

สถานการณ์การท่องเที่ยววิถีชีวิตเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ กรณีศึกษาจังหวัด
พระนครศรีอยุธยา

กมลลักษณ์ โพธิ์พันธุ์*

วิทยาลัยการจัดการอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Received: 30 August 2020

Revised: 11 March 2021

Accepted: 21 April 2021

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ 2 ข้อ คือ (1) เพื่อสำรวจความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยววิถีชีวิตในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ ในพื้นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และ (2) เพื่อศึกษาสถานการณ์การจัดการประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ในพื้นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้แบบสังเกต และใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง จากผู้ให้ข้อมูลหลัก เพื่อศึกษาสถานการณ์ของแหล่งท่องเที่ยววิถีชีวิต ในการสำรวจความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยววิถีชีวิตในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ รายการสังเกตแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว เส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป กิจกรรมการท่องเที่ยว และการให้บริการเสริมของแหล่งท่องเที่ยว การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสังเกต นำข้อมูลที่ได้จัดบันทึก มาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผลการวิจัยพบว่า แหล่งท่องเที่ยววิถีชีวิตที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มการจัดการประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ในพื้นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 8 แหล่งท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย (1) พระราชวังบางปะอิน (2) วัดนิเวศธรรมประวัติราชวรวิหาร (3) หมู่บ้านญี่ปุ่น (4) วัดมหาธาตุ (5) วัดไชยวัฒนาราม (6) ศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง บ้านของพ่อ อำเภอพระนครศรีอยุธยา (7) ตลาดลาดชะโด และ (8) บ้านขุนพิทักษ์บริหาร (บ้านเขียว) โดยภาพรวมมีความพร้อมอยู่ในระดับดี แต่บางพื้นที่มีเงื่อนไขหรือข้อจำกัดบางประการ

คำสำคัญ: สถานการณ์การท่องเที่ยววิถีชีวิต นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

* ผู้ประสานงานหลัก; อีเมล: kamonluk.ph@ssru.ac.th

The Situation of Nostalgia Tourism to Accommodate MICE Travelers: A case Study of Phra Nakhon Si Ayutthaya Province

Kamonluk Phophan *

College of Hospitality Industry Management, Suan Sunandha Rajabhat University

Received: 30 August 2020

Revised: 11 March 2021

Accepted: 21 April 2021

Abstract

The two objectives of this research were (1) to explore the readiness of Nostalgia Tourism destination to accommodate MICE Travelers in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province, and (2) to study the situation of MICE sector (Meetings, Incentive, Convention, and Exhibitions) in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. A qualitative approach is applied to use as a frame for the study, based on observation notes was carried out. The data also was collected using the semi-structure interview from key informants. To explore the readiness of Nostalgia Tourism destination to accommodate MICE Travelers, which the observation list consists of 6As of tourism destinations such as Attractions, Accessibility, Amenities, Available Packages, Activities and Ancillary Services. The research found that there are 8 destinations for nostalgia tourism to accommodate MICE Travelers in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province which are Bang Pa-In Royal Palace, Wat Niwet Thammaprawat Ratchaworawihan, Japanese Village, Wat Mahathat (Ayutthaya), Wat Chaiwatthanaram, Sufficiency Economy Learning Center BAN-KONG-POR, Lad Cha Dow Market, and Baan Khunpitakborriharn. However, there are several limitations in some area.

Keywords: Situation of Nostalgia Tourism, MICE Travelers, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province

* Corresponding Author; Email: kamonluk.ph@ssru.ac.th

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมภาคบริการมีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย นอกจากการสร้างรายได้ โดยมีมูลค่าเป็นอันดับหนึ่งของการค้าบริการในภาพรวมของประเทศแล้ว ยังเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดธุรกิจที่เกี่ยวข้องอีกหลากหลาย เช่น ธุรกิจโรงแรม ที่พัก ภัตตาคาร ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก การคมนาคมขนส่ง เป็นต้น จากแผนปฏิบัติการส่งเสริมการท่องเที่ยวประจำปี พ.ศ. 2562 ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ผนวกกับการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมในสถานการณ์ปัจจุบัน และแนวโน้มในอนาคต เพื่อให้ได้แผนที่เกิดประโยชน์ต่อประเทศชาติ และมีประสิทธิภาพสูงสุด พบว่า แผนส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดในประเทศ ในภาคกลางจะเจาะกลุ่มศักยภาพที่ขึ้นชอประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมให้เดินทางสัมผัสประสบการณ์ย้อนอดีตภายใต้โครงการ “Premium Nostalgia: มรดกแห่งสยาม” เพื่อกระตุ้นการใช้จ่าย โดยนำเสนอสินค้าทางการท่องเที่ยวที่เป็นมรดกตกทอดตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยาจนถึงกรุงรัตนโกสินทร์ ทั้งวัด/วัง งานศิลปะชั้นสูงและโครงการพระราชดำริ (Tourism Authority of Thailand, 2019) จากสถานการณ์ในปี พ.ศ. 2562 มีนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจพิเศษทางด้าน การท่องเที่ยววิถีลือหาอดีต ซึ่งเป็นกระแสที่มาจากกระตุ้นของสิ่งเร้าต่างๆ หลากหลายประเภท (Chase and Shaw, 1989) เนื่องจากจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นโบราณสถานมากมาย รวมทั้งพิพิธภัณฑสถานต่างๆ ที่เก็บรวบรวมของเก่าสมัยอดีต ทำให้การท่องเที่ยวหลักๆ ของจังหวัดจะเกี่ยวข้องกับการเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม โดยเฉพาะในช่วงละครโทรทัศน์บุพเพสันนิวาส มีการเดินทางท่องเที่ยวตามสถานที่ถ่ายทำ และตามรอยละคร มีการแต่งกายย้อนยุค และถ่ายภาพลงสื่อสังคมออนไลน์ และเดินทางไปเข้าเย็นกลับ หรือใช้เวลาค้างคืนโดยเฉลี่ย 2 วัน 1 คืน และสถานที่ที่ได้รับความนิยม อีกประเภทหนึ่ง คือ ร้านกาแฟ เนื่องจากไม่ชอบอากาศร้อนในส่วนกระแสนิยมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ส่วนใหญ่จะมีการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ ด้วยตนเองเป็นอย่างดี และใช้เวลาพักค้างคืนโดยเฉลี่ย 3 วัน 2 คืน โดยเลือกสถานที่พักแรมที่มีความเป็นเอกลักษณ์ นิยมปั่นจักรยานรอบๆ อุทยานประวัติศาสตร์ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวยุโรปมักนิยมนั่งเรือรอบเกาะ

นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ ถือเป็นหนึ่งในกลุ่มนักท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourist) และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพราะคนเหล่านี้มีความต้องการที่จะเรียนรู้และสัมผัสกับประสบการณ์ที่แตกต่างจากการท่องเที่ยวทั่วไป เช่น การสัมผัสกับธรรมชาติที่บริสุทธิ์ กิจกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สัมผัสประสบการณ์ด้านวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์อันโดดเด่น เป็นต้น จัดได้ว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นนักท่องเที่ยวคุณภาพ (Quality Visitor) (Chumnanchar, 2021) โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางที่เฉพาะเจาะจง อาจเกี่ยวเนื่องกับการเดินทางเพื่อร่วมประชุมบริษัท การท่องเที่ยวที่เกิดจากการได้รับรางวัล การเข้าร่วมงานประชุมนานาชาติ หรือการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าหรือนิทรรศการนานาชาติ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีระดับการใช้จ่ายสูงกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป 3-4 เท่า ในปี พ.ศ. 2561 มีจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์เดินทางเข้าประเทศไทยมากกว่า 1,255,986 คน เพิ่มขึ้นกว่าปีก่อนถึงร้อยละ 19.85 และสร้างรายได้สูงถึง 95,624 ล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 9 และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นในทุกๆ ปี (Thailand Convention and Exhibition Bureau, 2018) ซึ่งค่าใช้จ่ายสำหรับการเดินทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ส่วนใหญ่บริษัทหรือองค์กรจะเป็นคนออกค่าใช้จ่ายให้ อาทิ ค่าที่พัก ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าเดินทาง เป็นต้น ด้วยเหตุนี้เองจะส่งผลดีกับเศรษฐกิจของประเทศที่เป็นผู้จัดงาน ประเทศไทยได้มีโอกาสเสนอตัวเป็นเจ้าภาพจัดงานเวิลด์เอ็กซ์โป 2020 ที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เนื่องจากมีการแข่งขันค่อนข้างสูง ทำให้ประเทศไทยไม่ได้รับสิทธิ์ในการเป็นเจ้าภาพในครั้งนี้ ถือเป็นความท้าทายที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาต้องเตรียมความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์และนักท่องเที่ยวจากทั่วทุกมุมโลก จากสัมมนารอบกรุง พระนครศรีอยุธยา โดยสำนักงาน

ส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) กล่าวว่า จังหวัดนี้เป็นจุดหมายปลายทางของนักเดินทางไมซ์ เพราะอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ มากนัก มีสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยวระดับโลก สิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน อาทิ มีโรงแรมมากถึง 143 แห่ง ห้องพักรวมกว่า 4,000 ห้อง รวมถึงสถานที่จัดงานไมซ์ และมีกิจกรรมท่องเที่ยวที่น่าสนใจมากมาย เป็นต้น นอกจากนี้ทางจังหวัดให้ความสำคัญในการเพิ่มมูลค่าด้านการท่องเที่ยวจากการอนุรักษ์มรดกโลกทางวัฒนธรรม (Maneetr, 2016)

จากความสำคัญ และปัญหาดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้มีการเสนอให้จัดทำแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง ซึ่งปัญหา และอุปสรรคในการเริ่มการวางแผนแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา คือ หน่วยงานภาครัฐมีความคิดที่อยากจะนำเสนอให้มีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ แต่ยังคงขาดความรู้ทางด้านการท่องเที่ยว อยากรู้ให้ทางสถาบันการศึกษาเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ผู้วิจัยจึงสนใจ และเล็งเห็นความสำคัญดังกล่าวที่จะศึกษาการจัดการการท่องเที่ยว วิทยาลัยในพื้นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เพื่อกระตุ้นให้ประชาชนในชุมชนท้องถิ่นวางแผนการจัดการการท่องเที่ยวได้ด้วยตนเอง อันจะส่งผลให้ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการท่องเที่ยว และกระตุ้นให้ประชาชนเกิดการรวมตัวเพื่อพัฒนาตนเอง และพัฒนาชุมชน เกิดความคิดสร้างสรรค์ในการจัดการการท่องเที่ยว เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างประเทศ โดยเฉพาะกลุ่มไมซ์ที่มีศักยภาพสูง และเป็นกิจกรรมทางการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งที่ควรได้รับการส่งเสริม และการพัฒนากระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วมจะช่วยให้มีการจัดการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ และต่อเนื่องที่สามารถสร้างคุณค่า และมูลค่าเพิ่ม ตามกลุ่มท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ อันจะนำไปสู่การกระตุ้นให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือพัฒนาทางเศรษฐกิจ และสังคมในระยะยาวอย่างต่อเนื่อง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. สสำรวจความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยววิถีการท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ ในพื้นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. ศึกษาสถานการณ์การจัดการประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ในพื้นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

วิธีดำเนินการวิจัย

แบบแผนของการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ตัวอย่างในการวิจัย

ตัวอย่างในการวิจัย คือ ผู้บริหารที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและภาคเอกชน จำนวน 16 ราย ประกอบด้วย เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว ผู้แทนนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผู้แทนท่องเที่ยวกีฬาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา นายเทศมนตรีตำบลลาดชะโด อำเภอผักไห่ อาจารย์สาขาการจัดการนิทรรศการและการประชุม คณะอุตสาหกรรมบริการวิทยาลัยดุสิตธานี ประธานวิสาหกิจชุมชนอำเภอผักไห่ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารตลาดศูนย์การค้าอยุธยาซิตีพาร์ค กรรมการผู้จัดการบริษัท อยุธยา โบ๊ท ทริป และเรือนทับทิม ผู้จัดการทั่วไป เดอะคาวารี คาซ่ารีสอร์ท และเดอะลิมา เฟลส ประธานศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านของพ่อ

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เจ้าของร้านบ้านวัชรราชย์ เจ้าของร้านเปรี้ยวปาก และผู้แทนผู้จัดการร้านมองดูเรือ เพื่อศึกษาสถานการณ์ของแหล่งท่องเที่ยววิถีลือหาอดีต

เครื่องมือวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสังเกต (Observation Form) และใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง (Semi-Structured Interview)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองโดยการลงพื้นที่ สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก และสังเกต ในการสำรวจความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยววิถีลือหาอดีตในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ รายการสังเกตแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attractions) เส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) เส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) โปรแกรมการท่องเที่ยวสำเร็จรูป (Available packages) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และการให้บริการเสริมของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary services) ตามทฤษฎี 6As เป็นกรอบแนวคิดเพื่อใช้ในการจัดการการท่องเที่ยวโดย Buhalis (2000)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากจดบันทึก แบบสังเกต และแบบสัมภาษณ์ จะถูกนำมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) เพื่อสรุปผล

ผลการวิจัย

1. ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยววิถีลือหาอดีต ตามองค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยว 6As

จากการศึกษา พบว่า แหล่งท่องเที่ยววิถีลือหาอดีตในพื้นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ ในพื้นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 8 แหล่งท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย (1) พระราชวังบางปะอิน (2) วัดนิเวศธรรมประวัติราชวรวิหาร (3) หมู่บ้านญี่ปุ่น (4) วัดมหาธาตุ (5) วัดไชยวัฒนาราม (6) ศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง บ้านของพ่อ อำเภอพระนครศรีอยุธยา (7) ตลาดลาดชะโด และ (8) บ้านขุนพิทักษ์บริหาร (บ้านเขียว) โดยภาพรวมพบว่ามีความพร้อมอยู่ในระดับดี แต่บางพื้นที่มีเงื่อนไขหรือข้อจำกัดบางประการ ดังตารางที่ 1

จากทฤษฎี 6As เพื่อใช้ในการจัดการการท่องเที่ยวโดย Buhalis (2000) กล่าวไว้ว่า สิ่งที่ต้องคำนึงถึงอีกสิ่งหนึ่งในการพัฒนาการท่องเที่ยว คือ ความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีความสำคัญในการนำมาวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวให้เกิดความสมบูรณ์มากที่สุด และกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์ความต้องการของนักท่องเที่ยว 6As ประกอบด้วย

1. ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attractions) ผู้ประกอบการที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ล้วนมีเอกลักษณ์ทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย

2. ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) ผู้ประกอบการที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีความสะดวกในการเข้าถึง และมีเพียงบางสถานที่ที่ต้องมีการนัดหมายล่วงหน้า เพื่อการเตรียมความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว และติดต่อประสานงานกับหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ผู้ประกอบการที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่สามารถรองรับการจัดการประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลได้ อาทิเช่น บริการรับส่ง และบริการที่พัก ร้านอาหารและเครื่องดื่ม กิจกรรมท่องเที่ยว กลุ่มทัวร์ มีอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยที่ได้มาตรฐาน มีเครื่องเสียงสำหรับการจัดกิจกรรม เป็นต้น

4. โปรแกรมการท่องเที่ยว (Available Package) ผู้ประกอบการที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีการให้บริการท่องเที่ยวแบบไปเช้าเย็นกลับ โดยราคาจะมีความยืดหยุ่นตามกิจกรรมที่ตรงกับวัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยว และถ้ามีการเดินทางเป็นหมู่คณะ ควรมีการติดต่อล่วงหน้า เพราะบางกิจกรรมอาจมีการใช้ยานพาหนะในการเดินทางขนส่งนักท่องเที่ยว แบบผสมผสาน เช่น นั่งรถ และต่อเรือ เป็นต้น โดยราคาค่าใช้จ่ายขึ้นอยู่กับขนาด และจำนวนนักท่องเที่ยว มีการทำงานร่วมกับหน่วยงานอื่นๆ เช่น การประสานงานกับกลุ่มการท่องเที่ยว โดยมีการแบ่งปันผลประโยชน์ร่วมกัน

5. กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) ผู้ประกอบการที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มักกำหนดรูปแบบการจัดงานที่แสดงให้เห็นถึงความเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม และประเพณีดั้งเดิมของไทย รวมถึงวิถีชีวิต อาหารและเครื่องดื่มที่นำเสนอหรือส่งมอบบริการให้กับนักท่องเที่ยว และให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นการสร้างงานให้คนท้องถิ่น นอกจากนี้ยังมีการจัดการดูงาน (Site Visit) โดยขึ้นอยู่กับความต้องการของนักท่องเที่ยว ในกรณีที่นักท่องเที่ยวสอบถามข้อมูลเพิ่มเติม มีการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวและให้ข้อมูลอย่างครบถ้วน

6. การบริการเสริม (Ancillary Services) ผู้ประกอบการที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีบริการมัคคุเทศก์นำเที่ยว และมีบริการโปรแกรมการท่องเที่ยว บริการขนส่งทางน้ำ มีประกันภัยการเดินทาง การท่องเที่ยว และมียานพาหนะท้องถิ่นให้บริการ

2. สถานการณ์การจัดการประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ในพื้นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ในปี พ.ศ. 2562 สถานการณ์การจัดการประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ในพื้นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีการเติบโตขึ้นอย่างมาก โดยเฉพาะหน่วยงานภาครัฐที่นิยมจัดประชุมสัมมนาในโรงแรม เนื่องจากโรงแรมในจังหวัดมีขนาดใหญ่หลายแห่ง รวมทั้งมีห้องประชุม และอุปกรณ์ต่างๆ ที่ได้มาตรฐานพร้อมรองรับการจัดงาน และยังถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของภาคกลางตอนล่าง นักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างประเทศ ส่วนใหญ่นิยมเดินทางไปท่องเที่ยวแบบไปเช้าเย็นกลับ (One Day Trip) สืบเนื่องจาก

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เดินทางไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร และมีการพัฒนาคมนาคมขนส่ง ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาอย่างต่อเนื่อง และมีเพียงร้อยละ 30 ที่พำนักค้างคืน และนักท่องเที่ยวจะให้ความสนใจกับ การปั่นจักรยานชมทัศนียภาพของโบราณสถาน สถานที่ท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายเหมาะกับนักท่องเที่ยวทุกเพศทุกวัย ส่งผลให้ให้มีผลกระทบต่อธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่มีการเติบโตขึ้นอย่างมากเช่นเดียวกัน โดยเฉพาะหน่วยงานภาครัฐและเอกชนจากกรุงเทพมหานครที่มีงบการจัดงานที่จำกัด จะนิยมการไปจัดการประชุมควบคู่ไปกับการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

แต่อย่างไรก็ตาม ธุรกิจการจัดงานนิทรรศการ ยังคงไม่เติบโตมากนัก เนื่องจากทางจังหวัดยังไม่มีสถานที่จัดงานที่ใหญ่เพียงพอให้สามารถจัดงานขนาดใหญ่ได้ ยังคงมีแค่โรงแรมบางแห่ง พิพิธภัณฑสถานและลานกลางแจ้งของสถานที่ทางราชการ ที่สามารถจัดงานนิทรรศการชั่วคราวขนาดเล็กถึงขนาดกลางได้ มีนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจพิเศษทางด้าน การท่องเที่ยววิถีชีวิตที่ดี เนื่องจากจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นโบราณสถานมากมาย รวมทั้งพิพิธภัณฑสถานต่าง ๆ ที่เก็บรวบรวมของเก่าสมัยอดีต ทำให้การท่องเที่ยวหลักๆ ของจังหวัดจะเกี่ยวข้องกับการเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม ทำให้กลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จึงเป็นวัยทำงานที่ค่อนข้างมีอายุ มีนักท่องเที่ยวหลายกลุ่มที่อยากมาเรียนรู้อดีต แต่มีจำนวนไม่มาก เที่ยวตามชุมชน เช่น ตลาดหัวรอ แต่ละชุมชนก็มีเรื่องราวที่ต่างกัน ท่องเที่ยวตามรอยประวัติศาสตร์ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปมักนิยมนั่งเรือรอบเกาะ แหล่งท่องเที่ยววิถีชีวิตที่ดี จังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่สามารถรองรับ การจัดการประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ที่โดดเด่น และมีศักยภาพ ได้แก่ สถานที่รองรับการจัดประชุม เช่น ศาลากลางหลังเก่าจังหวัดอยุธยา เนื่องจากเป็นสถานที่ที่อยู่ใจกลางจังหวัด สามารถเดินทางได้สะดวก มีห้องประชุมรองรับการประชุมขนาดเล็กถึงขนาดกลาง มีลานกลางแจ้งสำหรับการจัดงานนิทรรศการ งานเทศกาลต่าง ๆ และงานเลี้ยงสังสรรค์ มีพิพิธภัณฑสถานจัดแสดงอยู่ภายในอาคาร รวมทั้งยังไม่ไกลจากสถานที่ท่องเที่ยวทางโบราณสถานต่างๆ และในส่วนของสถานที่ท่องเที่ยวประกอบด้วย พระราชวังบางปะอิน วัดพระศรีสรรเพชญ์ พระราชวังโบราณ ตลาดหัวรอ วัดพระงาม วัดไชยวัฒนาราม อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

อภิปรายผล

จากการประเมินศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่สามารถพัฒนาเป็นเมืองไมซ์ (MICE City) สามารถวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT analysis) ได้ดังนี้ (1) จุดแข็ง คือ สถานที่ท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย และสวยงาม สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่ม สถานที่ตั้งของจังหวัดอยู่ใกล้กรุงเทพมหานคร มีความสะดวกต่อการจัดโปรแกรมท่องเที่ยว รวมถึงการเดินทางขนส่ง และมีโรงแรมที่สามารถจัดงานประชุมได้ สามารถรองรับหน่วยงานราชการขนาดใหญ่ที่นิยมจัดการประชุมสัมมนาอย่างต่อเนื่อง มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เช่น โรงพยาบาลขนาดใหญ่ ห้างสรรพสินค้า โรงเรียน ร้านอาหารขนาดใหญ่ โรงแรมและรีสอร์ทขนาดใหญ่ สนามกีฬาจังหวัดขนาดใหญ่ สถาบันเทวัญ เป็นต้น รวมทั้งมีกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลที่น่าสนใจ เช่น ชมมรดกโลก โบราณสถาน การล่องเรือชมวิวดอนกลางคืน และมีปฏิทินท่องเที่ยว (2) จุดอ่อน คือ ภูมิศาสตร์ของจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีแม่น้ำล้อมรอบ ทำให้มีโอกาสในการเกิดน้ำท่วมได้ โรงแรมบางแห่งมีขนาดเล็ก ไม่สามารถรองรับกลุ่มการประชุมขนาดใหญ่ได้ รวมทั้งอาจจะมีห้องประชุมที่ยังไม่ได้มาตรฐาน และมีอุปกรณ์การประชุมที่ไม่ทันสมัยมากนัก การบริหารจัดการสถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งยังพัฒนาไม่สำเร็จ ในช่วงเวลากลางคืนต้องใช้ความระมัดระวังในการเดินทางเนื่องจากบางสถานที่ยังมี แสงสว่างไม่เพียงพอ การบริหารจัดการที่ไม่เป็น

เอกภาพ มีหลายหน่วยงานในการท่องเที่ยวขาดการบูรณาการการทำงานร่วมกัน บางครั้งเกิดการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยว เนื่องจากมีเวลาในการท่องเที่ยวที่จำกัด และจังหวัดพระนครศรีอยุธยาฯ ยังไม่มีแหล่งท่องเที่ยวผจญภัย (3) โอกาส คือ รัฐบาลให้ความสำคัญกับธุรกิจไมซ์ เพราะเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ อีกทั้งจังหวัดพระนครศรีอยุธยาจัดอยู่ในทำเลที่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานครมากนัก สามารถเดินทางได้อย่างสะดวก และภาครัฐได้ส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดในประเทศ ในภาคกลางจะเจาะกลุ่มศักยภาพที่ชื่นชอบประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมให้เดินทางสัมผัสประสบการณ์ย้อนอดีตภายใต้โครงการ “Premium Nostalgia: มรดกแห่งสยาม” เพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายภายในประเทศอีกด้วย และ (4) อุปสรรค คือ ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ของผู้ประกอบการในจังหวัดเกี่ยวกับธุรกิจไมซ์ยังมีไม่มากนัก ทำให้การพัฒนาอาจจะดำเนินไปอย่างช้าๆ และมีข้อจำกัดของพื้นที่ที่ส่วนใหญ่เป็นเขตของอุทยานประวัติศาสตร์ และเป็นมรดกโลก ทำให้ไม่สามารถจัดกิจกรรมบางอย่างได้ หรือแม้กระทั่งการสร้างอาคารหรือสถานที่จัดงานเพิ่มเติมก็สามารถทำได้ยาก และในวันสำคัญทางศาสนา และเทศกาลท่องเที่ยวสำคัญๆ การจราจรติดขัด จากแหล่งท่องเที่ยววิถีลือหาอดีตในพื้นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ทั้ง 8 แห่ง ยังมีบางพื้นที่มีเงื่อนไขหรือข้อจำกัดบางประการ คือ พระราชวังบางปะอินที่อยู่ในความดูแลของสำนักพระราชวัง

จากการประเมินศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่สามารถพัฒนาเมืองไมซ์ (MICE City) ด้วยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม จะช่วยให้แนวทางในการพัฒนาที่มีความชัดเจน และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน สามารถนำเสนอจุดเด่นของจังหวัดพระนครศรีอยุธยาทางการท่องเที่ยววิถีลือหาอดีตได้อย่างมีเอกลักษณ์ สอดคล้องกับ Pongcho and Lakpetch (2019) ที่ได้กล่าวว่า การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม จะช่วยให้แนวทางในการพัฒนาเมืองไมซ์ มีความชัดเจน สามารถนำเสนอจุดเด่นของจังหวัดอย่างมีเอกลักษณ์ (Unique Selling Proposition) ตรงใจกลุ่มเป้าหมายในทุกมิติเพื่อนำมาบริหารจัดการสถานที่ หรือจัดงานให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้า และใช้เป็นแนวทางในการลงทุนด้านสถานที่ให้เหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE Industry) ตลอดจนเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ส่งเสริมกิจกรรมทางการตลาด และประชาสัมพันธ์อุตสาหกรรมไมซ์ (MICE Industry) ในประเทศไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ และยังสอดคล้องกับ Pharitpong sakorn et al. (2020) ที่ได้กล่าวถึง แนวทางในการพัฒนาเมืองไมซ์ (MICE City) ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม อุตสาหกรรม (SWOT) โดยกำหนดให้วิเคราะห์จุดแข็ง แลจุดอ่อนในด้านระบบการขนส่งมวลชน ด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ด้านความพร้อมของบุคลากรที่รับผิดชอบ คนท้องถิ่น และวิเคราะห์โอกาส และอุปสรรค ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านเศรษฐกิจ และด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นทางธรรมชาติทางศิลปวัฒนธรรมและทางประวัติศาสตร์ สามารถช่วยให้แหล่งท่องเที่ยวที่มีสถานที่ตั้งในจังหวัดที่ต้องการพัฒนาเป็นเมืองไมซ์ (MICE City) สามารถเข้าใจถึงองค์ประกอบที่สำคัญอย่างชัดเจน รวมถึงผู้ประกอบการชาวไทย สามารถศึกษาแนวโน้มการเติบโตของตลาดการท่องเที่ยวเพื่อโอกาสขยายธุรกิจของตนเอง โดยหาช่องทางในการเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งในห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain) ของธุรกิจการจัดการประชุม การโรงแรม การให้บริการ รวมถึงการจองตั๋วเครื่องบิน ส่งผลต่อสร้างโอกาสทางการค้า และการลงทุนในอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE Industry) ในระยะยาว

นอกจากนี้ ผลจากการศึกษาดังกล่าวยังสอดคล้องกับเรื่อง “การจัดการเมืองประวัติศาสตร์สู่นครไมซ์ซิตี้เพื่อรองรับธุรกิจไมซ์ในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)” (Maneenetr, 2016) พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากมีพฤติกรรมเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพราะมีความสนใจมาท่องเที่ยวชมความงามด้านสถาปัตยกรรมเก่าแก่ แหล่งมรดกทางวัฒนธรรมที่สำคัญ สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนได้

ภาพรวม และสนับสนุนงบประมาณเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เป็นพี่เลี้ยงให้แก่ชุมชนท้องถิ่น และส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวของคนในท้องถิ่น รวมถึงมีส่วนได้ส่วนเสียทางด้านการท่องเที่ยวอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

เอกสารอ้างอิง

- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21(1), 97-116.
- Chase, M., and Shaw, C. (1989). *The dimensions of nostalgia. The Imagined Past: History and Nostalgia*. Manchester: Manchester University.
- Chumnanchar, B. (2021). Readiness of Thailand for Incentive tourism Hub. *Southeast Bangkok Journal*, 7(1), 100-114. (in Thai)
- Maneenetr, T. (2016). *Historical City Management toward MICE City for Support MICE Business in ASEAN Economic Community*. [Online]. Retrieved 16 March 2020 from: https://elibrary.trf.or.th/project_content.asp?PJID=TRG5780189 (in Thai)
- Pharitpongsakorn, K., Khoku, K., Samphearod, T. and Thothang, P. (2020). Guidline for Mice City Development with SWOT Analysis. *Journal of MCU Nakhondhat*, 7(12), 406-420. (in Thai)
- Poungcho, S. and Lakpetch. P. (2019). Competency Development Process of Coordinator in Meeting and Convention Business: Case Study Professional Convention Organizer in Bangkok. *Journal of International and Thai Tourism*, 15(2), 58-87. (in Thai)
- Sangpikul, A., and Kim, S. (2009). An overview and identification of barriers affecting the meeting and convention industry in Thailand. *Journal of Convention & Event Tourism*, 10 (3), 185-210.
- Somsawat, S., and Tananpang, C. (2020). How does Meeting, Incentive, Conventions, Exhibitions (MICE) Industry survive through Covid-19 era?. *Journal of Innovation and Management, Suan Sunandha Rajabhat University*, 5, 129-145.
- Thailand Convention and Exhibition Bureau. (2018). *MICE Statistics 2018*. [Online]. Retrieved 5 January 2021 from: <http://elibrary1.tceb.or.th/th/BookList/TCEB-Project-study/MICE-Statistic.aspx>
- Tourism Authority of Thailand. (2019). *Action Plan of the Tourism Authority of Thailand Fiscal Year 2019*. [Online]. Retrieved 1 August 2020 from: <https://www.tourismthailand.org/fileadmin/downloads/pdf>.