



รายงานการวิจัย  
เรื่อง

ระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน  
ISO 20121 เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่น

**EVENT SUSTAINABILITY MANAGEMENT SYSTEM (ISO 20121)  
TO DEVELOPING MICE INDUSTRY IN KHON KAEN**

ณัฐกานต์ เฟื่องหาพันธ์

งานวิจัยนี้ ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยศรีปทุม  
ปีการศึกษา 2557

## กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี อันเนื่องมาจากความกรุณาอย่างยิ่งจากมหาวิทยาลัยศรีปทุม ที่ได้ให้ทุนสนับสนุนในการศึกษานี้ อีกทั้ง ให้อุปกรณ์ให้คำปรึกษา แนะนำ ช่วยเหลือในทุกขั้นตอนของการทำวิจัย รวมถึงการปรับปรุงแก้ไขงานวิจัย ให้มีความสมบูรณ์ที่ดีตลอดมา

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จรรยา พุคยาภรณ์ รองอธิการบดี มหาวิทยาลัยศรีปทุม ขอนแก่น ที่ให้การสนับสนุนและส่งเสริมการศึกษาและการทำวิจัยนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี ด้วยความรู้สึกรักใคร่ซึ่งในพระคุณของท่าน จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมาไว้ ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณ ดร.มณฑิชา เครือสุวรรณ คณบดีวิทยาลัยการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม และ ดร.ชาวิษ ถนอมจิตต์ ผู้ช่วยคณบดีวิทยาลัยการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม ขอนแก่น ที่ให้การสนับสนุนและส่งเสริมการศึกษาและการทำวิจัยนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

ขอขอบคุณคณาจารย์ และบุคลากร วิทยาลัยการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม ขอนแก่น ขอขอบคุณที่ร้อยตรีปฏิพัทธ์ ต้นมิ่ง และเพื่อนๆ พี่ๆ น้องๆ ทุกคน ที่ให้กำลังใจ ช่วยเหลือ ให้คำปรึกษา แนะนำ ทำให้งานวิจัยนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

ณัฐกานต์ เพ็งหาพันธ์

ผู้วิจัย

กรกฎาคม พ.ศ. 2560

หัวข้อวิจัย : ระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่น  
ผู้วิจัย : รัชฎานต์ เฟื่องหาพันธ์  
หน่วยงาน : วิทยาลัยการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม ขอนแก่น  
ปีที่พิมพ์ : พ.ศ. 2560

---

## บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันของระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ของอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดขอนแก่น 2) เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพของระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ของอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่น และ 3) เพื่อเสนอแผนการนำระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่น ดำเนินการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ 1) การบริหารจัดการงานอีเวนต์ 2) ระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนตามมาตรฐาน ISO 20121 3) การพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์ และ 4) ผลการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ดำเนินการศึกษา โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยรูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือกลุ่มผู้ประกอบการในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ กลุ่มหน่วยงานและองค์กรที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ ในจังหวัดขอนแก่น กลุ่มผู้จัดงาน/เจ้าภาพการจัดงาน/เจ้าของงานอีเวนต์ และกลุ่มผู้เข้าร่วมกิจกรรมอีเวนต์ในจังหวัดขอนแก่น เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์เชิงลึก และแบบสอบถาม ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือแบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม ด้วยการหาค่า IOC: Index of item Objective Congruence และหาค่า Coefficient Alpha โดยวิธีการของ Cronbach ตามลำดับ วิเคราะห์ข้อมูลแบบสัมภาษณ์ ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา และการวิเคราะห์แบบสอบถามด้วยสถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมาน โดยใช้สถิติ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) จากนั้น หาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ด้วยสถิติ t-test และ One-Way ANOVA โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษา พบว่า แผนการนำระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วย การกำหนดวิสัยทัศน์ คือ “ขอนแก่นไมซ์ที่ดี ศูนย์กลางการจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนตามมาตรฐาน ISO 20121” กำหนดเป้าหมาย คือ การจัดงานอีเวนต์ในจังหวัดขอนแก่น ได้รับมาตรฐานการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 อีกทั้งกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาประกอบด้วย ด้านเศรษฐกิจ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านสังคม และด้านสินค้าและบริการ และกำหนดแผนปฏิบัติงาน (Action Plan) ที่มีความสอดคล้องกับแผนพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในระดับประเทศและระดับจังหวัด เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วย 1) ขั้นเริ่มต้นเตรียมการ 2) ขั้นตอนการวางแผน (Planning Phase) 3) ขั้นตอนการปฏิบัติงานตามแผน (Executing) 4) ขั้นตอนการกำกับดูแลและควบคุมโครงการ (Monitoring and Controlling) และ 5) การปิดงาน/โครงการ (Closing)

**คำสำคัญ :** ขอนแก่น ไมซ์ IOS 20121 อีเวนต์ การพัฒนาอย่างยั่งยืน

Research Title : Event Sustainability Management System (ISO 20121) to Developing  
MICE Industry in Khon Kaen  
Name of Researcher : Nattakhan Penghaphan  
Name of Institution : College of Tourism and Hospitality  
Year of Publication : B. E. 2560

---

## **ABSTRACT**

This study aimed 1 ) to study the current situation of the management system event to the sustainable development of the standard ISO 20121 of the MICE industry in the province 2 ) to analyze the potential of the system management events, to the sustainable development of the ISO 20121 standard of MICE offense and 3 ) plans to offer management system events to the sustainable development of the ISO 20121 standard for the development of the MICE industry in Khon Kaen. Conduct a review of relevant literature include 1) Management Event 2) Management System Event sustainable standards ISO 20121 3) the development of the MICE industry standards, and 4) the results of relevant research.

The study was conducted methodological of quantitative research, and qualitative research and population samples. A group of entrepreneurs in businesses related to the MICE industry. The agencies and organizations that are involved in the MICE industry. In the province Group organizers / hosts / owners events. Participants and group events in the province. The instruments used in the study consisted of in-depth interviews and questionnaires to determine the quality of the interview and questionnaire for the IOC: Index of item Objective Congruence Coefficient Alpha and the method of data analysis, interviews Cronbach respectively. Content analysis And query analysis by descriptive statistics. And inferential statistics by using the frequency, percentage, average, values of deviations, standard deviation then evaluate the relationship between variables with statistical t-test and One-Way ANOVA in significance level of 0.05.

The study found that the planned system for managing events to the sustainable development of the ISO 20121 standard for the development of the MICE industry consists of determining the province's vision is "Khon Kaen MICE City: central organizing sustainable events standard ISO 20121" target is to organize events in the province. Certified Management event to the sustainable development of the ISO 20121 standard, as well as strategy development includes economic, social and environmental aspects of products and services. And formulate Action Plan, which is consistent with the development plan for the MICE industry at both the national and provincial levels to develop the MICE industry province include 1 ) the initial preparation, 2) planning phase 3) Executing 4) monitoring. and controlling and 5) closing.

**Keywords : Khon Kaen, MICE, ISO 20121, Event, Sustainable**

# สารบัญ

บทที่

หน้า

<b>1</b>	<b>บทนำ.....</b>	<b>1</b>
	ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
	วัตถุประสงค์ของการวิจัย .....	3
	คำถามการวิจัย .....	3
	สมมุติฐานการวิจัย .....	3
	ขอบเขตการวิจัย .....	3
	นิยามศัพท์ .....	4
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	5
<b>2</b>	<b>วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง .....</b>	<b>7</b>
	การบริหารจัดการงานอีเวนต์ .....	7
	ระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนตามมาตรฐาน ISO 20121 .....	21
	การพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์.....	31
	ผลการวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	38
<b>3</b>	<b>ระเบียบวิธีการวิจัย .....</b>	<b>46</b>
	รูปแบบการวิจัย .....	46
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....	46
	ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย .....	49
	การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัย .....	52
	การรวบรวมข้อมูล .....	53
	การวิเคราะห์ข้อมูล .....	53

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	56
	ผลการศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันของระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์ สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ของอุตสาหกรรมไมซ์ ในจังหวัดขอนแก่น.....	56
	ผลการวิเคราะห์ศักยภาพของระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนา อย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ของอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัด ขอนแก่น.....	94
	แผนการนำระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของ มาตรฐาน ISO 20121 เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดขอนแก่น.....	122
5	สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	138
	สรุป.....	138
	อภิปรายผล.....	143
	ข้อเสนอแนะ.....	145
	บรรณานุกรม .....	147
	ภาคผนวก .....	155
	ภาคผนวก ก แบบสัมภาษณ์เชิงลึก .....	156
	ภาคผนวก ข แบบสอบถาม .....	168
	ประวัติย่อผู้วิจัย .....	174

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1	ระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 22
2	กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ ..... 47
3	กลุ่มหน่วยงานและองค์กรที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ ในจังหวัดขอนแก่น ..... 48
4	กลุ่มผู้จัดงาน/เจ้าภาพการจัดงาน/เจ้าของงานไมซ์ ..... 48
5	ความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ ..... 94
6	ความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ ..... 95
7	ความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพสมรส ..... 95
8	ความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวุฒิการศึกษา ..... 96
9	ความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ ..... 96
10	ความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (รวมรายได้หลักและรายได้เสริม) ..... 97
11	ความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวัตถุประสงค์ที่เดินทาง มาเข้าร่วมกิจกรรมอีเวนต์ในจังหวัดขอนแก่น ..... 99
12	ความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนผู้ร่วมเดินทางส่วนใหญ่ ในแต่ละครั้ง ..... 100
13	ความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการเดินทาง ..... 100
14	ความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ เลือกเข้าร่วมกิจกรรมอีเวนต์ในจังหวัดขอนแก่น ..... 101
15	ความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามช่วงวันในการเข้าร่วมกิจกรรม อีเวนต์ในจังหวัดขอนแก่น ..... 102
16	ความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนวันในการเข้าร่วมกิจกรรม อีเวนต์ในจังหวัดขอนแก่น ..... 102
17	ความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามแหล่งข้อมูลกิจกรรมอีเวนต์ ในจังหวัดขอนแก่น ..... 103
18	ความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการกลับมาเข้าร่วมกิจกรรมอีเวนต์ ในจังหวัดขอนแก่น อีกครั้งในอนาคต ..... 104

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
19	ความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการแนะนำให้ เพื่อน ญาติ และคนรู้จัก มาเข้าร่วมกิจกรรมอีเวนต์ในจังหวัดขอนแก่น ..... 105
20	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลของระดับความคิดเห็น ด้านเศรษฐกิจ ..... 106
21	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลของระดับความคิดเห็น ด้านสภาพแวดล้อม ..... 107
22	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลของระดับความคิดเห็น ด้านสังคม ..... 109
23	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลของระดับความคิดเห็น ด้านสินค้าและบริการ ..... 110
24	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เปรียบเทียบกับความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ด้านเศรษฐกิจ ..... 113
25	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เปรียบเทียบกับความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ด้านสภาพแวดล้อม ..... 115
26	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เปรียบเทียบกับความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ด้านสังคม ..... 117
27	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เปรียบเทียบกับความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ด้านสินค้าและบริการ ..... 119

# สารบัญภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 ระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์ภายใต้กรอบ PMBOK .....	8
2 ความสัมพันธ์ระหว่างมาตรฐานในการบริหารจัดการอย่างยั่งยืน .....	26
3 กรอบแนวคิดการวิจัย .....	44

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยให้ความสำคัญกับการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการให้มีศักยภาพสามารถเข้าสู่เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ โดยได้มีการกำหนดแนวทางและนโยบายในการเสริมสร้างศักยภาพด้านต่างๆ โดยระบุอยู่ในยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจสู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืนในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่สิบสอง พ.ศ. 2560-2564 ซึ่งได้กล่าวถึงการปรับโครงสร้างภาคบริการ ให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการให้มีศักยภาพและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมบนฐานความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม โดยการสนับสนุน ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา เพื่อสร้างนวัตกรรมให้กับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการบริการ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2559) ซึ่งหน่วยงานที่รับผิดชอบในการพัฒนาและส่งเสริมศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์โดยตรง อย่างเช่น สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการนานาชาติ หรือ สสปน. จึงได้มีการจัดทำนโยบายและแผนงานที่สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจฯ และสถานการณ์ปัจจุบันของประเทศ ซึ่งหนึ่งในแผนงานสำคัญของ สสปน. คือ โครงการนครแห่งไมซ์ (MICE City) ซึ่งเป็นนโยบายที่ทาง สสปน. ได้เล็งเห็นศักยภาพของเมืองที่มีความพร้อมซึ่งได้แก่ กรุงเทพมหานคร ขอนแก่น พัทยา ภูเก็ต และขอนแก่น เป็นจังหวัดที่มีความพร้อมทางด้านศักยภาพในการเป็นนครแห่งไมซ์ โดย สสปน. ได้มีการพิจารณาความพร้อมของจังหวัดต่างๆ ใน 3 ด้าน คือ ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและด้านสถานที่ท่องเที่ยวและ การจัดกิจกรรมไมซ์ (แบรนค์เอง, 2555)

อุตสาหกรรมไมซ์ เป็นแขนงหนึ่งที่มีความสำคัญในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศ ประกอบด้วย 4 ธุรกิจ คือ ธุรกิจการจัดประชุม สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดประชุมนานาชาติ และการจัดแสดงสินค้า (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2555) ซึ่งในปี พ.ศ. 2554 มีรายได้ที่เกิดขึ้นจากอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย โดยมีสัดส่วนรายได้เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2553 ซึ่งเกิดขึ้นจากการที่มีจำนวนการจัดงานไมซ์ทั้งสิ้น 7,382 งาน เพิ่มสูงขึ้นจากปี พ.ศ. 2554 คิดเป็นร้อยละ 6.84 มีจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ขยายตัวขึ้นกว่าร้อยละ 19 ซึ่งจะเห็นว่าตัวเลขรายได้ของอุตสาหกรรมไมซ์มีจำนวนเพิ่มขึ้นในทุกๆ ปี (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2556)

จังหวัดขอนแก่น เป็นหนึ่งในพื้นที่ที่ได้รับการคัดเลือกให้มีการผลักดันสู่การเป็นนครแห่งไมซ์ (MICE City) ซึ่งจากผลสำรวจของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ พบว่า ในปี

พ.ศ. 2555 ธุรกิจกลุ่มไมซ์ของจังหวัดขอนแก่น มีมูลค่าสูงถึง 343 ล้านบาท (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2556) และด้วยการที่เป็นจังหวัดที่มีขนาดใหญ่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน เป็นที่ตั้งของศูนย์กลางหน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจระดับภูมิภาค ตลอดจนมีสถานศึกษา โรงพยาบาล และศูนย์การแพทย์ต่างๆ ที่มีความทันสมัยอีกด้วย (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2556) เป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงเครือข่ายการค้า การลงทุน การบริการ และการคมนาคมขนส่งในภูมิภาคอีสาน พร้อมทั้งยังก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางของอินโดจีนและจีนตอนใต้ (Newswit.com, 2556)

แต่อย่างไรก็ตาม จังหวัดขอนแก่นยังไม่มีการจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดขอนแก่นโดยตรง มีเพียงการสอดแทรกลงในแผนระดับจังหวัดเท่านั้น โดยทางสำนักงานจังหวัดขอนแก่นได้ระบุเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในแผนพัฒนาจังหวัดปี พ.ศ. 2557-2560 ในแผนระยะเร่งด่วนในมิติที่ 3 การก้าวสู่สากล คือ การขยายโอกาสเพิ่มศักยภาพการเป็นมหานครแห่งอาเซียน ให้จังหวัดขอนแก่นเป็นศูนย์กลางการคมนาคมขนส่ง ศูนย์กลางการประชุมและการท่องเที่ยว และเพื่อให้เกิดการพัฒนาคุณภาพของอุตสาหกรรมไมซ์ของจังหวัดขอนแก่น มีทิศทางในการพัฒนาที่เป็นรูปธรรมและมีแนวทางที่ชัดเจนมากขึ้น โดยการพัฒนากระบวนการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่น (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2556)

ด้วยเหตุนี้ ผู้ศึกษาจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญในการส่งเสริมและผลักดันเศรษฐกิจ จังหวัดขอนแก่น ให้มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งยังเป็นส่วนช่วยในการส่งเสริมให้มีการจ้างงานมากขึ้น จึงได้สนใจที่จะศึกษาการพัฒนาระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่นในด้านต่างๆ นำข้อมูลที่ได้มาจัดทำเป็นแผนพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่นเพื่อรองรับการเป็นนครแห่งไมซ์ของประเทศไทย สอดคล้องกับนโยบายรัฐบาลที่ต้องการส่งเสริมให้จังหวัดขอนแก่นเป็น 1 ใน 3 จังหวัดของประเทศไทยสู่การเป็นนครเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2556) และสอดคล้องกับแผนพัฒนาประเทศ แผนพัฒนาจังหวัด และโครงการต่างๆ ของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการนานาชาติด้วย อีกทั้งยังเป็นส่วนช่วยในการส่งเสริมและผลักดันเศรษฐกิจ จังหวัดขอนแก่น ให้มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น ส่งเสริมให้มีการจ้างงานภายในจังหวัดเพิ่มมากขึ้น และเป็นการส่งเสริมการผลิตบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการพัฒนาประเทศให้มีความเจริญก้าวหน้าต่อไปในอนาคต

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันของระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ของอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดขอนแก่น

2.2 เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพของระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ของอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่น

2.3 เพื่อเสนอแผนการนำระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่น

## 3. คำถามการวิจัย

3.1 สถานการณ์ปัจจุบันของระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ของอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดขอนแก่น มีลักษณะอย่างไร

3.2 ศักยภาพของระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ของอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่น มีลักษณะอย่างไร

3.3 แผนการนำระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่น ควร มีลักษณะอย่างไร

## 4. สมมุติฐานการวิจัย

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## 5. ขอบเขตการวิจัย

### 5.1 ประชากรที่ทำการศึกษา

5.1.1 กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์

5.1.2 หน่วยงานและองค์กรที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์

5.1.3 การจัดงาน/เจ้าภาพการจัดงาน/เจ้าของงานอีเวนต์ เช่น การประชุมสัมมนา งานแสดงสินค้า/นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล

5.1.4 ผู้เข้าร่วมกิจกรรมอีเวนต์ในจังหวัดขอนแก่น ที่เข้าร่วมกิจกรรมการประชุมสัมมนา งานแสดงสินค้าและนิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ในจังหวัดขอนแก่น

### 5.2 พื้นที่ที่ศึกษา

ดำเนินการศึกษางานอีเวนต์ ภายใต้อุตสาหกรรมไมซ์ ในจังหวัดขอนแก่นเท่านั้น

### 5.3 ขอบเขตของเนื้อหา

ศึกษาระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่น ที่เกี่ยวข้องกับหลักการบริหารจัดการงานอีเวนต์ ระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนตามมาตรฐาน ISO 20121 การพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์ การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานเพื่อขับเคลื่อนสู่การจัดการงานอีเวนต์ การบริหารจัดการงานอีเวนต์ตามช่วงเวลา การพัฒนามาตรฐานในการบริหารจัดการอย่างยั่งยืน และผลการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 5.4 ขอบเขตระยะเวลา

ดำเนินการศึกษาระหว่างเดือน มีนาคม 2558 – พฤษภาคม 2559

## 6. นิยามศัพท์

6.1 อุตสาหกรรมไมซ์ (MICE Industry) หมายถึง กลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการจัดประชุมองค์กร การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดประชุมนานาชาติ และการจัดแสดงนิทรรศการหรืออีเวนต์

6.2 อีเวนต์ (Event) หมายถึง กิจกรรม งานแสดง หรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น จากกิจกรรมของอุตสาหกรรมไมซ์ ไม่ว่าจะเพื่อการประชุมสัมมนา (Meeting) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Travel) การประชุมนานาชาติ (convention) การจัดนิทรรศการ/งานแสดงสินค้า (Exhibition) รวมถึงความบันเทิง การให้ความรู้ ซึ่งถูกจัดขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ความรู้ความกระจ่าง เติมฉลอง สร้างความบันเทิง หรือสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ ให้กับกลุ่มคนต่างๆ ซึ่งอีเวนต์เป็นกิจกรรมส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมไมซ์

6.3 การบริหารจัดการงานอีเวนต์ หมายถึง ขั้นตอนดำเนินงาน โดยประกอบไปด้วยสามส่วนสำคัญ เพื่อให้งานอีเวนต์ประสบความสำเร็จซึ่งประกอบไปด้วย Input (สิ่งที่ใส่เข้าไปไม่ว่าจะเป็นเอกสาร แผนงาน การออกแบบต่างๆ ที่เตรียมไว้) Tools and Techniques (เครื่องมือที่ใช้แปรรูปลักษณ์ที่ใส่เข้าไป) และ Output (ผลลัพธ์ที่ได้ออกมาจากการนำ Input ไปผ่านขั้นตอนต่างๆ) โดยในแต่ละส่วนจะประกอบไปด้วยกิจกรรมย่อยแตกต่างกันไปตามแต่ละงานและอุตสาหกรรม โดยประกอบไปด้วย 5 กระบวนการที่สำคัญ ประกอบด้วย 1) ขั้นตอนเตรียมการ (Initiating) 2) การวางแผน (Planning) 3) การปฏิบัติงานตามแผน (Executing) 4) การกำกับดูแลและควบคุม โครงการ (Monitoring and Controlling) และ 5) การปิดงาน/โครงการ (Closing) เป็นคำถามปลายเปิด

6.4 การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานเพื่อขับเคลื่อนสู่การจัดการงานอีเวนต์ หมายถึง การบริหารจัดการที่ควรไตร่ตรองก่อนที่จะมีการริเริ่มการจัดการงานอีเวนต์ขึ้น โดยทั้งนี้จะต้องมีการสร้าง

การมีส่วนร่วมและการสื่อสารอย่างต่อเนื่องต่อผู้ที่เกี่ยวข้องทุกส่วนที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทาน ประกอบด้วย 1) ความร่วมมือ (Partnership) 2) นโยบาย (Policy) 3) การจัดซื้อจัดจ้าง (Procurement) และ 4) การบริหารผลการปฏิบัติงาน (Performance management) เป็นคำถามปลายเปิด

6.3 ระบบการบริหารจัดการงานอีเอนท์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 หมายถึง ระบบการบริหารจัดการงานอีเอนท์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ประกอบด้วย 1) ด้านเศรษฐกิจ 2) ด้านสภาพแวดล้อม 3) ด้านสังคม และ 4) ด้านสินค้าและบริการ

## 7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

### 7.1 ประโยชน์ที่เกิดต่อผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรง

7.1.1 เกิดความรู้ความเข้าใจระบบการบริหารจัดการงานอีเอนท์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไม่ซ์จังหวัดขอนแก่น

7.1.2 มีแนวทางการระบบการบริหารจัดการงานอีเอนท์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไม่ซ์จังหวัดขอนแก่น

7.1.3 สามารถนำแนวทางการระบบการบริหารจัดการงานอีเอนท์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ให้เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวยุโรป พื้นที่ และหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องได้

7.1.4 เกิดการเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน โดยยึดหลักแนวคิดการอนุรักษ์ควบคู่กับการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประเทศไทย

7.1.5 สามารถสร้างงาน สร้างอาชีพ และแก้ไขปัญหาความยากจน ในประเทศไทย เป็นศูนย์กลางระบบการบริหารจัดการงานอีเอนท์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121

7.1.6 แก้ไขปัญหาและพัฒนาที่เกิดจากรากหญ้าอย่างแท้จริง โดยศึกษาถึงฐานทรัพยากรและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

### 7.2 ประโยชน์ทางวิชาการ

7.2.1 เสริมสร้างองค์ความรู้ด้านฐานข้อมูลระบบการบริหารจัดการงานอีเอนท์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ในลักษณะของการบูรณาการวิชาการหลากหลายสาขาวิชา

7.2.2 เกิดองค์ความรู้ใหม่ที่สามารถนำมาต่อยอดในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป เพื่อการเชื่อมโยงการพัฒนาพื้นที่ในแถบอาเซียน และเป็นต้นแบบในการประยุกต์ใช้สำหรับพื้นที่ที่มีลักษณะใกล้เคียง

7.2.3 บริการวิชาการที่เกิดจากความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษา หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนท้องถิ่น ซึ่งจะสามารถสร้างความสัมพันธ์อันดีใหม่เกิดขึ้นได้เป็นฐานข้อมูล วิชาการ

### 7.3 กลุ่มเป้าหมายที่สามารถนำงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

7.3.1 ธนาคารเพื่อการพัฒนาแห่งเอเชีย (Asian Development Bank)

7.3.2 คณะทำงานการลงทุนด้านการท่องเที่ยวแห่งอาเซียน (ASEAN Tourism Investment)

7.3.3 โครงการเชื่อมโยงในการพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจแนวตะวันออก-ตะวันตก (East-West Economic Corridor: EWEC)

7.3.4 โครงการยุทธศาสตร์ความร่วมมือทางเศรษฐกิจอิระวดี-เจ้าพระยา-แม่โขง (ACMECS)

7.3.5 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

7.3.6 สถาบันการศึกษาภาครัฐและเอกชนที่เปิดสอนหลักสูตรการจัดการการท่องเที่ยว

7.3.7 ประชาชน และชุมชนท้องถิ่นที่เป็นเจ้าของสถานที่ท่องเที่ยว

7.3.8 ประเทศอื่นๆ ที่ประสงค์จะพัฒนาโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยว

7.3.9 สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) (TCEB)

7.3.10 มหาวิทยาลัยขอนแก่น

7.3.11 มหาวิทยาลัยศรีปทุม ขอนแก่น

## บทที่ 2

### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัย ระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่น ได้ดำเนินการศึกษาความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับเรื่องที่วิจัย ทฤษฎีที่รองรับเรื่องที่วิจัย และผลการวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

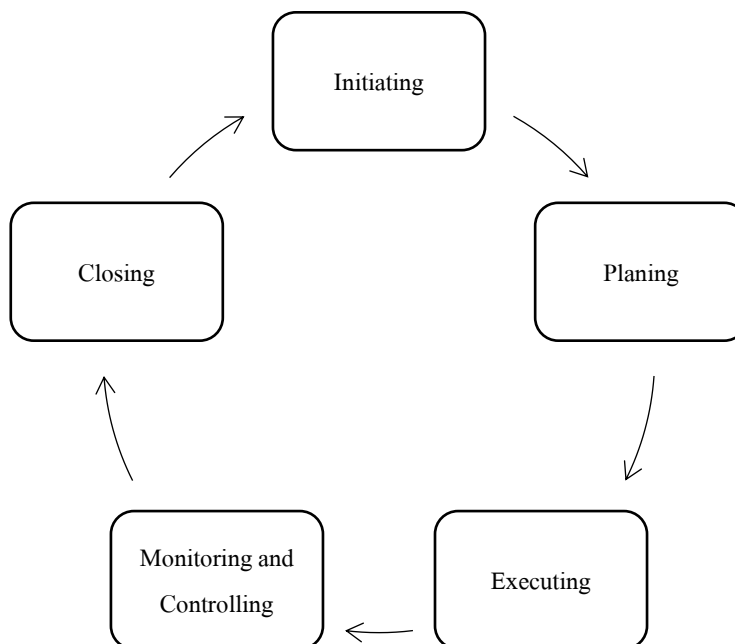
1. การบริหารจัดการงานอีเวนต์
  2. ระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนตามมาตรฐาน ISO 20121
  3. การพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์
  4. ผลการวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### 1. การบริหารจัดการงานอีเวนต์

งานไมซ์ที่จัดขึ้นทุกงานในอุตสาหกรรมไมซ์จะไม่สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี หากปราศจากการวางแผน (Planning) การบริหารจัดการ (Management) ที่ช่วยให้งานและโครงการที่วางแผนไว้เป็นรูปร่างขึ้นมา การจัดงานที่ขาดการวางแผนรวมถึงการบริหารจัดการที่เป็นระบบ นอกจากจะส่งผลให้เกิดความเครียดแก่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องว่างานจะบรรลุตามเป้าหมายและระยะเวลาที่วางไว้หรือไม่ ยังส่งผลกระทบต่อภาพรวมของงานที่อาจจะไม่มีคุณภาพและไม่สามารถสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ทุกฝ่ายด้วย (Hopwood, 2012)

ระบบการบริหารจัดการ โครงการในงานที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ (Project Management for MICE Event) ภายใต้กรอบ PMBOK โดยการนำกรอบการศึกษาการบริหารจัดการโครงการของ ANSI ที่เรียกว่า PMBOK มาปรับใช้ในการอธิบายการบริหารการจัดงานไมซ์ ดังนั้น ต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับ PMBOK โดยเนื้อแท้แล้ว PMBOK Guide ถือว่าเป็นกระบวนการทำงานประเภทหนึ่ง กระบวนการทำงาน หมายถึง ขั้นตอนที่ต้องดำเนินงาน โดยประกอบไปด้วยสามส่วนสำคัญ เพื่อให้งานสำเร็จซึ่งประกอบไปด้วย Input (สิ่งที่ใส่เข้าไปไม่ว่าจะเป็นเอกสาร แผนงาน การออกแบบต่างๆ ที่เตรียมไว้) Tools and Techniques (เครื่องมือที่ใช้แปรรูปสิ่งที่ใส่เข้าไป) และ Output (ผลลัพธ์ที่ได้ออกมาจากการนำ Input ไปผ่านขั้นตอนต่างๆ) (Aicher et al, 2015) โดยในแต่ละส่วนจะประกอบไปด้วยกิจกรรมย่อยแตกต่างกันไปตามแต่ละงานและอุตสาหกรรม โดย PMBOK จะประกอบไปด้วย 5 กระบวนการที่สำคัญ อย่างไรก็ตามทั้ง 5 กระบวนการดังกล่าวก็ยังสามารถถูกรวมเข้าไปไว้ภายใต้สามส่วนที่กล่าวมาข้างต้น อย่างไรก็ตามก็ตีกระบวนการที่สำคัญทั้ง

5 ประกอบไปด้วยกรอบต่างๆ ดังแสดงในภาพประกอบ 1 (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2556)



ภาพประกอบ 1 ระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์ภายใต้กรอบ PMBOK  
ที่มา: American National Standards Institute (2013)

จากภาพประกอบ 1 ระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์ภายใต้กรอบ PMBOK ประกอบด้วย  
1) ขั้นเริ่มต้นเตรียมการ (Initiating) 2) การวางแผน (Planning) 3) การปฏิบัติงานตามแผน (Executing) 4) การกำกับดูแลและควบคุมโครงการ (Monitoring and Controlling) และ 5) การปิดงาน/โครงการ (Closing) โดยมีรายละเอียดดังนี้ (ANSI, 2013)

### 1.1 ขั้นเริ่มต้นเตรียมการ (Initiating)

ขั้นเริ่มต้นเตรียมการ (Initiating) เป็นขั้นตอนแรกที่สำคัญต่อการวางแผนจัดงานใดๆ ก็ตามหากขั้นเริ่มต้นเตรียมการ โดยเฉพาะในการเตรียมการจัดงานไมซ์ขาดการเริ่มต้นที่ดีแล้ว ก็ยากที่ขั้นตอนในการวางแผนในลำดับถัดไปจะสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งรายละเอียดเกี่ยวกับการบริหารจัดการโครงการในแต่ละมุมมองของแต่ละผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของอุตสาหกรรมไมซ์ ล้วนแตกต่างกัน ในกรณีนี้ ผู้วิจัยได้พยายามที่จะทำให้เข้าใจบทบาทและหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติเมื่ออยู่ในบทบาทของผู้รับจัดงานในแต่ละอุตสาหกรรม แม้ในแต่ละอุตสาหกรรม

จะมีรายละเอียดปลีกย่อยที่แตกต่างกันไป อย่างไรก็ตาม ขั้นตอนเตรียมการที่ทางผู้จัดงานจำเป็นต้องดำเนินการส่วนใหญ่จะประกอบไปด้วยรายละเอียดดังต่อไปนี้ (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2556)

1.1.1 เริ่มดำเนินการติดต่อกับลูกค้า แม้ลูกค้าในแต่ละอุตสาหกรรมของไมซ์จะแตกต่างกันไป อย่างไรก็ตาม ความคิดที่จะเริ่มจัดงานใดๆ จะไม่เกิดขึ้น หากไม่มีลูกค้า ผู้เข้าประชุมหรือผู้เข้าร่วมงานสนใจที่จะเข้าร่วมงาน การเริ่มดำเนินการติดต่อกับลูกค้าสามารถเกิดขึ้นได้หลายรูปแบบ (ANSI, 2013) โดยรูปแบบของการติดต่อ และระยะเวลาในการติดต่อ ขึ้นอยู่กับลักษณะของงานในแต่ละอุตสาหกรรมไมซ์ ขนาดของงานที่ต้องการจะจัดประสบการณ์ของลูกค้าที่มีต่อผู้จัดงานนั้นๆ เป็นต้น (Bowdin et al. 2011)

1.1.2 ดำเนินการเริ่มการประชุมก่อนการเริ่มงาน เมื่อดำเนินการติดต่อกับลูกค้าซึ่งในกรณีนี้อาจเป็นได้ทั้งตัวแทนของบริษัทที่จะใช้บริการ สมาคมต่างๆ ซึ่งการติดต่อสามารถดำเนินการได้ผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆ เช่น อีเมลล์ หรือทางโทรศัพท์ ทางผู้จัดงานจำเป็นต้องมีการจัดการประชุมก่อนการเริ่มงาน โดยอาจจะผ่านช่องทางต่างๆ เช่น ทางโทรศัพท์ หรือแม้กระทั่งทาง Video Conference หรือเพื่อให้ทราบถึงข้อมูลที่จำเป็นต่างๆ และความต้องการของลูกค้า (ANSI, 2013) ไม่ว่าจะเป็นเป้าหมาย (Goal) วัตถุประสงค์ของการจัดงาน (Objective) รวมไปถึงขนาดของงานและรายละเอียดต่างๆ ซึ่งในการประชุมดังกล่าวจะช่วยให้ผู้จัดงานและลูกค้าเห็นภาพประกอบต้องการเดียวกันจากการจัดงานไมซ์นั้นๆ ซึ่งในขั้นตอนก่อนหน้านี้หากว่าลูกค้าไม่ได้ดำเนินการส่งอีเมลล์หรือติดต่อมายังผู้จัดงาน เพื่อให้ส่งรายละเอียดข้อเสนอเกี่ยวกับการจัดงาน (Request for Proposal: RFP) ทางลูกค้าอาจใช้โอกาสในการประชุมก่อนเริ่มงาน ขอให้ผู้จัดงานดำเนินการส่งข้อเสนอทางเทคนิคมาให้เพื่อใช้พิจารณาประกอบคุณสมบัติของผู้จัดงานแต่ละเจ้าซึ่งขั้นตอนของการขอรายละเอียดของ RFP ของแต่ละงานและแต่ละอุตสาหกรรมอาจจะมีรายละเอียดที่แตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับลักษณะของงานและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง (O'Toole, 2011)

## 1.2 การวางแผน (Planning)

ความสมบูรณ์ของแผนงานการบริหารโครงการนั้นขึ้นอยู่กับคุณภาพของข้อมูล และจำนวนข้อมูลที่ทางผู้จัดงานไมซ์สามารถรวบรวมได้ในช่วงเริ่มต้นเตรียมการ (Initiating Phase) ข้อมูลด้านต่างๆ ที่ทางผู้จัดงานสามารถรวบรวมมาได้นั้นจะเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้ผู้จัดงานไมซ์สามารถเริ่มขั้นตอนการวางแผน (Planning Phase) ที่มีประสิทธิภาพและสามารถช่วยให้ผู้จัดงานไมซ์สามารถบรรลุเป้าหมายของการจัดงานไมซ์ที่วางไว้ได้ โดยในขั้นตอนของการวางแผนนั้นทางผู้จัดงานไมซ์อาจจะมีแผนปลีกย่อยที่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตามผู้จัดงานไมซ์จำเป็นต้องมีการวางแผนต่างๆ ที่สำคัญดังต่อไปนี้ (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2556)

1.2.1 วางแผนกำหนดขอบเขตของงานไมซ์ (Planning MICE Event's Scope) จำนวนผู้เข้าร่วมงานสะท้อนถึงจำนวนทรัพยากรและงบประมาณที่ผู้จัดงานต้องใช้ในงานไมซ์นั้นๆ ซึ่งจำนวนของผู้เข้าร่วมงาน และอุปกรณ์ รวมไปถึงความคาดหวังต่างๆ ที่ผู้เข้าร่วมงานและลูกค้าต้องการจะมาจากการสื่อสารและประชุมกับลูกค้าในช่วงขั้นเริ่มต้นเตรียมการ เมื่อทางผู้จัดงานไมซ์ไม่ว่าจะเป็นงานประชุมองค์กร ประชุมวิชาชีพ และงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติทราบจำนวนผู้ที่จะเดินทางเข้าร่วมงาน รวมถึงขนาดพื้นที่ที่ต้องใช้ จำนวนห้องพัก รวมถึงรูปแบบของการเดินทาง ผู้จัดงานไมซ์จะสามารถวางแผนบริหารเพื่อกำหนดขอบเขตของกิจกรรม (Scope Planning) ที่ต้องจัด (ANSI, 2013) ซึ่งแผนดังกล่าวเป็นเสมือนการรักษาความคาดหวังของลูกค้าให้อยู่ภายใต้งบประมาณที่จำกัด โดยทั่วไปงานขนาดใหญ่เช่นงานประชุมวิชาชีพและประชุมสมาคมนานาชาติรวมถึงงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติ มักจะต้องใช้ทรัพยากรและงบประมาณในการจัดงานสูงกว่าขนาดเล็ก ถึงกระนั้นก็ตามไม่ว่างานไมซ์จะมีขนาดเล็กหรือใหญ่ การวางแผนกำหนดขอบเขตของงานไมซ์จำเป็นที่จะต้องได้รับการกำกับดูแลและวางแผนโดยละเอียดอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากในบางครั้งรายละเอียดบางอย่างของงานอาจมีการเปลี่ยนแปลงเมื่อใกล้ถึงวันจัดงาน ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอาจส่งผลกระทบต่อทรัพยากรที่ต้องใช้ รวมถึงงบประมาณที่เปลี่ยนแปลงไป (King et al. 2015)

1.2.2 แผนเกี่ยวกับต้นทุน (Cost Plan) เมื่อผู้จัดงานไมซ์ทราบถึงจำนวนของผู้ที่จะเข้าร่วมงาน ความคาดหวังต่างๆ ที่ลูกค้าและผู้เข้าร่วมงานมีต่องาน รวมไปถึงงบประมาณที่ลูกค้ามีในกรณีของการประชุมองค์กร การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการประชุมวิชาชีพ หรืองบประมาณที่ PEO มีที่ใช้สำหรับจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติแล้วนั้น ทางผู้จัดงานจำเป็นที่จะต้องดำเนินการจัดทำแผนเกี่ยวกับต้นทุน (Cost Plan) ซึ่งแผนเกี่ยวกับต้นทุนที่ใช้ในการจัดงานไมซ์ที่คืบหน้าจำเป็นที่จะต้องสะท้อนถึงค่าใช้จ่ายและต้นทุนที่ทางผู้จัดงานต้องใช้ ไม่ว่าจะเป็นค่าใช้จ่ายในการจัดจ้างบุคลากรมาปฏิบัติงาน ค่าใช้จ่ายในการจัดทำเวที ค่าใช้จ่ายในการเช่าสถานที่ รวมไปถึง ต้นทุนและค่าใช้จ่ายที่นอกเหนือจากที่ทางผู้จัดงานได้วางไว้ในกรณีที่เกิดเหตุไม่คาดฝัน (ANSI, 2013)

1.2.3 แผนบุคลากร (Staffing Plan) เมื่อทางผู้จัดงานทราบถึงจำนวนคนที่เข้าร่วมงาน และระยะเวลาที่ต้องใช้เตรียมการจนไปถึงวันที่งานเริ่ม ทางผู้จัดงานสามารถเริ่มวางแผนบุคลากรได้ โดยเริ่มจากกิจกรรมที่ผู้จัดงานต้องดำเนินการทั้งหมดเพื่อให้งานที่วางแผนจะจัดสำเร็จลุล่วงและนำกิจกรรมที่ต้องดำเนินการทั้งหมดมาเทียบกับระยะเวลาที่ต้องดำเนินการให้สำเร็จในแต่ละช่วงเวลา (ANSI, 2013) ยกตัวอย่างเช่น รูปแบบและสีของงานต้องเสร็จสิ้นก่อนงานเริ่ม 18 เดือน เอกสารประชาสัมพันธ์ต้องเสร็จสิ้นก่อนงานเริ่ม 12 เดือน เป็นต้น ซึ่งจากการแจกแจงกิจกรรม

ดังกล่าวจะทำให้ผู้จัดการเห็นว่ากิจกรรมใดต้องใช้อัตรากำลังคนเท่าไร (Manpower) เพื่อให้กิจกรรมดังกล่าวสำเร็จลุล่วงภายใต้ระยะเวลาที่กำหนด ซึ่งจากการที่ทราบว่าจะงานใดต้องใช้คนจำนวนเท่าใดและความสามารถประเภทใด จะทำให้ผู้จัดการสามารถสรุปได้ว่าจำเป็นที่จะต้องใช้คนเท่าไร ไม่ว่าจะเป็นบุคลากรของบริษัทเอง หรือบุคลากรที่จำเป็นที่จะต้องจัดจ้างเพิ่ม เป็นต้น (Hopwood, 2012)

1.2.4 แผนคุณภาพ (Quality Plan) ประกอบด้วย เป้าหมายทางการให้บริการแก่ลูกค้าที่สามารถก่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด เช่น ผู้เข้าร่วมงานจะต้องใช้เวลาไม่เกิน 10 นาทีในการเดินทางจากที่พักมาถึงที่ประชุมหรือหากผู้เข้าร่วมงานมีคำถามเกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆ ทางฝ่ายประสานงานจำเป็นที่จะต้องให้คำตอบกับลูกค้าได้ภายในเวลาที่กำหนด เป็นต้น (ANSI, 2013) ดังนั้น แผนคุณภาพส่วนใหญ่จึงสามารถไปเชื่อมต่อกับแผนบุคลากร เพราะ บุคลากรที่มาปฏิบัติหน้าที่ในหน่วยงานที่มีความสามารถในการให้บริการและความเป็นมืออาชีพ จะส่งผลถึงระดับความพึงพอใจในการรับบริการของลูกค้าและผู้เข้าร่วมงาน (Donohoe, 2010)

1.2.5 แผนการสื่อสาร (Communication Plan) แผนการสื่อสารในที่นี้ หมายถึง แผนที่ทางผู้จัดการใช้สำหรับสื่อสารกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายที่มีส่วนร่วมในการช่วยทำให้งานไมซ์ที่ต้องการจะจัดสำเร็จตามระยะเวลาและเป้าหมายที่วางไว้ (ANSI, 2013) แผนการสื่อสารดังกล่าวต้องระบุถึงกิจกรรมการสื่อสารที่จำเป็นจะต้องเกิดขึ้นในกรณีที่เกิดการเปลี่ยนแปลงที่อยู่นอกเหนือจากกิจกรรมและแผนที่วางไว้ เช่นหากบริษัทที่รับผิดชอบเรื่องเสงสีเสียงในงานไม่สามารถนำอุปกรณ์ที่วางแผนที่วางไว้มาใช้ได้ตามที่ตั้งใจไว้ ทางผู้จัดการจำเป็นที่จะต้องแจ้งฝ่ายใดบ้างเพื่อให้สามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นได้ทันเวลา (Getz, 2008)

1.2.6 แผนการบริหารความเสี่ยง (Risk Management Plan) การจัดงานใดๆ ก็ตามมักจะมีปัจจัยหลายๆอย่างที่อยู่นอกเหนือการบริหารจัดการของผู้จัดงาน ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยเรื่องลมฟ้า อากาศ ปัจจัยทางการเมือง และภัยพิบัติทางธรรมชาติ ดังนั้น ทางผู้จัดการจึงจำเป็นที่จะต้องพัฒนาแผนบริหารความเสี่ยงขึ้นมาเพื่อที่ในกรณีที่เกิดเหตุการณ์ไม่คาดฝันทางผู้จัดการจะสามารถมีทางเลือกในการแก้ไขปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถทำให้งานไมซ์ที่วางแผนที่วางไว้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ยกตัวอย่างเช่น หากเกิดปัญหาการชุมนุมประท้วงในบริเวณสถานที่ที่จะใช้สำหรับจัดประชุม และทำให้ไม่สามารถใช้สถานที่จัดประชุมที่วางแผนที่วางไว้ได้ในตอนแรก ทางผู้จัดการจะย้ายสถานที่จัดประชุมจาก สถานที่ A ไปยัง สถานที่ B เป็นต้น ซึ่งในแผนบริหารความเสี่ยงที่ตีพิมพ์ทางผู้จัดการ จำเป็นที่จะต้องมีการจัดลำดับความเสี่ยงที่มีโอกาสจะเกิดขึ้นจากมากไปหาน้อย และจัดลำดับตามผลกระทบที่จะเกิดขึ้น หากความเสี่ยงเหล่านั้นเกิดขึ้นจริง เพื่อที่ทางผู้จัดการจะได้ดำเนินการควบคุมและกำกับดูแลความเสี่ยงที่มีโอกาสจะเกิดขึ้นได้อย่างมี

ประสิทธิภาพ โดยการจัดทำแผนบริหารความเสี่ยง ซึ่งสามารถแบ่งประเด็นออกเป็นระยะต่างๆ ได้ดังต่อไปนี้ (ANSI, 2013)

- (1) การระบุปัจจัยเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของงาน
- (2) การวิเคราะห์ความเสี่ยงทางปริมาณและทางคุณภาพ
- (3) แผนการบริหารความเสี่ยงที่เกิดขึ้น
- (4) การติดตามและดูแลความเสี่ยง ซึ่งจะเกิดขึ้นในระยะที่ 4 ในช่วงการกำกับ

ดูแลและควบคุมโครงการ

1.2.7 แผนการจัดซื้อจัดจ้าง (Resource Acquisition Plan) เมื่อทางผู้จ้างงานรู้ว่าจะต้องใช้ทรัพยากรด้านใดบ้างเพื่อให้งานไม่ซ้ที่วางแผนไว้สามารถบรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรด้านบุคคล อุปกรณ์ต่างๆ รวมไปถึงเรื่องการจองสถานที่พัก การขนส่งและอื่นๆ ทางผู้จ้างงานไม่ว่าจะเป็น DMC PCO หรือ PEO ไม่สามารถที่จะดำเนินการทุกกิจกรรมได้เอง เพียงองค์กรเดียว ทางผู้จ้างงานหลัก (Core Organizer) จำเป็นที่จะต้องดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างบริษัทที่มีความชำนาญเฉพาะด้านเข้ามารับงานต่อ ภายใต้งบประมาณที่วางไว้ (ANSI, 2013) โดยแผนการจัดซื้อจัดจ้างจะต้องระบุถึงขั้นตอนในการเตรียมการจัดซื้อจัดจ้าง จำนวนงานที่ต้องจัดซื้อจัดจ้าง เช่น ใช้บุคลากรด้านการลงทะเบียนกี่คน จำนวนรถที่ใช้ในการขนส่งผู้เข้าร่วมงานจากสถานที่พักมาทำงาน รวมไปถึงวิธีการที่จะทำให้ผู้จ้างงานสามารถจัดซื้อจัดจ้างได้ แผนการจัดซื้อจัดจ้างที่ดีจะช่วยให้ผู้จ้างงานหลักสามารถบริหารจัดการงบประมาณที่มีอยู่ได้อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้อย่างสูงสุด (Aicher et al. 2015)

1.2.8 แผนกำหนดการการดำเนินงาน (Schedule Plan) ผู้เข้าร่วมงานส่วนใหญ่มักมีเวลาที่ต้องการจะเข้าร่วมงานแตกต่างกัน โดยเฉพาะบุคคลสำคัญ และวิทยากร รวมไปถึงผู้ที่มาออกงานแสดงสินค้าที่มักจะระบุว่าจะนำของเข้ามาในพื้นที่แสดงสินค้าเมื่อใด (ANSI, 2013) ดังนั้นแผนกำหนดการการดำเนินงาน จึงจำเป็นที่จะต้องถูกพัฒนาขึ้นมาภายใต้วัตถุประสงค์ที่สำคัญสองประการ คือ เพื่อให้การควบคุมดูแลการจัดงานไม่ซ้ต่างๆ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพผ่านการจัดลำดับความสำคัญของกิจกรรมที่ต้องดำเนินการตามระยะเวลาตลอดช่วงเวลาที่งานเริ่ม และเพื่อให้งานดังกล่าวบรรลุความคาดหวังของลูกค้าในเวลาเดียวกัน ดังนั้น แผนการดำเนินงานจำเป็นที่จะต้องครอบคลุมแผนต่างๆ ที่กล่าวมาทั้งหมดก่อนหน้า เพื่อให้การดำเนินงานสำเร็จตามที่วางไว้ (Bowdin et al. 2011)

จากแผนทั้ง 8 ที่กล่าวมานี้ ผู้วิจัย สรุปได้ว่า แผนการจัดการนี้จะช่วยให้ทางผู้จ้างงานไม่ซ้สามารถดำเนินการจัดงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น อย่างไรก็ตามในโลกของความเป็นจริง การขาดแผนใดแผนหนึ่งก็ไม่ได้หมายความว่างานไม่ซ้จะไม่สามารถเกิดขึ้นได้ ทั้งนี้

ความสมบูรณ์ของแผนงานทั้ง 8 ขึ้นอยู่กับสถานการณ์และความพร้อมของข้อมูลที่ทางผู้จัดงานสามารถรวบรวมได้

### 1.3 การปฏิบัติงานตามแผน (Executing)

เมื่อผู้จัดงานดำเนินการจัดทำแผนการดำเนินงานทั้ง 8 แผนเสร็จสิ้น หน้าที่ของผู้จัดงานไม่ได้เสร็จสิ้นเพียงแค่การวางแผนเท่านั้น เนื่องจากทางผู้จัดงานเปรียบเสมือนเป็นตัวกลางในการบริหารจัดการความคาดหวังของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นผู้เข้าร่วมงาน วิทยากร บริษัทที่มารับงานต่อจากทางผู้จัดงาน (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2556) เช่น General Service Contractor รวมไปถึงทางโรงแรมและสถานที่พัก สถานที่จัดงาน โดยเฉพาะเมื่อขั้นตอนการวางแผน (Planning Phase) เสร็จสิ้นทางลูกค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจะเริ่มมีความคาดหวังที่จะเห็นสิ่งของและกิจกรรมต่างๆ ที่ผู้จัดงานจำเป็นต้องดำเนินการให้เสร็จสิ้นมากขึ้น แผนทั้ง 8 แผนที่ผู้จัดงานวางไว้ จำเป็นที่จะต้องได้รับการควบคุมดูแลและปฏิบัติตามที่วางไว้ โดยผู้จัดงานตลอดทั้งช่วงเวลาในขณะนี้ (O'Toole, 2011)

ดังนั้น ควรพิจารณาว่า การปฏิบัติงานตามแผนในโครงการจำเป็นต้องอยู่บนพื้นฐานของการวางแผนที่มีประสิทธิภาพตั้งแต่เริ่มต้น (Aicher et al. 2015) เนื่องจากในช่วงของการปฏิบัติงานตามแผนทางผู้จัดงานจะมีรายละเอียดหลายอย่างที่จำเป็นที่จะต้องแก้ไขไม่ว่าจะเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงคำขอของลูกค้า เหตุการณ์ไม่คาดฝันที่อาจจะเกิดขึ้นจริงรวมไปถึงเรื่องการจัดซื้อจัดจ้าง บริษัทอื่นๆ การฝึกพนักงาน ดังนั้นหากแผนที่วางไว้ในตอนต้นไม่มีประสิทธิภาพและไม่ครอบคลุมเพียงพอทางผู้จัดงานอาจจำเป็นที่จะต้องกลับไปปรับปรุงแผนใหม่ ซึ่งจะยังเป็นการเพิ่มภาระงานแก่ผู้จัดงานมากยิ่งขึ้น โดยรายละเอียดของกิจกรรมที่ผู้จัดงานไม่จำเป็นต้องดำเนินการในช่วงของการปฏิบัติงานตามแผน (Executing) ประกอบไปด้วยรายละเอียดดังต่อไปนี้ (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2556)

1.3.1 การสื่อสารข้อมูลระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (Information Distribution) อย่างที่กล่าวมาแล้วข้างต้นหนึ่งในหน้าที่ที่ผู้จัดงานไม่จำเป็นต้องดำเนินการในการประชุมองค์กร ผู้จัดงานการประชุมวิชาชีพ หรือแม้กระทั่งผู้จัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติ ต้องปฏิบัติในช่วงระยะนี้คือ การสื่อสารกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายไม่ว่าจะเป็นทั้งในฝั่งของลูกค้า ผู้เข้าร่วมงาน รวมไปถึงคณะทำงานที่ช่วยกันสร้างให้งานไม่ซดงกล่าวเกิดขึ้นให้เห็นภาพเดียวกันถึงความคืบหน้าและปัญหาต่างๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นในแต่ละระยะเวลาที่ดำเนินงานในแต่ละกิจกรรม ซึ่งการสื่อสารข้อมูลระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจะเกิดขึ้นมากขึ้น หรือบ่อยขนาดไหนขึ้นอยู่กับแผนการสื่อสารที่ทางผู้จัดงานได้วางไว้ในช่วงการวางแผน (O'Toole, 2011) โดยหนึ่งในเครื่องมือที่ช่วยให้ผู้จัดงานสามารถติดตามความคืบหน้าของแต่ละกิจกรรมและโครงการได้อย่างมี

ประสิทธิภาพก็คือการใช้ Status Reviews ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้ระบุว่าแต่ละกิจกรรมได้ดำเนินการไปถึงระยะใดแล้ว และต้องใช้ระยะเวลาอีกเท่าไรถึงจะดำเนินการเสร็จสิ้น (ANSI, 2013)

1.3.2 การดูแลและปรับเปลี่ยนรายละเอียดโครงการ (Project Administration and Modification) เนื่องจาก ในช่วงของการดำเนินการปฏิบัติตามแผนงาน กิจกรรมหลายๆ อย่างอาจมีการเปลี่ยนแปลง ทั้งในเรื่องของอุปกรณ์ ผู้รับงาน รวมไปถึงระยะเวลา (Bowdin et al. 2011) ดังนั้น แผนการดำเนินงานที่วางไว้ทั้งหมดก่อนหน้านั้นจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริง การปรับปรุงแผนการดำเนินงานสามารถเกิดขึ้นได้จากเหตุการณ์ดังต่อไปนี้ (ANSI, 2013)

(1) การประมาณการจำนวนงานและกิจกรรมที่เหลือที่ยังไม่แล้วเสร็จ เช่น รูปแบบของเวทีและ Pavilion ยังไม่แล้วเสร็จต่างๆ ที่เลยกำหนดระยะเวลาที่วางไว้ หรือเอกสารสำหรับใช้ในงานยังไม่ได้ถูกจัดพิมพ์ รวมไปถึงเหตุการณ์อื่นๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้นอกเหนือจากที่ได้วางแผนไว้ เป็นต้น

(2) ขอบเขตของงานไมซ์ที่ต้องการจะจัดถูกปรับเปลี่ยนไป จากที่ได้วางแผนไว้ในตอนแรก

(3) ทรัพยากรที่วางไว้ในตอนแรกเกิดการเปลี่ยนแปลง

(4) เกิดเหตุการณ์ที่ไม่คาดฝัน เช่นภัยพิบัติทางธรรมชาติ หรือเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมือง เป็นต้น

นอกเหนือจากการปรับเปลี่ยนรายละเอียดโครงการให้เป็นปัจจุบันแล้ว ทางผู้จัดงานยังจำเป็นต้องติดตามแผนการดำเนินงานต่างๆ อย่างใกล้ชิดเพื่อให้มั่นใจว่าแผนดังกล่าวยังคงดำเนินการไปตามที่วางไว้ในแต่ละระยะ ไม่ว่าจะเป็นในด้านของการติดตามกำกับดูแลแผนบริหารความเสี่ยงซึ่งเป็นส่วนสำคัญในระยะถัดไป รวมถึงติดตามสถานะของโครงการ เป็นต้น (Hopwood, 2012)

1.3.3 การดำเนินการจัดซื้อจัดจ้าง (Executing the Resource Acquisition Plan) อย่างที่เคยได้กล่าวไว้ว่า การจัดงานไมซ์ไม่ว่าจะเป็นงานประชุมองค์กรและบริษัท การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การประชุมวิชาชีพ และงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติ ล้วนจะต้องมีกิจกรรมบางส่วนที่ทางผู้จัดงานจำเป็นต้องใช้ทรัพยากรและทักษะจากที่อื่นผ่านการจัดซื้อและจัดจ้าง (ANSI, 2013) ยกตัวอย่างเช่น การเดินทางระหว่างสถานที่พักและสถานที่ประชุมหรือจัดงาน อาจจะใช้บริการของบริษัทลิมูซีน หรือการจัดอุปกรณ์แสดง แสง สีเสียง รวมไปถึงเรื่องอาหารและเครื่องดื่มที่ทางผู้จัดงานจำเป็นต้องไปจัดซื้อจัดจ้างจากภายนอก นอกจากนี้การจัดซื้อจัดจ้างยังรวมถึงการจัดจ้าง DMC Local PCO และ General Service Contractor เป็นต้น ซึ่งรายละเอียด

กิจกรรมดังกล่าวนี้จะถูกระบุอยู่ในแผนการจัดซื้อจัดจ้าง (Resource Acquisition Plan) และจะถูกดำเนินการในระยะนี้ (Aicher et al. 2015)

ถึงแม้ว่าการจัดซื้อจัดจ้างในบางครั้งผู้ที่ดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างอาจจะไม่ใช่ผู้จัดการหรือผู้วางแผนงานโดยตรง แต่ถูกดำเนินการโดยฝ่ายจัดซื้อจัดจ้างของคณะทำงานที่มีหน้าที่จัดการไมซ์ดังกล่าว อย่างไรก็ตามผู้จัดการก็ควรจะต้องมีความเข้าใจพื้นฐานเกี่ยวกับกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง (ANSI, 2013) เนื่องจากผู้จัดการหลักจำเป็นที่จะต้องคอยติดตามและประเมินผลความสามารถในการปฏิบัติงานของบริษัทหรือผู้ที่มารับงานต่อว่ายังดำเนินงานตามที่ได้ตกลงกันไว้ภายใต้ระยะเวลาที่กำหนดหรือไม่ และคอยเสนอว่ายังจำเป็นที่จะต้องจัดซื้อจัดจ้างอุปกรณ์หรือบริษัทใดเพิ่มเติมนอกเหนือจากที่ยังไม่ได้ถูกระบุไว้ในตอนแรกของสัญญา เพื่อให้การจัดการไมซ์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและเสร็จสิ้นตามกำหนดเวลา เมื่อทางผู้จัดการดำเนินการปฏิบัติงานตามแผนในแต่ละรายกิจกรรม สิ่งที่ผู้จัดการจำเป็นที่จะต้องดำเนินการในตลอดระยะเวลาที่เหลือจนถึงเมื่องานไมซ์ที่จะจัดเสร็จสิ้นคือการกำกับดูแลและควบคุมแผนงาน (Monitoring and Controlling) ให้เป็นไปตามแผนงานที่วางไว้ (O'Toole, 2011)

#### 1.4 การกำกับดูแลและควบคุมโครงการ (Monitoring and Controlling)

จากคำนิยามของ PMBOK ของ ANSI ได้สรุปช่วงของการกำกับดูแลและควบคุมโครงการ (Monitoring and Controlling) ไว้ว่าบนโลกของความเป็นจริง แทบจะเป็นไปไม่ได้ที่การจัดการใดๆ ก็ตามจะไม่มีอุปสรรคและสำเร็จไปได้ด้วยดีตามแผนงานที่วางไว้ทุกประการ ผู้จัดการไมซ์จำเป็นที่จะต้องคอยกำกับดูแลและควบคุมแผนงานต่างๆ ที่วางไว้ หลังจากที่ได้เริ่มลงมือปฏิบัติในแต่ละรายกิจกรรมว่าดำเนินไปอย่างไรบ้างหรือไม่ โดยปัจจัยที่จะทำให้การลงมือปฏิบัติตามแผนงานไม่เป็นไปตามที่วางไว้ถือว่าเป็นความเสี่ยงที่ทางผู้จัดการต้องคอยกำกับดูแลอย่างใกล้ชิด ผ่านกระบวนการที่เรียกว่าการกำกับดูแลความเสี่ยง ซึ่งสอดคล้องกับหรือแผนบริหารความเสี่ยงที่ทางผู้จัดการได้วางไว้ในช่วงของระยะที่ 2 เรื่องการวางแผน (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2556; ANSI, 2013)

1.4.1 การกำกับดูแลและควบคุมความเสี่ยง (Risk Monitoring and Controlling) ในช่วงการวางแผน (Planning Phase) การระบุปัจจัยความเสี่ยง ล้วนอาศัยอยู่บนประสบการณ์และการวิเคราะห์จากข้อมูลที่มีอยู่ อย่างไรก็ตาม เมื่อดำเนินงานตามแผนงานที่วางไว้ ปัจจัยความเสี่ยงใหม่และความเสี่ยงที่ทางผู้จัดการมองว่าอาจจะไม่ใช่ความเสี่ยงที่มีความสำคัญ อาจจะมีจำนวนมากขึ้น เช่นในช่วงที่วางแผน (ANSI, 2013) ปัญหาเรื่องภูมิอากาศอาจจะเป็นความเสี่ยงที่ไม่ได้มีความสำคัญ อย่างไรก็ตามปัญหาภาวะโลกร้อนในปัจจุบันส่งผลให้การคาดการณ์การพยากรณ์อากาศเป็นไปได้อย่างยิ่งยั้ง เมื่อใกล้ถึงเวลาจัดงานอากาศเกิดเปลี่ยนแปลงและส่งผลให้การเดินทางของ

ผู้เข้าร่วมงานจากบางภูมิภาคมีปัญหา ทางผู้จัดงานจำเป็นต้องนำแผนปฏิบัติการการบริหาร ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นและแนวทางแก้ไขความเสี่ยงมาปฏิบัติเพื่อลดปัญหาดังกล่าวและช่วยให้ ผู้เข้าร่วมงานยังสามารถเดินทางเข้าร่วมงานได้ (Aicher et al. 2015)

1.4.2 การควบคุมขอบเขตของงาน (Scope Control) การควบคุมขอบเขตของงาน ตามที่ชื่อ ระบุคือการระบุปัจจัยและองค์ประกอบต่างๆ ที่อาจจะส่งผลให้ขอบเขตของงานที่จะจัดมีขนาด เพิ่มขึ้น หรือลดลงจากที่ได้วางแผนไว้ในตอนแรกไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงจาก การวางแผน ขอบเขตของงาน การเปลี่ยนแปลงจากการกำหนดลักษณะขอบเขตของงาน หรือการเปลี่ยนแปลง จากการยืนยันขอบเขตของงาน ยกตัวอย่างเช่น ลูกค้าได้ระบุว่า จำนวนผู้เข้าร่วมงานอยู่ที่ 300 คน แต่มาเปลี่ยนแปลงในภายหลังว่าเป็น 500 คน หรือรูปแบบสถานที่พักที่เปลี่ยนแปลงไปจากที่ได้ ระบุไว้ตอนแรก เป็นต้น(ANSI, 2013) ซึ่งการเปลี่ยนแปลงในขอบเขตของงานจะส่งผลกระทบต่อ ต้นทุน ทรัพยากร งบประมาณและระยะเวลาในการดำเนินงานทั้งสิ้น หากมีการเปลี่ยนแปลง ในขอบเขตของงานขณะทำงานที่มีส่วนในการจัดงานจำเป็นต้องมีการประชุมเพื่อหารือกันถึง ทางออกจากขอบเขตที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้ได้ข้อสรุปและตกลงกับลูกค้าเพื่อให้การจัดงาน ดำเนินต่อไปได้ ไม่ว่าจะเป็นการขอเพิ่มงบประมาณในการจัดงาน การขอขยายระยะเวลา ในการเตรียมงานซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว จะกระทบต่อแผนที่วางไว้และกิจกรรมที่ผู้จัดงาน ต้องประสานกับคณะทำงานที่รับผิดชอบในการดำเนินกิจกรรมดังกล่าวให้เสร็จสิ้น เช่น หากทาง ผู้จัดงานยินดีที่จะขยายขอบเขตของงานจากผู้เข้าร่วมงาน 300 คนเป็น 500 คน คณะทำงาน ที่รับผิดชอบเรื่องการจัดรูปแบบของห้องประชุมจะต้องดำเนินการปรับเปลี่ยนผังของห้องประชุม รวมไปถึงอาจจะต้องเปลี่ยนสถานที่ในการจัดประชุมส่งผลกระทบต่องบประมาณที่เตรียมไว้ เป็นต้น (Bowdin et al. 2011)

1.4.3 การควบคุมกำหนดการ (Schedule Control) การควบคุมกำหนดการเป็นหนึ่งใน กิจกรรมที่ยากต่อการควบคุมที่สุด ในขณะที่เดียวกันก็เป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดที่จะทำให้งานไมซ์ที่วางไว้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ด้วยเหตุนี้ ลองนึกภาพว่างานแสดงสินค้าที่วางไว้ว่าจะเริ่มในวันที่ 10 มีนาคม ทั้งผู้จัดงาน ผู้ซื้อ และผู้ขายได้ดำเนินการจองตั๋วเครื่องบิน จองสถานที่พักและการเดินทาง จากสถานที่พักไปสู่สถานที่จัดงานไว้แล้ว แต่ผู้จัดงานไม่สามารถจัดงานให้แล้วเสร็จได้ตามกำหนด ปัญหาดังกล่าวจะส่งกระทบทั้งในเรื่องค่าใช้จ่ายที่ผู้จัดงานต้องรับผิดชอบต่อต้นทุนในการจัดงาน ต้นทุนค่าเสียโอกาส ความไม่พอใจของลูกค้าและอื่นๆ อีกมากมาย (O'Toole, 2011) ดังนั้น หากมีการเปลี่ยนแปลงเรื่องระยะเวลาในการดำเนินกิจกรรมใดๆ ก็ตามที่ต้องแล้วเสร็จและส่งผลต่อ ภาพรวมของงานไมซ์ที่จะจัดขึ้น ทางผู้จัดงานหรือผู้บริหาร โครงการจำเป็นต้องระบุถึงขั้นตอน ของปัญหาที่เกิดขึ้น แจ้งให้คณะทำงานและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยเฉพาะลูกค้าทราบ พร้อมทั้งระบุ

แนวทางแก้ไขให้กิจกรรมดังกล่าวสามารถดำเนินงานได้แล้วเสร็จภายในระยะเวลาที่กำหนดเดิม หรือที่กำหนดใหม่ (ANSI, 2013)

อย่างไรก็ดีในบางกรณี โดยเฉพาะเหตุการณ์สุดวิสัยบางอย่างที่อยู่นอกเหนือความสามารถในการควบคุมและแก้ไขของผู้จัดงานเช่น ภัยพิบัติทางธรรมชาติ หรือปัญหาความไม่สงบทางการเมือง และส่งผลต่อการจัดงานให้แล้วเสร็จภายในระยะเวลาที่กำหนด ทางผู้จัดงานอาจจำเป็นต้องเลื่อนการจัดงานออกไปเป็นช่วงระยะเวลาอื่น ทางผู้จัดงานก็จำเป็นต้องแจ้งผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและลูกค้าล่วงหน้าเพื่อหาวันและเวลาที่จะจัดงานใหม่ (Hopwood, 2012)

1.4.4 การควบคุมดูแลเรื่องรายละเอียดของสัญญา (Contract Administration Control) การควบคุมดูแลเรื่องรายละเอียดของสัญญาหมายถึงขั้นตอนในการตรวจสอบว่าผู้ที่มารับงานต่อ รวมถึงผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดงาน ได้ดำเนินการส่งมอบงานภายใต้คุณภาพและตามที่สัญญา กำหนดไว้หรือไม่ อย่างที่ได้กล่าวไว้ในส่วนที่หนึ่งเรื่องขั้นเริ่มต้นเตรียมการ (Initiating) ว่าผู้จัดงานไม่ว่าจะเป็น Core PCO PEO หรือแม้กระทั่ง DMC จะต้องมีการจัดจ้างงานบางส่วนไม่ว่าจะเป็นเรื่องการจัดเตรียมสถานที่ การเดินทางขนส่ง การลงทะเบียนออก ไปให้กับบริษัทที่มีความชำนาญเฉพาะด้าน (ANSI, 2013) ดังนั้นหน้าที่ของผู้จัดงานหลักคือการตรวจสอบว่าคุณภาพของงานที่ได้ส่งต่อไปให้กับบริษัทต่างๆ ที่มารับงานต่อเป็นไปตามสัญญาที่ได้ตกลงกันไว้หรือไม่ หากไม่เป็นไปตามสัญญาที่ได้ตกลงกันไว้ทางผู้จัดงานหลักจำเป็นต้องหาทางแก้ไขและตกลงกับผู้รับงานว่าจะเปลี่ยนแปลงรายละเอียดของสัญญาหรือไม่ โดยการตรวจรับงานทางผู้จัดงานควรดำเนินการควบคู่ไปกับคณะทำงานที่ทำหน้าที่ด้านการจัดซื้อและผู้ที่เกี่ยวข้องเรื่องสัญญา (Aicher et al. 2015)

1.4.5 การควบคุมดูแลต้นทุน (Cost Control) การเปลี่ยนแปลงในรายละเอียดของกิจกรรม รวมไปถึงแผนการดำเนินงาน ระยะเวลาต่างๆ ที่วางไว้ ล้วนส่งผลโดยตรงต่องบประมาณและต้นทุนในการจัดงานไม่ซ้ทั้งสิ้น (ANSI, 2013) ดังนั้น ทางผู้จัดงานนอกจากจะต้องติดตามสถานะความคืบหน้าของโครงการ รวมไปถึงควบคุมปัจจัยด้านอื่นๆ ที่กล่าวมาทั้งหมดแล้วทางผู้จัดงานยังจำเป็นต้องดำเนินการควบคุมดูแลต้นทุน โดยรายละเอียดเรื่องการควบคุมดูแลต้นทุนทางผู้จัดงานจำเป็นต้องดำเนินการดังต่อไปนี้ (Bowdin et al. 2011)

- (1) พิจารณาว่าต้นทุนและงบประมาณที่ได้คาดการณ์ว่ามีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่
  - (2) บริหารการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นและแก้ไขตามความเหมาะสม
  - (3) แจ้งผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่ต้องรับทราบเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงในงบประมาณ
- เพื่อให้อนุมัติการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว

ซึ่งหากบริษัทหลักที่รับจัดงานเป็นบริษัทเอกชนแล้วละก็ทางผู้จัดงานจำเป็นต้องควบคุมดูแลเรื่องต้นทุนของการจัดงานให้ไม่เกินไปกว่ารายได้ที่ได้จากการจัดงานและ

ยังต้องมีกำไรเพียงพอที่จะได้จากการจัดงานนั้นๆ อย่างไรก็ตามในกรณีที่เป็นการจัดงานที่จัดโดยสมาคม เป้าหมายของการจัดงานอาจจะมุ่งไปที่การให้ผู้เข้าร่วมงานและสมาชิกของสมาคมได้รับประโยชน์ ตามที่ได้วางไว้ในเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของการจัดงาน โดยไม่จำเป็นต้องได้รับกำไรจากการจัดงานนั้นๆ แต่ก็ไม่ควรก่อให้เกิดการใช้งบประมาณที่สูงเกินที่ได้วางไว้ (ANSI, 2013)

ทั้งนี้ ผู้วิจัย สรุปได้ว่า การควบคุมและกำกับดูแลงานไม่ได้หมายถึงแค่การควบคุม และกำกับดูแลการจัดเตรียมงานให้แล้วเสร็จภายใต้ระยะเวลางบประมาณที่กำหนดไว้เท่านั้น แต่การควบคุมและกำกับดูแลยังรวมถึงตั้งแต่เวลาที่งานได้เริ่มต้นขึ้น ระหว่างงาน และจนงานเสร็จสิ้น ดังนั้นการควบคุมกำกับดูแลควรเป็นไปอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ระยะการวางแผน เพื่อให้มั่นใจได้ว่า ผู้เข้าร่วมงานและลูกค้าจะได้รับในสิ่งที่คาดหวังและสร้างความพึงพอใจสูงสุด อย่างไรก็ตามหน้าที่ของผู้จัดงานไม่ได้เสร็จสิ้นเมื่องานที่จัดเสร็จสิ้นแล้วเท่านั้น แต่ยังมีระยะสุดท้ายคือการปิดงาน (Closing)

### 1.5 การปิดงาน/โครงการ (Closing)

การปิดงาน/โครงการในภาพรวม หมายถึง เมื่อทางผู้จัดงานสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ ที่ลูกค้าต้องการและลูกค้ายินดีที่จะรับสินค้าและบริการที่ผู้จัดงานสร้างให้ เช่นเดียวกันกับในกรณี ของงานไม่เสร็จการปิดงาน/โครงการ หมายถึงเมื่อกิจกรรมและโปรแกรมที่ได้วางไว้ในงานไม่เช่นนั้นๆ ตั้งแต่งานเริ่มอย่างเป็นทางการได้ดำเนินการเสร็จสิ้น อย่างไรก็ตามการปิดงานไม่ได้หมายถึงว่า กิจกรรมทั้งหมดที่ผู้จัดงานต้องดำเนินการได้เสร็จสิ้นลงพร้อมกันเมื่องานทั้งหมดจบลง เพราะ ในความเป็นจริงยังมีกิจกรรมอีกหลายประการที่ทางผู้จัดงานและคณะทำงานที่ช่วยกันจัดงานไม่เช่นนั้นๆ จำเป็นที่จะต้องดำเนินการอยู่ ในส่วนนี้จะดำเนินการระบุรายละเอียดของกิจกรรมและขั้นตอน ที่ผู้จัดงานไม่เสร็จ ควรดำเนินงานหลังจากที่งานเสร็จสิ้นแล้ว อย่างไรก็ตามรายละเอียดของกิจกรรมอาจจะ แตกต่างกันไปตามประเภทของงาน โดยมีรายละเอียดดังนี้ (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและ นิทรรศการ, 2556)

1.5.1 การดำเนินการปิดโครงการ (Administrative Closure) การดำเนินการปิดโครงการ ไม่ได้หมายถึงการประกาศว่างานได้จบลงแล้ว แต่หมายถึงทางผู้จัดงานจำเป็นต้องมีการ ประสานเพื่อจัดเตรียมเอกสารต่างๆ เกี่ยวกับการปิดงานให้แก่ลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าผู้ว่าจ้างดำเนินการ ลงนามรับงานที่ได้จัดไป (Getz, 2008) รวมถึงการดำเนินการคืนทรัพย์สินหรืออุปกรณ์ต่างๆ ที่ได้เช่าหรือจัดจ้างมาให้แก่เจ้าของเพื่อนำไปใช้ในงานอื่นๆ ต่อไป เช่นสถานที่ที่ใช้สำหรับจัดงาน พนักงานที่ใช้ดูแลเรื่องอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น ซึ่งในขั้นการดำเนินการปิดโครงการของงาน ไม่เสร็จประกอบไปด้วยกิจกรรมย่อยดังต่อไปนี้ (ANSI, 2013)

(1) การดำเนินการประเมินผลของงานที่จัดไป (Post Implementation Evaluation Report: PIER) เมื่อการจัดงานทุกอย่างเสร็จสิ้น กิจกรรมที่สำคัญลำดับถัดไปที่ผู้จัดงานจำเป็นต้องดำเนินการ ได้แก่ การประเมินผลการดำเนินงานของงานไมซ์ที่จัดเสร็จสิ้นไป เพื่อให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมดและผลของกิจกรรมสำคัญต่างๆ (Aicher et al. 2015) โดยผู้วิจัยจะขออธิบายถึงกิจกรรมที่จำเป็นต้องได้รับการประเมิน คือ ผู้จัดงาน จำเป็นต้องดำเนินการประเมินผลของงานไมซ์ที่จัดไป ซึ่งไม่ได้วัดแค่ในมุมมองของผู้เข้าร่วมงานเท่านั้น แต่ทางผู้จัดงาน จำเป็นที่จะต้องพัฒนาเครื่องมือที่ใช้สำหรับวัด และประเมินผลของงานให้แก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็น โรงแรมที่พักของผู้เข้าร่วมงาน บริษัทที่ดูแลเรื่องการขนส่งผู้เข้าร่วมงาน ซึ่งในกรณีของอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติ ผู้เข้าร่วมงานจะต้องถูกแบ่งออกเป็นสองกลุ่ม คือ ผู้ชายที่มาออกบูธ และผู้ซื้อ พนักงานที่ถูกจัดจ้างมาเพื่อปฏิบัติหน้าที่ในงาน คณะทำงานที่ดูแลเรื่องแสง สี เสียง รวมถึงคณะทำงานภายในของผู้จัดงานเอง และรูปแบบของโปรแกรมและกิจกรรมที่ดำเนินการตลอดช่วงระยะเวลาตั้งแต่เริ่มงานจนถึงปิดงาน โดยเมื่อทางผู้จัดงานดำเนินการออกแบบเครื่องมือและวิธีการประเมินแก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเสร็จสิ้นแล้ว ทางผู้จัดงานจะดำเนินการประสานกับคณะทำงานที่ทำหน้าที่ในการแจกจ่ายแบบประเมินผลดังกล่าวออกไปสู่กลุ่มเป้าหมายต่างๆ และดำเนินการเก็บข้อมูลดังกล่าวกลับมาเพื่อประเมินผล และเก็บข้อมูลไว้ปรับปรุงการดำเนินงานต่อไป (ANSI, 2013)

(2) ประชุมคณะทำงานหลังงานเสร็จสิ้น (Post Event Meeting) การประชุมคณะทำงานหลังงานเสร็จสิ้นจะเริ่มขึ้นเมื่องานไมซ์ที่จัดปิดตัวลง คณะทำงานที่ประกอบไปด้วยผู้จัดงาน ผู้วางแผนงาน บุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่อยู่ในงาน รวมไปถึงผู้จัดการด้านอาหารและเครื่องดื่ม ผู้จัดการศูนย์ประชุมหรือหอประชุม ผู้รับงาน (ANSI, 2013) ต่อมา ดำเนินการสรุปผลที่เกิดขึ้นตลอดช่วงระยะเวลาว่ากิจกรรมใด หรืองานส่วนใดที่เป็นไปได้ด้วยดี อะไรที่เกิดข้อผิดพลาด และอะไรคือโอกาสในการพัฒนาและแก้ไขข้อผิดพลาดในครั้งต่อไป ซึ่งในการประชุมนี้มักจะรวมไปถึงการสรุปใบเสร็จค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่ต้องชำระให้แก่ผู้รับจ้างด้วย (Bowdin et al. 2011)

(3) วัดผลความคุ้มค่าจากการลงทุน (Measuring Return on Investment: ROI) การวัดผลความคุ้มค่าจากการลงทุนในกรณีที่บริษัทที่จัดงานไม่ได้เป็นบริษัทเอกชนที่แสวงหาผลกำไร การวัดผลความคุ้มค่าจากการลงทุนจะถูกวัดว่าเป้าหมายที่วางไว้วัดตอนแรกก่อนเริ่มงานบรรลุหรือไม่ หากไม่บรรลุ ไม่บรรลุเพราะเหตุใดและมากน้อยขนาดไหน (ANSI, 2013) เช่น ช่วยให้สมาชิกของสมาคมได้สามารถสร้างเครือข่ายทางการค้าและธุรกิจได้สำเร็จ หรือผู้เข้าร่วมงานเกิดความรู้ความเข้าใจจากการเข้าประชุมในงานดังกล่าว อย่างไรก็ตาม อย่างไรก็ดี หากผู้จัดงานเป็นบริษัทเอกชน

ที่แสวงหากำไรจากการจัดงาน การวัดผลความคุ้มค่าจากการลงทุนอาจจะถูกวัดในด้านของเงินที่ลงทุนใช้ในการจัดงาน เทียบกับรายได้จากการจัดงานไม่ว่าจะเป็นจำนวนพื้นที่ที่ขายได้ หรือจากตัวผู้เข้าชมงาน เป็นต้น (O'Toole, 2011)

1.5.2 รายงานหลังงานเสร็จสิ้น (Post Event Report) ซึ่งเมื่อแบบประเมินที่ได้ถูกแจกจ่ายออกไปได้รับการตอบรับกลับมา และดำเนินการประเมินผลเสร็จสิ้น รวมถึงสรุปผลจากการประชุมคณะทำงานหลังงานเสร็จสิ้นแล้ว สิ่งสำคัญที่ผู้จัดงานจำเป็นต้องดำเนินการในลำดับถัดไปคือการดำเนินการสรุปและจัดทำรายงานหลังงานเสร็จสิ้น (Post Event Report) พร้อมทั้งระบุบทเรียนและข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นตั้งแต่ในช่วงเริ่มต้น (Initiating) งานจนเสร็จสิ้น (Aicher et al. 2015) ซึ่งรายละเอียดของรายงานหลังงานเสร็จสิ้นควรจะตอบคำถามต่างๆ เช่น งานที่จัดขึ้นตรงตามความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าหรือไม่ ลูกค้าผู้ว่าจ้างให้จัดงานรวมไปถึงผู้เข้าร่วมงานพอใจกับงานหรือไม่ (Hopwood, 2012) การจัดงานอยู่ภายใต้งบประมาณที่วางไว้หรือไม่ งานที่จัดเสร็จสิ้นตรงตามระยะเวลาที่กำหนดหรือไม่ ความเสี่ยงที่ระบุไว้ก่อนเริ่มงาน เกิดขึ้นหรือไม่ และถ้าเกิดขึ้นได้รับการบริหารจัดการหรือไม่ และอะไรที่สามารถทำได้เพื่อพัฒนากระบวนการจัดงานไม่ซ้ำในครั้งต่อไป (ANSI, 2013)

1.5.3 ดำเนินการเก็บเอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในงานเพื่อเป็นฐานข้อมูล นอกจากทางผู้จัดงานจะต้องดำเนินการจัดทำรายงานหลังงานเสร็จสิ้นแล้ว เอกสารต่างๆ ที่ใช้ในการเตรียมงาน ข้อมูลรายละเอียดการประชุมข้อมูลทางเทคนิคต่างๆ (ANSI, 2013) รวมถึงแผนงานทุกด้านจำเป็นที่จะต้องได้รับการเก็บรวบรวมเพื่อเป็นฐานข้อมูลเนื่องจากข้อมูลบางอย่างสามารถนำมาใช้เป็นฐานในการเริ่มต้นหรือดำเนินงานจัดงานได้ในครั้งต่อไป โดยเฉพาะรายชื่อผู้เข้าร่วมงาน ผู้ออกบัตรรวมทั้งที่อยู่และช่องทางการติดต่อ เป็นต้น (Bowdin et al. 2011)

1.5.4 รายละเอียดปลีกย่อยอื่นๆ รายละเอียดปลีกย่อยอื่นๆในกรณีนี้ได้แก่ การจัดเตรียมเอกสารแสดงความขอบคุณแก่ผู้ช่วยสนับสนุนงาน วิทยากร แขกคนสำคัญ อาสาสมัคร และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่ช่วยกันสร้างงาน ดังกล่าวจนเสร็จ (ANSI, 2013) นอกจากนี้ยังรวมไปถึงการเฉลิมฉลองความสำเร็จให้แก่คณะทำงานหลังจากที่ได้ร่วมแรงร่วมใจกันจัดงานไม่ซ้ำดังกล่าวจนเสร็จ การเฉลิมฉลองรวมไปถึงการให้รางวัลทั้งทางด้านตัวเงินรวมถึงการรับรู้ของผู้บริหารแก่พนักงานที่ปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (O'Toole, 2011)

จากการศึกษา การบริหารจัดการงานอีเวนต์ ผู้วิจัยสรุปได้ว่า ภาพรวมและกระบวนการในการบริหารจัดการงานอีเวนต์ในภาพรวม ผ่านขั้นตอนการบริหารจัดการงานอีเวนต์ภายใต้กรอบ PMBOK ผ่าน 5 ขั้นตอนที่สำคัญอันได้แก่ ขั้นตอนเตรียมการ (Initiating) การวางแผน (Planning) การปฏิบัติงานตามแผน (Executing) การกำกับดูแลและควบคุมโครงการ (Monitoring and

Controlling) การปิดงาน/โครงการ (Closing) อย่างไรก็ดีในโลกแห่งความเป็นจริงรายละเอียดในการบริหารจัดการการจัดงานไมซ์ หรือโครงการใดๆ ก็ตามล้วนมีรายละเอียดปลีกย่อยจำนวนมากที่แตกต่างกันไป

## 2. ระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121

ISO 20121 เป็นมาตรฐานที่สร้างแนวทางระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์ที่นำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยในความหมายของ ISO นั้น ระบบการจัดการ หมายถึง กรอบแนวคิด นโยบาย ขั้นตอน และกระบวนการที่องค์กรนำมาใช้ในการดำเนินงานต่างๆ เพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมายขององค์กร ซึ่งระบบการบริหารจัดการดังกล่าวนี้ นับว่าเป็นพื้นฐานในการนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งในที่นี้ หมายถึง แนวทางในการทำงานที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการในปัจจุบันได้โดยที่ไม่ส่งผลกระทบต่อศักยภาพในการตอบสนองต่อความต้องการของคนรุ่นหลังในทุกๆ มุมมองทางธุรกิจ โดยมีรายละเอียดดังนี้ (International Organization for Standardization of ISO Central Secretariat, 2012)

### 2.1 แนวทางการนำระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์ที่นำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121

แนวทางการนำระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์ที่นำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121/ BS 8901 (ISO 20121/BS 8901: Sustainable Event Management Systems) นั้น ครอบคลุมขั้นตอนการดำเนินงาน 3 ด้านที่สำคัญ คือ การวางแผน การนำไปปฏิบัติ และการตรวจสอบควบคุม โดยการวางแผนประกอบไปด้วยการพัฒนา นโยบายที่นำไปสู่ความยั่งยืน การระบุถึงผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและแนวทางในการดำเนินงานร่วมกัน และการระบุถึงประเด็นสำคัญอื่นๆ ในการพัฒนาความยั่งยืน เป็นต้น ส่วนการนำไปปฏิบัตินั้นประกอบไปด้วยการพัฒนา ระบบการบริหารจัดการและการนำระบบดังกล่าวไปปฏิบัติ การจัดอบรมให้กับบุคลากรในองค์กร การจัดสรรทรัพยากร การสื่อสารกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องต่างๆ การจัดการห่วงโซ่อุปทาน การจัดทำ และควบคุมเอกสาร โดยส่วนสุดท้าย คือ การตรวจสอบและควบคุม ซึ่งประกอบไปด้วยการนำระบบการตรวจวัดผลการดำเนินงานให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้มาปฏิบัติใช้ การแก้ไข การดำเนินงานที่ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย การทบทวนและปรับปรุงผลการดำเนินงาน เป็นต้น ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อมาตรฐานที่สร้างแนวทางระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์ที่นำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน สามารถอธิบายในรูปแบบตารางที่ 1 ดังนี้ (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2556; International Organization for Standardization of ISO Central Secretariat, 2012)

**ตารางที่ 1** ระบบการบริหารจัดการงานอีเวนที่ผู้การพัฒนอย่างยั่งยืน  
ของมาตรฐาน ISO 20121

ระบบการบริหารจัดการ	รายละเอียด
1) ด้านเศรษฐกิจ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผลกำไรจากการดำเนินการตามมาตรฐาน ISO 20121</li> <li>- ราคาในการจัดงานตามมาตรฐาน ISO 20121</li> <li>- ความสำคัญของมาตรฐาน ISO 20121</li> <li>- ความได้เปรียบด้านการแข่งขันในการจัดงานตามมาตรฐาน ISO 20121</li> <li>- การพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนอันเป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจภายในประเทศ</li> <li>- ค่าใช้จ่ายในการสัมมนาและกิจกรรม</li> <li>- ผลประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินการตามมาตรฐาน ISO 20121 ความคุ้มค่าการลงทุน</li> </ul>
2) ด้านสภาพแวดล้อม	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การดำเนินการตามมาตรฐาน ISO 20121 สามารถปรับปรุงสภาพแวดล้อมของประเทศ</li> <li>- การใช้หรือบริโภควัสดุอินทรีย์แทนวัสดุพลาสติกสามารถลดมลพิษ</li> <li>- นโยบายของนโยบายของการจัดงานจะต้องเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของมาตรฐาน ISO 20121</li> <li>- เพิ่มพื้นที่สีเขียวในการตกแต่งภายในงาน</li> <li>- ของเสียได้รับการแบ่งออกเป็นหมวดหมู่ เช่น กระดาษ แก้ว พลาสติก หรือ กระบวนการนำมาใช้ใหม่</li> <li>- การใช้วัสดุอินทรีย์เป็นทางอ้อมของการทำลายสภาพแวดล้อม</li> <li>- ความตระหนักในสภาพแวดล้อม หลังจากที่ได้รับรู้เกี่ยวกับมาตรฐาน ISO 20121</li> </ul>
3) ด้านสังคม	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การรับรองมาตรฐาน ISO 20121 ทำให้องค์กรได้รับความน่าเชื่อถือมากขึ้น</li> <li>- ผู้เข้าร่วมงานมีความสนใจในการรับรองมาตรฐาน ISO 20121</li> <li>- การเผยแพร่มาตรฐาน ISO 20121 มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมการจัดงาน</li> <li>- การจัดงานมีความน่าเชื่อถือมากขึ้นหลังจากที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 20121</li> <li>- รัฐบาลส่งเสริมการจัดงานให้มีโครงการเพิ่มประสิทธิภาพด้านสิ่งแวดล้อม</li> <li>- การใช้มาตรฐาน ISO 20121 เพิ่มมูลค่าให้กับภาพลักษณ์ขององค์กร</li> <li>- การสื่อสารกับสื่อสาธารณะ ในแคมเปญโฆษณาของมาตรฐาน ISO 20121</li> <li>- การดำเนินการตามมาตรฐาน ISO 20121 สะท้อนให้เห็นถึงความเหมาะสมในการจัดงาน</li> <li>- การดำเนินการตามมาตรฐาน ISO 20121 เป็นวิธีหนึ่งที่จะคืนกำไรให้กับสังคม</li> </ul>

**ตารางที่ 1** ระบบการบริหารจัดการงานอีเวนที่ผู้การพัฒนาย่างยั่งยืน  
ของมาตรฐาน ISO 20121 (ต่อ)

ระบบการบริหารจัดการ	รายละเอียด
4) ด้านสินค้าและบริการ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- บุคลากรมีความสามารถเป็นมาตรฐานเดียวกันในการให้บริการก่อนและหลังการรับรองมาตรฐาน ISO 20121</li> <li>- บริการแบบอนุรักษ์นิยมเป็นที่นิยมในอนาคต</li> <li>- อุปกรณ์และวัสดุที่ใช้ในการจัดงานภายใต้มาตรฐาน ISO 20121 อาจจะมีคุณภาพต่ำ</li> <li>- วัสดุสิ้นเปลืองที่ใช้ในการจัดสัมมนาควรจะเป็นวัสดุอินทรีย์ ตัวอย่างเช่น การใช้กระดาษรีไซเคิล</li> <li>- ชื่อเสียงขององค์กรมีความสำคัญมากกว่าคุณภาพของสินค้าและบริการ</li> <li>- ผลลัพธ์และบริการของมาตรฐาน ISO 20121 มีความน่าสนใจมากขึ้น</li> <li>- ผู้ร่วมงานบางกลุ่มให้ความสำคัญกับการดำเนินชีวิตที่หรูหรามากขึ้นกว่าผลลัพธ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและบริการ</li> <li>- การจัดกิจกรรมกลางแจ้งที่สามารถลดการใช้เครื่องปรับอากาศ</li> <li>- บุคลากรเข้าใจเข้าใจแนวคิดของมาตรฐาน ISO 20121</li> <li>- วัสดุที่นำมาใช้ใหม่อาจไม่น่าสนใจ</li> <li>- แคมเปญที่ช่วยให้ผู้ร่วมงานมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่ควรได้รับการส่งเสริม</li> <li>- การประชุมและห้องประชุมที่ควรได้รับการตกแต่งด้วยวัสดุอินทรีย์</li> <li>- อาหารอินทรีย์และเครื่องดื่มมีราคาไม่แพง</li> <li>- อาหารและเครื่องดื่มจาก ISO 20121 รสชาติอาจจะไม่ดี</li> <li>- มุมมองของบุคลากรที่มีต่อการรับรองมาตรฐาน ISO 20121 มีผลต่อการให้บริการแก่ผู้ร่วมงาน</li> <li>- องค์กรควรใช้มาตรฐาน ISO 20121 เป็นกระบวนการอย่างต่อเนื่อง</li> </ul>

**ประยุกต์จาก:** สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (2556) International Organization for Standardization of ISO Central Secretariat (2012)

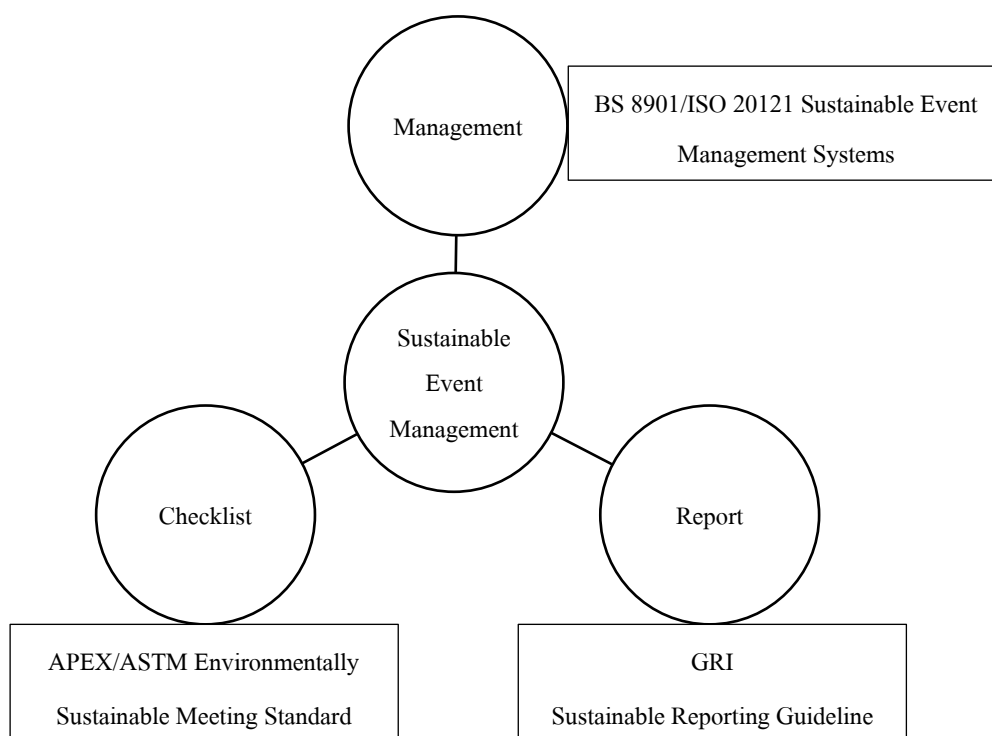
อีกทั้ง แนวทางการนำระบบการบริหารจัดการงานอีเวนท์ที่นำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121/ BS 8901 นั้น ยังสอดคล้องกับ มาตรฐาน APEX/ ASTM Environmentally Sustainable Meeting Standard ซึ่ง Convention Industry Council (CIC) ได้มีการริเริ่มจัดทำมาตรฐาน Accepted Practices Exchange Panel โดยร่วมมือกันกับหน่วยงานที่สำคัญหลายหน่วยงาน ได้แก่ America Society for Testing and Material (ASTM) Environmental Protection Agency (EPA) และ Green Meeting Industry Council (GMIC) โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาแนวทางในการจัดงานประชุมแบบสีเขียวขึ้น อย่างไรก็ตาม มาตรฐานดังกล่าวเป็นเพียงแนวทางข้อกำหนดเบื้องต้นสำหรับผู้จัดงานและ Supplier ตรวจสอบและปฏิบัติตาม เพื่อให้เกิดความสอดคล้องและมีมาตรฐานที่เป็นสากลในการวัดผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อมจากการจัดงานของภาคส่วนต่างๆ ในอุตสาหกรรมไมซ์ซึ่งครอบคลุมถึงอุตสาหกรรมงานประชุมองค์กรการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลงานประชุมวิชาชีพ และงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติ มาตรฐาน APEX/ASTM ได้มีการกำหนดแนวทางการปฏิบัติต้นแบบซึ่งเป็นเหมือนเงื่อนไขขั้นต้นสำหรับผู้จัดงาน และ Supplier ในการจัดงานประชุมแบบยั่งยืน โดยการดำเนินงานตามมาตรฐานดังกล่าวจำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากทั้งสองฝ่าย เนื่องจากการประเมินตามมาตรฐานดังกล่าวได้ครอบคลุมถึงลักษณะการดำเนินงานของทั้งผู้จัดงานและ Supplier ทั้งภาคอุตสาหกรรม โดยการดำเนินการจัดงานประชุมแบบสีเขียวของทั้งภาคอุตสาหกรรมในภาพรวมนี้ สามารถประเมินได้ผ่านองค์ประกอบ 9 ด้านที่สำคัญ ได้แก่ ด้านสถานที่พัก ด้านระบบภาพและเสียง ด้านการสื่อสาร ด้านการจัดแสดง ด้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านสำนักงาน ณ สถานที่จุดหมายปลายทาง ด้านจุดหมายปลายทาง สถานที่จัดงาน ด้านศูนย์จัดประชุมหรือสถานที่จัดงาน ด้านระบบขนส่ง นอกจากนี้ยังมีการประเมินการดำเนินงานของแต่ละภาคอุตสาหกรรมซึ่งประกอบไปด้วยการประเมินใน 8 ด้านที่สำคัญได้แก่ การบริหารจัดการบุคลากรและการจัดทำนโยบาย การสื่อสาร การบริหารจัดการขยะ การบริหารจัดการพลังงาน การบริหารจัดการมลพิษทางอากาศ การใช้ทรัพยากรน้ำ การจัดซื้อ และการสร้างพันธมิตรในชุมชน (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2556; International Organization for Standardization of ISO Central Secretariat, 2012)

และมาตรฐาน ISO 20121/ BS 8901 นั้น ยังสอดคล้องกับ มาตรฐาน GRI Sustainability Reporting Guidelines ซึ่งถูกจัดทำขึ้น โดย Global Reporting Initiative (GRI) ซึ่งเป็นองค์กรที่ไม่แสวงผลกำไร โดยแนวทางดังกล่าวถูกพัฒนาขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการสนับสนุนและส่งเสริมความยั่งยืนทางเศรษฐกิจและเพื่อเป็นมาตรฐานสากลสำหรับองค์กรทุกประเภทไม่ว่าจะเป็นองค์กรขนาดเล็กหรือใหญ่ ที่อยู่ในภาคอุตสาหกรรมหรือภูมิภาคใดๆ ก็ตาม อย่างไรก็ตาม มาตรฐานดังกล่าวถูกนำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการรายงานผลการดำเนินงานสู่ความยั่งยืนขององค์กรที่มี

การใช้มากที่สุดในโลก ทั้งนี้จากการให้นิยามโดย GRI Sustainability-reporting Guidelines นั้น หมายถึง แนวทางการปฏิบัติในการวัดผลและการเปิดเผยข้อมูลผลการดำเนินงานขององค์กรที่มีเป้าหมายในการพัฒนาสู่ความยั่งยืนต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกองค์กร ทั้งนี้ กรอบแนวคิดของการนำ GRI Sustainability Reporting Guidelines ไปใช้ในภาพรวมได้มีการจัดทำ และเผยแพร่ให้พร้อมที่จะนำไปใช้ในองค์กรต่างๆ แต่ทั้งนี้ กรอบแนวคิดในการรายงานผลการดำเนินงานสู่ความยั่งยืนสำหรับแต่ละภาคอุตสาหกรรมยังคงอยู่ในระหว่างการพัฒนา ทั้งนี้ GRI Sustainability Reporting Guidelines สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ส่วนใหญ่ๆ คือ ส่วนที่กล่าวถึง คุณสมบัติของข้อมูลซึ่งประกอบไปด้วยหลักการและข้อแนะนำ (Principles and Guidance) และ ส่วนที่กล่าวถึงวิธีการรายงานผล (Standard Disclosures) ในส่วนของข้อแนะนำนั้น กล่าวถึง การปฏิบัติเพื่อเป็นทางเลือกในการรายงานข้อมูล ซึ่งองค์กรจะเลือกนำไปปฏิบัติหรือไม่ก็ได้ ในทางกลับกันหลักการคือแนวทางการรายงานข้อมูลผลการดำเนินงานสู่ความยั่งยืนที่องค์กรพึงกระทำและควรนำมาปฏิบัติตลอดช่วงกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการรายงานผลการดำเนินงานสู่ความยั่งยืนขององค์กร โดยแนวทางทั้งสองส่วนนี้เป็น การช่วยให้การรายงานข้อมูลผลการดำเนินงานสู่ความยั่งยืนขององค์กรเป็นไปอย่างโปร่งใสและมีประสิทธิภาพ (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2556; International Organization for Standardization of ISO Central Secretariat, 2012)

## 2.2 ความสัมพันธ์ระหว่างมาตรฐานในการบริหารจัดการงานอื่นที่เกี่ยวข้องอย่างยั่งยืน

มาตรฐานที่เป็นแนวทางในการบริหารจัดการอย่างยั่งยืน จากความต้องการในการสร้างความยั่งยืนให้เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมไมซ์ที่เพิ่มพูนความสำคัญมากขึ้นเรื่อยๆ ในปัจจุบัน ส่งผลให้สมาคมและองค์กรนานาชาติจำนวนมากได้มีการริเริ่มจัดทำมาตรฐานและแนวทางในการพัฒนาการจัดการที่นำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยแผนภาพประกอบ 2 ในด้านล่างนี้ แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์กันของมาตรฐาน 3 มาตรฐานที่ได้ให้แนวทางในการบริหารจัดการอย่างยั่งยืน โดยรายละเอียดเกี่ยวกับมาตรฐานดังกล่าวได้ถูกอธิบายไปในเนื้อหาตอนต้นแล้ว (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2556; International Organization for Standardization of ISO Central Secretariat, 2012)



**ภาพประกอบ 2** ความสัมพันธ์ระหว่างมาตรฐานในการบริหารจัดการอย่างยั่งยืน  
**ที่มา:** APEX/ASTM Standards: Practical and Explicit Supplier & Planner Guidelines  
 Presentation, Green Meeting Industry Council (GMIC) (2012)

จากภาพประกอบ 2 พบว่า มาตรฐานที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางที่นำไปสู่ความยั่งยืนในการบริหารจัดการงานไมซ์ประกอบไปด้วยมาตรฐาน BS 8901 หรือ ISO 20121 และ GRI Sustainable Reporting Guideline รวมทั้ง APEX/ ASTM ซึ่งได้มีการกล่าวถึงไปแล้วในตอนต้น โดย BS 8901 หรือ ISO 20121 ได้ระบุถึงระบบการบริหารจัดการที่จะนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน ในขณะที่ GRI Sustainable Reporting Guideline ถูกนำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการรายงานผลการดำเนินงานขององค์กรรวมทั้งการสนับสนุนการดำเนินงานด้วยระบบการบริหารจัดการอย่างยั่งยืน และสุดท้ายคือ APEX/ ASTM ซึ่งกำหนดถึงเงื่อนไขขั้นต้นในการจัดงานประชุมสีเขียวให้กับผู้จัดงานและ Supplier ในอุตสาหกรรมไมซ์ โดยความแตกต่างของ APEX/ ASTM กับอีกสองมาตรฐานคือ APEX/ ASTM ถูกนำมาใช้เพียงแค่เฉพาะในอุตสาหกรรมการจัดประชุม ซึ่งประกอบไปด้วยงานประชุมองค์กร การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล งานประชุมวิชาชีพ และงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติเท่านั้น ในขณะที่ BS 8901 และ GRI Sustainable Reporting Framework สามารถนำไปใช้ได้กับการจัดงานทุกประเภทในองค์กรทุกๆ รูปแบบ นอกจากนี้มาตรฐานสากล

เช่น ISO 50001 ก็เป็นอีกหนึ่งมาตรฐานซึ่งส่งเสริมความยั่งยืนให้เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมไมซ์ เช่นกัน โดยเน้นให้ความสำคัญในด้านการบริหารจัดการพลังงาน รวมทั้งแนวทางการปฏิบัติ ด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมสำหรับอุตสาหกรรมการจัดประชุม สัมมนา และนิทรรศการที่พัฒนา จัดทำโดยสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) และสถาบันสิ่งแวดล้อมไทย (สสท.) ที่ให้คำแนะนำและช่วยเหลือผู้ประกอบการต่างๆ ในอุตสาหกรรมไมซ์ในการจัดงานอย่าง ยั่งยืนผ่านแนวทางที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2556; International Organization for Standardization of ISO Central Secretariat, 2012)

### 2.3 มุมมองของผู้จัดงานในการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงตามมาตรฐาน

ดังที่ได้กล่าวไปแล้วว่าการเปลี่ยนแปลงโดยหันมาให้ความสำคัญกับความยั่งยืนเกิดขึ้น อย่างรวดเร็วและส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมโดยรวมทั้งหมด โดยผู้ที่มีส่วนสำคัญมากที่สุดที่จะ ได้รับผลกระทบและจำเป็นต้องริเริ่มที่จะนำแนวทางในการจัดงานสีเขียวเข้าไปในกระบวนการ ดำเนินงานก็คือผู้จัดงานประชุม โดย MPI Sweden Chapter ได้จัดทำโครงการฝึกอบรมวิธีการนำ แนวคิดเรื่องความยั่งยืนเข้ามารวมไว้ในการบริหารจัดการงานซึ่งได้ถูกแบ่งออกเป็นสามระยะ คือ (1) ช่วงก่อนจัดงาน (2) ช่วงที่ดำเนินการจัดงาน และ (3) ช่วงหลังจากการจัดงาน โดยกรอบแนวคิด ดังกล่าวนั้น มีความสอดคล้องโดยตรงกับมาตรฐาน BS 8901 ซึ่งเป็นมาตรฐานสำหรับการนำระบบ การบริหารจัดการ ไปใช้ในการจัดงานอีเวนท์เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน (สำนักงานส่งเสริม การจัดประชุมและนิทรรศการ, 2556; International Organization for Standardization of ISO Central Secretariat, 2012)

นอกจากนี้ MCI Institute ยังได้มีการพัฒนาแนวทางในการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยประกอบ ไปด้วย 5R's ซึ่งได้แก่ Rethink Reduce Reuse Recycle และ Report โดยทั้ง 5R's จะต้องถูกนำมา รวมไว้ในทุกๆ ด้านของการวางแผน การดำเนินงาน และการรายงานผลของทุกๆ การจัดงาน ในความจริงแล้วขั้นตอนแรกในการนำการบริหารจัดการอย่างยั่งยืนมาปฏิบัติคือการวางแผน กลยุทธ์ที่เหมาะสม โดยการวางแผนนั้นเป็นขั้นตอนสำคัญขั้นแรกของทุกๆ การจัดงาน ดังนั้น ก่อนที่ผู้จัดงานจะสามารถจัดงานประชุมที่มีความยั่งยืนได้สำเร็จจำเป็นต้องมีการกำหนดถึง วิสัยทัศน์และพันธกิจขึ้นก่อนผู้จัดงานจะต้องกำหนดว่าอะไรคือเป้าหมายที่ต้องการบรรลุ โดยเฉพาะ อย่างยิ่งเป้าหมายที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการจัดงานประชุมสีเขียว โดยทั้งถ้อยแถลง วัตถุประสงค์ และ แผนการดำเนินงานจะต้องถูกกำหนดมาจากวิสัยทัศน์และพันธกิจ จากนั้น บทบาทหน้าที่และ ความรับผิดชอบจึงจะสามารถถูกกำหนดขึ้นและมอบหมายให้กับผู้รับผิดชอบส่วนต่างๆ นอกจากนี้ ตัวชี้วัดผลการดำเนินงานและเป้าหมายจะต้องมีความชัดเจนและสามารถระบุเป็นตัวเลขได้ ทั้งนี้ ตัวชี้วัดผลการดำเนินงาน และเป้าหมายที่มักถูกนำมาใช้ในการจัดงานอย่างมีความยั่งยืนนั้นได้แก่

Carbon Footprint ปริมาณการใช้ทรัพยากรน้ำและที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ การลดปริมาณขยะ การปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่ลดลง เป็นต้น (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2556; International Organization for Standardization of ISO Central Secretariat, 2012)

ระดับความร่วมมือและข้อผูกมัดของผู้จัดงานที่มีความเป็นมืออาชีพนั้นจะต้องมีความสมดุลกันระหว่างการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจ งบประมาณ และข้อผูกมัด โดยในการปฏิบัติตามข้อผูกมัดในขั้นแรกนั้นควรที่จะสอดคล้องกับมาตรฐานในการจัดงานประชุมสีเขียวซึ่งผู้จัดงานสามารถได้รับประโยชน์ในระยะสั้นจากการดำเนินการดังกล่าว ข้อผูกมัดในระดับที่สูงขึ้นมาคือการจัดหาบริการที่มีคุณภาพการให้บริการที่ดีที่สุดตามความต้องการของลูกค้าภายใต้ขีดความสามารถและศักยภาพของผู้ให้บริการที่มีอยู่ในช่วงเวลานั้น โดยการเป็นผู้จัดงานที่มีการปฏิบัติงานที่เป็นเลิศนั้นเป็นการสร้างชื่อเสียงให้กับตนเองและยังเป็นการเพิ่มโอกาสในการได้รับข้อเสนอทางธุรกิจที่หลากหลายมากขึ้น และข้อผูกมัดในระดับสูงสุด คือ การเป็นผู้นำในการจัดงานประชุมอย่างยั่งยืนรวมทั้งสามารถที่จะให้บริการดังกล่าวแก่งานไมซ์ทุกๆ ประเภท ทั้งนี้เป้าหมายอันสูงสุดของการเป็นผู้นำการจัดงานประชุมอย่างยั่งยืนนั้นคือการนำแนวทางดังกล่าวไปบูรณาการและปรับเข้ากับทุกๆ การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมได้ในเชิงรุก โดยระดับของความมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องนี้จะต้องมีการประเมินอย่างต่อเนื่องรวมทั้งมีการปรับให้มีความสอดคล้องกับช่วงเวลาและศักยภาพของผู้จัดงาน (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2556; International Organization for Standardization of ISO Central Secretariat, 2012)

นอกจากตัวองค์กรของผู้จัดงานเองการนำแนวคิดเรื่องความยั่งยืนมาปฏิบัติในงานไมซ์ต่างๆ ในเชิงกลยุทธ์นั้นต้องอาศัยความร่วมมือจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องอื่นๆ ด้วยเช่นกัน ผู้จัดงานจะต้องระบุดึงประเด็นและความกังวลของภาคส่วนนั้นๆ ในการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่รูปแบบการบริหารจัดการอย่างยั่งยืน ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องต่างๆ เหล่านี้ประกอบไปด้วยบุคคลหลากหลายส่วนตั้งแต่ ลูกค้า ผู้รับมอบงาน ห่วงโซ่อุปทาน หุ่นส่วน ผู้ให้การสนับสนุน พนักงาน ฝ่ายจัดซื้อและชุมชนในพื้นที่ การสื่อสารอย่างต่อเนื่องเกี่ยวกับแผนการนำไปปฏิบัติ ข้อกำหนดต่างๆ และความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติตามรูปแบบการบริหารจัดการอย่างยั่งยืนจึงมีความสำคัญและจำเป็นอย่างมาก (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2556; International Organization for Standardization of ISO Central Secretariat, 2012)

การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ควรไตร่ตรองก่อนที่จะมีการริเริ่มการจัดงานประชุมสีเขียวขึ้น โดยทั้งนี้จะต้องมีการสร้างการมีส่วนร่วมและการสื่อสารอย่างต่อเนื่องต่อผู้ที่เกี่ยวข้องทุกส่วนที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทาน โดยโครงการอบรมของ MPI การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานเพื่อขับเคลื่อนสู่การจัดงานอีเวนต์และเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีนั้นจะต้อง

ประกอบด้วย 4 P's ซึ่งได้แก่ (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2556; International Organization for Standardization of ISO Central Secretariat, 2012)

(1) Partnership คือการสร้างความร่วมมือกับผู้ให้บริการที่สำคัญซึ่งมีมาตรฐานการให้บริการที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานหรือตรงตามความต้องการ

(2) Policy ผู้จัดงานจะต้องมีการกำหนดจรรยาบรรณทางธุรกิจของ Supplier แต่ละประเภท ผลของการไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดดังกล่าว รวมถึงสร้างความแน่ใจว่าข้อบัญญัติดังกล่าวได้รับความเห็นชอบร่วมกันจากทั้งสองฝ่าย

(3) Procurement โดยทั่วไปแล้วประกอบไปด้วยการประเมินถึงการสร้างความร่วมมือที่เป็นไปได้และการคัดเลือกผู้ที่มีความเหมาะสมตรงตามข้อกำหนดของผู้จัดงาน โดยขั้นตอนการคัดเลือกดังกล่าวอาจประกอบไปด้วยการทำสัญญาและกระบวนการทางกฎหมาย เพื่อให้รับประกันถึงความร่วมมือระหว่างส่วนต่างๆ โดยความสำเร็จของขั้นตอนนี้จะเป็นสิ่งที่สามารถกำหนดถึงคุณภาพของบริการที่ผู้จัดงานจะได้รับรวมทั้งความสามารถของผู้จัดงานในการควบคุมส่วนต่างๆ ที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทาน ดังนั้นขั้นตอนนี้จึงทำให้ผู้จัดงานสามารถควบคุมคุณภาพของบริการที่ส่งมอบให้กับลูกค้าในขั้นสุดท้ายได้

(4) Performance management คือขั้นตอนสุดท้ายของการวางแผนจัดงาน โดยเป็นขั้นตอนที่ผู้จัดงานจะต้องกำหนดแนวทางในการดำเนินงานให้กับทุกๆ ส่วนที่มีส่วนร่วมในการจัดงาน รวมทั้งกำหนดถึงขั้นตอนการตรวจสอบ เกณฑ์การประเมิน รวมทั้งวิธีการและขั้นตอนในการรายงานผลที่จะต้องสามารถสื่อสารไปถึงทุกๆ ส่วนได้อย่างชัดเจนเพื่อเป็นการป้องกันความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้น

การรวมแนวคิดเรื่องความยั่งยืนเข้าไปในวิสัยทัศน์และพันธกิจของผู้จัดงานเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบกลยุทธ์รวมทั้งการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานที่มีความเหมาะสมนับเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้ผู้จัดงานและส่วนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องมีทัศนคติที่พร้อมต่อการตอบสนองต่อสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น อย่างไรก็ตามการวางแผนจัดงานมักจะมีรูปแบบขั้นตอนการดำเนินงานที่ไม่ต่างไปจากเดิม โดยจะประกอบไปด้วยการพิจารณาในด้านสถานที่จุดหมายปลายทาง สถานที่จัดงาน สถานที่พัก อาหารและเครื่องดื่ม การทำการตลาดและการสื่อสาร การขนส่ง เป็นต้น ซึ่งการตัดสินใจเหล่านี้ควรที่จะอยู่บนพื้นฐานแนวคิดเรื่องความยั่งยืน ยิ่งไปกว่านั้นการวางแผนจัดงานควรจะถูกส่งเสริมด้วยการจัดสรรทรัพยากรที่เหมาะสม การจัดอบรมและการพัฒนา ซึ่งผู้จัดงานเห็นว่าจำเป็น โดยการดำเนินงานต่างๆ จะต้องมีความสอดคล้องกับปัจจัยด้านต้นทุนและผลประโยชน์และปัจจัยเวลา (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2556; International Organization for Standardization of ISO Central Secretariat, 2012)

เมื่อเข้าสู่ระยะที่สองคือช่วงที่ดำเนินการจัดงานผู้จัดงานจะต้องดำเนินการตรวจสอบและประเมินผลการดำเนินงานต่างๆ โดยการติดตามว่าการดำเนินงานต่างๆ นั้นสอดคล้องกับข้อกำหนดของเกณฑ์มาตรฐาน Carbon Footprint การลดปริมาณขยะ และการรีไซเคิล และข้อกำหนดอื่นๆ หรือไม่ โดยการตรวจสอบและติดตามผลในช่วงที่ดำเนินการจัดงานจะต้องสอดคล้องกับมาตรฐานและดำเนินการอย่างต่อเนื่องเพื่อให้สามารถติดตามและประเมินผลได้อย่างถูกต้องแม่นยำตามตัวชี้วัดผลการดำเนินงานที่ได้กำหนดไว้ก่อนหน้า จากนั้นระยะสุดท้ายคือช่วงหลังจากการจัดงานจะประกอบไปด้วยการรายงานผลการจัดงาน โดยผู้จัดงานควรนำผลงานการจัดงานดังกล่าวมาจัดทำหรือสรุปเป็นบทเรียนที่ได้รับหรือกรณีศึกษาเพื่อเป็นประโยชน์ในอนาคตและเพื่อการพัฒนาปรับปรุงต่อไป (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2556; International Organization for Standardization of ISO Central Secretariat, 2012)

จากการศึกษา ผู้วิจัยสรุปได้ว่า มาตรฐานการรับรอง และแนวทางต่างๆ ที่สามารถนำมาใช้ในอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับและขอบเขตที่ต่างกันออกไป โดยมาตรฐานที่ได้นำมากล่าวนี้ได้ถูกจัดเรียงตามหน่วยงานหรือองค์กรที่เป็นผู้จัดทำขึ้น ตั้งแต่องค์กรสากลที่มีหน้าที่พัฒนาและจัดทำมาตรฐาน องค์กรหรือหน่วยงานระดับชาติ และสมาคมนานาชาติดังที่ได้มีการกล่าวไปแล้วว่า ความสำคัญของนำมาตรฐานเหล่านี้ไปปฏิบัติใช้สามารถยกระดับขอบเขตความสามารถในการแข่งขันรวมทั้งเป็นการเพิ่มคุณภาพในระบบการบริหารจัดการและการดำเนินงานของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องต่างๆ ในอุตสาหกรรมไมซ์ให้ดียิ่งขึ้น โดยแม้ว่ามาตรฐานต่างๆ นี้ไม่ได้ถูกนำมาบังคับใช้ในอุตสาหกรรมอย่างไรก็ดีการนำมาตรฐานต่างๆ นี้มาปฏิบัติทำให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างความแตกต่างและสามารถดึงดูดฐานลูกค้าได้มากขึ้นเนื่องจากมาตรฐานต่างๆ ดังกล่าวเป็นเหมือนปัจจัยที่รับรองถึงการมีคุณสมบัติที่เหมาะสมของผู้ประกอบการรายนั้นๆ และในตอนท้ายของบทนี้ผู้เขียนยังได้กล่าวถึงแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนซึ่งเป็นแนวโน้มที่มีบทบาทสำคัญอย่างมากในปัจจุบันที่ทุกๆ องค์กรควรจะนำมาปรับใช้รวมทั้งในอุตสาหกรรมไมซ์ด้วยเช่นกัน

### 3. การพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์

#### 3.1 อุตสาหกรรมไมซ์ (MICE)

ไมซ์ (MICE) เป็นตัวย่อของคำว่า Meeting, Incentive, Convention, Exhibition มีความเกี่ยวข้องกันในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (The Caribbean Tourism Organization, n.d.) และสมาคมส่งเสริมการประชุมกลุ่มประเทศอาเซียน (Asian Association of Convention and Visitor Bureaus-AACVB) กล่าวว่า MICE คือ กลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการจัดประชุมองค์กร การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดประชุมนานาชาติ และการจัดแสดงนิทรรศการ โดยมีการจัดการที่ดีและสมบูรณ์อย่าง มีอาชีพ ทั้งด้านการบริการ ด้านสถานที่ด้านการจัดประชุม ด้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านเครื่องมือและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการรับส่งสินค้าที่จัดแสดง ด้านพิธีการศุลกากร ฯลฯ ซึ่งประกอบด้วย 4 กลุ่ม ธุรกิจหลักเรียงตามตัวอักษรที่มีความต่อเนื่องเชื่อมโยงกัน และมีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน ซึ่งประกอบด้วย 4 ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2554; The International Congress and Convention Association, n.d.; Backman et al. 1995; Lau, n.d.; บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2554; แบรินด์เอจ, 2555; สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, ม.ป.ป.; ราณี อธิชัยกุล และจุฑามาศ วิศาลสิงห์, 2550 Girod, 2009; Lau, n.d.; Indian Express Newspapers, 2001; Hussain, 2012; Newswit.com, 2554; Tan Cheong Su, 2007; The International Congress and Convention Association, n.d.; Yang, 2011) ดังนี้

##### 3.1.1 การประชุมองค์กร (Meeting)

การประชุมองค์กรคืองานประชุมที่จำเป็นและเป็นทางการของพนักงานในองค์กรนั้นๆ โดยมักจะมีการจัดนอกสถานที่และจำเป็นที่จะต้องให้พนักงานเดินทางจากสถานที่แห่งหนึ่งไปยังสถานที่แห่งหนึ่งโดยค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการประชุมองค์กร ทางบริษัทหรือองค์กรนั้นๆ จะเป็นผู้รับผิดชอบ ซึ่งการประชุมองค์กรมีความแตกต่างจากการประชุมวิชาชีพตรงที่การประชุมองค์กรนั้นพนักงานขององค์กรจำเป็นที่จะต้องเข้าร่วมการประชุม (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2556; Lau, n.d.)

##### 3.1.2 การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Travel)

การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการสากลที่ใช้ประสบการณ์ที่ไม่สามารถหาได้จากการท่องเที่ยวที่อื่นๆ มาเป็นแรงจูงใจหรือการให้การรับรู้ถึงบุคคลนั้นๆ เพื่อหวังที่จะเพิ่มประสิทธิภาพและสนับสนุนเป้าหมายขององค์กร (ราณี อธิชัยกุล และจุฑามาศ วิศาลสิงห์, 2550; Backman et al. 1995)

### 3.1.3 การประชุมวิชาชีพ (Convention)

กิจกรรมที่จัดขึ้นโดยมีกิจกรรมหลักคือการมุ่งไปที่การให้ความรู้แก่ผู้เข้าร่วมงาน การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เข้าร่วมงานที่ก่อให้เกิดการอภิปราย การเข้าสังคม หรือการเข้าร่วมกิจกรรมอื่นๆที่ถูกจัดขึ้น โดยมีเป้าหมายในการแสดงสินค้าในกิจกรรมดังกล่าวเป็นเรื่องรอง (Hye-Rin, 2009; Kisang et al. 2013; Noel et al. 2012; Whitfield et al. 2014)

### 3.1.4 งานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibition)

งานแสดงสินค้าและนิทรรศการ คือ กิจกรรมทางการตลาดที่ถูกจัดขึ้นภายใต้ระยะเวลาที่กำหนด มีการจัดขึ้นเป็นประจำ โดยมีบริษัทเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าวเป็นจำนวนมาก เพื่อนำเสนอสินค้าและบริการของอุตสาหกรรมนั้นๆ โดยหวังที่จะขาย หรือให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการนั้นๆเพื่อส่งเสริมการขาย ซึ่งงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติส่วนใหญ่จะดึงดูดประชาชนและบุคคลทั่วไป (Rittichainuwat and Mair, 2012; Jin et al. 2008; Noel et al. 2012; Whitfield et al. 2014)

## 3.2 องค์ประกอบของอุตสาหกรรมไมซ์

องค์ประกอบของอุตสาหกรรมไมซ์มี 5 องค์ประกอบสำคัญ ดังนี้ (ปรับปรุงจาก Lau, n.d.; Girod, 2009; Rittichainuwat and Mair, 2012; สุณีย์ บริสุทธิ์ และคณะ, 2548; บงกช งามสม ฤทธิชัยวัฒน์, 2553; บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2554; คุชฎี ช่วยสุข, 2557; อาภาพรรณ จันทนาม, 2556; Girod, 2009; Lau, n.d.; Indian Express Newspapers, 2001; Hussain, 2012; Newswit.com, 2554; Tan Cheong Su, 2007; The International Congress and Convention Association, n.d.; Yang, 2011)

3.2.1 ผู้เข้าร่วมงาน/ลูกค้า/ผู้จัดแสดงสินค้า (Delegates / Visitor / Exhibitors / MICE Customer / Buyers) ได้แก่ บุคคลทั่วไป/ประชาชนผู้สนใจ/หน่วยงานภาครัฐ (Public Visitors/Government) ผู้แสดงสินค้า/ผู้ประกอบการ (Seller / Product Supplier / Exhibitors) องค์กรหรือกลุ่มสมาคม (Association) บริษัท ห้างร้าน (Corporate) และ นักวางแผนการจัดงาน (Meeting Planner)

3.2.2 เจ้าภาพการจัดงาน/เจ้าของงาน (Owner/Initiators) คือ ผู้ที่ทำให้เกิดการประชุมสัมมนา งานแสดงสินค้าและนิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล โดยมีการระบุดจุดประสงค์ในการจัดงาน สาเหตุของปัญหาที่ต้องการคำตอบและแนวทางการแก้ไขปัญหา หรืออาจได้รับมอบหมายให้จัดกิจกรรมขึ้น

3.2.3 สถานที่จัดงาน (Venue) ได้แก่ ศูนย์การจัดประชุม/นิทรรศการ (Convention /Exhibition Centers) โรงแรม/รีสอร์ท (Hotel / Resort) สถานที่จัดประชุมรูปแบบใหม่ (Multi-Purpose Facility) และสถานที่อื่นๆ (Other Venue)

### 3.2.4 ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง แบ่งออกเป็น 2 ส่วน

(1) ธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง คือ 1) ธุรกิจรับจัดงาน (Organizer) ได้แก่ ธุรกิจรับจัดงานประชุมมืออาชีพ (PCO) ธุรกิจรับจัดงานแสดงสินค้า/นิทรรศการมืออาชีพ (PEO) ธุรกิจบริหารจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (DMC) ธุรกิจรับจัดกิจกรรมพิเศษทางการตลาด (EMC) 2) ธุรกิจที่พักแรม (Hotel) 3) ธุรกิจบริการอาหารและเครื่องดื่ม (Restaurants and Caterers) 4) ธุรกิจการคมนาคมขนส่ง (Transporters) และ 5) ธุรกิจนำเที่ยว (Tour Operators)

(2) ธุรกิจสนับสนุน ได้แก่ 1) ธุรกิจความบันเทิง (Entertainment) 2) ธุรกิจค้าขาย (Trading Business) 3) ธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น ธุรกิจรับเหมาตกแต่งสถานที่ คูหาแสดงสินค้า เวทีแสดง ระบบเสียงและแสง ธุรกิจรับเหมาให้เช่าอุปกรณ์ธุรกิจสื่อโฆษณา บริษัทรักษาความปลอดภัย และบริษัทรับทำความสะอาด

3.2.5 หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่สนับสนุนการจัดงาน (Other important Organization) ได้แก่ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการหรือ สสปน. (TCEB) สมาคมการแสดงสินค้าไทย (TEA) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (TAT) หอการค้าไทย (The Thai Chamber of Commerce) สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวไทย (Thai Tourism Promotion Association) และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

### 3.3 สถานการณ์ปัจจุบันเบื้องต้นของอุตสาหกรรมไมซ์ จังหวัดขอนแก่น

จังหวัดขอนแก่น เป็นศูนย์กลางด้านกิจกรรมในภาคอีสาน อีกทั้งเป็นศูนย์กลางทางการค้าและการศึกษาในภาคอีสานของประเทศไทย และเป็นจุดหมายยอดนิยมสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเพื่อสัมผัสวัฒนธรรมและขนบวิถีแบบดั้งเดิม โดยขอนแก่นเป็นแหล่งผลิตผ้าไหมมัดหมี่ชื่อดัง พร้อมทั้งเป็นเมืองศูนย์กลางการปฏิบัติงานตามแผนงานพัฒนาแนวพื้นที่เศรษฐกิจและเชื่อมต่อกับประเทศไทย พม่า เวียดนามเข้าด้วยกัน นอกจากนี้ยังเป็นเมืองศูนย์กลางการค้าและการขนส่ง และเป็นประตูสู่ภูมิภาคอินโดจีนและประเทศจีนตอนใต้ ซึ่งปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้นทำให้ขอนแก่นได้พัฒนาเป็นเมืองไมซ์ที่สำคัญแห่งหนึ่งของประเทศไทย (แบรนค์เอง, 2555)

นอกจากนี้ ขอนแก่นยังมีศักยภาพในการรองรับผู้เดินทางมาร่วมอีเวนต์ทางธุรกิจจำนวนมาก ตั้งแต่สนามบินนานาชาติขอนแก่นไปจนถึงศูนย์การประชุมของมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่พร้อมไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกที่เปี่ยมไปด้วยคุณภาพ ปรับแต่งได้ตามความต้องการ และให้ความคุ้มค่าแก่ผู้จัดงาน และหากจะจัดงานอีเวนต์เล็กๆ แบบเป็นส่วนตัว โรงแรมระดับ 4 และ 5 ดาวส่วนใหญ่ของจังหวัดก็เป็นอีก 1 ทางเลือกที่คุ้มค่า (สำนักงานเลขานุการคณะกรรมการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการ, 2556)

ไม่เพียงแต่เป็นศูนย์กลางไมซ์ในภูมิภาคเท่านั้น ขอนแก่นยังไต่ระดับขึ้นไปถึงระดับสากล อีกด้วย โดยเป็นสื่อกลางในการผสมผสานโอกาสการติดต่อธุรกิจในกลุ่มผู้เข้าร่วมงานนานาชาติ อาทิ งานประชุม APEC Ministerial Meeting, International Conference on Humanities and Social Sciences และ Thai-ASEAN Trade Fair ที่จัดขึ้นท่ามกลางกลิ่นอายวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ การต้อนรับอย่างดีเยี่ยม และอีเวนต์ที่สนุกสนานและน่าตื่นเต้นมากมายในภูมิภาค (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2556)

ทั้งนี้ เทียบบินระหว่างประเทศสู่ขอนแก่น มีการเชื่อมต่อไปยังเมืองต่างๆ ในเอเชียและทั่วโลก เป็นจุดหมายปลายทางสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทยที่กำลังเติบโต และต้อนรับเที่ยวบินเกือบ 300 เที่ยวบินจากหลากหลายประเทศ ทั้งระยะใกล้และไกล นักวางแผนกิจกรรมทางธุรกิจที่กำลังมองหาทางเลือกนอกจากกรุงเทพฯ โดยเฉพาะผู้ที่สนใจในภูมิภาคอาเซียน จะได้รับประโยชน์จากสถานที่ตั้งของจังหวัดขอนแก่นเช่นเดียวกันกับระบบการขนส่ง การเดินทาง และโครงสร้างพื้นฐานสำหรับการประชุมและสัมมนาทางธุรกิจ นอกจากนี้ขอนแก่นยังเป็นสถานที่ที่รัฐบาลไทยดำเนิน โครงการพัฒนาตามแนวพื้นที่พัฒนาเศรษฐกิจ ซึ่งอำนวยความสะดวกในด้าน การค้าระหว่างประเทศไทยกับประเทศพม่า ลาวและเวียดนาม แม้ว่าการเดินทางทางอากาศระหว่าง ประเทศจากขอนแก่นต้องผ่านกรุงเทพมหานคร แต่การเดินทางจากขอนแก่นสู่เมืองหลวง (กรุงเทพฯ) ใช้เวลาไม่ถึง 1 ชั่วโมง และเมื่อถึงขอนแก่น นักธุรกิจสามารถเดินทางต่อไปยังใจกลาง เมืองได้ภายใน 10 นาที (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2555)

รวมถึงเที่ยวบินภายในประเทศ จากขอนแก่น เป็นจุดหมายปลายทางสำหรับอุตสาหกรรม ไมซ์ของประเทศไทย ที่กำลังเติบโต นักวางแผนกิจกรรมทางธุรกิจที่กำลังมองหาทางเลือก จากกรุงเทพฯ โดยเฉพาะผู้ที่สนใจในภูมิภาคอาเซียนจะได้รับประโยชน์จากสถานที่ตั้งของ จังหวัดขอนแก่นเช่นเดียวกันกับระบบการขนส่ง การเดินทาง และโครงสร้างพื้นฐานสำหรับการประชุม และสัมมนาทางธุรกิจ นอกจากนี้ขอนแก่นยังเป็นสถานที่ที่รัฐบาลไทยดำเนิน "โครงการพัฒนา ตามแนวพื้นที่พัฒนาเศรษฐกิจ" ซึ่งอำนวยความสะดวกในด้านการค้าระหว่างประเทศไทยกับ ประเทศพม่า ลาวและเวียดนาม สนามบินขอนแก่น (KKC) ยังสามารถบินตรงเชื่อมต่อไปยังจังหวัด หลักอันเป็นศูนย์กลางธุรกิจ และท่องเที่ยวของแต่ละภาคของประเทศไทย อาทิ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ เชียงราย ภูเก็ต และ กระบี่ (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2555)

โดยที่ จังหวัดขอนแก่น ถิ่นเมืองแคน แห่งแดนคุณ ศูนย์กลางความเจริญแห่งเมืองอีสาน จังหวัดสำคัญซึ่งพร้อมเป็นเมืองแห่งการประชุมของภาคอีสานและเป็นประตูสู่กลุ่มลุ่มแม่น้ำโขง แข็งแกร่งด้วยศักยภาพของจังหวัด แผนยุทธศาสตร์ จากหน่วยงานรัฐและความเคลื่อนไหว ภาคเอกชน พร้อมๆ ไปกับการสนับสนุนให้ความร่วมมือจาก สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและ

นิทรรศการ (องค์การมหาชน) ในปีที่ผ่านมาๆ ก่อนเปิดเกมเชิงรุกด้วยการเปิดตัว DMM ครั้งที่ 1 ณ โรงแรมพูลแมน ขอนแก่น ราชา ออร์คิด จังหวัดขอนแก่น โดยมี ผู้บริหาร สสปน.และ ผู้ว่าราชการจังหวัดขอนแก่น เป็นผู้กล่าวเปิดงาน (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2556)

พ.ศ.2557 เป็นปีที่ปัจจัยทางการเมืองส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นและเศรษฐกิจภายในประเทศ การเดินทางซึ่งถูกที่ถูกละเลยของการเดินทางจากผู้บริหารระดับสูงของ สสปน. จึงเป็นการสร้างความเชื่อมั่น กระตุ้นตลาดการประชุมและแสดงสินค้าของจังหวัดขอนแก่นและภูมิภาคต่อภาคเอกชนได้อย่างชัดเจน ทั้งยังเป็นการต่อยอดการทำงานในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ จากปีที่ผ่านมา ระหว่าง สสปน.และจังหวัดขอนแก่น ผ่านแคมเปญการตลาด งานเทรดโชว์ ด้านการประชุม IT&CMA 2013 การประกวดบล็อกเกอร์ด้านไมซ์ ซึ่งมีบล็อกเกอร์และนักวางแผนการจัดการประชุมจากทั่วโลกเข้าร่วมประกวดในโครงการที่สร้างการรับรู้ไปยังทั่วโลก โดยบล็อกเกอร์ที่ร่วมนับเกี่ยวกับจังหวัดขอนแก่นมียอดวิวถึง 6 แสนครั้ง โดยปีพ.ศ. 2557 ทาง สสปน. ได้กำหนดแผนพัฒนาขอนแก่นเมืองแห่งประชุมแห่งภูมิภาค 3 ยุทธศาสตร์หลัก โดยกลไกในการขับเคลื่อน 3 มิติ ดังนี้ (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2556)

- (1) กลยุทธ์การดึงงาน (Win) เพื่อรักษาตลาดเดิมและรักษาตลาดเป้าหมาย
- (2) กลยุทธ์การส่งเสริม (Promote) ผลักดันให้จังหวัดขอนแก่นเป็นตัวเลือกอันดับ 1 ของไมซ์ในภูมิภาค
- (3) กลยุทธ์การพัฒนา(Develop) สร้างอุตสาหกรรมไมซ์ให้แตกต่างและเพิ่มมูลค่าด้วยเศรษฐกิจสร้างสรรค์

โดย สสปน. ได้ได้จัดการจัดงานเวทีระดับภูมิภาคเข้ามาจัดในจังหวัด อาทิ งานอีสานบู๊คแฟร์ 2014 งานแสดงสินค้าด้านอาหารและบริการ งานประชุมระดับภูมิภาคของหอการค้าไทยในหัวข้อ CLMV รวมไปถึงความร่วมมือในการร่วมลงนามความร่วมมือเพื่อพัฒนาและยกระดับการจัดงานในจังหวัดขอนแก่น คือ งานเทศกาลอันมีชื่อเสียงของจังหวัด งานเทศกาลใหม่ ประเพณีผูกเสี่ยวและงานกาชาด จังหวัดขอนแก่น หรือเรียกสั้นๆ เป็นอันเข้าใจว่า งานใหม่ ที่จัดต่อเนื่องยาวนานตั้งแต่ปี พ.ศ.2522 โดยงานใหม่ ถึงงานเทศกาลสำคัญที่ร่วมมือกันของภาครัฐหลายฝ่ายถือเป็นงานที่รวมเอาทั้งเศรษฐกิจพื้นบ้าน วัฒนธรรมท้องถิ่น และวิถีท้องถิ่นของชาวบ้านเข้าด้วยกัน เป็นอีกหนึ่งดัชนีชี้วัดเศรษฐกิจทั้งภาคครัวเรือนและเกษตรกรรมของจังหวัด ทั้งยังเป็น โมเดลให้จังหวัดเคียงข้างได้ศึกษาเพื่อเป็นแนวทางได้เป็นอย่างดี โดยเพิ่มองค์ประกอบทางการค้าขายระหว่างประเทศ โดยมีเวทีของกลุ่มอนุภาคร่วมแม่น้ำโขง, ระเบียงเศรษฐกิจแนวตะวันออก-ตะวันตก (East-West Economic Corridor : EWEC) (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2556)

กลยุทธ์ ทั้ง 3 มิติ นี้ถือเป็นการดำเนินยุทธศาสตร์รอบด้านได้อย่างครบถ้วน และยังประสานกับแผนความร่วมมือที่มุ่งมั่นของทางหลายๆ หน่วยงาน อย่าง จังหวัด เทศบาล มหาวิทยาลัยขอนแก่น หอการค้า สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ททท. ขอนแก่น และสมาคมท่องเที่ยวขอนแก่น (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2556)

ส่วนไฮไลท์สำหรับคณะทำงานระดับสูงของ สสปน.เตรียมการให้จังหวัดแห่งนี้เป็นเมืองแห่งไมซ์ ซิตี อย่างแท้จริง คือการจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาขอนแก่นไมซ์ซิตี โดยร่วมกับจังหวัดและมหาวิทยาลัยขอนแก่น รวมไปถึงการพัฒนาฐานข้อมูลไมซ์ของจังหวัด (MICE Intelligence) นี้เป็นวาระเบื้องต้นที่ทางสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) ได้ผลักดันอย่างสุดแรงและต่อเนื่องในกับทางจังหวัดซึ่งไม่นานนักคิดว่าแผนแม่บทดังกล่าวคงได้ประกาศออกให้ทราบกันด้วยทั่ว (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2556)

ส่วนทางด้านจังหวัดขอนแก่นเองไม่น้อยหน้าเตรียมยุทธศาสตร์จังหวัดไว้อย่างดี หลังการสร้างความร่วมมือในการพัฒนา ขอนแก่นเมืองแห่งการประชุมไปในปีที่แล้ว โดยตั้งคณะทำงานขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์ 6 คณะ ดังนี้ (สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการ, 2556)

- (1) คณะทำงานดูแลด้านการประชุม นิทรรศการและการแสดงสินค้า
- (2) คณะทำงานการพัฒนาเมืองและโครงสร้างพื้นฐาน
- (3) คณะทำงานการรักษาความปลอดภัย
- (4) คณะทำงานการส่งเสริมการท่องเที่ยว
- (5) คณะทำงานการประชาสัมพันธ์
- (6) คณะทำงานด้านข้อมูลให้คำปรึกษาและพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านไมซ์

ทั้งนี้ ในปี พ.ศ. 2557 วาระขอนแก่นเมืองแห่งการประชุม ยังคงเป็นวาระสำคัญที่อยู่ในแผนพัฒนาจังหวัด 4 ปี (พ.ศ.2557-2560) ภายใต้วิสัยทัศน์ “ขอนแก่นเมืองน่าอยู่ มุ่งสู่มหานครแห่งอาเซียน” ประกอบด้วย 3 พันธกิจหลัก คือ (สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการ, 2556)

- (1) มุ่งเสริมสร้างชุมชนให้เข้มแข็ง พลเมืองมีความสุข
- (2) พัฒนาให้เป็นเมืองน่าอยู่ เป็นต้นแบบการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการ
- (3) ส่งเสริมให้เป็นศูนย์กลางของอนุภาคลุ่มน้ำโขง (GMS) ทั้งด้านเศรษฐกิจ คมนาคม และทรัพยากรมนุษย์

โดยมีการกำหนดทิศทางการพัฒนาเพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจในระยะเร่งด่วนใน 3 มิติ ภาคนขนบท ภาคชุมชนเมือง และการก้าวสู่สากล โดยอุตสาหกรรมไมซ์จะเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาภาคชุมชนเมือง (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2556)

สำหรับสถิติตลาดการจัดประชุมของจังหวัดขอนแก่นปี 2556 มีผู้เดินทางไมซ์เข้ามาทั้งสิ้น 688,000 คน สร้างรายได้กว่า 600 ล้านบาท (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2555)

### 3.4 องค์ประกอบในการจัดทำแผนพัฒนาระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่น

นครแห่งไมซ์ คือ เมืองที่มีศักยภาพและความพร้อมในการเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวในรูปแบบไมซ์ หรือเรียกว่า การจัดประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลและการจัดแสดงสินค้า/นิทรรศการ โดยเมืองดังกล่าวนี้จะต้องมีศักยภาพในการรองรับการจัดกิจกรรมไมซ์ใน 4 กิจกรรมที่เกี่ยวข้อง คือ การประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การประชุมนานาชาติ และการแสดงสินค้า/นิทรรศการ รวมถึงสามารถรองรับผู้เข้าร่วมงานในแต่ละประเภทได้อย่างเต็มศักยภาพของเมืองเหล่านั้น (Indian Express Newspapers, 2001; Sanjay Nadkarni, 2007; Tan Cheong Su, 2007; Xin Jin, 2008; Hussain, 2012; เทวีวรรณ ปทุมพร, 2548; แสนดี สีสุทธิโพธิ์, ม.ป.ป.; สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2556)

ในการจัดทำแผนพัฒนาระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่น ผู้วิจัยได้สรุปขั้นตอนและองค์ประกอบในการจัดทำแผนพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์จากศึกษาแนวคิดและแผนพัฒนาที่เกี่ยวข้อง (Godfrey and Clarke, 2000; Goeldner and Ritchie, 2006; กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554; สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2559; สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2554; กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2553 และสำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการ, 2556) ได้ 4 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันของระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่น

ขั้นตอนที่ 2 วิเคราะห์ศักยภาพระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่น

ขั้นตอนที่ 3 การกำหนดวิสัยทัศน์ เป้าหมาย และยุทธศาสตร์ในการพัฒนาระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่น

ขั้นตอนที่ 4 การจัดทำแผนปฏิบัติงาน (Action Plan) ที่มีความสอดคล้องกับแผนพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในระดับประเทศและระดับจังหวัด

#### 4. ผลการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Getz (2008) ได้ทำการศึกษา Event tourism Definition evolution and research (การท่องเที่ยวเชิงนิทรรศการ: ความหมายวิวัฒนาการและการวิจัย) [บทความนี้อยู่ในฐานข้อมูล ISI และ SCOPUS มี Impact Factor = 2.377] มีวัตถุประสงค์เพื่อสื่อความหมาย วิวัฒนาการ การวิจัย ที่เกี่ยวข้องกับ การท่องเที่ยวเชิงนิทรรศการ วิธีการศึกษา ศึกษาข้อมูลจากข้อมูลทุติยภูมิ เกี่ยวกับ 1) ข้อมูลส่วนบุคคล บุคคล และทางเลือก 2) ผลลัพธ์และผลกระทบ 3) รูปแบบและกระบวนการ 4) การวางแผน และการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิทรรศการ 5) ลักษณะและความหมายของ ประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงนิทรรศการ ผลการศึกษา พบว่าบทความนี้ เป็นการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับ การท่องเที่ยวเชิงนิทรรศการ ที่มีความชำนาญทั้ง 2 ด้าน คือ ด้านปฏิบัติ และ ด้านการศึกษา โดยที่ต้นกำเนิดและวิวัฒนาการของการวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิทรรศการ กำลังเน้นทั้งสองอย่าง คือ การลำดับเหตุการณ์ และการคิดพิจารณา รูปแบบแนวความคิดหลักของ เหตุการณ์ และรูปแบบที่สำคัญในการศึกษาการท่องเที่ยวเชิงนิทรรศการ ให้เป็นกรอบสำหรับกระตุ้นความก้าวหน้าทางทฤษฎี การระบุความสำคัญ ช่องโหว่ของงานวิจัย และการให้ความช่วยเหลือด้านการปฏิบัติงาน อย่างมืออาชีพ สรุปผลการวิจัยอยู่ในสองส่วน การอภิปรายของผลกระทบต่อ การปฏิบัติของการจัดการนิทรรศการและการท่องเที่ยว และส่งผลกระทบต่อความก้าวหน้าทางทฤษฎี ในการท่องเที่ยวเชิงนิทรรศการ

Hye-Rin (2009) ได้ทำการศึกษา The relationship between convention hosts and professional conference organizers (ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ดูแลการประชุมและผู้จัดการงานประชุม อย่างมืออาชีพ) [บทความนี้อยู่ในฐานข้อมูล ISI และ SCOPUS มี Impact Factor = 1.837] มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผู้ดูแลการประชุมและผู้จัดการงานประชุม อย่างมืออาชีพวิธีการศึกษา ใช้แบบสอบถาม สอบถามกับผู้ดูแลการประชุมและผู้จัดการงานประชุม จำนวน 354 คน โดยใช้แบบสอบถามรูปแบบ 7 Linkert Scale จากนั้น นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Path Analysis) และจัดทำสมการ โครงสร้าง (SEM) เสนอ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ดูแลการประชุมและผู้จัดการงานประชุมอย่างมืออาชีพ ผลการศึกษา พบว่า เป็นเรื่องธรรมดาที่ผู้ดูแลงานอีเวนท์จะจ้างทีมอแอกไนเซอร์เข้ามาจัดการอีเวนท์ให้มีความเป็นมืออาชีพสำหรับองค์กรต่างๆ ซึ่งความสัมพันธ์ของทั้งสองฝ่ายจะมีการร่วมมือกันอย่างดีในการจัดอีเวนท์ แต่ความสัมพันธ์นี้ก็มี ความตึงเครียดในเรื่องว่าทีมอแอกไนเซอร์จะจัดงานออกมา

ได้ตั้มยี่ กาศศึกษานี้ได้ตรวจสอบความสัมพันธ์จากทัศนคติของผู้ดูแลองค์กร ซึ่งพบว่าผู้ดูแลนั้นจะห่วง ในเรื่องของปัญหาและความอันตรายที่อาจเกิดขึ้นได้แต่ทว่าก็อาจทำให้ห่วงลดลงได้โดยการ ควบคุมขนาดสัญญาณก่อนและหลัง

Kisang et al. (2013) ได้ทำการศึกษา Understanding convention attendee behavior from the perspective of self-congruity: The case of academic association convention (ความเข้าใจ ในพฤติกรรมของผู้เข้าร่วมประชุมจากมุมมองต่ออัตลักษณ์: กรณีศึกษาการประชุมร่วมมือ ด้านการศึกษา) [บทความนี้อยู่ในฐานข้อมูล ISI มี Impact Factor = 1.837] การศึกษานี้อ้างอิงจาก แนวคิดเรื่องคุณภาพของการประชุม ค่านิยมที่หลากหลาย และความตั้งใจด้านพฤติกรรม การศึกษา นี้ได้ศึกษาวิธีการประเมินการประชุมโดยผู้ร่วมประชุมที่มีระดับอัตลักษณ์โดยการวิเคราะห์ปัจจัย และตัวชี้วัด ศึกษาคุณภาพของการประชุม จากการเก็บแบบสอบถามจาก 508 คน ที่เกาหลีใต้ พบว่า ปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องประกอบด้วย 1) ความเหมาะสมกับตัวเอง 2) การเข้าถึง 3) โอกาสพิเศษในการประชุม 4) สภาพแวดล้อมของการประชุม 5) เครือข่ายทางสังคม 6) การให้ การศึกษาอย่างมืออาชีพ 7) การบริการของพนักงาน 8) คุณค่าทางอารมณ์ 9) คุณค่าทางการใช้งาน 10) ค่านิยมทางสังคม 11) ปากต่อปาก 12) การกลับมาอีกครั้ง ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มผู้ร่วมประชุม ที่มีอัตลักษณ์ต่ำนั้นประเมินการประชุมไปในทางลบในขณะที่กลุ่มที่มีอัตลักษณ์สูงนั้นประเมินไป ในทางบวก นอกจากนี้ ระดับของอัตลักษณ์ที่แตกต่างกันสามารถแยกแยะจากไซเชียลเน็ตเวิร์ค ค่านิยมทางสังคมและความตั้งใจในการกลับเข้าประชุมอีกครั้ง ความสำคัญที่ได้รับจากการประเมิน ทำให้สามารถเข้าใจความแตกต่างระหว่างกลุ่มผู้ร่วมประชุมที่มีระดับอัตลักษณ์ต่างกันอนุญาตให้ ผู้วางแผนการประชุมทำความเข้าใจด้านการพัฒนาและสนับสนุนกลุ่มผู้ที่มีอัตลักษณ์สูง ทำให้ ผู้ร่วมประชุมมีทัศนคติและความพึงพอใจต่อการประชุมที่ดีขึ้น ผลการศึกษาพบว่า อันดับแรก ทำการจำแนกผู้เข้าร่วมประชุมที่มีระดับอัตลักษณ์ต่ำ กลาง และสูงได้โดยใช้ไซเชียลเน็ตเวิร์ค (0.87) การศึกษา (0.83) การบริการของคณะ (0.52) สิ่งแวดล้อมของที่ประชุม (0.52) โอกาสพิเศษ ในการประชุม (0.51) และการเข้าถึง (0.46) ไซเชียลเน็ตเวิร์คและการศึกษาด้านอาชีพนำมาใช้ ในการระบุความแตกต่างระหว่างกลุ่มอัตลักษณ์ต่ำกับสูงเนื่องจากภาวะที่ต่างกันนั้นสามารถ เห็นได้ง่ายกว่าเกณฑ์อื่นๆ นอกจากนี้ยังพบว่าโอกาสด้านการศึกษาและไซเชียลเน็ตเวิร์คนั้น มีความจำเป็นต่อความพึงพอใจ ค่านิยม และความตั้งใจด้านพฤติกรรมของผู้ร่วมประชุมในเอกสาร วาระการประชุมครั้งก่อนเพื่อนำมาเปรียบเทียบกับความเข้าใจในคุณภาพของการประชุม ค่านิยมและ ความตั้งใจระหว่างผู้ที่เข้าประชุมครั้งแรกกับผู้ประชุมที่เข้าประชุมหลายครั้งแล้ว อย่างที่สอง สามารถแยกแยะผู้ร่วมประชุมทั้งสามระดับจากค่านิยมที่ต่างกัน โดยใช้ค่านิยมทางสังคมควบคู่ ไปกับค่านิยมด้านอารมณ์และการทำงาน ผู้ร่วมประชุมที่มีอัตลักษณ์สูงจะมีความคิดเห็น

ทั้งสามด้านนี้ในเชิงบวกในขณะที่ผู้ที่มีอัตลักษณ์ต่ำมีค่านิยมที่เป็นไปในทางลบ แสดงให้เห็นว่าค่านิยมทางสังคมสามารถนำไปเป็นเกณฑ์ในการจำแนกผู้ร่วมประชุมที่มีอัตลักษณ์สูงออกจากผู้ที่มีอัตลักษณ์ต่ำได้ อย่างไรก็ตาม สามารถนำความตั้งใจทางพฤติกรรมมาจำแนกผู้ร่วมประชุมโดยการเข้าประชุมอีกครั้งควบคู่กับมารยาทในการพูดและการเสียดสี นอกจากนี้ ผู้ที่มีอัตลักษณ์สูงสะท้อนให้เห็นถึงความตั้งใจด้านพฤติกรรมที่ในขณะที่ผู้ที่มีอัตลักษณ์ต่ำจะไม่ค่อยมีความตั้งใจในทางพฤติกรรม ผลจากการศึกษาพบว่าผู้ร่วมประชุมที่รับรู้ความสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์ของตนเองและภาพลักษณ์ของผู้อื่นนั้นมีแนวโน้มที่จะเข้าร่วมประชุมหัวข้อเดิมอีกครั้ง

Noel et al. (2012) ได้ทำการศึกษา The impact of the servicescape on the desire to stay in convention and exhibition centers: The case of Macao (ผลกระทบของขอบเขตการบริการต่อความต้องการ ในการอยู่ที่ประชุมและนิทรรศการ: กรณีศึกษาที่มาเก๊า) [บทความนี้อยู่ในฐานข้อมูล ISI มี Impact Factor = 1.837] การวิจัยครั้งนี้ได้ทำการศึกษาบทบาทสำคัญของขอบเขตการบริการ (servicescape) ที่สัมพันธ์กับการตอบสนองต่อความเชื่อ ความรู้สึก และพฤติกรรมของลูกค้าในบริบทที่อยู่ในงานนิทรรศการที่มาเก๊า ผู้วิจัยได้ศึกษาลักษณะนิสัยส่วนตัวของลูกค้า 2 คน ซึ่งขอยืนยันไว้ว่าเป็นการเสียดสีและการพิจารณาคุณค่าของเงินที่เป็นปัจจัยสำคัญของความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจของลูกค้า และความปรารถนาที่จะอยู่ในนิทรรศการต่อ ผลการวิจัยพบว่าองค์ประกอบของภูมิทัศน์ของการบริการส่งผลดีต่อคุณภาพของการบริการที่ลูกค้าได้รับความพึงพอใจและความปรารถนาที่จะอยู่ต่อ นอกจากนี้ การศึกษานี้ยังชี้ให้เห็นการพิจารณาคุณค่าของเงินที่ส่งผลดีต่อความพึงพอใจที่ทำให้ลูกค้าอยากอยู่ในศูนย์ประชุมต่อรวมถึงระดับของการเสียดสีที่ส่งผลโดยตรงต่อความปรารถนาที่จะอยู่ต่อ ผลจากการศึกษาต้องได้รับการอธิบายด้วยความระมัดระวังเนื่องจากการสำรวจครอบคลุมแค่ศูนย์การประชุมที่เดียว ซึ่งแต่ละที่มีภูมิทัศน์ของการบริการที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ ร้อยละ 40 ของผู้ที่ตอบแบบสอบถามระบุว่าตนเองเป็นนักศึกษาเนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ได้ทำการสำรวจในช่วงปิดเทอมฤดูร้อน ทำให้มีจำนวนนักเรียนนักศึกษาเข้าร่วมนิทรรศการเป็นจำนวนมาก ซึ่งในงานนิทรรศการนี้มีการจัดแสดงหลายอย่างอาทิเช่นนิเมชั่น รถ และเครื่องเพชรพลอยต่างๆ ทำให้กลุ่มผู้เข้าชมนั้นมีหลากหลายประเภทแตกต่างจากนิทรรศการชุดเจาะน้ำมันหรือผลิตภัณฑ์ยา การศึกษานี้ยังพบว่านิทรรศการนิเมชั่นและรถยนต์ดึงดูดผู้เข้าร่วมกลุ่มที่เป็นวัยรุ่นและนักเรียนนักศึกษา ดังนั้น สิ่งที่ต้องศึกษาเพิ่มเติมคือเรื่องของประเภทของบริการที่นำมาจัดนิทรรศการ นอกจากนี้สิ่งอำนวยความสะดวกในมาเก๊าอย่างเช่นคาสีโนและห้างร้านที่หรูหรายังทำให้ผู้เข้าชมคาดหวังเรื่องความสะดวก ความสว่างและความสวยงามของงาน สิ่งที่ลูกค้าคาดหวังยิ่งกว่าเส้นทางที่สวยงาม คือ เมืองที่น่าตื่นตา ดังนั้น งานวิจัยที่คล้ายคลึงกันควรจะศึกษาสถานที่จัดงานที่มีสภาวะแวดล้อมและประเภท

ของนิทรรศการที่ต่างกัน รวมถึงเปรียบเทียบระหว่างเส้นทางรอบๆ ที่มีและไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก อย่างไรก็ตาม บทบาทของผู้เข้าร่วมนั้นซับซ้อนเกินกว่าที่จะอธิบายว่าการเสียดสและ การพิจารณาคุณค่าของเงินเดี่ยวยุได้ แรงจูงใจและเป้าหมายของผู้เข้าร่วมอาจจะเพิ่มความพึงพอใจและกระตุ้นให้ผู้เข้าร่วมอยู่ต่อ ซึ่งความพึงพอใจรายบุคคลยังจำเป็นที่จะต้องศึกษาต่อยอด

Whitfield et al. (2014) ได้ทำการศึกษา Attracting Convention and Exhibition Attendance to Complex MICE Venues: Emerging Data from Macao พบว่า การศึกษาครั้งนี้นำเสนอการวิเคราะห์ ความสำคัญประสิทธิภาพของคุณลักษณะหลายระดับ (กรณีที่ตั้งอำนวยความสะดวกและ แหล่งท่องเที่ยว) การประเมินโดยการวิเคราะห์เหตุการณ์การจัดนิทรรศการในการประชุมที่ซับซ้อน แรงจูงใจในการประชุมหรือนิทรรศการ (MICE) สถานที่จัดงานในประเทศจีนมากขึ้น (จินแผ่นดินใหญ่ ฮองกง ฮองกงมาเก๊าและไต้หวัน) การศึกษาเกี่ยวข้องของคุณลักษณะต่างๆ ในแง่ของการเกิดขึ้นของสถานที่จัดงานที่เป็นลักษณะของ MICE complex และ รีสอร์ทใน แหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งเน้นความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว Visa สิ่งอำนวยความสะดวก และคุณลักษณะที่เกี่ยวข้องต่อการพิจารณาการเข้าร่วมงานแสดงสินค้า

King, Chen & Daniel. (2015) ได้ทำการศึกษา Funk Exploring Destination Image Decay A Study of Sport Tourists' Destination Image Change after Event Participation พบว่า งานวิจัย มีการตรวจสอบการสลายตัวของภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว (DI) การศึกษาครั้งนี้ใช้มุมมองทัศนคติ ไตรภาคีเพื่อตรวจสอบความมั่นคงของโครงสร้างของ DI ในหมู่นักท่องเที่ยวกีฬาหลังจากกลับบ้าน โดยการสำรวจออนไลน์ได้ดำเนินการในการตรวจสอบการเปลี่ยนแปลง DI ที่จัดขึ้นโดยผู้เข้าร่วม 234 ชุด ในกรณีการแข่งขันมาราธอนนานาชาติกว่าช่วงเวลา 9 เดือน ผลการศึกษาพบว่า DI ในช่วงเวลาและการสลายตัวนี้ คือมิติที่เฉพาะเจาะจง องค์ประกอบที่ส่งผลต่อและ DI มีความอ่อนแอมากขึ้น และเพื่อการเปลี่ยนแปลงในขณะท้องค้ความรู้ DI เป็นมีเสถียรภาพมากขึ้น อย่างไรก็ตามรูปแบบของการสลายตัวได้รับการตรวจสอบโดยความแข็งแกร่งของการเชื่อมต่อทางจิตวิทยาของนักท่องเที่ยวไปยังปลายทาง ผลกระทบทางทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและการบริหารจัดการที่จะกล่าวถึงการให้ข้อมูลเชิงลึกสำหรับนักวิจัยและผู้ปฏิบัติงาน

Jin (2011) ได้ทำการศึกษา Exhibition brand preference in mainland China: the role of relationship quality and destination attractiveness พบว่า ผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัญหาการวิจัย วรรณกรรมงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทำให้ทราบแนวทางการแก้ปัญหาการวิจัยและองค์ความรู้ สรุปผลการวิจัยเกี่ยวกับปัญหาการวิจัยและผลกระทบสำหรับทฤษฎีและการบริหารจัดการ การปฏิบัติที่ถูกลำเสนอตามข้อ จำกัด ของการวิจัย ในที่สุดการวิจัยในอนาคตทิศทางที่ถูกระบุ ในช่วงสั้น ๆ การวิจัยครั้งนี้มีโครงสร้างสำหรับการทำความเข้าใจองค์ประกอบของความสัมพันธ์

ที่มีคุณภาพและปัจจัยที่น่าดึงดูดใจปลายทางและผลกระทบต่อผู้เข้าร่วมงานสำหรับแบรนด์ นวัตกรรมในบริบทนวัตกรรมในจีนแผ่นดินใหญ่ รูปแบบของแบรนด์นวัตกรรมทำให้ เป็นขั้นตอนแรกของการวิจัยอย่างจริงจังต่อการทำความเข้าใจร่วมงานการรับรู้ที่มีคุณภาพ มีความสัมพันธ์กับการจัดงานและความน่าสนใจของปลายทางถูกสร้างเพื่อการวิจัยในอนาคต

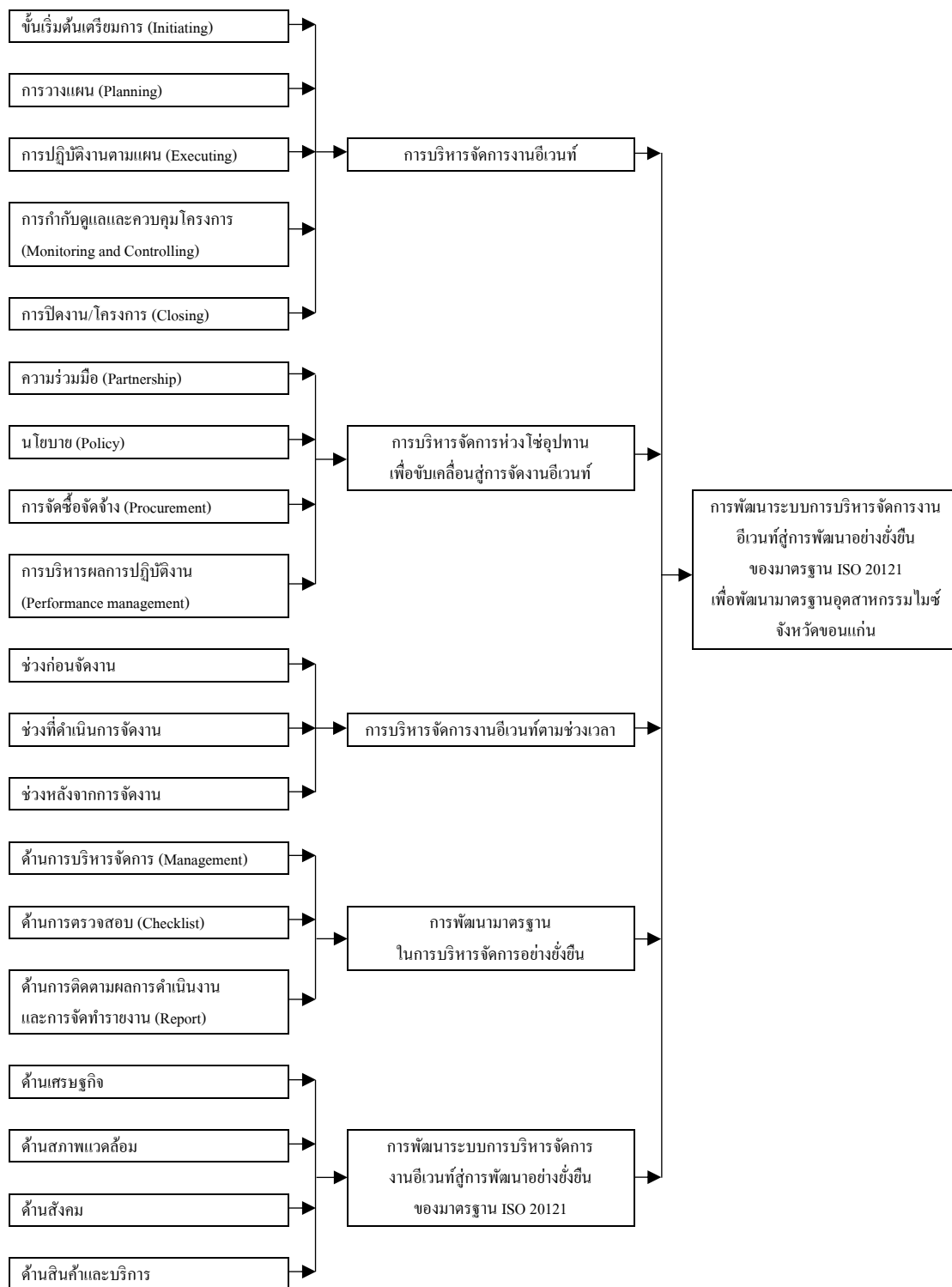
Donohoe (2010) ได้ทำการศึกษา Travelling to and attending major sporting events: determinants of total spend and trip duration decisions พบว่า จุดมุ่งหมายของการวิจัยครั้งนี้ คือ การตรวจสอบการใช้จ่ายทั้งหมดและการตัดสินใจระยะเวลาการเดินทางดำเนินการโดยบุคคล ที่เลือกที่จะเดินทางไปและกลับเข้าร่วมการแข่งขันกีฬาที่สำคัญ จึงดำเนินการที่จะได้รับความเข้าใจ เหล่านี้และในนอกจากนี้ระบุถึงผลกระทบของการค้นพบเหล่านี้ให้กับ บริษัทการค้าที่เกี่ยวข้องกับ การการวิจัยเช่นเดียวกับผู้จัดการแข่งขันกีฬาที่สำคัญวางแผนและประเมินผลถือเป็นชิ้นส่วน ที่สำคัญในการทำความเข้าใจการตัดสินใจดำเนินการโดยบุคคลที่เดินทางไปและกลับเข้าร่วม การแข่งขันกีฬาที่สำคัญและในการทำเพื่อนำไปสู่ความเข้าใจที่มากขึ้นของการใช้จ่ายทั้งหมดและ การตัดสินใจระยะเวลาการเดินทาง การวิจัยครั้งนี้มีรูปแบบทางเศรษฐมิติที่แสดงให้เห็นตัวแปรที่มี อิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญในการใช้จ่ายทั้งหมดและการตัดสินใจระยะเวลาการเดินทางที่เกี่ยวข้อง ในการเดินทางไปและการเข้าร่วมการแข่งขันกีฬา แสดงให้เห็นว่าข้อมูลที่อยู่ในรูปแบบทาง เศรษฐมิตินี้สามารถนำมาใช้โดยนักวิจัยในอนาคต บริษัทการค้าและผู้จัดการแข่งขันกีฬาที่สำคัญ และนักวางแผน ปัจจุบันชุมชนการแข่งขันกีฬาที่สำคัญเห็นคุณค่าของการวัดผลกระทบ ทางเศรษฐกิจของการแข่งขันกีฬา แต่เนื่องจากการขาดการวิจัยในระดับบุคคลที่ไม่ได้เข้าใจ การตัดสินใจดำเนินการโดยบุคคลที่เดินทางไปและกลับเข้าร่วมการแข่งขันกีฬาที่สำคัญชุมชน การแข่งขันกีฬาที่สำคัญจึงไม่สามารถที่จะใช้ประโยชน์ จากข้อมูลที่จะเพิ่มผลกระทบทางเศรษฐกิจ ของการแข่งขันกีฬาที่สำคัญ จากการวิจัยนี้จะแสดงให้เห็นว่าที่มีศักยภาพประกอบมีอยู่เพื่อเพิ่ม การศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจเหล่านี้ของกีฬา ผ่านความเข้าใจที่ดีของบุคคลในระดับจุลภาค

Yang (2011) ได้ทำการศึกษา Financial performance and capacity analysis for the MICE industry in Las Vegas and the United States พบว่า แนวโน้มความต้องการและสถิติการดำเนินงาน รวมของการประชุมและโรงแรมศูนย์การประชุม ได้รับการพัฒนารูปแบบสินค้าคงคลังในการ ประเมินที่ดีที่สุด เพื่อรองรับธุรกิจไมซ์สำหรับลาสเวกัสและสหรัฐอเมริกา ในปีที่จะมาวัดขนาดของ ความจุจาก 2010 ถึง 2014 ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าทั้ง 2 แห่ง ไม่ว่าจะเป็น ลาสเวกัสและ สหรัฐอเมริกา มีประสบการณ์รุนแรงและสถานการณ์ที่เลวร้ายที่สุดที่จะเกิดขึ้นในปี 2014 จากผลการศึกษาครั้งนี้เสนอคำแนะนำต่อไปนี้เป็นสำหรับการรับมือในอุตสาหกรรมไมซ์ ประการแรก ทุกอุตสาหกรรมต้องประเมินแผนการขยายสำหรับห้าปีข้างหน้าแผนการขยายใด ๆ ควรจะอยู่บน

พื้นฐานของการวิเคราะห์ความเสี่ยงของต้นทุนทางการเงินและผลประโยชน์และความต้องการในอนาคต ประการที่สอง ได้รับค่าใช้จ่ายของตลาดและต้นทุนค่าเสียโอกาส และความต้องการในอนาคตซึ่งจะถึงเวลาที่สูงสำหรับอุตสาหกรรมที่จะขยายสิ่งอำนวยความสะดวก ในธุรกิจไมซ์ และสุดท้าย เพิ่มอัตราการใช้จ่ายประโยชน์จากสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีอยู่ เพื่อเป็นกุญแจสำคัญในการรับมือกับธุรกิจไมซ์ในปัจจุบันกรณีเกิดความความสามารถในการรองรับ

Hopwood (2012) ได้ทำการศึกษา Strategic Thinking and the Creative Process in Event Management พบว่า วิทยานิพนธ์นี้ เพื่อสำรวจและตอบคำถามแบบมีโครงสร้าง ดังต่อไปนี้ บทที่ 1 คำถามการวิจัยนี้เน้นสามประเด็นงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในบริบทของการวิจัย บทที่ 2 การสำรวจวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับวรรณกรรมของการจัดการเหตุการณ์ กระบวนการความคิดสร้างสรรค์ และการคิดเชิงกลยุทธ์การบรรจบกันของทั้ง 3 นำไปสู่การพัฒนากรอบแนวคิดและประเด็นการวิจัย ปัญหาเหล่านี้ได้รับการสำรวจในภาคสนามเพื่อที่จะตอบคำถามการวิจัย บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้ในการสำรวจปัญหาการวิจัย วิธีการนี้เป็นเชิงคุณภาพการจัดการเหตุการณ์ บทที่ 4 เนื้อหาเพิ่มเติมเกี่ยวกับการกรณีเหตุการณ์การศึกษาในรูปแบบของอาหารและเทศกาลไวน์ ของเมลเบิร์น การศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วยหลักของการวิจัยและเป็นแหล่งที่มาของข้อมูลการวิจัย บทที่ 5 แนะนำให้รู้จักกับผลการวิจัยที่ผ่านการพิจารณาของมุมมองที่แตกต่างกันได้ในงาน ซึ่งจะทำให้มั่นใจทั้งตัวแทนและชุมชน บทที่ 6 การอธิบายผลการวิจัยในสาขาและถูกนำเสนอขึ้น การค้นพบที่สำคัญได้รับการสนับสนุนด้วยคำพูดและข้อความที่มาจากข้อมูลที่นำเชื่อถือ บทที่ 7 กล่าวถึงผลการวิจัยในบริบทของวรรณกรรมรายละเอียดในบทที่ 2 และนำเสนอข้อสรุปการมีส่วนร่วมที่ทฤษฎีและความหมายสำหรับการวิจัยในอนาคต ดังต่อไปนี้ (1) แนะนำและสรุปส่วนร่วมสำหรับแต่ละประเด็นการวิจัยที่นำเสนอควบคู่ไปกับวรรณกรรมรายละเอียดในบทที่ 2 (2) นำเสนอข้อสรุปขั้นสุดท้ายและตอบคำถามการวิจัยที่มีให้ผ่านการพัฒนารูปแบบขึ้นอยู่กับกรอบความคิดเดิมที่ระบุไว้ในบทที่ 2 และผลในบทที่ 5 (3) นำเสนอผลกระทบของการวิจัยทฤษฎีนี้ (4) ระบุข้อจำกัดของการวิจัยและข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยต่อไป (5) นำเสนอข้อสรุปบทสุดท้าย

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการงานอีเวนต์ ระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนตามมาตรฐาน ISO 20121 การพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์ และผลการวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยสามารถสรุปกรอบแนวคิดการวิจัยระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่น ได้ดังภาพประกอบ 3



ภาพประกอบ 3 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากภาพประกอบ 3 พบว่า กรอบแนวคิดการวิจัยระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์  
 ผู้พัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัด  
 ขอนแก่น ประกอบด้วย

(1) การบริหารจัดการงานอีเวนต์ ประกอบด้วย 1) ขั้นเริ่มต้นเตรียมการ (Initiating)  
 2) การวางแผน (Planning) 3) การปฏิบัติงานตามแผน (Executing) 4) การกำกับดูแลและควบคุม  
 โครงการ (Monitoring and Controlling) และ 5) การปิดงาน/โครงการ (Closing)

(2) การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานเพื่อขับเคลื่อนสู่การจัดการงานอีเวนต์ ประกอบด้วย  
 1) ความร่วมมือ (Partnership) 2) นโยบาย (Policy) 3) การจัดซื้อจัดจ้าง (Procurement) และ  
 4) การบริหารผลการปฏิบัติงาน (Performance management)

(3) การบริหารจัดการงานอีเวนต์ตามช่วงเวลา ประกอบด้วย 1) ช่วงก่อนจัดงาน 2) ช่วงที่  
 ดำเนินการจัดงาน และ 3) ช่วงหลังจากการจัดงาน

(4) การพัฒนามาตรฐานในการบริหารจัดการอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย 1) ด้านการบริหาร  
 จัดการ (Management) 2) ด้านการตรวจสอบ (Checklist) และ 3) ด้านการติดตามผลการดำเนินงาน  
 และการจัดทำรายงาน (Report)

(5) การพัฒนาระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์ผู้พัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO  
 20121 ประกอบด้วย 1) ด้านเศรษฐกิจ 2) ด้านสภาพแวดล้อม 3) ด้านสังคม และ 4) ด้านสินค้าและ  
 บริการ

ทั้งนี้ ผู้วิจัยสรุปได้ว่า มีการใช้ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับเรื่องที่วิจัย กรอบความคิดทางทฤษฎีหรือ  
 ทฤษฎีที่รองรับเรื่องที่วิจัย และผลการวิจัยที่เกี่ยวข้อง เกี่ยวกับหลักการบริหารจัดการงานอีเวนต์  
 ระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนตามมาตรฐาน ISO 20121 การพัฒนามาตรฐาน  
 อุตสาหกรรมไมซ์ การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานเพื่อขับเคลื่อนสู่การจัดการงานอีเวนต์ การบริหาร  
 จัดการงานอีเวนต์ตามช่วงเวลา การพัฒนามาตรฐานในการบริหารจัดการอย่างยั่งยืน การพัฒนา  
 ระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์ผู้พัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 และ  
 ผลการวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งข้อมูลดังกล่าว สามารถนำมาใช้ในการพัฒนาระบบการบริหารจัดการงาน  
 อีเวนต์ผู้พัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์  
 จังหวัดขอนแก่นได้

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีการวิจัย

#### 1. รูปแบบการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยที่การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้ใช้การวิจัยเชิงปริมาณในรูปแบบของการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย เพื่อสำรวจตัวแปรต่างๆ ที่ใช้ในการวิจัย และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ได้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ ในรูปของการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อใช้ในการยืนยันข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ และเพื่อให้อธิบายผลการวิจัยที่กล่าวมาแล้วให้มีความชัดเจนและมีความถูกต้องมากยิ่งขึ้น โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### 2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

##### 2.1 ประชากร

2.2.1 กลุ่มผู้ประกอบการในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ ประกอบด้วย

- (1) ศูนย์ประชุม/แสดงนิทรรศการ
- (2) โรงแรม/รีสอร์ท

2.2.2 กลุ่มหน่วยงานและองค์กรที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ ในจังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วย

- (1) ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานขอนแก่น หรือตัวแทน
- (2) ประธานหอการค้าไทยจังหวัดขอนแก่น หรือตัวแทน
- (3) นายกสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น หรือตัวแทน
- (4) นายกเทศมนตรีนครขอนแก่น หรือตัวแทน
- (5) นักวิชาการด้านอุตสาหกรรมไมซ์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

2.2.3 กลุ่มผู้จัดงาน/เจ้าภาพการจัดงาน/เจ้าของงานอีเวนต์ ประกอบด้วย

- (1) ผู้จัดงาน
- (2) เจ้าภาพการจัดงาน
- (3) เจ้าของงานไมซ์ ในจังหวัดขอนแก่น

2.2.4 กลุ่มผู้เข้าร่วมกิจกรรมอีเวนต์ในจังหวัดขอนแก่น ไม่ทราบจำนวนประชากรแน่ชัด

## 2.2 กลุ่มตัวอย่าง

2.2.1 กลุ่มผู้ประกอบการในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ และกำหนดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 12 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 กลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์

ประเภท/ความสามารถในการรองรับ	ชื่อสถานประกอบการ
1. ศูนย์ประชุม/แสดงนิทรรศการ	
1.1 สามารถรองรับได้ 1,000 – 3,000 คน	- ศูนย์ประชุมอเนกประสงค์กาญจนาภิเษก มหาวิทยาลัยขอนแก่น - ขอนแก่น ฮอลล์ เซ็นทรัล พลาซ่า ขอนแก่น
2. โรงแรม/รีสอร์ท	
2.1 สามารถรองรับได้ 1,000 – 2,000 คน	- โรงแรมเซนทารา โฮเต็ล แอนด์ คอนเวนชั่น เซ็นเตอร์ ขอนแก่น - โรงแรมพูลแมน ขอนแก่น ราชา ออคิด - โรงแรมเจริญธานี ขอนแก่น - โรงแรมໂພຍະ
2.2 สามารถรองรับได้ 400 – 1,000 คน	- โรงแรมบุษราคัม - ราชวดี รีสอร์ท แอนด์ สปา
2.3 สามารถรองรับได้ 100 - 400 คน	- โรงแรมกลาเซียร์ - วิชชิงทรี ขอนแก่น รีสอร์ท
2.4 สามารถรองรับได้ 30 - 100 คน	- โรงแรมแคคตัส รีสอร์ท แอนด์ โฮเต็ล - โรงแรมกรีนโฮเทล แอนด์ รีสอร์ท
รวม	12 แห่ง

2.2.2 กลุ่มหน่วยงานและองค์กรที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ ในจังหวัดขอนแก่น และกำหนดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 5 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 3

**ตารางที่ 3** กลุ่มหน่วยงานและองค์กรที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ ในจังหวัดขอนแก่น

กลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (ตัวอย่าง)
1) ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานขอนแก่น หรือตัวแทน	1
2) ประธานหอการค้าไทยจังหวัดขอนแก่น หรือตัวแทน	1
3) นายกสมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น หรือตัวแทน	1
4) นายกเทศมนตรีนครขอนแก่น หรือตัวแทน	1
5) ตัวแทนนักวิชาการด้านอุตสาหกรรมไมซ์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น	1
<b>รวม</b>	<b>5</b>

2.2.3 กลุ่มผู้จัดงาน/เจ้าภาพการจัดงาน/เจ้าของงานอีเวนต์ ในจังหวัดขอนแก่น และกำหนดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 3 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 4

**ตารางที่ 4** กลุ่มผู้จัดงาน/เจ้าภาพการจัดงาน/เจ้าของงานไมซ์

กลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (ตัวอย่าง)
1) ผู้จัดงาน	1
2) เจ้าภาพการจัดงาน	1
3) เจ้าของงานไมซ์	1
<b>รวม</b>	<b>3</b>

2.2.4 กลุ่มผู้เข้าร่วมกิจกรรมอีเวนต์ในจังหวัดขอนแก่น ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่ชัด จึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณด้วยสูตรของ Cochran (1977) ได้ผลเท่ากับ 400 ตัวอย่าง และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Sample Random Sampling) โดยมีรายละเอียดการคำนวณกลุ่มตัวอย่าง ดังแสดงในสมการด้านล่างนี้

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{d^2}$$

โดยที่  $n$  คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง  
 $P$  คือ สัดส่วนประชากรที่ผู้วิจัยกำหนดจะสุ่ม = 0.50 (50%)  
 $Z$  คือ ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้คือ  $Z$  มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (ระดับ 0.05)  
 $d$  คือ ค่าความผิดพลาดจากจำนวนตัวอย่าง (0.05)

แทนค่า  $n = \frac{0.5(1-0.5)1.96^2}{0.05^2}$

$n = 400$  ตัวอย่าง

ดังนั้น กลุ่มผู้เข้าร่วมกิจกรรมอีเวนต์ในจังหวัดขอนแก่น ที่ใช้ในการศึกษานี้ เท่ากับ 400 ตัวอย่าง

### 3. ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

#### 3.1 สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กลุ่มผู้ประกอบการในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์

เป็นแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ใช้กับกลุ่มผู้ประกอบการในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ ประกอบด้วย

3.1.1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ให้สัมภาษณ์ ประกอบด้วย ชื่อ ตำแหน่ง หน่วยงาน และข้อมูลที่สามารถติดต่อได้ เป็นคำถามปลายเปิด

3.1.2 สถานการณ์ปัจจุบัน ปัญหาที่เกิดขึ้นในการบริหารจัดการงานอีเวนต์ ประกอบด้วย 1) ช่วงก่อนจัดงาน 2) ช่วงที่ดำเนินการจัดงาน และ 3) ช่วงหลังจากการจัดงาน เป็นคำถามปลายเปิด

3.1.3 สถานการณ์ปัจจุบัน และปัญหาที่เกิดขึ้นจากการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน เพื่อขับเคลื่อนสู่การจัดงานอีเวนต์ ประกอบด้วย 1) ความร่วมมือ (Partnership) 2) นโยบาย (Policy) 3) การจัดซื้อจัดจ้าง (Procurement) และ 4) การบริหารผลการปฏิบัติงาน (Performance management) เป็นคำถามปลายเปิด

3.1.4 แนวทางการพัฒนาระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่นทั้ง 4 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านเศรษฐกิจ 2) ด้านสภาพแวดล้อม 3) ด้านสังคม และ 4) ด้านสินค้าและบริการ เป็นคำถามปลายเปิด

**3.2 สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กลุ่มหน่วยงานและองค์กรที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ ในจังหวัดขอนแก่น**

เป็นแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ใช้กับกลุ่มหน่วยงานและองค์กรที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วย

3.2.1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ให้สัมภาษณ์ ประกอบด้วย ชื่อ ตำแหน่ง หน่วยงาน และข้อมูลที่สามารถติดต่อได้ เป็นคำถามปลายเปิด

3.2.2 สถานการณ์ปัจจุบันของงานอีเวนต์จังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วย 1) ด้านเศรษฐกิจ 2) ด้านสภาพแวดล้อม 3) ด้านสังคม 4) ด้านนโยบาย และ 5) ด้านสินค้าและบริการ เป็นคำถามปลายเปิด

3.2.3 แนวทางการพัฒนามาตรฐานในการบริหารจัดการอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย 1) ด้านการบริหารจัดการ (Management) 2) ด้านการตรวจสอบ (Checklist) และ 3) ด้านการติดตามผลการดำเนินงานและการจัดทำรายงาน (Report) เป็นคำถามปลายเปิด

3.2.4 แนวทางการพัฒนาระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่นทั้ง 4 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านเศรษฐกิจ 2) ด้านสภาพแวดล้อม 3) ด้านสังคม และ 4) ด้านสินค้าและบริการ เป็นคำถามปลายเปิด

**3.3 สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กลุ่มผู้จัดงาน/เจ้าภาพการจัดงาน/เจ้าของงานอีเวนต์**

เป็นแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ใช้กับกลุ่มผู้จัดงาน/เจ้าภาพการจัดงาน/เจ้าของงานอีเวนต์ ประกอบด้วย

3.3.1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ให้สัมภาษณ์ ประกอบด้วย ชื่อ ตำแหน่ง หน่วยงาน และข้อมูลที่สามารถติดต่อได้ เป็นคำถามปลายเปิด

3.3.2 สถานการณ์ปัจจุบัน และปัญหาที่เกิดขึ้นจากการบริหารจัดการงานอีเวนต์ ประกอบด้วย 1) ขั้นเริ่มต้นเตรียมการ (Initiating) 2) การวางแผน (Planning) 3) การปฏิบัติงานตามแผน (Executing) 4) การกำกับดูแลและควบคุมโครงการ (Monitoring and Controlling) และ 5) การปิดงาน/โครงการ (Closing) เป็นคำถามปลายเปิด

3.3.3 สถานการณ์ปัจจุบัน และปัญหาที่เกิดขึ้นจากการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน เพื่อขับเคลื่อนสู่การจัดงานอีเวนต์ ประกอบด้วย 1) ความร่วมมือ (Partnership) 2) นโยบาย (Policy) 3) การจัดซื้อจัดจ้าง (Procurement) และ 4) การบริหารผลการปฏิบัติงาน (Performance management) เป็นคำถามปลายเปิด

3.3.4 แนวทางการพัฒนาระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่นทั้ง 4 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านเศรษฐกิจ 2) ด้านสภาพแวดล้อม 3) ด้านสังคม และ 4) ด้านสินค้าและบริการ เป็นคำถามปลายเปิด

#### 3.4 เก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม (Questionnaire) กลุ่มผู้เข้าร่วมกิจกรรมอีเวนต์ในจังหวัดขอนแก่น

เป็นแบบสอบถามแบบตรวจรายการ (Check List) และแบบมาตราส่วน (5 Rating Scale) ใช้กับผู้เข้าร่วมกิจกรรมอีเวนต์ในจังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วย

3.4.1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพสมรส เป็นคำถามปลายปิด (Closed-ended Questionnaire) แบบตรวจรายการ (Check List)

3.4.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเข้าร่วมกิจกรรมอีเวนต์ในจังหวัดขอนแก่น โดยใช้ทฤษฎี 6W1H ประกอบด้วย 1) ใครเป็นผู้เข้าร่วม 2) ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเข้าร่วม 3) เข้าร่วมงานอะไร 4) เข้าร่วมเมื่อใด 5) เข้าร่วมที่ไหน 6) เหตุผลที่เข้าร่วม และ 7) เดินทางมาเข้าร่วมอย่างไร เป็นคำถามปลายปิด (Closed-ended Questionnaire) แบบตรวจรายการ (Check List)

3.4.3 ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ประกอบด้วย 1) ด้านเศรษฐกิจ 2) ด้านสภาพแวดล้อม 3) ด้านสังคม และ 4) ด้านสินค้าและบริการ เป็นคำถามปลายปิด (Closed-ended Questionnaire) แบบมาตราส่วนประเมินค่า (5 Rating Scale) ให้เลือกดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2553)

ระดับ 5	หมายถึง	มากที่สุด
ระดับ 4	หมายถึง	มาก
ระดับ 3	หมายถึง	ปานกลาง
ระดับ 2	หมายถึง	น้อย
ระดับ 1	หมายถึง	น้อยที่สุด

3.4.4 แนวทางการพัฒนาระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่นทั้ง 4 ด้าน ดังนี้

1) ด้านเศรษฐกิจ 2) ด้านสภาพแวดล้อม 3) ด้านสังคม และ 4) ด้านสินค้าและบริการ เป็นคำถามปลายเปิด

#### 4. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัย

##### 4.1 การตรวจสอบเครื่องมือแบบสัมภาษณ์

โดยการนำแบบสัมภาษณ์ให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านตรวจสอบ เพื่อหาค่าความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) คือ การที่แบบสัมภาษณ์ มีความครอบคลุมเนื้อหา และวัตถุประสงค์หรือพฤติกรรมที่ต้องการวัดหรือไม่ ค่าสถิติที่ใช้ในการหาคุณภาพ คือ ค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ หรือเนื้อหา (IOC: Index of item Objective Congruence) หรือดัชนีความเหมาะสม (บุญชม ศรีสะอาด, 2553) ประเมินเนื้อหาของข้อคำถามเป็นรายข้อ มากกว่า 0.67 ดังนั้น เครื่องมือแบบสัมภาษณ์ ที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ มีความน่าเชื่อถือในการนำไปใช้เก็บข้อมูลจริง

##### 4.2 การตรวจสอบเครื่องมือแบบสอบถาม

การตรวจสอบเครื่องมือแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอนดังนี้

4.2.1 นำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านตรวจสอบ เพื่อหาค่าความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) คือ การที่แบบสัมภาษณ์ มีความครอบคลุมเนื้อหา และวัตถุประสงค์หรือพฤติกรรมที่ต้องการวัดหรือไม่ ค่าสถิติที่ใช้ในการหาคุณภาพ คือ ค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ หรือเนื้อหา (IOC: Index of item Objective Congruence) หรือดัชนีความเหมาะสม (บุญชม ศรีสะอาด, 2553) ประเมินเนื้อหาของข้อคำถามเป็นรายข้อ มากกว่า 0.67 ดังนั้น เครื่องมือแบบสัมภาษณ์ ที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ มีความน่าเชื่อถือในการนำไปใช้เก็บข้อมูลจริง

4.2.2 จากนั้น นำแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบความตรงตามเนื้อหา มาดำเนินการตรวจสอบความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยจะใช้วิธีการตรวจสอบด้วยการหาค่า Coefficient Alpha โดยวิธีการของ Cronbach จากแบบสอบถามที่ได้นำไปทดสอบกับกลุ่มประชากรทดลองจำนวนร้อยละ 10 ของจำนวนทั้งหมด ทั้งเป็นรายข้อ และทั้งเป็นชุดหรือเป็นแบบแผน (Pattern) และการหาค่าความเที่ยงจากแบบสอบถาม เพื่อคัดเลือกเอาข้อคำถามในครั้งนี้ ที่มีค่า Coefficient Alpha มากกว่า 0.80 ดังนั้น เครื่องมือแบบสอบถาม ที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ มีความน่าเชื่อถือในการนำไปใช้เก็บข้อมูลจริง

## 5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

### 5.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Source Data)

ดำเนินการโดยเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ โดยใช้แบบสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มผู้ประกอบการในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ กลุ่มหน่วยงานและองค์กรที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ กลุ่มผู้จัดงาน/เจ้าภาพการจัดงาน/เจ้าของงานอีเวนต์ และกลุ่มผู้เข้าร่วมกิจกรรมอีเวนต์ในจังหวัดขอนแก่น

### 5.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Source Data)

ดำเนินการโดยเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ คือ ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับหลักการบริหารจัดการงานอีเวนต์ ระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนตามมาตรฐาน ISO 20121 การพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์ การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานเพื่อขับเคลื่อนสู่การจัดงานอีเวนต์ การบริหารจัดการงานอีเวนต์ตามช่วงเวลา การพัฒนามาตรฐานในการบริหารจัดการอย่างยั่งยืน การพัฒนาระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 และผลการวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากหนังสือ วารสาร วิทยานิพนธ์ และเอกสารอื่นๆ

## 6. การวิเคราะห์ข้อมูล

### 6.1 การวิเคราะห์แบบสัมภาษณ์

การวิเคราะห์แบบสัมภาษณ์ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เกี่ยวกับ

6.1.1 การบริหารจัดการงานอีเวนต์ ประกอบด้วย 1) ขั้นเริ่มต้นเตรียมการ (Initiating) 2) การวางแผน (Planning) 3) การปฏิบัติงานตามแผน (Executing) 4) การกำกับดูแลและควบคุมโครงการ (Monitoring and Controlling) และ 5) การปิดงาน/โครงการ (Closing)

6.1.2 การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานเพื่อขับเคลื่อนสู่การจัดงานอีเวนต์ ประกอบด้วย 1) ความร่วมมือ (Partnership) 2) นโยบาย (Policy) 3) การจัดซื้อจัดจ้าง (Procurement) และ 4) การบริหารผลการปฏิบัติงาน (Performance management)

6.1.3 การบริหารจัดการงานอีเวนต์ตามช่วงเวลา ประกอบด้วย 1) ช่วงก่อนจัดงาน 2) ช่วงที่ดำเนินการจัดงาน และ 3) ช่วงหลังจากการจัดงาน

6.1.4 การพัฒนามาตรฐานในการบริหารจัดการอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย 1) ด้านการบริหารจัดการ (Management) 2) ด้านการตรวจสอบ (Checklist) และ 3) ด้านการติดตามผลการดำเนินงานและการจัดทำรายงาน (Report)

6.1.5 การพัฒนาระบบการบริหารจัดการงานอีเวนท์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ประกอบด้วย 1) ด้านเศรษฐกิจ 2) ด้านสภาพแวดล้อม 3) ด้านสังคม และ 4) ด้านสินค้าและบริการ

## 6.2 การวิเคราะห์แบบสอบถาม

การวิเคราะห์แบบสอบถามด้วยสถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมาน โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) จากนั้น หาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ด้วยสถิติ t-test และ One-Way ANOVA โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้ มีการกำหนดระดับคะแนนและแปลผลการศึกษา ใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการแปลผล ซึ่งเป็นการหาช่วงความกว้างของอันตรภาคชั้น เพื่อกำหนดระดับความสำคัญ และแปลความหมายค่าเฉลี่ยของคะแนน โดยใช้สูตรการหาค่าเฉลี่ยแบบอันตรภาคชั้น (บุญชม ศรีสะอาด, 2553) ดังสมการนี้

$$\begin{aligned} \text{ช่วงคะแนนระดับความคิดเห็น} &= \frac{\text{คะแนนมากที่สุด} - \text{คะแนนน้อยที่สุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

นำระดับความคิดเห็นแบ่งตามช่วงคะแนนที่คำนวณได้ และสามารถแปลผลเป็นระดับความคิดเห็นที่มีคุณภาพการบริการที่ดี ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	4.21 – 5.00	หมายถึง	มากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.41 – 4.20	หมายถึง	มาก
คะแนนเฉลี่ย	2.61 – 3.40	หมายถึง	ปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.81 – 2.60	หมายถึง	น้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.80	หมายถึง	น้อยที่สุด

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) จากนั้น หาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ด้วยสถิติ t-test และ One-Way ANOVA โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

6.3 นำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม มาวิเคราะห์องค์ประกอบในการจัดทำแผนพัฒนาระบบการบริหารจัดการงานอีเวนท์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไม้ซังจังหวัดขอนแก่น ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันของระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์  
สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัด  
ขอนแก่น

ขั้นตอนที่ 2 วิเคราะห์ศักยภาพระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนา  
อย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่น

ขั้นตอนที่ 3 การกำหนดวิสัยทัศน์ เป้าหมาย และยุทธศาสตร์ในการพัฒนาระบบ  
การบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 เพื่อพัฒนามาตรฐาน  
อุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่น

ขั้นตอนที่ 4 การจัดทำแผนปฏิบัติงาน (Action Plan) ที่มีความสอดคล้องกับแผนพัฒนา  
อุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในระดับประเทศและระดับจังหวัด

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์ผู้พัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่น มีการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามหัวข้อวัตถุประสงค์ของการศึกษา ดังนี้

1. ผลการศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันของระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์ผู้พัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ของอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดขอนแก่น
2. ผลการวิเคราะห์ศักยภาพของระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์ผู้พัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ของอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่น
3. แผนการนำระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์ผู้พัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่น โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### 1. ผลการศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันของระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์ผู้พัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ของอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดขอนแก่น

ผลการศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันของระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์ผู้พัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ของอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดขอนแก่น โดยมีรายละเอียดดังนี้

##### 1.1 สถานการณ์ปัจจุบันของงานอีเวนต์จังหวัดขอนแก่น

สถานการณ์ปัจจุบันของงานอีเวนต์จังหวัดขอนแก่น มีรายละเอียดดังนี้

##### 1.1.1 ด้านเศรษฐกิจ

แผนแม่บทขอนแก่นไมซ์ซีดี มีการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ และด้านข้อมูลข่าวสาร โดยการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้รู้จัก และการจัดอบรมบุคลากรด้านไมซ์รองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเพื่อยกระดับมาตรฐานสู่สากล โดยได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วนเป็นอย่างดี ผ่าน 5 แผนยุทธศาสตร์หลัก มุ่งพัฒนาไปสู่การเป็นศูนย์กลางการจัดประชุมและงานแสดงสินค้า สร้างโอกาสทางธุรกิจในระดับอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง โดยจะเร่งดำเนินการภายใต้ 5 ยุทธศาสตร์หลัก ดังนี้ (กองบริหารข้อมูลตลาดแรงงาน, 2560)

- 1) ผลักดันให้มีการจัดงานไมซ์ในจังหวัดอย่างต่อเนื่อง
- 2) ยกระดับมาตรฐานบริการสู่ระดับสากล
- 3) สร้างเครือข่ายความร่วมมือในประเทศและอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง

4) ส่งเสริมและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานตลอดจนถึงอำนวยความสะดวก

5) สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน เพื่อนำไปสู่การเป็นผู้นำด้านธุรกิจไมซ์  
ในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง

เพื่อนำไปสู่การเป็นผู้นำด้านธุรกิจไมซ์ในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงผ่านการสร้าง  
แบรนด์ ซึ่งที่ผ่านมาได้ดำเนินการในระยะที่ 1 ไปแล้ว คือ มุ่งเน้นการสร้างความพร้อม  
ด้านโครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ สร้างเครือข่ายความร่วมมือในระดับ  
ท้องถิ่น ขณะนี้อยู่ระหว่างดำเนินการในระยะที่ 2 (พ.ศ.2559-2560) ซึ่งจะขยายกรอบการทำงาน  
เพิ่มความมั่นใจในการเป็นศูนย์กลางไมซ์ ส่งเสริมการจัดงานระดับเมกะ โปรเจกต์ และความร่วมมือ  
ระหว่างประเทศมากขึ้น เพื่อพัฒนาขอนแก่นไปสู่เมืองไมซ์ซิตี้ที่เข้มแข็งและยั่งยืน (กองบริหาร  
ข้อมูลตลาดแรงงาน, 2560)

การดำเนินงานผ่านการสร้างแบรนด์ ดังกล่าว ขณะนี้อยู่ในช่วงแผนระยะที่ 1 (พ.ศ.  
2557 - 2558) มุ่งเน้นการสร้างความพร้อมด้าน โครงสร้างพื้นฐานพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ  
สร้างเครือข่ายร่วมมือในระดับท้องถิ่นและกระตุ้นการจัดงานเตรียมพร้อมเข้าสู่ระยะที่ 2 (พ.ศ. 2559  
- 2560) ซึ่งจะขยายกรอบการทำงานเพื่อพัฒนาขอนแก่นไปสู่เมือง ไมซ์ซิตี้ที่เข้มแข็งและยั่งยืน  
(สำนักประชาสัมพันธ์เขต 1 ขอนแก่น, 2558)

การมุ่งพัฒนาไปสู่การเป็นศูนย์กลางการจัดประชุมและงานแสดงสินค้า  
สร้างโอกาสทางธุรกิจในระดับอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง ขณะที่จังหวัดขอนแก่นจัดบกว่า 79 ล้านบาท  
ผ่าน 59 โครงการ เร่งพัฒนาศักยภาพทางเศรษฐกิจและการลงทุน ตามแผนพัฒนา 3 ปี (2557-2559)  
รองรับการเติบโต การดำเนินงานในช่วงแผนระยะที่ 1 (พ.ศ.2557-2558) ที่ผ่านมามุ่งเน้นการสร้าง  
ความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ สร้างเครือข่ายความร่วมมือ  
ในระดับท้องถิ่น และกระตุ้นการจัดงาน เตรียมพร้อมเข้าสู่ระยะที่ 2 (พ.ศ.2559-2560) ซึ่งจะขยาย  
กรอบการทำงานเพิ่มความมั่นใจในการเป็นศูนย์กลางไมซ์ ส่งเสริมการจัดงานระดับเมกะ โปรเจก  
และความร่วมมือระหว่างประเทศมากขึ้น เพื่อพัฒนาขอนแก่นไปสู่เมือง ไมซ์ซิตี้ที่เข้มแข็งและยั่งยืน  
(สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ, 2558)

ทั้งนี้ สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ ยังได้ดำเนินงานภายใต้  
กลยุทธ์การพัฒนาตลาดดีไมซ์ภายในประเทศ 4 ด้าน เพื่อส่งเสริมธุรกิจไมซ์ในจังหวัดขอนแก่น  
ได้แก่ กลยุทธ์การเปิดตัวแคมเปญประชุมเมืองไทย ภูมิใจช่วยชาติ เน้นการสร้างกิจกรรมดีไมซ์  
ในจังหวัดขอนแก่น พร้อมขยายศักยภาพเมืองไมซ์ในจังหวัดทางภาคอีสาน ที่สามารถรองรับ  
การจัดประชุม และแสดงสินค้าในประเทศได้ กลยุทธ์การขยายตลาดการประชุมและแสดงสินค้า  
ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษและกลุ่มประเทศ CLMV ในการผลักดันให้ขอนแก่นเป็นศูนย์กลาง

การจัดงานไมซ์ภาคอีสานที่สามารถเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศดังกล่าวได้ กลยุทธ์การส่งเสริมการจัดประชุมและท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในพื้นที่โครงการพระราชดำริและแหล่งท่องเที่ยวเขตทหาร โดยเฉพาะการมุ่งเน้นให้เกิดการจัดประชุมสัมมนาในแหล่งท่องเที่ยวเขตทหารอย่างต่อเนื่อง เช่น การจัดประชุมสัมมนาในอุทยานศูนย์กิจกรรมมณฑลทหารบกที่ 23 อำเภอเมืองจังหวัดขอนแก่น และกลยุทธ์การส่งเสริมการจัดงานแสดงสินค้าในประเทศ โดยการสร้างสรรค์งานแสดงสินค้าใหม่ๆ ให้เกิดขึ้นในจังหวัดขอนแก่นอย่างต่อเนื่อง เช่น การจัดงานขอนแก่นอุตสาหกรรมแฟร์ ในเดือนกันยายน 2558 การยกระดับรูปแบบมาตรฐานการจัดงานระดับท้องถิ่นให้เป็นระดับภูมิภาค อย่างงานมหกรรมหนังสือภาคอีสาน ครั้งที่ 3 ในเดือนสิงหาคม 2558 ซึ่งคาดว่าจะมีผู้เข้าร่วมงานกว่า 110,000 คน และการกระจายงานที่ประสบความสำเร็จไปจัดในจังหวัดขอนแก่น เช่น งาน Food & Hotelex Expo งานมหกรรมอีสานบ้านและคอนโด เป็นต้น (สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ, 2558)

สำหรับสถิตินักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ของจังหวัดขอนแก่นในปี 2557 ที่ผ่านมามีจำนวน 280,440 คน สร้างรายได้ 730.28 ล้านบาท ขณะที่จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ 2 ไตรมาสแรกของปีงบประมาณ 2558 (ตุลาคม 2557-มีนาคม 2558) มีจำนวน 1,585,043 คน คิดเป็นรายได้ 5,659.10 ล้านบาท โดยจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ที่เพิ่มสูงขึ้นในช่วง 2 ไตรมาสนี้ มาจากกลุ่มผู้เข้าร่วมงานแสดงสินค้าจำนวนมากถึง 1,518,825 คน รองลงมาคือ กลุ่มประชุมนานาชาติ 54,966 คน และกลุ่มประชุมองค์กร 11,252 คน (สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ, 2558)

การดำเนินงานด้านอุตสาหกรรมไมซ์ของจังหวัดขอนแก่นในปีงบประมาณ 2558 ได้มีการจัดตั้งงบประมาณสนับสนุนโครงการขอนแก่นไมซ์ซิตี้จำนวนกว่า 12 ล้านบาทในการดำเนินโครงการตามแผนแม่บทที่วางไว้ โดยเฉพาะการดำเนินโครงการศูนย์กลางประชุมนานาชาติและท่องเที่ยวยุคก่อนประวัติศาสตร์ การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ไกด์บุ๊ก ฉบับภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ กิจกรรมโรดโชว์ในประเทศ การสร้างเครือข่ายไมซ์แลกเปลี่ยนองค์ความรู้ โครงการ Media Education Trip เชิญสื่อมวลชนทั้งในและต่างประเทศสัมผัสประสบการณ์ตรงในจังหวัดขอนแก่น เพื่อนำไปเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์การเป็นขอนแก่นไมซ์ซิตี้ โครงการจัดตั้งศูนย์ขอนแก่นไมซ์ซิตี้ ในการเป็นศูนย์กลางด้านไมซ์ของจังหวัด และการจัดอบรมบุคลากรด้านไมซ์รองรับ AEC เพื่อยกระดับมาตรฐานสู่สากล (ศิวาโรจน์ มุ่งหมายผล, 2558)

ทั้งนี้ ยังสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์หลักของทางจังหวัด (พ.ศ. 2557-2560) ภายใต้วิสัยทัศน์ “ขอนแก่นเมืองน่าอยู่ ศูนย์กลางเชื่อมโยงการค้า การลงทุน และการบริการของกลุ่มประเทศอนุภูมิภาคน้ำโขง” ซึ่งประกอบด้วย 3 พันธกิจหลัก 1.เสริมสร้างชุมชนเข้มแข็ง

คนในชุมชนมีความเป็นอยู่ด้วยความผาสุก 2. พัฒนาให้เป็นเมืองน่าอยู่อย่างยั่งยืน และ 3. พัฒนาให้เป็นศูนย์กลางของกลุ่มประเทศอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง ซึ่งอุตสาหกรรมไมซ์สามารถเข้ามาเป็นกลไกหนึ่งในการผลักดันขอนแก่นให้พัฒนาสู่การเป็นไมซ์ซิตี ศูนย์กลางการจัดประชุมสัมมนาและงานแสดงสินค้าแห่งภาคอีสาน รองรับกลุ่มลูกค้าทั้งในประเทศ กลุ่มอินโดจีน และจีนตอนใต้ (สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ, 2558)

ขณะที่ทางเทศบาลนครขอนแก่น ได้มีการวางแผนพัฒนาตามแผนพัฒนา 3 ปี (พ.ศ.2557-2559) ให้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์หลักของทางจังหวัดที่วางไว้ ซึ่งหนึ่งในพันธกิจหลักที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์โดยตรง คือ การเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันทางเศรษฐกิจ ประกอบด้วยการพัฒนาระบบคมนาคมที่มีความเหมาะสมกับสภาพเมือง ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและผังเมือง พัฒนาเศรษฐกิจและเงินทุนเพื่อจัดการด้านโครงสร้าง ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาศักยภาพทางเศรษฐกิจและการลงทุน ตลอดจนการศึกษาเรื่องระบบขนส่งมวลชน รถไฟฟ้าบีอาร์ที รวมถึงการจัดสร้างศูนย์แสดงสินค้าแห่งใหม่ที่ได้มาตรฐานระดับสากลในจังหวัดขอนแก่น โดยมีจำนวนโครงการที่จะดำเนินงานทั้งสิ้น 59 โครงการ ภายใต้วงเงินงบประมาณ 78,964,000 บาท อาทิ การจัดการระบบขนส่งมวลชนและการจราจร การเพิ่มผิวจราจร การพัฒนาพื้นที่จัดสรรที่ดินเฉพาะ รวมถึงการพัฒนาและสร้างโอกาสในการใช้แหล่งท่องเที่ยว (สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ, 2558)

### 1.1.2 ด้านนโยบาย

มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของจังหวัดขอนแก่น ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ซึ่งสำหรับโครงการหลักที่กำลังอยู่ระหว่างดำเนินการ และแผนการพัฒนาในอนาคตมีทั้งหมด 5 โครงการหลัก เป็นโครงการลงทุนของภาครัฐและเอกชนกว่า 3.95 หมื่นล้านบาท ดังนี้ (หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ, 2559)

1) การพัฒนาโครงข่ายรถไฟระหว่างเมือง ซึ่งเป็นโครงการรถไฟทางคู่ขนาด 1 เมตร อาทิ รถไฟฟ้าทางคู่ ช่วงชุมทางจิระ – ขอนแก่น ระยะทาง 187 กิโลเมตร งบประมาณ 2.34 หมื่นล้านบาท เริ่มก่อสร้างเมื่อวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2559 รถไฟฟ้าทางคู่ช่วงขอนแก่น – หนองคาย ระยะทาง 172 กิโลเมตร อยู่ในระหว่างการออกแบบ และจัดทำรายงาน EIA โครงการก่อสร้างทางรถไฟ สายบ้านไผ่ – นครพนม ระยะทาง 355 กิโลเมตร ศึกษาความเหมาะสมและออกแบบรายละเอียด พร้อมจัดทำเอกสารประกวดราคาแล้วเสร็จ อยู่ระหว่างปรับปรุงรายงาน EIA

2) โครงการขอนแก่น Smart City (เฟส1)ระบบขนส่งมวลชนรางเบา ที่จังหวัดขอนแก่น ร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 5 แห่ง มหาวิทยาลัยขอนแก่น และ กลุ่มขอนแก่นพัฒนาเมือง KKTT ได้เสนอขออนุมัติการก่อสร้างรถไฟฟ้ามวลเบา สาย เหนือ – ใต้ ระยะทาง 26

กิโลเมตร (สายสำราญ-ท่าพระ) วงเงิน 1 หมื่นล้านบาท ใช้พื้นที่เกาะกลางถนนและไหล่ทางถนน มิตรภาพ จากตำบลสำราญ ถึงตำบลท่าพระ โดยการจัดตั้งกองทุน โครงสร้างพื้นฐานเพื่อการพัฒนา จังหวัดอย่างยั่งยืน โครงการนี้ได้รับอนุมัติในหลักการจากคสช. ซึ่งจะมี 18 สถานี มี 15 ขบวน ขบวนละ 3 ตู้ บรรจุผู้โดยสารได้ 180 คน คาดเสร็จปลายปี 2562 ขณะนี้อยู่ระหว่างจัดทำรายละเอียด ประกอบการเสนอหน่วยงานส่วนกลางที่เกี่ยวข้อง เพื่อเตรียมนำเสนอขออนุมัติจากกรม.

3) การขยายโครงข่ายถนน อาทิ ถนนกัลปพฤกษ์ ระยะที่ 3 (ศรีจันทร์-เหล่าญาติ) กรมทางหลวงชนบท ทบพทวนการออกแบบแนวทางการก่อสร้างใหม่ ถนนผังเมือง ข.5 (หน้า ร.พ. ศรีนครินทร์ –ร.พ.ค่ายศรีพัชรินทร) กรมทางหลวงชนบทและบรรจุเข้าแผนงานในปีงบประมาณ พ.ศ. 2560 ก่อสร้างอุโมงค์ลอดทางรถไฟ บริเวณจุดตัดทางรถไฟบ้านหนองไผ่ งบประมาณ 411 ล้านบาท แล้วเสร็จในปี 2560 ฯลฯ

4) แผนการพัฒนาท่าอากาศยานนานาชาติขอนแก่น ซึ่งมองการขยายผู้โดยสาร เพิ่มจาก 1.5 ล้านคนต่อปี เป็น 4-5 ล้านคนต่อปี โดยในขณะนี้ทางกระทรวงคมนาคม ได้จัดสรร งบประมาณเพื่อใช้ในการศึกษาออกแบบ ซึ่งตามแผนจะเป็นการก่อสร้างอาคารผู้โดยสารหลังใหม่ เบื้องต้นคาดว่าจะใช้งบลงทุนราว 2,100 ล้านบาท คาดว่าจะนำเสนอกรม.บรรจุงบประมาณได้ในปี 2561 เพื่อให้ก่อสร้างแล้วเสร็จปี 2563

5) โครงการศูนย์การประชุมและแสดงสินค้าขอนแก่น ขนาดพื้นที่ 4.35 หมื่น ตร.ม. ห้องมือเนกประสงค์ 2 ห้อง 7,500 ตร.ม.ห้องประชุม 1-7 พื้นที่ 1,000 ตร.ม. ลานจอดรถยนต์ 480 คัน ดำเนินการลงทุนโดยบริษัท ซีพี แลนด์ จำกัด (มหาชน) มูลค่าการลงทุนราว 2,000 ล้านบาท แล้วเสร็จเดือนธันวาคม 2560

อีกทั้ง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ชู “ขอนแก่น โมเดล” ยกระดับสู่เมืองหลัก ด้านการท่องเที่ยว วางเป้าหมายจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 5 ล้านคนต่อปี ในปี 60 โดยมุ่งเน้นและ ผลักดันงานไมซ์-อีเวนต์ วางหมากจุดขายเชื่อมโยงอนุภูมิภาคกลุ่มน้ำโขง รัฐบาลการลงทุน เมกะโปรเจกต์ใหม่รัฐและเอกชน มูลค่าไม่ต่ำกว่า 3.95 หมื่นล้านบาท ทั้งศูนย์ประชุมกลุ่มซีพีแลนด์ แผนขยายสนามบิน รถไฟทางคู่ และระบบขนส่งมวลชนรางเบ การที่จังหวัดขอนแก่นกำลัง มีแผนการลงทุน พัฒนาเมืองครั้งใหญ่ เพื่อก้าวไปสู่สมาร์ทซิตี ทั้งด้านการศึกษา การแพทย์ โครงข่ายโครงสร้างพื้นฐานคมนาคม เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน และระบบขนส่งรถไฟฟ้ามวล เบาลในตัวเมืองที่กำลังจะเกิดขึ้นในไม่ช้า การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จึงเห็นศักยภาพ ที่จะยกระดับขอนแก่นให้เป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยว ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นายยุทธศักดิ์ สุภสร ผู้ว่าการ ททท.เปิดเผยว่ามีนโยบายที่จะผลักดันการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวของ จังหวัดขอนแก่น ให้ก้าวขึ้นเป็นเมืองท่องเที่ยวหลักของประเทศไทยโดยมีเป้าหมายจะเพิ่มจำนวน

ผู้มาเยี่ยมเยือน (นักท่องเที่ยวที่มาพักค้างคืนและนักท่องเที่ยว) จากปัจจุบันมีจำนวน 3.8 ล้านคนต่อปี เพิ่มขึ้นเป็นไม่ต่ำกว่า 5 ล้านคนต่อปี ภายในปี 2560 หรือเพิ่มอีก 1.2 ล้านคนภายใต้กลยุทธ์ “ขอนแก่น โมเดล” (กองบริหารข้อมูลตลาดแรงงาน กรมการจัดหางาน, 2560)

ทั้งนี้ คุณนพรัตน์ เมธาวีกุลชัย ผู้อำนวยการสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ ทีเส็บ เผยว่า จังหวัดขอนแก่น เป็น 1 ใน 5 เมืองไมซ์ซิตี้หลักของประเทศไทย ที่ทีเส็บให้ความสำคัญ เช่นเดียวกับอีก 4 เมือง คือ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ ภูเก็ต และพัทยา โดย ทีเส็บ มีนโยบายขับเคลื่อนตามแผนแม่บทขอนแก่นไมซ์ซิตี้ (พ.ศ.2557-2561) เพื่อผลักดันให้ขอนแก่นเป็นศูนย์กลางการจัดประชุมและการแสดงสินค้าที่สร้างโอกาสทางธุรกิจในระดับอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง โดยจะดำเนินการภายใต้ 5 แผนยุทธศาสตร์หลัก คือ 1. ผลักดันให้มีการจัดงานไมซ์ในจังหวัดอย่างต่อเนื่อง 2. ยกระดับมาตรฐานบริการสู่ระดับสากล 3. สร้างเครือข่ายความร่วมมือในประเทศและอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง 4. ส่งเสริมและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวก และ 5. สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน เพื่อนำไปสู่การเป็นผู้นำด้านธุรกิจไมซ์ในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงผ่านการสร้างแบรนด์ ซึ่งที่ผ่านมาได้ดำเนินการในระยะที่ 1 ไปแล้ว คือ มุ่งเน้นการสร้างความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ สร้างเครือข่ายความร่วมมือในระดับท้องถิ่น ขณะนี้อยู่ระหว่างดำเนินการในระยะที่ 2 (พ.ศ.2559-2560) ซึ่งจะขยายกรอบการทำงานเพิ่มความมั่นใจในการเป็นศูนย์กลางไมซ์ ส่งเสริมการจัดงานระดับเมกะ โปรเจกต์ และความร่วมมือระหว่างประเทศมากขึ้น เพื่อพัฒนาขอนแก่นไปสู่เมืองไมซ์ซิตี้ที่เข้มแข็งและยั่งยืน (กองบริหารข้อมูลตลาดแรงงาน กรมการจัดหางาน, 2560)

ซึ่งตามยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดขอนแก่น 4 ปี (พ.ศ.2557-2560) มียุทธศาสตร์ที่จะผลักดันให้ขอนแก่นเป็นมหานครแห่งอนุภาคลุ่มน้ำโขง ดังนี้ (สำนักงานประชาสัมพันธ์ เขต 1 ขอนแก่น, 2559)

- 1) การพัฒนาเศรษฐกิจให้มีความมั่นคง และมีความสามารถทางการแข่งขัน
- 2) การพัฒนาคนและสังคมที่มีคุณภาพ
- 3) การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน
- 4) การเสริมสร้างความมั่นคงและความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน
- 5) การเพิ่มศักยภาพของเมืองเพื่อเชื่อมโยงโอกาสจากกลุ่มประเทศอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง
- 6) การพัฒนาการบริหารภาครัฐ

อีกทั้ง หน่วยงานภาคเอกชนได้ให้การสนับสนุนในการพัฒนาจังหวัดขอนแก่นสู่การเป็นมหานครไมซ์ของประเทศ โดยกลุ่มผู้ถือหุ้นบริษัท Khon Kaen MICE Management หรือ KKMM ได้เตรียมความพร้อมในการดำเนินการจัดตั้งบริษัท ผู้ถือหุ้น KKMM นั้นจะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวภายในจังหวัด ผู้ประกอบการร้านอาหาร โรงแรม อีเว้นท์ ออแกไนเซอร์ สำหรับบริษัท KKMM นี้ มีวัตถุประสงค์ที่จะทำหน้าที่ในการประสานงานอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ที่ต้องการเข้ามาดำเนินธุรกิจไมซ์ในจังหวัด คือ ต้องการเป็น One Stop Service เกี่ยวกับ การให้บริการด้านการประชุมและจะช่วยส่งเสริมให้ขอนแก่นขยับไปสู่ระดับสากลได้ และอีกวัตถุประสงค์ คือ เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกให้กับแขกที่จะมาประชุมที่ขอนแก่น โดย KKMM จะไม่ใช่คู่แข่งของผู้ให้บริการ โรงแรม แต่มีหน้าที่ติดต่อประสานงานให้ หากต้องการคุยหรือพบกับใครในขอนแก่นที่จะพัฒนาธุรกิจ ต้องการเข้าพบผู้ว่าราชการจังหวัด หรือศึกษาดูงาน เป็น One Stop Service มาที่เดียวจบ (Khon Kaen MICE Management (KKMM), 2559)

ทั้งนี้ จังหวัดขอนแก่น กำลังดำเนินการผลักดัน โครงการขนส่งมวลชนรถไฟฟ้าระบบรางเบา จังหวัดขอนแก่น ซึ่งเกิดขึ้นจากความร่วมมือของทางจังหวัดขอนแก่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และภาคเอกชน ที่มีแนวคิดจะพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของจังหวัด เพื่อให้เมืองขอนแก่นเติบโตอย่างถูกทิศทาง ให้เป็นเมืองศูนย์กลางของภูมิภาคอาเซียน รองรับการค้าเข้าสู่ประชาคมอาเซียน (AEC) โดยมีกลุ่มธุรกิจชั้นนำของจังหวัดขอนแก่นทั้งหมดกว่า 20 บริษัท ร่วมระดมทุนจดทะเบียน 200 ล้านบาท จัดตั้งเป็น บริษัท ขอนแก่นพัฒนาเมือง (KKTT) จำกัด ซึ่งโครงการแรกที่กลุ่ม KKTT ต้องการจะลงทุนก็คือ โครงการขนส่งมวลชนระบบรางเบา การพัฒนาพื้นที่เชิงพาณิชย์ในแนวสายรถไฟฟ้ารางเบาและศูนย์ประชุมนานาชาติ รวมเรียกว่า Transit Oriented Development หรือการพัฒนาพื้นที่เชิงพาณิชย์โดยใช้ขนส่งมวลชนเป็นตัวนำ ทั้งนี้ ในการพัฒนาพื้นที่อย่างเหมาะสมในแนวสายรถไฟฟ้ารางเบา ทางโครงการจะขอใช้พื้นที่จากทางรัฐบาล และพัฒนาเป็นสวนสาธารณะและบึงขนาดใหญ่ เพื่อจัดสรรให้เป็นพื้นที่สีเขียว โดยมีสิ่งอำนวยความสะดวกและมีพื้นที่ส่วนกลางให้คนในจังหวัดสามารถกิจกรรมร่วมกัน รวมทั้งมีอาคารที่เป็นแหล่งเรียนรู้ เช่น พิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์ หรือพื้นที่ทำกิจกรรมกลางแจ้ง เป็นต้น สำหรับโครงการรถไฟฟ้ารางเบา สายเหนือ-ใต้ (สำราญ-ท่าพระ) มีระยะทาง 26 กิโลเมตร และมีจำนวนสถานี 18 สถานี แนวเส้นทางจะวิ่งจากเทศบาลตำบลสำราญ-เทศบาลตำบลท่าพระ เลี้ยวเข้ามหาวิทยาลัยขอนแก่น ใช้เงินลงทุนก่อสร้างโครงการนี้ 15,000 ล้านบาท ขณะนี้อยู่ระหว่างการศึกษาออกแบบรายละเอียด พร้อมทั้งการจัดทำรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม(EIA) โดยสำนักนโยบายและแผนการขนส่งและจราจร(สนข.) เมื่อผลการศึกษาแล้วเสร็จ สนข.จะนำเสนอให้คณะกรรมการจัดระบบการจราจรทางบก(คจร.) และคณะรัฐมนตรี

พิจารณาต่อไป โดยตามแผนงานนั้น คาดว่าจะเสนอกรม.ได้ประมาณต้นปี 2560 และเริ่มลงมือก่อสร้างโดยใช้ระยะเวลา 2 ปี พร้อมเปิดให้บริการได้ประมาณปลายปี 2561 ทั้งนี้ หากโครงการขนส่งมวลชนรถไฟฟ้าระบบรางเบาได้รับการอนุมัติจากรัฐบาล ก็จะมีการระดมทุนเพื่อก่อสร้างโครงการ ทั้งจากคนขอนแก่นเอง กลุ่มธุรกิจรายใหญ่จากส่วนกลาง รวมทั้งกลุ่มทุนจากต่างประเทศที่สนใจจะเข้าร่วมลงทุนในโครงการดังกล่าว และมีแผนจะนำบริษัทเข้าจดทะเบียนบริษัทในตลาดหลักทรัพย์อีกด้วย (นิตยสารบ้านพร้อมอยู่, 2559)

### 1.1.3 ด้านสภาพแวดล้อม

จังหวัดขอนแก่นเป็นศูนย์กลางทางการค้าและการศึกษาในภาคอีสานของประเทศไทย และเป็นจุดหมายยอดนิยมสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเพื่อสัมผัสวัฒนธรรมและขนบวิถีแบบดั้งเดิม โดยขอนแก่นเป็นแหล่งผลิตผ้าไหมมัดหมี่ชื่อดัง พร้อมทั้งเป็นเมืองศูนย์กลางการปฏิบัติงานตาม "แผนงานพัฒนาแนวพื้นที่เศรษฐกิจ" และเชื่อมต่อประเทศไทย พม่า เวียดนาม เข้าด้วยกัน นอกจากนี้ยังเป็นเมืองศูนย์กลางการค้าและการขนส่ง และเป็นประตูสู่ภูมิภาคอินโดจีน และประเทศจีนตอนใต้ ซึ่งปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้นทำให้ขอนแก่นได้พัฒนาเป็นเมืองไมซ์ที่สำคัญแห่งหนึ่งของประเทศไทย นอกจากนี้ ขอนแก่นยังมีศักยภาพในการรองรับผู้เดินทางมาร่วมอีเวนต์ทางธุรกิจจำนวนมาก ตั้งแต่สนามบินนานาชาติขอนแก่นไปจนถึงศูนย์การประชุมที่พรั่งพร้อมไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกที่เปี่ยมไปด้วยคุณภาพ ปรับแต่งได้ตามความต้องการ และให้ความคุ้มค่าแก่ผู้จัดงาน และหากจะจัดงานอีเวนต์เล็กๆ แบบเป็นส่วนตัว โรงแรมระดับ 4 และ 5 ดาว ส่วนใหญ่ของจังหวัดก็เป็นอีก 1 ทางเลือกที่คุ้มค่า ไม่เพียงแต่เป็นศูนย์กลางไมซ์ในภูมิภาคเท่านั้น ขอนแก่นยังไต่ระดับขึ้นไปถึงระดับสากลอีกด้วย โดยเป็นสื่อกลางในการผสมผสานโอกาสการติดต่อธุรกิจในหมู่ผู้ร่วมงานนานาชาติ อาทิ งานประชุม APEC Ministerial Meeting, International Conference on Humanities and Social Sciences และ Thai-ASEAN Trade Fair ที่จัดขึ้นท่ามกลางกลิ่นอายวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ การต้อนรับอย่างดีเยี่ยม และอีเวนต์ที่สนุกสนานและน่าตื่นเต้นมากมายในภูมิภาค (TCEB, 2557)

### 1.1.4 ด้านสังคม

จากข้อมูลจาก สำนักงานจังหวัดขอนแก่น (2560) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นศูนย์กลางการประชุมสัมมนา (MICE City) การคมนาคมสะดวกทั้งทางรถยนต์ รถไฟ เครื่องบิน พื้นที่ฟรี WiFi ในที่สาธารณะ จำนวน 661 จุด สิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านี้ ไม่เพียงแต่ส่งเสริมให้เป็นศูนย์กลางไมซ์ในภูมิภาคเท่านั้น ขอนแก่นยังไต่ระดับขึ้นไปถึงระดับสากลอีกด้วย โดยเป็นสื่อกลางในการผสมผสานโอกาสการติดต่อธุรกิจในหมู่ผู้ร่วมงานนานาชาติ อาทิ งานประชุม APEC Ministerial Meeting, International Conference on Humanities and Social Sciences และ Thai-

ASEAN Trade Fair ที่จัดขึ้นท่ามกลางคลื่นอายุวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ การต้อนรับอย่างดีเยี่ยม และอีเวนต์ที่สนุกสนานและน่าตื่นเต้นมากมายในภูมิภาค จึงทำให้มีนักท่องเที่ยวและผู้มาประชุมสัมมนา รวมถึงรายได้จากการท่องเที่ยวมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

มีโรงงานผลิตเอทานอล 2 แห่ง โดยมีกำลังการผลิตจากมันสำปะหลัง 130,000 ลิตร/วัน และจากกากน้ำตาล 150,000 ลิตร/วัน สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิง 667 แห่ง สถานีบริการก๊าซธรรมชาติ (NGV) จำนวน 8 แห่ง สถานีบริการก๊าซ LPG 64 แห่ง และร้านจำหน่ายก๊าซหุงต้ม (LPG) 650 แห่ง

โดยที่จังหวัดขอนแก่น มีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 1,798,014 คน เป็นชาย 888,499 คน คิดเป็นร้อยละ 49.4 ของประชากรทั้งหมด และเป็นหญิง 909,515 คน คิดเป็นร้อยละ 50.6 ของประชากรทั้งหมด ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลมีจำนวน 499,498 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 ส่วนประชากรที่อาศัยอยู่นอกเขตเทศบาลมีจำนวน 1,298,516 คน หรือร้อยละ 72.2 ความหนาแน่นของประชากรทั้งจังหวัดเท่ากับ 162.1 คนต่อตารางกิโลเมตร จำนวนประชากรเฉลี่ยต่อครัวเรือนเท่ากับ 3.1 คน จำนวนบ้าน 588,757

จากผลสำรวจภาวะการทำงานของประชากร ไตรมาส 1/2559 (มกราคม-มีนาคม) พบว่ามีประชากรรวมทั้งสิ้น 1,798,014 คน เป็นผู้ที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไป จำนวน 1,445,524 คน คิดเป็นร้อยละ 80.40 ของประชากรรวมทั้งสิ้น เป็นผู้ที่อยู่ในกำลังแรงงานมีจำนวน 949,434 คน คิดเป็นร้อยละ 65.68 ของผู้มีอายุ 15 ปีขึ้นไป โดยแบ่งเป็นผู้มีงานทำจำนวน 909,558 คน คิดเป็นร้อยละ 95.80 ผู้ว่างงานจำนวน 13,492 คน คิดเป็นร้อยละ 1.42 และผู้ที่รอฤดูกาลจำนวน 26,384 คน คิดเป็นร้อยละ 2.78 ของผู้ว่างงาน ส่วนผู้มีอายุ 15 ปีขึ้นไป ที่ไม่อยู่ในกำลังแรงงานมีจำนวน 496,090 คน คิดเป็นร้อยละ 34.32 ของผู้มีอายุ 15 ปีขึ้นไป แบ่งเป็นกลุ่มทำงานบ้านจำนวน 130,159 คน คิดเป็นร้อยละ 26.24 เรียนหนังสือจำนวน 175,720 คน คิดเป็นร้อยละ 35.42 และอื่นๆ จำนวน 190,211 คน คิดเป็นร้อยละ 38.34 ของผู้ไม่อยู่ในกำลังแรงงาน ส่วนผู้มีอายุที่ต่ำกว่า 15 ปี มีจำนวน 352,490 คน คิดเป็นร้อยละ 19.60 ของประชากรรวมทั้งสิ้น

การมีงานทำ จากจำนวนผู้มีงานทำทั้งสิ้น 909,558 คน เป็นชายจำนวน 502,316 คน คิดเป็น ร้อยละ 55.23 หญิงจำนวน 407,242 คน คิดเป็นร้อยละ 44.77 เมื่อพิจารณาตามประเภทอุตสาหกรรม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นผู้ทำงานในสาขาเกษตรกรรม การป่าไม้ และการประมง มีจำนวน 344,605 คน คิดเป็นร้อยละ 37.89 ของประชากรอายุ 15 ปีขึ้นไปที่มีงานทำ รองลงมาคือ การขายส่ง ขายปลีก การซ่อมแซมยานยนต์และรถจักรยานยนต์ มีจำนวน 163,643 คน คิดเป็นร้อยละ 17.99 การก่อสร้าง มีจำนวน 77,450 คิดเป็นร้อยละ 8.52 การผลิต มีจำนวน 69,889 คน คิดเป็นร้อยละ 7.68 กิจกรรมโรงแรมและการบริการด้านอาหาร มีจำนวน 68,427 คน คิดเป็นร้อยละ 7.52

การจัดหางานในประเทศ มีผู้ขึ้นทะเบียนสมัครงานทั้งสิ้น 3,990 คน ตำแหน่งงานว่าง 3,129 อัตรา ผู้ขึ้นทะเบียนหางานทำได้รับการบรรจุงานจำนวน 3,344 คน คิดเป็นร้อยละ 83.80 ของผู้ขึ้นทะเบียนทั้งหมด มีผู้ลงทะเบียนสมัครงานมีจำนวนทั้งสิ้น 3,990 คน ส่วนใหญ่มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษา จำนวน 1,354 คน คิดเป็นร้อยละ 33.93 รองลงมาคือปริญญาตรี จำนวน 1,223 คน คิดเป็นร้อยละ 30.65 ประถมศึกษาจำนวน 684 คน คิดเป็นร้อยละ 17.14 ระดับ ปวส. จำนวน 442 คน คิดเป็นร้อยละ 11.08 ระดับ ปวช. จำนวน 259 คน คิดเป็นร้อยละ 6.49 ระดับ อนุปริญญา จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 0.15 และระดับอื่นๆ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 0.55

ด้านประกันสังคม ไตรมาสที่ 3 ปี 2558 (ณ เดือนสิงหาคม) มีผู้มาใช้บริการกองทุนเงินทดแทนซึ่งมีอยู่ 5 กรณี คือ เสียชีวิต ทูพพลภาพ สูญเสียอวัยวะบางส่วน หยุดงานเกิน 3 วัน และหยุดงานไม่เกิน 3 วัน รวมทั้งสิ้น จำนวน 47 คน ซึ่งมีผู้ประกันตนที่ใช้บริการสูงสุด แยกเป็นหยุดงานไม่เกิน 3 วัน จำนวน 36 คน คิดเป็น 76.60 รองลงมา คือ หยุดงานเกิน 3 วัน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 21.28 สูญเสียอวัยวะบางส่วนจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.13

ด้านการศึกษา ในปี พ.ศ. 2558 จังหวัดขอนแก่น โรงเรียน จำนวน 1,121 แห่ง แยกเป็นสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน จำนวน 1,091 แห่ง และสังกัดกรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น จำนวน 30 แห่ง

ด้านสาธารณสุข สถานบริการด้านสาธารณสุข มีโรงพยาบาล 31 แห่ง สังกัดสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดขอนแก่น 22 แห่ง มหาวิทยาลัยขอนแก่น 2 แห่ง กระทรวงกลาโหม 1 แห่ง กรมอนามัย 1 แห่ง กรมสุขภาพจิต 1 แห่ง กรมการแพทย์ 1 แห่ง เอกชน 3 แห่ง

ด้านศาสนาและวัฒนธรรม ประชาชนส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ มีสถานที่ประกอบพิธีทางศาสนา 2,357 แห่ง ประกอบด้วย วัด 1,425 แห่ง สำนักสงฆ์ 872 แห่ง โบสถ์คริสต์ 51 แห่ง มัสยิด 8 แห่ง และโบสถ์ซิกข์ 1 แห่ง การดำเนินงานในด้านการส่งเสริม และอนุรักษ์วัฒนธรรม ได้จัดให้มีศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์ จำนวน 127 แห่ง โครงการวัฒนธรรมไทยสายใยชุมชน 45 แห่ง แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม 12 แห่ง ศูนย์เฝ้าระวังทางวัฒนธรรม 79 แห่ง ศูนย์วัฒนธรรมในสถานศึกษา 26 แห่ง องค์กรเครือข่ายทางวัฒนธรรม ประกอบด้วย สภาวัฒนธรรมจังหวัด 1 แห่ง สภาวัฒนธรรมอำเภอ 26 แห่ง สภาวัฒนธรรมตำบล 199 แห่ง สภาวัฒนธรรมหมู่บ้าน 2,337 แห่ง

### 1.1.5 ด้านสินค้าและบริการ

จังหวัดขอนแก่น มีศักยภาพหลากหลายด้านในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ ด้วยความเป็นเมืองเศรษฐกิจขนาดใหญ่ ซึ่งเป็นศูนย์กลางการค้า การลงทุน และคมนาคมขนส่งที่สำคัญของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และยังเป็นศูนย์กลางการพัฒนาอุตสาหกรรมในภูมิภาค ตามแผนนโยบายของรัฐบาลในโครงการ “การพัฒนาพื้นที่ยุทธศาสตร์ตามระเบียงเศรษฐกิจแนวตะวันออก-ตะวันตก (East-West Economic Corridor หรือ EWEC) เชื่อมโยงระหว่าง 5 ประเทศ คือ จีน เวียดนาม ลาว ไทย และพม่า ทำให้ขอนแก่นมีสถานะเป็นประตูสู่อินโดจีน และจีนตอนใต้ ซึ่งจะเป็นศูนย์กลางการค้า การลงทุน และคมนาคมขนส่งของภูมิภาคในอนาคต อีกทั้ง ขอนแก่น กำลังพัฒนาสู่การเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมสีเขียว ขอนแก่นยังเป็นศูนย์กลางราชการ มีหน่วยงานตั้งอยู่กว่า 200 แห่ง ศูนย์รวมสถาบันอุดมศึกษา การแพทย์และสาธารณสุข และยังเป็น 1 ใน 3 จังหวัดของประเทศไทย ที่รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมให้เป็นนครเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารนอกเหนือจากจังหวัดภูเก็ตและเชียงใหม่ มีศูนย์ประชุมมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่ใหญ่ที่สุดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ รองรับผู้เข้าร่วมสัมมนากว่า 3,000 คน มีโรงแรมระดับ 5 ดาวต่าง ๆ กระจายอยู่ทั่วจังหวัด มีสนามบินที่พร้อมให้บริการถึงวันละ 32 เที่ยวบินในอนาคต ซึ่งขณะนี้ ภาครัฐและเอกชน กำลังร่วมกันผลักดันให้สนามบินขอนแก่นพัฒนาเป็นสนามบินนานาชาติอย่างเต็มรูปแบบเพื่อรองรับการขยายตัวทางเศรษฐกิจในอนาคต จากศักยภาพหลายๆ ด้าน ทำให้จังหวัดขอนแก่นถูกเลือกเป็น 1 ใน 5 จังหวัดของประเทศไทย เป็นเมืองแห่ง MICE City ในปัจจุบันมีโรงแรมจำนวน 252 แห่ง มีห้องพักรวมทั้งสิ้น จำนวน 8,163 ห้อง การคมนาคมสะดวก ทั้งทางรถยนต์ รถไฟ เครื่องบิน ซึ่งมีเที่ยวบินวันละ 36 เที่ยวบิน พื้นที่ฟรี WiFi ในที่สาธารณะ จำนวน 661 จุด สิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านี้ ทำให้มีนักท่องเที่ยวและผู้มาประชุมสัมมนา รวมถึงรายได้จากการท่องเที่ยวมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (สำนักงานจังหวัดขอนแก่น, 2559)

พร้อมมีการส่งเสริมและผลักดันให้จังหวัดขอนแก่น เป็นเมืองแห่งเทศกาล หรือ E-vent City โดยนำจุดเด่นของจังหวัดมาผสมผสานกันภายใต้แนวคิด “สืบสานวัฒนธรรม ประเพณี เสริมสร้างพื้นที่ทางเศรษฐกิจ” ผ่านแคมเปญ “OK Khon Kaen” เพื่อก่อให้เกิดการจัดทำ จังหวัดขอนแก่น ดึงดูดความสนใจแก่นักเดินทางกลุ่มไมซ์ทั้งชาวไทยและต่างชาติตลอดทั้งปี เช่น งานเทศกาลหนังเมืองแคน งานมหัศจรรย์พรรณไม้นานาชาติขอนแก่น งานขอนแก่นเคาท์ดาว งานขอนแก่นมาราธอนนานาชาติ งานวันเกษตรภาคอีสาน และงานเทศกาลหมอนไหมนานาชาติ เป็นต้น ซึ่งจะเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจ การใช้จ่าย และการสร้างรายได้ โดยตั้งเป้าหมายสร้างเม็ดเงินภายในจังหวัด 2,000 ล้านบาทต่อปี เพื่อให้จังหวัดขอนแก่นเป็นไมซ์ซิตี้ที่มีการจัดงานระดับนานาชาติได้อย่างยั่งยืน (สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ, 2558)

อีกทั้ง จังหวัดขอนแก่น ยังได้เป็นเจ้าภาพในการจัดงาน “วันท่องเที่ยวโลก 2559 การท่องเที่ยวเพื่อคนทั้งมวล...เข้าถึงอย่างเท่าเทียม” ในวันที่ 26-29 กันยายน 2559 ที่ผ่านมา โดยได้ร่วมมือกับผู้แทนองค์กรภาครัฐและเอกชนร่วมประกาศยืนยันความพร้อมของประเทศไทย ในการเป็นเจ้าภาพจัดงาน ตามที่ได้รับมอบหมายจากองค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nations World Tourism Organization) หรือ UNWTO พร้อมเตรียมรวมพลังบรรณรักษ์ เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงการท่องเที่ยวของคนทั้งมวลอย่างเท่าเทียมและยั่งยืน ตลอดจนใช้โอกาสนี้ โขว์ความงดงามแดนอีสานและศักยภาพเชิงการท่องเที่ยวสู่สายตาประชาคมโลก (กระทรวง การท่องเที่ยวและกีฬา, 2559)

สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ ได้มีการพัฒนาการสร้าง แบรินด์ (Branding) ให้กับทางจังหวัดขอนแก่น เพื่อให้เห็นความชัดเจนเห็นจุดแข็ง เดิมเดิม ความเป็น MICE City ของจังหวัดขอนแก่น ซึ่งขอนแก่นมีความน่าสนใจในความเป็น MICE City ไม่แพ้เมืองใดในประเทศไทย ซึ่งจะพัฒนาต่อยอดได้อีกมากมาย ซึ่งมีความแตกต่างจากอีก 4 เมือง ที่มีความชัดเจนด้านการท่องเที่ยว (กรุงเทพ เชียงใหม่ ภูเก็ต และพัทยา) แต่ขอนแก่นจะมีความ ชัดเจนเรื่องการประชุมสัมมนา ที่เน้นด้านภาคธุรกิจ (เทศบาลนครขอนแก่น, 2559)

จังหวัดขอนแก่นมีแผนการลงทุนพัฒนาเมืองครั้งใหญ่ เพื่อก้าวไปสู่สมาร์ทซิตี้ ทั้งด้านการศึกษา การแพทย์ โครงข่ายโครงสร้างพื้นฐานคมนาคม เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน และระบบขนส่งรถไฟฟ้ามวลเบาในตัวเมืองที่กำลังจะเกิดขึ้นในไม่ช้า การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จึงเห็นศักยภาพประกอบจะยกระดับขอนแก่นให้เป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยว ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ทั้งนี้ คุณยุทธศักดิ์ สุภสร ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กล่าวว่า มีนโยบายที่จะผลักดันการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวของจังหวัดขอนแก่น ให้ก้าวขึ้นเป็น เมืองท่องเที่ยวหลักของประเทศไทย โดยมีเป้าหมายจะเพิ่มจำนวนผู้มาเยี่ยมชมเยือน ทั้งนักท่องเที่ยว ที่มาพักค้างคืนและนักท่องเที่ยว จากปัจจุบันที่มีจำนวน 3.8 ล้านคนต่อปีเพิ่มให้เป็นไม่ต่ำกว่า 5 ล้านคนต่อปี ภายในปี 2560 หรือเพิ่มอีก 1.2 ล้านคนภายใต้กลยุทธ์ “ขอนแก่น โมเดล” ทั้งนี้ ยังเล็งเห็นศักยภาพการพัฒนาในเชิงพื้นที่ของจังหวัดขอนแก่น โดยเฉพาะการเชื่อมโยงโครงข่าย การลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐานของภาครัฐและเอกชน ซึ่งมีโครงการสำคัญหลายโครงการที่กำลัง จะเกิดขึ้น และเอื้อประโยชน์ต่อการขับเคลื่อนด้านการท่องเที่ยวและการเข้าถึงพื้นที่ ไม่ว่าจะเป็น การลงทุนก่อสร้างศูนย์ประชุมและแสดงสินค้าของภาคเอกชนที่จะเปิดให้บริการในช่วงปลายปี หน้า แผนการขยายศักยภาพท่าอากาศยานขอนแก่น การลงทุนโครงข่ายด้านคมนาคม ทำให้ ขอนแก่นมีความโดดเด่นที่สุดในภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ทั้งยังเป็นเมืองที่เชื่อมโยงกับ กลุ่มอนุภาคลุ่มน้ำโขง ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การผลักดันการท่องเที่ยวเชื่อมโยงได้เป็นอย่างดี

การผลักดัน ขอนแก่น โมเดลจะเน้นแนวทางการดำเนินการที่เรียกว่า “New Biz Connect” เพราะด้วยสภาพภูมิศาสตร์ทำให้มีสินค้าด้านการท่องเที่ยวที่จะเป็นจุดขายดึงดูดได้ไม่มาก ทำให้ ททท. ต้องมุ่งสร้างและเชื่อมโยงโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆเข้าสู่พื้นที่ ซึ่งสิ่งที่จะเริ่มดำเนินการได้ทันที คือ การดึงการจัดประชุม สัมมนา และกิจกรรมระดับนานาชาติให้เข้าไปจัดที่ขอนแก่นเพิ่มขึ้น เพื่อรองรับในอนาคตที่เมืองแห่งนี้กำลังจะมีศูนย์ประชุมขนาดใหญ่เปิดให้บริการ โดยเริ่มจากการดึงกิจกรรมบางอย่างของการจัดประชุม “2017 WTTC Annual Global Summit” ซึ่งเป็นงานประชุมประจำปีของสภาการเดินทางและการท่องเที่ยวโลก (World Travel & Tourism Council –WTTC) ในเดือนเมษายน 2560 ที่กรุงเทพฯเป็นเจ้าภาพในการจัดประชุม ดึงบางกิจกรรมหรืออีเวนต์ฟรี-โพสท์ทัวร์ ไปยังขอนแก่น รวมถึงอยู่ระหว่างการพิจารณาว่าอาจจะดึงให้เกิดการจัดงาน Thailand Travel Mart Plus Amazing Gateway to the Greater Mekong Subregion หรือ TTM+ ในปีหน้าที่ขอนแก่น เป็นต้น นอกจากนี้ยังจะส่งเสริมให้มีการเปิดเส้นทางบินตรงจากประเทศเพื่อนบ้านเข้าสู่จังหวัดขอนแก่น ซึ่งได้มอบหมายให้ทางสำนักงานททท. โฮจิมีนทร์ ประเทศเวียดนาม ไปประสานกับทางสายการบินเวียดเจ็ท ถึงความเป็นไปได้ในการเปิดเส้นทางบินฮานอย หรือโฮจิมีนทร์ เข้าสู่ขอนแก่น โดยชูจุดขายการท่องเที่ยวขอนแก่น เชื่อมโยงกับจังหวัดใกล้เคียงอย่างมุกดาหาร นครพนม ปัจจุบันเมืองท่องเที่ยวหลักของไทยที่มีการเดินทางท่องเที่ยวเกิน 5 ล้านคน ล้วนเป็นเมืองท่องเที่ยวเดิม คือ กรุงเทพฯ พัทยา ภูเก็ต สมุย เชียงใหม่ แต่ขอนแก่น โมเดลจะเป็นรูปแบบของการส่งเสริมการท่องเที่ยวในเชิงพื้นที่ ที่มีโอกาสพัฒนาให้เป็นจุดขายใหม่ของเมืองท่องเที่ยวหลักของไทยได้ จากพื้นฐานการพัฒนาศักยภาพในพื้นที่ ซึ่งมีแผนการยกระดับการให้บริการทั้งในแง่ของโครงสร้างพื้นฐานทั้งทางบกและทางอากาศ ทั้งยังเมืองที่โดดเด่นเรื่องของการศึกษา และมีสถานพยาบาล โรงพยาบาลชั้นนำ ที่มีโอกาสพัฒนาให้ขอนแก่นเป็นศูนย์กลางด้านเฮลท์แอนด์เวลเนส ของอาเซียนได้ โดยททท.จะส่งเสริมให้คนจากประเทศเพื่อนบ้านเข้ามาเยือนขอนแก่นได้ โดยชู เรื่องของการศึกษา และการรักษาพยาบาล (หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ, 2559)

การเจริญเติบโตของเมืองขอนแก่น รวมถึงศักยภาพด้าน MICE City ของจังหวัดขอนแก่นซึ่งเป็นกลไกสำคัญที่จะช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจในระดับภูมิภาคและชุมชนท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี โดยขอนแก่นเป็น 1 ใน 5 MICE City ของประเทศ ที่มีศักยภาพความพร้อมทั้งด้านคมนาคมขนส่ง บริการด้าน MICE และความเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมของภูมิภาค ขอนแก่นถือเป็น MICE City ที่มีความพร้อม ในด้านความร่วมมือของทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในเมือง ไม่ว่าจะเป็นจังหวัด เทศบาลนครขอนแก่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น หอการค้า สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ททท. ขอนแก่น และสมาคมท่องเที่ยวขอนแก่น พร้อมใจจะร่วมสร้างเมืองขอนแก่น

ให้เป็น MICE City ที่เข้มแข็ง ซึ่งมีโครงการต่างๆ ที่ทำให้เกิดการพัฒนา เช่น โครงการขนส่งมวลชนระบบรางเบาขอนแก่น (Tram) เพื่อลดปัญหาด้านการจราจรและการศึกษาความเป็นไปได้ในการส่งเสริมให้จังหวัดเป็น MICE City ซึ่งการรวมตัวของนักธุรกิจชาวขอนแก่นถือเป็นมิติใหม่ในการขับเคลื่อนพัฒนาจังหวัด เป็นแรงผลักดันให้โครงการขนาดใหญ่เกิดขึ้นได้ อีกทั้งการสร้างอาคารสถานที่ประชุมที่สามารถรองรับงานในระดับประเทศได้พร้อมที่จะมุ่งมั่นในการพัฒนาและยกระดับสู่การเป็น MICE ที่มีคุณภาพของภูมิภาคเอเชียต่อไป (เทศบาลนครขอนแก่น, 2559)

ซึ่งจากสถิติการเติบโตของอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดขอนแก่น ถือเป็นตัวเลขที่น่าพึงพอใจแต่ สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ มองว่า ขอนแก่นมีศักยภาพประกอบจะเติบโตด้านอุตสาหกรรมไมซ์ได้มากกว่านี้หลายเท่า จึงถือโอกาสเชิญ Gaining Edge บริษัทที่ปรึกษาที่เชี่ยวชาญด้านอุตสาหกรรมไมซ์ ที่มีประสบการณ์ทำงานในหลายประเทศทั่วโลก มาให้ความรู้และร่วมวิเคราะห์การพัฒนาไมซ์ในขอนแก่น พร้อมทั้งมองว่าขอนแก่นมีจุดเด่นต่างจากอีก 4 เมืองไมซ์ในประเทศไทย ที่มีภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวเด่นชัดกว่าความเป็นเมืองสำหรับจัดการประชุมและนิทรรศการ โอกาสของ Khon Kaen MICE City กับ โครงสร้างเศรษฐกิจไทยยุค 4.0 มองว่าอุตสาหกรรมไมซ์ของขอนแก่นสามารถตอบสนองนโยบายดังกล่าวได้ จากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT) ของการชูขอนแก่นเป็นเมืองไมซ์ที่โดดเด่นของประเทศไทย พร้อมหารือการจัดตั้งคณะทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐและเอกชน เพื่อให้การทำงานในการขับเคลื่อนให้อุตสาหกรรมไมซ์มีความคล่องตัวมากยิ่งขึ้น (เทศบาลนครขอนแก่น, 2559)

## 1.2 สถานการณ์ปัจจุบันจากการบริหารจัดการงานอีเวนต์

สถานการณ์ปัจจุบัน และปัญหาที่เกิดขึ้นจากการบริหารจัดการงานอีเวนต์ มีรายละเอียดดังนี้

### 1.2.1 ขั้นเริ่มต้นเตรียมการ (Initiating)

สถานการณ์ปัจจุบันของการเริ่มต้นเตรียมการ (Initiating) คือ

- 1) เริ่มดำเนินการติดต่อกับลูกค้า
- 2) ดำเนินการเริ่มการประชุมก่อนการเริ่มงาน

### 1.2.2 การวางแผน (Planning)

สถานการณ์ปัจจุบันของการวางแผน (Planning Phase) คือ

- 1) วางแผนกำหนดขอบเขตของงาน
- 2) วางแผนต้นทุน
- 3) แผนบุคลากร
- 4) แผนคุณภาพ

- 5) แผนการสื่อสาร
- 6) แผนการบริหารความเสี่ยง
- 7) แผนการจัดซื้อจัดจ้าง
- 8) แผนกำหนดการดำเนินงาน

### 1.2.3 การปฏิบัติงานตามแผน (Executing)

การปฏิบัติงานตามแผน (Executing) ประกอบไปด้วยรายละเอียดดังต่อไปนี้

- 1) การสื่อสารข้อมูลระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง
- 2) การดูแลและปรับเปลี่ยนรายละเอียดโครงการ
- 3) การดำเนินการจัดซื้อจัดจ้าง

### 1.2.4 การกำกับดูแลและควบคุมโครงการ (Monitoring and Controlling)

- 1) การกำกับดูแลและควบคุมความเสี่ยง
- 2) ควบคุมขอบเขตของงาน
- 3) การควบคุมกำหนดการ
- 4) การควบคุมดูแลเรื่องรายละเอียดของสัญญา
- 5) การควบคุมดูแลต้นทุน

### 1.2.5 การปิดงาน/โครงการ (Closing)

- 1) การดำเนินการปิดโครงการ
- 2) รายงานผลงานเสร็จสิ้น
- 3) ดำเนินการเก็บเอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในงานเพื่อเป็นฐานข้อมูล
- 4) รายละเอียดปลีกย่อยอื่นๆ รายละเอียดปลีกย่อยอื่นๆ ในกรณีนี้ได้แก่

การจัดเตรียมเอกสารแสดงความขอบคุณแก่ผู้ช่วยสนับสนุนงาน วิทยากร แขกคนสำคัญ อาสาสมัคร และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่ช่วยกันสร้างงาน

## 1.3 สถานการณ์ปัจจุบัน ปัญหาที่เกิดขึ้นในการบริหารจัดการงานอีเวนต์

### 1.3.1 ช่วงก่อนจัดงาน

ในช่วงก่อนจัดงาน จำเป็นต้องมีการประชาสัมพันธ์ต่างๆ ของงานอีเวนต์ ซึ่งขอนแก่น ถือเป็นโมเดลที่ดีที่มีความพร้อม ในด้านความร่วมมือของทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในเมือง ไม่ว่าจะเป็นจังหวัด เทศบาล สถานศึกษา หอการค้า สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสมาคมท่องเที่ยวขอนแก่น พร้อมใจจะร่วมสร้างเมืองขอนแก่น ให้เป็นโมเดลที่ดีที่เข้มแข็ง พร้อมเชื่อมโยงกลุ่มประเทศลุ่มน้ำโขง หลังการลงนามข้อตกลงความร่วมมือกับจังหวัด TCEB ได้มีการตั้ง งานอีสานบู๊คแฟร์ งานแสดงสินค้าด้านอาหารและ

บริการ งานประชุมระดับภูมิภาคของหอการค้าไทย ในหัวข้อ CLMV เข้ามาจัดในจังหวัด และร่วมพัฒนาระดับ งานเทศกาลใหม่ประจำปีให้มืองค์ประกอบทางด้านการค้าขายระหว่างประเทศ ในอนุภาคลุ่มน้ำโขง ซึ่งสอดคล้องไปกับการวาง Position ของเมือง ที่จะเป็นจุดยุทธศาสตร์ ในการเชื่อมโยงเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจแนวตะวันออก-ตะวันตก (East-West Economic Corridor: EWEC) เน้นการใช้เส้นทางทางบกให้เกิดประโยชน์สูงสุด ในการสร้างงานแสดงสินค้า และการลงทุน ดังนั้นการกระตุ้นตลาดไมซ์จะช่วยยกระดับภาคบริการและพัฒนาธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานไปในตัว

### 1.3.2 ช่วงที่ดำเนินการจัดงาน

ช่วงที่ดำเนินการจัดงาน จำเป็นต้องมีการส่งเสริมการจัดกิจกรรมรองรับงาน MICE ซึ่งการส่งเสริมกิจกรรมเพื่อรองรับ MICE ปัจจุบันจังหวัดขอนแก่นมีการเตรียมความพร้อม เพื่อการรองรับอุตสาหกรรมไมซ์ค่อนข้างมาก และมีกิจกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ เพิ่มมากขึ้น โดยกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบผจญภัยที่มีเพิ่มมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็น กิจกรรมปีนเขา ปีนจักรยาน เป็นต้น ส่วนในด้านของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ที่เป็นจุดเด่นของจังหวัดขอนแก่น ไม่ว่าจะเป็นเส้นทางท่องเที่ยวตามรอยวรรณกรรมสินไซ เที่ยวชมศิลปวัฒนธรรมอีสาน แบ่งเป็นเส้นทางภายในจังหวัดและเส้นทางเชื่อมโยงกลุ่มจังหวัด ร้อยแก่นสารสินธุ์ นอกจากนี้ ยังมีสถานที่ที่สามารถจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมเพิ่มเติมมา อย่างเช่น พื้นที่ทางวัฒนธรรมริมบึงสีฐาน มหาวิทยาลัยขอนแก่น บ้านเรือนไทย พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พระธาตุนองแวง เป็นต้น

### 1.3.3 ช่วงหลังจากการจัดงาน

ช่วงหลังจากการจัดงาน จำเป็นต้องมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยว และอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### (1) สถานที่ท่องเที่ยว

ผู้ว่าราชการจังหวัดขอนแก่น กล่าวว่า ในอนาคตทางจังหวัดขอนแก่น มีแนวคิดจะเชื่อมโยงเมืองท่องเที่ยวหลัก สิงคโปร์ หนานหนิง ขอนแก่น และนำแบบอย่าง การท่องเที่ยวสิงคโปร์มาปรับใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวขอนแก่น พร้อมกับเตรียมพัฒนา แหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ โดยร่วมกับมหาวิทยาลัยขอนแก่นจัดทำสวนกัลปพฤกษ์ บริเวณรอบ อ่างเก็บน้ำค่ายเปรม ดิณสุตานนท์ ซึ่งปัจจุบันมีการปลูกไปแล้วทั้งสิ้น 19,999 ต้น พร้อมกับปรับปรุง สถานที่สำคัญของจังหวัดให้มีความสวยงาม โดยนำต้นไม้ประจำจังหวัด คือ ต้นราชพฤกษ์หรือ ต้นคูณ มาปลูกประดับทั่วเมือง นำเสนอภาพลักษณ์และภูมิทัศน์ที่สวยงาม สร้างแหล่งท่องเที่ยว เชิงไมซ์ใหม่ที่เป็นเอกลักษณ์ โดยปีหน้ามีแนวคิดจะจัดโครงการประกวดภาพถ่ายต้นคูณที่สวยงามที่สุด หรือ มีขนาดใหญ่ที่สุดในจังหวัด นอกจากนี้ยังมีการพัฒนาแอปพลิเคชันข้อมูลพื้นฐานของจังหวัด

เพื่อให้นักท่องเที่ยวและนักเดินทางกลุ่มไมซ์เข้าถึงข้อมูลได้สะดวกสบายขึ้น (ถ้าจร ถาวรสถิตย์, 2557)

## (2) สิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว

หอการค้าจังหวัดขอนแก่นได้ร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) มีแผนที่จะสร้างแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมระดับอาเซียน ภายใต้ชื่อ "อาเซียนเวิลด์" บนเนื้อที่ประมาณ 1,600 ไร่ บริเวณบึงทุ่งสร้าง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น ซึ่งเป็นพื้นที่ที่อยู่ในความรับผิดชอบของเทศบาลนครขอนแก่น คาดว่าจะใช้เม็ดเงินลงทุนไม่ต่ำกว่า 1,000 ล้านบาท รูปแบบการลงทุน จะพัฒนาให้เป็นศูนย์รวมสถาปัตยกรรม แหล่งท่องเที่ยวด้านอาหาร วัฒนธรรมของประเทศในกลุ่มอาเซียน 10 ประเทศ ขณะนี้อยู่ระหว่างให้มหาวิทยาลัยขอนแก่นศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ คาดว่าจะได้ข้อสรุปภายในต้นปี 2557 ซึ่งโครงการนี้จะเป็นแม่เหล็กใหม่ของการท่องเที่ยว เพื่อรองรับการเป็นศูนย์กลางจัดประชุมและสัมมนาระดับนานาชาติในอีก 3 ปีข้างหน้า และจะสามารถสร้างอุตสาหกรรมต่อเนื่องได้อีกจำนวนมาก (หอการค้าจังหวัดขอนแก่น, 2559)

โครงการศูนย์ประชุมและแสดงสินค้า Khon Kaen Convention Exhibition Center เป็นศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติใหญ่แห่งใหม่ในจังหวัดขอนแก่น ตั้งอยู่ริมถนนมิตรภาพ ข้างห้างสรรพสินค้าเทสโก้โลตัสขอนแก่น ให้บริการสถานที่จัดประชุมและแสดงสินค้านครบวงจรด้วย Exhibition Hall ขนาดใหญ่ 4 ห้อง และห้องประชุมประชุมขนาดมาตรฐาน 7 ห้อง พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกมากมาย ออกแบบตามเอกลักษณ์จังหวัดขอนแก่น บนพื้นที่ขนาด 43,553 ตารางเมตร โดยแบ่งเป็นอาคารศูนย์ประชุมและแสดงสินค้า 2 ชั้น ขนาด 26,196 ตารางเมตร และลานจอดรถและสิ่งปลูกสร้างอื่น ๆ อีก 17,357 ตารางเมตร บริหารงานโดยบริษัท ซีพีแลนด์ จำกัด (มหาชน) ผู้บริหารบริษัท ซีพีแลนด์ จำกัด (มหาชน) แสดงจุดยืนการเข้าร่วมพัฒนาจังหวัดในการเป็นเมืองแห่งอุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาคอาเซียน โดยนายศัลย์ มูลศาสตร์ รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท ซีพีแลนด์ จำกัด (มหาชน) ได้กล่าวถึงศักยภาพจังหวัดขอนแก่นในฐานะเมืองที่เป็นศูนย์กลางในทุก ๆ ด้าน ทั้งด้านการค้าการลงทุน การศึกษา การแพทย์ ตลอดจนการจัดประชุมสัมมนาและแสดงสินค้า เนื่องจากได้รับการคัดเลือกให้เป็น MICE City จากสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) และซีพีเองก็ได้เห็นศักยภาพจุดนี้จึงเกิดเป็นโครงการ Khon Kaen Convention Exhibition Center โดยที่ประชุมได้ร่วมหารือแนวทางการพัฒนาจังหวัดร่วมกันระหว่างภาครัฐ ท้องถิ่น และภาคเอกชน และได้ร่วมคาดการณ์ปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นจากการเติบโตของเมือง อาทิเช่น ปัญหาด้านการจราจร ระบบระบายน้ำ

เป็นต้น ร่วมหาทางออกของปัญหาต่าง ๆ ร่วมกัน ทั้งนี้ ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้า Khon Kaen Convention Exhibition Center อยู่ในระหว่างการก่อสร้าง และคาดว่าจะเปิดให้บริการได้ในปี 2560

ห้องประชุมและสัมมนา ห้องสิริคุณากร 3 ชั้น 2 อาคารสิริคุณากร มหาวิทยาลัยขอนแก่น ได้รับมอบตราสัญลักษณ์การรับรองมาตรฐานสถานที่จัดงาน ประเทศไทย (Thailand MICE Venue Standard) จากสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ ทีเส็บ (TCEB) ในการประชุมว่าด้วยมาตรฐานห้องประชุมอาเซียน 1st Special Meeting on ASEAN MICE Venue Standard (AMVS) Category: Meeting Room ประเภทหน่วยงานภาครัฐ สามารถเป็นสถานที่จัดงานไมซ์ (MICE) ไทย เป็นต้นแบบในการพัฒนามาตรฐานของอาเซียนทั้งภูมิภาค ทั้งนี้ห้องประชุมดังกล่าวจะปรากฏอยู่ในรายชื่อสถานประกอบการไมซ์ (MICE) ที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน (Approved list) และจะได้รับการประชาสัมพันธ์ไปทั่วโลกในฐานะสถานที่จัดงานไมซ์ที่ได้มาตรฐานสากล นับเป็นความสำเร็จของมหาวิทยาลัยขอนแก่น ในดำเนินงานตามยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยเสาหลักที่ 1 Green and Smart Campus เป็นองค์กรที่มีการบริหารจัดการอย่างชาญฉลาด นำความภาคภูมิใจมาสู่ประชาคมขามหาวิทยาลัยขอนแก่น เป็นอย่างยิ่ง (ธัญญา ภัคดี, 2558)

#### 1.4 สถานการณ์ปัจจุบัน และปัญหาที่เกิดขึ้นจากการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน เพื่อขับเคลื่อนสู่การจัดงานอีเวนต์

##### 1.4.1 ความร่วมมือ (Partnership)

สถานการณ์ปัจจุบัน ความร่วมมือ (Partnership) จากการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานเพื่อขับเคลื่อนสู่การจัดงานอีเวนต์ มีหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนให้ความร่วมมือ ดังนี้

- 1) ภาครัฐ มีรายละเอียดดังนี้
  - 1.1) สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)
  - 1.2) สมาคมการแสดงสินค้าไทย
  - 1.3) สมาคมส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติไทย
  - 1.4) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานจังหวัดขอนแก่น
  - 1.5) การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดขอนแก่น
  - 1.6) จังหวัดขอนแก่น
  - 1.7) กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม
  - 1.8) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ฯลฯ
- 2) ภาคเอกชน มีรายละเอียดดังนี้
  - 2.1) ธุรกิจรับจัดงาน (Organizer)

- 2.2) ธุรกิจจัดงานประชุมอย่างมืออาชีพ (Professional Conference Organizer) (PCO)
- 2.3) ธุรกิจจัดงานนิทรรศการอย่างมืออาชีพ (Professional Exhibition Organizer) (PEO)
- 2.4) ธุรกิจรับจัดการไมซ์ภายในท้องถิ่น (Destination Management Company) (DMC)
- 2.5) ธุรกิจจัดงานอีเวนต์อย่างมืออาชีพ (Event Management Company) (EMC)
- 2.6) ธุรกิจสถานที่จัดงาน (Venues)
- 2.7) ธุรกิจที่พักแรม (Accommodation)
- 2.8) ธุรกิจภัตตาคารและผู้จัดหาอาหาร (Restaurant and Caterers)
- 2.9) ธุรกิจผลิตหรือจำหน่ายของที่ระลึก (Souvenir Suppliers)
- 2.10) ธุรกิจการจัดการด้านการท่องเที่ยว (Tour Operator)
- 2.11) ธุรกิจนำเที่ยว (Tour Agency)
- 2.12) ธุรกิจโลจิสติกส์และการขนส่งสินค้า (Logistics and Freight Handling Agent)
- 2.13) ธุรกิจคมนาคม (Transportations)
- 2.13.1) สายการบิน (Airlines)
- 2.13.2) รถแท็กซี่ (Taxi)
- 2.13.3) รถประจำทาง (Bus)
- 2.13.4) รถเช่าส่วนบุคคล
- 2.14) ธุรกิจล่ามหรือผู้แปลภาษาต่างประเทศ (Interpreters)
- 2.15) ธุรกิจให้เช่าเครื่องอุปกรณ์ระบบภาพ แสงและเสียง (Audio Visual Equipment Suppliers)
- 2.16) ธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT Company)
- 2.17) ธุรกิจงานไฟฟ้า (Electricity Equipment)
- 2.18) ธุรกิจรักษาความปลอดภัย (Security Guards)
- 2.19) ธุรกิจจัดหาพนักงานชั่วคราว (Temporary Staff Agencies)
- 2.20) ธุรกิจพิมพ์งานและถ่ายเอกสาร (Printing House)
- 2.21) ธุรกิจทำความสะอาด (Cleaning Company)

2.22) ธุรกิจให้เช่าอุปกรณ์เฟอร์นิเจอร์ (Furniture Rental)

2.23) ธุรกิจรับแลกเปลี่ยนเงินตรา (Monetary Agencies)

2.24) ธุรกิจรับทำโฆษณาและสื่อประชาสัมพันธ์ (Advertising Agencies / PR Company / Media)

2.25) ธุรกิจบริการออกแบบเว็บไซต์ (Special Software Suppliers)

2.26) ธุรกิจผลิตแผนที่ (Map Producers)

2.27) ธุรกิจจัดดอกไม้ (Service Provider)

2.28) ธุรกิจถ่ายภาพ

#### 1.4.2 นโยบาย (Policy)

นโยบาย (Policy) แผนยุทธศาสตร์ นโยบาย ภาครัฐที่เกี่ยวข้องของระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่น มีดังนี้

1) **สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน): สสปน. หรือ TCEB**

##### วิสัยทัศน์

“ประเทศไทยเป็นจุดหมายหลักในการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดงานแสดงสินค้าระดับโลกในภูมิภาคเอเชีย”

##### พันธกิจ

1) กำหนดนโยบาย และมาตรการในการส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย

2) ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ธุรกิจการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย

3) เป็นตัวแทนของประเทศในการจัดทำข้อเสนอเพื่อขอรับเป็นเจ้าภาพในการจัดงาน

4) เป็นศูนย์ข้อมูลและให้บริการข้อมูล รวมทั้งให้คำปรึกษาและคำแนะนำด้านการส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย

5) สนับสนุนหรือจัดการสัมมนาฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรเกี่ยวกับธุรกิจการจัดประชุมเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย

6) กำหนดมาตรฐานและรับรองคุณภาพของผู้ประกอบธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย

7) เป็นศูนย์ประสานงานและอำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบธุรกิจการจัดประชุมเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย

8) พัฒนาโครงการที่จำเป็นต่อการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย ภายใต้การสนับสนุนจากรัฐบาล

9) ให้การสนับสนุนแก่หน่วยงานต่างๆ ในการจัดการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดนิทรรศการในประเทศไทย

10) กระทำการอื่นใดที่จำเป็นหรือต่อเนื่องให้บรรลุวัตถุประสงค์ของสำนักงานนโยบายหลักที่เป็นพื้นฐานของการบูรณาการงานไมซ์ทั้งระบบ

1) การสร้างความร่วมมือกับภาครัฐและเอกชนในการร่วมผลักดันอุตสาหกรรมไมซ์ไทย โดยที่เสี่ยจะไม่สามารถดำเนินงานได้อย่างมีคุณภาพสูงสุด หากไม่ได้รับความร่วมมือจากภาครัฐและเอกชนในการร่วมกันผลักดันและพัฒนา อุตสาหกรรมไมซ์ จึงเน้นการทำงานเป็นทีมเวิร์คแบบไทยทีม ร่วมคิดงาน ร่วม โปร โมทงาน โดยมีแผนงานที่จะจัดประชุมร่วมกับภาครัฐละภาคเอกชนเพื่อระดมความคิดเห็นใน การสร้างแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์โดยจะร่วมกันจัดทำแผนการตลาด ประชาสัมพันธ์และพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรม

2) ตลาด Digital MICE เป็นช่องทางสื่อสารหลักของกลุ่มเป้าหมายไมซ์ทั่วโลก และพัฒนาเนื้อหาให้มีความน่าสนใจอยู่ตลอดเวลา มีการอัปเดตข้อมูลสำคัญอย่าง ต่อเนื่อง ซึ่งจะเป็นส่วนสำคัญในการสร้างการรับรู้ได้มากยิ่งขึ้น เพราะหาก TCEB เป็นที่รับรู้ในหมู่ประชาชนมากขึ้น การประสานงานกับพันธมิตร หรือการได้รับความช่วยเหลือจากภาคส่วนอื่นๆ และประชาชนทั่วไป ก็จะมีความสะดวก รวดเร็ว สร้างความประทับใจแก่นักเดินทางกลุ่มไมซ์จากทั่วโลก

3) การดำเนินงานระดับเมกะโปรเจค (Mega Project) โดยการดำเนินงานเมกะโปรเจคมาจัดในประเทศไทยนั้น ขึ้นอยู่กับภูมิภาคที่เมกะโปรเจคจะมีการจัดขึ้นทั้งนี้ ผู้ประกอบการ ภาครัฐต้องทำงานเป็นระบบ ทำให้จุดหมายปลายทางและสถานที่ท่องเที่ยวทั่วประเทศมีความปลอดภัย ความสะดวกสบาย อาหารการกินดี ซึ่งถือเป็นองค์ประกอบสำคัญในการดึงงานเมกะโปรเจคเข้ามายังประเทศ นอกจากนี้ ทุกภาคส่วนจำเป็นต้องเร่งรัดแผนงานพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและเครือข่ายโทรคมนาคม อาทิ รถไฟฟ้าขนส่งมวลชนและระบบสื่อสารความเร็วสูงสายเพิ่มเติมให้เสร็จสมบูรณ์โดยเร็ว

4) การทำการตลาดเชิงรุกการสร้างความเข้มแข็งด้านการตลาดเป็นสิ่งสำคัญ ทั้งการสร้างช่องทางการตลาดใหม่ ๆ การบูรณาการฐานข้อมูลเพื่อภารกิจ การสร้างศูนย์บริการ ข้อมูลไมซ์ครบวงจร เป็นต้น ซึ่งก้าวต่อไปจากนี้ สสพ. จะมุ่งเน้นเจาะตลาดด้วยการหาหน่วยงาน ร่วมเพื่อเป็นพันธมิตร รวมถึงประสานความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน อาทิ กระทรวง การท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการต่างประเทศ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และบริษัท การบินไทย เพื่อมาร่วมจัดทำแผนส่งเสริมการตลาดไมซ์ร่วมกันระดับนานาชาติ ดังเช่น โครงการที่กำลังดำเนินอยู่ คือ “OptiMICE Pass Package” ที่ TCEB ร่วมทำกับบริษัทการบินไทย เพื่อเจาะตลาดไมซ์ในสิงคโปร์ เป็นต้น

5) การพัฒนาศูนย์ข้อมูล MICE Intelligence Center โดยปัจจุบันเป็นยุคของ ข้อมูลข่าวสาร ที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาและส่งเสริมธุรกิจ ทั้งนี้ TCEB ต้องหาจุดยืนและพัฒนา งานบริการที่สามารถเป็นหลักให้กับทุกภาคส่วนได้ โดยการสานต่อและพัฒนาการทำงานด้านนี้ นับว่าเป็นสิ่งสำคัญที่จะสร้างความแตกต่างและเป็นที่ยึดสำคัญให้กับภาคเอกชนและอุตสาหกรรม ไมซ์ของประเทศไทยได้เป็นอย่างดี

#### **กลยุทธ์แผนแม่บทระยะ 5 ปีของ TCEB**

สสพ. ได้วางแผนการดำเนินงานหลักในระยะ 5 ปี โดยมุ่งเน้นสร้างการเติบโต และการพัฒนาอุตสาหกรรมการจัดงานกิจกรรมทางธุรกิจที่สร้างสรรค์และคุ้มค่าในประเทศไทย อย่างไม่หยุดยั้ง โดยแผนการดำเนินงานประกอบไปด้วยการเตรียมความพร้อมของภาคเอกชน เพื่อสอดคล้องกับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี พ.ศ. 2558 รวมไปถึงการเพิ่มการลงทุน ในการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และงานแสดงสินค้าระดับชาติและนานาชาติ และ เสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันของประเทศไทยในเวทีโลก วางเป้าหมายหลักเพื่อเพิ่มรายได้และ ยกกระดับประเทศไทยในฐานะศูนย์กลางการจัดงานกิจกรรมทางธุรกิจในภูมิภาคเอเชียภายในปี พ.ศ. 2559 และแบ่งการดำเนินการออกเป็น 3 ส่วนหลัก ดังนี้

1. เพิ่มความสามารถในการดึงดูดและชนะการเสนอราคาในการจัดงานกิจกรรม ทางธุรกิจนานาชาติในประเทศไทย
2. ส่งเสริมประเทศไทยให้เป็นจุดหมายปลายทางสำหรับการติดต่อธุรกิจ
3. พัฒนาศักยภาพของประเทศในการจัดงานอีเวนท์ที่เป็นเอกลักษณ์และ สร้างความประทับใจได้

#### **กลยุทธ์การดึงดูดงานเข้าประเทศ**

ยุทธศาสตร์ที่ 1: ควบรวมตลาดเดิมและขยายไปยังตลาดเป้าหมายใหม่

### กลยุทธ์การส่งเสริม

ยุทธศาสตร์ที่ 2: ส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับการจัดงานไมซ์ โดย “เป็นตัวเลือกรายแรก” ในเอเชีย

### กลยุทธ์การพัฒนา

ยุทธศาสตร์ที่ 3: กระตุ้นการเติบโตของตลาดไมซ์ในประเทศ

ยุทธศาสตร์ที่ 4: พัฒนา “จังหวัดที่เหมาะสมสำหรับการจัดงานไมซ์ต่างๆ เพื่อให้ประเทศไทยกลายเป็นผู้นำอุตสาหกรรมในภูมิภาค

ยุทธศาสตร์ที่ 5: สร้างความแตกต่างให้กับตลาดไมซ์ของประเทศไทย และเพิ่มมูลค่าจากความคิดสร้างสรรค์และความคิดแปลกใหม่ไม่เหมือนใคร

ยุทธศาสตร์ที่ 6: พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่รองรับการจัดงานไมซ์ที่แข็งแกร่ง เพื่อคงความได้เปรียบทางการแข่งขันในระดับสากล

ยุทธศาสตร์ที่ 7: สร้างเครือข่ายบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ให้แข็งแกร่งทั้งในระดับชาติและนานาชาติ

ยุทธศาสตร์ที่ 8: เพิ่มบทบาทและพัฒนาศักยภาพของ สสป. ทั้งภายในและนอกประเทศ

## 2) สมาคมการแสดงสินค้าไทย (Trade Exhibition Association (Thai): TEA)

วัตถุประสงค์หลักของสมาคมการแสดงสินค้าไทย

1) เพื่อเป็นตัวแทนของคนส่วนใหญ่ของอุตสาหกรรมการจัดนิทรรศการไทย ในองค์กรท้องถิ่นและนานาชาติต่างๆ

2) เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมการจัดนิทรรศการของไทยทั่วโลก

3) ปรีกษาหน่วยงานราชการต่างๆและหน่วยงานที่ไม่ใช่ภาครัฐอื่น ๆ ในการพัฒนาและปรับปรุงโครงสร้าง

4) การพัฒนาโปรแกรมการฝึกอบรมเฉพาะอุตสาหกรรมและให้ความช่วยเหลือในการพัฒนาหลักสูตรมหาวิทยาลัยจะดำเนินการ โดยกลุ่มเก่าเลือกตั้งสภาผู้แทนราษฎรจากทุกประเภทของการจัดนิทรรศการที่เกี่ยวข้องกับองค์กรในประเทศ

### 3) สมาคมส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ (ไทย) (Thailand Incentive and Convention Association: TICA)

#### วิสัยทัศน์

ความร่วมมือเพื่อการพัฒนาของไทยมีประสิทธิภาพ และสร้างสรรค์เป็นที่ยอมรับในเวทีระหว่างประเทศ ในการเสริมสร้างความสัมพันธ์ และการพัฒนาที่ยั่งยืน เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการเสริมสร้างความสุขของประชาคมโลก

#### พันธกิจ

- 1) การส่งเสริมให้ไทยเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้
- 2) การพัฒนาและปรับปรุงการบริหารจัดการรูปแบบการดำเนินงาน และบุคลากรให้มีขีดความสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 3) การบูรณาการ/ประสานงานนโยบายความร่วมมือระหว่างประเทศในภาพรวมให้เป็นเอกภาพ
- 4) การพัฒนารูปแบบของกรอบความร่วมมือใหม่ ๆ
- 5) การบริหารความร่วมมือเพื่อการพัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพและสร้างสรรค์

#### บทบาท

- 1) ส่งเสริมความร่วมมือแบบได้-ได้ และเหนือ-ได้-ได้ ภายใต้ความร่วมมือหุ้นส่วนกับแหล่งความร่วมมือต่าง ๆ องค์กรระหว่างประเทศ และองค์กรเอกชนต่างประเทศ เพื่อการพัฒนาในประเทศต่าง ๆ ในภูมิภาค
- 2) บริหารงานความร่วมมือเพื่อพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ รวมทั้งการให้ทุนศึกษา ฝึกอบรม ศึกษาน กับประเทศกำลังพัฒนา ปีละกว่า 1500 ทุน
- 3) ดำเนินการ โครงการ ผู้เชี่ยวชาญ และอาสาสมัครไทยเพื่อปฏิบัติงานในต่างประเทศ
- 4) จัดหาทุนสนับสนุนให้หน่วยราชการ และภาคเอกชนไทยในการจัดฝึกอบรมให้กับประเทศกำลังพัฒนาต่าง ๆ
- 5) อำนวยความสะดวกแก่ผู้รับทุนรัฐบาลไทย
- 6) ให้คำปรึกษาแก่คู่ร่วมมือต่างประเทศเกี่ยวกับการศึกษาในประเทศไทย
- 7) อำนวยความสะดวกด้านสิทธิพิเศษและพิธีการภาษีให้แก่โครงการความร่วมมือเพื่อการพัฒนา
- 8) บริหารงานพัสดุดตามโครงการความร่วมมือเพื่อพัฒนากับต่างประเทศ รวมทั้งควบคุมและตรวจสอบการใช้พัสดุให้เป็นไปตามระเบียบ และข้อตกลง

#### 4) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

##### วิสัยทัศน์

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นผู้นำในการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม (Preferred Destination) อย่างยั่งยืน” วิสัยทัศน์สะท้อนถึงความมุ่งหมายของ ททท. ในการเป็นผู้นำที่จะส่งเสริมให้ประเทศไทยมุ่งสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต่างชาติและนักท่องเที่ยวไทยนึกถึงและเลือกมาท่องเที่ยวเป็นอันดับต้นๆของโลก และผลักดันการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืนภายในปี 2564

##### พันธกิจ

1. ส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์เพื่อเน้นคุณค่าการท่องเที่ยวของประเทศไทย
2. ขับเคลื่อนห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพื่อสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว สร้างมูลค่าเพิ่ม และกระจายรายได้อย่างยั่งยืน
3. พัฒนาข้อมูลเชิงลึกด้านความต้องการของตลาดท่องเที่ยว
4. พัฒนาให้ ททท. เป็นองค์กรสมรรถนะสูง (High Performance Organization) ด้านการตลาดการท่องเที่ยวของประเทศไทย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย)

##### หัวใจของแผนการตลาดปี 2560

มุ่งสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม (Preferred Destination) อย่างยั่งยืน ด้วยการเพิ่ม รายได้ทางการท่องเที่ยวควบคู่กับการสร้างความยั่งยืนทางการท่องเที่ยว โดยเน้นสร้างความเข้มแข็ง ภายในประเทศ แล้วจึงเชื่อมต่อเศรษฐกิจไทยเข้ากับเศรษฐกิจโลกอย่างมีประสิทธิภาพด้วย วิถีไทย ผ่านการส่งมอบประสบการณ์เอกลักษณ์เฉพาะถิ่น (Local Experience) ที่สามารถเพิ่มคุณค่าและสร้างมูลค่าให้กับการท่องเที่ยวไทย อันจะเป็นฟันเฟืองสำคัญในการสร้างความ เข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานรากและกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น เพื่อให้คนในท้องถิ่นเกิดความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นหัวใจของการพัฒนาเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

##### เป้าหมายรายได้ภาพรวม

สำหรับในปี 2560 คาดว่าประเทศไทยจะยังคงรักษาอันดับรายได้ทางการท่องเที่ยวให้อยู่ ในอันดับ 1 ใน 3 ของเอเชียต่อไปได้ โดยกำหนดเป้าหมายรายได้รวมทางการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ร้อยละ 10 โดยเป็นรายได้ที่เกิดจากตลาดต่างประเทศเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 และตลาดในประเทศ เพิ่มขึ้นร้อยละ 10

### ตลาดต่างประเทศ

เป้าหมายการส่งเสริมตลาดต่างประเทศ : กำหนดเป้าหมายรายได้ภาพรวมเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 โดยให้ตลาดระยะใกล้และระยะกลาง คือ ตลาดเอเชียและแปซิฟิกใต้ และตลาดระยะกลางและระยะไกล คือ ยุโรป อเมริกา ตะวันออกกลาง และแอฟริกา เดิมโตเท่ากันในอัตราร้อยละ 10 ทั้งนี้ ให้นำน้ำหนักสัดส่วนรายได้จากตลาดเอเชียและแปซิฟิกใต้ร้อยละ 76 ขณะที่ตลาดยุโรป อเมริกา ตะวันออกกลาง และแอฟริกา อยู่ที่สัดส่วนร้อยละ 24

### ทิศทางหลักการส่งเสริมตลาดต่างประเทศ

มุ่งเน้นให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยว ที่เป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วโลก ปรับโครงสร้างตลาดนักท่องเที่ยว สู่กลุ่มตลาดระดับกลาง-บน และสร้างรายได้อย่างยั่งยืนจากการเติบโตของค่าใช้จ่ายมากกว่าจำนวน ของนักท่องเที่ยว ด้วยการต่อยอดวิถีไทย ซึ่งเป็น จุดแข็งที่แตกต่าง ลงลึกมากขึ้นสู่ประสบการณ์วิถี ท้องถิ่นไทย (Unique Local Experience) เชิญชวนให้นักท่องเที่ยวต่างชาติที่ชื่นชอบความเป็นของแท้ ที่คงเอกลักษณ์ดั้งเดิม (Authenticity) มาชื่นชม ทுகองค์ประกอบของความเป็นไทย ทั้งในเมืองใหญ่ และเมืองเล็กที่มีวิถีแตกต่างกัน โดยใช้ Content Marketing นำเสนอเรื่องราวประสบการณ์วิถี ท้องถิ่นไทยสู่เวทีโลก ภายใต้อแคมเปญ ‘Discover Amazing Stories in Amazing Thailand’ โดยจะ ดำเนินงานภายใต้ 4 ทิศทางหลัก ประกอบด้วย

1) เจาะตลาดนักท่องเที่ยวใหม่ ในเชิงกลุ่มตลาดเพื่อปูพื้นฐานลูกค้ากลุ่มใหม่แทนที่ลูกค้าเดิม โดยเฉพาะในพื้นที่ตลาดหลัก เช่น กลุ่มนักเรียน และนักศึกษา กลุ่ม Gap Year กลุ่มผู้เริ่มทำงานใหม่ กลุ่ม Young Executive และกลุ่มมุสลิม รวมถึง เจาะตลาดเชิงพื้นที่ในประเทศที่เศรษฐกิจยังคงเติบโตได้ดีในสภาวะการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก อาทิ กลุ่มลาตินอเมริกา (บราซิล อาร์เจนตินา เม็กซิโก) ยุโรปตะวันออก (เช็ก โปแลนด์ ฮังการี โรมาเนีย CIS - คาซัคสถาน อุซเบกิสถาน ยูเครน) ตะวันออกกลาง (อิหร่าน กาตาร์) พม่า รวมทั้ง พื้นที่เมืองรองในตลาดหลัก อาทิ อินเดีย (ลัคเนา, จัยปูร์, จันดิการ์) จีน (เช่น ชิงเต่า, ชูโจว, หนานจิง ฯลฯ)

2) ขยายฐานตลาดที่มีศักยภาพในการใช้จ่าย ในกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวทั่วไปที่มีรายได้ระดับ กลาง-บน (รายได้ต่อคนตั้งแต่ 20,000 เหรียญ สหรัฐต่อคนต่อปีขึ้นไป) ซึ่งเป็นกลุ่มตลาดที่มี แนวโน้มขยายตัวต่อเนื่อง โดยเฉพาะในตลาดหลัก เช่น จีน อินเดีย รัสเซีย สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร ฯลฯ โดยจะนำเสนอสินค้าและบริการ ท่องเที่ยวคุณภาพและหรูหราเหนือความคาดหมาย (Luxury) นอกจากนี้ยังมุ่งขยายฐานตลาดกลุ่ม นักท่องเที่ยวความสนใจพิเศษที่มีแนวโน้มใช้จ่ายสูง 4 กลุ่มหลักต่อเนื่องจากปี 2559 ได้แก่ กลุ่มฮันนิมุน และแต่งงาน กลุ่มสุขภาพและความงาม กลุ่ม นักท่องเที่ยวที่สนใจวิถีชีวิตและสิ่งแวดล้อม (Green Tourism) ซึ่งนิยม

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ Soft Adventure และการท่องเที่ยวชุมชน และกลุ่มท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยเน้นกีฬาที่กำลังได้รับความนิยมและมีฐานตลาดใหญ่ ได้แก่ จักรยานมาราธอน มวยไทย ไตรกีฬา

3) กระตุ้นการใช้จ่ายและรักษาฐานตลาดเดิม โดยเฉพาะในกลุ่มตลาดระดับกลางขึ้นไป ได้แก่ กลุ่มผู้หญิงซึ่งเป็นตลาดแรงงานสำคัญของโลกที่กำลังเติบโตสูง มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อและมีแนวโน้มใช้จ่ายสูง รวมทั้งกลุ่มครอบครัว และ กลุ่มสูงวัย (Baby Boomers) ด้วยการนำเสนอ สินค้าคุณภาพและจัดกิจกรรมพิเศษที่สอดคล้องกับ ความต้องการของแต่ละกลุ่มตลาด เช่น ซุปปิ้ง ผ้าไทย สปา นวดไทย อาหารไทย สวนสนุก ฯลฯ รวมถึงกิจกรรมเทศกาลประเพณีที่สะท้อนถึงเอกลักษณ์ของวิถีไทยและกิจกรรมท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ร่วมสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ให้ประสบการณ์และสร้างความทรงจำที่มีคุณค่ากับนักท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวชุมชน ฯลฯ เพื่อดึงดูดให้เกิดการเดินทางซ้ำและกระตุ้นให้ใช้จ่ายมากขึ้น

4) ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศ ใน AEC โดยดึงดูดคนอาเซียนเดินทางท่องเที่ยวในอาเซียน โดยเฉพาะกลุ่ม CLMV รวมทั้งประสานความร่วมมือกับพันธมิตรในอาเซียนดึงดูดนักท่องเที่ยวจากยุโรปและอเมริกาเข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทย แบบเชื่อมโยงในเส้นทาง AEC Connectivity

### ตลาดในประเทศ

เป้าหมายการส่งเสริมตลาดในประเทศ : กำหนดเป้าหมายรายได้จากการท่องเที่ยวของคนไทยทั้งประเทศเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 โดยภูมิภาคภาคกลางซึ่งเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของประเทศจะสร้างรายได้ถึงร้อยละ 48 ของประเทศ รองลงมาคือ ภูมิภาคภาคใต้ ภาคเหนือ ภาคตะวันออก และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตามลำดับ

### ทิศทางการส่งเสริมตลาดในประเทศปี 2560

สร้างความเข้มแข็งจากภายใน (Strength From Within) ให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ ทำให้คนไทยมองเห็นคุณค่าความเป็นไทย จนเกิดความรักและความภาคภูมิใจในประเทศ สร้างความรู้สึกการเป็นเจ้าของ (Sense of Belonging) ที่จะร่วมกันดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมเอกลักษณ์ความเป็นไทย และเป็นเจ้าบ้านที่ดี ซึ่งจะเป็นจุดต่างที่เข้มแข็งของการท่องเที่ยวไทย โดย ททท. จะส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเปิดมุมมองใหม่ทางการท่องเที่ยวจากการสัมผัส และมีส่วนร่วมกับประสบการณ์เอกลักษณ์เฉพาะแต่ละท้องถิ่นของไทย ภายใต้จุดขายเชิงคุณค่าของแต่ละภูมิภาค (ภาคเหนือ-เหนือพื้น ถิ่นแรงบันดาลใจ ภาคอีสาน-อีสานแห่งแรงบันดาลใจ กลาง-สุขกลางใจ ใกล้แค่เอื้อม ภาคตะวันออก-สีสันตะวันออก และภาคใต้-ปักษ์ใต้ ปักหมุดหยุดเวลา) เพื่อให้เกิดการส่งต่อประสบการณ์ ความรู้ และความประทับใจจากการท่องเที่ยวแก่ผู้อื่น

(User-Generated Content) ในรูปแบบ Viral Marketing ภายใต้แคมเปญ สื่อสารการตลาด ‘ท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋สไตล์ลึกลับ’ โดยจะดำเนินงานภายใต้ 5 ทิศทางหลัก ประกอบด้วย

- 1) เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวกระแสหลัก โดยใช้กลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (Gen Y) จุดกระแสการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ ภายใต้โครงการ ‘ประกาศศักดา ทำเที่ยว ข้ามภาค’
- 2) กระตุ้นการเดินทางในวันธรรมดา มุ่งส่งเสริมให้คนทำงานออกไปท่องเที่ยวในวันธรรมดา เพื่อจุดประกายความคิดใหม่ๆ ในการทำงานภายใต้แนวคิด ‘เที่ยวได้งาน’
- 3) เพิ่มค่าใช้จ่ายจากชนชั้นกลางขึ้นไปที่มีศักยภาพในการใช้จ่าย โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุ (Silver Age) ด้วยแคมเปญ ‘เก๋ไก๋วันชิวเที่ยว’ และกลุ่มผู้หญิงด้วยแคมเปญ ‘ผู้หญิงท่อง...เที่ยว’
- 4) ส่งเสริมการกระจายตัวของนักท่องเที่ยว ผู้พื้นที่รองผ่านโครงการ ‘12 เมืองต้องห้าม...พลาด’ และผลักดันให้ขอนแก่น เป็นเมืองหลักทางการท่องเที่ยว (ที่มีนักท่องเที่ยวไทยต่างชาติ มากกว่า 5 ล้านคน) ภายใต้แนวคิด New Biz Connect เน้นความเป็นเมืองสำหรับการประชุม สัมมนา งาน กิจกรรมพิเศษ (Event) สำหรับนักท่องเที่ยวคนไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติจาก CLMV
- 5) กระจายโอกาสทางการท่องเที่ยวสู่คนไทยที่มีรายได้ครัวเรือนต่ำกว่า 30,000 บาทต่อเดือน โดยมุ่งหวังให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาคุณภาพชีวิต อีกทั้งกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวอย่างใส่ใจสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ภายใต้แนวคิด 7 Greens เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้สังคมและสิ่งแวดล้อม

เพื่อให้การส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวในภาพรวมประสบผลสำเร็จตามเป้าหมาย ททท) จึงจะบูรณาการทำงานกับ Value Chain ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนอย่างเป็นองค์รวม เพื่อยกระดับนวัตกรรมทางการท่องเที่ยว ตลอดจนสร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชน และเครือข่ายให้สามารถนำจุดแข็งของท้องถิ่นมาสร้างความน่าสนใจ และมูลค่าให้กับการท่องเที่ยวไทยตามแนวทาง Inclusive Tourism และ Thailand 4.0

ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดการบูรณาการอย่างเป็นรูปธรรมและยั่งยืน จึงได้คัดเลือกจังหวัด เชียงราย เป็นต้นแบบการพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยในปี 2560 จะเริ่มสร้างรากฐานจากอำเภอเชียงแสน และขยายตัวสู่พื้นที่อื่นๆ ในจังหวัด เมื่อสิ้นสุดปี 2564 จังหวัดเชียงรายจะกลายเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวยั่งยืนจากความสมดุลของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (Green Growth) นอกจากนี้ ยังคัดเลือก 5 พื้นที่จากทั่วประเทศมาเป็นต้นแบบในการพัฒนา Creative Tourism ซึ่งได้แก่ เชียงราย บุรีรัมย์ อ่างทอง ตราด และพังงา

ในมิติเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขัน ศูนย์ TAT Academy ของ ททท. จะจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับอัตลักษณ์ท้องถิ่นและความรู้ด้านการตลาดสมัยใหม่แก่ผู้ประกอบการ และมีคณะผู้เป็นสื่อกลางในการส่งเสริมการตลาดด้วย Content Marketing ตามแนวทางที่ ททท) มุ่งเน้น รวมทั้งศูนย์ TAT Intelligence Center จะให้ข้อมูลสถานการณ์ท่องเที่ยว งานวิจัย และ บทความทางการท่องเที่ยว ผ่านเว็บไซต์ [www.tourismthailand/tatic](http://www.tourismthailand/tatic) เพื่อเป็นเข็มทิศชี้นำทิศทางการประกอบธุรกิจให้แก่ผู้ประกอบการ

นอกจากนี้ ยังมุ่งรณรงค์สร้างจิตสำนึกการเป็นเจ้าบ้านที่ดี ให้แก่คนไทย ซึ่งถือเป็น Value Chain ที่สำคัญในภาคการท่องเที่ยว ที่จะสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวกลับมาเยือนซ้ำ และ ตอกย้ำจุดแข็งของคนไทยที่ต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยอัธยาศัยไมตรี ที่อบอุ่นและมีน้ำใจ ซึ่งเป็นเอกลักษณ์วิถีไทยที่คู่แข่งอื่นไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ (กองกลยุทธ์การตลาด ททท., 2559)

#### 5) ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย ฉบับที่ 2 พ.ศ.2560-2564

##### วิสัยทัศน์

ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลกที่เติบโตอย่างมีคุณภาพ บนพื้นฐานความเป็นไทยเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน โดยมีแนวคิดหลักในการพัฒนาตามองค์ประกอบ 5 ประการ ดังนี้

- 1) ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลก
- 2) การเติบโตอย่างมีคุณภาพ
- 3) การเติบโตบนพื้นฐานความเป็นไทย
- 4) การส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชน

ทุกภาคส่วน

- 5) การพัฒนาอย่างยั่งยืน

##### ยุทธศาสตร์

1) การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน

2) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

3) การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว

4) การสร้างความสมดุลให้กับการท่องเที่ยวไทย ผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม การส่งเสริมวิถีไทยและการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว

5) การบูรณาการการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศ

#### 6) การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดขอนแก่น

##### วิสัยทัศน์

“เป็นองค์กรหลักในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว การกีฬา และนันทนาการ เพื่อเป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน”

##### พันธกิจ

1) กำหนดนโยบาย และแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาในทุกระดับที่สอดคล้องกับแนวทางพัฒนาของประเทศ

2) ส่งเสริม สนับสนุน พัฒนา และผลักดันการนำนโยบายด้านการท่องเที่ยว การกีฬา และนันทนาการไปสู่การปฏิบัติ

3) บูรณาการและบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ สร้างการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนในการพัฒนาการท่องเที่ยว การกีฬา และนันทนาการของประเทศ รวมทั้งกำหนดแนวทางการจัดสรรทรัพยากรสนับสนุนในทุกส่วนให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

4) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ตลอดจนปัจจัยสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว การกีฬา และนันทนาการให้มีคุณภาพและมาตรฐานในระดับสากล

5) พัฒนาระบบการบริหาร ระบบสารสนเทศ และบุคลากรด้านการท่องเที่ยว การกีฬา และนันทนาการให้มีศักยภาพ

#### 7) สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

##### วิสัยทัศน์

เป็นองค์กรที่เป็นเลิศด้านการบริหารจัดการ เพื่อขับเคลื่อนนโยบายด้านการท่องเที่ยว กีฬาและนันทนาการสู่การปฏิบัติอย่างมีเอกภาพ

##### พันธกิจ

1) จัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายที่สามารถตอบสนองต่อการพัฒนาประเทศ และผลักดันนโยบายไปสู่การปฏิบัติ

2) กำหนดยุทธศาสตร์ แผนงานและงบประมาณ ในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว กีฬา และนันทนาการให้มีประสิทธิภาพ เพื่อเป็นศูนย์กลางขับเคลื่อนนโยบาย และยุทธศาสตร์สู่การปฏิบัติได้อย่างบรรลุผล

3) กำกับ ติดตาม เร่งรัด ตรวจสอบ และประเมินผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานในสังกัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

4) พัฒนาโครงสร้าง อัตรากำลัง ระบบงาน วางแผนการจัดสรรทรัพยากรและบุคลากรให้มีศักยภาพในการบริหารงาน

5) พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และเป็นศูนย์ข้อมูลกลางเพื่อสนับสนุนการบริหารงานของกระทรวงและให้บริการแก่หน่วยงานของรัฐและประชาชน

6) ดำเนินการให้ความช่วยเหลือและประสานความร่วมมือกับเครือข่ายด้านการท่องเที่ยว กีฬา และนันทนาการทุกภาคส่วนทั้งในประเทศและต่างประเทศ

#### **ประเด็นยุทธศาสตร์**

1) การบริหารจัดการ นวัตกรรมยุทธศาสตร์ เชื่อมโยงนโยบายและแผนด้านการท่องเที่ยว กีฬา และนันทนาการให้มีเอกภาพ

2) การพัฒนาบุคลากรของสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาให้มีศักยภาพและสามารถรองรับความเปลี่ยนแปลงได้

3) พัฒนาระบบงาน ระบบบริหารบุคคล และเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อส่งเสริมความเป็นเลิศขององค์กร

4) เสริมสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยว กีฬา และนันทนาการในระดับประเทศและระดับนานาชาติ

#### **เป้าประสงค์**

1) นโยบายและยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวและกีฬาที่มีความชัดเจนสอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาประเทศ และสามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้

2) บุคลากรของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬามีประสิทธิภาพในการทำงาน มีโครงสร้างองค์กรและระบบบริหารงานที่มีประสิทธิภาพ

3) มีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีศักยภาพในการทำงาน และให้บริการข้อมูลแก่ประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4) ภาคีที่เกี่ยวข้องมีความพึงพอใจในการให้บริการของสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

5) มีข้อตกลงและความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวและกีฬาในระดับประเทศ และระดับนานาชาติ

6) มีการจัดกิจกรรม ส่งเสริมความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวและกีฬาในระดับนานาชาติ

## 8) จังหวัดขอนแก่น

### วิสัยทัศน์

"ขอนแก่นเมืองน่าอยู่ เป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงเครือข่ายการค้าการลงทุน การบริการ และการคมนาคมขนส่งในภูมิภาค สู่อสากล"

### พันธกิจ

- 1) ยึดประชาชนเป็นศูนย์กลางในการพัฒนา
- 2) สร้างความได้เปรียบการเป็นเมืองศูนย์กลางสู่การพัฒนา
- 3) พัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและเศรษฐกิจเพื่อการแข่งขัน
- 4) พัฒนาคุณภาพคนและสังคมสู่ชุมชนเข้มแข็ง
- 5) ใช้ทรัพยากรธรรมชาติเพื่อการเรียนรู้และการท่องเที่ยว
- 6) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมและการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี

### 1.4.3 การจัดซื้อจัดจ้าง (Procurement)

กระบวนการการจัดซื้อ-จัดจ้าง เป็นกระบวนการการจัดหา จัดซื้อสิ่งของ อุปกรณ์ ต่างๆ เพื่อนำมาใช้ในการดำเนินงานในงานอีเวนต์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### 1) การวางแผนการจัดซื้อ จัดจ้าง (Procurement Planning)

การวางแผนการจัดซื้อ จัดจ้าง เป็นกระบวนการที่ผู้ซื้อจะต้องระบุรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ และการบริการที่ต้องการจัดซื้อ ซึ่งโดยปกติจะเป็นองค์กรที่อยู่ภายนอกงานอีเวนต์ การวางแผนการจัดซื้อ จัดจ้าง จะช่วยให้การตัดสินใจในการซื้อ หรือจัดจ้างเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งจะเป็นไปตามแผนปฏิบัติการตามยุทธศาสตร์ของแต่ละองค์กร หรืองานอีเวนต์นั้นๆ คำถามที่จะช่วยให้ตัดสินใจว่าจะซื้อ (Buy) หรือจะทำ (Make) จะต้องตอบโจทย์เหล่านี้ให้ได้ดังนี้

- 1.1) จัดซื้อ หรือจัดจ้างอะไร? (What to Procure?)
- 1.2) จัดซื้อ หรือจัดจ้างมากเท่าไร? (How much to Procure?)
- 1.3) ต้องการใช้เมื่อไร? (When it is Required?)
- 1.4) จัดซื้อเมื่อไหร่? (When to Procure?)
- 1.5) วิธีการจัดซื้อ หรือจัดจ้างแบบไหน (สัญญาข้อตกลง) (How to Procure?)

: Contract)

#### 2) บัญชีรายการการจัดซื้อ จัดจ้าง (Procurement List)

บัญชีรายการการจัดซื้อ จัดจ้าง (Procurement List) จะดำเนินงานจากขอบเขตงานของงานอีเวนต์ ซึ่งสำนักงานอีเวนต์เป็นผู้จัดทำรายการวัสดุ (Bill of Materials: BOM)

รายการวัสดุควรมีรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ทั้งหมด เช่น ผู้ประกอบผลิตภัณฑ์ เลขผลิตภัณฑ์ ข้อกำหนด ปริมาณ ลักษณะ สี จิตความสามารถหรือข้อจำกัด ระดับคุณภาพ เป็นต้น จากรายการวัสดุนี้ ผู้จัดการงานอีเวนท์ (Project Manager) จะต้องเป็นผู้ดำเนินการตัดสินใจให้เป็นไปตามแผนยุทธศาสตร์ว่าจะ ซื้อ หรือ ทำเอง (จัดจ้าง) ดังนี้ (Association for Project Management, 2012)

2.1) จัดซื้อ: เมื่อบริษัทของคุณขาดแคลนทรัพยากร หรือไม่มีความชำนาญ และเครื่องมือ เครื่องจักรในการผลิต หรือทำผลิตภัณฑ์นั้นๆ

2.2) จัดทำ: (หรือการจัดจ้าง) เมื่อบริษัทของคุณมีทรัพยากร หรือมีความชำนาญ และเครื่องมือ เครื่องจักร โดยการทำเองนั้นต้องมีต้นทุนค่าใช้จ่าย หรือราคาถูกกว่าการจัดซื้อ

### 3) ตารางเวลาการจัดซื้อ จัดจ้าง (Procurement Schedule)

ตารางเวลาการจัดซื้อ จัดจ้าง (Procurement Schedule) ควรดำเนินการหลังจากการจัดทำแผนภาพโครงข่ายเส้นทางวิกฤต (Network Diagram CPM) และตารางเวลาการดำเนินงาน (Schedule Bar chart) หรือเรียกว่าผ่านการบริหารจัดการด้านเวลาแล้ว และควรจะดำเนินการจัดทำก่อนการจัดทำแผนแรงงาน หรือแผนทรัพยากร (Resource Planning) และงบกระแสเงินสด (Cash-flow Statements) ดังนั้นการกำหนดวันสั่งซื้อ (Order Date) จะกำหนดจาก วันเริ่มเร็วสุดของกิจกรรม (Early Start Dates) แล้วลบด้วยเวลารอ (Lead Time) จากนั้น นำผลที่ได้มาลบด้วยเวลาใช้ของปัจจุบัน (Just-in-Time: JIT) หรือหมายถึงการใช้ของที่สั่งมาโดยทันทีโดยไม่ต้องกองเก็บไว้ในโกดัง วิธีการที่กล่าวมาจะช่วยให้สั่งซื้อสินค้าได้ทันตามกำหนดเวลา

### 4) บัญชีรายการผู้จำหน่าย และผู้ขาย (Supplier and Vender List)

ผู้วิจัยจะต้องจัดหาผู้จำหน่าย และผู้ขายให้ได้ตามความต้องการ ตามเกณฑ์ที่กำหนด ซึ่งคุณต้องตรวจสอบคุณสมบัติเบื้องต้นของผู้จำหน่าย และผู้ขายก่อน เพื่อให้สอดคล้องกับระบบบริหารคุณภาพงานอีเวนท์ การจัดหาผู้จำหน่าย และผู้ขาย คุณจะต้องพอใจในสิ่งผู้จำหน่ายมีการผลิต และระบบการจัดการคุณภาพประกอบทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นเป็นไปตามมาตรฐานคุณภาพ และแผนตารางเวลา ชื่อเสียง และงบประมาณของบริษัท สิ่งเหล่านี้ก็ควรจะถูกนำมาพิจารณาด้วย

### 5) การเชิญผู้จำหน่าย และผู้ขาย (Invite to Tender)

การเชิญผู้จำหน่าย และผู้ขาย หรือการออกเอกสารเพื่อสอบถาม เพื่อรับทราบรายละเอียดของสัญญา และข้อตกลงต่างๆ จากนั้นให้ผู้จำหน่าย และผู้ขาย จัดทำเอกสารเพื่อการประมูลงาน ซึ่งเป็นข้อมูลเบื้องต้นและเพื่อเป็นข้อมูลในการประกอบการตัดสินใจก่อนที่ผู้ว่าจ้างลงนามในสัญญา

6) การพิจารณา และการคัดเลือกผู้จำหน่าย และผู้ขาย (Tender Adjudication)

เมื่อผู้จำหน่าย และผู้ขาย ส่งเอกสารเพื่อเสนอการประมูล ผู้ว่าจ้างจะต้องทำการตรวจสอบทางเทคนิค เพื่อเปรียบเทียบราคางานของแต่ละบริษัท และจะต้องพิจารณาตามขอบเขตของงาน ซึ่งกระบวนการเหล่านี้ควรจะตั้งคู่สภาวะทางการตลาดด้วย (Market Conditions) แต่อย่างไรก็ดีก็ควรจะดูในเรื่องของนโยบายทางด้านจริยธรรม และจรรยาบรรณของบริษัทนั้นๆ

7) การสั่งการ (Raise the Order)

เมื่อทั้งสองฝ่ายยอมรับกับข้อตกลงแล้วก็ทำการสั่งการให้ผู้ร่วมงานดำเนินการในส่วนต่างๆ ตามสัญญาข้อตกลง โดยเฉพาะคำสั่งซื้อควรจะเป็นเอกสารหลักฐานเพื่อให้เข้าใจตรงกัน เพื่อเป็นเอกสารอ้างอิงที่จะใช้ในการดำเนินงานทั้งหมด และเพื่อความสอดคล้องในการดำเนินงาน โดยที่ผู้จำหน่ายต้องทำตามกระบวนการในสัญญาข้อตกลงอย่างเคร่งครัดทั้งในเรื่องของเวลา คุณภาพและงบประมาณ ถ้าคำสั่งการผิดพลาดก็อาจจะทำให้ประสบปัญหา และปัญหานั้นอาจจะทำให้คุณต้องล้มเลิกงานอีเวนที่นั้นไปเลยก็ได้

8) การเร่งรัด (Expedite)

การเร่งรัด (Expedite) เป็นกระบวนการที่ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องจากกระบวนการการสั่งการ เพื่อให้การปฏิบัติงานดำเนินการได้ทันตามกำหนดเวลา และนั่นเป็นกระบวนการติดตามผลของการสั่งการด้วย และยังเป็นการกระตุ้นการดำเนินการของผู้จำหน่ายให้ดำเนินการให้ทันท่วงทีอีกด้วย

9) การขนส่ง (Transport)

ผู้วิจัยต้องทำการพิจารณาถึงความแตกต่างของวิธีการขนส่งในแต่ละวิธีว่าวิธีใดจะเหมาะสมกับบริบทของงานอีเวนที่มากที่สุด ซึ่งจะพิจารณาจาก ระยะเวลา ค่าใช้จ่าย และอาจจะรวมถึงการรับประกันความเสียหายในระหว่างการขนส่ง ซึ่งควรจะตั้งพิจารณาหาวิธีที่เหมาะสมที่สุด

10) การประกัน (Insurance)

การประกัน (Insurance) ในที่นี้หมายถึงการประกันในการขนส่งเป็นหลัก และที่ต้องมีการประกันก็เพื่อว่าหากเกิดปัญหาหรือความเสียหายที่เกี่ยวกับการขนส่ง ทางบริษัทผู้จำหน่ายจะเป็นผู้รับผิดชอบ ทั้งยังเป็นตัวลดความเสี่ยงให้กับผู้ว่าจ้างอีกด้วย

11) การตรวจรับ (Receiving)

การตรวจรับ (Receiving) หรือการตรวจสอบสินค้า เพื่อเป็นการรับประกันว่าผลิตภัณฑ์ หรือสินค้า หรือบริการนั้น ได้ดำเนินการเสร็จสิ้น และเป็นไปตามสัญญาข้อตกลงแล้วหรือยัง ทั้งในด้านคุณภาพ และปริมาณ เป็นต้น

## 12) คลังสินค้า (Warehousing)

คลังสินค้า (Warehousing) หรือที่เก็บสินค้า ผลิตภัณฑ์ หรือวัสดุต่างๆ หรือที่ผู้วิจัยเรียกกันติดปากว่า โกดัง เพื่อให้สินค้านั้นได้รับการเก็บรักษาอย่างปลอดภัย และเก็บอย่างถูกต้องตามลักษณะเฉพาะคุณสมบัติของสินค้านั้นๆ การเก็บรักษาต้องทำรายการเข้า-ออก หรือรายการเบิก-จ่ายวัสดุเพื่อสะดวกในการตรวจสอบ

## 13) บัญชี (Accounts)

บัญชี (Accounts) เมื่อสินค้าได้ถูกจัดส่งเรียบร้อยแล้วก็ทำการเบิกจ่ายค่าใช้จ่ายต่างๆ ตามคำสั่งซื้อ และใบส่งของ พร้อมทั้งบันทึกรายการค่าใช้จ่ายต่างๆ

### 1.4.4 การบริหารผลการปฏิบัติงาน (Performance management)

ขั้นตอนในการบริหารผลการปฏิบัติงาน (Performance management) ตามความต้องการในการจัดงานอีเวนต์นั้น ควรมุ่งไปที่การค้นหาคำความต้องการของผู้เข้าร่วมงานอีเวนต์และพัฒนาแผนไปสู่ความสามารถในการนำเสนอกิจกรรมทางการตลาดที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้เข้าร่วมงานอีเวนต์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เมื่อได้ไอเดียของรูปแบบกิจกรรมที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้เข้าร่วมงานอีเวนต์ได้แล้วจำเป็นที่จะต้องพิจารณาอีกครั้งถึงความถูกต้องของแนวคิดนั้นๆ ด้วยการสอบถามความคิดเห็นจากผู้เข้าร่วมงานอีเวนต์เป้าหมาย ผู้จัดงาน และทีมผู้บริหารการจัดงานก่อนจะสรุปรูปแบบของงาน สามารถแบ่งขั้นตอนประกอบการพิจารณารูปแบบการจัดอีเวนต์ ได้ดังนี้ (สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ, 2556)

- 1) แบ่งหมวดหมู่กลุ่มเป้าหมาย ทั้งผู้ร่วมงานและผู้จัดงาน
- 2) วิเคราะห์ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ทั้ง 2 กลุ่ม ความสำเร็จในการจัดงานนั้นวัดได้ที่ความพึงพอใจของผู้ร่วมงาน ถ้าเป็นการจัดกิจกรรมเสมือนจริงก็ต้องให้ได้รับความพึงพอใจสูงกว่า การจัดกิจกรรมทั่วไป
- 3) เขียนแนวคิดของการจัดงานออกมาอย่างละเอียด ผู้จัดต้องเห็นภาพของกิจกรรมอย่างชัดเจนว่างานนี้จัดขึ้นเพื่ออะไร เพื่อใคร และจัดขึ้นทำไม กิจกรรมนี้ตอบสนองความต้องการของตลาดในแง่มุมไหนและตอบสนองได้ดีกว่าวิธีที่ใช้อยู่ได้อย่างไร
- 4) ได้รับการสนับสนุนอย่างดีจากผู้มีอิทธิพลในวงการนั้นๆ (influential) ในแต่ละวงการก็จะมีดาราดเด่นที่เป็นตัวดึงดูดให้คนเข้าร่วมงาน เช่น องค์กรหลัก หรือบริษัทใหญ่ๆ ในวงการ หรืออาจเป็นคนๆ ที่ได้รับความสนใจก็ได้ ขั้นตอนนี้เป็นส่วนสำคัญที่ช่วยสนับสนุนให้งานที่จัดขึ้นเป็นที่น่าเชื่อถือและได้รับการตอบรับจากผู้ร่วมงานอย่างดี

5) เตรียมงบประมาณในการจัดกิจกรรมทางการตลาดให้เหมาะสม ตั้งงบประมาณการรายรับให้พอดี ไม่มากเกินไป และประมาณการค่าใช้จ่ายอย่างละเอียดถี่ถ้วน เพื่อให้การจัดงานอยู่ในงบประมาณที่วางไว้

6) สุดท้ายเป็นขั้นตอนของการตัดสินใจจากองค์ประกอบทั้งหมดที่ได้พิจารณา มาว่าถึงโอกาสทางธุรกิจจะจัดงานหรือไม่

## 1.5 แนวทางการพัฒนามาตรฐานในการบริหารจัดการอย่างยั่งยืน

แนวทางการพัฒนามาตรฐานในการบริหารจัดการอย่างยั่งยืน มีรายละเอียดดังนี้

### 1.5.1 ด้านการบริหารจัดการ (Management)

แนวทางการพัฒนามาตรฐานในการบริหารจัดการอย่างยั่งยืนของผู้จักงานอีเว้นท์ ได้ตระหนักถึงการใส่ใจสิ่งแวดล้อมมากขึ้น โดยมีรายละเอียดดังนี้ (สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ, 2556)

1) สถานที่จัดงาน เลือกสถานที่ที่เหมาะสมกับงาน เช่น โรงแรมที่การเดินทางสะดวกหรือร้านอาหารที่มีพอสำหรับจำนวนแขก รถไฟฟ้าผ่าน ไม่ต้องนำรถไปเอง เป็นต้น ยิ่งถ้าสถานที่นั้นมีโปรแกรมที่ส่งเสริมการรักษาสีงแวดล้อม ให้เสริมข้อมูลเข้าไปในแผ่นประชาสัมพันธ์ด้วย

2) การลงทะเบียนเข้าร่วมงาน ลดการใช้กระดาษในการลงทะเบียนโดยการเชิญชวนให้ลงทะเบียนออนไลน์ก่อนวันงานในงานก็สามารถตั้งโต๊ะรับลงทะเบียนออนไลน์ได้ด้วย สำหรับลูกค้าเดิมข้อมูลในระบบอยู่แล้วให้แจ้งชื่อไม่ต้องกรอกข้อมูลใหม่ ระบบจะสามารถอ้างอิงจากฐานข้อมูลเดิมได้

3) พลังงาน ตัวชี้วัดประสิทธิภาพในการใช้ไฟและพลังงานต่างๆ ภายในงาน ควรออกแบบและจัดให้เหมาะสมกับรูปแบบงานในแต่ละพื้นที่

4) วัฒนธรรม ประยุกต์วัฒนธรรมท้องถิ่นเข้ามาเป็นส่วนประกอบของงาน

5) อาหาร หากรูปแบบของงานเหมาะสมให้เลือกเสิร์ฟอาหารอินทรีย์ เน้นว่าเป็นผักปลอดสารปลูกในพื้นที่ ไม่ใช่ผักนำเข้า อาหารในงานนี้ไม่ใช่ผงชูรส เป็นต้น อาจจัดเป็นมุมอาหารเพื่อสุขภาพ โต๊ะนั่งไว้เป็นตัวเลือกแยกจากเมนูบุฟเฟ่ต์อื่นๆ

6) กระดาษ ในแต่ละงานจะมีกระดาษทิ้งมากมายโดยเฉพาะโบรชัวร์ของแต่ละบูธที่แจกไปโดยที่ผู้รับอาจไม่ต้องการ ตัวเลือกที่น่าสนใจคือขออีเมลลูกค้าไว้แล้วส่งลิงค์ให้ลูกค้าดาวน์โหลดผ่านอีเมล พร้อมแจ้งให้ทราบว่าจะสามารถเข้าไปดาวน์โหลดได้จากเว็บไซต์อีกทาง นอกจากจะเป็นการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าเข้าหาข้อมูลเพิ่มเติม ทาความรู้จัดกับสินค้าของ

คุณมากขึ้นจากเว็บไซต์แล้ว คุณยังสามารถสร้างฐานข้อมูลสำหรับส่งข่าวสาร แนะนำสินค้า โปรโมชันใหม่ๆ หลังงานได้อีกด้วย

7) ริโซเคิล ซีแจงคอนเซ็ปงานอธิบายให้ผู้เข้างานรับรู้งานนี้จะไม่มีการใช้ถุงพลาสติกภายในงานให้นำถุงผ้ามาเอง หรือผู้ร่วมงานอาจเตรียมแจกถุงผ้าสำหรับใส่สินค้าก็ได้ ไม่มีกล่องโฟมสำหรับใส่อาหาร เป็นต้น เพื่อให้ผู้ร่วมงานเตรียมตัวให้พร้อมก่อนเข้าร่วมงานและร่วมมือกับผู้จัดงานให้ออกมาเป็นงานที่รักษาสีสิ่งแวดล้อมจริง

8) ของขวัญ ของชำร่วยภายในงาน นอกเหนือจากปากกา ดินสอ สมุด โน้ต กระเป่า และแฟ้มเอกสารแล้ว คุณสามารถให้เครื่องใช้สำนักงาน gadget เท่ๆ เก๋ๆ ทั้งหลายที่ผู้รับนำไปใช้ได้จริง ชงแดงของต้องห้ามในงานที่

ทั้งนี้ แนวทางการพัฒนามาตรฐานในการบริหารจัดการอย่างยั่งยืน มีดังนี้

- 1) กำหนดวัตถุประสงค์ในการจัดงาน
- 2) กลุ่มเป้าหมายที่จะเข้าร่วมงานนั้นมีใครบ้าง
- 3) วางรูปแบบของงานว่าต้องการให้งานออกมาในรูปแบบใด
- 4) เลือกกิจกรรมที่สามารถเรียกลูกค้าได้ กิจกรรมนั้นต้องมีความน่าสนใจพอให้ผู้เข้าร่วมงานเกิดความตื่นเต้น อยากเข้าร่วมกิจกรรมด้วย และต้องเป็นสิ่งที่เขาจะได้รับความประทับใจ เกิดการจดจำข้อมูลของผู้จัดต้องการนำเสนอจนสามารถนำไปปฏิบัติให้เกิดผลตามวัตถุประสงค์ของการจัดงานได้ สุดท้ายความประทับใจนั้นจะทำให้เขาตั้งตารอคอยที่จะเข้าร่วมงานครั้งต่อไปด้วย

5) คัดเลือกแขกคนสำคัญที่เป็นที่สนใจของผู้ร่วมงาน ที่สามารถดึงคนให้มาร่วมงานได้

6) กำหนด วัน เวลา และสถานที่จัดงานให้เหมาะสม

7) วางกลยุทธ์ให้เกิดการบอกต่อ จะทำอย่างไรให้คนตื่นเต้นกับงานที่กำลังจะเกิดขึ้น เกิดการพูดถึง บอกต่อชักชวนกันไปอย่างไม่มีที่สิ้นสุด บ่อยครั้งที่ Event เล็กๆ สามารถสร้างการบอกต่อได้อย่างมากมายในเวลาเพียงไม่กี่วันและทำให้ธุรกิจนั้นเป็นที่รู้จักได้ในเวลาอันรวดเร็ว

### 1.5.2 ด้านการตรวจสอบ (Checklist)

ขอนแก่นมีโครงการเสริมสร้างด้านการส่งเสริมความปลอดภัย และวินัยจราจร รองรับประชาคมอาเซียนตามบันทึก (MOU) ระหว่างเทศบาลนครขอนแก่น กับตำรวจภูธรจังหวัดขอนแก่น สืบเนื่องจาก บันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) ระหว่างเทศบาลนครขอนแก่น ในการดำเนินการ โครงการเสริมสร้างวินัยจราจรรองรับประชาคมอาเซียน ของตำรวจภูธรภาค 4 เพื่อให้ผู้ขับขี่ที่เป็นบุคลากรในหน่วยงานของรัฐ ปฏิบัติตามกฎหมายจราจร เป็นการปลูกฝังวินัย

จรรยา “วินัย (จรรยา) สร้างคน คนสร้างชาติ” เพื่อความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน ทั้งนี้ทางคณะกรรมการได้เร่งดำเนินการเพื่อให้การดำเนินการเป็นไปตามกรอบบันทึกข้อตกลงดังกล่าวฯ บรรลุตามวัตถุประสงค์ ผลักดันคุณภาพความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนนใน 4 ประเด็น ประกอบด้วย การอบรมให้ความรู้แก่บุคลากรในเรื่องกฎหมายจราจร และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง จัดทำโครงการเพื่อตำรวจ เพื่อการดูแลปัญหาการจราจร การรณรงค์ให้บุคลากรในองค์กรปฏิบัติตามกฎจราจรอย่างเคร่งครัด ขับขี่ปลอดภัย และท้ายที่สุดคือการขยายความร่วมมือไปยังสถานศึกษาสังกัดเทศบาลนครขอนแก่น เพื่อรณรงค์ สร้างจิตสำนึกให้แก่เยาวชน (เทศบาลนครขอนแก่น, 2559)

และในขณะเดียวกันทางสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น ได้ร่วมกับหน่วยงานสนับสนุน จัดโครงการเพื่อส่งเสริมความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว 2 โครงการ ได้แก่

1) โครงการอบรมสหกรณ์แท็กซี่ เช่น อบรมทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ การตรวจจับความเร็ว ตรวจจับใบอนุญาต โดยสมาคม ร่วมกับตำรวจท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น

2) โครงการจัดระเบียบรถตู้ และบริการต่างๆ ที่ออกจากสนามบิน และยังมีโครงการที่อยู่ในขั้นตอนการดำเนินงานคือ โครงการจัดบริการรถบัสจากสนามบินขอนแก่น เข้าเมือง (Airport Bus) ซึ่งขณะนี้อยู่ระหว่างการขอเส้นทางจากเทศบาล (นายกสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดขอนแก่น, สัมภาษณ์)

### 1.5.3 ด้านการติดตามผลการดำเนินงานและการจัดทำรายงาน (Report)

ระบบการติดตามและประเมินผล นับเป็นสิ่งที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งที่จะช่วยให้ผู้จัดงานทราบว่า งานนั้นๆบรรลุวัตถุประสงค์ เป้าหมายที่ต้องการมากน้อยเพียงใด ดำเนินการประสบความสำเร็จ มีประสิทธิภาพหรือไม่ ผลจากการติดตามและประเมินผล จะให้ข้อมูลที่แสดงให้เห็นถึงความสำเร็จ จุดแข็ง จุดอ่อน และแนวทางในการปรับปรุงแก้ไข การดำเนินงาน ช่วยให้การบริหารแผนงานและงานอีเวนต์มีประสิทธิภาพสูงยิ่งขึ้น ระบบการติดตามและประเมินผลจึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งในการบริการแผนงานและงานอีเวนต์ เพราะในวงจรบริหารแผนงานและโครงการ ประกอบด้วย การวางแผน (Planning) การปฏิบัติตามแผน (Implementation) การควบคุม (Control) และการประเมินผล (Evaluation) ถ้าขาดส่วนหนึ่งส่วนใด หรือส่วนหนึ่งส่วนใดขาดประสิทธิภาพก็จะส่งผลต่อประสิทธิภาพของการบริหารแผนงานและโครงการทั้งหมด

## 2. ผลการวิเคราะห์ทัศนคติของระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ของอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่น

ผลการวิเคราะห์ทัศนคติของระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ของอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่น มีหัวข้อในการนำเสนอ ดังนี้

- 2.1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 2.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเข้าร่วมกิจกรรมอีเวนต์ในจังหวัดขอนแก่น
- 2.3 ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121
- 2.4 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย  
โดยมีรายละเอียดดังนี้

### 2.1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามในการศึกษานี้เป็นสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่ออธิบายคุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่น โดยการวิเคราะห์แจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) โดยมีรายละเอียดการคำนวณดังนี้

#### 2.1.1 เพศ

กลุ่มตัวอย่างจากการสำรวจแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ ได้ผลการศึกษาดังแสดงในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	213	53.25
หญิง	187	46.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.75 รองลงมา คือ ชาย จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.25 ตามลำดับ

### 2.1.2 อายุ

กลุ่มตัวอย่างจากการสำรวจแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ ได้ผลการศึกษาดังแสดงในตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	74	18.50
21-30 ปี	109	27.25
31-40 ปี	92	23.00
41-50 ปี	56	14.00
51-60 ปี	38	9.50
มากกว่า 60 ปี	31	7.75
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อายุ 21-30 ปี จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 27.25 รองลงมา คือ อายุ 31-40 ปี จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 อายุ ต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50 อายุ 41-50 ปี จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 อายุ 51-60 ปี จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 และอายุมากกว่า 60 ปี จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.75 ตามลำดับ

### 2.1.3 สถานภาพสมรส

กลุ่มตัวอย่างจากการสำรวจแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพสมรส ได้ผลการศึกษาดังแสดงในตารางที่ 7

ตารางที่ 7 ความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน (คน)	ร้อยละ
โสด	183	45.75
สมรส	209	52.25
หม้าย / หย่าร้าง	8	2.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.25 รองลงมา คือ โสด จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.75 และหม้าย / หย่าร้าง จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 ตามลำดับ

#### 2.1.4 วุฒิการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างจากการสำรวจแบบสอบถาม จำแนกตามวุฒิการศึกษาได้ผลการศึกษาดังแสดงในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวุฒิการศึกษา

วุฒิการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	115	28.75
ปริญญาตรี	207	51.75
ปริญญาโท	68	17.00
ปริญญาเอก	10	2.50
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวุฒิกศษาระดับปริญญาตรี จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 51.75 รองลงมา คือ ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.75 ปริญญาโท จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 และปริญญาเอก จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 ตามลำดับ

#### 2.1.5 อาชีพ

กลุ่มตัวอย่างจากการสำรวจแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ ได้ผลการศึกษาดังแสดงในตารางที่ 9

ตารางที่ 9 ความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ข้าราชการ	61	15.25
พนักงานของรัฐ	92	23.00
ลูกจ้างประจำ / ชั่วคราวของราชการ	39	9.75
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	34	8.50

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พนักงานเอกชน	42	10.50
ธุรกิจส่วนตัว	23	5.75
นักเรียน/นักศึกษา	87	21.75
เกษตรกร	7	1.75
รับจ้างทั่วไป	11	2.75
ว่างงาน	4	1.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 9 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นพนักงานของรัฐ จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 รองลงมา คือ นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.75 ข้าราชการ จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.25 พนักงานเอกชน จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50 ลูกจ้างประจำชั่วคราวของราชการ จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.75 พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.75 รับจ้างทั่วไป จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75 เกษตรกร จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75 และว่างงาน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 ตามลำดับ

#### 2.1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (รวมรายได้หลักและรายได้เสริม)

กลุ่มตัวอย่างจากการสำรวจแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (รวมรายได้หลักและรายได้เสริม) ได้ผลการศึกษาดังแสดงในตารางที่ 10

ตารางที่ 10 ความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

(รวมรายได้หลักและรายได้เสริม)

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (รวมรายได้หลักและรายได้เสริม)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่มีรายได้	32	8.00
น้อยกว่า 15,000 บาท/เดือน	36	9.00
15,001 – 20,000 บาท/เดือน	78	19.50
20,001 - 25,000 บาท/เดือน	67	16.75
25,001 – 30,000 บาท/เดือน	63	15.75
30,001 – 35,000 บาท/เดือน	41	10.25

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (รวมรายได้หลักและรายได้เสริม)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
35,001 – 40,000 บาท/เดือน	39	9.75
มากกว่า 40,000 บาท/เดือน	44	11.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท/เดือน จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50 รองลงมา คือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 25,000 บาท/เดือน จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.75 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 – 30,000 บาท/เดือน จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.75 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาท/เดือน จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 35,000 บาท/เดือน จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.25 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001 – 40,000 บาท/เดือน จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.75 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 15,000 บาท/เดือน จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 และไม่มีรายได้ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 ตามลำดับ

## 2.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเข้าร่วมกิจกรรมอีเวนท์ในจังหวัดขอนแก่น

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเข้าร่วมกิจกรรมอีเวนท์ในจังหวัดขอนแก่น ได้ดำเนินการศึกษาจากแบบสอบถามในการศึกษานี้เป็นสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่ออธิบายคุณลักษณะของปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเข้าร่วมกิจกรรมอีเวนท์ในจังหวัดขอนแก่นที่ใช้ในการศึกษา ระบบการบริหารจัดการงานอีเวนท์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่น โดยการวิเคราะห์แจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) โดยมีรายละเอียดการคำนวณดังนี้

### 2.2.1 วัตถุประสงค์ที่เดินทางมาเข้าร่วมกิจกรรมอีเวนท์ในจังหวัดขอนแก่น

กลุ่มตัวอย่างจากการสำรวจแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ที่ท่านเดินทางมาเข้าร่วมกิจกรรมอีเวนท์ในจังหวัดขอนแก่น ได้ผลการศึกษาดังแสดงในตารางที่ 11

ตารางที่ 11 ความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามวัตถุประสงค์ที่เดินทางมาเข้าร่วมกิจกรรมอีเวนท์ในจังหวัดขอนแก่น

วัตถุประสงค์ที่เดินทางมาเข้าร่วมกิจกรรมอีเวนท์ ในจังหวัดขอนแก่น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
การประชุมองค์กร (Meeting) และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Travel)	112	28.00
การประชุมวิชาชีพ (Convention)	151	37.75
งานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibition)	137	34.25
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ที่เดินทางมาเข้าร่วมกิจกรรมอีเวนท์ในจังหวัดขอนแก่น คือ เข้าร่วมการประชุมวิชาชีพ (Convention) จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.75 รองลงมา คือ เข้าร่วมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibition) จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.25 และเข้าร่วมการประชุมองค์กร (Meeting) และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Travel) จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 ตามลำดับ

### 2.2.2 จำนวนผู้ร่วมเดินทางส่วนใหญ่ในแต่ละครั้ง

กลุ่มตัวอย่างจากการสำรวจแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนผู้ร่วมเดินทางส่วนใหญ่ในแต่ละครั้ง ได้ผลการศึกษาดังแสดงในตารางที่ 12

ตารางที่ 12 ความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนผู้ร่วมเดินทางส่วนใหญ่ในแต่ละครั้ง

จำนวนผู้ร่วมเดินทางส่วนใหญ่ในแต่ละครั้ง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เดินทางมาคนเดียว	136	34.00
เดินทางมาเป็นหมู่คณะ 2-4 คน	181	45.25
เดินทางมาเป็นหมู่คณะ 5-6 คน	48	12.00
เดินทางมาเป็นหมู่คณะ 6 คน ขึ้นไป	35	8.75
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางมาเป็นหมู่คณะ 2-4 คน จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 45.25 รองลงมา คือ เดินทางมาคนเดียว จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00 เดินทางมาเป็นหมู่คณะ 5-6 คน จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 และเดินทางมาเป็นหมู่คณะ 6 คน ขึ้นไป จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.75 ตามลำดับ

### 2.2.3 การเดินทาง

กลุ่มตัวอย่างจากการสำรวจแบบสอบถาม จำแนกตามการเดินทาง ได้ผลการศึกษาดังแสดงในตารางที่ 13

ตารางที่ 13 ความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการเดินทาง

การเดินทาง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รถยนต์ส่วนบุคคล (ส่วนตัว)	158	39.50
รถยนต์เช่า/รถตู้เช่า	46	11.50
รถโดยสารประจำทาง	38	9.50
รถไฟ	0	0.00
เครื่องบิน	48	12.00
รถแท็กซี่	79	19.75

การเดินทาง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รถตุ๊กตุ๊ก	31	7.75
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางมาร่วงานอีเวนต์ด้วยรถยนต์ส่วนบุคคล (ส่วนตัว) จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50 รองลงมา คือ รถแท็กซี่ จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.75 เครื่องบิน จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 รถยนต์เช่า/รถตู้เช่า จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50 รถโดยสารประจำทาง จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 รถตุ๊กตุ๊ก จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.75 ตามลำดับ

#### 2.2.4 ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกเข้าร่วมกิจกรรมอีเวนต์ในจังหวัดขอนแก่น

กลุ่มตัวอย่างจากการสำรวจแบบสอบถาม จำแนกตามผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกเข้าร่วมกิจกรรมอีเวนต์ในจังหวัดขอนแก่น ได้ผลการศึกษาดังแสดงในตารางที่ 14

ตารางที่ 14 ความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกเข้าร่วมกิจกรรมอีเวนต์ในจังหวัดขอนแก่น

ผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกเข้าร่วมกิจกรรมอีเวนต์ ในจังหวัดขอนแก่น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพื่อนสนิท	69	17.25
เพื่อนร่วมงาน	118	29.50
ครอบครัว	53	13.25
ผู้ที่ต้องติดต่อเกี่ยวข้องกับธุรกิจ	38	9.50
ตัดสินใจด้วยตัวเอง	122	30.50
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมอีเวนต์ในจังหวัดขอนแก่นด้วยตัวเอง จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.50 รองลงมา คือ ตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมอีเวนต์ในจังหวัดขอนแก่นด้วยเพื่อนร่วมงาน จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.50 ตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมอีเวนต์ในจังหวัดขอนแก่นด้วยเพื่อนสนิท จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.25 ตัดสินใจ

เข้าร่วมกิจกรรมอีเวนท์ในจังหวัดขอนแก่นด้วยครอบครัว จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.25  
ตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมอีเวนท์ในจังหวัดขอนแก่นด้วยผู้ที่ต้องติดต่อเกี่ยวข้องกับธุรกิจ จำนวน  
38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 ตามลำดับ

### 2.2.5 ช่วงวันในการเข้าร่วมกิจกรรมอีเวนท์ในจังหวัดขอนแก่น

กลุ่มตัวอย่างจากการสำรวจแบบสอบถาม จำแนกตามช่วงวันในการเข้าร่วม  
กิจกรรมอีเวนท์ในจังหวัดขอนแก่น ได้ผลการศึกษาดังแสดงในตารางที่ 15

**ตารางที่ 15** ความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามช่วงวันในการเข้าร่วมกิจกรรม  
อีเวนท์ในจังหวัดขอนแก่น

ช่วงวันในการเข้าร่วมกิจกรรมอีเวนท์ในจังหวัดขอนแก่น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
วันจันทร์-วันศุกร์	162	40.50
วันเสาร์-อาทิตย์	147	36.75
วันหยุดต่อเนื่อง	91	22.75
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 15 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เข้าร่วมกิจกรรมอีเวนท์ในจังหวัดขอนแก่น  
ในช่วงวันจันทร์-วันศุกร์ จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.50 รองลงมา คือ วันเสาร์-อาทิตย์  
จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.75 และวันหยุดต่อเนื่อง จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.75  
ตามลำดับ

### 2.2.6 จำนวนวันในการเข้าร่วมกิจกรรมอีเวนท์ในจังหวัดขอนแก่น

กลุ่มตัวอย่างจากการสำรวจแบบสอบถาม จำแนกตามจำนวนวันในการเข้าร่วม  
กิจกรรมอีเวนท์ในจังหวัดขอนแก่น ได้ผลการศึกษาดังแสดงในตารางที่ 16

**ตารางที่ 16** ความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามจำนวนวันในการเข้าร่วมกิจกรรม  
อีเวนท์ในจังหวัดขอนแก่น

จำนวนวันในการเข้าร่วมกิจกรรมอีเวนท์ในจังหวัดขอนแก่น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ครึ่งวัน	84	21.00
1 วัน	163	40.75
2 วัน	73	18.25

จำนวนวันในการเข้าร่วมกิจกรรมอีเวนท์ในจังหวัดขอนแก่น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
3 วัน	48	12.00
มากกว่า 3 วัน	32	8.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 16 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่การเข้าร่วมกิจกรรมอีเวนท์ในจังหวัดขอนแก่น ใช้ระยะเวลา 1 วัน จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 40.75 รองลงมา คือ ใช้ระยะเวลาครึ่งวัน จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 ใช้ระยะเวลา 2 วัน จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.25 ใช้ระยะเวลา 3 วัน จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 และใช้ระยะเวลามากกว่า 3 วัน จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 ตามลำดับ

#### 2.2.7 แหล่งข้อมูลกิจกรรมอีเวนท์ในจังหวัดขอนแก่น

กลุ่มตัวอย่างจากการสำรวจแบบสอบถาม จำแนกตามแหล่งข้อมูลกิจกรรมอีเวนท์ในจังหวัดขอนแก่น ได้ผลการศึกษาดังแสดงในตารางที่ 17

ตารางที่ 17 ความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามแหล่งข้อมูลกิจกรรมอีเวนท์ในจังหวัดขอนแก่น

แหล่งข้อมูลกิจกรรมอีเวนท์ในจังหวัดขอนแก่น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
หน่วยงานต้นสังกัด	106	26.50
เว็บไซต์	79	19.75
Facebook	38	9.50
Line	43	10.75
เพื่อน หรือญาติ	134	33.50
บริษัทนำเที่ยว	0	0.00
นิตยสาร	0	0.00
โฆษณาผ่านอีเมล	0	0.00
ทีวี	0	0.00
หนังสือพิมพ์	0	0.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 17 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่หาข้อมูลกิจกรรมอีเวนท์ในจังหวัดขอนแก่น จากเพื่อน หรือ ญาติ จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50 รองลงมา คือ หน่วยงานต้นสังกัด จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50 เว็บไซต์ จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.75 Line จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.75 Facebook จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 บริษัทนำเที่ยว นิตยสาร หนังสือพิมพ์ ทิว และโฆษณาผ่านอีเมล จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.00 ตามลำดับ

### 2.2.8 การกลับมาเข้าร่วมกิจกรรมอีเวนท์ในจังหวัดขอนแก่น อีกครั้งในอนาคต

กลุ่มตัวอย่างจากการสำรวจแบบสอบถาม จำแนกตามการกลับมาเข้าร่วมกิจกรรมอีเวนท์ในจังหวัดขอนแก่น อีกครั้งในอนาคต ได้ผลการศึกษาดังแสดงในตารางที่ 18

ตารางที่ 18 ความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการกลับมาเข้าร่วมกิจกรรมอีเวนท์ในจังหวัดขอนแก่น อีกครั้งในอนาคต

การกลับมาเข้าร่วมกิจกรรมอีเวนท์ในจังหวัดขอนแก่น อีกครั้งในอนาคต	จำนวน (คน)	ร้อยละ
กลับมาเที่ยวอีกครั้ง	321	80.25
ไม่กลับมาเที่ยวอีกครั้ง	47	11.75
ไม่แน่ใจ	32	8.00
รวม	400	100.00

จากตารางที่ 18 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะกลับมาเข้าร่วมกิจกรรมอีเวนท์ในจังหวัดขอนแก่น อีกครั้งในอนาคต จำนวน 321 คน คิดเป็นร้อยละ 80.25 รองลงมา คือ ไม่กลับมาเที่ยวอีกครั้ง จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.75 และไม่แน่ใจ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 ตามลำดับ

### 2.2.9 การแนะนำให้ เพื่อน ญาติ และคนรู้จัก มาเข้าร่วมกิจกรรมอีเวนท์ในจังหวัดขอนแก่น

กลุ่มตัวอย่างจากการสำรวจแบบสอบถาม จำแนกตามการแนะนำให้ เพื่อน ญาติ และคนรู้จัก มาเข้าร่วมกิจกรรมอีเวนท์ในจังหวัดขอนแก่น ได้ผลการศึกษาดังแสดงในตารางที่ 19

**ตารางที่ 19** ความถี่และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการแนะนำให้ เพื่อน ญาติ และคนรู้จัก มาเข้าร่วมกิจกรรมอีเวนต์ในจังหวัดขอนแก่น

การแนะนำให้ เพื่อน ญาติ และคนรู้จัก มาเข้าร่วมกิจกรรมอีเวนต์ ในจังหวัดขอนแก่น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
แนะนำ	317	79.25
ไม่แนะนำ	31	7.75
ไม่แน่ใจ	52	13.00
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 19 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะแนะนำให้ เพื่อน ญาติ และคนรู้จัก มาเข้าร่วมกิจกรรมอีเวนต์ในจังหวัดขอนแก่น จำนวน 317 คน คิดเป็นร้อยละ 79.25 รองลงมา คือ ไม่แน่ใจ จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 และไม่แนะนำ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.75 ตามลำดับ

## 2.3 ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121

การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ในการศึกษาเป็นสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่ออธิบายผลการศึกษา “ระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่น” โดยการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยมีรายละเอียดดังนี้

### 2.3.1 ด้านเศรษฐกิจ

จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม เกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 จำแนกตามด้านเศรษฐกิจ ได้ผลการศึกษาดังแสดงในตารางที่ 20

ตารางที่ 20 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลของระดับความคิดเห็นด้านเศรษฐกิจ

ด้านเศรษฐกิจ	ความถี่ (ร้อยละ)					ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
ความได้เปรียบในการแข่งขัน ด้านการจัดงานอีเวนต์ ของผู้จัดงานที่มีคุณสมบัติตามมาตรฐาน ISO 20121	3 (0.75)	10 (2.50)	40 (10.00)	167 (41.75)	180 (45.00)	4.28	0.801	มากที่สุด
ผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการดำเนินการตามมาตรฐาน ISO 20121	0 (0.00)	9 (2.25)	90 (22.50)	145 (36.25)	156 (39.00)	4.12	0.832	มาก
ประโยชน์ต่อเศรษฐกิจภายในประเทศ เมื่อมีการพัฒนาการบริหารจัดการงานอีเวนต์ที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม	0 (0.00)	16 (4.00)	98 (24.50)	143 (35.75)	143 (35.75)	4.03	0.874	มาก
ผลกำไรที่คาดว่าจะได้รับการดำเนินการตามมาตรฐาน ISO 20121	1 (0.25)	9 (2.25)	112 (28.00)	155 (38.75)	123 (30.75)	3.98	0.837	มาก
ความคุ้มค่าต่อการลงทุน ให้มีระบบการจัดงานอีเวนต์ ตามมาตรฐาน ISO 20121	6 (1.50)	30 (7.50)	128 (32.00)	170 (42.50)	66 (16.50)	3.65	0.894	มาก

จากตารางที่ 20 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อระบบการบริหารจัดการงานอีเวนท์อย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 จำแนกตามด้านเศรษฐกิจ พบว่าความได้เปรียบในการแข่งขัน ด้านการจัดงานอีเวนท์ ของผู้จัดงานที่มีคุณสมบัติตามมาตรฐาน ISO 20121 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.28) รองลงมา คือ ผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการดำเนินการตามมาตรฐาน ISO 20121 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย = 4.12) ประโยชน์ต่อเศรษฐกิจภายในประเทศ เมื่อมีการพัฒนาการบริหารจัดการงานอีเวนท์ที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย = 4.03) ผลกำไรที่คาดว่าจะได้รับจากการดำเนินการตามมาตรฐาน ISO 20121 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย = 3.98) และความคุ้มค่าต่อการลงทุน ให้มีระบบการจัดงานอีเวนท์ ตามมาตรฐาน ISO 20121 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย = 3.65) ตามลำดับ

### 2.3.2 ด้านสภาพแวดล้อม

จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม เกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อระบบการบริหารจัดการงานอีเวนท์อย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 จำแนกตามด้านสภาพแวดล้อม ได้ผลการศึกษาดังแสดงในตารางที่ 21

**ตารางที่ 21** ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลของระดับความคิดเห็น ด้านสภาพแวดล้อม

ด้านสภาพแวดล้อม	ความถี่ (ร้อยละ)					ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
การจัดงานอีเวนท์ตามมาตรฐาน ISO 20121 ก่อให้เกิดความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	1 (0.25)	11 (2.75)	32 (8.00)	165 (41.25)	191 (47.75)	4.34	0.761	มากที่สุด
การกำหนดนโยบายในการจัดงานอีเวนท์จะต้องเป็นไปตามมาตรฐาน ISO 20121 ด้านการรักษาสภาพแวดล้อม	3 (0.75)	21 (5.25)	50 (12.50)	161 (40.25)	165 (41.25)	4.16	0.890	มาก
ความสำคัญของการใช้อุปกรณ์ตกแต่งงานอีเวนท์ที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้	3 (0.75)	16 (4.00)	89 (22.25)	132 (33.00)	160 (40.00)	4.08	0.920	มาก

ด้านสภาพแวดล้อม	ความถี่ (ร้อยละ)					ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
เพิ่มพื้นที่สีเขียวในการตกแต่งงานอีเวนต์	0 (0.00)	18 (4.50)	95 (23.75)	179 (44.75)	108 (27.00)	3.94	0.828	มาก
ของเสีย ควรได้รับการแบ่งออกเป็น หมวดหมู่ เช่น กระดาษ แก้ว พลาสติก หรือกระบวนการนำมาใช้ใหม่	1 (0.25)	35 (8.75)	102 (25.50)	157 (39.25)	105 (26.25)	3.83	0.928	มาก
การดำเนินการตามมาตรฐาน ISO 20121 สามารถปรับปรุงสภาพแวดล้อมของ ประเทศได้	1 (0.25)	18 (4.50)	134 (33.50)	168 (42.00)	79 (19.75)	3.77	0.826	มาก

จากตารางที่ 21 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 จำแนกตามด้านสภาพแวดล้อม พบว่าการจัดงานอีเวนต์ตามมาตรฐาน ISO 20121 ก่อให้เกิดความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.34) รองลงมา คือ การกำหนดนโยบายในการจัดงานอีเวนต์ จะต้องเป็นไปตามมาตรฐาน ISO 20121 ด้านการรักษาสภาพแวดล้อม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย = 4.16) ความสำคัญของการใช้อุปกรณ์ตกแต่งงานอีเวนต์ที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย = 4.08) เพิ่มพื้นที่สีเขียวในการตกแต่งงานอีเวนต์ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย = 3.94) ของเสีย ควรได้รับการแบ่งออกเป็นหมวดหมู่ เช่น กระดาษ แก้ว พลาสติก หรือกระบวนการนำมาใช้ใหม่ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย = 3.83) และการดำเนินการตามมาตรฐาน ISO 20121 สามารถปรับปรุงสภาพแวดล้อมของประเทศได้ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย = 3.77) ตามลำดับ

### 2.3.3 ด้านสังคม

จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม เกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อระบบการบริหารจัดการงานโอเวนท้อย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 จำแนกตามด้านสังคม ได้ผลการศึกษาดังแสดงในตารางที่ 22

ตารางที่ 22 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลของระดับความคิดเห็น ด้านสังคม

ด้านสังคม	ความถี่ (ร้อยละ)					ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
องค์กรที่จัดงานโอเวนท มีความน่าเชื่อถือมากขึ้น เมื่อได้รับมาตรฐาน ISO 20121	1 (0.25)	16 (4.00)	47 (11.75)	165 (41.25)	171 (42.75)	4.22	0.824	มากที่สุด
ท่านให้ความสนใจกับงานโอเวนทที่ได้รับรองมาตรฐานจาก ISO 20121	0 (0.00)	32 (8.00)	55 (13.75)	142 (35.50)	171 (42.75)	4.13	0.933	มาก
การใช้มาตรฐาน ISO 20121 สามารถเพิ่มคุณค่าให้กับภาพลักษณ์ขององค์กรที่งานโอเวนท	2 (0.50)	15 (3.75)	89 (22.25)	170 (42.50)	124 (31.00)	4.00	0.854	มาก
รัฐบาลควรส่งเสริมการจัดงานโอเวนทให้มีโครงการเพิ่มประสิทธิภาพด้านสิ่งแวดล้อม	0 (0.00)	23 (5.75)	106 (26.50)	175 (43.75)	96 (24.00)	3.86	0.847	มาก
การประชาสัมพันธ์ส่งเสริมมาตรฐาน ISO 20121 มีความสำคัญต่อการพัฒนาการจัดงานโอเวนท	2 (0.50)	26 (6.50)	133 (33.25)	139 (34.75)	100 (25.00)	3.77	0.915	มาก
การเผยแพร่ความรู้มาตรฐาน ISO 20121 มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมงานโอเวนท	2 (0.50)	33 (8.25)	128 (32.00)	161 (40.25)	76 (19.00)	3.69	0.889	มาก
การดำเนินการตามมาตรฐาน ISO 20121 เป็นวิธีหนึ่งที่จะช่วยคืนกำไรให้กับสังคม	1 (0.25)	29 (7.25)	135 (33.75)	168 (42.00)	67 (16.75)	3.68	0.846	มาก

จากตารางที่ 22 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อระบบการบริหารจัดการงานโอเวนท้อย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 จำแนกตามด้านสังคม พบว่า องค์กรที่จัดงานโอเวนท มีความน่าเชื่อถือมากขึ้น เมื่อได้รับมาตรฐาน ISO 20121 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.22) รองลงมา คือ ท่านให้ความสนใจกับงานโอเวนทที่ได้รับรองมาตรฐานจาก

ISO 20121 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย = 4.13) การใช้มาตรฐาน ISO 20121 สามารถเพิ่มคุณค่าให้กับภาพลักษณ์ขององค์กรที่งานอีเวนต์ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย = 4.00) รัฐบาลควรส่งเสริมการจัดงานอีเวนต์ ให้มีโครงการเพิ่มประสิทธิภาพด้านสิ่งแวดล้อม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย = 3.86) การประชาสัมพันธ์ส่งเสริมมาตรฐาน ISO 20121 มีความสำคัญต่อการพัฒนาการจัดงานอีเวนต์ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย = 3.77) การเผยแพร่ความรู้มาตรฐาน ISO 20121 มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมงานอีเวนต์ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย = 3.69) การดำเนินการตามมาตรฐาน ISO 20121 เป็นวิธีหนึ่งที่จะช่วยคืนกำไรให้กับสังคม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย = 3.68)

### 2.3.4 ด้านสินค้าและบริการ

จากการสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม เกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 จำแนกตามด้านสินค้าและบริการ ได้ผลการศึกษาดังแสดงในตารางที่ 23

ตารางที่ 23 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลของระดับความคิดเห็นด้านสินค้าและบริการ

ด้านสินค้าและบริการ	ความถี่ (ร้อยละ)					ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
การจัดงานอีเวนต์ ทั้งในและนอกห้องประชุม ควรมีการตกแต่งด้วยวัสดุที่ย่อยสลายได้ และสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้	0 (0.00)	12 (3.00)	29 (7.25)	157 (39.25)	202 (50.50)	4.37	0.748	มากที่สุด
องค์กรที่จัดงานอีเวนต์ ควรใช้มาตรฐาน ISO 20121	2 (0.50)	17 (4.25)	41 (10.25)	155 (38.75)	185 (46.25)	4.26	0.845	มากที่สุด
ความสำคัญของการให้ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐาน ISO 20121 แก่บุคลากรที่งานอีเวนต์	0 (0.00)	19 (4.75)	46 (11.50)	178 (44.50)	157 (39.25)	4.18	0.816	มาก
วัสดุสิ้นเปลืองที่ใช้ในการจัดงานอีเวนต์ ควรเป็นวัสดุที่นำกลับมาใช้ใหม่ได้	3 (0.75)	12 (3.00)	83 (20.75)	143 (35.75)	159 (39.75)	4.11	0.885	มาก

ด้านสินค้าและบริการ	ความถี่ (ร้อยละ)					ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความคิดเห็น
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด			
ผลิตภัณฑ์และการบริการ ที่ได้รับมาตรฐาน ISO 20121 มีความน่าสนใจ	3 (0.75)	7 (1.75)	85 (21.25)	162 (40.50)	143 (35.75)	4.09	0.838	มาก
ความสำคัญของการให้บริการ ที่คำนึงถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	2 (0.50)	18 (4.50)	73 (18.25)	165 (41.25)	142 (35.50)	4.07	0.872	มาก
วัสดุที่สามารถนำมากลับมาใช้ใหม่ได้ มีความน่าสนใจ	1 (0.25)	10 (2.50)	93 (23.25)	178 (44.50)	118 (29.50)	4.01	0.807	มาก
ท่านให้ความสำคัญกับงานโอเวนที่ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มากกว่างานโอเวนที่ที่หุหุหุ	2 (0.50)	22 (5.50)	75 (18.75)	194 (48.50)	107 (26.75)	3.96	0.848	มาก
การจัดกิจกรรมกลางแจ้ง ช่วยลดการใช้เครื่องปรับอากาศ	0 (0.00)	17 (4.25)	120 (30.00)	160 (40.00)	103 (25.75)	3.87	0.844	มาก
การส่งเสริมทางการตลาด ช่วยให้ผู้ร่วมงาน มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	1 (0.25)	14 (3.50)	130 (32.50)	173 (43.25)	82 (20.50)	3.80	0.809	มาก
ชื่อเสียงขององค์กรที่จัดงานโอเวนที่มีความสำคัญต่อคุณภาพของการบริการ	1 (0.25)	12 (3.00)	148 (37.00)	164 (41.00)	75 (18.75)	3.75	0.799	มาก

จากตารางที่ 23 พบว่า ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อระบบการบริหารจัดการงานโอเวนที่ยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 จำแนกตามด้านสินค้าและบริการ พบว่าการจัดงานโอเวนที่ ทั้งในและนอกห้องประชุม ควรมีการตกแต่งด้วยวัสดุที่ย่อยสลายได้ และสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.37) รองลงมา คือ องค์กรที่จัดงานโอเวนที่ ควรใช้มาตรฐาน ISO 20121 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.26) ความสำคัญของการให้ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐาน ISO 20121 แก่บุคลากรที่งานโอเวนที่ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย = 4.18) วัสดุสิ้นเปลืองที่ใช้ในการจัดงานโอเวนที่ ควรเป็นวัสดุที่นำกลับมาใช้ใหม่ได้ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย = 4.11) ผลิตภัณฑ์และการบริการ ที่ได้รับมาตรฐาน ISO 20121 มีความน่าสนใจ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย = 4.09) ความสำคัญของการให้บริการ ที่คำนึงถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย = 4.07) วัสดุที่สามารถนำมากลับมาใช้ใหม่ได้ มีความน่าสนใจ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย = 4.01) ท่านให้ความสำคัญกับงานโอเวนที่ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

มากกว่างานอีเวนท์ที่หรูหรา มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย = 3.96) การจัดกิจกรรม  
กลางแจ้ง ช่วยลดการใช้เครื่องปรับอากาศ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย = 3.87)  
การส่งเสริมทางการตลาด ช่วยให้ผู้ร่วมงาน มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มีความคิดเห็น  
อยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย = 3.80) และชื่อเสียงขององค์กรที่จัดงานอีเวนท์ มีความสำคัญต่อคุณภาพ  
ของการบริการ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ มาก (ค่าเฉลี่ย = 3.75) ตามลำดับ

## 2.4 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

จากสมมติฐานการวิจัยว่าด้วย รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบการบริหารจัดการงานอีเวนท์อย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

### 2.4.1 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบการบริหารจัดการงานอีเวนท์อย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ด้านเศรษฐกิจ ตามความแตกต่างของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบการบริหารจัดการงานอีเวนท์อย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ด้านเศรษฐกิจ ตามความแตกต่างของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ได้ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ดังตารางที่ 24

**ตารางที่ 24** รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เปรียบเทียบกับความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบการบริหารจัดการงานอีเวนท์อย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ด้านเศรษฐกิจ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบการบริหารจัดการงานอีเวนท์อย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ด้านเศรษฐกิจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ความได้เปรียบในการแข่งขัน ด้านการจัดงานอีเวนท์ของผู้จัดงานที่มีคุณสมบัติตามมาตรฐาน ISO 20121	ระหว่างกลุ่ม	25.933	7	3.705	6.307	0.000*
	ภายในกลุ่ม	230.265	392	0.587		
	ทั้งหมด	256.198	399			
ผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการดำเนินการตามมาตรฐาน ISO 20121	ระหว่างกลุ่ม	15.347	7	2.192	3.294	0.002*
	ภายในกลุ่ม	260.893	392	0.666		
	ทั้งหมด	276.240	399			
ประโยชน์ต่อเศรษฐกิจภายในประเทศ เมื่อมีการพัฒนาการบริหารจัดการงานอีเวนท์ที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	24.026	7	3.432	4.796	0.000*
	ภายในกลุ่ม	280.552	392	0.716		
	ทั้งหมด	304.578	399			
ผลกำไรที่คาดว่าจะได้รับจากการดำเนินการตามมาตรฐาน ISO 20121	ระหว่างกลุ่ม	6.756	7	0.965	1.386	0.210
	ภายในกลุ่ม	272.994	392	0.696		
	ทั้งหมด	279.750	399			
ความคุ้มค่าต่อการลงทุน ให้มีระบบการจัดงานอีเวนท์ ตามมาตรฐาน ISO 20121	ระหว่างกลุ่ม	35.462	7	5.066	7.004	0.000*
	ภายในกลุ่ม	283.538	392	0.723		
	ทั้งหมด	319.000	399			

หมายเหตุ: \* หมายถึง ความคิดเห็นแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 24 พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เปรียบเทียบกับความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ด้านเศรษฐกิจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านต่างๆ ดังนี้

(1) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ความได้เปรียบในการแข่งขัน ด้านการจัดการงานอีเวนต์ ของผู้จัดงานที่มีคุณสมบัติตามมาตรฐาน ISO 20121 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

(2) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการดำเนินการตามมาตรฐาน ISO 20121 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

(3) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ประโยชน์ต่อเศรษฐกิจภายในประเทศ เมื่อมีการพัฒนาการบริหารจัดการงานอีเวนต์ที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

(4) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ความคุ้มค่าต่อการลงทุน ให้มีระบบการจัดการงานอีเวนต์ ตามมาตรฐาน ISO 20121 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ทั้งนี้ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ผลกำไรที่คาดว่าจะได้รับจากการดำเนินการตามมาตรฐาน ISO 20121 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## 2.4.2 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบการบริหารจัดการงานโอเวนที่ อย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ด้านสภาพแวดล้อม ตามความแตกต่างของรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน

การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบการบริหารจัดการงานโอเวนที่  
อย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ด้านสภาพแวดล้อม ตามความแตกต่างของรายได้เฉลี่ย  
ต่อเดือน ได้ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ดังตารางที่ 25

ตารางที่ 25 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เปรียบเทียบกับความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบการบริหารจัดการ  
งานโอเวนที่อย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ด้านสภาพแวดล้อม

ความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบการบริหารจัดการ งานโอเวนที่อย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ด้านสภาพแวดล้อม	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
การจัดงานโอเวนที่ตามมาตรฐาน ISO 20121 ก่อให้เกิดความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	22.270	7	3.181	5.972	0.000*
	ภายในกลุ่ม	208.840	392	0.533		
	ทั้งหมด	231.110	399			
การกำหนดนโยบายในการจัดงานโอเวนที่ จะต้องเป็นไปตามมาตรฐาน ISO 20121 ด้านการรักษาสภาพแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	34.466	7	4.924	6.862	0.000*
	ภายในกลุ่ม	281.294	392	0.718		
	ทั้งหมด	315.760	399			
ความสำคัญของการใช้อุปกรณ์ตกแต่งงาน โอเวนที่ที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้	ระหว่างกลุ่ม	69.771	7	9.967	14.580	0.000*
	ภายในกลุ่ม	267.979	392	0.684		
	ทั้งหมด	337.750	399			
การเพิ่มพื้นที่สีเขียวในการตกแต่งงานโอเวนที่	ระหว่างกลุ่ม	18.427	7	2.632	4.043	0.000*
	ภายในกลุ่ม	255.251	392	0.651		
	ทั้งหมด	273.678	399			
ของเสีย ควรได้รับการแบ่งออกเป็นหมวดหมู่ เช่น กระดาษ แก้ว พลาสติก หรือกระบวนการ นำมาใช้ใหม่	ระหว่างกลุ่ม	24.938	7	3.563	4.380	0.000*
	ภายในกลุ่ม	318.812	392	0.813		
	ทั้งหมด	343.750	399			
การดำเนินการตามมาตรฐาน ISO 20121 สามารถปรับปรุงสภาพแวดล้อมของประเทศ ได้	ระหว่างกลุ่ม	44.831	7	6.404	11.056	0.000*
	ภายในกลุ่ม	227.079	392	0.579		
	ทั้งหมด	271.910	399			

หมายเหตุ: \* หมายถึง ความคิดเห็นแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 25 พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เปรียบเทียบกับความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบ  
การบริหารจัดการงานโอเวนที่อย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ด้านสภาพแวดล้อม แตกต่างกัน  
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านต่างๆ ดังนี้

- (1) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ การจัดงานอีเวนต์ตามมาตรฐาน ISO 20121 ก่อให้เกิดความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- (2) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ การกำหนดนโยบายในการจัดงานอีเวนต์ จะต้องเป็นไปตามมาตรฐาน ISO 20121 ด้านการรักษาสภาพแวดล้อม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- (3) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ความสำคัญของการใช้อุปกรณ์ตกแต่งงานอีเวนต์ ที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- (4) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ การเพิ่มพื้นที่สีเขียวในการตกแต่งงานอีเวนต์ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- (5) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ของเสีย ควรได้รับการแบ่งออกเป็นหมวดหมู่ เช่น กระดาษ แก้ว พลาสติก หรือกระบวนการนำมาใช้ใหม่ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- (6) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ การดำเนินการตามมาตรฐาน ISO 20121 สามารถปรับปรุงสภาพแวดล้อมของประเทศได้ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

### 2.4.3 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ด้านสังคม ตามความแตกต่างของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ด้านสังคม ตามความแตกต่างของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ได้ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ดังตารางที่ 26

ตารางที่ 26 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เปรียบเทียบกับความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ด้านสังคม

ความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ด้านสังคม	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
องค์กรที่จัดงานอีเวนต์ที่มีความน่าเชื่อถือมากขึ้น เมื่อได้รับมาตรฐาน ISO 20121	ระหว่างกลุ่ม	28.334	7	4.048	6.533	0.000*
	ภายในกลุ่ม	242.863	392	0.620		
	ทั้งหมด	271.198	399			
ด้านให้ความสนใจกับงานอีเวนต์ที่ได้รับรองมาตรฐานจาก ISO 20121	ระหว่างกลุ่ม	72.598	7	10.371	14.803	0.000*
	ภายในกลุ่ม	274.642	392	0.701		
	ทั้งหมด	347.240	399			
การใช้มาตรฐาน ISO 20121 สามารถเพิ่มคุณค่าให้กับภาพลักษณ์ขององค์กรที่งานอีเวนต์	ระหว่างกลุ่ม	10.653	7	1.522	2.128	0.040*
	ภายในกลุ่ม	280.345	392	0.715		
	ทั้งหมด	290.998	399			
รัฐบาลควรส่งเสริมการจัดงานอีเวนต์ให้มีโครงการเพิ่มประสิทธิภาพด้านสิ่งแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	17.358	7	2.480	3.616	0.001*
	ภายในกลุ่ม	268.802	392	0.686		
	ทั้งหมด	286.160	399			
การประชาสัมพันธ์ส่งเสริมมาตรฐาน ISO 20121 มีความสำคัญต่อการพัฒนาการจัดงานอีเวนต์	ระหว่างกลุ่ม	72.705	7	10.386	15.564	0.000*
	ภายในกลุ่ม	261.593	392	0.667		
	ทั้งหมด	334.298	399			
การเผยแพร่ความรู้มาตรฐาน ISO 20121 มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมงานอีเวนต์	ระหว่างกลุ่ม	50.225	7	7.175	10.600	0.000*
	ภายในกลุ่ม	265.335	392	0.677		
	ทั้งหมด	315.560	399			
การดำเนินการตามมาตรฐาน ISO 20121 เป็นวิธีหนึ่งที่ช่วยคืนกำไรให้กับสังคม	ระหว่างกลุ่ม	34.576	7	4.939	7.720	0.000*
	ภายในกลุ่ม	250.822	392	0.640		
	ทั้งหมด	285.398	399			

หมายเหตุ: \* หมายถึง ความคิดเห็นแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 26 พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เปรียบเทียบกับความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ด้านสังคม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านต่างๆ ดังนี้

(1) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ องค์กรที่จัดงานอีเวนต์ มีความน่าเชื่อถือมากขึ้น เมื่อได้รับมาตรฐาน ISO 20121 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

(2) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ท่านให้ความสำคัญกับงานอีเวนต์ที่ได้รับรองมาตรฐานจาก ISO 20121 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

(3) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ การใช้มาตรฐาน ISO 20121 สามารถเพิ่มคุณค่าให้กับภาพลักษณ์ขององค์กรที่งานอีเวนต์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

(4) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ รัฐบาลควรส่งเสริมการจัดงานอีเวนต์ ให้มีโครงการเพิ่มประสิทธิภาพด้านสิ่งแวดล้อม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

(5) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ การประชาสัมพันธ์ส่งเสริมมาตรฐาน ISO 20121 มีความสำคัญต่อการพัฒนาการจัดงานอีเวนต์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

(6) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ การเผยแพร่ความรู้มาตรฐาน ISO 20121 มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมงานอีเวนต์ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

(7) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ การดำเนินการตามมาตรฐาน ISO 20121 เป็นวิธีหนึ่งที่ช่วยคืนกำไรให้กับสังคม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

#### 2.4.4 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบการบริหารจัดการงานโอเวนที่ อย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ด้านสินค้าและบริการ ตามความแตกต่างของรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน

การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบการบริหารจัดการงานโอเวนที่  
อย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ด้านสินค้าและบริการ ตามความแตกต่างของรายได้เฉลี่ย  
ต่อเดือน ได้ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ดังตารางที่ 27

ตารางที่ 27 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เปรียบเทียบกับความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบการบริหารจัดการ  
งานโอเวนที่อย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ด้านสินค้าและบริการ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบการบริหารจัดการ งานโอเวนที่อย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ด้านสินค้าและบริการ	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
การจัดงานโอเวนที่ ทั้งในและนอกห้องประชุม ควรมีการตกแต่งด้วยวัสดุที่ย่อยสลายได้ และ สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้	ระหว่างกลุ่ม	8.938	7	1.277	2.333	0.024*
	ภายในกลุ่ม	214.560	392	0.547		
	ทั้งหมด	223.498	399			
องค์กรที่จัดงานโอเวนที่ ควรใช้มาตรฐาน ISO 20121	ระหว่างกลุ่ม	19.931	7	2.847	4.211	0.000*
	ภายในกลุ่ม	265.029	392	0.676		
	ทั้งหมด	284.960	399			
ความสำคัญของการให้ความรู้เกี่ยวกับ มาตรฐาน ISO 20121 แก่บุคลากร ที่งานโอเวนที่	ระหว่างกลุ่ม	22.033	7	3.148	5.064	0.000*
	ภายในกลุ่ม	243.645	392	0.622		
	ทั้งหมด	265.678	399			
วัสดุสิ้นเปลืองที่ใช้ในการจัดงานโอเวนที่ ควรเป็นวัสดุที่นำกลับมาใช้ใหม่ได้	ระหว่างกลุ่ม	16.921	7	2.417	3.207	0.003*
	ภายในกลุ่ม	295.456	392	0.754		
	ทั้งหมด	312.378	399			
ผลิตภัณฑ์และการบริการ ที่ได้รับมาตรฐาน ISO 20121 มีความน่าสนใจ	ระหว่างกลุ่ม	3.229	7	0.461	.653	0.711
	ภายในกลุ่ม	276.708	392	0.706		
	ทั้งหมด	279.938	399			
ความสำคัญของการให้บริการ ที่คำนึงถึง การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	45.126	7	6.447	9.793	0.000*
	ภายในกลุ่ม	258.052	392	0.658		
	ทั้งหมด	303.178	399			
วัสดุที่สามารถนำมาใช้ใหม่ได้ มีความน่าสนใจ	ระหว่างกลุ่ม	6.692	7	0.956	1.480	0.173
	ภายในกลุ่ม	253.298	392	0.646		
	ทั้งหมด	259.990	399			
ทำนให้ความสำคัญกับงานโอเวนที่ที่เป็นมิตร กับสิ่งแวดล้อม มากกว่างานโอเวนที่ที่หรูหรา	ระหว่างกลุ่ม	9.863	7	1.409	1.992	0.055
	ภายในกลุ่ม	277.327	392	0.707		
	ทั้งหมด	287.190	399			

ความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบการจัดการงานโอเวนที่อย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ด้านสินค้าและบริการ	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
การจัดกิจกรรมกลางแจ้ง ช่วยลดการใช้เครื่องปรับอากาศ	ระหว่างกลุ่ม	2.279	7	0.326	.452	0.869
	ภายในกลุ่ม	282.218	392	0.720		
	ทั้งหมด	284.498	399			
การส่งเสริมทางการตลาด ช่วยให้ผู้ร่วมงานมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	47.348	7	6.764	12.387	0.000*
	ภายในกลุ่ม	214.050	392	0.546		
	ทั้งหมด	261.398	399			
ชื่อเสียงขององค์กรที่จัดงานโอเวนที่มีความสำคัญต่อคุณภาพของการบริการ	ระหว่างกลุ่ม	37.776	7	5.397	9.739	0.000*
	ภายในกลุ่ม	217.224	392	0.554		
	ทั้งหมด	255.000	399			

หมายเหตุ: \* หมายถึง ความคิดเห็นแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 27 พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เปรียบเทียบกับความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบการจัดการจัดการงานโอเวนที่อย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ด้านสินค้าและบริการแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านต่างๆ ดังนี้

(1) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ การจัดงานโอเวนที่ทั้งในและนอกห้องประชุม ควรมีการตกแต่งด้วยวัสดุที่ย่อยสลายได้ และสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

(2) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ องค์กรที่จัดงานโอเวนที่ ควรใช้มาตรฐาน ISO 20121 แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

(3) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ความสำคัญของการให้ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐาน ISO 20121 แก่บุคลากรที่งานโอเวนที่ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

(4) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ วัสดุสิ้นเปลืองที่ใช้ในการจัดงานโอเวนที่ ควรเป็นวัสดุที่นำกลับมาใช้ใหม่ได้ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

(5) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ความสำคัญของการให้บริการ ที่คำนึงถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

(6) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ การส่งเสริมทางการตลาด ช่วยให้ผู้ร่วมงาน มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

(7) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ชื่อเสียงขององค์กร ที่จัดงานอีเวนต์ มีความสำคัญต่อคุณภาพของการบริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน เกี่ยวกับ ระบบการบริหาร จัดการงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ด้านสินค้าและบริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านต่างๆ ดังนี้

(1) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์และ การบริการ ที่ได้รับมาตรฐาน ISO 20121 มีความน่าสนใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

(2) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ วัสดุที่สามารถ นำมากลับมาใช้ใหม่ได้ มีความน่าสนใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

(3) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ การให้ความสำคัญกับงานอีเวนต์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มากกว่างานอีเวนต์ที่หรูหรา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

(4) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ การจัดกิจกรรม กลางแจ้ง ช่วยลดการใช้เครื่องปรับอากาศ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

### 3. แผนการนำระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่น

เสนอแนะแผนการนำระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่น ให้เหมาะสมกับอุตสาหกรรมไมซ์ในสถานการณ์ปัจจุบัน หลังจากวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบัน ปัญหาที่เกิดขึ้นในการบริหารจัดการงานอีเวนต์ สถานการณ์ปัจจุบัน และปัญหาที่เกิดขึ้นจากการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน เพื่อขับเคลื่อนสู่การจัดการงานอีเวนต์ สถานการณ์ปัจจุบันของงานอีเวนต์จังหวัดขอนแก่น แนวทางการพัฒนามาตรฐานในการบริหารจัดการอย่างยั่งยืน ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเข้าร่วมกิจกรรมอีเวนต์ การเปรียบเทียบระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 สามารถกำหนดวิสัยทัศน์ เป้าหมาย และยุทธศาสตร์ในการพัฒนาระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่น และจัดทำแผนปฏิบัติการ (Action Plan) ที่มีความสอดคล้องกับแผนพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในระดับประเทศและระดับจังหวัด โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### 3.1 การกำหนดวิสัยทัศน์ เป้าหมาย และยุทธศาสตร์ในการพัฒนาระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่น

การกำหนดวิสัยทัศน์ เป้าหมาย และยุทธศาสตร์ในการพัฒนาระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่น มีรายละเอียดดังนี้

##### 3.1.1 วิสัยทัศน์

จากการศึกษา วิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบัน ปัญหาที่เกิดขึ้นในการบริหารจัดการงานอีเวนต์ สถานการณ์ปัจจุบัน และปัญหาที่เกิดขึ้นจากการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน เพื่อขับเคลื่อนสู่การจัดการงานอีเวนต์ สถานการณ์ปัจจุบันของงานอีเวนต์จังหวัดขอนแก่น แนวทางการพัฒนามาตรฐานในการบริหารจัดการอย่างยั่งยืน ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเข้าร่วมกิจกรรมอีเวนต์ การเปรียบเทียบระหว่างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน กับระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 สามารถกำหนดวิสัยทัศน์ได้ดังนี้

**“ขอนแก่นไมซ์ซิตี้ ศูนย์กลางการจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนตามมาตรฐาน ISO 20121”**

### 3.1.2 เป้าหมาย

เป้าหมายในการพัฒนาระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่น คือ การจัดงานอีเวนต์ในจังหวัดขอนแก่น ได้รับมาตรฐานการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121

### 3.1.3 ยุทธศาสตร์

เพื่อให้เป็นไปตามวิสัยทัศน์ และเป้าหมาย จึงเสนอแนวทางการกำหนดยุทธศาสตร์ในการพัฒนาระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่น ดังนี้

#### 1) ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ด้านเศรษฐกิจ

การพัฒนาระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ด้านเศรษฐกิจ โดยอาศัยความได้เปรียบในการแข่งขัน ด้านการจัดงานอีเวนต์ของผู้จัดงานที่มีคุณสมบัติตามมาตรฐาน ISO 20121 อีกทั้ง ภาครัฐและภาคเอกชนควรส่งเสริมให้เกิดการตระหนักรู้ในเรื่องของผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการดำเนินการตามมาตรฐาน ISO 20121 ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจภายในประเทศ เมื่อมีการพัฒนาการบริหารจัดการงานอีเวนต์ที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม ก่อให้เกิดผลกำไรที่คาดว่าจะได้รับจากการดำเนินการตามมาตรฐาน ISO 20121 และเกิดความคุ้มค่าต่อการลงทุน ให้มีระบบการจัดงานอีเวนต์ ตามมาตรฐาน ISO 20121

#### 2) ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ด้านสภาพแวดล้อม

การพัฒนาระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ด้านสภาพแวดล้อม โดยการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การจัดงานอีเวนต์ตามมาตรฐาน ISO 20121 ก่อให้เกิดความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม อีกทั้ง ควรกำหนดนโยบายในการจัดงานอีเวนต์ จะต้องเป็นไปตามมาตรฐาน ISO 20121 ด้านการรักษาสภาพแวดล้อม ซึ่งการดำเนินการตามมาตรฐาน ISO 20121 สามารถปรับปรุงสภาพแวดล้อมของประเทศได้ และ ความสำคัญของการเพิ่มพื้นที่สีเขียวในการตกแต่งงานอีเวนต์ และใช้อุปกรณ์ตกแต่งงานอีเวนต์ที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ และการจัดการของเสีย ควรได้รับการแบ่งออกเป็นหมวดหมู่ เช่น กระดาษ แก้ว พลาสติก หรือกระบวนการนำมาใช้ใหม่

### 3) ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ด้านสังคม

การพัฒนาระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ด้านสังคม ผู้เข้าร่วมงานให้ความสนใจกับงานอีเวนต์ที่ได้รับรองมาตรฐานจาก ISO 20121 โดยที่องค์กรที่จัดงานอีเวนต์ มีความน่าเชื่อถือมากขึ้น เมื่อได้รับมาตรฐาน ISO 20121 ควรมีการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมมาตรฐาน ISO 20121 การเผยแพร่ความรู้มาตรฐาน ISO 20121 ซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมงานอีเวนต์ อีกทั้ง การใช้มาตรฐาน ISO 20121 สามารถเพิ่มคุณค่าให้กับภาพลักษณ์ขององค์กรที่งานอีเวนต์ ภาครัฐและภาคเอกชนควรส่งเสริมการจัดการงานอีเวนต์ ให้มีโครงการเพิ่มประสิทธิภาพด้านสิ่งแวดล้อม และการดำเนินการตามมาตรฐาน ISO 20121 เป็นวิธีหนึ่งที่ช่วยคืนกำไรให้กับสังคม

### 4) ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ด้านสินค้าและบริการ

การพัฒนาระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ด้านสินค้าและบริการ โดยที่การจัดงานอีเวนต์ ทั้งในและนอกห้องประชุม ควรมีการตกแต่งด้วยวัสดุที่ย่อยสลายได้ และสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ องค์กรที่จัดงานอีเวนต์ ควรใช้มาตรฐาน ISO 20121 ความสำคัญของการให้ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐาน ISO 20121 แก่บุคลากรที่งานอีเวนต์ วัสดุสิ้นเปลืองที่ใช้ในการจัดงานอีเวนต์ ควรเป็นวัสดุที่นำกลับมาใช้ใหม่ได้ ผลผลิตภัณฑ์และบริการ ที่ได้รับมาตรฐาน ISO 20121 มีความน่าสนใจ ความสำคัญของการให้บริการ ที่คำนึงถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม วัสดุที่สามารถนำมากลับมาใช้ใหม่ได้ มีความน่าสนใจ ท่านให้ความสำคัญกับงานอีเวนต์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มากกว่างานอีเวนต์ที่หรูหรา การจัดกิจกรรมกลางแจ้ง ช่วยลดการใช้เครื่องปรับอากาศ การส่งเสริมทางการตลาด ช่วยให้ผู้ร่วมงาน มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และชื่อเสียงขององค์กรที่จัดงานอีเวนต์ มีความสำคัญต่อคุณภาพของการบริการ

### 3.2 การจัดทำแผนปฏิบัติงาน (Action Plan) ที่มีความสอดคล้องกับแผนพัฒนาอุตสาหกรรม ไมซ์ทั้งในระดับประเทศและระดับจังหวัด

การจัดทำแผนปฏิบัติงาน (Action Plan) ที่มีความสอดคล้องกับแผนพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในระดับประเทศและระดับจังหวัด โดยที่แนวทางการบริหารจัดการงานอีเวนต์มีรายละเอียดดังนี้ (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2556)

#### 3.2.1 ขั้นเริ่มต้นเตรียมการ (Initiating)

ขั้นเริ่มต้นเตรียมการ (Initiating) การบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 เป็นขั้นตอนแรกที่สำคัญต่อการวางแผนจัดงานใดๆ ก็ตาม หากขั้นเริ่มต้นเตรียมการ โดยเฉพาะในการเตรียมการจัดงานไมซ์ขาดการเริ่มต้นที่ดีแล้วก็ยากที่ขั้นตอนในการวางแผนในลำดับถัดไปจะสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งรายละเอียดเกี่ยวกับการการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ในแต่ละมุมมองของแต่ละผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของอุตสาหกรรมไมซ์ ล้วนแตกต่างกัน ในกรณีนี้ ผู้วิจัยได้พยายามที่จะทำให้เข้าใจบทบาทและหน้าที่ที่ต้องปฏิบัติเมื่ออยู่ในบทบาทของผู้รับจัดงานในแต่ละอุตสาหกรรม แม้ในแต่ละอุตสาหกรรมจะมีรายละเอียดปลีกย่อยที่แตกต่างกันไป แต่ขั้นเตรียมการที่ทางผู้จัดงานจำเป็นต้องดำเนินการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 จะประกอบไปด้วยรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) เริ่มดำเนินการติดต่อกับลูกค้า แม้ลูกค้าในแต่ละอุตสาหกรรมของไมซ์จะแตกต่างกันไป อย่างไรก็ตาม ความคิดที่จะเริ่มจัดงานใดๆ จะไม่เกิดขึ้น หากไม่มีลูกค้า ผู้เข้าประชุม หรือผู้เข้าร่วมงานสนใจที่จะเข้าร่วมงาน การเริ่มดำเนินการติดต่อกับลูกค้าสามารถเกิดขึ้นได้หลายรูปแบบ โดยรูปแบบของการติดต่อ และระยะเวลาในการติดต่อ ขึ้นอยู่ลักษณะของงานในแต่ละอุตสาหกรรมไมซ์ ขนาดของงานที่ต้องการจะจัดประสบการณ์ของลูกค้าที่มีต่อผู้จัดงานนั้นๆ และเสนอรูปแบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ให้ลูกค้าทราบ เป็นต้น

2) ดำเนินการเริ่มการประชุมก่อนการเริ่มงาน โดยยึดหลักการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 โดยที่ เมื่อดำเนินการติดต่อกับลูกค้า ซึ่งในกรณีนี้อาจเป็นได้ทั้งตัวแทนของบริษัทที่จะใช้บริการ สมาคมต่างๆ ซึ่งการติดต่อสามารถดำเนินการได้ผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆ เช่น อีเมลล์ หรือทางโทรศัพท์ ทางผู้จัดงานจำเป็นต้องมีการจัดการประชุมก่อนการเริ่มงาน โดยอาจจะผ่านช่องทางต่างๆ เช่น ทางโทรศัพท์ หรือแม้กระทั่งทาง Video Conference หรือเพื่อให้ทราบถึงข้อมูลที่จำเป็นต่างๆ และความต้องการของลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นเป้าหมาย (Goal) วัตถุประสงค์ของการจัดงาน (Objective) รวมไปถึงขนาดของ

งานและรายละเอียดต่างๆ ในด้านการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ซึ่งในการประชุมดังกล่าวจะช่วยให้ผู้จัดงานและลูกค้าเห็นภาพประกอบการเดียวกันจากการจัดงานไมซ์นั้นๆ ซึ่งในขั้นตอนก่อนหน้านี้นี้หากว่าลูกค้าไม่ได้ดำเนินการส่งอีเมลล์หรือติดต่อมายังผู้จัดงาน เพื่อให้ส่งรายละเอียดข้อเสนอเกี่ยวกับการจัดงาน (Request for Proposal: RFP) ทางลูกค้าอาจใช้โอกาสในการประชุมก่อนเริ่มงาน ขอให้ผู้จัดงานดำเนินการส่งข้อเสนอทางเทคนิคการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 มาให้ เพื่อใช้พิจารณาประกอบคุณสมบัติของผู้จัดงานแต่ละเจ้าซึ่งขั้นตอนของการขอรายละเอียดของ RFP ของแต่ละงานและแต่ละอุตสาหกรรมอาจจะมีรายละเอียดที่แตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับลักษณะของงานและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

### 3.2.2 การวางแผน (Planning)

การบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 เป็นการเสนอความสมบูรณ์ของแผนงานการบริหารโครงการนั้น ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับคุณภาพของข้อมูลและจำนวนข้อมูลที่ทางผู้จัดงานไมซ์สามารถรวบรวมได้ในช่วงเริ่มต้นเตรียมการ (Initiating Phase) ข้อมูลด้านต่างๆ ที่ทางผู้จัดงานสามารถรวบรวมมาได้นั้นจะเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยให้ผู้จัดงานไมซ์สามารถเริ่มขั้นตอนการวางแผน (Planning Phase) ที่มีประสิทธิภาพและสามารถช่วยให้ผู้จัดงานไมซ์สามารถบรรลุเป้าหมายของการจัดงานไมซ์ที่วางไว้ได้ โดยในขั้นตอนของการวางแผนนั้นทางผู้จัดงานไมซ์อาจจะมีแผนปฏิกิริยาที่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตามผู้จัดงานไมซ์จำเป็นต้องมีการวางแผนการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ที่สำคัญดังต่อไปนี้

1) วางแผนกำหนดขอบเขตของงานไมซ์ (Planning MICE Event's Scope) จำนวนผู้เข้าร่วมงานสะท้อนถึงจำนวนทรัพยากรและงบประมาณที่ผู้จัดงานต้องใช้ในงานไมซ์นั้นๆ ซึ่งจำนวนของผู้เข้าร่วมงาน และอุปกรณ์ รวมไปถึงความคาดหวังต่างๆ ที่ผู้เข้าร่วมงานและลูกค้าการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ต้องการจะมาจากการสื่อสารและประชุมกับลูกค้าในช่วงขั้นเริ่มต้นเตรียมการ เมื่อทางผู้จัดงานไมซ์ ไม่ว่าจะเป็นงานประชุมองค์กร ประชุมวิชาชีพ และงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติทราบจำนวนผู้ที่เดินทางเข้าร่วมงาน รวมถึงขนาดพื้นที่ที่ต้องใช้ จำนวนห้องพัก รวมถึงรูปแบบของการเดินทาง ผู้จัดงานไมซ์จะสามารถวางแผนการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 เพื่อกำหนดขอบเขตของกิจกรรม (Scope Planning) ที่ต้องจัดซึ่งแผนดังกล่าวเป็นเสมือนการรักษาความคาดหวังของลูกค้าให้อยู่ภายใต้งบประมาณที่จำกัดโดยทั่วไปงานขนาดใหญ่เช่น งานประชุมวิชาชีพและประชุมสมาคมนานาชาติรวมไปถึง

งานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติ มักจะต้องใช้ทรัพยากรและงบประมาณในการจัดงาน สูงกว่าขนาดเล็ก ถึงกระนั้นก็ตาม การบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของ มาตรฐาน ISO 20121 ไม่ว่างานไมซ์จะมีขนาดเล็กหรือใหญ่ การวางแผนกำหนดขอบเขตของ งานไมซ์จำเป็นที่จะต้องได้รับการกำกับดูแลและวางแผนโดยละเอียดอย่างต่อเนื่อง เนื่องจาก ในบางครั้งรายละเอียดบางอย่างของงานอาจมีการเปลี่ยนแปลงเมื่อใกล้ถึงวันจัดงาน ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอาจส่งผลกระทบต่อทรัพยากรที่ต้องใช้รวมถึงงบประมาณที่เปลี่ยนแปลงไป

2) แผนเกี่ยวกับต้นทุน (Cost Plan) เมื่อผู้จัดงานไมซ์ทราบถึงจำนวนของผู้ที่จะ เข้าร่วมงาน ความคาดหวังต่างๆ ที่ลูกค้าและผู้เข้าร่วมงานมีต่องาน รวมไปถึงงบประมาณที่ลูกค้ามี ในกรณีของการประชุมองค์กร การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการประชุมวิชาชีพ หรือ งบประมาณที่ PEO มีที่ใช้สำหรับจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติแล้วนั้น ทางผู้จัดงาน จำเป็นที่จะต้องดำเนินการจัดทำแผนเกี่ยวกับต้นทุน (Cost Plan) ซึ่งแผนเกี่ยวกับต้นทุนที่ใช้ใน การจัดงานไมซ์ที่คืบนั้นจำเป็นที่จะต้องสะท้อนถึงค่าใช้จ่ายและต้นทุนที่ทางผู้จัดงานต้องใช้ ไม่ว่าจะเป็ค่าใช้จ่ายในการจัดจ้างบุคลากรมาปฏิบัติงาน ค่าใช้จ่ายในการจัดทำเวที ค่าใช้จ่ายในการ เช่าสถานที่ รวมไปถึง ต้นทุนและค่าใช้จ่ายที่นอกเหนือจากที่ทางผู้จัดงานได้วางไว้ในกรณีที่เกิดเหตุ ไม่คาดฝัน

3) แผนบุคลากร (Staffing Plan) เมื่อทางผู้จัดงานทราบถึงจำนวนคน ที่จะร่วมงาน และระยะเวลาที่ต้องใช้เตรียมการจนไปถึงวันที่งานเริ่ม ทางผู้จัดงานสามารถ เริ่มวางแผนบุคลากรได้ โดยเริ่มจากกิจกรรมที่ผู้จัดงานต้องดำเนินการทั้งหมดเพื่อให้งานที่วางแผน จะจัดสำเร็จลุล่วงและ นำกิจกรรมที่ต้องดำเนินการทั้งหมดมาเทียบกับระยะเวลาที่ต้องดำเนินการ ให้สำเร็จในแต่ละช่วงเวลา ยกตัวอย่างเช่น รูปแบบและสีของงานต้องเสร็จสิ้นก่อนงานเริ่ม 18 เดือน เอกสารประชาสัมพันธ์ต้องเสร็จสิ้นก่อนงานเริ่ม 12 เดือน เป็นต้น ซึ่งจากการแจกแจงกิจกรรม ดังกล่าวจะทำให้ผู้จัดงานเห็นว่ากิจกรรมใดต้องใช้อัตรากำลังคนเท่าไร (Manpower) เพื่อให้ กิจกรรมดังกล่าวสำเร็จลุล่วงภายใต้ระยะเวลาที่กำหนด ซึ่งจากการที่ทราบว่าจะงานใดต้องใช้คน จำนวนเท่าใดและความสามารถประเภทใด จะทำให้ผู้จัดงานสามารถสรุปได้ว่าจำเป็นที่จะต้อง ใช้คนเท่าไร ไม่ว่าจะเป็บุคลากรของบริษัทเอง หรือบุคลากรที่จำเป็นที่จะต้องจัดจ้างเพิ่ม เป็นต้น

4) แผนคุณภาพ (Quality Plan) ประกอบด้วย เป้าหมายทางด้านการให้บริการ แก่ลูกค้าที่สามารถก่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด เช่น ผู้เข้าร่วมงานจะต้องใช้เวลาไม่เกิน 10 นาที ในการเดินทางจากที่พักมาถึงที่ประชุมหรือหากผู้เข้าร่วมงานมีคำถามเกี่ยวกับกิจกรรมต่างๆ ทางฝ่ายประสานงานจำเป็นที่จะต้องให้คำตอบกับลูกค้าได้ภายในเวลาที่กำหนด เป็นต้น ดังนั้น แผนคุณภาพส่วนใหญ่จึงสามารถไปเชื่อมต่อกับแผนบุคลากร เพราะ บุคลากรที่มาปฏิบัติหน้าที่

ในหน่วยงานที่มีความสามารถในการให้บริการและความเป็นมืออาชีพ จะส่งผลถึงระดับความพึงพอใจในการรับบริการของลูกค้าและผู้เข้าร่วมงาน

5) แผนการสื่อสาร (Communication Plan) แผนการสื่อสารในที่นี้ หมายถึง แผนที่ทางผู้จัดงานใช้สำหรับสื่อสารกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายที่มีส่วนร่วมในการช่วยทำให้ งานไมซ์ที่ต้องการจะจัดสำเร็จตามระยะเวลาและเป้าหมายที่วางไว้ แผนการสื่อสารดังกล่าว ต้องระบุถึงกิจกรรมการสื่อสารที่จำเป็นจะต้องเกิดขึ้นในกรณีที่เกิดการเปลี่ยนแปลงที่อยู่นอกเหนือจากกิจกรรมและแผนที่วางไว้ เช่นหากบริษัทที่รับจัดเรื่องเสงสีเสียงในงานไม่สามารถ นำอุปกรณ์ที่วางแผนที่วางไว้มาใช้ได้ตามที่ตั้งใจไว้ ทางผู้จัดงานจำเป็นที่จะต้องแจ้งฝ่ายใดบ้างเพื่อให้สามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นได้ทันเวลา

6) แผนการบริหารความเสี่ยง (Risk Management Plan) การจัดงานใดๆ ก็ตาม มักจะมีปัจจัยหลายๆอย่างที่อยู่นอกเหนือการบริหารจัดการของผู้จัดงาน ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยเรื่องลมฟ้า อากาศ ปัจจัยทางการเมือง และภัยพิบัติทางธรรมชาติ ดังนั้น ทางผู้จัดงานจึงจำเป็นที่จะต้อง พัฒนาแผนบริหารความเสี่ยงขึ้นมาเพื่อที่ในกรณีที่เกิดเหตุการณ์ไม่คาดฝันทางผู้จัดงานจะสามารถ มีทางเลือกในการแก้ไขปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถทำให้งานไมซ์ที่วางแผนที่วางไว้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ยกตัวอย่างเช่น หากเกิดปัญหาการชุมนุมประท้วงในบริเวณสถานที่ที่จะใช้ สำหรับจัดประชุม และทำให้ไม่สามารถใช้สถานที่จัดประชุมที่วางแผนที่วางไว้ได้ในตอนแรก ทางผู้จัดงานจะย้ายสถานที่จัดประชุมจาก สถานที่ A ไปยัง สถานที่ B เป็นต้น ซึ่งในแผนบริหาร ความเสี่ยงที่ได้นั้นทางผู้จัดงาน จำเป็นที่จะต้องมีการจัดลำดับความเสี่ยงที่มีโอกาสจะเกิดขึ้นจากมาก ไปหาน้อย และจัดลำดับตามผลกระทบที่จะเกิดขึ้น หากความเสี่ยงเหล่านั้นเกิดขึ้นจริง เพื่อผู้จัดงาน จะได้ดำเนินการควบคุมและกำกับดูแลความเสี่ยงที่มีโอกาสจะเกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการจัดทำแผนบริหารความเสี่ยง ซึ่งสามารถแบ่งประเด็นออกเป็นระยะต่างๆ ได้ดังต่อไปนี้

- 6.1) การระบุปัจจัยเสี่ยงที่ส่งผลต่อความสำเร็จของงาน
- 6.2) การวิเคราะห์ความเสี่ยงทางปริมาณและทางคุณภาพ
- 6.3) แผนการบริหารความเสี่ยงที่เกิดขึ้น
- 6.4) การติดตามและดูแลความเสี่ยง ซึ่งจะเกิดขึ้นในระยะที่ 4 ในช่วง

การกำกับดูแลและควบคุมโครงการ

7) แผนการจัดซื้อจัดจ้าง (Resource Acquisition Plan) เมื่อทางผู้จัดงานรู้ว่า จะต้องใช้ทรัพยากรด้านใดบ้างเพื่อให้งานไมซ์ที่วางแผนที่วางไว้สามารถบรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรด้านบุคคล อุปกรณ์ต่างๆ รวมไปถึงเรื่องการจองสถานที่พัก การขนส่งและอื่นๆ ทางผู้จัดงานไม่จำเป็นต้องเป็น DMC PCO หรือ PEO ไม่สามารถที่จะดำเนินการ

ทุกกิจกรรมได้เองเพียงองค์กรเดียว ทางผู้จัดงานหลัก (Core Organizer) จำเป็นที่จะต้องดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างบริษัทที่มีความชำนาญเฉพาะด้านเข้ามาปฏิบัติงานต่อ ภายใต้งบประมาณที่วางไว้ โดยแผนการจัดซื้อจัดจ้างจะต้องระบุถึงขั้นตอนในการเตรียมการจัดซื้อจัดจ้าง จำนวนงานที่ต้องจัดซื้อจัดจ้าง เช่น ใ้บุคลากรด้านการลงทะเบียนก็คน จำนวนรถที่ใช้ในการขนส่งผู้เข้าร่วมงาน จากสถานที่พักมาถึงงาน รวมไปถึงวิธีการที่จะทำให้ผู้จัดงานสามารถจัดซื้อจัดจ้างได้ แผนการจัดซื้อจัดจ้างที่ดีจะช่วยให้ผู้จัดงานหลักสามารถบริหารจัดการงบประมาณที่มีอยู่ได้อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้อย่างสูงสุด

8) แผนกำหนดการการดำเนินงาน (Schedule Plan) ผู้เข้าร่วมงานส่วนใหญ่มักมีเวลาที่ต้องการจะเข้าร่วมงานแตกต่างกัน โดยเฉพาะบุคคลสำคัญ และวิทยากร รวมไปถึงผู้ที่มาออกงานแสดงสินค้าที่มักจะระบุว่าจะนำของเข้ามาในพื้นที่แสดงสินค้าเมื่อใด ดังนั้น แผนกำหนดการการดำเนินงาน จึงจำเป็นที่จะต้องถูกพัฒนาขึ้นมาภายใต้วัตถุประสงค์ที่สำคัญสองประการ คือ เพื่อให้การควบคุมดูแลการจัดงานไมซ์นั้นๆ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพผ่านการจัดลำดับความสำคัญของกิจกรรมที่ต้องดำเนินการตามระยะเวลาตลอดช่วงเวลาที่งานเริ่ม และเพื่อให้งานดังกล่าวบรรลุความคาดหวังของลูกค้าในเวลาเดียวกัน ดังนั้น แผนการดำเนินงานจำเป็นที่จะต้องครอบคลุมแผนต่างๆ ที่กล่าวมาทั้งหมดก่อนหน้า เพื่อให้การดำเนินงานสำเร็จตามที่วางไว้

จากแผนทั้ง 8 ที่กล่าวมานี้ ผู้วิจัย สรุปได้ว่า แผนการจัดการนี้จะช่วยให้ทางผู้จัดงานไมซ์สามารถดำเนินการจัดงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น อย่างไรก็ตามในโลกของความเป็นจริง การขาดแผนใดแผนหนึ่งก็ไม่ได้หมายความว่างานไมซ์จะไม่สามารถเกิดขึ้นได้ ทั้งนี้ ความสมบูรณ์ของแผนงานทั้ง 8 ขึ้นอยู่กับสถานการณ์และความพร้อมของข้อมูลที่ทางผู้จัดงานสามารถรวบรวมได้

### 3.2.3 การปฏิบัติงานตามแผน (Executing)

เมื่อผู้จัดงานดำเนินการจัดทำแผนการดำเนินงานทั้ง 8 แผนเสร็จสิ้น หน้าที่ของผู้จัดงานไม่ได้เสร็จสิ้นเพียงแค่การวางแผนเท่านั้น เนื่องจากทางผู้จัดงานเปรียบเสมือนเป็นตัวกลางในการบริหารจัดการความคาดหวังของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นผู้เข้าร่วมงาน วิทยากร บริษัทที่มารับงานต่อจากทางผู้จัดงาน เช่น General Service Contractor รวมไปถึงทางโรงแรมและสถานที่พัก สถานที่จัดงาน โดยเฉพาะเมื่อขั้นตอนการวางแผน (Planning Phase) เสร็จสิ้นทางลูกค้าและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจะเริ่มมีความคาดหวังที่จะเห็นสิ่งของและกิจกรรมต่างๆ ที่ผู้จัดงานจำเป็นต้องดำเนินการให้เสร็จสิ้นมากขึ้น แผนทั้ง 8 แผนที่ผู้จัดงานวางไว้ จำเป็นที่จะต้องได้รับการควบคุมดูแลและปฏิบัติตามที่วางไว้โดยผู้จัดงานตลอดทั้งช่วงเวลาในระยะนี้

ดังนั้น ควรพิจารณาว่า การปฏิบัติงานตามแผนในโครงการจำเป็นที่จะต้องอยู่บนพื้นฐานของการวางแผนที่มีประสิทธิภาพตั้งแต่เริ่มต้น เนื่องจากในช่วงของการปฏิบัติงานตามแผนทางผู้จัดการจะมีรายละเอียดหลายอย่างที่จำเป็นที่จะต้องแก้ไขไม่ว่าจะเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงคำขอของลูกค้า เหตุการณ์ไม่คาดฝันที่อาจจะเกิดขึ้นจริง รวมไปถึงเรื่องการจัดซื้อจัดจ้าง บริษัทอื่นๆ การฝึกพนักงาน ดังนั้นหากแผนที่วางไว้ในตอนต้นไม่มีประสิทธิภาพและไม่ครอบคลุมเพียงพอทางผู้จัดการอาจจำเป็นที่จะต้องกลับไปปรับปรุงแผนใหม่ ซึ่งจะยังเป็นการเพิ่มภาระงานแก่ผู้จัดการมากยิ่งขึ้น โดยรายละเอียดของกิจกรรมที่ผู้จัดการไม่จำเป็นต้องดำเนินการในช่วงของการปฏิบัติงานตามแผน (Executing) ประกอบไปด้วยรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) การสื่อสารข้อมูลระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (Information Distribution) อย่างที่กล่าวมาแล้วข้างต้นหนึ่งในหน้าที่ที่ผู้จัดการไม่จำเป็นต้องเป็นผู้จัดการในการประชุมองค์กร ผู้จัดการการประชุมวิชาชีพ หรือแม้กระทั่งผู้จัดการแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติต้องปฏิบัติในช่วงระยะนี้คือ การสื่อสารกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายไม่ว่าจะเป็นทั้งในฝั่งของลูกค้า ผู้เข้าร่วมงาน รวมไปถึงคณะทำงานที่ช่วยกันสร้างให้งานไม่สะดุดกล่าวเกิดขึ้นให้เห็นภาพเดียวกันถึงความคืบหน้าและปัญหาต่างๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นในแต่ละระยะเวลาที่ดำเนินงานในแต่ละกิจกรรม ซึ่งการสื่อสารข้อมูลระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจะเกิดขึ้นมากน้อย หรือบ่อยขนาดไหนขึ้นอยู่กับแผนการสื่อสารที่ทางผู้จัดการได้วางไว้ในช่วงการวางแผน โดยหนึ่งในเครื่องมือที่ช่วยให้ผู้จัดการสามารถติดตามความคืบหน้าของแต่ละกิจกรรมและโครงการได้อย่างมีประสิทธิภาพก็คือการใช้ Status Reviews ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้ระบุว่าแต่ละกิจกรรมได้ดำเนินการไปถึงระยะใดแล้ว และต้องใช้ระยะเวลาอีกเท่าไรถึงจะดำเนินการเสร็จสิ้น

2) การดูแลและปรับเปลี่ยนรายละเอียดโครงการ (Project Administration and Modification) เนื่องจาก ในช่วงของการดำเนินการปฏิบัติตามแผนงาน กิจกรรมหลายๆ อย่างอาจมีการเปลี่ยนแปลง ทั้งในเรื่องของอุปกรณ์ วัสดุงาน รวมไปถึงระยะเวลา ดังนั้น แผนการดำเนินงานที่วางไว้ทั้งหมดก่อนหน้านี้จำเป็นที่จะต้องมีการปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริง การปรับปรุงแผนการดำเนินงานสามารถเกิดขึ้นได้จากเหตุการณ์ดังต่อไปนี้

2.1) การประมาณการจำนวนงานและกิจกรรมที่เหลือที่ยังไม่แล้วเสร็จ เช่น รูปแบบของเวทีและ Pavilion ยังไม่แล้วเสร็จใดๆ ที่เลยกำหนดระยะเวลาที่วางไว้ หรือเอกสารสำหรับใช้ในงานยังไม่ได้ถูกจัดพิมพ์ รวมไปถึงเหตุการณ์อื่นๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้นอกเหนือจากที่ได้วางแผนไว้ เป็นต้น

2.2) ขอบเขตของงานไม่ชัดเจนที่ต้องการจะถูกปรับเปลี่ยนไป จากที่ได้วางแผนไว้ในตอนแรก

2.3) ทรัพยากรที่วางไว้ในตอนแรกเกิดการเปลี่ยนแปลง

2.4) เกิดเหตุการณ์ที่ไม่คาดฝัน เช่นภัยพิบัติทางธรรมชาติ หรือเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมือง เป็นต้น

นอกเหนือจากการปรับเปลี่ยนรายละเอียดโครงการให้เป็นปัจจุบันแล้ว ผู้จัดการยังจำเป็นต้องติดตามแผนการดำเนินงานต่างๆอย่างใกล้ชิดเพื่อให้มั่นใจว่าแผนดังกล่าวยังคงดำเนินการไปตามที่วางไว้ในแต่ละระยะ ไม่ว่าจะเป็นในด้านของการติดตามกำกับดูแลแผนบริหารความเสี่ยงซึ่งเป็นส่วนสำคัญในระยะถัดไป รวมถึงติดตามสถานะของโครงการ เป็นต้น

3) การดำเนินการจัดซื้อจัดจ้าง (Executing the Resource Acquisition Plan) อย่างที่เคยได้กล่าวไว้ว่า การจัดงานไมซ์ไม่ว่าจะเป็นงานประชุมองค์กรและบริษัท การท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล การประชุมวิชาชีพ และงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติ ล้วนจะต้องมีกิจกรรมบางส่วนที่ทางผู้จัดการจำเป็นต้องใช้ทรัพยากรและทักษะจากที่อื่นผ่านการจัดซื้อและจัดจ้าง ยกตัวอย่างเช่น การเดินทางระหว่างสถานที่พักและสถานที่ประชุมหรือจัดงาน อาจจะใช้บริการของบริษัทลีมูซีน หรือการจัดอุปกรณ์แสดง แสง สีเสียง รวมไปถึงเรื่องอาหารและเครื่องดื่มที่ทางผู้จัดการจำเป็นต้องไปจัดซื้อจัดจ้างจากภายนอก นอกจากนี้การจัดซื้อจัดจ้างยังรวมถึงการจัดจ้าง DMC Local PCO และ General Service Contractor เป็นต้น ซึ่งรายละเอียดกิจกรรมดังกล่าวนี้จะถูกระบุอยู่ในแผนการจัดซื้อจัดจ้าง (Resource Acquisition Plan) และจะถูกระบุดำเนินการในระยษนี้

ถึงแม้ว่าการจัดซื้อจัดจ้างในบางครั้งผู้ที่ดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างอาจจะไม่ใช่ผู้จัดการหรือผู้วางแผนงานโดยตรง แต่ถูกดำเนินการโดยฝ่ายจัดซื้อจัดจ้างของคณะทำงานที่มีหน้าที่จัดงานไมซ์ดังกล่าว อย่างไรก็ตามผู้จัดการก็ควรจะต้องมีความเข้าใจพื้นฐานเกี่ยวกับกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง เนื่องจากผู้จัดการหลักจำเป็นต้องคอยติดตามและประเมินผลความสามารถในการปฏิบัติงานของบริษัทหรือผู้ที่มารับงานต่อว่ายังดำเนินงานตามที่ได้ตกลงกันไว้ภายใต้ระยะเวลาที่กำหนดหรือไม่ และคอยเสนอว่ายังจำเป็นต้องจัดซื้อจัดจ้างอุปกรณ์หรือบริษัทใดเพิ่มเติม นอกเหนือจากที่ยังไม่ได้ถูกระบุไว้ในตอนแรกของสัญญา เพื่อให้การจัดงานไมซ์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและเสร็จสิ้นตามกำหนดเวลา เมื่อทางผู้จัดการดำเนินการปฏิบัติงานตามแผนในแต่ละรายการกิจกรรม สิ่งที่ผู้จัดการจำเป็นต้องดำเนินการในตลอดระยะเวลาที่เหลือจนถึงเมื่องานไมซ์ที่จะจัดเสร็จสิ้นคือการกำกับดูแลและควบคุมแผนงาน (Monitoring and Controlling) ให้เป็นไปตามแผนงานที่วางไว้

### 3.2.4 การกำกับดูแลและควบคุมโครงการ (Monitoring and Controlling)

ผู้จัดการงาน ไม้ซ์จำเป็นที่จะต้องคอยกำกับดูแลและควบคุมแผนงานต่างๆ ที่วางไว้ หลังจากที่ได้เริ่มลงมือปฏิบัติในแต่ละรายกิจกรรมว่าดำเนินไปอย่างราบรื่นหรือไม่ โดยปัจจัยที่จะทำให้การลงมือปฏิบัติตามแผนงานไม่เป็นไปตามที่วางไว้ถือว่าเป็นความเสี่ยงที่ทางผู้จัดการงานต้องคอยกำกับดูแลอย่างใกล้ชิด ผ่านกระบวนการที่เรียกว่าการกำกับดูแลความเสี่ยง ซึ่งสอดคล้องกับหรือแผนบริหารความเสี่ยงที่ทางผู้จัดการงานได้วางไว้ในช่วงของระยะที่ 2 โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) การกำกับดูแลและควบคุมความเสี่ยง (Risk Monitoring and Controlling) ในช่วงการวางแผน (Planning Phase) การระบุปัจจัยความเสี่ยง ล้วนอาศัยอยู่บนประสบการณ์และการวิเคราะห์จากข้อมูลที่มีอยู่ อย่างไรก็ตาม เมื่อดำเนินงานตามแผนงานที่วางไว้ ปัจจัยความเสี่ยงใหม่และความเสี่ยงที่ทางผู้จัดการงานมองว่าอาจจะไม่ใช่ความเสี่ยงที่มีความสำคัญ อาจจะมีมากขึ้น เช่น ในช่วงที่วางแผน ปัญหาเรื่องภูมิอากาศอาจจะเป็นความเสี่ยงที่ไม่ได้มีความสำคัญ ทั้งนี้ปัญหาภาวะโลกร้อนในปัจจุบันส่งผลให้การคาดการณ์การพยากรณ์อากาศเป็นไปได้ยากยิ่งขึ้น เมื่อใกล้ถึงเวลาจัดงานอากาศเกิดเปลี่ยนแปลงและส่งผลให้การเดินทางของผู้เข้าร่วมงานจากบางภูมิภาคมีปัญหา ทางผู้จัดการงานจำเป็นที่จะต้องนำแผนปฏิบัติการการบริหารความเสี่ยงที่เกิดขึ้นและแนวทางแก้ไขความเสี่ยงมาปฏิบัติเพื่อลดปัญหาดังกล่าวและช่วยให้ผู้เข้าร่วมงานยังสามารถเดินทางเข้าร่วมงานได้

2) ควบคุมขอบเขตของงาน (Scope Control) การควบคุมขอบเขตของงานตามที่ระบุคือการระบุปัจจัยและองค์ประกอบต่างๆ ที่อาจจะส่งผลให้ขอบเขตของงานที่จะจัดมีขนาดเพิ่มขึ้น หรือลดลงจากที่ได้วางแผนไว้ในตอนแรกไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงจากการวางแผนขอบเขตของงาน การเปลี่ยนแปลงจากการกำหนดลักษณะขอบเขตของงาน หรือการเปลี่ยนแปลงจากการยืนยันขอบเขตของงาน ยกตัวอย่างเช่น ลูกค้าได้ระบุว่า จำนวนผู้เข้าร่วมงานอยู่ที่ 300 คน แต่มาเปลี่ยนแปลงในภายหลังว่าเป็น 500 คน หรือรูปแบบสถานที่พักที่เปลี่ยนแปลงไปจากที่ได้ระบุไว้ตอนแรก เป็นต้น ซึ่งการเปลี่ยนแปลงในขอบเขตของงานจะส่งผลกระทบต่อต้นทุนทรัพยากร งบประมาณและระยะเวลาในการดำเนินงานทั้งสิ้น หากมีการเปลี่ยนแปลงในขอบเขตของงานคณะทำงานที่มีส่วนในการจัดการงานจำเป็นที่จะต้องมีการประชุมเพื่อหารือกันถึงทางออกจากขอบเขตที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อให้ได้ข้อสรุปและตกลงกับลูกค้าเพื่อให้การจัดการงานดำเนินต่อไปได้ไม่ว่าจะเป็นการขอเพิ่มงบประมาณในการจัดงาน การขอขยายระยะเวลาในการเตรียมงาน ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว จะกระทบต่อแผนที่วางไว้และกิจกรรมที่ผู้จัดการงานต้องประสานกับคณะทำงานที่รับผิดชอบในการดำเนินกิจกรรมดังกล่าวให้เสร็จสิ้น เช่น หากทางผู้จัดการงานยินดีที่จะขยายขอบเขตของงานจากผู้เข้าร่วมงาน 300 คนเป็น 500 คน คณะทำงานที่รับผิดชอบ

เรื่องการจัดรูปแบบของห้องประชุมจะต้องดำเนินการปรับเปลี่ยนผังของห้องประชุม รวมไปถึง อาจจะต้องเปลี่ยนสถานที่ในการจัดประชุมส่งผลต่องบประมาณที่เตรียมไว้ เป็นต้น

3) การควบคุมกำหนดการ (Schedule Control) การควบคุมกำหนดการเป็นหนึ่งในกิจกรรมที่ขาดการควบคุมที่สุด ในขณะที่เดียวกันก็เป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดที่จะทำให้งานไมซ์ที่วางไว้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ด้วยเหตุนี้ ลองนึกภาพว่างานแสดงสินค้าที่วางไว้ว่าจะเริ่มในวันที่ 10 มีนาคม ทั้งผู้จัดงาน ผู้ซื้อ และผู้ขายได้ดำเนินการจองตั๋วเครื่องบิน จองสถานที่พักและการเดินทางจากสถานที่พักไปสู่สถานที่จัดงานไว้แล้ว แต่ผู้จัดงานไม่สามารถจัดงานให้แล้วเสร็จได้ตามกำหนด ปัญหาดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อเรื่องค่าใช้จ่ายที่ผู้จัดงานต้องรับผิดชอบต้นทุนในการจัดงาน ต้นทุนค่าเสียโอกาส ความไม่พอใจของลูกค้าและอื่นๆ อีกมากมาย ดังนั้น หากมีการเปลี่ยนแปลงเรื่องระยะเวลาในการดำเนินกิจกรรมใดๆ ก็ตามที่ต้องแล้วเสร็จและส่งผลกระทบต่อภาพรวมของงานไมซ์ที่จะจัดขึ้น ทางผู้จัดงานหรือผู้บริหาร โครงการจำเป็นต้องระบุถึงต้นตอของปัญหาที่เกิดขึ้น แจ้งให้คณะทำงานและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยเฉพาะลูกค้าทราบ พร้อมทั้งระบุแนวทางแก้ไขให้กิจกรรมดังกล่าวสามารถดำเนินงานได้แล้วเสร็จภายในระยะเวลาที่กำหนดเดิม หรือที่กำหนดใหม่

อย่างไรก็ดีในบางกรณี โดยเฉพาะเหตุการณ์สุดวิสัยบางอย่างที่อยู่นอกเหนือความสามารถในการควบคุมและแก้ไขของผู้จัดงานเช่น ภัยพิบัติทางธรรมชาติ หรือปัญหาความไม่สงบทางการเมือง และส่งผลต่อการจัดงานให้แล้วเสร็จภายในระยะเวลาที่กำหนด ทางผู้จัดงานอาจจำเป็นต้องเลื่อนการจัดงานออกไปเป็นช่วงระยะเวลาอื่น ทางผู้จัดงานก็จำเป็นต้องแจ้งผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและลูกค้าล่วงหน้าเพื่อหาวันและเวลาที่จะจัดงานใหม่

4) การควบคุมดูแลเรื่องรายละเอียดของสัญญา (Contract Administration Control) การควบคุมดูแลเรื่องรายละเอียดของสัญญาหมายถึงขั้นตอนในการตรวจสอบว่าผู้ที่มารับงานต่อ รวมถึงผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดงาน ได้ดำเนินการส่งมอบงานภายใต้คุณภาพและตามที่สัญญากำหนดไว้หรือไม่ อย่างที่ได้กล่าวไว้ในส่วนที่หนึ่งเรื่องขั้นเริ่มต้นเตรียมการ (Initiating) ว่าผู้จัดงานไม่ว่าจะเป็น Core PCO PEO หรือแม้กระทั่ง DMC จะต้องมีการจัดจ้างงานบางส่วนไม่ว่าจะเป็นเรื่องการจัดเตรียมสถานที่ การเดินทางขนส่ง การลงทะเบียนออกไปให้กับบริษัทที่มีความชำนาญเฉพาะด้าน ดังนั้นหน้าที่ของผู้จัดงานหลักคือการตรวจสอบว่าคุณภาพของงานที่ได้ส่งต่อไปให้กับบริษัทต่างๆ ที่มารับงานต่อเป็นไปตามสัญญาที่ได้ตกลงกันไว้หรือไม่ หากไม่เป็นไปตามสัญญาที่ได้ตกลงกันไว้ทางผู้จัดงานหลักจำเป็นต้องหาทางแก้ไขและตกลงกับผู้รับงานว่าจะเปลี่ยนแปลงรายละเอียดของสัญญาหรือไม่ โดยการตรวจรับงานทางผู้จัดงานควรดำเนินการควบคุมกำกับคณะทำงานที่ทำหน้าที่ด้านการจัดซื้อและผู้ที่เกี่ยวข้องสัญญา

5) การควบคุมดูแลต้นทุน (Cost Control) การเปลี่ยนแปลงในรายละเอียดของกิจกรรม รวมไปถึงแผนการดำเนินงาน ระยะเวลาต่างๆ ที่วางไว้ ล้วนส่งผลโดยตรงต่องบประมาณ และต้นทุนในการจัดงานไมซ์ทั้งสิ้น ดังนั้น ทางผู้จัดงานนอกจากจะต้องติดตามสถานะความคืบหน้าของโครงการ รวมไปถึงควบคุมปัจจัยด้านอื่นๆ ที่กล่าวมาทั้งหมดแล้วทางผู้จัดงานยังจำเป็นที่จะต้องดำเนินการควบคุมดูแลต้นทุน โดยรายละเอียดเรื่องการควบคุมดูแลต้นทุนทางผู้จัดงานจำเป็นที่จะต้องดำเนินการดังต่อไปนี้

- (1) พิจารณาว่าต้นทุนและงบประมาณที่ได้คาดการณ์ว่ามีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่
- (2) บริหารการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นและแก้ไขตามความเหมาะสม
- (3) แจ้งผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่ต้องรับทราบเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงในงบประมาณ เพื่อให้อนุมัติการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว

ซึ่งหากบริษัทหลักที่รับจัดงานเป็นบริษัทเอกชนแล้วละก็ทางผู้จัดงานจำเป็นที่จะต้องควบคุมดูแลเรื่องต้นทุนของการจัดงานให้ไม่เกินไปกว่ารายได้ที่ได้จากการจัดงานและยังต้องมีกำไรเพียงพอที่จะได้จากการจัดงานนั้นๆ อย่างไรก็ตามในกรณีที่เป็นการจัดโดยสมาคม เป้าหมายของการจัดงานอาจจะมุ่งไปที่การให้ผู้เข้าร่วมงานและสมาชิกของสมาคมได้รับประโยชน์ตามที่ได้วางไว้ในเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของการจัดงาน โดยไม่จำเป็นต้องได้รับกำไรจากการจัดงานนั้นๆ แต่ก็ไม่ควรก่อให้เกิดการใช้งบประมาณที่สูงเกินที่ได้วางไว้

ทั้งนี้ ผู้วิจัย สรุปได้ว่า การควบคุมและกำกับดูแลงานไม่ได้หมายถึงแค่การควบคุมและกำกับดูแลการจัดเตรียมงานให้แล้วเสร็จภายใต้ระยะเวลางบประมาณที่กำหนดไว้เท่านั้น แต่การควบคุมและกำกับดูแลยังรวมตั้งแต่เวลาที่งานได้เริ่มต้นขึ้น ระหว่างงาน และจนงานเสร็จสิ้น ดังนั้นการควบคุมกำกับดูแลควรเป็นไปอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ระยะการวางแผน เพื่อให้มั่นใจได้ว่าผู้เข้าร่วมงานและลูกค้าจะได้รับในสิ่งที่คาดหวังและสร้างความพึงพอใจสูงสุด อย่างไรก็ตามหน้าที่ของผู้จัดงานไม่ได้เสร็จสิ้นเมื่องานที่จัดเสร็จสิ้นแล้วเท่านั้น แต่ยังมีเหลือระยะสุดท้ายคือการปิดงาน (Closing)

### 3.2.5 การปิดงาน/โครงการ (Closing)

การปิดงาน/โครงการในภาพรวม หมายถึง เมื่อทางผู้จัดงานสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่ลูกค้าต้องการและลูกค้ายินดีที่จะรับสินค้าและบริการที่ผู้จัดงานสร้างให้ เช่นเดียวกันกับในกรณีของงานไมซ์การปิดงาน/โครงการ หมายถึงเมื่อกิจกรรมและโปรแกรมที่ได้วางไว้ในงานไมซ์นั้นๆ ตั้งแต่งานเริ่มอย่างเป็นทางการได้ดำเนินการเสร็จสิ้น อย่างไรก็ตามการปิดงานไม่ได้หมายความว่ากิจกรรมทั้งหมดที่ผู้จัดงานต้องดำเนินการได้เสร็จสิ้นลงพร้อมกันเมื่องานทั้งหมดจบลง เพราะ

ในความเป็นจริงยังมีกิจกรรมอีกหลายประการที่ทางผู้จัดงานและคณะทำงานที่ช่วยกันจัดงานไมซ์นั้นๆ จำเป็นที่จะต้องดำเนินการอยู่ ในส่วนนี้จะดำเนินการระบุรายละเอียดของกิจกรรมและขั้นตอนที่ผู้จัดงานไมซ์ ควรดำเนินงานหลังจากที่งานเสร็จสิ้นแล้วอย่างไรก็ดีรายละเอียดของกิจกรรมอาจจะแตกต่างกันไปตามประเภทของงาน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) การดำเนินการปิดโครงการ (Administrative Closure) การดำเนินการปิดโครงการไม่ได้หมายถึงการประกาศว่างงานได้จบลงแล้ว แต่หมายถึงทางผู้จัดงานจำเป็นที่จะต้องมีการประสานเพื่อจัดเตรียมเอกสารต่างๆ เกี่ยวกับการปิดงานให้แก่ลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าผู้ว่าจ้างดำเนินการลงนามรับงานที่ได้จัดไป รวมถึงการดำเนินการคืนทรัพย์สินหรืออุปกรณ์ต่างๆ ที่ได้เช่าหรือจัดจ้างมาให้แก่เจ้าของเพื่อนำไปใช้ในงานอื่นๆ ต่อไป เช่นสถานที่ที่ใช้สำหรับจัดงาน พนักงานที่ใช้ดูแลเรื่องอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น ซึ่งในขั้นการดำเนินการปิดโครงการของงานไมซ์ ประกอบไปด้วยกิจกรรมย่อยดังต่อไปนี้

1.1) การดำเนินการประเมินผลของงานที่จัดไป (Post Implementation Evaluation Report: PIER) เมื่อการจัดงานทุกอย่างเสร็จสิ้น กิจกรรมที่สำคัญลำดับถัดไปที่ผู้จัดงานจำเป็นที่จะต้องดำเนินการ ได้แก่ การประเมินผลการดำเนินงานของงานไมซ์ที่จัดเสร็จสิ้นไป เพื่อให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมดและผลของกิจกรรมสำคัญต่างๆ โดยผู้วิจัยจะขออธิบายถึงกิจกรรมที่จำเป็นต้องได้รับการประเมิน คือ ผู้จัดงาน จำเป็นต้องดำเนินการประเมินผลของงานไมซ์ที่จัดไป ซึ่งไม่ได้วัดแค่ในมุมมองของผู้เข้าร่วมงานเท่านั้น แต่ทางผู้จัดงานจำเป็นที่จะต้องพัฒนาเครื่องมือที่ใช้สำหรับวัด และประเมินผลของงานให้แก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็น โรงแรมที่พักของผู้เข้าร่วมงาน บริษัทที่ดูแลเรื่องการขนส่งผู้เข้าร่วมงาน ซึ่งในกรณีของอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติ ผู้เข้าร่วมงานจะต้องถูกแบ่งออกเป็นสองกลุ่ม คือ ผู้ขายที่มาออกบูธ และผู้ซื้อ พนักงานที่ถูกจัดจ้างมาเพื่อปฏิบัติหน้าที่ในงาน คณะทำงานที่ดูแลเรื่องแสง สี เสียง รวมถึงคณะทำงานภายในของผู้จัดงานเอง และรูปแบบของโปรแกรมและกิจกรรมที่ดำเนินการตลอดช่วงระยะเวลาตั้งแต่เริ่มงานจนถึงปิดงาน โดยเมื่อผู้จัดงานดำเนินการออกแบบเครื่องมือและวิธีในการประเมินแก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเสร็จสิ้นแล้ว ทางผู้จัดงานจะดำเนินการประสานกับคณะทำงานที่ทำหน้าที่ในการแจกจ่ายแบบประเมินผลดังกล่าวออกไปสู่กลุ่มเป้าหมายต่างๆ และดำเนินการเก็บข้อมูลดังกล่าวกลับมาเพื่อประเมินผล และเก็บข้อมูลไว้ปรับปรุงการดำเนินงานต่อไป

1.2) ประชุมคณะทำงานหลังงานเสร็จสิ้น (Post Event Meeting) การประชุมคณะทำงานหลังงานเสร็จสิ้นจะเริ่มขึ้นเมื่องานไมซ์ที่จัดปิดตัวลง คณะทำงานที่ประกอบไปด้วยผู้จัดงาน ผู้วางแผนงาน บุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่อยู่ในงาน รวมไปถึงผู้จัดการด้านอาหารและเครื่องดื่ม

ผู้จัดการศูนย์ประชุมหรือหอประชุม ผู้รับงาน ต่อมา ดำเนินการสรุปผลที่เกิดขึ้นตลอดช่วงระยะเวลาว่ากิจกรรมใด หรืองานส่วนใดที่เป็นไปได้ด้วยดี อะไรที่เกิดข้อผิดพลาด และอะไรคือโอกาสในการพัฒนาและแก้ไขข้อผิดพลาดในครั้งต่อไป ซึ่งในการประชุมนี้มักจะรวมไปถึงการสรุปใบเสร็จค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่ต้องชำระให้แก่ผู้รับจ้างด้วย

1.3) วัดผลความคุ้มค่าจากการลงทุน (Measuring Return on Investment: ROI) การวัดผลความคุ้มค่าจากการลงทุนในกรณีที่บริษัทที่จัดงานไม่ได้เป็นบริษัทเอกชนที่แสวงหาผลกำไร การวัดผลความคุ้มค่าจากการลงทุนจะถูกวัดว่าเป้าหมายที่วางไว้ก่อนแรกก่อนเริ่มงานบรรลุหรือไม่ หากไม่บรรลุ ไม่บรรลุเพราะเหตุใดและมากน้อยขนาดไหน เช่น ช่วยให้ผู้สมาชิกของสมาคมได้สามารถสร้างเครือข่ายทางการค้าและธุรกิจได้สำเร็จ หรือผู้เข้าร่วมงานเกิดความรู้ความเข้าใจจากการเข้าประชุมในงานดังกล่าว อย่างไรก็ดี หากผู้จัดงานเป็นบริษัทเอกชนที่แสวงหากำไรจากการจัดงาน การวัดผลความคุ้มค่าจากการลงทุนอาจจะถูกวัดในด้านของเงินที่ลงทุนใช้ในการจัดงาน เทียบกับรายได้จากการจัดงานไม่ว่าจะเป็นจำนวนพื้นที่ที่ขายได้ หรือจากตัวผู้เข้าชมงาน เป็นต้น

2) รายงานหลังงานเสร็จสิ้น (Post Event Report) ซึ่งเมื่อแบบประเมินที่ได้ถูกแจกจ่ายออกไปได้รับการตอบรับกลับมา และดำเนินการประเมินผลเสร็จสิ้น รวมถึงสรุปผลจากการประชุมคณะทำงานหลังงานเสร็จสิ้นแล้ว สิ่งสำคัญที่ผู้จัดงานจำเป็นต้องดำเนินการในลำดับถัดไปคือการดำเนินการสรุปและจัดทำรายงานหลังงานเสร็จสิ้น (Post Event Report) พร้อมทั้งระบุบทเรียนและข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นตั้งแต่ในช่วงเริ่มต้น (Initialing) จนงานเสร็จสิ้น ซึ่งรายละเอียดของรายงานหลังงานเสร็จสิ้นควรจะตอบคำถามต่างๆ เช่น งานที่จัดขึ้นตรงตามความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าหรือไม่ ลูกค้าผู้ว่าจ้างให้จัดงานรวมถึงผู้เข้าร่วมงานพอใจกับงานหรือไม่ การจัดงานอยู่ภายใต้งบประมาณที่วางไว้หรือไม่ งานที่จัดเสร็จสิ้นตรงตามระยะเวลาที่กำหนดหรือไม่ ความเสี่ยงที่ระบุไว้ก่อนเริ่มงาน เกิดขึ้นหรือไม่และถ้าเกิดขึ้นได้รับการบริหารจัดการหรือไม่ และอะไรที่สามารถทำได้เพื่อพัฒนากระบวนการจัดงานไม่ซ้ำในครั้งต่อไป

3) ดำเนินการเก็บเอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในงานเพื่อเป็นฐานข้อมูล นอกจากทางผู้จัดงานจะต้องดำเนินการจัดทำรายงานหลังงานเสร็จสิ้นแล้ว เอกสารต่างๆ ที่ใช้ในการเตรียมงาน ข้อมูลรายละเอียดการประชุมข้อมูลทางเทคนิคต่างๆ รวมถึงแผนงานทุกด้านจำเป็นที่จะต้องได้รับการเก็บรวบรวมเพื่อเป็นฐานข้อมูลเนื่องจากข้อมูลบางอย่างสามารถนำมาใช้เป็นฐานในการเริ่มต้นหรือดำเนินงานจัดงานได้ในครั้งต่อไป โดยเฉพาะรายชื่อผู้เข้าร่วมงาน ผู้ออกบัตร รวมทั้งที่อยู่และช่องทางการติดต่อ เป็นต้น

4) รายละเอียดปลีกย่อยอื่นๆ รายละเอียดปลีกย่อยอื่นๆในกรณีนี้ ได้แก่ การจัดเตรียมเอกสารแสดงความขอบคุณแก่ผู้ช่วยสนับสนุนงาน วิทยากร แขกคนสำคัญ อาสาสมัคร และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่ช่วยกันสร้างงาน ดังกล่าวจนเสร็จ นอกจากนี้ยังรวมไปถึงการเฉลิมฉลองความสำเร็จให้แก่คณะทำงานหลังจากที่ได้ร่วมแรงร่วมใจกันจัดงานไมซ์ดังกล่าวจนเสร็จ รวมไปถึงการให้รางวัลทั้งทางด้านตัวเงินรวมถึงการรับรู้ของผู้บริหารแก่พนักงานที่ปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากการศึกษา การบริหารจัดการงานอีเวนต์ ผู้วิจัยสรุปได้ว่า ภาพรวมและกระบวนการในการบริหารจัดการงานอีเวนต์ในภาพรวม ผ่านขั้นตอนการบริหารจัดการงานอีเวนต์ภายใต้กรอบ PMBOK ผ่าน 5 ขั้นตอนที่สำคัญอันได้แก่ ขั้นตอนเตรียมการ (Initiating) การวางแผน (Planning) การปฏิบัติงานตามแผน (Executing) การกำกับดูแลและควบคุมโครงการ (Monitoring and Controlling) การปิดงาน/โครงการ (Closing) อย่างไรก็ตามในโลกแห่งความเป็นจริงรายละเอียดในการบริหารจัดการการจัดงานไมซ์ หรือโครงการใดๆ ก็ตามล้วนมีรายละเอียดปลีกย่อยจำนวนมากที่แตกต่างกันไป

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ งานวิจัย เรื่อง ระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์  
สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัด  
ขอนแก่น โดยมีรายละเอียดดังนี้

#### 1. สรุป

สรุปผลศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันของระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนา  
อย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ของอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดขอนแก่น ด้านเศรษฐกิจ คือ  
แผนแม่บทขอนแก่นไมซ์ซิตี้ มีการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ และด้านข้อมูลข่าวสาร โดยการเผยแพร่  
ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้รู้จัก และการจัดอบรมบุคลากรด้านไมซ์รองรับประชาคมเศรษฐกิจ  
อาเซียนเพื่อยกระดับมาตรฐานสู่สากล ส่วนด้านนโยบาย คือ มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของ  
จังหวัดขอนแก่น ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ซึ่งสำหรับโครงการหลักที่กำลังอยู่ระหว่าง  
ดำเนินการ และแผนการพัฒนาในอนาคต จะมีทั้งหมด 5 โครงการหลัก เป็นโครงการลงทุนของ  
ภาครัฐและเอกชนกว่า 3.95 หมื่นล้านบาท ดังนี้ 1) การพัฒนาโครงข่ายรถไฟระหว่างเมือง ซึ่งเป็น  
โครงการรถไฟทางคู่ขนาด 1 เมตร อาทิ รถไฟทางคู่ ช่วงชุมทางจิระ – ขอนแก่น ระยะทาง 187  
กิโลเมตร 2) โครงการขอนแก่น Smart City (เฟส1) ระบบขนส่งมวลชนรางเบา ที่จังหวัดขอนแก่น  
ร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 5 แห่ง 3) การขยายโครงข่ายถนน อาทิ ถนนกัลปพฤกษ์ ระยะที่  
3 (ศรีจันทร์ – เหล่านาคี) 4) แผนการพัฒนาท่าอากาศยานนานาชาติขอนแก่น 5) โครงการศูนย์  
การประชุมและแสดงสินค้าขอนแก่น ขนาดพื้นที่ 4.35 หมื่นตร.ม. ห้องมือเนกประสงค์ 2 ห้อง  
7,500 ตร.ม. ห้องประชุม 1-7 พื้นที่ 1,000 ตร.ม. ลานจอดรถยนต์ 480 คัน ดำเนินการลงทุนโดย  
บริษัท ซีพี แลนด์ จำกัด (มหาชน) ส่วนด้านสภาพแวดล้อม คือ จังหวัดขอนแก่นตระหนักถึง  
การส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมสีเขียวเพิ่มมากขึ้น โดยการผนวกกิจกรรม  
การพัฒนาต่างๆ ให้อยู่ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมสีเขียว เช่น การพัฒนา  
นวัตกรรมสิ่งทอ, บรรจุภัณฑ์ และการทำตลาดเชิงรุกพัฒนาประสิทธิภาพการตลาด การค้า  
การลงทุน บริการและเทคโนโลยีพลังงานทดแทน ส่วนด้านสังคม คือ จังหวัดขอนแก่น ได้กำหนด  
ประเด็นยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจให้สังคมมีความมั่นคงและมีความสามารถทางการแข่งขัน  
เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของ OTOP และ SMEs การพัฒนาสินค้าและบริการ  
ส่งเสริมอาชีพของชุมชน จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ภาครัฐต้องให้ความช่วยเหลือ อีกทั้ง จังหวัดขอนแก่น

มีผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการขึ้นทะเบียนประมาณ 1,294 ผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ขึ้นทะเบียน OTOP ส่วนใหญ่ในจังหวัดขอนแก่นเป็นผลิตภัณฑ์ ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย ประเภทของใช้ ของตกแต่ง และของที่ระลึก และด้านสินค้าและบริการ คือ การจัดงานเวทีระดับภูมิภาคเข้ามาจัด ในจังหวัด อาทิ งานอีสานบู๊คแฟร์ 2014 งานแสดงสินค้าด้านอาหารและบริการ งานประชุมระดับ ภูมิภาคของหอการค้าไทย ในหัวข้อ CLMV รวมไปถึงความร่วมมือในการร่วมลงนามความร่วมมือ เพื่อพัฒนาและยกระดับการจัดงานในจังหวัดขอนแก่น คือ งานเทศกาลอันมีชื่อเสียงของจังหวัด งานเทศกาลใหม่ ประเพณีผูกเสี่ยวและงานกาชาด จังหวัดขอนแก่น หรือเรียกสั้นๆ เป็นอันเข้าใจว่า “งานใหม่” ที่จัดต่อเนื่องยาวนานตั้งแต่ปี พ.ศ.2522

สถานการณ์ปัจจุบัน และปัญหาที่เกิดขึ้นจากการบริหารจัดการงานอีเวนต์ ประกอบด้วย 1) ขึ้นเริ่มต้นเตรียมการ โดยการเริ่มดำเนินการติดต่อกับลูกค้า จากนั้น ดำเนินการเริ่มการประชุม ก่อนการเริ่มงาน 2) ขั้นตอนการวางแผน (Planning Phase) โดยเริ่มจากวางแผนกำหนดขอบเขตของ งาน จากนั้น วางแผนต้นทุน แผนบุคลากร แผนคุณภาพ แผนการสื่อสาร แผนการบริหาร ความเสี่ยง แผนการจัดซื้อจัดจ้าง และแผนกำหนดการดำเนินงาน 3) ขั้นตอนการปฏิบัติงานตาม แผน (Executing) ประกอบด้วย การสื่อสารข้อมูลระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง การดูแลและปรับเปลี่ยน รายละเอียดโครงการ จากนั้น การดำเนินการจัดซื้อจัดจ้าง 4) ขั้นตอนการกำกับดูแลและควบคุม โครงการ (Monitoring and Controlling) ประกอบด้วย การกำกับดูแลและควบคุมความเสี่ยง ควบคุมขอบเขตของงาน การควบคุมกำหนดการ การควบคุมดูแลเรื่องรายละเอียดของสัญญา และการควบคุมดูแลต้นทุน และ 5) การปิดงาน/โครงการ (Closing) ประกอบด้วย การดำเนินการ ปิดโครงการ รายงานผลงานเสร็จสิ้น ดำเนินการเก็บเอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในงานเพื่อเป็น ฐานข้อมูล และเก็บรายละเอียดปลีกย่อยอื่นๆ รายละเอียดปลีกย่อยอื่นๆ ในกรณีนี้ได้แก่ การจัดเตรียมเอกสารแสดงความขอบคุณแก่ผู้ช่วยสนับสนุนงาน วิทยากร แขกคนสำคัญ อาสาสมัคร และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่ช่วยกันสร้างงาน

สถานการณ์ปัจจุบัน ของการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานเพื่อขับเคลื่อนสู่การจัดงานอีเวนต์ ประกอบด้วย 1) ความร่วมมือ (Partnership) จากภาครัฐ ประกอบด้วย สำนักงานส่งเสริมการจัด ประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) สมาคมการแสดงสินค้าไทย สมาคมส่งเสริมการจัด ประชุมนานาชาติไทย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานจังหวัดขอนแก่น การท่องเที่ยวและ กีฬาจังหวัดขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ฯลฯ ส่วนภาคเอกชน ประกอบด้วย ธุรกิจรับจัดงาน (Organizer) ธุรกิจจัดงานประชุมอย่างมืออาชีพ (Professional Conference Organizer) (PCO) ธุรกิจจัดงานนิทรรศการอย่างมืออาชีพ (Professional Exhibition Organizer) (PEO) ธุรกิจรับจัดการไมซ์ภายในท้องถิ่น (Destination Management

Company) (DMC) ธุรกิจจัดงานอีเวนต์อย่างมืออาชีพ (Event Management Company) (EMC) ธุรกิจสถานที่จัดงาน (Venues) ธุรกิจที่พักแรม (Accommodation) ธุรกิจภัตตาคารและผู้จัดทำอาหาร (Restaurant and Caterers) ธุรกิจบริการอาหารและเครื่องดื่ม (Food and Beverage) ธุรกิจจัดเลี้ยงในและนอกสถานที่ (Catering) ธุรกิจผลิตหรือจำหน่ายของที่ระลึก (Souvenir Suppliers) ธุรกิจจัดการด้านการท่องเที่ยว (Tour Operator) ธุรกิจนำเที่ยว (Tour Agency) ธุรกิจโลจิสติกส์และการขนส่งสินค้า (Logistics and Freight Handling Agent) ธุรกิจคมนาคม (Transportations) สายการบิน (Airlines) รถแท็กซี่ (Taxi) รถประจำทาง (Bus) รถเช่าส่วนบุคคล ธุรกิจล่ามหรือผู้แปลภาษาต่างประเทศ (Interpreters) ธุรกิจให้เช่าเครื่องอุปกรณ์ระบบภาพ แสงและเสียง (Audio Visual Equipment Suppliers) ธุรกิจเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT Company) ธุรกิจงานไฟฟ้า (Electricity Equipment) ธุรกิจรักษาความปลอดภัย (Security Guards) ธุรกิจจัดหาพนักงานชั่วคราว (Temporary Staff Agencies) ธุรกิจพิมพ์งานและถ่ายเอกสาร (Printing House) ธุรกิจทำความสะอาด (Cleaning Company) ธุรกิจให้เช่าอุปกรณ์เฟอร์นิเจอร์ (Furniture Rental) ธุรกิจรับแลกเปลี่ยนเงินตรา (Monetary Agencies) ธุรกิจรับทำโฆษณาและสื่อประชาสัมพันธ์ (Advertising Agencies / PR Company / Media) ธุรกิจบริการออกแบบเว็บไซต์ (Special Software Suppliers) ธุรกิจจัดดอกไม้ (Service Provider) และธุรกิจถ่ายภาพ ส่วนในด้านนโยบาย (Policy) มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดังนี้ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) สมาคมการแสดงสินค้าไทย สมาคมส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติไทย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานจังหวัดขอนแก่น ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ.2558-2560 การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น และกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม และด้านการจัดซื้อจัดจ้าง (Procurement) ประกอบด้วย การวางแผนการจัดซื้อ จัดจ้าง (Procurement Planning) บัญชีรายการการจัดซื้อจัดจ้าง (Procurement List) ตารางเวลาการจัดซื้อ จัดจ้าง (Procurement Schedule) บัญชีรายการผู้จำหน่าย และผู้ขาย (Supplier and Vender List) การเชิญผู้จำหน่าย และผู้ขาย (Invite to Tender) การพิจารณา และการคัดเลือกผู้จำหน่าย และผู้ขาย (Tender Adjudication) การสั่งการ (Raise the Order) การเร่งรัด (Expedite) การขนส่ง (Transport) การประกัน (Insurance) การตรวจรับ (Receiving) คลังสินค้า (Warehousing) และบัญชี (Accounts) และแนวทางการพัฒนามาตรฐานในการบริหารจัดการอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย ด้านการบริหารจัดการ (Management) ด้านการตรวจสอบ (Checklist) และด้านการติดตามผลการดำเนินงานและการจัดทำรายงาน (Report)

สรุปผลวิเคราะห์ศักยภาพของระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ของอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่น คือ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่

เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-40 ปี มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานของรัฐ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท และมีสถานภาพสมรส โดยที่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเข้าร่วมกิจกรรมอีเวนท์ในจังหวัดขอนแก่น มีดังนี้ วัตถุประสงค์ที่เดินทางมาเข้าร่วมกิจกรรมอีเวนท์ในจังหวัดขอนแก่น คือ เข้าร่วมการประชุมวิชาชีพ (Convention) รองลงมา คือ เข้าร่วมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibition) และเข้าร่วมการประชุมองค์กร ตามลำดับ เดินทางมาเป็นหมู่คณะ 2-4 คน ด้วยรถยนต์ส่วนบุคคล (ส่วนตัว) ตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมอีเวนท์ในจังหวัดขอนแก่นด้วยตัวเอง เข้าร่วมกิจกรรมอีเวนท์ในจังหวัดขอนแก่นในช่วงวันจันทร์-วันศุกร์ เข้าร่วมกิจกรรมอีเวนท์ในจังหวัดขอนแก่น ใช้ระยะเวลา 1 วัน หาข้อมูลกิจกรรมอีเวนท์ในจังหวัดขอนแก่นจากเพื่อน หรือ ญาติ อีกทั้ง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะกลับมาเข้าร่วมกิจกรรมอีเวนท์ในจังหวัดขอนแก่น อีกครั้งในอนาคต และจะแนะนำให้ เพื่อน ญาติ และคนรู้จัก มาเข้าร่วมกิจกรรมอีเวนท์ในจังหวัดขอนแก่น ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อระบบการบริหารจัดการงานอีเวนท์อย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 จำแนกตามด้านเศรษฐกิจ พบว่า ความได้เปรียบในการแข่งขัน ด้านการจัดงานอีเวนท์ ของผู้จัดงานที่มีคุณสมบัติตามมาตรฐาน ISO 20121 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ มากที่สุด ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อระบบการบริหารจัดการงานอีเวนท์อย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 จำแนกตามด้านสภาพแวดล้อม พบว่า การจัดงานอีเวนท์ตามมาตรฐาน ISO 20121 ก่อให้เกิดความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ มากที่สุด ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อระบบการบริหารจัดการงานอีเวนท์อย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 จำแนกตามด้านสังคม พบว่า องค์กรที่จัดงานอีเวนท์ มีความน่าเชื่อถือมากขึ้น เมื่อได้รับมาตรฐาน ISO 20121 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ มากที่สุด ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อระบบการบริหารจัดการงานอีเวนท์อย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 จำแนกตามด้านสินค้าและบริการ พบว่า การจัดงานอีเวนท์ ทั้งในและนอกห้องประชุม ควรมีการตกแต่งด้วยวัสดุที่ย่อยสลายได้ และสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ มากที่สุด และองค์กรที่จัดงานอีเวนท์ ควรใช้มาตรฐาน ISO 20121 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับ มากที่สุด

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน เปรียบเทียบกับความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบการบริหารจัดการงานอีเวนท์อย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ด้านเศรษฐกิจ มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านความได้เปรียบในการแข่งขัน ด้านการจัดงานอีเวนท์ ของผู้จัดงานที่มีคุณสมบัติตามมาตรฐาน ISO 20121 ด้านผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการดำเนินการตามมาตรฐาน ISO 20121 ด้านประโยชน์

ต่อเศรษฐกิจภายในประเทศ เมื่อมีการพัฒนาการบริหารจัดการงานโอเวนที่ที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม และด้านความคุ้มค่าต่อการลงทุน ให้มีระบบการจัดการงานโอเวนที่ ตามมาตรฐาน ISO 2012

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน เปรียบเทียบกับความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบการบริหารจัดการงานโอเวนที่อย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ด้านสภาพแวดล้อม มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านการจัดการงานโอเวนที่ตามมาตรฐาน ISO 20121 ก่อให้เกิดความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ด้านการกำหนดนโยบายในการจัดการงานโอเวนที่ จะต้องเป็นไปตามมาตรฐาน ISO 20121 ด้านการรักษาสภาพแวดล้อม ด้านความสำคัญของการใช้อุปกรณ์ ตกแต่งงานโอเวนที่ที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ ด้านการเพิ่มพื้นที่สีเขียวในการตกแต่งงานโอเวนที่ ด้านควรได้รับการแบ่งออกเป็นหมวดหมู่ เช่น กระดาษ แก้ว พลาสติก หรือกระบวนการนำมาใช้ใหม่ และการดำเนินการตามมาตรฐาน ISO 20121 สามารถปรับปรุงสภาพแวดล้อมของประเทศได้

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน เปรียบเทียบกับความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบการบริหารจัดการงานโอเวนที่อย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ด้านสังคม มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านองค์กรที่จัดการงานโอเวนที่ มีความน่าเชื่อถือมากขึ้น เมื่อได้รับมาตรฐาน ISO 20121 ด้านการให้ความสนใจกับงานโอเวนที่ที่ได้รับรองมาตรฐานจาก ISO 20121 ด้านการใช้มาตรฐาน ISO 20121 สามารถเพิ่มคุณค่าให้กับภาพลักษณ์ขององค์กรที่งานโอเวนที่ ด้านรัฐบาล ควรส่งเสริมการจัดการงานโอเวนที่ ให้มีโครงการเพิ่มประสิทธิภาพด้านสิ่งแวดล้อม ด้านการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมมาตรฐาน ISO 20121 มีความสำคัญต่อการพัฒนาการจัดการงานโอเวนที่ ด้านการเผยแพร่ความรู้มาตรฐาน ISO 20121 มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมงานโอเวนที่ และด้านการดำเนินการตามมาตรฐาน ISO 20121 เป็นวิธีหนึ่งที่ช่วยคืนกำไรให้กับสังคม

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน เปรียบเทียบกับความคิดเห็นเกี่ยวกับระบบการบริหารจัดการงานโอเวนที่อย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ด้านสินค้าและบริการ มีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในด้านการจัดการงานโอเวนที่ ทั้งในและนอกห้องประชุม ควรมีการตกแต่งด้วยวัสดุที่ย่อยสลายได้ และสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ ด้านองค์กรที่จัดการงานโอเวนที่ ควรใช้มาตรฐาน ISO 20121 ด้านความสำคัญของการให้ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐาน ISO 20121 แก่บุคลากรที่งานโอเวนที่ ด้านวัสดุสิ้นเปลืองที่ใช้ในการจัดการงานโอเวนที่ ควรเป็นวัสดุที่นำกลับมาใช้ใหม่ได้ ด้านความสำคัญของการให้บริการ ที่คำนึงถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ช่วยให้ผู้ร่วมงาน มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และด้านชื่อเสียงขององค์กรที่จัดการงานโอเวนที่ มีความสำคัญต่อคุณภาพของการบริการ

สรุปแผนการนำระบบการบริหารจัดการงานโอเวนที่สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 โดยการกำหนดวิสัยทัศน์ เป้าหมาย และยุทธศาสตร์ในการพัฒนาระบบการบริหารจัดการ

งานอเนกประสงค์การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วย วิสัยทัศน์ คือ “ขอนแก่นไมซ์ที่ดี ศูนย์กลางการจัดงานอเนกประสงค์อย่างยั่งยืนตามมาตรฐาน ISO 20121” ส่วนเป้าหมาย คือ การจัดงานอเนกประสงค์ในจังหวัดขอนแก่นที่ได้รับมาตรฐานการบริหารจัดการงานอเนกประสงค์การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 อีกทั้ง ยุทธศาสตร์การนำระบบการบริหารจัดการงานอเนกประสงค์การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ประกอบด้วย 1) ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาระบบการบริหารจัดการงานอเนกประสงค์การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ด้านเศรษฐกิจ 2) ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาระบบการบริหารจัดการงานอเนกประสงค์การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ด้านสภาพแวดล้อม 3) ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาระบบการบริหารจัดการงานอเนกประสงค์การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ด้านสังคม 4) ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาระบบการบริหารจัดการงานอเนกประสงค์การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ด้านสินค้าและบริการ ทั้งนี้ แผนปฏิบัติงาน (Action Plan) ที่มีความสอดคล้องกับแผนพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งในระดับประเทศและระดับจังหวัด เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วย 1) ขั้นตอนเตรียมการ โดยการเริ่มดำเนินการติดต่อกับลูกค้า จากนั้น ดำเนินการเริ่มการประชุมก่อนการเริ่มงาน 2) ขั้นตอนการวางแผน (Planning Phase) โดยเริ่มจากวางแผนกำหนดขอบเขตของงาน จากนั้นวางแผนต้นทุน แผนบุคลากร แผนคุณภาพ แผนการสื่อสาร แผนการบริหารความเสี่ยง แผนการจัดซื้อจัดจ้าง และแผนกำหนดการดำเนินงาน 3) ขั้นตอนการปฏิบัติงานตามแผน (Executing) ประกอบด้วย การสื่อสารข้อมูลระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง การดูแลและปรับเปลี่ยนรายละเอียดโครงการ จากนั้น การดำเนินการจัดซื้อจัดจ้าง 4) ขั้นตอนการกำกับดูแลและควบคุมโครงการ (Monitoring and Controlling) ประกอบด้วย การกำกับดูแลและควบคุมความเสี่ยง ควบคุมขอบเขตของงาน การควบคุมกำหนดการ การควบคุมดูแลเรื่องรายละเอียดของสัญญา และการควบคุมดูแลต้นทุน และ 5) การปิดงาน/โครงการ (Closing) ประกอบด้วย การดำเนินการปิดโครงการ รายงานผลงานเสร็จสิ้น ดำเนินการเก็บเอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในงานเพื่อเป็นฐานข้อมูล และเก็บรายละเอียดปลีกย่อยอื่นๆ รายละเอียดปลีกย่อยอื่นๆ ในกรณีนี้ได้แก่ การจัดเตรียมเอกสารแสดงความขอบคุณแก่ผู้ช่วยสนับสนุนงาน วิทยากร แขกคนสำคัญ อาสาสมัคร และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่ช่วยกันสร้างงาน

## 2. อภิปรายผล

ระบบการบริหารจัดการงานอเนกประสงค์การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ปัจจุบันของอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดขอนแก่น ด้านเศรษฐกิจ สอดคล้องกับแผนแม่บทขอนแก่นไมซ์ที่ดี

ของสำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการ (2556) คือ มีการพัฒนา ด้านเศรษฐกิจ และด้านข้อมูลข่าวสาร โดยการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้รู้จัก และการจัดอบรมบุคลากรด้านไมซ์รองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเพื่อยกระดับมาตรฐานสู่สากล ส่วนด้านนโยบาย สอดคล้องกับ แนวการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของจังหวัดขอนแก่น (สำนักงาน เลขาธิการคณะกรรมการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการ, 2556) ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ ซึ่งสำหรับโครงการหลัก ที่กำลังอยู่ระหว่างดำเนินการ และแผนการพัฒนาในอนาคต จะมีทั้งหมด 5 โครงการหลัก เป็นโครงการลงทุนของภาครัฐและเอกชนกว่า 3.95 หมื่นล้านบาท ส่วนด้าน สภาพแวดล้อม สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2564 คือ ควรตระหนักถึงการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมสีเขียวเพิ่มมากขึ้น โดยการผนวก กิจกรรมการพัฒนาต่างๆ ให้อยู่ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมสีเขียว เช่น การพัฒนานวัตกรรมสิ่งทอ บรรจุกัญช์ และการทำตลาดเชิงรุกพัฒนาประสิทธิภาพภาคการตลาด การค้า การลงทุน บริการและเทคโนโลยีพลังงานทดแทน ส่วนด้านสังคม สอดคล้องกับแผนพัฒนา จังหวัดขอนแก่น คือ จังหวัดขอนแก่น ได้กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจให้สังคม มีความมั่นคงและมีความสามารถทางการแข่งขัน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถ ทางการแข่งขันของ OTOP และ SMEs การพัฒนาสินค้าและบริการส่งเสริมอาชีพของชุมชน จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ภาครัฐ ต้องให้ความช่วยเหลือ อีกทั้ง จังหวัดขอนแก่นมีผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการขึ้นทะเบียนประมาณ 1,294 ผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ขึ้นทะเบียน OTOP ส่วนใหญ่ในจังหวัดขอนแก่นเป็นผลิตภัณฑ์ ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย ประเภทของใช้ ของตกแต่ง และของที่ระลึก และด้านสินค้าและบริการ สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาเมืองขอนแก่น คือ การจัดงานเวทีระดับภูมิภาคเข้ามาจัด ในจังหวัด อาทิ งานอีสานบู๊คแฟร์ 2014 งานแสดงสินค้าด้านอาหารและบริการ งานประชุมระดับ ภูมิภาคของหอการค้าไทย ในหัวข้อ CLMV รวมไปถึงความร่วมมือในการร่วมลงนามความร่วมมือ เพื่อพัฒนาและยกระดับการจัดงานในจังหวัดขอนแก่น คือ งานเทศกาลอันมีชื่อเสียงของจังหวัด งานเทศกาลใหม่ ประเพณีผูกเสี่ยวและงานกาชาด จังหวัดขอนแก่น

ศักยภาพของระบบการบริหารจัดการงานอีเวนท์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ของอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่น จากการศึกษาของ International Organization for Standardization of ISO Central Secretariat (2012) ได้กำหนดว่า การพัฒนาระบบการบริหารจัดการ งานอีเวนท์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ควรมีการพัฒนา ด้านเศรษฐกิจ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านสังคม และด้านสินค้าและบริการ ทั้งนี้ การพัฒนาดังกล่าว สอดคล้องกับ แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ ของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (2556) คือ ควรมีการพัฒนาการจัดงานอีเวนท์ ของผู้จัดงานที่มีคุณสมบัติตามมาตรฐาน ISO 20121 อีกทั้ง

การจัดงานอีเวนต์ตามมาตรฐาน ISO 20121 ก่อให้เกิดความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมองค์กรที่จัดงานอีเวนต์ มีความน่าเชื่อถือมากขึ้น เมื่อได้รับมาตรฐาน ISO 20121 การจัดงานอีเวนต์ทั้งในและนอกห้องประชุม ควรตกแต่งด้วยวัสดุที่ย่อยสลายได้ และสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้

การบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 สอดคล้องกับผลการศึกษาของ American National Standards Institute: ANSI (2013) และสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (2556) คือ การบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 สามารถใช้ระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์ภายใต้กรอบ Project Management Body of Knowledge (PMBOK) ในการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ประกอบด้วย 1) ขั้นเริ่มต้นเตรียมการ (Initiating) 2) การวางแผน (Planning) 3) การปฏิบัติงานตามแผน (Executing) 4) การกำกับดูแลและควบคุมโครงการ (Monitoring and Controlling) และ 5) การปิดงาน/โครงการ (Closing) ทั้งนี้ หากดำเนินการปรับปรุงและพัฒนาตามข้อเสนอแนะดังกล่าว จะเป็นส่วนช่วยในการพัฒนาระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ของอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่นได้

### 3. ข้อเสนอแนะ

#### 3.1 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา

การนำระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 โดยเสนอแนะให้มีการกำหนดวิสัยทัศน์ เป้าหมาย และยุทธศาสตร์ในการพัฒนาระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วย วิสัยทัศน์ คือ “ขอนแก่นไมซ์ซิตี้ ศูนย์กลางการจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนตามมาตรฐาน ISO 20121” ส่วนเป้าหมาย คือ การจัดงานอีเวนต์ในจังหวัดขอนแก่น ได้รับมาตรฐานการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 อีกทั้ง ยุทธศาสตร์การนำระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ประกอบด้วย 1) ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ด้านเศรษฐกิจ 2) ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ด้านสภาพแวดล้อม 3) ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ด้านสังคม 4) ยุทธศาสตร์ที่ 4 การพัฒนาระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ด้านสินค้าและบริการ

ทั้งนี้ แผนปฏิบัติงาน (Action Plan) ที่มีความสอดคล้องกับแผนพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ ทั้งในระดับประเทศและระดับจังหวัด เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่น ประกอบด้วย 1) ขั้นเริ่มต้นเตรียมการ โดยการเริ่มดำเนินการติดต่อกับลูกค้า จากนั้น ดำเนินการเริ่มการประชุมก่อนการเริ่มงาน 2) ขั้นตอนการวางแผน (Planning Phase) โดยเริ่มจากวางแผนกำหนดขอบเขตของงาน จากนั้น วางแผนต้นทุน แผนบุคลากร แผนคุณภาพ แผนการสื่อสาร แผนการบริหารความเสี่ยง แผนการจัดซื้อจัดจ้าง และแผนกำหนดการการดำเนินงาน 3) ขั้นตอนการปฏิบัติงานตามแผน (Executing) ประกอบด้วย การสื่อสารข้อมูลระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง การดูแลและปรับเปลี่ยนรายละเอียดโครงการ จากนั้น การดำเนินการจัดซื้อจัดจ้าง 4) ขั้นตอนการกำกับดูแลและควบคุมโครงการ (Monitoring and Controlling) ประกอบด้วย การกำกับดูแลและควบคุมความเสี่ยง ควบคุมขอบเขตของงาน การควบคุมกำหนดการ การควบคุมดูแลเรื่องรายละเอียดของสัญญา และการควบคุมดูแลต้นทุน และ 5) การปิดงาน/โครงการ (Closing) ประกอบด้วย การดำเนินการปิดโครงการ รายงานผลงานเสร็จสิ้น ดำเนินการเก็บเอกสารอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในงานเพื่อเป็นฐานข้อมูล และเก็บรายละเอียดปลีกย่อยอื่นๆ รายละเอียดปลีกย่อยอื่นๆ ในกรณีนี้ได้แก่ การจัดเตรียมเอกสารแสดงความขอบคุณแก่ผู้ช่วยสนับสนุนงาน วิทยากร แขกคนสำคัญ อาสาสมัคร และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่ช่วยกันสร้างงาน

### 3.2 ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

ควรมีการเปรียบเทียบระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ของเมืองไมซ์อื่นๆ ในประเทศไทย เช่น กรุงเทพมหานคร พัทยา เชียงใหม่ ภูเก็ต เป็นต้น และเมืองไมซ์อื่นๆ ในต่างประเทศ เช่น กรุงเวียนนา กรุงปารีส หรือ ลิงคโปร์ เป็นต้น จากนั้น นำผลการศึกษาเปรียบเทียบข้อดี ข้อเสียของแต่ละเมืองไมซ์ มาดำเนินการสังเคราะห์ให้เกิดแนวทางการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 ของประเทศไทย

บรรณานุกรม

## บรรณานุกรม

- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2553). ยุทธศาสตร์กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม 4 ปี (พ.ศ. 2553-2556). สืบค้นเมื่อ 17 ตุลาคม 2557, จาก <http://strategy.dip.go.th/ยุทธศาสตร์กสอ/ยุทธศาสตร์กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม4ปี/tabid/71/Default.aspx>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2554). แผนพัฒนาการท่องเที่ยว พ.ศ. 2555-2559. สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2557, จาก [http://www.tica.or.th/images/plan\\_tourism2555-2559/2555-2559.pdf](http://www.tica.or.th/images/plan_tourism2555-2559/2555-2559.pdf).
- \_\_\_\_\_. (2559). แลงข่าวความพร้อมเป็นเจ้าภาพ “วันท่องเที่ยวโลก 2559”. สืบค้นเมื่อ 21 ตุลาคม 2559, จาก [http://www.mots.go.th/ewt\\_news.php?nid=7883](http://www.mots.go.th/ewt_news.php?nid=7883)
- กองกฤษฎีการตลาด ททท. (2559). **ท่องเที่ยวไทยในปี 2560 Thailand as a preferred destination ไตรมาสที่ 4/2016 ตุลาคม-ธันวาคม**. สืบค้นเมื่อ 2 มกราคม 2560, จาก <http://www.tatreviewmagazine.com/web/menu-read-tat/menu-2016/menu-42016/745-42016-th-2560>
- กองบริหารข้อมูลตลาดแรงงาน กรมการจัดหางาน. 2560. “ที่ประชุม ‘อาเซียน’ ลงมติให้ไทย ต้นแบบจัดไมซ์นานาชาติขอนแก่นโมเดล.” วารสารข่าวตลาดแรงงาน 24, ฉบับที่ 2: 6.
- คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. 2559. **แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564)**. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.
- คุณฉวี ช่วยสุข. 2557. “แผนพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดขอนแก่น เพื่อรองรับการเป็นนครแห่งไมซ์ของประเทศไทย.” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- เทวีวรรณ ปทุมพร. 2548. “ปัจจัยสู่ความสำเร็จของอุตสาหกรรมการจัดประชุม การท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัล การแสดงสินค้านิทรรศการ (MICE) ในจังหวัดขอนแก่น.” วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- เทศบาลนครขอนแก่น. (2559). **นครขอนแก่น จับมือ สสป. เพิ่มศักยภาพ MICE CITY**. สืบค้นเมื่อ 29 มิถุนายน 2559, จาก <https://www.facebook.com/kkmuni.Activity/posts/1751969801691878>

- เทศบาลนครขอนแก่น. (2559). นายกนครขอนแก่น รับ CEO Gaining Edge พัฒนา BRANDING ขอนแก่นสู่ MICE City ขอนแก่น. สืบค้นเมื่อ 21 มิถุนายน 2559, จาก <https://www.facebook.com/kkmuni.Activity/posts/1752006295021562>
- \_\_\_\_\_. (2559). นายกนครขอนแก่นให้สัมภาษณ์เหยี่ยวข่าว 7 สี ถึงทิศทางการเติบโตขอนแก่น. สืบค้นเมื่อ 29 มิถุนายน 2559, จาก <https://www.facebook.com/khonkaenmunicipality/posts/900268893432538>
- นิตยสารบ้านพร้อมอยู่. (2559). ขอนแก่น ผุดโครงการรถไฟฟ้ารางเบา เล็งเปิดให้บริการปลายปี 2561. สืบค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2559, จาก <https://www.home.co.th/hometips/detail/85572-“ขอนแก่น”-ผุดโครงการรถไฟฟ้ารางเบา--เล็งเปิดให้บริการปลายปี-2561>
- บงกช งามสม ฤทธิชัยภูวัฒน์. 2553. ความรู้เบื้องต้นการจัดแสดงสินค้า. กรุงเทพมหานคร: กิตติชัยพรินต์ติ้ง.
- บุญชม ศรีสะอาด. 2553. การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาส์น.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2554. ธุรกิจไมซ์. นนทบุรี: เฟิร์นข้าหลวง พรินต์ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- แบรนด์เอจ. 2555. MICE Opportunities ใน MICE: Experiential Marketing & Branding. กรุงเทพมหานคร: เลิฟ แอนด์ ลิฟ.
- \_\_\_\_\_. 2555. The Meaning of MICE M-I-C-E: Experiential Marketing & Branding. กรุงเทพมหานคร: ไทยคุณ-แบรนด์เอจ.
- \_\_\_\_\_. 2555. หาดใหญ่-ขอนแก่น-อุบลราชธานี-พิษณุโลก เมืองที่มีศักยภาพด้าน MICE ใน Brand age. กรุงเทพมหานคร: ไทยคุณ-แบรนด์เอจ.
- ราณี อิติชัยกุล และจุฑามาศ วิศาลสิงห์. (2550). องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล: กลุ่มการท่องเที่ยวที่ประเทศไทยต้องจับตามอง. สืบค้นเมื่อ 17 ตุลาคม 2557, จาก [http://etatjournal.com/upload/182/3Incentive\\_tourism.pdf](http://etatjournal.com/upload/182/3Incentive_tourism.pdf).
- ศิวาโรจน์ มุ่งหมายผล. (2558). ทีเส็บ เร่งเครื่องพัฒนาขอนแก่นไมซ์ซิติ์ ผลักดันเป็นศูนย์กลางธุรกิจไมซ์ลุ่มน้ำโขง. สืบค้นเมื่อ 16 กรกฎาคม 2559, จาก <https://www.businessevents-thailand.com/th/nc/news-download/news-download/detail/article/621-tceb-hastens-the-advancement-of-khon-kaen-mice-city-business-hub-of-gms-to-soar-as-make-khon-kae/>
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2559. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564). กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

- สำนักงานจังหวัดขอนแก่น. 2559. **แผนพัฒนาจังหวัดขอนแก่น พ.ศ.2561 – 2564**. ขอนแก่น: สำนักงานจังหวัดขอนแก่น.
- สำนักงานประชาสัมพันธ์ เขต 1 ขอนแก่น. (2559). **แผนพัฒนาจังหวัดขอนแก่น พ.ศ.2557-2560 (ฉบับทบทวนใหม่ พ.ศ.2560)**. สืบค้นเมื่อ 1 สิงหาคม 2559, จาก [http://region1.prd.go.th/ewt\\_news.php?nid=40375](http://region1.prd.go.th/ewt_news.php?nid=40375)
- สำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการ. 2556. **แผนพัฒนาจังหวัด 4 ปี (พ.ศ.2557-2560)**. ขอนแก่น: สำนักงานจังหวัดขอนแก่น.
- สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ. (2558). **ทีเส็บ เร่งเครื่องพัฒนาขอนแก่น ไม้ซ์ซิตี้ ผลักดันเป็นศูนย์กลางธุรกิจไม้ซ์ลุ่มน้ำโขง**. สืบค้นเมื่อ 16 กรกฎาคม 2559, จาก <https://www.bussinesseventsthailand.com/th/nc/news-download/news-download/detail/article/621-tceb-hastens-the-advancement-of-khon-kaen-mice-city-business-hub-of-gms-to-soar-as-make-khon-kae/>
- \_\_\_\_\_. (2555). **รู้จัก สสปน**. สืบค้นเมื่อ 25 ตุลาคม 2557, จาก <http://www.tceb.or.th/about-us-th/know-us-th/our-roles-th.html>
- \_\_\_\_\_. (2555). **สถิติไม้ซ์ พ.ศ. 2546-2554**. สืบค้นเมื่อ 19 ตุลาคม 2557 จาก <http://www.tceb.or.th/images/stories/ABOUT/MICE-Industry-Statistics/MICE-Industry-Statistics-2003-2011-Analysis.pdf>.
- \_\_\_\_\_. (2556). **Khon Kaen MICE city: why how and what's next?**. สืบค้นเมื่อ 7 มิถุนายน 2557, จาก <http://www.slideshare.net/chuchusupermom/khonkaen-mice-city-why-how-and-whats-next>.
- \_\_\_\_\_. (2556). **จังหวัดภูเก็ตร่วมกับทีเส็บจัดสัมมนาใหญ่ “เปิดประสบการณ์ไม้ซ์ พัฒนาภูเก็ตสู่ไม้ซ์ซิตี้อย่างยั่งยืน ชุมติใหม่เมืองไม้ซ์อันดามัน ขึ้นแท่นไม้ซ์ซิตี้อันดับสองของไทย**. สืบค้นเมื่อ 17 ตุลาคม 2557, จาก <http://www.tceb.or.th/about-us-th/news-th/1632-2013-05-02-08-21-47.html>.
- \_\_\_\_\_. (2556). **ทีเส็บ ผนีกกำลัง “รัฐ-เอกชน” ประกาศเจตนารมณ์ ร่าง “แผนแม่บท” ไม้ซ์ขอนแก่น กระตุ้นเศรษฐกิจ ต่อยอดสร้างรายได้สู่จังหวัดตลอดปี**. สืบค้นเมื่อ 17 ตุลาคม 2557, จาก <http://www.tceb.or.th/about-us-th/news-th/1590-2013-01-18-05-12-04.html>.

- สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ. (2556). **ที่สืบจัดงาน “Meetings Industry Day 2013”** ดึงผู้ประกอบการไมซ์ร่วมสัมมนาทิศทางอุตสาหกรรมการประชุม ณ เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี. สืบค้นเมื่อ 17 ตุลาคม 2557, จาก <http://www.tceb.or.th/about-us-th/news-th/1689--meetings-industry-day-2013-.html>.
- \_\_\_\_\_. (ม.ป.ป.). **การจัดประชุม สัมมนา**. สืบค้นเมื่อ 23 ตุลาคม 2557 จาก <http://www.meetingin-thailand.com/about/conventions>.
- \_\_\_\_\_. (ม.ป.ป.). **สถานที่จัดประชุม**. สืบค้นเมื่อ 13 ตุลาคม 2557 จาก <http://meetingin-thailand.com/mit/search/venue>.
- \_\_\_\_\_. 2554. **รายงานแผนแม่บทอุตสาหกรรมการจัดประชุมและงานแสดงสินค้านานาชาติ พ.ศ. 2555 – 2559**. กรุงเทพมหานคร: สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- \_\_\_\_\_. 2554. **อุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาคเอเชีย**. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ.
- \_\_\_\_\_. 2555. “ออกแคมเปญ ปีแห่งไมซ์ หนุนตลาดขอนแก่น ศูนย์ประชุมนานาชาติพร้อมเปิดบริการเร็ว ๆ นี้.” **TCEB Newsletter** 26: 4.
- \_\_\_\_\_. 2556. “ขอนแก่น: ประตูสู่อินโดจีนและจีนตอนใต้.” **MICE Journal** 3: 4-5.
- \_\_\_\_\_. 2556. **Introduction to MICE Industry**. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ.
- \_\_\_\_\_. 2556. **วิชาการจัดประชุมและนิทรรศการ (Introduction to MICE Industry)**. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ.
- สุณีย์ บริสุทธ์, พรรณี พิมพ์โพธิ์ และจันทรา ม้าลำพอง. 2548. **แบบอย่างการลงทุน: ธุรกิจท่องเที่ยว MICE**. ขอนแก่น: พลอยการพิมพ์.
- แสนดี สีสุทธิโพธิ์. (ม.ป.ป.). **จับตามองนครเชียงใหม่: ตลาด MICE แห่งใหม่ของเอเชีย**. สืบค้นเมื่อ 4 ตุลาคม 2557, จาก [http://www.thaibizchina.com/thaibizchina/th/business-opportunity/detail.php?IBLOCK\\_ID=70&SECTION\\_ID=515&ELEMENT\\_ID=1375](http://www.thaibizchina.com/thaibizchina/th/business-opportunity/detail.php?IBLOCK_ID=70&SECTION_ID=515&ELEMENT_ID=1375).
- หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ. (2559). **ททท.ขงขอนแก่นโมเดล ปั้นเมืองต้นแบบท่องเที่ยวอีสาน 5 ล้านคนปี 60**. สืบค้นเมื่อ 12 ตุลาคม 2559, จาก <http://www.thansettakij.com/content/72748>

- อภาพรรณ จันทนาม. 2556. “แนวทางการพัฒนาการจัดการงานแสดงนิทรรศการ โอท็อป ชิดดี อิน  
ขอนแก่น ภายใต้แนวคิดอุตสาหกรรมไมซ์เชิงสร้างสรรค์.” การศึกษาอิสระปริญญา  
บริหารธุรกิจ สาขาการจัดการการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- Aicher, T.J., Paule-Koba, A.L. & Newland, B. 2015. **Sport Facility and Event Management**.  
Burlington, MA: Jones & Bartlett Learning.
- American National Standards Institute (ANSI). 2013. **Project Management Body of Knowledge  
(PMBOK)**. USA: American National Standards Institute.
- Backman et al. 1995. “Incentive travel: an attractive option.” **Tourism Management** 16, 4: 285-  
293.
- Bowdin, G., et al. 2011. **Events Management**. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Charles, G.R., et al. 2006. **Tourism: Principles, Practices, Philosophies**. New York: Wiley.
- Cochran, W.G. 1977. **Sampling Techniques**. 3<sup>rd</sup> Ed. New York: John Wiley & Sons.
- Donohoe, L.J. 2010. “Travelling to and attending major sporting events: determinants of spend  
and trip duration decisions.” Doctor’s Thesis, Philosophy, Loughborough University.
- Getz, D. 2008. “Event tourism Definition, evolution, and research.” **Tourism Management** 29,  
2008: 403–428.
- Girod, A. 2009. **An Analysis of the Development of MICE industry A Case Study of Lyon,  
France**. Universidad Rey Juan Carlos: Bournemouth University.
- Godfrey, K. & Clarke, J. 2000. **The Tourism Development Handbook**. New York: Martin the  
Printer.
- Hopwood, J. 2012. **Strategic Thinking and the Creative Process in Event Management**.  
Doctor’s Thesis of Philosophy, Deakin University.
- Hussain, K.R.M. (2012). **Micro Impacts and Benefits of Business Tourism in Malaysia: A  
Case Study of Kuala Lumpur Convention Centre**. Retrieved June 19, 2014, from  
<http://www.ipedr.com/vol50/015-CBETM2012-A10004.pdf>.
- Hye-Rin, L. 2009. “The relationship between convention hosts and professional conference  
organizers.” **International Journal of Hospitality Management** 28, 2009: 556–562.
- Indian Express Newspapers. (2001). **The secret of Japan's MICE success**. Retrieved June 19,  
2014, from <http://travel.financialexpress.com/200801/edge04.shtml>.

- International Organization for Standardization of ISO Central Secretariat. 2012. **Event Sustainability Management System (ISO 20121)**. Switzerland: International Organization for Standardization of ISO Central Secretariat.
- Jin, X., Bauer, T. and Weber, K. 2008. "China's second-tier cities as exhibition destinations." **International Journal of Contemporary Hospitality Management** 22, 4: 552-568.
- Khon Kaen MICE Management (KKMM). (2559). **ก้าวแรก Khon Kaen MICE Management (KKMM)**. สืบค้นเมื่อ 10 มกราคม 2560, จาก <http://www.kkmm.co.th/478>
- King, C., Chen, N. & Daniel, C.F. 2012. "Exploring Destination Image Decay a Study of Sport Tourists' Destination Image Change after Event Participation." **Journal of Hospitality & Tourism Research** 39, 1: 3-31.
- Kisang, R. & Jin-Soo L. 2013. "Understanding convention attendee behavior from the perspective of self-congruity: The case of academic association convention." **International Journal of Hospitality Management** 33, 2013: 29-40.
- Lau, C. n.d. **Manual on Elective I – Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions (MICE)**. Hong Kong: The Hong Kong Polytechnic University.
- NadKarni, K. & Wai, A.L.M. 2007. "Macao's MICE Dreams: Opportunities and Challenges." **International Journal of Event Management Research** 3: 47-57.
- Newswit. (2554). **สถาปน. เปิดตัวเฟส 2 กิจกรรม "CREATIVE MICE ประชุมเมืองไทยด้วยความคิดสร้างสรรค์"**. สืบค้นเมื่อ 17 ตุลาคม 2557, จาก <http://www.newswit.com/gen/2011-03-18/9e16c4f8e1495a316695f9e822169cc5/>.
- Noel, Y. et al. 2012. "The impact of the servicescape on the desire to stay in convention and exhibition centers: The case of Macao." **International Journal of Hospitality Management** 31, 2012: 236-246.
- O'Toole, W. 2011. **Events Feasibility and Development**. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Rittichainuwat, B. and Mair, J. 2012. "Visitor attendance motivations at consumer travel exhibitions." **Tourism Management** 33: 1236-1244.
- Tan Cheong Su, R. 2007. **A Comparative Analysis of MICE Destinations between Macau and Singapore**. Las Vegas: University of Nevada.

- TCEB. (2557). **ขอนแก่นศูนย์กลางด้านกิจกรรมในภาคอีสาน**. สืบค้นเมื่อ 1 สิงหาคม 2559, จาก <https://www.businesseventsthailand.com/th/mice-destinations/mice-destinations/khon-kaen/>
- \_\_\_\_\_. (2557). **แผนแม่บทระยะ 5 ปี ของ สสปน**. สืบค้นเมื่อ 1 สิงหาคม 2559, จาก <https://www.businesseventsthailand.com/th/about-us/about-tceb/strategies/>
- \_\_\_\_\_. (2557). **วิสัยทัศน์และพันธกิจ**. สืบค้นเมื่อ 1 สิงหาคม 2559, จาก <https://www.businesseventsthailand.com/th/about-us/vision-mission/>
- The International Congress and Convention Association. (n.d.). **Definition of "MICE"**. Retrieved June 19, 2014, from <http://www.iccaworld.com/aeps/aeitem.cfm?aeid=29>
- Whitfield, et al. 2014. "Attracting Convention and Exhibition Attendance to Complex MICE Venues: Emerging Data from Macao." **International Journal of Tourism Research** 16: 169–179.
- Yang, L. 2011. **Financial Performance and Capacity Analysis for the MICE Industry in Las Vegas and the United States**. Nevada: University of Nevada.

**ภาคผนวก**

ภาคผนวก ก  
แบบสัมภาษณ์เชิงลึก



มหาวิทยาลัยศรีปทุม

**แบบสัมภาษณ์เชิงลึก**  
**สำหรับกลุ่มผู้ประกอบการในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์**

**โครงการวิจัย ระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121**  
**เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่น**

แบบสัมภาษณ์เชิงลึกนี้ จัดทำขึ้นเพื่อการศึกษาวิจัย เรื่อง ระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา/วิเคราะห์ สถานการณ์ปัจจุบันของระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์ และเพื่อเสนอแผนการนำระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่น ผู้วิจัย จึงขอความร่วมมือท่าน ในการตอบแบบสัมภาษณ์เชิงลึกนี้ด้วยข้อมูลที่เป็นจริงมากที่สุด และทางผู้ศึกษาใคร่ขอขอบคุณในความร่วมมือนี่ดีของท่าน ทั้งนี้ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์เชิงลึกดังกล่าวจะถูกเก็บเป็นความลับ และจะใช้ประโยชน์เฉพาะการศึกษานี้เท่านั้น โดยแบบสัมภาษณ์เชิงลึกฉบับนี้แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ให้สัมภาษณ์
- ตอนที่ 2 สถานการณ์ปัจจุบัน ปัญหาที่เกิดขึ้นในการบริหารจัดการงานอีเวนต์
- ตอนที่ 3 สถานการณ์ปัจจุบัน และปัญหาที่เกิดขึ้นจากการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน เพื่อขับเคลื่อนสู่การจัดการงานอีเวนต์
- ตอนที่ 4 แนวทางการพัฒนาระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่น

โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ข้อมูลพื้นฐานของผู้ให้สัมภาษณ์

1.1 ชื่อ \_\_\_\_\_

1.2 ตำแหน่ง \_\_\_\_\_

1.3 หน่วยงาน \_\_\_\_\_

1.4 ข้อมูลที่สามารถติดต่อได้ \_\_\_\_\_

2. สถานการณ์ปัจจุบัน ปัญหาที่เกิดขึ้นในการบริหารจัดการงานอีเวนต์

2.1 ช่วงก่อนจัดงาน

---

---

---

2.2 ช่วงที่ดำเนินการจัดงาน

---

---

---

2.3 ช่วงหลังจากการจัดงาน เป็นคำถามปลายเปิด

---

---

---

3. สถานการณ์ปัจจุบัน และปัญหาที่เกิดขึ้นจากการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานเพื่อขับเคลื่อนสู่การจัดงานอีเวนต์

3.1 ความร่วมมือ (Partnership)

---

---

---

3.2 นโยบาย (Policy)

---

---

---

### 3.3 การจัดซื้อจัดจ้าง (Procurement)

---

---

---

### 3.4 การบริหารผลการปฏิบัติงาน (Performance management)

---

---

---

## 4. แนวทางการพัฒนาระบบการบริหารจัดการงานอีเว้นท์สู่การพัฒนาที่ยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไม้จังหวัดขอนแก่น

### 4.1 ด้านเศรษฐกิจ

---

---

---

### 4.2 ด้านสภาพแวดล้อม

---

---

---

### 4.3 ด้านสังคม

---

---

---

### 4.4 ด้านสินค้าและบริการ

---

---

---



มหาวิทยาลัยศรีปทุม

**แบบสัมภาษณ์เชิงลึก**  
**สำหรับกลุ่มหน่วยงานและองค์กรที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์**  
**ในจังหวัดขอนแก่น**

**โครงการวิจัย ระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121**  
**เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่น**

แบบสัมภาษณ์เชิงลึกนี้ จัดทำขึ้นเพื่อการศึกษาวิจัย เรื่อง ระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา/วิเคราะห์ สถานการณ์ปัจจุบันของระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์ และเพื่อเสนอแผนการนำระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่น ผู้วิจัย จึงขอความร่วมมือท่าน ในการตอบแบบสัมภาษณ์เชิงลึกนี้ด้วยข้อมูลที่เป็นจริงมากที่สุด และทางผู้ศึกษาใคร่ขอขอบคุณในความร่วมมือนี่ดีของท่าน ทั้งนี้ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์เชิงลึกดังกล่าวจะถูกเก็บเป็นความลับ และจะใช้ประโยชน์เฉพาะการศึกษานี้เท่านั้น โดยแบบสัมภาษณ์เชิงลึกฉบับนี้แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ให้สัมภาษณ์
- ตอนที่ 2 สถานการณ์ปัจจุบันของงานอีเวนต์จังหวัดขอนแก่น
- ตอนที่ 3 แนวทางการพัฒนามาตรฐานในการบริหารจัดการอย่างยั่งยืน
- ตอนที่ 4 แนวทางการพัฒนาระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่น

โดยมีรายละเอียดดังนี้

**1. ข้อมูลพื้นฐานของผู้ให้สัมภาษณ์**

1.1 ชื่อ \_\_\_\_\_

1.2 ตำแหน่ง \_\_\_\_\_

1.3 หน่วยงาน \_\_\_\_\_

1.4 ข้อมูลที่สามารถติดต่อได้ \_\_\_\_\_

**2. สถานการณ์ปัจจุบันของงานอีเวนท์จังหวัดขอนแก่น**

2.1 ด้านเศรษฐกิจ

---

---

---

2.2 ด้านนโยบาย

---

---

---

2.2 ด้านสภาพแวดล้อม

---

---

---

2.3 ด้านสังคม

---

---

---

2.4 ด้านสินค้าและบริการ

---

---

---

### 3. แนวทางการพัฒนามาตรฐานในการบริหารจัดการอย่างยั่งยืน

#### 3.1 ด้านการบริหารจัดการ (Management)

---

---

---

#### 3.2 ด้านการตรวจสอบ (Checklist)

---

---

---

#### 3.3 ด้านการติดตามผลการดำเนินงานและการจัดทำรายงาน (Report)

---

---

---

### 4. แนวทางการพัฒนาระบบการบริหารจัดการงานอีเอนท์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไม้จังหวัดขอนแก่น

#### 4.1 ด้านเศรษฐกิจ

---

---

---

#### 4.2 ด้านสภาพแวดล้อม

---

---

---

#### 4.3 ด้านสังคม

---

---

---

#### 4.4 ด้านสินค้าและบริการ

---

---

---



มหาวิทยาลัยศรีปทุม

## แบบสัมภาษณ์เชิงลึก

สำหรับกลุ่มผู้จัดงาน / เจ้าภาพการจัดงาน / เจ้าของงานอีเวนต์

### โครงการวิจัย ระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่น

แบบสัมภาษณ์เชิงลึกนี้ จัดทำขึ้นเพื่อการศึกษาวิจัย เรื่อง ระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา/วิเคราะห์ สถานการณ์ปัจจุบันของระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์ และเพื่อเสนอแผนการนำระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่น ผู้วิจัย จึงขอความร่วมมือท่าน ในการตอบแบบสัมภาษณ์เชิงลึกนี้ด้วยข้อมูลที่เป็นจริงมากที่สุด และทางผู้ศึกษาใคร่ขอขอบคุณในความร่วมมือที่ดีของท่าน ทั้งนี้ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์เชิงลึกดังกล่าวจะถูกเก็บเป็นความลับ และจะใช้ประโยชน์เฉพาะการศึกษานี้เท่านั้น โดยแบบสัมภาษณ์เชิงลึกฉบับนี้แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ให้สัมภาษณ์
- ตอนที่ 2 สถานการณ์ปัจจุบัน และปัญหาที่เกิดขึ้นจากการบริหารจัดการงานอีเวนต์
- ตอนที่ 3 สถานการณ์ปัจจุบัน และปัญหาที่เกิดขึ้นจากการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน เพื่อขับเคลื่อนสู่การจัดงานอีเวนต์
- ตอนที่ 4 แนวทางการพัฒนาระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่น

โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ข้อมูลพื้นฐานของผู้ให้สัมภาษณ์

1.1 ชื่อ \_\_\_\_\_

1.2 ตำแหน่ง \_\_\_\_\_

1.3 หน่วยงาน \_\_\_\_\_

1.4 ข้อมูลที่สามารถติดต่อได้ \_\_\_\_\_

2. สถานการณ์ปัจจุบัน และปัญหาที่เกิดขึ้นจากการบริหารจัดการงานอีเวนต์

2.1 ขั้นเริ่มต้นเตรียมการ (Initiating)

---

---

---

2.2 การวางแผน (Planning)

---

---

---

2.3 การปฏิบัติงานตามแผน (Executing)

---

---

---

2.4 การกำกับดูแลและควบคุมโครงการ (Monitoring and Controlling)

---

---

---

2.5 การปิดงาน/โครงการ (Closing) เป็นคำถามปลายเปิด

---

---

---

### 3. สถานการณ์ปัจจุบัน และปัญหาที่เกิดขึ้นจากการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานเพื่อขับเคลื่อนสู่การจัดงานอีเวนต์

#### 3.1 ความร่วมมือ (Partnership)

---

---

---

#### 3.2 นโยบาย (Policy)

---

---

---

#### 3.3 การจัดซื้อจัดจ้าง (Procurement)

---

---

---

#### 3.4 การบริหารผลการปฏิบัติงาน (Performance management)

---

---

---

### 4. แนวทางการพัฒนาระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนายั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่น

#### 4.1 ด้านเศรษฐกิจ

---

---

---

#### 4.2 ด้านสภาพแวดล้อม

---

---

---

#### 4.3 ด้านสังคม

---

---

---

#### 4.4 ด้านสินค้าและบริการ

---

---

---

**ภาคผนวก ข**

**แบบสอบถาม**



มหาวิทยาลัยศรีปทุม

## แบบสอบถาม

### สำหรับกลุ่มผู้เข้าร่วมกิจกรรมอีเวนต์ในจังหวัดขอนแก่น

#### โครงการวิจัย ระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่น

แบบสอบถามนี้ จัดทำขึ้นเพื่อการศึกษาวิจัย เรื่อง ระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา/วิเคราะห์ สถานการณ์ปัจจุบันของระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์ และเพื่อเสนอแผนการนำระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่น ผู้วิจัย จึงขอความร่วมมือท่าน ในการตอบแบบสอบถามนี้ด้วยข้อมูลที่เป็นจริงมากที่สุด และทางผู้ศึกษาใคร่ขอขอบคุณในความร่วมมือที่ดีของท่าน ทั้งนี้ข้อมูลจากแบบสอบถามดังกล่าวจะถูกเก็บเป็นความลับ และจะใช้ประโยชน์เฉพาะ การศึกษาวิจัยนี้เท่านั้น โดยแบบสอบถามฉบับนี้แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม
  - ตอนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเข้าร่วมกิจกรรมอีเวนต์ในจังหวัดขอนแก่น
  - ตอนที่ 3 ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121
  - ตอนที่ 4 แนวทางการพัฒนาระบบการบริหารจัดการงานอีเวนต์สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์จังหวัดขอนแก่น
- โดยมีรายละเอียดดังนี้

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  ที่ตรงกับความคิดเห็น / สถานภาพของท่านมากที่สุด

**ตอนที่ 1** ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

- ชาย  หญิง

2. อายุ

- ต่ำกว่า 20 ปี  21-30 ปี  31-40 ปี  
 41-50 ปี  51-60 ปี  มากกว่า 60 ปี

3. สถานภาพสมรส

- โสด  สมรส  หม้าย / หย่าร้าง

4. วุฒิการศึกษา

- ต่ำกว่าปริญญาตรี  ปริญญาตรี  ปริญญาโท  ปริญญาเอก

5. อาชีพ

- ข้าราชการ  พนักงานของรัฐ  ลูกจ้างประจำ / ชั่วคราวของราชการ  
 พนักงานรัฐวิสาหกิจ  พนักงานเอกชน  ธุรกิจส่วนตัว  
 นักเรียน/นักศึกษา  เกษตรกร  รับจ้างทั่วไป  
 ว่างาน  อื่นๆ (โปรดระบุ).....

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (รวมรายได้หลักและรายได้เสริม)

- ไม่มีรายได้  น้อยกว่า 15,000 บาท/เดือน  
 15,001 – 20,000 บาท/เดือน  20,001 - 25,000 บาท/เดือน  
 25,001 – 30,000 บาท/เดือน  30,001 – 35,000 บาท/เดือน  
 35,001 – 40,000 บาท/เดือน  มากกว่า 40,000 บาท/เดือน

**ตอนที่ 2** ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเข้าร่วมกิจกรรมอีเวนต์ในจังหวัดขอนแก่น

1. วัตถุประสงค์ที่ท่านเดินทางมาเข้าร่วมกิจกรรมอีเวนต์ในจังหวัดขอนแก่น (ตอบ 1 ข้อ)

- การประชุมองค์กร (Meeting) และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Travel)  
 การประชุมวิชาชีพ (Convention)  งานแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibition)  
 อื่นๆ โปรดระบุ.....

2. จำนวนผู้ร่วมเดินทางส่วนใหญ่ในแต่ละครั้ง (ตอบ 1 ข้อ)

- เดินทางมาคนเดียว  เดินทางมาเป็นหมู่คณะ 2-4 คน  
 เดินทางมาเป็นหมู่คณะ 5-6 คน  เดินทางมาเป็นหมู่คณะ 6 คน ขึ้นไป  
 อื่นๆ โปรดระบุ.....

3. ท่านเดินทางมาโดยวิธีใด (ตอบ 1 ข้อ)
- รถยนต์ส่วนบุคคล (ส่วนตัว)       รถยนต์เช่า/รถตู้เช่า
- รถโดยสารประจำทาง       รถไฟ
- เครื่องบิน       รถแท็กซี่
- รถตุ๊กตุ๊ก       อื่นๆ โปรดระบุ.....
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเลือกเข้าร่วมกิจกรรมอีเวนท์ในจังหวัดขอนแก่น (ตอบ 1 ข้อ)
- เพื่อนสนิท       เพื่อนร่วมงาน
- ครอบครัว       ผู้ที่ต้องติดต่อเกี่ยวข้องกับธุรกิจ
- ตัดสินใจด้วยตัวเอง
5. ท่านเข้าร่วมกิจกรรมอีเวนท์ในจังหวัดขอนแก่นในช่วงวันใดมากที่สุด (ตอบ 1 ข้อ)
- วันจันทร์-วันศุกร์       วันเสาร์-อาทิตย์
- วันหยุดต่อเนื่อง       อื่นๆ (โปรดระบุ).....
6. การเข้าร่วมกิจกรรมอีเวนท์ในจังหวัดขอนแก่น ท่านใช้ระยะเวลากี่วัน (ตอบ 1 ข้อ)
- ครึ่งวัน       1 วัน       2 วัน       3 วัน
- อื่นๆ โปรดระบุ .....
7. ท่านหาข้อมูลกิจกรรมอีเวนท์ในจังหวัดขอนแก่นจากแหล่งใด (ตอบ 1 ข้อ)
- บริษัทที่เกี่ยวข้อง       หน่วยงานต้นสังกัด       นิตยสาร       หนังสือพิมพ์
- เว็บไซต์.....       Facebook       Line       ทิว
- โฆษณาผ่านอีเมล       เพื่อน หรือญาติ       อื่นๆ โปรดระบุ .....
8. ท่านจะกลับมาเข้าร่วมกิจกรรมอีเวนท์ในจังหวัดขอนแก่น อีกครั้งในอนาคตหรือไม่ (ตอบ 1 ข้อ)
- กลับมาเที่ยวอีกครั้ง       ไม่กลับมาเที่ยวอีกครั้ง       ไม่แน่ใจ
9. ท่านจะแนะนำให้ เพื่อน ญาติ และคนรู้จัก มาเข้าร่วมกิจกรรมอีเวนท์ในจังหวัดขอนแก่น หรือไม่ (ตอบ 1 ข้อ)
- แนะนำ       ไม่แนะนำ       ไม่แน่ใจ

**ตอนที่ 3 ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อระบบการบริหารจัดการงานอีเวนท์อย่างยั่งยืน  
ของมาตรฐาน ISO 20121**

ประเด็นคำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>1) ด้านเศรษฐกิจ</b>					
ความได้เปรียบในการแข่งขัน ด้านการจัดงานอีเวนท์ของผู้จัดงาน ที่มีคุณสมบัติตามมาตรฐาน ISO 20121					
ประโยชน์ต่อเศรษฐกิจภายในประเทศ เมื่อมีการพัฒนาการบริหาร จัดการงานอีเวนท์ที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม					
ผลประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการดำเนินการตามมาตรฐาน ISO 20121					
ผลกำไรที่คาดว่าจะได้รับจากการดำเนินการตามมาตรฐาน ISO 20121					

ประเด็นคำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ความคุ้มค่าต่อการลงทุน ให้มีระบบการจัดงานอีเวนต์ ตามมาตรฐาน ISO 20121					
2) ด้านสภาพแวดล้อม					
การดำเนินการตามมาตรฐาน ISO 20121 สามารถปรับปรุงสภาพแวดล้อมของประเทศได้					
ความสำคัญของการใช้อุปกรณ์ตกแต่งงานอีเวนต์ ที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้					
การกำหนดนโยบายในการจัดงานอีเวนต์ จะต้องเป็นไปตามมาตรฐาน ISO 20121 ด้านการรักษาสภาพแวดล้อม					
เพิ่มพื้นที่สีเขียวในการตกแต่งงานอีเวนต์					
ของเสีย ควรได้รับการแบ่งออกเป็นหมวดหมู่ เช่น กระดาษ แก้ว พลาสติก หรือกระบวนการนำมาใช้ใหม่					
การจัดงานอีเวนต์ตามมาตรฐาน ISO 20121 ก่อให้เกิดความตระหนักรู้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม					
3) ด้านสังคม					
องค์กรที่จัดงานอีเวนต์ มีความน่าเชื่อถือมากขึ้น เมื่อได้รับมาตรฐาน ISO 20121					
ท่านให้ความสนใจกับงานอีเวนต์ที่ได้รับรองมาตรฐานจาก ISO 20121					
การเผยแพร่ความรู้มาตรฐาน ISO 20121 มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมงานอีเวนต์					
รัฐบาลควรส่งเสริมการจัดงานอีเวนต์ ให้มีโครงการเพิ่มประสิทธิภาพด้านสิ่งแวดล้อม					
การใช้มาตรฐาน ISO 20121 สามารถเพิ่มคุณค่าให้กับภาพลักษณ์ขององค์กรที่งานอีเวนต์					
การประชาสัมพันธ์ส่งเสริมมาตรฐาน ISO 20121 มีความสำคัญต่อการพัฒนาการจัดงานอีเวนต์					
การดำเนินการตามมาตรฐาน ISO 20121 เป็นวิธีหนึ่งที่ช่วยคืนกำไรให้กับสังคม					
4) ด้านสินค้าและบริการ					
ความสำคัญของการให้ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐาน ISO 20121 แก่บุคลากรที่งานอีเวนต์					
ความสำคัญของการให้บริการ ที่คำนึงถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม					
วัสดุสิ้นเปลืองที่ใช้ในการจัดงานอีเวนต์ ควรเป็นวัสดุที่นำกลับมาใช้ใหม่ได้					
ชื่อเสียงขององค์กรที่จัดงานอีเวนต์ มีความสำคัญต่อคุณภาพของการบริการ					
ผลิตภัณฑ์และการบริการ ที่ได้รับมาตรฐาน ISO 20121 มีความน่าสนใจ					

ประเด็นคำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ท่านให้ความสำคัญกับงานโอเวนที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากกว่างานโอเวนที่ที่หุหุหุ					
การจัดกิจกรรมกลางแจ้ง ช่วยลดการใช้เครื่องปรับอากาศ					
วัสดุที่สามารถนำมากลับมาใช้ใหม่ได้ มีความน่าสนใจ					
การส่งเสริมทางการตลาด ช่วยให้ผู้ร่วมงาน มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม					
การจัดงานโอเวนที่ ทั้งในและนอกห้องประชุม ควรมีการตกแต่งด้วยวัสดุที่ย่อยสลายได้ และสามารถนำมากลับมาใช้ใหม่ได้					
องค์กรที่จัดงานโอเวนที่ ควรใช้มาตรฐาน ISO 20121					

#### 4. แนวทางการพัฒนาระบบการบริหารจัดการงานโอเวนที่ผู้การพัฒนาย่างยั่งยืนของมาตรฐาน ISO 20121 เพื่อพัฒนามาตรฐานอุตสาหกรรมไม้จังหวัดขอนแก่น

##### 4.1 ด้านเศรษฐกิจ

---



---

##### 4.2 ด้านสภาพแวดล้อม

---



---

##### 4.3 ด้านสังคม

---



---

##### 4.4 ด้านสินค้าและบริการ

---



---

## ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ	นางสาวณัฐกานต์ เฟื่องหาพันธ์
วัน เดือน ปีเกิด	วันที่ 6 เมษายน พ.ศ. 2530
สถานที่เกิด	อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 42 หมู่ 13 ตำบลผานกเค้า อำเภอภูกระดึง จังหวัดเลย 42180
ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน	รักษาการหัวหน้าสาขาการจัดการการท่องเที่ยว และสาขาการจัดการโรงแรม
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	วิทยาลัยการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม ขอนแก่น
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2551 บช.บ. จาก มหาวิทยาลัยขอนแก่น พ.ศ. 2554 บช.ม. จาก มหาวิทยาลัยขอนแก่น