รายชื่อวารสารทั้งหมด

พบวารสารทั้งหมด 1252 รายการ

*ท่านสามารถดูรายละเอียดของแต่ละวารสารได้โดยคลิกที่ชื่อของวารสาร

2350-9627

ISSN	E-ISSN	ชื่อไทย	ชื่ออังกฤษ	TCI กลุ่มที่	สาขา	เว็บไซต์	หมายเหตุ
2350-9627	2697-3766	วารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	Journal of Liberal Arts and Management Science Kasetsart University	2	Social Sciences	http://kuojs.lib.ku.ac.th/index.php/jfam	ยกเลิกการจัดพิมพ์รูปเล่มตั้งแต่ Vol.8 No.1 มกราคม-มิถุนายน 2564 เป็นต้นไป

คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Journal of Liberal Arts and Management Science
Kasetsart University

ปีที่ 9 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2565

Vol.9
No.1

January - June 2022

วารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ปีที่ 9 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2565

ISSN: 2350-9627 (Print)
ISSN: 2697-3766 (Online)

วารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
Journal of Liberal Arts and Management Science Kasetsart University

วัตถุประสงค์ เพื่อเผยแพร่ผลงานทางวิชาการและผลงานวิจัย ที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาองค์ความรู้ใหม่และเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นตลอดจนประสบการณ์ให้แก่นิสิตในระดับบัณฑิตศึกษา คณาจารย์ นักวิจัย โดยมีขอบเขตครอบคลุมสาขาที่เกี่ยวข้องกับด้านศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ ได้แก่ การบัญชี การเงิน การบริหาร การจัดการ การตลาด เศรษฐศาสตร์ การจัดการโรงแรมและท่องเที่ยว รัฐประศาสนศาสตร์ นิติศาสตร์ สังคมศาสตร์ ภาษาต่างประเทศ พลศึกษาและวิทยาศาสตร์การกีฬา และสหวิทยาการต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

เจ้าของ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ที่ปรึกษา รองอธิการบดีวิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร
คณบดีคณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ขวัญชนก ห่านนิมิตกุลชัย	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

บรรณาธิการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

ศาสตราจารย์ ดร.ทวีเกียรติ มีนะกนิษฐ	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.กรไชย พรลภัสรชกร	มหาวิทยาลัยนครพนม
รองศาสตราจารย์ ดร.ศศิวิมล มีอำพล	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมรินทร์ เทวตา	มหาวิทยาลัยศิลปากร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์โกวิทย์ พิมพวง	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

กองบรรณาธิการดำเนินการประจำฉบับ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เด่นติศักดิ์ ดอกจันทร์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปณิธี การสมดี	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กันยารัตน์ สุขะวัธนกุล	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เปรมฤดี จิตรเกื้อกูล	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
อาจารย์ ดร.กุลนันทน์ ศรีพงษ์พันธุ์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
อาจารย์สุวคนธ์ สมไพรพิทักษ์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชวนชื่น อัคคะวณิชชา	มหาวิทยาลัยศิลปากร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิรมล อริยอาภากมล	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศักดิ์สุริยา ไตรยราช	มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพัชร์ อภิวัฒน์ไพศาล	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพชรไพรริน อุปปิง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลภัสรดา พิชญาธีรนาถ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประภัสสร วารีศรี	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิราภา พึ่งบางกรวย	มหาวิทยาลัยบูรพา
อาจารย์ ดร.ดวงนภา สุขะหุต	มหาวิทยาลัยแม่โจ้

กองบรรณาธิการจัดการ

นางสาวขนิษฐา กิจปัญจทรัพย์

กำหนดการเผยแพร่ ปีละ 2 ฉบับ (ราย 6 เดือน)

ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม-มิถุนายน

ฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม-ธันวาคม

การเผยแพร่ เผยแพร่ผ่านเวปไซต์วารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สถานที่ติดต่อ กองบรรณาธิการวารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ
59/6 หมู่ 1 ถนน วปรอ.366 ตำบลเชียงเครือ อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร
โทรศัพท์ 042-725039 โทรสาร 042-725040
E-mail: id.journaloflams@gmail.com
Website: http://kuojs.lib.ku.ac.th/index.php/jfam

---

1. บทความวิจัย บทความวิชาการ ตลอดจนผลงานทางวิชาการทุกเรื่องที่ตีพิมพ์ในวารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ได้รับการประเมินคุณภาพจากผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้อง จำนวน 3 ท่าน โดยประเมินตามเกณฑ์ที่กำหนดลักษณะ double blind review ผลการพิจารณาจากกองบรรณาธิการถือเป็นที่สุด
2. ข้อความ และข้อคิดเห็นใดๆ ในวารสารเป็นของผู้เขียนแต่ละท่าน กองบรรณาธิการและคณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการไม่จำเป็นต้องเห็นพ้องด้วย และมิใช่ความรับผิดชอบของกองบรรณาธิการและคณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ
3. กองบรรณาธิการไม่สงวนสิทธิ์ในการคัดลอก แต่ขอให้อ้างอิงแสดงที่มา
4. ลิขสิทธิ์บทความเป็นของคณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการและของผู้เขียนซึ่งได้รับการสงวนสิทธิ์ตามกฎหมาย การตีพิมพ์ซ้ำต้องได้รับอนุญาตจากผู้เขียนก่อน

สารบัญ (ต่อ)

บทความวิจัย/บทความวิชาการ	หน้า
คุณลักษณะของที่พักที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการ กลุ่มสเตเคชั่นในอินเตอร์คอนติเนนตัล พัทยา รีสอร์ท *ระชานนท์ ทวีผล*	(100-117)
รูปแบบการออกกำลังกายผ่านสื่อสังคมออนไลน์และความสามารถในการออกกำลังกายด้วยตนเองของผู้สูงอายุ *มนชาย ภูวรกิจ ธนัญชัย เฉลิมสุข และ ปรีชา ทับสมบัติ*	(118-137)
เดิน-วิ่งเสมือนจริงเพื่อสุขภาพ “นนทรีอีสานเวอร์ชวลรัน ซีซั่น1”: การประเมินโครงการสู่การเป็นแนวทางการพัฒนากิจกรรมต้นแบบด้านการส่งเสริมสุขภาพในมหาวิทยาลัยโดยใช้ฐานข้อมูลชุมชน *อรนภา ทัศนัยนา ภุชงค์ รุ่งอินทร์ และ ฤกษ์ชัย แย้มวงษ์*	(138-152)
สมรรถนะครูพลศึกษา *เสาวลักษณ์ ประมาน ต่อศักดิ์ แก้วจรัสวิไล และ ธีรนันท์ ตันพานิชย์*	(153-164)
รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) *เขมรัฐ เสริมสมบูรณ์ และ เกิดศิริ เจริญวิศาล*	(165-180)

รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC)

The Model of Business Tourism in Area of Eastern Economic Corridor (EEC)

เขมรัฐ เสริมสมบูรณ์[1*] และ เกิดศิริ เจริญวิศาล[2]
Khemmaratt Sermsomboon[1*] and Kaedsiri Jaroenwisan[2]

(Received: March 3, 2022; Revised: April 11, 2022; Accepted: May 12, 2022)

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายถึงรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจสำหรับพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก หรือ EEC เพื่อให้นักลงทุนและผู้ประกอบการได้ทราบถึงลักษณะเฉพาะของนักท่องเที่ยว สามารถแบ่งส่วนตลาดการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ และกำหนดกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดได้อย่างชัดเจน จากการศึกษาพบว่า รูปแบบการท่องเที่ยวที่สำคัญที่สุดในการสร้างรายได้หลักของพื้นที่ได้แก่ ธุรกิจไมซ์ (MICE) และจากการจัดทำแผนการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อยกระดับการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกสู่การท่องเที่ยวระดับโลกอย่างยั่งยืน โดยมาตรการของหน่วยงานภาครัฐได้มีการส่งเสริมการลงทุนในกิจการหอประชุมขนาดใหญ่ และศูนย์แสดงสินค้านานาชาติ และพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพ รวมถึงการลงทุนเพื่อพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานและโลจิสติกส์ให้พื้นที่ภาคตะวันออกรองรับการขยายตัวของกรุงเทพมหานคร อาทิ โครงการรถไฟความเร็วสูงเชื่อมสามสนามบิน เส้นทางรถไฟรางคู่ การพัฒนาท่าอากาศยานอู่ตะเภา เป็นต้น นอกจากนี้ด้านการรองรับกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ ได้มีแผนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับกลุ่มนักท่องเที่ยว Bleisure ซึ่งจากการศึกษา พบว่าเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียล โดยพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมีความสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงอุปสงค์และอุปทานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยเฉพาะอย่างยิ่งการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก นักท่องเที่ยวมิลเลนเนียล

---

[1] อาจารย์ประจำภาควิชาบริหารธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรม คณะบริหารธุรกิจและอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
[2] ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ร้อยโทหญิง คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
* Corresponding author, E-mail: khemmaratt.s@bas.kmutnb.ac.th

Abstract

This article is to inform investors and entrepreneurs about the business tourism strategy for the Eastern Economic Corridor (EEC) by identifying features of tourists capable of segmenting the business tourist market and defining marketing objectives. According to the survey, MICE enterprises, also the development and promotion of tourism in order to transform the Eastern Economic Corridor's tourist industry into one of world-class sustainability are the most significant tourist types that create the majority of the region's revenue. Government agencies have made investments in the large auditorium business, the International Exhibition Center, and health-oriented tourism development to support quality tourists, as well as investments in infrastructure and logistics development for the eastern region to support Bangkok's growth, such as the high-speed rail project connecting three airports and the double-track railway development of U-Tapao Airport, etcetera. In addition, in support of promoting business tourism to specific populations, Plans call for the development of tourism sites and infrastructure to serve Bleisure visitors, who, according to the survey, are millennials. This group's conduct has a significant impact on the demand and supply of the tourism sector, particularly corporate tourism.

Keywords: Business Tourism, Eastern Economic Corridor, Millennial Tourist

1. บทนำ

การท่องเที่ยวนับเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญที่สุดอุตสาหกรรมหนึ่งของประเทศไทย ช่วยสร้างรายได้เข้าประเทศ ก่อให้เกิดการเติบโตทางเศรษฐกิจ อีกทั้งเกิดการกระจายรายได้จากระดับประเทศสู่ระดับท้องถิ่น ส่งผลให้เกิดการพัฒนาในด้านโครงสร้างพื้นฐาน การคมนาคมและโลจิสติกส์เพื่อรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง รัฐบาลให้ความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศในมิติต่างๆ เพื่อก้าวสู่การเป็นประเทศพัฒนาแล้วในระยะเวลาอันใกล้ จากรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยกำหนดให้มียุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ.2561-2580) เป็นแนวทางการกำหนดกรอบการพัฒนาประเทศ ภายใต้วิสัยทัศน์ "ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง" นับเป็นยุทธศาสตร์ชาติฉบับแรกของประเทศไทย การกำหนดกรอบนโยบายด้านต่างๆ เพื่อส่งเสริมศักยภาพของประเทศไทยในด้านต่างๆ เห็นได้จากยุทธศาสตร์ประเทศไทย 4.0 ที่จะเป็นตัวช่วยยกระดับขีดความสามารถของภาคการผลิตและภาคการบริการบนฐานของเทคโนโลยีสมัยใหม่และนวัตกรรม หนึ่งในแผนงานที่สำคัญคือการจัดตั้งเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก หรือ Eastern Economic Corridor (EEC) ประกอบด้วย จังหวัด ฉะเชิงเทรา ชลบุรี และระยอง ทั้งนี้แผนงานที่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวคือ แผนปฏิบัติการการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว อาทิ โครงการสร้างรถไฟความเร็วสูงเชื่อมสามสนามบิน (ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ, ท่าอากาศยานดอนเมือง,

และท่าอากาศยานอู่ตะเภา) การพัฒนาท่าอากาศยานอู่ตะเภาให้เป็นท่าอากาศยานนานาชาติ เพื่อรองรับการเดินทางของนักท่องเที่ยว และนักลงทุนที่เข้ามาในพื้นที่อีอีซี และเชื่อมโยงไปยังพื้นที่เศรษฐกิจสำคัญอื่นๆ ของประเทศไทย (สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก, 2561)

ในการลงทุนเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้เขตพื้นที่พัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) เป็นศูนย์กลางธุรกิจการค้าและการท่องเที่ยวที่ทันสมัย (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน, 2560) ภาครัฐได้ออกมาตรการส่งเสริมเพื่อให้เกิดการลงทุนในอุตสาหกรรมเป้าหมาย โดยพัฒนาพื้นที่เชิงอุตสาหกรรมและพัฒนาเมืองเพื่อยกระดับพื้นที่ด้วยเทคโนโลยีทันสมัยและนวัตกรรมขั้นสูงเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตลอดจนกำหนดสิทธิประโยชน์เพื่อจูงใจให้กับนักลงทุน ทั้งสิทธิประโยชน์ทางภาษีและสิทธิประโยชน์ที่ไม่ใช่ภาษี ได้แก่ การอนุญาตให้นำคนต่างด้าวเข้ามาเพื่อศึกษาการลงทุน อนุญาตให้นำช่างฝีมือและผู้ชำนาญการต่างด้าวเข้ามาปฏิบัติงานในกิจการที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุน อนุญาตให้ถือกรรมสิทธิ์ที่ดิน อนุญาตให้ส่งออกซึ่งเงินตราต่างประเทศ โดยมี 10 อุตสาหกรรมเป้าหมายที่เป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจเพื่ออนาคต (New Growth Engine) นโยบายการส่งเสริมและสนับสนุนเหล่านี้ชี้ให้เห็นถึงความพร้อมในการพัฒนาเศรษฐกิจที่สำคัญในเขตพื้นที่พัฒนาพิเศษภาคตะวันออกซึ่งเป็นพื้นที่ซึ่งอุดมไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติและศักยภาพในด้านต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการท่องเที่ยว โดยขับเคลื่อนให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงและก้าวหน้าของเทคโนโลยีในปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต ทั้งนี้หน่วยงานภาครัฐได้ออกมาตรการสนับสนุนสิทธิประโยชน์ให้กับธุรกิจการท่องเที่ยวในพื้นพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก จำนวน 10 กิจการ ได้แก่ 1) กิจการเรือเฟอร์รี่หรือเดินเรือท่องเที่ยวหรือให้เช่าเรือท่องเที่ยว 2) กิจการบริการที่จอดเรือท่องเที่ยว 3) กิจการสวนสนุก 4) กิจการศูนย์แสดงศิลปวัฒนธรรมหรือศูนย์ศิลปหัตถกรรม 5) กิจการสวนสัตว์เปิด 6) กิจการพิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำ 7) กิจการสนามแข่งขันยานยนต์ 8) กิจการกระเช้าไฟฟ้าหรือรถรางไฟฟ้าเพื่อการท่องเที่ยว 9) กิจการท่าเรือท่องเที่ยวขนาดใหญ่ และ 10) กิจการแหล่งท่องเที่ยวขนาดใหญ่ นอกจากนี้ยังได้กำหนดกิจการเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว จำนวน 3 กิจการ ได้แก่ กิจการโรงแรม กิจการหอประชุมขนาดใหญ่ และกิจการศูนย์แสดงสินค้านานาชาติ เพื่อแสดงให้เห็นถึงศักยภาพและความพร้อมในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวของพื้นที่ (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน, 2564) ซึ่งคาดว่าการเพิ่มขีดความสามารถของทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่จะช่วยกระตุ้นและฟื้นฟูเศรษฐกิจให้กับภาคธุรกิจท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบอย่างหนักจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด-19

ปี พ.ศ. 2563 ประเทศไทยประสบกับปัญหาการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ COVID-19 ส่งผลให้อุตสาหกรรมต่างๆ ได้รับผลกระทบเป็นวงกว้าง โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เนื่องด้วยหลายๆ ประเทศใช้มาตรการควบคุมการเดินทางที่เข้มงวดเพื่อหยุดยั้งการแพร่ระบาด ส่งผลให้ภาคธุรกิจบริการและการท่องเที่ยวได้รับผลกระทบอย่างรุนแรง อาทิ ธุรกิจโรงแรมประสบกับปัญหาการขาดสภาพคล่องจากภาวะห้องพักล้นตลาด เกิดการให้บริการที่พักในรูปแบบที่ไม่ถูกกฎหมาย ธุรกิจธุรกิจไมซ์ (MICE Business) ที่สำคัญที่สร้างรายได้มหาศาลอย่างไม่สามารถจัดกิจกรรมได้ตามปกติ เนื่องด้วยมาตรการของรัฐบาลในการจำกัดการทำกิจกรรมที่มีการรวมตัวส่งผลให้การจัดประชุม นิทรรศการ งานแสดงสินค้าต้องถูกเลื่อนออกไป ดังนั้น ธุรกิจจึงต้องปรับตัวเพื่อรับมือกับวิกฤตดังกล่าว มีการปรับโครงสร้างเพื่อลดค่าใช้จ่ายและประคับประคองให้ธุรกิจอยู่รอด เช่น การปรับตัวเป็นฮอสพิเทล (Hospitel)

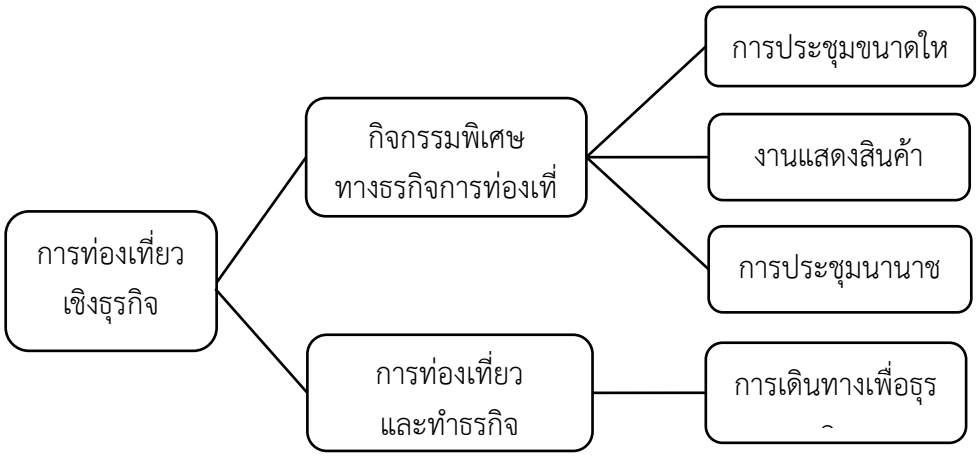
ใช้พื้นที่ของโรงแรมในการดูแลผู้ป่วย เพื่อลดภาวะแออัดของเตียงผู้ป่วยในโรงพยาบาลหลัก (อธิป จันทร์สุริย์, 2564) หรือปรับรูปแบบการจัดประชุม นิทรรศการ งานแสดงสินค้าให้เป็นแบบออนไลน์ โดยใช้เทคโนโลยี Virtual Meeting เพื่อถ่ายทอดสดให้เข้ากับวิถีชีวิตแบบปรกติใหม่ (New Normal) นำมาซึ่งการมีโมเดลธุรกิจใหม่ๆ จากการปรับตัวนี้ (ศรวัลย์ สมสวัสดิ์ และ ชนมะณี ทะนันแปง, 2563) การปรับรูปแบบของธุรกิจส่งผลกระทบต่อแผนการลงทุนที่ต้องมีการทบทวนและปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน ในขณะเดียวกันทุกภาคส่วนได้ทุ่มเทสรรพกำลังในการขับเคลื่อนและแก้ไขปัญหาประกอบกับระบบสาธารณะสุขของไทยที่มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ สร้างความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยวและนักลงทุนเพื่อพลิกฟื้นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้กลับมาเดินหน้าอีกครั้งโดยเร็ว (วัชรพล พิสารเขตร, 2564) จากการได้รับผลกระทบของสถานการณ์แพร่ระบาดเชื้อไวรัส COVID-19 ทุกภาคส่วนในเขตพื้นที่พัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนจึงเร่งดำเนินการเพื่อสร้างความเชื่อมั่นจากนักลงทุนเพื่อเดินหน้าสู่เป้าหมายการพัฒนาไปสู่ประเทศไทย 4.0 โดยเฉพาะการส่งเสริมการลงทุนในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ (Business Tourism) และดึงนักท่องเที่ยวกลุ่มรายได้สูงให้เดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ ขยายการเติบโตของเศรษฐกิจในในเขตพื้นที่พัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) และของประเทศ

บทความนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจสำหรับพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) โดยการรวบรวมเนื้อหาที่เป็นข้อเท็จจริง จากเอกสารและสถิติต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว EEC ของภาครัฐ และวิเคราะห์ให้เห็นความน่าดึงดูดของ EEC สำหรับนักท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ และประเภทนักท่องเที่ยวเชิงธุรกิจที่มีแนวโน้มเป็นส่วนตลาดของ EEC ทั้งนี้เพื่อให้นักลงทุนตลอดจนผู้ประกอบการได้ทราบถึงลักษณะเฉพาะและความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ เป็นข้อมูลในเชิงการตลาดเพื่อแบ่งส่วนตลาดการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจได้อย่างชัดเจน ตลอดจนเห็นถึงปัญหารวมถึงข้อจำกัดของการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจสำหรับพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก ที่จะสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจในพื้นที่และสอดรับกับยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยต่อไป

2. ลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ

การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ (Business Tourism) คือ การทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยวหรือการพักผ่อนของนักธุรกิจซึ่งเดินทางไปประกอบธุรกิจหรือเดินทาง เพื่อเข้าร่วมการประชุมสัมมนา การประชุมนานาชาติ งานนิทรรศการงานแสดงสินค้า เป็นต้น โดยแบ่งเวลามาทำกิจกรรมการท่องเที่ยวและใช้บริการทางการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม อาหารและเครื่องดื่ม ตลอดจนกิจกรรมการท่องเที่ยวตามความสนใจของแต่ละบุคคล นอกจากนี้การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจยังหมายรวมถึงการมีกิจกรรมที่ดำเนินการในระหว่างการเดินทาง และการเข้าพักยังจุดหมายปลายทางนั้นๆ โดยมีเหตุผลในการเดินทางคือเพื่อการดำเนินธุรกิจหรือการเดินทางอันเกี่ยวข้องกับงานที่ปฏิบัติ (Marques & Santos, 2016) การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ ได้แก่ 1) การจัดกิจกรรมพิเศษทางธุรกิจการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

การจัดประชุม การจัดงานแสดงสินค้า และ การร่วมประชุมระดับนานาชาติ และ 2) การท่องเที่ยวและทำธุรกิจ คือ การเดินทางท่องเที่ยวของนักธุรกิจในระหว่างการประกอบธุรกิจ (Caicedo-Barreth, Pavón, & Santos, 2020) การจำแนกประเภทของการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจในลักษณะนี้มีความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) เนื่องจากมีลักษณะกิจกรรมพัฒนาการจัดงานทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับงานอีเวนท์ การจัดประชุมบริษัท สมาคม องค์กร ทั้งในระดับภูมิภาคและนานาชาติที่อยู่ในระดับมาตรฐาน เน้นการจัดงานที่บริการแก่นักธุรกิจที่เข้าร่วมการประชุมตลอดจนเข้าร่วมออกงานแสดงสินค้าที่เป็นกิจกรรมที่สำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศเป็นส่วนใหญ่ ทำให้กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจสร้างรายได้จำนวนมหาศาลเข้าสู่ประเทศในแต่ละปี ดังนั้นหากประเทศไทยมีความพร้อมในการดำเนินโครงการเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกจะก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวเชิงธุรกิจเพิ่มมากขึ้น ก่อให้เกิดการเติบโตทางเศรษฐกิจ อีกทั้งจะขับเคลื่อนประเทศไทยให้เพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันในด้านการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจมากยิ่งขึ้นอีกด้วย (จุฑาพร บุญศีรีรัฐ และณัฐภาณี จริตไทย, 2563) จากที่กล่าวมาข้างต้นสามารถจำแนกประเภทของการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 การจำแนกประเภทของการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ

3. ประเภทนักท่องเที่ยวเชิงธุรกิจที่มีแนวโน้มเป็นส่วนตลาดของพื้นที่พัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC)

3.1 การแบ่งส่วนตลาดนักท่องเที่ยวเชิงธุรกิจสำหรับพื้นที่พัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC)

การแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation) คือ กระบวนการในการแบ่งหรือแยกลูกค้าออกเป็นกลุ่มย่อยๆ เพื่อให้ลูกค้าที่มีลักษณะความต้องการคล้ายคลึงกันมาอยู่ในกลุ่มเดียวกัน ทำให้เพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานทางการตลาดและจัดสรรงบประมาณในการเข้าถึงลูกค้าเป้าหมายแต่ละกลุ่มซึ่งมีความต้องการแตกต่างกันได้อย่างเหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุดในเชิงของธุรกิจ (Kotler, 2003) กลุ่มลูกค้าจะมีความแตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็น เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ วัฒนธรรม

พฤติกรรมการแสดงออก ฯลฯ ดังนั้นธุรกิจต่างจึงต้องศึกษาและแบ่งกลุ่มลูกค้าที่มีความคล้ายกันเข้าด้วยกัน เช่นเดียวกับ การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ ซึ่งนักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้จะมีความแตกต่างกับนักท่องเที่ยวรูปแบบอื่น เนื่องจากมีวัตถุประสงค์สำคัญในการเดินทางคือเพื่อการประกอบธุรกิจ ปฏิบัติงานในหน้าที่ รวมถึงการเข้าร่วมงานนิทรรศการ การประชุมนานาชาติ งานแสดงสินค้า เป็นต้น สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวจึงต้องตอบสนองต่อความต้องการซึ่งสอดคล้องกับการทำงานของนักท่องเที่ยวด้วย

ในปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจจะพบคำว่า Bleisure Tourism โดย “Bleisure” มาจากคำว่า“Business” (ธุรกิจ) ผสมกับ “Leisure” (พักผ่อน) เป็นการผสมผสานการเดินทางทางธุรกิจเข้ากับการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน โดยผู้ที่จำเป็นต้องเดินทางเพื่อการทำงานได้ใช้เวลาส่วนหนึ่งหรือใช้เวลาเพิ่มขึ้นเพื่อรวมโปรแกรมท่องเที่ยวไว้ด้วย ส่วนหนึ่งที่การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นมาจากการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและโทรคมนาคมที่ทำให้ การติดต่อสื่อสารและการส่งผ่านข้อมูลที่สะดวกรวดเร็ว ปัจจุบันเทคโนโลยีในการติดต่อสื่อสารได้มีความสะดวกมากยิ่งขึ้น สามารถปฏิบัติงานได้ทุกที่ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถปฏิบัติงานพร้อมกับท่องเที่ยวไปด้วยในเวลาเดียวกัน Lichy and McLeay (2018) กล่าวว่า Bleisure Tourism คือ การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ โดยมีการผสมผสานระหว่างการทำงานในหน้าที่ของตนเองกับการเดินทางท่องเที่ยวและพักผ่อนในเวลาเดียวกัน ซึ่งมีทั้งแบบส่วนตัวเป็นการท่องเที่ยวเพียงลำพัง และแบบเดินทางเป็นกลุ่มที่พาครอบครัวหรือหมู่คณะเดินทางไปด้วย ในงานวิจัยที่ผ่านมาพบว่านักท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ นักท่องเที่ยวอิสระ (Individual Tourist) และ นักท่องเที่ยวหมู่คณะ (Group Business Tourist) นักท่องเที่ยวอิสระ คือผู้ที่เดินทางเพื่อทำกิจกรรมทางธุรกิจของตนเอง ส่วนนักท่องเที่ยวหมู่คณะ จะเป็นกลุ่มผู้ที่เข้าร่วมงานประชุมระดับนานาชาติ หรือ งานนิทรรศการงานแสดงสินค้า ณ จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว (Caicedo-Barreth, Pavón, & Santos, 2020)

3.2 ประเภทของนักท่องเที่ยวเชิงธุรกิจสำหรับพื้นที่พัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC)

ในประเทศไทยโดยเฉพาะพื้นที่พัฒนาพิเศษภาคตะวันออก Bleisure Tourism เริ่มได้รับความนิยมมากขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559 จากการที่ภาครัฐได้มีแนวทางให้เป็นพื้นรองรับการขยายตัวของประชากรและกิจกรรมทางเศรษฐกิจในกรุงเทพมหานคร ตามยุทธศาสตร์ประเทศไทย 4.0 มีการผลักดันการจัดแสดงสินค้านานาชาติในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) เพื่อให้กรุงเทพมหานคร และเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) เชื่อมโยงกัน ช่วยส่งเสริมให้ประเทศไทยเพิ่มศักยภาพในการเป็นศูนย์กลางการค้าและการลงทุนในภูมิภาค จากการศึกษาของ จุฑาพร บุญคีรีรัฐ และณัฐภาณี จริตไทย (2563) พบว่า นักท่องเที่ยวแบบ Bleisure Tourism ส่วนใหญ่คือเจเนอเรชั่นวาย (Generation Y) หรือมิลเลนเนียล (Millennials) คือกลุ่มคนที่เกิดในช่วงระหว่างปี ค.ศ. 1980–1995 เป็นกลุ่มใหญ่และสำคัญอย่างยิ่งสำหรับการท่องเที่ยวในศตวรรษที่ 21 เพราะคนกลุ่มนี้เติบโตขึ้นมาพร้อมกับคอมพิวเตอร์ โทรศัพท์เคลื่อนที่ และความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี (จุฬณี ตันติกุลานันท์, 2563) อีกทั้งการแพร่ระบาดของโควิด-19 (COVID-19) ได้เปลี่ยนวิถีชีวิตการทำงานมาเป็นรูปแบบการทำงานจากที่บ้าน หรือ Work from home ทำให้มีการพึ่งพาเทคโนโลยีในการติดต่องาน การประชุม การประสานงานในกิจการต่างๆ ทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน ส่งผลให้ผู้คนไม่จำเป็นต้องเดินทางเข้าไปปฏิบัติงาน ณ สำนักงาน

จึงมีเวลาว่างมากขึ้นสามารถทำงานได้ทุกที่ไม่ว่าจะอยู่ที่ใดก็ตาม (วีรยา อิทธิพัฒน์ภาคิน และอานนท์ ทับเที่ยง, 2562) ฉะนั้นการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจมีแนวโน้มจะขยายตัวเพิ่มขึ้น เนื่องจากเทคโนโลยีสามารถทำให้นักธุรกิจสามารถท่องเที่ยวและทำงานในเวลาเดียวกันได้ จึงมีแนวโน้มที่จะเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นในปัจจุบัน ดังนั้นผู้ประกอบการทั้งภาครัฐและภาคเอกชนจึงต้องศึกษาเพื่อเข้าใจธรรมชาติของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้

นักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียล (Millennials Generation)

ประชากรโลกในกลุ่ม Millennials หรือมักถูกเรียกรวมกับ Generation Y คือ กลุ่มที่อยู่ในช่วงวัยทำงาน ซึ่งในปัจจุบันกลายเป็นกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง มีบทบาทสำคัญในการกำหนดทิศทางการปรับตัวของธุรกิจประเภทต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ เหมาะสมกับวิถีชีวิตของนักท่องเที่ยวในวัยนี้ เนื่องจากเติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยีที่พัฒนาอย่างรวดเร็ว (Ketter, 2020) พบว่า แนวโน้มการท่องเที่ยว (Micro-trends) 4 กุญแจสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนการท่องเที่ยวของมิลเลนเนียล (Millennials) หรือ เจเนอเรชั่นวาย (Generation Y) คือ 1) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 2) การท่องเที่ยวเส้นทางที่ไม่คุ้นเคย 3) การท่องเที่ยวที่มีที่พักแบบทางเลือก และ 4) การท่องเที่ยวที่ใช้ดิจิทัลเต็มรูปแบบ พฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงอุปสงค์และอุปทานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นกลุ่มวัยที่มีศักยภาพและทักษะความชำนาญในการทำงาน สามารถปรับรูปแบบวิถีชีวิตให้เข้ากับสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป เข้าใจและติดตามเทคโนโลยีสมัยใหม่เป็นช่องทางในการสื่อสาร ทำให้วิธีการทำงานเปลี่ยนแปลงไปสามารถทำงานจากที่ใดก็ได้บนโลกโดยใช้เทคโนโลยีเป็นตัวช่วย (Sa'aban, Ismail, & Mansor, 2013) เมื่อการพัฒนาเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) เสร็จสมบูรณ์แล้วการจัดกิจกรรมพิเศษทางธุรกิจ ประกอบด้วย การจัดประชุม การจัดงานแสดงสินค้า และ การร่วมประชุมระดับนานาชาติและการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ จะมีความพร้อมมากขึ้นและก่อให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจที่เพิ่มสูงขึ้น

4. ความน่าดึงดูดของพื้นที่พัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ

Eastern Economic Corridor หรือ EEC เป็นโครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ภายใต้แผนยุทธศาสตร์ประเทศไทย 4.0 ว่าด้วยการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงพื้นที่ที่ต่อยอดความสำเร็จมาจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจภาคตะวันออก (Eastern Seaboard) ซึ่งได้ดำเนินการมาตลอดระยะเวลากว่า 30 ปีที่ผ่านมา โดยมีเป้าหมายที่จะยกระดับธุรกิจในประเทศไทยให้กลายเป็นเขตเศรษฐกิจในระดับโลก มีเป้าหมายในการที่จะเติมเต็มภาพรวมการส่งเสริมการลงทุนเพื่อเป็นการยกระดับอุตสาหกรรมของประเทศให้มีขีดความสามารถมากยิ่งขึ้น อันจะมีผลทำให้เศรษฐกิจของไทยเติบโตได้ในระยะยาว ซึ่งในระยะแรกนั้นจะมีการยกระดับพื้นที่ในเขต 3 จังหวัด ได้แก่ ชลบุรี ระยอง ฉะเชิงเทรา เพื่อเป็นต้นแบบในการดำเนินการเขตเศรษฐกิจภาคตะวันออก ทั้ง 3 พื้นที่ เหมาะแก่การพัฒนาทางการค้า

การลงทุน และการจัดทำโครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก, 2561) อีกทั้งยังได้กำหนดอุตสาหกรรมเป้าหมายที่ได้รับการส่งเสริมเพื่อให้เกิดการลงทุนอย่างเป็นรูปธรรม โดยมีการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานและระบบสาธารณูปโภค เพื่อเพิ่มศักยภาพรองรับการลงทุน การพัฒนากิจกรรมทางเศรษฐกิจ และการอำนวยความสะดวกต่างๆ ในพื้นที่ รวมทั้งการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และการจัดระบบการสะสมเทคโนโลยี เพื่ออนาคตที่ยั่งยืนของประเทศไทย โดยการจัดทำแผนการพัฒนาพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกทั้งหมด 8 แผน ซึ่งแต่ละแผนจะเชื่อมโยงกัน นำไปสู่การพัฒนาพื้นที่อย่างสมบูรณ์แบบเป็นรูปธรรมและยั่งยืนในทุกมิติ โดยภาคตะวันออกเป็นภูมิภาคที่มีความสำคัญในด้านเศรษฐกิจสูงที่สุดของประเทศไทยดังแสดงข้อมูลในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ข้อมูลผลิตภัณฑ์จังหวัดต่อหัวประชากรในปี พ.ศ. 2563

ข้อมูลผลิตภัณฑ์จังหวัดต่อหัว ปี 2562		**ข้อมูลผลิตภัณฑ์จังหวัดต่อหัว ปี 2563**	
จังหวัด	**จำนวน (บาท)**	**จังหวัด**	**จำนวน (บาท)**
1. ระยอง	1,067,449	1. ระยอง	988,748
2. กรุงเทพฯ	604,421	2. กรุงเทพฯ	637,397
3. ชลบุรี	566,801	3. ชลบุรี	571,234
4. ปราจีนบุรี	513,789	4. ปราจีนบุรี	551,150
5. ฉะเชิงเทรา	469,539	5. ฉะเชิงเทรา	459,005

ที่มา: สำนักงานสภาการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2564

จากตารางที่ 1 แสดงข้อมูลจำนวนผลิตภัณฑ์จังหวัดต่อหัว (Gross Provincial Product, GPP) ของจังหวัดที่มีรายได้สูงที่สุดในประเทศไทย 5 อันดับ พบว่า ส่วนใหญ่คือจังหวัดในพื้นที่ภาคตะวันออก โดยมีจังหวัดระยองเป็นลำดับที่สูงที่สุดของประเทศปี 2562 มีรายได้จำนวน 1,067,449 บาท เฉลี่ยต่อประชากร และในปี 2563 มีรายได้จำนวน 988,748 บาท เฉลี่ยต่อประชากร เป็นข้อมูลสำคัญเน้นย้ำถึงศักยภาพของพื้นที่ภาคตะวันออกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในมิติต่างๆ นอกจากนี้จังหวัดชลบุรี และจังหวัดฉะเชิงเทรา ยังจัดอยู่ในกลุ่มจังหวัดที่มีผลิตภัณฑ์จังหวัดต่อหัวสูงที่สุดเช่นเดียวกัน

4.1 การพัฒนาและส่งเสริมพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ที่สอดคล้องกับการพัฒนาศักยภาพองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว

สำหรับพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) นั้นเป็นพื้นที่ที่มีความพร้อมและศักยภาพสูงในการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพสูงและการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) จึงมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่อื่น ซึ่งมาจากการจัดสรรงบประมาณ และแผนยุทธศาสตร์ของภาครัฐในการผลักดันและดึงดูดนักลงทุนให้เข้ามาลงทุน เพื่อให้เกิดการพัฒนา

องค์ประกอบการท่องเที่ยวในทุกมิติ ตามแผนยุทธศาสตร์ประเทศไทย 4.0 และแผนปฏิบัติการการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก โดยสำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (2561) ซึ่งสอดคล้องกับ แนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยว ของ Buhalis (2000) ที่ระบุว่าพื้นฐานองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวประกอบด้วยองค์ประกอบ 6 ประการ ตามแนวทางของ 6 A's ได้แก่ 1) แหล่งท่องเที่ยว หรือ สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attractions) เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น สถาปัตยกรรมและการจัดกิจกรรมพิเศษ 2) การเข้าถึง (Accessibility) ระบบการคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) เช่น ร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก 4) ที่พัก (Accommodation) ที่พักรูปแบบต่างๆ เช่น โรงแรม รีสอร์ท 5) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และ 6) การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary service) ทั้งนี้สำนักงานคณะกรรมการเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก ได้จัดลำดับความสำคัญของโครงการที่ต้องดำเนินการในระยะเร่งด่วน เพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อนักลงทุนทั้งไทยและต่างประเทศ ประกอบด้วย 6 แนวทางหลัก ดังนี้

แนวทางที่ 1 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบสาธารณูปโภค

มีการเชื่อมโยงระบบคมนาคมขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ (Multi Modal Transport) อย่างไร้รอยต่อ (Seamless) ทั้งทางถนน ทางราง ทางน้ำ และทางอากาศ รวมทั้งระบบโลจิสติกส์ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเชื่อมโยงพื้นที่เศรษฐกิจหลักของเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก ทั้งพื้นที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวและกับประเทศเพื่อนบ้าน รวมทั้งประสานการพัฒนาระบบคมนาคมโลจิสติกส์ และโครงการ EEC Track การปรับปรุงแผนภาพรวมและการขยายพื้นที่ ตลอดจนการเตรียมสาธารณูปโภค โดยเฉพาะด้านไฟฟ้าและน้ำประปา ให้พร้อมและเพียงพอ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก

แนวทางที่ 2 การพัฒนาอุตสาหกรรมเป้าหมายที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงและนวัตกรรม

ทำการปรับโครงสร้างทางทางเศรษฐกิจสู่อุตสาหกรรมที่มีมูลค่าสูง และมีการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีขั้นสูง เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในพื้นที่เขตส่งเสริมเศรษฐกิจพิเศษ เพื่อสะสมทุนเทคโนโลยีและเป็นฐานในการพัฒนาต่อยอดต่อไป พร้อมทั้งให้สิทธิประโยชน์พิเศษจูงใจให้เกิดการลงทุน เพื่อรัฐจะสามารถบริหาร กำกับ และติดตาม การพัฒนาศูนย์บริการเบ็ดเสร็จ รวมทั้งประกาศเขตส่งเสริมพิเศษในพื้นที่นิคมอุตสาหกรรมซึ่งมีการควบคุมคุณภาพสิ่งแวดล้อมที่ได้มาตรฐาน จัดตั้งกองทุนส่งเสริมการพัฒนาและป้องกันผลกระทบในพื้นที่ตลอดจนการประชาสัมพันธ์ เพื่อนำไปสู่ความสำเร็จในการแข่งขันระยะยาวอย่างยั่งยืน ปัจจุบันมีการประกาศเขตส่งเสริมอุตสาหกรรมแล้ว 21 เขต มีพื้นที่รองรับการลงทุนใหม่ 28,666 ไร่

แนวทางที่ 3 การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกสู่การท่องเที่ยวระดับโลกอย่างยั่งยืน

พัฒนาพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดี กลุ่มเชิงสุขภาพ และนักท่องเที่ยวกลุ่มธุรกิจ (B-leisure) โดยยกระดับแหล่งท่องเที่ยวที่มีแนวคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม เช่น การท่องเที่ยว MICE และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวชุมชน รวมทั้งดูแลคุณภาพของแหล่ง

ท่องเที่ยวธรรมชาติ ทั้งชายหาด และเกาะต่างๆ ให้อยู่ในสภาพที่ดี พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมให้เชื่อมโยง และเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวหลักที่สำคัญได้สะดวกขึ้น ตลอดจนพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้พร้อมรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และธุรกิจต่อเนื่องทั้งระบบ

แนวทางที่ 4 การพัฒนาบุคลากร การศึกษา การวิจัย เทคโนโลยีและนวัตกรรม

ภาครัฐมีมาตรการสนับสนุนการผลิตบุคลากรมีประสิทธิภาพสำหรับอุตสาหกรรมขั้นสูง จัดทำหลักสูตรการอบรมทักษะแรงงานในทุกระดับให้เกิดฐานความรู้ มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยี เพื่อรองรับระบบเศรษฐกิจดิจิทัล พร้อมทั้งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมที่มีลักษณะผสมผสานเทคโนโลยีหลายสาขา เพื่อหลอมรวมให้เกิดนวัตกรรมชั้นนำ นำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจและความอยู่ดีกินดีของประชาชนอย่างยั่งยืน

แนวทางที่ 5 การพัฒนาเมืองใหม่อัจฉริยะน่าอยู่ มหานครการบินภาคตะวันออก และศูนย์กลางการเงิน

สร้างสภาพแวดล้อมเมืองในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกให้มีคุณภาพชีวิตขั้นสูง สนับสนุนนวัตกรรมที่สร้างมูลค่าสูงขึ้น เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนที่เข้าอยู่อาศัยให้มีความสะดวกสบาย ปลอดภัย มีสังคมคุณภาพและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งมีกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีการจ้างงานในพื้นที่ จัดตั้งสำนักงานและพัฒนาเมืองใหม่อัจฉริยะตัวอย่างนำร่องในการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมาเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการเมือง และธุรกรรมทางด้านการเงิน รวมถึงพัฒนากิจกรรมทางธุรกิจและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวเนื่องกับการบิน โลจิสติกส์ อากาศยาน และธุรกิจภายในสนามบินอู่ตะเภา

แนวทางที่ 6 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัล

พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัลโดยพัฒนาระบบอินเทอร์เน็ตที่มีคุณภาพที่ดีเป็น Enabling Factor เพื่อให้เกิดการพัฒนาพื้นที่เมืองอัจฉริยะ การพัฒนาอุตสาหกรรมเป้าหมายที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง รวมทั้งยกระดับคุณภาพการศึกษา คุณภาพการท่องเที่ยว และคุณภาพชีวิตของประชาชน เพื่อสร้างความเข้มแข็งในระยะยาวของเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกให้สามารถแข่งขันได้ในระยะยาว เป็นจุดดึงดูดในการลงทุนของบริษัทชั้นนำของโลก

4.2 แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของแต่ละจังหวัดในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC)

ภาครัฐให้ความสำคัญบทบาทและทิศทางของแต่ละจังหวัดในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก ได้แก่ จังหวัดฉะเชิงเทรา ชลบุรี ระยอง ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว ดังนี้

ชลบุรี: Modern of the East มุ่งเน้นการเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ ศูนย์สุขภาพและนันทนาการ ศูนย์การประชุมและศูนย์แสดงสินค้านานาชาติชั้นนำของอาเซียน เป็นเมืองนวัตกรรมการท่องเที่ยวที่พร้อมรับต่อกระแสการเปลี่ยนแปลง นำเสนอธรรมชาติที่มีชีวิตชีวา และเชื่อมโยงกับการส่งเสริมอุตสาหกรรม S-Curve ในด้านสุขภาพและการแพทย์ ด้วยการส่งเสริมสนับสนุนให้ภายในจังหวัดมีศูนย์ให้บริการด้านการแพทย์ระดับนานาชาติ นอกจากนี้ยังกำหนดให้ “เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี เป็น

1 ใน 5 MICE City ของประเทศไทย” โดยมีการเตรียมความพร้อมในทุกด้านเพื่อรองรับการเป็น MICE City ตลอดจนปรับภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาให้เป็น “New Pattaya”

ฉะเชิงเทรา: Thai Way of Life มุ่งเน้นวิถีความเป็นไทยที่ยังมีความเด่นชัด วางภาพลักษณ์การเป็นเมืองแห่งสายน้ำ วัฒนธรรม ทั้งนี้จังหวัดฉะเชิงเทรามีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่แสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิต และความผูกพันของชาวจังหวัดฉะเชิงเทรากับสายน้ำบางปะกง โดยการถ่ายทอดเรื่องราวผ่านการท่องเที่ยวที่ตลาดบ้านใหม่ที่โดดเด่นในด้านสถาปัตยกรรมและวัฒนธรรมที่ได้รับการอนุรักษ์ไว้ (เขมรัฐ เสริมสมบูรณ์ และประหัสชัย ระมาศ, 2564) และพัฒนาสู่เมืองพักอาศัยชั้นดีที่ทันสมัยรองรับการขยายตัวของกรุงเทพมหานคร และ EEC รวมถึงมีพื้นที่ใหม่รอบสถานี รถไฟความเร็วสูง มีทรัพยากรทางธรรมชาติ การเกษตร วิถีวัฒนธรรมที่แข็งแกร่ง เป็นการท่องเที่ยวในรูปแบบ “Beyond Expectation” เน้นการคมนาคมที่สะดวกและมีการเชื่อมต่อ อาทิ การเชื่อมต่อเส้นทางจากอู่ตะเภาไปแปดริ้ว การใช้รถสาธารณะประเภทต่างๆ การผลักดันการขนส่งทางน้ำ เน้นสร้างการท่องเที่ยวในรูปแบบ Thai way of life ของสองฝั่งริมน้ำ

ระยอง: BIZ City มุ่งเน้นให้เป็นเมืองแห่งการศึกษาและวิทยาศาสตร์ แหล่งผลิตทรัพยากรบุคคล เมืองแห่งพลังและ ความคิดสร้างสรรค์ รวมทั้งการใช้ประโยชน์จากการพัฒนาสนามบินอู่ตะเภา ยกระดับเป็นศูนย์ธุรกิจแห่งการบินและโลจิสติกส์อาเซียนเมืองใหม่ธุรกิจเหนือระดับเป็นศูนย์รวมสำนักงานใหญ่ภาคธุรกิจ ศูนย์กลางด้านเทคโนโลยี วิจัย และการพักผ่อนด้วย โดยเป็นเมืองพื้นที่ที่มีนิคมอุตสาหกรรมเป็นส่วนใหญ่ จึงควรส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทการศึกษาดูงาน ด้านสิ่งแวดล้อมที่เป็น CSR ของโรงงาน เพื่อการลดมลพิษในพื้นที่ การบำบัดน้ำเสีย โดยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงลดมลพิษในรูปแบบ Green Tourism ผลักดันให้เกิดการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวไปสู่พื้นที่ต่างๆ เพื่อกระจายรายได้สู่ชุมชน โดยการสร้างระบบขนส่งจากสนามบินอู่ตะเภา เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวประเภท Business Traveler FIT ที่ เดินทางมาเอง ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง Park & Ride (จอดแล้วจร)

ที่กล่าวไปแล้วข้างต้นจะเห็นได้ว่า แนวทางในการดำเนินงานเพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อนักลงทุน มีโครงการต่างๆ ที่ช่วยเพิ่มศักยภาพของเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก โดยเฉพาะอย่างยิ่งแนวทางที่ 3 การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยมีสาระสำคัญคือ ยกระดับการท่องเที่ยวภาคตะวันออกสู่การท่องเที่ยวระดับโลกอย่างยั่งยืน เน้นการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดี กลุ่มเชิงสุขภาพ และนักท่องเที่ยวกลุ่มธุรกิจ (Bleisure) โดยยกระดับแหล่งท่องเที่ยวที่มีแนวคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม เช่น การท่องเที่ยว MICE และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวชุมชน เป็นต้น และกำหนดพื้นที่จังหวัดชลบุรีเป็นพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ เนื่องจากมีศักยภาพสูงในการรองรับการเติบโตของธุรกิจไมซ์

5. บทสรุป

รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ที่ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวและนักลงทุนควรจะต้องทราบเพื่อใช้ประกอบการดำเนินธุรกิจและพิจารณาลงทุน ประกอบด้วยส่วนสำคัญสามส่วน ได้แก่ 1) การแบ่งส่วนตลาด (Market segmentation) เพื่อให้ทราบกลุ่มเป้าหมาย

ทางการตลาดอย่างชัดเจน 2) ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ (Types of business tourism) เพื่อให้ทราบประเภทกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวเนื่องจากประเภทของการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ และ 3) องค์ ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว (Components of tourism) เพื่อให้ทราบความน่าดึงดูดของพื้นที่พัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) อันเกิดจากศักยภาพและพร้อมของพื้นที่ในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ สามารถรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพสูงได้ตามมาตรการของหน่วยงานภาครัฐ รายละเอียดดังนี้

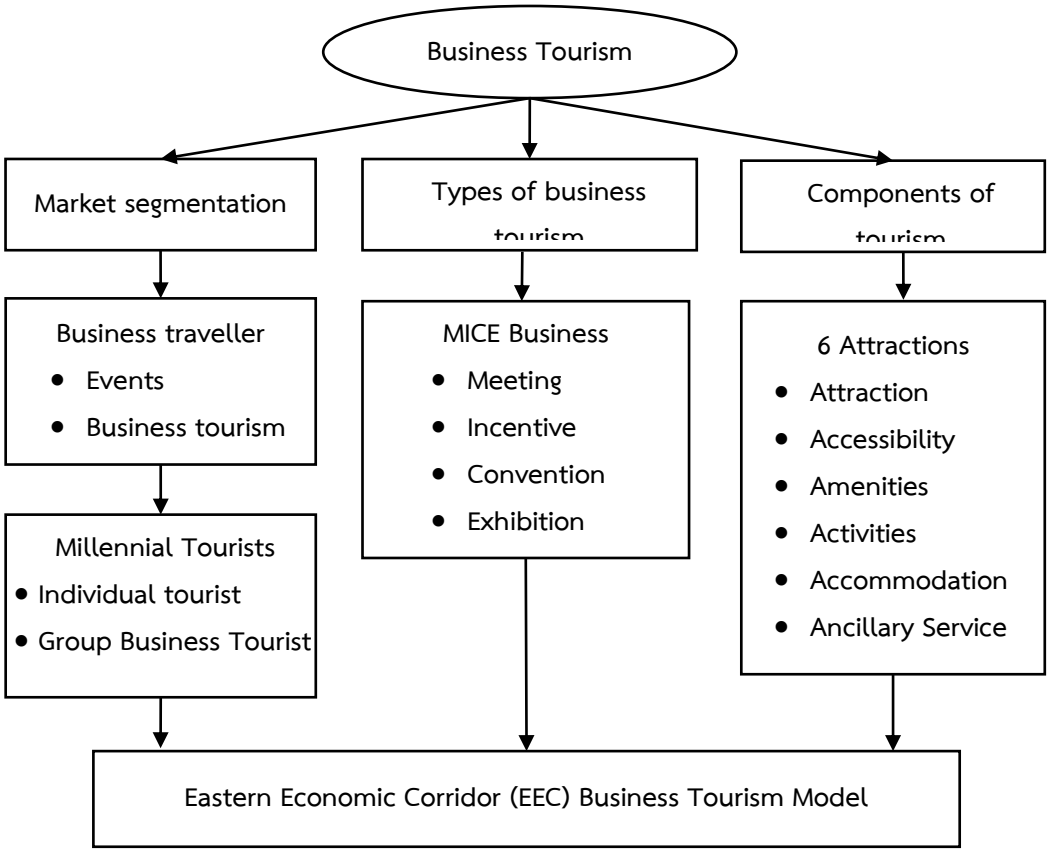
1) การแบ่งส่วนตลาดนักท่องเที่ยวเชิงธุรกิจสำหรับพื้นที่พัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (Market segmentation) ส่วนใหญ่ตลาดนักท่องเที่ยวเชิงธุรกิจคือนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เรียกว่า Bleisure คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวพร้อมการดำเนินธุรกิจ หรือปฏิบัติงานตามหน้าที่ของตนในคราวเดียวกัน รูปแบบการท่องเที่ยวจะแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ ได้แก่ การจัดกิจกรรมพิเศษเพื่อการท่องเที่ยว (Events) และการท่องเที่ยวและทำธุรกิจ (Business tourism) โดยนักท่องเที่ยวกลุ่ม Bleisure ส่วนใหญ่คือผู้ที่อยู่ในกลุ่มมิลเลนเนียล (Millennials) หรือ เจเนอเรชั่นวาย (Generation Y) คือคนที่เกิดในช่วงระหว่างปี ค.ศ. 1980–1995 เป็นกลุ่มที่มีพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวโดยสนใจเทคโนโลยีและแสวงหาสิ่งใหม่ในการเดินทางท่องเที่ยว และเป็นกลุ่มใหญ่สำหรับการท่องเที่ยวในศตวรรษที่ 21 คนกลุ่มนี้เติบโตขึ้นมาพร้อมกับคอมพิวเตอร์ โทรศัพท์เคลื่อนที่ และความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี (จุฬณี ตันติกุลานันท์, 2563) ซึ่ง 4 กุญแจสำคัญขับเคลื่อนการท่องเที่ยวของกลุ่มมิลเลนเนียล หรือ เจเนอเรชั่นวาย ประกอบด้วย การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การท่องเที่ยวเส้นทางที่ไม่คุ้นเคย ที่พักแบบทางเลือก และ การท่องเที่ยวที่ใช้ดิจิทัลเต็มรูปแบบ และความสำคัญคือพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงอุปสงค์และอุปทานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Ketter, 2020).

2) ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ (Types of business tourism) ประเภทการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจสำหรับพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) มีลักษณะแบบธุรกิจไมซ์ (MICE) ซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่สำคัญที่สุดในการสร้างรายได้หลักของพื้นที่ อันประกอบด้วย การประชุมองค์กร (Meeting) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive) การประชุมวิชาการ (Conference) และการแสดงสินค้า (Exhibition) ซึ่งหน่วยงานภาครัฐทำหน้าที่ผลักดันให้จังหวัดในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกเป็นไมซ์ซิตี้ และได้ออกมาตรการส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจในพื้นที่ โดยชี้ให้เห็นว่ามีสิ่งอำนวยความสะดวกสนับสนุนกิจกรรมการดำเนินธุรกิจร่วมกับกิจกรรมท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดนักลงทุนทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติให้เข้ามาลงทุนในโครงการต่างๆ เพื่อรองรับการเดินทางและการร่วมกิจกรรมพิเศษ เช่น มหกรรมการแสดงสินค้า การประชุมนานาชาติ การจัดแสดงนิทรรศการ เป็นต้น

3) องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว (Components of tourism) สำหรับพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) นั้นเป็นพื้นที่ที่มีความพร้อมและมีศักยภาพในการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพสูงและการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ ซึ่งมีองค์ประกอบของการท่องเที่ยวทั้ง 6 องค์ประกอบหลัก แสดงถึงศักยภาพความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวในการรองรับนักท่องเที่ยวและการให้บริการต่างๆ ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attractions) การคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) มีสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Amenities) มีกิจกรรม

การท่องเที่ยว (Activities) ที่พักในแหล่งท่องเที่ยว (Accommodation) และการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary service) อันเกิดจากมาตรการของหน่วยงานภาครัฐที่ตามแผนยุทธศาสตร์ประเทศไทย 4.0 และแผนปฏิบัติการการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก โดยสำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (2561) เพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ เช่น โครงการรถไฟความเร็วสูง การดึงดูดนักลงทุนสร้างศูนย์ประชุมขนาดใหญ่ การจัดสรรงบประมาณเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพ และเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวที่สำคัญที่นักท่องเที่ยวจะเข้าร่วมเพื่อพักผ่อนจากการทำงาน หรือการประกอบธุรกิจ การจัดวางตำแหน่งทางการตลาด (Positioning) ของแต่ละจังหวัดมีความสอดคล้องกับบริบทของแต่ละพื้นที่ เกิดการพัฒนาห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยว และตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว สร้างศักยภาพการแข่งขันของประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางทางการลงทุนในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อีกทั้งเป็นกุญแจสำคัญในการนำพาประเทศไทยก้าวสู่ประเทศพัฒนาแล้วตามเป้าหมายที่รัฐบาลได้วางไว้ ภายใต้วิสัยทัศน์ มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน สร้างโอกาสในการจ้างงานที่เพิ่มสูงขึ้นกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศไทย

รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจสำหรับเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก สามารถสรุปได้ในภาพที่ 2



ภาพที่ 2 รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC)

6. ข้อเสนอแนะ

การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ (Business Tourism) สำหรับพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) มีความสำคัญต่อแผนยุทธศาสตร์ประเทศไทย 4.0 และสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ดังนั้น รัฐบาลตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชนต้องมีการบูรณาการร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพในการผลักดันโครงการดังกล่าว ดังนี้

1. ด้านการลงทุนในพื้นที่ ภาครัฐควรมีมาตรจูงใจและเรียกความเชื่อมั่นจากภาคเอกชนเพื่อให้เข้ามาลงทุนในกิจการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ เช่น ศูนย์ประชุมขนาดใหญ่ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวทางน้ำ เป็นต้น เนื่องจากสิทธิประโยชน์เดิมที่ให้กับผู้ลงทุนยังไม่เพียงพอในการดึงนักลงทุน รัฐควรส่งเสริมและสนับสนุนการลงทุนกับภาคเอกชน อาทิ การร่วมลงทุนกับภาคเอกชน ในธุรกิจศูนย์ประชุมขนาดใหญ่ การร่วมลงทุนระบบโครงสร้างพื้นฐานการคมนาคมที่เชื่อมโยงพื้นที่อุตสาหกรรมและแหล่งท่องเที่ยวให้มีการเดินทางที่สะดวกสบายมากยิ่งขึ้น

2. การสนับสนุนด้านเทคโนโลยีอย่างจริงจังโดยวางนโยบายเชิงรุก เพื่อพัฒนาพื้นที่จังหวัดชลบุรี ระยอง และฉะเชิงเทรา สู่เมืองอัจฉริยะ เช่น สนับสนุนการวิจัยและพัฒนาด้านเทคโนโลยีดิจิทัล พัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับการใช้บริการขนส่งสาธารณะของภาครัฐ การพัฒนาระบบการติดต่อราชการให้สะดวกรวดเร็ว พัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับการค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยว โดยการเข้าถึงข้อมูลได้สะดวกและรวดเร็ว ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ เช่น ที่พักที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการทำงาน การให้บริการสัญญาณอินเตอร์เน็ตไร้สายที่รวดเร็วเพื่อรองรับการทำงานผ่านระบบสื่อสารทางไกล และมีจุดกระจายสัญญาณอย่าทั่วถึง

3. ผลักดันให้เกิดการจัดงานมหกรรมแสดงสินค้าขนาดใหญ่เพิ่มมากขึ้น โดยเมืองพัทยามีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการจัดงานที่สามารถรองรับได้ ซึ่งเมื่อผลักดันให้มีการจัดงานมากขึ้นจะช่วยดึงดูดนักลงทุนให้เกิดความสนใจ และดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงธุรกิจให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่โครงการพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก อีกทั้งยังเป็นการขยายการเติบโตของอุตสาหกรรมไมซ์จากกรุงเทพมหานครสู่พื้นที่ดังกล่าวอีกทางหนึ่ง

4. ภาครัฐและภาคเอกชน ตลอดจนหน่วยงานที่กำกับดูแลด้านการท่องเที่ยว ควรมีแผนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกในการรองรับนักท่องเที่ยวที่ชัดเจน และมีการทำงานในเชิงรุก เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งมีการคมนาคมที่เข้าถึงยาก สภาพแวดล้อมเสื่อมโทรม ปัญหาการทิ้งขยะสิ่งปฏิกูลลงสู่แหล่งน้ำ ปัญหามลพิษที่เกิดจากโรงงานอุตสาหกรรม หากไม่มีการแก้ไขอย่างเร่งด่วน และปัญหาไม่ได้รับการแก้ไขอย่างยั่งยืนจะส่งผลต่อภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยว รวมถึงภาพลักษณ์ของประเทศในด้านการดึงดูดนักลงทุนต่างชาติ

5. ในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษาวิจัยในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก โดยทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงธุรกิจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เพื่อทราบความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเป็นข้อมูลในการวางแผนทางธุรกิจของผู้ประกอบการ รวมถึงรัฐบาลจะมีข้อมูลในการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและบริบทของพื้นที่อย่างแท้จริง

7. เอกสารอ้างอิง

เขมรัฐ เสริมสมบูรณ์ และประหัสชัย ระมาศ. (2564). แนวทางการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อรองรับเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) กรณีศึกษา: ตลาดบ้านใหม่ จังหวัดฉะเชิงเทรา. *การประชุมวิชาการระดับชาติ ปอมท.ประจำปี 2564*, 18-19 พฤศจิกายน 2564. สำนักบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. เชียงใหม่.

จุฑาพร บุญคีรีรัฐ และณัฐภาณี จริตไทย. (2563). การเปลี่ยนแปลงรูปแบบการท่องเที่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศบนโลกดิจิทัล. *วารสารปัญญาภิวัฒน์, 12*(2), 285-301.

จุฑาพร บุญคีรีรัฐ และณัฐภาณี จริตไทย. (2563). บทบาทของรัฐในการพัฒนาประเทศให้เป็นมหานครไมซ์แห่งเอเชีย: กรณีศึกษาไทยกับมาเลเซียภายใต้บริบทนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียล. *วารสารสุโขทัยธรรมาธิราช, 33*(1), 123-148.

จุฬณี ตันติกุลานันท์. (2563). บทบาทของรัฐในการพัฒนาประเทศให้เป็นมหานครไมซ์ (MICE) แห่งเอเชีย: กรณีศึกษาไทยกับมาเลเซียภายใต้บริบทนักท่องเที่ยวกลุ่มมิลเลนเนียล. *วารสารสุโขทัยธรรมาธิราช*, *33*(1), 123-148.

วัชรพล พิสารเขตร. (2564). *การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจกลับไปท่องเที่ยวซ้ำในการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของพื้นที่ภาคใต้ประเทศไทย* (สารนิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยมหิดล, กรุงเทพฯ.

วีรยา อิทธิพัฒน์ภาคิน และอานนท์ ทับเที่ยง. (2562). *การศึกษาทัศนคติในมุมมองของพนักงานที่มีผลต่อการทำงานจากที่บ้าน* (รายงานวิจัย). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, กรุงเทพฯ.

ศรวัลย์ สมสวัสดิ์ และชนมะณี ทะนันแปง. (2563). ความอยู่รอดของอุตสาหกรรมไมซ์ Meeting, Incentive, Conventions, Exhibitions (MICE) ในยุคโควิด-19. *วารสารนวัตกรรมและการจัดการ, 5*(ฉบับเพิ่มเติม), 129-145.

สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก. (2561). แผนปฏิบัติการการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก. สืบค้นเมื่อ 10 กุมภาพันธ์ 2565, จาก https://www.eeco.or.th/web-upload/filecenter/untitled%20folder/EEC010.pdf.

สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก. (2561). แผนภาพรวมเพื่อการพัฒนาเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก พ.ศ.2560–2565. สืบค้นเมื่อ 5 กุมภาพันธ์ 2565, จาก https://eeco.or.th/web- upload/ filecenter /untitled%20folder/eec001-2.pdf.

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน. (2560). คู่มือการลงทุนในพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก. สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2565, จาก https://www.boi.go.th/upload/content/BOI-EEC%20announcement-20170517_33689.pdf.

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน. (2564). คู่มือการขอรับการส่งเสริมการลงทุน 2564. สืบค้นเมื่อ 5 กุมภาพันธ์ 2565, จาก https://www.boi.go.th/upload/content/BOI_A_Guide_Web_Th.pdf.

สำนักงานสภาการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2564). ผลิตภัณฑ์ภาคและจังหวัดแบบปริมาณลูกโซ่ฉบับ พ.ศ. 2562. สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2565, จาก https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=11539& filename=gross_regional.

อธิป จันทร์สุริย์. (2564). Hotel+Hospital=Hospitel: กลยุทธ์การปรับตัวของธุรกิจโรงแรมภายใต้สถานการณ์โรคระบาด COVID-19. *วารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ, 8*(2), 114-131.

Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism management*, *21*(1), 97-116.

Caicedo-Barreth, A., Pavón, E. S., & Santos, L. L. (2020). Competitiveness of Guayaquil towards bleisure tourism. *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, *10*(2), 118-133.

Ketter, E. (2020). Millennial travel: tourism micro-trends of European Generation Y. *Journal of Tourism Futures*, *7*(2), 192-196.

Kotler, Philip. (2003). Marketing Management (11th ed). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

Lichy, J., & McLeay, F. (2018). Bleisure: motivations and typologies. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, *35*(4), 517-530.

Marques, J., & Santos, N. (2016). Developing business tourism beyond major urban centres: the perspectives of local stakeholders. *Tourism and hospitality management*, *22*(1), 1-15.

Sa'aban, S., Ismail, N., & Mansor, M. F. (2013). A study on generation y behavior at workplace. In *International Conference on Business Innovation, Entrepreneurship and Engineering* (Vol. 549), pp. 548-554.

Journal of Liberal Arts
and Management Science
Kasetsart University

กองบรรณาธิการวารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ

59/6 หมู่ 1 ถนน วปรอ. 366 ตำบลเชียงเครือ

อำเภอเมืองสกลนคร จังหวัดสกลนคร 47000

โทรศัพท์: 0-4272-5039

โทรสาร: 0-4272-5040

Website: http://kuojs.lib.ku.ac.th/index.php/jfam

E-mail: id.journaloflams@gmail.com