



การส่งเสริมธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรมของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์

Promoting Event Tourism Businesses in the ROI-KHAN-SARA-SIN Group

สมชาติ โปขุนทด¹ และกันทิมาลย์ จินดาประเสริฐ²

Somchat Bokuntod¹ and Kantimarn Chindaprasert²

คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม¹

คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม²

Corresponding author, E-mail: WE_wedding@icloud.com¹, karntimarn.ch@mssu.ac.th²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ระบุธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรมของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ 2) ศึกษากระบวนการดำเนินงานของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรมของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ และ 3) เสนอแนะแนวทางในการส่งเสริมธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรมของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ประกอบด้วย 1) ผู้แทนธุรกิจจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรม จำนวน 6 คน ซึ่งได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง และ 2) ผู้แทนหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศในกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ จาก 5 หน่วยงาน จำนวนรวม 7 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ จำนวน 2 ฉบับ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ผลการวิจัย พบว่า 1) ธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรมของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ ประกอบด้วย 12 ธุรกิจ 2) กระบวนการดำเนินงานของธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรมของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ ประกอบด้วยรายละเอียดการดำเนินงานในด้านการบริหารจัดการการออกแบบการตลาดการดำเนินงาน และความเสี่ยง และ 3) แนวทางในการส่งเสริมธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรมของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ ประกอบด้วย ด้านการบริหารจัดการด้านการออกแบบ ด้านการตลาด ด้านการดำเนินงาน และด้านความเสี่ยง โดยภาพรวมสรุปได้ว่า ธุรกิจควรมีเงินทุนและทุนสำรองควรมีพันธมิตรทางธุรกิจ ควรมีการศึกษาด้านกฎหมาย ข่าวสารต่าง ๆ และพัฒนาศักยภาพด้านเทคนิคและเทคโนโลยีเพื่อนำมาใช้ในการดำเนินงาน และเตรียมการรองรับความเสี่ยงในแต่ละด้านอย่างเหมาะสม

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรม; ธุรกิจอีเว้นท์; กลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์



ABSTRACT

The objectives of this research were 1) to identify businesses involved in operating event tourism of the ROI-KHAN-SARA-SIN group, 2) to study business' operation on event tourism of the ROI-KHAN-SARA-SIN group, and 3) to recommend guidelines for related business promotion to operate event tourism of the ROI-KHAN-SARA-SIN group. This study applied a qualitative method and the data was collected by structured interviews. Key informants included 1) six businesspersons from event tourism business selected by purposive sampling and 2) seven government employees from five government agencies that have the policy to promote Country's Tourism in the ROI-KHAN-SARA-SIN group. The research instrument consisted of 2 interview forms, the data were analyzed by content analysis. The result of the research was following: 1) the businesses involved in operating event tourism of the ROI-KHAN-SARA-SIN group consisted of 12 businesses, 2) business's operation on event tourism of the ROI-KHAN-SARA-SIN group consisted of administration aspect, design aspect, marketing aspect, operations aspect, and risk aspect, and 3) event businesses promoting guidelines included on administration aspect, design aspect, marketing aspect, operations aspect, and risk aspect. Overall summary; businesses should have capital and reserve funds, should have business partners, should increase knowledge about law, news, and technical and technological potential to be used in operations, and prepare appropriately to handle risks in each aspect.

Keywords: Event Tourism, Event Businesses, ROI-KHAN-SARA-SIN Group



บทนำ

ในระยะ 2-3 ทศวรรษที่ผ่านมาการท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรม (Event Tourism) เริ่มมีบทบาทโดดเด่น และขยายตัวเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นตัวกระตุ้นสำคัญทางเศรษฐกิจ และมีความสำคัญต่อการแข่งขันทางการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ การจัดมหรหรรรมหรือ Event นอกจากมีบทบาทในการส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวแล้ว ยังมีบทบาทในการพัฒนาเมืองและการพัฒนาชุมชน รวมทั้งช่วยส่งเสริมด้านวัฒนธรรมที่ช่วยย้่าความสำคัญของอัตลักษณ์ หรือเอกลักษณ์ของชาติ การจัด Event เป็นรูปแบบของปฏิสัมพันธ์ระหว่างสถานที่ที่ใช้จ่ายงาน ประชาชนที่มาร่วมงานหรือมาชมงาน ผู้จัดงานและผู้จัดหาบริการที่เกี่ยวข้อง มีระบบการบริหาร การออกแบบและมีกิจกรรมหรือโปรแกรมต่าง ๆ ที่น่าสนใจ การท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรมที่จัดขึ้น มักจะมีแรงจูงใจเนื่องจากมีการออกแบบสร้างสรรค์ไม่ซ้ำแบบกัน ผู้ไปร่วมในงานมหรหรรรมจะได้รับประสบการณ์หลากหลาย เพราะงานมากมายต่าง ๆ ที่จัดขึ้นมักจะให้สิ่งต่าง ๆ ที่มีความน่าสนใจและมีคุณค่าต่อผู้บริโภค (ราณี อธิชัยกุล, 2557)

การท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรมมีขอบข่ายกว้างขวางไม่ว่าจะเป็นงานเฉลิมฉลอง (Festivals, Celebrations) หรืองานด้านการบันเทิง (Entertainment) การนันทนาการ (Recreation) งานที่เป็นกิจกรรมทางการเมืองหรืองานฉลองของรัฐ (Political/State) งานที่เกี่ยวข้องกับศาสตร์ต่าง ๆ (Scientific) หรือด้านเทคโนโลยี กิจกรรมการกีฬา (Sports) หรืองานแสดงศิลปะ (Arts) รวมทั้งที่เกี่ยวข้องกับขอบเขตของธุรกิจ (Domain of Business) และกิจกรรมทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับบุคคลหลายคนหรือประกอบด้วยหน่วยงานหลายหน่วย (Corporate Affairs) เช่น Meetings, Conventions, Fairs, Exhibition และรวมถึงงานต่าง ๆ ที่เอกชนจัดขึ้น (Private Domain) เช่น งานแต่งงาน (Weddings) งานสังสรรค์ (Parties) หรืองานสังคมของกลุ่มที่เกี่ยวข้อง หรือเกี่ยวดองกัน (Affinity Groups Social Event) (ราณี อธิชัยกุล, 2557)

กลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ซึ่งประกอบด้วยจังหวัดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง 4 จังหวัด ได้แก่ ร้อยเอ็ด ขอนแก่น มหาสารคาม และกาฬสินธุ์ มีการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรมเป็นประจำทุกปี โดยส่วนใหญ่เป็นงานที่เกี่ยวข้อง

กับประเพณี วัฒนธรรมของจังหวัด ได้แก่ งานข้าวหอมมะลิโลก งานบุญผะเหวดจังหวัดร้อยเอ็ด งานเทศกาลโหมหนานชาติประเพณีผูกเสี่ยว และงานภาคชาติจังหวัดขอนแก่น งานนมัสการพระบรมธาตุพนม จังหวัดมหาสารคาม งานมหรหรรรมโปงลางแพรวาและกาชาดจังหวัดกาฬสินธุ์ การจัดงานหน่วยงานราชการจะร่วมกันเป็นเจ้าภาพในการจัดงานใหญ่ประจำปี โดยรับผิดชอบส่วนต่าง ๆ ของงานตามที่ได้รับมอบหมาย โดยกลุ่มงานยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางเป็นผู้กำกับดูแลด้านงบประมาณและอนุมัติงบประมาณสำหรับการจัดงาน จากนั้นสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาของจังหวัดขอนแก่น ร้อยเอ็ด มหาสารคาม และกาฬสินธุ์ เป็นผู้ดำเนินการจัดงานท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรมตามการอนุมัติงบประมาณที่ได้รับ โดยทำการคัดเลือกผู้ประกอบการภาคธุรกิจที่มาจัดงาน ด้วยวิธีการประกวดราคา และธุรกิจที่เข้าร่วมจัดงานจะมีกระบวนการดำเนินงานที่มีความเฉพาะตัว บางธุรกิจสามารถบริหารการจัดงานได้ดี แต่บางธุรกิจยังคงพบข้อบกพร่องที่ทำให้ต้องแก้ไขและปรับปรุงงานหลายครั้งก่อนเริ่มการจัดงานจริง จากปัญหาที่เกิดขึ้นนี้ จึงเป็นมูลเหตุให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรม กระบวนการดำเนินงานและเสนอแนะแนวทางในการส่งเสริมธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรม กลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ โดยผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลการวิจัยครั้งนี้จะทำให้ได้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์สำหรับภาคธุรกิจและหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องในการจัดงานท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรมของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์นำไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนการดำเนินงานเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรมของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อระบุธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรมของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์
2. เพื่อศึกษากระบวนการดำเนินงานของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรมของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์
3. เพื่อเสนอแนะแนวทางในการส่งเสริมธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรมของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์



ขอบเขตการวิจัย

1. ด้านเนื้อหา องค์ประกอบของการดำเนินงานท่องเที่ยวเชิงมหรหรรพ์ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้จากการทบทวนวรรณกรรมในเรื่องแนวคิดองค์ประกอบของการดำเนินงานท่องเที่ยวเชิงมหรหรรพ์พบว่า มีแนวคิดของ EMBOK Model (Event Management Body Of Knowledge: EMBOK) ซึ่งแนวคิด EMBOK ถูกริเริ่มขึ้นเมื่อปี ค.ศ. 1999 โดย William O' Toole จากนั้น ศาสตราจารย์ Julia Rutherford Silvers ได้นำมาพัฒนาต่อโดยแนวคิด EMBOK เป็นรูปแบบการวางแผนการจัดกิจกรรมการดำเนินงานอย่างเป็นระบบประกอบด้วย 5 องค์ประกอบและในแต่ละองค์ประกอบยังมีองค์ประกอบย่อย 7 ด้าน (Goldblatt, 2014; Silvers, 2007) มีรายละเอียดดังนี้

1.1 การบริหารจัดการ (Administration) ประกอบด้วย การจัดการด้านเวลา จัดการภาพรวมของกิจกรรม การจัดการเครือข่าย ผู้ร่วมจัดกิจกรรม จัดซื้อจัดจ้าง จัดการข้อมูลข่าวสาร จัดการทรัพยากรบุคคล จัดการการเงิน

1.2 การออกแบบ (Design) ประกอบด้วย การวางแผนภาพรวมของงาน จัดทำกำหนดการภายในงาน ออกแบบและควบคุมการผลิตให้งานเป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้ วางแผนด้านอาหาร และเครื่องดื่ม วางแผนตกแต่งสถานที่ที่วางแผนกิจกรรมเสริมความสนุกสนานอื่น ๆ วางแผนข้อมูลการสื่อสาร

1.3 การตลาด (Marketing) การหาผู้สนับสนุนงานขาย รวมถึงการรับสมัครงานประชาสัมพันธ์ งานส่งเสริมการขาย งานจัดแสดงสินค้า งานวางแผนการตลาด งานวางแผนเกี่ยวกับวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ

1.4 การดำเนินงาน (Operations) งานเทคนิคต่าง ๆ งานสถานที่ การประสานงานกับผู้มีส่วนร่วมจัดการแข่งขัน การขนส่ง การเดินทางการจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นต่อการจัดกิจกรรม การติดต่อสื่อสาร การต้อนรับและดูแลผู้เข้าร่วมในส่วนของผู้ชม

1.5 ความเสี่ยง (Risk) รักษาความปลอดภัยการออกกฎระเบียบต่าง ๆ การประกันชีวิตและประกันอุบัติเหตุ งานดูแลสุขภาพและความปลอดภัยของผู้เข้าร่วมกิจกรรม การเตรียมการเพื่อเหตุฉุกเฉิน การติดตามให้การปฏิบัติเป็นไปตามกฎระเบียบข้อบังคับ

2. ด้านพื้นที่ ทำการศึกษาในพื้นที่กลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ ได้แก่ จังหวัดร้อยเอ็ด ขอนแก่น มหาสารคาม และกาฬสินธุ์

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร ได้แก่ ผู้ประกอบการจัดงานท่องเที่ยวเชิงมหรหรรพ์ที่รับจัดงานร่วมกับสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาในกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ ในช่วง 5 ปี ก่อนวิกฤตโควิด 19 (ปี พ.ศ. 2558-2562) จำนวน 12 ราย และหน่วยงานภาครัฐที่สนับสนุนนโยบาย ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศในกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ จำนวน 8 หน่วยงาน ได้แก่ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด และสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดของจังหวัดร้อยเอ็ด ขอนแก่น มหาสารคาม และกาฬสินธุ์

2. กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการจัดงานท่องเที่ยวเชิงมหรหรรพ์ที่รับจัดงานร่วมกับสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาในกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ ในช่วง 5 ปี ก่อนวิกฤตโควิด 19 (ปี พ.ศ. 2558-2562) จำนวน 6 ราย ได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ได้แก่ OB Studio, PT Sound & Light System, Bo Little Dance Studio, เดอะเบสท์ แพลน แอนด์ ออการ์ไนซ์เซอร์, โรงแรมริมปาว และห้างหุ้นส่วนจำกัดศิริประภาเซลล์แอนด์เซอร์วิส และหน่วยงานภาครัฐที่สนับสนุนนโยบายด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศในกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ จำนวน 5 หน่วยงาน ซึ่งได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ได้แก่ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดร้อยเอ็ด สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดขอนแก่น สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดมหาสารคาม สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกาฬสินธุ์ และสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดกาฬสินธุ์ ประกอบด้วยกลุ่มผู้ให้ข้อมูลซึ่งเป็นผู้แทนหน่วยงาน จำนวนรวม 7 คน

เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง จำนวน 2 ฉบับ ซึ่งแยกออกเป็นแบบสัมภาษณ์สำหรับผู้แทนหน่วยงานภาครัฐและแบบสัมภาษณ์สำหรับผู้แทนธุรกิจเนื่องจากแนวทางของการสัมภาษณ์มีความแตกต่างกัน



แม้ว่าจะใช้ขอบเขตเนื้อหาองค์ประกอบเดียวกัน โดยผู้แทนหน่วยงานภาครัฐจะใช้แนวทางของการสัมภาษณ์ในลักษณะของผู้ว่าจ้างหรือผู้มอบนโยบาย ส่วนผู้แทนธุรกิจจะใช้แนวทางของการสัมภาษณ์ในลักษณะของผู้จัดงานหรือผู้รับนโยบายนำสู่การปฏิบัติ ดังนั้น แบบสัมภาษณ์จึงแยกเป็น 2 ฉบับ ดังนี้

1. แบบสัมภาษณ์ผู้แทนหน่วยงานภาครัฐที่ทำกรว่าจ้างผู้ประกอบการรับจัดงาน จำนวน 1 ฉบับ มีลักษณะเป็นข้อคำถามแบบปลายเปิด (Open Ended Question) แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 5 ข้อ และส่วนที่ 2 ข้อคำถามเพื่อการศึกษา จำนวน 7 ข้อ

2. แบบสัมภาษณ์ผู้แทนธุรกิจการจัดงานท่องเที่ยวเชิงมทกรรมจำนวน 1 ฉบับ มีลักษณะเป็นข้อคำถามแบบปลายเปิด (Open Ended Question) แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 5 ข้อ และส่วนที่ 2 ข้อคำถามเพื่อการศึกษา จำนวน 6 ข้อ

แบบสัมภาษณ์มีขั้นตอนการสร้างและหาคุณภาพดังนี้

1. ศึกษาข้อมูล องค์ความรู้ แนวคิด หลักการเกี่ยวกับการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง

2. ศึกษาข้อมูลการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมทกรรม 5 องค์ประกอบ ตามกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย เพื่อนำมาใช้เป็นกรอบในการสัมภาษณ์

3. สร้างแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง แล้วนำแบบสัมภาษณ์ไปนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อพิจารณาตรวจสอบความถูกต้องและเหมาะสมของแบบสัมภาษณ์ อาจารย์ที่ปรึกษาเห็นชอบให้นำแบบสัมภาษณ์ไปเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ 5 คน เพื่อตรวจสอบและประเมินความสอดคล้องต่อไป

4. นำแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างทั้ง 2 ฉบับ เสนอต่อคณะผู้เชี่ยวชาญ ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยใช้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ระหว่างความมุ่งหมายของการวิจัย และข้อคำถามในแบบสัมภาษณ์ คณะผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน ซึ่งได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจงตามคุณสมบัติ ดังนี้

4.1 เป็นอาจารย์ประจำในมหาวิทยาลัยผู้ทำหน้าที่สอนในสาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม หรือสาขาวิชาอื่นที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมทกรรม

4.2 มีประสบการณ์ด้านการสอนหรือการดำเนินการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมทกรรม อย่างน้อย 5 ปี

ผลการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยใช้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ระหว่างความมุ่งหมายของการวิจัย และข้อคำถามในแบบสัมภาษณ์ พบว่าข้อคำถามในแบบสัมภาษณ์ทุกข้อ มีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.60-1.00 ทุกข้อ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประมาณ 1 เดือน คือเดือนพฤษภาคม 2564 โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ขออนุญาตจากคณะกรรมการท่องเที่ยวและโรงแรมมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อนำไปใช้เป็นหนังสือในการขอเก็บรวบรวมข้อมูล

2. ประสานงานไปยังสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาของจังหวัดขอนแก่น ร้อยเอ็ด มหาสารคาม และกาฬสินธุ์ และสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดกาฬสินธุ์ เพื่อนัดหมายวัน เวลา และสถานที่ในการเดินทางไปสัมภาษณ์

3. ประสานเจ้าของหรือผู้แทนผู้ประกอบการรับจัดงาน (Organizer) ในการจัดงานเทศกาล เพื่อการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ (OB Studio จังหวัดร้อยเอ็ด PT Sound & Light System จังหวัดขอนแก่น Bo Little Dance Studio จังหวัดมหาสารคาม เดอะเบสท์ แพลน แอนด์ ออการไนซ์เซอร์ จังหวัดมหาสารคาม โรงแมริมปาว จังหวัดกาฬสินธุ์ ห้างหุ้นส่วนจำกัดศิริประภาเซลล์แอนด์เซอร์วิส จังหวัดกาฬสินธุ์ เพื่อนัดหมายวัน เวลา และสถานที่ในการเดินทางไปสัมภาษณ์

4. ผู้วิจัยเดินทางไปทำการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลตามวัน เวลา และสถานที่ที่ได้นัดหมายไว้ โดยใช้เครื่องมือ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล มีรายละเอียดการดำเนินการ ดังนี้

1. การระบุธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมทกรรมของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis)



2. กระบวนการดำเนินงานของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงมทรรรมของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis)

3. การเสนอแนะแนวทางในการส่งเสริมธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงมทรรรมของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) และสังเคราะห์ข้อมูลแต่ละด้านเพื่อให้ได้แนวทาง

ผลการศึกษาวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาโดยใช้องค์ประกอบของการดำเนินงานท่องเที่ยวเชิงมทรรรม ซึ่งได้จากการทบทวนวรรณกรรมในเรื่องแนวคิดองค์ประกอบของการดำเนินงานท่องเที่ยวเชิงมทรรรมของ EMBOK Model (Event Management Body Of Knowledge: EMBOK) โดยแนวคิด EMBOK เป็นรูปแบบการวางแผนการจัดการกิจกรรมการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ และในแต่ละองค์ประกอบ ครอบคลุมองค์ประกอบย่อย 7 ด้าน (Goldblatt, 2014; Silvers, 2007) และผู้วิจัยได้ทำการสังเคราะห์ข้อมูลผลการศึกษาวิจัย ได้มาจากการสัมภาษณ์ผู้แทนหน่วยงานภาครัฐและผู้แทนธุรกิจทั้งหมด และได้ทำการเรียบเรียงและนำเสนอผลการวิจัย ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. ธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดการงานการท่องเที่ยวเชิงมทรรรมของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ประกอบด้วย 12 ธุรกิจ ดังนี้ 1) ธุรกิจรับจัดงาน 2) ธุรกิจรับทำป้าย 3) ธุรกิจธนาคารหรือสถาบันการเงิน 4) ธุรกิจด้านแสง สี เสียง 5) ธุรกิจดอกไม้ และการตกแต่งสถานที่ 6) ธุรกิจค้าส่งและค้าปลีกในพื้นที่จังหวัด 7) ธุรกิจที่เกี่ยวข้องด้านโลจิสติกส์ 8) ธุรกิจร้านอาหาร 9) ธุรกิจออกแบบสื่อ ภาพโปสเตอร์ ผู้ผลิตวีดิทัศน์ 10) ธุรกิจเช่าชุด 11) ธุรกิจเสริมสวย แต่งหน้า ทำผม และ 12) ธุรกิจประกันภัย

ดังตัวอย่างการสัมภาษณ์ดังนี้

“...ผู้เกี่ยวข้องในการจัดงานท่องเที่ยวเชิงมทรรรม ได้แก่หน่วยงานราชการผู้ได้รับมอบหมาย ออกแอกซ์เซอรผู้รับจัดงาน...” (สุรสิทธิ์ สิงห์ทอง, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

“...ในส่วนของการจ้าง organizer จะเกี่ยวกับเครื่องเสียงเวที การแสดงพีอีเปิด วัฒนธรรมจะทำหน้าที่ประสานเครือข่ายและ

ประชาสัมพันธ์ ซึ่งในการประกวดแข่งขันจะมีทีม จากทั่วประเทศ ไทยมาสมัคร เข้าร่วมประกวด...” (สุรศักดิ์ หมวกชัยภูมิ, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

“...ด้านความบันเทิง ทางห้างจะประสานงานกับทีมงาน แสง สี เสียง ซึ่งห้างเป็นผู้กำหนดให้ผู้ปฏิบัติอีกครั้ง การออกแบบ ห้างจะเป็นผู้กำหนดเอง ทั้งจังหวะการใช้ไฟ แสง สี เสียง ทีมภายนอกจะทำตาม...” (ผู้แทนธุรกิจ ห้างหุ้นส่วนจำกัดศิริประภา เซลล์แอนด์เซอร์วิส, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

“...โรงแรมริมน้ำ จังหวัดกาฬสินธุ์ ด้านการจัดซื้อจัดจ้างในการจัดงานแต่ละครั้ง โรงแรมจะมีการประสานงานกับร้านภายนอกเข้ามาช่วยจัดสถานที่ ได้แก่ ร้านดอกไม้ และในการซื้อวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ ทางฝ่ายบัญชีของโรงแรมจะเป็นผู้ดูแล...” (ผู้แทนธุรกิจ โรงแรมริมน้ำ, พฤษภาคม: สัมภาษณ์)

2. กระบวนการดำเนินงานของธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดการงานท่องเที่ยวเชิงมทรรรมของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์มีรายละเอียดดังนี้

2.1 การบริหารจัดการ (Administration) การบริหารจัดการด้านการเงิน ผู้แทนธุรกิจบริหารจัดการโดยใช้เงินทุนของกิจการ ในการรับงานส่วนใหญ่ให้มีการวางแผนเงินมัดจำค่าจัดงาน และในกรณีที่ขาดสภาพคล่องหรือต้องการทุนเพิ่มเติม ผู้แทนธุรกิจจะดำเนินการขอสินเชื่อจากทางธนาคารบริหารจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ มีการกำหนดฝ่ายงานและมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบอย่างชัดเจน เช่น แผนกติดต่อกลูกค้า ครีเอทีฟ ฝ่ายอาหาร ฝ่ายจัดเลี้ยง เป็นต้น โดยทุกฝ่ายจะปฏิบัติตามเจ้าของธุรกิจหรือผู้จัดการซึ่งเป็นผู้ได้รับมอบหมายให้เป็นหัวหน้างาน ในกรณีที่ต้องการผู้ช่วยงาน จะมีการจ้างธุรกิจอื่นหรือจ้างผู้รับจ้างอิสระ ซึ่งมีการจ้างและทำงานร่วมกันเป็นประจำ ในการจัดซื้อจัดจ้าง ธุรกิจจะดำเนินการด้วยตนเอง ส่วนการบริหารจัดการธุรกิจอื่นที่มาร่วมงาน จะมีการกำหนดงานและมอบหมายงานให้กับผู้มารับจ้างจัดงานร่วมโดยกำหนดวัตถุประสงค์อย่างชัดเจน มีการตกลงราคาและเงื่อนไขงานกับผู้มารับจ้างจัดงานร่วมอย่างชัดเจน และต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดเงื่อนไข หรือคำสั่งของผู้ว่าจ้างอย่างเคร่งครัด ด้านข้อมูลสารสนเทศ ผู้แทนธุรกิจบริหารจัดการด้วยตนเอง เป็นส่วนใหญ่ มีการใช้คอมพิวเตอร์ ไอแพด อุปกรณ์ และเครื่องมือต่าง ๆ มีการติดต่อสื่อสาร



และส่งข้อมูลผ่านเว็บไซต์และโซเชียลมีเดีย (เฟซบุ๊ก) ของธุรกิจและ
หุ้นส่วนหรือพนักงาน ในการจัดการข้อมูลสารสนเทศ ยึดถือหลัก
ปฏิบัติตามแต่ละงานตามความต้องการของผู้ว่าจ้างที่ได้ตกลงกันไว้

2.2 การออกแบบ (Design) ด้านการจัดเลี้ยง ผู้แทน
ธุรกิจดำเนินงานโดย 1) ตกแต่งสถานที่ห้องจัดเลี้ยง 2) รับทราบ
ข้อกำหนดหรือความต้องการของผู้ว่าจ้างว่าต้องการให้จัดเลี้ยง
ในรูปแบบใด 3) นำเสนอเมนูอาหาร 4) ประสานงานฝ่ายอาหาร
หรือประสานงานผู้รับจ้างทำอาหารด้านเนื้อหา ผู้แทนธุรกิจ
ดำเนินงานโดย 1) รับทราบความต้องการของผู้ว่าจ้าง 2) จัดทำแบบ
ร่างโมเดล หรือตัวอย่าง เสนอผู้ว่าจ้างเพื่อขออนุมัติ 3) เมื่อผู้ว่าจ้าง
เห็นชอบดำเนินงานด้านเนื้อหาเป็นแนวเดียวกัน 4) กรณีที่มีการจ้าง
ผู้รับจ้างมีการทำความเข้าใจกับผู้รับจ้างให้เข้าใจตรงกันกับผู้ว่าจ้าง
ต้องการ 5) ควบคุมดูแลการดำเนินงานให้เป็นไปตามเนื้อหา
ที่ผู้ว่าจ้างต้องการ ด้านความบันเทิง ผู้แทนธุรกิจดำเนินงานโดย
1) รับทราบความต้องการของผู้ว่าจ้าง 2) นำเสนอร่างด้านการจัดงาน
เสนอผู้ว่าจ้างเพื่อขออนุมัติ 3) เมื่อผู้ว่าจ้างเห็นชอบดำเนินงาน
ทำการติดต่อประสานงานนักแสดงหรือทีมงานต่อไป 4) กรณีที่มี
การจ้างผู้รับจ้าง นักแสดง หรือทีมงานการแสดงอื่น ๆ มีการทำ
ความเข้าใจให้เข้าใจตรงกันกับผู้ว่าจ้างต้องการ 5) ควบคุมดูแล
ด้านความบันเทิงให้เป็นไปตามเนื้อหาที่ผู้ว่าจ้างต้องการ ด้านปัจจัย
แวดล้อม ผู้แทนธุรกิจดำเนินงานโดย 1) รับทราบความต้องการ
ของผู้ว่าจ้าง 2) ออกแบบและตกแต่งสถานที่นำเสนอผู้ว่าจ้าง
พิจารณา 3) เมื่อผู้ว่าจ้างเห็นชอบดำเนินการจัดการพื้นที่
4) กรณีที่มีการจ้างผู้รับจ้าง มีการทำความเข้าใจให้เข้าใจตรงกัน
กับผู้ว่าจ้างต้องการ 5) ควบคุมดูแลการดำเนินงานให้ราบรื่น
เรียบร้อย ด้านการผลิต (Production) ผู้แทนธุรกิจดำเนินงานโดย
1) รับทราบความต้องการของผู้ว่าจ้างในการผลิตสินค้า ป้าย หรือ
สิ่งอื่น ๆ 2) ออกแบบและตกแต่งและนำเสนอผู้ว่าจ้างพิจารณา
3) เมื่อผู้ว่าจ้างเห็นชอบดำเนินงานผลิต 4) กรณีที่มีการจ้างผู้รับจ้างต่อ
ให้มีการผลิตตรงกับที่ผู้ว่าจ้างต้องการ 5) ควบคุมดูแล
การผลิตและการดำเนินงานให้ราบรื่น เรียบร้อย ด้านกิจกรรมหรือ
กระบวนการ ผู้แทนธุรกิจดำเนินงานโดย 1) รับทราบความต้องการ
ของผู้ว่าจ้างในการจัดกิจกรรม กระบวนการ 2) ออกแบบและจัดทำ
ร่างกำหนดกิจกรรมหรือกระบวนการเพื่อนำเสนอผู้ว่าจ้างพิจารณา

3) เมื่อผู้ว่าจ้างเห็นชอบดำเนินงานตามกิจกรรมหรือกระบวนการ
ที่ได้รับความเห็นชอบ 4) กรณีที่มีการจ้างผู้รับจ้างต่อ ให้ทำความเข้าใจ
และดำเนินการให้สอดคล้องตรงกัน 5) ควบคุมดูแลจัดกิจกรรม
หรือกระบวนการให้เป็นไปอย่างราบรื่น เรียบร้อย ด้านประเด็นหลัก
ผู้แทนธุรกิจดำเนินงานโดย 1) รับทราบความต้องการของผู้ว่า
จ้างในการกำหนด Theme หรือประเด็นหลักของงาน 2) วางแผน
ออกแบบ และจัดทำงานในด้านต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับหลัก
(Theme) ที่กำหนดไว้ 3) กรณีที่มีการจ้างผู้รับจ้างต่อให้ทำความเข้าใจและดำเนินการให้สอดคล้องตรงกัน 4) ควบคุมดูแล
จัดดำเนินงานให้สอดคล้องตรงกับ Theme ให้งานดำเนินไปอย่าง
ราบรื่น เรียบร้อย

2.3 การตลาด (Marketing) ด้านแผนการตลาด ผู้แทน
ธุรกิจดำเนินการโดย 1) กำหนดเป้าหมายของยอดขายประจำปี
2) ใช้ฐานลูกค้าเดิมในการติดต่อกัน และหาลูกค้าใหม่เพิ่มเติม
3) ใช้การประชาสัมพันธ์ทางโซเชียลมีเดีย (เฟซบุ๊ก) ด้านวัตถุดิบ
ผู้แทนธุรกิจดำเนินการโดย 1) จัดหาวัตถุดิบเพื่อจัดงานตาม
ที่ผู้ว่าจ้างต้องการ 2) ติดต่อห้างร้านภายในจังหวัดเพื่อตกลงเงื่อนไข
การซื้อขายร่วมกัน 3) มุ่งอุดหนุนสินค้าพื้นบ้านของชุมชนในพื้นที่
4) ส่งวัตถุดิบจากแหล่งอื่น ๆ ที่มีคุณภาพและมีความหลากหลาย
5) กรณีที่มีการจ้างผู้รับจ้างต่อ ให้ทำความเข้าใจและดำเนินการให้
สอดคล้องตรงกัน 6) ควบคุมดูแลจัดดำเนินงานให้ดำเนินไปอย่าง
ราบรื่น เรียบร้อย ด้านวางแผนการขายสินค้า ผู้แทนธุรกิจ
ดำเนินการโดย 1) รับทราบความต้องการของผู้ว่าจ้าง 2) ออกแบบ
ตกแต่ง หรือจัดทำโมเดล และนำเสนอผู้ว่าจ้างพิจารณา 3) เมื่อผู้ว่าจ้าง
เห็นชอบดำเนินงานผลิตสินค้า 4) กรณีที่มีการจ้างผู้รับจ้างต่อ
ให้มีการผลิตสินค้าตรงกับที่ผู้ว่าจ้างต้องการ 5) ควบคุมดูแล
การผลิตและการดำเนินงานให้ราบรื่น เรียบร้อย ด้านการส่งเสริม
ผู้แทนธุรกิจดำเนินการโดย 1) โปรโมชันอาหารเข้า 2) ขยายระยะเวลา
การชำระค่าจ้าง 3) ให้ส่วนลดหรือของแถม 4) ให้บริการด้านการจัดงาน
และดูแลความเรียบร้อยของงาน 5) ลดค่ามัดจำจาก 40% เหลือ 20%
ด้านการประชาสัมพันธ์ ผู้แทนธุรกิจดำเนินการโดย 1) ประชาสัมพันธ์
ผ่านทางเว็บไซต์ 2) ประชาสัมพันธ์ผ่านทางโซเชียลมีเดีย (เฟซบุ๊ก)
3) ผู้ว่าจ้างดำเนินการเรื่องการประชาสัมพันธ์ 4) เชิญนักข่าวหรือ
สื่อมวลชน หรือบริษัททัวร์ มาร่วมงาน เพื่อประชาสัมพันธ์ ด้านการขาย



ผู้แทนธุรกิจดำเนินการโดย 1) ผู้จัดการส่วนหน้าทำหน้าที่ฝ่ายขาย และต้อนรับ 2) มีฝ่ายการตลาดเข้าติดต่อหน่วยงานราชการ 3) เจ้าของธุรกิจทำหน้าที่ติดต่อและขายเอง 4) เจ้าของและหุ้นส่วน ทำหน้าที่ติดต่อและขายช่วยกัน ด้านผู้สนับสนุน ผู้แทนธุรกิจ ดำเนินการ โดย 1) ผู้ว่าจ้างคือผู้สนับสนุนหลัก 2) ธุรกิจอื่น ๆ ที่ต้องการโฆษณาสินค้าในงานเป็นผู้สนับสนุน 3) ให้คำแนะนำ แก่ผู้ว่าจ้างในการติดต่อเพื่อหาผู้สนับสนุน 4) ร้านค้าเอกชนหรือนักการเมืองท้องถิ่น

2.4 การดำเนินงาน (Operations) ด้านผู้มีส่วนร่วม ผู้แทนธุรกิจดำเนินงานโดย 1) ผู้จัดการ ผู้ควบคุมดูแลงานฝ่ายต่าง ๆ 2) ประชาชนในพื้นที่ 3) หน่วยงานราชการและเอกชนในพื้นที่ซึ่งมีส่วนร่วมในการจัดจําหน่ายระดับจังหวัด 4) ทีมผู้ปฏิบัติงาน 5) ทีมการแสดง 6) หน่วยงานด้านโครงสร้าง เช่น ไฟฟ้า ประปา 7) เจ้าของผู้ว่าจ้าง ด้านการสื่อสาร ผู้แทนธุรกิจดำเนินงานโดย 1) โทรศัพท์เคลื่อนที่ (มือถือ) 2) โซเชียลมีเดีย (ไลน์, เฟซบุ๊ก) ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ผู้แทนธุรกิจดำเนินงานโดย 1) แรงจูงใจ ประสงค์ในการใช้งาน โครงสร้างพื้นฐานในการจัดจําหน่ายให้กับผู้ว่าจ้างทราบ 2) ผู้ว่าจ้างทำการติดต่อประสานงานหน่วยงานผู้ให้บริการโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา 3) ติดต่อประสานงานกับหน่วยงานไฟฟ้า ประปา เพื่อแจ้งสถานที่หรือจุดที่จะใช้งาน การดูแลรักษา และความปลอดภัย 4) ยึดถือปฏิบัติตามคำแนะนำของหน่วยงานไฟฟ้า ประปา และเมื่อเสร็จงาน แจ้งให้มีการจัดเก็บหรือถอนด้านโลจิสติกส์ ผู้แทนธุรกิจดำเนินงานโดย 1) ดำเนินการขนส่งคนและสิ่งของด้วยตนเอง 2) ว่าจ้างรถยนต์เพื่อขนส่งในกรณีที่มีสิ่งของขนาดใหญ่ และมีจำนวนมาก 3) ติดต่อนักศึกษาที่สนใจทำงานพาร์ทไทม์เพื่อช่วยเป็นแรงงานขนส่งของ 4) จัดการออกแบบวางแผนพื้นที่ให้สะดวกและเหมาะสมในการเดินทางของทีม staff และผู้เข้าร่วมงาน ด้านผู้เข้าร่วมงาน (ผู้แทนธุรกิจดำเนินงาน โดย 1) ผู้จัดการ ผู้ควบคุมดูแลงานฝ่ายต่าง ๆ 2) ประชาชนในพื้นที่ 3) หน่วยงานราชการและเอกชนในพื้นที่ซึ่งมีส่วนร่วมในการจัดจําหน่ายระดับจังหวัด 4) ทีมผู้ปฏิบัติงาน 5) ทีมการแสดง 6) หน่วยงานด้านโครงสร้าง เช่น ไฟฟ้า ประปา 7) เจ้าของผู้ว่าจ้าง ด้านสถานที่ ผู้แทนธุรกิจดำเนินงานโดย 1) สถานที่จัดจําหน่ายตั้งอยู่กลางจังหวัด 2) วางผังงานให้สอดคล้องกับโครงสร้างของสถานที่ 3) มีการจัดการพื้นที่ของบริเวณงานกรณีที่มีพื้นที่ขนาดใหญ่ 8-9 ไร่ อย่างทั่วถึง

ด้านเทคนิค ผู้แทนธุรกิจดำเนินงานโดย 1) ใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ และอินเทอร์เน็ตในการทำงาน ติดต่อประสานงาน และออกแบบ 2) ใช้อุปกรณ์ที่ทันสมัยและมีราคาแพงในการจัดจําหน่ายด้านแสง สี เสียง

2.5 ความเสี่ยง (Risk) ด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบ ข้อบังคับ ผู้แทนธุรกิจดำเนินการโดย 1) เจ้าของธุรกิจ กำกับดูแล การปฏิบัติงานทุกขั้นตอนด้วยตนเอง 2) ผู้รับจ้างที่มาร่วมงาน ต้องปฏิบัติตามที่เจ้าของธุรกิจกำหนด ซึ่งเป็นไปตามผู้ว่าจ้างที่ได้ตกลงกันได้ ด้านการตัดสินใจ (Decisions) ผู้แทนธุรกิจดำเนินการ โดย 1) เจ้าของธุรกิจตัดสินใจด้วยตนเอง 2) เจ้าของและหุ้นส่วน ร่วมกันตัดสินใจ ด้านการฉ้อโกง ผู้แทนธุรกิจดำเนินการ โดย 1) เตรียมเครื่องมือและอุปกรณ์ปฐมพยาบาล สำหรับกรณี อุบัติเหตุฉ้อโกง 2) ติดต่อประสานหน่วยงานเช่น มูลนิธิกู้ภัย มาร่วมประจำที่งาน 3) ติดต่อประสานสถานพยาบาลใกล้เคียงพื้นที่ จัดจําหน่าย ด้านสุขภาพและความปลอดภัย (Health & Safety) ผู้แทนธุรกิจดำเนินการโดย 1) เจ้าของธุรกิจคำนึงถึงสุขภาพและความปลอดภัยของทีมงานและผู้ร่วมงานทุกคน โดยทำโครงสร้าง ของส่วนต่าง ๆ ในงาน เช่น เวที ป้าย ต่าง ๆ ให้มีความแข็งแรง 2) จัดการด้านความปลอดภัยของจุดเชื่อมต่อไฟฟ้า 3) มีการกำกับ ดูแลด้านสุขภาพและความปลอดภัยภายในงาน ด้านการประกันภัย (Insurance) ผู้แทนธุรกิจดำเนินการโดย 1) ทำประกันภัยให้แก่ ทีมงาน 2) ทำประกันภัยให้แก่ทีมผู้มาช่วยงาน พิจารณาจากงาน และพื้นที่ ด้านกฎหมาย (Legal) ผู้แทนธุรกิจดำเนินการ โดย 1) ให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตามกฎหมาย 2) ระมัดระวัง ไม่ใช้ภาพ วิดีทัศน์ หรือสินค้าที่มีลิขสิทธิ์ ด้านความปลอดภัย (Security) ผู้แทนธุรกิจดำเนินการโดย 1) เตรียมเครื่องมือและ อุปกรณ์ปฐมพยาบาล สำหรับกรณีอุบัติเหตุฉ้อโกง 2) ติดต่อ ประสานหน่วยงานเช่น มูลนิธิกู้ภัย มาร่วมประจำที่งาน 3) ติดต่อ ประสานสถานพยาบาลใกล้เคียงพื้นที่จัดจําหน่าย

ดังตัวอย่างการสัมภาษณ์ดังนี้

“...ข้อมูลสารสนเทศ ทางห้างรับทราบข้อมูลจากวัฒนธรรม และจัดเตรียมข้อมูลต่าง ๆ ตามโจทย์ที่กำหนด ผู้ว่าจ้างซึ่งจะกำหนด โจทย์มาให้ ซึ่งห้างต้องทำตามและก่อนจะผลิตอะไรต้องนำเสนอ วัฒนธรรมก่อน...” (ผู้แทนธุรกิจ ห้างหุ้นส่วนจำกัดศิริประภาเชลล์ แอนด์เซอร์วิส, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)



“...ร้านของเราก็มีเงินทุนที่สะสมไว้เป็นทุนอยู่แล้ว และในการจัดงานอย่างเช่น งานใหม่ทางหน่วยงานที่เป็นผู้จัด ทาง อบจ. ก็จะมีการสำรองเงินออกมาประมาณ 40 เปอร์เซ็นต์ของค่าจัดงานทั้งหมด เพื่อที่จะจ่ายเหมือนกับวางมัดจำให้เรา ก่อน เพื่อให้เรามาดำเนินงาน แต่ส่วนมากจะเป็นเงินทุนของทางของเราเอง...”

“...บุคลากรปัจจุบันนี้มีการจ้าง เป็นระบบ Freelance ไม่ได้มีการจ่ายเงินเดือนแต่ให้เป็นฟรีแลนซ์ได้ทำงานประจำการระยะเวลาในการเตรียมงานสำหรับงานใหม่ใช้เวลาในการติดต่อประสานงานเตรียมงานตั้งแต่เริ่มแรกประมาณ 3 เดือน แต่ช่วงที่ลงมือจัดงานจริง ๆ ประมาณ 1 เดือน...” (ผู้แทนธุรกิจ ร้าน PT Sound ขอนแก่น, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

“...การจัดเลี้ยงบางงานจะมีงานขันโตก หรือกาลาดินเนอร์ จะมีร้านอาหารที่รับทำโต๊ะจีนมาทำให้ บางงานถ้าจัดในโรงแรม โรงแรมจะดูแลในเรื่องของอาหาร เนื้อหาของงาน หุ่นส่วนทั้ง 4 คน ช่วยกันคิด และนำเสนอผู้ว่าจ้างพิจารณาอนุมัติ แสง สี เสียง การแสดงจะติดต่อสถานศึกษา เช่น คณะดุริยางคศิลป์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม วิทยาลัยอาชีว วิทยาลัยเทคนิค โรงเรียนร้อยเอ็ดวิทยาลัย เพื่อขอให้ส่งเด็ก ๆ มาช่วยในการแสดง ปัจจุบันแวดล้อม มีการว่าจ้างร้านทำกราฟิก ทำภาพ 3D ในการออกแบบ โดยมุ่งเน้นว่า ไม่ขัดกับสภาพแวดล้อม เช่น ดุที่โหนดสีประจำจังหวัดในการผลิต จะเป็นไปตามที่ลูกค้ากำหนด กำหนดการของงานหรือคิวงาน ดำเนินการทุกอย่างตามความต้องการของผู้ว่าจ้าง ทีมของงานได้คอนเซ็ปต์จากเจ้าภาพ และมาช่วยกันคิดอีกทีหนึ่ง...” (ผู้แทนธุรกิจ ร้าน the best มหาสารคาม, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

3. แนวทางในการส่งเสริมธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดงาน การท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรมของกลุ่มร้อยละแก่นสารสินธุ์มีรายละเอียดดังนี้

3.1 การบริหารจัดการ (Administration)

3.1.1 ความมีเงินทุน และเงินทุนสำรอง เพื่อใช้ในการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรม โดยก่อนการจัดงานควรให้ผู้ว่าจ้างวางมัดจำ หรือใช้วิธีแบ่งชำระเงินเป็นงวด ได้แก่ 1) เงินมัดจำ 2) ชำระก่อนเริ่มงาน และ 3) ชำระหลังจากงานเสร็จสิ้น ตามเงื่อนไขที่ได้ตกลงกันระหว่างธุรกิจและผู้ว่าจ้าง เป็นต้น

3.1.2 ควรจัดทำเอกสารคู่มือ หรือวิธีการปฏิบัติงานแต่ละงาน และบันทึกการปฏิบัติงานแต่ละครั้งไว้ว่าประกอบด้วยใคร และทำหน้าที่อะไรบ้าง เพื่อเป็นแนวปฏิบัติในการมอบหมายงานแก่พนักงาน หรือการจ้างธุรกิจอื่นเข้ามาช่วยงาน และป้องกันการหลงลืม โดยมีการอัปเดตข้อมูลให้เป็นปัจจุบันเสมอ โดยบันทึกปัญหาที่พบ วิธีแก้ปัญหา ผู้ที่เคยให้การดูแลช่วยเหลือ ต้นทุนที่ชำระไปหรือวิธีการประหยัดเงินทุน เป็นต้น

3.1.3 ควรศึกษาและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับกฎหมาย ระเบียบ แนวปฏิบัติที่สำคัญ ๆ ที่ธุรกิจจำเป็นต้องถือปฏิบัติในการจัดงานทุกครั้ง ใ้ได้อย่างชัดเจน เพื่อเป็นเอกสารอ้างอิงในการทำงานและการตรวจสอบด้านต่าง ๆ

3.1.4 ธุรกิจควรมีเครือข่ายสินค้าชุมชนเป็นพันธมิตร เพื่อช่วยเหลือ อุดหนุน ซึ่งกันและกันในการจัดงาน เป็นการประชาสัมพันธ์สินค้า และงานไปพร้อม ๆ กัน และยังเป็นการสร้างฐานข้อมูลลูกค้าในชุมชนได้อีกทางหนึ่ง

3.1.5 ธุรกิจควรมีการติดต่อ สื่อสาร และส่งข่าวสารต่าง ๆ กับลูกค้า พันธมิตร และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เป็นประจำสม่ำเสมอ เพื่อเป็นการเสริมสร้างสัมพันธ์ภาพอันดีร่วมกัน

3.2 การออกแบบ (Design)

3.2.1 งานด้านการออกแบบสำหรับธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรม เป็นงานที่เป็นจุดขายของธุรกิจ ต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์ จินตนาการ ความโดดเด่นแปลกใหม่ ที่จะสร้างความประทับใจให้เกิดขึ้นได้ ธุรกิจควรศึกษาข้อมูลอย่างกว้างขวางเสมอ และควรนำเทคโนโลยีที่มีความทันสมัย เพื่อเป็นการส่งเสริมความเข้มแข็งและน่าสนใจให้กับธุรกิจ

3.2.2 การออกแบบเป็นการวางแผนการจัดงาน ธุรกิจควรออกแบบให้ครอบคลุมโครงสร้างพื้นฐานในการจัดงาน เพื่อทราบความจำเป็นที่จะต้องใช้อื่น ๆ เช่น น้ำประปา ไฟฟ้า อินเทอร์เน็ต จุดทิ้งขยะ ควรกำหนดไว้ว่าในการจัดงานจำเป็นจะต้องใช้ปริมาณเท่าใด มีจุดบริการที่จุด ตรงจุดไหนบ้าง อย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับสถานที่จัดงานจริง

3.2.3 การออกแบบสถานที่จัดงานควรวางแผนเกี่ยวกับระบบโลจิสติกส์ทั้งการขนส่งสินค้า ขนส่งพนักงาน ทางเข้า-ออก



สำหรับผู้ร่วมงาน ทางเข้า-ออกสำหรับพนักงาน เส้นทางฉุกเฉิน และวางแผนสำหรับกรณีที่เกิดเหตุร้ายแรง

3.2.4 การออกแบบการนำเสนองาน ธุรกิจควรมีวิธีการนำเสนอการออกแบบงานที่จะทำให้ผู้ว่าจ้างเข้าใจง่ายและมองเห็นภาพรวมทั้งหมด

3.2.5 การออกแบบการจัดงานทุกส่วน ควรคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้ปฏิบัติงาน ผู้ร่วมงาน และทุกฝ่าย เป็นสำคัญ

3.2.6 ในการออกแบบงานจุดต่าง ๆ ควรให้ความสำคัญกับการรักษาสีสิ่งแวดล้อม หรือนโยบายอื่น ๆ ตามที่ผู้ว่าจ้างต้องการ โดยการออกแบบนอกจากนำเสนองานออกสู่สายตาของผู้ร่วมงานแล้ว อาจออกแบบรวมไปถึงการส่งเสริมการอนุรักษ์ให้ผู้ร่วมงานเข้าใจ มีส่วนร่วม และอาจได้นำไปปฏิบัติตาม เช่น การอนุรักษ์วัฒนธรรม การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การเผยแพร่คุณธรรม จริยธรรม และหลักการคำสอนทางพระพุทธศาสนาที่จะสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้ โดยขึ้นอยู่กับพิจารณาของผู้ว่าจ้างเป็นสำคัญ

3.3 การตลาด (Marketing)

3.3.1 ธุรกิจควรเพิ่มช่องทางการตลาดที่แปลกใหม่ โดยเพิ่มเติมเป็นทางเลือกในการติดต่อลูกค้า เช่น การติดต่อลูกค้าโดยตรง การประชาสัมพันธ์ผ่านเพจเฟซบุ๊ก เว็บไซต์ การสร้างเครือข่ายร่วมกับชุมชน การส่งเสริมงานของภาครัฐ และภาคเอกชน เพื่อสร้างฐานลูกค้า หรือวิธีการอื่น ๆ เพื่อสร้างฐานลูกค้า และสร้างสัมพันธ์ภาพอันดีไว้อย่างยาวนาน

3.3.2 วัตถุประสงค์ที่ใช้ในการจัดงาน ควรเลือกใช้โดยเน้นคุณภาพ ราคาต้นทุนที่เหมาะสม โดยอาจมีการอุดหนุนสินค้าชุมชน เพื่อประโยชน์ในวงกว้างขึ้น

3.3.3 ธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรมสามารถเลือกวิธีการส่งเสริมการขายได้อย่างหลากหลายขึ้นอยู่กับความเหมาะสมและความต้องการของผู้ว่าจ้าง เช่น ใช้วิธีการให้ส่วนลดเงินมัดจำ ใช้ของแถม ใช้วิธีการขายระยะเวลายาว การชำระเงิน เป็นต้น

3.3.4 ธุรกิจควรมีฐานข้อมูลผู้สนับสนุนที่จะมาร่วมงานอย่างกว้างขวาง ได้แก่ แหล่งสนับสนุนจากทางนักการเมือง และธุรกิจเอกชนต่าง ๆ ทั้งในและต่างพื้นที่

3.4 การดำเนินงาน (Operations)

3.4.1 การดำเนินงาน ธุรกิจต้องมีสายการบังคับบัญชาที่ชัดเจน และติดต่อได้สะดวกรวดเร็ว และแจ้งให้ผู้ปฏิบัติงานทุกคนรับทราบ ว่าหากพบปัญหาในการปฏิบัติ จะแจ้งได้กับใคร หรือต้องทำอะไรในการแก้ปัญหาเบื้องต้นแต่ละจุด

3.4.2 ในการดำเนินงานควรมีผู้ทำหน้าที่ตรวจสอบงานตั้งแต่การเตรียมงาน การดำเนินงาน และการจัดการหลังเสร็จงานเพื่อรับทราบผลการปฏิบัติ ปัญหา อุปสรรค และวิธีแก้ไขเพื่อบันทึกผลและนำมาปรับปรุงพัฒนาการดำเนินงานต่อไป

3.4.3 ในการดำเนินงาน ควรสิ้นสุดเมื่อหลังจากเก็บงานเสร็จเรียบร้อย ควรวางแผนและมอบหมายผู้รับผิดชอบในการทำงานหน้าหลังงานจบลง โดยเก็บงานทุกอย่าง คืนสิ่งของที่ยืมมาจัดงาน และเคลียร์วัสดุ อุปกรณ์ ฉาก ป้าย และขยะให้เสร็จเรียบร้อย จึงถือว่าเสร็จงาน

3.4.4 ควรมีข้อมูลการติดต่อผู้ดูแลโครงสร้างพื้นฐานเพื่อไว้ติดต่อในยามเกิดปัญหา เช่น บุคลากรของการไฟฟ้า ปรปะา อินเทอร์เน็ต เป็นต้น

3.4.5 การปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับเรื่องไฟฟ้า ซึ่งเป็นเรื่องสำคัญ และอันตราย ควรมีช่างผู้ชำนาญ หรือให้หน่วยงานการไฟฟ้าแต่งตั้งผู้ดูแลช่วยเหลือในการจัดงาน

3.4.6 ในการตรวจสอบความเรียบร้อยของการดำเนินงาน โดยภาพรวม ควรมีผู้ตรวจสอบมากกว่า 1 คน และสามารถสื่อสารกันได้อย่างสะดวกรวดเร็ว เมื่อเกิดปัญหาสามารถตัดสินใจและแก้ไขได้ทันท่วงที

3.5 ความเสี่ยง (Risk)

3.5.1 ธุรกิจควรมีการศึกษาและเตรียมการสำหรับการประกันภัย สำหรับผู้ปฏิบัติงาน และพิจารณาถึงการประกันภัยที่อาจเกิดขึ้นในงาน และทำประกันภัยอย่างเหมาะสม

3.5.2 ธุรกิจควรวางแผนด้านโลจิสติกส์อย่างรอบคอบ และจัดสรรเส้นทางสำหรับกรณีฉุกเฉินไว้เสมอ

3.5.3 ธุรกิจควรทำความเข้าใจและวางแผนร่วมกับหน่วยงานด้านความปลอดภัยที่มาร่วมปฏิบัติหน้าที่ เช่น ตำรวจ ทหาร ภูมัย หน่วยพยาบาล เป็นต้น เพื่อซักซ้อมความเข้าใจในการปฏิบัติเบื้องต้น เช่น กรณีที่เกิดการยกพวกตีกันต้องดำเนินการอย่างไร



สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

1. ธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดการงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรมของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ประกอบด้วย 12 ธุรกิจ ดังนี้ 1) ธุรกิจรับจัดงาน 2) ธุรกิจรับทำป้าย 3) ธุรกิจธนาคารหรือสถาบันการเงิน 4) ธุรกิจด้านแสง สี เสียง 5) ธุรกิจดอกไม้ และการตกแต่งสถานที่ 6) ธุรกิจค้าส่งและค้าปลีกในพื้นที่จังหวัด 7) ธุรกิจที่เกี่ยวข้องด้านโลจิสติกส์ 8) ธุรกิจร้านอาหาร 9) ธุรกิจออกแบบสื่อ ภาพโปสเตอร์ ผู้ผลิตวีดิทัศน์ 10) ธุรกิจเช่าชุด 11) ธุรกิจเสริมสวย แต่งหน้า ทำผม และ 12) ธุรกิจประกันภัย จะเห็นได้ว่า การจัดงานมหรหกรรมในแต่ละครั้งจะมีธุรกิจที่เกี่ยวข้องเป็นจำนวนมาก เนื่องจากการจัดการงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรม ผู้ว่าจ้างและผู้จัดงานมักจะต้องการจัดงานให้มีความสวยงาม โดดเด่น สร้างความประทับใจให้แก่ผู้มาร่วมงาน สร้างความสนุกสนาน สืบสานวัฒนธรรมในการจัดงานย่อมต้องการความสวยงาม ประณีตและถูกต้องตามประเพณีวัฒนธรรม ดังนั้น ในการจัดงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ จึงต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายองค์กร หรือหลายธุรกิจที่มีความชำนาญหรือมีศักยภาพที่จะสามารถผลักดันให้งานท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรมประสบความสำเร็จได้ตามเป้าหมาย ดังที่ เกรียงไกร กาญจนะโภคิน (2555) ที่ได้กล่าวถึง ประเภทของการจัดกิจกรรม สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ 1) กิจกรรมที่เจ้าของแบรนด์เป็นเจ้าของแต่เพียงผู้เดียว (Sole Event) และกิจกรรมที่มีหลายองค์กรเข้ามาเกี่ยวข้อง (Joint Event) จากผลการวิจัยพบว่า มีธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสื่อเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรม ได้แก่ ธุรกิจรับทำป้าย ธุรกิจด้านแสง สี เสียง ธุรกิจออกแบบสื่อ ภาพ โปสเตอร์ ผู้ผลิตวีดิทัศน์ เป็นต้น เพราะธุรกิจประเภทนี้ เป็นธุรกิจที่ช่วยนำเสนอสีสัน ความสวยงาม และช่วยด้านการสื่อสารระหว่างผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงานนั่นเอง สอดคล้องกับ วสุรัตน์ นุชบา และปิติมา ดิศกุลเนติวิทย์ (2563) ซึ่งได้ศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจรับจัดอีเวนต์สำหรับเขตภาคเหนือตอนล่าง 2) ผลการศึกษาความเป็นไปได้ด้านสภาพแวดล้อมได้กล่าวถึงธุรกิจรับจัดอีเวนต์ซึ่งมีความจำเป็นต้องใช้บริการธุรกิจประเภทการผลิตสื่อค่อนข้างมาก และผลการวิจัยยังได้นำเสนอธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดการงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรม จำนวน 12 ธุรกิจ

ซึ่งครอบคลุมทั้งการผลิตสื่อ การออกแบบตกแต่ง ความสวยงาม การจัดทิวทัศน์ การจัดการด้านอาหารเครื่องดื่ม การจัดการด้านสถานที่ และด้านการประกันภัย เพราะในการจัดการงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรมต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายภาคส่วนเพื่อให้งานประสบความสำเร็จ ผู้จัดงานต้องมีการวางแผนการจัดงานเป็นอย่างดี และให้ความสำคัญกับการจัดงานทุก ๆ ด้าน และการดำเนินงานควรให้มีความอำนวยความสะดวกภายในงานรองรับผู้ร่วมงานและผู้เกี่ยวข้องอย่างทั่วถึง เช่น ระบบโลจิสติกส์ สาธารณูปโภคต่าง ๆ และความปลอดภัยของผู้มาร่วมงานและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมด สอดคล้องกับแนวคิดของ Theng (2018) ได้อธิบายการจัดการสถานที่จัดงาน ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความสะดวกสบายของผู้ใช้สถานที่ (Comfort) ซึ่งเป็นเรื่องที่จะช่วยสร้างความประทับใจ 2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Convenience) เช่น การขนส่งสาธารณะเพื่อการเข้าถึงสถานที่จัดงาน 3) ด้านความปลอดภัย (Safety and Security) 4) ด้านการติดต่อประสานงาน (Administration) และ 5) ด้านการจัดการความยั่งยืน

2. กระบวนการดำเนินงานของธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดการงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรมของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์มีรายละเอียด 5 ประเด็น ได้แก่

2.1 การบริหารจัดการ (Administration) สรุปได้ว่าในการบริหารจัดการ ด้านการเงิน ผู้แทนธุรกิจมีทุนในการบริหารจัดการและใช้สถาบันการเงินเพื่อช่วยเสริมในเรื่องสภาพคล่องทางการเงิน ธุรกิจมีการมอบหมายหน้าที่ชัดเจนในการทำงาน ทั้งพนักงานของธุรกิจและธุรกิจที่มาร่วมงานมีการกำหนดงานและมอบหมายงานให้กับผู้มารับจ้างจัดงาน โดยในการมอบหมายงานนั้น พนักงานหนึ่งคนอาจต้องรับผิดชอบงานในหลากหลายหน้าที่หรือในบางครั้งเจ้าของธุรกิจในลักษณะหุ้นส่วนได้ลงมือช่วยกันทำงานในทุกหน้าที่ผลการศึกษาชี้แจงพบว่า ผู้แทนธุรกิจบริหารจัดการงานทุกด้านด้วยตนเอง โดยใช้อุปกรณ์การติดต่อสื่อสารและโซเชียลมีเดีย มีการประชาสัมพันธ์ธุรกิจผ่านเว็บไซต์และโซเชียลมีเดีย (เฟซบุ๊ก) ของธุรกิจและหุ้นส่วนหรือพนักงาน ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าผู้แทนธุรกิจมีการบริหารจัดการในเรื่อง เงินทุนคน อุปกรณ์ด้วยตนเองเพื่อให้การจัดงานได้ตรงตามความต้องการของผู้ว่าจ้าง สอดคล้องกับการศึกษาของ ท้าววรรณ โภกาสจรเดช (2559)



ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความสำเร็จของการดำเนินงานธุรกิจ อีเว้นท์ขนาดกลางและขนาดเล็กสำหรับการศึกษาการดำเนินงานธุรกิจ อีเว้นท์ พบว่า ต้องมีการบริหารจัดการที่ดีทั้ง 4 เรื่องควบคู่กัน ได้แก่ คน เครื่องจักร วัตถุดิบ เงินทุน และการบริหาร ซึ่งธุรกิจอีเว้นท์ ให้ความสำคัญการบริหารจัดการเรื่องคนซึ่งคุณสมบัติของบุคลากร ต้องมีความสามารถในการออกแบบ มีความคิดสร้างสรรค์ ใจรัก บริการ และสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้

2.2 การออกแบบ (Design) สำหรับการออกแบบ ในการจัดงานที่ท่องเที่ยวเชิงมทกรรม ผู้แทนธุรกิจมีการดำเนินการ ทุกด้าน ทั้งด้านการจัดเลี้ยง ด้านเนื้อหา ด้านความบันเทิง ด้านปัจจัยแวดล้อม ด้านการผลิตด้านกิจกรรมหรือกระบวนการ ด้านประเด็นหลักหรือ Theme ของงาน โดยการออกแบบและ นำเสนองานต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างผลงานที่โดดเด่น แตกต่าง น่าสนใจ ที่จะสามารถสร้างความประทับใจและสร้างความสุข ให้เกิดขึ้นแก่ผู้ร่วมงาน การออกแบบควรสัมพันธ์กับองค์กร และ เชื่อมโยงให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการจัดงาน สอดคล้องกับจิตรา ภรณ์ จรัสรัมย์ (2561) ได้ศึกษาขั้นตอนการจัดงานอีเว้นท์ กรณีศึกษา งาน ICONSIAM Grand Opening จัดโดย บริษัท อินเด็กซ์ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ขั้นตอนการจัดงาน ICONSIAM Grand Opening และเพื่อศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลให้การดำเนินงานในกิจกรรมพิเศษประสบผลสำเร็จ ผลการวิจัยพบว่า ขั้นตอนการดำเนินงานการจัดกิจกรรมพิเศษ มีทั้งหมด 4 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนการกำหนดวัตถุประสงค์ ขั้นตอนการสร้างกิจกรรมพิเศษ ขั้นตอนการบริหารจัดการ และ ขั้นตอนการประเมินผล โดยการทำงานทุกขั้นตอนต้องมีความคิด สร้างสรรค์ เพราะเป็นสิ่งสำคัญในจัดการกิจกรรมพิเศษแต่ความคิด สร้างสรรค์ที่ดีจะต้องสะท้อนอัตลักษณ์และกลยุทธ์ขององค์กรด้วย

2.3 การตลาด (Marketing) ผู้แทนธุรกิจมีการ วางแผนการตลาด กำหนดเป้าหมาย ใช้ฐานลูกค้าเดิม โดยติดต่อกับ ไปยังฐานลูกค้าเดิม และมีการติดต่อหาลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้นด้วย โดยแผนการตลาดจะใช้กลยุทธ์ในการดึงดูดลูกค้า และส่งเสริม สัมพันธภาพของลูกค้าเดิมให้ดียิ่งขึ้น มีการใช้การประชาสัมพันธ์ ทางโซเชียลมีเดีย (เฟซบุ๊ก) ด้านวัตถุดิบมีการจัดซื้อจัดจ้างตาม ความต้องการของผู้ว่าจ้างมุ่งเน้นคุณภาพและความหลากหลาย

ด้านการส่งเสริม ผู้แทนธุรกิจมีการจัดโปรโมชั่น ขยายระยะเวลา ชำระเงิน ลดค่ามัดจำจาก 40% เหลือ 20% มีการประชาสัมพันธ์ ผ่านทางเว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย (เฟซบุ๊ก) ด้านผู้สนับสนุน ผู้แทน ธุรกิจดำเนินการ โดย 1) ผู้ว่าจ้างคือผู้สนับสนุนหลัก 2) ธุรกิจอื่น ๆ ที่ต้องการโฆษณาสินค้าในงานเป็นผู้สนับสนุน 3) ให้คำแนะนำแก่ ผู้ว่าจ้างในการติดต่อเพื่อหาผู้สนับสนุน 4) ร้านค้าเอกชนหรือ นักการเมืองท้องถิ่นดำเนินการดำเนินการด้านการตลาดของธุรกิจนั้น ดำเนินการเพื่อให้เกิดการตอบสนอง การสร้างความพึงพอใจให้แก่ ผู้บริโภค อันจะนำไปสู่การขายและผลกำไรของธุรกิจ สอดคล้องกับ แนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) ซึ่งได้อธิบายเกี่ยวกับหน้าที่ ทางการตลาด (Marketing Function) ว่าเป็นส่วนหนึ่งของ ส่วนผสมทางการตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการและสร้าง ความพึงพอใจให้ผู้บริโภคอันจะนำไปสู่การขายและผลกำไร

2.4 การดำเนินงาน (Operations) ผู้แทนธุรกิจมี การกำหนดผู้มีส่วนร่วม มีการเตรียมงานด้านโครงสร้าง การติดต่อสื่อสารในงานใช้โทรศัพท์มือถือ มีการกำหนด ผู้รับผิดชอบดูแลงานทุกส่วนเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่าง ราบรื่นเรียบร้อย โดยการดำเนินงานทั้งหมดจะมีผู้แทนธุรกิจ เป็นผู้ดูแลจัดการและควบคุมงาน เพราะเป็นเจ้าของผู้รับผิดชอบ งานตามที่ได้รับบริการว่าจ้าง และเป็นผู้รู้วิธีการดำเนินงานครอบคลุม ทุกส่วน สอดคล้องกับแนวคิดของ วิชัย โถสุวรรณจินดา (2546) ที่ได้กล่าวถึงคุณสมบัติของผู้ควบคุมงานหรือหัวหน้างานไว้ว่า จะต้องเป็นผู้ที่รู้และเข้าใจขอบเขตของงานที่รับผิดชอบ และรู้วิธีการ บริหารจัดการเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ

2.5 ความเสี่ยง (Risk) ผู้แทนธุรกิจมีการดำเนินการ ด้านความเสี่ยงโดยปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบ กฎหมายลิขสิทธิ์ อย่างเคร่งครัด จัดเตรียมเครื่องมือและอุปกรณ์ปฐมพยาบาล สำหรับกรณีอุบัติเหตุฉุกเฉิน ติดต่อประสานหน่วยงาน เช่น มูลนิธิ กู้ภัย มาร่วมประจำที่งาน จัดการด้านความปลอดภัยของ จุดเชื่อมต่อไฟฟ้า ทำประกันภัยให้แก่ทีมผู้มาช่วยงานโดยพิจารณา จากงานและพื้นที่ สอดคล้องกับจิตราภรณ์ จรัสรัมย์ (2561) ได้ศึกษาขั้นตอนการจัดงานอีเว้นท์ กรณีศึกษา งาน ICONSIAM Grand Opening จัดโดย บริษัท อินเด็กซ์ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน) และได้แนะนำเสนอขั้นตอนการบริหารไว้ว่าการบริหารงาน



สามารถมองเห็นปัญหาที่จะเกิดขึ้นจริง สิ่งที่ลดความเสี่ยงในการผลิตของงานได้นั้น ต้องมีการประชุมทีมงาน เพื่อให้ทุกฝ่ายมีความเข้าใจตรงกันและเตรียมความพร้อมให้ดีที่สุด เพื่อลดปัญหาพนักงานที่อาจจะเกิดจากสิ่งที่ไม่คาดการณ์ได้

3. แนวทางในการส่งเสริมธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดการงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรมของกลุ่มร้อยละแก่นสารสินธุ์สรุปได้ดังนี้

3.1 การบริหารจัดการ (Administration) ควรมีเงินทุนและเงินทุนสำรอง ควรจัดทำเอกสารคู่มือ หรือวิธีการปฏิบัติงานแต่ละงาน และบันทึกการปฏิบัติงานแต่ละครั้งควรศึกษาและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับกฎหมาย ระเบียบ แนวปฏิบัติที่สำคัญ ๆ ธุรกิจควรมีเครือข่ายสินค้าชุมชนเป็นพันธมิตร ธุรกิจควรมีการตลาดต่อ สื่อสาร และช่างวารต่าง ๆ กับลูกค้า พันธมิตร และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เป็นประจำสม่ำเสมอ เพื่อเป็นการเสริมสร้างสัมพันธภาพอันดีร่วมกัน ในแนวทางที่นำเสนอเกี่ยวกับการสร้างเครือข่ายนี้ งานวิจัยของพัชรพรรณ โอภาสขจรเดช (2559) ได้นำเสนอเกี่ยวกับธุรกิจอีเวนต์ของไทย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก ทั้งนี้ผู้ประกอบการจะต้องวางแผนการพัฒนาธุรกิจ โดยมุ่งเน้นให้ส่งเสริมพัฒนา ยกระดับธุรกิจอีเวนต์หรือธุรกิจการจัดแสดงสินค้า นิทรรศการสู่เกณฑ์มาตรฐานคุณภาพธุรกิจและมาตรฐานสากล โดยการสร้างโอกาสทางการตลาด และเชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจสู่สากล แนวทางการทำงานสนับสนุนให้ธุรกิจ มีการรวมตัวกันเป็นเครือข่ายธุรกิจ เพิ่มความหลากหลายการให้บริการ สนองตอบความต้องการตลาดได้มากขึ้น

3.2 การออกแบบ (Design) ธุรกิจควรมีการศึกษาข้อมูลอย่างกว้างขวางเสมอ และควรนำเทคโนโลยีที่มีความทันสมัย เพื่อเป็นการส่งเสริมความเข้มแข็ง ความโดดเด่น และสร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจสอดคล้องกับงานวิจัย ดวงกมล ศิริรงค์ (2555) ซึ่งศึกษารูปแบบและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยพบว่า กลยุทธ์การสร้างแตกต่าง จะเป็นสิ่งที่ช่วยให้ธุรกิจนั้นมีความโดดเด่น ลูกค้าให้ความสนใจเป็นอันดับแรกในการพิจารณาการให้บริการ หากธุรกิจสามารถสร้างความแตกต่างได้สามารถทำให้ธุรกิจกำหนดราคาที่สูงได้

3.3 การตลาด (Marketing) ควรเพิ่มช่องทางการตลาดที่แปลกใหม่ โดยเพิ่มเติมเป็นทางเลือกในการติดต่อลูกค้า วัตถุประสงค์

ที่ใช้ในการจัดงาน ควรเลือกใช้โดยเน้นคุณภาพ ราคาต้นทุนที่เหมาะสมสามารถใช้วิธีการส่งเสริมการขายอย่างหลากหลาย ธุรกิจควรมีฐานข้อมูลผู้สนับสนุนที่จะมาร่วมงานอย่างกว้างขวาง ได้แก่ แหล่งสนับสนุนจากทางนักการเมือง และธุรกิจเอกชนต่าง ๆ ทั้งในและต่างพื้นที่ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัจฉนา จังเกษม (2555) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจต่อการบริการรับจัดงานของจิตต์อารี สปอร์ต คอมเพล็กซ์ จังหวัดลำปาง ผลการวิจัยพบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจในทุกปัจจัยส่วนประสมการตลาดอยู่ระดับมาก ประกอบด้วย ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ปัจจัยด้านบุคลากร และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

3.4 การดำเนินงาน (Operations) ธุรกิจต้องมีสายการบังคับบัญชาที่ชัดเจน และติดต่อได้สะดวกรวดเร็ว ควรมีผู้ทำหน้าที่ตรวจสอบงานทั้งหมด งานสิ้นสุดเมื่อหลังจากเก็บงานเสร็จเรียบร้อย ควรมีข้อมูลการติดต่อผู้ดูแลโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อไว้ติดต่อในยามเกิดปัญหา เช่น บุคลากรของการไฟฟ้า ประปา อินเทอร์เน็ต เป็นต้น แนวทางการดำเนินงานของธุรกิจที่มีความชัดเจน คล่องตัว และครอบคลุม ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการดำเนินงาน สอดคล้องกับ พนิดา เกรียงทวิทรัพย์ และสุรมงคล นิ่มจิตต์ (2561) ได้ศึกษารูปแบบการสื่อสารที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการทำงานภายในองค์กร:กรณีศึกษาสำนักงานบริหารหนี้สาธารณะโดยผลการศึกษานำเสนอเกี่ยวกับประสิทธิภาพว่า หมายถึง การกระทำกิจกรรมใด ๆ ก็ตามให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่กำหนดไว้ ประกอบด้วย 1) ความถูกต้องของงาน 2) การบรรลุวัตถุประสงค์ในการทำงาน และ 3) ความสำเร็จตรงเวลาในการทำงาน การบริหารเวลาต้องมีการวางแผนและจัดลำดับความสำคัญของเวลาในการปฏิบัติภารกิจที่มีความเร่งด่วนและมีความสำคัญ

3.5 ความเสี่ยง (Risk) ธุรกิจควรมีการศึกษาและเตรียมการสำหรับการประกันภัย สำหรับผู้ปฏิบัติงาน และพิจารณาถึงการประกันภัยที่อาจเกิดขึ้นในงาน และทำประกันภัยอย่างเหมาะสมควรวางแผนด้านโลจิสติกส์อย่างรอบคอบ และจัดสรรเส้นทางสำหรับกรณีฉุกเฉินไว้เสมอ และควรทำความเข้าใจและวางแผน ร่วมกับหน่วยงานด้านความปลอดภัยที่มาร่วมปฏิบัติ



หน้าที่ เช่น ตำรวจ ทหาร กู้ภัย หน่วยพยาบาล เป็นต้น เพื่อชักชวนความเข้าใจในการปฏิบัติเบื้องต้น สอดคล้องกับจิตราภรณ์ จรัสรัมย์ (2561) ได้ศึกษาขั้นตอนการจัดงานอีเวนต์ กรณีศึกษางาน ICONSIAM Grand Opening จัดโดย บริษัท อินเด็กซ์ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน) และได้แนะนำเสนอขั้นตอนการบริหารไว้ว่าการบริหารงานสามารถมองเห็นปัญหาที่เกิดขึ้นจริง สิ่งที่มีความเสี่ยงในการผิดพลาดของงานได้นั้น ต้องมีการประชุมทีมงานเพื่อให้ทุกฝ่ายมีความเข้าใจตรงกันและเตรียมความพร้อมให้ดีที่สุด เพื่อลดปัญหาหน้งานที่อาจเกิดจากสิ่งที่ไม่คาดการณได้

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. หน่วยงานราชการสามารถศึกษาทำความเข้าใจกระบวนการดำเนินงานของธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดงานท่องเที่ยวเชิงมทกรรม เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนการจัดงานหรือการว่าจ้างธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดงานท่องเที่ยวเชิงมทกรรมได้
2. ภาคเอกชนและผู้สนใจ สามารถนำกระบวนการดำเนินงาน และแนวทางการส่งเสริมธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมทกรรม ไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ในการจัดงานในลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงมทกรรมได้
3. ธุรกิจในการรับจัดงาน สามารถศึกษาข้อมูลกระบวนการดำเนินงานและนำแนวทางการส่งเสริมธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมทกรรมไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับธุรกิจของตนเองได้

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยความกรุณาและความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กันทิมาลัย จินดาประเสริฐ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก อาจารย์ ดร.ศิริวรรณ กวงแพ้ง ประธานกรรมการสอบ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลินจง กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำดูแลและให้คำปรึกษาในการตรวจสอบปรับปรุงแก้ไขวิทยานิพนธ์จนสำเร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง มา ณ โอกาสนี้

เอกสารอ้างอิง

- เกรียงไกร กาญจนะโกคิน. (2555). *Event Marketing*. กรุงเทพฯ: ธุรกิจมีเดีย.
- จิตราภรณ์ จรัสรัมย์. (2561). *ขั้นตอนการจัดงานอีเวนต์ กรณีศึกษางาน ICONSIAM Grand Opening จัดโดย บริษัท อินเด็กซ์ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน)*. (การค้นคว้าอิสระ ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- จีณัสภา ศรีทัญญู, ศศิพัชร ปิติโรจน์ และกาญจนา แชนนอน. (2561). แนวทางการออกแบบกิจกรรมอีเว้นท์เชิงวัฒนธรรม แบบสนุกสนานในบริบท อัจฉริยะไม่ตรีที่งดงามตามอย่างไทย: กรณีศึกษาวิทยาลัยดุสิตธานี. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 12(ฉบับพิเศษ), 278-295.
- ดวงกมล ศิริยงค์. (2555). *รูปแบบและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของไทยเพื่อเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน ศึกษาเฉพาะ 4 ธุรกิจ เอสเอ็มอีที่ผ่านช่วงอุปสรรคภัย ในรายการเอสเอ็มอีเพื่อชิงรางวัลสุดยอด เอสเอ็มอีแห่งปี Ref. code: 25595807011423CYM 103 ประจำปี 2554*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พัชวรรณ โอบาสจระเดช. (2559). *ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความสำเร็จของการดำเนินงานธุรกิจอีเว้นท์ขนาดกลางและขนาดเล็ก*. (การค้นคว้าอิสระ ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พนิดา เกรียงทวีทรัพย์ และสุรเมงคผล นิมจิตต์. (2561). รูปแบบการสื่อสารที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการทำงานภายในองค์กร: กรณีศึกษาสำนักงานบริหารหนี้สาธารณะ. *Veridian E-Journal, Silpakom University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*, 11(3), 3374-3394, กันยายน-ธันวาคม.



- รัชพงษ์ เขียวพันธุ์. (2561). รูปแบบการจัดการมหกรรมกีฬาของสโมสรฟุตบอลไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย*, 13(2), 37-50.
- ราณี อลิษฐ์กุล. (2557). การจัดการการท่องเที่ยวเฉพาะทาง. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- วสุรัตน์ บุษบา และปิติมา ดิศกุลเนติวิทย์. (2563). การศึกษาความเป็นไปได้ในการทำธุรกิจรับจัดอีเวนต์สำหรับเขตภาคเหนือตอนล่าง 2. *วารสารบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเชียงใหม่*, 6(2), 1-8, เมษายน-มิถุนายน.
- วิชัย โสสุวรรณจินดา. (2546). *หัวหน้างานพันธุ์แท้*. (พิมพ์ครั้งที่ 4) กรุงเทพฯ: ส.ส.ท.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). *การบริหารเชิงกลยุทธ์*. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- อัจฉนา จังเกษม. (2555). *ความพึงพอใจของลูกค้าธุรกิจต่อการบริการจัดงานของจิตต์อาร์ี สปอร์ตคอมเพล็กซ์ จังหวัดลำปาง*. (การค้นคว้าแบบอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- Goldblatt, J. (2014). *Special Events: Creating and Sustaining a New World for Celebration*. 7th ed. New York: John Wiley & Son.
- Silvers, J. R. (2007). *The EMBOK Project Curriculum Model*. Albuquerque, NM: Silvers.
- Theng, T. (2018). *MICE and Event Management Venue Management*. Date to Assessed 5 December 2021. from <https://www.youtube.com/watch?v=DGsQvA56qZc>