



การวิจัยถอดบทเรียนและผลักดันการเป็นไมซ์ซิตี้ (MICE CITY) ในการเสริมสร้างเศรษฐกิจ
บริการมูลค่าสูง

Research Lessons Learned and Drive for MICE CITY to Strengthen High-value

Service Economy

พีรธร บุญยรัตพันธุ์*

Piratorn Punyaratabandhu

บุญส่ง กวยเงิน**

Boonsong Kuayngen

นันทพล พานุไพศาล***

Nuntapol Panupaisal

พันธุ์ทิพา ขวัญทองอินทร์****

Pantipa Kwanthongin

Received : February 16, 2023

Revised : May 29, 2023

Accepted : September 22, 2023

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ถอดบทเรียนการเป็นไมซ์ซิตี้และวิเคราะห์เทียบเคียงสำหรับเป็นแนวทางในการขับเคลื่อนธุรกิจไมซ์ (2) เสริมสร้างขีดความสามารถการเป็นไมซ์ซิตี้ภายในประเทศโดยการสร้างอัตลักษณ์ที่เป็นจุดขายของเมือง และ (3) จัดทำแผนที่นำทางในการยกระดับการเป็นไมซ์ซิตี้สำหรับการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันด้านเศรษฐกิจของประเทศ โดยอาศัยการวิจัยแบบผสมผสาน ตามระเบียบวิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์ มีกลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้มีบทบาทในการขับเคลื่อนไมซ์ซิตี้และผู้ประกอบธุรกิจไมซ์ จำนวน 150 คน ซึ่งเลือกแบบเจาะจง ในพื้นที่เป้าหมาย คือ จังหวัดเชียงใหม่ ขอนแก่น

*อาจารย์ประจำภาควิชารัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

Lecturer, Department of Political Science and Public Administration Faculty of Social Sciences
Naresuan University

**อาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาวิชาการวิจัยและประเมินผลทางการศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

Lecturer, Department of Educational research and evaluation, Faculty of Education Pibulsongkram
Rajabhat University(Corresponding Author) e-mail: boonsongkl12@gmail.com

***เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป กองส่งเสริมการบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยนเรศวร

General Administration Officer Academic Services Promotion Division Naresuan University

****กรรมการผู้จัดการ บริษัทเพาเวอร์พลัส ครีเอชั่น จำกัด

Managing director Power Plus Company Creation Co., Ltd.

สงขลาซึ่งเป็นโมเดลต้นแบบ และจังหวัดพิษณุโลก การวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยวิธีการสังเคราะห์เนื้อหาโดยการเปรียบเทียบ และ สร้างข้อสรุปอุปนัย ผลการวิจัย พบว่า (1) บทเรียนการพัฒนาสู่การเป็นโมเดลที่ดีที่สำคัญ คือ เมืองต้องเคยมีประสบการณ์เป็นแหล่งจัดกิจกรรมโมเดล โดยนำศักยภาพของเมืองมาใช้ในการจัดงานโมเดล มีระบบข้อมูลและผู้นำมาตัดสินใจให้การสนับสนุน และเชื่อมโยงโมเดลที่ดีกับยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด รวมทั้งต้องอาศัยความร่วมมือจากภาคเอกชน และภาคส่วนต่างๆ เพื่อผลักดันงานโมเดลให้มีมาตรฐานและเกิดการลงทุนอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งต้องปรับตัวให้ตอบสนองต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงด้วย (2) การเสริมสร้างขีดความสามารถการเป็นโมเดลที่ดีต้องอาศัยการสร้างอัตลักษณ์ที่เป็นจุดขายของเมือง ซึ่งจากการวิเคราะห์ความโดดเด่นของจังหวัดพิษณุโลก พบว่ามีจุดขายที่สามารถนำเสนอผลักดันโมเดลที่ดีได้ 4 กลุ่ม รวมทั้งได้ออกแบบสัญลักษณ์เพื่อสร้างภาพจำและสื่อสารการเป็นโมเดลที่ดี ประกอบด้วย ลายกราฟฟิก รูปแบบตัวอักษร และตัวสัญลักษณ์หรือตัวนำโชค (3) จากการทบทวนถึงสถานการณ์สำคัญและผลกระทบ รวมทั้งแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมโมเดล รวมทั้งการวิเคราะห์ SWOT การขับเคลื่อนโมเดลที่ดีของจังหวัดพิษณุโลก สามารถสังเคราะห์เป็นแผนที่นำทางสำหรับการเป็นโมเดลที่ดี โดยมุ่งให้จังหวัดพิษณุโลกเป็นเมืองจุดมุ่งหมายปลาย ทางโมเดลที่โดดเด่น และพร้อมก้าวสู่สากล ซึ่งมีเส้นทางกลยุทธ์ 3 ด้าน และการผลักดันแผนที่นำทางไปสู่การปฏิบัติ ได้มีการจัดกิจกรรมนำร่อง 2 กิจกรรม

คำสำคัญ : โมเดลที่ดี / ถอดบทเรียน / อัตลักษณ์ที่เป็นจุดขาย / แผนที่นำทาง / เศรษฐกิจบริการมูลค่าสูง

ABSTRACT

The objectives of the research were as follows: (1) to grasp lessons from various MICE CITY models and benchmark their performances against one another in order to set a guideline for driving MICE business; (2) to strengthen the capacity of a MICE CITY within the country by creating the identities which are the selling points of the city; and (3) to create a roadmap to upgrade the MICE CITY for building the country's economic competitiveness. In target groups are those who play a role in driving MICE City and MICE entrepreneurs by purposive sampling. The samples of this study were 150 case. In collecting the data in the target areas: Chiang Mai, Khon Kaen and Songkhla provinces, which are the MICE CITY models, and Phitsanulok province the MICE CITY that seeks to strengthen its capacity. In the process of data analysis by means of content synthesis by comparing and forming inductive conclusions. The research result revealed that (1) The important lessons for the development of a MICE CITY were that the city must have been a source of experienced MICE events-that is the potential of the city was applied in organizing MICE events, which required information systems and supports from city decision-makers to link MICE CITY with the provincial development strategy as well as cooperation from the private sector and other various sectors to learn and drive MICE to a standard and continual investment. Besides, MICE business had to be adjusted to respond to

any changing situations. (2) To strengthen the capacity of a MICE CITY it was necessary to develop identities which were the selling points of the city. The analysis of the outstanding potentials of Phitsanulok province showed that there were four groups of selling points which could be used as the contents to design the activities for MICE CITY. In order to promote the MICE CITY, it was necessary to create memorable symbols such as graphics, letterforms, or/and a mascot corresponding to the characteristic and the identity of the city. (3) By reviewing significant situations, their impacts and the changing trends of the MICE industry as well as the analysis of weaknesses, strengths, opportunities and obstacles in driving Phitsanulok MICE CITY, it could be synthesized into a roadmap for elevating the level of MICE CITY, aiming to make Phitsanulok province a distinctive, creative and international MICE destination city relying on three strategic pathways and pushing the road map into practice Two pilot activities were organized.

Keywords : MICE CITY / Lessons Learned / Identities which are the Selling Points of the City / Roadmap / High-value Service Economy

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ไมซ์ (MICE) เป็นอุตสาหกรรมบริการซึ่งครอบคลุมกิจกรรมธุรกิจหลายด้านประกอบด้วยการประชุม องค์กร (Meeting) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive) การประชุมวิชาชีพ (Convention) การจัดงานแสดงสินค้า นิทรรศการ และงานอีเว้นท์ (Exhibition & Event) ธุรกิจไมซ์จึงมีห่วงโซ่อุปทานที่ครอบคลุมกิจการหลายประเภท ได้แก่ บริษัทวางแผนการจัดงาน โรงแรมและที่พัก ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้า เป็นต้น ดังนั้นไมซ์จึงเป็นกลไกทางเศรษฐกิจที่ก่อให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่ม และสามารถกระจายรายได้ไปสู่ผู้ประกอบการรวมทั้งภาคส่วนต่างๆ ได้ในวงกว้างทั้งในทางตรงและทางอ้อม โดยธุรกิจไมซ์เติบโตอย่างต่อเนื่องและมีความสำคัญมากขึ้นเป็นลำดับ ในหลายประเทศจึงใช้ธุรกิจไมซ์เป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ในการพัฒนาเศรษฐกิจ โดยเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวซึ่งเป็นฐานทรัพยากรที่สนับสนุนธุรกิจไมซ์ ประเทศไทยเล็งเห็นถึงโอกาสและการพัฒนาเศรษฐกิจตามแนวทางดังกล่าว จึงมีแนวทางในการผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์เพื่อส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ รวมทั้งใช้ไมซ์เป็นเครื่องมือสนับสนุนการกระจายความเจริญและการกระจายรายได้ไปสู่ภาคส่วนต่างๆ อย่างยั่งยืน

ในการผลักดันการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ ของประเทศไทยให้ความสำคัญกับการใช้ประโยชน์จากศักยภาพและทรัพยากรที่โดดเด่นจากแต่ละภูมิภาค รวมทั้งส่งเสริมการตลาดด้วยสร้างภาพลักษณ์ของเมืองและประเทศไทย บนฐานวัฒนธรรม อัตลักษณ์ และศักยภาพที่หลากหลายของพื้นที่ ประกอบกับพลังการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการ และบุคลากรด้านไมซ์ที่กระจายอยู่ตามเมืองและท้องถิ่นต่างๆ โดยการพัฒนาเมืองจุดหมายปลายทางไมซ์ หรือไมซ์ซิตี้ (MICE CITY) ขึ้น ซึ่งนอกเหนือจากกรุงเทพมหานครที่เป็นเมืองศูนย์การจัดงานไมซ์ระดับนานาชาติของประเทศแล้ว ยังได้กำหนดให้จังหวัดและพื้นที่เศรษฐกิจสำคัญ คือ เมืองพัทยา จังหวัด

เชียงใหม่ จังหวัดภูเก็ต จังหวัดขอนแก่น ให้เป็นโมเดลที่ดีตามอัตลักษณ์และศักยภาพที่แตกต่างเฉพาะตัวรวมเป็น 5 เมืองหลัก (Rattanaphan, BoonLueang & Pongcheawboon, 2017 p.70)

ทั้งนี้ สภาพปัญหาจำเป็นต้องมีการเตรียมความพร้อม และผลักดันพื้นที่เป้าหมายสู่การเป็นโมเดลที่ดีได้อย่างต่อเนื่อง โดยมีการถอดบทเรียนเพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการเป็นโมเดลที่ดีและมีการจัดทำแผนที่นำทางในการยกระดับการเป็นโมเดลที่ดี และเตรียมความพร้อมสู่การพัฒนาเมืองโมเดลของจังหวัดต่อไปนั้น ซึ่งจังหวัดพิษณุโลกเข้ารับการประเมิน และผ่านหลักเกณฑ์ที่กำหนด ได้รับการประกาศเป็นโมเดลที่ดีเมื่อวันที่ 3 ธันวาคม พ.ศ. 2563 กล่าวได้ว่าการได้รับการผลักดันให้เมืองก้าวสู่การเป็นโมเดลที่ดี เป็นการนำทรัพยากร และศักยภาพที่โดดเด่นของพื้นที่มาฉายภาพให้เห็นถึงโอกาส ความเป็นไปได้ในการให้บริการที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน ประกอบกับการสร้างสรรค์ภาพลักษณ์ที่น่าสนใจเพื่อดึงดูดนักเดินทาง รวมทั้งการระดมสรรพกำลัง และประสานความร่วมมือจากเครือข่ายทั้งผู้ประกอบการ ส่วนราชการ และประชาชนในพื้นที่ที่ต้องรวมกำลังกันขับเคลื่อนกิจกรรมโมเดล และรักษาความเป็นโมเดลที่ดีให้ดำเนินต่อไปอย่างต่อเนื่อง เช่น การจัดทำแผนยุทธศาสตร์ด้านโมเดลที่ดีให้เป็นส่วนหนึ่งของแผนพัฒนาจังหวัด การจัดทำแผนปฏิบัติการและปฏิทินงานโมเดลประจำปีให้สอดคล้องกับกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวและกิจกรรมการพัฒนาในด้านอื่นๆ การพัฒนาสมรรถนะบุคลากรและผู้ประกอบการด้านโมเดล การแสวงหาความร่วมมือเพื่อนำงานโมเดลเข้าสู่จังหวัด การเสริมสร้างมาตรฐานให้แก่โครงสร้างพื้นฐานและสถานที่จัดงาน การสร้างภาพลักษณ์ที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะตัวหรือซิกเนเจอร์สำหรับสื่อสารและจูงใจให้ได้รับเลือกเป็นแหล่งจัดงานโมเดล เป็นต้น

ดังนั้น การพัฒนาโมเดลที่ดีจึงเป็นทั้งกระบวนการและการปฏิบัติที่มีความสำคัญ ซึ่งต้องเรียนรู้เชิงประสบการณ์และนำไปสู่การยกระดับการดำเนินงานในเชิงยุทธศาสตร์อย่างเป็นระบบ ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมีการศึกษาวิจัย ถอดบทเรียนการผลักดันเมืองสู่การเป็นโมเดลที่ดี การศึกษาและจัดทำการสร้างอัตลักษณ์แผนที่นำทางการพัฒนาศักยภาพของเมืองในการขับเคลื่อนการเป็นโมเดลที่ดี จากความสำคัญดังกล่าวข้างต้นจึงทำให้คณะผู้วิจัยจึงดำเนินการวิจัยขึ้นเพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันและขับเคลื่อนอุตสาหกรรมโมเดลด้วยการสร้างเสริมขีดความสามารถในการเป็นโมเดลที่ดี (MICE CITY) ภายในประเทศโดยการสร้างอัตลักษณ์ที่เป็นจุดขายของเมือง ตลอดจนเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจบริการมูลค่าสูง และยกระดับอุตสาหกรรมโมเดลของประเทศไทยให้แข่งขันได้ในระดับสากล

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อถอดบทเรียนการเป็นโมเดลที่ดี (MICE CITY) และวิเคราะห์เทียบเคียง (Benchmarking) สำหรับเป็นแนวทางในการขับเคลื่อนธุรกิจโมเดล
2. เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการเป็นโมเดลที่ดี (MICE CITY) ภายในประเทศโดยการสร้างอัตลักษณ์ที่เป็นจุดขายของเมือง
3. เพื่อจัดทำแผนที่นำทาง (Roadmap) ในการยกระดับการเป็นโมเดลที่ดี (MICE CITY) เพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันด้านเศรษฐกิจของประเทศ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) ตามระเบียบวิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์ โดยแบ่งออกเป็น 3 ระยะ คือ ระยะที่ 1 ถอดบทเรียนการเป็นไมซ์ซิตี้และวิเคราะห์เทียบเคียงสำหรับเป็นแนวทางในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ ระยะที่ 2 การเสริมสร้างขีดความสามารถการเป็นไมซ์ซิตี้ ภายในประเทศโดยการสร้างอัตลักษณ์ที่เป็นจุดขายของเมือง และระยะที่ 3 จัดทำแผนที่นำทางการยกระดับการเป็นไมซ์ซิตี้ โดยมีรายละเอียดการวิจัย ดังนี้

1. กลุ่มเป้าหมายในการวิจัย กำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ไม่อาศัยหลักความน่าจะเป็นทางสถิติ (Non-Probability Sampling) ด้วยวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) จากผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียของอุตสาหกรรมไมซ์ ประกอบด้วย ผู้บทบาทในการขับเคลื่อนไมซ์ซิตี้ และผู้ประกอบการไมซ์ ในพื้นที่เป้าหมาย 4 จังหวัด คือ เชียงใหม่ ขอนแก่น สงขลา และพิษณุโลก จำนวนทั้งสิ้น 150 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ 1) แบบสัมภาษณ์ 2) แบบสังเกตการณ์ 3) แบบประเด็นประชุมกลุ่มย่อย/ประเด็นสนทนากลุ่ม และ 4) แบบประเมิน

3. วิธีการวิจัย โดยระยะที่ 1 วิเคราะห์และสังเคราะห์เอกสารไมซ์ซิตี้ 3 เมือง คือ เชียงใหม่ ขอนแก่น และสงขลา สัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง รวมทั้งประชุมกลุ่มย่อยกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและผู้มีส่วนได้เสีย ในพื้นที่เมืองไมซ์ซิตี้ทั้ง 3 เมือง และพิษณุโลก ระยะที่ 2 วิเคราะห์และสังเคราะห์เอกสารอัตลักษณ์ที่เป็นจุดขายของเมือง และการประเมินพิษณุโลก สัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและผู้มีส่วนได้เสีย วิเคราะห์อัตลักษณ์ที่เป็นจุดขายของพิษณุโลกและประชุมกลุ่มย่อยกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและผู้มีส่วนได้เสีย กำหนดอัตลักษณ์ที่เป็นจุดขายและเสริมสร้างการเป็นไมซ์ซิตี้ และระยะที่ 3 วิเคราะห์และสังเคราะห์เอกสารการยกระดับการเป็นไมซ์ซิตี้ให้มีความสามารถในการแข่งขัน สัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและผู้มีส่วนได้เสียเพื่อชี้ประเด็นการยกระดับการยกระดับการเป็นไมซ์ซิตี้ ประชุมกลุ่มย่อยกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและผู้มีส่วนได้เสีย สังเคราะห์แผนที่นำทาง (Roadmap) การยกระดับขีดความสามารถไมซ์ซิตี้ ทดลองกิจกรรมนำร่องในการผลักดันและยกระดับการเป็นไมซ์ซิตี้ ติดตามและประเมินผลการทดลองกิจกรรมนำร่อง

4. การวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอข้อมูล นำข้อมูลระยะที่ 1 มาวิเคราะห์และสังเคราะห์เนื้อหาและเปรียบเทียบ และสร้างข้อสรุปอุปนัย เพื่อถอดบทเรียนการเป็นไมซ์ซิตี้และวิเคราะห์เทียบเคียงสำหรับเป็นแนวทางในการขับเคลื่อนธุรกิจไมซ์ จากเอกสารและภาคสนามมาวิเคราะห์เชิงพรรณนาและเชิงเปรียบเทียบ เพื่อนำไปสร้างข้อสรุปและนำเสนอเนื้อหาเชิงบรรยาย ส่วนระยะที่ 2 นำผลการศึกษาจากระยะที่ 1 มาวิเคราะห์เนื้อหาและสร้างข้อสรุปอุปนัย เพื่อการเสริมสร้างขีดความสามารถการเป็นไมซ์ซิตี้ภายในประเทศโดยการสร้างอัตลักษณ์ที่เป็นจุดขายของเมือง และนำข้อมูลจากเอกสารและภาคสนามมาวิเคราะห์เชิงพรรณนาและเชิงเปรียบเทียบ เพื่อนำไปสร้างข้อสรุปและนำเสนอเนื้อหาเชิงบรรยาย เพื่อนำไปสร้างข้อสรุปและนำเสนอเนื้อหาเชิงบรรยายเปรียบเทียบ และระยะที่ 3 นำผลการศึกษาระยะที่ 1 และ 2 มาสังเคราะห์รวมกันเพื่อที่จะสรุปจัดทำ Roadmap ในการยกระดับการเป็นไมซ์ซิตี้ (MICE CITY) เพื่อการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันด้านเศรษฐกิจของประเทศ เพื่อนำไปสร้างข้อสรุปและนำเสนอเนื้อหาเชิงบรรยายประกอบแผนภาพ

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ นำเสนอสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งผลการวิจัย มีดังนี้

1. การถอดบทเรียนการเป็นไมซ์ซิตี้ (MICE CITY) และวิเคราะห์เทียบเคียงสำหรับเป็นแนวทางในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ มีบทเรียนในการผลักดันและการขับเคลื่อนไมซ์ซิตี้ จำนวน 10 บทเรียน คือ

บทเรียนที่ 1 การเป็นแหล่งจัดกิจกรรมไมซ์ทำให้เมืองมีประสบการณ์สำหรับการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ กล่าวได้ว่า การเป็นแหล่งจัดงานไมซ์ จะทำให้เมืองเกิดการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่สนับสนุนการขยายตัวของอุตสาหกรรมไมซ์และการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ในขณะเดียวกันการที่เมืองมีประสบการณ์จัดงานไมซ์เป็นการส่งเสริมการเรียนรู้และยกระดับผู้ประกอบการให้มีการพัฒนารองรับการยกระดับไมซ์ซิตี้ของเมืองต่อไป

บทเรียนที่ 2 ศักยภาพการพัฒนาของเมืองจะส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ให้เติบโต กล่าวได้ว่า ศักยภาพของเมืองช่วยสร้างความสนใจให้ผู้จัดงานไมซ์มาลงทุนจัดงานไมซ์ในพื้นที่ และดึงดูดให้นักเดินทางมาร่วมงาน และถ้ามีศักยภาพโดดเด่นจะสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการสร้างเนื้อหาในการจัดงานไมซ์ รวมถึงกิจกรรมก่อนและหลังงานไมซ์ที่มีอัตลักษณ์ ซึ่งเป็นการสนับสนุนการเติบโตของเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมไมซ์ของเมือง

บทเรียนที่ 3 ระบบข้อมูลมีความสำคัญต่อการตัดสินใจและการขับเคลื่อนไมซ์ซิตี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ กล่าวได้ว่า ข้อมูลของจังหวัดที่สำคัญเพื่อพิจารณาเป็นไมซ์ซิตี้ คือ ข้อมูลอุปสงค์ อุปทานของอุตสาหกรรมไมซ์ ปัจจัยสนับสนุนการจัดงานไมซ์ในพื้นที่ และข้อมูลอื่นที่เกี่ยวข้องควรจะต้องมีการเก็บรวบรวมและจัดทำฐานข้อมูลด้านไมซ์ ที่จะสามารถเกิดประโยชน์ในการวิเคราะห์เชิงลึกเพื่อการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด การประเมินรับรองการเป็นไมซ์ซิตี้ครั้งต่อไป หรืออื่นๆ ที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

บทเรียนที่ 4 ผู้มีอำนาจตัดสินใจของจังหวัด คือ ผู้มีพลังผลักดันเมืองสู่การเป็นไมซ์ซิตี้ กล่าวได้ว่า ผู้มีอำนาจที่มีบทบาทสำคัญในการตัดสินใจและผลักดันไมซ์ซิตี้ คือ ผู้ว่าราชการจังหวัดและหัวหน้าส่วนราชการระดับสูงของจังหวัด จึงจะต้องมีการสื่อสาร สร้างความตระหนักถึงความสำคัญของไมซ์ซิตี้ เพื่อให้ผู้มีอำนาจกำหนดเป็นนโยบายการพัฒนาเมืองสู่ไมซ์ซิตี้ สนับสนุนทรัพยากรต่างๆ เช่น บุคลากร งบประมาณ เป็นต้น และขยายผลสร้างความร่วมมือในการผลักดันการขับเคลื่อน

บทเรียนที่ 5 ภาคเอกชนที่มีความเข้มแข็งเป็นกลไกสำคัญในการผลักดันและขับเคลื่อนไมซ์ซิตี้ กล่าวได้ว่า กลุ่มผู้ประกอบการไมซ์ที่รวมตัวเป็นเครือข่ายจะช่วยเป็นคณะทำงานผลักดันให้เมืองก้าวสู่การเป็นไมซ์ซิตี้ และเครือข่ายผู้ประกอบการไมซ์ที่เข้มแข็งจะเป็นกลไกนำพาไมซ์ซิตี้ด้วยการพัฒนางานไมซ์เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจของเมืองให้เกิดการลงทุน สร้างงาน สร้างรายได้

บทเรียนที่ 6 การขับเคลื่อนไมซ์ซิตี้ ต้องผูกโยงให้อุตสาหกรรมไมซ์เป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์การพัฒนา กล่าวได้ว่า อุตสาหกรรมไมซ์เป็น growth engine ในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ และพัฒนาเมือง และกระจายความเจริญไปสู่พื้นที่ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจึงจำเป็นต้องเชื่อมโยงการพัฒนาไมซ์ซิตี้ให้เป็นส่วนหนึ่งในแผนพัฒนาจังหวัด หรือแผนพัฒนาพื้นที่

บทเรียนที่ 7 การเรียนรู้ร่วมกันระหว่างภาคส่วนต่างๆ ในพื้นที่จะทำให้เกิดความเข้าใจ และความร่วมมือ กล่าวได้ว่า การร่วมมือกันผลักดันโมเดลที่ดี จะทำให้ภาคส่วนต่างๆ ได้การเรียนรู้เชิงประสบการณ์ และซึมซับความเข้าใจเห็นถึงความสำคัญในการใช้โมเดลเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและการเรียนรู้และการขับเคลื่อนโมเดลที่ดีร่วมกันอย่างต่อเนื่อง นำไปสู่การเสริมสร้างพลังจากภาคส่วนต่างๆ ทำให้ธุรกิจโมเดล และเศรษฐกิจเมืองเติบโต

บทเรียนที่ 8 การขับเคลื่อนโมเดลที่ดีต้องสร้างสรรคกิจกรรมโมเดลควบคู่กับการยกระดับมาตรฐาน เพื่อส่งเสริมการลงทุนและมูลค่าเพิ่ม กล่าวได้ว่า การสร้างสรรคงานโมเดลให้มีรูปแบบและประเด็นเนื้อหาใหม่ๆ จะช่วยสร้างแรงดึงดูดการลงทุนจัดงานโมเดลจากภายนอกพื้นที่และการพัฒนาอุตสาหกรรมโมเดล ผู้ประกอบการ และบุคลากรด้านโมเดลให้ได้มาตรฐานจะทำให้เกิดการยอมรับและสร้างความมั่นใจจากผู้ลงทุนจัดงานโมเดล

บทเรียนที่ 9 โมเดลที่ดีควรมีกลไกกลางในการประสานงานและขับเคลื่อนการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง กล่าวได้ว่า ควรมีกลไกกลางเพื่อประสานงานและขับเคลื่อนภารกิจโมเดลที่ดี โดยเป็นหน่วยเชิงยุทธศาสตร์ ที่ส่งเสริมธุรกิจโมเดล บูรณาการความร่วมมือ และสนับสนุนข้อมูลและกลไกกลางควรจัดตั้งบนฐานการมีส่วนร่วม โดยให้ภาคเอกชนมีบทบาทนำ ส่วนภาครัฐและภาคเอกชนในพื้นที่ช่วยผลักดันและสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง

บทเรียนที่ 10 โมเดลที่ดีต้องปรับตัวให้ตอบสนองต่อสถานการณ์ที่ผันผวน เพื่อให้อุตสาหกรรมโมเดลดำเนินต่อไปได้ กล่าวได้ว่า การขับเคลื่อนโมเดลที่ดีต้องมีการจัดการความเสี่ยงซึ่งมี 2 แนวทาง คือ หนึ่ง การพึ่งพา ระบบและมาตรการทั่วไปของเมือง และสอง การจัดทำแผนสำรองในช่วงที่จัดงานโมเดล ทั้งนี้ เมื่อสถานการณ์ผันผวนหรือเกิดภาวะวิกฤติ โมเดลที่ดีจะต้องปรับตัวเพื่อการอยู่รอด และต้องฟื้นฟูการดำเนินงานหลังผ่านพ้นวิกฤตการณ์

2. การเสริมสร้างขีดความสามารถเป็นโมเดลที่ดี (MICE CITY) ภายในประเทศโดยการสร้างอัตลักษณ์ที่เป็นจุดขายของเมือง เพื่อให้เกิดจุดเด่นของพื้นที่โมเดลที่ดีในการประชาสัมพันธ์ทางการตลาดและดึงดูดผู้ประกอบการให้มาจัดงานในพื้นที่ โดยจากการทบทวนวรรณกรรม การสัมภาษณ์ การแจกแบบสอบถาม และประชุมกลุ่มย่อยกับผู้ส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมโมเดลในจังหวัดพิษณุโลกและผู้เคยใช้บริการด้านโมเดลที่อยู่นอกจังหวัดพิษณุโลก สามารถนำมาวิเคราะห์และกำหนดเป็นอัตลักษณ์ที่เป็นจุดขายของเมืองที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ของจังหวัดพิษณุโลกที่สำคัญ มีรายละเอียดโดยสรุป ดังนี้

2.1 รหัสสีที่สะท้อนตัวตนของจังหวัด : มี 3 กลุ่มสี คือ กลุ่มสีม่วง เป็นสีประจำจังหวัดพิษณุโลก ซึ่งปรากฏให้เห็นในสัญลักษณ์ต่างๆ ทั่วไปของเมือง กลุ่มสีเขียว-ฟ้า เป็นกลุ่มสีที่พบเห็นได้จากสภาพแวดล้อมที่มามีความเป็นธรรมชาติของจังหวัด และกลุ่มสีเหลือง-ทอง เป็นกลุ่มสีที่พบเห็นได้จากวัด ผลิต และแสงจากบรรยากาศของเมือง เช่น สีทองจากองค์พระพุทธรูป สีของดอกนนทรีซึ่งเป็นดอกไม้ประจำจังหวัดพิษณุโลก สีของกล้วยตาก และแสงสีจากดวงอาทิตย์ในช่วงเช้าและเย็น เป็นต้น

2.2 อัตลักษณ์ที่เป็นจุดขายของจังหวัดพิษณุโลก : เป็นการนำความโดดเด่นของจังหวัดมาจัดหมวดหมู่ โดยสามารถแบ่งเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้ กลุ่มที่ 1 เมืองแห่งความอยู่ดีมีสุข (City of well-being) จะเกี่ยวข้องกับการผลิตภัณฑ์และบริการส่งเสริมสุขภาพ (wellness products and services) ศูนย์บริการทางการแพทย์ (medical hub) เทคโนโลยีชีวเวช และวิศวกรรมชีวเวช (bio medical engineering) การแพทย์

แผนไทย (Thai traditional medicine) สมุนไพรส่งเสริมสุขภาพ (herb for health) และการบริการและดูแลผู้สูงอายุ (ageing care service) กลุ่มที่ 2 ฐานเศรษฐกิจชีวภาพ (Bio-economy area) จะเกี่ยวข้องกับสินค้าเกษตรชั้นนำและมูลค่าสูง (product champion and hi-value product) อาหารพื้นถิ่นและวิถีการบริโภค (local cuisine) วิทยาการทำอาหาร (gastronomy) นวัตกรรมอาหารและอาหารอนาคต (food innovation and food for the future) การเกษตรแม่นยำและเกษตรอัจฉริยะ (precision agriculture and smart farming) และ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (eco-tourism) กลุ่มที่ 3 แหล่งรวมภูมิปัญญาและความสร้างสรรค์ (wisdom and creative district) จะเกี่ยวข้องกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ และศูนย์รวมความศรัทธาบรรพชน (city of faith) ความหลากหลายทางวัฒนธรรมและประเพณี (cultural diversity) การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (historical tourism) การท่องเที่ยววิถีชุมชน (community-based tourism) กิจกรรมผจญภัยและกิจกรรมกีฬา (adventure and sport activity) และ แหล่งการศึกษา การวิจัยและนวัตกรรม (educational hub, research and innovation center) และกลุ่มที่ 4 พื้นที่ยุทธศาสตร์ความเชื่อมโยง (strategic connectivity area) จะเกี่ยวข้องกับการเป็นเมืองอัจฉริยะ (smart city) พลังงานทดแทนและพลังงานทางเลือก (renewable energy) การจัดการและการสร้างมูลค่าเพิ่มจากขยะ (waste management) การจัดการสิ่งแวดล้อมและภัยพิบัติ (environmental management and disaster management) จุดประสานระเบียงเศรษฐกิจสี่แยกอินโดจีน (Indo-China Intersection and economic corridors) และแหล่งโลจิสติกส์และคมนาคมขนส่ง (logistic and transportation hub)

2.3 สัญลักษณ์ ลายกราฟิก รูปแบบตัวอักษร และตัวการ์ตูนสัญลักษณ์หรือตัวนำโชคที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของจังหวัดพิษณุโลก 2.3.1) สัญลักษณ์ (Logo) ได้มีแนวคิดจากการนำสัญลักษณ์ของจังหวัด คือ ส่วนประกอบเรือนชุ่มแก้วของพระพุทธชินราชและโทนีสีจากสีกายของพระนารายณ์ 2.3.2) ลายกราฟิก ได้มีการนำความโดดเด่นและสิ่งที่เป็นภาพจำของจังหวัดพิษณุโลกมาจัดทำโดยมีลายกราฟิกอยู่ 7 แบบ เช่น ลานหินปุ่ม สีแยกอินโดจีน ดอกมณฑาพ ปักธงชัย สมุนไพร เป็นต้น 2.3.3) ตัวการ์ตูนสัญลักษณ์หรือตัวนำโชค (Mascot) มีการนำความโดดเด่นของจังหวัดมาจัดทำตัวการ์ตูนสัญลักษณ์หรือตัวนำโชค (Mascot) ได้ 4 แบบ โดยมีลักษณะต้นแบบจากไก่ ข้าง หมา และน้ำ

3. การจัดทำแผนที่นำทาง (Roadmap) ในการยกระดับการเป็นโมเดลสำหรับการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันด้านเศรษฐกิจของประเทศ การจัดทำแผนที่นำทางสำหรับยกระดับการเป็นโมเดลที่ดีของจังหวัดพิษณุโลก อาศัยการวิเคราะห์ และประมวลข้อมูลอย่างรอบด้าน ประกอบด้วย

3.1 ปัจจัยความท้าทายและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของลักษณะกิจกรรมโมเดล แนวทางการจัดวางกลยุทธ์การขับเคลื่อนโมเดลในพื้นที่เปลี่ยนผ่านที่ท้าทาย สถานการณ์และสภาพที่เกี่ยวข้องกับการยกระดับการเป็นโมเดลที่ดี ความสามารถของประเด็น ซึ่งประกอบด้วย 4 ประเด็นหลัก คือ สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด 19 การเปลี่ยนแปลงสู่การเป็นโลกดิจิทัลและโลกออนไลน์ กระแสความยั่งยืน ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และการเปลี่ยนกรอบความคิดสู่เศรษฐกิจฐานนวัตกรรม ซึ่งความท้าทายดังกล่าวส่งผลให้เกิดรูปแบบการจัดงานโมเดลที่สำคัญและแตกต่างไปจากเดิม

3.2 แผนที่น่าสนใจในการยกระดับการเป็นไมซ์ซิตี้ (MICE CITY) เพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันด้านเศรษฐกิจของประเทศ คณะผู้วิจัยได้มีการทบทวนเอกสารและวิเคราะห์สถานการณ์และผลกระทบในการขับเคลื่อนธุรกิจไมซ์ แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคต และแนวทางการจัดวางกลยุทธ์การขับเคลื่อนไมซ์ซิตี้ในภาวะเปลี่ยนผ่าน ซึ่งเป็นกรอบแนวทางตั้งต้นสำหรับการจัดทำแผนที่นำทางสำหรับยกระดับการเป็นไมซ์ซิตี้แล้ว ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากการประชุมกลุ่มย่อยและได้นำมาประมวลเป็นปัจจัยเชิงบวกและปัจจัยเชิงลบที่มีผลต่อยกระดับการเป็นไมซ์ซิตี้ และได้้นำปัจจัยดังกล่าวมาแยกแยะเป็นจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคตามเทคนิคการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ (SWOT analysis) แล้วจัดประชุมระดมสมองให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและผู้มีส่วนได้เสียในพื้นที่ โดยสรุป ดังนี้

1) การกำหนดจุดยืนของการเป็นไมซ์ซิตี้ของจังหวัดพิษณุโลก (positioning) จังหวัดพิษณุโลกมีรูปแบบจุดยืนการเป็นไมซ์ซิตี้ 4 ลักษณะ คือ

1.1) จุดหมายปลายทางไมซ์ในการขับเคลื่อนภารกิจของภาครัฐ เนื่องจากจังหวัดพิษณุโลกเป็นฐานที่ตั้งของส่วนราชการในระดับภาค และระดับกลุ่มจังหวัด โดยถือได้ว่าเป็นเมืองศูนย์กลางราชการของภาคเหนือตอนล่าง อีกทั้งยังเชื่อมโยงกับเมืองสำคัญในภาคเหนือและภาคอื่น

1.2) จุดหมายปลายทางไมซ์ในการเรียนรู้และส่งเสริมสมรรถนะ เนื่องจากจังหวัดพิษณุโลกเป็นเมืองศูนย์กลางการศึกษาของภาคเหนือตอนล่าง มีสถาบันการศึกษาทุกระดับและทุกประเภทครบครัน โดยเฉพาะการมีมหาวิทยาลัยหลายแห่งขนาดใหญ่ซึ่งเป็นแม่ข่ายในระดับภูมิภาค อีกทั้งยังเป็นศูนย์การวิจัยที่มีความเชี่ยวชาญหลายสาขา มีผู้ทรงคุณวุฒิ และมีแหล่งสำหรับการเรียนรู้หลายรูปแบบทั้งสถาบันและชุมชน ตลอดจนมีระบบเทคโนโลยี บรรยากาศ และทรัพยากรที่เอื้อต่อการเรียนรู้และพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

1.3) จุดหมายปลายทางไมซ์ที่เชื่อมโยงการท่องเที่ยวและพักผ่อน เนื่องจากจังหวัดพิษณุโลกมีทุนการพัฒนาหลายด้านทั้งทุนทางธรรมชาติ ทุนทางประวัติศาสตร์ และทุนทางวัฒนธรรม รวมถึงสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวได้ทั้งภายในจังหวัดและจังหวัดข้างเคียง

1.4) จุดหมายปลายทางไมซ์ที่เสริมสร้างโอกาสและพัฒนาธุรกิจ เนื่องจากจังหวัดพิษณุโลกมีศักยภาพการพัฒนาทางเศรษฐกิจหลายมิติ เช่น สินค้าเกษตรปลอดภัยและนวัตกรรมอาหาร การบริการส่งเสริมสุขภาพและศูนย์กลางการแพทย์ ระบบโลจิสติกส์เชื่อมโยงระเบียงเศรษฐกิจและเส้นทางการค้า เป็นต้น รวมทั้งยังเป็นเมืองที่มีค่าครองชีพ ค่าจ้าง และค่าใช้จ่ายที่เป็นต้นทุนในการประกอบธุรกิจค่อนข้างต่ำ

2) แผนที่น่าสนใจสำหรับยกระดับการเป็นไมซ์ซิตี้ของจังหวัดพิษณุโลกเพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันด้านเศรษฐกิจของประเทศเป็นการฉายภาพอนาคตเชิงเป้าประสงค์ในระยะ 9 ปี ที่สอดคล้องกับสถานการณ์ความท้าทาย ศักยภาพ และความต้องการของพื้นที่ โดยมีสาระสำคัญดังนี้

2.1) หลักชัย (goal) : จังหวัดพิษณุโลกเป็นเมืองจุดหมายปลายทางไมซ์ที่โดดเด่น สร้างสรรค์ และพร้อมก้าวสู่ระดับสากล

2.2) หมายเหตุ (milestone) แบ่งเป็น 3 ระยะ คือ (m1) 2 ปี เป็นโมเดลที่ดีที่มีความเข้มแข็งในระดับภูมิภาคเหนือ (m2) 3 ปี ก้าวสู่การเป็นโมเดลที่ดีที่มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับในระดับประเทศ และ (m3) 4 ปี มีขีดความสามารถในการแข่งขันพร้อมมุ่งสู่การเป็นโมเดลที่ดีระดับนานาชาติ

2.3) วัตถุประสงค์และผลสัมฤทธิ์สำคัญ (Objective Key Results: OKRs) คือ O1. ยกระดับขีดความสามารถและอัตลักษณ์ความโดดเด่นของโมเดลที่ดี และมีผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญ คือ KR1. จังหวัดพิษณุโลกเป็นจุดหมายปลายทางด้านการจัดงานโมเดลที่ดีที่มีชื่อเสียงติดอันดับประเทศและติดอันดับนานาชาติ KR2. ธุรกิจโมเดลที่ดีและการจัดงานโมเดลที่ดีส่งเสริมให้เกิดการบูรณาการความร่วมมือในการพัฒนาเมืองจากการใช้ศักยภาพในมิติต่าง ๆ และ O2. โมเดลที่ดีเสริมสร้างเศรษฐกิจให้ก้าวหน้า และกระจายคุณค่าสู่สังคม และมีผลสัมฤทธิ์ที่สำคัญ คือ KR3. จังหวัดพิษณุโลกมีรายได้เพิ่มขึ้นการใช้ธุรกิจโมเดลที่ดีและการจัดงานโมเดลที่ดีเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนการพัฒนา KR4. ธุรกิจโมเดลที่ดีและการจัดงานโมเดลที่ดีกระจายรายได้สู่เศรษฐกิจฐานรากระดับชุมชน และมีส่วนช่วยลดความยากจน

2.4) ภาพลักษณ์บริการในฐานะโมเดลที่ดี คือ พิษณุโลกโมเดลที่ดี “เติมพลัง สร้างประสบการณ์ สำเร็จ” “Phitsanulok MICE City “Energize Successful Experience”

2.5) แนวทางการพัฒนา (means) ที่ขึ้นนำการขับเคลื่อนการดำเนินงานในเชิงกลยุทธ์ และโครงการสำคัญในการยกระดับการเป็นโมเดลที่ดีของจังหวัดพิษณุโลกให้บรรลุถึงผลที่พึงปรารถนา ต้องอาศัยแนวทางการดำเนินงานเป็นกลยุทธ์การก้าวอย่าง (walk) และมาตรการต่าง ๆ ตามเส้นทาง (pathway) ที่กำหนด ซึ่งประกอบด้วย 6 กลยุทธ์ แบ่งออกเป็น 18 มาตรการ ดังนี้

ตาราง 1 มาตรการ และเป้าประสงค์การพัฒนาโมเดลที่ดีตามกลยุทธ์

กลยุทธ์	มาตรการ	เป้าประสงค์
w1. พัฒนากลไกและเสริมสร้างเครือข่ายในการขับเคลื่อนโมเดลที่ดีให้มีความเข้มแข็ง	1.1 ยกระดับศักยภาพผู้ประกอบการและบุคลากรด้านโมเดลที่ดีให้มีความสามารถสูง	• ธุรกิจโมเดลที่ดีมีความสามารถในการแข่งขันมากขึ้น • ผู้ประกอบธุรกิจและบุคลากรด้านโมเดลที่ดีมีรายได้เพิ่มขึ้น
	1.2 พัฒนากลไกการประสานงานการขับเคลื่อนโมเดลที่ดีในระดับพื้นที่	
	1.3 สร้างเครือข่ายความร่วมมือกับองค์กรภายนอกเพื่อเสริมความเข้มแข็ง	
w2. ประยุกต์เทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมเพื่อสนับสนุนการขับเคลื่อนโมเดลที่ดี	2.1 ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมสนับสนุนการจัดงานโมเดลที่ดี	• เจ้าภาพ/ผู้จัดงานโมเดลที่ดีพึงพอใจและบรรลุวัตถุประสงค์ • ธุรกิจโมเดลที่ดีขยายตัว จากการเข้าถึงผู้รับบริการมากขึ้น
	2.2 ยกระดับการประกอบธุรกิจโมเดลที่ดีโดยใช้เทคโนโลยี และวิทยาการข้อมูล	
	2.3 พัฒนาระบบข้อมูลและแพลตฟอร์มอำนวยความสะดวกในการขับเคลื่อนโมเดลที่ดี	

ตาราง 1 (ต่อ)

กลยุทธ์	มาตรการ	เป้าประสงค์
w3. ผลักดันการจัดงาน ไมซ์โดยใช้ความโดดเด่น ของพื้นที่อย่าง สร้างสรรค์ และยั่งยืน	3.1 เสริมสร้างกิจกรรมไมซ์จากฐานภูมิปัญญาและ วัฒนธรรมท้องถิ่น	• มีการจัดงานไมซ์ที่มีอัตลักษณ์ และมีชื่อเสียงในวงกว้าง • ผู้รับบริการและนักท่องเที่ยวร่วมงานไมซ์เพิ่มมากขึ้น
	3.2 ส่งเสริมการจัดกิจกรรมไมซ์ตามแนวทางความยั่งยืนและ รักขโลก	
	3.3 เชื่อมโยงการจัดงานไมซ์กับกิจกรรมเพื่อความรับผิดชอบต่อสังคม	
w4. เชื่อมโยงการจัด งานไมซ์ และกระจาย ประโยชน์จากการเป็น ไมซ์ซิตี้สู่ชุมชน	4.1 สร้างการรับรู้ เสริมความเข้าใจไมซ์ซิตี้ และการร่วมเป็น เจ้าบ้านที่ดี	• ประชาชน ชุมชนมีส่วนร่วมส่งเสริมการจัดงานไมซ์ • ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการมีส่วนร่วมจัดงานไมซ์
	4.2 พัฒนาศักยภาพชุมชนให้มีบทบาทร่วมเป็นแหล่งในการ จัดงานไมซ์	
	4.3 ยกระดับผลิตภัณฑ์และบริการจากชุมชนสนับสนุนการ จัดงานไมซ์	
w5. เสริมสร้างความ เชื่อมั่น ยกระดับ มาตรฐาน และคุณภาพ ในการจัดงานไมซ์	5.1 เสริมสร้างระบบการจัดการสุขอนามัยในการจัดงานไมซ์ ตามแนววิถีปกติใหม่	• ความเสี่ยงด้านสุขอนามัยในการจัดงานไมซ์ลดลง • ผู้รับบริการเชื่อมั่น และพึงพอใจในบริการของไมซ์ซิตี้
	5.2 ยกระดับมาตรฐานสถานที่จัดงานไมซ์ให้พร้อมก้าวสู่ สากล	
	5.3 พัฒนาคุณภาพการจัดการจุดหมายปลายทางเพื่อความ ประทับใจ	
w6. ส่งเสริมและสื่อสาร ภาพลักษณ์การเป็นไมซ์ ซิตี้โดยมุ่งเน้นการ จัดการตลาดเชิงรุก	6.1 ส่งเสริมอัตลักษณ์ความโดดเด่น และสร้างภาพจำ พิษณุโลกไมซ์ซิตี้	• เมืองเป็นที่รู้จัก เป็นที่ยอมรับ ดึงดูดการจัดงานไมซ์ • เมืองมีการจัดงานไมซ์ระดับชาติและนานาชาติเพิ่มขึ้น
	6.2 กระตุ้นตลาดไมซ์ภายในประเทศด้วยการส่งเสริมการ ขายและเพิ่มกลุ่มเป้าหมาย	
	6.3 ส่งเสริมขีดความสามารถในการร่วมประมวลสิทธิ์การจัด งานไมซ์	

ซึ่งจะมีการจัดทำโครงการสำคัญสำหรับยกระดับการเป็นไมซ์ซิตี้ของจังหวัดพิษณุโลก การขับเคลื่อนการดำเนินงานตามแผนที่นำทางสำหรับยกระดับการเป็นไมซ์ซิตี้ของจังหวัดพิษณุโลก ต้องมีการแปลงกลยุทธ์และมาตรการตามที่น่าสนใจไปสู่การปฏิบัติเป็นโครงการและกิจกรรมที่สอดคล้องกัน ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงได้จัดทำแนวคิดโครงการสำคัญ (flagship) สำหรับเป็นแนวทางให้ผู้ที่เกี่ยวข้องได้นำไปใช้ประโยชน์ต่อไป โดยแนวคิดโครงการสำคัญได้รับการออกแบบตามผลการวิเคราะห์ข้อมูลการวิเคราะห์สถานการณ์และสถานภาพการ

พัฒนาโมเดลจังหวัดพิษณุโลก และคำนึงถึงความสอดคล้องกับกลยุทธ์และมาตรการที่กำหนดไว้ นอกจากการ จัดทำโครงการสำคัญสำหรับยกระดับการเป็นโมเดลจังหวัดพิษณุโลกแล้ว คณะผู้วิจัยยังได้นำผลการ วิเคราะห์ปัจจัยความท้าทายและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของลักษณะกิจกรรมโมเดล แนวทางการจัดวางกลยุทธ์ การขับเคลื่อนโมเดลในพื้นที่ผ่านที่ท้าทาย ความสามารถของประเด็นเนื้อหาสาระสำหรับการจัดงานโมเดล ของจังหวัดพิษณุโลก รวมทั้งการกำหนดจุดยืนการเป็นโมเดลจังหวัดพิษณุโลก มาสังเคราะห์และจัดทำเป็น รูปแบบกิจกรรมโมเดลที่สอดคล้องกับศักยภาพและอัตลักษณ์ที่เป็นจุดขายของพื้นที่ เพื่อเป็นแนวทางในการ ออกแบบงานโมเดลและเป็นส่วนหนึ่งในการผลักดันการพัฒนาตามแผนที่นำทางเพื่อยกระดับการเป็นโมเดล

3.3) ผลการดำเนินกิจกรรมนำร่องขับเคลื่อนการพัฒนาตามแผนที่นำทางเพื่อยกระดับการเป็นโมเดล

การทดลองดำเนินกิจกรรมนำร่องขับเคลื่อนการพัฒนาตามแผนที่นำทางเพื่อยกระดับการเป็นโมเดล คำนึงถึงการบรรลุเป้าหมาย ความพร้อมในการดำเนินงาน และการนำเสนอศักยภาพของพื้นที่ และเงื่อนไขที่เป็นข้อจำกัดของสถานการณ์ปัจจุบัน ซึ่งมีเป้าหมายสำคัญในการจัดกิจกรรมนำร่อง คือ มุ่งเปลี่ยนแปลงแนวคิด ในการจัดงานโมเดลอย่างสร้างสรรค์และอาศัยสิ่งที่มีอยู่ในพื้นที่มาต่อยอดให้เกิดความน่าสนใจแล สร้าง ประสบการณ์แปลกใหม่ กลไกการดำเนินงาน คือ สมาคมเครือข่ายผู้ประกอบการโมเดลภาคเหนือตอนล่าง เนื่องจากมีความสามารถในการประสานความร่วมมือกับกลุ่มธุรกิจและภาคส่วนต่างๆ รวมทั้งเป็นการส่งเสริม การเรียนรู้และการยกระดับสมรรถนะของผู้ประกอบการและบุคลากรในพื้นที่ผ่านการจัดงานโมเดลร่วมกันด้วย เงื่อนไขที่เป็นข้อจำกัด คือ สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 ทำให้ต้องมีความระมัดระวัง และ เตรียมมาตรการความปลอดภัยด้านสุขอนามัย และการควบคุมโรคตามแนวทางที่ศูนย์บริหารสถานการณ์แพร่ ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (ศบค.) กำหนด โดยจัดกิจกรรมนำร่อง 2 กิจกรรม ในลักษณะการ ท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และงานแสดงสินค้า ที่เน้นการนำเสนอศักยภาพที่เป็นจุดขายในด้านฐานเศรษฐกิจ ชีวภาพ ในประเด็นอาหารพื้นถิ่นและวิถีการบริโภค เพื่อแสดงให้เห็นถึงการสร้างมูลค่าและกระตุ้นเศรษฐกิจจาก พื้นฐาน ได้แก่ 1) การดำเนินกิจกรรมโมเดลนำร่องที่ 1: “เที่ยวฟิน กินสนุก กับตุ๊กตุ๊ก สองแคว” และ 2) การดำเนินกิจกรรมนำร่องที่ 2: “Food Fin in Love”

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีข้อค้นพบสำคัญที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์ต่อการวิจัย ซึ่งสามารถนำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. การถอดบทเรียนการเป็นโมเดล (MICE CITY) และวิเคราะห์เทียบเคียงสำหรับเป็นแนวทางในการ ขับเคลื่อนอุตสาหกรรมโมเดล ผลการวิจัยพบว่า ประเด็นการถอดบทเรียนการเป็นโมเดล (MICE CITY) คือ ทั้ง 3 จังหวัด โดยสรุปมีวิธีการและกระบวนการการพัฒนาเมืองในแต่ละเมืองจะมีความแตกต่างกันไป เนื่องจากพลวัต ที่แตกต่างกันไปในสภาพของเมือง วัฒนธรรม จุดเด่น หรืออื่นๆ รวมถึงความสัมพันธ์ของภาคส่วนต่างๆ ที่ขึ้นอยู่กับเวลา โอกาสและวิสัยทัศน์ของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจ ดังนั้น ในการพัฒนาและคงความเป็นเมืองโมเดล จึงเป็นความท้าทายของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการสร้างและขับเคลื่อนเมืองโมเดลให้เติบโตอย่างยั่งยืน และบทเรียน การผลักดันและการขับเคลื่อนโมเดลได้ จำนวน 10 บทเรียนซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการถอดบทเรียน (Lesson

Learned) ของ ChanKong (2014, p.1) ได้กล่าวว่า เป็นทั้งแนวคิดและเครื่องมือเพื่อสร้างการเรียนรู้ ซึ่งเป็นวิธีการหนึ่งของการจัดการความรู้โดยเป็นกระบวนการดึงเอาความรู้จากการทำงานออกมาใช้เป็นทุนในการทำงานเพื่อยกระดับให้ดียิ่งขึ้น การถอดบทเรียน จึงเป็นการสกัดความรู้ที่มีอยู่ในตัวคนออกมาเป็นบทเรียน/ความรู้ที่ชัดแจ้ง ซึ่งผลที่ได้จากการถอดบทเรียน ทำให้ได้บทเรียนในรูปแบบชุดความรู้ที่เป็นรูปธรรมและเกิดการเรียนรู้ร่วมกันของผู้เข้าร่วมกระบวนการอันนำมาซึ่งการปรับวิธีคิดและเปลี่ยนแปลงวิธีการทำงานที่สร้างสรรค์ และมีคุณภาพยิ่งขึ้น หัวใจหลักของการถอดบทเรียน ต้องมีการแบ่งปันความรู้โดยมีผลประโยชน์ร่วมกัน มีความไว้วางใจทั้งตนเองและผู้อื่น และมีการเรียนรู้

2. การเสริมสร้างขีดความสามารถการเป็นไมซ์ซิตี้ (MICE CITY) ภายในประเทศโดยการสร้างอัตลักษณ์ที่เป็นจุดขายของเมือง ผลการวิจัยพบว่า การสร้างอัตลักษณ์ที่เป็นจุดขายของเมืองทำได้แนวทางในการยกระดับการเป็นเมืองไมซ์ซิตี้จากการใช้จุดขายของเมืองเพื่อสร้างภาพลักษณ์ อัตลักษณ์ ความเป็นตัวตนของเมืองและสร้างความประทับใจให้กับผู้มาเยือนที่เป็นภาพจำของเมืองที่มีความโดดเด่นเฉพาะตัวของเมืองที่จะนำไปสู่การสร้างแบรนด์ การสื่อสารให้เป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียงของเมืองที่จะนำไปสู่การขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ในพื้นที่ให้มีขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยใช้อัตลักษณ์ที่เป็นจุดขายของจังหวัดพิษณุโลก ซึ่งได้แสดงถึงบุคลิกลักษณะของจังหวัดพิษณุโลกเชิงอุปมา แก่นของจังหวัดพิษณุโลก รหัสสีที่สะท้อนความเป็นตัวตนของจังหวัด และได้จัดทำสัญลักษณ์ (Logo) ลายกราฟฟิก รูปแบบตัวอักษร และตัวการ์ตูนสัญลักษณ์หรือตัวนำโชค (Mascot) ที่สอดคล้องกับการวิเคราะห์บุคลิกลักษณะและอัตลักษณ์ของจังหวัดพิษณุโลกในฐานะที่เป็นไมซ์ซิตี้ (MICE CITY) ที่สามารถสื่อสารและทำให้ผู้คนจดจำได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Sereerat, Laksitanon & Sereerat (2009) ที่กล่าวว่า แบรนด์ หรือ ตรา (Brand) คือ องค์ประกอบทุกอย่าง อย่างที่ประกอบกันขึ้นมาเป็นสินค้าไม่ใช่แค่เพียงชื่อ (Brand names) สัญลักษณ์หรือโลโก้ (Logo) ลักษณะเฉพาะตัว (Characters) สโลแกน (Slogan) บรรจุภัณฑ์ (Packaging) และเรื่องราวของตรา (Brand story) แต่ยักรวมถึงความรู้สึกหรือความประทับใจผู้บริโภคมีต่อตรา นั้นๆ ตรา มีบทบาทสำคัญต่อการทำธุรกิจในโลกปัจจุบันอย่างมาก เนื่องจากจำนวนสินค้าหรือบริการในตลาดได้มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นทำให้เกิดการแข่งขัน เพื่อความได้เปรียบทางการค้า ตรา นั้นเป็นสิ่งที่สามารถบอกถึงเอกลักษณ์และคุณสมบัติของสินค้าหรือบริการของบริษัทหรือองค์กร เพื่อช่วยให้ผู้บริโภคสามารถแยกแยะสินค้าของตนเองออกจากคู่แข่งได้ นอกจากนี้ ยังเป็นการรับประกันคุณภาพเพื่อเสริมสร้างความน่าเชื่อถือในตัวสินค้า ทำให้ลูกค้ารู้สึกปลอดภัยและลดอัตราการเสี่ยงจากการได้มาซึ่งไม่มีคุณภาพ รวมถึงตรา ยังมีบทบาทต่อบริษัทหรือองค์กรในเรื่องต่างๆ เช่น แบรนด์ที่มีลิขสิทธิ์จะช่วยให้บริษัทสามารถดำเนินงานไปด้วยความปลอดภัย ป้องกัน การละเมิดลิขสิทธิ์จากคู่แข่ง และยังสร้างข้อได้เปรียบเพราะเมื่อลูกค้าเกิด ความรักดีในตรา นั้นๆ ส่งผลให้สินค้าหรือบริการจากบริษัทอื่นๆ มีความยากลำบากในการที่จะเข้ามาแข่งขันในตลาด และถ้าตรา มีความแข็งแกร่งก็จะสามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ให้กับสินค้าหรือบริการของธุรกิจนั้นๆ ด้วย และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chomphupo & Karn (2021, p.148) ศึกษาความพร้อมในการเป็นไมซ์ซิตี้ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในธุรกิจไมซ์ พบว่า กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญ

ของไมซ์ซิตี้ คือ การมีชื่อเสียงของสถานที่นั้นและสถานที่ท่องเที่ยวหรือกิจกรรมที่น่าสนใจในไมซ์ซิตี้ที่มีความโดดเด่นเฉพาะที่เป็นอัตลักษณ์

3. การจัดทำ Roadmap ในการยกระดับการเป็นไมซ์ซิตี้ (MICE CITY) เพื่อการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันด้านเศรษฐกิจของประเทศ ผลการวิจัย พบว่า การจัดทำแผนที่นำทางสำหรับยกระดับการเป็นไมซ์ซิตี้ของจังหวัดพิษณุโลก ซึ่งกรอบแนวทางสำหรับยกระดับการเป็นไมซ์ซิตี้ของจังหวัดพิษณุโลกเพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันให้แก่อุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศ เป็นการฉายภาพอนาคตเชิงเป้าประสงค์ในระยะ 9 ปี ที่สอดคล้องกับสถานการณ์ความท้าทาย ศักยภาพ และความต้องการของพื้นที่ เพื่อกำหนดสถานภาพและออกแบบแผนที่นำทางในลักษณะยุทธศาสตร์การพัฒนา ตลอดจนแนวทางการดำเนินงานและกิจกรรมไมซ์ต้นแบบที่สอดคล้องกับความสามารถของพื้นที่ซึ่งจะทำให้ทางจัดทำแผนที่นำทาง Roadmap สามารถไปถึงหลักชัยเป้าหมายที่กำหนดได้ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Saenphakdee (2006) ได้กล่าวถึง แผนที่นำทางที่ดีควรจะเป็น Strategic Map หรือ แผนที่นำทางเชิงกลยุทธ์ที่เดินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และหัวใจของการจัดทำแผนที่นำทาง คือ การใช้ความสหสาขาโดยผู้เกี่ยวข้องมีส่วนได้ส่วนเสียร่วมจัดทำ เพื่อก้าวเดินทางตามแผนที่นำทางไปพร้อมๆ กัน และการทดลองนำร่องขับเคลื่อนกิจกรรมตามแผนที่นำทางในการยกระดับการเป็นไมซ์ซิตี้ของจังหวัดพิษณุโลก ผลการวิจัย พบว่า จัดกิจกรรมไมซ์นำร่องที่ 1 “เที่ยวฟิน กินสนุก กับตุ๊กตุ๊ก สองแคว” ผลการประเมินกิจกรรม “เที่ยวฟิน กินสนุก กับตุ๊กตุ๊ก สองแคว” โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.41$, $S.D.=0.16$) และกิจกรรมไมซ์นำร่องที่ 2: “Food Fin in Love” พบว่า ผลการประเมินกิจกรรม “Food Fin in Love” โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.32$, $S.D.=0.15$) ทั้งนี้ เนื่องจากการจัดกิจกรรมไมซ์นำร่องครั้งนี้ สะท้อนผลให้ทราบถึงศักยภาพของจังหวัดพิษณุโลกที่มีสามารถยกระดับเป็นเมืองไมซ์ซิตี้ในมิติต่างๆ เช่น เมืองแห่งความอยู่ดีมีสุข (City of well-being) ฐานเศรษฐกิจชีวภาพ (Bio-economy area) แหล่งรวมภูมิปัญญาและความสร้างสรรค์ (Wisdom and creative district) และพื้นที่ยุทธศาสตร์ความเชื่อมโยง (Strategic connectivity area) ซึ่งจะเป็นศักยภาพที่มีความโดดเด่นในพื้นที่ที่สามารถสร้างมูลค่าสูงและขีดความสามารถในการแข่งขันเศรษฐกิจต่อไปได้

แนวทางเชิงนโยบายเพื่อการส่งเสริมการนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์

กล่าวได้ว่าผลการวิจัยถอดบทเรียนและผลักดันการเป็นไมซ์ซิตี้ (MICE City) ในการเสริมสร้างเศรษฐกิจบริการมูลค่าสูง เป็นทั้งชุดความรู้ แนวทางดำเนินการ และรูปแบบการปฏิบัติที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการขับเคลื่อนไมซ์ซิตี้ รวมทั้งขยายผลไปสู่การพัฒนาเมืองให้เติบโตด้วยอุตสาหกรรมไมซ์ได้ ดังนั้น จึงควรส่งเสริมการนำผลการศึกษาไปใช้ในเชิงนโยบาย โดยมีแนวทาง ดังนี้

1. การสื่อสารผลการวิจัย ให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องได้รับทราบและเกิดความเข้าใจในการผลักดันการเป็นไมซ์ซิตี้ รวมทั้งสะท้อนให้เห็นถึงคุณค่าทางเศรษฐกิจของการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับภูมิภาค ซึ่งจะนำไปสู่การเสริมสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจในพื้นที่ และเป็นฐานในการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ซึ่งการสื่อสารผลการวิจัยต้องทำในหลายระดับและหลายลักษณะ กล่าวคือ ต้องสื่อสารเชิงนโยบายกับผู้มีส่วนได้เสียและผู้มีอำนาจตัดสินใจและผู้มีบทบาทในการสนับสนุนการขับเคลื่อนไมซ์ซิตี้ รวมทั้งสื่อสารกับผู้ใช้ประโยชน์

และรับประโยชน์จากการพัฒนาโมชชีดี โดยเฉพาะผู้ประกอบการและกลุ่มผู้ประกอบการโมชชี เพื่อส่งเสริมให้เกิดการลงทุนและการพัฒนาอุตสาหกรรมโมชชีอย่างต่อเนื่อง

2. การใช้ประโยชน์จากการถอดบทเรียนโมชชีดีต้นแบบ ถึงแม้ว่าการถอดบทเรียนโมชชีดีต้นแบบจะเป็นการวิเคราะห์จังหวัดที่ได้รับการผลักดันเป็นโมชชีดี 3 จังหวัด แต่ก็สามารถสะท้อนให้เห็นถึงกระบวนการพัฒนาสู่การเป็นโมชชีดี และการยกระดับอุตสาหกรรมโมชชี รวมทั้งปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จในการขับเคลื่อนโมชชีดีที่มีร่วมกันได้อย่างชัดเจน ดังนั้น บทเรียนจากโมชชีดีต้นแบบจึงถือเป็นชุดความรู้ และหลักการที่พึงยึดถือปฏิบัติในการพัฒนาโมชชีดี และส่งเสริมอุตสาหกรรมโมชชีให้เติบโต จึงควรนำบทเรียนดังกล่าวไปถ่ายทอด และสร้างกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันกับผู้ที่เกี่ยวข้องในการขับเคลื่อนโมชชีดี ทั้งในภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน ซึ่งการเรียนรู้ร่วมกันจะทำให้เกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของและการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน

3. การใช้ประโยชน์จากสัญลักษณ์ ลายกราฟิก รูปแบบตัวอักษร และตัวการ์ตูนสัญลักษณ์หรือตัวนำโชค (Mascot) ที่สอดคล้องกับการวิเคราะห์บุคลิกลักษณะและอัตลักษณ์ของจังหวัดพิษณุโลก จะช่วยสร้างสร้างภาพจำที่เป็นรูปธรรมในการนำเสนอจังหวัดให้เป็นที่รู้จัก และช่วยในการสร้างแบรนด์ เพื่อส่งเสริมการตลาดของโมชชีดีได้ ซึ่งการผลักดันการใช้สัญลักษณ์เพื่อสร้างภาพจำและส่งเสริมแบรนด์ของเมืองอาจพิจารณาจากกรณีที่ประสบความสำเร็จในประเทศญี่ปุ่น เช่น กรณีของจังหวัดคุมาโมโตะที่ใช้สัญลักษณ์สัตว์นำโชคเป็นหมีสีดำ แก้มสีแดงที่มีบุคลิกเฉพาะตัวชื่อ “คุมะมง” มาสร้างแบรนด์ ผลักดันการตลาดให้กับการท่องเที่ยวและสินค้าของจังหวัด ซึ่งภาครัฐในจังหวัดส่งเสริมให้ผู้ผลิตและผู้บริการในจังหวัดร่วมกันใช้สัญลักษณ์ดังกล่าวร่วมกัน โดยใช้กลยุทธ์ royalty-free strategy หรือ เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการในประเทศญี่ปุ่นที่สนใจสามารถนำใช้สัญลักษณ์สัตว์นำโชคไปใช้ได้โดยไม่คิดค่าลิขสิทธิ์ แต่ต้องส่งเสริมภาพลักษณ์และชื่อเสียงของเมือง เป็นต้น

4. การผลักดันอัตลักษณ์ที่เป็นจุดขายเพื่อสร้างสรรคงานโมชชี เป็นการสร้างความแตกต่าง และส่งเสริมความโดดเด่นให้กับงานโมชชี รวมทั้งเป็นการใช้ประโยชน์จากศักยภาพของพื้นที่ให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ด้วย ซึ่งการผลักดันอาจเริ่มจากการประยุกต์รูปแบบกิจกรรมโมชชีต้นแบบที่สอดคล้องกับศักยภาพและอัตลักษณ์ของพื้นที่ไปจัดงานตามโอกาสต่างๆ โดยหน่วยงานภาครัฐอาจดัดแปลงและผนวกการจัดกิจกรรมโมชชีต้นแบบดังกล่าว เป็นส่วนหนึ่งของโครงการพัฒนาพื้นที่ (area-based project) หรือโครงการตามภารกิจของหน่วยงาน (function-based project) เช่น การนำรูปแบบงานเทศกาลอาหารออร์แกนิกไปผนวกกับการจัดงานเทศกาลอาหารประจำปี เป็นต้น รวมทั้งต้องส่งเสริมให้เอกชนร่วมมือกัน และร่วมลงทุนเพื่อนำกิจกรรมโมชชีต้นแบบไปใช้ในเชิงพาณิชย์ โดยเฉพาะการจัดกิจกรรมประเภทงานแสดงสินค้าและนิทรรศการที่นำเสนอสินค้าหรือบริการที่มีศักยภาพของพื้นที่มาต่อยอดด้วยความคิดสร้างสรรค์

5. การขับเคลื่อนแผนที่นำทางและโครงการ โดยผลักดันให้แผนที่นำทางเพื่อยกระดับการเป็นโมชชีดีมีสภาพบังคับ หรือเป็นส่วนหนึ่งของแผนพัฒนาจังหวัด หรือให้หน่วยงานที่มีบทบาทภารกิจเกี่ยวข้องโดยตรงรับผิดชอบดำเนินการ ซึ่งสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. ในฐานะองค์กรหลักที่ส่งเสริมอุตสาหกรรมโมชชี และผลักดันให้เกิดโมชชีดีต้องเข้ามามีบทบาทกำหนดให้โมชชีดีต้องมีการจัดทำ

แผนยุทธศาสตร์ระยะยาว รวมทั้งแผนปฏิบัติการในการขับเคลื่อนโมเดลเมืองและพัฒนากฎหมายโมเดลด้วย ซึ่งจะ
ทำให้จังหวัดและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องนำแผนที่นำทางและโครงการที่กำหนดไว้แปลงเป็นยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติ
การต่อไป ทั้งนี้สิ่งที่ต้องพิจารณา คือ การร่วมมือกันขับเคลื่อนโดยสร้างความเข้าใจและทำให้หน่วยงานที่
เกี่ยวข้องกับการกำกับการยุทธศาสตร์การพัฒนาพื้นที่และการจัดสรรงบประมาณเห็นถึงความสำคัญของการใช้โมเดล
เป็นเครื่องมือสำหรับขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจและสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันด้วย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยใช้ประโยชน์

1. บทเรียนโมเดลต้นแบบที่ได้จากผลการวิจัยเป็นชุดความรู้ และหลักการที่พึงยึดถือปฏิบัติในการ
พัฒนาโมเดล และส่งเสริมอุตสาหกรรมโมเดลให้เติบโตขึ้น จึงควรนำบทเรียนดังกล่าวไปถ่ายทอด ขยายผล และ
สร้างการเรียนรู้ร่วมกันกับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย เช่น ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เป็นต้น ในการ
ขับเคลื่อนและผลักดันโมเดล (MICE CITY) เพื่อรองรับในการแข่งขันด้านเศรษฐกิจภูมิภาคมูลค่าสูงต่อไป
2. ผลการวิจัยจากการสร้างอัตลักษณ์ที่เป็นจุดขายของจังหวัดพิษณุโลก อาทิ ลายกราฟฟิก รูปแบบ
ตัวอักษร และตัวการ์ตูนสัญลักษณ์หรือตัวนำโชค (Mascot) นั้น ควรผลักดันการใช้สัญลักษณ์เพื่อสร้างภาพจำ
และส่งเสริมแบรนด์ของเมืองทางการตลาดให้กับการท่องเที่ยวและสินค้าของจังหวัด ซึ่งภาครัฐในจังหวัดส่งเสริม
ให้ผู้ผลิตและผู้บริการในจังหวัดร่วมกันใช้สัญลักษณ์ดังกล่าวร่วมกัน โดยใช้กลยุทธ์ royalty-free strategy ซึ่ง
เปิดโอกาสให้ผู้สนใจสามารถนำใช้สัญลักษณ์สัตว์นำโชคไปใช้ได้โดยไม่คิดค่าลิขสิทธิ์ แต่ต้องส่งเสริมภาพลักษณ์
และชื่อเสียงของเมืองเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์อัตลักษณ์ของเมือง จะทำให้เป็นการเสริมสร้างขีดความสามารถ
การเป็นโมเดล (MICE CITY)
3. ควรจะผลักดันอัตลักษณ์ที่เป็นจุดขายเพื่อสร้างสรรคงานโมเดลของเมืองที่เป็นการสร้างความ
แตกต่าง และส่งเสริมความโดดเด่นให้กับงานโมเดล รวมทั้งเป็นการใช้ประโยชน์จากศักยภาพของพื้นที่ให้เกิด
มูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจด้วย ซึ่งการผลักดันอาจเริ่มจากการประยุกต์รูปแบบกิจกรรมโมเดลต้นแบบที่สอดคล้องกับ
ศักยภาพและอัตลักษณ์ของพื้นที่ไปจัดงานตามโอกาสต่างๆ โดยหน่วยงานภาครัฐอาจจัดและผนวกการ
จัดกิจกรรมโมเดลต้นแบบดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของโครงการพัฒนาพื้นที่ (area-based project) หรือโครงการตาม
ภารกิจของหน่วยงาน (function-based project) เช่น การนำรูปแบบงานเทศกาลอาหารออร์แกนิกไปผนวกกับ
การจัดงานเทศกาลอาหารประจำปี เป็นต้น รวมทั้งต้องส่งเสริมให้เอกชนร่วมมือกัน และร่วมลงทุนเพื่อนำ
กิจกรรมโมเดลต้นแบบไปใช้ในเชิงพาณิชย์ โดยเฉพาะการจัดกิจกรรมประเภทงานแสดงสินค้าและนิทรรศการที่
นำเสนอสินค้าหรือบริการที่มีศักยภาพของพื้นที่มาต่อยอดด้วยความคิดสร้างสรรค์
4. ควรมีการประยุกต์ใช้แผนที่นำทางและโครงการ โดยผลักดันให้แผนที่นำทางเพื่อยกระดับการเป็น
โมเดลที่มีสภาพบังคับ หรือเป็นส่วนหนึ่งของแผนพัฒนาจังหวัด หรือให้หน่วยงานที่มีบทบาทภารกิจเกี่ยวข้อง
โดยตรงรับผิดชอบดำเนินการ ซึ่งสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน.และ
ผลักดันให้เกิดโมเดลที่ต้องเข้ามามีบทบาทกำหนดให้โมเดลต้องมีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ระยะยาว รวมทั้ง
แผนปฏิบัติการในการขับเคลื่อนโมเดลและพัฒนากฎหมายโมเดลด้วย ซึ่งจะทำให้จังหวัดและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

นำแผนที่นำทางและโครงการที่กำหนดไว้แปลงเป็นยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการต่อไป ซึ่งอาศัยความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างความรู้สึกร่วมกันในการสร้างความเข้าใจและทำให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการกำกับการยุทธศาสตร์การพัฒนาพื้นที่และใช้ไม้ซี้เป็นเครื่องมือสำหรับขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจมูลค่าสูงต่อไป

5. ควรมีการจัดตั้ง academy เป็นศูนย์ความเป็นเลิศร่วมกับสถาบันอุดมศึกษาเพื่อให้คำปรึกษาในการขับเคลื่อนการเป็นไมซ์ซิตี้ (MICE CITY) ที่เป็นองค์ความรู้เกี่ยวกับไมซ์ซิตี้ในการเสริมสร้างขีดความสามารถการเป็นไมซ์ซิตี้ (MICE CITY) จากฐานข้อมูลแหล่งข้อมูลสำคัญที่สามารถใช้ประโยชน์ในการพัฒนาเศรษฐกิจมูลค่าสูง

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ควรกำหนดเป็นนโยบายระดับจังหวัดที่เป็นทิศทางการพัฒนาหรือการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันเศรษฐกิจสร้างสรรค์มูลค่าสูงที่เป็นเครื่องมือสำคัญ

2. ควรกำหนดเป็นวาระสำคัญของจังหวัดเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของจังหวัดที่นำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจมูลค่าสูงหรือเสริมศักยภาพการสร้างมูลค่าเติบโตทางเศรษฐกิจ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรจัดทำพัฒนาในรูปแบบกิจกรรมเทศกาลงานไมซ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (festival economy) เพื่อเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจในระดับภูมิภาคที่นำไปสู่การเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน

2. ควรมีการพัฒนาต่อยอดในการยกระดับการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ในพื้นที่ใกล้เคียงที่สำคัญต่อการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันการพัฒนาเศรษฐกิจมูลค่าสูงได้อย่างยั่งยืน

Reference

- Rattanaphan, N., Boon Lueang, P. & Pongcheawboon, A. (2017). Songkhla the city of MICE to support the tourism group IMT-GT. *Journal of Business Administration and Accounting Khon Kaen University*, 1(1), 66-78. [In Thai]
- Saenphakdee, P. (2006). *Knowledge Management of Social Networks for Health Consumer Protection*. Doctoral Thesis, Khon Kaen University. [In Thai]
- Chomphupo, P. & Karn, M. (2021). The survey of MICE stakeholders' readiness to become MICE City. *Humanities and Social Sciences Journal Ubon Ratchathani Rajabhat University*, 12(2), 335-349. [In Thai]
- ChanKong, V. (2014). *Lesson transcription part 2, Booklet in Health Sciences Online, Vol. 2*. [Online]. Available : <https://www.stou.ac.th/schools/shs/booklet/book572/research572.pdf> [2021, May 1]. [In Thai]
- Sereerat, S.R., Laksitanon, P. & Sereerat, S. (2009). *Marketing management*. Bangkok : Thammasarn. [In Thai]