

กลยุทธ์ในการสร้างประเทศไทยให้เป็นจุดหมายในการจัดงานอุตสาหกรรมไมซ์

Strategies for Creating Thailand as a Destination for the MICE Industry

◆ ภูริ ชุณหะวัณ

หัวหน้าสาขาวิชาวัตกรรมการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจการประกอบอาหาร

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Puri Chunkajorn

Head of Technology Program in Culinary Entrepreneurship Innovation,

Rajamangala University of Technology Rattanakosin, Email: chefmungon@gmail.com

◆ ปุณยนุช ลิ้มพะสุวรรณ

ผู้ช่วยผู้จัดการฝ่ายขาย ภาคธุรกิจการท่องเที่ยว โรงแรมโนโวเทลสุวรรณภูมิแอร์พอร์ต

Poonyanuch Leelhasuwan

Assistant Sales Manager - Leisure, Novotel Bangkok Suvarnabhumi Airport Hotel

Email: pooniie@gmail.com

◆ สุชาดา ทองอัน

อาจารย์ประจำสาขาวิชาอาหารและโภชนาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

Suchada Thongaon

Lecturer of Foods and Nutrition, Chandrakasem Rajabhat University

Email: suchadayong29@gmail.com

Abstract

This article aims to analyze the potential of Thailand for the MICE industry. Because of the potential and availability of tourism in Thailand. The country is beautiful. There are many attractions. Famous for its service and there are many world-class travel facilities. Infrastructure and service capabilities have been developed throughout the supply chain of tourism both marketing information, accommodation, resting places including leisure activities, and other activities. Related to tourism it also provides financial and insurance services to tourists. The strength of the Thai tourism industry, this is a major support for the development of the Thai MICE industry in the global arena.

Key highlights of Thailand and the event for the MICE industry are its strategic location. Business Opportunity Various venues Unique culture the famous Thai service, creativity and

partnerships for a strategy that suits the MICE industry in Thailand. The strategy of attracting MICE travelers consists of Win Strategy, Promote Strategy and Developed Strategy, which Thailand needs to prepare for the MICE industry. It will also need to develop tourism infrastructure and facilities. Allowing cities, economies, or major tourist cities in each region to play a greater role in the MICE industry. Development of the potential of the person concerned and the development of telecommunications technology for the MICE industry.

Keywords: Strategy, MICE Industry

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพของประเทศไทยเพื่อการจัดงานอุตสาหกรรมไมซ์ เนื่องจากศักยภาพและความพร้อมด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย ซึ่งเป็นประเทศที่มีภูมิประเทศที่สวยงาม มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย มีชื่อเสียงด้านการบริการ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวที่เป็นมาตรฐานระดับโลกอยู่มากมาย รวมถึงมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและความสามารถในการให้บริการได้ตลอดห่วงโซ่อุปทานด้านการท่องเที่ยว ทั้งการให้ข้อมูล การตลาด แหล่งที่พัก สถานที่พักผ่อน รวมถึงกิจกรรม สันทนาการและกิจกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ตลอดจนการให้บริการด้านการเงินและประกันภัย ให้แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นจุดแข็งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย และเป็นปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญสำหรับการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้มีความแข็งแกร่งในเวทีโลก

โดยจุดเด่นที่สำคัญของประเทศไทยกับการจัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ ประกอบด้วย ที่ตั้งในยุทธศาสตร์สำคัญ โอกาสทางธุรกิจ สถานที่จัดงานที่หลากหลาย วัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ การบริการแบบไทยอันเลื่องชื่อ และความคิดสร้างสรรค์และพันธมิตร สำหรับกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย ซึ่งเป็นกลยุทธ์สำหรับดึงดูดนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย กลยุทธ์การดึงดูดงาน (Win) กลยุทธ์การส่งเสริม (Promote) และกลยุทธ์การพัฒนา (Develop) ซึ่งประเทศไทยจำเป็นต้องเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับอุตสาหกรรมไมซ์ไทย โดยจะต้องพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกไมซ์ การเปิดโอกาสให้เมืองเศรษฐกิจหรือเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญในแต่ละภูมิภาคได้มีบทบาทในอุตสาหกรรมไมซ์มากขึ้น การพัฒนาศักยภาพบุคคลที่เกี่ยวข้อง และการพัฒนาเทคโนโลยีโทรคมนาคมสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์

คำสำคัญ: กลยุทธ์ อุตสาหกรรมไมซ์

บทนำ

ธุรกิจไมซ์เป็นอีกหนึ่งสาขาของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่ประเทศไทยได้ ทั้งนี้เนื่องจากธุรกิจไมซ์เป็นธุรกิจที่เป็นการเดินทางท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและค่าใช้จ่ายตอบแทนหน่วยงานที่รับผิดชอบดูแลในแต่ละการเดินทางนั้นค่อนข้างสูงกว่าการท่องเที่ยวประเภทอื่น ด้วยเหตุนี้ในแต่ละประเทศที่เป็นเมืองธุรกิจไมซ์จึงค่อนข้างที่จะให้ความสำคัญกับธุรกิจไมซ์เป็นพิเศษ เพื่อที่จะยกระดับประเทศของตนเอง

ให้เป็นมาตรฐาน และเพื่อให้ได้รับการยอมรับจากนานาชาติในการเป็นเจ้าภาพจัดงานหรือกิจกรรมที่สำคัญของภูมิภาคในแต่ละครั้ง

ในปัจจุบันธุรกิจไมซ์จึงเป็นที่ได้รับความสนใจจากนานาชาติ โดยเฉพาะประเทศที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นหลัก โดยเฉพาะประเทศไทยซึ่งเป็นประเทศที่ถูกจับตามองเป็นอย่างมากจากนักท่องเที่ยวหรือบริษัทต่าง ๆ ในต่างประเทศ ทั้งนี้เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศที่มีแหล่งท่องเที่ยวและมีจุดเด่นที่น่าสนใจหลายแห่ง ซึ่งได้รับการยอมรับจากนานาชาติ เช่น มนต์เสน่ห์แห่งประเพณีและวัฒนธรรมของประเทศ ชนิดและประเภทของอาหารไทยที่มีรสชาติชวนให้หลงใหล มีสถานที่จัดประชุมขนาดใหญ่และได้มาตรฐาน อีกทั้งยังมีเสน่ห์จากการต้อนรับขับสู้และความงดงามของรอยยิ้มคนไทย ซึ่งเมื่อได้สัมผัสแล้วจะไม่มีวันลืม สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนทำให้ประเทศไทยได้กลายเป็นที่ต้องการของตลาดธุรกิจไมซ์จากหลาย ๆ ประเทศ คาดการณ์ว่าในอนาคตประเทศไทยจะถูกผลักดันให้เติบโตยิ่งขึ้นหลายเท่าตัว

ธุรกิจไมซ์นอกจากจะส่งผลโดยตรงกับธุรกิจการท่องเที่ยวแล้ว ธุรกิจดังกล่าวยังช่วยกระจายรายได้ไปยังธุรกิจอื่น ๆ ได้อีก จึงถือเป็นการพัฒนาประเทศในด้านเศรษฐกิจได้เป็นอย่างดีจากการช่วยส่งเสริมการสร้างรายได้ให้กับบุคลากรภายในประเทศด้วยกัน และที่สำคัญยังเป็นการพัฒนาบุคลากรของประเทศให้มีศักยภาพอีกด้วย โดยหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น ประชาสัมพันธ์ ร้านดอกไม้ สถานที่จัดงาน เป็นต้น ซึ่งความน่าสนใจของธุรกิจไมซ์ คือ เมื่อธุรกิจไมซ์มีการขยายตัวเติบโตมากขึ้น ความต้องการของตลาดแรงงานก็จะสูงขึ้น ดังนั้นจะเห็นได้ว่าธุรกิจไมซ์นั้นได้มีความสำคัญและมีประโยชน์ต่อประเทศไทยเป็นอย่างมากถือได้ว่าเป็นธุรกิจที่มีความเติบโตในภูมิภาคเอเชียเป็นอย่างมาก โดยประเทศไทยถือเป็นประเทศที่มีขีดความสามารถที่ทัดเทียมกับประเทศที่พัฒนาแล้วหลายประเทศ ตลอดจนข้อได้เปรียบด้านค่าใช้จ่ายในการจัดงานที่ไม่สูงนัก สภาพภูมิอากาศ ที่ตั้งของประเทศที่เป็นจุดศูนย์กลางของภูมิภาค และภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยว โดยในปี 2558 อุตสาหกรรมไมซ์ก่อให้เกิดการใช้จ่ายในประเทศรวมประมาณ 222,712 ล้านบาท สร้างรายได้ในรูปภาษีให้แก่รัฐบาลรวมประมาณ 10,367 ล้านบาท มีส่วนสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศรวมประมาณ 113,522 ล้านบาท ส่งผลให้เกิดการจ้างงาน 164,427 คน นอกจากนี้การทำงานของแรงงานในภาคอุตสาหกรรมไมซ์ยังสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มมากกว่าการทำงานของแรงงานโดยทั่วไป 2.1 เท่า

ทั้งนี้อุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยยังมีโอกาสเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง เนื่องจากมีปัจจัยสนับสนุนหลายประการด้วยกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการก้าวสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างเต็มรูปแบบที่มีเป้าหมายสำคัญ คือ การเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน (Common Market and Production Base) ภายใต้การไหลเวียนของสินค้าและบริการที่เสรีและสะดวกมากยิ่งขึ้น การพัฒนาความเชื่อมโยงทั้งด้านกายภาพและเชิงสถาบันของประเทศสมาชิกอาเซียนจะเป็นโอกาสที่สนับสนุนเป้าหมาย การเป็นผู้นำอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยในภูมิภาคเอเชียของประเทศไทย ด้วยความได้เปรียบด้านตำแหน่งที่ตั้งและศักยภาพพื้นฐานของอุตสาหกรรมสำคัญของประเทศที่จะสนับสนุนการขยายตัวของอุตสาหกรรมไมซ์และรองรับโอกาสในภูมิภาคเอเชีย

แต่อย่างไรก็ตามปัจจุบันประเทศไทยยังมีกฎหมายและระเบียบที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ โดยเฉพาะกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการนำสินค้าเข้าสู่ประเทศไทยเพื่ออุตสาหกรรมไมซ์ รวมทั้งขั้นตอนการปฏิบัติงานและการให้บริการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องยังไม่เอื้ออำนวยต่อการส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางของการจัดกิจกรรมไมซ์เท่าที่ควร สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนส่งผลที่บั่นทอนความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย จึงเป็นสิ่งที่ภาครัฐและภาคเอกชนผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญในการดำเนินการเพื่อหาวิธีการแก้ไขให้อุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยสามารถดำเนินการต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ (วิมล บัณคง, 2559)

องค์ประกอบของไมซ์

ไมซ์ (MICE) คือ การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อจัดประชุมสัมมนาที่แตกต่างกับการเดินทางท่องเที่ยวโดยปกติทั่วไป ซึ่งประกอบด้วย (ประชุมเมืองไทย D-MICE, 2559)

M = Meeting คือ การจัดประชุม ส่วนมากจะเป็นการประชุมภายในองค์กร ซึ่งเป็นการจัดการประชุมนอกสถานที่ ตามรีสอร์ท หรือโรงแรมที่มีห้องประชุมดี บรรยากาศดี อาหาร บันเทิง สนุกสนาน และเป็นการจัดการประชุม ณ ต่างประเทศ หรือที่เรียกว่า การจัดประชุมแบบนานาชาติ ซึ่งเมื่อมีการจัดประชุมเกิดขึ้น สิ่งตามมา คือ บัตรโดยสาร โรงแรม อาหาร บริษัทนำเที่ยว รถบริการ มัคคุเทศก์ ฯลฯ และรายได้เข้าประเทศนั้น ทั้งนี้จะเป็นการจัดการประชุมภายในที่ไม่มีความซับซ้อนและยุ่งยาก ฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ขององค์กรสามารถจัดการเองได้ จะเห็นได้ว่าใน Meeting นี้ จะประกอบด้วย

- Destination หมายถึง ประเทศที่ถูกเลือกให้เป็นสถานที่จัดการประชุม
- Venue หมายถึง สถานที่จัดการประชุม เช่น อิมแพค ไบเทค หรือโรงแรมที่มีห้องประชุมที่รองรับจำนวนคนได้
- Participant/ Delegate หมายถึง พนักงานที่เข้าร่วมประชุม
- Spouse หมายถึง ผู้ติดตามผู้เข้าร่วมประชุม หรือเป็นสามี ภรรยาก็ได้
- Human Resource หมายถึง เจ้าหน้าที่แผนกบุคคลของบริษัทที่ดูแลเกี่ยวกับการจัดประชุมที่ไม่ซับซ้อนมากนัก
- Tour Operator หมายถึง บริษัทนำเที่ยวที่ให้บริการภาคพื้นดิน

I = Incentive คือ การให้การท่องเที่ยวเป็นรางวัลเพื่อตอบแทน ซึ่งเป็นรางวัลที่ให้สำหรับผู้ทำยอดขายได้ตามเป้าหมายหรือมากกว่าเป้าหมาย จะเห็นได้ว่าใน Incentive Travel นี้ จะประกอบด้วย

- Destination หมายถึง ประเทศที่ถูกเลือกให้เป็นสถานที่จัดประชุม
- Venue- Hotel หมายถึง สถานที่พัก
- DMC หมายถึง บริษัทนำเที่ยวที่มีความสามารถในการบริหารจัดการท่องเที่ยวในรูปแบบพิเศษ ๆ ถ้าอยู่ในประเทศเรียกว่า Local DMC แต่ถ้าเป็นต่างประเทศ จะเรียกว่า Overseas DMC
- Achiever หมายถึง ผู้ที่ทำยอดขายได้ทะลุเป้าหมาย

- Spouse หมายถึง ผู้ติดตามผู้เข้าร่วมประชุม อาจจะเป็นสามี หรือภรรยา ก็ได้
- Theme หมายถึง รูปแบบของอาหารค่ำ ซึ่งในแต่ละคืนจะต้องมีการจัดเตรียมอย่างพิเศษ

C = Convention/ Conference คือ การประชุมใหญ่ ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. Corporate Conference หมายถึง การประชุมภายในบริษัท หรือองค์กร เป็นการจัดการประชุมใหญ่ภายในโดยไม่มีบริษัทคู่ค้าอื่น ๆ เข้ามาเกี่ยวข้อง
2. Association Conference หมายถึง การรวมตัวกันของบุคคล บริษัท หรือองค์กรในอาชีพเดียวกัน

E = Exhibition คือ การที่มีผู้เข้าร่วมประชุมจากบริษัท หน่วยงาน องค์กรต่าง ๆ เข้ามาประชุมใหญ่ประจำปีนั้น (Conference or Convention) ถือว่าเป็นการรวบรวมบุคลากรในอาชีพเดียวกันค่อนข้างที่จะมาก เมื่อมีผู้เข้าร่วมประชุมมาก ๆ ผู้จัดงานประชุมจะเป็นผู้เลือกว่าจะจัดงานขึ้น ณ ประเทศใด ซึ่งจะทำงานร่วมกับผู้จัดงานแสดงสินค้าหรือเราเรียกว่า Professional Exhibition Organizer (PEO) โดยจะเป็นผู้เขียนโครงการ จัดทำรายละเอียดต่าง ๆ เช่น สถานที่จัดงาน บุธ การลงทะเบียนเข้างาน ไฟฟ้า ประปา รักษาความปลอดภัย อาหาร รถรับส่ง ฯลฯ นอกจากนี้ผู้จัดงานจะว่าจ้างให้บริษัทที่มีความชำนาญงานมาดำเนินการในรายละเอียดอีกทีหนึ่ง ซึ่งบริษัทที่รับดำเนินงานต่อไปอีกทอดหนึ่งนั้นเราเรียกว่า Sub-contractor เช่น ในการลงทะเบียนเข้างาน (Registration) โดย Professional Exhibition Organizer จะว่าจ้างบริษัทที่มีความชำนาญในด้านการลงทะเบียนมาดำเนินการในด้านนี้ และบริษัทที่มีความชำนาญในด้านการลงทะเบียนจะออกแบบโปรแกรมการลงทะเบียน ใบสมัคร จัดหาพนักงานลงทะเบียนก่อนและหน้างาน พร้อมทั้งเก็บรวบรวมสถิติ ข้อมูลต่าง ๆ ของผู้เข้าร่วมประชุม ผู้มาเยือน และประชาชนทั่ว ๆ ไป ที่เข้ามาชมงาน แล้วค่อยส่งต่อข้อมูลให้กับ Professional Exhibition Organizer และ Professional Exhibition Organizer ก็จะส่งต่อข้อมูลผู้เข้าชมงาน แยกแยะออกเป็นคนในวงการ นอกวงการ ทั่วไป ทำสถิติการเข้าชมงาน จำนวนคน เพื่อส่งมอบให้กับผู้จัดงานประชุมอีกทีหนึ่ง ถ้าเกี่ยวกับด้านอาหาร ก็จะมอบหมายภาระนี้ให้กับโรงแรมที่มีความชำนาญในการจัดบริการอาหารต่าง ๆ ด้วยเมื่อนานาชาติ หรือเมนูท้องถิ่นก็แล้วแต่จะตกลงกัน ถ้าเกี่ยวกับการจัดรถรับส่ง ก็อาจจะใช้บริการของบริษัททัวร์ เพราะการจัดการประชุมนานาชาติ จะต้องใช้พนักงานที่มีความสามารถในการใช้ภาษาเพื่อที่จะสื่อสารกับผู้เข้าร่วมแสดงสินค้า

อุตสาหกรรมไมซ์สำหรับประเทศไทย

จากศักยภาพและความพร้อมด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย ซึ่งเป็นประเทศที่มีภูมิประเทศที่สวยงาม มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย มีชื่อเสียงด้านการบริหาร และมีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวที่เป็นมาตรฐานระดับโลกอยู่มากมาย รวมถึงมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและความสามารถในการธุรกิจบริการได้ตลอดห่วงโซ่อุปทานด้านการท่องเที่ยว ทั้งการให้ข้อมูล การตลาด แหล่งที่พัก สถานที่พักผ่อน รวมถึงกิจกรรมสันทนาการและกิจกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ตลอดจนการให้บริการด้านการเงินและประกันภัย

ให้แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นจุดแข็งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย และเป็นปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญสำหรับการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ไทยให้มีความแข็งแกร่งในเวทีโลก

World Economic Forum ได้ศึกษาและจัดทำรายงาน Travel and Tourism Competitiveness Index 2015 พบว่า ประเทศไทยมีลำดับความสามารถในการแข่งขันเป็นลำดับที่ 35 จากจำนวน 141 ประเทศทั่วโลก และจัดเป็นลำดับที่ 3 ในกลุ่มประเทศ ASEAN รองจากประเทศสิงคโปร์และประเทศมาเลเซีย

เมื่อพิจารณาความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศต้นต่าง ๆ เปรียบเทียบกับประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ผลการศึกษาพบว่า ประเทศไทยมีจุดเด่นที่สำคัญ ได้แก่ โครงสร้างพื้นฐานด้านการบริการนักท่องเที่ยว (Tourist Service Infrastructure) ทรัพยากรธรรมชาติ (Natural Resources) และโครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่งทางอากาศ (Air Transport Infrastructure) โดยมีประเด็นที่ควรปรับปรุง ได้แก่ โครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่งภาคพื้นดินและท่าเรือ (Ground and Port Infrastructure) ในขณะที่ควรเร่งสร้างภาพลักษณ์ด้านความปลอดภัย (Safety and Security) เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือสำหรับชาวต่างชาติ

	Thailand Rank (out of 141)	Score (1-7)	
		Thailand	Asia-Pacific
Travel & Tourism Competitiveness Index 2015	35	4.26	...
Enabling Environment	74	4.55	4.73
Business Environment	38	4.78	4.65
Safety and Security	132	3.75	5.20
Health and Hygiene	89	4.87	5.14
Human Resources and Labor Market	29	4.98	4.62
ICT Readiness	60	4.34	4.06
T&T Policy and Enabling Conditions	49	4.29	4.11
Prioritization of Travel & Tourism	40	4.95	4.74
International Openness	49	3.70	3.34
Price Competitiveness	36	5.06	4.75
Environmental Sustainability	116	3.46	3.61
Infrastructure	37	4.56	3.66
Air Transport Infrastructure	17	4.57	3.48
Ground and Port Infrastructure	71	3.41	3.83
Tourist Service Infrastructure	21	5.70	3.68
Natural and Cultural Resources	21	3.63	3.19
Natural Resources	16	4.47	3.52
Cultural Resources and Business Travel	34	2.79	2.85

ภาพ 1 แสดงความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยเปรียบเทียบกับประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

ที่มา: The Travel & Tourism Competitiveness Index 2015

จากภาพดังกล่าวสามารถจัดประเด็นความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยได้เป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

1. ประเด็นการแข่งขันที่ประเทศไทยมีความสามารถโดดเด่น เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก	- โครงสร้างพื้นฐานด้านการบริการนักท่องเที่ยว - ทรัพยากรธรรมชาติ - โครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่งทางอากาศ
2. ประเด็นการแข่งขันที่ประเทศไทยมีความสามารถใกล้เคียงกับประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก	- สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ - สุขภาพและอนามัย - ตลาดแรงงานและทรัพยากรมนุษย์ - ความพร้อมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและโทรคมนาคม - การให้ความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว - ความสามารถในการแข่งขันด้านราคา
3. ประเด็นการแข่งขันที่ประเทศไทยมีความสามารถใกล้เคียงกับประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก แต่ได้รับผลประโยชน์ไม่สูงมากนัก จึงควรมีการแก้ไขปรับปรุง	- การเปิดกว้างระหว่างประเทศ - ทรัพยากรทางวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ
4. ประเด็นการแข่งขันที่ประเทศไทยมีความสามารถด้อยกว่าประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก และได้ผลประโยชน์ไม่สูงมาก จำเป็นต้องได้รับการแก้ไขปรับปรุงอย่างเร่งด่วน	- โครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่งภาคพื้นดินและท่าเรือ - ภาพลักษณ์ด้านความปลอดภัย

ประเทศไทยกับการจัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์

ความสมดุลที่สมบูรณ์แบบถือเป็นจุดเด่นประการสำคัญของประเทศไทยที่ได้รับการยอมรับ และใช้เป็นบริบทสำคัญในการเชิญชวนให้ผู้ประกอบการไมซ์จากประเทศต่าง ๆ เข้ามาใช้ประเทศไทยเป็นสถานที่หรือจุดหมายปลายทางสำหรับการจัดกิจกรรมไมซ์ โดยประเทศไทยเป็นประเทศที่มีการผสมผสานระหว่างความเก่าแก่และทันสมัยเข้าไว้ด้วยกันอย่างลงตัว อาทิ มีประเพณีวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม ในขณะที่สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกในเมืองใหญ่มีความทันสมัย มีสถานที่ท่องเที่ยวท่ามกลางธรรมชาติซึ่งมีความสวยงาม ในขณะที่มีสถานที่รองรับการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ได้มาตรฐานระดับโลก ตลอดจนที่ตั้งและโครงสร้างพื้นฐานของประเทศสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบาย อีกทั้งยังมีวิธีการให้บริการที่เป็นที่ยอมรับทั่วโลก โดยจุดเด่นที่สำคัญของประเทศไทยกับการจัดงานสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ มีดังต่อไปนี้ (Thailand's MICE Industry Report, 2015)

1. ที่ตั้งในยุทธศาสตร์สำคัญ

ประเทศไทยมีทำเลที่ตั้งอยู่ใจกลางภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ส่งผลต่อการเป็นศูนย์กลางการเดินทางและท่องเที่ยวของภูมิภาค อีกทั้งยังได้มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่มีประสิทธิภาพและมีมาตรฐานระดับโลก โดยเฉพาะด้านการบินซึ่งมีสนามบินสุวรรณภูมิเป็นสนามบินหลักขนาดใหญ่ สามารถพัฒนาเป็น International Gateway หรือ Transit and Transfer Hub ในฐานะท่าอากาศยานศูนย์กลางภูมิภาคได้ในอนาคต

2. โอกาสทางธุรกิจ

จากการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องมาเป็นเวลานาน เป็นแหล่งลงทุนที่สำคัญจากต่างประเทศ เป็นที่ตั้งสำนักงานของบริษัทชั้นนำของโลกมากมาย และเป็นผู้นำทางเศรษฐกิจที่มีบทบาทสำคัญทางการค้าของกลุ่มประเทศ CLMV (กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และเวียดนาม) ส่งผลให้ประเทศไทยกลายเป็นศูนย์กลางทางธุรกิจที่สำคัญของภูมิภาค ประกอบกับการรวมตัวของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ทำให้ตลาดการค้าและการลงทุนมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว การจัดกิจกรรมไมซ์ในประเทศไทยจึงสามารถสร้างโอกาสทางธุรกิจให้แก่ผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงานได้อย่างมีประสิทธิภาพในทุกระดับ

3. สถานที่จัดงานที่หลากหลาย

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย และมีผู้ประกอบการคุณภาพอยู่ทั่วประเทศ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการไมซ์ได้ในทุกระดับ ตั้งแต่สถานที่เพื่อการพักผ่อนที่ได้รับคามนิยมระดับโลก สถานที่จัดแสดงนิทรรศการริมชายหาด ห้องประชุมหรือห้องจัดเลี้ยงท่ามกลางบรรยากาศธรรมชาติที่สมบูรณ์ ไปจนถึงสถานที่จัดแสดงสินค้าขนาดใหญ่ที่สามารถรองรับผู้เข้าชมงานได้จากทั่วโลก

4. วัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีการผสมผสานวัฒนธรรมจากหลากหลายแหล่งอารยธรรมทั้งในอดีตและปัจจุบัน ซึ่งได้มีการประยุกต์ให้เข้ากับสภาพแวดล้อมของประเทศได้อย่างกลมกลืน สัมผัส และปรับปรุงให้เข้ากับยุคสมัยได้อย่างน่าประทับใจ จนกลายเป็นเอกลักษณ์และความภาคภูมิใจของคนไทยทั้งประเทศ อีกทั้งยังได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติด้วย ไม่ว่าจะเป็นศิลปะ ประเพณี สถาปัตยกรรม อาหาร และการแต่งกาย เป็นต้น

5. การบริการแบบไทยอันเลื่องชื่อ

ผู้ประกอบการไมซ์ที่ใช้ประเทศไทยเป็นสถานที่จัดงานจะได้รับการบริการแบบไทยซึ่งมีชื่อเสียงระดับโลกตลอดเวลาที่อยู่ในประเทศ ไม่ว่าจะเป็นการอำนวยความสะดวกในช่วงก่อนและระหว่างการจัดงาน รวมถึงการผ่อนคลายภายหลังจากการจัดงาน นอกจากนี้ ประเทศไทยยังมีกิจกรรมด้านสันทนาการและการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนที่น่าสนใจอีกมากมาย ซึ่งเป็นความเพลิดเพลินที่มาควบคู่กับการติดต่อธุรกิจในประเทศไทย

6. ความคิดสร้างสรรค์และพันธมิตร

นอกจากความโดดเด่นในประเด็นต่าง ๆ ที่กล่าวมาแล้ว ประเทศไทยยังมีทีมงานคุณภาพที่พร้อมให้ความช่วยเหลือในการวางแผน แลกเปลี่ยนความรู้ อำนวยความสะดวก และให้บริการด้านต่าง ๆ เพื่อให้สามารถสร้างสรรค์งานไมซ์ได้ประสบความสำเร็จที่สุดในทุกประเภทธุรกิจ

กลยุทธ์สำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย

กลยุทธ์ที่เหมาะสมกับอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย ซึ่งเป็นกลยุทธ์สำหรับดึงดูดนักท่องเที่ยวไมซ์ ประกอบด้วย (ศุภวรรณ ตีระรัตน์, 2558)

กลยุทธ์ที่ 1 กลยุทธ์การดึงดูดงาน (Win) หมายถึง การส่งเสริมและสนับสนุนให้ประเทศไทยได้รับสิทธิเป็นเจ้าภาพจัดงานไมซ์สำคัญระดับนานาชาติ ให้ได้มากที่สุด ด้วยการประมุขสิทธิ์การจัดการประชุมสัมมนา การแสดงสินค้าและบริการ การประชุมนานาชาติ เพื่อดึงกลุ่มเป้าหมายให้เข้ามาในประเทศไทย

กลยุทธ์ที่ 2 กลยุทธ์การส่งเสริม (Promote) หมายถึง การเสริมสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะศูนย์กลางของอุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาค โดยเน้นให้กลุ่มเป้าหมายจดจำจุดเด่นที่ประเทศไทยมี

กลยุทธ์ที่ 3 กลยุทธ์การพัฒนา (Develop) หมายถึง การพัฒนาความร่วมมือกับพันธมิตร โดยใช้กลยุทธ์ 4 P คือ Public Sector, Private Sector, People, Partnership ซึ่งเป็นการเน้นความร่วมมือจากการทำความตกลงร่วมกันกับเครือข่ายและพันธมิตร

บทสรุป

อุตสาหกรรมไมซ์เป็นอุตสาหกรรมที่เกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจสูง เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีอำนาจซื้อสูง ในขณะเดียวกันก็มีความต้องการสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ เมื่อเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั่วไปแล้ว กลุ่มนักท่องเที่ยวไมซ์จะจัดอยู่ในกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ (Quality Visitors) ทั้งนี้ อุตสาหกรรมในกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีความอ่อนไหวสูง โดยเฉพาะในประเด็นที่เกี่ยวกับภาพลักษณ์ด้านความปลอดภัยของประเทศ และการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจโลก ซึ่งประเทศไทยจำเป็นต้องเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับอุตสาหกรรมไมซ์ไทย ดังนี้

1. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกไมซ์ เพื่อรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรมไมซ์ ซึ่งประเทศไทยจำเป็นต้องเร่งพัฒนาทั้งโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ให้ได้มาตรฐานระดับสากล อาทิ สถานที่จัดประชุม พื้นที่จัดแสดงสินค้า เส้นทางคมนาคมขนส่ง ระบบสื่อสารและโทรคมนาคม บริการด้านโรงแรมและที่พัก เป็นต้น ในขณะเดียวกันก็ต้องมีการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพที่สมบูรณ์ตลอดเวลา เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวถือเป็นปัจจัยสำคัญในอุตสาหกรรมไมซ์

2. การเปิดโอกาสให้เมืองเศรษฐกิจหรือเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญในแต่ละภูมิภาคได้มีบทบาทในอุตสาหกรรมไมซ์มากขึ้น จากการสนับสนุนให้เกิดเมืองแห่งไมซ์ (MICE City) เช่น กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่

พหุวิทยา ภูมิศาสตร์ และขอนแก่น เป็นต้น การเกิดขึ้นของเมืองดังกล่าวจะเป็นสิ่งที่สามารถช่วยรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรมนี้ได้เป็นอย่างดี มีผลในการช่วยกระจายรายได้และโครงสร้างพื้นฐานไปยังส่วนภูมิภาคไม่ให้เกิดกระจุกตัวอยู่เฉพาะในเขตเมืองหลวง และถือเป็นหนึ่งในแนวทางในการผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมไมซ์

3. การเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมไมซ์ โดยการพัฒนาศักยภาพบุคลากรที่เกี่ยวข้องให้มีความรู้ ความสามารถ และมีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการของอุตสาหกรรมที่จะเพิ่มสูงขึ้นในอนาคต ตั้งแต่การให้ความรู้อย่างถูกต้องสำหรับคนรุ่นใหม่ การพัฒนาทักษะปฏิบัติการเชิงวิชาชีพเพื่อเตรียมพร้อมบุคลากรสู่การทำนายใหม่ๆ ไปจนถึงการเพิ่มขีดความสามารถให้แก่ผู้บริหารไมซ์ระดับอาวุโส

4. รูปแบบการจัดประชุมและสัมมนาในปัจจุบันได้มีการใช้เทคโนโลยีด้านการสื่อสารและโทรคมนาคมเข้ามามีส่วนร่วมอำนวยความสะดวก อาทิ การประชุมทางไกล (Teleconference) ซึ่งช่วยให้ผู้เข้าร่วมประชุมที่อยู่คนละสถานที่สามารถประชุมร่วมกันและสามารถโต้ตอบกันได้แบบทันที หรือการจัดส่งข้อมูลระหว่างการประชุมผ่านระบบดิจิทัล เป็นต้น ซึ่งแนวโน้มการนำเทคโนโลยีสื่อสารและโทรคมนาคมมาใช้ในการจัดประชุมและสัมมนาทำให้ประเทศไทยมีความจำเป็นที่จะต้องเตรียมโครงสร้างพื้นฐานทางด้านเทคโนโลยีโทรคมนาคมให้มีความพร้อมและเพียงพอต่อการจัดประชุมและสัมมนาในอนาคต

อภิปราย

หากพิจารณาขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจไมซ์ในประเทศไทยที่มีความทัดเทียมกับประเทศพัฒนาแล้วหลาย ๆ ประเทศ พบว่า มีข้อได้เปรียบด้านค่าใช้จ่ายในการจัดงานที่ไม่สูงมากนักเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่น ๆ สภาพภูมิอากาศที่เหมาะสม ท่าเลที่ตั้งของประเทศไทยที่เป็นจุดศูนย์กลางของภูมิภาค รวมถึงภาพลักษณ์ของประเทศไทยในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย และความโดดเด่นในด้านอสังหาริมทรัพย์ของผู้นั้นซึ่งเป็นที่ยอมรับของชาวต่างประเทศ

ในปัจจุบันประเทศไทยจะมีขีดความสามารถในการรองรับการจัดงานในกลุ่มไมซ์ได้อย่างเพียงพอ แต่การเพิ่มขึ้นของจำนวนการจัดงานและจำนวนนักเดินทางของชาวต่างประเทศในอนาคต ประกอบกับผลจากการรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่จะนำมาซึ่งโอกาสของประเทศไทยในการเป็นศูนย์กลางหรือเป็นเจ้าภาพการจัดงานในกลุ่มไมซ์ของภูมิภาค สถานการณ์ดังกล่าวนำมาซึ่งความเตรียมพร้อมทั้งในเชิงรุกและเชิงรับของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้ประกอบการ ที่ต้องมุ่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและยกระดับการให้บริการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น สถานที่จัดประชุม พื้นที่การจัดแสดงสินค้า เส้นทางคมนาคมขนส่ง ระบบสื่อสารและโทรคมนาคม บริการด้านโรงแรมและที่พัก รวมถึงการเพิ่มจำนวนบุคลากรที่มีความรู้และประสบการณ์ในการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ และภาครัฐก็ให้มีจำนวนเพียงพอและมีคุณภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในจังหวัดที่มีศักยภาพในการเป็นสถานที่จัดงานประชุมในกลุ่มไมซ์ให้สามารถรองรับการจัดงานขนาดใหญ่หรืองานในระดับนานาชาติได้

ข้อเสนอแนะ

1. ปัญหาความไม่เพียงพอของโครงสร้างพื้นฐานและบุคลากร การรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนยังก่อให้เกิดโอกาสสำหรับพื้นที่ต่าง ๆ ที่เป็นเมืองเศรษฐกิจและเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญ เช่น จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดขอนแก่น จังหวัดชลบุรี จังหวัดภูเก็ต เป็นต้น ในการเป็นสถานที่จัดงานในกลุ่มไมซ์ จากเดิมที่การจัดงานมักกระจุกตัวอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล
2. พิจารณาความพร้อมทั้งในเชิงรุกและเชิงรับของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้ประกอบการ ที่ต้องมุ่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและยกระดับการให้บริการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น สถานที่จัดประชุม พื้นที่การจัดแสดงสินค้า เส้นทางคมนาคมขนส่ง ระบบสื่อสารและโทรคมนาคม บริการด้านโรงแรมและที่พัก รวมถึงการเพิ่มจำนวนบุคลากรที่มีความรู้และประสบการณ์ในการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์

References

- Puri Chunkajorn. (2017). The Potential for Thailand to be MICE. *The 5th National Conference*. Ubonratchathani: Ubon Ratchathani Rajabhat University.
- Supawan Teerarat. (2015). Interview with MICE Industry Executives. Retrieved from https://www.businesseventsthailand.com/fileadmin/user_upload/documents/annual-reports/TCEB_Annual_Report_2012.pdf.
- Thailand Conference D-MICE. (2016). Retrieved from <http://www.meetinginthailand.com/>
- Thailand's MICE Industry Report. (2015). Retrieved from www.tceb.or.th/why-thailand/mice-capabilities/mice.../mice-industry-reports/.
- The Travel & Tourism Competitiveness Index. (2015). Retrieved from http://www3.weforum.org/docs/TT15/WEF_Global_Travel&Tourism_Report_2015.pdf.
- Wimon Pankong. (2016). Develop the potential of the Thai MICE industry. Retrieved from <http://www.posttoday.com/biz/aec/column/418422>.



Puri Chunkajorn, Master of Business Administration Program in Retail Business Management, Panyapiwat Institute of Management., Head of Technology Program in Culinary Entrepreneurship Innovation, Rajamangala University of Technology Rattanakosin.



Poonyanuch Leelhasuwan, Master of Business Administration Program, Bangkok University, Assistant Sales Manager - Leisure, Novotel Bangkok Suvarnabhumi Airport Hotel.



Suchada Thongaon, Master of Science (Food Service and Catering Technology), King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang, Lecturer of Foods and Nutrition, Chandrakasem Rajabhat University.