

ความสามารถด้านการแข่งขันในอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย Competitiveness in the MICE Industry of Thailand

เยาวลักษณ์ ชาวบ้านโพธิ์¹

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) วิเคราะห์ความสามารถด้านการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ และ (2) แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก ซึ่งเป็นกรวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการสัมภาษณ์ผู้ให้บริการสถานที่จัดงานท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย รวมทั้งผู้เชี่ยวชาญจากสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) จำนวน 20 ราย ผลการวิจัยพบว่า (1) ระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออกมีความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมไมซ์ โดยมีความสามารถด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive) มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการจัดประชุมขนาดเล็ก (Meeting) ด้านการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibition) และด้านการประชุมขนาดใหญ่ (Conference) ตามลำดับ และ (2) ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จและผลักดันให้ระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออกเป็น “นครแห่งไมซ์” คือ นโยบายการพัฒนาอย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรม และการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชนในการรองรับการขยายตัวและรองรับปริมาณความต้องการที่เพิ่มขึ้นของธุรกิจ โดยกลยุทธ์สำคัญในการพัฒนาความสามารถด้านการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์คือ การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ รองลงมาคือ การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ และการปรับปรุงระบบโลจิสติกส์ ตามลำดับ

คำสำคัญ: การพัฒนาความสามารถด้านการแข่งขัน; อุตสาหกรรมไมซ์; ระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก;

Abstract

This research objectives aim (1) to analyze the competitiveness in the Meetings, Incentive Travel, Conventions, Exhibitions (MICE) industry and (2) to investigate the ways to develop the MICE industry in the Eastern Economic Corridor (EEC) of Thailand. Qualitative research employed the interview method to interview a total of twenty the organizers of the event, Tourism Authority of Thailand (TAT), and the experts from the Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization): TCEB. The results show that (1) Eastern Economic Corridor has competitiveness in MICE industry, the most in the incentive travel, followed by meeting, exhibition, and conference, respectively, (2) Key success factors that have contributed to and put forward the Eastern Economic Corridor as the "City of MICE" is a clear and concrete development policy, and the public and private sector support to accommodating the growth and increasing demand for businesses. Key strategies implementation to developing the competitiveness of the MICE industry included strategic management, followed by the integrative framework of cohesion, facilities, and infrastructure improvements, potential development of partners and personnel in the MICE industry, and logistics system improvement, respectively.

¹ หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Keywords: Development of Competitiveness; MICE Industry; Eastern Economic Corridor

หน้า

ปัจจุบันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้กลายเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจของโลก ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาตามสภาวะการณ์โลกและพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งเป็นที่ยอมรับกันว่าเกือบจะทุกประเทศในโลกนี้ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้เจริญเติบโตจนกลายเป็นสินค้าหลักในระบบการค้าระหว่างประเทศอย่างรวดเร็ว และในหลายประเทศอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญอยู่ในระดับที่ 1-3 ของ 10 อันดับแรกในอุตสาหกรรมสำคัญของประเทศนั้น ๆ อีกด้วย (ศุภชัยวิจิตรกรไทย, 2559: ก) ดังนั้นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยจึงต้องมีการปรับตัวตามกระแสโลกที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา รวมทั้งวางแผนการพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดเพื่อรักษาและพัฒนาขีดความสามารถด้านการท่องเที่ยวของประเทศ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560, หน้า 3) ดังนั้นรัฐบาลไทยจึงกำหนดนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องและการท่องเที่ยวกลายเป็นแหล่งที่มาของเงินตราต่างประเทศที่สำคัญที่สุด ดังนั้นอุตสาหกรรมจึงถือได้ว่าเป็นพลังขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจที่แสดงบทบาทเด่นชัดในแต่ละปีที่ผ่านมา และเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจซึ่งนำไปสู่การจ้างงานสร้างอาชีพ การกระจายรายได้และการลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องหลายสาขา

สถานการณ์การท่องเที่ยวของไทยในช่วงไตรมาสแรก ของปี พ.ศ. 2560 มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.41 และมีรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.94 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา เนื่องจากค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนที่เพิ่มขึ้น ในขณะที่คนไทยมีการท่องเที่ยวในประเทศเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.43 ส่งผลให้รายได้ขยายตัว

ร้อยละ 6.53 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560: 2) ทั้งนี้ ธุรกิจการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติ หรือ MICE (Meeting Incentive Convention and Exhibition) เป็นตลาดท่องเที่ยวเชิงกิจกรรม และความสนใจเฉพาะ (Niche Market) ถือได้ว่าเป็นธุรกิจหนึ่งในการท่องเที่ยวที่ทำรายได้เข้าประเทศในแต่ละปีเป็นจำนวนมาก และช่วยกระจายรายได้ไปยังภาคธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรง ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจโรงแรมหรือธุรกิจที่พักตมแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ภัตตาคาร ร้านอาหาร ธุรกิจให้บริการออกแบบและตกแต่งพื้นที่แสดงสินค้า เป็นต้น จากข้อมูลของ GBTA Global BTI Outlook (2016) สสำรวจภาพรวมการเติบโตของประเทศต่าง ๆ ในโลกของการเดินทางกลุ่มประชุมและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลภายใน 5 ปี (พ.ศ. 2559-2563) คาดว่าประเทศที่จะมีการเติบโตสูง ได้แก่ อินเดีย อินโดนีเซีย ตุรกี และจีน ส่วนประเทศที่มีการเติบโตในระดับปานกลาง ได้แก่ สหรัฐอเมริกา และยุโรป และจากข้อมูล Society for Incentive Travel Excellence (SITE) Index Benchmark Study และ Bridge Street Hospitality Bleisure Study แสดงให้เห็นแนวโน้มในการเดินทางเชิงธุรกิจในอนาคตด้านการประชุมและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลว่าการจัดโปรแกรมการประชุมองค์กร มักจะต้องมีการบรรจุกิจกรรมเพื่อประโยชน์ต่อสังคม (CSR) ไว้ด้วยเสมอ และมีแนวโน้ม Work Along with Play หรือ Business Travel with Pleasure (Bleisure) คือ การเดินทางเพื่อกิจกรรมทางธุรกิจควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวมากขึ้นและจากสถิติของ ICCA ในปี พ.ศ. 2558 พบว่า ประเทศในภูมิภาค

เอเชียที่ได้รับความนิยมสูงสุด คือ ญี่ปุ่น รองลงมาคือ จีนและเกาหลีใต้ ส่วนประเทศไทยได้รับความนิยมเป็นลำดับที่ 5 ของภูมิภาค โดยมีกรุงเทพฯ, เชียงใหม่ และพัทยา ได้รับความนิยมเป็นอันดับที่ 4, อันดับที่ 34 และอันดับที่ 56 ของทวีปเอเชีย ตามลำดับ (ฝ่ายการตลาดและภาพลักษณ์องค์กร, 2560: 18-25)

ปัจจุบันภาคตะวันออกของประเทศไทยเป็นพื้นที่ที่ได้รับความสนใจจากนักลงทุน ซึ่งเป็นผลจากรัฐบาลตั้งเป้าผลักดันโครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor Development: EEC) เพื่อให้เกิดการลงทุนรอบใหม่ในภาคตะวันออก ซึ่งครอบคลุมพื้นที่จังหวัดชลบุรี ระยอง และฉะเชิงเทรา ซึ่งอุตสาหกรรมเป้าหมายที่ต้องการเร่งการเติบโต ได้แก่ ธุรกิจโลจิสติกส์ อุตสาหกรรมเชื้อเพลิงและเคมีชีวภาพ และธุรกิจท่องเที่ยว (Thaipublica, 2559) โดยแผนของ EEC ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความสอดคล้องกับแผนพัฒนาคลัสเตอร์ Active Beach ซึ่งแผนการผลักดันการลงทุนใน EEC จะส่งผลดีต่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคตะวันออก เนื่องจาก EEC จะเป็นจุดเริ่มต้นให้เกิดการลงทุนเพิ่มเติมด้านโรงแรม สถานที่ท่องเที่ยวแหล่งใหม่ๆ และดำเนินกลยุทธ์ด้านการตลาดในการพัฒนาให้เป็นศูนย์กลางการจัดการแสดงสินค้า เพื่อเปิดโอกาสให้ทั่วโลกได้รู้ว่าประเทศไทยไม่ได้มีเพียงกรุงเทพมหานครเท่านั้น ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันของอุตสาหกรรมไมซ์ วิเคราะห์ความสามารถด้านการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ ตลอดจนแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในระบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก เพื่อยกระดับให้ระบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออกเป็นเมืองแห่งการประชุมในระดับภูมิภาค (Regional Level)

ทั้งนี้ การศึกษาการพัฒนาความสามารถด้านการแข่งขันในอุตสาหกรรมไมซ์จะเป็นข้อเสนอสำหรับ

รัฐบาลในการกำหนดนโยบายในเชิงรุก เพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้ไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของเอเชีย เป็นศูนย์กลางการจัดประชุมและนิทรรศการของเอเชีย รวมทั้งสามารถแข่งขันส่วนแบ่งตลาด และสามารถสร้างรายได้เข้าประเทศได้จำนวนมาก ในอนาคต อีกทั้งเป็นการกระตุ้นให้ธุรกิจท่องเที่ยวของไทยคึกคักขึ้น และการประชุมระดับโลกหรือระดับภูมิภาคนี้ยังสร้างภาพลักษณ์ที่โดดเด่นให้ประเทศไทยกลายเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับการประชุมสัมมนาที่ดีที่สุดแห่งหนึ่งในระดับเอเชียและระดับนานาชาติ นอกจากนี้หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์สามารถนำผลการวิจัยไปพัฒนาและปรับปรุงการดำเนินการขององค์กรให้สอดคล้องกับการเป็นนครแห่งไมซ์

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการวิเคราะห์ความสามารถด้านการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์
2. ศึกษาแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในระบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก

การทบทวนวรรณกรรม

1. ไมซ์ (MICE)

MICE ตามคำนิยามของสมาคมส่งเสริมการประชุมกลุ่มประเทศเอเชีย (Asian Association Convention and Visitor Bureau: AACVB) ให้คำนิยามว่าเป็นธุรกิจการท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการจัดประชุมองค์กรการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดประชุมนานาชาติ และการจัดแสดงนิทรรศการ โดยมีการจัดการที่ดีและสมบูรณ์อย่างมืออาชีพ ทั้งด้านการบริการด้านสถานที่ด้านการจัดประชุม ด้านอาหารและ

เครื่องดื่ม ด้านเครื่องมือและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการรับส่งสินค้าที่จะจัดแสดงด้านพิธีการศุลกากร ฯลฯ ซึ่งประกอบด้วย 4 กลุ่มธุรกิจ ได้แก่ ธุรกิจการจัดประชุมขององค์กร (Meeting: M) ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive: I) ธุรกิจการประชุมนานาชาติ (Convention: C) และการจัดงานแสดงสินค้า (Exhibitions: E) รวมเรียกว่า MICE Business (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2554: 4)

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมนิทรรศการ สสพ. (องค์การมหาชน) (2552: 5) ได้ให้ความหมายว่าการท่องเที่ยวรูปแบบ MICE ประกอบด้วย

1. ธุรกิจการจัดประชุมขององค์กร (Meeting: M) เป็นการจัดประชุมของกลุ่มบุคคลในองค์กรเดียวกัน หรือสมาคมเดียวกัน อาจจัดประชุมระดับนานาชาติ ระดับภูมิภาค ระดับนานาชาติ หรือระดับภายในประเทศ โดยเป็นการประชุมเฉพาะกิจหรือวางแผนล่วงหน้า

2. ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive: I) เป็นการจูงใจให้เที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแก่พนักงานหรือบุคคลที่สามารถดำเนินงาน โดยบริษัทเป็นผู้ให้รางวัล และผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวทั้งหมด โดยมีทั้งในรูปแบบรายบุคคล และกลุ่ม ซึ่งการให้รางวัลท่องเที่ยวที่เป็นสิ่งจูงใจให้บุคคลทำงานมากกว่าเงินหรือสินค้าและเป็นแรงเสริมที่ดีในการทำงานของพนักงาน

3. ธุรกิจการประชุมนานาชาติ (Convention: C) เป็นการประชุมเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น คำปรึกษาการอภิปรายหรือการแก้ไขปัญหากลุ่มบุคคลซึ่งอยู่ในสายอาชีพเดียวกัน ต่างกันหรือใกล้เคียงกัน มีการใช้เวลาในการเลือกสถานที่นาน

4. การจัดงานแสดงสินค้า (Exhibitions: E) เป็นการจัดแสดงกิจกรรมที่มีหลายจุดมุ่งหมาย หรือหลาย ๆ เรื่องมาจัดเป็นหมวดหมู่ เพื่อนำเสนอสินค้าหรือบริการให้กับลูกค้าที่มีกำลังซื้อหรือผู้ที่สนใจในข้อมูลของสินค้านั้นๆ โดยเป็นการจัด

กิจกรรมเพื่อแสดงสินค้าหรือบริการให้กับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้บริโภค ผู้ประกอบการหรือนักท่องเที่ยวกลุ่มไม่ซ้ำ 3 ประเภทคือ กลุ่มผู้จัดการประชุมและผู้เข้าร่วมประชุม กลุ่มผู้แสดงสินค้าและผู้เยี่ยมชมการแสดง และกลุ่มผู้ให้การสนับสนุนผู้ได้รับรางวัลการท่องเที่ยว ซึ่งอาจจัดในระดับนานาชาติ หรือระดับภูมิภาค หรือระดับชาติก็ได้

การท่องเที่ยวรูปแบบ MICE เป็นหนึ่งหน่วยอุตสาหกรรมทางการท่องเที่ยว ที่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจสูง และการจ้างงานทั้งทางตรงและทางอ้อมเป็นจำนวนมาก แนวโน้มการพัฒนาการท่องเที่ยวของแต่ละประเทศให้ความสำคัญต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมนี้มากขึ้น ในฐานะกลไกสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีการเติบโตสูงและมีความสำคัญต่อการสร้างรายได้ และการจ้างงานให้แก่ประเทศ เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE มีเป้าหมายเฉพาะทางธุรกิจนักท่องเที่ยวมีอำนาจการซื้อสูงและมีความต้องการสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ทั้งอาหารและเครื่องดื่ม สายการบิน โรงแรม ธุรกิจการขนส่งสินค้า การเดินทางในประเทศ เป็นต้น ทำให้ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของกลุ่ม MICE สูงกว่านักท่องเที่ยวทั่วไปประมาณ 2-3 เท่า (อรรถพล สรสุชาติ, 2552: 44)

2. ระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก (Eastern Economic Corridor: EEC)

ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก หมายถึง พื้นที่ในบริเวณจังหวัดฉะเชิงเทรา ชลบุรี และระยอง และรวมถึงเขตจังหวัดอื่นหรือเกี่ยวข้อง ซึ่งมีศักยภาพในการพัฒนาด้วยความพร้อมด้านการคมนาคม การขนส่ง โครงสร้างพื้นฐาน ความต้องการของผู้ประกอบการ การจัดหาทรัพยากรต่างๆ และความเชื่อมโยงกับศูนย์กลางเศรษฐกิจอื่น ๆ จัดตั้งขึ้นเพื่อส่งเสริมการค้าและการลงทุนและการอำนวยความสะดวกในการประกอบกิจการอันเป็นปัจจัยสำคัญ

ต่อการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ และเพื่อกระจายการพัฒนาไปยังพื้นที่ต่างๆ โดยเหมาะสมกับศักยภาพของพื้นที่อันเป็นการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ทั่วถึง (ราชกิจจานุเบกษา, 2560: 30)

ระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก มีเป้าหมายเพื่อที่จะดึงดูดนักลงทุนหน้าใหม่ให้เข้ามาลงทุนใน 10 อุตสาหกรรมแห่งอนาคต โดยรัฐบาลได้เตรียมความพร้อมในเรื่องโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ โครงสร้างพื้นฐานด้านกฎหมาย กฎระเบียบ และสิทธิประโยชน์ที่ให้แก่นักลงทุน (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2559: 1)

จากที่กล่าวมาแสดงให้เห็นว่า ระเบียงเศรษฐกิจนั้นมีความสำคัญต่อประเทศไทยในด้านการเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจของจังหวัดต่างๆ ในประเทศไทยเข้ากับจังหวัด/เมืองต่างๆ ในประเทศเพื่อนบ้านจะส่งผลโดยตรงต่อการเพิ่มการค้าการลงทุนในจังหวัดเหล่านั้น และยังมีผลในการเพิ่มการค้าการลงทุนของไทยในประเทศเพื่อนบ้าน

3. แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพ

วิวัฒน์ชัย บุญยภักดิ์ (2532: 42) กล่าวว่า ศักยภาพ หมายถึงความสามารถหรือความพร้อมในตัว ของสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่จะเอื้ออำนวยต่อการพัฒนาการปรับปรุง การจัดการ หรือการเข้ามาทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงใดๆ ขึ้นหรือ สิ่งที่อาจจะเกิดขึ้นหรือ อาจจะไม่เกิดขึ้นจริงในปัจจุบันหรือความเป็นไปได้ ในการพัฒนาหรือมีทางทำให้เจริญได้ ซึ่งสอดคล้องกับ พิมพิมล พลเวียง (2543: 10) และ เพชรน้อย ม่วงงาม (2539: 6-7) ได้ให้คำจำกัดความของศักยภาพว่า เกี่ยวข้องกับคำสำคัญ 3 คำ คือ อำนาจ ความสามารถ และพลัง จึงสรุปว่า ศักยภาพ หมายถึง พลังอำนาจหรือ

ความสามารถที่ซ่อนเร้นอยู่ในตัวบุคคลและสามารถดึงออกมาใช้ได้ หากได้รับการกระตุ้นจากภายนอก

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้บริการสถานที่จัดงาน บุคลากรขององค์กรหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ผู้มีส่วนได้เสีย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย รวมทั้งผู้เชี่ยวชาญจากสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) จำนวน 20 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ผู้วิจัยให้ผู้เชี่ยวชาญ ตรวจสอบความตรง (Validity) และการตรวจสอบความเที่ยง (Reliability) และปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ และนำไปสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ในประเด็นเกี่ยวกับ (1) สถานการณ์ ปัจจุบันของอุตสาหกรรมไมซ์ (2) ความสามารถด้านการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ และ (3) แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก และใช้การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) โดยอาศัยวิธีการของ John P. Keeves, 1988: 512) คือ (1) การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) ตรวจสอบข้อมูลจากแหล่งข้อมูล เวลา สถานที่ และบุคคล ที่ต่างกันต้องได้ข้อมูลที่ตรงกัน (2) การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) ตรวจสอบข้อมูลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลหลายวิธี ในเรื่องเดียวกันด้วย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ ได้จากการสัมภาษณ์ด้วยแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก

2. ข้อมูลทุติยภูมิ ด้วยการศึกษาวិเคราะห์เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ หนังสือ ตำรา เอกสารสิ่งพิมพ์ ตลอดจนบทความ ข่าวสารต่างๆ และข้อมูลจากสื่ออินเทอร์เน็ตของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไม้

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์เพื่อสรุปประเด็นเป็นการวิเคราะห์เนื้อหาโดยการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสำรวจ การสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ การบันทึกเสียง และการถ่ายภาพ แล้วนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ เทปบทสนทนา เนื้อความจากเอกสาร ภาพถ่าย ดำเนินการจัดแบ่งประเภทของข้อมูลตามวัตถุประสงค์ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลและตรวจสอบกับข้อมูลที่ได้จากแหล่งอื่นๆ สรุปผลการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัย

1. วิเคราะห์ความสามารถด้านการแข่งขันของอุตสาหกรรมไม้

พบว่าระเบียบเศรษฐกิจภาคตะวันออกมีความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมไม้ โดยมีความสามารถด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล(Incentive)มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการจัดประชุมขนาดเล็ก (Meeting) ด้านการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibition) และด้านการประชุมขนาดใหญ่ (Conference) ตามลำดับ เมื่อพิจารณารายละเอียดแต่ละด้านปรากฏผลดังนี้

1.1 ด้านการจัดประชุมขนาดเล็ก(Meeting)

EEC มีความสามารถด้านการแข่งขันและความพร้อมในการจัดประชุม เนื่องจาก EEC เป็นพื้นที่ที่มีโรงแรมและห้องประชุมจำนวนมาก นอกจากนี้โรงแรมที่พักจำนวนมากสามารถรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาเพื่อการจัดประชุมหรือเดินทางมาเพื่อเข้าร่วมประชุมได้ โดย EEC มีทั้งโรงแรมขนาดใหญ่และมีศูนย์ประชุมจำนวนมากซึ่งเพียงพอและสามารถรองรับการประชุมทั้งภายในประเทศและการประชุมระหว่างประเทศ นอกจากนี้รัฐบาลได้ให้ความสำคัญและเร่งเดินหน้าการพัฒนา EEC ให้เป็นผลในทางปฏิบัติและเป็นรูปธรรมโดยเร็ว ดังนั้นจึงกำหนดแผนการลงทุนโครงสร้างคมนาคมขนส่ง ภายใต้โครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออกเพื่อเชื่อมโยงเส้นทางคมนาคม เป็นทั้งจุดเชื่อมโยงสู่ทุกภูมิภาคทั่วประเทศ และให้ภาคตะวันออกของไทยเป็นประตูสู่เมียนมา เวียดนาม ลาว กัมพูชา และจีนตอนใต้ ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ EEC สามารถเดินทางได้อย่างสะดวก และสามารถเดินทางเข้าถึงยังสถานที่ต่างๆ ได้ง่าย และสามารถเดินทางไปยังสถานที่จัดประชุมได้สะดวก ทั้งรถยนต์ส่วนตัวและรถโดยสารต่างๆ

1.2 ด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive)

EECมีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ 3 จังหวัด ยังประกอบด้วย ท่าจอดเรือท่องเที่ยว, เรือเฟอร์รี่, ศูนย์แสดงศิลปวัฒนธรรม, หอประชุม, สวนสนุก และศูนย์แสดงสินค้านานาชาติ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวทางทะเลที่สำคัญ เช่น อ่าวบางแสน อ่าวพัทยา เกาะเสม็ด เกาะสีชัง เป็นต้น ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม เป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างประเทศ กระตุ้นให้เกิดการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว

ใน EEC เพิ่มขึ้นและจำนวนมากขึ้นในทุกๆ ปี โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดงานเที่ยวเป็นหมู่คณะให้กับพนักงานหรือตัวแทนขายเพื่อตอบแทนที่ทำงานได้ตามเป้าหมายขององค์กร

1.3 ด้านการประชุมขนาดใหญ่ (Conference)

EEC มีความพร้อมต่อการจัดประชุมขนาดใหญ่ระดับนานาชาติได้ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของสถานที่ โรงแรม การเดินทาง บุคลากร ความพร้อมด้านอุปกรณ์ การอำนวยความสะดวก นอกจากนี้สถานที่ในการจัดประชุมยังมีขนาดใหญ่ เช่น ศูนย์ประชุมพีช (Pattaya Exhibition and Convention Hall: PEACH), Star Convention Hotel (Star Hotel), โรงแรมเซ็นทารา เวลเนส รีสอร์ท เป็นต้น ซึ่งมีขีดความสามารถในการรองรับการจัดประชุมขนาดใหญ่และรองรับการจัดประชุมและแสดงสินค้าในระดับนานาชาติที่จะเพิ่มมากขึ้นในอนาคตรวมทั้งสถานที่พัก เช่น โรงแรม รีสอร์ท มีเป็นจำนวนมากกระจายอยู่ทั่วทั้ง 3 จังหวัด ที่จะสามารถอำนวยความสะดวกแก่ผู้ที่เดินทางมาพักผ่อน ท่องเที่ยว หรือมาจัดประชุมสัมมนา และแสดงสินค้าใน EEC ได้เป็นอย่างดี

1.4 ด้านการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibition)

EEC มีความหลากหลายทางด้านวัฒนธรรมซึ่งถือเป็นเอกลักษณ์สำคัญของภูมิภาคนี้ ซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดใจชาวไทย และชาวต่างชาติรวมทั้งนักท่องเที่ยว กลุ่ม MICE ให้มีการตัดสินใจมาท่องเที่ยว เนื่องจาก EEC มีความหลากหลายทั้งแหล่งท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางกีฬา แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล ซึ่งเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายทั้งในและต่างประเทศ

2. แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในระบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก

พบว่าปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จและผลักดันให้ระบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออกเป็น “นครแห่งไมซ์” คือ นโยบายการพัฒนาอย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรม และการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชนในการรองรับการขยายตัวและรองรับปริมาณความต้องการที่เพิ่มขึ้นของธุรกิจ โดยกลยุทธ์สำคัญในการพัฒนาความสามารถด้านการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์คือ การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ รองลงมาคือ ด้านการทำงานแบบการบูรณาการ การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ และการปรับปรุงระบบโลจิสติกส์ ตามลำดับ เมื่อพิจารณารายละเอียดแต่ละด้านปรากฏผลดังนี้

2.1 ด้านการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์

หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนในพื้นที่ EEC มีการวางแผนและกำหนดนโยบายการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ไว้ทั้งระยะสั้นและระยะยาวเพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายจากทางรัฐบาล โดยจังหวัดในกลุ่ม EEC ได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์ MICE CITY เพื่อยกระดับจังหวัดระยองให้เป็นเมืองแห่งการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การประชุมองค์กรนานาชาติ และงานแสดงสินค้านานาชาติ ที่มีคุณภาพและมาตรฐาน เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและได้รับการยอมรับในระดับประเทศและระดับโลก โดยกลยุทธ์นั้นคือ ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการตลาดไมซ์แบบมุ่งเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม พัฒนาเส้นทาง การท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายเพื่อเชื่อมโยงกับกิจกรรมไมซ์ พัฒนาและยกระดับบุคลากรที่มีส่วน

สนับสนุนอุตสาหกรรมไมซ์ในพื้นที่ให้ได้มาตรฐาน และยกระดับมาตรฐานที่พักสำหรับกลุ่มไมซ์ และพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสนับสนุนการจัดกิจกรรมไมซ์

2.2 ด้านโครงสร้างพื้นฐาน

2.2.1 ปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก

สะดวกโครงสร้างพื้นฐาน

หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนในพื้นที่ EEC ต้องปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐาน ทั้งนี้ เมื่อกลุ่ม EEC เป็น “นครแห่งไมซ์” จะจำเป็นต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวก และโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับการพัฒนาการเปลี่ยนแปลง ซึ่งเป็นการแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการแข่งขันในการบริหารจัดการอุตสาหกรรมไมซ์ของกลุ่ม EEC ทั้งนี้ รัฐบาลได้มีการจัดสรรงบประมาณเพื่อปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐานไว้เรียบร้อยแล้ว โดยเน้นการพัฒนาโครงข่ายคมนาคมขนส่งในพื้นที่ภาคตะวันออก โครงข่ายขนส่งทางน้ำ ทั้งท่าเรือแหลมฉบัง เฟส 3 การเชื่อมโยงการขนส่งรถไฟ-ท่าเรือ อุตสาหกรรมมาตาพุด ขยายมอเตอร์เวย์ กรุงเทพฯ-ชลบุรี ต่อถึงพัทยา-แหลมฉบัง และแผนมอเตอร์เวย์ในอนาคต แหลมฉบัง-นครราชสีมา เช่นเดียวกับทางรถไฟที่จะเป็นการโครงข่ายหลักขนส่งสินค้า กำลังทำรถไฟทางคู่ ฉะเชิงเทรา-คลองสิบก้า-แก่งคอย และกำลังศึกษารถไฟทางคู่ กรุงเทพฯ-ระยอง ส่วนโครงข่ายขนส่งทางอากาศพัฒนาอุตะภาเป็นสนามบินเชิงพาณิชย์แห่งที่ 3 อย่างเต็มรูปแบบ รองรับการพัฒนาเศรษฐกิจภาคตะวันออก เชื่อมโยงกับสนามบินดอนเมือง และสุวรรณภูมิ รวมทั้งจะให้เป็นศูนย์ซ่อมบำรุงอากาศยานเพื่อลดการสูญเสียเงินตราต่างประเทศ พัฒนาท่าเรือน้ำลึก จุกเสม็ด เป็นที่จอดเรือสำราญ เรือยอชต์ และเรือข้ามฟาก พัทยา-จุกเสม็ด-ชะอำ ลดเวลาเดินทางระหว่างภาคตะวันออกกับภาคใต้ ซึ่งการปรับปรุง

และพัฒนาดังกล่าวจะส่งผลให้เกิดการเดินทางมาใช้บริการของธุรกิจอุตสาหกรรมไมซ์ได้อย่างเต็มรูปแบบต่อไปในอนาคต

2.2.2 ปรับปรุงระบบโลจิสติกส์

พื้นที่ EEC มีจุดแข็งในด้านพื้นที่

ภูมิศาสตร์ที่มีศักยภาพด้านสถานที่ในการรองรับอุตสาหกรรมไมซ์ เนื่องจากมีทรัพยากรเป็นตัวดึงดูด มีเอกลักษณ์ทางทรัพยากรทางธรรมชาติ ซึ่งถือได้ว่า EEC เป็นเมืองท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดให้เกิดการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวและจัดประชุมได้ด้วย ประกอบกับ EEC มีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน การคมนาคม และระบบโลจิสติกส์ ซึ่งรัฐบาลได้ให้การสนับสนุนงบประมาณในการปรับปรุงและพัฒนาอย่างเต็มที่ นอกจากนี้ EEC ยังมีโครงข่ายการคมนาคมที่สะดวก ทั้งทางบก ทางอากาศ และทางทะเล ซึ่งหากปรับปรุงและพัฒนาโครงข่ายการคมนาคมดังที่รัฐบาลวางแผนไว้เรียบร้อยแล้วจะทำให้มีผู้มาใช้บริการอุตสาหกรรมไมซ์เพิ่มมากขึ้นในอนาคต

2.3 ด้านการทำงานแบบการบูรณาการ

อุตสาหกรรมประเภทนี้มีบทบาท

ต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย ซึ่งมีศักยภาพในการเติบโตที่สูงมากสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยโดยเฉพาะภาคตะวันออก ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีทรัพยากรทางธรรมชาติหลากหลาย โดยเฉพาะทรัพยากรธรรมชาติทางทะเล ดังนั้นภาคราชการต้องทำงานเชิงรุกมากกว่าปัจจุบันโดยการส่งเสริมสนับสนุน และประสานความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคการศึกษา และชุมชน เพื่อขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทุกมิติ แลกเปลี่ยนความรู้ ข้อมูลข่าวสาร ฐานข้อมูลอุตสาหกรรมไมซ์ และระดมความคิดเห็นระหว่างหน่วยงาน รวมถึงร่วมกันแก้ไขปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ด้านอุตสาหกรรมไมซ์

รวมทั้งพัฒนาบุคลากรด้านอุตสาหกรรมไมซ์ ส่งเสริมการตลาด และการประชาสัมพันธ์

อภิปรายผล

กลยุทธ์สำคัญในการพัฒนาความสามารถด้านการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์คือ การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ ซึ่งจากการวิจัย พบว่า ควรพัฒนาและยกระดับบุคลากรที่มีส่วนสนับสนุนอุตสาหกรรมไมซ์ในพื้นที่ให้ได้มาตรฐาน ทั้งนี้เพราะการพัฒนาคนให้เป็นคนดีซึ่งหมายถึงเป็นคนที่มีคุณภาพ มีประสิทธิภาพ มีความรู้ มีคุณธรรม มีจริยธรรม มีความซื่อสัตย์ สุจริตเป็นเรื่องที่มีความสำคัญที่สุดในการพัฒนาประเทศ หากได้คนส่วนใหญ่ที่เป็นคนดีแล้ว การพัฒนาในด้านอื่นๆ ก็จะเป็นไปในทางที่ดีได้ การพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ก็เช่นกันมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องสร้างคนดีที่จะพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ให้ก้าวหน้าและแข็งแกร่ง เอื้อต่อการพัฒนาประเทศโดยรวมในระยะยาว สอดคล้องกับการศึกษาของ เทวีวรรณ ปทุมพร (2549: 113-119) พบว่า บุคลากร เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการทางธุรกิจด้านไมซ์ (MICE) นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบว่า ควรเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและได้รับการยอมรับในระดับประเทศและระดับสากล โดยกลยุทธ์นั้นคือ ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการตลาดไมซ์แบบมุ่งเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม ทั้งนี้เนื่องจากการพัฒนาและเพิ่มศักยภาพทางการตลาดควบคู่กับศักยภาพของผู้ประกอบการไมซ์ และธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องสู่มาตรฐานสากล รวมทั้งพัฒนาธุรกิจเพื่อสร้างโอกาสในการขายโดยเน้นที่ผู้ซื้อคุณภาพ รักษากลุ่มลูกค้าประจำ และหากกลยุทธ์เพื่อเพิ่มจำนวนผู้ซื้อคุณภาพ เพื่อสร้างฐานการตลาดใหม่ นอกจากนี้ทุกภาคส่วนของทั้งทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน รวมถึงรัฐวิสาหกิจต่างๆ ควรประสานงานให้เป็นภาพเดียวกัน

โดยรวมมือกันในการเพิ่มศักยภาพทางการตลาดและสร้างโอกาสในการขายแก่อุตสาหกรรมไมซ์ เพื่อดึงดูดให้ต่างชาติมาจัดการประชุม สัมมนา และจัดงานแสดงสินค้าที่ประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น

นอกจากนี้การทำงานแบบบูรณาการยังเป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่ส่งผลต่อการพัฒนาความสามารถด้านการแข่งขันอุตสาหกรรมไมซ์ ซึ่งการบูรณาการร่วมกันภาคราชการ เป็นการทำงานร่วมกันทั้งภาครัฐ เอกชน สถาบันการศึกษา สังคม และชุมชน ในลักษณะพาดผ่านสายงานไปสู่เป้าหมายแผนงาน หรือเรียกว่า “การบริหารแบบประชารัฐ” สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล ที่กำหนด “นโยบายประชารัฐ” และมีการจัดตั้งคณะทำงานสานพลังประชารัฐด้านส่งเสริมการท่องเที่ยวและไมซ์ เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยเน้นให้การสนับสนุนกับหน่วยงานภาคีที่มีศักยภาพในการจัดประชุมสัมมนา อาทิ หอการค้าไทย สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย และสมาคมการจัดงานบุคคลแห่งประเทศไทย ในส่วนภาคเอกชนสนับสนุนให้องค์กรภายในเครือข่าย ร่วมกันดำเนินการส่งเสริมการจัดประชุม สัมมนา และท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในประเทศไทย (จดหมายข่าวรัฐบาลเพื่อประชาชน, 2559: 8)

ข้อเสนอแนะ

1. ฝ่ายนโยบายของภาครัฐจำเป็นต้องเห็นถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมไมซ์ โดยสามารถวิเคราะห์ได้บทบาทของอุตสาหกรรมไมซ์ต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย ซึ่งมีศักยภาพในการเติบโตที่สูงมาก มีความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้อุตสาหกรรมไมซ์เป็นเครื่องมือในการพัฒนาประเทศ และมีความเข้าใจเกี่ยวกับศักยภาพและความสามารถ

ของประเทศไทยในอุตสาหกรรมนี้ และมองว่า ณ ปัจจุบัน ประเทศไทยอยู่ตำแหน่งไหนของภูมิภาค และต้องมีการกำหนดเป้าหมายอย่างชัดเจนว่า ต้องการอะไร อยากรับอะไร และอยากไปทางไหน ในอุตสาหกรรมนี้ และหาวิธีในการที่จะบรรลุเป้าหมายดังกล่าว ซึ่งจะทำให้นโยบายที่ออกมาเป็นรากฐานที่สำคัญที่สุดอย่างหนึ่งต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมนี้ โดยเฉพาะในเรื่องกฎระเบียบต่างๆ (เช่นเรื่อง logistics เรื่อง visa custom และกฎที่เกี่ยวกับการนำของหรือสินค้าเข้ามาในประเทศเพราะ ณ ปัจจุบันสินค้าที่นำเข้ามาแสดง จะถูกปฏิบัติเสมือนสินค้าที่นำมาบริโภคทั่วไป) การประชาสัมพันธ์และการตลาด (ที่ควรมีการเปลี่ยนวิธี) และการเพิ่มงบประมาณให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมนี้ การเพิ่มเขตเศรษฐกิจพิเศษนอกเหนือจากเมืองไมซ์ นอกจากนี้ รัฐบาลควรมีการจัดตั้งสำนักงานไมซ์ในต่างประเทศ ซึ่งจะอำนวยความสะดวกในเรื่องระยะเวลาและการติดต่อเหมือนกระทรวงการท่องเที่ยวที่มีสำนักงานกว่า 20 แห่งทั่วโลก และควรสร้างการบูรณาการเชื่อมโยงความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน เช่น การทำให้การบินไทยเข้ามามีส่วนร่วมหรือตัวขับเคลื่อนที่สำคัญกับอุตสาหกรรมไมซ์

2. ภาครัฐ ควรพัฒนางานด้านส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์อุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศ ไทยอย่างต่อเนื่องด้วยการพัฒนาแคมเปญต่าง เพื่อเสนอขายจุดเด่นของประเทศไทยที่เป็นประเทศที่มีศักยภาพและความคุ้มค่าในการจัดงานไมซ์ ทั้งในด้านความพร้อมของศูนย์จัดประชุมและงานแสดงสินค้า การคมนาคม การขนส่ง และระบบบริหารจัดการแบบมืออาชีพ รวมถึงการมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามและหลากหลาย มีวัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์และสง่างาม มีการบริการ

และมีมิตรไมตรีอย่างไทย พร้อมทั้งจะต้อนรับและสร้างความประทับใจให้ทุกคนที่มาเยี่ยมเยือนเสมอ

3. ภาครัฐ ควรรวมตัวกันของสมาชิกจากภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกเพื่อขยายธุรกิจ ในอุตสาหกรรมไมซ์ และพัฒนาภูมิภาคเอเชียให้เป็นผู้ผู้นำในอุตสาหกรรม การจัดประชุมสัมมนา และการแสดงสินค้าของโลก เพื่อที่จะสร้างความแข็งแกร่งร่วมกัน และร่วมกันขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ของเอเชียให้สามารถแข่งขันได้ในระดับโลก โดยมุ่งเน้นการทำงานในด้านการทำการตลาดและการสร้างแบรนด์โดยใช้สื่อดิจิทัลเข้ามาช่วย

4. ภาครัฐ ควรนำผู้ประกอบการภาคเอกชน เข้าร่วมงานเทรดโชว์ และโรดโชว์ในประเทศเป้าหมาย เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการไทยได้เสนอสินค้าและบริการด้านไมซ์แก่ผู้ซื้อจากทั่วโลก

5. ภาครัฐ ควรนำโครงการไมซ์ซิตี (MICE City) เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในเมืองที่มีศักยภาพด้านการแข่งขัน ในเรื่อง Zoning ของแหล่งท่องเที่ยว โดยการปรับปรุงกฎระเบียบสำหรับพื้นที่ท่องเที่ยวพิเศษ เช่น การยกเว้นเวลา และสถานที่ในเรื่องของแอลกอฮอล์ หรือ Duty Free หรือการเพิ่มเติมในส่วน ของแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ เช่น Pattaya on Pier ที่พักแบบ Long Stay และเรื่องของการศึกษา เป็นต้น

6. พัฒนาระบบ Logistic เช่น การจัดทำอุโมงค์ หรือสะพานข้ามจุดตัด หรือทางแยกเพื่อรองรับปริมาณรถ และนักท่องเที่ยวที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคต พัฒนาระบบรถไฟความเร็วสูงเชื่อมต่อระหว่างสุวรรณภูมิ กับอู่ตะเภา โครงการระบบรถไฟฟ้าแบบ Tram หรือรางบนพื้นที่ในพื้นที่เมืองพัทยา เพื่อลดปัญหาการจราจร ไม่บังคับภูมิทัศน์ เพิ่มความสะดวกแก่ผู้สูงอายุ คนพิการ และเชื่อมโยงกับระบบคมนาคมหลัก การพัฒนาสนามบินอู่ตะเภา ให้เป็นสนามบิน

เชิงพาณิชย์เต็มรูปแบบ และการพัฒนาท่าเทียบเรือน้ำลึกจุกเสม็ด ให้เป็น Cruise Terminal เพื่อรองรับเรือสำราญจากต่างประเทศ โดยเฉพาะการเป็น Home Port และท่าเรือ Ferry เชื่อมโยงเส้นทางในประเทศ

7. พัฒนาและแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะการจัดการปัญหาขยะ การแก้ไขปัญห

ระบบสาธารณูปโภค ทั้งไฟฟ้า ประปา การดูแลชุมชนที่ได้รับผลกระทบจากการขยายตัวของเศรษฐกิจ การดูแลจัดสรรงบประมาณเพื่อการรักษาและฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ และมาตรการอำนวยความสะดวกแก่แรงงานต่างชาติ

เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว. (2560). รายงานวิจัยที่สนักการท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2579. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กุลลดา คำสุวรรณ. (2559). โครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก. สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2560, จาก http://m.prachachat.net/news_detail.php?news_id=2560
- จดหมายข่าวรัฐบาลเพื่อประชาชน. (2559). การท่องเที่ยวสวนพลังประชารัฐ ประชุมเมืองไทย ภูมิใจช่วยชาติ. สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2560, จาก http://www.prd.go.th/download/article/article_20160513085559.pdf
- เทวีวรรณ ปทุมพร. (2547). ปัจจัยความสำเร็จของอุตสาหกรรมการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและการแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ (MICE) ในจังหวัดขอนแก่น. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ธนาคารกสิกรไทย. (2560). ภาคท่องเที่ยวปี 59 ดันรายได้ 17% ของจีดีพี. สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2560, จาก https://aecplusadvisory.askkbank.com/TH/Thailand/FlashNews/Pages/Thailand_news_20170222_2.aspx
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2554). ธุรกิจไมซ์ (ธุรกิจจัดประชุมขององค์กร ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ ธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้า) = Mice business. กรุงเทพฯ: เพ็ร้นซ่าหลวง พรินต์ติ้ง.
- ฝ่ายการตลาดและภาพลักษณ์องค์กร. (2560). Thailand's MICE Industry Strategy in FY 2017. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน).
- พิมพ์มล พลเวียง. (2543). คักยภาพและผลในการดำเนินงานพัฒนาระบบการบริหารงานของสถานสงเคราะห์เด็กในสังกัดกรมประชาสงเคราะห์. ภาคนิพนธ์พัฒนาสังคมมหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

- เพชรน้อย ม่วงงาม. (2539). ศักยภาพของชุมชน กรณีการจัดตั้งหมู่บ้านปลอดภัย จังหวัดสุพรรณบุรี. ภาคนิพนธ์พัฒนาสังคมหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ราชกิจจานุเบกษา. (2560). คำสั่งหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ที่ 2/2560 เรื่อง การพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก. เล่ม 134 ตอนพิเศษ 19 ง.
- เรวดี แก้วมณี. (2557). จัปตาระยอง ชลบุรี และฉะเชิงเทราในกลุ่มจังหวัดเป้าหมายในการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC). สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2560, จาก <http://www.oie.go.th/article/>
- วิวัฒน์ชัย บุญยภักดิ์. (2532). ศักยภาพสำคัญอย่างต่อเนื่องท่องเที่ยว. *จุลสารการท่องเที่ยว*, 8(2): 42-45.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2559)ก. โรงแรม ทัวร์ บูมรับกระแสท่องเที่ยวโต. สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2560, จาก <https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEAnalysis/Documents/HotelTourGrowthTourismTrend.pdf>
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2559)ข. *ระเบียบเขตเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC): นโยบายสนับสนุนอุตสาหกรรมแห่งอนาคต*. สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2560, จาก <http://rss.thaichamber.org/upload/fpsckyzuzo103120169812.pdf>
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). *รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว ฉบับที่ 7 ม.ค.-มี.ค. 2560*. กรุงเทพฯ: เอ็กเซลเลนซ์ บิซิเนส แมเนจเม้นท์.
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมนิทรรศการ สสปน. (องค์การมหาชน). (2552). *รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการสำรวจสถิติการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติในประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน).
- อรรถพล สรสุชาติ. (2552). *ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดประชุมนานาชาติ และงานแสดงสินค้านานาชาติ (ไมซ์) ของประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางในภูมิภาคเอเชีย*. กรุงเทพฯ: วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร.
- Keeves, P. J. (1988). *Educational research, methodology and measurement: An international handbook*. Oxford: Pergamon Press.
- Thaipublica. (2559). *วิจัยกรุงศรี ชี้การแผนลงทุน EEC หนุน 3 ธุรกิจเป้าหมาย 4 ธุรกิจต่อเนื่อง ดันเศรษฐกิจภาคตะวันออกโตแรงนับจากปี'61*. สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2560, จาก <http://thaipublica.org/2016/11/krungsri-research-eec>.