

ศึกษาความพร้อมของเมืองในด้านธุรกิจการจัดประชุมหรือไมซ์ (MICE) พื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี
The Readiness of Ubon Ratchathani to be Developed as a MICE Destination

นางสาวณัฐกานต์ รongทอง

Natthakan Rongthong

สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยนเรศวร ศูนย์วิทยบริการกรุงเทพมหานคร

N_thakan20@hotmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาความพร้อมของเมืองในด้านธุรกิจการจัดประชุมหรือไมซ์ (MICE) พื้นที่ จังหวัดอุบลราชธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานสิ่งอำนวยความสะดวกในจังหวัดอุบลราชธานีและสำรวจโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ ทั้งนี้ผลการศึกษาที่ได้จะนำมาเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนส่งเสริมการตลาดของธุรกิจการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การแสดงสินค้าและนิทรรศการ (ไมซ์) ในจังหวัดอุบลราชธานี

ผลการศึกษาพบว่า จังหวัดอุบลราชธานีมีความพร้อมในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ สำหรับการจัดธุรกิจการประชุมหรือไมซ์ทั้ง ๕ ประเด็น ได้แก่ ๑. คุณภาพของสถานที่การจัดประชุม ๒. การเข้าถึงสถานที่จัดการประชุม ๓. โครงสร้างพื้นฐานการจัดการประชุม ๔. การสนับสนุนของรัฐ ๕. สถานที่การพักผ่อนหย่อนใจ ด้วยการเป็นศูนย์กลางของภาคอีสานตอนล่างในการเชื่อมโยงทางการค้าการท่องเที่ยวและการลงทุนกับประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ ศูนย์กลางการศึกษา ประชุม อบรม สัมมนา ศูนย์กลางการคมนาคมทางอากาศด้านสากลสู่ประเทศเวียดนามและกลุ่มอาเซียนในแถบลุ่มน้ำโขง ทำให้จังหวัดมีโอกาสที่จะส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจการจัดการประชุมภายในประเทศให้มีศักยภาพได้ อย่างไรก็ตาม ผลจากการศึกษาผู้เข้าร่วมประชุมพบว่า หากต้องการพัฒนาจังหวัดสำหรับการจัดประชุมและนิทรรศการภายในประเทศให้มีศักยภาพยิ่งขึ้น นอกจากต้องเน้นการพัฒนาความพร้อมทั้ง ๕ ประเด็นที่กล่าวมาแล้ว ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนในการดำเนินธุรกิจการจัดประชุม การพัฒนาและผลิตบุคลากรเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการเพิ่มระดับความสามารถของจังหวัดในการรองรับการขยายตัวของตลาดการจัดประชุมและนิทรรศการภายในประเทศได้

คำสำคัญ ธุรกิจการจัดประชุมหรือไมซ์ (MICE) ความพร้อมของเมือง จังหวัดอุบลราชธานี

Abstract

This research aimed to study The Readiness of Ubon Ratchathani to be Developed as a MICE Destination, in order to would provide useful information as guidelines and suggestions for development of MICE destination of the province.

The results showed that Ubon Ratchathani had the readiness to be developed as a MICE destination which 5 indicators, the Quality of convention center and convention hotel, Accessibility, MICE infrastructures, the support of the government and Attractions. Because of a center of linking trade, Tourism and investment with the countries in greater Mekong

subregion such as the center of Education, Meeting and Convention, Hub of international Air transport to Vietnam and greater Mekong subregion, Ubon Ratchathani has the advantages of complete MICE domestic. However, according to the information collected from the in - depth interview and questionnaires, the results reveal that Ubon Ratchathani must focus on the development of cooperation between government and private business meetings and conventions. In addition, Development and production personnel are an important tool in increasing the skill level of Ubon Ratchathani for Conference and exhibition devoted to the MICE Domestic.

Keywords: MICE Destination, Meeting and Convention, Ubon Ratchathani

ความสำคัญและที่มาของปัญหาการวิจัย

ปัจจุบันธุรกิจการจัดประชุมหรือไมซ์ (MICE) ภายในประเทศ ได้รับการยอมรับมากขึ้นในฐานะกลไกสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีการเติบโตสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มธุรกิจการจัดประชุม (Meeting and Convention) ซึ่งเป็นธุรกิจที่ทำรายได้สูงที่สุดคิดเป็นมูลค่า ๒๖,๙๔๒.๑๖ ล้านบาท (บริษัท อินฟอร์เมชั่น โพรไวเดอร์ แอนด์ คอนซัลแตนท์, ๒๕๕๒) ทำให้รัฐบาลมีนโยบายที่มุ่งส่งเสริมและสนับสนุนให้หน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนเดินทางจัดประชุม สัมมนาภายในประเทศ เพื่อเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจ สร้างงาน สร้างรายได้ และกระจายรายได้สู่ชุมชน

ผลสำรวจสถิติการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดงานแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ ในประเทศไทย ปี ๑๕๔๙ - ๒๕๕๒ ของบริษัท อินฟอร์เมชั่น โพรไวเดอร์แอนด์คอนซัลแตนท์ จำกัด รายงานว่า ธุรกิจการจัดประชุมในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีอัตราเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะจังหวัดขอนแก่นและจังหวัดอุดรธานี สาเหตุที่ทำให้การจัดประชุมสัมมนาในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีอัตราเติบโตอย่างต่อเนื่อง เป็นผลจากความพร้อมด้านโรงแรม ที่พัก ห้องประชุมสัมมนา สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ สนามกอล์ฟ แหล่งท่องเที่ยวที่สามารถเชื่อมโยงไปยังประเทศเพื่อนบ้านได้อย่างสะดวกสบาย โดยเฉพาะจังหวัดขอนแก่น จังหวัดอุดรธานี จังหวัดอุบลราชธานีและจังหวัดนครราชสีมา แต่เนื่องจากประเทศไทยมีศูนย์แสดงสินค้าขนาดใหญ่อยู่เพียง ๖ แห่ง โดยส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร ส่วนในต่างจังหวัดมีที่พำนักเพียงแห่งเดียว สะท้อนถึงความไม่เพียงพอด้านสถานที่รองรับการประชุมขนาดใหญ่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ หากต้องการขยายอุตสาหกรรมไมซ์ให้เติบโตมากกว่านี้จำเป็นต้องมีการลงทุนก่อสร้างศูนย์ประชุมอีกหลายแห่งในภูมิภาคนี้

จากที่กล่าวมาข้างต้นทั้งหมดจะพบว่า การพัฒนาธุรกิจการจัดประชุมหรือไมซ์ ต้องมีการศึกษาโครงสร้างพื้นฐานและความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกของพื้นที่จังหวัดนั้น เพื่อเป็นการศึกษาความเป็นไปได้ของพื้นที่ก่อนที่จะวางแผนในการพัฒนาต่อไป ซึ่งปัจจัยในการเลือกจุดหมายเพื่อการจัดประชุมแต่ละครั้งจึงต้องขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ ได้แก่ คุณภาพของสถานที่การจัดประชุม การเข้าถึงสถานที่จัดการประชุม โครงสร้างพื้นฐานการจัดการประชุม การสนับสนุนของรัฐ สถานที่ที่พักผ่อนหย่อนใจ (อ้างอิงในมนัส ชัยสวัสดิ์ และคณะ, ๒๕๕๒)

ทั้งนี้ผู้วิจัยจะดำเนินการวิจัยโดยใช้จังหวัดอุบลราชธานีเป็นกรณีศึกษาความพร้อมของเมืองในด้านธุรกิจการจัดประชุมหรือไมซ์ (MICE) โดยใช้ตัวชี้วัดทั้ง ๕ ประเด็นเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลและอภิปรายผลการศึกษาต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

๑. เพื่อศึกษาสภาพความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานสิ่งอำนวยความสะดวกในจังหวัดอุบลราชธานีที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์
๒. เพื่อศึกษาความจำเป็นในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์
๓. เพื่อรวบรวมข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนส่งเสริมการตลาดของธุรกิจการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การแสดงสินค้าและนิทรรศการ (ไมซ์) ในจังหวัดอุบลราชธานี

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สำหรับงานวิจัยเรื่องศึกษาความพร้อมของเมืองในด้านธุรกิจการจัดประชุมหรือไมซ์ (MICE) พื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี มีการนำเสนอวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องด้านแนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัย ดังนี้

๑. แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

องค์กรที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการจัดประชุม

สำหรับองค์กรในประเทศไทยที่ส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการประกอบด้วยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานส่งเสริมการประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) สมาคมการแสดงสินค้า (ไทย) และสมาคมโรงแรมไทย ซึ่งขอกกล่าวในรายละเอียด (อ้างถึงใน มนัส ชัยสวัสดิ์ และคณะ, ๒๕๕๒) ดังนี้

๑. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (Tourism Authority of Thailand: TAT หรือ ททท.) เป็นหน่วยงานหลักที่ได้รับมอบหมายภารกิจจากรัฐบาลในการทำหน้าที่กำกับดูแลการบริหารอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย และในอดีตมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมธุรกิจด้านการจัดประชุม นิทรรศการและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ที่ผ่านมามีการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยกองการประชุมนานาชาติ มีหน้าที่ส่งเสริมธุรกิจด้านการจัดประชุมนิทรรศการและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล โดยได้ดำเนินกิจกรรมต่างๆ ดังนี้

๑.๑ ส่งเสริมด้านการตลาดสำหรับธุรกิจไมซ์(MICE) เช่น การประชาสัมพันธ์และโฆษณาเผยแพร่ส่งเสริมการประชุมนานาชาติในประเทศไทย โฆษณาแสดงความพร้อมของประเทศไทยในการเป็นสถานที่จัดประชุม นิทรรศการและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในสื่อต่างๆ และจัดทำเว็บไซต์ด้าน MICE

๑.๒ ส่งเสริมการจัดประชุม นิทรรศการและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล โดยการให้คำแนะนำและความร่วมมือหน่วยงานต่างๆ ในการเสนอขอเป็นเจ้าภาพจัดการประชุมนานาชาติ และการจัดทำแฟ้มเอกสารเสนอขอรับเป็นเจ้าภาพ เป็นกรรมการในการจัดประชุม นานาชาติเพื่อเป็นที่ปรึกษาและแนะนำ ให้บริการจัดประชุมเรื่องเอกสารเผยแพร่ และจัดทำสถิติการประชุมนานาชาติในประเทศไทย

๑.๓ ติดตามและประเมินผลการส่งเสริมการจัดประชุม นิทรรศการและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล รวมทั้งวิเคราะห์เพื่อแก้ไขปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น และมุ่งพัฒนา MICE ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

๒. สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) (Thailand Convention and Exhibition Bureau หรือ สสปน.) เนื่องจากธุรกิจด้านการจัดประชุม นิทรรศการและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีลักษณะเฉพาะตัวและมีการแข่งขันสูง จึงมีการจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการขึ้น เพื่อการทำงานเป็นระบบ โดยแยกงานด้านนี้ออกมาจากโครงสร้างองค์การของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและเป็นองค์กรไม่แสวงหากำไรที่มีพันธกิจ “เพื่อพัฒนาและส่งเสริมประเทศไทยให้เป็นผู้ดำเนินด้าน MICE บนพื้นฐานของการประสานศักยภาพที่มีอยู่ของประเทศ” โดยวัตถุประสงค์ในการจัดตั้ง ดังนี้

๒.๑ เพื่อพัฒนาสร้างเสริมโอกาสในการจัดกิจกรรม MICE ตลอดจนประสานและสนับสนุนกิจกรรม MICE ที่จัดขึ้นในประเทศไทยและกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง

๒.๒ เพื่อเป็นตัวแทนของประเทศในระดับสากลในการให้บริการในลักษณะเบ็ดเสร็จ (One-stop service) สำหรับผู้ต้องการพัฒนากิจกรรม MICE ในประเทศ

๒.๓ เพื่อเป็นตัวกลางในการประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการประกอบกิจกรรมการตลาดสำหรับ MICE ตลอดจน การดำเนินกิจกรรม MICE

ดังนั้นขอบเขตการดำเนินงานของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ จึงประกอบไปด้วย ๓ ด้าน คือ ด้านการตลาด ด้านประสานงานและอำนวยความสะดวกและด้านการส่งเสริม

แนวทางการพัฒนารูทกิจกรรมจัดประชุม

Hankinson (อ้างถึงใน มนัส ชัยสวัสดิ์และคณะ, ๒๕๕๒) ได้ระบุว่า ปัจจัยสำคัญที่มีส่วนในการพัฒนาศักยภาพและส่งเสริมธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ คือ

๑. **Leadership** เป็นตัวกำหนดที่สำคัญในการวางวิสัยทัศน์และกลยุทธ์ที่จะทำให้ประสบความสำเร็จในการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ (MICE) การตัดสินใจหรือข้อผูกมัด (commitment) ที่เป็นทางการจากราชการ และการสนับสนุนด้านการเงินจะช่วยให้เกิดผลในทางปฏิบัติ

๒. **Networking** การสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงและการให้ความร่วมมือกันในด้านข้อมูลข่าวสารผ่านสมาชิกของสมาคมการค้าต่าง ๆ จะช่วยทำให้กระบวนการของการดำเนินงานมีช่องทางมากขึ้น รวมทั้งการประสานการดำเนินงานด้านข้อมูลข่าวสารกับสมาคมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการประชุม เช่น สมาคม International Congress and Convention Association – ICCA เป็นต้น

๓. **Skills** เป็นที่เข้าใจดีอยู่แล้วว่า คุณภาพและมาตรฐานในการให้บริการหากทำไม่ได้ดีก็จะ เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ (MICE) โดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวกับตลาดนานาชาติ จึงจำเป็นต้องมีบุคลากรที่มีประสบการณ์ในการทำงานที่มีคุณภาพสูง การพัฒนาบุคลากรให้มีคุณภาพจึงเป็นเรื่องสำคัญสำหรับตลาดการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ

๔. **Ambassadors** ผู้ดำเนินงานเป็นส่วนสำคัญที่สุดในขั้นตอนการดำเนินการประมูลขอรับเป็นเจ้าภาพจัดการประชุม (bidding process) กระบวนการดังกล่าวนี้ ผู้ไปประมูลหรือไปขอรับเป็นเจ้าภาพ (ambassador) จะต้องมีค่าใช้จ่ายสนับสนุนการดำเนินงานอย่างเพียงพอและต้องมีกระบวนการการทำงานที่มีประสิทธิภาพ

๕. **Infrastructure** โครงสร้างพื้นฐานมีความสำคัญที่จะสนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ เช่น การมีโครงสร้างพื้นฐานในการเดินทาง เช่น ระบบถนน รถไฟ ท่าเทียบเรือ ท่าอากาศยาน เป็นต้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง หากมีท่าอากาศยานที่ผู้มาร่วมงานสามารถบินตรงมาได้ก็ยิ่งได้เปรียบ

๖. **Bidding** การไปประมูลหรือไปขอรับเป็นเจ้าภาพจัดการประชุมเป็นกิจกรรมที่ต้องมีเหตุผลประกอบที่น่าเชื่อถือ เป็นกิจกรรมที่ผู้ดำเนินงานต้องเข้าใจตลาดของการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ ต้องมีความรู้เกี่ยวกับรายละเอียดของเนื้อหาที่ต้องดำเนินการ รวมทั้ง อุปนิสัยของแต่ละบุคคลในสมาคม / องค์กร ที่จะไปเจรจาด้วย ซึ่งมีความต้องการไม่เหมือนกัน ตัวอย่างเช่น ในหลายกรณีผู้ดำเนินงานที่ไปเจรจา อาจต้องเชิญผู้ซื้อให้เดินทางมาสังเกตการณ์สถานที่และบริการต่าง ๆ ด้วยตนเอง ซึ่งอาจจะมากันหลายคน จึงจำเป็นต้องมีค่าใช้จ่ายและต้องมีผู้รับผิดชอบดูแล การดำเนินงานในลักษณะนี้ เรียกว่า “Familiarization visits” เพื่อให้ผู้ซื้อเข้าใจหรือเห็นภาพต่าง ๆ ด้วยตนเอง

๘. **Branding** ภาพลักษณ์ของเมือง (city's brand image) มีส่วนสำคัญที่ช่วยทำให้มีผู้สนใจมาเยือนดังนั้น จึงต้องสร้างเอกลักษณ์หรือโครงสร้างพื้นฐานทั่วไปของเมืองให้โดดเด่นและเข้มแข็งในทุกระดับ เพื่อจะแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดให้เพิ่มพูนมากขึ้น และเพื่อทำให้การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจในเมืองนั้น ๆ บรรลุถึงศักยภาพที่มีอยู่

ดังนั้น หากผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมด (Stakeholders) ในเมืองนั้น มีความเข้าใจในกรอบความคิดดังกล่าวและบูรณาการความร่วมมือระหว่างกันให้มี ประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยนำกรอบความคิดทั้งหมดไปผนวกรวมไว้กับแผนปฏิบัติการสำคัญ ๆ ในการพัฒนาเมือง และให้มีงบประมาณสนับสนุนอย่างเป็นรูปธรรม เมืองนั้นย่อมคาดหวังในความสำเร็จด้านการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ (MICE) ได้อย่างแน่นอน

ตัวชี้วัดความพร้อมของเมืองในด้านธุรกิจการจัดประชุม

ปัจจัยในการเลือกจุดหมายเพื่อจัดประชุมนานาชาติแต่ละครั้งจึงต้องขึ้นอยู่กับปัจจัย ดังนี้ (รชพร จันทรสว่าง, ๒๕๔๗: ๓๔ - ๓๕)

๑. **สิ่งอำนวยความสะดวกด้านการเดินทาง** การเดินทาง (Accessibility) เป็นเรื่องสำคัญของการจัดประชุม โดยเฉพาะการประชุมในระดับสากลเนื่องจากผู้เข้าร่วมประชุมต้องเดินทางไกลมาจากต่างประเทศหรือต่างภูมิภาค ดังนั้น ความสะดวกสบายในการเดินทางมายังสถานที่จัดประชุมจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่ควรคำนึงถึงการเดินทางที่ลำบาก เช่นต้องเปลี่ยนยานพาหนะ หรือต้องรอนาน อาจทำให้ผู้เข้าร่วมประชุมสับสน และเพิ่มภาระการจัดการ ดังนั้นเมืองที่มีท่าอากาศยานนานาชาติตั้งอยู่จึงเป็นที่นิยมในการจัดประชุม โดยเฉพาะท่าอากาศยานที่มีเที่ยวบินมากและต้องคำนึงถึงการขนส่งระยะใกล้ด้วยเช่นกัน เช่น ระบบขนส่งมวลชน การจราจร

๒. **โรงแรมที่พัก** การประชุมที่มีระยะเวลามากกว่า ๑ วันขึ้นไปจำเป็นต้องเตรียมที่พัก (Accommodation) สำหรับผู้เข้าร่วมประชุม เพื่อความสะดวกของผู้เข้าร่วมประชุม แต่หากมีผู้เข้าร่วมประชุมจำนวนมาก การจัดให้ผู้เข้าร่วมประชุมพักในโรงแรมเดียวกันอาจไม่เพียงพอ ดังนั้นต้องมีการเตรียมโรงแรมไว้หลายแห่ง รวมถึงต้องคำนึงงบประมาณด้วย และควรเป็นที่พักที่อยู่ใกล้สถานที่จัดประชุม เพื่อความสะดวกในการเดินทาง

๓. **สถานที่จัดประชุม** สถานที่จัดประชุม มีหลายลักษณะ ปัจจุบันนิยมสร้างเป็นศูนย์ประชุมเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะ ซึ่งเป็นสถานที่ที่มีความพร้อม ทั้งสิ่งอำนวยความสะดวก และบุคลากร ห้องประชุมสามารถปรับขนาดได้เพื่อความเหมาะสม ระบบแสงและระบบปรับอากาศที่มีประสิทธิภาพ มีการตกแต่งที่เหมาะสม มีห้องอาหารเพียงพอ

๔. **ทักษะในการจัดประชุม** สำหรับการประชุมนานาชาติทักษะในการจัดการเป็นสิ่งที่มีความสำคัญยิ่ง เนื่องจากกิจกรรมประเภนี้ประกอบด้วยกระบวนการที่มีความสำคัญต่อเนื่องกัน และประสานความร่วมมือกันระหว่างหลายฝ่าย ตั้งแต่ขั้นตอนวางแผนไปจนกระทั่งเสร็จสิ้นกระบวนการของการประชุม และการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าอย่างมืออาชีพ

๕. **ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว** การเลือกจุดหมายในการจัดประชุมจะต้องคำนึงถึงความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว (Variety of attraction) เนื่องจากผู้เข้าร่วมประชุมส่วนใหญ่จะหาเวลาพักผ่อนในช่วงก่อนและหลังการประชุม ดังนั้นความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่ดึงดูดความสนใจของผู้เข้ามาประชุมที่จะเดินทางท่องเที่ยวบางครั้งมีผู้ติดตามเดินทางมาด้วย แต่ไม่ได้เข้าร่วมประชุมผู้จัดประชุมจึงต้องเตรียมกิจกรรมไว้รองรับด้วย

๒. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

มนัส ชัยสวัสดิ์ และคณะ (๒๕๕๒) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความพร้อมของเมืองในด้านธุรกิจการจัดประชุมหรือ ไมซ์ (MICE) พื้นที่จังหวัดภูเก็ต ผลการศึกษาพบว่า จังหวัดภูเก็ตมีความพร้อมสำหรับตลาดการจัดประชุมและนิทรรศการภายในประเทศตามตัวชี้วัด ๕ ประการ ได้แก่

๑. คุณภาพของสถานที่การจัดประชุม (มีความพร้อมของพื้นที่การประชุมแบบต่างๆ คุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก Wi-Fi Internet connection, audio visual equipment, TV and Multi-system video player)

๒. การเข้าถึงสถานที่จัดการประชุม (ระบบการขนส่งรูปแบบต่างๆ ระยะการเดินทางจากที่พักถึงศูนย์ประชุม จากศูนย์ประชุมไปยังร้านอาหาร การซื้อของ สถานที่พักผ่อน ระบบสาธารณูปโภคต่างๆ)

๓. โครงสร้างพื้นฐานการจัดการประชุม (หน่วยงานสนับสนุนการจัดการประชุมและบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดประชุม)

๔. การสนับสนุนของรัฐ (วิสัยทัศน์และพันธกิจในการพัฒนาการท่องเที่ยว นโยบายส่งเสริมการตลาดการจัดประชุม การจัดสร้างศูนย์การประชุม การทำโครงสร้างพื้นฐานสนับสนุน คุณภาพสิ่งแวดล้อมที่ดี ความสวยงามและความปลอดภัย)

๕. สถานที่พักผ่อนหย่อนใจ (แหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงทั้งประเภทที่มนุษย์สร้างขึ้นและแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ สำหรับผู้เข้าชมและผู้ติดตาม การจัดงานเที่ยวก่อนและหลังการประชุม)

ผลการศึกษาสรุปได้ว่า จังหวัดภูเก็ตมีความพร้อมสำหรับตลาดการจัดประชุมและนิทรรศการภายในประเทศตามตัวชี้วัด ๕ ประการตามที่ได้กล่าวมาแล้ว จังหวัดภูเก็ตได้วางตำแหน่งเป็นเมืองท่องเที่ยวระดับนานาชาติและได้มีความพยายามที่จะพัฒนาภูเก็ตให้เป็นจุดหมายปลายทางการตลาดจัดประชุมและนิทรรศการ รวมทั้งรัฐบาลได้มีแผนการก่อสร้างศูนย์ประชุมขึ้นในจังหวัดภูเก็ตและในรัฐบาลปัจจุบันได้บรรจุโครงการจัดสร้างศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติจังหวัดภูเก็ตไว้แล้ว โดยใช้งบประมาณของรัฐบาลเงินกู้ไทยเข้มแข็ง ปี ๒๕๕๓-๒๕๕๔ ในการก่อสร้างและศึกษาออกแบบประมาณ ๓,๐๐๐ ล้านบาท บนเนื้อที่ประมาณ ๑๕๐ ไร่ การพัฒนาจังหวัดภูเก็ตเป็นตลาดสำหรับการจัดประชุมและนิทรรศการภายในประเทศ มีจุดอ่อนอยู่หลายประการ แต่สามารถพัฒนาสำหรับตลาดภายในประเทศได้

ประการแรก จังหวัดภูเก็ตมีภาพลักษณ์เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายสูงในการจัดประชุมแต่อย่างไรก็ตามสำหรับตลาดการประชุมภายในประเทศจังหวัดภูเก็ตมีความเหมาะสมเพราะภูเก็ตมีความได้เปรียบหลายประการ เช่น ภูเก็ตมีสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตและจังหวัดใกล้เคียงที่น่าสนใจมากกว่ากิจกรรมเพื่อการพักผ่อนมีความหลากหลายมากกว่าประเทศเพื่อนบ้าน จุดอ่อนเรื่องนี้สามารถชี้แจงให้เข้าใจได้ในแง่ของความคุ้มค่าเงิน (Value for money) เพราะภูเก็ตให้ประสบการณ์การประชุมและการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและให้คุณค่าสูงกว่าทางเลือกสถานที่อื่นๆ

ประการที่สอง ปัญหาโครงสร้างพื้นฐานในเรื่องการคมนาคมภายในและความปลอดภัยในการเดินทางภายในจังหวัด รวมทั้งปัญหาขยะ เนื่องจากความเป็นเกาะและมีพื้นที่จำกัดจุดอ่อนเหล่านี้สามารถแก้ไขด้วยระบบการจัดการได้ในระดับหนึ่ง เช่น การเดินทางโดยใช้รถโดยสารขนาดใหญ่จากสนามบินและภายในจังหวัด หรือการสร้างโอกาสจากปัญหาขยะเพื่อแก้ปัญหาโลกร้อน เป็นต้น

เทวีวรรณ ปทุมพร (๒๕๔๙) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จของอุตสาหกรรมการประชุมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและการแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ (MICE) ในจังหวัดขอนแก่น ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาธุรกิจการจัดประชุม สามารถแบ่งได้เป็น ๔ กลุ่มปัจจัย คือ

๑. ปัจจัยความสำเร็จสำหรับธุรกิจการจัดประชุมโดยรวม ได้แก่ โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก ระบบคมนาคมขนส่ง จำนวนเที่ยวบิน ระบบฐานข้อมูลสำหรับผู้จัดกิจกรรม จุดขายและภาพลักษณ์ของจังหวัด ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน บุคลากรและแผนพัฒนาเฉพาะด้านธุรกิจการจัดประชุม

๒. ปัจจัยความสำเร็จสำหรับกิจกรรมไมซ์ (MICE) รูปแบบต่างๆ ประกอบด้วย ปัจจัยความสำเร็จสำหรับกิจกรรมการประชุมนานาชาติ ได้แก่ สถานที่จัดการประชุมทั้งที่เป็นศูนย์การประชุมและโรงแรม แหล่งท่องเที่ยว สถานที่พัก และวิชาชีพการจัดการประชุม (PCO) ปัจจัยความสำเร็จสำหรับกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว สถานที่พัก และปัจจัยความสำเร็จสำหรับกิจกรรมการแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ ได้แก่ ศูนย์การแสดงสินค้า/นิทรรศการ กลุ่มธุรกิจและอุตสาหกรรม ระบบขนส่งสินค้า บริษัทรับจัดกิจกรรมต่างๆ (EMC) วิชาชีพการจัดการนิทรรศการ (PEO) บริษัทผู้รับจัดการขนส่งสินค้า (Freight Forwarder) และบริษัทผู้รับเหมาบริการด้านต่างๆ สำหรับการแสดงสินค้า (Service contractor)

๓. ปัจจัยที่มีส่วนสนับสนุนความสำเร็จ ได้แก่ การศูนย์กลางของหน่วยงานภาครัฐและเอกชนของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ความร่วมมือทางด้านวิชาการ ความร่วมมือทางด้านเศรษฐกิจอนุภูมิภาค ลุ่มน้ำโขง นโยบายองค์การผู้จัดกิจกรรม นโยบายรัฐบาล ความมั่นคงปลอดภัยและสภาพเศรษฐกิจ

๔. ปัจจัยอื่นๆ ได้แก่ โรงแรมที่มีคุณภาพ แหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลก การเดินทางภายในจังหวัดมีความสะดวกสบาย รวดเร็ว มีเส้นทางเชื่อมโยงระหว่างศูนย์ประชุมและแหล่งท่องเที่ยว บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในด้านธุรกิจการจัดประชุม การเปิดเสรีทางการค้ากับต่างประเทศ นโยบายส่งเสริมธุรกิจการจัดประชุมของรัฐบาล

ระเบียบวิธีการวิจัย

๑. ประเภทและรูปแบบวิธีการวิจัย

การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Method) จะเป็นการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากข้อมูลหัตถ์ภูมิ นอกจากนี้ผู้วิจัยจะทำการศึกษาเพิ่มเติมโดยการเข้าไปร่วมสังเกตการณ์การประชุมต่างๆ ในจังหวัดอุบลราชธานีรวมถึงข้อมูลสำคัญที่ได้มาจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview)

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Method) จะเป็นการสำรวจความคิดเห็นกลุ่มตัวอย่างในช่วงที่มีการจัดประชุมพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานีซึ่งมีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย

๒. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาเชิงคุณภาพ ประชากรที่เป็นแหล่งข้อมูลของการศึกษาเชิงคุณภาพส่วนมากเป็นหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจและสมาคมที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ได้แบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็น ๓ กลุ่มระดับองค์กร รวมทั้งสิ้น ๒๐ คน

การศึกษาเชิงปริมาณ ประชากรที่เป็นแหล่งข้อมูลของการศึกษาจะเป็นผู้เข้าร่วมประชุมในช่วงที่มีการจัดการประชุม สัมมนาต่างๆ หรือผู้ที่มีประสบการณ์ ในจังหวัดอุบลราชธานี ผู้วิจัยจะใช้วิธีการเก็บข้อมูลเป็นการสำรวจความคิดเห็นด้วยแบบสอบถาม เลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น ๑๒๐ คน ซึ่งกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ ธอร์นไดค์ (Thorndike, 1987 อ้างถึงใน ธวัชชัย, ๒๕๓๖)

๓. ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามที่ใช้ในการวิจัย

๓.๑ ตัวแปรอิสระ ได้แก่

๑. คุณภาพของสถานที่การจัดประชุม (มีความพร้อมของพื้นที่การประชุมแบบต่างๆ คุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก Wi-Fi Internet connection, audio visual equipment, TV and Multi-system video player)

๒. การเข้าถึงสถานที่จัดการประชุม (ระบบการขนส่งรูปแบบต่างๆ ระยะการเดินทางจากที่พักถึงศูนย์ประชุม จากศูนย์ประชุมไปยังร้านอาหาร การซื้อของ สถานที่พักผ่อน ระบบสาธารณูปโภคต่างๆ)

๓. โครงสร้างพื้นฐานการจัดการประชุม (หน่วยงานสนับสนุนการจัดการประชุมและบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดประชุม)

๔. การสนับสนุนของรัฐ (วิสัยทัศน์และพันธกิจในการพัฒนาการท่องเที่ยว นโยบายส่งเสริมการตลาดการจัดประชุม การจัดสร้างศูนย์การประชุม การทำโครงสร้างพื้นฐานสนับสนุน คุณภาพสิ่งแวดล้อมที่ดี ความสวยงามและความปลอดภัย)

๕. สถานที่การพักผ่อนหย่อนใจ (แหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงทั้งประเภทที่มนุษย์สร้างขึ้นและแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ สำหรับผู้เข้าชมและผู้ติดตาม การจัดงานเที่ยวก่อนและหลังการประชุม)

๓.๒ ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพร้อมของเมืองในด้านธุรกิจการจัดประชุมหรือไมซ์ (MICE) พื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี

สถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล

๑. สถิติที่ใช้ทดสอบเครื่องมือเพื่อหาความเชื่อมั่นของแบบทดสอบทั้งฉบับโดยวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาร์ค (Cronbach's Alpha Coefficient) เท่ากับ ๐.๘๗๒

๒. การรายงานผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ ๑ ความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานสิ่งอำนวยความสะดวกในจังหวัดอุบลราชธานี

ผลการวิเคราะห์ความพร้อมของเมืองในด้านธุรกิจการจัดประชุมหรือไมซ์ (MICE) พื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี จากการวิเคราะห์ข้อมูลจังหวัดอุบลราชธานีในเชิงเนื้อหาและการสัมภาษณ์เชิงลึกประชากรกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจและสมาคมที่เกี่ยวข้องในจังหวัดอุบลราชธานี จำนวน ๒๐ คน พบว่า

๑. คุณภาพของสถานที่การจัดประชุม (มีความพร้อมของพื้นที่การประชุมแบบต่างๆ คุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก Wi-Fi Internet connection, audio visual equipment, TV and Multi-system video player) เนื่องจากไม่มีศูนย์ประชุมและนิทรรศการเป็นการเฉพาะในจังหวัดอุบลราชธานี ดังนั้นความพร้อมของสถานที่ประชุม จึงเป็นความพร้อมของโรงแรมประเภทต่างๆ ที่มีอยู่ในจังหวัดอุบลราชธานี โดยส่วนใหญ่จะมีสถานที่ตั้งอยู่ในตัวเมือง โรงแรมที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการจัดประชุม สามารถใช้ห้องประชุมใหญ่รองรับการประชุมสำหรับตลาดภายในประเทศด้วยมาตรฐานบริการระดับนานาชาติ ในเขตตัวเมือง เช่น โรงแรมสุโขทัยแกรนด์แอนด์คอนเวนชันเซ็นเตอร์ โรงแรมอุบลบุรีรีสอร์ท โรงแรมลายทอง ศูนย์ศิลปวัฒนธรรมกาญจนาภิเษกอุบลราชธานี โรงแรมเนวาด้า แกรนด์ เป็นต้น

ภัตตาคารร้านอาหาร โดยส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ในบริเวณตัวเมืองอุบลฯ มีบริการอาหารหลายประเภท เช่น อาหารพื้นเมือง อาหารเวียดนาม อาหารจีน อาหารไทย-อินโดจีน เป็นต้น

บริษัทท่องเที่ยวและรถเช่า ให้บริการจองตั๋วเครื่องบิน รายการท่องเที่ยวและรถเช่า โดยไม่ได้มีรูปแบบการบริการสำหรับการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจไมซ์โดยเฉพาะ

ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกมีกระจายอยู่ในตัวเมืองและมีศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าโอท็อปประจำจังหวัดอุบลราชธานีเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว

มีบริษัทผู้รับจัดงานหรือกิจกรรมต่างๆ แต่ยังไม่มียบริษัทที่ให้บริการสำหรับกิจกรรมไมซ์ (MICE) โดยเฉพาะทั้งการจัดการประชุมและนิทรรศการ

๒. การเข้าถึงสถานที่จัดการประชุม (ระบบการขนส่งรูปแบบต่างๆ ระยะการเดินทางจากที่พักถึงศูนย์ประชุม จากศูนย์ประชุมไปยังร้านอาหาร การซื้อของ สถานที่พักผ่อน ระบบสาธารณูปโภคต่างๆ) จังหวัดอุบลราชธานีมีความพร้อมและศักยภาพในด้านการคมนาคมขนส่งที่สามารถเดินทางโดยรถยนต์ รถไฟ และเครื่องบิน โดยเฉพาะท่าอากาศยานนานาชาติอุบลราชธานี (Ubon Ratchathani International Airport) ปัจจุบันมีการให้บริการ ดังนี้

- สายการบินนกแอร์ ๓ เที่ยวบิน จากท่าอากาศยานอุบลฯ – ท่าอากาศยานดอนเมือง
- สายการบินไทยแอร์เอเชีย ๒ เที่ยวบิน จากท่าอากาศยานอุบลฯ-ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ และจากท่าอากาศยานอุบลฯ- ท่าอากาศยานภูเก็ต จำนวน ๓ เที่ยวบินต่อสัปดาห์

- สายการบินไทย ๑ เที่ยวบิน จากท่าอากาศยานอุบลฯ – ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพด้านการท่องเที่ยว การค้า การลงทุน และการขนส่งผลผลิตทางการเกษตร และอาหารทะเล เชื่อมโยงจากอีสานใต้และกลุ่มประเทศอินโดจีนตอนกลาง สู่ภาคใต้ของประเทศไทย

สำหรับการเดินทางภายในจังหวัดนักท่องเที่ยวสามารถใช้บริการรถโดยสารประจำทางและมีบริการรถแท็กซี่อุบล ซึ่งมีไว้เพื่อบริการนักท่องเที่ยวภายในตัวเมืองเพื่อเพิ่มความรวดเร็วและสะดวกสบายในการเดินทางมากยิ่งขึ้น

๓. โครงสร้างพื้นฐานการจัดการประชุม (หน่วยงานสนับสนุนการจัดประชุมและบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดประชุม) จากการสัมภาษณ์เชิงลึกหน่วยงานทั้ง ๓ ระดับองค์กร โดยรวม พบว่าสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ มีการนำเสนอศักยภาพในการรองรับของจังหวัดอุบลราชธานี และจัดแผนการดำเนินงานส่งเสริมจังหวัดอุบลราชธานีในการเป็นศูนย์กลางธุรกิจการจัดประชุมภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง ซึ่งสอดคล้องกับสำนักงานจังหวัดมีแนวทางการพัฒนาจังหวัดอุบลราชธานีในการเป็นศูนย์กลางการจัดประชุมและนิทรรศการกลุ่มภาคอีสานตอนล่าง แต่ยังไม่มียแผนการดำเนินงานที่ชัดเจน ซึ่งจะเห็นได้ว่าการพัฒนาธุรกิจการจัดประชุมและนิทรรศการของจังหวัดอุบลราชธานีอาจจะต้องใช้เวลา เนื่องจากขาดแผนการพัฒนาและการประสานความร่วมมือกันอย่างจริงจังระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชนรวมถึงผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง

๔. การสนับสนุนของรัฐ (วิสัยทัศน์และพันธกิจในการพัฒนาการท่องเที่ยว นโยบายส่งเสริมการตลาดการจัดประชุม การจัดสร้างศูนย์การประชุม การทำโครงสร้างพื้นฐานสนับสนุน คุณภาพสิ่งแวดล้อมที่ดี ความสวยงามและความปลอดภัย) ความพร้อมของจังหวัดอุบลราชธานีและนโยบายในส่วนของภาคเอกชนในการสนับสนุนการตลาดประชุมและนิทรรศการมีแผนงานที่ชัดเจน เช่น หอการค้าจังหวัดอุบลราชธานีร่วมกับสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) มุ่งเน้นนโยบายการพัฒนา

ศักยภาพของผู้ประกอบการจังหวัดอุบลราชธานีและกลุ่มจังหวัดลุ่มแม่น้ำโขง กับประเทศเพื่อนบ้าน โดยเน้นการส่งเสริมและพัฒนาให้จังหวัดอุบลราชธานีเป็นศูนย์กลางด้านการท่องเที่ยว การค้า การขนส่ง การเป็นเมือง MICE ของภาคอีสานใต้และอินโดจีนตอนกลางในอนาคต เพื่อเตรียมก้าวสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ในปี พ.ศ. ๒๕๕๘ เป็นต้น

๕. สถานที่การพักผ่อนหย่อนใจ (แหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงทั้งประเภทที่มนุษย์สร้างขึ้น และแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ หรับผู้เข้าชมและผู้ติดตาม การจ้ดนำเที่ยวก่อนและหลังการประชุม) จังหวัดอุบลราชธานีมีแหล่งท่องเที่ยวสำคัญที่มีชื่อเสียงมากมายและหลากหลายรูปแบบ สามารถแบ่งเป็น ๔ ประเภท ดังนี้

๑. เทศกาลสำคัญประจำปี เช่น เทศกาลท่องเที่ยวแม่น้ำโขงรับตะวันใหม่ก่อนใครในสยาม (ช่วง ธ.ค.-ม.ค.) งานประเพณีแห่เทียนพรรษา (ช่วง ก.ค.) งานแสดงเทียนประติมากรรมเทียนนานาชาติ สนามแข่งเรือยาวอีสานใต้ (ก.ค.-ต.ค.) งานถนนเด็กเดินบริเวณด้านหน้าศาลหลักเมืองอุบลฯ เป็นต้น

๒. ประเพณีและศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น งานประเพณีแห่เทียนพรรษา เป็นประเพณีทางพุทธศาสนา ของชาวอุบลฯ ซึ่งมีความเจริญในพุทธศาสนา วัฒนธรรม และประเพณีมาเป็นเวลายาวนาน ถือเป็นงานบุญที่ยิ่งใหญ่ที่สุดของจังหวัดอุบลราชธานี โดยได้กำหนดจัดงานขึ้นในวันขึ้น ๑๕ ค่ำเดือน ๘ และแรม ๑ ค่ำเดือน ๘ หรือวันอาสาฬหบูชาและวันเข้าพรรษา จัดให้มีขึ้นทุกปี จัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและสืบสานวัฒนธรรมเข้าพรรษา อาทิ หลอมเทียน หลอมใจ หลอมบุญ โดยรวบรวมเทียนจากชาวเทศบาลนครอุบลราชธานีมาหลอมรวมกันเพื่อนำไปถวายวัดทั้ง ๒๕ วัดในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี รวมถึงการจัดเทศกาลอาหารไทย-อินโดจีน อร่อยได้ไร้แอลกอฮอล์ได้รวมร้านอร่อยไว้ต้อนรับนักท่องเที่ยว และยังสนับสนุนการจัดทำต้นเทียน ขบวนแห่เทียนพรรษาให้กับวัดในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานีจำนวน ๒,๐๐๐,๐๐๐ บาท พร้อมทั้งตกแต่งประดับเมืองให้สวยงามเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว

๓. ประเภทแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ประเภทสถาปัตยกรรมและประติมากรรม เช่น วัดมหาวันาราม พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ หอไตรวัดทุ่งศรี-เมือง วัดพระธาตุหนองบัว วัดศรีอุบลรัตนาราม หอจดหมายเหตุแห่งชาติเฉลิมพระเกียรติฯ อุบลราชธานี ฯลฯ

ประเภทร่องรอยอารยธรรมโบราณ เช่น ภาพเขียนสีก่อนประวัติศาสตร์ผาแต้ม ผาหม่อน แหล่งโบราณคดีบ้านก้านเหลือง

ประเภทธรรมชาติ เช่น อุทยานแห่งชาติภูจองนายอย ภูสมุย น้ำตกสร้อยสวรรค์ แก่งสะพือ อุทยานแห่งชาติแก่งตะนะ อุทยานแห่งชาติผาแต้ม ป่าดงนาทาม ผาชนะได

ประเภทหมู่บ้านศิลปวัฒนธรรม เช่น หมู่บ้านหัตถกรรมเครื่องทองเหลืองบ้านปะอ่าว ศูนย์ศิลปาชีพบ้านยางน้อย บ้านช่างหม้อ แหล่งผลิตเตาอั้งโล่

ประเภทการท่องเที่ยวเชื่อมโยงสู่ประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคอินโดจีน ได้แก่ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ราชอาณาจักรกัมพูชา

๔. สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัด เช่น ศาลหลักเมืองอุบลราชธานี พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติอุบลราชธานี แก่งสะพือ เขื่อนสิรินธร ซ่องเม็ก เขื่อนปากมูล แกรนด์แคนยอนเมืองสยามหรือสามพันโบกเมืองอุบล เป็นต้น

ตอนที่ ๒ โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีคุณภาพ มีความโดดเด่น เป็นจุดดึงดูด และมีความสำคัญต่อการพัฒนาเพื่อรองรับธุรกิจการจัดการประชุมหรือไมซ์ (MICE) พื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี ตามตัวชี้วัด ๕ ประเด็น ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามความคิดเห็นผู้เข้าร่วมประชุมในช่วงที่มีการจัดการประชุม สัมมนาต่างๆ หรือผู้ที่มีประสบการณ์ในจังหวัดอุบลราชธานีในช่วงที่มีการจัดการประชุม สัมมนาต่างๆหรือผู้ที่มีประสบการณ์ในจังหวัดอุบลราชธานีจำนวน ๑๒๐ คน โดยรวมพบว่า

ข้อมูลคุณลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า เมื่อจำแนกตามหน่วยงานผู้เข้าร่วมประชุม ส่วนใหญ่เป็นหน่วยงานราชการ กลุ่มตัวอย่างน้อยที่สุด คือ หน่วยงานบริษัทเอกชน

ผลการศึกษาความคิดเห็นผู้เข้าร่วมประชุมต่อโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีมีความสำคัญต่อการพัฒนาเพื่อรองรับธุรกิจการจัดการประชุมหรือไมซ์ (MICE) พื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี โดยรวม พบว่า

๑. การพัฒนาด้านความพร้อมจังหวัดอุบลราชธานีมีความจำเป็นอยู่ในระดับ *มากที่สุด* ($X = 4.21$)
๒. การพัฒนาด้านสถานที่จัดการประชุมมีความจำเป็นอยู่ในระดับ *มาก* ($X = 3.92$)
๓. การพัฒนาด้านสถานที่พักมีความจำเป็นอยู่ในระดับ *มาก* ($X = 4.02$)
๔. การพัฒนาด้านการท่องเที่ยวมีความจำเป็นอยู่ในระดับ *มาก* ($X = 4.05$)
๕. การพัฒนาหน่วยงานที่สนับสนุนธุรกิจการจัดประชุมในจังหวัดอุบลราชธานีมีความจำเป็นอยู่ในระดับ *มาก* ($X = 3.92$)

นอกจากนี้ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า หากต้องการพัฒนาจังหวัดอุบลราชธานีให้มีศักยภาพสำหรับการจัดประชุมและนิทรรศการภายในประเทศยิ่งขึ้น จะต้องเน้นการพัฒนาปัจจัยต่างๆ ดังนี้

๑. การสร้างจุดขายหรือสิ่งดึงดูดใจ เช่น การใช้วัฒนธรรมท้องถิ่นหรือประเพณีแห่เทียนเข้าพรรษา เป็นจุดขายมากขึ้นเพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้จังหวัดอุบลราชธานีมีความน่าสนใจ เป็นต้น

๒. การมุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์อย่างจริงจัง

๓. การพัฒนาบุคลากรทุกส่วนเพื่อรองรับธุรกิจการจัดประชุมหรือไมซ์และนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ ทั้งในด้านภาษาต่างประเทศ การท่องเที่ยว และการพัฒนาทักษะด้านการจัดการประชุม โดยขอความร่วมมือจากสถาบันการศึกษาในพื้นที่

๔. การพัฒนาความสามารถทางด้านภาษาต่างประเทศของคนในจังหวัดอุบลราชธานี ความรู้ความเข้าใจต่อการบริการ การมีจิตสำนึก การเป็นเจ้าบ้านที่ดี การอำนวยความสะดวก การรักษาความปลอดภัยและการปลูกฝังจิตสำนึกร่วมกันในการพัฒนาจังหวัดให้สามารถสร้างความประทับใจ มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติมากยิ่งขึ้น

๕. ความร่วมมือของทุกหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาจังหวัดอุบลราชธานีเพื่อรองรับธุรกิจการจัดประชุมหรือไมซ์ โดยเฉพาะความร่วมมือของหน่วยงานภายในจังหวัดควรต้องมีการประชุมเพื่อปรึกษาหารือกันทุกฝ่ายและร่วมกันทำงานด้วยความเข้าใจในธุรกิจอย่างแท้จริง ยอมสละเวลาและรับฟังความต้องการของผู้ที่มีส่วนในการรับผิดชอบหลัก คือ ผู้ประกอบการโรงแรมธุรกิจท่องเที่ยวตลอดจนธุรกิจบริการอื่นๆและผู้จัดงานธุรกิจไมซ์

๖. การปรับปรุงพัฒนาสถานที่จัดงาน โดยเฉพาะสถานที่ที่จะใช้รองรับการจัดประชุมระดับชาติหรือระดับนานาชาติ ทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆด้านโรงแรมที่พักและการบริการอื่นๆ ให้มีความพร้อมและมีมาตรฐานระดับสากล

๗. กำหนดให้มีแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเฉพาะด้านธุรกิจการจัดประชุมและนิทรรศการภายในจังหวัดและให้ทุกภาคส่วนใช้เป็นแนวทางพัฒนาหรือให้ความร่วมมือ

๘. การสนับสนุนงบประมาณจากรัฐบาลในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจภายในจังหวัดอุบลราชธานีให้มากขึ้น

การสรุปและอภิปรายผล

ผลการศึกษาความพร้อมของเมืองในด้านธุรกิจการจัดประชุมหรือไมซ์ (MICE) พื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี ในด้านโครงสร้างพื้นฐานสิ่งอำนวยความสะดวกในจังหวัดอุบลราชธานี ตามตัวชี้วัดทั้ง ๕ ประการ สรุปได้ดังนี้

๑. คุณภาพของสถานที่จัดการประชุม จังหวัดอุบลราชธานีมีสถานที่รองรับการจัดประชุมระดับนานาชาติและตลาดประชุมภายในประเทศที่มีศักยภาพสูงของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ปัจจุบันมีสถานที่จัดการประชุมหลากหลายรูปแบบทั้งในส่วนของภาครัฐ โรงแรมรีสอร์ทและอพาร์ทเมนท์ ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในตัวเมือง ด้วยการเป็นศูนย์กลางของภาคอีสานตอนล่างในการเชื่อมโยงทางการค้าการท่องเที่ยวและการลงทุนกับประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ ศูนย์กลางการศึกษา ประชุม อบรม สัมมนา ศูนย์กลางการคมนาคมทางอากาศด้านสากลสู่ประเทศเวียดนามและกลุ่มอาเซียนในแถบลุ่มน้ำโขง ทำให้จังหวัดอุบลราชธานีมีโอกาสที่จะส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจการจัดการประชุมภายในประเทศให้มีความศักยภาพได้

๒. การเข้าถึงสถานที่จัดการประชุม จังหวัดอุบลราชธานีมีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ โดยเฉพาะการเดินทางทุกประเภท ทั้งทางเครื่องบิน รถยนต์ และรถไฟ ทำให้การเข้าถึงจังหวัดอุบลราชธานีมีความสะดวกสบาย โดยเฉพาะสนามบินนานาชาติสามารถอำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทาง นอกจากนี้ยังมีการจัดบริการรถแท็กซี่ มีเตอร์และรถสองแถวไว้สำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางโดยสารไปยังสถานที่ต่างๆภายในตัวเมืองด้วย

๓. โครงสร้างพื้นฐานการจัดการประชุม สำหรับประเด็นโครงสร้างพื้นฐานการจัดการประชุม นอกจากโรงแรมขนาดใหญ่ของคนท้องถิ่นและสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี ที่ประสานงานในเรื่องการขยายตลาดธุรกิจการจัดประชุมแล้ว ยังไม่มีหน่วยงานระดับจังหวัดที่เป็นหน่วยการตลาดของจังหวัดรับผิดชอบโดยตรง ส่วนการบริหารงานการประชุมที่มีอยู่แล้วทั้งระดับประเทศและนานาชาติที่โรงแรมต่างๆ จัดอยู่ ไม่มีผู้รับผิดชอบโดยตรง ซึ่งสถาบันอุดมศึกษาในจังหวัดอุบลราชธานีได้เพิ่มหลักสูตรการเรียนการสอนเกี่ยวกับธุรกิจการจัดประชุมหรือ MICE สำหรับนักศึกษาในมหาวิทยาลัยเพื่อสามารถผลิตบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้มีความศักยภาพและสามารถรองรับตลาดการประชุมภายในประเทศและนานาชาติมากขึ้น

๔. การสนับสนุนของรัฐ ความพร้อมของจังหวัดอุบลราชธานีและนโยบายของรัฐในการสนับสนุนตลาดการประชุมและนิทรรศการโดยสรุปยังไม่มีแผนงานที่ชัดเจน ซึ่งแม้จะได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลกลาง ได้แก่ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ หรือ สสปน. แต่นโยบายของทางจังหวัดยังไม่ได้คิดในเรื่องการส่งเสริมตลาดการจัดประชุมอย่างเป็นระบบ จะต้องพัฒนาอย่างอื่นที่เกี่ยวข้องไปพร้อมๆกันด้วย

๕. สถานที่การพักผ่อนหย่อนใจ การท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานีมีความสนใจเป็นที่ดึงดูดของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการคมนาคมที่เชื่อมโยงการท่องเที่ยวจากจังหวัดอุบลราชธานีสู่ประเทศลาว อย่างไรก็ตามการเดินทางจากตัวเมืองไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆในจังหวัดอุบลราชธานี ยังไม่สะดวกมากนักเนื่องจากอยู่ห่างไกลตัวเมืองและต้องใช้เวลามากในการเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง

ทั้งนี้จากผลการศึกษาพบว่ามีความสอดคล้องกับแนวคิดของ Hankinson (2005) ที่กล่าวว่า Infrastructure หรือ โครงสร้างพื้นฐานมีความสำคัญที่จะสนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ เช่น การมีโครงสร้างพื้นฐานในการเดินทาง ได้แก่ ระบบถนน รถไฟ ท่าเทียบเรือ ท่าอากาศยาน เป็นต้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง หากมีท่าอากาศยานที่ผู้มาร่วมงานสามารถบินตรงมาได้ก็ยิ่งได้เปรียบ นอกจากนี้ ภาพลักษณ์ของ

เมือง (city's brand image) มีส่วนสำคัญที่ช่วยทำให้มีผู้สนใจมาเยือนดังนั้น จึงต้องสร้างเอกลักษณ์หรือโครงสร้างพื้นฐานทั่วไปของเมืองให้โดดเด่นและเข้มแข็งในทุกระดับ เพื่อจะแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดให้เพิ่มพูนมากขึ้น และเพื่อทำให้การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจในเมืองนั้นๆบรรลุถึงศักยภาพที่มีอยู่ และแนวคิดของรศพร จันทรสว่าง (๒๕๔๗ : ๓๔-๓๕) ที่กล่าวว่า การจัดประชุมนานาชาติผู้จัดงานจะต้องเลือกสถานที่จัดงานที่มีปัจจัยอำนวยความสะดวกและดึงดูดความสนใจของผู้เข้าประชุม ดังนั้นปัจจัยในการเลือกจุดหมายเพื่อจัดประชุมนานาชาติแต่ละครั้งจึงต้องขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ ได้แก่ ๑. สิ่งอำนวยความสะดวกด้านการเดินทาง ๒. โรงแรมที่พัก ๓. สถานที่จัดประชุม ๔. ทักษะในการจัดประชุม ๕. ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ เทวีวรรณ ปทุมพร (๒๕๔๙) ที่กล่าวว่า ปัจจัยความสำเร็จสำหรับธุรกิจการจัดประชุมโดยรวม ได้แก่ โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก ระบบคมนาคมขนส่ง จำนวนเที่ยวบิน ระบบฐานข้อมูลสำหรับผู้จัดกิจกรรม จุดขายและภาพลักษณ์ของจังหวัด ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน บุคลากรและแผนพัฒนาเฉพาะด้านธุรกิจการจัดประชุม

ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาและการอภิปรายผลการศึกษาสามารถสรุปได้ว่า จังหวัดอุบลราชธานีมีความพร้อมสำหรับตลาดการจัดประชุมและนิทรรศการภายในประเทศตามตัวชี้วัด ๕ ประการที่ได้กล่าวมาแล้ว การพัฒนาจังหวัดให้มีศักยภาพรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์และธุรกิจการจัดประชุมภายในประเทศนั้น ยังมีจุดอ่อนอยู่หลายประการ แต่สามารถพัฒนาสำหรับตลาดภายในประเทศได้ ดังนี้

๑. ความร่วมมือในการดำเนินงานระหว่างภาครัฐและเอกชน จากการศึกษาพบว่าปัญหาหลักสำหรับจังหวัดอุบลราชธานีในการพัฒนาธุรกิจการจัดประชุมและนิทรรศการเพื่อรองรับตลาดภายในประเทศ คือ การขาดความร่วมมือในการดำเนินงานระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน และการประสานงานทำให้การดำเนินงานเป็นในลักษณะต่างคนต่างทำ ไม่ให้ความสนใจอย่างจริงจัง ในขณะที่ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องอื่นก็ไม่ได้ให้การสนับสนุนที่เป็นรูปธรรมและไม่ได้มีการร่วมกันหาแนวทางการพัฒนาแม้ว่าจังหวัดอุบลราชธานีจะมีความโดดเด่นและได้เปรียบด้านโครงสร้างพื้นฐานสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มากที่สุดในภาคอีสานตอนล่างก็ตาม ดังนั้นความร่วมมือจากสำนักงานจังหวัด สำนักงาน ททท. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวและบริการหรือชมรมต่างๆและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง จะต้องศึกษาร่วมกันเพื่อวางแผนพัฒนาศักยภาพการรองรับตลาดการจัดประชุมและนิทรรศการภายในประเทศ การวางแผนการตลาดและการประชาสัมพันธ์จังหวัด

๒. การมุ่งเน้นกิจกรรมไมซ์ (MICE) ที่เหมาะสม จังหวัดอุบลราชธานีมีความพร้อมในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆสำหรับการจัดธุรกิจการประชุมหรือไมซ์ ได้แก่ สถานที่จัดงาน สถานที่พัก แหล่งท่องเที่ยว และระบบคมนาคมขนส่งในจังหวัด ด้วยการเป็นศูนย์กลางของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างในการเชื่อมโยงทางการค้า การท่องเที่ยวและการลงทุนกับประเทศเพื่อนบ้านหลายอย่าง ได้แก่ ศูนย์กลางการศึกษา ประชุม อบรม สัมมนา ศูนย์กลางการคมนาคมทางอากาศด้านสากลสู่ประเทศเวียดนามและกลุ่มอาเซียนในแถบกลุ่มน้ำโขง ศูนย์กลางทางด้านสุขภาพและสาธารณสุข เป็นต้น ทำให้จังหวัดมีโอกาสที่จะส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจจัดการประชุมภายในประเทศให้มีศักยภาพได้ในอนาคต

๓. การวางแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเฉพาะด้านสำหรับตลาดการจัดประชุมและนิทรรศการภายในประเทศ ซึ่งจะทำให้มีการกำหนดแนวทางการดำเนินงาน ตัวชี้วัดความสำเร็จ การประเมินผลการดำเนินงาน การกำหนดงบประมาณอย่างชัดเจน รวมทั้งการเก็บรวบรวมข้อมูลสถิติที่เกี่ยวข้อง เช่น สถิติการจัดการจัดประชุมระดับชาติและการจัดประชุมระดับนานาชาติ การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่เกิดขึ้นภายในจังหวัดอุบลราชธานีในแต่ละปี จำนวนผู้เข้าร่วมกิจกรรมไมซ์ (MICE)

ในจังหวัด รายได้ที่เกิดขึ้นจากการจัดกิจกรรมในแต่ละครั้ง เพื่อจัดทำระบบฐานข้อมูลสำหรับธุรกิจไมซ์จังหวัด อุบลราชธานี เป็นต้น

๔. ต้องมีการพัฒนากำลังคนอย่างจริงจังในเรื่องของหลักสูตรการจัดการธุรกิจการจัดประชุมและนิทรรศการในสถาบันอุดมศึกษาของจังหวัด ซึ่งจะเป็นการเพิ่มศักยภาพความพร้อมด้านบุคลากรเพื่อรองรับตลาดธุรกิจการจัดประชุมและนิทรรศการภายในประเทศและมีมาตรฐานระดับสากล

๕. ต้องมีการพัฒนาระบบการขนส่งในปัจจุบันให้มีการเชื่อมโยงติดต่อกันโดยเฉพาะตัวเมืองกับชุมชนและแหล่งท่องเที่ยว ทั้งการเพิ่มจำนวนรถโดยสารการปรับปรุงสภาพของตัวรถให้พร้อมใช้งานได้ตลอดการเดินทาง

บรรณานุกรม

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม. (๒๕๔๕-๒๕๔๙). **แผนธุรกิจสู่ความสำเร็จ.**

กรุงเทพมหานคร. (เอกสารสำเนา)

ฐานา บุญยประวิตร. (๒๕๔๗). **การศึกษาความเป็นไปได้โครงการศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ จังหวัดภูเก็ต.** บริษัท พิพิธภัณฑ์เอเชีย จำกัด. (ถ่ายสำเนา)

ทวีป ศิริรัศมี และคณะ. (๒๕๕๒). **การเพิ่มศักยภาพของธุรกิจการจัดประชุมและนิทรรศการนานาชาติของ กรุงเทพฯด้วยการวัดเปรียบเทียบสมรรถนะกับสิงคโปร์และฮ่องกง.** สมาคมนักวิชาการการ ท่องเที่ยว (ประเทศไทย).

เทวีวรรณ ปทุมพร. (๒๕๔๙). **ปัจจัยความสำเร็จของอุตสาหกรรมการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ (MICE) ในจังหวัดขอนแก่น.** วิทยานิพนธ์ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

มนัส ชัยสวัสดิ์ และคณะ. (๒๕๕๒). **ศึกษาความพร้อมของเมืองในด้านธุรกิจการจัดประชุมหรือไมซ์ (MICE) พื้นที่จังหวัดภูเก็ต.** มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต.

ละอียด ศิลาน้อย. (๒๕๕๐). **การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว.** กรุงเทพมหานคร

สำนักงานส่งเสริมการประชุมและนิทรรศการ(สสปน.). (๒๕๕๔). **เข้าใจ Mice เข้าใจธุรกิจ.** กรุงเทพมหานคร.

(เอกสารสำเนา)

สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวไทย. (๒๕๕๔). **การยกระดับศักยภาพอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อลด การเคลื่อนย้ายแรงงานในจังหวัดอุบลราชธานี.** (ถ่ายสำเนา)

สุณีย์ บริสุทธิ์, พรรณี พิมพ์โพธิ์ และจันทร์จิรา ม้าลำพอง. (๒๕๔๘). **แบบอย่างการลงทุนธุรกิจท่องเที่ยว MICE.** ห้างหุ้นส่วนจำกัด พลอยการพิมพ์.

หมายเหตุ: บรรณานุกรมนี้เป็นส่วนหนึ่งของบรรณานุกรมทั้งหมด
