

การพัฒนาความสามารถด้านการแข่งขันในอุตสาหกรรมไมซ์เพื่อรองรับระเบียบเศรษฐกิจภาค
ตะวันออก

Development of Competitiveness in the MICE Industry for the Eastern Economic Corridor

Yaowaluk Chaobanpho, Dr.Jetsalid Angsulanjanakul, Dr.Chaloempol Somkiattikul

E-mail address: yao5022@gmail.com

ABSTRACT

The objective of this research was aimed (1) to analyze the competitiveness in the MICE industry and (2) to investigate the ways to develop the MICE industry in the Eastern Economic Corridor. This is a qualitative research, using the interview method to interview a total of twenty the organizer of the event, Tourism Authority of Thailand and the experts from the Thailand Convention & Exhibition Bureau (Public Organization): TCEB. The results showed that (1) Eastern Economic Corridor has competitiveness in MICE industry mostly on incentive travel, followed meeting, exhibition, and conference), respectively, and (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 policies, and the public and private sector support to accommodate the growth and increased demand for businesses. Key strategies implemented to develop 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.

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

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) วิเคราะห์ความสามารถด้านการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ และ (2) แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในระเบียบเศรษฐกิจภาคตะวันออก ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการสัมภาษณ์ผู้ให้บริการสถานที่จัดงาน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย รวมทั้งผู้เชี่ยวชาญจากสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) จำนวน 20 ราย ผลการวิจัยพบว่า (1) ระเบียบเศรษฐกิจภาคตะวันออกมีความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมไมซ์ โดยมีความสามารถในการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive) มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการจัดประชุมขนาดเล็ก (Meeting) ด้านการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibition) และด้านการประชุมขนาดใหญ่ (Conference) ตามลำดับ และ (2) ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จและผลักดันให้ระเบียบเศรษฐกิจภาคตะวันออกเป็น "นครแห่งไมซ์"

คือ นโยบายการพัฒนาอย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรม และการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชนในการรองรับ การขยายตัวและรองรับปริมาณความต้องการที่เพิ่มขึ้นของธุรกิจ โดยกลยุทธ์สำคัญในการพัฒนา ความสามารถด้านการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์คือ การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ รองลงมาคือ การ ปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและบุคลากรใน อุตสาหกรรมไมซ์ และการปรับปรุงระบบโลจิสติกส์ ตามลำดับ

คำสำคัญ: การพัฒนาความสามารถด้านการแข่งขัน, อุตสาหกรรมไมซ์, ระเบียบเศรษฐกิจภาคตะวันออก

บทนำ

ปัจจุบันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้กลายเป็น อุตสาหกรรมที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบ เศรษฐกิจของโลก ซึ่งเป็นที่ยอมรับกันว่าเกือบจะทุก ประเทศในโลกนี้ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้ เจริญเติบโตจนกลายเป็นสินค้าหลักในระบบ การค้าระหว่างประเทศอย่างรวดเร็ว และในหลาย ประเทศอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มี ความสำคัญอยู่ในระดับที่ 1-3 ของ 10 อันดับแรก ในอุตสาหกรรมสำคัญของประเทศนั้น ๆ อีกด้วย (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2559ก)

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นหนึ่งใน อุตสาหกรรมหลักของโลกที่ช่วยขับเคลื่อนการ พัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ โดยเป็น อุตสาหกรรมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ตามสภาพการณ์โลกและพฤติกรรมของผู้บริโภค ดังนั้นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยจึงต้องมีการ ปรับตัวตามกระแสโลกที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา รวมทั้งวางแผนการพัฒนาให้สอดคล้องกับ ความต้องการของตลาดเพื่อรักษาและพัฒนาขีด ความสามารถด้านการท่องเที่ยวของประเทศ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560, หน้า 3)

ดังนั้นรัฐบาลไทยจึงนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว อย่างต่อเนื่องและการท่องเที่ยวกลายเป็นแหล่งที่มา ของเงินตราต่างประเทศที่สำคัญที่สุด ดังนั้น อุตสาหกรรมจึงถือได้ว่าเป็นพลังขับเคลื่อนทาง เศรษฐกิจที่แสดงบทบาทเด่นชัดในแต่ละปีที่ผ่านมา ความสำเร็จโดยรวมหรือบางส่วนนั้น ย่อมมาจาก พลังของฟันเฟืองหรือพลังขับเคลื่อนทั้งส่วนเล็กและ ส่วนน้อยที่ช่วยกันผลักดันให้อุตสาหกรรมนี้ เคลื่อนไหวไปข้างหน้าอย่างไม่หยุดยั้ง และแสดง บทบาทนำในการเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการขยายตัว ทางเศรษฐกิจซึ่งนำไปสู่การจ้างงาน สร้างอาชีพ การกระจายรายได้และการลงทุนในธุรกิจที่ เกี่ยวเนื่องมากมายหลายสาขา

นอกจากนี้ ธุรกิจในการท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นธุรกิจบริการและกระจายตัวตามภูมิภาค ต่างๆ ภาคการท่องเที่ยวจึงเป็นแหล่งสร้างการจ้าง งานที่สำคัญกว่า 4,230,000 คน สร้างรายได้ภาษี แก่รัฐ ประมาณ 64,200 ล้านบาท และก่อให้เกิดมูลค่า การลงทุนในประเทศอีก ประมาณ 93,600 ล้าน บาท ทั้งนี้ ภาคการท่องเที่ยวยังมีบทบาทสำคัญใน การกระจายประโยชน์ทางเศรษฐกิจสู่ภูมิภาคต่างๆ โดยในปีที่ผ่านมา ภาคการท่องเที่ยวได้สร้าง

มูลค่าเพิ่ม (ทางตรง + ทางอ้อม) ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวทั้ง 8 แห่ง รวมประมาณ 407,000 ล้านบาท โดยเขตพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีมูลค่าเพิ่มจากการท่องเที่ยวสูงสุด 2 อันดับแรกเป็นเขตพัฒนาการท่องเที่ยวทางทะเล/ชายฝั่ง คือ เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอันดามัน และเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาจากสัดส่วนมูลค่าเพิ่มจากการท่องเที่ยวต่อมูลค่าเพิ่มทั้งหมดในแต่ละพื้นที่ พบว่า เขตพัฒนาการท่องเที่ยวที่ภาคการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจในพื้นที่มากที่สุด 2 อันดับแรก คือ เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอันดามันซึ่งมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 43.3 และเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ร้อยละ 10.5 ตามลำดับ (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2560)

สถานการณ์การท่องเที่ยวของไทยในช่วงไตรมาสแรกของปี พ.ศ. 2560 มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.41 และมีรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.94 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา เนื่องจากค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนที่เพิ่มขึ้น ในขณะที่คนไทยมีการท่องเที่ยวในประเทศเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.43 ส่งผลให้รายได้ขยายตัวร้อยละ 6.53 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560, หน้า 2)

ธุรกิจการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติ หรือ MICE (Meeting Incentive Convention and Exhibition) เป็นตลาดท่องเที่ยวเชิงกิจกรรม และความสนใจเฉพาะ (Niche Market) ถือได้ว่าเป็นธุรกิจหนึ่งในด้านการท่องเที่ยวที่ทำรายได้เข้า

ประเทศในแต่ละปีเป็นจำนวนมาก และช่วยกระจายรายได้ไปยังภาคธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรง ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจโรงแรม หรือธุรกิจที่พ่วงตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ภัตตาคาร ร้านอาหาร ธุรกิจให้บริการออกแบบ และตกแต่งพื้นที่แสดงสินค้า เป็นต้น จากข้อมูลของ GBTA Global BTI Outlook (2016) สรุปรวมการเติบโตของประเทศต่างๆ 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 BridgeStreet Hospitality Bleisure Study แสดงให้เห็นแนวโน้มในการเดินทางเชิงธุรกิจในอนาคตด้านการประชุมและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลว่าการจัดโปรแกรมการประชุมองค์กรมักจะต้องมีการบรรจุกิจกรรมเพื่อประโยชน์ต่อสังคม (CSR) ไว้ด้วยเสมอ และมีแนวโน้ม Work Along with Play หรือ Business Travel with Pleasure (Bleisure) คือ การเดินทางเพื่อกิจกรรมทางธุรกิจควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวมากขึ้น และจากสถิติของ ICCA ในปี พ.ศ. 2558 พบว่า ประเทศในภูมิภาคเอเชียที่ได้รับความนิยมสูงสุด คือ ญี่ปุ่น รองลงมาคือ จีนและเกาหลีใต้ ส่วนประเทศไทยได้รับความนิยมเป็นลำดับที่ 5 ของภูมิภาค โดยมีกรุงเทพฯ, เชียงใหม่ และพัทยา ได้รับความนิยมเป็นอันดับที่ 4, อันดับที่ 34 และอันดับที่ 56 ของทวีปเอเชีย ตามลำดับ (ฝ่ายการตลาดและภาพลักษณ์

องค์กร, 2560, หน้า 18-25) แม้หลายประเทศในภูมิภาคจะมีการวางเป้าหมายเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งตลาด MICE แต่ประเทศไทยถือได้ว่ามีความพร้อมและมีศักยภาพในการขยายตัวของตลาดนี้ โดยรัฐบาลดำเนินนโยบายเชิงรุกเพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของเอเชีย และมีการวางเป้าหมายให้เป็นศูนย์กลางการจัดประชุมและนิทรรศการของเอเชีย ทำให้การแข่งขันในธุรกิจ MICE มีแนวโน้มสูงขึ้น เนื่องจากมีผู้ประกอบการรายใหม่ลงทุนธุรกิจ MICE ในพื้นที่ต่างๆ จึงทำให้ผู้ประกอบการต้องปรับกลยุทธ์ในรูปแบบที่แตกต่างกัน

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 จะเป็นจุดเริ่มต้นให้เกิดการลงทุนเพิ่มด้านโรงแรม สถานที่ท่องเที่ยวแหล่งใหม่ๆ และดำเนินกลยุทธ์ด้านการตลาดในการพัฒนาให้เป็นศูนย์กลางการจัดการแสดงสินค้า เพื่อเปิดโอกาสให้

ทั่วโลกได้รับรู้ว่าประเทศไทยไม่ได้มีเพียงกรุงเทพมหานครเท่านั้น ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันของอุตสาหกรรมไมซ์ วิเคราะห์ความสามารถด้านการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ ตลอดจนแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในระบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก เพื่อยกระดับให้ระบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออกเป็นเมืองแห่งการประชุมในระดับภูมิภาค (Regional Level)

การทบทวนวรรณกรรม

อุตสาหกรรมไมซ์ (MICE)

อุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) หมายถึง กลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการจัดประชุมองค์กรการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดประชุมนานาชาติ และการจัดแสดงนิทรรศการ โดยมีการจัดการที่ดีและสมบูรณ์อย่างมีอาชีพ ทั้งด้านการบริการด้านสถานที่ด้านการจัดประชุม ด้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านเครื่องมือและสิ่งอำนวยความสะดวก การบริการรับส่งสินค้าที่จะจัดแสดง ดันพิธีการศุลกากร ฯลฯ ซึ่งประกอบด้วย 4 กลุ่มธุรกิจ ได้แก่ ธุรกิจการจัดประชุมขององค์กร (Meeting: M) ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive: I) ธุรกิจการประชุมนานาชาติ (Convention: C) และการจัดงานแสดงสินค้า (Exhibitions: E) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2554, หน้า 4)

1. ธุรกิจการจัดประชุมขององค์กร (Meeting: M) เป็นการจัดประชุมของกลุ่มบุคคลในองค์กรเดียวกันหรือสมาคมเดียวกัน อาจจัดประชุมระดับนานาชาติ ระดับภูมิภาค ระดับนานาชาติ หรือ

ระดับภายในประเทศก็ได้ โดยเป็นการประชุมเฉพาะกิจหรือวางแผนล่วงหน้า

2. ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive: I) เป็นการจูงใจเพื่อเป็นรางวัลแก่พนักงานหรือบุคคลที่สามารถดำเนินงาน โดยบริษัทเป็นผู้ให้รางวัลและผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวทั้งหมด โดยมีทั้งในรูปแบบรายบุคคลและกลุ่ม ซึ่งการให้รางวัลท่องเที่ยวที่เป็นสิ่งจูงใจให้บุคคลทำงานมากกว่าเงินหรือสินค้าและเป็นแรงเสริมที่ดีในการทำงานของพนักงาน

3. ธุรกิจการประชุมนานาชาติ (Convention: C) เป็นการประชุมเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น คำปรึกษาหารือหรือการแก้ไขปัญหาของกลุ่มบุคคลซึ่งอยาในสายอาชีพเดียวกัน ต่างกัน หรือใกล้เคียงกัน มีการใช้เวลาในการเลือกสถานที่นาน

4. การจัดงานแสดงสินค้า (Exhibitions: E) เป็นการจัดแสดงกิจกรรมที่มีหลายจุดมุ่งหมาย หรือหลายๆ เรื่องมาจัดเป็นหมวดหมู่ เพื่อนำเสนอสินค้าหรือบริการให้กับลูกค้าที่กำลังซื้อหรือผู้ที่สนใจในข้อมูลของสินค้าดังกล่าว โดยเป็นการจัดกิจกรรมเพื่อแสดงสินค้าหรือบริการให้กับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้บริหาร ผู้ประกอบการหรือนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ 3 ประเภทคือ กลุ่มผู้จัดการประชุมและผู้เข้าร่วมประชุม กลุ่มผู้แสดงสินค้าและผู้เยี่ยมชมการแสดง และกลุ่มผู้ให้การสนับสนุนผู้ได้รับรางวัลการท่องเที่ยว ซึ่งอาจจัดในระดับนานาชาติ หรือระดับภูมิภาคหรือระดับชาติก็ได้

ระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก (Eastern Economic Corridor: EEC)

ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก หมายถึง พื้นที่ในบริเวณจังหวัดฉะเชิงเทรา ชลบุรี และระยอง และรวมถึงเขตจังหวัดอื่นหรือเกี่ยวข้อซึ่งมีศักยภาพในการพัฒนาด้วยความพร้อมด้านการคมนาคม การขนส่ง โครงสร้างพื้นฐาน ความต้องการของผู้ประกอบการ การจัดหาทรัพยากรต่างๆ และความเชื่อมโยงกับศูนย์กลางเศรษฐกิจอื่นๆ จัดตั้งขึ้นเพื่อส่งเสริมการค้าและการลงทุนและการอำนวยความสะดวกในการประกอบกิจการอันเป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ และเพื่อกระจายการพัฒนาไปยังพื้นที่ต่างๆ โดยเหมาะสมกับศักยภาพของพื้นที่อันเป็นการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ทั่วถึง (ราชกิจจานุเบกษา, 2560, หน้า 30)

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

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้บริการสถานที่จัดงาน บุคลากรขององค์กรหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ผู้มีส่วนได้เสีย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย รวมทั้งผู้เชี่ยวชาญจากสำนักงานส่งเสริมการ

จัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
จำนวน 20 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ในประเด็นเกี่ยวกับ (1) สถานการณ์ปัจจุบันของอุตสาหกรรมไมซ์ (2) ความสามารถด้านการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ และ (3) แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในระบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ ได้จากการสัมภาษณ์ด้วยแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก

2. ข้อมูลทุติยภูมิ ด้วยการศึกษาวិเคราะห์เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ หนังสือ ตำรา เอกสารสิ่งพิมพ์ ตลอดจนบทความ ข่าวสาร ต่างๆ และข้อมูลจากสื่ออินเทอร์เน็ตของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์เพื่อสรุปประเด็นเป็นการวิเคราะห์เนื้อหาโดยการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสำรวจ การสัมภาษณ์ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ การบันทึกเสียง และการถ่ายภาพ แล้วนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ เทปบทสนทนา เนื้อความจากเอกสาร ภาพถ่าย ดำเนินการจัดแบ่งประเภทของข้อมูลตามวัตถุประสงค์ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลและตรวจสอบกับข้อมูลที่ได้จากแหล่งอื่นๆ สรุปผลการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัย

1. วิเคราะห์ความสามารถด้านการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์

ระบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออกมีความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมไมซ์โดยมีความสามารถด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (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 ดังนั้นจึงกำหนดแผนการลงทุนระบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออกเพื่อเชื่อมโยงเส้นทางการคมนาคม เป็นทั้งจุดเชื่อมโยงสู่ทุกภูมิภาคทั่วประเทศ และให้ภาคตะวันออกของไทยเป็นประตูสู่เมียนมา เวียดนาม ลาว กัมพูชา และจีนตอนใต้ ด้วยเหตุนี้ จึงทำให้ EEC สามารถเดินทางได้อย่างสะดวก

และสามารถเดินทางเข้าถึงยังสถานที่ต่างๆ ได้ง่าย และสามารถเดินทางไปยังสถานที่จัดประชุมได้สะดวก ทั้งรถยนต์ส่วนตัวและรถโดยสารต่างๆ

1.2 ด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive)

EEC มีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ 3 จังหวัด ยังประกอบด้วย ท่าจอดเรือท่องเที่ยว, เรือเฟอร์รี่, ศูนย์แสดงศิลปวัฒนธรรม, หอประชุม, สวนสนุก และศูนย์แสดงสินค้านานาชาติ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวทางทะเลที่สำคัญ เช่น อ่าวบางแสน อ่าวพัทยา เกาะเสม็ด เกาะสีชัง เป็นต้น ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม เป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างประเทศ กระตุ้นให้เกิดการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวใน EEC เพิ่มขึ้นและจำนวนมากขึ้นในทุกๆ ปี โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดงานเที่ยวเป็นหมู่คณะให้กับพนักงานหรือตัวแทนขายเพื่อตอบแทนที่ทำงานได้ตามเป้าหมายขององค์กร

1.3 ด้านการประชุมขนาดใหญ่ (Conference)

EEC มีความพร้อมต่อการจัดประชุมขนาดใหญ่ระดับนานาชาติได้ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของสถานที่ โรงแรม การเดินทาง บุคลากร ความพร้อมด้านอุปกรณ์ การอำนวยความสะดวก นอกจากนี้ สถานที่ในการจัดประชุมยังมีขนาดใหญ่ เช่น ศูนย์ประชุมพีช (Pattaya Exhibition and Convention Hall: PEACH), Star Convention Hotel (Star Hotel), โรงแรมชันธารา เวลเนส รีสอร์ท เป็นต้น ซึ่งมีขีดความสามารถในการรองรับการจัดประชุมขนาดใหญ่

และรองรับการจัดประชุมและแสดงสินค้าในระดับนานาชาติที่จะเพิ่มมากขึ้นในอนาคต รวมทั้งสถานที่พัก เช่น โรงแรม รีสอร์ท มีเป็นจำนวนมากกระจายอยู่ทั่วทั้ง 3 จังหวัด ที่จะสามารถอำนวยความสะดวกแก่ผู้ที่เดินทางมาพักผ่อน ท่องเที่ยว หรือมาจัดประชุมสัมมนา และแสดงสินค้าใน EEC ได้เป็นอย่างดี

1.4 ด้านการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibition)

EEC มีความหลากหลายทางด้านวัฒนธรรม ซึ่งถือเป็นเอกลักษณ์สำคัญของภูมิภาคนี้ ซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดใจชาวไทย และชาวต่างชาติรวมทั้งนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE ให้มีการตัดสินใจมาท่องเที่ยว เนื่องจาก EEC มีความหลากหลายทั้งแหล่งท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางกีฬา แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล ซึ่งเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายทั้งในและต่างประเทศ

2. แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ ในระบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก

ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จและผลักดันให้ระบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออกเป็น “นครแห่งไมซ์” คือ นโยบายการพัฒนาอย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรม และการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชนในการรองรับการขยายตัวและรองรับปริมาณความต้องการที่เพิ่มขึ้นของธุรกิจ โดยกลยุทธ์สำคัญในการพัฒนาความสามารถด้านการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์คือ การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ รองลงมาคือ การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ และ

การปรับปรุงระบบโลจิสติกส์ ตามลำดับ เมื่อพิจารณารายละเอียดแต่ละด้านปรากฏผลดังนี้

2.1 ด้านการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์

หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนในพื้นที่ EEC มีการวางแผนและกำหนดนโยบายการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ไว้ทั้งระยะสั้นและระยะยาวเพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายจากทางรัฐบาล โดยจังหวัดในกลุ่ม EEC ได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์ MICE CITY เพื่อยกระดับจังหวัดระยะของให้เป็นเมืองแห่งการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดประชุมองค์การนานาชาติ และงานแสดงสินค้านานาชาติ ที่มีคุณภาพและมาตรฐาน เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและได้รับการยอมรับในระดับประเทศและระดับสากล โดยกลยุทธ์นั้นคือ ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และการตลาดไมซ์แบบมุ่งเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายขึ้นเพื่อเชื่อมโยงกับกิจกรรมไมซ์พัฒนาและยกระดับบุคลากรที่มีส่วนสนับสนุนอุตสาหกรรมไมซ์ในพื้นที่ให้ได้มาตรฐานและยกระดับมาตรฐานที่พักสำหรับกลุ่มไมซ์ และพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสนับสนุนการจัดกิจกรรมไมซ์

2.2 ด้านการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐาน

หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ในพื้นที่ EEC ต้องปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐาน ทั้งนี้ เมื่อกลุ่ม EEC เป็น “นครแห่งไมซ์” จะจำเป็นต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับการพัฒนาการเปลี่ยนแปลง ซึ่งเป็นการแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการแข่งขันในการบริหารจัดการ

อุตสาหกรรมไมซ์ของกลุ่ม EEC ทั้งนี้ รัฐบาลได้มีการจัดสรรงบประมาณเพื่อปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐานไว้เรียบร้อยแล้ว โดยเน้นการพัฒนาโครงข่ายคมนาคมขนส่งในพื้นที่ภาคตะวันออก โครงข่ายขนส่งทางน้ำ ทั้งท่าเรือแหลมฉบัง เฟส 3 การเชื่อมโยงการขนส่งรถไฟ-ท่าเรือ อุตสาหกรรมมาตามาศ พุด ขยายมอเตอร์เวย์ กรุงเทพฯ-ชลบุรี ต่อถึงพัทยา-แหลมฉบัง และแผนมอเตอร์เวย์ในอนาคตแหลมฉบัง-นครราชสีมา เช่นเดียวกับทางรถไฟที่จะเป็นการโครงข่ายหลักขนส่งสินค้า กำลังทำรถไฟทางคู่ฉะเชิงเทรา-คลองลึบเก่า-แก่งคอย และกำลังศึกษาารถไฟทางคู่ กรุงเทพฯ-ระยอง ส่วนโครงข่ายขนส่งทางอากาศ พัฒนาอู่ตะเภาเป็นสนามบินเชิงพาณิชย์แห่งที่ 3 อย่างเต็มรูปแบบ รองรับการพัฒนาเศรษฐกิจภาคตะวันออก เชื่อมโยงกับสนามบินดอนเมือง และสุวรรณภูมิ รวมทั้งจะทำให้เป็นศูนย์กลางอู่ท่าอากาศยานเพื่อลดการสูญเสียเงินตราต่างประเทศ พัฒนาท่าเรือน้ำลึกจุกเสม็ดเป็นที่จอดเรือสำราญ เรือยอชต์ และเรือข้ามฟากพัทยา-จุกเสม็ด-ชะอำ ลดเวลาเดินทางระหว่างภาคตะวันออกกับภาคใต้ ซึ่งการปรับปรุงและพัฒนาดังกล่าวจะส่งผลให้เกิดการเดินทางมาใช้บริการของธุรกิจอุตสาหกรรมไมซ์ได้อย่างเต็มรูปแบบต่อไปในอนาคต

2.3 ด้านการปรับปรุงระบบโลจิสติกส์

พื้นที่ EEC มีจุดแข็งในด้านพื้นที่ภูมิศาสตร์ที่มีศักยภาพด้านสถานที่ในการรองรับอุตสาหกรรมไมซ์ เนื่องจากมีทรัพยากรเป็นตัวดึงดูด มีเอกลักษณ์ทางทรัพยากรทางธรรมชาติ ซึ่งถือได้ว่า EEC เป็นเมืองท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูด

เกิดการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวและจัดประชุมได้ด้วย ประกอบกับ EEC มีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน การคมนาคม และระบบโลจิสติกส์ ซึ่งรัฐบาลได้ให้การสนับสนุนงบประมาณในการปรับปรุงและพัฒนาอย่างเต็มที่ นอกจากนี้ EEC ยังมีโครงข่ายการคมนาคมที่สะดวก ทั้งทางบก ทางอากาศ และทางทะเล ซึ่งหากปรับปรุงและพัฒนาโครงข่ายการคมนาคมดังที่รัฐบาลวางแผนไว้เรียบร้อยแล้วจะทำให้มีผู้มาใช้บริการอุตสาหกรรมไมซ์เพิ่มมากขึ้นในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

1. ภาครัฐ ควรพัฒนางานด้านส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์อุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยอย่างต่อเนื่องด้วยการพัฒนาแคมเปญต่าง เพื่อเสนอขายจุดเด่นของประเทศไทยที่เป็นประเทศที่มีศักยภาพและความคุ้มค่าในการจัดงานไมซ์ ทั้งในด้านความพร้อมของศูนย์จัดประชุมแะงานแสดงสินค้า การคมนาคม การขนส่ง และระบบบริหารจัดการแบบมืออาชีพ รวมถึงการมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามและหลากหลาย มีวัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์และสง่างาม มีการบริการและมิตรไมตรีอย่างไทย พร้อมทั้งจะต้อนรับและสร้างความประทับใจให้ทุกคนที่มาเยี่ยมเยือนเสมอ

2. ภาครัฐ ควรรวมตัวกันของสมาชิกจากภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก เพื่อขยายธุรกิจ ในอุตสาหกรรมไมซ์และพัฒนาภูมิภาคเอเชียให้เป็นผู้นำในอุตสาหกรรมการจัดประชุมสัมมนา และการแสดงสินค้าของโลก เพื่อที่จะสร้างความแข็งแกร่ง

ร่วมกัน และร่วมกันขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ของเอเชียให้สามารถแข่งขันได้ในระดับโลก โดยมุ่งเน้นการทำงานในด้านการทำการตลาดและการสร้างแบรนด์โดยใช้สื่อดิจิทัลเข้ามาช่วย

3. ภาครัฐ ควรนำผู้ประกอบการภาคเอกชนเข้าร่วมงานเทรดโชว์ และโรดโชว์ในประเทศเป้าหมายเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการไทยได้เสนอสินค้าและบริการด้านไมซ์แก่ผู้ซื้อจากทั่วโลก

4. ภาครัฐ ควรนำโครงการไมซ์ซิตี (MICE City) เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในเมืองที่มีศักยภาพด้านการแข่งขัน ในเรื่อง Zoning ของแหล่งท่องเที่ยวโดยการปรับปรุงกฎระเบียบสำหรับพื้นที่ท่องเที่ยวพิเศษ เช่น การยกเว้นเวลา และสถานที่ในเรื่องของแอลกอฮอล์ หรือ Duty Free หรือการเพิ่มเติมในส่วนของแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ เช่น Pattaya on Pier ที่พักแบบ Long Stay และเรื่องของการศึกษา เป็นต้น

5. พัฒนาระบบ Logistic เช่น การจัดทำอุโมงค์หรือสะพานข้ามจุดตัด หรือทางแยกเพื่อรองรับปริมาณรถ และนักท่องเที่ยวที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคต พัฒนาระบบรถไฟความเร็วสูงเชื่อมต่อระหว่างสุวรรณภูมิ กับอู่ตะเภา โครงการระบบรถไฟฟ้าแบบ Tram หรือรางบนพื้นที่ในพื้นที่เมืองพัทยา เพื่อลดปัญหาการจราจร ไม่บดบังภูมิทัศน์ เพิ่มความสะดวกแก่ผู้สูงอายุ คนพิการ และเชื่อมโยงกับระบบคมนาคมหลัก การพัฒนาสนามบินอู่ตะเภา ให้เป็นสนามบินเชิงพาณิชย์เต็มรูปแบบ และการพัฒนาท่าเทียบเรือน้ำลึกจุกเสม็ดให้เป็น Cruise Terminal เพื่อรองรับเรือสำราญจาก

ต่างประเทศ โดยเฉพาะการเป็น Home Port และ
ท่าเรือ Ferry เชื่อมโยงเส้นทางในประเทศ

6. พัฒนาและแก้ไขปัญหาลิ่งแควดล้อม
โดยเฉพาะการจัดการปัญหาขยะ การแก้ไขปัญหาระบบ
สาธารณสุขภูมิภาค ทั้งไฟฟ้า ประปา การดูแลชุมชน

ที่ได้รับผลกระทบจากการขยายตัวของเศรษฐกิจ การ
ดูแลจัดสรรงบประมาณเพื่อการศึกษาและฟื้นฟู
ลิ่งแควดล้อมในพื้นที่ และมาตรการอำนวยความสะดวก
แก่แรงงานต่างชาติ

เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว. 2560. รายงานวิจัยทัศนการณ์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2579. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กุลลดา คำสุวรรณ. 2559. โครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก. สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2560, จาก http://m.prachachat.net/news_detail.php?
- ธนาคารกสิกรไทย. 2560. ภาคท่องเที่ยวปี 59 ดันรายได้ 17% ของจีดีพี. สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2560, จาก https://aecplusadvisory.asccb.com/TH/Thailand/FlashNews/Pages/Thailand_news_20170222_2.aspx
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2554. ธุรกิจไมซ์ (ธุรกิจจัดประชุมขององค์กร ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ ธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้า) = MICE business. กรุงเทพฯ: เวิร์นซ่าหลวง พรินติ้ง.
- ฝ่ายการตลาดและภาพลักษณ์องค์กร. 2560. Thailand's MICE Industry Strategy in FY 2017. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน).
- ราชกิจจานุเบกษา. 2560. คำสั่งหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติ ที่ 2/2560 เรื่อง การพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก. เล่ม 134 ตอนพิเศษ 19 ง.
- เรวดี แก้วมณี. 2557. จับตาระยะของ ชลบุรี และฉะเชิงเทรากลุ่มจังหวัดเป้าหมายในการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC). สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2560, จาก <http://www.oie.go.th/article/>
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2559ก. โรงแรม ทัวร์ บูมรับกระแสท่องเที่ยวโต. สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2560, จาก <https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEAnalysis/Documents/HotelTourGrowthTourismTrend.pdf>
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2559ข. ระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC): นโยบายสนับสนุนอุตสาหกรรมแห่งอนาคต. สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2560, จาก <http://rss.thaichamber.org/upload/fspsckyuzo103120169812.pdf>

- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. 2560. ธุรกิจโรงแรมแข่งขันรุนแรงขึ้น คาดปี'60 รายได้ธุรกิจโรงแรมขยายตัวร้อยละ 3.75-5.5. สืบค้นเมื่อ 1 มีนาคม 2560, จาก http://portal.settrade.com/brokerpage/IPO/Research/upload/2000000314699/2826_p.pdf
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว ฉบับที่ 7 ม.ค.-มี.ค. 2560. กรุงเทพฯ: เอ็กเซลเลนซ์ บิซิเนส แมเนจเม้นท์.
- Thaipublica. 2559. วิจัยกรุงศรี ชี้การแผนลงทุน EEC หนุน 3 ธุรกิจเป้าหมาย 4 ธุรกิจต่อเนื่อง ดันเศรษฐกิจภาคตะวันออกโตแรงนับจากปี'61. สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2560, จาก <http://thaipublica.org/2016/11/krungsri-research-eeec/>