

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่สามารถช่วยฟื้นฟูสภาพเศรษฐกิจและสร้างรายได้จำนวนมหาศาลให้กับประเทศไทย ทำให้รัฐบาลเล็งเห็นถึงความสำคัญและได้มีนโยบายในการส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในทุกๆ ด้านมากขึ้น โดยเฉพาะอุตสาหกรรมท่องเที่ยวประเภท การจัดการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ (MICE: Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition) ที่มีแนวโน้มการเจริญเติบโตสูงขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งแม้ว่านักท่องเที่ยวในกลุ่ม MICE นี้จะมีขนาดเล็ก เป็นตลาดเฉพาะกลุ่ม แต่ก็มีคุณภาพและศักยภาพในการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวสูง สามารถสร้างรายได้ให้ประเทศไทยมากกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป ถึง 3 เท่า (สำนักบริการธุรกิจและที่ปรึกษา สถาบันทรัพย์สินทางปัญญาแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542) ดังจะเห็นได้จากการวางแผนการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในปี 2545 เป็นปีแห่งการประชุม โดยจัดทำโครงการ ‘The Place to Meet, Amazing Thailand’ ขึ้นสำหรับตลาดต่างประเทศที่ต่อเนื่องจากโครงการ Amazing Thailand และการจัดงาน MICE MART 2003 ในวันที่ 29 กรกฎาคม 2546 เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวในรูปแบบ MICE ในประเทศ แทนการเดินทางออกไปนอกประเทศโดยมีเป้าหมาย คือ ตลาดท่องเที่ยวในประเทศจากหน่วยงานราชการและหน่วยงานเอกชน (ศักยภาพเติบโตของตลาดท่องเที่ยวกลุ่ม MICE, 2546) นอกจากนี้ยังได้มี การส่งเสริมการเพิ่มสถานที่สำหรับจัดประชุมในระดับนานาชาติตามจังหวัดหลักของแต่ละภูมิภาคมากขึ้น ตลอดจนการจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน. หรือ TCEB) เพื่อดำเนินงานด้านอุตสาหกรรม MICE ให้ก้าวสู่การเป็นประเทศศูนย์กลางการหรือทางธุรกิจของนักลงทุนระดับโลก หรือ Business Hub

จังหวัดขอนแก่นเป็นอีกจังหวัดหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีการจัดประชุมสัมมนา นิทรรศการ และแสดงสินค้าบ่อยครั้ง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2547) และมีศูนย์การประชุมและแสดงสินค้าที่มีศักยภาพในการรองรับ เห็นได้จากผลการศึกษาถึงความพร้อมของตลาด MICE ในประเทศต่างๆ แถบเอเชียของบริษัท อินฟอร์เมชั่น โพรไวเดอร์ แอนด์ คอนซัลแตนท์ จำกัด พบว่า ปัจจุบันประเทศไทยมีสถานที่ในภูมิภาคต่างๆ นอกเหนือจากกรุงเทพมหานครที่มีความพร้อมในการจัดประชุมนานาชาติ และการจัดนิทรรศการ/แสดงสินค้าเพียงไม่กี่แห่ง ได้แก่ ศูนย์ประชุมและศูนย์แสดงสินค้าพัทยา (PEACH) ศูนย์ประชุมมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และศูนย์ประชุมอเนกประสงค์กาญจนาภิเษก มหาวิทยาลัยขอนแก่น

(ศักยภาพเติบโตของตลาดท่องเที่ยวกลุ่ม MICE, 2546) นอกจากนี้จังหวัดขอนแก่นยังได้รับเกียรติให้เป็นตัวแทนภาคตะวันออกเฉียงเหนือในการเป็นเจ้าภาพจัดการประชุมว่าด้วยความร่วมมือด้านเศรษฐกิจเอเชีย-แปซิฟิก (Asia – Pacific Economic Cooperation: APEC) 2 ระดับ คือ การประชุมระดับเจ้าหน้าที่อาวุโสเอเปค ครั้งที่ 2 (APEC Senior Officials Meeting – SOM) ในระหว่างวันที่ 21-30 พฤษภาคม 2546 และการประชุมรัฐมนตรีการค้าเอเปค (APEC Meeting of Minister Responsible for Trade – MRT) ในระหว่างวันที่ 2-3 มิถุนายน 2546 เพื่อการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของภูมิภาค (กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ, 2546) จากการทำเจ้าภาพจัดการประชุม APEC 2003 นี้ เป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านการจัดประชุมสัมมนาในจังหวัดขอนแก่นให้เป็นที่ยอมรับ และทำให้เกิดความไว้วางใจในการเลือกจังหวัดขอนแก่นให้เป็นสถานที่จัดประชุมสัมมนา และการแสดงสินค้า/นิทรรศการมากยิ่งขึ้น ประกอบกับจังหวัดขอนแก่นมีจุดแข็งที่สำคัญในเรื่องของทำเลที่ตั้งที่เป็นศูนย์กลางของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ การเป็นศูนย์กลางการศึกษา การวิจัยและค้นคว้า ศูนย์ราชการ สถาบันการเงิน และ ธุรกิจระดับภาค รวมไปถึงการเป็นศูนย์กลางการคมนาคมทางรถยนต์ รถไฟ และเครื่องบิน จากการเป็นศูนย์กลางการบินร่วม (Twin Hub) ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือร่วมกับท่าอากาศยานอุบลราชธานี และการมีสิ่งอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ อย่างครบครันเป็นส่วนสนับสนุนให้จังหวัดขอนแก่นก้าวสู่การเป็นจังหวัดศูนย์กลางของภาคตะวันออกเฉียงเหนือและอนุภูมิภาคอินโดจีน ตามเป้าหมายของ แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดขอนแก่น ปี 2546 (สำนักงานจังหวัดขอนแก่น, 2546) ที่มุ่งเน้นให้จังหวัดขอนแก่นมีการพัฒนาศักยภาพการแข่งขันทางเศรษฐกิจเพื่อความเป็นศูนย์กลางด้านต่าง ๆ ดังนี้

- 1) ศูนย์บริการทางการแพทย์และสาธารณสุขของอินโดจีน
- 2) ศูนย์กลางการพัฒนาด้านอุตสาหกรรมและการเกษตรกรรมของภูมิภาค
- 3) ประตูเปิดสู่อินโดจีนและจีนตอนใต้ตามโครงการการพัฒนาแนวพื้นที่เศรษฐกิจตะวันออกเฉียงตะวันตก (East – West Economic Corridor)
- 4) ศูนย์กลางอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (E – Saan Software Park) ให้เป็นประตูสู่อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ในประเทศภูมิภาคอินโดจีน หรือ ไอซีที ซิตี้ (ICT City)
- 5) ศูนย์กลางการบริการขนส่งสินค้าด้วยตู้คอนเทนเนอร์ทางรถไฟ (Inland Container Depot : ICD)
- 6) ศูนย์บริการรวบรวมและกระจายสินค้า การลงทุน และการขนส่งแบบครบวงจร
- 7) ศูนย์กลางการคมนาคมขนส่งระหว่างประเทศ อนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง
- 8) ศูนย์บริการสำหรับการทำงานในประเทศและต่างประเทศแบบครบวงจรหรือธนาคารแรงงาน
- 9) ศูนย์กลางการประชุมสัมมนาและการท่องเที่ยวในภูมิภาค

10) ศูนย์เชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวในภูมิภาคและข้ามภูมิภาคไปสู่ประเทศเพื่อนบ้าน ในฐานะที่เป็นเมืองศูนย์กลางของภาคอีสาน

แต่เมื่อพิจารณาถึงอัตราการเจริญเติบโตในอุตสาหกรรม MICE ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ กลับพบว่า มีการเติบโตในระดับต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับภูมิภาคอื่นของประเทศไทย โดยในปี 2545 การประชุมนานาชาติที่ถูกจัดขึ้นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีเพียง 9 ครั้ง ในขณะที่จัดขึ้นในภาคกลางจำนวน 953 ครั้ง ภาคเหนือ 159 ครั้ง ภาคใต้ 329 ครั้ง และภาคตะวันออก 101 ครั้ง ทางด้านการแสดงสินค้า/นิทรรศการที่ถูกจัดขึ้นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นงานระดับภูมิภาค และจำนวนนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจากต่างประเทศที่เดินทางมายังภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีเพียงร้อยละ 2 ของนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจากต่างประเทศในปี 2545 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2547) ซึ่งแสดงให้เห็นว่า การจัดกิจกรรม MICE ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือไม่ได้รับความนิยมมากนัก และแม้ว่าจังหวัดขอนแก่นจะเป็นจังหวัดที่มีการจัดการประชุมนานาชาติมากที่สุดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ(การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2547) แต่ก็มีจำนวนการจัดเพียง 6 ครั้ง จาก 1,551 ครั้ง ในปี 2545 ดังนั้นเพื่อการส่งเสริมให้จังหวัดขอนแก่นเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรม MICE ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดขอนแก่น ปี 2546 จึงนำมาซึ่งการศึกษาเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จของอุตสาหกรรม การประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ (MICE) ในจังหวัดขอนแก่น โดยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรม MICE ของจังหวัดขอนแก่นทั้งทางตรงและทางอ้อม ตลอดจนการวิเคราะห์ปัจจัยความสำเร็จที่จะทำให้จังหวัดขอนแก่นสามารถบรรลุจุดมุ่งหมายได้ในระยะเวลาอันสั้น

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรม MICE ของจังหวัดขอนแก่น

2.2 เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรม MICE ของจังหวัดขอนแก่น

2.3 เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในอุตสาหกรรม MICE ของจังหวัดขอนแก่น

2.4 เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยความสำเร็จในการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันในอุตสาหกรรม MICE ของจังหวัดขอนแก่น

3. ขอบเขตและข้อจำกัดของการวิจัย

3.1 ขอบเขตของการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จในอุตสาหกรรม MICE ของจังหวัดขอนแก่นนี้ มุ่งศึกษาถึงสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรม MICE ของจังหวัดขอนแก่นโดยตรงและโดยอ้อม เพื่อทำการวิเคราะห์ถึงปัจจัยความสำเร็จของอุตสาหกรรม MICE ของจังหวัดขอนแก่น จากแนวคิดของผู้บริหารระดับสูงที่อยู่ในอุตสาหกรรม MICE และหน่วยงานที่รับผิดชอบในการกำหนดนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ของจังหวัดขอนแก่น จำนวน 7 ท่าน ตลอดจนแนวคิดจากนักวิชาการผู้มีผลงานวิชาการเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม MICE จาก 2 มหาวิทยาลัย รวมจำนวนทั้งสิ้น 9 ท่าน และการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากผู้เข้าร่วมการประชุมนานาชาติในจังหวัดขอนแก่น ระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2548 ถึง มกราคม 2549 ร่วมกับการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสาร บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยการวิเคราะห์ด้วยเครื่องมือ STEP Analysis, Five Forces Model, Value Chain Analysis และ SWOT Analysis เป็นหลัก

3.2 ข้อจำกัดของการวิจัย

ข้อจำกัดของการวิจัยในส่วนการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ คือ การวิจัยครั้งนี้มีลักษณะที่เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพมากกว่าการวิจัยเชิงปริมาณ เนื่องจากคุณลักษณะของธุรกิจที่เป็นธุรกิจบริการ ทำให้ต้องมีการเก็บข้อมูลเชิงลึกจากประชากรที่มีลักษณะพิเศษและเป็นประชากรขนาดเล็ก ได้แก่ นักวิชาการ นักธุรกิจ และผู้บริหารในส่วนของภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม MICE และการแจกแบบสอบถามสำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรม MICE ระดับนานาชาติในจังหวัดขอนแก่นซึ่งมีเฉพาะกิจกรรมการประชุมนานาชาตินั้น ไม่ได้ได้รับความร่วมมือจากผู้ตอบแบบสอบถามมากนัก

ข้อจำกัดของการวิจัยในส่วนของการรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ คือ จังหวัดขอนแก่นไม่มีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้านอุตสาหกรรม MICE ของจังหวัดไว้โดยเฉพาะ

4. นิยามศัพท์

ในการวิจัยครั้งนี้ได้ใช้คำนิยามศัพท์ตามแนวทางของสมาคมการแสดงสินค้า (ไทย) และเอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการธุรกิจการประชุมของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราชที่ได้กำหนดความหมายเฉพาะของคำศัพท์ตามหลักสากลของอุตสาหกรรม MICE ดังนี้

4.1 ปัจจัยความสำเร็จ หมายถึง ปัจจัยที่มีความสำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับอุตสาหกรรม MICE ในจังหวัดขอนแก่น

4.2 MICE ย่อมาจาก Meeting, Incentive Travel, Convention, และ Exhibition

4.2.1 Meeting หมายถึง การประชุมของกลุ่มบุคคลหรือองค์การ

4.2.2 Incentive Travel หมายถึง การจัดการท่องเที่ยวเพื่อให้รางวัลแก่พนักงานหรือบุคคลที่สามารถดำเนินงานได้ตามเป้า

4.2.3 Convention หมายถึง การประชุมขนาดใหญ่ของกลุ่มบุคคลในสายอาชีพเดียวกัน

4.2.4 Exhibition หมายถึง การจัดงานแสดงสินค้าหรือนิทรรศการ

4.3 อุตสาหกรรม MICE หมายถึง อุตสาหกรรมการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการแสดงสินค้า/นิทรรศการ โดยส่วนใหญ่จะหมายถึงงานระดับนานาชาติ

4.4 Organizer หมายถึง ผู้จัดงานการประชุมหรืองานแสดงสินค้า/นิทรรศการ

4.4.1 Host Organizer องค์การเจ้าภาพผู้จัดงานการประชุมหรืองานแสดงสินค้า/นิทรรศการ

4.4.2 PCO ย่อมาจาก Professional Conference Organizer หรือ Professional Congress Organizer หมายถึง ผู้จัดงานประชุมมืออาชีพ

4.4.3 PEO ย่อมาจาก Professional Exhibition Organizer หมายถึง ผู้จัดงานแสดงสินค้ามืออาชีพ

4.5 Participant หมายถึง ผู้มาร่วมประชุม

4.6 Exhibitor หมายถึง ผู้แสดงสินค้าและบริการ

4.7 Visitor หมายถึง ผู้เยี่ยมชมการแสดงสินค้าและบริการ

4.8 Sponsor หมายถึง องค์การผู้มอบรางวัลให้กับพนักงานที่สามารถดำเนินงานได้ตามเป้าด้วยการสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว

4.9 Incentive Traveler หมายถึง นักท่องเที่ยวที่ได้รับรางวัลจากองค์การในลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว

4.10 Supplier/Contractor หมายถึง องค์การหรือหน่วยงานผู้ให้บริการด้านต่าง ๆ ในการจัดประชุมหรือแสดงสินค้า/นิทรรศการ เช่น การออกแบบสถานที่ ก่อสร้างและตกแต่งระบบแสงเสียง ระบบสื่อสารโทรคมนาคม และบริการอื่น ๆ โดยส่วนใหญ่จะพบในธุรกิจด้านการแสดงสินค้า

4.11 Venue หมายถึง สถานที่จัดประชุมหรืองานแสดงสินค้า/นิทรรศการ

4.12 Hotel/Accommodation หมายถึง โรงแรมที่พัก โดยส่วนใหญ่จะหมายถึงโรงแรมระดับ 5 ดาว

4.13 Transportation/Transport Operator หมายถึง ผู้ดำเนินการขนส่ง เช่น สายการบิน รถขนส่ง รถแท็กซี่ รถไฟ เป็นต้น

4.14 Freight Forwarder หมายถึง ผู้ดำเนินการค้ำประกันขนส่งสินค้า ซึ่งให้บริการด้านการจัดหาระวางเพื่อขนส่งสินค้าโดยพาหนะรูปแบบต่าง ๆ รวมทั้งการรับดำเนินการพิธีศุลกากร

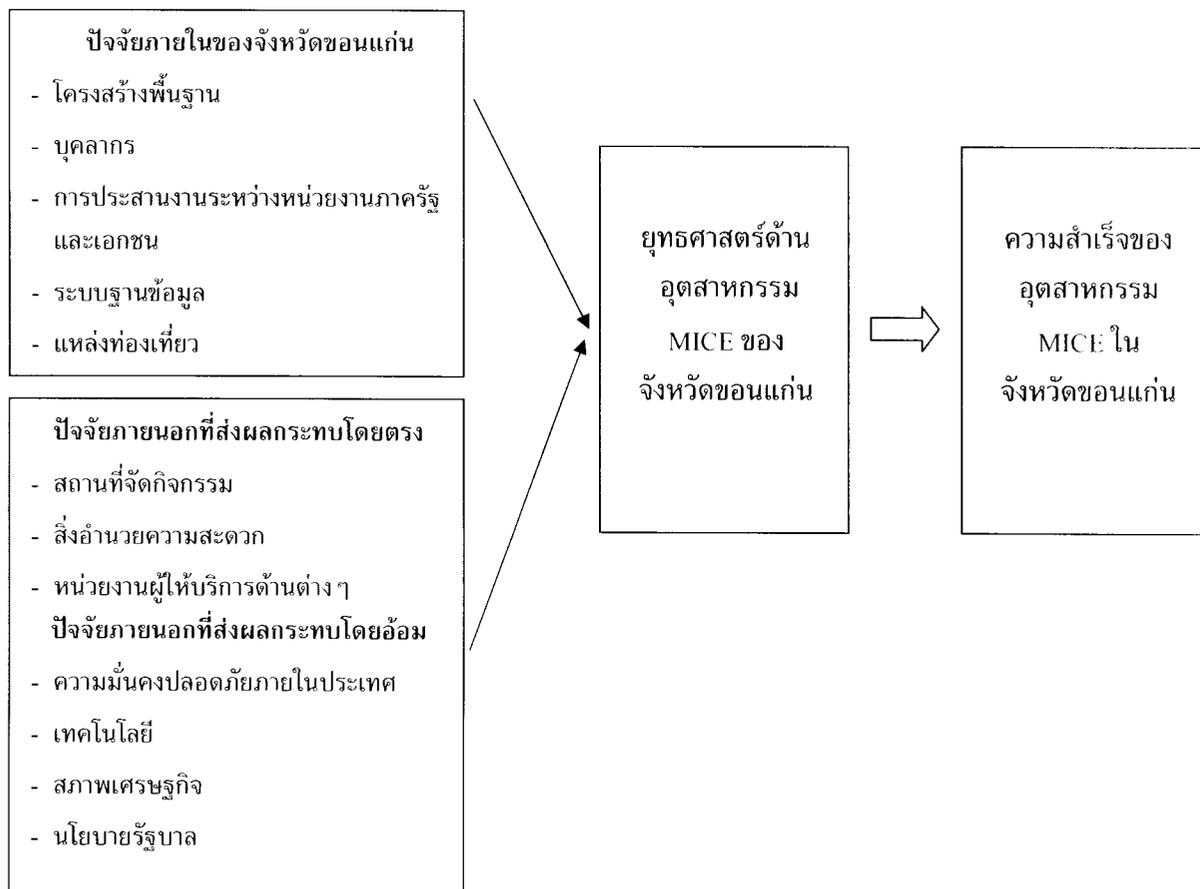
4.15 Tour Operator หมายถึง บริษัทจัดการท่องเที่ยวที่ให้บริการด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ

4.16 DMC ย่อมาจาก Destination Management Company หมายถึง บริษัทที่รับจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล โดยส่วนใหญ่จะเป็นส่วนหนึ่งของ Tour Operator แต่เจาะจงกลุ่มการท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล

4.17 EMC ย่อมาจาก Event Management Company หมายถึง บริษัทที่ผู้รับจัดกิจกรรมต่าง ๆ เช่น พิธีการเปิด/ปิดงานการประชุมหรืองานแสดงสินค้า/นิทรรศการ

5. กรอบแนวคิดในการวิจัย

ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรม MICE ในจังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วยปัจจัยภายใน ได้แก่ โครงสร้างพื้นฐาน บุคลากร การประสานงานระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ระบบฐานข้อมูล และแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบโดยตรง ได้แก่ สถานที่จัด กิจกรรม สิ่งอำนวยความสะดวก และหน่วยงานผู้ให้บริการด้านต่างๆ และปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบโดยอ้อม ได้แก่ ความมั่นคงปลอดภัยภายในประเทศ เทคโนโลยี สภาพเศรษฐกิจ และนโยบายรัฐบาล ซึ่งหากปัจจัยเหล่านี้ถูกให้ความสำคัญด้วยการบรรจุไว้ในยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดขอนแก่นก็จะส่งผลให้จังหวัดขอนแก่นได้รับความสำเร็จในอุตสาหกรรม MICE



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

6. ปัญหานำการวิจัย

ความสำเร็จของอุตสาหกรรม MICE ในจังหวัดขอนแก่นขึ้นอยู่กับความพร้อมในการรองรับของสถานที่จัดกิจกรรมการประชุม การแสดงสินค้า/นิทรรศการ และแหล่งท่องเที่ยว รวมไปถึงสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีภายในจังหวัดที่จะต้องได้รับการพัฒนาควบคู่กับการส่งเสริมอุตสาหกรรม MICE จากยุทธศาสตร์ขอนแก่น

7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

7.1 สามารถวิเคราะห์ปัจจัยความสำเร็จในการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันในอุตสาหกรรม MICE ของจังหวัดขอนแก่น

7.2 สามารถนำมาเป็นข้อมูลประกอบการวางแผนยุทธศาสตร์ของจังหวัดขอนแก่นได้

7.3 สามารถนำมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงระบบการดำเนินงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้

7.4 ก่อให้เกิดความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการพัฒนาศักยภาพการรองรับอุตสาหกรรม MICE ของจังหวัดขอนแก่น