

การศึกษาศักยภาพการรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยรูปแบบไมซ์ในกรุงเทพมหานคร

โดย

นางสาวฐิติมา	พันธุ์เจริญ	รหัสหนังสือ 56166010038
นางสาวฐิติรัตน์	ตรีรานุรัตน์	รหัสหนังสือ 56166010039
นางสาวธัญญาณี	รจนา	รหัสหนังสือ 56166010041
นางสาววนิษา	ยิ่งสกุล	รหัสหนังสือ 56166010065
นางสาววีรยา	พวงเงิน	รหัสหนังสือ 56166010068
นางสาวสวรรยา	นุชทรงตาด	รหัสหนังสือ 56166010072

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์อังสุมาลิน จำนงชอบ

รายงานการวิจัยฉบับนี้

เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชา นจท 323 พื้นฐานการวิจัยด้านการท่องเที่ยว

ภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2558

ลิขสิทธิ์ของคณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องการศึกษาศักยภาพการรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยรูปแบบไมซ์ ในกรุงเทพมหานคร กำหนดความมุ่งหมายของการวิจัยไว้ 3 ประการคือ 1) เพื่อศึกษาศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ของกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร 3) เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในกรุงเทพมหานคร

โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ 1) แบบสอบถาม เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ ที่เดินทางมายังกรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 400 คน 2) แบบสัมภาษณ์เชิงลึก เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในธุรกิจไมซ์ของกรุงเทพมหานคร จำนวน 3 ท่าน ร่วมกับข้อมูลทุติยภูมิ แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา เพื่อทราบศักยภาพของกรุงเทพมหานครในการรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทย

ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์มีระดับความคาดหวังสูงสุด 2 ลำดับแรกคือ ด้านความสามารถของบุคลากรผู้จัดงาน (สถานที่จัดงาน) ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = 1.76) รองลงมาคือ ด้านสถานที่จัดงาน ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = 3.41) และระดับความพึงพอใจสูงสุด 2 ลำดับแรก คือ ด้านความสามารถของบุคลากรผู้จัดงาน (สถานที่จัดงาน) ($\bar{X} = 4.22$, S.D. = 1.59) รองลงมาคือ ด้านการเข้าถึง ($\bar{X} = 4.15$, S.D. = 0.95)

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทั้ง 8 ด้าน ได้แก่ 1) สถานที่จัดงาน 2) การเข้าถึง 3) ที่พัก 4) สถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร 5) ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง 6) ความสามารถของบุคลากรผู้จัดงาน (สถานที่จัดงาน) 7) การสนับสนุนของภาครัฐและเอกชน และ 8) ภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานคร พบว่าทั้ง 8 ด้าน มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจมากกว่าค่าเฉลี่ยระดับความคาดหวัง ดังนั้น จึงถือได้ว่ากรุงเทพมหานครมีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยรูปแบบไมซ์

Abstract

The study on potential of MICE business in Bangkok to serve Thai tourists has three primary objectives: (1) to study the capability of MICE business in Bangkok in providing the service to MICE tourists, (2) to study the expectation and satisfaction level on MICE business in Bangkok of Thai tourists, and (3) to provide the recommendation for improving the potential of MICE business in Bangkok.

This research consists of two parts: (1) a quantitative research by questionnaire to collect the expectation and satisfaction level of MICE business in Bangkok from 400 Thai tourists, and (2) a qualitative research includes interviewing three participants who currently work in MICE business in Bangkok and assessing the secondary data to understand the capability of MICE business in Bangkok.

According to the study, the highest expectation from Thai tourists on MICE business in Bangkok is the competency of event organizer (location of the event) ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = 1.76), followed by the location of an event ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = 3.41). Meanwhile, the highest satisfaction level is also the competency of event organizer ($\bar{X} = 4.22$, S.D. = 1.59), followed by the accessibility ($\bar{X} = 4.15$, S.D. = 0.95).

To compare the average value of all eight aspects in potential of MICE business in Bangkok which include (1) MICE venue, (2) accessibility, (3) accommodation, (4) additional tourist attractions in Bangkok, (5) related businesses, (6) competency of event organizer, (7) supporting from government and public sector, and (8) image of Bangkok. The study found that means of current satisfaction level in all eight areas are higher than the expectation. It can be concluded that Bangkok has potential as MICE destination to serve Thai tourists.

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย	2
ความสำคัญของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ	6
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	9
การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่	9
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	20
ศักยภาพการท่องเที่ยว.....	23
แนวโน้มอุตสาหกรรมไมซ์ไทย	30
สภาพทั่วไปของกรุงเทพมหานคร.....	36
3 วิธีดำเนินการวิจัย	41
การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	41
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	42
การเก็บรวบรวมข้อมูล	44
การวิเคราะห์ข้อมูล	45
4 ผลการศึกษา	46
ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม	46

สารบัญ(ต่อ)

บทที่	หน้า
4 (ต่อ)	
ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร	50
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร	55
การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจ.....	60
ศักยภาพของกรุงเทพมหานครในการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ในปัจจุบัน	61
5 สรุปและอภิปรายผล.....	65
สรุปผลการศึกษา	66
อภิปรายผล	71
ข้อเสนอแนะในการศึกษา.....	76
บรรณานุกรม	77
ภาคผนวก	81
ภาคผนวก ก รายนามผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย	82
ภาคผนวก ข เครื่องมือในการวิจัยแบบสอบถาม	80
ภาคผนวก ค เครื่องมือในการวิจัยแบบสัมภาษณ์เชิงลึก	81
ภาคผนวก ง สรุปรายชื่อการจัดงาน สถานที่จัดงาน และจำนวนแบบสอบถามที่เก็บ.....	91
ภาคผนวก จ รายชื่อสถานที่จัดงานในรูปแบบห้องประชุมหรือศูนย์ประชุมในกรุงเทพมหานคร ...	93
ภาคผนวก ฉ รายชื่อที่พักในจังหวัดกรุงเทพมหานครประเภทการให้บริการเฉพาะที่พัก	96
ภาคผนวก ช หนังสือขอความอนุเคราะห์เพื่อทำการวิจัย	99
ภาคผนวก ซ ผลการประเมินคุณภาพของแบบสอบถามจากผู้ทรงคุณวุฒิ.....	9106
ประวัติผู้วิจัย.....	116

สารบัญตาราง

หน้า

ตาราง 1	จำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์ และรายได้ที่เกิดขึ้น	31
ตาราง 2	จำนวนนักเดินทางไมซ์แบ่งตามรายรัฐกิจอุตสาหกรรม	32
ตาราง 3	กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร	42
ตาราง 4	จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	46
ตาราง 5	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ.....	47
ตาราง 6	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ	47
ตาราง 7	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา.....	48
ตาราง 8	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	48
ตาราง 9	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (รวมรายได้หลักและเสริม)	49
ตาราง 10	จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามภูมิลำเนา	49
ตาราง 11	ผลการศึกษาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลความหมายระดับความคาดหวัง ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ โดยรวม	50
ตาราง 12	ผลการศึกษาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลความหมายระดับความคาดหวัง ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ ด้านสถานที่จัดงาน	51
ตาราง 13	ผลการศึกษาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลความหมายระดับความคาดหวัง ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ ด้านการเข้าถึง	51
ตาราง 14	ผลการศึกษาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลความหมายระดับความคาดหวัง ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ ด้านที่พัก.....	52
ตาราง 15	ผลการศึกษาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลความหมายระดับความคาดหวัง ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ ด้านสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร	52
ตาราง 16	ผลการศึกษาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลความหมายระดับความคาดหวัง ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ ด้านธุรกิจที่เกี่ยวข้อง	53

สารบัญตาราง(ต่อ)

หน้า

ตาราง 17	ผลการศึกษาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลความหมายระดับความคาดหวัง ของนักทอ้งเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ ด้านความสามารถของบุคลากรผู้จัดงาน (สถานที่จัด งาน)	53
ตาราง 18	ผลการศึกษาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลความหมายระดับความคาดหวัง ของนักทอ้งเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ ด้านการสนับสนุนของภาครัฐและเอกชน	54
ตาราง 19	ผลการศึกษาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลความหมายระดับความคาดหวัง ของนักทอ้งเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ ด้านภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานคร	54
ตาราง 20	ผลการศึกษาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลความหมายระดับความพึงพอใจ ของนักทอ้งเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ โดยรวม	55
ตาราง 21	ผลการศึกษาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลความหมายระดับความพึงพอใจ ของนักทอ้งเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ ด้านสถานที่จัดงาน	56
ตาราง 22	ผลการศึกษาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลความหมายระดับความพึงพอใจ ของนักทอ้งเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ ด้านการเข้าถึง	56
ตาราง 23	ผลการศึกษาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลความหมายระดับความพึงพอใจ ของนักทอ้งเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ ด้านที่พัก	57
ตาราง 24	ผลการศึกษาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลความหมายระดับความพึงพอใจ ของนักทอ้งเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ ด้านสถานที่ทอ้งเที่ยวในกรุงเทพมหานคร	57
ตาราง 25	ผลการศึกษาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลความหมายระดับความพึงพอใจ ของนักทอ้งเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ ด้านธุรกิจที่เกี่ยวข้อง	58
ตาราง 26	ผลการศึกษาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลความหมายระดับความพึงพอใจ ของนักทอ้งเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ ด้านความสามารถของบุคลากรผู้จัดงาน (สถานที่จัด งาน)	58

สารบัญตาราง(ต่อ)

หน้า

ตาราง 27 ผลการศึกษาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลความหมายระดับความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ ด้านการสนับสนุนของภาครัฐและเอกชน	59
ตาราง 28 ผลการศึกษาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลความหมายระดับความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ ด้านภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานคร	59
ตาราง 29 ตารางเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม ไมซ์	60
ตาราง 30 สรุปรายชื่อการจัดงาน สถานที่จัดงาน และจำนวนแบบสอบถามที่เก็บ	92
ตาราง 31 รายชื่อสถานที่จัดงานในรูปแบบห้องประชุม ที่สามารถรองรับผู้เข้าร่วมงานได้มากกว่า1000 ที่นั่งขึ้นไป	94
ตาราง 32 รายชื่อที่พักในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ประเภทการให้บริการเฉพาะที่พัก	97
ตาราง 33 รายการวัดระดับความคิดเห็นต่อตัวชี้วัดในแต่ละด้านเพื่อทราบระดับความพึงพอใจและ ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ ในกรุงเทพมหานคร.....	107
ตาราง 34 รายการวัดระดับความคิดเห็นต่อตัวชี้วัดด้านสถานที่จัดงาน.....	108
ตาราง 35 รายการวัดระดับความคิดเห็นต่อตัวชี้วัดด้านการเข้าถึง	109
ตาราง 36 รายการวัดระดับความคิดเห็นต่อตัวชี้วัดด้านที่พัก	110
ตาราง 37 รายการวัดระดับความคิดเห็นต่อตัวชี้วัดด้านสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร	111
ตาราง 38 รายการวัดระดับความคิดเห็นต่อตัวชี้วัดด้านธุรกิจที่เกี่ยวข้อง	112
ตาราง 39 รายการวัดระดับความคิดเห็นต่อตัวชี้วัดด้านความสามารถของบุคลากรผู้จัดงาน	113
ตาราง 40 รายการวัดระดับความคิดเห็นต่อตัวชี้วัดด้านการสนับสนุนของภาครัฐและเอกชน	114
ตาราง 41 รายการวัดระดับความคิดเห็นต่อตัวชี้วัดด้านด้านภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานคร	115

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่สำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยเป็นจำนวนมาก และรายได้เหล่านี้ยังกระจายไปสู่ผู้ประกอบการในภาคธุรกิจต่างๆ ได้อย่างกว้างขวาง นำมาซึ่งรายได้ การสร้างงาน สร้างอาชีพให้กับประชาชนในพื้นที่ รวมถึงผู้ประกอบการที่เกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยว สำหรับธุรกิจการท่องเที่ยวนั้นสามารถแบ่งออกเป็นหลากหลายรูปแบบ ตามแต่จุดมุ่งหมายของการเดินทางของนักท่องเที่ยว โดยการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ (MICE: Meetings, Incentive travels, Conventions and Exhibitions) หรือการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ ที่ประกอบไปด้วย การประชุม/สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การประชุมนานาชาติ และการแสดงสินค้า/นิทรรศการ ถือได้ว่าเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มที่ดี กำลังได้รับความนิยม และสามารถสร้างรายได้มากที่สุด เนื่องจากลักษณะของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพสูง มีอำนาจในการจ่ายเงินที่สูงกว่านักท่องเที่ยวทั่วไปถึง 3 เท่า ยินดีจ่ายเงินสำหรับค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวและบริการที่เน้นคุณภาพ มีความสะดวกสบาย หูหระ ทั้งนี้ Domestic MICE หรือ ธุรกิจการจัดงานประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และงานแสดงสินค้าในประเทศ เป็นธุรกิจที่มีความสำคัญ ไม่เพียงแต่จะสร้างรายได้เข้าสู่ระบบเศรษฐกิจของประเทศผ่านการจัดงานในแต่ละครั้ง แต่ยังก่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ และการขยายตัวทางเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่นทั่วประเทศ จากสถิติในปี 2555 พบว่า มีนักเดินทางกลุ่มไมซ์ในประเทศทั้งสิ้น 3.82 ล้านคน และมีเงินที่สะพัดในประเทศกว่า 12,461 ล้านบาท (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. 2556)

นอกจากนี้ รัฐบาลได้มีนโยบายการผลักดันเมืองที่มีความพร้อมในการรองรับการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจขึ้นเป็น MICE City หรือ นครแห่งไมซ์ จำนวน 5 เมือง อันประกอบด้วย กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ พัทยา ภูเก็ต และขอนแก่น (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. 2556) ซึ่ง 1 ใน 5 เมืองนั้น กรุงเทพมหานคร ถือได้ว่าเป็นศูนย์กลางแห่งความเจริญ สะดวกสบาย มีศูนย์ประชุมที่ทันสมัย มีพื้นที่กว้างขวางสามารถรองรับการจัดประชุมขนาดใหญ่ พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวก ระบบ

คมนาคมขนส่ง สาธารณูปโภคที่ครอบคลุมทั่วกรุงเทพมหานคร พร้อมไปด้วยธุรกิจรับจัดงานมืออาชีพ ที่มีอุปกรณ์ในการจัดงานที่ทันสมัยไม่แพ้เมืองอื่นใดในโลก อีกทั้งยังมีโรงแรมที่พักสะดวกสบาย ซึ่งพร้อมรองรับผู้เข้าร่วมประชุมจำนวนมาก ที่สำคัญกรุงเทพมหานคร ยังเป็นแหล่งรวมสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลายด้านวัฒนธรรม และเป็นแหล่งสวรรค์แห่งการจับจ่ายซื้อสินค้าอีกด้วย ซึ่งภาครัฐบาลได้เล็งเห็นในส่วนนี้และเข้ามามีบทบาทในการส่งเสริมธุรกิจไมซ์มากขึ้น โดยเฉพาะเรื่อง การวางนโยบายที่เป็นประโยชน์ต่อการจัดกิจกรรมไมซ์ เช่น การปรับปรุงกฎระเบียบการนำเข้าวัสดุ อุปกรณ์เพื่อการจัดประชุมและนิทรรศการ การยกเว้นการตรวจตรา การอนุญาตให้ผู้จัดประชุมและนิทรรศการจากต่างประเทศ สามารถเปิดบัญชีเป็นเงินต่างประเทศชั่วคราวสำหรับการจัดประชุมและนิทรรศการนานาชาติ เป็นต้น (มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. 2556) ยิ่งไปกว่านั้น รัฐบาลได้มีการส่งเสริมความร่วมมือกับภาคีที่เกี่ยวข้อง ในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ของกรุงเทพมหานคร สู่การเป็นจุดหมายปลายทางหลักทางการท่องเที่ยว มีการจัดกิจกรรมไมซ์ร่วมกับ 4 องค์กรพันธมิตร ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การบินไทย สมาคมผู้ประกอบการวิสาหกิจในย่านราชประสงค์ และกลุ่มพันธมิตรการตลาด โรงแรมริมแม่น้ำเจ้าพระยา (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. 2558) ทำให้อุตสาหกรรมไมซ์ในกรุงเทพมหานครมีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น

ผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงจุดเด่นทางการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ของกรุงเทพมหานคร และพบว่ามีความโน้ม และโอกาสที่จะพัฒนาให้มีความโดดเด่น มีความสามารถในการแข่งขันกับสถานที่อื่น ทั้งในระดับประเทศ ภูมิภาคและระดับโลก ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจในการศึกษาศักยภาพการรองรับการ ท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ในกรุงเทพมหานคร และศึกษาความคาดหวัง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ เพื่อนำไปสู่แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ของกรุงเทพมหานคร เพื่อให้สามารถรองรับและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ นำมาซึ่ง รายได้และภาพลักษณ์ที่ดีให้กับประเทศไทย

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ของกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ใน กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในกรุงเทพมหานคร

ความสำคัญของการวิจัย

1. สามารถประเมินศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์ในกรุงเทพมหานครได้ว่าอยู่ในระดับใด
2. สามารถใช้เป็นฐานข้อมูลในการศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ในกรุงเทพมหานคร สำหรับนักวิจัยต่อไป
3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ สามารถนำผลการศึกษาและข้อเสนอแนะของการวิจัย ไปใช้ในการจัดทำนโยบาย เพื่อพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ในกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยในครั้งนี้ แบ่งขอบเขตการศึกษาด้านเนื้อหาออกเป็น 2 ด้าน คือ ด้านอุปสงค์ และด้านอุปทาน เพื่อให้ทราบถึงความคิดเห็น ข้อเท็จจริง และปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมไมซ์ในกรุงเทพมหานคร อย่างรอบด้าน ทั้งด้านอุปสงค์ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ และด้านอุปทาน ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจไมซ์ในกรุงเทพมหานคร และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์ โดยมีขอบเขตแยกเป็นรายด้าน ดังต่อไปนี้

ด้านอุปสงค์ (Demand) เป็นการศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ ใน 8 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านสถานที่จัดงาน 2) ด้านการเข้าถึง 3) ด้านที่พัก 4) ด้านสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร 5) ด้านธุรกิจที่เกี่ยวข้อง 6) ด้านความสามารถของบุคลากรที่จัดงาน 7) ด้านการสนับสนุนของภาครัฐและเอกชน และ 8) ด้านภาพลักษณ์ของจังหวัด

ด้านอุปทาน (Supply) เป็นการศึกษาศักยภาพของกรุงเทพมหานคร เกี่ยวกับการรองรับการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ โดยทำการศึกษาข้อมูลทุกมิติที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม เอกสาร บทความ และวิจัยที่เกี่ยวข้อง ร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ในกรุงเทพมหานคร เพื่อตอบประเด็นการศึกษา ทั้ง 8 ด้านเช่นกัน ได้แก่ 1) ด้านสถานที่จัดงาน 2) ด้านการเข้าถึง 3) ด้านที่พัก 4) ด้านสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดกรุงเทพมหานคร 5) ด้านธุรกิจที่เกี่ยวข้อง 6) ด้านความสามารถของบุคลากรที่จัดงาน 7) ด้านการสนับสนุนของภาครัฐและเอกชน และ 8) ด้านภาพลักษณ์ของจังหวัด

2. ขอบเขตด้านพื้นที่

การวิจัยในครั้งนี้ได้กำหนดพื้นที่เฉพาะกรุงเทพมหานคร เนื่องจากเป็น 1 ใน 5 นครแห่งใหม่ ที่มีจุดแข็งในการรองรับการจัดงานประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การประชุมนานาชาติ และการจัดนิทรรศการ/งานแสดงสินค้า หรือ MICE City ที่สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการได้เล็งเห็นว่า กรุงเทพมหานคร ไม่เพียงแต่เป็นเมืองท่องเที่ยวชื่อดังติดอันดับโลก แต่ยังมีความพร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกสถานที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการกำหนดสถานที่ที่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์แบบเจาะจง จำนวน 4 แห่ง เนื่องจากเป็นสถานที่ที่มีการจัดงานไมซ์มากที่สุด 4 อันดับแรกในกรุงเทพมหานคร (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. 2556) ประกอบด้วยศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้าอิมแพ็คอารีน่า ศูนย์ประชุมไบเทค และรอยัล พารากอน ฮอลล์

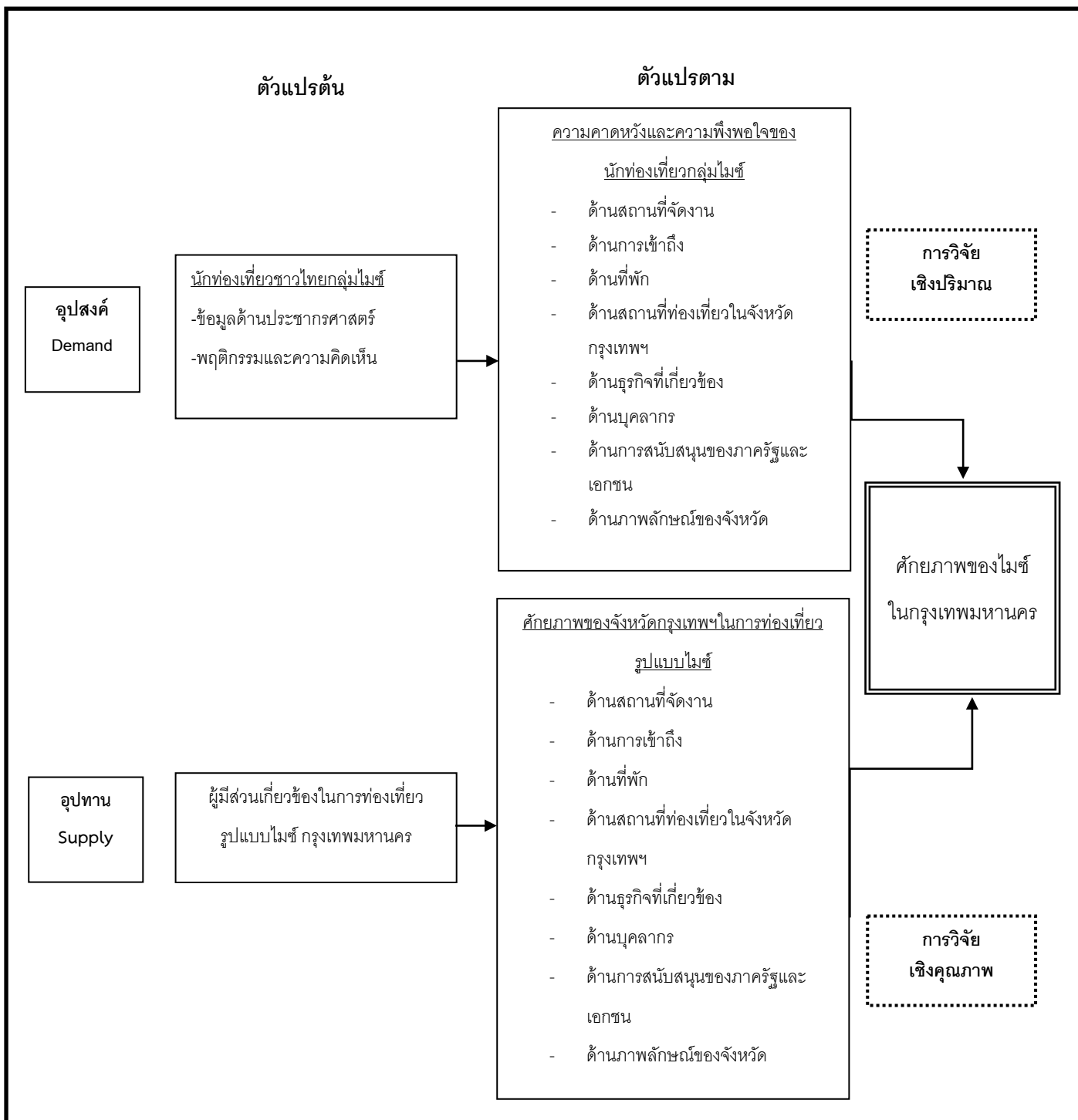
3. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

ก. การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ โดยการใช้แบบสอบถาม เพื่อทราบถึงความคิดเห็น ทัศนคติ ความต้องการ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเพื่อกลุ่มไมซ์ ชาวไทยที่เดินทางมายังกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน เป็นการลงพื้นที่จริงเพื่อเก็บแบบสอบถามในสถานที่จัดประชุมและงานแสดงสินค้า จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling)

ข. การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนสำคัญในการกำหนดนโยบายวางแผนและผู้ประกอบการธุรกิจไมซ์ จำนวน 3 คน โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Selection)

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. การท่องเที่ยวในรูปแบบ MICE (MICE Tourism) หมายถึง กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ถูกจัดขึ้นโดยบุคคล องค์กรหรือบริษัทที่มีความสนใจร่วมกัน จัดกิจกรรมในสถานที่ใดสถานที่หนึ่ง ซึ่งกิจกรรมอาจมีรูปแบบที่แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของกิจกรรมนั้นๆ อาทิเช่น การประชุมองค์กร การประชุมวิชาชีพ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล งานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติต่างๆ รวมไปถึง การสัมมนา คอร์สอบรม การเปิดตัวสินค้าใหม่ การศึกษาดูงาน และการนำพนักงานไปท่องเที่ยวพักผ่อน เป็นต้น ทั้งนี้ การท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ประกอบด้วยธุรกิจ 4 ประเภท ได้แก่ การจัดประชุมองค์กร (Meeting) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Travel) การประชุมวิชาชีพ (Convention) และการจัดงานแสดงสินค้า/นิทรรศการ (Exhibitions)

ก. การประชุม (Meeting) หมายถึง การมารวมกันของบุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไปที่มาจากองค์กรเดียวกัน หรือต่างองค์กร ผู้เข้าร่วมประชุมจะต้องมีวัตถุประสงค์ร่วมกันและทำกิจกรรมภายใต้เวลาและสถานที่ที่กำหนดไว้ด้วยกัน

ข. การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Travel) หมายถึง การบริหารจัดการรูปแบบหนึ่งที่มอบประสบการณ์ในการท่องเที่ยวที่มีความหมายพิเศษ เพื่อเป็นการสร้างแรงกระตุ้นหรือเพื่อยกย่องส่งเสริมผู้ที่เข้าร่วมการประชุม โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้เกิดผลการปฏิบัติงานที่ดีขึ้น ซึ่งนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายขององค์กร

ค. การประชุมวิชาชีพ (Convention) หมายถึง กิจกรรมที่จัดขึ้นโดยมีเป้าหมายเพื่อให้ความรู้และสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เข้าร่วมงาน ที่ก่อให้เกิดการอภิปราย ค้นหาข้อเท็จจริง แก้ปัญหาและให้คำปรึกษาในสถานที่และเวลาที่ถูกละเลือกและเตรียมไว้ล่วงหน้า โดยอาจมีเป้าหมายที่รองลงมาคือการแสดงสินค้า

ง. งานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibition) หมายถึง กิจกรรมทางการตลาดที่ถูกจัดขึ้นภายใต้ระยะเวลาที่กำหนด มีการจัดขึ้นเป็นประจำ โดยมีบริษัทเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าวเป็นจำนวนมาก เพื่อนำเสนอสินค้าและบริการของอุตสาหกรรมนั้นๆ โดยหวังที่จะขาย หรือให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการเพื่อการส่งเสริมการขาย

2. ความพึงพอใจ (Contentment) หมายถึง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มาใช้บริการของโรงแรม และธุรกิจนำเที่ยว ที่เป็นผลมาจากความต้องการที่ได้รับการตอบสนองที่ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE ต่อการให้บริการ ในมิติคุณภาพการบริการ 5 ด้าน ประกอบด้วย

ก. ด้านความถูกต้องครบถ้วนของการบริการ หมายถึง ผู้ให้บริการสามารถดำเนินการภายในระยะเวลาที่ตกลงได้ทันเวลาที่ และครบถ้วน สามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างทันเวลาที่ มีการติดต่อประสานงานได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้อง ชัดเจน

ข. ด้านความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการ หมายถึง ผู้ให้บริการมีความสามารถในการตอบข้อคำถามให้กับนักท่องเที่ยวได้ทุกคำถามและปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายได้อย่างเต็มความสามารถ รวมถึงปกป้องผลประโยชน์ต่างๆ ให้กับนักท่องเที่ยวได้ในทุกกรณี บุคลิกมีความสุภาพและอ่อนน้อม ถ่อมตน มารยาทเหมาะสมเป็นพนักงานบริการ

ค. ด้านสภาพแวดล้อม หมายถึง ห้องน้ำ ห้องประชุม ห้องอาหาร ห้องจัดเลี้ยง มีความสวยงาม สะอาด ตกแต่งอย่างสวยงามและเป็นระเบียบ ผู้ให้บริการแต่งกายเหมาะสมกับการให้บริการ เอกสารต่างๆ ได้รับการออกแบบให้อ่านและตีความง่าย ป้ายชื่อและสัญลักษณ์ต่างๆ สามารถมองเห็น ชัดเจนและเข้าใจง่าย

ง. ความใส่ใจ หมายถึง ผู้ให้บริการคำนึงถึงความสะดวกของนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE เป็นสำคัญ และมีความพร้อมในการให้บริการอยู่ตลอดเวลา สามารถจดจำนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการได้เป็นอย่างดี

จ. ด้านความพร้อมที่จะช่วยเหลือ หมายถึง เมื่อมีปัญหาเกิดขึ้น พนักงานบริการสามารถให้ความช่วยเหลือดำเนินการแก้ไข ปัญหาต่างๆ ได้อย่างทันเวลาที่ รวดเร็ว และไม่เกิดข้อผิดพลาดซ้ำซ้อน หรือปรับเปลี่ยนให้ใหม่โดยไม่มีปัญหา หากไม่สามารถแก้ไขได้ก็พร้อมที่จะคืนเงินค่าบริการให้กับผู้ใช้บริการ

3. ศักยภาพการท่องเที่ยวรูปแบบ MICE (Potential of MICE) หมายถึง การเพิ่มความสามารถหรือความพร้อมในการท่องเที่ยวรูปแบบ MICE จากที่มีอยู่ในปัจจุบันให้มีแนวทางในการพัฒนาที่ดีขึ้น โดยสอดคล้องกับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE ทั้ง 8 ด้านได้แก่

ก. ด้านสถานที่จัดงาน

ข. ด้านการเข้าถึง

- ค. ด้านที่พัก
- ง. ด้านสถานที่ท่องเที่ยว
- จ. ด้านธุรกิจที่เกี่ยวข้อง
- ฉ. ด้านความสามารถของบุคลากรที่จัดงาน
- ช. ด้านการสนับสนุนของภาครัฐและเอกชน
- ซ. ด้านภาพลักษณ์ของจังหวัด

4. ศูนย์ประชุม (Convention Hall/Venue) หมายถึง สถานที่ที่ใช้ในการจัดประชุม จัดฝึกอบรม สัมมนา จัดประชุมเชิงปฏิบัติการ นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแก่พนักงาน โดยสถานที่จัดงานมีการเข้าถึงได้สะดวก มีระบบสารสนเทศที่ทันสมัย มีการจัดห้องประชุมที่ได้มาตรฐาน มีความพร้อมด้านสาธารณูปโภคพื้นฐานและบริการต่างๆ รวมทั้งบริการจัดเลี้ยงอาหาร เครื่องดื่ม เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้และอาจมีการนำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวบันเทิงและนันทนาการควบคู่ไปด้วย

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

1. การท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์
2. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
3. ศักยภาพการท่องเที่ยว
4. แนวโน้มด้านการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์
5. สภาพแวดล้อมของกรุงเทพฯ

1. การท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์

ความหมายของการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์

การท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์จากคำนิยามศัพท์ของสมาคมส่งเสริมการประชุมกลุ่มประเทศเอเชีย (Asian Association Convention and Visitor Bureaus: AACVB) ได้ให้คำนิยามว่าเป็นธุรกิจที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการจัดประชุมขององค์กร การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดประชุมนานาชาติ และการจัดแสดงสินค้าเข้าไว้ด้วยกัน ซึ่งก็เป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจท่องเที่ยวที่นำรายได้เข้าประเทศเป็นจำนวนมาก โดยมีการจัดการที่ดีและสมบูรณ์อย่างมืออาชีพ ทั้งด้านการบริการ ด้านสถานที่ ด้านการจัดประชุม ด้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านเครื่องมืออุปกรณ์อำนวยความสะดวก ด้านการรับส่งสินค้าที่จะจัดแสดง ด้านพิธีการและศุลกากร ประกอบด้วย 4 กลุ่มที่ทั้งมีความเชื่อมโยงกันและมีความแตกต่างกัน ได้แก่ ธุรกิจการจัดประชุมองค์กร (Meetings) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentives) การจัดประชุมนานาชาติ (Conventions) และการจัดแสดงสินค้า (Exhibitions) รวมแล้วเรียกว่า ธุรกิจไมซ์ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2554)

ก. Meetings การประชุมของกลุ่มบุคคลหรือองค์กรหนึ่งเพื่อทำกิจกรรมโดยเฉพาะ โดยจะเป็นการประชุมเฉพาะกิจมีการวางแผนงานไว้ล่วงหน้า เช่น การประชุมประจำปี ประชุมคณะกรรมการ

ข. Incentives การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล คือการเดินทางเพื่อพักผ่อนส่วนใหญ่ มุ่งเน้นที่การพักผ่อนหรือความตื่นเต้นเป็นหลักโดยมักจะไม่มี ความเกี่ยวข้องกับธุรกิจหรือหน้าที่การงาน ของบุคคลนั้นๆ

ค. Conventions การจัดประชุมขนาดใหญ่ของบุคคลกลุ่มวิชาชีพสาขาเดียวกัน เพื่อ เป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูล ผู้เข้าร่วมตั้งแต่ 300-1,500 คน มุ่งเน้นไปที่การให้ความรู้แก่ผู้เข้าร่วม

ง. Exhibitions งานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติคือ อุตสาหกรรมงานแสดง สินค้าและนิทรรศการนานาชาติ หมายถึง การนำเสนอสินค้าและบริการที่มีการเชิญผู้เข้าร่วมงานโดยมี วัตถุประสงค์เพื่อชักจูงใจให้เกิดการขายแก่ผู้ที่เข้าร่วมงาน (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและ นิทรรศการ. 2556)

สรุปความหมายของ การท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ในงานวิจัย การศึกษาศักยภาพการรองรับ นักท่องเที่ยวชาวไทยรูปแบบไมซ์ในกรุงเทพมหานคร คือ กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ถูกจัดขึ้นโดยที่ทั้งผู้จัด งานและผู้เข้าร่วมมีความสนใจในอย่างใดอย่างหนึ่งที่ตรงกัน ซึ่งจะมีการจัดกิจกรรมในสถานที่แห่งหนึ่ง กิจกรรมอาจมีความแตกต่างกันออกไปจะประกอบไปด้วย 4 ประเภท ได้แก่

M = การจัดประชุมองค์การ (Meeting) เป็นการจัดประชุมกันภายในองค์กร / กลุ่ม บุคคลเป็นกลุ่มที่มีขนาดเล็ก เช่น การประจำประจำปี

I = การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive) การจูงใจเพื่อเป็นรางวัลแก่ พนักงานหรือบุคคลที่สามารถ ดำเนินงานได้ตามเป้าหมายที่บริษัทวางไว้ โดยบริษัทผู้ให้รางวัลจะเป็น ผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายดังกล่าว ซึ่งจะมีความเกี่ยวเนื่องกับการพัฒนาการทำงานและเป็นส่วนหนึ่งใน การบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจ ยังเป็นแรงผลักดันในการพัฒนาศักยภาพการทำงาน

C = การประชุมของกลุ่มบุคคลในสาขาอาชีพเดียวกัน (Convention) การจัดประชุม ประเภทนี้จะเน้นการแลกเปลี่ยนความรู้กันระหว่างสายอาชีพเดียวกันซึ่งผู้เข้าร่วมงานจะมีจำนวนตั้งแต่ ร้อยขึ้นไป

E = การจัดการแสดงสินค้า / นิทรรศการ (Exhibition) งานแสดงสินค้า หรือบริการ เพื่อขายให้กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายรวมทั้งเปิดให้ผู้เข้าชมทั่วไปได้เข้าร่วมงานด้วย (การท่องเที่ยวแห่ง ประเทศไทย. ม.ป.พ.)

ความเป็นมาของการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์

ธุรกิจไมซ์ เริ่มเกิดขึ้นในช่วงปลายศตวรรษที่ 19 เมื่อมีการจัดประชุมด้านการเมืองและวิทยาศาสตร์ของประเทศแถบยุโรปและสหรัฐอเมริกา ทั้งนี้ในช่วงเวลาดังกล่าวมีการจัดตั้งสมาคมการค้าและกลุ่มสาขาวิชาซีพีต่างๆ รวมทั้งมีการจัดตั้งองค์กรทำหน้าที่บริหารศูนย์ประชุม (Convention Bureau) ได้ตั้งขึ้นที่เมือง Detroit, สหรัฐอเมริกา เป็นที่แรกในปี พ.ศ. 2439 จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2506 จึงได้ก่อตั้ง International Congress and Convention Association ซึ่งเป็นสมาคมที่ส่งเสริมและสนับสนุนการจัดประชุมนานาชาติที่มีบทบาทมาก ในขณะเดียวกันธุรกิจการจัดประชุมและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของประเทศทวีปยุโรปมีการพัฒนาช้ากว่าในประเทศสหรัฐอเมริกา โดยมีการจัดตั้ง The Birmingham Convention and Visitor Bureau ขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2525 ส่วนการจัดการแสดงสินค้าและนิทรรศการนั้นเริ่มมาจากการพัฒนาอุตสาหกรรมทำให้ต้องมีการแนะนำสินค้าใหม่ๆ จากกรรมวิธีการผลิตสินค้าใหม่ๆ ที่ผู้บริโภคได้รู้จักโดยริเริ่มจัดงานแสดงสินค้าตั้งแต่ศตวรรษที่ 18 ที่ประเทศอังกฤษต่อมาประเทศต่างๆ ก็นิยมจัดงานแสดงสินค้ามากมายถือว่าเป็นการพัฒนาธุรกิจอย่างเต็มรูปแบบ

ประวัติศาสตร์ความเป็นมาของธุรกิจการจัดประชุมในประเทศไทย ระดับนานาชาติ เกิดขึ้นอย่างมีรูปแบบสากลในช่วง พ.ศ. 2520 โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยก่อตั้งกองการประชุมนานาชาติ ทำหน้าที่รับผิดชอบการส่งเสริมการประชุม โดยส่งเสริมให้บุคลากรได้รับความรู้ทักษะของการจัดประชุมนานาชาติ และข้อมูลเกี่ยวกับการประชุมต่างๆ ที่เกิดขึ้นทั่วโลก จึงได้เข้ามาเป็นสมาชิกขององค์การประชุมนานาชาติสากลและเอกชนก่อตั้งสมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) ขึ้นโดยที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการส่งเสริมและการพัฒนาประชุมนานาชาติให้แก่ประเทศไทยอย่างมีประสิทธิภาพ ต่อมาได้มีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในการประชุม เช่น การสร้างศูนย์ประชุมบางกอกคอนเวนชันเซ็นเตอร์ (Bangkok Convention Center) ที่โรงแรมโซฟิเทลเซ็นทรัล การสร้างศูนย์ประชุมนานาชาติสิริกิติ์ (Queen Sirikit National Convention Center) ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค (Bangkok International Trade & Exhibitions Center) ศูนย์แสดงสินค้านานาชาติอิมแพค (Impact Exhibition Center) เพื่อรองรับการจัดการและการประชุมระดับภายในประเทศและระดับนานาชาติที่จำนวนผู้เข้าร่วมประชุมจำนวนมากได้อย่างเพียงพอ นอกจากนี้ภาคเอกชนได้เริ่มพัฒนาบุคลากรเพื่อประกอบอาชีพเกี่ยวกับธุรกิจไมซ์ เช่น ผู้จัดการสินค้า มืออาชีพ และบริษัทบริหารจัดการ

ท่องเที่ยวเพื่อเป็นงานแสดงรางวัล (Destination Management Company) เป็นต้น ทำให้นานาชาติมองประเทศไทยเป็นจุดหมายใหม่ที่น่าสนใจ เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่มีความพร้อมในเรื่องของทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว มีสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการสำหรับการจัดกิจกรรมไมซ์สูงและทำเลที่ตั้งขององค์กรและสมาคมระหว่างประเทศมากมายหลายแห่ง ซึ่งเป็นกลุ่มที่ช่วยให้ประเทศไทยมีโอกาสในการเสนอเป็นเจ้าภาพการจัดประชุมและจัดแสดงสินค้านานาชาติได้ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2554)

สรุปแล้วการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ มีการพัฒนามาจากธุรกิจนำเที่ยวที่เสนอบริการลักษณะพิเศษในการเป็นตัวกลางการจัดการประชุมทั้งแบบ Meeting และ Convention การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดแสดงสินค้า นิทรรศการ ซึ่งในประเทศไทยก็ได้มีการก่อตั้งกองการประชุมนานาชาติโดยมีหน้าที่รับผิดชอบในการส่งเสริม และพัฒนาการประชุมนานาชาติให้แก่ประเทศไทย อย่างมีประสิทธิภาพซึ่งต่อมาได้มีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในการประชุมทั้งตัวสถานที่จัดงาน และศักยภาพด้านอื่นๆของประเทศด้วย (จิรพร จันลา. 2556)

ความสำคัญของการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์

การท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์เป็นหนึ่งในหน่วยอุตสาหกรรมทางการท่องเที่ยว ที่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ และการจ้างงานทั้งทางตรง และทางอ้อมเป็นจำนวนมาก แนวโน้มการพัฒนาการท่องเที่ยวของแต่ละประเทศให้ความสำคัญต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมนี้มากขึ้น ในฐานะกลไกสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ที่มีการเติบโตสูงและมีความสำคัญต่อการสร้างรายได้และการจ้างงานแก่ประเทศ เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ มีเป้าหมายเฉพาะทางธุรกิจนักท่องเที่ยวมีอำนาจการซื้อ และมีความต้องการสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ทั้งอาหารและเครื่องดื่ม สายการบิน โรงแรม ธุรกิจขนส่งสินค้า การเดินทางภายในประเทศ เป็นต้น ทำให้ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของกลุ่มไมซ์จะสูงกว่านักท่องเที่ยวทั่วไปประมาณ 2-3 เท่า (รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการสำรวจสถิติการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติในประเทศไทย. 2552)

โดยสรุปการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ นอกจากจะมีความสำคัญหลักในการนำเงินตราเข้าสู่ประเทศแล้ว ผลที่ตามมาจากการพัฒนาประเทศ/ภูมิภาค ซึ่งเป็นผลดีต่อการพัฒนาในหลายๆด้าน เช่น

ด้านสาธารณูปโภค การก่อสร้างการลงทุนขนาดใหญ่เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว การรักษาสภาพแวดล้อม สถานที่ท่องเที่ยว ตลอดจนเกิดการสร้างงานสร้างรายได้สู่ประเทศ/ภูมิภาคอีกด้วย

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ

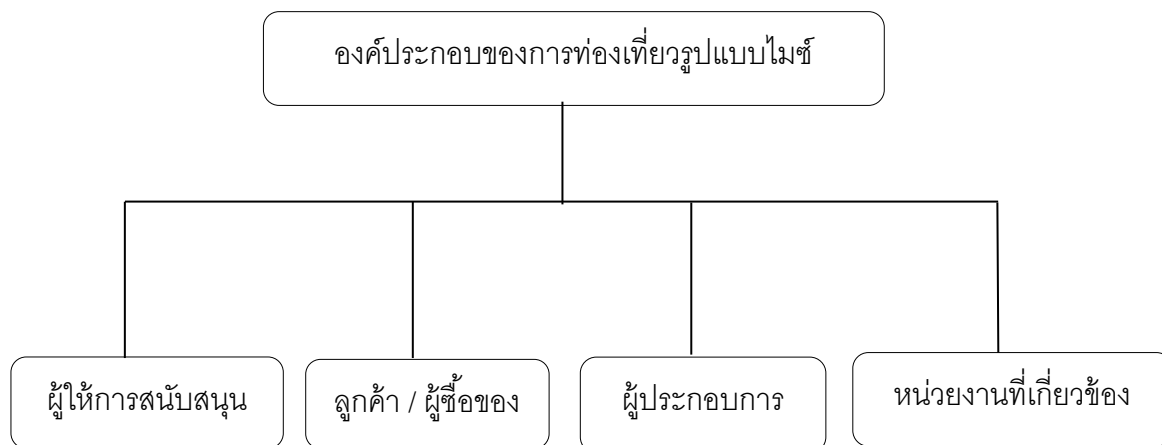
1) แบ่งตามประเภทองค์ประกอบของธุรกิจใหม่ซึ่งตามการดำเนินงานเป็นหลัก ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบย่อยที่สำคัญ คือ

1.1) ผู้ให้การสนับสนุนการจัดการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ หมายถึง ผู้ที่มีบทบาทในการสนับสนุนการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ อาจจะเป็นหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชนก็ได้ ซึ่งมีบทบาทในการกำหนดวัตถุประสงค์ของการจัดกิจกรรม รวมถึงการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย สถานที่จัดกิจกรรม สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องการและงบประมาณในการจัดกิจกรรม

1.2) ลูกค้า/ผู้ซื้อของการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ หมายถึง ผู้ต้องการใช้บริการของการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ อาจจะเป็นหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชนก็ได้ เช่น ผู้ร่วมในการจัดแสดงสินค้าภายในประเทศนานาชาติ ผู้เยี่ยมชมงาน ผู้เข้าร่วมประชุม ผู้เข้ามาท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เป็นต้น ปกตินักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่จะเป็นนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและมีอำนาจการซื้อที่สูง

1.3) ผู้ประกอบการของการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ หมายถึง ผู้ที่มีบทบาทในการเสนอขายสินค้าและบริการสำหรับ การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ได้แก่ ธุรกิจโรงแรม ศูนย์ประชุม ธุรกิจนำเที่ยว ผู้ประกอบการขนส่ง ผู้รับเหมาออกแบบสถานที่การจัดประชุมและนิทรรศการ ธุรกิจขายสินค้าที่ระลึก ธุรกิจบันเทิง ผู้รับจ้างจัดกิจกรรมไม้มืออาชีพ เป็นต้น

1.4) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ หมายถึง หน่วยงานหรือองค์การที่กำกับดูแลและส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ทั้งภาครัฐ และ เอกชน



ภาพที่ 2 แสดงองค์ประกอบของการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ตามการดำเนินงาน

แหล่งที่มา : บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2554

2) แบ่งตามธุรกิจที่เกี่ยวข้องเป็นหลัก ซึ่งประกอบด้วย 7 ธุรกิจที่สำคัญ คือ

2.1) ธุรกิจรับจัดกิจกรรม หมายถึง ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมในลักษณะการดำเนินงานแบบมืออาชีพ อาจจะเป็นบริษัทคนไทยหรือคนต่างชาติที่มีสาขาในประเทศไทยก็ได้ ทั้งนี้ ธุรกิจรับจัดกิจกรรม สามารถแบ่งออกเป็น 4 รูปแบบ ดังนี้

ก. ธุรกิจจัดงานเหตุการณ์สำคัญ และงานประชุม มีขอบเขตของงาน อาทิ ให้คำปรึกษาในเรื่องเกี่ยวกับสถานที่จัดประชุม การวางแผนพิธีเปิด-ปิดงานประชุม การลงทะเบียน ผู้เข้าร่วมการประชุม การจัดโปรแกรม การประชุมจูงใจห้องพักให้กับผู้ร่วมประชุม ประสานงานและจัดการด้านการติดต่อวิทยากร เตรียมอุปกรณ์สำหรับการนำเสนองาน ติดตั้งระบบคอมพิวเตอร์ในการเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการประชุมการยืนยันการลงทะเบียนการชำระค่าลงทะเบียน จัดตั้งศูนย์ประสานงานอำนวยความสะดวกในระหว่างการประชุม เช่น การประสานงานเกี่ยวกับระบบโทรศัพท์ โทรสาร การถ่ายเอกสาร เป็นต้น จัดทำรายงานสรุปผลการประชุมสรุปผลยอดขายได้-รายจ่ายในการจัดประชุม จัดทำแบบประเมินผลการประชุม จัดทำแบบประเมินผลการประชุม และส่งจดหมายขอบคุณหลังเสร็จสิ้นการประชุม การให้บริการอื่นๆ เช่น ช่วยส่งเสริมและหาตลาดสำหรับการจัดประชุมโดยใช้สื่อต่างๆ รวมทั้งการหาผู้ให้การสนับสนุนด้วย เป็นต้น

ข. ธุรกิจจัดงานแสดงสินค้ามีอาชีพ หมายถึง ที่จัดงานนิทรรศการหรืองานแสดงสินค้า ซึ่งมีบทบาทในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของงานนิทรรศการ หรือ งานแสดงสินค้า การประชาสัมพันธ์เพื่อชักชวนให้ผู้ประกอบการหรือผู้บริโภค เข้าร่วมชมงานนิทรรศการหรืองานแสดงสินค้า และบริการเลือกสถานที่จัดงานนิทรรศการหรืองานแสดงสินค้า และในบางกรณีอาจมีการประชุมควบคู่ไปด้วย เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มได้รับรายได้เสริมการจัดการประชุม

ค. ธุรกิจรับจัดการท่องเที่ยวเพื่อรางวัล หมายถึง ธุรกิจนำเที่ยวที่ให้บริการจัดรายการนำเที่ยวให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลของบริษัทต่างๆ จึงต้องมีความเชี่ยวชาญด้านสถานที่ท่องเที่ยวและการจัดโปรแกรมทัวร์ท่องเที่ยวที่แตกต่างจากโปรแกรมท่องเที่ยวธรรมดาโดยเน้นความคิดสร้างสรรค์

ง. ธุรกิจให้บริการด้านสถานที่จัดประชุมและนิทรรศการ หมายถึง ธุรกิจที่ให้บริการด้านสถานที่ในการจัดการประชุมศูนย์แสดงสินค้าโรงแรม ห้องประชุม เป็นต้น สำหรับธุรกิจที่ให้บริการด้านสถานที่จัดประชุมและนิทรรศการในกรุงเทพฯ ที่สำคัญได้แก่ ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค และศูนย์แสดงสินค้านานาชาติ อิมแพค

2.2) ธุรกิจที่พักแรมและอาหาร หมายถึง ธุรกิจที่ให้บริการที่พักและอาหารเครื่องดื่มให้แก่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมไมซ์ ซึ่งประกอบด้วย 2 ธุรกิจที่สำคัญ คือ

ก. ธุรกิจที่พัก หมายถึง ธุรกิจที่ให้บริการแก่ผู้เข้าร่วมงานไมซ์เดินทางมาจากภายในประเทศและต่างประเทศ ส่วนใหญ่มักจะพักอาศัยอยู่บริเวณใกล้เคียงกับสถานที่ที่ดำเนินกิจกรรมไมซ์ อาจจะเป็นธุรกิจประเภทโรงแรมหรือรีสอร์ท หรือที่พักแบบอื่นก็ได้ ในปัจจุบัน ธุรกิจโรงแรมนอกจากจะให้บริการที่พักแล้ว ยังให้บริการด้านการจัดเลี้ยง การบริการอาหารและเครื่องดื่ม อีกทั้งยังสามารถเป็นสถานที่จัดประชุมได้ด้วย

ข. ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม หมายถึง ธุรกิจที่ให้บริการอาหารและเครื่องดื่มแก่ผู้เข้าร่วมงานไมซ์ ซึ่งประเทศไทยมีชื่อเสียงในด้านอาหาร ขนม ผลไม้ ต่างๆ ที่สามารถสร้างรายได้เป็นจำนวนมากให้แก่ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

2.3) ธุรกิจรับเหมา หมายถึง ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบสถานที่ก่อสร้างและตกแต่งคูหาเพื่อให้แสดงสินค้านวมถึงธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดเวทีแสดง ระบบเสียงระบบไฟฟ้า ซึ่งจะใช้ในพิธีเปิดงาน และเป็นเวทีในการแสดงกิจกรรมต่างๆ ของงานไมซ์นั้นๆ

2.4) ธุรกิจนำเที่ยวและธุรกิจบันเทิง หมายถึง ธุรกิจที่ให้บริการด้านความบันเทิงหรือนันทนาการต่างๆ แก่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมไมซ์ ซึ่งประกอบไปด้วย 2 ธุรกิจสำคัญคือ

ก. ธุรกิจนำเที่ยวที่จัดรายการนำเที่ยวภายในประเทศ หมายถึง ธุรกิจที่จัดรถขนส่งผู้โดยสารระหว่างสถานที่จัดงานไมซ์กับโรงแรมหรือที่พักแรมอื่นๆ รวมทั้งจัดการเรื่องตัวโดยสาร การจองที่พัก และการจัดรายการนำเที่ยวภายในประเทศระหว่างการประชุม

ข. ธุรกิจบันเทิง หมายถึง ธุรกิจที่ให้บริการด้านความบันเทิงและนันทนาการทุกประเภท ผู้เข้าร่วมงานไมซ์มักจะจัดรายการบันเทิงในช่วงเวลากลางคืนหลังเสร็จจากกิจกรรมไมซ์แล้ว เพื่อให้ผู้เข้าร่วมงานไมซ์สามารถเที่ยวหาความสนุกสนานได้เต็มที่

2.5) ธุรกิจขนส่ง หมายถึง ธุรกิจที่ให้บริการด้านขนส่งผู้โดยสารและสินค้า แก่ผู้รับผิดชอบกิจกรรมไมซ์ และผู้เข้าร่วมกิจกรรมไมซ์ซึ่งประกอบด้วย 2 ธุรกิจสำคัญคือ

ก. ธุรกิจขนส่ง หมายถึง ธุรกิจที่ให้บริการขนส่งแก่ผู้รับผิดชอบกิจกรรมไมซ์และผู้เข้าร่วมงานไมซ์ไปยังสถานที่จัดงาน

ข. ธุรกิจขนส่งสินค้า หมายถึง ธุรกิจที่ให้บริการขนส่งสินค้าเพื่อนำมาแสดงสินค้า เนื่องจากในบางครั้งมีข้อจำกัดทางด้านเวลาและตัวสินค้า นอกจากนี้ต้องมีการดำเนินการพิธีศุลกากรอีกด้วย

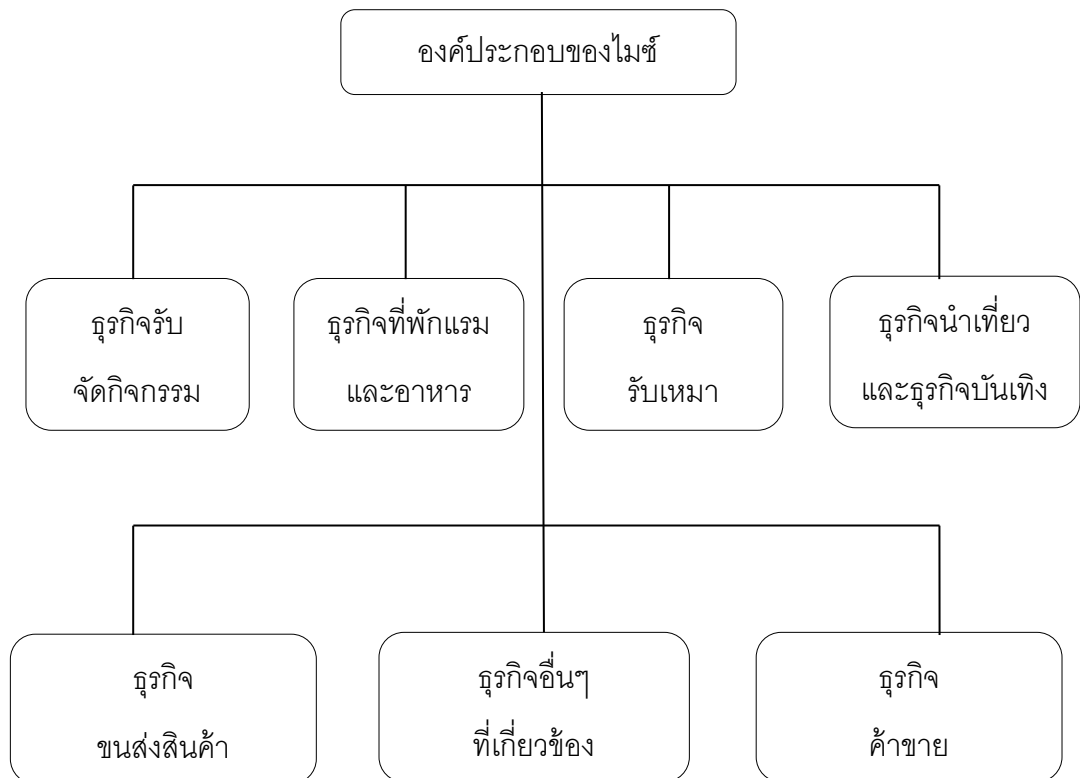
2.6) ธุรกิจค้าขาย หมายถึง ธุรกิจที่ให้บริการการค้าทุกชนิด ไม่ว่าจะเป็นการค้าส่ง การค้าปลีก การส่งออกสินค้า และบริการจัดแสดงนิทรรศการ รวมไปถึงสินค้าอื่นๆที่นักท่องเที่ยวประเภทไมซ์ซื้อฝากญาติหรือของที่ระลึกประกอบด้วย 2 ธุรกิจ

ก. ธุรกิจขายของที่ระลึก หมายถึง ธุรกิจที่ขายสินค้าต่างๆให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ ไม่ว่าจะเป็น ห้างสรรพสินค้า ร้านค้าปลีก เพื่อให้นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์สามารถซื้อสินค้าเหล่านั้นไปเป็นของฝากของที่ระลึกกับญาติมิตรตนเองได้

ข. ธุรกิจการค้าปลอดภาษีอากร หมายถึง ธุรกิจที่ขายสินค้าต่างๆให้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ ซึ่งเป็นสินค้าที่ไม่คิดภาษีอากรเหมือนคนในท้องถิ่นจะมีราคาถูกกว่าสินค้าตามร้านทั่วไป ซึ่งเป็นการเอื้ออำนวยในการให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ใช้เงินซื้อสินค้ามากขึ้น

2.7) ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง หมายถึง ธุรกิจอื่นนอกเหนือจากที่กล่าวมาแล้วที่เกี่ยวข้อง ให้บริการนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ ได้แก่ ธุรกิจโฆษณา ธุรกิจทำสื่อสิ่งพิมพ์ ธุรกิจทำความสะอาด ธุรกิจรักษาความปลอดภัย ธุรกิจธนาคาร เป็นต้น

องค์ประกอบของไมซ์ตามธุรกิจที่เกี่ยวข้อง



ภาพที่ 3 การแบ่งองค์ประกอบของธุรกิจไมซ์ตามธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

แหล่งที่มา : บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2554

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์

สุดถนอม ตันเจริญ (2554) ศึกษาารูปแบบและองค์ประกอบสำคัญของการจัดนิทรรศการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบริการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวไทย การวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบและองค์ประกอบสำคัญของการจัดนิทรรศการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบริการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวไทย

โดยการสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบของงานนิทรรศการท่องเที่ยว การรับรู้และพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบริการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวไทยที่เข้าร่วมงานนิทรรศการท่องเที่ยว จำนวน 400 คน

ผลจากการศึกษาพบว่า สถานที่จัดงาน ที่จอดรถ ภาพลักษณ์ของธุรกิจท่องเที่ยว พนักงานขาย และการลดราคามีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากโทรทัศน์และอินเทอร์เน็ตมีผลต่อการกระตุ้นการซื้อมากที่สุด โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่นิยมท่องเที่ยวในวันหยุดกับครอบครัว จากผลการวิจัยนำมาสู่ข้อเสนอแนะว่า ผู้จัดงานควรให้ความสำคัญกับการวางแผนเกี่ยวกับที่จอดรถและแผนผังการจัดงาน การประชาสัมพันธ์ข้อมูลเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจท่องเที่ยว การส่งเสริมการขาย และมนุษย์สัมพันธ์ของพนักงานขาย เนื่องจากเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบริการท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทยอย่างมาก โดยมุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดงานและข้อมูลด้านการท่องเที่ยวผ่านสื่อโทรทัศน์และอินเทอร์เน็ตให้มาก ในส่วนของภาครัฐ ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเน้นการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานการท่องเที่ยว สร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ในเชิงกลุ่มพื้นที่ที่มีศักยภาพอย่างจริงจัง ตลอดจนการรณรงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศร่วมกับหน่วยงานอื่นและเอกชนทุกภาคส่วน โดยเน้นการประชาสัมพันธ์โปรแกรมการท่องเที่ยวใหม่ ๆ และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มต่าง ๆ ในประเทศมากขึ้น

ราณี อิลิชัยกุล (2550) ศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวเพื่อเป็นประโยชน์ ในการส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัลจากประเทศจีนสู่ประเทศไทย

ผลการศึกษาแบ่งออกได้เป็น 6 ส่วน ได้แก่ ภาพรวมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลสำหรับ ตลาดจีน ความต้องการในการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจากจีนในประเทศไทยคู่แข่งชั้นและความสามารถของประเทศไทยในการตอบสนองความต้องการของตลาดจีน การวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลสำหรับตลาดจีน ปัญหาการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและการวิเคราะห์จุดอ่อนและจุดแข็งของประเทศไทยสำหรับตลาดจีน

สรุปได้ว่าจะเห็นความสำคัญในการกำหนดนโยบายและมาตรการที่จะสามารถทำให้ ประเทศไทยเจาะตลาดท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในประเทศจีนได้โดยเสนอแนะให้ สสพ. ประเมิน บทบาทหน้าที่และโครงสร้างการทำงานของหน่วยงานรับผิดชอบหลักโดยการทำงานร่วมกันเป็น เครือข่าย การ

ส่งเสริมการตลาดตามมณฑลเป้าหมาย การพัฒนาและปรับปรุงบริษัทนำเที่ยวไทย และจีน การทำความเข้าใจความคิดของชาวจีน และการปรับปรุงภาพพจน์ของประเทศไทยโดยรวม ซึ่งเป็นมาตรการที่ต้องรีบดำเนินการเพื่อให้การพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีฐาน ในการสร้างมูลค่าที่แท้จริง

พรพิมล ขวัญเย็น (2553) ศึกษาความสนใจในจัดประชุมจัดนำเที่ยวและจัดแสดงสินค้าหรือนิทรรศการให้กับพนักงานลูกค้า หรือ ผู้ที่เกี่ยวข้องในเขตพื้นที่เมืองพัทยาของบริษัทที่ตั้งของนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัด ชลบุรี

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยเป็นการศึกษาแบบตัดขวาง ซึ่งเป็นการศึกษาในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งที่ศึกษา (Cross Sectional Study) คือช่วงเดือน เมษายน – พฤษภาคม ปี 2553

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยได้แก่บริษัทที่ตั้งในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนครจังหวัดชลบุรี จำนวน 458 โรงงาน กลุ่มตัวอย่างใช้ในการวิจัยคือ หัวหน้าแผนกในส่วนของแผนกทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Section) แผนกฝึกอบรม (Training Section) แผนกการตลาด (Marketing Section) และแผนกอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในการจัดตั้งแต่ละบริษัทอาจจะเป็นคนละที่รับผิดชอบในเรื่องนี้ และทำงานในบริษัทที่ตั้งในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะนครจังหวัดชลบุรีโดยใช้วิธีการสุ่มตามพื้นที่แบบสะดวก (Convenience Sampling) ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างบริษัทอย่างน้อย 40 บริษัทขึ้นไป

สรุปได้ว่า พนักงาน ลูกค้า และ ผู้ที่เกี่ยวข้องมีความสนใจในการจะมาจัดกิจกรรมในพื้นที่พัทยา และค่อนข้างจะให้ความสำคัญกับคุณภาพของการบริการ ดังนั้นผู้ประกอบการควรรักษาคุณภาพและมาตรฐานในการบริการของตนเองให้อยู่ในเกณฑ์ที่ดี และมีการให้ความรู้ อบรมให้กับพนักงาน และมีการตรวจสอบการให้บริการของพนักงานด้วยเพื่อให้เป็นที่ยอมรับกับทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติด้วย

2. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ความหมายของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ (Satisfaction) มีผู้ให้ความหมายและแนวคิดเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจไว้หลายท่าน ดังนี้

วรูม (Vroom. 1964 อ้างถึงในมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. 2555) ทศนคติและความพึงพอใจสิ่งหนึ่งสามารถใช้แทนกันได้เพราะทั้งสองคำนี้หมายถึง ผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นถึงสภาพความพึงพอใจสิ่งนั้นและทศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นถึงสภาพความไม่พึงพอใจ

โวลแมน (Wolman. 1973 อ้างถึงในมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. 2555) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึก (Feeling) มีความสุขเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมายที่ต้องการหรือตามแรงจูงใจ

มอร์ส (Morse. อ้างถึงในมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. 2555) ได้กล่าวว่าความพึงพอใจหมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างที่สามารถลดความตึงเครียดของบุคคลให้น้อยลงได้ ถ้าความตึงเครียดมีมากก็จะทำให้เกิดความไม่พอใจ ซึ่งความตึงเครียดนี้มีผลมาจากความต้องการของมนุษย์ หากมนุษย์มีความต้องการมากก็จะเกิดปฏิกิริยาเรียกร้อง แต่ถ้าเมื่อใดความต้องการได้รับการตอบสนอง ก็จะทำให้เกิดความพอใจ

ฮินชอร์ และแอ็ทวูด (Hinshaw and Atwood. 1943 อ้างถึงใน มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. 2555) ได้ให้แนวคิดว่า ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นความคิดเห็นของผู้รับบริการที่ได้รับจากผู้ให้บริการ และจัดเป็นเกณฑ์ประเมินด้านผลลัพธ์ด้วยและเป็นระดับของความสอดคล้องระหว่างความคาดหวังของผู้รับบริการในอุดมคติกับการรับรู้ของผู้มารับบริการที่ได้รับตามความเป็นจริง

จากความหมายข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง เป็นทศนคติหรือความรู้สึกที่จะเกิดผลด้านบวกหรือด้านลบก็ได้ ซึ่งขึ้นอยู่กับตัวบุคคลที่ได้ไปเจอหรือสัมผัสเหตุการณ์ประสบการณ์ในชีวิตตัวบุคคลนั้นมา ก็จะเป็นสิ่งที่ตอบสนองพฤติกรรมในการแสดงออกต่อสิ่งนั้น

ความพึงพอใจของผู้รับบริการ

จิรพร จันลา (2556) ได้สรุปว่า มีความแตกต่างกันแต่ละบุคคล ขึ้นอยู่กับความคาดหวังในการรับบริการที่ได้รับจากประสบการณ์ของแต่ละบุคคล บุคคลที่ได้รับการตอบสนองในการบริการที่น้อยกว่าความคาดหวัง จะแสดงออกถึงความไม่พอใจ และในทางตรงข้ามบุคคลที่ได้รับการบริการที่เท่ากับหรือเกินความคาดหวัง จะแสดงออกถึงความไม่พอใจหรือประทับใจ ซึ่งการแสดงออกในความรู้สึกนี้สามารถเปลี่ยนแปลงได้หลายระดับ ตามปัจจัยแวดล้อม และเงื่อนไขของการบริการได้

ทวิลาภ รัตนราช (2553 อ้างใน จิรพร จันลา. 2556) ความพึงพอใจในการบริการ เป็นระดับความรู้สึกที่มีต่อสิ่งต่างๆ ของบุคคลตามความรู้สึก ความเข้าใจที่ต้องการให้เป็นไปตามเป้าหมายที่คาดหวังไว้ โดยเปรียบเทียบสิ่งที่ได้รับจริงมากกว่า หรือเทียบเท่ากับสิ่งที่คาดหวังไว้ บุคคลนั้นจะรู้สึกไม่พอใจ ซึ่งความรู้สึกนี้สามารถแปรเปลี่ยนได้หลายระดับตามปัจจัยแวดล้อมและเงื่อนไขของการบริการในแต่ละครั้ง

ลินเดอร์ เพลซ์ (Linder Pelz. 1992 อ้างใน ประภาพรรณ จุมพลเดชาพันธ์. 2545) กล่าวว่า ความพึงพอใจของผู้รับบริการ หมายถึง การที่บุคคลมีการประเมินผลการทำงานของบริการต่างๆ ในทางบวก

แมนเกลส์ จอร์ฟ (Mangels Dorff. 1993 อ้างใน ประภาพรรณ จุมพลเดชาพันธ์. 2545) ความพึงพอใจของผู้รับบริการ ถือได้ว่าเป็นเกณฑ์อย่างหนึ่งที่ใช้สำหรับวัดคุณภาพของการให้บริการ

จากข้อความข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า เป็นความพึงพอใจซึ่งจะแสดงออกทางภาวะอารมณ์ และความรู้สึกในทางบวกหรือลบมาจากการประเมินผลของคุณภาพในการบริการ จากการรับรู้หรือประสบการณ์ของผู้ที่ได้รับการบริการ และเป็นความรู้สึกที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาขึ้นอยู่กับปัจจัยสภาพแวดล้อม แล้วในช่วงอายุของแต่ละบุคคลไม่เหมือนกันจึงทำให้เกิดความคาดหวังหรือความพึงพอใจที่แตกต่างกัน

ความสำคัญของความพึงพอใจต่อการบริการ

ความพึงพอใจในบริการของผู้รับบริการเป็นเป้าหมายสำคัญที่ผู้ให้บริการทั้งหลายต่างหากกลยุทธ์ทางการจัดการและยุทธศาสตร์ทางการตลาดมาประยุกต์ใช้โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อที่จะทำให้ผู้รับบริการเกิดความประทับใจในบริการและกลับมาใช้บริการซ้ำอีก ดังนั้น ความพึงพอใจจึงเป็นประเด็นที่มีความสำคัญต่อบุคคลหลายฝ่าย ได้แก่

1. ผู้ให้บริการ กล่าวคือ ในการจัดให้เกิดการบริการแก่ผู้มารับบริการนั้น สิ่งที่ผู้ให้บริการควรจะต้องคำนึงถึงและยึดถือ คือ

1.1 ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นตัวกำหนดคุณลักษณะของการบริการรูปแบบการบริการที่ดีจะต้องสามารถตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของผู้รับบริการได้ โดยผู้ให้บริการจะต้องทำการสำรวจหรือศึกษาความต้องการของกลุ่มผู้รับบริการเป้าหมายเสียก่อน จากนั้นจึงสามารถกำหนดรูปแบบการบริการที่เหมาะสมเพื่อให้เกิดการบริการที่น่าประทับใจแก่ผู้มารับบริการได้

1.2 ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นตัวแปรสำคัญในการประเมินคุณภาพของการบริการเนื่องจากเป็นเกณฑ์ที่ชัดเจนส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้รับบริการ โดยทั่วไปองค์กรธุรกิจบริการจะทำการประเมินความพึงพอใจของผู้รับบริการในหลายๆ ด้าน เช่น อาคารสถานที่ อุปกรณ์เครื่องใช้ ความน่าเชื่อถือของกิจการบริการ ความเต็มใจในการให้บริการ ความรู้และความสามารถในการให้บริการ และบุคลิกลักษณะของผู้ให้บริการ เป็นต้น

1.3 ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานเป็นตัวชี้คุณภาพและความสำเร็จของงานบริการ เนื่องจากการบริการจะดีเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการซึ่งการปฏิบัติงานจะมีคุณภาพนั้น ผู้ให้บริการจะต้องมีความพึงพอใจในงานของตน จึงจะทุ่มเทในการท างานและเป็นสิ่งที่น่าสนใจไปสู่ความพึงพอใจของผู้รับบริการ

2. ผู้รับบริการ กล่าวคือ สิ่งที่ผู้รับบริการมุ่งหวังต้องการจะได้อาจจากการมารับบริการนั้น ก็คือความสะดวกรวดเร็ว และคุณภาพการบริการที่ดี ดังนั้น ความพึงพอใจจึงเป็นตัวผลักดันคุณภาพของการบริการของผู้ให้บริการ ซึ่งจะส่งผลดีต่อผู้รับบริการดังนี้

2.1 ความพึงพอใจของผู้รับบริการเป็นตัวผลักดันคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของผู้รับบริการเอง ซึ่งมุ่งหวังที่จะได้รับการบริการที่ดีจากกรที่ได้ไปใช้บริการยังที่ต่างๆ ความพึงพอใจของผู้รับบริการนี้จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ให้บริการจะต้องตระหนักถึงและจัดให้มีอย่างเพียงพอ ทำให้เกิดการแข่งขันเพื่อที่จะนำเสนอสิ่งที่ดีกว่าแก่ผู้รับบริการ ส่งผลให้ผู้รับบริการได้รับการบริการที่ดีมีคุณภาพมากขึ้นเรื่อยๆ

2.2 ความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานบริการ ช่วยพัฒนาคุณภาพของงานบริการและอาชีพบริการ เนื่องจากผู้ให้บริการที่มีความพึงพอใจในการทำงาน จะทำงานด้วยความเต็มใจ ทุ่มเทสร้างสรรค์และส่งเสริมมาตรฐานในการให้บริการ ส่งผลให้คุณภาพในการบริการสูงขึ้นและงานบริการ

กลายเป็นงานที่แพร่หลายมากขึ้น มีบุคลากรที่มีทักษะและความสามารถเข้าสู่วงการธุรกิจบริการมากขึ้น เกิดการขยายตัวของธุรกิจบริการ ส่งผลต่อลักษณะการบริการ ทำให้ผู้รับบริการได้รับการบริการที่มีความหลากหลายและมีคุณภาพสูงยิ่งขึ้นต่อไป

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ

ประภาพรพรณ จุมพลเดชาพันธ์ (2545) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจัดงานนิทรรศการที่มีต่อศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ใน 5 ด้าน คือ ด้านคุณลักษณะของศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ด้านราคาค่าเช่าพื้นที่แสดงสินค้านิทรรศการ ด้านสถานที่ตั้ง ด้านการประชาสัมพันธ์งานนิทรรศการ และด้านบุคลากร โดยจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทธุรกิจ สถานภาพทางธุรกิจ จำนวนผู้ชมเข้างานเฉลี่ยที่คาดหวัง ระยะเวลาการจัดงาน จำนวนครั้งที่เคยจัดนิทรรศการ จำนวนครั้งที่จัดนิทรรศการที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ช่วงเวลาที่เหมาะสม วิธีการเดินทางมาที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

อรรวรรณ อนันต์กิริติการ (2550) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้เข้าชมชาวไทยที่มีต่อสถานที่จัดงานแสดงสินค้าและสินค้าและนิทรรศการนานาชาติ กรณีศึกษา: ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค (IMPACT), ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค (BITEC), ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ (QSNCC) จากผลการศึกษาพบว่า ผู้เข้าชมแสดงแสดงสินค้าและนิทรรศการในสถานที่จัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการมีความพึงพอใจต่อสถานที่จัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการในทุกๆด้าน ได้แก่ ด้านพื้นที่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านคุณภาพการบริการ ด้านความปลอดภัย โดยจากความพึงพอใจดังกล่าว ผู้วิจัยเห็นว่าควรมีการรักษามาตรฐานไว้ให้คงที่

3. ศักยภาพการท่องเที่ยว

ความหมายของศักยภาพ

ราชบัณฑิตยสถาน (2542) ได้ให้ความหมายของศักยภาพหมายถึงภาวะแฝงอำนาจหรือคุณสมบัติที่มีแฝงอยู่ในสิ่งต่างๆอาจทำให้พัฒนาหรือให้ปรากฏเป็นสิ่งที่ประจักษ์ได้

สุภาภรณ์ หาญทอง (2543) ได้นิยาม “ศักยภาพ” ว่าเป็นความสามารถหรือความพร้อมในสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่เอื้ออำนวยต่อการจัดการ ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงพัฒนา การปรับปรุงใดๆฉะนั้นแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งจึงมีศักยภาพแตกต่างกัน แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงจะถูกจัดการเป็น

ลำดับแรก ดังนั้น การกำหนดปัจจัยการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ มีการใช้เครื่องมือที่เหมาะสมและน่าเชื่อถือ เพื่อจะนำไปใช้ประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างแม่นยำและแหล่งท่องเที่ยวที่มีการจัดการที่เหมาะสมต่อไป

วิวัฒน์ชัย บุญยภักดี (2529) ได้ให้คำจำกัดความ คำว่า ศักยภาพ หมายถึง ความสามารถหรือความพร้อมในตัวเองของสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่จะเอื้ออำนวยต่อการพัฒนาการปรับปรุงการจัดการหรือการเข้าทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงใดๆ ขึ้น ฉะนั้นแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งจึงมีศักยภาพหรือความสำคัญของตัวเองแตกต่างกันออกไป การพิจารณาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ต่างๆ จำเป็นต้องพิจารณาถึงความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวว่าสมควรปรับปรุงหรือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใดก่อนในลำดับแรก โดยได้เสนอหลักเกณฑ์การพิจารณาและกำหนดศักยภาพหรือความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว โดยพิจารณาจากองค์ประกอบหลักๆ ดังนี้

1) คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ความสวยงามลักษณะเด่นในตัวเองความเก่าแก่ทางประวัติศาสตร์ความเป็นมาความสำคัญทางลัทธิและศาสนาบรรยากาศสภาพภูมิทัศน์ทางธรรมชาติและวิถีชีวิตโดยรวมเป็นต้น

2) สภาพการเข้าถึง ได้แก่ สภาพของเส้นทางลักษณะการเดินทางใช้วิธีใดระยะทางจากตัวเมืองไปยังแหล่งท่องเที่ยวเป็นต้น

3) สิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ที่พักแรม ร้านอาหาร เครื่องดื่ม สถานบริการต่างๆ ระบบไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ สถานรักษาพยาบาล การรักษาความปลอดภัย เป็นต้น

4) สภาพแวดล้อม ได้แก่ สภาพทางกายภาพสภาพอากาศกลิ่นเสียงควั่นระบบนิเวศและสภาพอื่นๆของแหล่งท่องเที่ยวและบริเวณใกล้เคียง

5) ข้อจำกัดในการรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ ข้อจำกัดทางพื้นที่ ข้อจำกัดทางการบริการสาธารณูปโภคปัญหาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว เป็นต้น

6) ความมีชื่อเสียงในปัจจุบัน ได้แก่ ความเป็นผู้รู้จักแพร่หลายของแหล่งท่องเที่ยวจำนวนนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง

จุฑามาศ ไชยศร (2536) ได้แบ่งองค์ประกอบที่สำคัญ ที่นำมาเป็นตัวบ่งชี้ ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว 4 ประการ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1) ปัจจัยจูงใจหลักของแหล่งท่องเที่ยว พิจารณาความสำคัญของสถานที่ตั้งและลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวขึ้นต่อความต้องการนักท่องเที่ยวหลายๆ ด้าน เช่น ความต้องการทางด้านความสงบ ความสนุกสนานตื่นเต้น การหาประสบการณ์และความจริง โดยมีปัจจัยหลัก แบ่งเป็น 3 ชนิด คือ

ก. ปัจจัยจูงใจด้านธรรมชาติ (Natural assets) ได้แก่ หาดทราย ชายทะเล น้ำตก ป่าไม้ เป็นต้น

ข. ปัจจัยจูงใจทางด้านประวัติศาสตร์และศาสนา (Historical and Religious assets) ได้แก่ แหล่งประวัติศาสตร์ และ โบราณคดี วัด อนุสาวรีย์ เป็นต้น

ค. ปัจจัยจูงใจทางด้านกิจกรรมที่มนุษย์สร้างขึ้น (Contemporary) ได้แก่ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี การดำเนินชีวิต เป็นต้น

2) ปัจจัยประกอบ ได้แก่ สภาพแวดล้อม ภูมิอากาศ ภูมิประเทศ และ ลักษณะภูมิทัศน์ อันเป็นเอกลักษณ์ สภาพเศรษฐกิจและสังคม ความปลอดภัยธรรมชาติและการเมือง

3) ปัจจัยสนับสนุนและสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกในด้านที่พัก และ อาหารแก่นักท่องเที่ยว การให้ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์ สิ่งอำนวยความสะดวก ด้านบันเทิง และ ร้านค้าของที่ระลึก

4) ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานและการคมนาคม พิจารณาโครงข่ายการคมนาคมทั้งทางบก ทั้งทางน้ำ และทางอากาศที่สะดวก บริการสาธารณะ เช่น ไฟฟ้า การกำจัดขยะสิ่งปฏิกูล ตลอดจนระบบสื่อสารโทรคมนาคม

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ

แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพและเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว นอกจากจะต้องมีทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นสิ่งดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวแล้วยังจำเป็นต้องมีองค์ประกอบต่างๆ อีกหลายประการเพื่อที่จะทำให้นักท่องเที่ยวสนใจเข้ามาท่องเที่ยวองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวได้มีผู้กล่าวไว้แตกต่างกันดังนี้

มอริสัน และมิลล์ (Morrison and Mill 1992) กล่าวว่าองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวประกอบด้วยปัจจัยพื้นฐาน (Infrastructure) ในด้านสาธารณูปโภค สาธารณูปการ การขนส่ง การ

สื่อสาร การต้อนรับอย่างเป็นมิตรต้อนรับด้วยใจ มีสิ่งดึงดูดใจ (attractions) มีสิ่งอำนวยความสะดวก (facilities) มารองรับทั้งในด้านร้านอาหารที่พักของที่ระลึกและสิ่งที่ไม่ได้ก็คือมีบริการที่ประทับใจ

แมคอินทอช และโกลด์เนอร์ (McIntosh and Goeldner 1995) กล่าวว่าองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวจะประกอบด้วยทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกที่ดี (facilities) ระบบการขนส่งที่เข้าถึงได้สะดวก (transportation) ปัจจัยพื้นฐานที่ดีและพร้อม (infrastructure) ทรัพยากรทางธรรมชาติที่ดึงดูดใจและมีการต้อนรับที่ดีด้วยไม่ตรีจิต

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) กล่าวว่าองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวจะประกอบด้วย 3 ปัจจัย คือ

1) มีเส้นทางคมนาคมที่เข้าถึงได้แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีเส้นทางถนนที่เข้าถึงได้และสามารถเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียงกันเพื่อนักท่องเที่ยวจะได้รับความสะดวกในการเดินทางรวมทั้งต้องมีโครงข่ายการสื่อสารที่สามารถติดต่อกับแหล่งภายนอก

2) มีความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกแหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งไฟฟ้า น้ำประปาที่พักค้างแรมร้านอาหารบริการนันทนาการร้านค้าขายสินค้าที่ระลึก เพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

3) มีสิ่งดึงดูดใจแหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นสิ่งดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวซึ่งอาจจะเป็นศิลปวัฒนธรรม ประเพณีความงามตามธรรมชาติ กิจกรรมบันเทิงใจ ศาสนสถานโบราณวัตถุ

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวตามที่กล่าวมาข้างต้นทั้งในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกระบบการคมนาคมขนส่งปัจจัยรองรับขั้นพื้นฐานรวมทั้งสิ่งดึงดูดใจจากทรัพยากรการท่องเที่ยวนั้นเป็นสิ่งจำเป็นที่เป็นปัจจัยที่จะทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวที่แหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ องค์ประกอบดังกล่าวอาจเรียกว่า 3 As ซึ่งประกอบด้วยปัจจัย 3 ประการ คือ

1) ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) คือแหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีความสะดวกในการเข้าถึง การเข้าถึงในที่นี้จะรวมถึงเส้นทางการคมนาคมขนส่งระยะทางระหว่างต้นทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวและการติดต่อสื่อสารในแหล่งท่องเที่ยวไปยังสถานที่อื่นๆ ที่ต้องการ

2) สิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน (Amenities) สิ่งอำนวยความสะดวกในที่นี้จะหมายถึงปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสะดวกสบายซึ่งจะรวมถึงไฟฟ้า น้ำประปา ที่พักร้านอาหาร ร้านค้าร้านอาหาร สถานบันเทิงและบริการอื่นใดที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสะดวกสบาย

3) สิ่งดึงดูดใจ (Attractive) สิ่งดึงดูดใจในที่นี้อาจมาจากทรัพยากรที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยวหรือคุณค่าและสุนทรียภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่นั่นๆ ซึ่งเป็นจุดเด่นและเป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยว

การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานซึ่งเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวตามความคิดของ มนัส สุวรรณ (2541) กล่าวว่าแบ่งออกได้เป็น 6 ระบบคือ

1) ระบบการคมนาคมขนส่ง การคมนาคมขนส่งทั้งด้านอากาศ ถนน ทางรถไฟ และทางน้ำช่วยให้การเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวง่ายขึ้นและจะมีผู้ไปเที่ยวชมมากขึ้นแหล่งท่องเที่ยวใดหากไม่มีเส้นทางเข้าไปถึง หรือห่างไกลเส้นทางคมนาคมขนส่งจะมีผู้ไปเที่ยวน้อยจึงมีความจำเป็นต้องลงทุนด้านการคมนาคมขนส่ง ให้สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกรวดเร็วและปลอดภัย

2) ระบบไฟฟ้า การมีระบบไฟฟ้าทำให้แหล่งท่องเที่ยวสามารถใช้แสงสว่างในเวลากลางคืนได้สถานที่ท่องเที่ยวบางประเภท

3) ระบบโทรคมนาคม การจัดโครงข่ายระบบโทรคมนาคมให้เหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยวเป็นสิ่งจำเป็น เช่น ระบบโทรศัพท์ผ่านดาวเทียมเหมาะสำหรับสถานที่ท่องเที่ยวที่อยู่ห่างไกล การให้บริการการสื่อสารแก่นักท่องเที่ยวต้องให้บริการได้อย่างรวดเร็วสะดวกและเพียงพอ เช่น บริการอินเทอร์เน็ต บริการโทรศัพท์ โทรเลข โทรสาร จดหมาย ไปรษณีย์ เป็นต้น

4) ระบบประปาเป็นสิ่งจำเป็นในการท่องเที่ยว ซึ่งในการดำเนินการจัดสร้างระบบประปาจะต้องพิจารณาถึงแหล่งน้ำดิบที่จะนำมาใช้บางพื้นที่อาจมีการขาดแคลนแหล่งน้ำธรรมชาติจำเป็นต้องศึกษาสำรวจแหล่งน้ำดิบหรืออาจสร้างอ่างเก็บน้ำหรือขุดเจาะบ่อบาดาลเพื่อนำน้ำดิบมาใช้ในแหล่งท่องเที่ยวที่นั่นๆ น้ำเป็นสิ่งที่จำเป็นที่ต้องมีให้บริการต้องมีความสะอาดและเพียงพอจึงต้องมีการลงทุนจัดหา น้ำสะอาดมาบริการนักท่องเที่ยว

5) ระบบการระบายน้ำและการกำจัดน้ำเสีย การจัดสร้างระบบการระบายน้ำ และการกำจัดน้ำเสียที่เกิดจากแหล่งท่องเที่ยวหรือเกิดจากชุมชนข้างเคียงเป็นสิ่งจำเป็น ทั้งนี้เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเพราะนักท่องเที่ยวไม่ชอบเดินทางไปท่องเที่ยวในท้องถิ่นหรือ

ประเทศที่สภปรการกำจัดของเสียสิ่งปฏิกูลจะต้องกำจัดอย่างถูกสุขลักษณะ ซึ่งต้องใช้ผู้เชี่ยวชาญด้านนี้โดยเฉพาะเข้ามาช่วยในการดำเนินการ

6) ระบบกำจัดขยะ การกำจัดขยะทั้งที่เกิดจากนักท่องเที่ยวและเกิดจากผู้ประกอบการธุรกิจนั้นเป็นสิ่งที่ควรให้ความสนใจ เพราะอาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมได้หากละเลย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพการท่องเที่ยว

จิรพร จันลา (2556) ศึกษาเรื่องแนวทางการเพิ่มศักยภาพของจังหวัดขอนแก่นในการท่องเที่ยวรูปแบบ MICE โดยผลการศึกษาพบว่า จังหวัดขอนแก่นมีแนวทางในการเพิ่มศักยภาพ โดยศึกษาจากความคาดหวังและความพึงพอใจตามตัวชี้วัด 8 ประการ ได้แก่ ด้านสถานที่จัดงาน ด้านการเข้าถึง ด้านที่พัก ด้านสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น ด้านธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ด้านความสามารถของบุคลากรที่จัดงาน ด้านการสนับสนุนของภาครัฐและเอกชน และด้านภาพลักษณ์ของจังหวัด จากตัวชี้วัดทั้ง 8 ประการ ผู้วิจัยได้นำมาใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาศักยภาพการรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยรูปแบบ MICE ในกรุงเทพมหานคร

ปิลันธนา ชมพูพันธ์ (2551) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาศักยภาพการจัดประชุมและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่จากการศึกษาพบว่าศักยภาพการจัดประชุมและนิทรรศการทั้งหมด 9 ด้าน ได้แก่ ด้านผู้ประกอบการธุรกิจการจัดการประชุมและนิทรรศการ ด้านระบบโลจิสติกส์ ด้านสาธารณูปโภค ด้านที่พักและโรงแรม ด้านการรักษาความปลอดภัย ด้านร้านอาหาร ภัตตาคาร ด้านธุรกิจนำเที่ยว ด้านนันทนาการและความบันเทิงและด้านร้านค้าของที่ระลึกทั้งหมดนี้อยู่ในระดับมากเป็นส่วนใหญ่และเมื่อพิจารณาความแตกต่างของความคิดเห็นระหว่างตำแหน่งงานในปัจจุบัน ได้แก่ ผู้บริหาร หัวหน้างาน ผู้ประกอบการ/เจ้าของกิจการ กรรมการผู้จัดการ และผู้จัดการ ต่อศักยภาพผู้ประกอบการทั้ง 9 ด้าน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันในทุกด้าน ยกเว้นด้านสาธารณูปโภค พบว่า ตำแหน่งระดับผู้บริหารกับผู้ประกอบการ/เจ้าของกิจการ และตำแหน่งระดับผู้บริหารกับกรรมการผู้จัดการ มีความคิดเห็นแตกต่างกันในประเด็นสถานที่การจัดการประชุมและนิทรรศการมีระบบไฟฟ้า ระบบประปา ระบบโทรศัพท์ และระบบอินเทอร์เน็ตรองรับอย่างเพียงพอในการจัดการประชุมและนิทรรศการ และด้านที่พักโรงแรมพบว่า ตำแหน่งระดับผู้บริหารกับหัวหน้างาน มีความคิดเห็นแตกต่างกันในประเด็นความสะดวกในการติดต่อจองที่พักและโรงแรม และผลการศึกษาส่งผลให้เห็นว่าจังหวัดเชียงใหม่มี

ศักยภาพระดับมากในการรองรับการจัดการประชุมและนิทรรศการ

ธนัชชนม์ ตาลป่า (2556) ได้ศึกษาเรื่องศักยภาพในการบริหารจัดการอุตสาหกรรมไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ จากการศึกษาพบว่า จังหวัดเชียงใหม่มีศักยภาพในการบริหารจัดการอุตสาหกรรมไมซ์ เพื่อรองรับการเป็นศูนย์กลางการจัดประชุมและแสดงสินค้า โดยการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์เชิงลึก ทั้งหมด 18 ท่าน ซึ่งเป็นผู้ดำรงตำแหน่งผู้บริหารในหน่วยงานภาครัฐ ผู้บริหารองค์กรภาคเอกชน ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และผู้บริหารสถานประกอบการทางด้านธุรกิจการจัดประชุมและแสดงสินค้า ในด้านองค์ประกอบการจัดกิจกรรมการจัดประชุมและแสดงสินค้าพบว่าด้าน ด้านที่มีศักยภาพมากที่สุดคือด้าน Incentive (การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล) รองลงมาคือด้าน Meeting (การประชุมขนาดเล็ก) ด้าน Exhibition (การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ) ด้าน Conference (การประชุมขนาดใหญ่) ตามลำดับ นอกจากนี้ยังได้วิเคราะห์ศักยภาพในการบริหารจัดการอุตสาหกรรมไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ ในด้านกลยุทธ์สำคัญในการดำเนินงานพบว่าจังหวัดเชียงใหม่มีนโยบายการพัฒนาอย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรม ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดความสำเร็จและผลักดันให้จังหวัดเชียงใหม่เป็น “นครแห่งไมซ์” อีกทั้งยังได้รับการสนับสนุนจากทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อรองรับการขยายตัวและรองรับปริมาณความต้องการที่เพิ่มขึ้นของธุรกิจสนับสนุนอุตสาหกรรมไมซ์ ซึ่งจะทำให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นนครที่มีความสง่างามทางวัฒนธรรม เป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมไมซ์ของภูมิภาคและอาเซียนตอนเหนือ รวมทั้งให้เป็นที่รู้จักในระดับโลกในอีก 5 ปีข้างหน้า และจะเป็นต้นแบบของนครแห่งไมซ์แห่งอื่นๆในประเทศไทยต่อไป โดยสามารถเรียงลำดับของศักยภาพในการบริหารจัดการอุตสาหกรรมไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่ ในด้านกลยุทธ์สำคัญในการดำเนินงาน ได้ดังนี้ ด้านที่มีศักยภาพมากที่สุดคือการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management) รองลงมาคือ การปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐาน (Facility & Infrastructure) การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ (HR Development) และการปรับปรุงระบบ Logistics ตามลำดับ ถึงแม้จังหวัดเชียงใหม่จะมีศักยภาพในการบริหารจัดการอุตสาหกรรมไมซ์แต่ก็ยังคงต้องมีการพัฒนาเพิ่มเติมในทุกด้าน ได้แก่ การพัฒนาด้านระบบการคมนาคมขนส่ง ระบบขนส่งมวลชน การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนานโยบายบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ในระยะยาวโดยเน้นการมีส่วนร่วมทั้งภาครัฐและเอกชน โดยการกำหนดกลยุทธ์อุตสาหกรรมไมซ์ให้เป็นหนึ่งในแนวทางการพัฒนาของจังหวัดเชียงใหม่ พร้อมทั้งควรมีหน่วยงานที่

รับผิดชอบและผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์อย่างชัดเจน เพื่อให้เกิดการบูรณาการเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

คุณสุวิทย์ ช่วยสุข (2557) ได้ศึกษาเรื่องแผนพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดขอนแก่น เพื่อรองรับการเป็นนครแห่งไมซ์ของประเทศไทย จากการศึกษพบว่า จังหวัดขอนแก่นมีที่ตั้งอยู่บนแนวระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก-ตะวันตก (East-West Economic Corridor: EWEC) ซึ่งส่งผลดีในด้านการคมนาคมขนส่ง และโลจิสติกส์ที่เชื่อมโยงไปสู่ประเทศในกลุ่มอาเซียน รวมทั้งจังหวัดขอนแก่นยังเป็นศูนย์กลางในด้านการค้า การลงทุนการศึกษา และการบริการทางการแพทย์ และศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดขอนแก่น ทั้ง 6 ด้าน ซึ่งได้แก่ ด้านโครงสร้างพื้นฐานด้านสิ่งแวดล้อม สะดวก ด้านความมั่นคงและปลอดภัย ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่อยู่ในท้องถิ่น ด้านภาพลักษณ์และสิ่งดึงดูดใจ และด้านบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ พบว่า ในภาพรวมของศักยภาพมีความพร้อมและสามารถรองรับการเป็นนครแห่งไมซ์ของประเทศไทย และเพื่อให้จังหวัดขอนแก่นเป็นหนึ่งในนครแห่งไมซ์ของประเทศไทยที่มีศักยภาพในการแข่งขัน ผู้วิจัยจึงได้เสนอแผนพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดขอนแก่นจำนวน 5 แผนงานหลักที่มีความสอดคล้องกับแผนและนโยบายที่เกี่ยวข้องได้แก่ การพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ การยกระดับมาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์ การสร้างเครือข่ายความร่วมมือในอุตสาหกรรมไมซ์ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งแวดล้อม สะดวก และการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น

4. แนวโน้มอุตสาหกรรมไมซ์ไทย

อุตสาหกรรมไมซ์ถือได้ว่าเป็นธุรกิจดาวรุ่งที่น่าจับตามองจากเทรนด์โลกที่มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องไม่ต่ำกว่า 10-15 % ต่อปี สร้างรายได้ให้แก่เศรษฐกิจของประเทศปีละกว่า 80,000 ล้านบาท ซึ่งมูลค่าของอุตสาหกรรมไมซ์ตามประมาณการเป้าหมายไว้นั้นมีสัดส่วนต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวคิดเป็นจำนวนร้อยละ 8.95 และคิดเป็นสัดส่วนมูลค่าต่อ GDP ร้อยละ 0.6 โดยเมื่อแยกรายธุรกิจนั้นเป้าหมายในปีงบประมาณ 2556 ของธุรกิจการจัดประชุม (Meetings) คิดเป็นจำนวนร้อยละ 25 ด้วยจำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์ 231,000 คน ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentives) คิดเป็นจำนวนร้อยละ 24 ด้วยจำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์ 229,800 คน ธุรกิจการประชุมสมานานาชาติ (Conventions) คิดเป็นจำนวนร้อยละ 33 ด้วยจำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์ 306,600 คน

และ ธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติ (Exhibitions) คิดเป็นจำนวนร้อยละ 18 ด้วยจำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์ 172,600 คน (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. 2556)

ข้อมูลของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการพบว่า ภูมิภาคที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์เข้ามามากที่สุด ได้แก่ ภูมิภาคเอเชีย คิดเป็นร้อยละ 75.25 รองลงมา ยุโรป ร้อยละ 10.06 และอเมริกา ร้อยละ 4.72 ทางด้านประเทศที่มีจำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์สูงสุด 5 อันดับได้แก่ จีน อินเดีย มาเลเซีย ญี่ปุ่น และสิงคโปร์

ตาราง 1 จำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์ และรายได้ที่เกิดขึ้น

ปี	จำนวนนักเดินทางกลุ่มไมซ์	รายได้ไมซ์
2547	430,075	31,798 ล้านบาท
2548	582,392	40,586 ล้านบาท
2549	901,825	66,602 ล้านบาท
2550	744,101	59,735 ล้านบาท
2551	821,892	61,570 ล้านบาท
2552	686,609	53,714 ล้านบาท
2553	679,585	53,515 ล้านบาท
2554	840,054	70,625 ล้านบาท
2555	895,224	79,770 ล้านบาท

ที่มา: รายงานประจำปี 2556 สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

จากข้อมูลตารางด้านบนชี้ให้เห็นว่ารายได้และจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์นับตั้งแต่ปี 2547 ถึง ปี 2555 มีจำนวนการเพิ่มขึ้นด้านตัวเลขอย่างต่อเนื่อง ถึงร้อยละ 73.7 และในด้านจำนวนรายได้เพิ่มขึ้นสูงถึง 150.86 ซึ่งนำนักเดินทางธุรกิจเดินทางเข้ามาจัดงานไมซ์ในประเทศไทยจำนวนทั้งสิ้น 8,075,901 คน คิดเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจจำนวนทั้งสิ้น 517,915 ล้านบาท หรือคิดในอัตราเฉลี่ยปีละประมาณ 54,768 ล้านบาท 731,306 คน

ตาราง 2 จำนวนนักท่องเที่ยวแบ่งตามรายการธุรกิจอุตสาหกรรม

อุตสาหกรรม	จำนวนนักท่องเที่ยว(คน)	จำนวนรายได้ (ล้านบาท)
การประชุมองค์กร	1,970,877	161,086
การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล	1,523,011	89,679
การจัดประชุมนานาชาติ	1,816,443	168,294
การแสดงสินค้านานาชาติ	1,271,426	98,857

ที่มา: รายงานประจำปี 2556 สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

สำหรับด้านจำนวนงานประเทศไทยสำรวจสถิติจำนวนการจัดงานไมซ์ในประเทศตั้งแต่ปี 2550 เป็นต้นมา ในช่วงปี 2550 ถึงปี 2555 ประเทศไทยเป็นเจ้าภาพการจัดงานในอุตสาหกรรมไมซ์มาแล้วทั้งสิ้น 38,414 งาน แบ่งเป็นธุรกิจงานประชุมองค์กรทั้งสิ้น 14,168 งาน ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจำนวน 9,887 งาน ทั้งนี้ จากธุรกิจทั้ง 4 กลุ่มพบว่า ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ (Convention) เป็นธุรกิจที่สร้างรายได้มากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ธุรกิจการจัดประชุม (Meeting) ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive) และธุรกิจการจัดแสดงงานสินค้าและนิทรรศการ (Exhibition) รายที่เกิดขึ้นดังกล่าว สามารถช่วยกระจายรายได้ให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องได้อีกเช่นกัน โดยเฉพาะธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยว เป็นต้น ขณะที่อัตราการเฉลี่ยการพักอาศัยของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ 6.67 วันต่อคนต่อทริป โดยธุรกิจการประชุมนานาชาติมีอัตราการพักนักในประเทศไทยสูงสุดเฉลี่ยที่ 7.18 วัน และธุรกิจการแสดงสินค้านานาชาติอยู่ที่ 6.46 วัน และธุรกิจการประชุมองค์กรอยู่ที่ 5.41 วัน ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลอยู่ที่ 5.09 วัน ตามลำดับ (แนวทางการบริหารจัดการอุตสาหกรรมไมซ์ไทย. 2558)

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ประมาณการว่า มูลค่ารายได้ธุรกิจไมซ์จากนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทยจะยังคงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ไปสู่ระดับ 113,982 ล้านบาทในปี 2559 หรือเติบโตขึ้นโดยเฉลี่ยร้อยละ 9 ต่อปี โดยการแสดงสินค้านานาชาติ และการประชุมนานาชาติ เป็นกลุ่มที่มีการเติบโตอย่างโดดเด่น อย่างไรก็ตาม การเพิ่มขึ้นของจำนวนการจัดงานและจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในอนาคต ประกอบกับผลจากการรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ที่จะนำมาซึ่งโอกาสของประเทศไทยในการเป็นศูนย์กลางหรือเป็นเจ้าภาพการจัดงานในกลุ่มไมซ์ของภูมิภาค อีกทั้งยังก่อให้เกิดโอกาสสำหรับ

พื้นที่ต่างๆ ที่เป็นเมืองเศรษฐกิจและเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญ เช่น เชียงใหม่ ขอนแก่น ชลบุรี ภูเก็ต ในการเป็นสถานที่จัดงานในกลุ่มไมซ์ นำมาซึ่งความจำเป็นในการเตรียมพร้อมทั้งในเชิงรุกและเชิงรับของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้ประกอบการ ที่ต้องมุ่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและยกระดับการให้บริการด้านต่างๆที่เกี่ยวข้อง รวมถึงเพิ่มจำนวนบุคลากรที่มีความรู้และประสบการณ์ในการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ และมัคคุเทศก์ ตลอดจนพัฒนาทักษะทางด้านภาษาต่างชาติสำหรับบุคลากรที่เกี่ยวข้องในการให้บริการ เพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจไมซ์ในอนาคต โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในจังหวัดที่มีศักยภาพในการเป็นสถานที่จัดงานในกลุ่มไมซ์ ให้รองรับการจัดงานขนาดใหญ่หรืองานระดับนานาชาติได้ ทั้งนี้ แนวโน้มการนำเทคโนโลยีด้านการสื่อสารและโทรคมนาคมมาใช้ในการจัดประชุมและสัมมนา และความเสี่ยงต่างๆที่อาจเกิดขึ้น เช่น ภัยธรรมชาติ ค่าเดือนหรือข่าวที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ความไม่สงบ ความผันผวนทางเศรษฐกิจ เป็นโอกาสและความท้าทายสำหรับธุรกิจไมซ์ในประเทศไทย ที่ต้องเตรียมการป้องกันและรับมือ (ศุภนิเวศน์วิชัยกุลกรไทย. 2556) อันมีความสอดคล้องกับข้อมูลจากกาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งระบุว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบและมีศักยภาพในการแข่งขันในระดับนานาชาติ อันเนื่องมาจากความพร้อมของพื้นที่ให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในการรองรับอย่างสมบูรณ์แบบในทุกด้าน รวมทั้งความได้เปรียบของค่าเงิน ส่งผลให้ธุรกิจไมซ์ไทยก้าวสู่เวทีโลก จากการจัดอันดับในปี 2552 ของ The Global Association of the Exhibition Industry (UFI) ซึ่งเป็นสมาคมอุตสาหกรรมนิทรรศการระดับโลก พบว่า ประเทศไทยยังคงเป็นที่ 1 ในตลาดการจัดงานแสดงสินค้า (Exhibitions) ในภูมิภาคอาเซียน โดยเป็นผู้นำทั้งด้านจำนวนผู้ร่วมงาน จำนวนการจัดงาน ขนาดของพื้นที่จัดงานและมูลค่าการสร้างรายได้ติดต่อกันมาเป็นเวลา 4 ปีซ้อน ซึ่งเป็นเครื่องยืนยันความสำเร็จของธุรกิจไมซ์ไทยในระดับนานาชาติได้เป็นอย่างดี(การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2552)

ประกอบกับสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ร่วมมือภาคเอกชน มีการเร่งจัดทำแผนยุทธศาสตร์ไมซ์ระยะ 5 ปี (พ.ศ.2555-2559) นำเสนอรัฐบาลใหม่อีกครั้ง เพื่อให้อุตสาหกรรมไมซ์สามารถพัฒนาต่อเนื่องจากแผนเดิม เพื่อขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์สามารถแข่งขันและเติบโตต่อเนื่อง พร้อมกับดันให้ไทยก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาคเอเชีย ในปี 2559 การพัฒนารูปแบบและยกระดับงานประชุมและนิทรรศการแสดงสินค้าให้สอดคล้องกับแนวโน้มของอุตสาหกรรมและมาตรฐาน ควบคู่ไปกับการใช้ Mega Event เพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลาง

อุตสาหกรรมไมซ์ใน AEC และเอเชีย รวมถึงการสนับสนุนการขยายตลาดระดับบน (Luxury) และตลาดที่มีศักยภาพสูง (High Growth) ส่วนกลยุทธ์ด้านการส่งเสริม จะเน้นการผลักดันให้ประเทศไทยเป็น Top of Mind ของไมซ์ในเอเชีย ปัจจุบันแบรนด์ไมซ์ไทยอยู่ในอันดับ 4 รองจากญี่ปุ่น จีน และฮ่องกง โดยลำดับเราใกล้เคียงกับสิงคโปร์ แต่ด้วยสถานการณ์ที่ดีขึ้น บวกกับกลยุทธ์เชิงรุกที่ใช้ในการขับเคลื่อน เชื่อว่าปีนี้เรานำสิงคโปร์ ถึงแม้ปัจจุบันตลาดไมซ์มีส่วนแบ่งตลาดเพียง 9% จากตลาดการท่องเที่ยว แต่จากทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ 5 ปี และการปฏิบัติตามแผนทิศทางและโครงการต่าง ๆ ร่วมกับภาคอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งหน่วยงานรัฐและเอกชน มั่นใจว่าจะสามารถเพิ่มส่วนแบ่งตลาดเป็น 18.35% พร้อมทั้งผลักดันให้ไทยเป็นศูนย์กลางไมซ์ในเอเชีย ในปี 2559 ได้อย่างแน่นอน ยิ่งไปกว่านั้นแล้ว ยังจะเพิ่มระดับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวไมซ์และพิจารณาประเทศไทยเป็นสถานที่จัดงานไม่ต่ำกว่า 50 % และอัตราการเลือกประเทศไทยเป็นสถานที่โปรดในการจัดประชุมเพิ่มจากร้อยละ 5 เป็น ร้อยละ 15 รวมถึงสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์โตถึง ร้อยละ 75 คิดเป็นจำนวน 1.4 ล้านคน สร้างรายได้ให้อุตสาหกรรมไมซ์โตกว่า ร้อยละ 87 คิดเป็นถึง 1.3 แสนล้านบาท (ผู้จัดการ 360° รายสัปดาห์. 2554)

ในการส่งเสริมความร่วมมือกับหน่วยงานภาคีในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ไทยสู่การเป็นจุดหมายปลายทางการจัดกิจกรรมไมซ์ รองรับการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปลายปีนี้ สสพ. ได้ประสานเครือข่ายความร่วมมือกับ 4 องค์กรพันธมิตร ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การบินไทย สมาคมผู้ประกอบการวิสาหกิจในย่านราชประสงค์ และกลุ่มพันธมิตรการตลาดโรงแรมริมแม่น้ำเจ้าพระยา เพื่อกระตุ้นธุรกิจไมซ์ของไทย พร้อมทั้งเดินหน้านำเสนอแพ็คเกจส่งเสริมการตลาดจูงใจผู้จัดงานและนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ ด้วย Thailand CONNECT Welcome Package ที่พร้อมเปิดประสบการณ์ไมซ์ใจกลางกรุงเทพฯ ย่านราชประสงค์ และริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาอีกด้วย

พร้อมกันนี้ ได้มีการดำเนินการตามแผนพัฒนาวิสัยทัศน์ 20 ปีของกรุงเทพมหานคร เพื่อก้าวสู่การเป็นมหานครแห่งเอเชียสำหรับนักท่องเที่ยวอย่างแท้จริง ด้วยจุดเด่นมรดกทางด้านวัฒนธรรม และจุดศูนย์กลางเศรษฐกิจและศูนย์การเรียนรู้ พร้อมย้ำเป้าหมายการมหานครแห่งไมซ์ ผ่านทางการพัฒนาสาธารณูปโภค รองรับการเดินทางของธุรกิจไมซ์อย่างยั่งยืน

ในภาพรวมการดำเนินงานส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ปี 2557 (ตุลาคม 2556 - กันยายน 2557) ประเทศไทยมีโอกาสต้อนรับนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 919,164 คน สร้างรายได้รวม 80,800

ล้านบาท ทั้งนี้ ในครึ่งปีแรกของปีงบประมาณ 2558 (ตุลาคม 2557 - มีนาคม 2558) ประเทศไทยมีโอกาสด้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ต่างชาติจำนวน 476,079 คน คิดเป็นรายได้ 41,730 ล้านบาท ทั้งนี้ มีนักท่องเที่ยวสูงสุด 10 อันดับแรก จากประเทศต่าง ๆ ได้แก่ อินเดีย สิงคโปร์ ลาว มาเลเซีย สหรัฐฯ จีน ฟิลิปปินส์ เกาหลีใต้ อินโดนีเซีย และฝรั่งเศส

ทั้งนี้ ภายใต้การดำเนินงานส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ผ่านแคมเปญสื่อสารแบรนด์ Thailand Connect The World และแคมเปญ Thailand's MICE United ปี 2 ควบคู่ไปกับกิจกรรมกระตุ้นตลาดและส่งเสริมการขายต่างๆ ของ สสปน. ตลอดปีงบประมาณจะมีส่วนสำคัญช่วยให้ประเทศไทยสามารถต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์จากต่างประเทศ พร้อมนำรายได้จากกิจกรรมไมซ์ให้เป็นที่ไปตามเป้าหมายที่วางไว้ โดยคาดการณ์ว่า ประเทศไทยจะมีโอกาสด้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์กว่า 1,036,300 คน (เพิ่มขึ้นร้อยละ 17 จากเป้าหมายของปี 2557) คิดเป็นรายได้จำนวนทั้งสิ้น ทั้งสิ้น 106,780 ล้านบาท (เพิ่มขึ้นร้อยละ 22 จากเป้าหมายของปี 2557) (สุรเมธี มณีสุโข. 2558)

ทั้งนี้ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ มีแนวโน้มที่ขยายตัวขึ้นอย่างต่อเนื่องในปี 2558 และในปีต่อไป เมื่อพิจารณาจากสถิติจำนวนของนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวไมซ์ ซึ่งศูนย์วิจัยกสิกรไทย ได้คาดการณ์ว่า มูลค่ารายได้ธุรกิจไมซ์จากนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทยอาจสูงถึง 113,982 ล้านบาทในปี 2559 หรือเติบโตขึ้นโดยเฉลี่ยร้อยละ 9 ต่อปี ซึ่งผู้วิจัยคาดว่าส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากกระแสการท่องเที่ยวไมซ์ของโลกที่มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องไม่ต่ำกว่า 10-15 % ต่อปี ทำให้ธุรกิจไมซ์เป็นที่น่าจับตามอง ประกอบกับการที่ประเทศไทยกำลังจะก้าวเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ผู้ประกอบการต่างๆ จึงได้มีการเข้ามาลงทุน เนื่องจากเล็งเห็นถึงโอกาสในการที่ประเทศไทยจะพัฒนาไปเป็นศูนย์กลางไมซ์ของภูมิภาคได้ โดยอาศัยศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย ในการเป็นจุดหมายปลายทางของการจัดกิจกรรมไมซ์ ผ่านการนำเสนอบทบาทของกรุงเทพฯ ไมซ์ซิตี้ ที่มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนการลงทุนในสาธารณูปโภคเพื่อรองรับการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์และรายได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีความสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ไมซ์ระยะ 5 ปี ในการที่จะยกระดับ และพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวไมซ์ในประเทศไทยให้เป็น Top of Mind ของไมซ์ในเอเชีย ตลอดจนมีการประสานเครือข่ายความร่วมมือกับ 4 องค์การพันธมิตร ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การบินไทย สมาคมผู้ประกอบการวิสาหกิจในย่านราชประสงค์ และกลุ่มพันธมิตรการตลาดโรงแรมริมแม่น้ำเจ้าพระยา ในการพัฒนาขีดความสามารถในการ

รองรับนักท่องเที่ยวและสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันของพื้นที่กรุงเทพมหานคร และด้วยปัจจัยต่างๆ นี้เองที่ทำให้ผู้วิจัยคาดว่าธุรกิจไมซีในกรุงเทพมหานครมีแนวโน้มที่จะขยายตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยว ในกรณีที่ไม่ใช่อุปสรรคใดๆมารบกวน เช่น การเกิดเหตุการณ์ความไม่สงบ ความผันผวนทางเศรษฐกิจ และภัยธรรมชาติ เป็นต้น

5. สภาพทั่วไปของกรุงเทพมหานคร

ที่ตั้งและลักษณะทางภูมิศาสตร์

กรุงเทพมหานครเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบพิเศษที่มีการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ มีบุคลากรเป็นข้าราชการ ลูกจ้างประจำและลูกจ้างชั่วคราวกรุงเทพมหานคร 78,722 คน ข้าราชการครูสังกัดโรงเรียนกรุงเทพมหานคร 16,133 คน มีรายได้จากการจัดเก็บภาษีบำรุงท้องที่ ภาษีโรงเรือนและที่ดิน ภาษีป้าย อากรค่าสัตว์ ค่าธรรมเนียมใบอนุญาต ค่าปรับ ค่าบริการ รายได้จากทรัพย์สิน การพาณิชย์ สาธารณูปโภคและรายได้เบ็ดเตล็ด ส่วนรายได้ที่ส่วนราชการอื่นจัดเก็บให้ ได้แก่ ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีสรรพสามิต ภาษีและค่าธรรมเนียมรถยนต์หรือล้อเลื่อน ภาษีสุรา บุหรี่ การพนัน ภาษีค่าจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรม ภาษีธุรกิจเฉพาะ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีรายได้จากเงินอุดหนุนรัฐบาล ได้แก่ เงินงบประมาณแบบสมดุล

กรุงเทพมหานครตั้งอยู่ในบริเวณภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย บริเวณละติจูดที่ 13.45 องศาเหนือ ลองจิจูด 100.28 องศาตะวันออก โดยเป็นเมืองหลวงของประเทศ มีพื้นที่ทั้งหมดประมาณ 1,568.7 ตารางกิโลเมตร และมีลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ราบลุ่ม มีระดับความสูงจากระดับน้ำทะเลปานกลางประมาณ 1.50-2 เมตร โดยมีความลาดเอียงของระดับพื้นดินจากทิศเหนือ จะค่อยๆ ลาดเอียงสู่อ่าวไทยทางทิศใต้ และเฉพาะลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาตอนล่างจะอยู่สูงกว่าระดับน้ำทะเลไม่เกิน 1.50 เมตร ตั้งอยู่บนพื้นที่ซึ่งในทางภูมิศาสตร์เรียกว่าบริเวณดินดอนสามเหลี่ยมปากแม่น้ำ ซึ่งเกิดจากตะกอนน้ำพา (Alluvium) โดยเป็นส่วนหนึ่งของที่ราบลุ่มภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย (The Lower General Plain of Thailand) เป็นพื้นที่อุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การเพาะปลูกข้าวและพืชประเภทต่างๆ

การคมนาคมขนส่ง

ระบบขนส่งสาธารณะในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑลระหว่างปี 2542 - 2552 มีบริการ ขสมก. เป็นหลัก แต่ปริมาณผู้โดยสาร ขสมก. มีแนวโน้มลดลงทุกปีเช่นเดียวกับแนวโน้มปริมาณ ผู้โดยสารทางรถไฟ เนื่องจากมีการใช้รถยนต์ส่วนบุคคลเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งจะทำให้เกิดปัญหาจราจรและ ส่งผลต่อความเร็วเฉลี่ย ในการเดินทางลดลงถึงแม้ว่าปริมาณผู้โดยสารที่ใช้บริการรถไฟฟ้ายูบีทีเอสและ รถไฟฟ้าใต้ดินเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่โครงข่ายไม่ครอบคลุมพื้นที่อย่างกว้างขวาง ทำให้ขาดความ สะดวกในการเชื่อมโยงระบบขนส่งสาธารณะอื่นๆ และขาดการบริหารจัดการเชิงพื้นที่โดยรอบสถานี

กระทรวงคมนาคม โดยสำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร การรถไฟแห่งประเทศไทยและการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย ได้จัดทำแผนการดำเนินโครงการรถไฟฟ้า 10 สาย ทางเพื่อเร่งประกวดราคาก่อสร้างให้ได้ครบ 10 สาย ภายใน 4 ปี (พ.ศ. 2554-2558) โดยเปิดให้บริการ โครงข่ายระบบขนส่งมวลชนในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ระยะทางรวม 410 กิโลเมตรภายในปี พ.ศ. 2562 และเพิ่มเป็น 464 กิโลเมตร ภายหลังจากปี 2562 สรุปรายละเอียด ดังนี้

ปัจจุบันมีโครงข่ายรถไฟฟ้าที่เปิดให้บริการในพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 6 โครงการ ระยะทาง 95 กิโลเมตร ประกอบด้วย

- 1) รถไฟฟ้าขนส่งมวลชนกรุงเทพ (BTS) ช่วงหมอชิต – อ่อนนุช และช่วงสนามกีฬา – สะพานตากสิน ระยะทาง 31 กม.
- 2) รถไฟฟ้าสายเฉลิมรัชมงคล (รถไฟฟ้าใต้ดิน) ช่วงบางซื่อ – ลำโพง ระยะทาง 20 กม.
- 3) รถไฟฟ้าเชื่อมท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ช่วงพญาไท – มักกะสัน – ท่าอากาศยาน สุวรรณภูมิระยะทาง 28.5 กม.
- 4) รถไฟฟ้าขนส่งมวลชนกรุงเทพ ส่วนต่อขยาย ช่วงอ่อนนุช - แบริ่ง ระยะทาง 5.3 กม.
- 5) รถไฟฟ้าขนส่งมวลชนกรุงเทพ ส่วนต่อขยายช่วงสะพานตากสิน - วงเวียนใหญ่ ระยะทาง 2.2 กม.

6) รถไฟฟ้าสายสีแดง ช่วงบางซื่อ – ตลิ่งชัน ระยะทาง 15 กิโลเมตร
 ทั้งนี้ มีโครงข่ายรถไฟฟ้าที่อยู่ระหว่างการก่อสร้าง จำนวน 5 โครงการ ระยะทาง 94.1 กิโลเมตร ประกอบด้วย

- 7) รถไฟฟ้าสายสีแดงเข้ม ช่วงบางซื่อ – รังสิต ระยะทาง 26.3 กิโลเมตร
- 8) รถไฟฟ้าสายสีเขียว ช่วงแบริ่ง – สมุทรปราการ ระยะทาง 12.8 กิโลเมตร
- 9) รถไฟฟ้าสายสีเขียวอ่อน ช่วงถนนตากสิน – บางหว้า ระยะทาง 5.3 กิโลเมตร
- 10) รถไฟฟ้าสายสีน้ำเงิน ช่วงบางซื่อ – ท่าพระ ระยะทาง 13 กิโลเมตร
- 11) รถไฟฟ้าสายสีน้ำเงิน ช่วงหัวลำโพง – บางแค ระยะทาง 14 กิโลเมตร

12) รถไฟฟ้าสายสีม่วง ช่วงบางใหญ่ - บางซื่อ ระยะทาง 23 กิโลเมตร

ประเด็นการคมนาคมขนส่งในอนาคต

1. การจราจรแออัด (Congestion) การเจริญเติบโตและการขยายตัวของเมืองแบบกระจุกตัว อยู่บริเวณศูนย์กลางเมือง ส่งผลให้มีความต้องการเดินทางบนถนนในช่วงเวลาเร่งด่วนจำนวนมาก ประกอบกับการบริหารจัดการจราจรยังไม่มีประสิทธิภาพ ทำให้การจราจรเกิดการติดขัด ส่งผลต่อ บรรยากาศในการเข้ามาลงทุน และการขยายตัวทางเศรษฐกิจ การค้า และบริการ จึงควรคำนึงถึง ความต้องการเดินทางในลักษณะต่างๆ ที่มีแนวโน้มจะเปลี่ยนแปลงและเพิ่มมากขึ้นในอนาคต ตลอดจนการส่งเสริมให้มีการใช้ระบบขนส่งสาธารณะเพิ่มขึ้น และนำมาตรการจัดการความต้องการ เดินทาง (Travel Demand Management) มาใช้เพื่อลดความแออัด ของสภาพการจราจรบนถนน

2. ความปลอดภัย (Safety) ข้อมูลสถิติการเกิดอุบัติเหตุทั่วประเทศในช่วงปี พ.ศ. 2547 - 2552 อุบัติเหตุที่เกิดขึ้นกว่าร้อยละ 99 เป็นอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นจากการขนส่งทางถนน รองลงมาเป็น อุบัติเหตุที่เกิดขึ้นกับการขนส่งทางรถไฟ โดยร้อยละ 80 มีสาเหตุมาจากพฤติกรรมของคน และส่วนใหญ่เกิดขึ้นกับรถจักรยานยนต์มูลค่าความเสียหายจากอุบัติเหตุที่เกิดขึ้น คิดเป็นร้อยละ 2.8 ของ มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ซึ่งโดยทั่วไปไม่ควรเกินร้อยละ 1

3. ความคล่องตัวและความสามารถในการเข้าถึง (Mobility & Accessibility) การพัฒนาและ ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานต้องมีความสอดคล้องและพอเพียงกับความต้องการเดินทาง เพื่อรักษา ระดับการให้บริการและบรรเทาความคับคั่งของการจราจร ป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาคอขวดที่จะเกิดขึ้น ในอนาคต รวมทั้งแก้ไขปัญหาด้านโครงข่ายเชื่อมโยงระบบขนส่งเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการเข้าถึง ระบบขนส่ง

4. การใช้พลังงานในภาคการขนส่ง (Energy) ประเทศไทยต้องพึ่งพาการนำเข้าน้ำมันเชื้อเพลิง จากต่างประเทศ ในขณะที่ราคาน้ำมันเชื้อเพลิงในตลาดโลกมีความผันผวน และมีแนวโน้มสูงขึ้น รวมทั้งมีข้อจำกัดด้านปริมาณการผลิตของประเทศผู้ผลิตน้ำมันชั้นนำของโลก ทั้งนี้การใช้พลังงานใน ภาคการขนส่งมีส่วนการใช้พลังงานสูงประมาณร้อยละ 35.5 ของการใช้พลังงานรวมของประเทศ แบ่งเป็นการใช้พลังงานในการขนส่งทางบก ร้อยละ 75-80 การขนส่งทางอากาศ ร้อยละ 14-17 และ การขนส่งทางน้ำ ร้อยละ 4-7 ดังนั้น ภาคการขนส่งต้องจะคำนึงเรื่องการประหยัดพลังงาน การส่งเสริม และสนับสนุนให้มีการใช้พลังงานทางเลือกที่มี ความหลากหลายและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

5. ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) ปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการขนส่งและจราจร ได้แก่ ปัญหาการเกิดภาวะโลกร้อนจากการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ปัญหามลพิษทาง เสียงและอากาศของยานพาหนะจากการขนส่งและจราจร ปริมาณควันดำจากยานพาหนะ ซึ่งการ

ปรับเปลี่ยนรูปแบบการขนส่งมาสู่การขนส่งทางน้ำและทางราง รวมทั้งการส่งเสริมการใช้ยานพาหนะที่ประหยัดพลังงาน เทคโนโลยีพลังงานสะอาดและพลังงานทดแทน จะสามารถช่วยลดมลพิษและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมจากการขนส่งและจราจรได้

6. **ขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (Competitiveness)** ประเทศไทยควรเตรียมความพร้อมรองรับการเปิดเสรีการค้าและบริการ ไม่เพียงแต่การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกการเชื่อมต่อการเดินทางและการขนส่ง แต่ต้องส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสาขาขนส่งเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน สร้างกลไกการกำกับดูแลที่เข้มแข็ง ปรับปรุงกฎหมาย กฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจและสร้างเครือข่ายทางธุรกิจให้ผู้ประกอบการไทยสามารถออกไปแข่งขันในตลาดสากลได้ (แผนยุทธศาสตร์กระทรวงคมนาคม. 2558)

แผนพัฒนากรุงเทพมหานครระยะ 12 ปี (2552-2563)

การพัฒนาเพื่อให้กรุงเทพฯ เป็นมหานครน่าอยู่อย่างยั่งยืน เป็นศูนย์กลางของภูมิภาคเจริญก้าวหน้าทัดเทียมเมืองชั้นนำ มีสิ่งแวดล้อมที่ดี และประชาชนอยู่ดีมีสุข จะเกิดขึ้นได้จากการดำเนินการ 5 ยุทธศาสตร์หลัก อันเป็นการวางแผนงานสู่การปฏิบัติเพื่อบรรลุเป้าหมายดังกล่าว ภายใต้การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่เหมาะสม ในกรอบระยะเวลาที่ต้องการ เพื่อประกอบการวางแผนการใช้ทรัพยากรที่ประหยัดและบรรลุเป้าหมายสูงสุดของการพัฒนา

ยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานแบบบูรณาการเพื่อมุ่งสู่การเป็นศูนย์กลางภูมิภาค (Strengthening Infrastructure for Regional Mega-City) เป็นยุทธศาสตร์ที่มุ่งตอบสนองของวิสัยทัศน์แห่งความเป็นมหานครระดับโลก (Gateway) ในมิติด้านโครงสร้างพื้นฐาน ที่มุ่งเป็น “ศูนย์กลางของภูมิภาคด้านการขนส่งและการสื่อสาร” ด้วยการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อให้กรุงเทพฯ เป็นศูนย์กลางของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยทำหน้าที่เป็นจุดเชื่อมโยงเพื่อรวบรวมและกระจายวัตถุดิบ สินค้า กระแสเงิน บุคลากร และองค์ความรู้ระหว่างเมืองสำคัญต่างๆ ในโลกกับเมืองต่างๆ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยผ่านกรุงเทพฯ ที่มีโครงสร้างพื้นฐานที่มีประสิทธิภาพ เหมาะสมต่อการเป็นศูนย์กลางของการขนส่งและการสื่อสาร

ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาศักยภาพเมืองเพื่อก้าวทันการแข่งขันทางเศรษฐกิจและเป็นมหานครแห่งการเรียนรู้ (Developing Strong Economy and Knowledge-based Society) เป็นยุทธศาสตร์ที่มุ่งตอบสนองของวิสัยทัศน์แห่งการเป็นมหานครระดับโลก (Gateway) ในมิติด้านสังคม วัฒนธรรม และด้านเศรษฐกิจ โดยเป็นศูนย์กลางด้านเศรษฐกิจวิทยาการ ธุรกิจการเงิน การท่องเที่ยวและการบริการ ที่เป็นแหล่งการค้าค้นคว้าและวิจัยเพื่อสร้างองค์ความรู้ที่สอดคล้องกับบริบทในการพัฒนา และการใช้

ทรัพยากรท้องถิ่นมาเป็นฐานในการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจเพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนต่อไป

ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนากองทัพฯ ให้เป็นมหานครแห่งสิ่งแวดล้อม (Striving for Green Bangkok) เป็นยุทธศาสตร์ที่มุ่งตอบสนองวิสัยทัศน์แห่งการเป็นเมืองที่มีการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Green) ในการเป็นเมืองแห่งสิ่งแวดล้อม และวิสัยทัศน์แห่งการเป็นเมืองน่าอยู่ (Good Life) ในการเป็นเมืองสวยงาม มีชีวิตชีวา และสะดวก ที่มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของความเป็นอยู่ที่ดีของประชาชน ให้บริการพื้นฐานต่างๆ ที่ได้มาตรฐานและเหมาะสมกับระดับรายได้ของแต่ละกลุ่มบุคคล โดยมีการกระจายบริการพื้นฐานอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม ทั้งในแง่ของการกระจายตัวในเชิงพื้นที่และประเภทของการให้บริการ

ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนากองทัพฯ ให้เป็นมหานครแห่งคุณภาพชีวิตที่ดีและมีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม (Providing Good Quality of Life in Cultural Mega-City) เป็นยุทธศาสตร์ที่มุ่งตอบสนองวิสัยทัศน์แห่งการเป็นเมืองที่มีการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Green) ในการเป็นเมืองแห่งเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม และการเป็นเมืองที่มีวิถีชีวิตพอเพียง และวิสัยทัศน์แห่งการเป็นชุมชนน่าอยู่ (Good Life) ในการเป็นเมืองที่ครอบครัวและชุมชนอยู่ดีมีสุข ปลอดภัย และการเป็นเมืองที่ประชาชนมีโอกาสทางเศรษฐกิจด้วยการพัฒนาในแนวทางที่จะส่งเสริมเอกลักษณ์ท้องถิ่น ทั้งในบริบทระดับชุมชน ย่าน เมือง ภาค และประเทศ เพื่อเป็นจุดสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ และเป็นต้นแบบแห่งการพัฒนามหานครในรูปแบบน่าอยู่ยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาระบบบริหารจัดการเพื่อเป็นต้นแบบด้านการบริหารมหานคร (Mastering Best Service and Mega-City Management) เป็นยุทธศาสตร์ที่มุ่งตอบสนองมิติด้านการบริการในทุกวิสัยทัศน์ ด้าน Gateway ให้เป็นศูนย์กลางของบริการมหานครเพื่อประชาชนและการจัดการมหานคร ด้าน Green ให้เป็นเมืองแห่งการบริหารจัดการที่ดีและด้าน Good Life ให้เป็นเมืองที่มีการพัฒนาที่มีพื้นฐานอยู่บนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ซึ่งเป็นภารกิจหลักของกรุงเทพมหานคร ในฐานะองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ที่ทำหน้าที่บริหารจัดการกองทัพฯ ให้พัฒนาไปในทิศทางที่เหมาะสมและสอดคล้องกับกระแสการพัฒนาของโลก

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การกำหนดประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูล

1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ ที่เดินทางมาร่วมกิจกรรมในกรุงเทพมหานคร

การกำหนดกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างและวิธีการสุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ

1.1 เชิงปริมาณ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ที่เดินทางมาในกรุงเทพฯ จำนวน 400 คน ซึ่งในการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane อ้างถึงใน สุทนต์ ศรีไสย์, 2551) กำหนดขอบเขตความคลาดเคลื่อน 0.05

$$\text{จากสูตร} \quad n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

เมื่อ n = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากรทั้งหมด

e = ค่าความคลาดเคลื่อนสูงสุดที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

แทนค่าในสูตร

$$n = \frac{24,779,768}{1+24,779,768(0.05)^2}$$

$n = 399$ ตัวอย่าง

จากการคำนวณได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 399 ตัวอย่าง ซึ่งผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามด้วยตัวเอง จำนวน 400 ชุด เก็บข้อมูลโดยการลงพื้นที่จริงในสถานที่จัดประชุมและงานแสดงสินค้า โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) เพื่อสอบถามความต้องการ ความพึงพอใจ และทัศนคติที่มีต่อศักยภาพของธุรกิจไมซ์ในกรุงเทพมหานคร 4 แห่ง ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยมีรายละเอียดดังตาราง 3 ดังนี้

ตาราง 3 กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร

สถานที่เก็บข้อมูล	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (n)
1. ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์	100
2. ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้าอิมแพ็ค อารีน่า เมืองทองธานี	100
3. ศูนย์ประชุมนานาชาติไบเทค	100
4. รอยัล พารากอน ฮอลล์	100
รวม	400

1.2 เิงคุณภาพ คือ ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่มีส่วนสำคัญในการกำหนดนโยบาย วางแผนและประกอบการธุรกิจไมซ์ จำนวน 3 คน โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Selection) ประกอบด้วย

- ก. ตัวแทนจากบริษัทนำเที่ยว
- ข. ตัวแทนจากศูนย์การประชุมและแสดงสินค้าอิมแพ็ค อารีน่า เมืองทองธานี
- ค. ตัวแทนจากสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1) แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ได้สร้างตามความมุ่งหมายและกรอบแนวคิดของการวิจัยที่กำหนด เพื่อสอบถามความคิดเห็นนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ ที่ปรับจากเครื่องมือวิจัย เรื่องแนวทางการเพิ่มศักยภาพของจังหวัดขอนแก่น ในการท่องเที่ยวรูปแบบ MICE ของ จิรพร จันลา (2556) โดยแบ่งเป็น 2 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม MICE ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิลำเนา โดยเป็นคำถามแบบให้เลือกตอบแบบคำตอบเดียว ซึ่งเป็นระดับการวัดข้อมูลแบบประเภทอัตราส่วน (Ratio

Scale) นามบัญญัติ (NOMINAL SCALE) และประเภทเรียงลำดับ (ORDINAL SCALE) จำนวนทั้งหมด 8 ข้อ

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็น ความต้องการ ความพึงพอใจเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพของธุรกิจไมซีในกรุงเทพมหานคร 8 ด้าน ได้แก่

1. ด้านสถานที่จัดงาน
2. ด้านการเข้าถึง
3. ด้านที่พัก
4. ด้านสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร
5. ด้านธุรกิจที่เกี่ยวข้อง
6. ด้านความสามารถของบุคลากรที่จัดงาน
7. ด้านการสนับสนุนของภาครัฐและเอกชน
8. ด้านภาพลักษณ์ของจังหวัด

ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า โดยมีมาตรวัด 5 ระดับ (Likert Scale) ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือก ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ความหมาย	เกณฑ์การประเมิน
1.00 – 1.80	คาดหวัง/พึงพอใจน้อยที่สุด	1 คะแนน
1.81 – 2.60	คาดหวัง/พึงพอใจน้อย	2 คะแนน
2.61 – 3.40	คาดหวัง/พึงพอใจปานกลาง	3 คะแนน
3.41 – 4.20	คาดหวัง/พึงพอใจมาก	4 คะแนน
4.21 – 5.00	คาดหวัง/พึงพอใจมากที่สุด	5 คะแนน

การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือโดยทดสอบความเที่ยงตรงจาก ผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่านดังรายละเอียดต่อไปนี้

2.1 ผลการทดสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (Content Validity)

การทดสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหาของแบบสอบถามโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ทำการตรวจสอบความครอบคลุมและความชัดเจนของเนื้อหาที่ต้องการวัดกับข้อคำถามโดยการตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับจุดมุ่งหมายในการวัด (Item Objective Congruence: IOC) ซึ่งดัชนี IOC มีหลักการให้คะแนนดังนี้

- 1 หมายถึง ข้อคำถามไม่สอดคล้องกับนิยามปฏิบัติการที่ต้องการวัด
- 0 หมายถึง ไม่อาจตัดสินว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องหรือไม่สอดคล้อง
- 1 หมายถึง ข้อคำถามมีความสอดคล้องกับนิยามปฏิบัติการที่ต้องการวัด

การคัดเลือกข้อคำถามนั้นจะเลือกข้อคำถามที่มีดัชนี IOC ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไปผลการวิเคราะห์ความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับจุดมุ่งหมายในการวัด พบว่าข้อคำถามในแบบสอบถามทั้ง 8 ด้านมีค่า ค่าเฉลี่ยรวม อยู่ที่ 0.86 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.50 จึงถือว่าแบบสอบถามความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE มีความเที่ยงตรงครอบคลุมและชัดเจนของเนื้อหาที่ต้องการวัดสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับจุดมุ่งหมายในการวัด

2.2 ผลการทดสอบความเชื่อมั่น ของแบบสอบถาม (Reliability)

หลังจากที่นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิ คณะกรรมการแล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อใช้ทดสอบความเชื่อมั่น โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ของครอนบัก (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545) เพื่อทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น ของแบบสอบถามซึ่งมีผลการทดสอบโดยรวม มีค่าเท่ากับ 0.96 ซึ่งสูงกว่า 0.8 แสดงว่าแบบสอบถาม มีความเชื่อมั่น ของแบบสอบถามในระดับที่เชื่อถือได้ในการวัด

2) แบบสัมภาษณ์ ใช้วิธีผสมผสานระหว่างการสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง (semi-structured interview) กับการสัมภาษณ์แบบตั้งคำถามไว้ล่วงหน้า ไม่มีการกำหนดข้อคำถามอย่างตายตัว แต่จะกำหนดไว้เพียงกรอบหรือประเด็นที่จะสัมภาษณ์เท่านั้น โดยอาศัยกรอบและแนวคิดเป็นปัจจัยสำคัญในการตั้งประเด็นคำถาม และจะไม่เรียงลำดับคำถามก่อนหลังเหมือนที่กำหนดเอาไว้ โดยคำถามจะมีลักษณะแบบปลายเปิด เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวรูปแบบไมซีในกรุงเทพมหานคร ทั้ง 8 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านสถานที่จัดงาน 2) ด้านการเข้าถึง 3) ด้านที่พัก 4) ด้านสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัด กรุงเทพมหานคร 5) ด้านธุรกิจที่เกี่ยวข้อง 6) ด้านความสามารถของบุคลากรที่จัดงาน 7) ด้านการสนับสนุนของภาครัฐและเอกชน และ 8) ด้านภาพลักษณ์ของจังหวัด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการแจกแบบสอบถาม(Questionnaire) กับกลุ่มตัวอย่าง โดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง เพื่อให้สามารถชี้แจงข้อสงสัยกับผู้ตอบแบบสอบถามได้ โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง และเมื่อผู้วิจัยรวบรวมแบบสอบถามได้ทั้งหมดแล้ว ทำการตรวจความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

นำแบบสอบถามที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 400 ชุด มาดำเนินการจัดทำและการแปลผลข้อมูลดังนี้

- 1) การจัดทำข้อมูล
- 2) นำแบบสอบถามที่แก้ไขข้อบกพร่องเรียบร้อยแล้วออกเก็บข้อมูลจริง
- 3) ตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามทั้งหมดที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง
- 4) นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัส
- 5) นำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วไปบันทึกในคอมพิวเตอร์และทำการแปลผลข้อมูลโดยใช้

โปรแกรม สถิติสำเร็จรูป

บทที่ 4

ผลการศึกษา

งานวิจัยเรื่อง การศึกษาศักยภาพการรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยรูปแบบไมซ์ใน กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมกิจกรรมไมซ์ใน กรุงเทพมหานคร จากการเก็บแบบสอบถาม ชาวไทย จำนวน 400 กลุ่มตัวอย่าง และได้นำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม
2. ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร
3. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร
4. การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ รายด้าน
5. ศักยภาพของกรุงเทพมหานครในการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ ในปัจจุบัน

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 4 จำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	นักท่องเที่ยว	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ (%)
1. ชาย	165	41.20
2. หญิง	235	58.80
รวม	400	100

จากตาราง 4 สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย เป็น เพศชาย จำนวน 165 คน คิดได้เป็นร้อยละ 41.20 และเพศหญิง จำนวน 235 คน คิดเป็น ร้อยละ 58.80 ตามลำดับ

ตาราง 5 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	นักท่องเที่ยว	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ(%)
1) ต่ำกว่า 20 ปี	95	23.80
2) 20 – 30 ปี	173	43.30
3) 31 – 40 ปี	78	19.50
4) 41 – 50 ปี	33	8.30
5) 51 – 60 ปี	14	3.50
6) 60 ปีขึ้นไป	7	1.80
รวม	400	100

จากตาราง 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อายุระหว่าง 20 – 30 ปี จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.30 รองลงมาคือ อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.80 อายุระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50 อายุระหว่าง 41 – 50 ปี จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.30 อายุระหว่าง 51 – 60 ปี จำนวน 14 คิดเป็นร้อยละ 3.50 อายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.80 ตามลำดับ

ตาราง 6 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามสถานภาพ

สถานภาพสมรส	นักท่องเที่ยว	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ(%)
1. โสด	312	78.00
2. สมรส	79	19.80
3. หม้าย/หย่าร้าง	9	2.30
รวม	400	100

จากตาราง 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ สถานภาพโสดจำนวน 312 คน คิดเป็นร้อยละ 78 รองลงมาคือ สมรส จำนวน 79 คิดเป็นร้อยละ 19.80 และ หม้าย/หย่าร้าง จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.30 ตามลำดับ

ตาราง 7 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ(%)
1. ต่ำกว่าปริญญาตรี	127	31.80
2. ปริญญาตรี	231	57.80
3. ปริญญาตรีขึ้นไป	42	10.40
รวม	400	100

จากตาราง 7 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรีจำนวน 231 คิดเป็นร้อยละ 57.80 รองลงมาคือ ต่ำกว่าปริญญาตรี 127 คิดเป็นร้อยละ 31.80 และ ปริญญาตรีขึ้นไป จำนวน 42 คิดเป็นร้อยละ 10.40 ตามลำดับ

ตาราง 8 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	นักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ(%)
1. ข้าราชการ	16	4.00
2. ลูกจ้างประจำ/ชั่วคราว	22	5.50
3. พนักงานรัฐวิสาหกิจ	16	4.00
4. พนักงานเอกชน	112	28.00
5. ธุรกิจส่วนตัว	40	10.00
6. นักเรียน/นักศึกษา	169	42.30
7. อื่นๆ	25	6.30
รวม	400	100

จากตาราง 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.30 รองลงมาคือ อาชีพพนักงานเอกชน จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 อาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 อาชีพอื่นๆ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.30 อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 16 คิดเป็นร้อยละ 4.00 และ อาชีพข้าราชการ จำนวน 16 คิดเป็นร้อยละ 4.00 ตามลำดับ

ตาราง 9 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน(รวมรายได้หลักและเสริม)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (รวมรายได้หลักและเสริม)	นักท่องเที่ยว	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ(%)
1. ไม่มีรายได้	117	29.30
2. น้อยกว่า 15,000 บาท / เดือน	71	17.80
3. 15,000 – 30,000 บาท / เดือน	120	30.00
4. 30,001 – 45,000 บาท / เดือน	51	12.80
5. มากกว่า 45,000 บาท / เดือน	41	10.30
รวม	400	100

จากตาราง 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,000 – 30,000 บาท จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 ผู้ไม่มีรายได้ จำนวน 117 คิดเป็นร้อยละ 29.30 ผู้มีรายได้ น้อยกว่า 15,000 บาท จำนวน 71 คิดเป็นร้อยละ 17.8 ผู้มีรายได้ 30,001 – 45,000 บาท จำนวน 51 คิดเป็นร้อยละ 12.80 และ ผู้มีรายได้มากกว่า 45,000 บาท จำนวน 41 คิดเป็นร้อยละ 10.30 ตามลำดับ

ตาราง 10 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามภูมิลำเนา

ภูมิลำเนา	ชาวไทย	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ(%)
1. กรุงเทพฯและปริมณฑล	215	53.80
2. ภาคกลาง	56	14.00
3. ภาคเหนือ	31	7.80
4. ภาคตะวันออก	15	3.80
5. ภาคใต้	22	5.50
6) ภาคตะวันตก	11	2.80
7) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	50	12.50
รวม	400	100

จากตาราง 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ ภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพและปริมณฑล จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 53.80 รองลงมาเป็น ภาคกลาง จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14 ภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 50 คิดเป็นร้อยละ 12.50 ภาคเหนือ จำนวน 31 คิดเป็นร้อยละ 7.80 ภาคใต้ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50 ภาคตะวันออก จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.80 และ ภาคตะวันตก จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.80 ตามลำดับ

2. ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลความหมายระดับความคาดหวังของ นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร โดยรวมด้านหลัก และรายด้าน ดังตารางดังต่อไปนี้

ตาราง 11 ผลการศึกษาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลความหมายระดับความ คาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ โดยรวม

ตัวชี้วัดความคาดหวัง	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1.ด้านสถานที่จัดงาน	4.06	3.41	คาดหวังมาก
2. ด้านการเข้าถึง	4.02	0.97	คาดหวังมาก
3. ด้านที่พัก	3.69	0.93	คาดหวังมาก
4. ด้านสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร	3.88	0.90	คาดหวังมาก
5. ด้านธุรกิจที่เกี่ยวข้อง	3.84	1.00	คาดหวังมาก
6. ด้านความสามารถของบุคลากรผู้จัดงาน (สถานที่จัดงาน)	4.08	1.76	คาดหวังมาก
7. ด้านการสนับสนุนของภาครัฐและเอกชน	3.91	0.97	คาดหวังมาก
8. ด้านภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานคร	3.82	1.00	คาดหวังมาก
รวม	3.91	1.37	คาดหวังมาก

จากตาราง 11 พบว่า ค่าระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.91$, S.D. = 1.37) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ค่าเฉลี่ยความคาดหวัง สูงสุดอันดับแรก ได้แก่ ด้านความสามารถของบุคลากรผู้จัดงาน (สถานที่จัดงาน) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.08$, S.D. = 1.76) รองลงมาด้านสถานที่จัดงาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.06$, S.D.= 3.41)

ตาราง 12 ผลการศึกษาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลความหมายระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ ด้านสถานที่จัดงาน

ตัวชี้วัดความคาดหวัง	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1. ด้านสถานที่จัดงาน	4.06	3.41	คาดหวังมาก
1.1 ท่าเลที่ตั้ง มีความเหมาะสมสำหรับจัดงาน	4.09	0.80	คาดหวังมาก
1.2 สถานที่จัดงานกว้างขวางรองรับคนได้จำนวนมาก	4.22	0.80	คาดหวังมากที่สุด
1.3 มีสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ให้บริการ เช่น ห้องน้ำ โทรศัพท์ เครื่องฉายภาพ ลำโพง เป็นต้น	4.01	0.87	คาดหวังมาก
1.4 มีระบบรักษาความปลอดภัยที่รัดกุม เช่น มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยประจำจุดต่างๆ มีการตรวจกระเป๋าก่อนเข้างาน เป็นต้น	3.91	0.94	คาดหวังมาก

จากตาราง 12 พบว่า ค่าระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่จัดงาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}= 4.06$, S.D.= 3.41) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ค่าเฉลี่ยความคาดหวังสูงสุดอันดับแรก ได้แก่ ด้านสถานที่จัดงานกว้างขวางรองรับคนได้จำนวนมาก อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.22$, S.D.= 0.80) รองลงมาคือ ท่าเลที่ตั้ง มีความเหมาะสมสำหรับจัดงาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.09$, S.D.= 0.80)

ตาราง 13 ผลการศึกษาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลความหมายระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ ด้านการเข้าถึง

ตัวชี้วัดความคาดหวัง	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
2. ด้านการเข้าถึง	4.02	0.97	คาดหวังมาก
2.1 ความสะดวกในการเข้าถึงสถานที่	4.04	0.96	คาดหวังมาก
2.2 สามารถเข้าถึงได้โดยระบบขนส่งสาธารณะ เช่น รถไฟฟ้า (BTS) รถไฟฟ้าใต้ดิน (MRT) รถโดยสารประจำทาง เป็นต้น	4.06	1.04	คาดหวังมาก
2.3 มีป้ายบอกทางเพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทาง	3.95	0.93	คาดหวังมาก

จากตาราง 13 พบว่า ค่าระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร ด้านการเข้าถึง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.02$, S.D.=0.97) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ค่าเฉลี่ยความคาดหวังสูงสุดอันดับแรก ได้แก่ ด้านสามารถเข้าถึงได้โดยระบบขนส่งสาธารณะ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.06$, S.D.=1.04) รองลงมาด้านความสะดวกในการเข้าถึงสถานที่ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.04$, S.D.=0.96)

ตาราง 14 ผลการศึกษาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลความหมายระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ ด้านที่พัก

ตัวชี้วัดความคาดหวัง	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
3. ด้านที่พัก	3.69	0.93	คาดหวังมาก
3.1 ภายในสถานที่จัดงาน	3.61	0.94	คาดหวังมาก
3.2 ภายในมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ	3.72	0.93	คาดหวังมาก
3.3 มีระดับราคาที่เหมาะสม	3.74	0.93	คาดหวังมาก

จากตาราง 14 พบว่า ค่าระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร ด้านที่พัก อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.69$, S.D.=0.93) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ค่าเฉลี่ยความคาดหวังสูงสุดอันดับแรก ได้แก่ มีระดับราคาที่เหมาะสม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.74$, S.D.=0.93) รองลงมา คือ ภายในมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ อยู่ในระดับ ($\bar{X}=3.72$, S.D.=0.93)

ตาราง 15 ผลการศึกษาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลความหมายระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ ด้านสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

ตัวชี้วัดความคาดหวัง	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
4. ด้านสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร	3.88	0.90	คาดหวังมาก
4.1 สถานที่ท่องเที่ยวมีความหลากหลาย	3.91	0.90	คาดหวังมาก
4.2 มีความเนเอกลักษณะ ดึงดูด และแปลกใหม่	3.84	0.90	คาดหวังมาก

จากตาราง 15 พบว่า ค่าระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.88$, S.D.= 0.90) เมื่อพิจารณาราย

ด้านพบว่า ค่าเฉลี่ยความคาดหวังสูงสุดอันดับแรก คือ สถานที่ท่องเที่ยวมีความหลากหลาย (\bar{X} = 3.91, S.D. = 0.90) รองลงมา คือ ความเป็นเอกลักษณ์ ดึงดูด และแปลกใหม่ (\bar{X} = 3.84 , S.D. = 0.90)

ตาราง 16 ผลการศึกษาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลความหมายระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ ด้านธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

ตัวชี้วัดความคาดหวัง	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
5. ด้านธุรกิจที่เกี่ยวข้อง	3.84	1.00	คาดหวังมาก
5.1 ภัตตาคาร/ร้านอาหาร/สถานบันเทิง มีความหลากหลาย	3.87	0.96	คาดหวังมาก
5.2 มีห้างสรรพสินค้า/แหล่งช้อปปิ้ง	4.01	0.98	คาดหวังมาก
5.3 มีบริษัทนำเที่ยวให้เลือกใช้	3.65	1.05	คาดหวังมาก

จากตาราง 16 พบว่า ค่าระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร ด้านธุรกิจที่เกี่ยวข้อง อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.84, S.D.= 1.00) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ค่าเฉลี่ยความคาดหวังสูงสุดอันดับแรก ได้แก่ ด้านมีห้างสรรพสินค้า/แหล่งช้อปปิ้ง อยู่ในระดับมาก (\bar{X} =4.01, S.D.= 0.98) รองลงมาด้านภัตตาคาร/ร้านอาหาร/สถานบันเทิง มีความหลากหลาย อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.87, S.D.=0.96)

ตาราง 17 ผลการศึกษาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลความหมายระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ ด้านความสามารถของบุคลากรผู้จัดงาน (สถานที่จัดงาน)

ตัวชี้วัดความคาดหวัง	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
6. ด้านความสามารถของบุคลากรผู้จัดงาน (สถานที่จัดงาน)	4.08	1.76	คาดหวังมาก
6.1 ลักษณะการจัดงาน ความเป็นมืออาชีพ	4.09	0.87	คาดหวังมาก
6.2 ผู้ให้บริการมีความเป็นมิตร เต็มใจให้คำปรึกษา/แนะนำ	4.07	0.88	คาดหวังมาก

จากตาราง 17 พบว่า ค่าระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร ด้านความสามารถของบุคลากรผู้จัดงาน (สถานที่จัดงาน) อยู่ในระดับมาก (\bar{X} =4.08, S.D.=1.76) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ค่าเฉลี่ยความคาดหวังสูงสุดอันดับแรก ได้แก่ อยู่ในระดับมาก ลักษณะการจัด

งาน มีความเป็นมืออาชีพ ($\bar{X}=4.09$, S.D.=0.87) รองลงมาคือ ผู้ให้บริการมีความเป็นมิตร เต็มใจให้คำปรึกษา/แนะนำ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.07$, S.D.=0.88)

ตาราง 18 ผลการศึกษาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลความหมายระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ ด้านการสนับสนุนของภาครัฐและเอกชน

ตัวชี้วัดความคาดหวัง	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
7. ด้านการสนับสนุนของภาครัฐและเอกชน	3.91	0.97	คาดหวังมาก
7.1 มีการประชาสัมพันธ์และให้ข้อมูลการจัดงาน	3.96	0.95	คาดหวังมาก
7.2 มีการอำนวยความสะดวกด้านต่างๆ เช่น จัดเตรียมที่สำหรับจอดรถ มีเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกด้านจราจร	3.86	1.00	คาดหวังมาก

จากตาราง 18 พบว่า ค่าระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร ด้านการสนับสนุนของภาครัฐและเอกชน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.91$, S.D.= 0.97) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ค่าเฉลี่ยความคาดหวังสูงสุดอันดับแรก คือ ด้านมีการประชาสัมพันธ์และให้ข้อมูลการจัดงาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=0.96$, S.D.=0.95) รองลงมา คือ การอำนวยความสะดวกด้านต่างๆ เช่น จัดเตรียมที่สำหรับจอดรถ มีเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกด้านจราจร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.86$, S.D.=1)

ตาราง 19 ผลการศึกษาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลความหมายระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ ด้านภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานคร

ตัวชี้วัดความคาดหวัง	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
8. ด้านภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานคร	3.82	1.00	คาดหวังมาก
8.1 ด้านโครงสร้างพื้นฐาน สาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ถนน ไฟฟ้า ประปา เป็นต้น	3.99	0.93	คาดหวังมาก
8.2 มีระบบคมนาคมขนส่งที่มีคุณภาพ	3.84	0.99	คาดหวังมาก
8.3 มีความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน	3.85	0.96	คาดหวังมาก
8.4 มีความมั่นคงทางการเมือง	3.57	1.12	คาดหวังมาก
8.5 สถานพยาบาล/โรงพยาบาลมีมาตรฐานรองรับ	3.84	1.00	คาดหวังมาก

จากตาราง 19 พบว่า ค่าระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร ด้านภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.82$, S.D.=1.00) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ค่าเฉลี่ยความคาดหวังสูงสุดอันดับแรก ได้แก่ ด้านโครงสร้างพื้นฐาน สาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ถนน ไฟฟ้า ประปา เป็นต้นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.99$, S.D.=0.93) รองลงมา คือมีความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.85$, S.D.=0.96)

3. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลความหมายระดับความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยรวมด้านหลัก และด้านย่อย ดังตารางดังต่อไปนี้

ตาราง 20 ผลการศึกษาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลความหมายระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์โดยรวม

ตัวชี้วัดความพึงพอใจ	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1.ด้านสถานที่จัดงาน	4.08	0.87	พึงพอใจมาก
2. ด้านการเข้าถึง	4.15	0.95	พึงพอใจมาก
3. ด้านที่พัก	3.90	2.74	พึงพอใจมาก
4. ด้านสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร	4.04	1.68	พึงพอใจมาก
5. ด้านธุรกิจที่เกี่ยวข้อง	3.98	0.92	พึงพอใจมาก
6. ด้านความสามารถของบุคลากรผู้จัดงาน (สถานที่จัดงาน)	4.22	1.59	พึงพอใจมากที่สุด
7. ด้านการสนับสนุนของภาครัฐและเอกชน	4.05	0.87	พึงพอใจมาก
8. ด้านภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานคร	4.08	0.93	พึงพอใจมาก
รวม	4.02	1.31	พึงพอใจมาก

จากตาราง 20 พบว่า ค่าระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร โดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.02$, S.D. = 1.31) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดอันดับแรก ได้แก่ ด้านความสามารถของบุคลากรผู้จัดงาน (สถานที่จัดงาน) อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด ($\bar{X} = 4.22$, S.D. = 1.59) รองลงมาด้านการเข้าถึง อยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X} = 4.15$, S.D. = 0.95)

ตาราง 21 ผลการศึกษาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลความหมายระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ ด้านสถานที่จัดงาน

ตัวชี้วัดความพึงพอใจ	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1.ด้านสถานที่จัดงาน	4.08	0.87	พึงพอใจมาก
1.1 ท่าเลที่ตั้ง มีความเหมาะสมสำหรับจัดงาน	4.03	0.82	พึงพอใจมาก
1.2 สถานที่จัดงานกว้างขวางรองรับคนได้จำนวนมาก	4.18	0.86	พึงพอใจมาก
1.3 มีสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ให้บริการ เช่น ห้องน้ำ โทรศัพท์ เครื่องฉายภาพ ลำโพง เป็นต้น	4.07	0.86	พึงพอใจมาก
1.4 มีระบบรักษาความปลอดภัยที่รัดกุม เช่น มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยประจำจุดต่างๆ มีการตรวจกระเป๋าก่อนเข้างาน เป็นต้น	4.05	0.94	พึงพอใจมาก

จากตาราง 21 พบว่า ค่าระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่จัดงาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.08$, S.D.=0.87) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดอันดับแรก ได้แก่ ด้านสถานที่จัดงานกว้างขวางรองรับคนได้จำนวนมาก อยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X}=4.18$, S.D.=0.862) รองลงมาด้านมีสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ให้บริการ อยู่ในระดับพึงพอใจมาก ($\bar{X}=4.05$, S.D.=0.941)

ตาราง 2 ผลการศึกษาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลความหมายระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ ด้านการเข้าถึง

ตัวชี้วัดความพึงพอใจ	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
2. ด้านการเข้าถึง	4.15	0.95	พึงพอใจมาก
2.1 ความสะดวกในการเข้าถึงสถานที่	4.14	0.94	พึงพอใจมาก
2.2 สามารถเข้าถึงได้โดยระบบขนส่งสาธารณะ เช่น รถไฟฟ้า (BTS) รถไฟฟ้าใต้ดิน (MRT) รถโดยสารประจำทาง เป็นต้น	4.20	0.98	พึงพอใจมาก
2.3 มีป้ายบอกทางเพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทาง	4.11	0.94	พึงพอใจมาก

จากตาราง 22 พบว่า ค่าระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร ด้านการเข้าถึง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.15$, S.D.= 0.95) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดอันดับแรก ได้แก่ ด้านสามารถเข้าถึงได้โดยระบบขนส่งสาธารณะ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.20$, S.D.= 0.982) รองลงมาด้านความสะดวกในการเข้าถึงสถานที่ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}= 4.14$, S.D.= 0.935)

ตาราง 23 ผลการศึกษาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลความหมายระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ ด้านที่พัก

ตัวชี้วัดความพึงพอใจ	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
3. ด้านที่พัก	3.90	2.74	พึงพอใจมาก
3.1 ภายในสถานที่จัดงาน	3.82	0.94	พึงพอใจมาก
3.2 ภายในมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ	3.95	0.89	พึงพอใจมาก
3.3 มีระดับราคาที่เหมาะสม	3.93	0.91	พึงพอใจมาก

จากตาราง 23 พบว่า ค่าระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร ด้านที่พัก อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.9$, S.D.=2.74) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดอันดับแรก ได้แก่ ด้านภายในมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ อยู่ในระดับ ($\bar{X}=3.95$, S.D.=0.891) รองลงมาด้านมีระดับราคาที่เหมาะสม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.93$, S.D.=0.908)

ตาราง 24 ผลการศึกษาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลความหมายระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ ด้านสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

ตัวชี้วัดความพึงพอใจ	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
4. ด้านสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร	4.04	1.68	พึงพอใจมาก
4.1 สถานที่ท่องเที่ยวมีความหลากหลาย	4.04	0.84	พึงพอใจมาก
4.2 มีความเป็นเอกลักษณ์ ดึงดูด และแปลกใหม่	4.04	0.84	พึงพอใจมาก

จากตาราง 24 พบว่า ค่าระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร ด้านสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.04$, S.D.=1.68) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดนั้นมีค่าเท่ากันทุกด้าน ($\bar{X}=4.04$)

ตาราง 25 ผลการศึกษาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลความหมายระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ ด้านธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

ตัวชี้วัดความพึงพอใจ	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
5. ด้านธุรกิจที่เกี่ยวข้อง	3.98	0.92	พึงพอใจมาก
5.1 ภัตตาคาร/ร้านอาหาร/สถานบันเทิง มีความหลากหลาย	4.02	0.82	พึงพอใจมาก
5.2 มีห้างสรรพสินค้า/แหล่งช้อปปิ้ง	4.13	0.89	พึงพอใจมาก
5.3 มีบริษัทนำเที่ยวให้เลือกใช้	3.80	1.04	พึงพอใจมาก

จากตาราง 25 พบว่า ค่าระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร ด้านธุรกิจที่เกี่ยวข้อง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.98$, S.D.= 0.92) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดอันดับแรก ได้แก่ ด้านมีห้างสรรพสินค้า/แหล่งช้อปปิ้ง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.13$, S.D.=0.89) รองลงมาด้าน ภัตตาคาร/ร้านอาหาร/สถานบันเทิง มีความหลากหลาย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.02$, S.D.=0.82)

ตาราง 26 ผลการศึกษาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลความหมายระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ ด้านความสามารถของบุคลากรผู้จัดงาน (สถานที่จัดงาน)

ตัวชี้วัดความพึงพอใจ	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
6. ด้านความสามารถของบุคลากรผู้จัดงาน (สถานที่จัดงาน)	4.22	1.59	พึงพอใจมากที่สุด
6.1 ลักษณะการจัดงาน มีความเป็นมืออาชีพ	4.20	0.80	พึงพอใจมาก
6.2 ผู้ให้บริการมีความเป็นมิตร เต็มใจให้คำปรึกษา/แนะนำ	4.23	0.78	พึงพอใจมากที่สุด

จากตาราง 26 พบว่า ค่าระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร ด้านความสามารถของบุคลากรผู้จัดงาน (สถานที่จัดงาน) อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.22$, S.D.= 1.59) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดอันดับแรก ได้แก่ ด้านผู้ให้บริการมีความเป็นมิตร เต็มใจให้คำปรึกษา/แนะนำ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.23$, S.D.=0.78) รองลงมา ด้านลักษณะการจัดงาน มีความเป็นมืออาชีพ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.20$, S.D.=0.80)

ตาราง 27 ผลการศึกษาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลความหมายระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ ด้านการสนับสนุนของภาครัฐและเอกชน

ตัวชี้วัดความพึงพอใจ	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
7. ด้านการสนับสนุนของภาครัฐและเอกชน	4.05	0.87	พึงพอใจมาก
7.1 มีการประชาสัมพันธ์และให้ข้อมูลการจัดงาน	4.04	0.86	พึงพอใจมาก
7.2 มีการอำนวยความสะดวกด้านต่างๆ เช่น จัดเตรียมที่สำหรับจอดรถ มีเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกด้านจราจร	4.06	0.89	พึงพอใจมาก

จากตาราง 27 พบว่า ค่าระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร ด้านการสนับสนุนของภาครัฐและเอกชน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.05$, S.D.= 0.87) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดอันดับแรก ได้แก่ ด้านมีการอำนวยความสะดวกด้านต่างๆ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$, S.D.= 0.89) รองลงมาด้านมีการประชาสัมพันธ์และให้ข้อมูลการจัดงาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}= 4.04$, S.D.= 0.86)

ตาราง 28 ผลการศึกษาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลความหมายระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ ด้านภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานคร

ตัวชี้วัดความพึงพอใจ	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
8. ด้านภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานคร	4.08	0.93	พึงพอใจมาก
8.1 ด้านโครงสร้างพื้นฐาน สาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ถนน ไฟฟ้า ประปา เป็นต้น	4.14	0.88	พึงพอใจมาก
8.2 มีระบบคมนาคมขนส่งที่มีคุณภาพ	4.12	0.93	พึงพอใจมาก
8.3 มีความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน	4.15	0.89	พึงพอใจมาก
8.4 มีความมั่นคงทางการเมือง	3.92	1.08	พึงพอใจมาก
8.5 สถานพยาบาล/โรงพยาบาลมีมาตรฐานรองรับ	4.09	0.90	พึงพอใจมาก

จากตาราง 28 พบว่า ค่าระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร ด้านภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.08$, S.D.= 0.93) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุดอันดับแรก ได้แก่ ด้านมีความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน อยู่ใน

ระดับมาก ($\bar{X} = 4.15$, S.D. = 0.89) รองลงมาด้านโครงสร้างพื้นฐาน สาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับ ($\bar{X} = 4.14$, S.D.= 0.88)

4. การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่ม ไมซ์ รายด้าน

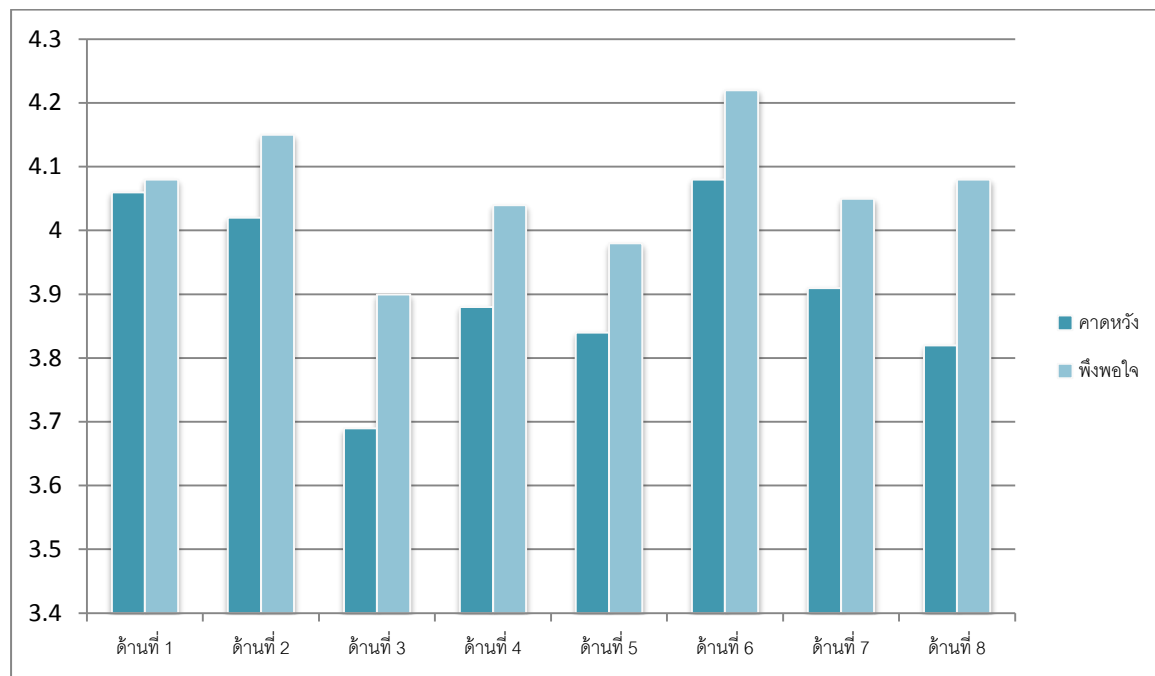
จากการหาค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ จากข้อมูลแบบสอบถาม 400 ชุด แสดงการเปรียบเทียบข้อมูลค่าเฉลี่ยรายด้าน 8 ด้าน ดังนี้

ตาราง 29 ตารางเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ชาวไทย
กลุ่มไมซ์

ตัวชี้วัดความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	การเปรียบเทียบ	
	ความ คาดหวัง	ความพึง พอใจ	ค่าเฉลี่ยทั้งสองด้าน น้อยกว่า	มากกว่า
1.ด้านสถานที่จัดงาน	4.06	4.08	-	0.02
2. ด้านการเข้าถึง	4.02	4.15	-	0.13
3. ด้านที่พัก	3.69	3.90	-	0.21
4. ด้านสถานที่ท่องเที่ยวใน กรุงเทพมหานคร	3.88	4.04	-	0.16
5. ด้านธุรกิจที่เกี่ยวข้อง	3.84	3.98	-	0.14
6. ด้านความสามารถของบุคลากรผู้จัด งาน (สถานที่จัดงาน)	4.08	4.22	-	0.14
7. ด้านการสนับสนุนของภาครัฐและ เอกชน	3.91	4.05	-	0.14
8. ด้านภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานคร	3.82	4.08	-	0.26
รวม	3.91	4.02	-	0.11

จากตารางที่ 29 พบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มไมซ์ มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากกว่าความคาดหวัง ทั้งหมด 8 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านสถานที่จัดงาน 2) ด้านการเข้าถึง 3) ด้านที่พัก 4) ด้านสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร 5) ด้านธุรกิจที่เกี่ยวข้อง 6) ด้านความสามารถของบุคลากรผู้จัดงาน (สถานที่จัดงาน) 7) ด้านการสนับสนุนของภาครัฐและเอกชน 8) ด้านภาพลักษณ์

ของกรุงเทพมหานคร ซึ่งสามารถแสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจทั้ง 8 ด้าน ตามแผนภูมิ ดังนี้



ภาพที่ 4 ภาพแผนภูมิแสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคาดหวังและความพึงพอใจทั้ง 8 ด้าน

5. ศักยภาพของกรุงเทพมหานครในการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ในปัจจุบัน

จากการเก็บข้อมูล โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 3 ท่าน สามารถสรุปความเห็นที่เกี่ยวกับศักยภาพของจังหวัดกรุงเทพมหานคร ในการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ในปัจจุบัน โดยแสดงผลการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาทั้ง 8 ด้าน ดังต่อไปนี้

1) ด้านสถานที่จัดงาน

สิ่งนี้เป็นปัจจัยพื้นฐานที่ต้องพิจารณาในการศึกษาศักยภาพการรองรับ โดยมีการคำนึงถึงด้านต่างๆ เช่น ความจุของสถานที่ที่เพียงพอ ความสามารถในการปรับเปลี่ยนรูปแบบห้องจัดงานตามความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก ค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม เป็นต้น รวมถึงมีสถานที่พิเศษในการจัดงาน ซึ่งกรุงเทพมหานครถือได้ว่ามีสถานที่จัดงานที่มีความหลากหลาย เนื่องจากเป็นศูนย์กลางของเศรษฐกิจของประเทศ จึงมีความพร้อมของสถานที่ต่อการรองรับการจัดงานและการท่องเที่ยวรูปแบบ

ไมซ์ ทั้งศูนย์จัดแสดงสินค้าและการประชุมชั้นนำระดับนานาชาติที่มีศักยภาพ ได้แก่ ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้าอิมแพ็ค อารีน่า เมืองทองธานี ศูนย์ประชุมนานาชาติไบเทค ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ รอยัล พารากอน ฮอลล์ เป็นต้น

2) ด้านที่พัก

ความพร้อมของโรงแรมที่พักในการรองรับผู้เข้าร่วมงาน เป็นปัจจัยพื้นฐานหนึ่งที่ต้องพิจารณาในการศึกษาศักยภาพการรองรับ เช่น จำนวนห้องที่เพียงพอของโรงแรมในแต่ละระดับ ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก ค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม คุณภาพการให้บริการ การรักษาความปลอดภัย คุณภาพอาหาร เป็นต้น กรุงเทพมหานครมีโรงแรมที่พักจำนวนมากและหลากหลายทางด้านบริการทั้งโรงแรมขนาดมาตรฐาน 3-5 ดาว โรงแรมบูติก รีสอร์ท เกสต์เฮ้าส์ ซึ่งสามารถรองรับลูกค้าได้ตามต้องการ

3) ด้านการเข้าถึง

ความสะดวกในการเข้าสู่เมืองพิจารณาถึงความยากง่ายในการเข้าสู่พื้นที่ โดยรูปแบบการเดินทางต่างๆ เช่น รถยนต์ เครื่องบิน รถไฟฟ้า รถประจำทาง เป็นต้น ซึ่งวิเคราะห์ในด้านต่างๆ เช่น ระยะเวลาในการเดินทาง ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ปัญหาการจราจรในพื้นที่ เป็นต้น โดยกรุงเทพมหานครนั้นถือได้ว่าการเดินทางเข้าถึงนั้นมีความสะดวกและปลอดภัย ด้วยการคมนาคมเชื่อมต่อระบบการขนส่งทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ รวมถึงระบบรถไฟฟ้าที่เข้าสู่พื้นที่ศูนย์ฯ ที่พร้อมบริการ ช่วยให้ทางเข้าถึงได้รวดเร็ว

4) ด้านสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

ซึ่งถือเป็นกิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือจากการประชุม อันเป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดให้เกิดความต้องการจัดงาน ซึ่งพิจารณาจากความหลากหลาย และความน่าสนใจของสถานที่ต่างๆ เช่น สถานที่ท่องเที่ยว สถานที่สร้างสรรค์ทางสังคม แหล่งช้อปปิ้ง เป็นต้น รวมถึงโอกาสในการติดต่อทางธุรกิจ เป็นปัจจัยสำคัญในการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการประเภทงาน Trade show โดยที่กรุงเทพมหานครมีสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลาย ทั้งทางด้านศิลปวัฒนธรรม สถานบริการ แหล่งเรียนรู้ แหล่งช้อปปิ้ง ถือว่ามีความพร้อมรองรับบริการของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

5) ด้านธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

กรุงเทพมหานคร ถือเป็นศูนย์กลางทางด้านธุรกิจ จึงมีความพร้อมและความหลากหลายครอบคลุมของธุรกิจที่เกี่ยวข้องทั้งทางด้านการคมนาคมสามารถเชื่อมโยงในหลากหลายธุรกิจเข้าด้วยกันได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ทำให้สามารถที่จะเพิ่มทางเลือกและอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างค่อนข้างมีประสิทธิภาพ

6) ด้านการสนับสนุนของภาครัฐและเอกชน

การสนับสนุนการจัดงานไมซ์จากกลุ่มต่างๆ ในเมืองจัดงาน เป็นกลไกหนึ่งในการจัดงานให้ประสบความสำเร็จ ซึ่งประกอบด้วย การสนับสนุนจากทั้งองค์กรเอกชน และหน่วยงานรัฐบาลในด้านต่างๆ เช่น การประชาสัมพันธ์ ประสานงาน การขออนุญาต การสนับสนุนด้านการเงิน เป็นต้น รวมถึงบริษัทในเมืองที่ให้บริการรับจ้างจัดงานในด้านต่างๆ ควบคู่ความพร้อมในการสนับสนุนการจัดงานในพื้นที่จากมูลค่าทางเศรษฐกิจที่ธุรกิจไมซ์สร้างรายได้เข้าประเทศมากกว่า 1.3 แสนล้านบาทต่อปี ทำให้ทางหน่วยงานภาครัฐและเอกชนต่างให้ความสำคัญในการสนับสนุนและให้ความร่วมมือพัฒนา นโยบายส่งเสริมธุรกิจรองรับการเติบโตและสร้างรายได้เพิ่มให้กับประเทศอย่างดี

7) ความสามารถของบุคลากรที่จัดงาน

บุคลากรผู้ปฏิบัติงานในธุรกิจไมซ์ ปัจจุบันยังไม่เพียงพอต่อตลาดไมซ์ ที่ต้องการบุคลากรที่มีคุณภาพศักยภาพทางด้านการสื่อสาร ภาษาอังกฤษ แต่ในเรื่องการบริการถือว่ามีความโดดเด่น การบริการด้วยใจ และการเป็นผู้เชี่ยวชาญที่เปี่ยมด้วยประสบการณ์ทำให้สามารถปฏิบัติงานทางด้านนี้ได้ดีในระดับหนึ่ง จากความต้องการของตลาดไมซ์ ทำให้ปัจจุบันสถานศึกษาแต่ละแห่งได้จัดตั้งหลักสูตรให้นักศึกษาได้เรียนรู้และพัฒนาบุคลากรคุณภาพป้อนเข้าตลาดไมซ์ได้ต่อไป

8) ด้านภาพลักษณ์ของกรุงเทพฯ

ภาพลักษณ์และความมีชื่อเสียงของเมือง มีส่วนสำคัญในการดึงดูดให้เกิดการจัดงานในเมือง โดยเฉพาะกับชาวต่างชาติ ซึ่งพิจารณาจากทัศนคติของผู้จัดงานที่มีต่อเมืองจัดงานทั้งด้านบวกและลบ และการที่เมืองเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป รวมถึงประสบการณ์จัดงานในอดีตที่ผ่านมา ซึ่งในส่วนนี้คุณจุฑา ธาราไชย (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ) กล่าวว่า “ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เราไม่สามารถสร้างขึ้นในได้ทันที จึงต้องมีการค่อยๆ สร้างให้ตัวนักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่ดีและเกิดเป็นความเชื่อมั่น” ซึ่งความเป็นเมืองหลวงของกรุงเทพมหานครส่งผลต่อภาพลักษณ์ยังสายตาชาวโลก โดยมีความโดดเด่นในการเป็นเมืองที่มีความหลากหลาย มีเสน่ห์ทางการท่องเที่ยว สามารถดึงดูดใจผู้คน

เดินทางมาเที่ยวได้ดี แต่ในส่วนของการบริหารจัดการเมือง ภาพลักษณ์ยังคงมีด้านที่ควรแก้ไข เช่น ปัญหาขยะ การจราจรติดขัด ปัญหาทางสังคม เป็นต้น โดยคุณนพดล รचना (ผู้ประกอบการภาคเอกชน) ได้กล่าวว่า “ภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครนั้นดีอยู่แล้ว เนื่องจากมีภาพลักษณ์เป็นสยามเมืองยิ้ม มีความโดดเด่นที่ดี มีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ คนกรุงเทพมหานครมีความอัธยาศัยดี กรุงเทพมหานครมีศักยภาพทางด้านเชิงเศรษฐกิจ เชียงใหม่ก็เป็นด้านวัฒนธรรม ภูเก็ตมีความเป็นธรรมชาติ ซึ่งจุดเด่นของแต่ละที่นั้นไม่เหมือนกัน โดยที่กรุงเทพมหานครมีศักยภาพมากกว่าที่อื่นเพราะเป็นศูนย์กลางของหน่วยงาน ประสานงาน ติดต่อกันต่างๆ และมีความสะดวกของการเดินทางดีกว่าจังหวัดอื่นๆ”

บทที่ 5

สรุปและอภิปรายผล

การศึกษาเรื่องการศึกษาศักยภาพการรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยรูปแบบไมซ์ในกรุงเทพมหานคร โดยกำหนดวัตถุประสงค์การศึกษาไว้ 3 ประการ ได้แก่ 1) เพื่อศึกษาศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ของกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร 3) เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในกรุงเทพมหานคร มีวิธีการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ด้านอุปสงค์ และด้านอุปทาน สำหรับด้านอุปสงค์ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ รวมทั้งสิ้น 400 คน โดยใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้วยโปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ และสรุปตัวชี้วัดรายด้านตามลำดับความสำคัญในการเสนอแนวทางการเพิ่มศักยภาพและในด้านอุปทาน เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ รวมทั้งสิ้น 3 คน และการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิแล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์และแปลผล เพื่อให้ทราบศักยภาพการรองรับของกรุงเทพมหานครในการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ และนำข้อมูลที่ได้มาสรุปเป็นแนวทางในการเพิ่มศักยภาพของกรุงเทพมหานครในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ต่อไป ซึ่งสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

1. สรุปผลการศึกษา

1.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาตามวัตถุประสงค์การศึกษาข้อที่ 1 คือ เพื่อเพิ่มความคาดหวัง และ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา ได้แก่ นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ จำนวน 400 คน สรุปข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างต่อไปนี้ พบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ ซึ่งถูกเลือกเป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิงเป็นผู้ที่มีอายุระหว่าง 20-30 ปี ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานเรียนนักศึกษา ส่วนใหญ่ 15,001 – 30,000 บาท / เดือน และพบว่าส่วนใหญ่ภูมิลำเนาอยู่กรุงเทพและปริมณฑลมากที่สุด

1.2 พฤติกรรมและความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ

นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานครโดยส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล นักท่องเที่ยวที่มาเข้าร่วมงานนั้นมีความสนใจโดยเฉพาะตามลักษณะของงานที่จัดแสดง และมักจะเดินทางมาด้วยตนเองมักจะใช้บริการขนส่งสาธารณะ เช่น BTS, MRT และ รถโดยสารประจำทาง เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาชมงานมักจะอาศัยอยู่ในกรุงเทพฯและปริมณฑลจึงไม่ค่อยมีการพักค้างคืนหรือการใช้บริการที่พักโดยรอบสถานที่จัดงานมากนัก

1.3 ระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาความของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร พบว่า โดยรวม นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก ซึ่งพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยความคาดหวังสูงสุดเป็นอันดับ ได้แก่ ด้านความสามารถของบุคลากรผู้จัดงาน (สถานที่จัดงาน)อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.08$, S.D.= 1.76) และด้านที่มีความคาดหวังต่ำที่สุด ได้แก่ ด้านที่พัก ($\bar{X}=3.69$, S.D.= 0.93) และเมื่อพิจารณาข้อย่อยในแต่ละด้าน พบว่ามีระดับความคาดหวัง ดังต่อไปนี้

1.3.1 ด้านสถานที่จัดงาน

พบว่ามีระดับค่าเฉลี่ยความคาดหวังสูงสุด ได้แก่ สถานที่จัดงานกว้างขวางรองรับคนได้จำนวนมาก ($\bar{X}=4.22$, S.D.= 0.80) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่ำที่สุด ได้แก่ มีระบบรักษาความปลอดภัยที่รัดกุม เช่น มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยประจำจุดต่างๆ มีการตรวจกระเป๋า ก่อนเข้างาน เป็นต้น ($\bar{X}=3.91$, S.D.= 0.94)

1.3.2 ด้านการเข้าถึง

พบว่ามียุทธศาสตร์ค่าเฉลี่ยความคาดหวังสูงสุด ได้แก่ สามารถเข้าถึงได้โดยระบบขนส่งสาธารณะ เช่น รถไฟฟ้า (BTS) รถไฟฟ้าใต้ดิน (MRT) รถโดยสารประจำทาง เป็นต้น ($\bar{X}=4.06$, S.D.=1.04) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่ำที่สุด ได้แก่ มีป้ายบอกทางเพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทาง ($\bar{X}=3.95$, S.D.= 0.93)

1.3.3 ด้านที่พัก

พบว่ามียุทธศาสตร์ค่าเฉลี่ยความคาดหวังสูงสุด ได้แก่ มีระดับราคาที่เหมาะสม ($\bar{X}=3.74$, S.D.=0.93) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่ำที่สุด ได้แก่ ภายในสถานที่จัดงานหรือบริเวณโดยรอบมีที่พักให้บริการ ($\bar{X}=3.61$, S.D.=0.94)

1.3.4 ด้านสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

พบว่ามียุทธศาสตร์ค่าเฉลี่ยความคาดหวังสูงสุด ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวมีความหลากหลาย ($\bar{X}= 3.91$, S.D. = 0.90) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่ำที่สุด ได้แก่ มีความเป็นเอกลักษณ์ ดึงดูด และแปลกใหม่ ($\bar{X}= 3.84$, S.D. = 0.90)

1.3.5 ด้านธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

พบว่ามียุทธศาสตร์ค่าเฉลี่ยความคาดหวังสูงสุด ได้แก่ มีห้างสรรพสินค้า/แหล่งช้อปปิ้ง ($\bar{X}=4.01$, S.D.=0.98) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่ำที่สุด ได้แก่ มีบริษัทนำเที่ยวให้เลือกใช้ ($\bar{X}=3.65$, S.D.=1.05)

1.3.6 ด้านความสามารถของบุคลากรผู้จัดงาน

พบว่ามียุทธศาสตร์ค่าเฉลี่ยความคาดหวังสูงสุด ได้แก่ ลักษณะการจัดงาน มีความเป็นมืออาชีพ ($\bar{X}=4.09$, S.D.=0.87) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่ำที่สุด ได้แก่ ผู้ให้บริการมีความเป็นมิตร เต็มใจให้คำปรึกษา/แนะนำ ($\bar{X}=4.07$, S.D.=0.88)

1.3.7 ด้านการสนับสนุนของภาครัฐและเอกชน

พบว่ามียุทธศาสตร์ค่าเฉลี่ยความคาดหวังสูงสุด ได้แก่ มีการประชาสัมพันธ์และให้ข้อมูลการจัดงาน มาก ($\bar{X}=0.96$, S.D.=0.95) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่ำที่สุด ได้แก่ มีการอำนวยความสะดวกด้านต่างๆ เช่น จัดเตรียมที่นั่งสำหรับจอดรถ มีเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกด้านจราจร ($\bar{X}=3.86$, S.D.=1)

1.3.8 ด้านภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานคร

พบว่ามียุทธศาสตร์ค่าเฉลี่ยความคาดหวังสูงสุด ได้แก่ ด้านโครงสร้างพื้นฐาน สาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ถนน ไฟฟ้า ประปา เป็นต้น ($\bar{X}=3.99$, S.D.=0.93) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่ำที่สุด ได้แก่ มีความมั่นคงทางการเมือง ($\bar{X}=3.57$, S.D.=1.12)

1.4 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ในกรุงเทพมหานคร พบว่าโดยรวมนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.02$, S.D. = 1.31) ซึ่งพิจารณาทางด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ ด้านความสามารถของบุคลากรผู้จัดงาน (สถานที่จัดงาน) ($\bar{X} = 4.22$, S.D. = 1.59) และด้านที่มีความพึงพอใจต่ำที่สุด ได้แก่ ด้านที่พัก ($\bar{X} = 3.90$, S.D. = 2.74) และเมื่อพิจารณาข้อย่อยในแต่ละด้าน พบว่ามีระดับความพึงพอใจดังต่อไปนี้

1.4.1 ด้านสถานที่จัดงาน

พบว่ามียุทธศาสตร์ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ สถานที่จัดงานกว้างขวางรองรับคนได้จำนวนมาก ($\bar{X}=4.18$, S.D.=0.86) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำที่สุด ได้แก่ ทำเลที่ตั้งมีความเหมาะสมสำหรับจัดงาน ($\bar{X}=4.03$, S.D.=0.82)

1.4.2 ด้านการเข้าถึง

พบว่ามียุทธศาสตร์ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ สามารถเข้าถึงได้โดยระบบขนส่งสาธารณะ เช่น รถไฟฟ้า (BTS) รถไฟฟ้าใต้ดิน (MRT) รถโดยสารประจำทาง เป็นต้น ($\bar{X}=4.20$, S.D.=0.98) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำที่สุด ได้แก่ มีป้ายบอกทางเพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทาง ($\bar{X}=4.11$, S.D.=0.94)

1.4.3 ด้านที่พัก

พบว่ามียุทธศาสตร์ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ ภายในมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ ($\bar{X} = 3.95$, S.D. = 0.89) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำที่สุด ได้แก่ ภายในสถานที่จัดงานหรือบริเวณโดยรอบมีที่พักให้บริการ ($\bar{X}=3.82$, S.D.=0.94)

1.4.4 ด้านสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

พบว่ามียุทธศาสตร์ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากัน ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย มีความเป็นเอกลักษณ์ ดึงดูด และแปลกใหม่ ($\bar{X}=4.04$, S.D.=0.84)

1.4.5 ด้านธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

พบว่ามียุทธศาสตร์ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ มีห้างสรรพสินค้า/แหล่งช้อปปิ้ง ($\bar{X}=4.13$, S.D.=0.89) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำที่สุด ได้แก่ มีบริษัทนำเที่ยวให้เลือกใช้ ($\bar{X}=3.80$, S.D.=1.04)

1.4.6 ด้านความสามารถของบุคลากรผู้จัดงาน

พบว่ามียุทธศาสตร์ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ ผู้ให้บริการมีความเป็นมิตร เต็มใจให้คำปรึกษา/แนะนำ ($\bar{X}=4.23$, S.D.=0.78) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำที่สุด ได้แก่ ลักษณะการจัดงาน มีความเป็นมืออาชีพ ($\bar{X}=4.20$, S.D.=0.80)

1.4.7 ด้านการสนับสนุนของภาครัฐและเอกชน

พบว่ามียุทธศาสตร์ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ มีการอำนวยความสะดวกด้านต่างๆ เช่น จัดเตรียมที่สำหรับจอดรถ มีเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกด้านจราจร ($\bar{X}=4.06$, S.D.=0.89) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำที่สุด ได้แก่ มีการประชาสัมพันธ์และให้ข้อมูลการจัดงาน ($\bar{X}=4.04$, S.D.=0.86)

1.4.8 ด้านภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานคร

พบว่ามียุทธศาสตร์ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ มีความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน ($\bar{X}=4.15$, S.D.=0.89) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่ำที่สุด ได้แก่ มีความมั่นคงทางการเมือง ($\bar{X}=3.92$, S.D.=1.08)

1.5 แนวทางการเพิ่มศักยภาพภาพของกรุงเทพมหานคร

จากการศึกษาสามารถสรุปเป็นข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางในการเพิ่มศักยภาพของกรุงเทพมหานคร ในการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ ได้ดังนี้

1.5.1 ด้านสถานที่จัดงาน

ก. มีการจัดระเบียบและแบ่งแยกโซนที่ชัดเจน อาจมีการนำสีหรือสัญลักษณ์ มาใช้เพื่อที่นักท่องเที่ยวจะสามารถเข้าร่วมงาน/กิจกรรมได้สะดวกมากยิ่งขึ้น

ข. มีการจัดโซนเล็กๆ เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้และอภิปรายร่วมกัน

ค. มีการจัดที่นั่งไว้บริการนักท่องเที่ยว

1.5.2 ด้านการเข้าถึง

ก. มีการสร้างป้ายบอกทางที่ชัดเจนและเข้าใจง่าย สำหรับนักท่องเที่ยวที่ไม่คุ้นเคยกับสถานที่

ข. มีแผนพัฒนาทางด้านการคมนาคม แต่ยังมีความล่าช้าไม่เป็นไปตามแผนยุทธศาสตร์เท่าที่ควร จึงต้องมีการเร่งพัฒนาและดำเนินการ

1.5.3 ด้านที่พัก

ก. มีการจัดโปรโมชั่นพิเศษสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ เพื่อเป็นการดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว

ข. สร้างเครือข่ายความร่วมมือในโรงแรมหลายๆ ระดับเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ เพราะนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์มีความหลากหลาย ตั้งแต่ผู้บริหารระดับสูง พนักงานระดับสูง ผู้ติดตาม ไปจนถึงพนักงานทั่วไป

ค. มีบริการรถรับส่งระหว่างที่พัก ไปยังแหล่งประชุมต่างๆ ภายในกรุงเทพมหานคร

1.5.4 ด้านสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

ก. สร้างเอกลักษณ์และความโดดเด่น ให้กรุงเทพมหานคร โดยกรุงเทพมหานคร นั้นเป็นเมืองที่มีความหลากหลาย เด่นในหลายๆ ด้านทั้งแหล่งท่องเที่ยว เทคโนโลยี สิ่งอำนวยความสะดวก ประวัติศาสตร์ อาหารการกิน และวัฒนธรรม เป็นต้น ด้วยความหลากหลายนี้ ทำให้จุดเด่นของกรุงเทพมหานครนั้นอาจไม่ชัดเจน เพราะทุกอย่างเด่นชัดหมด ดังนั้น จึงสามารถทำให้กรุงเทพฯ กลายเป็นศูนย์กลางของความหลากหลายได้ ทั้งชนชาติ ศาสนา และวัฒนธรรม สามารถทำได้โดย

- สร้างสื่อประชาสัมพันธ์เน้นความหลากหลายของกรุงเทพฯ

- จัดทำโปรแกรมทัวร์ส่งเสริมการท่องเที่ยวในกรุงเทพฯ ละเอียด

- พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเดิมให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น มีการปรับปรุง และพัฒนาอยู่เสมอ

- จัดทำโครงการโดยร่วมมือกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในการสนับสนุนการเป็นเมืองไมซ์ ที่มีความหลากหลายและครบครัน

1.5.5 ด้านธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

ก. มีการตรวจประเมินคุณภาพอาหารให้ถูกสุขลักษณะอยู่เสมอ

ข. มีการจัดประชุมและร่วมมือกันพัฒนาการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ในกรุงเทพฯ

1.5.6 ด้านความสามารถของบุคลากรผู้จัดงาน (สถานที่จัดงาน)

ก. มีการจัดตั้งศูนย์อบรมบุคลากรผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ เพื่อเป็นการพัฒนาและเพิ่มขีดความสามารถ ให้เทียบเท่าระดับสากล

1.5.7 ด้านการสนับสนุนของภาครัฐและเอกชน

ก. มีการวางแผนเพื่อพัฒนาศักยภาพการรองรับการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์

ข. ภาครัฐมีการสนับสนุนและดูแลภูมิทัศน์ของกรุงเทพฯ ให้เป็นเมืองน่าอยู่

1.5.8 ด้านภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานคร

ก. สร้างจุดเด่นของการเป็นนครแห่งไมซ์ โดยประสานความร่วมมือกันทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้กรุงเทพมหานคร

1.6 อภิปรายผล

จากผลการศึกษา เรื่อง การศึกษาศักยภาพการรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยรูปแบบไมซ์ ในกรุงเทพมหานคร พบว่า กรุงเทพมหานครมีศักยภาพในการรองรับการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ เนื่องจากกรุงเทพมหานครเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของประเทศไทย มีแนวโน้มการเติบโตทางด้านเศรษฐกิจมากกว่าจังหวัดอื่นๆ อีกทั้งยังเป็นเมืองที่มีความหลากหลายทั้งทางด้านวัฒนธรรมและแหล่งท่องเที่ยวต่างที่น่าสนใจ เป็นสิ่งดึงดูดใจทางด้านการท่องเที่ยว ประกอบกับเทคโนโลยีและการคมนาคมที่มีความได้เปรียบ ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางได้สะดวกรวดเร็วมากยิ่งขึ้น ทางภาครัฐเองก็มีนโยบายในการพัฒนาศักยภาพและการสนับสนุนการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ โดยทางสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (2558) ได้กำหนดกลยุทธ์ในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ โดยเล็งเห็นว่าอุตสาหกรรมไมซ์เป็นธุรกิจที่มีความสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ แต่ละปีมีอัตราการ

เติบโตคิดเป็นร้อยละ 5-10 โดยในปีงบประมาณ พ.ศ.2558 ประเทศไทยให้การต้อนรับนักเดินทางกลุ่มไมซ์ เป็นจำนวน 1,086,229 คน เติบโตจากปีงบประมาณ พ.ศ.2557 ร้อยละ 18.8 ด้านรายได้เติบโตถึงร้อยละ 17.53 คิดเป็นจำนวนรายได้ที่เข้าสู่ประเทศ 94,966 ล้านบาท การเติบโตดังกล่าว เป็นการพิสูจน์ให้เห็นถึงศักยภาพการเติบโตของธุรกิจไมซ์ไทยที่รัฐบาลให้การสนับสนุนอย่างเต็มที่ ทั้งด้านการพัฒนาระบบการคมนาคมขนส่งและโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อประโยชน์ให้นักเดินทางกลุ่มไมซ์ที่มายังประเทศไทย รวมทั้งการทำงานอย่างบูรณาการระหว่าง “ที่เสียบ” รวมถึงหน่วยงานภาครัฐ และเอกชนในและต่างประเทศ ส่งผลให้การดำเนินงานเป็นไปดั่งเป้าหมายที่กำหนดไว้ นอกจากนี้ทางบุคลากรผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง คุณนพดล รจนา (ผู้ประกอบการภาคเอกชน) ได้กล่าวว่า “ภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครนั้นดีอยู่แล้ว เนื่องจากมีภาพลักษณ์เป็นสยามเมืองยิ้ม มีความโดดเด่นที่ดี มีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ คนกรุงเทพมหานครมีความอัธยาศัยดี กรุงเทพมหานครมีศักยภาพทางด้านเชิงเศรษฐกิจ เชียงใหม่ก็เป็นด้านวัฒนธรรม ภูเก็ตมีความเป็นธรรมชาติ ซึ่งจุดเด่นของแต่ละที่นั้นไม่เหมือนกัน โดยที่กรุงเทพมหานครมีศักยภาพมากกว่าที่อื่นเพราะเป็นศูนย์กลางของหน่วยงานประสานงาน ติดต่อกันและมีความสะดวกของการเดินทางดีกว่าจังหวัดอื่นๆ” และเรายังสามารถสรุปศักยภาพของกรุงเทพมหานคร เป็นรายด้านได้ดังนี้

1) ด้านสถานที่จัดงาน จากที่ไปลงพื้นที่สำรวจงานวิจัยพบว่า ผู้เข้าชมงานชาวไทยมีความพึงพอใจในสถานที่จัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการในระดับพึงพอใจมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอรุวรรณ อนันต์กิริติการ (2550) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้เข้าชมชาวไทยที่มีต่อสถานที่จัดงานแสดงสินค้าและสินค้าและนิทรรศการนานาชาติ กรณีศึกษา : ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็ค (IMPACT), ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค (BITEC), ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ (QSICC) ที่พบว่าความพึงพอใจของผู้เข้าชมงานชาวไทยที่มีต่อสถานที่จัดงานอยู่ในระดับพึงพอใจมาก

2) ด้านการเข้าถึง พบว่า หลังจากเก็บแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวในศูนย์ประชุมนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากในด้านการเข้าถึงสถานที่ได้อย่างสะดวกและหลากหลาย เนื่องจากมีรถไฟฟ้า (BTS), รถไฟฟ้าใต้ดิน (MRT) ที่สามารถเข้าถึงแหล่งประชุมได้อย่างสะดวกสบาย รวดเร็ว และรถโดยสารประจำทาง ยังมีป้ายบอกทางเพื่ออำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวเพื่อการเข้าถึงพื้นที่ได้อย่าง รวดเร็ว และแม่นยำ ซึ่งสอดคล้องกับ ศิริรัตน์ สะหุนิด และ กิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ (2556) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส ได้พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึง

พอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าบีทีเอส เนื่องจากรถไฟฟ้ามีความสะดวกรวดเร็วกว่าการคมนาคมขนส่งอื่น อีกทั้งยังมีความสะดวกสบาย และคุ้มค่ากับคุณภาพของการบริการ

3) ด้านที่พัก พบว่า หลังจากเก็บแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวในศูนย์ประชุมนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมาก เนื่องจากโรงแรมที่พัก มีให้เลือกอย่างมากมายและหลากหลาย และมีคุณภาพดี อีกทั้งราคามีความเหมาะสม สิ่งอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆมีให้อย่างครบครัน ซึ่งสอดคล้องกับราณี อธิษฐ์กุล (2550) ศึกษาการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในประเทศไทย: แนวความคิดเห็นของผู้มีส่วนในการจัดการในมณฑลกวางตุ้ง ซึ่งพบว่า ศักยภาพในการรองรับความต้องการของกลุ่มตลาดจีนของประเทศไทย ในการจัดการท่องเที่ยว พบว่า โรงแรมที่พักของประเทศไทยมีให้เลือกหลากหลาย และมีคุณภาพดีที่สุดในเอเชีย อีกทั้งยังคุ้มค่าราคา สิ่งอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆก็ครบครัน

4) ด้านสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาผู้วิจัยพบว่าด้านสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับมาก สถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครนั้นมีความหลากหลายและเป็นเอกลักษณ์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิรพร จันลา (2556) ศึกษาเรื่อง แนวทางการเพิ่มศักยภาพของจังหวัดขอนแก่นในการท่องเที่ยวรูปแบบ MICE มีความสอดคล้องกับวิจัยครั้งนี้ คือ มีการใช้ตัวชี้วัดในด้านสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครและสอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครพ.ศ. 2554-2558 สำหรับกรุงเทพมหานคร พบว่าการมีสินค้าทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรม นันทนาการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (บริการทางการแพทย์หรือสปา) เป็นต้น

5) ด้านธุรกิจที่เกี่ยวข้อง จากการศึกษาพบว่าด้านธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ ของกรุงเทพมหานครมีศักยภาพอยู่ในระดับมาก เนื่องจากมีความพร้อมในองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องต่างๆ ทั้งที่พัก ร้านอาหาร สถานบันเทิง ห้างสรรพสินค้า และบริษัทนำเที่ยว ที่มีความหลากหลาย แปลกใหม่และมีคุณภาพได้มาตรฐาน ให้นักท่องเที่ยวได้เลือกใช้บริการ ทำให้มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับที่มากตามไปด้วย ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิไลณนา ชมพูพันธ์ (2551) ที่ได้ศึกษาเรื่องศักยภาพการจัดประชุมและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่ โดยมีตัวชี้วัดในการประเมินความพึงพอใจ ได้แก่ ภัตตาคาร/ร้านอาหาร/สถานบันเทิง พบว่ามีความหลากหลายในการให้บริการและมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

6) ด้านความสามารถของบุคลากรผู้จัดงาน (สถานที่จัดงาน) จากการศึกษาที่พบว่าบุคลากรผู้จัดงานมีศักยภาพในระดับค่อนข้างดีและมีความเป็นมืออาชีพในการจัดงาน สามารถให้คำแนะนำได้ รวมถึงมีความเป็นมิตร เต็มใจในการให้บริการ และจากการสำรวจพบว่าผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ ประภาพรพรณ จุมพลเดชาพันธ์ (2545) ซึ่งได้มีการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจัดงานนิทรรศการที่มีต่อศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ใน 5 ด้าน คือ ด้านคุณลักษณะของศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ด้านราคาค่าเช่าพื้นที่แสดงสินค้านิทรรศการ ด้านสถานที่ตั้ง ด้านการประชาสัมพันธ์งานนิทรรศการ และด้านบุคลากร โดยที่ผลจากการวิจัยพบว่าด้านบุคลากรนั้น ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน

7) ด้านการสนับสนุนของภาครัฐและเอกชน จากการศึกษา ผู้วิจัยพบว่ากรุงเทพมหานครมีการสนับสนุนของภาครัฐและเอกชนอยู่ในระดับที่ค่อนข้างดี เนื่องจากมีการประชาสัมพันธ์ในการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการจัดงานและมีการอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ เช่น สถานที่จัดงาน สภาพแวดล้อม การจราจร เป็นต้น ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิรพร จันลา (2556) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการเพิ่มศักยภาพของจังหวัดขอนแก่นในการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ โดยที่มีการใช้ตัวชี้วัดในด้านการสนับสนุนของภาครัฐและภาคเอกชน เช่นเดียวกัน ซึ่งผลจากการศึกษาพบว่า ศูนย์ข้อมูลกรุงเทพฯ (2552) ในด้านการสนับสนุนของภาครัฐและเอกชน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เนื่องจากมีการจัดการสภาพแวดล้อมที่ดีและมีความสวยงาม ความมั่นคงปลอดภัย มีการจัดทำโครงสร้างพื้นฐานสนับสนุน เช่น การสร้างศูนย์ประชุม มีนโยบายการส่งเสริมการตลาดในการประชาสัมพันธ์และให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆเกี่ยวกับการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ ประกอบกับมีการจัดทำแผนพัฒนากรุงเทพมหานครระยะ 20 ปี(พ.ศ. 2556 - 2575) ประเด็นยุทธศาสตร์ย่อย 6.5 ศูนย์กลางการจัดประชุมและนิทรรศการ ความหมายตามแผนวิสัยทัศน์ของประชาชนกรุงเทพมหานครเป็นเมืองจัดประชุม นิทรรศการในอันดับแรกของภูมิภาคอาเซียน

8) ด้านภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานคร จากการศึกษาวิจัยพบว่าผู้เข้าชมงานชาวไทยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับดีต่อภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานครส่วนหนึ่งเนื่องมาจากกรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงของประเทศไทย ทำให้มีโครงสร้างพื้นฐานที่มีคุณภาพทั้งทางด้าน สิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน อาทิเช่น ระบบไฟฟ้า ระบบประปา ประกอบกับมีระบบการคมนาคมขนส่งที่มีคุณภาพ มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน มีสถานพยาบาล/โรงพยาบาลที่มีมาตรฐานรองรับ ซึ่งสอดคล้อง

กับที่ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2556) ได้คาดการณ์ว่าการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์มีแนวโน้มที่จะเติบโตมากขึ้นในทุกๆปีมีผู้ประกอบการต่างๆ ประเทศไทยพัฒนาไปเป็นศูนย์กลางไมซ์ของภูมิภาคผ่านการนำเสนอบทบาทของกรุงเทพฯ ไมซ์ซิตี้ที่มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานอย่างต่อเนื่องตลอดจนการลงทุนในสาธารณูปโภคเพื่อรองรับการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์และรายได้อย่างต่อเนื่องซึ่งมีความสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ไมซ์ระยะ 5 ปีที่จะยกระดับและพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวไมซ์ในประเทศไทยให้เป็น Top of Mind ของไมซ์ในเอเชียและมีความร่วมมือกันของหลายภาคส่วนในการพัฒนาขีดความสามารถ ในการรองรับนักท่องเที่ยวและสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันของพื้นที่กรุงเทพมหานคร และด้วยปัจจัยนี้ทำให้ผู้วิจัยคาดว่าธุรกิจไมซ์ในกรุงเทพมหานครมีแนวโน้มที่จะขยายตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยว

โดยเมื่อพิจารณาข้อมูลจากการสรุปผลการศึกษาก็จะเห็นได้ว่า องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวทั้ง 8 ด้าน ได้แก่ ด้านสถานที่จัดงาน ด้านการเข้าถึง ด้านที่พัก ด้านสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ด้านธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ด้านความสามารถบุคลากรผู้จัดงาน ด้านการสนับสนุนของภาครัฐและเอกชน และด้านภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานคร มีความพร้อม เมื่อเทียบกับระดับความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มไมซ์ ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะมีระดับความคาดหวังมาก และมีความพึงพอใจมากเช่นกัน ซึ่งผลการวิเคราะห์ในภาพรวม ทำให้เห็นว่ากรุงเทพมหานครมีศักยภาพในการรองรับการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ในระดับมาก

ประกอบกับผู้ให้สัมภาษณ์ ซึ่งเป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจากทั้งภาครัฐและเอกชน มีความคิดเห็นที่ตรงกันว่ากรุงเทพมหานครนั้น มีความโดดเด่นและมีความได้เปรียบจังหวัดอื่นๆ ในทุกด้านทั้งสภาพภูมิประเทศที่อุดมสมบูรณ์ เป็นศูนย์กลางการบริหารจัดการ นอกจากนี้ยังมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่พร้อม กิจกรรมอันหลากหลาย โรงแรมที่พักที่ได้มาตรฐาน มีโครงสร้างพื้นฐานและระบบคมนาคมขนส่งที่มีประสิทธิภาพ อันเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดความสำเร็จ และทำให้กรุงเทพมหานครเป็นนครแห่งไมซ์

1.7 ข้อเสนอแนะในการศึกษา

- กรุงเทพมหานครควรมีการเพิ่มการเข้าถึงสถานที่จัดประชุมมากกว่านี้ เนื่องจากบางแห่งยังมีการคมนาคมขนส่งที่เข้าถึงยาก
- ด้านสถานที่จัดงานควรมีการจัดการเรื่องที่พักให้เพียงพอเพื่อที่จะสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้มากกว่านี้
- ด้านสถานที่จัดงานควรมีที่นั่งมากกว่านี้ เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถนั่งพักได้
- ภาครัฐควรให้การสนับสนุนการเพิ่มศักยภาพของบุคลากร โดยมีการจัดอบรม และพัฒนา โดยเฉพาะด้านภาษา เพื่อความเป็นสากล
- ควรมีการดึงเอาจุดเด่น อันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของพื้นที่ เพื่อสามารถนำมาใช้พัฒนาเป็น Destination หรือจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยว เป็นการสร้างความแตกต่างจากจังหวัดหรือประเทศคู่แข่ง
- ควรมีการให้บริการอินเทอร์เน็ตที่ครอบคลุมและรวดเร็ว
- ควรมีการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ในกรุงเทพมหานครเพื่อให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

1.8 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

- ควรมีการวิจัยด้านการเกิดผลกระทบจากการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ในกรุงเทพมหานคร
- ควรมีการวิจัยความร่วมมือของธุรกิจใหม่ในกรุงเทพฯกับประชาคมอาเซียน
- ควรมีการวิจัยเพื่อพัฒนาศักยภาพบุคลากร ในการรองรับการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ในระดับสากล

บรรณานุกรม

- กานต์ชนก ดาบสมเด็จ. (2555). กลยุทธ์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมไมซ์(MICE)ในประเทศไทย
 สืบค้น 10 พฤศจิกายน 2558, จาก http://www.arts.ksu.ac.th/manage/sub_file/Aim8K0sCdtG20120605173939.pdf
- จริญญา ณพิบูล, และวรัชต์ มัชฌิมบุรุษ. (2555). การศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเพื่อการ
 พัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย สืบค้น 10 พฤศจิกายน 2558, จาก <http://tar.thailis.or.th/bitstream/123456789/562/1/%E0%B8%A7%E0%B8%B4%E0%B8%88%E0%B8%B1%E0%B8%A2%2021.pdf>
- จิราพร จันลา. (2556). แนวทางการเพิ่มศักยภาพของจังหวัดขอนแก่นในการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์
 (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ดุษฎี ช่วยสุข. (2557). แผนพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดขอนแก่น เพื่อรองรับการเป็น
 นครแห่งไมซ์ของประเทศไทย (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). ขอนแก่น:
 มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ดุษฎี ช่วยสุข, และ ดลฤทัย โกววรรณะกุล. (2558). การพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัด
 ขอนแก่น เพื่อรองรับการเป็นไมซ์ที่ดีของประเทศไทย. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย
 ,10(1). สืบค้น 23 พฤศจิกายน 2558 จาก<http://www.tourismtaat.siam.edu/index.php/2014-05-27-09-18-39/10-1>
- ธนัชชนม์ ตาลป่า. (2556). ศักยภาพในการบริหารจัดการอุตสาหกรรมไมซ์ของจังหวัดเชียงใหม่
 (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ปิลันธนา ชมพูพันธ์. (2551). การศึกษาศักยภาพการจัดการประชุมและนิทรรศการจังหวัดใหม่
 (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปิยะพงศ์ มั่นกล้า. (2554). *ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำในจังหวัดนนทบุรีเพื่อการจัดการ
ทรัพยากรท่องเที่ยว* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ประภาพรพรณ จุมพลเดชาพันธ์. (2545). *ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจัดงานนิทรรศการที่มีต่อ
ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรี
นครินทรวิโรฒ.

ผู้จัดการ 360° รายสัปดาห์. (2554). *ยุทธศาสตร์ 'ไมซ์' 5 ปี ดันไทยสู่ศูนย์กลางไมซ์ในเอเชีย.*
สืบค้นเมื่อ 24 กันยายน 2558 จาก [http://www.manager.co.th/iBiz
Channel/ViewNews.aspx?NewsID=9540000098966](http://www.manager.co.th/iBizChannel/ViewNews.aspx?NewsID=9540000098966)

พรพิมล ขวัญเย็น. (2553). *ความสนใจในจัดประชุมจัดนำเที่ยวและจัดแสดงสินค้าหรือนิทรรศการ
ให้กับพนักงานลูกค้า หรือ ผู้ที่เกี่ยวข้องในเขตพื้นที่เมืองพัทยาของบริษัทที่ตั้งของนิคม
อุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา,
ชลบุรี) สืบค้นจาก <http://www.mt.buu.ac.th/>

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. (2555). *รายงานผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจการให้บริการด้าน
อุปกรณ์การศึกษาและสภาพแวดล้อมการเรียนรู้* สืบค้น 2 ตุลาคม 2558, จาก
[http://www.president.cmru.ac.th/pre54/form/2.5.pdf?PHPSESSID=de747ef518ad929
726f1b2a399205d49](http://www.president.cmru.ac.th/pre54/form/2.5.pdf?PHPSESSID=de747ef518ad929726f1b2a399205d49)

ราณี อธิชัยกุล, และจุฑามาศ วิศาลสิงห์. (2550). *การจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในประเทศไทย:
แนวความคิดเห็นของผู้มีส่วนในการจัดการในมณฑลกวางตุ้ง* สืบค้น 27 ตุลาคม 2558
http://tat.plushours.com/research/research_grid

วิมลรัตน์ นามจะ, และสมศักดิ์ ศรีสันติสุข. (มปป.). *การเตรียมความพร้อมด้านศักยภาพของจังหวัด
ขอนแก่นสู่การเป็นเมืองแห่งการประชุมสัมมนาและการแสดงสินค้าหรือนิทรรศการนานาชาติ*
สืบค้น 16 ตุลาคม 2558 <http://mis.cola.kku.ac.th/>

วีระ วีระโสภณ. (2557). *ศักยภาพและความสำเร็จของธุรกิจไมซ์ในประเทศไทย* สืบค้นเมื่อ 28

กันยายน 2558 จาก http://www.teacher.ssru.ac.th/weera_we/pluginfile.php/327/block_html/content/%E0%B8%9A%E0%B8%97%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%204.pdf

วรานิษฐ์ เอกสิริพงศ์ภาส. (2558). *แนวทางการบริหารจัดการอุตสาหกรรมไมซ์ไทย(MICE)*. สืบค้นเมื่อ

24 กันยายน 2558 จาก <http://203.113.122.174/ULIBIGP/igp/psed7.pdf>

ศิริรัตน์ สะหุณิล, และกิตติพันธ์ คงสวัสดิ์เกียรติ.(2556). *การศึกษาคความพึงพอใจในการใช้บริการ*

รถไฟฟ้าบีทีเอส, 4(34) สืบค้นเมื่อ 9 ธันวาคม 2558 จาก <http://thaiejournal.com/journal/2556volumes4/34.pdf>

ศูนย์ข้อมูลกรุงเทพ.(2552). *แผนพัฒนากรุงเทพมหานครระยะ12ปี (พ.ศ.2552-2563)* สืบค้นเมื่อ

9 ธันวาคม 2558 จาก [http://203.155.220.230/bmainfo/docs/plans/1plan%20development%2012%20year%20\(%202552-2563\).pdf](http://203.155.220.230/bmainfo/docs/plans/1plan%20development%2012%20year%20(%202552-2563).pdf)

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2556). *ต่างชาติแห่จัดงานในเอเชีย...โอกาสธุรกิจไมซ์ของประเทศไทย*. ธนาคาร

กสิกรไทย. 19(2386). สืบค้นเมื่อ 24 กันยายน 2558, จาก <https://www.kasikornresearch.com/th/k-econanalysis/pages/ViewSummary.aspx?docid=31547>

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.). (2555-2559). *ยุทธศาสตร์การวิจัยการท่องเที่ยว*

แห่งชาติ. สืบค้นเมื่อ 25 กันยายน 2558, จาก http://www.ird.rmutt.ac.th/?wpfb_dl=172

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2558). *MICE JOURNAL* (3) สืบค้นเมื่อ 26

พฤศจิกายน 2558 จาก <http://www.businesseventsthailand.com/>

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2556) *MICE JOURNAL* (5) สืบค้นเมื่อ 26

พฤศจิกายน 2558 จาก <http://www.businesseventsthailand.com/>

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2558) *MICE JOURNAL* (1) สืบค้นเมื่อ 26

พฤศจิกายน 2558 จาก <http://www.businesseventsthailand.com/>

สุดถนอม ตันเจริญ.(2554). รูปแบบและองค์ประกอบสำคัญของการจัดนิทรรศการท่องเที่ยวที่มี
อิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบริการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวไทย. สืบค้นเมื่อ
วันที่ 23 กันยายน 2558 จาก <https://www.gotoknow.org/posts/453154>

สุรเมธี มณีสุข. (2558). ที่เสียบ ดันไทยเป็นศูนย์กลางไมซ์แห่งเอเชีย ชุกทม. - เขาใหญ่ เป็น
ศูนย์กลางการจัดประชุมและการท่องเที่ยว. สำนักข่าวอีไฟแนนซ์ไทย. สืบค้นเมื่อ 24
กันยายน 2558 จาก[http://27.254.70.11/LastestNews/index.aspx?release](http://27.254.70.11/LastestNews/index.aspx?release=y&ref=M&id=qEyzPCGHV1U=&year=2015&month=7&lang=T)
[=y&ref=M&id=qEyzPCGHV1U=&year=2015&month=7&lang=T](http://27.254.70.11/LastestNews/index.aspx?release=y&ref=M&id=qEyzPCGHV1U=&year=2015&month=7&lang=T)

สรชนบ ถิ่นนา. (2552). การศึกษาแนวโน้มธุรกิจการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและการ
จัดแสดงสินค้านิทรรศการนานาชาติ(MICE)ในจังหวัดเชียงใหม่. สืบค้นเมื่อ 15 กันยายน
2558 จาก <http://library.cmu.ac.th/>

อรรวรรณ อนันต์กิติการ. (2549). ความพึงพอใจของผู้เข้าชมชาวไทยที่มีต่อสถานที่จัดงานแสดง
สินค้า และสินค้าและนิทรรศการนานาชาติ กรณีศึกษา : ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุม
อิมแพค (IMPACT), ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค (BITEC), ศูนย์การประชุม
แห่งชาติสิริกิติ์ (QSNCC) (วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต). พิษณุโลก: มหาวิทยาลัย
นเรศวร.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

รายชื่อ	สถานที่ทำงาน
1.ดร.คมลธิธิ์ เกียนวัฒนา	คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
2.ดร.กฤติกา สายณะรัตรชัย	คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
3.ดร.กิงกนก เสาวภาวงศ์	คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
4.อ.จุฑาธิปต์ จันทร์เอียด	คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
5.อ.รชตวรรณ ลิ้มกาญจนภา	สาขาการท่องเที่ยว วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยนเรศวร

ภาคผนวก ข

เครื่องมือในการวิจัยแบบสอบถาม

แบบสอบถามชุดที่.....

แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง การศึกษาศักยภาพการรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยรูปแบบไมซ์ในกรุงเทพมหานคร

คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

1. แบบสอบถามมีจุดประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจและระดับความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ (การจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล) ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร

2. แบบสอบถามฉบับนี้มี 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ระดับความพึงพอใจและระดับความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในกรุงเทพมหานคร มี 8 ด้าน จำนวน 42 ข้อ

3. การวิจัยครั้งนี้จะสมบูรณ์และมีความเชื่อถือได้ขึ้นอยู่กับคำตอบแบบสอบถามตามสภาพความเป็นจริงและครบทุกข้อ อันจะเป็นประโยชน์ต่อไป

4. การตอบแบบสอบถามนี้ จะไม่มีผลเสียใดๆ ต่อตัวท่าน ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามนี้จะเก็บรักษาไว้เป็นความลับ และจะใช้สำหรับการวิจัยครั้งนี้เท่านั้น

สถานที่เก็บข้อมูล

- ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์
- ศูนย์การประชุมและแสดงสินค้าอิมแพ็ค อารีน่า เมืองทองธานี
- ศูนย์ประชุมนานาชาติไบเทค
- รอยัล พารากอน ฮอลล์

คำชี้แจง โปรดใช้เครื่องหมาย ✓ ลงใน () หรือกรอกข้อความลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็น/
สถานภาพของท่านมากที่สุด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

- () ชาย () หญิง

2. อายุ

- () ต่ำกว่า 20 ปี () 20-30 ปี () 31-40 ปี
() 41-50 ปี () 51-60 ปี () 61 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพสมรส

- () โสด () สมรส () หม้าย/หย่าร้าง

4. ระดับการศึกษา

- () ต่ำกว่าปริญญาตรี () ปริญญาตรี () ปริญญาตรีขึ้นไป

5. อาชีพ

- () ข้าราชการ () ลูกจ้างประจำ / ชั่วคราว () พนักงานรัฐวิสาหกิจ
() พนักงานเอกชน () ธุรกิจส่วนตัว () นักเรียน / นักศึกษา
() อื่นๆ โปรดระบุ.....

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (รวมรายได้หลักและรายได้เสริม)

- () ไม่มีรายได้ () น้อยกว่า 15,000 บาท / เดือน
() 15,001 – 30,000 บาท / เดือน () 30,001 – 45,000 บาท / เดือน
() มากกว่า 45,000 บาท / เดือน

7. ภูมิลำเนา

- () กรุงเทพมหานคร () ภาคกลาง () ภาคเหนือ
() ภาคตะวันออก () ภาคใต้ () ภาคตะวันตก
() ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ความคาดหวังและความพึงพอใจ ต่อศักยภาพของธุรกิจไมซ์ (ต่อ)	ความคาดหวัง					ความพึงพอใจ				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
4.ด้านสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร										
4.1 สถานที่ท่องเที่ยวมีความหลากหลาย										
4.2 มีความเป็นเอกลักษณ์ ดึงดูด และแปลกใหม่										
5.ด้านธุรกิจที่เกี่ยวข้อง										
5.1 กภัตตาคาร/ร้านอาหาร/สถานบันเทิง มีความหลากหลาย										
5.2 มีห้างสรรพสินค้า/แหล่งช้อปปิ้ง										
5.3 มีบริษัทนำเที่ยวให้เลือกใช้บริการ										
6.ด้านความสามารถของบุคลากรผู้จัดงาน										
6.1 ลักษณะการจัดงาน มีความเป็นมืออาชีพ										
6.2 ผู้ให้บริการมีความเป็นมิตร เต็มใจให้คำปรึกษา/แนะนำ										
7.ด้านการสนับสนุนของภาครัฐและเอกชน										
7.1 มีการประชาสัมพันธ์และให้ข้อมูลการจัดงาน										
7.2 มีการอำนวยความสะดวกด้านต่างๆ เช่น จัดเตรียมที่สำหรับจอดรถ มีเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกด้านจราจร										
8.ด้านภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานคร										
8.1 ด้านโครงสร้างพื้นฐาน สาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ถนน ไฟฟ้า ประปา เป็นต้น										
8.2 มีระบบคมนาคมขนส่งที่มีคุณภาพ										
8.3 มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน										
8.4 มีความมั่นคงทางการเมือง										
8.5 สถานพยาบาล/โรงพยาบาลมีมาตรฐานรองรับ										

ข้อเสนอแนะ.....

**** ขอขอบพระคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ****

ภาคผนวก ค

เครื่องมือในการวิจัยแบบสัมภาษณ์เชิงลึก

แบบสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในธุรกิจไมซ์ เพื่อการวิจัย

เรื่อง การศึกษาศักยภาพการรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยรูปแบบไมซ์ในกรุงเทพมหานคร

.....

การดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์

1. มีการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์อย่างไรบ้าง
2. มีความยากง่ายและความท้าทายในการดำเนินงานอย่างไรบ้าง
3. กลุ่มลูกค้าหลักเป็นใคร ส่วนใหญ่จัดงานประเภทไหน

ความสำคัญของการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์

1. ท่านเห็นว่าการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์มีความสำคัญกับกรุงเทพฯ หรือไม่ อย่างไรบ้าง
2. ท่านเห็นว่าสิ่งใดที่มีความสำคัญต่อการจัดการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์มากที่สุด
3. ท่านเห็นว่าในอนาคตการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ในกรุงเทพฯ จะมีแนวโน้มเป็นอย่างไร

ด้านศักยภาพของการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ในกรุงเทพมหานครในแต่ละด้านเป็นอย่างไรบ้าง

- | | |
|---------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| 1. ด้านสถานที่จัดงาน | 2. ด้านที่พัก |
| 3. ด้านการเข้าถึง | 4. ด้านสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพฯ |
| 5. ด้านธุรกิจที่เกี่ยวข้อง | 6. ด้านการสนับสนุนของภาครัฐและเอกชน |
| 7. ความสามารถของบุคลากรที่จัดงาน | 8. ด้านภาพลักษณ์ของกรุงเทพฯ |
| 9. ท่านเห็นว่าศักยภาพในด้านใดของกรุงเทพฯ ที่มีความโดดเด่นมากที่สุด เพราะเหตุใด | |
| 10. ท่านเห็นว่ากรุงเทพฯ มีศักยภาพมากกว่า/น้อยกว่าจังหวัดอื่นอย่างไร เพราะเหตุใด | |

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ในกรุงเทพมหานครและข้อเสนอแนะอื่นๆ

1. ท่านเห็นว่าในกรุงเทพฯ มีสถานที่ใดที่มีศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์อีกบ้าง
2. แนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ในกรุงเทพฯ ท่านมีความเห็นว่าควรที่จะเพิ่มศักยภาพในด้านใดมากที่สุด เพราะเหตุใด
3. ข้อเสนอแนะอื่นๆ

ภาคผนวก ง

สรุปรายชื่อการจัดงาน สถานที่จัดงาน และจำนวนแบบสอบถามที่เก็บ

ตาราง 30 สรุปรายชื่อการจัดงาน สถานที่จัดงาน และจำนวนแบบสอบถามที่เก็บ

วันที่	ชื่องาน	สถานที่จัดงาน	จำนวนที่เก็บ
13 พ.ย. 2558	งานแม่บ้านแฟร์ 2015	ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ (Queen Sirikit National Convention Center)	100
14-15 พ.ย. 2558	งาน sports world expo 2015	ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุม อิมแพ็ค เมืองทองธานี (IMPACT Exhibition and Convention Center)	100
14-15 พ.ย. 2558	มหกรรมการศึกษาต่อต่างประเทศ (International education EXPO 2015)	รอยัล พารากอน ฮอลล์ สยามพารากอน (Royal Paragon Hall Exhibition and Convention Center)	100
18 พ.ย. 2558	METALEX 2015	ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค บางนา (Bangkok International Trade & Exhibition Centre: BITEC)	100

ภาคผนวก จ

รายชื่อสถานที่จัดงานในรูปแบบห้องประชุม หรือศูนย์ประชุมในกรุงเทพมหานคร
ที่สามารถรองรับผู้เข้าร่วมงานได้มากกว่า 1000 ที่นั่งขึ้นไป

ตาราง 31 รายชื่อสถานที่จัดงานในรูปแบบห้องประชุม ที่สามารถรองรับผู้เข้าร่วมงานได้มากกว่า 1,000 ที่นั่งขึ้นไป

รายชื่อสถานที่จัดงาน

1. Amari Don Muang Airport Bangkok
 2. Anantara Siam Bangkok Hotel
 3. Arnoma Hotel Bangkok
 4. Asia Hotel Bangkok
 5. Chatrium Hotel Riverside Bangkok
 6. Conrad Bangkok Hotel
 7. Crowne Plaza Bangkok Lumpini Park
 8. Dusit Thani Bangkok
 9. Eastin Hotel Makkasan Bangkok
 10. Grand Hyatt Erawan Bangkok
 11. Grand Mercure Bangkok Fortune
 12. Holiday Inn Bangkok Silom
 13. Holiday Inn Bangkok Sukhumvit
 14. Hotel Windsor Suites Convention
 15. Maruay Garden Hotel
 16. Millennium Hilton Bangkok Hotel
 17. Montien Riverside Hotel
 18. Narai Hotel
 19. Plaza Athenee Bangkok, A Royal Meridien Hotel
 20. Pullman Bangkok King Power
 21. Rama Gardens Hotel Bangkok
 22. Ramada Plaza Bangkok Menam Riverside
 23. Rembrandt Hotel Bangkok
 24. Renaissance Bangkok Ratchaprasong Hotel
 25. Royal Orchid Sheraton Hotel & Towers
 26. Shangri-La Hotel
-

-
27. Sheraton Grande Sukhumvit
 28. Siam Kempinski Hotel Bangkok
 29. Sofitel So Bangkok
 30. Swissotel Le Concorde Bangkok
-

อ้างอิงจาก สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (2558)

ภาคผนวก จ

รายชื่อที่พักในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

ประเภทการให้บริการเฉพาะที่พัก

ตาราง 32 รายชื่อที่พักในจังหวัดกรุงเทพมหานคร ประเภทการให้บริการเฉพาะที่พัก

ลำดับที่	ชื่อโรงแรม	จำนวนห้อง
1	โรงแรมอนันตรา กรุงเทพ บางกอก	354
2	โรงแรมเซอราตัน แกรนด์ สุขุมวิท	420
3	โรงแรมคอนราด กรุงเทพ	391
4	โรงแรมอินเตอร์คอนติเนนตัล กรุงเทพ	381
5	โรงแรมทาวเวอร์ คลับ แอท เลอบัว	221
6	โรงแรมเอ็มโพเรียม สวีท บาย ซาเทรียม	396
7	โรงแรมแชงกรี-ลา กรุงเทพ	802
8	โรงแรมพลาซ่า แอททินี กรุงเทพ อะ รอยัล เมอริเดียน	374
9	โรงแรมรามาดา พลาซ่า บางกอก แม่น้ำ ริเวอร์ไซด์	525
10	โรงแรมอนันตรา กรุงเทพ สาทรร	310
11	โรงแรมดับบลิว กรุงเทพ	403
12	โรงแรมมิลเลนเนียม ฮิลตัน กรุงเทพ	543
13	โรงแรมสวิสเทล นายเลิศ ปาร์ค	336
14	โรงแรมเลอเมอริเดียน กรุงเทพ	282
15	โรงแรมกรุงเทพ แมริออท สุขุมวิท	295
16	โรงแรมเซ็นทารา แกรนด์ แอท เซ็นทรัล พลาซ่า ลาดพร้าว	565
17	โรงแรมดรีม กรุงเทพ	195
18	โรงแรมเมโทรโพลิแทน บาย โคโม กรุงเทพ	171
19	โรงแรมเบสท์เวสเทิร์น พรีเมียร์ สุขุมวิท	145
20	โรงแรมศิวาเทล กรุงเทพ	75
21	โรงแรมแอมบาสเดอร์ กรุงเทพ	760
22	โรงแรมเซ็นเตอร์ พอยท์ สีลม	140
23	โรงแรมพาร์คพลาซ่า สุขุมวิท กรุงเทพ	95
24	โรงแรมเอเชีย กรุงเทพ	601
25	โรงแรมโนโวเทล กรุงเทพ เพลินจิต สุขุมวิท	370
26	โรงแรมซาเทรียม เรสซิเดนซ์ สาทร กรุงเทพ	560
27	โรงแรมแกรนด์ เพอร์ซิเดนซ์ กรุงเทพ	437
28	โรงแรมเซ็นทารา วอเตอร์เกท พาววิลเลี่ยน กรุงเทพ	281

29	โรงแรมพชร สวีท สุขุมวิท	194
30	โรงแรมฟูราม่าเอ็กซ์คลูซีฟ อโศก กรุงเทพฯ	102
31	โรงแรมนารายณ์	475
32	โรงแรมวินด์เซอร์ สวีท แอนด์คอนเวนชั่น	458
33	โรงแรมมณเฑียร กรุงเทพฯ	475
34	โรงแรมโกลเด้น ทิวลิป แมนดิสัน สวีท	105
35	โรงแรมซัมเมอร์เซต สุขุมวิท ทองหล่อ กรุงเทพฯ	262
36	โรงแรมเดอะสวีท ลอดจ์	60
37	โรงแรมปัญดาราศา สวีท สีลม	240
38	โรงแรมเอเวอร์กรีน เฟลส กรุงเทพฯ	119
39	ไฟร์พอยส์ บาย เซอราตัน กรุงเทพฯ สุขุมวิท 15	268
40	โรงแรมปทุมวัน ปรินเซส	455

ภาคผนวก ช

หนังสือขอความอนุเคราะห์เพื่อทำการวิจัย

หนังสือขอความอนุเคราะห์เพื่อทำการวิจัย



ที่ ศธ 0519.39/ 138

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

๒ พฤศจิกายน 2558

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เข้าพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลประกอบการวิจัย

เรียน ผู้จัดงาน MAEBAN FAIR

สิ่งที่แนบมาด้วย แบบสอบถามเพื่อการวิจัย เรื่อง การศึกษาศักยภาพการรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยรูปแบบไมซ์
ในกรุงเทพมหานคร

ด้วยคณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้จัดการเรียนการสอนหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ ในรายวิชา นจท 322 พื้นฐานการวิจัยด้านการท่องเที่ยว โดยมี อาจารย์อังสุมาลิน จำนงชอบ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิจัย ได้มอบหมายให้นิสิตศึกษาและลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลของโครงการวิจัย เรื่อง การศึกษาศักยภาพการรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยรูปแบบไมซ์ในกรุงเทพมหานคร นั้น

ในการนี้จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์เข้าพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลประกอบการวิจัยดังกล่าว ในงาน MAEBAN FAIR ระหว่างวันที่ 12-15 พฤศจิกายน 2558 ณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ โดยมีนางสาวรัชชญาณี รจนา โทร. 086-788-2996 เป็นนิสิตผู้ประสานงานการวิจัย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา จะขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ปรินทร์ ชัยวิสุทธางกูร)
คณบดีคณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
โทรศัพท์ 0-2649-5000 ต่อ 11308 โทรสาร 0-2260-2903

ที่ ศธ 0519.39/ 138

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

5 พฤศจิกายน 2558

เรื่อง ขออนุญาตเข้าพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลประกอบการวิจัย

เรียน ผู้จัดการงาน Sports World Expo 2015

สิ่งที่แนบมาด้วย แบบสอบถามเพื่อการวิจัย เรื่อง การศึกษาศักยภาพการรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยรูปแบบใหม่
ในกรุงเทพมหานคร

ด้วยคณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้จัดการเรียนการสอนหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ ในรายวิชา นจท 322 พื้นฐานการวิจัยด้านการท่องเที่ยว โดยมี อาจารย์อังสุมาลิน จำนงชอบ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิจัย ได้มอบหมายให้นิสิตศึกษาและลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลของโครงการวิจัย เรื่อง การศึกษาศักยภาพการรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยรูปแบบใหม่ในกรุงเทพมหานคร นั้น

ในการนี้จึงใคร่ขออนุญาตเข้าพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลประกอบการวิจัยดังกล่าว ในงาน Sports World Expo 2015 ระหว่างวันที่ 14-15 พฤศจิกายน 2558 ณ ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุม อิมแพ็ค เมืองทองธานี โดยมีนางสาวรัชฎาณี รจนา โทร. 086-788-2996 เป็นนิสิตผู้ประสานงานการวิจัย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา จะขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ปรินทร์ ชัยวิสุทธิางกูร)

คณบดีคณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

โทรศัพท์ 0-2649-5000 ต่อ 11308 โทรสาร 0-2260-2903

ที่ ศธ 0519.39/ 138

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

๕ พฤศจิกายน 2558

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลประกอบการวิจัย

เรียน ผู้จัดงาน Metalex 2015

สิ่งที่แนบมาด้วย แบบสอบถามเพื่อการวิจัย เรื่อง การศึกษาศักยภาพการรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยรูปแบบใหม่
ในกรุงเทพมหานคร

ด้วยคณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้จัดการเรียนการสอนหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ ในรายวิชา นจท 322 พื้นฐานการวิจัยด้านการท่องเที่ยว โดยมี อาจารย์อังสุมาลิน จ่านชอบ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิจัยได้มอบหมายให้นิสิตศึกษาและลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลของโครงการวิจัย เรื่อง การศึกษาศักยภาพการรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยรูปแบบใหม่ในกรุงเทพมหานคร นั้น

ในการนี้จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูล เพื่อเก็บข้อมูลประกอบการวิจัย เรื่อง การศึกษาศักยภาพการรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยรูปแบบใหม่ในกรุงเทพมหานคร ในงาน Metalex 2015 ระหว่างวันที่ 18-21 พฤศจิกายน 2558 ณ ศูนย์นิทรรศการและการประชุมไบเทค บางนา โดยมีนางสาวรัชฎาณี รจนา โทร. 086-788-2996 เป็นนิสิตผู้ประสานงานการวิจัย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา จะขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ปรินทร์ ชัยวิสุทธางกูร)

คณบดีคณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
โทรศัพท์ 0-2649-5000 ต่อ 11308 โทรสาร 0-2260-2903

ที่ ศธ 0519.39/ 138

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

๗ พฤศจิกายน 2558

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เข้าพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลประกอบการวิจัย

เรียน ผู้จัดงาน OCSC INTERNATIONAL EDUCATION EXPO 2015

สิ่งที่แนบมาด้วย แบบสอบถามเพื่อการวิจัย เรื่อง การศึกษาศักยภาพการรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยรูปแบบใหม่
ในกรุงเทพมหานคร

ด้วยคณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้จัดการเรียนการสอนหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาบัณฑิตกรรมการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ ในรายวิชา นจท 322 พื้นฐานการวิจัยด้านการท่องเที่ยว โดยมี อาจารย์อังสุมาลิน จำนงขอบ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิจัย ได้มอบหมายให้นิสิตศึกษาและลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูล ของโครงการวิจัย เรื่อง การศึกษาศักยภาพการรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยรูปแบบใหม่ในกรุงเทพมหานคร นั้น

ในการนี้จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์เข้าพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลประกอบการวิจัยดังกล่าว ในงาน OCSC INTERNATIONAL EDUCATION EXPO 2015 ระหว่างวันที่ 14-15 พฤศจิกายน 2558 ณ รอยัลพารากอน ฮอลล์ ณ ศูนย์การค้าสยามพารากอน โดยมีนางสาวรัชฎาณี รจนา โทร. 086-788-2996 เป็นนิสิตผู้ประสานงานการวิจัย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา จะขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ปริญทร์ ชัยวิสุทธางกูร)
คณบดีคณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศคณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
โทรศัพท์ 0-2649-5000 ต่อ 11308 โทรสาร 0-2260-2903

ที่ ศธ 0519.39/ 1A1

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

10 พฤศจิกายน 2558

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เข้าพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลประกอบการวิจัย

เรียน บริษัท อิมแพ็ค เอ็กซิบิชั่น แมเนจเม้นท์ จำกัด

สิ่งที่แนบมาด้วย แบบสอบถามเพื่อการวิจัย เรื่อง การศึกษาศักยภาพการรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยรูปแบบใหม่
ในกรุงเทพมหานคร

ด้วยคณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้จัดการเรียนการสอนหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ ในรายวิชา นจท 322 พื้นฐานการวิจัยด้านการท่องเที่ยว โดยมี อาจารย์อังสุมาลิน จ้างงชอบ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิจัย ได้มอบหมายให้นิสิตศึกษาและลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูล ของโครงการวิจัย เรื่อง การศึกษาศักยภาพการรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยรูปแบบใหม่ในกรุงเทพมหานคร นั้น

ในการนี้จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์เข้าพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลประกอบการวิจัยดังกล่าว ณ บริษัท อิมแพ็ค เอ็กซิบิชั่น แมเนจเม้นท์ จำกัด ระหว่างวันที่ 16-27 พฤศจิกายน 2558 โดยมี นางสาวธัญญาณี รจนา โทร. 086-788-2996 เป็นนิสิตผู้ประสานงานการวิจัย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา จะขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ปรินทร์ ชัยวิสุทธิช่างกูร)

คณบดีคณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
โทรศัพท์ 0-2649-5000 ต่อ 11308 โทรสาร 0-2260-2903

ที่ ศธ 0519.39/1A1

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
สุขุมวิท 23 กรุงเทพฯ 10110

10 พฤศจิกายน 2558

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เข้าพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลประกอบการวิจัย

เรียน สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ

สิ่งที่แนบมาด้วย แบบสอบถามเพื่อการวิจัย เรื่อง การศึกษาศักยภาพการรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยรูปแบบไม่ซ์
ในกรุงเทพมหานคร

ด้วยคณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ได้จัดการเรียนการสอนหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ ในรายวิชา นจท 322 พื้นฐานการวิจัยด้านการท่องเที่ยว โดยมี อาจารย์อังสุมาลิน จำนงชอบ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิจัย ได้มอบหมายให้นิสิตศึกษาและลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูล ของโครงการวิจัย เรื่อง การศึกษาศักยภาพการรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยรูปแบบไม่ซ์ในกรุงเทพมหานคร นั้น

ในการนี้จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์เข้าพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลประกอบการวิจัยดังกล่าว ณ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ระหว่างวันที่ 16-27 พฤศจิกายน 2558 โดยมีนางสาวธัญญาณี รจนา โทร. 086-788-2996 เป็นนิสิตผู้ประสานงานการวิจัย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา จะขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ปรินทร์ ชัยวิสุทธางกูร)

คณบดีคณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
โทรศัพท์ 0-2649-5000 ต่อ 11308 โทรสาร 0-2260-2903

ภาคผนวก ซ

แบบแสดงความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ
ที่มีต่อตัวชี้วัดในแบบสอบถาม งานวิจัย

ผลการประเมินคุณภาพของแบบสอบถามจากผู้ทรงคุณวุฒิ
งานวิจัย เรื่อง การศึกษาศักยภาพการรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทยรูปแบบใหม่
ในกรุงเทพมหานคร

ตาราง 33 รายการวัดระดับความคิดเห็นต่อตัวชี้วัดในแต่ละด้านเพื่อทราบระดับความพึงพอใจและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยกลุ่มใหม่ ในกรุงเทพมหานคร

รายการ	ประมาณค่าความคิดเห็น					ค่า IOC
	ของผู้ทรงคุณวุฒิ					
	1	2	3	4	5	
1.ด้านสถานที่จัดงาน	1	1	1	1	1	1.0
2.ด้านการเข้าถึง	1	1	1	1	1	1.0
3.ด้านที่พัก	1	1	1	1	1	1.0
4.ด้านสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร	1	1	1	0	1	0.8
5.ด้านธุรกิจที่เกี่ยวข้อง	1	1	1	1	1	1.0
6.ด้านความสามารถของบุคลากรผู้จัดงาน	1	1	1	1	1	1.0
7.ด้านการสนับสนุนของภาครัฐและเอกชน	1	1	1	0	1	0.8
8.ด้านภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานคร	1	1	1	1	1	1.0

ประมาณค่าความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ

$$\begin{aligned} \text{ค่า IOC} &= \frac{1+1+1+0.8+1+1+0.8+1}{8} \\ &= 0.95 \end{aligned}$$

สรุปผลการประเมินคุณภาพของแบบสอบถามจากผู้ทรงคุณวุฒิ = 0.95 แปลว่าผ่าน

ตาราง 34 รายการวัดระดับความคิดเห็นต่อตัวชี้วัดด้านสถานที่จัดงาน

รายการ	ประมาณค่าความคิดเห็น ของผู้ทรงคุณวุฒิ					ค่า IOC
	1	2	3	4	5	
1.ด้านสถานที่จัดงาน						
1.1 สภาพแวดล้อมและความเหมาะสมของทำเลที่ตั้ง	1	1	1	1	1	1.0
1.2 พื้นที่กว้างขวางเพียงพอต่อการรองรับผู้ใช้บริการ	1	1	0	1	1	0.8
1.3 ความพร้อมด้านสาธารณูปโภค เช่น โทรศัพท์ ห้องน้ำ การกำจัดขยะ เป็นต้น	1	1	1	1	1	1.0
1.4 ความพร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ โสต เช่น โต๊ะ เก้าอี้ คอมพิวเตอร์ เครื่องฉายภาพ ลำโพง เป็น ต้น	1	1	1	1	1	1.0
1.5 ระบบการรักษาความปลอดภัย	1	1	1	1	1	1.0
1.6 พื้นที่จอดรถเพียงพอต่อการรองรับผู้ใช้บริการ	1	1	1	1	1	1.0
1.7 การประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทาง ต่างๆ เช่น เว็บไซต์ หนังสือพิมพ์ Application เป็นต้น	1	1	1	1	1	1.0

ประมาณค่าความคิดเห็นผู้ทรงคุณวุฒิ

ตัวชี้วัดที่ 1 ด้านสถานที่จัดงาน

$$\begin{aligned} \text{ค่า IOC} &= \frac{1+0.8+1+1+1+1+1}{7} \\ &= 0.97 \end{aligned}$$

สรุปผลการแสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ = 0.97 แปลว่าผ่าน

ตาราง 35 รายการวัดระดับความคิดเห็นต่อตัวชี้วัดด้านการเข้าถึง

รายการ	ประมาณค่าความคิดเห็น ของผู้ทรงคุณวุฒิ					ค่า IOC
	1	2	3	4	5	
2.ด้านการเข้าถึง						
2.1 ความสะดวกในการเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว	1	1	1	1	1	1.0
2.2 ความสะดวกในการเดินทางโดยระบบขนส่งสาธารณะ เช่น รถไฟฟ้า (BTS) รถไฟฟ้าใต้ดิน (MRT) รถโดยสารประจำ ทางเป็นต้น	1	1	1	1	1	1.0
2.3 ความสะดวกในการเดินทางทางอากาศ	1	1	0	-1	0	0.2
2.4 ความสะดวกของการขนส่งสินค้า	1	1	0	1	0	0.6
2.5 มีการจัดทำป้ายบอกทางเพื่ออำนวยความสะดวกในการ เข้าถึงสถานที่	1	0	1	1	1	0.8

ประมาณค่าความคิดเห็นผู้ทรงคุณวุฒิ

ตัวชี้วัดที่ 2 ด้านการเข้าถึง

$$\begin{aligned} \text{ค่า IOC} &= \frac{1+1+0.2+0.6+0.8}{5} \\ &= 0.72 \end{aligned}$$

สรุปผลการแสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ = 0.72 แปลว่าผ่าน

ตาราง 36 รายการวัดระดับความคิดเห็นต่อตัวชี้วัดด้านที่พัก

รายการ	ประมาณค่าความคิดเห็น ของผู้ทรงคุณวุฒิ					ค่า IOC
	1	2	3	4	5	
3.ด้านที่พัก						
3.1 ระยะทางจากที่พักไปยังสถานที่จัดงานไม่ช้	0	1	1	1	1	0.8
3.2 ความสะดวกในการเข้าถึงที่พัก	1	1	1	1	1	1.0
3.3 รูปลักษณ์และสภาพแวดล้อมของที่พัก	1	1	1	1	1	1.0
3.4 ระบบรักษาความปลอดภัยของที่พัก	1	1	1	1	1	1.0
3.5 มาตรฐานสุขอนามัยของที่พัก	0	1	1	1	1	0.8
3.6 ความมีไมตรีจิต เต็มใจให้บริการของพนักงาน	1	1	1	1	1	1.0
3.7 พื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวกภายในที่พักให้บริการ รองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไม่ช้	1	1	1	1	1	1.0
3.8 ความคุ้มค่ากับค่าใช้จ่าย	1	1	1	1	1	1.0

ประมาณค่าความคิดเห็นผู้ทรงคุณวุฒิ

ตัวชี้วัดที่ 3 ด้านที่พัก

$$\begin{aligned} \text{ค่า IOC} &= \frac{0.8+1+1+1+0.8+1+1+1}{8} \\ &= 0.95 \end{aligned}$$

สรุปผลการแสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ = 0.95 แปลว่าผ่าน

ตาราง 37 รายการวัดระดับความคิดเห็นต่อตัวชี้วัดด้านสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

รายการ	ประมาณค่าความคิดเห็น ของผู้ทรงคุณวุฒิ					ค่า IOC
	1	2	3	4	5	
4.ด้านสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร						
4.1 แหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลาย	1	1	1	1	1	1.0
4.2 แหล่งท่องเที่ยวมีความเป็นเอกลักษณ์แปลกใหม่	1	1	1	1	1	1.0
4.3 แหล่งท่องเที่ยวมีความดึงดูดน่าสนใจ	1	1	1	1	1	1.0
4.4 มีแหล่งนันทนาการ/ออกกำลังกาย เช่น สวนสาธารณะ เป็นต้น	1	1	1	-1	1	0.6

ประมาณค่าความคิดเห็นผู้ทรงคุณวุฒิ

ตัวชี้วัดที่ 4 ด้านสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

$$\begin{aligned} \text{ค่า IOC} &= \frac{1+1+1+0.6}{4} \\ &= 0.9 \end{aligned}$$

สรุปผลการแสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ = 0.9 แปลว่าผ่าน

ตาราง 38 รายการวัดระดับความคิดเห็นต่อตัวชี้วัดด้านธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

รายการ	ประมาณค่าความคิดเห็น					ค่า IOC
	ของผู้ทรงคุณวุฒิ					
	1	2	3	4	5	
5.ด้านธุรกิจที่เกี่ยวข้อง						
5.1 ความหลากหลายของภัตตาคาร/ร้านอาหาร/สถานบันเทิง	1	0	1	1	1	0.8
5.2 ความหลากหลายของห้างสรรพสินค้า/แหล่งช้อปปิ้ง	1	1	1	1	1	1
5.3 มาตรฐานและคุณค่าของสนามกอล์ฟ	0	0	1	-1	0	0
5.4 ความหลากหลายของบริษัทนำเที่ยว	1	1	1	1	1	1
5.5 ความหลากหลายของผู้ให้บริการด้านการจัดประชุม สัมมนาและนิทรรศการ	1	1	1	1	1	1

ประมาณค่าความคิดเห็นผู้ทรงคุณวุฒิ

ตัวชี้วัดที่ 5 ด้านธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

$$\begin{aligned} \text{ค่า IOC} &= \frac{0.8+1+0+1+1}{5} \\ &= 0.76 \end{aligned}$$

สรุปผลการแสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ = 0.76 แปลว่าผ่าน

ตาราง 39 รายการวัดระดับความคิดเห็นต่อตัวชี้วัดด้านความสามารถของบุคลากรผู้จัดงาน

รายการ	ประมาณค่าความคิดเห็น					ค่า IOC
	ของผู้ทรงคุณวุฒิ					
	1	2	3	4	5	
6.ด้านความสามารถของบุคลากรผู้จัดงาน						
6.1 การติดต่อสื่อสาร/ประสานงาน	1	1	1	1	1	1.0
6.2 ความเป็นมืออาชีพ/ความเชี่ยวชาญ	1	1	1	1	1	1.0
6.3 ความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ	1	1	1	1	1	1.0
6.4 ความรู้ความสามารถในการจัดงาน	1	1	1	1	1	1.0
6.5 การบริการมีความเป็นมิตร เต็มใจให้คำปรึกษา/แนะนำ	1	1	1	1	1	1.0

ประมาณค่าความคิดเห็นผู้ทรงคุณวุฒิ

ตัวชี้วัดที่ 6 ด้านความสามารถของบุคลากร

$$\begin{aligned} \text{ค่า IOC} &= \frac{1+1+1+1+1}{5} \\ &= 1 \end{aligned}$$

สรุปผลการแสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ = 1 แปลว่าผ่าน

ตาราง 40 รายการวัดระดับความคิดเห็นต่อตัวชี้วัดด้านการสนับสนุนของภาครัฐและเอกชน

รายการ	ประมาณค่าความคิดเห็น ของผู้ทรงคุณวุฒิ					ค่า IOC
	1	2	3	4	5	
7.ด้านการสนับสนุนของภาครัฐและเอกชน						
7.1 วิสัยทัศน์และพันธกิจในการพัฒนาการท่องเที่ยว รูปแบบใหม่	1	1	0	0	1	0.6
7.2 นโยบายการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวรูปแบบ ใหม่	1	1	1	0	0	0.6
7.3 การจัดทำโครงสร้างพื้นฐานสนับสนุน เช่น การสร้าง คมนาคมขนส่งที่เชื่อมระหว่างสถานที่จัดประชุมเข้า ด้วยกัน เป็นต้น	1	1	1	1	1	1
7.4 มีการจัดสรรงบประมาณเพื่อการพัฒนา และปรับปรุง ซ่อมแซม สถานที่สำหรับจัดประชุม/นิทรรศการ	1	1	1	0	0	0.6

ประมาณค่าความคิดเห็นผู้ทรงคุณวุฒิ

ตัวชี้วัดที่ 7 ด้านการสนับสนุนของภาครัฐและเอกชน

$$\begin{aligned} \text{ค่า IOC} &= \frac{0.6+0.6+1+0.6}{4} \\ &= 0.7 \end{aligned}$$

สรุปผลการแสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ = 0.7 แปลว่าผ่าน

ตาราง 41 รายการวัดระดับความคิดเห็นต่อตัวชี้วัดด้านด้านภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานคร

รายการ	ประมาณค่าความคิดเห็น ของผู้ทรงคุณวุฒิ					ค่า IOC
	1	2	3	4	5	
8.ด้านภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานคร						
8.1 ความเจริญทางการศึกษาและวัฒนธรรม	0	1	1	0	1	0.6
8.2 ด้านโครงสร้างพื้นฐาน สาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวก	1	1	1	1	1	1.0
8.3 ความสะอาดของคมนาคมขนส่ง และการขนส่งสินค้า เช่น สนามบิน สถานีรถไฟ เป็นต้น	1	1	1	1	1	1.0
8.4 ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	1	1	1	1	1	1.0
8.5 ด้านความมั่นคงทางการเมือง	1	1	1	1	1	1.0
8.6 ด้านสถานพยาบาล/โรงพยาบาลมีมาตรฐานรองรับ	1	1	1	1	1	1.0
8.7 เทคโนโลยีมีความทันสมัย	1	1	0	1	1	0.8
8.8 มีศูนย์บริการสำหรับนักท่องเที่ยว	1	1	0	1	1	0.8

ประมาณค่าความคิดเห็นผู้ทรงคุณวุฒิ

ตัวชี้วัดที่ 8 ด้านภาพลักษณ์ของกรุงเทพมหานคร

$$\begin{aligned} \text{ค่า IOC} &= \frac{0.6+1+1+1+1+1+0.8+0.8}{8} \\ &= 0.9 \end{aligned}$$

สรุปผลการแสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ = 0.9 แปลว่าผ่าน

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-นามสกุล	นางสาวฐิติมา พันธุ์เจริญ
วันเดือนปีเกิด	24 กุมภาพันธ์ 2538
สถานที่เกิด	จังหวัดนนทบุรี
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	9 ซอยติวานนท์2 แยก2 ถนนติวานนท์ ตำบลตลาดขวัญ อำเภอเมือง นนทบุรี 11000
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ.2555	โรงเรียนรัตนวิเบศร์
ปัจจุบัน	สาขาวิศวกรรมการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ คณะพัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-นามสกุล	นางสาวจิตติรัตน์ ตีรารานุรัตน์
วันเดือนปีเกิด	22 มกราคม 2538
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	73/134 ซอยจอมทอง15 หมู่บ้านจอมทองเพลง ถนนจอมทอง แขวงจอมทอง เขตจอมทอง กรุงเทพมหานคร 10150
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ.2555	โรงเรียนสตรีวัดอัมปสรสวรรค์
ปัจจุบัน	สาขาบริหารการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ คณะพัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-นามสกุล	นางสาวรัชฎาณี รจนา
วันเดือนปีเกิด	19 พฤศจิกายน 2536
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	75 หมู่บ้านอมรพันธ์ 9 รุ่น 1 ถ.เสนานิคม 1 ซ. 23 แขวงลาดพร้าว เขตลาดพร้าว กรุงเทพมหานคร 10230
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2554	โรงเรียนบดินทรเดชา (สิงห์ สิงหเสนี) 2
ปัจจุบัน	สาขาวัตกรรมการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-นามสกุล	นางสาววนิชา ยิ่งสกุล
วันเดือนปีเกิด	14 กรกฎาคม 2537
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	2/491 หมู่บ้านเพิ่มทรัพย์ แขวงบางแค เขตบางแค ถนนสุขาภิบาล1 กรุงเทพมหานคร 10160
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ.2555	โรงเรียนสตรีวัดอัมพวันสวรรค์
ปัจจุบัน	สาขาบริหารการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ คณะพัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-นามสกุล	นางสาววีรยา พวงเงิน
วันเดือนปีเกิด	23 มีนาคม 2538
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	558/5 หมู่บ้านเทวิน ซอย1 ถนนพุทธมณฑลสาย2 แขวงบางแคเหนือ เขตบางแค กรุงเทพมหานคร 10160
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ.2555	โรงเรียนเซนต์ฟรังซิสซาเวียร์คอนแวนต์
ปัจจุบัน	สาขานวัตกรรมการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-นามสกุล	นางสาวสรวรรยา นุชทรงตาด
วันเดือนปีเกิด	1 เมษายน 2538
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	48/96 ม.เพชรวัฒนะ ถ.เลียบคลองประปา ปากเกร็ด นนทบุรี 11120
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ.2555	โรงเรียนหอวัง
ปัจจุบัน	สาขาวิศวกรรมการจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ