

การถอดบทเรียนชุมชนท่องเที่ยวไมซ์ (MICE): แนวทางการขับเคลื่อนสู่จุดหมายปลายทางที่ยั่งยืนด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG

Lessons Learned from MICE Communities: A Pathway to Sustainable Destinations through the BCG Economy Model

วิสาखा ภู่อจินดา^{1*} ภาธร วงศ์จันทร์¹ นิชนัญ ปฏิตัน¹ และพีรยา วัชรโรทัย¹

Wisakha Phoochinda^{1*} Paron Vongchan¹ Nicharnan Patitas¹ and Peeraya Vajrodaya¹

Received: November 10, 2025; Revised: January 20, 2026; Accepted: January 21, 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อถอดบทเรียนการดำเนินงานและวิเคราะห์ปัจจัยแห่งความสำเร็จของชุมชนท่องเที่ยวไมซ์นำร่อง นำไปสู่การเสนอแนวทางการขับเคลื่อนเชิงกลยุทธ์ตามแนวทางเศรษฐกิจ BCG การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ในรูปแบบการวิจัยเอกสาร โดยใช้วิธีการเลือกกรณีศึกษาแบบเจาะจงจากชุมชนนำร่อง 10 แห่ง ใน 5 จังหวัดไมซ์ซิตี้ ผู้วิจัยใช้กระบวนการวิเคราะห์แก่นสาระเพื่อสังเคราะห์ข้อมูล โดยเริ่มจากการกำหนดรหัสข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานไมซ์ในมิติต่าง ๆ จากนั้นทำการจำแนกและจัดกลุ่มรหัสที่มีความสัมพันธ์กันเพื่อค้นหาแบบแผนของความสำเร็จที่ปรากฏซ้ำในหลายพื้นที่ และตกผลึกเป็นแก่นสาระหลัก 3 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ไมซ์ ด้านการจัดการไมซ์ และด้านการส่งเสริมการตลาดไมซ์ เพื่อนำมาสังเคราะห์เป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จ ผลการวิจัยพบว่า แม้ชุมชนแต่ละแห่งจะมีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันตามบริบทพื้นที่ อาทิต่างการท่องเที่ยวไมซ์เชิงสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ หรือการท่องเที่ยวไมซ์เชิงนิเวศในจังหวัดสุราษฎร์ธานี แต่พบปัจจัยแห่งความสำเร็จร่วมที่สำคัญ 3 ประการ ได้แก่ 1) การมีผลิตภัณฑ์ไมซ์ที่เป็นเอกลักษณ์และโดดเด่น 2) การมีกลไกการบริหารจัดการที่เข้มแข็งโดยมีหน่วยงานพี่เลี้ยงสนับสนุน และ 3) การมีความสามารถในการเชื่อมโยงสู่ตลาดเป้าหมายในอุตสาหกรรมไมซ์ได้อย่างชัดเจน จากผลการวิเคราะห์ผู้วิจัยจึงได้เสนอแนวทางเชิงกลยุทธ์ 4 ด้านเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ได้แก่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ขับเคลื่อนด้วยโมเดล BCG การยกระดับศักยภาพบุคลากรสู่ความรู้ด้านความยั่งยืน การสร้างช่องทางการตลาดที่เน้นจุดขายด้านความยั่งยืน และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือในระบบนิเวศเศรษฐกิจ BCG

คำสำคัญ : ชุมชนท่องเที่ยวไมซ์; จุดหมายปลายทางที่ยั่งยืน; โมเดลเศรษฐกิจ BCG; การถอดบทเรียน

¹ คณะบริหารการพัฒนาสิ่งแวดล้อม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

¹ The Graduate School of Environmental Development Administration, National Institute of Development Administration

* Corresponding Author, E - mail: wisakha.p@nida.ac.th

Abstract

This research aims to draw lessons from the operations of pilot MICE tourism communities and analyze their success factors to propose strategic guidelines for sustainable development based on the BCG Economy Model. This study employs a qualitative approach through documentary research. Ten pilot communities in five designated MICE Cities were selected via purposive sampling as case studies. The researcher utilized Thematic Analysis to synthesize data by coding MICE operations, classifying codes to identify success patterns across areas, and crystallizing them into three main themes: MICE Product, MICE Management, and MICE Marketing Promotion. The findings indicate that while each community possesses distinct product characteristics based on its local context such as Wellness MICE in Chiang Mai or Eco-MICE in Surat Thani, there are three key common success factors: 1) the possession of a unique and distinctive MICE product; 2) a strong management mechanism supported by a mentoring agency; and 3) a clear capability to link with target markets within the MICE industry. Based on these analyses, the researcher proposes four strategic guidelines for sustainable development: developing BCG-driven products, upgrading human capacity with sustainability literacy, creating marketing channels that emphasize sustainability, and building collaborative networks within the BCG ecosystem.

Keywords: MICE Community; Sustainable Destination; BCG Economy Model; Lesson Learned

บทนำ

อุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (TCEB) ได้ตั้งเป้าหมายสำหรับปีงบประมาณ 2569 ที่จะขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ไทยด้วยการจัดงานประชุมและนิทรรศการประมาณ 30 - 40 งาน สร้างมูลค่ารวมกว่า 100,000 ล้านบาท คาดหวังให้รายได้อุตสาหกรรมเติบโตกว่า 10 % โดยมุ่งเน้นการสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนและเสริมสร้างความร่วมมือกับทุกภาคส่วนเพื่อยกระดับอุตสาหกรรมไมซ์สู่ระดับโลก (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน), 2566ก) ซึ่งหนึ่งในยุทธศาสตร์หลักคือการกระจายรายได้และโอกาสทางธุรกิจสู่ชุมชนท้องถิ่น อย่างไรก็ตาม บริบทของอุตสาหกรรมไมซ์โลกได้เปลี่ยนแปลงไปสู่การแสวงหาประสบการณ์ที่มีความหมาย (Meaningful Experiences) ซึ่งมีความเชื่อมโยงกับท้องถิ่นและสอดคล้องกับจุดหมายปลายทางที่ยั่งยืนมากขึ้น (Carrigan and Dubois, 2023) เพื่อตอบสนองต่อแนวโน้มดังกล่าว รัฐบาลไทยจึงได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศด้วยโมเดลเศรษฐกิจชีวภาพ-เศรษฐกิจหมุนเวียน-เศรษฐกิจสีเขียว (BCG) ซึ่งในภาคการท่องเที่ยว มุ่งเน้นการเปลี่ยนจากการเน้นปริมาณไปสู่การเน้นคุณค่า ผ่านการสร้างมูลค่าเพิ่มจากทรัพยากรชีวภาพและภูมิปัญญาท้องถิ่น (Bio-Economy) การส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ (Circular Economy) และการมุ่งเน้นกิจกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Economy) (สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ, 2564)

แม้ว่าชุมชนท่องเที่ยว (Community-Based Tourism: CBT) จะมีศักยภาพสูงในการตอบสนองต่อแนวโน้มใหม่ ๆ แต่การบูรณาการเข้ากับอุตสาหกรรมไมซ์นั้นมีความท้าทาย เนื่องจากลักษณะพื้นฐานที่แตกต่างกัน กล่าวคือ อุตสาหกรรมไมซ์ต้องการความเป็นมืออาชีพและโครงสร้างพื้นฐานที่เป็นมาตรฐานสากล ในขณะที่ CBT มีหัวใจสำคัญอยู่ที่การดำเนินงานขนาดเล็กโดยคนในท้องถิ่นเพื่อนำเสนอประสบการณ์ที่เป็นของแท้ (Authentic) ดังนั้น การสร้าง "ชุมชนท่องเที่ยวไมซ์" (MICE Community) จึงไม่ใช่เพียงการนำกิจกรรมไปจัดในพื้นที่ แต่คือกระบวนการยกระดับศักยภาพของชุมชนให้สามารถตอบสนองต่อมาตรฐานตลาดไมซ์ได้ โดยไม่สูญเสียอัตลักษณ์ดั้งเดิมไป ซึ่ง CBT ที่มีต้นทุนทางวัฒนธรรม

และทรัพยากรธรรมชาติอันเป็นเอกลักษณ์ สามารถนำมาพัฒนาเป็นกิจกรรมไมซ์ที่สร้างสรรค์ เช่น กิจกรรมสร้างทีมสัมพันธ์ (Team Building) หรือโปรแกรมการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Trip) ที่สร้างคุณค่าและความแตกต่างได้ (Prakoso et al., 2020)

อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนผ่านดังกล่าวจำเป็นต้องอาศัยองค์ความรู้และการจัดการอย่างเป็นระบบ ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (TCEB) ที่ได้กระจายกิจกรรมไมซ์สู่ภูมิภาคผ่านโครงการ "เมืองไมซ์ซิตี้" (MICE City) ซึ่งปัจจุบันมี 10 แห่งทั่วประเทศ (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน), 2566) การศึกษานี้ต่อยอดจากประสบการณ์ของผู้วิจัยในการดำเนินโครงการนำร่องที่ประสบความสำเร็จใน 5 เมืองไมซ์ซิตี้ ซึ่งได้แสดงให้เห็นถึงศักยภาพและความพร้อมของชุมชนไทยในการยกระดับสู่การเป็นจุดหมายปลายทางไมซ์ ด้วยเหตุนี้ การวิจัยจึงมุ่งที่จะถอดบทเรียนและวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินงานของชุมชนนำร่อง 10 แห่ง จาก 5 จังหวัดดังกล่าว ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ชลบุรี เชียงใหม่ สุราษฎร์ธานี และขอนแก่น

ผลการศึกษาจะนำไปสู่การวิเคราะห์ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการดำเนินงานของชุมชน พร้อมทั้งเสนอแนวทางการขับเคลื่อนเชิงกลยุทธ์ โดยองค์ความรู้ที่ได้ไม่เพียงแต่จะเป็นประโยชน์เชิงวิชาการในการเติมเต็มช่องว่างของงานวิจัยด้าน MICE Community ในบริบทของประเทศไทย แต่ยังมุ่งหวังให้เกิดประโยชน์เชิงปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม กล่าวคือ เพื่อให้เกิด "รูปแบบการดำเนินงานที่สามารถนำไปปรับใช้ได้" (Adaptable Model) สำหรับชุมชนอื่น ๆ เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจสำหรับผู้จัดงานไมซ์ และเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับหน่วยงานภาครัฐ เพื่อส่งเสริมการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวไมซ์ให้เติบโตอย่างมีทิศทางและยั่งยืน สอดคล้องกับเป้าหมายของโมเดลเศรษฐกิจ BCG ต่อไป

1. วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อถอดบทเรียนและวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินงานของชุมชนท่องเที่ยวไมซ์นำร่องสู่การเป็นจุดหมายปลายทางที่ยั่งยืน
- 2) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยแห่งความสำเร็จที่ส่งผลต่อการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวไมซ์
- 3) เพื่อเสนอแนวทางการขับเคลื่อนเชิงกลยุทธ์ในการพัฒนาและขยายผลชุมชนท่องเที่ยวไมซ์ให้เติบโตอย่างยั่งยืนตามแนวทางเศรษฐกิจ BCG

2. วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษานี้ตั้งอยู่บนการวิเคราะห์องค์ความรู้จากวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องใน 4 ประเด็นหลัก ได้แก่

1) อุตสาหกรรมไมซ์สู่ความยั่งยืน

อุตสาหกรรมไมซ์ในระดับโลกได้เกิดการเปลี่ยนแปลงกระบวนทัศน์ครั้งสำคัญ จากเดิมที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพการจัดงานในสถานที่ขนาดใหญ่และเป็นมาตรฐานสากล ไปสู่การแสวงหาคุณค่าและประสบการณ์ที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้น งานวิจัยและรายงานแนวโน้มอุตสาหกรรมชี้ตรงกันว่า นักเดินทางกลุ่มไมซ์ยุคใหม่ โดยเฉพาะกลุ่มการเดินทางเพื่อเป็นรางวัล (Incentive) และกลุ่มผู้บริหารระดับสูง ต้องการกิจกรรมที่สามารถสร้างแรงบันดาลใจ มีความเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างแท้จริง (Authenticity) และสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์กร (Carrigan and Dubois, 2023) แนวคิดเรื่องการจัดกิจกรรมเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR) และการท่องเที่ยวเชิงผสมผสานระหว่างธุรกิจกับการพักผ่อน (Bleisure: Business + Leisure) ได้กลายเป็นส่วนสำคัญในการตัดสินใจเลือกจุดหมายปลายทาง ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้แก่พื้นที่ทางเลือกใหม่ ๆ ที่สามารถนำเสนอประสบการณ์ที่แตกต่างนอกเหนือจากศูนย์ประชุมและโรงแรมทั่วไปได้

2) หลักการของการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism: CBT)

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวทางเลือกที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางว่าเป็นเครื่องมือในการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยมีหัวใจสำคัญอยู่ที่ "ชุมชนเป็นเจ้าของและเป็นผู้บริหารจัดการ" เพื่อให้ผลประโยชน์ทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ตกอยู่กับคนในท้องถิ่นโดยตรง หลักการของ CBT เน้นการสร้างการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชน การเสริมสร้างศักยภาพและความภาคภูมิใจในตนเอง การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรม และการสร้างปฏิสัมพันธ์ที่เปี่ยมด้วยความเคารพระหว่างเจ้าบ้านและผู้มาเยือน (Prakoso et al., 2020)

ด้วยเหตุนี้ CBT จึงมีศักยภาพสูงในการนำเสนอประสบการณ์การท่องเที่ยวที่เป็นของแท้ ซึ่งเป็นสิ่งที่ตลาดการท่องเที่ยวคุณภาพสูงกำลังแสวงหา

3) อุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) และการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT)

การบูรณาการระหว่างอุตสาหกรรมไมซ์และการท่องเที่ยวโดยชุมชนถือเป็น "นวัตกรรมทางการท่องเที่ยว" ที่มีศักยภาพสูง แต่ก็เต็มไปด้วยความท้าทาย เนื่องจากทั้งสองแนวคิดมีลักษณะพื้นฐานที่ดูเหมือนจะขัดแย้งกัน กล่าวคือ อุตสาหกรรมไมซ์ต้องการความเป็นมืออาชีพ มาตรฐานสากล และการบริหารจัดการที่เป็นระบบ ในขณะที่ CBT เน้นความเป็นของแท้ ขนาดเล็ก และการดำเนินงานโดยคนในท้องถิ่น ช่องว่างเชิงปฏิบัติการ (Practical Gap) ที่สำคัญจึงอยู่ที่ "จะยกระดับมาตรฐานของชุมชนให้รองรับตลาดไมซ์ได้อย่างไร โดยไม่ทำลายเสน่ห์และความเป็นเจ้าของของชุมชนไป" (ขวสิริ ญ ถलग และคณะ, 2563) การศึกษาการดำเนินงานของชุมชนที่พยายามจะเชื่อมโยงตนเองเข้ากับตลาดไมซ์จึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพื่อถอดบทเรียนและค้นหารูปแบบการจัดการที่สามารถสร้างสมดุลระหว่างสองโลกนี้ได้

4) โมเดลเศรษฐกิจ BCG

โมเดลเศรษฐกิจชีวภาพ-เศรษฐกิจหมุนเวียน-เศรษฐกิจสีเขียว (BCG Model) ของรัฐบาลไทย ได้กลายเป็นกรอบนโยบายสำคัญที่สนับสนุนการบูรณาการระหว่างไมซ์และ CBT อย่างยั่งยืน (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและนวัตกรรมแห่งชาติ, 2564) โดยโมเดล BCG ได้ให้แนวทางที่ชัดเจนในการสร้างมูลค่าเพิ่มจากสินทรัพย์ของชุมชน ไม่ว่าจะเป็นการใช้ทรัพยากรชีวภาพและภูมิปัญญาท้องถิ่น (Bio-Economy) เพื่อพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และกิจกรรมสร้างสรรค์ การส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและลดของเสีย (Circular Economy) ในการจัดกิจกรรม และการมุ่งเน้นกิจกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Economy) ดังนั้น การศึกษาชุมชนท่องเที่ยวไมซ์ภายใต้กรอบของ BCG จึงไม่ใช่เพียงการศึกษาในรูปแบบทางธุรกิจ แต่ยังเป็นการศึกษาประเมินศักยภาพในการเป็นต้นแบบของการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากที่ยั่งยืนตามทิศทางของประเทศอีกด้วย

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น พบว่ายังมีความจำเป็นต้องเร่งรัดการวิจัยเชิงประจักษ์เกี่ยวกับการวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินงานและปัจจัยแห่งความสำเร็จของ "MICE Community" ในบริบทของประเทศไทยอย่างเป็นระบบ การศึกษานี้จึงมุ่งที่จะเติมเต็มช่องว่างดังกล่าวผ่านการถอดบทเรียนจากกรณีศึกษาที่หลากหลาย เพื่อนำไปสู่ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเอกสารทุติยภูมิ (Secondary Data / Documentary Research) วิเคราะห์ เอกสาร งานวิจัย รายงาน และสื่อดิจิทัลทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ การท่องเที่ยวโดยชุมชน โมเดลเศรษฐกิจ BCG และการพัฒนาที่ยั่งยืนในบริบทของประเทศไทย โดยกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกเอกสารที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย แบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลัก ได้แก่

- 1) กรณีศึกษา (Case Study) การศึกษานี้มุ่งเน้นถอดบทเรียนและวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินงานของชุมชนนำร่องใน 5 จังหวัดที่เป็นเมืองไมซ์ที่ดี (MICE City) ของประเทศไทย ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพและได้รับการส่งเสริมให้เป็นศูนย์กลางของอุตสาหกรรมไมซ์ในแต่ละภูมิภาค โดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง 10 ชุมชน ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยพิจารณาจากเกณฑ์การคัดเลือก (Inclusion Criteria) 4 ประการ ได้แก่
- 1) ชุมชนต้องตั้งอยู่ในพื้นที่ 5 จังหวัดไมซ์ที่ดี เพื่อให้มั่นใจว่าดำเนินงานอยู่ภายใต้ระบบนิเวศไมซ์ที่ได้รับการส่งเสริม
- 2) ชุมชนต้องมีศักยภาพหรือมีการดำเนินกิจกรรมที่เชื่อมโยงกับตลาดไมซ์อย่างชัดเจน ซึ่งแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวทั่วไป
- 3) การคัดเลือกมุ่งให้เกิดความหลากหลายสูงสุดในการศึกษา ทั้งในด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ไมซ์ (เช่น เชิงนิเวศ วัฒนธรรม สุขภาพ) บริบทพื้นที่ และกลไกการบริหารจัดการ และ
- 4) ชุมชนต้องมีข้อมูลทุติยภูมิที่น่าเชื่อถือและเพียงพอต่อการวิเคราะห์และวิจัยเชิงเอกสาร โดยการตรวจสอบความน่าเชื่อถือแบบสามเส้า (Data Triangulation)

ทั้งนี้ ในกระบวนการคัดเลือกได้มีการพิจารณาชุมชนท่องเที่ยวอื่น ๆ ในพื้นที่ 5 จังหวัดร่วมด้วย แต่ถูกตัดออก (Exclusion Criteria) เนื่องจากข้อจำกัดสำคัญ อาทิ การขาดความพร้อมด้านสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกในการรองรับกลุ่มองค์กร (MICE Facilities) การขาดกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่ออกแบบมาเพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ (Business Purpose) หรือมีข้อมูลสาธารณะไม่เพียงพอที่จะนำมาตรวจสอบความน่าเชื่อถือแบบสามเส้า (Data Triangulation) ได้ ส่งผลให้เหลือเพียง 10 ชุมชนที่มีคุณสมบัติครบถ้วนและเหมาะสมที่สุดในการเป็นต้นแบบ ได้แก่

- 1.1) จังหวัดกรุงเทพมหานคร: ชุมชนคู้บางกะเจ้า และชุมชนตลาดน้อย
- 1.2) จังหวัดชลบุรี: วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโดยชุมชนตะเคียนเตี้ย และชุมชนตลาดจีนโบราณชากแง้ว
- 1.3) จังหวัดเชียงใหม่: ชุมชนบ้านไร่กองขิง และชุมชนไทลื้อเมืองหลวงเหนือ
- 1.4) จังหวัดสุราษฎร์ธานี: วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบึงขุนทะเล และวิสาหกิจชุมชนบ้านพุมเรียง
- 1.5) จังหวัดขอนแก่น: วิสาหกิจศิลาโอมสเตย์ และวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวและเรียนรู้หุบเขาแห่งไดโนเสาร์

2) เอกสารเชิงนโยบายและทฤษฎี คือเอกสารที่ให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับกรอบแนวคิดและบริบทที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ เอกสารแผนยุทธศาสตร์ชาติ แผนแม่บท BCG Model แผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ รายงานแนวโน้มอุตสาหกรรมไมซ์ระดับนานาชาติ และงานวิจัยเชิงทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการจัดการธุรกิจไมซ์ การท่องเที่ยวโดยชุมชน และการพัฒนาที่ยั่งยืน

1. กรอบแนวคิด



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิเคราะห์

ในการศึกษารั้งนี้ ผู้วิจัยได้เสนอกรอบแนวคิดดังรูปที่ 1 (Synthesized Framework) โดยประยุกต์ใช้ทฤษฎีระบบ (Systems Theory) เป็นพื้นฐานในการอธิบายกระบวนการดำเนินงาน (Input-Process-Output) และบูรณาการร่วมกับยุทธศาสตร์การพัฒนาเมืองไมซ์ (MICE City) ของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ

(TCEB) และโมเดลเศรษฐกิจ BCG (BCG Economy Model) ของภาครัฐ เพื่อให้ครอบคลุมมิติการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยมีโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลแบ่งออกเป็น 3 ส่วนสำคัญ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยพื้นฐานและสินทรัพย์เริ่มต้น ทำหน้าที่เป็นปัจจัยนำเข้า (Inputs) ซึ่งกำหนดศักยภาพในการพัฒนา ประกอบด้วย บริบทเชิงนโยบายมหภาค ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อโอกาสในการพัฒนา เช่น โมเดลเศรษฐกิจ BCG และยุทธศาสตร์การส่งเสริมเมืองไมซ์ (MICE City) ควบคู่ไปกับสินทรัพย์และต้นทุนของชุมชน ซึ่งเป็นปัจจัยภายในอันเป็นรากฐานสำคัญ ทั้งทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางธรรมชาติ และทุนทางสังคม

ส่วนที่ 2 กระบวนการยกระดับสู่จุดหมายปลายทางไมซ์ เป็นกลไกการแปลงสภาพ (Transformation Mechanism) ที่สำคัญ โดยสะท้อนปัจจัยแห่งความสำเร็จ 3 ด้านที่อ้างอิงเกณฑ์มาตรฐานของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (TCEB) อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ไมซ์ คือ การนำสินทรัพย์ชุมชนมาออกแบบเป็นกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่ตอบสนองวัตถุประสงค์การตามแนวทางการพัฒนาศักยภาพของ TCEB (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน), 2566) การจัดการไมซ์ คือ การยกระดับกลไกบริหารและมาตรฐานบริการให้สอดคล้องกับเกณฑ์มาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย (TMVS) เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน), 2565) และการส่งเสริมการตลาดไมซ์ คือ กลยุทธ์การเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์ไปสู่ตลาดเป้าหมายตามยุทธศาสตร์การส่งเสริมของ TCEB เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขัน (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน), 2566)

ส่วนที่ 3 ผลลัพธ์และผลกระทบที่ยั่งยืน คือเป้าหมายปลายทางของการพัฒนา ซึ่งสะท้อนความสำเร็จในรูปแบบของชุมชนท่องเที่ยวไมซ์ที่ยั่งยืน ที่สามารถสร้างสมดุลของผลประโยชน์ตามแนวทางของโมเดลเศรษฐกิจ BCG ทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม นำไปสู่การวิเคราะห์เป็นองค์ความรู้และข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ ซึ่งประกอบด้วยการวิเคราะห์ปัจจัยแห่งความสำเร็จ เพื่อนำเสนอแนวปฏิบัติที่ดีและข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับการขยายผลต่อไป

โดยกรอบแนวคิดนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้เป็นต้นแบบในการศึกษาเชิงนโยบายและการพัฒนาพื้นที่อื่น โดยการใช้ทฤษฎีระบบ (Systems Theory) เป็นโครงสร้างหลักในการจัดระเบียบข้อมูลเอกสารที่กระจัดกระจายให้เป็นหมวดหมู่ชัดเจน (Systematization) ซึ่งช่วยให้ผู้วิจัยสามารถบูรณาการนโยบายระดับมหภาคเข้ากับบริบททรัพยากรระดับพื้นที่ (Macro-Micro Integration) และทำให้มองเห็น "กระบวนการแปรรูป" (Transformation Process) ที่ชัดเจนว่า ชุมชนนำต้นทุนเดิมที่มีอยู่มาพัฒนาสร้างมูลค่าเพิ่มอย่างไร จนเกิดเป็นความสำเร็จ ซึ่งช่วยให้สามารถสรุปผลออกมาเป็นขั้นตอนหรือแนวทางปฏิบัติที่หน่วยงานอื่นสามารถนำไปทำตามได้จริง (Practical Guidelines)

2. การเก็บและรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ โดยมีขั้นตอนดังนี้

1) **กำหนดคำสำคัญ (Keywords)** กำหนดคำสำคัญทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษเพื่อการสืบค้นอย่างครอบคลุม เช่น "ชุมชนท่องเที่ยวไมซ์" "MICE Community" "BCG Model Tourism" "การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน" "Sustainable MICE" ควบคู่ไปกับชื่อชุมชนนาร่องทั้ง 10 แห่ง

2) **สืบค้นข้อมูล** ดำเนินการสืบค้นข้อมูลจากฐานข้อมูลวิชาการออนไลน์ เว็บไซต์ของหน่วยงานภาครัฐ และองค์กรที่เกี่ยวข้อง และคลังข้อมูลข่าวสารที่น่าเชื่อถือ

3) **รวบรวมข้อมูลจากโครงการนาร่อง** ผู้วิจัยดำเนินการรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารรายงานสรุปผลการดำเนินงาน (Project Final Reports) และเอกสารประกอบการจัดกิจกรรมของโครงการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวไมซ์ใน 5 เมืองไมซ์ดี (กรุงเทพฯ ชลบุรี สุราษฎร์ธานี เชียงใหม่ และขอนแก่น) โดยเน้นข้อมูลที่ได้จากการบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษรเกี่ยวกับกระบวนการพัฒนาศักยภาพชุมชน รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ได้รับการออกแบบ (MICE Itineraries) และผลการประเมินความพร้อมในการรองรับตลาดไมซ์ เพื่อนำมาวิเคราะห์เนื้อหาตามข้อเท็จจริงที่ปรากฏในเอกสาร

4) **คัดกรอง ประเมินคุณภาพ และตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล** นำเอกสารที่สืบค้นได้ร่วมกับข้อมูลและบทเรียนจากประสบการณ์การดำเนินโครงการนาร่อง มาคัดกรองตามเกณฑ์การคัดเลือก (Inclusion Criteria) เช่น ความเกี่ยวข้องโดยตรงกับหัวข้อวิจัย ความเป็นปัจจุบันของข้อมูล (เผยแพร่ในช่วง 1 - 4 ปีที่ผ่านมา ยกเว้นเอกสาร

เชิงทฤษฎีที่สำคัญ) และความน่าเชื่อถือของแหล่งที่มา ทั้งนี้เพื่อลดอคติ (Bias) จากข้อมูลออนไลน์ที่อาจมีลักษณะเป็นการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพียงด้านเดียว ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) ในการสอบทานความถูกต้องและความสอดคล้อง (Consistency) โดยการเปรียบเทียบข้อมูลจาก 3 แหล่งหลัก ได้แก่ 1) ข้อมูลประชาสัมพันธ์จากสื่อสังคมออนไลน์และเว็บไซต์ของชุมชน 2) ข้อมูลเชิงวิชาการและรายงานการประเมินผลที่เป็นทางการจากหน่วยงานภาครัฐ (เช่น TCEB อพท. กรมการท่องเที่ยว) และ 3) ข้อมูลเชิงประจักษ์ (Empirical Data) จากประสบการณ์การลงพื้นที่ดำเนินโครงการนาร่อง เพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลที่น่ามาวิเคราะห์สะท้อนความเป็นจริงและมีความน่าเชื่อถือทางวิชาการสูงสุด

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เนื้อหาเชิงคุณภาพ (Qualitative Content Analysis) เป็นเครื่องมือหลักในการวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้ โดยมีกระบวนการวิเคราะห์ตามกรอบแนวคิดที่กำหนดไว้ ดังนี้

1) การจัดหมวดหมู่ข้อมูล นำข้อมูลจากเอกสารทั้งหมดมาจัดหมวดหมู่และวิเคราะห์ตามมิติการดำเนินงาน 3 ด้าน ที่กำหนดไว้ในกรอบแนวคิด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ไมซ์ (MICE Product) การจัดการไมซ์ (MICE Management) และการส่งเสริมการตลาดไมซ์ (MICE Marketing Promotion)

2) การวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic Analysis) ผู้วิจัยประยุกต์ใช้กระบวนการวิเคราะห์แก่นสาระตามแนวคิดของ Braun and Clarke (2006) เพื่อสังเคราะห์ข้อมูลจากกรณีศึกษา 10 ชุมชน โดยเริ่มจากการกำหนดรหัสข้อมูล (Coding) ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานไมซ์ในมิติต่าง ๆ จากนั้นทำการจำแนกและจัดกลุ่มรหัสที่มีความสัมพันธ์กันเพื่อค้นหาแบบแผน (Patterns) ของความสำเร็จที่ปรากฏซ้ำในหลายพื้นที่ และตกผลึกเป็นแก่นสาระ (Themes) หลัก 3 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ไมซ์ ด้านการจัดการไมซ์ และด้านการส่งเสริมการตลาดไมซ์ เพื่อนำมาสังเคราะห์เป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จและแนวทางการขับเคลื่อนเชิงกลยุทธ์ ที่ตอบวัตถุประสงค์การวิจัย

3) การตีความและสรุปผล นำผลการวิเคราะห์ทั้งหมดมาตีความและเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างมิติการดำเนินงานและปัจจัยแห่งความสำเร็จ เพื่อวิเคราะห์เป็น "รูปแบบการดำเนินงานของชุมชนท่องเที่ยวไมซ์ที่ยั่งยืน" และนำไปสู่การเสนอ "แนวทางการขับเคลื่อนเชิงกลยุทธ์" ที่ตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยในขั้นตอนสุดท้าย

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้องกับชุมชนท่องเที่ยวไมซ์นาร่อง 10 แห่งใน 5 จังหวัดไมซ์ซิตี้ สามารถวิเคราะห์รูปแบบการดำเนินงาน ปัจจัยแห่งความสำเร็จ และความท้าทายได้ดังนี้

1. กรุงเทพมหานคร การสร้างมูลค่าเพิ่มจากมรดกวัฒนธรรมและพื้นที่สีเขียวในเมือง

กรุงเทพมหานครใช้ประโยชน์จากความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานระดับสากลในการพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวไมซ์เพื่อสร้างประสบการณ์ที่แตกต่าง โดยมีสองรูปแบบที่โดดเด่นคือ MICE เิงนิเวศและความรับผิดชอบต่อสังคม และ MICE เิงสร้างสรรค์และมรดกวัฒนธรรม

1) **ชุมชนคิงบางกะเจ้า** เป็นต้นแบบของ MICE เิงนิเวศและความรับผิดชอบต่อสังคม (Eco-MICE and CSR) โดยมีกลไกการจัดการในรูปแบบเครือข่ายความร่วมมือจากหลายภาคส่วน (Multi-stakeholder Collaboration) ภายใต้โครงการ "OUR Khung BangKachao" ซึ่งมีมูลนิธิชัยพัฒนาเป็นแกนหลักในการประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนกว่า 100 องค์กร เพื่อการพัฒนาที่สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) (มูลนิธิชัยพัฒนา, 2562) ผลิตภัณฑ์ไมซ์ที่โดดเด่นคือ กิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) ที่เน้นการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น การสร้างฝายชะลอน้ำ และกิจกรรมทีมบิวดิงที่เชื่อมโยงกับวิถีเกษตร (SCG, 2568) ด้านการตลาด ชุมชนได้รับการส่งเสริมโดยตรงจากสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (TCEB) ในฐานะสถานที่จัดกิจกรรมเอทิตติ้งและ CSR ที่สำคัญของกรุงเทพฯ (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.), 2564) อย่างไรก็ตาม ความท้าทายหลักคือการจัดการผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะปัญหาขยะและความจำเป็นในการประเมินขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ (Carrying Capacity) อย่างเป็นระบบ (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.), 2565)

2) **ชุมชนตลาดน้อย** นำเสนอรูปแบบ MICE เชิงสร้างสรรค์และมรดกทางวัฒนธรรม (Creative & Cultural Heritage MICE) โดยเป็นส่วนหนึ่งของโครงการ "ย่านสร้างสรรค์เจริญกรุง" ที่ขับเคลื่อนโดยสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (CEA) ซึ่งทำหน้าที่เป็นตัวกลางเชื่อมโยงผู้ประกอบการรุ่นใหม่กับคนในชุมชนดั้งเดิม (Creative Economy Agency, 2021) ผลลัพธ์ที่เด่นชัดคือความโดดเด่นในช่วงเทศกาลงานออกแบบกรุงเทพฯ (Bangkok Design Week) ซึ่งมีการจัดเสวนา เวิร์กช็อป และนิทรรศการในพื้นที่ที่มีเอกลักษณ์ (Unique Venue) เช่น โกดังเก่าหรือบ้านโบราณ (Bangkok Design Week, 2023) การตลาดอาศัยพลังของเครือข่ายผู้ประกอบการในพื้นที่และการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นหลัก (ชลธิชา อินทร์ใจ, 2565) ความท้าทายที่สำคัญคือ ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงพื้นที่ให้เป็นทุน (Gentrification) ซึ่งส่งผลให้ค่าเช่าที่ดินสูงขึ้นและสร้างแรงกดดันต่อผู้อยู่อาศัยดั้งเดิม อันอาจนำไปสู่การสูญเสียอัตลักษณ์ของวิถีชีวิตที่เป็นต้นทุนสำคัญของย่านชุมชน (ทัตพล วงศ์สามัคคี และพรสวรรค์ วิเชียรประดิษฐ์, 2564)

2. จังหวัดชลบุรี การสร้างประสบการณ์เสริมจากฐานเกษตรกรรมและวัฒนธรรม

ในฐานะศูนย์กลางของเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ชลบุรีได้พัฒนาชุมชนไมซ์เพื่อสร้าง "ทักษะความสามารถเชิงสมรรถนะ (Soft Skills)" ที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ของเมืองอุตสาหกรรม (มหาวิทยาลัยมหิดล, งานศิษย์เก่าสัมพันธ์, 2566)

1) **วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวโดยชุมชนตะเคียนเตี้ย** เป็นต้นแบบของ MICE เชิงเกษตรและสุขภาพ (Agro-Wellness MICE) ที่ยกระดับสวนมะพร้าวสู่กิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ ชุมชนมีกลไกการจัดการที่เข้มแข็งภายใต้ "Takhian Tia Model" ซึ่งองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) เข้ามาสนับสนุนบทบาทสำคัญในการวางรากฐานการพัฒนาแบบมีส่วนร่วม (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.), 2563) ผลลัพธ์ที่เด่นชัดคือ "เส้นทางปั่นจักรยาน 100 สวน" ควบคู่กับเวิร์กช็อปที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์จากมะพร้าว (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.), 2565) ความสำเร็จของชุมชนได้รับการยืนยันจากรางวัล PATA Gold Awards 2022 ซึ่งเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่สำคัญ (PATA, 2022) อย่างไรก็ตาม ชุมชนต้องเผชิญกับความท้าทายจากแรงกดดันในการขยายตัวของพื้นที่อุตสาหกรรมในเขต EEC ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อพื้นที่เกษตรกรรมในระยะยาว (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.), 2563)

2) **ชุมชนตลาดจันทน์โบราณซากแก้ว** นำเสนอ MICE เชิงวัฒนธรรมและประสบการณ์ยามค่ำคืน (Cultural & Nightlife MICE) โดยมี "ชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนฯ" เป็นกลไกหลักในการบริหารจัดการถนนคนเดินในทุกวันเสาร์ (เทศบาลตำบลห้วยใหญ่, ม.ป.ป.) ผลลัพธ์หลักคือ การมอบประสบการณ์งานเลี้ยงต้อนรับในบรรยากาศย้อนยุค ซึ่งเปลี่ยนทั้งชุมชนให้เป็น "สถานที่จัดงานที่มีชีวิต (Living Venue)" ที่แตกต่างจากการจัดงานในโรงแรม (Readthecloud, 2562) ชุมชนได้รับการส่งเสริมจาก ททท ในฐานะแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2565) การวิจัยชี้ว่าปัจจัยแห่งความสำเร็จที่สำคัญคือ การมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนในการ "สืบสานวัฒนธรรม" ซึ่งทำหน้าที่ควบคุมการพัฒนาเชิงพาณิชย์ให้อยู่ในกรอบที่เหมาะสม (ขวลิย์ ณ กลาง และคณะ, 2563)

3. จังหวัดเชียงใหม่ การยกระดับภูมิปัญญาล้านนาสู่ตลาด MICE นานาชาติ

เชียงใหม่ใช้จุดแข็งด้านทุนทางวัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ในการพัฒนา MICE ที่เน้นประสบการณ์เชิงลึกด้านสุขภาพและวัฒนธรรม

1) **ชุมชนบ้านไร่กองขิง** เป็นผู้นำด้าน MICE เชิงสุขภาพ (Wellness MICE) โดยมีการบริหารจัดการในรูปแบบวิสาหกิจชุมชนที่เข้มแข็งและได้รับการสนับสนุนจาก อพท ในการวางระบบให้ได้มาตรฐานสากล (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.), 2562) ผลลัพธ์ที่เป็นแม่เหล็กคือ เวิร์กช็อป "นวดตอกเส้น" ซึ่งเป็นศาสตร์บำบัดล้านนาโบราณ ควบคู่กับกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพอื่น ๆ (สำนักงานคณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ (สช.), 2561) ชื่อเสียงของชุมชนได้รับการยืนยันจากรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย (รางวัลกนิรี) หลายสมัยซ้อน (รางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย, 2564) นอกจากนี้ชุมชนยังมี "กองทุนสวัสดิการชุมชน" ที่สะท้อนถึงกลไกการกระจายผลประโยชน์ที่เป็นธรรมและสร้างความยั่งยืนทางสังคม (ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน), 2564)

2) **ชุมชนไทลื้อเมืองหลวงเหนือ** นำเสนอ MICE เชิงวัฒนธรรมชาติพันธุ์ (Ethnic & Cultural MICE) โดยมี "วัดหลวงเหนือ" และ "กลุ่มทอผ้าไทลื้อ" เป็นศูนย์กลางการจัดการ (องค์การบริหารส่วนตำบลหลวงเหนือ, ม.ป.ป.) ผลลัพธ์ที่มุ่งเน้นการเรียนรู้ผ่านการเยี่ยมชมสถาปัตยกรรมไทลื้อและการทำเวิร์กช็อปทอผ้า (พิพิธภัณฑ์พื้นถิ่นล้านนา, 2562) อย่างไรก็ตาม ชุมชนยังมีความท้าทายในการขยายช่องทางการตลาดให้เข้าถึงกลุ่มผู้จัดงาน MICE โดยตรง และจำเป็นต้องพัฒนาเครื่องมือสื่อสารดิจิทัลให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น (สวิตต์ เดชศิระ และคณะ, 2567) ประโยชน์หลักที่ชุมชนได้รับจึงเน้นไปที่การสืบสานมรดกทางวัฒนธรรมและความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ ซึ่งความท้าทายที่สำคัญคือการส่งต่อภูมิปัญญาจากผู้สูงอายุสู่คนรุ่นใหม่ (ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน), 2563)

4. **จังหวัดสุราษฎร์ธานี การนำเสนอคุณค่าจากวิถีชีวิตริมน้ำและมรดกหัตถกรรม**
สุราษฎร์ธานีพัฒนาชุมชนไม่ชนเผ่าเพื่อเป็นกิจกรรมเสริมที่สร้างความลึกซึ้งให้แก่การเดินทางที่มุ่งหน้าสู่หมู่เกาะต่าง ๆ

1) **วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์คลองร้อยสาย** เป็นต้นแบบ MICE เชิงนิเวศคลองและป่าชายเลน (Canal & Mangrove Forest Eco-MICE) ที่มี "ศูนย์การเรียนรู้ภูมิปัญญาพื้นบ้าน" เป็นศูนย์กลางกิจกรรม โดยได้รับการสนับสนุนจาก สสส ในช่วงเริ่มต้นโครงการ (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.), 2560) ผลลัพธ์หลักคือ กิจกรรมทีมบิวดิงและ CSR เช่น การล่องเรือชมอุโมงค์ต้นจาก และการปลูกป่าชายเลน (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน), 2564) ชุมชนได้รับการประชาสัมพันธ์จาก ททท ในฐานะแหล่งท่องเที่ยว Unseen New Chapters (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2566) ความท้าทายที่พบคือการจัดการขยะที่มาจากนักท่องเที่ยวและผลกระทบต่อระบบนิเวศจากการสัญจรทางเรือที่เพิ่มขึ้น (ณัฐกานต์ ร่มยอด, 2553)

2) **วิสาหกิจชุมชนบ้านพุมเรียง** นำเสนอ MICE เชิงวัฒนธรรมผ้าไหมและการเรียนรู้วิถีมุสลิม (Silk Weaving & Muslim Cultural MICE) โดยมี "กลุ่มทอผ้าบ้านพุมเรียง" เป็นกลไกขับเคลื่อนหลักและได้รับการสนับสนุนจากกรมการพัฒนาชุมชน (กรมการพัฒนาชุมชน, 2565) ผลลัพธ์ที่มุ่งเน้นกลุ่มอินเซนทิฟขนาดเล็กผ่านเวิร์กช็อป "การทอผ้าไหมพุมเรียง" ที่ให้ผู้เข้าร่วมได้ลงมือปฏิบัติจริง (ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน), 2563) แม้ว่าผ้าไหมพุมเรียงจะเป็นสินค้า OTOP และได้รับการขึ้นทะเบียนตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย (Thai Geographical Indication) ซึ่งเป็นเครื่องมือการตลาดที่สำคัญ (ศูนย์สารสนเทศหม่อนไหมและประชาสัมพันธ์กรมหม่อนไหม, ม.ป.ป.) แต่ในมิติของกิจกรรมไมซ์ ชุมชนยังขาดการสื่อสารและการสร้างแพ็คเกจที่ชัดเจนเพื่อเข้าถึงตลาด ความท้าทายที่ใหญ่ที่สุดคือ การสืบทอดภูมิปัญญาการทอผ้าสู่คนรุ่นใหม่

5. **จังหวัดขอนแก่น การสะท้อนอัตลักษณ์อีสานและแหล่งเรียนรู้ธรณีวิทยาสู่ตลาดไมซ์**
ขอนแก่นในฐานะ MICE City ศูนย์กลางของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้พัฒนาชุมชนไมซ์ที่สะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่นและนำเสนอแหล่งเรียนรู้ที่มีเอกลักษณ์

1) **วิสาหกิจชุมชนศิลาโฮมสเตย์** นำเสนอ MICE ริมฝั่งน้ำพองและวิถีอีสานร่วมสมัย (Riverside & Modern Isan MICE) โดยมีการจัดการที่เข้มแข็งในรูปแบบวิสาหกิจชุมชนและได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดขอนแก่น (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดขอนแก่น, 2565) ผลลัพธ์หลักคือ การจัดประชุมขนาดเล็กและกิจกรรมเอ้าท์ดิง เช่น "การล่องเรือรับประทานอาหารเย็นในแม่น้ำพอง" และเวิร์กช็อปทำบายศรีสู่ขวัญ (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน), 2561) ชุมชนเป็นที่รู้จักในกลุ่มผู้จัดงานผ่านการส่งเสริมของโครงการ "ขอนแก่น MICE City" และการสร้างเครือข่ายกับมหาวิทยาลัยและโรงพยาบาลในพื้นที่ (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน), 2565) ความท้าทายสำคัญคือ การจัดการทรัพยากรน้ำและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมริมฝั่งแม่น้ำ ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลจากองค์การบริหารส่วนจังหวัดขอนแก่น (ม.ป.ป.) ที่ชี้ให้เห็นถึงแรงกดดันต่อคุณภาพน้ำในลำน้ำพองจากหลายภาคส่วน ทั้งภาคอุตสาหกรรม เกษตรกรรม และการขยายตัวของชุมชน ซึ่งจำเป็นต้องมีการวางแผนและจัดการแบบบูรณาการร่วมกับชุมชนอื่น ๆ ตลอดลำน้ำเพื่อความยั่งยืน

2) **วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวและเรียนรู้หุบเขาไดโนเสาร์** เป็นตัวอย่างของ MICE เชิงธรณีวิทยาและการเรียนรู้ (Geo-tourism & Edutainment MICE) ซึ่งมี "อุทยานธรณีขอนแก่น" เป็นหน่วยงานกลางในการประสานงานตามมาตรฐาน UNESCO และได้รับการสนับสนุนทางวิชาการจากกรมทรัพยากรธรณี (องค์การบริหารส่วนจังหวัดขอนแก่น,

2564) ผลิตรั้วถ่มมุ่งเน้นกลุ่มศึกษาดูงานผ่านกิจกรรม "การเดินทางรอยไดโนเสาร์" และเวิร์กช็อป "ชุดฟอสซิลจำลอง" (กรมทรัพยากรธรณี, 2566) การได้รับผลักดันเพื่อขึ้นทะเบียนให้เป็นอุทยานธรณีโลกของยูเนสโก (UNESCO Global Geopark) ถือเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ทรงพลังที่สุด ช่วยยกระดับพื้นที่สู่ระดับนานาชาติ (กรมทรัพยากรธรณี, 2565) หัวใจสำคัญของการจัดการที่ยั่งยืนคือ การสร้างสมดุลระหว่าง "การอนุรักษ์" แหล่งฟอสซิลที่ไม่สามารถทดแทนได้ กับ "การใช้ประโยชน์" เพื่อการท่องเที่ยวและการเรียนรู้ (กรมทรัพยากรธรณี, 2564)

สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์กรณีศึกษาทั้ง 10 แห่ง พบว่าปัจจัยแห่งความสำเร็จไม่ได้เป็นเพียงการยืนยันกรอบแนวคิดเดิม แต่เป็นการค้นพบ "กลไกเชิงลึก" ที่ทำให้กรอบแนวคิดนั้นนำไปสู่การปฏิบัติได้จริง ซึ่งเป็นองค์ความรู้ใหม่ที่น่าสนใจ ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ โดยสามารถสรุปความสำคัญและน้ำหนักของแต่ละปัจจัยได้ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ไมซ์ (MICE Product)

ผลการศึกษาชี้ให้เห็นข้อค้นพบใหม่ว่า ลำพังเพียง "ต้นทุนทางวัฒนธรรมหรือธรรมชาติ" ไม่เพียงพอต่อความสำเร็จ แต่ต้องผ่านกระบวนการ "สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เรือธง" (Flagship Product Creation) ที่ชัดเจนเพียงหนึ่งหรือสองอย่างและเชื่อมโยงกับโมเดล BCG จึงจะสามารถดึงดูดตลาดไมซ์ได้จริง หลักฐานเชิงประจักษ์คือ ชุมชนบ้านไร่ทองซึ่งไม่ได้ขายวัฒนธรรมล้านนาแบบกว้าง ๆ แต่เจาะจงขาย "ภูมิปัญญาการนวดตอกเส้น" จนกลายเป็นสินค้าที่ตลาดจดจำ แตกต่างจากชุมชนที่ยังขาดจุดโฟกัสซึ่งมักประสบปัญหาในการสื่อสารการตลาด

2. ด้านการจัดการไมซ์ (MICE Management)

ปัจจัยนี้ถือเป็น "ปัจจัยที่มีน้ำหนักมากที่สุด" (The Most Critical Success Factor) ต่อความสำเร็จและความยั่งยืนของชุมชนในพื้นที่ 5 จังหวัดโมซ์ซีตี้ หลักฐานสนับสนุนคือ การเปรียบเทียบระหว่างกลุ่มชุมชนที่มี "หน่วยงานพี่เลี้ยง" (เช่น อพท. หรือ กรมทรัพยากรธรณี) คอยกำกับดูแลมาตรฐาน (เช่น ชุมชนตะเคียนเตี้ย และอุทยานธรณีขอนแก่น) พบว่ามีความสามารถในการรองรับกลุ่มองค์กรขนาดใหญ่และมีความต่อเนื่องในการดำเนินงานสูงกว่ากลุ่มชุมชนที่ขับเคลื่อนโดยแกนนำเพียงลำพังอย่างมีนัยสำคัญ ข้อค้นพบนี้ย้ำว่า "ระบบพี่เลี้ยงและการจัดการตามมาตรฐาน TMVS" คือกุญแจสำคัญที่เปลี่ยน "แหล่งท่องเที่ยวชุมชน" ให้กลายเป็น "จุดหมายปลายทางไมซ์" มืออาชีพ

3. ด้านการส่งเสริมการตลาดไมซ์ (MICE Marketing Promotion)

ในด้านนี้ผลการวิจัยพบว่า การทำการตลาดทั่วไปผ่านโซเชียลมีเดียไม่ตอบโจทย์ตลาดไมซ์เท่ากับ "การเชื่อมโยงเครือข่าย B2B" (Business-to-Business Linkage) ความสำเร็จของชุมชนคั้งบางกะเจ้าและศิลาโหมสเตียไม่ได้เกิดจากการโฆษณาถึงนักท่องเที่ยวรายย่อย แต่เกิดจากการเป็นพันธมิตรกับโรงแรมและองค์กรในพื้นที่ (เช่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น) ซึ่งทำหน้าที่ป้อนลูกค้าได้อย่างสม่ำเสมอ แสดงให้เห็นว่าในบริบทของไมซ์ชุมชน "พันธมิตรทางธุรกิจ" มีความสำคัญมากกว่า "งบประมาณโฆษณา"

แม้ทั้ง 3 ปัจจัยจะทำงานสอดประสานกัน แต่ด้านการจัดการไมซ์ โดยเฉพาะการมีกลไกพี่เลี้ยงและมาตรฐานการบริการ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุด เพราะเป็นรากฐานที่ทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพคงที่และสร้างความเชื่อมั่นให้นักการตลาดกล้านำไปเสนอขาย หากขาดการจัดการที่ดี แม้มีผลิตภัณฑ์เด่นหรือการตลาดดี ก็ไม่สามารถรักษารฐานลูกค้าไมซ์ในระยะยาวได้

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยแห่งความสำเร็จของชุมชนท่องเที่ยวไม่ซ์

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ				1) ผลลัพธ์ที่ไม่ใช่		2) การจัดการไม่ใช่		3) การส่งเสริมการตลาดไม่ใช่	
กรุงเทพมหานคร									
1. คู่แข่งเจ้าของ		✓ (CSR เจริญ)	✓ (เครือข่ายหลายภาคส่วน/ภาครัฐนำ)	✓ (การส่งเสริมจาก TCCEB, เครือข่าย DMC)					
2. ตลาดน้อย		✓ (เชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม)	✓ (เครือข่ายผู้ประกอบการ/CEA)	✓ (เทศกาลงานออกแบบฯ, สื่อเฉพาะทาง)					
ชลบุรี									
3. ตะเคียนเตี้ย		✓ (เชิงเกษตรและสุขภาพ)	✓ (อพท. เป็นพี่เลี้ยง)	✓ (รางวัลระดับนานาชาติ, เครือข่ายโรงแรม)					
4. ชากแก้ว		✓ (วัฒนธรรมยามค่ำคืน)	✓ (ชมรม/ชุมชนเป็นแกนหลัก)	✓ (การส่งเสริมจาก ททท.)					
เชียงใหม่									
5. บ้านไร่กองจิง		✓ (เชิงสุขภาพ-นวดดอกเสี้ยน)	✓ (อพท. เป็นพี่เลี้ยง)	✓ (รางวัลระดับชาติ/นานาชาติ)					
6. ไผ่ลือเมื่องลางเหนือ		✓ (ชาติพันธุ์และวัฒนธรรม)	✗ (ชุมชนเป็นแกนหลัก ขาดการสนับสนุนเชิงระบบ)	✗ (ตลาดเฉพาะกลุ่ม ขาดการเชื่อมโยงโดยตรง)					
สุราษฎร์ธานี									
7. คลองร้อยสาย		✓ (เชิงนิเวศ-ปายาเลน)	✓ (วิสาหกิจชุมชน/สสส. สนับสนุน)	✓ (การส่งเสริมจาก ททท.)					
8. บ้านพุมเรียง		✓ (วัฒนธรรมผ้าไหม)	✓ (วิสาหกิจชุมชน/พช. สนับสนุน)	✗ (เน้นขายผลิตภัณฑ์ ขาดการเชื่อมโยงกิจกรรม)					
ขอนแก่น									
9. คีลาโฮมสเตย์		✓ (วิถีอีสานริมน้ำ)	✓ (วิสาหกิจชุมชน/พช. สนับสนุน)	✓ (โครงการ MICE City, เครือข่ายมหาวิทยาลัย)					
10. หุบเขาไดโนเสาร์		✓ (เชิงธรณีวิทยา)	✓ (อุทยานธรณี/กรมทรัพยากรธรณี)	✓ (การผลักดันเพื่อขึ้นทะเบียน UNESCO)					
สรุปปัจจัยแห่งความสำเร็จ		การมีผลิตภัณฑ์เรือธงที่ชัดเจน สร้างมูลค่าเพิ่มจากฐานทรัพยากรชีวภาพและภูมิปัญญาท้องถิ่น (Bio-Economy) โดยเน้นกระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Economy) เพื่อสร้างประสบการณ์ที่แตกต่างและยั่งยืน							
		กลไกการบริหารจัดการที่เข้มแข็งและมีภาคีเครือข่ายสนับสนุน โดยเฉพาะการสนับสนุนองค์ความรู้ด้านการจัดการทรัพยากรหมุนเวียน (Circular Economy) จากหน่วยงานพี่เลี้ยง เพื่อยกระดับมาตรฐานการบริการให้มีประสิทธิภาพและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม							
		การเชื่อมโยงสู่ตลาดเป้าหมายที่ชัดเจน โดยใช้จุดแข็งด้านความยั่งยืนตามโมเดล BCG เป็นจุดขายสำคัญ (Unique Selling Proposition) เพื่อสื่อสารและดึงดูดกลุ่มลูกค้าองค์กรคุณภาพสูงที่ให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบต่อสังคม							

หมายเหตุ: เครื่องหมาย (✓) หมายถึง พบหลักฐานเชิงประจักษ์ของการดำเนินงานหรือมีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้น (X) หมายถึง ยังไม่พบการดำเนินงานที่ชัดเจนหรือยังเป็นข้อจำกัดที่ต้องได้รับการพัฒนา

อภิปรายผลการวิจัย

ตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่าความสำเร็จของการยกระดับชุมชนสู่จุดหมายปลายทางไม่มีความเชื่อมโยงอย่างมีนัยสำคัญกับการประยุกต์ใช้โมเดลเศรษฐกิจ BCG ใน 3 ด้านหลัก ด้านผลิตภัณฑ์ใหม่ ความสำเร็จอยู่ที่การแปรรูปสินทรัพย์ด้วยหลักเศรษฐกิจชีวภาพ (Bio-Economy) และเศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) ให้กลายเป็น "ผลิตภัณฑ์เรือธง" ที่ชัดเจน เช่น ชุมชนบ้านไร่กองขิงที่ยกระดับภูมิปัญญาการนวดตอกเส้น หรือชุมชนคังบางกะเจ้าที่ชูจุดเด่นด้าน CSR เชิงอนุรักษ์ ด้านการจัดการไม่ใช้ พบว่ากลไกการบริหารที่เป็นระบบและการมีหน่วยงานที่เล็งช่วยให้นำหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) มาปรับใช้จนเกิดมาตรฐานบริการที่น่าเชื่อถือ ดังกรณีของชุมชนตะเคียนเตี้ย ด้านการส่งเสริมการตลาดไม่ใช้ คือการใช้ "คุณค่า BCG" เป็นจุดขายสำคัญ (Unique Selling Proposition) เพื่อสื่อสารไปยังตลาดเป้าหมายผ่านการรับรองมาตรฐานระดับสากล

ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT) ของ Prakoso et al., (2020) ที่ระบุว่านวัตกรรมทางสังคมและการยกระดับมาตรฐานเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการอยู่รอดของชุมชนในตลาดสมัยใหม่ แต่สิ่งที่การศึกษานี้ค้นพบเพิ่มเติมคือ บริบทของการจัดการไม่ใช้ (MICE Management) ต้องการมากกว่าความเป็นของแท้ (Authenticity) แบบดั้งเดิม กล่าวคือ ต้องมีการผสมผสาน "ความเป็นมืออาชีพ" (Professionalism) เข้าไปในกระบวนการจัดการอย่างแนบเนียน ซึ่งยืนยันว่าการนำโมเดล BCG มาใช้ไม่ได้เป็นเพียงกระแส แต่เป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ที่ช่วยเชื่อมโยงอัตลักษณ์ท้องถิ่นเข้ากับมาตรฐานสากลได้อย่างเป็นรูปธรรม ผลการวิจัยนี้จึงทำหน้าที่เป็นเสมือน "พิมพ์เขียว" (Blueprint) ในการปฏิบัติจริง โดยชี้ให้เห็นแนวทางการแปรรูปต้นทุนชุมชนให้เป็นผลิตภัณฑ์มูลค่าสูงตามหลัก BCG ควบคู่กับการสร้างระบบบริหารจัดการมาตรฐาน ซึ่งช่วยให้ชุมชนสามารถยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันและก้าวสู่เวทีไม่ใช้ระดับสากลได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน

อย่างไรก็ตาม ท่ามกลางความสำเร็จดังกล่าวพบว่าทุกชุมชนยังเผชิญกับความท้าทายร่วม (Common Challenges) ที่สำคัญ คือ ปัญหาช่องว่างระหว่างวัย (Intergenerational Gap) ซึ่งส่งผลกระทบต่อ การสืบทอดภูมิปัญญาอันเป็นฐานของเศรษฐกิจชีวภาพ และขีดความสามารถในการจัดการขยะ (Waste Management Capacity) ที่ยังเป็นข้อจำกัดในการบรรลุเป้าหมายเศรษฐกิจหมุนเวียนอย่างสมบูรณ์เมื่อต้องรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ การพัฒนาในระยะต่อไปจึงต้องมุ่งเน้นการสร้างกลไกการมีส่วนร่วมของคนรุ่นใหม่และการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานด้านสิ่งแวดล้อมควบคู่กันไป

ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์เพื่อการยกระดับชุมชนสู่จุดหมายปลายทางไม่ใช้

เพื่อให้ชุมชนท่องเที่ยวสามารถเปลี่ยนผ่านสู่การเป็นจุดหมายปลายทางไม่ใช้ได้อย่างมีศักยภาพและยั่งยืนตามแนวทางเศรษฐกิจ BCG การพัฒนาจำเป็นต้องดำเนินไปอย่างบูรณาการและมีทิศทางที่ชัดเจน การศึกษานี้จึงขอเสนอแนวทางการขับเคลื่อนเชิงกลยุทธ์โดยยึดโยงกับปัจจัยแห่งความสำเร็จ 3 ด้าน และข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ไม่ใช้ (MICE Product) การพัฒนาประสบการณ์ที่ขับเคลื่อนด้วยโมเดล BCG

ชุมชนควรก้าวข้ามจากการนำเสนอกิจกรรมท่องเที่ยวทั่วไป ไปสู่การออกแบบ "ประสบการณ์ไม่ใช้" ที่ตอบโจทย์องค์กรและสร้างผลกระทบเชิงบวกอย่างเป็นรูปธรรม โดยบูรณาการหลักการ BCG เข้าไปในตัวผลิตภัณฑ์ กล่าวคือ ใช้ "เศรษฐกิจชีวภาพ" เป็นฐานในการสร้างมูลค่าเพิ่มจากภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น การพัฒนาของที่ระลึกหรือเมนูอาหารจากวัตถุดิบอินทรีย์ใช้ "เศรษฐกิจหมุนเวียน" ในการออกแบบกิจกรรมที่ลดของเสียหรือนำวัสดุเหลือใช้มาสร้างสรรค์ใหม่ และใช้ "เศรษฐกิจสีเขียว" เป็นเป้าหมายในการพัฒนาโปรแกรมความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ที่มีตัวชี้วัดด้านการอนุรักษ์ที่ชัดเจน การทำเช่นนี้จะช่วยสร้างความแตกต่างและตอบสนองโดยตรงต่อองค์กรที่ต้องการจัดกิจกรรมที่สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs)

2. ด้านการจัดการไม่ใช้ (MICE Management) การยกระดับสมรรถนะบุคลากรสู่ความรอบรู้ด้านความยั่งยืน

เนื่องจากอุตสาหกรรมไม่ใช้ต้องการความเป็นมืออาชีพและความน่าเชื่อถือสูง กลไกการบริหารจัดการจึงเป็นหัวใจสำคัญ บุคลากรในชุมชนไม่เพียงต้องมีทักษะการบริการที่เป็นเลิศตามมาตรฐานสากล แต่จำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจในหลักการของ BCG เพื่อให้สามารถบริหารจัดการกิจกรรมอย่างยั่งยืนและเป็น "ผู้นำเสนอประสบการณ์" ได้อย่างแท้จริง การพัฒนาจึงควรครอบคลุมถึงทักษะการจัดการขยะและอาหารส่วนเกิน (Food Waste) ความรู้พื้นฐาน

เกี่ยวกับระบบนิเวศในท้องถิ่น และการสื่อสารทางธุรกิจ เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าองค์กรว่าชุมชนสามารถให้บริการที่มีคุณภาพควบคู่ไปกับการรักษาสิ่งแวดล้อมได้

3. ด้านการส่งเสริมการตลาดไมซ์ (MICE Marketing Promotion) การสร้างจุดยืนและเครือข่ายพันธมิตรในระบบนิเวศ BCG

ในตลาดไมซ์ที่มีการแข่งขันสูง ชุมชนจำเป็นต้องใช้ "ความเป็นจุดหมายปลายทางที่ยั่งยืน" เป็นจุดขายสำคัญ (Unique Selling Proposition) โดยสื่อสารคุณค่าด้าน BCG ผ่านเครื่องมือทางการตลาดที่เข้าถึงผู้จัดงานไมซ์ (MICE Planners) ได้โดยตรง อย่างไรก็ตามชุมชนไม่สามารถเติบโตได้โดยลำพัง จึงจำเป็นต้องสร้างเครือข่ายความร่วมมือเพื่อเข้าสู่ห่วงโซ่อุปทานที่ยั่งยืน (Sustainable Supply Chain) โดยการจับคู่ทางธุรกิจกับโรงแรมที่มีนโยบายสิ่งแวดล้อม (Green Hotel) และบริษัทนำเที่ยว (DMCs) ที่เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ เพื่อให้เกิดการส่งต่อลูกค้าและขยายโอกาสทางธุรกิจร่วมกัน

4. ข้อเสนอแนะสำหรับผู้กำหนดนโยบายและภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

เพื่อให้ปัจจัยพื้นฐานและสินทรัพย์เริ่มต้น (Input) ของชุมชนได้รับการพัฒนาอย่างเต็มศักยภาพ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีบทบาทสนับสนุนที่ชัดเจน ดังนี้

หน่วยงานภาครัฐ (เช่น TCEB, อปท.) ควรทำหน้าที่เป็น "ผู้สนับสนุนและปลดล็อก" (Enabler & Unlocker) โดยการจัดสรรงบประมาณสำหรับการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่อการจัดงานไมซ์ในชุมชน และพิจารณามาตรการทางภาษีเพื่อจูงใจให้องค์กรเอกชนมาจัดงานในชุมชนที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานความยั่งยืน

ภาคเอกชน (เช่น สมาคมโรงแรม สมาคมธุรกิจท่องเที่ยว) ควรทำหน้าที่เป็น "พี่เลี้ยงและผู้เชื่อมโยงตลาด" (Mentor & Connector) โดยการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการตลาดและการบริหารจัดการแบบมืออาชีพ รวมถึงการนำชุมชนเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของแพ็คเกจการขายเพื่อนำเสนอต่อนักท่องเที่ยวต่างชาติ

นักวิจัยและสถาบันการศึกษา ควรทำหน้าที่เป็น "ผู้พัฒนานวัตกรรมและประเมินผล" (Innovator & Evaluator) โดยการศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ไมซ์ใหม่ ๆ จากฐานทรัพยากรชุมชน และการสร้างเครื่องมือวัดผลกระทบทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (Impact Assessment) เพื่อให้ชุมชนมีข้อมูลเชิงประจักษ์ในการยืนยันความสำเร็จและขอรับการสนับสนุนต่อไป

References

- กรมการพัฒนาชุมชน. (2565). *ผลิตภัณฑ์ OTOP: กลุ่มทอผ้าบ้านพุมเรียง*. เข้าถึงเมื่อ (21 เมษายน 2566). <https://otop.cdd.go.th/products>
- กรมทรัพยากรธรณี. (2564). *แผนปฏิบัติราชการกรมทรัพยากรธรณี พ.ศ. 2565*. เข้าถึงเมื่อ (10 เมษายน 2567). <https://www.dmr.go.th/wp-content/uploads/2022/11/แผนปฏิบัติราชการ-ทอ-2565.pdf>
- กรมทรัพยากรธรณี. (2565). *กรมทรัพยากรธรณี ผลักดันอุทยานธรณีขอนแก่นสู่อุทยานธรณีโลกของยูเนสโก (UNESCO Global Geoparks)*. เข้าถึงเมื่อ (10 เมษายน 2567). <https://www.dmr.go.th/กรมทรัพยากรธรณี-ผลักดันอุทยานธรณีขอนแก่นสู่อุทยานธรณีโลกของยูเนสโก-unesco-global-geoparks/>
- กรมทรัพยากรธรณี. (2566). *กิจกรรมสำหรับผู้เข้าชม: พิพิธภัณฑ์ไดโนเสาร์ภูเวียง*. เข้าถึงเมื่อ (10 เมษายน 2567). <https://www.dmr.go.th/pwdm/>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2565). *เดินเล่นย้อนอดีต...ชุมชนจีนโบราณบ้านซางแก้ว*. เข้าถึงเมื่อ (10 เมษายน 2567). <https://thai.tourismthailand.org/Attraction/เดินเล่นย้อนอดีต-ชุมชนจีนโบราณบ้านซางแก้ว>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2566). *Unseen new chapters 2566: คลองร้อยสาย*. เข้าถึงเมื่อ (16 เมษายน 2566). <https://thai.tourismthailand.org/Articles/unseen-new-chapters-2>
- ชลธิชา อินทรใจ. (2565). *'ตลาดน้อย' กำลังไปทางไหน? ในวันที่ชุมชนดั้งเดิมเริ่มรู้สึกว้า พวกเขาแปลกแยกกับพื้นที่*. เข้าถึงเมื่อ (10 เมษายน 2567). The Cloud. <https://www.readthecloud.co/urban/talat-noi-2022/>

- ชวลีย์ ณ ถลาง, ผกามาศ ชัยรัตน์ และเกริกกิต ชัยรัตน์. (2563). การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนตลาดจันทน์บ้านซากแก้ว อำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 13(1), 29-46.
<https://so05.tci-thaijo.org/index.php/ssrgraduate/article/view/244098>
- ณัฐกานต์ ร่วมยอด. (2553). รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ โครงการวิจัยการวางแผนพัฒนาชุมชนกรณีศึกษาชุมชนบางไผ่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยรังสิต. <https://rsuir-library.rsu.ac.th/handle/123456789/1113>
- ทัตพล วงศ์สามัคคี และพรสธร วิเชียรประดิษฐ์. (2564). ผลกระทบจากการทับซ้อนของกิจกรรมในพื้นที่สาธารณะระดับชุมชน: กรณีศึกษาชุมชนย่านตลาดน้อย กรุงเทพมหานคร. *วารสารสาระศาสตร์*, 4(2), 384-396.
<https://so05.tci-thaijo.org/index.php/sarasatr/article/view/251344>
- เทศบาลตำบลห้วยใหญ่. (ม.ป.ป.). *ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว: ตลาดจันทน์โบราณซากแก้ว*. เข้าถึงเมื่อ (10 เมษายน 2567).
<https://www.huayyai.go.th/general1.php>
- พิพิธภัณฑ์พื้นถิ่นล้านนา. (2562). *กลุ่มชาติพันธุ์ในเชียงใหม่: ไทลื้อ*. ศูนย์ส่งเสริมศิลปะและวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. เข้าถึงเมื่อ (10 เมษายน 2567). <https://www.museumthailand.com/th/museum/LannaFolllife>
- มหาวิทยาลัยมหิดล, งานศิษย์เก่าสัมพันธ์. (2566). *Soft Skills และ Hard Skills คืออะไร เรื่องใกล้ตัวที่ไม่ควรมองข้าม*. เข้าถึงเมื่อ (10 เมษายน 2567). <https://alumni.mahidol.ac.th/soft-skill/>
- มูลนิธิชัยพัฒนา. (2562). *โครงการ OUR Khung BangKachao*. เข้าถึงเมื่อ (16 เมษายน 2567). <https://www.ourkhungbangkachao.com/th/about/index>
- รางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย. (2564). *รายชื่อผู้ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 13 ประจำปี 2564 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย*. เข้าถึงเมื่อ (16 เมษายน 2567). <https://tourismawards.tourismthailand.org/awards-winner>
- ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน). (2564). *ฐานข้อมูลชุมชนบ้านไร่ทองชิง*. เข้าถึงเมื่อ (16 เมษายน 2567). <https://communityarchive.sac.or.th/community/BaanRaiKhongKhing>
- ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ (องค์การมหาชน). (2563). *เครือข่ายพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นล้านนา*. เข้าถึงเมื่อ (16 เมษายน 2567). <https://museum-north.sac.or.th/museum-network.php>
- ศูนย์สารสนเทศหม่อนไหมและประชาสัมพันธ์ กรมหม่อนไหม. (ม.ป.ป.). *ผ้าไหมพรมเรียง*. เข้าถึงเมื่อ (16 เมษายน 2567). https://qsds.go.th/silkcotton/k_10.php
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.). (2560). *คลองร้อยสาย...สายน้ำแห่งชีวิต พลิกฟื้นชุมชนเข้มแข็ง*. เข้าถึงเมื่อ (16 เมษายน 2567). <https://www.thaihealth.or.th/Content/37257-คลองร้อยสาย...สายน้ำแห่งชีวิต%20พลิกฟื้นชุมชนเข้มแข็ง.html>
- สำนักงานคณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ (สช.). (2561). *บ้านไร่ทองชิง: ชุมชนสุขภาวะต้นแบบ*. เข้าถึงเมื่อ (10 เมษายน 2566). <https://www.nationalhealth.or.th/node/2653>
- สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดขอนแก่น. (2565). *ข้อมูลกลุ่มผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP: วิสาหกิจชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวบ้านศิลา*. กรมการพัฒนาชุมชน. เข้าถึงเมื่อ (16 เมษายน 2567). <https://khonkaen.cdd.go.th/th/content/category/index/id/74>
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน). (2561). *Khon Kaen MICE city: Powering up for the future*. เข้าถึงเมื่อ (16 เมษายน 2567). <https://elibrary.tceb.or.th/BookList/TCEB-Presentation/ASEAN-MICE-Conference-2018/Khon-Kaen-MICE-city-Powering-Up-for-the-Future.aspx>
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน). (2564). *MICE E-guide: Surat Thani*. เข้าถึงเมื่อ (16 เมษายน 2567). <https://www.busesseventsthailand.com/en/support-solution/regional-office/southernregionoffice/detail/mice-city/surat-thani>

- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน). (2565). *คู่มือมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย (Thailand MICE Venue Standard)*. เข้าถึงเมื่อ (21 เมษายน 2569). <https://www.masci.or.th/wp-content/uploads/2017/05/2-มาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทยMeetingroom-thai.pdf>
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน). (2566ก). *TCEB เดินหน้ากลยุทธ์ MICE city ดัน 10 เมืองสู่จุดหมายปลายทางไมซ์ระดับโลก*. เข้าถึงเมื่อ (16 เมษายน 2567). <https://miceoss.tceb.or.th/mice-cities/>
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน). (2566ข). *แผนปฏิบัติการประจำปี 2566*. เข้าถึงเมื่อ (16 เมษายน 2567). <https://www.businesseventsthailand.com/th/about-us/strategic-plan>
- สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ. (2564). *กรอบนโยบายและยุทธศาสตร์การอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม พ.ศ. 2563-2570 (ฉบับปรับปรุง)*. เข้าถึงเมื่อ (16 เมษายน 2567). <https://www.nxpo.or.th/th/report/8390/>
- สวิตต์ เดชศิระ, จุริรัตน์ คิตศิริตัน และชนิษฐา ไชเป้ง. (2567). การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชนบนฐานราก วิถีชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา ชุมชนไทลื้อ บ้านแม่สาบ อำเภอสะเมิง จังหวัดเชียงใหม่. *วารสาร มจร อุบลปริทรรศน์*, 9(1), 1677–1688. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/mcjou/article/view/273464>
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.). (2562). *อพท. 4 ชู “บ้านไร่กองขิง” ต้นแบบชุมชนท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ*. เข้าถึงเมื่อ (16 เมษายน 2567). <https://www.dasta.or.th/th/news/item/dasta-area-4-raises-ban-rai-kong-khing-as-a-model-for-health-tourism-community>
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.). (2563). *อพท. ยกกระดาน “ตะเคียนเตี้ย” ต้นแบบเที่ยวชุมชนวิถีใหม่ในพื้นที่ EEC*. เข้าถึงเมื่อ (16 เมษายน 2567). <https://www.dasta.or.th/th/news/item/1188-takhian-tia-eec-2>
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.). (2564). *อพท.-สทส. ร่วมยกระดับบางกะเจ้าสู่แหล่งท่องเที่ยวคุณภาพสูง*. เข้าถึงเมื่อ (16 เมษายน 2567). <https://www.dasta.or.th/th/article/985>
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.). (2565). *วิถีมะพร้าว ลิงชุมชนชีวิตและสร้างสีสันให้ชุมชนตะเคียนเตี้ย จ.ชลบุรี*. เข้าถึงเมื่อ (16 เมษายน 2567). <https://www.dasta.or.th/th/article/292>
- องค์การบริหารส่วนจังหวัดขอนแก่น. (2564). *รายงานการติดตามและประเมินผลโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “อุทยานธรณีขอนแก่น” (Khon Kaen Geo Park)*. เข้าถึงเมื่อ (16 เมษายน 2567). <https://kkpao.go.th/kkpao/uploads/journal/61249c383d053.pdf>
- องค์การบริหารส่วนจังหวัดขอนแก่น. (ม.ป.ป.). *แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาขององค์การบริหารส่วนจังหวัดขอนแก่น พ.ศ. 2556 - 2560*. เข้าถึงเมื่อ (16 เมษายน 2567). <https://kkpao.go.th/kkpao/index.php?r=staticContent/show&id=4>
- องค์การบริหารส่วนตำบลลวงเหนือ. (ม.ป.ป.). *แหล่งท่องเที่ยวในตำบลลวงเหนือ*. เข้าถึงเมื่อ (16 เมษายน 2567). <http://www.loungnae.go.th/travels.php?cateid=1>
- Bangkok Design Week. (2023). *BKKDW2023 program*. Access (21 April 2024). <https://www.bangkokdesignweek.com/bkkdw2023/program>
- Braun, V. and Clarke, V. (2006). Using Thematic Analysis in Psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp0630a>
- Carrigan, A. and Dubois, L. (2023). *The Conscious Travel Report: How Travelers are Turning Their Good Intentions Into Action*. Skift & Dentsu. Access (21 April 2024). <https://skift.com/research/conscious-travel-report-2023/>
- Creative Economy Agency. (2021). *Charoenkrung - Talat Noi*. Access (21 April 2024). <https://www.cea.or.th/th/creative-district/charoenkrung-talat-noi>

- PATA. (2022). *PATA Gold Awards 2022 winners*. Pacific Asia Travel Association. Access (21 April 2024).
<https://www.pata.org/pata-gold-awards-2022-winners>
- Prakoso, A.A., Pradipto, E., Roychansyah, M.S. and Nugraha, B.S. (2020). Community-based Tourism: Concepts, Opportunities and Challenges. *Journal of Sustainable Tourism and Entrepreneurship*, 2(2), 95-107. <https://doi.org/10.35912/joste.v2i2.563>
- Readthecloud. (2562). ชุมชนจีนซากแก้ว: ชุมชนที่คนหนุ่มสาวกลับมาฟื้นฟูบ้านเกิดให้เป็นตลาดที่นักท่องเที่ยวหลงรัก. The Cloud. เข้าถึงเมื่อ (21 เมษายน 2567). <https://readthecloud.co/chak-ngaew/>
- SCG. (2568). *ฟื้นน้ำ สร้างป่า ต่อยอดความยั่งยืนสิ่งแวดล้อมและชุมชน ตลอดเวลา 20 ปี เอสซีจีเดินหน้าพัฒนาโครงการ “รักษามรดกทางน้ำ” เพื่อส่งเสริมการบริหารจัดการน้ำอย่างยั่งยืน ถวายทอดองค์ความรู้ให้ชุมชน*. เข้าถึงเมื่อ (16 เมษายน 2567). <https://www.scg.com/sustainability/flagship-project/waste-free-community>