

A

An Analysis of Value Chain for Enhancing Corporate Meeting and Conference Industry's Capability in Chiang Rai

Angsumalin Jamnongchob^{1,*} Athitaya Pathan² and Jutathip Junead³

Received: October 8, 2020 Revised: November 9, 2020 Accepted: December 2, 2020

Abstract

This research aims to study 1) the patterns and decision making behaviors to join the meeting in Chiang Rai province 2) analyze value chain structure of the meeting industry 3) study trends of meeting industry in Chiang Rai province and, 4) propose guidelines for the development of the value chain to enhance the capability of the meeting industry in Chiang Rai. Research methodologies were mixed between qualitative and quantitative research. It was found that the meetings industry in Chiang Rai had a possibility and a good direction, especially in the Special Economic Zone. It could be good opportunities to create competitive advantages that affected to local economic both directly and indirectly. For value chain development approach to enhance the capabilities of the meeting industry in Chiang Rai which related to 7 approaches consisting of 1) establish the MICE Excellence Center 2) improve and develop meeting facilities 3) build a business collaboration network 4) develop human resources in the meeting industry 5) develop activities to accommodate MICE tourists 6) make a difference by using the provincial identity and 7) create media to promote the meeting industry of Chiang Rai province.

Keywords: Chiang Rai province, corporate meeting, conference, value chain, enhancing capability

^{1,3} Faculty of Environmental Culture and Ecotourism, Srinakharinwirot University, Thailand

² School of Management, Mae Fah Luang University, Chiang Rai, Thailand

* Corresponding author. E-mail: angsumalin@g.swu.ac.th



การวิเคราะห์โครงสร้างห่วงโซ่คุณค่าเพื่อยกระดับขีดความสามารถของอุตสาหกรรมการจัดประชุมองค์กรและประชุมวิชาชีพในจังหวัดเชียงราย

อังสมาลิน จ้านงขอบ^{1*} อาทิตยา ปาทาน² และ จุฑาธิปต์ จันทรเอี้ยง³

วันรับบทความ: October 8, 2020 วันแก้ไขบทความ: November 9, 2020 วันตอบรับบทความ: December 2, 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษารูปแบบและพฤติกรรมการตัดสินใจเดินทางเข้ามาประชุมในจังหวัดเชียงราย 2) วิเคราะห์โครงสร้างห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมการจัดประชุมของจังหวัดเชียงราย 3) ศึกษาแนวโน้มอุตสาหกรรมการจัดประชุมของจังหวัดเชียงราย และ 4) นำเสนอแนวทางการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าเพื่อยกระดับขีดความสามารถของอุตสาหกรรมการจัดประชุมในจังหวัดเชียงราย การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีวิจัยแบบผสานวิธี เน้นการวิจัยเชิงคุณภาพ และเสริมด้วยข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ ผลการวิจัย พบว่า อุตสาหกรรมการจัดประชุมของจังหวัดเชียงราย มีความเป็นไปได้และมีแนวโน้มที่ดี โดยเฉพาะในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษสามารถสร้างโอกาสในการแข่งขันในระดับประเทศและระดับภูมิภาค และส่งผลดีต่ออุตสาหกรรมไมซ์และเศรษฐกิจทั้งทางตรงและทางอ้อม สำหรับแนวทางการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าเพื่อยกระดับขีดความสามารถของอุตสาหกรรมการจัดประชุมในจังหวัดเชียงราย ประกอบด้วย 1) จัดตั้งศูนย์ความเป็นเลิศด้านไมซ์ (MICE Excellence Centre) 2) ปรับปรุงและพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการจัดประชุม 3) สร้างเครือข่ายความร่วมมือทางธุรกิจ 4) พัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมการจัดประชุม 5) พัฒนากิจกรรมในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ 6) สร้างความแตกต่างโดยใช้อัตลักษณ์ของจังหวัด และ 7) จัดทำสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์อุตสาหกรรมการจัดประชุมของจังหวัดเชียงราย

คำสำคัญ: จังหวัดเชียงราย การประชุมองค์กร การประชุมวิชาชีพ ห่วงโซ่คุณค่า การยกระดับขีดความสามารถ

^{1,3} คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

² สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

* Corresponding author. E-mail: angsumalin@g.swu.ac.th

บทนำ

อุตสาหกรรมการจัดประชุมองค์กร การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การประชุมวิชาชีพ และการแสดงสินค้า/นิทรรศการ หรือไมซ์ (MICE-Meetings, Incentive travels, Conventions, and Exhibitions) ถือเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถนำนักท่องเที่ยวคุณภาพจากต่างประเทศเข้ามาในประเทศไทยได้มากถึง 1,276,411 คน ในปี พ.ศ. 2560 สร้างรายได้ 104,641 ล้านบาท เติบโต ร้อยละ 1.66 จากปี พ.ศ. 2559 โดยแบ่งเป็นนักเดินทางกลุ่มการประชุมองค์กร จำนวน 259,901 คน สร้างรายได้ 24,478 ล้านบาท นักเดินทางกลุ่มการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล จำนวน 271,793 คน สร้างรายได้ 16,696 ล้านบาท นักเดินทางกลุ่มการประชุมวิชาชีพ จำนวน 300,273 คน สร้างรายได้ 26,145 ล้านบาท นักเดินทางกลุ่มงานแสดงสินค้านานาชาติ จำนวน 215,992 คน สร้างรายได้ 18,869 ล้านบาท และนักเดินทางกลุ่มเมกะอีเวนท์ จำนวน 228,452 คน สร้างรายได้ 18,453 ล้านบาท โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยมากที่สุด คือ จีน อินเดีย สิงคโปร์ มาเลเซีย ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา ฮองกง เกาหลี อินโดนีเซีย และเวียดนาม ตามลำดับ (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2561) นับได้ว่าธุรกิจไมซ์สามารถสร้างรายได้และผลประโยชน์ต่อประเทศอย่างมหาศาล ทั้งผลประโยชน์ที่สามารถคำนวณมูลค่าเป็นเงินและที่ไม่สามารถคำนวณมูลค่าเป็นเงินได้ นอกจากนี้ ยังถือเป็นกลไกสำคัญในการสร้างรายได้และการจ้างงานให้แก่ประเทศ เนื่องจากนักเดินทางกลุ่มนี้มีเป้าหมายเฉพาะทางธุรกิจ มีกำลังการซื้อสูง และมีความต้องการสินค้าและบริการที่มีคุณภาพดี ทั้งอาหารและเครื่องดื่ม สายการบิน โรงแรม ธุรกิจการขนส่งสินค้า การเดินทางในประเทศ เป็นต้น

สำหรับประเทศไทย ถือได้ว่าเป็นจุดหมายปลายทางเชิงธุรกิจที่มีความโดดเด่นและแตกต่างจากประเทศอื่น ๆ เพราะมีสถานที่จัดกิจกรรมประชุมหลากหลายรูปแบบ เชื่อมโยงด้วยเครือข่ายด้านการคมนาคมและโครงสร้างสาธารณูปโภค สามารถสร้างสรรค์งานที่ผสมผสานกิจกรรมด้านธุรกิจและการพักผ่อน เข้าไว้ด้วยกัน หรือที่เรียกว่า “Bleisure” (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 256) มีสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมมากมาย รวมทั้งจุดหมายปลายทางสำหรับการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ อาทิ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ พัทยา ภูเก็ต และขอนแก่น โดยนอกจากเมืองหลักที่เป็นนครแห่งไมซ์ หรือ MICE Cities ทั้ง 5 เมืองแล้ว ประเทศไทยยังมีแหล่งท่องเที่ยวในเมืองอื่น ๆ ที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ได้อีกจำนวนมาก โดยเฉพาะจังหวัดเชียงราย ที่ถือว่าเป็นจังหวัดที่มีประวัติศาสตร์มายาวนาน เคยเป็นเมืองหลวงของอาณาจักรล้านนาโบราณ ตั้งอยู่ทางภาคเหนือของประเทศไทย ประกอบด้วย 18 อำเภอ อยู่ระหว่างรอยต่อของ 3 ประเทศ คือ ประเทศไทย สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา ซึ่งมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวทางด้านภาษา ศิลปะ ประเพณีและวัฒนธรรม มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ในรูปแบบล้านนา ไทลื้อ ไทใหญ่ ไทเขิน ลิบสองปันนาผสมผสานเข้าด้วยกัน อีกทั้งยังมีแหล่งท่องเที่ยวมากมายทั้งทางธรรมชาติและประวัติศาสตร์ ด้วยความพร้อมของโรงแรมที่พักจำนวนมาก จึงเหมาะสำหรับการจัดประชุมที่ต้องการความเป็นส่วนตัว รวมถึงการจัดสัมมนาแลกเปลี่ยนที่ต้องการใกล้ชิดกับธรรมชาติ อย่างไรก็ดี เมื่อพิจารณาถึงปัจจัยด้านอุปสงค์ของผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงานไมซ์ในจังหวัดเชียงรายแล้ว จังหวัดเชียงรายอาจถูกเปรียบเทียบกับจุดหมายปลายทางอื่น ๆ ที่มีศักยภาพใกล้เคียงกันในด้านต่าง ๆ อาทิ ความสะดวกสบายในการเดินทาง ความพร้อมของบุคลากร ราคา

สิ่งอำนวยความสะดวก หรือแม้กระทั่งปัจจัยภายในบุคคลของผู้เข้าร่วมงานเอง เช่น ประสบการณ์เข้าร่วมงานที่ผ่านมา ความพึงพอใจส่วนบุคคล รวมทั้งการแนะนำหรือการบอกต่อของบุคคลรอบตัว เป็นต้น

ทั้งนี้ ในการที่จะสร้างคุณค่าเพื่อดึงดูดให้ลูกค้าหรือผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจเกิดความสนใจและตัดสินใจเดินทางมาที่จังหวัดเชียงรายนั้น มีความเกี่ยวข้องกับการสร้างคุณค่าที่ต่อเนื่องกันเป็นทอด ๆ เหมือนห่วงโซ่ของกิจกรรมที่มีความเกี่ยวพันกัน เพื่อสร้างประโยชน์สุดท้ายในผลิตภัณฑ์หรือบริการ และส่งต่อให้แก่ลูกค้า กระบวนการเหล่านี้ เรียกว่า ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) กล่าวคือ เมื่อดำเนินกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งไป จะมีผลกระทบต่อต้นทุนหรือประสิทธิผลของกิจกรรมอื่นด้วย ความเชื่อมโยงของกิจกรรมต่าง ๆ จึงต้องมีการเปรียบเทียบในการทำงานของแต่ละกิจกรรม เพื่อให้แน่ใจว่ากิจกรรมโดยรวมจะเกิดประโยชน์สูงสุด และเกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน จากทฤษฎีของ Porter (1998) ระบุว่า ความสามารถในการแข่งขัน (competitiveness) สามารถสร้างได้ด้วย 2 วิธีหลัก คือ 1) การทำให้ต้นทุนในการผลิตต่ำกว่าคู่แข่ง (low relative cost) และ 2) การทำให้สินค้าและบริการของตนเองแตกต่างจากคู่แข่ง (differentiation) เพื่อจะสามารถตั้งราคาสูง (premium price) ได้ อย่างไรก็ตาม ไม่ว่าจะเลือกกลยุทธ์ในการแข่งขันอย่างไร การสร้างกำไรขึ้นอยู่กับความสามารถในการสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ยิ่งสามารถสร้างคุณค่าให้แก่สินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้ามากเท่าใด ก็สามารถกำหนดราคาขาย เพื่อสร้างกำไรให้เพิ่มมากขึ้นได้เช่นกัน

จากที่กล่าวมาแล้วข้างต้น แสดงให้เห็นว่า การให้ความสำคัญในการศึกษาความต้องการของลูกค้าหรือผู้ที่มาใช้บริการ การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจ รวมไปถึงการวางแผนทางในการยกระดับขีดความสามารถของอุตสาหกรรมการจัดประชุมองค์กรและประชุมวิชาชีพ ถือได้ว่ามีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งในการพัฒนาธุรกิจและอุตสาหกรรมไมซ์ของจังหวัดเชียงรายให้มีความสามารถในการแข่งขัน มีทิศทางในการพัฒนาที่เหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทของจังหวัด โดยผลที่ได้จากการวิจัยจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการพัฒนาและรองรับการดำเนินธุรกิจไมซ์ในจังหวัดในวงกว้างได้ ทั้งนี้ สามารถนำผลการศึกษาไปใช้ในการวางแผนการพัฒนาเศรษฐกิจและการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเชิงธุรกิจให้แก่บริษัท/องค์กรต่าง ๆ ตลอดจนสามารถยกระดับให้จังหวัดเชียงรายเป็นจุดหมายปลายทางในการจัดประชุมองค์กรและประชุมวิชาชีพ และเป็นที่ยอมรับในระดับสากล รวมทั้งยังสามารถดำรงรักษาไว้ซึ่งชื่อเสียง ภาพลักษณ์ที่ดี และความเชื่อมั่นได้อีกด้วย

วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อศึกษารูปแบบและพฤติกรรมการตัดสินใจเดินทางเข้ามาประชุมองค์กรและประชุมวิชาชีพในจังหวัดเชียงราย
- 2) เพื่อวิเคราะห์โครงสร้างห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมการจัดประชุมของจังหวัดเชียงราย
- 3) เพื่อศึกษาแนวโน้มอุตสาหกรรมการจัดประชุมของจังหวัดเชียงราย
- 4) เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าเพื่อยกระดับขีดความสามารถของอุตสาหกรรมการจัดประชุมในจังหวัดเชียงราย

ทบทวนวรรณกรรม

การประชุมองค์กร (Corporate Meetings)

การประชุมองค์กร หมายถึง การจัดประชุมของกลุ่มบุคคลที่มาจากบริษัทเดียวกันตั้งแต่ 2 คน ขึ้นไป โดยไม่จำเป็นต้องมาจากสำนักงานเดียวกัน แต่อาจมาจากสำนักงานคนละทวีปก็ได้ โดยการประชุมดังกล่าว จำเป็นที่จะต้องมีการวัตถุประสงค์ร่วมกันภายใต้เวลาและสถานที่ที่กำหนด โดยวัตถุประสงค์ของการจัดประชุม องค์กรสามารถสรุปออกมาได้เป็นประเภทต่าง ๆ อาทิ เพื่อแถลงถึงทิศทางและนโยบายการดำเนินงานของบริษัท เพื่อก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้และข้อมูลระหว่างพนักงานในแต่ละแผนกฝ่าย และสาขาทั้งในประเทศ และต่างประเทศ (ในกรณีที่เป็นบริษัทข้ามชาติ) เพื่อก่อให้เกิดความสามัคคี การสร้างวัฒนธรรมการทำงาน เป็นทีม และก่อให้เกิดการพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงานผ่านการประชุมเชิงปฏิบัติการและการฝึกอบรม เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับ The International Association of Professional Conference Organizer หรือ IAPCO (2015) ได้อธิบายถึงการประชุมองค์กรไว้ว่าเป็นการเข้ามารวมตัวกันของ บุคคลในสถานที่แห่งหนึ่ง เพื่อดำเนินกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งให้สำเร็จลุล่วง โดยความถี่ของการจัดการประชุม อาจจะมีทั้งในรูปแบบของการจัดตามความต้องการเป็นครั้ง ๆ หรือเป็นการจัดที่มีรูปแบบและระยะเวลาที่ตายตัว เช่น การประชุมประจำปี ทั้งนี้ จะเห็นได้ว่า การประชุมสามารถครอบคลุมถึงรูปแบบการประชุมที่หลากหลาย นอกจากนี้ Goldblatt และ Nelson (2012) ได้อธิบายความหมายของการประชุมองค์กร ไว้ในหนังสือ The International Dictionary of Event Management ว่าเป็นการจัดงานที่เป็นทางการ มีการรวมตัวกันของ พนักงาน และจำเป็นต้องประกอบไปด้วยการเดินทาง ที่พัก และอาหาร ซึ่งค่าใช้จ่ายทั้งหมดทางบริษัท จะเป็นผู้รับผิดชอบ ซึ่งวัตถุประสงค์ของการจัดงานประชุมองค์กรในแต่ละครั้ง อาจมีหลายกิจกรรมสอดแทรกเข้าไป เช่น การจัดประชุมให้แก่พนักงานฝ่ายขาย เพื่อพัฒนาทักษะด้านการขาย ในขณะเดียวกัน ก็อาจจัดผสมผสาน กับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เพื่อมอบเป็นรางวัลให้แก่พนักงานที่ทำงานหนักมาตลอดทั้งปี และสามารถ ใช้โอกาสนี้เป็นการกระชับความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานขายด้วยกันและทีมผู้บริหารได้อีกด้วย

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า การประชุมองค์กร (Corporate Meetings) หมายถึง การรวมตัวกันของกลุ่มบุคคลที่มาจากบริษัทเดียวกัน เพื่อมาหารือถึงประเด็นที่สนใจร่วมกัน หรือเข้ามา มีส่วนร่วมในการพัฒนาความสามารถทางอาชีพผ่านการเรียนรู้ด้วยกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งให้สำเร็จลุล่วง โดย ความถี่ของการจัดประชุมอาจมีทั้งรูปแบบของการจัดตามความต้องการเป็นครั้ง ๆ หรือเป็นการจัดที่มีรูปแบบ ระยะเวลาที่ตายตัว เช่น การประชุมประจำปี เป็นต้น

การประชุมวิชาชีพ (Conference)

การประชุมวิชาชีพ ถือได้ว่าเป็นธุรกิจหนึ่งในสี่ของอุตสาหกรรมไมซ์ ที่มีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เชิงธุรกิจ (Business Tourism) เนื่องจากมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อการพักผ่อนและทำธุรกิจหรือ การค้าไปด้วย (Mair & Jago, 2010) อย่างไรก็ตาม ความหมายของการประชุมวิชาชีพและคำศัพท์ต่าง ๆ ก็สร้างความสับสนในการเรียกใช้ ซึ่งมีทั้งคำว่า Convention, Conference และ Congress โดยทั่วไปแล้ว คำว่า

Convention และคำว่า Conference สามารถใช้แทนกันได้ แต่สำหรับคำว่า Congress มักจะนิยมใช้ในกลุ่มประเทศยุโรป ซึ่งลักษณะและความหมายของการประชุมก็จะเหมือนกับคำว่า Conference (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2556) นอกจากนี้ Convention Industry Council หรือ CIC (2012) ซึ่งเป็นสมาคมที่ช่วยส่งเสริมธุรกิจการประชุมวิชาชีพ ได้มีการตีพิมพ์ความหมายและคำจำกัดความที่เป็นมาตรฐานไว้ว่า การประชุมวิชาชีพ หมายถึง กิจกรรมที่จัดขึ้นโดยมีเป้าหมายเพื่อให้ความรู้แก่ผู้เข้าร่วมงาน การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เข้าร่วมงาน ที่ก่อให้เกิดการอภิปราย การเข้าถึงคม หรือการเข้าร่วมกิจกรรมอื่น ๆ ที่ถูกจัดขึ้น และอาจมีเป้าหมายที่รองลงมาคือการแสดงสินค้า สอดคล้องกับ Union of International Associations หรือ UIA (2011) ที่ได้อธิบายว่า การประชุมวิชาชีพ หมายถึง การประชุมที่จัดขึ้นโดยองค์กรนานาชาติไม่ว่าจะเป็นองค์กรที่ดำเนินงานโดยไม่แสวงหาผลกำไร องค์กรระหว่างประเทศ หรือหน่วยงานที่มีความสำคัญในระดับนานาชาติไม่ว่าจะเป็นงานที่จัดขึ้นโดยองค์กรระดับชาติ หรือสาขาขององค์กรระหว่างประเทศ นอกจากนี้ ประโยชน์อีกอย่างหนึ่งที่ได้จากการประชุมวิชาชีพ คือ ความรู้ด้านต่าง ๆ ที่เพิ่มขึ้นเกิดจากการแลกเปลี่ยนความรู้ ข้อมูล เทคโนโลยี และการกระจายความรู้จากการประชุมวิชาชีพลงสู่ชุมชน เนื่องจากการประชุมวิชาชีพเป็นการนำผู้แทนที่มาจากหลากหลายพื้นฐานอาชีพเข้ามาไว้ในที่เดียวกัน ไม่ว่าจะเป็นนักวิจัย ผู้ประกอบการ อาจารย์ ผู้ผลิตสินค้า สมาคมทั้งในระดับชาติและระดับนานาชาติ และเปิดโอกาสให้ผู้แทนเหล่านี้มีโอกาสที่จะมารวมตัวกันเพื่อติดต่อสื่อสารกัน รวมถึงสร้างเครือข่ายซึ่งนำไปสู่ความสัมพันธ์ในระยะยาวระหว่างผู้แทน

ทั้งนี้ สามารถสรุปได้ว่า การประชุมวิชาชีพ หมายถึง การรวมตัวกันของตัวแทนที่ได้รับเลือก ผู้แทนและสมาชิกขององค์กรอุตสาหกรรมที่มาประชุมเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกัน ลักษณะทั่วไปอาจเป็นการประชุมเกี่ยวกับการศึกษา การประชุมคณะกรรมการ การพบปะสังสรรค์ และการประชุมเพื่อกำกับดูแลกิจการขององค์กร ตามปกติการประชุมวิชาชีพจะเกิดขึ้นหลายครั้งและมีกำหนดเวลาเฉพาะล่วงหน้า

ปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดการเดินทางเข้าร่วมงานประชุม

หากพิจารณาจากปัจจัยด้านอุปสงค์ที่ส่งผลให้ผู้เข้าร่วมงานตัดสินใจเดินทางเข้าร่วมงานประชุมวิชาชีพของ Oppermann และ Chon (1997) พบว่า ปัจจัยในการเข้าร่วมงาน ประกอบด้วย 4 ประเด็นหลัก คือ 1) ปัจจัยภายในตัวบุคคล ที่อาจเกี่ยวข้องกับความพร้อมและประเด็นส่วนตัวของผู้เข้าร่วมงานเฉพาะคน เช่น ปัจจัยด้านสุขภาพ ข้อจำกัดด้านการเงิน เวลา ครอบครัว เงินทุนสนับสนุน โอกาสในการพัฒนาความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง และความต้องการที่จะเรียนรู้หัวข้อในการประชุม 2) ปัจจัยจากสมาคม/องค์กร ซึ่งอาจเกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ขององค์กรกับสมาคมที่จัดงานนั้น ๆ ประกอบด้วย ความเกี่ยวข้องหรือการมีส่วนร่วมในสมาคม การได้รับการยอมรับในกลุ่มผู้เข้าร่วมงานหรือผู้เชี่ยวชาญในสาขาที่ตนมีส่วนร่วม การได้พบปะและทำความรู้จักกับผู้เชี่ยวชาญในด้านนั้น ๆ การมีปฏิสัมพันธ์และสร้างความคุ้นเคยกับผู้ร่วมงานและผู้เชี่ยวชาญที่เข้าร่วมการประชุม รวมถึงการได้มีส่วนร่วมและได้ทำประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่น 3) ปัจจัยด้านต้นทุนการเข้าร่วมงาน ได้แก่ ปัจจัยทุกอย่างที่ตัวแทนจากองค์กรต้องเสียไปในการเข้าร่วมงาน ทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน โดยต้นทุนที่เป็นตัวเงิน เช่น ค่าใช้จ่ายในการเดินทางและสถานที่พัก ค่าใช้จ่ายในการลงทะเบียนเข้าร่วมงาน

และความเสี่ยงของอัตราการแลกเปลี่ยน ในขณะที่ต้นทุนที่ไม่ใช่ตัวเงิน ประกอบด้วย ต้นทุนค่าเสียโอกาสในการที่ไม่สามารถเข้าร่วมงานประชุมอื่น ๆ ที่จัดขึ้นในระยะเวลาใกล้เคียงกัน รวมถึงค่าเสียโอกาสในการลาพักร้อนและเวลาสำหรับครอบครัวและการทำงานที่ต้องสูญเสียไป และ 4) ปัจจัยด้านสถานที่จัดงาน ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มปัจจัยย่อย ได้แก่ ความน่าดึงดูด และการเข้าถึงสถานที่จัดงาน โดยปัจจัยด้านความน่าดึงดูดของสถานที่จัดงาน ประกอบด้วย ภาพลักษณ์ของสถานที่ บรรยากาศและสภาพทั่วไป ประสบการณ์ในครั้งก่อน ความปลอดภัยและมาตรการรักษาความปลอดภัย อุปสรรคด้านภาษา ความเป็นมิตรของคนในพื้นที่ สถานที่ที่ท่องเที่ยวใกล้เคียง อาหารและเครื่องดื่ม สถานที่ที่พัก และสถานบันเทิง ส่วนด้านการเข้าถึงสถานที่จัดงานนั้นจะเกี่ยวข้องกับระยะทางในการเดินทางจากสถานที่พักไปยังสถานที่จัดงาน ปัจจัยด้านสายการบิน รวมทั้งท่าอากาศยาน และความสะดวกในการขอวีซ่า

ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)

จากแนวคิดของ Porter (1985) ระบุว่า คุณค่าที่บริษัทสร้างขึ้น สามารถวัดได้โดยการพิจารณาว่าผู้บริโภคยินยอมที่จะจ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการของบริษัทมากน้อยเพียงใด แนวคิดนี้แบ่งกิจกรรมภายในองค์กรเป็น 2 กิจกรรม คือ กิจกรรมหลัก (Primary Activities) และกิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) โดยกิจกรรมทุกประเภทมีส่วนในการช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าหรือบริการของบริษัทกิจกรรมหลัก 5 กิจกรรมเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการผลิตหรือสร้างสรรค์สินค้าหรือบริการ การตลาดและการขนส่งสินค้าหรือบริการไปยังผู้บริโภค ประกอบด้วย 1) โลจิสติกส์ขาเข้า (Inbound Logistics) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการได้รับการขนส่ง การจัดเก็บและการ แจกจ่ายวัตถุดิบ การจัดการสินค้าคงเหลือ 2) การปฏิบัติการ (Operations) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนหรือแปรรูปวัตถุดิบให้ออกมา เป็นสินค้า เป็นขั้นตอนการผลิต และการบรรจุ 3) โลจิสติกส์ขาออก (Outbound Logistics) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บ รวบรวม จัดจำหน่ายสินค้าและบริการไปยังลูกค้า 4) กิจกรรมด้านการตลาดและการขาย (Marketing and Sales) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการชักจูงให้ลูกค้าซื้อสินค้าและบริการ เช่น การโฆษณา ช่องทางการจัดจำหน่าย และ 5) การบริการ (Services) เป็นกิจกรรมที่ครอบคลุมถึงการให้บริการเพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้า รวมถึงการบริการหลังการขาย และการแนะนำการใช้สินค้า

ส่วนกิจกรรมสนับสนุนเป็นกิจกรรมที่ช่วยสนับสนุนให้กิจกรรมหลักสามารถดำเนินไปได้ ประกอบด้วย 1) การจัดซื้อจัดจ้าง (Procurement) เป็นกิจกรรมในการจัดซื้อจัดหาวัตถุดิบต่าง ๆ เพื่อมาใช้ในกิจกรรมหลัก 2) การพัฒนาเทคโนโลยี (Technology Development) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวกับการพัฒนาเทคโนโลยีที่ช่วยในการเพิ่มคุณค่าให้สินค้าและบริการหรือกระบวนการผลิต 3) การจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริหารทรัพยากรบุคคล ตั้งแต่วิเคราะห์งาน สรรหาและคัดเลือก ประเมินผล พัฒนา ฝึกอบรม ระบบเงินเดือนค่าจ้าง และแรงงานสัมพันธ์ 4) โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร (Firm Infrastructure) ได้แก่ ระบบบัญชี ระบบการเงิน การบริหารจัดการขององค์กร

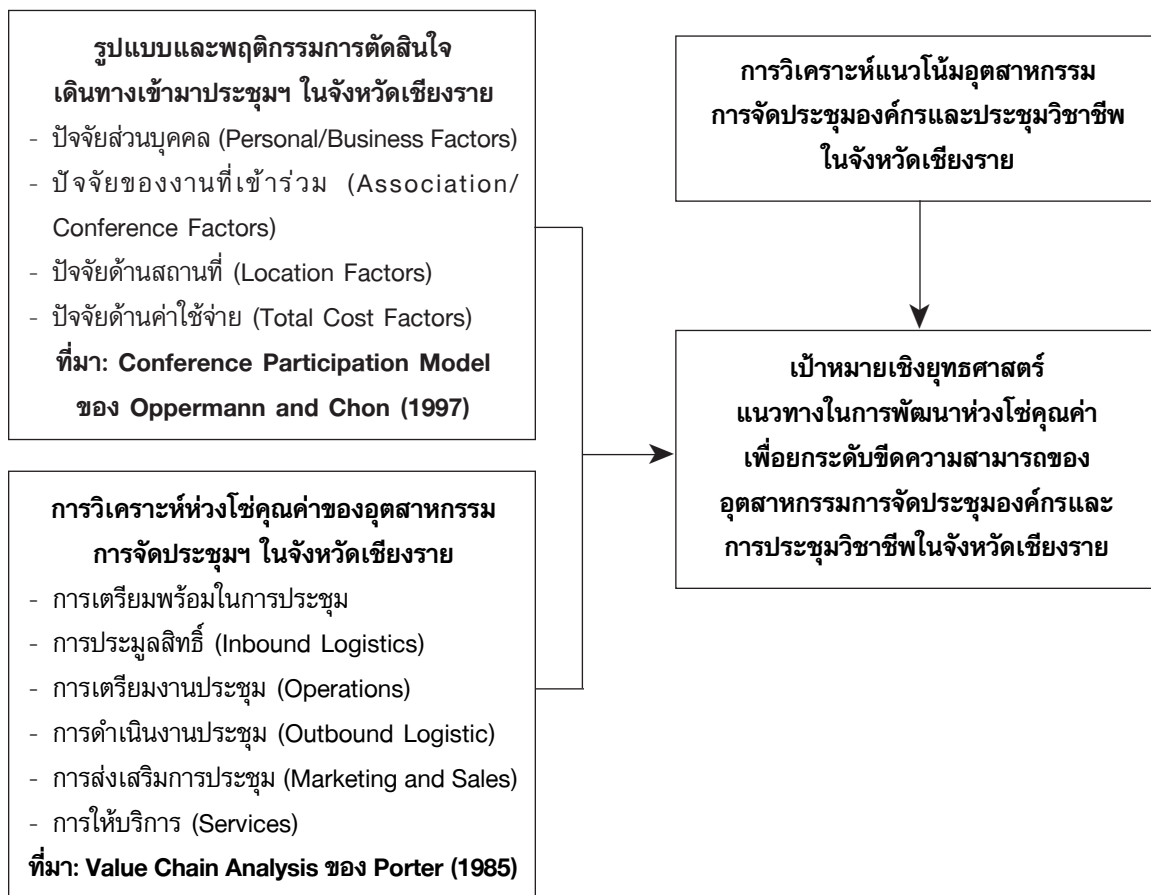
นอกจากนี้ คำว่า “คุณค่า” อาจมีความหมายที่แตกต่างกันโดยมุมมองของคนที่แตกต่างกัน เช่น ในมุมมองลูกค้า คุณค่า อาจหมายถึง สินค้ามีราคาถูก สินค้ามีคุณภาพดีกว่าเดิม การให้บริการที่ดีกว่าเดิม หรือความเป็นเอกลักษณ์และเป็นหนึ่งเดียวของสินค้า เป็นต้น โดยคุณค่าได้มาจากความรู้ ประสบการณ์ ความถนัด เวลา และพลังงานที่องค์กรลงทุนลงแรงไปในผลิตภัณฑ์ หรือกิจกรรมนั้น ๆ ห่วงโซ่มูลค่ามีบทบาทและมีความสำคัญต่อองค์กรเป็นอย่างมาก ไม่เฉพาะกับการผลิตสินค้าเท่านั้น แต่ครอบคลุมถึงการให้บริการที่ดีขึ้น โดยการเพิ่มใส่คุณค่าจำนวนมาก ๆ ลงไปในผลิตภัณฑ์ หรือบริการ องค์กรจะประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจทันที

สำหรับกรณีห่วงโซ่มูลค่า เป็นเครื่องมือที่มีประโยชน์ที่จะช่วยให้องค์กรระบุวิธีการสร้างมูลค่าหรือคุณค่าให้กับลูกค้า โดยวิธีที่จะสามารถเพิ่มความคุ้มค่านี้ อาจมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ยอดเยียมหรือบริการที่เป็นเลิศ โดยสิ่งสำคัญในการวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่า เพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้าและบริการ ประกอบด้วยปัจจัยที่สำคัญ 3 ประการ คือ 1) การวิเคราะห์กิจกรรม โดยการระบุกิจกรรมที่นำไปสู่การส่งมอบสินค้าหรือบริการขององค์กร 2) การวิเคราะห์คุณค่า ระบุสิ่งที่มีคุณค่าของลูกค้า ในกระบวนการที่องค์กรดำเนินการแต่ละกิจกรรม และ 3) การประเมินผลและการวางแผน โดยองค์กรจะต้องวางแผนและตัดสินใจเลือกสิ่งที่จะต้องเปลี่ยนแปลงเพื่อพัฒนาและปรับปรุงสินค้าและบริการให้ดีขึ้น นอกจากการเพิ่มคุณค่าของแต่ละกิจกรรมแล้ว ความเชื่อมโยงของกิจกรรมต่าง ๆ จำเป็นต้องมีการเปรียบเทียบการทำงานของแต่ละกิจกรรม เพื่อให้แน่ใจว่ากิจกรรมโดยรวมจะเกิดประโยชน์สูงสุด และเกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน จากทฤษฎีของ Porter (1998) ระบุว่า ความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness) สามารถสร้างได้ด้วย 2 วิธีหลัก คือ 1) การทำให้ต้นทุนในการผลิตต่ำกว่าคู่แข่ง (Low relative cost) และ 2) การทำให้สินค้าและบริการของตนเองแตกต่างจากคู่แข่ง (Differentiation) เพื่อจะสามารถตั้งราคาสูงได้ อย่างไรก็ตาม ไม่ว่าจะเลือกกลยุทธ์ในการแข่งขันอย่างไร การสร้างกำไรขึ้นอยู่กับความสามารถในการสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า โดยในการที่จะสามารถทำกำไรได้ก็ต่อเมื่อสามารถสร้างคุณค่าซึ่งเป็นที่ต้องการของลูกค้าได้สูงกว่าต้นทุนที่เกิดขึ้น

Hassan (2000) อธิบายว่า ความท้าทายอย่างหนึ่ง ในการสร้างสรรค์และเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ให้แปลกใหม่ น่าสนใจ ถือเป็นความสามารถในการแข่งขันอย่างหนึ่ง สอดคล้องกับ Ritchie และ Crouch (2000) ที่กล่าวว่า การแข่งขันเป็นความสามารถในการสร้างมูลค่าเพิ่ม และสร้างรายได้ให้เพิ่มมากขึ้น โดยบูรณาการองค์ความรู้ในศาสตร์ต่าง ๆ มาใช้ในการจัดการทรัพยากรและกระบวนการปฏิบัติให้แหล่งท่องเที่ยวมีความน่าสนใจ และสามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยว เพื่อนำไปสู่ความเจริญทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ นอกจากนี้ ปัจจัยและทรัพยากรสนับสนุนที่ถือเป็นทรัพยากรที่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการแข่งขัน ประกอบด้วยโครงสร้างพื้นฐาน สาธารณูปโภค การเข้าถึงแหล่งข้อมูล สิ่งอำนวยความสะดวก และองค์กรทางธุรกิจ เหล่านี้ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง มิติของการแข่งขัน โดยสามารถใช้เป็นตัวชี้วัดการแข่งขันในภาพรวมได้อีกด้วย รวมถึงการพิจารณาถึงจุดแข็งและการวางตำแหน่งทางการตลาดก็ควรที่จะได้รับการพิจารณาด้วยเช่นกัน (Crouch & Ritchie, 1999)

จากการทบทวนวรรณกรรมต่าง ๆ ผู้วิจัยจึงกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย โดยมีตัวแปรด้านรูปแบบและพฤติกรรมการตลาดในเชิงเดินทางเข้ามาประชุมฯ ในจังหวัดเชียงราย ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยของ

งานที่เข้าร่วม ปัจจัยด้านสถานที่ และปัจจัยด้านค่าใช้จ่าย ส่วนการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมการจัดประชุมฯ ในจังหวัดเชียงราย ประกอบด้วย การเตรียมพร้อมในการประชุม/การประมูลสิทธิ์ การเตรียมงานประชุม การส่งเสริมการประชุม และการให้บริการ นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์แนวโน้มอุตสาหกรรมการจัดประชุมองค์กรและประชุมวิชาชีพในจังหวัดเชียงราย เพื่อนำไปสู่การกำหนดแนวทางในการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าเพื่อยกระดับขีดความสามารถของอุตสาหกรรมการจัดประชุมองค์กรและการประชุมวิชาชีพในจังหวัดเชียงราย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed Methods) โดยเน้นเทคนิคการวิจัยเชิงคุณภาพ และเสริมด้วยข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ มีวิธีการดำเนินงานวิจัย โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล และกลุ่มตัวอย่าง โดยอธิบายตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ ดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษารูปแบบและพฤติกรรมการณ์ตัดสินใจเดินทางเข้ามาประชุมองค์กรและประชุมวิชาชีพในจังหวัดเชียงราย ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก 2 ส่วน ประกอบด้วย 1) ข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้จาก

การเก็บแบบสอบถามผู้ที่เคยเข้าร่วมงานประชุม/สัมมนาในจังหวัดเชียงราย ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ใช้วิธีคำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร จากสูตรของคอเครน (Cochran, 1977) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำเท่ากับ 385 ตัวอย่าง และเพื่อป้องกันความผิดพลาดและคลาดเคลื่อน ผู้วิจัยจึงเก็บข้อมูลเพิ่มเป็น 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) เป็นการสุ่มตามความสะดวก (Convenience Sampling) ในการเก็บข้อมูล ทั้งนี้ แบบสอบถาม แบ่งเป็น 4 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการเดินทางมาประชุมที่จังหวัดเชียงราย ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาประชุมที่จังหวัดเชียงราย และส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะสำหรับข้อมูลส่วนที่ 2 ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการจัดประชุมของจังหวัดเชียงราย ประกอบด้วย ตัวแทนจากบริษัท/องค์กรต่าง ๆ (Corporate) 5 คน ตัวแทนจากบริษัทจัดการจุดหมายปลายทางการประชุมและแหล่งท่องเที่ยว (Destination Management Company: DMC) 5 คน ตัวแทนจากบริษัทจัดประชุมมืออาชีพ (Professional Convention Organizer: PCO) 5 คน ตัวแทนจากธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดประชุมในจังหวัดเชียงราย 5 คน และตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ/สมาคม 5 คน รวมทั้งสิ้น 25 คน โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Selection) เพื่อสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการจัดงาน และพฤติกรรมการมาใช้บริการของกลุ่มลูกค้า

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อวิเคราะห์โครงสร้างห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมการจัดประชุมของจังหวัดเชียงราย ซึ่งเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการจัดประชุมของจังหวัดเชียงราย ประกอบด้วย ตัวแทนจากบริษัท/องค์กรต่าง ๆ (Corporate) 5 คน ตัวแทนจากบริษัทจัดการจุดหมายปลายทางการประชุมและแหล่งท่องเที่ยว (Destination Management Company: DMC) 5 คน ตัวแทนจากบริษัทจัดประชุมมืออาชีพ (Professional Convention Organizer: PCO) 5 คน ตัวแทนจากธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดประชุมในจังหวัดเชียงราย 5 คน และตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ/สมาคม 5 คน รวมทั้งสิ้น 25 คน โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Selection) เพื่อสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมการจัดประชุมขององค์กรและประชุมวิชาชีพในจังหวัดเชียงราย ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน แนวทางในการสร้างความร่วมมือ สภาพการแข่งขันในปัจจุบันของอุตสาหกรรมการจัดประชุมของจังหวัดเชียงราย เป็นต้น

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาแนวโน้มอุตสาหกรรมการจัดประชุมของจังหวัดเชียงราย ซึ่งเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการจัดประชุมของจังหวัดเชียงราย จำนวน 25 คน โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มเดียวกับการเก็บข้อมูลในวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เน้นการสอบถามความคิดเห็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับแนวโน้มอุตสาหกรรมการจัดประชุมของจังหวัดเชียงราย และแนวทางในการพัฒนาจังหวัดเชียงรายเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ และเป็นเมืองจุดหมายปลายทางในการจัดประชุม

วัตถุประสงค์ที่ 4 เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าเพื่อยกระดับขีดความสามารถของอุตสาหกรรมการจัดประชุมในจังหวัดเชียงราย ซึ่งเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการประชุมกลุ่มย่อย ผู้ที่มี

ส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการจัดประชุมของจังหวัดเชียงราย ประกอบด้วย ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สมาคม และนักวิชาการ รวมทั้งสิ้น 30 คน โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Selection) เพื่อสรุปเป็นแนวทางในการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าเพื่อยกระดับขีดความสามารถของอุตสาหกรรมการจัดประชุมในจังหวัดเชียงรายอย่างเหมาะสม

ขอบเขตการวิจัย

1) ขอบเขตด้านพื้นที่ ทำการศึกษาในพื้นที่จังหวัดเชียงราย และกรุงเทพมหานคร (ซึ่งเป็นที่ตั้งของหน่วยงานภาครัฐ สมาคม และผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ ที่เคยไปจัดงานที่จังหวัดเชียงราย)

2) ขอบเขตด้านเวลา ระยะเวลาในการดำเนินงานทั้งสิ้น 1 ปี 6 เดือน โดยแบ่งเป็น 4 ระยะ คือ ระยะที่ 1 ศึกษาวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สร้างและทดสอบเครื่องมือ ระยะที่ 2 เก็บข้อมูลปฐมภูมิ ระยะที่ 3 รวบรวมและวิเคราะห์ผลการวิจัย และระยะที่ 4 เขียนรายงานการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย อธิบายตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เป็นการวิจัยแบบผสานวิธี ประกอบด้วยการวิจัยเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ โดยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย

การวิจัยเชิงปริมาณ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างและพัฒนาขึ้นมาจากการสังเคราะห์ข้อมูล ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้คำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย โดยแบบสอบถาม ประกอบด้วย 4 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการเดินทางมาประชุมที่จังหวัดเชียงราย ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาประชุมที่จังหวัดเชียงราย และส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะ เพื่อใช้ในการสอบถามความคิดเห็นผู้ที่เคยเข้าร่วมงานประชุม/สัมมนาในจังหวัดเชียงราย

การวิจัยเชิงคุณภาพ คือ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบพฤติกรรม การตัดสินใจเดินทางเข้ามาประชุม เพื่อใช้ในการสอบถามความคิดเห็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการจัดประชุมของจังหวัดเชียงราย อันประกอบด้วย ตัวแทนจากบริษัท/องค์กรต่าง ๆ (Corporate) ตัวแทนจากบริษัทจัดการจุดหมายปลายทางการประชุมและแหล่งท่องเที่ยว (Destination Management Company: DMC) ตัวแทนจากบริษัทจัดประชุมมืออาชีพ (Professional Convention Organizer: PCO) ธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการจัดประชุมในจังหวัดเชียงราย และหน่วยงานภาครัฐ/สมาคมที่เกี่ยวข้อง

วัตถุประสงค์ที่ 2 และ 3 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการจัดประชุมของจังหวัดเชียงราย ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมการจัด

ประชุมองค์กรและประชุมวิชาชีพในจังหวัดเชียงราย และแนวโน้มของอุตสาหกรรมการจัดประชุมในจังหวัดเชียงราย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi-structured Interview) เพื่อใช้ในการสอบถามความคิดเห็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการจัดประชุมของจังหวัดเชียงราย ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างเดียวกับวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ในส่วนของการวิจัยเชิงคุณภาพ

วัตถุประสงค์ที่ 4 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการประชุมกลุ่มย่อย ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดประชุมของจังหวัดเชียงราย ประกอบด้วย ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน สมาคม และนักวิชาการ รวมทั้งสิ้น 30 คน เพื่อรับฟังความคิดเห็นต่อ (ร่าง) แนวทางในการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าเพื่อยกระดับขีดความสามารถของอุตสาหกรรมการจัดประชุมในจังหวัดเชียงราย โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นกรอบคำถามสำหรับการประชุมกลุ่มย่อย และแบบบันทึกข้อคิดเห็น หรือข้อเสนอแนะของผู้ที่เข้าร่วมประชุมที่มีต่อแนวทางการพัฒนา เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุง (ร่าง) แนวทางในการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าเพื่อยกระดับขีดความสามารถของอุตสาหกรรมการจัดประชุมในจังหวัดเชียงราย ให้มีความสมบูรณ์และเป็นประโยชน์มากที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลซึ่งเก็บรวบรวมจากตำรา ผลงานทางวิชาการ ผลงานการวิจัย การเข้าร่วมสัมมนาวิชาการ แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาโมซ์ซิตี้ของจังหวัดเชียงราย ตลอดจนเอกสารของหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการจัดการประชุมองค์กรและประชุมวิชาชีพ โดยอาศัยการค้นคว้าจากห้องสมุด สมาคม สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุม และเว็บไซต์ของสถาบันการศึกษาและองค์กรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยดำเนินการวิจัยตามลำดับขั้นตอนเพื่อหาคำตอบตามวัตถุประสงค์การวิจัย

2) ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากเก็บข้อมูลในพื้นที่วิจัย โดยการเก็บข้อมูลทั้งเชิงปริมาณ ที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามผู้ที่เคยเข้าร่วมการประชุมในจังหวัดเชียงราย และเชิงคุณภาพ ที่ได้จากการสัมภาษณ์และจัดประชุมกลุ่มย่อยผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการจัดประชุมองค์กรและประชุมวิชาชีพของจังหวัดเชียงราย ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน สมาคม บริษัท/องค์กรต่าง ๆ ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้อง และนักวิชาการด้านโมซ์

การวิเคราะห์และตรวจสอบข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัย โดยวัตถุประสงค์ที่ 1 ส่วนของการวิจัยเชิงปริมาณ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติพรรณนา สรุปเป็นค่าเฉลี่ย ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนผลที่ได้จากการวิจัยเชิงคุณภาพในวัตถุประสงค์ข้อที่ 1-4 ที่ได้จากการสัมภาษณ์และประชุมกลุ่มย่อย ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และนำข้อมูลทั้งหมดมาจัดหมวดหมู่ และตรวจสอบแบบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation Technique) เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่ได้มาจากการสัมภาษณ์และการจดบันทึกมาตรวจสอบโดยการสอบถามข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างหลายกลุ่มในข้อคำถามเดียวกัน เพื่อยืนยันข้อมูลที่ได้รับว่ามีความถูกต้องจริง

สรุปผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ศึกษารูปแบบและพฤติกรรมการตัดสินใจเดินทางเข้าร่วมประชุมในจังหวัดเชียงราย

จากการศึกษารูปแบบและพฤติกรรมการตัดสินใจเดินทางเข้ามาประชุมในจังหวัดเชียงราย ที่ได้มาจากการวิเคราะห์ข้อมูล 2 ส่วน ประกอบด้วย 1) ข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามผู้ที่เคยเข้าร่วมงานประชุม/สัมมนาในจังหวัดเชียงราย จำนวน 400 คน และ 2) ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการจัดประชุมของจังหวัดเชียงราย จำนวน 25 คน โดยผลจากการสัมภาษณ์พบว่า ผู้เข้าร่วมการประชุมองค์กรที่มาใช้บริการห้องพักและห้องประชุมเป็นชาวไทย ร้อยละ 60 ชาวต่างชาติ ร้อยละ 40 ซึ่งชาวไทยส่วนใหญ่เป็นกลุ่มหน่วยงานภาครัฐจากภาคเหนือ และภาคเอกชนที่เดินทางมาจากกรุงเทพฯ เช่น บริษัทรถยนต์ บริษัทยา บริษัทประกันภัย เป็นต้น ส่วนชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่เป็นหน่วยงานภาคเอกชน เช่น บริษัทรถยนต์ สื่อมวลชน เป็นต้น สำหรับการประชุมในระดับนานาชาติ จะเป็นการจัดงานของหน่วยงานภาครัฐ ที่เป็นการประชุมที่เกี่ยวข้องกับอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง โดยมีผู้เข้าร่วมการประชุมที่เดินทางมาจากสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา จีนตอนใต้ และสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม สำหรับประเภทของผู้เข้าร่วมประชุม พบว่า เป็นสมาชิกของหน่วยงาน พนักงานในบริษัท หรือลูกค้าของบริษัท ที่ได้รับการคัดเลือกให้เดินทางเข้าร่วมการประชุม ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการประชุมที่มีผู้เข้าร่วมการประชุมเฉลี่ยประมาณ 30-100 คน ทั้งนี้ ผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกสถานที่จัดประชุม คือ บริษัท/องค์กรที่ต้องการจัดประชุม บริษัท DMC และบริษัท TMC เป็นต้น สำหรับประเภทของสถานที่จัดประชุม พบว่า หน่วยงานภาครัฐในประเทศนิยมใช้บริการในโรงแรมที่มีระดับปานกลาง ในขณะที่ชาวไทยที่เป็นหน่วยงานภาคเอกชน นิยมใช้บริการห้องประชุมในโรงแรมระดับปานกลาง ไปจนถึงระดับ 5 ดาว ส่วนชาวต่างชาตินิยมใช้บริการห้องประชุมและห้องพักในโรงแรมระดับ 5 ดาว โดยเฉพาะโรงแรมที่เป็นเครือข่าย (Chain Hotel) ช่วงเวลาการจัดประชุมสำหรับการประชุมองค์กรของบริษัทเอกชนในประเทศไทย นิยมจัดประชุมในช่วงฤดูหนาว โดยจัดระหว่างวันจันทร์ถึงวันศุกร์ เฉลี่ยประมาณ 1-2 วัน ทั้งนี้ บริษัทนิยมทำการติดต่อสถานที่จัดประชุมด้วยตัวเอง ล่วงหน้าประมาณ 1-2 เดือน โดยไม่ผ่านบริษัท DMC แต่ในขณะที่ชาวต่างชาติจะทำการติดต่อผ่านบริษัท DMC (ในประเทศไทย) ประมาณร้อยละ 80 และทำการติดต่อเอง ร้อยละ 20 โดยจะมีระยะเวลาในการติดต่อสถานที่ล่วงหน้าเฉลี่ยประมาณ 3-6 เดือน และจัดการประชุมเฉลี่ย 3-5 วัน กระจ่ายไปตลอดทั้งปี

สถานที่ท่องเที่ยวก่อน/หลังการประชุม พบว่า ชาวไทย นิยมเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของจังหวัดเชียงราย เช่น โครงการหลวง ไร่เชิญตะวัน วัดร่องขุน บ้านคำ ไร่ชา แม่สาย เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ที่กำลังได้รับความนิยม เช่น การปั่น และเพนท์แก้วที่มอดินแดง ส่วนชาวต่างชาติ นิยมเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์และศิลปิน เช่น ร่องเรือชมสามเหลี่ยมทองคำ หอฝิ่น บ้านคำ เรียนรู้การชงชาบนดอยแม่สลอง ดอยาวัว เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ยังมีข้อจำกัดด้านกิจกรรม คือ จังหวัดเชียงรายไม่มีกิจกรรม Night Life ในตอนกลางคืน จึงไม่สามารถดึงดูด

กลุ่มชาวต่างชาติที่ชอบทำกิจกรรมยามราตรี เช่น กลุ่มตะวันออกกลางได้ สำหรับร้านอาหารในจังหวัดเชียงรายที่สามารถรองรับกลุ่มประชุมขนาดใหญ่ได้มีค่อนข้างจำกัด อาทิ ร้านสลุงคำ ภูภิรมย์ มโนรมย์ เป็นต้น

ข้อมูลดังกล่าวมาข้างต้นสอดคล้องกับข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามผู้ที่เคยเข้าร่วมงานประชุม/สัมมนาในจังหวัดเชียงราย จำนวน 400 คน พบว่า นักเดินทางกลุ่มไมซ์ที่เดินทางมาประชุมที่จังหวัดเชียงราย นิยมเดินทางโดยเครื่องบินมากที่สุด ร้อยละ 36.25 รองลงมา คือ รถยนต์ส่วนบุคคล ร้อยละ 28 รถเช่าเหมาที่บริษัทจัดเตรียมไว้ให้ ร้อยละ 27.25 และรถโดยสารประจำทาง ร้อยละ 8.5 ตามลำดับ สำหรับการเดินทางภายในจังหวัด พบว่า ใช้รถเช่า (ส่วนตัว) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39.75 รองลงมา คือ รถยนต์ส่วนบุคคล ร้อยละ 28 รถโดยสารประจำทาง ร้อยละ 18.25 และรถเช่าเหมาที่บริษัทจัดเตรียมไว้ให้ ร้อยละ 14 สำหรับประเภทของที่พักรวม พบว่า ผู้เข้าร่วมประชุมส่วนใหญ่นิยมพักในโรงแรมระดับปานกลาง ร้อยละ 71.75 โรงแรมหรูระดับ 5 ดาว ร้อยละ 12.75 โรงแรมราคาประหยัด ร้อยละ 10.25 และเกเรซเฮ้าส์/โฮมสเตย์ ร้อยละ 5.25 ตามลำดับ ทั้งนี้ ผู้ตอบแบบสอบถาม นิยมพักค้างคืนในโรงแรมที่จัดประชุม ร้อยละ 87.75 และไม่ได้พักในโรงแรมที่จัดประชุม ร้อยละ 12.25 ระยะเวลาที่เข้าร่วมการประชุม ส่วนใหญ่จะเข้าร่วมการประชุม จำนวน 1 วัน คิดเป็นร้อยละ 44 รองลงมา คือ 2 วัน ร้อยละ 25.75 ครึ่งวัน ร้อยละ 15.75 และ 3 วัน ร้อยละ 7.75 ตามลำดับ

ทั้งนี้ จำนวนครั้งที่เคยมาประชุมที่จังหวัดเชียงราย พบว่า เคยเข้าร่วมงานประชุม 1-2 ครั้ง ร้อยละ 75.25 รองลงมา คือ 3-4 ครั้ง ร้อยละ 17.25 และ 4-5 ครั้ง ร้อยละ 7 โดยส่วนใหญ่จะเดินทางกับเพื่อนร่วมงาน ร้อยละ 63.5 เดินทางคนเดียว ร้อยละ 23 เดินทางกับครอบครัว ร้อยละ 10.25 และอื่นๆ ร้อยละ 3.25 ตามลำดับ ผู้สนับสนุนค่าใช้จ่ายในการประชุมเป็นบริษัท/หน่วยงานต้นสังกัดมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 63 หน่วยงานอื่นที่ไม่ใช่หน่วยงานต้นสังกัด ร้อยละ 28.25 และออกค่าใช้จ่ายเอง ร้อยละ 8.75 ประเภทของหน่วยงานต้นสังกัด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ทำงานในหน่วยงานภาครัฐมากที่สุด ร้อยละ 40.25 ภาคเอกชน ร้อยละ 38.25 สมาคม ร้อยละ 18 และอื่นๆ ร้อยละ 3.5 สำหรับงบประมาณในการเข้าร่วมงานประชุมแต่ละครั้ง คือน้อยกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 62.25 รองลงมา คือ 10,000- 20,000 บาท ร้อยละ 21.75 และ 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 10

โดยสาเหตุที่ทำให้ นักเดินทางตัดสินใจเดินทางมาประชุมในจังหวัดเชียงราย พบว่า ส่วนใหญ่ตัดสินใจเดินทางเนื่องจากปัจจัยจากสมาคม/องค์กรมากที่สุดเป็นลำดับแรก ($\bar{X} = 3.96$, S.D.= 0.55) รองลงมา คือ ปัจจัยด้านต้นทุนการเข้าร่วมงาน ($\bar{X} = 3.90$, S.D.= 0.64) ปัจจัยภายในตัวบุคคล ($\bar{X} = 3.83$, S.D.= 0.53) และปัจจัยด้านสถานที่จัดงาน ($\bar{X} = 3.74$, S.D.= 0.51) ตามลำดับ โดยมีรายละเอียดรายด้าน ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของสาเหตุที่ทำให้พนักงานเดินทางตัดสินใจเข้าร่วมประชุมในจังหวัดเชียงราย

สาเหตุที่ทำให้พนักงานเดินทางตัดสินใจเข้าร่วมประชุม ในจังหวัดเชียงราย	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ด้านปัจจัยภายในตัวบุคคล			
1. ปัจจัยเกี่ยวกับการเงิน	4.30	.71	มากที่สุด
2. เวลา	4.19	.73	มาก
3. เงินทุนสนับสนุน	4.18	.72	มาก
4. สุขภาพ	4.08	.84	มาก
5. เพิ่มโอกาสทางธุรกิจ	3.88	.79	มาก
6. ประสบการณ์ครั้งก่อน	3.64	.82	มาก
7. โอกาสในการสร้างเครือข่าย	3.54	.69	มาก
8. โอกาสในการเรียนรู้	3.48	.75	มาก
9. ครอบครัว	3.22	.68	ปานกลาง
ภาพรวมด้านปัจจัยส่วนตัวบุคคล	3.83	.53	มาก
ด้านปัจจัยจากสมาคม/องค์กร			
1. ต้องการได้พบปะกับผู้เชี่ยวชาญ	4.56	.74	มากที่สุด
2. การมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ร่วมงาน	4.30	.72	มากที่สุด
3. เป็นที่ยอมรับในกลุ่ม	3.78	.75	มาก
4. ได้ทำประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่น	3.66	.77	มาก
5. การมีส่วนร่วมในสมาคม	3.51	.79	มาก
ภาพรวมด้านปัจจัยจากสมาคม/องค์กร	3.96	.55	มาก
ด้านต้นทุนการเข้าร่วมงาน			
1. ค่าลงทะเบียนเข้าร่วมงาน	4.62	.77	มากที่สุด
2. ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	4.55	.72	มากที่สุด
3. ค่าใช้จ่ายด้านสถานที่พัก	4.07	.68	มาก
4. อัตราแลกเปลี่ยนเงิน	3.63	.70	มาก
5. ค่าเสียโอกาสในการลาพักร้อน	3.40	.71	ปานกลาง
6. ค่าเสียโอกาสสำหรับงานประชุมอื่น ๆ	3.14	.69	ปานกลาง
ภาพรวมด้านต้นทุนการเข้าร่วมงาน	3.90	.64	มาก

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของสาเหตุที่ทำให้นักเดินทางตัดสินใจเข้าร่วมประชุมในจังหวัดเชียงราย (ต่อ)

สาเหตุที่ทำให้นักเดินทางตัดสินใจเข้าร่วมประชุม ในจังหวัดเชียงราย	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ด้านสถานที่จัดงาน			
1. ระยะเวลาในการเดินทาง	4.42	.78	มากที่สุด
2. สถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียง	4.01	.75	มาก
3. บรรยากาศ/สภาพทั่วไป	3.99	.72	มาก
4. ภาพลักษณ์ของสถานที่	3.84	.73	มาก
5. สถานที่พัก	3.82	.75	มาก
6. ความปลอดภัย	3.81	.79	มาก
7. อาหารและเครื่องดื่ม	3.81	.71	มาก
8. สายการบิน	3.72	.74	มาก
9. อุปสรรคด้านภาษา	3.45	.82	มาก
10. ความสะดวกในการขอวีซ่า	3.37	.78	ปานกลาง
11. สถานบันเทิง	3.36	.83	ปานกลาง
12. ความเป็นมิตรของคนในพื้นที่	3.32	.64	ปานกลาง
ภาพรวมด้านสถานที่จัดงาน	3.74	.51	มาก

สำหรับพฤติกรรมหลังจากเข้าร่วมงานประชุมที่จังหวัดเชียงราย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีพฤติกรรม การมาซ้ำมากที่สุด ($\bar{X} = 4.06$, S.D.= 0.83) รองลงมา คือ การบอกต่อ ($\bar{X} = 3.98$, S.D.= 0.86) การยินดี จ่ายเพิ่มขึ้น ($\bar{X} = 3.63$, S.D.= 0.88) และลำดับสุดท้าย คือ การร้องเรียน/ต่อว่า ($\bar{X} = 3.01$, S.D.= 0.84) ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของพฤติกรรมหลังจากเข้าร่วมงานประชุม

พฤติกรรมหลังจากเข้าร่วมงานประชุม	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. การมาซ้ำ	4.06	.83	มาก
2. การบอกต่อ	3.98	.86	มาก
3. การยินดีจ่ายเพิ่มขึ้น	3.63	.88	มาก
4. การร้องเรียน/ต่อว่า	3.01	.84	ปานกลาง

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 วิเคราะห์โครงสร้างห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมการจัดประชุมของจังหวัด เชียงราย

ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก และการจัดประชุมกลุ่มย่อยเพื่อระดมความคิดเห็น และร่วมกันวิเคราะห์ ห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมการจัดประชุมของจังหวัดเชียงราย รวมถึงการกำหนดแนวทางในการเพิ่มมูลค่า ในห่วงโซ่คุณค่าให้แก่จังหวัดเชียงราย สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า โดยอาศัยแนวคิดเรื่องห่วงโซ่

คุณค่าของ Porter (1985) นำมาปรับใช้เพื่อวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมการจัดประชุมของจังหวัดเชียงราย ที่ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ 1) โลจิสติกส์ขาเข้า (Inbound Logistics) 2) การปฏิบัติการ (Operations) 3) โลจิสติกส์ขาออก (Outbound Logistics) 4) กิจกรรมด้านการตลาดและการขาย (Marketing and Sales) และ 5) การบริการ (Services) และกิจกรรมสนับสนุน 4 กิจกรรม ประกอบด้วย 1) การจัดซื้อจัดจ้าง (Procurement) 2) การพัฒนาเทคโนโลยี (Technology Development) 3) การจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management) และ 4) โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร (Firm Infrastructure) ดังแสดงให้เห็นในแผนภาพ ต่อไปนี้

Firm Infrastructure: โรงแรม ศูนย์ประชุม สถานที่จัดงานพิเศษ (Special Venue) ที่พัก ร้านอาหาร สนามบิน สถานบันเทิง ห้างสรรพสินค้า สถานที่ท่องเที่ยว สถานที่ดูงาน				
Human Resource: การบริหารบุคลากรในอุตสาหกรรมการจัดประชุมของจังหวัดเชียงราย				
Technology Development: ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่ใช้ในการจัดงาน เช่น เทคโนโลยีการลงทะเบียน เทคโนโลยีป้ายชื่อของผู้เข้าร่วมงาน การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตของผู้เข้าร่วมงาน การใช้อินเทอร์เน็ตไร้สายของผู้เข้าร่วมงาน และเทคโนโลยีการติดตามสถานะของผู้เข้าร่วมงาน				
Procurement: กระบวนการในการจัดหา จัดซื้อวัสดุอุปกรณ์ วัตถุดิบ เพื่อนำมาใช้ในการจัดงานประชุม				
Inbound Logistics การเตรียมพร้อมในการประชุม/ประมุขสิทธิ์ • การจัดเตรียมความพร้อมในการจัดประชุม • การประเมินโครงการเพื่อการประมุขสิทธิ์ • การจัดเตรียมข้อเสนอโครงการเพื่อการประมุขสิทธิ์	Operations การเตรียมงานประชุม • การจัดตั้งคณะทำงาน การกำหนดบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง • การวางแผนและพัฒนากิจกรรมงบประมาณ แผนการดำเนินงาน	Outbound Logistic การดำเนินงานประชุม • การให้บริการด้านที่พักแรม สิ่งอำนวยความสะดวก และกิจกรรมสำหรับผู้เข้าร่วมประชุมและผู้ติดตาม	Marketing and Sales การส่งเสริมการประชุม • การสร้างการรับรู้และการประชาสัมพันธ์ • การจัดการลงทะเบียนล่วงหน้า • การจัดการผู้ให้สนับสนุน	Services การให้บริการ • การอำนวยความสะดวกในการเดินทางในจังหวัด • การอำนวยความสะดวกเพื่อการทำกิจกรรม และการศึกษาดูงาน • กิจกรรมการท่องเที่ยวก่อน-หลังการประชุม
กลุ่มยุทธศาสตร์จังหวัดเชียงราย/หน่วยงานที่เกี่ยวข้องภายในจังหวัด	หน่วยงานภาครัฐ/ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องในจังหวัดเชียงราย บริษัท PCO/DMC/สถานที่จัดประชุม/โรงแรมที่พัก/ผู้จัดหาบริการ/บริษัทรถเช่า/สถานที่ท่องเที่ยว/สสบน./สมาคมต่าง ๆ			

ภาพที่ 2 โครงสร้างห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมการจัดประชุมในจังหวัดเชียงราย

จากห่วงโซ่มูลค่าที่แสดงถึงความสัมพันธ์ของกิจกรรมในแต่ละขั้นตอนของอุตสาหกรรมการจัดประชุม ในจังหวัดเชียงรายได้ที่เสนอไปแล้วข้างต้น พบว่า ในการเพิ่มมูลค่าให้แก่อุตสาหกรรมการจัดประชุมของจังหวัด เชียงรายสามารถดำเนินการได้โดยใช้กระบวนการเชิงสร้างสรรค์เพื่อส่งมอบคุณค่าของสินค้าและบริการให้แก่ ผู้รับบริการให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด ทั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อนของแต่ละกิจกรรมในห่วงโซ่ มูลค่า 5 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1) โลจิสติกส์ขาเข้า (Inbound Logistics) ประกอบไปด้วยกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการได้รับวัตถุดิบ สินค้า บริการ และอุปกรณ์ที่จำเป็นต้องใช้ในการจัดประชุม รวมทั้งการประเมินโครงการเพื่อการประมูลสิทธิ์การจัดเตรียมข้อเสนอโครงการเพื่อการประมูลสิทธิ์เข้าสู่กระบวนการประมูลสิทธิ์ (Bidding Process) โดยขั้นตอนนี้ จำเป็นต้องมีการวางแผนอย่างละเอียด รอบด้าน และดึงดูดเด่นของจังหวัดมานำเสนอในทุกขั้นตอน อาทิ การนำเสนอสถานที่จัดงานประชุม สถานที่พัก ร้านอาหาร รวมถึงวัตถุดิบในการประกอบอาหารและเครื่องดื่ม อาหารว่าง รูปแบบการจัดเตรียมเครื่องดื่มของสถานที่จัดประชุม ภาชนะบรรจุน้ำดื่ม ไปจนถึงการเสิร์ฟ ให้กับผู้เข้าร่วมการประชุม ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนในกระบวนการโลจิสติกส์ขาเข้า ของอุตสาหกรรมการจัดประชุม จังหวัดเชียงราย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน ในกระบวนการ Inbound Logistics ของจังหวัดเชียงราย

จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. มีอัตลักษณ์ของพื้นที่ 2. มีพืชเศรษฐกิจที่โดดเด่น 3. ที่ตั้งของจังหวัดอยู่ในจุดยุทธศาสตร์ที่ดี 4. มีหน่วยงานภายนอกให้การสนับสนุน	1. ขาดผู้รับผิดชอบหลักในการทำงานด้านอุตสาหกรรมการจัดประชุม 2. ขาดแคลนบุคลากรมืออาชีพ 3. ขาดองค์ความรู้และความเข้าใจต่อการประมูลสิทธิ์ 4. ขาดเครือข่าย และพันธมิตรในระดับต่าง ๆ

แนวทางการเพิ่มมูลค่า

ในการสร้างจุดแข็งเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับอุตสาหกรรมการจัดประชุมของจังหวัดเชียงราย และเป็นการเพิ่มโอกาสในการแข่งขัน ทุกภาคส่วนจึงควรร่วมมือกัน โดยอาจจัดเป็นหน่วยงานกลางที่รับผิดชอบด้านไมซ์ หรือการประชุมโดยเฉพาะ จะทำให้การดำเนินงานมีความสะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพมากที่สุด นอกจากนี้ ควรสนับสนุนให้บัณฑิตที่จบในสาขาไมซ์ หรือสาขาที่เกี่ยวข้อง เข้ารับการฝึกอบรม เพื่อพัฒนาทักษะการทำงาน และเพิ่มขีดความสามารถของบุคลากรด้านไมซ์ให้มีความเป็นมืออาชีพ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น และปรับตัวให้สามารถทำงานได้ในทุกสถานการณ์ รวมถึงการสนับสนุนให้ริเริ่มกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดประชุม อาทิ เปิดบริษัทรับจัดงานประชุม เพื่อเป็นการเพิ่มจำนวนผู้ประกอบการในพื้นที่ และสร้างความเข้มแข็งให้กับอุตสาหกรรมไมซ์ของจังหวัดเชียงราย รวมถึงการให้ความรู้ และสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการประมูลสิทธิ์ กระบวนการเตรียมความพร้อม การวางแผนและเทคนิคที่สำคัญในการประชุมและการประมูลสิทธิ์ สร้างความร่วมมืออย่างเป็นรูปธรรม โดยการจัดตั้งหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบด้านอุตสาหกรรมการจัดประชุม

โดยตรง ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการประสานงาน พัฒนาให้จังหวัดเชียงรายเป็นจุดหมายปลายทางด้านการจัดประชุมในทุกระดับ ไม่ว่าจะเป็นการจัดประชุมองค์กร ไปจนถึงการประชุมวิชาชีพในระดับนานาชาติ

2) การปฏิบัติการ (Operations) ประกอบไปด้วยกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเตรียมงานประชุม การจัดตั้งคณะทำงาน และการกำหนดบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง การวางแผน และการพัฒนากิจกรรม งบประมาณ แผนการดำเนินงาน เพื่อนำไปสู่การตัดสินใจ การเจรจาต่อรองกับผู้เกี่ยวข้องหลักและผู้จัดการบริการเพื่อการประชุม ในกระบวนการเตรียมงานในแต่ละขั้นตอน ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนในกระบวนการ Operations ของอุตสาหกรรมการจัดประชุมจังหวัดเชียงราย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน ในกระบวนการ Operations ของจังหวัดเชียงราย

จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. มีเครือข่ายพันธมิตรที่ดี 2. มีความสร้างสรรค์	1. ไม่มีประสบการณ์จัดงาน 2. ขาดงบประมาณที่เป็นเงินทุนในการดำเนินงาน 3. ขาดระเบียบข้อบังคับที่สนับสนุนการจัดงาน 4. ขาดบริษัทที่ทำงานในพื้นที่ 5. ขาดความเชื่อมั่นจากลูกค้า 6. ขาดฐานข้อมูลในการวางแผนงาน

แนวทางการเพิ่มมูลค่า

ประสบการณ์ในการจัดงานมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า และสมาคมระดับนานาชาติ รวมไปถึงผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกจุดหมายปลายทางในการจัดประชุม อย่างไรก็ตาม บริษัทรับจัดงานประชุมสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ลูกค้าได้ โดยการวางแผนการดำเนินงานอย่างละเอียดรอบคอบ การศึกษาและรวบรวมข้อมูลเชิงลึกของสถานที่จัดงาน รวมถึงข้อมูลของผู้ให้บริการในธุรกิจต่าง ๆ ภายในจังหวัด นอกจากนี้ ผู้จัดงานควรศึกษาบริบทหรือตัวอย่างในการจัดการประชุมในเมืองต่าง ๆ หรือประเทศต่าง ๆ เพื่อเป็นกรณีศึกษา นอกจากนี้ ในการเพิ่มโอกาสทางการแข่งขันของธุรกิจ หน่วยงานต่าง ๆ ควรช่วยกันสนับสนุนโดยการให้ทุนกู้ยืม หรือดำเนินการระดมทุนร่วมกันกับสมาชิก หรือเครือข่าย เพื่อเป็นเงินต้นทุนในการดำเนินงาน ปรับระเบียบในการเข้า-ออก ภายในราชอาณาจักร พิธีศุลกากร รวมถึงระเบียบเฉพาะกาลสำหรับการจัดงานต่าง ๆ เช่น การอำนวยความสะดวกแก่ผู้เดินทางผ่านช่องทางพิเศษในสนามบิน (MICE Lane) ห้องพักรอต่อเครื่อง (VIP Lounge) การจัดรถตำรวจนำขบวน การนำเข้าสินค้าที่จะนำมาจัดแสดงในการประชุมวิชาชีพ และงานแสดงสินค้าให้มีประสิทธิภาพ โดยที่ไม่ซับซ้อนและยุ่งยาก เพื่ออำนวยความสะดวกและสร้างความมั่นใจให้กับผู้เข้าร่วมประชุม รวมถึงการที่ภาครัฐ และภาคเอกชน ควรมีการร่วมมือกัน ในการสนับสนุน และผลักดันให้เกิดผู้ประกอบการรายใหม่ที่ทำเนิการเกี่ยวกับการจัดประชุม หรืออาจสนับสนุนผู้ประกอบการรายเก่าในพื้นที่ที่ดำเนินธุรกิจอื่น ๆ แต่สนใจเริ่มต้น/ขยายกิจการเพื่อก้าวเข้าสู่ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม การจัดประชุม รวมถึงการสร้างความไว้วางใจ และความเชื่อมั่นจากลูกค้า รวมถึงการมีหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบ

ในการบริหารจัดการเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการจัดประชุมโดยเฉพาะ เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลและจัดทำฐานข้อมูลผู้ประกอบการในจังหวัด รวมถึงการวางแผนการดำเนินงาน ประชาสัมพันธ์จังหวัดให้เป็นที่รู้จัก รวมถึงการดึงงานประชุมเข้ามาจัดในพื้นที่

3) โลจิสติกส์ขาออก (Outbound Logistics) ประกอบด้วยกิจกรรมการจัดการเกี่ยวกับการเดินทางของผู้เข้าร่วมการประชุมตั้งแต่การเดินทางออกจากที่พัก หรือประเทศต้นทาง มาที่จังหวัดเชียงราย การอำนวยความสะดวกเพื่อการเข้าเมือง การเดินทางและการต้อนรับ การจัดการ ณ วันงาน (Onsite Management) การจัดการลงทะเบียน การบริหารช่วงพิธีการต่าง ๆ (Session) การให้บริการด้านที่พักแรม สิ่งอำนวยความสะดวกและกิจกรรมสำหรับผู้ติดตาม ผู้วิจัยได้วิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนในกระบวนการ Outbound Logistics ของอุตสาหกรรมการจัดประชุมจังหวัดเชียงราย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 5 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน ในกระบวนการ Outbound Logistics ของจังหวัดเชียงราย

จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. มีที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ 2. มีแผนบริหารความเสี่ยงในการยกเลิกงานและการรักษาความปลอดภัย	1. ข้อจำกัดเรื่องการเดินทาง 2. ปัญหาสภาพการจราจร

แนวทางการเพิ่มมูลค่า

จังหวัดเชียงราย ควรเร่งขยายสนามบิน เพิ่มหลุมจอด และสิ่งอำนวยความสะดวกในสนามบิน เพื่อดึงดูดให้สายการบินต่าง ๆ ทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ เพิ่มจำนวนเที่ยวบิน เพิ่มจุดหมายปลายทาง ทั้งนี้ ข้อมูลของสายการบินที่เข้า-ออกในจังหวัด ความถี่ของเที่ยวบิน และตัวสนามบินก็ถือเป็นปัจจัยที่อาจส่งผลให้จังหวัดเชียงรายได้รับการพิจารณาคัดเลือกให้เป็นสถานที่จัดการประชุมมากขึ้น นอกจากนี้ ควรเร่งขยายขีดความสามารถของระบบขนส่งสาธารณะ เชื่อมโยงการเดินทางทุกรูปแบบ เพิ่มจำนวนและประเภทของรถโดยสารสาธารณะทั้งในเขตเมือง และการเดินทางเชื่อมโยงไปนอกเขตเมือง และจังหวัดใกล้เคียง เพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้เดินทาง รวมถึงการเพิ่มทางเลือกในการเดินทางรูปแบบอื่น เช่น การเดินทางโดยเรือ ซึ่งจังหวัดเชียงรายมีแม่น้ำกกไหลผ่านกลางเมือง สามารถสร้างความแปลกใหม่ให้กับนักท่องเที่ยว หรือผู้ที่มาร่วมประชุมโดยการล่องเรือ ซึ่งถือเป็นการเดินทางรูปแบบใหม่ ที่สามารถนำมาใช้ทดแทนการเดินทางภายในพื้นที่ที่มีสภาพการจราจรที่หนาแน่น และเป็นการสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่ง

4) กิจกรรมด้านการตลาดและการขาย (Marketing and Sales) ประกอบด้วยกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการตลาด และการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างการรับรู้ให้แก่ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง กับอุตสาหกรรมการจัดประชุมทั้งระบบ เช่น การประชาสัมพันธ์สถานที่จัดงาน จำนวนห้องพัก ขนาดของจำนวนห้องประชุม สิ่งอำนวยความสะดวกให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้า การสร้างเครือข่าย และพันธมิตรทางธุรกิจ ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนในกระบวนการด้านการตลาดและการขายในอุตสาหกรรมการจัดประชุมของจังหวัดเชียงราย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 6 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน ในกระบวนการ Marketing and Sales ของจังหวัดเชียงราย

จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. กระแสการท่องเที่ยวเมืองรอง 2. การจัดงานในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ	1. ขาดการประชาสัมพันธ์ร่วมกัน 2. การเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี

แนวทางการเพิ่มมูลค่า

ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการจัดประชุม อาทิ โรงแรม รถเช่า ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ฯลฯ ควรรวมตัวกันเป็นสมาคม/กลุ่มความร่วมมือ เพื่อร่วมกันประชาสัมพันธ์และทำการตลาดในภาพรวมระดับจังหวัด ทั้งนี้ จะทำให้อุตสาหกรรมการจัดประชุมของจังหวัดเชียงรายมีความเข้มแข็ง เป็นที่รู้จัก มีความน่าสนใจ และเพิ่มโอกาสในการแข่งขันในระดับเมือง และระดับประเทศได้มากขึ้น นอกจากนี้ ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในจังหวัดเชียงราย ควรมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลด้านเทคโนโลยีร่วมกัน โดยถ้าพิจารณาแล้ว เห็นว่าการนำเทคโนโลยีหรืออุปกรณ์มาปรับใช้กับธุรกิจแล้วมีความคุ้มค่ากับการลงทุน ก็ควรดำเนินการ หรืออาจจะระดมทุนเพื่อซื้ออุปกรณ์บางตัวเพื่อใช้งานร่วมกัน ก็จะสามารถลดค่าใช้จ่ายในการลงทุนได้ ทั้งนี้ การนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในอุตสาหกรรมการจัดประชุม จะสามารถดึงดูดให้ลูกค้าเลือกเป็นสถานที่ในการจัดประชุมได้

5) การบริการ (Services) ประกอบไปด้วยกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการระหว่างการจัดงาน รวมไปถึงหลังจากการจัดงานประชุม เพื่อติดตาม และประเมินผลความพึงพอใจของลูกค้า และผู้เข้าร่วมงาน จากการเข้าใช้บริการในสถานประกอบการ โดยขั้นตอนนี้ จะมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับบริษัทผู้ให้บริการในพื้นที่ อาทิ บริษัทรับจ้างทำโฆษณาประชาสัมพันธ์ (Advertising Agencies/ PR Company/ Media) งานกราฟิก และเอกสารเผยแพร่ต่าง ๆ บริษัทให้เช่าเครื่องมืออุปกรณ์ (Audio Visual Equipment Suppliers) เช่น ทีวี จอยักษ์ ไมโครโฟน เครื่องฉายทอดเสียงแปลภาษาหลาย ๆ ภาษาพร้อมกันหูฟัง เครื่องฉายภาพ เครื่องอัดเสียง โทรศัพท์ เครื่องฉายสไลด์ ระบบแสงสีและเสียง กล้องวิดีโอพร้อมอุปกรณ์ขาตั้ง บริษัทที่เชี่ยวชาญและให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT Company) เป็นต้น ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนในกระบวนการ Services อุตสาหกรรมการจัดประชุมของจังหวัดเชียงราย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 7 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน ในกระบวนการ Services ของจังหวัดเชียงราย

จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. ผู้ให้บริการมีจิตใจรักในงานบริการ (Service Mind) 2. เป็นเมืองเล็ก ไม่วุ่นวาย มีเอกลักษณ์เฉพาะ	1. ไม่มีศูนย์ประชุมที่มีมาตรฐาน

แนวทางการเพิ่มมูลค่า

ขอสนับสนุนงบประมาณจากภาครัฐในการก่อสร้างศูนย์ประชุมขนาดใหญ่ที่มีความทันสมัย สะดวกสบาย และสามารถรองรับการจัดประชุมและงานแสดงสินค้าได้หลากหลายรูปแบบ หรือจะเป็นการสนับสนุนให้ภาคเอกชนลงทุนก่อสร้างโดยมีภาครัฐเป็นส่วนช่วยสนับสนุนบางส่วน

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ศึกษาแนวโน้มอุตสาหกรรมการจัดประชุมองค์กรและประชุมวิชาชีพในจังหวัดเชียงราย

จากการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการจัดประชุมของจังหวัดเชียงราย พบว่า มีความเชื่อมั่นว่าจังหวัดเชียงรายสามารถเป็นเมืองแห่งการจัดประชุมได้ แต่จะเน้นไปที่การประชุมขนาดเล็ก จนถึงขนาดกลางที่มีผู้เข้าร่วมไม่เกิน 800 คน พร้อมกับการนำเสนอจุดแข็งด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว วัฒนธรรม และวิถีชีวิตแบบล้านนา ดังเห็นได้จากข้อคิดเห็นที่กล่าวไว้ว่า

“...การจัดประชุมในเชียงราย มีความเป็นไปได้ในจำนวนกลุ่มเล็ก ๆ กลุ่มไม่ใหญ่มากเกินไป ซึ่งอาจจะนำเสนอความเป็น Life style เน้นคุณภาพ และความเป็นธรรมชาติ และนำเสนอให้เป็น Leisure Incentive Meeting เพราะเรายังขาดศักยภาพในการรองรับด้านจำนวนห้องพักของโรงแรม 5 ดาวต่าง ๆ ที่ไม่สามารถรองรับผู้มาประชุมจำนวนมากได้ การจัด Meeting อาจแสดงออกในลักษณะวัฒนธรรม อาหารพื้นเมือง หรือว่าความเป็นอยู่ วิถีชีวิตที่ไม่เคยเห็นมาก่อน และสิ่งสำคัญคือจังหวัดเชียงรายต้องสร้างความแตกต่าง เพื่อตอบโจทย์ว่าทำไมต้องจ่ายมากขึ้นเพื่อเดินทางมาจังหวัดเชียงราย หน่วยงานราชการจึงจำเป็นต้องเป็นหน่วยงานหลักที่จะเปิดทางเข้ามาประชุมสัมมนาในพื้นที่เมืองรอง หรือ พื้นที่ระยะทางไกลมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลทำให้ภาคเอกชนเข้าตามมามีด้วย ทั้งนี้ทั้งนั้นภาครัฐอาจจะต้องหาเม็ดเงิน หรือเงินลงทุนเพิ่มขึ้น เพื่อชดเชยราคาค่าใช้จ่ายให้สูงขึ้น เพื่อให้เกิดการจูงใจในการเดินทางสัมมนาในระยะทางไกลมากขึ้น และเมื่อเกิดการเดินทาง เม็ดเงินจากผู้เข้าร่วมประชุมจะกระจายสู่พื้นที่ที่ใช้จ่ายใช้สอยเกิดเป็นลูกโซ่...” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 14, การสื่อสารส่วนบุคคล, 2561)

สอดคล้องกับผู้ประกอบการอีกท่าน ที่มีความคิดเห็นว่าจังหวัดเชียงรายสามารถพัฒนาให้สามารถรองรับกลุ่มที่เดินทางมาประชุม สัมมนา รวมถึงการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลได้ เนื่องจากจังหวัดเชียงรายมีแหล่งท่องเที่ยว และเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาได้ ดังความเห็นที่ว่า

“...สำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดเชียงราย การจัด Incentive นั้นมีความเป็นไปได้ เพราะมีสินค้าผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่ชัดเจน จังหวัดเชียงรายเป็นเมืองที่มีประวัติความเป็นมา มีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ มีเอกลักษณ์ และสามารถพัฒนาเป็นจุดขายขึ้นมาได้ สามารถพัฒนาจากสิ่งที่มี เช่น ชา เพื่อจัดเป็น Trade Event Exhibition ทำให้นึกถึงว่า หากอยากจะทำตลาดต้องไปที่จังหวัดเชียงราย ซึ่งแรงขับเคลื่อนภายในก็สำคัญ จังหวัดต้องเป็นตัวขับเคลื่อนให้หน่วยราชการเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์เสียก่อน เพื่อให้มีความพร้อม ถ้าตรงนี้สามารถเป็นจุดเริ่มต้นที่ดีได้ อย่างอื่นก็ไม่ได้ยากเกินความสามารถ การมีแผนงาน หรือมีการตั้งกลยุทธ์เป็นวาระไว้ จะทำให้เกิดเป็นรูปธรรมเห็นผล สามารถพัฒนาได้ง่ายยิ่งขึ้น...” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 8, การสื่อสารส่วนบุคคล, 2560)

นอกจากอุตสาหกรรมการจัดประชุม และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแล้ว จังหวัดเชียงรายยังสามารถรองรับการจัดงานแสดงสินค้า รวมถึงงานรูปแบบอื่นในอุตสาหกรรมไมซ์ได้ เนื่องจากจุดเด่นเรื่องที่ตั้ง ที่อยู่ติดกับประเทศเพื่อนบ้าน และมีเขตเศรษฐกิจพิเศษ ประกอบกับการให้ความสำคัญกับการค้า การเดินทางในพื้นที่อนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงและในอาเซียนที่เพิ่มมากขึ้น โดยแนวโน้มในอนาคต สามารถผลักดันให้เชียงรายเป็นเมือง

ไม่ชอบอย่างเต็มรูปแบบได้ เห็นได้จากความคิดเห็น ดังต่อไปนี้

“...จังหวัดเชียงรายสามารถรองรับการเดินทางของกลุ่มไมซ์ได้ทุกรูปแบบ ไม่จำกัดเฉพาะแค่ Meeting หรือ Incentive อีกต่อไป ความเป็นไมซ์ของเชียงรายมีอยู่แล้ว จึงเหมาะสมอย่างยิ่งที่จะผลักดันให้เป็นเมืองไมซ์อย่างเต็มตัว ความสำเร็จของเชียงราย คือ ค่าครองชีพที่น้อยกว่า มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย ประกอบกับมีศิลปวัฒนธรรมที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว รวมไปถึงการมีแหล่งการค้าชายแดนที่มีมูลค่าสูง เชียงรายถือเป็นศูนย์กลาง GMS การท่องเที่ยวกับไมซ์ จะควบคู่กันไป ธุรกิจการประชุมนับว่าเป็นสิ่งที่ใหญ่มาก ต้องมีการเตรียมความพร้อม เร่งปรับแก้ผังเมือง และจัดหาที่พักให้เพียงพอ อีกสิ่งที่ต้องเพิ่ม คือ มีเที่ยวบินที่บินตรงมาเชียงรายจากทั้งในประเทศและต่างประเทศให้มากขึ้น ซึ่งถ้าหากว่าปัจจัยเหล่านี้มีความพร้อมมากยิ่งขึ้น ก็อาจจะทำให้เชียงรายเป็นเมืองแห่งไมซ์ได้ไม่ยากในอนาคต...” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 15, การสื่อสารส่วนบุคคล, 2560)

“...อุตสาหกรรมไมซ์ของเชียงรายสามารถเป็นกลไกเชื่อมเศรษฐกิจพิเศษในพื้นที่เชื่อมโยง จังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพในด้านการค้าชายแดน และการท่องเที่ยว โดยมีพรมแดนติดกับ 2 ประเทศ คือ สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยสามารถเชื่อมได้อีก 2 ประเทศ คือ สาธารณรัฐประชาชนจีน และสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม จังหวัดเชียงรายถือได้ว่าเป็นศูนย์กลางการค้าและการท่องเที่ยวข้ามพรมแดน ที่มีดินแดนเชื่อมต่อสู่กลุ่มประเทศในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงตอนบน ดังนั้นจึงมีแนวโน้มที่สามารถรองรับการจัดงานได้อย่างแน่นอน...” (ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 17, การสื่อสารส่วนบุคคล, 2561)

ในปัจจุบันจังหวัดเชียงรายมีพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษจำนวน 3 อำเภอ ประกอบด้วย อำเภอแม่สาย ซึ่งกำหนดให้เป็นศูนย์กลางการค้าและการลงทุน (Trading City) เนื่องจากมีศักยภาพด้านเศรษฐกิจและการค้าที่เติบโตต่อเนื่อง อำเภอเชียงแสน ซึ่งกำหนดให้เป็นศูนย์การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ และท่าเทียบเรือนานาชาติ (Port City) โดยมีความโดดเด่นในการเป็นพื้นที่ศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ รวมทั้งยังมีท่าเรือพาณิชย์เชียงแสนซึ่งเชื่อมโยงการค้ากับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา และจีนตอนใต้ และอำเภอเชียงของ ซึ่งกำหนดให้เป็นศูนย์โลจิสติกส์และอุตสาหกรรมเชิงนิเวศ (Logistic City) เนื่องจากมีความพร้อมในด้านการขนส่ง โดยมีถนนเชื่อมโยงจากถนนสายอาเซียน R3B ผ่านสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 4 ทำให้มีความพร้อมในการขนส่งสินค้าระหว่างไทยและจีน รวมทั้งมีการเปิดเสรีทางการค้าระหว่างประเทศมากขึ้น ทำให้คาดการณ์ว่ามูลค่าการค้าชายแดนจะมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นกว่า ร้อยละ 10 ในปี 2565 สอดคล้องกับ ณรงค์ศักดิ์ ใสธณนกร (2560) ที่กล่าวในการประชุมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ พลิกเชียงรายสร้างเมืองไมซ์ แปลงเศรษฐกิจเปลี่ยนวิถีชีวิตอย่างยั่งยืน ภายใต้โครงการส่งเสริมความร่วมมือกับประเทศอาเซียน +6 และ GMS เพื่อรองรับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ที่ระบุว่า จังหวัดเชียงราย เป็นจังหวัดที่มีศักยภาพสูงในการรองรับอุตสาหกรรมไมซ์ นอกจากนี้ ยังมีข้อได้เปรียบจากอัตราค่าครองชีพถูกกว่า มีจุดท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีชายแดนติดต่อกับ 2 ประเทศ สามารถเชื่อมโยงต่อไปยังประเทศในกลุ่มอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงได้ง่าย จึงมีโอกาสมากในการยกระดับสู่การเป็นเมืองจุดหมายของการประชุมระดับนานาชาติในอนาคต

ซึ่งโดยสรุปแล้วจากการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งจากการสัมภาษณ์ และการประชุมกลุ่ม พบว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลมีแนวโน้มไปในทิศทางเดียวกัน คือ หากนำอุตสาหกรรมไมซ์ เข้ามาเป็นกลไกช่วยขับเคลื่อนให้เกิดความร่วมมือกับเขตเศรษฐกิจของประเทศเพื่อนบ้าน ก็จะเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้การพัฒนาเศรษฐกิจในพื้นที่สี่เหลี่ยมเศรษฐกิจและเชื่อมโยงไปยัง GMS เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพแน่นอน เนื่องจากอุตสาหกรรมไมซ์ เป็นส่วนสำคัญในการช่วยขับเคลื่อน การจัดงานไมซ์ ก่อให้เกิดการซื้อขายและแลกเปลี่ยนสินค้า การลงทุนการจับคู่ทางธุรกิจ และเป็นเวทีในการแลกเปลี่ยนความรู้และเทคโนโลยีการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ อุตสาหกรรมไมซ์ จัดเป็นกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ เพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะทาง เช่น การติดต่อค้าขายหรือเชิงวิชาการ และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพที่สร้างรายได้สู่ระบบเศรษฐกิจประเทศไทย และจังหวัดเชียงรายอย่างมหาศาล ทั้งในภาพของเศรษฐกิจทางตรงและทางอ้อม อุตสาหกรรมไมซ์จึงมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับการที่สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ หรือ สสปน. ได้เข้ามามีส่วนช่วยในการวางแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาไมซ์ ชีตี้ ให้กับจังหวัดเชียงราย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 และร่วมดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ โดยให้ความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษบริเวณชายแดน เพื่อยกระดับการบริการรองรับการเปิดประชาคมอาเซียน และการตลาดภายในภูมิภาค ด้วยเหตุนี้จังหวัดเชียงรายจึงถูกยกระดับเป็นเมืองเป้าหมายที่พร้อมเป็นเมืองไมซ์ในอนาคต

วัตถุประสงค์ข้อที่ 4 ศึกษาแนวทางการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าเพื่อยกระดับขีดความสามารถของอุตสาหกรรมการจัดประชุมในจังหวัดเชียงราย

การวิเคราะห์โครงสร้างห่วงโซ่คุณค่าเพื่อยกระดับขีดความสามารถของอุตสาหกรรมการจัดประชุมองค์กรและประชุมวิชาชีพในจังหวัดเชียงราย สามารถใช้เป็นแนวทางในการสร้างรายได้เข้าสู่จังหวัดเพิ่มมากขึ้น ก่อให้เกิดผลดีต่อเศรษฐกิจระดับครัวเรือน และระดับชุมชน ทำให้คนในชุมชนมีสภาพความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น อันเนื่องมาจากรายได้ที่มาจากอุตสาหกรรมการจัดประชุมที่ขยายกว้างออกไป ทั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้สรุปเป็นแนวทางในการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าเพื่อยกระดับขีดความสามารถของอุตสาหกรรมการจัดประชุมในจังหวัดเชียงราย อีกทั้งยังเป็นแนวทางที่นำไปสู่การบริหารจัดการอย่างยั่งยืน โดยสามารถสรุปประเด็นสำคัญ 7 ประการ ดังต่อไปนี้

1. จัดตั้งศูนย์ความเป็นเลิศด้านไมซ์ (MICE Excellence Centre)

ในการที่จะสร้างจุดแข็งเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับอุตสาหกรรมการจัดประชุมของจังหวัด และเป็นการเพิ่มโอกาสในการแข่งขัน ทุกภาคส่วนจึงควรร่วมมือกัน โดยเริ่มตั้งแต่การจัดตั้งหน่วยงานกลางที่รับผิดชอบด้านไมซ์ หรือศูนย์ความเป็นเลิศด้านไมซ์โดยเฉพาะ เพื่อจัดทำและรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ของจังหวัดเชียงราย รวมถึงการอำนวยความสะดวกในการดำเนินงานด้านไมซ์ให้มีความสะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพมากที่สุด ทั้งนี้ ผลจากการหารือร่วมกันในการประชุมกลุ่มย่อยของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียของธุรกิจไมซ์ในจังหวัดเชียงราย พบว่า หน่วยงานที่มีความพร้อมและมีความเหมาะสมในการดำเนินการจัดตั้งศูนย์ความเป็นเลิศด้านไมซ์มากที่สุด คือ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง เนื่องจากเป็นหน่วยงานที่มีองค์ความรู้ มีบุคลากรที่มีทักษะและประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ มีความคล่องตัว และมีอิสรภาพทางความคิด สามารถประสาน

งานกับหน่วยงาน ทั้งภาครัฐและเอกชนได้เป็นอย่างดี สามารถเสนอของบประมาณในการสนับสนุนการจัดตั้งศูนย์ความเป็นเลิศทางด้านไมซ์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้ให้ทุนได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ สิ่งสำคัญอีกประการในการดำเนินการจัดตั้งศูนย์ความเป็นเลิศทางด้านไมซ์ คือ ความร่วมมือของทุกภาคส่วน โดยเฉพาะประชาชนในพื้นที่ คนในพื้นที่จังหวัดเชียงรายต้องมีความสามัคคี รับผิดชอบต่อหน้าที่ของตนเอง และมีความเข้าใจในแก่นเนื้อหาของอุตสาหกรรมไมซ์ จะทำให้เกิดความเป็นเจ้าบ้านที่ดีและมีความพร้อมในการต้อนรับและบริการ

2. ปรับปรุงและพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการจัดประชุม

เพิ่มจำนวนสถานที่จัดประชุม ทั้งในด้านของขนาด และความหลากหลาย เนื่องจากในปัจจุบัน พบว่าสถานที่จัดประชุมในจังหวัดเชียงราย ยังไม่สามารถรองรับการจัดงานประชุมขนาดใหญ่ได้ ดังนั้น จึงควรมีสถานที่จัดประชุมที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกและทันสมัยให้สามารถรองรับการจัดงานขนาดใหญ่ได้ นอกจากนี้ ควรจัดหาสถานที่จัดประชุมแบบพิเศษ (Special Venue) ที่นอกเหนือจากสถานที่จัดประชุมแบบเดิม โดยอาจไปจัดงานในสถานที่ท่องเที่ยว ไร่ชา บ้านศิลปิน ร้านอาหาร เพื่อเป็นการเพิ่มทางเลือกให้แก่ผู้ที่ต้องการจัดประชุมในรูปแบบต่าง ๆ นอกจากนี้ ควรสนับสนุนผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง เช่น บริษัททัวร์ บริษัท DMC บริษัทรถทัวร์ รถโค้ช รถตู้ รถเช่าที่มีมาตรฐาน บริษัทจัดทำแผ่นป้ายโฆษณา บริษัทรับจัดอีเวนต์ พัฒนาเส้นทางโลจิสติกส์ โดยการเพิ่มเที่ยวบินให้มีความถี่มากขึ้น เปิดเส้นทางเชื่อมโยงในหลาย ๆ เมืองของประเทศเพื่อนบ้าน เป็นต้น หากส่งเสริมให้มีผู้ประกอบการมาลงทุนเกี่ยวกับธุรกิจเหล่านี้เพิ่มมากขึ้น ก็จะทำให้จังหวัดเชียงรายมีความพร้อมในการรองรับอุตสาหกรรมไมซ์ได้มากยิ่งขึ้น

3. สร้างเครือข่ายความร่วมมือทางธุรกิจ

การสร้างเครือข่ายและพันธมิตรทางธุรกิจถือเป็นความสำเร็จอย่างหนึ่งในการเป็นที่รู้จักและประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน ทั้งนี้ จังหวัดเชียงรายควรสร้างความร่วมมืออย่างเป็นรูปธรรม สร้างเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ ดึงหน่วยงานภาครัฐและเอกชนเข้ามาเป็นเครือข่ายสมาชิก โดยหลังจากที่จัดตั้งศูนย์ความเป็นเลิศด้านไมซ์แล้ว ควรเร่งดำเนินการทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการประสานงาน ประชาสัมพันธ์ และจัดงานเข้ามาที่จังหวัด สร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภาคเอกชนอื่น ๆ อาทิ TCEB และ TICA ในการประชาสัมพันธ์จังหวัดเชียงราย โดยมีเป้าหมายร่วมกัน คือ การพัฒนาให้จังหวัดเชียงรายเป็นจุดหมายปลายทางด้านการจัดประชุมในทุกๆระดับ ไม่ว่าจะเป็นการจัดประชุมองค์กร ไปจนถึงการประชุมวิชาชีพในระดับนานาชาติ

4. พัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมการจัดประชุม

สนับสนุนให้บุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ รวมทั้งบัณฑิตที่จบในสาขาไมซ์ หรือสาขาที่เกี่ยวข้องในจังหวัดเชียงรายเข้ารับการฝึกอบรม เพื่อพัฒนาทักษะการทำงาน และเพิ่มขีดความสามารถของบุคลากรให้มีความเป็นมืออาชีพ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น และปรับตัวให้สามารถทำงานได้ในทุกสถานการณ์ รวมถึงการสนับสนุนให้ริเริ่มดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดประชุม อาทิ เปิดบริษัทรับจัดงานประชุม เพื่อเป็นการเพิ่มผู้ประกอบการในพื้นที่ และสร้างความเข้มแข็งให้กับอุตสาหกรรมไมซ์ของจังหวัดเชียงราย

5. พัฒนากิจกรรมในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์

ด้วยองค์ประกอบและความพร้อมของจังหวัดเชียงราย ประกอบกับอัตลักษณ์ด้านวัฒนธรรมประเพณี และวิถีชีวิตแบบล้านนา จึงเป็นโอกาสที่ดีของผู้จัดงาน ในการสร้างสรรค์กิจกรรม รูปแบบ แนวคิด และองค์ประกอบต่าง ๆ ในการจัดงานให้สามารถสร้างความประทับใจให้กับผู้เข้าร่วมประชุม และนำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่ม และโอกาสเชิงบวกอื่น ๆ อาทิ การนำผู้เข้าร่วมประชุมไปศึกษาดูงานในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และสถานที่จัดแสดงผลงานของศิลปินชาวจังหวัดเชียงราย เช่น บ้านดำ วัดร่องขุน วัดร่องเสือเต้น เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สามารถสร้างสรรค์กิจกรรมนันทนาการเชิงสร้างสรรค์ อาทิ ไร่ชาฉุยฟง ไร่สิงห์ปาร์ค เป็นต้น รวมถึงการพัฒนาพื้นที่เชื่อมโยง บริเวณสามเหลี่ยมทองคำที่เชื่อมโยงความสัมพันธ์ของ 3 ประเทศ โดยสามารถพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวล่องเรือแม่น้ำโขงให้มีมาตรฐาน ทำให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้ติดต่อกับ 3 ประเทศได้อย่างชัดเจน การสร้างเรื่องราว (Story) ของสถานที่ ในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าเสนอ แก่ลูกค้า และการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย และพื้นที่ใกล้เคียง โดยสามารถแบ่งเป็นเส้นทางท่องเที่ยวภายในประเทศและเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน ตัวอย่างเช่น เส้นทางท่องเที่ยวภายในประเทศ 4 เส้นทาง คือ 1) เส้นทางท่องเที่ยวศิลปะและแรงบันดาลใจ 2) เส้นทางท่องเที่ยวนครแห่งซากาแฟ 3) เส้นทางท่องเที่ยวเรียนรู้เพื่อส่งเสริมความยั่งยืน และ 4) เส้นทางท่องเที่ยวต้นกำเนิดอารยธรรมล้านนา สำหรับเส้นทางเชื่อมโยงไปยังอนุภาคลุ่มแม่น้ำโขง ประกอบด้วย 4 เส้นทาง คือ 1) เส้นทางท่องเที่ยว R3A 2) เส้นทางท่องเที่ยว R3B 3) เส้นทางท่องเที่ยวแบบล่องเรืออารยธรรมลุ่มน้ำโขง และ 4) เส้นทางเอ็กซ์คลูซีฟบินตรงสู่จันทอนใต้ เป็นต้น

6. สร้างความแตกต่างโดยใช้อัตลักษณ์ของจังหวัด

จังหวัดเชียงรายมีจุดเด่นเรื่องทรัพยากรธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย วัฒนธรรมและชาติพันธุ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น สินค้าทางการเกษตรขึ้นชื่อ อีกทั้งจุดแข็งเรื่องที่ตั้งที่มีอาณาเขตติดกับประเทศเพื่อนบ้าน อัตลักษณ์เหล่านี้ เป็นจุดเด่นที่ทำให้มีความแตกต่างจากเมืองอื่น ๆ สามารถดึงดูดหน่วยงานต่าง ๆ ให้มาจัดงานที่จังหวัดเชียงราย และพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวที่ยังไม่เป็นที่รู้จักอีกหลาย ๆ แห่ง เพื่อที่จะสามารถนำเสนอลูกค้าได้ นอกจากนี้ อาจพัฒนาจากผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่มีอยู่ เช่น ชา กาแฟ ให้กลายเป็น Trade Event ขึ้นมา เพราะเชียงรายมีแหล่งผลิตชา กาแฟพันธุ์ดี โดยหากมีหน่วยงานเข้ามารับผิดชอบอย่างจริงจัง จะสามารถพัฒนาเป็นงานอีเวนต์ระดับนานาชาติได้ หรือการจัดงานอีเวนต์แบบสร้างสรรค์ (Creative Event) และกิจกรรมที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ร่วมกับชุมชน เพื่อนำเสนอความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่นให้แก่หน่วยงานที่มาร่วมจัดประชุมได้

7. จัดทำสื่อเพื่อประชาสัมพันธ์อุตสาหกรรมจัดการประชุมของจังหวัดเชียงราย

เพื่อช่วยประชาสัมพันธ์และนำเสนอความพร้อมของจังหวัดเชียงรายในการเป็นสถานที่จัดงาน โดยใช้สื่อประเภทต่าง ๆ ทั้งแบบออนไลน์ และออฟไลน์ อาทิ วิดีโอ เว็บไซต์ โบรชัวร์ แผ่นพับ เพื่อนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยว และสถานที่จัดงานประชุม ข้อมูลโรงแรม ร้านอาหารต่าง ๆ ที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์

ได้ รวบรวมไว้เพื่อนำเสนอข้อมูลแก่บริษัท DMC/TMC และใช้สื่อออนไลน์เป็นช่องทางให้ลูกค้ารับรู้ข้อมูลของจังหวัดเชียงรายได้อย่างแพร่หลาย ให้ทราบถึงจุดเด่นของจังหวัด และรู้จักเชียงรายมากขึ้น

สรุปและอภิปรายผล

จากผลการศึกษาศาสามารถสรุปและอภิปรายผลในประเด็นสำคัญได้ ดังนี้

1. พฤติกรรมการเลือกสถานที่ประชุม พบว่า หน่วยงานภาครัฐในประเทศนิยมใช้บริการในโรงแรมที่มีระดับปานกลาง ในขณะที่ชาวไทยที่เป็นหน่วยงานภาคเอกชน นิยมใช้บริการห้องประชุมในโรงแรมระดับปานกลางไปจนถึงระดับ 5 ดาว ส่วนชาวต่างชาติ นิยมใช้บริการห้องประชุมและห้องพักในโรงแรมระดับ 5 ดาว โดยเฉพาะโรงแรมที่เป็นเครือข่าย (Chain Hotel) ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อมสรรพภายในโรงแรม สอดคล้องกับสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (อ้างถึงใน ภูริวัจน์ เดชอุ่ม, 2553) ที่ระบุว่า ความพร้อมของสถานที่พักแรม ทั้งด้านคุณภาพและปริมาณ ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาเข้าร่วมประชุม เช่น จำนวนห้องพักในเมืองที่จัดประชุม จำนวนโรงแรมในแต่ละระดับ ระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางไปยังสถานที่จัดประชุม รวมไปถึงโรงแรมเครือข่ายระดับสากล (International Chain Hotel) นอกจากนี้ เรเซอร์ (Reiser, 2019) ได้กล่าวว่า นอกจากปัจจัยเรื่องการเลือกสถานที่จัดประชุมแล้ว ปัจจัยเรื่องห้องพัก และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรมก็เป็นสิ่งสำคัญ โดยผู้จัดงานควรคำนึงถึงคุณภาพของห้องพัก ความสะอาด ความคุ้มค่าของเงิน ควรเลือกโรงแรมที่มีจำนวนห้องพักเพียงพอต่อจำนวนผู้เข้าร่วมงาน และมีโรงแรมที่มีมาตรฐานใกล้เคียงกันและอยู่ในทำเลเดียวกับสถานที่จัดประชุมเพื่อเป็นทางเลือกให้แก่ผู้เข้าร่วมประชุม

2. จังหวัดเชียงราย มีจุดแข็งเรื่องการเมืองการมีอัตลักษณ์ของพื้นที่ มีพืชเศรษฐกิจที่โดดเด่น มีที่ตั้งของจังหวัดอยู่ในจุดยุทธศาสตร์ที่ดี และมีหน่วยงานภายนอกให้การสนับสนุน แต่ในขณะเดียวกัน ก็มีจุดอ่อนในเรื่องการขาดผู้รับผิดชอบหลักในการทำงานด้านอุตสาหกรรมการจัดประชุมของจังหวัด ขาดแคลนบุคลากรมืออาชีพขาดองค์ความรู้และความเข้าใจต่อการประมูลสิทธิ์ และขาดการสร้างเครือข่าย/พันธมิตรในระดับต่าง ๆ อย่างเป็นรูปธรรม ดังนั้น จังหวัดเชียงราย ควรดำเนินการหาหน่วยงานกลางในการรับผิดชอบเรื่องอุตสาหกรรมไมซ์โดยตรง อาจจัดตั้งเป็นศูนย์ความเป็นเลิศด้านไมซ์ (MICE Excellence Centre) เพื่อให้การทำงานมีความสะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพมากที่สุด สอดคล้องกับ Jin, Bauer, และ Weber (2008) ที่กล่าวไว้ว่าในการพัฒนาเมืองให้มีศักยภาพสู่การเป็น MICE City นั้น จะต้องมีการสนับสนุนในด้านนโยบาย ด้านบุคลากรด้านงบประมาณที่มาจากหน่วยงานภาครัฐ รวมทั้งมีการสนับสนุนกิจกรรมทางการตลาดของงานแสดงสินค้าหรืองาน MICE อื่น ๆ พร้อมกับการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้จัดงาน และควรมีการจัดตั้งหน่วยงานที่รับผิดชอบและส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับท้องถิ่น และความร่วมมือทางด้านวิชาการจากสถาบันการศึกษาในท้องถิ่น นอกจากนี้ การเลือกประเทศหรือเมืองในการเป็นเจ้าภาพจัดงาน ตามหลักเกณฑ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากร และสมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) (2562) ได้ระบุว่า เจ้าภาพควรคำนึงถึง 8 ประเด็นสำคัญ คือ 1)เสน่ห์ของเมือง 2) การเดินทางที่สะดวกเข้าถึงง่าย 3) มีที่พักหลายรูปแบบ สะอาด ได้มาตรฐานระดับสากล 4) มีสาธารณูปโภคที่ทันสมัย เพียงพอ สามารถรองรับการประชุมระดับนานาชาติได้ 5) มีมาตรฐานความปลอดภัย

ที่ดี 6) ระบบการขนส่งของมีความสะดวก เข้าถึงง่าย ไม่ผูกขาด 7) ค่าครองชีพที่เหมาะสม และ 8) มีสถานที่จัดประชุมที่มีความเหมาะสม

3. อุตสาหกรรมการจัดประชุมของจังหวัดเชียงราย ในการเป็นเมืองแห่งการจัดประชุม มีแนวโน้มที่ดี โดยเฉพาะในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ เนื่องจากเป็นโอกาสที่ดีที่จังหวัดเชียงรายได้รับการกำหนดให้มีพื้นที่ 3 อำเภอ ได้แก่ อำเภอแม่สาย อำเภอเชียงแสน และอำเภอเชียงของ เป็นพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ เพื่อสร้างโอกาสในการแข่งขันในระดับประเทศและระดับภูมิภาค ซึ่งส่งผลดีต่ออุตสาหกรรมไมซ์และเศรษฐกิจทั้งทางตรงและทางอ้อม ทำให้มีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับ สำนักเศรษฐกิจอุตสาหกรรมระหว่างประเทศ (2557) ที่ทำการศึกษา เรื่อง เส้นทางอุตสาหกรรม MICE ในประเทศเพื่อนบ้าน สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา โดยระบุว่า ประเทศไทยมีศักยภาพในอุตสาหกรรมไมซ์ที่เข้มแข็งอยู่แล้ว อีกทั้งเป็นจุดหมายหลักทั้งของนักท่องเที่ยวและนักธุรกิจ สำหรับประเทศเพื่อนบ้านของไทย ได้แก่ สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา ภาพลักษณ์ธุรกิจไมซ์เริ่มเป็นที่รู้จักกันบ้างแล้วแต่อาจยังไม่ได้ได้รับความนิยมนัก เมื่อพิจารณาจากปัจจัยโครงสร้างพื้นฐาน ระดับการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองของแต่ละประเทศ ทั้งในระดับภูมิภาคอาเซียนและรายประเทศ พบว่า ทั้งสามประเทศยังค่อนข้างมีความแตกต่างกัน ส่งผลให้มีความแตกต่างของประเภทธุรกิจไมซ์ในแต่ละประเทศ โดยสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ค่อนข้างมีบทบาทเด่นในตลาดธุรกิจไมซ์ที่สำคัญมากที่สุด รองลงมา เป็นกิจกรรมไมซ์ขนาดกลางและขนาดเล็ก ได้แก่ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา ซึ่งเพิ่งเปิดประเทศ ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม ภายใต้อาณัติของประเทศไทย โดยเฉพาะจังหวัดที่มีพื้นที่ติดต่อกับชายแดน และเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษ นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับ ณรงค์ศักดิ์ ใสธนากร (2560) ที่กล่าวในการประชุมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ พลิกเชียงราย สร้างเมืองไมซ์ แปลงเศรษฐกิจเปลี่ยนวิถีชีวิตอย่างยั่งยืน ภายใต้โครงการส่งเสริมความร่วมมือกับประเทศอาเซียน+6 และ GMS เพื่อรองรับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ที่ระบุว่า จังหวัดเชียงราย เป็นจังหวัดที่มีศักยภาพสูงในการรองรับอุตสาหกรรมไมซ์ นอกจากนี้ ยังมีข้อได้เปรียบจากอัตราค่าครองชีพถูกกว่า มีจุดท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีชายแดนติดต่อ 2 ประเทศ สามารถเชื่อมโยงต่อไปยังประเทศในกลุ่มอนุภูมิภาค ลุ่มน้ำโขงได้ง่าย จึงมีโอกาสูงในการยกระดับสู่การเป็นเมืองจุดหมายของการประชุมระดับนานาชาติในอนาคต ทั้งนี้ ประเด็นเรื่องความคุ้มค่าของเงินถือเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญในการจูงใจให้เข้าร่วมการประชุมในเมืองรอง ซึ่งถือเป็นเมืองที่อาจมีสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานและบริการสำหรับการจัดประชุมน้อยกว่าเมืองหลัก แต่อาจมีค่าครองชีพถูกกว่าเมืองหลัก (Rittichainuwat, 2018)

ข้อเสนอแนะ

1) การที่จะพัฒนาจังหวัดเชียงรายให้เป็นเมืองแห่งการจัดประชุมได้นั้น สิ่งสำคัญ คือ ความร่วมมือของทุกภาคส่วน โดยเฉพาะประชาชนในพื้นที่ คนในจังหวัดเชียงรายต้องมีความสามัคคี รับผิดชอบต่อหน้าที่ของตนเอง และมีความเข้าใจในเนื้อหาของอุตสาหกรรมไมซ์ หน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องต้องให้ความรู้แก่

ประชาชนในพื้นที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ในภาพรวม ถ้าคนในพื้นที่เข้าใจ จะทำให้เกิดความเป็นเจ้าบ้านที่ดี และมีความพร้อมในการต้อนรับและบริการ ซึ่งเป็นจุดที่สามารถสร้างความดึงดูดใจแก่ลูกค้ากลุ่มไมซ์ และที่สำคัญ จังหวัดเชียงรายจะต้องเป็นผู้ขับเคลื่อน ต้องมีนโยบายและมีการวางกลยุทธ์ที่จริงจัง ส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ อย่างเต็มที่ สนับสนุนเงินทุนต่าง ๆ สร้างความร่วมมือทั้งภาครัฐและหน่วยงานเอกชนที่เกี่ยวข้อง

2) จังหวัดเชียงรายควรสร้างความแตกต่าง โดยใช้อัตลักษณ์ที่มีอยู่และพัฒนาขึ้นมาเป็นจุดเด่น เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้รู้จักจังหวัดเชียงราย และตัดสินใจเลือกจังหวัดเชียงราย เป็นจุดหมายปลายทางในการ จัดประชุม นอกจากนี้ จังหวัดเชียงราย ควรรักษาอัตลักษณ์ วิถีชีวิต และประเพณีอันดีงามไว้ ไม่เปลี่ยนแปลง หรือทำตามเมืองอื่น ๆ เนื่องจากจะทำให้สูญเสียอัตลักษณ์ที่เป็นจุดแข็งของจังหวัดไปอย่างน่าเสียดาย

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ประจำปีงบประมาณ 2560 สัญญาทุนเลขที่ RDG60T0032

บรรณานุกรม

- ณรงค์ศักดิ์ ใสถนนากร. (2560). การประชุมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ พลิกเชียงราย สร้างเมืองไมซ์ แปลงเศรษฐกิจ เปลี่ยนวิถีชีวิตอย่างยั่งยืน ภายใต้โครงการส่งเสริมความร่วมมือกับประเทศอาเซียน+6 และ GMS เพื่อรองรับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ. สืบค้นเมื่อ 29 เมษายน 2561, จาก <https://www.chiangmainews.co.th/page/archives/628552/>
- ภูริวัจน์ เดชอุ่ม. (2553). การพัฒนากลยุทธ์การเสนอขอเป็นเจ้าภาพจัดการประชุมนานาชาติของประเทศไทย. *E-TAT Tourism Journal*, (1),1-12.
- มหาวิทยาลัยศิลปากรและสมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย). (2562). หลักสูตรการจัดประชุมองค์กร และประชุมวิชาชีพอย่างมืออาชีพ. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ.
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2556). การพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์: มาตรฐาน อุตสาหกรรมไมซ์. สืบค้นเมื่อ 29 เมษายน 2561, จาก <https://www.busesseventsthailand.com/th/why-thailand/mice-capabilities/mice-standards/>
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2560). ทิศทางกลยุทธ์ไมซ์ไทย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2560. สืบค้นเมื่อ 29 เมษายน 2561, จาก <https://www.busesseventsthailand.com/>
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2564). ทำความรู้จักกับ “Bleisure Travel” เทรนด์การเดินทาง ที่ผสมผสานเรื่องธุรกิจ และการพักผ่อนเข้าไว้ด้วยกัน. สืบค้นเมื่อ 11 มกราคม 2564, จาก <https://intelligence.busesseventsthailand.com/th/blog/bleisure-travel>
- สำนักเศรษฐกิจอุตสาหกรรมระหว่างประเทศ. (2557). อุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาคเอเชีย. สืบค้นเมื่อ 29 เมษายน 2561, จาก https://www.busesseventsthailand.com/uploads/press_media/file/190903-file-HVPWyZuJ1.pdf

- Cochran, W.G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Convention Industry Council. (2012). *The economic significance of meetings to the U.S. economy*. Fort Lauderdale, FL: PricewaterhouseCoopers LLP.
- Crouch, G. I., & Ritchie, J. R. B. (1999). Tourism, competitiveness, and societal prosperity. *Journal of Business Research*, 44(3), 137-152.
- Goldblatt, J., & Nelson, K. S. (2012). *The international dictionary of event management* (2nd ed.). Canada: John Wiley & Son.
- Hassan, S. S. (2000). Determinants of market competitiveness in an environmentally sustainable tourism industry. *Journal of Travel Research*, 38(3), 239-245.
- Jin, X., Bauer, T., & Weber, K. (2008). China's second-tier cities as exhibition destinations. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 22(4), 552-571.
- Mair, J., & Jago, L. (2010). The development of a conceptual model of greening in the business events tourism sector. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(1), 77-94.
- Oppermann, M., & Chon, K. (1997). Convention participation decision-making process. *Annals of Tourism Research*, 24(1), 178-191.
- Porter, M. E. (1985). *The competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. New York: Free Press.
- Porter, M. E. (1998). Competitive advantage revisited: Michael Porter on strategy and competitiveness. *Journal of Management*, 16(3), 256-273.
- Reiser, T. (2019). Site Management. *Events Industry Council Manual*, 9th edition: Washington, DC, Events Industry Council.
- Ritchie, J. B. B., & Crouch, G. I. (2000). The competitiveness destination: A sustainability perspective. *Tourism Management*, 21(1), 1-7.
- Rittchainuwat, B., Nelson, R., & Rahmafritia, F. (2018). Applying the perceived probability of risk and bias toward optimism: Implications for travel decisions in the face of natural disasters. *Tourism Management*, 66, 221-232.
- The International Association of Professional Conference Organizer. (2015). Corporate meeting. Retrieved April 30, 2018, from <https://www.iapco.org/publications/on-line-dictionary/dictionary/>
- Union of International Associations. (2011). What UIA does for the meetings industry. Retrieved April 30, 2018, from <https://uia.org/uia-for-meetingsindustry>