

การบูรณาการเมืองไมซ์ที่ดีด้วยมิติของ SDGs

INTEGRATING MICE CITIES WITH THE DIMENSION OF SDGs

ศิริวรรณ สนั่นเอื้อ¹ และ เกิดศิริ เจริญวิศาล²

¹คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

²คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Siriwan Sananaue¹ and Kaedsiri Jaroenwisan²

¹Management Sciences, Udon Thani Rajabhat University

²Management Sciences, Silpakorn University

(Received: March 1, 2023; Revised: August 31, 2023; Accepted: December 6, 2023)

บทคัดย่อ

อุตสาหกรรมไมซ์เป็นอุตสาหกรรมที่เชื่อมโยงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการทำให้เกิดการพัฒนาพื้นที่ทางเศรษฐกิจของประเทศ ทั้งยังใช้เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่เป็นประโยชน์ และเป็นกลยุทธ์ดึงดูดการลงทุนจากทั่วโลก บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการบูรณาการเมืองไมซ์ที่ดีด้วยมิติของเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs : Sustainable Development Goals) โดยมีการวิเคราะห์ รูปแบบองค์ประกอบที่สำคัญ 4 องค์ประกอบ คือ 1) การสร้างการรับรู้เมืองไมซ์ 2) การบริหารจัดการ โดยในการบริหารจัดการต้องกระตุ้นด้านเศรษฐกิจ ที่ทำให้เกิดการพัฒนาด้านสังคมและวัฒนธรรม และด้านสิ่งแวดล้อม 3) เกณฑ์การประเมินเมือง และ 4) เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนด้วย SDGs โดยเกณฑ์การพัฒนาเมืองไมซ์จะต้องผ่านการวิเคราะห์และพิจารณาข้อที่มีความสัมพันธ์กับเป้าหมายการพัฒนาด้วย SDGs 17 ประการ เพื่อให้ได้เกณฑ์ที่มีการปรับและบูรณาการทำให้เกิดการสร้างเมืองไมซ์ที่ดีที่มีความยั่งยืน

คำสำคัญ: การสร้างการรับรู้เมืองไมซ์ เกณฑ์การประเมินเมือง การบริหารจัดการ การบูรณาการการสร้างเมืองไมซ์อย่างยั่งยืน

ABSTRACT

The MICE industry, a conceptual category of the tourist industry, is closely linked with both the tourism and hospitality industry. This encourages the development of the country's special economic areas. MICE is utilized as a helpful marketing tool and attraction strategy for major cities around the world. This study aims to examine the integration of MICE Cities with SDGs (Sustainable Development Goals). There are 4 fundamental components our model: brand awareness of MICE cities; management efficiency/competency as it relates to designated SDGs; transparent city assessments that utilize specific evaluation criteria; and development/implementation of 17 predesignated SDGs. As the SDGs are evaluated changes can be made for future integration and sustained success of the MICE city.

Keywords: Brand awareness MICE city, Assessment city, Management, Integration, Creating a sustainable MICE city.

บทนำ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจไทย และยังเป็นแหล่งสร้างรายได้สำคัญให้แก่เศรษฐกิจของประเทศทั้งทางตรงและทางอ้อม จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (2566-2570) ประเทศไทยจะต้องเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน โดยมีกลยุทธ์ในการส่งเสริมการพัฒนากิจการกรมสินค้าและบริการการท่องเที่ยวให้มูลค่าเพิ่มสูงขึ้น ตลอดจนมีการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจรวมถึงธุรกิจไมซ์ (MICE) ประกอบด้วย การท่องเที่ยวเพื่อการจัดประชุมองค์กร (Meetings) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentives) การจัดประชุมนานาชาติ (Conventions) และการจัดแสดงสินค้าและอีเวนต์ (Exhibitions and Events) เพื่อเพิ่มการลงทุนทั้งจากภายในและนอกประเทศ และก่อให้เกิดการเดินทางของกลุ่มนักธุรกิจ ตลอดจนการท่องเที่ยวอื่น ๆ เพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อสูง (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 ,2566)

อุตสาหกรรมไมซ์เป็นธุรกิจบริการที่มีความสำคัญต่อประเทศไทยอย่างมาก เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศให้เติบโตขึ้น ทำให้เกิดความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน ในการพัฒนาและลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐาน โดยก่อให้เกิดการสร้างงานและกระจายรายได้ไปสู่ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง และทุกภูมิภาคทั่วประเทศ และที่สำคัญอุตสาหกรรมไมซ์ก่อให้เกิดการส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น ปัจจุบันอุตสาหกรรมไมซ์ยังคงเติบโตและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง กระจายการจัดงานไปทั่วประเทศ การมีเทคโนโลยี นวัตกรรมที่ทันสมัยและอาศัยการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้ทันยุคสมัย จะทำให้ธุรกิจไมซ์ เป็นหนึ่งในธุรกิจหลักที่น่าจับตามองทั้งในปัจจุบันและอนาคต ในระดับประเทศและนานาชาติ (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ,2566) และด้วยนโยบายและกลยุทธ์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่มีความสำคัญในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ การนำเอารูปแบบการบริหารจัดการ การท่องเที่ยวมาใช้อย่างเหมาะสม จึงต้องอาศัยกระบวนการในการวางแผนอย่างชัดเจน รวมถึงการศึกษาองค์ประกอบอุตสาหกรรมไมซ์ เพื่อให้เมืองเป็นเป้าหมายทางการท่องเที่ยว และเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับของเมือง ด้วยการบูรณาการการบริหารจัดการในทุกภาคส่วน

ดังนั้น บทความวิชาการนี้จึงมุ่งศึกษา การบูรณาการเมืองไมซ์ที่ดีด้วยมิติของ SDGs ซึ่งมีการวิเคราะห์รูปแบบองค์ประกอบที่สำคัญ 4 องค์ประกอบ คือ การสร้างการรับรู้เมืองไมซ์ที่ดี การบริหารจัดการ เกณฑ์การประเมินเมือง และเป้าหมายการพัฒนาด้วย SDGs

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาการบูรณาการเมืองไมซ์ที่ดีด้วยมิติของ SDGs มีดังนี้

1. ความหมายและความสำคัญของอุตสาหกรรมไมซ์

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2554) กล่าวว่า ไมซ์ เป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งมุ่งเน้นการรวมกลุ่มกันของภาคธุรกิจทั้งผู้ผลิตสินค้า ผู้ให้บริการในภาคส่วนที่เชื่อมโยงการท่องเที่ยว ซึ่งคำว่าไมซ์ถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลายจากตัวย่อของภาษาอังกฤษที่ว่า MICE อันประกอบด้วย ธุรกิจการจัดประชุม องค์กร (Meetings: M) ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentives: I) ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ (Conventions: C) และธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติ (Exhibitions: E) โดยเรียกรวมกันว่า ไมซ์ (MICE) ซึ่งธุรกิจต่าง ๆ ที่กล่าวมานั้นมีความเกี่ยวเนื่องกันและสนับสนุนกัน อีกทั้งยังเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวก่อนเข้ากิจกรรมไมซ์ หรือการท่องเที่ยวหลังเสร็จสิ้นการจัดกิจกรรมไมซ์ สอดคล้องกับแนวคิดของ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (2566) ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวรูปแบบ MICE ประกอบด้วย 1)

ธุรกิจการจัดประชุมองค์กร (Meetings: M) คือการประชุมสัมมนาในระดับองค์กร หรือศึกษาดูงานทั้งระดับกลุ่มบุคคลมาจากองค์กรเดียวกันหรือต่างองค์กร โดยจะเป็นการประชุมเฉพาะกิจหรือมีการวางแผนล่วงหน้า 2) ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentives: I) คือการจัดการเดินทางเพื่อเป็นรางวัลแก่พนักงานหรือบุคคลที่ปฏิบัติงานได้ตามเป้าหมายขององค์กร 3) ธุรกิจการประชุมนานาชาติ (Conventions: C) คือการประชุมสมาคมวิชาชีพของสมาคมวิชาชีพเดียวกันหรือแตกต่างกัน โดยส่วนใหญ่จะเป็นการจัดประชุมระดับประเทศ ระดับภูมิภาค ไปจนถึงระดับนานาชาติ จัดโดยองค์กรสมาคมระดับชาติหรือรัฐบาล และ 4) การจัดแสดงสินค้า (Exhibitions: E) คือ การจัดงานแสดงสินค้าเพื่อกลุ่มเป้าหมายแต่ละอุตสาหกรรมและธุรกิจ โดยอาจจะเป็นการแสดงสินค้าระหว่างคนทำธุรกิจด้วยกัน (Business – to - Business (B2B)) หรือ เปิดให้คนทั่วไปสามารถเข้าร่วมได้ (Business – to – Consumer (B2C)) โดยมีการจัดงานแสดงสินค้าระหว่างผู้ประกอบการ ผู้บริโภค และผู้ประกอบการที่ควบคู่ไปกับผู้บริโภค นอกจากนี้ อุตสาหกรรมไมซ์ยังมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย จากยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2561-2580) ได้บรรจุให้อุตสาหกรรมไมซ์เป็นส่วนหนึ่งในยุทธศาสตร์ด้านการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน ประเด็นเรื่องการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ โดยกำหนดเป้าหมายการดำเนินการเพื่อใช้กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับไมซ์สร้างสิ่งจูงใจ และใช้เป็นเครื่องมือทำให้ประเทศไทยเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวคุณภาพ อีกทั้งส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการจัดประชุม และนิทรรศการนานาชาติของโลก

2. การบูรณาการ

Goldsmith et al (1999) ได้กล่าวถึงการบริหารจัดการเมืองแบบบูรณาการว่า ต้องร่วมกับภาคส่วนอื่น ๆ ปฏิบัติงานร่วมกันเพื่อบรรลุเป้าหมายและดำรงอัตลักษณ์ของท้องถิ่นและแต่ละหน่วยงานยังคงรักษาเป้าหมายของแต่ละหน่วยงานไว้ได้ ทั้งนี้หลักการการบริหารจัดการแบบบูรณาการของท้องถิ่น คือคุณภาพของบริการสาธารณะของท้องถิ่น ด้วยการผนวกเอาหน่วยงานอื่น ๆ มาร่วมปฏิบัติงานในเมือง โดยมีกระบวนการดำเนินงานการบริหารจัดการแบบบูรณาการประกอบด้วย 1) หน่วยงานหรือองค์กรหลัก 2) วัตถุประสงค์ร่วมหรือเป้าหมายร่วมกัน 3) การประชุมปรึกษาหารือของหน่วยงาน 4) ข้อตกลงร่วมกัน และ 5) แผนปฏิบัติการ โดยการบูรณาการดังกล่าวจะต้องอาศัยความร่วมมือของหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และภาคประชาชน สอดคล้องกับแนวคิดการสร้างศักยภาพเมืองไมซ์ซิตี้ 6 ด้าน (ดุขฎิ ช่วยสุข และ ดลฤทัย โกวรรธนกุล, 2558) ดังนี้ 1) ด้านโครงสร้างพื้นฐาน 2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 3) ความมั่นคงและปลอดภัย 4) การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ และเอกชนที่อยู่ในท้องถิ่น 5) ภาพลักษณ์และสิ่งดึงดูดใจ และ 6) บุคลากรด้านไมซ์ นอกจากนี้จะต้องมีการบูรณาการด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและวัฒนธรรม และด้านสิ่งแวดล้อม เข้าด้วยกัน สอดคล้องกับแนวคิดของ องค์การพัฒนาอุตสาหกรรมของสหประชาชาติ (United Nations Industrial Development Organization, 2002) ได้เน้นประเด็นความรับผิดชอบ (Focus of Accountability) ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ดังนี้ 1) ประเด็นประสิทธิภาพด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ บริษัทภิบาล อิทธิพลทางการเมือง ชื่อเสียง การจัดการความเสี่ยง ทุนทางปัญญา ส่วนแบ่งตลาดห่วงโซ่อุปทาน และประสิทธิภาพเชิงนิเวศ 2) ประเด็นประสิทธิภาพด้านสังคม ได้แก่ การพัฒนาเศรษฐกิจ ความรับผิดชอบต่อด้านการตลาด สภาพการทำงาน สิทธิมนุษยชน ความหลากหลาย 3) ประเด็นประสิทธิภาพด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ความหลากหลายทางชีวภาพ และการดูแลกระบวนการผลิต และ 4) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ นักลงทุน ลูกค้า สิ่งแวดล้อม ชุมชนที่ได้รับผลกระทบ คนรุ่นในอนาคต ซัพพลายเออร์ แรงงาน และรัฐบาล

3. เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

SDGs เป็นเป้าหมายการพัฒนาระดับโลกที่องค์การสหประชาชาติ (UN) เสนอขึ้นมา ในช่วงปี 2015 และทุกประเทศ รวมถึงไทยได้ให้การรับรอง และให้คำมั่นว่าจะร่วมบรรลุเป้าหมาย ดังกล่าวในปี 2030 SDGs จึงเป็นเป้าหมายที่ต้องการให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเชิงวิถีคิด และพัฒนาในระดับรากฐาน รวมถึงการพัฒนาอย่างสมดุล กล่าวคือต้องการให้ชีวิตคนมีความมั่นคง โดยเฉพาะคนเล็ก คนน้อย และคนเปราะบาง (จิรนนท์ นาคสมทรง, 2563) อีกประการที่สำคัญ SDGs มาจากเป้าหมายการพัฒนาชุดก่อนหน้านี้ คือ เป้าหมายการพัฒนาแห่งสหัสวรรษ (Millennium Development Goals: MDGs) ซึ่งเป็นเป้าหมายที่ UN คิด ขึ้นและ ให้ประเทศกำลังพัฒนาดำเนินการ แต่พอสิ้นสุด ปี 2015 ปรากฏว่าประเทศที่นำ MDGs ไป ดำเนินการ ตั้งแต่ปี 2001-2015 หลายประเทศก็ทำได้ดี อย่างประเทศไทย สามารถทำสำเร็จได้หลายข้อ และเลยจากความ เป็นประเทศกำลังพัฒนาไปแล้ว แต่ก็ยังมีความท้าทายหลายอย่าง เช่น ในระดับโลกยังมีความยากจน ความเท่าเทียมทางเพศ ประเด็นด้านสุขภาพ และด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งโลกต้องเจอปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพ ภูมิอากาศ ปัญหาความเหลื่อมล้ำที่รุนแรงขึ้น และประเทศต่าง ๆ ก็ตระหนักถึงเรื่องนี้มากขึ้น (ไกรสร วันละ, 2564) นอกจากนี้ SDGs ยังให้ความสำคัญ และมีตัวชี้วัดกับสามเสาหลักในประเด็นด้านสังคม เศรษฐกิจและ สิ่งแวดล้อม โดยในเป้าหมาย 17 ประการ มี 5 ประเด็นหลัก ๆ (5 Ps) ที่เชื่อมโยงทุกมิติของความยั่งยืนไว้ด้วยกัน ได้แก่ 1) People (มิติด้านสังคม) 2) Prosperity (มิติด้านเศรษฐกิจ) 3) Planet (มิติด้านสิ่งแวดล้อม) 4) Peace (มิติด้านสันติภาพและสถาบัน) และ 5) Partnership (มิติด้านหุ้นส่วนการพัฒนา) (United Nations, 2023)

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาเรื่อง การบูรณาการเมืองไม่ซ์ที่ดีด้วยมิติของ SDGs มีความสัมพันธ์ที่น่าสนใจ ดังนี้

1. การสร้างการรับรู้เมืองไม่ซ์ที่ดีกับการบริหารจัดการ

Solomon (1990) ได้อธิบายเกี่ยวกับการรับรู้ว่าการรับรู้จะเกิดขึ้นโดยที่มีสิ่งมากระตุ้น ทางความรู้สึกต่าง ๆ ได้แก่ ภาพ เสียง กลิ่น รส ลักษณะพื้นผิว โดยจัดว่าเป็นสิ่งกระตุ้นภายนอก ในกรณีที่เป็นสิ่ง กระตุ้นทางด้านการตลาดจะหมายถึง ผลิตภัณฑ์ บริการ การสื่อสารทางการตลาด ต่าง ๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เป็นต้น สอดคล้องกับการศึกษาวิจัยเรื่อง การรับรู้ในเสน่ห์เมืองรองของประเทศไทยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจใน ธุรกิจการประมงองค์กรและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ซึ่งผลการวิจัยพบว่า การรับรู้องค์ประกอบของ คุณลักษณะในเสน่ห์เมืองรองส่งผลต่อความพึงพอใจในธุรกิจ ประกอบด้วย ด้านความพร้อมและศักยภาพของ เมืองรองมากที่สุด ด้านส่วนประสมทางการตลาด 8Ps และแนวทางการบริหารจัดการเมืองรองประเทศไทยเพื่อ รองรับธุรกิจ โดยได้แนวคิดในรูปแบบ “SMART” คือ S-ความปลอดภัยและมาตรฐาน M-การตลาด ประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์ A-การเข้าถึงสถานที่สะดวก การสร้างโครงสร้างเครือข่ายพื้นฐาน R- ห้องพักและสถานที่จัดงาน T-แหล่งท่องเที่ยวโดดเด่นหลากหลายที่มีอัตลักษณ์ (ศุภวรรณ ตีระรัตน์ และสันติธร ภูริภักดี, 2564) และสอดคล้องกับงานวิจัยที่ศึกษาเรื่องการรับรู้ของหน่วยงานภาครัฐของจังหวัดนครราชสีมาที่มีต่ออุตสาหกรรมไม่ซ์และความสำคัญของปัจจัยตามเกณฑ์การประเมินเมืองไม่ซ์ (MICE City) ของสำนักงาน ส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) พบว่า 1) หน่วยงานภาครัฐมีการรับรู้ถึงอุตสาหกรรมไม่ซ์อยู่ใน เกณฑ์ที่ดี แต่ประสบการณ์ส่วนบุคคลนั้นไม่มีผลต่อการรับรู้เรื่องอุตสาหกรรมไม่ซ์ และ 2) หน่วยงานภาครัฐให้ ความสำคัญเรื่องเกณฑ์การประเมินเมืองไม่ซ์ แบ่งเป็น 6 องค์ประกอบ คือ การสนับสนุนการจัดงานและสถานที่ พักอาศัย สถานที่จัดงานและสิ่งอำนวยความสะดวกในการจัดงาน กิจกรรมเพื่อความบันเทิงและการท่องเที่ยว

ภาพลักษณ์และสภาพแวดล้อมของเมือง ความสะดวกในการเข้าสู่เมืองหรือสถานที่จัดประชุม และความเสี่ยงในการยกเลิกการจัดงานและความปลอดภัยของเมือง (สุรัชธานี ทองมี และประสพชัย พสุนนท์, 2563) สอดคล้องกับเกณฑ์การประเมินของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ 8 องค์ประกอบ คือ ความสะดวกในการเข้าสู่เมืองและสถานที่จัดงาน การสนับสนุนการจัดงานไมซ์ของพื้นที่ กิจกรรมเพิ่มเติม นอกเหนือจากการประชุม ที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวก สถานที่จัดงานและสิ่งอำนวยความสะดวก ภาพลักษณ์และความมีชื่อเสียงของเมือง สภาพแวดล้อมของเมือง และความเสี่ยงในการยกเลิกงานและความปลอดภัย (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2564)

2. การบริหารจัดการเมืองไมซ์ที่ดีสัมพันธ์กับด้านเศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม

Saenthong (2018) ได้เสนอแนวคิดว่าการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Performance Management) เป็นแนวทางสำคัญที่จะทำให้เกิดการทำลายในหน่วยงานหรือองค์กร เกิดการเชื่อมโยงเครือข่ายต่าง ๆ ทั้งในองค์กรและภายนอกองค์กร ดังนั้นในด้านการท่องเที่ยว หากมีกระบวนการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับบริบทการท่องเที่ยวจะเป็นแนวทางสำคัญที่จะนำไปสู่การวางแผนการบริหารจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่ทั้งระดับชุมชนและระดับภูมิภาคเพื่อรองรับการท่องเที่ยวในยุคปัจจุบัน สอดคล้องกับแนวคิดของ นฤมล เกษมสุข (2560) กล่าวว่า การบริหารจัดการด้านเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวของประเทศสามารถฟื้นตัวอย่างรวดเร็ว จึงต้องเตรียมพร้อม ด้านสังคม สิ่งแวดล้อม เร่งเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ทั้งนี้การปรับตัวในแนวทางการท่องเที่ยวตามความปกติใหม่ (New normal) และการท่องเที่ยว 4.0 ยังมีบริบทสอดคล้องกับเป้าหมายความร่วมมือเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ หรือ Sustainable Development Goals (SDGs) ที่ส่งเสริมให้ทั่วโลกพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมุ่งสู่คุณค่าสูงและสร้างผลกระทบทางลบต่ำในอนาคตด้วย

ผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่อง การบูรณาการเมืองไมซ์ที่ดีด้วยมิติของ SDGs ซึ่งประกอบด้วย

1. การสร้างการรับรู้เกี่ยวกับเมืองไมซ์

การสร้างการรับรู้เกี่ยวกับเมืองไมซ์ หมายถึง การถ่ายทอดความรู้ ด้วยการเชื่อมโยงกับหน่วยงานหรือองค์กรอื่น ๆ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน รวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ด้วยการนำเสนอนวัตกรรมใหม่ๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ได้จากอุตสาหกรรมไมซ์ รวมถึงธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจร้านอาหาร เป็นต้น โดยที่ผลิตภัณฑ์คือประสบการณ์ที่ได้รับ ซึ่งตอบสนองความต้องการด้านการท่องเที่ยวที่หลากหลาย และให้ประโยชน์ที่สอดคล้องกัน (Xu,2010) การสร้างการรับรู้เป็นการสร้างความเข้าใจร่วมกัน ในการถ่ายทอดความรู้เชื่อมโยงปฏิสัมพันธ์กับหน่วยงานจากภาคอุตสาหกรรมอื่น ๆ ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยการทำงานร่วมกัน (Aldebert, Dang & Longhi, 2011) นอกจากนั้นความรู้ที่ได้จะต้องเป็นนวัตกรรมใหม่ เพื่อเสนอผลิตภัณฑ์จากอุตสาหกรรมไมซ์ ในการมอบประสบการณ์ระดับมืออาชีพและประสบการณ์ที่น่าจดจำ ซึ่งจะเป็ประโยชน์มากมายสำหรับทั้งผู้เข้าร่วม ผู้จัดงาน และจุดหมายปลายทาง อย่างไรก็ตามจำเป็นต้องมีความร่วมมือระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อเสนอความรู้ และนวัตกรรมเหล่านี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีของผลิตภัณฑ์สำหรับนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการผสมผสานขององค์ประกอบที่แตกต่างกัน การขับเคลื่อนเมืองไมซ์ในทุกพื้นที่ หนึ่งในปัจจัยสำคัญในการที่กิจกรรมไมซ์จะประสบความสำเร็จได้นั้น ต้องได้รับการมีส่วนร่วมและการสนับสนุนของทุกภาคส่วนที่อยู่ในพื้นที่

2. การบริหารจัดการ

ในการบริหารจัดการเมืองไมซ์ซีดี จำเป็นต้องอาศัยเครื่องมือในเชิงกระบวนการ เพื่อที่จะสร้างเมืองให้สามารถขับเคลื่อนเศรษฐกิจ และเอื้อประโยชน์ในเชิงธุรกิจที่เป็นแหล่งรวมนวัตกรรมและเทคโนโลยี แต่ในขณะเดียวกันก็ต้องไม่ก่อให้เกิดปัญหาหรือผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม รวมไปถึงสามารถลดความเหลื่อมล้ำในสังคม นอกจากนี้จะต้องสร้างประโยชน์ให้กับคนในเมืองได้มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ ในส่วนของการบริหารจัดการเมืองไมซ์ซีดี (ศุภวรรณ ตีระรัตน์ และสันติธร ภูริภักดี, 2564) ได้เสนอแนวคิด “SMART” คือ S-Safety & Hygiene ความปลอดภัยและมาตรฐาน M-Marketing PR & Image Building การตลาดประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์ A-Accessibility การเข้าถึงสถานที่สะดวก การสร้างโครงสร้างเครือข่ายพื้นฐาน R-Rooms ห้องพักและสถานที่จัดงาน และ T-Tourism Attractions แหล่งท่องเที่ยวโดดเด่นหลากหลายที่มีอัตลักษณ์ สอดคล้องกับแนวคิดของ เสรี วงษ์มณฑา (2560) ในการสร้างศักยภาพเมืองไมซ์ซีดี “MICE” ได้แก่ M-Marketing strategy ต้องมียุทธศาสตร์ทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล กำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน I- Integration of all stakeholders ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม MICE ทั้งภาครัฐ ผู้กำหนดนโยบายและการส่งเสริม ภาคเอกชนผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมในอุตสาหกรรม MICE ภาคชุมชนที่จะเป็นเจ้าบ้านที่ดี และองค์กรด้านการพัฒนาเมืองให้เป็นเป้าหมาย C- Communications in the framework of content marketing strategy จะต้องมี การสื่อสารให้กลุ่มเป้าหมายได้รับรู้ด้วยกำหนดสาระที่จะนำเสนอเรื่องราวของพื้นที่ ด้วยยุทธศาสตร์การสื่อสาร ที่มีประสิทธิผล และใช้ช่องทางที่เหมาะสมทั้งสื่อสารมวลชน สื่อสารบนพื้นที่ดิจิทัล และสื่อสารด้วยบุคคล เพื่อสร้างการรับรู้ สร้างภาพลักษณ์ และ E- Enablement of event organization พัฒนาปัจจัยต่าง ๆ ที่จะทำให้การจัดกิจกรรม ทั้ง 4 ประเภท (MICE : M- Meetings การประชุมองค์กร I- Incentives การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล C- Conventions การประชุมนานาชาติ และ E- Exhibitions & Events การจัดงานแสดงสินค้าและอีเวนต์) ให้เป็นไปได้โดยง่าย สะดวกและมีคุณภาพ ทั้งโครงสร้างพื้นฐานของพื้นที่ ธุรกิจที่จะรองรับการทำกิจกรรม MICE ทุกประเภท

3. เกณฑ์การประเมินเมืองไมซ์ซีดี

หลักเกณฑ์ในการประเมินและคัดเลือกเมืองเพื่อเป็นไมซ์ซีดี ประกอบด้วย 8 ด้าน ได้แก่ (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2564)

1. ความสะดวกในการเข้าสู่เมืองและสถานที่จัดงาน (Accessibility) โดยพิจารณาจากความสะดวกในการเข้าสู่เมืองหรือจังหวัด ทั้งทางถนน ทางเครื่องบิน หรือทางราง
2. การสนับสนุนการจัดงานไมซ์ของพื้นที่ (Local Support) เป็นการสนับสนุนการจัดงานไมซ์จากหน่วยงานภาครัฐทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน ภาคการศึกษา ที่ทำให้การจัดงานหรือกิจกรรมไมซ์ประสบความสำเร็จ
3. กิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือจากการประชุม (Additional Activity Support) เช่น ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว แหล่งบันเทิง ศูนย์การค้า แหล่งสนทนาการ สิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงโอกาสในการติดต่อทางธุรกิจ
4. ที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวก (Accommodation Facility) การเข้ามาจัดงานไมซ์ต้องมีการพักค้างคืนเป็นปัจจัยขั้นพื้นฐานที่ผู้จัดงานพิจารณาในการเลือกพื้นที่จัดงาน
5. สถานที่จัดงานและสิ่งอำนวยความสะดวก (Venue, Meeting Facility) จำนวนของสถานที่จัดงานและความพร้อมของสถานที่จัดงานรวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการจัดงาน

6. ภาพลักษณ์และชื่อเสียงของเมือง (City's Image) ผู้จัดงานจากต่างประเทศมักพิจารณาความมีชื่อเสียงของเมืองที่สอดคล้องกับงานหรือกิจกรรมที่จัดในพื้นที่เป็นสำคัญ

7. สภาพแวดล้อมของเมือง (Site Environment) ความเหมาะสมของสภาพภูมิอากาศในพื้นที่ สภาพแวดล้อมของพื้นที่จัดงาน โครงสร้างพื้นฐานของเมืองในการรองรับการจัดงาน รวมไปถึงอัธยาศัยไมตรีของคนในพื้นที่

8. ความเสี่ยงในการยกเลิกงานและความปลอดภัย (Risk and Security) ความเสี่ยงในการที่จะยกเลิกการจัดงานเป็นอุปสรรคในการคัดเลือกพื้นที่เพื่อจัดงานไมซ์ของผู้จัดงาน

4. การพัฒนาเมืองไมซ์อย่างยั่งยืนด้วย SDGs

ในการพัฒนาเมืองไมซ์อย่างยั่งยืน นอกจากจะมีการกำหนดเป้าหมายการพัฒนาที่บูรณาการเชื่อมโยงมิติด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม จะต้องมีความหมายในด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน เพื่อส่งเสริมการเติบโตด้านเศรษฐกิจ การสร้างความเท่าเทียมกันทางสังคม และการจัดการสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ จะต้องควบคู่กับการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งจะต้องอาศัยภาครัฐและภาคเอกชนเป็นตัวขับเคลื่อน สำหรับการพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืนสอดคล้องกับแนวคิดของ องค์การสหประชาชาติ (United Nations, 2023) มีเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals, SDGs) ระยะเวลาของการพัฒนาตั้งแต่ ค.ศ. 2015 – 2030 ประกอบด้วย 17 ประเด็น ดังนี้ 1) การแก้ไขปัญหาความยากจน 2) การแก้ไขปัญหาด้านอาหาร 3) การสร้างหลักประกันสุขภาพที่ดี 4) การศึกษาที่มีคุณภาพ 5) ความเสมอภาคระหว่างเพศและบทบาทสตรี 6) น้ำสะอาดและสุขาภิบาล 7) พลังงานสะอาด 8) การสร้างงานและการเติบโตทางเศรษฐกิจ 9) นวัตกรรมและโครงสร้างพื้นฐาน 10) การลดความไม่เสมอภาค 11) ชุมชนและเมืองที่ยั่งยืน 12) การบริโภคอย่างรับผิดชอบ 13) การปกป้องโลก 14) การอนุรักษ์ทางทะเล 15) การอนุรักษ์ทางบก 16) ความสงบสุขและความยุติธรรม และ 17) ความร่วมมือ นอกจากนี้ ในการพัฒนาเมืองไมซ์ที่ดีให้มีความยั่งยืนยังรวมถึงการจัดงานที่สร้างความยั่งยืนในรูปของการจัดกิจกรรม โดยเฉพาะด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ด้วยการจัดการเมืองที่ครอบคลุมการอนุรักษ์แบบบูรณาการ ที่ปรากฏในช่วงศตวรรษที่ 20 ซึ่งรวมถึงรูปแบบใหม่สำหรับการอนุรักษ์ และจัดการเมืองในการอนุรักษ์มรดกเมืองตามมุมมองการจัดการเมืองแบบบูรณาการที่สามารถบูรณาการทั้งสามมิติของการพัฒนาที่ยั่งยืน (เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม) สามารถมองได้ว่าเป็นการอนุรักษ์และพัฒนามรดกเมืองในสภาพแวดล้อมประวัติศาสตร์ของเมือง (Zainab Hussein Ra'ouf, 2017) ด้วยเหตุนี้ SDGs จึงเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการสร้างความรู้สึกถึงเอกลักษณ์ที่รับประกันด้วยชุมชนในการรักษาไว้ เช่น เหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์ องค์ประกอบ แหล่งกำเนิดความเชื่อ ขนบธรรมเนียมและประเพณี (Mohammed, Abdul-Kadhum, Al-Ghiyadh and Saba J. Neamah Al-Khafaji, 2021)

จากผลการศึกษา ผู้เขียนสามารถสรุปเป็นตัวแบบการเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่าง เกณฑ์การประเมินเมืองไมซ์ที่ดีกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน SDGs ดังภาพที่ 1 ดังนี้

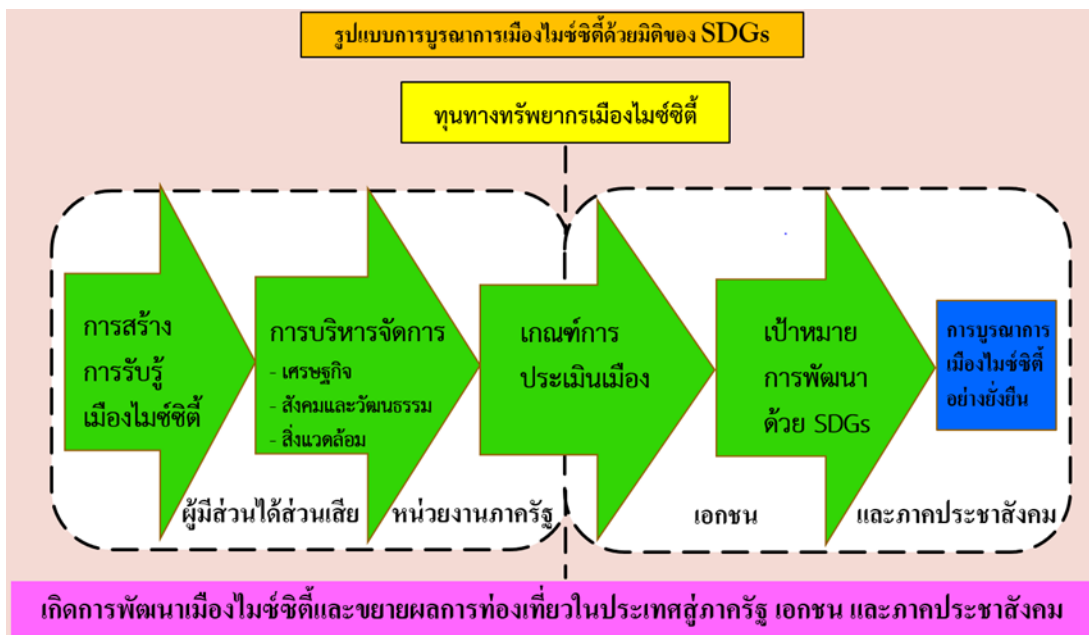


ภาพที่ 1 ความสัมพันธ์ระหว่าง เกณฑ์การประเมินเมืองไม่ซ์ซิตีกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน SDGs

จากภาพที่ 1 พบว่า มีเพียงเกณฑ์ข้อเดียวที่มีความสัมพันธ์กับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน SDGs คือ เกณฑ์ข้อที่ 7) สภาพแวดล้อมของเมือง สัมพันธ์กับข้อที่ 8) การสร้างงานและการเติบโตทางเศรษฐกิจ และ ข้อที่ 9) นวัตกรรมและโครงสร้างพื้นฐาน ดังนั้นการบูรณาการเมืองไม่ซ์ซิตีจึงต้องพัฒนาในเกณฑ์ที่เหลือ ได้แก่ 1) ความสะดวกในการเข้าสู่เมืองและสถานที่จัดงาน 2) การสนับสนุนการจัดงานไม่ซ์ของพื้นที่ 3) กิจกรรมเพิ่มเติม นอกเหนือจากการประชุม 4) ที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวก 5) สถานที่จัดงานและสิ่งอำนวยความสะดวก 6) ภาพลักษณ์และความมีชื่อเสียงของเมือง และ 8) ความเสี่ยงในการยกเลิกงานและความปลอดภัย โดยพิจารณาจากเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน SDGs 17 ประการ ได้แก่ 1) การแก้ไขปัญหาความยากจน 2) การแก้ไขปัญหา ด้านอาหาร 3) การสร้างหลักประกันสุขภาพที่ดี 4) การศึกษาที่มีคุณภาพ 5) ความเสมอภาคระหว่างเพศและ บทบาทสตรี 6) น้ำสะอาดและสุขาภิบาล 7) พลังงานสะอาด 8) การสร้างงานและการเติบโตทางเศรษฐกิจ และ ข้อที่ 9) นวัตกรรมและโครงสร้างพื้นฐาน 10) การลดความไม่เสมอภาค 11) ชุมชนและเมืองที่ยั่งยืน 12) การ บริโภคอย่างรับผิดชอบ 13) การปกป้องโลก 14) การอนุรักษ์ทางทะเล 15) การอนุรักษ์ทางบก 16) ความสงบ สุขและความยุติธรรม และ 17) ความร่วมมือ เพื่อให้เมืองไม่ซ์ซิตีเกิดการบูรณาการที่ครอบคลุมในทุกมิติ คือ มิติด้านสังคม ด้านเศรษฐกิจ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านสันติภาพและสถาบัน และด้านหุ้นส่วนการพัฒนา สอดคล้อง กับแนวคิดของ เยาวลักษณ์ ชาวบ้านโพธิ์ (2560) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความสามารถด้านการแข่งขันใน อุตสาหกรรมไม่ซ์ของประเทศไทย ได้เสนอแนวคิดในการบูรณาการกับอุตสาหกรรมไม่ซ์ว่า การบูรณาการเป็น ปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งส่งผลต่อการพัฒนาความสามารถ ด้านการแข่งขันอุตสาหกรรมไม่ซ์ ซึ่งการบูร ณาการร่วมกัน ภาครัฐ การเป็นการทำงานร่วมกันทั้งภาครัฐ เอกชน สถาบันการศึกษา สังคม และชุมชน ใน ลักษณะพาดผ่าน สายงานไปสู่เป้าหมายแผนงาน หรือเรียกว่า “การบริหาร แบบประชารัฐ” สอดคล้องกับ นโยบายของรัฐบาล ที่กำหนด “นโยบายประชารัฐ” และมีการจัดตั้งคณะทำงาน สานพลังประชารัฐด้าน ส่งเสริมการท่องเที่ยวและไม่ซ์ เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยเน้นให้การสนับสนุน กับหน่วยงานภาคี ที่มีศักยภาพในการจัดประชุมสัมมนา สอดคล้องกับแนวคิดของ (Natalia smagina, 2017) กล่าวว่า

อุตสาหกรรมไม่ซ์เป็นตัวขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม เนื่องจากการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจการท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีนักวิชาการศึกษาวิจัยเรื่อง การบูรณาการแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมระดับโลก ได้เสนอแนวคิดการบูรณาการ แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมระดับโลก ประกอบด้วย 7 ประการคือ 1) การกำหนดแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมในการประกอบธุรกิจระดับโลก 2) ความรับผิดชอบต่อสินค้าและบริการ 3) ความรับผิดชอบต่อการค้าและการระดับโลก 4) ความรับผิดชอบต่อประชาคมโลก 5) ความรับผิดชอบต่อสังคมโลก 6) ความรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจโลก และ 7) ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมโลกในเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติที่ควรคำนึงถึงบริบทโลกและบริบทของสังคมย่อยและกฎและกติการะดับสากลที่เกี่ยวข้องและความต้องการของสังคม (รังสรรค์ ลีเปี้ยว, 2564)

จากการศึกษาเรื่อง การบูรณาการเมืองไม่ซ์ที่ดีด้วยมิติของ SDGs ซึ่งผลการศึกษาประกอบด้วย การสร้างการรับรู้เมืองไม่ซ์ การบริหารจัดการ เกณฑ์การประเมินเมือง และการพัฒนาเมืองไม่ซ์ที่ดีด้วย SDGs ผู้เขียนสามารถสรุปเป็นตัวแบบได้ดังภาพที่ 2 ดังนี้



ภาพที่ 2 รูปแบบการบูรณาการเมืองไม่ซ์ที่ดีด้วยมิติของ SDGs

จากภาพที่ 2 สรุปได้ว่า การบูรณาการเมืองไม่ซ์ที่ดีด้วยมิติของ SDGs มีองค์ประกอบที่สำคัญคือ การสร้างการรับรู้เมืองไม่ซ์ที่ดีในการบริหารจัดการที่สามารถกระตุ้นเศรษฐกิจ จะช่วยพัฒนาด้านสังคมและวัฒนธรรม และด้านสิ่งแวดล้อม ด้วยการมีเกณฑ์การประเมินเมืองไม่ซ์ที่ผ่านการวิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์กับเป้าหมายการพัฒนาด้วย SDGs 17 ประการ ซึ่งจะมีเกณฑ์ข้อที่ 7) สภาพแวดล้อมของเมือง สัมพันธ์กับข้อที่ 8) การสร้างงานและการเติบโตทางเศรษฐกิจ และข้อที่ 9) นวัตกรรมและโครงสร้างพื้นฐาน ดังภาพที่ 1 โดยเกณฑ์การประเมินเมืองไม่ซ์ที่ดีจะต้องมีการปรับเพื่อให้มีความสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาด้วย SDGs 17 ประการ เพื่อให้ได้เมืองไม่ซ์ที่ดีที่มีการบูรณาการสามารถสร้างความยั่งยืนได้ นอกจากนี้จะต้องมีการร่วมมือกันกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หน่วยงานภาครัฐ เอกชน และภาคประชาสังคม โดยองค์ประกอบดังกล่าวเรียกว่าทุน

ทางทรัพยากรเมืองไม่ซ์ซิตี้ ซึ่งทุนดังกล่าวทำให้เกิดการพัฒนาเมืองไม่ซ์ซิตี้ที่สามารถขยายผลการท่องเที่ยวในประเทศสู่ภาครัฐ เอกชน และภาคประชาสังคม

บทสรุป

จากการศึกษารวบรวมแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อชี้ให้เห็นว่า ในการศึกษาการบูรณาการเมืองไม่ซ์ซิตี้ด้วยมิติของ SDGs จะต้องมีทุนทางทรัพยากรเมืองไม่ซ์ซิตี้ ประกอบด้วยส่วนสำคัญ 4 องค์ประกอบ คือ 1) การสร้างการรับรู้เมืองไม่ซ์ซิตี้ 2) การบริหารจัดการ โดยในการบริหารจัดการต้องกระตุ้นด้านเศรษฐกิจ ที่ทำให้เกิดการพัฒนาด้านสังคมและวัฒนธรรม และด้านสิ่งแวดล้อม 3) เกณฑ์การประเมินเมือง และ 4) เป้าหมายการพัฒนาด้วย SDGs โดยการพัฒนาเมืองไม่ซ์ซิตี้จะต้องผ่านการวิเคราะห์และพิจารณาเกณฑ์การประเมินเมือง ข้อที่มีความสัมพันธ์กับเป้าหมายการพัฒนาด้วย SDGs 17 ประการ เพื่อให้ได้เกณฑ์ที่มีการปรับและบูรณาการทำให้เกิดความยั่งยืนในการพัฒนาเมืองไม่ซ์ซิตี้ องค์ประกอบดังกล่าวจึงเป็นทุนทางทรัพยากรเมืองไม่ซ์ ทำให้เกิดการพัฒนาเมืองไม่ซ์ ที่ขยายผลการท่องเที่ยวในประเทศสู่ภาครัฐ เอกชน และภาคประชาสังคม

ข้อจำกัดในการศึกษา

การศึกษานี้ได้ศึกษาองค์ประกอบของรูปแบบการบูรณาการเมืองไม่ซ์ซิตี้ด้วยมิติของ SDGs ในภาพรวม ควรศึกษาในลักษณะเฉพาะเจาะจงในเชิงพื้นที่ จะทำให้ได้ข้อมูลในเชิงลึกที่มีความเหมาะสมในการจัดการอุตสาหกรรมไม่ซ์ของแต่ละเมือง

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการสร้างเมืองไม่ซ์ซิตี้

ในการสร้างเมืองไม่ซ์ซิตี้ นอกจากการสร้างการรับรู้ และการบริหารจัดการที่ดีแล้ว สิ่งสำคัญคือการสร้างเกณฑ์การประเมินเมืองที่เหมาะสม ได้มาตรฐาน และเกิดการบูรณาการอย่างยั่งยืน ดังนั้นการปรับเกณฑ์ประเมินเมืองจึงต้องมีความสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาด้วย SDGs 17 ประการ เพื่อส่งเสริมเมืองให้เป็นจุดหมายปลายทางไม่ซ์ระดับโลกได้

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งต่อไป

ในการศึกษาครั้งต่อไปควรเป็นการศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์และแผนงานเฉพาะเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไม่ซ์ ร่วมกับการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในลักษณะการวิจัยเชิงคุณภาพ และในส่วนของ การวิจัยเชิงปริมาณจะเป็นการลำดับความสำคัญของกลยุทธ์ต่าง ๆ ด้วยแบบสอบถามที่มีโครงสร้าง ในด้านความหลากหลายเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไม่ซ์

เอกสารอ้างอิง

- ไกรสร วันละ. (2564). การขับเคลื่อนเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนของประเทศไทย. วารสาร มจร บาลีศึกษาศาสตร์ปริทัศน์, 7(3), 56-66.
- จิรนนท์ นาคสมทรง. (2563). เศรษฐกิจหมุนเวียนบนหนทางสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนและบทบาทของการบัญชี. วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 12(3), 157-172.
- ดุขฎิ ช่วยสุข และ ดลฤทัย โกวรรณะกุล. (2558). การพัฒนาศักยภาพไม่ซ์ในจังหวัดขอนแก่นเพื่อ

- รองรับการเป็นไมซ์ที่ดีของประเทศไทย. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย, 10(1), 15-29.
- นฤมล เกษมสุข. (2560). ททท. ดัน “ท่องเที่ยว4.0” เคลื่อนเศรษฐกิจ. สืบค้นเมื่อ 1 มกราคม 2566 จาก, <https://www.bangkokbiznews.com/business/756663>.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2554). ธุรกิจไมซ์ (MICE BUSINESS). นนทบุรี: เพิร์นข้าหลวง. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2566). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (2566-2570)**. สืบค้นเมื่อ 1 มกราคม 2566 จาก, <http://nscr.nesdc.go.th/nesdp>.
- เยาวลักษณ์ ชาวบ้านโพธิ์. (2560). ความสามารถด้านการแข่งขันในอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย. วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา, 7(1), 56-65.
- รังสรรค์ ลิเบียว. (2564). การบูรณาการแนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคมระดับโลก. วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์, 11(1), 171-194.
- วิลเลียม ดี.เอ็กเกอร์ส และ สตีเฟน โกลด์สมิท. (2552). **การบริหารเครือข่ายภาครัฐ (Governing by networking)** (จักร ดิงศภัทย์, แปล). กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดบุ๊ค.
- ศุภวรรณ ติระรัตน์ และสันติธร ภูริภักดี. (2564). การรับรู้ในเสน่ห์เมืองรองของประเทศไทยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในธุรกิจการประชุมองค์กรและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา, 16(3), 337-347.
- สุรัชธานี ทองมี และประสพชัย พสุนนท์. (2563). การรับรู้ของหน่วยงานภาครัฐของจังหวัดนครราชสีมาที่มีต่ออุตสาหกรรมไมซ์และความสำคัญของปัจจัยตามเกณฑ์การประเมินเมืองไมซ์ (MICE City) ของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.). ศิลปศาสตร์ปริทัศน์, 15(2), 105-118.
- เสรี วงษ์มณฑา และวิชยานันท์ พอค้า. (2560). แนวทางการเสริมสร้างศักยภาพของประเทศไทยให้เป็นเมืองเป้าหมายของไมซ์ (MICE). มนุษยศาสตร์ปริทรรศน์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 39(1), 96-112.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2566). ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี. สืบค้นเมื่อ 2 กุมภาพันธ์ 2566 จาก, <http://nscr.nesdc.go.th/ns/>.
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2566). **หลักเกณฑ์การประเมินเมืองเพื่อเป็นไมซ์ที่ดี**. สืบค้นเมื่อ 1 มกราคม 2566 จาก, <https://elibrary.tceb.or.th/th/Publication/Destination/6243>.
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2566). “MICE” อุตสาหกรรมไมซ์ นิยามบทใหม่แห่งการสร้างสรรค์งานอีเวนต์. สืบค้นเมื่อ 5 มกราคม 2566 จาก, <https://www.businessevents thailand.com/index.php/th/press-media/news-press-release/detail/1088-mice-is-the-new-definition-of-event->.
- Aldebert, B., Dang, R.J. & Longhi, C. (2011). Innovation in the tourism industry: The Case of Tourism. *Tourism Management*, 32 (5), 1204-1213.

- Mohammed Abdul-Kadhum Al-Ghiyadh & Saba J. Neamah Al-Khafaji. (2021). "Black and Red Urban Spaces; Crime and Terrorism," **Turkish Journal of Computer and Mathematics Education**, 12(12), 4437-4451.
- Natalia Smagina. (2017). The internationalization of the Meetings-, Incentives-, Conventions- and Exhibitions- (MICE) industry: Its influences on the actors in the tourism business activity. **Journal of Economics and Management**, 27(1), 1732-1948.
- Solomon, M. R. (1990). **Consumer Behavior**. New Jersey: Prentice-Hall.
- Saenthong, N. (2018). **Khumuprayuk chai rabop kanborihan ngan duai naekhit Baep OKRs (Manual for applying the management system with the concept of OKRs)**. Bangkok: Se-ed Public Company Limited.
- United Nations Industrial Development Organization (2002). **Corporate social Responsibility Geneva Switzerland United nations**. Retrieved June 12, 2023, from [https://open.unido.org/api/documents/4692413/download/CORPORATE%20SOCIAL%20RESPONSIBILITY%20%20IMPLICATIONS%20FOR%20SMALL%20AND%20MEDIUM%20ENTERPRISES%20IN%20DEVELOPING%20COUNTRIES%20\(22727.en](https://open.unido.org/api/documents/4692413/download/CORPORATE%20SOCIAL%20RESPONSIBILITY%20%20IMPLICATIONS%20FOR%20SMALL%20AND%20MEDIUM%20ENTERPRISES%20IN%20DEVELOPING%20COUNTRIES%20(22727.en).
- United Nations. (2020). **Sustainable Development Goals Geneva Switzerland**. Retrieved March 1, 2023, from https://www.un.org/sustainabledevelopment/wpcontent/uploads/2019/01/SDG_Guidelines_AUG_2019_Final.pdf.
- Xu, J.B. (2010). Perceptions of tourism products. **Tourism Management**, 31(5), 607-610.
- Zainab Hussein Ra'ouf, A. M. A.-. M. (2017). **Factors affected trends of Contemporary Mosques Architecture**, Retrieved March 20, 2023, from <https://www.iasj.net/iasj/download/713dee4917b26337>.