



รายงานฉบับสมบูรณ์

โครงการย่อยที่ 3

การศึกษาศักยภาพของธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติในประเทศไทย

The Study of Convention Capability of Thailand

โดย อรรธิกา พังงา และคณะ

พฤษภาคม 2559

สัญญาเลขที่ RDG5850048

## รายงานฉบับสมบูรณ์

### โครงการย่อยที่ 3

การศึกษาศักยภาพของธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติในประเทศไทย

The Study of Meeting Capability of Thailand

คณะผู้วิจัย

สังกัด

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อรรธิกา พังงา

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนวัต ลิ้มบัพพาณิชย์กุล

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิมพ์พรณ สุจารินพงศ์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

อาจารย์วรรณวิภา หงส์นภาดล

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ชุดโครงการการศึกษาศักยภาพของอุตสาหกรรม MICE ของประเทศไทย

สนับสนุนโดยสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

และสำนักสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย วช.สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาศักยภาพของธุรกิจการจัดประชุมในประเทศไทยในครั้งนี้ เป็นผลงานวิจัยที่พัฒนาขึ้นตามความต้องการของผู้ใช้ประโยชน์งานวิจัย สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์กรมหาชน) ภายใต้การสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณอย่างสูงที่ผลักดันให้คณะผู้วิจัยพัฒนาโจทย์วิจัยร่วมกับภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง โดยมุ่งเน้นการวิจัยเชิงบูรณาการและการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

คณะผู้วิจัยต้องขอขอบพระคุณ ดร.จันทริกา ธนะโสภณ ผู้อำนวยการฝ่าย ฝ่ายอุตสาหกรรม สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ซึ่งให้การสนับสนุน และชี้แนะ เพื่อให้ผลงานมีคุณภาพสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างแท้จริง รวมไปถึงขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภาวดี โพธิยะราช ผู้ประสานงานโครงการวิจัยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ที่ให้คำแนะนำและคอยประสานงานให้ทีมวิจัยทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ในหน่วยประสานงานโครงการฯ ที่ประสานงานและช่วยเหลือนักวิจัยเป็นอย่างดี

งานวิจัยครั้งนี้สำเร็จได้ก็เนื่องด้วยความร่วมมือจากภาคส่วนต่างๆ ทั้ง สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์กรมหาชน) หน่วยงานภาคธุรกิจต่าง ๆ ที่ช่วยอำนวยความสะดวก ดูแลช่วยเหลือและให้ข้อมูลที่มีประโยชน์ต่องานวิจัย ขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ท้ายสุดนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ให้ข้อมูลทุกท่าน และผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ในด้านการพัฒนาแนวทางในการเพิ่มศักยภาพของอุตสาหกรรมการจัดประชุมในประเทศไทย และขอยกความดีทั้งหมดให้กับบิดา มารดา ครูบาอาจารย์ที่ได้สั่งสอน อบรมให้ความรู้กับผู้วิจัย รวมทั้งมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ที่ให้โอกาสผู้วิจัยในการพัฒนางานทางวิชาการครั้งนี้

อรรธิกา พังงาและคณะ  
พฤษภาคม 2559

## บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary )

### ชื่อโครงการวิจัย (โครงการย่อยที่ 3)

ภาษาไทย การศึกษาศักยภาพของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทย

ภาษาอังกฤษ The Study of Convention Capability of Thailand

### ชื่อแผนงานวิจัย

ภาษาไทย การศึกษาศักยภาพของอุตสาหกรรม MICE ของประเทศไทย

ภาษาอังกฤษ The Study of Thailand MICE Capability

### หัวหน้าโครงการ

ชื่อ-นามสกุล อาจารย์อรรรธิกา พังงา

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา

E-mail: ajarnpla@yahoo.com

### ผู้ร่วมงานวิจัย

ชื่อ-นามสกุล ผศ.ดร. ธนวัต ลิ้มปัญญาชัยกุล

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

E-mail: fmstnl@src.ku.ac.th

ชื่อ-นามสกุล ผศ.ดร. พิมพรรณ สุจารินพงศ์

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา

E-mail: pimphun@src.ku.ac.th

ชื่อ-นามสกุล อาจารย์วรรณวิภา หงส์นภาดล

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา

E-mail: wanvipha@src.ku.ac.th

### ระยะเวลาทำวิจัย

ได้รับงบประมาณประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2558

ระยะเวลาทำการวิจัย 1 ปี ตั้งแต่เดือน 1 พฤษภาคม พ.ศ. 2558 ถึง 30 เดือนเมษายน พ.ศ. 2559

## 1) บทนำ

### 1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

อุตสาหกรรม MICE หมายถึง ธุรกิจ 4 กลุ่ม คือ ธุรกิจการจัดประชุม (Meeting) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive) ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ (Convention) และการจัดแสดงงานสินค้าและนิทรรศการ (Exhibition) นักเดินทางกลุ่มนี้ เป็นนักธุรกิจ นักวิชาการ ซึ่งเป็นนักเดินทางที่มีคุณภาพ ไม่สร้างปัญหาให้กับสังคม เมื่อเทียบกับนักเดินทางกลุ่มอื่น นอกจากนี้ ยังเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีผลต่อการทำรายได้เข้าประเทศเป็นอย่างมากในแต่ละปี

ธุรกิจการประชุม (Convention Business) ซึ่งถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของอุตสาหกรรมดังกล่าวนี้ มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องในยุโรปตะวันตก และสหรัฐอเมริกา ระหว่างปลายศตวรรษที่ 19 จนถึงศตวรรษที่ 20 โดยส่วนใหญ่จะเป็นการประชุมระหว่างนักธุรกิจและผู้ประกอบการ (Rogers, 2003) รวมไปถึงการรวมตัวกันของบุคคลเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลด้านการเมือง ศาสนา งานเขียน การพักผ่อนหย่อนใจ และอื่นๆ เป็นต้น ต่อมา ได้มีการจัดตั้งหน่วยงานของรัฐบาล (Convention Visitor Bureaus: CVB) ได้แก่ สำนักงานส่งเสริมการประชุมและแสดงสินค้าไทย (Thailand Convention and Visitor Bureau) ที่คอยอำนวยความสะดวกในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติระหว่างสมาชิก ตลอดจนส่งเสริมความเป็นมืออาชีพในการหาลูกค้า และการให้บริการการประชุม

อย่างไรก็ตาม ในประเทศไทยจะได้รับความไว้วางใจในการเป็นจุดหมายปลายทางด้านการจัดการประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดการประชุมนานาชาติและการแสดงสินค้า (MICE Destination) ต้องอาศัยปัจจัยด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งที่เกี่ยวข้องทางตรง เช่น ความพร้อมของการเดินทางขนส่ง ความพร้อมของสถานที่จัดการประชุม (Venue) การมีผู้จัดงานมืออาชีพ (Profession Convention Organizer) รวมไปถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องทางอ้อม เช่น ความพร้อมทางการท่องเที่ยว ธุรกิจที่พักแรม การกำหนดนโยบายที่เอื้อต่อการจัดกิจกรรมดังกล่าว รวมถึงการรับรู้และภาพลักษณ์ของประเทศไทยต่อการเป็นเจ้าภาพและเป็นจุดหมายปลายทางในการจัดงาน

ในการนี้ จากความสำคัญจำเป็นอย่างยิ่งดังกล่าว คณะผู้วิจัยได้เล็งเห็นความสำคัญในการศึกษาแนวทางการพัฒนาการจัดการประชุมนานาชาติอย่างยั่งยืนและเสริมสร้างขีดความสามารถ การศึกษาศักยภาพและแนวทางการพัฒนาธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติเพื่อส่งเสริมขีดความสามารถของการแข่งขันในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยโครงการนี้มุ่งเน้นเพื่อศึกษาความพร้อมและศักยภาพของธุรกิจการจัดการประชุมจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของธุรกิจ ตลอดจนแนวโน้มและผลกระทบที่เกิดขึ้น ซึ่งสามารถนำมาปรับปรุงการดำเนินการให้มีความเหมาะสมต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.2.1 เพื่อศึกษาผลกระทบของอุตสาหกรรมจัดการประชุมนานาชาติทั้งในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม
- 1.2.2 เพื่อวิเคราะห์ความเชื่อมโยงใน Value Chain ของธุรกิจจัดการประชุมนานาชาติ
- 1.2.3 เพื่อศึกษาศักยภาพของธุรกิจจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทย
- 1.2.4 เพื่อวิเคราะห์แนวโน้มของอุตสาหกรรมจัดการประชุมนานาชาติ
- 1.2.5 เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทย

## 1.3 ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตพื้นที่ พื้นที่ที่มีความพร้อมสำหรับการจัดการประชุมนานาชาติ ได้แก่ กรุงเทพมหานคร เมืองพัทยา จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดภูเก็ตและจังหวัดขอนแก่น ซึ่งพื้นที่ทั้ง 5 ถูกกำหนดให้เป็นเมืองหลักในการพัฒนาสู่การเป็น MICE City ของประเทศ นอกจากนี้ ขอบเขตเนื้อหาประกอบด้วย ความพร้อมของธุรกิจจัดการประชุมนานาชาติในด้านสินค้าและบริการ ผลกระทบในด้านเศรษฐกิจและสังคมจากการเติบโตของธุรกิจจัดการประชุม และ แนวทางการพัฒนาธุรกิจจัดการประชุมนานาชาติของประเทศไทย

## 1.4 วิธีการศึกษา

ผู้วิจัยกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยการคัดเลือกอันทำให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่มีความหลากหลายในมิติต่างๆ คณะผู้วิจัยจะดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมวิชาชีพ ตัวแทนจากผู้เกี่ยวข้องการจัดการประชุมกรณีศึกษา และนักท่องเที่ยวกลุ่มประชุมวิชาชีพที่เดินทางมาร่วมประชุมในประเทศไทยคณะผู้วิจัยจะเลือกตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงจากชาวต่างประเทศที่ร่วมกับการประชุม

**เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย** เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ที่มีลักษณะเป็นการสัมภาษณ์เจาะลึก โดยมีการออกแบบโครงสร้างของข้อคำถามที่สามารถนำไปใช้ในการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยพื้นฐานที่มุ่งเน้นในการศึกษาศักยภาพของธุรกิจจัดการประชุมวิชาชีพในประเทศไทยเพื่อเป็นแนวทางสำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของประเทศไทย

**การวิเคราะห์ข้อมูล** ข้อมูลที่เป็นเอกสารวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อทราบถึงบริบทประเด็นที่ศึกษาและกำหนดแนวทางในการเก็บรวบรวมข้อมูล และจากข้อมูลการสัมภาษณ์และการอภิปรายกลุ่ม ได้แก่ การวิเคราะห์โดยเปรียบเทียบข้อมูล (Constant Comparison) โดยนำข้อมูลมาเทียบเคียงหรือเปรียบเทียบกับเหตุการณ์อื่น เพื่อหา

ลักษณะร่วมกันและลักษณะที่แตกต่างกันของข้อมูลเหตุการณ์เหล่านั้น การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เป็นกระบวนการจัดหมวดหมู่ของข้อมูลเชิงคำพูดหรือพฤติกรรม เพื่อจัดกลุ่มตีความ และสรุปผลการศึกษา โดยวิเคราะห์เนื้อหาในระดับพรรณนา (Descriptive) และระดับตีความ (Interpretive) และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ในการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

## 2) สรุปผลการศึกษา

### ส่วนที่ 1 การศึกษาผลกระทบของอุตสาหกรรมการจัดการประชุมนานาชาติทั้งในเชิง เศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม

ผลการวิเคราะห์ดังกล่าวแบ่งเป็น ผลกระทบทางตรง ผลกระทบทางอ้อม และผลกระทบทางลบ ดังนี้

1. ผลกระทบต่อสมาคม/กลุ่มทางสังคมผู้เป็นเจ้าของภาพในการจัดการประชุมนานาชาติ 1.1) ด้านเศรษฐกิจ จะก่อให้เกิดรายได้จากการประชุม สร้างโอกาสเชิงธุรกิจสำหรับสมาชิกสมาคมและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง และนำไปสู่การเพิ่มจำนวนสมาชิกให้กับสมาคมและสร้างรายได้ 1.2) ด้านสังคมและวัฒนธรรม จะทำให้เกิดการเพิ่มความเชื่อมั่นต่อภาพลักษณ์เชิงบวกของสมาคม การแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ เกิดเครือข่ายความร่วมมือ และได้รับประสบการณ์ ชื่อเสียงและโอกาสการประมุขสิทธิ์ในครั้งต่อไป และ 1.3) ด้านสิ่งแวดล้อม ก่อให้เกิดการส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

2. ผลกระทบต่อผู้ที่เกี่ยวข้องหลักในธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติได้แก่ 2.1) ในด้านเศรษฐกิจ จะก่อให้เกิดการสร้าง และกระจายรายได้สู่ธุรกิจหลักที่เกี่ยวข้อง และรัฐบาล รวมถึงการกระตุ้นให้เกิดการสร้างมาตรฐานภายในอุตสาหกรรม และก่อให้เกิดการสร้างความร่วมมือระหว่างภาคเอกชนและภาครัฐ 2.2) ด้านสังคมและวัฒนธรรม ก่อให้เกิดการประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศ และก่อให้เกิดการพัฒนาของบุคคลากร และ 2.3) ด้านสิ่งแวดล้อม ก่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างมีคุณค่า การสร้างมาตรการ และการมีส่วนร่วมเพื่อยกระดับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในระดับสากล

3. ผลกระทบต่อท้องถิ่นสังคมจากธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ 3.1) ด้านเศรษฐกิจ ก่อให้เกิดรายได้ การกระจาย และการกระตุ้นเศรษฐกิจให้แก่ชุมชนและสาขาอาชีพต่างๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อม ก่อให้เกิดการขยายตัวทางการท่องเที่ยวทั้งปริมาณนักท่องเที่ยว อัตราการเข้าพัก สร้างโอกาสการลงทุนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และการขยายตลาดกลุ่มลูกค้าระดับบน รวมถึงการสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวแบบใหม่ 3.2) ด้านสังคมและวัฒนธรรม ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้และประยุกต์ใช้ทางวัฒนธรรมและสังคม เกิดการฟื้นฟูและรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรม รวมทั้งทำให้ประชาชนในชุมชนได้รับผลประโยชน์ต่างๆที่เกิดจากการลงทุนของภาครัฐ 3.3) ด้านสิ่งแวดล้อม ก่อให้เกิดแนวทางการฟื้นฟู อนุรักษ์ ส่งเสริมคุณค่าต่อสิ่งแวดล้อมในชุมชนและประเทศอย่างมีประสิทธิภาพ

### ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงใน Value Chain ของธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ

การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติแบ่งออกเป็นกระบวนการสร้างคุณค่า และกระบวนการสนับสนุน ซึ่งประกอบด้วย 2 กิจกรรม คือ 1) กิจกรรมหลัก (Primary Activities) 2) กิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. Inbound Logistics การประมุขสิทธิ์เพื่อการเป็นเจ้าภาพการจัดการประชุม ซึ่งประกอบด้วยกิจกรรมย่อยคือ การประเมินโครงการ การจัดเตรียมข้อเสนอโครงการ และกระบวนการประมุขสิทธิ์ โดยมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องคือ สมาคมภายในประเทศ ผู้จัดการประชุมมืออาชีพ สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

2. Operations การเตรียมงานประชุมนานาชาติ เป็นกระบวนการในการจัดตั้งคณะทำงาน วางแผนและพัฒนาแผนการดำเนินการ และเจรจาต่อรองกับผู้เกี่ยวข้องหลักและผู้จัดการบริการเพื่อการประชุม โดยมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องคือ สมาคมภายในประเทศ ผู้จัดการประชุมมืออาชีพ ศูนย์ประชุม สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

3. Outbound Logistics การดำเนินงานประชุมนานาชาติ เป็นการดำเนินงานเพื่อรองรับผู้ประชุมเพื่อการอำนวยความสะดวกในขั้นตอนต่างๆตั้งแต่ผู้ร่วมประชุมเข้าสู่ประเทศ การจัดงานและบริการจัดหาที่พัก โดยมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องคือ สมาคมภายในประเทศ ผู้จัดการประชุมมืออาชีพ ศูนย์ประชุม ผู้จัดหาบริการ ธุรกิจที่พักแรม สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

4. Marketing and Sales การส่งเสริมธุรกิจการประชุมนานาชาติ เป็นการสร้างการรับรู้และประชาสัมพันธ์การประชุม รวมถึงการลงทะเบียนล่วงหน้า มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องคือ สมาคมภายในประเทศ ผู้จัดการประชุมมืออาชีพ ศูนย์ประชุม ผู้จัดหาบริการ สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

5. Services การให้บริการ เป็นบริการช่วยอำนวยความสะดวกต่างๆ รวมถึงกิจกรรมท่องเที่ยวก่อนและหลังการประชุม มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องคือ ผู้จัดการประชุมมืออาชีพ ศูนย์ประชุม ผู้จัดหาบริการ สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

ทั้งนี้นอกจากกิจกรรมหลักแล้ว กิจกรรมสนับสนุนก็เป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญเช่นกัน โดยกิจกรรมสนับสนุนมีรายละเอียดดังนี้

1. Firm Structure: ควรมีการพัฒนาโครงสร้างของหน่วยงานผู้รับผิดชอบ รวมถึงการบูรณาการเพื่อให้สามารถดำเนินการไปทิศทางเดียวกัน

2. Human Resource: ควรมีการพัฒนาบุคลากรที่ให้มีคุณสมบัติตรงตามความต้องการของตลาดแรงงานและความสามารถรองรับการเติบโตของธุรกิจการประชุมนานาชาติ

3. Technology: ควรมีการพัฒนาขีดความสามารถด้านเทคโนโลยีต่างๆ เพื่อการรองรับการประชุมขนาดใหญ่

4. Procurement: การสร้างความเข้มแข็งให้กับสมาคมและกลุ่มทางสังคมภายในประเทศและตระหนักถึงความสำคัญของการเป็นเจ้าภาพการประชุมนานาชาติ



### ส่วนที่ 3 ศึกษาศักยภาพของธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติในประเทศไทย

ศึกษาศักยภาพของธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติในประเทศไทย ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ คือ

1. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกภายใต้แนวคิด PEST Analysis ซึ่งประกอบด้วยวิเคราะห์ 4 ด้าน ดังนี้

1.1 ด้านการเมือง (P: Political) ภาครัฐมีนโยบายต่างๆในการสนับสนุนอุตสาหกรรมไมซ์โดยตรง และการสนับสนุนการท่องเที่ยวซึ่งส่งผลทางอ้อมต่ออุตสาหกรรมไมซ์ อาทิ นโยบายการสนับสนุนอุตสาหกรรมไมซ์ด้านมาตรฐานความปลอดภัย การกระตุ้นมาตรฐานการบริการ การส่งเสริมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวคุณภาพ นโยบายเชิงรุกของสำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ รวมถึงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่งต่างๆ ของประเทศ

1.2 ด้านเศรษฐกิจ (E: Economic) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจต่างๆ ได้ก่อให้เกิดการส่งเสริมการเติบโตของอุตสาหกรรมไมซ์ อาทิ การเปิดประชาคมเสรีอาเซียน การเติบโตและการขยายการลงทุนของภาคเอกชนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การรวมกลุ่มกันของกลุ่มโรงแรมเพื่อรองรับการจัดประชุมนานาชาติ และการส่งเสริมภาพลักษณ์ของภาคเอกชน เป็นต้น

1.3 ด้านสังคม (S: Social) ปัจจัยด้านสังคมที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมไมซ์ประกอบด้วยปัจจัยทั้งเชิงบวกและเชิงลบ เช่น การพัฒนาด้านระบบการคมนาคมขนส่ง การให้ความสำคัญและคุณค่าต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ปัญหาด้านการจ้างงาน ปัญหาด้านคุณภาพการศึกษา ภาวะหนี้สินครัวเรือนที่สูงขึ้น เป็นต้น

1.4 ด้านเทคโนโลยี (T: Technology) ในปัจจุบันมีแนวโน้มการนำเทคโนโลยีต่างๆมากมายที่เข้ามามีบทบาทต่ออุตสาหกรรมไมซ์ อาทิ Virtual Events, Green Meeting, E-portal และเทคโนโลยีอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

2. การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis) เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์และประเมิน เพื่อนำไปสู่การศึกษาศักยภาพ และการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยการจัดการประชุมนานาชาติของประเทศไทยมีจุดแข็ง คือ ชีตความสามารถของศูนย์ประชุม ผู้จัดการประชุม และสำนักงานส่งเสริมการประชุม ความพร้อมของสถานที่พักผ่อน ภาพลักษณ์ที่ดีทางการท่องเที่ยว การเข้าถึงและความเชื่อมโยงภายในและระหว่างประเทศ รวมทั้งความคุ้มค่าและค่าครองชีพของประเทศไทย ในขณะที่จุดอ่อนของการจัดประชุมนานาชาติ ประกอบด้วย การขาดข้อมูล ความเข้าใจ และความตระหนักรู้ต่ออุตสาหกรรมไมซ์ ปัญหาด้านการขนส่ง ด้านบุคคลากร ความปลอดภัย และโครงสร้างพื้นฐาน ขาดการวางแผนยุทธศาสตร์ในระยะยาว จำนวนของผู้จัดประชุมยังมีจำนวนน้อย ซึ่งก่อให้เกิดการขาดการแข่งขันและการสร้างตราสินค้าในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติเท่าที่ควร ทั้งนี้เมื่อพิจารณาถึงโอกาสของธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ พบว่า รัฐบาลมีการสนับสนุนนโยบายต่างๆมากมายเพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมไมซ์อย่างจริงจัง อาทิ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ส่งเสริมดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม เพิ่มศักยภาพการขยายตัวทางเศรษฐกิจ แผนการพัฒนาด้านเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม รวมทั้งแนวโน้มต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ เช่น แนวโน้มความนิยมในการเลือกภูมิภาคตะวันออก เป็นสถานที่จัดการประชุม การเข้าสู่ประชาคมอาเซียน แนวโน้มโลกด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม เป็นต้น ทั้งนี้สำหรับ

อุปสรรคของธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ ประกอบด้วย ภาวะวิกฤติและความเสี่ยงต่างๆ ข้อจำกัดด้านกฎหมาย ข้อจำกัดด้านระเบียบ ข้อบังคับ และกฎหมาย รวมถึงทิศทางการย้ายฐานการผลิตด้านอุตสาหกรรม ต่างประเทศ เป็นต้น

3. ความพร้อมของเมืองต่างๆ ต่อการส่งเสริมส่งเสริมธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ เมืองแห่งไมซ์ของประเทศไทยประกอบด้วย 5 เมือง คือ กรุงเทพมหานคร พัทยา เชียงใหม่ ภูเก็ต และขอนแก่น โดยเมืองที่มีความพร้อมด้านการเข้าถึง สถานที่จัดประชุม กิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยว และนโยบายเพื่อการพัฒนา มากที่สุดคือ กรุงเทพมหานคร เนื่องจากเป็นเมืองหลวงและศูนย์กลางด้านเศรษฐกิจของประเทศไทย ทั้งนี้ภาครัฐได้มีการพัฒนาและส่งเสริมเมืองหลักทางการท่องเที่ยวคือ พัทยา เชียงใหม่ และภูเก็ต ให้มีความสามารถในการรองรับธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติมากขึ้นส่งผลให้เมืองดังกล่าวมีความน่าสนใจในการจัดประชุมนานาชาติมากยิ่งขึ้น และโครงสร้างพื้นฐานของเมืองดังกล่าวมีความพร้อมต่อการรองรับการประชุมเป็นอย่างมากเนื่องจากการเป็นเมืองที่มีการเจริญเติบโตทางการท่องเที่ยวที่สูง ในขณะที่ ขอนแก่น เป็นเมืองแห่งไมซ์ที่มีความพร้อมน้อยที่สุดทั้งในด้านการเข้าถึง สถานที่จัดประชุม กิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยว แต่ทั้งนี้จากนโยบายการพัฒนาของภาครัฐจะส่งผลให้ขอนแก่นมีความพร้อมมากขึ้นในอนาคต โดยเฉพาะการประชุมนานาชาติในกลุ่มอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (GMS) ทั้งในปัญหาหลักของการประชุมนานาชาติในพื้นที่ภูมิภาคต่างๆ คือ การเข้าถึง เนื่องจากในปัจจุบันยังขาดระบบการขนส่งที่มีคุณภาพ และมาตรฐานที่เหมาะสมในการเชื่อมโยงภายในและระหว่างภูมิภาค

4. การศึกษาเชิงปริมาณ จากกรณีศึกษาการจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทย จากการศึกษาพบว่าประเทศไทยมีจำนวนนักเดินทางจากทวีปเอเชียมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 64.5 โดยเดินทางโดยใช้สายการบินไทย คิดเป็นร้อยละ 22 และพาหนะที่ใช้เดินทางภายในประเทศมากที่สุด คือ แท็กซี่ คิดเป็นร้อยละ 48.88 โดยส่วนมากจะเดินทางมาประชุมกับเพื่อนหรือเพื่อนร่วมงาน คิดเป็นร้อยละ 44.5 ซึ่งส่วนใหญ่ร้อยละ 53.25 ไม่เคยเดินทางมายังประเทศไทย โดยผู้เข้าร่วมประชุมนิยมพักอยู่ 4 - 6 วัน คิดเป็นร้อยละ 59.25 ซึ่งแหล่งข้อมูลที่นักเดินทางตัดสินใจเข้าร่วมประชุมนานาชาติ คือ สื่อจากอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 69.5 ทั้งนี้ปัจจัยในการตัดสินใจเข้าร่วมการประชุมนานาชาติ คือ หัวข้อที่น่าสนใจของการประชุม คิดเป็นร้อยละ 38.45 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อหาความรู้ และแลกเปลี่ยนความรู้ คิดเป็นร้อยละ 27.58 และ 27.17 ตามลำดับ ทั้งนี้จากการศึกษาศักยภาพความพร้อมและความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมประชุม พบว่า ผู้เข้าร่วมประชุมมีความพึงพอใจต่อศักยภาพความพร้อมของที่พักแรมมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.25 โดยปัจจัยที่สร้างความพึงพอใจมากที่สุด คือ คุณภาพและมาตรฐานของที่พักแรม โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.30 ในขณะที่ผู้เข้าร่วมประชุมมีความพึงพอใจต่อศักยภาพความพร้อมด้านการเข้าถึงน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.67 โดยปัจจัยที่สร้างความพึงพอใจน้อยที่สุด คือ การอำนวยความสะดวกในกระบวนการเข้าเมือง โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.47 ทั้งนี้ สถานที่จัดประชุม แม้ว่าจะมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อศักยภาพความพร้อมด้านการเข้าถึงอยู่ที่ 4.12 แต่ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัยกลับมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดอยู่ที่ 3.39

#### ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์แนวโน้มของอุตสาหกรรมจัดการประชุมนานาชาติ

แนวโน้มของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ ประกอบด้วย 1) การส่งเสริมให้ธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ (อุตสาหกรรมไมซ์) กลายเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์หลักของการพัฒนาประเทศ ซึ่งเป็นผลมาจากผลกระทบเชิงบวกต่างๆ ที่เกิดขึ้นและแผนการขับเคลื่อนต่างๆ ของทุกภาคส่วน 2) การกระจายตัวของการประชุมไปในระดับภูมิภาค ซึ่งเป็นผลมาจากจากยุทธศาสตร์การขยายขีดความสามารถของอุตสาหกรรมไมซ์ในเมืองหลัก (MICE City) 3) มีการสร้างความร่วมมือมากขึ้น 4) การขยายตัวของพื้นที่เพื่อรองรับการประชุมนานาชาติในรูปแบบต่างๆ ทั้งศูนย์ประชุมเฉพาะ ศูนย์ประชุมที่มีขีดความสามารถเชิงพื้นที่ที่หลากหลาย (Multi-Purpose Built Convention Center) โรงแรมเพื่อการประชุม (Convention Hotel) เป็นต้น 5) การลงทุนเพิ่มและเพิ่มขึ้นของผู้ประกอบการรายใหม่ 6) การพัฒนาขีดความสามารถภายในของธุรกิจที่เกี่ยวข้อง 7) แนวโน้มของลูกค้านักธุรกิจในระดับสมาคมนานาชาติและผู้เข้าร่วมประชุม

#### ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้ได้ทำการรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ผล เพื่อนำไปสู่แนวทางการพัฒนาในภาคส่วนต่างๆ ได้แก่

##### 1. แนวทางการพัฒนาศักยภาพสำหรับหน่วยงานภาครัฐ

ภาครัฐถือเป็นหน่วยงานที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการขับเคลื่อนการส่งเสริมและพัฒนา ธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติให้มีความแข็งแกร่งและมีศักยภาพ โดยแนวทางการพัฒนาประกอบด้วย 1) การปรับโครงสร้างเพื่อกำหนดบทบาทและหน้าที่ (Reformation) เพื่อป้องกันความซ้ำซ้อนของหน่วยงานต่างๆ และความทับซ้อนในเชิงหน้าที่ 2) การจัดทำฐานข้อมูล (Database) เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลสำคัญในการตัดสินใจ การกำหนดทิศทางหรือตำแหน่ง การวางแผนการพัฒนาซึ่งจะนำไปสู่กลยุทธ์และยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนและยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ 3) การกำหนดตำแหน่งการแข่งขันของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ (Positioning) เพื่อสร้างความโดดเด่นและเพิ่มความสามารถในการดึงดูดงานประชุมที่นานาชาติเข้ามาในประเทศ 4) การกำหนดยุทธศาสตร์เชิงรุก (Proactive Strategy) เพื่อดึงดูดงานประชุมนานาชาติเข้ามาในประเทศ 5) สร้างพันธมิตรในธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ (Partnership)

##### 2. แนวทางการพัฒนาธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติสำหรับภาคเอกชน (Private Sector)

ภาคเอกชนถือเป็นหน่วยงานที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการ ขับเคลื่อนการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติโดยผ่านการสนับสนุนกิจกรรมทางการตลาดของธุรกิจ โดยแนวทางการพัฒนา ประกอบด้วย 1) การสร้างอัตลักษณ์ (Identity) เพื่อขยายภาพพจน์ขององค์กรให้กว้างออกไป รวมทั้งกำหนดการสร้างการรับรู้เกี่ยวกับธุรกิจ 2) การพัฒนาสู่องค์กรนวัตกรรม (Innovative Organization) เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ 3) การสร้างคุณค่า (Value Creation) เพื่อผลิตสินค้าและบริการเพื่อ

ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม ทำให้เกิดสินค้าและบริการที่มีคุณค่า 4) การพัฒนาสู่ความยั่งยืน (Sustainability) โดยการกำกับดูแลบริษัทอย่างมีธรรมาภิบาล การจัดการความสัมพันธ์ต่อลูกค้าและผู้ส่งมอบ และความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อพัฒนาธุรกิจไปสู่การบริการที่มีมาตรฐานอย่างยั่งยืน

### 3. แนวทางการพัฒนาศักยภาพการขนส่งและการเชื่อมโยง (Transportation and Connectivity)

ระบบการขนส่งเป็นหนึ่งในปัจจัยสนับสนุนที่มีความสำคัญต่อธุรกิจการประชุมนานาชาติและอุตสาหกรรมไมซ์เป็นอย่างมาก โดยแนวทางการพัฒนาประกอบด้วย 1) การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก (Facility) ควรมีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการเดินทางต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทาง และสร้างความประทับใจแก่ผู้เข้าร่วมประชุม 2) ด้านการเข้าถึง (Accessibility) ได้แก่ การเพิ่มเส้นทางการเดินรถสาธารณะ การขยายเส้นทางการขนส่งให้ครอบคลุมทั้งในกรุงเทพมหานครและในระดับภูมิภาค เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทาง และขยายการประชุมไปยังระดับภูมิภาคมากขึ้น 3) ด้านความร่วมมือ (Collaboration) เพื่อก่อให้เกิดแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และสร้างแนวทางในการดำเนินการร่วมกันระหว่างภาครัฐและหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้อง 4) ด้านมาตรฐาน (Standard) ควรมีการยกระดับมาตรฐานการให้บริการ และมาตรฐานด้านบุคลากร ซึ่งจะช่วยให้ผู้เข้าร่วมประชุมได้รับความสะดวกและก่อให้เกิดความประทับใจ

### 4. แนวทางการพัฒนาบุคลากรด้านธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ

ประกอบด้วยแนวทางการพัฒนา 4 แนวทาง คือ 1) การสร้างความตระหนักรู้ (Awareness) เพื่อให้เกิดกระบวนการรับรู้และสร้างความตระหนักรู้ที่ถูกต้องในสายงานของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ 2) การพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอน (Curriculum) เพื่อให้สามารถผลิตบุคลากรที่มีความรู้และความสามารถตรงตามความต้องการของตลาดแรงงานได้ในอนาคต 3) การพัฒนาหลักสูตรการฝึกอบรม (Training) เพื่อพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อให้บุคลากรที่มีอยู่ในองค์กรมีขีดความสามารถที่ตรงตามความต้องการ และทันสมัยต่อการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจที่เกิดขึ้น 4) การสร้างกิจกรรมเพื่อพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (Activity) เพื่อให้ธุรกิจการประชุมนานาชาติมีกิจกรรมที่กระตุ้นให้เกิดพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

## บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องนี้เป็นการศึกษาศักยภาพของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์ 1) ศึกษาผลกระทบของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติทั้งในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม 2) เพื่อวิเคราะห์ความเชื่อมโยงใน Value Chain ของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ 3) ศึกษาศักยภาพของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทย 4) วิเคราะห์แนวโน้มของอุตสาหกรรมจัดการประชุมนานาชาติ 5) เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทย เป็นการวิจัยเชิงผสม โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้างกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการประชุมนานาชาติทั้งภาครัฐและเอกชนและใช้แบบสอบถามไม่น้อยกว่า 369 ตัวอย่างกับผู้เข้าร่วมประชุมนานาชาติ

ผลการวิจัยพบว่า 1) มีผลกระทบของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้แบ่งเป็นผลกระทบทางตรง ผลกระทบทางอ้อม และผลกระทบทางลบ 2) การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงใน Value Chain ของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ ประกอบด้วย 2 กิจกรรม คือ 1) กิจกรรมหลัก (Primary Activities) 2) กิจกรรมสนับสนุน(Support Activities) 3) ศักยภาพของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทย ได้แก่ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค และเมืองต่างๆ มีความพร้อมต่อการส่งเสริมธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ ทั้งนี้ จากการศึกษาศักยภาพความพร้อมและความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมประชุม พบว่า ผู้เข้าร่วมประชุมมีความพึงพอใจต่อศักยภาพความพร้อมของที่พักรวมมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.25 มีความพึงพอใจต่อศักยภาพความพร้อมด้านการเข้าถึงน้อยที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.67 4) แนวโน้มของอุตสาหกรรมจัดการประชุมนานาชาติ คือ การส่งเสริมให้ธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติกลายเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์หลักของการพัฒนาประเทศ เกิดการกระจายตัวของการประชุมในระดับภูมิภาค

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย ได้แก่ แนวทางการพัฒนาศักยภาพสำหรับหน่วยงานภาครัฐ แนวทางการพัฒนาธุรกิจการประชุมนานาชาติสำหรับภาคเอกชน (Private Sector) และแนวทางการพัฒนาศักยภาพการขนส่งและการเชื่อมโยง (Transportation and Connectivity) และแนวทางการพัฒนาบุคลากรด้านธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ

## Abstract

The purpose of this research is to study the Potential of the International Convention Business Management in Thailand. This included 1) To study the impacts of the convention Business in the field of economics, social and environmental. 2) To analyze the value chain of the Convention business. 3) To study the potential of convention business in Thailand. 4) To analyze the convention business trends and 5) To present the recommendation of the convention business in Thailand. This research is contained 369 of the samplings and included depth interview with the person who participated with convention business.

The result obtained from this research found that 1) its effect to the international convention business for instant economics; social and environmental (Both direct and indirect effects and negatives). 2) To analyze the value chain of the Convention business consists of two activities (Primary activities and support activities). 3) The potential of convention business in Thailand such as Strengths, Weakness, Opportunities and Threats and other MICE cities that ready to support the growth of convention business. It indicated that the most satisfy of delegate is the accommodation 4.25% and the least satisfied is accessibility 3.67%. Trends of the convention business are to promote convention business to be the core strategies in order to develop the country and spread to the region.

The recommendation from this research; the development the potential of the government sector, private sector, transportation and connectivity and people in the field of convention business.

## สารบัญ

| เรื่อง   | หน้า |
|--|------|
| สารบัญ   | ก    |
| สารบัญตาราง  | ค    |
| สารบัญภาพ  | ฉ    |
| บทที่ 1 บทนำ   | 2    |
| 1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา  | 2    |
| 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย  | 4    |
| 1.3 ขอบเขตของการวิจัย  | 4    |
| 1.4 นิยามที่ใช้ในการวิจัย  | 5    |
| 1.5 กรอบแนวคิดการวิจัย   | 5    |
| 1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ  | 6    |
| <br>   |      |
| บทที่ 2 ตรวจสอบเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง  | 7    |
| 2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง  | 7    |
| 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง  | 47   |
| <br>   |      |
| บทที่ 3 วิธีดำเนินงานวิจัย   | 49   |
| 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง  | 49   |
| 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย   | 50   |
| 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล  | 56   |
| 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล   | 57   |
| <br>   |      |
| บทที่ 4 ผลการศึกษา   | 58   |
| 4.1 การศึกษาผลกระทบของอุตสาหกรรมจัดการประชุมนานาชาติ<br>ทั้งในเชิงเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม | 58   |
| 4.2 วิเคราะห์ความเชื่อมโยงใน Value Chain ของธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ                         | 77   |
| 4.3 ศักยภาพของธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติในประเทศไทย  | 120  |
| 4.4 วิเคราะห์แนวโน้มของอุตสาหกรรมจัดการประชุมนานาชาติ  | 177  |
| 4.5 แนวทางการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจจัดการประชุมนานาชาติ   | 180  |



ารบัญญัติ (ต่อ)

|                                 | หน้า |
|---------------------------------|------|
| บทที่ 5 สรุปและข้อเสนอแนะ       | 210  |
| 5.1 สรุปและการอภิปรายผลการวิจัย | 210  |
| 5.2 ข้อเสนอแนะ                  | 212  |
| บรรณานุกรม                      | 214  |
| ภาคผนวก                         | 216  |

## สารบัญตาราง

| ตารางที่ |   | หน้า |
|----------|---|------|
| 2.1      | ประเทศที่มีการจัดการประชุมสมัชชานานาชาติสูงสุด 10 อันดับแรก ปี พ.ศ. 2556                          | 24   |
| 2.2      | ประเทศในกลุ่มเอเชีย-แปซิฟิกที่มีการจัดการประชุมสมัชชานานาชาติสูงสุด 10 อันดับแรก ปี พ.ศ. 2556     | 25   |
| 2.3      | เมืองกลุ่มเอเชีย-แปซิฟิกที่มีการจัดการประชุมสมัชชานานาชาติสูงสุด 10 อันดับแรก ปี พ.ศ. 2556        | 26   |
| 2.4      | โครงสร้างอุตสาหกรรมการประชุม  | 37   |
| 3.1      | สาระสำคัญในแบบสัมภาษณ์และวัตถุประสงค์ระดับมหภาค   | 50   |
| 3.2      | ระดับกรณีศึกษา: Key Informant   | 52   |
| 3.3      | สาระสำคัญในแบบสอบถามและวัตถุประสงค์   | 54   |
| 4.1      | ผลกระทบอุตสาหกรรมจัดการประชุมนานาชาติในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม                          | 59   |
| 4.2      | การวิเคราะห์กิจกรรมหลักภายใต้แนวคิดห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจการประชุมนานาชาติ                           | 76   |
| 4.3      | จุดแข็งและจุดอ่อนของสมาคมภายในประเทศไทยต่อการส่งเสริมธุรกิจจัดการประชุมนานาชาติ                   | 84   |
| 4.4      | จุดแข็งและจุดอ่อนของผู้จัดการประชุมมืออาชีพ   | 91   |
| 4.5      | จุดแข็งและจุดอ่อนของศูนย์การประชุม  | 95   |
| 4.6      | จุดแข็งและจุดอ่อนของธุรกิจที่พักแรมและโรงแรมเพื่อการประชุม  | 89   |
| 4.7      | จุดแข็งและจุดอ่อนของการขนส่งและการเดินทาง   | 104  |
| 4.8      | จุดแข็งและจุดอ่อนของผู้จัดหาบริการเพื่อการจัดการประชุมนานาชาติ                                    | 107  |
| 4.9      | จุดแข็งและจุดอ่อนของหน่วยงานภาครัฐ  | 113  |
| 4.10     | แนวทางกิจกรรมสนับสนุนเพื่อช่วยส่งเสริมกิจกรรมหลักในธุรกิจการประชุมนานาชาติ                        | 119  |
| 4.11     | การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกภายใต้แนวคิด PEST Analysis ของธุรกิจจัดการประชุมนานาชาติของประเทศไทย | 121  |
| 4.12     | การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของธุรกิจจัดการประชุมนานาชาติของประเทศไทย              | 133  |

## สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่ |  | หน้า |
|----------|--|------|
| 4.13     | โครงสร้างแบบสอบถามเพื่อศึกษาศักยภาพธุรกิจ<br>การจัดประชุมนานาชาติของประเทศไทย  | 144  |
| 4.14     | ความเกี่ยวข้องกับองค์กรที่จัดการประชุม   | 146  |
| 4.15     | จำนวนนักเดินทางที่เข้าร่วมประชุมนานาชาติจำแนกตามภูมิภาค  | 147  |
| 4.16     | รายละเอียดข้อมูลการใช้บริการสายการบินของ<br>นักเดินทางที่เข้าร่วมการประชุมนานาชาติ   | 148  |
| 4.17     | รายละเอียดข้อมูลการใช้ยานพาหนะในระหว่างการเข้าร่วมประชุมของนักเดินทาง  | 149  |
| 4.18     | รายละเอียดข้อมูลผู้ร่วมเดินทางกับนักเดินทางที่เข้าร่วมประชุมนานาชาติ   | 150  |
| 4.19     | จำนวนครั้งที่นักเดินทางเดินทางมาประเทศไทย  | 150  |
| 4.20     | จำนวนวันที่นักเดินทางผู้เข้าร่วมประชุมนานาชาติพำนักอยู่ในประเทศไทย   | 151  |
| 4.21     | แหล่งข้อมูลที่นักเดินทางตัดสินใจเข้าร่วมประชุมนานาชาติ   | 152  |
| 4.22     | ปัจจัยในการตัดสินใจเข้าร่วมการประชุมนานาชาติ   | 153  |
| 4.23     | วัตถุประสงค์ในการเข้าร่วมการประชุมนานาชาติ   | 154  |
| 4.24     | ผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมการประชุมนานาชาติศักยภาพและ<br>ความพร้อมของปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่อการจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทย | 155  |
| 4.25     | สรุปค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของนักเดินทางที่มีต่อศักยภาพ<br>และความพร้อมของปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่อการจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทย   | 156  |
| 4.26     | ศักยภาพและความพร้อมของปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่อการจัดการประชุมนานาชาติ<br>ในประเทศไทยในด้านการเข้าถึง                                     | 158  |
| 4.27     | ศักยภาพและความพร้อมของปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่อการจัดการประชุมนานาชาติ<br>ในประเทศไทยในด้านผู้วางแผนการประชุม                             | 159  |
| 4.28     | ศักยภาพและความพร้อมของปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่อการจัดการประชุมนานาชาติ<br>ในประเทศไทยในด้านที่พักแรม                                      | 161  |
| 4.29     | ศักยภาพและความพร้อมของปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่อการจัดการประชุมนานาชาติ<br>ในประเทศไทยในด้านสถานที่จัดประชุม                               | 163  |
| 4.30     | ศักยภาพและความพร้อมของปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่อการจัดการประชุมนานาชาติ<br>ในประเทศไทยในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก                             | 165  |

## สารบัญตาราง (ต่อ)

| ตารางที่ |   | หน้า |
|----------|---|------|
| 4.31     | ศักยภาพและความพร้อมของปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่อการจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทยในด้านสิ่งดึงดูดใจ                                  | 167  |
| 4.32     | ศักยภาพและความพร้อมของปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่อการจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทยในด้านศักยภาพและความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม | 169  |

## สารบัญภาพ

| ภาพที่ |   | หน้า |
|--------|---|------|
| 1.1    | กรอบการศึกษาวิจัยศักยภาพของธุรกิจจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทย                                    | 5    |
| 2.1    | ตัวกำหนดข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันจากแบบจำลอง Diamond Model   | 10   |
| 2.2    | แผนภาพห่วงโซ่คุณค่า   | 16   |
| 2.3    | แผนผังห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว  | 16   |
| 2.4    | จำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อการประชุมนานาชาติ  | 28   |
| 2.5    | รายได้นักท่องเที่ยวเพื่อการประชุมนานาชาติ   | 29   |
| 2.6    | จำนวนนักท่องเที่ยวจำแนกรายธุรกิจ  | 30   |
| 2.7    | รายได้นักท่องเที่ยวจำแนกรายธุรกิจ   | 31   |
| 2.8    | จำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อการประชุมนานาชาติจำแนกตามภูมิภาค   | 32   |
| 2.9    | กลุ่มวิชาชีพที่จัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทย  | 32   |
| 2.10   | ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไมซ์ต่อการใช้บริการไมซ์เลน   | 34   |
| 2.11   | ความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวเพื่อประชุมนานาชาติ  | 35   |
| 2.12   | ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมการประชุมนานาชาติ  | 41   |
| 2.13   | กระบวนการวางแผนการจัดการประชุมนานาชาติ  | 42   |
| 2.14   | ห่วงโซ่มูลค่าของอุตสาหกรรมการประชุมวิชาชีพ  | 43   |
| 2.15   | ขั้นตอนการวางแผนเพื่อเสนอตัวการจัดงานประชุมนานาชาติ   | 46   |
| 4.1    | ผลกระทบทางเศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม<br>ในทางตรงและทางอ้อมที่เกิดจากการจัดประชุมนานาชาติ | 73   |
| 4.2    | แนวคิดเรื่องห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)   | 74   |
| 4.3    | แนวคิดเรื่องห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของธุรกิจจัดการประชุมนานาชาติ                               | 75   |
| 4.4    | ความเกี่ยวข้องกับองค์กรที่จัดการประชุมนานาชาติ  | 146  |
| 4.5    | แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมการประชุมนานาชาติจำแนกตามภูมิภาค                                   | 147  |
| 4.6    | การใช้บริการสายการบินของนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมการประชุมนานาชาติ                                   | 148  |
| 4.7    | ข้อมูลการใช้ยานพาหนะระหว่างการเข้าประชุมของนักท่องเที่ยว  | 149  |
| 4.8    | ข้อมูลผู้ร่วมเดินทางกับนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมการประชุมนานาชาติ                                    | 150  |
| 4.9    | ผู้ร่วมเดินทางกับนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมการประชุมนานาชาติ  | 151  |
| 4.10   | จำนวนวันที่นักท่องเที่ยวพำนักในประเทศไทย  | 151  |
| 4.11   | แหล่งข้อมูลที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจเข้าร่วมการประชุมนานาชาติ  | 152  |
| 4.12   | ปัจจัยการตัดสินใจเข้าร่วมการประชุมนานาชาติ  | 152  |

## สารบัญภาพ (ต่อ)

| ภาพที่ |  | หน้า |
|--------|--|------|
| 4.13   | วัตถุประสงค์ในการเข้าร่วมการประชุมนานาชาติ   | 154  |
| 4.14   | ผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมการประชุมนานาชาติ                                       | 155  |
| 4.15   | ศักยภาพและความพร้อมของปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่อ<br>การจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทย         | 157  |
| 4.16   | ระดับความพึงพอใจของนักเดินทางในด้านการเข้าถึง  | 158  |
| 4.17   | ระดับความพึงพอใจของนักเดินทางในด้านผู้วางแผนการจัดการประชุมนานาชาติ                        | 160  |
| 4.18   | ระดับความพึงพอใจของนักเดินทางในด้านที่พักแรม   | 162  |
| 4.19   | ระดับความพึงพอใจของนักเดินทางในด้านสถานที่จัดการประชุมนานาชาติ                             | 164  |
| 4.20   | ระดับความพึงพอใจของนักเดินทางในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก                                      | 166  |
| 4.21   | ระดับความพึงพอใจของนักเดินทางผู้เข้าร่วมประชุมนานาชาติในด้านสิ่งดึงดูดใจ                   | 168  |
| 4.22   | ระดับความพึงพอใจของนักเดินทางในด้านศักยภาพและ<br>ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม       | 170  |
| 4.23   | การประเมินขีดความสามารถในการแข่งขัน<br>ของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติโดยแบบจำลอง Diamond | 176  |
| 4.24   | ความเชื่อมโยงเพื่อการพัฒนาธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ                                    | 180  |
| 4.25   | เสนอแนะเพื่อพัฒนาศักยภาพของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ                                   | 181  |
| 4.26   | ความเชื่อมโยงเพื่อการพัฒนาธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ                                    | 182  |
| 4.27   | การพัฒนาศักยภาพสำหรับหน่วยงานภาคเอกชน  | 188  |
| 4.28   | การพัฒนาศักยภาพการขนส่งและการเชื่อมโยง   | 194  |
| 4.29   | การพัฒนาศักยภาพด้านบุคลากร   | 204  |

โครงการย่อยที่ 3  
การศึกษาศักยภาพของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทย  
(The Study of Convention Capability of Thailand)

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

อุตสาหกรรม MICE หมายถึง ธุรกิจ 4 กลุ่ม คือ ธุรกิจการจัดประชุม (Meeting) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive) ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ (Convention) และการจัดแสดงงานสินค้าและนิทรรศการ (Exhibition) นักเดินทางกลุ่มนี้ เป็นนักธุรกิจ นักวิชาการ ซึ่งเป็นนักเดินทางที่มีคุณภาพ ไม่สร้างปัญหาให้กับสังคม เมื่อเทียบกับนักเดินทางกลุ่มอื่น นอกจากนี้ ยังเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีผลต่อการทำรายได้เข้าประเทศเป็นอย่างมากในแต่ละปี โดยเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถก่อให้เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ และการพัฒนาทางสังคมให้แก่ประเทศอย่างมหาศาล เป็นอุตสาหกรรมที่มีลักษณะโดดเด่นเป็นเอกเทศและมีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมและวงการต่างๆ อีกหลายสาขา ทั้งยังเอื้อประโยชน์อย่างยิ่งให้แก่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก (JMIC, 2557) จากสถิติที่ผ่านมา นักเดินทาง MICE มีรายจ่ายต่อหัวต่อทริปเฉลี่ยสูงกว่านักเดินทางเชิงพักผ่อนกว่าเกือบ 2 เท่าตัว (ตัวอย่างประเทศไทย เมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายของนักเดินทางในปี 2554 เป็นเงินประมาณ 37,000<sup>1</sup> บาทต่อคนต่อทริป กับค่าใช้จ่ายของนักเดินทาง MICE โดยเฉลี่ย 80,000 บาทต่อคนต่อทริป<sup>2</sup>) (นิพนธ์ ดันดีศิลปานนท์, 2557) นอกจากนี้ สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2557) ได้รายงานว่ารายได้จากอุตสาหกรรม MICE คิดเป็นร้อยละ 10.7 ของรายได้จากการท่องเที่ยวในแต่ละปี ซึ่งแสดงให้เห็นว่า MICE เป็นอุตสาหกรรมที่ยังสามารถก่อให้เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจและการพัฒนาทางสังคมให้แก่ประเทศได้อีกเป็นอย่างมาก

อุตสาหกรรมการจัดการประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อรางวัล การจัดการประชุมนานาชาติ และการแสดงสินค้า (Meeting, Incentive, Convention, Exhibition: MICE Industry) ถูกจัดเป็นส่วนหนึ่งในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากธุรกิจการจัดการประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อรางวัล การจัดการประชุมนานาชาติและการแสดงสินค้า (MICE) มีบทบาทเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว รวมไปถึงการพัฒนาเศรษฐกิจการส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาธุรกิจและการพัฒนาทางอาชีพ การแลกเปลี่ยนในเชิงวิชาการและวิจัยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการแพทย์ ตลอดจนพัฒนาการทางสังคมและวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการกระจายรายได้สู่ชุมชน (Cameron, 2009)

---

<sup>1</sup> ตัวเลขจากสำนักงานสถิติแห่งชาติ

[http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/citizen/news/news\\_travel.jsp](http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/citizen/news/news_travel.jsp)

<sup>2</sup> ตัวเลขจากการทำงานร่วมกับสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) (สปน.)



ประโยชน์ที่ได้รับจากธุรกิจการจัดการประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อรางวัลและการแสดงสินค้ายังก่อให้เกิดการสร้างงานและการกระจายรายได้สู่ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง มีรายได้เข้ารัฐหรือเมืองในรูปของภาษีเงินได้จากรายรับของธุรกิจ พัฒนาศักยภาพของบุคลากร สร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน การประชาสัมพันธ์ประเทศ มีการขยายตัวและการลงทุนในธุรกิจอื่นๆ มีโอกาสในการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ในด้านวิชาการมากขึ้น สร้างอาชีพทางด้านการท่องเที่ยวที่ถาวรอีกด้วย

ธุรกิจการประชุม (Convention Business) ซึ่งถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของอุตสาหกรรมดังกล่าวนี้ มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องในยุโรปตะวันตก และสหรัฐอเมริกา ระหว่างปลายศตวรรษที่ 19 จนถึงศตวรรษที่ 20 โดยส่วนใหญ่จะเป็นการประชุมระหว่างนักธุรกิจและผู้ประกอบการ (Rogers, 2003) รวมไปถึงการรวมตัวกันของบุคคลเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลด้านการเมือง ศาสนา งานเขียน การพักผ่อนหย่อนใจ และอื่นๆ เป็นต้น ต่อมา ได้มีการจัดตั้งหน่วยงานของรัฐบาล (Convention Visitor Bureaus: CVB) ได้แก่ สำนักงานส่งเสริมการประชุมและแสดงสินค้าไทย (Thailand Convention and Visitor Bureau) ที่คอยอำนวยความสะดวกในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติระหว่างสมาชิก ตลอดจนส่งเสริมความเป็นมืออาชีพในการหาลูกค้า และการให้บริการการประชุม

การเติบโตอย่างต่อเนื่องของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติอันเนื่องมาจากปัจจัยเกื้อหนุนด้านอุปสงค์และอุปทาน (Lawan, 2002) ซึ่งปัจจัยบางส่วนสนับสนุนการเติบโตของการท่องเที่ยวเช่นกัน อาทิ การเพิ่มขึ้นของรายได้ ความสนใจ และความชื่นชอบการเดินทาง การมีเวลาว่างมากขึ้น การพัฒนาด้านการคมนาคมขนส่งและเทคโนโลยี เป็นต้น จากปริมาณความต้องการการประชุม และประโยชน์ทางเศรษฐกิจจำนวนมาก ทำให้ประเทศต่างๆ ทั่วโลกจัดสรรงบประมาณในการลงทุนพัฒนาโครงสร้าง ระบบสาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน โดยมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุมของชาติหรือของท้องถิ่น ช่วยส่งเสริมและดูแลเกี่ยวกับกระบวนการคัดเลือกสถานที่จัดธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติในปัจจุบัน เป็นภาคธุรกิจหนึ่งในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลให้การเปลี่ยนแปลงเรื่องราคามีน้อยมาก และช่วยลดช่องว่างของฤดูกาลท่องเที่ยวลง ธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติจึงสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพ ที่มีปริมาณการใช้จ่ายสูง ระยะเวลาการพำนักยาวนาน และมีการย้อนกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

อย่างไรก็ตาม ในการที่ประเทศไทยจะได้รับความไว้วางใจในการเป็นจุดหมายปลายทางด้านการจัดการประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดการประชุมนานาชาติและการแสดงสินค้า (MICE Destination) ต้องอาศัยปัจจัยด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งที่เกี่ยวข้องทางตรง เช่น ความพร้อมของการเดินทางขนส่ง ความพร้อมของสถานที่จัดการประชุม (Venue) การมีผู้จัดงานมืออาชีพ (Profession Convention Organizer) รวมไปถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องทางอ้อม เช่น ความพร้อมทางการท่องเที่ยว ธุรกิจที่

พักแรม การกำหนดนโยบายที่เอื้อต่อการจัดกิจกรรมดังกล่าว รวมถึงการรับรู้และภาพลักษณ์ของประเทศ  
ไทยต่อการเป็นเจ้าภาพและเป็นจุดหมายปลายทางในการจัดงาน

ในการนี้ จากความสำคัญจำเป็ดังกล่าว คณะผู้วิจัยได้เล็งเห็นความสำคัญในการศึกษาแนว  
ทางการพัฒนาการจัดการประชุมนานาชาติอย่างยั่งยืนและเสริมสร้างขีดความสามารถ การศึกษา  
ศักยภาพและแนวทางการพัฒนาธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติเพื่อส่งเสริมขีดความสามารถของการ  
แข่งขันในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยโครงการนี้มุ่งเน้นเพื่อศึกษาความพร้อมและศักยภาพของธุรกิจ  
การจัดการประชุม จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของธุรกิจ ตลอดจนแนวโน้มและผลกระทบที่  
เกิดขึ้น ซึ่งสามารถนำมาปรับปรุงการดำเนินการให้มีความเหมาะสมต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.2.1 เพื่อศึกษาผลกระทบของอุตสาหกรรมจัดการประชุมนานาชาติทั้งในเชิงเศรษฐกิจ  
สังคม และสิ่งแวดล้อม
- 1.2.2 เพื่อวิเคราะห์ความเชื่อมโยงใน Value Chain ของธุรกิจจัดการประชุมนานาชาติ
- 1.2.3 เพื่อศึกษาศักยภาพของธุรกิจจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทย
- 1.2.4 เพื่อวิเคราะห์แนวโน้มของอุตสาหกรรมจัดการประชุมนานาชาติ
- 1.2.5 เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทย

## 1.3 ขอบเขตของการวิจัย

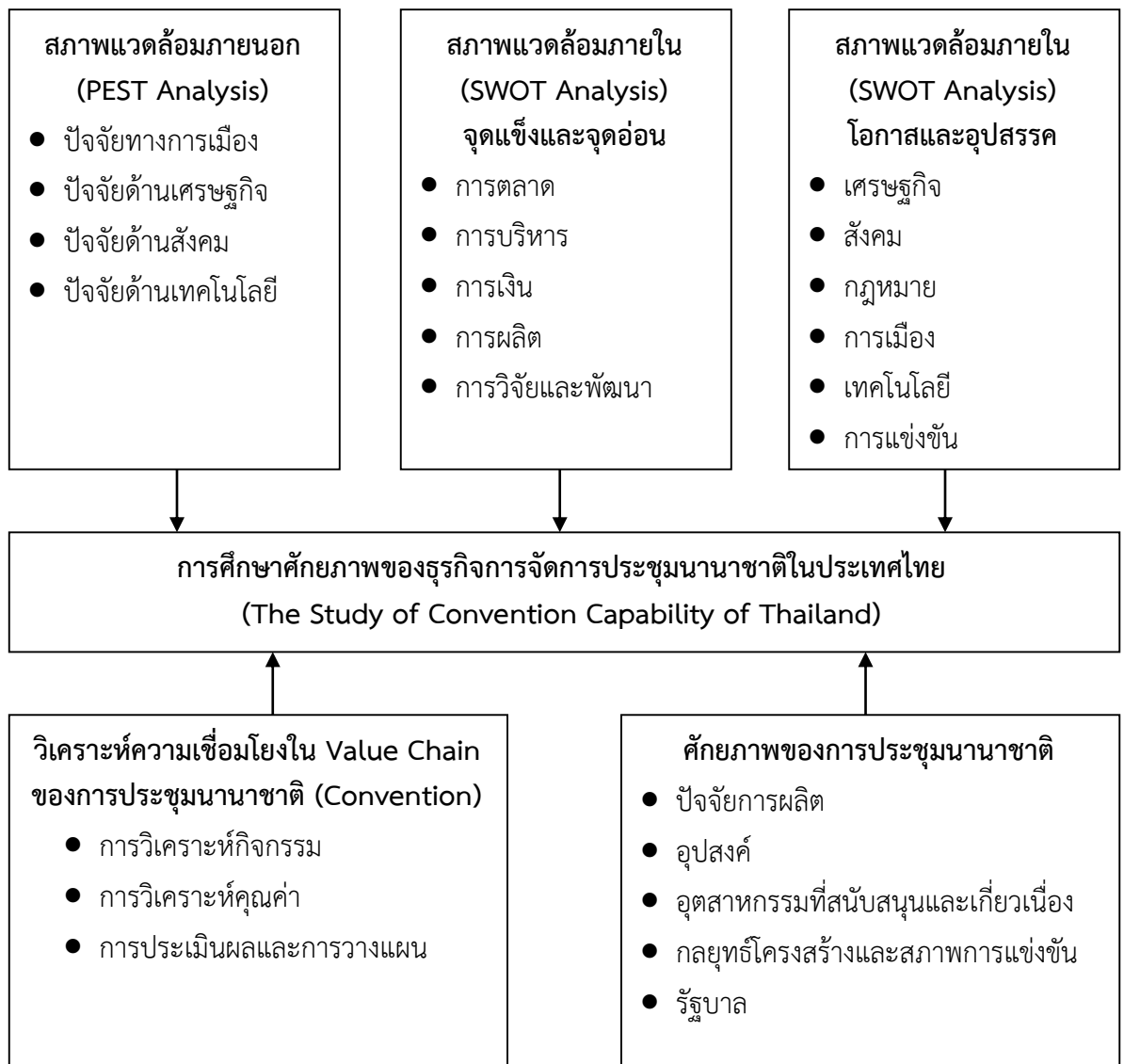
- 1.3.1 ขอบเขตพื้นที่  
พื้นที่ที่มีความพร้อมสำหรับการจัดการประชุมนานาชาติ ได้แก่ กรุงเทพมหานคร เมือง  
พัทยา จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดภูเก็ตและจังหวัดขอนแก่น ซึ่งพื้นที่ทั้ง 5 ถูกกำหนดให้เป็นเมืองหลักในการ  
พัฒนาสู่การเป็น MICE City ของประเทศไทย
- 1.3.2 ขอบเขตเนื้อหา
  - 1.3.2.1 ความพร้อมของธุรกิจจัดการประชุมนานาชาติในด้านสินค้าและบริการ
  - 1.3.2.2 ผลกระทบในด้านเศรษฐกิจและสังคมจากการเติบโตของธุรกิจจัดการ  
ประชุม
  - 1.3.2.3 แนวทางการพัฒนาธุรกิจจัดการประชุมนานาชาติของประเทศไทย

#### 1.4 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

**ธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ** หมายถึง ธุรกิจที่จัดขึ้นเพื่อดำเนินกิจกรรมการจัดการประชุมนานาชาติ ซึ่งประกอบด้วยกิจกรรม ได้แก่ การประมูลสิทธิ์เพื่อการประชุมนานาชาติ การเตรียมการ การดำเนินการจัดการประชุม รวมไปถึงกิจกรรมหลังการประชุม

**ผู้จัดการประชุมนานาชาติ** หมายถึง ผู้ที่ทำหน้าที่งานวางแผนการประชุมจัดการประชุมนานาชาติ การประมูลงาน การดำเนินงานและสรุปผลการทำงานให้แล้วสร้างตามที่ได้กำหนดไว้

#### 1.5 กรอบการศึกษาวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบการศึกษาวิจัยศักยภาพของธุรกิจจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทย

## 1.6 ประโยชน์ที่ได้รับ

1.6.1 ผู้ประกอบการและธุรกิจที่เกี่ยวข้องในธุรกิจการจัดการประชุมสามารถทราบทิศทางการพัฒนาขีดความสามารถเพื่อการแข่งขัน

1.6.2 หน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบทางด้านส่งเสริมการประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การแสดงสินค้า รวมถึงสถาบันการศึกษา นักวิชาการ นักเรียน นักศึกษา ที่สนใจสามารถนำเอาผลการวิจัยไปใช้ในการเรียนการสอนและต่อยอดในงานวิจัยของตนเองต่อไป

## บทที่ 2

### ตรวจเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาศักยภาพของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทย (The Study of Convention Capability of Thailand) ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและค้นคว้าวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบ่งเป็น 2 ตอน มีรายละเอียดดังนี้

##### 2.1.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพและโอกาสการแข่งขันทางธุรกิจ

2.1.1.1 แนวคิด ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงการแข่งขันและการวิเคราะห์ศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรม

2.1.1.2 ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) และห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)

2.1.1.3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรม

2.1.1.4 การวิเคราะห์ผลกระทบในทางเศรษฐกิจและสังคม

##### 2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์และการประชุมนานาชาติ

2.1.2.1 นิยามศัพท์อุตสาหกรรมไมซ์

2.1.2.2 บทบาทและประโยชน์ของอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE)

2.1.2.3 สถานการณ์ไมซ์ในประเทศไทย

2.1.2.4 ประวัติความเป็นมาของอุตสาหกรรมการประชุมนานาชาติ

2.1.2.5 การศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาธุรกิจการประชุมนานาชาติ

2.1.2.6 วิเคราะห์ Value Chain ของธุรกิจการประชุมนานาชาติ

## 2.1.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพและโอกาสการแข่งขันทางธุรกิจ

### 2.1.1.1 ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงการแข่งขันและการวิเคราะห์ศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรม (The Theory of Competitive Advantage and Diamond Model)

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 ข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) ไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติแต่เป็นสิ่งที่สามารถสร้างขึ้นมาได้และเปลี่ยนแปลงได้ทั้งทางบวกและลบ โดยสามารถทำความเข้าใจแนวคิดดังกล่าวผ่านมุมมองของเศรษฐศาสตร์จุลภาค ส่วนปัจจัยมหภาค เช่น อัตราดอกเบี้ย ค่าจ้างแรงงาน และอัตราแลกเปลี่ยน แม้จะมีความสำคัญในการสร้างความได้เปรียบให้กับประเทศ แต่ Porter เชื่อว่า สิ่งสำคัญกว่าคือ เงื่อนไขและสภาพแวดล้อมภายในประเทศที่เอื้อต่ออุตสาหกรรมของประเทศนั้น Porter จึงได้สร้างแบบจำลอง Diamond Model ในการวิเคราะห์ โดยมีปัจจัยหรือตัวบ่งชี้ (Determinants) ข้อได้เปรียบในการแข่งขันที่ 4 กลุ่มปัจจัยที่นำไปสู่การวิเคราะห์ศักยภาพของอุตสาหกรรม ดังนี้

#### 1. เงื่อนไขทางด้านปัจจัยการผลิต (Factor Conditions)

ปัจจัยการผลิตในประเทศจะเป็นตัวกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ โดยปัจจัยการผลิตในที่นี้มีความหมายอย่างกว้าง ประกอบด้วย แรงงาน (Labor) ที่ดิน (Arable Land) ทรัพยากรธรรมชาติ (Natural Resources) ทุน (Capital) และสาธารณูปโภค (Infrastructure) ในที่นี้เทคโนโลยีในการผลิตถือว่าเป็นปัจจัยการผลิตเช่นเดียวกัน ดังนั้นสภาพปัจจัยการผลิตในความหมายของ Porter จะหมายถึงทุกสิ่งทุกอย่างที่ประเทศมี (Factor Endowment) และเกี่ยวข้องกับการผลิตของผู้ผลิตภายในประเทศ และมีผลกระทบต่อความได้เปรียบและเสียเปรียบในการแข่งขัน กล่าวโดยสรุปสภาพปัจจัยการผลิตในที่นี้จะครอบคลุมทรัพยากร (Resources) ต่างๆ ในประเทศที่มีอยู่ ซึ่งจะประกอบไปด้วย

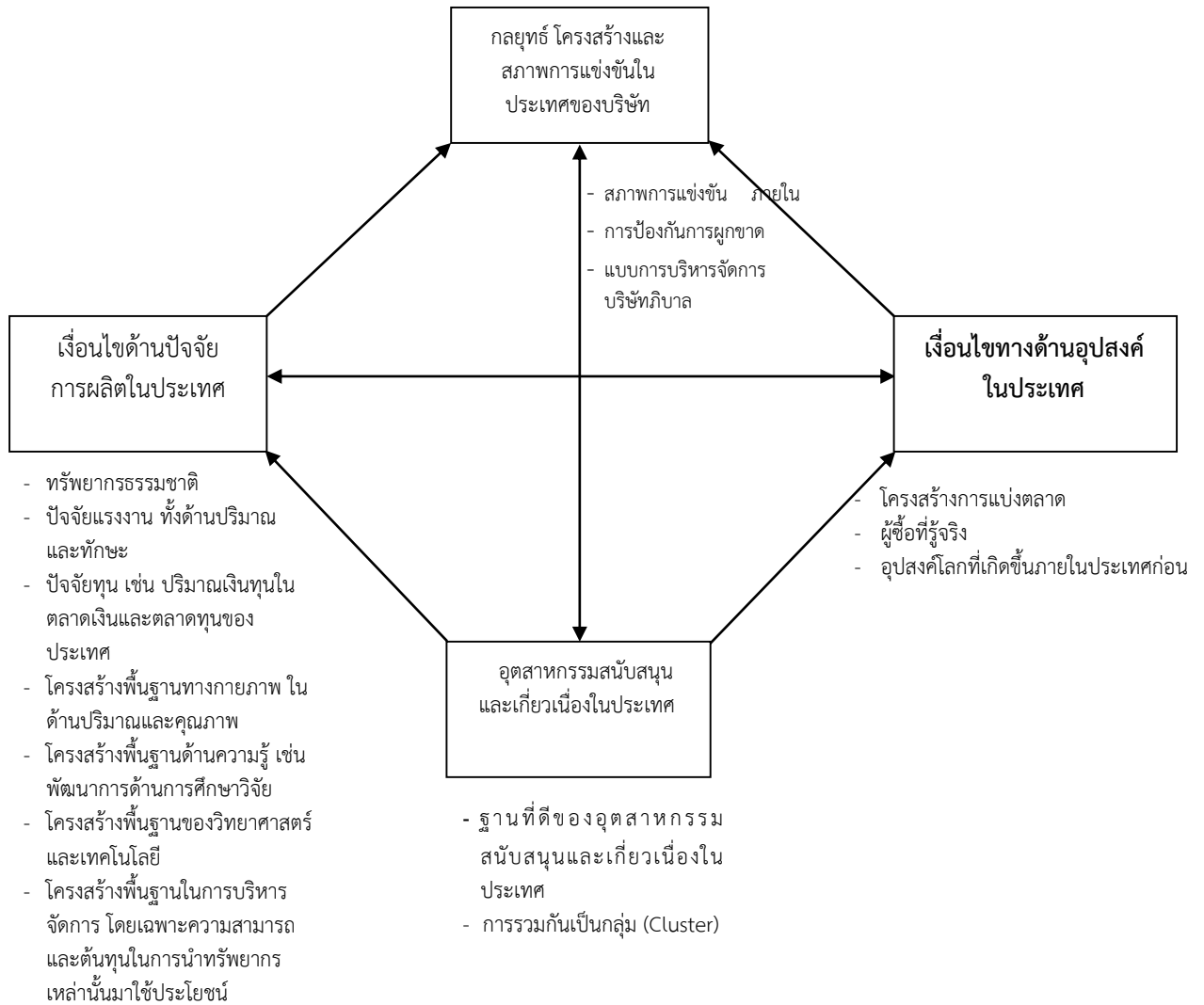
1.1 ทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources) หมายถึงปริมาณแรงงานคุณภาพและทักษะของแรงงาน ต้นทุนทางด้านแรงงาน (ค่าจ้าง) และการจัดการทางด้านทรัพยากรมนุษย์

1.2 ทรัพยากรทางกายภาพ (Physical Resources) หมายถึง ความอุดมสมบูรณ์ และคุณภาพของทรัพยากร รวมถึงต้นทุนหรือมูลค่าของทรัพยากร ทรัพยากรกายภาพในที่นี้จะหมายถึง ที่ดิน น้ำ แร่ธรรมชาติ (Mineral) และพลังงานธรรมชาติ (Power Sources) อื่นๆ นอกจากลักษณะ คุณภาพของทรัพยากรกายภาพข้างต้นแล้ว ที่ตั้ง (Location) และขนาด (Geographic Size) ก็มีความสัมพันธ์กับผู้ผลิตในประเทศและในตลาด เพราะว่าที่ตั้งของแหล่งทรัพยากรจะเกี่ยวข้องกับต้นทุน ทางด้านการขนส่ง (Transportation Cost) และจะส่งผลกระทบต่อต้นทุนของผู้ผลิตได้

1.3 ทรัพยากรทางด้านความรู้ (Knowledge Resources) หมายถึง ทรัพยากรที่เกิดจากการสร้างสรรค์ พัฒนาและฝึกอบรม จะพบมากในปัจจุบันด้านแรงงานที่มีทักษะเฉพาะ เช่น นักวิทยาศาสตร์ วิศวกร นักการตลาด และเจ้าหน้าที่เทคนิค เป็นต้น การพัฒนาทางด้านความรู้จะเกิดจากการสนับสนุนของทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชน โดยประเทศใดก็ตามที่ให้ความสำคัญกับทรัพยากร ทางด้านนี้มาก มีนโยบายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน ประเทศนั้นจะมีศักยภาพในการพัฒนาและการ แข่งขันกับประเทศต่างๆ ได้

1.4 ทรัพยากรทางด้านเงินทุน (Capital Resources) หมายถึง จำนวนและต้นทุน ในการจัดหาและได้มาซึ่งเงินทุน ประเทศใดก็ตามที่มีแหล่งเงินทุนในประเทศที่มีต้นทุนต่ำ อัตราดอกเบี้ย ต่ำและความมั่นคงของแหล่งเงินในประเทศ รวมถึงปริมาณเงินทุนที่เพียงพอในประเทศ จะทำให้ผู้ผลิตใน ประเทศนั้นมีความได้เปรียบเหนือกว่าประเทศที่มีข้อจำกัดทางด้านเงินทุน เนื่องมาจากการได้มาซึ่ง เงินทุนจะรวมเป็นต้นทุนในการผลิตด้วย หากต้นทุนนี้มีราคาแพงจะส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตที่สูง ตามไปด้วย

1.5 สาธารณูปโภค (Infrastructure) หมายถึง ปริมาณสาธารณูปโภคที่เพียงพอ และราคาไม่แพง ในที่นี้หมายถึง เครื่องสาธารณูปโภคต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิต เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ การขนส่ง เป็นต้น เพราะประเทศใดก็ตามที่มีความพร้อมทางด้านสาธารณูปโภคนี้ จะสามารถ รองรับบริการขยายตัวของอุตสาหกรรมในประเทศ การพัฒนาการผลิตในประเทศ ซึ่งจะส่งผลต่อ ความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิต



ภาพที่ 2.1 ตัวกำหนดข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันจากแบบจำลอง Diamond Model



## 2. เงื่อนไขทางด้านความต้องการหรืออุปสงค์ (Demand Conditions)

อุปสงค์หรือความต้องการในที่นี้จะหมายถึง ความต้องการภายในประเทศ ซึ่งจะทำให้เกิดความได้เปรียบด้านการแข่งขันในตลาดโลกได้ เนื่องจากอุปสงค์หรือความต้องการภายในประเทศจะเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการพัฒนากิจการผลิตรายการค้าให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นทั้งในด้านคุณภาพและปริมาณ ความต้องการภายในประเทศที่เพียงพอจะสามารถรองรับการผลิตปริมาณมากๆ ในประเทศ ซึ่งจะก่อให้เกิดการประหยัดต่อขนาด เนื่องจากสามารถทำการผลิตในปริมาณมากๆ นอกจากนั้นปริมาณและความต้องการภายในประเทศที่เพียงพอจะก่อให้เกิดการพัฒนาและขยายตัวในการผลิตของผู้ผลิตในประเทศอีกด้วย ในแบบจำลองของ Porter จะเน้นสภาพความต้องการหรืออุปสงค์ในประเทศ ทั้งในรูปของปริมาณและคุณภาพของความต้องการ โดยให้ความสำคัญทางด้านคุณภาพเป็นหลัก คุณภาพของความต้องการในที่นี้หมายถึง การบริโภคที่ก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดมีเหตุมีผล คำนึงถึงประโยชน์ของการใช้ ซึ่งจะช่วยประหยัดทรัพยากรที่ถูกนำมาใช้ในการผลิตที่ไม่จำเป็นหรือไม่เป็นที่ต้องการ ประเทศใดก็ตามที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพของความต้องการในประเทศ จะก่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด นอกจากนั้นแล้วการเน้นความต้องการภายในประเทศหรือตลาดในประเทศเป็นหลัก จะเป็นการลดการพึ่งพาผู้ซื้อในตลาดต่างประเทศ และความผันผวนอันเนื่องมาจากตลาดภายนอกประเทศเพราะมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา อาจกระทบผู้ผลิตในประเทศได้หากไม่สามารถเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาได้ทันการเปลี่ยนแปลงนั้น ก็จะส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของตนได้กล่าวโดยสรุป ปัจจัยเกี่ยวกับเงื่อนไขความต้องการหรืออุปสงค์ที่มีผลต่อประสิทธิภาพและความสามารถในการแข่งขัน ได้แก่

2.1 โครงสร้างการแบ่งตลาดของอุปสงค์ในประเทศ (Segment Structure of Demand) บริษัทหรืออุตสาหกรรมมักจะมีข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศถ้าบริษัทหรืออุตสาหกรรมนั้นมีอุปสงค์ในประเทศที่คล้ายคลึงกับอุปสงค์โลกและตลาดส่วนที่คล้ายคลึงกับอุปสงค์โลกเป็นตลาดส่วนที่สำคัญของบริษัทหรืออุตสาหกรรมนั้นมากกว่าตลาดส่วนเดียวกันของประเทศอื่น ในทางกลับกันตลาดส่วนที่มีความสำคัญน้อยในอุตสาหกรรมมักจะได้รับเปรียบคู่แข่งจากต่างประเทศ ถ้าตลาดส่วนนั้นมีความคล้ายคลึงกับอุปสงค์โลก

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

2.3 อุปสงค์ในประเทศเกิดขึ้นก่อนประเทศอื่น (Anticipatory Buyer Needs) อุตสาหกรรมที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองอุปสงค์ในประเทศจะได้เปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศถ้าอุปสงค์ต่อสินค้าหรือบริการนั้นเกิดขึ้นในประเทศนั้นก่อน แล้วจึงเกิดขึ้นในประเทศอื่นๆ ภายหลัง ในบางกรณีผู้ซื้อในประเทศอาจก่อให้เกิดอุปสงค์ที่ล่วงหน้าในประเทศและล้ำหน้าอุปสงค์ในต่างประเทศ ในทางตรงกันข้ามถ้าอุปสงค์ในประเทศเกิดขึ้น แล้วเกิดขึ้นเฉพาะในประเทศนั้นโดยไม่กลายเป็นอุปสงค์สากล อุตสาหกรรมในประเทศสำหรับอุปสงค์นั้นก็เสียเปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศ หรือถ้าอุปสงค์

ในประเทศตอบสนองอย่างล่าช้าต่อความต้องการใหม่ที่เป็นสากล ประเทศนั้นจะเสียเปรียบด้านการแข่งขันระหว่างประเทศในอุตสาหกรรมนั้น

### 3. อุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง (Supporting and Related Industries)

อุตสาหกรรมการผลิตสินค้าชนิดใดที่จะมีความได้เปรียบด้านการแข่งขันอุตสาหกรรมนั้นจะต้องมีอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องที่สามารถส่งเสริมความสามารถหรือศักยภาพของอุตสาหกรรมนั้น เนื่องจากอุตสาหกรรมสนับสนุนๆ จะทำให้มีการพัฒนาผลิตสินค้าให้ตรงกับความต้องการภายในประเทศและต่างประเทศมากขึ้น โดยที่อุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องจะมีความเชื่อมโยงกันในการที่จะทำให้เกิดการพัฒนาและปรับปรุงการผลิตให้มีคุณภาพและปริมาณตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น ทำให้การผลิตมีประสิทธิภาพ มีต้นทุนการผลิตต่ำ กล่าวโดยสรุปคือ การที่ประเทศใดที่มีอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องที่มีความได้เปรียบเชิงแข่งขันจะก่อให้เกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขันระหว่างประเทศของอุตสาหกรรมนั้นๆ ทั้งนี้มาจากสาเหตุ 3 ประการที่สำคัญ ได้แก่

3.1 ช่องทางการจัดหาที่รวดเร็วมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะก่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็วสามารถลดต้นทุนการผลิต และขยายตลาดให้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว หรืออาจได้รับสิทธิพิเศษมากกว่าผู้ผลิตรายอื่นในต่างประเทศในการมีวัตถุดิบหรือชิ้นส่วนที่ดีที่สุด ซึ่งจะก่อให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมในประเทศและวัตถุดิบในประเทศยังถูกใช้เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด อีกทั้งยังเป็นการลดต้นทุนการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศได้อีกด้วย

3.2 ความร่วมมือกันอยู่ตลอดเวลาระหว่างผู้ผลิตที่ใช้วัตถุดิบกับผู้ผลิตวัตถุดิบ เช่น มีการพัฒนาและร่วมมือกันพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตให้มีประสิทธิภาพ จะก่อให้เกิดการพัฒนาาร่วมกันทั้งสองฝ่าย ประเทศมีโอกาสสูงที่จะประสบความสำเร็จในตลาดระหว่างประเทศสำหรับอุตสาหกรรมใดอุตสาหกรรมหนึ่ง ถ้ามีอุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องตั้งอยู่ในประเทศเดียวกัน หรือมีการกระจุกตัวกันเกิดความร่วมมือกัน ก่อให้เกิดความได้เปรียบเชิงแข่งขันระหว่างประเทศเหนืออุตสาหกรรมนั้นในประเทศอื่นๆ

### 4. กลยุทธ์โครงสร้างและสภาพการแข่งขันของผู้ผลิต (Firm Strategy, Structure and Rivalry)

การจัดการโครงสร้างและระบบการบริหารอย่างเหมาะสมของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมนั้น และการแข่งขันของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมชนิดเดียวกันภายในประเทศ จะทำให้เกิดการปฏิบัติตามการบริหารและการผลิตที่มีประสิทธิภาพของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมมากขึ้น และเป็นแรงกดดันในการที่จะทำให้เกิดการพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพและรูปแบบที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น ซึ่งจะทำให้มีความได้เปรียบด้านการแข่งขันมากขึ้น

สภาพการแข่งขันในประเทศเป็นตัวกำหนดหนึ่งที่มีความสำคัญมากต่อการกำหนดความได้เปรียบเชิงแข่งขันของประเทศ การแข่งขันที่รุนแรงในประเทศสำหรับอุตสาหกรรมใดอุตสาหกรรมหนึ่ง จะทำให้อุตสาหกรรมนั้นประสบความสำเร็จในตลาดระหว่างประเทศในระดับที่สูงมาก เนื่องจากจะเกิดแรงกดดันต่อกันและกันให้มีการพัฒนาเพิ่มขึ้น ซึ่งการแข่งขันในประเทศไม่ได้หมายถึงแต่เฉพาะการ

แข่งขันทางด้านราคาเท่านั้น การแข่งขันในด้านอื่นๆ ได้แก่ เทคโนโลยีอันจะนำไปสู่ความได้เปรียบเชิงแข่งขันที่ยั่งยืนกว่า และการแข่งขันในประเทศที่เข้มข้นมักจะกดดันให้เกิดการส่งออกเพื่อแสวงหาตลาดเพิ่มเติมเพื่อก่อให้เกิดความได้เปรียบด้านต้นทุนที่ลดลงเมื่อมีการผลิตครั้งละปริมาณมากๆ กระบวนการแข่งขันจะมีประโยชน์เพิ่มขึ้นอีกมากถ้าผู้แข่งขันในอุตสาหกรรมเดียวกันไม่อยู่กระจัดกระจายไปทั่วประเทศ แต่กระจุกตัวอยู่ในอาณาเขตเดียวกันมีการติดต่อและทำธุรกรรมอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอตลอดเวลา และมีการเปิดตลาดโดยไม่กีดกันการนำเข้า เพื่อที่จะทดแทนการขาดแคลนสภาพการแข่งขันในประเทศที่เข้มข้นได้บ้างสำหรับประเทศเล็กๆ นอกจากนี้ จำนวนผู้แข่งขันเพียงอย่างเดียวไม่ก่อให้เกิดประโยชน์หากขาดซึ่งคุณภาพ ดังนั้น จุดที่สำคัญคือ คุณภาพของการแข่งขันต้องเข้มข้นด้วย เพราะสภาพการแข่งขันในประเทศที่เข้มข้นจะทำให้ทรัพยากรที่สำคัญของประเทศถูกนำไปใช้เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด

นอกจากตัวกำหนดทั้ง 4 ใน Diamond Model แล้ว ยังมีปัจจัยภายนอกที่มีบทบาทต่อการเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันของประเทศอีก 2 ประการ คือ

#### 5. รัฐบาล (Government)

รัฐบาลส่งผลกระทบและพร้อมๆ ก็ได้รับผลกระทบจากตัวกำหนดทั้งสี่ โดยในบางกรณีเป็นผลทางด้านบวก ในบางกรณีก็เป็นผลทางด้านลบ ปัจจัยการผลิตในประเทศได้รับผลกระทบจากนโยบายของรัฐบาลทางด้านตลาดหลักทรัพย์ ด้านการศึกษา ด้านเงินช่วยเหลือจากรัฐบาล เป็นต้น อุปสงค์ในประเทศได้รับผลกระทบจากนโยบายด้านมาตรฐานสินค้าและด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของผู้ซื้อผู้บริโภค รวมทั้งรัฐบาลยังเป็นผู้ซื้อรายใหญ่ของสินค้าและบริการหลายๆ ชนิด อุตสาหกรรมสนับสนุนและเกี่ยวเนื่องในประเทศได้รับผลกระทบจากนโยบายรัฐบาลด้านการโฆษณาและด้านอื่นๆ ยุทธการโครงสร้าง และสภาพการแข่งขันในประเทศของบริษัทได้รับผลกระทบจากนโยบายรัฐบาลด้านภาษี ด้านการป้องกันและผูกขาดเหล่านี้ เป็นต้น

#### 6. เหตุสุตวิสัยหรือโอกาส (Chance)

การเปลี่ยนแปลงต่างๆ และความเป็นไปได้ที่อาจจะคาดการณ์ล่วงหน้าไม่ได้ ล้วนมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของประเทศ เช่น การมีนวัตกรรมใหม่เกิดขึ้น หรือความไม่ต่อเนื่องของเทคโนโลยีหลักที่เปิดช่องให้มีคู่แข่งรายใหม่เข้ามาได้ การเปลี่ยนแปลงอย่างมากของตลาดการเงินโลกหรืออัตราแลกเปลี่ยน ตลอดจนการเกิดสงคราม ตัวแปรเหล่านี้มีความสำคัญ เพราะทำให้เกิด “ความไม่ต่อเนื่อง” ที่เปิดช่องให้มีการเปลี่ยนแปลงตำแหน่งในการแข่งขัน หรือล้มล้างข้อได้เปรียบที่มีอยู่เดิมและเปิดช่องให้ธุรกิจใหม่ๆ ที่สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงนั้นจนเกิดความสามารถในการแข่งขัน ดังนั้นตัวแปรนี้มีบทบาทโดยการเข้าไปเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขใน Diamond Model โดยผลกระทบที่เกิดขึ้นก็จะแตกต่างกัน เนื่องจากแต่ละประเทศก็จะมีตัวบ่งชี้ใน Diamond Model ที่แตกต่างกัน

### 2.1.1.2 ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) และห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)

ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ได้มีนักวิจัยจำนวนมากได้ให้ความหมายเกี่ยวกับห่วงโซ่อุปทานไว้ อาทิ Chopra and Meindl (2001) Russell (2009) สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (2553) เป็นต้น ว่าเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องตั้งแต่การเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และการบริการจากผู้ส่งมอบวัตถุดิบไปถึงผู้บริโภคขั้นสุดท้าย ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับสนับสนุนการไหลทางกายภาพ สารสนเทศ การเงิน การจัดการทรัพยากรมนุษย์และความรู้ ซึ่งแนวคิดนี้มีจุดเริ่มต้นมาแนวคิดโลจิสติกส์จากการเคลื่อนย้ายอาวุธยุทธภัณฑ์ของทหารก่อนที่จะมีการนำมาประยุกต์ใช้กับการบริหารธุรกิจ (Becker, 1999) แต่การจัดการห่วงโซ่อุปทานมีความหมายที่มากกว่าการจัดการโลจิสติกส์ ดังนั้น ในกระบวนการนี้จึงต้องทำความเข้าใจกับการจัดการห่วงโซ่อุปทานก่อนที่จะทำความเข้าใจกับการจัดการโลจิสติกส์

การจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management; SCM) คือ กิจกรรมทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการส่งมอบคุณค่าให้กับลูกค้าที่ต้องอาศัยกระบวนการออกแบบ การวางแผนปฏิบัติ การควบคุมติดตามกิจกรรมในห่วงโซ่อุปทานที่ไม่ได้เกี่ยวข้องเฉพาะลูกค้ากับหน่วยงานภายในบริษัทเท่านั้น แต่ยังคงครอบคลุมไปถึงบริการอื่นๆ เช่น การขนส่งสินค้า การจัดหาวัตถุดิบ พลาสติก พลาสติก เป็นต้น (อภิชาติ โสภาง และคณะ, 2551) ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่าการจัดการห่วงโซ่อุปทานเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบูรณาการ (Integration) องค์ประกอบที่หลากหลายทั้งสิ่งที่ธุรกิจสามารถควบคุมได้ และกับสิ่งที่ธุรกิจไม่สามารถควบคุมได้ด้วยการจัดการในองค์กร ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มในสินค้าและบริการ และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน สร้างปฏิสัมพันธ์ของการจัดการกระบวนการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุปทานของสินค้าและบริการในเชิงบูรณาการ โดยมีเป้าหมายในการสร้างมูลค่าเพิ่ม และสนองตอบต่อความต้องการของตลาด การผลิต การกระจายและการส่งมอบสินค้าและยังรวมถึงการสื่อสารสนเทศของข้อมูลและข่าวสาร โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะลดต้นทุนรวมของธุรกิจและเพิ่มศักยภาพของการแข่งขัน โดยการจัดการห่วงโซ่อุปทานจึงเกี่ยวข้องตั้งแต่แหล่งของวัตถุดิบต้นน้ำ (Upstream Source) จนถึงการส่งมอบสินค้าและบริการปลายน้ำ (Downstream Customers) โดยที่คำนึงถึงการได้ประโยชน์สูงสุดของทุกฝ่าย (ดวงพรรณ กริชชาญชัย, 2549) อย่างไรก็ตาม การที่จะทำให้กระบวนการเหล่านี้เป็นไปได้อย่างดีต้องอาศัยสายสัมพันธ์ทางธุรกิจ ความไว้วางใจและการเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ

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

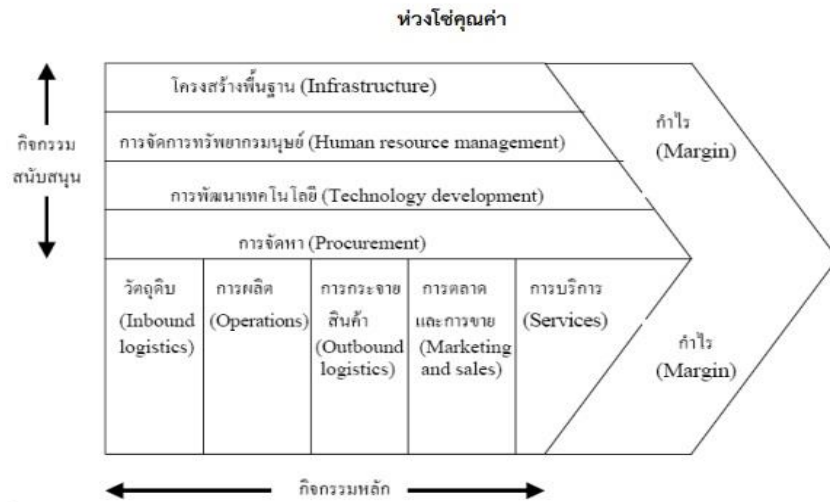
การจัดการโลจิสติกส์ (Logistics Management) ดังที่ได้กล่าวไปข้างต้นว่าการจัดการโลจิสติกส์เป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่อุปทานซึ่งเป็นกระบวนการในการวางแผน การนำเสนอ และการเคลื่อนย้ายที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล มีความเกี่ยวข้องกับการจัดเก็บสินค้า บริการ และแบ่งปันข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากจุดเริ่มต้นในการผลิตไปสู่จุดสุดท้ายของผู้บริโภค (Becker, 1999) ซึ่งนิยาม การจัดการโลจิสติกส์จะเกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายสินค้าไปยังลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้ทันเวลาและมีต้นทุน

ต่ำที่สุดเพื่อที่ธุรกิจจะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ (อภิชาติ โสภา แดง และคณะ, 2551) อย่างไรก็ตาม การจัดการโลจิสติกส์ไม่ได้จำกัดเฉพาะหน่วยงานภาคธุรกิจ แต่ยังคงเป็นส่วนสำคัญกับงานราชการด้วย ทั้งนี้ สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (2553) กล่าวว่า การจัดการโลจิสติกส์จะสามารถธุรกิจสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในแง่ของการมีต้นทุนที่ลดลง และลูกค้าได้รับสินค้าทันเวลา

ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่าการจัดการห่วงโซ่อุปทานมีเป้าหมายเพื่อลดความไม่แน่นอนและความเสี่ยงโดยให้มีระดับสินค้าคงเหลือที่มีผลในทางบวก มีการบริหารวงจรการสั่งซื้อ (Cycle time) กระบวนการ (Process) ที่เหมาะสมที่สุดสำหรับลูกค้าหรือผู้บริโภคขั้นสุดท้าย (End Customer Service) ซึ่งการจัดการห่วงโซ่อุปทานนั้นมีความสำคัญต่อองค์กรต่างๆ ซึ่งสาเหตุที่ต้องมีการศึกษาและประยุกต์ใช้หลักการของการจัดการห่วงโซ่อุปทานเข้าไปไว้ในหน่วยงานเนื่องจาก องค์กรใดที่มีการดำเนินงานหรือเชื่อมโยงติดต่อกับหน่วยงานที่ทำธุรกิจกับลูกค้าซึ่งจะต้องมีปัญหาเกิดขึ้นไม่มากก็น้อย โดยประสิทธิภาพของระบบห่วงโซ่อุปทานจะช่วยสร้างคุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์จากการจัดการห่วงโซ่อุปทาน และสามารถที่จะสนับสนุนในด้านราคาและด้านปริมาณของอาหารเพื่อการส่งออก การศึกษาการจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานนำไปสู่ข้อสรุปที่ว่า การจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน เป็นการจัดการแบบบูรณาการโดยเกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการจัดซื้อ การผลิต การจัดส่ง ฯลฯ โดยเป็นการประสานงานกันระหว่างสมาชิกภายในห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่ผู้จัดส่งวัตถุดิบไปจนถึงผู้บริโภค ภายใต้เป้าหมายของการลดต้นทุนของระบบ การเพิ่มระดับการให้บริการนำไปสู่ประสิทธิภาพและการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

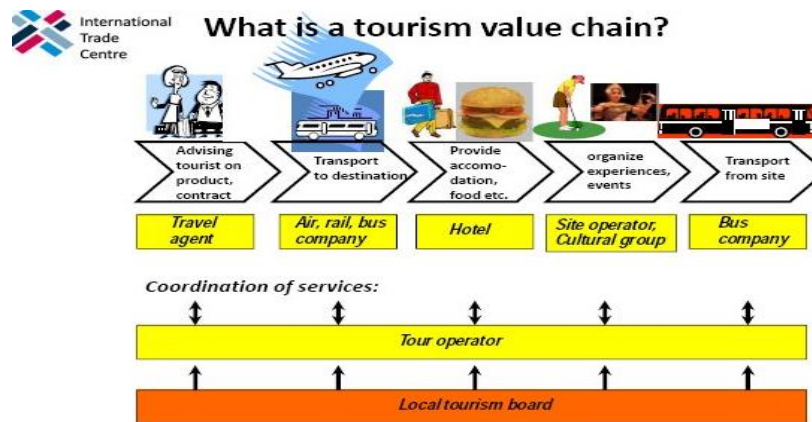
ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า เป็นการวิเคราะห์เพื่อพิจารณาถึงความสามารถของกิจการในการแข่งขัน โดยการศึกษาถึงกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งกิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุนว่า สามารถช่วยให้ได้เปรียบด้านต้นทุนหรือความสามารถในการสร้างความแตกต่างเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งได้หรือไม่ ซึ่งจะใช้เป็นแนวทางในการกำหนดจุดแข็งและจุดอ่อนของกิจกรรมได้เป็นอย่างดี ซึ่ง ยรรยง ศรีสม (2553) ได้ขยายความไว้ดังนี้

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



ภาพที่ 2.2 แผนภาพห่วงโซ่คุณค่า  
ที่มา: ยรรยง ศรีสม (2553)

ทั้งนี้ ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) จึงนำเสนอในลักษณะของแผนภาพแสดงการเคลื่อนย้ายสินค้าเริ่มตั้งแต่วัตถุดิบจนถึงมือลูกค้า แต่ละกิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่านั้นคือ Value Drivers หรือ กิจกรรมที่สร้างคุณค่าให้กับธุรกิจ ทั้งนี้ได้มีการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวดังตัวอย่างภาพที่ 2.3



ภาพที่ 2.3 แผนผังห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว  
ที่มา: GTZ (2011)

ตามแนวความคิดของ ไมเคิล อี พอร์เตอร์ (Michael E. Porter) แล้วธุรกิจต่างๆ ประกอบด้วยลูกโซ่แห่งกิจกรรมที่สร้างสรรค์คุณค่าต่อเนื่องสัมพันธ์กันเหมือนกับลูกโซ่ เพื่อส่งมอบคุณค่าทั้งหมดให้กับลูกค้า โดยแต่ละกิจกรรมจะมีส่วนช่วยก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มเป็นช่วงๆ นับตั้งแต่การนำวัตถุดิบ

ที่ได้จากผู้จัดจำหน่ายเข้าสู่กิจกรรมการผลิต จนกระทั่งผ่านออกมาเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป และสิ้นสุดที่ผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สู่ผู้บริโภคคนสุดท้าย รวมทั้งกิจกรรมการบริการหลังการขาย ซึ่งแนวคิดนี้แบ่งกิจกรรมภายในองค์กรเป็น 2 กิจกรรม คือ กิจกรรมหลัก (Primary Activities) และกิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) ทั้งนี้ วัตสัน ภายจนมุกดา (2555) ได้กล่าวถึงกิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่าไว้ว่า กิจกรรมทุกประเภทมีส่วนในการช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าหรือบริการของธุรกิจ

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

1) Inbound Logistics กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการได้รับ การขนส่ง การจัดเก็บและการแจกจ่ายวัตถุดิบ การจัดการสินค้าคงเหลือ

2) Operations กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนหรือแปรรูปวัตถุดิบให้ออกมาเป็นสินค้า เป็นขั้นตอนการผลิต การบรรจุ

3) Outbound Logistics กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บ รวบรวม จัดจำหน่ายสินค้า และบริการ (Service) ไปยังลูกค้า

4) Marketing and Sales กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการชักจูงให้ลูกค้าซื้อสินค้าและบริการ (Service) เช่น การโฆษณา ช่องทางการจัดจำหน่าย

5) Services กิจกรรมที่ครอบคลุมถึงการให้บริการเพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้า รวมถึงการบริการหลังการขาย การแนะนำการใช้

ส่วนกิจกรรมสนับสนุนเป็นกิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมและสนับสนุนให้กิจกรรมหลักสามารถดำเนินไปได้ ประกอบด้วย

1) Procurement กิจกรรมในการจัดซื้อ-จัดหา input เพื่อมาใช้ในกิจกรรมหลักการเจรจาต่อรองกับ Supplier

2) Technology Development กิจกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาเทคโนโลยีที่ช่วยในการเพิ่มคุณค่าให้สินค้าและบริการหรือกระบวนการผลิต

3) Human Resource Management กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริหารทรัพยากรบุคคล ตั้งแต่วิเคราะห์ความต้องการสรรหาและคัดเลือก ประเมินผล พัฒนา ฝึกอบรม ระบบเงินเดือน ค่าจ้าง และแรงงานสัมพันธ์

4) Firm Infrastructure โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร ได้แก่ ระบบบัญชี ระบบการเงิน การบริหารจัดการขององค์กร

### 2.1.1.3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรม

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกอุตสาหกรรม (PEST Analysis)

PEST Analysis เป็นเครื่องมือที่ใช้สำหรับวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมภายนอกทางการตลาดระดับมหภาค (Macro Environment) ด้านโอกาสหรือข้อจำกัด ประกอบด้วย

P - Political นโยบายของรัฐ การเมือง การปกครอง กฎหมายต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลหรือผลกระทบ ต่ออุตสาหกรรมทั้งทางตรง และทางอ้อม เช่น นโยบายของรัฐบาลที่มีผลต่อกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเกี่ยวกับภาษี นโยบายทางด้านเศรษฐกิจ ความสนใจในเรื่องศาสนาและวัฒนธรรม

E - Economic วิเคราะห์ผลกระทบจากสภาพเศรษฐกิจ ปัจจัยทางด้านเศรษฐศาสตร์ ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว เช่น อัตราดอกเบี้ย ระดับเงินเฟ้อ อัตราการว่างงาน GDP และอื่นๆ

S - Socio-cultural การวิเคราะห์ผลกระทบจากสังคม วัฒนธรรม สภาพความเป็นอยู่ที่มีอิทธิพล แตกต่างกันตามแต่ละประเทศ เช่น ศาสนาหลักของประชากร ทักษะคติต่อสินค้าหรือบริการจากต่างชาติ ภาษามีผลต่อสินค้าในตลาดหรือไม่ เวลาว่างของผู้บริโภค บทบาทของชาย-หญิงในสังคม ความใส่ใจสิ่งแวดล้อม

T- Technological วิเคราะห์ผลกระทบจากเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมอื่น ๆ เพื่อการสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน เป็นแรงผลักดันสำคัญของโลกาภิวัตน์ การดำเนินการขององค์การ การใช้ชีวิตในปัจจุบัน เช่น เทคโนโลยีที่มีมาตรการดีที่จะช่วยผลิตสินค้าและบริการได้ถูกลง ทำให้ลูกค้าหรือองค์การมีนวัตกรรมใหม่ ช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ เทคโนโลยีที่ช่วยในการสื่อสาร

การวิเคราะห์สิ่งแวดล้อม (Pest) นี้จะเป็นตัวบ่งชี้ถึงศักยภาพในการดำเนินธุรกิจในกลุ่มประเทศเป้าหมายนั้นๆ ในวงการธุรกิจจะทำการระดมความคิดก่อนวิเคราะห์สิ่งแวดล้อม (Pest) และทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกต่อไป

#### การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในอุตสาหกรรม (SWOT Analysis)

หลักการสำคัญของ SWOT ก็คือการวิเคราะห์โดยการสำรวจจากสภาพการณ์ 2 ด้าน คือ สภาพการณ์ภายในและสภาพการณ์ภายนอก ดังนั้นการวิเคราะห์ SWOT จึงเรียกได้ว่าเป็น การวิเคราะห์สภาพการณ์ (Situation Analysis) ซึ่งเป็นการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน เพื่อให้รู้ตนเอง (รู้เรา) รู้จักสภาพแวดล้อม (รู้เขา) ชัดเจน และวิเคราะห์โอกาส-อุปสรรค การวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ ทั้งภายนอกและภายในองค์กร ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารขององค์กรทราบถึงการเปลี่ยนแปลงต่างๆที่เกิดขึ้นภายนอกองค์กร ทั้งสิ่งที่ได้เกิดขึ้นแล้วและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคต รวมทั้งผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ที่มีต่อองค์กรธุรกิจ และจุดแข็ง จุดอ่อน และความสามารถด้านต่างๆ ที่องค์กรมีอยู่ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการกำหนดวิสัยทัศน์ การกำหนดกลยุทธ์และการดำเนินตามกลยุทธ์ขององค์กร ระดับองค์กรที่เหมาะสมต่อไป

#### การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน

จุดแข็ง (Strength) คือ ผลกระทบทางด้านบวกที่เกิดขึ้นจากสิ่งแวดล้อมภายในของ บริษัทหรือเป็นข้อได้เปรียบในการดำเนินธุรกิจ หรืออาจหมายถึงการดำเนินงานเป็นจุดเด่นของตนเอง ซึ่งต้องมีพิจารณาในทุกๆ องค์ประกอบ เช่น การตลาด การบริหาร การเงิน การผลิต การวิจัยและพัฒนา เป็นต้น เพื่อวิเคราะห์หาจุดแข็งและนำมากำหนดกลยุทธ์หรือแนวทางในการดำเนินงานต่างๆให้ตนเองมี



ความโดดเด่นหรือสร้างภาพลักษณ์ที่แตกต่างไปจากคู่แข่ง ตัวอย่างของจุดแข็งได้แก่ คุณภาพผลิตภัณฑ์ของบริษัท วิสัยทัศน์ของผู้บริหาร ฐานะทางการเงินที่มั่นคง เป็นต้น

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

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก

โอกาส (Opportunity) หมายถึง สภาพแวดล้อมภายนอกที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานของบริษัท หรืออาจหมายถึงผลกระทบที่เกิดจากสิ่งแวดล้อมภายนอกของธุรกิจที่ส่งผลทางด้านบวกต่อการดำเนินธุรกิจ ผู้บริหารจะต้องมีการตรวจสอบสิ่งแวดล้อมภายนอกอยู่เสมอเพื่อปรับปรุงกลยุทธ์ต่างๆ ให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ รวมทั้งต้องคาดคะเนการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น ภาวะเศรษฐกิจ สังคม การเมือง กฎหมาย เทคโนโลยี และการแข่งขันอยู่เป็นระยะๆ เพื่อแสวงหาประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอกเหล่านี้

อุปสรรค (Threat) หมายถึง สภาพแวดล้อมภายนอกที่คุกคามหรือมีผลต่อการดำเนินงานของบริษัท หรืออาจหมายถึงผลกระทบด้านลบของสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีต่อการดำเนินธุรกิจ ซึ่งผู้บริหารจำเป็นต้องระมัดระวังในสิ่งที่เป็นข้อจำกัดของการดำเนินธุรกิจเนื่องจากเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดความเสียหายได้ เราไม่สามารถเปลี่ยนแปลงหรือแก้ไขข้อจำกัดหรืออุปสรรคเพื่อไม่ให้เกิดขึ้นได้ แต่ถ้าเรามีการวิเคราะห์และคาดการณ์ล่วงหน้าถึงอุปสรรคที่จะเกิดขึ้นได้ เราก็จะสามารถหาทางป้องกันผลเสียที่อาจเกิดขึ้นให้น้อยลงไปได้ ตัวอย่างของอุปสรรคภายนอก ได้แก่ ภัยธรรมชาติต่างๆ ความแข็งแกร่งของคู่แข่ง ต้นทุนทางพลังงานที่สูงขึ้น การเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ย

#### 2.1.1.4 การวิเคราะห์ผลกระทบในทางเศรษฐกิจและสังคม

การวิเคราะห์ผลกระทบทางเศรษฐกิจจะพิจารณาภายใต้ระบบเศรษฐกิจของประเทศ เช่น การเปลี่ยนแปลงผลผลิตและการจ้างงาน ประชากรส่วนใดได้ประโยชน์หรือเกิดความสูญเสีย และการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางด้านสิ่งแวดล้อมเช่นทรัพยากรธรรมชาติ ผลกระทบต่อเศรษฐกิจท้องถิ่น เป็นต้น (วริศรา งามพินิจ, 2555)

องค์ประกอบของการวิเคราะห์ผลกระทบทางเศรษฐกิจ มีดังนี้

1. การศึกษาข้อมูลพื้นฐาน (Baseline Study) ได้แก่ การรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับโครงการ พื้นที่โครงการ ข้อมูลจากส่วนราชการ ข้อมูลจากการศึกษาวิจัย และข้อมูลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อวิเคราะห์และทำความเข้าใจสภาพแวดล้อมในปัจจุบันและผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น

2. การกำหนดขอบเขตการศึกษา (Scoping) ซึ่งได้แก่ การระบุผลกระทบที่มีความเป็นไปได้ (Possible Impact) รวมทั้งการใช้ทรัพยากรและการจัดลำดับความสำคัญของผลกระทบเพื่อการศึกษาวิเคราะห์ในชั้นรายละเอียด ผลกระทบใดที่คาดว่าจะไม่สำคัญก็อาจตัดทิ้ง การกำหนดขอบเขต

การศึกษาจะเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญเพื่อให้การศึกษามีความสอดคล้องกับความต้องการและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริง ดังนั้น ก่อนที่จะตกลงกำหนดขอบเขตการศึกษา จึงควรมีการรวบรวมความคิดเห็นและปรึกษาหารือกับส่วนราชการที่เกี่ยวข้องรวมทั้งตัวแทนชุมชนที่คาดว่าจะได้รับผลกระทบด้วย

3. การคาดคะเนผลกระทบ (Prediction) ได้แก่ การประมาณการขนาดของการเปลี่ยนแปลงสาเหตุที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง รวมทั้งผลกระทบสิ่งแวดล้อมที่สำคัญในอนาคตของโครงการ

4. การประเมินผลกระทบ (Evaluation) เพื่อประเมินความสำคัญของการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่มีต่อประเทศในรูปของวัตถุประสงค์และนโยบายทางเศรษฐกิจและสังคม ในการประเมินอาจใช้วิธีการเปรียบเทียบ นั่นคือการเปรียบเทียบกฎหมายหรือมาตรฐานและเงื่อนไขที่กำหนดไว้ เช่น เป็นพื้นที่คุ้มครองสิ่งแวดล้อมและสอดคล้องกับการยอมรับของชุมชนหรือสาธารณชน นอกจากนั้นยังควรประเมินผลกระทบโดยรวมของโครงการด้วยการประยุกต์ใช้หลักเกณฑ์ต้นทุนและผลตอบแทน เพื่อนำไปสู่การตัดสินใจว่าควรสนับสนุนหรือยับยั้งโครงการ

5. การปรับปรุงแก้ไข (Mitigation) เพื่อค้นหาวิธีการหรือมาตรการในการแก้ไขป้องกันและลดผลกระทบในทางลบ และวิธีการหรือมาตรการที่จะช่วยเพิ่มพูนผลกระทบในทางบวกให้ได้ประโยชน์สูงสุด รวมทั้งการลดต้นทุนของโครงการ

6. การสื่อสารทำความเข้าใจ (Communication) เพื่อสื่อสารผลกระทบที่เป็นไปได้ของโครงการต่อหน่วยงานและประชาชนที่คาดว่าจะได้รับผลกระทบในระหว่างกระบวนการ

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

1. ผลในทางบวก มีหลายประการ มองจากแง่ของการพัฒนา บุคคลอาจจะมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น อุดมสมบูรณ์ด้วยปัจจัย 4 สำหรับชีวิต ไม่ว่าจะเป็นเครื่องอุปโภคใช้สอย เครื่องบริโภคอันได้แก่ อาหารการกิน บ้านเรือน ที่อยู่อาศัย รวมทั้งการได้รับการบริการทางด้านสาธารณสุขต่างๆ อย่างเพียงพอ ในแง่อื่น บุคคลอาจได้รับการศึกษาที่ดีขึ้น มีความรู้ อีกนัยหนึ่งบุคคลที่อยู่ในชนชั้นที่ค่อนข้างต่ำ ขยับขึ้นไปอยู่ในระดับช่วงชั้นที่สูงและดีขึ้น มีความมั่นคงทางเศรษฐกิจ และได้รับการยอมรับนับถือ รวมทั้งมีชื่อเสียงในทางการเมืองด้วย

2. ผลในทางลบ กล่าวในแง่ของการเปลี่ยนแปลงไม่ว่าจะเกิดขึ้น ณ ที่ใด ย่อมหมายถึงว่าต้องมีการปรับตัว เริ่มตั้งแต่การปรับเปลี่ยนความรู้สึกนึกคิด ทศนคติ ค่านิยม รวมถึงการต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ซึ่งการเปลี่ยนแปลงนี้เกิดขึ้นค่อนข้างรวดเร็ว และมีจำนวนหลากหลาย บางคนก็อาจรู้ทันตามทันการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น และสามารถปรับตัว ปรับความคิด รวมทั้งค่านิยม และพฤติกรรมของตนให้รับการเปลี่ยนแปลงนั้นๆ ได้ แต่บางคนอาจปรับไม่ทัน รวมทั้งไม่ยอมรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น จนกลายเป็นการต่อต้านการเปลี่ยนแปลงนั้น

## 2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์และการประชุมนานาชาติ

### 2.1.2.1 นิยามศัพท์อุตสาหกรรมการไมซ์

ในระดับมหภาคยังคงมีข้อโต้แย้งเกี่ยวกับการบัญญัติศัพท์ของอุตสาหกรรมการประชุมซึ่งมีความเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว ในทวีปยุโรปความหมายของ Business Tourism ในออสเตรเลียใช้คำว่า Business Event ส่วนคำว่า MICE (Meeting Incentive Convention and Exhibition) จัดเป็นคำที่ใช้กันแพร่หลายและเป็นที่ยอมรับทั่วโลก ถึงแม้ว่าจะมีความหมายโดยนัยด้วยก็ตาม ประเทศแคนาดาใช้คำว่า MC&IT สำหรับความหมายในระดับจุลภาคจะใช้คำว่า Conference Congress Convention Meeting Symposium Colloquium Assembly Conclave Summit เป็นต้น

สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวอาเซียน (Asian Association of Convention and Visitor Bureaus: AACVB) ได้ให้คำจำกัดความของไมซ์ ว่าหมายถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเพื่อเข้าร่วมประชุมสัมมนา แสดงนิทรรศการ หรือแสดงสินค้านานาชาติ รวมถึงการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลอีกทั้งจัดให้ไมซ์ เป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรม 4 ประเภท จำแนกได้ดังนี้

1. Meeting (M: การประชุม) หมายถึง การประชุมของกลุ่มบุคคลหรือองค์กรหนึ่งเพื่อทำกิจกรรมเฉพาะโดยจัดเป็นการเฉพาะกิจ และมีการวางแผนไว้ล่วงหน้า เช่น การประชุมประจำปี การประชุมคณะกรรมการ เป็นต้น โดยจำแนกออกเป็น 3 ประเภท คือ

1.1 Association Meeting หมายถึง การประชุม การแลกเปลี่ยนข้อมูลของบุคคลในสาขาอาชีพเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน ระยะเวลาในการจัดประชุมประมาณ 4-5 วัน ใช้เวลาเตรียมงานอย่างน้อย 1 ปี โดยหมายรวมถึง Conference คือการที่ผู้เข้าร่วมประชุมจะปรึกษาหารือกัน เพื่อหาข้อเท็จจริงและแก้ไขปัญหา และ Congress คือการประชุมที่มีหัวข้อการประชุมมาจากการสนับสนุนของสมาชิก หรือองค์กรนั้นส่วนใหญ่มีการวางแผนล่วงหน้า 1 ปีขึ้นไป มีขนาดใหญ่กว่า Conference สำหรับ Symposium หมายถึง การประชุมของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางโดยการเสนอผลงานจากผู้เชี่ยวชาญในหัวข้อนั้นๆ เพื่อให้ที่ประชุมพิจารณาให้ความเห็น

1.2 Corporate Meeting ประเภทที่สอง คือ การประชุมของกลุ่มบุคคลที่มาจากองค์กรหรือบริษัทเดียวกันหรือเครือเดียวกัน ซึ่งมาจากหลายๆ ประเทศทั่วโลก ใช้เวลาเตรียมงานอย่างน้อย 1 ปี และมีขนาดการประชุมเล็กกว่า Association Meeting หรือการประชุมของกลุ่มบุคคลหรือผู้แทนจากหน่วยงานราชการ ซึ่งอาจมาจากหลายๆ ประเทศทั่วโลกก็ได้

1.3 Government Meeting การประชุมของกลุ่มบุคคล หรือผู้แทนจากหน่วยงานราชการและเป็นการจัดโดยหน่วยราชการ

2. Incentive Travel (I: การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล) หมายถึงรูปแบบการท่องเที่ยวที่เกิดจากการจัดนำเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแก่พนักงานหรือบุคคลที่สามารถปฏิบัติงานได้ตามเป้าหมายที่บริษัทวางไว้ โดยบริษัทหรือองค์กรเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นทั้งหมด จำแนกได้ 2 ลักษณะ คือ

2.1 ประเภทกลุ่ม (Group Incentive Travel) ซึ่งจัดนำเที่ยวแก่พนักงานเป็นกลุ่ม และเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป เนื่องจากประหยัดค่าใช้จ่าย ให้บริการแก่คนกลุ่มใหญ่

2.2 ประเภทบุคคล (Individual Incentive Travel) สำหรับประเภทบุคคล นักท่องเที่ยว มีสิทธิ์เลือกสถานที่ท่องเที่ยวได้ แต่ส่วนใหญ่กำหนดให้เป็นการท่องเที่ยวในประเทศ

3. Convention (C: การประชุมหรือการสัมมนา) มีลักษณะคล้ายกับ Meeting แต่จะแตกต่างกันที่จำนวนผู้เข้าร่วมประชุม (ขนาดการประชุม) ซึ่งจะมีมากกว่าตั้งแต่หลายร้อยคนจนถึงหมื่นคน และใช้เวลาเตรียมงานไม่ต่ำกว่า 2 ปี ส่วนใหญ่เป็นการประชุมระดับประเทศ ภูมิภาค จนถึงระดับนานาชาติ มักเป็นการจัดโดยสมาคม หรือองค์กรระดับนานาชาติหรือระดับรัฐบาล

4. Exhibition (E: การจัดนิทรรศการ หรืองานแสดงสินค้า) หมายถึง กิจกรรมที่จัดขึ้นช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งเพื่อแสดง/ขายสินค้า หรือบริการให้กับกลุ่มเป้าหมายโดยภายในงานอาจเปิดให้ประชาชนทั่วไปเข้าชมได้ จำแนกออกเป็น 3 ประเภท คือ

4.1 การจัดนิทรรศการ หรืองานแสดงสินค้าสำหรับผู้ประกอบการ (Trade Show)

4.2 การจัดนิทรรศการ หรืองานแสดงสินค้าสำหรับผู้บริโภค (Consumer Show)

4.3 การจัดนิทรรศการ หรืองานแสดงสินค้าสำหรับผู้ประกอบการและผู้บริโภค (Trade and Consumer Show) (วุฒิชชาติ สุนทรสมัย, 2552: 17)

ในการศึกษาวิจัยนี้ให้นิยามการประชุมนานาชาติ (Convention) หมายถึง การประชุมนานาชาติของกลุ่มบุคคลต่างองค์กรในสายวิชาชีพเดียวกันหรือใกล้เคียงกันเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลและความคิดเห็น

### 2.1.2.2 บทบาทและประโยชน์ของอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE)

ในอดีตไมซ์ (MICE) ถูกจัดเป็นภาคธุรกิจหนึ่งในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เนื่องจากกลุ่มลูกค้ามีการใช้บริการที่พักและบริการอื่นที่สัมพันธ์กัน แต่โดยความเป็นจริงแล้วไมซ์ เป็นอุตสาหกรรมของตัวเอง หรือ เป็น Business Sector ที่สามารถปรับเปลี่ยนเข้ากับภาคธุรกิจอื่นได้ คนส่วนใหญ่จะเห็นว่าไมซ์ มีบทบาทเป็นผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว แต่ในความเป็นจริงบทบาทสำคัญของไมซ์ คือ การพัฒนาเศรษฐกิจ การส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาธุรกิจและการพัฒนาทางอาชีพ การแลกเปลี่ยนในเชิงวิชาการและการวิจัยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการแพทย์ ตลอดจนพัฒนาการทางสังคมและวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการกระจายรายได้สู่ชุมชน (Cameron, 2009)

ประโยชน์ที่ได้รับจากการจัดกิจกรรมไมซ์ ยังก่อให้เกิดการสร้างงานและการกระจายรายได้สู่ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง มีรายได้เข้ารัฐหรือเมืองในรูปแบบของภาษีเงินได้จากรายรับของธุรกิจ พัฒนาศักยภาพของบุคลากร สร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน การประชาสัมพันธ์ประเทศ มีการขยายตัวและลงทุนในธุรกิจอื่นๆ มีโอกาสในการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ในด้านวิชาการมากขึ้น สร้างอาชีพทางด้านการท่องเที่ยวที่ถาวร เป็นต้น แม้ว่าการท่องเที่ยวทางธุรกิจ และการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน จะใช้

ระบบสาธารณสุขโลก และ สิ่งอำนวยความสะดวกเหมือนกัน แต่ประโยชน์ที่ได้รับมีความแตกต่าง และทำให้จุดหมายปลายทางนั้นมีความน่าสนใจยิ่งขึ้น (Roger, 2003, p. 23-25)

กำไรหรือผลตอบแทนจำนวนมากต่อครั้ง เป็นประโยชน์ลำดับแรกของธุรกิจประชุมสัมมนา ซึ่งโดยส่วนมากจะให้ความสำคัญกับคุณภาพสูง และต้นทุนที่สูง ดังนั้น ผลตอบแทนหรือรายได้ก็จะสูงตามไปด้วย นักท่องเที่ยวหรือนักธุรกิจที่มีอำนาจการใช้จ่ายสูง สามารถเพิ่มผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจให้กับประเทศเจ้าภาพ รวมถึงผลตอบแทนในการลงทุนในระบบสาธารณสุขโลกและการตลาด ข้อดีอีกประการหนึ่ง คือ การประชุมหรือกิจกรรมไม่มีฤดูกาล สามารถจัดได้ทุกเดือนในตลอดปี ซึ่งทำให้เกิดการจ้างงานถาวร ตรงกันข้ามกับการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ที่มีฤดูกาลกำหนดและการจ้างงานไม่ถาวร

ธุรกิจการประชุมสัมมนาเป็นการลงทุนที่เห็นผลในอนาคต โดยส่วนมากแล้วผู้จัดการประชุมสัมมนา นิทรรศการ หรือการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ย่อมหวังผลสำเร็จในการจัดงาน ซึ่งความสำเร็จนั้นขึ้นอยู่กับ การสร้างความประทับใจแก่ผู้เข้าร่วม ตลอดระยะเวลาการจัดงาน รวมถึงการนำชมสถานที่ที่สวยงามต่างๆ ด้วย สิ่งเหล่านี้ทำให้ผู้เข้าร่วมมีประสบการณ์ที่ดี ผู้เข้าร่วมบางคนอาจกลับมาเยือนอีกครั้ง ในฐานะนักท่องเที่ยวที่มาเพื่อพักผ่อน พร้อมครอบครัวหรือเพื่อน ในเทศกาลหรือวันหยุดต่างๆ หรือบางคนอาจตัดสินใจย้ายธุรกิจมาได้เช่นกัน (Davidson, 1994)

นอกจากนั้น ธุรกิจการประชุมสัมมนาอาจมีผลกระทบไม่มากต่อสภาพแวดล้อม (Green Tourism) เมื่อเทียบกับการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนโดยเปรียบเทียบแล้ว การประชุมสัมมนามีจำนวนคนไม่มาก แต่มีปริมาณการใช้จ่ายสูง ใช้บริการรถโดยสาร หรือขนส่งมวลชนในพื้นที่ ช่วยลดปัญหาด้านการจราจรและมลพิษ การให้ข้อมูลสามารถทำได้ง่าย เนื่องจากเดินทางมาเป็นกลุ่ม แต่อาจจะส่งผลกระทบต่อ การสร้างรายได้แก่ชุมชนในพื้นที่ (วุฒิชชาติ สุนทรสมัย, 2552: 18)

### 2.1.2.3 สถานการณ์ไมซ์ (MICE) ในประเทศ

รายงานแนวโน้มเศรษฐกิจโลก (Global Economic Prospects-GEP) ปี พ.ศ. 2558 คาดการณ์ว่าเศรษฐกิจโลกในปี พ.ศ. 2558 จะขยายตัวอยู่ที่ร้อยละ 3 เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.4 และในปี พ.ศ. 2560 จะอยู่ที่ร้อยละ 3.2 อันเป็นผลมาจากปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านราคาน้ำมันดิบที่ลดลงและ 2) ความเข้มแข็งเศรษฐกิจของสหรัฐฯ รวมไปถึงการฟื้นตัวของตลาดแรงงาน โดยคาดว่าเศรษฐกิจไทยจะขยายตัวในอัตราที่สูงขึ้นได้ในปี พ.ศ. 2558 - 2560 ทั้งนี้สถานการณ์ความขัดแย้งภายในประเทศในช่วงปี พ.ศ. 2557 นั้นส่งผลกระทบต่ออุปสงค์ภายในประเทศและการลงทุนอย่างมีนัยสำคัญ โดยอัตราการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจของไทยในระยะถัดไปนั้นขึ้นอยู่กับขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคการส่งออกไทยและเสถียรภาพทางการเมืองในระยะต่อไป โดยภาคการท่องเที่ยวของไทย คาดว่าจะขยายตัวในปี พ.ศ. 2558 หลังจากที่หดตัวในปี พ.ศ. 2557 โดยคาดว่าจำนวนนักท่องเที่ยวจะขยายตัวได้ราวร้อยละ 10 เมื่อเทียบกับปีที่แล้ว (ที่มา: สำนักงานส่งเสริมการประชุมและแสดงนิทรรศการไทย, 2558) เนื่องจากอุตสาหกรรมไมซ์เป็นอุตสาหกรรมที่มีความเชื่อมโยงกับภาวะเศรษฐกิจโลก ดังนั้น จากการคาดการณ์ทิศทางเศรษฐกิจโลกในเชิงบวกจะส่งผลเชิงบวกต่ออุตสาหกรรมไมซ์เช่นเดียวกัน

สถิติจากการประชุมสมาคมนานาชาติของ International Congress and Convention Association (ICCA) ในปี พ.ศ. 2556 กล่าวว่า มีการจัดประชุมของสมาคมนานาชาติทั่วโลกมากถึง 11,685 ครั้ง เพิ่มขึ้น จากปี พ.ศ. 2555 ที่มีจำนวน 11,150 ครั้ง คิดเป็นอัตราเติบโตเท่ากับร้อยละ 4.8 โดยมีอัตราเติบโตที่ชะลอลงตัวลงจากปี 2555 ทั้งนี้พบว่าภูมิภาคยุโรปยังคงเป็นภูมิภาคที่มีการจัดประชุมสมาคมนานาชาติมากเป็นอันดับหนึ่ง จำนวน 6,313 ครั้ง หรือคิดเป็นร้อยละ 54.03 ของจำนวนการประชุมทั้งหมดของโลก รองลงมาคือ ภูมิภาคลาตินอเมริกาและอเมริกาเหนือ จำนวน 2,534 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 21.08 จำนวนการประชุมทั้งหมด ภูมิภาคเอเชียและตะวันออกกลางมีการจัดประชุมสมาคมนานาชาติรวมกัน 2,463 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 21.08 ของจำนวนการประชุมทั้งหมดและภูมิภาคแอฟริกา การจัดประชุมสมาคมนานาชาติรวมกัน 375 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3.21 ของจำนวนการประชุมทั้งหมด ตามลำดับ (ที่มา: สำนักการส่งเสริมการประชุมและแสดงนิทรรศการไทย, 2558)

จากสถิติการประชุมสมาคมนานาชาติของ ICCA ล่าสุดในปี พ.ศ. 2556 พบว่าประเทศที่มีจำนวนการประชุมนานาชาติมากที่สุด คือ 1) สหรัฐอเมริกา 829 ครั้ง รองลงมาคือ 2) เยอรมนี 722 ครั้ง 3) สเปน 562 ครั้ง 4) ฝรั่งเศส 527 ครั้ง 5) สหราชอาณาจักร 525 ครั้ง 6) อิตาลี 447 ครั้ง 7) ญี่ปุ่น 342 ครั้ง 8) จีน 340 ครั้ง 9) บราซิล 315 ครั้ง และ 10) เนเธอร์แลนด์ 302 ครั้ง ตามลำดับ ส่วนประเทศไทยเป็นประเทศที่มีจำนวนการประชุมนานาชาติมากที่สุดอันดับที่ 29 ของโลก

**ตารางที่ 2.1** ประเทศที่มีการจัดการประชุมสมาคมนานาชาติสูงสุด 10 อันดับแรก ปี พ.ศ. 2556

| ลำดับ | ประเทศ       | จำนวน  |
|-------|--------------|--------|
| 1     | อเมริกา      | 829    |
| 2     | เยอรมัน      | 722    |
| 3     | สเปน         | 562    |
| 4     | ฝรั่งเศส     | 527    |
| 5     | อังกฤษ       | 525    |
| 6     | อิตาลี       | 447    |
| 7     | ญี่ปุ่น      | 342    |
| 8     | จีน          | 340    |
| 9     | บราซิล       | 315    |
| 10    | เนเธอร์แลนด์ | 302    |
| รวม   |              | 11,658 |

ที่มา: ICCA, 2013

ในการประชุมนานาชาติในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก พบว่าประเทศที่มีจำนวนการประชุมนานาชาติมากที่สุด จากสถิติการประชุมสมาคมนานาชาติ ICCA ในปี พ.ศ. 2556 พบว่า คือ 1) ญี่ปุ่น มีการประชุมสมาคมนานาชาติ มากที่สุด 342 ครั้ง รองลงมาคือ 2) จีน 340 ครั้ง 3) เกาหลีใต้ 260

ครั้ง 4) ออสเตรเลีย 231 ครั้ง 5) สิงคโปร์ 175 ครั้ง 6) อินเดีย 142 ครั้ง 7) ประเทศไทย 136 ครั้ง 8) ไต้หวัน 122 ครั้ง 9) มาเลเซีย 117 ครั้งและ 10) อินโดนีเซีย 106 ครั้ง ตามลำดับ

**ตารางที่ 2.2** ประเทศในกลุ่มเอเชีย-แปซิฟิกที่มีการจัดการประชุมสมัชชานาชาติสูงสุด 10 อันดับแรก ปี พ.ศ. 2556

| ลำดับ      | ประเทศ      | จำนวน        |
|------------|-------------|--------------|
| 1          | ญี่ปุ่น     | 342          |
| 2          | จีน         | 340          |
| 3          | เกาหลี      | 260          |
| 4          | ออสเตรเลีย  | 231          |
| 5          | สิงคโปร์    | 175          |
| 6          | อินเดีย     | 142          |
| 7          | ไทย         | 136          |
| 8          | ไต้หวัน     | 122          |
| 9          | มาเลเซีย    | 117          |
| 10         | อินโดนีเซีย | 106          |
| <b>รวม</b> |             | <b>2,463</b> |

ที่มา: ICCA, 2013

เมืองที่มีจำนวนการประชุมนานาชาติมากที่สุด ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ในปี พ.ศ. 2556 อันดับแรก คือ 1) สิงคโปร์ มีการประชุมสมคมนานาชาติ 175 ครั้ง รองลงมาคือ 2) โซล 125 ครั้ง 3) ปักกิ่ง 105 ครั้ง 4) กรุงเทพฯ 93 ครั้ง มีจำนวนเท่ากับ 5) ซิดนีย์ 93 ครั้ง 6) ฮองกง 89 ครั้ง 7) โตเกียว 79 ครั้ง 8) ไทเป 78 ครั้ง 9) เชียงไฮ้ 72 ครั้งและ 10) กัวลาลัมเปอร์ มี จำนวน 68 ครั้ง ตามลำดับ

**ตารางที่ 2.3** เมืองกลุ่มเอเชีย-แปซิฟิกที่มีการจัดการประชุมสมคมนานาชาติสูงสุด 10 อันดับแรก ปีพ.ศ. 2556

| ลำดับ | ประเทศ        | จำนวน |
|-------|---------------|-------|
| 1     | สิงคโปร์      | 175   |
| 2     | โซล           | 125   |
| 3     | ปักกิ่ง       | 105   |
| 4     | กรุงเทพฯ      | 93    |
| 5     | ซิดนีย์       | 93    |
| 6     | ฮองกง         | 89    |
| 7     | โตเกียว       | 79    |
| 8     | ไทเป          | 78    |
| 9     | เชียงไฮ้      | 72    |
| 10    | กัวลาลัมเปอร์ | 68    |

ที่มา: ICCA, 2013

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น สะท้อนให้เห็นว่าประเทศไทยมีความสามารถในการรองรับการประชุมนานาชาติระดับสากล ทั้งในระดับโลกและระดับเอเชียแปซิฟิก ไม่เพียงแต่ความพร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกด้านอุตสาหกรรมไมซ์เพียงเท่านั้น แต่จะต้องพิจารณาอยู่คู่ขนาน ในขณะเดียวกัน กรุงเทพมหานครถือเป็นสถานที่จัดงานที่สำคัญเนื่องจากความพร้อมในด้านต่างๆ อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาในด้านปัจจัยการตัดสินใจ เลือกสถานที่จัดการประชุม อาจจะต้องพิจารณาบทบาทของประเทศไทยในด้านต่างๆ เช่น ด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมในเวทีโลก

**สถานการณ์การประชุมนานาชาติในระดับอาเซียน** สถานการณ์อุตสาหกรรมไมซ์ของอาเซียนในภาพรวม จากการประเมินการใช้จ่ายเพื่อการเดินทางท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียนของ The World Travel & Tourism Council (WTTC) ในรายงาน Travel & Tourism Economic Impact: SOUTH EAST ASIA 2015 พบว่าการใช้จ่ายเพื่อการเดินทางท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการดำเนินการทาง



ธุรกิจภายในภูมิภาคอาเซียน ปี พ.ศ. 2557 มีมูลค่า 60.70 พันล้าน ดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 27.75 ของมูลค่าการใช้จ่ายเพื่อการเดินทางท่องเที่ยวในอาเซียนทั้งหมด ขณะที่การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนทั่วไปมีมูลค่า 158.00 พันล้านดอลลาร์ สหรัฐฯ คิดเป็นร้อยละ 72.25 ของการใช้จ่ายเพื่อการเดินทางท่องเที่ยวในอาเซียนทั้งหมด

ภาพรวมตลาดการจัดประชุมสมาคมนานาชาติ ในภูมิภาคอาเซียนจากการสำรวจการจัดประชุมสมาคมนานาชาติของ ICCA พบว่าตลาดการจัดประชุมสมาคมนานาชาติในภูมิภาคอาเซียน ปี พ.ศ. 2553 - 2557 มีจำนวนการจัดประชุมเฉลี่ย 633 ครั้ง ตอบและผู้เข้าร่วมการประชุมเฉลี่ยปีละ 273,562 คน ทั้งนี้การสำรวจการจัดประชุมสมาคมนานาชาติของ ICCA กล่าวว่าปี พ.ศ. 2557 ภูมิภาคอาเซียนมีการจัดประชุมสมาคมนานาชาติจำนวน 584 ครั้ง ลดลงจากปี พ.ศ. 2556 ร้อยละ 16.93 ขณะที่ผู้เข้าร่วมการประชุมสมาคมนานาชาติมีจำนวนรวม 239,706 คน ลดลงจากปี พ.ศ. 2556 ร้อยละ 24.91 ตามลำดับ

สำหรับผลการสำรวจการจัดประชุมสมาคมนานาชาติในอาเซียนโดยจำแนกตามสถานที่ประชุมของ ICCA พบว่าการจัดประชุมสมาคมนานาชาติในภูมิภาคอาเซียน ปี 2557 ส่วนใหญ่เป็นจัดประชุมโดยใช้สถานที่ในโรงแรมมากที่สุด คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 56.53 ของจำนวนการจัดประชุมสมาคมนานาชาติ ทั้งหมด รองลงมา คือ ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้า มีสัดส่วนร้อยละ 23.37 มหาวิทยาลัย มีสัดส่วนร้อยละ 17.09 และสถานที่อื่นๆ มีสัดส่วนร้อยละ 3.02 ตามลำดับ

ธุรกิจที่มีการจัดประชุมสมาคมนานาชาติในภูมิภาคอาเซียนที่มีจำนวนมากที่สุด 10 อันดับแรก ปี พ.ศ. 2557 จากการสำรวจของ ICCA คือ สาขาวิทยาศาสตร์การแพทย์ (Medical Sciences) มีจำนวนมากที่สุด จำนวน 140 ครั้ง รองลงมา คือ สาขาเกี่ยวเนื่องกับเทคโนโลยี (Technology) จำนวน 111 ครั้ง สาขาด้านวิทยาศาสตร์ (Science) จำนวน 70 ครั้ง สาขาอุตสาหกรรม (Industry) จำนวน 55 ครั้ง สาขาการศึกษา (Education) จำนวน 52 ครั้ง สาขาการจัดการธุรกิจ (Management) จำนวน 42 ครั้ง สาขาการขนส่งและการสื่อสาร (Transport & Communication) จำนวน 36 ครั้ง สาขาเศรษฐศาสตร์ (Economics) จำนวน 28 ครั้ง สาขาสังคมศาสตร์ (Social Sciences) จำนวน 23 ครั้ง สาขาวัฒนธรรมและการสร้างสรรค์ (Culture & Ideas) จำนวน 21 ครั้ง ตามลำดับ

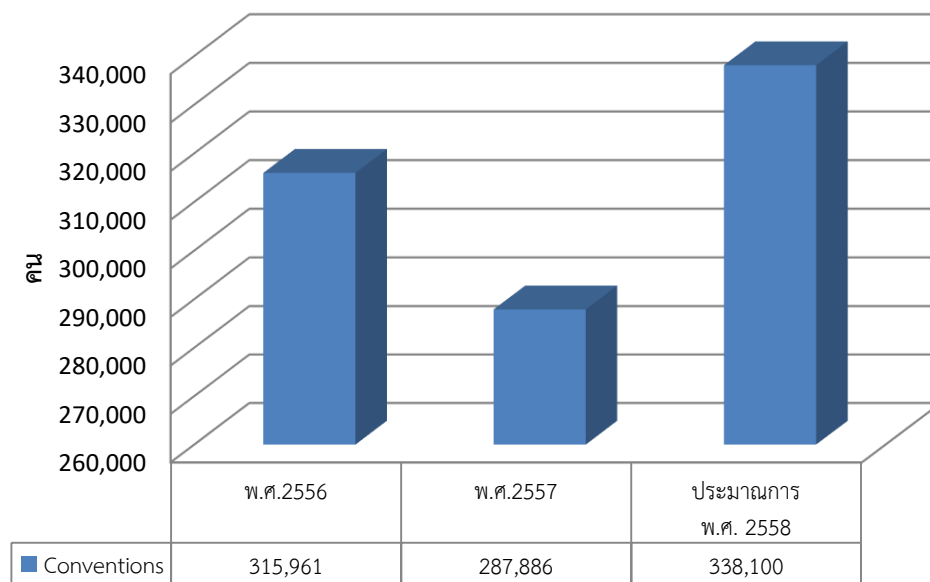
### **สถานการณ์การประชุมนานาชาติของประเทศไทย**

อุตสาหกรรมไมซ์เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีการเจริญเติบโตสูงที่สุดของไทยและมีส่วนสำคัญต่อมูลค่าโดยรวมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว อุตสาหกรรมไมซ์ของไทยมีการเติบโตอย่างสูงต่อเนื่องกันมาตลอดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553 โดยระหว่างปี พ.ศ. 2553 - 2556 จำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นจาก 679,585 คน เป็นจำนวน 1,013,502 คน หรือเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 49.14 และมีรายได้จากอุตสาหกรรมไมซ์เติบโตจาก 53,515 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2553 เป็น 88,485 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2556 หรือเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 65.35 ข้อมูลในปี พ.ศ. 2557 พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากอุตสาหกรรมไมซ์ลดลงจากปี พ.ศ. 2556 โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยว 919,164 คนและมีรายได้รวม 80,800

ล้านบาท หรือลดลงร้อยละ 9.30 และ 8.69 ตามลำดับ ทั้งนี้ เนื่องจากสถานการณ์ภายในประเทศซึ่งอาจส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางและการจัดงานสำหรับธุรกิจกลุ่มไมซ์ในไทยได้ อย่างไรก็ตาม สถานการณ์นักท่องเที่ยวและรายได้จากอุตสาหกรรมไมซ์ในไตรมาสแรกของปี พ.ศ.2558 เริ่มมีสัญญาณเข้าสู่ภาวะปกติ โดยมีอัตราการเติบโตเมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันในปี พ.ศ. 2557 ร้อยละ 3.00 และร้อยละ 3.30 ตามลำดับ

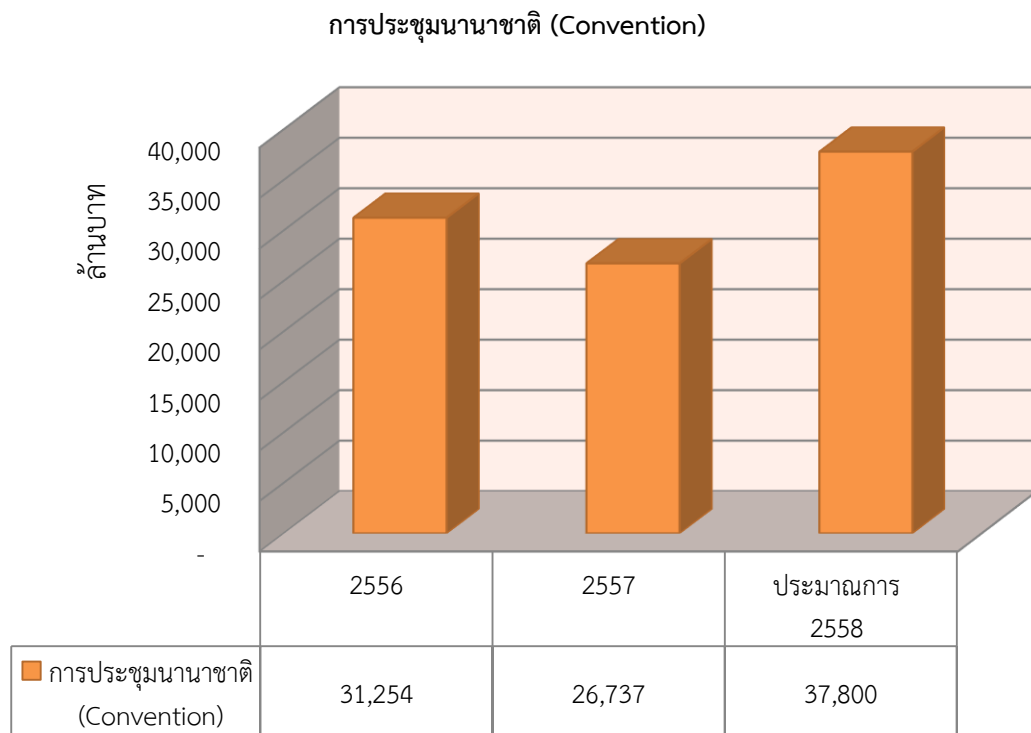
เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวของไทยกับจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากอุตสาหกรรมไมซ์ในปี พ.ศ. 2557 พบว่าไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งสิ้น 24,779,768 คนและมีรายได้จากการท่องเที่ยวรวม 1,147,654 ล้านบาท ในขณะที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวไมซ์เพียงร้อยละ 919,164 คน สามารถสร้างรายได้รวม 80,800 ล้านบาท โดยจะเห็นได้ว่าสัดส่วนนักท่องเที่ยวไมซ์เพียงร้อยละ 3.71 ต่อนักเดินทางทั้งหมด สามารถสร้างรายได้รวมคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 7.04 ต่อรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งหมด หรือคำนวณได้ว่ารายได้ที่ได้รับจากนักท่องเที่ยวทั่วไปในปี พ.ศ. 2557 เท่ากับ 46,314 บาทต่อคน เปรียบเทียบกับรายได้ที่ได้รับจากนักท่องเที่ยวไมซ์ในปีเดียวกัน 87,906 บาทต่อคน ซึ่งมีความแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด ดังนั้น นักเดินทางไมซ์จึงจัดเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีคุณภาพ (Quality Visitors) และอุตสาหกรรมไมซ์จัดเป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพ (Potential Industry) สำหรับภาคการท่องเที่ยวของไทย

การประชุมนานาชาติ (Convention)



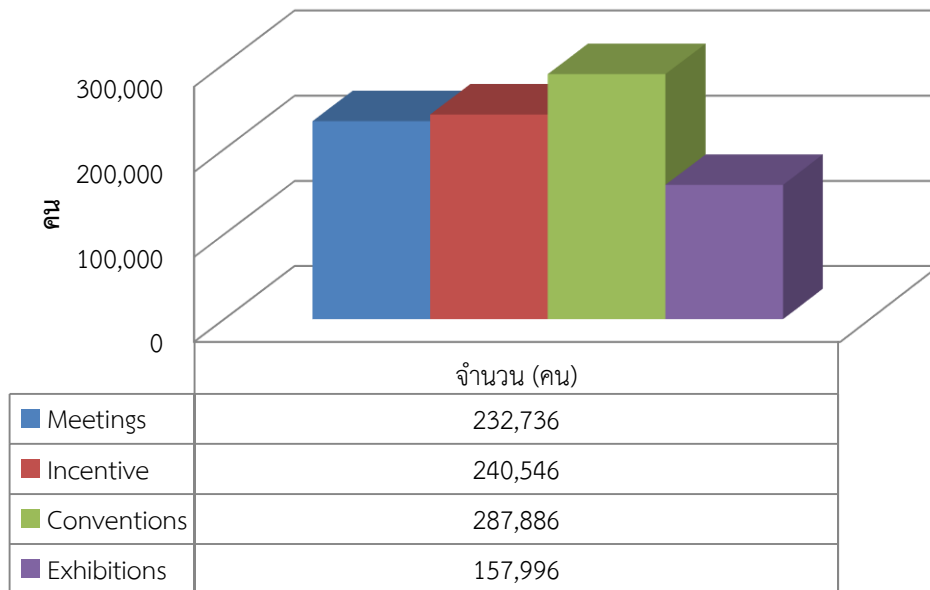
ภาพที่ 2.4 จำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อการประชุมนานาชาติ

ข้อมูลจากสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ดังภาพที่ 2-4 พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อการประชุมนานาชาติปี พ.ศ. 2557 มีจำนวนทั้งสิ้น 287,886 คน โดยในปี พ.ศ. 2556 มีนักท่องเที่ยวจำนวน 315,961 คน ลดลงทั้งสิ้นจำนวน 28,075 คน หรือประมาณร้อยละ 8.89 ทั้งนี้เกิดจากสถานการณ์ทางการเมืองและปัญหาเศรษฐกิจโลก อย่างไรก็ตาม การคาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อการประชุมนานาชาติในปี พ.ศ. 2558 จะมีจำนวน 338,100 คน หรือร้อยละ 17.44 ทั้งนี้ในปี พ.ศ. 2558 ประเทศไทยได้รับเลือกให้เป็นสถานที่จัดการประชุมนานาชาติที่มีชื่อเสียง เช่น การประชุมค่ายผู้นำรุ่นใหม่เพื่อสังคม 2558 (One Young World 2015) และการประชุมทันตแพทย์โลก (FDI Bangkok 2015) ประกอบกับนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์



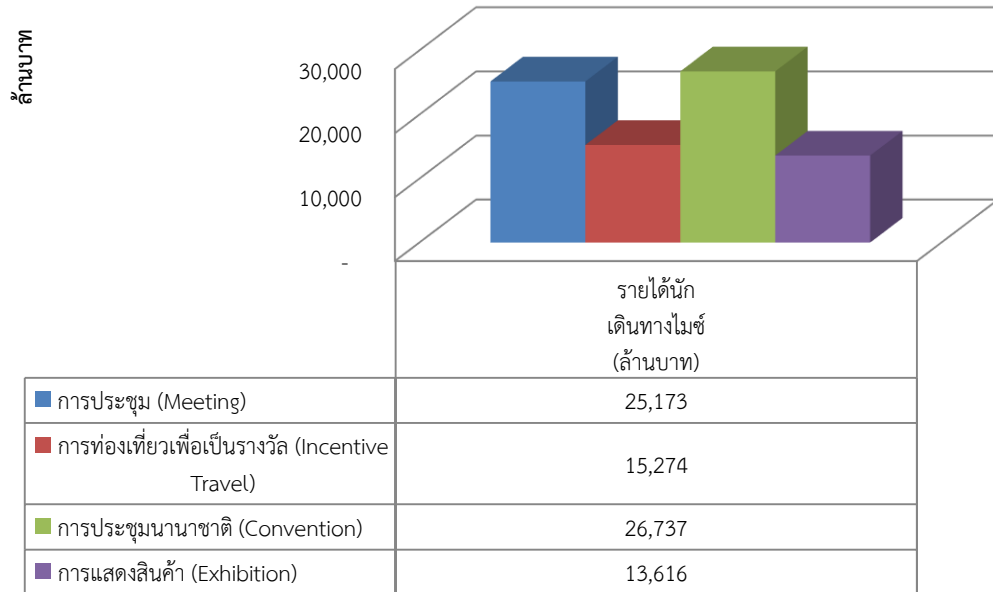
ภาพที่ 2.5 รายได้นักเดินทางเพื่อการประชุมนานาชาติ

โดยหากพิจารณาในด้านรายได้ พบว่า รายได้จากนักท่องเที่ยวเพื่อการประชุมนานาชาติ ปี พ.ศ. 2557 มีจำนวน 26,737 ล้านบาท และปี พ.ศ. 2556 มีรายได้ 31,254 ล้านบาท ลดลง 4,517 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 14.45 โดยการคาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อการประชุมนานาชาติในปี พ.ศ. 2558 ส่งผลให้การคาดการณ์รายได้ที่จะเกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2558 จำนวน 37,800 ล้านบาท เพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 41.38



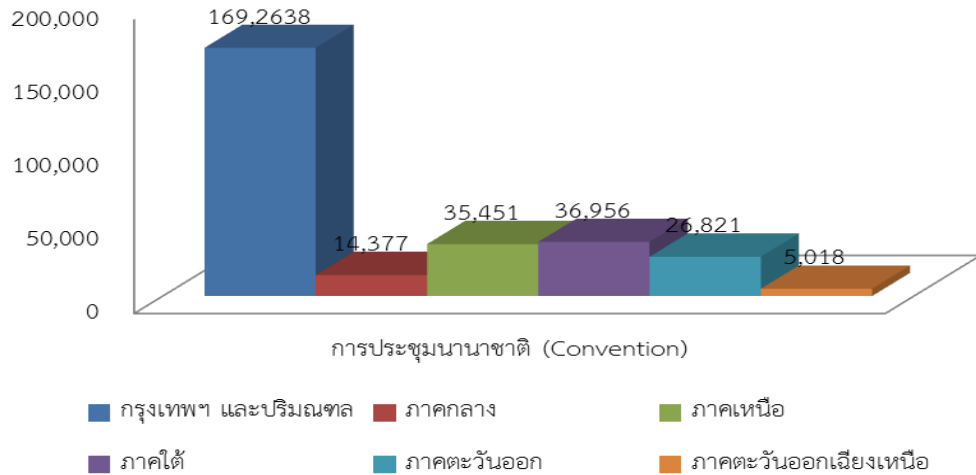
ภาพที่ 2.6 จำนวนนักเดินทางจำแนกรายธุรกิจ

หากพิจารณาข้อมูลธุรกิจในกลุ่มไมซ์จำแนกรายประเภทธุรกิจ ดังภาพ 2 - 6 คือ M = Meeting, I = Incentive, C = Convention และ E = Exhibition พบว่า จากจำนวนนักเดินทางไมซ์ทั้งหมด จำนวนทั้งสิ้น 919,164 คน นักเดินทางที่มีจำนวนสัดส่วนมากที่สุด คือ นักเดินทางเพื่อการประชุมนานาชาติ (Convention) จำนวน 287,886 คน คิดเป็นร้อยละ 31.32 รองลงมาเป็น นักเดินทางจากการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive) จำนวน 240,546 คน คิดเป็นร้อยละ 26.17 รองลงมาคือนักเดินทางเพื่อการประชุมองค์กร (Meeting) จำนวน 232,736 คน คิดเป็นร้อยละ 25.32 และนักเดินทางเพื่อการแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibition) จำนวน 157,996 คน คิดเป็นร้อยละ 17.19 ตามลำดับ



ภาพที่ 2.7 รายได้นักเดินทางจำแนกรายธุรกิจ

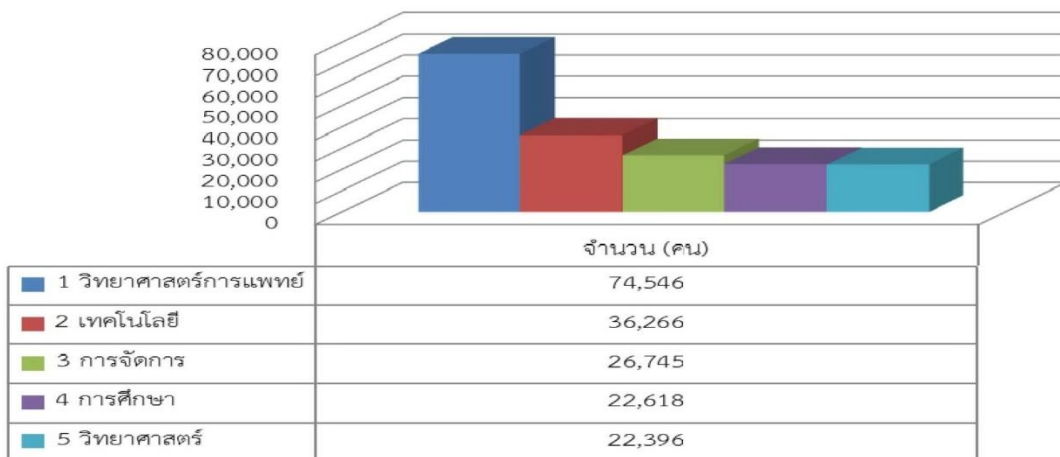
ในด้านรายได้ในกลุ่มไมซ์จำแนกรายประเภทธุรกิจ ดังภาพ 2-7 พบว่าการประชุมนานาชาติสามารถสร้างรายได้เป็นลำดับที่ 1 จาก 4 ประเภทธุรกิจ คือ รายได้รวมจากธุรกิจการประชุมนานาชาติ (Convention) รวมจำนวน 26,737 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 33.09 รองลงมาคือ รายได้จากธุรกิจเดินทางเพื่อการประชุมองค์กร (Meeting) จำนวน 25,173 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 31.15 รายได้จาก การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive) จำนวน 15,274 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 18.90 และธุรกิจ การแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibition) จำนวน 13,616 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 16.85 ตามลำดับ จากข้อมูลสะท้อนให้เห็นว่า การประชุมนานาชาติเป็นกลุ่มธุรกิจในอุตสาหกรรมไมซ์ที่มีคุณภาพและสร้างโอกาสให้กับประเทศไทยได้อย่างมาก



ภาพที่ 2.8 จำนวนผู้เดินทางเพื่อการประชุมนานาชาติจำแนกตามภูมิภาค

จำนวนผู้เดินทางเพื่อการประชุมนานาชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย ดังภาพ 2-8 พบว่ากรุงเทพฯ และปริมณฑลมีจำนวนผู้เดินทางมากที่สุด ทั้งสิ้น 169,263 คน รองลงมาเป็นภาคใต้เป็นจำนวน 36,956 คน และภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคกลางและภาคตะวันออกเฉียงเหนือตามลำดับ จากข้อมูลสะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพในเชิงพื้นที่ได้เป็นผลมาจากปัจจัยสำคัญด้านการรองรับของพื้นที่ ได้แก่ จำนวนศูนย์กลางประชุม โรงแรมเพื่อการประชุม รวมไปถึงการคมนาคมขนส่งและความพร้อมด้านการท่องเที่ยวซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ในการจัดการการประชุมนานาชาติ

**หัวข้อการประชุมวิชาชีพ**

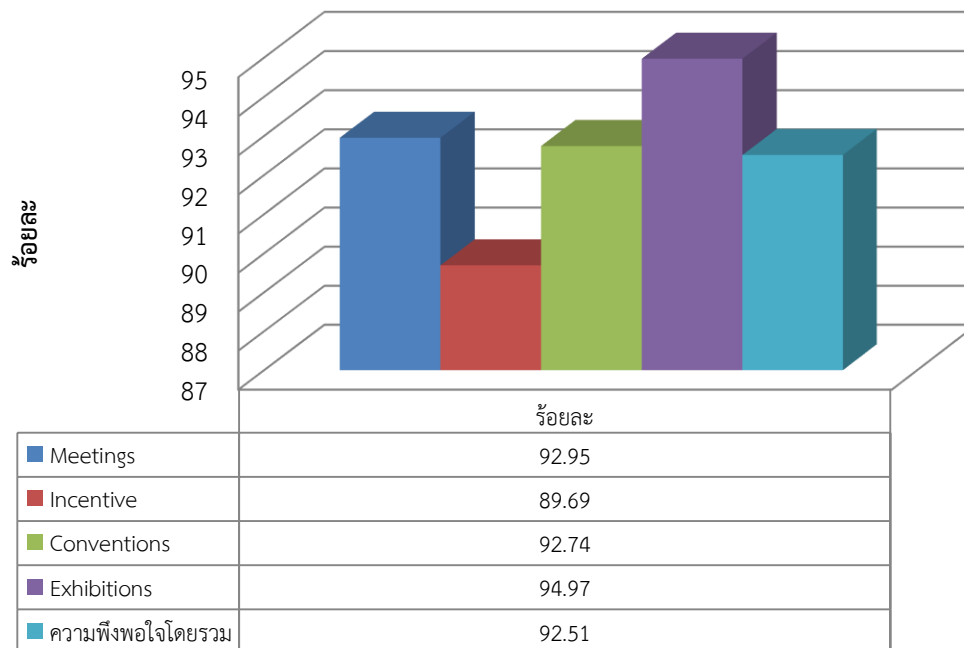


ภาพที่ 2.9 กลุ่มวิชาชีพที่จัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทย

การประชุมวิชาชีพนานาชาติในปี พ.ศ. 2557 ที่ผ่านพบว่า จำนวนวิชาชีพที่มีจำนวนผู้เข้าร่วมการประชุมสูงสุด คือ กลุ่มวิทยาศาสตร์การแพทย์ (74,546 คน) รองลงมาคือ กลุ่มเทคโนโลยี (36,266 คน) กลุ่มการจัดการ (26,745 คน) การศึกษา (22,618 คน) และกลุ่มวิทยาศาสตร์ (22,396 คน) ตามลำดับ ดังภาพ 4-6 จากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าประเทศไทยในมีกลุ่มวิทยาศาสตร์การแพทย์และกลุ่มเทคโนโลยีที่มีศักยภาพในประเทศ จำนวนการประชุมที่จะเกิดขึ้นจะส่งกระทบเชิงบวกในทางสังคมด้านต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาสู่การเป็นศูนย์กลางด้านนั้น การส่งเสริมการวิจัยและการพัฒนาองค์ความรู้ในกลุ่มห่วงโซ่อุตสาหกรรมดังกล่าว ในขณะที่เดียวกันก่อให้เกิดผลกระทบทางอ้อมในด้านอุตสาหกรรมไมซ์และการท่องเที่ยวอีกด้วย อย่างไรก็ตาม จำนวนการประชุมที่เกิดขึ้นจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องอาศัยขีดความสามารถของภาคส่วนต่างๆ หรือองค์กรสมาคมและวิชาชีพที่ของกลุ่มต่างๆ ที่มีความเข้มแข็งและเป็นเข้าไปมีบทบาทสำคัญคือกลไกระดับนานาชาติในการเสนอความพร้อมของประเทศไทยในการเป็นสถานที่หลักของการประชุมนานาชาติ

ในมุมมองด้านการส่งเสริมและการพัฒนาคุณภาพการให้บริการ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ความสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพการให้บริการและการอำนวยความสะดวก โดยสำนักงานส่งเสริมการประชุมและแสดงนิทรรศการได้กำหนดมาตรการให้การสนับสนุนบริการไมซ์เลน (MICE LANE) เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักเดินทางกลุ่มไมซ์จากเครื่องบินไปสู่ด่านตรวจคนเข้าเมือง ณ สนามบินสุวรรณภูมิ โดยผู้จัดงานไมซ์ในประเทศไทยที่ต้องการรับการสนับสนุนตามมาตรการดังกล่าวต้องเป็นงานที่สนับสนุนให้การสนับสนุนเท่านั้น ทั้งนี้ ผู้จัดงานไมซ์สามารถขอการใช้บริการต้อนรับแขกระดับสูงผ่านบริการไมซ์เลนเพื่อความสะดวกตั้งแต่เดินทางถึงสนามบินจนถึงเดินทางออกจากสนามบิน โดยการบริการไมซ์เลนคือ การบริการดูแลและต้อนรับแขกระดับสูงตั้งแต่ประตูทางออก การแนะนำ และการนำไปยังด่านตรวจคนเข้าเมือง การช่วยเหลือในการรับกระเป๋าเดินทาง และการนำแขกระดับสูงส่งต่อไปยังผู้จัดงาน (Organizer) ที่มารอรับที่สนามบิน

ความพึงพอใจของนักเดินทางไมซ์ต่อการใช้บริการไมซ์เลน



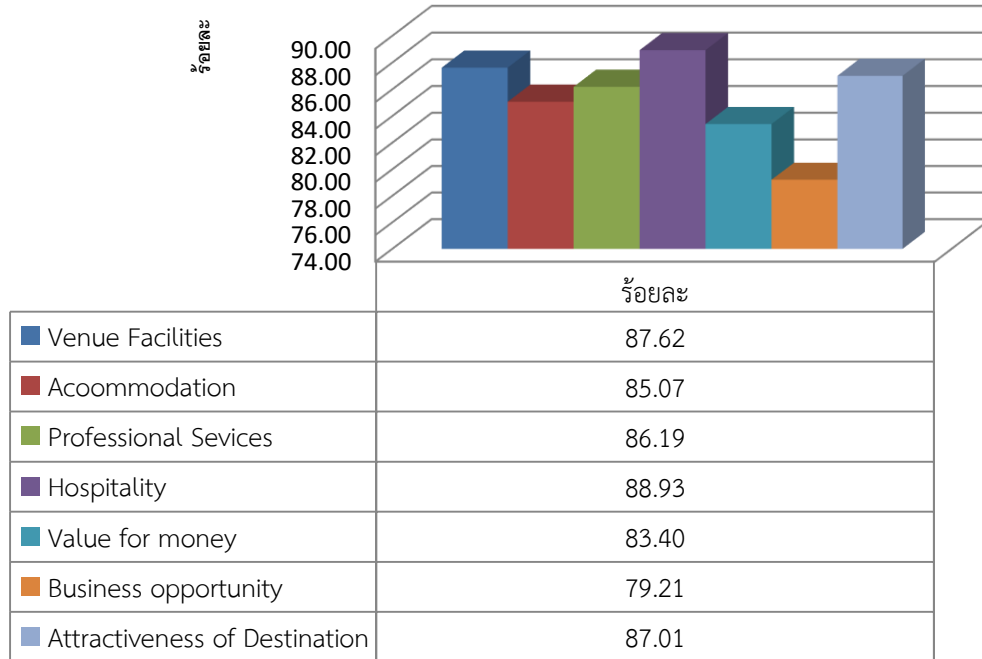
ภาพที่ 2.10 ความพึงพอใจของนักเดินทางไมซ์ต่อการใช้บริการไมซ์เลน

จากการสำรวจความพึงพอใจของนักเดินทางไมซ์ต่อการใช้บริการไมซ์เลน ดังภาพ 2-10 พบว่าความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับสูง ร้อยละ 92.51 โดยหากจำแนกตามประเภทธุรกิจพบว่า นักเดินทางเพื่อการประชุม (Convention) มีระดับความพึงพอใจร้อยละ 92.74 จัดเป็นอันดับที่สาม โดยนักเดินทางเพื่อการแสดงสินค้าและนิทรรศการความพึงพอใจเป็นอันดับหนึ่ง ร้อยละ 94.97 และการประชุมองค์กร ร้อยละ 92.95 และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลอันดับสุดท้าย ร้อยละ 89.69 (ที่มา: สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2558)

ความพึงพอใจโดยรวมของนักเดินทางเพื่อประชุมนานาชาติ ดังภาพ 2-11 พบว่านักเดินทางเพื่อการประชุมนานาชาติมีความพึงพอใจต่ออสังหาริมทรัพย์ (Hospitality) เป็นลำดับที่หนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 88.93 ความพึงพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวกของศูนย์ประชุม (Venue Facility) เป็นลำดับที่สองร้อยละ 87.62 ความพึงพอใจต่อความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attractive of Destination) เป็นลำดับที่สองร้อยละ 87.01 และความเป็นมืออาชีพด้านการบริการ (Professional Service) ที่พักแรม (Accommodation) ความคุ้มค่า (Value of Money) และโอกาสทางธุรกิจ (Business Opportunity) ตามลำดับ



ความพึงพอใจโดยรวมของนักเดินทางเพื่อประชุมนานาชาติ



ภาพที่ 2.11 ความพึงพอใจโดยรวมของนักเดินทางเพื่อประชุมนานาชาติ

จากข้อมูลสะท้อนให้เห็นว่านักเดินทางเพื่อการประชุมนานาชาติมีความพึงพอใจต่อทุกด้าน กล่าวได้ว่าภาพรวมประเทศไทยสามารถส่งมอบบริการในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการจัดการประชุมอยู่ในระดับดี โดยเฉพาะด้านมิตรไมตรียังถือเป็นจุดแข็งสำคัญที่สามารถสร้างความพึงพอใจกับนักเดินทางกลุ่มดังกล่าวนี้ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากลักษณะของการประชุมนานาชาติเป็นลักษณะของการทางท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ (Business Tourism) จึงจำเป็นอย่างที่จะต้องให้ความสำคัญต่อการสร้างความพึงพอใจต่อการสร้างโอกาสทางธุรกิจโดยการเชื่อมโยงกับภาคส่วนต่างๆ ที่มีความเกี่ยวข้อง ทั้งนี้ เพื่อให้การต่อยอดหรือโอกาสทางธุรกิจและสังคมที่จะนำมาซึ่งผลกระทบเชิงบวกทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมต่อไป

#### 2.1.2.4 ประวัติความเป็นมาของอุตสาหกรรมการประชุม

ตราบนานเท่าที่มีคนอยู่ ก็จะมีการประชุม Montgomery & Strick (1995, p.4) พบหลักฐานจากนักมนุษยวิทยาว่า คนในยุคโบราณมีพื้นที่ส่วนกลางสำหรับรวมตัวกัน เพื่อพูดคุย แลกเปลี่ยน ความสนใจที่เกี่ยวกับชุมชน เช่น การวางแผนการล่าสัตว์ กิจกรรมการสู้รบ การเจรจาเพื่อสันติ หรือการเฉลิมฉลองของเผ่าพันธุ์ ส่วนในเมืองจะมีจุดศูนย์กลางในการพบปะ พูดคุย หรือทำการค้าขายระหว่างกัน

อุตสาหกรรมการประชุม (Convention Industry) เติบโตอย่างต่อเนื่องในยุโรปตะวันตก และสหรัฐอเมริกา ระหว่างปลายศตวรรษที่ 19 จนถึงต้นศตวรรษที่ 20 โดยส่วนใหญ่จะเป็นการประชุมระหว่างนักธุรกิจและผู้ประกอบการ (Rogers, 2003, p.2) และรวมไปถึงบุคคลที่รวมตัวกันเพื่อแลกเปลี่ยนเรื่องการเมือง ศาสนา งานเขียน การพักผ่อนหย่อนใจและอื่นๆ (Flak & Pizam, 1991, p.111) ต่อมาได้มีการจัดตั้งหน่วยงานของรัฐบาล (Convention Visitor Bureaus : CVB) ที่คอยอำนวยความสะดวกในการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอุตสาหกรรมประชุมระหว่างสมาชิก ตลอดจนส่งเสริมความเป็นมืออาชีพในการหาลูกค้า และการให้บริการจัดประชุม

การเติบโตอย่างต่อเนื่องของอุตสาหกรรมประชุม เนื่องจากปัจจัยเกื้อหนุนด้านอุปสงค์ และอุปทาน (Lawson, 2000, p.11) ซึ่งปัจจัยบางส่วนสนับสนุนการเติบโตของการท่องเที่ยวเช่นกัน เช่น การเพิ่มขึ้นของรายได้ ความสนใจและความชื่นชอบการเดินทาง การมีเวลาว่างมากขึ้น การพัฒนาด้านการคมนาคมขนส่งและเทคโนโลยี เป็นต้น

จากปริมาณความต้องการการประชุม และประโยชน์ทางเศรษฐกิจจำนวนมาก ทำให้ประเทศต่างๆ ทั่วโลก จัดสรรงบประมาณในการลงทุนพัฒนาโครงสร้าง ระบบสาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน โดยมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานประชุมของชาติหรือของท้องถิ่น ช่วยส่งเสริมและดูแลเกี่ยวกับกระบวนการคัดเลือกสถานที่จัดประชุม (Lawson, 2000) ในเวลา 5-10 ปีที่ผ่านมา ไม่เพียงแต่การลงทุนในอุตสาหกรรมประชุมในแถบทวีปยุโรป สหรัฐอเมริกา และออสเตรเลียเท่านั้น ประเทศในแถบเอเชียแปซิฟิก ก็มีโครงการลงทุนมหาศาลใน การพัฒนาระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น การสร้างศูนย์ประชุมพีช (Pattaya Exhibition and Convention Hall: PEACH) ในประเทศไทย

อุตสาหกรรมประชุมในปัจจุบัน เป็นภาคธุรกิจหนึ่งในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มีการเปลี่ยนแปลงเรื่องราคาราคาอย่างมาก และช่วยลดช่องว่างของฤดูกาลท่องเที่ยวลง (Oppermann, 1996) อุตสาหกรรมประชุมสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพ ที่มีปริมาณการใช้จ่ายสูง ระยะเวลาการพำนักยาวนาน และกลับมาใช้บริการอีกครั้ง (วุฒิชชาติ สุนทรสมัย, 2552: 16-17)

#### 2.1.2.5 การศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาธุรกิจการประชุม

การศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาธุรกิจการประชุม ต้องคำนึงถึงโครงสร้างอุตสาหกรรมประชุม (Roger, 2003: 27-62) โดยเฉพาะความพร้อมในส่วนของผู้จัดหา (Suppliers)

ตารางที่ 2.4 โครงสร้างอุตสาหกรรมการประชุม

| โครงสร้างอุตสาหกรรมการประชุม                           |   |   |   |
|--|---|---|---|
| ผู้ซื้อ  | ผู้จัดหา  | ตัวแทนและตัวกลาง                                | หน่วยงานอื่น  |
| องค์กร ห้าง ร้าน<br>สมาคม<br>ภาครัฐบาล<br>ผู้ประกอบการ | สถานที่จัดงาน<br>จุดหมายปลายทาง<br>ผู้จัดหาประเภทอื่น | บริษัทรับจัดงาน<br>บริษัทนำเที่ยว<br>ตัวแทนอื่น | สมาคมการค้า<br>สื่อธุรกิจ<br>องค์กรการท่องเที่ยว<br>บริษัทที่ปรึกษา<br>สถาบันการศึกษา |

ที่มา: The Structure of Conference Industry (Roger, 2003 in Conference and Convention: A Global Industry)

1. สถานที่จัดงาน (Venues)

1.1 ธุรกิจที่พัก ส่วนมากแล้วคิดเป็นร้อยละ 75 ของสถานที่จัดงาน โรงแรมหลายแห่งมีสถานที่จัดประชุมเป็นของตัวเอง โรงแรมบางแห่งไม่มีห้องจัดประชุม แต่อยู่ใกล้สถานที่จัดประชุมก็สามารถได้ประโยชน์จากการประชุมเช่นกัน การรับจัดงานให้กับสมาคมระดับชาติและนานาชาติ สามารถช่วยประชาสัมพันธ์ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่โรงแรม โรงแรม Chains ให้มีความสำคัญในการออกแบบและติดตั้งสิ่งอำนวยความสะดวกในการจัดประชุมสัมมนา มีห้องอเนกประสงค์ที่สามารถปรับได้ตามจำนวนผู้เข้าร่วม หรือตามการใช้งาน ตลอดจนการฝึกอบรมพนักงานในการส่งมอบบริการสู่ลูกค้า

1.2 ศูนย์การประชุม สำหรับที่จัดประชุมเฉพาะนี้ อาจมีให้บริการห้องพัก หรือไม่มีก็ได้ ส่วนมากถูกออกแบบมาให้สามารถรองรับการจัดประชุม สัมมนา นิทรรศการ ได้ทุกขนาด ตั้งแต่ขนาดเล็ก 1,000 คน จนถึงขนาดใหญ่มากกว่า 1,000 คน

1.3 สถานที่จัดประชุมในมหาวิทยาลัย หรือสถาบันการศึกษาบางแห่งมีที่จัดประชุมพร้อมบริการที่พักให้ผู้เข้าร่วมประชุม สถานที่บางแห่งให้บริการเฉพาะที่จัดประชุม

1.4 สถานที่จัดประชุมในหน่วยงานของรัฐ เช่น ที่จัดประชุมในหอการค้าจังหวัด องค์กรการบริหารส่วนจังหวัด องค์กรบริหารส่วนตำบล เทศบาลเมือง เป็นต้น

1.5 สถานที่จัดประชุมอื่นๆ เช่น สถานที่จัดประชุมในสโมสร ศูนย์กีฬา พิพิธภัณฑ์ โรงละคร เป็นต้น โดยจุดประสงค์หลักของสถานที่ คือ จัดกิจกรรมเฉพาะ แต่สามารถรองรับการจัดประชุมได้เช่นกัน

2. จุดหมายปลายทาง (Destinations) ในที่นี้ คือ ที่ตั้ง (Location) ซึ่งอาจหมายถึง ตัวเมืองนอกเมือง ภูมิภาค หรือประเทศก็ได้ การจัดประชุม สัมมนา หรือนิทรรศการแต่ละครั้ง จะต้องประกอบด้วยสถานที่จัดงาน สิ่งอำนวยความสะดวก แหล่งท่องเที่ยว บริการสนับสนุน และโครงสร้างสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานที่เอื้อต่อการจัดงาน

2.1 ผู้จัดหาประเภทอื่น (Other Suppliers) ในกลุ่มนี้จะเป็นหน่วยงานสนับสนุนให้การประชุมสัมมนา หรือนิทรรศการมีความสมบูรณ์ ได้แก่

- ธุรกิจเทคโนโลยี และการสื่อสาร
- ธุรกิจขนส่ง เช่น สายการบิน บริษัทรถเช่า แท็กซี่ หรือ รถไฟ เป็นต้น
- ล่ามและผู้แปล โดยเฉพาะงานประชุมระดับนานาชาติ
- ธุรกิจรับจัดกิจกรรม เช่น สนับสนุนวิทยากร แขกรับเชิญ นักแสดง เป็นต้น
- ธุรกิจรับจัดเลี้ยง เช่น การจัดเลี้ยงนอกสถานที่ การจัดงานต้อนรับ การจัดบุฟเฟต์
- ธุรกิจรับจัดดอกไม้
- ธุรกิจรับจัดนิทรรศการ
- ธุรกิจพัฒนาโปรแกรมสำหรับการจัดกิจกรรมโดยเฉพาะ

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ตลาด MICE ในประเทศไทยเติบโตขึ้น นอกเหนือจากสภาพภูมิประเทศ และภูมิอากาศแล้ว โครงสร้างสาธารณูปโภคพื้นฐานของประเทศไทย เช่น ความพร้อมทางด้านสถานที่จัดงาน และที่พัก อีกทั้ง มีศูนย์จัดแสดงสินค้าที่มีมาตรฐานระดับโลก เช่น ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ศูนย์แสดงสินค้านานาชาติไบเทค บางนา ศูนย์แสดงสินค้าอิมแพ็ค เมืองทองธานี ศูนย์ประชุมพีช พัทยา เป็นต้น มีส่วนช่วยสนับสนุนการขยายตัวของธุรกิจ MICE ตลอดจนการผลักดันของหน่วยงานภาครัฐและเอกชนให้มีจังหวัดศูนย์กลาง Domestic MICE อาทิ จังหวัดเชียงใหม่ ภูเก็ต และชลบุรี (วุฒิชชาติ สุนทรสมัย, 2552:)

นอกจากนี้ Vivienne McCabe, Barry Poole, Paul Weeks and Neil Leiper. (2000) กล่าวถึงเนื่องจากอุตสาหกรรมไมซ์เป็นอุตสาหกรรมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องตลอดเวลาและมีความละเอียดอ่อนส่งผลให้การจัดงานใดๆ ก็ตามในอุตสาหกรรมไมซ์ เพื่อให้การจัดงานนั้นๆสามารถสร้างความประทับใจและประสบการณ์ที่ยากจะลืมให้กับผู้เข้าร่วมงาน ผู้จัดงานจำเป็นต้องมีการร่วมมือกันกับหลายๆฝ่ายที่มีความเชี่ยวชาญและความชำนาญที่แตกต่างกันออกไป ที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงในอุตสาหกรรมไมซ์ เช่น Travel Management Company (TMC) Destination Management Company (DMC) Professional Convention Organizer (PCO) และ Professional Exhibition Organizer (PEO) รวมไปถึง Convention and Visitors Bureau (CVB) ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องอื่นๆที่ช่วยสนับสนุนให้อุตสาหกรรมไมซ์และงานไมซ์สามารถดำเนินงานไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ธุรกิจประกันภัย ธุรกิจรักษาความปลอดภัย บริษัทโฆษณา บริษัทขนส่ง บริษัทที่ดูแลเรื่องอาหารและเครื่องดื่ม รวมไปถึงบริษัทเช่น General Service Contractor นอกจากรายชื่อที่กล่าวไปแล้ว ในอุตสาหกรรมไมซ์ยังประกอบไปด้วยหน่วยงานภาครัฐและองค์กรต่างๆ ที่มีบทบาทในการช่วยสนับสนุนส่งเสริมในอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยให้สามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์กรมหาชน) Thailand Incentive and Convention Association (TICA) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. หน่วยงานภาครัฐ (Government) หน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่รับผิดชอบต่อการพัฒนา และส่งเสริมธุรกิจไมซ์ ทั้งในระดับประเทศและระดับท้องถิ่น สำหรับหน่วยงานภาครัฐของประเทศไทย ประกอบด้วย

1.1 กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (Ministry of Tourism and Sport) กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นกระทรวงที่จัดตั้งขึ้นโดยมีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการส่งเสริมสนับสนุน และพัฒนา อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การกีฬา และนันทนาการ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจึงเป็นผู้กำหนด นโยบายในการสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทยในภาพรวมซึ่งส่งผลต่ออุตสาหกรรมไมซ์ โดยตรงเนื่องจากอุตสาหกรรมไมซ์มีส่วนคาบเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

1.2 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) (Tourism Authority of Thailand :TAT) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยถือเป็นองค์กรหลักของประเทศในการส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ของประเทศพัฒนาและเผยแพร่แหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยให้เป็นที่รับรู้ การทำการประชาสัมพันธ์ และการทำการตลาดของ ททท.จึงมีส่วนช่วยในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์โดยเฉพาะอุตสาหกรรมการ ประชุมองค์กรและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลให้เป็นที่รับรู้ของนักท่องเที่ยวและผู้จัดงานไมซ์ ในต่างประเทศมากขึ้น

1.3 กระทรวงการต่างประเทศ (Ministry of Foreign Affair) กระทรวงการต่างประเทศ มีบทบาทหน้าที่ในการดำเนินนโยบายและส่งเสริมความสัมพันธ์กับต่างประเทศ ซึ่งมีหน่วยงานย่อยหลาย หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ เช่น กรมการกงสุล และสำนักงานตรวจคนเข้าเมือง โดยมี บทบาทหน้าที่ในการกำกับดูแลเรื่องการตรวจลงตรา (VISA) และการเดินทางเข้าสู่ประเทศไทย โดยความ ชับซ้อนของขั้นตอนและกฎระเบียบในการดำเนินการดังกล่าวเป็นปัจจัยที่ส่งผลการตัดสินใจของผู้จัด งานและนักท่องเที่ยวไมซ์ในการเลือกสถานที่จัดงานไมซ์ รวมถึงส่งผลกระทบต่อการเก็บจำนวนตัวเลขนัก เดินทางไมซ์ที่เดินทางเข้าประเทศ

2. สมาคมส่งเสริมการประชุม (Industry Association) สมาคมนานาชาติที่สำคัญหลาย แห่งล้วนมีบทบาทสำคัญในการช่วยพัฒนาอุตสาหกรรมการประชุมนานาชาติของโลก โดยสมาคมส่งเสริม การประชุมและแสดงสินค้าแห่งประเทศไทย (TICA) นั้นมีบทบาทหน้าที่สำคัญในการพัฒนาศักยภาพของ สมาชิกในสมาคมผ่านช่องทางต่าง เช่น ทางการแลกเปลี่ยนข้อมูลแนวโน้มของอุตสาหกรรม การประสาน สร้างความสัมพันธ์กับสมาคมที่เกี่ยวข้องกับงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติในต่างประเทศเพื่อ ช่วยกันดึงงานต่างๆเข้ามาจัดในประเทศไทย การจัดการฝึกอบรมสมาชิกของสมาคม โดยมีเป้าหมายเพื่อ การพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมการแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติในประเทศไทยให้เติบโต อย่างต่อเนื่องและพร้อมสำหรับการแข่งขันในระดับนานาชาติ

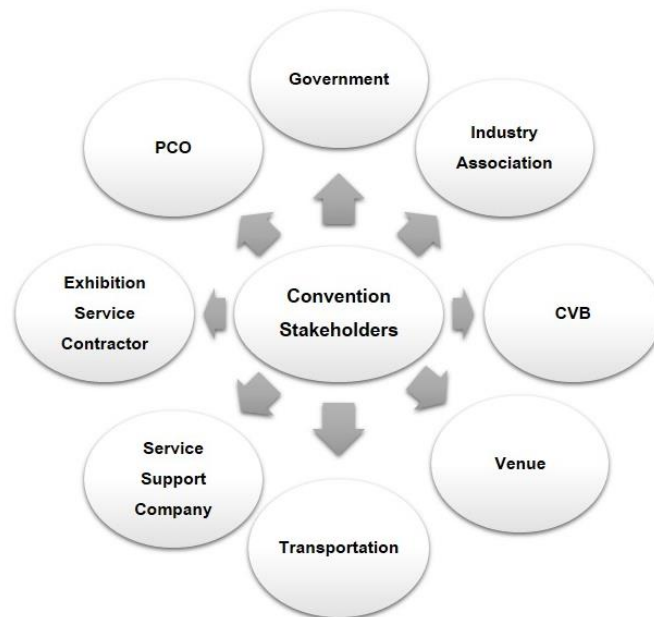
3. สถานที่จัดงาน (Venue) โดยทั่วไปแล้วสถานที่ที่ใช้ในการจัดประชุมวิชาชีพนั้นแบ่ง ออกเป็น 3 ประเภทหลักอันได้แก่

1. Conference Center คือ อาคารสถานที่ที่ถูกออกแบบขึ้นมาโดยเฉพาะที่เพื่อที่จะส่งเสริมให้เกิดบรรยากาศในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างบุคคลให้เป็นไปอย่างสะดวก
2. Convention Center หมายถึงสถานที่ที่ใช้จัดประชุมประเภทต่างๆ รวมถึงจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติโดยที่ไม่มีห้องพัก
3. โรงแรมนั้นตามที่มีผู้อ่านเข้าใจมีจุดประสงค์เพื่อให้บริการสถานที่และห้องพักเป็นหลัก โดยนอกจากนี้อาจจะมีการให้บริการทางด้านห้องประชุมหรือสถานที่สำหรับการจัดงาน รวมถึงอาหารและเครื่องดื่ม และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ อย่างไรก็ตามด้วยข้อจำกัดของสถานที่ส่งผลให้โรงแรมไม่สามารถจัดงานประชุมวิชาชีพขนาดใหญ่ได้
4. ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจการขนส่งต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการขนส่งสินค้าหรือการขนส่งคน นั้นจัดว่าเป็นสิ่งที่ยังสำคัญอย่างยิ่งในอุตสาหกรรมไมซ์ ไม่ว่าจะเป็นการเดินทางขนส่งสินค้าจากประเทศต้นทางมายังประเทศปลายทางภายใต้ระยะเวลาที่กำหนดและงบประมาณที่จำกัด บริษัทขนส่งต่างๆ คือผู้ที่เข้ามาทำหน้าที่ในการดำเนินการขนย้ายสินค้า วัสดุ อุปกรณ์ ที่จำเป็นในการจัดงานดังกล่าวภายใต้ระยะเวลาที่กำหนด
5. ผู้จัดการบริการ (Service Support Company) ทางผู้จัดงาน (PCO) ไม่สามารถดำเนินการจัดงานทุกอย่างเองได้ทั้งหมด อาจด้วยปัจจัยเรื่องความชำนาญ หรือต้นทุนในการดำเนินงาน รวมไปถึงจำนวนบุคลากรที่ไม่เพียงพอทางผู้จัดงานจึงจะมีการว่าจ้าง General Service Contractor มารับช่วงงานบางอย่างโดยเฉพาะในอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติ เพื่อดำเนินการในส่วนของการออกแบบแผนผังในงาน การจัดเตรียมและดำเนินการดูแลการก่อสร้างและรื้อถอนบูธ การขนส่งสินค้าเข้าออกภายในงาน จนไปถึงการประสานเพื่อดูแลเรื่องจำนวนของพนักงานที่จะมาปฏิบัติหน้าที่ในงาน
6. ผู้วางแผนการประชุมมืออาชีพ (Professional Convention Organizer: PCO) PCO จะเป็นผู้ที่รับงานจัดประชุมจากสมาคมวิชาชีพและดำเนินงานต่างๆในการจัดงานประชุมนั้นจนสำเร็จลุล่วง โดยหน้าที่ความรับผิดชอบของ PCO อาจจะถูกแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ Core PCO (PCO หลัก) และ Local PCO (PCO ในพื้นที่) บทบาทของ Core PCO ส่วนใหญ่จะดำเนินการควบคุมกำกับสมาคม เพื่อให้คำแนะนำปรึกษาในการจัดงาน การบริหารจัดการงานประชุม ควบคุมดูแลการจัดงานในภาพรวมและส่งต่องานด้านอื่นๆ ให้กับ Local PCO และบริษัทที่มารับงานช่วงอื่นๆ ต่อ ส่วนบทบาทของ Local PCO จะครอบคลุมตั้งแต่การให้การดูแลเรื่องการจัดทางด้านโลจิสติกส์ การจัดการสถานที่จัดงาน และการดำเนินงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในการจัดงานประชุม
7. หน่วยงานหรือองค์กรที่ทำหน้าที่ให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมไมซ์ (Convention and Visitors Bureau: CVB) คือ โดยทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการอำนวยความสะดวกให้กับนักเดินทางไมซ์และสนับสนุนรวมทั้งยกระดับผู้จัดงานไมซ์ในประเทศหรือพื้นที่ที่ CVB นั้นรับผิดชอบโดยมีบทบาทหน้าที่ของ CVB โดยรวมนั้นคือการสนับสนุนส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศที่ CVB นั้นตั้งอยู่

บทบาทหน้าที่ของ CVB ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมการประชุมนานาชาติประกอบไปด้วย 2 ประการหลักคือ

1. ช่วยเหลือและทำงานร่วมกับผู้วางแผนจัดงานและสมาคม
2. เป็นตัวกลางในการสื่อสารระหว่างผู้วางแผนจัดงาน สถานที่จัดงาน และหน่วยงานภาครัฐ

โดยทั่วไปแล้ว CVB มักจะมีการดำเนินงานอย่างใกล้ชิดกับผู้วางแผนจัดงานและ PCO ตั้งแต่ในช่วงเริ่มต้นของการวางแผนจัดงานประชุมนานาชาติการสนับสนุนส่งเสริมของ CVB ในการช่วยประมุขสิทธิ์การจัดงานรวมถึงเป็นตัวกลางในการช่วยประสานการจัดงานสามารถเป็นเครื่องยืนยันถึงความราบรื่นของการดำเนินงานและการให้การสนับสนุนของประเทศนั้นเพื่อที่จะจัดงานประชุมวิชาชีพอย่างจริงจัง นอกจากนี้ CVB ยังทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการช่วยสื่อสารและประสานการทำงานระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่างๆไม่ว่าจะเป็น ผู้วางแผนการจัดงานประชุมวิชาชีพทั้งภาครัฐและเอกชน หน่วยงานอื่นๆที่ส่งผลต่อการจัดงานในพื้นที่ที่ CVB นั้นรับผิดชอบอยู่

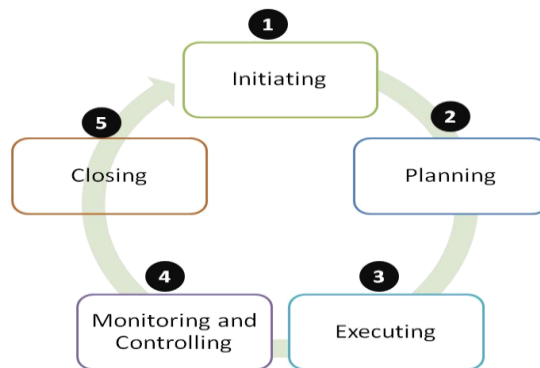


ภาพที่ 2.12 ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมการประชุมนานาชาติ

ที่มา: Vivienne McCabe, Barry Poole, Paul Weeks and Neil Leiper. (2000) The Business and Management of Conventions. John Wiley&Sons Australia., Ltd

## 2.6 กรอบการวิเคราะห์ Value Chain ของธุรกิจการประชุมนานาชาติ

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องรวมถึงการร่วมประชุมกับผู้ที่มีงานวิจัยและผู้ทรงคุณวุฒิ คณะผู้วิจัยได้ทบทวน Value Chain ของธุรกิจการประชุมนานาชาติ โดยทบทวนจากกระบวนการและกิจกรรมในการจัดการประชุม ออกเป็น 2 ลักษณะ คือ 1) การเสนอตัวเพื่อเป็นเจ้าภาพจัดการประชุม และ 2) การหมุนเวียนตามวาระการประชุม สามารถแบ่งกระบวนการจัดการประชุมนานาชาติออกเป็น 5 ขั้นตอนหลัก ได้แก่ 1) การเตรียมงาน 2) การวางแผน 3) การปฏิบัติตามแผนงาน 4) การกำกับและการควบคุม และ 5) การปิดโครงการ



ภาพที่ 2.13 กระบวนการวางแผนการจัดการประชุมนานาชาติ

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมการประชุมและนิทรรศการ

1. การเตรียมงาน Core PCO มักจะมีสัมพันธ์ที่ดีกับทางสมาคมต่างๆอยู่แล้วและ Core PCO มักจะเป็นผู้รับผิดชอบในการได้สิทธิ์จัดงานประชุมวิชาชีพและประชุมสมาคมนั้นๆอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามหากในกรณีที่ทาง Core PCO กับสมาคมยังไม่ได้เลือกประเทศหรือสถานที่จัดงานอย่างเป็นทางการ ทาง Core PCO กับทางสมาคมจะดำเนินการคัดเลือกประเทศออกมา

2. การวางแผน ความสมบูรณ์ของแผนงานการบริหารโครงการนั้นขึ้นอยู่กับคุณภาพของข้อมูลและจำนวนข้อมูลที่ทางผู้จัดงานไม่เช่นนั้นสามารถรวบรวมได้ในช่วงเริ่มต้นเตรียมการ (Initiating Phase) เช่น วางแผนกำหนดขอบเขตของงาน การวางแผนต้นทุน บุคลากร รูปแบบและกิจกรรมต่างๆ

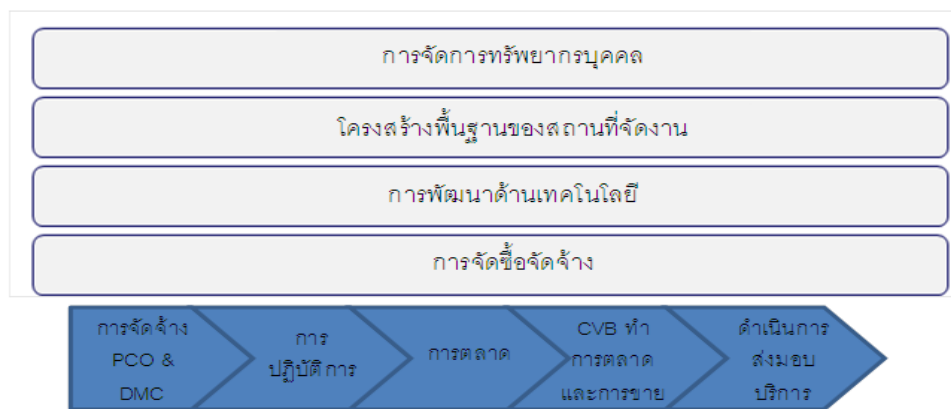
3. การปฏิบัติตามแผนงาน การปฏิบัติงานตามแผนในโครงการจำเป็นที่จะต้องอยู่บนพื้นฐานของการวางแผนที่มีประสิทธิภาพตั้งแต่เริ่มต้น ในช่วงของการปฏิบัติงานตามแผนทางผู้จัดงานจะมีรายละเอียดหลายอย่างที่จำเป็นที่จะต้องแก้ไขไม่ว่าจะเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงคำขอของลูกค้า เหตุการณ์ไม่คาดฝันที่อาจเกิดขึ้นจริง รวมไปถึงเรื่องการจัดซื้อจัดจ้างบริษัทอื่นๆ การฝึกพนักงาน

4. การกำกับและการควบคุม การดำเนินการประชุมเรื่องความเสี่ยงระหว่างคณะทำงานและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง จะช่วยให้การระบุความเสี่ยงที่มีโอกาสเกิดขึ้นตลอดช่วงที่ดำเนินโครงการจัดงานไม่มีความชัดเจน และช่วยให้การแก้ปัญหาที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น



5. การปิดโครงการ หมายถึงทางผู้จัดงานจำเป็นที่จะต้องมีการประสานเพื่อจัดเตรียมเอกสารต่างๆเกี่ยวกับการปิดงานให้แก่ลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าผู้ว่าจ้างดำเนินการลงนามรับงานที่ได้จัดไป รวมถึงการดำเนินการคืนทรัพยากรหรืออุปกรณ์ต่างๆ ที่ได้เช่าหรือจัดจ้างมาให้แก่เจ้าของเพื่อนำไปใช้ใน งานอื่นๆ ต่อไป

จากขั้นตอนการวางแผนการจัดการประชุมนานาชาติสามารถนำไปสู่การกำหนดห่วงโซ่คุณค่า โดยสำนักงานการส่งเสริมและการประชุมนานาชาติไทยได้กำหนดห่วงโซ่มูลค่าของอุตสาหกรรม การประชุมวิชาชีพ ดังภาพ



ภาพที่ 2.14 ห่วงโซ่มูลค่าของอุตสาหกรรมการประชุมวิชาชีพ

ที่มา: สำนักงานการส่งเสริมและการประชุมนานาชาติไทย

ทั้งนี้ ได้อธิบายถึงห่วงโซ่มูลค่าของอุตสาหกรรมการประชุมวิชาชีพ กล่าวคือ สมาคมวิชาชีพ ต่างๆ ล้วนมีการนัดพบและประชุมกันตามกำหนดการต่างๆ ที่กำหนดไว้ล่วงหน้าเพื่อช่วยให้การเริ่มต้นวางแผนการจัดงานประชุมวิชาชีพเป็นไปอย่างมีระบบ โดยสมาคมสามารถเลือกที่จะดำเนินการจัดการประชุมวิชาชีพด้วยตนเองหรือส่งต่อการจัดงานประชุมวิชาชีพออกไปให้บริษัทรับจัดงานประชุมวิชาชีพมืออาชีพหรือที่เรียกกันในอุตสาหกรรมว่า Professional Conference/Convention Organizer (PCO) PCO จำเป็นที่จะต้องพัฒนาข้อเสนอทั้งทางเทคนิคและข้อเสนอทางการเงินที่ระบุถึงงบประมาณที่จะใช้ในการจัดงานและนำเสนอข้อเสนอดังกล่าวให้กับสมาคมเจ้าของงานเพื่อพิจารณา โดยทางสมาคมผู้ที่เป็นเจ้าของงานสามารถที่จะให้ PCO เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมช่วงใดก็ได้ อย่างไรก็ตามโดยส่วนใหญ่แล้วทางสมาคมมักจะให้ PCO เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดงานตั้งแต่ในช่วงแรกของการดำเนินการประมูลสิทธิ์การจัดงาน

นอกจากนี้ จากคำจำกัดความของ IAPCO การประมูลสิทธิ์คือ คำเชิญชวนของเจ้าภาพที่จะให้มาจัดงานประชุมวิชาชีพนานาชาติในประเทศนั้นๆ ผู้เสนอตัวประมูลสิทธิ์ก็จำเป็นที่จะต้องวิเคราะห์ถึงเกณฑ์ในการประมูลสิทธิ์ด้านต่างๆ รวมถึงดำเนินการศึกษาวิจัยเกณฑ์นั้นๆ ในเชิงลึกเพื่อให้มั่นใจได้ว่าสถานที่ที่จะเสนอตัวเข้าไปประมูลสิทธิ์จัดงานจะสามารถตอบโจทย์ความต้องการและองค์ประกอบด้าน

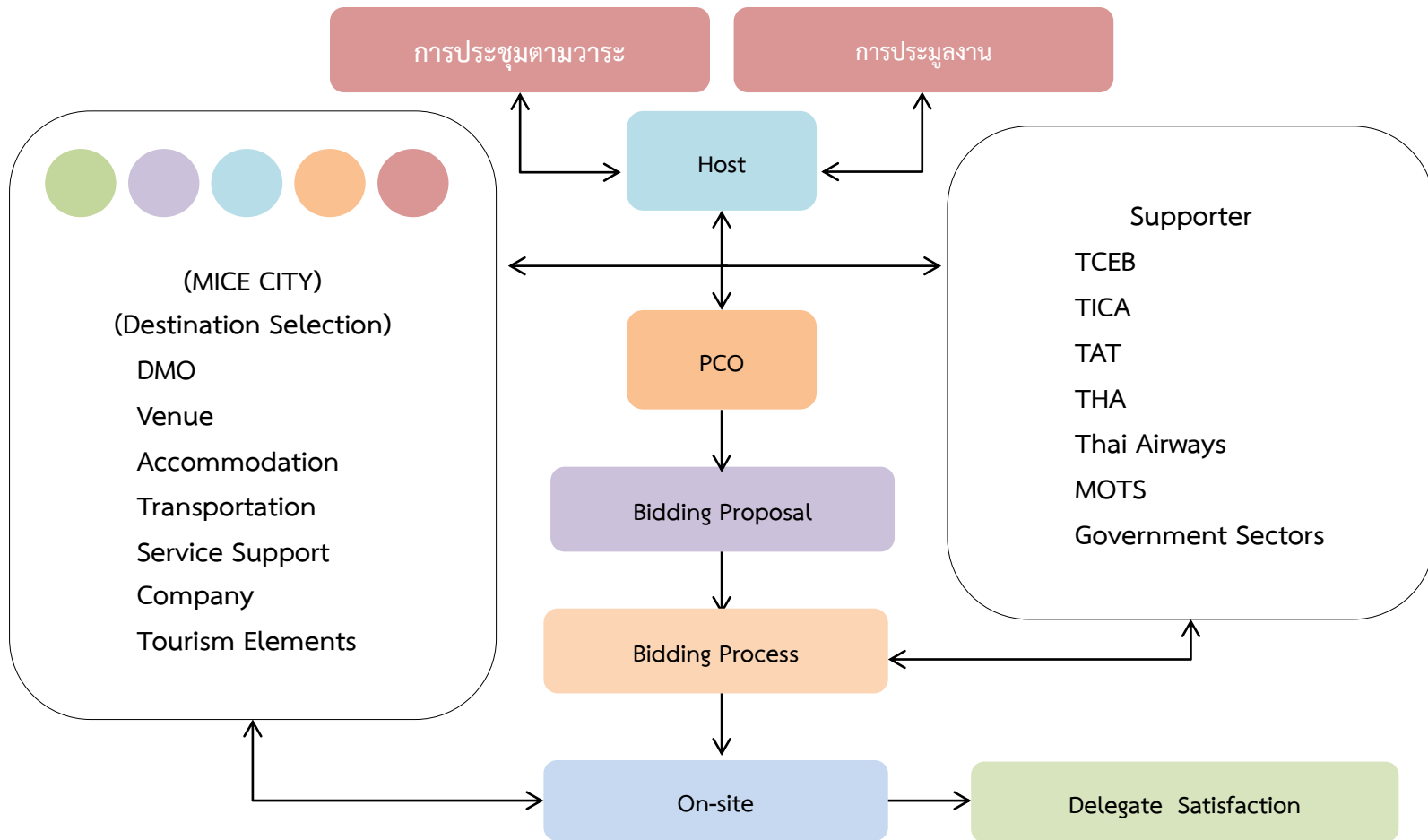
ต่างๆในแต่ละขั้นตอนการประมุขสิทธิ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดย ICCA ได้ระบุถึงเกณฑ์การตัดสินใจที่สำคัญ 4 ประการได้แก่ เกณฑ์ทางด้านระบบขนส่ง เกณฑ์ทางการเงิน วัตถุประสงค์ภายในที่สอดคล้องกับสมาคม และเกณฑ์ทางการเมืองและเกณฑ์ทางด้านอารมณ์ความรู้สึก เมื่อเอกสารเสนอตัวประมุขสิทธิ์ของแต่ละประเทศได้รับการพิจารณาจากเกณฑ์ต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้นทั้ง 4 เกณฑ์และถูกคัดเลือกจนเหลือรายชื่อประเทศที่ผ่านเกณฑ์ สถานที่จัดงานของประเทศนั้นๆ จะถูกตรวจสอบว่าเหมาะสมกับการจัดงานหรือไม่ ประเทศที่เหมาะสมที่สุดจะได้รับการคัดเลือกให้ได้รับสิทธิ์ในการจัดงานประชุมวิชาชีพนั้น

นอกจากนี้ การวางแผนปฏิบัติการในการจัดงานประชุมวิชาชีพ ขั้นตอนแรกที่สำคัญคือการสร้างเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของการจัดงาน โดยผู้วางแผนจัดงานจำเป็นต้องแยกแยะได้ระหว่างวัตถุประสงค์ของผู้เข้าร่วมงาน วัตถุประสงค์ของผู้จัดงาน และวัตถุประสงค์ของเจ้าของงาน เมื่อผู้จัดงานได้มีการกำหนดกรอบการดำเนินงานในภาพกว้างเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ทางผู้จัดงานประชุมวิชาชีพจำเป็นต้องมีการพัฒนารายละเอียดปลีกย่อยต่างๆเข้าไว้ด้วยกัน โดยประกอบไปด้วยขั้นตอนโดยสรุปดังต่อไปนี้ จัดเตรียมโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ในสถานที่จัดงาน เช่น วางแผนการตลาด พัฒนาเครื่องมือส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์ ประมาณการจำนวนบุคลากรที่ต้องใช้ และเตรียมการด้านอื่นๆ ในการทำการตลาดการประชุมวิชาชีพ ขั้นตอนนี้อาจจะกล่าวได้ว่าเปรียบเสมือนหัวใจของการประชุมวิชาชีพเนื่องจากการมุ่งไปที่การจับกลุ่มเป้าหมายผู้แทนและผู้เข้าร่วมงาน วิทยากร และผู้ให้การสนับสนุนการจัดงานประชุมวิชาชีพที่ต้องผ่านทางเครื่องมือและวิธีการต่างๆ ภายใต้เวลาที่เหมาะสม แผนการตลาดที่ดีสำหรับการจัดประชุมวิชาชีพนั้นจำเป็นต้องมีการวางแผนเพื่อรองรับผู้ให้การสนับสนุนที่มีศักยภาพที่สนใจจะให้การสนับสนุนการประชุมวิชาชีพนั้นๆ อันได้แก่ ผู้ให้การสนับสนุนด้านการระดมทุนและการเงิน รวมถึงผู้ให้บริการต่างๆ และผู้ออกงานด้วยเช่นกันโดยไม่ได้พัฒนาแผนการตลาดเพื่อรองรับผู้แทนและผู้เข้าร่วมงานเพียงอย่างเดียว

อย่างไรก็ตาม เพื่อให้เห็นภาพรวมของการจัดการประชุมนานาชาติ คณะนักวิจัยได้นำเสนอกิจกรรมการจัดงานประชุมควบคู่กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดงานประชุม ดังภาพ จากภาพแสดงให้เห็นถึงลักษณะของประชุมนานาชาติ ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ การประชุมตามวาระและการประมุขงานดังรายละเอียดข้างต้น ทั้งนี้เป็นลักษณะการจัดงานดังกล่าวเป็นการประชุมนานาชาติที่ผู้จัดงานหรือเจ้าของงานเดินทางมาจากต่างประเทศและเดินทางมาจัดงานในประเทศไทย ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยหน่วยงานหรือสมาคมภายในประเทศที่มีลักษณะการเป็นสมาชิกภาพหรือมีศักยภาพในประเทศในการประสานงานในฐานะหน่วยงานเจ้าภาพภายในประเทศ (Host) ซึ่งถือว่ามีความสำคัญต่อการเห็นโอกาสและประโยชน์ที่ประเทศไทยจะได้รับจากการเป็นเจ้าภาพการจัดงาน ทั้งด้านสังคมและวัฒนธรรม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ หน่วยงานเจ้าภาพจะต้องทราบนโยบายและลักษณะความต้องการขั้นตอนและกระบวนการตัดสินใจหรือถึงเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกสถานที่จัดงาน โดยรายละเอียดดังกล่าวจะถูกส่งต่อไปให้บริษัทจัดการประชุมมืออาชีพ (Professional Conference Organizer: PCO)

โดยจะทำหน้าที่นำรายละเอียดต่างๆ มาเพื่อวางแผนการจัดการประชุมนานาชาติในลักษณะของโครงการ เพื่อเข้ารับการประมูล (Bidding Proposal) ต่อไป

ตามยุทธศาสตร์การส่งเสริมขีดความสามารถของประเทศต่อการพัฒนาธุรกิจไมซ์ สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมนานาชาติได้เสนอโครงการ MICE City หรือมหานครแห่งไมซ์ประกอบด้วย 5 พื้นที่หลักในทุกภูมิภาคของประเทศ ได้แก่ กรุงเทพมหานครฯ ขอนแก่น เชียงใหม่ ภูเก็ตและพัทยา (ชลบุรี) ซึ่งจัดว่าเป็นเมืองยุทธศาสตร์หลักของแต่ละภูมิภาคและเป็นพื้นที่มีศักยภาพหลักทางการท่องเที่ยวและธุรกิจไมซ์ ซึ่งมีการกำหนดยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาอย่างต่อเนื่องร่วมกับหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวและในพื้นที่ทั้งทางภาครัฐและเอกชน การเลือกสถานที่จัดการประชุมนานาชาติในแต่ละพื้นที่นั้นผู้วางแผนจะต้องพิจารณาความพร้อมในพื้นที่ในด้านต่างๆ ได้แก่ สถานที่จัดงานที่สามารถจัดงานได้ตามเกณฑ์ที่ได้รับมา ความพร้อมของสถานที่พักแรม การขนส่งและการเดินทางเข้าพัก อุปกรณ์การจัดงาน เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อเลือกสถานที่จัดการประชุมที่มีความเหมาะสมที่สุดเพื่อเสนอตัวเข้าประมูลเป็นเจ้าภาพการจัดงาน นอกจากนี้ในขั้นตอนการวางแผนการจัดการประชุมนานาชาติต้องอาศัยความร่วมมือจากผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อม ดังกล่าวไว้ข้างต้นในหัวข้อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางการท่องเที่ยว เช่น สำนักงานส่งเสริมการประชุมนานาชาติไทย สมาคมส่งเสริมประชุม ภัตตาคาร การท่องเที่ยวและกีฬา เพื่อรวบรวมข้อมูลไปสู่การเสนอโครงการประมูลและหากได้รับการประมูลจะทำหน้าที่เตรียมการเพื่อการจัดงานต่อไปเพื่อให้เกิดความพึงพอใจแก่ผู้เข้าร่วมประชุม



ภาพที่ 2.15 ขั้นตอนการวางแผนเพื่อเสนอตัวการจัดงานประชุมนานาชาติ  
ที่มา: คณะผู้วิจัย

## 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยหัวข้อ การศึกษาศักยภาพและแนวทางการพัฒนาธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติเพื่อส่งเสริมขีดความสามารถของการแข่งขันในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

สำนักคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2552) ที่ศึกษาการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย พบว่า เมื่อเปรียบเทียบกับกิจกรรมไมซ์ในประเทศไทยกับประเทศในภูมิภาคเอเชียปี 2542 ไทยมีกิจกรรมไมซ์ที่เกิดขึ้นเป็นรองเฉพาะสิงคโปร์ และมีอัตราการขยายตัวที่สูงขึ้นถึงร้อยละ 20 ต่อปี ระหว่างปี 2536-2542 และเมื่อพิจารณาในส่วนประกอบพบว่า ไทยมีศักยภาพสูงในการจัด Incentive Travel โดยมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยระหว่างปี 2536-2542 สูงถึงร้อยละ 33 ต่อปี เนื่องจากไทยมีปัจจัยการผลิตด้านการท่องเที่ยวที่แข็งแกร่ง เช่น การมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่งดงาม เป็นต้น ส่วนในกิจกรรม Meeting และ Convention ไทยได้รับการจัดอันดับอยู่ในอันดับที่ 23 ในปี 2543 ตีขึ้นจากอันดับที่ 26 ในปี 2542 ถึงแม้จะมีสัดส่วนในตลาดโลกไม่แตกต่างกันจากเดิมมากนัก ในกิจกรรม Exhibition ไทยมีส่วนแบ่งตลาดในด้านนี้ค่อนข้างน้อยและขยายตัวค่อนข้างต่ำ เมื่อเทียบกับประเทศอื่นในภูมิภาคเอเชีย

จากการสำรวจงานวิจัยต่างประเทศเบื้องต้น ซึ่งปัจจัยยังไม่ค่อยพบงานวิจัยหรือการศึกษาที่สนับสนุนการยกระดับเมืองให้เป็นศูนย์กลางการจัดประชุมของภูมิภาค งานวิจัยส่วนมากเป็นการศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดตั้งศูนย์การประชุมในเมืองต่างๆ โดยเฉพาะในระดับนานาชาติ อย่างไรก็ตามงานวิจัยบางส่วนสะท้อนข้อมูลพื้นฐานที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาเมืองให้เป็นศูนย์กลางการประชุม

Hing N. et al. (1998) ศึกษาแนวโน้มในอุตสาหกรรมบริการของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก จากการวิเคราะห์โดยพิจารณาจากความต้องการทางการตลาด สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน พบว่า มีปริมาณการเติบโตของไมซ์นักท่องเที่ยว Backpacker และที่พักขนาดเล็กเพิ่มขึ้น ธุรกิจคาสิโนมีความต้องการลดลงในบางพื้นที่ ในขณะที่ธุรกิจที่พักและธุรกิจอาหารเริ่มอึมตัว แต่ยังคงให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์นอกจากนั้น มีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก การบริหารสินทรัพย์ การแบ่งส่วนทางการตลาด และการใช้เทคโนโลยีใหม่อย่างต่อเนื่อง

Bureau of Research (1998) สํารวจเกี่ยวกับระบบโครงสร้างพื้นฐานของอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศออสเตรเลีย พบข้อจำกัด อาทิ

- ขาดสถิติการใช้ห้องประชุม และพื้นที่จัดนิทรรศการที่ทำให้การประเมินการใช้สถานที่จัดประชุม (Venue) เพื่อสนองกับความต้องการในปัจจุบันและในอนาคตทำได้ยาก
- มีหน่วยงานจํานวนน้อยที่สามารถให้ข้อมูลเชิงสถิติสนับสนุนหรืออ้างอิงในระดับธุรกิจ ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการวิเคราะห์ข้อมูลในระดับกิจกรรมไมซ์ หรือมีข้อมูลจำกัดเฉพาะเมืองหนึ่งๆ เท่านั้น

- ผลการศึกษา หรือการคาดการณ์บางส่วนไม่สามารถแยกธุรกิจไม่ช้อออกจากธุรกิจอื่นๆ ได้ โดยเฉพาะสถิติเกี่ยวกับจำนวนครั้งในการจัดการประชุม จำนวนผู้เข้าร่วมงาน หรือลักษณะการประชุม (Local Intrastate Interstate Overseas)

- สถิติที่มีส่วนมากไม่สามารถเปิดเผยได้ (Confidential Record) ข้อมูลที่เปิดเผยได้ไม่ใช่ข้อมูลที่แท้จริงของอุตสาหกรรม และมีรายละเอียดไม่เพียงพอต่อการวิเคราะห์

- แม้จะมีข้อจำกัดหลายประการ แต่รายรับจากการมาเยี่ยมเยือนสถานที่จัดประชุม มีผลตอบแทนในการลงทุนที่ครอบคลุมต้นทุนการก่อสร้างอาคารการประชุม

Department of Investment Services Ministry of Economic Affairs ของประเทศไต้หวัน วิเคราะห์โอกาสการลงทุนในอุตสาหกรรมการประชุม โดยศึกษาปริมาณอุปสงค์และอุปทานในอุตสาหกรรม ผู้จัดหาหลัก Supply Chain และทางเลือกการลงทุนของนักลงทุนต่างชาติ โดยในประเทศไต้หวันจะมีหน่วยงาน MOEA ทำหน้าที่ส่งเสริมและพัฒนากิจการการประชุมและนิทรรศการ รวมทั้งรับผิดชอบกิจกรรมในระดับนานาชาติ เพื่อสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันให้อุตสาหกรรมการประชุม ภายใต้การสนับสนุนของรัฐบาล เช่น การจัดสรรงบประมาณทางการตลาด การสร้างศูนย์การจัดการประชุม Kaohsiung Business Exhibition Center และ Nan Gang Exhibition Center ซึ่งจะพร้อมรองรับปริมาณการเติบโตของธุรกิจไม่ช้อในปี 2011 ประเทศไต้หวันให้ความสำคัญกับการพัฒนาอุตสาหกรรมการประชุม โดยมีความร่วมมือจากภาครัฐ เอกชน สมาคมที่เกี่ยวข้องกว่า 16 หน่วยงาน ซึ่งถือเป็นรากฐานการพัฒนาที่เข้มแข็งให้กับประเทศ

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินงานวิจัย

#### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) และกลุ่มตัวอย่าง (Sample)

3.1.1 การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยการคัดเลือกอันทำให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่มีความหลากหลายในมิติต่างๆ คณะผู้วิจัยจะดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมวิชาชีพ ซึ่งประกอบด้วย ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์กรมมหาชน) สมาคมส่งเสริมประชุมนานาชาติไทย ศูนย์การประชุม ผู้จัดการประชุมมืออาชีพ คณะผู้วิจัยจะเก็บรวบรวมข้อมูลนโยบายการสนับสนุนเกี่ยวกับการจัดประชุมสถานการณ์ปัจจุบัน แนวโน้ม ความพร้อมด้านระบบสาธารณูปโภคและการสนับสนุนโดยหน่วยงานราชการ ห่วงโซ่อุปทานการประชุมและวิเคราะห์ผลเพื่อเป็นจัดทำแนวทางการพัฒนาต่อไป

3.1.2 ตัวแทนจากผู้เกี่ยวข้องการจัดการประชุมกรณีศึกษา ได้แก่ องค์กรผู้จัดการประชุมนานาชาติ องค์กรผู้จัดการประชุมในประเทศไทย (ได้แก่ PCO, ศูนย์ประชุม) ผู้จัดการประชุมมืออาชีพ ผู้ให้การสนับสนุน ศูนย์การประชุมและหน่วยบริการต่างๆ เพื่อศึกษาการวางแผนการจัดงานและผลกระทบที่ได้รับจากการจัดการประชุมนานาชาติ

3.1.3 นักท่องเที่ยวกลุ่มประชุมวิชาชีพที่เดินทางมาร่วมประชุมในประเทศไทย คณะผู้วิจัยจะเลือกตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงจากชาวต่างประเทศที่ร่วมกับการประชุม โดยไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนแต่ทราบว่ามีจำนวนมาก ดังนั้น จึงคำนวณขนาดตัวอย่างด้วยวิธีการของกัลยา วาณิชย์บัญชา (2542) ดังนี้

โดยกำหนดให้มีสัดส่วนที่ต้องการสุ่มประมาณ ร้อยละ 40 ที่ระดับความเชื่อมั่น 95.00 % ดังนั้น จึงกำหนดขนาดตัวอย่างได้ดังนี้

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{d^2}$$

$$\frac{0.40(1 - 0.40)1.96^2}{0.05^2} = 368.79$$

ดังนั้น ขนาดตัวอย่างในการศึกษารั้งนี้จะมีกลุ่มตัวอย่างไม่น้อยกว่า 369 คน

**หมายเหตุ** กรณีที่ผู้เข้าร่วมประชุมเข้าร่วมไม่ถึง 400 จะเก็บแบบสอบถามเต็ม 100% ของจำนวนผู้เข้าร่วมประชุมจริง

### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ที่มีลักษณะเป็นการสัมภาษณ์เจาะลึก โดยมีการออกแบบโครงสร้างของข้อคำถามที่สามารถนำไปใช้ในการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง มีการนำคำสำคัญ (Keywords) มาใช้ประกอบในการขึ้นนำกระบวนการสัมภาษณ์ ทั้งนี้ได้มีการกำหนดให้นำแบบสัมภาษณ์ดังกล่าวมาดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องชัดเจนในเชิงเนื้อหา (Content Validity) ให้สอดคล้องกับประเด็นปัญหาและวัตถุประสงค์ของการวิจัยโดยผู้ทรงคุณวุฒิเบื้องต้นก่อนเพื่อนำแนวคิดหรือข้อเสนอแนะมาปรับปรุงข้อคำถามของแบบสัมภาษณ์ที่ได้รับการปรับปรุงแล้วไปดำเนินการทดลองสัมภาษณ์ (Pilot Test) กับบุคคลที่มีส่วนสำคัญกับอุตสาหกรรมไมซ์ซึ่งเป็นบุคคลที่มีคุณลักษณะใกล้เคียงกับผู้มีส่วนร่วมในการวิจัย เพื่อนำสภาพปัญหาหรือข้อบกพร่องของแบบสัมภาษณ์ไปดำเนินการปรับปรุงครั้งสุดท้ายก่อนนำไปใช้ในการดำเนินการสัมภาษณ์จริง เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่มีความถูกต้องสมบูรณ์ ทั้งนี้ ร่างโครงสร้างของข้อคำถาม ประกอบไปด้วยประเด็นหลักดังต่อไปนี้

3.2.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

3.2.2 ความพร้อมในการจัดประชุม

3.2.3 กระบวนการในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์

3.2.4 ปัจจัยสำคัญในการพิจารณาคัดเลือกสถานที่จุดหมายปลายทางในการจัดประชุม (site selection factor)

3.2.5 ผลกระทบที่เกิดขึ้นการจัดประชุม

3.2.6 สภาพปัญหาหรืออุปสรรค/ความเสี่ยงเกี่ยวกับกระบวนการในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์

3.2.7 แนวทางที่เหมาะสมในการแก้ไขสภาพปัญหาและการกำหนดแนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนาขีดความสามารถ/ศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์

**ตารางที่ 3.1** สารสำคัญในแบบสัมภาษณ์และวัตถุประสงค์ระดับมหภาค: Key Informant ได้แก่ TCEB, TICA (ผู้บริหารระดับสูงที่อยู่ในส่วนการกำหนดนโยบายและวางแผนยุทธศาสตร์ของการจัดประชุมของประเทศ)

| ส่วนต่างๆ ของแบบสัมภาษณ์  | สารสำคัญ  | วัตถุประสงค์   |
|---|---|--|
| <p>มีนโยบายการส่งเสริมสถานที่จัดประชุมอย่างไรในการ..</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>กำหนดแนวทางกลยุทธ์โครงสร้างและการแข่งขัน (firm strategy, structure &amp; rivalry) เพื่อเข้าสู่กระบวนการคัดเลือกของสมาคมหรือองค์กรระดับนานาชาติ</li> </ul> | <p>เป็นแบบสัมภาษณ์เชิงกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interview)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ข้อคำถามเป็นการสอบถามศักยภาพของธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติในประเทศ</li> </ul> | <p><b>วัตถุประสงค์ที่ 3</b></p> <p>เพื่อศึกษาศักยภาพของธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติในประเทศไทย</p> |



| ส่วนต่างๆ ของแบบสัมภาษณ์  | สาระสำคัญ  | วัตถุประสงค์   |
|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>● เตรียมความพร้อมในการนำเสนอที่มีประสิทธิภาพ</li> <li>● สนับสนุนและผลักดันให้หน่วยงานต่างๆ ภายในประเทศเข้าแข่งขันเสนอขอเป็นเจ้าภาพจัดการประชุม (นานาชาติ)</li> <li>● เพิ่มขีดความสามารถในการรองรับและขยายตัวของอุตสาหกรรมการจัดการประชุมที่เพิ่มมากขึ้นในอนาคต</li> <li>● บทบาทของ TICA/TAT/สมาคม ในการผลักดันการจัดการประชุม มีอะไรบ้าง</li> <li>● การร่วมมือในการดำเนินงานและประสานงานระหว่างหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนเป็นไปในทิศทางที่เอื้อต่อการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมจัดการประชุมหรือไม่ อย่างไร</li> </ul> | <p>ไทย โดยพิจารณาถึงนโยบายส่งเสริมสถานที่จัดประชุม แนวทางการเพิ่มขีดความสามารถเพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมดังกล่าว</p> |  |
| <p>นโยบายรัฐบาลมีการส่งเสริมอุตสาหกรรมจัดการประชุมอย่างไร เพียงพอหรือไม่</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● การอำนวยความสะดวกในการเดินทาง</li> <li>● ความร่วมมือระหว่างส่วนกลางและท้องถิ่น</li> <li>● การประชาสัมพันธ์ระดับโลกในรูปแบบต่างๆ</li> <li>● การส่งเสริมการลงทุนแก่ผู้ประกอบการ</li> <li>● ระบบสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน</li> <li>● การสร้างภาพลักษณ์ด้านความมั่นใจและเสถียรภาพ</li> <li>● แนวโน้มการเป็นผู้ผลักดันการสร้างงานด้าน flagship event ทั้งในและจากต่างประเทศ</li> </ul>  | <p>ข้อคำถามเป็นการสอบถามทิศทางและแนวโน้มของอุตสาหกรรมจัดการประชุมนานาชาติ</p>  | <p><b>วัตถุประสงค์ที่ 4</b><br/>เพื่อวิเคราะห์แนวโน้มของอุตสาหกรรมจัดการประชุมนานาชาติ</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>● จากกลยุทธ์แนวทางการนำงานเข้าประเทศ (Win) การประชาสัมพันธ์ (promote) และการพัฒนา (develop) เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมจัดการประชุมที่สสพ.</li> </ul>   | <p>ข้อคำถามเป็นการสอบถามถึงปัญหาหรืออุปสรรคที่พบในการจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทย เพื่อ</p>                               | <p><b>วัตถุประสงค์ที่ 5</b><br/>เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจจัดการประชุม</p>  |

| ส่วนต่างๆ ของแบบสัมภาษณ์   | สาระสำคัญ                            | วัตถุประสงค์        |
|--|--------------------------------------|---------------------|
| <p>ได้กำหนดไว้ พบปัญหาหรืออุปสรรคอย่างไรบ้าง</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ปัญหาหรืออุปสรรคด้านอื่นๆที่เกี่ยวข้องที่พบมีอะไรบ้าง</li> </ul> | นำเสนอแนวทางการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจ | นานาชาติในประเทศไทย |

ตารางที่ 3.2 ระดับกรณีศึกษา: Key Informant ได้แก่ ผู้จัด ศูนย์ประชุม และผู้จัดหาบริการ

| ส่วนต่างๆ ของแบบสัมภาษณ์   | สาระสำคัญ   | วัตถุประสงค์  |
|--|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>อุตสาหกรรมการจัดประชุมส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมในสถานที่จุดหมายปลายทางในการจัดประชุมอย่างไร</li> <li>ผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมการจัดประชุม</li> </ul> | <p>เป็นแบบสัมภาษณ์เชิงกึ่งโครงสร้าง (semi-structured interview)</p> <p>ข้อคำถามเป็นการสอบถามผลกระทบต่ออุตสาหกรรมจัดการประชุมนานาชาติในประเด็น ผลกระทบ (เชิงบวก/เชิงลบ) ต่อเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เช่น รายได้ การเติบโตทางเศรษฐกิจ การค้า การลงทุน วัฒนธรรมและแหล่งท่องเที่ยว ผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม ได้แก่ มลภาวะทางอากาศ ขยะ/ของเสียที่เกิดจากงาน ผลกระทบเชิงชีวภาพ (biodiversity)/Green Meeting ผลกระทบต่อความเชื่อมั่น เช่น ความไม่มั่นใจในความปลอดภัยในการเดินทางมายังประเทศไทย) /MICE Security Management Standard</p> | วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาผลกระทบของอุตสาหกรรมจัดการประชุมนานาชาติทั้งในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>ปัจจัยสำคัญในการพิจารณาคัดเลือกสถานที่จุดหมายปลายทางในการจัดประชุม (Site</li> </ul>   | <p>ข้อคำถามเป็นการสอบถามถึงความเชื่อมโยงของผู้ที่เกี่ยวข้องในธุรกิจจัดการประชุมนานาชาติรวมถึงกลไกการ</p>  | วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อวิเคราะห์ความเชื่อมโยงใน Value Chain ของธุรกิจจัดการประชุมนานาชาติ                   |

| ส่วนต่างๆ ของแบบ สัมภาษณ์  | สาระสำคัญ   | วัตถุประสงค์  |
|--|---|---|
| <p>Selection Factor) อย่างไร</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● ทำไมต้องเลือกจัดประชุมที่ประเทศไทย</li> <li>● ทำไมเลือกจัดประชุมที่สถานที่นั้นๆ เช่น กรุงเทพฯ พัทยา ภูเก็ต ขอนแก่น เชียงใหม่ ด้านศักยภาพ และความพร้อมและอุปสรรค</li> <li>● มีขั้นตอนการตัดสินใจ (Decision Making) ในการเลือกสถานที่นั้นๆ อย่างไร มีวิธีการและกฎระเบียบอย่างไรบ้าง</li> <li>● มีวิธีการประสานและร่วมมือกันระหว่าง supplier ลูกค้า ผู้ให้บริการลำดับต่างๆ อย่างไร</li> </ul> | <p>ทำงานและตัดสินใจเลือกสถานที่จัดประชุม</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● -การจัดประชุมที่ประเทศไทยได้อย่างไร</li> <li>● -มีกระบวนการในการทำงานอย่างไร</li> <li>● มีการวางแผนอย่างไร ติดต่อประสานงานกับหน่วยงานใดบ้าง</li> <li>● มี Priority ในการเลือกศูนย์ประชุมอย่างไร</li> <li>● ขั้นตอนการคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับการจัดงานเป็นอย่างไร</li> <li>● วิธีแก้ไขปัญหาด้านต่างๆที่เกิดขึ้นในห่วงโซ่ดังกล่าว</li> </ul> |   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>● วิธีการเพิ่มศักยภาพทางการตลาด (รักษาและดึงดูดลูกค้าในตลาดการจัดประชุมให้เข้ามาใช้บริการมากขึ้นต่อไป) เป็นอย่างไร</li> <li>● ทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมการจัดประชุมที่ผ่านมาเป็นอย่างไร/ประสบปัญหาอย่างไรบ้าง ในด้านการลงทุนโครงสร้างพื้นฐาน นโยบายภาครัฐ การพัฒนาบุคคล และการพัฒนาและ</li> </ul>  | <p>ข้อคำถามเป็นการสอบถามถึงปัญหาหรืออุปสรรคที่พบในการจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทย เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจ</p>  | <p>วัตถุประสงค์ที่ 5 เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทย</p> |

| ส่วนต่างๆ ของแบบ<br>สัมภาษณ์   | สาระสำคัญ | วัตถุประสงค์ |
|--|-----------|--------------|
| <p>ประยุกต์ใช้เทคโนโลยี<br/>สมัยใหม่</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ปัญหาหรืออุปสรรคด้าน<br/>อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องที่พบ</li> </ul> |           |              |

สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณกับนักท่องเที่ยวกลุ่มประชุมนานาชาติ  
คณะผู้วิจัยจะใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามที่มีรายละเอียด ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มาเข้าร่วมการจัดประชุมนานาชาติ

ตอนที่ 3 ข้อมูลความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้เข้าร่วม  
ประชุมนานาชาติ

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

ตารางที่ 3.3 สาระสำคัญในแบบสอบถามและวัตถุประสงค์

| ส่วนต่างๆ ของแบบสอบถาม  | สาระสำคัญ   | วัตถุประสงค์  |
|---|---|---|
| ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบ<br>แบบสอบถาม  | <ul style="list-style-type: none"> <li>ข้อคำถามเป็นการสอบถาม<br/>สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบ<br/>แบบสอบถามเพื่อนำเสนอ<br/>คุณลักษณะของผู้เข้าร่วม<br/>การจัดประชุม</li> <li>เป็นแบบสอบถามกำหนด<br/>คำตอบให้เลือก<br/>(checklist)</li> </ul>  | วัตถุประสงค์ที่ 1 ศึกษา<br>ลักษณะส่วนบุคคลของผู้<br>เข้าร่วมการจัดประชุม        |
| ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูล<br>พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มา<br>เข้าร่วมการจัดประชุมนานาชาติ | <ul style="list-style-type: none"> <li>-ข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูล<br/>พฤติกรรมนักท่องเที่ยว<br/>ที่มาเข้าร่วมการจัดประชุมนานาชาติครอบคลุม 3<br/>ส่วน คือ ก่อนการเข้าร่วม<br/>ประชุม ระหว่างเข้าร่วม<br/>ประชุม และหลังเข้าร่วม<br/>ประชุม ซึ่งมีความ<br/>สอดคล้องกับบริบทการจัด<br/>ประชุมนานาชาติ</li> </ul> | วัตถุประสงค์ที่ 2 ศึกษาส่วน<br>ประสมทางการตลาดบริการ<br>ของการจัดประชุมนานาชาติ |

| ส่วนต่างๆ ของแบบสอบถาม   | สาระสำคัญ   | วัตถุประสงค์  |
|--|---|---|
| <p>ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้เข้าร่วมการจัดประชุมนานาชาติ</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● แบบสอบถามความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้เข้าร่วมการจัดประชุมนานาชาติ ซึ่งประกอบด้วย 7 ประการ<br/>1) การเข้าถึง 2) ผู้วางแผนการประชุม 3) ที่พักแรม 4) สถานที่จัดประชุม 5) สิ่งอำนวยความสะดวก 6) สิ่งดึงดูดใจ 7) ศักยภาพและความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม</li> <li>● แบบสอบถามความคิดเห็นโดยใช้เกณฑ์ในการพิจารณาความคิดเห็นระดับความพึงพอใจแบบ Likert Scale คือ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย และเห็นด้วยน้อยที่สุดและการจัดอันดับความสำคัญ</li> </ul> | <p>วัตถุประสงค์ที่ 3 ศึกษาศักยภาพของธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติในประเทศไทย</p> <p>วัตถุประสงค์ที่ 4 วิเคราะห์แนวโน้มของอุตสาหกรรมจัดการประชุมนานาชาติ</p>  |
| <p>ส่วนที่ 4 ข้อเสนออื่นๆ</p>  | <p>ประกอบด้วยคำถามปลายเปิด</p>  | <p>วัตถุประสงค์ที่ 3 ศึกษาศักยภาพของธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติในประเทศไทย</p> <p>วัตถุประสงค์ที่ 4 วิเคราะห์แนวโน้มของอุตสาหกรรมจัดการประชุมนานาชาติ</p> <p>วัตถุประสงค์ที่ 5 นำเสนอแนวทางการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทย</p> |

### 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยพื้นฐานที่มุ่งเน้นในการศึกษาศักยภาพของธุรกิจการจัดประชุมวิชาชีพในประเทศไทยเพื่อเป็นแนวทางสำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของประเทศไทย ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงวางแผนการศึกษาเพื่อศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันและแนวโน้มธุรกิจการจัดประชุมวิชาชีพอันจะเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ศักยภาพของธุรกิจการจัดประชุมวิชาชีพในประเทศไทย เพื่อให้การวิจัยครั้งนี้ไปสู่เป้าหมายจึงได้กำหนดวิธีการวิจัย ใช้กระบวนการวิจัยผสม (Mixed Method) ประกอบด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ในการศึกษาสภาพและสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในอุตสาหกรรมไมซ์ อันเกิดขึ้นโดยผ่านมุมมองแบบองค์รวม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนตามวัตถุประสงค์การวิจัย ซึ่งเป็นแนวทางอุปนัย (Inductive Approach) โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูล คือ การสัมภาษณ์เชิงลึก และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในการศึกษาพฤติกรรม ความต้องการทัศนคติต่อการจัดการประชุมนานาชาติรวมถึงผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมจากการเข้าร่วมประชุมวิชาชีพ

เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนตามวัตถุประสงค์การวิจัย โดยการใช้วิธีการรวบรวมข้อมูล โดยศึกษาข้อมูลจากเอกสารและรายงานที่เกี่ยวข้อง ประกอบกับการศึกษาภาคสนาม (Field Research) จากการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.3.1 ข้อมูลเชิงปฐมภูมิ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยมีการออกแบบโครงสร้างของข้อคำถามที่สามารถนำไปใช้ในการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างเพื่อให้แสดงความคิดเห็นและจากภาคส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้จะมีการจดบันทึกข้อมูลและการบันทึกเสียงของผู้มีส่วนร่วมในการวิจัยโดยการขออนุญาตผู้มีส่วนร่วมในการวิจัยก่อนทำการบันทึกเสียง เพื่อนำมาใช้ในการรวบรวมการตรวจสอบและตรวจทานความถูกต้องย้อนกลับในภายหลังได้ โดยใช้การถอดเทปโดยถ่ายทอดข้อมูลในการสัมภาษณ์ออกมาทั้งหมด

การเก็บรวบรวมข้อมูลจะประกอบไปด้วย 3 ขั้นตอน โดยเน้นการมีส่วนร่วม ของภาคส่วนต่างๆ ตั้งแต่ช่วงการพัฒนากรอบแนวคิดเพื่อที่ผลการศึกษจะสามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อตอบสนองภาคส่วนต่างๆ โดยมีรายละเอียดการรวบรวมข้อมูล ดังนี้

**ระยะที่ 1** การเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับบริบท สภาพแวดล้อม ปัจจัยที่เกี่ยวข้องและเพื่อการประเมินศักยภาพของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติดังนี้

- หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานส่งเสริมการประชุมและนิทรรศการไทย สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) ผู้จัดทำในธุรกิจการจัดการประชุม ได้แก่ ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้า ธุรกิจโรงแรมเพื่อการประชุม ตัวแทนและตัวกลาง ได้แก่ ผู้จัดการประชุมมืออาชีพ (Professional Convention Organizer)

**ระยะที่ 2** การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวางแผนการจัดการ ปัจจัยที่จะต้องนำมาพิจารณาและผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการจัดงานดังกล่าวเพื่อเป็นตัวแทนกรณีศึกษาเพื่อให้เห็นผลที่เกิดขึ้นจากการประชุมนานาชาติ

- ผู้แทนจากผู้ที่มิมีบทบาทและหน้าที่ในการจัดงานของกรณีศึกษา ได้แก่ ผู้ประกอบการที่เคยจัดหรือเข้าร่วมการจัดการประชุมนานาชาติ ผู้ให้การสนับสนุนการจัดการประชุม ศูนย์การจัดการประชุมและผู้ให้บริการที่เกี่ยวข้อง

**ระยะที่ 3** การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยว กลุ่มการประชุมนานาชาติเพื่อรับทราบพฤติกรรมทางการท่องเที่ยว ทักษะและความคิดเห็นต่อการจัดการประชุมนานาชาติที่เลือกเป็นกรณีศึกษา

- ตัวแทนประชากรที่เป็นนักท่องเที่ยวในกลุ่มการประชุมนานาชาติ ทั้งนี้ แม้ว่าการคำนวณขนาดตัวอย่าง ผู้วิจัยวางแผนการเก็บข้อมูลจำนวนไม่น้อยกว่า 369 ตัวอย่าง แต่เพื่อให้ครอบคลุมนักท่องเที่ยวทั้งหมด จึงมีการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยว รวมทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง

3.3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) คณะผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บข้อมูล จากการศึกษา เอกสาร วารสาร รายงาน ข่าวสาร สิ่งตีพิมพ์ต่างๆ และเว็บไซต์ของหน่วยงานต่างๆ เช่น สำนักงานส่งเสริมการประชุมและนิทรรศการไทย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว ภายในประเทศไทย World Tourism Organization เป็นต้น

### 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่เป็นเอกสารวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อทราบถึงบริบทประเด็นที่ศึกษาและกำหนดแนวทางในการเก็บรวบรวมข้อมูล และจากข้อมูลการสัมภาษณ์และการอภิปรายกลุ่ม โดยใช้การวิเคราะห์ดังนี้

3.4.1 การวิเคราะห์โดยเปรียบเทียบข้อมูล (Constant Comparison) โดยนำข้อมูลมาเทียบเคียงหรือเปรียบเทียบกับเหตุการณ์อื่น เพื่อหาลักษณะร่วมกันและลักษณะที่แตกต่างกันของข้อมูลเหตุการณ์เหล่านั้น

3.4.2 การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เป็นกระบวนการจัดหมวดหมู่ของข้อมูลเชิงคำพูดหรือพฤติกรรม เพื่อจัดกลุ่ม ตีความ และสรุปผลการศึกษา โดยวิเคราะห์เนื้อหาในระดับพรรณนา (Descriptive) และระดับตีความ (Interpretive)

3.4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ในการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง การศึกษาศักยภาพของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทย นี้ คณะผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาผลกระทบของอุตสาหกรรมการจัดการประชุมนานาชาติทั้งในเชิงเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม 2) เพื่อวิเคราะห์ความเชื่อมโยงใน Value Chain ของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ 3) เพื่อศึกษาศักยภาพของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทย 4) เพื่อวิเคราะห์แนวโน้มของอุตสาหกรรมจัดการประชุมนานาชาติ และ 5) เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจจัดการประชุมนานาชาติในประเทศ ทั้งนี้จากกรอบแนวคิดและเครื่องมือการวิจัยแบบผสม ซึ่งประกอบด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลหลักในธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ ซึ่งประกอบด้วย การสัมภาษณ์เชิงลึก ได้แก่

ทั้งนี้ คณะผู้วิจัยขอเสนอผลการศึกษาประกอบด้วย

- 4.1 การศึกษาผลกระทบของอุตสาหกรรมการจัดการประชุมนานาชาติทั้งในเชิงเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม
- 4.2 วิเคราะห์ความเชื่อมโยงใน Value Chain ของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ
- 4.3 ศักยภาพของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทย
- 4.4 วิเคราะห์แนวโน้มของอุตสาหกรรมจัดการประชุมนานาชาติ
- 4.5 แนวทางการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ

#### 4.1 การศึกษาผลกระทบของอุตสาหกรรมการจัดการประชุมนานาชาติทั้งในเชิงเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์ผลกระทบทั้งทางตรงที่ส่งผลกระทบต่อผู้ที่เกี่ยวข้องหลัก (Key Players) และทางอ้อมต่างๆ ภายใต้กรอบแนวคิดการศึกษาผลกระทบ ได้แก่ 1) ผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ 2) ผลกระทบทางด้านสังคมและวัฒนธรรม 3) ผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อม จากการศึกษาพบว่าผู้ได้รับผลกระทบจะประกอบด้วย 3 ส่วนหลัก คือ

- 4.1.1 ผลกระทบต่อสมาคม/กลุ่มทางสังคมผู้เป็นเจ้าของภาพในการจัดการประชุมนานาชาติ
- 4.1.2 ผลกระทบต่อผู้ที่เกี่ยวข้องหลักในธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ
- 4.1.3 ผลกระทบต่อท้องถิ่นสังคมจากธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ

โดยมีรายละเอียดดังนี้



ตารางที่ 4.1 ผลกระทบอุตสาหกรรมการจัดการประชุมนานาชาติในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

| ผลกระทบ      | ผลกระทบเชิงบวก   |   |   | ผลกระทบเชิงลบ  |
|--------------|--|---|---|--|
|              | ต่อสมาคม<br>ผู้เป็นเจ้าของภาพ  | ต่อผู้ที่เกี่ยวข้อง<br>หลัก   | ต่อท้องถิ่น<br>และสังคม   |  |
| ด้านเศรษฐกิจ | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. การสร้างรายได้ให้กับสมาคม</li> <li>2. สร้างโอกาสเชิงธุรกิจสำหรับสมาชิก สมาคมและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง</li> <li>3. สามารถนำไปสู่การเพิ่มจำนวนสมาชิกให้กับสมาคมและสร้างรายได้</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ช่วยสร้างเงินตราเข้าสู่ธุรกิจหลักที่เกี่ยวข้อง</li> <li>2. ช่วยสร้างรายได้ให้กับรัฐในรูปของภาษีเงินได้จากรายรับของธุรกิจการจัดการประชุม</li> <li>3. ช่วยสร้างงานและการกระจายรายได้สู่ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง</li> <li>4. ช่วยกระตุ้นให้เกิดการเพิ่มมาตรฐานอุตสาหกรรมบริการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติทุกด้าน</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. เกิดการกระจายและกระตุ้นเศรษฐกิจของท้องถิ่น</li> <li>2. สร้างรายได้ทางอ้อมให้บุคลากรสาขาอาชีพต่างๆ</li> <li>3. เกิดจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น</li> <li>4. เพิ่มอัตราการเข้าพักให้กับธุรกิจโรงแรมตลอดจนธุรกิจที่เกี่ยวข้อง</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ปัญหาราคาและค่าครองชีพเพิ่มสูงขึ้น</li> <li>2. เกิดค่าใช้จ่ายในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก</li> <li>3. การแก่งแย่งผลประโยชน์ของชุมชนท้องถิ่น</li> <li>4. เกิดการเคลื่อนย้ายแรงงาน</li> <li>5. เกิดการแข่งขันที่สูงขึ้น</li> </ol> |

ตารางที่ 4.1 ผลกระทบอุตสาหกรรมการจัดการประชุมนานาชาติในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

| ผลกระทบ                  | ผลกระทบเชิงบวก  |  |  | ผลกระทบเชิงลบ   |
|--------------------------|---|--|--|---|
|                          | ต่อสมาคม<br>ผู้เป็นเจ้าของภาพ                               | ต่อผู้ที่เกี่ยวข้อง<br>หลัก  | ต่อท้องถิ่น<br>และสังคม  |   |
|                          |   | 5. สร้างความร่วมมือระหว่าง<br>ภาครัฐและเอกชนในด้านการ<br>พัฒนาและการลงทุน  | 5. ขยายตลาดการท่องเที่ยว<br>กลุ่มลูกค้าระดับบน<br>6. ช่วยสร้างรูปแบบการ<br>ท่องเที่ยวใหม่<br>7. สร้างโอกาสการลงทุน<br>อุตสาหกรรมด้านการ<br>ท่องเที่ยวและธุรกิจบริการ |   |
| ด้านสังคมและ<br>วัฒนธรรม | 1. การเพิ่มความเชื่อมั่นต่อ<br>ภาพลักษณ์เชิงบวกของ<br>สมาคม | 1. ช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ของ<br>ประเทศในฐานะเจ้าภาพการ<br>จัดการประชุม<br>2. การประชาสัมพันธ์ประเทศให้<br>เป็นที่รู้จัก | 1. ประชาชนในประเทศและ<br>ท้องถิ่นได้รับประโยชน์จาก<br>การลงทุนของภาครัฐอัน<br>เกิดจากการส่งเสริมธุรกิจ   | 1. สร้างความรบกวน<br>ให้แก่ชุมชน<br>2. เกิดปัญหาการเปลี่ยน<br>วิถีชีวิตและค่านิยม<br>วัฒนธรรมของสังคม |

ตารางที่ 4.1 ผลกระทบอุตสาหกรรมการจัดการประชุมนานาชาติในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

| ผลกระทบ | ผลกระทบเชิงบวก   |   |   | ผลกระทบเชิงลบ   |
|---------|--|---|---|---|
|         | ต่อสมาคม<br>ผู้เป็นเจ้าของภาพ  | ต่อผู้ที่เกี่ยวข้อง<br>หลัก   | ต่อท้องถิ่น<br>และสังคม   |   |
|         | 2. เกิดการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ถือเป็นหัวใจหลักของการประชุม<br>3. สร้างเครือข่ายและความร่วมมือ<br>4. ได้รับประสบการณ์ ชื่อเสียง และโอกาสการประมุขสิทธิ์ในครั้งต่อไป | 3. พัฒนาศักยภาพของบุคลากรในธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ<br>4. สร้างการประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกให้กับเมืองที่เป็นเจ้าภาพ<br>5. การพัฒนาศักยภาพของบุคลากร | การจัดการประชุมนานาชาติ<br>2. ก่อให้เกิดการรักษาสุขภาพแวดล้อมและทัศนียภาพ<br>3. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในด้านสังคมและวัฒนธรรม<br>5. สร้างโอกาสให้คนในท้องถิ่น | 3. เกิดการเปลี่ยนแปลงอุปนิสัยอันดีของชุมชนท้องถิ่น<br>4. เกิดปัญหาการทำลายศิลปวัตถุของชุมชน |

ตารางที่ 4.1 ผลกระทบอุตสาหกรรมการจัดการประชุมนานาชาติในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

| ผลกระทบ | ผลกระทบเชิงบวก                |                             |   | ผลกระทบเชิงลบ |
|---------|-------------------------------|-----------------------------|---|---------------|
|         | ต่อสมาคม<br>ผู้เป็นเจ้าของภาพ | ต่อผู้ที่เกี่ยวข้อง<br>หลัก | ต่อท้องถิ่น<br>และสังคม   |               |
|         |                               |                             | 6. เกิดประโยชน์ในการ<br>ประยุกต์ใช้วัฒนธรรมมา<br>เป็นสิ่งดึงดูดใจ<br>7. การฟื้นฟูสืบทอด<br>วัฒนธรรมและประเพณีอัน<br>ดีงาม |               |

ตารางที่ 4.1 ผลกระทบอุตสาหกรรมการจัดการประชุมนานาชาติในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

| ผลกระทบ         | ผลกระทบเชิงบวก  |   |   | ผลกระทบเชิงลบ   |
|-----------------|---|---|---|---|
|                 | ต่อสมาคม<br>ผู้เป็นเจ้าของภาพ   | ต่อผู้ที่เกี่ยวข้อง<br>หลัก   | ต่อท้องถิ่น<br>และสังคม   |   |
| ด้านสิ่งแวดล้อม | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ช่วยส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>2. การสร้างมาตรการเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างเป็นรูปธรรม</li> <li>3. การสร้างการมีส่วนร่วมต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม</li> <li>4. เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างมีคุณค่า</li> <li>5. ยกระดับด้านสิ่งแวดล้อมสู่มาตรฐานสากล</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. เกิดการตระหนักถึงคุณค่าสิ่งแวดล้อมในชุมชนและประเทศ</li> <li>2. เกิดการช่วยกันรักษาและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม</li> <li>3. ช่วยฟื้นฟูและเสริมคุณค่าของสิ่งแวดล้อม</li> <li>6. ค้นคว้าหาแนวทางศึกษาวิจัยในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมท้องถิ่นให้มีประสิทธิภาพมาก</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ปัญหาสภาพแวดล้อม</li> <li>2. ปัญหาด้านขยะมูลฝอย</li> <li>3. ปัญหาด้านมลภาวะเป็นพิษ</li> </ol> |

#### 4.1.1 ผลกระทบต่อสมาคม/กลุ่มทางสังคมผู้เป็นเจ้าของภาพในการจัดการประชุม นานาชาติ

ผลจากการเป็นเจ้าของภาพการจัดการประชุมนานาชาติจะสร้างผลกระทบเชิงบวกโดยตรงต่อสมาคม/กลุ่มทางสังคมดังกล่าวภายในประเทศ หรืออาจจะกล่าวได้ว่าผู้ที่ได้รับประโยชน์หลักในลำดับแรก คือ สมาคม/กลุ่มทางสังคมในประเทศนั่นเอง ทั้งนี้ผลกระทบเชิงบวก ได้แก่

##### 1. ผลกระทบเชิงบวกทางด้านเศรษฐกิจ

- **การสร้างรายได้ให้กับสมาคม** ในการดำเนินการจัดการประชุมนานาชาติแต่ละครั้ง สมาคม/กลุ่มทางสังคมจะมีโอกาสในการสร้างรายได้จากกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ดังนั้น สมาคมที่มีการวางแผนการประชุมอย่างมืออาชีพ สร้างความน่าสนใจและมีโอกาสการสร้างประโยชน์ต่างๆ จะได้รับการสนับสนุนจากผู้ที่เกี่ยวข้องอันจะนำไปสู่การสร้างรายได้สำหรับสมาคม/กลุ่มทางสังคมต่อไป
- **สร้างโอกาสเชิงธุรกิจสำหรับสมาชิก สมาคมและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง** นอกจากกิจกรรมการประชุมซึ่งถือเป็นกิจกรรมหลักที่เกิดขึ้นแล้ว มักจะมีกิจกรรมด้านการเจรจาทางธุรกิจ การนำเสนอสินค้าและบริการจากสมาชิก สร้างโอกาสทางการค้า สมาคมและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง จากกิจกรรมดังกล่าวถือเป็นโอกาสและการต่อยอดทางธุรกิจอีกทางหนึ่ง เกิดการเติบโตทางด้านเศรษฐกิจและสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจอุตสาหกรรมนั้นๆ ในเชิงมหภาค
- **สามารถนำไปสู่การเพิ่มจำนวนสมาชิกให้กับสมาคมและสร้างรายได้** การได้รับสิทธิ์ให้เป็นผู้จัดการประชุมนานาชาติจะทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องแต่ยังไม่เป็นสมาชิกเกิดความเชื่อมั่นและนำไปสู่การตัดสินใจเพื่อเป็นสมาชิกและการสร้างรายได้เพิ่มมากขึ้น
- **ลดค่าใช้จ่ายสำหรับสมาชิกในการเข้าร่วมการประชุม** เนื่องจากการได้เป็นเจ้าของจัดงานจะสามารถสร้างโอกาสให้สมาชิกสามารถเข้าร่วมได้ในราคาถูกลง

## 2. ผลกระทบเชิงบวกทางด้านสังคมและวัฒนธรรม

- **การเพิ่มความเชื่อมั่นต่อภาพลักษณ์เชิงบวกของสมาคม** กล่าวคือ เป็นการสะท้อนถึงขีดความสามารถและศักยภาพของกลุ่มทางสังคมหรือสมาชิกในประเทศ ทั้งยังแสดงให้เห็นถึงความมั่นคงและความก้าวหน้าในมิติต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับทางสมาคม เช่น การประชุมนานาชาติทางด้านการแพทย์ที่เกิดขึ้นก็เป็นสิ่งสะท้อนถึงขีดความสามารถของการแพทย์และสมาคมการแพทย์ไทยในแขนงต่างๆ และความก้าวหน้าของวิวัฒนาการทางการแพทย์ของสมาคม ส่งผลต่อการยกระดับของสมาคมสู่สากลในที่สุด
- **เกิดการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้** ถือเป็นหัวใจหลักของการประชุม ด้วยการประชุมนานาชาติจะมีการนำเสนอผลงานทางวิชาการ การวิจัย เทคโนโลยีใหม่ นวัตกรรมและแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นจากผู้เชี่ยวชาญต่างๆ ทำให้สามารถสร้างโอกาสในการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ในด้านองค์ความรู้และวิชาการ เข้ามาสู่ผู้ที่เกี่ยวข้องทางตรงหรือสมาชิกของสมาคม และเข้าสู่ประเทศทำให้คนในแวดวงที่เกี่ยวข้องและคนในประเทศได้มีโอกาสเรียนรู้ วิทยาการและเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อให้ทันต่อความก้าวหน้าของโลก
- **สร้างเครือข่ายและความร่วมมือ** สมาคมจะได้โอกาสในการสร้างเครือข่ายและความร่วมมือจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภายในและต่างประเทศ ซึ่งจะสร้างประโยชน์ต่อการพัฒนาและการยกระดับต่อไป
- **ได้รับประสบการณ์ ชื่อเสียงและโอกาสการประมุขสิทธิ์ในครั้งต่อไป** ผู้นำ คณะกรรมการและสมาชิกจะได้รับประสบการณ์ด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง หากสามารถจัดการประชุมนานาชาติได้บรรลุเป้าหมายของสมาคมระดับนานาชาติจะทำให้ได้รับชื่อเสียงและนำไปสู่ความมั่นใจและโอกาสการประมุขสิทธิ์ในครั้งต่อไป

### 3. ผลกระทบเชิงบวกทางด้านสิ่งแวดล้อม

- **ช่วยส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม** การออกแบบกิจกรรมการประชุมให้มีความสอดคล้องกับแนวคิดการประชุมสีเขียวจะเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

#### 4.1.2 ผลกระทบเชิงบวกต่อผู้ที่เกี่ยวข้องหลักในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ

##### 1. ผลกระทบเชิงบวกทางด้านเศรษฐกิจ

- **ช่วยสร้างเงินตราเข้าสู่ธุรกิจหลักที่เกี่ยวข้อง** ช่วยสร้างรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศให้แก่ธุรกิจต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง
- **ช่วยการสร้างงานและการกระจายรายได้สู่ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง** เนื่องจากการดำเนินธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติจะต้องอาศัยองค์ประกอบและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ทั้งหน่วยงานภาครัฐ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติไทย เป็นต้น และภาคธุรกิจโดยตรงอื่นๆ เช่น โรงแรม สถานที่จัดประชุม ผู้จัดงานการประชุมมีอาชีพ เป็นต้น นอกจากนี้ยังได้กระจายผลประโยชน์ไปยังธุรกิจอื่นๆ ที่เชื่อมโยงทั้งภาคการผลิตและภาคการบริการก่อให้เกิดการสร้างงานในวงกว้าง สร้างโอกาสพัฒนาทางวิชาชีพของหน่วยงานหรือสมาคมวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ
- **ช่วยกระตุ้นให้เกิดการเพิ่มมาตรฐานอุตสาหกรรมบริการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติทุกด้าน** เพื่อสร้างความประทับใจให้แก่ผู้เข้าร่วมการประชุมอันจะทำให้ได้รับความเชื่อถือและไว้วางใจให้จัดการประชุมนานาชาติในครั้งต่อไป
- **สร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในด้านการพัฒนาและการลงทุนต่อธุรกิจ** ช่วยสร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในด้านการพัฒนาและการลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก การบริการ กำหนดมาตรฐานการฝึกอบรมและการดำเนินการตลาดสำหรับธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ



## 2. ผลกระทบเชิงบวกทางด้านสังคมและวัฒนธรรม

- **ช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ของประเทศในฐานะเจ้าภาพการจัดการประชุมนานาชาติ** ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศที่เป็นเจ้าภาพ เนื่องจากประเทศที่ได้รับเลือกเป็นเจ้าภาพจะต้องเป็นประเทศที่ได้รับการยอมรับเป็นอย่างดี เท่ากับเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ประเทศ
- **การประชาสัมพันธ์ประเทศให้เป็นที่รู้จัก** ช่วยประชาสัมพันธ์ให้แก่ประเทศเจ้าภาพ ถึงแม้ผู้ที่เข้ามาร่วมกิจกรรมการประชุมนานาชาติจะมีวัตถุประสงค์หลักในเชิงธุรกิจ แต่หากมีความประทับใจและได้รับประสบการณ์ที่ดี ย่อมจะเป็นแรงจูงใจให้เดินทางกลับเข้ามาท่องเที่ยว ส่วนตัวอีก รวมทั้งช่วยบอกต่อญาติมิตรให้มาท่องเที่ยวด้วย อันเป็นการช่วยประชาสัมพันธ์ให้แก่ประเทศนั้นเป็นอย่างดี และช่วยส่งเสริมสร้างศักยภาพด้านการท่องเที่ยวให้แก่ประเทศเจ้าภาพอีกด้วย
- **สร้างการประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกให้กับเมืองที่เป็นเจ้าภาพการจัดการงาน** เมืองที่เป็นเจ้าภาพการจัดการงานจะได้รับประโยชน์ในด้านภาพลักษณ์และช่วยสร้างการรับรู้ในมิติที่กว้างขึ้นนอกจากด้านการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน
- **การพัฒนาศักยภาพของบุคลากร** การจัดกิจกรรมในธุรกิจการจัดการประชุมทำให้เกิดการอบรมเสริมสร้างความรู้ การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างผู้ร่วมงาน อีกทั้งยังเป็นการสร้างแรงจูงใจในการดำเนินการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ดังนั้น ธุรกิจผู้จัดการประชุมมืออาชีพจะได้รับประโยชน์ทั้งทางด้านการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรและการเสริมสร้างความเข้าใจระหว่างผู้ร่วมงานให้เกิดขึ้นภายในองค์กร อันจะนำไปสู่ระบบการทำงานที่มีประสิทธิภาพสามารถสร้างผลงานที่มีคุณภาพของบุคลากรในระดับองค์กรและจะนำผลดีไปสู่ประเทศในการสร้างระบบเศรษฐกิจในระดับมหภาค

### 3. ผลกระทบเชิงบวกทางด้านสิ่งแวดล้อม

- การสร้างมาตรการเพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรม ปัจจุบันมีการร่วมมือกันเพื่อกำหนดเกณฑ์และมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมเข้ามาใช้สำหรับสถานที่เพื่อการจัดการประชุม ซึ่งมีความเป็นรูปธรรมและเชื่อถือได้
- การสร้างการมีส่วนร่วมต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ผู้ที่เกี่ยวข้องหลักได้มีส่วนเกี่ยวข้องต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมโดยการออกแบบกิจกรรมต่างๆ ที่สอดคล้องกับมาตรการที่ถูกกำหนดไว้ได้อย่างเหมาะสม
- เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างมีคุณค่า กระบวนการทางสิ่งแวดล้อมจะช่วยให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างมีคุณค่าสูงสุดอันนำไปสู่การลดปริมาณการใช้ขยะและปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม
- ยกระดับด้านสิ่งแวดล้อมสู่มาตรฐานสากล การที่ผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนเข้าสู่กระบวนการรับรองมาตรฐานต่างๆ จะช่วยยกระดับธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล

#### 4.1.3 ผลกระทบเชิงบวกต่อท้องถิ่นและสังคมในเชิงมหภาค

##### 1. ผลกระทบเชิงบวกทางด้านเศรษฐกิจ

- เกิดการกระจายและกระตุ้นเศรษฐกิจของท้องถิ่น ทั้งนี้การประมาณการรายได้เฉลี่ยหรือการใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันของผู้เดินทางประชุมจะมากกว่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวโดยทั่วไป 2-3 เท่า
- ช่วยสร้างรายได้ให้กับรัฐในรูปแบบของภาษีเงินได้จากรายรับของธุรกิจการจัดการประชุม ช่วยสร้างรายได้ให้รัฐในรูปแบบของภาษีเงินได้จากรายรับของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติและธุรกิจอื่นเกี่ยวข้อง
- สร้างรายได้ทางอ้อมให้บุคลากรสาขาอาชีพต่างๆ เช่น การขายของที่ระลึก ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายเครื่องดื่ม เป็นต้น รวมไปถึงรายได้ที่ผู้เข้าร่วมประชุมและนักท่องเที่ยวใช้จ่ายสินค้าและบริการ ภาษีเงินได้จาก การซื้อสินค้าและบริการที่ส่งผลทวีคูณ (Multiplier Effect) ให้รายได้นี้หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจเพิ่มทวีขึ้นหลายเท่าตัว
- เกิดจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ช่วยเพิ่มรายได้ทางการท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวและนักเดินทางเพื่อการประชุมนานาชาติเป็นกลุ่มที่มีคุณภาพและมีกำลังซื้อสูง จึงทำให้รายได้จากนักเดินทางกลุ่มเพื่อการ

ประชุมนานาชาติจึงมีมากกว่านักท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนอันเป็นการเพิ่ม รายได้ให้แก่ประเทศ

- **เพิ่มอัตราการเข้าพักให้กับธุรกิจโรงแรมตลอดจนธุรกิจที่เกี่ยวข้อง** โดยเฉพาะช่วงนอกฤดูการท่องเที่ยวที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวและลูกค้าน้อย ตลาดธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติจะช่วยทดแทนและสร้างรายได้ ให้กับธุรกิจโรงแรมและธุรกิจที่มีส่วนเกี่ยวข้อง
- **ขยายตลาดการท่องเที่ยวกลุ่มลูกค้าระดับบน** ช่วยสร้างโอกาสในการ ขยายฐานการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระดับบนซึ่งนักเดินทางเพื่อการ ประชุมนานาชาติเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูงและยังมีความเชื่อว่า นักท่องเที่ยวนี้มีแนวโน้มที่จะรักษาและอนุรักษ์สภาพแวดล้อมได้ดีกว่า นักท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน เนื่องจากส่วนมากเป็นกลุ่มบุคคลที่มีการ ศึกษาสูงและเป็นผู้นำด้านความคิด
- **ช่วยสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวใหม่** เมื่อได้จัดกิจกรรมไม่ซ้ำประสพ ความสำเร็จ จะเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่สำคัญในการดึงดูด นักท่องเที่ยวและธุรกิจใหม่ๆ เข้าสู่ประเทศเพิ่มมากขึ้น นับเป็นการช่วย พัฒนารูปแบบการธุรกิจและการท่องเที่ยว
- **สร้างโอกาสการลงทุนอุตสาหกรรมด้านการท่องเที่ยวและธุรกิจบริการ** การขยายเส้นทางบินของสายการบินต่างๆ เพื่อรองรับการขยายตัวของ ธุรกิจการจัดการประชุมที่มีการกระจายไปในระดับภูมิภาคและการขยาย กิจกรรมของโรงแรมและที่พักในรูปแบบใหม่ให้ตอบสนองกับกระแสความ ต้องการของนักท่องเที่ยวในระดับโลกมากขึ้น

## 2. ผลกระทบเชิงบวกทางด้านสังคมและวัฒนธรรม

- **ประชาชนในประเทศและท้องถิ่นได้รับประโยชน์จากการลงทุนของ ภาครัฐอันเกิดจากการส่งเสริมธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ** ช่วย ให้ประชาชนทั่วไปได้รับประโยชน์จากการลงทุนของรัฐ เมื่อจัดการ ประชุมนานาชาติ ทำให้รัฐจะต้องลงทุนในส่วนโครงสร้างและสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติย่อมส่งผลให้ ประชาชนได้รับประโยชน์ด้วย
- **ก่อให้เกิดการรักษาสภาพแวดล้อมและทัศนียภาพ** เพื่อเป็นการนำเสนอ ภาพลักษณ์เชิงบวกของเมืองและพื้นที่ที่ใช้สำหรับการจัดการประชุม

นานาชาติ จึงก่อให้เกิดการรักษาสภาพแวดล้อมรวมถึงการปรับปรุงทัศนียภาพของเมืองให้มีความพร้อมในด้านต่างๆ ทั้งทางด้านความสวยงาม ความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ ด้านความปลอดภัย การสื่อความหมายของป้ายบอกทาง และการบริหารพื้นที่เพื่อการรักษาสภาพแวดล้อม

- **การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในด้านสังคมและวัฒนธรรม** ภายใต้การจัดการประชุมจะมีการจัดกิจกรรมทางสังคมต่างๆ ซึ่งมีการนำไปสู่การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ก่อให้เกิดความเข้าใจและยอมรับในคุณค่าทางมรดกและวัฒนธรรมมากขึ้น
- **สร้างโอกาสให้คนในท้องถิ่น** ช่วยเสริมสร้างการศึกษาแก่ชุมชน เพื่อพัฒนาตัวเองให้มีความรู้ความสามารถมีโลกทัศน์กว้างขวาง มีการพัฒนาองค์ความรู้ นวัตกรรม เพื่อนำไปใช้ประกอบอาชีพด้านการท่องเที่ยวและพัฒนาการท่องเที่ยวให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดี
- **เกิดประโยชน์ในการประยุกต์ใช้วัฒนธรรมมาเป็นสิ่งดึงดูดใจ** เช่น การนำเสนอกิจกรรมผ่านการประยุกต์ใช้วัฒนธรรมต่างๆ เช่น การแสดงศิลปวัฒนธรรม การแต่งกาย อาหารและเครื่องดื่ม ผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งนอกจากสร้างการรับรู้แล้วยังช่วยการสืบทอดอีกทางหนึ่ง
- **การฟื้นฟูสืบทอดวัฒนธรรมและประเพณีอันดีงาม** นำไปสู่การให้การให้ความสำคัญต่ออัตลักษณ์ของท้องถิ่น การฟื้นฟูและสืบทอดจะช่วยรักษาไว้สู่คนรุ่นต่อไป

### 3. ผลกระทบเชิงบวกทางด้านสิ่งแวดล้อม

- **เกิดการตระหนักถึงคุณค่าสิ่งแวดล้อมในชุมชนและประเทศ** ด้วยแนวโน้มของการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวเพื่อการประชุม
- **เกิดการช่วยกันรักษาและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม** โดยการสร้างการมีส่วนร่วมต่อการอนุรักษ์ทั้งจากผู้ที่อยู่ในท้องถิ่น ผู้วางแผนการจัดการประชุม ผู้เกี่ยวข้องและผู้เยี่ยมชมเยือน
- **ช่วยฟื้นฟูและเสริมคุณค่าของสิ่งแวดล้อม** เกิดการทบทวนเพื่อการฟื้นฟูสภาพแวดล้อม รวมถึงการเสริมสร้างคุณค่าให้มากขึ้น
- **ค้นคว้าหาแนวทางศึกษาวิจัยในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมท้องถิ่น** ให้มีประสิทธิภาพมาก เพื่อนำไปสู่การพัฒนาต่อไป

#### 4.1.4 การวิเคราะห์ผลกระทบเชิงลบในธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ

จากการเพิ่มจำนวนผู้เข้าร่วมการประชุมและจำนวนนักท่องเที่ยวผู้ติดตาม รวมไปถึงรูปแบบกิจกรรมบางอย่างอาจจะสร้างผลกระทบเชิงลบให้กับผู้ที่เกี่ยวข้องและสังคม ดังนั้น หากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องไม่มีแนวทางการบริหารจัดการประชุมนานาชาติให้มีประสิทธิภาพ อาจจะนำมาซึ่งผลกระทบเชิงลบ ดังนี้

##### 1. ผลกระทบเชิงลบทางด้านเศรษฐกิจ ได้แก่

- **ปัญหาอัตราค่าครองชีพเพิ่มสูงขึ้น** เกิดการโก่งราคาสินค้าและบริการ เกิดภาวะเงินเฟ้อในพื้นที่ ค่าครองชีพสูงขึ้น
- **เกิดค่าใช้จ่ายในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก** จำนวนนักท่องเที่ยวที่ติดตามมากขึ้นส่งผลต่อความต้องการด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ทั้งทางด้านการลงทุนและทางด้านการซ่อมแซมต่างๆ ซึ่งมีค่าใช้จ่ายจำนวนมาก
- **การแก่งแย่งผลประโยชน์ของชุมชนท้องถิ่น** เพื่อการรองรับการเติบโตอาจนำไปสู่ภาวะทางการเมืองท้องถิ่นและการแก่งแย่งผลประโยชน์ทางการค้าได้
- **เกิดการเคลื่อนย้ายแรงงาน** โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากต่างประเทศเข้ามาทดแทนบุคลากรในธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ เช่น กลุ่มประเทศสิงคโปร์ ฟิลิปปินส์และมาเลเซีย ที่มีขีดความสามารถด้านภาษาและอาจจะมีประสบการณ์ในการทำงานสูงกว่า
- **เกิดการแข่งขันที่สูงขึ้น** เมื่อตลาดมีการเติบโตเพิ่มมากขึ้นอาจจะนำไปสู่ภาวะการแข่งขันที่สูงตามลำดับ ในด้านผลกระทบทางเศรษฐกิจหากไม่มีการควบคุมกลไกที่มีประสิทธิภาพอาจนำไปสู่ภาวะด้านสงครามราคาเพื่อการแย่งชิงลูกค้าและอาจจะสร้างผลกระทบด้านคุณภาพในระยะยาว

##### 2. ผลกระทบเชิงลบทางด้านสังคมและวัฒนธรรม ได้แก่

- **สร้างความรบกวนให้แก่ชุมชน** เนื่องจากในบางการประชุมนานาชาติที่มีจำนวนผู้เข้าร่วมประชุมมีจำนวนมากซึ่งบางกิจกรรมอาจจะก่อให้เกิดผลกระทบต่อชุมชนและสังคมต่างๆ เช่น การปิดถนนเพื่อการอำนวยความสะดวกในการเดินทาง กิจกรรมทางสังคมบางอย่างมีการใช้พื้นที่ของชุมชน
- **เกิดปัญหาการเปลี่ยนวิถีชีวิตและค่านิยม วัฒนธรรมของสังคม** การเรียนรู้ทางวัฒนธรรมใหม่ๆ หรือการปรับตัวของสังคมเพื่อการรองรับการ

เติบโตอาจจะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านวิถีชีวิตและค่านิยม ซึ่งอาจจะทำให้เกิดภาวะไม่สมดุลทางสังคมหรือสูญเสียเอกลักษณ์ได้ในที่สุด

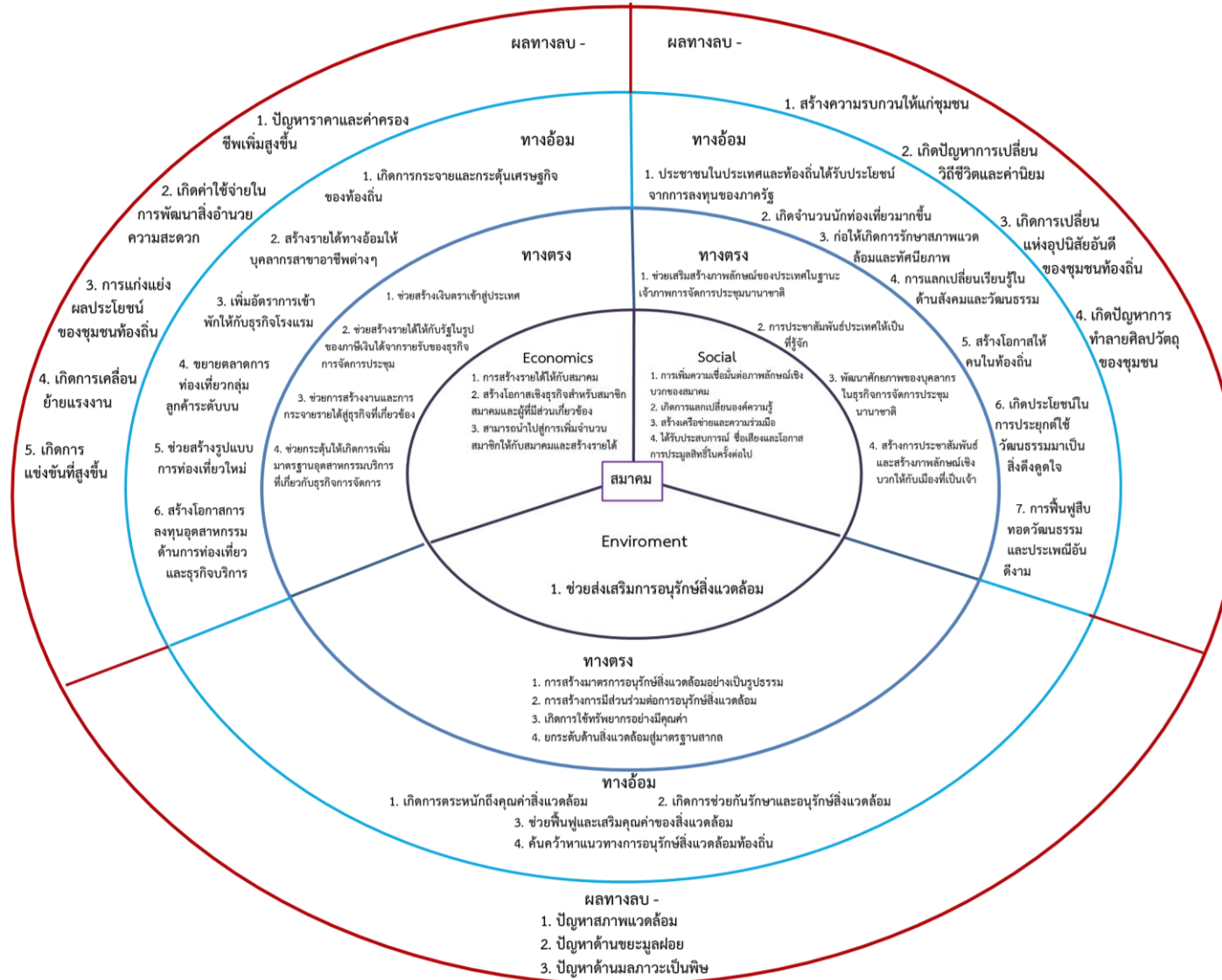
- **เกิดการเปลี่ยนแห่งอุปนิสัยอันดีของชุมชนท้องถิ่น** เมื่อมีนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เพิ่มมากขึ้นทำให้ ประชาชนในท้องถิ่นเอาวัฒนธรรมต่างชาติเข้ามาด้วย ไม่ว่าจะเป็นเรื่องอาหารการกิน มารยาททางสังคมให้ความเป็นไทยเริ่มหายไป
- **เกิดปัญหาการทำลายศิลปวัตถุของชุมชน** หากขาดการกำหนดมาตรการ และการควบคุมที่ดีอาจจะก่อให้เกิดการทำงานศิลปวัตถุของชุมชนได้

### 3. ผลกระทบเชิงลบทางด้านสิ่งแวดล้อม

- **ปัญหาสภาพแวดล้อม** เนื่องจากมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนักท่องเที่ยวที่ติดตามมากขึ้น ย่อมก่อให้เกิดการบริโภคต่างๆ มากขึ้นตามลำดับ เพื่อสนองความต้องการให้เพียงพอ ซึ่งอาจจะทำให้ธรรมชาติเกิดความเสียหายได้
- **ปัญหาด้านขยะมูลฝอย** เมื่อจำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนักท่องเที่ยวที่ติดตามมากขึ้นต้องมีการใช้วัสดุ อุปกรณ์และเอกสารมากขึ้นตามมา เช่น ถุงพลาสติก กระดาษ กล่องโฟม เป็นต้น ล้วนนำไปสู่ปัญหาขยะมูลฝอย
- **ปัญหาด้านมลภาวะเป็นพิษ** ได้แก่ การปล่อยน้ำเสียจากธุรกิจที่ให้บริการทางการท่องเที่ยว การปล่อยควันพิษ เป็นต้น

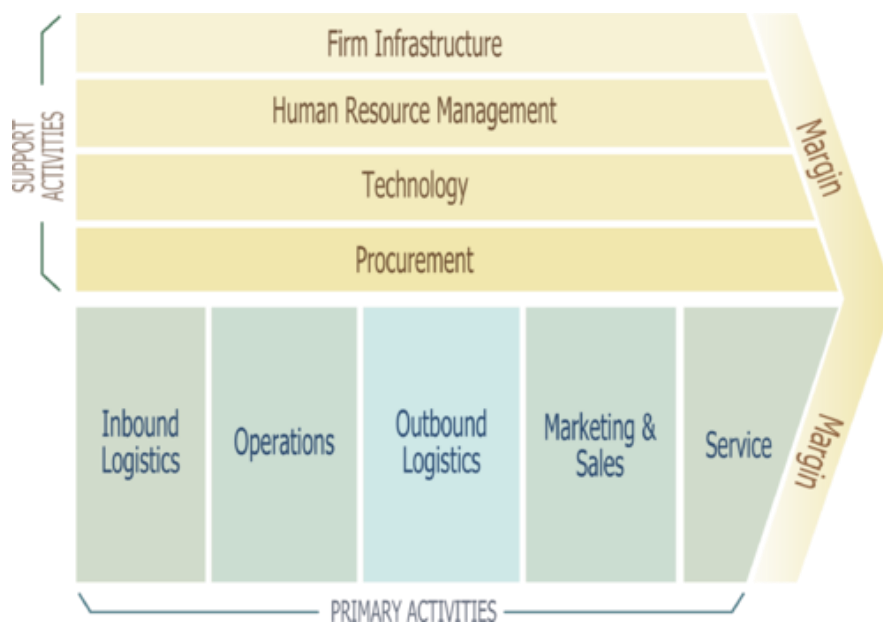
โดยสรุป จากการศึกษาพบว่ากิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติจะก่อให้เกิดผลกระทบในมิติต่างๆ กล่าวคือ ผลกระทบทางตรงจะเกิดขึ้นกับสมาคม/กลุ่มทางสังคมที่จัดการประชุม นอกจากนี้ยังสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ และผลกระทบเชิงบวกต่อท้องถิ่นและสังคม โดยแบ่งผลกระทบที่เกิดขึ้นออกเป็น 3 ด้าน คือ 1) ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ 2) ผลกระทบด้านสังคมและวัฒนธรรม และ 3) ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตาม หากธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติขาดการวางแผนและการบริหารที่มีประสิทธิภาพจะทำให้เกิดผลกระทบเชิงลบเช่นกัน

ภาพที่ 4.1 ภาพแสดงผลกระทบทางเศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ในทางตรงและทางอ้อมที่เกิดจากการจัดประชุมนานาชาติ



#### 4.2 วิเคราะห์ความเชื่อมโยงใน Value Chain ของธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ

จากแนวคิดเรื่องห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ซึ่งกล่าวถึงการจัดการกระบวนการจัดการกิจกรรมที่เปลี่ยนปัจจัยนำเข้า (Input) ให้เป็นผลิตภัณฑ์ (Output) เป็นกิจกรรมที่เชื่อมโยงกัน เพื่อจุดมุ่งหมายในการผลิตหรือการบริการให้แก่ผู้รับบริการ (ลูกค้า) ทั้งภายในและภายนอกองค์กร กระบวนการแบ่งออกเป็น 2 กระบวนการ คือ กระบวนการสร้างคุณค่า และกระบวนการสนับสนุน กระบวนการกำหนดขั้นตอนมีระเบียบปฏิบัติและข้อกำหนดที่เป็นลายลักษณ์อักษร มีการควบคุมและขั้นตอนการวัดและประเมินกระบวนการ โดยกิจกรรมหลักในการสร้างมูลค่า (Value Activities) ออกเป็น 2 ชนิดใหญ่ๆ คือ 1) กิจกรรมหลัก (Primary Activities) หมายถึง กิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้า/บริการโดยตรง การส่งมอบให้กับลูกค้า รวมทั้งบริการหลังการขาย และ 2) กิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) หมายถึง กิจกรรมต่างๆ ที่คอยสนับสนุนหรือทำให้กิจกรรมหลักสามารถดำเนินไปโดยสะดวกและมีประสิทธิภาพ



ภาพที่ 4.2 แนวคิดเรื่องห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)



ภาพที่ 4.3 แนวคิดเรื่องห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ

|   |  |   |   |   |
|---|--|---|---|---|
| Firm Structure: การพัฒนาโครงสร้างของหน่วยงานผู้รับผิดชอบ รวมถึงการบูรณาการเพื่อให้สามารถดำเนินการไปทิศทางเดียวกัน   |  |   |   |   |
| Human Resource: การพัฒนาบุคลากรที่ให้มีความสามารถตรงตามความต้องการของตลาดแรงงานและความสามารถรองรับการเติบโตของธุรกิจการประชุมนานาชาติ   |  |   |   |   |
| Procurement: การสร้างความเข้มแข็งให้กับสมาคมและกลุ่มทางสังคมภายในประเทศและตระหนักถึงความสำคัญของการเป็นเจ้าภาพการประชุมนานาชาติ   |  |   |   |   |
| <p><b>Inbound Logistics</b><br/>การประมูลสิทธิ์เพื่อการเป็นเจ้าภาพการจัดการประชุม</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• การประเมินโครงการเพื่อการประมูลสิทธิ์</li> <li>• การจัดเตรียมข้อเสนอโครงการเพื่อการประมูลสิทธิ์</li> <li>• เข้าสู่กระบวนการประมูลสิทธิ์ (Bidding Process)</li> </ul> | <p><b>Operations</b><br/>การเตรียมงานประชุมนานาชาติ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• การจัดตั้งคณะทำงาน และการกำหนดบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง</li> <li>• การวางแผนและการพัฒนา กิจกรรมงบประมาณ แผนการดำเนินงานเพื่อนำไปสู่การตัดสินใจ</li> <li>• การเจรจาต่อรองกับผู้เกี่ยวข้องหลักและผู้จัดการบริการเพื่อการประชุม</li> </ul> | <p><b>Outbound Logistics</b><br/>การดำเนินงานประชุมนานาชาติ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• การอำนวยความสะดวกเพื่อการเข้าเมือง การเดินทางและการต้อนรับ</li> <li>• การจัดการ ณ วันงาน (Onsite Management) การจัดการลงทะเบียน การบริหารช่วงพีธีการต่างๆ (Session)</li> <li>• การให้บริการด้านที่พักแรม สิ่งอำนวยความสะดวก และกิจกรรมสำหรับผู้ติดตาม</li> </ul> | <p><b>Marketing and Sales</b><br/>การส่งเสริมประชุมนานาชาติ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• การสร้างการรับรู้และการประชาสัมพันธ์</li> <li>• การจัดการลงทะเบียนล่วงหน้า (Advance Registration)</li> <li>• การจัดการผู้ให้การสนับสนุน (Sponsor and Supporter)</li> </ul> | <p><b>Services</b><br/>การให้บริการ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• การอำนวยความสะดวกด้านการเข้าเมือง ระบบวีซ่า ภาษี</li> <li>• การอำนวยความสะดวกเพื่อการเจรจาทางธุรกิจ และการศึกษาดูงาน กิจกรรมการท่องเที่ยวก่อน-หลังการประชุมนานาชาติ</li> </ul> |
| สมาคมภายในประเทศ/<br>กลุ่มทางสังคม  | ผู้จัดการประชุมมีอาชีพ/ ศูนย์ประชุม/ ที่พักแรมและโรงแรมเพื่อการประชุม/<br>ผู้จัดหาบริการ/ การขนส่ง/ สสปน./ สมาคม/ ภาครัฐที่เกี่ยวข้อง/หน่วยงานในระดับเมืองและท้องถิ่น  |   |   |   |

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลอันนำไปสู่แนวทางการวิเคราะห์ความเชื่อมโยงในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ ในด้านการวิเคราะห์กิจกรรมหลัก (Primary Activities) หมายถึงกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการการส่งมอบการให้บริการด้านการประชุมนานาชาติให้กับผู้เข้าร่วมประชุมและผู้เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย 5 กิจกรรมภายใต้แนวคิดห่วงโซ่คุณค่า โดยมีรายละเอียดดังนี้

**ตารางที่ 4.2** การวิเคราะห์กิจกรรมหลักภายใต้แนวคิดห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ

| กิจกรรมหลักภายใต้แนวคิดห่วงโซ่คุณค่า   | การวิเคราะห์กิจกรรมหลักภายใต้แนวคิดห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ  | หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ   |
|--|--|--|
| 1. Inbound Logistics<br>กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการ<br>ได้รับการขนส่ง<br>การจัดเก็บและ<br>การแจกจ่าย<br>วัตถุดิบ การ<br>จัดการสินค้า<br>คงเหลือ | <b>การประมูลสิทธิ์เพื่อความเป็นเจ้าภาพการจัดการประชุม</b> ประกอบด้วยกิจกรรมย่อย ดังนี้<br><ul style="list-style-type: none"> <li>● การประเมินโครงการเพื่อการประมูลสิทธิ์</li> <li>● การจัดเตรียมข้อเสนอโครงการเพื่อการประมูลสิทธิ์</li> <li>● เข้าสู่กระบวนการประมูลสิทธิ์ (Bidding Process)</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>● สมาคมภายในประเทศ</li> <li>● ผู้จัดการประชุมมืออาชีพ</li> <li>● สสปน.</li> <li>● หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง</li> </ul>                        |
| 2. Operations<br>กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการ<br>เปลี่ยนหรือแปร<br>รูปวัตถุดิบให้<br>ออกมาเป็นสินค้า<br>เป็นขั้นตอนการผลิต การบรรจุ              | <b>การเตรียมงานประชุมนานาชาติ</b><br>ประกอบด้วยกิจกรรมย่อย ดังนี้<br><ul style="list-style-type: none"> <li>● การจัดตั้งคณะทำงาน และการกำหนดบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง</li> <li>● การวางแผนและการพัฒนากิจกรรมงบประมาณ แผนการดำเนินงานเพื่อนำไปสู่การตัดสินใจ</li> <li>● การเจรจาต่อรองกับผู้เกี่ยวข้องหลักและผู้จัดการบริการเพื่อการประชุม</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● สมาคมภายในประเทศ</li> <li>● ผู้จัดการประชุมมืออาชีพ</li> <li>● ศูนย์ประชุม</li> <li>● สสปน.</li> <li>● หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง</li> </ul> |
| 3. Outbound Logistics<br>กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการ<br>จัดเก็บ รวบรวม<br>จัดจำหน่าย  | <b>การดำเนินงานประชุมนานาชาติ</b><br>ประกอบด้วยกิจกรรมย่อย ดังนี้<br><ul style="list-style-type: none"> <li>● การอำนวยความสะดวกเพื่อการเข้าเมือง การเดินทางและการต้อนรับ</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>● สมาคมภายในประเทศ</li> <li>● ผู้จัดการประชุมมืออาชีพ</li> <li>● ศูนย์ประชุม</li> </ul>   |

| กิจกรรมหลักภายใต้แนวคิดห่วงโซ่คุณค่า   | การวิเคราะห์กิจกรรมหลักภายใต้แนวคิดห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจการประชุมนานาชาติ  | หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ  |
|--|--|---|
| สินค้าและบริการ (Service) ไปยังลูกค้า  | <ul style="list-style-type: none"> <li>● การจัดการ ณ วันงาน (Onsite Management) การจัดการลงทะเบียน การบริหารช่วงพิธีการต่างๆ (Session) เช่น พิธีเปิดงาน การดูแลบุคคลสำคัญ การบริการอาหารและเครื่องดื่ม การดูแลวิทยากรและผู้สนับสนุน การดำเนินการประชุม การจัดกิจกรรมสังคม (Social Activities) เป็นต้น</li> <li>● การให้บริการด้านที่พักแรม สิ่งอำนวยความสะดวก และกิจกรรมสำหรับผู้ติดตาม</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● ผู้จัดหาบริการเพื่อการจัดการประชุมนานาชาติ</li> <li>● ธุรกิจที่พักแรมและโรงแรมเพื่อการประชุม</li> <li>● สสปน.</li> <li>● หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง</li> <li>● หน่วยงานในระดับเมืองและท้องถิ่น</li> </ul>                                     |
| 4. Marketing and Sales กิจกรรมที่เกี่ยวกับการชักจูงให้ลูกค้าซื้อสินค้าและบริการ (Service) เช่น การโฆษณา ช่องทางการจัดจำหน่าย | <p><b>การส่งเสริมธุรกิจการประชุมนานาชาติ</b> ประกอบด้วยกิจกรรมย่อย ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● การสร้างการรับรู้และการประชาสัมพันธ์</li> <li>● การจัดการลงทะเบียนล่วงหน้า (Advance Registration)</li> <li>● การจัดการผู้ให้การสนับสนุน (Sponsor and Supporter)</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>● สมาคมภายในประเทศ</li> <li>● ผู้จัดการประชุมมืออาชีพ</li> <li>● ศูนย์ประชุม</li> <li>● ผู้จัดหาบริการเพื่อการจัดการประชุมนานาชาติ</li> <li>● สสปน.</li> <li>● หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง</li> <li>● หน่วยงานในระดับเมืองและท้องถิ่น</li> </ul> |
| 5. Services กิจกรรมที่ครอบคลุมถึงการให้บริการเพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้า รวมถึงการบริการหลังการขาย การแนะนำการใช้           | <p><b>การให้บริการ</b> ประกอบด้วยกิจกรรมย่อย ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● การอำนวยความสะดวกด้านการเข้าเมือง ระบบวีซ่า ภาษี</li> <li>● การอำนวยความสะดวกเพื่อการเจรจาทางธุรกิจ และการศึกษาดูงาน</li> <li>● กิจกรรมการท่องเที่ยวก่อน-หลังการประชุมนานาชาติ</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>● ผู้จัดการประชุมมืออาชีพ</li> <li>● ศูนย์ประชุม</li> <li>● ผู้จัดหาบริการเพื่อการจัดการประชุมนานาชาติ</li> <li>● สสปน.</li> </ul>   |

| กิจกรรมหลักภายใต้แนวคิดห่วงโซ่คุณค่า | การวิเคราะห์กิจกรรมหลักภายใต้แนวคิดห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจการประชุมนานาชาติ | หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ   |
|--------------------------------------|---|--|
|                                      |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>● หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง</li> <li>● หน่วยงานในระดับเมืองและท้องถิ่น</li> </ul> |

จากแนวคิดห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) แสดงให้เห็นถึงองค์ประกอบของกิจกรรมต่างๆ ในห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ที่เพิ่มคุณค่าให้กับตัวสินค้าและบริการที่ต้องการนำเสนอไปยังลูกค้า ภายใต้มุมมองธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่ามุ่งเน้นการเพิ่มคุณค่าจากกิจกรรมต่างๆ เข้าสู่การกระบวนสร้างสรรค์การประชุมเพื่อส่งมอบไปยังผู้รับบริการและผู้ที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงห่วงโซ่คุณค่ายังนำไปสู่การทำความเข้าใจถึงบทบาทของและหน่วยปฏิบัติการว่าจะมีส่วนช่วยเหลือให้องค์กรธุรกิจก่อกำเนิดคุณค่าให้แก่ลูกค้า

ทั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้มุ่งเน้นทั้งส่วนของกิจกรรมหลัก (Primary Activities) และ กิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) ในกระบวนการจัดการประชุมนานาชาติ ได้แก่ การประมูลสิทธิ์ในการจัดงาน การวางแผนการจัดการประชุม การดำเนินการจัดการประชุมและกิจกรรมหลังการประชุม โดยการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าซึ่งเป็นกรอบในการวิเคราะห์ถึงจุดแข็ง จุดอ่อนขององค์ประกอบภายใต้กิจกรรมอันจะนำไปสู่แนวทางการจัดการประชุมนานาชาติอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป ทั้งนี้ภายใต้ห่วงโซ่อุปทานในธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ ประกอบด้วยผู้เกี่ยวข้องหลัก ทั้งสิ้น 7 กลุ่ม ได้แก่

- 4.2.1 สมาคมภายในประเทศไทย (Local Association)
  - 4.2.2 ผู้จัดการประชุมมืออาชีพ (Professional Convention Organizer: PCO)
  - 4.2.3 ศูนย์ประชุม (Venue)
  - 4.2.4 ธุรกิจที่พักแรมและโรงแรมเพื่อการประชุม (Accommodation Business and Convention Hotel)
  - 4.2.5 การขนส่งและการเดินทาง (Logistics and Transportation)
  - 4.2.6 ผู้จัดหาบริการเพื่อการจัดการประชุมนานาชาติ (Service Support Company)
  - 4.2.7 หน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่หลักต่อการพัฒนาธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ
- โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### 4.2.1 สมาคมภายในประเทศไทย (Local Association)

สมาคม คือ การร่วมตัวกันของกลุ่มบุคคลหรืออาจจะกล่าวได้ว่าเป็นการจัดทำสัญญาซึ่งบุคคล หลายคนตกลงเข้ากันเพื่อทำการอันใดอันหนึ่งร่วมกันอันมิใช่เป็นการหาผลกำไรแบ่งปันกัน

ลักษณะของสมาคมประกอบด้วย 1) สมาคมทางด้านวิชาชีพ 2) สมาคมทางด้านธุรกิจการค้า และ 3) สมาคมทางด้านสังคม ทั้งนี้การได้รับโอกาสให้เป็นผู้จัดการประชุมนานาชาติส่วนสำคัญเกิดจากความพร้อมและขีดความสามารถของสมาคมในประเทศที่มีต่อการเสนอตัวเพื่อประมูลสิทธิ์ (Bidding) เป็นเจ้าภาพในการจัดการประชุมนานาชาติ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า การจัดการประชุมนานาชาติที่มีอัตราส่วนสูง คือ สมาคมด้านการแพทย์ ทั้งนี้ เนื่องจาก 1) การเปลี่ยนแปลงทางด้านองค์ความรู้และนวัตกรรมมีการเปลี่ยนแปลงสูงและมีการเปลี่ยนอย่างต่อเนื่อง 2) กลุ่มทางด้านทางการแพทย์ยังมีศาสตร์เฉพาะด้านหลากหลาย 3) การให้ความสำคัญต่อการประชุมนานาชาติเพื่อการพัฒนาองค์ความรู้ จากปัจจัยดังกล่าวนี้ ทำให้กลุ่มการแพทย์มีจำนวนการจัดการประชุมมากและต่อเนื่องเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มสมาคมด้านอื่นๆ

อย่างไรก็ตาม ด้วยแผนยุทธศาสตร์ของการขับเคลื่อนประเทศทั้งภาคอุตสาหกรรมและการพาณิชย์ต่างๆ ซึ่งประกอบด้วย 1) ยานยนต์และชิ้นส่วน 2) ปิโตรเคมี 3) ดิจิตอล 4) นวัตกรรมด้านอาหารและการแปรรูป 5) อุตสาหกรรมสิ่งทอ และ 6) อุตสาหกรรมเกษตร ทำให้กลุ่มทางสมาคมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมและการพาณิชย์ดังกล่าวกลายเป็นอุตสาหกรรมหลักที่นำไปสู่โอกาสการจัดการประชุมนานาชาติได้ทั้งนี้ เป็นเครื่องมือหนึ่งที่สำคัญต่อการพัฒนา

### **การวิเคราะห์คุณค่าสมาคมภายในประเทศไทยต่อการส่งเสริมการเป็นเจ้าภาพการจัดการประชุมนานาชาติ**

ขีดความสามารถของสมาคมภายในประเทศถือเป็นความท้าทายอย่างยิ่งต่อการส่งเสริมการเป็นเจ้าภาพการจัดการประชุมนานาชาติ เนื่องจากจุดเริ่มต้นของห่วงโซ่อุปทานในธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติเกิดจาก ขีดความสามารถของสมาคมเป็นปัจจัยหลัก ทั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงลึก พบปัจจัยที่ส่งเสริมสมาคมภายในประเทศเพื่อนำไปสู่โอกาสการพัฒนาธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ ดังนี้

**1. ความเข้มแข็งของสมาคม** ภายใต้แนวคิดการรวมตัวกันเพื่อการจัดตั้งเป็นสมาคม โดยมุ่งเน้นการสร้างความร่วมมือของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องหรือผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียสู่การส่งเสริมและพัฒนาสมาชิก รวมไปถึงการพัฒนาองค์ความรู้และขีดความสามารถอย่างเป็นรูปธรรม ทั้งนี้ ในการประมูลสิทธิ์เพื่อการเป็นเจ้าภาพการจัดการประชุมนานาชาติจะต้องอาศัยความเข้มแข็งของสมาคม กล่าวคือ การมีผู้นำ คณะกรรมการบริหารและสมาชิกที่มีการกำหนดวิสัยทัศน์และแผนยุทธศาสตร์ของสมาคมอย่างต่อเนื่อง การกำหนดระเบียบข้อบังคับของสมาคมที่เอื้อต่อการพัฒนา มีความเป็นสากลและเอื้อต่อกิจกรรมอย่างสร้างสรรค์และนำไปสู่การประมูลสิทธิ์เพื่อการเป็นเจ้าภาพการจัดการประชุมนานาชาติ

**2. บทบาทของผู้นำของสมาคมและสมาชิก** นายกสมาคมและคณะกรรมการบริหารสมาคมถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญต่อการผลักดันให้สมาคมมีความขีดความสามารถในการประมูลสิทธิ์เพื่อการเป็นเจ้าภาพ ทั้งนี้ ต้องอาศัยผู้นำและคณะกรรมการที่มีวิสัยทัศน์ มองเห็นโอกาสและลงมือทำอย่างจริงจัง สร้างความเข้าใจที่ถูกต้องต่อสมาชิกอันจะนำไปสู่การความร่วมมืออย่างเป็นรูปธรรม ทั้งนี้ นอกจากบทบาทของผู้นำแล้ว ปัจจุบันสมาชิกของสมาคมที่มีขีดความสามารถด้านการวิจัยและวิชาการ ยังเป็นกลไกการขับเคลื่อนที่สำคัญในการพัฒนางานวิจัยและนำเสนอในการประชุมระดับนานาชาติทำให้เกิดความสนใจในเวทีโลก เป็นที่ยอมรับในวงกว้าง ผู้ให้ข้อมูล กล่าวว่า การ

ผลักดันให้นักวิชาการทุกแขนงเข้าร่วมการประชุมระดับนานาชาติถือการเริ่มต้นที่ดีที่สุด เพราะนอกจากการพัฒนาด้านความรู้แล้วที่สำคัญยังนำมาซึ่งประสบการณ์ ก่อให้เกิดการเรียนรู้ในกระบวนการ ขั้นตอนและนำไปสู่การก้าวเข้าไปมีบทบาทอย่างชัดเจนในการประชุมนานาชาติครั้งต่อไป

3. ความสัมพันธ์และบทบาทของสมาคมในประเทศต่อสมาคมระดับนานาชาติ นอกจากความเข้มแข็งของสมาคมและบทบาทของผู้นำและสมาชิกแล้ว การแสวงหาโอกาสของสมาคมภายในประเทศต่อสมาคมระดับนานาชาติเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญ เนื่องจากในการประชุมลิสต์ส่วนใหญ่กำหนดให้มีการลงคะแนนเสียงจากคณะกรรมการของสมาคมระดับนานาชาติ รวมถึงคณะกรรมการ ดังนั้น หากส่งเสริมให้สมาคมก้าวเข้าไปมีบทบาทในการเป็นคณะกรรมการที่เกี่ยวข้องต่อการแสดงความคิดเห็น สร้างความสัมพันธ์และพันธมิตรในระดับนานาชาติรวมถึงการมีสิทธิ์ลงคะแนนต่างๆ จะทำให้เกิดข้อได้เปรียบในการประชุมลิสต์

4. การเป็นศูนย์กลางกลุ่มวิชาชีพ/กลุ่มการค้า/กลุ่มทางสังคมในประเทศ จากลักษณะของสมาคมซึ่งประกอบด้วย กลุ่มสมาคมวิชาชีพ กลุ่มสมาคมทางการค้าและกลุ่มทางสังคม โดยจำเป็นจะต้องสร้างความโดดเด่นในมิติใดมิติหนึ่งออกมาให้สังคมได้รับรู้ในระดับนานาชาติ ทั้งนี้เป็นการสร้างความเชื่อมั่นต่อสมาชิกในระดับนานาชาติ เช่น ในด้านการแพทย์ประเทศไทยถือเป็นประเทศประเทศที่มีความโดดเด่นในกลุ่มอาเซียนเนื่องจากมีแผนการพัฒนาอย่างเป็นรูปธรรมรวมถึงความร่วมมือที่โดดเด่นของการแพทย์ไทย ด้านการเกษตรถือว่าประเทศไทยควรมีความโดดเด่นในระดับโลก ทั้งนี้จากขีดความสามารถทางด้านการผลิตและด้านการส่งออก รวมถึงยุทธศาสตร์ครัวโลกที่ถูกนำเสนอออกมา ด้านอุตสาหกรรมพบว่าประเทศไทยมีควรรโดดเด่นในฐานะผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตในระดับขั้นส่วนระดับต่างๆ ซึ่งมีความก้าวหน้าทางด้านนวัตกรรมการผลิต จากตัวอย่างข้างต้น กล่าวได้ว่า การนำเสนอความโดดเด่นในแต่ละกลุ่มฯ จะสร้างความน่าสนใจต่อการพิจารณาเลือกประเทศไทยเป็นเจ้าภาพการจัดการประชุมนานาชาติ เนื่องจากรูปแบบการประชุมนานาชาติไม่ได้จัดเพื่อการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้เท่านั้น แต่ยังมีกรอบกิจกรรมอื่นๆ ประกอบการประชุม เช่น การศึกษาดูงานภาคส่วนต่างๆ กิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เป็นต้น

5. มุมมองต่อความสำคัญของการเสนอตัวเพื่อการประชุมลิสต์เป็นเจ้าภาพการประชุมนานาชาติ สมาคมต่างๆ จะต้องมีการมีวิสัยทัศน์ต่อการเสนอตัวเพื่อการประชุมลิสต์เพื่อเป็นเจ้าภาพการจัดการประชุม โดยจะต้องเล็งเห็นถึงโอกาสและประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับทั้งทางตรงและทางอ้อม ดังนั้น การสร้างความตระหนักรู้ต่อความสำคัญ โอกาสและประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจะเป็นเสมือนแรงจูงใจต่อการแสวงหาโอกาสและการตัดสินใจก้าวสู่การแข่งขันเพื่อการประชุมลิสต์ ทั้งนี้ประโยชน์ที่ได้รับ คือ

ประโยชน์ที่สมาคมได้รับ ได้แก่

- การเพิ่มความเชื่อมั่นต่อภาพลักษณ์ของสมาคม
- สร้างแรงบันดาลใจกับสมาคมและสมาชิกต่อการพัฒนาเชิงรุก
- เกิดการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้จากผู้เชี่ยวชาญและการสร้างความร่วมมือในลักษณะต่างๆ
- สร้างรายได้ให้กับสมาคม

- สร้างโอกาสเชิงธุรกิจสำหรับสมาชิก สมาคมและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง
- สร้างโอกาสให้คนในประเทศได้เข้ามามีส่วนร่วมในการประชุมซึ่งมีค่าใช้จ่ายน้อย
- สามารถนำไปสู่การเพิ่มจำนวนสมาชิกให้กับสมาคม

#### ประโยชน์ที่ประเทศจะได้รับ ได้แก่

- สร้างภาพลักษณ์เชิงบวกให้กับประเทศ
- แสดงให้สังคมโลกได้รับรู้และเห็นถึงขีดความสามารถของประเทศไทยในการเป็นศูนย์กลางในด้านต่างๆ
- นำการเรียนรู้ องค์ความรู้และนวัตกรรมใหม่สู่ประเทศ
- สร้างความภาคภูมิใจให้กับคนในประเทศรวมถึงคนในท้องถิ่นต่างๆ ต่อการเป็นเจ้าภาพและผู้ให้การต้อนรับคณะผู้เข้าร่วมการประชุม
- สร้างโอกาสการลงทุนทั้งในภาคเอกชนและภาครัฐเพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ
- สร้างภาพลักษณ์เชิงบวกต่อการสร้างตราสินค้าด้านธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติและการเป็นจุดหมายปลายทางด้านไมซ์ (MICE Destination) ในระดับโลก
- สร้างแรงผลักดันให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ (Key Players) ก้าวเข้าสู่การแข่งขันในระดับสากลบนเวทีโลก
- สร้างผลกระทบเชิงบวกทางด้านเศรษฐกิจ การกระจายรายได้ การจ้างงานไปยังกลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในทุกระดับ

**6. ความรู้และความเข้าใจต่อการเสนอตัวและการเตรียมความพร้อมเพื่อการประมูลสิทธิ์** ความรู้และความเข้าใจถือเป็นปัจจัยสำคัญของสมาคมในการเสนอตัวเพื่อเป็นเจ้าภาพ ดังนั้นสมาคมจำเป็นต้องศึกษาประเด็นต่างๆ ดังนี้

- โอกาสการหมุนเวียนงานที่จะมายังกลุ่มประเทศเอเชีย
- เงื่อนไขและความต้องการต่อรูปแบบการจัดการประชุมนานาชาติ
- การสร้างความร่วมมือของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในทุกภาคส่วน
- การศึกษาและวิเคราะห์คู่แข่งในการประมูลสิทธิ์
- การตรวจสอบผู้มีอำนาจตัดสินใจ (Decision Maker)
- การสร้างความร่วมมือการเตรียมความพร้อมด้านเอกสารประกอบการประมูลสิทธิ์
- การเตรียมความพร้อมด้านการนำเสนอและการตอบคำถาม

- การเตรียมความพร้อมด้านการเยี่ยมชม (Site Inspection)
- กลยุทธ์ด้านต่างๆ ในการประมูลสิทธิ์ เช่น lobby Strategy

โดยการสร้างความรู้และความเข้าใจดังกล่าวข้างต้น จะเกิดจากความสัมพันธ์อันดีระหว่างสมาคมในประเทศและสมาคมระดับนานาชาติ รวมไปถึงหน่วยงานภายในประเทศที่เกี่ยวข้อง ในกระบวนการประมูลและการจัดการประชุมนานาชาติ เช่น ผู้จัดการประชุมมืออาชีพ สสปน. สมาคมส่งเสริมการประชุมและแสดงนิทรรศการไทย ศูนย์ประชุมและหน่วยงานภาครัฐของเมืองที่เป็นจุดหมายปลายทางจัดการประชุม โดยจะต้องมีการวางแผนร่วมกันอย่างมีระบบเพื่อนำไปสู่โอกาสของ ชัยชนะ

**7. การสร้างพันธมิตรในระดับต่างๆ** ความสำเร็จของการประมูลสิทธิ์รวมถึงการดำเนินการจัดการประชุมนานาชาติจะต้องอาศัยความร่วมมือและการสร้างพันธมิตรในทุกส่วน ทั้งนี้ กลไกที่จะนำไปสู่การสร้างความร่วมมือเพื่อการเป็นพันธมิตรนั้นจะต้องกำหนดเป้าหมายร่วมกัน และสร้างผลประโยชน์ร่วมกันภายใต้บริบทที่จะมุ่งพัฒนาให้ประเทศไทยสามารถเป็นจุดหมายปลายทางด้านประชุมนานาชาติ

#### จุดแข็ง

จากการรวบรวมข้อมูล พบว่าจุดแข็งของสมาคมภายในประเทศไทยเพื่อการส่งเสริมธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ ประกอบด้วย 4 ประเด็นหลัก คือ

- 1. สมาคมมีความหลากหลายและมีจำนวนมาก** หากพิจารณาภาพรวมของประเทศไทยจะเห็นว่าประเทศไทยมีการพัฒนาในทุกด้าน ทั้งทางด้านเศรษฐกิจในภาคอุตสาหกรรมต่างๆ ด้านสังคมและวัฒนธรรมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง รวมไปถึงการขยายตัวของกลุ่มทางเศรษฐกิจ วิชาชีพและการค้าทำให้เกิดการจัดตั้งสมาคมภายในประเทศเป็นจำนวนมาก การมีสมาคมจำนวนมากสร้างโอกาสในการจับคู่หรือการเข้าไปเป็นสมาชิกกับสมาคมระดับนานาชาติได้ ซึ่งหากพิจารณากับคู่แข่งชั้นในระดับอาเซียนอย่างสิงคโปร์จะพบว่าประเทศไทยมีมิติทางเศรษฐกิจและสังคมที่หลากหลายทำให้มีกลุ่มสมาคมที่มากกว่าเช่นกัน
- 2. การมีประสบการณ์ในการประมูลสิทธิ์** หากพิจารณาสถิติของ ICCA ในด้านจำนวนการจัดการประชุมนานาชาติ หรือการประชุมสมาคมนานาชาติ (Association Meeting) ที่มีในประเทศไทย พบว่ามีจำนวนการประชุมสูงและมีหลายๆ การประชุมที่เป็นการประชุมที่มีจำนวนผู้เข้าร่วมประชุมจำนวนมาก จากสถิติเป็นข้อมูลหนึ่งที่สะท้อนว่า **“ประเทศไทยมีสมาคมที่ได้รับชัยชนะในการประมูลสิทธิ์และมีประสบการณ์ในการเสนอตัวเพื่อการประมูลสิทธิ์”** ทั้งนี้ก่อให้เกิดการเรียนรู้ในขั้นตอนต่างๆ และมีประสบการณ์ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการเตรียมตัวในโอกาสต่อไป
- 3. มีประสบการณ์เข้าร่วมการประชุมในระดับนานาชาติ** การที่สมาชิกสมาคมมีโอกาสเข้าร่วมการประชุมนานาชาติจะทำให้เกิดการเรียนรู้ และนำไปสู่แนวทางการบริหารจัดการ การวางแผนอย่างมีประสิทธิภาพ จากการเก็บรวบรวมข้อมูลพบว่าการประชุมนานาชาติด้านการแพทย์ อุตสาหกรรม วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีใน



ประเทศไทยเกิดจากสมาชิกของสมาคมมีประสบการณ์จากการประชุมนานาชาติ ทั้งสิ้น และนำการเรียนรู้ที่ได้มาพัฒนาจัดการประชุมนานาชาติภายในประเทศไทย

4. **สมาคมมีเครือข่ายที่เข้มแข็ง** นอกจากสมาชิกหลักที่สมาคมมีแล้วพบว่า สมาคมส่วนใหญ่มีเครือข่ายที่มีความเข้มแข็งโดยเฉพาะในภาคธุรกิจทั้งภายในและต่างประเทศ จากกรณีศึกษาโครงการประชุมวิชาการอ้อยและน้ำตาล พบว่า กลไกหนึ่งที่มีความสำคัญมากต่อความสำเร็จของการประมุขสิทธิ์ คือ การมีผู้สนับสนุนการจัดงาน (Sponsor) ซึ่งนอกจากการสนับสนุนเรื่องเงินทุนแล้วยังให้การมีส่วนร่วมในด้านอื่นๆ ส่งผลต่อภาพลักษณ์เชิงบวกของการจัดการประชุมนานาชาติ โดยการประชุมนานาชาติต่างๆ ที่เกิดขึ้นจะมีความเชื่อมโยงกับภาคเครือข่ายธุรกิจและสังคมที่นำไปสู่โอกาสและความร่วมมือต่างๆ ส่งผลต่อการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจและสังคมอีกด้วย

#### จุดอ่อน

จากการรวบรวมข้อมูล พบว่าจุดอ่อนของสมาคมในประเทศเพื่อการส่งเสริมธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ ประกอบด้วย 4 ประเด็นหลัก คือ

1. **ขาดระเบียบข้อบังคับที่เป็นที่ยอมรับระดับสากล** เนื่องจากเกณฑ์ในการพิจารณาเพื่อการประมุขสิทธิ์นั้นจะต้องพิจารณาระเบียบข้อบังคับของทางสมาคม ดังนั้นแนวทางการกำหนดระเบียบข้อบังคับจึงควรมีความเป็นสากลที่เอื้อต่อการประมุขสิทธิ์ รวมถึงมีการแปลเป็นภาคภาษาอังกฤษสำหรับการใช้งาน
2. **การขาดความตระหนักรู้ต่อความสำคัญของการประมุขสิทธิ์** เนื่องจากสมาคมจำนวนมากประเมินศักยภาพตัวเองต่ำกว่าที่เป็น มีมุมมองเชิงลบคิดว่าจะไม่ได้รับชัยชนะในการประมุขสิทธิ์ทำให้ไม่สนใจการเป็นเจ้าภาพการจัดการประชุม
3. **การขาดความรู้และความเข้าใจต่อการเสนอตัวเพื่อการประมุขสิทธิ์** เนื่องจากในการประมุขสิทธิ์นั้นมีกระบวนการและขั้นตอนที่มีความซับซ้อนและต้องอาศัยการเตรียมตัวเป็นอย่างดี อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาพบว่าสมาคมจำนวนมากขาดความรู้และความเข้าใจต่อประเด็นดังกล่าว
4. **ขาดความรู้และความเข้าใจต่อการดำเนินการจัดการประชุมนานาชาติ** แม้ว่าบางส่วนจะมีประสบการณ์จากเข้าร่วมการประชุมนานาชาติ แต่อย่างไรก็ตามสมาคมจำนวนมากเลือกดำเนินการจัดการประชุมโดยสมาคมเอง ทั้งนี้ใช้การกำหนดคณะกรรมการและเลขานุการเพื่อการดำเนินการหรือกล่าวได้ว่าไม่ใช่ผู้จัดการประชุมมืออาชีพ ทั้งนี้มีเหตุผลหลัก คือ ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นและเข้าใจว่ามีการทำงานไม่ซับซ้อน ซึ่งความจริงแล้วในแต่ละขั้นตอนการดำเนินการมีรายละเอียดของงานมากพอสมควร ทั้งนี้ ในมุมมองของผู้จัดการประชุมมืออาชีพให้ความเห็นว่า สิ่งที่สมาคมควรให้ความสนใจในการดำเนินการ คือ มาตรฐานและคุณภาพที่เกิดขึ้น การสร้างความพึงพอใจโดยรวมและประสบการณ์เชิงบวกที่ผู้เข้าร่วมการประชุมรวมไปถึงผู้ติดตามได้รับตลอดระยะเวลาการประชุม เพราะสิ่งเหล่านั้นจะเป็นเครื่องมือสะท้อนความสำเร็จของประเทศไม่ใช่เพียงแต่การประชุม และนำมา

ซึ่งโอกาสการซื้อซ้ำ ในตลาดธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติมีเพียงประเทศหลักๆ ในเอเชียและอาเซียน ดังนั้น หากในแต่ละครั้งที่มีการจัดการประชุมนานาชาติแล้ว สมาคมหรือผู้จัดงานไม่ให้ความสำคัญต่อรายละเอียดการดำเนินการจัดการประชุมจะส่งผลกระทบต่อรายละเอียดการดำเนินงาน

ตารางที่ 4.3 จุดแข็งและจุดอ่อนของสมาคมภายในประเทศไทย (Local Association) ต่อการส่งเสริมธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ

| สมาคมภายในประเทศไทย<br>(Local Association)   |   |
|--|---|
| จุดแข็ง  | จุดอ่อน   |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. สมาคมมีความหลากหลายและจำนวนมาก</li> <li>2. มีประสบการณ์ในการประชุมลิสต์</li> <li>3. มีประสบการณ์เข้าร่วมการประชุมในระดับนานาชาติ ซึ่งจะทำการเกิดการเรียนรู้และนำไปสู่แนวทางการบริหารจัดการการวางแผนอย่างมีประสิทธิภาพ</li> <li>4. สมาคมมีเครือข่ายที่เข้มแข็ง</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ขาดระเบียบข้อบังคับที่เป็นที่ยอมรับระดับสากล</li> <li>2. การขาดความตระหนักรู้ต่อความสำคัญของการประชุมลิสต์</li> <li>3. การขาดความรู้และความเข้าใจต่อการเสนอตัวเพื่อการประชุมลิสต์</li> <li>4. ขาดความรู้และความเข้าใจต่อการดำเนินการจัดการประชุมนานาชาติ</li> </ol> |

โดยสรุป หน่วยงานสมาคมในประเทศหรือกลุ่มทางสังคมของประเทศไทยถือว่ามี ความหลากหลายและจำนวนมาก เนื่องจากประเทศไทยมีการพัฒนาในทุกๆ ด้านทั้งทางด้าน เศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรมและปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่อการพัฒนาประเทศ นอกจากนี้ ประเทศไทยและ สมาคมต่างเคยได้รับโอกาสการเป็นเจ้าภาพจัดงานทำให้มีประสบการณ์ในการจัดงานระดับนานาชาติ อย่างไรก็ตาม พบว่าสมาคมในประเทศหรือกลุ่มทางสังคมบางส่วนยังขาดการกำหนดระเบียบ ข้อบังคับและความตระหนักรู้ต่อการมีบทบาทและการให้ความสำคัญในการประชุมลิสต์ ทั้งนี้ควร จะได้รับการส่งเสริมอย่างจริงจังเพื่อนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถต่อไป

#### 4.2.2 ผู้จัดการประชุมมืออาชีพ (Professional Convention Organizer: PCO)

ผู้จัดการประชุมมืออาชีพ (Professional Convention Organizer: PCO) คือ ธุรกิจผู้ ให้บริการการจัดการประชุมในระดับต่างๆ เพื่อให้บรรลุความต้องการของผู้จัดงาน ทั้งนี้ ผู้จัดการประชุมมืออาชีพจะทำหน้าที่ร่วมวางแผนการการประชุมลิสต์การจัดงาน การวางแผนการประชุม การ ดำเนินงานการประชุม รวมถึงกิจกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างมืออาชีพ จากการรวบรวมข้อมูลพบว่า ผู้จัดการประชุมมืออาชีพในประเทศไทยที่มีการจัดการในรูปแบบธุรกิจมีจำนวนจำกัด อย่างไรก็ตาม ธุรกิจผู้จัดการประชุมมืออาชีพนี้มีลักษณะการบริหารจัดการใน 3 ลักษณะ ได้แก่

1. ธุรกิจผู้จัดการประชุมมืออาชีพของผู้ประกอบการไทย
2. ธุรกิจผู้จัดการประชุมมืออาชีพที่เกิดจากการร่วมทุนจากต่างประเทศ
3. ธุรกิจผู้จัดการประชุมมืออาชีพที่มาจากต่างประเทศ

## การวิเคราะห์คุณค่าธุรกิจผู้จัดการประชุมมืออาชีพต่อการส่งเสริมธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ

ในการดำเนินธุรกิจผู้จัดการประชุมมืออาชีพได้นั้นเป็นความท้าทายอย่างยิ่งของธุรกิจ เนื่องจากมีปัจจัยที่ส่งผลต่อการสำเร็จและความล้มเหลวได้ทั้ง 5 มิติ ดังนี้

**1. การดำเนินงานของธุรกิจผู้จัดการประชุมมืออาชีพต้องอาศัยต้นทุนในการดำเนินธุรกิจสูง** หากพิจารณาด้านต้นทุนในการดำเนินธุรกิจแล้วพบว่าธุรกิจผู้จัดการประชุมมืออาชีพมีการลงทุนในลักษณะของธุรกิจทั่วไป อย่างไรก็ตาม ต้นทุนส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญมาก คือ **ต้นทุนค่าจ้างแรงงาน** เนื่องจากธุรกิจต้องอาศัยพนักงานที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญทั้งด้านการสร้างสรรค์และการวางแผนการจัดการการประชุมให้บรรลุเป้าหมายตามที่ได้ตกลงร่วมกับลูกค้า นอกจากนี้ยังรวมถึงความสามารถในการสื่อสารและภาษาในการติดต่อสื่อสารต่างๆ ทำให้การกำหนดอัตราค่าจ้างพนักงานสูง ส่งผลต่อต้นทุนในการดำเนินธุรกิจสูง นอกจากนี้ **ต้นทุนจากการดำเนินกิจกรรมเพื่อการจัดการประชุม** เนื่องจากการประชุมนานาชาติหนึ่งงานที่จัดขึ้นนั้น ผู้จัดการประชุมมืออาชีพมีความจำเป็นต้องมีต้นทุนหรืองบประมาณที่มากเพียงพอต่อการดำเนินกิจกรรมเพื่อการประชุมในลักษณะของการสำรองเงินในกิจกรรมต่างๆ เช่น การมัดจำที่พัก สถานที่จัดการประชุม ค่าจ้างจัดทำเว็บไซต์เพื่อการสื่อสาร เป็นต้น ผู้ให้ข้อมูลหลักกล่าวว่า “**ธุรกิจต้องมีสายป่านที่ยาวพอจึงจะอยู่รอด**” กล่าวคือ ธุรกิจผู้จัดการประชุมมืออาชีพจะต้องมีต้นทุนมากและเพียงพอเพื่อในการลงทุนและการหมุนเวียนเพื่อให้เกิดสภาพคล่องทางธุรกิจ นอกจากนี้ จากการศึกษาพบว่า **ธุรกิจผู้จัดการประชุมมืออาชีพที่เกิดจากการร่วมทุนจากต่างประเทศและธุรกิจผู้จัดการประชุมมืออาชีพที่มาจากต่างประเทศจะค่อนข้างได้เปรียบ**เนื่องจากมีสำนักงานใหญ่ให้การสนับสนุนในกิจกรรมต่างๆ พร้อมทั้งสามารถรองรับความเสี่ยงด้านการเงินและมีโอกาสทางด้านการตลาดที่กว้างกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับผู้จัดการประชุมมืออาชีพของผู้ประกอบการไทย ส่งผลให้สร้างโอกาสของการอยู่รอดและเติบโตทางธุรกิจได้ อย่างไรก็ตาม ในด้านผู้ประกอบการไทยนั้นหากได้รับโอกาสและส่งเสริมในด้านเป็นผู้จัดงานมากขึ้นเท่ากับเป็นการเสริมสร้างการเรียนรู้และประสบการณ์ในการดำเนินงานจะส่งผลให้เกิดความเป็นมืออาชีพ เกิดการยอมรับและนำไปสู่การสร้างรายได้ที่จะทำให้ธุรกิจผู้จัดการประชุมมืออาชีพของไทยเติบโตได้อย่างยั่งยืนและนำไปสู่การลงทุนที่เพิ่มมากขึ้นในธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ

**2. การประชุมนานาชาติใช้ระยะเวลาดำเนินการยาวนาน** เนื่องจากการดำเนินการจัดการประชุมนานาชาตินั้นประกอบด้วย 4 ขั้นตอนหลัก คือ 1) ขั้นตอนการประมูลสิทธิ์ 2) ขั้นตอนการวางแผนและเตรียมการจัดการประชุม 3) ช่วงเวลาการประชุม และ 4) กิจกรรมหลังการประชุม การสรุปและการประเมินผล ตลอดระยะเวลาใน 4 ขั้นตอนหลักนั้นมีการใช้ระยะเวลายาวนาน บางการประชุมใช้ระยะเวลามากกว่า 5 ปี ผู้ให้ข้อมูลกล่าวในการเข้าไปประมูลสิทธิ์แต่ละครั้งนั้นอาจจะต้องใช้การเตรียมการถึง 10 ปี เช่น การเข้าไปแสดงการมีส่วนร่วมในการประชุมนานาชาติ การแสดง

เจตจำนงเพื่อการเสนอตัวเป็นเจ้าของภาพ เนื่องจากในการประชุมนานาชาติบางสมาคมมีการกำหนดรอบวาระการเลือกสถานที่จัดการประชุมอย่างชัดเจน เช่น ในการจัดการประชุมครั้งต่อไปจะเลือกเอเชียเป็นสถานที่จัดงาน ดังนั้น หากประเทศไทยไม่สามารถชนะเลิศการประมูลได้จะทำให้เสียโอกาสซึ่งกว่าจะมีกำหนดการจัดอีกครั้งอาจจะต้องใช้เวลาอีก 10 ปีก็เป็นได้ ทั้งนี้ หากได้รับการคัดเลือกเป็นเจ้าภาพในการจัดการประชุมต้องมีแผนการดำเนินงานในแต่ละขั้นตอน ทำให้เห็นว่ากว่างานจะแล้วเสร็จและธุรกิจผู้จัดการประชุมมีอาชีพจะได้รับจ้างในการดำเนินงานนั้นใช้ระยะเวลายาวนานมาก อย่างไรก็ตาม ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า เพื่อให้ธุรกิจดำเนินอยู่ได้ **จะต้องมีการวางแผนการประมูลงานอย่างต่อเนื่อง** โดยจะต้องมีการวางแผนการทำงานอย่างเป็นระบบเพื่อให้ธุรกิจมีลูกค้าตลอดทั้งปีและในทุกๆ ปีอย่างต่อเนื่อง รวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้องจะต้องผลักดันให้ประเทศเป็นประเทศที่มีความพร้อมด้านการประชุมอย่างต่อเนื่อง

**3. ธุรกิจผู้จัดการประชุมมีอาชีพต้องอาศัยผู้มีความรู้และเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน** ด้วยการวางแผนการประชุมนานาชาติในหนึ่งงานนั้นมีกิจกรรมที่ต้องอาศัยผู้ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ซึ่งประกอบด้วย ความรู้ต่อการวางแผนและการดำเนินงานการประชุมหนึ่งๆ ให้บรรลุตามเป้าหมาย ได้แก่ การวางแผนด้านต้นทุนค่าธรรมเนียม รูปแบบการลงทะเบียนและกลยุทธ์การลงทะเบียน การจัดการด้านวิทยากรและผู้เชี่ยวชาญ การต้อนรับแขกบุคคลสำคัญ การจัดวาง Lay out ห้องประชุมและพื้นที่ต่างๆ และบริหาร ณ วันงาน (On-site Management) การบริหารพิธีการ (Session) การประเมินความเสี่ยงและการจัดการความเสี่ยง (Risk Management) การประเมินความสำเร็จ (Evaluation) และการสื่อสารทางการตลาด ผู้ให้ข้อมูลกล่าว **“ผู้ที่ทำหน้าที่เป็นผู้จัดการประชุมมีอาชีพต้องมีทั้งศาสตร์และศิลป์”** กล่าวคือ นอกจากมีความรู้ดังกล่าวข้างต้นแล้วยังต้องเรื่องของความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ การสร้างมูลค่าและคุณค่าผ่านเครื่องมือต่างๆ การสร้างความประทับใจในฐานะตัวแทนประเทศและในฐานะที่ประเทศเป็นเจ้าภาพการจัดการประชุม นอกจากนี้ในการจัดการประชุมนานาชาติหนึ่งๆ ต้องอาศัยผู้ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านตามลักษณะของกิจกรรมที่ออกแบบไว้ ซึ่งปัจจุบัน **ธุรกิจผู้จัดการประชุมมีอาชีพยังขาดแคลนบุคลากรด้านการจัดการประชุมนานาชาติโดยตรง** บุคลากรส่วนหนึ่งมาจากด้านการโรงแรมและการท่องเที่ยวซึ่งยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการตามที่กำหนดไว้ นอกจากนี้อาจจะมีจากผู้จบด้านบริหารธุรกิจการตลาด นิเทศศาสตร์และภาษาศาสตร์ซึ่งผู้ประกอบการต้องใช้เวลาในการพัฒนาและอบรมให้เกิดความรู้และความเข้าใจซึ่งไม่ทันและไม่เพียงพอต่อความต้องการทำให้ส่งผลต่อความไม่เป็นมืออาชีพของผู้จัดงาน

**4. ธุรกิจผู้จัดการประชุมมีอาชีพมีความเสี่ยงสูงในการประมูลสิทธิ์แต่ละครั้ง** เนื่องจากการประมูลสิทธิ์แต่ละครั้งต้องอาศัยการลงทุนจำนวนมากในการดำเนินการ ได้แก่ ต้นทุนเกี่ยวกับฐานข้อมูลในการจัดงานครั้งที่ผ่าน สำหรับผู้จัดการประชุมมีอาชีพที่มีการร่วมทุนจากต่างประเทศหรือเปิดสาขาจากต่างประเทศจะมีความได้เปรียบมากกว่าผู้จัดการประชุมมีอาชีพของไทย เนื่องจากสามารถแบ่งปันฐานข้อมูลจากสำนักงานใหญ่ซึ่งมีการเก็บรวบรวมไว้มากกว่าทำให้ได้เปรียบในเรื่องของการวางแผนการจัดงาน นอกจากนี้ยังมีต้นทุนอื่นๆ ในการดำเนินงาน เช่น การเข้าร่วมประชุมรับฟังข้อมูล การเดินทางไปยังต่างประเทศ การดำเนินงานเพื่อการเยี่ยมชมสถานที่จัดงาน การเดินทางเข้ารับการประชุม ซึ่งความรับผิดชอบในต้นทุนค่าใช้จ่ายจะเกิด

ร่วมกันระหว่างสมาคมในประเทศและผู้จัดการประชุมมืออาชีพ (ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับรูปแบบการจัดทำข้อตกลง) แม้ว่าจะได้รับการสนับสนุนบางส่วนจากหน่วยงานรัฐ แต่อาจจะไม่ครอบคลุมค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกิดขึ้น นอกจากนี้ในการประมูลสิทธิ์มีความเสี่ยงและแพ้ หากแพ้การประมูลสิทธิ์จะทำให้เกิดการขาดทุน ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อต้นทุนของธุรกิจผู้จัดการประชุมมืออาชีพด้วยเหตุผลดังกล่าวนี้ทำให้ปัจจุบันจำนวนธุรกิจผู้จัดการประชุมมืออาชีพ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้จัดการประชุมมืออาชีพในประเทศไทยจึงมีจำนวนน้อย

5. ผู้รับบริการมีความเข้าใจที่ไม่ถูกต้องต่อการจัดการประชุมนานาชาติ แม้ว่าจะมีการประชุมนานาชาติอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กลุ่มวิทยาศาสตร์การแพทย์มีจำนวนการประชุมในประเทศเป็นอันดับแรกซึ่งสอดคล้องกับการข้อมูลของ ICCA อย่างไรก็ตาม จากข้อมูลพบว่สมาคมวิชาชีพต่างๆ ยังไม่นิยมใช้บริการธุรกิจผู้จัดการประชุมมืออาชีพในการจัดการประชุม ทั้งนี้ กำหนดบุคคลใดบุคคลหนึ่งทำหน้าที่เลขานุการประสานงานต่างๆ ปัญหาดังกล่าวอาจจะส่งผลกระทบต่อประสิทธิผลของงาน ภาพลักษณ์และความเป็นมืออาชีพอีกด้วย โดยสาเหตุที่สมาคมวิชาชีพต่างๆ ให้ใช้บริการจากธุรกิจผู้จัดการประชุมมืออาชีพ เกิดจากสาเหตุต่อไปนี้

- ความกังวลเรื่องค่าใช้จ่ายในการจ้างงาน เนื่องจากในการรับบริการนั้น ธุรกิจผู้จัดการประชุมมืออาชีพจะมีการเรียกเก็บค่าบริการในการดำเนินการซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อรายได้และค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น นอกจากนี้ สมาคมวิชาชีพต่างๆ มีความเข้าใจว่าอัตราค่าจ้างงานมีราคาสูง ไม่คุ้มค่ากับการลงทุนหรือการจ้างงาน ทำให้สมาคมต่างๆ เลือกที่จะดำเนินกิจกรรมต่างๆ โดยสมาคมเอง

- ความไม่เข้าใจต่อบทบาทหน้าที่ของธุรกิจผู้จัดการประชุมมืออาชีพ ผู้รับบริการส่วนมากไม่เข้าใจต่อหน้าที่ของผู้จัดการประชุมมืออาชีพอย่างถูกต้อง ทั้งนี้ มีความเข้าใจเพียงว่าผู้จัดการประชุมเปรียบเสมือนเลขานุการการจัดการประชุมหนึ่งงานที่มีหน้าที่ประสานงานในการจัดการประชุมให้เกิดขึ้น จากการเก็บรวบรวมพบว่าการประชุมนานาชาติจำนวนมากที่มีการจัดขึ้นในประเทศไทย ทางสมาคมผู้จัดงาน (สมาคมเจ้าภาพ) จะกำหนดหรือมอบหมายให้สมาชิกในสมาคมที่มีทำหน้าที่เปรียบเสมือน “ผู้จัดการประชุมมืออาชีพ” โดยส่วนใหญ่จะใช้ตำแหน่งงานว่า “เลขานุการ” ที่ทำหน้าที่ประสานงานทุกเรื่อง นอกจากนี้อาจมอบหมายให้สมาชิกอื่นๆ ทำหน้าที่ในแต่ละด้านหรือจ้างงานตามหน้าที่หรือเนื้องาน เช่น ดูแลการลงทะเบียนเข้าร่วมประชุม ดูแลกิจกรรมประกอบการประชุม เป็นต้น

- สมาคมต่างๆ ไม่มีความรู้ในกระบวนการจัดการประชุม ทั้งที่แท้จริงบทบาทของผู้จัดการประชุมไม่ใช่เพียงแต่การประสานงานเท่านั้น แต่รวมถึงบทบาทในการคิดและสร้างการประชุม การออกแบบแนวคิด (Theme) การประชุม การกำหนดร่วมกำหนดโปรแกรมการประชุม การวางแผนการจัดงานก่อนการประชุมกิจกรรม ณ วันประชุม (On-site) ช่วงพิธีต่างๆ ตลอดจนการประชุม (Session) และกิจกรรมหลังการประชุม นอกจากนี้ ยังรวมไปถึงการให้การดูแลบุคคลสำคัญในงาน ผู้เกี่ยวข้อง ผู้ให้การสนับสนุน และผู้ติดตามการประชุม รวมไปถึงการประเมินผล ซึ่ง “เป้าหมายของผู้จัดการประชุมมืออาชีพ คือ การสร้างสรรค์งานให้ตรงตามความต้องการของผู้รับบริการและผู้ร่วมงานในทุกส่วน บรรลุเป้าหมายของการประชุม รวมถึงส่งเสริมประเทศไทยเป็นที่ยอมรับในความเป็นมืออาชีพ”

**6. ความไม่เชื่อมั่นของลูกค้าต่างประเทศต่อธุรกิจผู้จัดการประชุมมืออาชีพในประเทศไทย** จากการเก็บรวบรวมข้อมูลพบว่า การประชุมนานาชาติที่มีการจัดในประเทศไทยส่วนหนึ่งสมาคมในระดับนานาชาติจะให้ความไว้วางใจต่อผู้จัดการประชุมต่างประเทศมากกว่าในประเทศไทย และมีการเลือกใช้ผู้จัดการจากต่างประเทศมากกว่าผู้จัดการประชุมนานาชาติของไทย

#### จุดแข็ง

จากการรวบรวมข้อมูล พบว่าจุดแข็งของธุรกิจผู้จัดการประชุมมืออาชีพในประเทศไทย ประกอบด้วย 4 ประเด็นหลัก คือ

- 1. ความเป็นมืออาชีพ (Professional)** กล่าวคือ ผู้จัดการประชุมมืออาชีพที่อยู่ในตลาดการแข่งขันส่วนใหญ่มีการเปิดดำเนินการและให้บริการมาเป็นระยะเวลา ยาวนาน ทำให้มีทั้งองค์ความรู้และประสบการณ์ในการดำเนินการจัดการประชุมนานาชาติทุกขั้นตอน สามารถวางแผนและดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมไปถึงประเมินความเสี่ยง ปัญหาและแก้ไขปัญหาได้อย่างเหมาะสม
- 2. มีประสบการณ์เป็นผู้จัดงาน (Experience)** คุณสมบัติดังกล่าวมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างความเชื่อมั่นให้กับสมาคมระดับนานาชาติรวมถึงคณะกรรมการจัดงานในการตัดสินใจเลือกประเทศใดประเทศหนึ่งเป็นเจ้าภาพในการจัดงาน โดยผู้จัดการประชุมมืออาชีพในประเทศไทยเคยได้รับความไว้วางใจในการเป็นผู้จัดงานการประชุมในระดับนานาชาติมาแล้วทั้งสิ้น ทำให้ถือเป็นผู้ที่เชื่อถือได้เปรียบและสร้างความไว้วางใจซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจในการประมูลสิทธิ์
- 3. เครือข่ายและความสัมพันธ์ (Network and Relationship)** ผู้จัดการประชุมมืออาชีพส่วนหนึ่งมีลักษณะของการเป็นบริษัทในเครือของธุรกิจการจัดการประชุมหรือธุรกิจผู้ให้บริการด้านสถานที่จัดการประชุม ดังนั้น ทำให้การดำเนินงานจริงถือเป็นโอกาสในการต่อร่องรวมไปถึงการสร้างคุณค่าสูงสุดให้เกิดขึ้นร่วมกันทุกฝ่าย นอกจากนี้ ผู้จัดการประชุมมืออาชีพต่างๆ ล้วนให้ความสำคัญต่อการเป็นสมาชิกสมาคมที่เกี่ยวข้องรวมถึงความสัมพันธ์อันดีกับผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน อีกทั้งมีความสัมพันธ์อันดีกับผู้จัดหาและผู้ให้บริการด้านต่างๆ ทำให้สร้างข้อได้เปรียบในการเลือกสินค้าและบริการที่ตรงตามความต้องการของผู้รับบริการบริการอย่างสูงสุด
- 4. มีความสร้างสรรค์ (Creative)** ด้วยองค์ประกอบด้านความพร้อมของประเทศไทยต่างๆ ประกอบกับขีดความสามารถด้านความสร้างสรรค์ ทำให้ผู้จัดการประชุมนานาชาติสามารถวางแผนการจัดการประชุมนานาชาติที่นอกจากจะบรรลุวัตถุประสงค์ของการประชุมแล้ว ยังยังสามารถสร้างสรรค์กิจกรรม รูปแบบแนวคิดและองค์ประกอบต่างๆ เพื่อนำไปสู่การสร้างความประทับใจให้กับผู้เข้าร่วมการประชุมและนำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มและโอกาสเชิงบวกอื่นๆ

#### จุดอ่อน

จากการรวบรวมข้อมูล พบว่าจุดอ่อนของธุรกิจผู้จัดการประชุมมืออาชีพในประเทศไทย ประกอบด้วย 3 ประเด็นหลัก คือ

1. **ปัญหาด้านบุคลากร** ถือเป็นปัญหาสำคัญของธุรกิจการจัดการประชุมมืออาชีพ เนื่องจากในการจัดการประชุมหนึ่งๆ จะต้องอาศัยบุคลากรทำหน้าที่คิด วางแผน ประสานงานและดำเนินงานให้งานเกิดขึ้นได้รวมไปถึงต้องการบุคลากรที่มีความสามารถและทักษะที่หลากหลายในการทำงาน อย่างไรก็ตาม ปัญหาด้านบุคลากรในธุรกิจผู้จัดการประชุมมืออาชีพ ประกอบด้วย

- **การขาดแคลนบุคลากร** เนื่องจากธุรกิจผู้จัดการประชุมมืออาชีพที่เกิดขึ้นจัดเป็นธุรกิจใหม่ที่ยังไม่เป็นที่รู้จักของตลาดแรงงานมากนัก จึงทำให้ยังไม่เป็นที่สนใจโดยตรงของตลาดแรงงาน อย่างไรก็ตาม แม้ว่าปัจจุบันจะมีตลาดแรงงานจำนวนหนึ่งที่มีความรู้พื้นฐานด้านอุตสาหกรรมไม่ซับซ้อนไปถึงธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ ทั้งนี้ ได้เรียนในระดับอุดมศึกษาแต่การเรียนส่วนใหญ่เป็นเพียงภาพรวมของหนึ่งรายวิชาหรือเป็นเพียงวิชาเลือกในกลุ่มวิชาด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ ทำให้บุคลากรยังไม่มีความรู้ที่เพียงพอ และแรงงานที่จบใหม่ยังขาดประสบการณ์และความรู้เชิงลึกที่สามารถนำไปใช้ได้จริง ทำให้ธุรกิจการจัดการประชุมขาดแคลนแรงงานในการทำงาน
- **การแย่งบุคลากรในกลุ่มธุรกิจ** เนื่องจากกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์และธุรกิจการจัดการประชุมอยู่ในวงจำกัด เช่น ธุรกิจศูนย์ประชุม ผู้จัดการประชุม ธุรกิจโรงแรม และธุรกิจผู้จัดหาบริการในรูปแบบต่างๆ ดังนั้น จำนวนบุคลากรที่มีจึงค่อนข้างจำกัดส่งผลให้เกิดการแย่งชิงบุคลากรและการโยกย้ายบุคลากร ส่งผลให้ธุรกิจต้องพยายามใช้กลยุทธ์ต่างๆ เพื่อการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรที่มีคุณภาพ รวมไปถึงความพยายามในการรักษาบุคลากรที่มีคุณภาพเหล่านั้นให้อยู่ในองค์กร เช่น การกำหนดค่าตอบแทนในระดับสูงทำให้เพิ่มต้นทุนการดำเนินการ
- **ขีดความสามารถของบุคลากร** ดังที่กล่าวไปข้างต้น ปัจจุบันมีสถาบันการศึกษาที่ผลิตบุคลากรเพื่อตอบสนองความต้องการในธุรกิจไมซ์และธุรกิจการประชุมจำนวนน้อย และไม่ใช้สายอาชีพเพื่อการจัดการประชุมโดยตรง “ทำให้บุคลากรส่วนใหญ่ของธุรกิจการจัดการประชุมไม่มีขีดความสามารถตรงตามที่ธุรกิจต้องการ” ทั้งนี้ ผู้ประกอบการกล่าวว่า ขีดความสามารถหรือสมรรถนะของบุคลากรที่ธุรกิจผู้จัดการประชุมมืออาชีพที่ต้องการ ประกอบด้วย

1. ทักษะคติต่อการทำงาน
  2. ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์
  3. ความสามารถในการวิเคราะห์และการแก้ไขปัญหา
  4. ความสามารถในการปรับตัวและยืดหยุ่น
  5. ความสามารถด้านภาษาและการสื่อสารระหว่างบุคคล
  6. ความรู้เชิงลึกในการจัดการประชุม
  7. ความรู้ทางการตลาด มุมมองต่อลูกค้าและการบริการ
  8. ความรู้และเข้าใจต่อการดำเนินธุรกิจ
  9. การพัฒนาบุคลิกภาพเชิงบวก
  10. ทักษะด้านคอมพิวเตอร์และโปรแกรมที่มีความจำเป็น
2. **ขาดฐานข้อมูลในการวางแผนการจัดงาน** ในกระบวนการวางแผนการทำงานในแต่ละขั้นตอนเพื่อให้การจัดการประชุมนานาชาติดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพจะต้องอาศัยฐานข้อมูลการจัดงานหรือประวัติการจัดงานที่มีประสิทธิภาพ กล่าวคือ ข้อมูลมีความละเอียดและมีความลึกมากเพียงพอที่จะนำไปสู่การวิเคราะห์และข้อมูลควรมีความทันสมัย **ปัญหาการขาดฐานข้อมูลส่วนใหญ่เกิดกับธุรกิจผู้จัดการประชุมมีอาชีพขนาดเล็ก รายใหม่และดำเนินกิจการโดยผู้ประกอบการไทย** ในขณะที่ผู้ประกอบการจากต่างประเทศจะมีความได้เปรียบด้านฐานข้อมูลต่างๆ ที่สามารถแบ่งปันมาจากสำนักงานใหญ่และสาขาอื่นๆ เพื่อใช้ในการวางแผนการจัดงาน
3. **ขาดเงินทุนในการดำเนินงาน** ดังที่กล่าวไปข้างต้นเกี่ยวกับลักษณะดำเนินงานของการจัดการประชุมนานาชาติครั้งหนึ่งๆ ต้องอาศัยระยะเวลาและกิจกรรมประกอบต่างๆ ทำให้ก่อให้เกิดต้นทุนในการดำเนินงาน ซึ่งเป็นต้นทุนที่มีความเสี่ยงเนื่องจากไม่มีการรับประกันในด้านของโอกาสที่จะได้รับการประมูลสิทธิ์การจัดงาน ดังนั้น ทำให้ผู้ประกอบการด้านผู้จัดการประชุมมีอาชีพจะต้องแบกรับต้นทุนในการดำเนินงาน แม้ว่าปัจจุบันจะมีการให้การสนับสนุนจากทั้งส่วนของสำนักงานส่งเสริมการประชุมและแสดงนิทรรศการไทย การเดินทางโดยการบินไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งส่วนใหญ่ให้การสนับสนุนต่อสมาคมผู้จัดงานเป็นหลัก แต่ไม่รวมถึงผู้จัดการประชุมมีอาชีพ ในส่วนของการสนับสนุนของ TICA ในการให้กู้ยืมกองทุน CPF เพื่อการดำเนินการ อย่างไรก็ตามยังไม่เพียงพอ และผู้ประกอบการจะต้องมีต้นทุนเงินสำรองจ่ายเพื่อใช้ในการดำเนินงาน ซึ่งปัจจัยดังกล่าวนี้จะส่งผลโดยตรงต่อธุรกิจขนาดเล็กและผู้ประกอบการไทยที่จะสามารถอยู่ในตลาดการแข่งขัน



ตารางที่ 4.4 จุดแข็งและจุดอ่อนของผู้จัดการประชุมมืออาชีพ (Professional Convention Organizer: PCO) ต่อการส่งเสริมธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ

| ผู้จัดการประชุมมืออาชีพ<br>(Professional Convention Organizer: PCO)   |  |
|---|--|
| จุดแข็ง   | จุดอ่อน  |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ความเป็นมืออาชีพ (Professional)</li> <li>2. มีประสบการณ์เป็นผู้จัดงาน (Experience)</li> <li>3. เครือข่ายและความสัมพันธ์ (Network and Relationship)</li> <li>4. มีความสร้างสรรค์ (Creative)</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ปัญหาด้านบุคลากร <ul style="list-style-type: none"> <li>● การขาดแคลนบุคลากร</li> <li>● การแย่งบุคลากรในกลุ่มธุรกิจ</li> <li>● ขีดความสามารถของบุคลากร</li> </ul> </li> <li>2. ขาดฐานข้อมูลในการวางแผนการจัดงาน</li> <li>3. ขาดเงินทุนในการดำเนินงาน</li> </ol> |

โดยสรุป ผู้จัดการประชุมมืออาชีพของประเทศไทยแม้ว่าจะมีจำนวนไม่มากนักดังสาเหตุที่กล่าวไปข้างต้น แต่หากพิจารณาถึงขีดความสามารถของผู้จัดการประชุมมืออาชีพของประเทศไทยพบว่ามีความเป็นมืออาชีพกล่าวคือ มีความรู้และความเข้าใจต่อการจัดการการประชุมนานาชาติเป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังมีประสบการณ์ มีเครือข่ายและความสัมพันธ์และที่สำคัญ คือ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ที่สามารถประยุกต์ใช้ต้นทุนทางด้านต่างๆ ที่มีมาสร้างสรรค์งานที่สามารถสร้างคุณค่าและเกิดความประทับใจ อย่างไรก็ตาม ยังคงต้องให้ความสำคัญต่อการพัฒนาด้านบุคลากร การส่งเสริมฐานข้อมูลและการให้การสนับสนุนด้านเงินทุนเพื่อการสร้างโอกาสต่อไป

#### 4.2.3 ศูนย์การประชุม (Venue)

การประชุมนานาชาติในประเทศต่างๆ ทั่วโลกมักจัดกันที่ศูนย์ประชุม โดยแต่ละศูนย์ประชุมจะมีขนาดความจุต่างๆ กัน ตั้งแต่จำนวนเป็นร้อยจนถึงหมื่นคน ซึ่งศูนย์ประชุมที่จัดสร้างขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะที่จะรองรับการประชุมและการจัดแสดงสินค้า จึงต้องมีการวางแผนการจัดบริการต่างๆ ค่อนข้างสมบูรณ์ในการรองรับการประชุมในรูปแบบต่างๆ สำหรับประเทศไทยมีศูนย์ประชุมที่มีมาตรฐานตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานครและกระจายอยู่ในเมืองหลักในทุกภูมิภาค โดยสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (2559) ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลศูนย์ประชุมหลักๆ ในประเทศไทยซึ่งสามารถแสดงได้ดังนี้ได้แก่

##### กรุงเทพมหานคร

- Bangkok International Trade & Exhibition Centre (BITEC)
- Centara Grand & Bangkok Convention Centre at CentralWorld
- Centara Grand at Central Plaza Ladprao Bangkok
- Centra Government Complex Hotel & Convention Centre Chaeng Watthana
- IMPACT Arena Exhibition and Convention Center (IMPACT)

- Royal Paragon Hall (RPH)
- Royal Thai Navy Convention Hall
- The Queen Sirikit National Convention Center (QSNCC)
- The Synergy Hall at Energy Complex
- United Nation Conference Centre

#### จังหวัดสมุทรปราการ

- Bangna Convention Centre

#### จังหวัดเชียงใหม่

- The CMU Convention Center
- The International Convention and Exhibition Centre Commemorating His Majesty's 7th Cycle Birthday Anniversary

#### จังหวัดเชียงราย

- Champalao Room

#### จังหวัดชลบุรี

- Pattaya Exhibition And Convention Hall (PEACH)

#### จังหวัดขอนแก่น

- Centara Hotel & Convention Centre Khon Kaen
- The Golden Jubilee Convention Hall

#### จังหวัดอุดรธานี

- Centara Hotel & Convention Centre Udon Thani

#### จังหวัดนครราชสีมา

- Khao Yai Convention Grand Ballroom

#### จังหวัดตรัง

- Nakara Grand Ballroom

#### จังหวัดนครปฐม

- Prince Mahidol Hall

#### จังหวัดสงขลา

- The 60th anniversary of His Majesty the King's accession to the throne (PSUICC)

#### จังหวัดปทุมธานี

- The Grand at TUC

ทั้งนี้ จากการเก็บรวบรวมข้อมูลพบว่าเกี่ยวข้องพบว่าการพัฒนาศูนย์ประชุมเพื่อการรองรับการประชุมนานาชาติจะต้องมีขีดความสามารถหลัก ได้แก่

1. **ศูนย์ประชุมควรมีมาตรฐานระดับโลก** ได้แก่ การพัฒนาด้านพื้นที่และขีดความสามารถด้านการรองรับ การพัฒนาระบบเทคโนโลยีเพื่อการจัดการประชุมนานาชาติ การพัฒนาด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการรวมถึงด้านความปลอดภัยเป็นที่ยอมรับในระดับสากล

2. **ความสามารถของการรองรับของศูนย์ประชุม** โดยศูนย์ประชุมควรมีความจุของห้องประชุมมีขนาดใหญ่และพื้นที่จัดงานควรเลือกที่สามารถแบ่งย่อยได้ด้วยเพราะการจัดงานใหญ่จะมีการทำกิจกรรมที่ต้องแบ่งกลุ่มหรืออภิปรายกลุ่ม

3. **ระบบเทคโนโลยีและอุปกรณ์เพื่อการจัดการประชุมนานาชาติ** ภายในห้องที่มีความทันสมัยและพื้นที่จัดงานประชุมต้องมีอุปกรณ์ที่ได้มาตรฐานสมบูรณ์แบบ เช่น ระบบแปลภาษาที่มีประสิทธิภาพ ระบบเสียง เป็นต้น

4. **การให้บริการอาหารและเครื่องดื่มตามมาตรฐานสากล** ทั้งนี้ต้องคำนึงถึงคุณภาพและมีมาตรฐานโดยรายการอาหารมีความสะอาด หลากหลายสำหรับการเลือกรับประทาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งอาหารกลุ่มพิเศษ เช่น กลุ่มมังสวิรัตและอาหารฮาลาล เป็นต้น

5. **การจัดการระบบความปลอดภัยอย่างมีมาตรฐาน** เนื่องจากการประชุมนานาชาติมีบุคคลสำคัญในวงการต่างๆ มากมายทำให้ต้องพิจารณาด้านมาตรการด้านความปลอดภัยรวมถึงระบบความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินต่างๆ

6. **ระบบการลงทะเบียน (Register System) ที่มีมาตรฐาน** เนื่องจากหัวใจหนึ่งของการขั้นตอนการประชุมนานาชาติ คือ การจัดการการลงทะเบียนที่มีมาตรฐานทั้งระบบการลงทะเบียนแบบล่วงหน้าและการลงทะเบียน ณ วันงาน ซึ่งจะต้องคำนึงถึงความถูกต้อง รวดเร็วและนำไปสู่การรวบรวมฐานข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อไป

7. **สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องประชุมและพื้นที่จัดงาน** เพื่อการอำนวยความสะดวกและสร้างความพึงพอใจให้กับผู้เข้าร่วมการประชุม เช่น การอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับรถรับส่งภายใน การสื่อความและป้ายบอกทาง สิ่งอำนวยความสะดวกด้านการเงิน การแลกเปลี่ยนตราและธนาคาร การอำนวยความสะดวกด้านข้อมูล สัมภาระ กิจกรรมทางศาสนา สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้ติดตาม เป็นต้น

8. **สถานที่จอดรถ** มีการจัดการพื้นที่จอดรถให้เพียงพอต่อการประชุมให้กับผู้เข้าร่วมประชุม

**การวิเคราะห์คุณค่าศูนย์การประชุม (Venue) ต่อการส่งเสริมธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ**

#### **จุดแข็ง**

จากการรวบรวมข้อมูล พบว่าจุดแข็งของศูนย์การประชุมเพื่อการส่งเสริมธุรกิจการประชุมนานาชาติ ประกอบด้วย 5 ประเด็นหลัก คือ

1. **จำนวนพื้นที่และขีดความสามารถในการรองรับของศูนย์ประชุม** จากจำนวนศูนย์ประชุมดังกล่าวข้างต้นทั้งในพื้นที่กรุงเทพมหานครและในภูมิภาคต่างๆ แสดงให้เห็นถึงขีดความสามารถด้านพื้นที่และการรองรับการประชุมนานาชาติที่มีขนาดใหญ่ พื้นที่ที่สามารถรองรับกิจกรรมกรรมต่างๆ ในโปรแกรมการประชุมที่กำหนด

ทั้งนี้ทำให้เกิดความเชื่อมั่นในการประมูลสิทธิ์เพื่อเป็นเจ้าภาพการจัดการประชุม นอกจากนี้จะมีโครงสร้างที่แข็งแกร่งสามารถรองรับการจัดงานขนาดใหญ่ได้ มีมาตรฐานเพียงพอ มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน

**2. ความเป็นมืออาชีพ** หากพิจารณาศูนย์ประชุมหลักในพื้นที่เขตกรุงเทพมหานคร พบว่าเป็นศูนย์การประชุมที่มีความเป็นมืออาชีพ กล่าวคือ

- เป็นศูนย์ประชุมที่มีระยะเวลาการดำเนินการมาอย่างยาวนานและมีประสบการณ์การจัดงานทุกระดับที่ได้รับการยกย่องรวมถึงการจัดการประชุมในระดับนานาชาติ
- มีผู้บริหารและทีมงานที่มีความรู้และความเข้าใจต่อธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติเป็นอย่างดี
- ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาและขยายขีดความสามารถอย่างต่อเนื่อง รวมถึงมีการขยายการลงทุนมีการพัฒนาพื้นที่อย่างต่อเนื่อง
- มีกลยุทธ์เชิงรุกในด้านธุรกิจและการตลาดที่มีความทันสมัยและมีลักษณะการบริการที่ครบวงจร (One Stop Service)

**3. มาตรฐานของศูนย์ประชุม** แต่ละศูนย์ประชุมให้ความสำคัญต่อการพัฒนาขีดความสามารถด้านต่างๆ เพื่อให้ได้รับการรับรองมาตรฐานต่างๆ เช่น มาตรฐาน ISO มาตรฐาน มอก. มาตรฐานระบบการจัดการด้านรักษาความปลอดภัย เพื่อเป็นการยกระดับสู่มาตรฐานสากล

**4. มีระบบเทคโนโลยีที่มีความทันสมัย** แต่ละศูนย์ประชุมมีการลงทุนและการพัฒนาระบบเทคโนโลยีที่มีความทันสมัยสามารถให้บริการด้านประชุมนานาชาติ

**5. ความสัมพันธ์ที่ดีกับทุกภาคส่วน** โดยศูนย์การประชุมหลักต่างๆ ล้วนมีความสัมพันธ์ที่ดีกับทั้งภาครัฐ สมาคมและเอกชนทั้งภายในและต่างประเทศ

#### **จุดอ่อน**

จากการรวบรวมข้อมูล พบว่าจุดอ่อนของศูนย์การประชุมเพื่อการส่งเสริมธุรกิจการประชุมนานาชาติ ประกอบด้วย 4 ประเด็นหลัก คือ

**1. การขาดแคลนบุคลากร** การเติบโตของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติส่งผลให้ปัจจุบันศูนย์การประชุมขาดแคลนบุคลากร เกิดการแย่งชิงบุคลากรทำให้ไม่มีบุคลากรที่เพียงพอ นอกจากนี้ศูนย์ประชุมยังมีต้นทุนการพัฒนาและฝึกอบรมบุคลากรสูงเนื่องจาก ในปัจจุบันยังไม่สถาบันการศึกษาที่สามารถผลิตบุคลากรให้ตรงกับความต้องการของตลาดแรงงานได้

**2. มาตรฐานของศูนย์ประชุมในระดับภูมิภาค** เนื่องจากธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติอยู่ในระหว่างการพัฒนาและการขยายตัวไปยังระดับภูมิภาค ทั้งนี้พบว่าศูนย์การประชุมในระดับภูมิภาคยังมีมาตรฐานต่ำกว่าระดับที่ควรเป็นหากต้องการรองรับการจัดการประชุมนานาชาติ นอกจากนี้ ยังเชื่อมโยงไปถึงขีดความสามารถของบุคลากรของศูนย์ประชุมเองยังขาดความรู้และประสบการณ์ในการดำเนินงานระดับชาติได้

3. การเข้าถึงและการเชื่อมโยงกับภาคการขนส่ง คุณลักษณะของศูนย์การประชุมที่เอื้อต่อการประชุม คือ ชีตความสามารถในการเข้าถึงและการเชื่อมโยงกับภาคการขนส่งโดยเฉพาะอย่างยิ่ง การขนส่งสาธารณะต่างๆ ทั้งนี้ยังพบข้อจำกัดและจุดอ่อนสำคัญด้านการเข้าถึงและมาตรฐานของการขนส่งไปยังศูนย์ประชุม
4. **ต้นทุนสูง** เนื่องจากศูนย์ประชุมเป็นธุรกิจบริการที่มีการลงทุนสูง อย่างไรก็ตาม ต้นทุนบางด้านมีผลต่อการให้บริการในการจัดการประชุมนานาชาติ มีข้อจำกัดในเรื่องการให้บริการด้าน Wifi อันเกิดจากต้นทุนของสัญญาณที่มีค่าบริการสูง ซึ่งหากเทียบกับศูนย์ประชุมในประเทศสิงคโปร์จะพบว่าประเทศไทยยังมีจุดอ่อนในประเด็นดังกล่าว ต้นทุนเรื่องแรงงาน ด้วยข้อจำกัดด้านภาษาของผู้ให้บริการและคนในประเทศ ในการจัดการประชุมนานาชาติแต่ละครั้งจะต้องมีการว่าจ้างพนักงานที่มีความสามารถด้านภาษาเพื่อการอำนวยความสะดวกส่งผลกระทบต่อต้นทุนที่มากขึ้น

ตารางที่ 4.5 จุดแข็งและจุดอ่อนของศูนย์การประชุม (Venue) ต่อการส่งเสริมธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ

| ศูนย์การประชุม (Venue)   |  |
|--|--|
| จุดแข็ง  | จุดอ่อน  |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. มีจำนวนพื้นที่และขีดความสามารถในการรองรับของศูนย์ประชุม</li> <li>2. มีความเป็นมืออาชีพ</li> <li>3. มาตรฐานของศูนย์ประชุม</li> <li>4. มีระบบเทคโนโลยีที่มีความทันสมัย</li> <li>5. ความสัมพันธ์ที่ดีกับทุกภาคส่วน</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. การขาดแคลนบุคลากร</li> <li>2. มาตรฐานของศูนย์ประชุมในระดับภูมิภาค</li> <li>3. ต้นทุนสูง</li> </ol> |

โดยสรุป สถานที่จัดประชุมหรือศูนย์ประชุมเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้การดำเนินการจัดประชุมประสบความสำเร็จ จึงมีความจำเป็นที่ต้องผลักดันองค์กรของตนให้มีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดโลกมากขึ้นโดยมีการพัฒนาคุณภาพบริการให้ได้ระดับมาตรฐานสากลทั้งทางด้านสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน รูปแบบการดำเนินงานที่เป็นระบบ ตลอดจนมีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญสนับสนุนให้การดำเนินงานของผู้จัดประชุมที่เป็นมืออาชีพ นอกจากนี้การพัฒนาดังกล่าวผู้ประกอบการศูนย์ประชุม ต้องวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินการจัดประชุมอย่างละเอียดเพื่อกำหนดขนาดและจำนวนห้องประชุมได้สอดคล้องกับจำนวนผู้เข้าร่วมประชุม วัตถุประสงค์ของการจัดการประชุม พื้นที่สำหรับจัดกิจกรรมสนับสนุนอื่น ๆ อย่างเพียงพอรวมถึงสอดคล้องกับการอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อม

#### 4.2.4 ธุรกิจที่พักแรมและโรงแรมเพื่อการประชุม (Accommodation Business and Convention Hotel)

ธุรกิจที่พักแรมและโรงแรมเพื่อการประชุมเป็นธุรกิจหนึ่งที่มีความสำคัญในการรองรับและให้บริการเกี่ยวข้องกับการจัดการประชุมนานาชาติ รวมไปถึงได้รับผลประโยชน์จากธุรกิจการจัดประชุมในฐานะที่เป็นสถานที่พักแรมสำหรับผู้เข้าร่วมประชุมและผู้ติดตาม ด้วยเหตุผลนี้ธุรกิจที่พักแรมหลายแห่งจึงได้เล็งเห็นถึงความสำคัญที่จะเพิ่มศักยภาพของตนเองในการรับรองการจัดประชุมมากขึ้นทั้งการประชุมขนาดเล็กและรวมไปถึงการประชุมขนาดใหญ่อย่างการประชุมนานาชาติ ผ่านนโยบายและกลยุทธ์ทางธุรกิจเพื่อนำไปสู่การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันต่อไป หากพิจารณาขีดความสามารถในการแข่งขันในประเทศไทย ซึ่งมีความทัดเทียมกับประเทศพัฒนาแล้วหลายๆ ประเทศ และข้อได้เปรียบไม่ว่าจะเป็นเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวก ที่พักแรม ความมีมาตรฐานในด้านความปลอดภัย และค่าใช้จ่ายในการจัดงานที่ไม่สูงมากนักเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ

**การวิเคราะห์คุณค่าธุรกิจที่พักแรมและโรงแรมเพื่อการประชุม (Accommodation Business and Convention Hotel) ต่อการส่งเสริมธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ**

##### จุดแข็ง

จากการรวบรวมข้อมูล พบว่าจุดแข็งของธุรกิจที่พักแรมและโรงแรมเพื่อการประชุมนานาชาติ ประกอบด้วย 8 ประเด็นหลัก คือ

1. ความหลากหลายของธุรกิจที่พักแรมและความเพียงพอในการให้บริการ ในปัจจุบันมีธุรกิจที่พักแรมที่เปิดให้บริการต่อนักท่องเที่ยวและกลุ่มผู้เดินทาง โดยความหลากหลายดังกล่าวเป็นความหลากหลายทั้งด้านประเภท ระดับการให้บริการและราคา ซึ่งถือเป็นข้อได้เปรียบหรือจุดแข็งสำคัญการเลือกประเทศไทยเป็นเจ้าภาพการจัดการประชุมนานาชาติ เนื่องจากสามารถเป็นทางเลือกที่หลากหลายให้กับผู้เข้าร่วมการประชุม และสามารถตอบสนองความต้องการได้ตามความต้องการ นอกจากนี้ ยังมีที่พักแรมจำนวนมากที่กระจายตัวอยู่ในทุกเมืองหลักและเมืองรองในแต่ละภูมิภาค ซึ่งสามารถรองรับการประชุมนานาชาติขนาดใหญ่ได้เป็นอย่างดี
2. มีการลงทุนและการขยายตัวทางธุรกิจในด้านการรองรับและการขยายตัวไปในพื้นที่ต่างๆ ที่จุดหมายปลายทางด้านในการจัดการประชุมนานาชาติ รวมไปถึงการกำหนดกลยุทธ์ตลาดมุ่งความสำคัญกลุ่มตลาดไมซ์
3. การพัฒนาความพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการประชุม ทั้งทางด้านห้องประชุม อุปกรณ์และพื้นที่ต่างๆ ในการรองรับจะเห็นได้ว่าโรงแรมเพื่อการประชุมและสัมมนาได้มีการเพิ่มศักยภาพของตนในด้านต่างๆ ทั้งการพัฒนา การนำเทคโนโลยีใหม่มาประยุกต์ใช้ในการจัดประชุมและสัมมนาในปัจจุบัน มีห้องประชุมที่มีความจุขนาดใหญ่และมีห้องประชุมขนาดย่อยเพื่อทำกิจกรรมแบ่งกลุ่มและอภิปราย และมีบริการอาหารและเครื่องดื่มภายในบริเวณจัดประชุมอย่างหลากหลาย และเป็นมืออาชีพ

4. การพัฒนามาตรฐานห้องประชุมเพื่อยกระดับและขีดความสามารถ สสปน.ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญได้มีการได้ผลักดันให้มีสถานประกอบการไมซ์ไทยเข้าร่วมโครงการพัฒนาและประเมินมาตรฐานสถานที่จัดประชุม (Thailand MICE Venue Standard) โดยมีขั้นตอนการประเมินจากองค์ประกอบใน 3 ด้าน คือ 1) ด้านกายภาพ 2) ด้านเทคโนโลยี และ 3) ด้านบริการ
5. กลยุทธ์การบริหารจัดการภายใต้แนวคิดการประชุมสีเขียว จะเห็นได้ว่าโรงแรมเพื่อการจัดประชุมและสัมมนาในประเทศไทยนั้นได้ตื่นตัวในการปรับเปลี่ยนการบริหารจัดการประชุม สัมมนาด้วยการใช้กลยุทธ์สีเขียวอย่างเป็นรูปธรรมและได้รับการยอมรับจากกลุ่ม Developing Leadership ทางด้าน Green Meeting กับความยั่งยืนให้กับสิ่งแวดล้อม ตามคุณสมบัติของ APEX/ASTM Environmental Sustainability Draft Standards ซึ่งเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กรและยังใช้เป็นเครื่องมือสำคัญทางการตลาดในการดึงดูดลูกค้ามาใช้บริการ
6. การใช้เทคโนโลยีด้านการสื่อสารและโทรคมนาคมเข้ามาผสมผสาน เช่น การประชุมทางไกล (Teleconference) เพื่อรองรับการจัดประชุมและสัมมนาที่จะเปลี่ยนแปลงรูปแบบไปในอนาคตให้บริการด้านการจัดงานประชุม สัมมนาที่เป็นมาตรฐานสากล พร้อมสื่ออิเล็กทรอนิกส์อันทันสมัยที่ใช้ในการจัดประชุม
7. ความพร้อมด้านที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวกและความเป็นมืออาชีพ ธุรกิจที่พักแรมของประเทศไทยนับได้ว่ามีจุดเด่นในเรื่องของความพร้อมของที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวกและความเป็นมืออาชีพในการด้านการบริการมาอย่างยาวนาน ทำให้สามารถรองรับผู้เข้าร่วมประชุมและผู้ติดตามได้เป็นอย่างดี
8. ราคาและความคุ้มค่า จากคุณภาพด้านต่างๆ กับราคาที่กำหนดพบว่ามีความคุ้มค่าสูงในมุมมองของผู้เข้าร่วมการประชุม ทำให้การตัดสินใจเข้าร่วมการประชุมนานาชาติง่ายขึ้นและมีการขยายระยะเวลาที่ยาวนาน

#### จุดอ่อน

จากการรวบรวมข้อมูล พบว่าจุดอ่อนของธุรกิจที่พักแรมและโรงแรมเพื่อการประชุมประกอบด้วย 4 ประเด็นหลัก คือ

1. การขาดแคลนบุคลากรเพื่อการรองรับการบริการด้านการประชุม เนื่องจากบุคลากรที่รองรับการให้บริการด้านการจัดการประชุมของโรงแรมนั้น ต้องใช้ตำแหน่งที่หลากหลายและมีคุณลักษณะเฉพาะบางประการ ประกอบกับการลงทุนของโรงแรมใหม่ๆ ทำให้เกิดการแย่งชิงบุคลากรอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ จากปัจจัยต่างๆ จึงถือเป็นจุดอ่อนสำคัญของธุรกิจโรงแรม
2. ต้นทุนจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี การจัดการประชุมนานาชาติจำเป็นต้องอาศัยเทคโนโลยีและอุปกรณ์ประกอบการประชุมต่างๆ ซึ่งเทคโนโลยีต่างๆ มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วซึ่งต้องอาศัยต้นทุนสูงในการลงทุน ทำให้โรงแรมบางส่วนเกิดข้อจำกัดและให้ศักยภาพการแข่งขันลดลง

3. การเข้าถึงและการเชื่อมโยงกับภาคการขนส่ง การพิจารณาเลือกโรงแรมเพื่อใช้ในการจัดการประชุมนานาชาตินั้น การเข้าถึงและการเชื่อมโยงระหว่างโรงแรมและภาคการขนส่งสาธารณะ ถือเป็นปัจจัยสำคัญ โรงแรมที่มีทำเลที่ตั้งเอื้อต่อการเข้าถึงและการเชื่อมโยงจะได้เปรียบ
4. การรองรับอาหารและเครื่องดื่มฮาลาล เนื่องจากผู้เข้าร่วมประชุมมีความหลากหลายทางด้านเชื้อชาติและศาสนา และมีผู้เข้าร่วมประชุมจำนวนมากที่นับถือศาสนาอิสลาม อย่างไรก็ตาม โรงแรมส่วนใหญ่ยังไม่มีความพร้อมในด้านการจัดการเตรียมอาหารและเครื่องดื่มเพื่อการรองรับด้านนี้

**ตารางที่ 4.6** จุดแข็งและจุดอ่อนของธุรกิจที่พักแรมและโรงแรมเพื่อการประชุม (Accommodation Business and Convention Hotel) ต่อการส่งเสริมธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ

| <b>ธุรกิจที่พักแรมและโรงแรมเพื่อการประชุม<br/>(Accommodation Business and Convention Hotel)</b>  |  |
|--|--|
| จุดแข็ง  | จุดอ่อน  |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ความหลากหลายของธุรกิจที่พักแรมและความเพียงพอในการให้บริการ</li> <li>2. มีการลงทุนและการขยายตัวทางธุรกิจในการรองรับและการขยายตัวไปในพื้นที่ต่างๆ</li> <li>3. การพัฒนาความพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการประชุม</li> <li>4. การพัฒนามาตรฐานห้องประชุมเพื่อยกระดับและขีดความสามารถ</li> <li>5. กลยุทธ์การบริหารจัดการภายใต้แนวคิดการประชุมสีเขียว</li> <li>6. การใช้เทคโนโลยีด้านการสื่อสารและโทรคมนาคมเข้ามาผสมผสาน</li> <li>7. ความพร้อมด้านที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวกและความเป็นมืออาชีพ</li> <li>8. ราคาและความคุ้มค่า</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. การขาดแคลนบุคลากรเพื่อการรองรับการบริการด้านการประชุม</li> <li>2. ต้นทุนจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี</li> <li>3. การเข้าถึงและการเชื่อมโยงกับภาคการขนส่ง</li> <li>4. การรองรับอาหารและเครื่องดื่มฮาลาล</li> </ol> |

โดยสรุป ธุรกิจที่พักแรมและโรงแรมเพื่อการประชุมของประเทศไทยนั้นถือได้ว่าค่อนข้างมีข้อได้เปรียบและสามารถเป็นจุดสำคัญในการสนับสนุนธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติได้เป็นอย่างดี เนื่องจากธุรกิจที่พักแรมและโรงแรมเพื่อการประชุมมีขีดความสามารถในด้านความหลากหลายของธุรกิจที่พักแรมและความเพียงพอในการให้บริการ การลงทุนและการขยายตัวทางธุรกิจในการรองรับและการขยายตัวไปในพื้นที่ต่างๆ การพัฒนาความพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการ



ประชุม การพัฒนามาตรฐานห้องประชุมเพื่อยกระดับและขีดความสามารถ การกำหนดกลยุทธ์การบริหารจัดการภายใต้แนวคิดการประชุมสีเขียว การใช้เทคโนโลยีด้านการสื่อสารและโทรคมนาคมเข้ามาผสมผสาน ความพร้อมด้านที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวกและความเป็นมืออาชีพและที่สำคัญคือ ราคาและความคุ้มค่า อย่างไรก็ตามควรให้ความสำคัญต่อด้านบุคลากร เทคโนโลยี การเข้าถึงและการพัฒนาด้านการบริการอาหารและเครื่องดื่มให้ครอบคลุมผู้เข้าร่วมประชุมนานาชาติที่มีความหลากหลาย

#### 4.2.5. การขนส่งและการเดินทาง (Logistics and Transportation)

ระบบการขนส่งและการเดินทางมีบทบาทหน้าที่ต่อการจัดการประชุมนานาชาติ ในการอำนวยความสะดวกให้กับผู้เข้าร่วมการประชุมและสิ่งของที่ใช้ในการประกอบการประชุมต่างๆ ทั้งการขนส่งและการเดินทางครอบคลุมความเชื่อมโยงทั้งในการเดินทางระหว่างประเทศและการขนส่งที่เชื่อมโยงภายในประเทศ โดยระบบการขนส่งที่ดีสำหรับการจัดการประชุมนานาชาติจะต้องมีความรวดเร็ว สะดวกสบาย ความน่าเชื่อถือและตรงต่อเวลา ความถี่ที่สามารถทำให้นักเดินทางใช้เวลาได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีความคุ้มค่าเงินซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจของสมาคมนานาชาติในการเลือกสถานที่เพื่อใช้ในการประชุม จากการศึกษาพบว่า **ความพร้อมด้านการเข้าถึง (Accessibility) และขีดความสามารถของการขนส่งและการเดินทางคือปัจจัยสำคัญหนึ่งของการประเมินเพื่อการประมูลสิทธิ์** ทั้งนี้ระบบการขนส่งประกอบด้วยผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่สำคัญ ได้แก่ 1) สนามบิน 2) สายการบิน และ 3) ระบบการขนส่งสาธารณะ

**การวิเคราะห์คุณค่าการขนส่งและการเดินทาง (Logistics and Transportation) ต่อการส่งเสริมธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ**

##### จุดแข็ง

จากการรวบรวมข้อมูล พบว่าจุดแข็งของระบบการขนส่งและการเดินทางในประเทศไทย ประกอบด้วย 7 ประเด็นหลัก คือ

1. **การเป็นศูนย์กลางการคมนาคมขนส่งและระบบโลจิสติกส์** ประเทศไทยตั้งอยู่ในยุทธศาสตร์ที่ดีและได้เปรียบในการเป็นศูนย์กลางการคมนาคมขนส่ง และระบบโลจิสติกส์ของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เนื่องจากมีพรมแดนที่ติดต่อกับหลายประเทศในอาเซียนได้แก่ พม่า ลาว กัมพูชา และมาเลเซีย ซึ่งประเทศไทยมีระบบขนส่งทางบกที่เชื่อมโยงกับประเทศดังกล่าว เช่น เส้นทางเศรษฐกิจแนวเหนือ – ใต้ (R3E) ซึ่งเส้นทางเชื่อมโยงไทย – ลาว – จีนตอนใต้ เส้นทางเศรษฐกิจแนวเหนือใต้ (R3W) เส้นทางแนวตะวันออก-ตะวันตก (R9) เส้นทางเศรษฐกิจแนวใต้ (R1 และ R10) นอกจากนี้ยังสามารถเชื่อมโยงไปยังประเทศอื่นๆ ในอาเซียนได้ทั้งทางอากาศและทางน้ำผ่านท่าเรือหลักของประเทศคือ ท่าเรือกรุงเทพและท่าเรือแหลมฉบัง
2. **ความพร้อมของสนามบินในด้านการรองรับ** ประเทศไทยประกอบด้วยท่าอากาศยานนานาชาติซึ่งเป็นท่าอากาศยานที่มีการขนส่งระหว่างประเทศ เช่น ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ท่าอากาศยานดอนเมือง ท่าอากาศยานเชียงใหม่ ท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย ท่าอากาศยานภูเก็ต และท่าอากาศยานหาดใหญ่ โดยท่า

อากาศยานหลักของประเทศ คือ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ซึ่งเป็นท่าอากาศยานที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับ 3 ของโลกและเป็นศูนย์กลางการขนส่งทางอากาศในภูมิภาคอาเซียน

**3. ความเชื่อมโยงในการเดินทางและการขนส่ง** สนามบินนานาชาติที่เชื่อมโยงนักเดินทางระหว่างประเทศแล้วประเทศไทยยังมีท่าอากาศยานพาณิชย์ที่เชื่อมโยงการเดินทางภายในประเทศจำนวน 27 แห่ง ซึ่งสามารถเชื่อมโยงผู้เข้าร่วมประชุมนานาชาติ จากต่างประเทศไปยังภูมิภาคต่างๆ ด้วยสายการบินต้นทุนต่ำ ทั้งนี้ในปัจจุบันสนามบินถือเป็นปัจจัยสำคัญในการเดินทางระหว่างประเทศเป็นอย่างมาก เนื่องจากสามารถเชื่อมโยงการเดินทางจากภูมิภาคต่างๆ ทั่วโลกมายังประเทศไทย ด้วยเวลาอันรวดเร็วและปลอดภัย โดยในกรุงเทพมหานครมีสนามบินนานาชาติ 2 แห่ง คือ ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง และท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ทำให้ประเทศไทยสามารถรองรับนักเดินทางจากต่างประเทศได้จำนวนมาก รวมทั้งนักเดินทางสามารถเลือกสายการบินและเวลาบินมายังประเทศไทยได้มากขึ้น ซึ่งทำให้ประเทศไทยซึ่งมีลักษณะทางภูมิศาสตร์ที่อยู่กึ่งกลางของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และมีสนามบินที่มีขนาดใหญ่และมีมาตรฐานสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้จากทุกภูมิภาคทั่วโลกกลายเป็นศูนย์กลางทางการคมนาคมทางอากาศของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

**4. การสร้างความร่วมมือระหว่างรัฐและเอกชนเพื่อการส่งเสริมธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ** โดยในปัจจุบันประเทศไทยและ สเปน. มีการสนับสนุนผู้เดินทางมาประชุมโดยการอำนวยความสะดวกด้วย MICE Lane ซึ่งอำนวยความสะดวกแก่นักเดินทางเข้าซึ่งจะทำให้ให้นักเดินทางผ่านขั้นตอนการตรวจคนเข้าเมืองได้ง่ายขึ้นผ่านช่องทางพิเศษซึ่งแยกจากนักเดินทางทั่วไป บริการพนักงานในการต้อนรับและอำนวยความสะดวกในขั้นตอนต่างๆ ตั้งแต่ลงเครื่องจนถึงออกจากสนามบิน ได้รับการช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกในการรับกระเป๋า และบริการอื่นๆ เช่น สถานที่พักสำหรับบุคคลพิเศษ (VIP Lounge) ศูนย์บริการข้อมูลของ สเปน. การคุ้มกันจากตำรวจ เป็นต้น

**5. ความพร้อมของสายการบินประจำชาติ** ประเทศไทยมีสายการบินประจำชาติ คือ บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) โดยในปัจจุบันการบินไทยและ สเปน. มีความสัมพันธ์อันดีต่อกันและให้การสนับสนุนการจัดการประชุมนานาชาติร่วมกันตลอดมา ทั้งนี้ สำหรับบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) มีการกำหนดโครงสร้างภายในเพื่อการกำกับดูแลด้านอุตสาหกรรมไมซ์ทำให้เกิดความร่วมมืออย่างดียิ่ง อย่างไรก็ตาม ความร่วมมือที่เกิดขึ้นเป็นลักษณะของการขอความอนุเคราะห์ในแต่ละครั้งที่มีการจัดการประชุมและไม่มีการประชุมหารือเพื่อการแลกเปลี่ยนในระยะเวลาในเรื่องของการวางแผนต่างๆ ทำให้ในเชิงของการบูรณาการต่างๆ อาจจะไม่สมบูรณ์มากนัก นอกจากนี้ ในประเด็นเรื่องการให้ความสนับสนุนนั้น ในเบื้องต้นทางการบินไทยมีความยินดีให้การสนับสนุนในลักษณะต่างๆ ทั้งด้าน

การประชาสัมพันธ์เพื่อการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับอุตสาหกรรมไมซ์และประเทศไทย หรือแม้แต่ด้านอื่นๆ แต่ในด้านของการกำหนดราคาค่าตัวเครื่องบินโดยสารนั้น เนื่องจากเป็นอำนาจของผู้บริหารระดับสูงในการตัดสินใจ นอกจากนี้ยังรวมถึงลักษณะของการประชุมนานาชาติที่ ผู้เข้าร่วมประชุมเดินทางมาจากประเทศต่างๆ ในลักษณะของการกระจายตัวหรือกล่าวได้ว่า นักเดินทางต่างคนต่างเดินทางมาซึ่งมีความแตกต่างจากกลุ่มการประชุมองค์กร (Corporate Meeting) ดังนั้น ทำให้การกำหนดราคาพิเศษเป็นกระบวนการที่ทำได้ยาก อีกทั้งการกำหนดราคาค่าตัวเครื่องบินโดยสารเป็นเรื่องของกลไกตลาด ที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ประเด็นดังกล่าวจึงเป็นเรื่องที่จะยากและอาจจะต้องจัดให้มีการประชุมแลกเปลี่ยนเพื่อหาทางออกต่อไป

6. การรองรับสายการบินจากต่างประเทศ ทั้งนี้ประเทศไทยยังมีสายการบินจากในประเทศและต่างประเทศอีกจำนวนมากมายที่ให้บริการในการขนส่งคนและสิ่งของทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ ซึ่งจะทำให้ให้นักเดินทางจากต่างประเทศสามารถเดินทางมายังประเทศไทยได้จากหลากหลายภูมิภาค และก่อให้เกิดการกระจายของนักเดินทางไปยังภูมิภาคต่างๆ ในประเทศไทยได้ง่ายขึ้น ซึ่งจะทำให้เกิดการกระจายงานไปยังภูมิภาคต่างๆ ภายในประเทศไทย และกระจายโอกาสทางธุรกิจให้กับโรงแรมและศูนย์ประชุมภายในประเทศ

7. การขยายขีดความสามารถของภาคการขนส่งสาธารณะ ประเทศไทยมีระบบขนส่งสาธารณะทางรางซึ่งเชื่อมต่อจากท่าอากาศยานสุวรรณภูมิไปยังศูนย์ประชุมที่สำคัญต่างๆ เช่น Paragon Hall ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ศูนย์ประชุมไบเทค เป็นต้น ซึ่งระบบขนส่งเป็นระบบที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นระบบที่ช่วยในการเข้าถึง เชื่อมโยง และอำนวยความสะดวกแก่ผู้เข้าร่วมประชุมกับสถานที่จัดประชุม ซึ่งจะทำให้ผู้เข้าร่วมประชุมเดินทางได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย ทั้งนี้ในปัจจุบันระบบขนส่งสาธารณะในภาพรวมของประเทศไทยยังประสบปัญหาเป็นอย่างมาก เช่น ปัญหาด้านความปลอดภัย ความไม่เพียงพอของรถขนส่งสาธารณะ ปัญหาการจราจร การขาดความเชื่อมโยงของเส้นทางการขนส่ง ขาดระบบขนส่งที่เข้าถึงศูนย์ประชุม กำหนดเวลาให้บริการของระบบขนส่งสาธารณะ การขาดสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้เดินทาง และกลุ่มผู้เดินทางพิเศษที่เดินทางมาประชุม เช่น ป้ายบอกทาง แผนที่ เป็นต้น ทั้งนี้ระบบขนส่งสาธารณะประกอบด้วยระบบหลักๆ ได้แก่

- ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ (BTS Sky Train) มีสถานีทั้งสิ้น 34 สถานี โดยมีระยะทางทั้งสิ้น 36.92 กิโลเมตร เชื่อมต่อกับรถไฟฟ้าเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ (Suvarnabhumi Airport Rail Link) และรถไฟฟ้ามหานคร (MRT) โดย BTS สามารถเชื่อมโยงกับสถานที่จัดประชุมที่สำคัญได้แก่ ศูนย์ประชุมไบเทค Paragon Hall เป็นต้น โดยในปัจจุบันระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพเปิดให้บริการระหว่าง 06.00-24.00 น ซึ่งก่อให้เกิดข้อจำกัดด้าน

เวลาในการเดินทางและไม่สามารถอำนวยความสะดวกแก่ผู้เดินทางที่ต้องการเดินทางนอกเวลาดังกล่าวเพื่อไปประชุมหรือท่องเที่ยวนอกเวลาดังกล่าวได้

- รถไฟฟ้าเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ (Suvarnabhumi Airport Rail Link) เป็นการขนส่งสาธารณะระบบรางที่เชื่อมต่อจากภายในสนามบินสุวรรณภูมิไปยังระบบขนส่งสาธารณะอื่นๆ โดยในปัจจุบันมีจำนวน 8 สถานี เชื่อมต่อกับระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพและสถานีรถไฟไทย โดยในปัจจุบันรถไฟฟ้าเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิเปิดให้บริการระหว่าง 06.00-24.00 น. ทำให้เกิดข้อจำกัดในการเดินทางของนักเดินทางที่เดินทางมาถึงสนามบินนอกเวลาให้บริการ ทำให้ไม่สามารถใช้บริการรถไฟฟ้าเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิเพื่อไปยังระบบขนส่งสาธารณะอื่นๆได้
- รถไฟฟ้ามหานคร (MRT) เป็นการขนส่งสาธารณะระบบรางที่เชื่อมต่อโดยตรงไปยังศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ และระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ โดยในปัจจุบันมีสถานีจำนวน 18 สถานี โดยสามารถเชื่อมโยงไปยังพื้นที่ต่างๆในกรุงเทพมหานครได้ 21 กิโลเมตร โดยในปัจจุบันรถไฟฟ้ามหานครเปิดให้บริการระหว่าง 06.00-24.00 น. ทำให้นักเดินทางมีเวลาในการเดินทางที่ค่อนข้างจำกัด และไม่สามารถอำนวยความสะดวกให้แก่ักเดินทางที่ต้องการเดินทางนอกช่วงเวลาดังกล่าวได้

### จุดอ่อน

จากการรวบรวมข้อมูล พบว่าจุดอ่อนของระบบการขนส่งและการเดินทาง ประกอบด้วย 9 ประเด็นหลัก คือ

1. ความเชื่อมโยงเรื่องบัตรโดยสาร ในปัจจุบันระบบขนส่งทางรางสาธารณะของประเทศไทยยังประสบปัญหาต่างๆ ขาดความเชื่อมโยงระหว่างกัน การใช้บัตรโดยสารต่างกัน ชื่อสถานีที่ไม่ตรงกันซึ่งก่อให้เกิดความสับสนแก่ผู้เดินทาง การขาดการตรวจสอบความปลอดภัยของผู้ร่วมเดินทางอย่างจริงจัง ความไม่เพียงพอของขบวนรถไฟในเวลาเร่งด่วน ความสามารถในการสื่อสารภาษาอังกฤษของพนักงานเป็นต้น ซึ่งปัญหาดังกล่าวส่งผลให้ผู้เดินทางมาประชุมไม่ได้รับการอำนวยความสะดวกในการเดินทางเท่าที่ควร นอกจากนี้ยังส่งผลถึงภาพลักษณ์ของการจัดการประชุมนานาชาติของประเทศไทยอีกด้วย
2. ระเบียบการปฏิบัติและอำนาจในการตัดสินใจของหน่วยงานต่างๆ เช่น สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง กรมศุลกากร เป็นต้น มีหลายขั้นตอนและมีความซับซ้อน โดยจากดัชนีชี้วัดประสิทธิภาพโลจิสติกส์ของธนาคารโลกพบว่าพิธีศุลกากรของไทยมีประสิทธิภาพค่อนข้างต่ำเนื่องจากกฎระเบียบและข้อจำกัดด้านกฎหมาย ซึ่งทำให้ไม่สามารถอำนวยความสะดวกให้กับนักเดินทางได้อย่างเพียงพอ
3. ข้อจำกัดในการให้การสนับสนุน หน่วยงานสนับสนุนภายในที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุมนานาชาติ ในปัจจุบันมีงบประมาณที่จำกัดในการสนับสนุนการ

จัดการประชุมนานาชาติ การจัดการประชุมจำเป็นต้องมีการวางแผนในระยะยาว ทำให้สายการบินยากต่อการตั้งราคาเพื่อสนับสนุนแก่ผู้เข้าร่วมประชุม นอกจากนี้ ผู้เข้าร่วมประชุมมาจากหลากหลายภูมิภาคของโลกทำให้สายการบินไม่สามารถ กำหนดราคาเพื่อสนับสนุนแก่ผู้เข้าร่วมประชุมได้

4. **ความเชื่อมโยงและการเข้าถึงศูนย์ประชุมต่างๆ ในระดับภูมิภาค** ในภาพรวมยังมีการเข้าถึงได้ยาก เนื่องจากระบบสาธารณะยังไม่ครอบคลุมโดยเฉพาะในระดับภูมิภาค
5. **สภาพจราจรในกรุงเทพมหานครค่อนข้างติดขัด** จึงทำให้เป็นอุปสรรคในการเข้าถึงศูนย์ประชุมหรือโรงแรมที่ใช้จัดประชุมที่ไม่ได้เชื่อมโยงโดยตรงกับระบบรถไฟฟ้าต่างๆ
6. **ทักษะการให้บริการ** พนักงานผู้ให้บริการทางการขนส่งส่วนมากยังขาดทักษะทางการสื่อสารภาษาต่างประเทศ และยังขาดจิตแห่งการบริการ (Service Mind)
7. **ความปลอดภัย** ระบบขนส่งสาธารณะบางประเภทไม่สามารถสร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยให้แก่ผู้โดยสารได้ การเดินทางด้วยรถแท็กซี่ส่วนใหญ่ไม่ได้รับความเชื่อใจจากนักเดินทางมากนักเนื่องจากภาพลักษณ์ทางลบในด้านต่างๆ เช่น การคิดค่าโดยสารเกินราคา การปฏิเสธรับผู้โดยสาร มารยาทของผู้ขับขี่ ความปลอดภัยในการขับขี่ เป็นต้น ทำให้นักเดินทางไม่ได้รับการบริการและการอำนวยความสะดวกที่ดีที่สุดเท่าที่ควร
8. **สิ่งอำนวยความสะดวกในการภาคการขนส่งสาธารณะ** เช่น บริการลิฟต์ บริการบันไดเลื่อน บริการกระเป๋าเดินทาง กลุ่มบุคคลพิเศษ เป็นต้น
9. **โครงสร้างพื้นฐานทางการคมนาคมทางบกของไทย และปัญหาอื่นๆ** เช่น การชำรุดของผิวถนน ปัญหารถติด พฤติกรรมการขับขี่ของคนไทยและรถประจำทาง เป็นต้น โดยจากผลการจัดอันดับการแข่งขันทางด้านโครงสร้างพื้นฐานด้านกายภาพของประเทศ โดย The World Economic Forum พบว่าประเทศไทยมีความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่งอยู่ในระดับปานกลางโดยคุณภาพของถนนอยู่ลำดับที่ 50 ทางรางลำดับที่ 74 ทางเรืออันดับที่ 54 และทางอากาศอยู่ในลำดับที่ 37 จาก 144 ประเทศทั่วโลกซึ่งปัญหาดังกล่าวมักจะส่งผลกระทบต่อความปลอดภัยแก่ผู้เดินทาง และไม่สามารถอำนวยความสะดวกแก่นักเดินทางเท่าที่ควร

**ตารางที่ 4.7 จุดแข็งและจุดอ่อนของการขนส่งและการเดินทาง (Logistics and Transportation)**  
ต่อการส่งเสริมธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ

| <b>การขนส่งและการเดินทาง<br/>(Logistics and Transportation)</b>   |  |
|---|--|
| <b>จุดแข็ง</b>  | <b>จุดอ่อน</b>   |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. การเป็นศูนย์กลางการคมนาคมขนส่งและระบบโลจิสติกส์</li> <li>2. ความพร้อมของสนามบินในด้านการรองรับ</li> <li>3. ความเชื่อมโยงในการเดินทางและการขนส่ง</li> <li>4. การสร้างความร่วมมือระหว่างรัฐและเอกชนเพื่อการส่งเสริมธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ</li> <li>5. ความพร้อมของสายการบินประจำชาติ</li> <li>6. มีการรองรับสายการบินต่างประเทศ</li> <li>7. การขยายขีดความสามารถของภาคการขนส่งสาธารณะ</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ความเชื่อมโยงเรื่องบัตรโดยสาร</li> <li>2. ระเบียบการปฏิบัติและอำนาจในการตัดสินใจของหน่วยงานต่างๆ</li> <li>3. ข้อจำกัดในการให้การสนับสนุน</li> <li>4. ความเชื่อมโยงและการเข้าถึงศูนย์ประชุมต่างๆ ในระดับภูมิภาค</li> <li>5. สภาพจราจรในกรุงเทพมหานครค่อนข้างติดขัด</li> <li>6. ทักษะการให้บริการ</li> <li>7. ความปลอดภัยในการขนส่ง</li> <li>8. สิ่งอำนวยความสะดวกในการภาคการขนส่งสาธารณะ</li> <li>9. โครงสร้างพื้นฐานทางการคมนาคมทางบกของไทย</li> </ol> |

โดยสรุป ระบบการเดินทางและขนส่งมีบทบาทสำคัญเป็นอย่างมากในการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เดินทางในการประชุมนานาชาติ โดยจากการศึกษาพบว่า ประเทศไทยมีจุดแข็งด้านระบบการขนส่งโดยประเทศไทยมีลักษณะทางภูมิศาสตร์ที่เป็นศูนย์กลางของการขนส่งในภูมิภาคอาเซียน รวมถึงมีความพร้อมด้านการขนส่งทางอากาศโดยเฉพาะกรุงเทพมหานครซึ่งมีสนามบินนานาชาติขนาดใหญ่ซึ่งสามารถรองรับสายการบินที่เดินทางมาจากทั่วทุกมุมโลกถึง 2 แห่ง นอกจากนี้ประเทศไทยยังได้รับความร่วมมือจากสายการบินไทยและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้เข้าร่วมประชุม นอกจากนี้ ประเทศไทยยังมีระบบขนส่งสาธารณะทางรางที่เชื่อมโยงจากสนามบินสุวรรณภูมิไปยังศูนย์ประชุมต่างๆ ได้อย่างสะดวกอีกด้วย แต่ทั้งนี้ ระบบการขนส่งของไทยก็ยังมีจุดอ่อนด้วยเช่นกัน เนื่องจากสภาพการจราจรที่ติดขัด รวมถึงพฤติกรรมการใช้รถของคนไทย ซึ่งทำให้นักเดินทางไม่เชื่อมั่นในความปลอดภัยในการเดินทางของประเทศไทย นอกจากนี้ระบบขนส่งสาธารณะยังขาดความร่วมมือในการออกบัตรโดยสาร รวมถึงพนักงานยังขาดทักษะการบริการที่ดีอีกด้วย นอกจากนี้ นักเดินทางที่เดินทางโดยเครื่องบินมักจะประสบปัญหาความล่าช้าในขั้นตอนการตรวจคนเข้าเมือง และหากต้องการเดินทางไปประชุมในภูมิภาคต่างๆ ระบบการขนส่งของไทยในปัจจุบันก็ยังไม่สามารถอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เดินทางในระดับภูมิภาคได้มากนัก

#### 4.2.6 ผู้จัดการบริการ (Service Support Company) เพื่อการจัดการประชุมนานาชาติ

บทบาทหน้าที่ของผู้จัดการบริการเพื่อการจัดการประชุมนานาชาติ คือ เป็นผู้ที่จะเตรียมกิจกรรม สิ่งอำนวยความสะดวกตามแผนงานที่ได้รับมอบหมายเพื่อให้เกิดความสมบูรณ์ในแต่ละกิจกรรมเพื่อการค้าในการจัดการประชุมนานาชาติ ทั้งนี้ผู้จัดการบริการเพื่อการจัดการประชุมนานาชาติ นั้นนับว่าเป็นหัวใจหลักของธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ โดยผู้จัดงานมีอาชีพจะต้องมีกระบวนการคัดเลือกและวางแผนร่วมกับผู้จัดการบริการเหมาะสมกับงาน

1. ติดต่อและให้รายละเอียดการจัดงาน
2. ตกลงขอบข่ายหน้าที่รับผิดชอบและทำสัญญา
3. ประชุมชี้แจงทำความเข้าใจกับผู้จัดการบริการเพื่อการจัดการประชุมนานาชาติเป็นระยะๆ โดยใกล้วันงานจะเพิ่มความถี่ในการประชุมมากยิ่งขึ้น
4. ติดตามความคืบหน้าในการเตรียมงานของผู้จัดการบริการ
5. ร่วมแก้ไขปัญหาหรือให้ข้อเสนอแนะอย่างต่อเนื่องจนกระทั่งการจัดงานสำเร็จลุล่วงไป

ผู้จัดการบริการเพื่อการจัดการประชุมนานาชาติประกอบด้วย

1. บริษัทรับทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ (Advertising Agencies/ PR Company/ Media) ทำป้าย งานกราฟฟิก สัญลักษณ์ป้ายและเอกสารเผยแพร่ต่าง ๆ
2. ผู้ทำหน้าที่ขนส่งสินค้าทางเรือ (Freight Handling Agent หรือ Freight Forwarders) ทางอากาศที่ต้องการนำมาใช้หรือแสดงในวันงาน (การนำเข้าและส่งออก) รวมทั้งการขนย้ายด้วย ฝ่ายนี้มีความสำคัญมากต่อการแสดงสินค้าและนิทรรศการระดับนานาชาติ เพื่อไม่ให้เสียหาย แตก หัก หรือส่งล่าช้าไม่ทันงาน รวมไปถึงบริษัทขนส่งผู้โดยสาร บริษัทรถเช่า
3. บริษัทให้เช่าเครื่องมืออุปกรณ์ต่างๆ (Audio Visual Equipment Suppliers) เช่น วีดิโอยักษ์ ไมโครโฟน เครื่องถ่ายทอดเสียงแปลภาษาหลายๆ ภาษาพร้อมกันหูฟัง เครื่องฉายภาพ อุปกรณ์ Multimedia เครื่องอัดเสียง โทรศัพท์ เครื่องฉายสไลด์ กล้องวิดีโอพร้อมอุปกรณ์ขาตั้ง ซึ่งนอกจากนี้ยังมีระบบแสงสีและเสียงต่างๆ
4. บริษัทที่เชี่ยวชาญและให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT Company) เช่น ออกแบบ Website ระบบลงทะเบียนทางอินเทอร์เน็ต และโปรแกรมสำเร็จรูปใช้กับคอมพิวเตอร์ เช่น โปรแกรมพิมพ์รายชื่อลงทะเบียน ทำป้ายชื่อผู้เข้าร่วมงาน
5. ผู้รับเหมางานไฟฟ้า (Electricity Equipment) เช่น เครื่องปรับอากาศ วางแผนติดตั้งอุปกรณ์ เดินสายไฟฟ้า ระบบจ่ายกระแสไฟฟ้า
6. ร้านผลิตและจำหน่ายสินค้าที่ระลึก (Souvenir Suppliers หรือ Gift Suppliers หรือ Premium & Promotion Items) เป็นของที่ไว้มอบให้ผู้เข้าร่วมงาน วิทยากร และแขกพิเศษต่างๆ
7. บริษัทที่รับจัดงานด้านความสนุกสนานบันเทิง (Entertainment Companies หรือ Event Management) ประกอบด้วยพิธีกร นักเต้น นักร้อง ศิลปินสำหรับงานในพิธีเปิด งานกาล่าดินเนอร์

8. ภัตตาคารและผู้จัดหาอาหาร (Restaurants and Caterers) เป็นผู้ดูแลด้านอาหาร ที่อยู่นอกสถานที่จัดงาน เช่น การรับประทานอาหารค่านอกสถานที่ และอาหารในงาน

9. ระบบรักษาความปลอดภัย (Security Guards) ปกติบริการนี้จะมีควบคู่กับการเช่า สถานที่จัดงาน แต่บางครั้งก็จำเป็นต้องจ้างบริการจากบริษัทรักษาความปลอดภัยเพิ่มขึ้นอีกต่างหาก รวมทั้งต้องมีเครื่องตรวจสำหรับตรวจจับวัตถุระเบิดและสิ่งผิดกฎหมายด้วย

10. บริษัทนำเที่ยว (Tour Operation) มีหน้าที่พาผู้เข้าประชุมไปท่องเที่ยวตามสถานที่ ต่างๆ และรวมทั้งการใช้บริการทางการท่องเที่ยวอื่นๆ เช่น สปา ซ็อบบี้ นวดแผนไทย

11. ธุรกิจรับจัดดอกไม้สด (Florist) เพื่อนำไปตกแต่งภายในโรงแรม ห้องประชุมรวมถึง บริเวณพื้นที่สาธารณะภายในห้องพักผ่อน ห้องจัดเลี้ยง และนอกสถานที่ในโอกาสพิเศษต่างๆ

12. สิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ได้แก่ ธนาคารต่างประเทศ สถานพยาบาล และคลินิก ทางกายภาพ ร้านบริการล้างอัดรูป ศูนย์บริการธุรกิจ เช่น การถ่ายสำเนา บริการคอมพิวเตอร์ แหล่งท่องเที่ยว ร้านขายยา ระบบการสื่อสาร ไปรษณีย์ พิมพ์งาน และถ่ายเอกสาร บริษัทรับทำความสะอาด บริษัทให้เช่าอุปกรณ์เฟอร์นิเจอร์ บริษัทรับแลกเปลี่ยนเงิน ล่ามหรือผู้แปลภาษาต่างประเทศ พร้อมอุปกรณ์

**การวิเคราะห์คุณค่าผู้จัดหาบริการ (Service Support Company) เพื่อการส่งเสริมธุรกิจ การจัดการประชุมนานาชาติ**

#### **จุดแข็ง**

จากการรวบรวมข้อมูล พบว่า จุดแข็งของผู้จัดหาบริการเพื่อการจัดการประชุมนานาชาติ ประกอบด้วย 5 ประเด็นหลัก คือ

- 1. มีจำนวนมากและมีความหลากหลาย** ปัจจุบันมีธุรกิจผู้จัดหาบริการจำนวนมาก และมีความหลากหลายครอบคลุมกิจกรรมต่างๆ ที่ถูกพัฒนาขึ้นในโปรแกรมการประชุม ซึ่งสามารถรองรับความต้องการของผู้จัดงานมืออาชีพได้ทุกรูปแบบ
- 2. มีความเป็นมืออาชีพ** มีประสบการณ์ในการทำงานแบบมืออาชีพสามารถควบคุมงานให้เป็นไปตามแผนตามที่ได้มีการตกลงกับผู้จัดการประชุมมืออาชีพ
- 3. มีความคิดสร้างสรรค์ (Creative)** ในการจัดงานและกิจกรรมต่างๆ มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านโดดเด่น การออกแบบงานมีเอกลักษณ์ในธีมของงาน
- 4. มีราคาและความคุ้มค่า** สามารถประเมินศักยภาพของตนในการรับงานได้ ด้วยการวิเคราะห์กำลังคน งบประมาณ ทำให้ผู้จ้างสามารถเลือกใช้บริการหลากหลายระดับในราคาที่เหมาะสม
- 5. มีมาตรฐานการบริการ** ผู้จัดหาบริการมีมาตรฐานการให้บริการที่ครบวงจรและมีเครือข่ายที่ดี



### จุดอ่อน

จากการรวบรวมข้อมูล พบว่าจุดอ่อนของผู้จัดหาบริการเพื่อการจัดการประชุมนานาชาติ ประกอบด้วย 2 ประเด็นหลัก คือ

1. **มาตรฐานของผู้ให้บริการ** มีผู้จัดหาบริการเพื่อการจัดการประชุมนานาชาติบางรายไม่ได้มาตรฐานทำให้เกิดความผิดพลาดหรือขาดประสิทธิภาพและประสิทธิผลของงาน
2. **การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว** เทคโนโลยีและนวัตกรรมมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วส่งผลต่อการปรับตัวของกลุ่มผู้จัดหาบริการเพื่อการจัดการประชุมนานาชาติ

**ตารางที่ 4.8** จุดแข็งและจุดอ่อนของผู้จัดหาบริการเพื่อการจัดการประชุมนานาชาติ (Service Support Company) ต่อการส่งเสริมธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ

| ผู้จัดหาบริการเพื่อการจัดการประชุมนานาชาติ<br>(Service Support Company)   |   |
|---|---|
| จุดแข็ง   | จุดอ่อน   |
| 1. ผู้จัดหามีจำนวนมากและมีความหลากหลาย<br>2. มีความเป็นมืออาชีพ<br>3. มีความคิดสร้างสรรค์ (Creative )<br>4. มีราคาและความคุ้มค่า<br>5. มีมาตรฐานการบริการ | 1. มาตรฐานของผู้ให้บริการบางราย<br>2. การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีและนวัตกรรม |

โดยสรุป ผู้จัดหาบริการเพื่อการจัดการประชุมนานาชาติต้องอาศัยทักษะทางด้านการจัดการและการบริการของบุคลากรซึ่งเป็นกลไกหลักในการดำเนินธุรกิจ การเตรียมความพร้อมในการจัดการประชุมเป็นการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ขององค์ประกอบที่สำคัญทั้งในทางกายภาพและระบบการบริการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ ความประทับใจที่เกิดขึ้นจากการเข้าร่วมประชุมและกิจกรรมต่างๆ ตามโปรแกรมการประชุม การจัดการและการดำเนินงานอย่างเป็นมืออาชีพได้อย่างแท้จริงนั้นนอกจากมาตรฐานการบริการที่มีประสิทธิภาพแล้วผู้จัดการบริการเพื่อการจัดการประชุมนานาชาติจะต้องมีการจัดการบริการที่ประสานความร่วมมือระหว่างพันธมิตรระดับนานาชาติและพันธมิตรในประเทศเพื่อจะส่งผลต่อภาพลักษณ์และชื่อเสียงของการจัดประชุมตลอดจนการตัดสินใจมาเข้าร่วมประชุมอีกในอนาคต

#### 4.2.7 หน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจและสมาคมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ

ภาครัฐถือเป็นองค์ประกอบสำคัญในการพัฒนาประเทศในทุกๆ ด้านเนื่องจาก ภาครัฐเป็นผู้มีอำนาจในการตัดสินใจ กำหนดทิศทาง สนับสนุนและควบคุมการพัฒนาประเทศในด้านต่างๆ เช่นเดียวกันกับในกรณีการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย ภาครัฐได้ก้าวเข้ามามีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ผ่านตัวแสดงสำคัญ คือ สสพ. ที่ร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนอื่นๆ ในการพัฒนาและยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย

##### 4.2.7.1 สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ

จากการศึกษาพบว่าสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ คือหน่วยงานภาครัฐที่ทำหน้าที่ส่งเสริมธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติและอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย โดยสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการถูกก่อตั้งตามบัญญัติพระราชกฤษฎีกา พ.ศ.2545 ในวันที่ 23 กันยายน พ.ศ. 2545 โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย ซึ่งในปัจจุบัน สสพ. มีวิสัยทัศน์ในการยกระดับอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย ให้ประเทศไทยกลายเป็นจุดหมายปลายทางของอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับนานาชาติ (MICE Destination) ที่โดดเด่นในภูมิภาคเอเชีย ทั้งนี้ สสพ. มีบทบาทและหน้าที่ตามที่กฎหมายระบุ ดังนี้

1. กำหนดนโยบายและมาตรการในการส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย
2. ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการไทย
3. เป็นตัวแทนของประเทศในการจัดทำข้อเสนอเพื่อขอรับเป็นเจ้าภาพในการจัดงาน
4. เป็นศูนย์ข้อมูลและให้บริการข้อมูล รวมทั้งให้คำปรึกษาและคำแนะนำด้านการส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ
5. สนับสนุนหรือจัดการสัมมนาฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรเกี่ยวกับธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย
6. กำหนดมาตรฐานและรับรองคุณภาพของผู้ประกอบธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย
7. เป็นศูนย์ประสานงานและอำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย
8. พัฒนาโครงการที่จำเป็นต่อการจัดประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการภายในประเทศ ภายใต้การสนับสนุนจากรัฐบาล
9. ให้การสนับสนุนแก่หน่วยงานต่างๆ ในการจัดประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย
10. กระทำการอื่นใดที่จำเป็นหรือต่อเนื่องให้บรรลุวัตถุประสงค์ของสสพ.

ทั้งนี้ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการยังเป็นเสมือนศูนย์กลางที่สนับสนุนความร่วมมือของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และสมาคมต่างๆ ในประเทศไทยที่มีอยู่อย่างหลากหลาย รวมไปถึงการสร้างความร่วมมือในระดับภูมิภาคและนานาชาติเพื่อเป็นรากฐานในการ

ยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยบนเวทีอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับนานาชาติ

สสพ. มีการส่งเสริมและพัฒนาขีดความสามารถในการจัดประชุมในประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง โดยมีการสร้างความร่วมมือกับองค์กรทั้งในและต่างประเทศและสร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงานในประเทศที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ รวมไปถึงการร่วมวางแผนพัฒนาในการจัดประชุมนานาชาติ การทำประชาสัมพันธ์และการตลาดเชิงรุกเพื่อส่งเสริมให้เกิดการจัดงานประชุมนานาชาติในประเทศไทยเพื่อสนองนโยบายรัฐบาล ซึ่งในปีพ.ศ. 2559 สสพ. ได้มีการพัฒนากลยุทธ์เพื่อส่งเสริมและยกระดับอุตสาหกรรมไมซ์ไทยโดยแบ่งเป็น 3 กลยุทธ์ (Win-Promote-Develop) ดังนี้

1. กลยุทธ์การดึงงานเข้าประเทศ (Win) ภายใต้ยุทธศาสตร์ คือ ควบรวมตลาดเดิมและขยายไปยังตลาดเป้าหมายใหม่

2. กลยุทธ์การส่งเสริม (Promote) ภายใต้ยุทธศาสตร์ คือ ส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับการจัดงานไมซ์โดยเป็นตัวเลือกรายแรกในเอเชีย

3. กลยุทธ์การพัฒนา (Develop) ภายใต้ยุทธศาสตร์ คือ 1) กระตุ้นการเติบโตของตลาดไมซ์ในประเทศ 2) พัฒนาจังหวัดที่เหมาะสมสำหรับการจัดงานไมซ์ต่างๆ เพื่อให้ประเทศไทยกลายเป็นผู้นำอุตสาหกรรมในภูมิภาค 3) สร้างความแตกต่างให้กับตลาดไมซ์ของประเทศไทยและเพิ่มมูลค่าจากความคิดสร้างสรรค์และความคิดแปลกใหม่ไม่เหมือนใคร 4) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่รองรับการจัดงานไมซ์ที่แข็งแกร่ง เพื่อคงความได้เปรียบทางการแข่งขันในระดับสากล 5) สร้างเครือข่ายบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ให้แข็งแกร่งทั้งในระดับชาติและนานาชาติ และ 6) เพิ่มบทบาทและพัฒนาศักยภาพของสำนักงานส่งเสริมการประชุมและนิทรรศการทั้งภายในและนอกประเทศ (ที่มา: แผนแม่บทระยะ 5 ปีของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ)

นอกจากนี้สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการยังมีส่วนร่วมในการพัฒนาขีดความสามารถและความเข้มแข็งของบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์อย่างต่อเนื่อง ผ่านการจัดทำหลักสูตรอบรมให้แก่บุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ให้มีความสามารถเพื่อรองรับการเติบโตขึ้นของอุตสาหกรรม รวมไปถึงจัดทำหนังสือและบทความที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE Code MICE Capability) โดยเปิดโอกาสให้ผู้ที่สนใจหรือผู้ศึกษาสามารถเข้าถึงได้

**4.2.7.2 หน่วยงานภาครัฐอื่นๆ** โดยมีหน่วยงานภาครัฐอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ คือ

1. กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา เป็นหน่วยงานหลักของการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการมีความร่วมมือและดำเนินงานร่วมกันกับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาแห่งประเทศไทยในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์

2. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นหน่วยงานหนึ่งที่มีการทำงานร่วมกับ สสพ. เพื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทยให้เป็นจุดหมายปลายทางของอุตสาหกรรมไมซ์ในเวทีโลก

3. หน่วยงานของภาครัฐในแต่ละภูมิภาค เป็นหน่วยงานที่คอยอำนวยความสะดวกในแต่ละพื้นที่และมีบทบาทสำคัญในการดูแล และคอยให้คำปรึกษาในการจัดประชุมในเขตพื้นที่ MICE City

4. หน่วยที่เกี่ยวข้องในฐานะผู้ให้การสนับสนุน (Supporter) เช่น กระทรวงการต่างประเทศในฐานะการอำนวยความสะดวกเข้าเมือง กรมศุลกากร สำนักงานตำรวจแห่งชาติ เป็นต้น

#### 4.7.2.3 หน่วยงานภาครัฐวิสาหกิจ ที่ให้การสนับสนุนต่อการจัดการประชุมนานาชาติ ได้แก่

1. บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) โดยทางสายการบินมีการจัดตั้งฝ่ายและหน่วยงานการทำงาน ที่ทำหน้าที่รับผิดชอบต่ออุตสาหกรรมไมซ์ ทั้งนี้ ได้มีกระบวนการสร้างความร่วมมือในระดับต่างๆ กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเช่น สสพ. เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีการอำนวยความสะดวกประโยชน์ให้แก่กระบวนการประมวลสิทธิ์การจัดการประชุมนานาชาติ รวมไปถึงนักเดินทางเพื่อการประชุมรวมถึงผู้ติดตาม ซึ่งเป็นปัจจัยสนับสนุนในการดึงดูดการจัดงานภายในประเทศไทย รวมถึงให้คำแนะนำแก่ผู้ที่สนใจดำเนินกิจกรรมไมซ์ในประเทศไทย ในด้านการให้การสนับสนุนอื่นๆ ยังรวมไปถึงการต้อนรับที่อบอุ่น การให้สิทธิพิเศษด้านราคาตั๋วเดินทาง การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อและเครื่องมือทางการตลาดของการบินไทย เพื่อให้เกิดการรับรู้และการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีทั้งทางการจัดการประชุมนานาชาติและของประเทศไทยอีกด้วย

2. รัฐวิสาหกิจด้านการขนส่งอื่นๆ เช่น การท่าอากาศยานซึ่งมีบทบาทสำคัญในการอำนวยความสะดวกในการเข้าเมืองและการต้อนรับ บริษัท รถไฟฟ้ามหานคร (BTS) รถไฟใต้ดิน (MRT) ภายใต้บทบาทในการให้บริการการเดินทางขนส่งภายในกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้ได้ให้ความร่วมมือต่อการส่งเสริมการประชุมนานาชาติ

#### 4.2.7.4 สมาคมที่เกี่ยวข้องต่อธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ ประกอบด้วย

1. สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) (Thailand Incentive and Convention Association: TICA) เป็นสมาคมที่มีบทบาทอย่างยิ่งยวดในอุตสาหกรรมไมซ์ไทยเนื่องจากเป็นเสมือนศูนย์รวมตัวแสดงหลักในอุตสาหกรรมไมซ์ เช่น โรงแรม ศูนย์ประชุม ผู้จัดการประชุมมืออาชีพ บริษัทนำเที่ยว ผู้จัดหาบริการการขนส่ง เป็นต้น โดยสมาคมดังกล่าวมีบทบาทที่หลากหลาย ได้แก่ การเตรียมการเข้าร่วมแสดงสินค้าและนิทรรศการต่างๆ การพัฒนาหลักสูตรอบรมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติและอุตสาหกรรมไมซ์ รวมถึงการประชาสัมพันธ์และการทำตลาดที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย

2. สมาคมโรงแรมไทย เป็นแหล่งข้อมูลในการหาสถานที่เพื่อจัดประชุมและที่พัก เนื่องจากสมาชิกภายในสมาคมจะเป็นสมาชิกที่มีศักยภาพในการให้การรับรองผู้มาเยือนหรือการจัดงานประชุม รวมทั้งเป็นหนึ่งในผู้สามารถส่วนร่วมการจัดทำสิทธิประโยชน์แก่ผู้จัดงานหรือผู้มาเยือนในนามกิจกรรมภายใต้อุตสาหกรรมไมซ์

3. สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นองค์กรที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อส่งเสริม พัฒนาและยกระดับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยในทุกๆ มิติ

จากข้อมูลข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่าในการจัดการประชุมนานาชาตินั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องอาศัยความเชื่อมโยงของห่วงโซ่คุณค่า โดยเฉพาะอย่างยิ่ง คือ หน่วยงานภาครัฐทั้งที่มีบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบโดยตรงและโดยอ้อม หน่วยงานภาครัฐวิสาหกิจที่มีส่วนในกระบวนการทางธุรกิจและร่วมไปถึงภาคของหน่วยงานสมาคมที่มีบทบาทในการรวบรวมผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อการส่งเสริมธุรกิจไมซ์

**การวิเคราะห์คุณค่าหน่วยงานภาครัฐ รัฐวิสาหกิจและสมาคมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ**

#### **จุดแข็ง**

จากการรวบรวมข้อมูล พบว่าจุดแข็งของหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานเพื่อการสนับสนุนอื่นๆ ประกอบด้วย 5 ประเด็นหลัก คือ

1. **การมีหน่วยงานรองรับการส่งเสริมธุรกิจไมซ์อย่างเป็นรูปธรรม** โครงสร้างของการพัฒนาธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติพบว่า ประเทศไทยมีการจัดตั้งหน่วยงานภาครัฐในการกำกับและดูแลต่อการพัฒนาธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติและอุตสาหกรรมไมซ์อย่างเป็นรูปธรรม คือ สสปน. ซึ่งมีการกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาเพื่อพัฒนากลยุทธ์เพื่อส่งเสริมและยกระดับอุตสาหกรรมไมซ์ดังกล่าวข้างต้น
2. **การให้ความสำคัญต่อตลาดการท่องเที่ยวด้านการประชุมนานาชาติและธุรกิจไมซ์** จากมุมมองของความสำคัญของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติและธุรกิจไมซ์ต่อผลกระทบเชิงบวกด้านต่างๆ ทำให้ภาครัฐให้ความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาและเสริมสร้างความเข้มแข็ง
3. **การกระจายตัวในระดับภูมิภาค** มีการกำหนดนโยบายและการสร้างความร่วมมือไปยังระดับภูมิภาคต่างๆ
4. **มีนโยบายเพื่อการส่งเสริมธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ** ทั้งจากแผนยุทธศาสตร์ของ สสปน. ในด้านต่างๆ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
5. **หน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง** มีหน่วยงานภาครัฐอื่นๆ ที่มีบทบาทเกี่ยวข้องต่อการส่งเสริมธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ อุตสาหกรรมไมซ์และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งล้วนแล้วแต่ส่งผลต่อสร้างโอกาสและผลกระทบเชิงบวกต่อธุรกิจทั้งสิ้น

#### **จุดอ่อน**

จากการรวบรวมข้อมูล พบว่าจุดอ่อนของหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานเพื่อการสนับสนุนอื่นๆ ประกอบด้วย 5 ประเด็นหลัก คือ

1. **แนวทางการบูรณาการของหน่วยงานภาครัฐ** จากการศึกษาพบว่าสาระสำคัญที่เป็นจุดอ่อนที่สำคัญ คือ การขาดการบูรณาการอย่างเป็นรูปธรรมซึ่งส่งผลต่อความเป็นเอกภาพในการทำงาน ได้แก่
  - มีความหลากหลายทั้งในด้านอุตสาหกรรมไมซ์และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและมีบทบาทหน้าที่ในการส่งเสริมธุรกิจการจัดการประชุมและ

อุตสาหกรรมไมซ์ซึ่งมีความทับซ้อนกันส่งผลต่อการกำหนดนโยบายและ  
กิจกรรมที่มีความซ้ำซ้อนและไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

- โครงสร้างการดำเนินงานที่แยกออกจากกันในมิติการบริหารจัดการ ส่งผล  
ให้แต่ละหน่วยงาน/องค์กร ส่งผลให้เกิดความยากต่อการบูรณาการให้เกิด  
การขับเคลื่อนแบบองค์รวม
- โครงสร้างการดำเนินงานที่แยกออกจากกันในมิติการบริหารจัดการ ส่งผล  
ให้มีการกำหนดยุทธศาสตร์การดำเนินงานที่ไม่สอดคล้องหรือส่งเสริมกัน  
อย่างชัดเจน จากปัญหาดังกล่าวส่งผลให้ขาดผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเข้า  
มามีส่วนร่วมในการส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ทำให้เกิด  
อุปสรรคหรือภาวะการณ์ติดขัดในการขับเคลื่อน ผลักดันนโยบายให้  
ออกมาเป็นรูปธรรม

## 2. การบูรณาการระหว่างหน่วยงานภาครัฐและหน่วยอื่นๆ จากการศึกษาพบว่า

- ภาพลักษณ์ของหน่วยงานภาครัฐในสายตาของหน่วยงานอื่นๆ เช่น  
ภาคเอกชนและสมาคมยังอยู่ในระดับที่ไม่ได้รับความเชื่อมั่น กล่าวคือ  
ภาครัฐยังถูกภาคเอกชนมองว่ามีท่าทีที่แข็งกร้าวและเป็นเสมือนผู้รักษา  
กฎ (Regulator) มากกว่าท่าทีของผู้ร่วมงานหรือผู้สนับสนุนที่ร่วมมือกัน  
(Facilitator) เช่น บทบาทและหน้าที่ในการปฏิบัติ กระบวนการให้บริการ  
บริการ การสื่อสารกับผู้ที่เกี่ยวข้อง
- ภาคเอกชนมีความเห็นว่าภาครัฐไม่สามารถตอบสนองได้ทันทั่วถึงที่ต่อบริบท  
เนื่องจากนโยบายและการดำเนินงานของภาครัฐมีระเบียบขั้นตอนการ  
ดำเนินงานที่ซับซ้อน กินระยะเวลานาน และเปลี่ยนแปลงได้ยาก ซึ่งปัจจัย  
ดังกล่าวอาจทำให้การตอบสนองต่อการสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงของ  
อุตสาหกรรมไมซ์ในบริบทโลกไม่ทันทั่วถึงที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว
- สังคมยังขาดการรับรู้ถึงอุตสาหกรรมไมซ์และขาดการรับรู้ถึงสถานะ  
บทบาท และหน้าที่ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ ทำให้  
สังคมขาดความเข้าใจและไม่ตระหนักถึงบทบาท อิทธิพล และความสำคัญ  
ของอุตสาหกรรมไมซ์ที่มีต่อการพัฒนาประเทศ ปัจจัยด้านภาพลักษณ์และ  
ความเชื่อมั่นที่เอกชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีต่อหน่วยงานภาครัฐต่อความ  
เชื่อมั่นและการให้ความร่วมมืออย่างจริงจัง

## 3. มุมมองต่อธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติและอุตสาหกรรมไมซ์ จาก การศึกษาพบว่ามมมองต่อธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติและอุตสาหกรรม ไมซ์ที่มีความหลากหลาย เช่น ธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติและอุตสาหกรรม ไมซ์จัดเป็นกลุ่มธุรกิจประเภทหนึ่ง (Product) ในขณะที่บางส่วนยังมีมุมมองว่า ธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติและอุตสาหกรรมไมซ์คือสินค้าทางการท่องเที่ยว (Tourism Product) และบางส่วนมีมุมมองว่าธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ และอุตสาหกรรมไมซ์ไม่ใช่การท่องเที่ยว การมีมุมมองที่แตกต่างกันจะส่งผล

โดยตรงต่อมิติของการพัฒนาและการขับเคลื่อนอย่างชัดเจน นอกจากนี้ ในด้านคุณค่าและมูลค่าที่เกิดขึ้นจากการธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติและอุตสาหกรรมไมซ์แม้จะมีมูลค่ามากกว่าการท่องเที่ยวทั่วไปถึง 4-5 เท่า (ต่อการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว 1 คน) แต่ควรพิจารณาส่วนแบ่งทางการตลาดรวมไปถึงโอกาสทางการตลาดของประเทศไทยควบคู่กันไป เพื่อนำไปสู่การจัดลำดับความสำคัญและการกำหนดนโยบายที่มีความเหมาะสมอย่างแท้จริง

4. **ฐานข้อมูลที่เชื่อถือได้** ฐานข้อมูลเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการวิเคราะห์ในด้านต่างๆ ทั้งทางด้านปัญหาและแนวโน้มที่คาดว่าจะเกิดขึ้นรวมถึง ประเทศไทยยังขาดข้อมูลสถิติที่เชื่อถือได้ เนื่องจากข้อมูลสถิติในปัจจุบันเป็นข้อมูลที่ปะปนกับข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวซึ่งเป็นผลจากการขาดการเก็บข้อมูลเฉพาะด้านในอุตสาหกรรมไมซ์ ทำให้เป็นอุปสรรคในการประเมินสถานการณ์ในอนาคตได้ นอกจากนี้ ยังขาดฐานข้อมูลที่มีความเกี่ยวข้องในการวางแผนการจัดการประชุมนานาชาติ เช่น จำนวนสมาคมและขีดความสามารถของสมาคมในประเทศไทยที่มีศักยภาพต่อประมุขสิทธิ์การประชุมนานาชาติ แผนการประมุขสิทธิ์ในระดับนานาชาติในระยะยาว เป็นต้น
5. **บุคลากร** การขาดแคลนบุคลากรของรัฐในการดูแลธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติในภูมิภาคต่างๆ ของประเทศเพื่อให้ความรู้และช่วยเหลือในการพัฒนาธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติในรายพื้นที่ ทำให้ไม่สามารถรองรับธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพ

**ตารางที่ 4.9** จุดแข็งและจุดอ่อนของหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่หลักต่อการพัฒนาธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ

| หน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่หลักต่อการพัฒนาธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ   |  |
|--|--|
| จุดแข็ง  | จุดอ่อน  |
| 1. การมีหน่วยงานรองรับการส่งเสริมธุรกิจไมซ์อย่างเป็นรูปธรรม              | 1. แนวทางการบูรณาการของหน่วยงานภาครัฐ                      |
| 2. การให้ความสำคัญต่อตลาดการท่องเที่ยวด้านการประชุมนานาชาติและธุรกิจไมซ์ | 2. การบูรณาการระหว่างหน่วยงานภาครัฐและหน่วยอื่นๆ           |
| 3. มีการกระจายตัวนโยบายในระดับภูมิภาค                                    | 3. มุมมองต่อธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติและอุตสาหกรรมไมซ์ |
| 4. มีนโยบายเพื่อส่งเสริมธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ                    | 4. ขาดฐานข้อมูลที่เชื่อถือได้                              |
| 5. หน่วยงานส่งเสริมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง                                   | 5. ขาดแคลนบุคลากร  |

## ข้อค้นพบปัญหาและข้อจำกัดของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ

จากการวิเคราะห์ห่วงโซ่ธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติพบสาระสำคัญเกี่ยวกับปัญหาและข้อจำกัดของธุรกิจการจัดการประชุม สามารถสรุปได้ 4 ด้าน คือ 1) ภาครัฐ 2) เอกชน 3) การขนส่งและการเชื่อมโยง และ 4) บุคลากร ดังนี้

### 1. ปัญหาและข้อจำกัดของหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่

- ขาดการบูรณาการของหน่วยงานภาครัฐ จากการศึกษาพบว่าสาระสำคัญที่เป็นจุดอ่อนที่สำคัญ คือ การขาดการบูรณาการอย่างเป็นรูปธรรมซึ่งส่งผลต่อความเป็นเอกภาพในการทำงาน
- การบูรณาการระหว่างหน่วยงานภาครัฐและหน่วยอื่นๆ ปัญหาภาพลักษณ์ของหน่วยงานภาครัฐในสายตาของหน่วยงานอื่นๆ เช่น ภาคเอกชนและสมาคมยังอยู่ในระดับที่ไม่ได้รับความเชื่อมั่น
- ขาดฐานข้อมูลที่เชื่อถือได้ ฐานข้อมูลเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการวิเคราะห์ในด้านต่างๆ ทั้งทางด้านปัญหาและแนวโน้มที่คาดว่าจะเกิดขึ้นรวมไปถึง ทั้งนี้ ประเทศไทยยังขาดข้อมูลสถิติที่เชื่อถือได้ เนื่องจากข้อมูลสถิติในปัจจุบันเป็นข้อมูลที่ปะปนกับข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวซึ่งเป็นผลจากการขาดการเก็บข้อมูลเฉพาะด้านในอุตสาหกรรมไมซ์ ทำให้เป็นอุปสรรคในการประเมินสถานการณ์ในอนาคตได้
- ปัญหาด้านบุคลากร การขาดแคลนบุคลากรของรัฐในการดูแลธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติในภูมิภาคต่างๆ ของประเทศเพื่อให้ความรู้และช่วยเหลือในการพัฒนาธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติในรายพื้นที่ ทำให้ไม่สามารถรองรับธุรกิจการจัดการประชุม

### 2. ปัญหาและข้อจำกัดของภาคเอกชน ได้แก่

- ปัญหาด้านบุคลากร การขาดแคลนบุคลากร เกิดการแย่งชิงบุคลากรทำให้ไม่มีบุคลากรที่เพียงพอ นอกจากนี้ศูนย์ประชุมยังมีต้นทุนการพัฒนาและฝึกอบรมบุคลากรสูงเนื่องจากในปัจจุบันยังไม่มีสถาบันการศึกษาที่สามารถผลิตบุคลากรให้ตรงกับความต้องการของตลาดแรงงานได้
- มาตรฐานของศูนย์ประชุมในระดับภูมิภาค เนื่องจากธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติอยู่ในระหว่างการพัฒนาและการขยายตัวไปยังระดับภูมิภาค ซึ่งเชื่อมโยงไปถึงขีดความสามารถของบุคลากรของศูนย์ประชุมเองยังขาดความรู้และประสบการณ์ในการดำเนินงานระดับชาติได้
- การเข้าถึงและการเชื่อมโยงกับภาคการขนส่ง คุณลักษณะของศูนย์การประชุมที่เอื้อต่อการประชุม คือ ขีดความสามารถในการเข้าถึงและการเชื่อมโยงกับภาคการขนส่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การขนส่งสาธารณะต่างๆ
- ต้นทุนสูง เนื่องจากศูนย์ประชุมเป็นธุรกิจบริการที่มีการลงทุนสูง ต้นทุนบางด้านมีผลต่อการให้บริการในการจัดการประชุมนานาชาติและมีข้อจำกัดในเรื่องการให้บริการด้าน WiFi อันเกิดจากต้นทุนของสัญญาณที่มีค่าบริการสูง



- **ต้นทุนจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี** การจัดการประชุมนานาชาติจำเป็นต้องอาศัยเทคโนโลยีและอุปกรณ์ประกอบการประชุมต่างๆ ซึ่งเทคโนโลยีต่างๆ มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ต้องอาศัยต้นทุนการลงทุนสูงทำให้โรงแรมบางส่วนเกิดข้อจำกัดและทำให้ศักยภาพการแข่งขันลดลง

- **ขาดฐานข้อมูลในการวางแผนการจัดงาน** ในกระบวนการวางแผนการทำงานในแต่ละขั้นตอนเพื่อให้การจัดการประชุมนานาชาติดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพจะต้องอาศัยฐานข้อมูลการจัดงานหรือประวัติการจัดงานที่มีประสิทธิภาพซึ่งภาคเอกชนมีปัญหาด้านนี้

- **ขาดเงินทุนในการดำเนินงาน** การดำเนินงานของการจัดการประชุมนานาชาติครั้งหนึ่งๆ ก่อให้เกิดต้นทุนในการดำเนินงาน ซึ่งเป็นต้นทุนที่มีความเสี่ยงทำให้ธุรกิจจะต้องแบกรับต้นทุนในการดำเนินงานดังกล่าว

### 3. ปัญหาและข้อจำกัดการขนส่งและการเชื่อมโยง (Transportation and Connectivity) ได้แก่

- **ความเชื่อมโยงเรื่องบัตรโดยสาร** ในปัจจุบันระบบขนส่งทางรางสาธารณะของประเทศไทยยังประสบปัญหาต่างๆ ได้แก่ การขาดความเชื่อมโยงระหว่างกัน การใช้บัตรโดยสารต่างกัน ชื่อสถานีที่ไม่ตรงกันซึ่งก่อให้เกิดความสับสนแก่ผู้เดินทาง

- **ระเบียบการปฏิบัติและอำนาจในการตัดสินใจของหน่วยงานต่างๆ** เช่น สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง กรมศุลกากร เป็นต้น มีขั้นตอนมากและมีความซับซ้อน โดยจากดัชนีชี้วัดประสิทธิภาพโลจิสติกส์ของธนาคารโลกพบว่าพิธีศุลกากรของไทยมีประสิทธิภาพค่อนข้างต่ำเนื่องจากกฎระเบียบและข้อจำกัดด้านกฎหมาย ซึ่งทำให้ไม่สามารถอำนวยความสะดวกให้กับนักเดินทางได้อย่างเพียงพอ

- **ความเชื่อมโยงและการเข้าถึงศูนย์ประชุมต่างๆ ในระดับภูมิภาค** ในภาพรวมยังมีการเข้าถึงได้ยาก เนื่องจากระบบสาธารณะยังไม่ครอบคลุมโดยเฉพาะในระดับภูมิภาค

- **สภาพจราจรในกรุงเทพมหานครค่อนข้างติดขัด** จึงทำให้เป็นอุปสรรคในการเข้าถึงศูนย์ประชุมหรือโรงแรมที่ใช้จัดประชุมที่ไม่ได้เชื่อมโยงโดยตรงกับระบบรถไฟฟ้าต่างๆ

- **ทักษะการให้บริการ** พนักงานผู้ให้บริการทางการขนส่งส่วนมากยังขาดทักษะทางการสื่อสารภาษาต่างประเทศ และยังมีขาดจิตแห่งการบริการ (Service Mind)

- **ความปลอดภัย** ระบบขนส่งสาธารณะบางประเภทไม่สามารถสร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยให้แก่ผู้โดยสารได้ การเดินทางด้วยรถแท็กซี่ส่วนใหญ่ไม่ได้รับความเชื่อใจจากนักเดินทางมากนัก เนื่องจากภาพลักษณ์ทางลบในด้านต่างๆ เช่น การคิดค่าโดยสารเกิน การปฏิเสธรับผู้โดยสาร มารยาทของผู้ขับขี่ ความปลอดภัยในการขับขี่ เป็นต้น ทำให้นักเดินทางไม่ได้รับการบริการและการอำนวยความสะดวกที่ดีเท่าที่ควร

- **สิ่งอำนวยความสะดวกในการภาคการขนส่งสาธารณะ** เช่น บริการลิฟต์ บริการบันไดเลื่อน บริการกระเป๋าเดินทาง กลุ่มบุคคลพิเศษ เป็นต้น

- **โครงสร้างพื้นฐานทางการคมนาคมทางบกของไทย และปัญหาอื่นๆ** เช่น การชำระค่าของผิวถนน ปัญหารถติด พฤติกรรมการขับขี่ของคนไทยและรถประจำทาง เป็นต้น โดยจากผลการจัดอันดับการแข่งขันทางด้านโครงสร้างพื้นฐานด้านกายภาพของประเทศ โดย The World Economic Forum พบว่าประเทศไทยมีความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่งอยู่ในระดับปานกลางโดยคุณภาพของถนนอยู่ลำดับที่ 50 ทางรางลำดับที่ 74 ทางเรืออันดับที่ 54 และทางอากาศอยู่ในลำดับที่ 37 จาก 144 ประเทศทั่วโลกซึ่งปัญหาดังกล่าวมักจะส่งผลกระทบต่อด้านความปลอดภัยแก่ผู้เดินทาง และไม่สามารถอำนวยความสะดวกแก่นักเดินทางเท่าที่ควร

#### 4. ปัญหาและข้อจำกัดด้านบุคลากรในธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ ได้แก่

- **การรับรู้ต่อสายอาชีพธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ** เนื่องจากสายงานในต่ออาชีพในสายงานธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ รวมไปถึงอุตสาหกรรมไมซ์ยังจัดเป็นสายงานใหม่ในเชิงวิชาชีพ และมีการรับรู้ในแวดวงที่จำกัดมาก **ปัญหาสำคัญ** คือ บุคคลที่เข้าศึกษาต่อทั้งในระดับอาชีวศึกษาหรือแม้แต่ระดับอุดมศึกษายังขาดความรู้และความเข้าใจต่ออุตสาหกรรมไมซ์หรือกล่าวอีกนัยยะหนึ่งคือ ภาพลักษณ์เชิงวิชาชีพไม่ชัดเจนหากเปรียบเทียบกับกลุ่มอาชีพอื่นๆ เช่น การเรียนด้านการจัดการโรงแรมผู้เรียนจะสามารถประเมินได้ว่าหลังจากจบการศึกษาแล้วตนเองสามารถประกอบอาชีพอะไรได้บ้าง หรือในด้านการท่องเที่ยวหรือธุรกิจการบิน จะเห็นว่าในกลุ่มสาขาวิชาชีพเดียวกันภาพลักษณ์ของต่ออาชีพในสายงานธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาตินั้นมีความชัดเจนน้อยมาก ผู้เรียนไม่สามารถหาคำตอบได้ว่าเรียนในสาขาวิชานี้แล้วสามารถประกอบอาชีพอะไร ไม่ทราบถึงความก้าวหน้าในอาชีพ ความมั่นคง คำตอบแทน ไม่ทราบถึงความต้องการของตลาดแรงงานว่าเมื่อสำเร็จการศึกษาแล้วจะเป็นที่ต้องการของตลาดแรงงานหรือไม่\_ทำให้ไม่สามารถสร้างแรงจูงใจในการตัดสินใจศึกษาต่อ จากการศึกษาพบว่ามีสถาบันการศึกษาเปิดการเรียนการสอนภายใต้หลักสูตรธุรกิจไมซ์และการจัดการอเวนิว เมื่อพิจารณาจำนวนนักศึกษาที่มีผู้สนใจน้อยที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มของธุรกิจบริการอื่นๆ เช่น การจัดการโรงแรม การจัดการการท่องเที่ยว เป็นต้น อีกประเด็น คือ การรับรู้ต่อธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติยังมีอยู่ในวงจำกัด โดยเฉพาะในกลุ่มจังหวัดสำคัญหลักๆ เท่านั้น เนื่องจากปัจจุบัน ต้องยอมรับว่าศูนย์ประชุมและแสดงนิทรรศการมีเพียงในกรุงเทพมหานครและเมืองหลักๆ ดังนั้น บุคคลที่จะรับรู้ถึงธุรกิจและการเติบโตทางธุรกิจจึงอยู่ในวงแคบทำให้ความสนใจในสายอาชีพนี้มีน้อย

นอกจากนี้ ยังพบว่ายังมีมหาวิทยาลัยที่จัดการเรียนการสอนด้าน “ธุรกิจประชุมสัมมนาและแสดงนิทรรศการ” ในกลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยวและการบริการ เปิดการเรียนการสอนในลักษณะของรายวิชาเลือกให้กับนักศึกษา แต่ปัญหามีลักษณะคล้ายคลึงกัน คือ ความเข้าใจต่อรายละเอียดสาระสำคัญของรายวิชาแม้ว่าเป็นกลุ่มรายวิชาใหม่ที่น่าสนใจ นักศึกษาทราบเพียงแต่ว่าในการเรียนในรายวิชาดังกล่าวนี้มุ่งเน้นการเป็นอาชีพ Organizer แต่นักศึกษายังมองภาพไม่ออกว่าผลสัมฤทธิ์จากการเรียนนั้นจะสร้างคุณค่าและประโยชน์ต่อตัวนักศึกษาอย่างไร ทำให้ท้ายที่สุดวิชาไม่เป็นที่สนใจของนักศึกษา ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่าปัญหาอันดับแรกของบุคลากรขาดการรับรู้ต่อสายงานธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ

- **การขาดแคลนบุคลากรที่มีขีดความสามารถในตลาดแรงงาน** สืบเนื่องจากปัญหาข้างต้นในเรื่องของการขาดการรับรู้ต่อสายอาชีพดังกล่าวนี้ ทำให้ปัจจุบันเกิดปัญหาความขาดแคลนบุคลากรที่มีขีดความสามารถตรงตามความต้องการของตลาดแรงงาน ประกอบกับ **คุณสมบัติของผู้ที่จะทำงานในธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ** ประกอบด้วย 1) **ความรู้เชิงลึกในกระบวนการทำงาน** 2) **ทัศนคติที่ดีต่อการทำงาน** 3) **ทักษะด้านภาษาและการสื่อสารระหว่างบุคคล** 5) **ทักษะเชิงปฏิบัติการ** และ 6) **บุคลิกภาพเชิงบวกทั้งภายในและภายนอก** เนื่องจากยังไม่มีการเรียนการสอนในสาขาวิชาดังกล่าวโดยตรง ทำให้เกิดปัญหาการขาดแคลนบุคลากร ซึ่งปัจจุบันธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติใช้กระบวนการสรรหาและคัดเลือก โดยพิจารณาจากความสามารถในสาขาวิชาที่มีความเกี่ยวข้อง เช่น ผู้จบการศึกษาในการจัดการโรงแรม การท่องเที่ยว หรือการตลาด นอกจากนี้ การใช้เครื่องมือการพัฒนาและอบรมทั้ง On the Job Training และ Off the job training เพื่อให้สามารถทำงานได้ตามที่ต้องการ

- **การแย่งชิงบุคลากรในธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ** จากการเติบโตอย่างต่อเนื่องของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติและธุรกิจไมซ์ ทั้งในรูปแบบของธุรกิจผู้จัดการประชุมมืออาชีพ ศูนย์การประชุมและแสดงนิทรรศการ การปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจของธุรกิจโรงแรมที่ให้ความสำคัญต่อการรองรับธุรกิจการจัดการประชุม รวมไปถึงมีการลงทุนทางธุรกิจเพิ่มขึ้นอีกมาก มีกระแสการซื้อตัวเกิดขึ้นมาก โดยเฉพาะตำแหน่งงานด้านการขายและการตลาด (Sales and Marketing) ที่มีบทบาทสำคัญต่อการสร้างโอกาสทางธุรกิจและการแข่งขัน นอกจากนี้ จากการศึกษาพบว่าบุคลากรในธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติส่วนหนึ่งหลังจากมีการเรียนรู้และประสบการณ์ในการทำงานก็ลาออกและเลือกเปิดธุรกิจด้วยตนเองหรือการรวมกลุ่มกันเพื่อเปิดธุรกิจด้านการจัดงานหรือเปิดธุรกิจผู้จัดหาบริการหรือรับเหมาต่างๆ **ส่งให้ปัญหาที่ตามคือ การแย่งชิงบุคลากรในธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้**

- **ทัศนคติต่อการทำงานของคนในปัจจุบัน** ด้วยกระแสการเปลี่ยนแปลงของค่านิยมในสังคมโดยเฉพาะอย่างยิ่ง กลุ่ม Generation Y และ M ที่มีมุมมองและทัศนคติต่อการทำงานที่เปลี่ยนไป เช่น กระแสความต้องการเป็นผู้ประกอบการเอง การต้องการเวลาสำหรับตนเองมากยิ่งขึ้น ความจงรักภักดีต่ออาชีพและองค์กรมีน้อยลง รวมไปถึงอุปนิสัยบางประการ เช่น ความอดทน ความรับผิดชอบ ความมุ่งมั่น ความเสียสละ ต่อหน้าที่ความรับผิดชอบมีลดน้อย ปัจจัยต่างๆ เหล่านี้มีผลอย่างยิ่งตามการได้มาซึ่งบุคลากรที่มีประสิทธิภาพตรงตามความต้องการของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ นอกจากนี้ **แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของค่านิยมของคนในปัจจุบันมีลักษณะที่สวนทางกับคุณลักษณะคนและคุณลักษณะของงานของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ** กล่าวคือ งานในธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติเป็นงานที่ต้องการบุคลากรที่มีความอดทน ความรับผิดชอบ ความมุ่งมั่น ความเสียสละอย่างมาก เนื่องจากขั้นตอนการทำงานจะต้องอาศัยการทำงานที่ต่อเนื่องและยาวนาน มีความท้าทายในการเปลี่ยนแปลงและความเสี่ยงต่างๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นเสมอ ประเด็นดังกล่าวเป็นความท้าทายอย่างหนึ่งของผู้บริหารในยุคปัจจุบันที่จะสร้างแรงจูงใจในการทำงาน (Motivation) ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการ และการสร้างความผูกพันในองค์กร (Employee Engagement) เพื่อให้สามารถรักษาคนที่อยู่กับองค์กรและสร้างผลิตภาพสูงสุด

● **ขีดความสามารถด้านภาษาและการสื่อสาร** ปัญหาด้านขีดความสามารถด้านภาษาและการสื่อสาร กลายเป็นหัวข้อหรือประเด็นที่ถูกกล่าวถึงในทุกแวดวงธุรกิจรวมถึงธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ จากการเก็บรวบรวมข้อมูลพบว่า **ผู้ประกอบการให้ความสำคัญต่อการพัฒนาขีดความสามารถทางด้านภาษาและการสื่อสารเป็นลำดับต้นๆ** จากการสัมภาษณ์พบว่าในการจัดการประชุมนานาชาติแต่ละครั้ง ปัญหาหนึ่งที่พบเสมอ คือ การขาดแคลนบุคลากรที่มีความสามารถในการใช้ภาษาและการสื่อสาร ทั้งนี้จะต้องว่าจ้างพนักงานชั่วคราว (Freelance) ที่ราคาสูง ส่งผลให้เกิดต้นทุนที่เพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ในบางครั้งพนักงานประจำศูนย์ประชุมและแสดงนิทรรศการเองก็ไม่สามารถรองรับความต้องการดังกล่าวนี้ได้ **ในด้านหน้าที่ความรับผิดชอบ (Job Description) ของบุคลากรในธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติเองล้วนต้องอาศัยทักษะด้านภาษาและการสื่อสารเป็นหลัก** เช่น การจัดทำเอกสารเพื่อประมวล การติดต่อสื่อสาร การนำเสนอต่างๆ เนื่องจากผู้รับบริการหรือผู้เกี่ยวข้องในการจัดการประชุมล้วนแล้วแต่เป็นชาวต่างชาติทั้งสิ้น ปัจจุบันผู้ประกอบการส่วนใหญ่ว่าจ้างบุคลากรที่จบการศึกษาจากต่างประเทศด้วยเหตุผลสำคัญ คือ ภาษาและการสื่อสาร ส่งผลให้การกำหนดค่าตอบแทนค่าจ้างสูงขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ อย่างไรก็ตามไม่เพียงแต่มิติด้านภาษาและการสื่อสารสำหรับบุคลากรในธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติเพียงเท่านั้นที่มีความสำคัญ ผู้ที่เกี่ยวข้องทางอ้อมทั้งหมดล้วนมีความสำคัญ รวมไปถึงธุรกิจอื่นๆ เช่น การท่องเที่ยว ธุรกิจบริการและที่สำคัญประชาชนทั่วไปด้วย ทั้งนี้ปัญหาดังกล่าวควรได้รับการแก้ไขแบบบูรณาการจากทุกภาคส่วน

● **ขีดความสามารถและสมรรถนะในด้านการคิดเชิงวิเคราะห์ (Critical Thinking) และการคิดเชิงระบบ (System Thinking)** ด้วยลักษณะการจัดการประชุมนานาชาติถือเป็นธุรกิจบริการรูปแบบหนึ่งที่มีคุณลักษณะตามแนวคิดการบริการ คือ ไม่มีรูปลักษณะ (Intangible) ความแยกจากกันไม่ได้ (Inseparability) เก็บรักษาไม่ได้ (Perishability) ความต้องการที่ไม่แน่นอน (Fluctuating Demand) และความแตกต่างของการบริการในแต่ละครั้ง (Variability) หรืออีกนัยยะหนึ่งคือ **การจัดการประชุมนานาชาติเป็นกระบวนการวิเคราะห์เพื่อการวางแผนอย่างมีขั้นตอนเพื่อให้สามารถดำเนินการจัดการการประชุมบรรลุเป้าหมายที่กำหนด** งานทั้งหมดจึงต้องอาศัยบุคลากรที่มีความสามารถด้าน 1) การคิดเชิงวิเคราะห์ (Critical Thinking) จากเป้าหมายและทรัพยากรในการดำเนินงานไปสู่การคิดสร้างสรรค์เพื่อให้ได้รูปแบบกิจกรรมและการเชื่อมโยงการทำงานในห่วงโซ่ต่างๆ ในการประชุมตั้งแต่ต้นจนกระทั่งจบการประชุม ซึ่งต้องอาศัยบุคลากรที่มีการคิดวิเคราะห์ 2) การคิดเชิงระบบ (System Thinking) กล่าวคือ เป็นการคิดในลักษณะเชื่อมโยง คิดมองแบบภาพรวมให้เห็นภาพทั้งหมด รู้จักสังเคราะห์และมองเห็นปฏิสัมพันธ์ต่างๆ ของระบบ ทั้งในสัมพันธ์เชิงลึกและสัมพันธ์แนวกว้าง รวมทั้งความสัมพันธ์ที่ซับซ้อน อันเป็นการคิดภายใต้กระบวนการจัดการประชุมทั้งหมด จากการสัมภาษณ์พบว่าบุคลากรในธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติยังขาดขีดความสามารถดังกล่าวทั้งทางด้านการคิดเชิงวิเคราะห์และการคิดเชิงระบบ ทำให้การวางแผนงานและการทำงานยังไม่มีความเป็นมืออาชีพ และไม่สามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ ลักษณะปัญหานี้จะเกิดขึ้นกับธุรกิจที่เปิดใหม่ที่ยังขาดประสบการณ์ และลูกค้าบางส่วนเลือกใช้บริการจัดการประชุมเนื่องจากมีค่าจ้างที่ไม่สูง ทั้งนี้หากเกิดปัญหาบ่อยๆ จะส่งผลต่อภาพลักษณ์ของประเทศไทยในด้านความเป็นมืออาชีพได้ในอนาคต

### การวิเคราะห์กิจกรรมสนับสนุน (Support Activities)

ในด้านการวิเคราะห์กิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) หมายถึง กิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการการส่งมอบการให้บริการด้านการประชุมนานาชาติให้กับผู้เข้าร่วมประชุม และผู้เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย 4 กิจกรรมภายใต้แนวคิดห่วงโซ่คุณค่า ได้แก่

**ตารางที่ 4.10** แนวทางกิจกรรมสนับสนุนเพื่อช่วยส่งเสริมกิจกรรมหลักในธุรกิจการประชุมนานาชาติ

| กิจกรรมสนับสนุนภายใต้แนวคิดห่วงโซ่คุณค่า  | แนวทางกิจกรรมสนับสนุนเพื่อช่วยส่งเสริมกิจกรรมหลักในธุรกิจการประชุมนานาชาติ   |
|---|--|
| 1. Procurement กิจกรรมในการจัดซื้อและจัดหา input เพื่อมาใช้ในกิจกรรมหลักการเจรจาต่อรองกับ Supplier                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>● การสร้างความเข้มแข็งให้กับสมาคมและกลุ่มทางสังคมภายในประเทศและตระหนักถึงความสำคัญของการเป็นเจ้าภาพการประชุมนานาชาติ</li> <li>● การส่งเสริมนักวิชาการและนักวิจัยเข้าร่วมประชุมนานาชาติเพื่อให้ตระหนักถึงความสำคัญของการจัดการประชุมนานาชาติและการเป็นเจ้าภาพการประชุมนานาชาติ</li> <li>● การสร้างความร่วมมือและการบูรณาการระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องหลักเพื่อสร้างความเข้มแข็งในการประมูล</li> </ul> |
| 2. Technology Development กิจกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาเทคโนโลยีที่ช่วยในการเพิ่มคุณค่าให้สินค้าและบริการหรือกระบวนการผลิต | <ul style="list-style-type: none"> <li>● การพัฒนาขีดความสามารถด้านเทคโนโลยีต่างๆ เพื่อการรองรับการประชุมขนาดใหญ่</li> <li>● การพัฒนานวัตกรรมเพื่อจัดการประชุมที่มีความทันสมัย และการพัฒนาระบบสารสนเทศที่มีความทันสมัย</li> <li>● การพัฒนาฐานข้อมูลที่มีประสิทธิภาพต่อการกำหนดยุทธศาสตร์และระดับกลยุทธ์เพื่อการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน</li> </ul>  |
| 3. Human Resource Management กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริหารทรัพยากรบุคคล  | <ul style="list-style-type: none"> <li>● การพัฒนาบุคลากรที่ให้มีประสิทธิภาพตรงตามความต้องการของตลาดแรงงานและความสามารถรองรับการเติบโตของธุรกิจการประชุมนานาชาติ</li> <li>● การพัฒนาหลักสูตร และการฝึกอบรมที่สอดคล้องกับความต้องการ</li> <li>● การสร้างการรับรู้ให้กับคนในประเทศต่อความสำคัญและการมีส่วนร่วมในการส่งเสริมธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ</li> </ul>   |
| 4. Firm Infrastructure โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร ได้แก่ ระบบ  | <ul style="list-style-type: none"> <li>● การพัฒนาโครงสร้างของหน่วยงานผู้รับผิดชอบ รวมถึงการบูรณาการเพื่อให้สามารถดำเนินการไปทิศทางเดียวกัน</li> </ul>  |

| กิจกรรมสนับสนุนภายใต้แนวคิดห่วงโซ่คุณค่า   | แนวทางกิจกรรมสนับสนุนเพื่อช่วยส่งเสริมกิจกรรมหลักในธุรกิจการประชุมนานาชาติ  |
|--|---|
| บัญชี ระบบการเงิน การบริหารจัดการขององค์กร | <ul style="list-style-type: none"> <li>● การยกระดับด้านสาธารณูปโภค การเชื่อมโยง การเดินทาง สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ</li> <li>● การพัฒนาด้านมาตรฐานการจัดการประชุมนานาชาติและมาตรฐานการบริการในทุกมิติ</li> </ul> |

โดยสรุป การพัฒนาธุรกิจการประชุมนานาชาติผ่านกลไกของรัฐท่ามกลางบริบทในปัจจุบันที่มีพลวัตความเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว ทำให้ภาครัฐต้องปรับตัวให้สอดคล้องและสามารถตอบสนองต่อสถานการณ์ดังกล่าวอย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ เพื่อไม่ให้เกิดความล่าช้าหรือความผิดพลาดใดๆ จนทำลายโอกาสและความสามารถในการแข่งขันของประเทศ โดยนอกจากการปรับปรุงกระบวนการหรือโครงสร้างการทำงานแล้ว ภาครัฐยังจำเป็นต้องสร้างหรือขยายความร่วมมือกับทุกภาคส่วนที่มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ภายใต้บรรยากาศที่เปิดรับทุกคนอย่างเสมอภาคกัน ควบคู่ไปกับการพัฒนาฐานข้อมูลที่ดีสมบูรณ์ไปด้วยข้อมูลแวดล้อมที่เพียงพอและรอบด้าน เพื่อให้การตัดสินใจต่างๆ มีความแม่นยำ และสามารถควบคุมความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นจากการรู้ไม่เท่าทันต่อสถานการณ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการตัดสินใจกำหนดตำแหน่ง ทิศทาง และการทำยุทธศาสตร์เชิงรุกอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยที่จะเป็นหมุดหลักในการพัฒนา และยกระดับอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยจากความได้เปรียบที่ตนเองมีให้เป็นที่ยอมรับและมีความโดดเด่นในระดับนานาชาติ

#### 4.3 การวิเคราะห์ศักยภาพของธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติในประเทศไทย

ในการศึกษาศักยภาพของธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติในประเทศไทย คณะผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากทุกส่วนที่เกี่ยวข้องนำไปสู่ข้อค้นพบ ประกอบด้วย 4 ประเด็นหลัก คือ

- 4.3.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกภายใต้แนวคิด PEST Analysis ของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ
- 4.3.2 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis) ของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ
- 4.3.3 การศึกษาเชิงปริมาณ จากกรณีศึกษาการจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทย

โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

##### 4.3.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกภายใต้แนวคิด PEST Analysis

จากการรวบรวมข้อมูลพบสาระสำคัญเพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกภายใต้แนวคิด PEST Analysis ดังตารางที่ 4.10

**ตารางที่ 4.11** ตารางแสดงการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกภายใต้แนวคิด PEST Analysis ของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติของประเทศไทย

|   |  |
|---|--|
| <p><b>การเมือง (P: Political)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้จัดทำยุทธศาสตร์การปฏิรูปการท่องเที่ยวไทย พ.ศ.2558-2560</li> <li>2. นโยบายรัฐบาลในการสนับสนุนอุตสาหกรรมไมซ์</li> <li>3. นโยบายการเปิดตัวโครงการระบบบริหารจัดการมาตรฐานความปลอดภัย (MICE Security Management System - MSMS) หรือ มอก.22300 เป็นแห่งแรกของโลก</li> <li>4. นโยบายการกระตุ้นให้มีการเพิ่มมาตรฐานอุตสาหกรรมบริการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์</li> <li>5. นโยบายการสนับสนุนจากการลงนามข้อตกลงทางการค้าเสรีกับประเทศต่างๆและการกำหนดยุทธศาสตร์เศรษฐกิจในหลายสาขาเศรษฐกิจ</li> <li>6. นโยบายจากการกระจายตัวเพื่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์</li> <li>7. นโยบายของภาครัฐต่อการพัฒนาขีดความสามารถของสนามบิน</li> <li>8. นโยบายภาครัฐต่อการส่งเสริมนักเดินทางคุณภาพ</li> <li>9. นโยบายการทำงานเชิงรุกของสสปน.</li> </ol> | <p><b>เศรษฐกิจ (E: Economic)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. การเปิดเสรีอาเซียน (ASEAN)</li> <li>2. นโยบายแผนแม่บทของการพัฒนาอุตสาหกรรม</li> <li>3. การเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว</li> <li>4. การขยายการลงทุนของนักลงทุนในอุตสาหกรรมไมซ์</li> <li>5. การผลักดันให้ศูนย์ประชุมจังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการจัดงานอย่างเป็นทางการ</li> <li>6. การรวมตัวกันของกลุ่มธุรกิจโรงแรมในพัทยาเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์และการปรับภาพลักษณ์ของเมืองพัทยา</li> </ol> |
| <p><b>สังคม (S: Social)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. การจ้างงานลดลง อัตราการว่างงานต่ำ ขณะที่รายได้เพิ่มขึ้น</li> <li>2. ปัญหาภาวะหนี้สินครัวเรือน</li> <li>3. คุณภาพการศึกษาเป็นปัญหาเร่งด่วน</li> <li>4. การวางรากฐาน พัฒนาและเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่การบริการด้านสาธารณสุขและสุขภาพของประชาชน</li> </ol>   | <p><b>เทคโนโลยี (T: Technology)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. การจัดงานไมซ์แบบ Virtual Events</li> <li>2. การพัฒนานวัตกรรมด้านเทคโนโลยีเพื่อรองรับแนวคิดการประชุมสีเขียว (Green Meeting)</li> <li>3. การดำเนินงานในลักษณะ E-portal</li> <li>4. แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีต่อการประชุม เช่น Mobile Event Apps, BLE, Video</li> </ol>   |

|  |  |
|--|--|
| <p>5. ประเทศไทยมุ่งมั่นจะแก้ปัญหาค้ามนุษย์อย่างจริงจัง</p> <p>6. การรับมือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศภายใต้แนวคิดสังคมคาร์บอนต่ำ</p> <p>7. การพัฒนาด้านระบบการคมนาคมขนส่ง</p> <p>8. การให้ความสำคัญและคุณค่าต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในการจัดการประชุมนานาชาติ</p> | <p>Conference, Event and Hotel Wi-Fi, Aerial (Drone) video เป็นต้น</p> |
|--|--|

#### 4.3.1.1 ด้านการเมือง นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง (Political and Policy)

จากการศึกษาพบว่าภาครัฐให้ความสำคัญต่อการกำหนดนโยบายการส่งเสริมการบริหารราชการแผ่นดินที่มีธรรมาภิบาลและการป้องกันปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบในภาครัฐ เพื่อนำไปสู่โครงสร้างระบบราชการที่มีประสิทธิภาพสูงขึ้น มีการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ให้เหมาะสมยกระดับคุณภาพ มาตรฐานและธรรมาภิบาลให้เป็นที่ยอมรับของประชาชน พร้อมทั้งการบริหารทรัพยากรบุคคลภาครัฐจะต้องเป็นไปตามระบบคุณธรรม มีความโปร่งใส ตรวจสอบได้และสามารถพัฒนาบุคลากรภาครัฐให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมืออาชีพ ตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ควบคู่ไปกับการกระจายอำนาจและพัฒนาขีดความสามารถของหน่วยงานภาครัฐให้ประชาชน สามารถเข้าถึงบริการสาธารณะได้โดยรวดเร็ว ประหยัดและสะดวก ตลอดจนระดับความโปร่งใสของประเทศไทยจะต้องดีขึ้น ในขณะที่เดียวกันภาพลักษณ์การทุจริตจะต้องลดลงในเวทีสากล

ในด้านกฎหมาย นโยบายการปรับปรุงกฎหมายและกระบวนการยุติธรรมเพื่อปรับปรุงกฎหมายให้เป็นธรรม คุ่มครองสิทธิมนุษยชนให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชน มีกระบวนการยุติธรรมที่เข้าถึงได้ง่ายมีมาตรฐานตามหลักสากลทันสมัยและเป็นธรรม การปรับปรุงกฎหมายและกระบวนการยุติธรรมดังกล่าวขับเคลื่อนภายใต้แผนปฏิรูปราชการในปี 2558 ของรัฐบาลผ่านหน่วยงานภาครัฐ โดยการเชื่อมโยงนโยบาย แผนงานโครงการที่เกี่ยวข้อง เช่น การสนับสนุน การบริหารจัดการหน่วยงานในสังกัดและให้บริการแก่ประชาชนในด้านงานยุติธรรมการ พัฒนาและส่งเสริม ยุติธรรมชุมชนเพื่อการเข้าถึงความยุติธรรมของประชาชน การพัฒนามาตรฐานงานด้านนิติวิทยาศาสตร์ตามหลักสากล เป็นต้น

รัฐบาลให้ความสำคัญต่อการเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมการเมืองและความมั่นคงอาเซียน เร่งแก้ไขปัญหาค้าใช้ความรุนแรงในจังหวัดชายแดนภาคใต้พัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพของกองทัพและระบบป้องกันประเทศและเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีกับนานาประเทศ โดยได้กำหนดประเด็นนโยบายที่สำคัญ ดังนี้ 1) ในระยะเร่งด่วน รัฐบาลให้ความสำคัญกับการเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมการเมืองและความมั่นคงอาเซียนในกิจการ 5 ด้าน ได้แก่ 1) การบริหารจัดการชายแดน 2) การสร้างความมั่นคงทางทะเล 3) การแก้ไขปัญหาอาชญากรรมข้ามชาติ 4) การสร้าง



ความไว้วางใจกับประเทศเพื่อนบ้านและ 5) การเสริมสร้างศักยภาพในการปฏิบัติการทางทหารร่วมกันของอาเซียน ในมิติด้านความมั่นคง ในนโยบายเร่งแก้ไขปัญหาการใช้ความรุนแรงในจังหวัดชายแดนภาคใต้ โดยนายยุทธศาสตร์เข้าใจ เข้าถึงและพัฒนามาใช้ตามแนวทางกัลยาณมิตรแบบสันติวิธีพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพของกองทัพและระบบป้องกันประเทศให้ทันสมัย มีความพร้อมในการรักษาอธิปไตยและผลประโยชน์ของชาติ ปลอดภัยจากการคุกคามทุกรูปแบบ ส่งเสริมและพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการป้องกันประเทศและเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีกับนานาประเทศบนหลักการที่ว่านโยบายการต่างประเทศเป็นส่วนประกอบสำคัญของนโยบายองค์รวมทั้งหมดในการบริหารราชการแผ่นดิน ไม่ว่าในด้านการเมือง เศรษฐกิจหรือสังคม โดยจะนำกลไกทางการทูตแบบบูรณาการมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ประชาชนทั้งทางตรงและทางอ้อม

อย่างไรก็ตาม ธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติมีความเกี่ยวข้องกับกลไกด้านการเมือง นโยบายและกฎหมายอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เนื่องจากความพร้อมในด้านดังกล่าวจะส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้จัดการประชุมและนักเดินทางเพื่อการประชุมนานาชาติ จากการศึกษาพบว่าปัจจัยสภาพแวดล้อมด้านการเมือง นโยบายและกฎหมาย ดังนี้

**1. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้จัดทำยุทธศาสตร์การปฏิรูปการท่องเที่ยว ไทย พ.ศ.2558-2560** เพื่อปรับยุทธศาสตร์ให้ทันต่อความเปลี่ยนแปลง โดยในวันนี้เปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมประชุมแสดงความคิดเห็นใน 3 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ 1) ยุทธศาสตร์ปฏิรูปด้านการตลาด 2) ยุทธศาสตร์ปฏิรูปด้านการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวและ 3) ยุทธศาสตร์ปฏิรูปด้านการบริหารจัดการ เน้นสิ่งที่จำเป็นต้องดำเนินการเร่งด่วน การปรับเปลี่ยนวิธีคิด การวางรากฐานจัดระบบวิธีการทำงานใหม่ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม กำหนดเป้าหมายทั้งมิติทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม รวมทั้งกำหนดทิศทางการตลาดนำการพัฒนาการขับเคลื่อนสู่แหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ (Quality Destination) ด้วยการบูรณาการอย่างเป็นระบบและการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงให้สามารถแปลงไปสู่การปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรมและเชื่อมต่อกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564)

**2. นโยบายรัฐบาลในการสนับสนุนอุตสาหกรรมไมซ์** เช่น การบรรลุข้อตกลงร่วมในการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาของสมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติเอเชียเพื่อร่วมกันผลักดันให้ภูมิภาคเอเชียก้าวสู่ตลาดโลกภายใต้แบรนด์ไมซ์เอเชีย

**3. นโยบายการเปิดตัวโครงการระบบบริหารจัดการมาตรฐานความปลอดภัย (MICE Security Management System - MSMS) หรือ มอก.22300** เป็นแห่งแรกของโลก เพื่อยกระดับมาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์ของไทยและการลงนามในข้อตกลงความเข้าใจร่วมกัน (Memorandum of Agreement) กับสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมบาร์เซโลนา สเปนและสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมเวียนนา ออสเตรีย

**4. นโยบายการกระตุ้นให้มีการเพิ่มมาตรฐานอุตสาหกรรมบริการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ทุกด้าน** ทั้งนี้เพื่อสร้างความประทับใจให้แก่ผู้ร่วมงานอันจะทำให้ประเทศได้รับความเชื่อถือและไว้วางใจให้จัดประชุมครั้งต่อไป

5. นโยบายการสนับสนุนจากการลงนามข้อตกลงทางการค้าเสรีกับประเทศต่างๆ และการกำหนดยุทธศาสตร์เศรษฐกิจในหลายสาขาเศรษฐกิจ เช่น เกษตร ยานยนต์อาหาร และเครื่องดื่ม แพชั่นและไอที เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ฐานลูกค้าที่สำคัญอีกส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมไมซ์ของไทย ได้แก่ บริษัทต่างชาติที่จดทะเบียนในไทยซึ่งมีประมาณ 3,000 บริษัทและมีความเป็นไปได้ที่จะสามารถพัฒนาไปสู่การเป็นกลุ่มลูกค้าที่สำคัญ รวมทั้งสมาคมวิชาชีพต่างๆ เช่น แพทย์สมาคมเภสัชกร สภาวิศวกรและสถาปนิก เป็นต้น

6. นโยบายจากการกระจายตัวเพื่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ เช่น การกระจายสถานที่จัดงานไมซ์ไปยังเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทย ทั้งเมืองหลักและเมืองรอง

7. นโยบายของภาครัฐต่อการพัฒนาขีดความสามารถของสนามบินให้มีขีดความสามารถรองรับมากขึ้น ทั้งในสนามบินหลักและสนามบินในแต่ละภูมิภาค โดยเฉพาะอย่างยิ่งแผนการพัฒนาสนามบินอุตะเถาในจังหวัดชลบุรีให้เป็นสนามบินนานาชาติ

8. นโยบายภาครัฐต่อการส่งเสริมนักเดินทางคุณภาพ โดยเฉพาะนักเดินทางกลุ่มไมซ์ซึ่งสามารถสร้างผลกระทบเชิงบวกในด้านต่างๆ ในเชิงมหภาค

9. นโยบายการทำงานเชิงรุกของ สสปน. ด้านการพัฒนามหานครไมซ์ทั้งเมืองหลักและเมืองรอง การพัฒนาขีดความสามารถบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ การส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง การพัฒนาเพื่อการเป็นศูนย์ข้อมูลและการวิจัยโครงการ Thailand MICE Venue Standard

4.3.1.2 ด้านเศรษฐกิจ (Economic) จากการศึกษาพบว่าเศรษฐกิจโลก ในปี พ.ศ. 2558 ยังมีแนวโน้มขยายตัวในเกณฑ์ต่ำอย่างต่อเนื่องในขณะที่การขยายตัวของปริมาณการค้าโลกชะลอตัวลงจากปีที่ผ่านมา โดยคาดว่าเศรษฐกิจโลกจะขยายตัวร้อยละ 3.4 ต่ำกว่าการคาดการณ์การขยายตัวร้อยละ 3.5 ในการประมาณการครั้งก่อนหน้า เนื่องจากเศรษฐกิจสหรัฐฯ มีแนวโน้มขยายตัวต่ำกว่าที่คาดการณ์ไว้เช่นเดียวกับเศรษฐกิจจีนที่ยังชะลอตัวลงอย่างต่อเนื่องในไตรมาสแรกและยังไม่มีสัญญาณของการขยายตัวเร่งขึ้นอย่างชัดเจน ในขณะที่เศรษฐกิจยุโรปและญี่ปุ่นมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นตามการดำเนินนโยบายผ่อนคลายแต่การฟื้นตัวยังเป็นไปอย่างช้าๆ และความเสี่ยงจากภาวะเงินฝืดยังอยู่ในเกณฑ์สูง การฟื้นตัวอย่างช้าๆ ของเศรษฐกิจโลกและภาวะความตกต่ำของราคาสินค้าขึ้นปฏุมส่งผลให้การส่งออกของประเทศสำคัญชะลอตัวลงและลดลงซึ่งส่งผลให้เศรษฐกิจอินเดียและประเทศสำคัญในกลุ่ม NIEs และ ASEAN มีแนวโน้มขยายตัวต่ำกว่าที่คาดไว้

เศรษฐกิจภูมิภาคอาเซียน เศรษฐกิจอินโดนีเซียมีแนวโน้มขยายตัวร้อยละ 5.2 ต่ำกว่าการขยายตัวร้อยละ 5.5 ในการประมาณการครั้งก่อน เนื่องจากเศรษฐกิจในไตรมาสแรกขยายตัวต่ำสุดในรอบ 6 ปี ตามการชะลอตัวของการใช้จ่ายภาครัฐบาลและการลดลงของราคาน้ำมันซึ่งทำให้การส่งออกหดตัว ในขณะที่เศรษฐกิจฟิลิปปินส์คาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 6.4 เท่ากับการประมาณการครั้งก่อนและเร่งขึ้นจากร้อยละ 6.1 ในปี 2557 ตามการขยายตัวของการบริโภคภาคครัวเรือนซึ่งส่วนหนึ่งได้รับปัจจัยสนับสนุนจากการเพิ่มขึ้นของเงินส่งกลับจากแรงงานในต่างประเทศ อัตราเงินเฟ้อที่ยังอยู่ในระดับต่ำและการขยายตัวดีขึ้นของรายจ่ายภาครัฐในขณะที่เศรษฐกิจมาเลเซียคาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 5.4 ชะลอตัวลงจากร้อยละ 6.0 ในปี 2557 ตามแนวโน้มการชะลอตัวของการส่งออกซึ่งได้รับ

ผลกระทบจากการลดลงของราคาน้ำมันและราคาสินค้าเกษตร เช่นเดียวกับการบริโภคภาคครัวเรือนที่มีแนวโน้มชะลอตัวตามการชะลอตัวของสินเชื่อ รวมทั้งผลกระทบจากการจัดเก็บภาษีสินค้าและบริการ (GST) ซึ่งมีผลบังคับใช้ตั้งแต่ 1 เมษายน 2558 และ เวียดนามคาดว่าจะขยายตัวร้อยละ 6.2 เท่ากับการประมาณการครั้งก่อน

แนวโน้มเศรษฐกิจไทยในปี 2558 เศรษฐกิจไทยในช่วงที่เหลือของปียังมีแนวโน้มขยายตัวในเกณฑ์ที่น่าพอใจภายใต้เงื่อนไขข้อจำกัดจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลกและภาวะความตกต่ำของราคาสินค้าเกษตร โดยมีปัจจัยสนับสนุนจาก 1) การใช้จ่ายและการลงทุนภาครัฐที่จะสนับสนุนการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง 2) การฟื้นตัวของ การใช้จ่ายและการลงทุนของภาคเอกชนที่ปรับตัวดีขึ้นอย่างช้าๆ ตามความเชื่อมั่นในระบบเศรษฐกิจและแนวโน้มการฟื้นตัวของเศรษฐกิจในภาพรวม 3) การขยายตัวของภาคการท่องเที่ยวที่คาดว่าจะยังมีความต่อเนื่องในช่วงครึ่งหลังของปี 4) การผลิตภาคอุตสาหกรรมที่เริ่มปรับตัวดีขึ้นและสามารถสนับสนุนการขยายตัวทางเศรษฐกิจได้มากขึ้นตามการฟื้นตัวของอุปสงค์ภายในประเทศและการเริ่มกลับมาขยายตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์และ 5) ราคาน้ำมันยังอยู่ในระดับต่ำซึ่งเพิ่มอำนาจซื้อและเอื้ออำนวยให้สามารถดำเนินนโยบายการเงินผ่อนคลายเป็นต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ปัญหาการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก การเปลี่ยนแปลงของค่าเงิน โดยเฉพาะการอ่อนค่าของเงินดอลลาร์ สรอ. ยูโรและเงินเยนและความตกต่ำของราคาสินค้าเกษตรในตลาดโลกยังเป็นข้อจำกัดสำคัญที่ทำให้การฟื้นตัวของภาคการส่งออกและอุปสงค์ภาคเอกชนฟื้นตัวล่าช้าและส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจในภาพรวมขยายตัวได้ต่ำกว่าการคาดการณ์

สถานการณ์ของสาขาโรงแรมและภัตตาคารมีขยายตัวเร่งขึ้นตามการปรับตัวดีขึ้นของภาคการท่องเที่ยวทั้งจำนวนนักท่องเที่ยว รายได้และอัตราการเข้าพักในไตรมาสแรก สาขาโรงแรมและภัตตาคาร ขยายตัวร้อยละ 13.5 ซึ่งเป็นการขยายตัวต่อเนื่องเป็นไตรมาสที่สองและขยายตัวเร่งขึ้นจากร้อยละ 3.3 ในไตรมาสสุดท้ายของ ปี 2557 โดยในไตรมาสนี้มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ 7.9 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 23.5 เร่งขึ้นจากการขยายตัวร้อยละ 7.0 ในไตรมาสก่อนหน้า ซึ่งเป็นการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวจากเกือบทุกภูมิภาค ยกเว้นยุโรปและออสเตรเลีย โดยนักท่องเที่ยวเอเชียตะวันออก สัดส่วนร้อยละ 62.8 ขยายตัวสูงถึงร้อยละ 55.6 โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากฮ่องกง จีน และมาเลเซียที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 144.8 ร้อยละ 96.1 และร้อยละ 70.9 ตามลำดับ) อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวจากยุโรปและออสเตรเลียลดลงร้อยละ 15.9 และร้อยละ 4.3 ตามลำดับ ในขณะที่รายรับจากการท่องเที่ยวอยู่ที่ 403.5 พันล้านบาท เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 22.3 และอัตราการเข้าพักเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 68.5 เทียบกับร้อยละ 60.3 ในช่วงเดียวกันของปีก่อนและเป็นอัตราการเข้าพักเฉลี่ยสูงสุดในรอบ 8 ไตรมาส

สำหรับภาคการท่องเที่ยว คาดว่าจะยังฟื้นตัวได้อย่างแข็งแกร่งและเป็นแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่สำคัญ โดยในไตรมาสแรกจำนวนนักท่องเที่ยวมีจำนวนทั้งสิ้น 7.9 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 23.4 สูงกว่าที่คาดการณ์ไว้อัตราการเข้าพักเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 68.5 สูงสุดในรอบ 2 ปี สำหรับในช่วงที่เหลือของปี 2558 จำนวนนักท่องเที่ยวยังมีแนวโน้มที่จะขยายตัวได้อย่างต่อเนื่องโดยได้รับปัจจัยสนับสนุนจาก 1) การปรับตัวดีขึ้นของความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่อสถานการณ์ทางการเมืองในประเทศ 2) การยกเลิกกฎอัยการศึก นับตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน 2558 ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความคุ้มครองจากการประกันภัยการเดินทางได้ตามปกติ ในขณะที่จำนวนประเทศแจ้งเตือนนักท่องเที่ยว

ให้ระมัดระวังการเดินทางมายังประเทศไทยลดลงต่อเนื่องและ 3) การดำเนินมาตรการแก้ปัญหาและ กระตุ้นการท่องเที่ยวของภาครัฐ ทั้งมาตรการแก้ไขปัญหาการเอารัดเอาเปรียบและหลอกลวง นักท่องเที่ยวและการจัดระเบียบในสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญและมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวในปี 2558

ประเด็นการบริหารนโยบายเศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2558 ควรให้ความสำคัญกับ 1) การ เร่งรัดแก้ไข ปัญหาด้านการส่งออก โดยในระยะยาวจะต้องปรับโครงสร้างการผลิตเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิต ภาพการผลิตและเพิ่มสัดส่วนอุตสาหกรรมและบริการในยุคที่สาม ส่วนในระยะสั้นควรให้ความสำคัญ กับการดูแลค่าเงินบาทไม่ให้แข็งค่าเร็วกว่าประเทศคู่แข่ง การแสวงหาตลาดและเพิ่มปริมาณสินค้า ส่งออกที่สำคัญๆ การลดปัญหาอุปสรรคความล่าช้าและข้อจำกัดในกระบวนการการทำงานและ ระเบียบปฏิบัติของภาครัฐ รวมทั้งการอำนวยความสะดวกด้านการค้าระหว่างประเทศโดยเฉพาะใน แนวด้านชายแดนต่างๆ และการเร่งรัดแก้ปัญหาการค้าแรงงานข้ามชาติและปัญหาการทำประมงที่ผิด กฎหมาย 2) การแก้ไขปัญหาด้านการเกษตร โดยให้ความสำคัญกับการสื่อสารเพื่อสร้างความเข้าใจ สถานการณ์และเงื่อนไขทางด้านราคาเพื่อกระตุ้นให้เกษตรกรปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของเงื่อนไข ด้านราคาในตลาดโลกควบคู่ไปกับการดำเนินการเพื่อสนับสนุนการปรับตัวของการผลิตภาคเกษตร โดยเฉพาะการดูแลต้นทุนวัตถุดิบทางการเกษตร การเพิ่มผลิตภาพการผลิตและการสนับสนุนการ ส่งเสริมอาชีพเสริมเพื่อเพิ่มรายได้แก่ครัวเรือนในภาคเกษตร 3) การบรรเทาปัญหาความเดือดร้อนของ เกษตรกรและผู้ได้รับผลกระทบจากภาวะซบเซาของการส่งออกและ 4) การเร่งรัดการเบิกจ่าย งบประมาณและการดำเนินการตามโครงการลงทุนที่สำคัญของภาครัฐ

ทั้งนี้รัฐบาลให้ความสำคัญต่อการวางรากฐานเพื่อให้เพิ่มศักยภาพการขยายตัวทาง เศรษฐกิจ ประกอบด้วย 1) การเร่งรัดดำเนินโครงการลงทุนเพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญด้าน การคมนาคมขนส่ง ทั้งในด้านระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนในกรุงเทพมหานครและรถไฟฟ้าเชื่อมเมือง บริวาร ด้านการคมนาคมขนส่งทางอากาศและการคมนาคมขนส่งทางน้ำ 2) การลงทุนในโครงการ ด้านชลประทานเพื่อแก้ไขผลกระทบจากปัญหาน้ำท่วมและปัญหาภัยแล้ง 3) การพัฒนาโครงสร้าง พื้นฐานด้านพลังงานทั้งในด้านการสำรวจแหล่งพลังงาน การผลิตไฟฟ้าและการพัฒนาพลังงาน ทดแทน 4) การสร้างความเข้มแข็งและยกระดับความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตโดยปรับ โครงสร้างทั้งภาคเกษตร ภาคอุตสาหกรรมและภาคบริการท่องเที่ยว 5) การส่งเสริมภาคเศรษฐกิจ ดิจิทัลและ 6) การเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยการเพิ่มองค์ ความรู้การวิจัยพัฒนาการสนับสนุนการเข้าถึงแหล่งทุนและบริการทางการเงิน

อย่างไรก็ตาม ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการจัดการประชุม นานาชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง แนวนโยบายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ทั้งในระดับ จุลภาคจนถึงระดับมหภาค จากการทบทวนพบว่าปัจจัยด้านเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ ดังนี้

**1. การเปิดเสรีอาเซียน (ASEAN)** ถือเป็นโอกาสสำหรับประเทศไทย ในการเชื่อมโยง กลุ่มประเทศในอาเซียนเพื่อการเป็นศูนย์กลางของไมซ์และแนวยุทธศาสตร์เพื่อการเชื่อมโยง อุตสาหกรรมไมซ์เพื่อการรองรับ AEC การขยายตลาดการประชุมและงานแสดงสินค้าในพื้นที่เขต

เศรษฐกิจพิเศษและกลุ่มประเทศ กัมพูชา ลาว พม่าและเวียดนาม (CLMV) ส่งเสริมการจัดประชุม และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ก่อให้เกิดความร่วมมือและการจัดการประชุม

**2. นโยบายแผนแม่บทของการพัฒนาอุตสาหกรรม** ข้อมูลจากแผนแม่บทการพัฒนา อุตสาหกรรมไทย พ.ศ. 2555-2574 กระทรวงอุตสาหกรรมกล่าวถึงเป้าหมายและแนวทางการพัฒนา อุตสาหกรรมนำร่อง แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศไทยในภาพรวมนั้นจะส่งเสริมให้เกิด การยกระดับศักยภาพของผู้ประกอบการไทยสู่สากล จากการวิเคราะห์ศักยภาพของอุตสาหกรรมนำ ร่องทั้ง 8 อุตสาหกรรมจะพบว่าผู้ประกอบการไทยส่วนใหญ่มีบทบาทสำคัญในการเป็นผู้รับจ้างการ ผลิตให้กับเจ้าของตราสินค้าจากต่างประเทศ ได้แก่ 1) อาหารและเครื่องดื่ม 2) ยานยนต์และชิ้นส่วน 3) สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม 4) ยางและผลิตภัณฑ์ยาง 5) อัญมณี เครื่องประดับ 6) เครื่องใช้ไฟฟ้า อิเล็กทรอนิกส์ 7) แม่พิมพ์และ 8) พลังงานหมุนเวียน ซึ่งหากธุรกิจดังกล่าวมีความเข้มแข็งจะนำมาซึ่ง โอกาสการจัดการประชุมนานาชาติของกลุ่มสมาคมวิชาชีพในอนาคต

**3. การเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว** การเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยว ก่อให้เกิดการลงทุนทางการท่องเที่ยว การเพิ่มจำนวนโรงแรมเพื่อการประชุม การพัฒนาแหล่ง ท่องเที่ยวและการคมนาคมขนส่ง ส่งผลต่อการและสร้างแรงจูงใจต่อการเลือกประเทศเพื่อจัดการประชุม นานาชาติ

**4. การขยายการลงทุนของนักลงทุนในอุตสาหกรรมไมซ์** จากการที่กลุ่มบริษัท ซี.พี. ร่วมกับสยามพิวรรธน์ ลงทุนสร้างไอคอนสยาม คาดว่าจะแล้วเสร็จในปี พ.ศ. 2560 เพื่อเป็นการ ฉลองการครองราชย์ครบ 70 ปี ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว มูลค่าการลงทุนกว่า 50,000 ล้านบาท ตั้งอยู่บนเนื้อที่ 50 ไร่ บนถนนเจริญนคร เขตคลองสาน ตัดริมแม่น้ำเจ้าพระยา โดยไอคอนสยาม ยังจะมีศูนย์การประชุมระดับโลก (World Class Auditorium) 3,500 ที่นั่ง ซึ่งสามารถจัดการประชุมนานาชาติ งานสำคัญของรัฐบาล งานแสดง Trade Exhibition ที่จะหมุนเวียนมาจากประเทศต่างๆ โดยได้มีการหารือและแลกเปลี่ยนวิสัยทัศน์กับ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงวัฒนธรรม สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ผู้ประกอบการโรงแรมและ โครงการต่างๆ

**5. การผลักดันให้ศูนย์ประชุมจังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์กลางการจัดงานอย่างเป็นทางการ** ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ เฉลิมพระเกียรติ 7 รอบ พระชนมพรรษาเป็นศูนย์ ประชุมและแสดงสินค้าที่มีขนาดใหญ่ มีพื้นที่รวมทั้งหมด 326 ไร่ มีความพร้อมในการรองรับการ ประชุมสัมมนา การจัดงานนิทรรศการและงานแสดงสินค้าทั้งระดับประเทศและระดับนานาชาติ ด้วย พื้นที่ใช้สอยกว่า 60,000 ตารางเมตร พร้อมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการ ที่ครบครัน ทันสมัย เพื่อตอบสนองทุกความต้องการของธุรกิจไมซ์และการเปิดสมาคมประชาชาติแห่งเอเชีย ตะวันออกเฉียงใต้ (ASEAN) ส่งผลต่อการเป็นศูนย์กลางด้านการประชุมนานาชาติในภาคเหนือและ ประเทศในพื้นที่เชื่อมโยง

**6. การรวมตัวกันของกลุ่มธุรกิจโรงแรมในพัทยาเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์และ การปรับภาพลักษณ์ของเมืองพัทยา** เป็นการรวมตัวกันดังกล่าวภายใต้ชื่อ NPA : North Pattaya Alliance) เพื่อการร่วมมือกันพัฒนาและสร้างสรรค์โรงแรมให้มีเอกลักษณ์ ประกอบด้วย 1) โรงแรม อมารี พัทยา 2) เคป ดารา รีสอร์ท 3) โรงแรมเซนต์ทาราแกรนด์ มิวราซบีช รีสอร์ท 4) ดุสิตธานี

พญา 5) ฮอลิเดย์ อินน์ พญา 6) พูลแมน พญา จีและ 7) โรงแรมเดอะชาयน์ โดยได้รับการสนับสนุนจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการและเมืองพญา ความร่วมมือของกลุ่มโรงแรมดังกล่าว จะช่วยให้พญามีขีดความสามารถรองรับการประชุมนานาชาติขนาดใหญ่

**4.3.1.3 ด้านสังคม (Social)** ข้อมูลจากสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติรายงานภาวะสังคมไทยปี 2558 ดังนี้

1. การจ้างงานลดลง อัตราการว่างงานต่ำ ขณะที่รายได้เพิ่มขึ้นซ้ำ ในไตรมาสที่ 2 ปี 2558 มีผู้ทำงานจำนวน 37,751,800 คน ลดลงร้อยละ 0.2 ทั้งนี้เป็นการจ้างงานลดลงในภาคการเกษตร เป็นผลมาจากปัญหาภัยแล้ง ทำให้กิจกรรมการเกษตรลดลง การจ้างงานภาคนอกเกษตรเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.6 และสอดคล้องกับการขยายตัวทางเศรษฐกิจภาคนอกเกษตร ประเด็นที่ต้องติดตาม ได้แก่ รายได้ของแรงงานทั้งรายได้เกษตรกร ซึ่งได้รับผลกระทบทั้งจากปริมาณผลผลิตที่ลดลงและราคาสินค้าเกษตรตกต่ำและรายได้แรงงานลูกจ้างและการเฝ้าระวังการเลิกจากแรงงานจากผลกระทบการส่งออกที่มีแนวโน้มลดลงและการย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศเพื่อนบ้าน

2. ภาวะหนี้สินครัวเรือนชะลอตัวลงอย่างต่อเนื่อง หนี้สินเพื่อการซื้อที่อยู่อาศัยการซื้อที่ดินและบัตรเครดิตยังคงเพิ่มขึ้น การผิตนัดชำระหนี้ทั้งหนี้สินเพื่อการอุปโภคและการบริโภค สินเชื่อภายใต้การกำกับเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้รัฐบาลได้ให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหาหนี้สินครัวเรือนโดยมีมาตรการได้แก่ การดำเนินธุรกิจนาโนไฟแนนซ์และการแก้ไขปัญหาหนี้สินครัว

3. คุณภาพการศึกษาเป็นปัญหาเร่งด่วน การประเมินผลสอบ O-NET พบว่านักเรียนในเขตกรุงเทพฯ ยังคงมีคะแนนเฉลี่ยทุกระดับสูงกว่าคะแนนเฉลี่ยของนักเรียนในทุกภูมิภาค ซึ่งรัฐบาลได้ให้ความสำคัญกับการยกระดับคุณภาพการศึกษาอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังมีคณะกรรมการนโยบายและพัฒนาศึกษาเป็นกลไกขับเคลื่อนการจัดการศึกษาที่เชื่อมโยงกันทั้งระบบ โดยมีประเด็นที่เร่งผลักดัน ได้แก่ การปรับปรุงหลักสูตรแกนกลาง การศึกษาขั้นพื้นฐาน การปรับตารางการเรียนการสอน การจัดการวิชาสอนวิชาประวัติศาสตร์ การพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ นอกจากนี้ยังส่งเสริมเพิ่มบทบาทของสถานประกอบการในการเสนอแนะเพื่อพัฒนาหลักสูตรการจัดการเรียนการสอนให้ตรงกับความต้องการของตลาดแรงงาน

4. การวางรากฐาน พัฒนาและเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่การบริการด้านสาธารณสุขและสุขภาพของประชาชน ต้องมีการพัฒนาระบบบริการในทุกระดับแบบเขตสุขภาพในลักษณะเครือข่ายที่มีความเชื่อมโยงกันทุกระดับบริการทั้งของภาครัฐและเอกชน ให้มีการใช้ทรัพยากรร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพในระดับเขตพื้นที่ รวมทั้งการส่งเสริมให้สถานพยาบาลมีการพัฒนาคุณภาพบริการทั้งระบบ ตลอดจนการให้ความสำคัญกับการป้องกันโรคมามากกว่ารอให้ป่วยแล้วรักษา

5. ประเทศไทยมุ่งมั่นจะแก้ปัญหาการค้ามนุษย์อย่างจริงจังเพื่อความมั่นคงและมนุษยธรรม โดยรัฐบาลไทยดำเนินการแก้ปัญหาภายใต้หลักมาตรฐานสากล 5P ได้แก่ Policy, Prosecution, Protection, Prevention, Partnership ด้วยการเติมเต็มในเรื่องการบูรณาการ การ

ทำงานอย่างจริงจัง การบังคับใช้กฎหมายเพื่อป้องกันมิให้ผู้กระทำผิดกลับมาทำซ้ำอีก การยกระดับการประชาสัมพันธ์ปัญหาการค้ำมนุษย์ต่อสาธารณะ ทั้งในด้านปัญหาและแนวทางการป้องกัน

6. การรับมือการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศภายใต้แนวคิดสังคมคาร์บอนต่ำ ประเทศไทยมีอัตราการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 3.44 ต่อปี อย่างไรก็ตาม เมื่อนำมาหักลบกับปริมาณการดูดกลับในภาคการเกษตร ป่าไม้และการใช้ประโยชน์ที่ดินแล้วทำให้แนวโน้มการปล่อยก๊าซเรือนกระจกลดลง สำหรับแนวทางการแก้ไขการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกภายใต้แนวคิดสังคมคาร์บอนต่ำอย่างยั่งยืน คือ การเน้นการพัฒนาและการปรับปรุงกระบวนการให้ปล่อยของเสียออกสู่ธรรมชาติให้น้อยที่สุด การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าและบริการโดยคำนึงถึงความจำเป็นและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมรวมถึงการเป็นส่วนหนึ่งกับธรรมชาติให้มากที่สุด

นอกจากนี้ ประเด็นด้านสังคมที่ควรให้ความสนใจประกอบด้วย

1. ปัจจัยที่คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตแรงงานได้แก่ รายได้ของแรงงานลดลงทั้งเกษตรกรที่ได้รับผลกระทบจากปริมาณผลผลิตที่ลดลงและราคาสินค้าเกษตรตกต่ำ ลูกจ้างได้รับผลกระทบจากการลดชั่วโมงการทำงานการเลิกจ้างที่เกิดจากการส่งออกที่ลดน้อย

2. การลดปัญหาอาชญากรรมโดยให้ความสำคัญกับการบังคับใช้กฎหมายควบคู่ไปกับการสร้างจิตสำนึกทางสังคม

3. แนวทางการส่งเสริมการทำงานผู้สูงอายุภายใต้มาตรการการสร้างแรงจูงใจ การลดอุปสรรคต่อการจ้างงานผู้สูงอายุ มาตรการสนับสนุนโดยการปรับปรุงกฎหมาย การสร้างระบบการเงินการคลังมหภาค เพื่อพัฒนาระบบให้เอื้อต่อการขยายอายุการทำงานและการเตรียมความพร้อมของคนไทยเพื่อเป็นผู้สูงอายุที่มีคุณค่า

อย่างไรก็ตาม ปัจจัยทางด้านสังคมถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการจัดการประชุมนานาชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง แนวนโยบายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาคุณภาพของสังคมโดยรวมจากการทบทวนพบว่า ปัจจัยด้านสังคมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ ได้แก่

1. **ด้านการศึกษาด้านอุตสาหกรรมไมซ์** โดยปัจจุบันมีสถานศึกษาในระดับต่างๆ ทั้งระดับอาชีวะและอุดมศึกษาให้ความสำคัญต่อการจัดการเรียนการสอนด้านอุตสาหกรรมไมซ์มีหลักสูตรต่างๆ ถูกพัฒนาขึ้น แนวทางดังกล่าวส่งผลต่อการเสริมสร้างบุคลากรที่มีขีดความสามารถรอบรับในอุตสาหกรรมไมซ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติที่มีอัตราการเติบโตสูงขึ้น

2. **การพัฒนาด้านระบบการคมนาคมขนส่ง** ปัจจุบันประเทศไทยมีการพัฒนาด้านการคมนาคมขนส่งรูปแบบต่างๆ เช่น การขยายเส้นทางรถไฟฟ้ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและพื้นที่เชื่อมโยงใกล้เคียง รวมไปถึงแนวนโยบายการพัฒนา

3. **การให้ความสำคัญและคุณค่าต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในการจัดการประชุมนานาชาติ** หรือแนวคิด Green Meeting ที่เพิ่มความสำคัญขึ้นทั้งในระดับภายในประเทศและระดับนานาชาติ

**4.3.1.4 ด้านเทคโนโลยี (Technology)** รัฐบาลให้ความสำคัญต่อการพัฒนาและส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี การวิจัยและพัฒนาและนวัตกรรม เนื่องจากวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีวิจัยและนวัตกรรมเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม เพื่อเสริมสร้างสมรรถนะและขีดความสามารถเชิงการแข่งขันของประเทศในยุคเศรษฐกิจฐานความรู้ (Knowledge-based Economy) โดยการกำหนดนโยบายซึ่งประกอบด้วยแผนงาน/โครงการต่างๆ ซึ่งมุ่งเน้นทั้งการเพิ่มสัดส่วนการลงทุนวิจัยและพัฒนาจากภาคเอกชนให้มีสัดส่วนที่สูงกว่าภาครัฐ การผลิตกำลังคนในสาขาที่ขาดแคลนเพิ่มขึ้น และเชื่อมโยงระหว่างการเรียนรู้กับการทำงาน การปฏิรูประบบการให้สิ่งจูงใจและการผลักดันให้มีการแก้ไขปรับปรุงกฎ ระเบียบและกฎหมายที่เป็นอุปสรรคต่องานวิจัยและสนับสนุนให้นางานวิจัยและพัฒนาไปสู่การใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์มากขึ้น สำหรับการพัฒนาโครงการขนาดใหญ่ของประเทศ มีการนำผลงานวิจัยและพัฒนาและนวัตกรรมไปสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพ อุตสาหกรรมไทยเพื่อรองรับการผลิตชิ้นส่วนรถไฟ และระบบราง นอกจากนี้มีการจัดเตรียมโครงสร้างพื้นฐาน ด้านวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีวิจัยและนวัตกรรม เพื่ออำนวยความสะดวกและสนับสนุนการทำวิจัยและพัฒนาและต่อยอดสู่การใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์สังคมและชุมชนต่อไป

นอกจากนี้ นโยบายดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (Digital Economy) เป็นนโยบายที่สำคัญเกี่ยวข้องกับก็นำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ให้เข้ากับกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคม โดยเฉพาะการพัฒนาธุรกิจการสื่อสารของประเทศไทยในอนาคตที่จำเป็นต้องมุ่งเน้นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล โดยมีเป้าหมายการครอบคลุมทุกพื้นที่การมีขนาดที่พอเพียงกับการใช้งานมีเสถียรภาพที่มั่นคง ในราคาที่เหมาะสม เพื่อเป็นพื้นฐานไปสู่การต่อยอดกิจกรรมการพัฒนาประเทศทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคมที่มีประสิทธิภาพสูงสุด แนวคิดในการขับเคลื่อนจะยึดหลักการ ดังนี้

- ภาคเอกชนจะต้องเป็นผู้นำการพัฒนาด้านเศรษฐกิจและสังคม รัฐเป็นผู้อำนวยความสะดวก (Facilitator) และส่งเสริมสนับสนุน (Promoter) โดยการสร้างแรงจูงใจแก่เอกชนอย่างเป็นระบบและปรับปรุงประสิทธิภาพของภาครัฐเองด้วยดิจิทัล ให้โปร่งใสและลดคอร์รัปชัน

- มีคณะกรรมการเศรษฐกิจดิจิทัลแห่งชาติ ที่ชี้นำทิศทางของการพัฒนาให้แก่หน่วยงานทั้งภาคเอกชนและภาครัฐและกำหนดนโยบายสนับสนุนด้านการสร้างแรงจูงใจ (Incentive) นวัตกรรม (Innovation) จัดตลาดให้แก่เอกชนเพื่อร่วมกันสร้างเศรษฐกิจไทยให้เข้มแข็งและพัฒนาคนไทยที่มีความสามารถ

- กำหนดนโยบายดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม กำหนดแนวทางการพัฒนาประเทศบนพื้นฐานของการพัฒนาและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลร่วมกันอย่างมีเอกภาพที่ต้องอาศัยความร่วมมือร่วมใจของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาสังคม ทุกภาคส่วนในการขับเคลื่อนให้เกิดสัมฤทธิ์ผล

- รัฐจะกำกับดูแลระบบเทคโนโลยีและสารสนเทศให้มีธรรมาภิบาลและความมั่นคงปลอดภัย รวมทั้งต้องมีการคุ้มครองผู้บริโภคและข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อไม่ให้มีการละเมิดกัน

- รัฐจะปรับปรุงบทบาท อำนาจหน้าที่และแนวทางการลงทุนในองค์กรที่เกี่ยวข้อง เช่น องค์กรส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลส่งเสริมธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์และรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์และ



การกำกับดูแลกิจการโทรคมนาคมที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เป็นองคาพยพของการทำงานเกี่ยวกับเศรษฐกิจดิจิทัลที่เสริมซึ่งกันและกัน

โดยแนวทางขับเคลื่อนมีกรอบยุทธศาสตร์ดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ประกอบด้วย ยุทธศาสตร์ คือ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล (Hard Infrastructure) การสร้างความมั่นคงปลอดภัยและความเชื่อมั่นในการทำธุรกรรมด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล (Soft Infrastructure) โครงสร้างพื้นฐานเพื่อส่งเสริมการให้บริการ (Service Infrastructure) การส่งเสริมและสนับสนุนดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจ (Digital Economy Promotion) และแนวทางดิจิทัลเพื่อสังคมและทรัพยากรความรู้ (Digital Society)

อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมไอซ์และ ส่งผลกระทบต่อโดยตรงต่อลักษณะพฤติกรรมการเดินทาง การตัดสินใจเลือกสถานที่ของทั้งนักเดินทาง ไอซ์และผู้จัดงานไอซ์ โดยแนวโน้มต่างๆ ที่สำคัญและมีผลต่ออุตสาหกรรมไอซ์โดยตรงในอนาคตและที่สำคัญที่สุดคือเทคโนโลยีต่างๆ ที่เข้ามามีส่วนมากขึ้นในการจัดงานไอซ์แต่ละงาน ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่

**1. การจัดงานไอซ์แบบ Virtual Events** กล่าวคือ การจัดงานที่นำเอาเทคโนโลยีต่างๆ เข้ามาใช้ซึ่งผู้เข้าร่วม Virtual Events นั้นไม่มีความจำเป็นที่จะต้องอยู่ ณ สถานที่จัดงาน แต่สามารถสื่อสารและดำเนินการตามจุดประสงค์ของงานได้ตามปกติไม่ว่าจะเป็นการประชุมสัมมนา (Virtual Meetings) โดยเทคโนโลยีที่สำคัญประเภทต่างๆ ที่ได้ถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลายในการจัด Virtual Meetings เช่น Video Conference อีเมล แอปพลิเคชันบนมือถือ เทคโนโลยีคลาวด์ (Cloud Technology) Podcast Teleconference รวมถึงเทคโนโลยีอื่นๆ ที่ได้ถูกนำมาประยุกต์ใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดประชุมแม้ว่าผู้เข้าร่วมงานจะไม่ได้อยู่ในสถานที่เดียวกันเลยก็ตาม

**2. การพัฒนานวัตกรรมด้านเทคโนโลยีเพื่อรองรับแนวคิดการประชุมสีเขียว (Green Meeting)** มีการพัฒนานวัตกรรมเพื่อลดปริมาณการใช้ทรัพยากรอย่างสิ้นเปลือง เช่น การลดใช้กระดาษหรือเอกสารประกอบการประชุมด้วยรีโมตคอนโทรล การใช้ระบบการประชุมด้วยเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ นอกจากนี้ยังมีส่วนช่วยด้านการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแล้ว การส่งเสริมให้ผู้จัดงานไอซ์ใช้นวัตกรรมต่างๆ เพื่อรองรับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในธุรกิจการประชุม

**3. จากการศึกษาข้อมูลด้าน E-marketing** พบว่าประเทศไทยยังมีโอกาสในการพัฒนาระบบข้อมูลต่างๆ บนเครือข่ายออนไลน์ให้มีความครบถ้วนและสะดวกมากยิ่งขึ้น โดยดำเนินงานในลักษณะ E-portal ที่ นักเดินทางไอซ์สามารถเชื่อมต่อโดยตรงกับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในการสืบค้นและใช้ประโยชน์จากข้อมูลทางการประชุมและท่องเที่ยวต่างๆ ที่ครบครันในจุดเดียว นอกจากนี้ยังสามารถพัฒนาให้ครอบคลุมในทุกขั้นตอนการเดินทาง โดยพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในระหว่างการเดินทางให้มากขึ้น เช่น สร้างโปรแกรมประยุกต์ที่สามารถใช้ได้บนโทรศัพท์มือถือ ซึ่งนักเดินทางสามารถใช้บริการค้นหาข้อมูลต่างๆ ขณะท่องเที่ยวในลักษณะ interactive ซึ่งจะเป็นการเพิ่มความมั่นใจในการเดินทาง

**4. แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีต่อการประชุม** กล่าวคือแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงไว้ ได้แก่

- Mobile Event Apps เทคโนโลยีสามารถลดการใช้ทรัพยากรบางส่วนแต่เพิ่มความสะดวกสบาย เช่น แทนที่การใช้กระดาษในการแจ้งรายละเอียดที่เกี่ยวข้องในการจัดการประชุม ไม่ว่าจะเป็นในส่วนของแผนงานหรือแม้กระทั่งการสำรวจด้วยเอกสาร รวมถึงยังเสริมถึงการบริการบนสังคมออนไลน์เพื่อที่สะดวกสบายในการติดตามข่าวสาร การประกาศข้อมูลหรือบริการต่างๆ ให้กับกลุ่มเป้าหมายของการประชุม

- BLE (Bluetooth low energy) and iBeacon เป็นช่องทางการสื่อสารระหว่างกันโดยใช้สังคมออนไลน์ในการเปลี่ยนแปลงข้อมูลข่าวสาร โดยเป็นแบบ การสื่อสาร two-way ไม่ว่าจะเป็นการประชุม ซึ่งเทคโนโลยีนี้ช่วยลดในเรื่องของต้นทุน โดยใช้ Bluetooth Energy ซึ่งสามารถเข้าถึงโดยผ่านทาง สมาร์ทโฟนทั้งระบบปฏิบัติการ Apple และ Android Application

- เทคโนโลยีที่ทำให้เราทราบถึงอะไรที่กำลังเป็นหัวข้อที่นิยม ใครเป็นนักพูดที่กำลังมีชื่อเสียง คุณหาที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากของผู้เข้าร่วม ซึ่งรายละเอียดเหล่านี้ได้รองรับเข้าไปอยู่ในส่วนของ Mobile event application ซึ่งได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของกระแสเทคโนโลยีที่ได้รับความนิยม

- เวลาปัจจุบันในส่วนของการให้บริการในการ Video Conference ระหว่างกันของเจ้าของการจัดงานและผู้เข้าร่วมงาน ซึ่งเป็นการย่อพื้นที่ให้เล็กลงเพื่อประสิทธิภาพในการทำงาน

- Event and Hotel Wi-Fi ที่มีการจัดหาบริการในส่วนของ High-Speed Wi-Fi เพื่อเชื่อมการติดต่อสื่อสารไร้สายในพื้นที่ที่ใช้จัดงานด้วยคุณภาพสัญญาณที่มีประสิทธิภาพ

- The Transition From “Attendee” to “Participant” เปลี่ยนสถานะจากผู้เข้าร่วมให้มีบทบาทมากขึ้น ให้รู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่ง

- Aerial (Drone) video โดยการใช้เทคโนโลยีที่เป็นการถ่ายภาพแบบวีดีโอโดยสามารถควบคุมบังคับทิศทางให้เห็นภาพและบรรยากาศอย่างทั่วถึงโดยรอบๆของการจัดงานด้วย Professional HD video cameras

สอดคล้องกับรายงานการศึกษาโดยสมาคมส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ (The International Congress and Convention Association – ICCA) ได้กล่าวถึงแนวทางในอนาคตของอุตสาหกรรมจัดการประชุมว่า จะนำเอาเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาปรับใช้ในงานประชุมมากขึ้น โดยจากการสำรวจพบว่าผู้จัดงานประชุมและผู้เข้าร่วมงานประชุมจะตอบสนองต่อแนวทางการใช้เทคโนโลยีสูงสุด 5 อันดับ ได้แก่ 1) การใช้ Live Video Streaming เพื่อจัดการประชุมทางไกล 2) การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อติดต่อกับผู้เข้าร่วมประชุมทั้งก่อน ระหว่างและหลังการจัดงาน 3) ฟรีเซนเทชั่นและเอกสารการประชุมต่างๆ จะต้องดาวน์โหลดได้ผ่านสมาร์ทโฟน 4) การจัดการประชุมต้องจัดควบคู่ไปกับการจัดประชุมเสมือน (Virtual Meeting Site) และ 5) มีการนำเทคโนโลยีที่สามารถตอบสนองได้ในทุกๆ ด้านและการประยุกต์ใช้ Interactive Display Wall เพื่อปฏิสัมพันธ์กับผู้เข้าร่วมประชุม

#### 4.3.2 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis) เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์และประเมินสถานการณ์สิ่งที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปสู่การศึกษาศักยภาพของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทย เพื่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมได้ ต้องอาศัยการวิเคราะห์จุดแข็ง (Strength) จุดอ่อน (Weakness) โอกาส (Opportunity) และอุปสรรค (Threat) ที่อาจเกี่ยวข้องหรือมีอิทธิพลต่อการกำหนดกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติและอุตสาหกรรมไมซ์ เพื่อนำไปสู่กระบวนการวิเคราะห์และสังเคราะห์ต่อไป จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลักเกี่ยวกับศักยภาพของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทย ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดการวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนจากสภาพแวดล้อมภายใน โอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอก พบประเด็นสำคัญดังตารางที่ 4.11

**ตารางที่ 4.12** ตารางการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติของประเทศไทย

| จุดแข็ง (S: Strength)   | จุดอ่อน (W: Weakness)  |
|---|--|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. จำนวนและความหลากหลายของสมาคมภายในประเทศ</li> <li>2. ชีตความสามารถของศูนย์ประชุมและสถานที่จัดการประชุม</li> <li>3. ชีตความสามารถของผู้จัดการประชุมมืออาชีพและผู้ให้บริการหลัก</li> <li>4. ความพร้อมของสถานที่พักแรมและธุรกิจบริการ</li> <li>5. ความสามารถการเข้าถึงและการเชื่อมโยงภายในประเทศและระหว่างประเทศ</li> <li>6. ความพร้อมและภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย</li> <li>7. ค่าครองชีพและความคุ้มค่า</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. การขาดข้อมูลเชิงลึกด้านสมาคมภายในประเทศที่มีศักยภาพเพื่อการส่งเสริมอย่างเป็นรูปธรรม</li> <li>2. สมาคมภายในประเทศขาดความตระหนักรู้และความเข้าใจต่อความสำคัญของการประมูลสิทธิ์</li> <li>3. ปัญหาการขนส่งมวลชนในตัวเมือง</li> <li>4. ขาดศูนย์กลางการรวบรวมข้อมูลและขาดฐานข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ</li> <li>5. ขาดการกำหนดตำแหน่งทางการแข่งขันและการสร้างตราสินค้าในธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ</li> <li>6. ขาดการวางแผนยุทธศาสตร์ในระยะยาว</li> </ol> |
| <p><b>จุดแข็ง (S: Strength) (ต่อ)</b></p>   | <p><b>จุดอ่อน (W: Weakness) (ต่อ)</b></p>  |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>8. ประสบการณ์ในการจัดการประชุมนานาชาติในอดีต</li> <li>9. การจัดตั้งและความร่วมมืออย่างดีของสมาคมในธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติและอุตสาหกรรมไมซ์</li> <li>10. การดำเนินงานของสำนักงานส่งเสริมการประชุม</li> </ol>  | <ol style="list-style-type: none"> <li>7. ปัญหาด้านบุคลากร</li> <li>8. ผู้จัดการประชุมมืออาชีพมีจำนวนน้อย</li> <li>9. ปัญหาด้านความมั่นคงและปลอดภัย</li> <li>10. ปัญหาโครงสร้างขั้นพื้นฐาน</li> </ol>  |
|   | <p><b>จุดอ่อน (W: Weakness) (ต่อ)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>11. ปัญหาด้านภาพลักษณ์ของหน่วยงานภาครัฐ</li> </ol>  |

| โอกาส (O: Opportunity)  | อุปสรรค (T: Threat)  |
|---|--|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ความมีเอกลักษณ์ในการเชิงภูมิศาสตร์ของประเทศ</li> <li>2. การส่งเสริมด้านวิชาการและงานวิจัย</li> <li>3. นโยบายการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์</li> <li>4. นโยบายการส่งเสริมดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม</li> <li>5. นโยบายการสนับสนุนที่จริงจังจากรัฐบาล</li> <li>6. นโยบายการวางรากฐานเพื่อให้เพิ่มศักยภาพการขยายตัวทางเศรษฐกิจ</li> <li>7. แผนการพัฒนาด้านเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม <b>ได้แก่ 1 )</b> อาหารและเครื่องดื่ม <b>2)</b> ยานยนต์และชิ้นส่วน <b>3)</b> สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม <b>4)</b> ยางและผลิตภัณฑ์ยาง <b>5)</b> อัญมณี เครื่องประดับ <b>6)</b> เครื่องใช้ไฟฟ้า อิเล็กทรอนิกส์ <b>7)</b> แม่พิมพ์ และ <b>8)</b> พลังงานหมุนเวียน</li> <li>8. การเป็นที่ยอมรับในองค์กรการประชุมนานาชาติ</li> <li>9. การเข้าสู่ประชาคมอาเซียน</li> <li>10. แนวโน้มความนิยมในการเลือกภูมิภาคตะวันออกเป็นสถานที่จัดการประชุม</li> <li>11. แนวโน้มโลกด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ภาวะวิกฤติและความเสี่ยงต่างๆ</li> <li>2. ข้อจำกัดด้านกฎหมาย</li> <li>3. การเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมอย่างรวดเร็ว</li> <li>4. ทิศทางการย้ายฐานการผลิตด้านอุตสาหกรรมต่างประเทศ</li> <li>5. ข้อจำกัดด้านระเบียบและข้อบังคับสากล</li> <li>6. คู่แข่งขันรายใหม่</li> </ol> |

#### 4.3.2.1 จุดแข็ง (Strength) ของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ

จุดแข็งของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทย คือ เงื่อนไขภายในที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติในทางที่ดีและเป็นประโยชน์ จากการรวบรวมข้อมูลพบว่าจุดแข็งของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทย พบสาระสำคัญ ประกอบด้วย 10 ประเด็นหลัก ได้แก่

**1. จำนวนและความหลากหลายของสมาคมภายในประเทศ** ความหลากหลายของมิติต่างๆ ของประเทศไทยภายใต้บริการทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม ส่งผลให้เกิดกลุ่มและการรวมตัวในลักษณะของสมาคมต่างๆ มากมาย ทำให้ปัจจุบันประเทศไทยมีจำนวนและความหลากหลายของสมาคมสูงมาก ทำให้เป็นจุดแข็งสำคัญในการเข้าไปสร้าง (Start Up) ความรู้และความเข้าใจต่อภาระหน้าที่ถึงความสำคัญและประโยชน์ที่จะได้รับจากการเป็นเจ้าภาพการจัดการประชุมนานาชาติ ทั้งนี้รวมถึงความเข้มแข็งของสมาคมวิชาชีพภายในประเทศไทยบางกลุ่มในภาคอุตสาหกรรมที่รัฐบาลมุ่งเน้น เช่น สมาคมแพทย์ และจากการ

กำหนดยุทธศาสตร์เศรษฐกิจในหลายสาขาเศรษฐกิจ เช่น การเกษตร อุตสาหกรรมยานยนต์ (เช่น การจำลองงานที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ)

**2. ชีตความสามารถของศูนย์ประชุมและสถานที่จัดการประชุม** หากพิจารณาในด้านศักยภาพจะพบว่า จุดแข็งหลักที่ทำให้เกิดการขับเคลื่อนธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติและอุตสาหกรรมไมซ์มาโดยตลอด คือ การพัฒนาขีดความสามารถด้านต่างๆ ของภาคเอกชน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ศูนย์ประชุมหลักๆ ของประเทศไทย ที่มีความสามารถดังต่อไปนี้

- มีศูนย์ประชุมและสถานที่จัดการประชุมที่สามารถรองรับการประชุมได้อย่างหลากหลายและกระจายอยู่ในแต่ละภูมิภาคของประเทศไทย
- มีห้องประชุมในการรองรับการประชุมระดับนานาชาติได้จำนวนมาก
- มีจำนวนพื้นที่และพื้นที่สำหรับจัดนิทรรศการและงานแสดงสินค้า พื้นที่สำหรับลงทะเบียน พื้นที่สำหรับบริการอาหารว่างและเครื่องดื่มระหว่างพักการประชุม พื้นที่สำหรับจัดกิจกรรมเชิงสังคม พื้นที่สำหรับคณะทำงาน พื้นที่สำหรับรับรองบุคคลสำคัญและผู้สนับสนุนการจัดประชุม
- มีความพร้อมด้านนวัตกรรม ระบบเทคโนโลยีเพื่อใช้ในการจัดการประชุมนานาชาติ
- มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ได้มาตรฐาน มีความปลอดภัยและเพียงพอต่อความต้องการของผู้เข้าร่วมประชุม
- ศูนย์การประชุมแต่ละแห่งมีการบริหารจัดการโดยผู้บริหารมืออาชีพ และทีมงานที่มีคุณภาพในการสร้างสรรค์และดำเนินการ
- มีรูปแบบการบริการที่ครบวงจร เช่น การออกแบบงาน การบริการอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น
- มีพื้นที่อื่นๆ ที่สามารถรองรับด้านการจัดการประชุมนานาชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง โรงแรมที่ให้บริการห้องประชุมควบคู่กับบริการที่พัก (Convention Hotel) หรือแม้แต่สถานที่จัดการประชุมในหน่วยงานราชการ

นอกจากขีดความสามารถดังกล่าวข้างต้นแล้ว ศูนย์การประชุมภาคเอกชนยังมีนโยบายเชิงรุกในการเพิ่มและสร้างความได้เปรียบทางด้านความสามารถทางการแข่งขัน เช่น แผนการขยายกิจกรรมและรูปแบบการให้บริการ การเพิ่มพื้นที่การลงทุน การพัฒนาขีดความสามารถบุคลากรเพื่อรองรับการเติบโตในอนาคต อาจกล่าวได้ว่า กลไกหลักที่ทำให้ธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติของประเทศไทยมีการเติบโตคือ ธุรกิจศูนย์ประชุมและสถานที่จัดการประชุม

### 3. ชีตความสามารถของผู้จัดการประชุมมืออาชีพและผู้ให้บริการหลัก

นอกเหนือจากสมาคมย่อยที่มีบทบาทเป็นเจ้าภาพในการจัดประชุมนานาชาติแล้ว ยังมีหน่วยงานของผู้ให้บริการหลัก (Key Service Providers) เข้ามาสนับสนุนให้การดำเนินการในด้านต่างๆ มีความคล่องตัวและราบรื่นยิ่งขึ้น อันได้แก่ ผู้บริหารโครงการจัดการประชุมมืออาชีพ (PCO) ผู้จัดการกิจกรรมพิเศษ (Special Event Organizer) โดยประเด็นที่จะพิจารณา คือ ความเป็นมืออาชีพและมาตรฐานการบริการในระดับนานาชาติ สำหรับผู้ให้บริการหลักในประเทศไทย มีหลายแห่งที่มีประสิทธิภาพการทำงานและได้รับรางวัลในระดับนานาชาติ โดยเฉพาะบริษัทบริหารจัดการจุดหมายปลายทาง (DMC) และผู้จัดการกิจกรรมพิเศษ (Special Event Organizer) หลายแห่งได้ก้าวไปสู่การให้บริการลูกค้าในต่างประเทศในทวีปเอเชีย

**4. ความพร้อมของสถานที่พักแรมและธุรกิจบริการ** ทั้งในด้านคุณภาพและปริมาณส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาเข้าร่วมประชุม โดยประเด็นที่ต้องพิจารณาประกอบด้วย จำนวนห้องพักในเมืองที่เป็นสถานที่จัดประชุมมีมากหรือน้อย หากมีจำนวนห้องพักโดยรวมน้อยจะส่งผลให้ห้องพักมีค่าบริการที่สูง ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางจากโรงแรมไปยังสถานที่จัดประชุม นอกจากนี้ยังรวมไปถึงด้านการบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

**5. ความสามารถในการเข้าถึงและการเชื่อมโยงภายในประเทศและระหว่างประเทศ** ความสามารถในการเข้าถึงในที่นี้ หมายถึง เทียบบินและระยะเวลาในการเดินทางจากต่างประเทศมายังประเทศไทย รวมไปถึงการเชื่อมโยงกับเมืองหลักอื่นๆ ได้แก่ เทียบบินตรงยังเมืองหลักที่ใช้เป็นสถานที่จัดประชุม ระยะเวลาในการบินของผู้เข้าร่วมประชุม ระยะห่างระหว่างเมืองหลักที่ใช้เป็นสถานที่จัดประชุมและเมืองหลักอื่นๆ จำนวนสายการบินหลัก ความสามารถในการรองรับของสนามบินแต่ละปี ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าประเทศไทยเป็นศูนย์กลางด้านการคมนาคมทางอากาศ (Airport Hub) จุดยุทธศาสตร์ในภูมิภาคเอเชียเส้นทางสู่ประตูเอเชียแปซิฟิก (Location Accessibility) รวมถึงมีท่าอากาศยานนานาชาติรองรับในเมืองแห่งการประชุม (MICE City) เช่น เชียงใหม่ ภูเก็ต ซึ่งเป็นศูนย์กลางการบินนานาชาติของภูมิภาค (Aviation Hub) ทำให้เกิดความสะดวกต่อนักเดินทางกลุ่มไมซ์ที่สามารถเดินทางโดยเทียบบินนานาชาติตรงมายังท่าอากาศยานนานาชาติในภูมิภาคหลักหรือเมืองหลักที่มีการจัดงานประชุม

**6. ความพร้อมและภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย** เป็นที่ยอมรับกันว่าประเทศไทยมีภาพลักษณ์ที่โดดเด่นด้านการท่องเที่ยวและยังเป็นประเทศไทย เนื่องจากประเทศไทยมีสถานที่ท่องเที่ยวสนับสนุนที่หลากหลาย (Destination Diversification) ในด้านชื่อเสียง สถานที่ตั้ง คนที่มีคุณภาพ การเข้าถึง ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมประเพณี แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางเชิงนิเวศน์ และแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ประเทศไทยจึงเป็นประเทศที่ชาวต่างชาติให้ความสนใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวและมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมถึงมีกิจกรรมที่หลากหลายที่อาจทำก่อน หรือหลังเข้าร่วมประชุมในระหว่างพักที่ประเทศไทย เช่น เยี่ยมชมโบราณสถาน พระราชวัง การเดินป่า การเล่นกีฬาทางน้ำ หรือการใช้บริการการนวดไทยและสปา นอกจากนี้ประเทศไทยยังเป็นเส้นทางเชื่อมโยงระหว่างภูมิภาคไปยังภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง เช่น เมื่อเสร็จสิ้นการประชุมแต่ละครั้ง จะมีการวางแผนใน

การท่องเที่ยวประเทศเพื่อนบ้าน โดยผู้เข้าร่วมประชุมอาจมีการเดินทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับบริษัททัวร์ไปยังประเทศลาว กัมพูชา เป็นต้น

นอกจากนี้ยังรวมไปถึงมิตรไมตรีของคนในประเทศและเอกลักษณ์ที่โดดเด่นด้าน ศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี และศาสนา ความหลากหลายทางวัฒนธรรมของไทยถือเป็น เอกลักษณ์สำคัญ ดึงดูดชาวต่างชาติรวมทั้งนักเดินทางกลุ่มไมซ์ให้มีการตัดสินใจเดินทางเข้ามา ทั้งนี้ในการประมูลสิทธิ์แต่ละครั้งนั้น นอกจากจะมีการนำเสนอสาระสำคัญเกี่ยวกับสมาคมและหัวข้อ การประชุมแล้ว สิ่งหนึ่งที่จะถูกนำมาสร้างความน่าสนใจและแรงจูงใจต่อคณะกรรมการผู้ตัดสิน คือ มิติด้านความพร้อมทางด้านการท่องเที่ยวโดยจะถูกนำเสนอในลักษณะของกิจกรรมนอกเหนือจากการ ประชุมที่ผู้เข้าร่วมประชุมและผู้ติดตามให้ความสนใจเป็นพิเศษ คือ การท่องเที่ยวทั้งก่อนและหลัง ระยะเวลาการประชุมนานาชาติซึ่งสามารถสร้างประสบการณ์ที่แปลกใหม่ให้กับผู้มาเยือนได้เป็นอย่างดี อีกทั้งยังช่วยให้เกิดความผ่อนคลายและลดความตึงเครียดจากการเข้าร่วมประชุมอีกด้วย **ประเด็น ด้านภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวไทยถือเป็นข้อได้เปรียบเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศต่างๆ ใน ตลาดธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติในภูมิภาคอาเซียน**

**7. ค่าครองชีพและความคุ้มค่า** ค่าครองชีพโดยทั่วไปของผู้เข้าร่วมประชุมและผู้ติดตาม หมายถึง ค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่เกิดขึ้นนอกเหนือจากค่าลงทะเบียนเข้าร่วมประชุม (Registration Fee) ซึ่งถือเป็นรายได้ส่วนเพิ่มหรือผลพลอยได้ที่เกิดจากการเดินทางท่องเที่ยวและการเข้าร่วม กิจกรรมต่างๆ เช่น ค่าเดินทาง ค่าอาหาร ค่าบัตรเข้าชมในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังหมายรวมไปถึงค่าบริการต่างๆ ของผู้ให้บริการหลักซึ่งเป็นต้นทุนการดำเนินการจัดประชุมนานาชาติในแต่ละครั้ง โดยค่าครองชีพที่กล่าวถึงนี้ จะต้องมีความอยู่ในระดับที่ทัดเทียมกับนานาชาติ ด้วย จากระดับค่าครองชีพของประเทศไทยรวมไปถึงเมื่อเปรียบกันระหว่างราคากับคุณภาพของ สินค้าและบริการต่างๆ เป็นยอมรับว่าประเทศไทยสามารถสร้างความคุ้มค่าได้เป็นอย่างมาก จาก การเก็บข้อมูลพบว่าหากพิจารณาเทียบกับประเทศสิงคโปร์ซึ่งอยู่ในภูมิภาคเดียวกันและเป็นประเทศที่มีการแข่งขันในธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติถือว่าประเทศไทยได้เปรียบอยู่มากและนำไปสู่ โอกาสทางการแข่งขันได้เป็นอย่างดี

**8. ประสบการณ์ในการจัดการประชุมนานาชาติในอดีต** ประเทศไทยมี ประสบการณ์ในการจัดการประชุมนานาชาติที่สำคัญและมีขนาดใหญ่หลายครั้งตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536 จนถึงปัจจุบัน ทั้งที่เกี่ยวข้องกับด้านการแพทย์และสาธารณสุข จากประสบการณ์ในการ เป็นเจ้าภาพจัดการประชุมของประเทศไทยที่ผ่านมา นั้น ถือเป็นสิ่งหนึ่งที่แสดงให้เห็นถึงความพร้อม ของประเทศไทยได้เป็นอย่างดีและสามารถใช้เป็นข้อได้เปรียบเชิงการแข่งขัน (Competitive Advantage) เพื่อแสดงให้เห็นคณะกรรมการตัดสินมองเห็นและเชื่อมั่นในศักยภาพของประเทศไทยเหนือ คู่แข่งได้

**9. การจัดตั้งและความร่วมมืออย่างดีของสมาคมในธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติและอุตสาหกรรมไมซ์** กล่าวคือ ปัจจุบันมีการจัดตั้งสมาคมการประชุมนานาชาติไทย (Thailand Incentive & Convention Association: TICA) ซึ่งก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2527 โดยความร่วมมือระหว่างรัฐบาลและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ ธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติสัมมนา นิทรรศการและส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบให้เป็นรางวัล ซึ่งถือเป็นองค์ประกอบหนึ่งในการสร้างความ

เข้มแข็งในด้านการส่งเสริมการประชุมนานาชาติ และปัจจุบันสมาคมให้ความสำคัญต่อการสร้างขีดความสามารถให้กับสมาชิก การกำหนดนโยบายด้านการส่งเสริม การสร้างกองทุนเพื่อการส่งเสริมให้เกิดขึ้น รวมไปถึงแสวงหาโอกาสอันจะนำไปสู่การยกระดับธุรกิจอีกด้วย

**10. การดำเนินงานของสำนักงานส่งเสริมการประชุม** กล่าวคือ เป็นหน่วยงานสำคัญที่ถูกจัดตั้งขึ้นเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมไมซ์ในด้านต่างๆ ประเทศไทยมีการจัดตั้งหน่วยงานดังกล่าวภายใต้ชื่อ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ หรือ สสปน. (Thailand Convention & Exhibition Bureau: TCEB) โดยปัจจุบัน สสปน. ถือเป็นหน่วยงานหลักที่ขับเคลื่อนนโยบายและบูรณาการร่วมกับภาคส่วนต่างๆ เพื่อการเสริมสร้างความเข้มแข็งอุตสาหกรรมไมซ์ ทั้งนี้ได้สร้างความร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ ทั้งภายในและต่างประเทศ ส่งเสริมการสร้างบุคลากรและพัฒนาบุคลากรให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน

#### 4.3.2.2 จุดอ่อน (Weakness) ของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ

จุดอ่อนของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทย คือ เงื่อนไขภายในที่จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติในทางที่ไม่ดี ไม่เป็นประโยชน์และเกิดความเสียหายเปรียบทางการแข่งขัน จากการรวบรวมข้อมูลพบว่าจุดอ่อนธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทย ประกอบด้วย 11 ประเด็นหลัก ได้แก่

**1. การขาดข้อมูลเชิงลึกด้านสมาคมภายในประเทศที่มีศักยภาพเพื่อการส่งเสริม** อย่างเป็นรูปธรรม ปัจจุบันไม่มีหน่วยงานใดที่ทำหน้าที่รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสมาคมภายในประเทศว่ามีจำนวนเท่าใดและมีสมาคมใดที่มีขีดความสามารถในการเป็นสมาชิกร่วมกับสมาคมระดับนานาชาติเพื่อนำไปสู่การผลักดันและส่งเสริมให้เกิดการเข้าประมุขสิทธิ์อย่างเป็นรูปธรรม

**2. สมาคมภายในประเทศขาดความตระหนักรู้และความเข้าใจต่อความสำคัญของการประมุขสิทธิ์** แม้ว่าประเทศไทยจะมีจำนวนสมาคมและความหลากหลายของสมาคมจำนวนมากเนื่องจากสมาคมจำนวนมากประเมินศักยภาพตัวเองต่ำกว่าที่เป็น คิดว่าจะไม่ได้รับชัยชนะในการประมุขสิทธิ์ทำให้ไม่สนใจการเป็นเจ้าภาพการจัดการประชุม นอกจากนี้ สมาคมจำนวนมากขาดความรู้และความเข้าใจต่อประเด็นการประมุขสิทธิ์ในด้านขั้นตอนและการวางแผนงาน

**3. ปัญหาการขนส่งมวลชนในตัวเมือง** ได้แก่ การขนส่งระหว่างสนามบินไปยังโรงแรมและสถานที่จัดประชุม การขนส่งระหว่างโรงแรมและสถานที่จัดประชุมยังแหล่งท่องเที่ยวในตัวเมือง ซึ่งเกณฑ์การตัดสินจะพิจารณาจากความสะดวกในการเดินทาง ระยะเวลาในการเดินทาง การบริการเสริมอื่นๆ ที่ทำให้การต้อนรับผู้เข้าร่วมประชุมมีความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น เช่น บริการต้อนรับที่สนามบิน (Greeting Service) บริการรถรับส่งระหว่างสนามบินไปยังที่พักและสถานที่จัดประชุม (Shuttle Bus) เป็นต้น นอกจากนี้ ยังพิจารณาถึงระบบการขนส่งมวลชน (Mass Transit System) ภายในตัวเมืองซึ่งผู้เข้าร่วมประชุมชาวต่างประเทศมีค่านิยมในการเดินทางท่องเที่ยวในตัวเมืองด้วยระบบขนส่งมวลชน อีกทั้งยังถือเป็นการเพิ่มโอกาสในการสนับสนุนการจัดงานของผู้ประกอบการด้วยการสนับสนุนบัตรโดยสารเดินทางท่องเที่ยวภายในตัวเมืองยังกลุ่มเป้าหมายอีกด้วย อย่างไรก็ตามจากข้อมูลทั้งทางด้านเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพพบว่า จุดอ่อนที่สำคัญของการส่งเสริมธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ คือ การขนส่งในตัวเมืองยังไม่เพียงพอต่อความต้องการ การเชื่อมโยงใน



เรื่องของบัตรเดินทาง รวมไปถึงการให้บริการของภาคการขนส่งสาธารณะยังไม่มีคุณภาพมากพอ ด้านป้ายบอกทางและการสื่อความต่างๆ สิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมและคุณภาพของผู้ให้บริการ การกำหนดราคามาตรฐานกลาง ซึ่งหากพิจารณาเทียบกับประเทศอื่นๆ ในตลาดธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ ถือเป็นจุดอ่อนหลักของประเทศไทย

4. **ขาดศูนย์กลางการรวบรวมข้อมูลและมาตรฐานข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ** จากการศึกษาพบว่ายังขาดศูนย์กลางในการรวบรวมข้อมูล แลกเปลี่ยนความรู้ ข่าวสาร และระดับความร่วมมือเพื่อการพัฒนาธุรกิจ รวมไปถึงยังขาดแคลนรายงานการวิจัยและพัฒนา และการพัฒนาองค์ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติและอุตสาหกรรมไมซ์ที่สอดคล้องกับเหตุการณ์ปัจจุบัน ทำให้ขาดการวิเคราะห์เกี่ยวกับทิศทางการดำเนินงานของธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ ขาดการบริหารจัดการข้อมูลที่เป็นระบบของหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยเฉพาะในระดับภูมิภาคต่างๆ เช่น ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว รายได้ ที่พัก ร้านอาหาร เป็นต้น ข้อมูลที่เป็นระบบ และอยู่ฐานข้อมูล (Single Window System) ที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และประชาชนสามารถเข้าถึงได้ เพื่อเป็นประโยชน์ในการนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์แนวโน้มของธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติและอุตสาหกรรมไมซ์ และเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนกลยุทธ์การดำเนินงานได้ สอดคล้องรองรับการเปลี่ยนแปลงได้

5. **ขาดการกำหนดตำแหน่งทางการแข่งขัน (Positioning) และการสร้างตราสินค้าในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ (Convention Business Branding)** แม้ว่าทาง สสปน.จะมีการกำหนดยุทธศาสตร์เพื่อการดำเนินงานของอุตสาหกรรมไมซ์ภายใต้แนวทาง 3 ประการหลัก คือ 1) Win 2) Promote และ 3) Develop ซึ่งมีความสอดคล้องกับมุมมองแนวทางการพัฒนาธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติของภาคเอกชน แต่อย่างไรก็ตาม ภาคเอกชนยังมีความเห็นว่ายังขาดเรื่องของการกำหนดตำแหน่งทางการแข่งขันโดยจะต้องพิจารณาตลาดการแข่งขันระดับนานาชาติ เนื่องจากประเทศต่างๆ ในกลุ่มอาเซียนต่างให้ความสำคัญต่อตลาดอุตสาหกรรมไมซ์ เช่น สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย เวียดนาม หรือแม้แต่ในระดับภูมิภาคเอเชีย เช่น จีน อินเดีย ญี่ปุ่น ดังนั้นหากจะนำไปสู่การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันและการสร้างความยั่งยืนจะเป็นทำต้องกำหนดตำแหน่งทางการแข่งขันอย่างชัดเจน เพื่อนำไปสู่แนวทางการสร้างตราสินค้าเพื่อสร้างการรับรู้และภาพลักษณ์ที่เหมาะสมต่อไป ในด้านเอกชนจะได้สามารถกำหนดทิศทางด้านกลยุทธ์ทางธุรกิจที่สอดคล้องต่อไป

6. **ขาดการวางแผนยุทธศาสตร์ในระยะยาว** จากการศึกษาข้อมูลและกรณีศึกษาการประชุมนานาชาติที่ผ่านมา พบว่าในการเข้ารับการประชุมลิสต์ที่ไปจนถึงกระบวนการขั้นตอนต่างๆ ของการจัดการประชุมนานาชาติใช้ระยะเวลาโดยเฉลี่ย 4 - 7 ปี หรือมากกว่านั้น ซึ่งจำเป็นจะต้องมีการกำหนดแผนยุทธศาสตร์ระยะยาว เช่น แผน 20 ปี แผน 10 ปี โดยการศึกษาความต้องการของตลาดการประชุมนานาชาติ ทิศทางการประชุมลิสต์ต่างๆ และจับคู่กับสมาคมในประเทศไทย เพื่อร่วมกันวางแผนระยะเวลาอย่างเป็นรูปธรรม

7. **ปัญหาด้านบุคลากร** ผู้ให้ข้อมูลหลักต่างมีความคิดเห็นตรงกันเกี่ยวกับปัญหาด้านบุคลากร ได้แก่ 1) การรับรู้ต่อสายอาชีพธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ 2) การขาดแคลนบุคลากรที่มีขีดความสามารถในตลาดแรงงาน 3) การแข่งขันบุคลากรในธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ 4)

ทัศนคติต่อการทำงานของคนในปัจจุบัน 5) ชีตความสามารถด้านภาษาและการสื่อสาร 6) ปัญหาด้าน ชีตความสามารถด้านภาษาและการสื่อสาร และ 7) ชีตความสามารถและสมรรถนะในด้านการคิดเชิง วิเคราะห์ (Critical Thinking) และการคิดเชิงระบบ (System Thinking) ทั้งนี้จากการศึกษาพบว่า คุณลักษณะของบุคลากรในธุรกิจการจัดการประชุม ควรมีคุณลักษณะดังนี้ คือ 1) ความรู้เชิงลึกใน กระบวนการทำงาน 2) ทัศนคติที่ดีต่อการทำงาน 3) ทักษะด้านภาษาและการสื่อสารระหว่างบุคคล 4) ทักษะเชิงปฏิบัติการ และ 5) บุคลิกภาพเชิงบวกทั้งภายในและภายนอก ซึ่งจากจุดอ่อนดังกล่าว ควรจะมีการวางแผนเพื่อการแก้ไขต่อไป

**8. ผู้จัดการประชุมมืออาชีพมีจำนวนน้อย** ผู้ประกอบการด้านธุรกิจการจัดการประชุม มืออาชีพ (PCO) มีจำกัด เมื่อเทียบกับอัตราการเติบโตและความต้องการของตลาด ทั้งนี้ได้ทำการ วิเคราะห์ไว้ในด้านโซ่คุณค่าของธุรกิจจัดการประชุมมืออาชีพไปแล้ว จากปัญหาความขาดแคลนหรือมี ผู้ให้บริการด้านการจัดการประชุมมืออาชีพจำนวนน้อยทำให้เกิดการผูกขาดจากธุรกิจที่มีฐาน ต้นทุนที่ดีซึ่งอาจจะไม่เพียงพอต่อความต้องการในการรองรับการเติบโตในอนาคตได้

**9. ปัญหาด้านความมั่นคงและปลอดภัย** องค์ประกอบด้านความมั่นคงและปลอดภัย เป็นส่วนที่สำคัญต่อการสร้างความเชื่อมั่นและโอกาสในการจัดประชุมนานาชาติที่เพิ่มมากขึ้น นอกเหนือจาก การบริหารจัดการภาพรวมอย่างเป็นระบบ เกณฑ์การพิจารณาตัดสินด้านความมั่นคง และปลอดภัยนั้น จะครอบคลุมทั้งในระดับมหัพภาคและจุลภาค ได้แก่ สถานการณ์ทางการเมืองที่มี เสถียรภาพ ระบบการรักษาความมั่นคงและปลอดภัยของจุดหมายปลายทางที่เป็นสถานที่จัดประชุม และสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ระบบการจัดการการชุมนุมประท้วงเพื่อเรียกร้องสิ่งใดสิ่งหนึ่งของกลุ่มคน หรือองค์กร เช่น กลุ่ม NGO กลุ่ม Green Peace เป็นต้น ทั้งนี้จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการที่ เกี่ยวข้องต่างๆ เรียกร้องเกี่ยวกับ “การกำหนดผู้รับผิดชอบและนโยบายการจัดการข่าวสารที่มี ประสิทธิภาพทั้งในภาวะปกติและภาวะวิกฤตต่างๆ จากภาครัฐ ทั้งนี้เพื่อสร้างความเข้าใจที่ ถูกต้องและความเชื่อมั่นให้กับทั้งภายในและต่างประเทศ”

**10. ปัญหาโครงสร้างขั้นพื้นฐาน (Infrastructure)** สาธารณูปโภคต่างๆ ขาดการ พัฒนาปรับปรุงคุณภาพให้มีมาตรฐานสากลและเป็นที่ยอมรับของทั่วโลก โดยเป็นความจำเป็นที่ รัฐบาลต้องมีนโยบายส่งเสริมการลงทุนในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อรองรับการเข้ามาของการประชุมนานาชาติขนาดใหญ่ รวมไปถึงการพัฒนาาระบบเทคโนโลยี สารสนเทศ ระบบการสื่อสารต่างๆ เช่น ระบบ 3G/ 4G และWIFI ถือเป็นความจำเป็นสำหรับธุรกิจ การจัดการประชุมนานาชาติซึ่งต้องการแนวทางเพื่อการปรับปรุงต่อไป

**11. ปัญหาด้านภาพลักษณ์ของหน่วยงานภาครัฐ** จากการศึกษาพบว่ายังมีช่องว่าง (Gap) ด้านมุมมองภาพลักษณ์เชิงลบระหว่างเอกชนและภาครัฐ ผู้ให้ข้อมูลหลักท่านหนึ่งกล่าวว่า “ภาครัฐต้องทบทวนบทบาทของหน่วยงาน ซึ่งควรกำหนดบทบาทของการเป็น Facilitator มากกว่าการเป็น Regulator” ทั้งนี้ผู้เกี่ยวข้องต่างต้องการเห็นถึงการทำงานอย่างจริงจังและต่อเนื่อง ของหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งหากสามารถลดช่องว่างดังกล่าวนี้ได้จะนำไปสู่การสร้างความร่วมมืออย่าง เป็นรูปธรรมได้ในที่สุด

#### 4.3.2.3 โอกาส (Opportunity) ของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ

โอกาสของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทย คือ ปัจจัยภายนอกที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติและสร้างโอกาสหรือผลกระทบเชิงบวก ซึ่งนำไปสู่การสร้างรายได้เปรียบทางธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติจากการรวบรวมข้อมูลพบว่าโอกาสของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทยประกอบด้วย 11 ประเด็นหลัก ได้แก่

1. **ความโดดเด่นของประเทศไทยในมิติต่างๆ** หากพิจารณาในแต่ละภูมิภาคภายใต้แนวทางการส่งเสริมและการกระจายโอกาสการเติบโตของธุรกิจการจัดการประชุมในระดับภูมิภาค และจากการศึกษาขีดความสามารถในเชิงพื้นที่หรือภูมิศาสตร์ของประเทศจะพบว่าแต่ภูมิภาคมีอัตลักษณ์ทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน การค้นหาอัตลักษณ์และการพัฒนาสู่การเป็นศูนย์กลางของความเข้มแข็งจะนำไปสู่ผลักดันและส่งเสริมตลาดธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติที่มีความเหมาะสมและยั่งยืนได้ในที่สุด

2. **การส่งเสริมด้านวิชาการและงานวิจัย** จากนโยบายของประเทศที่ให้การส่งเสริมและสนับสนุนด้านการวิจัยของประเทศซึ่งมุ่งเน้นความเชื่อมโยงสอดคล้องกับสถานการณ์และปัญหาของประเทศ และเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ดังนั้น จึงมุ่งเน้นการศึกษารวมไปถึงการเผยแพร่เพื่อการแลกเปลี่ยนทางวิชาการ ประกอบกับปัจจุบันสถาบันการศึกษา มหาวิทยาลัยและสถาบันต่างให้ความสำคัญต่อการวิชาการและงานวิจัย ทำให้มีการจัดการประชุมวิชาการ (Conference) ในระดับนานาชาติภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น

3. **นโยบายการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy)** เป็นแนวคิดดังกล่าวเป็นพื้นฐานมาจากการสร้างสินทรัพย์ที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ ก่อให้เกิดการเติบโตและพัฒนาเศรษฐกิจได้อย่างมีศักยภาพ แนวคิดดังกล่าวส่งผลต่อการวางแผนการประชุมนานาชาติ ที่จะต้องนำเอาองค์ประกอบด้านต่างๆ เพื่อสร้างสรรค์และสร้างเป็นกิจกรรมประกอบการประชุมที่สามารถสร้างความน่าสนใจและสร้างความประทับใจให้กับนักเดินทางเพื่อการประชุม ดังนั้น นโยบายดังกล่าวถือเป็นสิ่งหนึ่งของการนำเสนอและนำไปสู่การตัดสินใจเลือกประเทศไทยเป็นสถานที่จัดการประชุม

4. **นโยบายการส่งเสริมดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (Digital Economy)** เป็นนโยบายที่สำคัญเกี่ยวข้องกับการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ให้เข้ากับกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคม โดยเฉพาะการพัฒนาธุรกิจการสื่อสารของประเทศไทยในอนาคตที่จำเป็นต้องมุ่งเน้นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล โดยมีเป้าหมายการครอบคลุมทุกพื้นที่การมีขนาดที่พอเพียงกับการใช้งานมีเสถียรภาพที่มั่นคง ในราคาที่เหมาะสม เพื่อเป็นพื้นฐานไปสู่การต่อยอดกิจกรรมการพัฒนาประเทศทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคมที่มีประสิทธิภาพสูงสุด

5. **นโยบายการสนับสนุนที่จริงจังจากรัฐบาล** การสนับสนุนจริงจังจากหน่วยงานภาครัฐเป็นปัจจัยสำคัญยิ่งที่ทำให้ธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติมีสมรรถนะในการแข่งขันที่สูงและยังเป็นการแสดงให้เห็นว่า การจัดการประชุมนานาชาติในครั้งนั้นได้รับการสนับสนุนและอำนวยความสะดวกจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างแท้จริง ส่งผลให้การดำเนินงานในภาพรวมมีความราบรื่นมากยิ่งขึ้น

**6. นโยบายการวางรากฐานเพื่อให้เพิ่มศักยภาพการขยายตัวทางเศรษฐกิจ**  
ประกอบด้วย 1) การเร่งรัดดำเนินโครงการลงทุนเพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญด้านการคมนาคมขนส่ง ทั้งในด้านระบบรถไฟฟ้ายานขนส่งมวลชน ในกรุงเทพมหานครและรถไฟฟ้าเชื่อมเมืองบริวาร ด้านการคมนาคมขนส่งทางอากาศและการคมนาคมขนส่งทางน้ำ 2) การลงทุนในโครงการด้านชลประทานเพื่อแก้ไขผลกระทบจากปัญหาน้ำท่วมและปัญหาภัยแล้ง 3) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านพลังงานทั้งในด้านการสำรวจแหล่งพลังงาน การผลิตไฟฟ้าและการพัฒนาพลังงานทดแทน 4) การสร้างความเข้มแข็งและยกระดับความสามารถในการแข่งขันของภาคการผลิตโดยปรับโครงสร้างทั้งภาคเกษตร ภาคอุตสาหกรรมและภาคบริการท่องเที่ยว 5) การส่งเสริมภาคเศรษฐกิจดิจิทัลและ 6) การเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยการเพิ่มองค์ความรู้การวิจัยพัฒนา การสนับสนุนการเข้าถึงแหล่งทุนและบริการทางการเงิน ซึ่งจะช่วยรองรับและแก้ไขจุดอ่อนของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติต่อไป

**7. แผนการพัฒนาด้านเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม** จากการวิเคราะห์ศักยภาพของอุตสาหกรรมนำร่องทั้ง 8 อุตสาหกรรมจะพบว่าผู้ประกอบการไทยส่วนใหญ่มีบทบาทสำคัญ ได้แก่ 1) อาหารและเครื่องดื่ม 2) ยานยนต์และชิ้นส่วน 3) สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม 4) ยางและผลิตภัณฑ์ยาง 5) อัญมณี เครื่องประดับ 6) เครื่องใช้ไฟฟ้า อิเล็กทรอนิกส์ 7) แม่พิมพ์และ 8) พลังงานหมุนเวียน จะนำไปสู่การขับเคลื่อนของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะด้านการพัฒนาองค์ความรู้และความร่วมมือต่างๆ ซึ่งส่งผลต่อโอกาสจัดการประชุมนานาชาติได้

**8. การเป็นที่ยอมรับในองค์กรการประชุมระดับนานาชาติ** ปัจจุบันประเทศไทยโดย สสพ. ได้เข้าไปเป็นสมาชิกกับองค์กรการประชุมนานาชาติ ทั้งนี้บทบาทของการเป็นสมาชิกนอกจากจะได้รับทราบข่าวสารเพื่อการพัฒนาแล้ว ยังเป็นการนำเสนอประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักในประชาคมโลกอีกด้วย ปัจจุบันไม่เพียงแต่ สสพ. เท่านั้น ภาคเอกชนยังก้าวไปเป็นสมาชิกด้วย องค์กรการประชุมนานาชาติที่สำคัญที่ประเทศไทยเข้ามาเป็นสมาชิกให้แก่ ICCA UFI IACCB เป็นต้น

**9. การเข้าสู่ประชาคมอาเซียน** จากการจัดทำข้อตกลงประชาคมอาเซียนก่อให้เกิดความร่วมมือในลักษณะ MOU การบรรลุข้อตกลงร่วมในการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาเพื่อร่วมกันผลักดันให้ภูมิภาคเอเชียก้าวสู่ตลาดโลกภายใต้แบรนด์ไมซ์เอเชีย และตลาดใหม่ในประเทศเพื่อนบ้านและ/หรือคู่แข่งใหม่ในตลาดอาเซียน โดยเฉพาะกลุ่มประเทศ CLMV (กัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม)

**10. แนวโน้มความนิยมในการเลือกภูมิภาคตะวันออกเป็นสถานที่จัดการประชุม** ในเอเชียมีมากขึ้นเมื่อเข้าสู่การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) อย่างเป็นทางการ แนวโน้มปริมาณการจัดการประชุมนานาชาติที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้น หรือนโยบายภาครัฐของประเทศอาเซียนที่เอื้อต่อการการค้าและการลงทุนระหว่างกันที่มากขึ้น โดยมีภาพลักษณ์ที่ดีในฐานะผู้นำการจัดการประชุมนานาชาติในแถบภูมิภาคอาเซียน

**11. แนวโน้มโลกด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม** แนวโน้มดังกล่าวมีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติในด้านการบริหารจัดการ ทั้งนี้การจัดประชุมมีแนวโน้มการใช้กระดาษน้อยลง (Green Meeting) เพื่อสร้างความตระหนักเกี่ยวกับหลักความยั่งยืน (Sustainability) และแนวโน้มดังกล่าวมีความสอดคล้องกับแนวทางของ สสพ. ในการกำหนดมาตรฐานและการรณรงค์ให้

ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องต่างๆ ทั้งภาครัฐบาล เอกชน ไปจนถึงภาคประชาชน ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการดำเนินงานตามแนวคิด “สีเขียว” เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ

#### 4.3.2.4 อุปสรรค (Threat) ของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ

อุปสรรคของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทย คือ ปัจจัยภายนอกที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติและสร้างปัญหาหรือผลกระทบเชิงลบ ซึ่งนำไปสู่การสร้างความเสียหายเปรียบทางธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติจากการรวบรวมข้อมูลพบว่าอุปสรรคของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทยประกอบด้วย 6 ประเด็นหลัก ได้แก่

1. **ภาวะวิกฤติและความเสี่ยงต่างๆ** เนื่องจากธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติเป็นอุตสาหกรรมที่มีความอ่อนไหวอย่างมากต่อปัจจัยภายนอก โดยเฉพาะต่อเสถียรภาพทางการเมือง ความไม่มั่นคงทางการเมือง ทำให้ขาดความเชื่อมั่นและส่งผลกระทบต่อการเดินทางมาเข้าร่วมประชุมของผู้เข้าร่วมประทำให้จำนวนผู้เดินทางเข้ามาประชุมลดลง ทั้งนี้รวมถึงความอ่อนไหวต่อปัญหาเศรษฐกิจโลกโดยรวม วิกฤตการณ์เศรษฐกิจและการผันผวนของราคาน้ำมัน อาจนำไปสู่การลดช่องทางในการตัดสินใจเลือกเดินทางมาเข้าร่วมประชุมที่ประเทศไทย

2. **ข้อจำกัดด้านกฎหมาย** ข้อกฎหมายบางประการ เช่น การดำเนินการขออนุญาตนำสิ่งของนำเข้าเพื่อจัดประชุมของภาครัฐที่มีระยะเวลานาน การตีความกฎหมายในการเดินทางเข้าประเทศในฐานะวิทยากรในงานประชุมนานาชาติ ระเบียบ (เช่น พิธีศุลกากรสำหรับสินค้าที่มาจัดแสดง และการตรวจคนเข้าเมือง) ภาษี (ประเด็นการปรับลด หรือละเว้นภาษีอากรนำเข้าสินค้าเพื่อจัดแสดง)

3. **การเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมอย่างรวดเร็ว** การเปลี่ยนแปลงของสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง เช่น การก่อการร้าย อาจส่งผลกระทบต่อการเดินทางตัดสินใจเลือกจัดประชุมหรือเดินทางมาเข้าร่วมการประชุมนานาชาติในประเทศไทย อันเนื่องมาจากการเกิดความเสี่ยง นอกจากนี้ยังรวมถึงการเปลี่ยนแปลงด้านของบุคลากร กล่าวคือ องค์กรที่เกี่ยวข้องจะต้องรวบรวมและพัฒนาข้อมูลให้มากที่สุดเพื่อนำมาใช้เป็นประโยชน์เพื่อการพัฒนา กลุ่มเป้าหมายและธุรกิจ การมีข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยจะสามารถช่วยป้องกันไม่ให้เกิดข้อผิดพลาดต่างๆ ได้ นอกจากนี้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยเป็นเครื่องมือสำคัญในการให้ข้อมูลและการติดต่อธุรกิจเป็นไปอย่างคล่องตัวและรวดเร็ว

4. **ทิศทางการย้ายฐานการผลิตด้านอุตสาหกรรมต่างประเทศ** รวมไปถึงนโยบายส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศ เช่น regional office (สมาคมหรือบริษัทรายใหญ่เลือกจัดงานประชุมในประเทศที่มีสาขาบริษัทประจำภูมิภาคตั้งอยู่ในประเทศเพื่อนบ้าน)

5. **ข้อจำกัดด้านระเบียบและข้อบังคับสากล** โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การจัดประชุมกลุ่มแพทย์ (Pharma Code) ที่ว่าด้วยการจัดประชุมทางการแพทย์ควรเป็นไปเพื่อการศึกษาและการแลกเปลี่ยนข้อมูลเพื่อหลีกเลี่ยงการจัดหาสิ่งอันไม่สมควรของบริษัทยาให้แก่กลุ่มแพทย์ เช่น ตัวไปชม การแข่งกีฬา อุปกรณ์กีฬา การเดินทางไปพักผ่อน ดังนั้นจึงไม่อนุญาตให้จัดประชุมในโรงแรม 5 ดาว หรือรีสอร์ทหรูหร่า

6. คู่แข่งขันรายใหม่ การเติบโตของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติจะนำมาซึ่งคู่แข่งรายใหม่ เข้าสู่ตลาดซึ่งมีชาวต่างชาติที่มีความชำนาญในด้านภาษาอังกฤษและการจัดประชุมระดับนานาชาติอาจเข้ามาตั้งสาขาในประเทศไทยมากขึ้น เช่น ประเทศสิงคโปร์และฮ่องกง เป็นต้น ในขณะที่เดียวกันประเทศไทยยังขาดตัวชี้วัดเปรียบเทียบในธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติของประเทศอื่นที่เจริญก้าวหน้าเพื่อนำไปใช้เรียนรู้ในการปรับปรุง

#### 4.3.3 ผลการศึกษาศักยภาพของธุรกิจการจัดการประชุมในประเทศไทย (The Study of Convention Capability of Thailand)

การศึกษาวินิจฉัยศักยภาพของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทย ผู้วิจัยได้กำหนดแบบสอบถาม ประกอบไปด้วย 4 ส่วน โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 4.13

ตารางที่ 4.13 แสดงโครงสร้างแบบสอบถามเพื่อศึกษาศักยภาพธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติของประเทศไทย

| ส่วนประกอบ  | สาระสำคัญ  | วัตถุประสงค์   |
|---|--|--|
| ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ประกอบด้วยคำถาม จำนวน 2 ข้อ</li> <li>- ข้อคำถามเป็นการสอบถามความเกี่ยวข้องกับองค์กร/สมาคมที่เข้าร่วมประชุม และประเทศที่เดินทางมา</li> <li>- เป็นแบบสอบถามกำหนดให้เลือกตอบ และคำถามแบบปลายเปิด</li> </ul>  | เพื่อศึกษาลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม   |
| ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเข้าร่วมการจัดการประชุมนานาชาติ และปัจจัยในการตัดสินใจของนักเดินทางที่เข้าร่วมการประชุมนานาชาติ | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ประกอบด้วยคำถามจำนวน 9 ข้อ</li> <li>- ข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลพฤติกรรมการเข้าร่วมการจัดการประชุมนานาชาติ ครอบคลุมพฤติกรรมการเดินทาง จำนวนครั้ง ระยะเวลาในการพักผ่อนในประเทศไทย แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจเข้าร่วมประชุม ปัจจัยในการตัดสินใจ วัตถุประสงค์ในการเข้าร่วมการประชุม และผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมประชุม</li> </ul> | เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเดินทาง แหล่งข้อมูล และปัจจัยในการตัดสินใจในการเลือกเข้าร่วมการประชุม |

| ส่วนประกอบ   | สาระสำคัญ  | วัตถุประสงค์  |
|--|--|---|
|  | - แบบสอบถามกำหนดคำตอบให้<br>เลือก  |   |
| <b>ตอนที่ 3</b> ศักยภาพและความพร้อมของปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่อการจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทย | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ประกอบด้วยคำถาม 7 ส่วน ได้แก่ ส่วนของการเข้าถึง (Accessibility) จำนวน 4 ข้อ ส่วนของผู้วางแผนการประชุม (Convention Planner) จำนวน 4 ข้อ ส่วนของที่พักรแรม (Accommodation) จำนวน 4 ข้อ ส่วนของสถานที่จัดประชุม (Venue) จำนวน 4 ข้อ ส่วนของสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) จำนวน 4 ข้อ ส่วนของสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) จำนวน 4 ข้อ และส่วนของศักยภาพและความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (Capability and Responsibility to Community and Environment) จำนวน 7 ข้อ รวมทั้งสิ้น 31 ข้อ</li> <li>- แบบสอบถามความคิดเห็นโดยใช้เกณฑ์ในการพิจารณาความคิดเห็น คือ ดีที่สุด ดี ปานกลาง แย่ และแย่มากที่สุด</li> </ul> | <p>เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักเดินทางต่อปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการประชุมนานาชาติ</p>           |
| <b>ตอนที่ 4</b> ข้อเสนอแนะอื่นๆ  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ประกอบด้วยคำถามปลายเปิด จำนวน 1 ข้อ</li> </ul>  | <p>เพื่อศึกษาความคาดหวัง ความต้องการ และสิ่งจูงใจของนักเดินทางในการเข้าร่วมประชุมนานาชาติ</p> |

#### 4.3.3.1 กลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากส่วนใหญ่การประชุมนานาชาติจัดโดยสมาคม องค์กรเอกชน จึงเป็นข้อจำกัดของ คณะผู้วิจัยในการตอบรับการขอเข้าเก็บแบบสอบถาม คณะผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างที่จำนวน 400 ตัวอย่าง ซึ่งดำเนินการเก็บข้อมูลจาก 2 พื้นที่ ได้แก่ กรุงเทพมหานคร และภูเก็ต จากการตอบรับ ของผู้จัดการประชุม ได้แก่

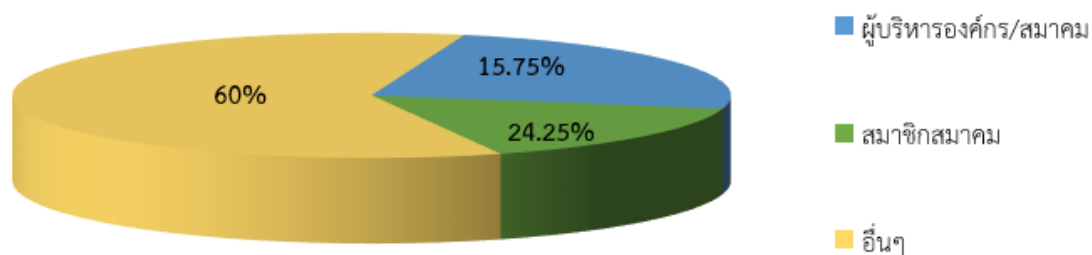
1. 7<sup>th</sup> International conference on Tribology in Manufacturing (ICTMP 2016)
2. 7<sup>th</sup> Annual Women’s Leadership and Empowerment Conference (WLEC 2016)
3. 11<sup>th</sup> Education and Development Conference (EDC 2016)
4. 9<sup>th</sup> Poverty and Social Protection Conference (PSPC 2016)
5. Rural Development Conference (RDC 2016)

#### 4.3.3.2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พฤติกรรมผู้เข้าร่วมการจัดประชุม นานาชาติ และความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้เข้าร่วมประชุมนานาชาติ

ข้อมูลทั่วไปของนักเดินทางที่เข้าร่วมการประชุมนานาชาติ

ตารางที่ 4.14 แสดงความเกี่ยวข้องกับองค์กรที่จัดการประชุม ดังนี้

| ความเกี่ยวข้องกับองค์กรที่จัดประชุม | จำนวน | คิดเป็น (ร้อยละ) |
|-------------------------------------|-------|------------------|
| ผู้บริหารองค์กร/สมาคม               | 97    | 24.25            |
| สมาชิกสมาคม                         | 63    | 15.75            |
| อื่นๆ                               | 240   | 60.00            |
| รวม                                 | 400   | 100.00           |



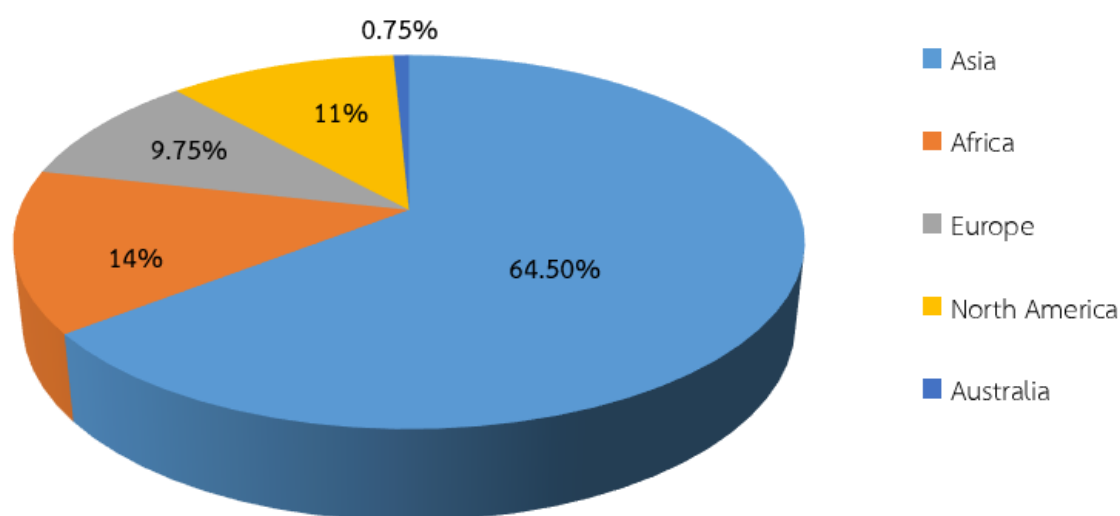
ภาพที่ 4.4 ความเกี่ยวข้องกับองค์กรที่จัดการประชุมนานาชาติ

นักเดินทางที่เข้าร่วมการประชุมนานาชาติ เมื่อพิจารณาในภาพรวม พบว่า มีผู้เข้าร่วมประชุม ในสถานภาพอื่นๆ ได้แก่ ผู้เข้าร่วมงาน ผู้นำเสนองานวิจัย นักวิจัย ที่ปรึกษา องค์กรเอกชนเพื่อ สาธารณประโยชน์ นักศึกษาระดับปริญญาเอก ฯลฯ คิดเป็น ร้อยละ 59.00 ผู้บริหารองค์กร คิดเป็น ร้อยละ 24.30 และสมาชิกขององค์กรหรือหน่วยงานที่จัด คิดเป็น ร้อยละ 15.80



ตารางที่ 4.15 จำนวนนักเดินทางที่เข้าร่วมประชุมนานาชาติจำแนกตามภูมิภาค ดังนี้

| ภูมิภาค    | จำนวน | ร้อยละ |
|------------|-------|--------|
| เอเชีย     | 258   | 64.50  |
| แอฟริกา    | 56    | 14.00  |
| อเมริกา    | 44    | 11.00  |
| ยุโรป      | 39    | 9.75   |
| ออสเตรเลีย | 3     | 0.75   |
| รวม        | 400   | 100    |

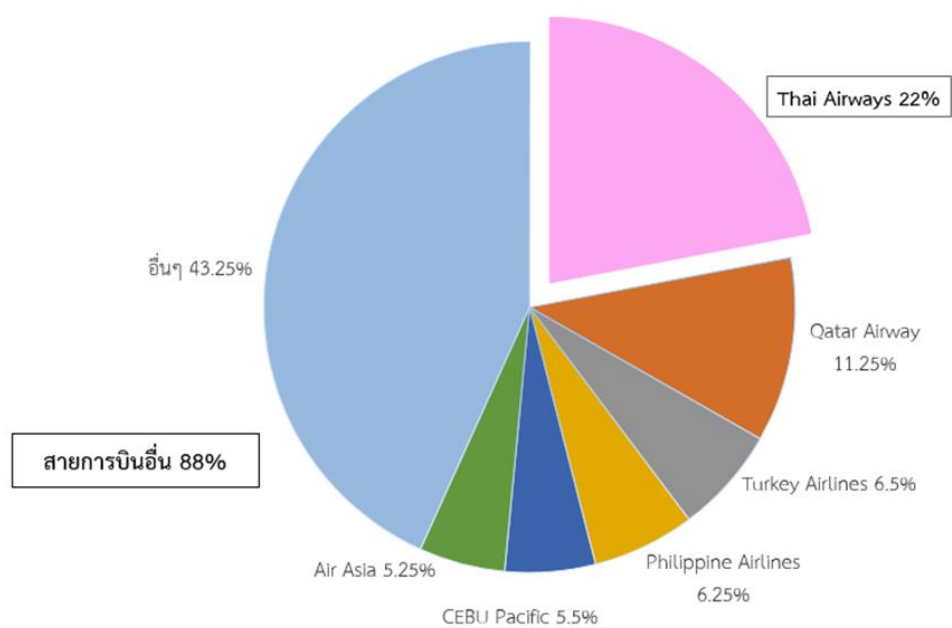


ภาพที่ 4.5 แสดงจำนวนนักเดินทางที่เข้าร่วมการประชุมนานาชาติจำแนกตามภูมิภาค

เมื่อพิจารณาจำแนกตามประเทศที่นักเดินทางเดินทางมา พบว่า นักเดินทางที่เข้าร่วมประชุมนานาชาติจากประเทศปากีสถานมีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 14.00 รองลงมาคือ นักเดินทางจากประเทศฟิลิปปินส์ ร้อยละ 10.75 นักเดินทางจากประเทศสหรัฐอเมริกา ร้อยละ 8.75 นักเดินทางจากประเทศญี่ปุ่น ร้อยละ 7.75 นักเดินทางจากประเทศอินโดนีเซีย ร้อยละ 7.25 และนักเดินทางจากประเทศอื่นๆ อาทิ ประเทศแอฟริกาใต้ อินเดีย ตุรกี ทานซาเนีย สหรัฐอาหรับเอมิเรต เป็นต้น รวมคิดเป็นร้อยละ 49.75 ทั้งนี้ หากจำแนกเป็นภูมิภาคสามารถจำแนกได้ดังนี้ ทวีปเอเชีย คิดเป็น ร้อยละ 64.50 ทวีปแอฟริกา คิดเป็น ร้อยละ 14.00 ทวีปอเมริกา คิดเป็น ร้อยละ 11.00 ทวีปยุโรป คิดเป็น ร้อยละ 9.75 และทวีปออสเตรเลีย คิดเป็น ร้อยละ 0.75 โดยมีรายละเอียด

**ตารางที่ 4.16** รายละเอียดข้อมูลการใช้บริการสายการบินของนักเดินทางที่เข้าร่วมการประชุมนานาชาติ ดังนี้

| สายการบิน       | จำนวน      | ร้อยละ     |
|-----------------|------------|------------|
| Thai Airways    | 88         | 22         |
| สายการบิน อื่นๆ | 312        | 78         |
| <b>รวม</b>      | <b>400</b> | <b>100</b> |

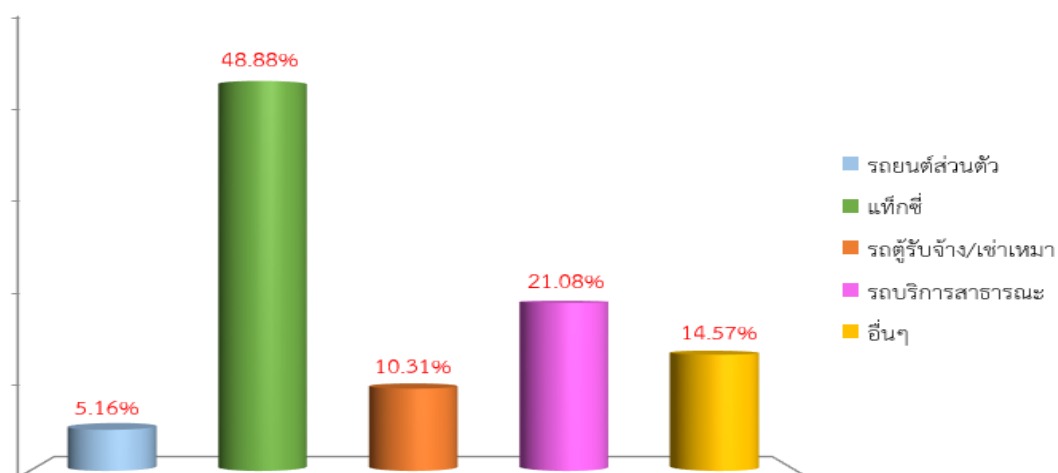


**ภาพที่ 4.6** การใช้บริการสายการบินของนักเดินทางที่เข้าร่วมการประชุมนานาชาติ

นักเดินทางที่เข้าร่วมการประชุมนานาชาติ เมื่อพิจารณาการใช้บริการสายการบิน พบว่า นักเดินทางใช้บริการสายการบินไทย คิดเป็น ร้อยละ 22.00 และนักเดินทางใช้บริการสายการบินอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 78.00 (หากพิจารณา 5 อันดับ สายการบินอื่นๆ ที่นักเดินทางใช้เดินทางเรียงลำดับ ดังนี้ สายการบิน Qatar Airways คิดเป็นร้อยละ 11.25 รองลงมา คือ สายการบิน Turkish Airlines คิดเป็น ร้อยละ 6.50 สายการบิน Philippine Airlines คิดเป็น ร้อยละ 6.25 สายการบิน CEBU Pacific คิดเป็น ร้อยละ 5.50 และสายการบิน AirAsia คิดเป็นร้อยละ 5.25)

ตารางที่ 4.17 รายละเอียดข้อมูลการใช้ยานพาหนะในระหว่างการเข้าร่วมประชุมของนักเดินทาง  
ดังนี้

| สายการบิน             | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------------|-------|--------|
| รถยนต์ส่วนตัว         | 23    | 5.16   |
| แท็กซี่               | 218   | 48.88  |
| รถตู้รับจ้าง/เช่าเหมา | 46    | 10.31  |
| รถบริการสาธารณะ       | 94    | 21.08  |
| อื่นๆ                 | 65    | 14.57  |
| รวม                   | 446   | 100.00 |

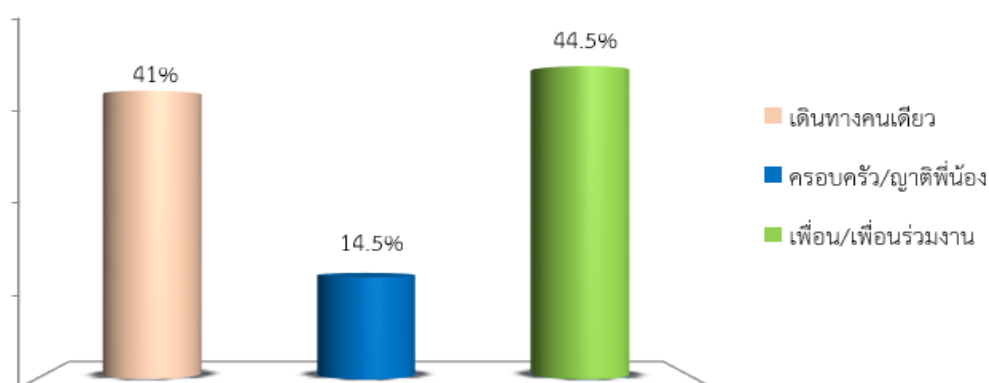


ภาพที่ 4.7 ข้อมูลการใช้ยานพาหนะระหว่างการเข้าประชุมของนักเดินทาง

เมื่อพิจารณาการใช้ยานพาหนะในระหว่างการเข้าร่วมประชุม พบว่า นักเดินทางใช้บริการของแท็กซี่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.88 ระบบขนส่งสาธารณะ เช่น รถบีทีเอส MRT คิดเป็นร้อยละ 21.08 รถตู้รับจ้างหรือเช่าเหมา คิดเป็นร้อยละ 10.31 รถยนต์ส่วนบุคคล ร้อยละ 5.16 และ อื่นๆ ร้อยละ 14.57 (ได้แก่ ทางเรือ การใช้จักรยาน หรือการเดิน) (ทั้งนี้ ในส่วนของแบบสอบถาม ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกคำตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ตารางที่ 4.18 รายละเอียดข้อมูลผู้ร่วมเดินทางกับนักเดินทางที่เข้าร่วมประชุมนานาชาติ

| ผู้ร่วมเดินทาง       | จำนวน | ร้อยละ |
|----------------------|-------|--------|
| เดินทางคนเดียว       | 164   | 41.00  |
| ครอบครัว/ญาติพี่น้อง | 58    | 14.50  |
| เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน | 178   | 44.50  |
| รวม                  | 400   | 100.00 |

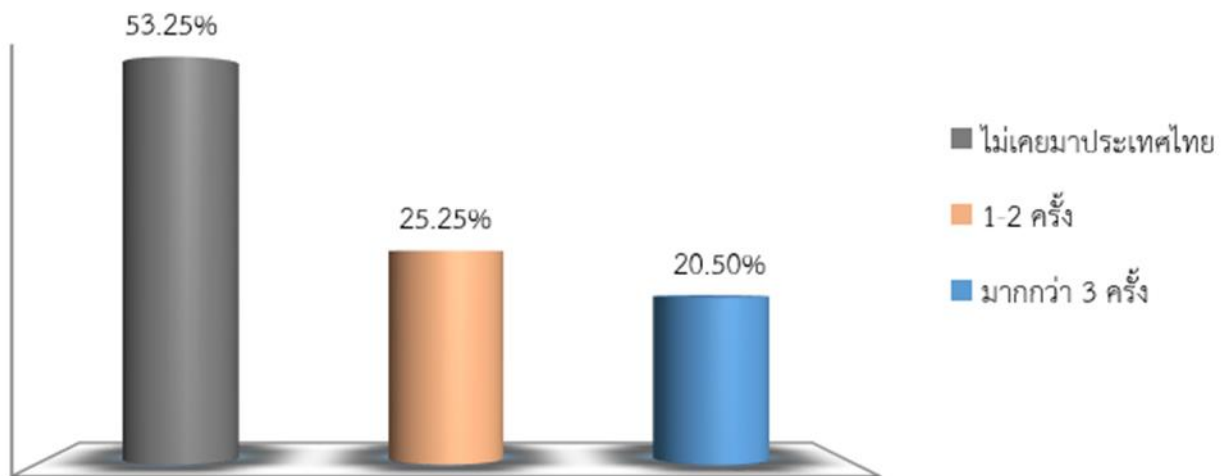


ภาพที่ 4.8 ข้อมูลผู้ร่วมเดินทางกับนักเดินทางที่เข้าร่วมการประชุมนานาชาติ

เมื่อพิจารณาผู้ร่วมเดินทางมากับนักเดินทางผู้เข้าประชุมนานาชาติ พบว่า นักเดินทางเดินทางมากับเพื่อนหรือเพื่อนร่วมงานมากที่สุด (ร้อยละ 44.50) รองลงมาคือเดินทางมาคนเดียว (ร้อยละ 41.00) และเดินทางมากับครอบครัวและญาติพี่น้อง (ร้อยละ 14.50) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.19 จำนวนครั้งที่นักเดินทางเดินทางมาประเทศไทย

| จำนวนครั้งในการเดินทางมาประเทศไทย | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------------------------|-------|--------|
| ไม่เคยมาประเทศไทย                 | 213   | 53.25  |
| 1 - 2 ครั้ง                       | 105   | 25.25  |
| มากกว่า 3 ครั้ง                   | 82    | 20.50  |
| รวม                               | 400   | 100.00 |

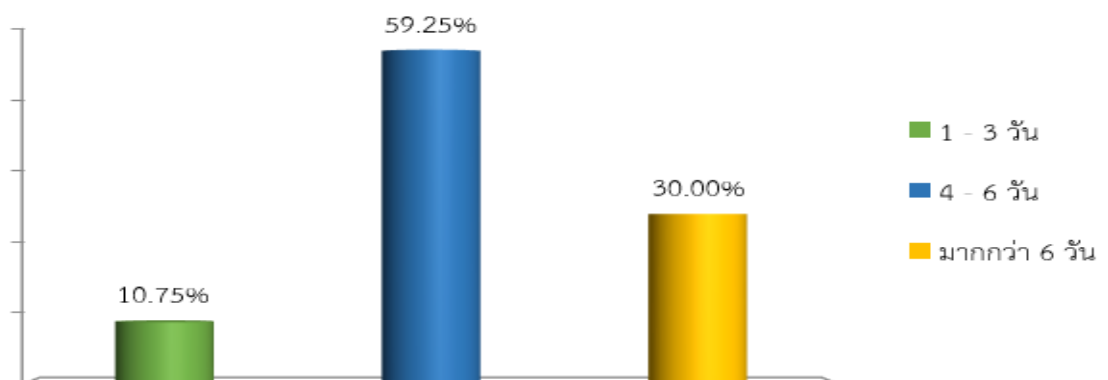


ภาพที่ 4.9 ผู้ร่วมเดินทางกับนักเดินทางที่เข้าร่วมการประชุมนานาชาติ

เมื่อพิจารณาถึงการเดินทางมาประเทศไทยของนักเดินทางที่เดินทางมาร่วมประชุมนานาชาติ นั้น พบว่า นักเดินทางที่เข้าร่วมประชุมนานาชาติส่วนใหญ่ไม่เคยมาประเทศไทย (ร้อยละ 53.25) รองลงมาคือเคยมา 1-2 ครั้ง และเคยมามากกว่า 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 26.25 และ ร้อยละ 20.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.20 ตารางแสดงจำนวนวันที่นักเดินทางผู้เข้าร่วมประชุมนานาชาติพำนักอยู่ในประเทศไทย

| จำนวนวันในการพำนักอยู่ในประเทศไทย | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------------------------|-------|--------|
| 1 - 3 วัน                         | 43    | 10.75  |
| 4 - 6 วัน                         | 237   | 59.25  |
| มากกว่า 6 วัน                     | 120   | 30.00  |
| รวม                               | 400   | 100.00 |

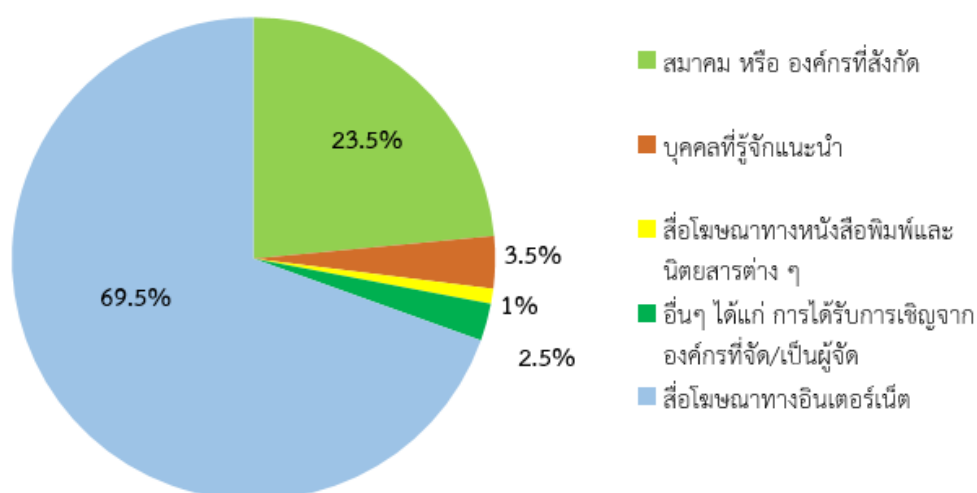


ภาพที่ 4.10 จำนวนวันที่นักเดินทางพำนักในประเทศไทย

ในส่วนของจำนวนวันที่นักเดินทางที่เข้าร่วมประชุมนานาชาติพำนักอยู่ในประเทศไทย พบว่า นักเดินทางจะพำนักอยู่ในประเทศไทย 4-6 วันเป็นส่วนมาก คิดเป็นร้อยละ 59.25 พำนักอยู่ในประเทศไทย มากกว่า 6 วัน คิดเป็นร้อยละ 30.00 และพำนักอยู่ในประเทศไทย 1-3 วัน มีเพียงร้อยละ 10.75

ตารางที่ 4.21 แหล่งข้อมูลที่นักเดินทางตัดสินใจเข้าร่วมประชุมนานาชาติ

| แหล่งข้อมูล   | จำนวน | ร้อยละ |
|---|-------|--------|
| สื่อโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต                                | 278   | 69.50  |
| สมาคม หรือ องค์กรที่สังกัด                              | 94    | 23.50  |
| บุคคลที่รู้จักแนะนำ                                     | 14    | 3.50   |
| อื่นๆ ได้แก่ การได้รับการเชิญจากองค์กรที่จัด/เป็นผู้จัด | 10    | 2.50   |
| สื่อโฆษณาทางหนังสือพิมพ์และนิตยสารต่าง ๆ                | 4     | 1.00   |
| รวม   | 400   | 100.00 |

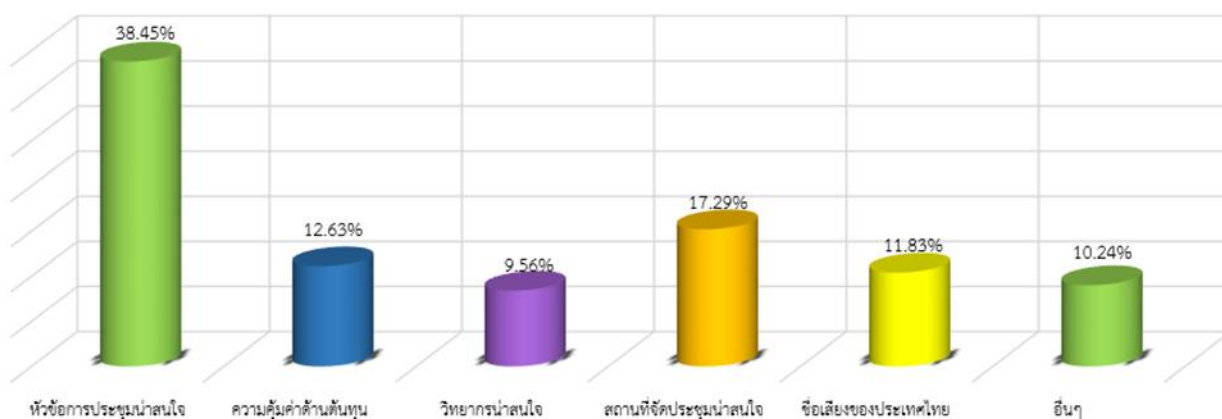


ภาพที่ 4.11 แหล่งข้อมูลที่นักเดินทางตัดสินใจเข้าร่วมการประชุมนานาชาติ

จากการสำรวจนักเดินทางที่เข้าร่วมการประชุมนานาชาติ พบว่า แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจเข้าร่วมงานจัดประชุมในครั้งนี้ ได้แก่ สื่อโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 69.50 รองลงมา ได้แก่ การประชาสัมพันธ์จากสมาคม หรือองค์กรที่สังกัด คิดเป็นร้อยละ 23.50 บุคคลที่รู้จักแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 3.50 อื่นๆ (เป็นองค์กรผู้รับผิดชอบจัด และได้รับเชิญจากองค์กร) คิดเป็นร้อยละ 2.50 และข่าวประชาสัมพันธ์จากหนังสือพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 1.00

ตารางที่ 4.22 ปัจจัยในการตัดสินใจเข้าร่วมการประชุมนานาชาติ

| ปัจจัยในการตัดสินใจ         | จำนวน | ร้อยละ |
|-----------------------------|-------|--------|
| หัวข้อในการประชุมที่น่าสนใจ | 338   | 38.45  |
| ความคุ้มค่าด้านต้นทุน       | 111   | 12.63  |
| วิทยากรที่น่าสนใจ           | 84    | 9.56   |
| สถานที่จัดประชุมที่น่าสนใจ  | 152   | 17.29  |
| ชื่อเสียงของประเทศไทย       | 104   | 11.83  |
| อื่นๆ                       | 90    | 10.24  |
| รวม                         | 879   | 100.00 |

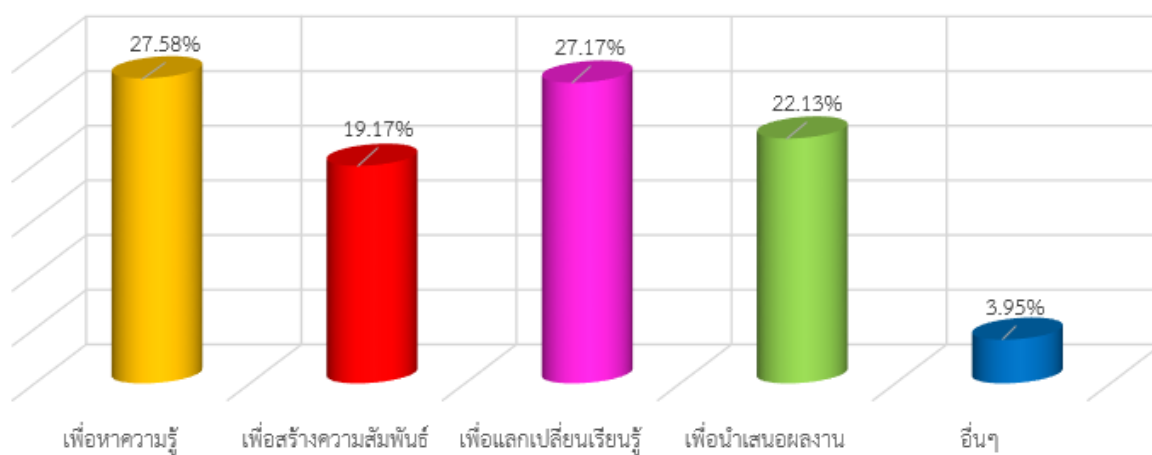


ภาพที่ 4.12 ปัจจัยการตัดสินใจเข้าร่วมการประชุมนานาชาติ

เมื่อพิจารณาถึงปัจจัยในการตัดสินใจเข้าร่วมการประชุมนานาชาติ พบว่า นักเดินทางที่เข้าร่วมประชุมเนื่องจาก หัวข้อในการประชุมที่น่าสนใจ คิดเป็นร้อยละ 38.45 รองลงมาคือ สถานที่จัดประชุมที่น่าสนใจ (Location/Destination) คิดเป็นร้อยละ 17.29 ความคุ้มค่าด้านต้นทุน (Cost/Value of Money) คิดเป็นร้อยละ 12.63 ชื่อเสียงของประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 11.83 อื่นๆ (เช่น เพื่อนำเสนอผลงานวิจัย สร้างเครือข่าย หาความรู้เพิ่มเติมพร้อมเดินทางท่องเที่ยว) คิดเป็นร้อยละ 10.24 และวิทยากรที่น่าสนใจ คิดเป็นร้อยละ 9.56 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาวัตถุประสงค์ในการเข้าร่วมประชุมนานาชาติของนักเดินทาง พบว่า นักเดินทางเข้าร่วมการประชุมนานาชาติเพื่อหาความรู้ คิดเป็นร้อยละ 27.58 รองลงมา คือ เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ คิดเป็นร้อยละ 19.17 เพื่อนำเสนอผลงานวิจัย คิดเป็นร้อยละ 22.13 เพื่อสร้างความสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 19.17 และอื่นๆ (อาทิ แลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรม ศึกษางานเพื่อเตรียมความพร้อมในการนำเสนอผลงานวิจัยในอนาคต) คิดเป็นร้อยละ 3.95 ตามลำดับ (ทั้งนี้ ในส่วนของแบบสอบถาม ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกคำตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)

ตารางที่ 4.23 วัตถุประสงค์ในการเข้าร่วมการประชุมนานาชาติ

| ปัจจัยในการตัดสินใจ     | จำนวน | ร้อยละ |
|-------------------------|-------|--------|
| เพื่อหาความรู้          | 279   | 27.58  |
| เพื่อสร้างความสัมพันธ์  | 194   | 19.17  |
| เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ | 275   | 27.17  |
| เพื่อนำเสนอผลงาน        | 224   | 22.13  |
| อื่นๆ                   | 40    | 3.95   |
| รวม                     | 1,012 | 100.00 |



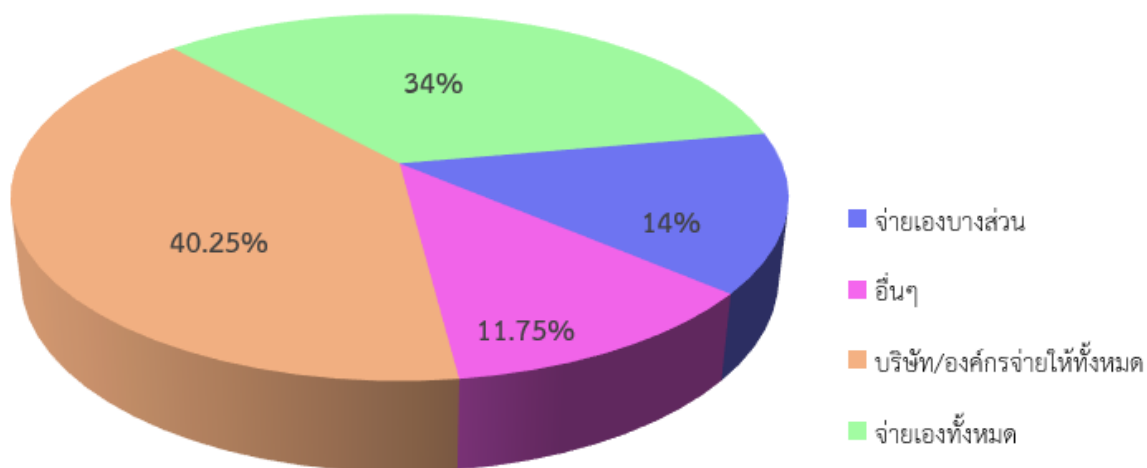
ภาพที่ 4.13 วัตถุประสงค์ในการเข้าร่วมการประชุมนานาชาติ

เมื่อพิจารณาถึงปัจจัยในการตัดสินใจเข้าร่วมการประชุมนานาชาติ พบว่า นักเดินทางที่เข้าร่วมประชุมเนื่องจาก หัวข้อในการประชุมน่าสนใจ คิดเป็นร้อยละ 38.45 รองลงมาคือ สถานที่จัดประชุมที่น่าสนใจ (Location/Destination) คิดเป็นร้อยละ 17.29 ความคุ้มค่าด้านต้นทุน (Cost/Value of Money) คิดเป็นร้อยละ 12.63 ชื่อเสียงของประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 11.83 อื่นๆ (เช่น เพื่อนำเสนอผลงานวิจัย สร้างเครือข่าย หาความรู้เพิ่มเติมพร้อมเดินทางท่องเที่ยว) คิดเป็นร้อยละ 10.24 และวิทยากรที่น่าสนใจ คิดเป็นร้อยละ 9.56 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาวัตถุประสงค์ในการเข้าร่วมประชุมนานาชาติของนักเดินทาง พบว่า นักเดินทางเข้าร่วมการประชุมนานาชาติเพื่อหาความรู้ คิดเป็นร้อยละ 27.58 รองลงมา คือ เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ คิดเป็นร้อยละ 19.17 เพื่อนำเสนอผลงานวิจัย คิดเป็นร้อยละ 22.13 เพื่อสร้างความสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 19.17 และอื่นๆ (อาทิ แลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรม ศึกษางานเพื่อเตรียมความพร้อมในการนำเสนอผลงานวิจัยในอนาคต) คิดเป็นร้อยละ 3.95 ตามลำดับ



ตารางที่ 4.24 ผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมการประชุมนานาชาติ

| ปัจจัยในการตัดสินใจ                  | จำนวน | ร้อยละ |
|--------------------------------------|-------|--------|
| จ่ายเองทั้งหมด                       | 136   | 34     |
| จ่ายเองบางส่วน                       | 56    | 14     |
| บริษัท/องค์กรจ่ายให้ทั้งหมด          | 161   | 40.25  |
| อื่นๆ ได้แก่ ครอบครัวจ่ายให้ เป็นต้น | 47    | 11.75  |
| รวม                                  | 400   | 100    |



ภาพที่ 4.14 ผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมการประชุมนานาชาติ

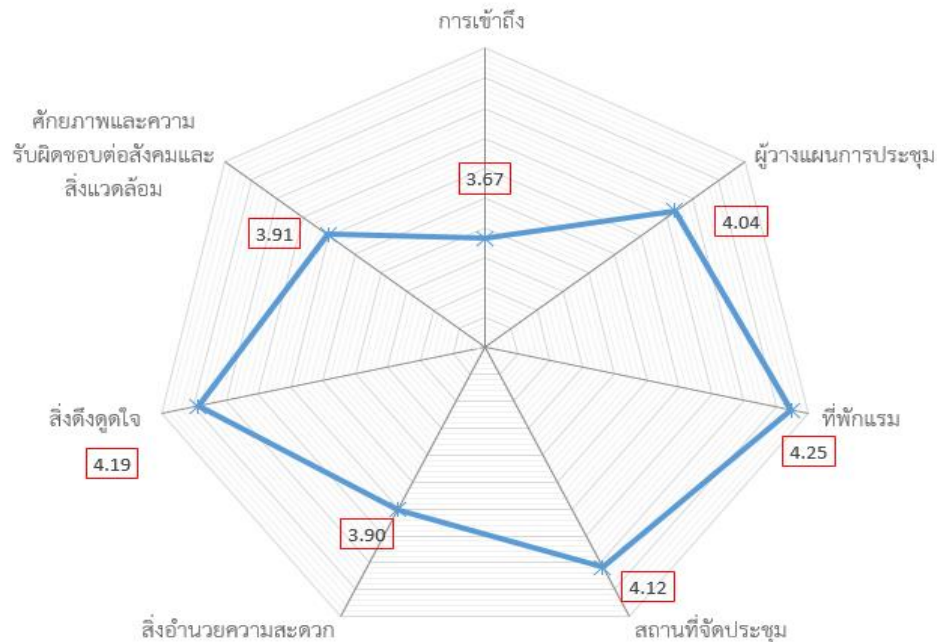
ในส่วนของผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายของนักเดินทางผู้เข้าร่วมประชุมนานาชาติ พบว่า อันดับ 1 บริษัทหรือองค์กรจ่ายให้ทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 40.25 รองลงมาคือ นักเดินทางเป็นผู้จ่ายเองทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 34.00 นักเดินทางจ่ายบางส่วน คิดเป็นร้อยละ 14.00 และอื่นๆ (เช่น ครอบครัว โครงการโดยองค์การไม่แสวงหากำไร) ร้อยละ 11.75

4.3.3.3 ศักยภาพและความพร้อมของปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่อการจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทย

ตารางที่ 4.25 สรุปค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของนักเดินทางที่มีต่อศักยภาพและความพร้อมของปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่อการจัดประชุมนานาชาติในประเทศไทย

| ข้อ | รายการ  | ค่าเฉลี่ย (ร้อยละ) |       |       |      |      | ค่าสถิติ    |       |
|-----|---|--------------------|-------|-------|------|------|-------------|-------|
|     |   | 5                  | 4     | 3     | 2    | 1    | ค่าเฉลี่ย   | S.D   |
| 1   | ด้านการเข้าถึง                                | 26.06              | 30.56 | 32.08 | 6.44 | 4.88 | 3.67        | 1.061 |
| 2   | ผู้วางแผนการจัดประชุม                         | 33.75              | 38.69 | 25.00 | 2.13 | 0.43 | 4.04        | .841  |
| 3   | ที่พักแรม                                     | 47.31              | 32.63 | 17.69 | 2.06 | 0.31 | <b>4.25</b> | .835  |
| 4   | สถานที่จัดประชุม                              | 43.13              | 29.56 | 24.13 | 2.31 | 0.87 | 4.12        | .798  |
| 5   | สิ่งอำนวยความสะดวก                            | 30.69              | 35.81 | 27.94 | 4.13 | 1.25 | 3.90        | .923  |
| 6   | สิ่งดึงดูดใจ                                  | 44.38              | 32.06 | 20.75 | 2.31 | 0.25 | 4.19        | .839  |
| 7   | ศักยภาพและความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม | 28.57              | 39.89 | 26.61 | 3.36 | 1.57 | 3.91        | .867  |

ภาพที่ 4.15 ศักยภาพและความพร้อมของปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่อการจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทย

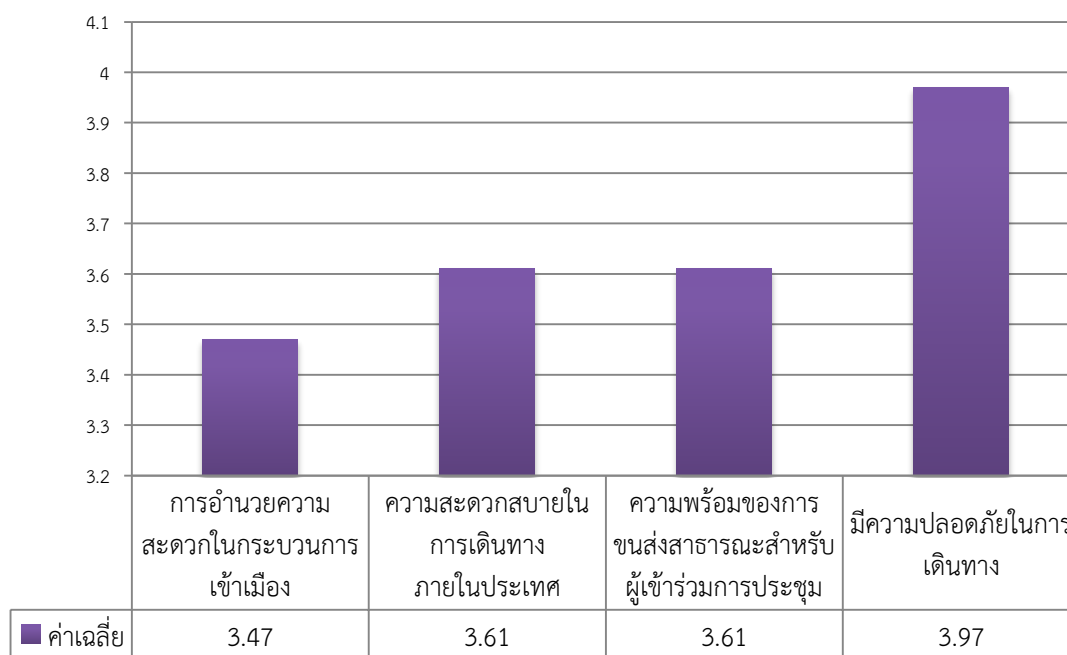


จากการสำรวจความพึงพอใจของนักเดินทางที่เข้าร่วมการประชุมนานาชาติใน 7 ด้าน ได้แก่ ด้านการเข้าถึง ด้านผู้วางแผนจัดการประชุม ด้านที่พักแรม ด้านสถานที่จัดประชุม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสิ่งดึงดูดใจ และด้านศักยภาพและความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมโดยใช้แบบสอบถามความคิดเห็นโดยใช้เกณฑ์ในการพิจารณาความคิดเห็น คือ ดีที่สุด ดี ปานกลาง แย่ และแย่มาก พบว่า นักเดินทางที่เข้าร่วมประชุมเห็นว่าประเทศไทยมีศักยภาพด้านที่พักแรม เป็นอันดับที่หนึ่ง คิดเป็นค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.25 รองลงมาคือ สิ่งดึงดูดใจของประเทศไทย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.19 อันดับที่สามารถได้แก่ ด้านสถานที่จัดประชุม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.12 ในส่วนที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านการเข้าถึง มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ย 3.67 โดยมีรายละเอียดสรุปค่าเฉลี่ยแต่ละด้าน โดยมีรายละเอียดข้อมูลการศึกษาแยกรายด้าน ดังนี้

ตารางที่ 4.26 ศักยภาพและความพร้อมของปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่อการจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทยในด้านการเข้าถึง

| ข้อ               | รายการ  | ความถี่ (ร้อยละ) |                |                |              |              | ค่าสถิติ  |       |
|-------------------|---|------------------|----------------|----------------|--------------|--------------|-----------|-------|
|                   |   | 5                | 4              | 3              | 2            | 1            | ค่าเฉลี่ย | S.D   |
| <b>การเข้าถึง</b> |   |                  |                |                |              |              |           |       |
| 1                 | การอำนวยความสะดวกในกระบวนการเข้าเมือง                 | 73<br>(18.25)    | 108<br>(27.0)  | 175<br>(43.80) | 23<br>(5.75) | 21<br>(5.25) | 3.47      | 1.023 |
| 2                 | ความสะดวกสบายในการเดินทางภายในประเทศ                  | 110<br>(27.50)   | 112<br>(28.00) | 120<br>(30.00) | 27<br>(6.75) | 31<br>(7.75) | 3.61      | 1.181 |
| 3                 | ความพร้อมของการขนส่งสาธารณะสำหรับผู้เข้าร่วมการประชุม | 101<br>(25.25)   | 118<br>(29.50) | 129<br>(32.25) | 28<br>(7.0)  | 24<br>(6.0)  | 3.61      | 1.116 |
| 4                 | มีความปลอดภัยในการเดินทาง                             | 133<br>(33.25)   | 151<br>(37.75) | 89<br>(22.25)  | 25<br>(6.25) | 2<br>(0.50)  | 3.97      | .923  |

ระดับความพึงพอใจของนักเดินทางในด้านการเข้าถึง



ภาพที่ 4.16 ระดับความพึงพอใจของนักเดินทางในด้านการเข้าถึง

จากการศึกษาความคิดเห็นของนักเดินทางที่เข้าร่วมการประชุมนานาชาติเกี่ยวกับศักยภาพและความพร้อมของปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่อการจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทยในด้านการเข้าถึง พบว่าการอำนวยความสะดวกในกระบวนการเข้าเมือง มีความสะดวกปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 43.80 มีความสะดวกมาก คิดเป็นร้อยละ 27.00 มีความสะดวกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 18.25 ในด้านความสะดวกสบายในการเดินทางภายในประเทศ พบว่า มีความสะดวกปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 30.00 มีความสะดวกมาก คิดเป็นร้อยละ 28.00 และมีความสะดวกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.50 ในด้านความพร้อมของการขนส่งสาธารณะสำหรับผู้เข้าร่วมประชุม พบว่า มีความสะดวกปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 32.25 มีความสะดวกมาก คิดเป็นร้อยละ 29.50 และมีความสะดวกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25.25 ส่วนในด้านความปลอดภัยในการเดินทาง พบว่า มีความปลอดภัยมาก คิดเป็นร้อยละ 37.75 มีความปลอดภัยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.25 และมีความปลอดภัยปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 22.25 ตามลำดับ

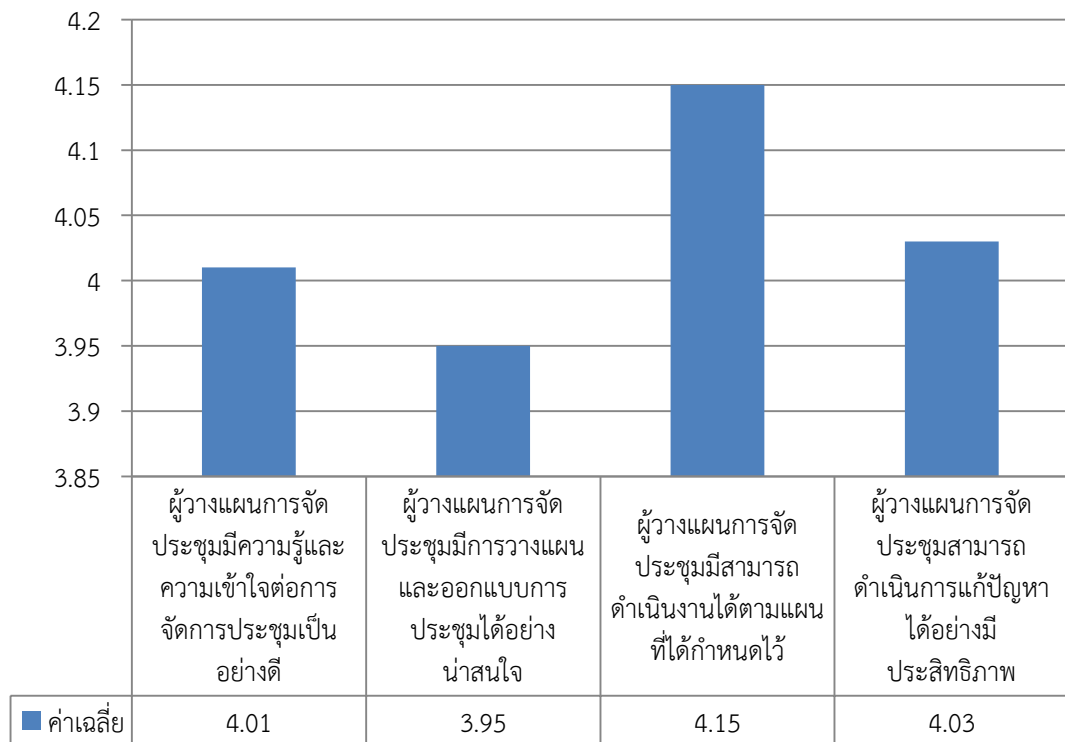
จากข้อมูลการศึกษาพบว่า นักเดินทางส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในการอำนวยความสะดวกในกระบวนการเข้าเมืองในระดับปานกลางเนื่องด้วยยังคงมีกระบวนการตรวจสอบการเข้าเมืองที่ค่อนข้างล่าช้า อีกทั้งยังขาดความสะดวกสบายในการเดินทางภายในประเทศ รวมถึงความพร้อมของการขนส่งสาธารณะในหลายส่วนของพื้นที่แม้จะเป็นเขตกรุงเทพมหานครก็ยังไม่ทั่วถึง ไม่สะดวก และมีปัจจัยเสี่ยงทางด้านเวลา เช่น ปัญหาการจราจรติดขัด นักเดินทางส่วนใหญ่จึงเลือกการเดินทางโดยใช้บริการรถแท็กซี่ ซึ่งในหลายครั้งก็มีการคิดราคาค่าโดยสารเกินจริง

**ตารางที่ 4.27** ศักยภาพและความพร้อมของปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่อการจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทยในด้านผู้วางแผนการประชุม

| ข้อ                       | รายการ   | ความถี่ (ร้อยละ) |                |                |              |             | ค่าสถิติ  |      |
|---------------------------|--|------------------|----------------|----------------|--------------|-------------|-----------|------|
|                           |  | 5                | 4              | 3              | 2            | 1           | ค่าเฉลี่ย | S.D  |
| <b>ผู้วางแผนการประชุม</b> |  |                  |                |                |              |             |           |      |
| 1                         | ผู้วางแผนการจัดประชุมมีความรู้และความเข้าใจต่อการจัดการประชุมเป็นอย่างดี | 119<br>(29.75)   | 176<br>(44.00) | 96<br>(24.0)   | 6<br>(1.50)  | 3<br>(0.75) | 4.01      | .816 |
| 2                         | ผู้วางแผนการจัดประชุมมีการวางแผนและออกแบบการประชุมได้อย่างน่าสนใจ        | 120<br>(30.0)    | 158<br>(39.50) | 106<br>(26.50) | 15<br>(3.75) | 1<br>(0.25) | 3.95      | .859 |
| 3                         | ผู้วางแผนการจัดประชุมสามารถดำเนินงานได้ตามแผนที่ได้กำหนดไว้              | 169<br>(42.25)   | 137<br>(34.25) | 80<br>(20.0)   | 11<br>(2.75) | 3<br>(0.75) | 4.15      | .884 |
| 4                         | ผู้วางแผนการจัดประชุมสามารถดำเนินการ                                     | 132<br>(33.0)    | 148<br>(37.0)  | 118<br>(29.5)  | 2<br>(0.50)  | -<br>(-)    | 4.03      | .804 |

| ข้อ | รายการ                        | ความถี่ (ร้อยละ) |   |   |   |   | ค่าสถิติ  |     |
|-----|-------------------------------|------------------|---|---|---|---|-----------|-----|
|     |                               | 5                | 4 | 3 | 2 | 1 | ค่าเฉลี่ย | S.D |
|     | แก้ปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ |                  |   |   |   |   |           |     |

ระดับความพึงพอใจของนักเดินทางในด้านผู้วางแผนการจัดการประชุมนานาชาติ



ภาพที่ 4.17 ระดับความพึงพอใจของนักเดินทางในด้านผู้วางแผนการจัดการประชุมนานาชาติ

ในการศึกษาด้านผู้วางแผนการประชุม พบว่า นักเดินทางมีความคิดเห็นที่ผู้วางแผนการจัดประชุมมีความรู้และความเข้าใจต่อการจัดการประชุมมาก คิดเป็นร้อยละ 44.00 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 29.75 และปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 24.00 ในส่วนของการวางแผนและออกแบบการประชุมได้อย่างน่าสนใจนั้น พบว่า เห็นด้วยมาก คิดเป็นร้อยละ 39.50 เห็นด้วยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.00 และเห็นด้วยปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 26.50 ส่วนความสามารถในการดำเนินงานได้ตามแผนที่ได้กำหนดไว้ พบว่า นักเดินทางมีความคิดเห็นที่ผู้จัดการประชุมสามารถดำเนินงานได้ตามแผนมากที่สุด คิดเป็น ร้อยละ 42.25 สามารถดำเนินงานได้ตามแผนมาก คิดเป็นร้อยละ 34.50 และสามารถดำเนินงานได้ตามแผนปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 20.00 ส่วนในด้านการแก้ปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ พบว่า นักเดินทางเห็นด้วยมาก คิดเป็น ร้อยละ 37.00 เห็นด้วยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33.00 และเห็นด้วยปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 29.50

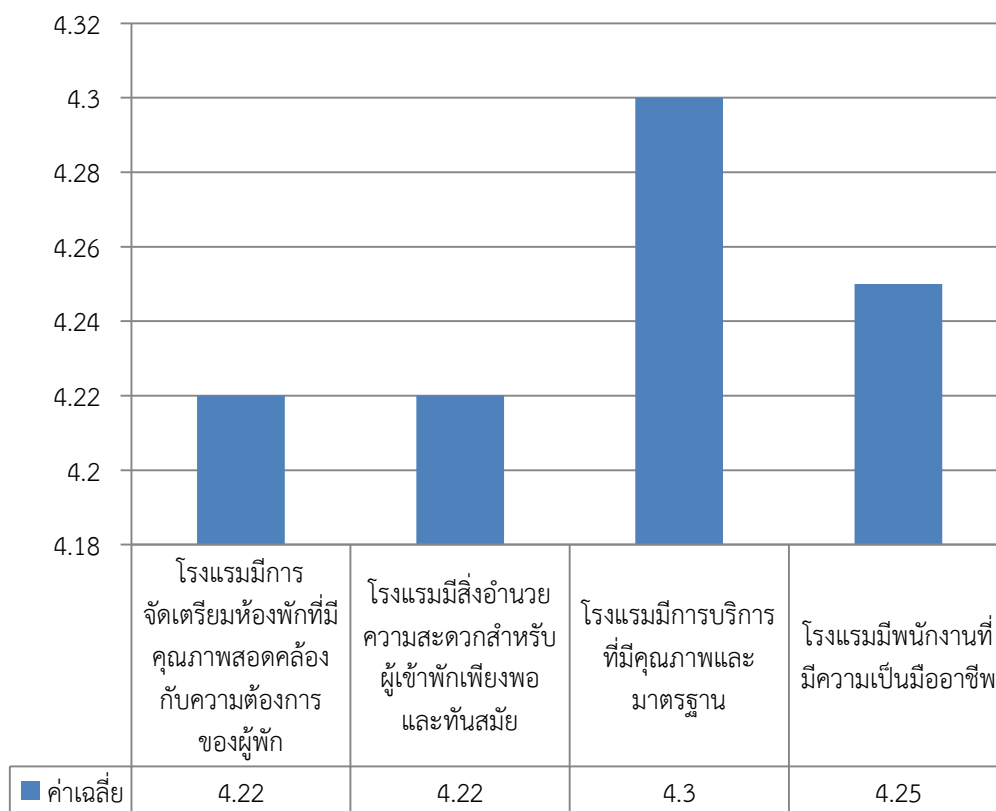
จากข้อมูลการศึกษาพบว่า นักเดินทางมีความพึงพอใจในด้านผู้วางแผนการประชุมอยู่ในระดับมาก แม้มีข้อจำกัดในบางประเด็น เช่น ด้านเวลา นักเดินทางบางส่วนต้องการเวลาในการ

สอบถามข้อมูล หรือให้ข้อเสนอแนะกับที่ประชุม อีกประเด็นที่น่าสนใจ คือ ความหลากหลายของอาหาร ในการประชุมนานาชาติโดยส่วนใหญ่จะมีนักเดินทางชาวมุสลิมเข้าร่วม แต่ผู้รับผิดชอบจัดงานประชุมมิได้จัดบริการอาหารฮาลาลให้จำเป็นต้องสั่งอาหาร หรือจัดหาอาหารเอง หรือนักเดินทางบางส่วนเป็นมังสวิรัต เป็นต้น

**ตารางที่ 4.28** ศักยภาพและความพร้อมของปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่อการจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทยในด้านที่พักแรม

| ข้อ              | รายการ   | ความถี่ (ร้อยละ) |                |               |              |             | ค่าสถิติ  |      |
|------------------|--|------------------|----------------|---------------|--------------|-------------|-----------|------|
|                  |  | 5                | 4              | 3             | 2            | 1           | ค่าเฉลี่ย | S.D  |
| <b>ที่พักแรม</b> |  |                  |                |               |              |             |           |      |
| 1                | โรงแรมมีการจัดเตรียมห้องพักที่มีคุณภาพ สอดคล้องกับความต้องการของผู้พัก   | 192<br>(48.0)    | 115<br>(28.75) | 82<br>(20.50) | 9<br>(2.25)  | 2<br>(0.50) | 4.22      | .881 |
| 2                | โรงแรมมีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้เข้าพัก เพียงพอและทันสมัย เช่น อินเทอร์เน็ตไร้สาย ห้องออกกำลังกาย ห้องอาหาร | 193<br>(48.25)   | 113<br>(28.25) | 83<br>(20.75) | 10<br>(2.50) | 1<br>(0.25) | 4.22      | .876 |
| 3                | โรงแรมมีการบริการที่มีคุณภาพและมาตรฐาน   | 184<br>(46.0)    | 156<br>(39.0)  | 58<br>(14.50) | 1<br>(0.25)  | 1<br>(0.25) | 4.30      | .740 |
| 4                | โรงแรมมีพนักงานที่มีความเป็นมืออาชีพ   | 188<br>(47.0)    | 138<br>(34.50) | 60<br>(15.0)  | 13<br>(3.25) | 1<br>(0.25) | 4.25      | .844 |

### ระดับความพึงพอใจของนักเดินทางในด้านที่พักแรม



ภาพที่ 4.18 ระดับความพึงพอใจของนักเดินทางในด้านที่พักแรม

ในการศึกษาด้านที่พักแรม พบว่า นักเดินทางมีความพึงพอใจในการบริการที่มีคุณภาพและมาตรฐานของโรงแรมมากที่สุด โดยมีความพึงพอใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.00 มีความพึงพอใจมาก คิดเป็นร้อยละ 39.00 มีความพึงพอใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 14.50 มีเพียงร้อยละ 0.25 ที่มีความพึงพอใจระดับน้อย และน้อยมาก ในส่วนของความเป็นมืออาชีพของพนักงานนักเดินทาง มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.00 ส่วนความพึงพอใจระดับน้อย และน้อยมาก คิดเป็นร้อยละ 3.25 และ 0.25 ตามลำดับ ในส่วนของการจัดเตรียมห้องพักที่มีคุณภาพสอดคล้องกับความต้องการของผู้พัก นักเดินทาง ร้อยละ 48.00 มีความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมาคือมีความพึงพอใจมาก คิดเป็นร้อยละ 28.75 และมีความพึงพอใจปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 20.50 ในส่วนของสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้เข้าพักเพียงพอและทันสมัย เช่น อินเทอร์เน็ตไร้สาย ห้องออกกำลังกาย ห้องอาหาร นักเดินทางผู้เข้าร่วมประชุมมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.25 โดยมีนักเดินทางผู้เข้าร่วมประชุมมีความพึงพอใจในระดับน้อย และน้อยมาก คิดเป็นร้อยละ 2.50 และ 0.25 ตามลำดับ

จากข้อมูลการศึกษาพบว่า นักเดินทางมีความพึงพอใจในด้านที่พักแรมในระดับมากที่สุด ทั้งในส่วนของห้องพักที่ตอบสนองความต้องการของนักเดินทาง สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้เข้าพักเพียงพอและทันสมัย ความมีมาตรฐาน และคุณภาพของห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวก ด้าน

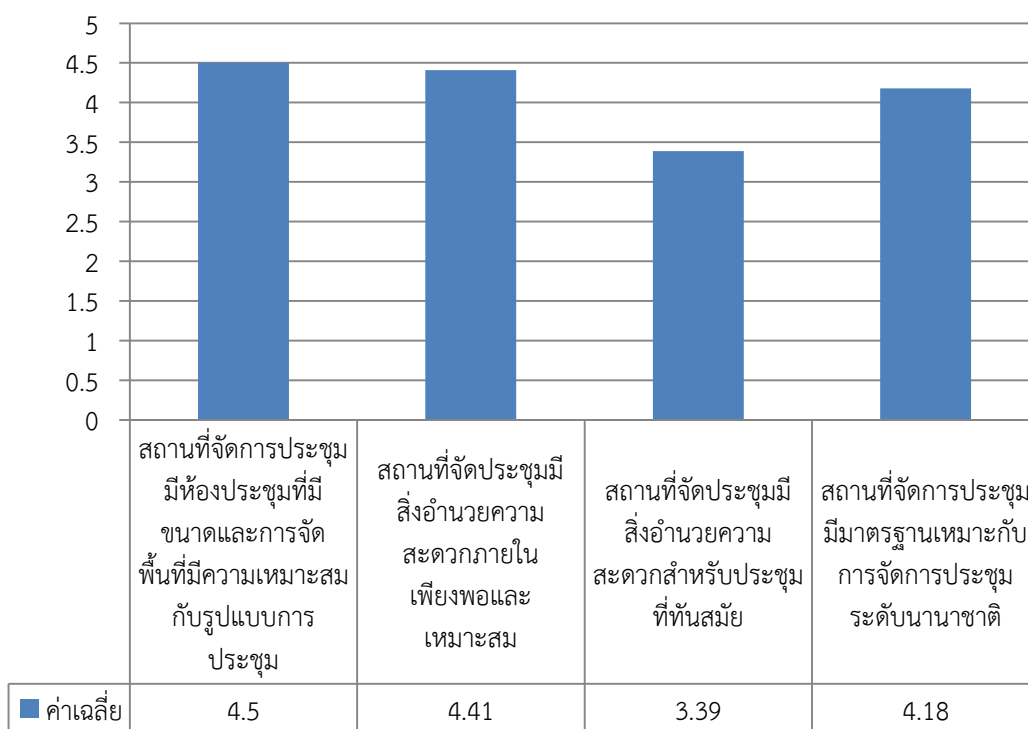


คุณภาพ มาตรฐาน ความเป็นมืออาชีพ ในการบริการของบุคลากร แต่ยังมีข้อเสนอแนะในด้านอาหาร สำหรับบุคคลเฉพาะกลุ่ม อาทิ เช่น อาหารฮาลาลของกลุ่มนักเดินทางชาวมุสลิม อาหารมังสวิรัต เป็นต้น

**ตารางที่ 4.29** ศักยภาพและความพร้อมของปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่อการจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทยในด้านสถานที่จัดประชุม

| ข้อ                     | รายการ  | ความถี่ (ร้อยละ) |                |                |              |             | ค่าสถิติ  |      |
|-------------------------|---|------------------|----------------|----------------|--------------|-------------|-----------|------|
|                         |   | 5                | 4              | 3              | 2            | 1           | ค่าเฉลี่ย | S.D  |
| <b>สถานที่จัดประชุม</b> |   |                  |                |                |              |             |           |      |
| 1                       | สถานที่จัดการประชุมมีห้องประชุมที่มีขนาดและการจัดพื้นที่มีความเหมาะสมกับรูปแบบการประชุม   | 248<br>(62.0)    | 109<br>(27.25) | 37<br>(9.25)   | 5<br>(1.25)  | 1<br>(0.25) | 4.50      | .736 |
| 2                       | สถานที่จัดประชุมมีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในเพียงพอและเหมาะสม เช่น ที่จอดรถ ห้องรับรอง ห้องสุขา ห้องละหมาด ร้านสะดวกซื้อและห้องปฐมพยาบาล                           | 230<br>(57.50)   | 119<br>(29.75) | 41<br>(10.25)  | 5<br>(1.25)  | 5<br>(1.25) | 4.41      | .821 |
| 3                       | สถานที่จัดประชุมมีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับประชุมที่ทันสมัย เช่น อินเทอร์เน็ตไร้สาย/เครื่องฉาย LCD Projector ระบบแปลภาษา ระบบเสียง ระบบการลงทะเบียน การให้ข้อมูล | 26<br>(6.50)     | 132<br>(33.0)  | 222<br>(55.50) | 12<br>(3.00) | 8<br>(2.00) | 3.39      | .741 |
| 4                       | สถานที่จัดการประชุมมีมาตรฐานเหมาะสมกับการจัดการประชุมระดับนานาชาติ  | 186<br>(46.50)   | 113<br>(28.25) | 86<br>(21.50)  | 15<br>(3.75) | -<br>(-)    | 4.18      | .895 |

### ระดับความพึงพอใจของนักเดินทางในด้านสถานที่จัดการประชุมนานาชาติ



ภาพที่ 4.19 ระดับความพึงพอใจของนักเดินทางในด้านสถานที่จัดการประชุมนานาชาติ

ด้านสถานที่จัดประชุม พบว่า ในส่วนของสถานที่จัดการประชุมมีห้องประชุมที่มีขนาดและการจัดพื้นที่ที่มีความเหมาะสมกับรูปแบบการประชุม นักเดินทางมีความคิดว่าเหมาะสมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 62.00 เหมาะสมมาก คิดเป็นร้อยละ 27.25 และเหมาะสมปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 9.25 ส่วนในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในเพียงพอและเหมาะสม เช่น ที่จอดรถ ห้องรับรอง ห้องสุขา ห้องละหมาด ร้านสะดวกซื้อและห้องปฐมพยาบาล พบว่า นักเดินทางเห็นว่า มีความสะดวกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.50 มีความสะดวกมาก คิดเป็นร้อยละ 29.75 มีความสะดวกปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 10.25 ในด้านของสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับประชุมที่ทันสมัย เช่น อินเทอร์เน็ตไร้สาย/เครื่องฉาย LCD Projector ระบบแปลภาษา ระบบเสียง ระบบการลงทะเบียน การให้ข้อมูล พบว่า นักเดินทางมีความคิดเห็นว่ามีความสะดวกปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 55.50 มีความสะดวกมาก คิดเป็นร้อยละ 33.00 และมีความสะดวกมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 6.50 ส่วนการศึกษาด้านสถานที่จัดการประชุมมีมาตรฐานเหมาะสมกับการจัดการประชุมระดับนานาชาติ พบว่า นักเดินทางมีความคิดเห็นที่เหมาะสมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.50 เหมาะสมมาก คิดเป็นร้อยละ 28.50 และมีความเหมาะสมปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 21.50

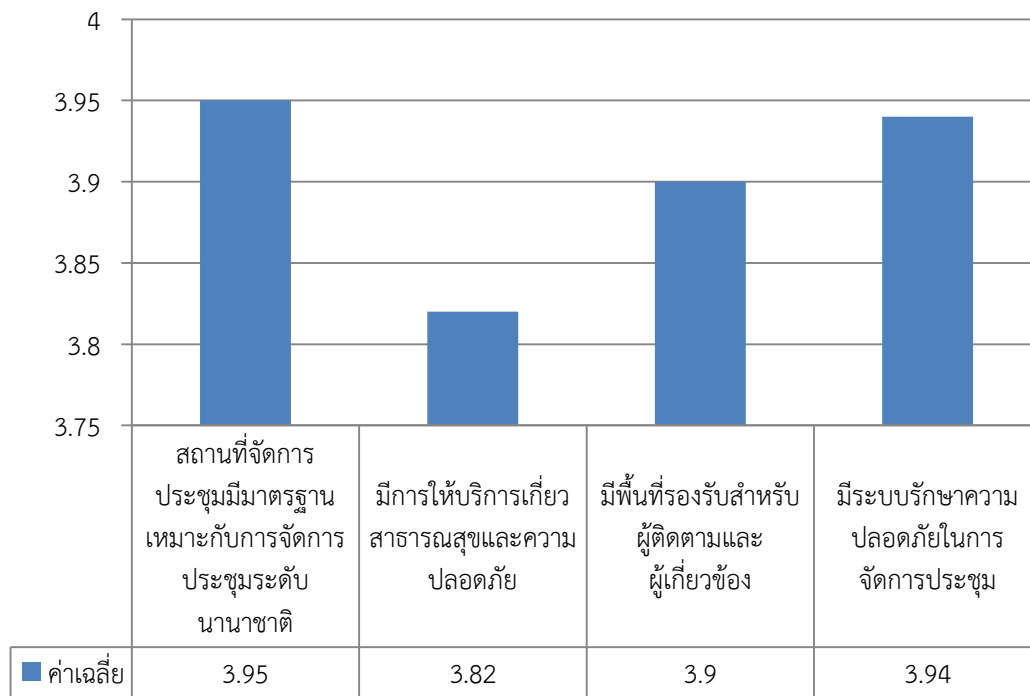
จากข้อมูลการศึกษาพบว่า นักเดินทางเห็นว่าสถานที่จัดประชุมนานาชาติในประเทศไทยมีคุณภาพและมาตรฐานระดับสูง แต่ควรปรับปรุงในด้านของสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น อินเทอร์เน็ตไร้สาย ระบบแปลภาษา ระบบเสียง และการให้ข้อมูล ยังมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง เนื่องมา

จากในหลายประเทศที่นักเดินทางเดินทางมาระบบอินเทอร์เน็ตไร้สายมีเสถียรภาพค่อนข้างสูง และในหลายประเทศอินเทอร์เน็ตยังเป็นระบบบริการขั้นพื้นฐานของประเทศอีกด้วย

**ตารางที่ 4.30** ศักยภาพและความพร้อมของปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่อการจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทยในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

| ข้อ                       | รายการ   | ความถี่ (ร้อยละ) |                |                |              |              | ค่าสถิติ  |       |
|---------------------------|--|------------------|----------------|----------------|--------------|--------------|-----------|-------|
|                           |  | 5                | 4              | 3              | 2            | 1            | ค่าเฉลี่ย | S.D   |
| <b>สิ่งอำนวยความสะดวก</b> |  |                  |                |                |              |              |           |       |
| 1                         | สถานที่จัดการประชุมมีมาตรฐานเหมาะกับการจัดการประชุมระดับนานาชาติ | 148<br>(37.00)   | 146<br>(36.50) | 62<br>(15.50)  | 27<br>(6.75) | 17<br>(4.25) | 3.95      | 1.085 |
| 2                         | มีการให้บริการเกี่ยวสาธารณสุขและความปลอดภัย                      | 103<br>(25.75)   | 139<br>(34.75) | 142<br>(35.50) | 16<br>(4.00) | -<br>(-)     | 3.82      | .862  |
| 3                         | มีพื้นที่รองรับสำหรับผู้ติดตามและผู้เกี่ยวข้อง                   | 111<br>(27.75)   | 147<br>(36.75) | 134<br>(33.50) | 6<br>(1.50)  | 2<br>(0.50)  | 3.90      | .842  |
| 4                         | มีระบบรักษาความปลอดภัยในการจัดการประชุม                          | 129<br>(32.25)   | 141<br>(35.25) | 109<br>(27.25) | 20<br>(5.00) | 1<br>(0.25)  | 3.94      | .903  |

### ระดับความพึงพอใจของนักเดินทางในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก



ภาพที่ 4.20 ระดับความพึงพอใจของนักเดินทางในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

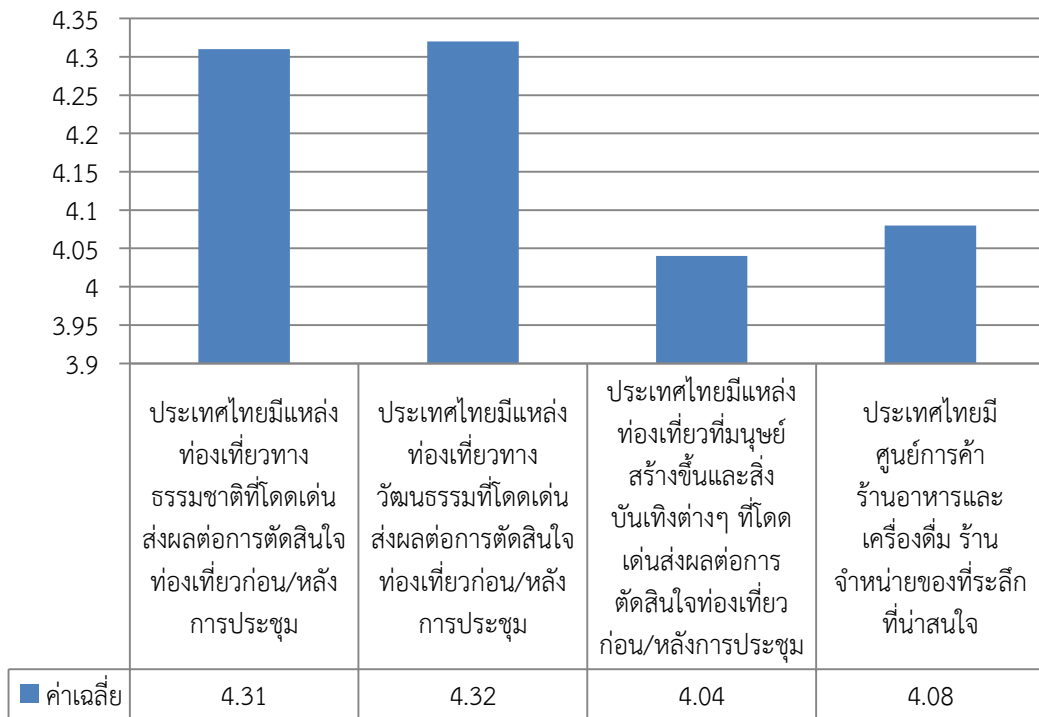
จากการศึกษาด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า สถานที่จัดการประชุมมีสิ่งอำนวยความสะดวกมาตรฐานเหมาะสมกับการจัดการประชุมระดับนานาชาติมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 37.00 มีความเหมาะสมมาก คิดเป็นร้อยละ 36.50 และมีความเหมาะสมปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 15.50 ในส่วนของการให้บริการเกี่ยวกับสาธาณสุขและความปลอดภัย พบว่า นักเดินทางเห็นว่ามีเหมาะสมปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 35.50 มีความเหมาะสมมาก คิดเป็นร้อยละ 34.75 และมีความเหมาะสมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25.75 ในการศึกษาเกี่ยวกับพื้นที่รองรับสำหรับผู้ติดตามและผู้เกี่ยวข้อง พบว่า มีความเหมาะสมมาก คิดเป็นร้อยละ 36.75 มีความเหมาะสมปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 33.50 และมีความเหมาะสมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 27.75 ในด้านระบบรักษาความปลอดภัยในการจัดการประชุม พบว่า มีความเหมาะสมมาก คิดเป็นร้อยละ 35.25 มีความเหมาะสมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.25 และมีความเหมาะสมปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 27.25

จากข้อมูลการศึกษาด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า สถานที่จัดการประชุมมีมาตรฐานเหมาะสมกับการจัดการประชุมระดับนานาชาติ แต่ความเชื่อมั่นในการให้บริการเกี่ยวสาธาณสุขและความปลอดภัยยังอยู่ในระดับปานกลาง สถานที่จัดการประชุมนานาชาติบางแห่งอยู่ห่างไกลสถานพยาบาลในบางครั้งที่เกิดปัญหาด้านสุขภาพอย่างปัจจุบันทันด่วนต้องใช้เวลาในการเดินทางนาน ในส่วนของพื้นที่รองรับสำหรับผู้ติดตามและผู้เกี่ยวข้อง นักเดินทางมีความพึงพอใจในระดับมาก ทั้งสถานที่ทำกิจกรรม และความหลากหลายของกิจกรรมระหว่างการเดินทางเข้าร่วมประชุม

ตารางที่ 4.31 ศักยภาพและความพร้อมของปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่อการจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทยในด้านสิ่งดึงดูดใจ

| ข้อ                 | รายการ  | ความถี่ (ร้อยละ) |                |                |              |             | ค่าสถิติ  |      |
|---------------------|---|------------------|----------------|----------------|--------------|-------------|-----------|------|
|                     |   | 5                | 4              | 3              | 2            | 1           | ค่าเฉลี่ย | S.D  |
| <b>สิ่งดึงดูดใจ</b> |   |                  |                |                |              |             |           |      |
| 1                   | ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่โดดเด่นส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวก่อน/หลังการประชุม                            | 199<br>(49.75)   | 131<br>(32.75) | 65<br>(16.25)  | 5<br>(1.25)  | -<br>(-)    | 4.31      | .784 |
| 2                   | ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่โดดเด่นส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวก่อน/หลังการประชุม                            | 210<br>(52.50)   | 109<br>(27.25) | 80<br>(20.00)  | -<br>(-)     | 1<br>(0.25) | 4.32      | .805 |
| 3                   | ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นและสิ่งบันเทิงต่างๆ ที่โดดเด่นส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวก่อน/หลังการประชุม | 154<br>(38.50)   | 126<br>(31.50) | 101<br>(25.25) | 19<br>(4.75) | -<br>(-)    | 4.04      | .910 |
| 4                   | ประเทศไทยมีศูนย์การค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ร้านจำหน่ายของที่ระลึกที่น่าสนใจ   | 147<br>(36.75)   | 153<br>(36.75) | 86<br>(21.50)  | 13<br>(3.25) | 1<br>(0.25) | 4.08      | .855 |

ระดับความพึงพอใจของนักเดินทางผู้เข้าร่วมประชุมนานาชาติในด้านสิ่ง  
ดึงดูดใจ



ภาพที่ 4.21 ระดับความพึงพอใจของนักเดินทางผู้เข้าร่วมประชุมนานาชาติในด้านสิ่งดึงดูดใจ

ในด้านสิ่งดึงดูดใจ พบว่า ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่โดดเด่นส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวก่อน/หลังการประชุมของนักเดินทางในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.75 ระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 32.75 ระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 16.25 และในระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 1.25 ตามลำดับ ส่วนที่ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่โดดเด่นส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวก่อน/หลังการประชุมพบว่า นักท่องเที่ยวมีความสนใจในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.50 ระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 27.25 และระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 20.00 ส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นและสิ่งบันเทิงต่างๆ ที่โดดเด่นส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวก่อน/หลังการประชุม พบว่า มีผลการตัดสินใจท่องเที่ยวก่อน/หลังการประชุมในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.50 ระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 31.50 ระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 25.25 และระดับน้อย คิดเป็นร้อยละ 4.75 ส่วนสิ่งดึงดูดใจในด้านของศูนย์การค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ร้านจำหน่ายของที่ระลึกที่น่าสนใจ พบว่า นักท่องเที่ยวสนใจในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.75 ระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.75 และระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 21.50

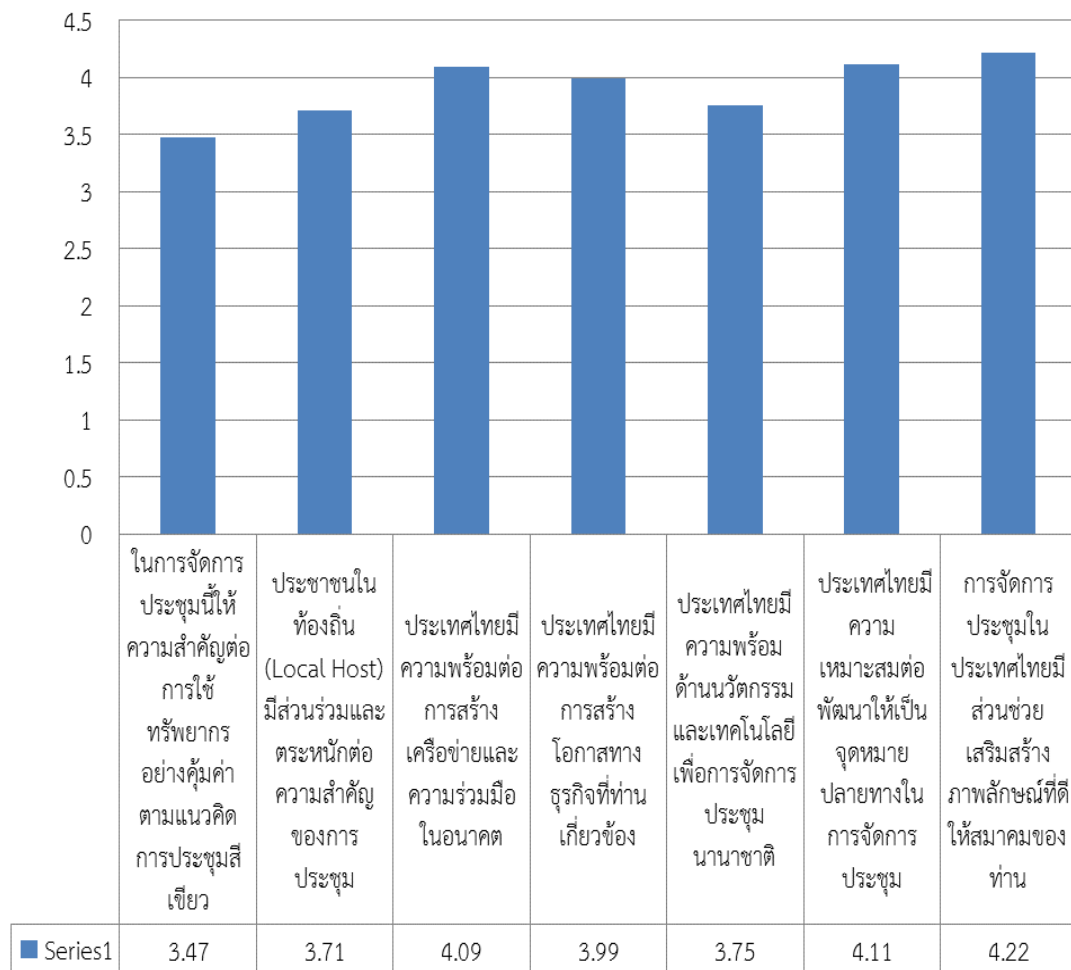
จากข้อมูลการศึกษาในด้านสิ่งดึงดูดใจ พบว่า นักเดินทางมีความพึงพอใจและเห็นว่าประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่ถูกสร้างขึ้น สถานบันเทิง ศูนย์การค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่ม แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่โดดเด่น และตัดสินใจเลือกเข้าร่วมประชุมเนื่องจากนอกจากเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางด้านวิชาการแล้ว ยังต้องการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางด้านวัฒนธรรม

อีกด้วย ทั้งนี้ การส่งเสริมทางด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยยังสร้างความตระหนักรู้ให้กับนักเดินทางอีกด้วยว่านักเดินทางเหล่านั้นเป็นเสมือนบุคคลสำคัญ

**ตารางที่ 4.32** ศักยภาพและความพร้อมของปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่อการจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทยในด้านศักยภาพและความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

| ข้อ  | รายการ   | ความถี่ (ร้อยละ) |                |                |              |              | ค่าสถิติ  |       |
|--|--|------------------|----------------|----------------|--------------|--------------|-----------|-------|
|  |  | 5                | 4              | 3              | 2            | 1            | ค่าเฉลี่ย | S.D   |
| <b>ศักยภาพและความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม</b> |  |                  |                |                |              |              |           |       |
| 1  | ในการจัดการประชุมนี้ให้ความสำคัญต่อการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าตามแนวคิดการประชุมสีเขียว (Green Meeting) | 46<br>(11.5)     | 159<br>(39.75) | 146<br>(36.50) | 34<br>(8.50) | 15<br>(3.75) | 3.47      | .936  |
| 2  | ประชาชนในท้องถิ่น (Local Host) มีส่วนร่วมและตระหนักต่อความสำคัญของการประชุม                            | 86<br>(21.50)    | 174<br>(43.50) | 100<br>(25.00) | 19<br>(4.75) | 21<br>(5.25) | 3.71      | 1.023 |
| 3  | ประเทศไทยมีความพร้อมต่อการสร้างเครือข่ายและความร่วมมือในอนาคต  | 144<br>(36.00)   | 159<br>(39.75) | 89<br>(22.25)  | 5<br>(1.25)  | 3<br>(0.75)  | 4.09      | .833  |
| 4  | ประเทศไทยมีความพร้อมต่อการสร้างโอกาสทางธุรกิจที่ท่านเกี่ยวข้อง   | 130<br>(32.50)   | 157<br>(39.25) | 94<br>(23.50)  | 17<br>(4.25) | 2<br>(0.50)  | 3.99      | .881  |
| 5  | ประเทศไทยมีความพร้อมด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อการจัดการประชุมนานาชาติ                               | 87<br>(21.75)    | 138<br>(34.50) | 164<br>(41.00) | 9<br>(2.25)  | 2<br>(0.50)  | 3.75      | .837  |
| 6  | ประเทศไทยมีความเหมาะสมต่อพัฒนาให้เป็นจุดหมายปลายทางในการจัดการประชุม (MICE Destination)                | 144<br>(36.00)   | 161<br>(40.25) | 90<br>(22.50)  | 4<br>(1.00)  | 1<br>(0.25)  | 4.11      | .798  |
| 7  | การจัดการประชุมในประเทศไทยมีส่วนช่วย   | 163<br>(40.75)   | 169<br>(42.25) | 62<br>(15.50)  | 6<br>(1.50)  | -<br>(-)     | 4.22      | .758  |

| ข้อ | รายการ                                  | ความถี่ (ร้อยละ) |   |   |   |   | ค่าสถิติ  |     |
|-----|---|------------------|---|---|---|---|-----------|-----|
|     |   | 5                | 4 | 3 | 2 | 1 | ค่าเฉลี่ย | S.D |
|     | เสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้สมาคมของท่าน |                  |   |   |   |   |           |     |



ภาพที่ 4.22 ระดับความพึงพอใจของนักเดินทางในด้านศักยภาพและความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

การศึกษาในด้านศักยภาพและความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม พบว่า การจัดการประชุมนี้ให้ความสำคัญต่อการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าตามแนวคิดการประชุมสีเขียว (Green Meeting) ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 39.75 ระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 36.50 และระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 11.50 ส่วนด้านการมีส่วนร่วมและตระหนักต่อความสำคัญของประชาชนในท้องถิ่น (Local Host) พบว่า นักเดินทางมีความคิดเห็นในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 43.50 ระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 25.00 และระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 21.50 ส่วนความคิดเห็นของนัก



เดินทางในเรื่องประเทศไทยมีความพร้อมต่อการสร้างเครือข่ายและความร่วมมือในอนาคต พบว่า เห็นด้วยมาก คิดเป็นร้อยละ 39.75 เห็นด้วยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.00 และเป็นด้วยปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 22.25 ในส่วนของความพร้อมต่อการสร้างโอกาสทางธุรกิจที่นักเดินทางเกี่ยวข้อง พบว่า มีโอกาสมาก คิดเป็นร้อยละ 39.25 มีโอกาสมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.50 และมีโอกาสปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 23.50 ด้านความพร้อมด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีของประเทศไทยเพื่อการจัดการประชุมนานาชาติ นักเดินทางมีความคิดเห็นว่ามีความพร้อมปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 41.00 มีความพร้อมมาก คิดเป็นร้อยละ 34.50 และมีความพร้อมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 21.75 ตามลำดับ ในการศึกษาเกี่ยวกับความเหมาะสมของประเทศไทยในการพัฒนาให้เป็นจุดหมายปลายทางในการจัดการประชุม (MICE Destination) พบว่า นักเดินทางเห็นว่าเหมาะสมมาก คิดเป็นร้อยละ 40.25 เหมาะสมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.00 และมีความเหมาะสมต่อการพัฒนาให้เป็นจุดหมายปลายทางในการจัดประชุมในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 22.50 และการจัดการประชุมในประเทศไทยมีส่วนช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้องค์กรที่จัด พบว่า นักเดินทางเห็นด้วยในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 42.25 เห็นด้วยในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.75 และเห็นด้วยระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 15.50

จากข้อมูลการศึกษาในด้านศักยภาพและความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม พบว่า นักเดินทางเห็นว่าการจัดการประชุมในประเทศไทยมีส่วนช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้สมาคมตน เนื่องจากแสดงให้เห็นถึงความพร้อมในการจัดดำเนินการประชุมนานาชาติ แต่ในด้านการจัดประชุมยังให้ความสำคัญต่อการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าตามแนวคิดการประชุมสีเขียว (Green Meeting) รวมถึงความพร้อมด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อการจัดการประชุมนานาชาติยังคงอยู่ในระดับปานกลางซึ่งแสดงให้เห็นว่า นักเดินทางมองว่าประเทศไทยยังขาดการให้ความสำคัญในเรื่องสิ่งแวดล้อม นวัตกรรมและเทคโนโลยี ส่วนในด้านของการมีส่วนร่วมและตระหนักต่อความสำคัญของการประชุมของประชาชนในท้องถิ่น (Local Host) นั้น นักเดินทางยังคงเห็นว่าประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมอยู่ในระดับมาก

#### 4.3.3.4 ข้อเสนอแนะต่อการจัดประชุมนานาชาติ

1. ทุกระเบียบ ขั้นตอนการเข้าประเทศค่อนข้างยุ่งยาก
2. ระบบขนส่งสาธารณะ อย่างเช่น BTS MRT น่าจะมีราคาถูกกว่านี้
3. ควรมีการเก็บค่าธรรมเนียมในอัตราที่ต่ำสำหรับมหาวิทยาลัยที่มีความประสงค์จะจัดประชุมวิชาการนานาชาติ
4. ควรจัดอาหารสำหรับชาวมุสลิมโดยเฉพาะ
5. ควรส่งเสริมการศึกษาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารที่ดีมากยิ่งขึ้น
6. ควรมีการประชาสัมพันธ์ เสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศให้มากขึ้น เพราะยังมีข่าวลือเกี่ยวกับการหลอกลวงนักท่องเที่ยวต่างชาติอยู่
7. การโกงราคาค่าโดยสารรถแท็กซี่
8. สร้างพื้นที่สีเขียวในเขตกรุงเทพเพิ่มมากขึ้น

#### 4.3.3.5 การประเมินขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการจัดการประชุม นานาชาติโดยแบบจำลองไดมอนด์ (Diamond Model)

จากทฤษฎีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน (Competitive Advantage) ซึ่งกล่าวถึง ปัจจัย เศรษฐศาสตร์ภายในและภายนอกประเทศมีความสำคัญในการสร้างความได้เปรียบให้กับประเทศ รวมไปถึงเงื่อนไขและสภาพแวดล้อมภายในประเทศที่เอื้อต่อธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติของประเทศนั้น โดยปัจจัยหรือตัวบ่งชี้ (Determinants) เงื่อนไขและสภาพแวดล้อมภายในประเทศ รวมทั้งข้อได้เปรียบในการแข่งขันของแบบจำลอง Diamond ประกอบด้วย 4 กลุ่มตัวแปรที่สำคัญซึ่ง ได้แก่ 1) เงื่อนไขทางด้านปัจจัยการผลิต (Factor Conditions) 2) เงื่อนไขทางด้านความต้องการหรืออุปสงค์ (Demand Condition) 3) อุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง (Supporting and Related Industries) และ 4) กลยุทธ์และโครงสร้างและสภาพการแข่งขันของผู้ผลิต (Firm Strategy Structure and Rivalry) นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยภายนอกที่มีบทบาทต่อการเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันของประเทศอีก 2 ประการคือ 1) บทบาทภาครัฐ (Government) และ 2) เหตุสุดวิสัยหรือโอกาส (Chance)

ทั้งนี้ จากการนำเสนอข้อค้นพบเกี่ยวกับการศึกษาความเชื่อมโยงใน Value Chain ของธุรกิจจัดการประชุมนานาชาติ (ส่วนที่ 2) และด้านศักยภาพของธุรกิจจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทย ได้แก่ 1) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกภายใต้แนวคิด PEST Analysis ของธุรกิจจัดการประชุมนานาชาติ 2) การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis) ของธุรกิจจัดการประชุมนานาชาติ 3) ความพร้อมของเมืองต่างๆ ในประเทศต่อการส่งเสริมส่งเสริมธุรกิจจัดการประชุมนานาชาติ และ 4) การศึกษาเชิงปริมาณ จากกรณีศึกษาที่เกิดขึ้นในประเทศไทย (ส่วนที่ 3) นำไปสู่การวิเคราะห์และการประเมินขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจจัดการประชุมนานาชาติโดยแบบจำลอง Diamond โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

**1. เงื่อนไขทางด้านปัจจัยการผลิต (Factor Conditions)** ในการวิเคราะห์เงื่อนไขทางด้านปัจจัยการผลิตจะแบ่งปัจจัยการผลิตออกเป็นปัจจัยการผลิตพื้นฐานและปัจจัยการผลิตเฉพาะทาง ทั้งนี้ ปัจจัยการผลิตขั้นพื้นฐานเป็นปัจจัยสำคัญเบื้องต้นในการก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน อย่างไรก็ตาม หากประเทศไม่สร้างหรือพัฒนาปัจจัยการผลิตขั้นสูงหรือปัจจัยการผลิตเฉพาะทางขึ้นมาเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันที่ยั่งยืน

สำหรับธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ พบว่า ประเทศไทยมีความพร้อมในด้านปัจจัยการผลิต ได้แก่

1. ขีดความสามารถศูนย์ประชุมทั้งในด้านจำนวน จำนวนพื้นที่ในการรองรับ ขีดความสามารถของพื้นที่ต่อการออกแบบกิจกรรม และการให้บริการด้านต่างๆ
2. ขีดความสามารถของผู้จัดการประชุมมืออาชีพในการออกแบบและสร้างสรรค์รูปแบบการประชุมซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อการประมุขสิทธิ์
3. การขยายตัวของธุรกิจรวมไปถึงการขยายพื้นที่ไปยังแต่ละภูมิภาคภายใต้ยุทธศาสตร์เมืองแห่งไมซ์ (MICE City)

4. การมีสมาคมจำนวนมากและมีความหลากหลายในทุกมิติและประเทศไทยมีความโดดเด่นจะนำมาซึ่งส่งเสริมให้เกิดการเป็นเจ้าภาพการจัดการประชุมนานาชาติ
5. การเข้าถึงและการเชื่อมโยงระหว่างประเทศนั้นมีความพร้อม

อย่างไรก็ตาม ในด้านโครงสร้างพื้นฐาน ความมั่นคง ความปลอดภัยและการขนส่งภายในตัวเมืองถือเป็นความท้าทายในด้านปัจจัยการผลิตที่จะต้องพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ในด้านปัจจัยการผลิตเฉพาะเท่านั้น จำเป็นต้องให้ความสำคัญต่อการเพิ่มและพัฒนาจำนวนผู้จัดการประชุมมืออาชีพ รวมไปถึงการพัฒนาขีดความสามารถด้านบุคลากรให้มีความเป็นมืออาชีพในทุกด้าน ทั้งนี้โอกาสในการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนอาจจะมีส่งม่านำมาซึ่งการเพิ่มขีดความสามารถทางการผลิตต่อไป

**2. กลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันของผู้ผลิต (Firm Strategy, Structure and Rivalry)** การจัดการโครงสร้างและระบบการบริหารอย่างเหมาะสมของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมนั้นและการแข่งขันของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมชนิดเดียวกันภายในประเทศ จะทำให้เกิดการปฏิบัติตามการบริหารและการผลิตที่มีประสิทธิภาพของผู้ผลิตในอุตสาหกรรมมากขึ้นและเป็นแรงกดดันในการที่จะทำให้เกิดการพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพและรูปแบบที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น ซึ่งจะทำให้มีความได้เปรียบด้านการแข่งขันมากขึ้นสำหรับธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติพบว่าประเทศไทยมีความพร้อมและมีขีดความสามารถทางการแข่งขัน เนื่องจากปัจจัยดังต่อไปนี้

1. การจัดตั้งและมีการดำเนินงานของสำนักงานส่งเสริมการประชุมและนโยบายการทำงานเชิงรุกของสสปน. ภายใต้การนำเสนอยุทธศาสตร์สำคัญคือ Win Promote และ Develop
2. การส่งเสริมเมืองแห่งไมซ์ (MICE City) ได้แก่ กรุงเทพมหานคร พัทยา (ชลบุรี) เชียงใหม่ ภูเก็ตและขอนแก่น
3. ค่าครองชีพและความคุ้มค่า (Value of Money) ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจซื้อหรือเข้าร่วมการประชุม และการมีผู้ติดตามในการประชุม

อย่างไรก็ตาม พบว่ายังขาดการกำหนดตำแหน่งทางการแข่งขันและการสร้างตราสินค้าในธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ ขาดการวางแผนยุทธศาสตร์ในระยะยาว ข้อจำกัดด้านกฎหมาย ข้อจำกัดด้านระเบียบและข้อบังคับสากล และในด้านภายนอกจะเห็นว่าในภูมิภาคเอเชียและอาเซียนยังมีประเทศชั้นนำและเมืองชั้นนำที่ให้ความสำคัญต่อการตลาดการจัดการประชุมนานาชาติ เช่น สิงคโปร์ มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ จีน อินเดีย เป็นต้น ในขณะที่คู่แข่งรายใหม่ก็มีความเป็นได้ที่จะขยายตัวเพิ่มมากขึ้น เช่น เวียดนาม เป็นต้น ซึ่งประเด็นดังกล่าวจะต้องนำไปสู่การกำหนดมาตรการเพื่อการแก้ไขต่อไป

3. เงื่อนไขทางด้านความต้องการหรืออุปสงค์ในประเทศ (Demand Conditions) อุปสงค์หรือความต้องการกล่าวถึงความต้องการภายในประเทศซึ่งจะทำให้เกิดความได้เปรียบด้านการแข่งขันในตลาดโลกได้ เนื่องจากอุปสงค์หรือความต้องการภายในประเทศจะเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดการพัฒนาการผลิตสินค้าให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นทั้งในด้านคุณภาพและปริมาณ

สำหรับธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติพบว่าเงื่อนไขความต้องการในประเทศ ได้แก่

1. อุปสงค์และความต้องการภายในประเทศมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นจากเปลี่ยนแปลงทางสังคมรวมไปถึงการส่งเสริมของภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทำให้เปิดอุปสงค์อย่างต่อเนื่อง
2. มีความต้องการจัดการประชุมวิชาการนานาชาติภายในประเทศจากสมาคมกลุ่มทางสังคมรวมไปถึงสถาบันการศึกษา
3. ความต้องการของกลุ่มลูกค้าตลาดบ่นที่ต้องการสินค้าและบริการการประชุมคุณภาพเนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง
4. มีขนาดอุปสงค์ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทั้งในและต่างประเทศ หากพิจารณาจำนวนการจัดการประชุมโดยข้อมูลของ ICCA ปี 2014 พบว่ามีจำนวนการประชุมทั้งสิ้น คือ 11,505 ครั้งและกระจายไปทวีปต่างๆ ทั่วโลก และมีจำนวนผู้เข้าร่วมประชุมมากกว่า 25,000 คน จากการจัดอันดับประเทศไทยเป็นลำดับที่ 33 มีจำนวนการจัดการประชุมทั้งสิ้น 118 ครั้ง
  - การจัดอันดับในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 8 รองจากสิงคโปร์และมาเลเซีย โดยในมีการจัดการประชุมทั้งสิ้น 2,417 ครั้งประเทศที่มีการจัดการประชุมสูงสุดคือ ญี่ปุ่น 337 ครั้ง
  - ในระดับเมือง (City) จากทั่วโลก พบว่า กรุงเทพมหานคร อยู่ในอันดับที่ 29 มีจำนวนการประชุมทั้งสิ้น 73 ครั้ง และหากพิจารณาในระดับเมือง (City) ในกลุ่มภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิกและตะวันออกกลาง (Middle East) พบว่ากรุงเทพมหานครอยู่ในอันดับที่ 9 โดยเมืองสิงคโปร์มีจำนวนเป็นอันดับ 1 ในขณะที่ภูเก็ตอยู่ในอันดับที่ 43 มีจำนวน 12 ครั้ง และพัทยาอันดับที่ 57 จำนวน 9 ครั้ง
5. ความต้องการการจัดการประชุมนานาชาติในทวีปเอเชีย-แปซิฟิกเป็นสถานที่จัดการประชุม

อย่างไรก็ตาม ประเด็นที่ต้องพึงระวัง คือ ลูกค้าภายในประเทศให้ความสำคัญกับราคามากกว่าคุณภาพเมื่อเปรียบเทียบกับลูกค้าต่างประเทศอาจส่งผลต่อคุณภาพของสินค้าและบริการในระยะยาว

4. อุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง (Supporting and Related Industries) อุตสาหกรรมการผลิตสินค้าชนิดใดที่จะมีความได้เปรียบด้านการแข่งขันอุตสาหกรรมนั้น จะต้องมีอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่องที่สามารถส่งเสริมความสามารถหรือศักยภาพของ อุตสาหกรรมนั้น

สำหรับธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติพบว่า มีอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวเนื่อง ได้แก่

1. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและภาคการบริการ ที่มีขีดความสามารถสูงและมีความหลากหลายสามารถรองรับความต้องการได้อย่างดี
2. อุตสาหกรรมการบิน จากการขยายตัวของสนามบินต่างๆ รวมถึงสายการบินทั้งภายในและต่างประเทศที่มีระดับที่หลากหลายเป็นการขยายการรับรองการเดินทางของผู้เข้าร่วมประชุมได้เป็นอย่างดี
3. ธุรกิจที่พักแรมนับได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีขีดความสามารถและให้การสนับสนุนต่อศักยภาพทางการแข่งขันของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ เป็นอย่างดี
4. การจัดตั้งและความร่วมมืออย่างดีของสมาคมในธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติและอุตสาหกรรมไมซ์ ซึ่งก่อให้เกิดความร่วมมือในระดับต่างๆ ของอุตสาหกรรมและธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้อง

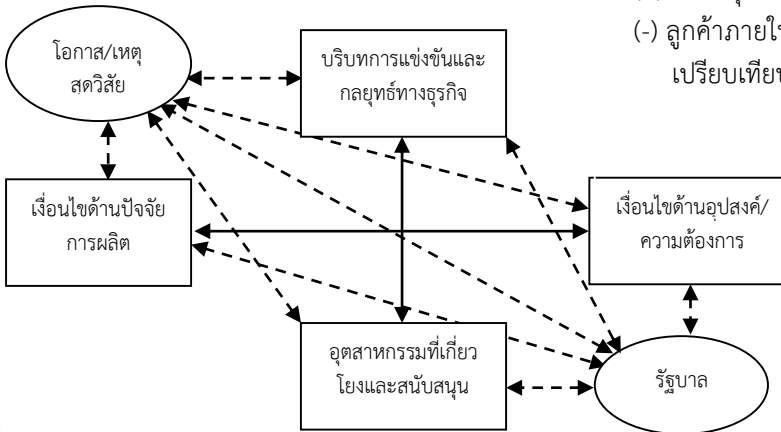
อย่างไรก็ตาม ในด้านความซ้ำซ้อนและบทบาทหน้าที่ต่างๆ ของหน่วยงานต่างๆ ยังอยู่ในประเด็นที่ต้องมีการทบทวนอย่างชัดเจนเพื่อนำไปสู่การบูรณาการอย่างเป็นรูปธรรม

- (+) แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีต่อการประชุม
- (+) การให้ความสำคัญและคุณค่าต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในการจัดการประชุมนานาชาติ
- (+) การเข้าสู่ประชาคมอาเซียน
- (-) ภาวะวิกฤติและความเสี่ยงต่างๆ
- (-) การเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมอย่างรวดเร็ว
- (-) ทิศทางการย้ายฐานการผลิตด้านอุตสาหกรรมต่างประเทศ

- (+) การดำเนินงานของสำนักงานส่งเสริมการประชุมและนโยบายการทำงานเชิงรุกของสสปน.
- (+) การส่งเสริมเมืองแห่งไมซ์
- (+) ค่าครองชีพและความคุ้มค่า
- (-) การกำหนดตำแหน่งทางการแข่งขันและการสร้างตราสินค้าในธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ
- (-) ขาดการวางแผนยุทธศาสตร์ในระยะยาว
- (-) ข้อจำกัดด้านกฎหมาย
- (-) ข้อจำกัดด้านระเบียบและข้อบังคับสากล
- (-) คู่แข่งขันรายใหม่

- (+) ความต้องการเลือกภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิกเป็นสถานที่จัดการประชุม
- (+) ความต้องการจัดการประชุมวิชาการนานาชาติภายในประเทศ
- (+) ความต้องการของกลุ่มลูกค้าตลาดบที่ที่ต้องการสินค้าและบริการการประชุมคุณภาพ
- (+) ขนาดอุปสงค์ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทั้งในและต่างประเทศ
- (-) ลูกค้าภายในประเทศให้ความสำคัญกับราคามากกว่าคุณภาพเมื่อเปรียบเทียบกับลูกค้าต่างประเทศ

- (+) จำนวนและความหลากหลายของสมาคมภายในประเทศ
- (+) ชีตความสามารถของศูนย์ประชุมและสถานที่จัดการประชุม
- (+) ชีตความสามารถของผู้จัดการประชุมมืออาชีพและผู้ให้บริการหลัก
- (+) ความสามารถการเข้าถึงและการเชื่อมโยงระหว่างประเทศ
- (+) ความมีโดดเด่นในการเชิงภูมิศาสตร์ของประเทศ
- (+) การพัฒนานวัตกรรมด้านเทคโนโลยีเพื่อรองรับแนวคิดการประชุมสีเขียว (Green Meeting)
- (-) การขาดข้อมูลเชิงลึกด้านสมาคมภายในประเทศ
- (-) ขาดศูนย์กลางการรวบรวมข้อมูลและขาดฐานข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ
- (-) สมาคมภายในประเทศขาดความตระหนักรู้และความเข้าใจ
- (-) การขนส่งมวลชนในตัวเมือง
- (-) ปัญหาด้านความมั่นคงและปลอดภัย
- (-) ปัญหาโครงสร้างขั้นพื้นฐาน
- (-) ปัญหาด้านบุคลากร
- (-) ผู้จัดการประชุมมืออาชีพมีจำนวนน้อย



- (+) ภาพลักษณ์และความพร้อมทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย
- (+) ความพร้อมของสถานที่พักแรม
- (+) การพัฒนาขีดความสามารถของสนามบิน
- (+) การจัดตั้งและความร่วมมือที่ดีของสมาคมในธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติและอุตสาหกรรมไมซ์
- (-) ความซ้ำซ้อนของหน่วยงาน
- (-) ขาดการบูรณาการอย่างเป็นรูปธรรมระหว่างหน่วยงาน

- (+) นโยบายรัฐบาลในการสนับสนุนอุตสาหกรรมไมซ์
- (+) นโยบายการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์
- (+) นโยบายการวางรากฐานเพื่อให้เพิ่มศักยภาพการขยายตัวทางเศรษฐกิจ
- (+) แผนการพัฒนาด้านเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม
- (+) นโยบายภาครัฐต่อการส่งเสริมนักเดินทางคุณภาพ
- (-) ปัญหาด้านภาพลักษณ์ของหน่วยงานภาครัฐ

ภาพที่ 4.23 การประเมินขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติโดยแบบจำลอง Diamond

#### 4.4 การวิเคราะห์แนวโน้มของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ

จากการศึกษาสภาพแวดล้อมภายนอกและภายใน ผ่านการวิเคราะห์ PEST และการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis) รวมไปถึงการศึกษาห่วงโซ่อุปทาน (Value Chain) และข้อค้นพบจากข้อมูลเชิงปริมาณ แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยมีขีดความสามารถและมีศักยภาพต่อการส่งเสริมธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ และสามารถดึงดูดสมาคมระดับนานาชาติและผู้จัดการประชุมนานาชาติให้เกิดการตัดสินใจเลือกประเทศไทยเป็นสถานที่จัดการประชุม และที่สำคัญสามารถสร้างแรงดึงดูดให้กับกลุ่มนักเดินทางเพื่อการประชุมนานาชาติ (Delegate) และผู้ติดตาม (Partnership) อันจะนำมาซึ่งผลกระทบเชิงบวกทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม

จากการศึกษาขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติโดยแบบจำลองไดมอนด์ (Diamond Model) ภายใต้แนวคิดของ Michael E. Porter พบว่าปัจจัยที่ทำให้ประเทศไทยมีความพร้อมต่อการส่งเสริมธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติเนื่องจาก ประเทศไทยมีจุดแข็งสำคัญหลายประการ ทั้งยังเป็นศูนย์กลางด้านเศรษฐกิจ การค้าและลงทุนและอุตสาหกรรมที่สำคัญในระดับภูมิภาค และเป็นศูนย์กลางด้านการท่องเที่ยวและการบินซึ่งทำให้เกิดการเชื่อมโยงและการเดินทางที่คล่องตัวเอื้อประโยชน์โดยตรงต่อธุรกิจ รวมไปถึงประเทศไทยยังมีแนวทางการส่งเสริมและการกำหนดมาตรการเชิงรุกเพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงทางด้านโครงสร้างทางสังคมอีกด้วย โดยปัจจัยต่างๆ ที่กล่าวมาได้รับการสนับสนุนอย่างจริงจังจากภาครัฐบาลในการกำหนดแนวทางการปฏิรูป การกำหนดนโยบายเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนต่อไปทั้งนี้แนวโน้มของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ ได้แก่

**1. การส่งเสริมให้ธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ (อุตสาหกรรมไมซ์) กลายเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์หลักของการพัฒนาประเทศ** จากผลกระทบเชิงบวกต่างๆ ที่เกิดขึ้นและแผนการขับเคลื่อนต่างๆ ของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องจะทำให้ธุรกิจการจัดการประชุมมีบทบาทสำคัญเพิ่มมากขึ้นต่อการพัฒนาประเทศ

**2. การกระจายตัวไปในระดับภูมิภาค** จากยุทธศาสตร์การขยายขีดความสามารถของอุตสาหกรรมไมซ์ในเมืองหลัก (MICE City) ทำให้ในอนาคตธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติจะมีการกระจายตัวออกจากกรุงเทพมหานครไปยังเมืองหลักอื่นๆ ในแต่ละภูมิภาค นอกจากนี้ยังเพิ่มทางเลือกใหม่ๆ ให้กับสมาคมในการเลือกสถานที่จัดงานและสามารถสร้างแรงจูงใจให้กับผู้ร่วมการประชุมในการรับประสบการณ์ใหม่อีกด้วย ส่งผลให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อมต้องเตรียมพร้อมปรับตัวเพื่อการรองรับ

**3. แนวโน้มการสร้างความร่วมมือมากขึ้น** จากการศึกษพบว่าปัจจัยแห่งความสำเร็จที่สำคัญ คือ การสร้างความร่วมมืออย่างจริงจัง เพื่อนำไปสู่การแข่งขันอย่างมีประสิทธิภาพในการประมูลสิทธิ์เพื่อการแข่งขันรวมถึงการสร้างความร่วมมือจะทำให้เกิดอำนาจการต่อรองมากขึ้นด้วย

ได้แก่

#### 4. มีการขยายตัวของพื้นที่เพื่อรองรับการประชุมนานาชาติในรูปแบบต่างๆ

- ศูนย์ประชุมเฉพาะ (Purpose-Built Convention Center) คือ ศูนย์ประชุมที่มีการกำหนดพื้นที่และขีดความสามารถด้านต่างๆ เพื่อการจัดการประชุมที่มีมาตรฐานในระดับนานาชาติ
- ศูนย์ประชุมที่มีขีดความสามารถเชิงพื้นที่ที่หลากหลาย (Multi-Purpose Built Convention Center) คือ การสร้างศูนย์ประชุมให้มีความพื้นที่และรองรับกิจกรรมอื่นๆ ได้อย่างหลากหลาย
- การพัฒนาขีดความสามารถของโรงแรมเพื่อการประชุม (Convention Hotel) เป็นการพัฒนาพื้นที่และความสามารถตอบสนองกับตลาดการประชุมที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง
- การพัฒนาขีดความสามารถของสถานที่สำหรับการประชุม เช่น พื้นที่ของมหาวิทยาลัย พื้นที่ของสถานที่ราชการ หรือพื้นที่ของภาคเอกชน เช่น สโมสร ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น

5. แนวโน้มการลงทุนเพิ่มและผู้ประกอบการรายใหม่ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องหลักจะมีการลงทุนเพิ่มในด้านต่างๆ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ในขณะที่ด้วยกันทิศทางการเติบโตที่ต่อเนื่องและประสบการณ์ในการทำงานจะทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มธุรกิจผู้จัดหาบริการ (Service Support Company) จะมีจำนวนมากขึ้นเป็นทางเลือกให้ผู้เกี่ยวข้องได้

#### 6. แนวโน้มการพัฒนาขีดความสามารถภายในของธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ได้แก่

- เน้นการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ โดยธุรกิจต่างๆ จะมีพัฒนาขีดความสามารถในด้านต่างๆ ทั้งทางด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีมาตรฐานและการยกระดับขีดความสามารถด้านการบริการในรูปแบบการบริการครบวงจร เช่น การบริการ WiFi การบริการอาหารและเครื่องดื่ม ความปลอดภัย เป็นต้น เพื่อยกระดับสู่กลุ่มตลาดคุณภาพหรือตลาดบนที่มีอำนาจซื้อ
- การพัฒนามาตรฐานระดับสากล จากเกณฑ์ต่างๆ ที่ถูกมาใช้เพื่อการองค์ประกอบการตัดสินใจเลือกสถานที่จัดการประชุม ประกอบกับการส่งเสริมอย่างจริงจังของ สสปน. ทำให้ผู้ประกอบการต่างๆ จะต้องพัฒนาเพื่อเทียบเท่าระดับสากล
- การพัฒนาด้านเทคโนโลยีเพื่อการประชุม ระบบสารสนเทศและเทคโนโลยีเพื่อการประชุมเป็นปัจจัยสำคัญที่ประเทศชั้นนำด้านการธุรกิจจัดการประชุมให้ความสนใจ ทั้งนี้ นอกจากเป็นการอำนวยความสะดวก ความรวดเร็วและถูกต้องแล้ว ยังนำสู่การจัดการด้านฐานข้อมูลที่เป็นประโยชน์ทั้งกับผู้ประกอบการและลูกค้าอีกด้วย โดยเทคโนโลยีที่สำคัญ คือ ระบบการ



ลงทะเบียนที่มีความทันสมัย อุปกรณ์และสื่อประกอบการประชุมในห้องประชุม เป็นต้น

- **การพัฒนาบุคลากร** แนวทางการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources Development) และทุนมนุษย์ (Human Capital) จะถูกนำมาใช้อย่างเป็นรูปธรรมเพื่อการพัฒนาขีดความสามารถของบุคลากรธุรกิจต่างๆ ให้ความสำคัญต่อการสร้างความร่วมมือกับสถาบันการศึกษา เพื่อพัฒนาบุคลากรให้มีคุณสมบัติตามที่ต้องการ และในองค์กรขนาดใหญ่มีการนำเอาองค์ความรู้ที่สั่งสมมาพัฒนาให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ โดยมีแนวโน้มจะพัฒนาเป็นศูนย์การเรียนรู้ทั้งภายในและภายนอกต่อไป (Academy)

7. แนวโน้มของลูกค้ำทั้งในระดับสมาคมนานาชาติและผู้เข้าร่วมประชุม ได้แก่

- **การเปลี่ยนแปลงด้านกฎเกณฑ์ และเงื่อนไขต่างๆ** สมาคมระดับนานาชาติมีแนวโน้มที่จะกำหนดและปรับปรุงกฎเกณฑ์รวมไปถึงเงื่อนไขต่างๆ มากขึ้น ทั้งนี้เพื่อให้เกิดมาตรฐานและความเป็นธรรมกับทุกด้าน
- **การแสวงหาโอกาสและคุณค่า** ด้วยทางเลือกของประเทศและสถานที่จัดงานที่หลากหลายทำให้ลูกค้ำทั้งในระดับสมาคมนานาชาติและผู้เข้าร่วมการประชุมมีแนวโน้มจะให้ความสำคัญต่อการแสวงหาโอกาสและคุณค่าที่เกิดขึ้นจากการเลือกสถานที่ กล่าวคือ ไม่เพียงแต่พิจารณาองค์ประกอบพื้นฐานเกี่ยวกับการจัดการประชุมแต่จะพิจารณาโอกาสและคุณค่าอื่นๆ เช่น โอกาสศึกษาดูงาน การแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับธุรกิจ ชุมชน สังคม คุณค่าจากประสบการณ์เชิงบวก เป็นต้น
- **มีบทบาทต่อการมีส่วนร่วมมากขึ้น** ในด้านสมาคมระดับนานาชาติจะมีการกำหนดเงื่อนไขเพิ่มมากขึ้นและเข้ามามีบทบาทตลอดกระบวนการจัดงาน ในขณะที่ผู้เข้าร่วมการประชุมเองก็ต้องการการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการประชุม ไม่เพียงแต่มารับฟังเท่านั้น ดังนั้น การวางแผนและรูปแบบการประชุมที่สร้างขึ้นจะต้องให้ความสำคัญต่อประเด็นดังกล่าว
- **ความสำคัญต่อแนวคิดการประชุมที่คำนึงสิ่งแวดล้อมและสังคม** จากกระแสเรื่องสิ่งแวดล้อมทำให้ทุกภาคส่วนให้ความสำคัญต่อการสิ่งแวดล้อมและสังคม กล่าวคือ ทุกกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นในการประชุมจะต้องไม่สามารถผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้กับสิ่งแวดล้อมและสังคม ในทางกลับกันก็ควรส่งเสริมให้มีกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์เพื่อนำไปสู่การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอีกทางหนึ่ง

#### 4.5 การเสนอแนวทางการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจจัดการประชุมนานาชาติ

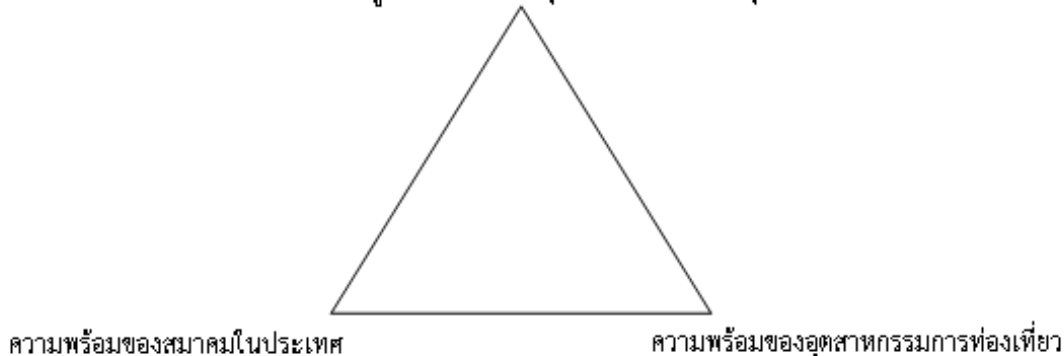
จากผลการศึกษามลกระทบของอุตสาหกรรมจัดการประชุมนานาชาติทั้งในเชิงเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงใน Value Chain ของธุรกิจจัดการประชุมนานาชาติ การศึกษา PEST การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและ อุปสรรค ผลการศึกษาศักยภาพของธุรกิจจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทยภายใต้แนวคิด Diamond Model และวิเคราะห์แนวโน้มของอุตสาหกรรมจัดการประชุมนานาชาติ ซึ่งรวบรวมข้อมูลจากผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ เอกชน สมาคมและผู้เข้าร่วมการประชุมนานาชาติ จากการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งทางด้านปฐมภูมิและทุติยภูมิตั้งกล่าวข้างต้น คณะผู้วิจัยได้ร่วมกันวิเคราะห์และสังเคราะห์ โดยเบื้องต้นนั้น การส่งเสริมให้เกิดการเติบโตของธุรกิจจัดการประชุมนานาชาติเกิดจากความสัมพันธ์และจะต้องใช้พิจารณาถึงขีดความสามารถ 3 ด้าน คือ

1. **ความพร้อมของสมาคมในประเทศและโอกาสจากการประชุม** กล่าวคือ ความเข้มแข็งของสมาคมในประเทศทั้งด้านสมาชิกภายในสมาคมและการก้าวไปเป็นสมาชิกของสมาคมในระดับสากล การเป็นที่ยอมรับและมีบทบาทในสมาคมในระดับนานาชาติ การตระหนักถึงความสำคัญของการเป็นเจ้าภาพเพื่อนำไปสู่การประมุขสิทธิ์ การเตรียมความพร้อมเพื่อการประมุขสิทธิ์

2. **ความพร้อมของผู้เกี่ยวข้องหลักในธุรกิจจัดการประชุม** กล่าวคือ ทั้งภาครัฐ สมาคมและเอกชน เช่น สถานที่จัดการประชุม ศูนย์ประชุม ผู้จัดการประชุมมืออาชีพ (PCO) จะต้องมีความเป็นมืออาชีพในด้านการจัดงาน สร้างเชื่อมั่น ความแตกต่างและมูลค่าเพิ่มที่ลูกค้าจะได้รับจากการเลือกประเทศไทยเป็นสถานที่จัดการประชุมและบรรลุเป้าหมายตามที่กำหนดไว้ นอกจากนี้ ยังรวมไปถึงสมาคมส่งเสริมการประชุมและนิทรรศการไทย (TICA) และสสปน. ในการสร้างเชื่อมั่นและสนับสนุนอย่างจริงจัง

3. **ความพร้อมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในภาคส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง** กล่าวคือ ทั้งทางด้านที่พักแรม การเดินทางขนส่ง แหล่งท่องเที่ยว ร้านค้าและร้านอาหารของที่ระลึก ธุรกิจบริการลักษณะต่างๆ รวมไปถึง หน่วยงานทางการท่องเที่ยวและหน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกิจกรรมตลอดการเดินทางของนักท่องเที่ยวเพื่อการประชุมตั้งแต่ต้นจนสิ้นสุดการเดินทาง

ความพร้อมของผู้เกี่ยวข้องหลักในธุรกิจจัดการประชุมนานาชาติ

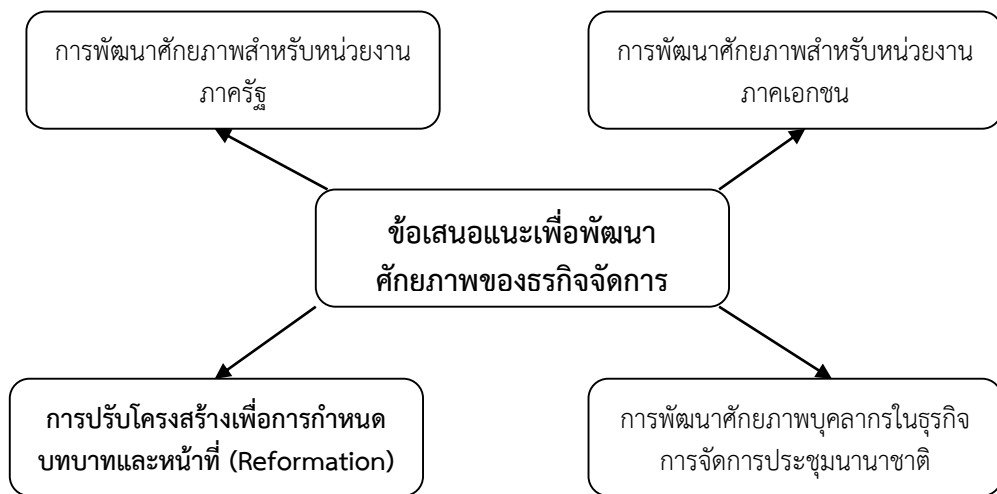


ภาพที่ 4.24 ความเชื่อมโยงเพื่อการพัฒนาธุรกิจจัดการประชุมนานาชาติ

ทั้งนี้ทั้งสามส่วนควรได้รับการพัฒนาและส่งเสริมไปพร้อมๆ กัน เพื่อให้เกิดการเติบโตอย่างยั่งยืนในทุกๆ ฝ่ายที่เกี่ยวข้องและนำไปสู่ประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

โดยคณะผู้วิจัยได้จัดทำข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาศักยภาพของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติในประเทศ ประกอบด้วย 4 ส่วนสำคัญ คือ

- 4.5.1 แนวทางการพัฒนาศักยภาพสำหรับหน่วยงานภาครัฐ
- 4.5.2 แนวทางการพัฒนาศักยภาพสำหรับหน่วยงานภาคเอกชน
- 4.5.3 แนวทางการพัฒนาศักยภาพการขนส่งและการเชื่อมโยง
- 4.5.4 แนวทางการพัฒนาศักยภาพบุคลากรในธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติดังต่อไปนี้



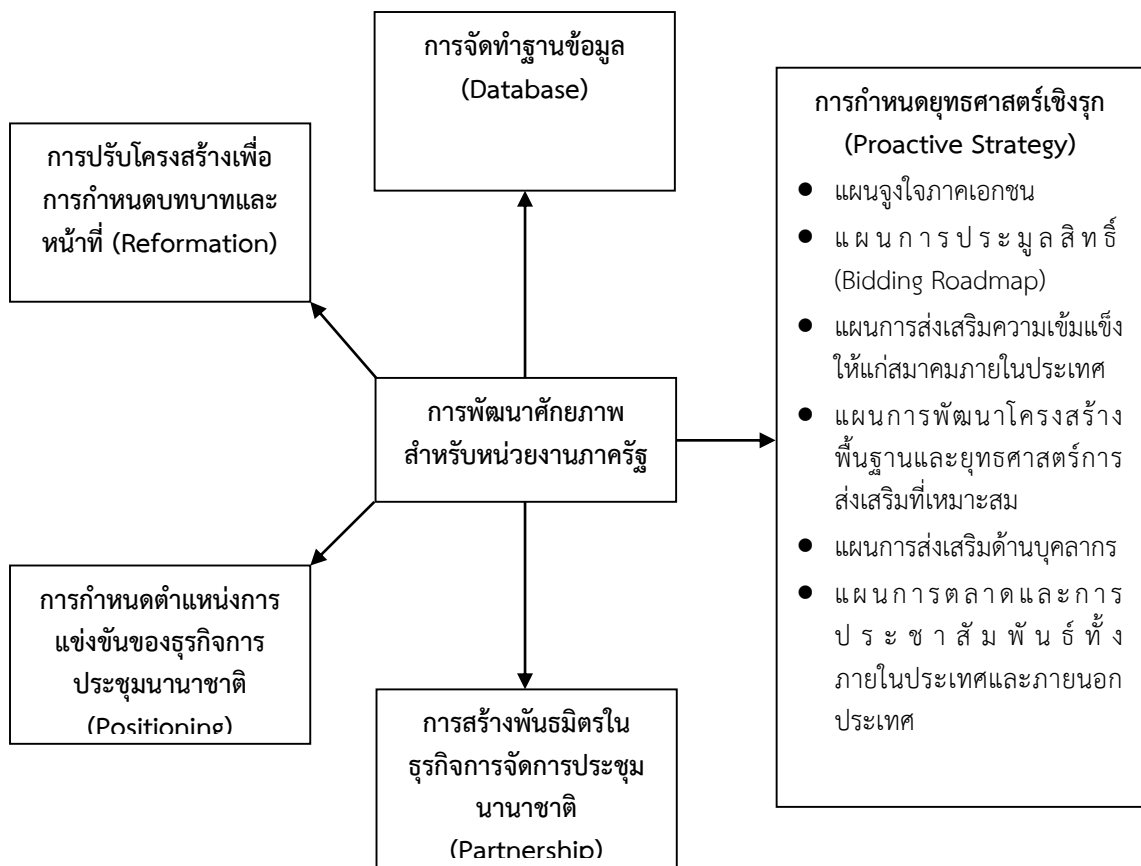
ภาพที่ 4.25 เสนอแนะเพื่อพัฒนาศักยภาพของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ

#### 4.5.1 แนวทางการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติสำหรับภาครัฐ

ภาครัฐถือเป็นหน่วยงานที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการขับเคลื่อนการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจการประชุมนานาชาติให้มีความแข็งแกร่งและมีศักยภาพในการแข่งขันบนเวทีระดับนานาชาติ เนื่องจากการดำเนินการหรือการตัดสินใจของภาครัฐต่อการดำเนินนโยบายใดๆ เพื่อการพัฒนาธุรกิจการประชุมนานาชาติย่อมมีผลกระทบในวงกว้างต่ออุตสาหกรรมไมซ์ รวมถึงผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่อยู่ในภาคเอกชน ผู้เข้าร่วมประชุมและผู้ติดตามอีกด้วย

ทางคณะผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะต่อแนวทางการพัฒนาธุรกิจการประชุมนานาชาติผ่านกลไกของภาครัฐ ประกอบด้วย 5 แนวทาง ได้แก่

- 4.5.1.1 การปรับโครงสร้างเพื่อกำหนดบทบาทและหน้าที่ (Reformation)
- 4.5.1.2 การจัดทำฐานข้อมูล (Database)
- 4.5.1.3 การกำหนดตำแหน่งการแข่งขันของธุรกิจการประชุมนานาชาติ (Positioning)
- 4.5.1.4 การกำหนดยุทธศาสตร์เชิงรุก (Proactive Strategy)
- 4.5.1.5 การสร้างพันธมิตรในธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ (Partnership)



ภาพที่ 4.26 การพัฒนาภาครัฐเพื่อการส่งเสริมธุรกิจการจัดการประมงนานาชาติ

ประกอบด้วยสาระสำคัญดังนี้

#### 4.5.1.1 การปรับโครงสร้างเพื่อกำหนดบทบาทและหน้าที่ (Reformation)

จากปัญหาความซ้ำซ้อนของหน่วยงานต่างๆ และความทับซ้อนในเชิงหน้าที่ จึงควรให้ความสำคัญต่อการปรับโครงสร้างองค์กรเพื่อกำหนดบทบาทหน้าที่อย่างชัดเจนซึ่งรวมถึงการบูรณาการอย่างเป็นรูปธรรม นอกจากนี้ ภาครัฐควรปรับปรุงระบบการดำเนินงานของภาครัฐให้สามารถตอบสนองต่อบริบทโลกที่มีความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เนื่องด้วยสภาพการณ์ของโลกในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วมากกว่าในอดีต ในขณะที่การดำเนินการของภาครัฐยังคงมีกระบวนการทำงานที่ซับซ้อนและขาดความสามารถในการตอบสนองให้ทันกับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ดังนั้น การปรับโครงสร้างองค์กรและการปรับปรุงระบบการดำเนินงานจึงถือเป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องกระทำเพื่อให้ภาครัฐสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพในบริบทโลกที่มีความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ซึ่งหมายรวมประเด็นดังต่อไปนี้

- การลดความซับซ้อนของกระบวนการที่ไม่จำเป็นที่ทำให้เกิดความล่าช้าในการปฏิบัติงาน ความคล่องตัวอันเป็นผลจากการดำเนินการดังกล่าวจะมีผลให้ภาครัฐสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

- การปรับปรุงสายบังคับบัญชาและการให้อำนาจตัดสินใจแก่ผู้มีอำนาจหรือองค์กรที่มีอำนาจบทบาทในการตัดสินใจต่อการกำหนดทิศทางการดำเนินงานหรือสั่งการเพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน จากการลดความขัดแย้งของการดำเนินงานที่ไม่สอดคล้องกัน ซึ่งอาจทำให้เกิดการชะงักงันจากการทำงานขององค์กรที่ทับซ้อนกันอันเป็นอุปสรรคในการขับเคลื่อนนโยบายให้เกิดผลสัมฤทธิ์อย่างเป็นรูปธรรม

#### 4.5.1.2 การจัดทำฐานข้อมูล (Database)

การจัดทำฐานข้อมูล (Database) หรืออาจเรียกว่าการจัดทำเหมืองข้อมูลธุรกิจการประชุมชนานาชาติ (Data Mining) เพื่อเป็นคลังฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการประชุมชนานาชาติที่ประกอบไปด้วยข้อมูลภายในประเทศไทยและต่างประเทศ โดยจะต้องมีการจัดเก็บข้อมูลสถิติจำนวนงานในธุรกิจการประชุมชนานาชาติในแต่ละปี จำนวนผู้เดินทางมาประเทศไทยด้วยปัจจัยจากธุรกิจการประชุมชนานาชาติ รวมไปถึงอุตสาหกรรมไมซ์รายสาขา (การจัดประชุมภายในองค์กร, การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดประชุมชนานาชาติ, การจัดนิทรรศการ) รวมถึงจัดทำฐานข้อมูลงานวิจัยและงานวิชาการเกี่ยวกับธุรกิจการประชุมชนานาชาติ

การจัดทำเหมืองข้อมูลดังกล่าวจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อธุรกิจการประชุมชนานาชาติของประเทศไทย เนื่องจากข้อมูลภายในเหมืองข้อมูลจะเป็นวัตถุดิบสำคัญในการตัดสินใจ การกำหนดทิศทางหรือตำแหน่ง การวางแผน การพัฒนาซึ่งจะนำไปสู่กลยุทธ์และยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนและยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการประชุมชนานาชาติของประเทศไทยในทิศทางที่ถูกต้อง ทั้งนี้การจัดทำเหมืองข้อมูลดังกล่าวควรจะทำให้บุคคลทั่วไปสามารถเข้าถึงได้ เพื่อเป็นประโยชน์ในการพัฒนาความเข้มแข็งและศักยภาพของภาคเอกชนซึ่งจะเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งในการดึงดูดกิจกรรมจากธุรกิจการประชุมชนานาชาติเข้าสู่ประเทศไทย

#### 4.5.1.3 การกำหนดตำแหน่งการแข่งขันของธุรกิจการประชุมชนานาชาติ (Positioning)

การกำหนดตำแหน่งธุรกิจการประชุมชนานาชาติของประเทศไทยทั้งในระดับภูมิภาคและเวทีโลก โดยพิจารณาจากจุดเด่นและภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทยในระดับนานาชาติมาเป็นแกนกลางในการกำหนดตำแหน่งดังกล่าว เช่น การเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้หลากหลาย จากการมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลายเช่น ทรัพยากรทางด้านศิลปวัฒนธรรม การมีแหล่งท่องเที่ยวบันเทิงและแหล่งศูนย์การค้า การเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ การให้บริการแบบมีอาชีพและมีชื่อเสียง และความคุ้มค่าแก่การลงทุน เป็นต้น การกำหนดตำแหน่งดังกล่าว อาจอยู่ภายใต้หัวข้อ “Thailand: Max (i) Mice your Value (ประเทศไทย: คุณค่าที่มากกว่าคุณจะได้คาดคิด)” โดยเป็นการดึงความโดดเด่นของประเทศไทยอย่างความคุ้มค่าแก่การลงทุน การเป็นพื้นที่ที่มีรูปแบบวิถีชีวิต (lifestyle) ที่หลากหลาย และความโดดเด่นที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย มารวมเข้าด้วยกันเพื่อบอกเล่าถึงการขยายประสบการณ์ความคุ้มค่าในการเดินทางมาจัดงานประชุมในไทยที่จะทำให้ผู้เดินทางมาเข้าร่วมงานเกิดความประทับใจที่

มากกว่าเพียงการมาประชุม ซึ่งจะทำให้ประเทศไทยมีความโดดเด่นและเพิ่มความสามารถในการดึงดูดงานประชุมที่นานาชาติเข้ามาในประเทศไทยได้

#### 4.5.1.4 การกำหนดยุทธศาสตร์เชิงรุก (Proactive Strategy)

การจัดทำกลยุทธ์เชิงรุกเพื่อดึงดูดงานประชุมนานาชาติเข้ามาในประเทศไทย สามารถจำแนกได้ออกเป็น 6 ลักษณะ ดังนี้

1) **แผนจุดใจภาคเอกชน** ภาครัฐจำเป็นต้องกระตุ้นให้ภาคเอกชนเห็นถึงความสำคัญและอิทธิพลของการจัดงานประชุมนานาชาติในประเทศเนื่องจากการจะเป็นการส่งเสริมให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในธุรกิจการประชุมนานาชาติได้มีโอกาสในการจัดงานมากขึ้น อันจะมีผลให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดงานประชุม โดยเฉพาะผู้จัดการประชุมมืออาชีพ (PCO) ความสามารถในการจัดประชุมอย่างต่อเนื่อง ก่อนจะขยายตัวเพื่อรับการจัดงานประชุมนานาชาติ จึงเป็นเหตุให้ภาครัฐต้องพัฒนาแผนจุดใจภาคเอกชน เช่น

- การชี้แนะให้เห็นถึงประโยชน์ (Benefit) โอกาส (Opportunity) และความสำเร็จ (Success Story) ที่เกิดขึ้นจากการจัดงานประชุมนานาชาติที่เคยเกิดขึ้น หรือสิ่งที่คาดว่าจะเข้าร่วมประชุมนานาชาติจะได้รับจากการจัดประชุมนานาชาติแก่อุตสาหกรรมต่างๆ ภายในประเทศ
- การให้คำปรึกษาแก่ผู้ต้องการจัดงานประชุมนานาชาติ
- การให้ความช่วยเหลือทางด้านการเงิน สิทธิประโยชน์ หรือการอำนวยความสะดวกในการจัดงานประชุมแก่ภาคเอกชนที่สนใจ หรือภาคเอกชนที่คาดว่าจะมีศักยภาพในการจัดงานประชุมนานาชาติ

2) **แผนการประมูลสิทธิ์ (Bidding Roadmap)** ภาครัฐจำเป็นต้องคงรักษาการเข้าร่วม กระตุ้น และให้ความช่วยเหลือภาคเอกชนในการร่วมประมูลสิทธิ์เพื่อการเป็นเจ้าภาพการจัดการประชุมนานาชาติ รวมถึงพิจารณาขยายฐานผู้จัดงานภายในประเทศที่คาดว่าจะมีหรือมีศักยภาพในการจัดงานประชุมนานาชาติให้เข้าร่วมการประมูลงานนานาชาติมากขึ้น เนื่องจากการเข้าร่วมประมูลงานไม่เพียงแต่เป็นการแสดงให้เห็นถึงเจตจำนงหรือกลุ่มเป้าหมายเห็นถึงการสนับสนุนจากภาครัฐที่มีต่อการจัดงาน ซึ่งเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญในการดึงดูดงานประชุมนานาชาติเข้าสู่ประเทศไทยเท่านั้น แต่การเข้าร่วมประมูลงานยังเป็นโอกาสการนำเสนอศักยภาพของผู้จัดงาน และศักยภาพของประเทศไทยในความพร้อมต่อการรองรับการจัดประชุมนานาชาติ อีกทั้งการเข้าร่วมประมูลงานในระดับนานาชาติจะทำให้ผู้จัดงานมีโอกาสได้เรียนรู้ถึงกระบวนการการประมูลงานในระดับนานาชาติ และได้รับรู้ถึงสถานการณ์และความก้าวหน้าของธุรกิจการประชุมนานาชาติในระดับสากล โดยจะมีผลให้เกิดแรงกระตุ้นในการพัฒนาศักยภาพเพื่อการแข่งขันของผู้จัดงานด้วย

3) **แผนการส่งเสริมความเข้มแข็งให้แก่สมาคมภายในประเทศ** ความเข้มแข็งของสมาคมถือเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งยวดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่จัดงานประชุมนานาชาติ เนื่องจากสมาคมเป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการประชุมโดยตรง หากสมาคมในอุตสาหกรรมหนึ่งไม่มีความพร้อม ไม่ตระหนักรู้ ไม่มีความเข้มแข็ง หรือไม่มีความเหนียวแน่น ซึ่งจะส่งผลให้เป็นอุปสรรคต่อการจัดประชุมในประเด็นการประชุมนั้น กล่าวคือ จะทำให้ไม่ได้รับความร่วมมือจากสมาคมภายในประเทศ ซึ่งอาจรวมไปถึงจำนวนผู้เข้าร่วมประชุมที่จะมีปริมาณ

น้อย สิ่งที่เกิดขึ้นจะเป็นตัวสะท้อนภาพลักษณ์ความด้อยสมรรถนะในการจัดงานประชุมของสมาคมของอุตสาหกรรมหนึ่งๆ ภายในประเทศ อันจะทำให้ความน่าเชื่อถือและความน่าสนใจในการจัดงานประชุมนานาชาติของประเทศไทย ดังนั้น ภาครัฐควรมีการแผนการดำเนินการดังต่อไปนี้

- ส่งเสริมให้นักวิชาการพัฒนาการวิจัยและก้าวเข้าไปมีบทบาทในสมาคมและในเวทีโลก
- ส่งเสริมให้หน่วยธุรกิจต่างๆ เข้าร่วมเป็นสมาชิกของสมาคมในกลุ่มธุรกิจหรืออุตสาหกรรม
- ส่งเสริมและกระตุ้นสมาคมภายในประเทศที่ยังไม่มีการจัดประชุมร่วมกัน หรือมีการทำกิจกรรมร่วมกันแต่ไม่เห็นถึงประโยชน์ (Benefit) โอกาส (Opportunity) และความสำเร็จ (Success) จากการดำเนินกิจกรรมร่วมกันภายในสมาคมเพื่อสร้างความร่วมแรงร่วมใจอันจะมีประโยชน์ต่อการจัดงานประชุมที่จะเกิดขึ้นในอนาคต
- พิจารณาและสนับสนุนให้สมาคมที่มีศักยภาพในการจัดประชุมนานาชาติเห็นโอกาส และประโยชน์ที่จะได้รับจากการจัดประชุมนานาชาติให้เข้ามามีบทบาทในการร่วมการจัด หรือการประมุลงานประชุมนานาชาติ

#### 4) แผนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและยุทธศาสตร์การส่งเสริมที่เหมาะสม

ภาครัฐควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นในรายพื้นที่ธุรกิจการประชุมนานาชาติเพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจการประชุมนานาชาติที่จะเกิดขึ้นในอนาคตเช่น ระบบการขนส่ง ระบบที่ส่งผลต่อความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เป็นต้น ทั้งภายในกรุงเทพและพื้นที่ธุรกิจการประชุมนานาชาติ ในขณะที่เดียวกันภาครัฐก็ควรพิจารณาความเหมาะสมในการพัฒนายุทธศาสตร์เพื่อการส่งเสริมธุรกิจการประชุมนานาชาติในรายพื้นที่ธุรกิจการประชุมนานาชาติของประเทศไทย ภูมิภาคต่างๆ โดยการนำจุดแข็งในประเด็นต่างๆ ของพื้นที่ หรืออัตลักษณ์ดั้งเดิมของพื้นที่มาเป็นส่วนหนึ่งในการทำแผนส่งเสริมธุรกิจการประชุมนานาชาติเฉพาะพื้นที่ เพื่อนำเสนอพื้นที่เหล่านั้นให้มีความโดดเด่นเฉพาะด้านเช่น

- **พื้นที่พัทยา** มีที่ตั้งที่ใกล้กับพื้นที่กับนิคมอุตสาหกรรม และมีท่าเรือซึ่งเหมาะแก่การขนส่งสินค้า ดังนั้นการจัดประชุมที่จะจัดขึ้นอาจพิจารณาจากอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพในพื้นที่ดังกล่าว
- **พื้นที่เชียงใหม่** เป็นพื้นที่ที่มีอัตลักษณ์ท้องถิ่นที่เข้มแข็งโดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านวัฒนธรรมล้านนา และยังเป็นพื้นที่ที่ได้รับความนิยมในด้านการท่องเที่ยวดังนั้นการจัดประชุมที่เกิดขึ้นอาจจะเกี่ยวโยงกับประเด็นทางวัฒนธรรม หรือการท่องเที่ยวในประเด็นต่างๆ เป็นต้น
- **พื้นที่ขอนแก่น** เป็นพื้นที่ที่มีความโดดเด่นด้านอุตสาหกรรมเกษตร เช่น ข้าว มันสำปะหลัง อ้อย รวมถึงผ้าไหมและเป็นพื้นที่ที่มีความโดดเด่นในการเชื่อมกรอบความร่วมมืออนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง (GMS) ดังนั้น ในการจัดประชุมก็ควรจะเป็นประเด็นหรือหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมข้างต้น โดยอาจส่งเสริมให้ประเทศในกรอบความร่วมมือ GMS มาเข้าร่วมการจัดประชุมด้วยเช่นกัน

- **พื้นที่ที่เกิด** เป็นพื้นที่เกาะ มีความโดดเด่นด้านการท่องเที่ยวและตั้งอยู่ทางตอนใต้ของประเทศไทยซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีกลุ่มชาวมุสลิมพำนักอาศัยอยู่มาก ดังนั้นการจัดประชุมที่เกิดขึ้นอาจเป็นการจัดประชุมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมทางทะเล หรืออุตสาหกรรมอาหารฮาลาล หรือการประชุมในด้านการท่องเที่ยว เป็นต้น

5) **แผนการส่งเสริมด้านบุคลากร** เนื่องด้วยประเทศไทยยังคงประสบปัญหาความขาดแคลนทรัพยากรด้านบุคลากรในธุรกิจการประชุมนานาชาติ ดังนั้นการจัดทำแผนการส่งเสริมด้านบุคลากรอย่างเร่งด่วนถือเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้เพื่อให้บุคลากรมีปริมาณและมีศักยภาพในการรองรับธุรกิจการประชุมนานาชาติที่จะเติบโตขึ้นในอนาคตได้ ผ่านการดำเนินกิจกรรมดังต่อไปนี้

- การร่วมพัฒนาหลักสูตรไมซ์กับภาคเอกชนในระดับอาชีวศึกษาและอุดมศึกษาเพื่อให้สามารถผลิตบุคลากรที่มีคุณภาพเพียงพอต่อการรองรับการขยายตัวของธุรกิจการประชุมนานาชาติและอุตสาหกรรมไมซ์และตรงกับความต้องการของสถานการณ์ตลาดธุรกิจการประชุมนานาชาติในปัจจุบัน

- การจัดทำหลักสูตรฝึกอบรมให้แก่บุคลากรในธุรกิจการประชุมนานาชาติและอุตสาหกรรมไมซ์เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการทำงาน และแก้ปัญหาการขาดแคลนทักษะที่จำเป็นของบุคลากรในการรองรับการเติบโตขึ้นของธุรกิจการประชุมนานาชาติ เช่น ทักษะทางการใช้เทคโนโลยีที่สามารถใช้ในการจัดงานประชุม ทักษะทางการใช้ภาษาเพื่อการสื่อสาร เป็นต้น

6) **แผนการตลาดและการประชาสัมพันธ์ทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศ** เนื่องด้วยสถานการณ์ธุรกิจการประชุมนานาชาติของประเทศไทยในปัจจุบัน สังคมยังขาดการรับรู้และตระหนักถึงความสำคัญและอิทธิพลของธุรกิจการประชุมนานาชาติที่มีผลต่อเศรษฐกิจไทย ดังนั้น ภาครัฐยังคงต้องขยายความเข้าใจ สร้างการตระหนักรู้ถึงอิทธิพลของอุตสาหกรรมที่มีต่อระบบเศรษฐกิจไทยในสังคมไทยในวงกว้าง ทั้งในหน่วยงานของภาครัฐในส่วนกลางและส่วนท้องถิ่น ภาคเอกชนและประชาชนทั่วไปผ่านสื่อต่างๆ และทางสังคมออนไลน์ หรือจัดทำแคมเปญกิจกรรมต่างๆ เพื่อดึงดูดให้คนสนใจเข้าร่วมกิจกรรม รวมไปถึงการสนับสนุนภาคเอกชนทั้งในด้านสิทธิประโยชน์ ความช่วยเหลือด้านคำปรึกษา ในการจัดงานประชุม เพื่อเป็นการชี้ให้เห็นถึงประโยชน์จากการจัดงานประชุมที่ภาคเอกชนจะได้รับจากการจัดประชุม ขณะที่ในส่วนของการตลาดและการประชาสัมพันธ์ภายนอกประเทศนั้น ภาครัฐควรมีการดำเนินการดังนี้

- ภาครัฐควรพัฒนาและปรับปรุงภาพลักษณ์ที่ยังคงเป็นอุปสรรคต่อการดึงดูดงานในธุรกิจการประชุมนานาชาติเข้ามาภายในประเทศ เช่น ความปลอดภัย เป็นต้นและส่งผ่านภาพลักษณ์ที่ดี ความโดดเด่น เรื่องเล่าความสำเร็จในการจัดงานประชุมในประเทศไทยเพื่อให้ชาวต่างชาติเกิดความเชื่อมั่นและสนใจเข้ามาจัดงานภายในประเทศไทย

- ภาครัฐควรต้องรักษาการเข้าร่วมงานแสดงต่างๆ ในต่างประเทศ เช่น เทรดโชว์เพื่อสื่อสารและประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์และความพร้อมในการรองรับงานจัดประชุมนานาชาติของประเทศไทย



- การขยายตัวแทนการตลาดในประเทศเป้าหมายอื่นๆ ที่คาดว่าจะมีแนวโน้มหรือคาดว่าจะมีศักยภาพในการเข้ามาจัดประชุมนานาชาติในประเทศไทย
- ภาครัฐควรแสวงหาความร่วมมือกับภาคเอกชนหรือวิสาหกิจต่างๆ ในการจัดทำสิทธิประโยชน์ต่างๆ ให้แก่ผู้เข้ามาจัดงานหรือเข้าร่วมงานในประเทศไทย เช่น แพคเกจนักท่องเที่ยวไมซ์ หนังสือ แผนที่ หรือของที่ระลึกให้แก่ผู้เดินทางมาในนามของธุรกิจการประชุมนานาชาติ เป็นต้น

#### 4.5.1.5 การสร้างพันธมิตรในธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ (Partnership)

การเสริมสร้างและยกระดับความร่วมมือในทุกภาคส่วนระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจการประชุมนานาชาติให้มีความสัมพันธ์ในรูปแบบหุ้นส่วนร่วมในการพัฒนาธุรกิจการประชุมนานาชาติ (Partnership) ในปัจจุบันแม้จะมีความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนในการปรึกษาหารือเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลและความคิดเห็นระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนในการพัฒนาธุรกิจการประชุมนานาชาติ อย่างไรก็ตามจากการสำรวจและเก็บข้อมูลกลับพบข้อสังเกตหนึ่งคือ ภาคเอกชนยังคงมีการรับรู้ถึงความสัมพันธ์ในความร่วมมือนี้อย่างไม่เต็มที่ ลักษณะความสัมพันธ์แนวตั้ง มิใช่ความสัมพันธ์แนวราบที่ทุกฝ่ายมีความเสมอภาคกันในความร่วมมือนี้อย่างเต็มที่ ดังนั้นการส่งเสริมและยกระดับความสัมพันธ์ในลักษณะหุ้นส่วนจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ภาคส่วนอื่นๆที่ยังไม่มีโอกาสได้แสดงให้ความสนใจในการขยายความร่วมมือ และร่วมแรงร่วมใจในการขับเคลื่อนนโยบายให้เกิดผลสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรม

#### 4.5.2 แนวทางการพัฒนาธุรกิจการประชุมนานาชาติสำหรับภาคเอกชน (Private Sector)

ภายใต้แนวทางการบริหารความร่วมมือกับพันธมิตรกลุ่มเป้าหมายทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชน เพื่อสร้างการมีส่วนร่วม (Engagement) และความตระหนักรู้ (Awareness) เกี่ยวกับธุรกิจการประชุมนานาชาติ ทั้งนี้ ภาคเอกชนถือเป็นหน่วยงานที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการขับเคลื่อนการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติโดยผ่านการสนับสนุนกิจกรรมทางการตลาดของธุรกิจ พร้อมกับการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้จัดงาน ให้มีความแข็งแกร่งและมีศักยภาพในการแข่งขันบนเวทีระดับนานาชาติ โดยสอดคล้องกับการดำเนินงานของนโยบายรัฐที่ตั้งไว้เพื่อเป็นปัจจัยส่งเสริมสนับสนุนและพัฒนาส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ เช่น การสนับสนุนบุคลากรและงบประมาณ เป็นต้น

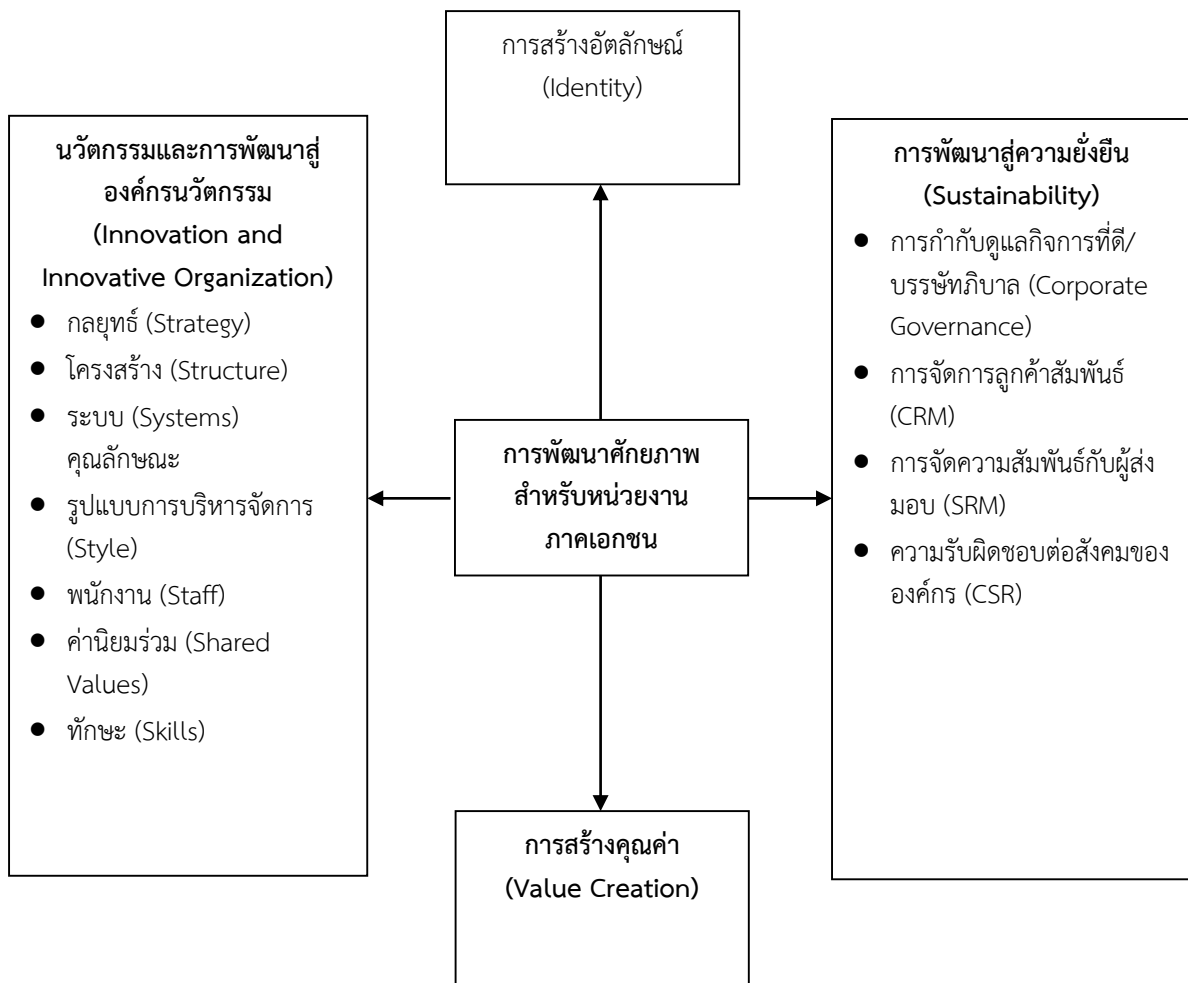
คณะผู้วิจัยจึงได้เสนอแนวทางในการพัฒนาการจัดการประชุมนานาชาติโดยมีภาคเอกชนเป็นตัวขับเคลื่อน (Private Sector Driven Development) โดยเน้นการปรับกระบวนทัศน์ด้านโมเดลธุรกิจ (Business Paradigm Shift) ประกอบด้วย 4 แนวทาง ได้แก่

4.5.2.1 การสร้างอัตลักษณ์ (Identity)

4.5.2.2 นวัตกรรมและการพัฒนาสู่องค์กรนวัตกรรม (Innovation and Innovative Organization)

4.5.2.3 การสร้างคุณค่า (Value Creation)

4.5.2.4 การพัฒนาสู่ความยั่งยืน (Sustainability)



ภาพที่ 4.27 การพัฒนาศักยภาพสำหรับหน่วยงานภาคเอกชน

ประกอบด้วยสาระสำคัญดังนี้

**4.5.2.1 การสร้างอัตลักษณ์ (Identity)** การสร้างอัตลักษณ์ขององค์กรเป็นแนวทางในเชิงกลยุทธ์ที่จะนำไปสู่จุดมุ่งหมายที่ธุรกิจต้องการ สามารถเป็นเครื่องมือที่จะสร้างอิทธิพลต่อการรับรู้เกี่ยวกับธุรกิจในสังคมได้ ตามความต้องการของธุรกิจนั้นๆ ดังนั้น เมื่อการสร้างอัตลักษณ์ขององค์กรเป็นกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้เกี่ยวกับธุรกิจ โดยจะต้องมีการระบุจุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ในการสร้างภาพพจน์โดยสืบเนื่องมาจากจุดประสงค์หลักขององค์กร (Corporate Goal) ที่ตั้งขึ้นมารวมทั้งภาระหน้าที่ที่องค์กรต้องทำต่อไปยาวไกลถึงอนาคต แต่โดยวัตถุประสงค์เบื้องต้นของการทำอัตลักษณ์ขององค์กรแล้วคือการขยายภาพพจน์ขององค์กรให้กว้างออกไป นอกจากนี้ยังเป็นการกำหนดการสร้างการรับรู้เกี่ยวกับธุรกิจ

#### 4.5.2.2 นวัตกรรมและการพัฒนาสู่องค์กรนวัตกรรม (Innovative Organization)

ธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติต้องเผชิญกับปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อการแข่งขัน ได้แก่ อัตราการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว ระดับการแข่งขันที่เพิ่มขึ้น การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีที่รวดเร็ว การเปลี่ยนแปลงจากยุคอุตสาหกรรมไปสู่ยุคฐานความรู้ และความต้องการที่มากขึ้นของผู้เกี่ยวข้อง ดังนั้น ภาคเอกชนในกลุ่มผู้เกี่ยวข้องหลักจะต้องให้ความสำคัญต่อนวัตกรรมและการพัฒนาสู่องค์กรนวัตกรรม คือ การสร้างการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างธุรกิจ การปฏิบัติการ ตัวแบบและอาจรวมถึง กระบวนการ เทคโนโลยี การตลาดและรูปแบบธุรกิจ เน้นการเพิ่มขีดความสามารถในการจัดการและบริหารซึ่งจะต้องใช้ความรู้ความสามารถในการจัดการมาปรับปรุงการบริหารภายในธุรกิจ ทั้งนี้ คุณลักษณะขององค์กรนวัตกรรมเพื่อนำไปสู่การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ

- **บทบาทของผู้นำ** ผู้นำจะต้องสร้างความชัดเจนในสิ่งที่ธุรกิจต้องการ และต้องมุ่งมั่นทุ่มเทในการปกป้องและสนับสนุนความคิดที่ดีของพนักงาน ผู้นำต้องมีความสามารถในการกระตุ้นและจูงใจให้พนักงาน ที่มีความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมและจะต้องจัดสรรทรัพยากรเพื่อสนับสนุนการทำงานของพนักงานด้วย

- **บุคลากร** มีพฤติกรรมหรือการกระทำที่มีความคิดสร้างสรรค์ กล้าคิดกล้าเสี่ยง ในการปฏิบัติงาน มีความเป็นผู้ประกอบการและเป็นผู้สร้างความสำเร็จด้านความคิด (Idea Champion) คือ เป็นบุคคลที่มีความต้องการที่จะค้นหาและสร้างสิ่งใหม่ มีแรงปรารถนาและความเชื่อในความคิดใหม่ พร้อมทั้ง มีความสามารถในการโน้มน้าวให้ผู้อื่นเห็นคุณค่าของความคิดนั้นด้วย บุคคลประเภทนี้มีความสำคัญต่อธุรกิจเป็นอย่างมาก

- **มีค่านิยมที่ส่งเสริมคิดสร้างสรรค์** ธุรกิจจะต้องปลูกฝังและหล่อหลอมให้พนักงานมีพฤติกรรมหรือการกระทำที่สอดคล้องกับวิสัยทัศน์และเป้าหมายของธุรกิจรวมทั้งธุรกิจควรจัดตั้งหน่วยงานหรือทีมงานสำหรับรับผิดชอบเกี่ยวนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ เพื่อบ่มเพาะจัดเก็บ และส่งเสริมความคิดของพนักงานเข้าสู่กระบวนการพัฒนาโดยปราศจากอุปสรรคหรือสิ่งขัดขวางจากระบบการบริหาร

- **ส่งเสริมกิจกรรมที่ไม่เป็นทางการ** จากการศึกษาพบว่าบ่อยครั้งความคิดสร้างสรรค์จะเกิดขึ้นในเวลานอกเหนือจากการทำงานประจำ ดังนั้น ธุรกิจควรส่งเสริมให้พนักงานได้ทำกิจกรรมที่ไม่เป็นการทำงาน การสนับสนุนเวลาในการทำกิจกรรมพิเศษนอกเหนือจากการทำงาน

- **การกระตุ้นที่หลากหลาย** ธุรกิจควรมีรูปแบบที่หลากหลายในการส่งเสริมให้พนักงานมีความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม เช่น การให้พนักงานได้ออกไปภายนอกธุรกิจ เพื่อให้มีโอกาสเจอสิ่งแวดล้อมภายนอกและได้ พูดคุยกับคนที่มีความคิด ที่แตกต่างและหลากหลาย การหมุนเวียนพนักงานไปทำงานที่แตกต่าง อนุญาตให้พนักงานเข้าร่วมในกิจกรรมอาสาสมัคร และเปิดโอกาสพนักงานได้เข้าร่วมพบปะเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดกับลูกค้า ผู้จัดการบริการและธุรกิจอื่นๆ

- **การให้ความสำคัญกับการสื่อสารภายในธุรกิจ** ธุรกิจควรส่งเสริมให้พนักงาน มีโอกาสได้พบปะกันในลักษณะ เครือข่าย สหวิชาชีพ ที่ทำให้เกิดความหลากหลายทำงานด้านทักษะ

ความรู้ ความคิด และความเชี่ยวชาญ การสื่อสารเช่นนี้อาจนำไปสู่การร่วมมือกันเพื่อพัฒนาหรือสร้างให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่และนวัตกรรม

คณะผู้วิจัย นำเสนอแนวคิดการสร้างจัดการนวัตกรรมและการพัฒนาสู่การเป็นองค์กรนวัตกรรมภายใต้แนวคิด Higgins (1995: 106-342) ซึ่งมีองค์ประกอบที่สำคัญ 7 ประการตามแนวคิด 7S ของ McKinsey โดยมีรายละเอียดดังนี้

**1. ด้านกลยุทธ์ (Strategy)** ธุรกิจนวัตกรรมต้องมีจุดมุ่งหมาย นโยบาย และกลยุทธ์ด้านนวัตกรรมที่ชัดเจนแน่นอน และมีการถ่ายทอดไปสู่ฝ่ายงานต่างๆ ด้วย ซึ่งเป็นแนวทางที่สำคัญต่อความสำเร็จและสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันที่เป็นการใช้นวัตกรรมเป็นกลยุทธ์ของหน่วยงานหรือฝ่ายงาน ซึ่งธุรกิจนวัตกรรมจะต้องมีองค์ประกอบด้านกลยุทธ์ที่สำคัญ

**2. ด้านโครงสร้าง (Structure)** การพัฒนาหรือปรับปรุงโครงสร้างธุรกิจให้ส่งเสริมต่อการเป็นธุรกิจนวัตกรรม จะต้องคำนึงถึงหลักการที่สำคัญ 5 ประการ คือ 1) การออกแบบงาน 2) การกระจายอำนาจในการทำงาน 3) การทำงานเป็นทีม 4) ผู้จัดการจะต้องขยายการควบคุม และ 5) การให้มีส่วนร่วมในการทำงาน

**3. ระบบ (Systems)** คุณลักษณะของระบบต่างๆ ของธุรกิจนวัตกรรมได้แก่ มีระบบการให้รางวัลกับนวัตกรรม มีการเฉลิมฉลองให้กับความสำเร็จด้านนวัตกรรม มีระบบข้อมูลข่าวสารการจัดการนวัตกรรม (Innovation Management Information Systems: IMIS) มีระบบการประเมินความคิดสำหรับนวัตกรรม มีระบบที่นำผลจากห้องทดลองมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดและระบบสำหรับดำเนินการเกี่ยวกับ กระบวนการนวัตกรรม มีระบบการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับนวัตกรรมรูปแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ และมีโปรแกรมการให้ข้อเสนอแนะที่มีประสิทธิภาพสำหรับนวัตกรรม

**4. รูปแบบการบริหารจัดการ (Style)** รูปแบบการบริหารจัดการถือเป็นหน้าที่ของผู้หน้าที่ต้องมีรูปแบบภาวะผู้นำที่เหมาะสม ภาวะผู้นำมีผลต่อความสำเร็จของนวัตกรรม นวัตกรรมจะประสบผลสำเร็จหรือล้มเหลวนั้นขึ้นอยู่กับรูปแบบภาวะผู้นำในทุกระดับของธุรกิจ

**5. พนักงาน (Staff)** คนเป็นผู้สร้างสรรค์สิ่งต่างๆ จนทำให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จ ดังนั้น การจัดการทรัพยากรมนุษย์จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งกับธุรกิจนวัตกรรม

**6. ค่านิยมร่วม (Shared Values)** วัฒนธรรมธุรกิจไม่เพียงแต่ช่วยส่งเสริมให้คนในธุรกิจเกิดการมุ่งมั่นให้ความสำคัญกับนวัตกรรม แต่ยังสามารถขัดขวางไม่ให้นวัตกรรมเกิดขึ้นในธุรกิจได้อีกด้วย ดังนั้นทักษะในการจัดการนวัตกรรมจึงมีความสำคัญ ธุรกิจจะต้องพยายามค้นหา ค่านิยมที่จะช่วยในการสร้างนวัตกรรม

**7. ทักษะ (Skills)** ธุรกิจที่มุ่งสร้างนวัตกรรมก็จะต้องมุ่งมั่นให้ความสำคัญเกี่ยวกับประสิทธิภาพและคุณภาพ ซึ่งคุณลักษณะด้านทักษะของธุรกิจนวัตกรรม

**4.5.2.3 การสร้างคุณค่า (Value Creation)** คือ การนำจุดแข็งที่มีอยู่ในธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติมาสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม ทำให้เกิดสินค้าและบริการที่มีคุณค่า ยากต่อการลอกเลียนแบบ สามารถสร้างมูลค่าให้สูงขึ้นได้จากความได้เปรียบการแข่งขัน (Competitive Advantage) ที่สอดคล้องกับความต้องการ

ของลูกค้าและสร้างการรับรู้ได้ ซึ่งจะทำให้เกิดความพึงพอใจจากลูกค้าในระดับสูง ซึ่งต่างจากการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ที่หมายถึง มูลค่าของผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มขึ้นในแต่ละขั้นตอนการผลิตจนถึงการจัดจำหน่าย โดยกระบวนการสร้างมูลค่าเพิ่มมักเป็นการนำเทคโนโลยีของคนอื่นมาใช้ ทำให้ผลิตสินค้า/บริการที่เหมือนๆ กันกับของคนอื่น ในที่สุดก็จะเกิดการขายตัดราคากัน ดังนั้น จึงต้องสรรหาความสามารถแฝงหรือจุดแข็งของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติเพื่อทำการส่งเสริมการสร้างคุณค่าต่อไป ดังนั้น การพัฒนามาตรฐานในธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ ควรมุ่งเน้นโดยการนำเอาแนวคิดการสร้างคุณค่ามาประยุกต์ใช้สูงสุด

**4.5.2.4 การพัฒนาสู่ความยั่งยืน (Sustainability)** แนวทางการพัฒนาการส่งเสริมการปฏิบัติและดำเนินงานตามมาตรฐานระดับโลกในด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนในธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาตินั้น ครอบคลุมทุกภาคส่วนตั้งแต่ผู้วางแผนการประชุม ผู้จัดการประชุมมีอาชีพ สถานที่จัดงานและศูนย์ประชุม ที่พักแรม และผู้จัดหาบริการต่างๆ โดยมีการสร้างนโยบายที่สอดคล้องกับแนวทางการจัดประชุมสีเขียว (Green Meetings) เป็นประเด็นหลักที่ธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทยสามารถปฏิบัติและดำเนินงานได้ดีเมื่อเทียบกับธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติในประเทศอื่น แนวทางการพัฒนาธุรกิจสู่ความยั่งยืนนั้นจะต้องคำนึงถึงกรอบแนวคิดด้านผลกระทบทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ 1) เศรษฐกิจ 2) สังคมและวัฒนธรรม และ 3) สิ่งแวดล้อม นอกจากนี้จะต้องให้ความสำคัญต่อการสร้างคุณค่าด้าน 1) ผลกำไรของธุรกิจ 2) ลูกค้า 3) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และ 4) สังคม ทั้งนี้แนวทางการสร้างความยั่งยืนทางธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ ประกอบด้วย

- **การกำกับดูแลกิจการที่ดี/บรรษัทภิบาล (Corporate Governance)** แนวคิดเรื่องบรรษัทภิบาลเป็นที่ได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นในระดับสากล ธุรกิจจึงต้องจัดให้มีระบบการบริหารงาน การควบคุมสอดส่องดูแลเพื่อพิทักษ์และปกป้องผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้เสียในระยะยาว อันจะเป็นการสร้างมูลค่าให้กับองค์กรเพื่อความยั่งยืนในระยะยาวด้วยเช่นกัน ทั้งนี้ครอบคลุมองค์ประกอบ 3 ส่วน กล่าวคือ 1) โครงสร้างและกระบวนการภายในที่ใช้ในการประเมินผลงานของฝ่ายบริหาร 2) ความเกี่ยวเนื่องสัมพันธ์ระหว่างคณะกรรมการ ฝ่ายบริหารจัดการ ผู้ถือหุ้นและผู้มีส่วนได้เสียอื่นในการสอดส่องดูแลผลปฏิบัติงานของบริษัท และ 3) ระบบการควบคุมภายในเพื่อควบคุมตรวจสอบและป้องกันความเสี่ยงอันจะก่อให้เกิดการเพิ่มคุณค่าให้กับผู้ถือหุ้นในระยะยาว ภายในกรอบการมีจริยธรรมที่ดี (OECD, 2004) องค์กรที่มีบรรษัทภิบาลที่ดีต้องมีระบบการควบคุมภายในที่ดีส่งเสริมให้บรรลู่วัตถุประสงค์ในระยะยาวและเสริมสร้างให้เกิดความโปร่งใสไร้ทุจริตในองค์กร ซึ่งถือว่าเป็นเรื่องที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน การควบคุมภายในที่ดีโดยต้องเน้นในทุกระดับขององค์กร ตั้งแต่ระดับแผนก ระดับฝ่าย ไปจนถึงองค์กรโดยรวม นอกจากนี้ระบบควบคุมภายในควรที่จะส่งเสริมให้บรรลู่วัตถุประสงค์หลักของการควบคุมภายในทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านการปฏิบัติงาน (Operations Objectives) ด้านการจัดทำรายงานการเงิน (Financial Reporting Objectives) และด้านความสอดคล้องกับกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง (Compliance Objectives).

- **การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management: CRM)** กล่าวคือ เป็นวิธีการที่ธุรกิจจะบริหารให้ลูกค้ามีความรู้สึกผูกพันกับสินค้า บริการ หรือองค์กร

ของธุรกิจ เมื่อลูกค้ามีความผูกพันในทางที่ดีกับธุรกิจแล้ว ลูกค้านั้นไม่คิดที่จะเปลี่ยนใจไปจากสินค้าหรือบริการของธุรกิจ ทำให้ธุรกิจมีฐานลูกค้าที่มั่นคงและนำมาซึ่งความมั่นคงของบริษัท ดังนั้น การที่จะรู้ซึ่งถึงสถานะความผูกพันกับลูกค้าได้นั้น ธุรกิจก็ต้องอาศัยการศึกษาพฤติกรรมของลูกค้า แล้วนำมาวิเคราะห์หาความเกี่ยวข้องระหว่าง พฤติกรรมของลูกค้ากับกลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ

- **การจัดการความสัมพันธ์กับผู้ส่งมอบ (Supplier Relationship Management: SRM)** การจัดการความสัมพันธ์กับผู้ส่งมอบ เป็นแนวคิดที่ให้ความสำคัญกับผู้จัดหาต่างๆ เป็นหลัก โดยแนวคิดนี้อยู่ภายใต้มุมมองของการจัดการโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) ทั้งนี้ให้ความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดและเป็นการทำงานร่วมกันในระยะยาวในฐานะหุ้นส่วน โดยการทำงานร่วมกันในระยะยาวในฐานะหุ้นส่วนนั้นหมายรวมถึง การแลกเปลี่ยนข้อมูล เทคโนโลยี ตลอดจนการพัฒนาหรือการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมกัน ในอันที่จะก่อให้เกิดผลประโยชน์ร่วมกันทั้งสองฝ่าย

- **ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility: CSR)** ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมขององค์กร ซึ่งคือการดำเนินกิจการภายใต้หลักจริยธรรมและการจัดการที่ดีโดยรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมทั้งในระดับโลกและใกล้ อันนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน หลักแนวคิดของ CSR ประกอบด้วย การกำกับดูแลกิจการที่ดี การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม การเคารพสิทธิและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม การเผยแพร่นวัตกรรมจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม การจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม

#### 4.5.3 แนวทางการพัฒนาศักยภาพการขนส่งและการเชื่อมโยง (Transportation and Connectivity)

ระบบการขนส่งเป็นหนึ่งในปัจจัยสนับสนุนที่มีความสำคัญต่อธุรกิจการประชุมนานาชาติและอุตสาหกรรมไมซ์เป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เข้าร่วมประชุม ทั้งยังสามารถก่อให้เกิดการกระจายงานประชุมไปยังภูมิภาคต่างๆ ภายในประเทศ ซึ่งจะก่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปสู่ประชาชนในภูมิภาคต่างๆ ที่มีการจัดประชุม และยังสามารถกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มีการจัดประชุมอีกด้วย

##### ระบบการขนส่งและการเชื่อมโยงที่ดีสำหรับธุรกิจการประชุมนานาชาติ

ทั้งนี้สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2558: 52 – 53) ได้ทำการศึกษาและระบุว่าระบบการขนส่งที่ดีสำหรับธุรกิจการประชุมนานาชาติจะต้องประกอบด้วยองค์ประกอบหลักๆ ดังนี้

1. **ความเร็ว** การขนส่งจำเป็นต้องมีความรวดเร็วเพื่อให้ผู้เข้าร่วมประชุมสามารถเดินทางไปประชุมได้อย่างทันเวลา โดยในปัจจุบันระบบการขนส่งของไทยประสบปัญหาเรื่องความเร็วในการเดินทางเป็นอย่างมากเนื่องจากปัญหาการติดและการก่อสร้างต่างๆ บริเวณถนนซึ่งทำให้พื้นที่ถนนที่สามารถใช้ในการขนส่งมีขนาดแคบลง รวมทั้งปัญหาพื้นผิวถนนในบางแห่งที่มีลักษณะขรุขระและขาดการซ่อมบำรุง ซึ่งจะผลให้รถโดยสารไม่สามารถใช้ความเร็วได้มากนัก

2. **ความสะดวกสบาย** เป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งในการขนส่งคนจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง ซึ่งจะทำให้ผู้เดินทางเกิดความประทับใจและอยากกลับมาใช้บริการอีกครั้ง โดยเฉพาะผู้เข้าร่วมประชุมซึ่งมีความต้องการความสะดวกสบายในการเดินทางมากกว่านักเดินทางธรรมดา ทั้งนี้เมื่อพิจารณาด้านความสะดวกสบายของระบบการขนส่งของไทยในปัจจุบันพบว่า ระบบขนส่งสาธารณะของไทยยังไม่สามารถตอบสนองด้านความสะดวกสบายของผู้เข้าร่วมประชุมมากนัก โดยเฉพาะการเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะในกรุงเทพมหานครซึ่งมีประชากรกระจุกตัวกันอย่างหนาแน่น ส่งผลให้ทรัพยากรทางการขนส่งไม่เพียงพอและเกิดการให้บริการอย่างแออัดในช่วงเวลาเร่งด่วน

3. **ความน่าเชื่อถือและตรงต่อเวลา** ความน่าเชื่อถือและตรงต่อเวลาเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดของการขนส่งในธุรกิจการประชุมนานาชาติที่จะช่วยให้ผู้เดินทางมีความไว้วางใจในการใช้บริการ และส่งผลต่อภาพลักษณ์ด้านการขนส่งของไทย โดยในปัจจุบันประเทศไทยยังประสบปัญหาด้านภาพลักษณ์ของความปลอดภัยของการขนส่งเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะการขนส่งทางถนน ซึ่งมีปัญหาด้านความปลอดภัยทั้งระบบขนส่งมวลชนสาธารณะและระบบขนส่งเอกชน (Taxi) นอกจากนี้ปัญหารถติดยังเป็นอีกหนึ่งปัญหาที่ส่งผลให้การเดินทางไม่สามารถกำหนดเวลาเดินทางได้อย่างชัดเจนและตรงต่อเวลาได้

4. **ความถี่ของการขนส่ง** ความถี่ของการขนส่งเป็นหนึ่งในปัจจัยที่จะช่วยให้ระบบการขนส่งมีความยืดหยุ่นในการให้บริการมากขึ้น ทำให้ผู้เดินทางมีทางเลือกในการเดินทางได้ตามเวลาที่เหมาะสมของตนเอง ทั้งยังสามารถช่วยกระจายความแออัดของผู้ใช้บริการระบบการขนส่ง ทำให้การเดินทางมีความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น โดยในปัจจุบันความถี่ในการขนส่งของไทยยังไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักเดินทางได้เพียงพอ

5. **ความคุ้มค่าเงิน** ความคุ้มค่าเงินเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกใช้บริการของผู้เดินทางในธุรกิจการประชุมนานาชาติโดยการเดินทางที่มีความรวดเร็ว สะดวกสบาย น่าเชื่อถือ ตรงต่อเวลา และมีราคาที่คุ้มค่าเงินย่อมเป็นทางเลือกที่ต้องการของผู้เข้าร่วมประชุม ทั้งนี้ในปัจจุบันประเทศไทยด้านมาตรการการควบคุมการขนส่งของผู้ให้บริการขนส่งเอกชนโดยเฉพาะรถแท็กซี่ ซึ่งพบว่ามีกรเรียกเก็บค่าบริการเกินจากมาตรฐานที่กำหนดต่อนักเดินทางชาวต่างชาติ ซึ่งสะท้อนถึงการให้บริการที่ขาดมาตรฐานและขาดความน่าเชื่อถือของระบบการขนส่งของไทย

#### **การพัฒนาการขนส่งและการเชื่อมโยง (Transportation and Connectivity)**

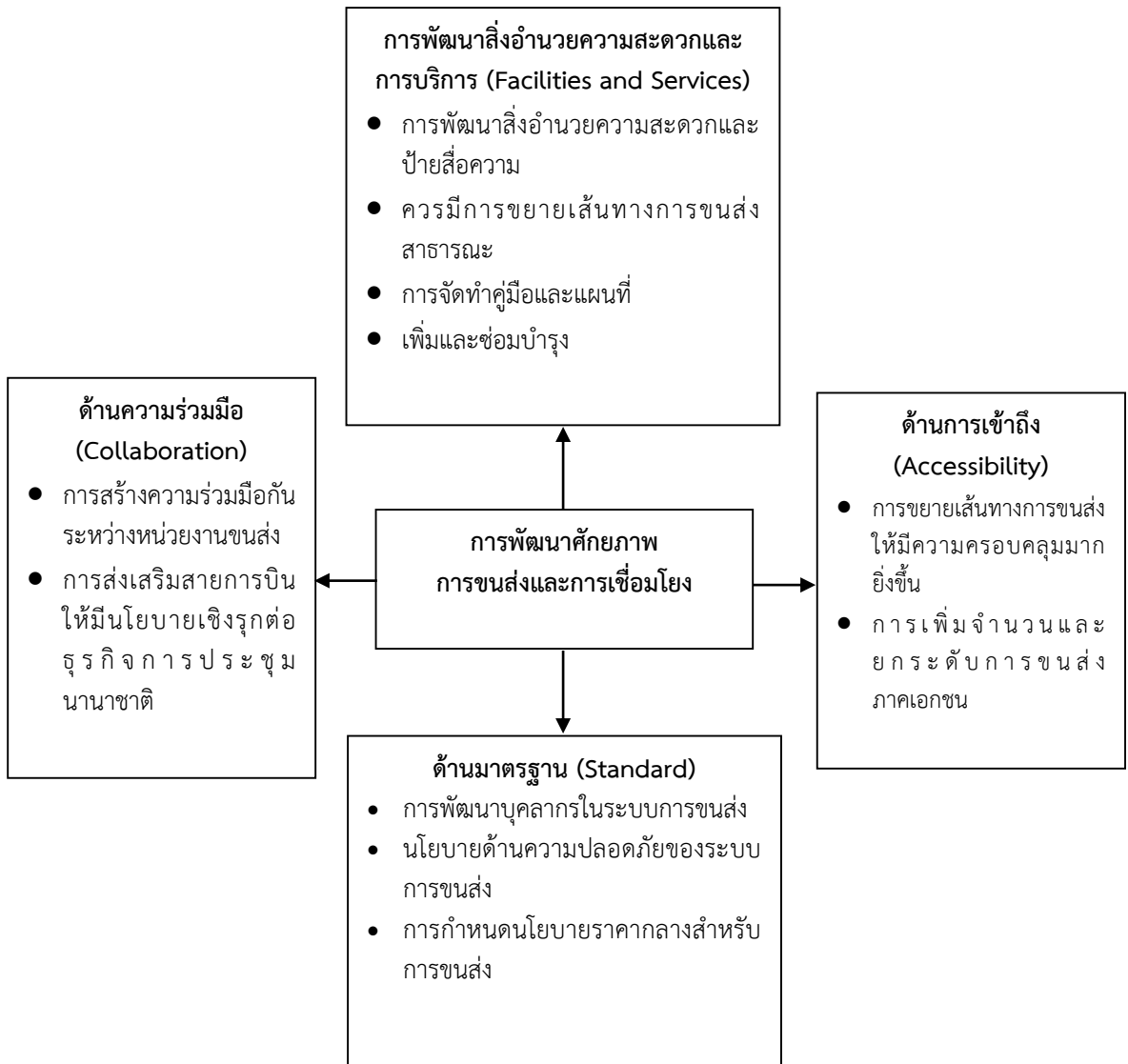
ทั้งนี้ จากการศึกษาด้านการขนส่งและการเดินทางของคณะวิจัยพบว่าในปัจจุบันยังขาดมาตรฐานในการให้บริการในระดับสากลเพื่อรองรับผู้เข้าร่วมประชุมเป็นอย่างมาก ทางคณะผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะต่อแนวทางการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจจัดการประชุมนานาชาติสำหรับการขนส่งและการเชื่อมโยง (Transportation and Connectivity) ประกอบด้วย 4 แนวทาง ได้แก่

4.5.3.1 การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก (Facility)

4.5.3.2 ด้านการเข้าถึง (Accessibility)

4.5.3.3 ด้านความร่วมมือ (Collaboration)

4.5.3.4 ด้านมาตรฐาน (Standard)



ภาพที่ 4.28 การพัฒนาศักยภาพการขนส่งและการเชื่อมโยง

ประกอบด้วยสาระสำคัญดังนี้

**4.5.3.1 การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก (Facility)** รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่งต่างๆ สำหรับรองรับธุรกิจการประชุมนานาชาติเพื่อสร้างความสะดวกและความปลอดภัยในการเดินทาง ดังนี้

1) **การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและป้ายสื่อความในการเดินทางของผู้เข้าร่วมประชุมนานาชาติ** หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรมีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการเดินทางต่างๆ แก่ผู้เข้าร่วมประชุม เช่น แผนที่สำหรับการเดินทางไปยังศูนย์ประชุมหรือคู่มือสำหรับผู้เข้าร่วมประชุมโดยเฉพาะ เป็นต้น โดยผู้จัดงานอาจจะมีการประสานงานกับหน่วยงานหรือผู้ให้บริการทางการขนส่งในการจัดเตรียมป้ายบอกทางและสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการเดินทางอื่นๆ เพื่อรองรับการเดินทางของผู้เข้าร่วมประชุม เช่น ป้ายบอกทางไปยังระบบขนส่ง แผนที่สำหรับ



เดินทางไปยังศูนย์ประชุม เป็นต้น ทั้งนี้ นอกจากป้ายบอกทางสำหรับการขนส่งสาธารณะแล้ว ป้ายบอกทางสำหรับการเดินทางทางถนนก็มีความสำคัญเช่นเดียวกัน โดยควรมีการพัฒนาป้ายบอกทางให้มีความชัดเจนครอบคลุมถึงสถานที่จัดงานในแต่ละแห่ง รวมทั้งควรเป็นป้ายที่เป็นภาษาอังกฤษเพื่อสร้างความเข้าใจแก่ผู้เดินทางมากขึ้น โดยเฉพาะในพื้นที่ระดับภูมิภาคที่ควรมีการพัฒนาให้เป็นมาตรฐานมากยิ่งขึ้น โดยการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางของผู้เข้าร่วมประชุมเพื่อรองรับผู้เข้าร่วมประชุมในธุรกิจการประชุมนานาชาติก่อให้เกิดประโยชน์ในด้านต่างๆ ดังนี้

- อำนวยความสะดวกและลดความสับสนในการเดินทางของผู้เข้าร่วมประชุม
- ยกระดับการบริการทางการขนส่งเพื่อรองรับผู้เข้าร่วมประชุมของธุรกิจการประชุมนานาชาติ
- สร้างความประทับใจและส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ของธุรกิจการประชุมนานาชาติของประเทศไทย

2) **ควรมีการขยายเส้นทางทางการขนส่งสาธารณะ** เพื่อรองรับการเดินทางและสร้างการเข้าถึงศูนย์ประชุมต่างๆ โดยเฉพาะศูนย์ประชุมอิมแพค เมืองทองธานี ซึ่งเป็นศูนย์ประชุมขนาดใหญ่ที่ยังขาดระบบขนส่งสาธารณะที่อำนวยความสะดวกในการเข้าถึง และควรพัฒนาทั้งในกรุงเทพฯ และภูมิภาคต่างๆ โดยเฉพาะเมืองแห่งไมซ์

3) **การจัดทำคู่มือและแผนที่** สำหรับผู้เข้าร่วมประชุม โดยเฉพาะเพื่ออำนวยความสะดวกและป้องกันความสับสนในการเดินทาง

4) **เพิ่มและซ่อมบำรุง** เช่น ไฟส่องทางตามถนนทั้งในกรุงเทพฯ และภูมิภาคต่าง โดยเฉพาะเมืองแห่งไมซ์ เพื่อสร้างความปลอดภัยในการเดินทางแก่ผู้เข้าร่วมประชุม

**4.5.3.2 ด้านการเข้าถึง (Accessibility)** รัฐบาลและภาคเอกชนควรมีการพัฒนา ระบบขนส่งเพื่อสร้างการเข้าถึงศูนย์ประชุมต่างๆ ทั้งในกรุงเทพมหานคร เมืองแห่งไมซ์ และภูมิภาคต่างๆ ดังนี้

1) **การขยายเส้นทางทางการขนส่งให้มีความครอบคลุมมากยิ่งขึ้น** ในปัจจุบันประเทศไทยยังไม่สามารถให้บริการการขนส่งให้สามารถครอบคลุมทุกพื้นที่ได้ทั้งในเมืองหลวง และในระดับภูมิภาค ทำให้ผู้เข้าร่วมประชุมประสบปัญหาการเดินทางไปยังศูนย์ประชุมต่าง และที่หมายต่างๆ ที่ต้องการ แม้ในปัจจุบันจะมีระบบขนส่งทางราง เช่น ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพฯ (BTS Sky Train) รถไฟฟ้าเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ (Suvarnabhumi Airport Rail Link) และรถไฟฟ้ามหานคร (MRT) แต่ก็ยังไม่สามารถครอบคลุมพื้นที่และศูนย์ประชุมในบางจุด เช่น ศูนย์ประชุมอิมแพคเมืองทองธานี ซึ่งเป็นศูนย์ประชุมที่มีขนาดใหญ่ในอันดับต้นๆ ของประเทศแต่ในปัจจุบันกลับไม่มีระบบขนส่งมวลชนที่สามารถอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงมากนัก มีเพียงการขนส่งทางถนนเท่านั้นและประสบปัญหาการติดเป็นอย่างมากเนื่องจากประสบปัญหาการติดเนื่องจากเป็นบริเวณที่มีการจราจรหนาแน่น

นอกจากนี้ในระดับภูมิภาคแม้กระทั่งในเมืองที่เป็นเมืองแห่งไมซ์ (MICE City) คือ กรุงเทพมหานคร พัทยา เชียงใหม่ ภูเก็ต และขอนแก่น มีเพียงระบบขนส่งของภาคเอกชนเท่านั้นที่มีศักยภาพเพียงพอต่อผู้เข้าร่วมประชุม ในขณะที่ระบบขนส่งของภาครัฐตามเมืองต่างๆ ข้างต้น และใน

ภูมิภาคอื่นๆ ยังไม่มีศักยภาพในการให้บริการและการเข้าถึงที่เพียงพอต่อผู้เข้าร่วมประชุมในธุรกิจการ  
ประชุมนานาชาติทั้งนี้แนวทางการพัฒนาระบบขนส่งเพื่อรองรับธุรกิจการประชุมนานาชาติ  
สามารถแบ่งได้เป็น 2 แนวทางย่อย ดังนี้

- **การขยายเส้นทางการขนส่งในกรุงเทพมหานคร** ภาครัฐควรมีการขยาย  
เส้นทางทางการขนส่งโดยเฉพาะระบบขนส่งทางรางให้ครอบคลุมพื้นที่ที่มีการจัดประชุมและพื้นที่  
สำคัญต่างๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเฉพาะขยายระบบขนส่งทางรางไปยังศูนย์ประชุมอิมแพค  
เมืองทองธานี ซึ่งเป็นศูนย์ประชุมที่มีขนาดใหญ่ในอันดับต้นๆ ของประเทศ เพื่อก่อให้เกิดการเข้าถึง  
และกระจายงานประชุมไปยังพื้นที่ต่างๆ ของกรุงเทพมหานครให้มากยิ่งขึ้น ซึ่งจะทำให้ผู้จัดการและ  
ผู้ร่วมงานมีทางเลือกในการจัดประชุมมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะก่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปยังพื้นที่ต่างๆ  
และลดความหนาแน่นของผู้เดินทางอีกด้วย ทั้งนี้ภาครัฐควรมีการร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและ  
การดำเนินงานร่วมกับภาคเอกชนเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการขนส่งของภาคเอกชนให้มีการ  
เชื่อมโยงไปยังพื้นที่ต่างๆ ที่ภาครัฐไม่สามารถดำเนินการได้เพื่อให้การขนส่งมีความครอบคลุมพื้นที่  
มากยิ่งขึ้น

- **การขยายเส้นทางการขนส่งในระดับภูมิภาค** การขนส่งในระดับภูมิภาคทั้ง  
การขนส่งจากเมืองหลวงไปยังภูมิภาคต่างๆ และการขนส่งภายในภูมิภาคเป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิด  
การกระจายงานประชุมและการกระจายรายได้จากเมืองหลวงไปสู่ภูมิภาคต่างๆ ทั้งยังส่งผลให้เกิดการ  
ท่องเที่ยวในภูมิภาคต่างๆ เหล่านั้นมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะภูมิภาคที่เป็นเมืองแห่งไมซ์ โดยในปัจจุบัน  
พบว่า ระบบการขนส่งในระดับภูมิภาคยังไม่สามารถตอบสนองต่อการเข้าถึงศูนย์ประชุมในระดับ  
ภูมิภาคได้โดยเฉพาะระบบการขนส่งของภาครัฐ โดยแนวทางการขยายเส้นทางในระดับภูมิภาคมีดังนี้

1. ภาครัฐและภาคเอกชนควรขยายเส้นทางการขนส่งสาธารณะ  
นอกเหนือจากการขนส่งทางอากาศ เช่น การขนส่งทางถนน และการขนส่งทางรางจาก  
กรุงเทพมหานครเชื่อมโยงไปยังศูนย์ประชุมในระดับภูมิภาคของเมืองแห่งไมซ์โดยตรง เพื่อให้การ  
เดินทางสามารถเข้าถึงในระดับภูมิภาคได้มากยิ่งขึ้น

2. ภาครัฐและภาคเอกชนควรมีการขยายเส้นทางเพื่อเชื่อมโยงจาก  
สนามบินระดับภูมิภาคไปยังศูนย์ประชุมให้มีมาตรฐานความปลอดภัย ความสะอาดสบาย ความ  
น่าเชื่อถือ เพื่ออำนวยความสะดวกและสร้างการเข้าถึงศูนย์ประชุมในระดับภูมิภาค

3. ควรมีการพัฒนาสนามบินในระดับภูมิภาคโดยเฉพาะเมืองแห่งไมซ์ให้  
เป็นสนามบินนานาชาติเพื่อให้ผู้เข้าร่วมประชุมสามารถเดินทางโดยตรงจากภูมิภาคต่างๆ ในโลกได้  
โดยตรง เพื่อลดความแออัดของเมืองหลวงและสร้างการเข้าถึงในระดับภูมิภาคให้มากยิ่งขึ้น

โดยการขยายเส้นทางการขนส่งให้มีความครอบคลุมเพื่อรองรับผู้เข้าร่วม  
ประชุมในธุรกิจการประชุมนานาชาติก่อให้เกิดประโยชน์ในด้านต่างๆ ดังนี้

1. เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เข้าร่วมประชุมในการเข้าถึงศูนย์  
ประชุมต่างๆ ได้สะดวกมากยิ่งขึ้น

2. เพื่อก่อให้เกิดการกระจายงานออกไปยังพื้นที่ต่างๆ ในกรุงเทพมหานคร  
และในระดับภูมิภาคมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อการกระจายรายได้และลดการกระจุกตัวใน  
กรุงเทพมหานครได้

3. เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในภูมิภาคต่างๆ มากยิ่งขึ้น เนื่องจากการเข้าถึงที่ง่ายขึ้นจะส่งผลให้ผู้เข้าร่วมประชุมมีความต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวในพื้นที่ต่างๆ มากยิ่งขึ้น

4. ส่งเสริมภาพลักษณ์ความเป็นมืออาชีพให้แก่ระบบการขนส่งและธุรกิจการประชุมนานาชาติ ทำให้สามารถดึงดูดการจัดประชุมเข้ามาจัดประชุมในประเทศไทยมากยิ่งขึ้น

**2.) การเพิ่มจำนวนและยกระดับการขนส่งภาคเอกชน** ภาคเอกชนควรมีการเพิ่มจำนวนรถ ความถี่ในการให้บริการ และยกระดับมาตรฐานของการขนส่งภาคเอกชน เช่น รถแท็กซี่ รถเช่า เป็นต้น โดยเฉพาะการขนส่งในระดับภูมิภาคซึ่งในปัจจุบันพบว่ายังมีจำนวนไม่เพียงพอ ไม่สามารถเข้าถึงศูนย์ประชุมหรือสถานที่ต่างๆ และขาดมาตรฐานในการให้บริการ โดยแนวทางการการเพิ่มจำนวนและยกระดับการขนส่งภาคเอกชน 3 แนวทาง ดังนี้

**2.2.1 ภาคเอกชนควรมีการเพิ่มจำนวนรถขนส่งมากขึ้น** ภาคเอกชนควรมีการเพิ่มจำนวนรถขนส่งโดยเฉพาะในระดับภูมิภาคให้สามารถรองรับผู้เข้าร่วมประชุมให้มากขึ้น โดยอาจจะมีการร่วมปรึกษาและดำเนินการร่วมกับ สสพ. เพื่อวางแผนในการจัดจำนวนรถที่เหมาะสมเพื่อรองรับผู้เข้าร่วมประชุมนานาชาติ

**2.2.2 ภาคเอกชนควรมีการเพิ่มความถี่ของการให้บริการ** สำหรับรถยนต์โดยสารประจำทางของภาคเอกชนควรมีการเพิ่มความถี่ในการให้บริการที่มากขึ้นในช่วงที่มีการจัดประชุมนานาชาติเพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางของผู้เข้าร่วมประชุมทั้งในกรุงเทพมหานคร และภูมิภาคต่างๆ ควรมีการประสานงานไปยังผู้ให้บริการภาคเอกชนให้มีความพร้อมสำหรับการจัดความถี่รถที่เหมาะสมเพื่อรองรับผู้เข้าร่วมประชุม

**2.2.3 ยกระดับมาตรฐานในการให้บริการ** ภาคเอกชนที่ให้บริการรถขนส่งไม่ประจำทาง เช่น รถแท็กซี่ ควรยกระดับมาตรฐานการให้บริการของพนักงานและควรให้บริการในเส้นทางไปยังศูนย์ประชุมให้มากยิ่งขึ้น และสำหรับผู้ให้บริการรถเช่าควรมีการอำนวยความสะดวกโดยกรมคุ้มครองบริการรถเช่ามาตรฐาน 24 ชั่วโมง เพื่ออำนวยความสะดวกและแก้ปัญหาให้แก่ผู้เข้าร่วมประชุมในเบื้องต้น โดยการเพิ่มจำนวนและยกระดับการขนส่งภาคเอกชนเพื่อรองรับผู้เข้าร่วมประชุมในธุรกิจการประชุมนานาชาติก่อให้เกิดประโยชน์ในด้านต่างๆ ดังนี้

1. เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางของผู้เข้าร่วมประชุมในการเข้าถึงสถานที่ต่างๆ มากยิ่งขึ้น

2. เพื่อยกระดับมาตรฐานการบริการของภาคเอกชนและสร้างความเชื่อมั่นในการเดินทางของผู้เข้าร่วมประชุมมากยิ่งขึ้น

3. เพื่อให้ธุรกิจการประชุมนานาชาติสามารถกระจายรายได้ไปยังภาคการขนส่งเอกชนมากยิ่งขึ้นจากความร่วมมือของผู้ให้บริการเอกชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

**4.5.3.3 ด้านความร่วมมือ (Collaboration)** ภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยควรมีการประชุมหารือเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและสร้างแนวทางในการดำเนินการร่วมกัน โดยนโยบายในการสร้างแนวทางการร่วมมือมีดังนี้

1.) การสร้างความร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานขนส่ง ในปัจจุบันประเทศไทยขาดความร่วมมือกันระหว่างผู้ให้บริการทั้งภาครัฐและภาคเอกชนทั้งในรูปแบบการขนส่งเดียวกันและต่างรูปแบบการขนส่ง ทำให้ผู้เข้าร่วมประชุมเกิดความสับสนในการเดินทาง เช่น ระบบขนส่งทางรางทั้ง 3 ระบบ คือ 1) ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ (BTS Sky Train) 2) รถไฟฟ้าเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ (Suvarnabhumi Airport Rail Link) และ 3) รถไฟฟ้ามหานคร (MRT) มีการใช้ระบบตั๋วโดยสารที่แตกต่างกัน และป้ายสถานีเชื่อมต่อที่มีชื่อสถานีต่างกัน ซึ่งสร้างความสับสนให้แก่ผู้เข้าร่วมประชุมเป็นอย่างมาก และเมื่อต้องการเปลี่ยนรูปแบบการขนส่งไปยังรูปแบบถนนก็จำเป็นต้องซื้อตั๋วโดยสารใหม่ ซึ่งทำให้ก่อให้เกิดความสับสนและไม่สามารถอำนวยความสะดวกแก่ผู้เข้าร่วมประชุม โดยแนวทางการสร้างความร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานขนส่งสามารถแบ่งเป็นแนวทางย่อย ดังนี้

- การอำนวยความสะดวกด้วยระบบตั๋วใบเดียว “One Ticket” หน่วยงานของระบบการขนส่งทั้ง 3 ระบบ คือ ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ (BTS Sky Train), รถไฟฟ้าเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ (Suvarnabhumi Airport Rail Link) และรถไฟฟ้ามหานคร (MRT) ควรมีการประชุมหารือเพื่อหาข้อตกลงร่วมกันในการให้บริการแบบตั๋วใบเดียว (One Ticket) ซึ่งสามารถใช้โดยสารรถไฟใต้ดินทั้ง 3 ระบบ เพื่อป้องกันความสับสนและอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้เข้าร่วมประชุม จากนั้นควรมีการพัฒนาร่วมกันระบบขนส่งมวลชนทางถนนเพื่อให้บริการระบบตั๋วใบเดียวให้ครอบคลุมการเดินทางทุกประเภทของผู้เข้าร่วมประชุม

- การอำนวยความสะดวกหรือสิทธิประโยชน์พิเศษ หน่วยงานทางการขนส่งที่เกี่ยวข้องควรมีการอำนวยความสะดวกหรือมีสิทธิประโยชน์พิเศษสำหรับตัวเดินทางใบเดียวของผู้เข้าร่วมประชุมในธุรกิจการประชุมนานาชาติซึ่งเป็นกลุ่มนักเดินทางที่มีความสำคัญ โดยอาจมีการประสานงานกับผู้จัดงานในการออกตั๋วใบเดียวสำหรับนักเดินทางกลุ่มไมซ์ (Mice’s Ticket) ที่มีราคาแบบเหมาเป็นรายวันเพื่อให้ผู้ร่วมประชุมไม่ต้องเสียเวลาในการเติมค่าโดยสาร และอาจจะมีบริการพิเศษจากทางสถานีเช่นพนักงานที่ให้บริการสำหรับผู้เข้าร่วมประชุมโดยเฉพาะ เป็นต้น

โดยการสร้างความร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานขนส่งเพื่อรองรับผู้เข้าร่วมประชุมในธุรกิจการประชุมนานาชาติก่อให้เกิดประโยชน์ในด้านต่างๆ ดังนี้

1. ทำให้ลดความสับสนในการเดินทางของผู้เข้าร่วมประชุม
2. อำนวยความสะดวกในการเดินทางให้แก่ผู้เข้าร่วมประชุม
3. ทำให้เกิดความคุ้มค่าของค่าใช้จ่ายในการเดินทางของผู้เข้าร่วมประชุม
4. สร้างภาพลักษณ์ในการให้บริการที่มีมาตรฐานของระบบการขนส่ง

ให้แก่ธุรกิจการประชุมนานาชาติ

## 2) การส่งเสริมสายการบินให้มีนโยบายเชิงรุกต่อธุรกิจการประชุมนานาชาติ

ในปัจจุบันสายการบินมีนโยบายเชิงรุกต่อธุรกิจการประชุมนานาชาติกล่าวคือ ความร่วมมือที่เกิดขึ้นเป็นลักษณะของการขอความอนุเคราะห์ในแต่ละครั้งที่มีการจัดการประชุมนานาชาติ โดยมีการสนับสนุนในลักษณะต่างๆ ทั้งด้านการประชาสัมพันธ์เพื่อการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับอุตสาหกรรมไมซ์และประเทศไทย แต่สำหรับมาตรการด้านราคาระนั้นในปัจจุบันการกำหนดราคาค่าโดยสารทำได้ยากเนื่องจากลักษณะของการประชุมนานาชาตินั้น ผู้เข้าร่วมประชุมเดินทางมาจากประเทศต่างๆ ในลักษณะของการกระจายตัวทำให้การกำหนดราคาพิเศษเป็นกระบวนการที่ทำได้ยาก

ดังนั้น ทางสายการบิน ภาครัฐควรมีการประชุมหารือเพื่อระดมความคิดเห็นที่จะนำไปสู่แนวทางการส่งเสริมในเชิงรุกต่อธุรกิจการประชุมนานาชาติและอุตสาหกรรมไมซ์ในด้านต่างๆ นอกเหนือจากด้านราคา

โดยการส่งเสริมสายการบินให้มีนโยบายเชิงรุกเพื่อรองรับผู้เข้าร่วมประชุมในธุรกิจการประชุมนานาชาติก่อให้เกิดประโยชน์ในด้านต่างๆ ดังนี้

1. ก่อให้นโยบายร่วมกันระหว่างสายการบิน และภาครัฐ
2. ทำให้ผู้เข้าร่วมประชุมได้รับสิทธิประโยชน์จากการเดินทางที่มากขึ้นซึ่งจะส่งผลให้ผู้เข้าร่วมประชุมอยากเดินทางมาประชุมอีกครั้ง
3. ก่อให้เกิดนโยบายการส่งเสริมธุรกิจการประชุมนานาชาติในเชิงรุกมากยิ่งขึ้น

**4.5.3.4 ด้านมาตรฐาน (Standard) ภาครัฐ ภาคเอกชน รวมไปถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการดำเนินงานร่วมกันเพื่อสร้างมาตรฐานของระบบการขนส่งไทยเพื่อรองรับธุรกิจการประชุมนานาชาติซึ่งจะส่งผลต่อภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจของผู้เข้าร่วมประชุมที่มีต่อระบบการขนส่งไทย โดยนโยบายด้านมาตรฐานมีแนวทาง ดังนี้**

**1) การพัฒนาบุคลากรในระบบการขนส่ง** บุคลากรทางการขนส่งเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างมาตรฐาน ความเป็นมืออาชีพ และความประทับใจเป็นอย่างมากให้แก่ผู้เข้าร่วมประชุม ซึ่งในปัจจุบันพบว่าบุคลากรทางการขนส่งยังขาดความเข้าใจในธุรกิจการประชุมนานาชาติ ขาดทักษะด้านภาษา และขาดหัวใจแห่งการให้บริการ (Service Mind) ซึ่งปัญหาดังกล่าวทำให้ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของธุรกิจการประชุมนานาชาติของประเทศให้ขาดความน่าเชื่อถือและขาดมาตรฐาน ซึ่งอาจจะทำให้ผู้จัดงานเลือกที่จะไปจัดงานในประเทศอื่นซึ่งมีความพร้อมในการอำนวยความสะดวกสำหรับผู้เข้าร่วมประชุมมากกว่า ทั้งนี้ แนวทางการพัฒนาบุคลากรในระบบการขนส่งของไทยสามารถแบ่งได้เป็น 2 แนวทางย่อย คือ

- **การพัฒนาบุคลากรในทุกระดับ** ควรมีการพัฒนาบุคลากรในระบบการขนส่งที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการประชุมนานาชาติในทุกระดับเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจถึงความสำคัญของผู้เข้าร่วมประชุม และควรมีหลักสูตรฝึกอบรมด้านภาษาสำหรับบุคลากรในทุกระดับเพื่อให้สามารถสื่อสารและอำนวยความสะดวกแก่ผู้เข้าร่วมประชุมได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้การขนส่งเอกชนควรมีการพัฒนาบุคลากรให้มีมาตรฐานด้วยเช่นกันเพื่อให้การขนส่งทั้งภาครัฐและเอกชนมีมาตรฐาน และมีความน่าเชื่อถือ ซึ่งจะส่งผลให้ผู้เข้าร่วมประชุมเกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการอีกครั้ง

- **การร่วมแลกเปลี่ยนและทำงานร่วมกันของบุคลากรทางการขนส่ง** บุคลากรทางการขนส่งโดยเฉพาะในระดับบริหารของทั้งภาคเอกชนและภาครัฐควรมีการร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และนโยบายกันเพื่อกำหนดแนวทางการให้บริการผู้เข้าร่วมประชุมในธุรกิจการประชุมนานาชาติโดยเฉพาะ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้เข้าร่วมประชุมอย่างมีประสิทธิภาพ

โดยการพัฒนาบุคลากรในระบบการขนส่งเพื่อรองรับผู้เข้าร่วมประชุมในธุรกิจ การประชุมนานาชาติก่อให้เกิดประโยชน์ในด้านต่างๆ ดังนี้

1. สร้างความเป็นมาตรฐานให้แก่ระบบขนส่งสำหรับธุรกิจการประชุม นานาชาติให้เกิดความน่าเชื่อถือ
2. สร้างความประทับใจให้แก่ผู้เข้าร่วมประชุมซึ่งจะก่อให้เกิดความ ต้องการมาประชุมและการใช้บริการระบบการขนส่งไทยซ้ำ
3. ระบบการขนส่งจะช่วยอำนวยความสะดวกของผู้เข้าร่วมประชุมได้มาก ขึ้น เช่น บุคลากรสามารถตอบข้อสงสัยของผู้เข้าร่วมประชุมได้ บุคลากรสามารถแนะนำข้อมูลต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ได้ เป็นต้น
4. ก่อให้เกิดการสื่อสารที่ตรงกันระหว่างบุคลากรกับผู้เข้าร่วมประชุม ทำให้บุคลากรสามารถแก้ไขปัญหาในเบื้องต้นให้แก่ผู้เข้าร่วมประชุมได้ ทั้งยังแสดงให้เห็นถึงความเป็นมืออาชีพของอุตสาหกรรมการขนส่งของ ไทย

**2) นโยบายด้านความปลอดภัยของระบบการขนส่ง** ความปลอดภัยของ ระบบการขนส่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือของระบบขนส่งของไทย โดยใน ปัจจุบันประเทศไทยประสบปัญหาด้านความปลอดภัยเป็นอย่างมาก จากรายงานสถานการณ์ความ ปลอดภัยทางถนน ปี 2015 (องค์การอนามัยโลก, 2015) ประเทศไทยถูกจัดเป็นประเทศที่มีความ อันตรายจากถนนเป็นอันดับ 1 ของโลก โดยมีประชากรเสียชีวิต 36.2 คน ต่อประชากร 1 แสนคน ซึ่ง จากรายงานดังกล่าวส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือของระบบขนส่งของไทยเป็นอย่างมาก ดังนั้นจึงควรมีการ กำหนดนโยบายด้านความปลอดภัยของระบบการขนส่งเพื่อรองรับผู้เข้าร่วมประชุมอย่างรัดกุมและ ไกล่ล้น โดยแนวทางการพัฒนาแบ่งเป็น 3 แนวทางย่อย คือ

- **การพัฒนาบุคลากรผู้ขับขี่รถยนต์สาธารณะ** ภาครัฐควรมีมาตรการใน การพัฒนาและควบคุมการขับขี่รถยนต์สาธารณะของผู้ขับขี่ทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อสร้างมาตรฐาน การขับขี่ที่มีความปลอดภัย สร้างความน่าเชื่อถือและความมั่นใจให้แก่ผู้เข้าร่วมประชุม ซึ่งจะเป็นส่วน ช่วยในการยกระดับภาพลักษณ์การขนส่งสาธารณะและลดอุบัติเหตุที่เกิดจากระบบการขนส่งของ ประเทศไทย

- **มาตรการในการกำหนดมาตรฐานสำหรับผู้ขับขี่ทั่วไป** ภาครัฐควร ยกย่องมาตรฐานด้านความปลอดภัยในการขับขี่ของผู้ใช้รถทั่วไปเพื่อสร้างมาตรฐานด้านความ ปลอดภัยทางถนนของประเทศไทย เพื่อแก้ปัญหาการขับขี่ผิดกฎหมายจราจรของผู้ขับขี่โดยทั่วไป ซึ่งมักจะ ก่อให้เกิดอุบัติเหตุอยู่บ่อยครั้ง โดยรัฐบาลควรมีมาตรฐานในการออกใบขับขี่และมาตรการในการ ลงโทษผู้ฝ่าฝืนกฎจราจรให้เข้มงวดมากยิ่งขึ้นเพื่อสร้างมาตรฐานในการขับขี่และลดอุบัติเหตุที่จะ เกิดขึ้นในอนาคต

- **พัฒนาและเพิ่มโครงสร้างพื้นฐานด้านความปลอดภัยตามเส้นทาง ต่างๆ** ในปัจจุบันพื้นที่ในระดับภูมิภาคของประเทศไทยบางส่วนยังขาดการพัฒนา ซ่อมบำรุง และ ติดตั้งไฟทางและป้ายเตือนอันตรายต่างๆ บนถนน ซึ่งก่อให้เกิดความไม่ปลอดภัยในการขับขี่เป็นอย่าง

มาก ดังนั้นรัฐบาลควรมีการพัฒนา ซ่อมแซม และติดตั้ง ไฟถนนและป้ายเตือนอันตรายต่างๆ บนท้องถนนให้มากยิ่งขึ้นเพื่อป้องกันและลดอุบัติเหตุบนท้องถนน

โดยนโยบายด้านความปลอดภัยของระบบการขนส่งเพื่อรองรับผู้เข้าร่วมประชุมในธุรกิจการประชุมนานาชาติก่อให้เกิดประโยชน์ในด้านต่างๆ ดังนี้

1. เพื่อลดอุบัติเหตุที่อาจเกิดขึ้นแก่ผู้เข้าร่วมประชุม
2. ยกระดับมาตรฐานด้านความปลอดภัยของระบบการขนส่งไทย
3. สร้างความมั่นใจและความน่าเชื่อถือแก่ผู้เข้าร่วมประชุมต่อระบบ

การขนส่ง

4. ยกระดับภาพลักษณ์ด้านความปลอดภัยของประเทศให้ดีขึ้น

● **การกำหนดนโยบายราคากลางสำหรับการขนส่ง** ในปัจจุบันระบบการขนส่งภาคเอกชน เช่น รถเช่า รถแท็กซี่ และรถประจำทางของภาคเอกชน มักมีภาพลักษณ์ด้านลบ เรื่องการกำหนดราคาสำหรับผู้เดินทางชาวต่างชาติ ซึ่งรัฐบาลควรมีนโยบายในการกำหนดราคากลาง เพื่อสร้างราคาที่เป็นธรรมแก่ผู้เดินทางและผู้เข้าร่วมประชุม รวมทั้งควรมีมาตรการในการดำเนินการกับผู้ให้บริการที่เก็บค่าบริการเกินกว่าปกติอย่างเร่งด่วน โดยการกำหนดราคากลางสำหรับการขนส่งประกอบด้วย 2 แนวทางย่อย คือ

● **การกำหนดราคากลางในการขนส่ง** ภาคเอกชนและภาครัฐควรมีการร่วมประชุมปรึกษาหารือกันเพื่อหาแนวทางและราคาที่เหมาะสมสำหรับการขนส่งของภาคเอกชนทั้งรถแท็กซี่และรถเช่า เพื่อสร้างมาตรฐานด้านราคาซึ่งจะส่งผลให้ผู้เข้าร่วมประชุมเกิดความเชื่อถือ ป้องกันและลดปัญหาการถูกเอาเปรียบของผู้เข้าร่วมประชุมและนักเดินทางที่ใช้บริการขนส่งของภาคเอกชน

● **การกำหนดมาตรการในการลงโทษผู้ให้บริการที่คิดค่าบริการเกินมาตรฐาน** ภาครัฐควรมีมาตรการในการลงโทษผู้ให้บริการที่เอาเปรียบผู้เดินทางอย่างเคร่งครัดเพื่อป้องกันการคิดค่าโดยสารเกินราคา ซึ่งการดำเนินการอย่างจริงจังและเคร่งครัดของภาครัฐจะส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้เดินทางว่าจะไม่ถูกเอาเปรียบจากผู้ให้บริการทางการขนส่ง

โดยการกำหนดนโยบายราคากลางสำหรับการขนส่งเพื่อรองรับผู้เข้าร่วมประชุมในธุรกิจการประชุมนานาชาติก่อให้เกิดประโยชน์ในด้านต่างๆ ดังนี้

1. ป้องกันการเอาเปรียบผู้เดินทางจากภาคเอกชน
2. สร้างความน่าเชื่อถือและความมั่นใจในการเดินทางแก่ผู้เดินทาง
3. สร้างมาตรฐานและภาพลักษณ์ด้านการขนส่งที่ดีแก่ธุรกิจการ

ประชุมนานาชาติของประเทศไทย

#### 4.5.4 แนวทางการพัฒนาบุคลากรด้านธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ

จากการศึกษาพบว่าปัญหาที่สำคัญของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ คือ บุคลากรหรือทรัพยากรมนุษย์ในธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติที่ยังขาดความพร้อมในการเป็นผู้ให้บริการจัดการประชุมอย่างมืออาชีพ ทั้งนี้คณะผู้วิจัยได้นำเสนอสาระสำคัญดังนี้

## 1. คุณลักษณะบุคลากรในธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติอันพึงประสงค์

จากการศึกษาพบว่า คุณสมบัติอันพึงประสงค์ของบุคลากรในธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติที่จะทำให้การจัดการประชุมมีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย 5 คุณสมบัติ คือ

- **ความรู้เชิงลึกในกระบวนการทำงาน** คือ ความรู้เชิงลึกเกี่ยวกับธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ ได้แก่ กระบวนการวางแผน การออกแบบการจัดงานและกิจกรรม ประกอบการประชุม การจัดการพื้นที่ การจัดหาผู้ให้บริการ กระบวนการจัดการทางการตลาด การจัดการคุณภาพบริการ การจัดการต้นทุนและความเสี่ยง การแก้ไขปัญหา เป็นต้น

- **ทัศนคติที่ดีต่อการทำงาน** คือ การที่บุคคลมีความเข้าใจที่ถูกต้องต่อลักษณะงานของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติรวมถึงปัญหาและความท้าทายต่างๆ ตลอดจนการทำงาน ดังนั้น บุคคลที่มีทัศนคติที่ดีหรือทัศนคติเชิงบวกต่อการทำงาน ได้แก่ ต่อลูกค้า ต่อเพื่อนร่วมงาน ต่อหัวหน้างานและต่อตนเอง จะทำให้บุคคลคนดังกล่าวสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี รวมถึงสามารถบริหารจัดการสภาวะความกดดันต่างๆ ที่เกิดขึ้นอย่างเหมาะสมต่อทุกฝ่าย

- **ทักษะด้านภาษาและการสื่อสารระหว่างบุคคล** คือ ทักษะการใช้ภาษาต่างประเทศ โดยเฉพาะภาษาอังกฤษ ด้วยการจัดการประชุมนานาชาตินั้นมีส่วนเกี่ยวข้องกับต่างประเทศจึงจำเป็นต้องอาศัยบุคลากรที่มีความสามารถในการสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษในระดับดี ทั้งในการสื่อสารที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ นอกจากนี้การสื่อสารระหว่างบุคคลยังเป็นทักษะที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากกิจกรรมการทำงานส่วนใหญ่จะต้องมีการประสานงานกับบุคคลต่างๆ ที่มีความหลากหลาย การสื่อความหมาย การแสดงออกที่เหมาะสม รวมถึงการสื่อสารเพื่อวัตถุประสงค์ต่างๆ จะต้องได้รับการฝึกฝนมาเป็นอย่างดีเพื่อให้การดำเนินงานเกิดประสิทธิภาพสูงสุด

- **ทักษะเชิงปฏิบัติการ** คือ ทักษะเชิงปฏิบัติการเฉพาะด้านในบางตำแหน่งงาน เช่น พนักงานที่เกี่ยวข้องกับดูแลเทคนิคต่างๆ ในการจัดงาน พนักงานที่บริหารลำดับพิธีการ พนักงานดูแลระบบการทะเบียนการประชุม เป็นต้น การที่บุคคลมีทักษะเชิงปฏิบัติงานเป็นสิ่งสะท้อนถึงความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ทำงาน จะช่วยให้สามารถประเมินสถานการณ์ต่างๆ ที่จะเกิดขึ้น ทำงานด้วยความน่าเชื่อถือได้และสามารถแก้ไขปัญหาอีกด้วย

- **บุคลิกภาพเชิงบวกทั้งภายในและภายนอก** คือ การพัฒนาบุคลิกภาพเชิงบวกทางสังคม ซึ่งประกอบด้วย บุคลิกภาพภายใน เช่น การเป็นบุคคลที่มีความกระตือรือร้น สร้างสรรค์ และเรียนรู้สิ่งใหม่ ความมั่นใจและการกล้าแสดงออก เป็นต้น นอกจากนี้ยังรวมถึงบุคลิกภาพภายนอกที่สามารถสะท้อนความเป็นที่ยอมรับในระดับสากลและมีความเป็นมืออาชีพ ผ่านการแต่งกาย การวางตนและการแสดงออก การสื่อสารและมารยาทสังคม บุคคลผู้ซึ่งมีบุคลิกภาพเชิงบวกจะช่วยให้เกิดความภาคภูมิใจในตนเอง การเป็นที่ยอมรับของสังคมการทำงาน

## 2. กลุ่มเป้าหมายต่อแนวทางการพัฒนาบุคลากรในธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ

เพื่อให้การพัฒนาบุคลากรในธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติถูกพัฒนาอย่างเป็นรูปธรรมและขั้นตอนอันนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มเป้าหมายต่อแนวทางการพัฒนาบุคลากร ได้โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มเป้าหมาย คือ



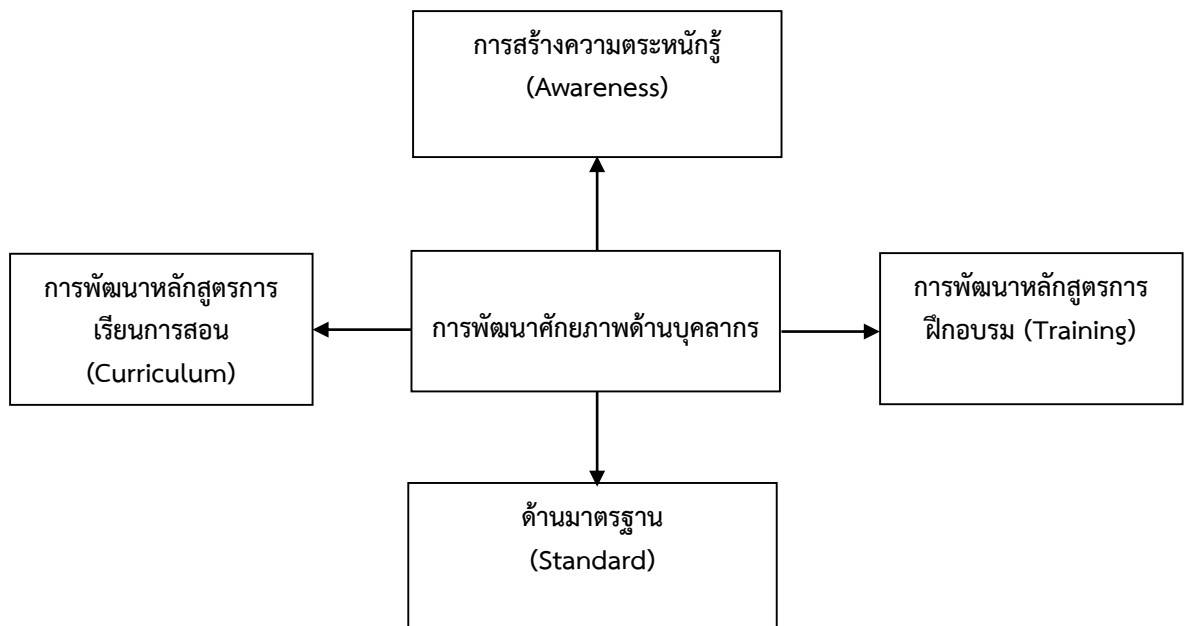
● **กลุ่มบุคลากรใหม่**ของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ คือ กลุ่มบัณฑิตในทุกระดับชั้น ได้แก่ ระดับวิชาชีพและระดับอุดมศึกษา ทั้งนี้เพื่อการเพิ่มจำนวนแรงงานในด้านธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติให้สามารถมีปริมาณที่เพียงพอต่อความต้องการทั้งในปัจจุบันและอนาคต นอกจากนี้ การพัฒนาบุคลากรใหม่ยังให้ความสำคัญต่อการสร้างความรู้เชิงในศาสตร์วิชาด้านธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ ซึ่งปัจจุบันเป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวางว่าในการทำงานดังกล่าวนี้ มีคุณลักษณะเฉพาะเชิงลึกที่ผู้ปฏิบัติงานจะต้องมีความรู้และความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง ดังนั้นการพัฒนาบุคลากรใหม่ในธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติจะเพื่อขีดความสามารถให้ตรงตามความต้องการที่แท้จริงของตลาดแรงงาน สามารถสร้างสรรค์สินค้าและบริการให้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

● **กลุ่มบุคลากรปัจจุบัน**ของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ คือ กลุ่มบุคคลที่อยู่ในสายงานต่างๆ ของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ ทั้งนี้ควรมีการจัดลำดับความสำคัญกลุ่มบุคลากรเพื่อการพัฒนาอย่างเร่งด่วนตรงตามความต้องการของตลาดแรงงานอย่างแท้จริง จากการศึกษา พบว่า กลุ่มที่เป็นกำลังสำคัญและควรได้รับการพัฒนาในลำดับแรก คือ **กลุ่มผู้จัดการประชุมมืออาชีพ** ทั้งนี้อยู่ในลักษณะของธุรกิจผู้จัดการประชุมมืออาชีพ ธุรกิจศูนย์ประชุม ธุรกิจโรงแรมเพื่อการประชุม เนื่องจากกลไกสำคัญของการจัดการประชุมนานาชาติเกิดจาก**ความมีประสิทธิภาพของผู้จัดการประชุมมืออาชีพเป็นสำคัญ** อย่างไรก็ตาม กลุ่มบุคลากรปัจจุบันเริ่มมีความเข้าใจพื้นฐานต่อการธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติรวมถึงขั้นตอนการดำเนินงานอยู่แล้ว แต่อย่างไรก็ตาม ปัญหาที่สำคัญเป็นการเรียนรู้ในงานจากประสบการณ์เป็นหลัก หากได้รับการพัฒนาต่อเนื่องจากให้มีความมืออาชีพและเชี่ยวชาญมากยิ่งขึ้น

● **กลุ่มคลังปัญญา**ของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ คือ ผู้เชี่ยวชาญในธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติและอุตสาหกรรมไมซ์ จากการศึกษาพบว่าในแวดวงของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติและอุตสาหกรรมไมซ์มีผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านและประสบการณ์การทำงานสูง โดยผู้เชี่ยวชาญดังกล่าวส่วนใหญ่อยู่ในแวดวงธุรกิจดังกล่าวนี้ทั้งสิ้นซึ่งเปรียบได้กับ**คลังปัญญาของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติและอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งสิ้น** เนื่องจากการดำเนินกิจกรรมธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติต้องอาศัยทั้งศาสตร์และศิลป์ในการดำเนินงาน การระดมความคิดจากกลุ่มบุคลากรคลังปัญญาและการส่งถ่ายความรู้และประสบการณ์ในการดำเนินงานต่อบุคลากรในอุตสาหกรรมจะเป็นการต่อยอดที่สร้างคุณค่าต่อไป

ทั้งนี้คณะผู้วิจัยได้นำเสนอแนวทางการพัฒนาบุคลากรด้านธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ ประกอบด้วย 4 แนวทาง ได้แก่

1. การสร้างความตระหนักรู้ (Awareness)
2. การพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอน (Curriculum)
3. การพัฒนาหลักสูตรการฝึกอบรม (Training)
4. การสร้างกิจกรรมเพื่อพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (Activity)



ภาพที่ 4.29 การพัฒนาศักยภาพด้านบุคลากร

โดยประกอบด้วยสาระสำคัญดังต่อไปนี้

#### 4.5.4.1 การสร้างความตระหนักรู้ (Awareness)

จากปัญหาเรื่องการรับรู้และการตระหนักในสายงานด้านธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติดังกล่าวข้างต้น นำไปสู่แนวทางการพัฒนาบุคลากร คือ การสร้างความตระหนักรู้ (Awareness) ต่ออาชีพในสายงานธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติรวมถึงอุตสาหกรรมไมซ์ จึงเป็นกระบวนการขั้นต้นที่สำคัญมาก โดยเฉพาะ กลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มบุคลากรใหม่ของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ ได้แก่ นักศึกษาใหม่ และนักศึกษาในหลักสูตรวิชาที่เกี่ยวข้อง ที่จะตัดสินใจเลือกเรียนในระดับต่างๆ หากสามารถพัฒนากระบวนการรับรู้และสร้างความตระหนักรู้ที่ถูกต้องในสายงานของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติให้เป็นที่นิยมมากขึ้นได้ จะทำให้มีบุคลากรรุ่นใหม่ ๆ เติบโตเต็มความต้องการของการเติบโตของธุรกิจในอนาคตได้ โดยแนวทางการสร้างความตระหนักรู้เกิดจากการสร้างเครื่องมือและกลไกที่มีประสิทธิภาพ ได้แก่

- การถ่ายทอดความรู้และความเข้าใจต่อสายวิชาชีพที่ถูกต้อง กล่าวคือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องสร้างเครื่องมือและกลไกในการถ่ายทอดความรู้และเข้าใจในสายงานธุรกิจการจัดการประชุมที่เหมาะสม กล่าวคือ จะต้องถ่ายทอดผลสัมฤทธิ์ของสายวิชาชีพอย่างเป็นรูปธรรมทั้งในด้านคุณค่าและประโยชน์ที่ได้รับในสายอาชีพนี้ ได้แก่

1. ธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติและอุตสาหกรรมไมซ์มีการเติบโตอย่างชัดเจน

2. สายวิชาชีพนี้เป็นที่ต้องการของตลาดแรงงานในปัจจุบัน

3. คุณสมบัติหรือคุณลักษณะที่ของบุคคลที่เหมาะสมกับสายวิชาชีพนี้

4. สายวิชาชีพนี้สามารถสร้างความมั่นคงต่อชีวิตและอนาคตได้อย่างไรบ้าง

5. สายวิชาชีพนี้สร้างโอกาสและคุณค่าต่อสังคมอย่างไร

ข้อมูลเหล่านี้ คือ ปัจจัยในการตัดสินใจของผู้เรียนในปัจจุบัน โดยข้อมูลที่ต้องตั้งคำถามจะต้องถูกส่งผ่านโดยผู้เกี่ยวข้องและใกล้ชิดต่อกระบวนการตัดสินใจ เช่น โรงเรียน ครูอาจารย์ผู้สอน และเว็บไซต์ต่างๆ ที่มีผลอิทธิพลต่อการสร้างความตระหนักรู้และแรงจูงใจ อันจะนำไปสู่ความมั่นใจต่อการศึกษาต่อไป กิจกรรมการสร้างความรู้ควรมีการกำหนดพื้นที่เป้าหมายเพื่อความชัดเจนและในขณะเดียวกันควรกระจายให้ครอบคลุมเพื่อสร้างการรับรู้ในวงกว้าง

#### 4.5.4.2 การพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอน (Curriculum)

เพื่อให้สามารถผลิตบุคลากรที่มีความรู้และความสามารถตรงตามความต้องการของตลาดแรงงานในอนาคต จึงเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอน (Curriculum) ให้ตรงกับความต้องการของตลาดแรงงานในธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ ปัจจุบัน สสพ. มีการส่งเสริมให้มีการพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนโดยการสร้างความร่วมมือ (MOU) ทั้งในระดับอาชีวศึกษาและอุดมศึกษา เพื่อให้ขยายองค์ความรู้ด้านธุรกิจไมซ์ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น รวมไปถึงการจัดทำหลักหนังสือ MICE 101 เพื่อเป็นแนวทางในการจัดการการเรียนการสอนอย่างใดก็ตาม เพื่อให้หลักสูตรที่พัฒนาขึ้นมานั้นมีประสิทธิภาพสูงสุดต่อการพัฒนาบุคลากรในธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติและอุตสาหกรรมไมซ์ คณะผู้วิจัยได้นำเสนอแนวทางดังนี้

- **กำหนดแนวทางการพัฒนาหลักสูตรภายใต้ความร่วมมือจากผู้ใช้บัณฑิต สถาบันการศึกษาและสำนักงานการอุดมศึกษา** กล่าวคือ เป็นการหาแนวทางร่วมกันในภาคีที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาหลักสูตรและสร้างบัณฑิตให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานในอนาคต แม้ว่าในกระบวนการพัฒนาหลักสูตรในปัจจุบันจะมีการกำหนดกระบวนการต่างๆ ไว้อย่างมากมาย เช่น การวิจัยความต้องการของตลาดแรงงาน การวิเคราะห์วิพากษ์หลักสูตร การกำหนดมาตรฐานหลักสูตรและรวมถึงการกำหนดเกณฑ์ต่างๆ ไว้อย่างมากมาย แต่เชิงปฏิบัติยังเพื่อนำไปสู่การพัฒนาหลักสูตรได้อย่างเป็นรูปธรรมยังเป็นที่ยังกังวลใจ เช่น หากเปิดการเรียนการสอนจริงอาจารย์ประจำหลักสูตรจะต้องมีคุณสมบัติตรงกับหลักสูตรที่เปิดสอน ซึ่งทำให้เป็นอุปสรรคในการเปิดหลักสูตร นอกจากนี้ ผู้ประกอบการมักกล่าวบ่นที่บัณฑิตส่วนใหญ่ไม่มีขีดความสามารถเพียงพอกับการทำงานจริง ดังนั้น ควรให้มีการประชุมเชิงอภิปรายเพื่อนำข้อมูลจากทุกภาคส่วนไปสู่การวิเคราะห์และสังเคราะห์เพื่อการแนวทางที่เหมาะสมที่สุดในการเปิดหลักสูตร

- **การจัดการเรียนการสอนที่มีประสิทธิภาพ** กล่าวคือ ควรมีการพัฒนาการจัดการเรียนการสอนที่สามารถสร้างบุคลากรมีคุณลักษณะอันพึงประสงค์ กล่าวคือ คุณสมบัติของผู้ที่จะทำงานในธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ ประกอบด้วย 1) ความรู้เชิงลึกในกระบวนการทำงาน 2) ทักษะที่ดีต่อการทำงาน 3) ทักษะด้านภาษาและการสื่อสารระหว่างบุคคล 4) ทักษะเชิงปฏิบัติการ และ 5) บุคลิกภาพเชิงบวกทั้งภายในและภายนอก ดังนั้น การจัดการเรียนการสอนที่มีประสิทธิภาพจึงมีส่วนสำคัญ

1) **จัดการเรียนการสอนด้วยหลักสูตรภาษาอังกฤษ หรือหลักสูตร 2 ภาษา** เพื่อการพัฒนาขีดความสามารถด้านการใช้ภาษา ทั้งภาษาเฉพาะด้านในธุรกิจการจัดการ

ประชุมนานาชาติและภาษาเพื่อการทำงานรวมถึงชีวิตประจำวัน กระบวนการดังกล่าวนอกจากเป็นการเสริมสร้างขีดความสามารถบุคลากรธุรกิจแล้วยังยกระดับมาตรฐานการศึกษาให้เข้าสู่ความเป็น AEC และสากลต่อไป

**2) จัดการเรียนการสอนแบบห้องเรียนแบบกลับด้าน (Flip Classroom)** ซึ่งเป็นนวัตกรรมการเรียนการสอนรูปแบบใหม่ในการสร้างผู้เรียนให้เกิดการเรียนรู้แบบรอบด้านหรือ Mastery Learning นั้นจะมีองค์ประกอบสำคัญที่เกิดขึ้น 4 องค์ประกอบที่เป็นวัฏจักร (Cycle) หมุนเวียนกันอย่างเป็นระบบ ซึ่งมีรูปแบบกิจกรรมที่สอดคล้องต่อการสร้างบุคลากรในธุรกิจ การจัดการประชุมตามคุณลักษณะอันพึงประสงค์และสามารถแก้ไขปัญหาบุคลากรดังกล่าวไว้ข้างต้นที่ใช้ซึ่งองค์ประกอบทั้ง 4 ที่เกิดขึ้นได้แก่

**1. การกำหนดยุทธวิธีเพิ่มพูนประสบการณ์ (Experiential Engagement)** โดยมีผู้สอนเป็นผู้ชี้แนะวิธีการเรียนรู้ให้กับผู้เรียนเพื่อเรียนเนื้อหาโดยอาศัยวิธีการที่หลากหลายทั้งการใช้กิจกรรมที่กำหนดขึ้นเอง เกมสถานการณ์จำลอง สื่อปฏิสัมพันธ์ การทดลองหรืองานด้านศิลปะแขนงต่างๆ

**2. การสืบค้นเพื่อให้เกิดมโนทัศน์รวบยอด (Concept Exploration)** โดยผู้สอนเป็นผู้คอยชี้แนะให้กับผู้เรียนจากสื่อหรือกิจกรรมหลายประเภท เช่น สื่อประเภทวิดีโอบันทึกการบรรยาย การใช้สื่อบันทึกเสียงประเภท Podcasts การใช้สื่อ Websites หรือสื่อออนไลน์ Chats

**3. การสร้างองค์ความรู้ที่มีความหมาย ( Meaning Making)** โดยผู้เรียนเป็นผู้บูรณาการสร้างทักษะองค์ความรู้จากสื่อที่ได้รับจากการเรียนรู้ด้วยตนเอง โดยการสร้างกระดานความรู้อิเล็กทรอนิกส์ (Blogs) การใช้แบบทดสอบ (Tests) การใช้สื่อสังคมออนไลน์และกระดานสำหรับอภิปรายแบบออนไลน์ (Social Networking & Discussion Boards)

**4. การสาธิตและประยุกต์ใช้ ( Demonstration & Application)** เป็นการสร้างองค์ความรู้โดยผู้เรียนเองในเชิงสร้างสรรค์ โดยการจัดทำเป็นโครงการ (Project ) และผ่านกระบวนการนำเสนอผลงาน (Presentations ) ที่เกิดจากการรังสรรค์งานเหล่านั้น

**3) การศึกษาดูงานและการฝึกงานจริงอย่างต่อเนื่อง** เพื่อให้ผู้เรียนได้เห็นภาพการทำงานที่แท้จริงนอกเหนือจากการเรียน ควรจัดใหม่การศึกษาดูงานที่มีการกำหนดเป้าหมายและวางแผนอย่างเป็นระบบ รวมไปถึงการฝึกปฏิบัติงานจริงในแต่ละส่วนของการทำงาน ตลอดหลักสูตรการเรียนการสอน ควรเริ่มต้นตั้งแต่ชั้นปีที่ 2 เป็นต้นไปทุกชั้นปีจนถึงปีที่ 4 เพื่อให้เกิดความรู้และความเข้าใจเชิงลึกและสร้างประสบการณ์ในการทำงานจริง อันจะส่งผลให้เกิดการพัฒนาทักษะในการทำงานอย่างเป็นรูปธรรม

#### **4.5.4.3 การพัฒนาหลักสูตรการฝึกอบรม (Training)**

การฝึกอบรม (Training) ถือเป็นกระบวนการหนึ่งที่สำคัญในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อให้บุคลากรที่มีอยู่ในองค์กรมีขีดความสามารถที่ตรงความต้องการและทันสมัยต่อการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจที่เกิดขึ้น ปัจจุบัน ในธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติรวมถึงอุตสาหกรรมไมซ์มีการจัดให้มีการฝึกอบรมในในหลายลักษณะ ได้แก่ การฝึกอบรมภายในองค์กรเพื่อ

พัฒนาบุคลากรภายใน การจัดการฝึกอบรมโดยสมาคมการประชุมและแสดงนิทรรศการไทย (TICA) ให้กับสมาชิก การฝึกอบรมโดย สสปน. ให้กับบุคลากรในอาชีพ การจัดการฝึกอบรมให้กับนักวิชาและอาจารย์จากสถาบันการศึกษา โครงการ Coach the Coaches รวมไปถึงการจัดการอบรมสำหรับบุคคลทั่วไปของกลุ่ม หน่วยงานต่างๆ โดยมีทั้งที่มีค่าใช้จ่ายและไม่มีค่าใช้จ่าย รวมไปถึงการร่วมมือกับหน่วยงาน/สมาคมระดับนานาชาติเพื่อจัดการฝึกอบรม โดย เป้าหมายของการฝึกอบรมเป็นการมุ่งพัฒนาบุคลากรปัจจุบันของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ เป็นหลัก ดังนั้น ผู้ที่เกี่ยวข้องในการวางแผนการพัฒนาหลักสูตรการฝึกอบรมควรประกอบด้วย

- **จัดให้มี Training Roadmap** คือ เส้นทางการฝึกอบรมบุคลากรที่กำหนดไว้อย่างเป็นระบบแบบแผน โดยระบุว่าบุคลากรในแต่ละตำแหน่งแต่ละวิชาชีพด้านธุรกิจการจัดการประชุมจะต้องหรือควรจะได้รับการพัฒนาและฝึกอบรมเรื่องอะไรบ้าง เพื่อการก้าวสู่ความเป็นมืออาชีพในธุรกิจการจัดการประชุมอาชีพ

- **การพัฒนาหลักสูตรอบรมในแต่ละระดับ** เช่น การสร้างหลักสูตรระดับพื้นฐาน (Elementary Training Program) ระดับกลาง (Intermediate Training Program) และหลักสูตรระดับ (Advance Training Program) กระบวนการดังกล่าวจะช่วยลดความซ้ำซ้อนจากผู้อบรมกลุ่มเดิมๆ และก็การพัฒนาบุคลากรอย่างมีระบบเพื่อให้เกิดตื่นตัวตลอดเวลา

- **การพัฒนาหลักสูตรที่มีความต้องการเฉพาะด้านที่ทันสมัย** เนื่องจากธุรกิจการจัดการประชุมมีการใช้แนวคิดการตลาด การพัฒนากลยุทธ์ทางธุรกิจใหม่ การพัฒนาระบบเทคโนโลยีต่างๆ ที่ส่งผลต่อการทำงาน ดังนั้น หลักสูตรที่จัดทำจะต้องมีความทันสมัยเพื่อให้บุคลากรมีความรู้และทักษะเทียบเท่ากับประเทศชั้นนำในธุรกิจการจัดการประชุม

- **กำหนดกลไกการฝึกอบรมภายใต้แนวคิด PDCA** เพื่อให้เกิดประสบความสำเร็จภายใต้หลักการฝึกอบรม ในการกระบวนการต่างๆ ควรต้องให้ความสำคัญต่อหลักการ คือ 1) Plan : การวางแผน 2) Do : การลงมือทำ 3) Check : การตรวจสอบ และ 4) Act : คือการปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสม ดังนั้น หลักการดังกล่าวจะเข้าไปตรวจวัดองค์ประกอบด้านต่างๆ ของการฝึกอบรม เช่น หลักสูตรการฝึกอบรม วิทยากร กระบวนการต่างๆ อีกด้วย

#### 4.5.4.4 การสร้างกิจกรรมเพื่อพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (Activity)

ผู้ที่เกี่ยวข้องหลักในการขับเคลื่อนธุรกิจการจัดการประชุมมืออาชีพและอุตสาหกรรมไมซ์ อันได้แก่ หน่วยงานภาครัฐโดย สสปน. สมาคมที่เกี่ยวข้องจะต้องการสร้างกิจกรรมเพื่อพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดความรู้สึกว่า “**ธุรกิจการจัดการประชุมมีชีวิตและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง**” ทั้งนี้ การสร้างกิจกรรมเพื่อพัฒนาอย่างต่อเนื่องนั้น สามารถครอบคลุมบุคลากรทั้ง 3 กลุ่มดังกล่าวข้างต้น คือ 1) กลุ่มบุคลากรใหม่ของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ 2) กลุ่มบุคลากรปัจจุบันของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ และ 3) กลุ่มคลังปัญญาของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ ในการสร้างกิจกรรมเพื่อพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ประกอบด้วยสาระสำคัญ ดังนี้ คือ

หนึ่ง

ประสบการณ์

● **คุณลักษณะการของกิจกรรม** โดยกิจกรรมดังกล่าวควรมีคุณลักษณะดังนี้

- 1) กิจกรรมต้องเกิดจากความต้องการที่แท้จริง
- 2) สร้างการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนอย่างแท้จริง
- 3) มีการกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่วัดความสำเร็จได้
- 4) สร้างคุณค่าและประโยชน์ให้กับทุกฝ่ายไม่ใช่หน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่ง
- 5) กระตุ้นให้เกิดการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงเชิงบวก
- 6) สร้างปฏิสัมพันธ์ร่วมกันและการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และประสบการณ์
- 7) กระจายไปยังทุกภาคส่วนไม่กระจุกเพียงกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง
- 8) เน้นกระบวนการอย่างสร้างสรรค์
- 9) กิจกรรมที่สามารถไปต่อยอดและการพัฒนาตนเองและงาน
- 10) ส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมในเชิงมหภาค

● **ตัวอย่างกิจกรรมเพื่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง**

1) กิจกรรมสำหรับกลุ่มบุคลากรใหม่ของธุรกิจจัดการประชุมนานาชาติ ได้แก่ การสร้างการแข่งขัน/การประกวดการวางแผนการจัดการประชุมนานาชาติ การวางแผนกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์หรือการจัดกิจกรรมเส้นทางท่องเที่ยวก่อน/หลังการประชุม การสร้างการแข่งขัน/การประกวดทักษะเฉพาะด้าน เช่น ทักษะการนำเสนอ ทักษะการออกแบบแนวคิดงานการจัดค่ายเยาวชนเพื่อธุรกิจไมซ์

**วัตถุประสงค์เพื่อ** ให้กลุ่มบุคลากรใหม่ของธุรกิจจัดการประชุมนานาชาติได้นำความรู้และความเข้าใจมาใช้ในการจัดการประชุมนานาชาติอย่างสร้างสรรค์และเปิดโอกาสให้กลุ่มคลังปัญญาของธุรกิจจัดการประชุมนานาชาติได้วิพากษ์งานอันจะนำไปสู่การพัฒนาอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังเป็นเวทีสำหรับกลุ่มบุคลากรใหม่ได้สร้างความภาคภูมิใจให้กับตนเองและสถาบันการศึกษา

2) กลุ่มบุคลากรปัจจุบันของธุรกิจจัดการประชุมนานาชาติ ได้แก่ กิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Share and Learn) และกิจกรรมรางวัลดีเด่นแขนงต่างๆ

**วัตถุประสงค์เพื่อ** ให้เกิดการแบ่งปันประสบการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นทั้งทางบวกและทางลบ อาจจะทำด้วยแนวคิดการจัดการความรู้ (Knowledge Management) และการสร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) การระดมความรู้ต่างๆ จะทำให้เกิดการพัฒนา โดยเฉพาะอย่างการพัฒนานวัตกรรมใหม่ในธุรกิจอีกด้วย ในด้านการมอบรางวัลจะเป็นเสริมสร้างคุณค่าให้กับผู้ที่อยู่ในอาชีพและมีความเชี่ยวชาญเพื่อนำไปสู่การเป็นบุคคลต้นแบบต่อไป

3) กลุ่มคลังปัญญาของธุรกิจจัดการประชุมนานาชาติ ได้แก่ กิจกรรมบุคคลต้นแบบ Hall of Fame และกิจกรรมเพื่อสาธารณะและสังคม

**วัตถุประสงค์เพื่อ** สร้างต้นแบบความสำเร็จในสายอาชีพนำไปสู่ Role Model ในธุรกิจ และจะยังเป็นแรงบันดาลใจที่สำคัญของให้กลุ่มบุคลากรอื่นๆ อีกด้วย นอกจากนี้

กิจกรรมเพื่อสาธารณะและสังคม เช่น การถ่ายทอดประสบการณ์ การถอดบทเรียนจากการทำงาน การสะท้อนปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Key Success Factor) นั้น นอกจากจะนำเสนอคุณค่าของกลุ่ม คลังปัญญาแล้วยังเป็นการหวานเมล็ดพันธ์ของธุรกิจต่อไป

โดยสรุป แนวทางการพัฒนาบุคลากรด้านธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาตินั้นจะ สำเร็จได้เกิดจากการบูรณาการกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและการกำหนดนโยบายการขับเคลื่อนที่มีความชัดเจนเป็นรูปธรรม รวมไปถึงมีขั้นตอนการวางแผนอย่างมีระบบ ทั้งนี้ควรกำหนดถึง ปัจจัยสำคัญ 2 ประการ คือ 1) คุณลักษณะอันพึงประสงค์ของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติในอนาคต และ 2) ปัญหาด้านบุคลากรที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาขีดความสามารถ ทั้งสอดคล้องกับปัจจัยดังกล่าวข้างต้น ทั้งนี้คณะผู้วิจัยได้นำเสนอแนวทางการพัฒนาบุคลากรในธุรกิจ การจัดการประชุมนานาชาติ ได้แก่ 1) การสร้างความตระหนักรู้ (Awareness) 2) การพัฒนาหลักสูตร การเรียนการสอน (Curriculum) 3) การพัฒนาหลักสูตรการฝึกอบรม (Training) และ 4) การสร้าง กิจกรรมเพื่อพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (Activity) และเพื่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันและความ ยั่งยืนจะต้องพัฒนามิติอื่นๆ ควบคู่กัน

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

#### 5.1 สรุปและการอภิปรายผลการวิจัย

จากกรอบแนวคิดและเครื่องมือการวิจัยแบบผสม ซึ่งประกอบด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลหลักในการธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ จากการศึกษาศักยภาพของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทยนี้ ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ 5 ข้อ ทั้งนี้สามารถสรุปได้ดังนี้

5.1.1 การศึกษาผลกระทบของอุตสาหกรรมการจัดการประชุมนานาชาติในด้านเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อม พบว่า ผลจากการขยายตัวและกิจกรรมที่เกิดจากธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติที่อยู่ภายใต้การบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพจะนำมาซึ่งผลกระทบเชิงบวกแบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ 1) สมาคมหรือกลุ่มทางสังคมผู้เป็นเจ้าของการจัดการประชุมนานาชาติ 2) ผู้เกี่ยวข้องหลักในการดำเนินธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ และ 3) ท้องถิ่นและสังคมในเชิงมหภาค ซึ่งก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและการขยายตัวในเชิงบวก เช่น การสร้างรายได้ การสร้างอาชีพ การจ้างงาน การกระจายและการกระตุ้นเศรษฐกิจในอุตสาหกรรม รวมไปถึงการเติบโตทางการท่องเที่ยวเกิดการพัฒนาคิดค้นความรู้และการวิจัย การแลกเปลี่ยนทั้งทางด้านสังคมและวัฒนธรรม และการส่งเสริมด้านสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตาม หากขาดการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพจะนำมาซึ่งผลกระทบเชิงลบ ได้แก่ ปัญหาค่าครองชีพ การแก่งแย่งผลประโยชน์ การเคลื่อนย้ายแรงงาน การเปลี่ยนแปลงด้านค่านิยมทางสังคม ตลอดจนปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม

5.1.2 การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงใน Value Chain ของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ พบว่า จากการวิเคราะห์กิจกรรมหลักในการสร้างคุณค่าซึ่งประกอบด้วย 2 กิจกรรม คือ 1) กิจกรรมหลัก (Primary Activity) ประกอบด้วย การประมูลสิทธิ์เพื่อเป็นเจ้าภาพการจัดการประชุมนานาชาติ การเตรียมงานประชุมนานาชาติ การดำเนินการประชุมนานาชาติ การส่งเสริมธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ การให้บริการและการอำนวยความสะดวก 2) กิจกรรมสนับสนุน (Support Activity) ประกอบด้วย การสร้างความเข้มแข็งให้กับสมาคมและกลุ่มทางสังคมภายในประเทศและตระหนักถึงความสำคัญของการเป็นเจ้าภาพการจัดการประชุมนานาชาติ การพัฒนาขีดความสามารถด้านเทคโนโลยีต่างๆ เพื่อการรองรับการประชุมขนาดใหญ่ การพัฒนาบุคลากรให้มีความสามารถตรงตามความต้องการของตลาดแรงงานและสามารถรองรับการเติบโตของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติและการยกระดับด้านสาธารณูปโภค การเชื่อมโยง การเดินทางและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ



5.1.3 การศึกษาศักยภาพของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทย พบว่า ปัจจัยภายนอกมีผลต่อการดำเนินธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ ในด้านการศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT Analysis) พบว่า จุดแข็งหลัก คือ จำนวนและความหลากหลายของสมาคมภายในประเทศ ชัดความสามารถของศูนย์การประชุมและชัดความสามารถของผู้จัดการประชุมมืออาชีพ จุดอ่อนหลัก คือ การขาดข้อมูลเชิงลึกด้านสมาคมภายในประเทศที่มีศักยภาพเพื่อการส่งเสริมอย่างเป็นรูปธรรม และสมาคมภายในประเทศขาดการตระหนักรู้และความเข้าใจต่อการประมุขสิทธิ์ โอกาสหลัก คือ ความมีเอกลักษณ์ในเชิงภูมิศาสตร์ของประเทศและการส่งเสริมด้านวิชาการและงานวิจัย และ อุปสรรคหลัก คือ ภาวะวิกฤตและความเสี่ยงต่างๆ ข้อจำกัดด้านกฎหมาย นอกจากนี้ ในการประเมินชัดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติโดยแบบจำลองไดมอนด์ (Diamond Model) พบว่า

- เงื่อนไขด้านปัจจัยการผลิต (Factor Conditions) ประเทศไทยมีความพร้อมในด้านปัจจัยการผลิต ได้แก่ ชัดความสามารถของศูนย์การประชุมทั้งในด้านจำนวนสถานที่ จำนวนพื้นที่ในการรองรับ ชัดความสามารถของผู้จัดการประชุมมืออาชีพ การขยายตัวของธุรกิจรวมไปถึงการขยายพื้นที่ไปยังแต่ละภูมิภาคภายใต้ยุทธศาสตร์เมืองแห่งไมซ์ (MICE City) การมีสมาคมจำนวนมากและมีความหลากหลายและการเข้าถึง การเชื่อมโยงระหว่างประเทศนั้นมีความพร้อม
- กลยุทธ์ โครงสร้างและสภาพการแข่งขันของผู้ผลิต (Firm Strategy, Structure and Rivalry) พบว่า ประเทศไทยมีความพร้อมและมีชัดความสามารถทางการแข่งขัน ได้แก่ การจัดตั้งและมีการดำเนินงานของสำนักงานส่งเสริมการประชุมและนโยบายการทำงานเชิงรุกของ สสปน. การส่งเสริมเมืองแห่งไมซ์
- เงื่อนไขทางด้านความต้องการและอุปสงค์ในประเทศ (Demand and Conditions) พบว่า มีอุปสงค์ความต้องการในประเทศและมีความต้องการการจัดการประชุมนานาชาติภายในประเทศจากสมาคม กลุ่มทางสังคมและสถาบันการศึกษา
- อุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวข้อง (Supporting and Related Industry) พบว่า มีอุตสาหกรรมที่สนับสนุนและเกี่ยวข้อง ได้แก่ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ อุตสาหกรรมการบิน ธุรกิจที่พักแรม

5.1.4 การวิเคราะห์แนวโน้มของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ ได้แก่ การส่งเสริมธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติกลายเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์หลักของการพัฒนาประเทศ การกระจายตัวไปในระดับภูมิภาคในเมืองหลัก แนวโน้มการสร้างความร่วมมือเพื่อนำไปสู่การแข่งขันการประมุขสิทธิ์ การสร้างอำนาจการต่อรอง มีการกระจายตัวของพื้นที่เพื่อรองรับการประชุมนานาชาติในรูปแบบต่างๆ แนวโน้มการลงทุนและผู้ประกอบการรายใหม่ และแนวโน้มการพัฒนาชัดความสามารถภายในธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

## 5.2 ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการศึกษาปัญหาและอุปสรรคด้านกฎหมาย ระเบียบและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องต่างๆ ของภาครัฐที่ส่งผลต่อการพัฒนาธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ
2. ควรมีการศึกษาแนวทางการพัฒนาบุคลากรในธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ เพื่อการเสริมสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขัน
3. ควรมีการศึกษาแนวทางการบูรณาการเพื่อการเชื่อมโยงและขนส่งทุกระบบเพื่อการส่งเสริมธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ
4. ควรมีการศึกษาและจัดทำฐานข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนและรายละเอียดของสมาคมในประเทศและการศึกษาศักยภาพเพื่อส่งเสริมการประมุขสิทธิ์เพื่อการเป็นเจ้าภาพการจัดการประชุมนานาชาติ

## บรรณานุกรม

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2555). Tourist arrivals in Thailand International Year 1997-2006. เข้าถึงได้จาก <http://www.tourism.go.th>

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2556). สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย. วันที่ค้นข้อมูล 10 กรกฎาคม 2557 เข้าถึงได้จาก <http://www.thailandtourismcouncil.org>

ธัญญารัตน์ ศิริกุล. (2547). ศูนย์ประชุมและการจัดแสดงสินค้า จังหวัดชลบุรี. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.

ผลการวิเคราะห์ศักยภาพของเมืองพัทยา.วันที่ค้นข้อมูล 5 ตุลาคม 2557 เข้าถึงได้จาก [http://info.pattaya.go.th/km/planning/DocLib12/ผลการวิเคราะห์ศักยภาพ%20\(Swot%20Analysis\).aspx](http://info.pattaya.go.th/km/planning/DocLib12/ผลการวิเคราะห์ศักยภาพ%20(Swot%20Analysis).aspx)

แผนรับเทรดตลาดยุโรป.วันที่ค้นข้อมูล 2557 เข้าถึงได้จาก <http://www.tceb.or.th/about-us-th/e-community-th/news-th/1328---luxury-mice---26-.html>

ยรรยง ศรีสม. (2010). “ห่วงโซ่คุณค่า (Value chain) ในงานโลจิสติกส์”. (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก [http://www.tpa.or.th/publisher/pdfFileDownloadS/TN211A\\_p039-44.pdf](http://www.tpa.or.th/publisher/pdfFileDownloadS/TN211A_p039-44.pdf).

รวมกลุ่มคลัสเตอร์ (Cluster) การพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองพัทยาอย่างยั่งยืน. พัทยา จังหวัดชลบุรี.

วสันต์ กาญจนมุกดา. (2555). สายโซ่คุณค่า กับความอยู่รอดของธุรกิจ. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <http://kb.tsu.ac.th/jspui/bitstream/123456789/941/1/Article%201.pdf>. 8 กุมภาพันธ์ 2558.

สำนักคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2552). MICE ตลาดที่ยังสดใส. เข้าถึงได้จาก <http://www.neesdb.go.th>

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2550). TCEB Annual Report 2007. เข้าถึงได้จาก <http://www.tceb.or.th>

สำนักงานส่งเสริมรัฐวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2552). โครงการบริหารจัดการจัดทำแผนปฏิบัติการส่งเสริม (SMEs) ระดับจังหวัด ปี 2550-2557. วันที่ค้นข้อมูล 17 กันยายน 2557, เข้าถึงได้จาก <http://cms.sme.co.th>

Bureau of Tourism Research. (1998). Tourism themed routes: A Queensland perspective. Retrieved 3 July 2011 from <http://jvm.sagepub.com>

Cameron, R. (2009). MICE is not about tourism. TTG mice Magazine. Retrieved 3 July 2011 from <http://ttgmice.com>

Davison, R. (1994). Business Travel. Harlow: Addison Wesley Longman Limited.

Flak, E. T. & Pizam, A. (1991) The United States' Meeting Market. International Hospitality Management, (2). p.111.

Foster, J. (2001). The Legal Aftermath of September 11: Handling Attrition and Cancellation in Uncertain Times. Professional Convention Management Association. Retrieved 1 August 2011, from <http://www.pcma.tv>

Hing, N. et al., (1998). Hospitality trends in the Asia-Pacific: a discussion of five key sectors. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 10(7), 264-271.

Heywood, T. S. (1999). *Flawed Forecasts: A Critical Look at Convention Center Feasibility Studies*. University of Texas at Austin. Retrieved 1 August 2011, from <http://www.pioneerinstitute.org>

Johnson, L. (1999). MICE—Size of the Meeting Sector. BTR Tourism Research Report. 1/1 Autumn.

Lawson, F. (2000). *Congress, Convention, and Exhibition Facilities: Planning, Design and Development*. London: Architectural Press.

Oppermann, M. (1996). Convention Cities—Images and Changing Fortunes. *Journal of Tourism Studies*, 7(1).

Rogers, T. (2003). *Conferences and Conventions: A Global Industry*. Oxford: Butterworth-Heinemann.

Vivienne McCabe, Barry Poole, Paul Weeks and Neil Leiper. (2000) *The Business and Management of Conventions*. John Wiley&Sons Australia., Ltd

## ภาคผนวก

ความพร้อมของเมืองต่างๆ ต่อการส่งเสริมธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ

## ความพร้อมของเมืองต่างๆ ต่อการส่งเสริมธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติ

สืบเนื่องจากสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการได้นำความคิดสร้างสรรค์มาพัฒนารูปแบบการจัดงานในมุมมองใหม่ๆ ภายใต้แนวคิดโครงการ พลิก สร้าง แปลง เปลี่ยน โดยจะเน้นย้ำให้เห็นถึงการเปลี่ยนมุมมองแนวความคิดแบบเดิมๆ มาเป็นการจัดงานที่พิเศษและแตกต่างอย่างสร้างสรรค์เพื่อธุรกิจไมซ์ โดยเฉพาะการสร้างความรู้ความเข้าใจแก่กลุ่มเป้าหมายถึงศักยภาพของสถานที่และผลผลิตของแต่ละท้องถิ่นที่สามารถพัฒนาสู่พื้นที่สำหรับธุรกิจไมซ์ ทั้งนี้เพื่อเป็นตัวอย่างของแนวทางปฏิบัติให้องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนทั่วประเทศ มีความเข้าใจและสามารถนำไปสู่การปฏิบัติเพื่อการสร้างงานและสร้างรายได้อย่างเป็นรูปธรรม

สสพ. ต้องการมุ่งเน้นการพัฒนาและส่งเสริมให้ภูมิภาคต่างๆ ของประเทศไทยเป็นศูนย์กลางของอุตสาหกรรมไมซ์เพราะแต่ละภูมิภาคมีความพร้อมและจุดเด่นที่มีความเป็นเอกลักษณ์ตามแต่ละพื้นที่ ซึ่งสามารถพัฒนาให้เกิดกิจกรรมไมซ์ได้อย่างเหมาะสมและมีความแตกต่าง โดยได้เน้นที่ 5 เมืองธุรกิจและท่องเที่ยวหลักของประเทศคือ กรุงเทพฯ ภูเก็ต ขอนแก่น เชียงใหม่และพัทยา เพื่อให้เมืองต่างๆ เหล่านี้ เป็นเจ้าภาพในการจัดงานไมซ์ได้อย่างสมบูรณ์ ทั้งนี้ได้กำหนดมาตรฐานธุรกิจไมซ์และมาตรฐานไมซ์ซิตี้ ตามแนวทางของ Growth Driver ประกอบด้วยการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับภาคีต่างๆ ในประเทศ เพื่อกระตุ้นอุปสงค์และอุปทานที่เกี่ยวข้องทั้งหมดของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศ ได้แก่ การขยายฐานเพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจ โดยการจัดกิจกรรมและการตลาดในรูปแบบต่างๆ ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างหน่วยงานรัฐและเอกชน นอกจากนี้ สสพ. ยังมีการกำหนดแผนประจำจังหวัดเพื่อสร้างจุดยืนที่แตกต่าง สร้างความหลากหลายแต่ละพื้นที่ที่สามารถเป็นทางเลือกสำหรับการจัดงานประชุมและแสดงสินค้าในประเทศได้ รวมทั้งการพัฒนาศูนย์ข้อมูลประจำภูมิภาคผ่านความร่วมมือไมซ์ซิตี้ เพื่อรวบรวมข้อมูลพื้นฐานวิเคราะห์ตลาดไมซ์ จัดตั้งศูนย์อบรมบุคลากรและศูนย์ประสานงานด้านไมซ์ อันจะนำไปสู่การสร้างสรรค์งานแสดงสินค้าใหม่ให้เกิดขึ้นทั่วประเทศ

จากแนวนโยบายดังกล่าวถือเป็นการเปิดโอกาสให้เมืองเศรษฐกิจหรือเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญในแต่ละภูมิภาคได้มีบทบาทในอุตสาหกรรมไมซ์มากขึ้น สามารถช่วยรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรมนี้ได้เป็นอย่างดี มีผลในการช่วยกระจายรายได้และโครงสร้างพื้นฐานไปยังส่วนภูมิภาคไม่ให้เกิดกระจุกตัวอยู่เฉพาะในเขตเมืองหลวงและถือเป็นหนึ่งแนวทางในการผลักดันให้ไทยเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมไมซ์ภายหลังการเปิดเขตประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ในปี พ.ศ. 2558 ด้วย นอกจากนี้ 5 เมืองหลักดังกล่าวข้างต้น สสพ. ยังมีแผนการขยายการท่องเที่ยวในกลุ่มเมืองรองอีกด้วย

### 1. อุตสาหกรรมไมซ์ในกรุงเทพมหานคร

กรุงเทพมหานครเป็น 1 ใน 5 เมืองแห่งไมซ์ (Mice City) ของประเทศไทย ซึ่งเป็นเมืองที่มีศักยภาพสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ อาทิ การจัดประชุมขนาดเล็กจนถึงขนาดใหญ่ การจัดนิทรรศการ งานแสดงสินค้า เป็นต้น เนื่องจากเป็นเมืองหลวงของประเทศไทยซึ่งมีการคมนาคมขนส่งและการเข้าถึงสถานที่ต่างๆ ได้อย่างสะดวกสบาย มีสถานที่รองรับการจัดกิจกรรมมากมาย โดยกรุงเทพมหานครได้ลงนามข้อตกลงความร่วมมือกับ สสพ. ในการดำเนินงานส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ของกรุงเทพมหานคร โดยทั้งสองหน่วยงานจะร่วมมือกันส่งเสริมให้มีการจัดงานประชุมนานาชาติและการจัดงานแสดงสินค้าในเขตกรุงเทพมหานครและส่งเสริมให้กรุงเทพมหานครเป็นเมืองชั้นนำด้านการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ภายใต้คำขวัญ “Bangkok Exhibition City of ASEAN” และเพื่อเตรียมพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในปี พ.ศ. 2558

ทั้งนี้เมื่อพิจารณาถึงความพร้อมและโครงสร้างพื้นฐานในการรองรับอุตสาหกรรมไมซ์ใน กรุงเทพมหานครสามารถแสดงได้ดังต่อไปนี้

### 1.1. การเข้าถึง (Accessibility)

1.1.1 สนามบิน กรุงเทพมหานครสามารถรองรับการเดินทางจากทั่วทุกมุมโลกเนื่องจากมี สนามบินนานาชาติรองรับถึง 2 สนามบิน คือ

#### 1. ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ

ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ มีพื้นที่ประมาณ 20,000 ไร่ (8,000 เอเคอร์) มีเนื้อที่ ใช้สอยประมาณ 563,000 ตารางเมตร ตั้งอยู่บนถนนบางนา - ตราด กิโลเมตรที่ 15 อยู่ห่างจากใจกลาง กรุงเทพมหานคร 25 กิโลเมตร โดยในปัจจุบันท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิสามารถรองรับผู้โดยสารได้ 45 ล้านคนต่อปี และรองรับเที่ยวบินได้ 76 เที่ยวบินต่อชั่วโมงจาก 70 สายการบินทั่วโลก นอกจากนี้อาคาร ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิสามารถรองรับรถยนต์ได้ประมาณ 5,000 คัน และมีลานจอดรถที่สามารถ รองรับรถยนต์ได้ 1,000 คัน การขนส่งสาธารณะของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิประกอบด้วยพื้นที่พักคอยรถ ประเภทต่าง ๆ ได้แก่ รถแท็กซี่ รถลีมูซีน รถเช่า สถานีจอดรถรับ - ส่ง สาธารณะ (Bus terminal) และสถานี Airport Rail Link ซึ่งอยู่ภายในตัวอาคารซึ่งสามารถเชื่อมต่อไปยังระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ (BTS) และ รถไฟฟ้ามหานคร (MRT) ได้

#### 2. ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง

ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองเป็นท่าอากาศยานที่รองรับทั้งสายการบินแบบประจำ ไม่ประจำ หรือสายการบินแบบเช่าเหมาลำ ตั้งอยู่บนถนนวิภาวดีรังสิต แขวงสนามบิน เขตดอนเมือง ทางตอน เหนือของกรุงเทพมหานคร มีพื้นที่ประมาณ 3,881 ไร่ สามารถรองรับเที่ยวบินได้ 40 เที่ยวบินต่อชั่วโมง การ ขนส่งสาธารณะของท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมืองประกอบด้วยระบบขนส่งมวลชนทางอากาศยานและ ระบบขนส่งมวลชนทางราง โดยระบบขนส่งมวลชนทางอากาศยานจะเชื่อมต่อระหว่างสถานีรถไฟดอนเมือง และอาคารผู้โดยสารระหว่างประเทศ (Terminal 2) ในขณะที่ระบบขนส่งมวลชนทางรางสามารถเชื่อมต่อไป ยังสถานีรถไฟหัวลำโพง และในอนาคตยังสามารถเชื่อมต่อไปยังท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิโดย รถไฟฟ้าชานเมืองสายสีแดงเข้ม และสถานี Airport Rail Link ได้

#### 1.1.2 ระบบขนส่งสาธารณะ

กรุงเทพมหานครประกอบด้วยเครือข่ายขนส่งสาธารณะทั่วกรุงเทพมหานครซึ่งประกอบด้วย

1. องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.) ซึ่งให้บริการขนส่งจำนวน 108 เส้นทาง โดยมี จำนวนรถทั้งสิ้น 3,509 คัน

2. ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพมหานคร (BTS) ระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนใน กรุงเทพมหานคร ในปัจจุบันเปิดให้บริการจำนวน 2 สาย มีจำนวนสถานีทั้งสิ้น 34 สถานี คิดเป็นระยะทางประ มาณ 36.92 กิโลเมตร ซึ่งเชื่อมต่อไปยังสถานที่จัดการประชุมสำคัญๆ อาทิ ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบ เทค โรงแรมเซ็นทารา เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีสถานีที่เชื่อมต่อไปยังระบบขนส่งสาธารณะอื่นๆเช่น รถไฟฟ้า มหานคร (MRT) และ Airport Rail Link ซึ่งเชื่อมต่อไปยังสนามบินนานาชาติสุวรรณภูมิ

3. รถไฟฟ้ามหานคร (MRT) เป็นระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนในกรุงเทพมหานครและ ปริมณฑล ในปัจจุบันเปิดให้บริการจำนวน 1 สาย มีจำนวนสถานีทั้งสิ้น 18 สถานี ระยะทางประมาณ 21 กิโลเมตร ซึ่งเชื่อมต่อไปยังสถานที่จัดการประชุมที่สำคัญคือ ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ นอกจากนี้ยังมีสถานีที่ เชื่อมต่อไปยังระบบขนส่งสาธารณะอื่นคือ ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพมหานคร (BTS)



4. ระบบขนส่งทางรถไฟเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิและสถานีขนส่งผู้โดยสารอากาศยานในเมือง (Suvarnabhumi Airport Rail Link and City Air Terminal) เป็นระบบรถไฟฟ้ที่เชื่อมต่อโดยตรงกับท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ ในปัจจุบันสามารถรองรับผู้โดยสารได้จำนวน 14,000 - 50,000 คนต่อวัน โดยมีระยะทางทั้งสิ้น 28 กิโลเมตร จำนวน 8 สถานี โดยมีสถานีที่เชื่อมต่อไปยังระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพมหานคร (BTS)

## 1.2. สถานที่จัดประชุม

กรุงเทพมหานครประกอบด้วยศูนย์ประชุมจำนวน 48 แห่ง ศูนย์นิทรรศการจำนวน 7 แห่ง สถานที่จัดงานรูปแบบเฉพาะจำนวน 15 แห่ง และโรงแรมประมาณ 416 โรงแรม คิดเป็นจำนวนห้องอยู่ที่ 93,000 ห้อง

1.2.1 โรงแรมสำหรับจัดประชุม โดยโรงแรมที่ใช้ในการจัดประชุมนานาชาติจะ แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

### 1. โรงแรมสำหรับจัดประชุมขนาดเล็ก

การจัดประชุมในโรงแรมขนาดนี้จะมีจำนวนที่นั่งอยู่ที่ 300 - 1,000 ที่นั่ง โดยโรงแรมสำหรับจัดประชุมขนาดเล็กในกรุงเทพมหานครประกอบด้วย Amari Don Muang Airport Bangkok, Anantara Siam Bangkok Hotel, Arnoma Hotel Bangkok เป็นต้น

### 2. โรงแรมสำหรับจัดประชุมขนาดใหญ่

การจัดประชุมในโรงแรมขนาดนี้จะมีจำนวนที่นั่งมากกว่า 1,000 ที่นั่ง โดยโรงแรมสำหรับจัดประชุมขนาดใหญ่ในกรุงเทพมหานครประกอบด้วยโรงแรม 4 แห่ง คือ Ambassador Hotel Bangkok, Centara Grand & Bangkok Convention Centre at CentralWorld, Centara Grand at Central Plaza Ladprao Bangkok และ Centra Government Complex Hotel & Convention Centre Chaeng Watthana

1.2.2 ศูนย์นิทรรศการ ประกอบด้วย 7 แห่ง คือ

1. Bangkok International Trade & Exhibition Centre (BITEC)
2. Centara Grand & Bangkok Convention Centre at CentralWorld
3. Centara Grand at Central Plaza Ladprao Bangkok
4. IMPACT Arena, Exhibition and Convention Center (IMPACT)
5. Royal Paragon Hall (RPH)
6. Royal Thai Navy Convention Hall
7. The Queen Sirikit National Convention Center (QSNCC)

## 1.3. กิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจในกรุงเทพมหานคร

กรุงเทพมหานครเป็นเมืองที่มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายซึ่งผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมสมัยดั้งเดิม อาทิ วัดพระศรีรัตนศาสดาราม พระบรมมหาราชวัง กิจกรรมไหว้พระ 9 วัด เป็นต้น และสมัยใหม่ อาทิ แหล่งจับจ่ายใช้สอยชั้นนำต่างๆ แหล่งท่องเที่ยวยามค่ำคืน กิจกรรมล่องแม่น้ำเจ้าพระยยามค่ำคืน เป็นต้น

## 1.4. แนวนโยบายเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ของกรุงเทพมหานคร

ความร่วมมือในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ของกรุงเทพมหานคร กรุงเทพมหานครได้ลงนามข้อตกลงความร่วมมือกับสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการในการดำเนินงานส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ของกรุงเทพมหานคร โดยทั้งสองหน่วยงานจะร่วมมือกันส่งเสริมให้มีการจัดงานประชุมนานาชาติและการจัดงานแสดงสินค้าในเขตกรุงเทพมหานครและส่งเสริมให้กรุงเทพมหานครเป็นเมืองชั้นนำ

ด้านการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ภายใต้คำขวัญ Bangkok Exhibition City of ASEAN และเพื่อเตรียมพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ในปี พ.ศ.2558

## 2 อุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดเชียงใหม่

จังหวัดเชียงใหม่เป็น 1 ใน 5 เมืองแห่งไมซ์ (Mice City) ของประเทศไทย ตั้งอยู่ทางภาคเหนือของประเทศไทย โดยจังหวัดเชียงใหม่ถูกจัดเป็นเมืองท่องเที่ยวที่ดีที่สุดเป็นลำดับที่ 2 ของโลก (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุม, 2558) และเป็นหนึ่งในเมืองที่มีศักยภาพในการจัดประชุมในระดับโลกซึ่งจากข้อมูลของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุม (2558) ระบุว่า ในปี 2555 จังหวัดเชียงใหม่ได้เป็นเจ้าภาพในการจัดงานไมซ์ประมาณ 500 งาน และในปี 2556 จังหวัดเชียงใหม่ยังได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐเพื่อประชาสัมพันธ์โครงการ “Year of Mice ของเชียงใหม่”

จังหวัดเชียงใหม่มีศักยภาพและความพร้อมในการเป็นเมืองแห่งไมซ์ หรือ MICE City เชียงใหม่เป็นเมืองใหญ่อันดับสองรองจากกรุงเทพมหานคร เป็นเมืองหลวงของภาคเหนือ มีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน เป็นศูนย์กลางการค้า การลงทุนและการคมนาคมขนส่งเชื่อมโยงกับประเทศอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง (GMS) และกลุ่มประเทศเอเชียใต้ (BIMSTEC) รวมทั้งมีความเชื่อมโยงกับมหานครเชียงใหม่ นครฉงชิ่ง นครชิงเต่าและจังหวัดยอร์กยาคาต้า รวมทั้งยังอยู่ระหว่างการพัฒนาผลักดันเชื่อมโยงเพิ่มเติมอีกหลายเมือง นับเป็นการเสริมศักยภาพของตลาดไมซ์ในอนาคตด้านการท่องเที่ยว นอกจากนี้ เชียงใหม่มีศิลปวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์และแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย โดยเชียงใหม่ได้รับการจัดอันดับจากนิตยสารการท่องเที่ยวของสหรัฐอเมริกา Travel & Leisure ว่าเป็นเมืองท่องเที่ยวที่ดีที่สุดของโลกและเป็นเมืองท่องเที่ยวที่ดีที่สุดของเอเชีย หรือ World’s Best Award ประจำปี พ.ศ. 2553 อันดับ 2 รองจากกรุงเทพมหานคร

ทั้งนี้เมื่อพิจารณาถึงความพร้อมและโครงสร้างพื้นฐานในการรองรับอุตสาหกรรมไมซ์ในกรุงเทพมหานครสามารถแสดงได้ดังต่อไปนี้

### 2.1 การเข้าถึง (Accessibility)

2.1.1 สนามบิน จังหวัดเชียงใหม่มีท่าอากาศยานจำนวน 1 แห่ง คือ ท่าอากาศยานนานาชาติเชียงใหม่ มีพื้นที่ 31,301 ตารางเมตร ซึ่งเป็นสนามบินที่รองรับสายการบินจากทั้งในประเทศและสายการบินระหว่างประเทศ โดยในปัจจุบันมีสายการบินให้บริการจำนวน 9 สายการบิน สามารถรองรับผู้โดยสารระหว่างประเทศได้ประมาณ 2 ล้านคนต่อปี และรองรับผู้โดยสารภายในประเทศได้ 6 ล้านคนต่อปี

#### 2.1.2 ระบบขนส่งสาธารณะ

จังหวัดเชียงใหม่ในปัจจุบันยังไม่มีระบบขนส่งสาธารณะที่ดำเนินงานจากภาครัฐเพื่ออำนวยความสะดวกมากนัก แต่ทั้งนี้ยังมีระบบขนส่งสาธารณะที่ดำเนินงานโดยเอกชนในพื้นที่ อาทิ รถเมล์ รถ 2 แถว รวมถึงบริษัทรถเช่าต่างๆ เป็นจำนวนมาก ทั้งนี้ ระบบขนส่งสาธารณะที่เชื่อมโยงในพื้นที่เชียงใหม่ในปัจจุบันคือขนส่งทางราง ในปัจจุบันระบบขนส่งทางรางของสถานีรถไฟเชียงใหม่ที่สามารถเชื่อมโยงไปยังจังหวัดอื่นมีจำนวน 6 รอบ โดยเชื่อมโยงไปยังกรุงเทพมหานครและจังหวัดนครสวรรค์ โดยเส้นทางรถไฟสายเหนือ

### 2.2 สถานที่จัดประชุม

จังหวัดเชียงใหม่ประกอบด้วย ศูนย์ประชุมจำนวน 13 แห่ง ศูนย์นิทรรศการจำนวน 1 แห่ง สถานที่จัดจากรูปแบบเฉพาะจำนวน 3 แห่ง และมีจำนวนโรงแรมทั้งสิ้น 366 แห่งคิดเป็นจำนวน 39,000 ห้อง

#### 2.2.1 โรงแรมสำหรับจัดประชุม โดยโรงแรมที่ใช้ในการจัดประชุมจะแบ่งเป็น 2 ประเภทคือ

1. โรงแรมสำหรับจัดประชุมขนาดเล็ก

การจัดประชุมในโรงแรมขนาดนี้จะมีจำนวนที่นั่งอยู่ที่ 300 - 1,000 ที่นั่ง โดยโรงแรมสำหรับจัดประชุมขนาดเล็กในจังหวัดเชียงใหม่ประกอบด้วย Centara Duangtawan Hotel Chiang Mai, Chiang Mai Orchid Hotel, Holiday Garden Hotel & Resort เป็นต้น

## 2. โรงแรมสำหรับจัดประชุมขนาดใหญ่

การจัดประชุมในโรงแรมขนาดนี้จะมีจำนวนที่นั่งมากกว่า 1,000 ที่นั่ง โดยโรงแรมสำหรับจัดประชุมขนาดใหญ่ในจังหวัดเชียงใหม่ประกอบด้วยโรงแรม 4 แห่ง คือ Chiangmai Grandview Hotel & Convention Center, Lotus Hotel Pang Suan Kaew, Shangri-La Hotel, Chiang Mai และ The Empress Hotel Chiang Mai

2.2.2 ศูนย์นิทรรศการ จำนวน 1 แห่ง คือ ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ เฉลิมพระเกียรติ 7 รอบ พระชนมพรรษา เป็นศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติแห่งเดียวของจังหวัดเชียงใหม่ ตั้งอยู่ ณ ตำบลช้างเผือก จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีพื้นที่ใช้สอยประมาณ 60,000 ตารางเมตร โดยภายในศูนย์นิทรรศการจะประกอบด้วย

1. ศูนย์ส่งเสริมพัฒนาและกระจายสินค้าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคเหนือ (SMEs) เป็นส่วนที่ใช้สำหรับจัดงานแสดงสินค้าหนึ่งตำบล 1 ผลิตภัณฑ์ (OTOP) โดยจะแบ่งเป็น 3 ส่วนย่อย คือ ส่วนแสดงสินค้ากึ่งถาวร พื้นที่สำหรับแสดงสินค้าต้นแบบ และพื้นที่ส่วนสนับสนุนต่างๆ ซึ่งศูนย์ส่งเสริมพัฒนาและกระจายสินค้า มีพื้นที่รวมทั้งหมด 11,988.20 ตารางเมตร

2. อาคารนิทรรศการและแสดงสินค้า

3. ลานกลางแจ้ง เป็นพื้นที่ภายนอกอาคารที่ใช้สำหรับจัดงานนิทรรศการกลางแจ้ง โดยมีพื้นที่ประมาณ 11,300.98 ตารางเมตร

## 2.3 กิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจในจังหวัดเชียงใหม่

จังหวัดเชียงใหม่มีสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรม และประเพณีท้องถิ่นที่เก่าแก่ที่น่าสนใจมากมาย โดยสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจในจังหวัดเชียงใหม่ประกอบด้วย วัดพระธาตุดอยสุเทพราชวรวิหาร, อุทยานหลวงราชพฤกษ์, อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์, ไนซ์ซาฟารี เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสประสบการณ์ในการท่องเที่ยว อาทิ การขี่ช้าง เดินป่า ล่องแก่ง กิจกรรมทำอาหารไทย – บ้านหงษ์นวล เป็นต้น

## 2.4 แนวนโยบายเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมไม้ของจังหวัดเชียงใหม่

ความร่วมมือภาครัฐและภาคเอกชนกระตุ้นตลาดไม้ในประเทศ ประกอบด้วยกลยุทธ์ 4 ด้านพัฒนาธุรกิจไม้จังหวัดเชียงใหม่ด้วย

1. การเปิดตัวแคมเปญ ประชุมเมืองไทย ภูมิใจช่วยชาติ เน้นการสร้างกิจกรรมดีไม้เชียงใหม่ พร้อมขยายศักยภาพเมืองไม้ในจังหวัดทางภาคเหนือ ที่สามารถรองรับการจัดประชุมและแสดงสินค้าในประเทศได้

2. การขยายตลาดสู่กลุ่มเศรษฐกิจพิเศษ CLMV พัฒนาให้เชียงใหม่เป็นศูนย์กลางไม้ภาคเหนือที่สามารถเชื่อมโยงกับประเทศโดยรอบ โดยเฉพาะประเทศพม่า ลาวและเวียดนามเพื่อรองรับการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

3. การส่งเสริมการจัดประชุมและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในพื้นที่โครงการพระราชดำริและแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โดยเฉพาะโครงการที่มีความพร้อมรองรับการท่องเที่ยวดูงาน (Experiential) อย่างสถานีเกษตรหลวงอ่างขาง สถานีเกษตรหลวงอินทนนท์

4. การส่งเสริมการจัดงานแสดงสินค้า ด้วยการยกระดับงานระดับท้องถิ่นสู่ระดับภูมิภาค อย่างงานล้านนาเอ็กซ์โป 2558 ที่มีผู้ร่วมงานกว่า 50,000 คน

### 3. อุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดภูเก็ต

จังหวัดภูเก็ตเป็น 1 ใน 5 เมืองแห่งไมซ์ (MICE City) ของประเทศไทย ตั้งอยู่ทางภาคใต้ของประเทศไทย โดยจังหวัดภูเก็ตเป็นจังหวัดที่มีความหลากหลายในการท่องเที่ยวมากตั้งแต่ สังคมเมือง แหล่งท่องเที่ยว กลางคืน ป่า ชายหาดและทะเล โดยจากข้อมูลของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุม (2558) ระบุว่าในปี 2555 จังหวัดภูเก็ตเคยได้เป็นเจ้าภาพในการจัดงานระดับประเทศและระดับภูมิภาค อาทิ งานแสดงเรือนานาชาติ ภูเก็ต งานสัมมนาการถ่ายเลือดและไขกระดูกในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก และการประชุมใหญ่บริษัทแอมเวย์ ประเทศจีนประจำปีพ.ศ. 2555 นอกจากนี้จังหวัดภูเก็ตยังได้รับการขนานนามว่า “เมืองไมซ์แห่งอันดามันของโลก”

จังหวัดภูเก็ตมุ่งพัฒนาภูเก็ตสู่ MICE City อย่างยั่งยืน มุ่งหวังให้ทุกภาคส่วนร่วมรับรู้ยุทธศาสตร์การ สร้างศักยภาพผลักดันภูเก็ตให้เป็นศูนย์กลางการจัดประชุมและสัมมนาในระดับโลก โดยปี พ.ศ. 2555 ที่ผ่านมา อุตสาหกรรมไมซ์ของจังหวัดภูเก็ตมีมูลค่าสูงถึง 4,820 ล้านบาท โดย สสพ. มีแนวทางในการส่งเสริมให้ จังหวัดภูเก็ตเป็นเมืองแห่งไมซ์ที่เชื่อมโยงกับทั่วโลก โดยจะเน้นสร้างการรับรู้แก่กลุ่มเป้าหมายถึงจุดขายหลักใน 6 ด้าน ที่สอดคล้องความต้องการแบบเอ็กซ์คลูซีฟของลูกค้ากลุ่มไมซ์ 1) ด้านกิจกรรมกีฬาและผจญภัย 2) ด้าน ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม 3) ด้านการสร้างประสบการณ์ การเรียนรู้ใหม่ๆ 4) ด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม 5) ด้านความรับผิดชอบต่อสังคม 6) ด้านการสัมผัสประสบการณ์สุดหรู เพื่อให้ภูเก็ตเป็นแกนหลักในการพัฒนา กลุ่มจังหวัดอันดามัน (Andaman Cluster) อันได้แก่ พังงา กระบี่ ตรังและระนอง ยกกระดับอุตสาหกรรมไมซ์ ขึ้นไปสู่ระดับโลก.

#### 3.1 การเข้าถึง (Accessibility)

3.1.1 สนามบิน จังหวัดภูเก็ตมีท่าอากาศยานจำนวน 1 แห่ง คือ ท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ต ซึ่งสามารถรองรับนักเดินทางจากทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศได้ โดยในปัจจุบันท่าอากาศยาน สามารถรองรับผู้โดยสารระหว่างประเทศได้จำนวน 3.5 ล้านคนต่อปี และผู้โดยสารภายในประเทศจำนวน 3 ล้านคนต่อปี มีสายการบินที่ให้บริการจำนวน 44 สายการบิน โดยแบ่งเป็น สายการบินประจำ 32 สายการบิน และสายการบินเช่าเหมาลำจำนวน 12 สายการบิน สามารถรองรับเที่ยวบินได้จำนวน 20 ลำต่อชั่วโมง

#### 3.1.2 ระบบขนส่งสาธารณะ

ท่าอากาศยานภูเก็ตมีระบบขนส่งสาธารณะจากผู้ประกอบการเอกชนต่างๆ อาทิ รถเช่า รถตู้ รถแท็กซี่ เป็นต้น (ทั้งนี้จากข้อมูลของบริษัท) นอกจากนี้ภายในท่าอากาศยานยังมีจุดให้บริการยานพาหนะ บริเวณอาคารผู้โดยสารขาเข้าสำหรับผู้โดยสารที่ต้องการเดินทางโดยใช้บริการรถบัส รถบัสขนาดเล็ก และ ไมโครบัส ซึ่งเป็นรถโดยสารสาธารณะที่ให้บริการภายในจังหวัดภูเก็ต

#### 3.2 สถานที่จัดประชุม

จังหวัดภูเก็ตประกอบด้วยศูนย์ประชุมจำนวน 9 แห่ง สถานที่จัดงานรูปแบบเฉพาะจำนวน 3 แห่ง และโรงแรมจำนวนทั้งสิ้น 510 โรงแรม ซึ่งคิดเป็นจำนวน 40,000 ห้อง

3.2.1 โรงแรมสำหรับจัดประชุม โดยโรงแรมที่ใช้ในการจัดประชุมในจังหวัดภูเก็ตมีเพียง ประเภทเดียว คือ โรงแรมสำหรับจัดประชุมขนาดเล็กโดยการจัดประชุมในโรงแรมขนาดนี้จะมีจำนวนที่นั่งอยู่ที่ 300 - 1,000 ที่นั่ง โดยโรงแรมสำหรับจัดประชุมขนาดเล็กในจังหวัดภูเก็ตจำนวน 9 แห่ง คือ

1. Centara Grand Beach Resort Phuket

2. Hilton Phuket Arcadia Resort & Spa
3. JW Marriott Phuket Resort & Spa
4. Le Meridien Phuket Beach Resort
5. Merlin Beach Resort
6. Mövenpick Resort & Spa Karon Beach Phuket
7. Phuket Graceland Resort & Spa
8. Thavorn Palm Beach Resort
9. The Metropole Hotel Phuket

### 3.2.2 สถานที่จัดงานรูปแบบเฉพาะ ประกอบด้วย 3 แห่ง ดังนี้

1. Phuket Fantasea
2. Royal Phuket Marina
3. Siam Niramit Phuket

### 3.3 กิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจในจังหวัดภูเก็ต

จังหวัดภูเก็ตเป็นจุดหมายหมายของนักท่องเที่ยวทั่วโลกในการมาท่องเที่ยวพักผ่อนโดยจังหวัดภูเก็ตเป็นจังหวัดที่มีความหลากหลายในการท่องเที่ยวมากตั้งแต่ สังคมเมือง แหล่งท่องเที่ยวกลางคืน ป่า ชายหาด และทะเล ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญประกอบด้วย หาดป่าตอง, แหลมพรหมเทพ, พระมิ่งมงคลเอกนาคคีรี, หาดกะตะ และเกาะต่างๆ มากมาย นอกจากนี้กิจกรรมที่น่าสนใจประกอบด้วย เล่นกระดานโต้คลื่น, ดำน้ำ, ชีซัง, การซื้อสินค้า และการท่องเที่ยวกลางคืน เป็นต้น

### 3.4 แนวนโยบายเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดภูเก็ต

กลยุทธ์การตลาดหลักของจังหวัดภูเก็ตต่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ ประกอบด้วย 1) การจัดแคมเปญประชุมเมืองไทย ภูมิใจช่วยชาติ ส่งเสริมกิจกรรมดีไมซ์ในภูเก็ตพร้อมขยายศักยภาพของเมืองไมซ์ในกลุ่มอันดามันเพื่อรองรับการจัดประชุมสัมมนา 2) การส่งเสริมการจัดประชุมและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในพื้นที่โครงการพระราชดำริ สอดรับกับนโยบายกระตุ้นการท่องเที่ยวและสัมมนาในโครงการพระราชดำริของรัฐบาลและ 3) การกระตุ้นการจัดงานแสดงสินค้าผ่านแนวทางกระจายงานแสดงสินค้าที่ประสบความสำเร็จไปยังจังหวัดภูเก็ต รวมถึงการพัฒนาคุณภาพธุรกิจไมซ์ในจังหวัด โดยผลักดันสถานที่ประกอบการไมซ์ผ่านการประเมินรับตราสัญลักษณ์ มาตรฐานสถานที่จัดงานไมซ์ (ประเภทห้องประชุม) หรือ Thailand MICE Venue Standard การฝึกอบรมบุคลากรในสถาบันการศึกษาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อเพิ่มศักยภาพของบุคลากรในจังหวัด

## 4. อุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดขอนแก่น

จังหวัดขอนแก่นเป็น 1 ใน 5 เมืองแห่งไมซ์ (Mice City) ของประเทศไทย ตั้งอยู่ทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย จากข้อมูลของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุม (2558) ระบุว่าจังหวัดขอนแก่นเป็นศูนย์กลางทางการค้าและการศึกษาของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยจังหวัดขอนแก่นนอกจาก

จะเป็นศูนย์กลางไมซีในระดับภูมิภาคแล้วยังเคยได้รับการจัดงานในระดับสากล อาทิ งานประชุม APEC Ministerial Meeting, International, Conference on Humanities and Social, Sciences และ Thai-ASEAN Trade Fair โดยการจัดนิทรรศการที่น่าสนใจในจังหวัดขอนแก่น ได้แก่ สินค้าทางการเกษตร เช่น อ้อยและข้าว ซึ่งเป็นสินค้าการเกษตรที่สำคัญของจังหวัด การจัดนิทรรศการผ้า และการจัดนิทรรศการเกี่ยวกับวัฒนธรรม ซึ่งเป็นจุดเด่นของจังหวัดขอนแก่น

ตามที่ สสพ. กำหนดแผนแม่บทขอนแก่นไมซีซีดีผ่าน 5 แผนยุทธศาสตร์หลัก มุ่งพัฒนาไปสู่การเป็นศูนย์กลางการจัดประชุมและงานแสดงสินค้า สร้างโอกาสทางธุรกิจในระดับอนุภูมิภาคกลุ่มน้ำโขง (GMS) โดยจะเร่งดำเนินการภายใน 5 ยุทธศาสตร์หลัก คือ 1) ผลักดันให้มีการจัดงานไมซีในจังหวัดอย่างต่อเนื่อง 2) ยกระดับมาตรฐานบริการสู่ระดับสากล 3) สร้างเครือข่ายความร่วมมือในประเทศและอนุภูมิภาคกลุ่มน้ำโขง 4) ส่งเสริมและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกและ 5) สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน เพื่อนำไปสู่การเป็นผู้นำด้านธุรกิจไมซีในอนุภูมิภาคกลุ่มน้ำโขงผ่านการสร้างแบรนด์ การดำเนินงานดังกล่าว ขณะนี้อยู่ในช่วงแผนระยะที่ 1 (พ.ศ. 2557 - 2558) มุ่งเน้นการสร้างความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการสร้างเครือข่ายร่วมมือในระดับท้องถิ่นและกระตุ้นการจัดงานเตรียมพร้อมเข้าสู่ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2559 - 2560) ซึ่งจะขยายกรอบการทำงานเพื่อพัฒนาขอนแก่นไปสู่เมืองไมซีซีดีที่เข้มแข็งและยั่งยืน

#### 4.1 การเข้าถึง (Accessibility)

4.1.1 สนามบิน จังหวัดขอนแก่นมีท่าอากาศยานจำนวน 1 แห่ง คือ ท่าอากาศยานขอนแก่น ซึ่งเป็นท่าอากาศยานภายในประเทศ โดยอยู่ห่างจากตัวเมืองไปทางทิศตะวันตกประมาณ 8 กิโลเมตร มีขนาด 1,113 ไร่ โดยแบ่งเป็นอาคารผู้โดยสารจำนวน 14,000 ตารางเมตร ซึ่งภายในอาคารผู้โดยสารสามารถรองรับผู้โดยสารได้ประมาณ 1,000 คน มีสายการบินให้บริการจำนวน 4 สายการบิน สามารถเชื่อมต่อไปยังท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง และท่าอากาศยานนานาชาติเชียงใหม่

4.1.2 ระบบขนส่งสาธารณะ ระบบขนส่งสาธารณะของจังหวัดขอนแก่นประกอบด้วย รถสองแถวจำนวน 23 สาย และรถตู้โดยสาร ปอ. 14 ซึ่งวิ่งจากมหาวิทยาลัยขอนแก่นจนถึงสถานีขนส่งขอนแก่น 3 และมีผู้ประกอบการผู้ให้บริการแท็กซี่ส่วนบุคคลจำนวน 5 ราย (องค์การบริหารส่วนจังหวัดขอนแก่น, 2558)

#### 4.2 สถานที่จัดประชุม

จังหวัดขอนแก่นประกอบด้วยสถานที่จัดประชุมจำนวน 3 แห่ง ศูนย์นิทรรศการจำนวน 1 แห่ง และโรงแรมจำนวน 40 โรงแรม

4.2.1 โรงแรมสำหรับจัดประชุม โดยโรงแรมที่ใช้ในการจัดประชุมจะแบ่งเป็น 2 ประเภทคือ

##### 1. โรงแรมสำหรับจัดประชุมขนาดเล็ก

การจัดประชุมในโรงแรมขนาดนี้จะมีจำนวนที่นั่งอยู่ที่ 300 - 1,000 ที่นั่ง โดยโรงแรมสำหรับจัดประชุมขนาดเล็กในจังหวัดขอนแก่นประกอบด้วยโรงแรม 1 แห่ง คือ Pullman Khon Kaen Raja Orchid

##### 2. โรงแรมสำหรับจัดประชุมขนาดใหญ่

การจัดประชุมในโรงแรมขนาดนี้จะมีจำนวนที่นั่งมากกว่า 1,000 ที่นั่ง โดยโรงแรมสำหรับจัดประชุมขนาดใหญ่ในจังหวัดขอนแก่นประกอบด้วยโรงแรม 1 แห่ง คือ Centara Hotel & Convention Centre Khon Kaen

4.2.2 ศูนย์นิทรรศการ จังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วยศูนย์นิทรรศการจำนวน 1 แห่ง คือ The Golden Jubilee Convention Hall

### 4.3 กิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจในจังหวัดขอนแก่น

จังหวัดขอนแก่นเป็นจังหวัดที่มีประเพณี และวัฒนธรรมที่เฉพาะเหมือนภูมิภาคอื่น นอกจากนี้ยังเป็นจังหวัดที่มีชื่อเสียงด้านการทอผ้าทั้งผ้ามัดหมี่และผ้าฝ้าย โดยสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจประกอบด้วย หนองแวง, เขื่อนอุบลรัตน์, พระธาตุขามแก่น, วัดพระพุทธบาทภูพานคำ, อุทยานแห่งชาติภูเวียง เป็นต้น ในขณะที่กิจกรรมที่น่าสนใจจะประกอบด้วย การเดินป่า ไหว้พระ 9 วัด

### 4.4 แนวนโยบายเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่น

จังหวัดขอนแก่นกำหนดแผนยุทธศาสตร์หลัก คือ 1) ผลักดันให้มีการจัดงานไมซ์ในจังหวัดอย่างต่อเนื่อง 2) ยกกระดับมาตรฐานบริการสู่ระดับสากล 3) สร้างเครือข่ายความร่วมมือในประเทศและอนุภูมิภาค ลุ่มน้ำโขง 4) ส่งเสริมและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกและ 5) สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันเพื่อนำไปสู่การเป็นผู้นำด้านธุรกิจไมซ์ในอนุภูมิภาค ลุ่มน้ำโขง ผ่านการสร้างแบรนด์ ประกอบด้วย

ระยะที่ 1 (พ.ศ.2557-2558) มุ่งเน้นการสร้างความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานการพัฒนา ศักยภาพผู้ประกอบการสร้างเครือข่ายความร่วมมือในระดับท้องถิ่นและกระตุ้นการจัดงานเตรียมพร้อม

ระยะที่ 2 (พ.ศ.2559-2560) ซึ่งจะขยายกรอบการทำงานเพิ่มความมั่นใจในการเป็นศูนย์กลาง ไมซ์ส่งเสริมการจัดงานระดับเมกะโปรเจกต์และความร่วมมือระหว่างประเทศมากขึ้นเพื่อพัฒนาขอนแก่นไปสู่ เมืองไมซ์ซีดีที่เข้มแข็งและยั่งยืน ยังได้ดำเนินงานที่สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์หลักของทางจังหวัด (พ.ศ. 2557-2560) ภายใต้วิสัยทัศน์ขอนแก่นเมืองน่าอยู่ศูนย์กลางเชื่อมโยงการค้า การลงทุนและการบริการของกลุ่มประเทศอนุภูมิภาค ลุ่มน้ำโขง ซึ่งประกอบด้วย 3 พันธกิจหลัก 1) เสริมสร้างชุมชนเข้มแข็ง คนในชุมชนมีความเป็นอยู่ด้วยความผาสุก 2) พัฒนาให้เป็นเมืองน่าอยู่อย่างยั่งยืนและ 3) พัฒนาให้เป็นศูนย์กลางของกลุ่ม ประเทศอนุภูมิภาค ลุ่มน้ำโขง ซึ่งอุตสาหกรรมไมซ์สามารถเข้ามาเป็นกลไกหนึ่งในการผลักดันขอนแก่นให้พัฒนาสู่การเป็นไมซ์ซีดี ศูนย์กลางการจัดประชุมสัมมนาและงานแสดงสินค้าแห่งภาคอีสาน รองรับกลุ่มลูกค้าทั้งในประเทศ กลุ่มอินโดจีนและจีนตอนใต้

## 5. อุตสาหกรรมไมซ์ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

สสพ. เห็นว่าเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ไม่เพียงแต่เป็นเมืองท่องเที่ยวชื่อดังติดอันดับโลก แต่ยังมี ศักยภาพและความพร้อมที่สุดในการต้อนรับนักเดินทางกลุ่มไมซ์ เพราะพัทยามีโรงแรม ห้องประชุมในโรงแรม และกิจกรรมต่างๆ ทั้งยังมีศูนย์การประชุมและจัดนิทรรศการขนาดใหญ่ รวมไปถึงแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่พร้อมรองรับ อีกทั้งเมืองพัทยาและผู้ประกอบการอุตสาหกรรมไมซ์และการท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรียังเห็นความสำคัญและร่วมมือกันดำเนินงานเพื่อเตรียมพร้อมรับตลาดไมซ์ โดยเมือง พัทยาใกล้กับนิคมอุตสาหกรรมที่สำคัญๆ ได้แก่ มาบตาพุด, แหลมฉบัง และอมตะนคร

### 5.1 การเข้าถึง (Accessibility)

เมืองพัทยามีการเข้าถึงที่สะดวกโดยมีระยะทางจากกรุงเทพมหานครประมาณ 81 กิโลเมตร นอกจากนี้ ยังสามารถเชื่อมโยงไปยังจังหวัดระยองซึ่งมีแหล่งอุตสาหกรรมที่สำคัญ คือ นิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด

5.1.1 สนามบิน เมืองพัทยามีท่าอากาศยานที่สามารถเชื่อมโยงอุตสาหกรรม MICE จำนวน 1 แห่ง คือ สนามบินนานาชาติอู่ตะเภา ซึ่งตั้งอยู่ที่จังหวัดระยอง ซึ่งเป็นสนามบินที่เปิดให้บริการการบินทั้งในประเทศ และต่างประเทศ มีขนาด 432,300 ตารางเมตร แบ่งเป็นพื้นที่ผู้โดยสาร 2,610 ตารางเมตร สามารถรองรับผู้โดยสารได้สูงสุด 400 คน.

## 5.2 สถานที่จัดประชุม

เมืองพัทยาประกอบด้วยศูนย์ประชุมจำนวน 12 แห่ง ศูนย์นิทรรศการจำนวน 1 แห่ง สถานที่จัดงานรูปแบบเฉพาะจำนวน 1 แห่ง และโรงแรมจำนวน 395 โรงแรม โดยมีความจุสูงสุดของห้องประชุม: 6,943 ตารางเมตร

5.2.1 ศูนย์ประชุมและศูนย์นิทรรศการที่สำคัญในเมืองพัทยาคือ Pattaya Exhibition And Convention Hall (PEACH) ซึ่งเป็นศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมสัมมนาครบวงจร มาตรฐานระดับนานาชาติ มีพื้นที่ทั้งหมด 13,500 ตารางเมตร สามารถรองรับผู้เข้าประชุมได้จำนวน 10,062 คน มีบริการครบวงจรทั้ง Meeting Incentive Convention และ Exhibition

5.2.2 โรงแรมสำหรับจัดประชุม โดยโรงแรมที่ใช้ในการจัดประชุมจะแบ่งเป็น 2 ประเภทคือ

### 1. โรงแรมสำหรับจัดประชุมขนาดเล็ก

การจัดประชุมในโรงแรมขนาดนี้จะมีจำนวนที่นั่งอยู่ที่ 300 - 1,000 ที่นั่ง โดยโรงแรมสำหรับจัดประชุมขนาดเล็กในเมืองพัทยามีโรงแรม 9 แห่ง คือ Amari Ocean Pattaya, Cape Dara Resort, Centara Grand Mirage Beach Resort Pattaya, Hilton Pattaya, Montien Pattaya Hotel, Royal Cliff Beach Hotel, Royal Cliff Grand Hotel, The Tide Resort และ The Zign Hotel

### 2. โรงแรมสำหรับจัดประชุมขนาดใหญ่

การจัดประชุมในโรงแรมขนาดนี้จะมีจำนวนที่นั่งมากกว่า 1,000 ที่นั่ง โดยโรงแรมสำหรับจัดประชุมขนาดใหญ่ในเมืองพัทยามีโรงแรม 3 แห่ง คือ Ambassador City Jomtien, Dusit Thani Pattaya และ Pattaya Exhibition And Convention Hall (PEACH)

## 5.3 กิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจในเมืองพัทยา

เมืองพัทยาคือเมืองที่มีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวในระดับนานาชาติ โดยประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น เกาะล้าน, เกาะสีชัง, หาดจอมเทียน, เขาชีจรรย์ เป็นต้น แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น อเนกกุศลศาลา, วัดญาณสังวรารามวรมหาวิหาร, ปราสาทสัจธรรม เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่มีชื่อเสียง เช่น สวนสนุกพัทยาปาร์ค, พิพิธภัณฑ์ปีย์ส, พัทยา วอล์กกิ้ง สตรีท เป็นต้น ทั้งนี้เมืองพัทยายังมีกิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยวที่น่าสนใจอีกมากมาย อาทิ ดำน้ำ, ขึ้นกระเช้าบอลูนยักษ์เพื่อชมบรรยากาศโดยรอบของตัวเมือง และตกปลาหมึก เป็นต้น

## 5.4 แนวนโยบายเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ของเมืองพัทยา

นโยบายเมืองพัทยาคือการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ More Business เมืองพัทยา เป็นเมืองท่องเที่ยวระดับโลก ที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวปีละกว่า 10 ล้านคน สามารถสร้างรายได้ให้ประเทศไม่ต่ำกว่า 1 ปีละ 1 แสนล้านบาท จึงมีธุรกิจใหม่ๆ เกิดขึ้นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวตลอดเวลา ประกอบกับการเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC ดังนั้น เพื่อเป็นการต่อยอดทางธุรกิจและการลงทุน เมืองพัทยาก็ได้มีการจัดตั้งศูนย์ด้านการลงทุน ตลอดจนการอำนวยความสะดวกในด้านขั้นตอนและระเบียบราชการต่างๆ ให้แก่นักลงทุน นอกจากนี้ พัทยายังได้รับความร่วมมือจากองค์กรต่างๆ ทั้งสำนักส่งเสริมการประชุมและจัดนิทรรศการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา สถาบันการศึกษาต่างๆ กรมเจ้าท่า หน่วยงานทั้งส่วนภูมิภาค ส่วนท้องถิ่นต่างๆ ซึ่งความร่วมมือตลอดจนการอำนวยความสะดวกทั้งหลาย ก็เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวและนักลงทุนนั่นเอง



ความร่วมมือของภาคเอกชน การรวมกลุ่มพันธมิตรทางธุรกิจโรงแรม 7 แห่งของพื้นที่เขตพัทยาเหนือ เพื่อสร้างศักยภาพในการรองรับการจัดงานการประชุมนานาชาติในขนาดใหญ่มากขึ้น โดยเมื่อร่วมมือกันจะสามารถรองรับผู้เข้าประชุมได้มากถึง 5,000 คน อันเป็นการสร้างความเข้มแข็งในการทำการตลาดไมซ์จากต่างประเทศ ยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้กับพัทยาไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวกลางคืนเหมือนในอดีต หากแต่มีรูปแบบการท่องเที่ยวและบริการอื่นที่มากกว่าที่คุณคิด การรวมตัวกันดังกล่าวภายใต้ชื่อ NPA : North Pattaya Alliance) เพื่อการร่วมมือกันพัฒนาและสร้างสรรค์โรงแรมให้มีเอกลักษณ์ประกอบด้วย อมารี พัทยา เคป ดารารีสอร์ท เซนต์ทาราแกรนด์ มิราซบีช รีสอร์ท ดุสิตธานี พัทยา ฮอเลียดี อินน์ พัทยา พูลแมน พัทยา จีและ โรงแรมเดอะชายน โดยได้รับการสนับสนุนจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการและเมืองพัทยา

โดยสรุป โครงการการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาค (MICE City) เป็นโครงการที่ได้รับการส่งเสริมจาก สสปน. ซึ่งได้สร้างความร่วมมือกับเมืองต่างๆ จำนวน 5 เมืองดังกล่าวข้างต้น ทั้งนี้โครงการดังกล่าวได้รับความร่วมมืออย่างดีในพื้นที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในทุกพื้นที่ได้กำหนดให้อุตสาหกรรมไมซ์เป็นส่วนหนึ่งของแผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาของเมืองหรือจังหวัดอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ยังได้รับความร่วมมือจากภาครัฐอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง สมาพันธ์และสมาคม ภาคเอกชนในการพัฒนาขีดความสามารถเพื่อการรองรับการเติบโต รวมไปถึงการสร้างความเข้าใจต่อประชาชนในพื้นที่เพื่อการต้อนรับนักเดินทางกลุ่มไมซ์ ส่งเสริมให้มีการเยี่ยมชม การจัดกิจกรรมไมซ์ในพื้นที่ ความสำเร็จจากโครงการดังกล่าวนำไปสู่แนวทางการพัฒนาจังหวัดอื่นๆ ของประเทศไทยที่มีศักยภาพนอกจากการเป็นเมืองท่องเที่ยวแล้วยังเตรียมพร้อมสู่การเป็นเมืองที่รองรับการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจหรือตลาดไมซ์

## แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพของประเทศไทย

ตารางที่ 4-12 แสดงจำนวนแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพของประเทศไทย

| ประเภทที่ท่องเที่ยว   | ประวัติศาสตร์ | ธรรมชาติ | ศิลปวัฒนธรรม | มนุษย์สร้างขึ้น | รวม (แห่ง) |
|-----------------------|---------------|----------|--------------|-----------------|------------|
| ภาค                   |               |          |              |                 |            |
| ภาคกลาง               | 534           | 219      | 290          | 362             | 1,405      |
| ภาคตะวันตก            | 75            | 187      | 42           | 63              | 367        |
| ภาคตะวันออก           | 73            | 213      | 73           | 129             | 488        |
| ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ | 255           | 348      | 172          | 187             | 962        |
| ภาคใต้                | 132           | 559      | 73           | 100             | 864        |
| ภาคเหนือ              | 184           | 290      | 135          | 101             | 710        |
| รวม                   | 1,253         | 1,816    | 785          | 942             | 4,796      |

ที่มา: กรมการท่องเที่ยว, 2014

จากตารางข้างต้น พบว่า ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวทั้งหมด 4,796 แห่ง โดยแบ่งเป็น แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ 1,253 แห่ง แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ 1,816 แห่ง แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม 785 แห่ง และแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น 942 แห่ง โดยภาคที่มีแหล่งท่องเที่ยวเยอะที่สุดคือ ภาคกลาง โดยมีแหล่งท่องเที่ยวอยู่ที่ 1,405 แห่ง ซึ่งภาคกลางมีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ศิลปวัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นมากที่สุดเมื่อเทียบกับภาคอื่นๆ โดยมีจำนวน 534, 290, และ 362 แห่ง ตามลำดับ ในขณะที่ภาคที่มีจำนวนแหล่งท่องเที่ยวมากเป็นลำดับที่ 2 คือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งมีจำนวนแหล่งท่องเที่ยวทั้งหมด 962 แห่ง โดยเป็นภาคที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากเป็นลำดับ 2 ของประเทศ โดยมีจำนวนทั้งสิ้น 348 แห่ง และภาคที่มีจำนวนแหล่งท่องเที่ยวมากเป็นลำดับ 3 คือ ภาคใต้ มีจำนวนแหล่งท่องเที่ยวอยู่ที่ 864 แห่ง โดยภาคใต้เป็นภาคที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากที่สุดเมื่อเทียบกับภาคอื่นๆ โดยภาคใต้มีจำนวนแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติทั้งสิ้น 559 แห่ง

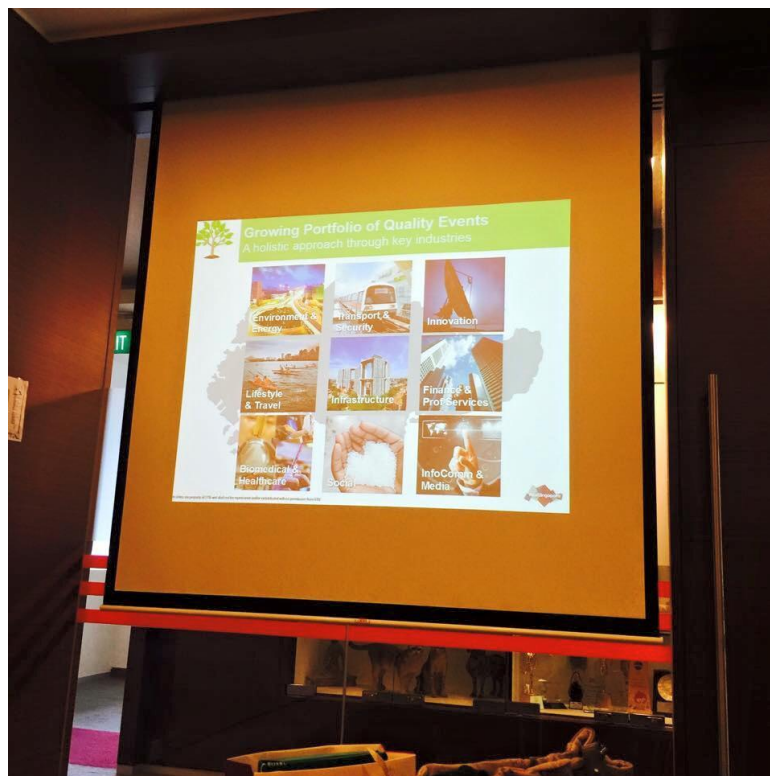
ภาพการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์ผู้ให้บริการการจัดการประชุมชาวต่างชาติ





ภาพการเข้าสัมภาษณ์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานสิงคโปร์









ภาพการเข้าสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

ภาพการเข้าสัมภาษณ์ผู้บริหารบริษัท Karaked Entertainment Co., Ltd.



ภาพการเข้าสัมภาษณ์ผู้บริหาร ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์



ภาพการเข้าสัมภาษณ์ผู้บริหารศูนย์นิทรรศการและการประชุม BITEC



ตัวอย่าง จดหมายขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูล

ภาพที่ 1: จดหมายขอความร่วมมือเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัยคุณประสาน ภิรัชบุรี

ที่ ศธ 0513.90301/ 3474



คณะวิทยาการจัดการ วิทยาเขตศรีราชา  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์  
199 ต.ทุ่งสุขลา อ.ศรีราชา  
จ.ชลบุรี 20230

14 ตุลาคม 2558

เรื่อง ขอความร่วมมือเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย  
เรียน คุณประสาน ภิรัช บุรี (Chief Executive Officer)  
สิ่งที่ส่งมาด้วย แนวทางการสัมภาษณ์

ด้วยคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ได้รับการอนุมัติทุนวิจัยเพื่อการศึกษา  
ศักยภาพของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทย (The Study of Convention Capability of  
Thailand) ภายใต้ชุดโครงการการศึกษาศักยภาพของอุตสาหกรรม MICE ของประเทศไทย (The Study of  
Thailand MICE Capability) โดยการสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงาน  
กองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

ในการทำวิจัยเรื่องนี้ คณะนักวิจัยมีความจำเป็นต้องขอเก็บข้อมูลจากท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญใน  
อุตสาหกรรมไมซ์ ทางคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรด  
อนุญาตให้คณะนักวิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในวันและเวลาที่ท่านสะดวกซึ่งจะเป็นประโยชน์ทางวิชาการ  
ต่อไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน  
ด้วยดีและขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์อรธิกา พังงา)  
หัวหน้าโครงการ

ภาพที่ 2: จดหมายขอสัมภาษณ์ข้อมูลและขอความอนุเคราะห์ประสานงานหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ที่ ศธ 0513.30301/ 3๖73



คณะวิทยาการจัดการ วิทยาเขตศรีราชา  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์  
199 ต.ทุ่งสุขลา อ.ศรีราชา  
จ.ชลบุรี 20230

17 พฤศจิกายน 2558

เรื่อง ขอสัมภาษณ์ข้อมูลและขอความอนุเคราะห์ประสานงานหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง  
เรียน คุณชจรเดช อภิชาติตรากุล ผู้อำนวยการสำนักงาน ทพท. สำนักงานสิงคโปร์  
สิ่งที่ส่งมาด้วย แนวทางการสัมภาษณ์

ด้วยคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ได้รับการอนุมัติทุนวิจัยเพื่อการศึกษา  
ศักยภาพของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทย (The Study of Convention Capability of  
Thailand) ภายใต้ชุดโครงการการศึกษาศักยภาพของอุตสาหกรรม MICE ของประเทศไทย (The Study of  
Thailand MICE Capability) โดยการสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงาน  
กองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ทั้งนี้เพื่อให้คณะนักวิจัยสามารถสะท้อนมุมมองด้านขีดความสามารถและการ  
แข่งขันในอุตสาหกรรมไมซ์ที่เกิดขึ้น ทางคณะนักวิจัยมีความจำเป็นต้องขอความอนุเคราะห์สัมภาษณ์ท่านในฐานะ  
ผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ในระหว่างวันที่ 13-15 มกราคม พ.ศ. 2559 รวมไปถึงศึกษาคูณงานกับหน่วย  
ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ของสิงคโปร์ ได้แก่ Singapore Exhibition and Convention Bureau (SECB) และ  
ศูนย์แสดงสินค้า Suntec Singapore Convention and Exhibition Centre

ทางคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรด  
อนุญาตให้คณะนักวิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งจะเป็นประโยชน์ทางวิชาการต่อไป คณะวิทยาการจัดการ  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณอย่างสูงมา  
ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์อรธิกา ทังงา)

หัวหน้าโครงการ



ภาพที่ 3: จดหมายขอความร่วมมือเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัยบริษัท Karaked Entertainment

ที่ ศธ 0513.30301/3474



คณะวิทยาการจัดการ วิทยาเขต ศรีราชา  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์  
199 ต.ทุ่งสุขลา อ.ศรีราชา  
จ.ชลบุรี 20230

14 ตุลาคม 2558

เรื่อง ขอความร่วมมือเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน ท่านผู้บริหาร บริษัท Karaked Entertainment Co., Ltd.

สิ่งที่ส่งมาด้วย แนวทางการสัมภาษณ์

ด้วยคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ได้รับการอนุมัติทุนวิจัยเพื่อการศึกษา ศักยภาพของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทย (The Study of Convention Capability of Thailand) ภายใต้ชุดโครงการการศึกษาศักยภาพของอุตสาหกรรม MICE ของประเทศไทย (The Study of Thailand MICE Capability) โดยการสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

ในการทำวิจัยเรื่องนี้ คณะนักวิจัยมีความจำเป็นต้องขอเก็บข้อมูลจากท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมไมซ์ ทางคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรด อนุญาตให้คณะนักวิจัย ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในวันและเวลาที่ท่านสะดวกซึ่งจะเป็นประโยชน์ทางการ ต่อไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน ด้วยดีและขอขอบคุณอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์อรธิตา พังงา)

หัวหน้าโครงการฯ

ตัวอย่างแบบสอบถามการวิจัย  
เรื่อง ศักยภาพของธุรกิจจัดประชุมในประเทศไทย (ฉบับภาษาไทย)

แบบสอบถามการวิจัย  
เรื่อง ศักยภาพของธุรกิจจัดประชุมในประเทศไทย  
(The Study of Convention Capability of Thailand)



- คำชี้แจง:** แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัย เรื่อง ศักยภาพของธุรกิจจัดประชุมในประเทศไทย (The Study of Convention Capability of Thailand) โดยการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมประชุมที่มีต่อการจัดประชุม ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการ ความพึงพอใจต่อการจัดการประชุม ข้อมูลของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทย ข้อมูลของท่านจะถูกเก็บเป็นความลับ คณะนักวิจัยขอขอบพระคุณอย่างสูงที่ท่านได้สละเวลาอันมีค่าและอนุญาตให้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ โดยแบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ตอน ดังนี้
- ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
  - ตอนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลพฤติกรรมผู้เข้าร่วมการจัดการประชุมนานาชาติ
  - ตอนที่ 3 แบบสอบถามความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของผู้เข้าร่วมประชุมนานาชาติ
  - ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

ข้อมูลเพิ่มเติม กรุณาติดต่อ ผศ.อรรธิกา พังงาและคณะนักวิจัย  
คณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา  
โทร 08-6358-5821 หรือE-mail: [ajarnpla@yahoo.com](mailto:ajarnpla@yahoo.com)

---

**ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม**

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย  ที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

1. ความเกี่ยวข้องกับองค์กร/สมาคมที่ท่านเข้าร่วมการประชุม  
สถานภาพ  ผู้บริหารขององค์กร  สมาชิก  
 อื่นๆ โปรดระบุ.....
2. ประเทศที่ท่านเดินทางมา โปรดระบุ.....

**ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเข้าร่วมการจัดประชุมนานาชาติ**

1. ท่านเดินทางมาโดยสายการบิน  
 Thai Airways  อื่นๆ โปรดระบุ.....
2. ท่านใช้ยานพาหนะใดระหว่างการเข้าร่วมประชุม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)  
 เครื่องบิน  รถยนต์ส่วนตัว  แท็กซี่  
 รถตู้รับจ้าง/เช่าเหมา  Public Transports เช่น Bus, BTS, MRT ฯลฯ  
 อื่นๆ โปรดระบุ.....
3. ท่านเดินทางมาประชุมในครั้งนี้อยู่ร่วมกับ  
 เดินทางมาคนเดียว  ครอบครัว/ญาติพี่น้อง  
 เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน  อื่นๆ โปรดระบุ .....
4. ท่านเคยมาประเทศไทยกี่ครั้ง  
 ไม่เคย  1 – 2 ครั้ง  มากกว่า 3 ครั้ง
5. ระยะเวลาที่ท่านพักแรมในประเทศไทย  
 1 – 3 วัน  4 – 6 วัน  มากกว่า 6 วัน
6. แหล่งข้อมูลในการตัดสินใจเข้าร่วมงานจัดประชุมในครั้งนี้อยู่ที่  
 สื่อโฆษณาทางหนังสือพิมพ์และนิตยสารต่าง ๆ  แผ่นพับ /โบชัวร์  
 สื่อโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต  บุคคลที่รู้จักแนะนำ  
 สมาคม หรือ องค์กรที่สังกัด  อื่นๆ โปรดระบุ.....
7. ปัจจัยในการตัดสินใจเข้าร่วม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)  
 หัวข้อการประชุมน่าสนใจ  ความคุ้มค่าด้านต้นทุน (Cost / Value of Money)  
 วิทยากรน่าสนใจ  สถานที่จัดประชุมน่าสนใจ (Location/Destination)  
 ชื่อเสียงของประเทศไทย  อื่นๆ โปรดระบุ.....
8. วัตถุประสงค์ในการเข้าร่วมประชุมในครั้งนี้อยู่ที่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)  
 เพื่อหาความรู้  เพื่อสร้างความสัมพันธ์  
 เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้  เพื่อนำเสนอผลงาน  
 อื่นๆ โปรดระบุ.....
9. ผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมประชุมนานาชาติในครั้งนี้อยู่ที่  
 จ่ายเองทั้งหมด  จ่ายเองบางส่วน  
 บริษัท/องค์กรจ่ายให้ทั้งหมด  อื่นๆ โปรดระบุ

**ตอนที่ 3 ศักยภาพและความพร้อมของปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่อการจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทย**

โปรดระบุความคิดเห็นของท่านที่เกี่ยวกับการประชุมนานาชาติ โปรดทำเครื่องหมาย ✓ โดยให้คะแนนจาก 5 (ดีที่สุด) ไปจนน้อยที่สุด (แย่ที่สุด)

| ข้อ                       | รายการ  | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
|---------------------------|---|---|---|---|---|---|
| <b>การเข้าถึง</b>         |   |   |   |   |   |   |
| 1                         | การอำนวยความสะดวกในกระบวนการเข้าเมือง   |   |   |   |   |   |
| 2                         | ความสะดวกสบายในการเดินทางภายในประเทศ  |   |   |   |   |   |
| 3                         | ความพร้อมของการขนส่งสาธารณะสำหรับผู้เข้าร่วมการประชุม   |   |   |   |   |   |
| 4                         | มีความปลอดภัยในการเดินทาง   |   |   |   |   |   |
| <b>ผู้วางแผนการประชุม</b> |   |   |   |   |   |   |
| 1                         | ผู้วางแผนการจัดประชุมมีความรู้และความเข้าใจต่อการจัดการประชุมเป็นอย่างดี  |   |   |   |   |   |
| 2                         | ผู้วางแผนการจัดประชุมมีการวางแผนและออกแบบการประชุมได้อย่างน่าสนใจ   |   |   |   |   |   |
| 3                         | ผู้วางแผนการจัดประชุมสามารถดำเนินงานได้ตามแผนที่ได้กำหนดไว้   |   |   |   |   |   |
| 4                         | ผู้วางแผนการจัดประชุมสามารถดำเนินการแก้ปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ   |   |   |   |   |   |
| <b>ที่พักแรม</b>          |   |   |   |   |   |   |
| 1                         | โรงแรมมีการจัดเตรียมห้องพักที่มีคุณภาพสอดคล้องกับความต้องการของผู้พัก   |   |   |   |   |   |
| 2                         | โรงแรมมีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้เข้าพักเพียงพอและทันสมัย เช่น อินเทอร์เน็ตไร้สาย ห้องออกกำลังกาย ห้องอาหาร   |   |   |   |   |   |
| 3                         | โรงแรมมีการบริการที่มีคุณภาพและมาตรฐาน  |   |   |   |   |   |
| 4                         | โรงแรมมีพนักงานที่มีความเป็นมืออาชีพ  |   |   |   |   |   |
| <b>สถานที่จัดประชุม</b>   |   |   |   |   |   |   |
| 1                         | สถานที่จัดการประชุมมีห้องประชุมที่มีขนาดและการจัดพื้นที่มีความเหมาะสมกับรูปแบบการประชุม   |   |   |   |   |   |
| 2                         | สถานที่จัดประชุมมีสิ่งอำนวยความสะดวกภายในเพียงพอและเหมาะสม เช่น ที่จอดรถ ห้องรับรอง ห้องสุขา ห้องละหมาด ร้านสะดวกซื้อและห้องปฐมพยาบาล                           |   |   |   |   |   |
| 3                         | สถานที่จัดประชุมมีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับประชุมที่ทันสมัย เช่น อินเทอร์เน็ตไร้สาย/เครื่องฉาย LCD Projector ระบบแปลภาษา ระบบเสียง ระบบการลงทะเบียน การให้ข้อมูล |   |   |   |   |   |
| 4                         | สถานที่จัดการประชุมมีมาตรฐานเหมาะสมกับการจัดการประชุมระดับนานาชาติ  |   |   |   |   |   |
| <b>สิ่งอำนวยความสะดวก</b> |   |   |   |   |   |   |

| ข้อ  | รายการ  | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
|--|---|---|---|---|---|---|
| 1  | ความสะดวกสบายในระบบสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน เช่น การสื่อสารทางโทรศัพท์/อินเทอร์เน็ต   |   |   |   |   |   |
| 2  | มีการให้บริการเกี่ยวสาธารณสุขและความปลอดภัย   |   |   |   |   |   |
| 3  | มีพื้นที่รองรับสำหรับผู้ติดตามและผู้เกี่ยวข้อง  |   |   |   |   |   |
| 4  | มีระบบรักษาความปลอดภัยในการจัดการประชุม   |   |   |   |   |   |
| <b>สิ่งดึงดูดใจ</b>                                  |   |   |   |   |   |   |
| 1  | ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่โดดเด่นส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวก่อน/หลังการประชุม                            |   |   |   |   |   |
| 2  | ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่โดดเด่นส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวก่อน/หลังการประชุม                            |   |   |   |   |   |
| 3  | ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นและสิ่งบันเทิงต่างๆ ที่โดดเด่นส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวก่อน/หลังการประชุม |   |   |   |   |   |
| 4  | ประเทศไทยมีศูนย์การค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ร้านจำหน่ายของที่ระลึกที่น่าสนใจ   |   |   |   |   |   |
| <b>ศักยภาพและความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม</b> |   |   |   |   |   |   |
| 1  | ในการจัดการประชุมนี้ให้ความสำคัญต่อการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าตามแนวคิดการประชุมสีเขียว (Green Meeting)                    |   |   |   |   |   |
| 2  | ประชาชนในท้องถิ่น (Local Host) มีส่วนร่วมและตระหนักต่อความสำคัญของการประชุม   |   |   |   |   |   |
| 3  | ประเทศไทยมีความพร้อมต่อการสร้างเครือข่ายและความร่วมมือในอนาคต   |   |   |   |   |   |
| 4  | ประเทศไทยมีความพร้อมต่อการสร้างโอกาสทางธุรกิจที่ท่านเกี่ยวข้อง  |   |   |   |   |   |
| 5  | ประเทศไทยมีความพร้อมด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อการจัดการประชุมนานาชาติ  |   |   |   |   |   |
| 6  | ประเทศไทยมีความเหมาะสมต่อพัฒนาให้เป็นจุดหมายปลายทางในการจัดการประชุม (MICE Destination)                                   |   |   |   |   |   |
| 7  | การจัดการประชุมในประเทศไทยมีส่วนช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้สมาคมของท่าน   |   |   |   |   |   |

**ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น**

.....

.....

.....

.....

.....

ขอบคุณสำหรับข้อมูล

ตัวอย่างแบบสอบถามการวิจัย  
เรื่อง ศักยภาพของธุรกิจจัดประชุมในประเทศไทย (ฉบับภาษาอังกฤษ)

Questionnaire  
The Study of Convention Capability of Thailand



**Directions:** This questionnaire is a part of the research entitled ‘The Study of Convention Capability of Thailand’ which aims to survey the convention participants’ attitudes towards the convention, e.g. information on needs, satisfaction with the convention. Your information will be beneficial to the development of convention capability of Thailand

Your information will be kept confidentially. Your time will be much appreciated in allowing the research team to collect the data.

The questionnaire is structured into 4 parts:

- Part 1** General Information of Participants
- Part 2** Convention Participants’ Behaviour
- Part 3** Satisfaction with the Marketing Mix Factors of the Convention Participants
- Part 4** Other Recommendations

For further details, please contact Asst. Auntiga Phungnga and the research team  
Faculty of Management Sciences, Kasetsart University Sriracha Campus  
Tel 08-6358-5821 or E-mail: [ajarnpla@yahoo.com](mailto:ajarnpla@yahoo.com)

---



## Part 1 General Information of Participants

Directions Please tick  in the box that suits you best.

3. The affiliation of the organisation/association that you attend the convention status  organisation management  member  
 others: Specify.....
4. From what country do you travel?  
Specify.....

## Part 2 Convention Participants' Behaviour

10. What airline do you fly with?  
 Thai Airways  others: Identify.....
11. What is your mode of transportation while attending the convention (You may provide more than 1 answer.)  
 airplane  private car  Taxi  
 hired van  public transports (e.g. Bus, BTS, MRT)  
 others: Identify.....
12. With whom do you travel?  
 yourself  family/relative  
 friend/colleague  others: Identify.....
13. How many times have you travelled to Thailand?  
 never  1 - 2  more than 3
14. How many days do you stay in Thailand?  
 1 - 3  4 - 6  more than 6
15. The source of information in making decision on whether to attend the convention  
 newspaper & magazine  brochure  
 Internet  words of mouth  
 association affiliated  others: Identify.....
16. Factors in attendance decision making (You may provide more than 1 answer.)  
 interesting topic  cost/value of Money)  
 interesting speaker  attractive venue  
 Thailand's reputation  others: Identify.....
17. Purpose of attendance (You may provide more than 1 answer.)  
 to gain knowledge  to make relationship  
 to exchange experience  to do a presentation  
 others: Identify.....
18. Sponsor of the convention attendance fee  
 yourself  partly sponsored by corporate  
 full sponsored by corporate  others: Identify.....

### Part 3 Capability and Availability of Factors concerning the Convention of Thailand

Please identify your thoughts concerning the convention by putting a ✓ to rate the score of 5 (Most) to 1 (Least)

| Item                      | Detail  | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
|---------------------------|---|---|---|---|---|---|
| <b>Accessibility</b>      |   |   |   |   |   |   |
| 1                         | Convenience for immigration process   |   |   |   |   |   |
| 2                         | Convenience for public transportation   |   |   |   |   |   |
| 3                         | The availability of public transportation for the participants  |   |   |   |   |   |
| 4                         | Safety for travel   |   |   |   |   |   |
| <b>Convention Planner</b> |   |   |   |   |   |   |
| 1                         | The convention planner has good knowledge and understanding to the convention.  |   |   |   |   |   |
| 2                         | The convention planner has an interesting convention plan and design.   |   |   |   |   |   |
| 3                         | The convention planner can operate as scheduled plan.   |   |   |   |   |   |
| 4                         | The convention planner can solve problems effectively.  |   |   |   |   |   |
| <b>Accommodation</b>      |   |   |   |   |   |   |
| 1                         | The hotel has arranged a room according to guests' needs.   |   |   |   |   |   |
| 2                         | The hotel has provided sufficient and modern facilities for guests e.g. wireless Internet, fitness, restaurant.   |   |   |   |   |   |
| 3                         | The hotel has service quality standards.  |   |   |   |   |   |
| 4                         | The hotel has professional staff.   |   |   |   |   |   |
| <b>Venue</b>              |   |   |   |   |   |   |
| 1                         | The venue has appropriate size of convention room and area arrangement with the convention type.  |   |   |   |   |   |
| 2                         | The venue has sufficient and appropriate facilities, e.g. parking, lounges, restrooms, prayer rooms, convenience stores, and first aid rooms.                 |   |   |   |   |   |
| 3                         | The venue has facilities for modern convention, e.g. wireless Internet, LCD Projector, translation system, sound system, registration system, data provision. |   |   |   |   |   |
| 4                         | The venue has standards for international convention.   |   |   |   |   |   |
| <b>Facilities</b>         |   |   |   |   |   |   |
| 1                         | Convenience for public infrastructure, e.g. telephone communications/Internet   |   |   |   |   |   |

| Item  | Detail   | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
|---|--|---|---|---|---|---|
| 2   | Services provision in healthcare and safety  |   |   |   |   |   |
| 3   | Space provided for accompanied/involved people   |   |   |   |   |   |
| 4   | Security guard system for the convention   |   |   |   |   |   |
| <b>Attraction</b>   |  |   |   |   |   |   |
| 1   | Thailand has remarkable natural attractions affecting the travel decisions, pre- and post-convention.                    |   |   |   |   |   |
| 2   | Thailand has remarkable cultural attractions affecting the travel decisions, pre- and post-convention.                   |   |   |   |   |   |
| 3   | Thailand has remarkable man-made attractions and entertainment affecting the travel decisions, pre- and post-convention. |   |   |   |   |   |
| 4   | Thailand has attractive shopping malls, restaurants, and souvenir shops.   |   |   |   |   |   |
| <b>Capability and Responsibility to Community and Environment</b> |  |   |   |   |   |   |
| 1   | The convention gives priority to the use of natural resources according to the concept of green meetings.                |   |   |   |   |   |
| 2   | The local host participate and aware of the convention significance.   |   |   |   |   |   |
| 3   | Thailand is ready to build networks and partnerships in the future.  |   |   |   |   |   |
| 4   | Thailand is ready to create business opportunities that seem relevant.   |   |   |   |   |   |
| 5   | Thailand is ready for innovation and technology to the international convention.   |   |   |   |   |   |
| 6   | Thailand has the right to develop as a MICE destination  |   |   |   |   |   |
| 7   | The convention in Thailand has helped to build a good image for your association.  |   |   |   |   |   |

**Part 4 Other Recommendations**

.....

.....

.....

.....

.....

Thank you for your information.

ประเด็นการสัมภาษณ์การศึกษาศักยภาพของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทยกับ  
ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย

การศึกษาศักยภาพของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทย  
The Study of Convention Capability of Thailand

---

**การสัมภาษณ์**

1. ศักยภาพและความพร้อมของประเทศไทยต่อการรองรับการจัดการประชุมนานาชาติและอุตสาหกรรมไมซ์

**สาระสำคัญ:** ความพร้อมต่อการรองรับของประเทศไทย ทั้งในส่วนของกรุงเทพและภูมิภาคต่ออุตสาหกรรมไมซ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การจัดการประชุมนานาชาติของประเทศไทย รวมไปถึงโอกาสและอุปสรรคต่อการจัดการประชุมนานาชาติ

2. มุมต่อการพัฒนาขีดความสามารถของผู้ที่เกี่ยวข้องในโครงการสร้างของอุตสาหกรรมไมซ์

**สาระสำคัญ:** เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์ขีดความสามารถของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ ในการดำเนินอุตสาหกรรมไมซ์จะต้องอาศัย Value Chain หรือผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (MICE Stakeholders) ทั้งภาครัฐและเอกชน อยากรให้สะท้อน บทบาทและหน้าที่และขีดความสามารถทั้งด้านความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะที่จำเป็นต่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ (การประชุมนานาชาติ) ของประเทศไทย เพื่อนำไปสู่แนวทางการพัฒนา

3. ปัจจัยเชิงบวกและลบที่เกี่ยวข้องต่อการเสริมสร้างความเข้มแข็งในอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย

**สาระสำคัญ:** เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT) ที่เกิดขึ้นจากสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องของอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย (การจัดการประชุมนานาชาติ) ประกอบด้วย 1) ปัจจัยทางด้านการเมือง กฎหมาย และข้อกำหนดต่างๆ 2) ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจที่ภายในและภายนอกประเทศ 3) ปัจจัยทางด้านสังคมและการเปลี่ยนแปลง และ 4) ปัจจัยด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่สร้างผลกระทบทั้งทางบวกและทางลบต่ออุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย (การประชุมนานาชาติ)

4. ผลกระทบที่เกิดจากการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนต่ออุตสาหกรรมไมซ์ และแนวทางการปรับตัวเพื่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน

**สาระสำคัญ:** จากการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนจะผลกระทบต่อกระทบทางตรงและทางอ้อมต่อการอุตสาหกรรมไมซ์อย่างไร รวมไปถึงแนวทางการแข่งขันและการปรับตัวในด้านต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งนโยบายของอุตสาหกรรมไมซ์ที่ภาครัฐควรให้ความสำคัญเพื่อทำให้ประเทศไทยเป็น MICE Destination

5. แนวทางการสนับสนุนและผลักดันเพื่อการรองรับและขยายตัวของอุตสาหกรรมจัดการประชุมนานาชาติที่เพิ่มมากขึ้นในอนาคต

**สาระสำคัญ:**

6. รูปแบบการร่วมมือในการดำเนินงานและประสานงานระหว่างหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เอื้อต่อการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมการจัดประชุม

สาระสำคัญ:

7. แนวโน้ม ความท้าทายและข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์

สาระสำคัญ:

-----

ประเด็นการสัมภาษณ์การศึกษาศักยภาพของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทยกับ  
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานสิงคโปร์

การศึกษาศักยภาพของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทย  
The Study of Convention Capability of Thailand

---

การสัมภาษณ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานสิงคโปร์

1. ศักยภาพประเทศสิงคโปร์ในการรองรับธุรกิจไมซ์และความพร้อมต่อการจัดการประชุมนานาชาติ
  2. จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรคของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศสิงคโปร์ในการแข่งขันของธุรกิจไมซ์
  3. การพัฒนาขีดความสามารถของผู้ที่เกี่ยวข้องในโครงการสร้างของอุตสาหกรรมไมซ์เพื่อการแข่งขัน
  4. ปัจจัยเชิงบวกและลบที่เกี่ยวข้องต่อการเสริมสร้างความเข้มแข็งในอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศสิงคโปร์
  5. ผลกระทบที่เกิดจากการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนต่ออุตสาหกรรมไมซ์ และแนวทางการปรับตัวเพื่อความได้เปรียบทางการแข่งขัน
  6. แนวทางการสนับสนุนและผลักดันเพื่อการรองรับและขยายตัวของอุตสาหกรรมจัดการประชุมนานาชาติที่เพิ่มมากขึ้นในอนาคต การผลักดันสู่ความเป็น MICE Destination
  7. แนวโน้ม ความท้าทายและข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์
-



รายงานสรุปการดำเนินงาน  
โครงการขีดความสามารถของผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ประเทศสิงคโปร์

## รายงานสรุปการดำเนินงาน

### โครงการขีดความสามารถของผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ประเทศสิงคโปร์

|                  |   |
|------------------|---|
| ชื่อโครงการ      | โครงการขีดความสามารถของผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ประเทศสิงคโปร์                                       |
| แผนงานวิจัย      | การศึกษาศักยภาพของอุตสาหกรรม MICE ของประเทศไทย (The Study of Thailand MICE Capability)                      |
| โครงการย่อยที่ 3 | การศึกษาศักยภาพของธุรกิจการจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทย (The Study of Convention Capability of Thailand) |

#### 1. หลักการและเหตุผล

อุตสาหกรรม MICE หมายถึงธุรกิจ 4 กลุ่ม คือ ธุรกิจการจัดประชุม (Meeting) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive) ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ (Convention) และการจัดแสดงงานสินค้าและนิทรรศการ (Exhibition) นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ เป็นนักธุรกิจ นักวิชาการ ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ไม่สร้างปัญหาให้กับสังคม เมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น นอกจากนี้ ยังเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีผลต่อการทำรายได้เข้าประเทศเป็นอย่างมากในแต่ละปี โดยเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถก่อให้เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ และการพัฒนาทางสังคมให้แก่ประเทศอย่างมหาศาล เป็นอุตสาหกรรมที่มีลักษณะโดดเด่น เป็นเอกเทศ และมีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมและวงการต่างๆอีกหลายสาขา ทั้งยังเอื้อประโยชน์อย่างยิ่งให้แก่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก (JMIC, 2557) จากสถิติที่ผ่านมานักท่องเที่ยว MICE มีรายจ่ายต่อหัวต่อทริปเฉลี่ยสูงกว่านักท่องเที่ยวเชิงพักผ่อนกว่าเกือบ 2 เท่าตัว

นอกจากนี้ การจะทำให้ประเทศไทยเกิดความได้เปรียบในการแข่งขันในอุตสาหกรรม MICE นั้น จึงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญ การวิจัยนี้มุ่งศึกษาศักยภาพของอุตสาหกรรม MICE โดยพิจารณาถึงสิ่งอำนวยความสะดวกในปัจจุบันของอุตสาหกรรมของการจัดการประชุมนานาชาติในประเทศไทย ซึ่งมีทั้งสถานที่จัดงานที่ดีเยี่ยม และการเดินทางที่สะดวกสบาย จุดแข็ง/จุดอ่อน/โอกาส และข้อจำกัดของอุตสาหกรรมจัดการประชุมนานาชาติสภาพแวดล้อมโดยทั่วไป รวมถึงนโยบายรัฐที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมจัดการประชุมนานาชาติ และผลกระทบของอุตสาหกรรมจัดการประชุมนานาชาติกับธุรกิจอื่นๆ ที่จะก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดทั้งในด้านเศรษฐกิจและสังคม ตลอดจนความเชื่อมโยงใน Value Chain ของอุตสาหกรรมจัดการประชุมนานาชาติ

คณะผู้วิจัย เห็นความสำคัญของการพัฒนาธุรกิจไมซ์และการเพิ่มขีดความสามารถของการประชุมนานาชาติของประเทศไทย จึงได้จัด โครงการขีดความสามารถของผู้ที่เกี่ยวข้องใน

อุตสาหกรรมไมซ์ประเทศสิงคโปร์ เพื่อการศึกษาและวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบในด้านศักยภาพและขีดความสามารถในการรองรับการเติบโตของธุรกิจไมซ์ของประเทศสิงคโปร์ เนื่องจากประเทศสิงคโปร์มีศูนย์การประชุมและแสดงนิทรรศการที่มีมาตรฐานและมีจำนวนการจัดการประชุมนานาชาติสูงมากในกลุ่มประเทศอาเซียนทั้งนี้จะเป็นแนวทางการเรียนรู้และการพัฒนาขีดความสามารถของธุรกิจไมซ์ของประเทศไทยต่อไป

## 2. วัตถุประสงค์

| วัตถุประสงค์   | ความสำเร็จ |          | ผลการดำเนินงาน  |
|--|------------|----------|---|
|  | บรรลุ      | ไม่บรรลุ |   |
| เพื่อศึกษาศักยภาพและปัจจัยที่ส่งเสริมให้ประเทศสิงคโปร์เป็นผู้นำด้านธุรกิจไมซ์ในกลุ่มอาเซียน      | ✓          |          | <ul style="list-style-type: none"> <li>ผู้วิจัยได้เยี่ยมชมศูนย์กลางประชุม (Venue) หลักของประเทศสิงคโปร์ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญในอุตสาหกรรมไมซ์ ทั้งนี้ได้เยี่ยมชมพื้นที่ สิ่งอำนวยความสะดวกความสะดวกรวมไปถึงการจัดงานจริงที่เกิดขึ้น</li> <li>ผู้วิจัยการศึกษาองค์ประกอบอื่นที่สำคัญต่ออุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศสิงคโปร์ เช่น การคมนาคมขนส่ง การสื่อความหมายและการอำนวยความสะดวกสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวไมซ์</li> </ul> |
| เพื่อศึกษาบทบาทและแนวทางของหน่วยงานที่มีบทบาทด้านธุรกิจไมซ์ต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน | ✓          |          | ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาธุรกิจไมซ์ โดยการเข้าสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐของประเทศสิงคโปร์ซึ่ง  |

| วัตถุประสงค์  | ความสำเร็จ |          | ผลการดำเนินงาน   |
|---|------------|----------|--|
|   | บรรลุ      | ไม่บรรลุ |  |
|   |            |          | มีบทบาทสำคัญต่อการกำหนดนโยบายด้านอุตสาหกรรมไมซ์และธุรกิจการจัดการประชุมประกอบด้วย สำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวสิงคโปร์ (Singapore Tourism Board) เกี่ยวกับนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจและและ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ประเทศสิงคโปร์ (Singapore Exhibition and Convention Centre) ซึ่งมีบทบาทการส่งเสริมธุรกิจไมซ์ของสิงคโปร์                               |
| เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการในธุรกิจไมซ์ของประเทศสิงคโปร์ | ✓          |          | <ul style="list-style-type: none"> <li>ผู้วิจัยได้เข้าสัมภาษณ์สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ประเทศสิงคโปร์ (Singapore Exhibition and Convention Bureau) ทำให้ทราบถึงแนวทางการส่งเสริมภาคเอกชนต่อการพัฒนาธุรกิจไมซ์รวมถึงการสร้างการมีส่วนร่วมต่างๆ</li> <li>ผู้วิจัยได้เข้าเยี่ยมชมและสัมภาษณ์ข้อมูลจากศูนย์การประชุมและแสดงนิทรรศการ (Suntec Singapore Convention</li> </ul> |

| วัตถุประสงค์ | ความสำเร็จ |          | ผลการดำเนินงาน  |
|--------------|------------|----------|---|
|              | บรรลุ      | ไม่บรรลุ |   |
|              |            |          | and Exhibition Centre) ทำให้สามารถถึงแนวทาง และกลยุทธ์การเสริมสร้าง ความเข้มแข็งของธุรกิจ |

### 3. ผลที่ได้รับจากโครงการ

คณะผู้วิจัยได้รับข้อมูลเชิงประจักษ์จากผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศสิงคโปร์ รวมไปถึงผู้ประกอบการภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ข้อมูลที่ได้รับประกอบด้วย สถานการณ์ทางการท่องเที่ยวโดยภาพรวมของประเทศสิงคโปร์ รวมไปถึงสถานการณ์ของอุตสาหกรรมไมซ์อีกด้วย โครงการหน่วยงานรวมถึงบทบาทหน้าที่ของภาครัฐและเอกชนต่อการร่วมมือกันการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ นโยบายและกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน การวิเคราะห์และการคาดการณ์เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ในอนาคต รวมไปถึงประเด็นด้านจุดอ่อน ปัญหา อุปสรรคและแนวทางการแก้ไข และโอกาสจากการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในอนาคต

### 4. แผน/ขั้นตอนการดำเนินงานจริง

| รายละเอียด   | ระยะเวลา             |
|--|----------------------|
| 1. ประชุมกำหนดเส้นทางการสำรวจ จุดแวะพัก และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง | พฤศจิกายน 2558       |
| 2. ประสานงานการเก็บข้อมูลกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในต่างประเทศ    | ธันวาคม 2558         |
| 3. เสนอขออนุมัติเดินทางต่างประเทศ                                | ธันวาคม 2558         |
| 4. จัดการเดินทาง และที่พัก                                       | 5-10 มกราคม 2559     |
| 5. เดินทางสำรวจและรวบรวมข้อมูล                                   | 13 – 15 มกราคม 2559  |
| 6. สรุปผลและรายงานการเดินทาง                                     | หลังจากกลับมา 30 วัน |

5. รูปภาพประกอบ



คณะนักวิจัยเข้าสัมภาษณ์ คุณขจรเดช อภิชาติการกุล

ตำแหน่ง ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประจำประเทศสิงคโปร์



คณะนักวิจัยเข้าสัมภาษณ์ผู้แทนจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว



บุคคลที่คณะนักวิจัยเข้าสัมภาษณ์ ได้แก่

Ms. Christina Choh (Assistant Director, Conventions Business Development Group)  
และ Ms.Phebe Cheong (Assistant Manager Conventions, Meetings & Incentive Travel)  
ที่ Singapore Tourism Board “STB”





คณะนักวิจัยเยี่ยมชม สำนักงานการท่องเที่ยวของประเทศสิงคโปร์ Singapore Tourism Board  
“STB”



6. กำหนดการเดินทางและกิจกรรมภายใต้โครงการขีดความสามารถของผู้ที่เกี่ยวข้องใน  
อุตสาหกรรมไมซ์ประเทศสิงคโปร์ระหว่างวันที่ 13-15 มกราคม 2559

วันที่ 1: วันพุธที่ 13 มกราคม 2559

วันแรกของการเดินทาง 8.00 น คณะผู้เดินทางพร้อมเพรียงกันที่สนามบินสุวรรณภูมิ  
เที่ยวบิน TG403 เพื่อเดินทางไปยังประเทศสิงคโปร์ โดยใช้เวลาเดินทางประมาณ 2.15 ชั่วโมง ถึง  
ประเทศสิงคโปร์ในเวลาท้องถิ่น 12.00 น หลังจากผ่านกระบวนการตรวจคนเข้าเมือง ทางคณะได้เดิน  
ทางเข้าสู่ที่พัก ณ Peninsula Excelsior เพื่อเตรียมความพร้อมเดินทางไปยัง National Museum of  
Singapore เพื่อศึกษาภาพรวมของทรัพยากรและเชื่อมโยงองค์ประกอบการท่องเที่ยวของทาง  
ประเทศสิงคโปร์



เยี่ยมชม National Museum of Singapore

ซึ่งตั้งอยู่ห่างจากที่พักประมาณ 20 นาทีโดยการเดินเท้า เป็นพิพิธภัณฑ์ที่เก่าแก่ที่สุดใน  
สิงคโปร์ ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2392 มีอายุกว่าร้อยปีและยังเป็นพิพิธภัณฑ์ที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในประเทศ  
สิงคโปร์ ก่อตั้งในปี พ.ศ. 2392 มีอายุกว่าร้อยปีและยังเป็นพิพิธภัณฑ์ที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในประเทศ  
สิงคโปร์อีกด้วย มีการออกแบบอาคารด้วยศิลปะเรอเนซองส์ เป็นศูนย์รวมของประวัติศาสตร์และ  
วิวัฒนาการของสิงคโปร์ตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน พิพิธภัณฑ์แห่งนี้เคยเป็นอาคารห้องสมุดก่อนในตั้งแต่ปี  
พ.ศ. 2430 หลังจากนั้นได้ปรับปรุงเพื่อบูรณะใหม่และเปิดให้เข้าชมได้อีกครั้งในปัจจุบัน ภายในจะ  
จัดแสดงทั้งลักษณะของภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว แสง สี เสียง กลิ่น เรียกว่ามีครบทุกอย่าง หลัก ๆ  
จะแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ “ส่วนของประวัติศาสตร์” (Singapore History Gallery) ที่จะมีการบรรยาย  
ให้ผู้ชมได้ฟังข้อมูลจากการกดปุ่มตามหมายเลขที่ระบุไว้ในจุดจัดแสดง และ “ส่วนวิถีชีวิต”  
(Singapore Living Galleries) ที่เล่าอดีตถึงปัจจุบันของสิงคโปร์ ละเอียดจนมีครบตั้งแต่เรื่องของ  
วิวัฒนาการ “แฟชั่นและการช้อปปิ้ง” (Fashion Shopping for Identity) ที่จะแสดงเนื้อหาพร้อม  
ตัวอย่างของเสื้อผ้าในยุคต่าง ๆ หรืออย่างเครื่องแต่งกายที่คณะนักวิจัยไม่เคยรู้จักมาก่อน เช่น “ผ้าเค  
บายา” (Sarong kebaya) หรือ “紗หรี” (Sari) แสดงวิวัฒนาการการตัดเย็บเสื้อผ้าในอดีตด้วยจักร  
เย็บผ้าแบบโบราณ “ภาพยนตร์และหนังตะลุง” (Film & Wayang Scripting a New Life) แสดง

ความเป็นมาของภาพยนตร์และมหรสพอื่น ๆ ในอดีตของสิงคโปร์ รวมถึงจัดแสดงเครื่องฉาย ภาพยนตร์และฟิล์ม ภาพยนตร์โบราณ “อาหารและการบริโภค” (Food Eating on the street) จะบอกเล่าถึงเรื่องอาหารการกินของชาวสิงคโปร์ที่ถือว่าเป็นอีกหนึ่งจุดขายของประเทศนี้



การแสดงนิทรรศการของ National Museum of Singapore

หลังจากนั้น ทางคณะได้มีการประชุมระดมความคิดเพื่อวิเคราะห์หาคำประกอบ การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการจัดประชุมนานาชาติของประเทศสิงคโปร์และเตรียมความพร้อมเข้า สัมภาษณ์หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

## วันที่ 2: วันพฤหัสบดีที่ 14 มกราคม 2559

10.00 น. สัมภาษณ์ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานสิงคโปร์ โดยมี คุณ ขจรเดช อภิชาติการกุล ตำแหน่ง ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวประเทศสิงคโปร์ โดยประเด็น การสัมภาษณ์มุ่งถามไปที่ประเด็นลักษณะของนักท่องเที่ยว และจุดดึงดูดของประเทศสิงคโปร์ที่มีต่อ นักท่องเที่ยว การคมนาคมขนส่ง จุดท่องเที่ยว travel agencyในประเทศสิงคโปร์ จุดประสงค์ของ นักท่องเที่ยวที่เข้ามายังประเทศสิงคโปร์ของแต่ละกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งบางกลุ่มของนักท่องเที่ยวที่ เดินทางมายังประเทศสิงคโปร์เข้ามาเพื่อเจรจาทางธุรกิจ เพราะประเทศสิงคโปร์เป็นประเทศที่มีพื้นที่ ไม่มากรวมถึงแหล่งท่องเที่ยวมีจำนวนน้อย ทำให้ทราบว่า ประเทศสิงคโปร์นั้นยังไม่มี ความชัดเจนใน ด้านของวัฒนธรรม

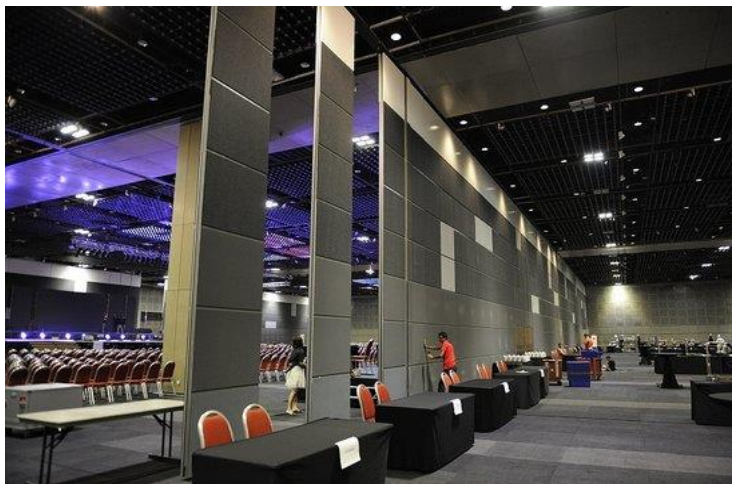
14.00 น. มุ่งหน้าสู่การเข้า สัมภาษณ์สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการประเทศ สิงคโปร์(Singapore Exhibition and Convention Centre)

ผู้ที่คณะนักวิจัยจะไปสัมภาษณ์คือ Ms. Christina Choh (Assistant Director, Conventions Business Development Group) และ Ms.Phebe Cheong (Assistant Manager Conventions, Meetings & Incentive Travel)ที่ Singapore Tourism Board “STB” ซึ่งบรรยากาศในการ ให้สัมภาษณ์ได้รับความสะดวกและทางผู้สัมภาษณ์ทั้ง 2 ท่านที่ได้ให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์อย่างมาก กับคณะผู้ทำวิจัย ในเชิงของข้อมูลการจัดการบริหารในส่วนของ MICE การร่วมมือกันระหว่างรัฐบาล และเอกชนรวมถึงผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง รวมถึงโรงเรียน มหาวิทยาลัยที่มีหลักสูตรการเรียนการสอนใน

เนื้อหาของ MICE เพื่อปูพื้นฐานกับผู้เรียน มีการฝึกอบรม(Training) รวมไปถึงแนวทางการพัฒนาในเรื่องของการท่องเที่ยว

### วันที่ 3: วันศุกร์ ที่ 15 มกราคม 2559

10.00 น. สัมภาษณ์และเยี่ยมชมศูนย์การประชุมและแสดงนิทรรศการ (Suntec Singapore Convention and Exhibition Centre) ซึ่งเป็นสถานที่ที่ทางสิงคโปร์ใช้เป็นที่จัดการประชุมนานาชาติ การแสดงสินค้าระดับโลก และนิทรรศการต่างๆ ซึ่งที่แห่งนี้มีพื้นที่กว้างใหญ่เพียงพอที่จะใช้ต้อนรับนักท่องเที่ยวหรือผู้ที่เข้ามาติดต่อเพื่อการใช้สถานที่ ทั้งยังเดินทางได้ง่าย ไม่ว่าจะเป็น รถประจำทางสาธารณะ หรือ ระบบรถไฟฟ้าใต้ดิน และศูนย์ประชุมแห่งนี้ตั้งอยู่ในเมืองซึ่งสะดวกสบายต่อผู้คนทั่วไป ติดกับห้างสรรพสินค้า โรงแรม



#### เยี่ยมชมศูนย์การประชุม Suntec Singapore Convention and Exhibition Centre

15.00 น. เยี่ยมชมศูนย์การประชุมที่เกี่ยวข้องกับการจัดประชุมนานาชาติ

18.00 น. คณะนักวิจัยเดินทางยังสนามบินชางเกีเพื่อเดินทางกลับสู่กรุงเทพมหานคร

### 7. รายงานผู้ให้สัมภาษณ์โครงการขีดความสามารถของผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์ประเทศสิงคโปร์

1. คุณจรรยา อภิชาติการกุล ผู้อำนวยการสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประจำประเทศสิงคโปร์

2. Ms. Christina Choh (Assistant Director, Conventions Business Development Group) สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการประเทศสิงคโปร์ (Singapore Exhibition and Convention Bureau)

3. Ms.Phebe Cheong (Assistant Manager Conventions, Meetings & Incentive Travel) สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการประเทศสิงคโปร์ (Singapore Exhibition and Convention Bureau)

4. Mr. Li Zhong Hui Asst. Director, Business Development ศูนย์การประชุมและแสดงนิทรรศการ (Suntec Singapore Convention and Exhibition Centre)

## 8. สารสำคัญจากการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศสิงคโปร์

### 8.1 ภาพรวมเกี่ยวกับประเทศสิงคโปร์

ประเทศสิงคโปร์ เป็นประเทศที่มีพื้นที่ขนาดเล็ก มีประชากรรวมประมาณ 4 ล้านกว่าคน โดยอาชีพที่คนส่วนใหญ่นิยม ได้แก่ การทำธุรกิจการเงินและการธนาคาร อย่างไรก็ตาม ประเทศสิงคโปร์มีความพัฒนาอย่างรวดเร็ว อาจมีสาเหตุที่ประกอบกันหลายอย่าง เช่น ประชากรมีจำนวนน้อย พื้นที่มีขนาดเล็ก มีรัฐบาลเดียว มีกฎหมายที่เคร่งครัดรัดกุมมากและมีบทลงโทษอย่างรุนแรง มีเงินทุนสำรองของประเทศค่อนข้างมาก การพัฒนาจึงเป็นไปได้โดยสะดวกและรวดเร็ว อีกทั้งยังต้องดิ้นรนอีกเท่าตัวเพราะไม่มีทรัพยากรธรรมชาติ สาเหตุเหล่านี้เป็นตัวบีบรัดให้ประเทศสิงคโปร์ต้องพัฒนาตัวเองให้มีศักยภาพ มากยิ่งขึ้น เพื่อต่อสู้แข่งขันกับประเทศอื่นได้ และอีกปัจจัยหนึ่งที่เป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาประเทศได้อย่างรวดเร็วคือ กระบวนการคิด ที่มีการคิดที่ครอบคลุมหลายด้าน ทั้งคิดรวดเร็วและปฏิบัติเร็วจึงทำให้ประเทศสิงคโปร์มีการพัฒนาได้อย่างรวดเร็วตามไปด้วย

นอกจากนี้ สิงคโปร์เป็นประเทศที่เห็นความสำคัญของทรัพยากรบุคคลเป็นอย่างมาก เพราะคนเป็นทรัพยากรที่สำคัญและมีคุณค่าที่สุดของสิงคโปร์ ดังนั้นสิงคโปร์จึงให้ความสำคัญกับการศึกษามาก เพื่อสนับสนุนให้ทุกคนได้มีโอกาสได้ศึกษาเล่าเรียน นอกจากนี้สิงคโปร์ยังจัดการศึกษาโดยมองพื้นฐานการตลาดของประเทศที่เป็นประเทศอุตสาหกรรม เมื่อนำมาผูกติดกับการศึกษา การผลิตบุคลากรจึงคำนึงถึงความสอดคล้องกับตลาดแรงงานเป็นอย่างมาก สิงคโปร์มุ่งผลิตบุคลากรในระดับ Polytechnic เป็นหลัก ทุกคนที่จบออกมาจะมีงานทำเป็นที่ต้องการของบริษัท และสิงคโปร์ยังเป็นประเทศที่เห็นความสำคัญของการฝึกอบรม (Training) เป็นอย่างยิ่ง

นอกจากนี้ การบริการด้านโลจิสติกส์และการขนส่ง สิงคโปร์มีความชำนาญด้านการขนส่งและ โลจิสติกส์ เป็นอย่างมาก โดยสิงคโปร์สร้างเส้นทางเชื่อมโยงระหว่างประเทศทั้งทางอากาศและทางทะเล รวมทั้งโครงข่ายโทรคมนาคมที่ทันสมัย รวมทั้งมีท่าเรือนานาชาติที่เป็นแหล่งขนส่งสินค้าที่มีชื่อเสียง ประกอบด้วยเส้นทางขนส่งทางทะเลมากกว่า 600 เส้นทาง ซึ่งสามารถเชื่อมระหว่างเอเชียตะวันออกเฉียงใต้กับส่วนต่างๆ ของโลก นอกจากนี้ สิงคโปร์ยังมีชื่อเสียงและมีความชำนาญด้านการต่อเรือและซ่อมเรือการจัดการทางด้านการขนส่งของสิงคโปร์ ทำได้อย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็ว เพราะทุกอย่างจัดการด้วยระบบคอมพิวเตอร์

ในด้านการท่องเที่ยวพบว่าทุกสิ่งในสิงคโปร์ล้วนเป็นสิ่งที่สร้างขึ้น (man made) แต่การสร้างสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เหล่านั้นขึ้นก็สามารถดูดเม็ดเงินจากการท่องเที่ยวต่างชาติ เข้าสิงคโปร์ปีละมหาศาล เช่น ที่เกาะ Sentosa มีการสร้าง Cable car และ รถไฟ MRT ข้ามไปยังเกาะ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ขึ้นไปเห็นวิวทิวทัศน์ของสิงคโปร์ได้ สร้างความตื่นตาตื่นใจแตกต่างจากการมองจากจุดชมวิวทั่วไป ภายในเกาะ Sentosa มีพิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้งที่มีการเสนอเรื่องราวประวัติศาสตร์ของ

ชาติสิงคโปร์ ได้นำสนใจและนำติดตาม ด้วยการใช้สื่อมัลติมีเดียต่าง ๆ อีกทั้ง น้ำพุดนตรีต้นระบำ (Music Foundation) ที่มีแสงสีเสียงคอยขับกล่อมโดยใช้แสงเลเซอร์ นอกจากนี้สิงคโปร์ยังมีแหล่งช้อปปิ้งที่รองรับนักท่องเที่ยวได้จำนวนมหาศาล การทำให้ตนเองเป็นประเทศที่มีความปลอดภัยสูง (Best Security) เป็นอีกจุดที่สำคัญที่สามารถดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยว ในการท่องเที่ยวภายในประเทศสิงคโปร์เป็นอย่างยิ่ง

## 8.2 มุมมองการพัฒนาของประเทศสิงคโปร์และแนวทางการพัฒนาศักยภาพของสิงคโปร์พบว่ามีประเด็นที่น่าสนใจดังนี้

- การมุ่งเน้นการพัฒนาองค์ความรู้ เพื่อเสริมศักยภาพทางเศรษฐกิจ แม้สิงคโปร์จะเสียเปรียบเรื่องปัจจัยการผลิตที่มีราคาสูงกว่าประเทศอื่นๆ ในแถบอาเซียน แต่สิงคโปร์พยายามพัฒนาองค์ความรู้ ผ่านการวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ให้มีระดับสูงขึ้น และนำมาต่อยอดให้เกิดนวัตกรรมเชิงธุรกิจ ซึ่งจะช่วยสร้างความได้เปรียบและส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันของสิงคโปร์ อีกทั้งยังช่วยลดการพึ่งพาเทคโนโลยีกับต่างชาติ เช่น การพัฒนาอุตสาหกรรม Biomedical ขึ้นมาเป็นอุตสาหกรรมหลักชนิดใหม่ ควบคู่ไปกับอุตสาหกรรมหลักเดิมที่นับวันจะมีสภาวะการแข่งขันจากประเทศในเอเชียที่รุนแรงขึ้น

- การไม่หยุดที่จะยกระดับสภาพความเป็นอยู่ของคนในประเทศ จากการเปลี่ยนแปลงของลักษณะตลาดและลักษณะประชากรในสิงคโปร์ เช่น การขยายตัวของสังคมเมือง การเปลี่ยนแปลงช่วงอายุของประชากร และความหลากหลายของประชากรที่มากขึ้น ส่งผลให้ภาคเอกชนยังคงพยายามที่จะหาโอกาสในการพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ๆ ทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ และยังช่วยยกระดับสภาพความเป็นอยู่ของคนในประเทศให้ดีขึ้น

- การลงทุนเพื่อ R&D ของสิงคโปร์มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง เพราะนโยบายหลักของสิงคโปร์ ที่ส่งเสริมให้เกิดการลงทุนในด้าน R&D จากภาครัฐอีกทั้งการดึงดูดนักลงทุนด้วยสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการทำธุรกิจ ที่ต้องอาศัยเทคโนโลยี เช่น ที่ตั้งของประเทศ โครงสร้างพื้นฐาน เป็นต้น

- รัฐบาลสิงคโปร์มีการให้สิทธิพิเศษกับภาคธุรกิจที่มีการลงทุน เพื่อการวิจัยและพัฒนาในสิงคโปร์ ซึ่งถือเป็นสิ่งจูงใจให้ภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการลงทุนมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง เช่น การให้สิทธิพิเศษทางภาษี จากนโยบายการส่งเสริมนี้ทำให้จำนวนกิจกรรมเพื่อการพัฒนาสินค้าและบริการใน สิงคโปร์เกิดขึ้นในหลายสาขาธุรกิจ โดยเฉพาะในสาขาหลักๆ เช่น อุตสาหกรรม อิเล็กทรอนิกส์ ผลิตภัณฑ์เคมี เป็นต้น อีกทั้งมีการจัดตั้งโครงการร่วมทุนกับภาคเอกชนจากประเทศอื่นๆ ในเอเชีย เช่น โครงการ Jurong Aromatics Corporation เป็นต้น



- การวางแผนพัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการพัฒนาองค์ความรู้ในระยะยาว ในระยะต่อจากนี้ สิงคโปร์ตั้งเป้าที่จะทำให้ประเทศกลายเป็นศูนย์กลางการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมเชิงธุรกิจ โดยภายในปี 2558 จะมีการเพิ่มสัดส่วนตัวเลขค่าใช้จ่ายเพื่อ R&D ให้ได้ถึงร้อยละ 3.5 นอกจากนี้ ภายใต้แนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจของ Economic Development Board ที่จะทำให้สิงคโปร์เป็น Home for Innovation และให้ความสำคัญกับความร่วมมือในการพัฒนาองค์ความรู้จากหลายฝ่าย (CO-Creation Solutions) ทั้งภาครัฐและเอกชน

### 8.3 การบริหารจัดการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศสิงคโปร์

ในการบริการจัดการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมไมซ์นั้น ประเทศสิงคโปร์กำหนดให้มีสำนักงานการท่องเที่ยวสิงคโปร์ (Singapore Tourism Board: STB) ในฐานะของหน่วยงานภาครัฐที่ทำหน้ากำกับดูแลการท่องเที่ยวในภาพรวมทุกมิติของประเทศสิงคโปร์ ทั้งด้านการวางแผน การส่งเสริม การสร้างภาพลักษณ์และการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ ของประเทศสิงคโปร์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของสิงคโปร์ ทั้งนี้ STB จะประกอบด้วยฝ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในการท่องเที่ยว ทั้งนี้ได้กำหนดให้ในโครงสร้างการบริหารจัดการประกอบด้วย สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการประเทศสิงคโปร์ (Singapore Exhibition and Convention Bureau: SECB) ซึ่งอยู่ภายใต้การบริหารงานของ STB ผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า SECB มีบทบาทหน้าที่หลักในฐานะสำนักงานส่งเสริมการประชุมและนิทรรศการ (Convention and Visitor Bureau: CVB) ทำหน้าที่วางแผนและการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ ทั้งทางด้านการประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและการแสดงนิทรรศการ จากโครงสร้างดังกล่าวก่อให้เกิดความคล่องตัวในการบริหารจัดการและการดำเนินงานรวมถึงทำให้เกิดการกำหนดทิศทางการทำงานในทิศทางเดียว เกิดการทำงานร่วมมือกันอย่างเป็นระบบ นี้คือปัจจัยหนึ่งสำคัญที่ทำให้การบริหารจัดการการท่องเที่ยวของประเทศสิงคโปร์สามารถดำเนินการงานได้อย่างโดดเด่น

#### 8.4 การเติบโตของอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศสิงคโปร์

จากข้อมูลพบว่า ประเทศสิงคโปร์มีจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในปี ค.ศ. 2014 มีจำนวนนักท่องเที่ยวจำนวน 3.2 ล้านคน และมีรายได้จากนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ประมาณ 5.2 พันล้านดอลลาร์ ซึ่งรายได้ต่างๆ ทำให้เกิดประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวของประเทศสิงคโปร์และเกิดการกระจายรายได้ไปยังส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม

#### 8.5 ซีดความสามารถทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์

ประเทศสิงคโปร์มีสถานที่จัดการประชุมและแสดงสินค้าหลักของประเทศประกอบด้วย 4 สถานที่หลักได้แก่ Singapore Expo Changi Exhibition Centre Raffles City Convention Centre Resorts World™ Sentosa Convention Centre Sands Expo® and Convention Centre Singapore EXPO Convention & Exhibition Centre and MAX Atria โดยกลยุทธ์ทางการตลาดและด้านอื่นๆ ที่รัฐบาลสิงคโปร์นำมาใช้ในการเสริมสร้างศักยภาพและโอกาสทางการตลาดของอุตสาหกรรมไมซ์ คือ (1) การจัดตั้งสำนักงานไมซ์ (2) แผนงานด้านการตลาดและการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ (3) การส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศในโครงการขนาดใหญ่ต่างๆ โดยเฉพาะโรงแรม และศูนย์การประชุมนานาชาติ (4) การสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน และ (5) การพัฒนาแหล่งช้อปปิ้งที่มีชื่อเสียง ทั้งภาครัฐและเอกชน ทั้งนี้กลยุทธ์ข้างต้น กล่าวได้ว่าเป็นการบูรณาการพัฒนาเมืองให้มีความทันสมัย เพื่อให้อุตสาหกรรมไมซ์มีศักยภาพทางการแข่งขันในระดับโลกอย่างต่อเนื่อง รายละเอียดดังนี้

- การจัดตั้งสำนักงานไมซ์สิงคโปร์ หรือ Singapore Exhibition & Convention Bureau 43 (SECB) ได้รับการก่อตั้งขึ้นในปี 2517 มีฐานะเป็นหน่วยธุรกิจ (Business group) ภายใต้การกำกับดูแลของ คณะกรรมการการท่องเที่ยวสิงคโปร์ (STB) โดยพันธกิจในช่วงปี 2517-37 คือ หน่วยงานด้านการส่งเสริมการประชุม (Destination promotional agency) เพื่อให้นักวางแผนและผู้จัดงานไมซ์ทั่วโลกใช้สิงคโปร์เป็นสถานที่ จัดการประชุม ต่อมา เปลี่ยนเป็นหน่วยงานพัฒนาเศรษฐกิจ (Economic development agency) เพื่อสร้าง ศักยภาพทางการแข่งขันและการเติบโตให้แก่อุตสาหกรรมไมซ์ คณะกรรมการการท่องเที่ยว พร้อมกับจัดตั้งกองทุนพัฒนาการท่องเที่ยว 2 พันล้าน เหรียญสิงคโปร์เพื่อใช้เป็นทุนในการดำเนินงาน

- แผนงานพัฒนาด้านการตลาดและการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ที่สำคัญของสิงคโปร์มีประกอบไปด้วยแผนงานส่งเสริมการจัดประชุมทางธุรกิจ หรือ BEIS (Business Events in Singapore) ที่ริเริ่มในเดือนสิงหาคม 2549 เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์โดยตรง และต่อมาได้รับการขยายขอบเขต การดำเนินงานเพิ่มขึ้น อาทิการส่งเสริมการตลาด และการฝึกอบรมบุคลากร เป็นต้น เมื่อการท่องเที่ยวสิงคโปร์ (STB) จัดตั้งแผนงานใหม่ BOOST (Building On Opportunities to Strengthen Tourism) มูลค่า 60 ล้าน เหรียญสหรัฐฯ ขึ้นในเดือนกุมภาพันธ์ 2552 เน้นส่งเสริม

การตลาดกับบริษัทต่างชาติกว่า 7,000 แห่ง ผ่านการลงทุนและการค้าของสิงคโปร์ในอาเซียนและเอเชียแปซิฟิก

- การสร้าง CAP (Conference Ambassador Programme) เพื่อสนับสนุนการเข้าประชุมการประชุมขององค์กรระหว่างประเทศทั่วโลก ประการที่สาม นโยบายส่งเสริมการลงทุนจากต่างประเทศในด้านอสังหาริมทรัพย์เป็นอีกกลยุทธ์หนึ่งที่สิงคโปร์นำมาใช้และประสบความสำเร็จเป็นอย่างดีในการเสริมสร้างศักยภาพให้อุตสาหกรรมไมซ์ แม้ว่าสิงคโปร์มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เป็นที่รู้จักอย่างดีของผู้จัดงานทั่วโลก อาทิ Jewel Box, Singapore Expo และ Suntec Singapore ก็ตาม แต่การเปิดตัวโรงแรมและศูนย์การประชุมฯ ขนาดใหญ่ 45 ได้แก่ Resorts World Sentosa (มูลค่า 4.4 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ) และ Marina Bay Sands (5.5 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ) ซึ่งทำให้สิงคโปร์กลายเป็นทางเลือกที่เหมาะสมในการประชุมนานาชาติที่สำคัญหลายครั้งในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ปัจจัยที่ช่วยให้อุตสาหกรรมไมซ์มีความเข้มแข็งมากขึ้น และสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนมากขึ้น ซึ่งความร่วมมือดังกล่าวเป็นปัจจัยสำคัญส่วนหนึ่งที่ทำให้สิงคโปร์ผ่านพ้นวิกฤตต่างๆ มาได้เป็นอย่างดีรวมถึงการได้รับความสำคัญจากองค์กรไมซ์ระหว่างประเทศ อาทิ UIA ในช่วง หลายปีที่ผ่านมา

- การลงทุนโรงแรมและศูนย์การประชุมฯ ขนาดใหญ่ รัฐบาลสิงคโปร์มีการพัฒนาแหล่งช้อปปิ้งที่มีชื่อเสียงไปพร้อมกัน รวมทั้งห้างสรรพสินค้าชั้นนำก็มีการปรับปรุง ขณะที่ Orchard Central และ ION Orchard muj ได้รับการเปิดตัวในปี 2552 และ 313@Somerset ซึ่งการปรับปรุงห้างสรรพสินค้าเหล่านี้ทำให้ Orchard กลายเป็นแหล่งช้อปปิ้งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี อย่างไรก็ตาม แม้ว่ารัฐบาลและสำนักงานไมซ์ของสิงคโปร์นำกลยุทธ์ทางการตลาดต่างๆ มาใช้ใน การเสริมสร้างศักยภาพให้กับอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศ และดึงความสนใจนักวางแผนและผู้จัดงานทั่วโลก แต่ ประเด็นหนึ่งที่ยังขาดงานในอุตสาหกรรมไมซ์หลายรายเริ่มมีความกังวลเกี่ยวกับการจัดงานในสิงคโปร์นั่นก็คือ ต้นทุน การจัดงานที่มีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง