



Doctor of Philosophy in Social Sciences Association
Ramkhamhaeng University

แนวทางการพัฒนาพันธมิตรทางธุรกิจด้านไมซ์ (MICE) ของผู้ประกอบการโรงแรมในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

Guidelines to develop business alliances in the MICE
Sector for hotel enterprises in Pattaya City, Chonburi Province

พิทักษ์ชัย ทศธร¹ ดร. เทิดชาย ช่วยบำรุง²

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาพันธมิตรทางธุรกิจ ด้านไมซ์ (MICE) ของผู้ประกอบการโรงแรมในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ความรู้เกี่ยวกับพันธมิตรทางธุรกิจด้านไมซ์ (MICE) ของผู้ประกอบการโรงแรมในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี เพื่อประเมินความต้องการเกี่ยวกับพันธมิตรทางธุรกิจด้านไมซ์ (MICE) ของผู้ประกอบการโรงแรมในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี และเพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาพันธมิตรทางธุรกิจด้านไมซ์ (MICE) ของผู้ประกอบการโรงแรมในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็น ได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 286 คน ซึ่งเป็นผู้บริหารทุกระดับในโรงแรม ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล แล้วนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็น 2 ประเภทคือ 1) สถิติพรรณนา เพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าร้อยละ (Percentage) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) 2) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ Chi-square t-test และ F-test

ผลการศึกษา พบว่า ระดับความรู้เกี่ยวกับพันธมิตรทางธุรกิจ ด้านไมซ์ (MICE) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้ในระดับมาก ร้อยละ 74.5 ความรู้ระดับปานกลาง ร้อยละ 22.4 และระดับน้อยร้อยละ 3.1 ตามลำดับ ความต้องการเกี่ยวกับพันธมิตรทางธุรกิจ ด้านไมซ์ (MICE) มีความต้องการอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน โดยด้านบุคลากรและด้านวัตถุดิบ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}=4.62$) และด้านการเงิน มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X}=4.49$) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ตำแหน่ง และประสบการณ์ของกลุ่มตัวอย่างไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับพันธมิตรทางธุรกิจด้านไมซ์ (MICE) ปัจจัยการประกอบธุรกิจที่มีผลต่อความต้องการเกี่ยวกับพันธมิตรทางธุรกิจด้านไมซ์ (MICE) ได้แก่ รูปแบบการดำเนินธุรกิจ ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ จำนวนห้องพัก ราคาห้องพักต่อคืน จำนวนห้องประชุม ขนาดความจุห้องประชุม และระดับมาตรฐานโรงแรม

คำสำคัญ ผู้ประกอบการโรงแรม ธุรกิจโรงแรม พันธมิตรทางธุรกิจ ไมซ์

Abstract

The research aims to develop the guidelines for securing business alliances in the MICE Sector for hotel enterprises in Pattaya City, Chonburi Province. The objectives in this study can be divided into three topics; 1) To examine the knowledge in securing business alliance in the MICE Sector for hotel enterprises in Pattaya Area; 2) To identify the demand for business alliance within the MICE Sector for hotel enterprises in Pattaya Area; and 3) To develop guidelines in securing business alliances within the MICE Sector of hotel enterprises in Pattaya City, Chonburi Province.

The mixed method is employed in this study. The sample used in this study consists of 286 management personnel from hotels and resorts in the Pattaya Area. The purposive sampling method is adopted. All data is analyzed by a computer program, resulting in three types of statistics; 1) Descriptive Statistics for sample data, in Frequency, Mean, Percentage and Standard Deviation; 2) Inferential Statistics for assumptions test; and 3) Chi-square t-test and F-test.

The research found that 74.5% of the test subjects have high knowledge level of MICE, 22.4% have medium knowledge level and 3.1% have low knowledge level. The study also reveals that the highest demands are Material followed by Man Mean ($\bar{X}=4.62$) while Money Mean ($\bar{X}=4.49$) is the lowest rate. According to the study, demographics such as Gender, Age, Education, and Position and Experience knowledge does not significantly affect the level of MICE knowledge. On the other hand, factors that significantly affect the results are business factors such as Type of Business, Term of Business, No. of Rooms, Room Rates, No. of Meeting Rooms, Size of Meeting Room and Level of Hotel Rating for hotel enterprises in Pattaya Area.

Keywords: Hotel Enterprises, Hotel Business, Business Alliance, MICE

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การทำธุรกิจในปัจจุบันมีความยากลำบาก เนื่องด้วยกระแสโลกาภิวัตน์ ได้มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และความเชื่อมโยงกันของระบบเศรษฐกิจและสังคม ทำให้การเปลี่ยนแปลงในประเทศหนึ่งส่งผลกระทบต่อประเทศอื่นๆ ที่สำคัญ ประเทศไทยได้เข้าร่วมกลุ่มเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 หรือ AEC 2015 (ASEAN Economic Community) เป็นการเปลี่ยนแปลงแบบมหภาคทำให้เกิดการค้าที่เสรีอย่างมาก เป็นโอกาสในการขยายฐานการตลาดของภาคธุรกิจไทย แต่ในขณะเดียวกันก็ได้สร้างแรงกดดันในเรื่องของการแข่งขันทางการค้าเช่นกัน (ธนาคารกสิกรไทย, 2555) แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงต้องมีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวอย่างแน่นอน

สถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวของไทย จากรายงานสถานการณ์อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยปี 2555 และทิศทางในอนาคต เป็นปีที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของโลกมีการบันทึกจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ (International Visitor Arrival) มากที่สุดทั่วโลก คือ มีจำนวนมากถึงหนึ่งพันล้านคน ซึ่งเป็นปีที่ประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติมากที่สุดเช่นกัน คือ 22.3 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 16 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2554 ถึงแม้ว่าประเทศไทยจะรับผลกระทบของเหตุการณ์ต่าง ๆ แต่อัตรานักท่องเที่ยวยังคงมีอัตราเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ทั้งนี้ รูปแบบการเดินทางของนักท่องเที่ยวมีหลากหลายมากขึ้น (กรมการท่องเที่ยว และ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2556)

การจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดประชุมนานาชาติ และงานแสดงสินค้านานาชาติ

(Meeting, Incentive, Convention and Exhibition – MICE) หรือ อุตสาหกรรมไมซ์ เป็นธุรกิจหนึ่งที่สำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยอย่างมาก โดยนักท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ (MICE) จัดเป็นนักท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) ซึ่งรูปแบบการท่องเที่ยวดังกล่าวมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง จากแนวโน้มของความต้องการที่จะเรียนรู้และได้รับประสบการณ์ที่แตกต่างในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งต้องการสัมผัสธรรมชาติที่บริสุทธิ์ กิจกรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเลือกพักแรมในโรงแรมที่มีเอกลักษณ์ซึ่งประเทศไทยมีความพร้อมของทรัพยากรพื้นฐานสำหรับการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554) นับเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวคุณภาพ (Quality Visitor) เข้าสู่ประเทศไทยปีละประมาณ 8 แสนคน คิดเป็นร้อยละ 5-6 ของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศโดยรวมตลอดปี ซึ่งถือว่าเป็นสัดส่วนที่น้อยมาก แต่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกลุ่มไมซ์มีระดับการใช้จ่ายสูงกว่านักท่องเที่ยวทั่วไปถึง 3 เท่า โดยในปี 2547-2551 มีนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์เดินทางเข้าประเทศโดยเฉลี่ย 704,420 คนต่อปีหรือคิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 15.9 มีค่าใช้จ่ายต่อคนประมาณ 74,460 บาท ส่งผลให้มีรายได้เข้าประเทศโดยเฉลี่ยจำนวน 52,680 ล้านบาทต่อปีหรือคิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 15.4 (อรรถพล สรสุชาติ, 2552)

ปัจจุบันเมืองพัทยานับว่าเป็นเมืองที่มีความพร้อมและศักยภาพสูงในการจัดงานประชุมนานาชาติ และงานแสดงสินค้า สามารถเป็นทางเลือกในการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการ

จัดนิทรรศการของประเทศ หากมีการส่งเสริมให้อุตสาหกรรมการจัดประชุม ขยายตัวขึ้นในเมืองพัทยา ในฐานะที่เป็นศูนย์กลางภูมิภาคตะวันออก ในด้านการค้า ธุรกิจ การคมนาคม และการท่องเที่ยว จะก่อให้เกิดการสร้างรายได้ในท้องถิ่น การถ่ายทอดความรู้ เทคโนโลยี และอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ดังนั้นเมืองพัทยา และ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ในการสร้างเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมการ MICE ของเมืองพัทยา แล้วยังก่อให้เกิดประโยชน์ต่อเมืองพัทยาและประเทศไทยอย่างมาก (สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2555)

ด้วยความพร้อมของเมืองพัทยาในทุก ๆ ด้านโดยเฉพาะผู้ประกอบการของธุรกิจไมซ์(MICE Supplier) ผู้ที่มีบทบาทในการเสนอขายและบริการสำหรับธุรกิจไมซ์ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2554) โดยเฉพาะธุรกิจโรงแรมที่มีการให้บริการด้านธุรกิจไมซ์แบบครบวงจรในภาวะที่มีการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ แม้แต่ในเมืองพัทยาเองก็ตาม ไม่ว่าจะเป็นการบริหารจัดการ หรือ การตลาด จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องสร้างพันธมิตรทางธุรกิจด้านไมซ์ (MICE) ขึ้น การศึกษาหาแนวทางการพัฒนาพันธมิตรธุรกิจด้านไมซ์ (MICE) ของผู้ประกอบการโรงแรมในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี พัทยาจะสามารถแข่งขันในอุตสาหกรรมไมซ์กับประเทศต่าง ๆ ได้นั้นจึงมีความจำเป็นที่จะต้องเสริมสร้างความแข็งแกร่ง ด้วยการพัฒนาการจัดการองค์ความรู้และเนื้อหาสาระกลยุทธ์ทางการตลาด รวมทั้งการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจด้านไมซ์ ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญ การมีพันธมิตรทางธุรกิจนั้นจะช่วยลดต้นทุน และสามารถปรับปรุงบริการให้ดีขึ้นดังนั้นจึงเห็นความ

สำคัญที่จะต้องการศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาพันธมิตรทางธุรกิจด้านไมซ์(MICE) ของผู้ประกอบการโรงแรมในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงระดับความรู้เกี่ยวกับพันธมิตรทางธุรกิจด้านไมซ์ (MICE) ของผู้ประกอบการโรงแรมในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

2. เพื่อประเมินความต้องการเกี่ยวกับพันธมิตรทางธุรกิจด้านไมซ์(MICE) ของผู้ประกอบการโรงแรมในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

3. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาพันธมิตรทางธุรกิจด้านไมซ์ (MICE) ของผู้ประกอบการโรงแรมในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ตำแหน่ง และประสบการณ์ของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับพันธมิตรทางธุรกิจด้านไมซ์ (MICE)

สมมติฐานที่ 2 กลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยการประกอบธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบการดำเนินธุรกิจ ประเภทการบริหารโรงแรม ระยะเวลาดำเนินการ จำนวนการจ้างงาน การเป็นสมาชิกกลุ่มธุรกิจ จำนวนห้องพัก กลุ่มราคาห้องพักต่อคืน จำนวนห้องประชุม ขนาดความจุห้องประชุม และระดับมาตรฐานโรงแรมแตกต่างกันมีความต้องการเกี่ยวกับพันธมิตรทางธุรกิจด้านไมซ์ (MICE) แตกต่างกัน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1) ทำให้ทราบถึงระดับความรู้เกี่ยวกับพันธมิตรทางธุรกิจด้านไมซ์ (MICE) ของผู้ประกอบการโรงแรม ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

2) ทำให้ทราบถึงความต้องการเกี่ยวกับพันธมิตรทางธุรกิจด้านไมซ์ (MICE) ของผู้ประกอบการ

การโรงแรมในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

3) ทำให้มีแนวทางในการพัฒนาพันธมิตรทางธุรกิจด้านไมซ์ (MICE) ของผู้ประกอบการโรงแรม ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ในรูปแบบที่เหมาะสม มีประสิทธิภาพ และสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตเนื้อหา

ศึกษาระดับความรู้เกี่ยวกับพันธมิตรทางธุรกิจด้านไมซ์ (MICE) ของผู้ประกอบการโรงแรม ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ 1) ความหมายของพันธมิตรทางธุรกิจ 2) รูปแบบของพันธมิตรทางธุรกิจ 3) การจัดตั้งของพันธมิตรทางธุรกิจ 4) การคัดเลือกสมาชิกในพันธมิตรทางธุรกิจ และ 5) การบริหารพันธมิตรทางธุรกิจ และศึกษาความต้องการเกี่ยวกับพันธมิตรทางธุรกิจด้านไมซ์

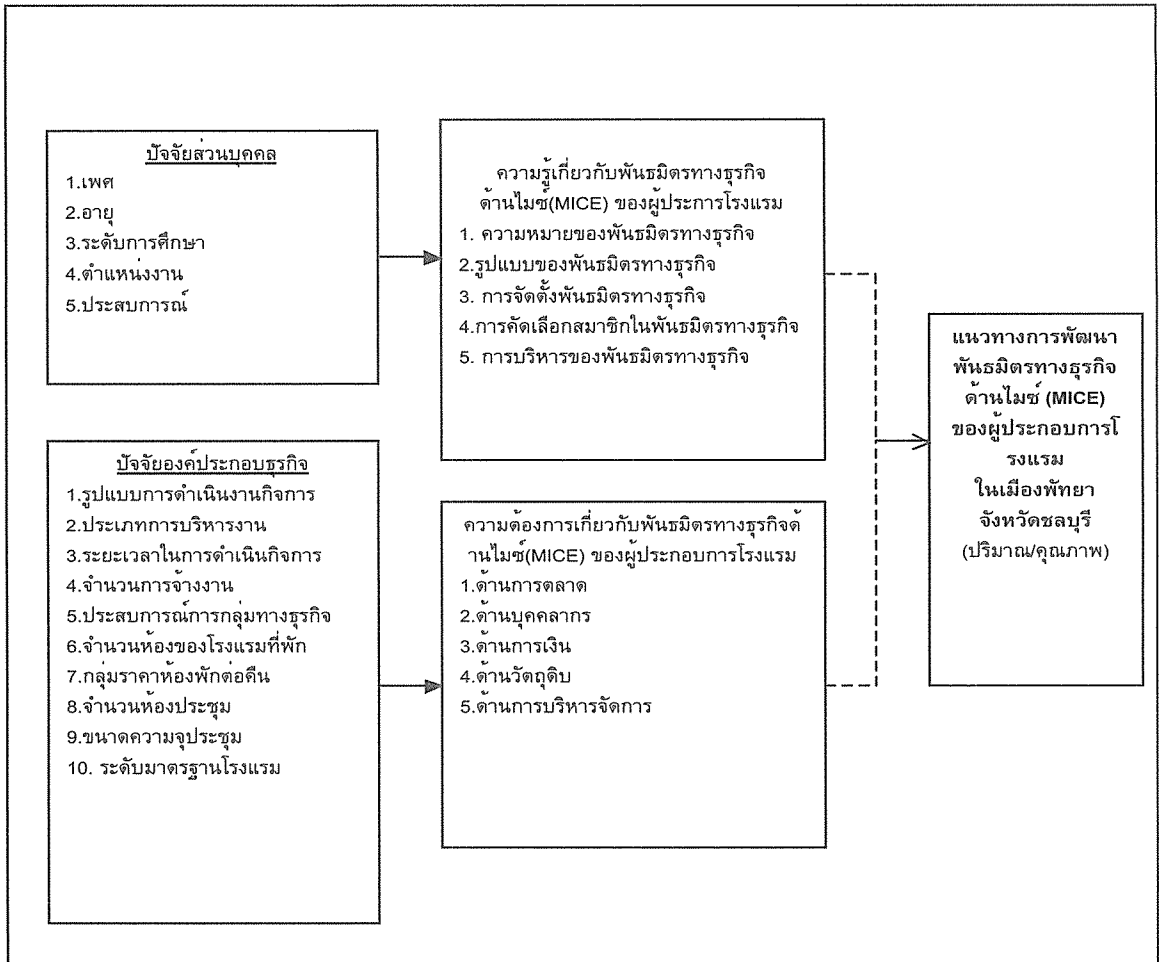
(MICE) ของผู้ประกอบการโรงแรม ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ประกอบด้วย 5 ด้านได้แก่ 1) ด้านการตลาด 2) ด้านบุคลากร 3) ด้านการเงิน 4) ด้านวัตถุดิบ และ 5) ด้านการบริหารจัดการ
ขอบเขตพื้นที่

พื้นที่ในการศึกษา ได้แก่ โรงแรมในเขตพัทยานาเกลือ โรงแรมในเขตพัทยาเหนือ โรงแรม ในเขตพัทยากลาง โรงแรมในเขตพัทยาใต้ และ โรงแรมในเขตชายหาดจอมเทียน

ขอบเขตประชากร

ขอบเขตประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ ผู้บริหารโรงแรมในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ที่ได้จดทะเบียนเป็นผู้ให้บริการการจัดประชุม สัมมนาไว้กับสำนักทะเบียนธุรกิจโรงแรม จังหวัดชลบุรี จำนวน 286 คน

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 : กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาโดยอาศัยระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการประเมินความต้องการของผู้ประกอบการโรงแรมในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยแบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 3 ตอน

- 1) ตอนที่ 1 คือ ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลทั่วไปของกิจการ
- 2) ตอนที่ 2 คือ ความรู้เกี่ยวกับพันธมิตร

ทางธุรกิจด้านไมซ์ (MICE)

3) ตอนที่ 3 คือ ความต้องการเกี่ยวกับพันธมิตรทางธุรกิจด้านไมซ์ (MICE) ของผู้ประกอบการโรงแรม ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามหาค่าความเที่ยงตรง ได้ค่า IOC ด้านความรู้เกี่ยวกับพันธมิตรทางธุรกิจด้านไมซ์ (MICE) อยู่ที่ 0.75 และ ด้านความต้องการเกี่ยวกับพันธมิตรทางธุรกิจด้านไมซ์ (MICE) อยู่ที่ 0.87 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.50 จึงถือว่าแบบสอบถามมีความเหมาะสม

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 286 ชุด จากกลุ่มตัวอย่างระดับผู้บริหารโรงแรม ในเขตพัทยา จังหวัดชลบุรี หลังจากนั้นได้นำแบบสอบถามที่ได้ไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: SD) และสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ Chi-square, t-test และ F-test

ผลการศึกษา

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างกว่าครึ่งเป็นเพศหญิง ร้อยละ 52.1 และเพศชายร้อยละ 47.9 กว่าครึ่งมีอายุระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 58.4 รองลงมา ได้แก่ อายุระหว่าง 41-50 ปี และอายุ 21-30 ปี ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีร้อยละ 83.6 กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนใกล้เคียงกันในแต่ละตำแหน่งต่าง ๆ โดยหัวหน้าฝ่ายขายและการตลาด และหัวหน้าฝ่ายบุคลากร มีจำนวนเท่ากัน คือ ร้อยละ 14.7 กลุ่มตัวอย่างกว่าครึ่ง มีประสบการณ์ในการทำงานระหว่าง 11-20 ปี ร้อยละ 51.4 รองลงมา คือมากกว่า 20 ปี และ 5-10 ปี ตามลำดับ ข้อมูลทั่วไปของกิจการ

กลุ่มตัวอย่างกว่าครึ่ง มีรูปแบบขององค์กรธุรกิจแบบบริษัทจำกัดมากที่สุด ร้อยละ 54.2 รองลงมา คือ เจ้าของคนเดียว และ บริษัทมหาชน ตามลำดับ มีการบริหารงานโรงแรมเป็นแบบการบริหารงานอย่างอิสระมากที่สุด ร้อยละ 55.9 และ โรงแรมเครือข่าย ร้อยละ 44.0 มีระยะเวลาในการดำเนินงานมากกว่า 10 ปี ร้อยละ 56.9 ส่วนใหญ่ มีจำนวนการจ้างงานมากกว่า 200 คนขึ้นไป ร้อยละ 71.3 รองลงมา คือ 51-200 คน ร้อยละ 17.8 กลุ่มลูกค้า

หลัก คือ กลุ่มลูกค้าประชุมและสัมมนา (Meeting) ร้อยละ 35.9 รองลงมา คือ กลุ่มลูกค้าเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นของขวัญรางวัล (Incentive) ร้อยละ 35.3 กลุ่มลูกค้าการประชุมระดับชาติ ระดับนานาชาติ (Convention) ร้อยละ 14.2 กลุ่มลูกค้าแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibition) ร้อยละ 8.9 และกลุ่มอื่นๆ ร้อยละ 5.6 ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีรูปแบบของการเคยรวมกลุ่ม ร้อยละ 83.6 โดยมีรูปแบบการรวมกลุ่มแบบสมาคมโรงแรม ภาคตะวันออก (THA Eastern Chapter) มีจำนวนมากที่สุด ส่วนใหญ่ เป็นสมาชิกในการรวมกลุ่มทางธุรกิจ ร้อยละ 80.7 และ ไม่ได้เป็นสมาชิกในการรวมกลุ่มทางธุรกิจ ร้อยละ 19.2 ส่วนใหญ่มีจำนวนห้องพัก 300-599 ห้อง ร้อยละ 41.9 รองลงมา คือ 150-299 ห้อง และ จำนวน 600 ห้องขึ้นไป ส่วนใหญ่มีจำนวนห้องจัดประชุมสัมมนาต่ำกว่า 5 ห้อง มีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 44.0 รองลงมา คือ 5-10 ห้อง และ จำนวน 11-20 ห้อง ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีความจุของห้องประชุมที่ใหญ่ที่สุด 200-500 คน ร้อยละ 43.7 ราคาห้องพักต่อคืน 3,000-5,000 บาท ร้อยละ 32.8 ราคาจัดประชุมสัมมนาเต็มวันต่อคน 1,000 – 1,500 บาท ร้อยละ 51.4 กลุ่มตัวอย่างเป็นโรงแรมมาตรฐานระดับ 5 ดาว ร้อยละ 36.4 รองลงมา คือ ระดับ 4 ดาว ร้อยละ 35.0 และ ระดับ 3 ดาว ร้อยละ 28.7 ตามลำดับ

ความรู้เกี่ยวกับพันธมิตรทางธุรกิจ ด้านไมซ์ (MICE) ของกลุ่มตัวอย่าง

ระดับความรู้เกี่ยวกับพันธมิตรทางธุรกิจ ด้านไมซ์ (MICE) พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้ในระดับมากมีจำนวนมากที่สุดถึง 213 คน คิดเป็นร้อยละ 74.5 รองลงมาคือ ความรู้ระดับปานกลาง ร้อยละ 22.4 และระดับน้อยร้อยละ 3.1 ตามลำดับ

ความต้องการเกี่ยวกับพันธมิตรทางธุรกิจ ด้านไมซ์ (MICE) ของกลุ่มตัวอย่างผลการวิเคราะห์ความต้องการเกี่ยวกับพันธมิตรทางธุรกิจ ด้านไมซ์ (MICE) พบว่า มีความต้องการอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน ประกอบด้วย ด้านการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการเงิน ด้านวัตถุดิบ และด้านการบริหารจัดการ โดยด้านบุคลากรและด้านวัตถุดิบ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}=4.62$) และด้านการเงิน มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X}=4.49$)

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ตำแหน่ง และประสบการณ์ของกลุ่มตัวอย่างมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับพันธมิตรทางธุรกิจด้านไมซ์ (MICE) ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปฏิเสธทุกสมมติฐาน นั่นคือ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา ตำแหน่ง และประสบการณ์ของกลุ่มตัวอย่างไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับพันธมิตรทางธุรกิจด้านไมซ์ (MICE)

สมมติฐานที่ 2 กลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยการประกอบธุรกิจ ได้แก่ รูปแบบการดำเนินธุรกิจ ประเภทการบริหารโรงแรม ระยะเวลาดำเนินการ จำนวนการจ้างงาน การเป็นสมาชิกกลุ่มธุรกิจ จำนวนห้องพัก กลุ่มราคาห้องพักต่อคืน จำนวนห้องประชุม ขนาดความจุห้องประชุม และระดับมาตรฐานโรงแรม แตกต่างกันมีความต้องการเกี่ยวกับพันธมิตรทางธุรกิจด้านไมซ์ (MICE) แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยการประกอบธุรกิจที่มีผลต่อความต้องการเกี่ยวกับพันธมิตรทางธุรกิจด้านไมซ์ (MICE) ได้แก่ รูปแบบการดำเนินธุรกิจ ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ จำนวนห้องพัก ราคาห้องพักต่อคืน จำนวนห้องประชุม ขนาดความจุห้องประชุม

และระดับมาตรฐานโรงแรม

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาพันธมิตรทางธุรกิจด้านไมซ์ (MICE) ของผู้ประกอบการโรงแรมในเมืองพัทยาจังหวัดชลบุรี อภิปรายผลการศึกษา ได้ดังนี้

ความรู้เกี่ยวกับพันธมิตรทางธุรกิจ ด้านไมซ์ (MICE) ของผู้ประกอบการโรงแรม

จากผลการศึกษา พบว่า ระดับความรู้เกี่ยวกับพันธมิตรทางธุรกิจ ด้านไมซ์ (MICE) ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้ในระดับมาก ร้อยละ 74.5 รองลงมาคือ ความรู้ระดับปานกลาง ร้อยละ 22.4 และระดับน้อย มีเพียงร้อยละ 3.1 เท่านั้น และจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับพันธมิตรทางธุรกิจ ด้านไมซ์ (MICE) หมายความว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับพันธมิตรทางธุรกิจด้านไมซ์ (MICE) ไม่แตกต่างกันและมีความรู้ในด้านนี้ค่อนข้างสูง ซึ่งความรู้เกี่ยวกับพันธมิตรทางธุรกิจด้านไมซ์ (MICE) แต่ละด้านมีความสำคัญอย่างยิ่ง ประกอบด้วย 1) ความเข้าใจในความหมายของพันธมิตรทางธุรกิจด้านไมซ์ (MICE) 2) รูปแบบต่างของพันธมิตรทางธุรกิจด้านไมซ์ (MICE) 3) การจัดตั้งพันธมิตรทางธุรกิจด้านไมซ์ (MICE) อันประกอบด้วย แรงจูงใจ จังหวะเวลา และองค์กรธุรกิจที่เข้ากันได้ 4) การคัดเลือกสมาชิกในพันธมิตรทางธุรกิจด้านไมซ์ (MICE) การเลือกสมาชิกที่ใช่เป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม นำไปสู่ความเข้มแข็งของพันธมิตรทางธุรกิจด้านไมซ์ (Dev & Klein, 1993) และ 5) การบริหารของพันธมิตรทางธุรกิจด้านไมซ์ (MICE) ให้ประสบผลสำเร็จ

ในด้านตำแหน่งงาน พบว่า มีความรู้ไม่แตกต่างกัน

และมีความรู้สูงในทุกด้าน ในการที่พันธมิตรทางธุรกิจจะประสบความสำเร็จจำเป็นต้องมีผู้บริหารระดับอาวุโสคอยให้การสนับสนุน (Whipple & Frankel, 2000, pp. 21-28) การที่จะทำให้พันธมิตรทางธุรกิจสำเร็จนั้น จำเป็นต้องพัฒนาเรื่องบริหารจัดการความรู้เกี่ยวกับพันธมิตรทางธุรกิจ แบบเจาะจง ซึ่งหน้าที่เพื่อการเรียนรู้ เนื้อหา และข้อเสนอแนะ หรือ ก่อนและหลัง ซึ่งเป็นการทำงานอย่างมีระบบ เป็นวงจรการทำงานของพันธมิตรทางธุรกิจ (Dyer, Kale, & Singh, 2001)

ความต้องการเกี่ยวกับพันธมิตรทางธุรกิจ ด้านไมซ์ (MICE) ของผู้ประกอบการโรงแรม

จากผลการศึกษา พบว่า ความต้องการเกี่ยวกับพันธมิตรทางธุรกิจ ด้านไมซ์ (MICE) ในภาพรวม มีระดับความต้องการในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.57$) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า มีระดับความต้องการในระดับมากที่สุดทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ 1) ด้านบุคลากร และด้านวัตถุดิบ เท่ากัน ($\bar{X}=4.62$) 2) ด้านการบริหารจัดการ ($\bar{X}=4.59$) 3) ด้านการตลาด ($\bar{X}=4.55$) และ 4) ด้านการเงิน ($\bar{X}=4.49$) ตามลำดับ และผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยการประกอบธุรกิจที่มีผลต่อความต้องการเกี่ยวกับพันธมิตรทางธุรกิจด้านไมซ์ (MICE) ได้แก่ รูปแบบการดำเนินธุรกิจ ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ จำนวนห้องพัก ราคาห้องพักต่อคืน จำนวนห้องประชุม ขนาดความจุห้องประชุม และระดับมาตรฐานโรงแรม

การพัฒนาความต้องการเกี่ยวกับพันธมิตรทางธุรกิจด้านไมซ์ (MICE) ของผู้ประกอบการโรงแรมควรประกอบด้วย 3 ด้านต่อไปนี้ เนื่องจากมีความต้องการสูง คือ

1) ด้านบุคลากร ฝึกอบรมในการช่วยเหลือและให้บริการได้ รวดเร็วและมีประสิทธิภาพร่วมกัน จัดทำแผนอบรมการใช้ภาษาต่างชาติร่วมกัน ส่งเสริมให้มีการอบรม และดูงานร่วมกัน กำหนดคุณสมบัติเพื่อการสรรหาคน ที่มีประสบการณ์ด้านไมซ์ (MICE) ร่วมกัน สร้างวัฒนธรรมร่วมกันเพื่อการส่งเสริมกิจกรรมให้บุคลากรได้รู้จักการทำงานเป็นทีม (เอกธนา พลเชียงขวาง และ เทิดชาย ชัยบำรุง, 2558)

2) ด้านวัตถุดิบ พัฒนาสถานที่จัดงานประชุม สัมมนา และการแสดงสินค้านิทรรศการร่วมกัน ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า พัฒนาระบบเครื่องเสียง เครื่องมือและอุปกรณ์ในการจัดงานประชุม สัมมนา และการแสดงสินค้า นิทรรศการที่มีประสิทธิภาพ พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานให้เหมาะกับการบริการด้านไมซ์ (MICE) ร่วมกัน พัฒนาระบบอินเทอร์เน็ตร่วมกัน เพื่อเพิ่มความเร็วต่อประสิทธิภาพจัดงานประชุม สัมมนา และการแสดงสินค้านิทรรศการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปวีธ ต้นสกุล ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง การประเมินศักยภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกต่อการศูนย์การประชุมในส่วนการตลาดการประชุมการแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติในประเทศไทยในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล (ปวีธ ต้นสกุล, 2550) มีความสอดคล้องกับการวิจัยครั้งนี้ คือ ด้านวัตถุดิบ วัสดุอุปกรณ์ต่างๆ เพื่อให้เกิดความรวดเร็วในการให้บริการ ในการประเมินศักยภาพสิ่งอำนวยความสะดวกต่อการศูนย์ประชุม เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการทางธุรกิจด้านไมซ์ (MICE)

3) ด้านการบริหารจัดการ พัฒนาการจัดทำมาตรฐานด้านต่างๆ ร่วมกัน เช่น ด้านการ

บริการ ด้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านสิ่งแวดล้อม เป็นต้น กำหนดกลยุทธ์การแข่งขันร่วมกัน เพื่อให้เกิดคุณภาพในการบริการ มีการให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางเป้าหมายในการดำเนินงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย เทวีวรรณ ปทุมพร (2549, หน้า 113-119) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จของอุตสาหกรรมการประชุม การท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัลและการแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ (MICE) ในจังหวัดขอนแก่น มีผลการวิจัยที่สอดคล้องกับการวิจัยครั้งนี้ ในด้านบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการจัดงาน ซึ่งผลการศึกษาวิจัยพบว่า บุคลากร เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการทางธุรกิจด้านไมซ์ (MICE)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

1) แนวทางการพัฒนาพันธมิตรทางธุรกิจด้านไมซ์ (MICE) ด้านการตลาด

การพัฒนาพันธมิตรธุรกิจด้านไมซ์ (MICE) ด้านการตลาดนั้น พันมิตรทางธุรกิจต้องพัฒนาการจัดประชุมสัมมนาและบริการให้มีมาตรฐานเดียวกันและมีการตรวจสอบมาตรฐานอย่างสม่ำเสมอ โดยการสร้างตราสัญลักษณ์ของพันธมิตรที่ทำให้ลูกค้าง่าย และเสริมสร้างภาพลักษณ์ด้านคุณภาพการบริการให้ลูกค้ารับรู้เป็นที่สนใจของตลาด ส่วนในด้านการกำหนดราคามาตรฐานนั้นให้ขึ้นอยู่กับกลุ่มระดับของโรงแรมเป็นหลัก และด้านการสร้างความสัมพันธ์ภาพระหว่างลูกค้ากลุ่มเก่า และแสวงหาลูกค้ารายใหม่เพื่อให้เกิดความไว้วางใจนั้นเป็นเทคนิคเฉพาะของแต่ละโรงแรม ซึ่งสามารถทำได้โดยไม่กระทบกับกลุ่มพันธมิตรทางธุรกิจ

2) แนวทางการพัฒนาพันธมิตรทางธุรกิจ

ด้านไมซ์ (MICE) ด้านบุคลากร

การพัฒนาด้านบุคลากรควรมีการกำหนดคุณสมบัติที่สำคัญในการคัดสรร เพื่อนำไปสู่การเป็นมืออาชีพในการบริการด้านไมซ์ (MICE) โดยการสรรหาคนที่เหมาะสม และมีประสบการณ์ด้านการจัดประชุม การแสดงสินค้า และการจัดงานแสดงต่างๆ เข้าทำงาน มีความสามารถในการช่วยเหลือและให้บริการได้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ สามารถติดต่อสื่อสารใช้ภาษาต่างชาติได้อย่างเหมาะสม โดยเฉพาะกับนักท่องเที่ยวจีน นักท่องเที่ยวรัสเซีย และนักท่องเที่ยวเกาหลี ที่ไม่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ โดยการส่งเสริมให้มีการอบรม และดูงานที่จะก่อให้เกิดประโยชน์ด้านแนวคิดสร้างสรรค์ โดยเฉพาะแผนกจัดเลี้ยง และ Event ถือได้ว่าเป็นการแลกเปลี่ยนความรู้กันในกลุ่มพันธมิตร ส่วนในด้านการส่งเสริมกิจกรรมให้บุคลากรได้รู้จักการทำงานเป็นทีมหรือการพัฒนาทีมงานนั้นขึ้นอยู่กับต้นสังกัดของแต่ละโรงแรมจะเห็นชอบการพัฒนาบุคลากรของตน

3) แนวทางการพัฒนาพันธมิตรทางธุรกิจด้านไมซ์ (MICE) ด้านการเงิน

การพัฒนาด้านการเงินร่วมกันของพันธมิตรธุรกิจด้านไมซ์ (MICE) เป็นอีกแนวทางหนึ่งในการพัฒนาธุรกิจเพื่อการควบคุมค่าใช้จ่ายงบประมาณอย่างเป็นระบบ เพื่อลดต้นทุนในการดำเนินธุรกิจ และเกิดประสิทธิภาพสูงสุด อาจมีการจัดสรรงบประมาณร่วมกันเพื่อการฝึกอบรม และดูงานที่จะก่อให้เกิดประโยชน์ได้ซึ่งทุกปีพืชมามีการจัดแข่งขันฝีมือพนักงาน เพื่อพัฒนาบุคลากร เช่น อาหารและเครื่องดื่ม แม่บ้าน สปา การจัดดอกไม้ งานจัดเลี้ยง เป็นต้น ซึ่งเป็นการจัดสรรงบประมาณเพื่อสร้างภาพลักษณ์ธุรกิจ ส่วนการศึกษาวิเคราะห์

งบประมาณ เพื่อกำหนดทิศทางในการดำเนินงาน
สูงสุดนั้น ขึ้นอยู่กับแนวทางการบริหารงานของ
แต่ละโรงแรม

4) แนวทางการพัฒนาพันธมิตรทางธุรกิจ
ด้านไมซ์ (MICE) ด้านวัตถุดิบ

การพัฒนาด้านวัตถุดิบ ประกอบด้วย
การพัฒนาด้านสถานที่จัดงานประชุม สัมมนา
และการแสดงสินค้า นิทรรศการ ด้านระบบเครื่อง
เสียง เครื่องมือและอุปกรณ์ในการจัดงานประชุม
สัมมนา และการแสดงสินค้าและนิทรรศการที่มี
ประสิทธิภาพสูงสุด ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกขั้น
พื้นฐาน เช่น ห้องพัก ร้านอาหารและเครื่อง
ดื่ม เพื่อธุรกิจไมซ์ (MICE) อย่างครบครัน ด้าน
ระบบอินเทอร์เน็ตที่มีความเร็วต่อประสิทธิภาพ
จัดงานประชุม สัมมนา และการแสดงสินค้า
นิทรรศการ ซึ่งปัจจุบันสำนักงานส่งเสริมการ
จัดการประชุม และนิทรรศการ (TCEB) ได้สร้าง
มาตรฐาน เพื่อที่ทุกโรงแรมสามารถตรวจสอบ และ
มีการประกาศว่าได้ผ่านการตรวจสอบ ให้เป็นที่
ยอมรับในธุรกิจไมซ์ (MICE) เพื่อให้เป็นมาตรฐาน
เดียวกัน

5) แนวทางการพัฒนาพันธมิตรทางธุรกิจ
ด้านไมซ์ (MICE) ด้านการบริหารจัดการ

ในด้านการบริหารจัดการ ซึ่งประกอบด้วยด้านการประชุมทำความเข้าใจและติดตามงาน
อย่างสม่ำเสมอ การให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการ
กำหนดทิศทางเป้าหมายในการดำเนินงานสูงสุด
การกำหนดกลยุทธ์การแข่งขันเพื่อให้เกิดคุณภาพ
ในการบริการสูงสุด การคิดริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ
นวัตกรรมใหม่ ๆ การจัดทำ การวัดมาตรฐานด้าน
ต่างๆ เป็นไปทางเดียวกัน เช่น ด้านการบริการ
ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น

ซึ่งกลุ่มธุรกิจควรจัดทำมาตรฐาน เพื่อให้เกิด
ประสิทธิภาพในการบริหารสูงสุด

6) ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

(1) ควรมีการกำหนดแผนนโยบายในการ
พัฒนาพันธมิตรทางธุรกิจด้านไมซ์ (MICE) ของผู้
ประกอบการโรงแรมในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี
ให้มีความสามารถในการแข่งขันและเติบโตอย่าง
เข้มแข็งและยั่งยืน ตลอดจนสร้างความเชื่อมโยง
ทางธุรกิจกับผู้ประกอบการไมซ์ในธุรกิจต่าง

(2) ควรมีการร่วมมือกันระหว่างหน่วยงาน
ภาครัฐ ภาคเอกชน ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ส่ง
เสริม และผลักดันให้สมาชิกในกลุ่มพันธมิตรอย่าง
มีประสิทธิภาพในการร่วมกันแสวงหาความมั่งคั่งใน
ธุรกิจ และกำหนดทิศทางการดำเนินงานที่ชัดเจน
ทันกระแสของธุรกิจไมซ์ (MICE) และกระแสโลก
ต้องมีการพัฒนาพันธมิตรทางธุรกิจด้านไมซ์ ให้
เกิดความร่วมมืออย่างจริงจัง และ อย่างเป็นรูป
ธรรม ซึ่งอาจแสดงออกจากการร่วมทำกิจกรรม
ต่างๆ พร้อมทั้งมีความต่อเนื่อง และเป็นเจ้าบ้านที่
ดีในการให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE

(3) ควรมีผู้นำที่เข้มแข็งในสร้างพันธมิตร
ทางธุรกิจด้านไมซ์ (MICE) ของผู้ประกอบการ
ธุรกิจโรงแรม ควรมีการอบรมเสริมสร้างและพัฒนา
ทักษะของผู้ประกอบการและบุคลากรในธุรกิจ
โรงแรม โดยเฉพาะ การบริหารจัดการที่ทันสมัย
ภาษาต่างประเทศ และความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง
เกี่ยวธุรกิจไมซ์ (MICE)

(4) ควรจัดตั้งหน่วยงานตรวจสอบและ
ควบคุมมาตรฐานของโรงแรมทั้งระบบ ให้ได้
มาตรฐานของ MICE Standard ให้เกิดโดยใช้
พันธมิตรทางธุรกิจด้านไมซ์ (MICE) ในการเป็น
กลุ่มผู้นำด้านไมซ์ (MICE)

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1) ควรมีการวิจัยเชิงสำรวจเพื่อจัดทำฐานข้อมูลที่น่าสนับสนุนในการพัฒนาพันธมิตรทางธุรกิจด้านไมซ์ (MICE) ของผู้ประกอบการโรงแรม ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยผลการวิจัยอาจนำเสนอในรูปแบบสื่อสารสนเทศที่เข้าถึงได้ง่าย และทันสมัยในยุคปัจจุบัน

2) ควรมีการทำวิจัยร่วมกันเพื่อพัฒนาความรู้เรื่องพัฒนาความรู้เกี่ยวกับพันธมิตรทางธุรกิจด้านไมซ์ (MICE) ของผู้ประกอบการโรงแรม เพื่อพัฒนาสู่การเป็นเมืองไมซ์ MICE CITY ที่แข็งแกร่ง

3) ควรมีการวิจัยร่วมกันด้านการเกิดผลกระทบเชิงบวกและเชิงลบ สำหรับผู้ประกอบการโรงแรมที่เข้าร่วมเป็นพันธมิตรทางธุรกิจด้านไมซ์ (MICE) ทั้งในกลุ่มและนอกกลุ่มพันธมิตรทางธุรกิจ

4) ควรทำการศึกษาปัจจัยด้านต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่จัดงานเพื่อตอบสนองธุรกิจ MICE โดยการศึกษาจากนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เพื่อนำผลการศึกษามาใช้ในการวางแผนพัฒนาเมืองพัทยาสู่เมือง MICE CITY ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว และ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, วิทยาลัยนวัตกรรม. (2556). สถานการณ์อุตสาหกรรม
การท่องเที่ยวไทย ปี 2555 และทิศทางในอนาคต.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2554). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559. ค้นวันที่
4 เมษายน 2556 จาก http://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=4147
- เทวีวรรณ ปทุมพร. (2549). ปัจจัยความสำเร็จของอุตสาหกรรมการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล
และการแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ (MICE) ในจังหวัดขอนแก่น. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ธนาคารกสิกรไทย. (2555). Megatrend 2556: สิ่งที่อยู่ประกอบการเอสเอ็มอีต้องติดตาม K-SME Analy
sis. กรุงเทพฯ: ธนาคารกสิกรไทย.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2554). ธุรกิจไมซ์ (ธุรกิจการจัดประชุมขององค์กร ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็น
รางวัล ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ ธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้า) = Mice business.
กรุงเทพฯ: เพ็ญข้าหลวง พรินตติ้ง
- ปวิธ ต้นสกุล. (2550). การประเมินศักยภาพสิ่งอำนวยความสะดวกต่อศูนย์การประชุมในส่วนการตลาด
การประชุม การแสดงสินค้า และนิทรรศการนานาชาติในประเทศไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร
และปริมณฑล. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต
- สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2555). ข้อตกลงความร่วมมือระหว่างสำนักส่งเสริมการจัด
ประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) และเมืองพัทยา ในการดำเนินงานส่งเสริมอุตสาหกรรม
MICE ของเมืองพัทยา.
- อรรคพล สรสุชาติ. (2552). ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรมการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็น
รางวัล การจัดประชุมนานาชาติ และงานแสดงสินค้านานาชาติ (ไมซ์) ของประเทศไทยให้
เป็นศูนย์กลางในภูมิภาคเอเชีย. วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร, กรุงเทพฯ.
- เอกธนา พลเชียงขวาง และเทิดชาย ช่วยบำรุง. (2558). แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอัญมณีของ
จังหวัดจันทบุรี เพื่อตอบสนองพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทย. วารสารดุขฎิบัณทิตทาง
สังคมศาสตร์, 5(1), 115-127