

แนวคิดการจัดการการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจไมซ์ในบริบท-ของพื้นที่อำเภอหัวหิน

MICE; Business Tourism Management Concept in the Context of Huahin District

สมชาย กระแจะเจิม, อธิรัช สิริวรศิริ,

จิตติมา ให้อยอง และ สุพัตรา ยอดสุรางค์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์วิทยาเขตวังไกลกังวล

Somchai Krajaejerm, Athithat Sirawaritsara,

Thitima Holomyong and Supattra Yodsurang

Rajamongala University of Technology Rattanakosin (RMUTR)

Wang Klai Kangwon Campus

Corresponding Author, Email: krajaejersomchai@gmail.com

บทคัดย่อ

การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจไมซ์ เป็นธุรกิจการจัดงานที่มอบโอกาส และประสบการณ์ให้กับผู้เข้าร่วมงาน ได้มีเวทีแลกเปลี่ยนความรู้และสร้างโอกาสทางธุรกิจเพื่อเป็นพลังขับเคลื่อนทุกอุตสาหกรรมของไทยต่อไปในอนาคต เป็นอุตสาหกรรมที่พัฒนาการจัดงานทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการประชุมบริษัทและสมาคม ทั้งในระดับองค์กร ภูมิภาค ไปจนถึงระดับนานาชาติ เป็นการจัดงานที่มุ่งเน้นบริการนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมการประชุมและงานแสดงสินค้าเป็นหลัก ซึ่งส่วนใหญ่ล้วนเป็นกิจกรรมที่สำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ บทความนี้มีวัตถุประสงค์ 4 ประการ (1) เพื่อนำเสนอความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดการจัดการการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจไมซ์ (2) เพื่อทบทวน อธิบายและวิเคราะห์การจัดการการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจไมซ์ (3) เพื่อสำรวจความพร้อมการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจไมซ์ในพื้นที่อำเภอหัวหินและ(4)เพื่อนำเสนอประเด็นการจัดการการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจไมซ์ที่เหมาะสมกับพื้นที่อำเภอหัวหินการศึกษาในครั้งนี้ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการศึกษาเอกสารและใช้วิธีการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลแบบแก่นสาระข้อเสนอในการศึกษานี้คือ แนวคิดการจัดการการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจไมซ์ที่เหมาะสมกับพื้นที่อำเภอหัวหินควรเริ่มที่ระดับ โดยเริ่มจาก การส่งเสริมธุรกิจการจัดการประชุมขององค์กร และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเป็นลำดับแรก และเมื่ออำเภอหัวหินสามารถสร้างความพร้อมทางกายภาพเพิ่มเติมในส่วนของการส่งเสริมการจัดการประชุมนานาชาติ และการจัดการแสดงสินค้าและนิทรรศการเป็นลำดับต่อไป

คำสำคัญ: การจัดการการ; การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจไมซ์; อำเภอหัวหิน

Abstracts

MICE business tourism. It is an event business that offers opportunities and experiences for the participants to have a forum to exchange knowledge and create business opportunities to be the driving force for all industries in Thailand in the future. It is an industry that develops business events related to corporate and association meetings. Both at the corporate, regional and international level. It is an event mainly aimed at serving business people attending conventions and trade shows. Most of which are activities that are important to the country's economy. This article has four objectives: (1) to present knowledge and understanding of MICE business tourism management concept; (2) to review, explain and analyze MICE business tourism management. (3) to survey the readiness of MICE business tourism in Hua Hin District and (4) to present the issue of MICE business tourism management that is suitable for the Hua Hin District area. The data was collected by studying the documents and using the quintessential data analysis and synthesis method. The management of MICE business tourism suitable for the area in Hua Hin District should start at a level. Starting from the promotion of corporate meeting business and tourism as a reward first. And when Hua Hin District can build physical readiness, it will add to the promotion of international conferences and exhibitions and exhibitions next.

Keywords: Management, MICE; Business tourism, Huahin District

บทนำ

ในปัจจุบัน การท่องเที่ยวได้รับความนิยมมากขึ้น เพราะ lifestyle ของคนพัฒนาไปเป็นแบบ Modern รูปแบบการท่องเที่ยวในปัจจุบันการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลาย และเน้นความยั่งยืน มีการผสมผสาน วัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญา และความเป็นไทยเพื่อสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว ทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวกระจายไปยังภูมิภาคต่าง ๆ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยว ในเมืองรองมากขึ้นในช่วงเวลาดังกล่าว ซึ่งภาครัฐและเอกชนได้มีมาตรการสนับสนุนและกระตุ้นการท่องเที่ยว จากนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยเฉพาะการท่องเที่ยวในเมืองรองเพื่อการกระจายและสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน ส่งผลให้รายได้จากการท่องเที่ยวเมืองรองในปี 2564 มีอัตราเพิ่มขึ้นอยู่ที่ร้อยละ 24.91 ซึ่งมากกว่าปี 2563 ที่ผ่านมาอย่างสูง ทั้งนี้ หากพิจารณาจากสัดส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวเมืองรองในช่วงปี 2561 เป็นต้นมานั้น พบว่ามีค่าเฉลี่ยสัดส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวเมืองรองอยู่ที่ร้อยละ 16.3 ซึ่งยังต้องดำเนินการกระตุ้น และสนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยวในเมืองรองมากยิ่งขึ้น เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดให้มีอัตราส่วนรายได้ จากการท่องเที่ยวเมืองหลักร้อยละ 80 และเมืองรองร้อยละ 20 อีกทั้งประเทศไทยยังคงต้องให้ความสำคัญ ในการส่งเสริม และพัฒนาการท่องเที่ยวในเมืองรองอย่างต่อเนื่อง การประชุม เฉพาะกิจของกลุ่มบุคคลหรือองค์กรการจ้ดนำเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแก่พนักงานการประชุมโดย สมาคม และองค์กรระดับนานาชาติ และการจัดงานแสดงสินค้า ส่วนการท่องเที่ยวเป็น วัตถุประสงค์รอง (ยาวลักษณ์

ชาวบ้านโพธิ์, 2560 : 56-65) การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ (Business Tourism) คือการท่องเที่ยวเพื่อการประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการท่องเที่ยวเพื่อจัดนิทรรศการนานาชาติ โดยมี วัตถุประสงค์การเดินทางเพื่อธุรกิจเป็นหลัก การท่องเที่ยวเป็นรอง เช่น ติดต่อประสานงาน เจรจาธุรกิจ เช่นสัญญาธุรกิจ ฝึกอบรม ประชุม สัมมนา การจัดนิทรรศการหรืองานแสดงสินค้า เป็นต้น แต่อาจมีระยะเวลาในการหยุดพักผ่อน 2 - 3 วัน แทรกอยู่ในการเดินทางนั้น (ณัฐกานต์ รัตนพันธุ์ และคณะ, 2560 : 66- 78) “MICE” (Meeting, Incentive, Convention, และ Exhibition) คือธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดประชุมบริษัทข้ามชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การประชุมนานาชาติ และการจัดนิทรรศการไมซ์เป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (สุนทรี ทับมาโนช, 2562 : ออนไลน์) ทั้งนี้ ในการพัฒนาเมือง MICE ได้นั้น จำเป็นที่จะต้องมียอดประกอบสำคัญ ทั้งหมด 6 ด้าน ได้แก่ โครงสร้างพื้นฐาน ความมั่นคงและปลอดภัย ภาพลักษณ์และสิ่งดึงดูดใจ สิ่งอำนวยความสะดวก การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ และเอกชนที่อยู่ในท้องถิ่น บุคลากรด้าน MICE หัวหินจึงสามารถเป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยว และเป็นจุดหมายยอดนิยมสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเพื่อสัมผัสวัฒนธรรม และขนบวิถีแบบดั้งเดิม อีกทั้ง มีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวเชิงธุรกิจจำนวนมาก ทั้งสแนมบินนานาชาติ โรงแรม ระดับ 4 – 5 ดาว เป็นต้น ด้วยเหตุนี้หัวหินจึงเป็นตัวอย่างของการพัฒนาเมืองไปสู่ MICE City ได้เป็นอย่างดี ธุรกิจใช้ประโยชน์จากรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป และการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจไมซ์ได้รับความสนใจและได้รับการสนับสนุน เนื่องจากเป็นการท่องเที่ยวที่มีแนวคิดของการบูรณาการความร่วมมือระหว่าง ภาคเอกชน ภาครัฐ และชุมชน ด้วยเหตุนี้การจัดการการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจไมซ์ จึงเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ที่เป็ความคาดหวังของหลายภาคส่วน (เอกชน รัฐ และชุมชน) และหากเกิดขึ้นได้จริง จะสร้างประโยชน์ต่อเศรษฐกิจ และสังคมได้อย่างประมาณค่าไม่ได้ ในปี 2562 ประเทศไทยประสบความสำเร็จอย่างมากในการดึงดูดงาน ไมซ์โดยมีผู้เยี่ยมชมงานไมซ์จากต่างประเทศ 1,273,981คน สร้างรายได้ 3,132 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (TCEB, 2018 : 76) ด้วยเหตุนี้เองสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. จึงให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจไมซ์ โดยมีการพัฒนาไมซ์ซิตี้ (MICE City) มีจุดมุ่งหมายที่จะยกระดับเมืองต่าง ๆ ของไทยให้เป็นจุดหมายปลายทางแห่งการจัดประชุมองค์กร การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดประชุมสัมมนาระดับนานาชาติ และงานแสดงสินค้านานาชาติ (Preferred MICE Destination) และเป็นการเพิ่มทางเลือกแก่ผู้จัดงาน เป็นการเพิ่มความสามารถในการ แข่งขันทางอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศในปัจจุบัน(สำนักงาน สสปน.)

แนวคิดการจัดการการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจไมซ์

การส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางในการจัดประชุมนานาชาติ นับเป็นโอกาสสำคัญในการสร้างรายได้ให้แก่ประเทศไทยอีกทางหนึ่ง เนื่องจากการจัดประชุมนานาชาติเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่สามารถสร้างรายได้ทางตรงให้แก่การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ และสามารถกระจาย รายได้ไปยังภาคธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวเนื่องได้ จากศักยภาพและความพร้อมด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย ซึ่งมีภูมิประเทศและแหล่งท่องเที่ยวสวยงามที่หลากหลาย รวมทั้งมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานรองรับ การเดินทางท่องเที่ยว อย่างไรก็ดี แม้ว่าประเทศไทยได้บรรลุเป้าหมายของการเป็นจุดหมายปลายทาง ในการจัดประชุมในปี 2561 แล้ว แต่การรักษาอันดับความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ นับเป็นประเด็นท้าทายที่สำคัญ ดังนั้น ประเทศไทยจึงต้องให้ความสำคัญกับความพร้อมของสินค้า และบริการในการสนับสนุนการประชุมนานาชาติ อาทิ ประสิทธิภาพการใช้ประโยชน์จากโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงการจัดทำแผนการประชุม โดยบูรณาการร่วมกันระหว่างภาครัฐและเอกชน เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพเข้ามายังประเทศไทย และสถานการณ์การบรรลุเป้าหมาย การจัดอันดับ การเป็นจุดหมายปลายทางในการจัดประชุม นานาชาติที่ผ่านมา อ้างอิงดัชนีของสมาคม ศูนย์ประชุมนานาชาติ (International Congress and Convention Association หรือ ICCA) ซึ่งโดยปกติมีการประกาศการจัดอันดับเป็นประจำทุกปี แต่ในช่วงการแพร่ระบาดของสถานการณ์ โควิด-19 สมาคมฯ จึงไม่ได้มีการประกาศอันดับ ที่เกี่ยวข้องกับการประชุมนานาชาติตั้งแต่ปี 2563 ดังนั้น จึงได้เทียบเคียงสถานการณ์การบรรลุ เป้าหมายกับจำนวนการจัดประชุมของโลก เปรียบเทียบจำนวนการจัดประชุมของประเทศไทย ซึ่งพบว่าในปี 2563 จำนวนครั้งในการจัดประชุมนานาชาติของไทยมีการลดลงอย่างมีนัยสำคัญ และเป็นไปในทิศทางเดียวกับโลก เนื่องจากผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 โดยการจัดประชุมนานาชาติของโลกมีจำนวนลดลงถึงร้อยละ -73.73 ในขณะที่ประเทศไทยลดลง -72.35 เมื่อเทียบกับช่วงปี 2560 - 2562 อันเนื่องมาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ที่มีการควบคุม การเดินทางทั้งในและต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม อาจประเมินได้ว่าสถานการณ์อันดับของการเป็นจุดหมาย ปลายทางในการจัดประชุมนานาชาติของไทยยังคงมีความท้าทายอย่างยิ่งในการบรรลุค่าเป้าหมายในปี 2565 ที่อยู่ในอันดับที่ 20 การดำเนินงานที่ผ่านมา ในการผลักดันให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางในการจัดประชุมนานาชาติ ได้มีการดำเนินการยกระดับศักยภาพผู้ประกอบการภายใต้โครงการ Up skill - Reskill เพื่อพัฒนา การจัดงานแบบดิจิทัลให้มีประสิทธิภาพและสามารถแข่งขันได้ อีกทั้ง ยังมีการจัดงาน IBTM World Virtual 2020 ในการเตรียมความพร้อมให้ผู้ประกอบการนำเครื่องมือและแพลตฟอร์มใหม่ ๆ มาปรับใช้ ในการทำธุรกิจ เพื่อขยายกลุ่มลูกค้าและสร้าง การรับรู้แก่นักท่องเที่ยวเชิงธุรกิจถึงศักยภาพการบริหารจัดการภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ทั้งนี้ ได้มีการขับเคลื่อน 10 เมืองไมซ์ พร้อมกับกำหนดมาตรฐานด้านสุขอนามัยของระบบบริการและสถานประกอบการต่าง ๆ ตามหลักเกณฑ์ Thailand MICE Venue Standard (TMVS) และ MICE New

Normal ให้สอดคล้องกับการท่องเที่ยว แบบวิถีใหม่ หรือ New Normal อย่างไรก็ดี ในช่วงครึ่งปีหลังประเทศไทยได้มีการเข้าร่วมประมูลสิทธิ์ งาน Mega Event และได้รับสิทธิ์เป็นเจ้าภาพจัดงานที่มีชื่อเสียงระดับโลกในประเทศไทย อาทิ งาน IEEE Technology & Engineering Management Conference Asia Pacific 2021 งาน Hua Hin Women's Half Marathon 2022 Partner with Nagoya Women's Marathon โดยสร้างความร่วมมือ กับประเทศญี่ปุ่น เพื่อยกระดับงาน Mega Event สู่ระดับสากล นอกจากนี้ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุม และนิทรรศการ(องค์การมหาชน) (สสปน.) ดำเนินการจัดงานไมซ์ไทยร่วมใจสร้างชาติ เพื่อสร้าง ความตระหนักถึงความสำคัญและความพร้อมของเมือง MICE CITY ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยให้เป็น จุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ (แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นที่ 05 การท่องเที่ยว พ.ศ.2561-2580,23-24) จากที่ได้กล่าวมาเบื้องต้นว่าธุรกิจไมซ์เป็นธุรกิจที่มีความสำคัญต่อภาคเศรษฐกิจของหลาย ๆ พื้นที่ อีกทั้งธุรกิจมีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และสามารถสร้างประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมให้กับ อุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทั้งนี้เนื่องจากธุรกิจไมซ์ประกอบไปด้วย นักเดินทางที่มีจุดหมายและกิจกรรมที่ต่างกัน ซึ่งประกอบไปด้วยวัตถุประสงค์หลักเพื่อการทำงานหรือธุรกิจ หรือการประชุม สัมมนา และแสดงสินค้า (Senkhane, M 2018 : 3) โดยไมซ์ประกอบไปด้วย 4 กลุ่มหลัก ๆ คือ **M = Meeting** หรือการประชุมองค์กร หมายถึง ธุรกิจการจัดประชุมขององค์กร ซึ่งเป็นการจัดประชุมของกลุ่มบุคคลในองค์กรเดียวกันหรือสมาคมเดียวกัน มากกว่า 2 คนขึ้นไป โดยการประชุมจะเป็น การประชุมภายในองค์กรเดียวกันก็ได้ หรืออาจไม่จำเป็นต้องมาจากรองค์กรเดียวกัน โดยสามารถหมายถึง การประชุมระดับนานาชาติ ระดับภูมิภาค ระดับนานาชาติ หรือระดับภายในประเทศก็ได้ อย่างไรก็ตาม การจัดการประชุมและผู้เข้าร่วมประชุมจำเป็นต้องมีเป้าหมายวัตถุประสงค์เดียวกัน ภายใต้เวลาและสถานที่ ที่กำหนดไว้ โดยมีบริษัทเป็นผู้รับผิดชอบการจัดการและค่าใช้จ่ายทั้งหมด **I = Incentives** หมายถึง การจูงใจเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแก่พนักงานหรือบุคคลที่สามารถ ดำเนินงานตามเป้าหมายที่บริษัทวางใจ โดยบริษัทผู้ให้รางวัลจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ทั้งหมด โดย **Incentive travel** ได้รับการยอมรับและนิยมจากหลาย ๆ องค์กรว่าเป็นเครื่องมือในการสร้าง กระตุ้นให้กับคนในองค์กรในการทำงาน เพื่อให้ได้ตามที่มีการกำหนดเป้าหมายไว้ **C = Conventions** หรือการประชุมวิชาชีพ หมายถึง การรวมตัวของกลุ่มบุคคลที่มาจากต่าง องค์กรแต่มีความสัมพันธ์หรือมีความสนใจในเรื่องเดียวกัน ทั้งนี้เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลและความคิดเห็น หรือ หาข้อตกลงร่วมกัน การประชุมวิชาชีพมักจะมีการกำหนดเวลา และสถานที่ไว้ล่วงหน้าเสมอ **E = Exhibitions** หรืองานแสดงสินค้า หมายถึง การจัดงานแสดงสินค้าหรือบริการเพื่อจำหน่าย หรือนำเสนอแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ให้เป็นที่รู้จัก ทั้งนี้วัตถุประสงค์ของงานแสดงสินค้าอาจจะเป็นการขาย หรือการให้ความรู้ใหม่ ๆ ก็ได้ จากความหมายของกิจกรรมในธุรกิจไมซ์ทั้งหมดจะเห็นว่ามีความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าและบริการที่เฉพาะเจาะจงกลุ่ม ซึ่งกิจกรรมบางอย่าง เช่น การประชุมระดับองค์กร (**Meeting**) และการประชุมวิชาชีพ (**Convention**) จะมีลักษณะคล้ายคลึงกัน ซึ่งจะแตกต่างจากการจัดแสดงสินค้า (**Exhibition**) โดย มี

หลายปัจจัยที่ต้องคำนึงถึงนี้ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการจัดแสดงสินค้า นอกจากนั้นแล้วการจําหน่ายเพื่อเป็นรางวัลก็เป็นกิจกรรมในธุรกิจไมซ์ซึ่งมีความใกล้เคียงกับการท่องเที่ยวทั่วไป หากแต่เป็นการจัดการท่องเที่ยวขององค์กร และมีวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างชัดเจนจากองค์กรนั้น ๆ ดังนั้น จะเห็นว่าทั้งสี่ลักษณะของกิจกรรมในธุรกิจไมซ์มีความซับซ้อนทั้งในเรื่องลักษณะของกลุ่มนักท่องเที่ยว ซึ่งมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างจากกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป และความต้องการพื้นฐานทางด้านสินค้าและ การบริการของการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์มีมากกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป

ความพร้อมของอำเภอหัวหินสำหรับการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจไมซ์

รูปแบบการท่องเที่ยวในปัจจุบัน ในพื้นที่อำเภอหัวหิน เมื่อเทียบเมืองไมซ์ที่ดีและเมืองที่มีศักยภาพอื่นๆ พบว่าหัวหินมีการจัดการประชุมมากเป็นอันดับที่ 8 ของทั้งหมด (Union of International Association) จุดเด่นของพื้นที่หัวหิน แบ่งออกเป็น 5 ด้านได้แก่ การเดินทางที่สะดวกรวดเร็ว หากพิจารณาแหล่งท่องเที่ยวที่ใกล้เมืองหลวงสามารถเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก มีกิจกรรม การท่องเที่ยวที่หลากหลาย “หัวหิน” เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะนึกถึงเป็นอันดับต้น ๆ เนื่องจากมีรูปแบบ ทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย แหล่งเรียนรู้โครงการพระราชดำริและแหล่งเรียนรู้ชุมชน เมืองพักตากอากาศเก่าแก่ แหล่งรวมธุรกิจการท่องเที่ยว ธรรมชาติ (natural based tourism) การท่องเที่ยวในแหล่ง วัฒนธรรม (cultural based tourism) และการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (special interest tourism) ซึ่งครอบคลุมรูปแบบทั้งหมดของการท่องเที่ยวในปัจจุบันจำนวนทั้งสิ้น 157 แห่ง มีความพร้อมทางด้านที่พักโรงแรมเพื่อรองรับผู้เข้าร่วมประชุมและสัมมนา 173 แห่ง โดยอำเภอหัวหินนั้น ตั้งอยู่ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ห่างจากกรุงเทพมหานคร ประมาณ 185 กิโลเมตร เป็นสถานที่ ที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศ มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศจำนวนมากเดินทางมาท่องเที่ยว จากข้อมูล สำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดในปี 2560 จำนวน 3,807,248 คน ซึ่งแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 2,817,218 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำนวน 990,030 คน โดยมีจำนวนเพิ่มอย่างต่อเนื่อง (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2561, สื่อออนไลน์) และมูลค่าทางเศรษฐกิจที่ได้จากการท่องเที่ยวปี 2562 สรุปได้ดังนี้

1. ผลกระทบมวลรวมทางตรงของการท่องเที่ยว (TDGDP: Direct Contribution) ผลกระทบมวลรวมทางตรงของการท่องเที่ยวในปี 2562 มีมูลค่าเท่ากับ 1,225,741 ล้านบาท คิดเป็น ร้อยละ 7.25 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ

2. ผลกระทบมวลรวมทั้งหมดการท่องเที่ยว (TTGDP: Total Contribution) ผลกระทบมวลรวมทั้งหมดของการท่องเที่ยวในปี 2562 มีมูลค่าเท่ากับ 3,005,552 ล้านบาท คิดเป็น ร้อยละ 17.79 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ

3. การจ้างงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Employment: Total Contribution) การจ้างงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในปี 2562 มีจำนวน 4,366,392 คน คิดเป็นร้อยละ 11.61 ของ จำนวนการจ้างงานของประเทศ

4. รายได้จากการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (Visitor Exports) รายได้จากการท่องเที่ยวระหว่างประเทศในปี 2562 มีมูลค่า 1,949,116 ล้านบาท

รวมมูลค่าทางเศรษฐกิจที่ได้จากการท่องเที่ยวและธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องในปี 2562 มีมูลค่า เท่ากับ 83,015 ล้านบาท (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563 : สื่อออนไลน์)

ความพร้อมของอำเภอหัวหินในด้านโครงสร้างพื้นฐาน หัวหินมีระบบบริการพื้นฐานด้านการคมนาคม สามารถเดินทางได้ทั้งรถยนต์ส่วนตัวและรถยนต์โดยสารประจำทาง รถไฟ และทางเครื่องบินที่ทำอากาศยานหัวหิน ด้านเทคโนโลยี การพัฒนาเมืองอัจฉริยะเป็นการวางแผนพัฒนาและบริหารจัดการเมืองในทุกมิติ โดยอาศัยด้านโครงสร้างพื้นฐาน ด้านดิจิทัล และเครื่องมือด้านการบริหารจัดการที่เป็นระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ด้านการบูรณาการเข้ากับโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ เพื่อให้เมืองก้าวข้ามข้อจำกัดในการพัฒนาด้านต่าง ๆ โดยพัฒนาระบบปฏิบัติการหลักของเมือง (City Operation System) ให้ทำหน้าที่เป็นกลไกสำคัญในการเชื่อมโยงภาคส่วนต่าง ๆ ให้สามารถทำงานร่วมกันได้อย่างสอดคล้อง ประสาน พัฒนาระบบปฏิบัติการหลักให้รองรับการทำงานของภาคส่วนย่อย ๆ ภายในเมือง เพื่อให้เกิดการเชื่อมต่อกันทำให้เมืองสามารถจัดระบบการทำงานของแต่ละภาคส่วนร่วมกันได้อย่างยืดหยุ่น มีฐานข้อมูลขนาดใหญ่เพื่อรองรับระบบการตัดสินใจอัจฉริยะ

การจัดการการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจไมซ์ในอำเภอหัวหิน

ความคาดหวังด้านมูลค่าเศรษฐกิจที่จะเกิดขึ้น หากธุรกิจไมซ์เกิดขึ้นได้จริงในอำเภอหัวหิน นอกจากมูลค่าด้านเศรษฐกิจที่จะเกิดขึ้นแล้ว ยังส่งผลในการเสริมสร้าง สังคม วัฒนธรรม และชื่อเสียงของอำเภอหัวหิน เป็นการสร้างรายได้ให้แก่ประเทศด้วยการจัดกิจกรรมไมซ์เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมหลักของประเทศ โดยการพัฒนาการบริการเพื่อสร้างมูลค่า และเพิ่มนักท่องเที่ยวเชิงธุรกิจไมซ์ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ พัฒนาผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจไมซ์ในพื้นที่ให้ได้มาตรฐานและมีโครงสร้างพื้นฐานที่เพียงพอต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจไมซ์ในอนาคต กระตุ้นให้เกิดการลงทุน การกระจายรายได้ไปสู่พื้นที่ภาคกลางตอนล่าง 2 สร้างความเจริญจากการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจไมซ์เพื่อมุ่งประโยชน์ส่วนรวมในทุกภาคส่วนของสังคมของอำเภอหัวหินได้อีกด้วย

จากการศึกษาข้างต้น ตามแนวคิดของไมซ์ พื้นที่อำเภอหัวหินมีความพร้อมที่จะดำเนินธุรกิจไมซ์ได้ทันทีใน 2 ด้านคือ

แนวคิดการจัดการการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจไมซ์ และวิเคราะห์การจัดการการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจไมซ์โดยในแต่ละด้าน มีแนวทางในการดำเนินการดังนี้

การเรียนรู้และเข้าใจแนวคิดการจัดการการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจไม่

Meeting คือการประชุมของกลุ่มบริษัทเอกชนซึ่งบริษัทจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายเอง ทั้งนี้รวมถึงการฝึกอบรม (**Company Training**) และหรือการท่องเที่ยวสังสรรค์ของพนักงานบริษัท (**Company outing**) **Incentive** คือ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลโดยการจูงใจเที่ยวเป็นหมู่คณะให้กับพนักงานหรือตัวแทนขายของบริษัท และหรือบริษัทตัวแทนจำหน่ายเพื่อตอบแทนที่ทำงานได้ตามเป้าหมายของบริษัทผู้ให้รางวัลจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่าย **Convention** คือ การประชุมสมาคม หรือองค์กรที่ไม่มุ่งหวังผลทางด้านธุรกิจ (**Non-profit Organization**) ซึ่งเป็นการรวมตัวกันของบุคคลที่อยู่ในสาขาอาชีพเดียวกันหรือใกล้เคียงเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลกัน ผู้เข้าร่วมประชุมต่างมาร่วมงานด้วยความสมัครใจและเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายเอง **Exhibition** คือ การจัดงานแสดงสินค้า นิทรรศการ สินค้า ผลิตภัณฑ์ หรือการบริการโดยการเจาะจงสินค้าตามรายอุตสาหกรรมเพื่อนำมาเสนอให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (**TCEB,8**)

วิเคราะห์การจัดการการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจไม่ ตามความต้องการของแต่ละกลุ่มเป้าหมายในตำแหน่งยุทธศาสตร์ของพื้นที่ **Meeting** กลุ่มเป้าหมาย: องค์กรเอกชนในประเทศ หน่วยงานภาครัฐ ความต้องการ: การเดินทางที่สะดวกปลอดภัย การพักผ่อนเพื่อสุขภาพ (**Wellness**) การท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ การท่องเที่ยวด้านการเรียนรู้ ตำแหน่งทางยุทธศาสตร์: เมืองแห่งการประชุมที่ติดทะเลและมีความเป็นส่วนตัว เมืองแห่งการเรียนรู้ศาสตร์พระราชา เมืองเชื่อมโยงประตูสู่ภาคใต้ **Incentive** กลุ่มเป้าหมาย: องค์กรเอกชนในประเทศ ความต้องการ: การเดินทางที่สะดวกปลอดภัย การพักผ่อนเพื่อสุขภาพ (**Wellness**) การท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ตำแหน่งทางยุทธศาสตร์: เมืองแห่งการประชุมที่ติดทะเลและมีความเป็นส่วนตัว เมืองแห่งการประชุมนานาชาติ **Convention**: กลุ่มเป้าหมาย: สมาคม/องค์กรภายในประเทศ สถาบันการศึกษา ความต้องการ: โปรแกรมสำหรับผู้ติดตาม ต้องการช่วยเหลือสังคม การท่องเที่ยวทั้งก่อนและหลังประชุม ตำแหน่งทางยุทธศาสตร์: เมืองแห่งการประชุมที่ติดทะเลและมีความเป็นส่วนตัว เมืองแห่งการประชุมนานาชาติ **Exhibition**: กลุ่มเป้าหมาย: ผู้จัดงานแสดงสินค้า ผู้แสดงสินค้าในประเทศ ความต้องการ: แลกเปลี่ยนมุมมอง พบผู้ประกอบการ การเยี่ยมชมหรือดูงานในการผลิต การซื้อสินค้าในจังหวัด ตำแหน่งทางยุทธศาสตร์: เมืองเชื่อมโยงสู่ประตูภาคใต้ อย่างไรก็ตาม หากทำการพัฒนาปัจจัยทางด้านกายภาพ คือความต้องการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เข้าร่วมกิจกรรมทางการกีฬา หรือรักษาสุขภาพ พักผ่อน ดื่มด่ำอากาศชายทะเล หรือร่วมกิจกรรมบันเทิงอื่นๆ และโครงสร้างพื้นฐาน หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับ การขยายตัวของท่องเที่ยวเชิงธุรกิจได้แก่ ระบบการไฟฟ้า ระบบการประปา ระบบการคมนาคม ระบบการขนส่ง ประกอบด้วย ระบบขนส่งทางบก ระบบขนส่งทางอากาศ และระบบขนส่งทางน้ำ ระบบทางสาธารณสุข ก็จะสามารถดำเนินการใน 2 ด้านที่เหลือได้ คือ ความพร้อมการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจไม่ในพื้นที่อำเภอหัวหินและนำเสนอประเด็นการจัดการการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจไม่ (**TCEB,71**)

สรุป

เหตุผลที่ต้องผลักดันให้เกิดธุรกิจไมซ์ในพื้นที่อำเภอหัวหิน เพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ ในพื้นที่หัวหิน ให้ความพร้อมด้านการท่องเที่ยว การเตรียมพร้อมในการนำเสนอสินค้าและบริการที่กลุ่มนักท่องเที่ยวมีความต้องการเฉพาะซึ่งแตกต่างจากกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ โดยเดินทางจากพื้นที่ของตนไปยังสถานที่ใหม่เพื่อทำงาน ซึ่งเป็นระยะเวลาสั้น ๆ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถแบ่ง ออกเป็นการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน และการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจไมซ์ และกำหนดให้การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจไมซ์ เป็นผู้ที่เดินทางในลักษณะที่เกี่ยวข้องกับการทำงานโดยการเข้าร่วมการประชุม ความเหมือนและคล้ายกันระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวกับกลุ่มนักท่องเที่ยวไมซ์ เนื่องจากทั้งสองกลุ่มมีความต้องการพื้นฐานที่เหมือนกัน เช่น การคมนาคมขนส่ง ที่พัก อาหาร และเครื่องดื่ม แต่เนื่องจากการเดินทางของกลุ่มไมซ์มีจุดประสงค์ที่ชัดเจน ว่าเป็นการทำงานหรือทำธุรกิจ ดังนั้นสินค้าและบริการบางอย่างที่กลุ่มไมซ์จะต้องการมากกว่า MICE City เมืองไมซ์ควรเป็นเมืองที่มีความพร้อมและศักยภาพในการ เป็นจุดหมายปลายทาง เพื่อรองรับการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจไมซ์ ทั้งทางด้านสิ่งอำนวยความสะดวก การบริการเฉพาะกลุ่ม อย่างไรก็ตามสิ่งหนึ่งที่พบว่า เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนา ธุรกิจไมซ์หรือไมซ์ซิตี้คือ เทคโนโลยีการให้ข้อมูลข่าวสารหรือการประชาสัมพันธ์ ศักยภาพของพื้นที่เพื่อให้กลุ่มนัก เดินทางไมซ์ตระหนักและเล็งเห็นศักยภาพของพื้นที่ที่มีความพร้อมจะให้การต้อนรับกลุ่มนักท่องเที่ยวไมซ์ หัวหินเป็นเมืองชายทะเลใกล้กรุงเทพมหานครสามารถเดินทางไปเที่ยวได้สะดวก สามารถเดินทางได้โดย ทางเครื่องบิน รถไฟ รถยนต์ส่วนตัว มีโรงแรมหรูระดับ 5 ดาว ห้างสรรพสินค้า แหล่งท่องเที่ยว ธรรมชาติ สวนน้ำ สนามกอล์ฟ สถานที่ออกกำลังกาย ร้านอาหาร คอมมูนิตี้ ตลาดนัด และของฝากมากมาย จึงนำเสนอการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจไมซ์ในอำเภอหัวหิน โดยเริ่มจากการสร้างงาน การจ้างงาน ด้วยการส่งเสริม ภาพลักษณ์ขององค์กร มุ่งเน้นแนวทางการสื่อสาร การกระจายรายได้และความเจริญสู่ภูมิภาค และการใช้นวัตกรรม เทคโนโลยี และช่องทางออนไลน์เข้ามาช่วยในการจัดงาน พัฒนามาตรฐานบุคลากรไมซ์ ทั้งนี้หากในอนาคต มีการพัฒนาปัจจัยทางด้านกายภาพ และ โครงสร้างพื้นฐาน ซึ่งจะทำให้การประกอบธุรกิจ การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจไมซ์ในพื้นที่อำเภอหัวหินมีความสมบูรณ์เต็มแบบ

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2557). พิธีลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์และการท่องเที่ยว. ออนไลน์. สืบค้นเมื่อ 10 กุมภาพันธ์ 2565 แหล่งที่มา: <https://www.mots.go.th/content.php?nid=5929&filename=2563>, <http://www.bangkok.go.th/pipd/page/sub/>
- แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นที่ 05 การท่องเที่ยว พ.ศ.2561-2580. (2561). แผนแม่บทย่อย, แผนย่อยการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ. ออนไลน์. สืบค้นเมื่อ 25 กรกฎาคม 2565. แหล่งที่มา: http://nscr.nesdc.go.th/wp-content/uploads/2022/03/11_NS-05_070365.pdf
- ณัฐกานต์ รัตนพันธุ์ และคณะ. (2560). สงขลาเมืองแห่งไมซ์เพื่อรองรับกลุ่มการท่องเที่ยว. *IMT - GT. KKBS Journal of Business Administration and Accountancy*. 1 (1), 66- 78.
- เยาวลักษณ์ ขวบ้านโพธิ์. (2560). ความสามารถด้านการแข่งขันในอุตสาหกรรมไมซ์ของ ประเทศไทย. *วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา*. 7 (1), 56-65.
- สุนทรี ทับมาโนช. (2562). จังหวัดชลบุรี สสพ. ดุงานสวนลอยฟ้า สวนนงนุช และหอประชุม นานาชาติ. ออนไลน์. สืบค้นเมื่อ 10 มกราคม 2563 แหล่งที่มา: <http://thainews.prd.go.th/th/news/detail/TCATG191219154442746>
- Senkhane, M. (2018). *Countdown to Electra mining 2018*: editor's comment. *Inside Mining*, 11 (5), 3-3.
- TCEB (Thailand Convention & Exhibition Bureau (2018). *Annual Report 2018*.