

การศึกษาศักยภาพการจัดการประชุมและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่



นางสาว ปิณฑนา ชมพูพันธ์

สถาบันวิทยบริการ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาวิทยาศาสตรการกีฬา

สำนักวิชาวิทยาศาสตรการกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2551

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A STUDY OF MICE MANAGEMENT POTENTIAL OF CHIANGMAI PROVINCE

Miss Piluntana Chompupun

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Science Program in Sport Science

School of Sports Science

Chulalongkorn University

Academic Year 2008

Copyright of Chulalongkorn University



ปัทมธนา ชมพูพันธ์ : การศึกษาศักยภาพการจัดการประชุมและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่.  
(A STUDY OF MICE MANAGEMENT POTENTIAL OF CHIANGMAI PROVINCE)  
อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : ศศ.ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล, 170 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพการจัดการประชุมและนิทรรศการจังหวัดเชียงใหม่ และเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นระดับตำแหน่งงานในปัจจุบันต่อศักยภาพผู้ประกอบการทั้ง 9 ด้าน ได้แก่ ด้านธุรกิจการจัดการประชุมและนิทรรศการ (Organizer) ด้านระบบลอจิสติกส์ (Logistics) ด้านสาธารณูปโภค (Public Utility) ด้านที่พักและโรงแรม (Accommodation) ด้านการรักษาความปลอดภัย (Security) ด้านร้านอาหาร ภัตตาคาร (Restaurant) ด้านธุรกิจนำเที่ยว (Tour Agency) ด้านนันทนาการและความบันเทิง (Recreation and Entertainment) ด้านร้านค้าของที่ระลึก (Souvenir) กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง คิดรวมทั้งสิ้น 432 คน และได้รับแบบสอบถามคืนจำนวน 402 ชุด คิดเป็นร้อยละ 93.05 ผู้วิจัยนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ เพื่อหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่า "เอฟ" (F-test) ที่ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ .05

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26-30 ปี มีอายุการทำงานระหว่าง 12 ปีขึ้นไป ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีตำแหน่งในปัจจุบัน คือ หัวหน้างาน มีสาขาอาชีพในปัจจุบันด้านที่พักและโรงแรม (Accommodation) และระดับการศึกษาสูงสุดคือปริญญาตรีหรือเทียบเท่า การจัดการประชุมและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่ มีระดับศักยภาพของผู้ประกอบการทั้ง 9 ด้านอยู่ในระดับมากเป็นส่วนใหญ่ และเมื่อพิจารณาความแตกต่างของความคิดเห็นระหว่างตำแหน่งงานในปัจจุบัน ได้แก่ ผู้บริหาร, หัวหน้างาน, ผู้ประกอบการ/เจ้าของกิจการ, กรรมการผู้จัดการ และผู้จัดการ ต่อศักยภาพผู้ประกอบการทั้ง 9 ด้าน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 พบว่า มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันในทุกด้าน ยกเว้นด้านสาธารณูปโภค (Public Utility) พบว่า ตำแหน่งระดับผู้บริหารกับผู้ประกอบการ/เจ้าของกิจการ และตำแหน่งระดับผู้บริหารกับกรรมการผู้จัดการ มีความคิดเห็นแตกต่างกันในประเด็นสถานที่การจัดการประชุมและนิทรรศการมีระบบไฟฟ้า ระบบประปา ระบบโทรศัพท์ และระบบอินเทอร์เน็ต รองรับอย่างเพียงพอในการจัดการประชุมและนิทรรศการ และด้านที่พักและโรงแรม (Accommodation) พบว่า ตำแหน่งระดับผู้บริหารกับหัวหน้างาน มีความคิดเห็นแตกต่างกันในประเด็นความสะดวกในการติดต่อจองที่พักและโรงแรม และผลการศึกษาส่วนใหญ่แสดงให้เห็นว่าจังหวัดเชียงใหม่มีศักยภาพระดับมากในการรองรับการจัดการประชุมและนิทรรศการ

สาขาวิชา.....วิทยาศาสตร์การกีฬา.....ลายมือชื่อนิสิต.....ปัทมธนา ชมพูพันธ์.....  
ปีการศึกษา.....2551.....ลายมือชื่อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก.....



## 5078620439 : MAJOR SPORT SCIENCE

KEY WORDS : TOURISM / MICE / POTENTIAL / CHIANGMAI PROVINCE

PILUNTANA CHOMPUPUN : A STUDY OF MICE MANAGEMENT POTENTIAL OF CHIANGMAI PROVINCE. ADVISOR : ASST.PROF. SUCHART TAWEEPORNPATHOMGUL, 170 pp.

The purposes of this research were to study the potentiality of conference and exhibition management in Chiangmai and to compare attitudes towards the present positions of the entrepreneurs' potentiality on 9 aspects which consisted of organizer management, logistics, public unity, accommodation, security, restaurant, tour agency, recreation and entertainment, as well as souvenir. The samples of related entrepreneur consisted of 432 persons, 402 copies of questionnaire returned and made 93.05%. The researcher analyzed data statistically by means of percentage, mean, S.D., and F-test with statistically significant at .05 level.

The research results showed that the majority of received questionnaire was from female at the age of 26-30 and over 12 years of working experience. Most of the questionnaire answers were of present titles of department heads. Their present job counted on accommodation providers. Their latest educational background was either bachelor degree level or equivalent. The conference and exhibition management in Chiangmai showed the 9 levels of entrepreneurs at high level. Considering the difference of attitudes perceived by administrators, department heads, entrepreneurs/owners, general managers and managers towards 9 aspects, at .05 of significance, it showed the same attitudes except on public unity. The administrators and entrepreneurs/owners, and administrators and general managers compared showed different attitude toward conference venue. The management and exhibition showed adequate electricity, water supply, telephones and internets systems. On accommodation aspect, it was founded that the attitudes of administrators and department heads were different especially on booking. It finally turned out that Chiangmai had potentiality to manage conferences and exhibitions.

Field of Study : .....Sports Science.....Student's Signature.....*Piluntana Chompupun.*  
Academic Year.....2005.....Advisor's Signature .....

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เนื่องจากผู้วิจัยได้รับความกรุณาอย่างยิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ ทวีพรปฐมกุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่ได้ให้คำปรึกษา แนะนำ ให้กำลังใจ และให้ความสนใจใส่แก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ในการทำวิจัยครั้งนี้มาโดยตลอด ขอกราบขอบพระคุณท่านอาจารย์ไว้ ณ ที่นี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอาจารย์สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬาทุกท่าน ที่ประสิทธิ์ประสาทความรู้ ความเอ็นดู และคำแนะนำตลอดมา ทางผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ อาจารย์ ดร.อัฐมา นิลนพคุณ คุณยศศักดิ์ สารินบุตร คุณจิรุตต์ อิศรางกูร ณ อยุธยา และคุณบุญส่ง คุ่มบุญ ที่ให้ความกรุณาในการตรวจสอบเครื่องมือ ขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร.ประพัฒน์ ลักษณพิสุทธิ รองศาสตราจารย์ เทพประสิทธิ์ กุศลวิชัย รองศาสตราจารย์ เทียมจันทร์ พานิชย์ผลิน ไซ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วันชัย บุญรอด ที่ให้คำปรึกษาและขอแนะนำที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่ง

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณรายนามที่ปรากฏในรายการอ้างอิงทุกท่าน กลุ่มตัวอย่างในการทำวิจัยครั้งนี้ทุกท่าน ที่สละเวลาตอบแบบสอบถามและส่งกลับคืน

ผู้วิจัยขอขอบคุณเจ้าหน้าที่สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพทุกท่าน ที่ให้ความช่วยเหลือด้านเอกสาร อุปกรณ์ต่าง ๆ และสถานที่สำหรับการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ขอคุณนิสิตปริญญาโทรุ่น 5 ทุกท่าน ที่คอยให้ความช่วยเหลือ และเป็นกำลังใจมาโดยตลอด

สุดท้ายนี้ขอขอบพระคุณ คุณสุรีย์ ชมพูปันธ์ คุณแม่ผู้ให้การสนับสนุนทางการเงิน คำแนะนำในการทำวิจัย สร้างแรงกระตุ้น และให้กำลังใจในการทำวิทยานิพนธ์ตลอดมา

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

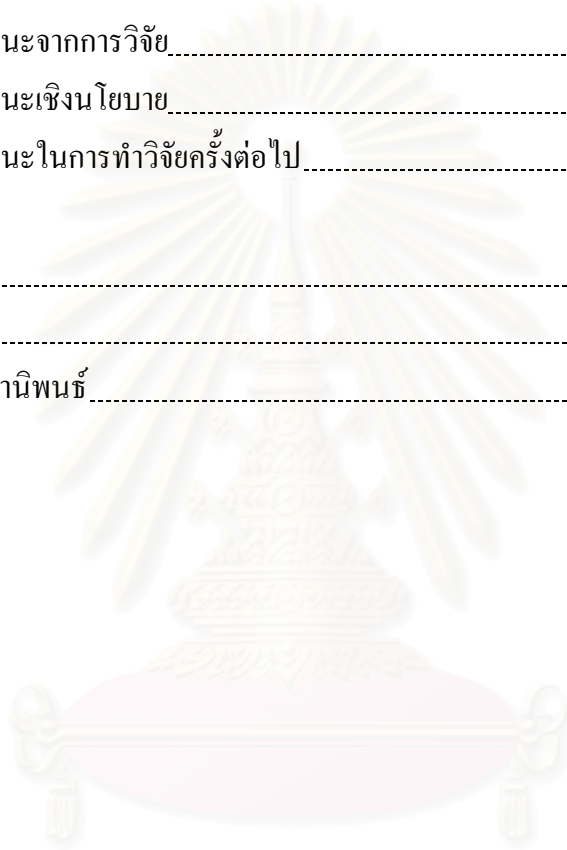
## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฅ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	5
ขอบเขตของการวิจัย.....	5
คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย.....	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	8
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
ความเป็นมาและความหมายของการท่องเที่ยว.....	10
ความเป็นมาและความหมายของการจัดการประชุม/สัมมนา การท่องเที่ยว เพื่อเป็น รางวัล และเพื่อร่วมงานนิทรรศการ (MICE= Meeting, Incentive, Convention, Exhibition).....	12
ความเป็นมาและความหมายของการจัดการประชุม (Meeting).....	18
ความเป็นมาและความหมายของการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive).....	21
ความเป็นมาและความหมายของการจัดการสัมมนา (Convention).....	23
ความเป็นมาและความหมายของการจัดนิทรรศการ (Exhibition).....	27
ทฤษฎีการบริหารและการจัดการ.....	32
ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุม/สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็น รางวัล และเพื่อร่วมงานนิทรรศการ (MICE= Meeting, Incentive, Convention, Exhibition).....	35

บทที่	หน้า
ความเป็นมาและความหมายของผู้ประกอบการ (Entrepreneur).....	35
ความเป็นมาและความหมายของผู้ประกอบการระบบลอจิสติกส์ (Logistics).....	39
ความเป็นมาและความหมายของผู้ประกอบการธุรกิจที่พักและโรงแรม (Accommodations).....	48
ความเป็นมาและความหมายของผู้ประกอบการรักษา ความปลอดภัย (Security).....	58
ความเป็นมาและความหมายของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร กัตาคาร (Restaurant).....	73
ความเป็นมาและความหมายของการนันทนาการและความบันเทิง (Recreation and Entertainment).....	77
ความเป็นมาและความหมายของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้า ของที่ระลึก (Souvenir).....	83
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	85
<b>3 วิธีดำเนินการวิจัย.....</b>	<b>88</b>
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	89
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	90
ขั้นตอนการสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือ.....	92
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	92
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	93
เกณฑ์เทียบระดับความคิดเห็น.....	94
<b>4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....</b>	<b>95</b>
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	96
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับศักยภาพการจัดการประชุมและนิทรรศการ จังหวัดเชียงใหม่ด้านที่ 1 ถึง ด้านที่ 9.....	102
ตอนที่ 3 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นระหว่างตำแหน่งของผู้ตอบ แบบสอบถามต่อศักยภาพการจัดการประชุมและนิทรรศการจังหวัดเชียงใหม่ด้านที่ 1 ถึง ด้านที่ 9.....	112



5	สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	128
	สรุปผลการวิจัย.....	128
	ผลการวิจัย.....	131
	อภิปรายผลการวิจัย.....	136
	ข้อเสนอแนะจากการวิจัย.....	143
	ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย.....	143
	ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	143
	รายการอ้างอิง.....	144
	ภาคผนวก.....	150
	ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	170



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงจำนวนและร้อยละของสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ.....	96
2	แสดงจำนวนและร้อยละของสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ.....	97
3	แสดงจำนวนและร้อยละของสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุการทำงาน.....	98
4	แสดงจำนวนและร้อยละของสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่งในปัจจุบัน.....	99
5	แสดงจำนวนและร้อยละของสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม สาขาอาชีพในปัจจุบัน.....	100
6	แสดงจำนวนและร้อยละของสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม ระดับการศึกษาสูงสุด.....	101
7	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับศักยภาพการจัดการประชุม และนิทรรศการ ด้านผู้ประกอบการธุรกิจการจัดการประชุมและนิทรรศการ (Organizer) .....	102
8	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับศักยภาพการจัดการประชุม และนิทรรศการ ด้านระบบลอจิสติกส์ (Logistics).....	103
9	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับศักยภาพการจัดการประชุม และนิทรรศการ ด้านสาธารณูปโภค (Public Utility).....	105
10	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับศักยภาพการจัดการประชุม และนิทรรศการ ด้านที่พักและโรงแรม (Accommodation).....	106
11	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับศักยภาพการจัดการประชุม และนิทรรศการ ด้านการรักษาความปลอดภัย (Security).....	107
12	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับศักยภาพการจัดการประชุม และนิทรรศการ ด้านร้านอาหาร ภัตตาคาร (Restaurant).....	108

ตารางที่	หน้า
13	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับศักยภาพการจัดการประชุม และนิทรรศการ ด้านธุรกิจนำเที่ยว (Tour Agency)..... 109
14	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับศักยภาพการจัดการประชุม และนิทรรศการ ด้านนันทนาการและความบันเทิง (Recreation and Entertainment)..... 110
15	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับศักยภาพการจัดการประชุม และนิทรรศการ ด้านร้านค้าของที่ระลึก (Souvenir)..... 111
16	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของศักยภาพการจัดการประชุมและนิทรรศการ ด้านผู้ประกอบการธุรกิจการจัดการประชุมและนิทรรศการ (Organizer) โดยจำแนกตามตำแหน่งในปัจจุบัน..... 112
17	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของตำแหน่งในปัจจุบัน ประเด็นเงินทุนในการดำเนินการของบริษัทผู้ประกอบการของด้านผู้ประกอบการธุรกิจการจัดการประชุมและนิทรรศการ (Organizer)..... 113
18	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของศักยภาพการจัดการประชุมและนิทรรศการ ด้านระบบลอจิสติกส์ (Logistics) โดยจำแนกตามตำแหน่งในปัจจุบัน..... 114
19	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของศักยภาพการจัดการประชุมและนิทรรศการ ด้านสาธารณูปโภค (Public Utility) โดยจำแนกตามตำแหน่งในปัจจุบัน..... 116
20	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของตำแหน่งในปัจจุบัน ประเด็นสถานที่การจัดการประชุม และนิทรรศการมีระบบไฟฟ้า ระบบประปา ระบบโทรศัพท์ และระบบอินเทอร์เน็ต รองรับอย่างเพียงพอในการจัดการประชุมและนิทรรศการของด้านสาธารณูปโภค (Public Utility)..... 117
21	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของศักยภาพการจัดการประชุมและนิทรรศการ ด้านที่พักและโรงแรม (Accommodation) โดยจำแนกตามตำแหน่งในปัจจุบัน..... 118
22	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของตำแหน่งในปัจจุบัน ประเด็นความสะดวกในการติดต่อของที่พักและโรงแรมของด้านที่พักและโรงแรม (Accommodation)..... 119
23	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของศักยภาพการจัดการประชุมและนิทรรศการ ด้านการรักษาความปลอดภัย (Security) โดยจำแนกตามตำแหน่งในปัจจุบัน..... 120
24	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของศักยภาพการจัดการประชุมและนิทรรศการ ด้านร้านอาหาร ภัตตาคาร (Restaurant) โดยจำแนกตามตำแหน่งในปัจจุบัน..... 121

ตารางที่	หน้า
25	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของศักยภาพการจัดการประชุมและนิทรรศการ ด้าน ธุรกิจนำเที่ยว (Tour Agency) โดยจำแนกตามตำแหน่งในปัจจุบัน..... 122
26	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของตำแหน่งในปัจจุบัน ประเด็นจำนวนบริษัท ผู้ประกอบการด้านธุรกิจนำเที่ยวของด้านธุรกิจนำเที่ยว (Tour Agency)..... 123
27	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของตำแหน่งในปัจจุบัน ประเด็นจำนวนแหล่ง ท่องเที่ยวของด้านธุรกิจนำเที่ยว (Tour Agency)..... 124
28	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของศักยภาพการจัดการประชุมและนิทรรศการ ด้าน นันทนาการและความบันเทิง (Recreation and Entertainment) โดยจำแนกตาม ตำแหน่งในปัจจุบัน..... 125
29	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของศักยภาพการจัดการประชุมและนิทรรศการด้าน ร้านค้าของที่ระลึก (Souvenir) โดยจำแนกตามตำแหน่งในปัจจุบัน..... 126
30	ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของตำแหน่งในปัจจุบัน ประเด็นจำนวนบุคลากร ในการให้บริการของร้านค้าของที่ระลึก (Souvenir)..... 127

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักประเภทหนึ่งของไทย สร้างรายได้เข้าสู่ประเทศนับแสนล้านบาทต่อปี จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้นต่อเนื่องทุก ๆ ปี กล่าวคือ ปี 2541-2544 นักท่องเที่ยว 7.76, 8.65, 9.58 และ 10.06 ล้านคน ตามลำดับ รายได้จากการท่องเที่ยวประมาณ 2.42, 2.53, 2.85 และ 2.99 แสนล้านบาท ตามลำดับ ไทยเริ่มมีแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ครั้งแรกปี 2519 ซึ่งครั้งนั้นนักท่องเที่ยวประมาณ 1.10 ล้านคน สร้างรายได้สู่ประเทศ 3.99 พันล้านบาท และบรรจุการพัฒนาการท่องเที่ยวในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 4 ครั้งแรก (ปี 2520-2524) และบรรจุในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ตลอดมาจวบจนทุกวันนี้ (ฝ่ายวิจัย ธนาคารกรุงศรีอยุธยา, 2545)

ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว พ.ศ. 2547 – 2551 ยุทธศาสตร์ที่ 1 การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว ส่งเสริม World Event Marketing เสนอขายเทศกาลงานประเพณี และกิจกรรมให้เป็นสินค้า การท่องเที่ยวหลัก ทั้งกับ Trade และ Consumer ในตลาดที่มีศักยภาพ และมีความสนใจอย่างครบวงจร สร้างความต่อเนื่องและความสม่ำเสมอในการจัด World Event Marketing เพื่อนักท่องเที่ยวจดจำและเกิดค่านิยมในการเดินทางท่องเที่ยว สร้างช่องทางการขายให้ครอบคลุมทุกภาคส่วน และดำเนินนโยบายการท่องเที่ยว ได้กำหนดให้บริหารจัดการการท่องเที่ยว โดยใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงรุก โดยสร้างกิจกรรมท่องเที่ยวทั้งระดับภายในประเทศและระหว่างประเทศและยกระดับประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการประชุมการสัมมนา และการแสดงสินค้าของภูมิภาคเอเชีย (ยุทธศาสตร์และนโยบาย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2551)

ในปัจจุบันการท่องเที่ยวแบ่งเป็นหลายรูปแบบด้วยกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่างในการจัดแบ่งรูปแบบการท่องเที่ยว รวมถึงวัตถุประสงค์ของการจัดแบ่ง โดยทั่วไปรูปแบบของการท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบคือ รูปแบบของการท่องเที่ยวตามสภาพภูมิศาสตร์และการเดินทาง และถิ่นพำนักของนักท่องเที่ยว ได้แก่ การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ และการท่องเที่ยวภายในประเทศ, รูปแบบของการท่องเที่ยวตามลักษณะการจัดการเดินทาง ได้แก่ การท่องเที่ยวแบบหมู่คณะ และการท่องเที่ยวแบบอิสระ และรูปแบบสุดท้าย คือ รูปแบบการท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์ของการเดินทาง ได้แก่ การท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลินและการพักผ่อน คือ การท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการที่จะหลีกเลี่ยงจากสภาพชีวิตที่จำเจ ต้องการเปลี่ยนบรรยากาศ,



การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ เช่น การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวแนวผจญภัย การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ เป็นต้น และการท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ ได้แก่ การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจโดยทั่วไป และการท่องเที่ยวเพื่อการประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการท่องเที่ยวเพื่อการจัดนิทรรศการนานาชาติ (Meeting Incentive Convention and Exhibition) หรือนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE

การท่องเที่ยวรูปแบบการจัดการประชุมและนิทรรศการ (MICE) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่กำลังขยายตัวอย่างต่อเนื่องในปัจจุบัน ลักษณะของกิจกรรมดังกล่าวอาจมีความเกี่ยวพันกัน กล่าวคือ การจัดนิทรรศการนานาชาติ และอาจมีการจัดประชุมแทรกอยู่ในงาน หรือผู้ที่เดินทางแบบ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล อาจเดินทางเข้าร่วมประชุมแทรกอยู่ในการเดินทาง และการท่องเที่ยว รูปแบบดังกล่าวมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เนื่องจากผู้เดินทางเหล่านี้เป็นกลุ่มที่มีรายได้สูง การใช้จ่ายสูง การศึกษาสูงและเป็นผู้นำทางความคิด ดังนั้นหากเลือกที่จะมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวใด ย่อมเป็นการเพิ่มรายได้และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ โดยจากสถิติล่าสุดในปี 2550 ประเทศไทยมีจำนวน นักท่องเที่ยว MICE 5.8% ของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ และทำรายได้ 12.6% ของรายได้จากการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ หมายถึงนักท่องเที่ยวมีการใช้จ่ายเฉลี่ยประมาณ 75,000 บาท ต่อคน ต่อทริป (5-7 วัน) มากกว่านักท่องเที่ยวทั่วไปประมาณ 2-3 เท่า (Thailand Convention & Exhibition Bureau, 2551) ประเทศไทย เป็นจุดหมายการจัดประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การ จัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ แห่งหนึ่งที่ได้รับคามนิยมจากนักท่องเที่ยวและนักธุรกิจที่เดินทาง มาเข้าร่วมประชุม เนื่องจากประเทศไทยมีลักษณะเด่นทั้งลักษณะทางกายภาพและวัฒนธรรมซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทย การก่อสร้างศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ เพื่อรองรับการประชุม นานาชาติ “ The 46 World Bank & IMF Annual Meeting ” เป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้ธุรกิจการประชุม นานาชาติในประเทศไทยเปลี่ยนแปลงไปสู่ยุคของการพัฒนาเข้าสู่ตลาดสากลอย่างจริงจัง และมี ชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของชาวต่างชาติ ในฐานะเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับการประชุมนานาชาติ เพิ่มจากการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพเพียงอย่างเดียว อย่างที่เคยเป็นในอดีต

อย่างไรก็ตาม การที่ต่างชาติจะเลือกประเทศไทยเป็นสถานที่จัดประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการนั้น ประเทศไทยจะต้องมีความพร้อมใน ด้านต่างๆ เช่น สนามบิน การคมนาคม ศูนย์ประชุม โรงแรมที่พัก ภัตตาคารร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัย และความพร้อมเหล่านี้ยังรวมไปถึงขนาดของสถานที่ต่าง ๆ ที่จะสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้เป็นจำนวนมาก โดยงานล่าสุดคือ 91th Lions clubs International 2007 Bangkok Thailand ซึ่งมีผู้เข้าร่วมงานกว่า 30,000 คน ด้วยกัน จะเห็นได้ว่ากรุงเทพมหานครมีความ

พร้อมในการจัดการธุรกิจดังกล่าวได้เป็นอย่างดี จากการที่ธุรกิจการจัดการประชุมและนิทรรศการ (MICE) เติบโตอย่างต่อเนื่องในกรุงเทพมหานคร คณะรัฐมนตรีให้ทบทวนมติเดิมที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการ โครงการศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติจังหวัดเชียงใหม่ โดยให้ทำการศึกษาความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในการดำเนินโครงการที่หนองฮ่อ เชียงใหม่ โดยมอบให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เป็นผู้รับผิดชอบดำเนินการศึกษาความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในการดำเนินโครงการฯ ตลอดจนเป็นผู้ดำเนินโครงการศูนย์ประชุมฯ ต่อไป ณ ที่ราชพัสดุ บริเวณหนอง-ฮ่อ ตำบลช้างเผือกอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อให้ศูนย์การประชุมเชียงใหม่ ประสบความสำเร็จด้านการตลาดและส่งเสริมอุตสาหกรรมจัดการประชุมและนิทรรศการ (MICE) ของประเทศไทยให้มีประสิทธิภาพต่อไป ซึ่งโดยทั่วไปรูปแบบของการบริหารศูนย์ประชุมนั้นจะมีหลายแนวทาง อาทิเช่น รัฐดำเนินการเองทั้งหมด รัฐขายสิทธิในการบริหารให้แก่ภาคเอกชน เช่น ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ หรือรัฐว่าจ้างเอกชนมาบริหาร หรือรัฐร่วมทุนกับเอกชน ซึ่งแนวทางที่กล่าวไปนั้นต่างก็มีจุดดีจุดด้อยต่างกัน (เชียงใหม่นิวส์, 2551)

สมชาย วงศ์สวัสดิ์ รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการในสมัยรัฐบาลปีพ.ศ.2551กล่าวภายหลังประชุมตรวจติดตามงานหัวหน้าส่วนราชการที่จังหวัดเชียงใหม่ว่า ปัญหาหลักคือที่ประชุมต้องการให้มีการสานต่อ โครงการจัดสร้างศูนย์ประชุมนานาชาติ ที่จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นโครงการตั้งแต่สมัยพันตำรวจโททักษิณ ชินวัตรเป็นนายกรัฐมนตรีและต่อมา รัฐบาลชุดที่ผ่านมาได้สั่งการให้ศึกษาใหม่ ซึ่งภาคเอกชนในจังหวัดเชียงใหม่ระบุว่าได้มีการลงทุนหลายภาคส่วนอย่างกว้างขวางทั้งการสร้างโรงแรม และสถานบริการไว้รองรับ โดยศูนย์ประชุมดังกล่าวจะสามารถดึงดูดผู้ที่มีกำลังซื้อสูงจากทั่วโลกให้เข้ามาในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจ ซึ่งรองนายกรัฐมนตรีรับที่จะนำเรื่องดังกล่าวไปเสนอที่รัฐมนตรีที่รับผิดชอบพิจารณาเข้าสู่การประชุมคณะรัฐมนตรี เพื่อจะได้เร่งดำเนินการเชื่อมต่อก่อนสิ้นปีงบประมาณ

สมใจ สะสมทรัพย์ ผู้อำนวยการสำนักประชาสัมพันธ์เขต 3 แจ้งว่าในที่ประชุมคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 22 มกราคม 2551 คณะรัฐมนตรีมีมติอนุมัติตามที่รองนายกรัฐมนตรี (นายไพบุลย์ วัฒนศิริธรรม) เสนอขอให้ทบทวนมติคณะรัฐมนตรีเดิมที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินโครงการศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติจังหวัดเชียงใหม่ที่ผ่านมา โดยให้ทำการศึกษาความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในการดำเนินโครงการศูนย์ประชุมฯ ณ ที่ราชพัสดุ บริเวณหนองฮ่อ ตำบลช้างเผือกอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบันที่อาจจะมีการเปลี่ยนแปลงไปจากผลการศึกษาเดิมที่ได้มีการศึกษาไว้ในปี 2546 กับอนุมัติให้เปลี่ยนแปลงแผนการใช้งบประมาณรายการค่าก่อสร้างศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติจังหวัดเชียงใหม่ และศูนย์ส่งเสริมการพัฒนาและกระจายสินค้าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคเหนือ จังหวัด

เชียงใหม่ โดยการขยายระยะเวลาการเบิกจ่ายไปจนถึงวันที่ 31 มีนาคม 2551 จำนวน 262,813,200 บาท เพื่อใช้สำหรับการศึกษาความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในการดำเนินโครงการศูนย์ประชุม ฯ ตลอดจนการเตรียมการดำเนินงานด้านต่าง ๆ

นายวีระศักดิ์ โควสุรัตน์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เปิดเผยภายหลังการประชุมคณะกรรมการโครงการก่อสร้างศูนย์ประชุม จ.เชียงใหม่ เมื่อวันที่ 25 กรกฎาคม ที่ผ่านมา ว่าเป็นการประชุมเพื่อทำความเข้าใจร่วมกันระหว่างคณะกรรมการทั้ง 3 คณะ ซึ่งประกอบด้วย คณะกรรมการกำหนดร่างขอบเขตของงาน (ทีโออาร์) คณะกรรมการกำหนดราคากลาง และ คณะกรรมการประกวดราคาจ้างงาน เพื่อดำเนินการก่อสร้างศูนย์ประชุมดังกล่าวให้เป็นไปตามปฏิทินขั้นบันไดที่กำหนดไว้ ทั้งนี้ ตั้งเป้าหมายว่าจะสามารถเซ็นสัญญาโครงการดังกล่าวภายในสิ้นปีนี้ และใช้ระยะเวลาดำเนินการประมาณ 2 ปี ขณะที่งบประมาณการก่อสร้างมีความชัดเจนว่า รัฐจะเป็นผู้ลงทุนทั้งหมด แต่ยังไม่สามารถสรุปตัวเลขได้จนกว่าจะถึงขั้นตอนประกวดราคาแล้วเสร็จ เนื่องจากผู้ออกแบบได้ประเมินราคา ณ วันที่ 30 พฤษภาคม 2551 ไว้ที่ 2,300 ล้านบาท (ไม่รวมค่าตกแต่งภายใน) ซึ่งเพิ่มจากราคาประเมินเมื่อปี 2547 ซึ่งอยู่ที่ 1,898 ล้านบาท งบประมาณ 2,300 ล้านบาท ถึงเวลาอาจทำได้ขลุ่ยหลัก เนื่องจากทราบดีว่าต้นทุนก่อสร้างปรับตัวสูงขึ้นมาก ดังนั้น การตั้งงบประมาณที่จำกัดอาจส่งผลให้ไม่มีผู้เข้ามาประกวดราคา อย่างไรก็ตาม เวลานี้ยังยืนยันที่จะใช้แบบเดิมที่มีอยู่ แต่หากไม่สามารถดำเนินการได้ทั้งหมดก็อาจถอดแบบบางส่วนได้ นายวีระศักดิ์ กล่าวว่า สำหรับผู้บริหารศูนย์ประชุมนั้นยอมรับว่ารัฐไม่สามารถแบกรับภาระได้ จึงต้องเปิดให้เอกชนเข้ามาบริหารแทน ซึ่งจะเป็นรูปแบบเดียวกับศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ มีความจำเป็นอย่างมากที่รัฐต้องเร่งก่อสร้างศูนย์ประชุมเชียงใหม่ เพราะเวลานี้รายจ่ายกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประชุมสัมมนา (ไมซ์) สูงมาก ขณะที่ไทยมีศูนย์ประชุมระดับนานาชาติไม่กี่แห่งเทียบกับสิงคโปร์ ซึ่งมีความพร้อมและรองรับการจัดประชุมได้ถึง 4,000 งาน ประกอบกับเห็นว่า จ.เชียงใหม่ มีศักยภาพทั้งที่พัก สนามบิน ถนนอาร์ 3 เอ ซึ่งเชื่อมจากจีน

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเรื่อง “การศึกษาศักยภาพการจัดการประชุมและนิทรรศการ จังหวัดเชียงใหม่” เพื่อศึกษาความเป็นไปได้และเป็นข้อมูลในการปรับปรุงพัฒนา ตลอดจนประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวรูปแบบการจัดการประชุมและนิทรรศการ ต่อไป

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพการจัดการประชุมและนิทรรศการจังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างตำแหน่งงานในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถามต่อศักยภาพผู้ประกอบการทั้ง 9 ด้าน ได้แก่ ด้านผู้ประกอบการธุรกิจการจัดการประชุมและนิทรรศการ (Organizer), ด้านระบบลอจิสติกส์ (Logistics), ด้านสาธารณูปโภค (Public Utility), ด้านที่พักและโรงแรม (Accommodation), ด้านการรักษาความปลอดภัย (Security), ด้านร้านอาหารภัตตาคาร (Restaurant), ด้านธุรกิจนำเที่ยว (Tour Agency), ด้านนันทนาการและความบันเทิง (Recreation and Entertainment), ด้านร้านค้าของที่ระลึก (Souvenir)

## ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตประชากร ได้แก่ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดประชากร ได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- 1.1 ผู้ประกอบการการจัดการประชุมและนิทรรศการ (Organizer)
- 1.2 ผู้ประกอบการระบบลอจิสติกส์ (Logistics) ในจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ รถประจำทาง กทม. – เชียงใหม่, เครื่องบิน, รถไฟ, รถขนส่งมวลชนในเชียงใหม่, รถลีมูซีน, รถเช่า, รถตู้พร้อมคนขับ และการให้เช่าอุปกรณ์ขนส่งทางอากาศ
- 1.3 ผู้ประกอบการที่พักโรงแรม (Accommodation) ในจังหวัดเชียงใหม่
- 1.4 ผู้ประกอบการร้านอาหาร ภัตตาคาร (Restaurant) ในจังหวัดเชียงใหม่
- 1.5 ผู้ประกอบการบริการธุรกิจนำเที่ยว (Tour Agency) ในจังหวัดเชียงใหม่
- 1.6 ผู้ประกอบการร้านค้าของที่ระลึก (Souvenir) ในจังหวัดเชียงใหม่
- 1.7 ผู้ประกอบการแหล่งนันทนาการ (Recreation) ในจังหวัดเชียงใหม่
- 1.8 ผู้ประกอบการสาธารณูปโภค (Public Utility) ในจังหวัดเชียงใหม่
- 1.9 ผู้ประกอบการการรักษาความปลอดภัย (Security) ในจังหวัดเชียงใหม่

1.10 องค์การสื่อสารมวลชน (Mass Communication) ในจังหวัดเชียงใหม่

1.11 กลุ่มหน่วยงานและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

## 2. ขอบเขตเนื้อหา ได้แก่

ศึกษาศักยภาพในด้านต่าง ๆ ของการประกอบธุรกิจการจัดการประชุมและนิทรรศการ (MICE) ของจังหวัดเชียงใหม่ 9 ด้าน ดังนี้

2.1. ด้านผู้ประกอบการธุรกิจการจัดการประชุมและนิทรรศการ (Organizer)

2.2. ด้านระบบลอจิสติกส์ (Logistics)

2.3. ด้านสาธารณูปโภค (Public Utility)

2.4. ด้านที่พักและโรงแรม (Accommodation)

2.5. ด้านการรักษาความปลอดภัย (Security)

2.6. ด้านร้านอาหาร ภัตตาคาร (Restaurant)

2.7. ด้านธุรกิจนำเที่ยว (Tour Agency)

2.8. ด้านนันทนาการและความบันเทิง (Recreation and Entertainment)

2.9. ด้านร้านค้าของที่ระลึก (Souvenir)

## คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

ศักยภาพ หมายถึง อำนาจหรือคุณสมบัติที่แฝงอยู่ในสิ่งต่าง ๆ อาจทำให้พัฒนาหรือให้ปรากฏเป็นสิ่งที่ประจักษ์ได้ ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ หมายถึง ศักยภาพด้านร้านค้าของที่ระลึก, ศักยภาพด้านนันทนาการและความบันเทิง, ศักยภาพด้านการรักษาความปลอดภัย, ศักยภาพด้านสาธารณูปโภค, ศักยภาพด้านผู้ประกอบการธุรกิจการจัดการประชุมและนิทรรศการ, ศักยภาพด้านระบบลอจิสติกส์ ศักยภาพด้านสถานที่ ศูนย์ประชุม/ศูนย์แสดงสินค้า, ศักยภาพด้านร้านอาหาร ภัตตาคาร, ศักยภาพด้านที่พักและโรงแรม, ศักยภาพด้านธุรกิจนำเที่ยว



**การจัดการประชุมและนิทรรศการ (MICE)** หมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อการเข้าร่วมประชุม/สัมมนา เพื่อเป็นรางวัลและเพื่อร่วมงานนิทรรศการ ที่แฝงวัตถุประสงค์ของการทำธุรกิจหลักรวมอยู่ด้วย 4 ประเภท ที่มีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน แต่มีความเชื่อมโยงกัน นิยามความหมายของการท่องเที่ยวในลักษณะ MICE ในแต่ละประเภท คือ

**M = Meeting** หมายถึง การรวมกันของคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเพื่อทำกิจกรรมเฉพาะ โดยจะเป็นการเฉพาะกิจหรือวางแผนไว้ล่วงหน้า เช่น การประชุมประจำปี การประชุมคณะกรรมการ เป็นต้น ขนาดของการประชุมมีได้หลายขนาดยังไม่มีความถี่ที่กำหนดแน่นอน แต่มักมีขนาดไม่ใหญ่จนเกินไป

**I = Incentive travel** หมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจูงใจเที่ยวเป็นหมู่คณะให้กับพนักงานหรือตัวแทนขายเพื่อตอบแทนที่ทำงานได้ตามเป้าหมายของบริษัทหรือองค์กร

**C = Convention** หมายถึง การประชุมที่เป็นรูปแบบทั่วไป เป็นระเบียบของหน่วยงานที่ตั้งตามกฎหมายเพื่อที่จะให้ข้อมูลเฉพาะ และหาข้อสรุปที่เป็นเอกฉันท์จากผู้ร่วมประชุม โดยปกติจะกำหนดระยะเวลาและจุดประสงค์ที่แน่นอน แต่ไม่บ่อยครั้ง

**E = Exhibition หรือ Exposition** หมายถึง การจัดนิทรรศการและการแสดงสินค้า กิจกรรมที่จัดขึ้นช่วงเวลาที่จำกัดสำหรับผู้ผลิตหรือตัวแทนนำสินค้าตัวอย่างหรือการบริการ ซึ่งเป็นเป้าหมายของบริษัทมาแสดงเพื่อขายให้กับผู้ซื้อ ร้านค้า และอุตสาหกรรม ซึ่งภายในงานอาจเปิดให้ประชาชนทั่วไปเข้าชมงานได้ การจัดนิทรรศการหรือแสดงสินค้าใช้พื้นที่เป็นจำนวนมาก โดยจัดบูธ (Booth) สำหรับแสดงสินค้าและบริการให้แก่ผู้ผลิตหรือตัวแทน

**ผู้ประกอบการด้านการจัดการประชุมและนิทรรศการ (Organizer)** หมายถึง บริษัทผู้ประกอบการด้านการจัดการประชุมและนิทรรศการ ที่เป็นสมาชิกของสมาคมส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ (Thailand Incentive and Convention Association = TICA)(Event Management Memberships of TICA)

**ผู้ประกอบการด้านที่พักโรงแรม** หมายถึง ที่พักโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีจำนวนห้องพักตั้งแต่ 50 ห้องขึ้นไป

**ผู้ประกอบการด้านร้านอาหาร ภัตตาคาร** หมายถึง ร้านอาหาร ภัตตาคารในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีจำนวนที่นั่งตั้งแต่ 200 ที่นั่งขึ้นไป

ผู้บริหารของหน่วยงาน หมายถึง ผู้มีตำแหน่งงานในอาชีพนั้น ๆ ได้แก่ ผู้บริหาร, หัวหน้างาน, ผู้ประกอบการ/เจ้าของกิจการ, กรรมการผู้จัดการ และผู้จัดการ

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาศักยภาพการจัดการประชุมและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่” เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว ดังนี้

1. จังหวัดเชียงใหม่สามารถพัฒนาธุรกิจการจัดการประชุมและนิทรรศการได้อย่างมีประสิทธิภาพ
  2. จังหวัดเชียงใหม่สามารถพัฒนาธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวรูปแบบการจัดการประชุมและนิทรรศการ
  3. ทราบถึงความพร้อมในการจัดการประชุมและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่
- ทั้ง 9 ด้าน

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเกี่ยวกับ “การศึกษาศักยภาพการจัดการประชุมและนิทรรศการของจังหวัด เชียงใหม่” ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ความเป็นมาและความหมายของการท่องเที่ยว
2. ความเป็นมาและความหมายของการจัดการประชุม/สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และเพื่อร่วมงานนิทรรศการ (MICE= Meeting, Incentive, Convention, Exhibition)
  - 2.1 ความเป็นมาและความหมายของการจัดการประชุม (Meeting)
  - 2.2 ความเป็นมาและความหมายของการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive)
  - 2.3 ความเป็นมาและความหมายของการจัดการสัมมนา (Convention)
  - 2.4 ความเป็นมาและความหมายของการจัดนิทรรศการ (Exhibition)
3. ทฤษฎีการบริหารและการจัดการ
4. ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุม/สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และเพื่อร่วมงานนิทรรศการ (MICE= Meeting, Incentive, Convention, Exhibition)
  - 4.1 ความเป็นมาและความหมายของผู้ประกอบการ (Entrepreneur)
  - 4.2 ความเป็นมาและความหมายของผู้ประกอบการระบบลอจิสติกส์ (Logistics)
  - 4.3 ความเป็นมาและความหมายของผู้ประกอบการธุรกิจที่พักและโรงแรม (Accommodations)
  - 4.4 ความเป็นมาและความหมายของผู้ประกอบการรักษาความปลอดภัย (Security)
  - 4.5 ความเป็นมาและความหมายของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารภัตตาคาร (Restaurant)
  - 4.6 ความเป็นมาและความหมายของการนันทนาการและความบันเทิง (Recreation and Entertainment)
  - 4.7 ความเป็นมาและความหมายของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก (Souvenir)
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

## 1. ความเป็นมาและความหมายของการท่องเที่ยว

เมื่อต้นศตวรรษที่ 19 ได้มีการกำหนดคำว่า “การท่องเที่ยว” (Tourism) ขึ้นมาใช้อย่างแพร่หลาย และสหประชาชาติได้ให้ความหมายไว้ว่า “เป็นการเดินทางเพื่อความบันเทิงรื่นเริงใจ เยี่ยมญาติ หรือไปร่วมประชุมโดยไม่ได้เป็นการประกอบอาชีพ และไม่ใช่ว่าเป็นการไปพักอย่างถาวร” (อรรถธรรม พรหมขมะ และคณะ, 2548. หน้า 10)

องค์การการท่องเที่ยวโลก World Tourism Organization (1991 อ้างถึงใน นล่องศรี พิมพ์สมพงษ์, 2535.) ได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวไว้ว่า “กิจกรรมที่บุคคลหนึ่ง ๆ ที่เดินทางไปยังสถานที่ที่อยู่ภายนอกสภาพแวดล้อมของตน ในช่วงเวลาที่แน่นอน และมีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมากกว่าการแสวงหาผลประโยชน์ตอบแทนจากพื้นที่นั้น”

การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง ผลรวมของปรากฏการณ์ต่าง ๆ และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับธุรกิจและบริการต่าง ๆ รวมทั้งรัฐบาลประเทศเจ้าภาพ และประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องอยู่ในกิจกรรมหรือกระบวนการในการดึงดูด ด้วยการให้การต้อนรับที่อบอุ่นเปี่ยมไมตรีจิตแก่นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน (Mc Intosh and Goeldner, 1995.)

ดังนั้นการเดินทางจึงมิได้จำกัดเฉพาะเพียงการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิงรื่นเริงรมย์ ดังที่คนส่วนมากเข้าใจกัน การเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนาเพื่อศึกษาค้นคว้า เพื่อการศึกษา เพื่อการติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการเยี่ยมเยียนญาติพี่น้อง นับว่าเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภท ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจที่พักอาหาร ธุรกิจนำเที่ยว ซึ่งก่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่นต่าง ๆ นับเป็นการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจที่สำคัญ นอกจากนั้นทางด้านสังคม การท่องเที่ยว เป็นการพักผ่อนที่ช่วยความตึงเครียดพร้อม ๆ กับการสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างผู้มาเยือนและเจ้าของท้องถิ่น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคมการเมือง และวัฒนธรรม (วิวัฒน์ชัย บุญยภักดิ์, 2529. หน้า 3)

การดำเนินงานเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในปี 2547 ได้มุ่งเน้นส่งเสริมให้เกิดการเดินทางของนักท่องเที่ยวคุณภาพเข้ามายังประเทศไทยจาก 34 ตลาดทั่วโลก โดยดำเนินการโฆษณา

ประชาสัมพนธ์ และส่งเสริมการตลาดเชิงรุก เพื่อสร้างภาพลักษณ์การเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพของประเทศไทย รวมถึงการนำเสนอสินค้าท่องเที่ยวใหม่ ๆ สู่กลุ่มตลาดศักยภาพ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2548. หน้า 60)

ในปัจจุบัน การท่องเที่ยวมีหลายรูปแบบด้วยกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่างในการจัดแบ่งรูปแบบการท่องเที่ยว รวมทั้งวัตถุประสงค์ของการจัดแบ่ง โดยทั่วไปรูปแบบของการท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบด้วยกัน ดังนี้

รูปแบบการท่องเที่ยวตามสภาพภูมิศาสตร์การเดินทางและถิ่นพำนักของนักท่องเที่ยว การจัดแบ่งรูปแบบของการท่องเที่ยวในลักษณะนี้ สามารถจัดแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ คือ การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourism) และการท่องเที่ยวภายในประเทศ (Internal Tourism) วัตถุประสงค์ของการจัดแบ่งในลักษณะนี้ คือเพื่อใช้ประโยชน์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลและนำมาใช้สำหรับการวางแผนการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ตลอดจนเพื่อศึกษาผลได้ทางเศรษฐกิจที่เกิดจากนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นพำนักต่างกัน

รูปแบบการท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์ของการเดินทาง เป็นการจัดแบ่งที่พิจารณาจากวัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ สามารถจัดแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบ คือ การท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลินและการพักผ่อน การท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ และการท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ

การท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ ในปัจจุบันหลายประเทศได้มีการเปิดการค้าเสรีกับต่างประเทศ ส่งผลให้ประชาชนมีการเดินทางเพื่อติดต่อธุรกิจกันมากขึ้น ฉะนั้นธุรกิจกับการเดินทางจึงเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นควบคู่กัน แม้ว่าวัตถุประสงค์ของการเดินทางเพื่อติดต่อธุรกิจจะเกี่ยวข้องกับการทำงานเป็นส่วนใหญ่ แต่ก็จัดอยู่ในประเภทหนึ่งของการท่องเที่ยว เนื่องจากการเดินทางในลักษณะนี้จะก่อให้เกิดรายได้แก่จุดหมายปลายทางที่นักธุรกิจเดินทางไปเยือนและนักธุรกิจเหล่านั้นก็ไม่ได้มีวัตถุประสงค์ที่จะไปตั้งถิ่นฐาน ณ สถานที่แห่งนั้น เพื่อการประกอบอาชีพหรือการทำงานเป็นการถาวร การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1) การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจโดยทั่วไป (Regular Business Travel) หมายถึง การเดินทางไปติดต่อประสานงานหรือลงนามสัญญาทางธุรกิจ โดยอาจมีระยะเวลาพักผ่อน 2-3 วัน แทรกอยู่ในการเดินทางนั้น เช่น นักธุรกิจชาวอังกฤษที่เดินทางมาลงนามธุรกิจเป็นหุ้นส่วนโรงแรมในประเทศไทย หรือตัวแทนขายประกันเดินทางไปเยี่ยมลูกค้า เป็นต้น



2) การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมนานาชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการท่องเที่ยวเพื่อการจัดนิทรรศการนานาชาติ (Meeting Incentive Convention and Exhibition) หรือนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่กำลังขยายตัวอย่างต่อเนื่องในปัจจุบัน ลักษณะของกิจกรรมดังกล่าวอาจมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน กล่าวคือ การจัดนิทรรศการนานาชาติ ก็อาจมีการจัดการประชุมแทรกอยู่ในงานหรือผู้ที่เดินทางแบบการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลก็อาจเดินทางเข้าร่วมประชุมแทรกอยู่ในการเดินทางก็ได้จากลักษณะที่กล่าวมาทำให้กิจกรรมทั้ง 4 อย่างไม่สามารถแบ่งแยกจากกันได้อย่างชัดเจน

การท่องเที่ยวในรูปแบบดังกล่าว ได้รับการส่งเสริมทั้งจากภาครัฐและเอกชนทั่วโลก เนื่องจากเล็งเห็นถึงความสำคัญถึงรายได้และภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวทั้งในระยะสั้นและระยะยาว กล่าวคือ นักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE เป็นนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงและมีความสามารถในการใช้จ่ายค่อนข้างสูง แม้ว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางเชิงธุรกิจก็ตาม แต่หากผู้เดินทางกลุ่มนี้เกิดความประทับใจในประเทศที่เดินทางมาเยือน ก็อาจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในโอกาสข้างหน้า เนื่องจากกลุ่มผู้เดินทางเหล่านี้เป็นกลุ่มที่มีการศึกษาสูงและเป็นผู้นำทางความคิด ดังนั้นหากเลือกที่จะมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวใด ย่อมเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับแหล่งท่องเที่ยว

## **2. ความเป็นมาและความหมายของการจัดการประชุม/สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และเพื่อร่วมงานนิทรรศการ (MICE= Meeting, Incentive, Convention, Exhibition)**

ความหมายของคำว่า MICE เป็นคำย่อมาจาก Meetings (การประชุม) Incentive (แรงจูงใจ) Conventions (การประชุมและการแสดงสินค้าหรือผลงาน) และ Expositions (งานแสดงสินค้าขนาดใหญ่)

อุตสาหกรรม MICE ในประเทศไทยต้องฝ่าฝืนกันมาถึง 20 ปี กว่าที่ภาครัฐจะเห็นความสำคัญภาคเอกชนล้วนแต่ต้องลองผิดลองถูกกันมามากมาย จนกระทั่งมีการจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) หรือ TCEB เพื่อผลักดันให้อุตสาหกรรมไมซ์มีการพัฒนาขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม รวมทั้งมีการผนึกกำลังกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติไทย หรือ TICA และสมาคมการแสดงสินค้า (ไทย) หรือ TEA โดยมีความร่วมมือและความใกล้ชิดกันมากขึ้นเรื่อย ๆ ในรอบ 2-3 ปีที่ผ่านมา (MICE Magazine. 2006)

Meetings โดยทั่วไปหมายถึง การจัดการให้คนมารวมกัน เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลหรือข่าวสาร ซึ่งอาจจัดในสถานที่ของบริษัทหรือของหน่วยงานนั้นๆ หรืออาจจัดในสถานที่อื่นๆ

ซึ่งต้องมีการเข้าสถานที่ ยานพาหนะ และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ สำหรับการจัดประชุม รูปแบบของการจัดประชุมมีความหลากหลาย และมีความแตกต่างกันทั้งในเชิงจำนวนคนหรือขนาด หัวข้อเรื่องการประชุม และระยะเวลา

Incentive Travel หมายถึง การให้รางวัลหรือตอบแทนเป็นรางวัลสำหรับความสำเร็จหรือผลงาน ซึ่งโดยทั่วไปบริษัท หรือหน่วยงานเอกชนจะจ่ายให้กับพนักงานที่ประสบความสำเร็จในการขาย หรือปฏิบัติหน้าที่ เพื่อเดินทางไปท่องเที่ยว หรือพักผ่อนในประเทศหรือต่างประเทศ บางกรณีการเดินทางประเภทนี้อาจรวมถึงการให้รางวัลเพื่อเข้าร่วมประชุมหรือสัมมนา เพื่อกระตุ้นหรือสร้างแรงบันดาลใจ หรือนำไปเสนอผลิตภัณฑ์ตัวใหม่ หรือการฝึกอบรมเพื่อทักษะในด้านต่างๆ

Conventions หมายถึง งานที่ผสมระหว่างการประชุมกับการแสดงสินค้า ตลาด Conventions สามารถแบ่งออกเป็น ตลาดที่ได้รับการสนับสนุนจากสมาคมวิชาชีพหรือสมาพันธ์ธุรกิจ และตลาดที่ได้รับการสนับสนุนจากขนาดต่างๆ ลักษณะทั่วไปของ Conventions พบว่ามีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งค่าใช้จ่ายต่อหัว และส่งผลกระทบต่อชุมชนที่เป็นเจ้าภาพเป็นอย่างมาก

Expositions หมายถึง งานแสดงสินค้าขนาดใหญ่ โดยทั่วไปจะมีบริษัทหรือผู้ผลิตนำสินค้าของตนเองมาแสดง โดยจะต้องมีการจ่ายค่าเช่า ซึ่งจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับขนาดของพื้นที่หรือสถานที่ สำหรับใช้แสดงสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายแก่ผู้เข้าร่วมงานทั้งในประเทศและต่างประเทศ (สุรเชษฐ์ เศรษฐมาต, 2548)

ความหมายของธุรกิจจัดประชุม นิทรรศการและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล หรือที่เรียกรวมกันว่า MICE (Meeting Incentive Convention and Exhibition) ในที่นี้จึงขอนำธุรกิจทั้ง 3 ประเภทมาอธิบายไว้ในเรื่องเดียวกัน ซึ่งสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวอาเซียน (Asian Association of Convention and Visitor Bureaus - AACVB) ได้มีการจำแนกประเภทของการประชุมออกตามลักษณะของการจัดประชุม และได้ให้คำจำกัดความของธุรกิจการจัดประชุมไว้ 4 ลักษณะ ดังนี้

M = Meeting หมายถึง การรวมกันของคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเพื่อทำกิจกรรมเฉพาะ โดยจะเป็นการเฉพาะกิจหรือวางแผนไว้ล่วงหน้า เช่น การประชุมประจำปี การประชุมคณะกรรมการ เป็นต้น ขนาดของการประชุมมีได้หลายขนาดยังไม่มียกเว้นที่กำหนดแน่นอน แต่มักมีขนาดไม่ใหญ่จนเกินไป

I = Incentive travel หมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การจูงใจเที่ยวเป็นหมู่คณะให้กับพนักงานหรือตัวแทนขายเพื่อตอบแทนที่ทำงานได้ตามเป้าหมายของบริษัทหรือองค์กร

C = Convention / Conference / Congress หมายถึง การประชุมที่เป็นรูปแบบทั่วไป เป็นระเบียบของหน่วยงานที่ตั้งตามกฎหมายเพื่อที่จะให้ข้อมูลเฉพาะ และหาข้อสรุปที่เป็นเอกฉันท์จากผู้ร่วมประชุม โดยปกติจะกำหนดระยะเวลาและจุดประสงค์ที่แน่นอน แต่ไม่บ่อยครั้ง

C = Conference หมายถึง การประชุมที่ผู้เข้าร่วมประชุมจะมากถกเถียงเพื่อหาข้อเท็จจริงและแก้ปัญหาหรือปรึกษาหารือ ถ้าจะเปรียบกับ congress คำว่า conference จะเล็กกว่าในแง่ของขนาด และจะเลือกหัวข้อที่จะนำมาซึ่งการแลกเปลี่ยนข้อมูลกัน เป็นหัวข้อเฉพาะที่กำลังเป็นที่น่าสนใจอยู่ในขณะนั้น ซึ่งมักจะเป็นระยะเวลาสั้น ๆ

C = Congress หมายถึง การประชุมที่ผู้เข้าร่วมประชุมหลายร้อยหลายพันคน จากกลุ่มคนละประเภทเดียวกัน เช่น กลุ่มอาชีพ วัฒนธรรม ศาสนา ซึ่งจะพิจารณาในหัวข้อเฉพาะการนำเสนอ การพิจารณาในหัวข้อประชุมต้องมาจากสมาชิกหรือองค์กรที่สนับสนุนเท่านั้น มักจะมีการวางแผนล่วงหน้าหนึ่งปีขึ้นไป

E = Exhibition หรือ Exposition หมายถึง การจัดนิทรรศการและการแสดงสินค้า กิจกรรมที่จัดขึ้นช่วงเวลาที่จำกัดสำหรับผู้ผลิตหรือตัวแทนนำสินค้าตัวอย่างหรือการบริการ ซึ่งเป็นเป้าหมายของบริษัทมาแสดงเพื่อขายให้กับผู้ซื้อ ร้านค้า และอุตสาหกรรม ซึ่งภายในงานอาจเปิดให้ประชาชนทั่วไปเข้าชมงานได้ การจัดนิทรรศการหรือแสดงสินค้าใช้พื้นที่เป็นจำนวนมาก โดยจัดบูธ (Booth) สำหรับแสดงสินค้าและบริการให้แก่ผู้ผลิตหรือตัวแทน (ราณี อธิชัยกุล, 2550. หน้า 243)

ความหมายของธุรกิจการประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล หรืออาจเรียกได้อีกอย่างหนึ่งคือ ธุรกิจการจัดประชุมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดการแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติ (Meeting, Incentive Travel, Convention and Exhibition : MICE) และเรียกโดยย่อว่า ไมซ์ (MICE) ซึ่งประกอบไปด้วย M= Meeting, I = Incentive, C = Convention and E = Exhibition มีความหมายตามคำจำกัดความของสมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวอาเซียน (Asian Association of Convention and Visitor Bureaus : AACVB) ดังนี้

Meeting (การประชุม) หมายถึง การประชุมของกลุ่มบุคคลหรือองค์กร โดยการประชุมนั้นมีการวางแผนไว้ล่วงหน้าแล้ว สามารถใช้คำว่า Event แทนได้ แต่ส่วนมากนิยมใช้ Event กับ Incentive Travel มากกว่า Meeting สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. Association Meeting เป็นการประชุมเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลของกลุ่มบุคคลในสาขาอาชีพเดียวกัน หรือใกล้เคียงกัน โดยทั่วไปจะมีการประชุม 4-5 วัน และมีการจัดสัมมนา กลุ่มย่อย ใช้เวลาเตรียมงานอย่างน้อย 1 ปี โดยทั่วไปอาจหมายถึงการจัดประชุมแบบ Convention ได้ด้วย นอกจากนี้ยังอาจพบเห็นคำอื่นที่ใช้แทนกันได้ เช่น

- Conference เป็นการประชุมโดยผู้เข้าร่วมประชุมจะมาแลกเปลี่ยนเพื่อหาข้อเท็จจริงและแก้ปัญหาและปรึกษาหารือ จะมีขนาดของการประชุมเล็กกว่า และหัวข้อจะจำกัดเฉพาะอยู่ในระยะเวลาสั้น ๆ เมื่อเทียบกับ Congress

- Congress เป็นการประชุมที่มีผู้ร่วมประชุมหลายร้อยหรือหลายพันคน จากกลุ่มคนละประเภทเดียวกัน เช่น กลุ่มอาชีพ วัฒนธรรม ศาสนา จะพิจารณาในหัวข้อประชุมที่มาจาก การสนับสนุนของสมาชิกหรือองค์กรเท่านั้น บ่อยครั้งจะมีการวางแผนล่วงหน้า 1 ปีขึ้นไป การประชุมนานาชาติและการประชุมระดับโลก (World Congress) ส่วนมากจะประชุมปีละ 1 ครั้ง ขณะที่การประชุมระดับชาติ (National Congress) จะประชุมบ่อยครั้ง ระยะเวลาจัด Congress จะจัดหลาย วัน และมีหลาย ๆ หัวข้อ (session)

- Seminar เป็นการประชุมที่มีผู้ชำนาญการเฉพาะและมีทักษะที่แตกต่างกัน แต่มีความสนใจเฉพาะทางมารวมกันเพื่ออบรมหรือเรียนรู้ตามจุดประสงค์นั้น ๆ

- Symposium เป็นการประชุมกลุ่มผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางโดยการเสนอผลงานจาก ผู้เชี่ยวชาญในหัวข้อนั้น ๆ เพื่อให้ที่ประชุมพิจารณาให้ความเห็น เป็นต้น

2. Corporate Meeting เป็นการประชุมของกลุ่มบุคคลที่มาจากองค์กรเดียวกัน หรือเครือเดียวกัน ซึ่งอาจมาจากหลาย ๆ ประเภททั่วโลก เป็นการ จัดโดยบริษัททำให้สามารถเลือกสถานที่จัด โดยไม่ต้องสอบถามจากสมาชิก และไม่ต้องมีการประชาสัมพันธ์มาก เนื่องจากเป็นการประชุมของบริษัทเท่านั้น ใช้เวลาในการเตรียมงานน้อยกว่า Association Meeting คือใช้น้อยกว่า 1 ปี และมีขนาดงานเล็กกว่า Association Meeting

Incentive Travel (การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล) หมายถึง การจัดงานเที่ยวเพื่อให้เป็นรางวัลแก่พนักงานหรือบุคคลที่สามารถดำเนินงานได้ตามเป้าหมายที่บริษัทวางไว้ โดยบริษัท

ผู้ให้รางวัลจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายดังกล่าว อาจใช้คำว่า Event แทนได้ โดย 1 Event หมายถึง 1 Incentive Group การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลประเภทส่วนบุคคล (Individual Incentive Travel) หมายถึง การจัดงานเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแก่พนักงานรายบุคคล พนักงานมีอิสระในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวได้ แต่มักจำกัดขอบเขต เช่น ต้องเป็นการท่องเที่ยวภายในประเทศเท่านั้น เป็นต้น และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลประเภทกลุ่ม (Group Incentive Travel) หมายถึง การจัดงานเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแก่พนักงานเป็นกลุ่ม ซึ่งรูปแบบของการให้รางวัลที่นิยมโดยทั่วไปการวางแผนและเตรียมการอาจต้องใช้เวลามากกว่าประเภทส่วนบุคคล และมักไม่จำกัดขอบเขตในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว เนื่องจากการให้บริการพนักงานกลุ่มใหญ่ช่วยให้ประหยัดค่าใช้จ่ายได้

Convention หมายถึง การประชุมของกลุ่มบุคคลอยู่ที่อยู่ในสาขาอาชีพเดียวกัน เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลกัน โดยทั่วไปงานเหล่านี้ต้องใช้เวลาเตรียมการไม่น้อยกว่า 2 ปี และส่วนใหญ่จะเป็นการจัดโดยสมาคมระดับนานาชาติ ซึ่งรูปแบบการจัดสามารถแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ การจัดประชุมแบบหมุนเวียนตามประเทศสมาชิก โดยมากใช้วิธีการเวียนตามอักษร และตามภูมิภาค และการประชุมเพื่อเป็นประเทศเจ้าภาพในการจัดงาน ประเทศสมาชิกที่ต้องการเป็นเจ้าภาพจะส่งตัวแทนของสมาคมเข้าประชุม ซึ่งในกรณีของการประชุมนี้จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือและการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน เนื่องจากมีต้นทุนค่าใช้จ่ายสูง และระยะเวลาในการเตรียมงานนาน (วรรณ ศิลปะอาษา, 2546. หน้า 110)

จจิต หัพนานนท์ ประธานอนุกรรมการสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) ได้กล่าวถึงพันธกิจ 5 ประการ ที่ สสปน. จะต้องดำเนินการ ไว้ดังนี้

1. การวางระบบข้อมูลส่วนกลาง (MICE Information Resource Center) เพื่อผลักดันให้ประเทศไทยเป็น “ศูนย์กลางธุรกิจแห่งภูมิภาคเอเชีย” และทาง สสปน. ได้เล็งเห็นว่าการดึงดูดให้กลุ่มเป้าหมายจากทั่วโลกรู้จักประเทศไทยมากขึ้น จำเป็นจะต้องมีข้อมูลที่ถูกต้องและครอบคลุมเรื่องต่าง ๆ อันจะช่วยให้ผู้จัดการประชุมจากนานาชาติสามารถใช้ประกอบการตัดสินใจและดำเนินการประชุมจัดนิทรรศการ แต่เนื่องจากในปัจจุบันข้อมูลด้านอุตสาหกรรม MICE ที่มีอยู่กระจัดกระจาย ไม่มีการจัดเก็บให้เป็นระบบ ขาดต่อการค้นหาและนำไปใช้ในการดำเนินการกิจกรรม MICE ทาง สสปน. ซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรงต่ออุตสาหกรรม MICE จึงมีความประสงค์ที่จะจัดตั้งศูนย์วิจัยข้อมูล เพื่อรวบรวมข้อมูลด้าน MICE ที่มีอยู่อย่างกระจัดกระจายมาจัดให้เป็นหมวดหมู่ และเป็นระบบเพื่อสะดวกและง่ายต่อการค้นหา



2. ระบบพัฒนาบุคลากรของอุตสาหกรรม (MICE Capability) ทางสสปน. ได้มีการก่อตั้ง Training Center เพื่อรับผิดชอบด้านการพัฒนาทรัพยากรบุคคลในทุกด้านที่เกี่ยวกับธุรกิจ MICE โดยมีการฝึกอบรมบุคลากรเพื่อผลิตให้ทันต่อความต้องการของตลาด และมีการพัฒนาพัฒนาศูนย์ประชุมทั่วประเทศ รวมถึงธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับ MICE ให้ก้าวขึ้นสู่ระดับแนวหน้าของโลก ถือได้ว่าเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด

3. Mini MICE หรือ Domestic MICE สสปน. ยังมุ่งส่งเสริมอุตสาหกรรม MICE ภายในประเทศ โดยมีการกระตุ้นให้มีการจัดงานประชุมและนิทรรศการในประเทศ เพื่อรักษาเม็ดเงินไว้ในประเทศ อีกทั้งยังส่งเสริมให้บริษัทต่าง ๆ ที่เคยไปจัดงานประชุมหรือนิทรรศการในต่างประเทศให้หันมาจัดงานในประเทศไทยแทน เนื่องจากประเทศไทยมีความพร้อมในทุก ๆ ด้านที่จะเป็นเจ้าภาพไม่ว่าจะเป็นเรื่องของฮาร์ดแวร์ (ศูนย์ประชุมต่าง ๆ) ซอฟต์แวร์ (คน) และที่สำคัญคือ การบริการที่ประทับใจ รวมถึงมีการส่งเสริม OTOP เป็นการสร้างงานให้คนในท้องถิ่นได้มีงานทำและมีรายได้ส่งเสริมให้มีความเชี่ยวชาญด้านการตลาด การผลิต การขนส่ง และการพัฒนาฝีมือแรงงาน เป็นต้น

4. MICE MART งานนิทรรศการเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการจัดประชุมและนิทรรศการ ซึ่งจะจัดเป็นครั้งแรกในประเทศไทย ภายในเดือนกุมภาพันธ์ 2550 โดยจะเป็นการรวมตัวของผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการจัดประชุมและนิทรรศการจากทั่วโลก ทั้งนี้จะเป็นเวทีที่เปิดโอกาสให้มีการสร้างโอกาสทางธุรกิจ การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญ และองค์ความรู้ต่างๆ เกี่ยวกับ MICE ช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับประเทศไทย

5. Thai Team ทาง สสปน. ได้มีการส่งเสริมและสนับสนุนให้ประเทศไทย ภายใต้แนวคิดที่เป็นหนึ่งเดียวในนามของ “Thai Team” ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สมาคมการแสดงสินค้า (TEA) สมาคมส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ (TICA) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (TAT) สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สมาคมโรงแรมไทย สถานทูต กรมส่งเสริมการบินไทย เป็นต้น (MICE Magazine, Vol.4 No.44 September 2006. หน้า 46-47)

ในลำดับต่อไปจะกล่าวถึง ส่วนประกอบของการจัดการประชุม/สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และเพื่อร่วมงานนิทรรศการ (MICE) อันได้แก่ Meeting / Incentive / Convention และ Exhibition โดยรายละเอียดดังนี้

## 2.1 ความเป็นมาและความหมายของการจัดการประชุม (Meeting)

ความหมาย ความสำคัญ และประโยชน์ของการวางแผนจัดประชุม

การวางแผนการจัดประชุม หมายถึง กระบวนการของการเตรียมการดำเนินงาน และการตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ สำหรับการจัดประชุมที่จะเกิดขึ้น โดยมุ่งให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ด้วยวิธีที่ดีที่สุด

การเตรียมการจัดประชุมนานาชาติไม่ได้เป็นสิ่งที่ง่ายและง่ายจนเกินไปถ้ามีระบบการวางแผนและจัดการที่ดี ซึ่งต้องศึกษาในรายละเอียดในทุกด้านอย่างรอบคอบและรัดกุม ความผิดพลาดในแต่ละขั้นตอนของการจัดประชุมจะทำให้เกิดความผิดพลาดกันเป็นลูกโซ่ การเตรียมการจัดประชุมจึงเป็นสิ่งที่ต้องใช้ระยะเวลาและการเตรียมตัวเป็นเวลานาน บางการประชุมอาจต้องใช้เวลาก่อนการเตรียมการนานถึง 10 ปี 5 ปี 3 ปี หรือ 1 ปี ขึ้นอยู่กับความสำคัญและขนาดของการประชุม อย่างไรก็ตามการจัดประชุมให้ประสบความสำเร็จได้นั้นจำเป็นต้องมีการจัดการการวางแผนและเตรียมการที่ถูกต้องและทันเวลา

การจัดประชุมแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ คือ

1. การประชุมที่จัดตามความต้องการของหน่วยงานผู้จัด แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ ใช้ประเทศใดประเทศหนึ่งเป็นสถานที่จัดประชุมทุกครั้ง และหมุนเวียนไปตามประเทศสมาชิก

2. การประชุมที่ต้องมีการประมูล (Bidding) หมายถึง การเข้าแข่งขันเพื่อเสนอตัวขอรับเป็นเจ้าภาพจัดการประชุม โดยมีคู่แข่งกันตั้งแต่ 2 รายขึ้นไป และผู้ที่ได้รับเสียงส่วนใหญ่จากคณะกรรมการ จะเป็นผู้ชนะการประมูล

ดังนั้น การศึกษาเรื่องการเตรียมการจัดประชุม จึงหมายถึงการเตรียมการสำหรับการประชุมที่ได้กล่าวมาแล้วไม่ว่าจะได้มาด้วยรูปแบบใดก็ตาม หน่วยงานที่ได้รับเป็นเจ้าภาพจัดการประชุมจึงถือว่าเป็นผู้ที่ได้รับเกียรติและความไว้วางใจในระดับนานาชาติ ผู้ที่ได้รับมอบหมายให้มีหน้าที่จัดประชุมจึงต้องทำหน้าที่ให้ดีที่สุด และคุ้มค่ากับความไว้วางใจจากผู้เข้าร่วมประชุมอันทรงเกียรติทุกท่าน

## หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในกิจกรรมการจัดประชุม

1. สถานที่จัดประชุม (Venue) เป็นการศึกษาข้อมูลด้านสถานที่ที่จะใช้สำหรับจัดประชุมโดยเปรียบเทียบจากข้อมูลสถานที่จัดประชุมที่ได้มาเพื่อใช้ในการตัดสินใจเลือกสถานที่จัดประชุมที่เหมาะสมที่สุด
2. บริษัทรับจัดประชุมมืออาชีพ (Professional Convention Company – PCO) เป็นการศึกษาข้อมูลในกรณีที่หน่วยงานเจ้าภาพจัดประชุมไม่มีฝ่ายจัดการประชุมเป็นของตนเองหรือไม่สามารถจัดประชุมเองได้ จึงจำเป็นต้องจ้างบริษัทรับจัดประชุมมืออาชีพ ซึ่งต้องคัดเลือกบริษัทที่มีคุณภาพและตอบสนองความต้องการของหน่วยงานเจ้าภาพได้มากที่สุด
3. ที่พักสำหรับผู้เข้าร่วมประชุม (Accommodation) เป็นการศึกษาข้อมูลเพื่อเลือกโรงแรมที่สามารถอำนวยความสะดวกและสร้างความพอใจให้กับผู้เข้าร่วมประชุมได้มากที่สุด
4. บริษัทจัดนำเที่ยวและขนส่ง (Transportation) เป็นการศึกษาข้อมูลเพื่อเลือกบริษัทที่มีการบริการที่ได้มาตรฐาน มีพาหนะและเจ้าหน้าที่ที่มีคุณภาพเพียงพอกับความต้องการ นอกจากนั้นต้องมีความสามารถในการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวให้ผู้เข้าร่วมประชุมเกิดความประทับใจด้วย
5. บริษัทรับจัดกิจกรรมพิเศษ (Event Management Company – EMC) เป็นการศึกษาข้อมูลเพื่อคัดเลือกบริษัทในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ระหว่างการประชุม เช่น พิธีเปิด – ปิดการประชุม การจัดการแสดงสินค้าในงานเลี้ยงต้อนรับ งานเลี้ยงอำลา เป็นต้น
6. สายการบิน (Airline) เป็นการศึกษาเพื่อการเลือกใช้บริการสายการบินที่สามารถให้บริการอย่างมีคุณภาพและปลอดภัย ซึ่งควรที่จะเลือกใช้บริการสายการบินประจำชาติเป็นหลัก เพราะจะมีความคล่องตัวในการประสานงานสูง
7. ผู้ให้การสนับสนุน (Sponsor) เป็นการศึกษาข้อมูลเพื่อหาผู้ร่วมสนับสนุนการประชุมโดยอาจจะมีรูปแบบการให้การสนับสนุนที่ต่างกัน เช่น เงิน สิ่งของ การโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ การเลี้ยงอาหาร การประสานงาน เป็นต้น ทั้งนี้ ผู้ให้การสนับสนุนจะช่วยผู้จัดประชุมประหยัดค่าใช้จ่ายและยังช่วยในการเผยแพร่การประชุมได้ดีอีกทางหนึ่ง

บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการประชุม เป็นองค์ประกอบที่ผู้จัดประชุมต้องพิจารณาอย่างละเอียด เพราะบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการประชุมจะเป็นผู้มีส่วนร่วมกับการประชุมที่เกิดขึ้นโดยตรง ซึ่งมีลักษณะที่ต่างกันไป โดยสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

ผู้จัดการประชุม (Organizer) เป็นการพิจารณาในเรื่องของกำหนดขอบเขต หน้าที่ ภาระผูกพันและความรับผิดชอบของเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานของผู้จัดประชุม ในเรื่องที่สำคัญ ได้แก่

1. เจ้าหน้าที่ประสานงาน การมอบหมายเจ้าหน้าที่สำหรับประสานงานกับบุคคลหรือหน่วยงานที่อยู่ในภาระผูกพันของการจัดประชุม ผู้จัดประชุมต้องกำหนดภาระหน้าที่ของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องในสิ่งที่ต้องรับผิดชอบ และมีการประสานงานติดตามผลอย่างต่อเนื่องในแต่ละขั้นตอนของการประชุม รวมถึงหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง เช่น กองตรวจคนเข้าเมือง การท่าอากาศยานแห่งประเทศไทย กรมศุลกากร เป็นต้น ซึ่งเจ้าหน้าที่ส่วนนี้ควรมีความรู้ในเรื่องของระเบียบราชการของแต่ละหน่วยงานเป็นอย่างดี

2. ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจหรือสั่งการ โดยการแต่งตั้งหัวหน้าทีมเพื่อเป็นศูนย์กลางในการถ่ายทอดอำนาจหรือมอบหมายงานในเรื่องต่าง ๆ ได้และต้องเป็นบุคคลที่มีความรู้ในเรื่องขององค์กรและการประชุมนั้นเป็นอย่างดี สามารถตัดสินใจเรื่องสำคัญได้อย่างรวดเร็วและทันเวลา เพราะปัญหาอาจเกิดขึ้นได้ตลอดเวลาและในทุก ๆ เรื่องของการจัดประชุม ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจอาจเป็นผู้บริหารระดับสูงหรือบุคคลที่ได้รับมอบหมายก็ได้

3. ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจในการกำหนดหลักเกณฑ์และระบบงาน การวางหลักเกณฑ์หรือข้อจำกัด จำเป็นต้องดำเนินการล่วงหน้า โดยผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต้องมีการประชุมหารือเพื่อวางหลักเกณฑ์ในเรื่องต่าง ๆ อย่างเป็นทางการเพื่อใช้เป็นแนวทางปฏิบัติของเจ้าหน้าที่ต่อไป เช่น การลงทะเบียน การรับ-จ่ายเงิน ที่พัก การขนส่ง เป็นต้น

4. ผู้มีอำนาจในการลงลายมือชื่อในหนังสือและเอกสารต่าง ๆ ของการประชุม ผู้จัดประชุมต้องระบุตัวบุคคลที่ได้รับมอบอำนาจอย่างชัดเจน

5. ผู้รับผิดชอบส่วนผลกำไร ขาดทุนของการจัดประชุม ในกรณีที่มีผู้จัดประชุมเป็นเจ้าภาพร่วมกันหลายหน่วยงาน ซึ่งต้องมีความรับผิดชอบค่าใช้จ่ายร่วมกัน จึงจำเป็นต้องทำการตกลงกันล่วงหน้าเกี่ยวกับกำไรขาดทุนที่จะเกิดขึ้น หน่วยงานใดจะเป็นผู้รับผิดชอบอย่างไรบ้าง ซึ่งขึ้นอยู่กับข้อตกลง โดยปกติมักจะกำหนดเป็นอัตราส่วนร้อยละ (สำนักบริการธุรกิจและที่ปรึกษาสถาบันทรัพย์สินทางปัญญาแห่งจุฬาฯ, 2542)

## 2.2 ความเป็นมาและความหมายของการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive)

การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล (Incentive travel) หมายถึง การจัดนำเที่ยวให้แก่กลุ่มลูกค้าของบริษัทที่ประสบความสำเร็จ (มีความเป็นเลิศ) ในการขายสินค้าชิ้น ๆ ตามเป้าหมายหรือเกินเป้าหมาย เช่น กลุ่มผู้แทนบริษัทจำหน่ายรถยนต์ ผู้แทนบริษัทจำหน่ายเครื่องไฟฟ้า ผู้แทนบริษัทจำหน่ายเครื่องสำอาง จากภูมิภาคหรือจังหวัดต่าง ๆ ที่สามารถขายสินค้าประเภทนั้น ได้มากตามที่บริษัทผู้แทนจำหน่ายในประเทศตั้งเป้าหมายไว้เป็นการให้รางวัลและจัดนำเที่ยว โดยออกค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ค่าพักรวมและค่าอาหารระหว่างการเดินทางให้กับผู้ร่วมเดินทาง เป็นการจูงใจการพักรวมตั้งแต่ 2-7 วัน เป็นรายการนำเที่ยวชมสถานที่ต่าง ๆ อาจเป็นรายการนำเที่ยวแบบผสมผสาน หรือรายการนำเที่ยวในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลประเภทส่วนบุคคล (Individual Incentive Travel) หมายถึง การจัดนำเที่ยวเพื่อให้เป็นรางวัลแก่พนักงานรายบุคคล พนักงานมีอิสระในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวได้ แต่มักจำกัดขอบเขต เช่น ต้องเป็นการท่องเที่ยวภายในประเทศเท่านั้น เป็นต้น

2. การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลประเภทกลุ่ม (Group Incentive Travel) หมายถึง การจัดนำเที่ยวเพื่อให้เป็นรางวัลแก่พนักงานเป็นกลุ่ม ซึ่งรูปแบบของการให้รางวัลที่นิยมโดยทั่วไป การวางแผนและเตรียมการอาจต้องใช้เวลามากกว่าประเภทส่วนบุคคล และมักไม่จำกัดขอบเขตในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว เนื่องจากการให้บริการพนักงานกลุ่มใหญ่ช่วยให้ประหยัดค่าใช้จ่ายได้

ผู้ที่สามารถทำธุรกิจได้ตามเป้าหมายที่บริษัทตั้งไว้ ซึ่งจะได้รับรางวัลเป็นรายการเดินทางท่องเที่ยว โดยบริษัทเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายให้ทั้งหมด แม้ว่าการเดินทางในลักษณะนี้จะเกี่ยวข้องกับการเดินทางเพื่อความเพลิดเพลินและการพักผ่อน เมื่อพิจารณาจากตัวของผู้เดินทาง แต่กลับเกี่ยวข้องกับการเดินทางเพื่อธุรกิจเมื่อพิจารณาจากบริษัทผู้ออกค่าใช้จ่ายและวิธีการที่ทำให้ได้รายการท่องเที่ยวนั้นมา (บริษัท อินฟอร์เมชั่น โพรวายเดอร์ แอนด์ คอนซัลแตนท์ จำกัด, 2545)

การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Travel) คือ การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวในลักษณะที่พิเศษว่าการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวทั่วไป โดยบริษัทหรือองค์กรผู้จัดมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นรางวัลและแรงจูงใจพนักงานหรือตัวแทนจำหน่ายที่ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยทั่วไปบริษัทหรือองค์กรจะมีฝ่ายงานที่รับผิดชอบดูแลด้านการสร้างแรงจูงใจเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางด้านผลการดำเนินงาน ทั้งนี้อาจจะเป็นหน่วยงานภายในองค์กร (Internal Incentive House) หรือดำเนินการโดยบริษัทอื่นๆ (External Incentive House) โดยหน่วยงานนี้จะ



เสนอสิ่งตอบแทนในรูปแบบต่างๆ ที่สามารถสร้างแรงจูงใจ อาทิเช่น เงินรางวัล ของรางวัล การท่องเที่ยว และอื่น ๆ

การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมีลักษณะที่แตกต่างและพิเศษกว่าการท่องเที่ยวทั่วไป โดยเป็นการออกแบบและจัดโปรแกรมตามความต้องการของลูกค้าในแต่ละราย (Unique & Custom designed for the needs of every client) ประกอบกับการใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างโปรแกรมการท่องเที่ยวที่พิเศษกว่าโปรแกรมการท่องเที่ยวทั่วไป โดยโปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลนั้น เป็นการผสมผสานระหว่างการเดินทางที่เที่ยว (Tour) การใช้ประโยชน์จากสถานที่ท่องเที่ยว (Tourist Attraction) และวัฒนธรรมของชาติ (National Culture) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่โปรแกรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เมื่อประกอบกับการที่นักท่องเที่ยวผู้เลือกใช้บริการในประเภทนี้จะเป็นนักท่องเที่ยวในตลาดบน (High-end Market) กล่าวคือมีความมั่นคงและประสบความสำเร็จในหน้าที่การงาน มีกำลังความสามารถในการเลือกใช้บริการสูง และมีวิจารณญาณในการเลือกบริการ ดังนั้นการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลเมื่อมองในอีกแง่มุมหนึ่งจะเปรียบเสมือนการสร้างโอกาสในการประชาสัมพันธ์วัฒนธรรมของชาติได้เป็นอย่างดีอีกทางหนึ่ง สำหรับขั้นตอนดำเนินงาน หน่วยงานที่รับผิดชอบในเรื่องการสร้างแรงจูงใจเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางด้านผลการดำเนินงานของบริษัทเจ้าของงานจะติดต่อกับ บริษัทที่รับจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Destination Management Company หรือ DMC) ในประเทศจุดหมายปลายทางเพื่อเป็นผู้ดำเนินจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวและอำนวยความสะดวกในด้านต่างๆ ตลอดการเดินทาง ในกรณีที่ไม่คุ้นเคยกับบริษัท DMC ในประเทศปลายทาง โดยทั่วไปจะติดต่อขอข้อมูลกับหน่วยงานการท่องเที่ยวหลัก หรือสายการบินแห่งชาติของประเทศนั้น (สำนักบริการธุรกิจและที่ปรึกษาสถาบันทรัพย์สินทางปัญญาแห่งจุฬาฯ, 2542)

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## 2.3 ความเป็นมาและความหมายของการจัดการสัมมนา (Convention)

การดำเนินการจัด Convention โดยมากจะเป็นการจัดประชุมโดย สมาคมระดับนานาชาติ (International Association) ซึ่งรูปแบบการได้มาซึ่งการจัดประชุม โดยมากสามารถแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

วิธีที่ 1 การจัดการประชุมเวียนตามประเทศสมาชิก ทั้งนี้ไม่มีการแข่งขันเพื่อขอเป็นเจ้าภาพจัดงาน และโดยมากจะใช้วิธีการเวียนตามตัวอักษร และตามภูมิภาควิธีที่ 2 การประชุมเพื่อเป็นเจ้าภาพในการจัดงาน ประเทศสมาชิกที่ต้องการจะเป็นเจ้าภาพในการจัดงานการประชุมจะจัดส่งตัวแทนของสมาคมเข้าร่วมการประชุม เพื่อขอเป็นเจ้าภาพในการจัดงานในประเทศตน

แต่ในบางกรณีในประเทศที่ได้รับมอบหมายเป็นผู้จัดการประชุมไม่สามารถปฏิบัติภารกิจได้ ประเทศสมาชิกที่มีความสนใจอาจเสนอตัวเพื่อให้สมาชิกพิจารณาตามรูปแบบการจัดการประชุมในวิธีที่ 2

ขั้นตอนต่อไป เป็นขั้นตอนการเตรียมงานการประชุมซึ่งค่อนข้างซับซ้อน และมีหน่วยงานและองค์กรเกี่ยวข้องหลายหน่วยงานนอกเหนือจากหน่วยงานที่เป็นเจ้าภาพการจัดประชุม อาทิเช่น ผู้จัดงานมืออาชีพ PCO (Professional Convention Organizer) ซึ่งจะเป็นผู้รับผิดชอบการเตรียมและจัดการประชุมทั้งหมด โดยทำหน้าที่ประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิเช่น สถานที่จัดการประชุม (Venue) โรงแรม (Accommodation) ผู้จัดการขนส่ง (Transportation) ผู้รับเหมา (Contractor) รวมถึงหน่วยงานภาครัฐต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง กรมศุลกากร

สำหรับประเทศไทยปัจจุบันภาครัฐได้เล็งเห็นความสำคัญ จึงได้ให้การสนับสนุนในการประมูลเพื่อให้ได้เป็นเจ้าภาพในการจัดงาน โดยมีหน่วยงานที่มีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนตัวแทนสมาคมที่เข้าร่วมประมูล ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยโดยกองการประชุมนานาชาติ (Tourism Authority of Thailand) สมาคมส่งเสริมการประชุมนานาชาติ (ไทย) (Thailand Incentive and Convention Association) ทั้งสองหน่วยงานให้การสนับสนุนทางเชิงวิชาการ เทคนิคและงบประมาณ ในการเตรียมเอกสารเผยแพร่ จัดทำวีดีโอประกอบ และสไลด์ มัลติมีเดีย สำหรับ บริษัท การบินไทย (มหาชน) จำกัด มีบทบาทค่อนข้างชัดเจนและแตกต่างจากสองหน่วยงาน คือ เป็นผู้ให้การสนับสนุนในส่วนของตัวโดยสารเครื่องบิน

โดยทั่วไปงานการประชุมส่วนใหญ่ต้องใช้ระยะเวลาเตรียมการอย่างน้อย 2 ปีขึ้นไป เนื่องจากมีความจำเป็นต้องประสานงานระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยเริ่มจากการประสานงานระหว่างตัวแทนสมาคม (ประเทศไทย) ที่ต้องการบริหารจัดการประชุมสมาคม การเริ่มกระบวนการทำการตลาดโดยเริ่มจากการประสานงานกับสมาคมเพื่อแสดงความสนใจและจุดยืนตลอดจนบทบาทของประเทศไทยในการส่งเสริมกิจกรรมของสมาคมต่างๆ ซึ่งต้องการการเตรียมการนำเสนอต่อสมาชิกสมาคม การสร้างความมั่นใจในการบริหารจัดการประชุมโดยการเชิญผู้แทนของสมาคมเพื่อตรวจสอบความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานในการบริหารจัดการประชุม ตลอดจนการรับรองในรูปแบบอื่นๆ ที่จำเป็น ซึ่งต้องอาศัยการประสานงานระหว่างหน่วยงานภาครัฐและการสนับสนุนด้านนโยบาย นับได้ว่าการบริหารจัดการประชุมเป็นกิจกรรมที่มีความซับซ้อนด้านการตลาดและต้องการงบประมาณในการทำตลาดสูง ซึ่งภายใต้ภาวะปัจจุบันของเศรษฐกิจ การลงทุนทำการตลาดสำหรับการจัดการประชุมรายการหนึ่ง จำจะต้องมีความมั่นใจในระดับสูงกว่าจะมีโอกาสได้รับความเชื่อมั่นให้เป็นผู้รับดำเนินการ ซึ่งจะเป็นการแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของข้อมูลข่าวสาร และการประสานงานของหน่วยงานรัฐและสมาคมผู้เกี่ยวข้องที่จะต้องมีความเพิ่มขึ้น

การวิเคราะห์การดำเนินธุรกิจ Convention และบทบาทของภาครัฐที่เหมาะสมในเบื้องต้น การจัดการประชุมนานาชาติโดยภาพพจน์ของกิจกรรมแล้วถือเป็นกิจกรรมที่ดำเนินการในระดับสากล กล่าวคือเป็นการร่วมมือระหว่างประเทศต่างๆ ดังนั้นปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญคือความเชื่อมั่นและการสนับสนุนอย่างชัดเจนจากภาครัฐ ไม่ว่าจะเป็นการสนับสนุนโดยตรงจากภาครัฐบาลเองในกรณีของการประชุมองค์กรกลางของโลก หรือการประชุมระหว่างตัวแทนรัฐบาลในภูมิภาค อาทิ การประชุมกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (International Monetary Fund) หรือการสนับสนุนจากภาครัฐผ่านหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการประชุม (Event) นั้น อาทิเช่น สมาคมสากลต่างๆ ที่มีตัวแทนหรือสาขาของสมาคมในประเทศไทย ดังนั้น ภาพลักษณ์การสนับสนุนอย่างจริงจังของภาครัฐ จึงเป็นสิ่งสำคัญที่สุดของความสำเร็จในการจัดการประชุมนานาชาติ

นอกจากนี้การดำเนินธุรกิจการจัด Convention โดยทั่วไปจะเป็นงานขนาดใหญ่ และมีจำนวนผู้เข้าร่วมการประชุมเป็นจำนวนมาก ผู้ที่จัดการประชุมส่วนใหญ่จะเป็นองค์กรหรือสมาคมในระดับนานาชาติ โดยผู้เข้าร่วมการประชุมมาจากสาขาอาชีพเดียวกันหรือคล้ายกัน เพื่อถกเถียงหรือแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน ทั้งนี้วิธีการขอรับเป็นเจ้าภาพจัดงานส่วนใหญ่จะใช้วิธีการประมูล และเมื่อศึกษาในด้านอุปสงค์และอุปทาน ผู้ใช้บริการ (Buyers) โดยมากจะเป็นสมาคมหรือองค์กรในระดับนานาชาติ สำหรับผู้ที่ใช้บริการทางด้านการจัด Convention ประกอบด้วยผู้จัดงานมืออาชีพ PCO (Professional Convention Organizer) ซึ่งจะเป็นผู้รับผิดชอบการเตรียมและ

จัดการประชุมทั้งหมด โดยทำหน้าที่ประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิเช่น สถานที่จัดการประชุม (Venue) โรงแรม (Accommodation) ผู้รับเหมา (Contractor)

ทั้งนี้เมื่อพิจารณาถึง โครงสร้างพื้นฐานต่างๆ และความมีมาตรฐานในการบริการ ในขณะนี้ จัดได้ว่ามีความงามพร้อมในการให้บริการ อย่างไรก็ตามก็ดีเนื่องจากในการจัดการประชุมนานาชาติในครั้งหนึ่งๆ จะมีผู้เกี่ยวข้องมากมาย ทำให้ต้นทุนการจัดการประชุมหรือการเตรียมการประชุม (Preparation and Operating Cost) สูงมาก นอกเหนือจากการที่ค่าใช้จ่ายในการเสนอตัวเพื่อรับจัดการประชุม (Marketing Cost) ซึ่งสูงมากอยู่แล้ว ภาครัฐจึงควรมีบทบาทในการสนับสนุน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านงบประมาณการดำเนินการหรือในประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. การสนับสนุนด้านนโยบายและงบประมาณ เนื่องจากกิจกรรมการจัดการประชุมนานาชาติ จะนำประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจและสังคม เป็นการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศสู่สากลโลก (National Image PR) ตลอดจนเป็นการสร้างโอกาสให้เกิดการพัฒนาด้านวิชาการในสายวิชาชีพของสมาคมต่างๆ ในประเทศไทย แม้ว่าประโยชน์ดังกล่าวจะไม่ได้แสดงผลในเชิงรูปธรรมในระยะสั้นดังเช่น ผลตอบแทนของกิจกรรมอื่นใน MICE

เมื่อพิจารณาประเทศที่เป็นคู่แข่งหลักในภาคพื้นเอเชียแปซิฟิกของประเทศไทยในการจัดการประชุม อาทิ ญี่ปุ่น ฮองกง และสิงคโปร์ ซึ่งล้วนแล้วแต่ให้การสนับสนุนทั้งในเชิงนโยบายและการเงิน ทำให้ต้นทุนการดำเนินการต่ำกว่าประเทศไทย

นอกจากนี้ภาครัฐอาจมีนโยบายส่งเสริมให้ตัวแทนสมาคมในประเทศไทย ได้มีส่วนร่วมในการดึงการประชุมเข้าสู่ประเทศไทย จากเดิมซึ่งตัวแทนสมาคมต่างๆ นิยมไปร่วมการประชุมในต่างประเทศมากกว่า

2. การกำหนดกรอบกฎระเบียบที่เอื้ออำนวยต่อการจัด Convention ในการจัดการประชุมต้องอาศัยการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง และในปัจจุบันกฎระเบียบต่างๆ ยังเป็นอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะการอำนวยความสะดวกต่อผู้เข้าร่วมประชุมจากนานาชาติ ดังนั้นหากสามารถกำหนดกรอบกฎระเบียบที่เอื้ออำนวยต่อการจัด Convention จะเป็นการช่วยส่งเสริมธุรกิจการจัดการประชุม

3. การสนับสนุนทางด้านการจัดเตรียมอุปกรณ์ประกอบเพื่อเตรียมการประชุม อาทิเช่น สิ่งพิมพ์เผยแพร่ สไลด์มัลติมีเดีย หรือภาพยนตร์ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการจัดเตรียมการประชุมเพื่อแข่งขันกับประเทศอื่นๆ ทั้งนี้ควรมีหน่วยงานกลางเป็นผู้จัดเตรียมและ

จัดเก็บ อีกทั้งให้การสนับสนุนทางด้านเทคนิค ด้านงบประมาณ หรือทางด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเตรียมการประชุม เป็นต้น

4. การสร้างรากฐานข้อมูลการประชุมนานาชาติ (International Convention Database) เนื่องจากการจัดการประชุมนานาชาติเป็นการดำเนินการที่ต้องอาศัยการเตรียมการล่วงหน้าอย่างน้อย 2-3 ปี โดยกระบวนการตลาดนั้นจะต้องดำเนินการโดยทันทีหลังจากทราบกำหนดการเบื้องต้นของการจัดการประชุมที่ประเทศไทยมีศักยภาพในการรับเป็นผู้จัด การทราบข้อมูลข่าวสารที่ทันต่อเหตุการณ์จะเป็นการสร้างโอกาสในการรับเป็นผู้จัดประชุม นอกจากนี้จะยังช่วยในการจัดลำดับความสำคัญของงานประชุมตามความเป็นไปได้ ซึ่งจะเป็นการช่วยใหเกิดการใช้งบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพของภาครัฐ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสภาพการณ์เศรษฐกิจในปัจจุบัน

ข้อมูลข่าวสารนั้นนอกเหนือจากการรับจากสมาคมสากลต่าง ๆ ซึ่งจะต้องเสียค่าสมาชิกแล้วนั้น สมาคมวิชาชีพต่างๆ ของประเทศไทยจะต้องพัฒนาตนเองเป็นแหล่งข้อมูลของการประชุมนานาชาติที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมของสมาคมด้วยเช่นกัน

การวิเคราะห์ทางด้านผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการจัด Convention

1. ในด้านวิชาการ มีการนำองค์ความรู้ เทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาสู่ประเทศได้อย่างมหาศาล เนื่องจากการมีประชุมนานาชาติในประเทศไทยจะช่วยให้คนไทยในประเทศได้มีโอกาสศึกษาค้นคว้าความรู้ ความก้าวหน้าที่ทันต่อเหตุการณ์ของโลกได้อย่างกว้างขวาง โดยที่ไม่ต้องสูญเสียงบประมาณเพื่อเดินทางไปประชุมนอกประเทศ

2. การดำเนินธุรกิจการจัดการประชุมต้องอาศัยองค์ประกอบหรือสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ นอกเหนือจากหน่วยงานใหญ่ เช่น โรงแรม สถานที่จัดประชุม แต่ได้แผ่ไปถึงธุรกิจบริการในด้านอื่นๆ ที่เชื่อมโยงไปถึงทั้งภาคการผลิตและบริการ ซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์ในภาพรวม ทั้งทางด้านกระจายรายได้ไปในส่วนต่างๆ และยังก่อให้เกิดการสร้างงานในวงกว้าง นอกจากนี้ยังเป็นการสร้างโอกาสการพัฒนาทางวิชาชีพของหน่วยงานหรือสมาคมวิชาชีพที่เกี่ยวข้องกับการประชุมด้วย

3. จากสภาพภูมิอากาศอากาศของประเทศไทยที่เอื้ออำนวยให้สามารถจัดงานการประชุมได้ตลอดทั้งปี ซึ่งต่างจากประเทศที่มีอากาศหนาวจัดในฤดูหนาวที่ไม่เอื้ออำนวยต่อการจัดประชุม ดังนั้นหากธุรกิจการจัดการประชุมได้รับการส่งเสริมและพัฒนาอย่างเต็มที่ ก็จะนำไปสู่การ



สร้างอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่ถาวร (Permanent job) ไม่เป็นเพียงแต่การจ้างงานตามฤดูกาล (Temporary job) ดังเช่นการท่องเที่ยวทั่วไป (Leisure Tourism) ซึ่งขึ้นอยู่กับฤดูกาล

4. ถึงแม้ผู้ที่เข้าร่วมการประชุมจะมีวัตถุประสงค์ในทางธุรกิจ แต่หากผู้ที่เดินทางเพื่อประชุมมีความประทับใจและได้รับประสบการณ์ที่ดี จะเป็นแรงจูงใจให้เดินทางกลับเข้ามาอีกเพื่อการท่องเที่ยวหรือเป็นผู้ที่ช่วยประชาสัมพันธ์ชักชวนให้ผู้อื่นเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

5. นักท่องเที่ยว MICE มีแนวโน้มที่จะรักษาและอนุรักษ์สภาพแวดล้อม (Green Tourism) ได้ดีกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป

6. การสร้างโอกาสให้กับธุรกิจต่อเนื่อง เช่น โรงแรม ร้านอาหาร ภัตตาคาร และธุรกิจบริการอื่น ๆ ซึ่งก่อให้เกิดการกระจายรายได้และการสร้างงานในภาพรวม

7. การประชุมนานาชาติจะช่วยทำให้ประเทศที่เป็นเจ้าภาพได้รับภาพพจน์และการกล่าวถึงที่ดี อีกทั้งยังได้รับการกล่าวถึงในอนาคตอีกเป็นเวลานาน เป็นการประชาสัมพันธ์ประเทศอีกทางหนึ่ง ในแง่ของการที่จะได้รับการกล่าวขานถึงความชื่นชมที่ได้รับจากประเทศไทย เป็นการสร้างภาพพจน์ที่ดีของประเทศและช่วยประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมสร้างศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยวของประเทศ (สำนักบริการธุรกิจและที่ปรึกษาสถาบันทรัพย์สินทางปัญญาแห่งจุฬาฯ, 2542)

## 2.4 ความเป็นมาและความหมายของการจัดนิทรรศการ (Exhibition)

นิทรรศการ (Exhibition) เป็นส่วนหนึ่งของ MICE ที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากในปัจจุบัน ซึ่งในการจัดประชุมบางครั้งจะมีการจัดนิทรรศการเพื่อเผยแพร่ความรู้หรือสิ่งต่าง ๆ ประกอบการประชุมด้วย

Exhibition หมายถึง งานแสดงสินค้าหรือบริการเพื่อขายสินค้าและบริการให้กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายรวมทั้งเปิดให้ผู้เข้าชมทั่วไปได้เข้าร่วมงานด้วย แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

Trade Show : เป็นการแสดงสินค้าสำหรับผู้ประกอบการ

Consumer Show : เป็นการแสดงสินค้าสำหรับผู้บริโภค

ประเภทของนิทรรศการ

การจัดนิทรรศการในปัจจุบันที่ใช้กันอยู่ อาจจำแนกเป็น 3 ประเภท คือ

1. นิทรรศการถาวร (Permanent Exhibition) นิทรรศการถาวร เป็นการจัดที่แน่นอนตายตัว อยู่กับที่ มักจัดอยู่ ณ ที่แห่งเดียวเป็นเวลาค้างคานาน ๆ หรือตลอดไป หากมีโอกาสโยกย้ายบ้างก็เป็นเพียงบางส่วน หรืออาจจะสมเข้ามาใหม่ หรือขยายการจัดแสดงเพิ่มเติมขึ้น อีกตัวอย่างนิทรรศการถาวรเช่น พิพิธภัณฑ์ เป็นนิทรรศการเพื่อสาธารณชน จะได้ชมพิพิธภัณฑ์สาธารณะนั้น ถือว่าเป็นที่รวบรวม และจัดแสดงสิ่งต่าง ๆ โดยเฉพาะ วัตถุสิ่งของที่แสดงเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ สังคมศาสตร์ วิทยาศาสตร์ และ ศิลปะ เช่น พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ พิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์ เป็นต้น

2. นิทรรศการชั่วคราว (Temporary Exhibition) เป็นการจัดแสดงเรื่องราวเฉพาะกิจในโอกาสพิเศษบางโอกาส จัดขึ้นชั่วคราวแล้วก็เลิกไป จัดขึ้นตามโอกาส ตามกำลังทรัพย์ พิพิธภัณฑ์เองก็ยังจัดนิทรรศการประเภทนี้ขึ้นบ่อย ๆ เพื่อแสดงวัตถุหรือสิ่งของที่สะสมมาได้ใหม่ ๆ หรือหัวข้อที่ประชาชนบางกลุ่มสนใจ หรือในสิ่งที่มีนิทรรศการถาวรไม่มีนิทรรศการถาวร อาจใช้นิทรรศการชั่วคราวอุดช่องว่างการแสดงผลของตนเองหรือเสริมการแสดงผลที่จัดอยู่เดิม เป็นการสร้างความสนใจให้ประชาชนชมนิทรรศการถาวรที่จัดอยู่ เกรซ มอร์เลย์ กล่าวว่า "นิทรรศการชั่วคราวช่วยสร้างความสนใจให้คนมาชมสิ่งแปลกใหม่ เป็นการเชิญชวนผู้ชมกลุ่มใหม่ ๆ เข้ามาชมพิพิธภัณฑ์ไปในตัว เป็นการเชิญชวนที่สนับสนุนการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบอื่น ๆ เช่น เชิญประชุมชี้แจง การเปิดงาน ไปสเตอร์ การแถลงข่าวหนังสือพิมพ์ ออกรายการโทรทัศน์

3. นิทรรศการเคลื่อนที่หรือนิทรรศการสัญจร (Traveling Exhibition) เป็นการจัดนิทรรศการที่เปลี่ยนสถานที่จัดไป แต่เนื้อหายังคงเป็นเนื้อหาเดียวกัน นิทรรศการสัญจรเป็นการนำเอานิทรรศการเคลื่อนที่ไปหาผู้ชม แต่นิทรรศการถาวรนั้น ผู้ชมต้องเคลื่อนที่มาหา นิทรรศการ พิพิธภัณฑ์ทุกแห่ง มักเป็นเจ้าภาพของนิทรรศการเคลื่อนที่บ่อย ๆ พิพิธภัณฑ์แห่งชาติอาจจัดให้พิพิธภัณฑ์อื่น เช่น จากประเทศอื่น หรือต่างจังหวัด นำนิทรรศการเคลื่อนที่มาแสดงเพื่อเสริมนิทรรศการที่มีอยู่ของตน หรือเพื่อหาทุนมาช่วยเหลือการจัดนิทรรศการถาวรของตน โดยเก็บค่าชมเล็ก ๆ น้อย ๆ ข้อดีประการสำคัญของนิทรรศการสัญจรก็คือ สามารถเดินทางไปตามที่ต่าง ๆ เพื่อพบปะประชาชน เพื่อประกาศตนเองให้ผู้คนรู้จัก ดึงดูดความสนใจของคนเหล่านั้นให้มารวมกัน และทำเช่นนี้ไปทุก ๆ สถานที่ ที่ไปแสดง จากการเปลี่ยนการแสดงผลไปตามสถานที่ดังกล่าว นิทรรศการสัญจรจึงเป็นเครื่องมือที่ทรงศักยภาพหากจัดให้ดี มันจะสามารถนำมาซึ่งความรู้และความบันเทิงแก่คนจำนวนมากมาย นอกจากนี้ยังเป็นเครื่องมือชั้นเยี่ยมสำหรับส่งเสริมการขายและบริการอีกด้วย

## การวางแผนและการเตรียมการจัดนิทรรศการ

องค์ประกอบที่ควรคำนึงถึงในการวางแผนและเตรียมการจัดนิทรรศการนั้น มีลักษณะคล้ายกับการวางแผนและการเตรียมการจัดการประชุมซึ่งผู้จัดนิทรรศการอาจนำมาหลักการวางแผนและการเตรียมการจัดประชุมมาประยุกต์ใช้ในการจัดนิทรรศการก็ได้ อย่างไรก็ตามการจัดนิทรรศการ มีองค์ประกอบที่ต้องคำนึงถึงอยู่หลายประการที่สำคัญ ประกอบด้วย ผู้ชม เนื้อหา ขนาดของนิทรรศการ การออกแบบการจัด ค่าใช้จ่าย ระยะเวลาของการจัด ความร่วมมือจากชุมชน สิ่งของที่จะนำมาแสดงและการติดตั้ง ศิลปะการจัด การให้แสง เทคนิคการเสริมความน่าสนใจ และการประเมินผล ซึ่งสามารถอธิบายแต่ละองค์ประกอบได้ ดังนี้

- ผู้ชม การสื่อสาร ไม่ว่าจะรูปแบบใด จะได้ผลดีหรือไม่นั้นต้องอาศัยการวิเคราะห์ประชากรที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของสารนั้นอย่างรอบคอบ เพราะจะต้องจัดการให้สอดคล้องกับหลักจิตวิทยาของการรับรู้และหลักจิตวิทยาสังคมของกลุ่มผู้รับสาร ซึ่งมีอยู่ต่าง ๆ กัน การออกแบบนิทรรศการจะต้องออกแบบให้ผู้ชมที่เป็นเป้าหมาย รับรู้ได้ถูกต้องและง่าย ในด้านจิตวิทยาสังคม สิ่งที่จะจัดจะต้องสอดคล้องกับอารมณ์ ความรู้สึก ความต้องการของผู้ชม จึงจะได้ผลดีการจัดนิทรรศการ ทำไมจึงต้องนึกถึงผู้ชมก่อน หมายถึงว่า ทำไมต้องรู้ว่า จะจัดให้ใครดู หรือผู้ดูเป็นใคร เนื่องจาก ผู้ชมเป็นลูกค้าและเพื่อกระตุ้นความต้องการของเขา ฯลฯ

- เนื้อหา เนื้อหาของการจัดนั้น ต้องนึกถึงผู้ชมว่า จะให้ประโยชน์แก่ผู้ชมแค่ไหน พิจารณาเนื้อหาที่จะจัดนั้นว่า มีวิธีการนำเสนอเนื้อหานั้น ได้ดีกว่าการจัดนิทรรศการหรือไม่ ถ้าจัด จะหาสิ่งของมาแสดงตามเนื้อหาได้หรือไม่ การจัดนิทรรศการใหญ่ ๆ ทั้งหลาย บ่งให้เห็นว่า นโยบายของการจัด ได้แก่ความพยายามหลีกเลี่ยงเรื่องที่ บทความ หนังสือ หรือเอกสารประกอบภาพ หรือมีเนื้อหาที่นำเสนอบนเว็บไซต์ต่าง ๆ อยู่แล้ว สามารถอธิบายได้ดีเท่า หรือดีกว่า

## ขนาดของนิทรรศการ

นิทรรศการจะมีขนาดใหญ่หรือเล็ก ย่อมขึ้นอยู่กับเนื้อหาที่แสดง และบริเวณเนื้อที่ในการจัดที่มีอยู่ นอกจากนี้ก็ขึ้นอยู่กับช่วงเวลาในการจัด ตลอดจนเวลาและทุนรอนสำหรับดำเนินการ ซึ่งมีผลต่อนิทรรศการ เราอาจแบ่งนิทรรศการออกเป็น 3 ขนาด ดังนี้

1. Display เป็นการจัดนิทรรศการเล็ก ๆ น้อย ๆ เช่น จัดบอร์ด เผยแพร่ความรู้ นำสิ่งของมาตั้งวาง หรือจัดติดผนังที่ว่างตามห้อง โถง ที่ว่างทางเดิน ระหว่างอาคาร บริเวณใต้ถุนตึก เป็นต้น เป็นการจัดที่ไม่ใหญ่โตมากนัก

2. Exhibition เป็นการจัดที่ค่อนข้างซับซ้อน ใหญ่โตกว่า Display ครอบคลุมเนื้อหามากขึ้น การจัดกว้างขวางขึ้น เสมือนกับการนำเอา Display หลาย ๆ Display มารวมกัน มีเรื่องราวที่ต้องเรียนรู้มากขึ้น ใช้พื้นที่กว้างขวาง เช่น ในศูนย์การแสดงสินค้า สนามกีฬา บริเวณโรงเรียน มหาวิทยาลัย หรือสถานที่อื่นใดที่มีพื้นที่กว้างขวาง

3. Exposition หรือที่มักเรียกกันว่า “EXPO” เป็นการจัดนิทรรศการที่ ใหญ่โตมหึมาอาจเป็นระดับชาติ หรือนานาชาติ

#### การออกแบบการจัด

รูปแบบของการจัดนิทรรศการจะเป็นเช่นไร ย่อมขึ้นอยู่กับเนื้อหาของนิทรรศการเอง กับผู้ที่จะมาชม นิทรรศการเกี่ยวกับการแพทย์ การพยาบาล สาธารณสุข และย่อมแตกต่างจากนิทรรศการเกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ ๆ เช่น คอมพิวเตอร์ หรือเครื่องจักรกล เป็นต้น การออกแบบการจัดเป็นแบบใด ย่อมแล้วแต่เนื้อหาของเรื่อง และวัตถุประสงค์ของที่จะนำมาแสดง หัวข้อพิจารณาเพื่อวางแผนออกแบบการจัดที่ควรคำนึงถึง ได้แก่

1. สถานที่ จะต้องรู้ว่า จัดที่ไหน ถ้าเป็นในอาคารต้องรู้ว่า ตรงไหน ห้องใด มีเนื้อที่เท่าใด ลักษณะพื้นห้องเป็นอย่างไร อยู่กลางอาคาร หรือหัวอาคาร มีประตูเข้า ออกอย่างไร ทิศทางของแสงที่เข้ามาทางประตู หน้าต่าง เป็นอย่างไร (หากเป็นเวลากลางวัน)

2. ลักษณะของเนื้อที่และการแบ่งส่วน อาจเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า สี่เหลี่ยมจัตุรัส หรือ สี่เหลี่ยมคางหมู สามเหลี่ยม หกเหลี่ยม ควรแบ่งส่วนอย่างไร จึงจะมีเนื้อที่ภายในเพียงพอกับการแสดงเรื่องราว

3. เส้นทางเดินของผู้ชม จัดทางเข้า-ออกให้ดี สิ่งที่น่าสนใจมากไม่ควรติดตั้งไว้บริเวณหัวเลี้ยวหรือที่แคบ ผู้คนจะแออัด สัตว์จรไม่สะดวก ควรคำนึงถึงที่ว่าง เพื่อให้คนเดินได้อย่างสบาย ถ้าเป็นจุดอับ ควรติดตั้งสิ่งที่แสดงไว้ในที่สูง ควรมีลูกศรบอกทางเดิน สิ่งของที่ต้องการวางในที่ต่ำ ควรวางในที่ที่มีบริเวณกว้าง ควรมีที่ว่างนอกเหนือจากช่องทางเดิน เพราะบางครั้งแทนที่ผู้ชมจะเคลื่อนไปตามความพอใจของเขา แต่ต้องกลับกลายเป็นต้องเคลื่อนที่ไป เพราะถูกคนข้างหลังดัน จำเป็นต้องเคลื่อนไป ทั้ง ๆ ที่กำลังสนใจในสิ่งที่กำลังดูอยู่ ทำให้ไม่ได้รับความรู้ในสิ่งที่ต้องการ

4. ควรมีเก้าอี้ ม้านั่ง เพื่อให้ผู้ชมนั่งพัก เพราะอาจเหน็ดเหนื่อยเมื่อยล้าจาก การเดินชมนิทรรศการ และควรมีจุดบริการ เครื่องดื่ม หรืออาหารว่างไว้เพียงพอ พร้อมทั้งมี ที่นั่งขยะติดตั้งไว้ในที่อันควรและเพียงพอด้วย

#### ระยะเวลาของการจัดนิทรรศการ

หากเป็นนิทรรศการชั่วคราว มักจัดระหว่าง 1 - 7 วัน แต่บางอย่างอาจจัดหลาย เดือน ซึ่งขึ้นอยู่กับองค์ประกอบหลายอย่าง เช่น แหล่งที่จะได้วัสดุสิ่งของมาแสดง งบประมาณ บุคลากร โปรแกรม ฯลฯ เวลานั้น อาจรวมถึงเวลาในการเตรียมการติดตั้งและรื้อถอน รวมทั้งการเดินทาง เพราะมีผลต่อค่าใช้จ่ายทั้งสิ้น นิทรรศการใหญ่ ๆ ต้องใช้เวลาในการวางแผนติดตั้ง และขนย้ายมากพอสมควร

สิ่งของที่จะนำมาแสดงและการติดตั้งควรผ่านการพิจารณาในด้านคุณสมบัติบางประการเสียก่อน เพื่อให้การจัดนิทรรศการมีผลดีที่สุดเท่าที่จะคิดทำให้เป็นไปได้ การเลือกวัสดุสำหรับมาแสดงในนิทรรศการ ย่อมต้องพิจารณาว่าเรามีอะไรอยู่เท่าใด มีเนื้อที่สำหรับจัดเท่าใด ตลอดจน สิ่งอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับ วัสดุที่นำมาแสดงแบ่งกว้าง ๆ ได้ 2 ประเภทคือ วัสดุ 2 มิติ และวัสดุ 3 มิติ วัสดุ 2 มิติ เช่น ภาพต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นภาพถ่ายหรือภาพวาด แผนภูมิ แผนสถิติ แผนภาพ เป็นต้น วัสดุ 3 มิติ เช่น หุ่นจำลอง ของจริง ของที่ดองไว้

#### การติดตั้งวัสดุสิ่งของที่นำมาแสดง

สำหรับนิทรรศการแบบชั่วคราวหรือแบบเคลื่อนที่ หากทำเป็นคราว ๆ ไป ถือว่าดี หากคิดว่าทำแล้วจะปรับใช้ใน โอกาสอื่นได้ด้วย การออกแบบมักซับซ้อน คนที่ไม่รู้จักระบบการ ติดตั้ง อาจจะงง ทำให้เสียเวลาในการติดตั้งได้

การติดตั้งต้องให้ผู้ชมได้เห็นคุณสมบัติต่าง ๆ ได้ครบถ้วนตามวัตถุประสงค์ของผู้ จัด เช่น แสดงเหรียญ ต้องให้ผู้ดูได้เห็นทั้ง 2 หน้า เราจะมีวิธีการอย่างไรให้ผู้ดูได้เห็นเหรียญทั้งสอง หน้า จะใช้เหรียญ 2 อัน มาวาง แสดงทีละหน้า หรือนำเหรียญอันเดียวตั้งบนแท่น ที่มีมอเตอร์ หมุนได้รอบตัวอย่าง ช้า ๆ เป็นต้น

#### การประเมินผล

การประเมินผล อาจทำเป็นแบบสอบถาม โดยแจกผู้ชมให้ทำเครื่องหมาย หรือ กรอกข้อความสั้น ๆ ควรรออกแบบให้ง่ายที่สุด ให้ผู้กรอกได้รับความยุ่งยากน้อยที่สุด เช่น อาจให้ทำ



เครื่องหมายถูก หรือ วงกลม ในหัวข้อที่เขาเห็นด้วย หรือเห็นว่าเป็นจริง สำหรับข้อมูลของผู้ชม ก็แล้วแต่ว่า เราอยากจรรู้อะไรของเขา เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ เขาทราบข่าวการจัดนิทรรศการนี้ โดยทางใด (เช่น วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ จากเพื่อน ไปสเตอร์ หรือ อื่น ๆ )

การประเมินอาจจะประเมินเกี่ยวกับเรื่องของ เนื้อหา รูปแบบการจัด เช่น ผู้ชมได้รับความรู้จากนิทรรศการครั้งนี้ มากน้อยเพียงใด วัตถุประสงค์นำมาแสดงติดตั้งไว้เหมาะสมเพียงใด ทางสัญจรในนิทรรศการสะดวกเพียงใด สถานที่จำหน่าย บริการอาหาร เครื่องดื่มเพียงพอหรือไม่ เพียงใด ที่นั่งพัก เพียงพอหรือไม่เพียงใด ระยะเวลาของจัดเหมาะสมเพียงใด ความสะดวกในการเดินทางมาชมนิทรรศการ สะดวกเพียงใด ฯลฯ (จันทรา มาศสุพงศ์, 2540 หน้า 1-14, 102-136)

### 3. ทฤษฎีการบริหารและการจัดการ

#### ทฤษฎี POSCORB

P = Planning หมายถึง การวางแผนการดำเนินงานแต่ละหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดจัดการประชุมและนิทรรศการ (MICE)

O = Organizing หมายถึง การจัดการองค์กรให้มีความเหมาะสมกับลักษณะของให้บริการ

S = Staffing หมายถึง การบริหารงานบุคคลเพื่อให้เหมาะสมกับลักษณะงาน

CO = Co-Ordinating หมายถึง การติดต่อประสานงานกับหน่วยงานที่รับผิดชอบร่วมกัน หรือเกี่ยวข้อง

R = Reporting หมายถึง การรายงานผลของการปฏิบัติงาน ปัญหาที่เกิดจากการปฏิบัติงาน เพื่อรายงานต่อผู้บริหารหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง

B = Budgeting หมายถึง งบประมาณ การจัดสรรเงินที่ใช้ในการดำเนินงานให้คุ้มค่าและเหมาะสมกับขนาดของงาน

#### ทฤษฎี 4 M (ทรัพยากรในการจัดการ)

1.คน (Man) คือ ทรัพยากรที่ถือได้ว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญที่จะก่อผลสำเร็จให้กับกิจการได้อย่างมากทั้งปริมาณและคุณภาพ

2.เครื่องจักร (Machine) คือ เครื่องจักร อุปกรณ์ที่จัดหาและซื้ออย่างพิถีพิถันเพื่อใช้ปฏิบัติงานให้เกิดประโยชน์สูงสุดและคุ้มค่า

3.เงินทุน (Money) เป็นปัจจัยที่สำคัญในการให้การสนับสนุนจัดหาทรัพยากรเพื่อหล่อเลี้ยงและอำนวยความสะดวกให้กิจกรรมขององค์กรดำเนินไปได้อย่างไม่ติดขัด ซึ่งเงินทุนนี้มีทั้งระยะสั้น ระยะยาว รวมถึงราคาต้นทุนของเงิน คือ ดอกเบี้ยอีกด้วย

4.วัสดุตั้งของ (Material) เป็นปัจจัยที่ต้องจัดหามาใช้ในการดำเนินการผลิต หรือการบริการ

#### ทฤษฎี System Approach (วิธีระบบ)

ระบบ คือ ภาพส่วนรวมของโครงสร้างหรือของขบวนการอย่างหนึ่งที่มีการจัดระเบียบความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบต่าง ๆ ที่รวมกันอยู่ในโครงการหรือขบวนการนั้น

ระบบ เป็นกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ ที่ใช้ในการวางแผนและดำเนินการต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุผลตามจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้ วิธีการระบบมีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการ คือ

1. ข้อมูลวัตถุดิบ ( Input ) หมายถึง สิ่งต่างๆ ที่จำเป็นต้องใช้ในกระบวนการหรือโครงการต่างๆ เช่น ในระบบการเรียนการสอนในชั้นเรียน อาจได้แก่ ครู นักเรียน ชั้นเรียน หลักสูตรตารางสอน วิธีการสอน เป็นต้น ถ้าในเรื่องระบบหายใจ อาจได้แก่ จมูก ปอด กระบังลมอากาศ เป็นต้น

2. กระบวนการ ( Process) หมายถึง การนำเอาสิ่งที่ป้อนเข้าไป มาจัดกระทำให้เกิดผลบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการ เช่น การสอนของครู หรือการให้นักเรียนทำกิจกรรม เป็นต้น

3. ผลผลิต ( Output ) หมายถึง ผลที่ได้จากการกระทำในขั้นที่สอง ได้แก่ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียน หรือผลงานของนักเรียน เป็นต้น ผลที่ได้จากการกระทำในขั้นที่สอง การวิเคราะห์ระบบ (System Analysis)

4. การตรวจผลย้อนกลับ ( Feedback) หมายถึง การวิเคราะห์ระบบ เป็นวิธีการนำเอาผลที่ได้

ขั้นตอนของการวิเคราะห์ระบบ ( System Analysis ) ประกอบด้วย 8 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 ขั้นตั้งปัญหาหรือกำหนดปัญหา ในขั้นนี้ต้องศึกษาให้ถ่องแท้เสียก่อนว่าอะไรคือปัญหาที่ควรแก้ไข

ขั้นที่ 2 ขั้นกำหนดเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์เพื่อการแก้ไขปัญหานั้น ๆ ว่าจะให้ได้ผลในทางใด มีปริมาณและคุณภาพเพียงใดซึ่งการกำหนดวัตถุประสงค์นี้ควรคำนึงถึงความสามารถในการปฏิบัติและออกมาในรูปการกระทำ

ขั้นที่ 3 ขั้นสร้างเครื่องมือวัดผล การสร้างเครื่องมือนี้จะสร้างหลังจากกำหนดวัตถุประสงค์แล้วและต้องสร้างก่อนการทดลองเพื่อจะได้ใช้เครื่องมือนี้ วัดผลได้ตรงตามเวลาและเป็นไปทุกระยะ

ขั้นที่ 4 ค้นหาและเลือกวิธีการต่างๆ ที่จะใช้ดำเนินการ ไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ ควรมองด้วยใจกว้างขวาง และเป็นธรรมชาติ หลาย ๆ แง่ หลาย ๆ มุม พิจารณาข้อดีข้อเสียตลอดจนข้อจำกัดต่างๆ

ขั้นที่ 5 เลือกเอาวิธีที่ดีที่สุดจากขั้นที่ 4 เพื่อนำไปทดลองในขั้นต่อไป

ขั้นที่ 6 ขั้นการทำอง เมื่อเลือกวิธีการใดแล้วก็ลงมือปฏิบัติตามวิธีการนั้น การทดลองนี้ควรกระทำกับกลุ่มเล็กๆ ก่อนถ้าได้ผลดีจึงค่อยขยายการปฏิบัติงาน ให้กว้างขวางออกไปจะได้ไม่เสียแรงงาน เวลาและเงินทองมากเกินไป

ขั้นที่ 7 ขั้นการวัดผลและประเมินผล เมื่อทำการทดลองแล้วก็นำเอาเครื่องมือวัดผลที่สร้างไว้ ในขั้นที่ 3 มาวัดผลเพื่อนำผลไปประเมินดูว่า ปฏิบัติงานสำเร็จตามเป้าหมายเพียงใด ยังมีสิ่งใดขาดตกบกพร่อง จะได้นำไปปรับปรุงแก้ไข

ขั้นที่ 8 ขั้นการปรับปรุงและขยายการปฏิบัติงาน จากการวัดผลและประเมินผลในขั้นที่ 7 ทำให้เราทราบว่า การดำเนินงานตามวิธีการที่แล้วมานั้น ได้ผลตามวัตถุประสงค์หรือไม่เพียงใด จะได้นำมาแก้ไข ปรับปรุงจนกว่าจะได้ผลดีจึงจะขยายการปฏิบัติ หรือยึดถือเป็นแบบอย่างต่อไป (ธงชัย สันติวงศ์, 2545)

#### 4. ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุม/สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และเพื่อร่วมงานนิทรรศการ (MICE= Meeting, Incentive, Convention, Exhibition)

ในการจัดการประชุม/สัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และเพื่อร่วมงานนิทรรศการ เป็นการวางแผนการจัดงาน โดยรวบรวมผู้ประกอบการที่มีส่วนเกี่ยวข้องต่าง ๆ เพื่อให้งานมีความราบรื่นในทุก ๆ ภาคส่วน ดังต่อไปนี้

##### 4.1 ความเป็นมาและความหมายของผู้ประกอบการ (Entrepreneur)

###### แนวคิดการประกอบการ

เมื่อเจ้าของกิจการตั้งกิจการขึ้นมา ไม่ได้หมายความว่ากิจการแห่งนั้นจะเป็นกิจการแบบการประกอบการเสมอไป การประกอบการไม่เพียงแต่เจ้าของกิจการได้ทำการก่อตั้งธุรกิจขึ้นมาเท่านั้น แต่ยังมีอะไรที่อยู่นอกเหนือจากนั้นอีก แม้ว่าการก่อตั้งธุรกิจจะเป็นประเด็นสำคัญของการประกอบการ แต่ยังคงไม่ใช่ภาพที่สมบูรณ์พอ เนื่องจากในกิจการแบบการประกอบการต้องทำการค้นหาโอกาสยอมรับความเสี่ยงเพื่อการเติบโต และต้องอาศัยความสามารถในการนำความคิดเชื่อมโยงมุมมองต่างๆ ด้วยสายตาใหม่เพื่อสร้างสรรค์สิ่งต่างๆ ซึ่งมุมมองแบบการประกอบการนี้บุคคลต่างๆ สามารถพัฒนาและฝึกฝนตนเองได้ โดยมุมมองนี้อาจเกิดขึ้นได้ทั้งในกิจการแบบแสวงกำไรและไม่แสวงกำไร ตลอดจนในกิจกรรมต่างๆ ทั้งกิจกรรมทางธุรกิจและไม่ใช่วางธุรกิจ ถ้าสิ่งทีกระทำออกมานั้น มีจุดมุ่งหมายที่จะนำความคิดสร้างสรรค์ออกมาใช้ ดังนั้นการประกอบการจึงเป็นแนวความคิดในการนำนวัตกรรมมาผสมผสานเข้าไปในส่วนต่างๆ ของธุรกิจ จากที่กล่าวมา มุมมองแบบการประกอบการ จึงก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในวิถีทางธุรกิจในทุกระดับทุก ๆ ประเทศ

###### นิยามการประกอบการ

การประกอบการ ประกอบไปด้วยการทำในสิ่งต่างๆ ที่ไม่ใช่เป็นไปอย่างปกติธรรมดาทั่วไปในวิถีทางของงานประจำธุรกิจ แต่เป็นปรากฏการณ์ที่มาจากภาวะผู้นำที่มีมุมมองที่กว้างไกลออกไป

การประกอบการ คือ ชนิดของพฤติกรรม ซึ่งรวมถึง 1) การริเริ่ม 2) การจัดองค์การ หรือการองค์การใหม่ โดยใช้กลไกทางเศรษฐกิจสังคมเพื่อนำทรัพยากรและสถานการณ์ต่างๆ ไปสู่การปฏิบัติที่ก่อให้เกิดประโยชน์ และ 3) การยอมรับความเสี่ยงจากความล้มเหลว

การประกอบการ คือ กระบวนการแบบพลวัตในการสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มพูนความมั่งคั่ง ซึ่งความมั่งคั่งนี้ เกิดจากบุคคลผู้ซึ่งยอมรับความเสี่ยงในการลงทุนส่วนของเจ้าของ เวลา และ/หรืออาชีพของตนเองเพื่อสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์หรือบริการ โดยผลิตภัณฑ์หรือบริการอาจเป็นของใหม่หรือมีเอกลักษณ์หรือไม่ก็ได้ แต่คุณค่าต้องถูกสร้างขึ้นจากทักษะและทรัพยากรที่จำเป็นของผู้ประกอบการ

การประกอบการ ที่อธิบายโดยนักวิจัยและนักวิชาการมักอธิบายในรูปแบบต่างๆ เช่น ใหม่นวัตกรรม ความยืดหยุ่น พลวัต การสร้างและยอมรับความเสี่ยง สำหรับผู้เขียนจำนวนมากได้อธิบายว่า ส่วนสำคัญของการประกอบการเป็นการค้นหาและดำเนินตามโอกาส ผู้เขียนบางคนกล่าวว่า การประกอบการเกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์มูลค่า (Value Creation) กระบวนการริเริ่มหรือก่อตั้งธุรกิจใหม่เพื่อแสวงหากำไร กระบวนการในการจัดหาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ และจุดมุ่งหมายในการสร้างสรรค์มูลค่าเกิดจากองค์การของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลกลุ่มเล็กๆ ที่เป็นหุ้นส่วนกัน สำหรับนิยามอื่นๆ คือ กระบวนการในการสร้างความแตกต่างในคุณค่าบางสิ่งบางอย่างโดยอุทิศเวลาและความพยายาม ความเสี่ยงทางการเงิน จิตใจและสังคม เพื่อให้ได้รับผลลัพธ์ที่เป็นรางวัลที่เป็นตัวเงินและความพึงพอใจส่วนบุคคล นอกจากนี้ยังสามารถให้นิยามอื่นๆ ได้อีกมากมาย ดังนั้นจากนิยามที่กล่าวมาสามารถนำมากำหนดสาระสำคัญของการประกอบการ อันได้แก่ ผู้ประกอบการ (Entrepreneur) การสร้างสรรค์องค์การ (Organization Creation) กระบวนการ (Process) นวัตกรรม (Innovation) ความเป็นเอกลักษณ์ (Uniqueness) การเติบโต (Growth) การสร้างสรรค์มูลค่า (Value Creation) การแสวงหากำไรหรือไม่แสวงหากำไร (Profit or not-for-Profit) ซึ่งถ้าพิจารณาสาระสำคัญแต่ละประเด็นอย่างละเอียดจะทำให้เข้าใจนิยามของการประกอบการได้ดีขึ้น

สาระสำคัญประการแรกที่พบในนิยามการประกอบการได้ให้ความสำคัญกับบทบาทของผู้ประกอบการ ซึ่งไม่ต้องสงสัยเลยว่า ถ้าไม่มีบุคคลผู้ที่ตั้งใจจะทำอะไรเหมือนกับที่ผู้ประกอบการทำ ก็จะไม่มีการประกอบการ เนื่องจากผู้ประกอบการ คือผู้ที่ขับเคลื่อนกลไกและวิธีการทางธุรกิจในกิจการให้มีลักษณะแบบการประกอบการ ดังนั้นกิจการแบบการประกอบการจะเกิดขึ้นไม่ได้ ถ้าปราศจากผู้ประกอบการ

สาระสำคัญประการที่สองของนิยามการประกอบการ คือนวัตกรรม ดังนั้นการประกอบการจึงต้องเกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลง การปฏิวัติ การปฏิรูปและการนำเสนอวิธีการใหม่ๆ ผลจากนวัตกรรมดังกล่าว อาจเกิดขึ้นได้ทั้ง นวัตกรรมกระบวนการ (Process Innovation) จนก่อให้เกิดการพัฒนากระบวนการทำงานใหม่ๆ ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น และนวัตกรรมผลิตภัณฑ์



(Product Innovation) ที่ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ใหม่หรือผลิตภัณฑ์ปรับปรุง อาทิเช่น ที่ปิดฝาขวดที่ทำจากยางที่ยืดหยุ่น สำหรับปิดฝาขวดเครื่องดื่มที่ยังดื่มไม่หมดได้อย่างสนิท ซึ่งผลิตภัณฑ์นี้ไม่มีในท้องตลาดมาก่อน เหตุนี้ความต้องการของลูกค้าเฉพาะในกลุ่มนี้ จึงยังไม่ได้รับการตอบสนอง แต่เมื่อมีกิจการแห่งหนึ่งได้ทำการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่และพัฒนากระบวนการผลิตขึ้นมา หลังจากนั้นจึงมีผลิตภัณฑ์ในลักษณะนี้เกิดขึ้นมากมาย

สาระสำคัญประการที่สามของนิยามการประกอบการ คือการสร้างสรรค้องค์การอะไรคือสิ่งนี้? และอะไรที่ต้องทำร่วมกับการประกอบการ? ในการดำเนินงานโดยอาศัยนวัตกรรมและการสร้างสรรค์มูลค่าเพื่อแสวงหาประโยชน์จากโอกาส ผู้ประกอบการต้องใช้ความพยายามและการกระทำบางอย่างในการวางแผนและจัดองค์การ ซึ่งถ้าปราศจากการจัดองค์การอย่างสร้างสรรค์แล้ว การใช้ทรัพยากรเพื่อให้ได้รับประโยชน์จากโอกาสในการประกอบการก็จะจำกัดลง ดังนั้นนิยามการประกอบการจะต้องตระหนักถึงวิธีการจัดองค์การบางประการที่มีความจำเป็น

สาระสำคัญประการที่สี่ของนิยามการประกอบการ คือการสร้างสรรค้มูลค่า ซึ่งการสร้างสรรค้มูลค่าคืออะไร? ในการอธิบายหนึ่งให้ความหมายว่าวิธีการประกอบการ ผลิตภัณฑ์ใหม่ การบริการ ธุรกิจ เครื่องมือ ทรัพยากร เทคโนโลยี และตลาดที่สร้างสรรค์ขึ้นมาเพื่อก่อให้เกิดมูลค่าบางประการสู่ชุมชนหรือตลาด โดยอาศัยการประกอบการทำให้ทรัพยากรถูกแปรสภาพให้เป็นผลผลิต เช่น ผลิตภัณฑ์หรือบริการ กล่าวคือในระหว่างกระบวนการแปรสภาพนี้มูลค่าได้ถูกสร้างขึ้น เพราะผู้ประกอบการได้ใช้วิธีการบางอย่าง คุ่มค่าและมีประโยชน์สำหรับในอีกวิถีทางหนึ่งที่มีต่อทรสนะนี้ คือมูลค่าได้ถูกสร้างขึ้น จากการแลกเปลี่ยนทางการเงินเมื่อลูกค้าได้ทำการซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการจากกิจการของผู้ประกอบการ

สาระสำคัญประการที่ห้า ที่มักพบในนิยามของคำว่าประกอบการ คือการประกอบการนั้นสามารถดำเนินงาน ทั้งในสถานะองค์การแสวงหากำไรและองค์การไม่แสวงหากำไร แม้โดยทั่วไปมักยอมรับกันว่ากิจกรรมการประกอบการได้ดำเนินการเพื่อแสวงหากำไรอย่างไรก็ตามการประกอบการสามารถเกิดขึ้นได้ในหน่วยงานบริการสังคม องค์การศิลปะหรือองค์การไม่แสวงหากำไรประเภทอื่นๆ ได้เช่นกัน

สาระสำคัญประการที่หกของนิยามการประกอบการ คือการเติบโต ซึ่งถือเป็นความแตกต่างที่สำคัญระหว่างกิจการแบบการประกอบการกับธุรกิจขนาดย่อมอื่นๆ กล่าวคือกิจการแบบการประกอบการได้เน้นไปที่การเติบโต ดังนั้นการดำเนินงานจึงต้องเกี่ยวข้องกับการสร้างเติบโตให้กับธุรกิจและดำเนินการให้ได้รับประโยชน์จากโอกาสใหม่ๆ ที่เกิดขึ้น กิจการแบบการ

ประกอบการไม่ใช่กิจการที่หยุดนิ่งอยู่กับที่หรือหยุดอยู่ที่ตลาดเดียวหรือผลิตภัณฑ์เดียว ในการประกอบการต้องแสวงหาวิธีการในการขยายกิจการจากโอกาสอย่างต่อเนื่อง

สาระสำคัญของประการที่เจ็ดของนิยามการประกอบการ คือเอกลักษณ์ ในหลักการพื้นฐานของการประกอบการจะเกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงจากวงจรเดิม (Variation) โดยผู้ประกอบการจะจัดองค์ประกอบของทรัพยากรขึ้นใหม่เพื่อให้ทรัพยากรที่มีอยู่ผสมผสานกันอย่างเหมาะสมและนำวิธีการใหม่มาใช้ในกระบวนการทางธุรกิจ เพราะฉะนั้นธรรมชาติของการประกอบการจึงเน้นไปที่การสร้างความแตกต่าง ซึ่งต่างจากกิจการ โดยทั่วไปที่มักปฏิบัติในสิ่งที่ เป็นปกติวิสัย ดังนั้นโดยอาศัยการประกอบการ จึงก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์หรือมีวิธีการทางธุรกิจของตนที่เป็นเอกลักษณ์การประกอบการไม่ใช่การเลียนแบบในสิ่งที่ผู้อื่นทำ แต่เป็นการกระทำบางสิ่งบางอย่างขึ้นใหม่ บางสิ่งบางอย่างที่ไม่ได้ผ่านการทดลองมาก่อน หรือบางสิ่งบางอย่างที่เป็นเอกลักษณ์

สาระสำคัญประการสุดท้ายที่พบในนิยามการประกอบการ คือกระบวนการ ซึ่งมีคำจำกัดความง่ายๆ ได้แก่ “ชุดของการตัดสินใจและการกระทำที่ต่อเนื่องกัน” ด้วยเหตุนี้การประกอบการจึงไม่ใช่ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นเพียงครั้งเดียว แต่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา การประกอบการจึงเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจและการกระทำที่ต่อเนื่องกัน จากการเริ่มต้นก่อตั้งกิจการไปจนกระทั่งการจัดการเพื่อก่อให้เกิดกิจการแบบการประกอบการหรือแม้แต่การออกจากกิจการ

เมื่อได้ทำการประมวลสาระสำคัญที่พบในนิยามการประกอบการแล้ว ดังนั้นจึงสามารถกำหนดนิยามที่มีความสมบูรณ์มากขึ้น อันได้แก่ “กระบวนการที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลหนึ่งๆ ได้ใช้ความพยายามในการสร้างและทำให้ได้ประโยชน์จากโอกาสเพื่อสร้างสรรค์มูลค่าและการเติบโต อันเกิดจากการสนองความต้องการและความจำเป็นของลูกค้า โดยอาศัยนวัตกรรมและเอกลักษณ์

ในส่วนต่อไปจะทำการตรวจสอบวิวัฒนาการเกี่ยวกับการประกอบการ การที่ต้องศึกษาถึงอดีตที่ผ่านมา เพื่อให้สามารถทำความเข้าใจได้อย่างลึกซึ้งถึงทฤษฎะที่มีต่อการประกอบการในทุกวันนี้

#### 4.2 ความเป็นมาและความหมายของผู้ประกอบการระบบลอจิสติกส์ (Logistics)

การที่จะทราบถึงบทบาทและความสำคัญของการพัฒนาโลจิสติกส์ ก็จะต้องเข้าใจความหมายของโลจิสติกส์ (Logistics) ซึ่งอาจให้ความหมายกว้าง ๆ ได้ว่า หมายถึง “กระบวนการวางแผน การดำเนินงาน และการควบคุม การไหลเวียนของการเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการ รวมถึงการเก็บรักษาสินค้าและการกระจายสินค้า และข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ตั้งแต่จุดเริ่มต้นของการผลิต (Original Source) ไปสู่ผู้บริโภคคนสุดท้าย (Consumers Source) เพื่อตอบสนองความต้องการและความพอใจของลูกค้า” จากความหมายนี้ จะเห็นได้ว่าการจัดการโลจิสติกส์ครอบคลุมกิจกรรมตั้งแต่การบริหารการขนส่ง การบริหารวัสดุคงคลัง การบริหารคลังสินค้า การบริหารคำสั่งซื้อ การบริหารข้อมูล การบริหารการเงิน การจัดการวัตถุดิบ จัดซื้อบรรจุ และการบริหารอุปสงค์ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า การจัดการโลจิสติกส์คือ กระบวนการในการจัดหาสินค้าหรือบริการและการส่งมอบทันตามเวลาที่ลูกค้าต้องการ (Just In Time) ด้วยต้นทุนที่สามารถแข่งขันได้ หลักของการจัดการ โลจิสติกส์จึงอยู่ที่การสร้างความสัมพันธ์ในโซ่อุปทาน (Supply Chain Relationship) เพื่อให้เกิดการสื่อสาร (Communication) และการดำเนินงานที่ประสานกัน (Coordination) ระหว่างหน่วยงาน โดยกิจกรรมของการขนส่งในช่วงวิกฤติราคาน้ำมันจะเป็นกิจกรรมหลักอยู่ในระบบโลจิสติกส์ เพราะเป็นต้นทุนประมาณ 41-45% ของต้นทุนที่เกี่ยวข้องกับ โลจิสติกส์ โดยค่าใช้จ่ายด้านสินค้าคงคลัง (Inventory) จะประมาณ 45-47% ของต้นทุนรวมโลจิสติกส์ Transport Logistics จะเกี่ยวข้องกับโครงสร้างพื้นฐานคมนาคมขนส่ง ซึ่งเกี่ยวข้องกับภาครัฐ ดังนั้น ในด้านมหภาค จึงเน้นกระบวนการโลจิสติกส์ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างพื้นฐานคมนาคมขนส่ง จนดูเหมือนว่าโลจิสติกส์กับขนส่งเป็นเรื่องเดียวกัน ซึ่งความหมายของโลจิสติกส์ที่แท้จริงจะมีนัยที่กว้างกว่าความหมายของขนส่ง ทั้งนี้ความหมายที่ชัดเจนของโลจิสติกส์ยังมีข้อที่ถกเถียงกันอยู่มาก ยังไม่อาจหาข้อสรุปที่ลงตัวได้ โดยมีนักวิชาการและหน่วยงานทั้งของต่างประเทศและของไทยได้ให้ความหมายไว้หลายราย โดยจะขอยกตัวอย่างดังนี้

The Council of Logistics Management (CLM) สภาการจัดการโลจิสติกส์ ได้ให้ความหมายของโลจิสติกส์ไว้ดังนี้ “กระบวนการในการวางแผน ดำเนินการ และควบคุม ประสิทธิภาพ และประสิทธิผลในการไหลเวียนการจัดเก็บวัตถุดิบ สินค้าคงคลัง สินค้าสำเร็จรูป และสารสนเทศที่เกี่ยวข้องจากจุดเริ่มต้นไปยังจุดที่มีการใช้งาน โดยมีเป้าหมายเพื่อสอดคล้องกับเวลาและความต้องการของผู้บริโภค”

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2545, หน้า 1) ซึ่งได้รับมอบหมายให้เป็นหน่วยงานดูแลนโยบายของประเทศ ได้ให้ความหมายของ โลจิสติกส์ว่าหมายถึง

“การจัดการ การเคลื่อนย้ายของสินค้า บริการ ข้อมูลและการเงินระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค โดยต้องมีการวางแผนการปฏิบัติและการควบคุมที่มีประสิทธิภาพ โดยโลจิสติกส์จะต้องมีความเชื่อมโยงเกี่ยวกับโครงสร้างพื้นฐานเกี่ยวกับการคมนาคมขนส่ง ไม่ว่าจะเป็นทางรถไฟ ทางถนน ทางเรือ ทางอากาศ รวมถึงการขนส่งทางท่อ รัฐบาลจะต้องมีการสร้างโครงสร้างการขนส่งพื้นฐานสนับสนุนระบบโลจิสติกส์ให้มีภาวะเบียบ มีองค์กรบริหาร”

ธนิต โสรัตน์ (2547. หน้า 3) ได้ให้ความหมายว่า เป็นกิจกรรมหรือการกระทำใด ๆ เพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าและบริการ เพื่อก่อให้เกิดการเคลื่อนย้าย จัดเก็บ และกระจายสินค้า จากแหล่งที่ผลิต (Source of Origin) โดยกิจกรรมดังกล่าวจะต้องมีลักษณะเป็นกระบวนการแบบบูรณาการ โดยเน้นประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยมีเป้าหมายในการส่งมอบแบบทันเวลา (Just in Time) และเพื่อลดต้นทุนรวม โดยมุ่งให้เกิดความพอใจแก่ลูกค้า (Customers Satisfaction) และส่งเสริมเพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าและบริการ ทั้งนี้กระบวนการต่าง ๆ ของระบบ Logistics จะต้องมียุทธศาสตร์ปฏิบัติสัมพันธ์ที่สอดคล้องประสานกัน ในอันที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกัน

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2549. หน้า 9) ธุรกิจการคมนาคมขนส่ง เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นจากการเคลื่อนย้ายคนจากท้องถิ่นหนึ่งไปยังท้องถิ่นอื่นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ธุรกิจการคมนาคมขนส่งจึงเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญต่อการนำนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ที่ต้องการทั้งภายในและระหว่างประเทศควบคู่กับการคมนาคมขนส่ง การคมนาคมเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย ย่อมต้องส่งผลดีต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น เช่น ในกรณีของหมู่เกาะซีเชลล์ได้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่ได้รับความนิยมจากชาวยุโรป ภายหลังจากการก่อสร้างสนามบินนานาชาติเสร็จเรียบร้อยแล้ว ได้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่ได้รับความนิยมจากชาวยุโรปที่คนอาศัยแต่เพียงการคมนาคมทางน้ำเท่านั้น

โดยทั่วไประบบการขนส่งจะเกี่ยวข้องกับการขนส่งสินค้า และการขนส่งผู้โดยสาร แต่การขนส่งที่นับว่ามีอิทธิพลทางตรงต่อการท่องเที่ยว คือ การขนส่งผู้โดยสาร ซึ่งเกี่ยวข้องกับการขนส่ง 3 ประเภท คือ การขนส่งทางอากาศ ทางบก และทางน้ำ ได้แก่

1. การขนส่งทางอากาศ ในด้านการท่องเที่ยว การขนส่งทางอากาศมีองค์ประกอบหลัก 2 ประการ คือ

- สนามบิน โดยส่วนใหญ่เป็นการดำเนินงานโดยหน่วยงานของรัฐบาล เช่น ประเทศสิงคโปร์ ประเทศไทย หรือการดำเนินงานร่วมระหว่างรัฐบาลกลางกับรัฐบาลท้องถิ่น

เช่น ประเทศเยอรมนี หรือรัฐบาลท้องถิ่นร่วมบริหารกับเอกชน เช่น ที่มิลาน ประเทศอิตาลี และสายการบิน ซึ่งมีการให้บริการแตกต่างกัน คือ

- สายการบินที่บินแบบเที่ยวบินประจำ (schedule flight) คือ สายการบินที่ให้บริการในเส้นทางที่ได้รับอนุญาตจากรัฐบาล โดยกำหนดเที่ยวบินและเวลาบินเอาไว้เป็นตารางบินประจำแน่นอนในแต่ละปี สายการบินที่บินแบบเช่าเหมาลำ (charter flight หรือ non-schedule flight) คือ สายการบินที่บินแบบไม่ประจำ โดยเป็นการเช่าเหมาลำ ตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งติดต่อให้บริษัทนำเที่ยวเป็นคนกลางในการดำเนินการเช่าเหมาเที่ยวบินจากบริษัทที่ให้บริการเครื่องบิน และสายการบินที่ให้บริการแบบเช่าส่วนตัว (air taxi flight) คือ การให้บริการเช่าเฮลิคอปเตอร์ หรือเครื่องบินเล็กที่จุคนได้ระหว่าง 4-18 คน นักธุรกิจนิยมใช้บริการนี้ เพราะสะดวกเรื่องเวลาออกเดินทาง และสามารถลงจอดได้ในสนามบินแคบๆ ตามพื้นที่ หรือโรงงานต่างๆ ได้ ลักษณะการบินลักษณะนี้เป็นที่นิยมใช้บริการมากในยุโรป เช่น เส้นทางธุรกิจตอนกลางวัน ลอนดอน-ปารีส-บัสเซลส์-อัมสเตอร์ดัม-ลอนดอน ทั้งนี้เฉพาะในประเศอังกฤษ มีเครื่องบินที่ให้บริการแบบนี้ 350 ลำ ในยุโรปตะวันตก 1,300 ลำ

การขนส่งทางอากาศของจังหวัดเชียงใหม่มีทั้งหมด ดังนี้

- บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานกรุงเทพฯ โทร. 1566, 0-2280-0060, 0-2628-2000 สำนักงานเชียงใหม่ โทร. 053-210-210 ท่าอากาศยานเชียงใหม่ โทร. 053-270-222 [www.thaiairways.com](http://www.thaiairways.com)

- บริษัท บางกอกแอร์เวย์ จำกัด สำนักงานกรุงเทพฯ โทร. 0-2265-5555, 0-2265-5678 สำนักงานเชียงใหม่ โทร. 053-281-281-519, 053-276-176 [www.bangkokair.com](http://www.bangkokair.com)

- บริษัท แอร์เอเชีย เอวิเอชัน จำกัด สอบถามรายละเอียดได้ที่ 0-2515-9999 [www.airasia.com](http://www.airasia.com)

- บริษัท สายการบินนกแอร์ จำกัด สอบถามรายละเอียดได้ที่ 1318 [www.nokair.com](http://www.nokair.com)



## ตารางเวลาการบิน

สายการบิน	กรุงเทพฯ-เชียงใหม่	เชียงใหม่-กรุงเทพฯ
บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)	06.30-07.40 น. 14.50-16.00 น. 22.15-23.25 น.	08.25-9.35 น. 16.45-17.55 น.
บริษัท บางกอกแอร์เวย์ จำกัด	08.00-09.15 น. 12.25-13.40 น. 17.30-18.45 น.	14.20-15.30 น. 19.35-20.45 น.
บริษัท แอร์เอเชีย เอวิเอชั่น จำกัด	06.40-7.50 น. 10.55-12.00 น. 12.50-14.00 น. 15.20-16.30 น. 19.45-20.55 น. 20.40-21.50 น.	08.20-09.30 น. 12.30-13.40 น. 14.40-15.45 น. 17.05-18.15 น. 21.25-22.35 น. 22.20-23.30 น.
บริษัท สายการบินนกแอร์ จำกัด	09.20-10.30 น. 16.00-17.10 น.	11.00-12.05 น. 17.40-18.45 น.

(นับตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม 2552) (บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน), บริษัท บางกอกแอร์เวย์ จำกัด, บริษัท แอร์เอเชีย เอวิเอชั่น จำกัด และบริษัท สายการบินนกแอร์ จำกัด, 2552)

ท่าอากาศยานเชียงใหม่ สภาพโดยทั่วไป ท่าอากาศยานเชียงใหม่เป็นหนึ่งในหกสนามบินภายใต้การกำกับดูแลของ บริษัท ท่าอากาศยานไทยจำกัด (มหาชน) เช่นที่ได้กล่าวไว้ว่า ท่าอากาศยานเชียงใหม่เป็นประตูหลักสู่ดินแดนที่สวยงาม และเต็มอิมไปด้วยวัฒนธรรมทางภาคเหนือของประเทศไทย โดยมีบทบาทสำคัญในการช่วยส่งเสริม เรื่องของการท่องเที่ยวทั่วภูมิภาคตอนเหนือ โดยมีสายการบินบริการ 9 สายการบินผู้โดยสารมากกว่า 2,000,000 คนเที่ยวบินกว่า 15,000 เที่ยวบิน และบริการขนถ่ายสินค้ามากกว่า 16,000 ตัน

## 2. การขนส่งทางบก ประกอบด้วยการขนส่ง 2 ลักษณะ คือ

- การขนส่งทางถนน นับว่ามีบทบาทที่สำคัญมากต่อการท่องเที่ยวในปัจจุบัน ทั้งการขนส่งด้วยรถโดยสารสาธารณะ และด้วยรถยนต์ส่วนตัว การเดินทางในลักษณะนี้มีลักษณะเด่น คือ การได้เห็นทิวทัศน์สองข้างทาง และสามารถแวะเที่ยวตามจุดที่ต้องการได้

การขนส่งโดยรถยนต์มีเส้นทางกรุงเทพ - เชียงใหม่ ดังนี้

ใช้ทางหลวงหมายเลข 1 (พหลโยธิน) แยกเข้าทางหลวงหมายเลข 32 (สายเอเชีย) ผ่านอยุธยา อ่างทอง นครสวรรค์ หลังจากนั้นใช้ทางหลวงหมายเลข 117 ไปยังพิษณุโลก ต่อด้วยทางหลวงหมายเลข 11 ผ่านลำปาง ลำพูน ถึงเชียงใหม่ ระยะทางประมาณ 695 กิโลเมตร อีกทางหนึ่งคือจากนครสวรรค์ไปตามทางหลวงหมายเลข 1 ผ่านกำแพงเพชร ตาก และลำปาง ถึงเชียงใหม่ ระยะทางประมาณ 696 กิโลเมตร

การขนส่งโดยรถประจำทางของจังหวัดเชียงใหม่ มีทั้งหมดดังนี้

รถโดยสารประจำทาง มีรถโดยสารธรรมดาและรถโดยสารปรับอากาศของ บ.ข.ส. และของเอกชน ไปเชียงใหม่ทุกวัน แบ่งเป็นหลายเส้นทาง โดยจะมีรถออกจากสถานีขนส่งสายเหนือ ถนนกำแพงเพชร 2 ดังนี้

- บริษัท ขนส่ง จำกัด โทร. 0-2936-2852-66 สำนักงานเชียงใหม่ โทร. 053-241-449, 053-242-664

- ทันจิตต์ทัวร์ โทร. 0-2936-3210

- บริษัท นครชัยแอร์ โทร. 0-2936-3901, 0-2936-3355

- บริษัท นิวิริยะยานยนต์ทัวร์ โทร. 0-2936-2207

- สมบัติทัวร์ โทร. 0-2936-3355

- สหชาญทัวร์ โทร. 0-2936-2762

- บริษัท สยามเฟิสท์ทัวร์ โทร. 0-2954-3601-7

ตารางเวลาการเดินทางปรับอากาศ ภาคเหนือ

ตารางเวลาการเดินทางปรับอากาศ ม.4 (ก) VIP สองชั้น 32 ที่นั่ง

เส้นทาง	ค่าโดยสาร (บาท)	ระยะทาง (กม.)	ระยะเวลา (ชม.)	เวลาดำเนินทาง จากกทม.	เวลาปลายทาง ถึงกทม.
กรุงเทพฯ-เชียงใหม่	868	713	09.00	09.00	09.00
				20.00	20.00
				21.00	21.00

ตารางเวลาการเดินทางปรับอากาศ ม.1 (ข) ชั้นเดียว 40 ที่นั่ง

เส้นทาง	ค่าโดยสาร (บาท)	ระยะทาง (กม.)	ระยะเวลา (ชม.)	เวลาดำเนินทาง จากกทม.	เวลาปลายทาง ถึงกทม.
กรุงเทพฯ-เชียงใหม่	558	713	10.00	21.40	-

ตารางเวลาการเดินทางปรับอากาศ ม.4 (ข) สองชั้น 50 ที่นั่ง

เส้นทาง	ค่าโดยสาร (บาท)	ระยะทาง (กม.)	ระยะเวลา (ชม.)	เวลาดำเนินทาง จากกทม.	เวลาปลายทาง ถึงกทม.
กรุงเทพฯ-เชียงใหม่	558	713	09.00	23.00	20.00

ตารางเวลาการเดินทางปรับอากาศ ม.4 (ค) สองชั้น 55 ที่นั่ง

เส้นทาง	ค่าโดยสาร (บาท)	ระยะทาง (กม.)	ระยะเวลา (ชม.)	เวลาดำเนินทาง จากกทม.	เวลาปลายทาง ถึงกทม.
กรุงเทพฯ-เชียงใหม่	434	713	10.00	05.40	06.30
				07.25	09.00
				08.50	11.30
				10.30	14.00
				12.30	16.00
				14.30	18.00
				16.30	20.00
				19.50	21.00

กรุงเทพฯ-คอยเต่า- จอมทอง	419	687	10.30	19.30	18.30
-----------------------------	-----	-----	-------	-------	-------

อ้างอิงจาก : บริษัท ขนส่ง จำกัด ข้อมูลดังกล่าวอาจมีการเปลี่ยนแปลงตามระยะเวลา  
สามารถตรวจสอบได้ที่ : [www.transport.co.th](http://www.transport.co.th) หรือโทรศัพท์หมายเลข 0-2936-2841-48, 0-2936-  
2852-66 ต่อ 442, 311

การขนส่งโดยรถไฟของจังหวัดเชียงใหม่ มีทั้งหมดดังนี้

รถไฟ สามารถโดยสารได้ที่สถานีต้นทาง หัวลำโพง ไปยังสถานีปลายทาง จังหวัด  
เชียงใหม่ ดังนี้

ลำดับ	เลขขบวน	ประเภทรถ	ออกจากกรุงเทพฯ	ถึงเชียงใหม่
1	9	ด่วนพิเศษ	08:30	20:30
2	109	เร็ว	14:30	05:30
3	1	ด่วนพิเศษ	18:00	07:15
4	11	ด่วนพิเศษ	19:20	07:40
5	13	ด่วนพิเศษ	19:35	09:45
6	51	ด่วน	22:00	12:45

อ้างอิงจาก : การรถไฟแห่งประเทศไทย ข้อมูลดังกล่าวอาจมีการเปลี่ยนแปลง สามารถ  
ตรวจสอบได้ที่ [www.railway.co.th](http://www.railway.co.th) หรือหน่วยบริการเดินทาง หมายเลขโทรศัพท์ 1690, 0-2223-  
7010, 0-2223-7020 สถานีรถไฟเชียงใหม่ โทร. 053-242-094

การขนส่งทางรถไฟ การเดินทางท่องเที่ยวด้วยรถไฟเป็นอีกหนทางเลือกหนึ่งที่เป็นที่นิยม  
ของนักท่องเที่ยวที่ต้องการความปลอดภัยและตรงเวลา ในบางประเทศที่มีระบบรถไฟที่ดี การ  
เดินทางด้วยรถไฟสามารถนำมาเป็นจุดขายเส้นทางท่องเที่ยวที่สำคัญได้ เช่น รถไฟใต้ดินใน  
ประเทศอังกฤษที่มีเส้นทางเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในกรุงลอนดอน นอกจากนี้  
ผู้ประกอบการรถไฟซึ่งส่วนใหญ่คือหน่วยงานของรัฐ ก็อาจจัดรายการนำเที่ยวทางรถไฟให้แก่  
นักท่องเที่ยวเอง เช่น รายการนำเที่ยวน้ำตกไทรโยคน้อย จ. กาญจนบุรี ของการรถไฟแห่งประเทศไทย เป็นต้น

3. การขนส่งทางน้ำ เป็นอีกเส้นทางหนึ่งที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทาง โดยเป็นการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางน้ำ/ทางทะเล ทั้งในรูปแบบของการโดยสารสาธารณะ การเช่าเหมา และการซื้อรายการนำเที่ยวในบางประเทศ การท่องเที่ยวโดยการล่องเรือไปตามลำน้ำเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมและขึ้นชื่อ เช่น การนั่งเรือคอนโดล่าในประเทศอิตาลี, การล่องแม่น้ำเทมส์ในประเทศอังกฤษ, การล่องแม่น้ำเจ้าพระยาจากกรุงเทพฯ ไปจังหวัดพระนครศรีอยุธยา, การล่องเรือคูเกาะเกร็ด จ. นนทบุรี, การล่องเรือพายชมตลาดน้ำดำเนินสะดวกที่ จ. ราชบุรี เป็นต้น

การให้บริการขนส่งทางน้ำที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยทั่วไปมี 2 ลักษณะ คือ

- เรือท่องเที่ยวทางแม่น้ำ ลำคลอง มีลักษณะการบริการหลายประเภท ตั้งแต่เรือขนาดเล็กที่ให้บริการเที่ยวตามแม่น้ำ ลำคลอง, เรือข้ามฟาก, เรือขนานยนต์เพื่อใช้ขนส่งรถยนต์, ไปจนกระทั่งถึงเรือขนาดใหญ่ที่มีบริการอาหารยามค่ำคืน

- เรือท่องเที่ยวทางทะเล มีหลายขนาด และมีลักษณะการบริการหลายประเภท ตั้งแต่เรือประมงขนาดเล็กที่ปรับเปลี่ยนมาใช้ขนส่งนักท่องเที่ยวไปเกาะต่างๆ เรือเร็วไปจนกระทั่งถึงเรือสำราญขนาดใหญ่ (cruise) ที่มีการบริการที่พัก อาหารและความบันเทิงครบครัน

ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวทั่วโลกส่วนใหญ่จะนิยมใช้การขนส่งทางอากาศมากที่สุด เนื่องจากรวดเร็ว ประหยัดเวลา เป็นเส้นทางที่เหมาะสมสำหรับการเดินทางระยะไกล โดยเฉพาะการเดินทางระหว่างประเทศ ในขณะที่การเดินทางทางถนนก็เป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่นักท่องเที่ยวนิยมใช้ในสัดส่วนใกล้เคียงกับการเดินทางทางอากาศ ส่วนการเดินทางทางน้ำ และทางรถไฟยังเป็นที่นิยมต่ำกว่ามาก

#### การจัดการขนส่งผู้โดยสาร

การประกอบธุรกิจทุกชนิดไม่ว่าจะเป็นธุรกิจผลิตสินค้าหรือบริการ ล้วนต้องมีการจัดการเพื่อให้ธุรกิจดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพหรือสร้างกำไรให้แก่ธุรกิจมากที่สุด ในธุรกิจการขนส่งผู้โดยสารก็เช่นกัน ต้องมีการจัดการขนส่งผู้โดยสาร ซึ่งการจัดการขนส่งผู้โดยสาร หมายถึง กระบวนการแห่งความพยายามของกลุ่มคนหรือคณะบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป เพื่อปฏิบัติงานด้านการขนส่งผู้โดยสารตามเจตน์เจตน์อย่างมีประสิทธิภาพให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ เป้าหมายที่สำคัญที่สุดของการจัดการขนส่งผู้โดยสารก็คือ การทำให้เกิดระบบการขนส่งผู้โดยสารที่มีประสิทธิภาพ ฉะนั้นในการจัดการขนส่งผู้โดยสารจึงต้องมีผู้จัดการขนส่ง



ผู้โดยสารอันเป็นกลุ่มคนที่มีหน้าที่จัดการกิจการขนส่งผู้โดยสารให้สำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ผู้จัดการขนส่งผู้โดยสารมี 3 ระดับด้วยกันคือ ผู้จัดการระดับสูง ผู้จัดการระดับกลาง และผู้จัดการระดับต้น โดยผู้จัดการแต่ละระดับจะมีหน้าที่เน้นหนักแตกต่างกันไป เช่น ผู้จัดการระดับสูงจะเน้นหน้าที่ในการวางแผนและควบคุมงานขนส่งผู้โดยสาร ส่วนผู้จัดการระดับกลางและต้นจะเน้นหน้าที่ในการอำนวยความสะดวก การประสานงาน และการฝึกอบรมผู้ได้บังคับบัญชา เป็นต้น ในที่นี้จะทำการศึกษาถึงกระบวนการจัดการขนส่งผู้โดยสาร โดยเริ่มจากการวางแผนการขนส่งผู้โดยสาร การจัดองค์การการขนส่งผู้โดยสาร การบริหารงานบุคคลการขนส่งผู้โดยสาร การอำนวยความสะดวกขนส่งผู้โดยสาร และการควบคุมการขนส่งผู้โดยสาร

### การวางแผนการขนส่งผู้โดยสาร

การวางแผนการขนส่งผู้โดยสาร เป็นกระบวนการแรกของการจัดการขนส่งผู้โดยสาร ซึ่งการวางแผนการขนส่งผู้โดยสาร หมายถึง การพิจารณาอย่างกว้าง ๆ ในการกำหนดแนวทางที่จะดำเนินงานขนส่งผู้โดยสารไว้ล่วงหน้า โดยกำหนดวิธีการที่จะนำมาใช้ในการปฏิบัติจริง เพื่อให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่กำหนดไว้ จากคำนิยามพอจะสรุปได้ว่าการวางแผนการขนส่งผู้โดยสารประกอบด้วย ลักษณะสำคัญดังต่อไปนี้คือ

1. มีการใช้ความรู้และวิจรรณญาณมาวินิจฉัยเหตุการณ์ขนส่งผู้โดยสารในอนาคต
2. มีการกำหนดวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายทางการขนส่งผู้โดยสารเพื่อให้ทราบจุดมุ่งหมายในการดำเนินงานขนส่งผู้โดยสารอย่างแน่ชัด
3. มีการกำหนดวิธีการที่จะปฏิบัติในอนาคต เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานขนส่งผู้โดยสาร และป้องกันสิ่งที่ไม่ต้องการเกิดขึ้นในอนาคต
4. มีการกำหนดผู้รับผิดชอบที่จะปฏิบัติงานตามแผนขนส่งผู้โดยสาร
5. มีการใช้ทรัพยากรทั้งกำลังคน เงิน วัสดุ และเวลาอย่างมีประสิทธิภาพ

#### 4.3 ความเป็นมาและความหมายของผู้ประกอบการธุรกิจที่พักและโรงแรม (Accommodations)

พระราชบัญญัติผู้ประกอบการโรงแรม ปี 2499 ให้ความหมายของโรงแรมว่า หมายถึง “สถานประกอบการที่ให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม บริการที่หลับนอน และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ แก่นักเดินทาง ซึ่งเป็นผู้เต็มใจจ่ายเงินเพื่อแลกกับบริการต่าง ๆ สถานประกอบการเหล่านี้ไม่นับรวมถึงสถานที่พักบางประเภท เช่น โรงพยาบาล มหาวิทยาลัย อพาร์ตเมนต์ หรือ เรือนจำ”

พระราชบัญญัติโรงแรมของประเทศไทย ปี 2478 มาตรา 3 ให้ความหมายของ “โรงแรม” ว่าหมายถึง บรรดาสถานที่ทุกชนิดที่จัดตั้งขึ้นเพื่อรับสินจ้าง สำหรับคนเดินทางหรือบุคคลที่จะหาที่อยู่หรือที่พักชั่วคราว

อุตสาหกรรมโรงแรม (Hotel Industry) จัดให้บริการด้านที่พักเป็นหลักและให้บริการประเภทอื่น ๆ เป็นส่วนประกอบ ในการอำนวยความสะดวกแก่ผู้เข้าพัก รู้จักกันทั่วไปภายใต้คำว่า “โรงแรม” ซึ่งหมายถึง สถานที่พักแรม (Lodging)

##### ธุรกิจโรงแรมในไทย

เริ่มมีขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 4 มีโรงแรมที่เปิดกิจการอยู่ 3 แห่ง

1. Union Hotel
2. Fisher s Hotel
3. Oriental Hotel

ลูกค้าที่มาพักส่วนมากเป็นชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย ต่อมาเกิดไฟไหม้ยกเว้น Union Hotel ต่อมามีการสร้างโรงแรมตากอากาศขึ้นที่อ่างศิลา จังหวัดชลบุรี สำหรับบริการชาวต่างชาติที่ต้องการตากอากาศ

สมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (ร.5) มีการเปิดโรงแรม 8 แห่ง คือ

Union Hotel, Falck 's Hotel, Germn Hotel, Hamburg Hotel, Marine Hotel, Siam Hotel, Carter 's Hotel, Norfolk Hotel

โรงแรมทั้ง 8 แห่งมีบริการห้องพัก อาหารและเครื่องดื่มน่าสนใจและยังมีสถานที่สำหรับเล่นกีฬาไว้บริการ พ.ศ. 2419 นักเดินเรือชาวเดนมาร์ก 2 คน คือ จาร์ก และชาร์จ ได้ร่วมกันจัดตั้งโรงแรม โอเรียลเต็ลขึ้น และจัดว่าเป็นโรงแรมที่ทันสมัยที่สุดในสมัยนั้น เป็นโรงแรมแห่งแรกที่มีไฟฟ้าใช้ มีบริการต่างๆ ครบครัน และในปี พ.ศ. 2524 ได้รับยกย่องว่าเป็นโรงแรมชั้นนำอันดับหนึ่งของโลก

สมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว (ร.6)

พ.ศ.2460 พลเอกพระเจ้าบรมวงศ์เธอ พระองค์เจ้าบุรฉัตรไชยากร กรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน ซึ่งขณะนั้น ดำรงตำแหน่งผู้บัญชาการกรมรถไฟแผ่นดิน ทรงริเริ่มกิจการรถไฟเป็นพระองค์แรกและได้รับยกย่องว่าเป็นบิดาแห่งการโรงแรมไทย ทรงสร้างบังกะโลเรือนไม้ที่หัวหินเป็นโรงแรมชายทะเลแห่งแรกของประเทศไทย ปัจจุบันโรงแรมหัวหินให้เอกชนเช่าดำเนินการ

พ.ศ.2466 รัชกาลที่ 6 ทรงโปรดเกล้าให้ตัดแปลงวังพญาไทเป็นโรงแรมวังพญาไท เพื่อให้ชาวต่างชาติมาพักผ่อน และได้รับยกย่องว่าเป็นโรงแรมที่ทันสมัยและยอดเยี่ยมที่สุดในเอเชีย

พ.ศ.2470 สร้างโรงแรมเรสเฮาส์ สำหรับประชาชนที่หัวลำโพง มีขนาด 14 ห้อง และ สร้างโรงแรมทรอคคาเดโร เป็นโรงแรมเอกชนสร้างขึ้นที่ถนนสุรวงศ์ มี 45 ห้อง เป็นโรงแรมแห่งแรกที่มีเครื่องปรับอากาศและลิฟท์ใช้ในประเทศไทย เป็นโรงแรมที่หรูหราทันสมัย ปัจจุบันคือโรงแรมนิวยอร์กคาเดโร

สมัยพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวอานันทมหิดล (ร.8) ถึง ปัจจุบัน

สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ได้สร้างโรงแรมรัตนโกสินทร์และโรงแรมสุริยानนท ในปี 2485 เป็นที่รับรองแขกเมืองโดยให้บริการสังคม และต่อมาให้เอกชนดำเนินการต่อและเปลี่ยนชื่อจาก โรงแรมรัตนโกสินทร์เป็นโรงแรมรอยัล (Royal) และโรงแรมสุริยानนท เป็นโรงแรมมาเจสติก ปัจจุบันธุรกิจโรงแรมมีการพัฒนาเรื่อยมา มีการจัดบริการต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าสูงสุด มีการบริหารงานในระบบเครือข่ายมากขึ้นทั้งในรูปของเครือข่ายท้องถิ่น และเครือข่ายระหว่างประเทศมากขึ้น และมีการแข่งขันกันสูงขึ้นระบบมาตรฐานการบริการสูงขึ้น

การโรงแรมในประเทศไทยเริ่มขึ้นมาตั้งแต่สมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว หรือรัชการที่ 4 ซึ่งประชาชนมีการไปมาหาสู่กัน ชาวต่างชาติคนจีนที่เข้ามาที่สยามประเทศ ในเวลานั้นก็จะไปพักตามศาลาวัด ต่อมาเมื่อคณะทูตซึ่งมีสมเด็จพระราชโอรสเสด็จกลับจากยุโรป ก็ได้้นำแนวความคิดของการสร้างโรงแรมมาพัฒนา จนกระทั่งเมื่อหนังสือพิมพ์รายปีของ

หมอบรัดเลย์ (D.B.Bradley) ฉบับปี พ.ศ.2406 (ค.ศ.1863) ก็ได้มีข้อความประกาศเปิดโรงแรมเป็นครั้งแรกในประเทศไทยนั่นคือ ยูเนียน โฮเต็ล (Union Hotel) และบอร์ดดิ้ง โฮเต็ล (Boarding Hotel) ฉบับปี พ.ศ.2407 (ค.ศ.1864) ข้อความประกาศชื่อโรงแรมยูเนียน โฮเต็ล (Union Hotel), โอเรียนเต็ล (Oriental), ฟิชเชอร์ โฮเต็ล (Fisher's Hotel) ฉบับปี พ.ศ.2408 (ค.ศ.1865) ข้อความประกาศชื่อโรงแรมยูเนียน โฮเต็ล (Union Hotel) และโอเรียนเต็ล (Oriental) ฉบับปี พ.ศ.2409 (ค.ศ.1866) ข้อความประกาศชื่อโรงแรมยูเนียนโฮเต็ล (Union Hotel)

จนมาถึงสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว หรือรัชกาลที่ 5 มีการปรับปรุงโรงแรมครั้งใหญ่ให้มีความสะดวกสบายและหรูหรามากขึ้นกว่าเดิม มีการนำไฟฟ้าเข้าไปใช้ในโรงแรมเป็นครั้งแรกที่โรงแรมโอเรียนเต็ล มีการเปิดห้องอาหารภายในโรงแรมแบบเต็มระบบ และในรัชสมัยนี้เองธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยก็เฟื่องฟูขึ้น มีการเปิดโรงแรมต่างๆ มากมาย เช่น ในปี พ.ศ.2413 (ค.ศ.1870) มีโรงแรมเปิดใหม่ คือ Falck's German, Hamburg, Marien, Siam ในปี พ.ศ.2414 (ค.ศ.1871) Carter's, Norfolk

แต่โรงแรมทั้งหมดที่กล่าวไป สร้างขึ้นและบริหารงานโดยชาวต่างชาติทั้งสิ้น จนกระทั่งปี พ.ศ. 2465 พลเอกพระเจ้าบรมวงศ์เธอ พระองค์เจ้าบุรฉัตรไชยากร กรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน เป็นโอรสองค์ที่ 35 ของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ซึ่งเป็นผู้บัญชาการการรถไฟในสมัยนั้นได้สร้างโรงแรมหัวหินขึ้นมา เป็นโรงแรมที่สร้างขึ้นใกล้กับสถานีรถไฟ เป็นโรงแรมแรกที่สร้างขึ้นด้วยคนไทย มีคนไทยเป็นผู้บริหารงานและเป็นโรงแรมที่เป็นโรงแรมริมชายหาด ต่อมาเมื่อปีพ.ศ.2469 พลเอกเจ้าบุรฉัตรได้ดัดแปลงวังพญาไท ให้เป็นโรงแรมพญาไท (Palace Hotel) และปี พ.ศ.2470 ท่านก็สร้างโรงแรมราชธานีขึ้นมาด้วย ดังนั้น เจ้าบุรฉัตรไชยากร จึงเป็นพระบิดาแห่งการโรงแรมของประเทศไทย

#### ประเภทของโรงแรม (Hotel Classification)

นักทฤษฎีหลายคนพยายามจัดประเภทของที่พักรวมเข้าไว้ด้วยกัน โดยยึดตามปัจจัยหลัก ๆ อาทิ สถานที่ตั้ง จำนวนห้องพัก ราคาห้องพัก การบริการ หรือลักษณะเฉพาะของแต่ละโรงแรม อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจากลักษณะสำคัญพื้นฐานของโรงแรม สามารถแยกประเภทของโรงแรมตามลักษณะต่าง ๆ ได้ตามกลุ่มผู้เข้าพัก, สถานที่ตั้ง, ขนาด, สิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการ, อัตราค่าห้องพัก และความเป็นเจ้าของ

## 1. กลุ่มผู้เข้าพัก

นักเดินทางเพื่อพักผ่อนที่นิยมเดินทางในช่วงเทศกาลวันหยุด มักเลือกเข้าพักในโรงแรมตากอากาศ (Resort) ในขณะที่นักเดินทางเพื่อธุรกิจที่เดินทางเพื่อการค้าขายติดต่อธุรกิจเป็นหลัก มักจะเลือกเข้าพักโรงแรมในเมือง เพราะเอื้อประโยชน์ต่อการทำการค้าได้มากกว่า

ปัจจุบันมีโรงแรมจำนวนมากพยายามจำแนกและกำหนดกลุ่มลูกค้า เพื่อเปลี่ยนแปลงและปรับปรุงการบริการให้ตรงกับความต้องการของผู้เข้าพักให้มากที่สุด จึงมีประเภทโรงแรมเกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการลูกค้าเฉพาะกลุ่ม อาทิ โรงแรมเพื่อการประชุม (Convention Hotels), โรงแรมสำหรับการเล่นเกมพนัน (Casino Hotels), โรงแรมสำหรับแวะพัก (Transient Hotels), โรงแรมตากอากาศ (Resort Hotels), โรงแรมสำหรับพักระยะยาว (Residential Hotels, Extended-stay Hotels and All-suites)

## 2. สถานที่ตั้ง

การจัดกลุ่มโรงแรมตามสถานที่ตั้ง จึงจำแนกเป็น 4 ประเภทหลัก ๆ คือ

- โรงแรมในเขตเมือง มีกลุ่มผู้เข้าพักหลักคือ นักเดินทางเพื่อธุรกิจ เพราะสถานที่ตั้งเอื้ออำนวยต่อการติดต่อค้าขาย และสะดวกแก่การคมนาคม

- โรงแรมชานเมือง มีกลุ่มผู้เข้าพักหลักคือ นักเดินทางต่าง ๆ ที่ต้องการแวะพักผ่อนระหว่างการเดินทาง โรงแรมประเภทนี้ได้แก่ โรงแรมริมทางหลวง เป็นต้น

- โรงแรมตากอากาศ มีกลุ่มผู้เข้าพักหลักคือ นักเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว เพราะสถานที่ตั้งของโรงแรมมักจะอยู่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยว หรืออาจตั้งอยู่ในเขตเมือง แต่โรงแรมอาจออกแบบตกแต่งให้อาคารและบรรยากาศโดยรวมเป็นเสมือนสถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ซึ่งรายล้อมไปด้วยต้นไม้และสวนสีเขียว

- โรงแรมบริเวณสนามบิน มีกลุ่มผู้เข้าพักหลักคือ นักเดินทางทางอากาศที่จำเป็นต้องพักค้างแรมเพราะเหตุผลบางประการ เช่น เครื่องบินขัดข้อง

## 3. ขนาด

เกณฑ์การกำหนดขนาดของโรงแรมจะพิจารณาจาก “จำนวนห้องพัก” เป็นสำคัญ ดังนี้



- โรงแรมขนาดเล็ก หมายถึง โรงแรมที่มีจำนวนห้องพักทั้งหมดน้อยกว่า 100 ห้อง พบเห็นได้ง่ายตามต่างจังหวัดและแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ

- โรงแรมขนาดกลาง หมายถึง โรงแรมที่มีจำนวนห้องพักระหว่าง 100 ถึง 500 ห้อง พบเห็นได้ง่ายตามเขตชานเมืองและสถานที่ตากอากาศที่สำคัญ ๆ ของประเทศไทย

- โรงแรมขนาดใหญ่ หมายถึง โรงแรมที่มีจำนวนห้องพักทั้งสิ้นมากกว่า 500 ห้อง จัดเป็นโรงแรมระดับหรูหรามาก ตั้งอยู่ในเขตชุมชนและบนถนนสำคัญ ๆ เช่น โรงแรมริมแม่น้ำเจ้าพระยา โรงแรมบนถนนฟิฟต์อเวนิว มลรัฐนิวยอร์ก สหรัฐฯ

อย่างไรก็ตาม เกณฑ์ในการแบ่งขนาดของโรงแรมอาจไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับการกำหนดของแต่ละภูมิภาคหรือท้องถิ่น เช่น สำหรับทวีปเอเชีย โรงแรมขนาดใหญ่ในทวีปอาจหมายถึงโรงแรมที่มีขนาดจำนวนห้องพักตั้งแต่ 700 ถึง 1,000 ห้องขึ้นไป ขณะที่โรงแรมขนาดเล็ก หมายถึงโรงแรมที่มีจำนวนห้องพักตั้งแต่ 250 ห้องลงมา

#### 4. สิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการ

จำแนกเป็นกลุ่มใหญ่ ๆ ได้ 4 กลุ่ม ดังนี้

- โรงแรมที่เน้นบริการหรูหรา (Luxury Hotels) หมายถึงโรงแรมที่นำเสนอสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการที่หรูหราเหนือความคาดหมาย (Overexpectation) แก่ผู้เข้าพัก เช่น นำเสนอการบริการส่วนตัวในห้องพัก (Butler Service) บริการคืนห้องแบบด่วน (Express Check-out Service) บริการระบบควบคุมไฟฟ้าและโทรศัพท์ในห้องพัก (Control Panel) และบริการภัตตาคารชั้นเลิศ (Fine Dining Restaurant)

- โรงแรมที่เน้นบริการครบครัน (Full-service Hotels) หมายถึงโรงแรมที่จัดการบริการแบบมาตรฐานตามที่ผู้เข้าพักต้องการ เช่น บริการอาหารและเครื่องดื่มในห้องพัก (Room Service) และบริการซักรีด

- โรงแรมที่เน้นบริการจำเป็น (Budget Hotels) หมายถึงโรงแรมที่ค่อนข้างจำกัดการบริการ อาจมีเฉพาะบริการห้องพัก อาหารและเครื่องดื่ม และที่จอดรถเท่านั้น เหมาะสำหรับผู้เข้าพักที่เน้นความประหยัด เพราะอัตราค่าบริการไม่แพงมากนัก

- โรงแรมที่เน้นการบริการตนเอง (Self-catering Hotels) หมายถึง โรงแรมที่จัดให้บริการเฉพาะห้องพักเพียงอย่างเดียว โดยผู้เข้าพักอาจต้องนำอุปกรณ์การพักมาเอง เช่น หมอนและผ้าห่ม นอกจากนั้นยังต้องทำความสะอาดห้องพักและจัดหาอาหารและเครื่องดื่มรับประทานเอง โรงแรมประเภทนี้เป็นที่นิยมอย่างกว้างขวางในทวีปอเมริกาและออสเตรเลีย ตามภายใต้ชื่อที่เรียกกันทั่วไปว่า โมเต็ล (Motels), เกสต์เฮ้าส์ (Guesthouses) และ โฮสเทล (Hostels)

## 5. อัตราค่าห้องพัก

กองสถิติและการวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ใช้ปัจจัยด้านราคาห้องพักเป็นเกณฑ์ในการแบ่งกลุ่มโรงแรมออกเป็น 5 ระดับ เพื่อประโยชน์ทางสถิติในการศึกษาสถานการณ์ด้านโรงแรม (ปี 2543) ดังนี้

กลุ่มที่ 1 : ระดับราคาตั้งแต่ 2,500 บาทขึ้นไป

กลุ่มที่ 2 : ระดับราคาตั้งแต่ 1,500-2,499 บาท

กลุ่มที่ 3 : ระดับราคาตั้งแต่ 1,000-1,499 บาท

กลุ่มที่ 4 : ระดับราคาตั้งแต่ 500-499 บาท

กลุ่มที่ 5 : ระดับราคาต่ำกว่า 500 บาท

กลุ่มที่พักราคาประหยัด (Guesthouses)

## 6. ความเป็นเจ้าของ

การแบ่งประเภทโรงแรมตามความเป็นเจ้าของ เป็นการกำหนดประเภทของโรงแรมจากการครอบครองกิจการของบุคคลหรือกลุ่มคนกลุ่มหนึ่ง ตามการแบ่งลักษณะความเป็นเจ้าของได้ดังนี้

- กลุ่มโรงแรมเดี่ยว (Individual Ownership) โรงแรมใดก็ตามที่มีระบบการดูแลและควบคุมการบริหารงานโรงแรมโดยบุคคลคนเดียว ห้างเดียว หรือบริษัทเดียว เป็นโรงแรมที่ไม่มีสาขา

- กลุ่มเครือข่ายในประเทศ (Local-chain Ownership) โรงแรมประเภทนี้อยู่ภายใต้การควบคุมดูแลขององค์กรภายในประเทศ หรือบริษัทเอกชนท้องถิ่น มีจำนวน

โรงแรมในเครือมากกว่า 1 สาขา โรงแรมกลุ่มนี้ได้แก่ โรงแรมในเครืออมารี และโรงแรมในเครือเอเชีย

- กลุ่มเครือข่ายระหว่างประเทศ (International-chain Ownership)

โรงแรมกลุ่มบริษัทระหว่างประเทศ เป็นโรงแรมที่ได้รับการดูแลและบริหารโดยบริษัทเอกชนระหว่างประเทศที่ไม่เพียงแต่มีกิจการโรงแรมเฉพาะภายในประเทศของตน แต่ได้ขยายกิจการโรงแรมไปยังประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก เช่น โรงแรมในเครือดุสิตธานี โรงแรมในเครือฮิลตัน และโรงแรมในเครือแอกคอร์ด

ชนิดของโรงแรม

เป็นการกล่าวถึงรายละเอียดเฉพาะของลักษณะโรงแรมแต่ละแห่ง ดังนี้

### 1. โรงแรมธุรกิจ (Commercial Hotels)

โรงแรมธุรกิจเป็นโรงแรมที่ตั้งอยู่ในตัวเมืองหรือเขตชุมชนที่มีร้านค้าหรือบริษัทธุรกิจต่าง ๆ ตั้งอยู่อย่างหนาแน่น เป็นบริเวณซึ่งสะดวกต่อการทำธุรกิจของผู้เข้าพัก ประเภทนี้มุ่งขายห้องพักและบริการด้านธุรกิจต่าง ๆ เช่น บริการห้องจัดเลี้ยง ห้องประชุมและบริการศูนย์ธุรกิจ (Business Center Service) นอกจากนี้ยังจัดให้บริการด้านธุรกิจภายในห้องพักด้วย เช่น บริการหนังสือพิมพ์ กาแฟ โทรศัพท์ระบบรับฝากข้อความ เครื่องเล่นวีดีโอ ระบบเคเบิลทีวี ระบบเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต และบริการรถเช่า เป็นต้น

### 2. โรงแรมบริเวณสนามบิน (Airport Hotels)

หมายถึง โรงแรมที่ตั้งอยู่ใกล้กับสนามบิน โดยเฉพาะสนามบินนานาชาติ (International Airports) กลุ่มผู้เข้าพักส่วนใหญ่เป็นนักธุรกิจ เจ้าหน้าที่และลูกเรือของบริษัทสายการบิน และผู้โดยสารตกค้าง (Lay Over) นอกจากนี้ผู้จัดการประชุมหลาย ๆ ท่านก็นิยมเลือกใช้บริการของโรงแรมบริเวณสนามบินในการจัดการประชุม โดยมีวัตถุประสงค์หลักคือ เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาการจราจร และเพื่อเป็นการประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายของผู้เข้าร่วมประชุม

### 3. โรงแรมประเภทห้องชุด (All-suit or Extended Stay Hotels)

ห้องพักทั้งหมดภายในโรงแรมจะถูกออกแบบอย่างสะดวกสบาย และค่อนข้างหรูหราในรูปแบบของห้องชุดหรือห้องสวีท (Suite) คือมีห้องนอนและห้องพักผ่อน ซึ่งอาจดัดแปลงเป็นที่ประชุมหรือที่ทำงาน โดยจัดแยกออกจากกันอย่างเป็นสัดส่วน

#### 4. โรงแรมตามอากาศ (Resort Hotels)

หรือที่เรียกว่า “รีสอร์ท (Resort)” หมายถึง โรงแรมที่มีบรรยากาศธรรมชาติและทิวทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยวโดยรอบ มีกิจกรรมและการบริการต่าง ๆ เอื้อต่อการพักผ่อนหย่อนใจแก่นักท่องเที่ยว

#### 5. โรงแรมประเภทที่พักพร้อมอาหารเช้า (Bed and Breakfast Hotels)

โรงแรมชนิดนี้เรียกอย่างย่อว่า บีแอนด์บี (B&B) มีต้นกำเนิดมาจากประเทศอังกฤษและอีกหลาย ๆ ประเทศในทวีปยุโรป ซึ่งเจ้าของบ้านพักหรือเจ้าของอาคารขนาดเล็กบริเวณชานเมืองได้ดัดแปลงพื้นที่ใช้สอยของบ้านเป็นห้องพักหลาย ๆ ห้องสำหรับบริการแก่นักเดินทางที่ต้องการเข้าพักค้างคืน นิยมอย่างมากในหมู่นักเดินทางที่เน้นความประหยัด อัตราค่าห้องพักที่ขอมเยา อยู่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยว

#### 6. โรงแรมเพื่อการประชุม (Convention Hotels)

โรงแรมเพื่อการประชุม เป็นโรงแรมที่สร้างขึ้นเพื่อรองรับกลุ่มนักธุรกิจ โดยเฉพาะ โรงแรมชนิดนี้จึงมักจะมีจำนวนห้องพักมาก เพื่อให้เพียงพอต่อจำนวนนักธุรกิจหรือผู้เข้าประชุมที่มากตาม และมักจะมีจำนวนห้องประชุม พร้อมทั้งอุปกรณ์ด้านการประชุมที่ครบครัน อาทิ โปรเจกเตอร์ เครื่องฉายภาพ โต๊ะ เก้าอี้ บริการอาหารและเครื่องดื่ม บริการด้านธุรกิจ (Business Center) บริการรถรับ-ส่งระหว่างโรงแรมกับสนามบิน ฯลฯ อัตราค่าบริการมักคิดเป็นแบบเบ็ดเสร็จคือ เป็นราคาห้องพักรวมกับค่าอาหารและค่ารถรับส่ง เป็นต้น

#### 7. โรงแรมเพื่อการพนัน (Casino Hotels)

รู้จักกันดีในนาม “คาสिनอ” มีจุดเริ่มต้นจากการผสมผสานระหว่างบ่อนการพนันเข้ากับการบริการของโรงแรม เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักพนันหรือผู้เข้าพักที่ต้องการหาความสุขจากการพนัน การก่อสร้างขึ้นอยู่กับกฎหมายและระบบการปกครองของแต่ละประเทศ

#### 8. โรงแรมริมทางหลวง (Highway Hotels)

ลักษณะของโรงแรมมีขนาดเล็ก มีระดับชั้นของอาคารประมาณ 2-3 ชั้น มีบริการที่จอดรถกว้างขวาง และมีบริการอาหารและเครื่องดื่มที่จำเป็น มักตั้งอยู่ในจุดเชื่อมระหว่างเมืองใหญ่ ๆ ซึ่งเน้นความประหยัดและเรียบง่าย โดยผู้เข้าพักสามารถจอดรถยนต์ส่วนตัวบริเวณหน้าห้องพักของตน โดยไม่ต้องผ่านเข้าออกบริเวณห้องโถงด้านหน้าของโรงแรม

### 9. โรงแรมบ้านเล็ก (Lodge)

มีลักษณะเหมือนบ้านพักอาศัย มักตั้งอยู่ในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวหรือบริเวณนอกเขตเมือง เพื่ออำนวยความสะดวกด้านที่พักแก่นักเดินทางที่ต้องการทำกิจกรรมเฉพาะอย่างและเน้นบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ

### 10. บ้านรับรอง (Guest-houses)

บ้านรับรองหรือที่เรียกทับศัพท์ภาษาอังกฤษทั่วไปว่า “เกสต์เฮาส์” เป็นบ้านพักที่เกิดจากการจัดสรรพื้นที่ของบ้านให้เป็นห้องพักในจำนวนไม่มากนัก มักตั้งอยู่ในย่านชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยม อัตราค่าเช่าพักมีระดับกลางจนถึงต่ำ

### 11. บ้านพัก (Hostels)

กลุ่มผู้เข้าพักของบ้านพักหรือที่เรียกกันทั่วไปว่า “โฮสเทล” ส่วนใหญ่เป็นนักเดินทางวัยรุ่นที่เน้นเพียงความประหยัดและเรียบง่าย ทำให้บ้านพักเป็นทางเลือกของที่พักระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวที่ดีที่สุด

### 12. ไทม์แชร์ (Time-shares)

“ไทม์แชร์” หมายถึง โรงแรมที่กำหนดสถานะของผู้เข้าพักและเวลาในการเข้าพักคือ ผู้เข้าพักต้องเป็นสมาชิกโดยการซื้อสิทธิ์ช่วงเวลา ซึ่งโดยทั่วไปทางโรงแรมจะขายเวลาเป็นรายสัปดาห์ และสมาชิกต้องระบุช่วงวันและเวลา (ต้องไม่เกิน 1 สัปดาห์) ที่แน่นอนก่อนการเข้าพักเสมอ

### 13. คอนโดเทล (Condotels)

คอนโดเทล เป็นชื่อย่อของคำว่า “คอนโดมิเนียม (Condominium)” หมายถึง อาคารชุดกับคำว่า “โฮเทล (Hotel)” รวมกันหมายถึง สถานที่พักที่ห้องพักมีการออกแบบตามมาตรฐานของห้องพักในโรงแรม การดำเนินการกระทำระหว่างเจ้าของห้องพักกับเจ้าของอาคารชุดว่าจะอนุญาตให้เจ้าของอาคารชุดจัดสรรห้องพักของตนเป็นห้องพักชั่วคราวสำหรับบุคคลทั่วไป



#### 14. โรงแรมสปาและสุขภาพ (Spa and Health Hotels)

ปัจจุบันผู้คนทั่วโลกกำลังให้ความสนใจกับการเสริมสร้างสุขภาพ ด้วยการสรรหาสิ่งมีประโยชน์ต่าง ๆ เพื่อมาบำบัดและผ่อนคลายให้แก่อารมณ์และร่างกาย ธุรกิจโรงแรมจึงเล็งเห็นประโยชน์จากความนิยมดังกล่าวด้วยการเพิ่มกิจกรรมและบริการที่เกี่ยวข้องสุขภาพขึ้น เช่น บริการ สปาเสริมสวยเพื่อความงามและผ่อนคลาย นวดแผนไทย อาหารพลังงานต่ำ เครื่องดื่มสมุนไพร ห้องอบไอน้ำ หรืออ่างจากุซซี่ในห้องพัก

#### 15. โรงแรมบนเรือสำราญ (Cruise Hotels)

การดำเนินการขึ้นอยู่กับกำหนดการเดินทางของเรือเป็นสำคัญ อาทิ วันที่ทำการ ซึ่งจะเปิดให้บริการเฉพาะวันที่เริ่มต้นและสิ้นสุดการเดินทางตลอด 24 ชั่วโมง และกลุ่มผู้เข้าพักมีเพียงกลุ่มเดียวคือ กลุ่มคนที่ต้องการเดินทางตามกำหนดการทางเรือนี้เท่านั้น เรือสำราญบางลำจัดให้มีห้องประชุมและบริการธุรกิจ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่กลุ่มผู้พักสำหรับการทำงาน ประกอบกับการพักผ่อน

#### 16. โรงแรมบูติก (Boutique Hotels)

หมายถึง ธุรกิจที่พักขนาดกะทัดรัด มีจำนวนห้องพักไม่เกิน 100 ห้อง ออกแบบโดยใช้ศิลปะแนวร่วมสมัย (Contemporary) เน้นการตกแต่งด้วยวัสดุชั้นดีและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว (Theme)

นอกจากชนิดของโรงแรมข้างต้นแล้ว ยังมีสถานที่พักอีกหลากหลายชนิดที่มีลักษณะเฉพาะตัว แต่เป็นที่นิยมเฉพาะท้องถิ่นหรือภูมิภาค อาทิ ประเทศไทยมีสถานที่พักราคาประหยัด บริการแก่นักท่องเที่ยวทั่วไป ดังนี้

1. บังกะโล (Bungalow) หมายถึง สถานที่บริการที่พักแรมเป็นหลัก ๆ โดยโครงสร้างของที่พัคนั้นใช้วัสดุคงทน

2. กระท่อม (Cottage) หมายถึง สถานที่บริการที่พักแรมเป็นหลัก ๆ โดยโครงสร้างและองค์ประกอบที่พักรวมวัสดุคงทน

3. เรือนทัศนาจร (Tourist House) หมายถึง สถานที่บริการที่พักแรมเป็นเรือนแถวยาวต่อกัน

4. เรือนแพ (Raft House) เป็นที่พักที่ลอยอยู่ในน้ำ ทั้งที่สามารถเคลื่อนที่ไปตามลำน้ำได้และไม่ได้ ใช้วัสดุจำพวกไม้

5. โฮมสเตย์ (Homestays) หมายถึง สถานที่พักที่ให้บริการที่พักประกอบควบคู่ไปกับการสืบสานวัฒนธรรมไทยแก่ชาวต่างชาติ ในแบบฉบับชาวบ้านหรือชาวพื้นเมือง จัดเป็นที่พักราคาประหยัดคือ ประมาณ 100-500 บาทต่อคนต่อคืน (จารีตพิชญ์ ทากิ, 2549)

#### 4.4 ความเป็นมาและความหมายของผู้ประกอบการรักษาความปลอดภัย (Security)

ในพจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2542 ให้ความหมายของคำไว้ดังนี้

คำว่า “ภัย” แปลว่า สิ่งที่น่ากลัว อันตราย

“ความปลอดภัย” แปลว่า ความพ้นภัย

“รักษา” แปลว่า ระวัง ดูแล ป้องกัน สงวนไว้เสียยา

(surveillance protect prevent cure)

ดังนั้น “การรักษาความปลอดภัย” คือ การระวัง ดูแล ป้องกันให้พ้นจากภัย คือ ความเสียหาย (ต่อองค์กรหรือหน่วยงาน)

ภัยที่คุกคามต่อความปลอดภัย (Security Threat)

ภัย คือ การกระทำ หรือ เหตุ หรือ สภาพ ที่ทำให้เกิดความเสียหาย (คำว่า ภัย แปลว่า ความเสียหาย)

“การรักษาความปลอดภัย” หรือ “ความปลอดภัย” หรือ “ความมั่นคง” ในภาษาไทยนั้น ต่างแปลมาจากภาษาอังกฤษคำเดียวกัน คือ “security” และได้ถูกนำไปใช้ในหลายเรื่องหลายระดับ ทำให้มีความหมาย มีขอบเขตที่จะต้องมีการพิจารณาและ/หรือมีมาตรการที่จะนำไปใช้ในการปฏิบัติ ในรายละเอียดต่าง ๆ กัน ไปเฉพาะระดับ ได้แก่

1. ระดับชาติ เรามีสภาความมั่นคงแห่งชาติใช้ชื่อในภาษาอังกฤษว่า National Security Council มีหน้าที่พิจารณาแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่มีผลกระทบกระเทือนต่อความมั่นคงปลอดภัย ในเอกราชประชาธิปไตย หรือความสงบเรียบร้อยแห่งชาติที่มาจากภายนอกประเทศ เช่น ปัญหาการรุกรานจากต่างประเทศ ปัญหาชายแดน (ลาว กัมพูชา พม่า มาเลเซีย) ฯลฯ หรือมาจาก

ภายในประเทศ เช่น การแทรกซึมบ่อนทำลายจากฝ่ายตรงข้าม เช่น คอมมิวนิสต์ พวกก่อการร้าย แบ่งแยกดินแดน เป็นต้น โดยมีกองอำนาจการรักษาความปลอดภัยกลาง (กรป.กลาง) มีหน้าที่ต่อต้านการแทรกซึมและบ่อนทำลายจากฝ่ายตรงข้ามโดยการใช้การพัฒนาท้องถิ่นเป็นหลัก และมีกองอำนาจการรักษาความมั่นคงภายใน (กอ.รมน.) ดำเนินการใช้กำลังในการปราบปราม

2. ระดับหน่วยราชการ ทางราชการมีระเบียบว่าด้วยการรักษาความปลอดภัยแห่งชาติ พ.ศ.2517 กำหนดให้ส่วนราชการทั้งหลายมีหน้าที่รักษาความปลอดภัยโดยป้องกันความลับ ทรัพย์สิน และข้าราชการในส่วนราชการของตนให้พ้นจากการรบกวนของความลับ การจารกรรม การก่อวินาศกรรม การบ่อนทำลาย และการกระทำอื่นใดที่มีผลกระทบต่อความมั่นคงปลอดภัยแห่งชาติ โดยมีสำนักข่าวกรองแห่งชาติ (สขช.) เป็นองค์การรักษาความปลอดภัยฝ่ายพลเรือนและศูนย์รักษาความปลอดภัยกองบัญชาการทหารสูงสุด (ศรท.) เป็นองค์การรักษาความปลอดภัยฝ่ายทหาร แต่ละฝ่ายมีหน้าที่ให้คำแนะนำช่วยเหลือหน่วยงานต่าง ๆ ในสายงานของตน (คือ พลเรือนหรือทหารในการรักษาความปลอดภัย) และกำกับดูแล ตรวจสอบ พร้อมทั้งพิจารณาแก้ไขข้อบกพร่อง เพื่อให้ระบบการรักษาความปลอดภัยหน่วยงานได้ผลสมบูรณ์อยู่เสมอ

3. ในทางทหาร คำว่า การรักษาความปลอดภัยในทางทหาร โดยทั่วไปจะหมายถึงการระวังป้องกันหน่วยงานให้พ้นจากการกระทำทำให้เกิดความเสียหาย เช่น การโจมตีด้วยกำลังของข้าศึก การป้องกันการกระทำในทางลับจากข้าศึก หรือฝ่ายตรงข้ามที่จะกระทบกระเทือนความมั่นคงปลอดภัยของหน่วยงาน เช่น การจารกรรม การก่อวินาศกรรม และบ่อนทำลาย เป็นต้น ซึ่งเป็นกรอบเล็กลงมาจากระดับชาติ

4. ในธุรกิจเอกชน เช่น บริษัท ห้างร้านต่าง ๆ การรักษาความปลอดภัยมักจะเพ่งเล็งถึงการป้องกันภัย หรือป้องกันความเสียหายที่กระทบกระเทือน ต่อผลประโยชน์ (หรือผลกำไร) ต่อธุรกิจ ต่อองค์การ ของตน เช่น การทุจริตของพนักงาน การโจรกรรม การจารกรรม การก่อวินาศกรรม การบ่อนทำลาย อัคคีภัย และอุบัติเหตุที่ทำให้เสียหายต่าง ๆ

5. ในเรื่องความปลอดภัยส่วนตัวของประชาชน ได้แก่ การป้องกันภัยจากอาชญากรรม โจรผู้ร้าย ลักขโมย ปล้น แล้วก็ยังมีอุบัติเหตุต่าง ๆ เช่น อัคคีภัย อันตรายจากการใช้ไฟฟ้าไม่ถูกต้อง อุบัติเหตุการจราจร เป็นต้น เรื่องอุบัติเหตุนี้มี คณะกรรมการป้องกันอุบัติเหตุแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรีเป็นผู้รับผิดชอบบรรณรงค์เผยแพร่ความรู้ในการป้องกัน และการป้องกันอุบัติเหตุหรืออุบัติภัยนี้ ใช้คำว่า “การรักษาความปลอดภัย” เหมือนกัน ซึ่งไม่น่าจะถูกต้อง เพราะในภาษาอังกฤษ การป้องกันอุบัติภัย ใช้คำว่า “safety”

6. ในเรื่องอื่น ๆ ในทางการแพทย์เมื่อคนไข้สงบไม่กระวนกระวาย หมอจะใช้คำว่า “คนไข้มี security” ในทางเศรษฐกิจ การเงิน การธนาคาร และธุรกิจหลักทรัพย์ ตราสาร ซึ่งแสดงการเป็นเจ้าของ เช่น หุ้น พันธบัตร ก็เรียกว่า security ฯลฯ

ภัยนั้นมีอยู่มากมายหลายชนิด หลายรูปแบบหรือหลายชื่อเรียกขาน เช่น ลักขโมย ทุจริต ไฟไหม้ แผ่นดินไหว พายุพัด น้ำท่วม ฝนแล้ง ไฟฟ้า ขโมยความลับ วางระเบิด เคาโรงเรียน ยิงรถไฟ โดยขบวนการก่อการร้าย (ขจก.) โจรแบ่งแยกดินแดน เช่น พวกบีอาร์เอ็น พูโล หรือชื่อใหม่ว่า เบอร์ซาตู และยังมีโจรจำพวกอื่น ๆ อีกหลายชนิด ซึ่งสำนวนไทยรวมเรียกว่า โจรห้าร้อย ทั้งหมดนี้เป็นภัยทั้งสิ้น เพราะต่างก็ทำความเสียหายให้แก่องค์กรด้วยทั้งนั้น ภัยต่าง ๆ สามารถสรุปได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ ดังนี้

1. ภัยจากธรรมชาติ (natural disasters) เช่น ภัยจากน้ำท่วม ฝนแล้ง ไฟฟ้า แผ่นดินไหว ภูเขาไฟระเบิด เป็นต้น ภัยประเภทนี้ไม่มีคนหรือมาตรการใดป้องกัน หรือห้ามไม่ให้เกิดได้ ถ้าใครห้ามไฟฟ้า แผ่นดินไหว พายุพัดได้ คนนั้นไม่ใช่คน แต่เป็นเทวดา เพราะภัยจากธรรมชาติคนเราป้องกันไม่ให้เกิดไม่ได้ เราทำได้แค่เพียงวางมาตรการบรรเทาความเสียหายเมื่อภัยเกิดขึ้นแล้วเท่านั้น

หลักทั่ว ๆ ไปของการบรรเทาภัยธรรมชาติ บางชนิดอาจเริ่มจาก การเบี่ยงเบน เช่น ถ้าไม่ต้องการให้น้ำท่วมกรุงเทพฯ ก็ต้องทำเขื่อน ขุดคลองระบายน้ำออก ทำโครงการแก้มลิงตามพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวซึ่งจะต้องเป็นโครงการใหญ่ระดับชาติมีการประสานงานกันหลายฝ่ายหลายหน่วยงาน โดยมีรัฐบาลเป็นผู้รับชอบดำเนินการ ซึ่งช่วยเบี่ยงเบนภัยไปได้ ส่วนหนึ่งหรือระดับหนึ่ง ภัยธรรมชาติบางอย่างก็เบี่ยงเบนไม่ได้ เช่น แผ่นดินไหว พายุพัด ก็ต้องใช้หลักบรรเทาความเสียหาย ซึ่งก็จะต้องเริ่มตั้งแต่การออกแบบอาคารสถานที่ให้ต้านทานภัยเหล่านั้น ซึ่งก็จะทำได้เพียงบางส่วน หรือระดับหนึ่ง และจะต้องมีการจัดตั้งหน่วยเตือนภัย หน่วยช่วยเหลือฉุกเฉิน ขนย้าย รักษาพยาบาลต่าง ๆ ฯลฯ ถ้าเป็นองค์กรก็จะทำได้ภายในขอบเขตเพียงระดับหนึ่งเท่านั้น แต่ถ้าจะให้มีการป้องกันอย่างกว้างขวางจะต้องมีการปรึกษาหารือประสานงานกันในระดับรัฐบาล ซึ่งความรับผิดชอบดูเหมือนจะอยู่ที่การป้องกันฝ่ายพลเรือน (Civil Defence Division) กระทรวงมหาดไทย (หมายเหตุ : การปฏิรูประชาการแผ่นดินเมื่อ 1 ตุลาคม 2545 ยกฐานะและเปลี่ยนชื่อเป็นกรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย) ร่วมมือกับหน่วยงานอื่น ๆ อีกหลายหน่วยงาน เช่น กรมประชาสัมพันธ์ สภาอากาศ มูลนิธิต่าง ๆ ฯลฯ ในการบรรเทาทุกข์ หลังจากภัยเกิดขึ้นแล้ว

เรื่องภัยธรรมชาติและ การป้องกันจะอยู่นอกขอบเขตการรักษาความปลอดภัยที่จะกล่าวถึงต่อไปนี้อย่างไรก็ดี ผู้บังคับบัญชาผู้บริหารหรือผู้รับผิดชอบ องค์กรใด ๆ ก็จะต้องคิดถึงภัยนี้โดยหรือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้วยเหมือนกัน

## 2. ภัยจากการกระทำของคน (human acts) ซึ่งแยกย่อยออกไปได้อีก 2 ประเภท คือ

### 2.1 ภัยจากการกระทำของคนโดยไม่เจตนา หรือไม่ตั้งใจ (accidental acts)

ส่วนมากจะเกิดจากความประมาทเลินเล่อ รู้เท่าไม่ถึงการณ์ หรือพูดง่าย ๆ ตามภาษาชาวบ้านว่า ความเชื่อ ชุ่มช้ำม ชุ่ย รู้ไม่จริง หรืออวดรู้ของคนทำให้เกิดอุบัติเหตุ ภัยประเภทนี้มักมีลักษณะกระทำโดยเปิดเผย และไม่ตั้งใจ เช่น ทิ้งก้านบุหรี่ในถังขยะทำให้เกิดเพลิงไหม้ เสียบปลั๊กเตาต้มน้ำไฟฟ้าเปิดพัดลมแล้วลืมปิด ทำให้ไฟฟ้าลัดวงจรเกิดไฟไหม้ เป็นต้น การป้องกันภัยนี้จะเรียกว่า “การป้องกันอุบัติเหตุ (safety)” ภัยประเภทนี้ห้ามไม่ให้เกิดยากเหมือนภัยธรรมชาติและเพราะความชุกเกิดในใจคนเป็นนิสัยคน จะจัดยามเฝ้าถังขยะทุกใบ เพื่อป้องกันคนทิ้งก้านบุหรี่ก็เกินไป

ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ความรับผิดชอบของผู้บังคับบัญชา หรือผู้บริหาร องค์กรจะต้องวางแผน วางระเบียบปฏิบัติงาน และวางมาตรการควบคุม และคัดเลือกคนมาทำงานให้ถี่ถ้วน อบรมคนไม่ให้ประมาท

สำหรับผู้ที่อยู่ในองค์กรหรือหน่วยงานทุกคนไม่ว่าจะเป็นเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยโดยตรง หรือทำหน้าที่อื่นก็ตาม จะต้องคอยตื่นตัว สังเกตรายงาน และระงับความเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้นจากอุบัติเหตุด้วย

ส่วนหน่วยงานของทางราชการที่รับผิดชอบให้ความรู้ความเข้าใจและประสานงานในเรื่องนี้ก็คือ คณะกรรมการป้องกันอุบัติภัยแห่งชาติ (National Safety Council of Thailand : NSCT) สำนักนายกรัฐมนตรี งานของสำนักงานนี้เคยมีผลงานเป็นคำบรรยายออกทางวิทยุ และมี spot ออกโทรทัศน์เป็นประจำ ถ้าองค์กรใดต้องการทางวิทยุมาบรรยาย หรือต้องการเอกสารเผยแพร่ความรู้เรื่องอุบัติภัยก็ติดต่อขอไปได้

### 2.2 ภัยจากการกระทำของคนโดยเจตนา หรือตั้งใจ (criminal acts) ภัยประเภทนี้ผู้กระทำมักตั้งใจและปกปิดการกระทำของตน เพราะจะมีความผิดทางอาญา ภัยประเภทนี้เป็นภัยสำคัญที่คุกคามองค์กร และหน่วยงานต่าง ๆ อยู่ในปัจจุบันนี้ การป้องกันภัยนี้จะเรียกว่า การรักษาความปลอดภัย (security)



สำหรับคนภายนอกหน่วย ที่จะมากระทำให้เกิดความเสียหายโดยตั้งใจ นั้น เป็นหน้าที่โดยตรงของหน่วยรักษาความปลอดภัยขององค์กรจะต้องคอยป้องกันอยู่แล้วตามหน้าที่

แต่คนภายในหน่วยจะก่อภัยโดยตั้งใจนั้นอาจจะเกิดจากความไม่พอใจในงาน ความไม่ซื่อสัตย์ ซึ่งเป็นเรื่องของความคิด ทัศนคติ จุดอ่อน ปมด้อย ฯลฯ อันเนื่องมาจากกิเลส ความชั่วร้าย โลภะ โทสะ โมหะ ในใจก็ได้ หรือถูกยุแหย่ ปลุกระดม จากคนอื่น จึงเป็นความรับผิดชอบของผู้บังคับบัญชา หรือผู้บริหารองค์กรหรือหน่วยงานจะต้องคัดเลือกคนอย่างรอบคอบ เพื่อหาคนดีมาใช้งาน และคอยสังเกตพฤติกรรมของผู้ใต้บังคับบัญชาอย่างต่อเนื่อง เพื่อดูความเคลื่อนไหวหรือพฤติกรรมเบี่ยงเบนที่อาจจะเกิดขึ้น ซึ่งเป็นหน้าที่ตามปกติของผู้ที่เป็นผู้บังคับบัญชา หรือผู้บริหารองค์กรที่จะต้องทำอยู่แล้วในการปกครองบังคับบัญชาหรือบริหารคน

ส่วนผู้ที่มีหน้าที่รักษาความปลอดภัยโดยตรงก็จะต้องคอยสังเกตพฤติกรรม เหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้น ทำความเสียหายต่อองค์กรเพื่อรายงานข่าวต่อผู้บังคับบัญชาหรือผู้บริหาร เพื่อสั่งการหรือเข้าระงับเหตุให้ทันท่วงที่ไม่ให้เกิดความเสียหาย

ดังนั้นก่อนที่จะวางโครงการรักษาความปลอดภัยให้แก่องค์กร หรือหน่วยงานใดก็ตาม ผู้บริหารจะต้องศึกษา พิสูจน์ ตรวจสอบ ประเมินค่า หรือสำรวจ ภัยที่มีศักยภาพ ที่จะเกิดขึ้นและทำความเสียหายให้แก่องค์กรของตนเสียก่อนว่ามีอะไรบ้าง ให้ละเอียดถี่ถ้วนทุกแง่มุม เพื่อจะได้วางแผนป้องกันให้เหมาะสม ในการจัดประชุมสัมมนาที่เช่นเดียวกัน จะมีมาตรการในการดูแลรักษาความปลอดภัยตาม

มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมระบบการจัดการด้านการรักษาความปลอดภัย - ข้อกำหนดสำหรับการจัดประชุม สัมมนา และนิทรรศการ (มอก. 22300-2551)

สำหรับวัตถุประสงค์ของมาตรฐานฉบับนี้ ให้ใช้คำศัพท์ และ คำจำกัดความ ดังต่อไปนี้

### 1. การรักษาความปลอดภัย

บรรดามาตรการที่กำหนดขึ้น ตลอดจนการดำเนินการทั้งปวงเพื่อพิทักษ์รักษา และคุ้มครองป้องกันสิ่งที่เป็นความลับขององค์กร สิทธิทรัพย์สิน และบุคลากร ให้พ้นจากการรั่วไหล การจารกรรม การบ่อนทำลาย หรือการกระทำอื่นใดที่มีผลกระทบกระเทือนหรือเป็นภัยต่อองค์กร ที่เกิดการกระทำด้วยความตั้งใจ ไม่ตั้งใจ หรือที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ

## 2 การจัดการด้านการรักษาความปลอดภัย

กิจกรรม และวิธีการปฏิบัติที่เป็นระบบและมีการประสานงานกัน ในการที่องค์กรสามารถบริหารความเสี่ยง ผลกระทบ และภัยคุกคาม ที่อาจเกิดขึ้น

## 3 การประเมินความเสี่ยง

กระบวนการ โดยรวมของการชี้บ่ง วิเคราะห์ และประเมินความเสี่ยง

## 4 การประเมินจุดอ่อน

กระบวนการ ในการชี้บ่งและการประมาณจุดอ่อน

## 5 การประเมินผลกระทบ

กระบวนการในการวิเคราะห์ผลกระทบที่มีต่อสินทรัพย์ การทำงาน การบริการ สินค้า และความต่อเนื่องในการดำเนินการ

## 6 การประเมินภาวะวิกฤต

กระบวนการที่ถูกออกแบบมา เพื่อใช้ในการชี้บ่งและประเมินความเสี่ยงของสินทรัพย์ บนพื้นฐานของพันธกิจ หรือหน้าที่ที่องค์กร กลุ่มของประชาชนที่ได้รับความเสี่ยง หรือความสำคัญจากการถูกขัดขวางต่อการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง

## 7 การป้องกันอันตรายและภัยคุกคาม

กระบวนการ วิธีการปฏิบัติ เทคนิค วัสดุ ผลิตภัณฑ์ การบริการหรือทรัพยากร ที่ใช้ในการหลีกเลี่ยง ลด หรือควบคุมความเสี่ยง และภัยคุกคามทุกประเภท เพื่อลดผลกระทบทางด้านลบต่อการรักษาความปลอดภัย

## 8 การตรวจประเมินภายใน

กระบวนการที่เป็นระบบ เป็นอิสระ และจัดทำไว้เป็นเอกสาร ที่ดำเนินการโดยองค์กรเอง เพื่อให้ได้หลักฐานการตรวจประเมิน และ ทวนสอบหลักฐานการตรวจประเมินอย่างเป็นธรรม เพื่อตัดสินใจว่าระบบการจัดการด้านการรักษาความปลอดภัยที่กำหนดขึ้น มีการปฏิบัติเป็นไปตามเกณฑ์การตรวจประเมิน

## 9 การปฏิบัติการแก้ไข

การปฏิบัติการขจัดสาเหตุของความไม่สอดคล้องที่พบ

## 10 การปฏิบัติการป้องกัน

การขจัดสาเหตุของความไม่สอดคล้องที่อาจเกิดขึ้น

## 11 การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

กระบวนการที่เกิดขึ้นซ้ำ ๆ เพื่อให้ระบบการจัดการด้านการรักษาความปลอดภัย ดีขึ้น ทำให้บรรลุถึงการปรับปรุงผลการดำเนินงานด้านการรักษาความปลอดภัยโดยรวม และสอดคล้องกับนโยบายด้านการรักษาความปลอดภัย ขององค์กร

## 12 ขั้นตอนการดำเนินงาน

วิธีการที่กำหนดในการดำเนินกิจกรรม หรือกระบวนการ

## 13 ความไม่สอดคล้อง

การไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนด

## 14 ความต่อเนื่องในการดำเนินการ

ความสามารถเชิงกลยุทธ์และยุทธวิธีขององค์กร ในการวางแผนตอบโต้กับแต่ละเงื่อนไข สถานการณ์และอุบัติการณ์ เพื่อให้ดำเนินการต่อไปได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งความสามารถเหล่านี้ ต้องได้รับการยอมรับจากฝ่ายบริหารก่อน

## 15 ความเสี่ยง

โอกาสของการเกิดภัยคุกคาม ด้านการรักษาความปลอดภัย ทำให้เกิดผลตามมาที่ไม่พึงประสงค์

## 16 จุดอ่อน

จุดที่ง่ายต่อการรั่วไหล การจารกรรม การก่อวินาศกรรม การบ่อนทำลาย หรืออื่นๆ ทั้งทางกายภาพการปฏิบัติงาน เศรษฐกิจ ธุรกิจ ความถูกต้องตามกฎหมาย และความเสียหายอื่นๆ

### 17 นโยบายด้านการรักษาความปลอดภัย

ความมุ่งหมายและทิศทางโดยรวมขององค์กร ที่กำหนดอย่างเป็นทางการโดยผู้บริหารระดับสูง

### 18 บันทึก

เอกสารซึ่งแสดงผลสำเร็จ หรือเป็นหลักฐานการดำเนินงานของกิจกรรม

### 19 เป้าหมายด้านการรักษาความปลอดภัย

รายละเอียดข้อกำหนดการปฏิบัติงาน ซึ่งใช้กับทั้งองค์กร หรือบางส่วน ซึ่งเกิดจากวัตถุประสงค์ด้านการรักษาความปลอดภัย และความจำเป็นในการกำหนด และการทำให้สำเร็จ เพื่อให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ด้านการรักษาความปลอดภัย

### 20 ผู้ตรวจประเมิน

บุคคลซึ่งมีความสามารถดำเนินการตรวจประเมิน

### 21 ผู้บริหารระดับสูง

บุคคลหรือกลุ่มบุคคล ที่เป็นผู้กำหนดทิศทางและควบคุมองค์กรในระดับสูงสุด

### 22 ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย)

บุคคลที่ให้ความสนใจในการปฏิบัติงาน และผลสำเร็จ และ/หรือผลกระทบ จากกิจกรรมขององค์กร

### 23 ผลกระทบ

ผลลัพธ์ที่ได้ประเมินว่าจะเกิดขึ้น

### 24 ผลกระทบของการรักษาความปลอดภัย

การเปลี่ยนแปลง หรือผลลัพธ์ ไม่ว่าจะเป็ผลทางบวก หรือทางลบ บางส่วนหรือทั้งหมด ที่เป็นผลจาก หรือมีผลต่อความเสี่ยง และภัยคุกคามขององค์กร

## 25 ผลการดำเนินงานด้านการรักษาความปลอดภัย

ผลการบริหารความเสี่ยง และภัยคุกคามขององค์กร ซึ่งสามารถวัดได้

## 26 แผนงานการจัดการด้านการรักษาความปลอดภัย

วิธีการที่จะทำให้วัตถุประสงค์ และเป้าหมายด้านการรักษาความปลอดภัยประสบความสำเร็จ ซึ่งรวมไปถึงความพร้อม การตอบรับ การผ่อนหนักให้เป็นเบา การฟื้นฟู และเหนือสิ่งอื่นใด การตระหนักและการป้องกันความเสี่ยง และภัยคุกคาม

## 27 ภาวะฉุกเฉิน

เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทันทีทันใด แรงกดดัน ไม่คาดคิดมาก่อน ซึ่งต้องได้รับการจัดการโดยทันที เพื่อไม่ให้ขยายตัวลุกลามจนเกิดความสูญเสียอย่างร้ายแรง

## 28 ภาวะวิกฤต

การปฏิบัติการและหน้าที่การทำงาน ซึ่งมีความสำคัญสูงสุดต่อองค์กร และมีความจำเป็นต่อการทำงาน อย่างมีประสิทธิภาพ และเพื่อป้องกันสินทรัพย์ของบุคลากร ธุรกิจ และสินทรัพย์ทางกายภาพ

## 29 ภัยคุกคาม

สถานการณ์ เหตุการณ์ หรือภาวะที่มีศักยภาพในการก่อให้เกิดความสูญเสีย หรืออันตรายต่อชีวิตและสินทรัพย์ซึ่งอาจจะเกิดจากการกระทำของมนุษย์ หรือ ภัยธรรมชาติ

## 30 ระบบการจัดการด้านการรักษาความปลอดภัย

ส่วนหนึ่งของระบบการบริหารงานขององค์กร ซึ่งใช้ในการกำหนดและนำนโยบายด้านการรักษาความปลอดภัยไปปฏิบัติ และบริหารความเสี่ยง และภัยคุกคาม ขององค์กร ซึ่งรวมถึง โครงสร้างองค์กร กิจกรรมการวางแผน การจัดสรรความรับผิดชอบ วิธีการปฏิบัติ ขั้นตอนการดำเนินงาน (ดูข้อ 3.12) กระบวนการและทรัพยากร

## 31 วัตถุประสงค์ด้านการรักษาความปลอดภัย

เป้าหมายรวม ผลลัพธ์ หรือผลสำเร็จ ซึ่งประกอบด้วยนโยบายด้านการรักษาความปลอดภัย ที่องค์กรตั้งเป้าไว้ว่าจะต้องทำให้สำเร็จ



### 32 ศักยภาพของความสูญเสีย

การบาดเจ็บ เจ็บป่วย สิ้นทรัพย์เสียหายที่เป็นไปได้ จากเหตุการณ์ ไม่ว่าจะมีการคาดการณ์ หรือไม่คาดการณ์ไว้ล่วงหน้า อันจะส่งผลกระทบต่อความสามารถขององค์กร ในการที่จะทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นเหตุทำให้เกิดอันตรายอย่างรุนแรงต่อโครงสร้างพื้นฐาน และส่งผลอย่างมีนัยสำคัญต่อมนุษย์ หรือ สิ้นทรัพย์ขององค์กร หรือต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (ดูข้อ 3.22) หรือ ทำให้เกิดผลที่ไม่ดีต่อชื่อเสียง หรือความคงอยู่ต่อไปขององค์กรนั้น

### 33 ห่วงโซ่อุปทาน

ขั้นตอนที่เชื่อมโยงกันของทรัพยากรและกระบวนการ ซึ่งเริ่มตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบ และรวมไปถึงการนำส่งสินค้าหรือการบริการไปยังผู้บริโภค โดยผ่านขั้นตอนของการขนส่ง

### 34 องค์กร

บริษัท บรรษัท วิสาหกิจ องค์กร สถาบัน หรือ อาจเกิดจากการรวมตัวกันของหน่วยงานเหล่านี้ ไม่ว่าจะป็นรัฐหรือเอกชน ที่ซึ่งมีหน้าที่การดำเนินงานและมีการบริหารจัดการเป็นของตัวเอง

### 35 อันตราย

แหล่งอันตราย หรือสภาพที่อาจก่อให้เกิดอันตราย ไม่ว่าจะป็นทางกายภาพ หรือทางการดำเนินงาน ที่สามารถก่อให้เกิดผลกระทบบางอย่างในทางที่ไม่ดีได้

### 36 อุบัติการณ์

เหตุการณ์ที่ไม่พึงประสงค์ที่เกิดขึ้นแล้วมีผลให้เกิดอุบัติเหตุ หรือ เหตุการณ์เกือบเกิดอุบัติเหตุ

### 37 อุบัติเหตุ

เหตุการณ์ที่ไม่พึงประสงค์ที่เกิดขึ้นแล้วมีผลให้เกิดการบาดเจ็บ การเจ็บป่วย การเสียชีวิตและสิ้นทรัพย์เสียหายหรือ เกิดการหยุดชะงักของการดำเนินธุรกิจ

### 38 อุปกรณ์ / เครื่องมือช่วยอำนวยความสะดวก

โรงงาน เครื่องจักร อุปกรณ์ ที่ดิน อาคาร ยานพาหนะ ระบบสารสนเทศ อุปกรณ์ที่ช่วยในการเคลื่อนย้าย และส่วนอื่นๆ ของโครงสร้างพื้นฐาน หรือ โรงงาน และระบบที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสามารถมีการแยกแยะ และบอกปริมาณของการทำงานและการบริการได้

### 39 เอกสาร

#### ข้อมูล และสื่อที่เกี่ยวข้อง

ข้อกำหนดระบบการจัดการด้านการรักษาความปลอดภัยสำหรับการจัดประชุม สัมมนา และนิทรรศการ

#### 1. ข้อกำหนดทั่วไป

องค์กรที่ดำเนินการจัดประชุม สัมมนาและนิทรรศการ ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “องค์กร” ต้องจัดทำระบบการจัดการด้านการรักษาความปลอดภัยไว้เป็นลายลักษณ์อักษรนำไปปฏิบัติ รักษาไว้ ประเมิน และปรับปรุงระบบการจัดการอย่างต่อเนื่ององค์กรต้องกำหนดและจัดทำเอกสารแสดงถึงขอบข่ายของระบบการจัดการด้านการรักษาความปลอดภัยของตน ซึ่งองค์กรมีความอิสระในการกำหนดขอบข่ายดังกล่าว โดยอาจเลือกที่จะนำข้อกำหนดของมาตรฐานฉบับนี้ไปใช้ในองค์กรทั้งหมด หรือจะใช้เฉพาะในหน่วยงานปฏิบัติการ หรือในบางกิจกรรมก็ได้ องค์กรต้องมั่นใจว่าขอบข่ายของระบบการจัดการด้านการรักษาความปลอดภัย มีความสอดคล้องกับความเชื่อมั่นสำหรับการคงอยู่ขององค์กร และการบริการ/การดำเนินงาน ความสัมพันธ์กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องซึ่งมีผลกระทบเกี่ยวเนื่องกับการรักษาความปลอดภัยขององค์กร รวมทั้งการจ้างหน่วยงานภายนอก (outsourcing) และห่วงโซ่อุปทาน ระบบการจัดการด้านการรักษาความปลอดภัยได้รับการออกแบบมาเพื่อต้องการสร้างความมั่นใจ ว่ามีการจัดการด้านความเสี่ยงทั้งหมดและมีการปฏิบัติงานได้อย่างต่อเนื่อง ภายใต้รูปแบบการประสานงาน และการควบคุม ที่ได้มีการกำหนดไว้ โดยองค์กร ระบบการจัดการด้านการรักษาความปลอดภัยต้องมีความเหมาะสมกับขนาด ความซับซ้อนและลักษณะขององค์กร โดยระบบดังกล่าวต้องให้กรอบงานสำหรับการจัดการด้านความเสี่ยง และภัยคุกคาม ที่องค์กรเกี่ยวข้องได้อย่างชัดเจน ในขณะเดียวกันก็สามารถให้หลักประกัน

ว่าการดำเนินงานจะเป็นไปอย่างต่อเนื่อง และยังช่วยทำให้องค์กรสามารถเน้นถึงจุดปฏิบัติงานที่ต้องการเปลี่ยนแปลง รวมทั้งเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ระบบการจัดการด้านการรักษาความปลอดภัยจะเกิดประสิทธิผลได้ ต้องนำไปบูรณาการกับระบบ

การบริหารอื่น ๆ ขององค์กร โดยผู้บริหารระดับสูงและผู้บริหารระดับอื่นๆ ต้องเข้าร่วมในการ ทบทวน ให้การสนับสนุนและผลักดันก่อนที่จะมีการนำระบบการจัดการด้านการรักษาความ ปลอดภัยไปปฏิบัติ องค์กรต้องพิจารณาถึงวัตถุประสงค์การดำเนินงานในภาวะวิกฤต ที่ได้รับการชี้ บังไว้ในยุทธศาสตร์ แผนธุรกิจ นโยบาย และเครื่องมือต่าง ๆ ที่ใช้ในการบริหาร

## 2 นโยบายด้านการรักษาความปลอดภัย

องค์กรต้องกำหนดและรักษาไว้ซึ่งนโยบาย ที่แสดงถึงความมุ่งมั่นต่อการรักษา ความปลอดภัยโดยนำระบบการจัดการด้านการรักษาความปลอดภัยไปปฏิบัติผู้บริหารระดับสูงต้อง กำหนดนโยบายด้านการรักษาความปลอดภัยไว้เป็นเอกสาร และต้องมั่นใจว่าได้มีการชี้แจงถึง กิจกรรมและภารกิจหลักขององค์กร รวมทั้งมีการป้องกันสินทรัพย์ที่มีความวิกฤตนโยบายด้านการ รักษาความปลอดภัย ต้อง

ก) ชี้แจงถึงคุณลักษณะด้านการรักษาความปลอดภัยและอันตรายต่างๆ ไว้อย่าง เหมาะสม ตามลักษณะของกิจกรรม การบริการ และสินค้าขององค์กร และผลกระทบที่อาจจะ เกิดขึ้นจากภัยคุกคามและอันตรายต่าง ๆ ดังกล่าวต่อองค์กรและบริเวณข้างเคียง

ข) แสดงความมุ่งมั่นที่จะปฏิบัติตามข้อกำหนดของกฎหมาย และ ข้อกำหนดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ค) แสดงความมุ่งมั่นที่จะดำเนินงานตามแนวปฏิบัติของวิชาชีพ และ ข้อกำหนดอื่นๆ ที่องค์กรเป็นสมาชิก

ง) เป็นกรอบในการกำหนดและทบทวนวัตถุประสงค์และเป้าหมายระบบ จัดการด้านการรักษาความปลอดภัยขององค์กร

จ) ปรับปรุงแผนงานด้านการรักษาความปลอดภัยและยกระดับขีด ความสามารถอย่างต่อเนื่อง

ฉ) แสดงความมุ่งมั่นที่จะปรับปรุง การป้องกัน และ/หรือ การบรรเทาต่อ ความเสี่ยงและภัยคุกคามอย่างต่อเนื่อง

ช) จัดทำเป็นเอกสาร นำไปปฏิบัติ และรักษาไว้

ซ) สอดคล้องกับนโยบายด้านอื่นๆ ขององค์กร

ฅ) สื่อสารให้บุคลากรทั้งหมดซึ่งทำงานให้ หรือ ในนามขององค์กรได้รับทราบถึงความสำคัญในเรื่องของการรักษาความปลอดภัย และเผยแพร่สู่สาธารณะ

### 3 การวางแผน

การประเมินภัยคุกคามต่อการรักษาความปลอดภัยและความเสี่ยงองค์กรต้องจัดทำ นำไปปฏิบัติ และรักษาไว้ซึ่งขั้นตอนการดำเนินงานสำหรับการชี้บ่งภัยคุกคามอันตราย การประเมินความเสี่ยง การประเมินจุดอ่อน การประเมินภาวะวิกฤต และการวิเคราะห์ผลกระทบขององค์กรต้องใช้กระบวนการวิเคราะห์อย่างเป็นระบบเพื่อพิจารณาถึงโอกาสที่ภัยคุกคามจะเข้ามาสร้างความเสียหายต่อสินทรัพย์ บุคคล และการทำงาน กระบวนการประเมินความเสี่ยงต้องครอบคลุมถึงการประเมินภัยคุกคาม การประเมินจุดอ่อน และการประเมินภาวะวิกฤต กระบวนการวิเคราะห์และการประเมินความเสี่ยงต้องจัดทำเป็นเอกสารภัยคุกคามต้องรวมถึงการกระทำที่ตั้งใจ ไม่ได้ตั้งใจ และ ภัยธรรมชาติ ที่เชื่อถือได้ว่าจะสร้างผลกระทบที่มีนัยสำคัญต่อองค์กร ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ห่วงโซ่อุปทาน และ/หรือ แหล่งชุมชนโดยรวมองค์กรต้องทำการวิเคราะห์ผลกระทบด้านการรักษาความปลอดภัยเพื่อกำหนดกรอบสำหรับการชี้บ่ง และการประเมินภัยคุกคาม ความเสี่ยงด้านการรักษาความปลอดภัย รวมทั้ง การจัดการและการรักษาความปลอดภัยที่เกี่ยวข้องกับภัยคุกคามและความเสี่ยงดังกล่าวต่อไป นอกจากนี้ต้องมีการชี้บ่งถึงมาตรการควบคุม และมีการปฏิบัติตามมาตรการรักษาความปลอดภัยดังกล่าววิธีการที่ใช้ในการประเมินและการควบคุมภัยคุกคามด้านการรักษาความปลอดภัยและการชี้บ่งความเสี่ยงอย่างน้อยต้องมีความเหมาะสมกับลักษณะและขนาดของการดำเนินการขององค์กร การประเมินภัยคุกคามและความเสี่ยงด้านการรักษาความปลอดภัยต้องพิจารณาถึงโอกาสในการเกิดอุบัติการณ์และผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นตามมาหลังจากนั้นทั้งหมด โดยต้องรวมถึงสิ่งต่างๆ ต่อไปนี้เป็นอย่างน้อย

ก) ความเสียหายทางกายภาพจากภัยคุกคามและความเสี่ยง ความเสียหายจากอุบัติการณ์ ความเสียหายจากการจงใจ หรือการก่อการร้าย หรือการก่ออาชญากรรม

ข) ภัยคุกคามและความเสี่ยงจากการดำเนินการ ซึ่งรวมถึงการควบคุมด้านการรักษาความปลอดภัยส่วนประกอบของร่างกาย และกิจกรรมอื่นๆ ที่มีผลกระทบกับผลการดำเนินงาน สภาวะ หรือความปลอดภัยขององค์กร

ค) สุขภาพและความปลอดภัยของบุคคลในบริเวณ หรือพื้นที่ที่มีผลกระทบ ในขณะที่เกิดอุบัติการณ์ (การบาดเจ็บ และตาย)

ง) สุขภาพและความปลอดภัยของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการตอบสนองต่ออุบัติการณ์ที่เกิดขึ้น

จ) การดำเนินการอย่างต่อเนื่อง และการส่งมอบหรือการให้บริการ

ฉ) ความเสียหาย หรือการพังทลายของสินทรัพย์ อุปกรณ์/เครื่องมือช่วยอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐาน

ช) การคงอยู่ของห่วงโซ่อุปทาน

ซ) สิ่งแวดล้อม และเหตุการณ์ทางธรรมชาติ (พายุ น้ำท่วม เป็นต้น) ที่อาจมีผลทำให้มาตรการและอุปกรณ์ด้านการรักษาความปลอดภัยไม่มีประสิทธิผล

ฌ) สภาวะด้านเศรษฐกิจและการเงิน

ญ) ความรับผิดชอบต่อกฎหมายและข้อตกลง

ฎ) ข้อมูล การสื่อสาร และการคงอยู่ของเครือข่าย (cyber) และการรักษาความปลอดภัย

ฏ) การจัดการข้อมูลและการรักษาความปลอดภัยของเอกสาร

ฐ) ภัยคุกคามและความเสี่ยงต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ ความล้มเหลวจากการไม่สามารถปฏิบัติตามเกณฑ์ข้อกำหนดของกฎหมาย

ฑ) ความเสียหายต่อการเสียชื่อเสียง ความเชื่อมั่นของพนักงาน หลักประกันของลูกค้า ตราสินค้า หรือความเชื่อมั่นต่อองค์กรองค์กรต้องมั่นใจว่าการประเมินจุดอ่อน และภาวะวิกฤต มีการพิจารณาอย่างละเอียดครอบคลุม และนำผลการประเมินไปกำหนดนโยบายและวัตถุประสงค์ด้านการรักษาความปลอดภัย และนำไปสู่การพัฒนาโปรแกรม (เช่น โปรแกรมการฝึกอบรม การดำเนินการ และการควบคุม) เพื่อสามารถ ป้องกัน ลด ควบคุมบรรเทาภัยคุกคาม และความเสี่ยง รวมทั้งผลกระทบที่จะเกิดขึ้น องค์กรต้องจัดเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการประเมินภัยคุกคาม ความเสี่ยง และจุดวิกฤต ให้มีความทันสมัยรวมทั้งการเก็บรักษาความลับอย่างเหมาะสม การประเมินภัยคุกคาม ความเสี่ยง และจุดวิกฤต ต้องดำเนินการทบทวนเป็นระยะตามความเหมาะสม หรือ เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงที่มีผลต่อสภาพแวดล้อมในการทำงาน ขั้นตอนการดำเนินงาน การทำงาน และการบริการ



กฎหมาย และข้อกำหนดอื่น ๆ ที่องค์กรต้องจัดทำ นำไปปฏิบัติ และรักษาไว้ซึ่งขั้นตอนการดำเนินงาน ได้แก่

ก) การชี้แจง และติดตามข้อกำหนดของกฎหมาย และข้อกำหนดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับภัยคุกคามและความเสี่ยงด้านการรักษาความปลอดภัยขององค์กร เช่น ภัยคุกคามและความเสี่ยงต่ออุปกรณ์/เครื่องมือช่วยอำนวยความสะดวก กิจกรรม สินค้า การบริการ ผู้รับเหมา และห่วงโซ่อุปทาน

ข) การกำหนดวิธีการและจัดทำเป็นเอกสารแสดงถึงการประยุกต์ใช้กฎหมายและข้อกำหนดอื่น ๆ กับภัยคุกคามและความเสี่ยงด้านการรักษาความปลอดภัยขององค์กรต้องเก็บรักษาข้อมูลนี้ให้มีความทันสมัย โดยต้องมีการสื่อสารข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายและข้อกำหนดอื่น ๆ ให้ผู้ทำงานในนามขององค์กร และหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งผู้รับเหมาระบบการจัดการด้านการรักษาความปลอดภัยต้องมุ่งมั่นดำเนินการให้สอดคล้องกับกฎหมาย กฎ ระเบียบที่เกี่ยวข้อง นโยบาย รวมทั้งพิจารณาถึงแนวทางการปฏิบัติที่ดีด้านการรักษาความมั่นคงที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมสินค้า และการบริการ

วัตถุประสงค์ เป้าหมาย และแผนงานองค์กรต้องจัดทำ นำไปปฏิบัติ และรักษาไว้ซึ่งเอกสารที่ระบุถึงวัตถุประสงค์ด้านการรักษาความปลอดภัยสำหรับการป้องกัน การบรรเทา และการฟื้นฟูจากภัยคุกคามด้านการรักษาความปลอดภัย ในทุกๆ หน่วยงานและในทุกๆ ระดับที่เกี่ยวข้องภายในองค์กรองค์กรต้องชี้แจงอันตราย ภัยคุกคามและความเสี่ยง และต้องดำเนินการป้องกันไม่ให้เกิดขึ้นวัตถุประสงค์ และเป้าหมายด้านการรักษาความปลอดภัยต้องสามารถปฏิบัติได้ และสอดคล้องกับนโยบายด้านการรักษาความปลอดภัย รวมทั้งความมุ่งมั่นในการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องในการจัดทำและทบทวนวัตถุประสงค์ และเป้าหมาย องค์กรต้องคำนึงถึงข้อกำหนดของกฎหมาย และข้อกำหนดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ องค์กรต้องพิจารณาถึงความเสี่ยงและภัยคุกคามที่มีนัยสำคัญหน่วยงานและการดำเนินงานที่มีความวิกฤต เทคโนโลยีและทางเลือกต่างๆ และข้อกำหนดด้านการเงินการดำเนินงาน และทางธุรกิจขององค์กรเป้าหมายที่องค์กรกำหนดขึ้นต้องสามารถวัดได้ มีการตอบสนองกับสภาพแวดล้อมด้านการรักษาความปลอดภัยที่มีการเปลี่ยนแปลง และมีการทบทวนตามช่วงระยะเวลาที่กำหนดองค์กรต้องจัดทำ นำไปปฏิบัติ และรักษาไว้ซึ่งแผนงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ และเป้าหมายขององค์กรสำหรับทุกๆ หน่วยงานและในทุกๆ ระดับ โดยแผนงานมีการระบุถึงวิธีการ และระยะเวลาดำเนินการ และการกำหนดความรับผิดชอบ และทรัพยากร

ในทางปฏิบัติ แผนงานด้านการรักษาความปลอดภัยต้องสามารถวัดได้ และสอดคล้องกับนโยบายด้านการรักษาความปลอดภัย รวมทั้งความมุ่งมั่นในการป้องกันการเกิดอุบัติเหตุ การดำเนินงานให้สอดคล้องกับกฎหมายและข้อกำหนดอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง และการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

#### 4.5 ความเป็นมาและความหมายของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร ภัตตาคาร (Restaurant)

“ภัตตาคาร” หมายถึง อาคารที่จำหน่ายอาหาร และเครื่องดื่ม (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2525)

ความหมายของร้านอาหารประเภทต่าง ๆ โดยจำแนกเป็น 5 ประเภท คือ

1. ห้องอาหารในโรงแรม หมายถึง ร้านอาหารที่ตั้งอยู่ในโรงแรม
2. ภัตตาคาร หมายถึง ร้านอาหารที่มีขนาดใหญ่ 2 คูหาขึ้นไป ที่รับประทานอยู่ภายในอาคารพนักงานแต่งกายมีแบบฟอร์ม
3. สวนอาหาร หมายถึง ร้านอาหารที่มีขนาดใหญ่ ที่รับประทานอาหารส่วนใหญ่อยู่นอกอาคารบรรยากาศเป็นแบบธรรมชาติ พนักงานแต่งกายมีเครื่องแบบ
4. ร้านอาหารทั่วไป หมายถึง ร้านอาหารขนาดเล็ก 1-2 คูหา ที่รับประทานอาหารอยู่ภายในอาคารส่วนใหญ่เป็นอาหารประจำถิ่น หรือเป็นอาหารเฉพาะ เช่น ข้าวแกง ก๋วยเตี๋ยว ข้าวมันไก่ ข้าวหมูแดงส้มตำ ฯลฯ
5. ร้านอาหารเครื่องดื่ม ขนมหวาน หรือไอศกรีม หมายถึง ร้านที่จำหน่ายเฉพาะเครื่องดื่ม ขนมหวาน หรือไอศกรีม เท่านั้น (สำนักงานโครงการสุขภาพิบาลอาหาร กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข)

วิวัฒนาการของภัตตาคาร

คำว่า Restaurant เป็นคำที่มาจากภาษาฝรั่งเศส restaurer ซึ่งแปลว่า Restore ปรากฏว่าใช้ครั้งแรกเมื่อคริสต์ศตวรรษที่ 16 ซึ่งร้านอาหารในสมัยนั้นไม่มีความหลากหลายเท่าในสมัยนี้ คือ จะมีแต่อาหารธรรมดาในราคาปกติ จะมีอาหารเพียงชนิดเดียว เปิดขายอาหารให้กับพวกนักเดินทางและไม่มีที่นั่งรับประทานภายในร้าน ร้านอาหารซึ่งเก่าแก่ที่สุดตาม Guinness Book of World Record ได้บันทึกไว้ว่า ร้าน Sobrino De Butin กรุงมาดริด ประเทศสเปน เป็นร้านอาหารที่เก่าแก่ที่สุดในโลก เปิดทำการเมื่อปี ค.ศ. 1725 และยังคงเปิดทำการในปัจจุบัน ร้านอาหารไม่มีการ

เปลี่ยนแปลงเลขจนกระทั่งมาถึงในปี ค.ศ. 1765 ซึ่งเป็นช่วงที่มีการปฏิวัติในประเทศฝรั่งเศส มีการปรับปรุงร้านอาหารจากการที่เป็นที่ขายอาหารที่มีเพียงอย่างเดียวในแต่ละวัน ให้กลายเป็นร้านอาหารที่สามารถรับประทานอาหารภายในได้ มีโต๊ะมีเก้าอี้ มีการบริการที่ดีกว่าเดิม มีรายการอาหารให้เลือกหลากหลาย

งานการครัวก็พัฒนาไปพร้อมๆกับการพัฒนาร้านอาหาร โดยมีเชฟ Auguste Escoffier ผู้ที่ได้รับการยกย่องว่าเป็น "บิดาแห่งการครัว" เพราะเชฟผู้นี้เป็นผู้ที่ริเริ่มการบริการอาหารแบบใหม่ พัฒนารสชาติ สูตร และเทคนิคต่างๆ ซึ่งเป็นรากฐานให้พัฒนามาถึงปัจจุบัน

### วิวัฒนาการของภัตตาคารในไทย

เกิดขึ้นในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เป็นยุคของการเปิดประเทศ มีการสร้างที่พักแรมตะวันตกลักษณะคล้าย “โฮเต็ล” ชื่อ บอร์ดดิ้ง เฮาส์ (Boarding houses) ที่ตำบลโคกควาย ริมแม่น้ำเจ้าพระยา ในปี พ.ศ.2506 มีการสร้างโรงแรมขึ้น 2 โรงแรมคือ โรงแรมโอเรียนเต็ล (Oriental hotel) และ โรงแรมฟิชเชอร์ (Fisher’s hotel)

ในสมัยนั้นเองพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวมีคอฟฟี่ชอปแห่งแรกชื่อ ร้านกาแฟฝรั่ง ตั้งอยู่ที่ถนนเสือป่า ดำเนินการโดยทางราชการ กรมมหรสพลวงจัดคนตรีแสดงที่คอฟฟี่ชอปแห่งนี้

พ.ศ.2465 สมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว มีโรงแรมที่ดำเนินการโดยทางราชการเป็นแห่งแรก คือ โรงแรมหัวหิน สร้างเพื่อรองรับแขกเมือง สร้างแบบยุโรป มีอาหารอย่างดีแบบอังกฤษ พนักงานเสิร์ฟนุ่งผ้าม่วง ใส่เสื้อราชปะแตน และสถานที่จัดเลี้ยงหรูหรามากที่สุด ในสมัยนั้น อีก 4 ปีต่อมา มีการตัดแปลงวังพญาไทเป็นโรงแรม เรียกว่า โฮเต็ลวังพญาไท สมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอ กรมหลวงกำแพงเพชรอัครโยธิน ผู้บัญชาการกรมการรถไฟแผ่นดินเป็นผู้ดำเนินการโรงแรม หลังการเปลี่ยนแปลงการปกครอง จึงได้เปลี่ยนเป็นโรงพยาบาลทหารบกหรือโรงพยาบาลพระมงกุฎ ในปัจจุบัน

ด้านเครื่องดื่ม ในยุคนั้น ย่านถนนยานนาวามีร้านที่เรียกว่า “เบียร์ฮอลล์” เป็นสถานที่เด่นรำ มีอาหารขายพร้อมสุราต่างประเทศ ต่อมาจึงนิยมเปิดขายอีกหลายแห่งและทางบริษัทเบียร์ที่ผลิตในไทย ได้ทำการส่งเสริมการขายประสบความสำเร็จ ทำให้คนไทยหันมาดื่มเบียร์ที่ผลิตในไทยกันมากขึ้นสำหรับร้านอาหารไทยทั่วไป เช่น ร้านอาหารจีน มักตั้งในย่านถนนเยาวราช ถนนราชวงศ์ ถนนทรงวาด เป็นต้น อาหารที่ขายมีทั้งบะหมี่ ก๋วยเตี๋ยว ข้าวมันไก่ มีบริการเสิร์ฟถึง

รถ โดยเอาถาดอาหารแขวนไว้ที่หน้าต่างรถ หากไม่ยอมมานั่งรับประทานที่ริมถนน และในย่านเยาวราช มีการสร้างอาคารสูง 7-9 ชั้น เพื่อเป็นที่ขายอาหารจีนอย่างหรรษา มีโรงน้ำชา โรงนวด โรงระบำ และบ่อนการพนัน ความเจริญของร้านอาหารจีนทำให้เกิดภัตตาคารจีนขนาดใหญ่เกิดขึ้นหลายแห่ง รวมทั้งเป็นแหล่งที่ขายอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวตอนกลางคืน

ร้านอาหารที่ได้รับความนิยมในอดีต เช่น อาหารอินเดีย จะมีมากในย่านที่คนอินเดียอาศัยอยู่ เช่น ถนนสุรวงศ์ บางรัก และย่านพาหุรัด

ในปี พ.ศ.2502 รัฐบาลได้จัดตั้งองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ทำหน้าที่ขยายเศรษฐกิจการท่องเที่ยว ทำให้เกิดโรงแรมขนาดใหญ่ มีวิธีการจัดการที่ได้มาตรฐานสากลในด้านอาหารและเครื่องดื่ม มีการปั้นเนยเทียม การแกะสลักน้ำแข็ง ใช้ไฟส่องประดับโต๊ะอาหาร มีการแข่งขันทางด้านบริการ และสถานที่ ๆ ให้ความหรูหรา

สำนักงานโครงการสุขภาพิบาลอาหาร กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข ได้ให้ความหมายของร้านอาหารประเภทต่างๆ โดยจำแนกเป็น 5 ประเภท คือ

1. ภัตตาคาร หรือร้านอาหารเดี่ยว หรืออาหารเฉพาะอย่าง (stand-alone restaurant) เป็นธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่เป็นที่รู้จักกันดี และมีจำนวนมาก ได้แก่ ภัตตาคารหรือร้านอาหาร โดยทั่วไปซึ่งมีหลายขนาด และหลายลักษณะของการให้บริการ เช่น ภัตตาคารเกอร์เมต์หรือชั้นดี, ภัตตาคารอาหารจีน, อิตาลีเลียน, ฝรั่งเศส, ตะวันออกกลาง, ญี่ปุ่น, โชคชัยเสติกเฮาส์ ในประเทศไทย, ภัตตาคารแบบครอบครัว, ภัตตาคารฮาร์ดร็อกคาเฟ่ (Hardrock Cafe), ภัตตาคารแพลนเน็ต ฮอลลีวูด (Planet Hollywood), ภัตตาคารแบบบุฟเฟต์, ภัตตาคารจานด่วนหรือฟาสต์ฟู้ดแบบบริการตนเอง, ศูนย์อาหาร เป็นต้น

2. ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในโรงแรม ธุรกิจการบริการอาหารและเครื่องดื่มในโรงแรมอาจครอบคลุมตั้งแต่ ตู้อาหารอัตโนมัติ (vending machine) จนถึงภัตตาคารประเภทต่าง ๆ ที่ให้บริการภายในโรงแรม ภัตตาคารในโรงแรมให้บริการอาหารในรูปแบบและราคาที่แตกต่างกัน โดยมักขึ้นอยู่กับระดับของโรงแรม กล่าวคือ โรงแรมที่มีระดับมาตรฐานสูง มักให้บริการอาหารและเครื่องดื่มที่พิเศษและราคาแพง รูปแบบการให้บริการอาหารและเครื่องดื่มภายในโรงแรมที่ควรกล่าวถึง คือ

- ห้องอาหาร (dining room) ภายในโรงแรมอาจมีลักษณะตั้งแต่ ภัตตาคารแบบครอบครัวจนถึงภัตตาคารชั้นดีหรือภัตตาคารเกอร์เมต์ โดยประเภทของภัตตาคารมักมี

ความสัมพันธ์กับขนาดและระดับของโรงแรม โรงแรมหรูหรามักจะมีห้องอาหารที่เป็นภัตตาคาร ชั้นดี ห้องอาหารนานาชาติ ห้องอาหารแบบบุฟเฟต์ ตลอดจนห้องอาหารแบบสะดวกรวดเร็ว ภัตตาคารในโรงแรมนับเป็นธุรกิจที่ทำรายได้ให้แก่โรงแรม และกลายเป็นคู่แข่งสำคัญต่อภัตตาคาร และร้านอาหารเดี่ยวทั่วไป เพราะโรงแรมมักลงทุนสูงในเรื่องการตกแต่งอย่างหรูหราโอ้อ่า มีการบริการที่ประทับใจ และมีการดำเนินงานที่เป็นระบบ

- บริการอาหารในห้องพัก (room service) โรงแรมขนาดใหญ่ที่ให้บริการครบวงจรมักมีบริการอาหารส่งถึงห้องพัก ตลอด 24 ชั่วโมง โดยจัดวางรายการอาหารไว้ในห้องพัก ซึ่งประกอบด้วย อาหารเช้า อาหารกลางวัน และอาหารค่ำ ราคาอาหารมักจะสูงกว่าปกติ เพราะคิดรวมค่าบริการส่งถึงที่ โรงแรมขนาดกลางอาจให้บริการอาหารในห้องพักเป็นเพียงช่วงเวลา เพื่อลดค่าใช้จ่าย

3. สวนอาหาร หมายถึง ร้านอาหารที่มีขนาดใหญ่ ที่รับประทานอาหารส่วนใหญ่อยู่นอกอาคารบรรยากาศเป็นแบบธรรมชาติ พนักงานแต่งกายมีเครื่องแบบ

4. ร้านอาหารทั่วไป หมายถึง ร้านอาหารขนาดเล็ก 1-2 คูหา ที่รับประทานอาหารอยู่ภายในอาคารส่วนใหญ่เป็นอาหารประจำถิ่น หรือเป็นอาหารเฉพาะ เช่น ข้าวแกง ก๋วยเตี๋ยว ข้าวมันไก่ ข้าวหมูแดงส้มตำ ฯลฯ

5. ร้านเครื่องดื่ม ขนมหวาน หรือ ไอศกรีม หมายถึง ร้านที่จำหน่ายเฉพาะเครื่องดื่ม ขนมหวาน หรือ ไอศกรีม เท่านั้น

ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม (Food and Beverage) อาหารและเครื่องดื่มจัดเป็นสินค้าบริโภคพื้นฐานซึ่งจำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยว ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มจึงเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวหลัก สิ่งสำคัญของธุรกิจประเภทนี้ คือ การบริการที่คำนึงถึงคุณภาพ อาหารที่สะอาด ถูกหลักอนามัย และราคาเหมาะสมกับคุณภาพ (กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข, 2550.)

ชมรมภัตตาคารและร้านอาหารจังหวัดเชียงใหม่ (2551) ได้ทำการรวบรวมสมาชิกร้านอาหารทุกขนาดการให้บริการในจังหวัดเชียงใหม่ มีทั้งหมด 102 ร้าน และมีพื้นที่ให้บริการทั้งหมด 15,751 ที่นั่ง



#### 4.6 ความเป็นมาและความหมายของการนันทนาการและความบันเทิง (Recreation and Entertainment)

นันทนาการ หมายถึง การกระทำใด ๆ ที่ทำให้เกิดความสุข ความพึงพอใจ สนุกสนาน เกิดความเลื่อมใสศรัทธา เสริมสร้างความรู้ และออกกำลังกาย การนันทนาการเปรียบเสมือนอาหารใจที่ทำให้คนเกิดความสุขทางด้านสมองและจิตใจ ดังนั้นการนันทนาการจึงมีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าอาหารที่มนุษย์รับประทานเข้าไป จากการศึกษาที่มนุษย์ต้องตรากตรำทำงานหนักตลอดทั้งวันหรือสัปดาห์ จะทำให้ร่างกายเหน็ดเหนื่อยเมื่อยล้า สมองตึงเครียด และเบื่อหน่ายต่องานที่ทำ จึงจำเป็นต้องหาเวลาพักผ่อนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานในการทำงานให้ดียิ่งขึ้น ดังจะเห็นได้จากวันสิ้นสุดสัปดาห์หรือวันหยุดเทศกาลต่าง ๆ ประชาชนชาวเมืองจะเดินทางออกไปพักผ่อนในชนบทที่อยู่ห่างไกลออกไป ในขณะที่คนในชนบทจะหลั่งไหลกันเข้ามาเมืองเพื่อพักผ่อนตามโรงภาพยนตร์ หรือแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและเลือกซื้อสินค้าตามศูนย์การค้าต่าง ๆ อย่างไรก็ตามการนันทนาการอาจจะทำได้หลายวิธีทั้งนี้ขึ้นอยู่กับบริบท สภาพแวดล้อม และความต้องการ

ในสภาพปัจจุบันสถานที่นันทนาการจะเพิ่มสำคัญมากยิ่งขึ้น เพราะการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากร ความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี และมีเวลาว่าง จึงทำให้การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนกระทำได้ไกลจากถิ่นที่อยู่มาก ซึ่งทำให้สถานที่นันทนาการทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่อยู่ห่างไกลออกไปจากย่านชุมชน มีผู้เข้าไปใช้บริการมากยิ่งขึ้น เอกชนบางแห่งได้หันมาลงทุนเพื่อดำเนินการทำธุรกิจทางด้านนันทนาการเป็นจำนวนมาก เป็นต้นว่า การจัดสร้างสวนสนุก สวนสัตว์ โรงภาพยนตร์ ศูนย์การค้า รีสอร์ท การบริการทางด้านการขนส่ง และสนามกีฬา ซึ่งธุรกิจเหล่านี้ นอกจากจะทำรายได้ให้กับผู้ประกอบการอย่างดีแล้วยังช่วยในการสร้างงานให้กับประชาชนโดยทั่วไปอีกด้วย

การนันทนาการจะทำได้หลายลักษณะ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเพศ วัย และความสนใจของแต่ละบุคคล ถ้าหากจะจัดชนิดของการนันทนาการตามหลักสากลแล้ว อาจจะแบ่งออกได้ 4 กลุ่มใหญ่ ๆ ด้วยกันคือ การกีฬา การออกกำลังกาย เพื่อศึกษาหาความรู้ และเปลี่ยนบรรยากาศ

##### ความสำคัญของสถานที่นันทนาการ

สถานที่ที่ใช้นันทนาการ สามารถมีหลายสถานที่เช่น สนามกีฬา สนามเด็กเล่น สวนสาธารณะ สวนสัตว์ พิพิธภัณฑ์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ วัด โรงแรมสพ ศูนย์การค้า เป็นต้น สถานที่ดังกล่าว เป็นแหล่งความรู้ เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ นอกจากนี้ยังเป็นการนำทรัพยากรมาใช้ให้เกิดประโยชน์ และช่วยในการสร้างงานในท้องถิ่น สถานที่

นันทนาการนับว่าเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่ายิ่ง และเป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องทำการบำรุงรักษาไว้ ทั้งนี้ เพราะสถานที่นันทนาการจะเสื่อมสภาพไปตามกาลโดยเฉพาะอย่างยิ่งสถานที่นันทนาการทาง วัฒนธรรม แม้แต่สถานที่นันทนาการทางธรรมชาติ เช่น ทะเลสาบ ชายหาด ถ้ำ น้ำตกและอื่น ๆ เมื่อ มีผู้เข้าไปใช้บริการมาก ๆ จะทำให้เสื่อมโทรมและสกปรกได้เช่นเดียวกัน ถ้าหากไม่มีการ บำรุงรักษาอย่างถูกต้องตามหลักวิชาการ (วิชัย เทียนน้อย, 2524)

### นันทนาการ

ในแต่ละวันนอกจากเราจะจัดสรรเวลาเพื่อการทำงานและการพักผ่อนนอนหลับ แล้วนันทนาการ หรือ กิจกรรมที่บุคคลเลือกทำ ในยามว่าง นับเป็นสิ่งจำเป็นที่เราจะต้องจัดสรร เวลาไว้ให้เพื่อความเพลิดเพลิน และผ่อนคลายจากความตึงเครียดในการทำงาน นันทนาการ หมายถึง กิจกรรมที่บุคคลเลือกทำ ด้วยความสมัครใจ ในเวลาว่าง โดยมีความพอใจหรือความสุขใจ ในการทำ กิจกรรมเป็นจุดใจในการเข้าร่วมกิจกรรมนั้น นันทนาการ มีลักษณะสำคัญหลายประการ ได้แก่

1. มีลักษณะเป็นกิจกรรม คือ ต้องมีการกระทำ ที่ทำ ให้กล้ามเนื้อ หรือ อวัยวะส่วนใดส่วนหนึ่งมีการเคลื่อนที่ หากอยู่เฉย ๆ เช่น การนอนหลับหรือพฤติกรรมที่แสดงออก ถึงความเกียจคร้าน ไม่ถือว่าเป็นนันทนาการ
2. เป็นกิจกรรมที่ผู้กระทำ เข้าร่วมด้วยความสมัครใจ ไม่มีใครหรือเหตุ ปัจจัยที่มาบังคับให้ทำ กิจกรรมนั้น มีความสุขความพอใจที่จะทำ และไม่เกิดความตึงเครียดในการ ทำ กิจกรรมนั้น
3. เป็นกิจกรรมที่ทำ ในเวลาว่าง ห่างจากการทำงาน การกิจประจำวัน และ ไม่นำ เวลาที่ควรจะนอนหลับพักผ่อนมาทำ กิจกรรมนั้นจนเสียสุขภาพ
4. กิจกรรมที่ทำ นั้น ไม่ได้มุ่งเน้นเพื่อหารายได้ หรือเป็นอาชีพ
5. เป็นกิจกรรมที่มีคุณค่าต่อผู้ประกอบกิจกรรม และเป็นกิจกรรมที่พึง ประสงค์ของสังคมไม่เป็นอบายมุข

## การเลือกเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการ

นันทนาการมีอยู่มากมาย ให้เราเลือกเข้าร่วมกิจกรรมได้ เช่น

ในชุมชน มักจะมีการจัด งานในเทศกาลต่าง ๆ เช่น งานสงกรานต์ งานลอยกระทง งานฤดูหนาว

ในที่ทำงาน หากเป็นองค์กรที่มีขนาดใหญ่ก็มักจะมีห้องออกกำลังกายหรือสนามกีฬา จัดไว้ให้ รวมทั้งการจัดงานสังสรรค์ประจำปีระหว่างพนักงาน

ในโรงเรียน การบริหาร โรงเรียน มักจัดกิจกรรมสำหรับนักเรียนในช่วงเทศกาลต่าง ๆ เช่นกัน รวมทั้งงานกีฬานักเรียนและงานวันเด็ก

ในครอบครัว หัวหน้าครอบครัว ควรใส่ใจ จัดให้มีกิจกรรมนันทนาการร่วมกันระหว่างสมาชิกในครอบครัว อาจเป็นงานอดิเรกที่ทำ ร่วมกัน การรับประทานอาหาร การท่องเที่ยวในช่วงวันหยุด เพื่อให้สมาชิกในครอบครัวมีความอบอุ่นมากขึ้น

นอกจากที่กล่าวมาแล้วปัจจุบันยังมีกิจกรรมนันทนาการที่มีผู้จัดขึ้นในลักษณะการค้า เราอาจไปหาความเพลิดเพลินได้เป็นครั้งคราว เช่น สวนสัตว์ สวนสนุก โรงภาพยนตร์ และสถานบันเทิงรูปแบบอื่น ๆ

## ประเภทของกิจกรรมนันทนาการ

กิจกรรมนันทนาการมีหลายประเภท เพื่อให้บุคคลเข้าร่วมทำ กิจกรรมได้ตามความสนใจดังนี้

1. การฝีมือและศิลปหัตถกรรม (Arts and crafts) เป็นงานฝีมือหรือสิ่งประดิษฐ์ต่าง ๆ เช่น การวาดรูป งานแกะสลัก งานปั้น การประดิษฐ์ดอกไม้ เย็บปักถักร้อย ทำตุ๊กตาประดิษฐ์ข้าวของเครื่องใช้ และงานศิลปะอื่น ๆ

2. เกมกีฬา และกรีฑา (Games, sport and track and fields) กิจกรรมนันทนาการประเภทนี้เป็นที่นิยมกันอย่างแพร่หลาย แบ่งได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือ กีฬากลางแจ้ง (Outdoor Games) ได้แก่ กีฬาที่ต้องใช้สนามกลางแจ้ง เช่น ฟุตบอล บาสเก็ตบอล และกิจกรรมกลางแจ้งอื่น ๆ กีฬาในร่ม (Indoor Games) ได้แก่ กิจกรรมในโรงยิมเนเซียม หรือในห้องนันทนาการ เช่น แบดมินตัน เทเบิลเทนนิส หมากรุก ฯลฯ

3. ดนตรีและร้องเพลง (Music) เป็นกิจกรรมนันทนาการที่ให้ความบันเทิง ดนตรีเป็นภาษาสากลที่ทุกชาติทุกภาษาสามารถเข้าใจเหมือนกัน แต่ละชาติแต่ละท้องถิ่นจะมีเพลง พื้นบ้านของตนเอง และเครื่องดนตรีพื้นบ้าน เราสามารถเลือกได้ตามความสนใจไม่ว่าจะเป็นสากล หรือพื้นบ้าน

4. ละครและภาพยนตร์ (Drama) เป็นนันทนาการประเภทให้ความรู้ความ บันเทิง ความสนุกสนานเพลิดเพลิน และสะท้อนให้เห็นถึงสภาพจริงของสังคมยุคนั้น ๆ

5. งานอดิเรก (Hobbies) เป็นกิจกรรมนันทนาการที่ช่วยให้การดำ เนิน ชีวิตประจำวัน มีความสุข เพลิดเพลิน งานอดิเรกมีหลายประเภท สามารถเลือกได้ตามความสนใจ เช่น

5.1 ประเภทสะสม เป็นการใช้เวลาว่างในการสะสม สิ่งที่ชอบสิ่ง ที่สนใจ ที่นิยมกันมาก ได้แก่ การสะสมแสตมป์ เหรียญเงินในสมัยต่าง ๆ อาจเป็นของในประเทศ และต่างประเทศ การสะสมบัตร โทรศัพท์ ฯลฯ

5.2 การปลูกต้นไม้ เป็นงานอดิเรกที่ให้ทั้งความเพลิดเพลิน และ ใด้ออกกำลังกาย และได้พักผ่อนปลอดจากสารพิษไว้รับประทานหากเป็นการปลูกพืชผักสวนครัว

5.3 การเลี้ยงสัตว์ อาจเป็นการเลี้ยงในลักษณะไว้เป็นอาหาร เช่น เลี้ยงเป็ด เลี้ยงไก่บนกระถาง หรือเลี้ยงไว้ดูเล่น เช่น เลี้ยงสุนัข แมว นกปลา ฯ การเลี้ยงสัตว์เป็น กิจกรรมที่ช่วยเสริมสร้างลักษณะนิสัยของเด็กให้มีจิตใจอ่อนโยน และฝึกความรับผิดชอบ

5.4 การถ่ายรูป เป็นงานอดิเรกที่น่าสนใจอีกอย่างหนึ่ง แต่ ค่าใช้จ่ายอาจจะค่อนข้างสูง เนื่องจากอุปกรณ์ราคาแพง และมีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการเดินทางเข้ามา เกี่ยวข้อง หากไม่มีข้อจำกัดทางด้านเศรษฐกิจ การถ่ายรูปก็เป็นกิจกรรมที่ให้ความเพลิดเพลินและ ความภาคภูมิใจต่อผู้ทำ กิจกรรมมาก

6. กิจกรรมทางสังคม (Social activities) เป็นกิจกรรมที่กลุ่มคนในสังคม ร่วมจัดขึ้น โดยมี จุดมุ่งหมายเดียวกัน เช่น การจัดเลี้ยงปีใหม่ งานเลี้ยงวันเกิด กานฉลองในโอกาส พิเศษต่าง ๆ

7. เต้นรำ ฟ้อนรำ (Dance) เป็นกิจกรรมที่ใช้จังหวะต่าง ๆ เป็นกิจกรรมที่ ให้ความสนุกสนาน เช่น เต้นรำ ฟ้อนรำ การรำ ไทย รำ วง นาฏศิลป์ ลีลาศ

8. กิจกรรมนอกเมือง (Outdoor activities) เป็นกิจกรรมนันทนาการนอกสถานที่ ที่ให้โอกาสมนุษย์ได้เรียนรู้ธรรมชาติ ได้พักผ่อน เช่น การอยู่ค่ายพักแรม ไปท่องเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติ

9. ทัศนศึกษา (Field trip) เพื่อศึกษาศิลปวัฒนธรรม ตามวัดวาอาราม หรือศึกษาความก้าวหน้าในด้านต่าง ๆ ในนิทรรศการหรืองานแสดงต่าง ๆ

10. กิจกรรมพูด เขียน อ่าน ฟัง (Speaking Writing and Reading) การพูด เขียน อ่าน ฟัง ที่นับว่าเป็นกิจกรรมนันทนาการ ได้แก่

10.1 การพูด ได้แก่ การคุย การโต้วาที การปาถกถา ฯ

10.2 การเขียน ได้แก่ การเขียนบันทึกเรื่องราวประจำวัน เขียนบทกวี เขียนเพลง เรื่องสั้น บทความ ฯ

10.3 การอ่าน ได้แก่ การอ่านหนังสือพิมพ์ อ่านหนังสือทั่ว ๆ ไป ที่ให้ทั้งความรู้และความเพลิดเพลิน

10.4 การฟัง ได้แก่ การฟังวิทยุ ฟังอภิปราย โต้วาที ทอล์คโชว์ ฯ

11. กิจกรรมอาสาสมัคร (Voluntary Recreation) เป็นกิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์ที่บุคคลเข้าร่วมด้วยความสมัครใจ เช่น กิจกรรมอาสาพัฒนา และกิจกรรมอาสาสมัครต่าง ๆ (ชัยวัฒน์ เหล่าสีบสกุลไทย, 2551)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2551) ได้เสนอแหล่งและกิจกรรมนันทนาการภายในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งหมด 21 กิจกรรม ดังนี้

1. นั่งบอลลูนชมทิวทัศน์ จังหวัดเชียงใหม่
2. ผจญภัยเล็ก ๆ ท่ามกลางธรรมชาติป่าเขา ที่ลำน้ำแม่วาง จังหวัดเชียงใหม่
3. กอล์ฟ จังหวัดเชียงใหม่
4. การตรวจสอบสุขภาพและรักษาพยาบาล จังหวัดเชียงใหม่
5. ห้อยโหนกลางป่า



6. ฝึกปฏิบัติธรรม จังหวัดเชียงใหม่
7. คูดาว จังหวัดเชียงใหม่
8. ชี้อ่เที่ยวดอยอ่างขาง
9. ท่องเที่ยวเชิงนิเวศบ้านโป่ง
10. ท่องเที่ยวและศึกษาวิถีชีวิตคนท้องถิ่น บ้านกะเหรี่ยงอ่างกาหลวง
11. บินลัดฟ้า ชมเหนือ ห่มหนาว
12. นั่งช้าง จ.เชียงใหม่
13. สป่าและนวดแผนไทย จ.เชียงใหม่
14. เรือหางเมงป่องล่องแม่ปิง เชียงใหม่
15. ล่องออบหลวง จ.เชียงใหม่
16. ล่องแพแม่แตง แม่แจ่ม แม่กก จ.เชียงใหม่
17. การปีนหน้าผาในจังหวัดเชียงใหม่
18. แหล่งดูนก จังหวัดเชียงใหม่
19. ล่องแก่ง จังหวัดเชียงใหม่
20. จักรยานเสือภูเขาจังหวัดเชียงใหม่
21. กิจกรรมในค่ายทหารจังหวัดเชียงใหม่

#### 4.7 ความเป็นมาและความหมายของผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก (Souvenir)

ของที่ระลึก คือ วัตถุ สิ่งของ ที่เป็นสัญลักษณ์ใช้แทนบุคคลเรื่องราวเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อเตือนความทรงจำให้ระลึกถึงสิ่งที่เกิดขึ้นหรือเคยพบเจอในเวลาที่ผ่านไป หรือการที่ได้มีโอกาสแวะเวียนไปสัมผัส แล้วอยากเก็บไว้ในความทรงจำในรูปแบบของสิ่งของชนิดต่าง ๆ (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2538)

Modern English-Thai Dictionary ฉบับ ทวพ. ได้ให้ความหมายไว้ว่า ของที่ระลึก (Souvenir) หมายถึง สิ่งที่ให้ (เก็บ) ไว้เป็นเครื่องเตือนความทรงจำในอดีตหรือเป็นเครื่อง (ที่) ระลึก

มุมมองทางมานุษยวิทยา ของที่ระลึก คือ ของที่ระลึก หมายถึง สิ่งของที่มนุษย์ประดิษฐ์ขึ้น อันจะทำให้เกิดความนึกถึง ระลึกถึงตัวบุคคล, สถานที่หรือเรื่องราวที่ผ่านกาลเวลาไปแล้ว อีกทั้งสิ่งของนี้จะต้องมีสัญลักษณ์หรือสัญลักษณ์ซึ่งถึงที่มาบุคลิกภาพ (Personality) ของบุคคลผู้สร้าง และลักษณะ (Character) ของสังคมที่ครอบงำบุคคลนั้นๆ อยู่ ซึ่งมักมีลักษณะเฉพาะแตกต่างกันไป และปรากฏออกมาในรูปแบบของสิ่งของ

ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อรูปแบบของ “ของที่ระลึก” ได้แก่

1. วัสดุที่ใช้ทำ (Material)
2. เทคนิค
3. ความคิด ความเชื่อ ค่านิยม และวัฒนธรรมในท้องถิ่น

เกณฑ์จำแนก “ของที่ระลึก” ออกจากสิ่งของอื่นได้ มีดังต่อไปนี้

ของที่ระลึก จะต้องเป็นสิ่งของที่มีอายุในการเก็บรักษาระยะหนึ่งนานพอสมควร อาจเป็น 3 ปี หรือ 100 ปีก็ได้ เพราะฉะนั้นอาหาร ยาที่เน่าและเสื่อมสลายเร็วก็ไม่จัดเป็นของที่ระลึก นอกจากนี้จะต้องดูจุดประสงค์ของการสร้าง คือ สร้างเพื่อเป็นเครื่องเตือนใจถึงตัวบุคคล คือ ผู้ให้ โดยไม่หวังที่จะได้รับสิ่งของตอบแทนเลขหรือบุคคลที่สร้างให้ความสำคัญ เช่น การสร้างพระพุทธรูปเพื่อเป็นการระลึกถึงพระพุทธเจ้า การสร้างหรือสลักรูปเพื่อเป็นที่ระลึกถึงบุคคลสำคัญๆ เป็นต้น นอกจากนี้แล้วยังมีการให้เพื่อเตือนใจให้ระลึกสถานที่ และประการสุดท้ายเพื่อเตือนใจให้ระลึกถึงโอกาสต่างๆ สิ่งของที่ทำขึ้นเพื่อให้ด้วยจุดมุ่งหมายดังกล่าว เรียกว่า ของที่ระลึก ฉะนั้นของที่สร้างขึ้นเพื่อใช้ในการอุปโภคบริโภคจึงไม่จัดเป็นของที่ระลึก และอีกเกณฑ์หนึ่งก็คือความรู้สึกหรือเจตนาของผู้รับ ผู้ซื้อ เมื่อเราได้รับของขวัญ ของรางวัล หรือของฝาก ที่มีคุณค่าทาง

จิตใจ มีคุณค่าทางสัญลักษณ์ของบุคคลหรือสถานที่ เราจะเก็บไว้เป็นที่ระลึก แม้กระทั่งของที่สวยงาม (Commodity Aesthetics) ที่เราซื้อมาเก็บไว้เพื่อระลึกถึงเหตุการณ์สถานที่ ยุคสมัยความนิยมที่ผ่านพ้นไปแล้ว ทั้งนี้เพราะคุณลักษณะพิเศษของ “ของที่ระลึก” คือการก่อให้เกิดพันธะแก่ผู้ที่ได้ครอบครองให้เก็บรักษาสິงนั้นไว้ (Obligation to keep) นั่นเอง

ประเพณีของไทยแต่เดิมนั้นมักประคิษฐ์ของที่ระลึกเพื่อมอบให้แก่กันในโอกาสสำคัญๆ ของชีวิต ทำขึ้นด้วยฝีมือของตนเอง เพื่อมอบให้ระลึกถึงกันด้วยจิตใจในโอกาสพิเศษ แต่เมื่อสภาพสังคมเศรษฐกิจเปลี่ยนแปลงไป เทคโนโลยีการผลิตก้าวหน้าขึ้น มนุษย์สามารถผลิตสิ่งของได้ครั้งละจำนวนมาก เกิดระบบอุตสาหกรรม ชีวิตของปัจเจกชนถูกดึงให้เข้าร่วมสังคมในวงกว้างขึ้นและถี่ขึ้นในหลากหลายรูปแบบ ทั้งในด้านการศึกษา การทำงาน การสังสรรค์สมาคม การบันเทิง การสื่อสารคมนาคมที่ทันสมัยก้าวหน้า ฯลฯ สิ่งเหล่านี้ล้วนส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตโลกทัศน์ บทบาทสถานะของบุคคลในชุมชนทั้งสิ้น ความเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ส่งผลต่อความสัมพันธ์และวิถีสื่อสัมพันธ์ของปัจเจกด้วยเช่นกัน ความเปลี่ยนแปลงทางสังคมเศรษฐกิจดังกล่าว ทำให้เกิด “สินค้าของที่ระลึก” ขึ้น เนื่องจากในปัจจุบัน คนที่มีเวลาที่จะทำของที่ระลึกด้วยตนเองเพราะความรีบเร่งในชีวิตประจำวัน ประกอบกับคนให้ความสำคัญกับของที่ระลึกน้อยลงและมีวาระโอกาสต่างๆ เพิ่มมากขึ้น คนจึงซื้ออะไรก็ได้เป็นของที่ระลึก ฉะนั้นคุณค่าจึงอาจเหลืออยู่ที่การเลือกสรรเลือกซื้ออย่างพิถีพิถันเพื่อนำไปให้ผู้อื่นเป็นที่ระลึก ดังนั้นในปัจจุบันจะพบได้ว่าการผลิตของที่ระลึกเป็นจำนวนมากเพื่อจำหน่ายในวาระต่าง ๆ ถึ่มากขึ้น

สรุปเกณฑ์ในการจัดว่าสิ่งใดเป็น “ของที่ระลึก” ได้แก่

1. จุดประสงค์ของการสร้างหรือประคิษฐ์สิ่งนั้น เพื่อระลึกถึงบุคคล สถานที่ โอกาส
2. จุดมุ่งหมายของผู้นำไปให้ หรือแลกเปลี่ยนไว้เป็นที่ระลึก
3. ความรู้สึกและเจตนาของผู้รับ หรือผู้ซื้อ
4. รูปลักษณะของสิ่งนั้น คือ ต้องมีความคงทนเก็บรักษาได้ในระยะเวลาหนึ่ง มีสัญลักษณ์สื่อถึงที่มา บุคลิก ค่านิยม โอกาส ฯลฯ อันจะก่อให้เกิดพันธะในการเก็บรักษา (สมรักษ์ ชัยสิงห์กานานนท์, 2544. หน้า 306-310)

## 5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### งานวิจัยภายในประเทศ

กมลวรรณ กาญจนกิตติ (2545) ได้ศึกษาเรื่อง “ศึกษาภาพการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดเชียงใหม่” สถานที่เล่นกีฬาและออกกำลังกายของสนามกีฬาและศูนย์กีฬาต่าง ๆ และสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่มีศักยภาพอยู่ในระดับดี ส่วนทางด้านอุปกรณ์กีฬา บุคลากรทางการกีฬา สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง จะเห็นได้ว่าจังหวัดเชียงใหม่มีศักยภาพในด้านของสถานที่ ทั้งสถานที่ทางการกีฬา และสถานที่ทางการท่องเที่ยว จึงมีความเป็นไปได้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดเชียงใหม่ให้มีประสิทธิภาพได้หากได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดการวางแผนพัฒนาและปรับปรุงศักยภาพในด้านอื่น ๆ ให้ได้อย่างเป็นระบบและมีแบบแผน

กมลวรรณ พรหมพิทักษ์, ภูษพงศ์ พันธุ์เถิงอมร และภคิน รักแตงาม (2548) ได้ทำการศึกษา “โครงการศึกษาภาพการท่องเที่ยวเชิงสปีดในเขตพื้นที่จังหวัดภูเก็ต พังงา กระบี่” ทราบว่า ศักยภาพในการรองรับการท่องเที่ยวเชิงสปีดของทั้ง 3 จังหวัดอยู่ในเกณฑ์ดี แต่ควรมีการปรับปรุงในเรื่องของความปลอดภัยสำหรับลูกค้า และความปลอดภัยในการดำเนินงาน โดยเฉพาะในจังหวัดพังงา และกระบี่ นอกจากนี้ลักษณะของนักท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสปีดมีลักษณะคล้ายคลึงกันทั้ง 3 จังหวัด กล่าวคือ นักท่องเที่ยวส่วนมากเป็นผู้หญิงที่มีอายุระหว่าง 25-34 ปี เป็นผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป และเป็นนักท่องเที่ยวที่มีระดับกำลังซื้ออยู่ในเกณฑ์ที่สูง โดยส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพเป็น เจ้าของกิจการ ลูกจ้าง และผู้เชี่ยวชาญเฉพาะสาขา และเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากแถบยุโรป เอเชียตะวันออก และประเทศไทย สำหรับความต้องการการท่องเที่ยวเชิงสปีดของนักท่องเที่ยวยังอยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างต่ำ ทั้งนี้เนื่องมาจากแรงจูงใจหลักในการเลือกเดินทางมายังจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่ คือ ความสวยงามทางธรรมชาติ และบรรยากาศที่ดีของแหล่งท่องเที่ยว

มิ่งสรรพ ขาวสอาด, นุกูล เครือฟู และอักรพงศ์ อ้นทอง (2548) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “มูลค่าเพิ่มในประเทศของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย” พบว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่มีบทบาททางเศรษฐกิจในระดับสูง อุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่รวมอุตสาหกรรมสนับสนุน เป็นอุตสาหกรรมที่มีสถานประกอบการรวมกันถึง 8,005 แห่ง ในจำนวนนี้ส่วนใหญ่เป็นภัตตาคาร ร้านอาหาร มีการจ้างงานรวมกันถึง 52,417 คน เมื่อวัดจากยอดขายพบว่ามียาได้รวมกันถึง 38,030 ล้านบาท คำนวณออกมาเป็นมูลค่าเพิ่มสูงถึง 12,009 ล้านบาท ในขณะที่อัตราส่วนมูลค่าเพิ่มต่อยอดขายคำนวณได้ร้อยละ 33.28 มูลค่าเพิ่มของ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 46 ของผลิตภัณฑ์มวลรวม ระดับจังหวัดในภาคบริการ (service sector) ของจังหวัดเชียงใหม่ และคิดเป็นร้อยละ 14 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมระดับจังหวัด (Gross Provincial Product : GPP) ของจังหวัดเชียงใหม่ เมื่อพิจารณาเป็นรายสาขาย่อยพบว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยว (ไม่รวมกิจการสนับสนุน) ที่มีขนาดของมูลค่าเพิ่มใหญ่ที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ อุตสาหกรรมโรงแรมและรีสอร์ท อุตสาหกรรมภัตตาคารและร้านอาหาร และอุตสาหกรรมนำเที่ยว ในปี พ.ศ. 2545 มีมูลค่าเพิ่มที่เก็บไว้ในประเทศคิดเป็นร้อยละ 92 ของมูลค่าเพิ่มมูลค่าเพิ่มที่เก็บไว้ในประเทศของอุตสาหกรรมย่อยส่วนใหญ่มีส่วนสูงกว่าร้อยละ 90 ยกเว้น อุตสาหกรรมรถเช่าและรถเช่าเหมาคัน ซึ่งมีสัดส่วนร้อยละ 57 และ 66

วคิน ปัญญาวุฒตระกูล (2548) ได้ทำการศึกษา “การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในพื้นที่ระเบียงวัฒนธรรม (กำแพงเพชร สุโขทัย พิษณุโลก เพชรบูรณ์)” ได้ผลสรุปตามวัตถุประสงค์ดังนี้ คือ 1) ศึกษาสำรวจข้อมูลอุปสงค์และอุปทานการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม พบว่า ด้านอุปทานการท่องเที่ยวมีแหล่งท่องเที่ยวทั้งสิ้น ทั้งสิ้น 154 แห่ง โดยอาจแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มประวัติศาสตร์ 106 แห่ง และกลุ่มประเพณีวัฒนธรรมและกิจกรรมที่สำคัญ 48 แห่ง ด้านอุปสงค์การท่องเที่ยว มีผู้เยี่ยมชมเยือนทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ มีโอกาสขยายตัวเนื่องจากมีปริมาณการกลับมาเที่ยวครั้งที่ 2 และ 3 โดยมีความสนใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น แต่ส่วนใหญ่ประสบปัญหาไม่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ ๆ ดังนั้นการจัดการท่องเที่ยวแบบใหม่ที่สร้างตลาดการท่องเที่ยวเชิงรุกในรูปแบบ “แหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยง” ภายใต้อุทยานร่วมกัน ที่มีลักษณะเฉพาะทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ภายใต้อเนกาคิด “แดนตำนาน แหล่งวิรัชตรีย์และคนกล้า ” 2) โดยกำหนดมาตรฐานในการคัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม และจัดลำดับความสำคัญเพื่อจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ผลการประเมินแหล่งท่องเที่ยวสามารถจัดลำดับความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวได้เป็น 3 กลุ่ม โดยแบ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มพื้นที่หลัก จำนวน 22 แห่ง พื้นที่รองจำนวน 40 แห่ง และพื้นที่เสริมจำนวน 92 แห่ง 3) การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมโดยพิจารณาจากการจัดความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มพื้นที่ต่างๆและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เพื่อนำมาสู่การจัดเส้นทางนำเที่ยวจำนวน 51 เส้นทาง เป็นกลุ่มตำนาน 11 เส้นทางกลุ่มประวัติศาสตร์ 21 เส้นทางกลุ่มวัฒนธรรม 19 เส้นทาง 4) ศึกษาเชิงปฏิบัติการแนวทางและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของประชามรอบอุทยานประวัติศาสตร์ ณ. บ้านนาต้นจั่น อำเภอศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย ผลจากการศึกษาพบว่าชุมชนมีศักยภาพด้านการจัดการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ทั้งด้านทรัพยากรและด้านประชามในชุมชน โดยเน้นการพัฒนาเพื่อ “การค้นหากิจกรรม” เพื่อทำหน้าที่ในการกำหนดนโยบาย เรียนรู้ และประเมินศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของหมู่บ้านตลอดจนพัฒนาและวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของ



ทีมงานกับปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ด้านการท่องเที่ยวร่วมกัน โดยมีเป้าหมายที่สำคัญคือการ พัฒนาบ้านนาต้นจั่นเป็นหมู่บ้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตัวอย่าง “ Village Based Tourism “ โดยมี 5 กลยุทธ์ และ 19 โครงการ โดยโครงการวิจัยได้ดำเนินการตามโครงการต่างๆเป็นโครงการต้นแบบ จำนวน 5 โครงการ

นิภาวรรณ พุทธสงกรานต์ (2550) ได้ทำการศึกษา “โครงการศึกษาภาพด้านการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศของภาคที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืน บนพื้นที่เกาะช้าง กิ่งอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด” ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ 1. ผลการวิเคราะห์ศึกษาภาพด้านการเรียนรู้และใช้ภาษาต่างประเทศขึ้นพื้นฐานกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติของกลุ่มภาคีโดยภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก โดยศึกษาภาพด้านการเรียนรู้และใช้ภาษาต่างประเทศในการกล่าวขอบคุณและขอโทษสูงสุด รองลงมาคือ การทักทาย และการขอให้พุดซ้ำ พุดซ้ำ ๆ จะพุดอย่างไรตามลำดับ 2. ผลการวิเคราะห์ศึกษาภาพด้านการเรียนรู้และใช้ภาษาต่างประเทศของภาคี ในการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติของภาคีโดยภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับปานกลาง 3. ผลการวิเคราะห์ประสิทธิภาพการใช้ภาษาต่างประเทศของภาคีจากมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่าโดยภาพรวมนั้นฝ่ายภาครัฐมีประสิทธิภาพการใช้ภาษาต่างประเทศอยู่ในระดับปานกลาง ฝ่ายภาคเอกชนอยู่ในระดับปานกลางถึงมาก ส่วนฝ่ายภาคประชาชนอยู่ในระดับปานกลาง 4. ผลการวิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค และแนวทางการพัฒนาการเรียนรู้และใช้ภาษาต่างประเทศของภาคีพบว่า ส่วนใหญ่มีปัญหาด้านการพุดและการฟัง โดยกลุ่มภาคีส่วนใหญ่เห็นว่า วิธีการได้รับการช่วยเหลือทางด้านการใช้ภาษาต่างประเทศติดต่อกับนักท่องเที่ยว คือการเรียนรู้จากสื่อด้วยตนเองมากที่สุด ซึ่งมีจำนวนใกล้เคียงกับการเข้ารับการอบรมโดยหน่วยงานภาครัฐ/เอกชนซึ่งควรจัดอบรมในช่วงหมดฤดูกาลท่องเที่ยวในหัวข้อที่ตรงกับงานบริการของภาคี

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

#### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาศักยภาพการจัดการประชุมและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) เพื่อการศึกษาถึงความพร้อมในการจัดการประชุมและนิทรรศการ (MICE) โดยผู้วิจัยดำเนินการตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล
6. เสนอแนะระดับความคิดเห็น

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร หมายถึง ผู้บริหารของหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่ในการกำหนดนโยบายของหน่วยงาน หรือองค์กรนั้น ๆ

กลุ่มตัวอย่าง หมายถึง ผู้บริหารของหน่วยงานที่มีอำนาจหน้าที่ในการกำหนดนโยบายของหน่วยงาน หรือองค์กรนั้น ๆ ซึ่งได้มาโดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง ตามคุณสมบัติ ดังนี้

1.1 ผู้ประกอบการด้านการจัดการประชุมและนิทรรศการ (Organizer) สมาชิกของสมาคมส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ (Thailand Incentive and Convention Association = TICA) จำนวน 11 ราย

1.2 ผู้ประกอบการด้านระบบลอจิสติกส์ จำนวน 19 ราย ได้แก่

- สถานีขนส่งอาเขตเชียงใหม่ จำนวน 1 ราย
- การขนส่งคมนาคมทางอากาศ จำนวน 6 ราย
- รถไฟ จำนวน 1 ราย
- รถขนส่งมวลชนในเชียงใหม่ จำนวน 1 ราย
- รถลีมูซีน จำนวน 1 ราย
- รถเช่า จำนวน 7 ราย
- การให้เช่าอุปกรณ์ขนส่งทางอากาศ จำนวน 2 ราย

1.3 ผู้ประกอบการด้านที่พักโรงแรม สมาชิกสมาคมธุรกิจโรงแรมไทย ภาคเหนือ ในจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีจำนวนห้องพักตั้งแต่ 50 ห้องขึ้นไป จำนวน 46 ราย

1.4 ผู้ประกอบการด้านร้านอาหาร ภัตตาคาร สมาชิกชมรมภัตตาคารและร้านอาหารจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีจำนวนที่นั่งตั้งแต่ 200 ที่นั่งขึ้นไป จำนวน 24 ราย

1.5 ผู้ประกอบการด้านบริการธุรกิจนำเที่ยว จำนวน 31 ราย

1.6 ผู้ประกอบการด้านร้านค้าของที่ระลึกขนาดใหญ่ จำนวน 2 ราย

1.7 ผู้ประกอบการด้านแหล่งนันทนาการขนาดใหญ่ จำนวน 2 ราย

1.8 ผู้ประกอบการด้านการรักษาความปลอดภัย จำนวน 1 ราย

1.9 ผู้ประกอบการด้านสาธารณูปโภค จำนวน 3 ราย ได้แก่

- การไฟฟ้าอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

- สำนักงานประปาเขต 9 เชียงใหม่

- องค์กรโทรศัพท์ TOT เชียงใหม่

1.10 องค์กรสื่อสารมวลชน จำนวน 3 ราย ได้แก่

- กรมประชาสัมพันธ์

- สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดเชียงใหม่

- ศูนย์สารสนเทศ สำนักประชาสัมพันธ์เขต 3 จังหวัดเชียงใหม่

1.11 กลุ่มหน่วยงานและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 2 ราย ได้แก่

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.)

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม 1 ชุด และแบบสัมภาษณ์ 1 ชุด ดังนี้

1. แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพการทำงาน ตำแหน่งการทำงานในปัจจุบัน สาขาอาชีพในปัจจุบัน ระดับการศึกษาสูงสุด โดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบเลือกคำตอบ (Multiple Choice Item) และแบบปลายเปิด (Open-ended)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการจัดการประชุมและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่ทั้ง 9 ด้าน ดังต่อไปนี้

1. ด้านการประกอบธุรกิจการจัดการประชุมและนิทรรศการ (Organizer)

2. ด้านระบบลอจิสติกส์ (Logistics)

3. ด้านสาธารณูปโภค (Public Utility)

4. ด้านที่พักและโรงแรม (Accommodation)

5. ด้านการรักษาความปลอดภัย (Security)

6. ด้านร้านอาหาร ภัตตาคาร (Restaurant)

7. ด้านธุรกิจนำเที่ยว (Tour Agency)

8. ด้านนันทนาการและความบันเทิง (Recreation and Entertainment)

9. ด้านร้านค้าของที่ระลึก (Souvenir)

2. แบบสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์ ตำแหน่งงานงาน อายุ อายุการทำงาน ระดับการศึกษาสูงสุด

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับวิธีการดำเนินงานในการจัดการประชุมและนิทรรศการของแต่ละผู้ประกอบการ



## ขั้นตอนการสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือ

ในการสร้างเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ศึกษารวบรวมข้อมูลจากบทความ เอกสาร หนังสือตำรา และรายงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
2. สร้างแบบสอบถาม โดยการศึกษาหาข้อมูลจากหนังสือ เอกสาร วารสารต่าง ๆ และปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา
3. นำแบบสอบถามที่ได้ปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษา แล้วนำกลับมาปรับปรุง จากนั้นส่งให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องเหมาะสม ก่อนนำไปทดลองใช้
4. นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try out) กับผู้ประกอบการด้านต่าง ๆ ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง เพื่อทดสอบความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถาม จำนวน 30 คน แล้วนำแบบสอบถามที่ได้มาหาความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยได้ค่าความเที่ยงของแบบสอบถามเท่ากับ 0.95
5. นำแบบสอบถามที่มีความเที่ยงที่เชื่อถือได้ ไปใช้จริงกับกลุ่มตัวอย่าง ในการวิจัยต่อไป

## การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูล โดยมีขั้นตอนและรายละเอียด ดังนี้

1. ผู้วิจัยทำหนังสือขอความร่วมมือในการทำวิจัยจากสำนักวิชาวิทยาศาสตร์ การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยไปยัง
2. ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง และทางไปรษณีย์
3. ช่วงระยะเวลาในการเก็บข้อมูลอยู่ระหว่างเดือนธันวาคม พ.ศ.2551 – เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ.2552
4. นำแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม จากนั้นนสรหัสข้อมูล แล้วนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ต่อไป

## การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมด้วยตนเอง และทางไปรษณีย์ มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลและหาค่าสถิติต่าง ๆ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ), ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.), ค่า f-test ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป มีขั้นตอนการดำเนินการดังนี้

1. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามทุกฉบับ
2. นำข้อมูลจากแบบสอบถาม ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มาแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ แล้วนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง
3. นำข้อมูลจากแบบสอบถาม ตอนที่ 2 ข้อมูลด้านความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุมและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบสำรวจรายการ (Checklist) และแบบปลายเปิด (Open ended) มาแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ จากนั้นนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบความเรียง

มากที่สุด	ให้คะแนน	5	คะแนน
มาก	ให้คะแนน	4	คะแนน
ปานกลาง	ให้คะแนน	3	คะแนน
น้อย	ให้คะแนน	2	คะแนน
น้อยที่สุด	ให้คะแนน	1	คะแนน

4. นำข้อมูลจากแบบสอบถาม ตอนที่ 2 ข้อมูลด้านความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดการประชุมและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่ จากนั้นนำมาทำการเปรียบเทียบความคิดเห็นระดับตำแหน่งงานในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถามต่อศักยภาพทั้ง 9 ด้าน จากนั้นนำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบความเรียง

### เกณฑ์เทียบระดับความคิดเห็น

การศึกษาถึงศักยภาพของผู้ประกอบการด้านต่าง ๆ แบบเลือกตอบโดยจัดลำดับศักยภาพ 5 ระดับ มีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ระดับคะแนน 5	มีศักยภาพอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด
ระดับคะแนน 4	มีศักยภาพอยู่ในเกณฑ์มาก
ระดับคะแนน 3	มีศักยภาพอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง
ระดับคะแนน 2	มีศักยภาพอยู่ในเกณฑ์น้อย
ระดับคะแนน 1	มีศักยภาพอยู่ในเกณฑ์น้อยที่สุด

เมื่อได้คะแนนรวมแล้วนำมาคิดค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งระดับศักยภาพออกเป็น 5 ระดับ ซึ่งมีเกณฑ์ในการพิจารณา ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	4.50 – 5.00	เป็นหลักเกณฑ์ที่มีศักยภาพสูงที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	3.50 – 4.49	เป็นหลักเกณฑ์ที่มีศักยภาพมาก
คะแนนเฉลี่ย	2.50 – 3.49	เป็นหลักเกณฑ์ที่มีศักยภาพปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย	1.50 – 2.49	เป็นหลักเกณฑ์ที่มีศักยภาพน้อย
คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.49	เป็นหลักเกณฑ์ที่มีศักยภาพน้อยที่สุด

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

#### ผลการวิเคราะห์

การวิจัย เรื่อง การศึกษาศักยภาพการจัดการประชุมและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่ โดยจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพการทำงาน ตำแหน่งในปัจจุบัน สาขาอาชีพในปัจจุบัน และระดับการศึกษาสูงสุด เพื่อศึกษาศักยภาพการจัดการประชุมและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยสร้างแบบสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง รวมทั้งสิ้น 435 คน และเก็บรวบรวมได้ทั้งสิ้น 402 คน คิดเป็นร้อยละ 92.5 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปตารางและอธิบายความเรียง แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังตารางที่ 1-6

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับศักยภาพในด้านที่ 1 ถึง ด้านที่ 9 ดังตารางที่ 7-15  
ได้แก่

- 1.ด้านการประกอบธุรกิจการจัดการประชุมและนิทรรศการ (Organizer)
2. ด้านระบบลอจิสติกส์ (Logistics)
3. ด้านสาธารณูปโภค (Public Utility)
4. ด้านที่พักและโรงแรม (Accommodation)
5. ด้านการรักษาความปลอดภัย (Security)
6. ด้านร้านอาหาร ภัตตาคาร (Restaurant)
7. ด้านธุรกิจนำเที่ยว (Tour Agency)
8. ด้านนันทนาการและความบันเทิง (Recreation and Entertainment)
9. ด้านร้านค้าของที่ระลึก (Souvenir)

### ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้วิจัยนำข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง มาแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ ดังตารางที่ 1-6

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	157	39.1
หญิง	245	60.9
<b>รวม</b>	<b>402</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 60.9

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 25 ปี	21	5.2
26-30 ปี	101	25.1
31-35 ปี	84	20.9
36-40 ปี	71	17.7
41-50 ปี	99	24.6
51-55 ปี	21	5.2
55 ปีขึ้นไป	5	1.2
<b>รวม</b>	<b>402</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 26-30 ปี จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.1

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุการทำงาน

อายุการทำงาน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 1 ปี	16	4.0
1-3 ปี	40	10.0
3-6 ปี	169	42
7-9 ปี	30	7.5
10-12 ปี	21	5.2
12 ปีขึ้นไป	126	31.3
<b>รวม</b>	<b>402</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุการทำงานระหว่าง 3-6 ปี จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตำแหน่งการทำงาน ในปัจจุบัน

ตำแหน่งการทำงานในปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
ผู้บริหาร	38	9.5
หัวหน้างาน	146	36.3
ผู้ประกอบการ / เจ้าของกิจการ	83	20.6
กรรมการผู้จัดการ	29	7.2
ผู้จัดการ	106	26.3
<b>รวม</b>	<b>402</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีตำแหน่งการทำงานในปัจจุบันคือ หัวหน้างาน จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.3

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 5 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสาขาอาชีพในปัจจุบัน

สาขาอาชีพในปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
ด้านผู้ประกอบการธุรกิจการจัดการประชุมและนิทรรศการ (Organizer)	33	8.2
ด้านระบบลอจิสติกส์ (Logistics)	45	11.2
ด้านสาธารณูปโภค (Public Utility)	9	2.2
ด้านที่พักและโรงแรม (Accommodation)	132	32.8
ด้านการรักษาความปลอดภัย (Security)	3	0.7
ด้านร้านอาหาร ภัตตาคาร (Restaurant)	66	16.4
ด้านธุรกิจนำเที่ยว (Tour Agency)	87	21.6
ด้านนันทนาการและความบันเทิง (Recreation and Entertainment)	6	1.5
ด้านร้านค้าของที่ระลึก (Souvenir)	6	1.5
อื่น ๆ (โปรดระบุ)	15	3.7
<b>รวม</b>	<b>402</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่า สาขาอาชีพในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คือ ด้านที่พักและโรงแรม (Accommodation) จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 32.8

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 6 จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับการศึกษาสูงสุด	จำนวน	ร้อยละ
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	324	80.6
ปริญญาโท	71	17.7
ปริญญาเอก	7	1.7
<b>รวม</b>	<b>402</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 6 แสดงให้เห็นว่า ระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 324 คน คิดเป็นร้อยละ 80.6

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



**ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับศักยภาพการจัดการประชุมและนิทรรศการจังหวัดเชียงใหม่  
ด้านที่ 1 ถึง ด้านที่ 9**

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับศักยภาพการจัดการประชุมและนิทรรศการ จำแนกรายด้าน และรายชื่อ ดังตารางที่ 7-15

**ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับศักยภาพการจัดการประชุมและนิทรรศการ  
ด้านผู้ประกอบการธุรกิจการจัดการประชุมและนิทรรศการ (Organizer)**

ที่	ประเด็น	ค่าร้อยละ ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ศักยภาพ
		1	2	3	4	5			
1	จำนวนบริษัทผู้ประกอบการจัดการประชุมและนิทรรศการในจังหวัดเชียงใหม่	0.5	2.5	31.6	47.3	18.2	3.80	0.78	มาก
2	ขีดความสามารถการให้บริการของบริษัทผู้ประกอบการ	0.0	4.2	23.1	55.2	17.4	3.86	0.75	มาก
3	การเข้าถึงข้อมูลของบริษัทผู้ประกอบการในการจัดการประชุมและนิทรรศการ	0.0	8.0	37.1	39.3	15.7	3.60	0.84	มาก
4	อุปกรณ์และความพร้อมในการจัดการประชุมและนิทรรศการ	0.0	2.5	29.9	43.8	23.9	3.89	0.79	มาก
5	ประสิทธิภาพของบริษัทผู้ประกอบการ	0.0	1.5	30.1	49.8	18.7	3.86	0.72	มาก
6	เงินทุนในการดำเนินการของบริษัทผู้ประกอบการ	0.0	5.0	34.3	46.0	14.7	3.70	0.78	มาก
<b>รวม</b>							<b>3.79</b>	<b>0.63</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 7 แสดงให้เห็นว่า ศักยภาพด้านผู้ประกอบการธุรกิจการจัดการประชุมและนิทรรศการ (Organizer) อยู่ในระดับมากทุกประเด็น

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับศักยภาพการจัดการประชุมและ  
นิทรรศการ ด้านระบบลอจิสติกส์ (Logistics)

ที่	ประเด็น	ค่าร้อยละ					$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ศักยภาพ
		ระดับความถี่เห็น							
		1	2	3	4	5			
1	จำนวนผู้ประกอบการด้านการขนส่ง สินค้าและอุปกรณ์การจัดการประชุม และนิทรรศการทางบก ทางเรือ ทาง อากาศ	1.0	7.2	28.9	45.3	17.7	3.71	0.87	มาก
2	ขีดความสามารถการให้บริการขนส่ง สินค้าและอุปกรณ์การจัดการประชุม และนิทรรศการทางบก ทางเรือ ทาง อากาศ	0.5	5.5	26.1	54.0	13.9	3.75	0.78	มาก
3	การเข้าถึงข้อมูลของผู้ประกอบการ ด้านการขนส่งสินค้าและอุปกรณ์การ จัดการประชุมและนิทรรศการทางบก ทางเรือ ทางอากาศ	1.5	5.2	38.3	42.8	12.2	3.59	0.83	มาก
4	ค่าบริการในการขนส่งสินค้าและ อุปกรณ์การจัดการประชุมและ นิทรรศการทางบก ทางเรือ ทางอากาศ	0.5	4.7	35.8	48.5	10.4	3.63	0.75	มาก
5	เทคโนโลยีความทันสมัยของการ ให้บริการทางอินเทอร์เน็ตในการ ขนส่งทางสินค้าและอุปกรณ์การ จัดการประชุมและนิทรรศการทางบก ทางเรือ ทางอากาศ	0.5	7.0	21.1	52.0	19.4	3.83	0.84	มาก
6	จำนวนผู้ประกอบการด้านการขนส่ง ผู้โดยสารการจัดการประชุมและ นิทรรศการทางบก ทางเรือ ทางอากาศ	0.7	5.5	26.9	42.8	24.1	3.84	0.88	มาก

ตารางที่ 8 (ต่อ)

ที่	ประเด็น	ค่าร้อยละ ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ศักยภาพ
		1	2	3	4	5			
7	ขีดความสามารถการให้บริการของ การขนส่งผู้โดยสารการจัดการ ประชุมและนิทรรศการทางบก ทาง เรือ ทางอากาศ	0.5	4.5	28.6	46.8	19.7	3.80	0.82	มาก
8	การเข้าถึงข้อมูลของผู้ประกอบการ ด้านการขนส่งผู้โดยสารการจัดการ ประชุมและนิทรรศการทางบก ทาง เรือ ทางอากาศ	1.0	4.2	32.6	45.8	16.4	3.72	0.82	มาก
9	ค่าบริการในการขนส่งผู้โดยสารการ จัดการประชุมและนิทรรศการทาง บก ทางเรือ ทางอากาศ	1.0	4.7	34.3	47.5	12.4	3.66	0.79	มาก
10	เทคโนโลยีความทันสมัยของการ ให้บริการ(การจองตั๋วเดินทาง e-ticket)ในการขนส่งทางผู้โดยสาร การจัดการประชุมและนิทรรศการ ทางบก ทางเรือ ทางอากาศ	0.5	7.2	19.4	49.0	23.9	3.89	0.87	มาก
11	การขนส่งมวลชน (รถประจำทาง)	6.2	20.6	32.8	26.9	13.4	3.27	1.12	ปาน กลาง
<b>รวม</b>							<b>3.70</b>	<b>0.62</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 8 แสดงให้เห็นว่า ศักยภาพด้านระบบลอจิสติกส์ (Logistics) อยู่ในระดับ  
มากทุกประเด็น ยกเว้น การขนส่งมวลชน(รถประจำทาง) ( $\bar{X} = 3.27$ , S.D. = 1.12) ศักยภาพอยู่  
ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับศักยภาพการจัดการประชุมและ  
นิทรรศการ ด้านสาธารณูปโภค (Public Utility)

ที่	ประเด็น	ค่าร้อยละ ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ศักยภาพ
		1	2	3	4	5			
1	สถานที่การจัดการประชุมและ นิทรรศการมีระบบไฟฟ้า ระบบประปา ระบบโทรศัพท์และระบบอินเทอร์เน็ต รองรับอย่างเพียงพอในการจัดการ ประชุมและนิทรรศการ	0.5	8.0	24.9	37.1	29.6	3.87	0.95	มาก
2	จำนวนบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญใน การติดตั้ง และแก้ไขปัญหาระบบต่าง ๆ มีความเพียงพอต่อการให้บริการ	0.0	8.0	30.3	38.3	23.4	3.77	0.90	มาก
3	ความรู้ความสามารถของบุคลากรใน การติดตั้ง และแก้ไขปัญหาระบบ ต่าง ๆ	0.0	9.7	33.1	37.8	19.4	3.67	0.90	มาก
4	การเข้าถึงข้อมูลของผู้ให้บริการด้าน สาธารณูปโภค	0.0	7.7	32.1	39.1	21.1	3.74	0.88	มาก
5	ค่าบริการระบบไฟฟ้า ระบบประปา ระบบโทรศัพท์และระบบอินเทอร์เน็ต มีความเหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับ	0.0	8.0	24.9	48.3	18.9	3.78	0.84	มาก
6	ความสะดวกในการติดต่อขอรับบริการ ระบบไฟฟ้า ระบบประปา ระบบ โทรศัพท์และระบบอินเทอร์เน็ต	0.7	9.0	24.9	46.3	19.2	3.74	0.89	มาก
<b>รวม</b>							<b>3.76</b>	<b>0.67</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 9 แสดงให้เห็นว่า ศักยภาพด้านสาธารณูปโภค (Public Utility) อยู่ในระดับ  
มากทุกประเด็น

ตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับศักยภาพการจัดการประชุมและ  
นิทรรศการ ด้านที่พักและโรงแรม (Accommodation)

ที่	ประเด็น	ค่าร้อยละ ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ศักยภาพ
		1	2	3	4	5			
1	จำนวนที่พักและโรงแรมใน จังหวัดเชียงใหม่	0.5	3.5	14.9	47.0	34.1	4.24	0.87	มาก
2	ขีดความสามารถการให้บริการ ของบุคลากร	0.0	0.7	11.2	53.5	34.6	4.41	0.72	มาก
3	การเข้าถึงข้อมูลการให้บริการของ ที่พักและโรงแรม	0.0	1.0	14.2	44.0	40.8	4.28	0.74	มาก
4	คุณภาพมาตรฐานของห้องพัก	0.0	0.7	10.9	45.0	43.3	4.33	0.70	มาก
5	ค่าบริการที่ที่พักและโรงแรม เหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับ บริการ	0.0	1.7	14.9	43.0	40.3	4.22	0.76	มาก
6	ความสะดวกในการติดต่อจองที่ พักและโรงแรม	0.0	1.2	15.2	43.8	39.8	4.26	0.76	มาก
รวม							4.29	0.61	มาก

จากตารางที่ 10 แสดงให้เห็นว่า ศักยภาพด้านที่พักและโรงแรม (Accommodation) อยู่ใน  
ระดับมากทุกประเด็น

ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับศักยภาพการจัดการประชุมและ  
นิทรรศการ ด้านการรักษาความปลอดภัย (Security)

ที่	ประเด็น	ค่าร้อยละ ระดับศักยภาพ					$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ศักยภาพ
		1	2	3	4	5			
1	จำนวนเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยของจังหวัดเชียงใหม่มีความเพียงพอ	0.0	4.7	23.6	40.3	31.3	3.98	0.86	มาก
2	จำนวนอุปกรณ์การรักษาความปลอดภัยของจังหวัดเชียงใหม่มีความเพียงพอ	1.7	5.7	34.1	41.5	16.9	3.66	0.88	มาก
3	ขีดความสามารถของเจ้าหน้าที่ในการให้บริการรักษาความปลอดภัยของจังหวัดเชียงใหม่ในการจัดการประชุมและนิทรรศการ	3.2	7.5	30.6	42.8	15.9	3.61	0.95	มาก
4	การเข้าถึงข้อมูลการให้บริการด้านการรักษาความปลอดภัย	4.0	9.5	33.3	38.8	14.4	3.50	0.98	มาก
5	คุณภาพเทคโนโลยีด้านอุปกรณ์ในการรักษาความปลอดภัยของจังหวัดเชียงใหม่ในการจัดการประชุมและนิทรรศการ	4.0	8.0	34.6	36.1	17.4	3.53	1.00	มาก
6	ความสะดวกในการติดต่อขอรับบริการการรักษาความปลอดภัย	3.2	6.0	34.1	37.3	19.4	3.60	0.97	มาก
<b>รวม</b>							<b>3.65</b>	<b>0.83</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 11 แสดงให้เห็นว่า ศักยภาพการจัดการประชุมและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ระดับศักยภาพด้านการรักษาความปลอดภัย (Security) อยู่ในระดับมากทุกประเด็น



ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับศักยภาพการจัดการประชุมและ  
นิทรรศการ ด้านร้านอาหาร ภัตตาคาร (Restaurant)

ที่	ประเด็น	ค่าร้อยละ ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ศักยภาพ
		1	2	3	4	5			
1	จำนวนร้านอาหาร ภัตตาคาร	1.5	2.7	22.6	41.0	32.1	4.08	0.94	มาก
2	จำนวนบุคลากรของร้านอาหาร ภัตตาคาร ในการให้บริการ	0.2	2.0	11.2	45.3	41.3	4.29	0.76	มาก
3	ขีดความสามารถในการให้บริการของ ร้านอาหาร ภัตตาคาร	0.2	2.0	18.2	42.5	37.1	4.14	0.80	มาก
4	การเข้าถึงข้อมูลในการให้บริการ ของร้านอาหารภัตตาคาร	0.5	2.0	22.1	42.8	32.6	4.05	0.82	มาก
5	คุณภาพอาหารของร้านอาหาร ภัตตาคาร	0.2	1.7	17.2	49.0	31.8	4.10	0.76	มาก
6	ค่าบริการของร้านอาหาร ภัตตาคาร	0.0	1.5	17.7	51.5	29.4	4.09	0.72	มาก
7	การติดต่อ การจองโต๊ะเพื่อใช้บริการ ร้านอาหาร ภัตตาคาร	0.0	2.0	21.9	45.8	30.3	4.04	0.78	มาก
<b>รวม</b>							<b>4.12</b>	<b>0.62</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 12 แสดงให้เห็นว่า ศักยภาพด้านร้านอาหาร ภัตตาคาร (Restaurant) อยู่ใน  
ระดับมากทุกประเด็น

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับศักยภาพการจัดการประชุมและ  
นิทรรศการ ด้านธุรกิจนำเที่ยว (Tour Agency)

ที่	ประเด็น	ค่าร้อยละ ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ศักยภาพ
		1	2	3	4	5			
1	จำนวนบริษัทผู้ประกอบการ ด้านธุรกิจนำเที่ยว	0.0	1.2	15.7	45.3	37.8	4.20	0.74	มาก
2	จำนวนแหล่งท่องเที่ยว	0.0	0.5	8.7	52.7	38.1	4.43	0.67	มาก
3	จำนวนบุคลากร (ไกด์) ในการ นำเที่ยว	0.0	0.7	14.7	43.5	41.0	4.27	0.73	มาก
4	ขีดความสามารถของบุคลากร (ไกด์) ในการนำเที่ยว	0.0	2.2	16.4	54.7	26.6	4.06	0.72	มาก
5	การเข้าถึงข้อมูลของบริษัท ผู้ประกอบการด้านธุรกิจนำเที่ยว	0.0	2.7	18.9	53.2	25.1	4.01	0.74	มาก
6	คุณภาพมาตรฐานของแหล่ง ท่องเที่ยว	0.0	2.2	23.4	52.0	22.4	3.95	0.74	มาก
7	ค่าใช้จ่ายด้านธุรกิจนำเที่ยวมี ความเหมาะสมกับคุณภาพที่ ได้รับบริการ	0.0	3.5	24.6	53.0	18.9	3.87	0.75	มาก
รวม							<b>4.11</b>	<b>0.57</b>	มาก

จากตารางที่ 13 แสดงให้เห็นว่า ศักยภาพด้านธุรกิจนำเที่ยว (Tour Agency) อยู่ในระดับมาก  
ทุกประเด็น

ตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับศักยภาพการจัดการประชุมและ  
นันทนาการ ด้านนันทนาการและความบันเทิง (Recreation and Entertainment)

ที่	ประเด็น	ค่าร้อยละ ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ศักยภาพ
		1	2	3	4	5			
1	จำนวนสถานบริการนันทนาการ และความบันเทิง	0.2	3.7	16.2	48.3	31.6	4.07	0.80	มาก
2	จำนวนบุคลากรในการให้บริการ	0.5	2.2	13.2	50.0	34.1	4.15	0.77	มาก
3	ขีดความสามารถของบุคลากรใน การให้บริการ	1.0	2.2	20.9	52.0	23.9	3.96	0.79	มาก
4	การเข้าถึงข้อมูลของสถานบริการ นันทนาการและความบันเทิง	1.2	3.0	22.9	50.7	22.1	3.90	0.82	มาก
5	การติดต่อขอใช้บริการด้าน นันทนาการและความบันเทิง	0.7	3.0	25.4	49.5	21.4	3.88	0.80	มาก
รวม							<b>3.99</b>	<b>0.67</b>	มาก

จากตารางที่ 14 แสดงให้เห็นว่า ศักยภาพด้านนันทนาการและความบันเทิง (Recreation and Entertainment) อยู่ในระดับมากทุกประเด็น

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับศักยภาพการจัดการประชุมและ  
นิทรรศการ ด้านร้านค้าของที่ระลึก (Souvenir)

ที่	ประเด็น	ค่าร้อยละ ระดับความคิดเห็น					$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ศักยภาพ
		1	2	3	4	5			
1	จำนวนร้านค้าของที่ระลึก	0.5	1.0	18.7	41.5	38.3	4.16	0.79	มาก
2	จำนวนบุคลากรในการให้บริการ ของร้านค้าของที่ระลึก	0.5	1.0	15.7	45.8	37.1	4.18	0.76	มาก
3	จำนวนและความหลากหลายของ สินค้าของที่ระลึก	0.5	1.5	19.9	43.0	35.1	4.11	0.80	มาก
4	ขีดความสามารถของบุคลากรในการ ให้บริการของร้านค้าของที่ระลึก	1.0	2.0	24.1	41.8	31.1	4.00	0.85	มาก
5	การเข้าถึงข้อมูลของร้านค้าของ ที่ระลึก	0.7	3.0	26.4	45.5	24.4	3.90	0.83	มาก
6	คุณภาพมาตรฐานของสินค้าของ ที่ระลึก	0.5	1.7	23.6	51.2	22.9	3.94	0.76	มาก
7	ค่าสินค้าของที่ระลึกมีความ เหมาะสมต่อคุณภาพสินค้า	0.7	1.0	28.4	48.0	21.9	3.89	0.77	มาก
รวม							<b>4.03</b>	<b>0.63</b>	มาก

จากตารางที่ 15 แสดงให้เห็นว่า ศักยภาพด้านร้านค้าของที่ระลึก (Souvenir) อยู่ในระดับ  
มากทุกประเด็น

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 3 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของศักยภาพการจัดการประชุมและนิทรรศการจังหวัดเชียงใหม่ด้านที่ 1 ถึง ด้านที่ 9 โดยจำแนกตามตำแหน่งการทำงานในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากแบบสอบถามในตอนที่ 2 มาทำการเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย โดยจำแนกตามตำแหน่งการทำงานในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังตารางที่ 16 – 30

ตารางที่ 16 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นระหว่างตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถามต่อศักยภาพด้านผู้ประกอบการธุรกิจการจัดการประชุมและนิทรรศการ (Organizer)

ที่	ประเด็น	$\bar{X}$	S.D.	F	p
1	จำนวนบริษัทผู้ประกอบการการจัดการประชุมและนิทรรศการในจังหวัดเชียงใหม่	3.80	0.78	0.83	0.50
2	จิตความสามารถในการให้บริการของบริษัทผู้ประกอบการ	3.86	0.75	0.64	0.63
3	การเข้าถึงข้อมูลของบริษัทผู้ประกอบการในการจัดการประชุมและนิทรรศการ	3.60	0.84	0.65	0.63
4	อุปกรณ์และความพร้อมในการจัดการประชุมและนิทรรศการ	3.89	0.79	0.22	0.93
5	ประสบการณ์ของบริษัทผู้ประกอบการ	3.86	0.72	1.80	0.13
6	เงินทุนในการดำเนินการของบริษัทผู้ประกอบการ	3.70	0.78	3.29	0.01*
รวม		3.79	0.63	1.05	0.38

\*  $p < 0.05$

จากตารางที่ 16 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งงานในปัจจุบัน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันในทุกประเด็นของด้านผู้ประกอบการธุรกิจการจัดการประชุมและนิทรรศการ (Organizer) ยกเว้นความคิดเห็นในประเด็นเงินทุนในการดำเนินการของบริษัทผู้ประกอบการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 17 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของตำแหน่งในปัจจุบัน ประเด็นเงินทุนในการ  
 ดำเนินการของบริษัทผู้ประกอบการของด้านผู้ประกอบการธุรกิจการจัดการประชุมและนิทรรศการ  
 (Organizer)

ตำแหน่ง ในปัจจุบัน	$\bar{X}$	1	2	3	4	5
		3.65	3.74	3.87	3.86	3.79
ผู้บริหาร	3.65	-	- 0.18	- 0.42	- 0.50	- 0.17
หัวหน้างาน	3.74		-	- 0.24	- 0.31	0.01
ผู้ประกอบการ/ เจ้าของกิจการ	3.87			-	- 0.74	0.25
กรรมการ ผู้จัดการ	3.86				-	0.32
ผู้จัดการ	3.79					-

$p > 0.05$

จากตารางที่ 17 แสดงให้เห็นว่า ตำแหน่งระดับผู้บริหาร, หัวหน้างาน, ผู้ประกอบการ/  
 เจ้าของกิจการ, กรรมการผู้จัดการ และผู้จัดการ มีความคิดเห็นแตกต่างกันในประเด็นเงินทุนในการ  
 ดำเนินการของบริษัทผู้ประกอบการ

สถาบันวิทยบริการ  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตารางที่ 18 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นระหว่างตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม  
ต่อศักยภาพด้านระบบลอจิสติกส์ (Logistics)

ที่	ประเด็น	$\bar{X}$	S.D.	F	p
1	จำนวนผู้ประกอบการด้านการขนส่งสินค้า และอุปกรณ์การจัดการประชุมและ นิทรรศการทางบก ทางเรือ ทางอากาศ	3.71	0.87	0.14	0.97
2	จิตความสามารถการให้บริการขนส่งสินค้า และอุปกรณ์การจัดการประชุมและ นิทรรศการทางบก ทางเรือ ทางอากาศ	3.75	0.78	0.80	0.53
3	การเข้าถึงข้อมูลของผู้ประกอบการด้านการ ขนส่งสินค้าและอุปกรณ์การจัดการประชุม และนิทรรศการทางบก ทางเรือ ทางอากาศ	3.59	0.83	0.45	0.77
4	ค่าบริการในการขนส่งสินค้าและอุปกรณ์ การจัดการประชุมและนิทรรศการทางบก ทางเรือ ทางอากาศ	3.63	0.75	0.72	0.58
5	เทคโนโลยีความทันสมัยของการให้บริการ ทางอินเทอร์เน็ตในการขนส่งทางสินค้าและ อุปกรณ์การจัดการประชุมและนิทรรศการ ทางบก ทางเรือ ทางอากาศ	3.83	0.84	0.83	0.51
6	จำนวนผู้ประกอบการด้านการขนส่ง ผู้โดยสารการจัดการประชุมและนิทรรศการ ทางบก ทางเรือ ทางอากาศ	3.84	0.88	0.47	0.76
7	จิตความสามารถการให้บริการของการ ขนส่งผู้โดยสารการจัดการประชุมและ นิทรรศการทางบก ทางเรือ ทางอากาศ	3.80	0.82	0.81	0.52
8	การเข้าถึงข้อมูลของผู้ประกอบการด้านการ ขนส่งผู้โดยสารการจัดการประชุมและ นิทรรศการทางบก ทางเรือ ทางอากาศ	3.72	0.82	0.51	0.73

ตารางที่ 8 (ต่อ)

ที่	ประเด็น	$\bar{X}$	S.D.	F	p
9	ค่าบริการในการขนส่งผู้โดยสารการจัดการประชุมและนิทรรศการทางบก ทางเรือ ทางอากาศ	3.66	0.79	1.35	0.25
10	เทคโนโลยีความทันสมัยของการให้บริการ (การจองตั๋วเดินทาง e-ticket) ในการขนส่งทางผู้โดยสารการจัดการประชุมและนิทรรศการทางบก ทางเรือ ทางอากาศ	3.89	0.87	0.42	0.80
11	การขนส่งมวลชน(รถประจำทาง)	3.27	1.12	0.79	0.53
<b>รวม</b>		<b>3.70</b>	<b>0.62</b>	<b>0.50</b>	<b>0.74</b>

$p > 0.05$

จากตารางที่ 18 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งงานในปัจจุบัน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันในทุกประเด็นของด้านระบบลอจิสติกส์ (Logistics) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 19 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นระหว่างตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม  
ต่อศักยภาพด้านสาธารณูปโภค (Public Utility)

ที่	ประเด็น	$\bar{X}$	S.D.	F	p
1	สถานที่การจัดการประชุมและนิทรรศการมีระบบไฟฟ้า ระบบประปา ระบบโทรศัพท์ และระบบอินเทอร์เน็ต รองรับอย่างเพียงพอในการจัดการประชุมและนิทรรศการ	3.87	0.95	4.11	0.00*
2	จำนวนบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในการติดตั้งและแก้ไขปัญหาระบบต่าง ๆ มีความเพียงพอต่อการให้บริการ	3.77	0.90	1.64	0.16
3	ความรู้ความสามารถของบุคลากรในการติดตั้งและแก้ไขปัญหาระบบต่าง ๆ	3.67	0.90	1.77	0.14
4	การเข้าถึงข้อมูลของผู้ให้บริการด้านสาธารณูปโภค	3.74	0.88	0.65	0.63
5	ค่าบริการระบบไฟฟ้า ระบบประปา ระบบโทรศัพท์ และระบบอินเทอร์เน็ต มีความเหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับ	3.78	0.84	0.92	0.45
6	ความสะดวกในการติดต่อขอรับบริการระบบไฟฟ้า ระบบประปา ระบบโทรศัพท์ และระบบอินเทอร์เน็ต	3.74	0.89	0.88	0.48
<b>รวม</b>		<b>3.76</b>	<b>0.67</b>	<b>1.66</b>	<b>0.16</b>

\*  $p < 0.05$

จากตารางที่ 19 แสดงว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งงานในปัจจุบัน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันในทุกประเด็นของด้านสาธารณูปโภค (Public Utility) ยกเว้นความคิดเห็นในประเด็นสถานที่การจัดการประชุมและนิทรรศการมีระบบไฟฟ้า ระบบประปา ระบบโทรศัพท์ และระบบอินเทอร์เน็ต รองรับอย่างเพียงพอในการจัดการประชุมและนิทรรศการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 20 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของตำแหน่งในปัจจุบัน ประเด็นสถานที่การจัดการประชุม และนิทรรศการมีระบบไฟฟ้า ระบบประปา ระบบโทรศัพท์ และระบบอินเทอร์เน็ต รองรับอย่างเพียงพอในการจัดการประชุมและนิทรรศการของด้านสาธารณูปโภค (Public Utility)

ตำแหน่ง ในปัจจุบัน	$\bar{X}$	1	2	3	4	5
		3.97	3.78	3.70	3.58	3.74
ผู้บริหาร	3.97	-	0.50	0.57*	0.89*	0.50
หัวหน้างาน	3.78		-	0.75	0.39	0.00
ผู้ประกอบการ/ เจ้าของกิจการ	3.70			-	0.31	- 0.73
กรรมการ ผู้จัดการ	3.58				-	- 0.39
ผู้จัดการ	3.74					-

\*  $p > 0.05$

จากตารางที่ 20 แสดงว่า ตำแหน่งระดับผู้บริหารกับผู้ประกอบการ/เจ้าของกิจการ และตำแหน่งระดับผู้บริหารกับกรรมการผู้จัดการ มีความคิดเห็นแตกต่างกันในประเด็นสถานที่การจัดการประชุมและนิทรรศการมีระบบไฟฟ้า ระบบประปา ระบบโทรศัพท์ และระบบอินเทอร์เน็ต รองรับอย่างเพียงพอในการจัดการประชุมและนิทรรศการ

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 21 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นระหว่างตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม  
ต่อศักยภาพด้านที่พักและโรงแรม (Accommodation)

ที่	ประเด็น	$\bar{X}$	S.D.	F	p
1	จำนวนที่พักและโรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่	4.24	0.87	1.47	0.21
2	ขีดความสามารถการให้บริการของบุคลากร	4.41	0.72	1.43	0.23
3	การเข้าถึงข้อมูลการให้บริการของที่พักและโรงแรม	4.28	0.74	1.51	0.20
4	คุณภาพมาตรฐานของห้องพัก	4.33	0.70	1.01	0.40
5	ค่าบริการที่ที่พักและโรงแรมเหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับบริการ	4.22	0.76	1.40	0.23
6	ความสะดวกในการติดต่อจองที่พักและโรงแรม	4.26	0.76	3.58	0.01*
รวม		<b>4.29</b>	<b>0.61</b>	<b>2.12</b>	<b>0.08</b>

\*  $p < 0.05$

จากตารางที่ 21 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งงานในปัจจุบัน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันในทุกประเด็นของด้านที่พักและโรงแรม (Accommodation) ยกเว้นความคิดเห็นในประเด็นความสะดวกในการติดต่อจองที่พักและโรงแรมของด้านที่พักและโรงแรม (Accommodation) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 22 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของตำแหน่งในปัจจุบัน ประเด็นความสะดวกในการติดต่อจองที่พักและโรงแรมของด้านที่พักและโรงแรม (Accommodation)

ตำแหน่ง ในปัจจุบัน	$\bar{X}$	1	2	3	4	5
		4.54	4.23	4.24	4.25	4.30
ผู้บริหาร	4.54	-	0.49*	0.39	0.46	0.30
หัวหน้างาน	4.23		-	- 0.10	- 0.03	- 0.19
ผู้ประกอบการ/ เจ้าของกิจการ	4.24			-	0.07	- 0.09
กรรมการ ผู้จัดการ	4.25				-	- 0.16
ผู้จัดการ	4.30					-

\*  $p > 0.05$

จากตารางที่ 22 แสดงให้เห็นว่า ตำแหน่งระดับผู้บริหารกับหัวหน้างาน มีความคิดเห็นแตกต่างกันในประเด็นความสะดวกในการติดต่อจองที่พักและโรงแรม

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตารางที่ 23 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นระหว่างตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อศักยภาพด้านการรักษาความปลอดภัย (Security)

ที่	ประเด็น	$\bar{X}$	S.D.	F	p
1	จำนวนเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยของจังหวัดเชียงใหม่มีความเพียงพอ	3.98	0.86	0.65	0.63
2	จำนวนอุปกรณ์การรักษาความปลอดภัยของจังหวัดเชียงใหม่มีความเพียงพอ	3.66	0.88	1.02	0.40
3	ขีดความสามารถของเจ้าหน้าที่ในการให้บริการรักษาความปลอดภัยของจังหวัดเชียงใหม่ในการจัดการประชุมและนิทรรศการ	3.61	0.95	0.93	0.45
4	การเข้าถึงข้อมูลการให้บริการด้านการรักษาความปลอดภัย	3.50	0.98	0.43	0.79
5	คุณภาพเทคโนโลยีด้านอุปกรณ์ในการรักษาความปลอดภัยของจังหวัดเชียงใหม่ในการจัดการประชุมและนิทรรศการ	3.53	1.00	0.09	0.99
6	ความสะดวกในการติดต่อขอรับบริการการรักษาความปลอดภัย	3.60	0.97	0.50	0.74
<b>รวม</b>		<b>3.65</b>	<b>0.83</b>	<b>0.46</b>	<b>0.77</b>

$p > 0.05$

จากตารางที่ 23 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งงานในปัจจุบัน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันในทุกประเด็นของด้านการรักษาความปลอดภัย (Security) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 24 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นระหว่างตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม  
ต่อศักยภาพด้านร้านอาหาร ภัตตาคาร (Restaurant)

ที่	ประเด็น	$\bar{X}$	S.D.	F	p
1	จำนวนร้านอาหาร ภัตตาคาร	4.08	0.94	1.00	0.41
2	จำนวนบุคลากรของร้านอาหาร ภัตตาคาร ในการให้บริการ	4.29	0.76	0.96	0.43
3	ขีดความสามารถการให้บริการของร้านอาหาร ภัตตาคาร	4.14	0.80	1.25	0.29
4	การเข้าถึงข้อมูลในการให้บริการของร้านอาหาร ภัตตาคาร	4.05	0.82	0.92	0.45
5	คุณภาพอาหารของร้านอาหาร ภัตตาคาร	4.10	0.76	0.51	0.73
6	ค่าบริการของร้านอาหาร ภัตตาคาร	4.09	0.72	0.60	0.67
7	การติดต่อ การจองโต๊ะเพื่อใช้บริการร้านอาหาร ภัตตาคาร	4.04	0.78	0.73	0.57
<b>รวม</b>		<b>4.12</b>	<b>0.62</b>	<b>0.90</b>	<b>0.46</b>

$p > 0.05$

จากตารางที่ 24 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งงานในปัจจุบัน มีความ  
คิดเห็นไม่แตกต่างกันในทุกประเด็นของด้านร้านอาหาร ภัตตาคาร (Restaurant) อย่างมีนัยสำคัญ  
ทางสถิติที่ระดับ 0.05

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 25 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นระหว่างตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม  
ต่อศักยภาพด้านธุรกิจนำเที่ยว (Tour Agency)

ที่	ประเด็น	$\bar{X}$	S.D.	F	p
1	จำนวนบริษัทผู้ประกอบการด้านธุรกิจนำเที่ยว	4.20	0.74	2.62	0.04*
2	จำนวนแหล่งท่องเที่ยว	4.43	0.67	3.67	0.01*
3	จำนวนบุคลากร (ไกด์) ในการนำเที่ยว	4.27	0.73	1.80	0.13
4	ขีดความสามารถของบุคลากร (ไกด์) ในการนำเที่ยว	4.06	0.72	1.36	0.25
5	การเข้าถึงข้อมูลของบริษัทผู้ประกอบการด้านธุรกิจนำเที่ยว	4.01	0.74	0.86	0.49
6	คุณภาพมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยว	3.95	0.74	2.20	0.07
7	ค่าใช้จ่ายด้านธุรกิจนำเที่ยวมีความเหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับบริการ	3.87	0.75	1.35	0.25
<b>รวม</b>		<b>4.11</b>	<b>0.57</b>	<b>2.29</b>	<b>0.06</b>

\*  $p < 0.05$

จากตารางที่ 25 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งงานในปัจจุบัน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันในทุกประเด็นของด้านธุรกิจนำเที่ยว (Tour Agency) ยกเว้นความคิดเห็นในประเด็นจำนวนบริษัทผู้ประกอบการด้านธุรกิจนำเที่ยว และประเด็นจำนวนแหล่งท่องเที่ยวของด้านธุรกิจนำเที่ยว (Tour Agency) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 26 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของตำแหน่งในปัจจุบัน ประเด็นจำนวนบริษัทผู้ประกอบการด้านธุรกิจนำเที่ยวของด้านธุรกิจนำเที่ยว (Tour Agency)

ตำแหน่ง ในปัจจุบัน	$\bar{X}$	1	2	3	4	5
		4.27	4.15	4.00	3.97	4.11
ผู้บริหาร	4.27	-	0.17	0.11	0.47	0.02
หัวหน้างาน	4.15		-	0.09	0.45	0.00
ผู้ประกอบการ/ เจ้าของกิจการ	4.00			-	0.36	- 0.09
กรรมการ ผู้จัดการ	3.97				-	- 0.45
ผู้จัดการ	4.11					-

$p > 0.05$

จากตารางที่ 26 แสดงให้เห็นว่า ตำแหน่งระดับผู้บริหาร, หัวหน้างาน, ผู้ประกอบการ/  
เจ้าของกิจการ, กรรมการผู้จัดการ และผู้จัดการ มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันในประเด็นจำนวน  
บริษัทผู้ประกอบการด้านธุรกิจนำเที่ยว

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 27 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของตำแหน่งในปัจจุบัน ประเด็นจำนวนแหล่งท่องเที่ยวของด้านธุรกิจนำเที่ยว (Tour Agency)

ตำแหน่ง ในปัจจุบัน	$\bar{X}$	1	2	3	4	5
		4.27	4.15	4.00	3.97	4.11
ผู้บริหาร	4.27	-	0.12	0.40	0.26	0.11
หัวหน้างาน	4.15		-	0.28	0.14	- 0.00
ผู้ประกอบการ/ เจ้าของกิจการ	4.00			-	- 0.14	- 0.29
กรรมการ ผู้จัดการ	3.97				-	- 0.15
ผู้จัดการ	4.11					-

$p > 0.05$

จากตารางที่ 27 แสดงให้เห็นว่า ตำแหน่งระดับผู้บริหาร, หัวหน้างาน, ผู้ประกอบการ/  
เจ้าของกิจการ, กรรมการผู้จัดการ และผู้จัดการ มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันในประเด็นจำนวน  
แหล่งท่องเที่ยว

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 28 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นระหว่างตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม  
ต่อศักยภาพด้านนันทนาการและความบันเทิง (Recreation and Entertainment)

ที่	ประเด็น	$\bar{X}$	S.D.	F	p
1	จำนวนสถานบริการนันทนาการและความ บันเทิง	4.07	0.80	0.19	0.95
2	จำนวนบุคลากรในการให้บริการ	4.15	0.77	0.15	0.96
3	จิตความสามารถของบุคลากรในการให้บริการ	3.96	0.79	0.76	0.56
4	การเข้าถึงข้อมูลของสถานบริการนันทนาการ และความบันเทิง	3.90	0.82	0.09	0.99
5	การติดต่อขอใช้บริการด้านนันทนาการและ ความบันเทิง	3.88	0.80	0.52	0.72
<b>รวม</b>		<b>3.99</b>	<b>0.67</b>	<b>0.18</b>	<b>0.95</b>

$p > 0.05$

จากตารางที่ 28 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งงานในปัจจุบัน มีความ  
คิดเห็นไม่แตกต่างกันในทุกประเด็นของด้านนันทนาการและความบันเทิง (Recreation and  
Entertainment) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตารางที่ 29 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นระหว่างตำแหน่งของผู้ตอบแบบสอบถาม ต่อศักยภาพด้านร้านค้าของที่ระลึก (Souvenir)

ที่	ประเด็น	$\bar{X}$	S.D.	F	p
1	จำนวนร้านค้าของที่ระลึก	4.16	0.79	1.49	0.21
2	จำนวนบุคลากรในการให้บริการของร้านค้าของที่ระลึก	4.18	0.76	2.48	0.04*
3	จำนวนและความหลากหลายของสินค้าของที่ระลึก	4.11	0.80	0.59	0.67
4	ขีดความสามารถของบุคลากรในการให้บริการของร้านค้าของที่ระลึก	4.00	0.85	1.33	0.26
5	การเข้าถึงข้อมูลของร้านค้าของที่ระลึก	3.90	0.83	0.68	0.60
6	คุณภาพมาตรฐานของสินค้าของที่ระลึก	3.94	0.76	0.44	0.78
7	ค่าสินค้าของที่ระลึกมีความเหมาะสมต่อคุณภาพสินค้า	3.89	0.77	2.05	0.09
<b>รวม</b>		<b>4.03</b>	<b>0.63</b>	<b>0.83</b>	<b>0.51</b>

\*  $p < 0.05$

จากตารางที่ 29 แสดงให้เห็นว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งงานในปัจจุบัน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันในทุกประเด็นของด้านร้านค้าของที่ระลึก (Souvenir) ยกเว้นความคิดเห็นในประเด็นจำนวนบุคลากรในการให้บริการของร้านค้าของที่ระลึก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 30 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของตำแหน่งในปัจจุบัน ประเด็นจำนวนบุคลากรในการให้บริการของร้านค้าของที่ระลึก (Souvenir)

ตำแหน่ง ในปัจจุบัน	$\bar{X}$	1	2	3	4	5
		4.27	4.15	4.00	3.97	4.11
ผู้บริหาร	4.27	-	0.13	0.37	0.39	0.23
หัวหน้างาน	4.15		-	0.24	0.26	0.10
ผู้ประกอบการ/ เจ้าของกิจการ	4.00			-	0.02	- 0.14
กรรมการ ผู้จัดการ	3.97				-	- 0.16
ผู้จัดการ	4.11					-

$p > 0.05$

จากตารางที่ 30 แสดงให้เห็นว่า ตำแหน่งระดับผู้บริหาร, หัวหน้างาน, ผู้ประกอบการ/เจ้าของกิจการ, กรรมการผู้จัดการ และผู้จัดการ มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันในประเด็นจำนวนบุคลากรในการให้บริการ

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

#### สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาศักยภาพการจัดการประชุมและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพการจัดการประชุมและนิทรรศการจังหวัดเชียงใหม่ และหาค่าเฉลี่ย ร้อยละ ในด้านข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และศักยภาพการจัดการประชุมและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อศึกษาเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะตำแหน่งในปัจจุบัน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการทั้ง 9 ด้าน เป็นจำนวน 144 สถานประกอบการ และเก็บแบบสอบถาม 3 ราย สำหรับ 1 สถานประกอบการ รวมจำนวนทั้งสิ้น 432 คน และได้รับแบบสอบถามคืนจำนวน 402 ชุด คิดเป็นร้อยละ 93.05 โดยจำแนกกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดได้ ดังนี้

1. ผู้ประกอบการด้านการจัดการประชุมและนิทรรศการ (Organizer) สมาชิกของสมาคมส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ (Thailand Incentive and Convention Association = TICA) จำนวน 11 ราย

2. ผู้ประกอบการด้านระบบลอจิสติกส์ (Logistics) จำนวน 19 ราย ได้แก่

- สถานีขนส่งอาเขตเชียงใหม่ จำนวน 1 ราย

- การขนส่งคมนาคมทางอากาศ จำนวน 6 ราย

- รถไฟ จำนวน 1 ราย

- รถขนส่งมวลชนในเชียงใหม่ จำนวน 1 ราย

- รถลีมูซีน จำนวน 1 ราย

- รถเช่า จำนวน 7 ราย

- การให้เช่าอุปกรณ์ขนส่งทางอากาศ จำนวน 2 ราย

3. ผู้ประกอบการด้านที่พักโรงแรม (Accommodation) สมาชิกสมาคมธุรกิจโรงแรมไทย ภาคเหนือในจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีจำนวนห้องพักตั้งแต่ 50 ห้องขึ้นไป จำนวน 46 ราย
4. ผู้ประกอบการด้านร้านอาหาร ภัตตาคาร (Restaurant) สมาชิกชมรมภัตตาคารและร้านอาหารจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีจำนวนที่นั่งตั้งแต่ 200 ที่นั่งขึ้นไป จำนวน 24 ราย
5. ผู้ประกอบการด้านบริการธุรกิจนำเที่ยว (Tour Agency) จำนวน 31 ราย
6. ผู้ประกอบการด้านร้านค้าของที่ระลึก (Souvenir) ขนาดใหญ่ จำนวน 2 ราย
7. ผู้ประกอบการด้านแหล่งนันทนาการ (Recreation and Entertainment) ขนาดใหญ่ จำนวน 2 ราย
8. ผู้ประกอบการด้านการรักษาความปลอดภัย (Security) จำนวน 1 ราย
9. เจ้าหน้าที่ด้านสาธารณูปโภค (Public Utility) จำนวน 3 ราย ได้แก่
  - การไฟฟ้าอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่
  - สำนักงานประปาเขต 9 เชียงใหม่
  - องค์กรโทรศัพท์ TOT เชียงใหม่
10. องค์กรสื่อสารมวลชน (Mass Media) จำนวน 3 ราย ได้แก่
  - กรมประชาสัมพันธ์
  - สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจังหวัดเชียงใหม่
  - ศูนย์สารสนเทศ สำนักประชาสัมพันธ์เขต 3 จังหวัดเชียงใหม่
11. กลุ่มหน่วยงานและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง จำนวน 2 ราย ได้แก่
  - การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)
  - สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม 1 ชุด โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อายุการทำงาน ตำแหน่งในปัจจุบัน สาขาอาชีพในปัจจุบัน ระดับการศึกษาสูงสุด โดยแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบเลือกคำตอบ (Multiple Choice Item) และแบบปลายเปิด (Open-ended)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการจัดการประชุมและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่ในด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ด้านผู้ประกอบการ ธุรกิจการจัดการประชุมและนิทรรศการ (Organizer)
2. ด้านระบบลอจิสติกส์ (Logistics)
3. ด้านสาธารณูปโภค (Public Utility)
4. ด้านที่พักและโรงแรม (Accommodation)
5. ด้านการรักษาความปลอดภัย (Security)
6. ด้านร้านอาหาร ภัตตาคาร (Restaurant)
7. ด้านธุรกิจนำเที่ยว (Tour Agency)
8. ด้านนันทนาการและความบันเทิง (Recreation and Entertainment)
9. ด้านร้านค้าของที่ระลึก (Souvenir)

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำแบบสอบถามมาตรวจสอบความสมบูรณ์ จากนั้นตรวจและกำหนดคะแนนจากคำตอบของแบบสอบถาม จากนั้นนำไปวิเคราะห์คำนวณหาค่าทางสถิติคอมพิวเตอร์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปโดยการหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว

## ผลการวิจัย

การศึกษาศักยภาพการจัดการประชุมและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบ ดังนี้

### 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.1 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 60.9 มีอายุระหว่าง 26-30 ปี จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 25.1 และมีอายุการทำงานระหว่าง 3-6 ปี จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีตำแหน่งในปัจจุบัน คือ หัวหน้างาน จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.3 มีสาขาอาชีพในปัจจุบันด้านที่พักและโรงแรม (Accommodation) จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 32.8 และระดับการศึกษาสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ คือ ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 324 คน คิดเป็นร้อยละ 80.6

2. การศึกษาศักยภาพการจัดการประชุมและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่ มีระดับศักยภาพอยู่ในระดับมากเป็นส่วนใหญ่ จำนวน 9 ด้าน คือ

2.1 ด้านผู้ประกอบการธุรกิจการจัดการประชุมและนิทรรศการ (Organizer) อยู่ในระดับมากเป็นส่วนใหญ่ สำหรับระดับศักยภาพสูงสุดคือ อุปกรณ์และความพร้อมในการจัดการประชุมและนิทรรศการ ( $\bar{X} = 3.89$ , S.D. = 0.79) รองลงมาคือ จิตความสามารถทำให้ บริการของบริษัทผู้ประกอบการ ( $\bar{X} = 3.86$ , S.D. = 0.75) และ ประสบการณ์ของบริษัทผู้ประกอบการ ( $\bar{X} = 3.86$ , S.D. = 0.72) และต่ำสุดคือ การเข้าถึงข้อมูลของบริษัทผู้ประกอบการในการจัดการประชุมและนิทรรศการ ( $\bar{X} = 3.60$ , S.D. = 0.84)

2.2 ด้านระบบลอจิสติกส์ (Logistics) อยู่ในระดับมากเป็นส่วนใหญ่ ยกเว้น การขนส่งมวลชน(รถประจำทาง) ( $\bar{X} = 3.27$ , S.D. = 1.12) ศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง สำหรับระดับศักยภาพสูงสุดคือ เทคโนโลยีความทันสมัยของการให้บริการ (การจองตั๋วเดินทาง e-ticket) ในการขนส่งทางผู้โดยสารการจัดการประชุมและนิทรรศการทางบก ทางเรือ ทางอากาศ ( $\bar{X} = 3.89$ , S.D. = 0.87) รองลงมาคือ จำนวนผู้ประกอบการด้านการขนส่งผู้โดยสารการจัดการประชุมและนิทรรศการทางบก ทางเรือ ทางอากาศ ( $\bar{X} = 3.84$ , S.D. = 0.88) และต่ำสุดคือ การขนส่งมวลชน(รถประจำทาง) ( $\bar{X} = 3.27$ , S.D. = 1.12)

2.3 ด้านสาธารณูปโภค (Public Utility) อยู่ในระดับมากเป็นส่วนใหญ่ สำหรับระดับศักยภาพสูงสุดคือ สถานที่จัดการประชุมและนิทรรศการมีระบบไฟฟ้า ระบบประปา ระบบโทรศัพท์ และระบบอินเทอร์เน็ต รองรับอย่างเพียงพอในการจัดการประชุมและ



นิทรรศการ ( $\bar{X} = 3.87$ , S.D. = 0.95) รองลงมาคือ ค่าบริการระบบไฟฟ้า ระบบประปา ระบบโทรศัพท์ และระบบอินเทอร์เน็ต มีความเหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับ ( $\bar{X} = 3.78$ , S.D. = 0.84) และต่ำสุดคือ ความรู้ความสามารถของบุคลากรในการติดตั้ง และแก้ไขปัญหาาระบบต่าง ๆ ( $\bar{X} = 3.67$ , S.D. = 0.90)

2.4 ด้านที่พักและโรงแรม (Accommodation) อยู่ในระดับมากเป็นส่วนใหญ่ สำหรับระดับศักยภาพสูงสุดคือ ชีตความสามารถการให้บริการของบุคลากร ( $\bar{X} = 4.41$ , S.D. = 0.72) รองลงมาคือ คุณภาพมาตรฐานของห้องพัก ( $\bar{X} = 4.33$ , S.D. = 0.70) และต่ำสุดคือ ค่าบริการที่พักรวมและโรงแรมเหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับบริการ ( $\bar{X} = 4.22$ , S.D. = 0.76)

2.5 ด้านการรักษาความปลอดภัย (Security) อยู่ในระดับมากเป็นส่วนใหญ่ สำหรับระดับศักยภาพสูงสุดคือ จำนวนเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยของจังหวัดเชียงใหม่มีความเพียงพอ ( $\bar{X} = 3.98$ , S.D. = 0.86) รองลงมาคือ จำนวนอุปกรณ์การรักษาความปลอดภัยของจังหวัดเชียงใหม่มีความเพียงพอ ( $\bar{X} = 3.66$ , S.D. = 0.88) และต่ำสุดคือ การเข้าถึงข้อมูลการให้บริการด้านการรักษาความปลอดภัย ( $\bar{X} = 3.50$ , S.D. = 0.98)

2.6 ด้านร้านอาหาร ภัตตาคาร (Restaurant) อยู่ในระดับมากเป็นส่วนใหญ่ สำหรับระดับศักยภาพสูงสุดคือ จำนวนบุคลากรของร้านอาหาร ภัตตาคาร ในการให้บริการ ( $\bar{X} = 4.29$ , S.D. = 0.76) รองลงมาคือ ชีตความสามารถการให้บริการของร้านอาหาร ภัตตาคาร ( $\bar{X} = 4.14$ , S.D. = 0.80) และต่ำสุดคือ การติดต่อ การจองโต๊ะเพื่อใช้บริการร้านอาหาร ภัตตาคาร ( $\bar{X} = 4.04$ , S.D. = 0.78)

2.7 ด้านธุรกิจนำเที่ยว (Tour Agency) อยู่ในระดับมากเป็นส่วนใหญ่ สำหรับระดับศักยภาพสูงสุดคือ จำนวนแหล่งท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 4.43$ , S.D. = 0.67) รองลงมาคือ จำนวนบุคลากร (ไกด์) ในการนำเที่ยว ( $\bar{X} = 4.27$ , S.D. = 0.73) และต่ำสุดคือ ค่าใช้จ่ายด้านธุรกิจนำเที่ยวมีความเหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับบริการ ( $\bar{X} = 3.87$ , S.D. = 0.75)

2.8 ด้านนันทนาการและความบันเทิง (Recreation and Entertainment) อยู่ในระดับมากเป็นส่วนใหญ่ สำหรับระดับศักยภาพสูงสุดคือ จำนวนบุคลากรในการให้บริการ ( $\bar{X} = 4.15$ , S.D. = 0.77) รองลงมาคือ จำนวนสถานบริการนันทนาการและความบันเทิง ( $\bar{X} = 4.07$ , S.D. = 0.80) และต่ำสุดคือ การติดต่อขอใช้บริการด้านนันทนาการและความบันเทิง ( $\bar{X} = 3.88$ , S.D. = 0.80)

2.9 ด้านร้านค้าของที่ระลึก (Souvenir) อยู่ในระดับมากเป็นส่วนใหญ่ สำหรับระดับศักยภาพสูงสุดคือ จำนวนบุคลากรในการให้บริการของร้านค้าของที่ระลึก ( $\bar{X} =$

4.18 , S.D. = 0.76) รองลงมาคือ จำนวนร้านค้าของที่ระลึก ( $\bar{X} = 4.16$  , S.D. = 0.79) และต่ำสุดคือ ค่าสินค้าของที่ระลึกมีความเหมาะสมต่อคุณภาพสินค้า ( $\bar{X} = 3.89$  , S.D. = 0.77)

3. ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของศักยภาพการจัดการประชุมและนิทรรศการ จังหวัดเชียงใหม่ ด้านที่ 1 ถึง ด้านที่ 9 โดยจำแนกตามตำแหน่งในปัจจุบัน

3.1 ด้านผู้ประกอบการธุรกิจการจัดการประชุมและนิทรรศการ (Organizer) ผลการวิจัยพบว่า ตำแหน่งระดับผู้บริหาร, หัวหน้างาน, ผู้ประกอบการ/เจ้าของกิจการ, กรรมการผู้จัดการ และผู้จัดการ มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันในทุกประเด็นของด้านผู้ประกอบการธุรกิจการจัดการประชุมและนิทรรศการ (Organizer) ยกเว้นความคิดเห็นในประเด็นเงินทุนในการดำเนินการของบริษัทผู้ประกอบการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และจากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มของตำแหน่งในปัจจุบัน ประเด็นเงินทุนในการดำเนินการของบริษัทผู้ประกอบการ พบว่า ตำแหน่งระดับผู้บริหาร, หัวหน้างาน, ผู้ประกอบการ/เจ้าของกิจการ, กรรมการผู้จัดการ และผู้จัดการ มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันในประเด็นเงินทุนในการดำเนินการของบริษัทผู้ประกอบการ

3.2 ด้านระบบลอจิสติกส์ (Logistics) ผลการวิจัยพบว่า ตำแหน่งระดับผู้บริหาร, หัวหน้างาน, ผู้ประกอบการ/เจ้าของกิจการ, กรรมการผู้จัดการ และผู้จัดการ มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันในทุกประเด็นของด้านระบบลอจิสติกส์ (Logistics) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.3 ด้านสาธารณูปโภค (Public Utility) ผลการวิจัยพบว่า ตำแหน่งระดับผู้บริหาร, หัวหน้างาน, ผู้ประกอบการ/เจ้าของกิจการ, กรรมการผู้จัดการ และผู้จัดการ มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันในทุกประเด็นของด้านสาธารณูปโภค (Public Utility) ยกเว้นความคิดเห็นในประเด็นสถานที่การจัดการประชุมและนิทรรศการมีระบบไฟฟ้า ระบบประปา ระบบโทรศัพท์ และระบบอินเทอร์เน็ต รองรับอย่างเพียงพอในการจัดการประชุมและนิทรรศการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และจากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายกลุ่มของตำแหน่งในปัจจุบัน ประเด็นสถานที่การจัดการประชุมและนิทรรศการมีระบบไฟฟ้า ระบบประปา ระบบโทรศัพท์ และระบบอินเทอร์เน็ต รองรับอย่างเพียงพอในการจัดการประชุมและนิทรรศการ พบว่า ตำแหน่งระดับผู้บริหารกับผู้ประกอบการ/เจ้าของกิจการ และตำแหน่งระดับผู้บริหารกับกรรมการผู้จัดการ มีความคิดเห็นแตกต่างกันในประเด็นสถานที่การจัดการประชุมและนิทรรศการมีระบบไฟฟ้า ระบบประปา ระบบโทรศัพท์ และระบบอินเทอร์เน็ต รองรับอย่างเพียงพอในการจัดการประชุมและนิทรรศการ

3.4 ด้านที่พักและโรงแรม (Accommodation) ผลการวิจัยพบว่า ตำแหน่งระดับผู้บริหาร, หัวหน้างาน, ผู้ประกอบการ/เจ้าของกิจการ, กรรมการผู้จัดการ และผู้จัดการ มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันในทุกประเด็นของด้านที่พักและโรงแรม (Accommodation) ยกเว้นความคิดเห็นในประเด็นความสะดวกในการติดต่อจองที่พักและโรงแรมของด้านที่พักและโรงแรม (Accommodation) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และจากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของตำแหน่งในปัจจุบัน ประเด็นความสะดวกในการติดต่อจองที่พักและโรงแรมพบว่า ตำแหน่งระดับผู้บริหารกับหัวหน้างาน มีความคิดเห็นแตกต่างกันในประเด็นความสะดวกในการติดต่อจองที่พักและโรงแรม

3.5 ด้านการรักษาความปลอดภัย (Security) ผลการวิจัยพบว่า ตำแหน่งระดับผู้บริหาร, หัวหน้างาน, ผู้ประกอบการ/เจ้าของกิจการ, กรรมการผู้จัดการ และผู้จัดการ มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันในทุกประเด็นของด้านการรักษาความปลอดภัย (Security) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.6 ด้านร้านอาหาร ภัตตาคาร (Restaurant) ผลการวิจัยพบว่า ตำแหน่งระดับผู้บริหาร, หัวหน้างาน, ผู้ประกอบการ/เจ้าของกิจการ, กรรมการผู้จัดการ และผู้จัดการ มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันในทุกประเด็นของด้านร้านอาหาร ภัตตาคาร (Restaurant) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.7 ด้านธุรกิจนำเที่ยว (Tour Agency) ผลการวิจัยพบว่า ตำแหน่งระดับผู้บริหาร, หัวหน้างาน, ผู้ประกอบการ/เจ้าของกิจการ, กรรมการผู้จัดการ และผู้จัดการ มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันในทุกประเด็นของด้านธุรกิจนำเที่ยว (Tour Agency) ยกเว้นความคิดเห็นในประเด็นจำนวนบริษัทผู้ประกอบการด้านธุรกิจนำเที่ยว และประเด็นจำนวนแหล่งท่องเที่ยวของด้านธุรกิจนำเที่ยว (Tour Agency) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และจากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของตำแหน่งในปัจจุบัน ประเด็นจำนวนบริษัทผู้ประกอบการด้านธุรกิจนำเที่ยว พบว่า ตำแหน่งระดับผู้บริหาร, หัวหน้างาน, ผู้ประกอบการ/เจ้าของกิจการ, กรรมการผู้จัดการ และผู้จัดการ มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันในประเด็นจำนวนบริษัทผู้ประกอบการด้านธุรกิจนำเที่ยว และจากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของตำแหน่งในปัจจุบัน ประเด็นจำนวนแหล่งท่องเที่ยวพบว่า ตำแหน่งระดับผู้บริหาร, หัวหน้างาน, ผู้ประกอบการ/เจ้าของกิจการ, กรรมการผู้จัดการ และผู้จัดการ มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันในประเด็นจำนวนแหล่งท่องเที่ยว

3.8 ด้านนันทนาการและความบันเทิง (Recreation and Entertainment) ผลการวิจัยพบว่า ตำแหน่งระดับผู้บริหาร, หัวหน้างาน, ผู้ประกอบการ/เจ้าของกิจการ, กรรมการ

ผู้จัดการ และผู้จัดการ มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันในทุกประเด็นของด้านนันทนาการและความบันเทิง (Recreation and Entertainment) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.9 ด้านร้านค้าของที่ระลึก (Souvenir) ผลการวิจัยพบว่า ตำแหน่งระดับผู้บริหาร, หัวหน้างาน, ผู้ประกอบการ/เจ้าของกิจการ, กรรมการผู้จัดการ และผู้จัดการ มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันในทุกประเด็นของด้านร้านค้าของที่ระลึก (Souvenir) ยกเว้นความคิดเห็นในประเด็นจำนวนบุคลากรในการให้บริการของร้านค้าของที่ระลึก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และจากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของตำแหน่งในปัจจุบัน ประเด็นจำนวนบุคลากรในการให้บริการ พบว่า ตำแหน่งระดับผู้บริหาร, หัวหน้างาน, ผู้ประกอบการ/เจ้าของกิจการ, กรรมการผู้จัดการ และผู้จัดการ มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันในประเด็นจำนวนบุคลากรในการให้บริการ



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาศักยภาพการจัดการประชุมและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่ สามารถอภิปรายได้ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26-30 ปี และอายุในการทำงานระหว่าง 3-6 ปี ส่วนใหญ่ดำรงตำแหน่งหัวหน้างาน มีระดับการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี และอยู่ในสาขาอาชีพด้านที่พักและโรงแรม (Accommodation) สอดคล้องกับผลการศึกษาของ มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด, นุกูล เครือฟู และอัครพงศ์ อันทอง (2548) ที่พบว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่มีบทบาททางเศรษฐกิจในระดับสูง เมื่อพิจารณาเป็นรายสาขาย่อยพบว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ที่มีขนาดของมูลค่าเพิ่มใหญ่ที่สุดอันดับแรก คือ อุตสาหกรรมโรงแรม และ รีสอร์ท ในปี พ.ศ. 2545

2. ระดับศักยภาพการจัดการประชุมและนิทรรศการจังหวัดเชียงใหม่ โดยจำแนกรายด้านทั้งหมด 9 ด้าน ดังนี้

2.1 ด้านผู้ประกอบการธุรกิจการจัดการประชุมและนิทรรศการ (Organizer) พบว่า ระดับศักยภาพด้านผู้ประกอบการธุรกิจการจัดการประชุมและนิทรรศการ (Organizer) อยู่ในระดับมากเป็นส่วนใหญ่ สำหรับระดับศักยภาพสูงสุดคือ อุปกรณ์และความพร้อมในการจัดการประชุมและนิทรรศการ เนื่องจากอุปกรณ์ในการจัดการประชุมและนิทรรศการ (Technical Equipment) ประกอบด้วย เครื่องฉายภาพ (Projector), อุปกรณ์สำหรับในการแปลภาษา, เครื่องช่วยประมวลผล (Digi Vote), เครื่องอัดเทป เครื่องถ่ายเอกสาร โทรศัพท์ วิดีโอ, โทรศัพท์, โทรสาร, คอมพิวเตอร์ เครื่องพิมพ์ (Printer), ระบบไฟที่จัดขึ้นพิเศษสำหรับการประชุม, เครื่องใช้สำนักงาน (สำนักบริการธุรกิจและที่ปรึกษาสถาบันทรัพย์สินทางปัญญาแห่งจุฬาฯ, 2542) ซึ่งในการจัดงานแต่ละครั้งจำเป็นต้องใช้อุปกรณ์ดังกล่าวเป็นจำนวนมาก และมีราคาสูงมาก เช่นกัน ไม่คุ้มกับการลงทุนเพียงจัดงานไม่กี่งาน จึงมีการให้เช่าอุปกรณ์ในการจัดการประชุมและนิทรรศการเป็นจำนวนมาก

2.2 ด้านระบบลอจิสติกส์ (Logistics) พบว่า เทคโนโลยีความทันสมัยของการให้บริการ (การจองตั๋วเดินทาง e-ticket) ในการขนส่งผู้โดยสารการจัดการประชุมและนิทรรศการทางบก ทางเรือ ทางอากาศ นั้นมีศักยภาพสูงสุด เนื่องจากในปัจจุบันมีเทคโนโลยีของอินเทอร์เน็ตเข้ามาช่วยให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภคในการจองตั๋วเดินทาง หรือการขนส่งสินค้า และสิ่งของต่าง ๆ จากข้อมูลของบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) (2552) เว็บไซต์ของสายการบินต่าง ๆ เช่น บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) [www.thaiairways.com](http://www.thaiairways.com), บริษัท บางกอกแอร์



เว็บบ้างคือ [www.bangkokair.com](http://www.bangkokair.com), บริษัท แอร์เอเชีย เอวิเอชั่น จำกัด [www.airasia.com](http://www.airasia.com) และ สายการบิน บิน นกแอร์ [www.nokair.com](http://www.nokair.com) ทั้งนี้ยังมีการเดินทางทางบก เช่น บริษัท นครชัยแอร์ จำกัด [www.nca.co.th](http://www.nca.co.th) รวมไปถึงการให้บริการข้อมูลการเดินทางของรถไฟแห่งประเทศไทย [www.railway.co.th](http://www.railway.co.th) เป็นต้น

2.3 ด้านสาธารณูปโภค (Public Utility) พบว่า สถานที่การจัดการประชุมและนิทรรศการมีระบบไฟฟ้า ระบบประปา ระบบโทรศัพท์ และระบบอินเทอร์เน็ตรองรับอย่างเพียงพอในการจัดการประชุมและนิทรรศการ นั้นมีศักยภาพสูงสุด สอดคล้องกับบทสัมภาษณ์ของเกียรติชัย ลออวรากุล (2552) ว่าทางการไฟฟ้า และการประปาของทางจังหวัดเชียงใหม่มีความพร้อมในการรองรับศูนย์ประชุมนานาชาติเรียบร้อยแล้ว รวมไปถึงยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์ ICT ตามมติกรม. นั้น ทางกสท., TOT, TT&T มีการรองรับระบบโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต ซึ่ง ณ ขณะนี้มีเพียงพอเกินความต้องการของประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่แล้ว (สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 16 มกราคม 2552)

2.4 ด้านที่พักและโรงแรม (Accommodation) พบว่า จิตความสามารถให้บริการของบุคลากร นั้นมีศักยภาพสูงสุด สอดคล้องกับนิภาวรรณ พุทธสงกรานต์ (2550) ที่พบว่า ผลการวิเคราะห์ศักยภาพด้านการเรียนรู้และใช้ภาษาต่างประเทศขึ้นพื้นฐานกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติของกลุ่มภาคีโดยภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก โดยศักยภาพด้านการเรียนรู้และใช้ภาษาต่างประเทศในการกล่าวขอบคุณและขอโทษสูงที่สุด รองลงมาคือ การทักทาย และการขอให้พุดซ้ำ พุดซ้ำ ๆ จะพุดอย่างไร ตามลำดับ และสอดคล้องกับการประเมินสถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวที่กล่าวไว้ในยุทธศาสตร์สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2551 – 2554 ว่าการลงทุนด้านบุคลากรของไทยถือว่าตามไม่ทันการขยายตัว และการเปลี่ยนแปลงไปสู่ความหลากหลาย และความซับซ้อนของธุรกิจท่องเที่ยว รัฐให้ความสำคัญต่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวมากกว่าการลงทุนด้านบุคลากร บุคลากรจำนวนมากยังไม่มีคุณภาพตามมาตรฐานสากล ขาดความหลากหลายด้านทักษะภาษา การพัฒนาบุคลากรของไทยไม่สอดคล้องกับความต้องการของภาคเอกชนทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพ เช่น ภาคเอกชนมีการจ้างงานในลักษณะพีระมิด ซึ่งต้องการสายอาชีพมากกว่าบัณฑิตมหาวิทยาลัย แต่การผลิตในปัจจุบันกลับสวนทางความเป็นจริงในภาคเอกชน ประกอบกับผู้สอนก็ขาดประสบการณ์จากการปฏิบัติงานจริง อีกทั้งยังขาดสถาบันกลางที่จะกำกับมาตรฐานคุณภาพ นอกจากนี้ การผลิตบุคลากรเป็นไปทางด้านศิลปศาสตร์มากกว่าวิทยาการจัดการ ขาดห้อง ปฏิบัติการและอุปกรณ์ที่ทันสมัย ขาดการพัฒนาทักษะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งนับวันจะมีความสำคัญมากขึ้นเรื่อยๆ ขาดหลักสูตรและการอบรมนอกเวลาปกติ เพื่อเปิดโอกาสให้บุคลากรสามารถต่อยอดทักษะได้อย่างต่อเนื่อง ขาด



หลักสูตรใหม่ๆ ที่ต้องตามให้ทันการพัฒนาในภาคเอกชน เช่น การจัดการพื้นที่สาธารณะ (Public venue management)

2.5 ด้านการรักษาความปลอดภัย (Security) พบว่า ระดับศักยภาพสูงสุดคือ จำนวนเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยของจังหวัดเชียงใหม่มีความเพียงพอ และรองลงมาคือ จำนวนอุปกรณ์การรักษาความปลอดภัยของจังหวัดเชียงใหม่มีความเพียงพอ สอดคล้องกับ มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมระบบการจัดการด้านการรักษาความปลอดภัย-ข้อกำหนดสำหรับการจัดประชุม สัมมนา และนิทรรศการ (มอก. 22300-2551) ให้ข้อกำหนดไว้ว่า ทรัพยากร รวมถึง ทรัพยากรบุคคล เช่น คนงานที่ปฏิบัติงานที่มีผลกระทบต่อระบบการจัดการด้านการรักษาความปลอดภัย และบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะ โครงสร้างพื้นฐาน เทคโนโลยี และ ทรัพยากรด้านการเงิน สารสนเทศ และสินทรัพย์ทางปัญญา โดยบุคลากรต้องมีความสามารถบนพื้นฐานของการศึกษาฝึกอบรม ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์ องค์กรต้องสร้างขีดความสามารถในการสนับสนุนการรักษาความปลอดภัยให้สามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่องโดยไม่ขาดแคลนในเรื่อง กำลังคน เครื่องมือ อุปกรณ์ อาหารและเครื่องดื่ม โดยจัดทำขั้นตอนการดำเนินงานสำหรับการสนับสนุนภายใต้ขอบข่ายของการบริการ บุคลากร ทรัพยากร วัสดุ และ อุปกรณ์/เครื่องมือช่วยอำนวยความสะดวกที่เพิ่มขึ้น หรือได้รับการบริจาคเพื่อสนับสนุนระบบการจัดการด้านการรักษาความปลอดภัย

2.6 ด้านร้านอาหาร ภัตตาคาร (Restaurant) พบว่า ระดับศักยภาพสูงสุดคือ จำนวนบุคลากรของร้านอาหาร ภัตตาคาร ในการให้บริการ สอดคล้องกับ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข (2550) ว่า ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม (Food and Beverage) อาหารและเครื่องดื่มจัดเป็นสินค้าบริโภคพื้นฐานซึ่งจำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยว ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มจึงเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวหลัก สิ่งสำคัญของธุรกิจประเภทนี้ คือ การบริการที่คำนึงถึงคุณภาพของบุคลากร, อาหารที่สะอาด ถูกหลักอนามัย และราคาเหมาะสมกับคุณภาพ

2.7 ด้านธุรกิจนำเที่ยว (Tour Agency) พบว่า สำหรับระดับศักยภาพสูงสุดคือ จำนวนแหล่งท่องเที่ยว สอดคล้องกับวศิน ปัญญาวุฒตระกูล (2548) ที่พบว่าด้านอุปสงค์การท่องเที่ยว มีผู้เยี่ยมชมทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ มีโอกาสขยายตัวเนื่องจากมีปริมาณการกลับมาเที่ยวครั้งที่ 2 และ 3 โดยมีความสนใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น

2.8 ด้านนันทนาการและความบันเทิง (Recreation and Entertainment) พบว่า ระดับศักยภาพสูงสุดคือ จำนวนบุคลากรในการให้บริการ สอดคล้องกับบท

สัมภาษณ์ของพันทิพ เลิศประดิษฐ์ ว่า ทางไนท์ซาฟารี มีพนักงานในการให้บริการนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ และทั่วถึง รวมไปถึงคุณภาพในการให้บริการทั้งด้านภาษาต่างประเทศ และการบริการอย่างเป็นกันเองของพนักงาน เนื่องจากมีการฝึกอบรมพนักงานมาเป็นอย่างดี (สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 13 มกราคม 2552)

2.9 ด้านร้านค้าของที่ระลึก (Souvenir) พบว่า ระดับศักยภาพสูงสุดคือ จำนวนบุคลากรในการให้บริการของร้านค้าของที่ระลึก สอดคล้องกับบทสัมภาษณ์ของ ชรรยง คำวง หัวหน้าชมรมหมู่บ้านลาวาย (2552) ว่า บุคลากรในการให้บริการมีจำนวนมาก สามารถให้บริการอย่างทั่วถึง และเต็มที่ (สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 16 มกราคม 2552)

3. ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของศักยภาพการจัดการประชุมและนิทรรศการจังหวัดเชียงใหม่ โดยจำแนกตามตำแหน่งงานในปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 9 ด้าน ดังนี้

3.1 ด้านผู้ประกอบการธุรกิจการจัดการประชุมและนิทรรศการ (Organizer) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งงานในปัจจุบัน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันในทุกประเด็น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากการจัดงานแต่ละครั้งประเทศไทยมีสมาคมส่งเสริมการจัดประชุมนานาชาติ (Thailand Incentive and Convention Association = TICA) ควบคุมดูแลให้เป็นไปตามมาตรฐานสากล และมีสมาชิกผู้ประกอบการด้านการจัดการประชุมและนิทรรศการในประเทศไทยทั้งหมด จำนวน 11 ราย ซึ่งล้วนมีศักยภาพ และประสบการณ์ในการจัดงานแล้วทั้งสิ้น

3.2 ด้านระบบลอจิสติกส์ (Logistics) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งงานในปัจจุบัน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันในทุกประเด็น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากการรองรับการเดินทางมายังจังหวัดเชียงใหม่มีทั้งหมด 4 เส้นทาง ได้แก่ รถยนต์, รถประจำทาง ซึ่งมีรถโดยสารธรรมดาและรถโดยสารปรับอากาศของ บ.ข.ส. และของเอกชน ไปเชียงใหม่ทุกวัน หลายเวลาการเดินทาง (บริษัท ขนส่ง จำกัด, 2552), รถไฟ ซึ่งมีทั้งหมด 6 รอบการเดินทาง (การรถไฟแห่งประเทศไทย, 2552) และเครื่องบิน ซึ่งมีเที่ยวบินกรุงเทพฯ-เชียงใหม่ทั้งหมด 14 เที่ยวบิน เชียงใหม่-กรุงเทพฯทั้งหมด 12 เที่ยวบิน (นับตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม 2552) (บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) บริษัท บางกอกแอร์เวย์ จำกัด บริษัท แอร์เอเชีย เอวิเอชั่น จำกัด และบริษัท สายการบินนกแอร์ จำกัด, 2552)

3.3 ด้านสาธารณูปโภค (Public Utility) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งงานในปัจจุบัน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันในทุกประเด็นของด้าน

สาธารณูปโภค (Public Utility) ยกเว้นความคิดเห็นในประเด็นสถานที่การจัดการประชุมและ นิทรรศการมีระบบไฟฟ้า ระบบประปา ระบบโทรศัพท์ และระบบอินเทอร์เน็ต รongรับอย่าง เพียงพอในการจัดการประชุมและนิทรรศการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และจากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของตำแหน่งในปัจจุบัน ประเด็นสถานที่การจัดการประชุม และนิทรรศการมีระบบไฟฟ้า ระบบประปา ระบบโทรศัพท์ และระบบอินเทอร์เน็ต รongรับอย่าง เพียงพอในการจัดการประชุมและนิทรรศการ พบว่า ตำแหน่งระดับผู้บริหารกับผู้บริหาร/ เจ้าของกิจการ และตำแหน่งระดับผู้บริหารกับกรรมการผู้จัดการ มีความคิดเห็นแตกต่างกันใน ประเด็นสถานที่การจัดการประชุมและนิทรรศการมีระบบไฟฟ้า ระบบประปา ระบบโทรศัพท์ และ ระบบอินเทอร์เน็ต รongรับอย่างเพียงพอในการจัดการประชุมและนิทรรศการ สอดคล้องกับบท สัมภาษณ์ของเกียรติชัย ลออวารกุล (2552) ว่าทางการไฟฟ้า และการประปาของทางจังหวัด เชียงใหม่มีความพร้อมในการรองรับศูนย์ประชุมนานาชาติเรียบร้อยแล้ว รวมไปถึงยุทธศาสตร์ใน การส่งเสริมให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์ ICT ตามมติกรม. นั้น ทางกสท., TOT, TT&T มีการ รongรับระบบโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต ซึ่ง ณ ขณะนี้มีเพียงพอเกินความต้องการของประชาชนใน จังหวัดเชียงใหม่แล้ว (สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 16 มกราคม 2552)

3.4 ด้านที่พักและโรงแรม (Accommodation) พบว่า ผู้ตอบ แบบสอบถามที่มีตำแหน่งงานในปัจจุบัน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันในทุกประเด็นของด้านที่ พักและโรงแรม (Accommodation) ยกเว้นความคิดเห็นในประเด็นความสะดวกในการติดต่อจองที่ พักและโรงแรมของด้านที่พักและโรงแรม (Accommodation) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 และจากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ของตำแหน่งในปัจจุบัน ประเด็นความสะดวก ในการติดต่อจองที่พักและโรงแรม พบว่า ตำแหน่งระดับผู้บริหารกับหัวหน้างาน มีความคิดเห็น แตกต่างกันในเรื่องความสะดวกในการติดต่อจองที่พักและโรงแรม สอดคล้องกับบทสัมภาษณ์ ของกนก สุวรรณวิสูตร นายกสมาคมโรงแรมไทย (ภาคเหนือตอนบน) (2552) ว่า ด้านการจองที่พัก และโรงแรมนั้น มีการจอง 2 ระบบ คือ ผ่านตัวแทน (Agency) และติดต่อกับทางโรงแรมโดยตรง ซึ่งทางโรงแรมส่วนใหญ่ในจังหวัดเชียงใหม่มี Website และ E-mail ไว้บริการลูกค้า ทำให้ลูกค้า ได้รับความสะดวก ในการจองที่พักก่อนล่วงหน้าการเดินทาง

3.5 ด้านการรักษาความปลอดภัย (Security) พบว่า ผู้ตอบ แบบสอบถามที่มีตำแหน่งงานในปัจจุบัน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันในทุกประเด็น อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับบทสัมภาษณ์ของ พัชรินทร์ ใจพรหมมา (2552) ว่า จังหวัดเชียงใหม่จึงมีความพร้อมในการรักษาความปลอดภัยนักท่องเที่ยว ผู้เข้าร่วมประชุม หรือแขก บ้านแขกเมือง ที่มีชื่อเสียงระดับนานาชาติ ดังเหตุการณ์ที่ผ่านมา ซึ่งได้มีการต้อนรับอดีต นายกรัฐมนตรีหลายท่าน หลายสมัย ทั้งยังพระบรมวงศานุวงศ์ทั้งของประเทศไทย และต่างชาติ

มาแล้วทั้งสิ้น ทำให้มั่นใจได้ว่าจังหวัดเชียงใหม่สามารถรักษาปลอดภัยได้เป็นอย่างดีเยี่ยม (สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 13 มกราคม 2552)

3.6 ด้านร้านอาหาร ภัตตาคาร (Restaurant) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งงานในปัจจุบัน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันในทุกประเด็น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับข้อมูลของชมรมภัตตาคารและร้านอาหารจังหวัดเชียงใหม่ (2551) ซึ่งได้ทำการรวบรวมสมาชิกร้านอาหารทุกขนาดการให้บริการในจังหวัดเชียงใหม่ มีทั้งหมด 102 ร้าน และมีพื้นที่ให้บริการทั้งหมด 15,751 ที่นั่ง แสดงให้เห็นว่าร้านอาหารและภัตตาคารในจังหวัดเชียงใหม่มีเพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยวได้เป็นจำนวนมาก

3.7 ด้านธุรกิจนำเที่ยว (Tour Agency) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งงานในปัจจุบัน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันในทุกประเด็น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับแผนส่งเสริมการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) นางพรศิริ มโนหาญ ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2551) เปิดเผยว่า ททท.อยู่ระหว่างการเรียกประชุมผู้อำนวยการสำนักงานทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อหาแนวทางปรับแผนการตลาดสำหรับตลาดต่างประเทศ เบื้องต้นททท. ส่วนกลางจะออกหนังสือเวียนไปทุกสำนักงานในต่างประเทศ เป็นหนังสือขอโทษ และเสียใจกับความไม่สะดวก จากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น พร้อมกับชี้แจงการดำเนินการช่วยเหลือนักท่องเที่ยวที่ติดค้างอยู่ในประเทศไทย ที่ได้ดำเนินการมาทั้งหมด และบอกว่าประเทศไทยยินดีต้อนรับนักท่องเที่ยวเสมอ ทั้งนี้ในเรื่องแผนการทำงานนับจากนี้ไปประการแรก ต้องเร่งประชาสัมพันธ์รณรงค์ภาพลักษณ์ของประเทศไทยให้กลับคืนมาโดยเร็ว นอกจากนั้นจัดแฟรรมทริปเชิญสื่อและบริษัทนำเที่ยว เข้ามาเยี่ยมชมประเทศไทยอีกครั้ง โดยแบ่งเป็นรายตลาด เริ่มจากประเทศแถบยุโรป และออสเตรเลีย เป็นอันดับแรก เพราะเชื่อว่ายังสามารถตัดสินใจเดินทางเข้ามาเที่ยวประเทศไทย ช่วงเทศกาลสงกรานต์ปีเก่าต้อนรับปีใหม่ต่อเนื่องไปถึงเดือนมีนาคมปีหน้าได้ สำหรับตลาดในประเทศจะมีการออกแคมเปญส่งเสริมการท่องเที่ยวต่อเนื่องภายใต้สโลแกน “เที่ยวไทยครีกครีน เศรษฐกิจไทยคึกคัก” เช่นเดิมโดยจะมีแคมเปญย่อยที่เรียกว่า 108 1900 ภารกิจเที่ยวไทย ซึ่งจะบรรจุกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวไม่น้อยกว่า 70 งานทยอยออกมาอย่างต่อเนื่อง นอกจากนั้นยังยืนยันการจัดงานคอนซูเมอร์แฟร์ “มหัศจรรย์เที่ยวไทย” ที่ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ระหว่าง 20-21 ธ.ค.51 ผู้ประกอบการ โรงแรม และสินค้าทางการท่องเที่ยวมาออกบูท เปิดโปรโมชันลดราคามากกว่า 50%

3.8 ด้านนันทนาการและความบันเทิง (Recreation and Entertainment) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งงานในปัจจุบัน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันในทุกประเด็น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ไทย (2551) ได้เสนอแหล่งและกิจกรรมนันทนาการภายในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งหมด 21 กิจกรรม ดังนี้ นั่งบอลลูนชมทิวทัศน์ จังหวัดเชียงใหม่, ผจญภัยเล็ก ๆ ท่ามกลางธรรมชาติป่าเขา ที่ลำน้ำแม่วาง จังหวัดเชียงใหม่, กอล์ฟ จังหวัดเชียงใหม่, การตรวจสอบสุขภาพและรักษาพยาบาล จังหวัดเชียงใหม่, ห้อยโหนกลางป่า, ฝึกปฏิบัติธรรม จังหวัดเชียงใหม่, คูดาว จังหวัดเชียงใหม่, ขี่ล่อเที่ยวคอกอย่างขาง, ท่องเที่ยวเชิงนิเวศบ้านโปง, ท่องเที่ยวและศึกษาวิถีชีวิตคนท้องถิ่น บ้านกะเหรี่ยงอ่าวกาหลวง, บินลัดฟ้า ชมเหนือ ห่มหนาว, นั่งช้าง จ.เชียงใหม่, สปาและนวดแผนไทย จ.เชียงใหม่, เรือหางแมงป่องล่องแม่ปิง เชียงใหม่, ล่องออบหลวง จ.เชียงใหม่, ล่องแพแม่แตง แม่แจ่ม เชียงใหม่, การปีนหน้าผาในจังหวัดเชียงใหม่, แหล่งดูนก จังหวัดเชียงใหม่, ล่องแก่ง จังหวัดเชียงใหม่, จักรยานเสือภูเขาจังหวัดเชียงใหม่, กิจกรรมในค่ายทหารจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งกิจกรรมนันทนาการดังกล่าวมีความหลากหลายไม่ว่าจะกิจกรรมกีฬา หรือกิจกรรม

3.9 ด้านร้านค้าของที่ระลึก (Souvenir) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีตำแหน่งงานในปัจจุบัน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันในทุกประเด็น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับบทสัมภาษณ์ของบรรจง คำขวง หัวหน้าชมรมหมู่บ้านถวาย (2552) ว่ามีคลังสินค้าของที่ระลึกเก็บไว้พร้อมรองรับการจำหน่ายเป็นจำนวนมาก และคุณภาพของสินค้าส่วนใหญ่เป็นผลผลิตมาจากช่างที่มีประสบการณ์ และมีความชำนาญเป็นอย่างมาก จึงทำให้สินค้ามีคุณภาพ ทนทาน และสวยงามตามแบบฉบับของชาวเหนือบุคลากรในการให้บริการมีจำนวนมาก สามารถให้บริการอย่างทั่วถึง และเต็มที่ (สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 16 มกราคม 2552)



### ข้อเสนอแนะ

1. จากการศึกษาศักยภาพการจัดการประชุมและนิทรรศการจังหวัดเชียงใหม่ สามารถบอกได้ว่าจังหวัดเชียงใหม่มีความพร้อมในการรองรับการจัดการประชุมและนิทรรศการ รวมถึงความพร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ดังจะเห็นได้จาก การลงทุนของภาคเอกชนในการสร้างโรงแรมและที่พักขึ้นอย่างมากมาย เป็นต้น

2. จังหวัดเชียงใหม่มีความต้องการเป็นเจ้าภาพในการจัดการประชุมระดับนานาชาติ เพื่อเป็นการส่งเสริมรายได้ในชุมชนไม่เพียงแต่ในจังหวัดเชียงใหม่เท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงทุกจังหวัดในภาคเหนือ และที่สำคัญยังเป็นการส่งเสริมรายได้ให้แก่ประเทศชาติอีกด้วย

### ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ภาครัฐควรพัฒนาหรือจัดสร้างระบบขนส่งมวลชนภายในจังหวัดเชียงใหม่ โดยจัดให้มีรถประจำทางอย่างเพียงพอ และทั่วถึงเป็นสากลสำหรับนักท่องเที่ยว เนื่องจากอุตสาหกรรมขนส่งในจังหวัดเชียงใหม่ยังไม่มีระบบขนส่งมวลชนของรัฐ รถสองแถวที่ให้บริการอยู่ในปัจจุบันยังมีความแตกต่างในด้านมาตรฐาน การบริการ ความสะดวก และความปลอดภัย

2. ภาครัฐควรจัดให้มีการอบรม พัฒนาความรู้ความสามารถในการให้บริการของผู้ประกอบการทั้ง 9 ด้านให้เป็นสากลและไปในทิศทางที่ถูกต้องตามหลักมาตรฐานการจัดการประชุมและนิทรรศการ

3. ภาครัฐควรให้การสนับสนุนและประชาสัมพันธ์จังหวัดเชียงใหม่ เป็นศูนย์กลางการจัดการประชุมและนิทรรศการระดับนานาชาติมากยิ่งขึ้น

### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการเปรียบเทียบศักยภาพการจัดการประชุมและนิทรรศการระหว่างภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่, ภาคกลาง กรุงเทพมหานคร, ภาคตะวันออก จังหวัดชลบุรี, ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดขอนแก่น และภาคใต้ จังหวัดภูเก็ต

2. ควรมีการเปรียบเทียบศักยภาพการจัดการประชุมและนิทรรศการระหว่างประเทศในภูมิภาคอาเซียน

3. ควรมีการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่างประเทศในการจัดการประชุมและนิทรรศการในประเทศไทย



## รายการอ้างอิง

### ภาษาไทย

กฎกระทรวง ฉบับที่ 5. (2536). สืบค้นเมื่อวันที่ 20 ธันวาคม 2551, จาก

<http://www.ptit.org/legalbase/downloads/TF0420105.pdf>

กนก สุวรรณวิสุตร์. นายกสมาคมโรงแรมไทย (ภาคเหนือตอนบน). การเตรียมการของสมาคมโรงแรมในการจัดการประชุมและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่. 14 มกราคม 2552.

กมลวรรณ กาญจนกิตติ. ศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในจังหวัดเชียงใหม่. : ปรินญาวิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2545.

การท่องเที่ยวและกีฬา, กระทรวง. (2551). ททท.ระดมสมองปรับแผนลุยตลาดจัดแฟรมทริปหวังดึงยุโรปกลับมาทัน. สืบค้นเมื่อวันที่ 25 ธันวาคม 2551, จาก

[http://www.mots.go.th/ewt\\_news.php?nid=1427&filename=index](http://www.mots.go.th/ewt_news.php?nid=1427&filename=index)

การท่องเที่ยวและกีฬา, กระทรวง. (2551). ยุทธศาสตร์สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2551 – 2554. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2552, จาก

[http://www.mots.go.th/more\\_news.php?cid=66&filename=index](http://www.mots.go.th/more_news.php?cid=66&filename=index)

การท่องเที่ยวและกีฬา, กระทรวง. (2551). ข้อมูลท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ กิจกรรมท่องเที่ยว.

สืบค้นเมื่อวันที่ 25 ธันวาคม 2551, จาก

<http://thai.tourismthailand.org/activities/chiangmai-50-1.html>

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. รายงานประจำปี 2547 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2548.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (กันยายน 2550). ประวัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยออนไลน์. สืบค้นเมื่อ 21 กันยายน 2550, จาก

<http://www.tat.or.th/aboutdet.asp?id=2>

การประปานครหลวง. (2551). ประวัติการประปาประเทศไทย. สืบค้นเมื่อวันที่ 25 ธันวาคม 2551,

จาก <http://www.mwa.co.th/history.html>

การไฟฟ้านครหลวง. (2551). ประวัติความเป็นมาการไฟฟ้าในประเทศไทย. สืบค้นเมื่อวันที่ 25 ธันวาคม 2551, จาก [http://www.meo.or.th/menu1\\_2.htm](http://www.meo.or.th/menu1_2.htm)

การรถไฟแห่งประเทศไทย. (2552). ตารางเวลาการเดินรถ. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 มกราคม 2552, จาก

<http://www.railway.co.th/checktime/checktime.asp>

- เกียรติชัย ลออวารากุล. ผู้อำนวยการกองแผนและงบประมาณ. การเตรียมความพร้อมการจัดการประชุมและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่. 13 มกราคม 2552.
- กุลวรา สุวรรณพิมล. หลักการมัคคุเทศก์. กรุงเทพฯ : แสงดาว, 2548.
- จันทรา มาศสุพงศ์. หลักนิทรรศการ. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์, 2540.
- ฉลองศรี พิมลสมพงษ์. อุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : ภาควิชาศิลปอาชีพ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2535.
- ฉันทัช วรรณถนอม. หลักการมัคคุเทศน์. กรุงเทพฯ : สถาบันราชภัฏสวนสุนันทา, 2546.
- เฉลิมเกียรติ เฟื่องแก้ว. องค์ประกอบของการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว. ฉบับที่ 2. จุลสารการท่องเที่ยวปีที่ 15. กรุงเทพฯ, 2539.
- ชมรมภัตตาคารและร้านอาหารจังหวัดเชียงใหม่. รายชื่อสมาชิก. เชียงใหม่, 2551.
- ชวลิต น่อนเจริญ. รองประธานชมรมด้านภัตตาคารและร้านอาหาร. การเตรียมการของชมรมร้านอาหารและร้านอาหารในการจัดการประชุมและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่. 14 มกราคม 2552.
- ชายชาติรี ลิ้มจรูญ. รองนายกเทศมนตรี เทศบาลนครเชียงใหม่. การเตรียมความพร้อมการจัดการประชุมและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่. 13 มกราคม 2552.
- เชียงใหม่นิวส์. (5 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2551). เปิดไฟเขียวศูนย์ประชุมฯ. สืบค้นเมื่อ 13 กุมภาพันธ์ 2551, จาก <http://www.chiangmainews.co.th/viewnews.php?id=22962&lyo=1>
- เดชนัน จรูญเรืองฤทธิ์. ความรู้พื้นฐานเรื่องการรักษาความปลอดภัยสำหรับผู้บริหาร. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549.
- เดือนรัตน์ รัตนศิริ. ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.
- ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์. การจัดการโลจิสติกส์. กรุงเทพฯ : ธรรมการพิมพ์, 2548.
- ชนกฤต สังข์เฉย. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการ. เพชรบุรี : คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี, 2550.
- ชนิด ไสรัตน์. What is Logistics?? And Supply Chain Management. กรุงเทพฯ : V-SERVE GROUP, 2547.
- ชนิด ไสรัตน์. เมื่อประเทศไทยอยากเป็น...Transport Logistics Hub ศูนย์กลางโลจิสติกส์ของภูมิภาคอินโดจีนและจีนตอนใต้. กรุงเทพฯ : วี-เซิร์ฟ โลจิสติกส์, 2549.
- ชาริทิพย์ ทากิ. การจัดการงานส่วนหน้าของโรงแรม. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น, 2549.
- นิคม จารุณณ์. การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์, 2536.

นิภาวรรณ พุทฺธสงกรานต์. โครงการศึกษาภาพด้านการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศของภาคีที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างยั่งยืน บนพื้นที่เกาะช้าง กิ่งอำเภอเกาะช้าง จังหวัดตราด. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีปทุม, 2550.

บริษัท ขนส่ง จำกัด. (2552). ตารางเวลาการเดินทางรถปรับอากาศ ภาคเหนือ. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 มกราคม 2552, จาก [www.transport.co.th](http://www.transport.co.th)

บริษัท นครชัยแอร์ จำกัด. (2552). ซื้อตั๋วออนไลน์. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 มกราคม 2552, จาก <http://www.nca.co.th>

บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน). (2552). ท่าอากาศยานเชียงใหม่. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 มกราคม 2552, จาก <http://www2.airportthai.co.th/airportnew/chiangmai/index.asp?lang=th>

บริษัท อินฟอร์เมชั่น โพรไวเดอร์ แอนด์ คอนซัลแตนท์ จำกัด. รายงานโครงการสำรวจการจัดประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการจัดแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติในประเทศไทย 2545. กรุงเทพฯ : อักษรโสภณ, 2545.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. การขนส่งผู้โดยสารเพื่อการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : เพรส แอนด์ ดีไซน์, 2548.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. ระเบียบวิธีวิจัยทางการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือท่องเที่ยวไทย, 2549.

ผู้จัดการรายสัปดาห์. (30 กรกฎาคม 2550). สีก “คอนเวนชัน”สามเส้าเปิดสงครามแย่งชิงตลาด. สืบค้นเมื่อวันที่ 22 กันยายน 2550, จาก <http://www.gotomanager.com/news/details.aspx?id=61771>

ฝ่ายวิจัย ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ผู้จัดการออนไลน์. (12 พฤศจิกายน 2545). ภาครัฐกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว. ผู้จัดการออนไลน์. สืบค้นเมื่อ 21 กันยายน 2550, จาก <http://www.geocities.com/ekonomiz/other/krungsri2002nov12.htm>

พระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ.2535. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 ธันวาคม 2551, จาก <http://www.openbase.in.th/node/1556>

พัชรินทร์ ใจพรหมมา. ผู้บังคับหมู่ กองบังคับการอำนวยการตำรวจนครจังหวัดเชียงใหม่. การเตรียมการของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยในการจัดการประชุมและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่. 13 มกราคม 2552.

พันทิพ เลิศประดิษฐ์. หัวหน้างานจัดการด้านประชาสัมพันธ์ในท่าซาฟารี. การเตรียมการของไนท์ซาฟารีในการรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประชุมและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่. 13 มกราคม 2552.

ไพพรรณ เกียรติโชคชัย. การจัดการสัมมนาสู่ความเป็นเลิศ. กรุงเทพฯ : การศึกษา, 2549.

- มสธ.ลำปาง. (2549). โครงการอบรมคั่นสารสนเทศ Internet e-learning. สืบค้นเมื่อวันที่ 22 พฤศจิกายน 2551, จาก [http://www.electron.rmutphysics.com/news/index.php?option=com\\_content&task=view&id=446&Itemid=3](http://www.electron.rmutphysics.com/news/index.php?option=com_content&task=view&id=446&Itemid=3)
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการธุรกิจการจัดประชุมหน่วยที่ 1-7. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : ประชาชน, 2546.
- มอก. 22300-2551. มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมระบบการจัดการด้านการรักษาความปลอดภัย-ข้อกำหนดสำหรับการจัดประชุม สัมมนาและนิทรรศการ. กรุงเทพฯ : สสปน., 2551.
- มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด, นุกูล เครือฟู และอักรพงศ์ อ้นทอง. มูลค่าเพิ่มในประเทศของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่ : รายงานวิจัย สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2548.
- ยรรยง คำวง. หัวหน้าชมรมสินค้าหมู่บ้านถวาย. การเตรียมการของหมู่บ้านถวายในการรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประชุมและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่. 14 มกราคม 2552.
- ยุทธนา ชันดิยะ. คุณภาพบริการของสถานบริการออกก่าลังกายเพื่อสุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่ : วิทยานิพนธ์ ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2545.
- ราณี อิศัยกุล. การจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลในประเทศไทย : แนวความคิดเห็นของผู้มีส่วนในการจัดการในมณฑลทลวงตั้ง (เมืองเช่นเงินและทลวงโจว). กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, 2550.
- ราไพพรรณ แก้วสุริยะ. การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ในศตวรรษที่ 21. วารสารเทคโนโลยี 23, 3. กรุงเทพฯ, 2545.
- วรรณ วลัยวานิช. ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : ภาควิชาภูมิศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, 2546.
- วรรณ ศิลปอาษา. การจัดการธุรกิจการจัดนิทรรศการ. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2546.
- วสิน ปัญญาสุทธระกุล. การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในพื้นที่ระเบียงวัฒนธรรม (กำแพงเพชร สุโขทัย พิษณุโลก เพชรบูรณ์). พิษณุโลก : คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2548.
- วิชัย เทียนน้อย. การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ. กรุงเทพฯ : อักษรวัฒนา, 2524.
- วินิจ วีรยางกูร. การจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : ม.ป.พ., 2532.
- วิวัฒน์ชัย บุญยภักดิ์. กรณีตัวอย่างการสร้างงานจากการพัฒนาการท่องเที่ยว. จุลสารการท่องเที่ยว 5(2). กรุงเทพฯ, 2529.

วีระศักดิ์ โควสุรัตน์. เร่งเซ็นศูนย์ประชุมเชียงใหม่ปลายปีนี้ วีระศักดิ์บ่นอุป 2.3 พันล. อาจไม่พอ. หนังสือพิมพ์มติชน. กรุงเทพฯ, 2551.

สมบัติ กาญจนกิจ. นันทนาการและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

สมรักษ์ ชัยสิงห์กานานนท์. รสนิยม : ภาษาในสังคมไทยยุคบริโภคนิยม. โครงการหนังสือเล่ม. กรุงเทพฯ : สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

สมศักดิ์ อภัยภาสกิจ. นักวิชาการ ขนส่งจังหวัดเชียงใหม่. การเตรียมการคมนาคมขนส่งในการรองรับการจัดการประชุมและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่. 13 มกราคม 2552.

สัญญา สัญญาวิวัฒน์. ทฤษฎีสังคมวิทยา: เนื้อหาและแนวการใช้ประโยชน์เบื้องต้น. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

เสรี วงศ์ไพจิตร. วิวัฒนาการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของโลกและของประเทศไทย. รัฐสารสิทธิ์ ปีที่ 33,4. กรุงเทพฯ, 2534.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. ร่างแผนปฏิบัติการเพื่อพัฒนาการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบระหว่างประเทศ (Implementation Plan for the Development of International Multi-modal Transport). กรุงเทพฯ : สำนักพัฒนาพื้นที่, 2545.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2551). การเริ่มต้นธุรกิจ SMEs. สืบค้นเมื่อ 10 มกราคม 2552, จาก  
[http://cms.sme.go.th/cms/c/journal\\_articles/view\\_article\\_content?article\\_id=VC01-03-C02&article\\_version=1.0](http://cms.sme.go.th/cms/c/journal_articles/view_article_content?article_id=VC01-03-C02&article_version=1.0)

สำนักบริการธุรกิจและที่ปรึกษาสถาบันทรัพย์สินทางปัญญาแห่งจุฬาฯ. โครงการศึกษาเพื่อจัดตั้งองค์กรบริหารศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

สุรเชษฐ์ เชษฐมาศ. MICE Magazine 2006. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ บริษัท ไทภูมิ พับลิชชิ่ง จำกัด, 2548.

สุวัฒน์ จูธากรณ์. แนวทางการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. จุลสารการท่องเที่ยว 21, 1. กรุงเทพฯ, 2545.

อรรถธรรม พรหมมะ และคณะ. รายงานการวิจัย เรื่องการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการด้านกีฬาและการออกกำลังกาย. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2548.



## ภาษาอังกฤษ

Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D. and Wanhill, S. Tourism Principles and Practice. 2<sup>nd</sup> edition.

Singapore : Addison Wesley Longman Singapore (Pte) Ltd., 1998.

Gee, C.Y., Makens, J.C. and Choy, D.J.L. The Travel Industry. 3<sup>rd</sup> ed. New York : Van Nostrand

Reinhold, 1997.

McIntosh, R.W., Goeldner, C.R., and Ritchie J.R.B. Tourism : Principles, Practices, Philosophies.

7<sup>th</sup> ed. New York : Wiley, 1995.

Special Scoop. (2006). MICE Magazine. สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2551, จาก

[http://www.micemagazine.com/column\\_view.php?col\\_no=14&mag\\_id=43](http://www.micemagazine.com/column_view.php?col_no=14&mag_id=43)



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย





ภาคผนวก

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**แบบสอบถาม เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลงานวิทยานิพนธ์ระดับบัณฑิตศึกษา  
สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
เรื่อง การศึกษาศักยภาพการจัดการประชุมและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่**

.....

**คำชี้แจง**

1. แบบสอบถามชุดนี้ สร้างขึ้นเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลงานวิทยานิพนธ์ในการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยเท่านั้น ไม่เกี่ยวข้องกับทางราชการอย่างใด ๆ ทั้งสิ้น โดยผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลเป็นความลับ ขอความกรุณาท่านตอบตามความเป็นจริง

2. แบบสอบถามชุดนี้ประกอบด้วย 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับศักยภาพในด้านต่าง ๆ 9 ด้าน ที่เกี่ยวข้องกับความพร้อมของการจัดการประชุมและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่

1. ด้านผู้ประกอบการธุรกิจการจัดการประชุมและนิทรรศการ(Organizer)

จำนวน 6 ข้อ

2. ด้านระบบลอจิสติกส์ (Logistics)

จำนวน 11 ข้อ

3. ด้านสาธารณูปโภค (Public Utility)

จำนวน 6 ข้อ

4. ด้านที่พักและโรงแรม (Accommodation)

จำนวน 6 ข้อ

5. ด้านการรักษาความปลอดภัย (Security)

จำนวน 6 ข้อ

6. ด้านร้านอาหาร ภัตตาคาร (Restaurant)

จำนวน 7 ข้อ

7. ด้านธุรกิจนำเที่ยว (Tour Agency)

จำนวน 7 ข้อ

8. ด้านนันทนาการและความบันเทิง (Recreation and Entertainment)

จำนวน 5 ข้อ

9. ด้านร้านค้าของที่ระลึก (Souvenir)

จำนวน 7 ข้อ

**ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม**

**คำชี้แจง** ให้ผู้ตอบแบบสอบถามทำเครื่องหมาย / ลงในช่อง [ ] ที่ตรงกับความเป็นจริง หรือเติมคำ หรือข้อความ ลงในช่องว่างให้สมบูรณ์

1. เพศ

[ ] ชาย [ ] หญิง

2. อายุ (นับถึง มกราคม 2552)

[ ] ต่ำกว่า 25 ปี [ ] 26-30 ปี [ ] 31-35 ปี  
 [ ] 36-40 ปี [ ] 41-50 ปี [ ] 51-55 ปี  
 [ ] 55 ปีขึ้นไป

3. อายุการทำงาน (นับถึง มกราคม 2552)

[ ] ต่ำกว่า 1 ปี [ ] 1-3 ปี [ ] 3-6 ปี  
 [ ] 7-9 ปี [ ] 10-12 ปี [ ] 12 ปีขึ้นไป

4. ตำแหน่งการทำงานในปัจจุบัน

[ ] ผู้บริหาร [ ] หัวหน้างาน  
 [ ] ผู้ประกอบการ/เจ้าของกิจการ [ ] กรรมการผู้จัดการ  
 [ ] ผู้จัดการ [ ] อื่นๆ (โปรดระบุ).....

5. สาขาอาชีพในปัจจุบัน

[ ] ด้านผู้ประกอบการธุรกิจการจัดการประชุมและนิทรรศการ(Organizer)  
 [ ] ด้านระบบลอจิสติกส์ (Logistics)  
 [ ] ด้านสาธารณูปโภค (Public Utility)  
 [ ] ด้านที่พักและโรงแรม (Accommodation)  
 [ ] ด้านการรักษาความปลอดภัย (Security)  
 [ ] ด้านร้านอาหาร ภัตตาคาร (Restaurant)  
 [ ] ด้านธุรกิจนำเที่ยว (Tour Agency)  
 [ ] ด้านนันทนาการและความบันเทิง (Recreation and Entertainment)  
 [ ] ด้านร้านค้าของที่ระลึก (Souvenir)  
 [ ] อื่นๆ (โปรดระบุ).....

## 6. ระดับการศึกษาสูงสุด

- [ ] ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า      [ ] ปริญญาโท  
 [ ] ปริญญาเอก                      [ ] อื่นๆ โปรดระบุ.....

**ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับศักยภาพในด้านต่าง ๆ 7 ด้าน ที่เกี่ยวข้องกับความพร้อมของ  
 การจัดการประชุมและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่**

## คำชี้แจง

- ให้ผู้ตอบแบบสอบถามทำเครื่องหมาย / ลงใน [ ] ที่ตรงกับความเป็นจริง
- ท่านคิดว่าถ้าคะแนนเต็ม 5 คะแนน จังหวัดเชียงใหม่มีศักยภาพการจัดการประชุมและนิทรรศการในด้านต่างๆ อยู่ในระดับคะแนนเท่าใด

- ระดับคะแนน 5      มีศักยภาพอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด  
 ระดับคะแนน 4      มีศักยภาพอยู่ในเกณฑ์มาก  
 ระดับคะแนน 3      มีศักยภาพอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง  
 ระดับคะแนน 2      มีศักยภาพอยู่ในเกณฑ์น้อย  
 ระดับคะแนน 1      มีศักยภาพอยู่ในเกณฑ์น้อยที่สุด

**1. ศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจการจัดการประชุมและนิทรรศการ (Organizer) ใน  
 จังหวัดเชียงใหม่**

ข้อ	ประเด็น	ระดับศักยภาพ				
		5	4	3	2	1
1.1	จำนวนบริษัทผู้ประกอบการการจัดการประชุมและนิทรรศการในจังหวัดเชียงใหม่					
1.2	ขีดความสามารถการให้บริการของบริษัทผู้ประกอบการ					
1.3	การเข้าถึงข้อมูลของบริษัทผู้ประกอบการในการจัดการประชุมและนิทรรศการ					
1.4	อุปกรณ์และความพร้อมในการจัดการประชุมและนิทรรศการ					
1.5	ประสบการณ์ของบริษัทผู้ประกอบการ					
1.6	เงินทุนในการดำเนินการของบริษัทผู้ประกอบการ					

## 2. สักยภาพด้านระบบลอจิสติกส์ (Logistics) ในจังหวัดเชียงใหม่

ข้อ	เนื้อหา	ระดับศักยภาพ				
		5	4	3	2	1
	<b>การขนส่งสินค้าและอุปกรณ์</b>					
2.1	จำนวนผู้ประกอบการด้านการขนส่งสินค้าและอุปกรณ์การจัดการประชุมและนิทรรศการทางบก ทางเรือ ทางอากาศ					
2.2	ขีดความสามารถการให้บริการขนส่งสินค้าและอุปกรณ์การจัดการประชุมและนิทรรศการทางบก ทางเรือ ทางอากาศ					
2.3	การเข้าถึงข้อมูลของผู้ประกอบการด้านการขนส่งสินค้าและอุปกรณ์การจัดการประชุมและนิทรรศการทางบก ทางเรือ ทางอากาศ					
2.4	ค่าบริการในการขนส่งสินค้าและอุปกรณ์การจัดการประชุมและนิทรรศการทางบก ทางเรือ ทางอากาศ					
2.5	เทคโนโลยีความทันสมัยของการให้บริการทางอินเทอร์เน็ตในการขนส่งทางสินค้าและอุปกรณ์การจัดการประชุมและนิทรรศการทางบก ทางเรือ ทางอากาศ					
	<b>การขนส่งผู้โดยสาร</b>					
2.6	จำนวนผู้ประกอบการด้านการขนส่งผู้โดยสารการจัดการประชุมและนิทรรศการทางบก ทางเรือ ทางอากาศ					
2.7	ขีดความสามารถการให้บริการของการขนส่งผู้โดยสารการจัดการประชุมและนิทรรศการทางบก ทางเรือ ทางอากาศ					
2.8	การเข้าถึงข้อมูลของผู้ประกอบการด้านการขนส่งผู้โดยสารการจัดการประชุมและนิทรรศการทางบก ทางเรือ ทางอากาศ					
2.9	ค่าบริการในการขนส่งผู้โดยสารการจัดการประชุมและนิทรรศการทางบก ทางเรือ ทางอากาศ					
2.10	เทคโนโลยีความทันสมัยของการให้บริการ(การจองตั๋วเดินทาง e-ticket)ในการขนส่งทางผู้โดยสารการจัดการประชุมและนิทรรศการทางบก ทางเรือ ทางอากาศ					
2.11	การขนส่งมวลชน(รถประจำทาง)					

### 3. สักยภาพด้านสาธารณูปโภค (Public Utility) ในจังหวัดเชียงใหม่

ข้อ	เนื้อหา	ระดับศักยภาพ				
		5	4	3	2	1
3.1	สถานที่การจัดการประชุมและนิทรรศการมีระบบไฟฟ้า ระบบประปา ระบบโทรศัพท์ และระบบอินเทอร์เน็ต รองรับอย่างเพียงพอในการจัดการประชุมและนิทรรศการ					
3.2	จำนวนบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญในการติดตั้ง และแก้ไข ปัญหาระบบต่าง ๆ มีความเพียงพอต่อการให้บริการ					
3.3	ความรู้ความสามารถของบุคลากรในการติดตั้ง และแก้ไข ปัญหาระบบต่าง ๆ					
3.4	การเข้าถึงข้อมูลของผู้ให้บริการด้านสาธารณูปโภค					
3.5	ค่าบริการระบบไฟฟ้า ระบบประปา ระบบโทรศัพท์ และ ระบบอินเทอร์เน็ต มีความเหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับ					
3.6	ความสะดวกในการติดต่อขอรับบริการระบบไฟฟ้า ระบบ ประปา ระบบโทรศัพท์ และระบบอินเทอร์เน็ต					

### 4. สักยภาพด้านที่พักและโรงแรม (Accommodation) ในจังหวัดเชียงใหม่

ข้อ	เนื้อหา	ระดับศักยภาพ				
		5	4	3	2	1
4.1	จำนวนที่พักและ โรงแรม ในจังหวัดเชียงใหม่					
4.2	ขีดความสามารถการให้บริการของบุคลากร					
4.3	การเข้าถึงข้อมูลการให้บริการของที่พักและ โรงแรม					
4.4	คุณภาพมาตรฐานของห้องพัก					
4.5	ค่าบริการที่พักรวมและ โรงแรมเหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับ บริการ					
4.6	ความสะดวกในการติดต่อจองที่พักและ โรงแรม					



### 5. สักยภาพด้านการรักษาความปลอดภัย (Security) ในจังหวัดเชียงใหม่

ข้อ	เนื้อหา	ระดับศักยภาพ				
		5	4	3	2	1
5.1	จำนวนเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยของจังหวัดเชียงใหม่มีความเพียงพอ					
5.2	จำนวนอุปกรณ์การรักษาความปลอดภัยของจังหวัดเชียงใหม่มีความเพียงพอ					
5.3	ขีดความสามารถของเจ้าหน้าที่ในการให้บริการรักษาความปลอดภัยของจังหวัดเชียงใหม่ในการจัดการประชุมและนิทรรศการ					
5.4	การเข้าถึงข้อมูลการให้บริการด้านการรักษาความปลอดภัย					
5.5	คุณภาพเทคโนโลยีด้านอุปกรณ์ในการรักษาความปลอดภัยของจังหวัดเชียงใหม่ในการจัดการประชุมและนิทรรศการ					
5.6	ความสะดวกในการติดต่อขอรับบริการการรักษาความปลอดภัย					

### 6. สักยภาพด้านร้านอาหาร ภัตตาคาร (Restaurant) ในจังหวัดเชียงใหม่

ข้อ	เนื้อหา	ระดับศักยภาพ				
		5	4	3	2	1
6.1	จำนวนร้านอาหาร ภัตตาคาร					
6.2	จำนวนบุคลากรของร้านอาหาร ภัตตาคาร ในการให้บริการ					
6.3	ขีดความสามารถการให้บริการของร้านอาหาร ภัตตาคาร					
6.4	การเข้าถึงข้อมูลในการให้บริการของร้านอาหารภัตตาคาร					
6.5	คุณภาพอาหารของร้านอาหาร ภัตตาคาร					
6.6	ค่าบริการของร้านอาหาร ภัตตาคาร					
6.7	การติดต่อ การจองโต๊ะเพื่อใช้บริการร้านอาหาร ภัตตาคาร					

### 7. สักยภาพด้านธุรกิจนำเที่ยว (Tour Agency) ในจังหวัดเชียงใหม่

ข้อ	เนื้อหา	ระดับศักยภาพ				
		5	4	3	2	1
7.1	จำนวนบริษัทผู้ประกอบการด้านธุรกิจนำเที่ยว					
7.2	จำนวนแหล่งท่องเที่ยว					
7.3	จำนวนบุคลากร (มัคคุเทศก์) ในการนำเที่ยว					
7.4	ขีดความสามารถของบุคลากร (มัคคุเทศก์) ในการนำเที่ยว					
7.5	การเข้าถึงข้อมูลของบริษัทผู้ประกอบการด้านธุรกิจนำเที่ยว					
7.6	คุณภาพมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยว					
7.7	ค่าใช้จ่ายด้านธุรกิจนำเที่ยวมีความเหมาะสมกับคุณภาพที่ได้รับบริการ					

### 8. สักยภาพด้านนันทนาการและความบันเทิง (Recreation and Entertainment) ในจังหวัดเชียงใหม่

ข้อ	เนื้อหา	ระดับศักยภาพ				
		5	4	3	2	1
8.1	จำนวนสถานบริการนันทนาการและความบันเทิง					
8.2	จำนวนบุคลากรในการให้บริการ					
8.3	ขีดความสามารถของบุคลากรในการให้บริการ					
8.4	การเข้าถึงข้อมูลของสถานบริการนันทนาการและความบันเทิง					
8.5	การติดต่อขอใช้บริการด้านนันทนาการและความบันเทิง					

### 9. สักยภาพด้านร้านค้าของที่ระลึก (Souvenir) ในจังหวัดเชียงใหม่

ข้อ	เนื้อหา	ระดับศักยภาพ				
		5	4	3	2	1
9.1	จำนวนร้านค้าของที่ระลึก					
9.2	จำนวนบุคลากรในการให้บริการของร้านค้าของที่ระลึก					
9.3	จำนวนและความหลากหลายของสินค้าของที่ระลึก					
9.4	ขีดความสามารถของบุคลากรในการให้บริการของร้านค้าของที่ระลึก					
9.5	การเข้าถึงข้อมูลของร้านค้าของที่ระลึก					
9.6	คุณภาพมาตรฐานของสินค้าของที่ระลึก					
9.7	ค่าสินค้าของที่ระลึกมีความเหมาะสมต่อคุณภาพสินค้า					

ขอขอบคุณในความกรุณาของท่านเป็นอย่างสูง

นางสาวปิ่นธนา ชมพูพันธ์

นิสิตแขนงวิชาการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว  
สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทสัมภาษณ์ตัวแทนจากองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่

ชื่อ เกียรติชัย ลออวารากุล

ตำแหน่ง ผู้อำนวยการกองแผนและงบประมาณ

อายุ 49 ปี

อายุการทำงาน 24 ปี

ระดับการศึกษาสูงสุด ปริญญาโท รัฐประศาสนศาสตร

### คำถาม

การเตรียมความพร้อมการจัดการประชุมและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่

### คำตอบ

นโยบายในการรองรับการเกิดศูนย์ประชุมนานาชาติจังหวัดเชียงใหม่ ทางองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่ได้มีการสนับสนุนองค์กรทั้งหลายในพื้นที่ ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์สินค้าพื้นบ้าน และรวมไปถึงการประชาสัมพันธ์เชิญชวนนักท่องเที่ยว

ด้านที่พักโรงแรม

ในการรองรับศูนย์ประชุมนานาชาติจังหวัดเชียงใหม่ มีห้องพักระดับ 3-5 ดาว ประมาณ 30,000 ++ ห้อง โรงแรมที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน เกิดขึ้นเพื่อรองรับศูนย์ประชุมนานาชาติจังหวัดเชียงใหม่ มีความพร้อมทั้งการรองรับแขกสำคัญระดับผู้นำของประเทศ หรือรัฐบาล

ด้านการขนส่งมวลชน

ขณะนี้ทางเทศบาลนครเชียงใหม่มีการให้บริการขนส่งมวลชนอยู่แล้ว ในส่วนทางองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่ ได้รับนโยบายจากทางรัฐบาลกลางในการสร้างระบบการขนส่งมวลชนขนาดใหญ่ วงเงิน 8,000 – 9,000 ล้านบาท ในการขับเคลื่อนโครงการดังกล่าว และทางองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่ได้ศึกษาความพร้อมในการสร้างโครงการดังกล่าวเรียบร้อยแล้ว รอแต่การอนุมัติงบประมาณจากทางรัฐบาลในการขับเคลื่อนโครงการ และอีกนโยบายหนึ่งของทางองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่มีโครงการในการสร้างสถานีขนส่งแห่งชาติที่ 3 ในพื้นที่นอกตัวเมืองออกไป ซึ่งมีแผนงานในการศึกษาไว้เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ซึ่งสถานีขนส่งแห่งนี้จะมีความพร้อม ความสะดวกสบายในการใช้บริการอย่างเพียงพอในทุก ๆ ด้าน

ด้านสาธารณูปโภค

เนื่องจากพื้นที่ในการสร้างศูนย์ประชุมนานาชาติจังหวัดเชียงใหม่ อยู่บริเวณหลังศูนย์ศาลากลางจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งห่างจากตัวเมืองประมาณ 2 กิโลเมตร มีถนน 4 เลนส์ และถนนทางเลี้ยวอุโมงค์รองรับไว้เรียบร้อยแล้ว ทางกาไฟฟ้า และการประปาของทางจังหวัดเชียงใหม่ก็มีความ

พร้อมในการรองรับศูนย์ประชุมนานาชาติเรียบร้อยแล้ว รวมไปถึงยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์ ICT ตามมติครม. นั้น ทางกสท., TOT, TT&T มีการรองรับระบบโทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต ซึ่ง ณ ขณะนี้มีเพียงพอเกินความต้องการของประชาชนในจังหวัดเชียงใหม่แล้ว

#### ด้านความปลอดภัย

เส้นทางการจราจร การเดินทางจากที่พักมายังศูนย์ประชุมนานาชาติจังหวัดเชียงใหม่ที่มีความห่างไกลไม่มากและมีความสะดวกในการเดินทาง จากประสบการณ์ที่จังหวัดเชียงใหม่เป็นพื้นที่ในการรับแขกบ้าน แขกเมืองของรัฐบาล และรับเสด็จพระบรมวงศานุวงศ์จากหลาย ๆ ประเทศที่ผ่านมา แสดงให้เห็นประสิทธิภาพการรักษาความปลอดภัยของทหาร และตำรวจได้เป็นอย่างดี และมีความเพียงพอในการรักษาความสงบเรียบร้อย จะเห็นได้ว่าจากประสบการณ์ที่ผ่านมาทางจังหวัดเชียงใหม่เกิดเหตุความไม่ปลอดภัย การลักชิงวิ่งราว การทำร้ายนักท่องเที่ยวมีน้อยมากเมื่อเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

จุดบริการข้อมูลการท่องเที่ยว ที่จังหวัดเชียงใหม่มีสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และมีจุดบริการข้อมูลของทางเทศบาลนครเชียงใหม่ตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ รวมไปถึงจุดบริการข้อมูลของทางโรงแรม และท่าอากาศยานจังหวัดเชียงใหม่

สิ่งอำนวยความสะดวกตามแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ห้องน้ำตามแหล่งท่องเที่ยวใหญ่ ๆ ที่ได้มาตรฐานแล้วนั้น ห้องน้ำก็ได้มาตรฐานตามไปด้วย แต่จะพบห้องน้ำที่ไม่ได้มาตรฐานตามวัด และโบราณสถานต่าง ๆ ทั้งในตัวเมืองและพื้นที่ห่างไกล เป็นนโยบายของทางองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่เองที่จะเข้าไปพัฒนาและแก้ปัญหาตามแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ (บัญญัติไว้ในแผนพัฒนาของอบจ.เชียงใหม่)

สถาบันเทิดยัมราตรีในจังหวัดเชียงใหม่มีเจ้าหน้าที่ตรวจตราคุมเข้มตลอดทุกเดือน ตามกฎหมายอย่างเคร่งครัดไม่ว่าจะเป็นเรื่องยาเสพติด การจำหน่ายสุรา การเปิด-ปิดบริการตามเวลาที่กำหนด และเนื่องจากทางจังหวัดเชียงใหม่มีนโยบายเน้นให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ดังนั้นสถาบันเทิดยัมบางประเภท เช่น คาราโอเกะ ที่มีการนุ่งน้อยห่มน้อยของผู้ให้บริการนั้น ทางเจ้าหน้าที่ก็ดูแลให้แต่งกายสุภาพขึ้นด้วย

สุดท้ายนี้ทางองค์การบริหารส่วนจังหวัดเชียงใหม่มีความคิดเห็นว่า ทางจังหวัดเชียงใหม่มีความพร้อมในการรองรับศูนย์ประชุมนานาชาติจังหวัดเชียงใหม่แล้ว และโครงการศูนย์ประชุมดังกล่าวเป็นแนวความคิดของภาครัฐและภาคเอกชนมากกว่า 16 ปีแล้ว เป็นโครงการที่บรรจุอยู่ในแผนพัฒนาเชียงใหม่-ลำพูน ไม่ใช่โครงการของรัฐบาลใดรัฐบาลหนึ่งแต่เป็นความต้องการของประชาชนในพื้นที่ ถ้าหากไม่เร่งรัดให้เกิดโครงการดังกล่าวขึ้น จะเกิดการขาดโอกาสทางการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจไม่ใช่แต่จังหวัดเชียงใหม่เองแต่ยังรวมไปถึงจังหวัดใกล้เคียงและเป็นประเทศชาติด้วย.

## บทสัมภาษณ์ตัวแทนจากเทศบาลนครเชียงใหม่

ชื่อ นายชาติรี ลีมจรูญ

ตำแหน่ง รองนายกเทศมนตรี เทศบาลนครเชียงใหม่

อายุ 49 ปี

อายุการทำงาน 23 ปี

ระดับการศึกษาสูงสุด ปริญญาตรี

### คำถาม

การเตรียมความพร้อมการจัดการประชุมและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่

### คำตอบ

นายกเทศมนตรี เทศบาลนครเชียงใหม่ ร้อยเอกหญิงเดือนเต็มดวง ณ เชียงใหม่ ได้ให้นโยบายเตรียมความพร้อมการท่องเที่ยวเชิงประชุมสัมมนาอย่างมาก โดยพยายามดึงการประชุมระดับชาติเข้ามาจัดการประชุมในจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีการใช้จ่ายสูงกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ

ตัวอย่างการจัดการประชุมที่ผ่านมามีเมื่อ 26-28 ธันวาคม 2551 ทางนายกเทศมนตรีเทศบาลนครเชียงใหม่ได้เป็นเจ้าภาพในการจัดประชุมสันนิบาตเทศบาลแห่งประเทศไทย มีผู้เข้าร่วมประชุมประมาณ 3,000 คน ในส่วนนี้คือ นายกเทศบาลมนตรีและปลัดจากเทศบาลทั่วประเทศ ซึ่งมีเทศบาลทั้งสิ้นประมาณ 1,600 เทศบาล และยังรวมไปถึงผู้ติดตาม ดังนั้นจึงมีนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ทั้งสิ้นประมาณ 5,000 คน และเป็นการจัดประชุมที่โรงแรม

ต่อมาทางนายกเทศมนตรีเทศบาลนครเชียงใหม่ได้มอบหมายให้ทางสำนักงานช่างเทศบาลนครเชียงใหม่จัดประชุมช่างเทศบาลแห่งประเทศไทยขึ้น คาดว่ามีผู้เข้าร่วมประชุมกว่า 2,000 คน จัดขึ้นที่โรงแรมจังหวัดเชียงใหม่

ด้านโรงแรม ที่พัก จะแบ่งเป็นสองส่วน คือ ส่วนแรกเป็น โรงแรมที่อยู่ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ซึ่งมีพื้นที่ประมาณ 40 กิโลเมตรเศษ มีโรงแรมทุกระดับตั้งแต่โรงแรมที่ไม่มีดาวจนถึงโรงแรมห้าดาว และส่วนที่สองเป็น โรงแรมที่อยู่นอกเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ซึ่งสามารถรองรับนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากได้เช่นกัน

ด้านการคมนาคม เส้นทางจราจรในตัวเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ ซึ่งมีชุมชนหนาแน่นและเป็นย่านธุรกิจ จึงมีความลำบากในการเดินรถ巴士ขนาดใหญ่ โดย ณ ขณะนี้ทางกรมผังเมืองและโยธาธิการได้ทำประชาพิจารณ์เรื่องการขยายถนนนั้น มีการต่อต้านจากประชาชนผู้อยู่อาศัยใน



ชุมชน จึงมีการวางแผนเส้นทางจราจรในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ โดยปรับให้มีการเดินทางเดียวในถนนสายเล็ก ๆ เป็นต้น แต่ในส่วนของถนนสายใหญ่ ๆ ไม่ว่าจะในเขตเทศบาลหรือนอกเขตเทศบาลก็สามารถเดินทางด้วยรถโดยสารขนาดใหญ่ได้อย่างสะดวก ประกอบกับส่วนใหญ่แหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่จะอยู่นอกเขตเทศบาล (นอกตัวเมือง) ซึ่งไม่เป็นปัญหาในการเดินทางแต่อย่างใด

การขนส่งมวลชน ในจังหวัดเชียงใหม่มีการให้บริการรถเมล์ หรือ ขสมก. แต่ไม่เต็มจำนวนมากนัก โดยลูกค้าส่วนใหญ่ไม่ใช่พนักงานท่องเที่ยวแต่เป็นประชาชนและนักเรียน ส่วนนักท่องเที่ยวนิยมใช้บริการสี่ล้อแดง หรือรถสองแถว มีลักษณะเหมือนรถแท็กซี่ ต่างกันตรงที่รถแท็กซี่เป็นการเช่าเหมาลำนั่งคนเดียว แต่รถสี่ล้อแดงเป็นลักษณะจอดรับผู้โดยสารที่มีจุดหมายปลายทางไปในเส้นทางเดียวกัน นั่งไปด้วยกันหลายคน ค่าโดยสารถูกกว่ารถแท็กซี่ และรถบริการอื่น ๆ ในเชียงใหม่ ได้แก่ รถแท็กซี่ป้ายเหลือง รถสามล้อเครื่อง (ตุ๊ก ตุ๊ก) รถสามล้อปั่น ส่วนเรื่องรถไฟฟ้ารถไฟใต้ดินนั้น เกินความศักยภาพของท้องถิ่นที่จะสร้าง แต่ก็เคยมีการทำวิจัยในความเป็นไปได้

ด้านสาธารณสุขปภอก เนื่องจากศูนย์ประชุมนานาชาติจังหวัดเชียงใหม่ตั้งอยู่นอกพื้นที่เขตเทศบาลนครเชียงใหม่ แต่ส่วนห้องประชุมตามโรงแรมต่าง ๆ ที่ตั้งอยู่ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ นั้น มีการรองรับในเรื่องสาธารณสุขปภอกอย่างครบครัน และเป็นความรับผิดชอบโดยตรงของทางโรงแรมเอง

เดิมทีมติกรม.สมัชชานายกรัฐมนตรีสมชาย วงศ์สวัสดิ์ จังหวัดเชียงใหม่ได้รับเลือกเป็นสถานที่จัดการประชุมอาเซียนซัมมิต วันที่ 15-17 ธันวาคม 2551 นั้น ทางเทศบาลนครเชียงใหม่ได้รับงบประมาณ 40 ล้านบาทในการเตรียมความพร้อมการจัดการประชุม และประมาณการผู้เข้าร่วมประชุมกว่า 1,000 คน ซึ่งล้วนแต่เป็นระดับผู้นำประเทศทั้งสิ้น ครั้งนั้นด้านสาธารณสุขปภอกได้มีการตรวจสอบอากาศที่ออกมาจากช่องเครื่องปรับอากาศ ท่อระบายน้ำในโรงแรม น้ำที่ใช้บริโภค ว่ามีค่าเชื้อโรคเกินมาตรฐานหรือไม่ อาหารได้คุณภาพหรือไม่ มีการคุมเข้มมาตรฐานจากเจ้าหน้าที่ส่วนกลาง และได้ซื้อสรุปแล้วว่าจังหวัดเชียงใหม่มีความพร้อมในการต้อนรับการจัดการประชุมด้านการรักษาความปลอดภัย ยกตัวอย่างการเตรียมความพร้อมการจัดการประชุมอาเซียนซัมมิตที่ผ่านมา นั้น เจ้าหน้าที่และเครื่องมือต่าง ๆ ต้องนำมาจากส่วนกลาง (กทม.) เนื่องจากเครื่องมือมีราคาสูงและส่วนใหญ่มีติดตั้งไว้ตามสถานที่สำคัญเท่านั้น เช่น ท่าอากาศยานเชียงใหม่ ศาลต่าง ๆ ซึ่งไม่สามารถขอยืมมาใช้งานได้ และเจ้าหน้าที่ที่มีความเชี่ยวชาญนั้นก็มาจากส่วนกลาง ส่วนเจ้าหน้าที่ในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่เป็นเพียงแนวกำลังเสริมเท่านั้น

จุดบริการข้อมูลการท่องเที่ยว ทางเทศบาลนครเชียงใหม่มีการแจกเอกสารแผ่นพับประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ เดิมทีผู้บริหารเทศบาลนครเชียงใหม่ชุดเก่ามีนโยบายจัดทำคู่มือท่องเที่ยว แต่เนื่องจากขณะนี้มีความกังวลกับทางปช.อยู่ โครงการจึงชะงักไป แต่อย่างไรก็ดีโครงการนี้เป็นโครงการที่ดีและควรจะมีการส่งเสริมต่อไป

ยกตัวอย่างการประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ ในครั้งที่มีการจัดประชุม สันนิบาตเทศบาลแห่งประเทศไทย ทางเทศบาลนครเชียงใหม่ได้มีการแจกแผ่นพับข้อมูลการท่องเที่ยวลงในกระเป๋าที่ใช้แจกผู้เข้าร่วม และรวมไปถึงบัตรลดราคาจากผู้ประกอบการต่าง ๆ มากมาย ซึ่งทางเทศบาลนครเชียงใหม่มีการทำความเข้าใจกับทางผู้ประกอบการทุกรายถึงการไม่เอา ไร้อาเปรียบนักท่องเที่ยว

ด้านสถานบันเทิงและนันทนาการ ทางเทศบาลนครเชียงใหม่ไม่มีอำนาจในการจับกุม ผู้ประกอบการโดยตรง แต่มีการใช้ พรบ. อาคารและสถานที่เป็นตัวตรวจสอบมาตรฐานของสถาน บันเทิงอย่างเป็นทางการเป็นประจำ เช่น ทางเดินหนีไฟ, การรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวของแต่ละสถานที่นั้น ๆ และเคร่งครัดกับการดูแลตกแต่งเดือนผู้ประกอบการที่ให้ลูกจ้างแต่งตัวไม่สุภาพไปเปลือยเรียกลูกค้า ให้ ทำการแก้ไขข้อผิดพลาดต่อไป.



สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทสัมภาษณ์ตัวแทนจากผู้ประกอบการด้านที่พักและโรงแรม (Accommodation)

ชื่อ นายกนก สุวรรณวิสูตร

ตำแหน่ง นายกสมาคมโรงแรมไทย (ภาคเหนือตอนบน) และกรรมการผู้จัดการ โรงแรมดิ เอ็มเพลส

### คำถาม

การเตรียมการของสมาคมโรงแรมในการจัดการประชุมและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่

### คำตอบ

ด้านการจองที่พักและโรงแรมนั้น มีการจอง 2 ระบบ คือ ผ่านตัวแทน (Agency) และติดต่อกับทางโรงแรมโดยตรง ซึ่งทางโรงแรมส่วนใหญ่ในจังหวัดเชียงใหม่มี Website และ E-mail ไว้บริการลูกค้า ทำให้ลูกค้าได้รับความสะดวก ในการจองที่พักก่อนล่วงหน้าการเดินทาง

ด้านจำนวนที่พักและโรงแรมของจังหวัดเชียงใหม่ มีปริมาณมากในการรองรับให้บริการลูกค้าจำนวนมาก ที่ผ่านมา จังหวัดเชียงใหม่ได้รับแจ้งจะให้ป็นเจ้าภาพจัดงาน Asia Summit ทางสมาคมโรงแรมไทยได้ประชุมหารือกับภาครัฐเพื่อวางแผนการเตรียมการรองรับการประชุมดังกล่าว เพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานสากลของโรงแรม

ในประวัติศาสตร์ที่ผ่านมา หากพูดถึงจังหวัดเชียงใหม่ ทุกคนจะนึกถึงการมาเที่ยวชมดอย ขึ้นเขา ชมวัดไร่พระ ช้าง และช่วงที่มีนักท่องเที่ยวมาก คือ ฤดูหนาว สงกรานต์ ลอยกระทง หากไม่ใช่เทศกาลเหล่านี้ การท่องเที่ยวจะซบเซาลง ทางจังหวัดเชียงใหม่จึงมีการปรับปรุงมุมมองใหม่ให้เป็นศูนย์การประชุมด้วย โดยปีที่ผ่านมาได้มีการติดต่อกับทาง TICA และ สสปน. เพื่อเพิ่มกิจกรรมการจัดประชุมและนิทรรศการขึ้น

ท้ายที่สุดนี้ ขอให้ความเห็นว่ จังหวัดเชียงใหม่พร้อมที่จะมีศูนย์การประชุมแห่งชาติ ฝากผู้เกี่ยวข้องพิจารณา มา ณ ที่นี้ด้วย.

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทสัมภาษณ์ตัวแทนจากผู้ประกอบการด้านระบบลอจิสติกส์ (Logistics)

ชื่อ นายสมศักดิ์ อภภาสกิจ

ตำแหน่ง นักวิชาการ กรมการขนส่งจังหวัดเชียงใหม่

### คำถาม

การเตรียมการคมนาคมขนส่งในการรองรับการจัดการประชุมและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่

### คำตอบ

ระบบโลจิสติกส์สำหรับการขนส่งผู้โดยสารในจังหวัดเชียงใหม่ประกอบด้วย รถโดยสารประจำทางระหว่างจังหวัด (ระยะไกล) รถโดยสารประจำทางระหว่างจังหวัดระยะใกล้ บริการท่าอากาศยาน การขนส่งผู้โดยสารทางรถไฟ รถขนส่งมวลชนท้องถิ่น รถตุ๊กตุ๊ก ลีมูซิน รถแท็กซี่ป้ายดำ รถเช่า มอเตอร์ไซค์ให้เช่า รถเช่าเหมาคัน รถตู้พร้อมคนขับ การให้เช่าอุปกรณ์การขนส่งทางอากาศ และบริการอื่น ๆ

ประเด็นปัญหาที่สำคัญของอุตสาหกรรมขนส่งผู้โดยสารคือจังหวัดเชียงใหม่ยังไม่มีระบบขนส่งมวลชนของรัฐ รถสองแถวแดงที่ให้บริการอยู่ในปัจจุบันยังมีความแตกต่างในด้านมาตรฐานการบริการ ความสะดวก และความปลอดภัย ดังนั้น จึงควรจัดให้มีระบบขนส่งมวลชนในเชียงใหม่ที่ให้บริการอย่างมีคุณภาพ ได้มาตรฐาน และเป็นเวลา แต่กระนั้นการจัดระบบขนส่งมวลชนในจังหวัดเชียงใหม่ยังควรจะต้องพิจารณาทางด้านอุปสงค์และอุปทาน โดยเฉพาะอีกครึ่ง ทั้งนี้จากการศึกษาครั้งนี้พบว่ามีความโน้มที่จะเกิดภาวะอุปทานส่วนเกินในภาคธุรกิจรถขนส่งมวลชนในท้องถิ่น โดยเฉพาะนอกฤดูกาลท่องเที่ยว ปัญหาดังกล่าวยังเกิดขึ้นกับคนขับรถตุ๊กตุ๊กอีกด้วย ดังนั้นการจัดระบบขนส่งมวลชนซึ่งจะเข้ามาชิงส่วนแบ่งตลาดคนท้องถิ่นจึงอาจจะทำให้เกิดผลกระทบต่อผู้ขับรถขนส่งมวลชนในท้องถิ่นและคนขับรถตุ๊กตุ๊กที่ต้องพึ่งพาลูกค้ากลุ่มนี้เป็นหลักนอกฤดูกาลท่องเที่ยว

กรมการขนส่งจังหวัดเชียงใหม่เป็นเพียงจัดเตรียมสถานที่ให้เกิดความคล่องตัว ส่วนใหญ่เป็นเรื่องของส่วนกลางดำเนินการ เช่น ด้านงบประมาณ

การบริหารงานนั้นมีผู้เกี่ยวข้องหลายส่วน หน่วยงานของเรามีขอบเขตจำกัดและอุปสรรคคือ การนำเสนองานมักจะเป็นงานประจำ ต้องประสานกับส่วนกลางระดับกรมขึ้นไป และต้องประสานข้อมูลจากอาจารย์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

## บทสัมภาษณ์ตัวแทนจากผู้ประกอบการด้านการรักษาความปลอดภัย (Security)

ชื่อ จ.ส.ต.หญิง พัชรินทร์ ใจพรหมมา

ตำแหน่ง ผู้บังคับหมู่ งานสืบสวนป้องกันปราบปราม สถานีตำรวจภูธรเมืองเชียงใหม่

### คำถาม

การเตรียมการของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยในการจัดการประชุมและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่

### คำตอบ

ในการจัดการประชุมระดับนานาชาติที่จังหวัดเชียงใหม่ นั้น ทางสถานีตำรวจจังหวัดเชียงใหม่ ได้วางมาตรการตามระเบียบของมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมระบบการจัดการด้านการรักษาความปลอดภัย-ข้อกำหนดสำหรับการจัดประชุม สัมมนา และนิทรรศการ (มอก.) โดยการใช้นโยบาย วัตถุประสงค์ เป้าหมาย ภัยคุกคาม ความเสี่ยง การประเมินจุดอ่อน และภาวะวิกฤต รวมทั้ง กิจกรรม และการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับภัยคุกคาม ความเสี่ยง และอันตรายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรักษาความปลอดภัย และผลกระทบต่อเป้าหมาย ดังนี้

1. วางนโยบายและแผนการรักษาความปลอดภัย
2. วางกำลังพลให้เพียงพอกับผู้เข้าร่วมประชุม
3. เตรียมอุปกรณ์เครื่องมือในการใช้รักษาความปลอดภัย เช่น เครื่องสแกนวัตถุต้องสงสัย เป็นต้น
4. เตรียมอำนวยความสะดวกด้านเส้นทาง การเดินทางของผู้เข้าร่วมประชุมตลอดการประชุม
5. วางแผนการซ้อมรักษาความปลอดภัย ตั้งแต่ผู้เข้าประชุมลงจากเครื่องบิน จนถึงวันเดินทางกลับ
6. สรุปข้อผิดพลาดจากการซ้อมรักษาความปลอดภัย
7. เตรียมความพร้อมทั้งหมดก่อนถึงวันรักษาความปลอดภัย

ดังนั้น จังหวัดเชียงใหม่จึงมีความพร้อมในการรักษาความปลอดภัยนักท่องเที่ยว ผู้เข้าร่วมประชุม หรือแขกบ้านแขกเมือง ที่มีชื่อเสียงระดับนานาชาติ ดังเหตุการณ์ที่ผ่านมา ซึ่งได้มีการต้อนรับอดีตนายกรัฐมนตรีหลายท่าน หลายสมัย ทั้งยังพระบรมวงศานุวงศ์ทั้งของประเทศไทย และต่างชาติมาแล้วทั้งสิ้น ทำให้มั่นใจได้ว่าจังหวัดเชียงใหม่สามารถรักษาความปลอดภัยได้เป็นอย่างดีเยี่ยม.

บทสัมภาษณ์ตัวแทนจากผู้ประกอบการด้านนันทนาการและความบันเทิง  
(Recreation and Entertainment)

ชื่อ นางพันทิพ เลิศประดิษฐ์

ตำแหน่ง หัวหน้างานจัดการด้านประชาสัมพันธ์ไนท์ซาฟารี

คำถาม

การเตรียมการของไนท์ซาฟารีในการจัดการประชุมและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่

คำตอบ

1. ไนต์ซาฟารี มีบริการรับส่งนักท่องเที่ยวจากในตัวเมืองจังหวัดเชียงใหม่ หรือตามโรงแรมต่าง ๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อการเดินทางมาท่องเที่ยวอย่างสะดวกสบายยิ่งขึ้น

2. ไนต์ซาฟารี สามารถนำคณะทั้งหมดเข้าชมสวนสัตว์ โดยนั่งรถชมสวนที่ได้มีการจัดเตรียมไว้สำหรับนักท่องเที่ยว พร้อมด้วยผู้บรรยายตลอดการเพลิดเพลินในการชมสัตว์ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ และสามารถนำนักท่องเที่ยวเข้าชมได้มากถึง 3,000 คน

3. ไนต์ซาฟารีมีบริการร้านอาหารภายใน และสามารถจัดเลี้ยง (Dinner) ได้

4. ไนต์ซาฟารีมีกิจกรรมอื่น ๆ มากมาย นอกเหนือจากการชมสัตว์ในการตอนกลางคืน เช่น สวนสัตว์ในตอนกลางวันที่สามารถเดินชมได้รอบ ๆ บริเวณ และกิจกรรมการแสดงน้ำพุเต้นระบำที่ถือได้ว่าไม่เป็นรองเกาะเซ็นโตซ่าที่สิงคโปร์เลยเช่นกัน

ทั้งนี้ทางไนท์ซาฟารี มีพนักงานในการให้บริการนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ และทั่วถึง รวมไปถึงคุณภาพในการให้บริการทั้งด้านภาษาต่างประเทศ และการบริการอย่างเป็นกันเองของพนักงาน เนื่องจากมีการฝึกอบรมพนักงานมาเป็นอย่างดี.

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



## บทสัมภาษณ์ตัวแทนจากผู้ประกอบการด้านร้านอาหาร ภัตตาคาร (Restaurant)

ชื่อ นายชวลิต น่อนเจริญ

ตำแหน่ง รองประธานชมรมด้านภัตตาคารและร้านอาหาร

### คำถาม

การเตรียมการของชมรมร้านอาหารและภัตตาคารในการจัดการประชุมและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่

### คำตอบ

ในการจัดการประชุมระดับนานาชาติที่จังหวัดเชียงใหม่ นั้น สาธารณสุขจังหวัดจะเป็นแกนนำ เพื่อเรียกประชุมผู้ประกอบการทั้งที่เป็นสมาชิกของชมรมฯ และมีได้เป็นสมาชิกชมรมฯ โดยให้วางมาตรฐานด้านอาหาร เช่น อาหารต้องมีความสะอาด ต้องมีคุณภาพ ซึ่งยึดมาตรฐาน 9 ข้อ ของกระทรวงสาธารณสุข

ซึ่งหากการประชุมจัดที่โรงแรม ผู้เข้าประชุมคงต้องรับประทานอาหารในโรงแรมซึ่งทางโรงแรมมีการจัดเตรียมไว้ให้เป็นที่เรียบร้อย ยกเว้นผู้ติดตามบางส่วนที่ใช้บริการนอกโรงแรม โดยผู้ประกอบการด้านภัตตาคารและร้านอาหาร มีจำนวนเพียงพอ และได้มาตรฐาน สำหรับการรองรับการให้บริการนักท่องเที่ยว.

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทสัมภาษณ์ตัวแทนจากผู้ประกอบการด้านร้านค้าของที่ระลึก (Souvenir)

ชื่อ นายรณรง คำวง

ตำแหน่ง หัวหน้าชมรมหมู่บ้านถวาย ต.ขุนคอง อ.หางดง จ.เชียงใหม่

### คำถาม

การเตรียมการของหมู่บ้านถวายในการรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประชุมและนิทรรศการของจังหวัดเชียงใหม่

### คำตอบ

1. เรื่องสินค้าของที่ระลึก มีคลังสินค้าเก็บไว้พร้อมรองรับการจำหน่ายเป็นจำนวนมาก  
 2. เรื่องคุณภาพของสินค้า สินค้าส่วนใหญ่เป็นผลผลิตมาจากช่างที่มีประสบการณ์ และมีความชำนาญเป็นอย่างมาก จึงทำให้สินค้ามีคุณภาพ ทนทาน และสวยงามตามแบบฉบับของชาวเหนือ

3. เรื่องบุคลากร มีจำนวนมาก สามารถให้บริการอย่างทั่วถึง พร้อมให้บริการเต็มที่  
 4. เรื่องมาตรฐานราคา ถือว่าสินค้าส่วนใหญ่มีราคาค่อนข้างถูก เนื่องจากการซื้อไม่ต้องผ่านพ่อค้าคนกลาง เป็นการซื้อ-ขายระหว่างนักท่องเที่ยวกับผู้ผลิต จึงทำให้ไม่มีค่าขนส่ง ไม่มีค่านายหน้า

เนื่องจากที่ผ่านมา คาดว่าจังหวัดเชียงใหม่จะได้เป็นเจ้าภาพจัดงาน “อาเซียน ชัมมิท” ผู้ประกอบการร้านค้าของที่ระลึกระดับกลาง มีความกระตือรือร้นเป็นอย่างมาก และพร้อมให้บริการเต็มที่ เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้มาเข้าร่วมการประชุมนี้มีกำลังซื้อในอัตราสูง สามารถทำให้เกิดการหมุนของเม็ดเงินในจังหวัดได้เป็นอย่างมาก

ข้อเสนอแนะ หากมีการจัดการประชุมและนิทรรศการระดับชาติ หรือนานาชาติขึ้น ทางชมรมหมู่บ้านถวายมีความต้องการให้ภาครัฐช่วยเหลือให้การสนับสนุน ให้ความรู้ อบรม แก่บุคลากรเกี่ยวกับเทคนิควิธีการให้บริการ ตลอดจนรูปแบบแพ็คเกจจิ้งของสินค้า.

## ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

ชื่อ นางสาวปิ่นธนา ชมพูพันธ์  
 เกิดวันเกิด 30 เมษายน พ.ศ. 2528  
 ที่อยู่ 1/44 ถนนสนามบิน อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก 65000

## ประวัติการศึกษา

ปี พ.ศ. 2539 สำเร็จการศึกษาระดับชั้นประถมศึกษา โรงเรียนจำการบุญ พิษณุโลก  
 ปี พ.ศ. 2545 สำเร็จการศึกษาระดับชั้นมัธยมศึกษา โรงเรียนเฉลิมขวัญสตรี พิษณุโลก  
 ปี พ.ศ. 2549 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชานันทนาการศาสตร์ สำนักวิชา  
 วิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
 ปี พ.ศ. 2550 เข้าศึกษาต่อในหลักสูตร วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (วิทยาศาสตร์การกีฬา)  
 แขนงวิชาการจัดการนันทนาการการท่องเที่ยว สำนักวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## ประวัติการทำงาน

ปี พ.ศ. 2549 Coordinator Production บริษัท เมอร์คิวรีไนน์ จำกัด  
 ปี พ.ศ. 2552 Coach Badminton International School Bangkok

สถาบันวิทยบริการ  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย