

การสร้างความสามารถเปรียบเทียบทางการแข่งขันของจังหวัดสงขลา  
ด้านอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE)

COMPETITIVE ADVANTAGE OF MICE INDUSTRY  
IN SONGKHLA PROVINCE, THAILAND

สาลินี ทิพย์เพ็ง<sup>1\*</sup>, เสรี วงษ์มณฑา<sup>2</sup>, ชุษณะ เตชคณา<sup>3</sup> และ ชวลีย์ ณ ถลาง<sup>4</sup>

Salinee Tippeng<sup>1\*</sup>, Seri Wongmonta<sup>2</sup>, Jusana Techakana<sup>3</sup> and Chawalee Na Talang<sup>4</sup>

หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว วิทยาลัยการจัดการกรุงเทพมหานคร  
มหาวิทยาลัยพะเยา กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย<sup>1,2,4</sup>

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย<sup>3</sup>  
Doctor of Philosophy Program in Tourism Management, College of Management Bangkok,  
University of Phayao, Bangkok, Thailand<sup>1,2,4</sup>

Faculty of Business Administration, King Mongkut's University of Technology North Bangkok,  
Bangkok, Thailand<sup>3</sup>

sv\_2545@hotmail.com<sup>1\*</sup>

## บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันของจังหวัดสงขลา ด้านอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) 2) หาแนวทางการสร้างความสามารถเปรียบเทียบในการแข่งขันของจังหวัดสงขลา ด้านอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ รวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากกลุ่มผู้พัฒนาและกลุ่มผู้ใช้ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา และใช้การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า พบว่า 1) จังหวัดสงขลามีความสามารถทางการแข่งขันสูงที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) ให้บรรลุวัตถุประสงค์ เนื่องจากเป็นศูนย์กลางการค้าการลงทุนของภาคใต้ตอนล่าง แต่มีคู่แข่งที่สำคัญ คือ จังหวัดภูเก็ตและจังหวัดสุราษฎร์ธานี 2) แนวทางการสร้างความสามารถเปรียบเทียบในการแข่งขันของจังหวัดสงขลา ด้านอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) ประกอบด้วย 8 ด้าน ได้แก่ 2.1) การร่วมมือกับกระทรวงพาณิชย์หรือกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (product) เพื่อที่จะจัดงานประเภท trade fairs และ consumer fairs 2.2) การตั้งราคารวมโปรแกรมเพื่อเสนอให้แก่

ลูกค้าใหม่ (price) 2.3) การเข้าไปพบกับกลุ่มเป้าหมายหรือลูกค้าโดยตรงเพื่อเป็นช่องทางในการสร้างการรับรู้ (place) 2.4) การส่งเสริมการขายด้วยการนำเสนอหรือแถมบริการพิเศษ (promotion) 2.5) การจัดการฝึกอบรมบุคลากรเฉพาะทาง (people) 2.6) การนำเสนอโปรแกรมเสริมให้แก่ลูกค้า (package) 2.7) การวางแผนความร่วมมือจากคู่ร่วมธุรกิจ (planning process) และ 2.8) การส่งจดหมายขอบคุณลูกค้าที่เข้ามาจัดงานและติดตามผลความพึงพอใจหลังการจัดงานเพื่อนำไปสู่การปรับปรุงแก้ไขให้การจัดงานประสบความสำเร็จยิ่งขึ้นในครั้งต่อไป (post-sale process)

**คำสำคัญ :** การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน อุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) จังหวัดสงขลา

## ABSTRACT

The purposes of this research were to analyze the competitive environment of MICE industry in Songkhla province and to suggest in competitive advantage of MICE Industry in Songkhla Province. The data were collected by in - depth interview from the supply side and the demand side. The data were analyzed by content analysis and checked by triangulation design model. The findings revealed that 1) Songkhla has a high competitiveness which affect MICE industry management. It is a center of trade and investment in the lower South, but the major competitors are Phuket and Surat Thani. 2) The 8 aspects of a competitive advantage of MICE Industry in Songkhla Province were Cooperation with the ministry of commerce or department of international trade promotion to organize trade fairs and consumer fairs (product), setting pricing which include the program to offer a new customers (price), meeting the target group or customers as a channel to create awareness (place), promotion with special offers or services (promotion), personnel management training (people), presenting a supplement to customers (package), cooperation planning with business partners (planning process) and sending appreciation to the customers who joined the event and followed up the satisfaction after the event, which led to the improvement and success of the event to be successful (post-sale process).

**Keywords:** competitive advantage, MICE industry, Songkhla Province

## บทนำ

การสร้างควมได้เปรียบทางการแข่งขัน (competitive advantage) เป็นหัวใจของการวางแผนกลยุทธ์เพื่อป้องกันการลอกเลียนแบบของคู่แข่งหรือสร้างความแตกต่างที่คู่แข่งลอกเลียนแบบได้ยาก (Theepapan, 2008) ทั้งนี้การสร้างควมได้เปรียบนั้น อาจทำได้ด้วยการสร้างความแตกต่างในสินค้าและบริการให้มากขึ้น ด้วยการสร้างภาพลักษณ์และเอกลักษณ์ให้เกิดขึ้นกับสินค้าและบริการนั้น ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ

ทั้งนี้ อุตสาหกรรมบริการดาวเด่นที่มีบทบาทสำคัญในการนำรายได้เข้าประเทศควบคู่กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในช่วงหลายปีที่ผ่านมา คือ อุตสาหกรรมการจัดการประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติ (Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions - MICE) หรืออุตสาหกรรมไมซ์ (Thanodomdech, 2017) ซึ่งกลุ่มผู้รับบริการจะมีความแตกต่างจากนักท่องเที่ยวทั่วไปโดยผู้รับบริการมีความประสงค์ที่เดินทางเข้าประเทศเพื่อ 4 วัตถุประสงค์หลัก ได้แก่ 1) การประชุมเฉพาะกิจของกลุ่มบุคคลหรือองค์กร 2) การจัดงานเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแก่พนักงาน 3) การประชุมโดยสมาคมระดับนานาชาติ และ 4) การจัดงานแสดงสินค้า ซึ่งข้อมูลปี 2558 ระบุว่า นักเดินทางไมซ์สร้างรายได้แก่ประเทศไทยจำนวน 222,712 ล้านบาท เมื่อเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปแล้วพบว่านักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางมา

ร่วมประชุมนานาชาติในประเทศไทยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนสูงกว่านักท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วไปประมาณ 2 - 3 เท่า (Thanodomdech, 2017)

ประเทศไทยมีข้อได้เปรียบเชิงภูมิศาสตร์ มีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานในการเชื่อมต่อระหว่างภูมิภาคกับภายนอก ตลอดจนมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่พร้อมสำหรับการจัดกิจกรรมไมซ์ ซึ่งปัจจุบันได้กำหนด 5 เมืองให้เป็นศูนย์กลางการจัดประชุมและการแสดงสินค้าภายในประเทศ หรือ “ไมซ์ซิตี้” (Mice City) โดยเน้นสถานที่แต่ละแห่งที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและให้ประสบการณ์แตกต่างกัน ทั้งเชียงใหม่ ขอนแก่น พัทยา ภูเก็ต และกรุงเทพมหานคร แม้ว่าในปัจจุบันประเทศไทยจะมีเมืองที่มีขีดความสามารถในการรองรับการจัดงานในกลุ่มไมซ์อย่างเพียงพอ แต่การเพิ่มขึ้นของจำนวนการจัดงานในอนาคต นำมาซึ่งความจำเป็นในการเตรียมพร้อมทั้งในเชิงรุกและเชิงรับของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในจังหวัดที่มีศักยภาพในการเป็นสถานที่จัดงานในกลุ่มไมซ์ให้สามารถรองรับการจัดงานไมซ์ได้

ทั้งนี้ จังหวัดสงขลาเป็นจังหวัดมีศักยภาพที่จะพัฒนาเป็นทางเลือกหนึ่งสำหรับผู้จัดงาน เนื่องจากสงขลาเป็นจังหวัดชายแดนภาคใต้ เป็นเมืองท่า และเมืองชายทะเลที่สำคัญ มีขนบธรรมเนียม ประเพณี ภาษา และการละเล่นพื้นเมืองต่าง ๆ ที่น่าสนใจและน่าศึกษามากมาย มีศูนย์ประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี ซึ่งมีพื้นที่ใช้สอยกว่า 15,000 ตารางเมตร มีห้องประชุมศูนย์การค้าเซ็นทรัลเฟสติวัล

หาดใหญ่ อีกทั้งยังมีโรงแรมขนาดใหญ่อีกหลายแห่งที่ให้บริการทั้งที่พัก อาหารและห้องประชุม และสามารถจัดกิจกรรมไมซ์ได้ตลอดทั้งปี มีวัฒนธรรมและสิ่งดึงดูดใจ ทั้งอาหารทะเลที่มีความสด สะอาดและรสชาติที่จัดจ้าน อาหารพื้นเมืองที่ขึ้นชื่อ แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม เช่น หาดสมิหลา วัดพะโคะที่มีหลวงพ่อทวดเหยียบน้ำทะเลจืดอันศักดิ์สิทธิ์ ย่านเมืองเก่าสงขลาซึ่งเป็นย่านที่เต็มไปด้วยอาหารพื้นเมืองที่มีรสชาติอร่อย เกะกะยอที่เป็นทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม อีกทั้ง หาดใหญ่ยังเป็นศูนย์กลางการค้าที่สำคัญของภาคใต้ตอนล่าง เป็นเมืองชายแดนที่มีพิธีการศุลกากร และตรวจคนเข้าเมืองที่คอยอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามา ทั้งด้านสะดวกด้านป่าดงเบซาร์ และท่าอากาศยานนานาชาติหาดใหญ่ ซึ่งทุกด้านกำลังได้รับการพัฒนาเพื่อรองรับการเป็นเมืองเขตเศรษฐกิจพิเศษทำให้จังหวัดสงขลามีการคมนาคมที่สะดวกสบายทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ และที่สำคัญคือ ค่าครองชีพของจังหวัดสงขลาต่ำกว่าเมืองไมซ์ซีทีอื่น ๆ เมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดภูเก็ต พัทธยา หรือแม้แต่กรุงเทพมหานคร กลายเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของหน่วยงานต่าง ๆ ที่จะมาจัดกิจกรรมไมซ์ที่จังหวัดสงขลา (Dechudom, 2012)

อย่างไรก็ตาม การจัดกิจกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลายังมีปัญหาและอุปสรรคด้านการจัดกิจกรรมที่มีแต่การจัดกิจกรรมของหน่วยงานเดิม ๆ และจังหวัดสงขลายังไม่เป็นที่รู้จักด้านอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับประเทศและ

ระดับนานาชาติ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษา เพื่อยกระดับขีดความสามารถและสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของจังหวัดสงขลา ด้านอุตสาหกรรมไมซ์ให้ทัดเทียมกับเมืองไมซ์ซีทีอื่น ๆ ของประเทศ และเพื่อก้าวไปสู่เป้าหมายการจัดกิจกรรมไมซ์อันดับต้นของประเทศและภูมิภาคต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันของจังหวัดสงขลาด้านอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE)
2. เพื่อหาแนวทางการสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันของจังหวัดสงขลาด้านอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE)

### ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. แนวทางในการเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันของจังหวัดสงขลาด้านอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE)
2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการพัฒนาและสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันของจังหวัดสงขลาด้านอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE)

### ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตทางด้านสถานที่วิจัย สถานที่เก็บข้อมูลงานวิจัยครั้งนี้ คือ จังหวัดสงขลา
2. ขอบเขตด้านประชากร ผู้วิจัยจำแนกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

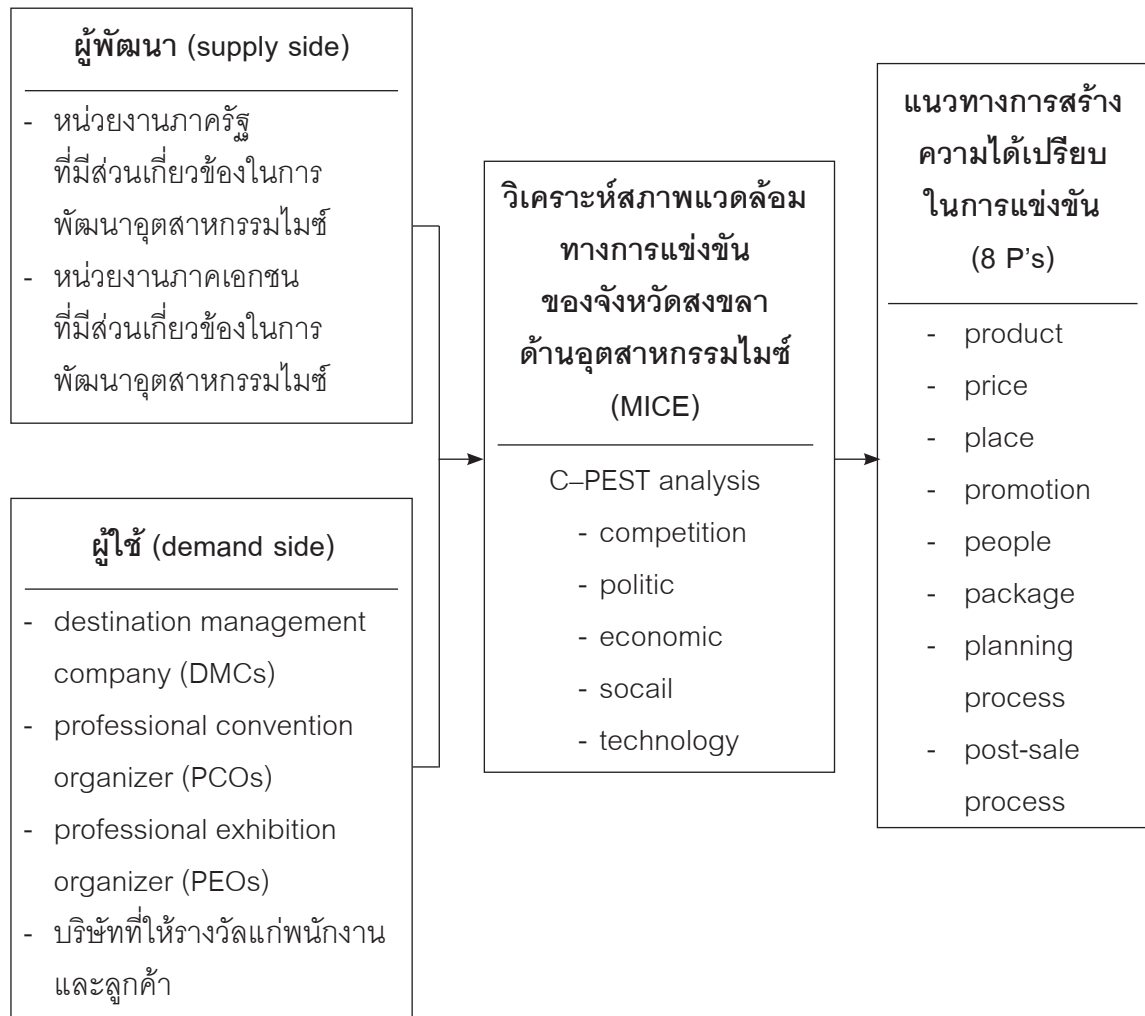
2.1 กลุ่มผู้พัฒนา (supply side) ในที่นี้หมายถึงกลุ่มหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในรูปแบบไมซ์ของจังหวัดสงขลา

2.2 กลุ่มผู้ใช้ (demand side) ในที่นี้หมายถึง กลุ่มผู้ประกอบการที่รับจัดกิจกรรมไมซ์

และบริษัทที่ให้รางวัลแก่พนักงานและลูกค้า

3. ขอบเขตด้านเนื้อหา ผู้วิจัยได้แบ่งขอบเขตการศึกษาออกเป็น 3 ส่วน คือ การศึกษาด้านเอกสาร การศึกษาด้าน supply side (กลุ่มผู้พัฒนา) และการศึกษาด้าน demand side (กลุ่มผู้ใช้)

### กรอบแนวคิดของการวิจัย



## ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ รวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์ ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่แท้จริง จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มผู้พัฒนา (supply side) ซึ่งหมายถึง กลุ่มหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ของจังหวัดสงขลา จำนวน 12 คน ประกอบด้วย ผู้แทนจากสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ผู้แทนจากยุทธศาสตร์จังหวัด ผู้แทนจากท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด ผู้แทนจากองค์การบริหารส่วนจังหวัด นักวิชาการในท้องถิ่น ผู้แทนจากสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา ผู้อำนวยการศูนย์การประชุมนานาชาติฉลองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี ผู้ประกอบการที่พักแรม ผู้แทนจากหอการค้าจังหวัดและผู้แทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุมและการจัดงานแสดงสินค้า และ 2) กลุ่มผู้ใช้ (demand side) ซึ่งหมายถึง กลุ่มผู้ประกอบการที่รับจัดกิจกรรมไมซ์และบริษัทที่ให้รางวัลแก่พนักงานและลูกค้า จำนวน 12 คน ได้แก่ ผู้ประกอบการหรือผู้จัดการบริษัทนำเที่ยวที่จัดบริการการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Destination Management Company: DMCs) ผู้ประกอบการหรือผู้จัดการบริษัทที่รับจัดการประชุม (Professional Convention Organizer: PCOs) ผู้ประกอบการหรือผู้จัดการบริษัทที่รับจัดนิทรรศการหรืองานแสดงสินค้า (Professional Exhibition Organizer: PEOs)

และบริษัทที่ให้รางวัลเป็นการท่องเที่ยวแก่พนักงานและลูกค้า โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ การสังเกต และการสนทนากลุ่ม

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ นำมาตรวจสอบ และวิเคราะห์ข้อมูลจากการรวบรวมตามลักษณะการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา และผู้วิจัยใช้การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า จากข้อมูลที่ได้จากทั้ง 2 กลุ่ม ได้แก่ ข้อมูลปฐมภูมิ (ผู้ใช้และผู้พัฒนา) และข้อมูลทุติยภูมิ (เอกสาร) คือ จากการสัมภาษณ์ การสังเกตแบบมีส่วนร่วม และใช้การศึกษาเอกสาร

## สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

### สรุปผลการวิจัย

#### 1. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันของจังหวัดสงขลาด้านอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) C - PEST analysis

เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกของจังหวัดสงขลา โดยนำปัจจัย 5 ด้านที่ส่งผลกระทบต่อการบริหารจัดการอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) ให้บรรลุวัตถุประสงค์ มาวิเคราะห์ให้ความสำคัญกับผู้ให้บริการและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholders) ได้แก่

##### 1.1 C – Competition

สภาพการแข่งขันในด้านอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) ของจังหวัดสงขลา มีคู่แข่งที่น่าสนใจ ดังนี้

## ตารางที่ 1 แสดงการวิเคราะห์คู่แข่งชั้นของจังหวัดสงขลาด้านอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE)

ประเด็น การวิเคราะห์	ประเด็นที่เป็นโอกาส (opportunities)	ประเด็นที่เป็นอุปสรรค (threats)
1. กลุ่มคู่แข่ง และการแข่งขัน	1) จังหวัดสงขลา เป็นจังหวัดทางภาคใต้ของประเทศไทยที่มีความพร้อมในทุกด้าน ทั้งสนามบิน โรงแรม ร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนกิจกรรมทางการท่องเที่ยวต่าง ๆ จนได้รับขนานนามว่า “ศูนย์กลางการค้า การลงทุนของภาคใต้ตอนล่าง”-	1) จังหวัดภูเก็ต มีความพร้อมในทุกด้าน ทั้งโรงแรมระดับห้าดาว ร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนกิจกรรมทางการท่องเที่ยวต่าง ๆ เป็นจังหวัดที่มีชื่อเสียงทางการท่องเที่ยวติดอันดับต้น ๆ ของโลก ในนาม “ไข่มุกอันดามัน” อีกทั้งยังเป็น 1 ใน 5 จังหวัดที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเลือกให้เป็น MICE CITY  2) จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีความพร้อมทางด้านทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเช่นเดียวกับจังหวัดสงขลา และยังถูกจัดให้อยู่ในกลุ่มจังหวัด เมืองไมซ์ที่มีศักยภาพรอง หรือเมืองไมซ์ทางเลือกอื่น ๆ เช่นเดียวกัน-

จากการวิเคราะห์สภาพการแข่งขันในด้านอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) ของจังหวัดสงขลา มีคู่แข่งที่น่าสนใจ คือ จังหวัดภูเก็ต และจังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่ทางภาคใต้ของประเทศไทย มีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่มีลักษณะ

คล้ายคลึงกัน อีกทั้งยังเป็นจังหวัดที่มีเสียงทั้งคู่ จึงกลายเป็นคู่แข่งที่สำคัญของจังหวัดสงขลา

### 1.2 P – Politic

การวิเคราะห์ด้านกฎหมายและการเมืองของจังหวัดสงขลาด้านอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) มีลักษณะดังต่อไปนี้

## ตารางที่ 2 แสดงการวิเคราะห์ด้านกฎหมายและการเมืองของจังหวัดสงขลาด้านอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE)

ประเด็นการวิเคราะห์	ประเด็นที่เป็นโอกาส (opportunities)	ประเด็นที่เป็นอุปสรรค (threats)
1. กฎหมาย	1) การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและจังหวัดสงขลาตั้งอยู่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษ ส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจที่เอื้อประโยชน์ต่อการค้าการลงทุน	1) กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน ไม่เข้มงวดเท่าที่ควร
2. การเมือง	1) สถานการณ์ทางการเมืองภายในประเทศมีเสถียรภาพมากขึ้น	1) ประเทศไทยยังไม่มี การเลือกตั้ง ส่งผลต่อความเชื่อมั่นต่อนักลงทุน

จากการวิเคราะห์ด้านกฎหมายและการเมืองของจังหวัดสงขลาด้านอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) จะเห็นได้ว่า สถานการณ์ทางการเมืองของประเทศในปัจจุบันมีเสถียรภาพมากขึ้น สร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยวและนักลงทุน ประกอบกับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ก็เป็นเหมือนใบเบิกทางให้การลงทุนหรือการทำธุรกิจระหว่างกลุ่มประเทศในอาเซียนง่ายขึ้น โดยเฉพาะประเทศเพื่อนบ้านที่ใกล้เคียงจังหวัดสงขลาอย่าง มาเลเซีย สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย อีกทั้ง จังหวัดสงขลาตั้งอยู่ในเขตเศรษฐกิจพิเศษที่ส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจที่เอื้อประโยชน์

ต่อการค้าการลงทุนให้แก่ นักลงทุนได้มากขึ้น อย่างไรก็ตาม การที่ประเทศไทยยังไม่มี การเลือกตั้งก็ยังคงส่งผลต่อความเชื่อมั่นของนักลงทุน บางกลุ่มและมีปัญหากฎหมายล้าสมัยไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน โดยเฉพาะกฎหมายด้านการท่องเที่ยวที่มีการเคลื่อนไหวและเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

### 1.3 E – Economic

การวิเคราะห์ในเรื่องสภาพและแนวโน้มเศรษฐกิจ อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ และการลงทุนต่าง ๆ ของจังหวัดสงขลาด้านอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) มีลักษณะดังต่อไปนี้



### ตารางที่ 3 แสดงการวิเคราะห์เศรษฐกิจของจังหวัดสงขลาด้านอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE)

ประเด็นการวิเคราะห์	ประเด็นที่เป็นโอกาส (opportunities)	ประเด็นที่เป็นอุปสรรค (threats)
1. สภาพและแนวโน้มทางเศรษฐกิจ	1) ภาคการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการของระดับภูมิภาคมีการขยายตัวและเติบโตอย่างต่อเนื่อง 2) การฟื้นตัวของเศรษฐกิจในประเทศที่พัฒนาแล้ว อย่างประเทศสหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรป ส่งผลต่อการขยายตัวของเศรษฐกิจโลก	1) ความไม่แน่นอนในการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกยังคงมีอยู่
2. อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจและการลงทุน	1) การลงทุนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่และการจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษตามแนวชายแดนมีส่วนช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจได้เป็นอย่างดี	1) ต้นทุนการผลิต ค่าครองชีพมีแนวโน้มปรับตัวเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

การวิเคราะห์ในเรื่องสภาพและแนวโน้มเศรษฐกิจ อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ และการลงทุนต่างๆของจังหวัดสงขลาด้านอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) พบว่า ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจนั้น ภาคการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการในระดับภูมิภาคมีการขยายตัวและเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพราะคนหันมาให้ความสนใจเดินทางท่องเที่ยวและประชุมนอกสถานที่มากขึ้น ภาครัฐและเอกชนก็มีการลงทุนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานขนาดใหญ่และมีการจัดตั้งเขตเศรษฐกิจ

พิเศษตามแนวชายแดนเพื่อช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจ อย่างเช่น แผนงานการพัฒนาเขตพัฒนาเศรษฐกิจ 3 ฝ่าย อินโดนีเซีย - มาเลเซีย - ไทย (Indonesia - Malaysia - Thailand Growth Triangle: IMT - GT) ซึ่งมีส่วนช่วยในการกระตุ้นเศรษฐกิจชายแดนได้เป็นอย่างดี ประกอบกับการฟื้นตัวของเศรษฐกิจประเทศพัฒนาแล้ว โดยเฉพาะสหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรป ก็ส่งผลดีต่อการเดินทางในช่วงระยะสั้น ๆ เนื่องจากความไม่แน่นอนในการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกก็ยังคงมีอยู่ นอกจากนี้

ต้นทุนการผลิต และค่าครองชีพมีแนวโน้มปรับตัวเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องซึ่งอาจเป็นอีกเหตุผลหนึ่งที่ประกอบการตัดสินใจก่อนเดินทาง

#### 1.4 S – Social

การวิเคราะห์ในเรื่องสภาพและกระแสสังคม ความต้องการของประชาชน ปัญหาของสังคม เครือข่ายความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ของจังหวัดสงขลาด้านอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) มีลักษณะดังต่อไปนี้

จากการวิเคราะห์สภาพสังคมของจังหวัดสงขลาด้านอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) จะเห็นได้ว่าปัญหาใหญ่ที่เกิดขึ้นในประเทศไทยและกระจายไปทั่วโลกคือ ปัญหาการก่อการร้ายทั้งในและระหว่างประเทศ ซึ่งเป็นปัจจัยด้านความปลอดภัยที่สำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทาง นอกจากนี้ประเทศเพื่อนบ้านมีการพัฒนาท่องเที่ยวและมีการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะประเทศมาเลเซีย ซึ่งมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่คล้ายคลึงกับภาคใต้ของประเทศไทย นับได้ว่าเป็นคู่แข่งที่สำคัญ แต่นักท่องเที่ยวก็มีแนวโน้มสนใจการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษมากขึ้น เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงศาสนา การท่องเที่ยวเชิงกีฬา และที่สำคัญคือ การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ (MICE) นับว่าเป็นโอกาสดีที่ MICE ได้รับความนิยมและจังหวัดสงขลาก็เป็นหนึ่งในตัวเลือกได้

#### 1.5 T – Technology

การวิเคราะห์ในเรื่องความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศ เทคโนโลยีการบริหาร ฯลฯ ของจังหวัดสงขลา ด้านอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) มีลักษณะดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4 แสดงการวิเคราะห์สภาพสังคมของจังหวัดสงขลาด้านอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE)

ประเด็นการวิเคราะห์	ประเด็นที่เป็นโอกาส (opportunities)	ประเด็นที่เป็นอุปสรรค (threats)
1. สภาพและกระแสสังคม	1) นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มสนใจการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษมากขึ้น เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงศาสนา การท่องเที่ยวเชิงกีฬา และการท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ (MICE)	1) การก่อการร้ายทั้งในและระหว่างประเทศที่ยังคงมีปัญหายอยู่อย่างต่อเนื่อง 2) ประเทศเพื่อนบ้านอย่างประเทศมาเลเซีย และสิงคโปร์ มีการพัฒนาการท่องเที่ยวและมีการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

**ตารางที่ 5** แสดงการวิเคราะห์ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีของจังหวัดสงขลาด้านอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE)

ประเด็นการวิเคราะห์	ประเด็นที่เป็นโอกาส (opportunities)	ประเด็นที่เป็นอุปสรรค (threats)
1. ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	<p>1) ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ทำให้ข่าวสารด้านการประชุม การท่องเที่ยวทั่วโลกเข้าถึงประชาชนได้อย่างทั่วถึง และสร้างความสะดวกในอุตสาหกรรมไมซ์ เช่น การประชุมทางไกล (teleconference) หรือการจัดส่งข้อมูลระหว่างการประชุมผ่านระบบดิจิทัล</p> <p>2) การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศระบบอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้เข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวไมซ์ได้ดียิ่งขึ้น เช่น มีการพัฒนาแอปพลิเคชันต่างๆ ให้บริการจนสามารถใช้แทนมนุษย์ได้ ทำให้มีศักยภาพในการแข่งขัน</p>	<p>1) การพัฒนาเทคโนโลยี social media ทำให้เกิดอาชญากรรมรูปแบบใหม่ๆ</p> <p>2) ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทำให้นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางหรือทำกิจกรรมด้วยตนเองมากขึ้น เช่น การประชุมผ่าน V.D.O conference แทนการใช้บริการบริษัทจัดนำเที่ยว หรือออกแกลในเซอร์วิสต่างๆ</p>

จากการวิเคราะห์ในเรื่องของความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศ เทคโนโลยีการบริหาร ฯลฯ ของจังหวัดสงขลาด้านอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีทำให้เครื่องมือ อุปกรณ์มีความสะดวก รวดเร็ว และทันสมัยขึ้น ส่งผลให้ข่าวสารด้านการประชุม การท่องเที่ยวทั่วโลกเข้าถึงประชาชนได้อย่างทั่วถึง

และสร้างความสะดวกในอุตสาหกรรมไมซ์ เช่น การประชุมทางไกล (teleconference) หรือการจัดส่งข้อมูลระหว่างการประชุมผ่านระบบดิจิทัล ทำให้เข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวไมซ์ได้ดียิ่งขึ้น เช่น มีการพัฒนาแอปพลิเคชันต่างๆ ให้บริการจนสามารถใช้แทนมนุษย์ได้ ทำให้มีศักยภาพในการแข่งขัน อย่างไรก็ตาม การพัฒนาเทคโนโลยี

social media ทำให้เกิดอาชญากรรมรูปแบบใหม่ ๆ อีกทั้งความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทำให้นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางหรือทำกิจกรรมด้วยตนเองมากขึ้น เช่น การประชุมผ่าน V.D.O conference แทนการใช้บริการบริษัทจัดนำเที่ยวหรือออกแพคเกจทัวร์ทั้งหลาย

2. การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของจังหวัดสงขลาด้านอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE)

กลยุทธ์การใช้ส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยวเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (product) เป็นการให้บริการที่ไม่มีรูปร่างและจับต้องไม่ได้ บริการนี้อยู่ในรูปของส่วนประกอบโปรแกรมการจัดธุรกิจไมซ์ได้แก่

1.1 การให้บริการด้านการจัดงานประชุม สัมมนาที่เป็นมาตรฐานสากล ด้วยการปรับโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ได้มาตรฐาน พร้อมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ทันสมัยที่ใช้ในการจัดประชุม

1.2 ผลักดันการบริการการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (incentive travel) ให้ได้รับความนิยม เช่น ทางจังหวัดมีนโยบายให้ทุกการประชุมต้องมีโปรแกรมการท่องเที่ยวหรือศึกษาดูงานในชุมชนต่าง ๆ ของจังหวัด เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดและผลักดันให้การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลได้รับความนิยมมากยิ่งขึ้น

1.3 จังหวัดวางแผนการจัดงานต่าง ๆ ในระดับประเทศ เช่น การร่วมมือกับกระทรวงพาณิชย์ หรือ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

(DITP) เพื่อที่จะจัดงานประเภท trade fairs และ consumer fairs อย่างเช่นจัดงานประเภท trade fairs ก่อน 2 วันแล้วจัด consumer fairs อีก 2 วัน เพื่อส่งเสริมการตลาดและสร้างภาพลักษณ์และชื่อเสียงให้จังหวัดด้านอุตสาหกรรมไมซ์มากยิ่งขึ้น

1.4 ส่งเสริมการจัดกิจกรรมไมซ์ที่เกี่ยวกับเศรษฐกิจ วัฒนธรรมหรือเอกลักษณ์ของจังหวัด เพื่อเป็นจุดขายของจังหวัด เช่น งานแสดงสินค้าและการประชุมสัมมนานานาชาติ ด้านยางพาราในกลุ่มประเทศอาเซียน งานแสดงสินค้าและการประชุมสัมมนานานาชาติด้านอาหารที่มีชื่อเสียงของจังหวัดสงขลาและจังหวัดใกล้เคียงอย่างอาหารฮาลาล อาหารพื้นเมืองหรืออาหารทะเล เป็นต้น

2. ราคา (price) เป็นการตั้งราคาโปรแกรมการจัดงานไมซ์ ซึ่งการตั้งราคาค่าใช้จ่ายจะรวมถึงค่าลงทะเบียน ค่าที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวกในการจัดประชุมต่าง ๆ

2.1 ตั้งราคาโปรแกรมเพื่อเสนอแพคเกจราคาให้แก่ลูกค้าใหม่ เช่น การตั้งราคารวมค่าที่พัก อาหาร กิจกรรมการประชุม รวมทั้งการร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เป็นต้น

2.2 ระบบการจ่ายเงินต้องครอบคลุมการอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าด้วยการรับจ่ายเงินด้วยเงินสด เช็ค บัตรเครดิต รับเงินสกุลต่าง ๆ เป็นต้น

3. สถานที่จัดจำหน่าย ทำเลที่ตั้งตัวแทนจำหน่าย (place) เป็นช่องทางที่จะจำหน่ายกิจกรรมไมซ์ที่จัดขึ้น

3.1 หน่วยงานที่รับผิดชอบควรมีการเข้าไปพบกับกลุ่มเป้าหมายหรือลูกค้าโดยตรง (direct channel) เพื่อเป็นช่องทางในการสร้างการรับรู้ของลูกค้าให้รู้จักจังหวัดสงขลา เพื่อหาข้อมูลด้านความต้องการของลูกค้า และเพื่อเสนอรายการใหม่ ๆ ให้แก่ลูกค้า

3.2 การขายทางเว็บไซต์ จัดทำเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์จังหวัด เพื่อเป็นช่องทางในการติดต่อกับลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว โดยมีการโต้ตอบกับลูกค้าได้ฉับไวผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

3.3 เข้าร่วมโครงการของภาครัฐ ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สมาคมแสดงสินค้า (ไทย) (Trade Exhibition Association (Thai), TEA สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ Thailand Incentive and Convention Association, TICA หรือสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและแสดงนิทรรศการ (สสปน.) อย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจ (cluster) และสร้างโอกาสเพื่อให้สงขลาได้รับเลือกเป็นจุดหมายปลายทางในการจัดกิจกรรม

4. การส่งเสริมตลาด (promotion) เป็นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์เพื่อกระตุ้นให้เกิดความสนใจอยากเข้าร่วมงาน

4.1 การโฆษณา (advertising) โดยเลือกใช้การลงโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ที่เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่จะจ้างจัดงาน

4.2 การส่งเสริมการขาย (sales promotion) นำเสนอหรือแถมบริการพิเศษที่ลูกค้าไม่สามารถดำเนินการเองได้ เพื่อเป็นการ

จูงใจให้ลูกค้ามั่นใจในราคาและตัดสินใจได้เร็วขึ้น โดยไม่ใช้วิธีการลดราคา

4.3 การส่งเสริมการขายโดยตัวบุคคล (personal selling) มีการขายโดยบุคคลด้วยการส่งตัวแทนผู้ซึ่งดูแลรับผิดชอบการจัดกิจกรรมไมซ์ของจังหวัดไปพบลูกค้าโดยตรง เพื่อทำความรู้จักและสร้างความไว้วางใจ

5. ผู้จัดการและผู้เข้าร่วมงาน (people) เจ้าหน้าที่ของศูนย์ประชุม พนักงานโรงแรม ร้านอาหาร ล่าม พนักงานที่คอยอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ตลอดจนผู้เข้าร่วมงาน ถือเป็นหัวใจหลักของความสำเร็จในการจัดประชุมที่ ต้องมีการพัฒนาอยู่อย่างสม่ำเสมอ

5.1 จัดการฝึกอบรมแยกบุคลากรเฉพาะทางออกมาทั้ง M I C E เพื่อให้เกิดการบริการที่ดีและมีคุณภาพ

5.2 ประชากรเจ้าของพื้นที่ การที่เจ้าของพื้นที่ที่มีความเป็นมิตร มีน้ำใจ ให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ย่อมทำให้การดำเนินงานมีชีวิตชีวา

6. แพคเกจหรือการรวมผลิตภัณฑ์ (package) การรวมโปรแกรมการประชุมเข้ากับที่พัก ตัวเครื่องบิน และโปรแกรมการท่องเที่ยว เพื่อจะได้ราคาที่ถูกลงกว่าซื้อแยกที่ละส่วน

6.1 ส่งเสริมการจัดกิจกรรมประเภทแพคเกจหรือการนำเสนอโปรแกรมเสริมให้แก่ลูกค้า เช่น เสนอให้มีการจัดงานเลี้ยงแสดงความยินดีกับบัณฑิตที่สำเร็จการศึกษา กลางวันมีงานรับพระราชทานปริญญาบัตร รวมกิจกรรมตอนกลางคืนด้วยการจัดงานเลี้ยงสังสรรค์แสดงความยินดีแก่บัณฑิต เป็นต้น

7. กระบวนการวางแผน (planning process) การวางแผนตั้งแต่การวิเคราะห์ตลาด คู่แข่งชั้น การเลือกสถานที่จัดงาน กลยุทธ์ในการเชิญชวนให้สมาชิกและผู้สนใจเข้าร่วมงาน ให้มากที่สุด

7.1 ทำการวิจัยเพื่อวิเคราะห์อุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) เตรียมแผนงาน แผนส่งเสริมการตลาดเพื่อนำไปสู่การพัฒนา ศักยภาพไมซ์ของจังหวัด ด้วยการนำกลยุทธ์ การตลาดมาใช้เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายและ สร้างความพึงพอใจและความมั่นใจให้แก่ลูกค้า ต่อไป

7.2 การวางแผนเพื่อร่วมมือทาง ธุรกิจ เนื่องจากอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) เป็น อุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่ต้องได้รับความร่วมมือ จากคู่ร่วมทางธุรกิจต่าง ๆ เช่น สายการบิน รถเช่า ร้านอาหาร โรงแรม ฯลฯ เพื่อช่วยให้การดำเนินงาน สะดวกรวดเร็ว และกระจายรายได้ให้กับคู่ร่วม ธุรกิจอีกด้วย

8. กระบวนการหลังการจัดงาน (post-sale process)

8.1 ส่งจดหมายขอบคุณลูกค้า ที่เข้ามาจัดงานและติดตามผลความพึงพอใจ หลังการจัดงาน เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงแก้ไข ให้การจัดงานประสบความสำเร็จยิ่งขึ้นในครั้ง ต่อไป

8.2 ส่งข่าวลงหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น การลงในเว็บไซต์จังหวัดและสื่อต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อแจ้งข่าวสารการให้บริการด้านอุตสาหกรรม ไมซ์ของจังหวัดสงขลาให้กับกลุ่มเป้าหมายทั่วไป ได้รับทราบ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์งานที่จัด

ในแต่ละครั้ง ตลอดจนสร้างความน่าเชื่อถือ และภาพลักษณ์ด้านอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) ให้แก่จังหวัด

### อภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทาง การแข่งขันของจังหวัดสงขลาด้านอุตสาหกรรม ไมซ์ (MICE) พบว่า จังหวัดสงขลาเป็นจังหวัด ที่มีความสามารถทางการแข่งขันสูงที่ส่งผล ต่อการบริหารจัดการอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) ให้บรรลุวัตถุประสงค์ เนื่องจากเป็นศูนย์กลาง การค้า การลงทุนของภาคใต้ตอนล่าง แต่มีคู่แข่งชั้น ที่สำคัญคือ จังหวัดภูเก็ตและจังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งเป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่ทางภาคใต้ของประเทศไทย และมีชื่อเสียงมากกว่าจังหวัดสงขลา ทั้งนี้จังหวัด สงขลามีข้อได้เปรียบ คือ มีค่าครองชีพที่ต่ำกว่า จังหวัดสุราษฎร์ธานีและภูเก็ต ซึ่งสอดคล้องกับ มนัส ชัยสวัสดิ์ และ คณะ (Chaisawad et al., 2009) ได้ศึกษาความพร้อมของเมืองในด้าน ธุรกิจการจัดประชุมหรือไมซ์ (MICE) พื้นที่จังหวัด ภูเก็ต พบว่า จังหวัดภูเก็ตมีภาพลักษณ์ค่า ครองชีพสูง เนื่องจากมีต้นทุนในการผลิตที่สูงมาก เมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดสงขลาจึงถือเป็น จุดอ่อนไป อย่างไรก็ตามสงขลาเป็นเมืองที่มี ศักยภาพต่อการเป็นจุดหมายปลายทางของ อุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) และเมืองท่องเที่ยว อันเป็นผลมาจากความพร้อมด้านทรัพยากร ทางการท่องเที่ยว ทั้งทางธรรมชาติ วัฒนธรรม และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น เช่นเดียวกับแนวคิด การจัดการจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยว ที่จะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้นั้นจะต้อง ประกอบด้วย พื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่เหมาะสม

ส่วนประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่พร้อมให้บริการส่งเสริมการตลาดและหน่วยงานที่กำหนดหน้าที่การบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่ดี (Morrison, 2013) และเมืองไมซ์ซิตี้ (MICE City) ที่ดีควรจะมีความพร้อมทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ เพราะความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีทำให้เครื่องมือ อุปกรณ์มีความสะดวก รวดเร็วและทันสมัยขึ้น ส่งผลให้ชาวสารด้านการประชุมเข้าถึงประชาชนได้อย่างทั่วถึงและสร้างความสะดวกในอุตสาหกรรมไมซ์ เช่น การประชุมทางไกล (teleconference) หรือการจัดส่งข้อมูลระหว่างการประชุมผ่านระบบดิจิทัล มีการพัฒนาแอปพลิเคชันต่าง ๆ ให้บริการจนสามารถใช้แทนมนุษย์ได้ ทำให้มีศักยภาพในการแข่งขัน นอกจากนี้ประเทศเพื่อนบ้านอย่างมาเลเซียซึ่งมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่คล้ายคลึงกับภาคใต้ของประเทศไทย มีการพัฒนาและการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง นับได้ว่าเป็นคู่แข่งที่สำคัญของจังหวัดสงขลา สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับสิ่งที่นักการตลาดท่องเที่ยวและบริการจะต้องให้ความสำคัญในสภาพแวดล้อมของโลก คือ การเพิ่มขึ้นของการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ การขยายตัวของตลาดท่องเที่ยวระดับโลก การรวมกลุ่มและเครือข่ายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ คู่แข่งขันในตลาดต่างประเทศซึ่งอาจจะมีทรัพยากรหรือสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่เหมือนหรือคล้ายคลึงกัน (Anuwicchanon, 2011)

แนวทางการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของจังหวัดสงขลาด้านอุตสาหกรรมไมซ์

(MICE) ภายใต้แนวคิด 8Ps ของ Roger (2003) ที่ได้กำหนดรูปแบบของอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) ซึ่งมีความสอดคล้องกับรูปแบบของอุตสาหกรรม การจัดการประชุม (Jittungwattana, 2016) โดยจำแนกส่วนประสมทางการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมายออกเป็น 8 องค์ประกอบ ได้แก่ product, price, place, promotion, people, package, planning process และ post-sale process นอกจากนี้ Porter (1990) ได้กำหนดกลยุทธ์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (Porter competitive strategies) ไว้ว่าควรจะมีการลดต้นทุนทางการจัดการ การสร้างความแตกต่าง ขององค์กรหรือสินค้าและบริการ และการมุ่งเน้นเฉพาะกลุ่ม ทั้งนี้เพื่อตอบสนองต่อความต้องการและความพึงพอใจได้อย่างเต็มที่ หากนำข้อค้นพบมาพิจารณาร่วมกับแนวทางของนักวิจัยด้านอื่น ๆ จะพบกลไกสำคัญสำหรับการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของจังหวัดสงขลาด้านอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) คือ 1) การร่วมมือกับกระทรวงพาณิชย์หรือกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP) เพื่อที่จะจัดงานประเภท trade fairs และ consumer fairs 2) การตั้งราคารวมโปรแกรม (package) เพื่อเสนอให้แก่ลูกค้าใหม่ 3) การเข้าไปพบกับกลุ่มเป้าหมายหรือลูกค้าโดยตรงเพื่อเป็นช่องทางในการสร้างการรับรู้ 4) การส่งเสริมการขายด้วยการนำเสนอหรือแถมบริการพิเศษ 5) การจัดการฝึกอบรมบุคลากรเฉพาะทาง 6) การนำเสนอโปรแกรมเสริมให้แก่ลูกค้า 7) การวางแผนความร่วมมือจากคู่ร่วมธุรกิจ และ 8) การส่งจดหมายขอบคุณลูกค้าที่เข้ามาจัดงานและติดตาม

ผลความพึงพอใจหลังการจัดงานเพื่อนำไปสู่การปรับปรุงแก้ไขให้การจัดงานประสบความสำเร็จยิ่งขึ้นในครั้งต่อไป

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการควรมีนโยบายที่เป็นรูปธรรมเพื่อส่งเสริมพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ของจังหวัดสงขลาให้ทัดเทียมกับเมืองไมซ์ที่ดีอื่นๆ

2. จังหวัดควรจัดสรรงบประมาณเพื่อทำการประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์ของจังหวัดสงขลาให้เป็นที่รู้จักด้านอุตสาหกรรมไมซ์

### ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1. จัดตั้งคณะทำงานเพื่อพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา

2. พัฒนาคณะระบบโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ได้มาตรฐานสากลเพื่อรองรับอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE)

### ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

1. ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเตรียมความพร้อมของเมืองสงขลาสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE)

2. ศึกษาขีดความสามารถในการรองรับของจังหวัดสงขลาสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์

3. ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่จัดงานไมซ์ (MICE)

## REFERENCES

Anuwicchanon, J. (2011). Marketing for tourism and hospitality. Bangkok:

Pecharassanganglokthurakit. (in Thai).

Chaisawad, M. et al. (2009). A study of the city's readiness in MICE business in Phuket Province. Phuket: Prince of Songkla University, Phuket Campus. (in Thai).

Dechudom, P. (2012). Meeting Incentive Convention and exhibition Management. Nontaburi: Sukhothai Thammathirat University. (in Thai).

Jittungwattana, B. (2016). MICE Business. Nonthaburi: Fernkaloung printing and publishing. (in Thai).

Morrison, A. M. (2013). Marketing and managing tourism destination. NY: Routledge.

Porter, M. E. (1990). The competitive advantage of nations. NY: Free Press.

Rogers, T. (2003). Conference and conventions: a global industry. Oxford: Butterworth Heinemann.

Thanodomdech, P. (2017). Opportunities of MICE industry from ASEAN. Retrieved February 15, 2017, from <https://www.posttoday.com/biz/aec/column/476158> (in Thai).

Theepapan, P. (2008). Strategic management. Bangkok: Amornkanpim. (in Thai).