



การพัฒนาศักยภาพการเป็นเมืองแห่งไมซ์ของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ THE COMPETENCY DEVELOPMENT FOR MICE CITY OF PRACHUAP KHIRI KHAN

ธนัชชา ชัยชัชวาลประทีป*

Tanichar Chaichatchawalprateep

คณะอุตสาหกรรมการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Faculty of Hospitality and Tourism Industry, Rajamangala University of Technology Rattanakosin

*Corresponding Author E-mail: tanichar.cha@rmutr.ac.th

Received October 9, 2025; Revised March 22, 2026; Accepted March 27, 2026

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการเป็นเมืองแห่งไมซ์ (MICE) ของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานวิธีระหว่าง (1) การวิจัยเชิงปริมาณ วิธีวิจัยเชิงสำรวจ มีแบบสอบถามเป็นเครื่องมือการวิจัย กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 400 คน ด้วยการสุ่มแบบเจาะจง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (2) การวิจัยเชิงคุณภาพ วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ เจ้าหน้าที่รัฐและผู้ประกอบการ จำนวน 10 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา และ (3) การวิจัยจากเอกสาร โดยวิเคราะห์ศักยภาพการแข่งขันด้วยข้อมูลโดยเครื่องมือ C-PEST, SWOT และ TOWS matrix

ผลการวิจัยพบว่า (1) นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อศักยภาพการเป็นเมืองแห่งไมซ์ ต้องอาศัยการจัดการด้านสถานที่ สิ่งแวดล้อม ความปลอดภัย การสร้างภาพลักษณ์ และการสนับสนุนจากภาครัฐของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์อยู่ในระดับมาก (2) การพัฒนาเมืองแห่งไมซ์ต้องอาศัยการจัดการบริหารพื้นที่ ทรัพยากรความร่วมมือจากภาครัฐโดยอาศัยความร่วมมือกับชุมชนในการส่งเสริมกิจกรรมด้านวัฒนธรรม (3) ยุทธศาสตร์เชิงรุกด้วยการใช้จุดแข็งจาก Royal Heritage ที่มีเอกลักษณ์ ทำเลที่ตั้ง ความพร้อมของผู้ประกอบการในการแข่งขันจากการเติบโตของการท่องเที่ยว

ดังนั้นจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ควรกำหนดยุทธศาสตร์ (1) การจัดทำฐานข้อมูล (2) กำหนดกลไกการทำงาน (3) พัฒนากิจกรรม (4) พัฒนาสินค้า-บริการ (5) ส่งเสริมให้เป็นจุดหมายการท่องเที่ยว และ (6) สร้างความแตกต่างอย่างโดดเด่นให้แก่การเป็นเมืองแห่งไมซ์ของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

คำสำคัญ: ยุทธศาสตร์, เมืองแห่งไมซ์, จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

Abstract

This research aimed to investigate the guidelines for developing the potential of Prachuap Khiri Khan Province as a MICE city. A mixed-methods research design was employed, consisting of three components: (1) Quantitative research using a survey method with a questionnaire administered to a purposive sample of 400 tourists in Prachuap Khiri Khan province, with data analyzed through frequency, percentage, mean,

and standard deviation, (2) Qualitative research using in-depth interviews with ten key informants, including government officials and private entrepreneurs, analyzed via content analysis, and (3) Documentary research to evaluate competitive potential using C-PEST, SWOT, and TOWS Matrix tools.

The findings indicated that: (1) Tourists' satisfaction regarding of MICE potential-encompassing venue management, environment, safety, brand image, and government support was at a high level. (2) The evolution into a MICE city necessitated to integrate the spatial administration and resource management, alongside robust public-sector collaboration with local communities to promote cultural activities. (3) Proactive strategies must leverage the province's unique "Royal Heritage" identity, its strategic location, and the readiness of local entrepreneurs amidst the growing tourism sector.

Consequently, Prachuap Khiri Khan province needs to implement six key strategies: (1) developing a comprehensive database, (2) establishing operational mechanisms, (3) diversifying MICE activities, (4) enhancing MICE-related products and services, (5) promoting the province as a premier travel destination, and (6) creating a distinctive brand identity to solidify its position as a leading MICE destination.

Keywords: Strategy, MICE City, Prachuap Khiri Khan Province

บทนำ

อุตสาหกรรมสร้างสรรค์งานอีเวนต์ทางธุรกิจและการท่องเที่ยวคุณภาพสูงที่เน้นการประชุมและแสดงสินค้า หรือ MICE (ไมซ์) ประกอบด้วย Meetings (ประชุมองค์กร) Incentives (ท่องเที่ยวรางวัล) Conventions (ประชุมนานาชาติ) และ Exhibitions (งานแสดงสินค้า) อันเป็นกลไกสำคัญขับเคลื่อนเศรษฐกิจ กระตุ้นการใช้จ่ายในภาคท่องเที่ยว โรงแรม และบริการ (สมชาย กระแจะเจิม และคณะ, 2566) รายงานของสมาคมการประชุมนานาชาติระดับโลก 2561 (International Congress and Convention Association - ICCA) พบว่า อุตสาหกรรมไมซ์ไทยขึ้นเป็นอันดับ 4 ของเอเชีย ด้านการประชุมนานาชาติจำนวน 193 งาน รองจากญี่ปุ่น จีน และเกาหลี และเป็นอันดับหนึ่งของอาเซียนยกขึ้นจากปี พ.ศ. 2560 ประเทศไทยอยู่ในอันดับ 5 ของเอเชีย โดยมีจำนวนงานประชุมนานาชาติ 171 งาน และผลสำรวจความคิดเห็นของนักธุรกิจไมซ์กว่า 20 ประเทศทั่วโลก พบว่า ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ยอดนิยมอันดับ 1 ที่นักเดินทางอยากกลับมาจัดกิจกรรมไมซ์มากที่สุด โดยญี่ปุ่นและสิงคโปร์ เป็นอันดับ 2 และ 3 ตามลำดับ (สุรัชสำนัก ทองมี และคณะ, 2565) ด้วยปัจจัยโดดเด่นในเรื่องของความเป็นมิตร การบริการต้อนรับ ความคุ้มค่า ความหลากหลายของอาหารนานาชาติ และกิจกรรมส่งผลให้มีการจัดงานหรือร่วมงานไมซ์ในประเทศไทยมากกว่าประเทศอื่น ๆ นอกจากนั้น ยังปรากฏว่า ประเทศไทยเป็นตัวเลือกอันดับแรกในกลุ่มตัวอย่างให้ความนิยม โดยมีภาพลักษณ์โดดเด่นใน 3 เรื่องหลัก ได้แก่ (1) ความต้องการพื้นฐาน ได้แก่ ศูนย์กลางการเชื่อมโยงเดินทางที่สะดวก ที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นไปตามมาตรฐานสากล การเดินทางไป-กลับจากประเทศที่จัดกิจกรรมไมซ์ มีความสะดวกทั้งโดยเครื่องบินและรถไฟ ผู้ให้บริการมีความเชี่ยวชาญในการสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษ และมีการกำกับ



ดูแลที่ดี สอดคล้องตามหลักนโยบายการดำเนินธุรกิจ/หลักบรรษัทภิบาล (2) ความประทับใจ ได้แก่ การบริการต้อนรับของผู้คนและความหลากหลายของอาหาร และ (3) ประสบการณ์ที่มีความแตกต่าง ได้แก่ ประเพณีและวัฒนธรรม และธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ (จารึก ดาดี และคณะ, 2565) นอกจากนี้ ยังมีกิจกรรมพิเศษนอกเหนือจากงานไมซ์มากมายให้เลือกมีการเดินทางเข้า-ออกประเทศที่สะดวก มีโอกาสทางธุรกิจที่หลากหลาย และประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความเป็นเอกลักษณ์ กลุ่มนักท่องเที่ยวไมซ์มีความสามารถในการใช้จ่ายสูงกว่านักท่องเที่ยวทั่วไปถึง 2-3 เท่า และประเทศไทยยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการให้มีศักยภาพที่สามารถเข้าสู่เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ โดยกำหนดแนวทางและนโยบายในการพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการของประเทศ ผลักดันให้เกิดการพัฒนาและตื่นตัวทั้งทางด้านสินค้าและบริการ และทักษะของผู้ให้บริการ เพื่อให้สามารถแข่งขันในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและตลาดโลกได้ เป็นหนึ่งในโครงการสำคัญที่มีความสอดคล้องกับกรอบยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) คือ โครงการไมซ์ซิตี้ (MICE City) เป็นนโยบายที่สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ได้เล็งเห็นศักยภาพของเมืองที่มีความพร้อม ได้แก่ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ พัทยา ภูเก็ต และขอนแก่น พิจารณาความพร้อมของจังหวัดต่าง ๆ ใน 3 ด้าน คือ โครงสร้างพื้นฐาน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านสถานที่ท่องเที่ยว (มัตติกา ชัยมีแรง และคณะ, 2566)

จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ถือว่าเป็นเมืองที่มีศักยภาพเป็นเมืองไมซ์บนพื้นที่คาบสมุทรที่แคบ และยาวลงไปทางภาคใต้ มีชายหาดที่ทอดยาวงดงาม และมีอำเภอหัวหินเป็นเมืองตากอากาศที่มีชื่อเสียงในระดับโลก และยังมีสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น สถานีรถไฟหัวหินที่มีความเป็นเอกลักษณ์และ มีความสวยงามรวมทั้งสถานที่ท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นอีกมากมาย นอกจากนี้ยังมีสถานที่สำหรับการประชุม สัมมนาและจัดเลี้ยงหลายรูปแบบ ที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการและดึงดูดนักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ อีกทั้งยังมีโรงแรมขนาดใหญ่ เช่น ซึ่งแต่ละโรงแรมสามารถรองรับผู้เข้าร่วมประชุมได้จำนวน 500 คนและสามารถจัดกิจกรรมไมซ์ได้ตลอดทั้งปีนอกจากนี้ยังมีโรงแรมระดับ 3-5 ดาวสำหรับให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ มีการคมนาคมที่สะดวกสบายทั้งทางบก ทางน้ำและทางอากาศและพื้นที่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานครมากนัก สำหรับจังหวัดประจวบคีรีขันธ์นั้น นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศส่วนใหญ่รู้จักเมืองหัวหินมากกว่าอำเภออื่น ๆ ซึ่งมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่แตกต่างและ มีความน่าสนใจไม่แพ้อำเภอหัวหิน (มัตติกา ชัยมีแรง และคณะ, 2566)

ปัจจุบันยังมีงานวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนายุทธศาสตร์เมืองแห่งไมซ์อยู่จำนวนน้อย ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการเป็นเมืองแห่งไมซ์ของ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยคาดหวังว่าผลการวิจัยจะสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางการพัฒนา ยุทธศาสตร์ที่สร้างเอกลักษณ์และความพร้อมของผู้ประกอบการของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ให้มีศักยภาพเหนือคู่แข่งได้ในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการเป็นเมืองแห่งไมซ์ของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์



การทบทวนวรรณกรรม

อุตสาหกรรมสร้างสรรค์งานอีเวนต์ทางธุรกิจและการท่องเที่ยวคุณภาพสูงที่เน้นการประชุมและแสดงสินค้า หรือ MICE (ไมซ์) ประกอบด้วย Meetings (ประชุมองค์กร) Incentives (ท่องเที่ยวรางวัล) Conventions (ประชุมนานาชาติ) และ Exhibitions (งานแสดงสินค้า) อันเป็นกลไกสำคัญขับเคลื่อนเศรษฐกิจกระตุ้นการใช้จ่ายในภาคท่องเที่ยว โรงแรม และบริการ (สมชาย กระแจะเจิม และคณะ, 2566) การพัฒนาศักยภาพการเป็นเมืองแห่งไมซ์ของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1. แนวคิดของการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์

1.1 ศักยภาพการเติบโตของตลาดท่องเที่ยวไมซ์ในประเทศไทย

ธุรกิจไมซ์เติบโตอย่างต่อเนื่องทั้งในประเทศและต่างประเทศ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ทุกฝ่ายทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อจุดหมายปลายทางแห่งการแข่งขันทางการตลาดให้ธุรกิจไมซ์ของไทยมีมาตรฐานและได้รับการยอมรับในระดับสากล (สุรัชธานี ทองมี และคณะ, 2565) แผนยุทธศาสตร์ของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) ได้แบ่งตลาดหลักออกเป็น 2 กลุ่มนักธุรกิจ คือ กลุ่มธุรกิจการประชุมสัมมนาและกลุ่มธุรกิจแสดงสินค้า โดยดำเนินกลยุทธ์เชิงรุก เพื่อค้นหาโอกาสประมุลงานการประชุมสมาคมการประชุมกลุ่มใหญ่ การร่วมมือทำงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สมาคมวิชาชีพภายในประเทศ ส่วนในกลุ่มธุรกิจจัดแสดงสินค้า รัฐบาลมุ่งเน้นพัฒนาตลาดไมซ์ในกลุ่มธุรกิจแฟชั่น ยานยนต์ และชิ้นส่วนคอมพิวเตอร์ เป็นต้น (จิรวัดน์ ชันธโกศัย, 2564)

1.2 การสำรวจศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์จากองค์ประกอบการท่องเที่ยว

ตัวชี้วัดที่ประเมินความพร้อมที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนา การปรับปรุง รวมถึงความน่าสนใจของสถานที่นั้นว่ามีเพียงพอที่จะดึงดูดใจนักท่องเที่ยว นักเดินทาง หรือแม้แต่ผู้เข้าร่วมประชุม การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวควรคำนึงถึงองค์ประกอบ 6 ประการ ได้แก่ (1) ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) (2) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) (3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) (4) การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service) (5) ที่พัก (Accommodation) (6) กิจกรรม (Activities) (ตันติกร โคตรชาลี และคณะ, 2564)

2. การวิเคราะห์ศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยเครื่องมือ C-PEST, SWOT และ TOWS

Metrix

2.1 C-PEST Analysis คือ เครื่องมือในการวิเคราะห์และทำความเข้าใจภาพรวมของสภาพแวดล้อมในพื้นที่ (Hemsuwan et al., 2024) ประกอบด้วย (1) Competitive คือ การวิเคราะห์คู่แข่งในอุตสาหกรรม (2) Politic คือ การวิเคราะห์นโยบายและการเมือง (3) Economic การวิเคราะห์ปัจจัยทางเศรษฐกิจซึ่งเป็นตัวกำหนดกำลังซื้อของคนในประเทศ และเป็นตัวกำหนดตลาดขนาดใหญ่ในประเทศ (4) Social การวิเคราะห์สภาพสังคมที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อม วัฒนธรรม และชีวิตความเป็นอยู่ (5) Technology การวิเคราะห์ปัจจัยทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ที่ส่งผลต่อศักยภาพในการแข่งขัน

2.2 SWOT เป็นการวิเคราะห์ถึงสภาพองค์กรจากปัจจัยภายในองค์กรและปัจจัยภายนอกองค์กร (Jiang & Bi, 2022) ประกอบด้วย (1) การวิเคราะห์ปัจจัยภายในองค์กร เช่น ระบบ งบประมาณ องค์ความรู้หรือทรัพยากร ถ้าเป็นข้อได้เปรียบจะถือว่าเป็นจุดแข็ง (Strengths: S) หากทำให้เกิดความเสีย



เปรียบในการแข่งขันจะถือว่าเป็นจุดอ่อน (Weaknesses: W) และ (2) การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก เช่น การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั่วไป และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขัน หากเป็นปัจจัยสนับสนุนให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันจะถือว่าเป็นโอกาส (Opportunities: O) หากทำให้เกิดความเสียเปรียบทางการแข่งขัน จะถือว่าเป็นอุปสรรค (Threat: T)

	จุดแข็ง (S)	จุดอ่อน (W)
โอกาส (O)	กลยุทธ์ SO (กลยุทธ์เชิงรุก)	กลยุทธ์ WO (กลยุทธ์เชิงแก้ไข)
อุปสรรค (T)	กลยุทธ์ ST (กลยุทธ์เชิงป้องกัน)	กลยุทธ์ WT (กลยุทธ์เชิงรับ)

ภาพที่ 1 แสดง TOWS matrix analysis

2.3 TOWS metrix เป็นแมทริกซ์ที่แสดงถึงโอกาสและอุปสรรคจากภายนอกที่สัมพันธ์กับจุดแข็งและจุดอ่อนภายในองค์กรโดยมีทางเลือกของกลยุทธ์ 4 ทางเลือก ซึ่งเกิดจากการจับคู่ระหว่างปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน (Jiang & Bi, 2022) ดังนี้ (1) กลยุทธ์ SO (กลยุทธ์เชิงรุก) เป็นตำแหน่งหรือสถานการณ์ที่บริษัทจะใช้กลยุทธ์จุดแข็งและข้อได้เปรียบจากโอกาส ถ้ามีจุดอ่อนก็จะพยายามแก้ไขเพื่อให้เปลี่ยนเป็นจุดแข็งถ้าเผชิญอุปสรรคก็ต้องพยายามเปลี่ยนให้เป็นโอกาส หรือใช้จุดแข็งที่มีเพื่อสร้างข้อได้เปรียบจากโอกาส (2) กลยุทธ์ WO (กลยุทธ์เชิงแก้ไข) เป็นสถานการณ์ที่ธุรกิจพยายามให้มีจุดอ่อนต่ำสุด และมีโอกาสสูงสุด ดังนั้น ธุรกิจจะต้องพยายามหาวิธีการแก้ไข โดยพยายามแก้ไขจุดอ่อน และสร้างข้อได้เปรียบจากโอกาส (3) กลยุทธ์ ST (กลยุทธ์เชิงป้องกัน) เป็นสถานการณ์ที่ธุรกิจมีจุดแข็งและมีอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอก จะต้องใช้จุดแข็งเพื่อหลีกเลี่ยงหรือเอาชนะอุปสรรคให้ได้ และ (4) กลยุทธ์ WT (กลยุทธ์เชิงรับ) เป็นสถานการณ์ที่ธุรกิจมีจุดอ่อนและมีอุปสรรค ในกรณีนี้จะต้องพยายามสร้างจุดแข็ง และเอาชนะอุปสรรคให้ได้

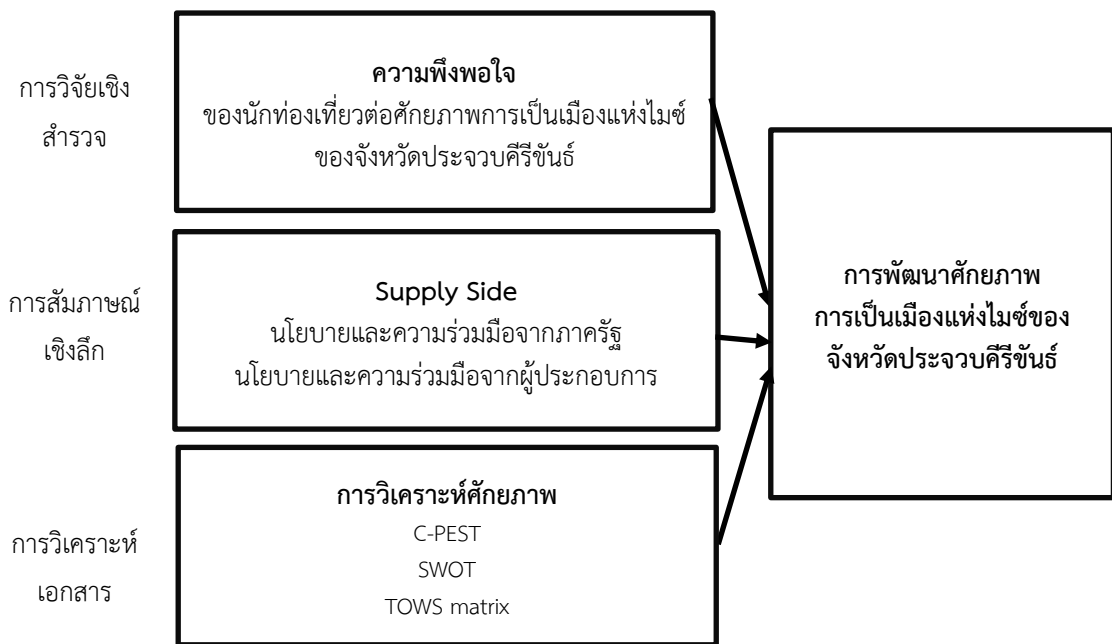
3. ปัจจัยเพื่อประเมินศักยภาพในการเป็นโมชชีตี้

การพัฒนาเมืองโมชชีตี้ต้องเริ่มจากการประเมินศักยภาพและขีดความสามารถของเมือง โดยพิจารณาตามองค์ประกอบที่ควรมีในเมืองที่สามารถรองรับการจัดงานโมชชีตี้ เกณฑ์การประเมินของโมชชีตี้ของประเทศไทยควรจำแนกเกณฑ์การประเมินออกเป็น 8 กลุ่ม (นิพล เชื้อเมืองพาน และคณะ, 2568; Wang & Chen, 2020) ดังนี้ (1) ความสะดวกในการเข้าสู่เมืองและสถานที่จัดงาน เป็นเกณฑ์ที่จะสะท้อนถึงความสะดวกในการเดินทางเข้าสู่เมืองที่จัดงาน (2) การสนับสนุนการจัดงานโมชชีตี้ จากในเมืองจัดงาน เป็นเกณฑ์ที่จะสะท้อนถึงการสนับสนุนในด้านต่าง ๆ ของบุคลากรภายในเมืองที่จัดงาน (3) กิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือจากการประชุม เป็นเกณฑ์ที่จะสะท้อนถึงสถานที่ท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ในเมืองจัดงาน (4) ที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นเกณฑ์ที่จะสะท้อนถึงโรงแรมหรือที่พักในเมืองในด้านต่าง ๆ (5) สถานที่จัดงานและสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นเกณฑ์ที่จะสะท้อนถึงสถานที่จัดงานในเมือง ในด้านต่าง ๆ (6) ภาพลักษณ์และความมีชื่อเสียงของเมือง เป็นเกณฑ์ที่จะสะท้อนถึงทัศนคติ

ของผู้เข้าร่วมงานต่อเมืองที่จัดประชุม (7) สภาพแวดล้อมของเมือง เป็นเกณฑ์ที่สะท้อนถึงสภาพแวดล้อมทั่วไปของเมือง และ (8) ความเสี่ยงในการยกเลิกงานและการรักษาความปลอดภัย เป็นเกณฑ์ที่สะท้อนถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่องานที่จัดและผู้เข้าร่วมงาน

กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัยเพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการเป็นเมืองแห่งไมซ์ (MICE) ของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จากการทบทวนวรรณกรรม แสดงในภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed method research) มีรายละเอียดดังนี้

1. การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) วิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) มีระเบียบวิธีดังนี้

1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักท่องเที่ยวในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ซึ่งไม่ทราบประชากรที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวเข้าร่วมประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ (MICE) ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ การคำนวณกลุ่มตัวอย่าง จึงเลือกใช้สูตรการคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนจากสูตรไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนของ Cochran ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และยอมรับค่าความคลาดเคลื่อนได้ร้อยละ 5 โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non – probability sampling) วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive sampling) (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2560) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 คน



1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยประยุกต์ขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรม แบบสอบถามผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content validity) โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) 0.666 – 1.000 และมีค่าความน่าเชื่อถือ (Reliability) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's alpha เท่ากับ 0.860 ซึ่งมีความมากกว่า 0.700 ดังนั้นจึงนำแบบสอบถามนี้ไปใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยได้ (กัลยา วาณิชบัญชา, 2560)

1.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ Google form โดยใช้การลงเก็บข้อมูลในพื้นที่ด้วยตัวผู้วิจัยเองและทีมงาน ประกอบกับการส่งแบบสอบถามออนไลน์ไปยังโซเชียลมีเดีย

1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ประกอบด้วย จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) วิธีสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) มีระเบียบวิธีดังนี้

2.1 ผู้ให้ข้อมูลหลัก

(1) กลุ่มหน่วยงานภาครัฐ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในรูปแบบไมซ์ของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จำนวน 2 คน และ (2) กลุ่มผู้ประกอบการที่ให้บริการเกี่ยวข้องกับกิจกรรมไมซ์ จำนวน 8 คน

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก มีลักษณะเป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi-structure) จำนวน 2 ชุด สำหรับกลุ่มหน่วยงานภาครัฐ และกลุ่มผู้ประกอบการที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา และมีความสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์การวิจัย

2.3 วิธีการเก็บข้อมูล

การสัมภาษณ์จากผู้ให้คำตอบโดยตรง (Face to face Interview) สื่อสารรายบุคคลกับผู้ให้สัมภาษณ์ ผ่านระบบประชุมออนไลน์ เช่น Zoom หรือ Meet ประมาณ 15 – 20 นาทีต่อราย

2.4 วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) มีขั้นตอน ดังนี้ (1) จัดหมวดหมู่เนื้อหา (2) จัดทำโครงสร้างบัญชีและหัวข้อที่จะเขียน จำแนกตามหัวข้อหลัก และหัวข้อย่อย (3) ถอดความโดยอาศัยวิธีการตีความ (Inductive) ร่วมกับการสังเกต และ (4) การวิเคราะห์และตีความนำความรู้จากทฤษฎีวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนงานวิจัยที่ผ่านมาร่วมพิจารณาด้วยทุกครั้ง

3. การศึกษาจากเอกสาร (Document research)

3.1 วิธีการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยอาศัยการศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) จากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ เช่น เว็บไซต์ของรัฐ และเอกสารของรัฐ หรือบทความวิเคราะห์ทางวิชาการและทางธุรกิจ

3.2 วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ด้วยเครื่องมือ C-PEST, SWOT และ TOWS matrix



ผลการวิจัย

1. ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการปัจจัยการเป็นเมืองแห่งไมซ์ของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.08 (S.D. = 0.37)

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสถานที่จัดงานและสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.15 (S.D. = 0.43) รองลงมา ด้านความปลอดภัยของเมือง ค่าเฉลี่ย 4.14 (S.D. = 0.54) ด้านภาพลักษณ์และความมีชื่อเสียงของเมือง ค่าเฉลี่ย 4.13 (S.D. = 0.51) ด้านที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวก ค่าเฉลี่ย 4.12 (S.D. = 0.43) ด้านการสนับสนุนการจัดงานไมซ์จากเมืองที่จัดงาน ค่าเฉลี่ย 4.10 (S.D. = 0.40) ด้านกิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือจากการประชุม ค่าเฉลี่ย 4.04 (S.D. = 0.54) ด้านความสะดวกในการเข้าสู่เมืองและสถานที่จัดงาน ค่าเฉลี่ย 4.00 (S.D. = 0.52) และด้านการบริหารความเสี่ยงที่มีผลต่อการจัดกิจกรรมไมซ์ ค่าเฉลี่ย 3.94 (S.D. = 0.37) ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจต่อการปัจจัยการเป็นเมืองแห่งไมซ์ของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในภาพรวม

ปัจจัยการเป็นเมืองแห่งไมซ์	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล	ลำดับ
ด้านสถานที่จัดงานและสิ่งอำนวยความสะดวก	4.15	0.43	มาก	1
ด้านความปลอดภัยของเมือง	4.14	0.54	มาก	2
ด้านภาพลักษณ์และความมีชื่อเสียงของเมือง	4.13	0.51	มาก	3
ด้านที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวก	4.12	0.43	มาก	4
ด้านการสนับสนุนการจัดงานไมซ์จากเมืองที่จัดงาน	4.10	0.40	มาก	5
ด้านกิจกรรมเพิ่มเติมนอกเหนือจากการประชุม	4.04	0.54	มาก	6
ด้านความสะดวกในการเข้าสู่เมืองและสถานที่จัดงาน	4.00	0.52	มาก	7
ด้านการบริหารความเสี่ยงที่มีผลต่อการจัดกิจกรรมไมซ์	3.94	0.53	มาก	8
รวม	4.08	0.37	มาก	

2. ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

(1) กลุ่มภาครัฐ ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐมีมุมมองว่า การจะผลักดันประจวบคีรีขันธ์สู่การเป็นเมืองไมซ์ต้องอาศัยการบริหารจัดการพื้นที่และทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และที่สำคัญคือต้องเกิดจากความร่วมมือกันอย่างจริงจังระหว่างภาครัฐกับชุมชนในการส่งเสริมกิจกรรมทางวัฒนธรรม เพื่อสร้างจุดเด่นและเอกลักษณ์ที่แตกต่างดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวไมซ์ ด้วยกำหนดนโยบาย กำหนดกลุ่มเป้าหมาย แล้วทำการสำรวจเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการที่แท้จริง โดยการประสานความร่วมมือกับทุกภาคส่วน เช่น การสนับสนุนงบประมาณจากภาครัฐ การลงทุนและจัดกิจกรรม จากภาคเอกชน การประชาสัมพันธ์จากภาคสื่อ การพัฒนาบุคลากรจากภาคการศึกษา และการมีส่วนร่วมในการพัฒนาดำเนินงานจากภาคประชาชน

(2) กลุ่มผู้ประกอบการ ต้องการให้ภาครัฐเข้ามาช่วยพัฒนาทักษะการจัดการบริหารพื้นที่และทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อรองรับความต้องการและกิจกรรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวไมซ์ การสร้างจุดเด่นและความแตกต่างมีความสำคัญมาก โดยเฉพาะการใช้เอกลักษณ์ความเป็น "Royal



Heritage" หรือมรดกทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ของพื้นที่มาเป็นจุดขายในการทำการตลาด และให้ความสำคัญของการจัดการภาพลักษณ์ และที่สำคัญที่สุดคือต้องการการสนับสนุนอย่างต่อเนื่องจากภาครัฐของจังหวัดในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในภาพรวม

3. ผลการวิเคราะห์เอกสาร

การวิเคราะห์แนวทางการพัฒนาเมืองแห่งไมซ์ของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยการวิเคราะห์ด้วยเครื่องมือ C-PEST, SWOT และ TOWS matrix สรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์การเป็นเมืองแห่งไมซ์ของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ด้วยเครื่องมือ C-PEST, SWOT และ TOWS matrix สรุป

ปัจจัย C-PEST	สรุปจากเอกสาร	การเชื่อมโยงกับกลยุทธ์ SO
(1) Competitive (การแข่งขัน)	จังหวัดมี "สถานที่" และ "สภาพแวดล้อม" ที่น่าพึงพอใจสูง มีผู้ประกอบการที่พร้อมแข่งขัน และมีทำเลที่ตั้งโดดเด่น	จุดแข็ง: รักษาและยกระดับมาตรฐาน สถานที่/บริการ เพื่อสร้างความได้เปรียบ โอกาส: ขยายตลาดโดยชูความพร้อมนี้ดึงดูด กลุ่มเป้าหมายใหม่
(2) Political (นโยบาย/การเมือง)	ภาครัฐให้การสนับสนุนการจัด ทำฐานข้อมูลและกลไกการทำงานร่วมกัน รวมถึงเน้น "ความปลอดภัย"	จุดแข็ง: ใช้การสนับสนุนภาครัฐสร้างความเชื่อมั่น โอกาส: ขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การเป็นเมืองไมซ์ด้วย นโยบายที่ชัดเจนและเป็นระบบ
(3) Economic (เศรษฐกิจ)	การท่องเที่ยวมีการเติบโต ซึ่งเป็นตัวกำหนดกำลังซื้อและ ขนาดตลาดที่ใหญ่ขึ้น	จุดแข็ง: ใช้ความพร้อมของผู้ประกอบการในการรองรับกำลังซื้อ โอกาส: เจาะตลาดไมซ์กลุ่มพรีเมียมหรือกลุ่มที่มีกำลังซื้อ สูงจากการเติบโตนี้
(4) Social (สังคม/วัฒนธรรม)	มีอัตลักษณ์ "Royal Heritage" ที่โดดเด่น และเน้นความร่วมมือกับชุมชน ในการส่งเสริมวัฒนธรรม	จุดแข็ง: ชูเอกลักษณ์ Royal Heritage เป็นจุดขายที่ลอกเลียนแบบยาก โอกาส: สร้างกิจกรรมไมซ์ที่เชื่อมโยงกับชุมชนและ วัฒนธรรม ตอบโจทย์การท่องเที่ยว อย่างยั่งยืน
(5) Technological (เทคโนโลยี)	มีความจำเป็นต้องใช้เทคโนโลยีในการบริหารจัดการฐานข้อมูลและการตลาด	จุดแข็ง: นำเทคโนโลยีมาเสริมประสิทธิภาพ การจัดการทรัพยากร โอกาส: ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลในการประชาสัมพันธ์และสร้างความแตกต่าง ทางตลาด

การใช้จุดแข็งจาก เอกลักษณ์ความเป็น "Royal Heritage" ทำเลที่ตั้งที่โดดเด่น ความพร้อมของผู้ประกอบการในการแข่งขัน เพื่อฉกฉวยโอกาสในการเติบโตจากอัตราการเติบโตของการท่องเที่ยว และแนวโน้มการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ควรมุ่งเน้น "การพัฒนา MICE



เชิงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์อย่างยั่งยืน" โดยใช้กลยุทธ์เชิงรุก (SO) ผ่านการชูจุดแข็งเรื่องเอกลักษณ์ "Royal Heritage" และทำเลที่ตั้งที่โดดเด่นเพื่อสร้างความแตกต่าง โดยประสานร่วมกับโอกาสจากการเติบโตของการท่องเที่ยวที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ควบคู่กับการนำ "เทคโนโลยี" มาใช้ในการบริหารจัดการทรัพยากรและการตลาดไมซ์เพื่อสร้างกลไกการทำงานร่วมกันอย่างยั่งยืนระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชนในการส่งเสริมภาพลักษณ์และการเป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ในระดับประเทศ และระดับสากล

จากการวิเคราะห์ผลการวิจัยเชิงปริมาณ การวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยเอกสาร ผู้วิจัยจึงได้พัฒนาแผนยุทธศาสตร์สำหรับการพัฒนาศักยภาพการเป็นเมืองแห่งไมซ์ของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้ทั้งหมด 6 ยุทธศาสตร์ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การจัดทำฐานข้อมูลฐานทรัพยากร MICE ของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างกลไกการทำงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับ MICE ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนากิจกรรมไมซ์ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์อย่างยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาสินค้า บริการ และปัจจัยสนับสนุนที่จะรองรับการจัดกิจกรรมไมซ์ในจังหวัด

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การส่งเสริมให้จังหวัดประจวบคีรีขันธ์เป็นจุดหมายปลายทางสำหรับการจัดกิจกรรมไมซ์ให้เป็นตัวเลือก 1 ในประเทศไทย

ยุทธศาสตร์ที่ 6 การสร้างความแตกต่างให้กับตลาดไมซ์ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

อภิปรายผล

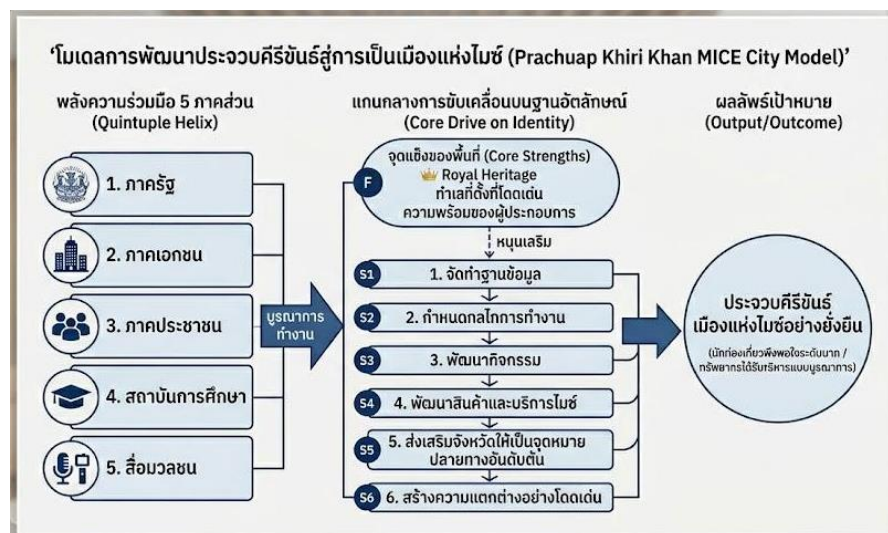
ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าศักยภาพการเป็นเมืองแห่งไมซ์ของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีความพร้อมในระดับมาก ทั้งในด้านสถานที่ สภาพแวดล้อม และความปลอดภัย สอดคล้องกับงานวิจัยของสมชาย กระแจะเจิม และคณะ (2566) งานวิจัยของมัตติกา ชัยมีแรง และคณะ (2566) และงานวิจัยของนิพล เชื้อเมืองพาน และคณะ (2568) ที่เน้นย้ำว่าปัจจัยพื้นฐานด้านโครงสร้างพื้นฐานและภาพลักษณ์ที่โดดเด่นเป็นหัวใจสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ อย่างไรก็ตาม ประเด็นที่น่าสนใจจากการวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิเคราะห์ TOWS matrix คือ ความจำเป็นในการยกระดับจากการแข่งขัน ด้านราคา ไปสู่การสร้างคุณค่า โดยการใช้กลยุทธ์เชิงรุกที่มุ่งเน้นการชูจุดแข็งเรื่องเอกลักษณ์ "Royal Heritage" ซึ่งผลลัพธ์นี้สนับสนุนแนวคิดเรื่องขีดความสามารถในการแข่งขันที่ไม่หยุดนิ่ง สอดคล้องกับงานวิจัยของสุรัชธานี ทองมี และคณะ (2565) งานวิจัยของจารึก ดาดี และคณะ (2565) และงานวิจัยของมัตติกา ชัยมีแรง และคณะ (2566) ที่อธิบายว่าธุรกิจหรือแหล่งท่องเที่ยวต้องสร้างความแตกต่างที่ลอกเลียนแบบได้ยากเพื่อรักษาความได้เปรียบในระยะยาว นอกจากนี้ ผลการวิจัยที่เน้นย้ำถึงความสำคัญของการจัดการบริหารทรัพยากรและความร่วมมือจากภาครัฐโดยอาศัยความร่วมมือกับชุมชนในการส่งเสริมกิจกรรมด้านวัฒนธรรม ยังสอดคล้องอย่างยิ่งกับแนวทางการท่องเที่ยวไมซ์อย่างยั่งยืน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Wag & Chen (2020) งานวิจัยของ Jiang & Bi (2022) และงานวิจัยของ Hemsuwan et al. (2024) ที่ระบุว่าพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต้องเกิดจาก



การมีส่วนร่วมของภาคส่วนต่าง ๆ และต้องสร้างผลประโยชน์ที่เป็นธรรมให้แก่ชุมชนท้องถิ่น การที่ประจวบคีรีขันธ์มุ่งเน้นการเชื่อมโยงกิจกรรมไม่ซ้ำกับชุมชนและวัฒนธรรมจึงไม่เพียงแต่ช่วยสร้างความแตกต่าง แต่ยังเป็นการสร้างที่ยั่งยืนในระยะยาวตามกรอบการท่องเที่ยวสมัยใหม่ ดังนั้นการที่ภาครัฐและผู้ประกอบการเห็นพ้องในการบริหารจัดการทรัพยากรร่วมกัน จึงเป็นกุญแจสำคัญที่จะขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ไม่ซ้ำของจังหวัดให้สัมฤทธิ์ผลและมีความสามารถในการแข่งขันในระดับประเทศตามที่ตั้งเป้าหมายไว้

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

การที่จะผลักดันให้จังหวัดประจวบคีรีขันธ์เป็นเมืองแห่งไมซ์ต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนดังนี้ ได้แก่ ภาครัฐ ได้แก่ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ องค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.) สำนักงานพาณิชย์จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ภาคเอกชน ได้แก่ หอการค้าจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สมาคมโรงแรมผู้ประกอบการโรงแรม ผู้จัดงานมีอาชีพในพื้นที่ ธุรกิจขนส่งและโลจิสติกส์ ภาคประชาชน ได้แก่ ชุมชนในท้องถิ่นและกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มัคคุเทศก์ท้องถิ่น ผู้นำชุมชน สถาบันการศึกษาระดับมหาวิทยาลัย หรือโรงเรียนอาชีวศึกษาในพื้นที่ และสื่อ ได้แก่ สื่อท้องถิ่น สื่อออนไลน์ อินฟลูเอนเซอร์ท้องถิ่น สื่อระดับประเทศ ในการดำเนินแผนยุทธศาสตร์สำหรับการพัฒนาศักยภาพการเป็นเมืองแห่งไมซ์ของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ได้ทั้งหมด 6 ยุทธศาสตร์



ภาพที่ 3 องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย “โมเดลการพัฒนาประจวบคีรีขันธ์สู่การเป็นเมืองแห่งไมซ์”

สรุป

การพัฒนาศักยภาพการเป็นเมืองแห่งไมซ์ของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาจังหวัดให้เป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อศักยภาพไมซ์ของจังหวัดในระดับมาก โดยเฉพาะด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก การพัฒนา



สู่เมืองไม่ซ์จำเป็นต้องอาศัยการบริหารจัดการพื้นที่และทรัพยากรแบบบูรณาการ ควบคู่กับความร่วมมือที่เข้มแข็งระหว่างภาครัฐและชุมชนในการส่งเสริมกิจกรรมทางวัฒนธรรม โดยยุทธศาสตร์เชิงรุกควรใช้อัตลักษณ์ "Royal Heritage" ที่เป็นเอกลักษณ์ ทำเลที่ตั้งที่โดดเด่น และความพร้อมของผู้ประกอบการท่ามกลางการเติบโตของภาคการท่องเที่ยว บทความเสนอแนะให้ประจวบคีรีขันธ์ดำเนินยุทธศาสตร์หลัก 6 ด้าน ได้แก่ การจัดทำฐานข้อมูล การกำหนดกลไกการทำงาน การพัฒนากิจกรรม การพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ การส่งเสริมจังหวัดให้เป็นจุดหมายปลายทางอันดับต้น และการสร้างความแตกต่างอย่างโดดเด่นเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

การพัฒนาแผนยุทธศาสตร์สำหรับการพัฒนาศักยภาพการเป็นเมืองแห่งไม่ซ์ของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ยุทธศาสตร์ที่ 1 จัดทำระบบ Digital MICE database ที่รวบรวมข้อมูลสถานที่จัดงาน โรงแรม แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นแบบ Real-time เพื่อให้ผู้จัดงานเข้าถึงข้อมูลได้ครบถ้วนในที่เดียว ยุทธศาสตร์ที่ 2 จัดตั้งคณะกรรมการ (MICE board) ระดับจังหวัด เพื่อบูรณาการการทำงานระหว่างภาครัฐ เอกชน และสมาคมท่องเที่ยว เชื่อมโยงนโยบายและการแบ่งปันทรัพยากรให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ยุทธศาสตร์ที่ 3 ยกระดับมาตรฐานการจัดงานด้วยเกณฑ์รักษาสีที่เน้นการใช้วัตถุดิบท้องถิ่น เลือกใช้เมนูอาหารจากวัตถุดิบตามฤดูกาลในพื้นที่ (เช่น สับปะรดประจวบฯ หรืออาหารทะเลจากประมงพื้นบ้าน) เพื่อลดการขนส่งและการจัดการขยะเป็นศูนย์ เพื่อดึงดูดกลุ่มตลาดที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและทักษะบุคลากร (Upskill/Reskill) ด้านภาษาและเทคโนโลยีการบริการ พร้อมทั้งยกระดับสินค้าชุมชนให้เป็นของที่ระลึกระดับพรีเมียมที่สะท้อนเอกลักษณ์ของจังหวัด ยุทธศาสตร์ที่ 5 ดำเนินการการตลาดเชิงรุกผ่านแคมเปญ "Prachuap: More than a Destination" โดยเน้นเจาะกลุ่มลูกค้าองค์กรทั้งในและต่างประเทศ ผ่านการออกบูธนิทรรศการระดับโลกและการใช้ Influencer สายธุรกิจ และยุทธศาสตร์ที่ 6 สร้างความต่างด้วยแนวคิด "Workation & Bleisure" โดยชูจุดเด่นเรื่องความเงียบสงบของชายหาด ร่วมกับกิจกรรมผจญภัยและสุขภาพ (Wellness) เพื่อสร้างประสบการณ์ที่หาจากจังหวัดอื่นไม่ได้

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การวิจัยครั้งถัดไปควรวิจัยถึงผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมไม่ซ์ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

2.2 การวิจัยครั้งถัดไปควรทำการสำรวจความพร้อมและความคาดหวังของตลาดไม่ซ์เป้าหมายในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ได้รับการสนับสนุนการดำเนินงานโดยคณะกรรมการ ส่งเสริมวิทยาศาสตร์วิจัยและนวัตกรรม (สกว.) ร่วมกับโครงการวิจัยมูลฐานมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ เลขที่สัญญา FRB6713/2567 รหัสโครงการ 4692580 โครงการวิจัยเรื่องการพัฒนาศักยภาพการเป็นเมืองแห่งไม่ซ์ของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ปีงบประมาณ 2567



เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วาณิชบัญชา. (2560). *การวิเคราะห์สถิติขั้นสูงด้วย SPSS for Windows* (พิมพ์ครั้งที่ 14). สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จารึก ดาดี, สานิต ศิริวิศิษฐ์กุล และชัยวุฒิ จันมา. (2565). อนาคตภาพการจัดการสถานที่จัดงานแสดงสินค้าของอุตสาหกรรมไมซ์ไทยตามแนวโน้มใหม่. *วารสารวิชาการ อุตสาหกรรมศึกษา*, 16(1), 19-40.
- จิรวัดน์ ชันธโกศัย. (2564). *ศักยภาพของการเป็นเมืองไมซ์ (MICE City) ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นิพล เชื้อเมืองพาน, กฤติยา ทองคุ้ม, วันวสา วิโรจน์นารมย์ และศิริพร กิตติการกุล. (2568). การพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์อย่างยั่งยืนในจังหวัดนครปฐม. *วารสารวิชาการ มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์*, 12(1), 40-58.
- ต้นติกร โคตรซารี, จินณพัช ปทุมพร และราณี อีสัยกุล. (2564). การศึกษาปัจจัยภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว การเลือกเมือง จุดหมายปลายทางและความจงรักภักดีของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ. *วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 4(2), 728-743.
- มัตติกา ชัยมีแรง, วนิดา นเรธรณ์ และวิชาญ พันธุ์ดี. (2566). การประเมินศักยภาพการพัฒนาไมซ์ซิตี้เพื่อรองรับการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมไมซ์ พื้นที่อำเภอเมืองนครราชสีมา. *วารสารสังคมศาสตร์บูรณาการ มหาวิทยาลัยมหิดล*, 10(2), 1-25.
- สมชาย กระแจะเจิม, อธิษฐ์ สิริวรศรา, ฐิติมา ไหล่ายอง และสุพัตรา ยอดสุรางค์. (2566). แนวคิดการจัดการการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจไมซ์ในบริบท-ของพื้นที่อำเภอหัวหิน. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 8(1), 370-378.
- สุรัชธานี ทองมี, เกิดศิริ เจริญวิศาล และพิทักษ์ ศิริวงศ์. (2565). การวิเคราะห์องค์ประกอบส่วนประสมทางการตลาดและตัวชี้วัดที่ส่งผลต่อความสำเร็จของอุตสาหกรรมไมซ์ไทย. *วารสารธุรกิจปริทัศน์*, 14(1), 145-161.
- Hesuan, N., Jaroenwisan, K., & Pooripakdee, S. (2024). The potential and readiness: being a destination for MICE industry of Thailand. *Journal of Thai Hospitality and Tourism*, 19(2), 54-66.
- Jiang. H., & Bi. C. (2022). A study of strategic planning of MICE tourism in Khon Kaen based on SWOT Analysis. *Technium Social Sciences Journal*, 38(1), 493-501.
- Wag. Y., & Chen. L. (2020). *MICE tourism management and development*. Springer