงการย่อย M/I/C/E พบว่า การวิเคราะห์ SWOT เป็นดังตาราง 2.3

ตารางที่ 2.3 : สรุปการวิเคราะห์ SWOT ของธุรกิจ M/I/C/E

	Meeting	Incentive	Convention	Exhibition
Strength (S)	● มีความได้เปรียบด้านภูมิประเทศ ● แหล่งท่องเที่ยว ทรัพยากรทางธรรมชาติหลากหลาย ● บุคลากรผู้ให้บริการเป็นมิตรมีจิตวิทยาสบริการ ● อาหารไทยมีชื่อเสียง ● มีความหลากหลายและความพร้อมด้านห้องประชุมและ โรงแรมที่พัก ● มีความได้เปรียบการแข่งขันทางด้านราคา ● มีสายการบิน Low cost เพียงพอ ลดค่าใช้จ่ายแก่ผู้เข้าร่วมงาน (Refer : Page 114)	● มีสาธารณูปโภคที่พร้อม ● มีความได้เปรียบการแข่งขันทางด้านราคา ● มีความได้เปรียบด้านภูมิประเทศ (Refer : Page 4-5)	● จำนวนและความหลากหลายของสมาคมภายในประเทศ ● ชีตความสามารถของศูนย์ประชุมและสถานที่จัดประชุม ● ชีตความสามารถของผู้จัดการประชุมมืออาชีพและผู้ให้บริการหลัก ● ความพร้อมของสถานที่พักแรมและธุรกิจบริการ ● ความสามารถในการเข้าถึงและการเชื่อมโยงภายในประเทศและระหว่างประเทศ ● ความพร้อมและภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย ● ค่าครองชีพและความคุ้มค่า ● ประสบการณ์ในการประชุมนานาชาติในอดีต ● การจัดตั้งและความร่วมมืออย่างดีของสมาคมในธุรกิจ	● สนามบินนานาชาติ 10 แห่งรองรับการเข้าถึงของนักเดินทาง ● ประเทศไทยมีที่ตั้งเหมาะสมเป็นศูนย์กลางภูมิภาคทั้งด้านเศรษฐกิจและยุทธศาสตร์ ● ธุรกิจจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติในทวีปเอเชียเริ่มมีบทบาทต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นที่นิยมมากขึ้น ● การแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติภายในประเทศยังไม่รุนแรง ● ภาครัฐให้การสนับสนุนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และระบบสาธารณูปโภค ● แนวโน้มการให้ความสำคัญกับการรับผิดชอบต่อสังคม อย่าง

	Meeting	Incentive	Convention	Exhibition
			การจัดการประชุมนานาชาติและอุตสาหกรรมMICE ● การดำเนินงานของสำนักงานส่งเสริมการประชุม (Refer : Page 157-158)	การเลือกสถานที่จัดแสดงงาน (Refer : Page 49)
Weakness (W)	● ขาดบุคลากรที่มีทักษะด้านภาษา ● ขาดการบริการที่สอดคล้องกับความต้องการเช่น Free wifi, เทคโนโลยี แสง สี ขาดโรงแรมและห้องประชุมขนาดใหญ่ ● ความไม่ชัดเจนด้านยุทธศาสตร์อุตสาหกรรมจากภาครัฐ เช่น ความไม่ชัดเจนของการบริหารจัดการระหว่างกระทรวงการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และ สำนักงานส่งเสริมการประชุมและ	● ระบบความปลอดภัยที่ต่ำ ● มีภาพลักษณ์ความไม่มั่นคงด้านการเมือง ● ขาดบุคลากรที่มีทักษะด้านอุตสาหกรรม และภาษา ● ขาด Creativity ด้าน Product Variety ● หน่วยงานสนับสนุน MICE มีความซ้ำซ้อน ● การประมาณงานระหว่าง Key Player และ Database ไม่มีประสิทธิภาพ (Refer : Page 4-5,4-6)	● การขาดข้อมูลเชิงลึกด้านสมาคมภายในประเทศที่มีศักยภาพเพื่อการส่งเสริมอย่างเป็นรูปธรรม ● สมาคมภายในประเทศขาดความตระหนักรู้และความเข้าใจต่อความสำคัญของการประมูลสิทธิ์ ● ปัญหาการขนส่งมวลชนในตัวเมือง ● ขาดศูนย์กลางการรวบรวมข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ ● ขาดการกำหนดตำแหน่งทางการแข่งขันและการสร้าง	● ขาดแคลนแรงงานที่มีทักษะสูง นักศึกษาปัจจุบันไม่สนใจในสายวิชาชีพ โดยเฉพาะงานด้านไมซ์ ● มีอัตราการเข้าออกงาน การเคลื่อนย้ายงานสูง และเป็นแรงงานการศึกษาต่ำ ต้องการการพัฒนาให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น ● ความพร้อมด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมอยู่ในระดับต่ำ ● ปัญหาการเมืองภายในประเทศกระทบต่อภาพลักษณ์ของประเทศ

	Meeting	Incentive	Convention	Exhibition
	นิทรรศการ (สสปน.) มาตรฐานด้านภาษี กฎระเบียบไม่เอื้ออำนวยต่อ ธุรกิจ - ขาดความเชื่อมโยง เครือข่ายความร่วมมือ ระหว่างธุรกิจ เกิดปัญหา การตัดราคา การดึงตัว บุคลากร ทั้งภาครัฐและ เอกชน - ขาดการสร้างภาพลักษณ์ ตราสินค้า กลยุทธ์ การตลาดไม่ชัดเจนไม่มี ความแตกต่างจากคู่แข่ง - ภาครัฐไม่ให้ความสำคัญกับ ขีดความสามารถในการ รองรับนักท่องเที่ยวในแหล่ง ท่องเที่ยวที่ใกล้กับศูนย์ ประชุม (Refer : Page 115)		ตราสินค้าในธุรกิจการจัดการ ประชุมนานาชาติ - ขาดการวางแผนยุทธศาสตร์ ในระยะยาว - ปัญหาด้านบุคลากร - ผู้จัดการประชุมมืออาชีพมี จำนวนน้อย - ปัญหาด้านความมั่นคง ปลอดภัย - ปัญหาโครงสร้างขั้นพื้นฐาน - ปัญหาด้านภาพลักษณ์ของ หน่วยงานภาครัฐ (Refer : Page 157-158)	- บุคลากรระดับบริการ ไม่ สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ - ความเสี่ยงจากกฎหมาย ศุลกากรและข้อบังคับของ หน่วยงานภาครัฐ โดยเฉพาะการ นำอิเล็กทรอนิกส์เข้ามาซึ่งดู เหมือนกระบวนการศุลกากรจะ สะดวกแต่ก็แฝงไว้ด้วยความเสี่ยง จากการไม่ปฏิบัติตามขั้นตอน อาจ ถูกปรับภาษีย้อนหลังได้ หรือบาง คดีเป็นโทษอาญาทั้งที่ ผู้ประกอบการไม่ได้เจตนาหรือไม่รู้ ด้วยซ้ำไปว่าตนเองทำผิด - มีความไม่พร้อมของการจัดงาน แสดงสินค้าและนิทรรศการ นานาชาติในต่างจังหวัด เช่น ขาด บุคลากรอย่างมืออาชีพ อุปกรณ์ สินค้าในต่างจังหวัดไม่เพียงพอต่อ ความต้องการ ขาดสิ่งอำนวยความสะดวก สะดวก ขาดอุปกรณ์ขนย้าย เครื่องจักรขนาดใหญ่ ปัญหา

	Meeting	Incentive	Convention	Exhibition
				ด้านโลจิสติกส์ในการขนย้ายสินค้า จากท่าเรือหรือสนามบินและ ผู้เข้าร่วมงานในต่างจังหวัด (Refer : Page 50)
Opportunity (O)	● นักเดินทางสามารถเข้าประเทศไทยได้ง่าย ● ผลของ AEC ทำให้มีโอกาสดึงดูดการจัดงานประชุมในประเทศไทยมากขึ้น ● โอกาสเพิ่มขึ้นจากการเติบโตของอุตสาหกรรม MICE ของไทยและของโลก ● ความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยี คมนาคม สื่อสาร ผู้คนติดต่อเชื่อมโยงอย่างรวดเร็ว ● ธุรกิจจัดประชุมต่างประเทศมีการติดต่อกับ	● Emerging Market เติบโตต่อเนื่อง (จีน,อินเดีย) ● ประเทศไทยใช้หลักการพัฒนาความยั่งยืน (Sustainability) ซึ่งทั่วโลกยอมรับ ● การเติบโตของธุรกิจอื่นที่ส่งผลถึงต่อการเติบโตของธุรกิจ Incentive เช่น ธุรกิจ Direct Sales , Pharmaceutical (Refer : Page 4-5,4-6)	● ความมีเอกลักษณ์ในการเชิงภูมิศาสตร์ของประเทศ ● การส่งเสริมด้านวิชาการและงานวิจัย ● นโยบายการส่งเสริมเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ● นโยบายส่งเสริมดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ● นโยบายการสนับสนุนที่จริงจังจากรัฐบาล ● นโยบายการวางรากฐานเพื่อให้เพิ่มศักยภาพและขยายตัวทางเศรษฐกิจ ● แผนการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ	● นโยบายประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน AEC โดยสสพ.ได้จัดทำความร่วมมือกับประเทศเวียดนาม ส่งเสริมการจัดงาน ● นโยบายเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ทำให้เกิดแรงกระตุ้นแนวคิดด้านศิลปวัฒนธรรมร่วมกับประโยชน์จากเทคโนโลยีผลิตสินค้าและบริการ ● การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศดึงดูดนักท่องเที่ยว ระบบอิเล็กทรอนิกส์ สร้างคุณค่าของสินค้าบริการในรูปแบบ Virtual exhibition เป็นเครื่องมือทาง

	Meeting	Incentive	Convention	Exhibition
	โรงแรมที่พักรับจัดประชุมโดยตรง ● มีทรัพยากรธรรมชาติ และความเป็นเมืองเกษตรกรรม ● สถาบันการศึกษาเปิดหลักสูตรอุตสาหกรรม MICE เพิ่มขึ้น (Refer : Page 116)		และอุตสาหกรรม ได้แก่ 1) อาหารและเครื่องดื่ม 2) ยานยนต์และชิ้นส่วน 3) สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม 4) ยางและผลิตภัณฑ์ยาง 5) อัญมณีเครื่องประดับ 6) เครื่องใช้ไฟฟ้าอิเล็กทรอนิกส์ 7) แม่พิมพ์และ 8) พลังงานหมุนเวียน ● การเป็นที่ยอมรับในองค์กรการประชุมนานาชาติ ● การเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ● แนวโน้มความนิยมในการเลือกภูมิภาคตะวันออกเป็นสถานที่จัดการประชุม ● แนวโน้มโลกด้านรักษาสิ่งแวดล้อม (Refer : Page 158-159)	การตลาดสนับสนุนการจัดนิทรรศการ ● มีการพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ๆอย่างต่อเนื่อง ส่งผลถึงการขยายตัวของธุรกิจจัดนิทรรศการ (Refer : Page 50)

	Meeting	Incentive	Convention	Exhibition
Threat (T)	• ธุรกิจอ่อนไหวกับสถานการณ์ทางการเมือง • มาตรฐานการบริการ และด้านความปลอดภัย • ราคามีผลต่อการเลือกสถานที่จัดการประชุมมาก เนื่องจากเปรียบเทียบราคาได้ง่าย ติดต่อกับโรงแรมสถานที่จัดประชุมได้โดยตรง แนวโน้มติดต่อกับสถานที่จัดประชุมล่วงหน้าไม่เกิน 10 วัน • องค์ประกอบอื่นของการมาประชุมอยู่ไกลจากเมืองหลักที่ใช้จัดประชุม เช่น สถานที่ท่องเที่ยว • คู่แข่งอาเซียน เช่น สิงคโปร์ มาเลเซีย สามารถ	• ปัญหาความไม่มั่นคงของประเทศส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้า • Human Rights ด้านแรงงาน และการทารุณกรรมสัตว์ที่ทั่วโลกให้ความสำคัญ อาจส่งผลกระทบต่อประเทศไทย • ปัญหา Global warming อาจส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวกลางแจ้งส่งผลกระทบต่อตัดสินใจมาของลูกค้า (Refer : Page 4-6,4-7)	• ภาวะวิกฤติและความเสี่ยงต่อเสถียรภาพทางการเมือง • ข้อจำกัดด้านกฎหมายในการนำเข้าเพื่อจัดประชุมองค์การ • การเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมอย่างรวดเร็ว • ทิศทางการย้ายฐานการผลิตด้านอุตสาหกรรมต่างประเทศ • ข้อจำกัดด้านระเบียบและข้อบังคับสากล • คู่แข่งขันรายใหม่ (Refer : Page 158)	• การก่อการร้ายข้ามชาติ ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเข้าร่วมการคำนึงถึงความปลอดภัยในการเดินทางและความก้าวหน้าของเทคโนโลยีอาจทำให้ความสนใจเดินทางมางานแสดงสินค้าลดลงและใช้วิธีการติดต่อผ่านทาง Virtual exhibition แทน • สัดส่วนโครงสร้างประชากรผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้นและวัยทำงานที่ลดลงเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาอุตสาหกรรม • เสถียรภาพทางการเมือง และความไม่สงบทางการเมืองส่งผลถึงความมั่นใจในการเดินทางมาร่วมงาน • กฎระเบียบข้อบังคับเฉพาะงาน

	Meeting	Incentive	Convention	Exhibition
	นำเสนอทางเลือก หลากหลายได้มากกว่า ประเทศไทย (Refer : Page 116)			แสดงสินค้าและนิทรรศการ ตลอดจนระเบียบ ข้อบังคับของ ธุรกิจแสดงสินค้า ที่ไม่เอื้อต่อ การจัดงานแสดงสินค้า เช่น เอ. ที.เอ. คาร์เนท (Admission Temporaire-Temporary Admission) ● ไม่มีเจ้าหน้าที่รับผิดชอบ โดยตรงที่เกี่ยวกับการขอ อนุญาตนำสินค้าเข้าจาก ต่างประเทศเพื่อนำมาจัดงาน แสดงสินค้าแบบ One Stop Service เหมือนธุรกิจอื่น ● สภาวะเศรษฐกิจโลกกระทบกับ จำนวนนักท่องเที่ยวในอนาคต ● ขาดปัจจัยสนับสนุนด้านภาษี ยกตัวอย่างเช่น ธุรกิจงานแสดง สินค้าที่มุ่งผลด้านเจรจาธุรกิจ

	Meeting	Incentive	Convention	Exhibition
				และมีการนำสินค้าตัวอย่างมาจัดแสดง ผู้นำเข้าต้องเสียภาษีในอัตราสูง เป็นอุปสรรคต่อการจัดธุรกิจงานแสดงสินค้า ● วิฤตการณ์ที่เกิดขึ้นจากภัยธรรมชาติและโรคระบาด ร้ายแรง โรงระบาด MERS การรัฐประหาร อีโบล่า ส่งผลกระทบกับจำนวนเดินทางที่เข้าร่วมงาน (Refer : Page 51-52)

จากข้อสรุปการศึกษาจุดแข็ง/จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT) ของโครงการย่อย M/I/C/E ประกอบกับการศึกษาและวิเคราะห์สังเคราะห์ร่วมกับแผนงานวิจัย สามารถประเมินจุดแข็ง/จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคโดยภาพรวมของอุตสาหกรรมได้ ดังนี้

1.2.1 Strength

1) การเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีอยู่แล้วในบางส่วนจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อสร้างให้เกิดมูลค่าเพิ่มมากยิ่งขึ้น โดย MICE เป็นอุตสาหกรรมที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก จากการทํารายได้มากกว่าการท่องเที่ยว 3.5 เท่า (การศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจ, TCEB, 2015) เช่น

- ความพร้อมของสถานที่พักรแ่มและธุรกิจบริการ โรงแรม สถานที่จัดประชุม
- มีการขนส่งทางอากาศที่มีประสิทธิภาพ โดยมีท่าอากาศยานที่มีความพร้อม ทั้งระดับนานาชาติและภูมิภาค

2) การที่อุตสาหกรรมนี้มีหน่วยงานเฉพาะมากำกับดูแลอำนวยความสะดวก คือ สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. และขึ้นตรงต่อนายกรัฐมนตรี ทำให้เกิดความคล่องตัวในการดำเนินงาน

3) ภาคเอกชนในอุตสาหกรรม MICE มีความเข้มแข็งและมีความสามารถในการจัดกิจกรรมรองรับ MICE ได้เป็นอย่างดี

4) การพยายามพัฒนามาตรฐาน Thailand MICE Venue Standard โดยมีการจัดทำตราสัญลักษณ์เพื่อรับรองสถานที่จัดประชุมในประเทศไทย โดย สสปน. ได้เริ่มนำคู่มือมาตรฐานสถานที่จัดประชุมในประเทศไทยมาใช้ในปี พ.ศ. 2557 มีจุดมุ่งหมายเพื่อยกระดับมาตรฐานของการจัดงาน MICE ในประเทศไทยให้ได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติ เพื่อสร้างความมั่นใจได้ว่าจะได้รับการบริการที่มีคุณภาพและบรรลุถึงเป้าหมายที่ต้องการในการมาจัดกิจกรรม MICE ที่ประเทศไทย และหน่วยงานที่ผ่านการประเมินจะได้รับสิทธิ์เข้าไปอยู่ใน “Approved List” ในฐานะสถานที่จัดงานที่ได้มาตรฐานสากล (นิตยสาร MICE Journal, 2558) ซึ่งถือเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับอุตสาหกรรม MICE ของประเทศไทยในระดับสากล

5) การมีนโยบายที่ Focus Industry อย่างชัดเจน เช่น ในส่วนของ Exhibition มี 5 อุตสาหกรรมหลักที่ให้ความสนใจ คือ Food and Agribusiness, Automotive, Energy, Infrastructure และ Healthcare and Wellness ทำให้ผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมเองและผู้ที่เกี่ยวข้องมีแนวทางในการดำเนินธุรกิจอย่างชัดเจน

6) การที่ลักษณะกิจกรรมในอุตสาหกรรม MICE เป็นสิ่งที่ต้องวางแผนล่วงหน้าเป็นระยะเวลานาน ตัวอย่างเช่น ธุรกิจการจัดประชุม ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ หรือธุรกิจการจัดแสดงงานนิทรรศการ จำเป็นต้องวางแผนและเตรียมการจองพื้นที่จัดประชุมไว้ก่อน (การจัดงานโดยไม่มีแผนทำให้ธุรกิจที่ไม่สามารถหาสถานที่ได้ทัน และมีแนวโน้มที่จะต้องใช้เวลาในการจองล่วงหน้า 1 ปีหรือมากกว่า) จากลักษณะดังกล่าวส่งผลดีแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องที่อยู่ในอุตสาหกรรมรวมทั้งอุตสาหกรรมอื่นที่เกี่ยวข้องด้วย การมีเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจที่ดี ตลอดจนแผนงานที่ยืดหยุ่น ปรับเปลี่ยนได้ ช่วยในการเตรียมงานให้สมบูรณ์ขึ้น

7) อุตสาหกรรม MICE ของประเทศไทยมีความได้เปรียบทางการแข่งขันที่เกิดจากความคุ้มค่าในเรื่องราคาและค่าใช้จ่าย ในการมาจัดกิจกรรมในประเทศไทย

1.2.2 Weakness

1) อุตสาหกรรม MICE ยังขาดการบูรณาการจากหลายๆ ภาคส่วนเป็นลักษณะต่างคนต่างทำ การพัฒนาอุตสาหกรรมให้ก้าวหน้าและแข่งขันได้จึงไม่มากเท่าที่ควร

2) การขาดบุคลากรที่มีทักษะที่จำเป็นต่อการพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรม MICE เช่น บุคลากรผู้ให้บริการยังขาดทักษะภาษาอังกฤษและภาษาต่างประเทศในการสื่อสาร ความสร้างสรรค์ ประสบการณ์ในอุตสาหกรรมที่ยังมีอย่างจำกัด ตลอดจน ‘ความเป็นมืออาชีพ’

3) การทำความเข้าใจในอุตสาหกรรม MICE ยังไม่กว้างขวางมากนัก ทั้งเจ้าหน้าที่รัฐเองในภาคส่วนอื่น เนื่องจากมุมมองของรัฐและเอกชนต่างกัน เช่น มีความเข้าใจในนิยามของแต่ละธุรกิจไม่ตรงกัน โดยที่ข้อเสนอแนะจากเอกชนว่า น่าจะมีการกลับมาพิจารณา ไทยทิม ที่ร่วมกันขับเคลื่อน MICE ที่เคยเริ่มมาแล้วแต่หายไป หรือการจัดกิจกรรม MICE ที่มีผู้เข้าร่วมเป็นจำนวนมาก ภาครัฐก็ควรมีส่วนร่วมตั้งแต่ขั้นตอนก่อนการประมูลงาน เป็นต้น

4) สิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็น เช่น การคมนาคมขนส่งในตัวเมืองยังไม่เพียงพอกับความต้องการ ตลอดจนการเชื่อมโยงของบัตรเดินทาง ป้ายเดินทาง สิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสม หลักฐานภาพของผู้ให้บริการ เกิดความสับสน เป็นต้น

5) ขาดการรวบรวมข้อมูล ฐานข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ รวมทั้งขาดเอกสารรายงานการวิจัยและพัฒนา การพัฒนาองค์ความรู้ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติและอุตสาหกรรม MICE

6) ขาดการกำหนดตำแหน่งทางการแข่งขัน

7) ขาดการวางยุทธศาสตร์ ระยะยาวโดยเฉพาะธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ (Convention)

1.2.3 Opportunity

1) สถานที่ตั้งของประเทศไทยโดดเด่นเป็นศูนย์กลางของภูมิภาค การจัดกิจกรรม MICE ในประเทศไทยส่ง ผลต่อการขยายตัวไปยังประเทศอื่นในภูมิภาคนี้ ตลอดจนโอกาสของการเติบโตของภูมิภาคนี้ในอุตสาหกรรม MICE ที่ยังมีอยู่อีกมาก

2) ต้นทุนการจัดกิจกรรม MICE ในประเทศไทยเป็นระดับที่ลูกค้ายอมรับได้ และความสามารถจัดกิจกรรม MICE ได้เป็นอย่างดี เช่น การจัด Event งานแต่งงานให้คู่สมรสชาวอินเดีย เป็นต้น

3) ประเทศไทยมีเอกลักษณ์ของความเป็นไทย ทั้งด้านวัฒนธรรม เช่นการแต่งกาย ภาษา อาหาร เป็นต้น ตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณีเป็นของตนเองที่เอื้อประโยชน์ต่ออุตสาหกรรม MICE เช่น ความเป็นไทย (Thainess) การไหว้ การมีใจให้บริการกับชาวต่างชาติ ความเรียบง่าย การเอาใจใส่ลูกค้า เป็นต้น

4) ประเทศไทยมีผลิตภัณฑ์หรือทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีความอุดมสมบูรณ์ รวมทั้งมีความแตกต่างของทรัพยากรธรรมชาติในแต่ละภูมิภาคส่งผลถึงโอกาสที่หลากหลายต่ออุตสาหกรรม MICE ที่เอื้อต่อ Incentive และ Pre/Post M/C/E อีกด้วย

5) นโยบายรัฐที่สนับสนุนอุตสาหกรรม MICE ทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น นโยบายการวางรากฐานเพื่อเพิ่มศักยภาพ การขยายตัวทางเศรษฐกิจ แผนพัฒนาด้านเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม ตลอดจนมุ่งความสนใจมาที่อุตสาหกรรม MICE อย่างชัดเจน

6) การมีแนวโน้มในการเลือกภูมิภาคตะวันออกเป็นสถานที่การจัดกิจกรรม MICE

1.2.4 Threat

1) ประเทศไทยยังมีอุปสรรคอย่างสูงในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกฎหมาย เช่น พิธีการศุลกากรที่ไม่เอื้อต่ออุตสาหกรรม MICE เนื่องจากสินค้าบางอย่างที่จำเป็นต้องนำเข้ามาเพื่อจัดกิจกรรม จะต้องเสียภาษีแม้จะไม่ได้ทำการค้า ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งอื่น ๆ เช่น สิงคโปร์หรือมาเลเซียนั้นมีปัญหาเรื่องนี้้อยมาก หรือการอำนวยความสะดวกแบบ One Stop Service ในการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศเพื่อนำมาจัดงานแสดงสินค้า

2) ประเทศไทยยังคงมีจุดอ่อนในด้านความปลอดภัย กฎระเบียบ ด้านสิ่งแวดล้อม สุขอนามัย และนโยบายรัฐบาล โดย ปี 2552 องค์การการท่องเที่ยวโลกจัดลำดับ ด้านการจัดการกฎหมาย ระเบียบ บริการพื้นฐานที่เอื้อต่อการท่องเที่ยว (Regulatory Framework) ของประเทศไทยไว้ในอันดับที่ 70 ของโลก ซึ่งอยู่ในระดับต่ำกว่าปี 2551 และ 2552 และหากพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าประเทศไทยมีจุดอ่อนในด้านความมั่นคงปลอดภัย (Safety & Security) อยู่ในอันดับที่ 118 และความยั่งยืนในทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอยู่ในลำดับที่ 90 ของโลก

3) ปัญหาความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว ที่ต้องนำมาพิจารณา ไม่เช่นนั้นอาจกลายเป็นปัญหาสำคัญที่ส่งผลให้ความได้เปรียบของไทยลดลง จากการขยายตัวของการท่องเที่ยวโดยที่เน้นปริมาณนักท่องเที่ยวหรือการแสวงหารายได้จากการท่องเที่ยว ในขณะที่การรองรับขยายไปไม่ทันไม่มีการเตรียมความพร้อมในการรองรับขีดความสามารถของนักท่องเที่ยว ทำให้แหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งเกิดความเสื่อมโทรม

จากการวิเคราะห์และสังเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน (SWOT Analysis) ของโครงการย่อย และแผนงานสามารถสรุปเป็นจุดแข็ง/จุดอ่อน โอกาส/อุปสรรค ของอุตสาหกรรม MICE ได้ดังตารางที่ 2.4

ตารางที่ 2.4: สรุปการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน (SWOT Analysis) โดยภาพรวมของอุตสาหกรรม MICE

Strength (S)	Weakness (W)	Opportunity (O)	Threat (T)
1. การเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้สิ่งอำนวยความสะดวกจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีอยู่แล้วให้เกิดมูลค่าเพิ่มมากขึ้น - ความพร้อมของสถานที่จัดกิจกรรม - ความพร้อมของท่าอากาศยานทั้งระดับนานาชาติและภูมิภาค ตลอดจนการขนส่งทางอากาศที่มีประสิทธิภาพ 2. การที่อุตสาหกรรมนี้มีหน่วยงานเฉพาะกำกับดูแลและอำนวยความสะดวก (สสปน.) 3.การมี Focus Industry ที่ชัดเจนทำให้ผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องมีแนวทางนโยบายดำเนินธุรกิจอย่างชัดเจน 4. ภาคเอกชนที่อยู่ในอุตสาหกรรม MICE มีความเข้มแข็งเอง	1. การขาดการบูรณาการจากหลายภาคส่วนยังคงเป็นลักษณะต่างคนต่างทำ 2. การทำความเข้าใจในอุตสาหกรรม MICE ยังไม่กว้างขวาง มุมมองที่ไม่เหมือนกันส่วนของภาครัฐและภาคเอกชน 3. สิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็น เช่น การคมนาคมขนส่งในตัวเมืองเข้าไม่เพียงพอกับความต้องการ ตลอดจนการเชื่อมโยงของบัตรเดินทาง ป้ายเดินทาง สิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสม หลักฐานภาพของผู้ให้บริการ เกิดความสับสน เป็นต้น 4. การขาดบุคลากรที่มีทักษะที่จำเป็นต่อการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรม MICE 5. ขาดการรวบรวมข้อมูล ฐานข้อมูลที่ดี	1. ความโดดเด่นของประเทศไทยในเชิงภูมิศาสตร์ที่เป็นศูนย์กลางของภูมิภาค 2. ความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านราคา ต้นทุนการจัดกิจกรรม MICE ในประเทศแถบภูมิภาคนี้ มีความคุ้มค่าและแข่งขันได้ในเรื่องราคา ตลอดจนความสามารถในการจัดกิจกรรม MICE ได้เป็นอย่างดี 3. ความโดดเด่นของเอกลักษณ์ความเป็นไทยรวมทั้งวัฒนธรรม เช่น การแต่งกาย ภาษา อาหาร ตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณีเป็นของตนเอง 4. ความสมบูรณ์ทางธรรมชาติ ความแตกต่างทางธรรมชาติของแต่ละภูมิภาคที่เอื้อต่อ Incentive และ Pre/Post MICE 5. นโยบายรัฐที่สนับสนุนอุตสาหกรรม	1. ประเทศไทยมีจุดอ่อนในเรื่องความมั่นคงและความปลอดภัยสิ่งแวดล้อม สุขอนามัย 2. ความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดจากขาดการเตรียมความพร้อมในการรองรับ หรือการเน้นปริมาณและการแสวงหารายได้จากการท่องเที่ยว 3.กฎหมายระเบียบปฏิบัติที่ไม่เอื้ออำนวยต่ออุตสาหกรรมเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งอื่น

Strength (S)	Weakness (W)	Opportunity (O)	Threat (T)
มีความสามารถในการจัดกิจกรรมรองรับ MICE ได้เป็นอย่างดี - สมาคมที่มีความเข้มแข็งในการผลักดันการจัดประชุมนานาชาติ (Convention) - ความสามารถของผู้บริหารศูนย์การประชุม และสถานที่การจัดประชุมนานาชาติ (Convention) 5. มีมาตรฐาน Thailand MICE Venue Standard เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับอุตสาหกรรม MICE ของประเทศไทย 6. จากการที่ลักษณะอุตสาหกรรมนี้ต้องมีการวางแผนล่วงหน้าเป็นระยะเวลานาน ทำให้ผู้เกี่ยวข้องมีการสร้างเครือข่ายพันธมิตรที่ดี แผนงานที่มีความยืดหยุ่น	มีประสิทธิภาพ รวมทั้งขาดเอกสาร รายงานการวิจัยและพัฒนา การพัฒนาองค์ความรู้ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติและอุตสาหกรรม MICE 6. ขาดการวางยุทธศาสตร์ ระยะยาว โดยเฉพาะธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ (Convention) 7. ขาดการกำหนดตำแหน่งการแข่งขัน	MICE ทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น นโยบายการวางรากฐานเพื่อเพิ่มศักยภาพ การขยายตัวทางเศรษฐกิจ แผนพัฒนาด้านเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม ตลอดจนมุ่งความสนใจมาที่อุตสาหกรรม MICE อย่างชัดเจน 6. การมีแนวโน้มในการเลือกภูมิภาคตะวันออกเป็นสถานที่การจัดกิจกรรม MICE	

จากการศึกษาและการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและสภาพแวดล้อมภายใน สามารถประเมินสรุปผลกระทบทางเศรษฐกิจ สังคมและสภาพแวดล้อมในภาพรวมของอุตสาหกรรม MICE ที่มีต่อประเทศ ดังนี้

ตารางที่ 2.3: สรุปผลกระทบทางเศรษฐกิจ สังคม และสภาพแวดล้อมในภาพรวมของอุตสาหกรรม MICE ที่มีต่อประเทศ

เศรษฐกิจ	สังคม	สิ่งแวดล้อม
ผลกระทบทางบวก		
เกิดผลกระทบ 3 ด้าน คือ 1) ผลกระทบทางตรงที่เกิดจากการใช้จ่ายของ Organizer ต่างๆ 2) ผลกระทบทางตรงที่เกิดจากการใช้จ่ายของนักเดินทางกลุ่ม MICE ผลกระทบทางอ้อมที่เกิดจาก Vendor ในอุตสาหกรรม MICE จัดหาสินค้าและบริการให้กับนักเดินทางกลุ่ม MICE 3) Induce Impact คือ การใช้จ่ายของคนหรือแรงงานที่อยู่ในอุตสาหกรรมนี้ นอกจากนี้ยังส่งผลกระทบในเรื่องของการมีรายได้ของประเทศในรูปแบบภาษีทั้งจากอุตสาหกรรม MICE และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องเนื่องตลอดจนก่อให้เกิดการจ้างงาน และการกระจายรายได้ - ก่อให้เกิดการขยายตัว และการลงทุนในธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม MICE ทั้งภาคผลิตและบริการ - การลดการเดินทางออกนอกประเทศเพื่อเข้าร่วม	ผลกระทบในทางสังคม พบว่า 1) เกิดความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการพัฒนาและลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก การบริการ การกำหนดมาตรฐานการอบรมและการทำงานที่มีเป้าหมายร่วมกัน 2) การพัฒนาศักยภาพของบุคลากร การสร้างและแลกเปลี่ยนความรู้จากการเข้าร่วมงานของอุตสาหกรรม MICE 3) เป็นการประชาสัมพันธ์ประเทศทั้งจากการมีประสบการณ์ ของนักเดินทางและภาพลักษณ์ต่อการเป็นเจ้าภาพงาน 4) การถ่ายทอดความรู้ เทคโนโลยีใหม่ๆ กับ Stakeholder เช่น ประชาชน นักเรียน นักศึกษา ผู้สนใจที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้ในอนาคต สามารถนำไปสู่การพัฒนาการทำงานที่มีประสิทธิภาพ สร้างบุคลากรเจ้าหน้าที่ และผลงานคุณภาพต่อไป	1) จากแนวโน้มโลกเรื่อง Green Economy & Sustainable Environment ส่งผลให้ผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมนี้นำมาพัฒนาเป็นนโยบายในการปฏิบัติ เช่น การร่วมมือกันรักษาสภาพแวดล้อม การมีมาตรการเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า

เศรษฐกิจ	สังคม	สิ่งแวดล้อม
ผลกระทบทางบวก		
กิจกรรม MICE ให้กลับมาเป็นการใช้จ่ายในประเทศ - การต่อยอดทางธุรกิจกับสมาชิก และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง - นำไปสู่การขยายตัวของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เช่น การขยายตลาดท่องเที่ยวระดับบน Pre/Post-MICE	5) การเผยแพร่ภาพลักษณ์ชื่อเสียงของประเทศ และยังส่งผลถึงการแลกเปลี่ยนความรู้ วัฒนธรรม ข้ามชาติ	
ผลกระทบทางลบ		
1) รัฐต้องลงทุนและพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มากขึ้นเพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรม MICE	1) การรบกวนชุมชน เช่น การจัดกิจกรรม MICE ที่มีผู้เข้าร่วมจำนวนมาก อาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อชุมชน และสังคม เช่น การปิดถนนเพื่ออำนวยความสะดวก หรือการใช้พื้นที่ของชุมชน 2) การเข้าไปเปลี่ยนวิถีชีวิตชุมชน ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมไปจากเดิม	1) ปัญหาขยะมูลฝอยที่เกิดจากการจัดกิจกรรม MICE

วัตถุประสงค์ ข้อ 2)

เพื่อวิเคราะห์ความเชื่อมโยงใน Value Chain ของ อุตสาหกรรม MICE ในแต่ละธุรกิจ โดยผู้วิจัยขอเสนอผู้เกี่ยวข้องที่อยู่ใน Value Chain ของอุตสาหกรรมโดยจะให้ความสนใจเฉพาะ MICE's Key Players เนื่องจากในอุตสาหกรรม MICE นั้น Key Player หรือ ผู้มีส่วนสำคัญในการผลักดันให้เกิดกิจกรรม M/I/C/E เป็นฟันเฟืองสำคัญในการผลักดันให้เกิดกิจกรรมดังกล่าว สำหรับผู้เกี่ยวข้องโดยรวม ประกอบด้วย

2.1 ธุรกิจผู้จัดงาน /ผู้วางแผนจัดงาน ได้แก่

- 1) Destination Management Company (DMC)
- 2) Association Management Company (AMC)
- 3) Professional Conference Organizer (PCO)
- 4) Professional Exhibition Organizer (PEO)

2.2 สถานที่จัดงาน ได้แก่ ศูนย์จัดประชุม สถานที่อเนกประสงค์ สถานศึกษา สถานที่เฉพาะอื่นๆ

2.3 ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

- 1) กลุ่มธุรกิจท่องเที่ยว โรงแรมที่พัก บริษัทนำเที่ยว
- 2) ธุรกิจอาหาร/จัดเลี้ยง
- 3) ธุรกิจโลจิสติกส์ ระบบขนส่งมวลชนในประเทศ ระบบขนส่งสินค้า
- 4) ธุรกิจนันทนาการ
- 5) ธุรกิจนำเที่ยว
- 6) ธุรกิจอื่นๆ ของที่ระลึก โฆษณา/ประชาสัมพันธ์ บริการด้านการเงิน ธุรกิจความ

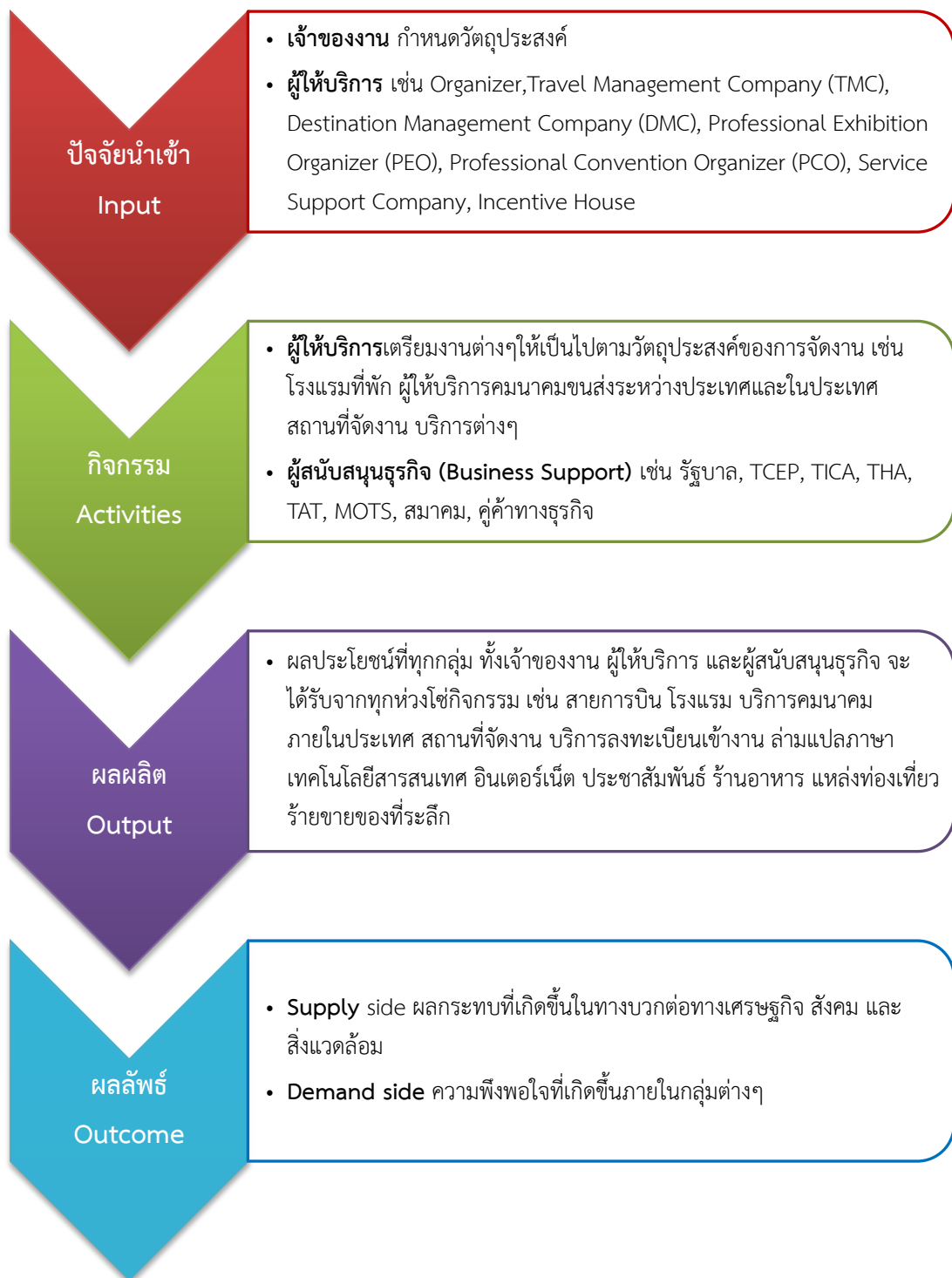
สะอาด ธุรกิจความปลอดภัย ฯลฯ

2.4 หน่วยงานสนับสนุน ได้แก่

- 1) The International Congress and Convention Association (ICCA)
- 2) สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน) หรือ TECB
- 3) Thailand Incentive and Convention Association (TICA)
- 4) Thailand Exhibition Association (TEA)
- 5) Thai Airways เป็นต้น

2.5 อุตสาหกรรมอื่นที่เป็นตัวดึง (Pull) ให้เกิดกิจกรรม MICE

จากการวิเคราะห์ผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมดังกล่าวข้างต้น ผลการศึกษาความเชื่อมโยงห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของอุตสาหกรรม MICE นำเสนอดังต่อไปนี้



ภาพที่ 2.1 ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) สำหรับอุตสาหกรรม MICE

ที่มา: คณะผู้วิจัย

ผลการศึกษาความเชื่อมโยงห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของอุตสาหกรรม MICE ในแต่ละธุรกิจ พบว่า ภาพรวมทั้ง 4 โครงการย่อย (M/I/C/E) ประกอบไปด้วย 3 กลุ่มหลักที่เกี่ยวข้องได้แก่

กลุ่มที่ 1 คือ ผู้ใช้บริการ โดยกลุ่มผู้ให้บริการจะเป็นผู้ให้ข้อมูลความต้องการในการจัดกิจกรรม MI/C/E และเป็นผู้คัดเลือกกลุ่มผู้ให้บริการ ประกอบด้วย

(1) เจ้าของงานซึ่งอาจเป็นองค์กรของรัฐ องค์กรกลางที่ไม่แสวงผลกำไร สมาคมวิชาชีพ หรือบริษัทเอกชน

(2) ผู้จัดการ ซึ่งเป็นผู้ได้รับมอบหมายจากเจ้าของงาน และ

(3) ผู้เข้าร่วมงาน

กลุ่มที่ 2 คือ ผู้ให้บริการ จะเป็นกลุ่มผู้มารองรับความต้องการในกลุ่มที่ 1 เช่น สนามบิน สายการบิน โรงแรม บริษัทขนส่งภายในประเทศ สถานที่จัดงาน ล่ามแปลภาษา บริษัทประชาสัมพันธ์งาน ร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยว ร้านขายของฝาก หรือบริการนวดแผนไทย เป็นต้น

กลุ่มที่ 3 คือ ผู้สนับสนุน โดยเป็นผู้ส่งเสริมและสนับสนุนในการจัดกิจกรรม MICE โดยให้ข้อมูลและคำแนะนำ ติดต่อประสานงาน อำนวยความสะดวก เพื่อให้การเตรียมงานต่างๆ เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการจัดงานที่กำหนดไว้ ซึ่งมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) หรือ ทิก้า สมาคมการแสดงสินค้าไทย หรือ ทีอีเอ สมาคมโรงแรมไทย เป็นต้น

โดยทั้ง 3 กลุ่มหลักดังกล่าว เกี่ยวข้องกับขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 (Input) : เจ้าของงานทำการกำหนดวัตถุประสงค์และวางแผนโครงการ MI/C/E ซึ่ง ณ จุดนี้กล่าวได้ว่าเป็นความต้องการของลูกค้า (Demand Side) ซึ่งเจ้าของงานอาจจะเป็นหน่วยงานภายในของผู้จัดงานเอง หรือผู้ชนะการประมูลสิทธิ์จัดงาน และไปทำการตกลงว่าจ้างผู้จัดงานมืออาชีพ เช่น Organizer, Travel Management Company (TMC), Destination Management Company (DMC), Professional Exhibition Organizer (PEO), Professional Convention Organizer (PCO), Service Support Company, Incentive House เป็นต้น

และทำการคัดเลือก Outsource โดยเมื่อตกลงจ้างผู้จัดงานที่เป็นมืออาชีพ ก็จะเข้ามาเกี่ยวข้องกับกลุ่มผู้ให้บริการ หรือเป็น Supply Side

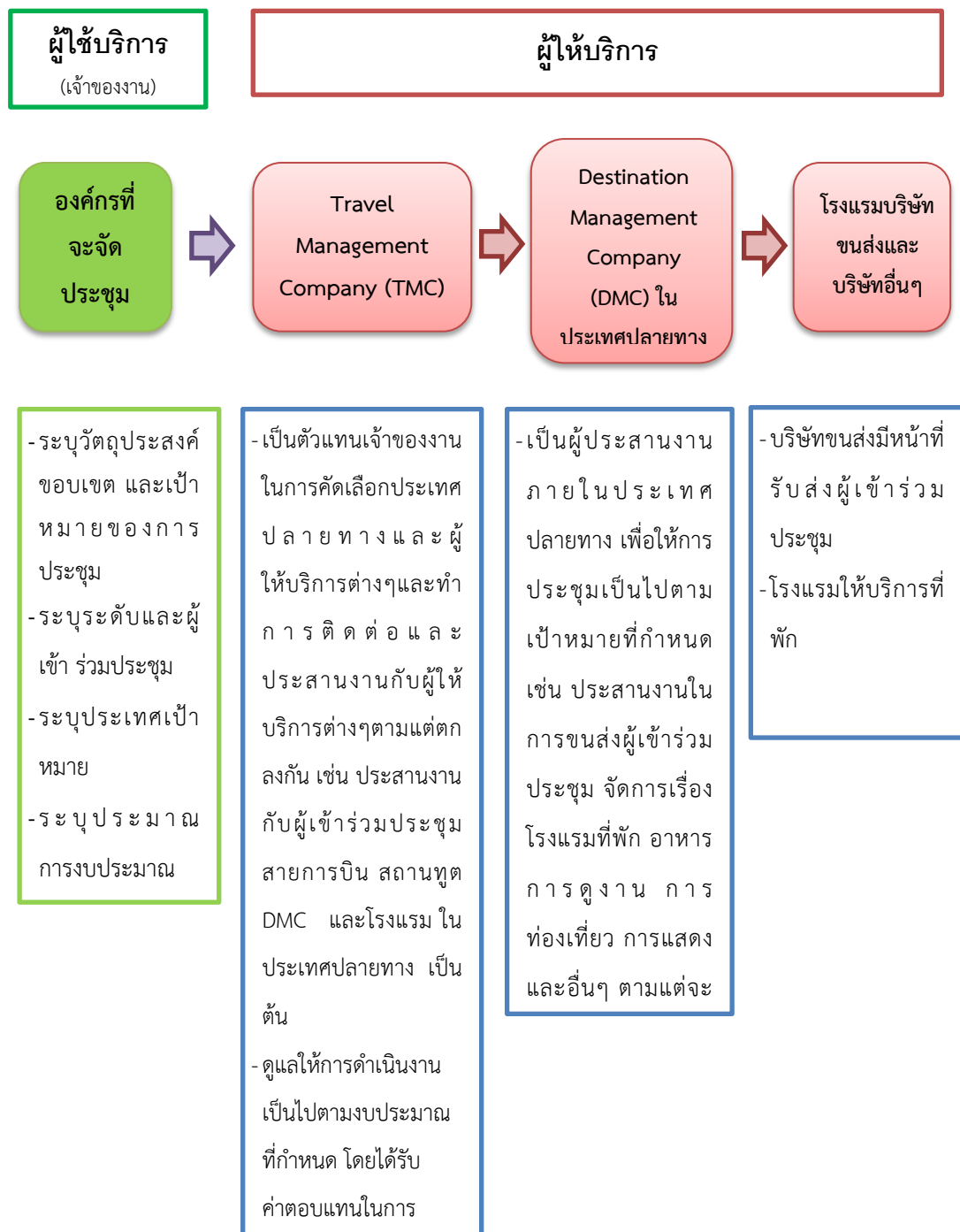
ดังนั้น ในขั้นตอนนี้จะเกี่ยวข้องกับทั้งกลุ่มผู้ให้บริการและผู้ให้บริการ

ขั้นตอนที่ 2 (Process) : การดำเนินติดต่อประสานงาน เตรียมงานต่างๆ ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการจัดงานตามที่กำหนดไว้ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย 2 กลุ่ม โดยส่วนแรกคือ กลุ่มผู้สนับสนุนธุรกิจ (Business Support) เช่น รัฐบาล, TCEB, TICA, THA, MOTs, สมาคม, คู่ค้าทางธุรกิจ, ผู้สนับสนุนทางธุรกิจ เป็นต้น กลุ่มที่ 2 คือ ผู้ให้บริการ ขายสินค้าและบริการ (Supplier) เช่น โรงแรมที่พัก ผู้ให้บริการคมนาคมขนส่งระหว่างประเทศและในประเทศ สถานที่จัดงาน บริการต่างๆ เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 3 (Output) : สินค้าและบริการที่กลุ่มผู้ให้บริการ เจ้าของงานหรือผู้จัดการผู้เข้าร่วม จะได้รับจากการมาร่วมกิจกรรม MICE ในประเทศไทย และเกิดเป็นรายได้ในทุกห่วงโซ่กิจกรรมในทุกกลุ่ม เช่น สนามบิน โรงแรม บริการคมนาคมภายในประเทศ สถานที่จัดงาน บริการลงทะเบียนเข้างาน ล่ามแปลภาษา เทคโนโลยีสารสนเทศ อินเทอร์เน็ต ประชาสัมพันธ์งาน ร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยว ร้านขายของฝาก หรือบริการต่างๆ เช่น นวดแผนไทย เป็นต้น

จากการศึกษาวิจัยดังกล่าว พบว่า ธรรมชาติของการเกิดกิจกรรม M/I/C/E ในแต่ละธุรกิจมีความแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง ในส่วนนี้จะนำเสนอความเชื่อมโยงใน Value Chain ของอุตสาหกรรม MICE ในแต่ละธุรกิจ ดังต่อไปนี้

1) ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของธุรกิจการจัดประชุม (International Corporate Meeting)



ภาพที่ 2.2 ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของธุรกิจการจัดประชุม (International Corporate Meeting)

ที่มา: คณะผู้วิจัย (รายละเอียดเพิ่มเติมดูจากโครงการย่อย 1 เล่ม 'M')

Corporate meeting เกิดขึ้นจาก

ขั้นตอนที่ 1 องค์กรมีความต้องการจะจัดประชุมองค์กรขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์ เช่น การประชุมผู้บริหาร การประชุมผู้ถือหุ้น การประชุมตัวแทนจำหน่าย การประชุมเพื่อแนะนำสินค้าใหม่ การฝึกอบรมให้ความรู้ และการประชุมของฝ่ายต่าง ๆ ซึ่งจะส่งผลถึงงบประมาณการประชุม รูปแบบการประชุมและจำนวนผู้เข้าร่วมประชุม โดยในที่นี้พิจารณาองค์กรต่างประเทศที่ต้องการจัดประชุมในประเทศไทย ซึ่งกล่าวได้ว่าองค์กรเหล่านี้เป็นลูกค้าและเป็นผู้ตัดสินใจเลือกสถานที่จัดประชุม รวมทั้งบริการที่เกี่ยวข้องเอง

ขั้นตอนที่ 2 มี 2 กรณี คือ

กรณีที่ 1 องค์กรมีบุคลากรภายในที่สามารถดำเนินการต่างๆ ได้เอง ซึ่งในกรณีนี้ องค์กรจะทำการติดต่อกับ Service providers ต่างๆ ในประเทศเป้าหมายโดยตรง เช่น สายการบิน DMC โรงแรม บริษัททัวร์ เป็นต้น

กรณีที่ 2 องค์กรไม่มีบุคลากรภายใน ไม่มีศักยภาพ หรือไม่มีความประสงค์ที่จะดำเนินการเอง ซึ่งในกรณีดังกล่าว องค์กรจะทำการคัดเลือก และว่าจ้าง Travel Management Company หรือ TMC ซึ่งมีความสามารถจัดการเดินทางแบบธุรกิจ (Business Travel) ในต่างประเทศให้เป็นผู้จัดการเตรียมการงานประชุม โดยองค์กรที่จะจัดประชุมจะระบุวัตถุประสงค์ของการจัดประชุม งบประมาณการงบประมาณ รวมถึงประเทศเป้าหมายที่มีความต้องการจัดประชุม แล้วให้ TMC นำเสนอข้อเสนอทางเทคนิค ซึ่งเป็นรายละเอียดในการดำเนินการ เช่น งบประมาณการงบประมาณในการจัดการประชุมตามรายละเอียดหรือรูปแบบของงานประชุม ตลอดโปรแกรม ตั้งแต่ต้นจนเสร็จสิ้นการประชุม

TMC ซึ่งได้รับการคัดเลือก และว่าจ้างให้ดำเนินการ จะดำเนินการติดต่อประสานงานโดยติดต่อกับ DMC (Destination Management Company) โรงแรม (ซึ่งอาจได้รับการกำหนดมาจากองค์กรที่จะจัดประชุมหรือลูกค้าแล้ว) และบริษัทผู้ให้บริการที่เกี่ยวข้องในประเทศไทย

ขั้นตอนที่ 3 เป็นการดำเนินงานของ DMC โดยเกิดขึ้น 2 กรณี คือ

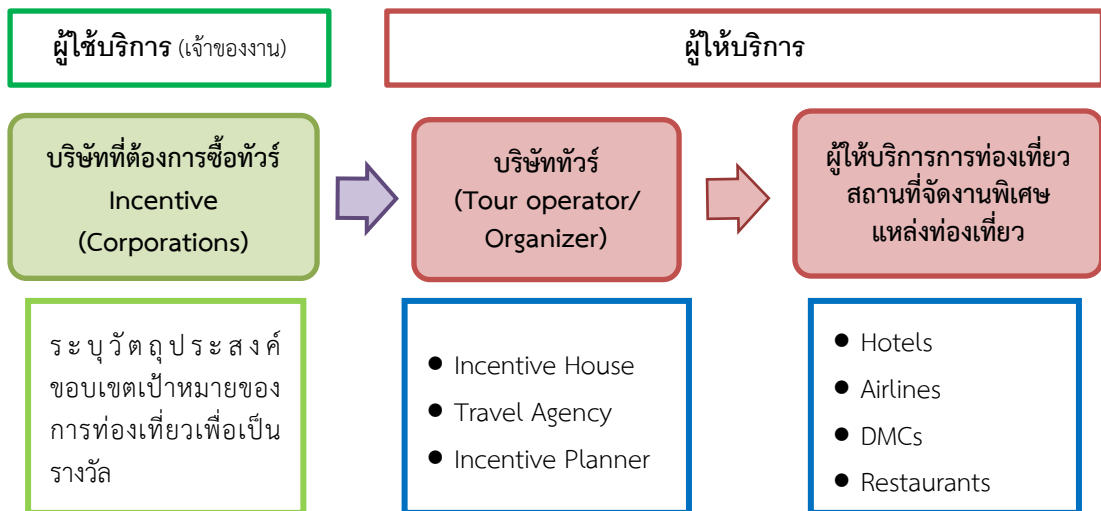
กรณีที่ 1 เป็นการทำงานระหว่าง DMC กับ TMC ในฐานะตัวแทนขององค์กรที่จะจัดประชุม ในการติดต่อเจรจากับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมดในการจัดประชุม ทั้งนี้การแบ่งบทบาท ความสำเร็จ และภาระหน้าที่ระหว่างหน่วยงานทั้งสอง อาจมีความแตกต่างกัน ในแต่ละการประชุม และในแต่ละความสัมพันธ์ทางธุรกิจ

กรณีที่ 2 คือ องค์กรที่จะจัดประชุมไม่ได้ใช้บริการของ TMC แต่จะติดต่อโดยตรงกับ DMC ในประเทศไทย ในกรณีดังกล่าว DMC จะทำหน้าที่เป็นตัวแทนให้แก่บริษัทเจ้าของงาน ในการติดต่อกับผู้ให้บริการรายอื่นๆ เช่น โรงแรม บริษัทนำเที่ยว และอื่นๆ ทั้งนี้แล้วแต่การตกลงกัน ซึ่งย่อมแตกต่างและผันแปรไปตามวัตถุประสงค์ของการประชุม ความต้องการของลูกค้า และความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรทั้งสอง

ขั้นตอนที่ 4 เป็นขั้นตอนที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการของผู้ให้บริการ (Service Providers) ซึ่งรายละเอียดแสดงในรายงานการวิจัยการศึกษาศักยภาพของการจัดประชุมนานาชาติของประเทศไทย

ทั้งนี้ โดยมีหน่วยงานภาครัฐเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการจัดประชุมในประเทศไทยคือ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) (TCEB) ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ให้การสนับสนุน

2) ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive)



ภาพที่ 2.3 ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive)

ที่มา: คณะผู้วิจัย (รายละเอียดเพิ่มเติมดูจากโครงการย่อย 2 เล่ม 'I')

การตัดสินใจซื้อในธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเกิดจาก

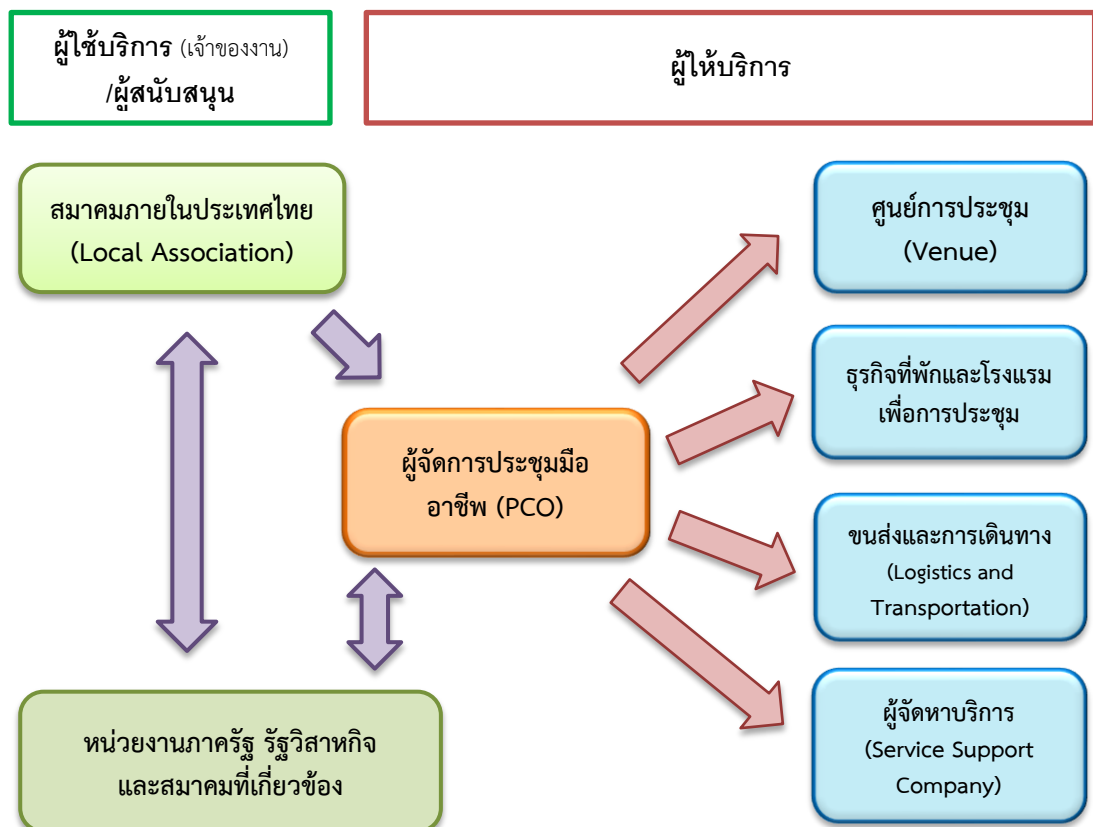
ขั้นตอนที่ 1 บริษัท (Corporate) มีความต้องการในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล โดยองค์กรต้องการให้รางวัลกับพนักงานเพื่อจูงใจให้เกิดผลงานที่ดี เมื่อบริษัท ตัดสินใจเลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางแล้ว

ขั้นตอนที่ 2 บริษัทอาจให้หน่วยงานหรือองค์กรอื่นเป็นตัวประสานงาน เช่น บริษัททัวร์ หรือ Incentive House/Planner ติดต่อกับผู้ให้บริการการท่องเที่ยวในประเทศไทย เช่น บริษัทจัดการจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว หรือ DMC หรืออาจจะเป็นธุรกิจจัดการท่องเที่ยว (Travel Management Company: TMC) ธุรกิจด้านการจัดการเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว (Destination Management Company: DMC) หรือสมาคมระดับนานาชาติที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เนื่องจากจะในพื้นที่ได้มีประสิทธิภาพกว่า โดยปัจจัยที่สำคัญในการเลือกประเทศปลายทาง คือ สิ่งอำนวยความสะดวก และผู้ประกอบการธุรกิจสนับสนุนงาน MICE (Agency)

ขั้นตอนที่ 3 ผู้ให้บริการการท่องเที่ยวในขั้นที่ 2 ซึ่งมีความเชี่ยวชาญ และสามารถวางแผน โปรแกรมการท่องเที่ยวให้กับบริษัทที่ต้องการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลทั้งยังสามารถเป็น ตัวกลางในการประสานงานกับผู้ให้บริการอื่นๆ

ผู้จัดหาหรือซัพพลายเออร์ (Suppliers) ที่เกี่ยวข้องในการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อ เป็นรางวัล ได้แก่ โรงแรม (Hotels), สายการบิน (Airlines), บริษัทจัดการจุดหมายปลายทาง การท่องเที่ยว (Destination Management Company: DMCs), ร้านอาหาร (Restaurants), บริษัทผู้ผลิตอุปกรณ์ต่าง ๆ (Production companies), ผู้ให้บริการด้านเทคโนโลยี (Technology providers), การขนส่งภาคพื้นดิน (Ground transportation), กิจกรรมการให้รางวัล (Awards), กิจกรรมพัฒนาทีม (Team-building), นักพูดจูงใจ (Motivational speakers), ของแจกฟรี (Giveaways), ผู้ให้บริการด้านอื่นๆ (Other service providers)

3) ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ (Convention)



ภาพที่ 2.4 ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ (Convention)

ที่มา: คณะผู้วิจัย (รายละเอียดเพิ่มเติมดูจากโครงการย่อย 3 เล่ม 'C')

การจัดการประชุมนานาชาตินั้น เริ่มจาก

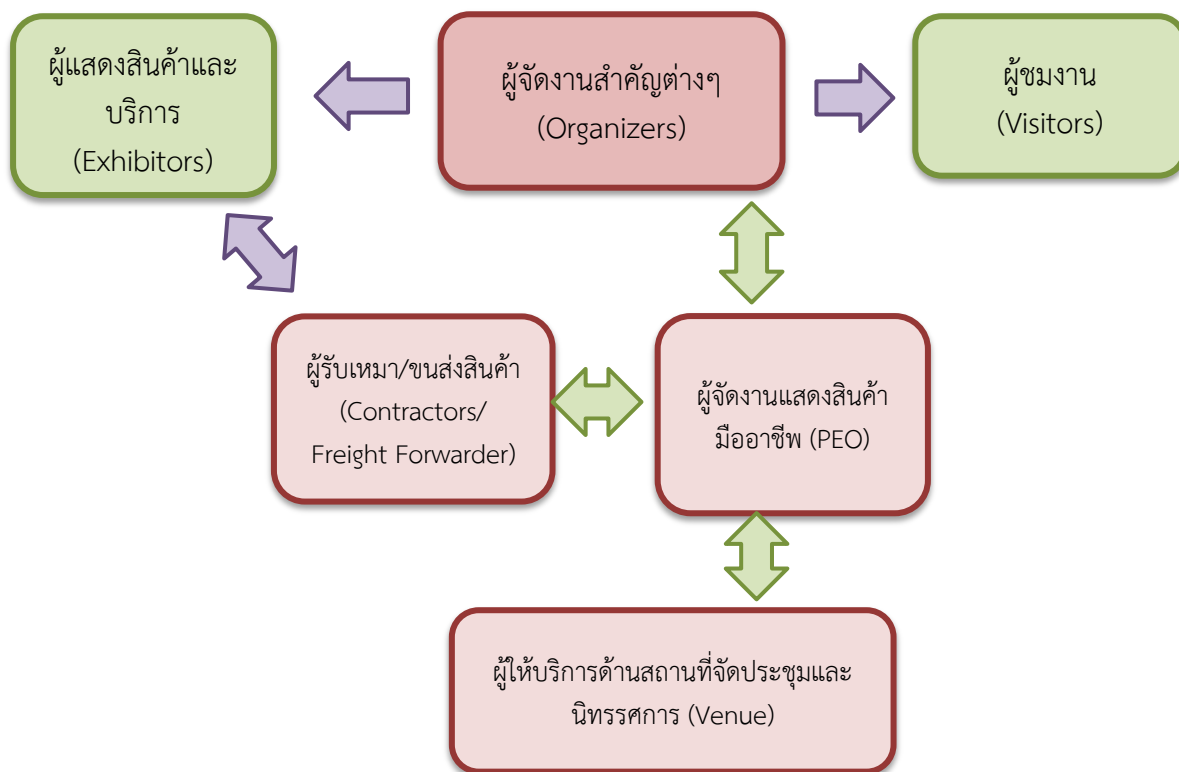
ขั้นตอนที่ 1 สมาคมภายในประเทศไทย ร่วมกับผู้จัดการประชุมมืออาชีพ (PCO) และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สสปน. ทำการประเมิน จัดเตรียมข้อเสนอโครงการ และประมูลสิทธิ์เพื่อการเป็นเจ้าภาพการจัดการประชุม ในกระบวนการประมูลสิทธิ์เพื่อการเป็นเจ้าภาพการจัดการประชุม ประกอบด้วยกิจกรรมย่อย ดังนี้ การประเมินโครงการเพื่อการประมูลสิทธิ์ การจัดเตรียมข้อเสนอโครงการเพื่อการประมูลสิทธิ์ และการเข้าสู่กระบวนการประมูลสิทธิ์ (Bidding Process) โดยความเป็นไปได้ที่จะได้สิทธิ์ในการเป็นเจ้าภาพนั้น มีองค์ประกอบหลายประการ เช่น ความพร้อมและความเข้มแข็งของสมาคมในประเทศ การมีเครือข่ายของผู้บริหารสมาคม ความเป็นมืออาชีพของหน่วยงานหลักที่เกี่ยวข้องในธุรกิจการจัดประชุม ตลอดจนความพร้อมของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เช่น ด้านที่พักแรม การเดินทางขนส่ง แหล่งท่องเที่ยว ร้านค้าและธุรกิจบริการต่างๆ

ขั้นตอนที่ 2 เมื่อได้สิทธิ์ในการเป็นเจ้าภาพแล้ว เป็นขั้นตอนของการเตรียมงานและดำเนินการประชุม ติดต่อก่อนการประชุม ผู้ให้บริการในด้านต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้เข้าร่วมการประชุมนานาชาติ การเตรียมงานประชุมนานาชาติ มีกิจกรรมย่อย ดังนี้ การจัดตั้งคณะทำงาน และการกำหนดบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง การวางแผนและการพัฒนากิจกรรมงบประมาณ แผนการดำเนินงานเพื่อนำไปสู่การตัดสินใจ และการเจรจาต่อรองกับผู้เกี่ยวข้องหลักและผู้จัดการบริการเพื่อการประชุม

ขั้นตอนที่ 3 ขั้นตอนการดำเนินการจัดงานประชุมนานาชาติ ซึ่งประกอบด้วยกิจกรรมย่อย ดังนี้ การอำนวยความสะดวกเพื่อการเข้าเมืองการเดินทางและการต้อนรับ การจัดการ ณ วันงาน (Onsite Management) การจัดการลงทะเบียน การบริหารช่วงพิธีการต่างๆ (Session) เช่น พิธีเปิดงาน การดูแลบุคคลสำคัญ การบริการอาหารและเครื่องดื่ม การดูแลวิทยากรและผู้สนับสนุน การดำเนินการประชุม การจัดกิจกรรมสังคม (Social Activities) เป็นต้น ตลอดจนการให้บริการด้านที่พักแรม สิ่งอำนวยความสะดวก และกิจกรรมสำหรับผู้ติดตาม นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมที่คาบเกี่ยวทั้งในขั้นการเตรียมงาน และการดำเนินงานจัดประชุมนานาชาติ เช่น การสร้างการรับรู้และการประชาสัมพันธ์ การจัดการลงทะเบียนล่วงหน้า (Advance Registration) การจัดการผู้ให้การสนับสนุน (Sponsor and Supporter) และยังมีกิจกรรมย่อยอื่นที่ต้องให้บริการอีก เช่น การอำนวยความสะดวกด้านการเข้าเมือง ระบบวีซ่า ภาษี การอำนวยความสะดวกเพื่อการเจรจาทางธุรกิจ และการศึกษาดูงาน ตลอดจนกิจกรรมการท่องเที่ยวก่อน-หลังการประชุมนานาชาติ เป็นต้น

4) ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibition)





ภาพที่ 2.5 ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibition)

ที่มา: คณะผู้วิจัย (รายละเอียดเพิ่มเติมดูจากโครงการย่อย 4 เล่ม ‘E’)

สำหรับการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนั้น

ขั้นตอนที่ 1 เกิดจาก ก) ผู้จัดงานแสดงสินค้ามืออาชีพ หรือ PEO เป็นผู้ริเริ่มติดต่อไปยังผู้แสดงสินค้าและบริการ เช่น องค์กร บริษัทต่างๆ เพื่อเชิญให้เข้าร่วมในงาน หรือ ข) อาจเกิดจากองค์กรเหล่านั้น มีความต้องการจัดแสดงสินค้าหรือนิทรรศการผลิตภัณฑ์หรือบริการของตน จึงได้ติดต่อ PEO ให้ดำเนินการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการขึ้น โดยทำการเลือกประเทศจุดหมายปลายทาง ซึ่งการเลือกสถานที่ที่จะจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนั้น มักจะพิจารณาจากอุปสงค์ของสินค้าหรือบริการนั้นๆ หรือความเป็นไปได้ที่จะเพิ่มโอกาสทางการตลาด รวมถึงความพร้อมในด้านต่างๆ ของประเทศปลายทาง เช่น สมาคม องค์กร หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ระบบการขนส่งมวลชน เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 2 ทำการว่าจ้าง Professional Exhibition Organizer หรือ PEO เพื่อการติดต่อประสานงานกับผู้ให้บริการด้านสถานที่ และผู้จัดงานรายอื่นๆ โดยจะประสานงานกับผู้แสดงสินค้าและบริการและคอยอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เข้าชมงาน นอกจากนี้ PEO ยังรับผิดชอบ

ประสานงานกับผู้รับเหมาและผู้ขนส่งสินค้า เพื่อให้บริการผู้แสดงสินค้าและบริการในด้านการออกแบบและตกแต่งสถานที่ การขนส่งสินค้าและอุปกรณ์ที่จะนำมาใช้ในงานแสดงสินค้าและนิทรรศการอีกด้วย

ขั้นตอนที่ 3 การเตรียมงานจะเกี่ยวข้องกับธุรกิจที่มารองรับ เช่น ธุรกิจที่พักแรมและอาหาร (Accommodation and food Business) ธุรกิจรับเหมา (Contractor) ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับการออกแบบสถานที่ ก่อสร้างและตกแต่งคูหาสถานที่ใช้ในการจัดงาน รวมถึงธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดเวที การแสดง ระบบเสียง ระบบไฟฟ้า ซึ่งใช้ในงาน พิธีเปิด-ปิดงาน และเป็นเวทีในการแสดงกิจกรรมต่างๆ ของงานธุรกิจการจัดแสดงงานสินค้าและนิทรรศการ

การจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการยังเกี่ยวข้องกับธุรกิจต่างๆที่อีกมาก เช่น ธุรกิจนำเที่ยวที่จัดรายการนำเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tour) จัดการอำนวยความสะดวกในการนำเที่ยวระหว่างที่มีกิจกรรมการจัดแสดงงานสินค้าและนิทรรศการในประเทศไทย รวมทั้งจัดการเรื่องตัวโดยสาร จองที่พัก ธุรกิจบันเทิง (Entertainment Business) ที่ให้บริการด้านความบันเทิงและบันเทิงหลังจากสิ้นสุดโปรแกรมการจัดงาน ธุรกิจการคมนาคมขนส่ง (Transportation Business) ที่บริการด้านการคมนาคมขนส่งผู้โดยสารแก่ผู้ที่รับหน้าที่จัดและผู้เข้าร่วมในกิจกรรมไมซ์และอีเว้นท์ด้วย ธุรกิจขายของที่ระลึก (Souvenir Business) ธุรกิจการค้าปลอดภาษีอากร (Duty Free Business)

นอกจากนี้ธุรกิจอื่นๆที่เกี่ยวข้อง (Other Related Business) ได้แก่ ธุรกิจโฆษณา ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ ธุรกิจทำความสะอาด ธุรกิจรักษาความปลอดภัย ธุรกิจการเงินการธนาคาร เป็นต้น

วัตถุประสงค์ข้อ 3)

เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพของอุตสาหกรรม MICE

จากผลการศึกษาในแต่ละโครงการย่อยในด้านศักยภาพของธุรกิจ M/I/C/E สรุปได้ ดังนี้

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์ปัจจัยศักยภาพของธุรกิจ M/I/C/E

Factor	Meeting	Incentive	Convention	Exhibition
ปัจจัยการผลิต :				
● ด้านบุคลากร	● (+) มีความโดดเด่นด้านความมีอัธยาศัยไมตรี ความมีน้ำใจของคนไทย มีจิตสำนึกให้บริการ (Service Mind) ● (-) บุคลากรขาดความรู้ความเข้าใจเรื่องการจัดประชุม บริการที่พัก ห้องประชุมไม่ได้มาตรฐาน ไม่สามารถออกแบบการประชุมให้สอดคล้องความต้องการของลูกค้า		● (+) มีการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านวิชาการ และวัฒนธรรม (Refer : Page 198) ● (-) การขาดแคลนบุคลากรที่มีความชำนาญในด้านภาษาเฉพาะ	● (+) ในกรุงเทพฯ มีความพร้อมด้านทรัพยากรมนุษย์ แรงงาน คุณภาพ และทักษะในธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการระดับนานาชาติ ● (-) ต่างจังหวัด ขาดแรงงานทักษะ และการบริหารจัดการ ● (-) ขาดแคลนแรงงานจากการถูกดึงตัวไปในธุรกิจท่องเที่ยว ในฤดูกาลท่องเที่ยว

Factor	Meeting	Incentive	Convention	Exhibition
	(-) บุคลากรขาดทักษะด้านภาษาอังกฤษ (Refer : Page 76-78,80)			(-) ขาดแคลนบุคลากรที่เชี่ยวชาญด้านเทคนิคเฉพาะด้าน ไม่เพียงพอต่อปริมาณความต้องการของตลาด (-) ความสามารถทางด้านภาษาสากลยังคงต้องพัฒนา (Refer : Page 41)
● การบริหารจัดการ	● (+) ความสมเหตุสมผลทางด้านราคา และมาตรฐาน ของห้องประชุม ที่พัก อาหารในโรงแรมที่ใช้จัดประชุม และสิ่งอำนวยความสะดวก ● (+) การจัดกิจกรรมให้เลือกทำนอกเวลาประชุม ● (+) การจัดกิจกรรมให้เลือกทำนอกเวลาประชุม (Refer : Page 76-77)		● (+) ผู้จัดการประชุมมืออาชีพ และผู้ให้บริการหลักมีขีดความสามารถ รวมทั้งการมีศูนย์และสถานที่ประชุมที่มีความพร้อม (Refer : Page 206)	● (+) ประเทศไทยมีประสบการณ์สูงในการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการระดับนานาชาติ (Refer : Page 41)
● สาธารณูปโภค	● (-) ระบบสาธารณูปโภค	● (+) มีศักยภาพสูงสุดด้าน	● (-) ยังควรต้องปรับปรุงด้าน	● (-) ระบบสาธารณูปโภค ต้อง

Factor	Meeting	Incentive	Convention	Exhibition
สิ่งอำนวยความสะดวก	โครงสร้างพื้นฐาน ใน จังหวัด MICE หลัก ต่างจังหวัด ยังไม่ได้รับการ พัฒนาปรับปรุง (Refer : Page 76-77,81)	การบริการจัดหาอาหารที่มี คุณภาพดี (Refer : Page 4-51)	ความเชื่อมั่นในการให้บริการ เกี่ยวกับสาธารณสุข ● (-) ความสามารถในการ เข้าถึงสถานที่ การจัดประชุม นานาชาติ (Refer : Page 195)	ได้รับการปรับปรุง การ ตกแต่งต้องมีความเหมาะสม สำหรับการจัดงานให้ได้ หลากหลายรูปแบบ ตลอดจนความสามารถใน การเข้าถึงสถานที่นั้นๆ (Refer : Page 41)
● คมนาคม ขนส่ง	● (-) คมนาคมขนส่งไม่รองรับ องค์การที่มีขนาดใหญ่ เดินทางไปปริมณฑล ค่อนข้างยาก ● (-) ขนส่งมวลชนไม่สามารถ ใช้ตัวโดยสารรวมในบัตร เดียวได้ ● (-) การคมนาคมขนส่ง ต่างจังหวัดขาดความ สะดวก ต้นทุนสูง (Refer : Page 83-84)	● (+) มีศักยภาพสูงสุดด้าน ความสะดวกในการเดินทาง ไปยังจุดหมายปลายทาง (Refer : Page 4-51)	● (-) กระบวนการตรวจสอบ การเข้าเมืองที่ค่อนข้างล่าช้า ● (-) ขาดความสะดวกสบายใน การเดินทางภายในประเทศ ● (-) ขาดความพร้อมของระบบ ขนส่งสาธารณะ แม้ใน กรุงเทพฯก็ยังไม่ทั่วถึง ไม่ สะดวก (Refer : Page 187)	
● เทคโนโลยี สารสนเทศ	● (-) บริการอินเทอร์เน็ต Wifi ยังไม่ได้รับการแก้ไขด้าน		● (-) เทคโนโลยีต้องการการ ปรับปรุง เช่น อินเทอร์เน็ตไร้	

Factor	Meeting	Incentive	Convention	Exhibition
	ความเร็ว ความเสถียร ในพื้นที่สาธารณะ (-) ขาดเทคโนโลยีรองรับต้องเช่าอุปกรณ์ เทคโนโลยีมาจากต่างประเทศ มีค่าใช้จ่ายสูง (Refer : Page 83-84)		สาย ระบบแปลภาษา ระบบเสียง การให้ข้อมูล (Refer : Page 194)	
อื่นๆ		(+) มีศักยภาพสูงสุดด้านการมีภูมิทัศน์ธรรมชาติ สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ (Refer : Page 4-51)	(+) ความโดดเด่นด้านสถานที่ท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวที่ถูกสร้างขึ้น เช่น สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ศูนย์การค้า ร้านอาหาร (Refer : Page 198)	(-) จากปัญหาด้านการเมืองส่งผลต่อสภาวะเศรษฐกิจ ต้นทุนจัดงานเพิ่มสูงขึ้น กระทบแหล่งเงินทุน (Refer : Page 41) (+) เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากการนำเครื่องจักรใหม่ นวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่มาจัดแสดง (Refer : Page 98)
ปัจจัย Demand/Supply ในประเทศ :				

Factor	Meeting	Incentive	Convention	Exhibition
			• (+) การมีแนวโน้มที่จะมีศูนย์ประชุมเพิ่มขึ้นใน 5 ปีข้างหน้า • (+) การจัดประชุมนานาชาติที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตลอดจนการเลือกภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิกเป็นสถานที่เป้าหมาย <i>(Refer : Page 206)</i>	
ปัจจัยอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง :				
• ความพร้อมของที่พักร โรงแรม	• (+) จำนวนที่พักและจำนวนห้องเพิ่มขึ้นทุกปี • (+) มีโรงแรมที่พักที่มีห้องประชุมผ่านการรับรองมาตรฐานกว่า 100 แห่งกระจายในกรุงเทพฯและเมือง MICE <i>(Refer : Page 76-77)</i>	• (+) มีศักยภาพสูงสุดด้านประเภทที่พักให้เลือกหลากหลาย <i>(Refer : Page 4-51)</i>	• (+) การมีทรัพยากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการอื่น ที่มีความสามารถมารองรับ <i>(Refer : Page 205)</i> • (+) ผู้เข้าร่วมพอใจด้านที่พักโรงแรมมาก ทั้งในส่วนของห้องพักที่ตอบสนองความต้องการ สิ่งอำนวยความสะดวก	• (+) ประเทศไทยมีโรงแรมที่เหมาะสม <i>(Refer : Page 41)</i>

Factor	Meeting	Incentive	Convention	Exhibition
			สะดวก คุณภาพ มาตรฐาน (Refer : Page 192)	
● สถานที่จัดงาน/จัดประชุม/จัดงานแสดง	● (-) ศูนย์ประชุมขนาดใหญ่ของรัฐ ขาดความพร้อมการออกแบบไม่ได้มาตรฐาน ไม่รองรับการใช้งานจริง (Refer : Page 82)	● (+) มีศักยภาพสูงสุดด้านสถานที่จัดกิจกรรมที่เหมาะสม ใช้งานได้หลากหลาย (Refer : Page 4-51)	● (+) ผู้เข้าร่วมมีความเห็นว่าสถานที่จัดประชุมมีคุณภาพมาตรฐานระดับสูง (Refer : Page 194)	● (+) ประเทศไทยมีจำนวนสถานที่จัดแสดงสินค้าและนิทรรศการระดับนานาชาติเพียงพอ แต่ละพื้นที่มีความหลากหลาย ● (-) ในต่างจังหวัด สถานที่จัดงานควรได้รับการพัฒนาปรับปรุง สถานที่และอาคารที่มีอยู่เดิม (Refer : Page 41)
● ความพร้อมของสายการบินแห่งชาติ	● (+) สายการบินไทยยังไม่รองรับลูกค้ากลุ่มใหญ่ ยังไม่มีการขายแพ็คเกจสำหรับหนึ่งองค์ในหนึ่งเที่ยวบินได้ เพราะมีรูปแบบเที่ยวบินเหมาลำ (Refer : Page 82)		● (+) การขยายตัวของอุตสาหกรรมการบินในประเทศไทยสามารถรองรับผู้เข้าร่วมประชุม (Refer : Page 205)	● (+) ประเทศไทยมีสายการบินที่มีมาตรฐาน (Refer : Page 41)
● ผู้ประกอบการ		● (+) มีศักยภาพสูงสุดด้าน	● (+) ผู้วางแผนการประชุม	● (+) กลุ่มผู้จัดงาน

Factor	Meeting	Incentive	Convention	Exhibition
ธุรกิจสนับสนุนงาน M/I/C/E		จุดหมายปลายทางที่สามารถให้บริการช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเมื่อต้องการได้ (Refer : Page 4-51)	ได้รับความพึงพอใจจากผู้เข้าร่วมอย่างมาก (Refer : Page 189)	(Organizers) มีความเชี่ยวชาญการจัดงานสามารถออกแบบงานได้ตามความต้องการ (Refer : Page 41)
สมาคมผู้ให้การสนับสนุนธุรกิจ			(+) มีความร่วมมืออย่างดีระหว่างสมาคมในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง (Refer : Page 205)	(+) มีสมาคมที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานสินค้าและนิทรรศการระดับนานาชาติที่แข็งแกร่ง (Refer : Page 41)
ปัจจัยกลยุทธ์โครงสร้างและสภาพการแข่งขัน :				
ระยะเวลาการฟื้นตัวของธุรกิจเมื่อเกิดวิกฤตหรือเกิดปัญหา	(+) ธุรกิจจัดประชุมสามารถฟื้นตัวเร็วกว่าธุรกิจอื่นในกลุ่ม MICE เมื่อประสบปัญหาหรือเกิดวิกฤต (Refer : Page 77)			

Factor	Meeting	Incentive	Convention	Exhibition
● ศักยภาพต่อการเป็นเมืองท่องเที่ยว/ การจัดกิจกรรม/ การผลักดันโอกาสทางธุรกิจ	● (-) เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในภูมิภาค เช่น สิงคโปร์ มาเลเซีย เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น มาเก๊า เมืองไทยยังเป็นรอง ยังไม่สามารถตอบสนองนักท่องเที่ยวกลุ่มบนได้ (Refer : Page 84)	● (+) มีศักยภาพสูงสุดเกี่ยวกับการมีกิจกรรมพิเศษส่งเสริมวัฒนธรรม (Refer : Page 4-51) ● (+) การมีโอกาสในการสร้างเครือข่ายธุรกิจและความสัมพันธ์ทางการค้ากับคู่ค้า จากการเข้าร่วมงาน (Refer : Page 4-51)	● (-) ขาดการให้ความสำคัญทางด้านการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าตามแนวคิดการประชุมสีเขียว (Green Meeting) เรื่องสิ่งแวดล้อม (Refer : Page 200)	
● ความสำเร็จรางวัลจากกิจกรรมที่ผ่านมา		● (+) มีศักยภาพสูงสุดด้านจุดหมายปลายทางที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว (Refer : Page 4-51)		
ปัจจัยรัฐบาล :				
● นโยบายและกฎหมายจากภาครัฐบาล	● (-) ขั้นตอนการตรวจคนเข้าเมืองที่ต้องใช้เหตุการณ์การเข้ามาในลักษณะนักท่องเที่ยวด้วยเหตุผลด้าน Visa ● (-) ขั้นตอนปฏิบัติไม่เอื้ออำนวยแก่การนำเข้า		(-) มีข้อจำกัดด้านกฎหมาย และระเบียบข้อบังคับสากล (-) ขาดวางแผนยุทธศาสตร์ในระยะยาว รวมทั้งการกำหนด	

Factor	Meeting	Incentive	Convention	Exhibition
	สินค้าจัดแสดง ● (-) ความไม่เข้าใจของผู้มีอำนาจอนุมัติให้ใช้สถานที่สำคัญในประเทศเพื่อกิจกรรม MICE ● (-) มาตรฐานด้านภาษีไม่ส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดการจัดประชุมในประเทศ ● (-) ขาดการกำหนดจำนวนคน ชัดความสามารถรองรับนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว ● (-) ภาครัฐไม่ได้พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานรองรับอุตสาหกรรมจัดประชุม (Refer : Page 80,84)		ตำแหน่งทางการแข่งขัน (Refer : Page 41; 206)	
ปัจจัยเหตุสุดวิสัย :				

Factor	Meeting	Incentive	Convention	Exhibition
● ความปลอดภัย	● (-) ขาดมาตรฐานความปลอดภัยในสถานที่ต่างๆ ● (-) ความปลอดภัยจากการเดินทาง ไม่มีการควบคุมคุณภาพด้านยานพาหนะตัวรถโดยสาร ● (-) ปัญหาแท็กซี่ในกรุงเทพฯ ที่เอารถเอาเปรียบผู้โดยสารต่างชาติ ● (-) ความไม่มีเสถียรภาพด้านการเมือง ความไม่สงบทางการเมือง (Refer : Page 83,84)		● (-) ยังคงต้องปรับปรุงสร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัย (Refer : Page 195)	

จากข้อสรุปการศึกษาของโครงการย่อย M/I/C/E ในตารางที่ 2.5 ประกอบกับการศึกษาวิเคราะห์สังเคราะห์ร่วมกับแผนงานวิจัย สามารถประเมินศักยภาพของอุตสาหกรรม MICE โดยภาพรวมของอุตสาหกรรมได้ดังต่อไปนี้

3.1 ปัจจัยการผลิต

ทรัพยากรมนุษย์ – ปริมาณคุณภาพทักษะต้นทุน และการจัดการ :

ทรัพยากรมนุษย์เป็นทรัพยากรที่มีความสำคัญและมีคุณค่าอย่างยิ่งในทุกอุตสาหกรรม รวมทั้งอุตสาหกรรม MICE ด้วย จากการศึกษา (Focus group) พบว่า ประเทศไทยยังมีปัญหาและอุปสรรคด้านบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม MICE ในหลายๆ ประการ เช่น

1) ผู้แปลภาษาหรือล่าม สำหรับการประชุมนานาชาติ ซึ่งการหาล่ามที่สามารถแปลได้ทันที หรือ Simultaneous interpreter ในประเทศไทยนั้นยังขาดแคลน และต้องอาศัยการนำเข้าซึ่งมีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง การให้ความสำคัญในการพัฒนาบุคลากรทางด้านนี้จึงเป็นสิ่งจำเป็น

2) การจ้างงานบุคลากรในอุตสาหกรรม MICE มีความสำคัญและจำเป็น เป็นอย่างมาก ผู้ที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษา หน่วยงานเอกชน ควรมีการผลักดันอย่างจริงจัง เพราะต้องการบุคลากรที่มีความชำนาญโดยเฉพาะ หลักสูตรการสอนมักจะไปรวมกับการท่องเที่ยวและโรงแรม อย่างไรก็ตาม หากไม่สามารถหาผู้ที่จบด้านนี้ได้โดยตรง การแก้ไขปัญหาก็เบื้องต้นสามารถทำได้ด้วยการทำ ‘on-the-job-training’ ซึ่งผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมนี้เน้นย้ำว่า ‘ทัศนคติ’ ของผู้ที่จะเข้ามาในอุตสาหกรรมนี้เป็นเรื่องที่มีความสำคัญมาก จะต้องมีความอดทนสูง มีความใส่ใจเรียนรู้ในทุกๆ รายละเอียดของการทำงาน เป็นต้น

3) ประเทศไทยยังขาดแคลนบุคลากรที่มีทั้งความคิดสร้างสรรค์และความรู้ด้านวิชาการควบคู่กันไป

4) จากการประชุมกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมนี้ให้ข้อคิดเห็นว่า ความสามารถทางด้านภาษาอังกฤษของผู้เกี่ยวข้องที่อยู่ในระดับ ‘Second tier’ ยังอยู่ในระดับการใช้งานที่มีประสิทธิภาพไม่เพียงพอ เช่น พนักงานขับรถยกในการทำบูธงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ เป็นต้น

ทรัพยากรทางกายภาพ คุณภาพทรัพยากร ต้นทุน/มูลค่า ที่ตั้งและขนาด :

จากรายงาน Thailand’s MICE Industry Report 2015 พบว่า ประเทศไทยมีจุดเด่นที่สำคัญในเรื่อง โครงสร้างพื้นฐานในการให้บริการนักท่องเที่ยว (Tourist Service Infrastructure) ทรัพยากรธรรมชาติ (Natural resources) และโครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่งทางอากาศ (Air Transport Infrastructure)

จากการศึกษาของ Convention/Exhibition พบว่า ประเทศไทยมีความพร้อมในเรื่องการมีสถานที่จัดแสดงสินค้าและนิทรรศการระดับนานาชาติ การจัดประชุมนานาชาติ ความสามารถในการเข้าถึง เช่น เที่ยวบินและระยะเวลาในการเดินทางจากต่างประเทศมายังประเทศไทย การเชื่อมโยงกับเมืองหลักอื่นๆ ที่เป็น MICE Destination จำนวนสายการบินหลัก ความสามารถในการรองรับของสนามบินแต่ละปี สามารถทำได้โดยสะดวก

อย่างไรก็ตามพบว่ามีประเด็นที่ควรปรับปรุง ได้แก่ โครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่งภาคพื้นดิน (Ground and Port Infrastructure) ซึ่งยังขาดความพร้อมในเรื่องนี้ เช่น การเชื่อมโยง

ระหว่างสนามบิน นอกจากนี้ ปัญหาในเรื่องการคมนาคมขนส่งในประเทศไทยยังเป็นปัญหาที่ถูกหยิบยกขึ้นมาเพื่อทำการปรับปรุงแก้ไขต่อไป เช่น การเดินทางด้วยรถสาธารณะที่ไม่สามารถใช้ตัวเดียวกันได้ หรือการไม่มีทางเดินเท้าจากสถานีรถไฟฟ้าเพื่อไปยังสถานที่จัดงาน เป็นต้น

ทรัพยากรความรู้ :

นอกเหนือจากการเข้าร่วมกิจกรรม MICE ของนักเดินทางกลุ่ม MICE แล้ว ผู้เข้าร่วมกิจกรรม MICE และผู้ติดตามยังให้ความสนใจ กับการท่องเที่ยวก่อนและหลังการเข้าร่วมกิจกรรม MICE ซึ่งสามารถสร้างประสบการณ์ให้กับนักเดินทางกลุ่ม MICE ได้เป็นอย่างดีนอกจากเป็นการเปิดโลกทัศน์ให้กว้างขึ้นแล้วยังช่วยให้เกิดความผ่อนคลายและลดความตึงเครียดอีกด้วย

หากพิจารณาในฝ่ายผู้จัดงานหรือผู้เกี่ยวข้อง อาจกล่าวได้ว่า การจัดกิจกรรม MICE ในแต่ละงานก่อให้เกิดคุณค่าไม่เพียงด้านเศรษฐกิจต่อประเทศเท่านั้น ยังส่งผลต่อการเรียนรู้ของผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมเอง ตลอดจนบุคลากรรุ่นใหม่ที่มีโอกาสเข้าร่วมงานหรือฝึกงาน ทั้งยังเป็นการเปิดโลกทัศน์ความเป็นนานาชาติให้กับเยาวชนอีกด้วย

ทรัพยากรเงินทุน :

เนื่องจากอุตสาหกรรม MICE เป็นอุตสาหกรรมที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก ดังนั้น รัฐบาลจึงได้ให้ความสำคัญโดยการตั้งหน่วยงานดูแลรับผิดชอบขึ้นมาโดยเฉพาะ ซึ่งเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับผู้เกี่ยวข้องกับผู้จัดกิจกรรม MICE เป็นอย่างมาก สำหรับสมาคมวิชาชีพและองค์กรที่ไม่ได้คำกำไรสามารถขอรับการสนับสนุนจาก สสพ.ได้ เมื่อเข้าเกณฑ์ตามที่กำหนด จึงถือเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการสนับสนุนการจัดกิจกรรม MICE ให้เกิดขึ้นในประเทศไทย

การขนส่ง(คน) :

จากการศึกษาพบว่าในอุตสาหกรรม MICE ของประเทศไทยมี Air Carrier ที่พร้อมและให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมนี้อยู่ในระดับหนึ่ง อย่างไรก็ตาม การจะให้ผู้มาเข้าร่วมกิจกรรม MICE ใช้ Air Carrier ของประเทศไทยที่เป็นจุดหมายปลายทางของการจัดกิจกรรม MICE นั้น ยังขาดการบูรณาการกับหลายภาคส่วน รวมทั้งการปรับเปลี่ยนนโยบายบางอย่างเพื่อให้สอดคล้องกับการเตรียมงาน MICE ที่มีลักษณะการเตรียมการที่มีระยะเวลายาวนานอีกด้วย

จากการสัมภาษณ์ผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมนี้ ยังพบว่า มีปัญหาในด้านโลจิสติกส์ของนักเดินทางกลุ่ม MICE ที่มาเป็นกลุ่มใหญ่ ซึ่งมักจะประสบปัญหาด้านรถในการขนส่ง ประกอบกับหลายธุรกิจไม่มีการควบคุมคุณภาพของยานพาหนะ เช่น คุณภาพของตัวรถโดยสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้รถโดยสารสองชั้น การไม่มีกฎหมายบังคับในการควบคุมระยะเวลาในการขับรถโดยสารที่ติดต่อกันเป็นเวลานาน และนำไปสู่การเกิดอุบัติเหตุ

นอกจากนี้ยังมีปัญหาอื่นๆที่ถูกกล่าวถึง และควรนำมาเป็นข้อสังเกตเพื่อนำไปสู่การปรับปรุงแก้ไขในอุตสาหกรรมนี้ต่อไป เช่น การขนส่งของเพื่อนำมาใช้ในการจัดแสดงงานนิทรรศการ

สิ่งอำนวยความสะดวก :

สำหรับสิ่งอำนวยความสะดวกในอุตสาหกรรม MICE พบว่า ความพร้อมของสถานที่พัก สถานที่จัดการประชุมนานาชาติ สถานที่สำหรับจัดนิทรรศการและงานแสดงสินค้า ต้องพิจารณาอย่างละเอียดทั้งในด้านคุณภาพและปริมาณ การเลือกสถานที่สำหรับจัดกิจกรรม MICE แต่ละครั้งนั้นจะต้องวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินการจัดกิจกรรมอย่างละเอียดเพื่อกำหนดขนาดและจำนวนห้องที่

จะจัดกิจกรรมให้สอดคล้องกับจำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรม MICE หลายครั้งที่มีความต้องการในลักษณะ ศูนย์การประชุมที่บริหารจัดการโดยผู้บริหารมีอาชีพ ต้องการโรงแรมที่ให้บริการห้องประชุมควบคู่ กับบริการที่พัก (Convention Hotel) หรืออาจเป็นสถานที่ในหน่วยงานราชการ รวมไปถึงพื้นที่ สำหรับจัดกิจกรรมสนับสนุนอื่นๆ อย่างเพียงพอ ได้แก่ พื้นที่สำหรับลงทะเบียน พื้นที่สำหรับบริการ อาหารว่างและเครื่องดื่มระหว่างพัก พื้นที่สำหรับจัดกิจกรรมเชิงสังคม พื้นที่สำหรับคณะทำงาน พื้นที่ สำหรับรับรองบุคคลสำคัญและผู้สนับสนุนการจัดงาน ตลอดจนพื้นที่สำหรับจอดรถบัสหรือรถยนต์ ของผู้ที่เดินทางมาเข้าร่วมกิจกรรมด้วย ทั้งหมดนี้มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาเข้าร่วมกิจกรรม

สำหรับสิ่งอำนวยความสะดวกที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี ซึ่งถือเป็นเรื่องสำคัญในการจัด กิจกรรม MICE เช่น อุตสาหกรรมการจัดประชุมยังด้อยกว่าต่างประเทศที่มีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี ทำให้บางครั้งต้องมีการเช่ามาจากต่างประเทศส่งผลถึงต้นทุนการจัดงานที่สูงกว่าหากพิจารณาไปจัด กิจกรรมในประเทศคู่แข่งอื่น ๆ ในภูมิภาค อย่างไรก็ตาม ในด้านเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสาร อุตสาหกรรม MICE ของประเทศไทยมีความพร้อมและมีศักยภาพในการเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรม MICE ของภูมิภาคเนื่องจากสามารถที่จะติดต่อสื่อสารทั้งทางโทรศัพท์ การประชุมทางไกล การเข้าถึง เครือข่ายอินเทอร์เน็ต Wifi ที่สามารถดำเนินการได้สะดวกและรวดเร็ว รวมไปถึงศักยภาพในการ สนับสนุนการประชุมเสมือนจริง (Virtual Meeting) และการอำนวยความสะดวกด้านข้อมูลให้กับนัก เดินทางกลุ่ม MICE ที่มาประชุมในประเทศไทย เป็นต้น

จากการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมนี้ พบว่า หากต้องการปรับปรุงในเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านี้ เสียงสะท้อนกลับจากผู้ที่เคยมีประสบการณ์ในกิจกรรม MICE ได้ให้ข้อเสนอแนะ ในประเด็นดังนี้ การทำการบริหารจัดการกิจกรรม MICE เริ่มตั้งแต่กระบวนการคิด/วางแผนตั้งแต่การ ออกแบบสถานที่ ซึ่งสถานที่จัดงานบางแห่งออกแบบมาไม่ได้อำนวยความสะดวกในการจัดกิจกรรม MICE เช่น การเดินทางได้อย่างสะดวกเพื่อไปยังสถานที่นั้น การออกแบบห้องครัวกับห้องจัดเลี้ยง การ คำนึงถึงการลำเลียงอุปกรณ์เข้าสู่พื้นที่การจัดงาน การออกแบบพื้น ฝ้า ผนังอาคารตลอดจนห้องน้ำ และสิ่งอำนวยความสะดวกสนับสนุนอื่นๆ เป็นต้น

3.2 เงื่อนไขอุปสงค์และความต้องการในประเทศ

การที่อุตสาหกรรมนี้มีแนวโน้มและโอกาสของการเติบโตอย่างชัดเจน ทำให้ภาคเอกชนได้ให้ ความสำคัญเป็นอย่างมาก และคาดว่าใน 5 ปีข้างหน้าจากนี้ไปจะมีศูนย์ประชุมเพื่อกิจกรรม MICE เกิดขึ้นอีกหลายแห่ง ซึ่ง ณ ตอนนี้อย่างไม่ได้มีการเปิดตัวอย่างเป็นทางการ นอกจากพื้นที่ที่มีและจะมี จำนวนมากขึ้น ประกอบกับการจัดประชุมนานาชาติภายในประเทศ จากสมาคมกลุ่มต่างๆ สถาบันการศึกษา และการจัดประชุมนานาชาติที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และที่สำคัญการประสาน ร่วมมือและสนับสนุนจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เช่น ผู้จัดงาน ผู้ให้บริการสถานที่ สมาคมต่างๆที่เป็น เจ้าของงาน สมาคมท่องเที่ยวภายในประเทศ สมาคม โรงแรม สมาคมอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจสาย การบิน ผู้แทนภาครัฐ ฯ ตลอดจนการอำนวยความสะดวกจะเป็นที่สร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน และรองรับกิจกรรม MICE

3.3 อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เช่น ที่พัก ร้านอาหาร การนำเที่ยว

องค์ประกอบที่สำคัญที่มีผลต่ออุตสาหกรรม MICE คือ อุตสาหกรรมหรือธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น ที่พัก ร้านอาหาร การนำเที่ยว จากการศึกษาของ The Destination Hotels & Research (2014) รายงานว่าอาหารและเครื่องดื่มเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จของการจัดกิจกรรม MICE ที่นอกจากเน้นในเรื่องความอร่อยแล้วยังเน้นถึงผลที่ดีต่อสุขภาพด้วย โดยผู้เข้าร่วมการประชุม 74 % ของผู้วางแผนการประชุมระบุว่า อาหารและเครื่องดื่มที่ให้บริการระหว่างการประชุมเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกสถานที่จัดประชุม การมีธุรกิจที่พักแรมที่มีขีดความสามารถและสนับสนุนต่ออุตสาหกรรม นอกจากนี้ การออกกำลังกายและผ่อนคลายระหว่างการเข้าพัก อาทิตโยคะ นั่งสมาธิ ห้องออกกำลังกาย สระว่ายน้ำ อุปกรณ์ด้วยเช่นกัน

3.4 กลยุทธ์โครงสร้างและสภาพการแข่งขันของผู้ผลิต

จากรายงาน Thailand's MICE Industry Report 2015 พบว่า นักเดินทางกลุ่ม MICE ในปี 2557 มีดังนี้

ตารางที่ 2.4 MICE Review ปี 2015

กิจกรรม MICE	จำนวนนักเดินทาง (%)	รายได้ (%)	รายได้เฉลี่ยต่อหัว (บาท)
การประชุมวิชาชีพ (C)	31.32	33.09	92,874
การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (I)	26.17	18.90	63,497
การประชุมองค์กร (M)	25.32	31.15	108,161
งานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติ (E)	17.19	16.85	86,179

โดยนักเดินทาง MICE ที่เดินทางเข้าประเทศไทยในปี 2556 เป็นนักเดินทางจากทวีปเอเชีย ยุโรป และอเมริกา ร้อยละ 75.7 10.1 และ 4.7 ตามลำดับ โดยประเทศที่มีการเดินทางมาประเทศไทยมากที่สุด คือ จีน อินเดีย มาเลเซีย ญี่ปุ่น และอินโดนีเซีย

จากการจัดลำดับเมืองที่ดีที่สุดสำหรับการจัดประชุมและกิจกรรม (Meetings and Events) โดย American Express Global Business Travel พบว่าประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันเป็นลำดับต้นๆ ของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ในปี 2557 พบว่ากรุงเทพและภูเก็ตติดอันดับเมืองที่ดีที่สุดอันดับ 6 โดยมีเมืองจากกลุ่ม ASEAN ที่ติดอันดับคือ สิงคโปร์ (อันดับ 1) และบาหลี (อันดับ 5)

จากการรวบรวมโดย International Congress and Convention Association (ICCA) พบว่าประเทศไทยมีการจัดประชุมนานาชาติมากเป็นลำดับที่ 29 ของโลก เป็นลำดับ 7 ของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก และกรุงเทพ ติดอันดับเมืองที่มีการจัดประชุมนานาชาติมากเป็นลำดับที่ 20 ของโลก เป็นลำดับ 4 ของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก รองจากสิงคโปร์ โซลและปักกิ่ง (MICE Review, 2015)

นอกจากนี้ Chinese Economic Review ได้ให้ความเห็นว่าประเทศไทยเป็นทางเลือกที่ดีที่สุด
ใน East Asia สำหรับการจัดกิจกรรม MICE ทั้งด้านการจัดประชุม การแสดงสินค้าระดับ
นานาชาติและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล โดนเห็นว่าประเทศไทยเป็นประเทศที่มีเสน่ห์ มีวัฒนธรรม
การให้บริการที่ดี ภูมิอากาศอบอุ่น อาหารอร่อย มีชายหาดที่สวยงาม และมีสิ่งอำนวยความสะดวก
สำหรับการจัดงาน MICE ที่ได้มาตรฐานที่ดีที่สุดในหนึ่งในธุรกิจนี้ โดยเฉพาะ กรุงเทพฯ ภูเก็ตและ
เชียงใหม่ (MICE Review, 2015)

แม้ว่าประเทศไทยจะมีความพร้อมในอุตสาหกรรมที่เป็นที่ยอมรับอยู่ในระดับหนึ่งแล้วก็ตาม
ยังมีข้อวิเคราะห์อื่นต้องนำมาพิจารณาประกอบเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมนี้ให้มีศักยภาพมากยิ่งขึ้นไป
อีก จากการสัมภาษณ์ผู้อำนวยการแผนกการจัดประชุมและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (ต.ค.2558)
พบว่า ประเทศอื่น ๆ ในเอเชียที่เป็นคู่แข่งในธุรกิจจัดประชุมอาทิ สิงคโปร์ มาเลเซีย เกาหลีใต้
ญี่ปุ่น หรือมาเก๊า เป็นกลุ่มประเทศที่ไทยต้องให้ความสำคัญเนื่องจากการมีศักยภาพในการเป็นเมือง
ท่องเที่ยวเพื่อการประชุมสูงกว่าประเทศไทย ทั้งในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เทคโนโลยีสำหรับการ
จัดประชุม การสนับสนุนของรัฐบาลในแง่งบประมาณ หรือการออกกฎหมาย กฎระเบียบหรือ
ข้อบังคับที่จะส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจจัดประชุมของประเทศ รวมทั้งการมียุทธศาสตร์ในการสร้าง
ภาพลักษณ์ของแต่ละประเทศที่ชัดเจนและเป็นรูปธรรม

นอกจากนี้ คู่แข่งขันที่มีตำแหน่งทางภูมิศาสตร์ใกล้เคียงกับประเทศไทย อาทิ พม่า เวียดนาม
ลาว นั้นยังมีการดำเนินการในอุตสาหกรรม MICE ในช่วงการเริ่มต้นดำเนินการ โดยจากข้อมูลของ
สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม (2557) พบว่า เวียดนามมีจำนวนครั้งการจัดประชุมเฉลี่ย 29 ครั้ง
ลาว 2 ครั้ง และพม่า 1 ครั้ง และเวียดนามมีผู้เข้าประชุมรวม 7,700 คน ลาว 550 คน ส่วนพม่าไม่มี
ข้อมูล ซึ่งไม่เฉพาะจำนวนคนหรือจำนวนครั้งในการจัดประชุม แต่ยังรวมไปถึงระบบสิ่งอำนวยความสะดวก
ต่าง ๆ อาทิ ห้องประชุม ห้องน้ำ อาคารนิทรรศการ เป็นต้นที่อยู่ในช่วงกำลังพัฒนา ซึ่งหาก
ประเทศเหล่านี้มียุทธศาสตร์ในการพัฒนาที่ชัดเจนและได้ที่ปรึกษาที่มีประสบการณ์อาจจะเป็นภัย
คุกคามที่สำคัญในอนาคตของอุตสาหกรรม MICE ของประเทศไทย โดยขณะที่ทางประเทศเมียนมาร์
หรือพม่าได้เริ่มที่จะมองยุทธศาสตร์ของอุตสาหกรรม MICE แม้ว่าในปัจจุบันยังไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก
และสถานที่จัดประชุมหรืองานนิทรรศการที่ทันสมัย แต่ด้วยศักยภาพและเสถียรภาพของ
รัฐบาลพม่าอาจจะส่งผลให้พม่ามีการพัฒนายุทธศาสตร์ด้านอุตสาหกรรม MICE ได้รวดเร็ว ขณะที่
ประเทศอินโดนีเซียเองก็ได้มีความพยายามในการจัดตั้งหน่วยงานดูแลด้าน MICE โดยเฉพาะ
เช่นเดียวกัน

3.5 รัฐบาล

นโยบายที่ส่งเสริมอุตสาหกรรม รัฐถือได้ว่าเป็นผู้มีบทบาทสำคัญต่ออุตสาหกรรม MICE จาก
การที่รัฐบาลให้ความสำคัญต่ออุตสาหกรรม MICE ด้วยการตั้งหน่วยงานขึ้นมารับผิดชอบโดยตรงและ
ขึ้นตรงต่อนายกรัฐมนตรีนั้น เป็นการสร้างความมั่นใจให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมนี้ได้เป็นอย่างดี
มาก ตลอดจนการมีนโยบายที่ให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมจะเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมให้อุตสาหกรรมนี้
มีการเติบโตต่อไป จากการศึกษาพบว่า กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม MICE มีมากและ

เกี่ยวข้องกับหลายหน่วยงาน หากต้องการให้ประเด็นข้อกฎหมายส่งผลในทางบวกต่ออุตสาหกรรม MICE ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนจำเป็นต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการปรับแก้ เช่น

1) การแยกนักเดินทางกลุ่ม MICE ออกจากนักท่องเที่ยวอย่างชัดเจนเมื่อเดินทางมาประเทศไทย ณ จุดนี้ยังมีจุดบอดในเรื่อง visa การมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับการเดินทางมาเพื่อกิจกรรม MICE ที่ต้องปรับแก้

2) การนำสินค้าตัวอย่างเข้าประเทศที่มีกระบวนการและขั้นตอนที่ยุ่งยากซับซ้อน

3) กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับภาษีต่างๆ เช่น การจัดกิจกรรม MICE ไม่ได้สิ้นสุดที่การเสร็จงาน หากแต่มีการหวังผลต่อยอดหลังจากกิจกรรมนั้นๆ ธุรกิจที่มามีการจัด MICE ในประเทศไทยมุ่งหวังผลด้านการเจรจาทางธุรกิจและมีการนำสินค้าตัวอย่างมานำเสนอและจัดแสดง แต่มาตรการบางเรื่องอาจจะยังไม่ได้รับการสนับสนุนเท่าที่ควร เช่น ด้านภาษียังไม่สนับสนุนทำให้ธุรกิจที่เข้ามาจัดประชุมในประเทศไทยและต้องเสียภาษีในอัตราที่สูง

4) การบังคับใช้กฎหมายในบางเรื่อง เช่น การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวและการไม่สามารถบังคับใช้กฎหมายเพื่อควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยว เป็นต้น

3.6 เหตุสุทธวิสัยหรือโอกาส

ประเทศไทยถือเป็นประเทศที่มีโอกาสทางธุรกิจเป็นอย่างมาก หากพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง ที่กล่าวได้ว่าเป็นศูนย์กลางของภูมิภาคโดยสถานที่ตั้ง ตลอดจนการมีภูมิอากาศที่ดีตลอดทั้งปี ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติที่พร้อม ซึ่งหากมีการใช้อย่างเหมาะสมก็จะนำมาสู่การเพิ่มมูลค่าให้กับประเทศเป็นอย่างมาก อย่างไรก็ตาม ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ประเทศไทยเผชิญกับปัญหาความไม่มีเสถียรภาพทางการเมือง และความไม่สงบทางการเมืองของประเทศโดยนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549 เป็นต้นมา รวมไปถึงวิกฤติการเมืองไทยในปี พ.ศ. 2553 จนมาถึงการรัฐประหารในปี พ.ศ. 2557 ทำให้รัฐบาลของหลาย ประเทศได้เตือนพลเมืองของตนเองเกี่ยวกับปัญหาในประเทศไทย รวมไปถึงธุรกิจ ในต่างประเทศไม่มั่นใจที่จะเดินทางมาจัดกิจกรรม MICE ในประเทศไทย ซึ่ง สสพ. (2553) เห็นว่า ปัจจัยดังกล่าวส่งผลกระทบให้ธุรกิจจัดประชุมในประเทศไทยต้องใช้ความพยายามมากขึ้นในการที่จะประชาสัมพันธ์และสร้างความเชื่อมั่นกับต่างชาติต่อการจัดประชุมในประเทศไทย รวมไปถึงการเปลี่ยนสถานที่จัดประชุม และที่สำคัญในช่วงประกาศกฏอัยการศึกภายหลังรัฐประหารส่งผลกระทบต่อการเดินทางมาประเทศไทยมากขึ้นสืบเนื่องจากบริษัทประกันภัยบางบริษัทมีเงื่อนไขไม่รับประกันในพื้นที่ที่มีการประกาศกฏอัยการศึก

จากการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าและศักยภาพของอุตสาหกรรม พบว่า เรื่องที่จำเป็นในการปรับปรุงเพื่อนำมาพัฒนาอุตสาหกรรม MICE ของประเทศให้มีศักยภาพสูงขึ้น อาจพิจารณาเป็นเรื่องใหญ่ได้ดังนี้

1) ทรัพยากรบุคลากร

จากการศึกษาพบว่า ผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมให้ความเห็นว่าบุคลากรในอุตสาหกรรมนี้ยังมีไม่เพียงพอทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ เป็นการใช้บุคลากรที่มีจากการท่องเที่ยวและสาขาอื่นๆ อย่างไร

ก็ตามในปัจจุบันมีหลักสูตรเกี่ยวกับ MICE โดยตรงเพิ่มขึ้นในหลายมหาวิทยาลัย ซึ่งคาดว่าจะมีจำนวนบุคลากรที่ตรงตามสาขาเพิ่มขึ้น หากแต่ไม่ใช่คุณสมบัติทางการศึกษาอย่างเดียวที่ต้องนำมาเป็นข้อพิจารณาเกี่ยวกับบุคลากรในอุตสาหกรรมนี้ เนื่องจากลักษณะตัวอุตสาหกรรม MICE เองที่แตกต่างไปจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างสิ้นเชิง วัตถุประสงค์และลักษณะการเดินทางในธุรกิจ M/I/C/E เป็นการหวังผลในทางธุรกิจ ทั้งขณะเกิดกิจกรรม และหลังจากการเกิดกิจกรรมซึ่งเป็นผลระยะยาว ขณะที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนั้นมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการมาพักผ่อน ดังนั้น ผู้ที่จะเข้ามาอยู่ในอุตสาหกรรม MICE จำเป็นต้องเข้าใจถึงธรรมชาติของอุตสาหกรรมเป็นอย่างดี

การมีลักษณะเป็น “Business trip” ที่ไม่ใช่ “Leisure trip” ของอุตสาหกรรม MICE ทำให้เกิดความต้องการบุคลากรที่มีลักษณะเฉพาะ เช่น ความรู้ความเข้าใจในธรรมชาติของอุตสาหกรรม ความอดทนทั้งความอดทนในการทำงานและการรอคอยการเกิดงาน (การประชุมนานาชาติบางงานอาจใช้เวลา 8 ปี หรือ 12 ปี เป็นต้น) การทำงานที่ต้องการความยืดหยุ่นสูงหรือไม่เป็นเวลาหรือเป็นตามเวลาของลูกค้า

นอกจากนี้ งาน M/I/C/E แต่ละงานในภาพรวมอาจจะมองดูเหมือนกัน เช่น การเกิดงานของธุรกิจ M/I/C/E ว่ามีขั้นตอนตามห่วงโซ่อุปทานที่แสดงไว้ในวัตถุประสงค์ข้อ 2 แต่ในความเป็นจริงแล้วการเกิดธุรกิจ M/I/C/E นอกจากแต่ละธุรกิจจะต่างกันอย่างสิ้นเชิงแล้ว แต่ละงานก็ยังมีรายละเอียดของงานที่ต่างกันอย่างสิ้นเชิงด้วย ดังนั้น การมีประสบการณ์ตรงในแต่ละงานและการผ่านงานจำนวนมากและหลากหลายของแต่ละบุคคลจะเป็นองค์ประกอบร่วมกับปัจจัยส่วนบุคคล คุณสมบัติทางการศึกษา ทักษะทางภาษาและทักษะด้านอื่นๆ ที่สนับสนุนให้เกิดคุณภาพของบุคลากรในอุตสาหกรรมนี้

จากงานวิจัยของ Hsieh, P. (2013) แนะนำว่า การกำหนดหลักสูตรและการออกแบบหลักสูตรในการพัฒนาอุตสาหกรรม MICE เพื่อการแก้ไขปัญหาของภาวะขาดแคลนแรงงาน จึงควรเป็นหลักสูตรต่อเนื่อง เพื่อสอนและฝึกอบรมแรงงานให้มีความพร้อม โดยมีการกำหนด 5 ทักษะหลัก คือ 1) ทักษะการวางแผน 2) ความเป็นมืออาชีพ 3) จริยธรรมการทำงาน 4) คุณสมบัติเฉพาะส่วนบุคคล และ 5) การจัดการตนเอง ขณะที่ Vivian Tang, H. (2014) ได้นำเสนอความสามารถหลัก (Core competency) 3 อันดับแรกที่จำเป็นของอุตสาหกรรมนี้ คือ อันดับ 1 ได้แก่ “ความเป็นมืออาชีพในอุตสาหกรรม MICE” อันดับ 2 คือ “ความสามารถในการสื่อสาร” อันดับ 3 คือ “ความสามารถทางด้านวัฒนธรรม” นอกจากนี้ ของ Dwyer และ Mistilis (1999) ที่ทำการศึกษาอุตสาหกรรม MICE ในออสเตรเลียพบว่าสิ่งที่ท้าทายที่จะก่อให้เกิดประโยชน์กับอุตสาหกรรม MICE สูงสุดมี 5 ประการ คือ 1) การประสานร่วมมือกันของผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมนี้ 2) การได้รับสนับสนุนมากขึ้นจากรัฐบาล 3) การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งฝ่ายรัฐและเอกชน 4) การปรับปรุงมาตรฐานบริการ และ 5) การฝึกอบรม และการทำให้จำนวนนักเดินทางกลุ่ม MICE สูงยิ่งขึ้น ด้วยการทำตลาดที่มีประสิทธิภาพ อีกด้วย

2) โครงสร้างและสภาพการแข่งขัน (ของอุตสาหกรรม)

จากการศึกษาพบว่า โครงสร้างพื้นฐานของประเทศที่สนับสนุนอุตสาหกรรมนี้มีผลต่อโอกาสของอุตสาหกรรมนี้มีผลต่อโอกาสของอุตสาหกรรม เช่น

2.1) การเป็นศูนย์กลางภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่ส่งผลต่อโอกาสในการถูกเลือกเป็นที่จัดกิจกรรม MICE การมีความพร้อมของพื้นที่ทางกายภาพ ความเข้มแข็งของภาคเอกชนในอุตสาหกรรม ตลอดจนการมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นต่ออุตสาหกรรม เป็นจุดเด่นก็ตาม เมื่อศึกษาในรายละเอียดพบว่า มีอุปสรรคและปัญหาที่ยังต้องปรับปรุงเพื่อส่งเสริมศักยภาพของประเทศให้มีโอกาสของอุตสาหกรรมนี้เพิ่มขึ้น

2.2) การมีท่าอากาศยานนานาชาติและภูมิภาคที่ได้มาตรฐาน หากการเข้าถึงสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับการมากิจกรรม MICE นั้น จำเป็นต้องได้รับความสะดวกในทุกๆ ขั้นตอนอีกด้วย ประเด็นที่ได้รับการพูดถึงจะเป็นในเรื่องของสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐาน เช่น การคมนาคมในตัวเมืองที่ช้าและไม่เพียงพอ การเชื่อมโยงของบัตรเดินทาง บ่ายบอกทาง เป็นต้น

2.3) สำหรับทรัพยากรทางธรรมชาติที่เอื้อต่ออุตสาหกรรม MICE พบว่า ประเทศไทยมีภูมิประเทศที่ดีและทรัพยากรทางท่องเที่ยวที่หลากหลาย ความมีเสน่ห์และความโดดเด่นทางวัฒนธรรม รวมทั้งมีความคุ้มค่าในการจัดกิจกรรม MICE เป็นจุดเด่น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรพิจารณาในแง่ของการบริหารจัดการเพื่อดำรงรักษาสิ่งเหล่านี้ให้อยู่ควบคู่กับประเทศในระยะยาวด้วย ประเด็นที่ให้ความสำคัญ คือ การเข้าไปของผู้มาเยือนแล้วไปทำลายวัฒนธรรมท้องถิ่น การมีในบางที่หรือการขาดในบางที่ในเรื่องข้อกำหนด/กฎระเบียบในการเข้าชมสถานที่ที่เป็นโบราณสถาน เป็นต้น อย่างไรก็ตามประเด็นนี้เป็นเรื่องที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ขณะที่เมื่อพิจารณาโครงสร้างอุตสาหกรรม พบว่า ประเทศไทยจะมีความพร้อมของสถานที่จัดกิจกรรม MICE โดยภาพรวมดีแล้วก็ตาม แต่เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้วพบว่ามีข้อที่ต้องคำนึงถึงอีกมาก เช่น

2.4) การมีศูนย์ประชุมหรือสถานที่จัดงานที่ดูเหมือนจะสนับสนุนให้เกิดการจัดกิจกรรมได้พร้อม หากแต่เมื่อจัดงานจริงยังพบปัญหาอุปสรรคและความยุ่งยากที่เกิดขึ้นเป็นอย่างมาก ซึ่งสิ่งเหล่านี้หากได้รับการปรับปรุงก็จะเป็นสิ่งที่เสริมศักยภาพของประเทศให้เกิดความเข้มแข็งยิ่งขึ้น เช่น การออกแบบห้องครัว ห้องเตรียมอาหาร ห้องจัดเลี้ยง ห้องประชุม ห้องน้ำ ฯ ที่ต้องคำนึงถึงการเกิดงานตามสภาพความเป็นจริงในการลำเลียงอุปกรณ์เข้าสู่พื้นที่จัดงาน จึงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญ หรือการออกแบบ Hall ที่ต้องคำนึงถึงพื้นที่ในการรองน้ำหนักรับงานในอุตสาหกรรมที่มีความหลากหลายแตกต่าง การออกแบบผนังอาคาร ฝ้า เพดาน ในเรื่องของความสูงเพื่อรองรับรถเครนในการขนของเข้า/ออกจางาน หรือออกแบบโดยคำนึงถึง การเดินสายไฟ ท่อน้ำ ท่ออากาศ/เครื่องทำความเย็น ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกสนับสนุนอื่นๆ เป็นต้น

2.5) เทคโนโลยีการสื่อสาร พบว่า ประเทศไทยยังมีจุดอ่อนในเรื่องความพร้อมของเทคโนโลยีต่ำ สะท้อนถึงระบบอินเทอร์เน็ตที่ยังไม่ทั่วถึง

2.6) การที่รัฐบาลมี ‘Focus Industry’ ให้กับประเทศส่งผลถึงทิศทางการสนับสนุนที่มีความชัดเจน รวมทั้งการมีหน่วยงานเฉพาะ (สสปน) ที่ขึ้นตรงกับนายกรัฐมนตรี เป็นการบูรณาการความร่วมมือในการสนับสนุนส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรม MICE อย่างไรก็ตามพบว่าในอุตสาหกรรมนี้ มีผู้เกี่ยวข้องจำนวนมากทั้งหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ซึ่งจำเป็นต้องประสานร่วมมือกันเป็นอย่างดีจึงจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมและการแข่งขันกับประเทศอื่นที่เป็นคู่แข่งในภูมิภาคได้ ซึ่งยังพบว่า การเข้ามาทำกิจกรรม MICE ในประเทศไทยยังมีขั้นตอนที่ยังยากอีก

มาก เช่น การผ่านพิธีการทางศุลกากร การนำเข้าสินค้าเพื่อการจัดแสดงหรือเป็นของตัวอย่าง ขั้นตอนหรือกระบวนการในการผ่านสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) เป็นต้น จึงเกิดช่องว่างให้ประเทศคู่แข่งที่อยู่ในภูมิภาคเดียวกันได้รับประโยชน์จากการจัดกิจกรรม MICE แทน

ดังนั้น การจะสร้างให้เกิดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ จำเป็นต้องปรับ Mindset ของผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนให้เกิดความเข้าใจและสนับสนุนเพื่อดึงกิจกรรม M/I/C/E ให้เกิดในประเทศไทยมากยิ่งขึ้น การมองตลอดขบวนการตั้งแต่การเดินทางก้าวอย่างลงถึงประเทศไทยจนก้าวกลับออกไปจะสร้างให้เกิดมูลค่าแต่ละขั้นตอนได้อย่างไรบ้าง จึงเป็นสิ่งที่ทุกภาคส่วนต้องบูรณาการร่วมกัน

วัตถุประสงค์ข้อ 4)

เพื่อจัดลำดับความสำคัญและเสนอนโยบายของธุรกิจ M/I/C/E ให้กับประเทศ โดยการจัดลำดับความสำคัญโดยพิจารณาจากผลกระทบทางเศรษฐกิจ พบว่า จากรายงานการศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจ (TCEB, 2015) โดย FROST & SULLIVAN อุตสาหกรรม MICE ในภาพรวมมีการใช้จ่าย 222.7 พันล้านบาท หรือ 113.5 พันล้านบาทเทียบต่อ GDP ทำให้รัฐได้รับรายได้จากภาษีในอุตสาหกรรมนี้ เท่ากับ 10.4 พันล้านบาท และก่อให้เกิดการจ้างงาน 164,427 ตำแหน่ง ทั้งยังเป็นอุตสาหกรรมที่เติบโตเร็วกว่าอุตสาหกรรมอื่น 1.6 เท่า นอกจากนี้ ยังพบว่านักเดินทางกลุ่ม MICE มีการใช้จ่ายต่อวันมากกว่านักท่องเที่ยวถึง 3.5 เท่า สำหรับผลกระทบในทางเศรษฐกิจในภาพรวมในปี 2015 มีสัดส่วนดังนี้ M: I: C: E = 28:19:31:22 หรือเท่ากับ 32,526,009,329 : 22,004,492,843 : 35,602,858,805 : 24,389,182,034 (บาท) ซึ่งสอดคล้องกับสัดส่วนการอุดหนุนงบประมาณการลงทุนในธุรกิจนั้นๆ จาก สสพ. (สัมภาษณ์ผู้บริหาร สสพ.)

และเมื่อพิจารณาแยกตามรายธุรกิจในด้านการจ้างงานของอุตสาหกรรม พบว่า อุตสาหกรรมนี้ก่อให้เกิดการจ้างงาน 164,427 ตำแหน่ง ซึ่งเป็นโดยค่าประมาณ และแยกตามธุรกิจได้ดังนี้ M: I: C: E = 40,779: 33,047: 46,735: 43,865 ตำแหน่ง

หากเมื่อพิจารณาถึงการใช้จ่ายที่เกิดจากนักเดินทางกลุ่ม MICE ในปี 2012 - 2013 พบว่า นักเดินทาง MICE ในธุรกิจ C มีการใช้จ่ายมากกว่า $M > E > I$ โดยในปี 2013 มีมูลค่าการใช้จ่ายของนักเดินทาง M: I: C: E = 24,861,078,030: 15,326,918,061: 29,717,601,744: 16,224,452,485 (บาท) หรือคิดเป็นสัดส่วนเท่ากับ 29: 18: 35: 19 และเมื่อพิจารณาย้อนไป 5 ปี ก็ยังพบว่านักเดินทางกลุ่ม C มีการใช้จ่ายสูงเป็นลำดับแรก รองลงมาได้แก่นักเดินทางกลุ่ม M ส่วนนักเดินทางกลุ่ม E และ I จะมีการใช้จ่ายสูงกลับกัน เช่นในปี 2013 $E > I$ และในปี 2012 การใช้จ่ายของนักเดินทางกลุ่ม I > E เป็นต้น อย่างไรก็ตามยังมีมูลค่าน้อยกว่า นักเดินทางกลุ่ม C และ M ทั้งยังพบอีกว่าการใช้จ่ายของนักเดินทางกลุ่ม MICE ใน 3 อันดับแรก จะเป็นค่าใช้จ่ายในเรื่อง 1) ที่พัก 2) อาหารและเครื่องดื่ม และ 3) การ Shopping

และจากผลการศึกษาของโครงการย่อย M/I/C/E ประกอบกับการนำผลการวิจัยที่ได้จากวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกและการทำ Focus Group มาวิเคราะห์สังเคราะห์และนำมาตรวจสอบจาก

ผู้เชี่ยวชาญที่อยู่ในอุตสาหกรรม MICE ด้วยวิธีการถ่วงน้ำหนัก (ภาคผนวก 3) พบว่าผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมให้น้ำหนัก C และ E มากกว่า M และ I ในเรื่องผลกระทบต่อประเทศในเชิงเศรษฐกิจ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้เชี่ยวชาญดังกล่าวอาจจะอยู่ในกลุ่มธุรกิจที่แตกต่างกันไป

การจัดลำดับความสำคัญโดยพิจารณาจากผลกระทบทางสังคมและสิ่งแวดล้อม พบว่าอุตสาหกรรม MICE ส่งผลกระทบต่อประเทศทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ กล่าวคือ

จากการจัดประชุมนานาชาติส่งผลถึงการถ่ายทอดความรู้ที่เป็นความรู้เฉพาะในสาขาอาชีพนั้นๆ และความรู้ที่เกิดจากกระบวนการจัดประชุมในอุตสาหกรรม MICE ตลอดจนได้รับการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ถ่ายทอดเทคโนโลยีใหม่ๆ ให้กับ Stakeholder เช่น ในการประชุมสมาคมแพทย์/ทันตแพทย์ ส่งผลให้ผู้เข้าร่วมประชุมได้รับทราบวิทยาการใหม่ๆ ขณะที่ผู้เกี่ยวข้องได้รับรู้กระบวนการในการจัดประชุมที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้ในอนาคต เป็นต้น ดังนั้น หากประเมินในเรื่องการถ่ายทอดความรู้โดยเฉพาะความรู้ในสาขาอาชีพความสำคัญน่าจะอยู่ที่ C หากพิจารณาในเรื่องการเรียนรู้กระบวนการจัดงานหนึ่งในอุตสาหกรรม MICE อาจจะสามารถกล่าวได้ว่า ทั้ง 4 ธุรกิจมีความแตกต่างกันโดยสิ้นเชิง มีเอกลักษณ์เฉพาะธุรกิจ เช่น I มีความใกล้เคียงกับการท่องเที่ยว มีบางกระบวนการที่เป็นความเฉพาะของ I หรือ M หรือ E หรือ C เองก็ตาม เช่น การติดต่อประสานงานกับ Travel Management Company ของ I การประสานงานระหว่าง DMC ของ M กับผู้จัดงาน/เจ้าของงาน หรือ การทำงานร่วมกับ PEO ของ E ดังนั้น ในเรื่องการเรียนรู้กระบวนการจัดกิจกรรม MICE จึงไม่อาจกล่าวได้ว่า ใครสำคัญกว่ากัน หากแต่ควรไปพิจารณาและให้ความสำคัญกับการจะจัดเก็บความรู้ที่เกิดขึ้นในกระบวนการจัดงาน M/IC/E อย่างไร โดยการจัดทำระบบการจัดเก็บองค์ความรู้ที่เกิดขึ้นเพื่อเป็นฐานข้อมูลความรู้และเป็นประโยชน์ต่อการจัดงานนั้นๆ และงานอื่นๆ ต่อไป

ผลกระทบทางสังคม อีกประการหนึ่ง คือ อุตสาหกรรม MICE ส่งผลถึงการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร การสร้างบุคลากร โดยผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมส่วนใหญ่กล่าวถึงความขาดแคลนทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพ โดยผู้ที่อยู่ในธุรกิจ I อาจจะมีปัญหาน้อยกว่า อีก 3 ธุรกิจ อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยไม่ได้ให้ความสำคัญถึงการจัดลำดับความสำคัญของบุคลากร M/IC/E หากแต่สิ่งที่ควรให้ความสำคัญ คือ การทำให้มีบุคลากรรองรับทั้งอุตสาหกรรมด้วยการสร้างทัศนคติการทำงานที่ต้องการในอุตสาหกรรมนี้ พร้อมทั้งเสริมสร้างทักษะอื่นร่วมด้วย ซึ่งงานวิจัยของ Hsien, P. (2013) ได้แนะนำทักษะที่จำเป็น คือ 1) การวางแผน 2) ความเป็นมืออาชีพ 3) จริยธรรมการทำงาน 4) คุณสมบัติเฉพาะส่วนบุคคล และ 5) การจัดการตนเอง

อุตสาหกรรม MICE ยังทำให้เกิด ภาพลักษณ์และการเผยแพร่ชื่อเสียงของประเทศ ซึ่งไม่อาจกล่าวได้ว่า ธุรกิจใด M หรือ I หรือ C หรือ E ก่อให้เกิดมากกว่ากัน แต่กล่าวได้ว่าทุกธุรกิจ มีแนวทางที่จะสร้างให้เกิดขึ้นร่วมกับกิจกรรมที่รับผิดชอบอยู่ได้

สำหรับการเกิดความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในด้านต่างๆ ก็เช่นเดียวกัน ผู้วิจัยไม่ได้ให้ความสนใจว่า ธุรกิจ M/IC/E ใครสำคัญกว่ากัน หากมองในเรื่องการประสานงานที่จะร่วมอำนวยความสะดวกให้เกิดกิจกรรม MICE ขึ้นได้มากกว่า ทั้งในเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวก การบริการ มาตรฐานต่างๆ ที่มารองรับอุตสาหกรรม ในภาพรวม

ผลในทางลบของอุตสาหกรรม MICE เช่น การเกิดงานใหญ่ๆ ไม่ว่าจะเป็น Incentive Group หรือ Meeting Group ที่มีผู้เข้าร่วมจำนวนมาก อาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อชุมชนและสังคมได้ เช่น

การปิดถนนเพื่ออำนวยความสะดวก หรือการใช้พื้นที่ของชุมชน แต่หากเมื่อพิจารณาถึงผลในทางบวก ที่ประเทศจะได้รับรวมทั้งผลในระยะยาวแล้ว ผลดังกล่าวเป็นเพียงผลชั่วคราวเท่านั้น ส่วนในธุรกิจ E มีการพูดถึงปริมาณขยะที่เกิดจากงานด้วย

เมื่อตรวจสอบผลการวิจัยกับผู้เชี่ยวชาญ พบว่าการศึกษานี้ให้ความสำคัญ C และ E โดยภาพรวมเช่นเดียวกัน ทั้งนี้สำหรับผลกระทบทางสังคมและสภาพแวดล้อม นักวิจัยมีความคิดเห็นที่ไม่ควรมองในภาพรวม แต่ควรมองเป็นประเด็นตามที่นำเสนอไปข้างต้น เช่น ประโยชน์ที่ได้จากการถ่ายโอนความรู้ หรือการพัฒนาบุคลากรจากธุรกิจนั้นๆ เป็นต้น

บทที่ 3

สรุปภาพรวมและข้อเสนอแนะ

ในบทนี้จะนำเสนอสรุปภาพรวมและข้อเสนอแนะจากการศึกษา ดังนี้

3.1 สรุปภาพรวมการวิจัย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาผลกระทบของธุรกิจ M/I/C/E ที่มีต่อประเทศโดยรวมทั้งในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

MICE เป็นอุตสาหกรรมที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก โดย

1) ผลกระทบในเชิงเศรษฐกิจทางตรงเกิดจากการใช้จ่ายของ Organizer เช่น ค่าใช้จ่ายของสถานที่จัดงาน และการใช้จ่ายของนักเดินทางกลุ่ม MICE

2) ผลกระทบในเชิงเศรษฐกิจผลกระทบทางอ้อม เช่น ค่าใช้จ่ายอื่นๆที่เกิดจาก Vendors ในอุตสาหกรรม MICE ที่จัดหาสินค้าหรือบริการให้กับนักเดินทางกลุ่ม MICE และ

3) ผลกระทบในเชิงเศรษฐกิจอีกประการหนึ่งคือ Induced Impact ในอุตสาหกรรม MICE หมายถึง การใช้จ่ายของคนหรือแรงงานที่อยู่ในอุตสาหกรรมนี้

อุตสาหกรรม MICE มีความยืดหยุ่นสูงกว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยจะได้รับผลกระทบจากสภาวะทางเศรษฐกิจน้อยกว่าอุตสาหกรรมอื่น ทั้งยังเป็นอุตสาหกรรมนำรายได้เข้าประเทศมากกว่าการท่องเที่ยวถึง 3.5 เท่า

อุตสาหกรรม MICE ส่งผลต่อค่าใช้จ่ายในการเดินทางออกนอกประเทศในการไปกิจกรรม MICE ให้ลดลงกลับมาเป็นการใช้จ่ายให้เกิดขึ้นในประเทศแทน รวมทั้งยังส่งผลต่อในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม MICE อีกด้วย

นอกจากนี้อุตสาหกรรม MICE ยังส่งผลกระทบในด้านสังคมเป็นอย่างมากด้วย โดยส่งผลต่อการสร้างความรู้และการถ่ายทอดความรู้ในกลุ่มวิชาชีพเอง ตลอดจนการแบ่งปันทักษะและความคิดของบุคลากรที่อยู่ในแวดวงอุตสาหกรรมต่างๆ นำมาซึ่งการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ การส่งผลต่อวงการวิชาชีพที่มีการแลกเปลี่ยนความรู้ของบุคลากรในสมาคมวิชาชีพนั้นๆ จึงนำมาซึ่งการพัฒนาศักยภาพบุคลากรเป็นอย่างมากทั้งทางตรงและทางอ้อม เป็นการสร้างโอกาสในการพัฒนาบุคลากรของประเทศ ทั้งบุคลากรที่อยู่ในอุตสาหกรรม MICE อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง และอุตสาหกรรมที่อยู่ในหัวข้อการประชุม และในขั้นตอนการเตรียมงานหรือจัดงาน บุคลากรที่เกี่ยวข้องก็ยังสามารถมีส่วนร่วมโดยตรงในเรื่องการจัดงานอีกด้วย

อุตสาหกรรม MICE เป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่สามารถทำให้เกิดภาพลักษณ์ของประเทศได้ทั้งในแง่การสร้างภาพลักษณ์และเผยแพร่ชื่อเสียงของประเทศ และการนำเสนอภาพลักษณ์เพื่อนำไปต่อยังเรื่องการท่องเที่ยวได้ อีกทั้งนำไปสู่การตระหนักถึงความเป็นนานาชาติของธุรกิจไทย และการรู้จักประเทศไทยในฐานะที่เป็นศูนย์กลางทางธุรกิจในภูมิภาค

สำหรับผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อมนั้น พบว่า แนวโน้มของโลกได้ให้ความสนใจต่อการทำธุรกิจเชิง Green Business และ Sustainable Development จึงส่งผลถึงอุตสาหกรรม MICE และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เช่น โรงแรมที่พัก ร้านอาหาร ต้องปรับแนวคิดนี้มาใช้เพื่อให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้มีการจัดทำมาตรฐานในเรื่องเหล่านี้เพื่อให้อุตสาหกรรม MICE ของประเทศไทยมีมาตรฐานเทียบได้ในระดับสากล ซึ่งเป็นผลดีกับอุตสาหกรรมและประเทศในระยะยาวอีกด้วย อย่างไรก็ตาม ในด้านผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของอุตสาหกรรม MICE ในด้านลบนั้น ยังมีอีกหลายประการที่พึงนำมาเป็นข้อพิจารณาและแก้ไขต่อไป เช่น เรื่องของขยะที่เกิดขึ้นจากกิจกรรม MICE เป็นต้น

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อวิเคราะห์ความเชื่อมโยงใน Value Chain ของอุตสาหกรรม MICE ในแต่ละธุรกิจ

ผลการศึกษาความเชื่อมโยงห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของอุตสาหกรรม MICE ในแต่ละธุรกิจ พบว่า ภาพรวมทั้ง 4 โครงการย่อย (M/I/C/E) ประกอบไปด้วย 3 กลุ่มหลักที่เกี่ยวข้องได้แก่

กลุ่มที่ 1 คือ ผู้ให้บริการ โดยกลุ่มผู้ให้บริการจะเป็นผู้ให้ข้อมูลความต้องการในการจัดกิจกรรม M/I/C/E และเป็นผู้คัดเลือกกลุ่มผู้ให้บริการ ประกอบด้วย

(1) เจ้าของงานซึ่งอาจเป็นองค์กรของรัฐ องค์กรกลางที่ไม่แสวงผลกำไร สมาคมวิชาชีพ หรือบริษัทเอกชน

(2) ผู้จัดการงาน ซึ่งเป็นผู้ได้รับมอบหมายจากเจ้าของงาน และ

(3) ผู้เข้าร่วมงาน

กลุ่มที่ 2 คือ ผู้ให้บริการ จะเป็นกลุ่มผู้มารองรับความต้องการในกลุ่มที่ 1 เช่น สนามบิน สายการบิน โรงแรม บริษัทขนส่งภายในประเทศ สถานที่จัดงาน ล่ามแปลภาษา บริษัทประชาสัมพันธ์งาน ร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยว ร้านขายของฝาก หรือบริการนวดแผนไทย เป็นต้น

กลุ่มที่ 3 คือ ผู้สนับสนุน โดยเป็นผู้ส่งเสริมและสนับสนุนในการจัดกิจกรรม MICE โดยให้ข้อมูลและคำแนะนำ ติดต่อประสานงาน อำนวยความสะดวก เพื่อให้การเตรียมงานการต่างๆ เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการจัดงานที่กำหนดไว้ ซึ่งมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) สมาคมส่งเสริมการประชมนานาชาติ (ไทย) หรือ ทิก้า สมาคมการแสดงสินค้าไทย หรือ ทีโอเอ สมาคมโรงแรมไทย เป็นต้น

โดยทั้ง 3 กลุ่มหลักดังกล่าว เกี่ยวข้องกับขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 (Input) : เจ้าของงานทำการกำหนดวัตถุประสงค์และวางแผนโครงการ M/I/C/E ซึ่ง ณ จุดนี้กล่าวได้ว่าเป็นความต้องการของลูกค้า (Demand Side) ซึ่งเจ้าของงานอาจจะเป็นหน่วยงานภายในของผู้จัดงานเอง หรือผู้ชนะการประมูลสิทธิ์จัดงาน และไปทำการตกลงว่าจ้างผู้จัดงานมืออาชีพ เช่น Organizer, Travel Management Company (TMC), Destination Management Company (DMC), Professional Exhibition Organizer (PEO), Professional Convention Organizer (PCO), Service Support Company, Incentive House เป็นต้น และทำการคัดเลือก Outsource โดยเมื่อตกลงจ้างผู้จัดงานที่เป็นมืออาชีพ ก็จะเข้ามาเกี่ยวข้องกับกลุ่มผู้ให้บริการ หรือเป็น Supply Side ดังนั้นในขั้นตอนนี้จะเกี่ยวข้องกับทั้งกลุ่มผู้ให้บริการและผู้ให้บริการ

ขั้นตอนที่ 2 (Process) : การดำเนินติดต่อประสานงาน เตรียมงานต่างๆ ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการจัดงานตามที่กำหนดไว้ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย 2 กลุ่ม โดยส่วนแรกคือ กลุ่มผู้สนับสนุนธุรกิจ (Business Support) เช่น รัฐบาล, TCEB, TICA, THA, MOTs, สมาคม, คู่ค้าทางธุรกิจ, ผู้สนับสนุนทางธุรกิจ เป็นต้น กลุ่มที่ 2 คือ ผู้ให้บริการ ขายสินค้าและบริการ (Supplier) เช่น โรงแรมที่พัก ผู้ให้บริการคมนาคมขนส่งระหว่างประเทศและในประเทศ สถานที่จัดงาน บริการต่างๆ เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 3 (Output) : สินค้าและบริการที่กลุ่มผู้ให้บริการ เจ้าของงาน/ผู้จัดงาน ผู้เข้าร่วมจะได้รับจากการมาร่วมกิจกรรม MICE ในประเทศไทย และเกิดเป็นรายได้ในทุกห่วงโซ่กิจกรรมในทุกกลุ่ม เช่น สายการบิน โรงแรม บริการคมนาคมภายในประเทศ สถานที่จัดงาน บริการลงทะเบียนเข้างาน ล่ามแปลภาษา เทคโนโลยีสารสนเทศ อินเทอร์เน็ต ประชาสัมพันธ์งาน ร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยว ร้านขายของฝาก หรือบริการต่างๆ เช่น นวดแผนไทย เป็นต้น

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพของอุตสาหกรรม MICE

ประเทศไทยมีจุดเด่นที่สำคัญในเรื่องโครงสร้างพื้นฐานในการให้บริการนักท่องเที่ยว (Tourist Service Infrastructure) ทรัพยากรธรรมชาติ (Natural resources) และโครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่งทางอากาศ (Air Transport Infrastructure) แต่โครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่งภาคพื้นดิน (Ground and Port Infrastructure) ยังขาดความพร้อม สำหรับอุตสาหกรรม MICE และปัญหาในเรื่องการคมนาคมขนส่งในประเทศไทยยังเป็นปัญหาที่ถูกหยิบยกขึ้นมาเพื่อทำการปรับปรุงแก้ไขต่อไปในด้านสถานที่จัดงาน บางแห่งออกแบบมาไม่ได้อำนวยความสะดวกในการจัดกิจกรรม MICE

ประเทศไทยยังมีปัญหาและอุปสรรคด้านบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม MICE ในหลายๆประการ การหาผู้แปลภาษาหรือล่ามสำหรับการประชุมนานาชาติ ที่สามารถแปลได้ทันทีในประเทศไทยนั้นยังขาดแคลน และต้องอาศัยการนำเข้าซึ่งต้องเสียภาษีค่อนข้างสูง ความสามารถทางด้านภาษาอังกฤษของผู้เกี่ยวข้องที่อยู่ในระดับ ‘Second tier’ ยังอยู่ในระดับการใช้งานที่มีประสิทธิภาพไม่เพียงพอ และประเทศไทยยังขาดแคลนบุคลากรที่มีทั้งความคิดสร้างสรรค์และความรู้ด้านวิชาการควบคู่กันไป อย่างไรก็ตาม การจัดกิจกรรม MICE ในแต่ละงานก่อให้เกิดคุณค่าไม่เพียงด้านเศรษฐกิจต่อประเทศเท่านั้น ยังส่งผลต่อการเรียนรู้ของผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมเอง ตลอดจนบุคลากรรุ่นใหม่ที่มีโอกาสเข้าร่วมงานหรือฝึกงาน ทั้งยังเป็นการเปิดโลกทัศน์ความเป็นนานาชาติให้กับเยาวชนอีกด้วย

เนื่องจากอุตสาหกรรม MICE เป็นอุตสาหกรรมที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก ดังนั้นรัฐบาลจึงได้ให้ความสำคัญโดยการตั้งหน่วยงานดูแลรับผิดชอบขึ้นมาโดยเฉพาะ ซึ่งเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับผู้จัดกิจกรรม MICE และผู้เกี่ยวข้องเป็นอย่างมาก สำหรับสมาคมวิชาชีพและองค์กรที่ไม่ได้ค้ากำไรสามารถขอรับการสนับสนุนจาก สสพ. ได้เมื่อเข้าเกณฑ์ตามที่กำหนด ถือเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการสนับสนุนการจัดกิจกรรม MICE ให้เกิดขึ้นในประเทศไทย

ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันเป็นลำดับต้นๆของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก Chinese Economic Review ได้ให้ความเห็นว่าประเทศไทยเป็นทางเลือกที่ดีที่สุดใน East Asia สำหรับการจัดกิจกรรม MICE ทั้งด้านการจัดประชุม การแสดงสินค้าระดับนานาชาติและการ

ท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล โดยเห็นว่าประเทศไทยเป็นประเทศที่มีเสน่ห์ มีวัฒนธรรมการให้บริการที่ดี ภูมิอากาศอบอุ่น อาหารอร่อย มีชายหาดที่สวยงาม และมีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการจัดงาน MICE ที่ได้มาตรฐานที่ดีที่สุดในธุรกิจนี้ โดยเฉพาะกรุงเทพฯ ภูเก็ต และเชียงใหม่ (MICE Review, 2015) ประเทศอื่นๆในเอเชียที่เป็นคู่แข่งในธุรกิจจัดประชุม อาทิ สิงคโปร์ มาเลเซีย เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น หรือมาเก๊า เป็นกลุ่มประเทศที่ไทยต้องให้ความสำคัญเนื่องจากมีศักยภาพในการเป็นเมืองท่องเที่ยวเพื่อการประชุมสูงกว่าประเทศไทย

วัตถุประสงค์ข้อ 4) เพื่อจัดลำดับความสำคัญและเสนอนโยบายของธุรกิจ M/I/C/E ให้กับประเทศ

การจัดลำดับความสำคัญโดยพิจารณาจากผลกระทบทางเศรษฐกิจ พบว่า พบว่า C ส่งผลกระทบต่อประเทศในเชิงเศรษฐกิจเป็นลำดับแรกซึ่งสอดคล้องกับรายงานการศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจของ TCEB, 2015 โดย FROST & SULLIVAN ซึ่งพบว่า ธุรกิจ C สร้างรายได้ให้กับประเทศสูงสุด ซึ่งมีสัดส่วนประมาณ 35% และรองลงมา คือ M มีสัดส่วนประมาณ 29% ขณะที่ E และ I จะมีสัดส่วนประมาณ 19% และ 18% ตามลำดับ

การจัดลำดับความสำคัญโดยพิจารณาจากผลกระทบทางสังคมและสิ่งแวดล้อม พบว่า หากพิจารณาผลที่เกิดจากกิจกรรม MICE ในด้านการถ่ายทอดความรู้ที่เป็นความรู้เฉพาะในสาขาอาชีพนั้นๆ และความรู้ที่เกิดจากกระบวนการจัดประชุมในอุตสาหกรรม MICE ตลอดจนได้รับการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ถ่ายทอดเทคโนโลยีใหม่ๆให้กับ Stakeholder C และ E นำมาซึ่งผลดังกล่าว ขณะที่ ถ้าพิจารณาในแง่ของการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมนี้แล้วยังพบว่าธุรกิจ I มีความใกล้เคียงกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมากกว่าธุรกิจอื่น ขณะที่ธุรกิจ M C และ E ต้องการบุคลากรที่มีความแตกต่างและความเฉพาะกว่า ดังนั้น หากได้เร่งพัฒนาบุคลากรทั้ง 3 ธุรกิจนี้ก็จะทำให้ประเทศมีบุคลากรที่มีประสิทธิภาพด้านนี้มากยิ่งขึ้น

3.2 ข้อเสนอแนะ

จากข้อเสนอแนะของโครงการย่อย M/I/C/E สรุปข้อเสนอแนะของอุตสาหกรรม MICE ในภาพรวมได้ตามตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 สรุปข้อเสนอแนะของธุรกิจ M/I/C/E

Meeting	Incentive	Convention	Exhibition
- จากนโยบายการค้าการลงทุนในประเทศส่งผลต่อการตัดสินใจมาประชุมในประเทศ ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐควรกำหนดนโยบายในการส่งเสริมการลงทุนที่เอื้อประโยชน์ให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางภูมิภาค - การพัฒนาทรัพยากรคน - การเร่งแก้ไขปัญหาโครงสร้างพื้นฐานให้มีประสิทธิภาพ - การพัฒนาด้านเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสารสาธารณะ - การกำหนดยุทธศาสตร์และการพัฒนาฐานข้อมูล - หน่วยงานที่รับผิดชอบ (สป.ป.) : การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ การประสานงาน	- การมีแผนรองรับในระยะยาวเกี่ยวกับสถานที่จัดงาน - การพัฒนาความพร้อมของคนในท้องถิ่น - การจัดอบรมในเรื่องการประสานงานกับหน่วยงานราชการ (Refer : Page 4.74 - 4.75)	- ภาครัฐ: การปรับโครงสร้างเพื่อการกำหนดบทบาทหน้าที่ การจัดทำฐานข้อมูล การกำหนดยุทธศาสตร์ระยะยาวตลอดจนการตำแหน่งทางการแข่งขัน และการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ (Refer : Page 213) - การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก โดยเฉพาะการขนส่ง (Refer : Page 227-228) - การพัฒนาบุคลากรใน 4 แนวทาง คือ ✓ การสร้างความตระหนักรู้ (Awareness) ✓ การพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอน (Curriculum) ✓ การพัฒนาหลักสูตรการฝึกอบรม (Training) ✓ การสร้างกิจกรรมเพื่อพัฒนาอย่าง	- การปรับปรุงกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องให้เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ - การบูรณาการหน่วยงานที่รับผิดชอบ รวมทั้งการเสริมสร้างพันธมิตร ตลอดจนการให้ความช่วยเหลือเชิงภาคเอกชน สมาคมต่างเพื่อผลักดันให้เกิด E - การส่งเสริมและการสร้างบรรยากาศที่เอื้ออำนวยต่อธุรกิจ - การพัฒนาบุคลากรให้มีทักษะที่จำเป็นสูงขึ้น รวมทั้งทักษะทางด้านภาษา (Refer : Page 106 – 109)

กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการผลักดันโครงการ พัฒนามาตรฐาน MICE (Refer : Page 157-159)		ต่อเนื่อง (Activity) ● การพัฒนาฐานข้อมูลเพื่อทำเป็นคลัง ฐานข้อมูล ● การแก้ไขปัญหาและจัดอุปสรรคด้าน กฎระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง (Refer : Page 223)	
---	--	--	--

จากข้อมูลข้างต้น เพื่อให้อุตสาหกรรม MICE ของประเทศไทยเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ จากข้อมูลการค้นพบในเบื้องต้น พบว่า ประเทศไทยมีศักยภาพและความพร้อมในการเดินทางอุตสาหกรรม MICE เพื่อเติมเต็มช่องว่างจากการศึกษาของ Frost & Sullivan ที่ประเทศไทยมีถึง 1.2 % GDP ซึ่งในปี 2015 ยังคงอยู่ที่ 0.7% GDP และจากสภาพทางกายภาพที่มีทำเลที่ตั้งของประเทศเหมาะสม สภาพภูมิประเทศ ทรัพยากรทางธรรมชาติที่พร้อมรวมทั้งวัฒนธรรมประเพณีและประวัติศาสตร์ เอกลักษณ์ของความเป็นไทยที่สามารถนำมาสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกิจกรรม MICE ได้ทั้งสิ้น โดยการมองให้เกิดคุณค่าสูงสุดนั้นต้องพิจารณาถึงการใช้้อย่างระมัดระวังและรักษาอีกด้วย จากการศึกษาด้านศักยภาพที่ประเทศไทยควรส่งเสริมและพัฒนาให้มีขึ้น คือ

1. ด้านบุคลากร

ทำการบูรณาการร่วมกันระหว่างภาคเอกชน หน่วยงานภาครัฐ และสถานการศึกษา ในการพัฒนาบุคลากรเข้าสู่อุตสาหกรรม MICE โดยขยายฐานสหกิจศึกษาเข้าสู่อุตสาหกรรม เช่น

ก) การพัฒนาหลักสูตร MICE ให้สอดคล้องกับความต้องการของอุตสาหกรรม

ข) การปรับเทอมการศึกษาให้สอดคล้องกับฤดูกาลของอุตสาหกรรม

ค) ผู้ที่จะมาให้ความรู้กับนักศึกษาควรผ่านการมีประสบการณ์ตรงจากธุรกิจ หรือจัดคอร์ส “Training the trainer” เป็นต้น

2. โครงสร้างและสภาพการแข่งขัน

ทำการกำหนดยุทธศาสตร์ของอุตสาหกรรม MICE โดยเฉพาะ และจากปัญหาโครงสร้างพื้นฐานคมนาคม

ก) ควรเร่งรัดการขยายโครงข่ายคมนาคมให้เชื่อมต่อกันได้โดยสะดวก โดยเฉพาะเส้นทางที่เข้าสู่ศูนย์ประชุมหลักทั่วเมืองและภูมิภาค

ข) เร่งสร้างมาตรฐานการขนส่งสาธารณะ รถโดยสาร โดยพัฒนาทั้งมาตรฐานด้านคุณภาพและความปลอดภัย

จากปัญหาเรื่อง Technology Internet รัฐต้องเข้ามามีบทบาทในการพัฒนา รวมถึงการส่งเสริมภาคเอกชนในการนำเทคโนโลยีที่จำเป็นมาใช้ในการจัดกิจกรรม M/I/C/E อาทิ การยกเว้นภาษีนำเข้า LCD, Simultaneous translator

ค) ทำการปรับปรุงกฎระเบียบ การปฏิบัติงาน และการตีความกฎหมาย เช่น การอำนวยความสะดวกในการนำของเข้ามาเพื่อนำมาใช้ในการจัดกิจกรรม M/I/C/E

ง) ต้องมีการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวทั้งนี้เป็นประเด็นที่เชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

3. สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.)

ข้อเสนอแนะสำหรับ สสปน. มีดังนี้

- ก) ทำแผนกลยุทธ์อุตสาหกรรม MICE ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ เพื่อผลักดันอุตสาหกรรม MICE
- ข) ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต้องมีความรู้ความเข้าใจในอุตสาหกรรม MICE
- ค) ส่งเสริมพัฒนา ขยายฐานข้อมูล และสถิติ อุตสาหกรรม MICE ให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน และมีความน่าเชื่อถือ
- ง) การทบทวนบทบาทและขอบเขตความรับผิดชอบของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม MICE อย่างมีบูรณาการ และเป็นระบบเพื่อลดความซ้ำซ้อนของหน่วยงาน

3.3 การนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผลจากงานวิจัยนี้สามารถนำเสนอผู้เกี่ยวข้องในเบื้องต้น เพื่อให้ได้ข้อเสนอแนะและแนวทางในการทำวิจัยต่อให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น โดย

ภาครัฐนำไปเป็นแนวทางในการจัดทำนโยบายเพื่อการพัฒนาประเทศ เช่น การอำนวยความสะดวกในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกฎระเบียบต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่อุตสาหกรรม MICE การจัดการทรัพยากรบุคคลในอุตสาหกรรม ตลอดจนการบริหารระบบ Logistics ให้มีความพร้อมในการรองรับอุตสาหกรรมมากยิ่งขึ้น

ภาคเอกชนนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาธุรกิจ

ภาคการศึกษาสามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาทรัพยากรคนโดยรับนโยบายจากภาครัฐ

ทั้งนี้ การพัฒนาดังกล่าวต้องมองโดยองค์รวมหรือเป็นการบูรณาการในทุกภาคส่วนไปพร้อมๆ กัน ซึ่งการพัฒนาเป็นส่วนๆ ก็จะไม่เกิดประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมอย่างที่ควรเป็น

เอกสารอ้างอิง

เอกสาร

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2543). การศึกษาความเป็นไปได้สำหรับศูนย์แสดงสินค้านิทรรศการและการสัมมนาระหว่างประเทศในประเทศไทย. กรุงเทพฯ (ถ่ายสำเนา).
- จิรพร สุเมธีประสิทธิ์. (2553). Cost Benefit Analysis เทคนิคการประเมินความคุ้มค่าของโครงการ. เข้าถึงได้จาก <https://chirapon.wordpress.com>.
- จุฑา ธาราไชย. (2556). “130903 mice for youth kku intro to mice”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก <http://www.slideshare.net>.
- ดวงพรรณ กริชชาญชัย ศฤงคารินทร์. (2549). โซ่อุปทานและโลจิสติกส์: ทฤษฎี-งานวิจัย-กรณีศึกษา. ไอทีแอล เทรด มีเดีย.
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2536). การวิเคราะห์หลักทรัพย์โดยใช้ปัจจัยพื้นฐาน. ส่วนสิ่งพิมพ์ฝ่ายสื่อสารองค์กร ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.
- ยรรยง ศรีสม. (2553). “ห่วงโซ่คุณค่า (Value chain) ในงานโลจิสติกส์”. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก http://www.tpa.or.th/publisher/pdfFileDownloadS/TN211A_p039-44.pdf.
- วิศรา งามพินิจ. (2555). การศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมจากการสร้างสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 3 ของประชาชนในเขต อ.เมือง จ.นครพนม. คณะเศรษฐศาสตร์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วสันต์ กาญจนมุกดา. (2555). สายโซ่คุณค่า กับความอยู่รอดของธุรกิจ. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก <http://kb.tsu.ac.th/jspui/bitstream/123456789/941/1/Article%201.pdf>.
- 8 กุมภาพันธ์ 2558.
- วุฒิชัย สุนทรสมัย. (2552). การวิจัยการตลาดและระบบสารสนเทศทางการตลาด. สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (2553). โครงการศึกษาแนวทางการจัดการห่วงโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ของสินค้าเกษตร. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์.
- สฤณี อาชวานันทกุล และ ภัทราพร แยมละออ. (2557). คู่มือการประเมินผลลัพธ์ทางสังคม (Social Impact Assessment) และผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment: SROI). คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุณีย์ บริสุทธิ์, พรณี พิมพ์โพธิ์ และ จันทร์จิรา ม้าลำพอง. (2548). แบบอย่างการลงทุน: ธุรกิจท่องเที่ยว MICE. หจก.พลอยการพิมพ์.
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2550). TCEB Annual Report 2007. เข้าถึงได้จาก <http://www.tceb.or.th>.
- สำนักมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม. (2550). “การขับเคลื่อนระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทย,” (ออนไลน์) สืบค้นเมื่อ 12 กันยายน 2557 เข้าถึงได้จาก herb.tisi.go.th/central/e-learning/talk/no_6/logistics.doc.

- อภิชาติ ไสภาแดง, คมกฤต เล็กสกุล และ ชุติรี เที้ยศิริเพชร (2551), การศึกษาระบบการจัดการห่วงโซ่อุปทานของลำไยสดในประเทศไทย, รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- อุดม เมธาธำรงศิริ, กรวิทย์ วงศ์ประเสริฐ และ ศศิธร พลัดทดเดช. (2544). MICE ตลาดที่ยังสดใส. เศรษฐกิจและสังคม. 40 (5), 40-43.
- Bauer, T.G.; Lambert, J. และ Hutchison, J (2001) Government Intervention in the Australasian Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions Industry (MICE), *Journal of Convention and Exhibition*, Vol3 (1).
- Becker, T. (1999). The Economic of Food Quality Standards. Paper Presented: Proceeding of the Second Interdisciplinary Workshop on Standardization Research, University of the Federal Armed Force.
- Cameron, R. (2009). MICE is not about tourism. *TTG mice Magazine*. Retrieved 3 July 2011 from <http://ttgmice.com>.
- Chopra, S. and Meindl, P. (2001), *Supply chain management: Strategy, planning and operation*, Pearson Education Asia Hamburg.
- Davidson, R., Alford, P., and Seaton, T. (2002). The use of information and communications technology by the European Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions (MICE) sectors. *Journal of Convention & Exhibition Management*. Vol4 (2): 17-36
- Dwyer, Larry and Mistilis, Nina (1999) Development of MICE Tourism in Australia: Opportunities and Challenges, *Journal of Convention & Exhibition Management*, Vol1(4)
- Fenich, George G. (2014). The Dawning of a New Age, *Journal of Convention & Event Tourism*, 15:111-113
- GTZ: Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit. (2011). Retrieved 12 May 2015 from <http://traveltradephilippines.com>.
- Hsieh, Pi-feng. (2013). Curriculum planning of MICE course in continuing education. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education* 13 pp .107-122.
- Porter M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. New York: Free Press.
- Porter M. E. (1998). *On Competition*. Boston: Harvard Business School.
- Rogers, T. (2003). *Conferences and Conventions: A Global Industry*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Russell, S. (2009), "Supply Chain Management : More Than Integrated Logistics". *Air Force Journal of Logistics*, Vol. XXXI, No. 2.

- SITE International Foundation. (2010). 2010 Study of the German Incentive & Motivational Travel Market. Site Germany.
- Tinnish, Susam M. and Mangal, Sapna M. (2012) Sustainable Event Marketing in the MICE Industry: A Theoretical Framework. Journal of Convention and Event Tourism 13: 227-249

Interview

- Chiruit Isarangkun Na Ayuthaya, Vice President, TECB, Interview, 7 October, 2015.
- Jaruwan Suwannasar, Director Exhibitions and Events Department, TCEB, Interview, 11 September, 2015
- Kamchai Jongjakapan, Professor in Law, Thammasart University, Interview, 10 March 2016.
- Nooch Homrossukhon, Director Meetings and Incentives Department, TCEB, Interview, 24 September, 2015.
- Takernsak Chaiyakarn, Senior Manager Mice Capabilities Department, TCEB, Interview, 10 September, 2015.
- Vichaya Soonthornsaratoon, Director Conventions Department, TCEB, Interview, 10 September, 2015.
- Waraporn Sornprom, Senior Manager, Corporate Policy and Strategy. Corporate Strategy Development, Interview, 7 October, 2015.
- Prapaphan Sungmuang, General Manager, Thailand Incentive and Convention Association (TICA), Interview, 7 October, 2015.
- Suchada Yuvaboon, Managing Director, The Rose Garden Riverside, Interview, 7 October, 2015.

ภาคผนวก ส่วนแผน

ภาคผนวก 1

รายงานโครงการสัมมนาการเสริมสร้างศักยภาพของอุตสาหกรรม MICE ของประเทศไทย

เมื่อวันศุกร์ที่ 17 กรกฎาคม 2558

ณ ห้องประชุม 1 ชั้น 6 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน

ผู้มาสัมมนา

- | | |
|-------------------------------|------------------------------|
| 1. ดร.หลุยส์ นำประเสริฐชัย | รองคณบดีฝ่ายวิชาการ |
| 2. ดร.ศุภฤกษ์ สุขสมาน | ที่ปรึกษาแผนงานวิจัย |
| 3. รศ.ดร.ยุรพร ศุทธรัตน์ | ผู้อำนวยการแผนงาน |
| 4. ดร.พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์ | หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ 1 |
| 5. ดร.ไพรัช พิบูลย์รุ่งโรจน์ | หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ 2 |
| 6. ผศ.อรรธิกา พังงา | หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ 3 |
| 7. ดร.ไพฑูรย์ เจตธำรงค์ชัย | หัวหน้าโครงการวิจัยย่อยที่ 4 |

ผู้เข้าร่วมสัมมนา

- | | |
|--------------------------------|---|
| 1. คุณหัสณัย กองแก้ว | ผู้จัดการทั่วไป บริษัท เอฟที โซลิวชั่น (ประเทศไทย) จำกัด |
| 2. คุณสุกัญญา จันทรรู | ผู้จัดการทั่วไป โรงแรมดุสิตธานี กรุงเทพฯ |
| 3. คุณสุประภา โมฬีรัตนนท์ | สมาชิกกิตติมศักดิ์สมาคมการจัดประชุมนานาชาติ (ICCA) |
| 4. ดร.ประสาน ภิรัช บุรี | ประธานเจ้าหน้าที่บริหารกลุ่มบริษัทศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค |
| 5. คุณประวิทย์ ศรีบัณฑิตมงคล | กรรมการบริหาร บริษัท คิงส์แมน ซี.เอ็ม.ที.ไอ. (ประเทศไทย) จำกัด |
| 6. คุณพัชรพงษ์ ศรีพงศ์พัชรา | รองผู้จัดการส่วนการตลาด บริษัท คิงส์แมน ซี.เอ็ม.ที.ไอ. (ประเทศไทย) จำกัด |
| 7. คุณพันศักดิ์ หล่อจิตต์เสียง | หัวหน้ากลุ่มงานส่งเสริมการขายด้านตัวแทนจำหน่าย บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) |
| 8. คุณจิราวดี วีรบุตร | หัวหน้ากลุ่มงานส่งเสริมการขายด้านการประชุมและกลุ่มเป้าหมาย บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) |
| 9. คุณทรรศวรรณ เต็มพรเลิศ | Area Manager บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) |
| 10. คุณประจักษ์ ตระกูลชวนดี | Area Manager บริษัท การบินกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) |
| 11. คุณนฤมล จิระมงคล | Consultant บริษัท อิมแพ็ค เอ็กซิบิชั่น แมเนจเม้นท์ จำกัด |

12. คุณปณิธาน บำราศอรินทร์พ่าย ที่ปรึกษา บริษัท เอ็น.ซี.ซี. แมนเนจเม้นท์ แอนด์ ดิเวลลอปเม้นท์ จำกัด
13. คุณอุริษา หิรัญยุปกรณ์ ผู้ช่วยนักวิจัยแผนงาน
14. คุณเบญจนพ บวรณศิริ ผู้ช่วยนักวิจัยโครงการวิจัยย่อยที่ 2
15. ผศ.ดร.พิมพ์พรณ สุจารินพงศ์ ผู้ร่วมวิจัยโครงการวิจัยย่อยที่ 3
16. อาจารย์วรรณวิภา หงส์นาคาล ผู้ร่วมวิจัยโครงการวิจัยย่อยที่ 3
17. คุณรดา อัมประเสริฐ ผู้ช่วยนักวิจัยโครงการวิจัยย่อยที่ 3

เริ่มสัมมนาเวลา 13.15 น.

ประธานกล่าวเปิดโครงการสัมมนา ผู้อำนวยการแผนงานแนะนำโครงการวิจัย เรื่องที่สัมมนากับมติหรือข้อสรุปของการสัมมนาในแต่ละเรื่อง ดังนี้

การเมือง/กฎหมาย

1. กฎหมายของประเทศไทยยังไม่เอื้อกับการก่อตั้ง International Association ในประเทศไทย โดยเฉพาะธุรกิจ Convention จะไปได้ไม่ไกลถ้าไม่มี International Association ในประเทศ
2. กฎระเบียบใหม่ของสรรพากร เรื่องการเสียภาษียังไม่ชัดเจน เช่น เงินที่รับบริจาคหรือค่าลงทะเบียนการประชุมใหญ่ๆ แม้ว่าผู้จัดงานจะเป็นสมาคมวิชาการที่ไม่ได้แสวงหากำไร เป็นต้น
3. กฎระเบียบของประเทศไทยยังไม่ชัดเจน และไม่สามารถหาผู้รู้จริงได้
4. การเมืองไม่เสถียร ทำให้ลูกค้ารู้สึกไม่ปลอดภัย ประกันต่างๆ ไม่ครอบคลุม เอกชนต้องหาทางแก้ปัญหาในช่วงที่มีเหตุการณ์ทางด้านการเมือง
5. กฎหมายไม่เอื้อต่อการจัดงานแสดงสินค้า (Exhibition) ขั้นตอนการทำเอกสารต่างๆ ในการนำเข้าวัสดุและอุปกรณ์มีความยุ่งยาก ไม่มีการบูรณาการของหน่วยงานต่างๆ มาช่วยในด้านกฎหมาย
6. กฎระเบียบเป็นอุปสรรคหลัก มีปัญหามากในไทยเป็นเวลานานแล้ว เพราะไม่มีช่องทางพิเศษเพื่ออุตสาหกรรม MICE เช่นประเทศอื่นๆ คิดว่าการนำเข้าสินค้าเป็นการค้าขายเท่านั้น ไม่อำนวยความสะดวกให้ลูกค้า
7. Insurance ของงาน Event มีต้นทุนสูงมาก (กฎหมายควรปรับเปลี่ยน)

การจ้างงาน/คุณภาพแรงงาน

1. ในการประชุมนานาชาติ ล่ามที่สามารถแปลได้ทันที หรือ Simultaneous interpreter ในประเทศไทยยังขาดแคลน ต้องอาศัยการนำเข้าและต้องเสียภาษีค่อนข้างสูง
2. การจ้างงาน บุคลากรในอุตสาหกรรม MICE จำเป็นมาก ควรมีการผลักดันอย่างจริงจัง เพราะต้องการบุคลากรที่มีความชำนาญโดยเฉพาะ หลักสูตรการสอนมักจะไปรวมกับการท่องเที่ยวและโรงแรม

3. บุคลากรควรมีทั้งความคิดสร้างสรรค์และความรู้ด้านวิชาการควบคู่กันไป ประเทศไทยยังขาดแคลน

สิ่งที่พื้นฐานในการรองรับในอุตสาหกรรม

1. การลงทุนสร้างศูนย์ประชุมต่างๆ ควรปรึกษาผู้รู้ก่อนสร้าง
2. การจัดแสดงสินค้าที่มีขนาดใหญ่ ในต่างจังหวัดจะมีคนเข้าชมน้อย เช่น รถยนต์ เพราะกลุ่มลูกค้าอยู่ในเมืองหลวง ค่าใช้จ่ายสูงในการเดินทางและขนส่ง
3. เทคโนโลยีต้องมีความพร้อม เช่น เทคโนโลยี Hybrid conference มีการถ่ายทอดสดเหตุการณ์ต่างๆ ในการประชุม
4. ปัจจัยที่ลูกค้าต่างชาติใช้ในการตัดสินใจเข้ามาจัดงานในประเทศไทย นอกจากการประมูลงานได้และความแข็งแกร่งของสมาคมแล้ว ยังมีเรื่อง Infrastructure เทคโนโลยีต่างๆ Contribution ให้กับสังคม สิ่งที่ทำให้ไม่เลือกประเทศไทย เช่น การเมือง ความปลอดภัย ภัยธรรมชาติ (น้ำท่วม) การฉ้อโกง (เช่น ปิดสนามบิน)

การถ่ายทอดเทคโนโลยี/ความรู้ที่มีผลต่อสังคมไทย

1. ตัวเลขทางสถิติของอุตสาหกรรม MICE ยิ่งขาดแคลน ทางรัฐควรเก็บข้อมูลโดยมีความร่วมมือกันระหว่างอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรม MICE เพื่อให้ตัวเลขนำไปใช้ในการประเมินอุตสาหกรรมได้
2. การพัฒนาบุคลากรด้าน MICE มหาวิทยาลัยควรมีการบูรณาการร่วมกันให้มีคุณภาพ โดยเฉพาะการพัฒนา PCO เพื่อไม่ให้ต่างชาตินำเข้ามา
3. มหาวิทยาลัยควรมีรูปแบบการสอนที่มีมาตรฐานเดียวกัน ควรให้นักศึกษาฝึกงานตั้งแต่ปี 1 หรือ 2 เน้นภาคปฏิบัติ โดยการฝึกงานทางมหาวิทยาลัยต้องคุยกับหน่วยงานที่รับนักศึกษาด้วยว่าต้องการให้ได้ประโยชน์อะไรบ้างจากการฝึกงาน และหน่วยงานควรออกใบรับรองให้

สิ่งแวดล้อม/วัฒนธรรม

1. การจ้างบริษัทจัดงาน บางครั้งคำนึงถึงบริษัทที่มีความใส่ใจในการรักษาสิ่งแวดล้อมด้วย
2. วัฒนธรรมของไทย ขึ้นอยู่กับแต่ละเมือง จะแฝงอยู่ในอาหาร สิ่งของที่ระลึก M/I ต้องดูว่าลูกค้าเป็นใคร แล้วต้องเน้นในด้านใด

อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

1. ปัจจุบันสายการบินพยายามทำธุรกิจด้าน MICE ร่วมกับโรงแรม
2. ปัญหาของสายการบิน คือ กลุ่มลูกค้ามีขนาดใหญ่เกินไป เช่น Domestic สามารถรองรับได้ไม่เกิน 200 คน
3. สายการบินมีการให้ราคาพิเศษในบางส่วนกับสมาคม เช่น TICA หรือ TCEB สำหรับการไปประมูลงานที่ต่างประเทศ (การบินไทยไม่มีจำกัดจำนวนที่นั่ง สำหรับทุกสนามบินที่การบินไทยไปถึง)

กลยุทธ์โครงสร้างและสภาพการแข่งขันของผู้ผลิต

1. การทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จอยู่ที่ Connection
2. มาตรฐานการทำงานของไทยไม่เป็นมืออาชีพ ทั้งบุคลากรและอุปกรณ์ ทำให้แข่งขันยาก
3. ธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ ต้องมีการประมูลงาน ถ้าไม่มี Connection โอกาสชนะจะน้อย อาจขึ้นกับการมีบทบาทในสมาคมอื่นๆ สมาชิกของไทยไม่ค่อยมีบทบาทในสมาคม เช่น การเป็น Committee
4. ธุรกิจการจัดประชุม (Meeting) สามารถจัดได้ตลอด เพราะมีในทุกองค์กร ไม่ว่าประเทศไทยจะมีสภาพเศรษฐกิจอย่างไร ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive) จะใช้เวลาล่วงหน้าเยอะ มีการเตรียมตัว จึงอาจเกิดเหตุสุดวิสัยให้ยกเลิกได้ ธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ (Convention) มีจำนวนคนเยอะ ต้องใช้เวลานานกว่า Meeting และต้องมีการประมูลงานก่อนล่วงหน้า ธุรกิจการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibition) เกี่ยวข้องกับคนเยอะและหลายภาคส่วน ยังต้องมีการพัฒนา
5. ไม่ควรตั้งหน่วยงานซ้ำซ้อน ควรแยกบทบาทหน้าที่ให้ชัดเจน แต่ละสมาคมควรมีจุดมุ่งหมายของตัวเอง แต่ก็ต้องมีการบูรณาการและทราบธุรกิจ M/I/C/E ของหน่วยงานอื่นๆ ด้วย
6. ประเทศไทยถือว่าค่อนข้างเก่งเรื่องอุตสาหกรรม MICE แต่ยังไม่มีความมาตรฐานในทุกๆ เรื่อง

รัฐบาล

1. การจัดงานหากอิงกับนโยบายรัฐมากจะมีปัญหา เพราะรัฐบาลมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา
2. หากรัฐจะมีนโยบายเรื่องอุตสาหกรรม MICE จะมองอุตสาหกรรม MICE หรืออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างเดียวไม่ได้ ต้องมองอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องต่างๆ ด้วย เพื่อให้มีความแข็งแกร่งและร่วมแข่งขันได้
3. ควรให้ความรู้แก่ภาครัฐเกี่ยวกับธุรกิจ M/I/C/E ความรู้เกี่ยวกับการตลาดและการแข่งขัน ให้มีความเข้าใจว่างานประเภทใดควรจัดที่ไหนและจะได้อะไรจากการจัดงานนั้นๆ
4. การจัดงานที่ผ่านมาส่วนใหญ่มองแต่ผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ มีเพียงงานประชุมโรคเลือด (Hemophilia) ที่เกิดผลกระทบทางด้านสังคม ทำให้รัฐบาลบรรจุโรคเลือดในหลักประกันสุขภาพ (30 บาทรักษาทุกโรค) และได้รับเงินช่วยเหลือเยอะ
5. ควรมีการอบรมให้เจ้าหน้าที่ภาครัฐรู้จักอุตสาหกรรม MICE ด้วย เนื่องจากมุมมองของรัฐและเอกชนต่างกัน เช่น มีความเข้าใจในนิยามของแต่ละธุรกิจไม่ตรงกัน
6. ในภาครัฐ น่าจะมีการกลับมาพิจารณา ไทยทิม ที่ร่วมกันขับเคลื่อน MICE ที่เคยเริ่มมาแล้วแต่หายไป
7. ก่อนการประมูลงานภาครัฐควรมีส่วนร่วมด้วย เช่น งานจำนวนคน 30,000-40,000 คน ต้องมีการนำเข้าต่างๆ แต่ติดปัญหาเรื่องกฎหมายไม่เอื้อ ถึงแม้จะเป็นงานระดับชาติ

MICE Cities

1. จังหวัดเชียงใหม่ ศูนย์ประชุมยังไม่เพียงพอ ไม่เหมาะกับ Exhibition มักดูเพียงในแง่การก่อสร้าง บุคลากรที่พร้อมสำหรับการจัด International conference ยังไม่เพียงพอ ควรมีการอบรมเด็กในมหาวิทยาลัย
2. ข้อดีของจังหวัดเชียงใหม่ คือ สถาบันการศึกษาให้ความร่วมมือ
3. คนใน MICE cities ยังไม่ทราบว่าเมืองนั้นๆเป็น MICE cities แต่ละเมืองมีความโดดเด่นในเชิงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน
4. ควรมองเมืองอื่นๆที่มีศักยภาพรองลงมาด้วย เพราะเมืองหลักๆก็พอจะมีศักยภาพในตัวเองอยู่แล้ว เช่น บางเมืองเหมาะกับงานประเภท M/I น่าจะมีการนำเสนอภาคเอกชนและราชการบ้าง และบางเมืองไม่ควรริบตั้งเป็น MICE city
5. คนที่อยู่ในอุตสาหกรรม MICE ควรมีความเข้าใจ ทราบดีว่าจะจัดงานอะไร ต้องแจ้งให้ทางเมืองนั้นๆทราบ และขอความร่วมมือ เนื่องจากอาจมีข้อจำกัดต่างๆ เช่น การประชุมเรื่องสิทธิบัตร เมืองที่จัดงานต้องไม่มีการขายสินค้าปลอม
6. Convention ที่จังหวัดเชียงใหม่จะจัดงานเยอะกว่าจังหวัดภูเก็ต เพราะในจังหวัดมีอาจารย์ดีๆหลายท่าน
7. จังหวัดภูเก็ต เหมาะกับ M/I
8. MICE cities ควรมี Logistics ที่ดี รองรับสายการบิน มีสนามบิน สามารถเดินทางไปได้หลายเมือง
9. จังหวัดภูเก็ต อาจมีการเดินทางภายในเกาะที่ไม่สะดวก ต้องวางแผนเรื่องการเดินทางในการรองรับคนเยอะๆ ตั้งแต่สนามบิน (อาจมีการขยายสนามบิน)
10. การสื่อสารมีความสำคัญ MICE cities ยังไม่มีความพร้อม เช่น ใบเสร็จจากการนั่งแท็กซี่ การทำ Tax refund ตามร้านค้า คนนำเที่ยว
11. ผู้ว่าราชการของแต่ละเมืองควรทราบและตื่นตัวกับการจัดงาน MICE ต่างๆภายในเมือง เผยแพร่ข่าวสารเพื่อให้คนในเมืองได้ทราบ

ภาคผนวก 2

การสัมภาษณ์เชิงลึก

รายชื่อผู้ให้ข้อมูลเชิงลึกจากการสัมภาษณ์

1) ผู้ให้ข้อมูลจากภาครัฐ - สสปน.

- | | |
|----------------------------------|--|
| 1. คุณจิรุตต์ อิศรางกูร ณ อยุธยา | Vice President |
| 2. คุณวิชญา สุนทรสารทูล | Director Conventions Department |
| 3. คุณจารุวรรณ สุวรรณศาสตร์ | Director Exhibitions and Events Department |
| 4. คุณนุช หอมรสสุคนธ์ | Director Meetings and Incentives Department |
| 5. คุณวราภรณ์ ศรีพรหม | Senior Manager Corporate Policy and Strategy |
| 6. คุณเกกิงศักดิ์ ไชยกาญจน์ | Senior Manager MICE Capabilities Department |

2) ผู้ให้ข้อมูลจากภาคเอกชน ศูนย์ประชุม สมาคม

Thailand Incentive and Convention Association (TICA)

- | | |
|-----------------------------|-----------------|
| 1. คุณประภาพรพรณ สังข์เมือง | General Manager |
|-----------------------------|-----------------|

Bangkok International Trade & Exhibition Centre (BITEC)

- | | |
|-------------------------|---------------------------|
| 1. ดร. ประสาน ภิรัชบุรี | Chief Executive Officer |
| 2. ดร. วรการดี จิระมงคล | Business Research Manager |

Queen Sirikit National Convention Center

- | | |
|-------------------------------|-----------|
| 1. คุณศักดิ์ชัย ภัทรปรีชากุล | President |
| 2. คุณปณิธาน บำราศอรินทร์พ่าย | ที่ปรึกษา |

PCO: Kenes MP Asia

- | | |
|---------------------|------------------|
| 1. คุณวราภา สายเป้า | Project Director |
|---------------------|------------------|

Airline: Thai Airways International

- | | |
|----------------------------------|--|
| 1. คุณพันธ์ศักดิ์ หล่อจิตต์เสียง | Chief Agencies Sales Promotion Group |
| 2. คุณจิรวดี วีรบุตร | Chief Convention and Sales Promotion Group |

อื่นๆ

- | | |
|-----------------------------|--------------------------------------|
| 1. คุณกิตติ ชูณหงษ์ | Chief Agencies Sales Promotion Group |
| 2. คุณสุชาดา ยุวบูรณ์ | ประธานกรรมการ Rose Garden Riversides |
| 3. ศ.ดร. กำชัย จงจักรพันธ์ | กรรมการปฏิรูปกฎหมาย |
| 4. ทญ. กาญจนา กิจบำรุงศิลป์ | สมาคมทันตแพทย์ |

ภาคผนวก 3
แบบถ่วงน้ำหนัก

แบบตรวจสอบผลการวิจัยจากผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรม MICE

ชื่อ Key informant

หน่วยงาน

แบบตรวจสอบนี้มี 2 ตอน

ตอนที่ 1

ท่านให้ความสำคัญลำดับใดในหัวข้อต่อไปนี้ที่มีต่อธุรกิจ M/I/C/E โดย 4 มีความสำคัญมากที่สุดในเรื่องนั้นๆ และ 1 มีความสำคัญน้อยที่สุดในเรื่องนั้นๆ หรือถ้าท่านเห็นว่าธุรกิจนั้นได้รับผลเหมือนกันท่านสามารถใส่ตัวเลขที่เท่ากันได้

ผลกระทบของอุตสาหกรรม MICE ที่มีต่อเศรษฐกิจ สังคม และ สภาพแวดล้อม	การให้น้ำหนักความสำคัญ				ข้อเสนอแนะ
	M	I	C	E	
<u>ตัวอย่างเช่น</u> ประเทศได้รับรายได้ทางตรงที่เกิดจากการใช้จ่ายของ Organizer (เช่น การสร้างรายได้ให้กับสมาคม)					
<u>ผลกระทบทางเศรษฐกิจ</u> 1) ประเทศได้รับรายได้ทางตรงที่เกิดจากการใช้จ่ายของ Organizer (เช่น การสร้างรายได้ให้กับสมาคม)					
2) ประเทศได้รับรายได้ทางตรงที่เกิดจากการใช้จ่ายของนักเดินทางกลุ่ม MICE					
3) ประเทศได้รับรายได้จาก Vendor ในอุตสาหกรรมนี้ในการจัดหาสินค้าและบริการให้กับนักเดินทางกลุ่ม MICE					
4) ประเทศ ได้รับรายได้จากการใช้จ่ายของคนหรือแรงงานที่อยู่ในอุตสาหกรรมนี้					
5) รัฐได้รับรายรับในรูปแบบภาษีทั้งจากอุตสาหกรรม MICE และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง					

6) ก่อให้เกิดการจ้างงาน และการกระจายรายได้					
7) ก่อให้เกิดการขยายตัว และการลงทุนในธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องเนื่องกับอุตสาหกรรม MICE ทั้งภาคผลิตและบริการ					
ผลกระทบของอุตสาหกรรม MICE ที่มีต่อเศรษฐกิจสังคม และ สภาพแวดล้อม	การให้น้ำหนักความสำคัญ				ข้อเสนอแนะ
	M	I	C	E	
8) การลดการเดินทางออกนอกประเทศเพื่อเข้าร่วมกิจกรรม MICE ให้กลับมาเป็นการใช้จ่ายในประเทศ					
9) การต่อยอดทางธุรกิจกับสมาชิก และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง					
10) นำไปสู่การขยายตัวของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เช่น การขยายตลาดท่องเที่ยว Pre/Post-MICE					
11) ทำให้รัฐต้องลงทุนและพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆมากขึ้นเพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรม MICE					
<u>ผลกระทบทางสังคม</u>					
12) การพัฒนาศักยภาพของบุคลากร การสร้างและแลกเปลี่ยนความรู้จากการเข้าร่วมงานของอุตสาหกรรม MICE					
13) เกิดความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการพัฒนาและลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก การบริการ การกำหนดมาตรฐานการอบรมและการทำงานที่มีเป้าหมายร่วมกัน					
14) การถ่ายทอดความรู้ เทคโนโลยีใหม่ๆ กับ Stakeholder เช่น ประชาชน นักเรียน นักศึกษา ผู้สนใจที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้ในอนาคต สามารถนำไปสู่การพัฒนาการทำงานที่มีประสิทธิภาพ สร้างบุคลากรเจ้าหน้าที่ และผลงานคุณภาพต่อไป					
15) เป็นการประชาสัมพันธ์ประเทศทั้งจากการมีประสบการณ์ของนักเดินทางและภาพลักษณ์ต่อการเป็นเจ้าภาพงาน					

16) การเผยแพร่ภาพลักษณ์ชื่อเสียงของประเทศ และ ยังส่งผลถึงการแลกเปลี่ยนความรู้ วัฒนธรรมข้ามชาติ					
17) การรบกวนชุมชน เช่น การจัดกิจกรรม MICE ที่มี ผู้เข้าร่วมจำนวนมาก อาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อชุมชน และสังคม เช่น การปิดถนนเพื่ออำนวยความสะดวก หรือการใช้พื้นที่ของชุมชน					
18) การเข้าไปเปลี่ยนวิถีชีวิตชุมชน					
ผลกระทบของอุตสาหกรรม MICE ที่มีต่อเศรษฐกิจ สังคม และ สภาพแวดล้อม	การให้น้ำหนักความสำคัญ				ข้อเสนอแนะ
	M	I	C	E	
<u>ผลกระทบทางสภาพแวดล้อม</u> 19) จากแนวโน้มโลกเรื่อง Green Economy & Sustainable Environment ส่งผลให้ผู้เกี่ยวข้องใน อุตสาหกรรมนี้นำมาพัฒนาเป็นนโยบายในการปฏิบัติ เช่น การร่วมมือกันรักษาสภาพแวดล้อม การมีมาตรการ เพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การใช้ทรัพยากรอย่างรู้ คุณค่า					
20) ปัญหาขยะมูลฝอยที่เกิดจากการจัดกิจกรรม MICE					

ตอนที่ 2

ท่านเห็นด้วยว่าเรื่องต่อไปนี้มีผลต่ออุตสาหกรรม MICE ในระดับใด โดยให้ 3 = เห็นด้วยมาก
2 = เห็นด้วย 1 = เห็นด้วยน้อย

ปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพของอุตสาหกรรม MICE	3	2	1	ข้อเสนอแนะ
---	---	---	---	------------

ปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพของอุตสาหกรรม MICE	3	2	1	ข้อเสนอแนะ
1) ปัจจัยการผลิตในประเทศ 1.1 การมีความพร้อมของพื้นที่ทางกายภาพ ที่ตั้ง ขนาด 1.2 การเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดความรู้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง 1.3 การเป็นอุตสาหกรรมที่ภาคเอกชน สมาคม และหน่วยงานสนับสนุน (สสปน.) โดยรวมมีความเข้มแข็ง 1.4 การมีสิ่งอำนวยความสะดวกของอุตสาหกรรม ค่อนข้างสมบูรณ์ 1.5 บุคลากรในอุตสาหกรรมยังมีไม่เพียงพอทั้งปริมาณ และคุณภาพ 1.6 เป็นอุตสาหกรรมที่ที่ยังขาดมาตรฐานการควบคุมในเรื่องการขนส่ง(คน) 1.7 เป็นอุตสาหกรรมที่ต้องการการบูรณาการร่วมกันระหว่างภาคส่วนที่จะอำนวยความสะดวกให้เกิดงาน MICE				
2) เงื่อนไขทางด้านอุปสงค์ในประเทศ 2.1 เป็นอุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมชัดเจน 2.2 การเป็นศูนย์กลางภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกส่งผลถึงโอกาสถูกเลือกเป็นสถานที่จัดกิจกรรม 2.3 ประเทศมีความพร้อมของของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง รองรับความต้องการและสนับสนุนซึ่งกันและกัน เช่น กลุ่มผู้จัดงาน กลุ่มผู้ให้บริการสถานที่ กลุ่มสมาคมต่างๆ				
3) อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง 3.1 ความพร้อมของธุรกิจที่พักแรม ที่สนับสนุนอุตสาหกรรม MICE				

ปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพของอุตสาหกรรม MICE	3	2	1	ข้อเสนอแนะ
3.2 ความพร้อมของสถานที่จัดกิจกรรม MICE ตลอดจนสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย เอื้อต่ออุตสาหกรรม MICE 3.3 ประเทศมีความพร้อมทางด้านการเข้าถึงของสนามบินทั้งนานาชาติและภูมิภาค				
4) กลยุทธ์โครงสร้างและสภาพการแข่งขัน 4.1 ประเทศไทยมีความคุ้มค่าในการจัดกิจกรรม MICE และมีค่าครองชีพถูก 4.2 ความมีเสน่ห์และโดดเด่นทางวัฒนธรรม 4.3 การมีภูมิประเทศที่ดีและทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย 4.4 มีมาตรฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับจัดงาน MICE 4.5 การกำหนดตำแหน่งทางการแข่งขันรวมทั้งแผนระยะยาว 4.6 กลุ่ม CLMV ที่เริ่มให้ความสนใจอุตสาหกรรม MICE 4.7 การทำงานเชิงรุกของประเทศเพื่อนบ้าน				
5) รัฐบาล 5.1 มีนโยบายที่สนับสนุนอุตสาหกรรม MICE 5.2 มีนโยบายในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน 5.3 มีปัญหาภาพลักษณ์ของหน่วยงานรัฐ 5.4 มีการบูรณาการระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง				
6) โอกาสหรือเหตุสุดวิสัย 6.1 การให้ความสำคัญและคุณค่าในการดูแลสภาพแวดล้อม				

ปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพของอุตสาหกรรม MICE	3	2	1	ข้อเสนอแนะ
6.2 การมีที่ตั้งของ ประเทศที่เป็นศูนย์กลางของภูมิภาค 6.3 มีภาพลักษณ์เรื่องความไม่มั่นคง ปลอดภัยในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา				

โดยมีรายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบข้อมูลดังต่อไปนี้

- | | |
|--------------------------------|---|
| 1) คุณชุติมา วงศ์วิบูลย์ศิลป์ | ตัวแทนจาก สสปน. |
| 2) คุณทัศนัย กองแก้ว | ผู้จัดการทั่วไป บริษัท เอพีที โซลิวชั่น (ประเทศไทย) จำกัด |
| 3) ดร.วรการดี แสงจันทร์ | ตัวแทนประธานเจ้าหน้าที่บริหารกลุ่มบริษัทศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค |
| 4) คุณประวิทย์ ศรีบัณฑิตมงคล | กรรมการบริหาร บริษัท คิงส์แมน ซี.เอ็ม.ที.ไอ. (ประเทศไทย) จำกัด |
| 5) คุณพัชรพงษ์ ศรีพงศ์พัชรา | รองผู้จัดการส่วนการตลาด บริษัท คิงส์แมน ซี.เอ็ม.ที.ไอ. (ประเทศไทย) จำกัด |
| 6) คุณพันศักดิ์ หล่อจิตต์เสียง | หัวหน้ากลุ่มงานส่งเสริมการขายด้านตัวแทนจำหน่าย บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) |
| 7) คุณจิราวดี วีระบุตร | หัวหน้ากลุ่มงานส่งเสริมการขายด้านการประชุมและกลุ่มเป้าหมาย บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) |
| 8) คุณนฤมล จิระมงคล | Consultant บริษัท อิมแพ็ค เอ็กซิบิชั่น แมเนจเม้นท์ จำกัด |
| 9) คุณปณิธาน บำราศอรินทร์พ่าย | ที่ปรึกษา บริษัท เอ็น.ซี.ซี. แมนเนจเม้นท์ แอนด์ ดิเวลลอปเม้นท์ จำกัด |
| 10) คุณสุกัญญา จันทรชู | ผู้จัดการทั่วไป โรงแรมดุสิตธานี กรุงเทพฯ |

ภาคผนวก 4

การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะเรื่อง

จากการทำ Focus Group และ In-depth Interview มีประเด็นด้านกฎหมายที่ได้รับการพูดถึงหลายประการ นักวิจัยจึงได้นำข้อคิดเห็นดังกล่าวไปหารือ ปรีกษาพูดคุยกับนักกฎหมายในประเด็นต่างๆ ในเบื้องต้น มีดังต่อไปนี้

1. กฎระเบียบที่ไม่เอื้อต่อการจัดกิจกรรม MICE

การวางหลักประกันเพื่อมาจัดงาน MICE มีต้นทุนสูงมากและการคืนเงินใช้เวลาารับคืนนาน (ดร.ประสาน, คุณสุประภา)

การจัดงานแสดงสินค้า (Exhibition) มีขั้นตอนการทำเอกสารต่างๆ ในการนำเข้าวัสดุและอุปกรณ์มีความยุ่งยาก ขาดการบูรณาการของหน่วยงานต่างๆ มาช่วยในด้านกฎหมาย เช่นในเรื่องอาหารและยา ต้องผ่าน อ.ย. ซึ่งมีขั้นตอนนาน หรือ การนำเข้าผ่านโลหะ/เหล็กมาแสดงคู่กับเครื่องจักร (ดร.ประสาน, คุณศักดิ์ชัย (NCC))

การไม่มีช่องทางพิเศษเพื่ออุตสาหกรรม MICE เช่น ประเทศอื่นๆ คิดว่าการนำเข้าสินค้าเป็นการค้าขายเท่านั้น ขาดการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ต้องการเข้ามาทำกิจกรรม MICE ในประเทศไทย ทำให้ประเทศที่มี การสนับสนุนทั้ง free trade and tax ได้งานไป (คุณประวิทย์, คุณปณิธาน, คุณศักดิ์ชัย (NCC), คุณหญิง (TICA))

การก่อตั้ง International Association ในประเทศไทย โดยเฉพาะธุรกิจ Convention (คุณสุประภา)

2. ปัญหาเกี่ยวกับบุคคลที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรม MICE

การ (จ้างล่ามแปล) นำเข้าผู้เชี่ยวชาญจากต่างชาติ/จ้างตรง เพื่อการจัดประชุมที่มีองค์กรนานาชาติ มีค่าใช้จ่ายเรื่องอัตราภาษีค่อนข้างสูง และต้องมี Work Permit (คุณปณิธาน, ดร.ประสาน, คุณวราภา (Kenes Asia))

การเข้ามาทำกิจกรรม MICE ในประเทศไทย เกี่ยวข้องกับหลายหน่วยงาน เช่นในด้านการสนับสนุน: บุคคลต้องทำ Visa (ตม) และมาเพื่อทำธุรกิจจะเสียค่าใช้จ่ายเพิ่ม 3000 บาทจากการมาท่องเที่ยว (คุณจิรุตต์ (VP TCEP))

3. ในด้านการป้องกันผลกระทบต่ออุตสาหกรรม MICE

การจำกัดเรื่อง carrying capability ในการสร้างโรงแรม/ที่พัก การเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นประวัติศาสตร์ เพื่อการรักษาสภาพแวดล้อมหรือการอนุรักษ์ทรัพยากรชาติ คุณจิรุตต์ อิศรางกูร ณ อยุธยา (VP TCEP) คุณประภาพรรณ (TICA) คุณสุชาดา - สอนสามพราน)

จากการขอคำแนะนำในเบื้องต้นกับผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมาย ศ. ดร. กำชัย จงจักรพันธ์ (10 มีนาคม 2559 เวลา 9.20 – 10.05 น.)

การพิจารณาว่าการเกิดปัญหาต่างๆ เกิดเพราะการมีกฎหมาย หรือการมีกฎระเบียบที่ไม่เอื้อต่อการจัดกิจกรรม MICE นั้น ต้องลงในรายละเอียดเป็นกรณีไป เช่น การวางหลักประกันเพื่อการให้จัดงาน โดยปกติของการวางหลักประกัน เกิดขึ้นเมื่อตกลงว่าจะจัดงาน เมื่อสามารถจัดงานนั้นได้ และเมื่อสิ้นสุดงานก็จะทำการคืนเงินประกัน หากแต่ไม่สามารถจัดกิจกรรม MICE ได้ก็จะยึดเงินประกันการจัดงาน แต่เนื่องจาก MICE เป็นอุตสาหกรรมเฉพาะที่ใช้เวลาการเตรียมงานนาน

หรือการนำสินค้ามาแสดงในงาน เนื่องจากเป็นชิ้นงานจากต่างประเทศ และต้องนำเข้าโดยสภาพ ซึ่งข้อกฎหมายมีความชัดเจนในการให้นำเข้าเพื่อการนี้

สำหรับการเข้ามาทำงานในประเทศไทยของบุคคลต่างชาติหรือผู้เชี่ยวชาญนั้น เนื่องจากเป็น การเข้ามาทำงาน บุคคลเป็นผู้มีรายได้จึงต้องเสียภาษีเงินได้ ซึ่งในบางประเทศมีการเสียภาษี 2 ทาง ตามอัตราภาษีซ้อน คือ ประเทศที่บุคคลหรือผู้เชี่ยวชาญนั้นถือสัญชาติอยู่และประเทศที่ก่อให้เกิด รายได้ และเมื่อมีความต้องการใช้ผู้เชี่ยวชาญในด้านดังกล่าว ผู้ว่าจ้าง (ผู้จัดกิจกรรม MICE) จึงอยู่ใน สภาพเป็นรองในการเจรจาต่อรอง และกลายมาเป็นต้นทุนส่วนหนึ่งของการดำเนินงาน ซึ่งไม่ได้เป็น เพราะตัวบทกฎหมายที่ไม่เอื้อต่ออุตสาหกรรมนี้ หากแต่ประเด็นที่ควรพิจารณาคือ การเร่งสร้าง ผู้เชี่ยวชาญในด้านต่างๆ ให้มากพอ ก็จะนำไปสู่การส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมนี้ของประเทศด้วย

นอกจากนี้ การเข้ามาดำเนินหรือร่วมกิจกรรม MICE ของบุคคลต่างประเทศ ซึ่งต้องผ่าน กระบวนการตรวจคนเข้าเมือง และมีค่าใช้จ่ายเพิ่มในเรื่อง Business Visa ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สามารถผลักดันหรืออำนวยความสะดวกให้เกิดขึ้นได้

จากประเด็นที่ผู้เกี่ยวข้องติดปัญหาการทำกิจกรรม MICE จากการที่มีกฎระเบียบที่ไม่เอื้ออำนวย นั้น ในเบื้องต้น สามารถสันนิษฐานได้ว่าปัญหาที่เกิดขึ้น มิได้เกิดจากตัวบทกฎหมาย แต่เป็นในเรื่องของการนำไปใช้ แต่การติดขัดในบางเรื่องบางอย่างอาจติดที่กฎหมาย MICE เอง

ภาคผนวก 5
รายงานการเผยแพร่ (Abstract Paper)

Subject [BEFB 2016] Acceptance Notification and Invitation Letter (# 3069)

Conference: BEFB 2016

Date: 2016/06/24-2016/06/26

Paper #: 3069

Paper Title: The Strength of Thailand's MICE Industry

Author(s): Yuraporn - Sudharatna

Dear Yuraporn - Sudharatna,

It is our pleasure to inform you that your submission has passed the review process and been accepted by the BEFB 2016. For your information, all submissions to the conference have been reviewed by at least two independent peers for technical merit and content. The Program Committee would like to invite you to attend the BEFB 2016 in Sapporo, Hokkaido, Japan.

Since the file you upload will be the version we publish in our proceedings, we kindly ask you to prepare and upload your final version of manuscript, in case there should be any changes or update made in your abstract/paper, together with your registration before the deadline. For the deadline for uploading the final version of your manuscript and registration, please refer to the information released on the website.

You can find all the detailed information on the conference website at <http://iainst.org/befb/>

Should you have any questions, please do not hesitate to contact us at ICBEFB@gmail.com

Once again, thank you very much for your contribution. We do hope to welcome you at the conference.

Yours sincerely,

BEFB 2016 Program Committee

<http://iainst.org/befb/>

The Strength of Thailand's MICE Industry

Yuraporn Sudharatna

Paitoon Chetdhumrongchai

Kasetsart Business School, Kasetsart University, Bangkok Thailand.

Pimlapas Pongsakornrungrungsilp

Walailak University, Nakhon Si Thammarat, Thailand.

Pairat Piboonrungrroj

Faculty of Economics, Chiang Mai University, Chiang Mai, Thailand.

Auntiga Phung-nga

Management Sciences Faculty, Kasetsart University, Siracha campus, Chonburi,
Thailand.

Abstract

Objective: The purpose of this paper is to illustrate the strength of key players in Thailand's MICE (Meeting, Incentive, Convention and Exhibition) industry; whose roles are vital for driving MICE activities to the country.

Design/Methodology/Approach: MICE industry has contributed to 0.07% Thailand GDP in last year and the industry is expected to growth at some amount. This research study; therefore, aims to identify the strength of the industry. The qualitative research method such as focused group as well as in-depth interview was conducted for the research. The informants are key players in this industry.

Findings: This research study finding that the strength of the industry is: Thailand has an outstanding facilities to serve the industry e.g. Convention/Exhibition center, Hotel, professional DMC (Destination Management Company), PCO/PEO (Conference/Exhibition Organizer) etc. Moreover, the location of the country is placed at center of South East Asia, which opens an opportunities to CLMV countries; AC and Asian. Thailand, likewise are uniqueness in terms of the country's culture, Thai food, Thai-

ness. Additionally, Thailand has varieties of natural resource to serve both I-Incentive and Pre- or Post- MCE activities also.

Implications: Thailand is a favorable country where there are so many strengths for MICE industry. However, those strength sentiments are simply the ground based issues to drive MICE activities; there are still some concerns to be more elaborated.

Values: MICE industry is a real business trip for travelers; it totally contrasts to tourism industry which is leisure trip. Although, some facilities are shared between the two industries such as accommodation, food and beverage, transportation, natural resource or tourist place etc., MICE industry deliver more values to the country in terms of economics, technology and knowledge transfer, as well as social impact. This study, therefore; highlights the strength of the industry to boost the benefit to the country.

Keywords: The Strength, MICE, Thailand

Acknowledgement: This research is financed by a generous grant provided by Thailand Research Fund

ภาคผนวก 6

การนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ และตารางกิจกรรม

- กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์
เบื้องต้นได้เผยแพร่ในการนำเสนอผลงานในการประชุมวิชาการนานาชาติ
- ตารางเปรียบเทียบกิจกรรม วัตถุประสงค์ ที่วางแผนไว้และกิจกรรมที่ดำเนินการจริง

กิจกรรม	ตามแผน						ปฏิบัติจริง					
	เดือน						เดือน					
	1	2	3	4	5	6	1	2	3	4	5	6
1) เขียนโครงร่างงานวิจัยโดยละเอียดและกำหนดกรอบแผนงานวิจัย	↔						↔					
2) ตรวจสอบเอกสารและทบทวนวรรณกรรม การศึกษาที่เกี่ยวข้อง	↔	↔	↔				↔	↔	↔			
3) จัดทำ Focus Group นักวิจัย ผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรม เพื่อหามาตรวัดศักยภาพของ M/I/C/E			↔	↔					↔	↔		
4) สัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม MICE แล้วนำมาวิเคราะห์ และประมวลผล					↔	↔					↔	↔
5) จัดทำรายงานความก้าวหน้า						↔						↔
6) วิเคราะห์ผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคม					↔	↔					↔	↔
7) วิเคราะห์ความเชื่อมโยงใน Value Chain			↔	↔	↔	↔			↔	↔	↔	↔
8) วิเคราะห์แนวโน้มอุตสาหกรรมและจัดลำดับความสำคัญ				↔	↔	↔				↔	↔	↔

กิจกรรม	ตามแผน						ปฏิบัติจริง					
	เดือน						เดือน					
	7	8	9	10	11	12	7	8	9	10	11	12
6) วิเคราะห์ผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคม (ต่อ)	↔						↔					
7) วิเคราะห์ความเชื่อมโยงใน Value Chain (ต่อ)	↔						↔					
8) วิเคราะห์แนวโน้มอุตสาหกรรมและจัดลำดับความสำคัญ (ต่อ)	←	→					←	→				
9) จัดประชุมผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม MICE			↔	→					↔	→		
10) จัดทำรายงานการวิจัย				↔	→					↔	→	
11) จัดประชุมทบทวนผลรายงานการวิจัยและแก้ไข					↔	→					↔	→
12) จัดทำรายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์						↔						↔