



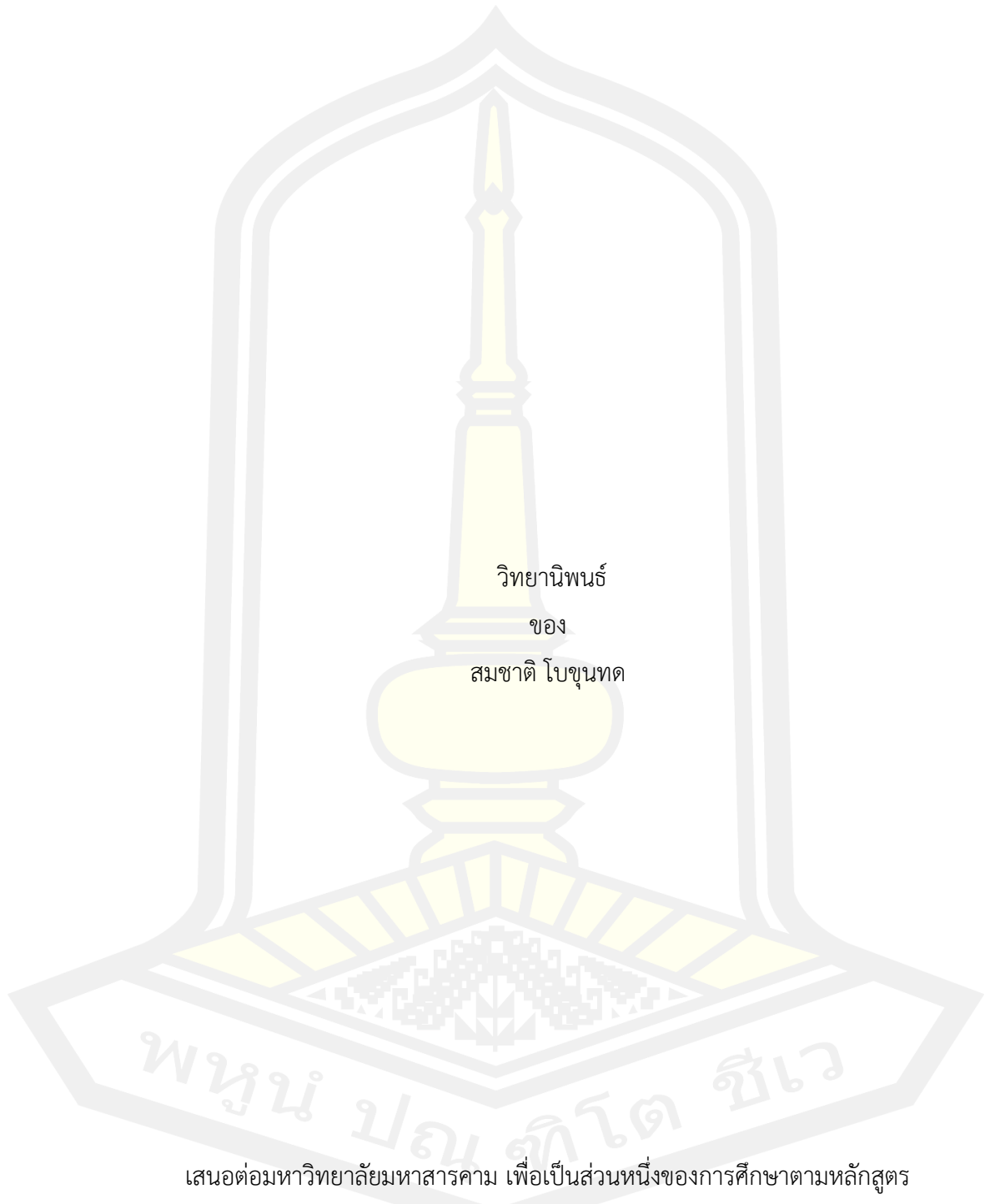
การส่งเสริมธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรมของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์

วิทยานิพนธ์
ของ
สมชาติ โปขุนทด

เสนอต่อมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและโรงแรม
ตุลาคม 2564

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

การส่งเสริมธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์

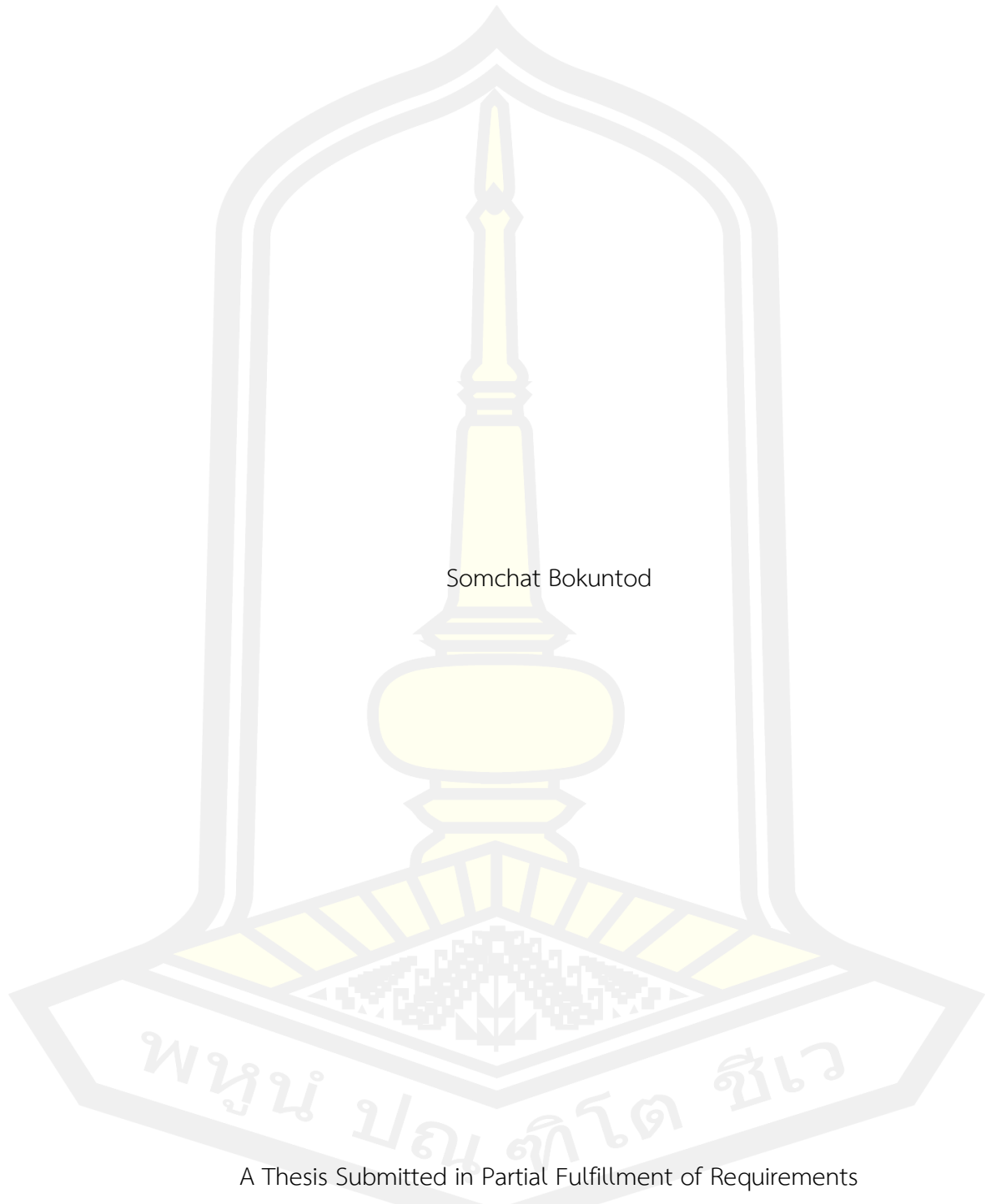


เสนอต่อมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและโรงแรม

ตุลาคม 2564

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

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



Somchat Bokuntod

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of Requirements
for Master of Arts (Tourism and Hotel Management)

October 2021

Copyright of Mahasarakham University



คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ได้พิจารณาวิทยานิพนธ์ของนายสมชาติ โปขุนทด แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและโรงแรม ของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ

(อ. ดร. ศิริวรรณ กวางเพ็ง)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(ผศ. ดร. กัณฑ์มาลย์ จินดาประเสริฐ)

..... กรรมการ

(ผศ. ดร. ลินจง โพชารี่)

..... กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

(ผศ. ดร. สุวภัทร ศรีจองแสง)

มหาวิทยาลัยอนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและโรงแรม ของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

.....
(ศ. ดร. ปฐม หงษ์สุวรรณ)

คณบดีคณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม

.....
(รศ. ดร. กริสน์ ชัยมูล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ชื่อเรื่อง	การส่งเสริมธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์		
ผู้วิจัย	สมชาติ โปขุนทด		
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กันทิมาลย์ จินดาประเสริฐ		
ปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต	สาขาวิชา	การจัดการท่องเที่ยวและโรงแรม
มหาวิทยาลัย	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม	ปีที่พิมพ์	2564

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อ 1) ระบุธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ 2) ศึกษากระบวนการดำเนินงานของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ 3) เสนอแนะแนวทางในการส่งเสริมธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ประกอบด้วย 1) ผู้แทนธุรกิจ จำนวน 6 คน ซึ่งได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง และ 2) ผู้แทนหน่วยงานภาครัฐที่มีนโยบายด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศในกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ จาก 5 หน่วยงาน จำนวนรวม 7 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ จำนวน 2 ฉบับ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัย พบว่า

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

2. กระบวนการดำเนินงานของธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ สรุปได้ดังนี้ 1) การบริหารจัดการ ธุรกิจบริหารจัดการโดยใช้เงินทุนของกิจการ มีการวางแผนจัดจ้าง กำหนดฝ่ายงานและมอบหมายหน้าที่ การจัดซื้อจัดจ้าง และจัดการข้อมูลสารสนเทศ 2) การออกแบบในการจัดงานเป็นไปตามความต้องการของผู้ว่าจ้างและตามที่ผู้ว่าจ้างพิจารณาเห็นชอบ และอนุมัติให้ดำเนินการ 3) การตลาด ธุรกิจมีการจัดทำแผนการตลาด

แผนการขายสินค้า การส่งเสริมการขาย และเปิดรับผู้สนับสนุนภายนอกด้วย 4) การดำเนินงาน ธุรกิจมีการแบ่งหน้าที่รับผิดชอบอย่างชัดเจน ติดต่อสื่อสารโดยใช้โทรศัพท์มือถือ และโซเชียลมีเดีย จัดเตรียมโครงสร้างพื้นฐาน สถานที่ และด้านเทคนิคอย่างเหมาะสม 5) ความเสี่ยง ธุรกิจปฏิบัติตามกฎหมาย กฎระเบียบ ข้อบังคับ มีแผนการรองรับความเสี่ยงหรือเหตุฉุกเฉินที่อาจเกิดขึ้น

3. แนวทางในการส่งเสริมธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ มีสรุปได้ดังนี้

3.1 การบริหารจัดการ มีแนวทางดังนี้ 1) ธุรกิจควรมีเงินทุน และเงินทุนสำรอง และมีการวางแผนดำเนินงานหรือใช้วิธีแบ่งชำระเงิน ตามเงื่อนไขที่ได้ตกลงกันระหว่างธุรกิจและผู้ว่าจ้าง 2) ควรจัดทำเอกสารคู่มือ หรือวิธีการปฏิบัติงานแต่ละงาน และบันทึกการปฏิบัติงานแต่ละครั้ง 3) ควรศึกษา และรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับกฎหมาย ระเบียบ แนวปฏิบัติที่สำคัญและจำเป็นต้องถือปฏิบัติ 4) ธุรกิจควรมีเครือข่ายสินค้าชุมชนเป็นพันธมิตร 5) ธุรกิจควรมีการติดต่อ สื่อสาร และส่งข่าวสารต่าง ๆ กับลูกค้า พันธมิตร และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เป็นประจำสม่ำเสมอ

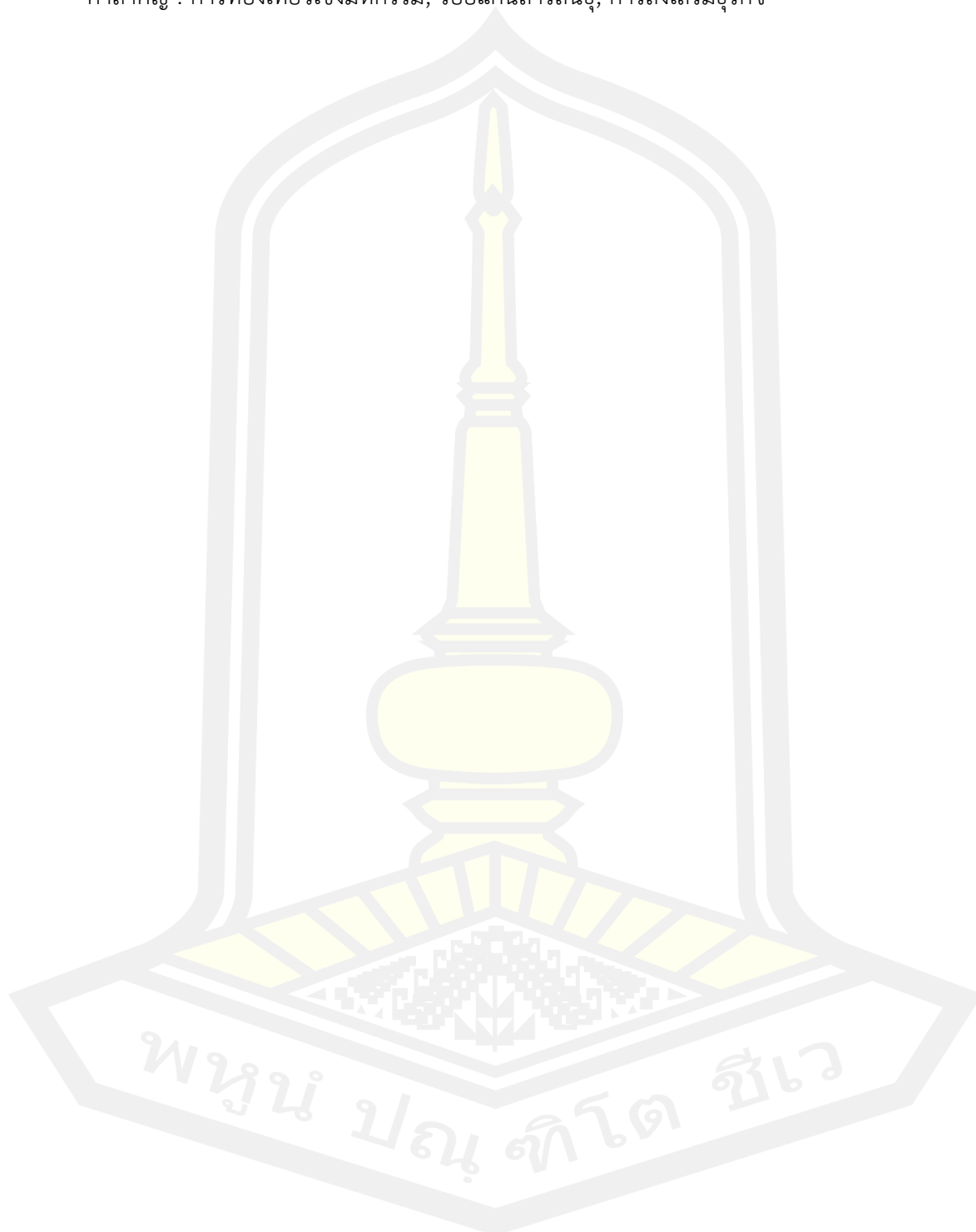
3.2 การออกแบบ มีแนวทางดังนี้ 1) งานด้านการออกแบบธุรกิจควรศึกษาข้อมูลและนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ 2) ออกแบบให้ครอบคลุมโครงสร้างพื้นฐานในการจัดงาน 3) ออกแบบสถานที่โดยวางแผนครอบคลุมระบบโลจิสติกส์ทั้งหมด และรองรับกรณีฉุกเฉินที่อาจเกิดขึ้น 4) นำเสนอการออกแบบงานที่เข้าใจง่ายและมองเห็นภาพรวมทั้งหมด 5) คำนึงถึงความปลอดภัยของทุกส่วน 6) ให้ความสำคัญกับการรักษาสิ่งแวดล้อมและสอดคล้องกับนโยบายของผู้ว่าจ้าง

3.3 การตลาด มีแนวทางดังนี้ 1) ควรเพิ่มช่องทางการตลาดที่แปลกใหม่ 2) เลือกวัตถุประสงค์โดยเน้นคุณภาพและราคาต้นทุนที่เหมาะสม 3) เลือกวิธีการส่งเสริมการขายอย่างหลากหลาย 4) สร้างและปรับปรุงฐานข้อมูลผู้สนับสนุนที่จะมาร่วมงานให้เป็นปัจจุบันเสมอ

3.4 การดำเนินงาน มีแนวทางดังนี้ 1) ธุรกิจมีสายการบังคับบัญชาที่ชัดเจน ติดต่อได้สะดวกรวดเร็ว 2) ควรมีผู้ตรวจสอบงานโดยภาพรวมทั้งหมดจนถึงหลังเก็บงาน 3) การดำเนินงานสิ้นสุดหลังจากเก็บงานเสร็จเรียบร้อย 4) ควรมีข้อมูลการติดต่อผู้ดูแลโครงสร้างพื้นฐานในกรณีเกิดปัญหาหรือกรณีฉุกเฉิน 5) การปฏิบัติงานเรื่องไฟฟ้า ควรมีช่างผู้ชำนาญหรือให้หน่วยงานการไฟฟ้าเป็นผู้ดำเนินการ 6) ควรมีผู้ตรวจสอบการดำเนินงาน มากกว่า 1 คน

3.5 ความเสี่ยง มีแนวทางดังนี้ 1) ควรมีการศึกษาและเตรียมการสำหรับการประกันภัยอย่างเหมาะสม 2) ควรวางแผนด้านโลจิสติกส์อย่างรอบคอบ และจัดสรรเส้นทางสำหรับกรณีฉุกเฉินไว้เสมอ 3) ควรทำความเข้าใจและวางแผนร่วมกับหน่วยงานด้านความปลอดภัยที่มาร่วมปฏิบัติหน้าที่ เช่น ตำรวจ ทหาร กู้ภัย เป็นต้น เพื่อซักซ้อมความเข้าใจในการปฏิบัติงานเบื้องต้น

คำสำคัญ : การท่องเที่ยวเชิงมทกรรม, ร้อยแก่นสารสินธุ์, การส่งเสริมธุรกิจ



TITLE	Promoting Event Tourism Businesses in the ROI-KHAN-SARA-SIN Group		
AUTHOR	Somchat Bokuntod		
ADVISORS	Assistant Professor Kantimarn Chindaprasert , Ph.D.		
DEGREE	Master of Arts	MAJOR	Tourism and Hotel Management
UNIVERSITY	Maharakham University	YEAR	2021

ABSTRACT

The research aimed to 1) Identify businesses involve in operating event tourism of the ROI-KHAN-SARA-SIN group, 2) Study business's operation on event tourism of the ROI-KHAN-SARA-SIN group, and 3) Recommendation the promote guidelines for businesses to operating event tourism of the ROI-KHAN-SARA-SIN group. A qualitative method approach, the data was collected by structured interviews. Key informants included 1) 6 businesspersons from event tourism business selected by purposive sampling and 2) 7 government employees from the government agency that has the policy to promote Country's Tourism in the ROI-KHAN-SARA-SIN group. The research instrument consisted of 2 interview forms, the data were analyzed by content analysis. The result of the research was following:

1. The businesses involved in operating event tourism of the ROI-KHAN-SARA-SIN group consisted of 12 businesses as follows: 1) Event management business, 2) Signage business, 3) Banking or financial institutions business, 4) Light and sound business, 5) Flower business and venue decoration, 6) Wholesaler and retail business in each provinces' area, 7) Logistics business, 8) Restaurant business, 9) Media design business, poster image, video producer, 10) Dress rental business, 11) Beauty, makeup, and hair business, and 12) Insurance business.

2. Business's operation on event tourism of the ROI-KHAN-SARA-SIN group could summarize as follows: 1) Administration: The businesses were managed using the business's capital, the business had a deposit when the job started, assign departments and assign duties, procurement, and manage information. 2) Design: The businesses designed for event tourism were according to the requirements of the employer, the employer's discretion, and approved to operate. 3) Marketing: The businesses had a marketing plan, merchandising plan, promotion, and open to external sponsors as well. 4) Operations: The businesses had clearly divided responsibilities, communicated using mobile phones and social media, provide proper infrastructure, location, and technical. 5) Risk: The businesses were complied with laws, rules, regulations, and had a plan to deal with any potential risks or emergencies.

3. The promote guidelines for businesses involved in event tourism of the ROI-KHAN-SARA-SIN group could summarize as follows:

3.1 Administration guidelines were as follows: 1) Businesses should have capital, and reserve funds and have a job deposit or use a split payment method according to the conditions agreed between the business and the employer, 2) Should prepare a handbook or how to perform each task and record each performance, 3) should study and collect information about laws, regulations, and important practices that need to have adhered, 4) Businesses should be a network of community products as alliances, 5) Businesses should regularly communicate and send news with customers, partners, and other stakeholders.

3.2 Design guidelines were as follows: 1) Business should study design information and use modern technology, 2) Designing to cover the event infrastructure, 3) Designing the venue by planning to cover the entire logistics system and support in case of emergencies that may occur, 4) Presentation of work design that is easy to understand and see the whole picture, 5) Taking into account the safety of all parts, 6) Pay attention to environmental protection and comply with the employer's policy.

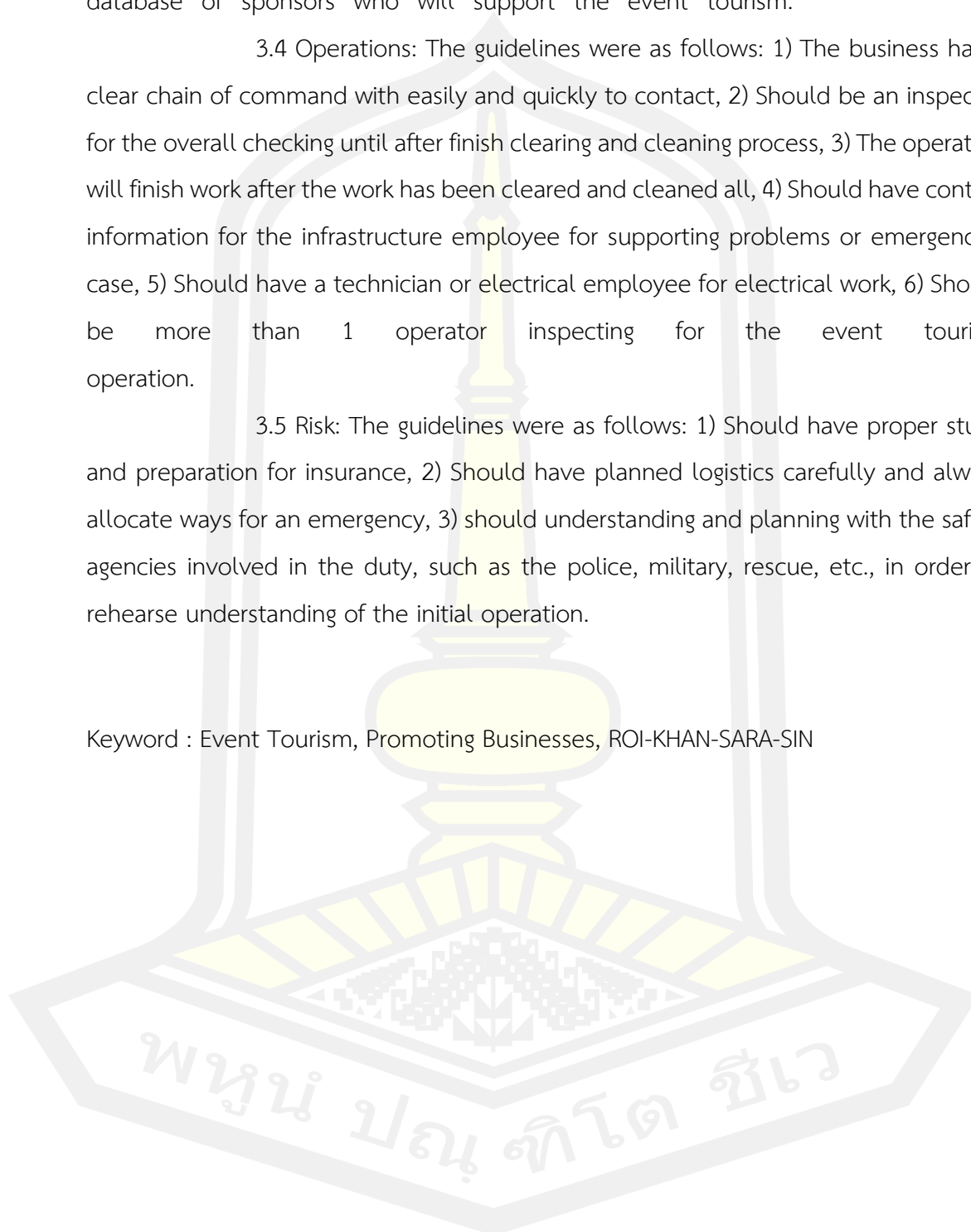
3.3 Marketing: The guidelines were as follows: 1) Should add new marketing ways, 2) Choose raw materials with emphasis on quality and reasonable

cost, 3) Choose a variety of promotional methods, 4) Always create and current update database of sponsors who will support the event tourism.

3.4 Operations: The guidelines were as follows: 1) The business has a clear chain of command with easily and quickly to contact, 2) Should be an inspector for the overall checking until after finish clearing and cleaning process, 3) The operation will finish work after the work has been cleared and cleaned all, 4) Should have contact information for the infrastructure employee for supporting problems or emergencies case, 5) Should have a technician or electrical employee for electrical work, 6) Should be more than 1 operator inspecting for the event tourism operation.

3.5 Risk: The guidelines were as follows: 1) Should have proper study and preparation for insurance, 2) Should have planned logistics carefully and always allocate ways for an emergency, 3) should understanding and planning with the safety agencies involved in the duty, such as the police, military, rescue, etc., in order to rehearse understanding of the initial operation.

Keyword : Event Tourism, Promoting Businesses, ROI-KHAN-SARA-SIN



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยความกรุณาและความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กันทิมาลย์ จินดาประเสริฐ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก อาจารย์ ดร.ศิริวรรณ กวงเพ็ง ประธานกรรมการสอบ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลินจง โพชารี กรรมการสอบ และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวัชร ศรีจองแสง กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำ ดูแลและให้คำปรึกษาในการตรวจสอบปรับปรุงแก้ไขวิทยานิพนธ์ จนสำเร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง มา ณ โอกาสนี้

ขอขอบคุณ คณาจารย์คณะกรรมการท่องเที่ยวและโรงแรม ทุกท่านที่ได้อบรม ให้ความรู้และชี้แนะแนวทางแก่ผู้วิจัย ให้ประสบความสำเร็จในการศึกษาตั้งแต่แรกเข้าศึกษา จนบัดนี้

ขอขอบคุณ กำลังใจที่ดีจากครอบครัว ที่คอยเป็นกำลังใจ และส่งเสริมผู้วิจัยให้ประสบความสำเร็จในทุก ๆ ด้าน คุณค่าและประโยชน์จากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณ บิดา มารดา ครู อาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่าน ผู้วิจัยจะนำความรู้ที่ได้ไปพัฒนาการทำงานและการดำเนินชีวิต เพื่อประโยชน์ของตนเองและประเทศชาติสืบต่อไป

สมชาติ โปขุนทด

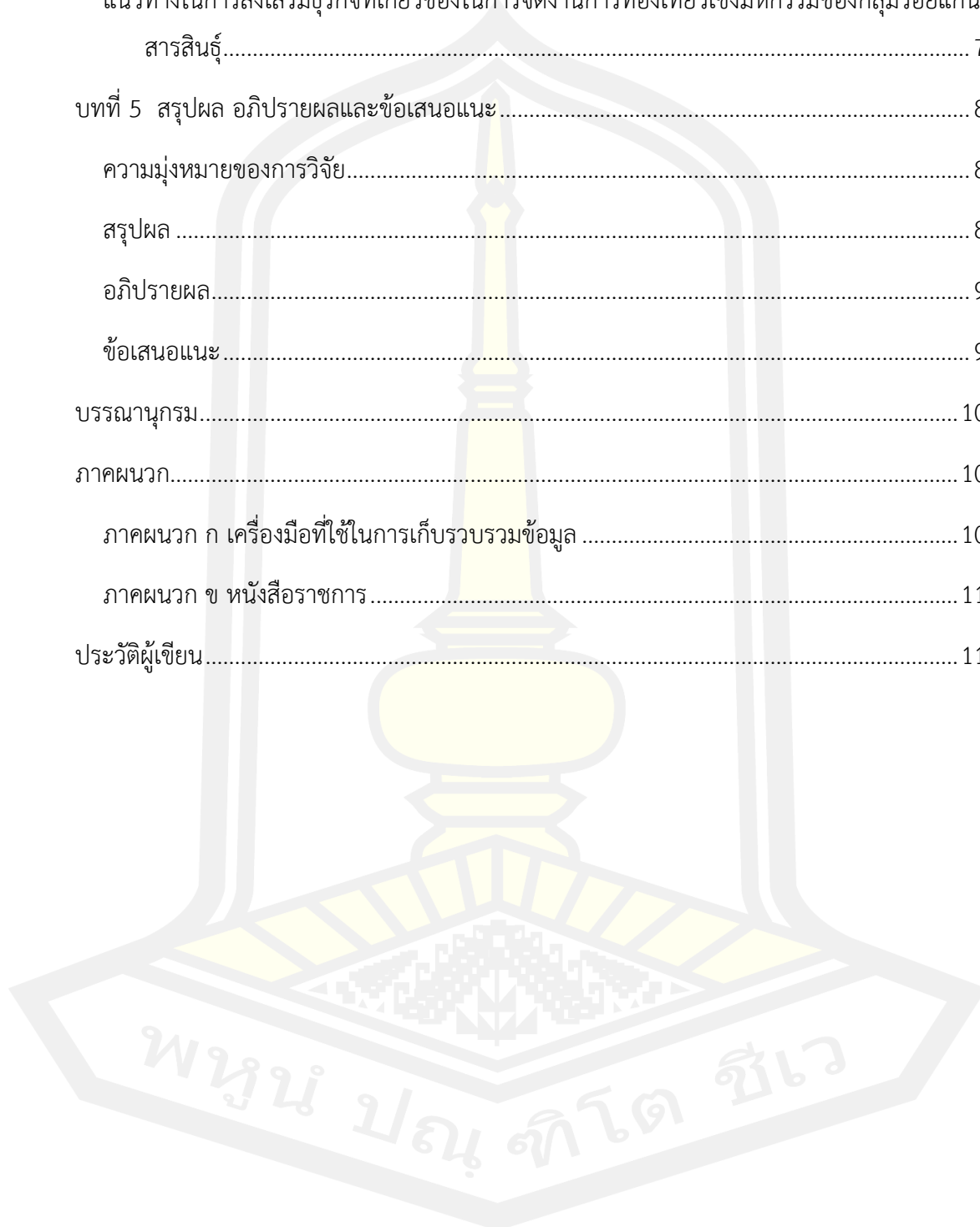
พหุ ม ปณ จิต โด ชีเว

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ช
กิตติกรรมประกาศ.....	ญ
สารบัญ.....	ฎ
สารบัญตาราง.....	ท
สารบัญภาพประกอบ.....	ฒ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	3
ความสำคัญของการวิจัย.....	3
กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย.....	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์.....	9
1. ที่ตั้งและลักษณะภูมิประเทศ.....	9
2. ด้านทรัพยากรธรรมชาติ.....	10
3. ด้านโครงสร้างพื้นฐาน.....	11
4. ข้อมูลสนับสนุนอื่น ๆ ของกลุ่มจังหวัด.....	12
5. ด้านเศรษฐกิจ.....	13
6. บริบทด้านการท่องเที่ยว.....	14

7. ผลการพัฒนาและแก้ไขปัญหากลุ่มจังหวัดในช่วงที่ผ่านมา.....	15
8. เป้าหมายการพัฒนาของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง.....	16
ข้อมูลทั่วไปของการท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรมของกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์.....	17
1. จังหวัดร้อยเอ็ด.....	17
2. จังหวัดขอนแก่น.....	19
3. จังหวัดมหาสารคาม.....	20
4. จังหวัดกาฬสินธุ์.....	21
แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรม.....	21
1. ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรม.....	21
2. รูปแบบหรือประเภท (Typology) ของการท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรม.....	23
3. ขั้นตอนการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรม.....	26
องค์ประกอบของการดำเนินงานท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรม.....	30
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	31
1. งานวิจัยในประเทศ.....	31
2. งานวิจัยต่างประเทศ.....	35
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	37
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	37
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	42
การสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือ.....	42
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	43
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	43
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	45
ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรมของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์.....	45
กระบวนการดำเนินงานของธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรมของกลุ่ม.....	50

ร้อยแก่นสารสินธุ์.....	50
แนวทางในการส่งเสริมธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดการงานการท่องเที่ยวเชิงมทกรรมของกลุ่มร้อยแก่น สารสินธุ์.....	72
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	88
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	88
สรุปผล	88
อภิปรายผล.....	95
ข้อเสนอแนะ.....	99
บรรณานุกรม.....	100
ภาคผนวก.....	103
ภาคผนวก ก เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	104
ภาคผนวก ข หนังสือราชการ	111
ประวัติผู้เขียน.....	119



สารบัญตาราง

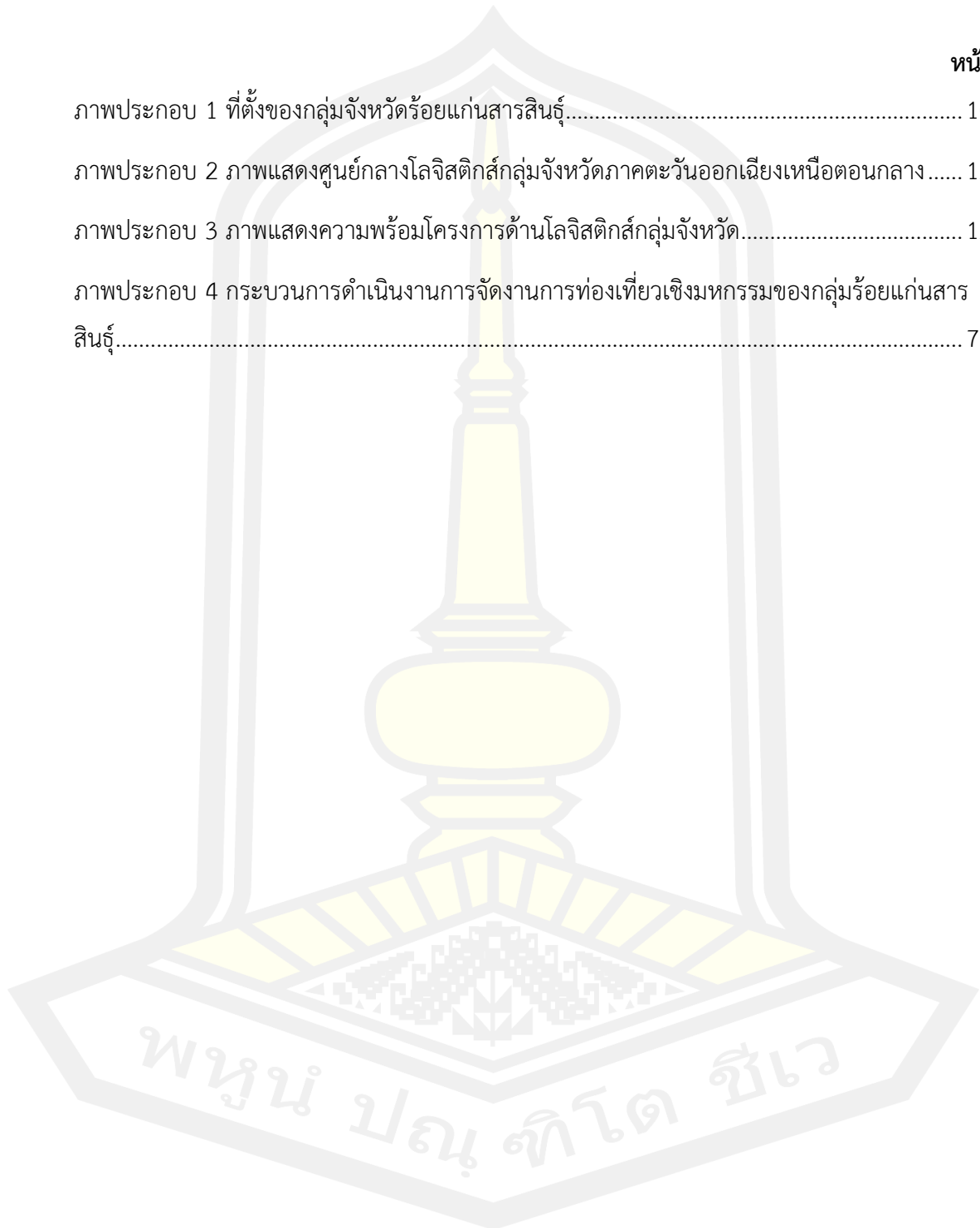
หน้า

ตาราง 1 ข้อมูลประชากรและกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มผู้ประกอบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรม....	37
ตาราง 2 ข้อมูลประชากรและกลุ่มตัวอย่าง และจำนวนผู้ให้ข้อมูล กลุ่มหน่วยงานภาครัฐที่ทำการ ว่าจ้างผู้ประกอบการรับจัดงาน.....	41



สารบัญภาพประกอบ

	หน้า
ภาพประกอบ 1 ที่ตั้งของกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์.....	10
ภาพประกอบ 2 ภาพแสดงศูนย์กลางโลจิสติกส์กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง.....	12
ภาพประกอบ 3 ภาพแสดงความพร้อมโครงการด้านโลจิสติกส์กลุ่มจังหวัด.....	12
ภาพประกอบ 4 กระบวนการดำเนินงานการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรมของกลุ่มร้อยแก่นสาร สินธุ์.....	71



บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ได้กำหนดจุดเน้นและประเด็นพัฒนาหลักประเด็นหนึ่ง กล่าวถึงการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการและการท่องเที่ยว ที่มีศักยภาพให้เติบโตและสนับสนุนภาคการผลิต เน้นการปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดความสมดุล และยั่งยืนในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับของระบบนิเวศ และศักยภาพของพื้นที่ รวมทั้งการสร้างมูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมกีฬาให้ครอบคลุมทุกมิติและครบวงจรทั้งการผลิต และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560) สถานการณ์และแนวโน้มของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังคงมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง และมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจไทย ประเทศไทยยังคงมีศักยภาพและโอกาสทางการท่องเที่ยว มากมาย อาทิ ความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละพื้นที่ ในปี พ.ศ. 2560 World Economic Forum : WEF ได้จัดอันดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยอยู่อันดับที่ 32 จาก 137 ประเทศ สูงขึ้นจากอันดับของปีที่ผ่านมา (กรมการท่องเที่ยว, 2561) จากข้อมูลของกรมการท่องเที่ยว ได้กล่าวถึงประเด็นสำคัญในการส่งเสริมและพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว โดยประเทศไทยควรมีการพัฒนาแนวทางการจัดการขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวอ่อนไหว พัฒนาอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวให้มีความชัดเจน พัฒนารฐานข้อมูลทางการท่องเที่ยว เพื่อช่วยในการวางแผนการเดินทางและการตัดสินใจที่ถูกต้องของ นักท่องเที่ยว พัฒนาเทคโนโลยี และช่องทางดิจิทัลในการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว พัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว รวมถึงการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวที่สะดวกแก่การเข้าถึง เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงในประเทศเพื่อกระจายนักท่องเที่ยวจาก แหล่งท่องเที่ยวเมืองหลักไปยัง แหล่งท่องเที่ยวเมืองรอง ตลอดจนพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ พัฒนาเทคโนโลยีและช่องทางดิจิทัลเพื่อรองรับรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ยกกระดานการอำนวยความสะดวกและรักษาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว และพัฒนาการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ (กรมการท่องเที่ยว, 2561)

การท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ที่มีการผสมผสานการท่องเที่ยว และกิจกรรมนันทนาการ ในลักษณะของการจัดงานมหกรรมหรือที่เรียกว่า การท่องเที่ยวเชิงมหกรรม (Event Tourism) เริ่มมีบทบาทโดดเด่น และขยายตัวเป็นอย่างมากในระยะ 2-3 ทศวรรษที่ผ่านมา เนื่องจากเป็นตัวกระตุ้นสำคัญทางเศรษฐกิจ และมีความสำคัญต่อการแข่งขันทางด้านการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ การจัดงานมหกรรมหรือ Event นอกจากมีบทบาทในด้านการส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวแล้ว ยังมีบทบาทในการพัฒนาเมืองและการพัฒนาชุมชน รวมทั้งช่วยส่งเสริมด้านวัฒนธรรมที่ช่วยย้ำความสำคัญของอัตลักษณ์ หรือเอกลักษณ์ของชาติ การจัด Event เป็นรูปแบบของปฏิสัมพันธ์ระหว่างสถานที่ที่ใช้จัดงาน ประชาชนที่มาร่วมงานหรือมาชมงาน ผู้จัดงานและผู้จัดให้บริการที่เกี่ยวข้อง มีระบบการบริหาร การออกแบบและมีกิจกรรมหรือโปรแกรมต่าง ๆ ที่น่าสนใจ การท่องเที่ยวเชิงมหกรรมที่จัดขึ้น มักจะมีแรงจูงใจ เนื่องจากมีการออกแบบสร้างสรรค์ไม่ซ้ำแบบกัน ผู้ไปร่วมงานมหกรรมจะได้รับประสบการณ์หลากหลาย เพราะงานมากมายต่าง ๆ ที่จัดขึ้นมักจะทำให้สิ่งต่าง ๆ ที่มีความน่าสนใจและมีคุณค่าต่อผู้บริโภค (ราณี อธิชัยกุล, 2557)

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

กลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ ประกอบด้วยจังหวัดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง 4 จังหวัด ได้แก่ ร้อยเอ็ด ขอนแก่น มหาสารคาม และกาฬสินธุ์ กลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์มีการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมหกรรมเป็นประจำทุกปี โดยส่วนใหญ่เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับประเพณี วัฒนธรรมของจังหวัด เช่น งานบุญผะเหวดจังหวัดร้อยเอ็ด งานเทศกาลไหมประเพณีผูกเสี่ยวและงานกาชาดจังหวัดขอนแก่น เป็นต้น การจัดงานหน่วยงานราชการจะร่วมกันเป็นเจ้าภาพในการจัดงานใหญ่ประจำปี โดยรับผิดชอบส่วนต่าง ๆ ของงานตามที่ได้รับมอบหมาย โดยกลุ่มงานยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางเป็นผู้กำกับดูแลด้านงบประมาณและ

อนุมัติงบประมาณสำหรับการจัดงาน โดยสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาของจังหวัดขอนแก่น ร้อยเอ็ด มหาสารคาม และกาฬสินธุ์ เป็นผู้มีส่วนร่วมในการจัดงานท่องเที่ยวเชิงมทรรรมตาม การอนุมัติงบประมาณที่ได้รับ ซึ่งที่มามีการคัดเลือกผู้ประกอบการภาคธุรกิจที่มำจัดงาน โดยวิธีการ ประกวดราคา และธุรกิจที่เข้าร่วมจัดงานจะมีกระบวนการดำเนินงานที่มีความเฉพาะตัว บางธุรกิจ สามารถบริหารการจัดงานได้ดี แต่บางธุรกิจยังคงพบข้อบกพร่องที่ทำให้ต้องแก้ไขและปรับปรุงงาน หลายครั้งก่อนเริ่มการจัดงานจริง จากปัญหาที่เกิดขึ้นนี้ จึงเป็นมูลเหตุให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษา เกี่ยวกับประเภทรธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมทรรรม กระบวนการดำเนินงาน และเสนอแนะแนวทางในการส่งเสริมธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมทรรรม กลุ่ม จังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ โดยผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า ผลการวิจัยครั้งนี้จะทำให้ได้ข้อมูลอันเป็น ประโยชน์สำหรับภาคธุรกิจและหน่วยงานราชการในการจัดงานท่องเที่ยวเชิงมทรรรมของกลุ่ม ร้อยแก่นสารสินธุ์ในโอกาสต่อไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อระบุธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมทรรรมของกลุ่มร้อยแก่น สารสินธุ์
2. เพื่อศึกษากระบวนการดำเนินงานของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานการท่องเที่ยว เชิงมทรรรมของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์
3. เพื่อเสนอแนะแนวทางในการส่งเสริมธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดงานการท่องเที่ยว เชิงมทรรรมของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์

ความสำคัญของการวิจัย

1. หน่วยงานราชการ ภาคธุรกิจ และผู้สนใจ ได้ข้อมูลสารสนเทศเกี่ยวกับประเภทรธุรกิจ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมทรรรมของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ ที่เป็นประโยชน์ต่อ การปฏิบัติงาน และการจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงมทรรรม
2. ภาคธุรกิจ และผู้สนใจได้ทราบข้อมูลกระบวนการดำเนินงานของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับ การจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมทรรรมของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ เพื่อใช้ประโยชน์ต่อการจัดงานด้าน การท่องเที่ยวเชิงมทรรรมต่อไป

3. หน่วยงานราชการ ภาครัฐกิจ และผู้สนใจ ได้แนวทางในการส่งเสริมธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรมของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ เพื่อใช้ประโยชน์ในการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรมของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ต่อไป

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย องค์ประกอบของการดำเนินงานท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรม โดยแบ่งเป็น 5 องค์ประกอบ (Silvers, 2007) ได้แก่

1. การบริหารจัดการ (Administration)
2. การออกแบบ (Design)
3. การตลาด (Marketing)
4. การดำเนินงาน (Operations)
5. ความเสี่ยง (Risk)

ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ผู้ประกอบการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรม

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการจัดงานท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรมที่รับจัดงานร่วมกับสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาในกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ ในช่วง 5 ปี ก่อนวิกฤตโควิด 19 (ปี พ.ศ. 2558-2562) จำนวน 6 ราย ซึ่งได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ได้แก่ OB Studio จังหวัดร้อยเอ็ด, PT Sound & Light System จังหวัดขอนแก่น, Bo Little Dance Studio จังหวัดมหาสารคาม, เดอะเบสท์ แพลน แอนด์ ออการ์ไนซ์เซอร์ จังหวัดมหาสารคาม, โรงแรมริมปาว จังหวัดกาฬสินธุ์, โรงแรมชาลองบุตรีค จังหวัดกาฬสินธุ์

1.2 หน่วยงานภาครัฐที่ทำการว่าจ้างผู้ประกอบการรับจัดงาน ได้แก่

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐที่มีนโยบายด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศในกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ จำนวน 5 หน่วยงาน ซึ่งได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ได้แก่ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดร้อยเอ็ด, สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดขอนแก่น, สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดมหาสารคาม, สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกาฬสินธุ์ และสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดกาฬสินธุ์

2. ด้านเนื้อหา องค์ประกอบของการดำเนินงานท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรม โดยแบ่งเป็น 5 องค์ประกอบ (Silvers, 2007) ได้แก่

2.1 การบริหารจัดการ (Administration)

2.2 การออกแบบ (Design)

2.3 การตลาด (Marketing)

2.4 การดำเนินงาน (Operations)

2.5 ความเสี่ยง (Risk)

3. ด้านพื้นที่

พื้นที่กลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ ได้แก่ จังหวัดร้อยเอ็ด ขอนแก่น มหาสารคาม และกาฬสินธุ์

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดงาน หมายถึง ผู้ประกอบการที่รับจัดงานหรือดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรม โดยรับภาระว่าจ้างจากหน่วยงานราชการและมีการจัดงานร่วมกับสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาในกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ ในช่วง 5 ปี ก่อนวิกฤตโควิด 19 (ปี พ.ศ. 2558-2562)

2. การท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรม หมายถึง การท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่ง โดยมีจุดดึงดูดทางการท่องเที่ยว คือ งานมหรหรรรม หรืองานกิจกรรมที่จัดขึ้นเป็นพิเศษ เป็นงานที่มีความหลากหลาย โดยการจัดงานขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และความต้องการของผู้จัดงาน ซึ่งคำว่างานมหรหรรรมนี้อาจเรียกตามคำภาษาอังกฤษว่า อีเวนต์ หรือ งานอีเวนต์

3. การดำเนินงานท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรม หมายถึง การเตรียมงาน วางแผน กำหนดวัตถุประสงค์ กำหนดรูปแบบกิจกรรม รายละเอียดการจัดกิจกรรม ประเมินและสรุปผลการดำเนินงานท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรม จำนวน 5 องค์ประกอบ (Silvers, 2007) ได้แก่

3.1 การบริหารจัดการ (Administration) หมายถึง การควบคุม วางแผน แบ่งหน้าที่กำกับ ดูแลธุรกิจ ครอบคลุมการบริหารจัดการธุรกิจในด้านต่าง ๆ ดังนี้

3.1.1 ด้านการเงิน (Financial) หมายถึง การบริหารจัดการด้านการเงิน เงินทุน เงินหมุนเวียนของธุรกิจ

3.1.2 ด้านทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources) หมายถึง การบริหารจัดการด้านบุคลากร ผู้ปฏิบัติงาน ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต่าง ๆ

3.1.3 ด้านข้อมูลสารสนเทศ (Information) หมายถึง การบริหารจัดการด้านข้อมูลของธุรกิจ ในด้านข้อมูลสารสนเทศของธุรกิจ

3.1.4 ด้านการจัดซื้อจัดจ้าง (Procurement) หมายถึง การบริหารจัดการด้านการจัดซื้อ จัดจ้าง การจัดหาวัตถุดิบ เพื่อใช้ในการจัดงานของธุรกิจ

3.1.5 ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) หมายถึง การบริหารจัดการเกี่ยวกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดงานท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรมแต่ละงานของธุรกิจ

3.1.6 ด้านระบบ (Systems) หมายถึง การบริหารจัดการในภาพรวมของธุรกิจทั้งระบบ

3.1.7 ด้านระยะเวลา (Time) หมายถึง การบริหารจัดการด้านระยะเวลาการเตรียมงาน การจัดงาน การเก็บงาน ระยะเวลาทั้งหมดที่ใช้ในการทำงาน

3.2 การออกแบบ (Design) หมายถึง การวางแผนด้านนำเสนอของธุรกิจ การออกแบบธีมงาน การตกแต่งสถานที่ เอกสาร สื่อต่าง ๆ ตามที่ผู้ว่าจ้างกำหนด ครอบคลุมการปฏิบัติในด้านต่าง ๆ ดังนี้

3.2.1 ด้านการจัดเลี้ยง (Catering) หมายถึง การวางแผนในการจัดงานด้านการจัดเลี้ยงทั้งการออกแบบตกแต่ง การจัดสถานที่ และงานทุกส่วนที่เกี่ยวข้องตามความต้องการของผู้ว่าจ้าง

3.2.2 ด้านเนื้อหา (Content) หมายถึง การจัดการด้านเนื้อหาให้ตรงตามความต้องการของผู้ว่าจ้าง

3.2.3 ด้านความบันเทิง (Entertainment) หมายถึง การออกแบบการจัดงานเกี่ยวกับการให้ความบันเทิงในการจัดงาน เช่น การแสดง แสง สี เสียง

3.2.4 ด้านปัจจัยแวดล้อม (Environment) หมายถึง การออกแบบและจัดงานในบริเวณที่แวดล้อมบริเวณที่จัดงาน

3.2.5 ด้านการผลิต (Production) หมายถึง การออกแบบด้านการผลิตตามที่ผู้ว่าจ้างต้องการ ได้แก่ การผลิตเอกสาร ผลิตสินค้า ขึ้นอยู่กับผู้ว่าจ้างกำหนด

3.2.6 ด้านกิจกรรมหรือกระบวนการ (Program) หมายถึง การจัดการด้านกิจกรรมหรือกระบวนการดำเนินงานตลอดทั้งงาน

3.2.7 ด้านประเด็นหลัก (Theme) หมายถึง การกำหนดลักษณะของประเด็นหลักหรือธีมของงานตามความต้องการของผู้ว่าจ้าง

3.3 การตลาด (Marketing) หมายถึง การวางแผนและการดำเนินงานของธุรกิจที่เกี่ยวกับการนำเสนอสินค้าและบริการ ครอบคลุมด้านต่าง ๆ ดังนี้

3.3.1 ด้านแผนการตลาด (Marketing Plan) หมายถึง การวางแผนวิธีการดำเนินธุรกิจด้านการตลาด เช่น การติดต่อลูกค้า การประชาสัมพันธ์ธุรกิจ เป็นต้น

3.3.2 ด้านวัตถุดิบ (Materials) หมายถึง การเตรียมการเกี่ยวกับการจัดเตรียมวัตถุดิบ แหล่งวัตถุดิบ การตรวจสอบราคา คุณภาพของวัตถุดิบ

3.3.3 ด้านวางแผนการขายสินค้า (Merchandise) หมายถึง การจัดเตรียมวิธีการหรือกลยุทธ์ในการขายสินค้าหรือบริการของธุรกิจ

3.3.4 ด้านการส่งเสริม (Promotion) หมายถึง การเสนอหรือจัดโปรแกรมส่งเสริมการขายสินค้าและบริการของธุรกิจ

3.3.5 ด้านการประชาสัมพันธ์ (Public Relations) หมายถึง การวางแผนและดำเนินการด้านการประชาสัมพันธ์ธุรกิจ

3.3.6 ด้านการขาย (Sales) หมายถึง การวางแผน การดำเนินการด้านการขายสินค้าหรือบริการของธุรกิจ

3.3.7 ด้านผู้สนับสนุน (Sponsorship) หมายถึง การวางแผน ดำเนินการ การติดต่อเกี่ยวกับผู้สนับสนุนการจัดงานท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรมของธุรกิจ

3.4 การดำเนินงาน (Operations) หมายถึง การดำเนินการจัดการงานท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรมของธุรกิจ ซึ่งดำเนินการตามแผนและกำหนดการที่วางไว้ ครอบคลุมการปฏิบัติด้านต่าง ๆ ดังนี้

3.4.1 ด้านผู้มีส่วนร่วม (Attendees) หมายถึง การกำหนดหน้าที่ วิธีการปฏิบัติ และการปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนร่วมในการจัดงานของธุรกิจ

3.4.2 ด้านการสื่อสาร (Communications) หมายถึง การติดต่อ สื่อสาร อุปกรณ์ และวิธีการในการติดต่อสื่อสาร ในขณะที่จัดงานของธุรกิจ

3.4.3 ด้านโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) หมายถึง การวางแผน ออกแบบ และการดำเนินการจัดเตรียมโครงสร้างพื้นฐานสำหรับการจัดงาน

3.4.4 ด้านโลจิสติกส์ (Logistics) หมายถึง การวางแผน และดำเนินการสำหรับการขนส่งสินค้า บุคลากร และเส้นทางในงาน

3.4.5 ด้านผู้เข้าร่วมงาน (Participants) หมายถึง การวางแผน และการดำเนินงานสำหรับผู้เข้าร่วมงาน เช่น การต้อนรับ พื้นที่สำหรับรับชม พื้นที่สำหรับร่วมงาน เป็นต้น

3.4.6 ด้านสถานที่ (Site) หมายถึง การกำหนดพื้นที่โดยรวมของงาน ทั้งในส่วนสำหรับผู้ปฏิบัติงาน ส่วนสำหรับผู้มาร่วมงาน และผู้เกี่ยวข้องอื่น ๆ

3.4.7 ด้านเทคนิค (Technical) หมายถึง การนำเทคนิค วิธีการ อุปกรณ์ด้านเทคนิค เข้ามาใช้ในการจัดงาน การใช้ การดูแล และการเก็บรักษา

3.5 ความเสี่ยง (Risk) หมายถึง การวางแผนรองรับหรือป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้น จากเหตุสุดวิสัย หรือความผิดพลาดในการดำเนินงานของธุรกิจ ครอบคลุมด้านการปฏิบัติ ด้านต่าง ๆ ดังนี้

3.5.1 ด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับ (Compliance) หมายถึง การกำหนดวิธีการ และบุคคลในการควบคุม ดูแล ตรวจสอบการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามเป้าหมาย

3.5.2 ด้านการตัดสินใจ (Decisions) หมายถึง การกำหนดผู้มีหน้าที่ในการตัดสินใจ โดยคำนึงถึงความรับผิดชอบ และความเหมาะสมของธุรกิจ

3.5.3 ด้านกรณีฉุกเฉิน (Emergency) หมายถึง การเตรียมการรองรับสิ่งที่จะเกิดขึ้นแบบปัจจุบันทันด่วน กรณีฉุกเฉิน ทั้งในเรื่องเกี่ยวกับบุคคล สถานที่ หรือภัยธรรมชาติ

3.5.4 ด้านสุขภาพและความปลอดภัย (Health & Safety) หมายถึง การเตรียมการด้านสุขภาพและความปลอดภัย ของผู้ปฏิบัติงาน ผู้ร่วมงาน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่าน

3.5.5 ด้านการประกันภัย (Insurance) หมายถึง การจัดเตรียมแผน หรือการทำประกันภัย สำหรับผู้ปฏิบัติงาน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยพิจารณาเงื่อนไขของการประกันภัยเป็นรายกรณี

3.5.6 ด้านกฎหมาย (Legal) หมายถึง การดำเนินงานของธุรกิจทุกงานโดยปฏิบัติตามในส่วนที่เกี่ยวข้องหรือมีข้อกำหนดไว้ เช่น ด้านลิขสิทธิ์ เป็นต้น

3.5.7 ด้านความปลอดภัย (Security) หมายถึง การเตรียมการรองรับด้านความปลอดภัยในการจัดงาน โดยกำหนดบุคลากรรักษาความปลอดภัย หรือการขอความร่วมมือจากหน่วยงานด้านความปลอดภัย เข้ามาช่วยดูแลในขณะที่มีการจัดงาน

4. กลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ หมายถึง กลุ่มจังหวัดของประเทศไทย ซึ่งตั้งอยู่ในบริเวณภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ประกอบด้วย จังหวัดร้อยเอ็ด จังหวัดขอนแก่น จังหวัดมหาสารคาม และจังหวัดกาฬสินธุ์

พหุ อนุ ภิ โถ ธิ เว

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง การส่งเสริมธุรกิจในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรมของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตามลำดับดังนี้

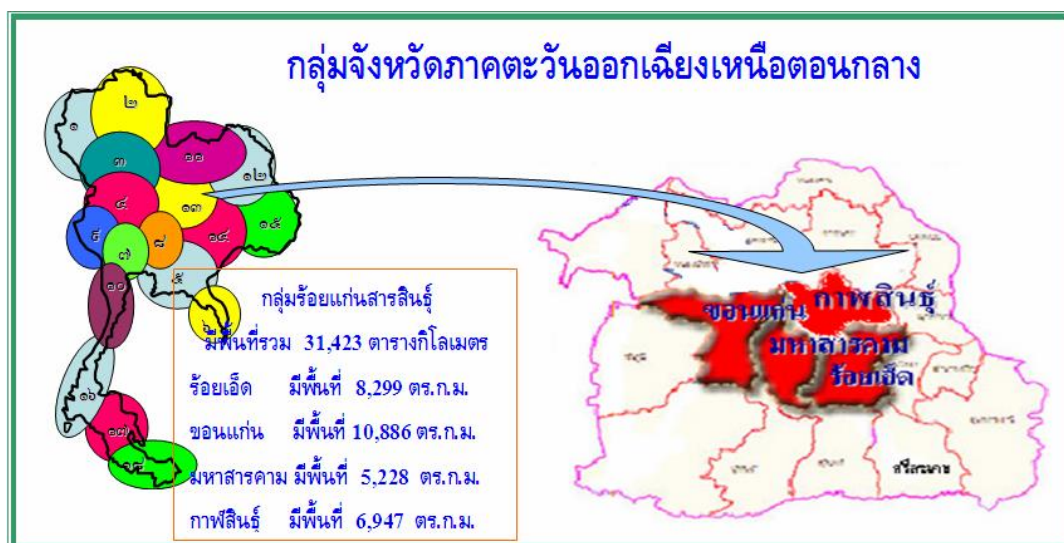
1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์
2. ข้อมูลทั่วไปของการท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรมของกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์
3. แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรม
4. องค์ประกอบของการดำเนินงานท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรม
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 5.1 งานวิจัยในประเทศ
 - 5.2 งานวิจัยต่างประเทศ

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์

1. ที่ตั้งและลักษณะภูมิประเทศ

กลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ ประกอบด้วยจังหวัดในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนกลาง 4 จังหวัด ได้แก่ ร้อยเอ็ด ขอนแก่น มหาสารคาม และกาฬสินธุ์ มีพื้นที่รวมกันประมาณ 31,423 ตารางกิโลเมตร (19,639,296 ไร่) คิดเป็นร้อยละ 18.6 ของพื้นที่ทั้งหมดของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ราบ มีภูเขาเตี้ยสลับทางด้านทิศเหนือของร้อยเอ็ดและขอนแก่น และด้านทิศตะวันออกของจังหวัดกาฬสินธุ์มีเทือกเขาภูพาน (สำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัด “ร้อยแก่นสารสินธุ์”, 2551)

พูน ปณ ทิโต ชิว



ภาพประกอบ 1 ที่ตั้งของกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์

2. ด้านทรัพยากรธรรมชาติ

ดิน : มีพื้นที่ถือครองทางการเกษตร 12,735,673 ไร่ สภาพดินส่วนใหญ่เป็นดินร่วนปนทราย และดินเค็ม สภาพปัญหาของดิน คือ

ดินขาดอินทรีย์วัตถุ ที่อยู่อาศัย 307,183 ไร่ ที่นา 9,132,147 ไร่ ที่พืชไร่ 2,084,671 ไร่ ที่ไม้ผลและไม้ยืนต้น 483,659 ไร่

ที่สวนผักและไม้ดอก 24,522 ไร่ ที่ทุ่งหญ้า 138,953 ไร่ ที่รกร้าง 260,317 ไร่

น้ำ : ลุ่มน้ำที่ไหลผ่าน 4 จังหวัด คือ ลุ่มน้ำชี ส่วนลุ่มน้ำพองและลุ่มน้ำมูลไหลผ่าน 3 จังหวัด คือ จังหวัดขอนแก่น มหาสารคาม และร้อยเอ็ด สำหรับลำน้ำพาว ซึ่งมีแหล่งกำเนิดจากเทือกเขาภูพานไหลผ่านหลายอำเภอในจังหวัดกาฬสินธุ์ นอกจากนี้ ยังมีเขื่อนอุบลรัตน์ ซึ่งสามารถเก็บกักน้ำได้ (ความจุ) 2,264 ล้านลูกบาศก์เมตร ติดตั้งเครื่องกำเนิดไฟฟ้าขนาดกำลังผลิต 8,400 กิโลวัตต์ จำนวน 3 เครื่อง รวมกำลังการผลิตทั้งสิ้น 25,200 กิโลวัตต์ เป็นเขื่อนเอนกประสงค์ที่เอื้ออำนวยประโยชน์ต่อประชาชนในด้านต่าง ๆ ประกอบด้วย ด้านผลิตไฟฟ้าสามารถผลิตไฟฟ้าได้ 55 ล้านกิโลวัตต์ต่อชั่วโมง ด้านชลประทานและการเกษตร มีพื้นที่ชลประทาน 300,000 ไร่ ในพื้นที่เกษตรกรรมของจังหวัดขอนแก่น และมหาสารคาม ด้านอื่น ๆ เช่น ด้านการประมง ด้านการบรรเทาอุทกภัย ด้านคมนาคม นอกจากนั้น ยังเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากผู้มาเยี่ยมเยือนที่สำคัญอีกแห่งหนึ่งของกลุ่มจังหวัดและเขื่อนลำพาว สามารถเก็บกักน้ำได้ 1,430 ลูกบาศก์เมตร มีพื้นที่ชลประทานประมาณ 2,242,446 ไร่ พื้นที่แล้งซ้ำซากระดับรุนแรงมาก เป็นสภาวะที่ประสบความสำเร็จความแห้งแล้ง 1-3 ปี ต่อครั้ง ประสบกับพื้นที่ด้านการเกษตร จำนวน 6,499,760 ไร่

ป่าไม้ : พื้นที่ป่าไม้สมบูรณ์ในกลุ่มจังหวัดมีจำนวน 1,759,591 ไร่ โดยจังหวัดกาฬสินธุ์ มีมากที่สุดจำนวน 518,994 ไร่ และจังหวัดมหาสารคามน้อยที่สุด คือ 138,612 ไร่ ส่วนพื้นที่ป่าชุมชนของกลุ่มจังหวัด มีจำนวน 36,771 ไร่ พื้นที่ป่าเศรษฐกิจ 2,367 ไร่

อุทยานแห่งชาติ : มีอุทยานแห่งชาติ จำนวน 5 แห่ง คือ อุทยานแห่งชาติน้ำพอง อุทยานแห่งชาติภูเก้า-ภูพานคำ อุทยานแห่งชาติภูผาม่าน อุทยานแห่งชาติภูเวียง ในพื้นที่จังหวัดขอนแก่น อุทยานแห่งชาติภูพาน มีพื้นที่อยู่ในจังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 57,500 ไร่

วนอุทยาน : จำนวน 6 แห่ง อยู่ในพื้นที่จังหวัดกาฬสินธุ์ 3 แห่ง คือ วนอุทยานภูผาหัววนอุทยานภูแฝก และวนอุทยานภูพระ จังหวัดมหาสารคาม 2 แห่ง คือ วนอุทยานโกสัมพี และวนอุทยานชีหลง จังหวัดขอนแก่น 1 แห่ง คือ วนอุทยานน้ำตกบ่าหลวง (สำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัด “ร้อยแก่นสารสินธุ์”, 2551)

3. ด้านโครงสร้างพื้นฐาน

การคมนาคมทางรถยนต์ : ที่ตั้งกลุ่มจังหวัดตั้งอยู่ระหว่างทางหลวงหมายเลข 2 ที่เชื่อมระหว่างทิศเหนือและทิศใต้ (Eastern Sea Board) ใช้เวลาเดินทางจากจังหวัดขอนแก่นถึงกรุงเทพมหานครเพียง 5 ชั่วโมง และเชื่อมระหว่างตะวันออกกับตะวันตก (East – West Economic Corridor) สามารถเชื่อมโยงกับจังหวัดในและนอกภูมิภาคได้โดยสะดวก นอกจากนี้ ยังเป็นศูนย์กลางของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ สามารถเชื่อมโยงไปยังสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และเวียดนามโดยใช้เส้นทางหมายเลข 9 และ 12 ผ่านจังหวัดหนองคายและมุกดาหาร

การคมนาคมทางรถไฟ : เส้นทางจาก กรุงเทพฯ – หนองคาย ขนานกับทางหลวงหมายเลข 2 หรือถนนมิตรภาพ ผ่านอำเภอในเขตพื้นที่ คือ อำเภอพล โนนศิลา บ้านไผ่ บ้านแฮด เมืองขอนแก่น น้ำพอง และเขาสวนกวาง

การคมนาคมทางอากาศ : ทางอากาศ กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง มีท่าอากาศยาน ภายในประเทศ 2 แห่ง คือ ท่าอากาศยานขอนแก่น และท่าอากาศยานร้อยเอ็ด ซึ่งมีสายการบินโดยสารภายในประเทศให้บริการ 4 สายการบิน ได้แก่ Thai Smile, Thai AirAsia, Nok Air และ Thai Lion Air โดยทำการบินเชิงพาณิชย์จำนวน 328 เที่ยวบิน ทำการบินจากท่าอากาศยานขอนแก่น สู่ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ดอนเมือง เชียงใหม่ หาดใหญ่ ภูเก็ต และอุตะเถา และจากท่าอากาศยานร้อยเอ็ด สู่ท่าอากาศยานดอนเมือง



ภาพประกอบ 2 ภาพแสดงศูนย์กลางโลจิสติกส์กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง

โครงการด้านโลจิสติกส์	
โครงการรถไฟความเร็วสูง สายกรุงเทพฯ-หนองคาย	เส้นทางกรุงเทพฯ-หนองคาย ระยะทาง 253 กม. งบประมาณ 179,413 ล้านบาท เป็นดำเนินการก่อสร้างแล้ว เมื่อวันที่ 21 ธันวาคม 2560
โครงการก่อสร้างรถไฟทางคู่ ช่วงชุมทางถนนจิระ-ขอนแก่น	ระยะทางรวม 187 กม. ระยะเวลาดำเนินการ (36 เดือน) : 18 กุมภาพันธ์ 2559 -18 กุมภาพันธ์ 2562 วงเงินค่าจ้าง : 23,430 ล้านบาท
โครงการก่อสร้างรถไฟทางคู่ สายขอนแก่น-หนองคาย	จุดเริ่มต้นโครงการจากสถานีรถไฟชุมทางขอนแก่น ผ่านขอนแก่น หนองคาย ระยะระยะทาง 166 กิโลเมตร
โครงการก่อสร้างรถไฟทางคู่ สายบ้านไผ่-นครพนม	ทางรถไฟสายใหม่ ช่วงบ้านไผ่-นครพนม ระยะระยะทาง 355 กม. อนุมัติ-บุกเบิก-เช่า-บูรณะใหม่
โครงการศึกษาเส้นทางรถไฟ นครสวรรค์-บ้านไผ่	การศึกษาความเหมาะสมเส้นทางรถไฟ นครสวรรค์-บ้านไผ่ ตามแนวระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก-ตะวันตก ระยะทางศึกษาเบื้องต้น 65กม-67กม (SWS-EWEC) ระยะทาง 291 กิโลเมตร
โครงการพัฒนาท่าอากาศยานขอนแก่น	เพิ่มรองรับผู้โดยสาร 2.5 ล้านคน/ปี ระยะเวลาดำเนินการ 2561-2563 งบประมาณ 2,250 ล้านบาท
โครงการทางหลวงพิเศษ สายนครราชสีมา-ขอนแก่น	โดยนำเอาทางด่วนเดิมเดิมที่สายนี้กลับมาใช้ใหม่ และเพิ่มเลนเพิ่มอีก 2 เลน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการขนส่งสินค้าและพาหนะทางบกให้มีความปลอดภัยและรวดเร็วขึ้น

การก่อสร้างถนนพิเศษ สาย ขอนแก่น

การก่อสร้างทางหลวงพิเศษเป็นงานที่เร่งด่วน 10 สายได้แก่ ทางหลวงพิเศษสาย 2 : ระเบียบ-นครราชสีมา-ขอนแก่น-อุดรธานี-หนองคาย

ทางหลวงพิเศษสาย 12 : อ่างทอง-โคราช-กาฬสินธุ์-มหาสารคาม-ร้อยเอ็ด-ขอนแก่น-กาฬสินธุ์-มหาสารคาม

ทางหลวงพิเศษสาย 23 : ระยอง-กาฬ. 2 ช่วงจากขอนแก่น

ขอนแก่น-มหาสารคาม-ร้อยเอ็ด-กาฬสินธุ์-อุดรธานี

ทางหลวงพิเศษสาย 201 : เขตทางพิเศษกึ่งทาง (ในระหว่างบ้านขาม-ขอนแก่น-ขอนแก่น)

ทางหลวงพิเศษสาย 202 : ยี่ภู่-นครราชสีมา-บุรีรัมย์-มหาสารคาม-ร้อยเอ็ด-กาฬสินธุ์-นครราชสีมา

ทางหลวงพิเศษสาย 208 : กาฬ. 2 ช่วงขอนแก่น-มหาสารคาม

ทางหลวงพิเศษสาย 213 : มหาสารคาม-กาฬสินธุ์-อุดรธานี

ทางหลวงพิเศษสาย 214 : กาฬสินธุ์-ร้อยเอ็ด-กาฬสินธุ์

ทางหลวงพิเศษสาย 228 : อุดรธานี-ขอนแก่น-กาฬสินธุ์

ทางหลวงพิเศษสาย 229 : หนองบัวลำภู-ขอนแก่น-ร้อยเอ็ด

ภาพประกอบ 3 ภาพแสดงความพร้อมโครงการด้านโลจิสติกส์กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง

4. ข้อมูลสนับสนุนอื่น ๆ ของกลุ่มจังหวัด

4.1 เป็นศูนย์กลางของการบริหารราชการของภาคโดยเฉพาะจังหวัดขอนแก่น

4.2 เป็นแหล่งทุนของการพัฒนาโดยมีสถาบันการเงินทั้งของภาครัฐและเอกชน

ให้บริการเป็นจำนวนมาก รวมถึงเป็นที่ตั้งของธนาคารแห่งประเทศไทยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ที่จังหวัดขอนแก่น ตลอดจนเป็นศูนย์กลางของการส่งเสริมการลงทุน โดยมีศูนย์เศรษฐกิจการลงทุน ภาคที่ 3 สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ที่จังหวัดขอนแก่นทำหน้าที่ในการ ให้คำปรึกษา แนะนำบริการข้อมูลด้านการลงทุน

4.3 มีพื้นที่เหมาะสมในการดำเนินโครงการระบบขนส่งทางรางและท่าเรือบก (Dry Port) ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาคความเหมาะสมและความเป็นไปได้ โครงการพัฒนาธุรกิจท่าเรือ บกเพื่อสนับสนุนการให้บริการของท่าเรือกรุงเทพ และท่าเรือแหลมฉบัง โดยสถาบันวิจัยและ ให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

4.4 กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางถูกกำหนดให้เป็นศูนย์กลางการค้า ของอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงและประตูสู่อาเซียน ตะวันออกและจีน และศูนย์กลางการค้าสินค้าเกษตร และปศุสัตว์ตามลำดับ ซึ่งยุทธศาสตร์ดังกล่าวจะส่งผลให้มีปริมาณสินค้าเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สินค้าเกษตร ซึ่งเป็นสินค้าที่มีศักยภาพในการส่งออกสูง หากเปลี่ยนรูปแบบการขนส่งจากทางถนน เป็นทางรถไฟจะสามารถลดต้นทุนการขนส่งสินค้า 4 กลุ่ม ได้แก่ เกษตร พื้นฐาน และอุตสาหกรรม เกษตรแปรรูป สามารถลดต้นทุนจากการขนส่งทางถนนเป็นขนส่งทางรถไฟได้ถึงร้อยละ 40 อุตสาหกรรมทั่วไป ร้อยละ 55.19 และอุตสาหกรรมเทกอง ร้อยละ 33.02 โดยมีสินค้าจากกลุ่ม จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 และ 2 มีโอกาสเลือกใช้บริการท่าเรือบกที่พัฒนาขึ้นใน จังหวัดขอนแก่น (กลุ่มงานบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง, 2563)

5. ด้านเศรษฐกิจ

ผลิตภัณฑ์มวลรวมกลุ่มจังหวัด (Gross Provincial Cluster Product : GPCP) กลุ่ม จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง มีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมกลุ่มจังหวัด (Gross Provincial Cluster Product : GPCP) ปี 2560 จำนวน 389,445 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2559 คิดเป็นร้อยละ 4.94 (ปี 2559 มูลค่า GPCP 370,827 ล้านบาท) มีมูลค่า GPCP เป็นลำดับที่ 11 จาก 18 กลุ่ม จังหวัด โดยกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1 มีมูลค่า GPCP มากเป็นอันดับ 1 มีมูลค่าเท่ากับ 1,826,859 ล้านบาท และกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 2 มีมูลค่า GPCP ต่ำที่สุดใน 18 กลุ่ม จังหวัด (GPCP เท่ากับ 106,390 ล้านบาท) อัตราการขยายตัวของ GPCP กลุ่มจังหวัดภาค ตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ปี 2555 - 2559 เท่ากับ 1.93 โดยจังหวัดขอนแก่น มีมูลค่าผลิตภัณฑ์ มวลรวมมากที่สุดในกลุ่มจังหวัด คือ 194,848 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 52.5 ของ กลุ่มจังหวัด รองลงมาคือ ร้อยเอ็ด (68,647 ล้านบาท) มหาสารคาม (54,263 ล้านบาท) และกาฬสินธุ์ (53,069 ล้านบาท) ตามลำดับ มูลค่าเศรษฐกิจที่สำคัญของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง มาจากภาคนอกการเกษตร โดยในปี 2559 มีมูลค่าเท่ากับ 309,806 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 83.54 ของมูลค่า GPCP เพิ่มขึ้นจากปี 2558 จำนวน 15,563 ล้านบาท (คิดเป็นร้อยละ 4.2) โดยมีสาขา การค้า/บริการท่องเที่ยว มูลค่ามากที่สุดมูลค่า 197,814 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 53.34 รองลงมา

คือ สาขาอุตสาหกรรมมีเท่ากับ 111,992 ล้านบาท และสาขาการเกษตร 61,021 ล้านบาท ตามลำดับ มูลค่า GPCP ภาคเกษตรในปี 2559 มีมูลค่าเท่ากับ 61,021 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 16.46 ของมูลค่า GPCP ลดลงจากปี 2558 จำนวน 9,350 ล้านบาท (ปี 2558 มีมูลค่าเท่ากับ 64,432 ล้านบาท) (กลุ่มงานบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง, 2563)

6. บริบทด้านการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดส่วนใหญ่เป็นการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์วัฒนธรรม เช่น กลุ่มหาธาตุ กู่สันตรัตน์ พระธาตุนาดูน พระพุทธรูปยืนมิ่งมงคล ศาลเจ้าพ่อหลักเมืองที่จังหวัดมหาสารคาม กู่กาสิงห์ กู่พระโกนา ปราสาทกู่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติที่จังหวัดร้อยเอ็ด และการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติที่น้ำตกตาดทอง น้ำตกผานางคอย น้ำตกแก้งกะอาม ผาเสวย ที่จังหวัดกาฬสินธุ์ บางแสน 2 และหาดจอมทอง ที่จังหวัดขอนแก่น แบ่งเป็นรายจังหวัดได้ดังนี้

6.1 จังหวัดกาฬสินธุ์ ได้แก่ พระธาตุนาคู พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติเมืองกาฬสินธุ์ พระพุทธรูปสถานภู่อ เมืองฟ้าแดดสูงยาง หาดดอกเกด เขื่อนลำปาว หมู่บ้านวัฒนธรรมโนนสง่า พิพิธภัณฑสถานสิรินธร เป็นต้น

6.2 จังหวัดขอนแก่น ได้แก่ พระธาตุขามแก่น พระมหาธาตุแก่นนคร ปราสาทเปือยน้อย พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พิพิธภัณฑสถานและซากไดโนเสาร์ อำเภอกุเวียง ผ้าไหมมัดหมี่ อำเภอนบพ อูทยานแห่งชาติภูผาม่าน อุทยานแห่งชาติน้ำพอง อุทยานแห่งชาติภูเวียงอุทยานแห่งชาติภูเก้า-ภูพานคำ เขื่อนอุบลรัตน์ จุดชมวิวหินช้างสี เป็นต้น

6.3 จังหวัดมหาสารคาม ได้แก่ พระธาตุนาดูน พิพิธภัณฑสถานนครจำปาศรี วัดหนองหูลิง เขตห้ามล่าสัตว์ป่าดูนลำพัน วนอุทยานโกสัมพีสะพานไม้แกดำ อุทยานมัจฉาโขงกุดหวาย เป็นต้น

6.4 จังหวัดร้อยเอ็ด ได้แก่ บึงพลาญชัย พระมหาเจดีย์ชัยมงคล วนอุทยานผาน้ำน้อย ปราสาทกู่ กู่พระโกนา กู่กาสิงห์ ทุ่งกุลาร้องไห้ เป็นต้น

สถานการณ์ท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ในปี พ.ศ. 2561 มีนักท่องเที่ยวจำนวน 7,723,381 คน เป็นชาวไทย 7,623,448 คน ต่างชาติ 99,933 คน จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาคิดเป็นร้อยละ 4.40 มีรายได้จากการท่องเที่ยว 21,081 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.88 จากช่วงเวลาเดียวกันของปี 2560 เมื่อเปรียบเทียบกับภาค พบว่า มีสัดส่วนของจำนวนนักท่องเที่ยวร้อยละ 17.98 และสัดส่วนของรายได้ร้อยละ 21.67 ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดที่นักท่องเที่ยวได้เดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด คือ จังหวัดขอนแก่น จำนวน 5,302,795 คน รองลงมาคือ จังหวัดร้อยเอ็ด 936,220 คน จังหวัดกาฬสินธุ์ 761,645 คน และจังหวัดมหาสารคาม 722,721 คน ตามลำดับ และจังหวัดขอนแก่น มีรายได้จากการท่องเที่ยวมากที่สุด

จำนวน 17,231 ล้านบาท รองลงมาคือจังหวัดร้อยเอ็ด 1,465 ล้านบาท กาฬสินธุ์ 1,223 ล้านบาท และมหาสารคาม 1,160 ล้านบาท ตามลำดับ

รายได้จากการจำหน่ายผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ชุมชน กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางมีผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีอัตลักษณ์เฉพาะ คือ ผ้าไหมแพรวา (กาฬสินธุ์) ผ้าไหมมัดหมี่ (ขอนแก่น) ผ้าไหมสร้อยดอกหมาก (มหาสารคาม) และผ้าไหมสาเกตู (ร้อยเอ็ด) ในปี 2560 กลุ่มจังหวัด มีมูลค่าการจำหน่ายผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ชุมชน 1,825,421,260 บาท โดยจังหวัดขอนแก่น มีรายได้จากการจำหน่ายผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ชุมชนมากที่สุด ร้อยละ 58.51 ของมูลค่ารวม กลุ่มจังหวัด รองลงมาคือ จังหวัดมหาสารคาม ร้อยละ 15.94 จังหวัดกาฬสินธุ์ ร้อยละ 14.08 และจังหวัดร้อยเอ็ด ร้อยละ 11.46 ตามลำดับ ในภาพรวมพบว่า กลุ่มจังหวัดมีรายได้จากการจำหน่ายผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ชุมชนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี โดยในปี 2560 มีมูลค่าจากการจำหน่ายเพิ่มขึ้นจากปี 2559 คิดเป็นร้อยละ 85.85

7. ผลการพัฒนาและแก้ไขปัญหาในกลุ่มจังหวัดในช่วงที่ผ่านมา

แผนพัฒนากลุ่มจังหวัด เป็นแผนที่มุ่งเน้นการพัฒนาด้านเศรษฐกิจและสังคมเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มจังหวัด และนำไปสู่การกระตุ้นให้เกิดการลงทุนของภาคเอกชน และสร้างรายได้ให้กลุ่มจังหวัด การพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางในช่วงที่ผ่านมา ตามแผนพัฒนาของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง พ.ศ. 2561 - 2565 ซึ่งประกอบด้วย 3 ประเด็นยุทธศาสตร์ ได้แก่

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาศักยภาพการผลิตการเกษตรและอุตสาหกรรมแปรรูปการเกษตรที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการค้า การบริการ และโลจิสติกส์

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 การเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวอย่างครบวงจร โดยมีจุดเน้นการพัฒนาเพื่อเพิ่มผลิตภาพพืชเศรษฐกิจหลักของกลุ่มจังหวัดให้ได้มาตรฐาน ได้แก่ ข้าว อ้อยโรงงาน และมันสำปะหลัง และการพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่าทางการค้า การลงทุน การบริการ ควบคู่ไปกับการพัฒนาเพื่อยกระดับการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัด ซึ่งเป็นผลให้เศรษฐกิจกลุ่มจังหวัดขยายตัวในระดับปานกลาง แต่ยังไม่มีความเสถียรภาพ และมีปัญหาที่สำคัญต้องได้รับการพัฒนาเพื่อยกระดับการผลิตและบริการเดิมให้มีขีดความ แข็งแรงเพิ่มมากขึ้น โดยใช้ประโยชน์จากศักยภาพของพื้นที่ เพื่อเพิ่มศักยภาพให้มีขีดความสามารถทางการแข่งขันใน และนอกภูมิภาค โดยสรุปมีดังนี้

เศรษฐกิจภาพรวม เศรษฐกิจในภาพรวมของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

เฉียดเหนือตอนกลางในปี 2560 มีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมกลุ่มจังหวัด (Gross Provincial Cluster Product : GPCP) จำนวน 389,445 ล้านบาท เพิ่มจากปี 2559 คิดเป็นร้อยละ 7.57 (ปี 2559 มีมูลค่าเท่ากับ 370,827 ล้านบาท) โดยขนาดเศรษฐกิจภาคเกษตรมีมูลค่าเท่ากับ 59,718 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 15.33 ของ GPCP ลดลงจากปี 2559 คิดเป็นร้อยละ 2.23 (ปี 2558 มีมูลค่าเท่ากับ 64,432 ล้านบาท) และนอกภาคการเกษตร มีมูลค่าเท่ากับ 329,727 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 84.67 ของ GPCP โดยมีสาขาการค้าและบริการ มีมูลค่ามากเป็นอันดับหนึ่ง 176,325 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 45.27 รองลงมา คือ สาขาอุตสาหกรรมมีมูลค่าเท่ากับ 93,759 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 24.07

จะเห็นว่ากลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง มีมูลค่ารายได้จากนอกภาคการเกษตรและภาคอุตสาหกรรม มากที่สุด ประเด็นที่ยังเป็นปัญหา คือ 1) การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ พบว่า ภาคอุตสาหกรรมมีมูลค่ามากกว่า ภาคเกษตร จึงเกิดปัญหาความเหลื่อมล้ำด้านรายได้ ซึ่งประชากรในกลุ่มจังหวัดส่วนใหญ่ร้อยละ 85 ประกอบอาชีพ เกษตรกรรม และผลิตภาพผลผลิตภาคการเกษตรยังอยู่ในระดับต่ำ รวมทั้งมีปริมาณผลผลิตไม่แน่นอน เนื่องจากเป็นการทำเกษตรกรรมแบบดั้งเดิมที่อาศัยปัจจัยทางธรรมชาติเป็นหลัก 2) ภาคการเกษตร ยังขาดความมั่นคงของการผลิตพืชเศรษฐกิจหลัก ได้แก่ ข้าว อ้อยโรงงาน มันสำปะหลัง เนื่องจากเป็นการผลิตที่ต้องอาศัยปัจจัยทางธรรมชาติเป็นสำคัญ และประสบปัญหาภัย พืชทางธรรมชาติรุนแรงขึ้นทุกปีทั้งปริมาณน้ำเพื่อการเกษตร สภาพดินเสื่อมโทรม การระบาดของศัตรูพืช ส่งผลกระทบต่อ ผลิตภาพของผลผลิตและมูลค่าการผลิตภาคการเกษตร นอกจากนี้ ก่อให้เกิดปัญหาและช่องว่างของการพัฒนา ระหว่างรายได้นอกภาคการเกษตรและการผลิตในภาคการเกษตร 3) ภาคอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นสาขาเศรษฐกิจที่สร้างรายได้ส่วนใหญ่ให้กับกลุ่ม จังหวัด ยังขาดความเชื่อมโยงของระบบ Logistics และการกระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพและทั่วถึง 4) ภาคการบริการ ยังขาดการเชื่อมโยงธุรกิจบริการกับสินค้าชุมชนและการท่องเที่ยว จะต้องยกระดับคุณภาพและมาตรฐานธุรกิจบริการตามมาตรฐานสากล และบริการวิชาชีพสู่บริการที่ทันสมัยมากขึ้นโดยใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ และเชื่อมโยงกับสินค้าชุมชนและการท่องเที่ยววิถีชุมชน ซึ่งจะเป็นการกระจายรายได้ไปสู่คนในชุมชนและท้องถิ่น

8. เป้าหมายการพัฒนาของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง

กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลางได้กำหนดเป้าหมายการพัฒนาของกลุ่มจังหวัด ในห้วงระยะเวลา 5 ปี พ.ศ. 2561 – 2565 (รอบทบทวนปี พ.ศ. 2563) ว่า “นวัตกรรมนำเกษตรกรรมยั่งยืน อุตสาหกรรมบริการ การท่องเที่ยว ระบบโลจิสติกส์และระบบราง” ซึ่งจากการทบทวนแผนพัฒนากลุ่มจังหวัดในรอบปี พ.ศ. 2563 ภายใต้ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม ศักยภาพ บริบทที่เปลี่ยนไป ตลอดจนเพื่อให้สามารถแก้ไขปัญหาและตอบสนองความต้องการของประชาชนได้ จึงได้ปรับปรุงเป้าหมาย การพัฒนากลุ่มจังหวัดในห้วงระยะเวลา 5 ปี พ.ศ. 2561 - 2565 (รอบทบทวนปี พ.ศ. 2564) มีเป้าหมายการพัฒนา ดังนี้ “นวัตกรรมนำ เกษตรกรรม

และอุตสาหกรรม ศูนย์กลางระบบโลจิสติกส์และระบบราง เชื่อมโยงการค้า การบริการ และการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน” โดยกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จตามเป้าหมายการพัฒนาของกลุ่มจังหวัดดังนี้ ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของผลิตภัณฑ์มวลรวมกลุ่มจังหวัดร้อยละ 3 และร้อยละที่เพิ่มขึ้นของรายได้ การท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดร้อยละ 5.5 (กลุ่มงานบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง, 2563)

ข้อมูลทั่วไปของการท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรมของกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์

ท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรมของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ส่วนใหญ่เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับประเพณี วัฒนธรรมของแต่ละจังหวัดในกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ ได้แก่ จังหวัดร้อยเอ็ด จังหวัดขอนแก่น จังหวัดมหาสารคาม และจังหวัดกาฬสินธุ์ การจัดงานหน่วยงานราชการจะสับเปลี่ยนกันเป็นเจ้าภาพในการจัดงานหรือร่วมกันเป็นเจ้าภาพในการจัดงานใหญ่ประจำปี โดยรับผิดชอบส่วนต่าง ๆ ของงานตามที่ได้รับมอบหมาย เช่น งานกาชาดของแต่ละจังหวัด หน่วยงานราชการในจังหวัดจะแบ่งหน้าที่กัน รับผิดชอบจัดงานในแต่ละส่วน และเป็นเจ้าภาพรับผิดชอบจัดงานตามส่วนที่ตนเองดูแล การจัดงานท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรมจะมีทั้งในระดับจังหวัด ระดับอำเภอ และระดับท้องถิ่น ซึ่งหน่วยงานที่ดูแลงานแต่ละพื้นที่จะจัดทำแผนการของงบประมาณในการจัดงานเป็นประจำทุกปี และบริหารจัดการงานด้วยตนเองในแต่ละพื้นที่ การจัดงานท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรมในกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ จำแนกออกตามแต่ละจังหวัด มีดังนี้

1. จังหวัดร้อยเอ็ด

1.1 งานบุญผะเหวด

ผะเหวด หรือ พระเวส นั้นหมายถึง พระเวสสันดร บุญพระเวส ได้แก่ ประเพณีทำบุญฟังเทศน์มหาชาติ ซึ่งมักทำกันในเดือน 4 หรือเดือนมีนาคม ของทุกปี โดยมีมูลเหตุว่า เมื่อพระมาลัยขึ้นไปไหว้พระธาตุเกศกาแก้วจุฬามณีบนสวรรค์ชั้นดาวดึงส์ ได้พบและสนทนากับพระศรีอริยเมตไตรย์ ผู้ซึ่งจะมาตรัสรู้เป็นพระพุทธเจ้าในอนาคต เมื่อพระศรีอริยเมตไตรย์ ทราบความประสงค์ของมนุษย์จากพระมาลัยว่ามนุษย์ทั้งหลาย ปราบณาจะพบศาสนาของท่าน ก็สั่งกับพระมาลัยให้ลงมาบอกกับมนุษย์ทั้งหลายว่า ถ้าหากปราบณาเช่นนั้นจริง ๆ แล้ว ขอจงอย่าฆ่าตีกัน โบายพ่อแม่ สมณ ชีพราหมณาจารย์ อย่าทำร้ายพระพุทธเจ้าและยุยงให้พระสงฆ์แตกแยกกัน ให้ตั้งใจฟังมหาเวสให้จบได้ในวันเดียว เพราะเหตุนี้จึงทำให้เกิดประเพณีบุญพระเวสฯ

พิธีทำบุญ เมื่อกำหนดวันทำบุญแล้ว ชาวบ้านจะเตรียมอาหารและที่พักสำหรับพระภิกษุ สามเณร และผู้มาร่วมงานจากหมู่บ้านใกล้เคียงไว้ให้พร้อมและเตรียมเครื่องบูชาไว้ล่วงหน้า ได้แก่ หมาก เมี่ยง เทียน รูป ปิ่น ดาบ ข้าวตอก ดอกไม้ นอกจากนี้ มีเครื่องประดับและบูชาอื่น ๆ อีก

วันแรกซึ่งเป็นวันรวมหรือวันโสม ตอนเช้ามีการนิมนต์พระอุปัชฌาย์มาประดิษฐานที่หอข้างศาลาโรงธรรมตั้งแต่เช้ามีด ตอนบ่ายมีพิธีอัญเชิญและแห่พระเวสสันดร และพระนางมัทรีเข้าเมือง กลางคืนตอนหัวค่ำ มีอาราธนาพระสวดพระพุทธรมณต์ เทศน์พระมาลัยหมื่นมาลัยแสน พอจวนสว่างมีการประกาศข่าวเทวดา และอาราธนาพระเทศน์สังกาสและอาราธนาเทศน์มหาชาติต่อ โดยขึ้นจากกัณฑ์เทศพรจนถึงกัณฑ์นคร มีทั้งหมด 13 กัณฑ์ เมื่อจบมีเทศน์ฉลองพระเวสสันดรอีกครั้ง

1.2 บุญข้าวจี

ข้าวจี คือ ข้าวเหนียวนึ่งให้สุก แล้วทำเป็นก้อนโตประมาณเท่าไข่เป็ด ขนาดใหญ่ เสียบไม้ย่างไฟให้เกรียม ทาไข่ไก่หรือไข่เป็ดแล้วย่างให้สุกอีกครั้ง

การทำบุญข้าวจีเป็นอาหารถวายทานมีผู้นิยมทำกันมาก เชื่อว่าได้กุศลมากเป็นกาละทานอย่างหนึ่ง ทำกันในวันเพ็ญขึ้น 15 ค่ำ เดือน 3 (มาฆบูชา) โดยมีมูลเหตุที่ทำให้เกิดบุญข้าวจินั้นว่า ครั้งพุทธกาลนางปุลณทาสีทำขนมแป้งจีถวายแด่พระพุทธเจ้าและพระอานนท์ ตอนแรกนางคิดว่าถวายแล้วพระพุทธองค์คงจะไม่ฉัน เพราะเป็นอาหารพื้น ๆ พระพุทธองค์ทรงทราบวราจิตของนางปุลณทาสี ก็ทรงสั่งให้พระอานนท์ปูอาสนาและทรงประทับนั่งและเสวยข้าวจีตรงนั้นทันที เป็นเหตุให้นางปุลณทาสีเกิดความปิติยินดีอย่างที่สุด เมื่อเสวยเสร็จพระองค์ได้ทรงแสดงธรรมให้นางปุลณทาสีฟัง หลังจากฟังแล้วนางก็ได้บรรลุโสดาบันติผล เพราะเหตุนี้บรรดาชาวนาจึงถือเป็นนิมิตหมายในการทำบุญข้าวจีหลังฤดูเก็บเกี่ยวเพื่ออานิสงส์ทำนองนั้น

พิธีทำบุญข้าวจี เมื่อเตรียมอุปกรณ์การทำข้าวจีพร้อมแล้ว ชาวบ้านอาจไปรวมกันหรือต่างคนจัดทำจากบ้าน แล้วนำไปถวายพระภิกษุที่วัด มีการไหว้พระรับศีล พระสงฆ์สวดพระพุทธรมณต์ ตักบาตรด้วยข้าวจี พอพระสงฆ์ฉันเสร็จแล้วก็อนุโมทนา หลังจากนั้นเป็นอันเสร็จพิธี

1.3 บุญสงกรานต์

คำว่า “สงกรานต์” เป็นคำภาษาสันสกฤต แปลว่า ผ่านหรือเคลื่อนย้ายเข้าไป ซึ่งในที่นี้ หมายถึง พระอาทิตย์ผ่านหรือเคลื่อนย้ายเข้าไปในจักรราศีหนึ่ง ก็เรียกว่า “สงกรานต์” ปีหนึ่งมี 12 ราศี แต่วันและเวลาที่พระอาทิตย์ยกขึ้นราศีเมษ เราเรียกเป็นพิเศษว่า “มหาสงกรานต์” เพราะถือว่าเป็นวันและเวลาขึ้นปีใหม่ตามคติโบราณ

มูลเหตุที่จะมีบุญสงกรานต์มีเรื่องเล่าว่า กบิลพรหมจากพรหมโลกมาถามปัญหาธรรมบาล 3 ข้อ คือ คนเราในวันหนึ่ง ๆ เวลาเช้า เวลาเที่ยง และเวลาเย็นศรีอยู่ที่ไหน ถ้าธรรมบาลตอบได้จะตัดศีรษะตนบูชา แต่ถ้าธรรมบาลตอบไม่ได้จะตัดศีรษะธรรมบาลเสีย โดยผลัดให้เจ็ดวันในขั้นแรก ธรรมบาลตอบไม่ได้ ในวันถั่ววันหกธรรมบาลเดินเข้าไปในป่า เผอิญแอบได้ยินนกอินทรียีสองตัวเมียพูดคำตอบสลับกันฟังว่า ตอนเช้าศรีอยู่ที่หน้า คนจึงเอาน้ำล้างหน้า ตอนกลางวันหรือเที่ยงศรีอยู่ที่อก คนจึงเอาเครื่องหอมประพรมหน้าอก ตอนกลางวันและตอนเย็นศรีอยู่ที่เท้า คนจึงเอาน้ำล้างเท้าในตอนเย็น ธรรมบาลมีความรู้ภาษานกจึงจำคำตอบได้ ถึงเจ็ดวันถั่ว กบิลพรหมมาทวง

ปัญหา ธรรมเนียมตอบโต้ตามที่ได้ยินนทพุดกัน กบิลพรหมจึงตัดศีรษะตนบูชาตามสัญญา แต่ศีรษะ กบิลพรหมศักดิ์สิทธิ์ หากตกใส่ดินไฟจะไหม้ ตกใส่อากาศฝนจะแล้ง และถ้าทิ้งใส่ในมหาสมุทรน้ำ จะแห้ง กบิลพรหมจึงให้ธิดาทิ้งเจ็ด ซึ่งมีชื่อว่า พงษ์ โคราด รากษส มัณฑา กิริณี กิมิทา และมโหธร เอาพานมารองรับศีรษะของตนไว้ แล้วแห่ประทักษิณรอบเขาพระสุเมรุเป็นเวลา 60 นาที จึงนำศีรษะ กบิลพรหมไปประดิษฐานไว้ที่มณฑปในถ้ำคันธุลี เขาไกรลาส ครบหนึ่งปีธิดาทิ้งเจ็ดจะผลัดเปลี่ยนกัน มาอัญเชิญศีรษะของกบิลพรหม แห่รอบเขาพระสุเมรุครั้งหนึ่ง พิธีแห่เศียรกบิลพรหมนี้ทำให้เกิดพิธี ตรุษสงกรานต์ขึ้น

1.4 บุญบั้งไฟ

บุญบั้งไฟ นิยมทำกันในเดือนหก มูลเหตุจัดทำบุญบั้งไฟขึ้นเพื่อบูชาอารักษ์หลักเมือง เป็นประเพณีขอฝนเพื่อให้ฝนตกต้องตามฤดูกาล เมื่อทำบุญบั้งไฟแล้วเชื่อว่าฟ้าฝนจะอุดมสมบูรณ์ ข้าวปลาอาหารจะบริบูรณ์ และประชาชนในลุ่มน้ำนั้นจะอยู่เย็นเป็นสุข เพราะมีข้าวปลาอาหารบริบูรณ์และปราศจากโรคภัยไข้เจ็บ

พิธีทำบุญบั้งไฟ หมู่บ้านและวัดเจ้าภาพจะเตรียมทำบั้งไฟ เตรียมที่พักและสุราอาหารไว้ต้อนรับผู้มาร่วมงาน มีการบอกบุญไปยังวัดและหมู่บ้านใกล้เคียง ให้ทำบั้งไฟและเชิญสคนมาร่วมงาน บางแห่งมีการประกวดบั้งไฟและขบวนแห่ด้วย ในงานวันแรก ชาวบ้านในหมู่บ้านที่ได้รับเชิญและพระภิกษุสามเณรที่ได้นิมนต์มาร่วมงานพร้อมบั้งไฟ วันแรกจะมีการแห่บั้งไฟ ประกวดบั้งไฟและขบวนแห่ (ถ้ามี) และแสดงการเล่นต่าง ๆ เช่น การแข่ง และการละเล่นต่าง ๆ เป็นต้น วันรุ่งขึ้นมีการละเล่นต่ออีก ในงานมักมีพิธีบวงสรวง และบางที่มีพิธีฮีดสรอง หรือเถราภิเษก แต่พระภิกษุสามเณรผู้เห็นว่าเป็นผู้ทรงธรรม เพื่อเลื่อนสมณศักดิ์ตามประเพณีโบราณด้วย ตอนบ่ายของวันที่สองของงานจึงนำบั้งไฟไปจุด ณ ที่นั่งร้านที่จัดไว้เป็นเสร็จพิธี

2. จังหวัดขอนแก่น

2.1 งานเทศกาลไหม ประเพณีผูกเสี่ยวและงานกาชาดจังหวัดขอนแก่น หรือที่นิยมเรียกกันว่า “งานไหม หรือ งานเทศกาลไหม” จัดขึ้นในครั้งแรกเมื่อปี 2522 และชื่อของงานตั้งแต่ปี 2523 เป็นต้นมา คือ “เทศกาลไหมขอนแก่น และประเพณีผูกเสี่ยว ปี 2523”

2.2 งานประเพณีสุดยอดสงกรานต์อีสานเทศกาลดอกคูณ-เสียงแคน และถนนข้าวเหนียว จัดขึ้นระหว่างวันที่ 13 -15 เมษายน ของทุกปี บริเวณบึงแก่นนคร และถนนศรีจันทร์ ซึ่งได้ชื่อว่า “ถนนข้าวเหนียว” เพื่อรองรับการเล่นสงกรานต์ของคนขอนแก่น คนภาคอีสานและคนจากที่อื่น ๆ โดยมีเวทีกิจกรรมที่น่าสนใจมากมาย

2.3 ประเพณีออกพรรษา คือ การสิ้นสุดกำหนดอยู่จำพรรษาของภิกษุตามพระวินัยบัญญัติ มีพิธีเป็นสังฆกรรม กรรมพิเศษเรียกโดยภาษาวินัยพิเศษว่า ปวารณากรรม คือ การทำปวารณา

ของสงฆ์ผู้อยู่ร่วมกันมาตลอด 3 เดือนในวันเพ็ญเดือน 11 กิจกรรมสำคัญที่จัดเป็นประจำทุกปีในจังหวัดขอนแก่น ได้แก่ การตักบาตรเทโว ได้ประทับโคมไฟและวิถีชีวิตอีสาน

2.4 ประเพณีบุญกุ่มข้าวใหญ่ หรือบุญคุณลานนั้น เป็นบุญประเพณีของชาวอีสาน ที่แสดงให้เห็นจิตวิญญาณของชุมชนที่ดำรงอยู่ด้วยวิถีเกษตรกรรมมาช้านาน ด้วยความอุดมสมบูรณ์ของแผ่นดิน ด้วยสำนึกในบุญคุณของข้าวที่หล่อเลี้ยงชีวิตคนทุกคน นอกจากนี้เป็นการแสดงออกถึงพลังแห่งความร่วมมือร่วมใจของชุมชน เพื่อสืบทอดจิตวิญญาณที่กล้าแกร่งของชาวนา มีการทำพิธีพราหมณ์บายศรีสู่ขวัญข้าวทุกปี

3. จังหวัดมหาสารคาม

3.1 งานนมัสการพระธาตุนาดูน

“พระธาตุนาดูน” หรือ “พุทธมณฑลอีสาน” เป็นสถานที่ที่ค้นพบหลักฐานทางประวัติศาสตร์โบราณคดีที่แสดงว่าบริเวณแห่งนี้ เคยเป็นศูนย์กลางความเจริญรุ่งเรืองของนครจำปาศรี เมืองโบราณในอดีต อีกทั้งได้ขุดพบสถูปบรรจุพระบรมสารีริกธาตุบรรจุในตลับทองคำ เงิน และสำริด ซึ่งสันนิษฐานว่ามีอายุอยู่ในพุทธศตวรรษที่ 13-15 สมัยทวาราวดี จึงได้สร้างพระธาตุตามแบบสถูปที่ได้ค้นพบ และทุกปีจะมีการจัดงานนมัสการพระธาตุนาดูน อำเภอนาดูน จัดงานในช่วงวันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 3 หรือวันมาฆบูชาของทุกปี โดยจัดที่บริเวณพุทธมณฑลอีสาน พระธาตุนาดูนรวม 9 วัน 9 คืน มีการร่วมกิจกรรมทางพุทธศาสนา และกิจกรรมในงานประกอบด้วยขบวนแห่ประเพณี 12 เดือน การทำบุญตักบาตร การเวียนเทียนวันมาฆบูชา การปฏิบัติธรรมวิปัสสนา การออกกนิทรศการของหน่วยงานต่าง ๆ การแสดงแสง สี เสียง ประวัติความเป็นมานครจำปาศรี และการจัดร้านสินค้าชุมชน

3.2 งานออนซอนกลองยาวชาววาปีของดีพื้นบ้าน จังหวัดมหาสารคาม จัดงานประเพณีประจำปีของอำเภอ คือ งานออนซอนกลองยาวชาววาปีของดีพื้นบ้าน โดยจัดงานในช่วงเดือน มีนาคม ของทุกปี ณ สนามหน้าที่ว่าการอำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม

3.3 ประเพณีบุญบังไฟ เป็นประเพณีหนึ่งของภาคอีสานของไทยรวมไปถึงลาว โดยมีตำนานมาจากนิทานพื้นบ้านของภาคอีสานเรื่องพระยาคนคาก เรื่องผาแดงนางไอ่ ซึ่งในนิทานพื้นบ้านดังกล่าวได้กล่าวถึง การที่ชาวบ้านได้จัดงานบุญบังไฟขึ้นเพื่อเป็นการบูชา พระยาแถน หรือเทพวัสสกาลเทพบุตร ซึ่งชาวบ้านมีความเชื่อว่า พระยาแถนมีหน้าที่คอยดูแลให้ฝนตกถูกต้องตามฤดูกาล และมีความชื่นชอบไฟเป็นอย่างมาก หากหมู่บ้านใดไม่จัดทำกรจัดงานบุญบังไฟบูชา ฝนก็จะไม่ตกถูกต้องตามฤดูกาล อาจก่อให้เกิดภัยพิบัติกับหมู่บ้านได้เทศกาลสำคัญของจังหวัดมหาสารคาม

3.4 งานประเพณีบุญเบิกฟ้า มหาสารคาม

งานบุญเบิกฟ้ากาชาด ได้จัดขึ้นบริเวณศาลากลางจังหวัด ช่วงเวลา วันขึ้น 3 ค่ำ เดือน 3 ของทุก ๆ ปี (อยู่ระหว่างปลายเดือนมกราคม-ต้นเดือนกุมภาพันธ์) เป็นงานเฉลิมฉลองในช่วงต้นฤดูการทำนาเพื่อฟื้นฟูและอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม ของอีสาน ในงานจัดให้มีขบวนแห่บุญเบิก

ฟ้า ซึ่งเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับพระแม่โพสพ เรื่องของพานบายศรีสู่ขวัญ ตลอดจนวัฒนธรรม การละเล่น ดนตรีพื้นบ้าน และพิธีกรรมต่าง ๆ

4. จังหวัดกาฬสินธุ์

4.1 งานมหกรรมโปงลาง แพรวาและงานกาชาดจังหวัดกาฬสินธุ์ เป็นงานประเพณี ท้องถิ่นของจังหวัดที่จัดเป็นประจำทุกปี เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย จุดเน้นสำคัญของงาน คือ ขบวนแห่ในพิธีเปิดงานที่มโหฬารที่แสดงให้เห็นถึง ประเพณี ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นที่สร้างขึ้นจากคำ ขวัญของจังหวัดกาฬสินธุ์ที่ว่า “โปงลางเลิศล้ำ วัฒนธรรม ผู้ไทย ผ้าไหมแพรวา ผาเสวยภูพาน มหา ธารลำปาว ไดโนเสาร์สัตว์โลกล้านปี” ที่แสดงถึงความรักสามัคคี ความพร้อมเพรียง การรวมใจเป็น หนึ่งของผู้คนที่ช่วยกันจรรโลง เชิดชูเกียรติ ชื่อเสียง และเอกลักษณ์ของเมืองกาฬสินธุ์ให้เป็นที่รู้จัก สืบไป

4.2 ประเพณีแข่งเรือยาว การแข่งขันเรือยาวของอำเภอกมลาไสย เป็นประเพณีที่สืบ ทอดกันมาอย่างยาวนานเกือบ 100 ปี และเมื่อปี 2552 ได้ยกระดับการแข่งขันให้เป็นการแข่งขันเรือ ยาวประเพณีระดับจังหวัด รวมทั้งการจัดแสดงและจำหน่ายสินค้าชุมชนจาก 18 อำเภออีกด้วย

แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงมหกรรม

1. ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงมหกรรม

1.1 ความหมายของมหกรรม

พัตชา วงศ์เบียสัจจ์ (2555) ได้ให้ความหมายของงานมหกรรมไว้ว่า หมายถึง กิจกรรมพิเศษตามสถานที่ต่าง ๆ เพื่อวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันไป อย่างเช่น ประเทศที่ต้องการ ส่งเสริมการท่องเที่ยวก็จะมีการจัดกิจกรรมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว อาจจะมีการแสดง การเล่นเกม การชิงโชค หรือการตั้งบูทในงาน เพื่อให้คนเข้ามามีส่วนร่วมหรืออาจจะเป็นกิจกรรมงานแข่งกีฬา หรือคอนเสิร์ต งานพบปะศิลปิน (Meet and greet) หรืองานมหกรรมโลก เป็นต้น

สำนักงานราชบัณฑิตยสภา (2556) ได้ให้ความหมายของคำว่า มหกรรม ไว้ว่า คำว่า มหกรรม ประกอบด้วยคำว่า มห (อ่านว่า มะ-หะ) แปลว่า ใหญ่ และ กรรม แปลว่า การกระทำ คำว่า มหกรรม ที่ใช้กันทั่วไปในปัจจุบัน หมายถึง งานที่จัดขึ้นอย่างใหญ่โตมโหฬาร ส่วนใหญ่เป็นงาน ที่ประกอบด้วยกิจกรรมหลากหลาย มีคนเข้าร่วมเป็นจำนวนมาก และมักเป็นงานระดับนานาชาติ หรือระดับชาติ เช่น มหกรรมพืชสวนโลก มหกรรมศิลปะการแสดงและดนตรีนานาชาติ มหกรรม สมุนไพรไทยแห่งชาติ มหกรรมปศุสัตว์แห่งชาติ บางครั้งใช้ประกอบกับคำว่า งาน เป็น งาน มหกรรม เช่น งานมหกรรมวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ งานมหกรรมหนังสือแห่งชาติ

จากความหมายข้างต้นสรุปได้ว่า งานมหกรรมเป็นกิจกรรมพิเศษที่จัดขึ้น ประกอบด้วยกิจกรรมหลากหลาย และมีคนเข้าร่วมมากมาย ซึ่งการจัดงานมหกรรมจะจัดขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น การสืบสานวัฒนธรรม การโปรโมทสินค้า การส่งเสริมการท่องเที่ยว เป็นต้น

1.2 ความหมายของการท่องเที่ยว

McIntosh & Goeldner (1986) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า เป็นการเดินทางซึ่งมีมูลเหตุจูงใจ 4 ประเภท ดังนี้ 1) มูลเหตุจูงใจทางด้านกายภาพ เช่น การเข้าร่วมกิจกรรม กีฬาหรือการรักษาสุขภาพ โดยการพักผ่อนสถานที่ต่าง ๆ 2) มูลเหตุจูงใจทางวัฒนธรรม การต้องการเรียนรู้ในเรื่องต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นศิลปวัฒนธรรม นาฏศิลป์ ดุริยางคศิลป์ ประเพณีต่าง ๆ 3) มูลเหตุจูงใจด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลความต้องการพบปะสังสรรค์กับผู้คนใหม่ ๆ หรือเพื่อนเก่าญาติพี่น้อง 4) มูลเหตุจูงใจด้านสถานภาพ และเกียรติภูมิ ความต้องการพัฒนาตนเองให้มีฐานะหรือเกียรติภูมิสูง อาจเป็นไป เพื่อการศึกษา การประชุม และการติดต่อธุรกิจ เป็นต้น การเดินทางท่องเที่ยวอันเกิดขึ้นจากความเกี่ยวข้องซึ่งกันและกัน ระหว่างนักท่องเที่ยว ผู้จัดบริการด้านการท่องเที่ยว หน่วยงานของรัฐบาล ในท้องถิ่นและประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวความเกี่ยวข้องสัมพันธ์ขององค์ประกอบทั้ง 4 ประการ ดังกล่าวต้องกระทำอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ

Coltman (1989) ได้อธิบายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยวเป็นผลรวมของกิจกรรมที่เกิดจากการผสมผสานในการให้บริการต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยวอันเกิดจากหน่วยงานของรัฐบาล เช่น ระบบการคมนาคม การสื่อสาร ระบบความปลอดภัย ฯลฯ การบริการของภาคเอกชน เช่น การจัดที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก การจ้ดนำเที่ยว หรือสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ และประการสุดท้าย คือ การต้อนรับด้วยไมตรีจิตของประชาชนในท้องถิ่นอันเป็นแหล่งท่องเที่ยวอัน

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2549) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวตามความหมายขององค์การสหประชาชาติในคราวประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยว ณ กรุงโรม เมื่อปี พ.ศ. 2506 ไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมที่มีเจือใจที่เกี่ยวข้องอยู่ 3 ประการ คือ 1) ต้องมีการเดินทาง 2) ต้องมีสถานที่ปลายทางที่ประสงค์จะไปเยี่ยมเยือน 3) ต้องมีจุดมุ่งหมายของการเดินทาง โดยเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง แต่ต้องมีค่าใช้จ่ายเพื่อประกอบอาชีพและไปอยู่ประจำ

สมชาติ อุ๋น (2552) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเคลื่อนย้ายของผู้คนจากแหล่งหนึ่งไปสู่อีกแหล่งหนึ่ง ซึ่งรวมไปถึงการเดินทางภายในประเทศและการเดินทางระหว่างประเทศ นอกจากนี้ การเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อการศึกษา เพื่อการติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการเยี่ยมญาติพี่น้อง ล้วนนับเป็น

การท่องเที่ยวทั้งสิ้น โดยในหลักเกณฑ์ความหมายกำหนดได้โดยเงื่อนไข 3 ประการ ดังนี้ 1) เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราว 2) เดินทางด้วยความสมัครใจ 3) เดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ที่มีใจเพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางไปในสถานที่ต่าง ๆ ด้วยความสมัครใจ เป็นการเดินทางไปชั่วคราว ไม่ใช่การย้ายถิ่นที่อยู่ โดยการท่องเที่ยวมีความเกี่ยวข้องได้ทั้งกับบริการของภาครัฐและภาคเอกชน โดยมีมูลเหตุจูงใจให้เกิดการท่องเที่ยว ได้แก่ มูลเหตุจูงใจทางด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ การท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์ให้เกิดความบันเทิง พักผ่อนหย่อนใจ และไม่เป็นการบังคับ

จากที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรม เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่ง โดยมีจุดดึงดูดทางการท่องเที่ยว คือ งานมหรหรรรม หรืองานกิจกรรมที่จัดขึ้นเป็นพิเศษ เป็นงานที่มีความหลากหลาย โดยการจัดงานขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และความต้องการของผู้จัดงาน ซึ่งคำว่างานมหรหรรรมนี้อาจเรียกตามคำภาษาอังกฤษว่า อีเวนต์ หรือ งานอีเวนต์

2. รูปแบบหรือประเภท (Typology) ของการท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรม

Getz (2005) ได้แบ่งประเภทงานมหรหรรรมไว้ดังนี้

2.1 งานมหรหรรรมเชิงวัฒนธรรมและงานเฉลิมฉลอง (Cultural Celebrations)

ได้แก่ งานประเพณีนักชดถุขหรืองานรื่นเริง (Festivals) งานเทศกาลแห่แห่น (Carnivals) งานฉลองหรืองานสมโภช (Celebrations) งานอนุสรณ์ (Commemorations) หรืองานที่เกี่ยวข้องกับศาสนา (Religious Events)

2.2 งานมหรหรรรมเชิงการเมืองและประเทศ (Political and State) ได้แก่ งานการประชุมสุดยอด (Summit) งานรณรงค์ด้านการเมือง (Political Events / Political Rally) งานเฉลิมฉลองในโอกาสสำคัญของราชวงศ์ (Royal Occasions) หรืองานต้อนรับหรือรับเสด็จราชวงศ์จากต่างประเทศ (Royal Visits) รวมทั้งงานต้อนรับบุคคลสำคัญของประเทศหรือต่างประเทศ (VIP Visits)

2.3 งานมหรหรรรมเชิงศิลปะและบันเทิง (Art and Entertainment) ได้แก่ งานมหรหรรรมดนตรี (Concerts/Music Festivals) งานพิธีมอบรางวัล (Award Ceremonies) งานการแสดงทางด้านศิลปะต่าง ๆ

2.4 งานมหรหรรรมทางธุรกิจและการค้า (Business and Trade) ได้แก่ กิจกรรมทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับบุคคลหลายคน หรือหลายหน่วยงาน (Corporate Affairs) เช่น การประชุม (Meeting) การอภิปรายทั่วไปหรือการประชุมประจำปี (Convention) การจัดงานนิทรรศการ (Exhibition) การจัดงานเกี่ยวกับสินค้าสำหรับผู้บริโภคและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับสินค้าสำหรับผู้บริโภคกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง (Consumer and Trade Shows) หรืองานตลาดนัดและงานออกร้านทั่ว ๆ

ไป (Fairs) และงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการตลาด หรือส่งเสริมการขาย (Mart) เช่น งานส่งเสริมการขายด้านการเดินทางและการท่องเที่ยว (Travel Marts) เป็นต้น

2.5 งานมหกรรมด้านการศึกษาและวิทยาศาสตร์ (Educational and Scientific) ได้แก่ การประชุมในวาระทั่ว ๆ ไป (Conference) เพื่อให้ผู้เข้าร่วมประชุมมีส่วนร่วมในการวางแผน ให้ได้ข้อเท็จจริง และแก้ปัญหาให้กับองค์กร หรือสมาชิกขององค์กร ในส่วนที่เกี่ยวกับการศึกษา หรือว่าด้วยเรื่องต่าง ๆ รวมทั้งการประชุมที่มีชื่อเรียกเป็นอย่างอื่น เช่น 1) การประชุมเพื่อแลกเปลี่ยน ประสบการณ์ระหว่างกัน (Seminar) 2) การประชุมกลุ่มย่อยในประเด็นการฝึกอบรมเรื่องใดเรื่องหนึ่ง (Clinic) 3) การประชุมเชิงอภิปรายที่เปิดโอกาสให้ผู้เข้าฟังมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นด้วย (Forum) และผู้เชี่ยวชาญที่อยู่ในคณะผู้อภิปราย (Panelist) สามารถแสดงความคิดเห็นระหว่างกันได้ด้วย 4) ในกรณีที่มีประธานกำกับการอภิปราย (Moderator) ที่มีวิทยากร 2 คน หรือมากกว่า มาร่วม อภิปรายระหว่างวิทยากรด้วยกันเอง เรียกว่าการประชุมแบบ Panel 5) การประชุมกลุ่มทำงานของกลุ่มที่เข้ารับการอบรม เพื่อให้ได้ความรู้ใหม่ หรือเข้าใจในปัญหาหลักซึ่งมากขึ้น ซึ่งขนาดของการประชุมไม่ควรเกินกว่า 30-35 คน เรียกว่า การประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) 6) การประชุมเชิงอภิปรายโดยผู้เชี่ยวชาญในเรื่องที่กำหนดกับผู้ร่วมประชุมจำนวนมาก และเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมประชุมได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นด้วย เรียกว่า การประชุมอภิปรายปัญหา (Symposium) 7) การประชุมที่ผู้มาประชุมกำหนดเรื่องที่จะอภิปราย โดยมีผู้เข้าร่วมประชุม ประมาณ 35 คน เรียกว่า การประชุมเชิงสนทนาปราศรัย (Colloquium) ซึ่งจะมีการแนะนำในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง (Instruction) และมีการอภิปรายหรือถกแถลง (Discussion) 8) การประชุมแบบอภิปรายทั่วไป (Convention) ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการรายงานผลการดำเนินงาน ซึ่งโดยทั่วไปเป็นรูปแบบการประชุมประจำปี (Annual Meeting) ส่วนคำว่า Congress มีความหมายลักษณะเดียวกับ Convention เป็นคำใช้เรียกการประชุมในลักษณะนี้ในยุโรป และส่วนมากเป็นการประชุมนานาชาติ นอกจากนี้ยังมีชื่อเรียกการประชุมเป็นอย่างอื่นอีก เช่น Lecture ซึ่งเป็นการเสนอข้อมูลโดยผู้เชี่ยวชาญในห้องประชุม และให้มีคำถามคำตอบระหว่างผู้ฟัง และผู้นำเสนอข้อมูล และคำว่า Institute ซึ่งเป็นการประชุมเชิงอภิปรายทั่วไป ในเนื้อหาสาระหลากหลาย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเรื่องเกี่ยวกับการศึกษา และมักจะเป็นข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องของการฝึกอบรม

2.6 งานมหกรรมการแข่งขันกีฬา (Sport Competition) ได้แก่ การแข่งขันกีฬาสมัครเล่น (Amateur) หรือการแข่งขันกีฬาอาชีพ (Professional) ซึ่งหมายความรวมถึงผู้มาชมการแข่งขัน (Spectators) และผู้มีส่วนร่วมในการจัดการแข่งขัน (Participants) ซึ่งประกอบด้วยกำลังคนและหน่วยงานสาขาต่าง ๆ ที่เข้ามาสนับสนุนการจัดงาน

2.7 งานมหกรรมด้านสันทนาการ (Recreational) ได้แก่ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับกีฬา และการละเล่นที่มีความสนุกสนาน เพลิดเพลิน (Sport or Games for Fun)

2.8 งานมหกรรมส่วนบุคคล (Private Events) ได้แก่ กิจกรรมหรืองานที่จัดโดยเอกชน เช่น การจัดงานแต่งงาน (Weddings) ซึ่งในหลายกรณี เป็นการจัดงานหรูหราใหญ่โต มีสีสันหรือมีความแปลก เช่น วิวาห์ใต้ทะเล หรือการแต่งงานของเศรษฐีชาวเกาะ เป็นต้น การจัดงานสนุกสนานเป็นกันเองระหว่างเพื่อนฝูงญาติมิตร (Parties) หรือการจัดงานพบปะสังสรรค์ทางสังคมของกลุ่มที่เกี่ยวข้องหรือเกี่ยวข้องกัน (Social Events for Affinity Groups) เช่น การสังสรรค์ของกลุ่มตระกูลแซ่ หรือการประชุมพบปะกันของกลุ่มبابา ยอนย่า (ชาวจีน – มาเลย์) ทางภาคใต้ของประเทศไทย เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม นอกจากการจัดงานมหกรรมประเภทต่าง ๆ ดังได้ระบุไว้แล้ว ในปัจจุบันรัฐบาลหลายประเทศโดยเฉพาะประเทศที่พัฒนาแล้ว ได้ให้ความสำคัญกับการจัดงานมหกรรมขนาดใหญ่มากขึ้น เช่น การพยายามขอรับเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันกีฬาโอลิมปิก การจัดงานมหกรรมโลก (World's Fair) หรือการจัดงานมหกรรมสินค้าระดับโลก (Expo) เป็นต้น ซึ่งขอบเขตการจัดงานดังกล่าว มีขนาดใหญ่โตและสลับซับซ้อนมากกว่าการจัด อีเวนต์ หรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับธุรกิจ MICE อย่างเทียบกันไม่ได้ การจัดงานในลักษณะนี้ ต้องการความสนับสนุนทั้งทางด้านนโยบาย กำลังคน ที่มีคุณภาพและมีประสบการณ์ กำลังงบประมาณ องค์กรความรู้ ระบบการบริหารและการจัดการอย่างมืออาชีพ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และโครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก และต้องตอบคำถามให้ชัดเจนว่า โอกาสทางธุรกิจของประเทศเจ้าภาพ มีมากน้อยขนาดไหน ความมั่นคงและความปลอดภัยเป็นอย่างไร เป็นต้น

เนื่องจากการจัดงานมหกรรมถูกนำมาเป็นเครื่องมือส่งเสริมการขายมากขึ้น แต่วัตถุประสงค์ของการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ขึ้นมา ย่อมมีมุมมองในมิติที่แตกต่างกัน ซึ่งอธิบายได้ ดังนี้

1. การจัดงานอาจมีมิติหรือมุมมองด้านการพัฒนาเศรษฐกิจหรือการพัฒนาด้านอื่น ๆ
2. อาจมีมิติหรือมุมมองด้านการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว
3. อาจมีมิติทางด้านการแข่งขัน หรือสมรรถนะในการแข่งขันในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ซึ่งไม่จำเป็นต้องเป็นเรื่องของการท่องเที่ยว
4. อาจมีมิติทางด้านผลตอบแทนจากการลงทุน ว่าหากดำเนินการไปแล้ว จะคุ้มค่าหรือคุ้มทุนหรือไม่ หรือกิจกรรมที่ทำขึ้นสามารถเลี้ยงตัวเองได้หรือไม่
5. มุมมองด้านความเสี่ยง เช่น ค่าใช้จ่ายมีมากน้อยเพียงใด ซึ่งมีผลต่อการจัดหาทุนสนับสนุนการจัดงาน และวิธีที่จะมีรายได้หรือผลตอบแทนกลับคืนมา เพื่อใช้คืนทุน ว่ามีระดับความเป็นไปได้มากน้อยอย่างไร
6. มุมมองด้านผลกระทบในทางลบ หรือโอกาสที่อาจมีความผิดพลาดล้มเหลว หรือทำไปแล้วไม่ได้ประโยชน์เท่าที่ควร หรืออะไรคือข้อเสียที่จะเกิดขึ้น

7. ต้องมีมิติหรือมุมมองด้านสิ่งแวดล้อม สังคม วัฒนธรรมควบคู่กันไป

3. ขั้นตอนการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรม

การดำเนินงานท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรม มีผู้นำเสนอองค์ประกอบหรือขั้นตอนไว้อย่างหลากหลาย ดังนี้

เกรียงไกร กาญจนะโกคิน (2555) นักบริหารกิจกรรมพิเศษ ได้แบ่งการสร้างสรรค์กิจกรรมพิเศษเป็น 4 ขั้นตอน คือ

3.1 ขั้นตอนที่ 1 กำหนดวัตถุประสงค์ หรือ Objective

กำหนดวัตถุประสงค์ของการจัดกิจกรรมพิเศษ Objective หมายถึง การกำหนดวัตถุประสงค์ของการจัดงานที่ชัดเจนและตรงเป้าหมายที่สุด เพื่อเป็นตัวกำหนดทิศทางการทำงานว่า อีเวนต์จัดขึ้นเพื่อต้องการอะไร ต้องการเพิ่มยอดขายกี่เปอร์เซ็นต์ อยากรได้แบรนด์ Awareness สายสัมพันธ์กับลูกค้าที่ดี หรือต้องการ Brand Experience โดย Objective ขึ้นอยู่กับอีเวนต์แต่ละรูปแบบ ซึ่ง เกรียงไกร กาญจนะโกคิน (2555) เห็นว่า เป็นขั้นตอนที่สำคัญที่สุด โดยการจัดกิจกรรมพิเศษจะต้องมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนเพื่อเป็นตัวชี้วัด (KPI) ในการวัดผลต่อไป ในการกำหนดวัตถุประสงค์นั้นต้องระบุ สิ่งสำคัญดังนี้

3.1.1 ช่วงเวลาในการจัดงาน โดยพิจารณาจากแผนการสื่อสารการตลาด และวิถีชีวิต หรือ Lifestyle ของกลุ่มเป้าหมาย

3.1.2 จำนวนผู้เข้าร่วมงาน เพื่อเป็นเป้าหมายในการทำงาน

3.1.3 งบประมาณ

3.1.4 สิ่งที่ต้องการจะสื่อสารในงานกิจกรรมพิเศษ

3.1.5 การรายงานข่าวในสื่อมวลชน หรือ Media Coverage โดยต้องกำหนดมูลค่าสื่อที่ได้ผ่านสื่อมวลชนในรูปแบบการประชาสัมพันธ์

3.2 ขั้นตอนที่ 2 การสร้างกิจกรรมพิเศษให้เกิดขึ้นจริง

การสร้างกิจกรรมพิเศษให้เกิดขึ้นจริง หมายถึง ขั้นตอนของการคิดสร้างสรรค์งานภายใต้กรอบของกลยุทธ์การสื่อสาร ซึ่ง เกรียงไกร กาญจนะโกคิน (2555) ระบุว่า ขั้นตอนนี้ เป็นการผสมผสานจินตนาการเข้ากับศาสตร์ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านการสื่อสาร การตลาด ความรู้ ด้านการออกแบบ ศิลปะการแสดง ดนตรี เป็นต้น โดยต้องออกแบบกิจกรรมพิเศษว่าจะสื่อสารในรูปแบบใด จึงจะเหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งทั้งหมดนี้จะต้องตอบโจทย์ที่กำหนดไว้ในขั้นตอนที่ 1

3.3 ขั้นตอนที่ 3 การบริหารจัดการกิจกรรมพิเศษ

การบริหารจัดการกิจกรรมพิเศษ หมายถึง การควบคุมและดูแลการผลิตทั้งหมด ให้เป็นไปตามแผนงานที่วางเอาไว้อย่างละเอียด เป็นขั้นตอนการทำให้กิจกรรมพิเศษเกิดขึ้นจริง โดยเฉพาะอีเวนต์ที่มีผู้เข้าร่วมงานเป็นจำนวนมาก สถานที่การบริหารจัดการงานอีเวนต์จะมีความ

ยุ่งยากและซับซ้อนมากขึ้น เพราะมีหน่วยงานต่าง ๆ เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหารมากขึ้น อาทิ ตำรวจ เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ส่วนรักษาความปลอดภัย ส่วนดูแลเรื่องอาหารและเครื่องดื่ม ส่วนการตกแต่งสถานที่ หรือส่วนงานบนเวที ไม่ว่าจะเป็นพิธีกร นักแสดง งานฮาร์ดแวร์ต่าง ๆ ของการแสดง การบริหารงานสามารถมองเห็นปัญหาที่จะเกิดขึ้นจริง ในการบริหารจัดการกิจกรรมพิเศษนั้น เกรียงไกร กาญจนะโกคิน (2555) ได้แนะนำให้ทำ Master Plan และ Script Rundown เพื่อกำหนดองค์ประกอบในการทำกิจกรรมพิเศษให้สมบูรณ์ ทั้งงานด้านเทคนิค เช่น ระบบแสง เสียง เอฟเฟกต์ต่าง ๆ และต้องมีการประชุมทีมงานเพื่อให้ทุกฝ่ายมีความเข้าใจตรงกันและเตรียมความพร้อมให้ดีที่สุด เพื่อลดปัญหาหน้างานที่อาจจะเกิดจากสิ่งที่ไม่คาดการณ์ได้

3.4 ขั้นตอนที่ 4 การประเมินผล

การประเมินผล หมายถึง การติดตาม และประเมินในทุกขั้นตอน เพื่อนำผลที่ได้มาเป็นข้อมูลในการวัดผลสำเร็จของกิจกรรมและเพื่อนำไปปรับใช้ในการจัดกิจกรรมพิเศษครั้งต่อไป และยังวัดว่าสิ่งที่ทำมาตรงกับวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่ มากน้อยเพียงใด และทำให้ได้เรียนรู้ถึงสิ่งที่ทำว่า มีผลต่อผู้เข้าร่วมงานมากน้อยเพียงใด ทำให้รู้ว่าเขานั้นชอบอะไร ไม่ชอบอะไร รู้ว่าการสื่อสารกับผู้ร่วมงานเป็นไปได้อย่างไรบ้างน้อยเพียงใด โดยจะนำผลจากการประเมินผลนี้ไปพัฒนารูปแบบอีเวนต์ทั้งในรูปแบบที่เคยทำแล้วหรือพัฒนาไปสู่การสร้างสรรค์อีเวนต์อื่น ๆ ต่อไป ซึ่งสามารถทำได้ 5 มิติ นั่นคือ

3.4.1 ประเมินจากวัตถุประสงค์ว่า กิจกรรมพิเศษนั้น สำเร็จตรงตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่

3.4.2 ผู้เข้าร่วมงาน (Participant) ว่าเป็นไปตามที่คาดหมายในเชิงปริมาณ (จำนวน) และคุณภาพ (คุณสมบัติ) หรือไม่

3.4.3 ผู้เข้าชมงาน (Viewer) คือบุคคลที่อาจจะไม่ได้รับเชิญโดยตรง แต่ได้รับข้อมูลข่าวสารว่า มีกิจกรรมเกิดขึ้นจึงมาร่วมชมงาน

3.4.4 การรายงานข่าวในสื่อมวลชน (Media Coverage) โดยนำข่าวของกิจกรรมพิเศษที่เผยแพร่ผ่านสื่อต่าง ๆ มาคิดคำนวณมูลค่าทางการประชาสัมพันธ์ (PR Value)

3.4.5 การสื่อสาร (Communication) ซึ่งเป็นการประเมินผลว่ากิจกรรมพิเศษสามารถสื่อสาร ข้อความหลักขององค์กรหรือแบรนด์ได้ถูกต้องมากน้อยเพียงใด โดยการประเมินผลด้านการสื่อสารนี้ สามารถประเมินได้ใน 4 มิติ นั่นคือ

3.4.5.1 ความชอบ (Liking) คือ กิจกรรมพิเศษสามารถสร้างความชื่นชอบในตัวองค์กรหรือแบรนด์ได้มากน้อยเพียงใด

3.4.5.2 ความโดดเด่น (Outstanding) คือ กิจกรรมพิเศษมีความน่าสนใจ น่าประทับใจ หรือน่าจดจำเพียงใด

3.4.5.3 ความเข้าใจ (Understanding) คือ กิจกรรมพิเศษสามารถทำให้ผู้เข้าร่วมงานได้รับรู้ เข้าใจสิ่งที่องค์กรหรือแบรนด์ต้องการสื่อสารมากน้อยเพียงใด

3.4.5.4 การโน้มน้าวใจ (Persuading) คือ กิจกรรมพิเศษสามารถโน้มน้าวใจผู้เข้าร่วมงานได้มากน้อยเพียงใด

การประเมินผลกิจกรรมพิเศษจะทำให้ผู้จัดได้เรียนรู้ถึงงานของตนเอง และสามารถนำผลการประเมิน ไปพัฒนาการทำงาน รวมถึงสร้างสรรค์รูปแบบกิจกรรม พิเศษใหม่ ๆ หรือการสื่อสารอื่น ๆ ให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้น

วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล (2561) ได้นำเสนอกระบวนการดำเนินงานเชิงกลยุทธ์สำหรับการจัดงานอีเวนต์ 7 ขั้นตอน ดังนี้

1. การสร้างวิสัยทัศน์และพันธกิจ ในขั้นตอนนี้จะมีการระบุวิสัยทัศน์และพันธกิจ เพื่อเป็นทิศทางให้ทราบว่าควรจัดงาน อีเวนต์ อย่างไร ผู้จัดงานอีเวนต์จะออกแบบวิสัยทัศน์และพันธกิจภายหลังจากการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในขั้นตอนนี้ก่อนหน้าหรืออาจจะออกแบบวิสัยทัศน์และพันธกิจ โดยปรับใช้จากวิสัยทัศน์ที่มีอยู่ในองค์กรของลูกค้าเจ้าของงานในกรณีที่มีวิสัยทัศน์ดังกล่าว มีความเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของงานอีเวนต์ อนึ่งวิสัยทัศน์ของงานอีเวนต์จะสะท้อนจุดมุ่งหมายในระยะยาวของงานอีเวนต์หรือมุมมองในอนาคตเกี่ยวกับสิ่งที่บริษัทจัดงาน อีเวนต์ ต้องการบรรลุ ผู้จัดงาน อีเวนต์ อาจกำหนดพันธกิจขึ้น เพื่อให้สามารถบรรลุวิสัยทัศน์ที่ตั้งไว้ได้ในส่วนการประกอบของพันธกิจ ได้แก่ จุดมุ่งหมายของงานอีเวนต์ ผู้รับประโยชน์หลักหรือกลุ่มเป้าหมาย ธรรมชาติหรือลักษณะของงาน อีเวนต์ ปรัชญาในการปฏิบัติงานโดยรวมหรือค่านิยมของผู้จัดงานอีเวนต์ นอกจากนี้พันธกิจยังทำหน้าที่เป็นพื้นฐานให้แก่จุดมุ่งหมายวัตถุประสงค์และกลยุทธ์ในขั้นตอนถัดไป

2. การพัฒนาจุดมุ่งหมายของงานอีเวนต์และวัตถุประสงค์ของงานอีเวนต์
จุดมุ่งหมาย หมายถึง ถ้อยคำที่นำเสนอทิศทางในการจัดงานอีเวนต์ วัตถุประสงค์สะท้อนความก้าวหน้าในการบรรลุจุดมุ่งหมายและการวัดเปรียบเทียบสมรรถนะเกณฑ์มาตรฐานของการดำเนินการ นอกจากนี้ วัตถุประสงค์ยังหมายถึงผลลัพธ์ที่เป็นไปได้และเป็นที่ต้องการของงานอีเวนต์เช่น การสร้างกำไร ความสัมพันธ์ทางสังคม การส่งเสริมภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวหรือแบรนด์ นอกจากนี้ การพิจารณาความปรารถนาและความต้องการของบุคคลและองค์กรที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานอีเวนต์ ก็ถือเป็นสิ่งสำคัญเนื่องจากแต่ละกลุ่มมีความต้องการที่แตกต่างกัน ยกตัวอย่างเช่น ผู้สนับสนุนทางการเงินอยากให้มีการประชาสัมพันธ์แบรนด์ของพวกเขา ซึ่งนำไปสู่การเพิ่มยอดขาย ชุมชนท้องถิ่นอยากให้งานอีเวนต์ประชาสัมพันธ์คุณค่าและแบรนด์ของแหล่งท่องเที่ยว โดยที่ไม่รบกวนวิถีชีวิตของชุมชนมากเกินไป เมื่อมีการจัดทำจุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของงานอีเวนต์ทำให้สมาชิกทีมผู้จัดงานอีเวนต์สามารถให้ความสนใจในกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานอีเวนต์ได้

3. การวิเคราะห์สถานการณ์ ถือเป็นสิ่งที่ต้องจัดทำในงานอีเวนต์เชิงกลยุทธ์ทั้งยังมีบทบาทเป็นข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับวิธีการที่สภาพแวดล้อมภายนอกและภายในมีผลกระทบต่อ งานอีเวนต์ตามที่ได้กล่าวไปแล้ว อย่างไรก็ตามในการวิเคราะห์สถานการณ์ขอบเขตของการวิเคราะห์ ได้ถูกจำกัดเพียงความคิดของงานอีเวนต์ที่เลือกไว้ โดยเริ่มจากสภาพแวดล้อมภายนอกและตัวแปร ต่าง ๆ ที่อยู่เหนือการควบคุมของบริษัทจัดงานอีเวนต์ ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อความสำเร็จของงาน อีเวนต์ได้

4. ระบุทางเลือกเชิงกลยุทธ์สำหรับการปฏิบัติงานเชิงกลยุทธ์ งานอีเวนต์สามารถ จัดขึ้นเพื่อบรรลุจุดประสงค์ที่หลากหลายขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ที่ธุรกิจหรือลูกค้าเจ้าของงานได้ตกลง กับผู้จัดงานอีเวนต์ อาจกล่าวได้ว่างานอีเวนต์บางงาน จัดขึ้นเพื่อจุดประสงค์ที่นอกเหนือไปจากการทำ ธุรกิจเช่น เพื่อเพิ่มความร่วมมือของชุมชนเพื่อประชาสัมพันธ์การรับรู้ทางสังคมเกี่ยวกับปัญหาบาง ประการการเลือกทางเลือกเชิงกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับจุดประสงค์ของงานถือเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้การ วางแผนงานอีเวนต์สามารถประสบความสำเร็จได้

5. การพัฒนาและการปฏิบัติงานตามแผนปฏิบัติการ แผนปฏิบัติการเป็น สิ่งจำเป็นในการบรรลุวัตถุประสงค์และพันธกิจของงานอีเวนต์ รวมทั้งการดำเนินงานตามแผน ปฏิบัติการให้ประสบผลสำเร็จโดยวัตถุประสงค์ของแผนปฏิบัติการแต่ละส่วน จำเป็นต้องเชื่อมโยงกับ วัตถุประสงค์ของกลยุทธ์โดยรวมของงานอีเวนต์ ซึ่งส่วนของงานหลักที่ควรมีการพัฒนาแผนปฏิบัติการ ได้แก่ การจัดทำงบประมาณและการควบคุมการตลาด วิธีการแสดงและฉากการวิจัยและการ ประเมินผล ความมั่นคงและการจัดการความเสี่ยง การสนับสนุนการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม สิ่ง ปฏิบัติการ การขนส่ง เป็นต้น

6. การสร้างและการปฏิบัติงานของระบบควบคุม เมื่อแผนปฏิบัติงานถูกนำมา ปรับใช้ ผู้จัดงาน อีเวนต์ จำเป็นต้องสร้างกลไกเพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าการทำงานต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น สอดคล้องกับแผนงานหรือมีการปรับเปลี่ยนที่เหมาะสม ในกรณีที่ควรเปลี่ยนแปลงแผนงานผู้จัดงาน อีเวนต์ ต้องมีระบบควบคุม เพื่อให้สามารถติดตามและมั่นใจได้ว่า การปฏิบัติงานได้สอดคล้องกับ วัตถุประสงค์และทรัพยากร โดยทรัพยากรที่มีอยู่ควรถูกใช้อย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิผลสูงสุด นอกจากนี้ องค์กรที่ให้การสนับสนุนทางการเงิน ยังจำเป็นต้องพิจารณางบประมาณของงานอีเวนต์ ก่อนที่องค์กรเหล่านี้จะตกลงให้การสนับสนุน

7. การปิดงาน การประเมินผลและการรายงานผล เมื่องาน อีเวนต์ เสร็จสิ้นลง ผู้จัดงานอีเวนต์จำเป็นต้องจัดทำกระบวนการปิดงาน ซึ่งโดยปกติจะเสร็จสิ้นเร็วกว่าเวลาของการเริ่ม งานอีเวนต์ ช่วงเวลานี้เป็นช่วงเวลาที่เหมาะสมที่ทีมงานอีเวนต์เคลื่อนย้ายและแยกชิ้นส่วนของอุปกรณ์ที่ ใช้งานระหว่างงาน อีเวนต์ สาเหตุที่ระยะเวลาการปิดงานควรจะสั้นเนื่องจาก อาจมีการใช้งานสถานที่

จัดงานอีเวนต์สำหรับวัตถุประสงค์อื่นเช่น มีงานอีเวนต์อื่นมาใช้ต่อในการปิดงานผู้จัดงาน อีเวนต์จำเป็นต้องมีรายการตรวจสอบสำหรับการปิดงานที่ช่วยให้สามารถปิดงานได้เร็วขึ้น และได้อย่างเหมาะสม นอกจากนี้ ผู้จัดงานอีเวนต์ยังมีหน้าที่ในการรวบรวมข้อมูลเพื่อประเมินผลลัพธ์ของงานอีเวนต์ โดยวิธีการที่นิยมใช้คือ การประเมินวัดระดับความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงานอีเวนต์ซึ่งผู้จัดงานอีเวนต์มักใช้การสำรวจความคิดเห็น

จากการศึกษาองค์ประกอบของการดำเนินงานท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรม สรุปได้ว่า ขั้นตอนการดำเนินงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรม ประกอบด้วย 4 ขั้นตอนหลัก คือ การกำหนดวัตถุประสงค์ การสร้างกิจกรรม การบริหารจัดการกิจกรรมพิเศษ และการประเมิน

องค์ประกอบของการดำเนินงานท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรม

จากการทบทวนวรรณกรรมในเรื่องแนวคิดองค์ประกอบของการดำเนินงานท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรม พบว่า มีแนวคิดของ EMBOK Model (Event Management Body Of Knowledge : EMBOK) แนวคิด EMBOK ถูกริเริ่มขึ้นเมื่อปี ค.ศ. 1999 โดย William O'Toole จากนั้นศาสตราจารย์ Julia Rutherford Silvers ได้นำมาพัฒนาต่อ โดยแนวคิด EMBOK เป็นรูปแบบการวางแผนการจัดกิจกรรม โดยแบ่งเป็น 5 องค์ประกอบ ได้แก่ (Goldblatt, 2014; Silvers, 2007) ดังนี้

1. การบริหารจัดการ (Administration) ประกอบด้วย การจัดการด้านเวลา จัดการภาพรวมของกิจกรรม การจัดการเครือข่ายผู้ร่วมจัดกิจกรรม จัดซื้อจัดจ้าง จัดการข้อมูลข่าวสาร จัดการทรัพยากร บุคคล จัดการการเงิน
2. การออกแบบ (Design) ประกอบด้วย การวางแผนภาพรวมของงาน จัดทำกำหนดการภายในงาน ออกแบบและควบคุมการผลิตให้งานเป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้ วางแผนด้านอาหารและเครื่องดื่ม วางแผนตกแต่งสถานที่ วางแผนกิจกรรมเสริมความสนุกสนาน อื่น ๆ วางแผนข้อมูลการสื่อสาร
3. การตลาด (Marketing) การหาผู้สนับสนุนงานขาย รวมถึงการรับสมัครงาน ประชาสัมพันธ์ งานส่งเสริมการขาย งานจัดแสดงสินค้า งานวางแผนการตลาด งานวางแผน เกี่ยวกับวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ
4. การดำเนินงาน (Operations) งานเทคนิคต่าง ๆ งานสถานที่ การประสานงานกับผู้มีส่วนร่วมจัดการแข่งขัน การขนส่ง การเดินทางการจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็น ต่อการจัดกิจกรรม การติดต่อสื่อสาร การต้อนรับและดูแลผู้เข้าร่วมในส่วนของผู้ชม
5. ความเสี่ยง (Risk) รักษาความปลอดภัย การออกกฎระเบียบต่าง ๆ การประกันชีวิต และประกันอุบัติเหตุ งานดูแลสุขภาพและความปลอดภัยของผู้เข้าร่วมกิจกรรม การเตรียมการ

เพื่อเหตุผลฉุกเฉิน การติดตามให้การปฏิบัติเป็นไปตามกฎระเบียบข้อบังคับ

สรุปได้ว่า องค์ประกอบของการดำเนินงานท่องเที่ยวเชิงมทธรรม ตามแนวคิด EMBOK (Silvers, 2007) ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ คือ การบริหารจัดการ (Administration) การออกแบบ (Design) การตลาด (Marketing) การดำเนินงาน (Operations) และความเสี่ยง (Risk) โมเดลนี้จะช่วยให้การจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมทธรรม งานอีเวนต์ และงานต่าง ๆ ดำเนินไปได้อย่างเป็นระบบ มีความครอบคลุมการจัดงานทุกด้าน ซึ่งจะช่วยให้ส่งเสริมให้งานมีความเรียบร้อยและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. งานวิจัยในประเทศ

ทศวรรษ โอภาสขจรเดช (2559) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความสำเร็จของการดำเนินงานธุรกิจอีเวนต์ขนาดกลางและขนาดเล็ก มีวัตถุประสงค์การวิจัย 1) เพื่อศึกษาปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบต่อความสำเร็จของการดำเนินงานธุรกิจอีเวนต์ขนาดกลางและขนาดเล็ก 2) เพื่อศึกษาการดำเนินงานของธุรกิจของบริษัทอีเวนต์ขนาดกลางและขนาดเล็ก 3) เพื่อศึกษาแนวโน้มของธุรกิจอีเวนต์ในอนาคต เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจเป็นการศึกษาในรูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เจ้าของธุรกิจ ผู้บริหารและพนักงาน บริษัทอีเวนต์ขนาดกลางและขนาดเล็ก จำนวน 4 บริษัท ได้แก่ บริษัทคอมมาร์ต โปรดักชั่น จำกัด บริษัท การะเกด เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด บริษัท บ้านหลังนี้ จำกัด และบริษัท ริงค์กิ้ง เจริต จำกัด โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อศึกษาปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบต่อความสำเร็จของการดำเนินงานธุรกิจอีเวนต์ขนาดกลางและขนาดเล็ก เพื่อศึกษาการดำเนินงานของธุรกิจของบริษัทอีเวนต์ขนาดกลางและขนาดเล็ก และเพื่อศึกษาแนวโน้มของธุรกิจ อีเวนต์ในอนาคต เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจผลการวิจัยพบว่า บริษัทอีเวนต์ขนาดกลางและขนาดเล็กทั้ง 4 บริษัท ที่ได้ทำการศึกษามีรูปแบบการดำเนินธุรกิจอื่น ๆ ควบคู่กับการทำธุรกิจอีเวนต์ เนื่องด้วยธุรกิจอีเวนต์ขนาดกลางและขนาดเล็กมีเงินทุนน้อย และการแข่งขันค่อนข้างสูงจึงต้องทำให้ธุรกิจอีเวนต์ต้องดึงกลยุทธ์ให้ความหลากหลายอย่างครบวงจร ทั้งนี้ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบต่อความสำเร็จของการดำเนินงานธุรกิจอีเวนต์มีดังนี้ ด้านปัจจัยภายใน ปัจจัยที่ผู้ให้สัมภาษณ์ให้ความสำคัญที่สุด คือ กลยุทธ์องค์กร ซึ่งจะเน้นกลยุทธ์ในการดำเนินงานที่แตกต่างกันให้โดดเด่น ไม่เหมือนใคร ส่วนปัจจัยภายนอก การเมืองเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบมากที่สุด เนื่องจากการเมืองมีผลต่อสภาพเศรษฐกิจ จึงทำให้ธุรกิจอีเวนต์ได้รับผลกระทบโดยตรง ซึ่งเป็นสิ่งที่ธุรกิจอีเวนต์นั้นไม่สามารถควบคุมได้ จึงต้องปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ในปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยคู่แข่ง ไม่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานธุรกิจอีเว้นท์ เนื่องจากธุรกิจอีเว้นท์ต่างมีจุดแข็ง และกลยุทธ์ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับประเภทธุรกิจที่จะเลือกใช้บริการให้มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ของตน ทำให้เกิดความไว้วางใจ ความเชื่อมั่น และการกลับมาใช้บริการอีกครั้ง สำหรับการศึกษาการดำเนินงานธุรกิจอีเว้นท์ พบว่า ต้องมีการบริหารจัดการที่ดีทั้ง 4 เรื่องควบคู่กัน ได้แก่ คน เครื่องจักร วัตถุดิบ เงินทุน และการบริหาร ซึ่งธุรกิจอีเว้นท์ให้ความสำคัญการบริหารจัดการเรื่องคน ซึ่งคุณสมบัติของบุคลากรต้องมีความสามารถในการออกแบบ มีความคิดสร้างสรรค์ ใจรักบริการ และสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ อย่างไรก็ตาม แนวโน้มในอนาคตของการดำเนินธุรกิจนั้นจะเติบโตไปได้อย่างแน่นอนยิ่งในอนาคตสินค้าจะมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น อีกทั้งผู้บริโภคยังต้องการรับประสบการณ์ โดยตรงจากสัมผัสทั้ง 5 ไม่ใช่แค่ภาพนิ่ง หรือภาพเคลื่อนไหวในโทรศัพท์ ซึ่งในโลกดิจิทัลหรือออนไลน์ไม่สามารถทำได้เหมือนกับอีเว้นท์

ประภัสสร มีน้อย (2560) ได้ศึกษารูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพการณ์และความต้องการของการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 2) สังเคราะห์รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 3) วิเคราะห์และกำหนดกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 และ 4) รับรองรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 เป็นการวิจัยและพัฒนา และการวิจัยเชิงนโยบาย (Policy Research) ร่วมกับการวิจัยเชิงอนาคต EDFR (Ethnographic Delphi Futures Research) เก็บรวบรวมข้อมูลจากการวิเคราะห์เอกสาร การสังเกตแบบมีส่วนร่วม การสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จำนวน 30 คน ประเมินตรวจสอบความเหมาะสมของกลยุทธ์ โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 17 คน ผลการวิจัย พบว่า 1) สภาพการณ์และความต้องการด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก มีศักยภาพด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวและมีความพร้อมในการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬา นอกจากนี้ ผู้จัดกิจกรรมเห็นว่าภาครัฐควรกำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในแต่ละพื้นที่ให้ชัดเจน และควรสร้างสรรค์การท่องเที่ยวเชิงกีฬารูปแบบใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยว 2) ได้รู้รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 เรียกว่า “SPORT-K Model” ประกอบด้วย S-Standard, P-Participation, O-Organizing, R-Responsibility, T- Technology and Innovation และ K-Knowledge 3) กลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 มี 5 กลยุทธ์ ดังนี้ กลยุทธ์ที่ 1 พัฒนาศักยภาพด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก กลยุทธ์ที่ 2 ส่งเสริมการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าจากทรัพยากรท้องถิ่นสู่การสร้างกิจกรรม สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬาบนฐานอัตลักษณ์ชุมชน

โดยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนภาคีเครือข่าย และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาเพื่อสร้างความสมดุลระหว่างนักท่องเที่ยว ชุมชน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง กลยุทธ์ที่ 4 พัฒนากลไกขับเคลื่อนการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก และกลยุทธ์ที่ 5 พัฒนาคนด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อการเสริมสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬารองรับไทยแลนด์ 4.0 4) รับรองรูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตก เพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 ด้วยการจัดประชุมเชิงนโยบาย พบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความเห็นอย่างฉันทามติว่า รูปแบบและกลยุทธ์ทั้ง 5 กลยุทธ์มีความเหมาะสมและเป็นไปได้

รัตพงษ์ เขียวพันธุ์ (2561) ได้ศึกษารูปแบบการจัดการมหรรมกีฬาของสโมสรฟุตบอลไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาองค์ประกอบของการจัดการมหรรมกีฬาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและสร้างรูปแบบการจัดการมหรรมกีฬา เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ของสโมสรฟุตบอลไทยที่เหมาะสม ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมทั้งเชิงคุณภาพและปริมาณ โดยมีสโมสรฟุตบอลไทยที่ทำการแข่งขันอยู่ในระดับไทยพรีเมียร์ลีกเป็นกรณีศึกษา ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบการจัดการมหรรมกีฬาของสโมสรฟุตบอลไทย เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว มีองค์ประกอบทั้งหมด 8 องค์ประกอบ ประกอบด้วยตัวแปรทั้งหมด 72 ตัวแปร สามารถจัดเรียงลำดับตามค่าน้ำหนักองค์ประกอบ ดังนี้ ลำดับที่ 1 การบริหาร ประกอบด้วยส่วนงานสำคัญ 3 ส่วน ได้แก่ การจัดการทั่วไป การจัดการแข่งขัน และการตลาดของแหล่งท่องเที่ยว ลำดับที่ 2 การดำเนินการ คือ งานที่ต้องกระทำระหว่างที่มีการจัดมหรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในช่วงเวลาที่มีการจัดมหรรมการท่องเที่ยว ลำดับที่ 3 การจัดการความเสี่ยง คือ งานที่เกี่ยวข้องกับการเตรียมรับมือกับเหตุการณ์ไม่ดีขึ้นที่อาจเกิดขึ้น ลำดับที่ 4 การบริการ คือ งานที่เกี่ยวข้องกับการบริการและการคุ้มครองสิทธินักท่องเที่ยว ลำดับที่ 5 ความปลอดภัย คือ งานที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันเหตุการณ์ร้าย ลำดับที่ 6 ด้านความสัมพันธ์ คือ งานที่มุ่งเน้นให้เกิดความยั่งยืน ลำดับที่ 7 ด้านสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยว คือ งานที่เกี่ยวข้องกับการสร้างประสบการณ์ ความประทับใจ และลำดับที่ 8 การออกแบบ คือ งานด้านการออกแบบกิจกรรมที่เกิดขึ้นระหว่างที่มีมหรรมกีฬา ทั้งหมดนี้ เพื่อให้เกิดรูปแบบการจัดการในแต่ละองค์ประกอบอย่างเหมาะสม

จิณัสมา ศรีหิรัญ ศศิพัชร ปิติโรจน์ และกาญจนา แสนนอน (2561) ได้ศึกษาแนวทางการออกแบบกิจกรรมอีเว้นท์เชิงวัฒนธรรมแบบสนุกสนาน ในบริบทอัยาศัยไมตรีที่ดังตามตามอย่างไทย : กรณีศึกษา วิทยาลัยดุสิตธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาแนวคิดของอัยาศัยไมตรีที่ดังตามตามอย่างไทย 2) ลำดับความสำคัญของหน่วยย่อยในโดเมนความรู้ด้านการออกแบบ ของ EMBOK Model ในการออกแบบกิจกรรม อีเว้นท์เชิงวัฒนธรรมแบบสนุกสนาน 3) กำหนดแนวทางในการออกแบบกิจกรรมอีเว้นท์เชิงวัฒนธรรมแบบสนุกสนาน ในบริบทอัยาศัยไมตรีที่ดังตามตามอย่างไทย กรณีศึกษา วิทยาลัยดุสิตธานี กรุงเทพฯ ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลจากการ

สังเกตการณ์ การสนทนากลุ่ม และการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง วิเคราะห์ข้อมูล โดยวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic Analysis) ตรวจสอบข้อมูลด้วยหลักแนวคิด ทฤษฎี และข้อมูลจากการวิจัย โดยนำเสนอเชิงพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า “อธยาศัยไมตรีที่งดงามตามอย่างไทย” คือ การดูแล เอาใจใส่ แขกผู้มาเยือนเหมือนดังเป็นคนในครอบครัว การทักทายต้อนรับแขกผู้มาเยือนด้วย “การไหว้” ในกิริยาที่ “ยิ้มแย้ม แจ่มใส” และกล่าวคำว่า “สวัสดี” ด้วย “ความมีสัมมาคารวะ สุภาพ อ่อนโยน อ่อนน้อม ถ่อมตน” และ “เป็นมิตร” “รักสนุก เฮฮา” พร้อม “ให้ความช่วยเหลือ” มีการเคารพนับถือผู้อาวุโส แม้มิใช่ญาติหรือคนที่รู้จักกันมาก่อน และมักกล่าวคำว่า “ไม่เป็นไร” ในการรักษาน้ำใจและดำรงสัมพันธ์ภาพอันดีระหว่างบุคคล ลำดับความสำคัญของหน่วยย่อยในการออกแบบ คือ การออกแบบธีมงาน (Theme Design) การออกแบบเนื้อหา (Content Design) และการออกแบบการผลิต (Production Design) ตามลำดับ มีการนำแนวคิดของอัตลักษณ์ไทย ความเป็นไทย และอธยาศัยไมตรีที่งดงามตามอย่างไทย มาศึกษาค้นคว้า วิจัย และประยุกต์ใช้เป็นแนวทางเบื้องต้นในการสร้างสรรค์งานออกแบบ การจัดกิจกรรมอีเวนต์เชิงวัฒนธรรมแบบสนุกสนาน ซึ่งได้แนวทางการออกแบบงาน ประกอบด้วย “ธีมงานวัด” “มาเมืองไทย อยู่อย่างไทย” และ “วัฒนธรรมอาหารริมทางแบบไทย” เป็นต้น

จิตรภรณ์ จรัสรัมย์ (2561) ได้ศึกษาขั้นตอนการจัดงานอีเวนต์ กรณีศึกษางาน ICONSIAM Grand Opening จัดโดย บริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาขั้นตอนการจัดงาน ICONSIAM Grand Opening และเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลให้การดำเนินงานในกิจกรรมพิเศษประสบผลสำเร็จ โดยงานวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากนักวิชาชีพ ด้านการจัดกิจกรรมพิเศษในบริษัทรับบริหารจัดการกิจกรรมพิเศษ จำนวน 5 คน และการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม ผลการวิจัยพบว่า 1) ขั้นตอนการดำเนินงานการจัดกิจกรรมพิเศษ มีทั้งหมด 4 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนการกำหนดวัตถุประสงค์ ขั้นตอนการสร้างกิจกรรมพิเศษ ขั้นตอนการบริหารจัดการ และขั้นตอนการประเมินผล โดยการทำงานทุกขั้นตอนต้องมีความคิดสร้างสรรค์ เพราะเป็นสิ่งสำคัญในการจัดการกิจกรรมพิเศษ แต่ความคิดสร้างสรรค์ที่ดีจะต้องสะท้อนอัตลักษณ์และกลยุทธ์ขององค์กรด้วย 2) ปัจจัยที่ส่งผลให้การดำเนินงานในการจัดกิจกรรมพิเศษประสบความสำเร็จในแต่ละขั้นตอน มีทั้งสิ้น 3 ปัจจัยหลัก ได้แก่ สร้างอีเวนต์ให้เป็นคอนเทนต์ที่คนอยากแชร์ การเข้าใจความต้องการของผู้บริโภค และการเรียนรู้เรื่องเทคโนโลยีและดิจิทัล โดยการสร้างอีเวนต์ที่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค โดยการทำความเข้าใจความต้องการของผู้บริโภค และนำมาสร้างเป็นคอนเทนต์ให้ผู้บริโภคเข้าใจและเข้าถึงอีเวนต์ให้ได้มากที่สุด เพื่อหวังถึงการพูดถึงมีการแชร์ผ่านโซเชียลมีเดีย นอกจากนี้ ยังต้องเรียนรู้เรื่องเทคโนโลยีและดิจิทัล ที่มีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เพื่อนำมาพัฒนาให้อีเวนต์ไม่ล้าสมัยและก้าวล้ำคู่แข่งอยู่เสมอ

2. งานวิจัยต่างประเทศ

Sultana และคณะ (2020) ได้ศึกษาความเข้าใจของบริษัทที่รับจัดงานอีเวนต์ที่มีต่ออีเวนต์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม : กรณีศึกษาบังคลาเทศ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อระบุลักษณะของอีเวนต์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อแสดงแนวคิดบางประการในการจัดกิจกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และตรวจสอบความคิดเห็นของบริษัทจัดงานอีเวนต์เพื่อรับรู้ถึงแนวโน้มของกิจกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้ข้อมูลจากแหล่งทุติยภูมิ เว็บไซต์ และเอกสารการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ทำการเก็บข้อมูลกับบริษัทจัดงานอีเวนต์ 10 แห่ง ในเมืองธากาและเมืองจิตตะกอง โดยผลการวิจัยมุ่งเน้นการกระตุ้นบริษัทจัดงานอีเวนต์เกี่ยวกับกิจกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และศึกษาความเข้าใจเกี่ยวกับการนำเทรนด์งานสีเขียวไปใช้ในกิจกรรมต่าง ๆ จากนั้นจึงสรุปด้วยข้อเสนอแนะที่เสนอเพื่อให้เกิดความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมในบังคลาเทศ ผลการวิจัยพบว่า บริษัทจัดงานอีเวนต์ได้รับทราบเกี่ยวกับการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในการจัดการและรีไซเคิลของเสีย บริษัทความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อม และอาหารและเครื่องดื่ม บางส่วนได้ดำเนินการไปแล้ว และบางส่วนก็ทราบที่จะนำไปใช้ในอนาคต นอกจากนี้ผลการวิจัยยังชี้ให้เห็นว่า กฎหมายและการขนส่งสาธารณะ ได้รับความสนใจต่ำที่สุดในบรรดาบริษัทจัดงานอีเวนต์ นั้นหมายความว่าบริษัทต่าง ๆ ไม่ได้รับรู้หรือฝึกฝนระบบนี้ในปัจจุบัน จากการวิเคราะห์พบว่ามีความเป็นไปได้สูงที่จะพัฒนา นำไปใช้ และจัดกิจกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมหรือใช้แนวปฏิบัติที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน และมุมมองของบริษัทจัดงานอีเวนต์แสดงถึงการมีส่วนร่วม โน้มน้าว และจูงใจผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการวางแผนงานสีเขียว เพื่อความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และอนาคต

Ashwin (2020) ได้ทำการสำรวจอุตสาหกรรมอีเวนต์ในด้านความพร้อมและความยืดหยุ่นต่อความเสี่ยง โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อศึกษาข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับแนวทางปฏิบัติในการบริหารความเสี่ยงที่ผู้จัดงานนำมาใช้ และวิธีการเตรียมองค์กรและทีม เพื่อจัดการกับความเสี่ยงและความไม่แน่นอน โดยทำการศึกษาจากผู้นำอุตสาหกรรมกว่า 160 ราย ใน 11 ประเทศ ผลการสำรวจบางส่วน พบว่า 45% มีกระบวนการจัดการความเสี่ยง 41% จัดการเมื่อเกิดความเสี่ยง และ 14% มีการจัดการเฉพาะกิจ ความรับผิดชอบในการบริหารความเสี่ยงส่วนใหญ่ ขึ้นอยู่กับผู้อำนวยการฝ่ายปฏิบัติการ CEO หรือตำรวจ/EMS ในขณะที่ 86% ของผู้เข้าร่วมเชื่อว่าการประเมินความเสี่ยงจะครบกำหนดหรือเกิดขึ้นใหม่ มีเพียง 18% เท่านั้นที่มีแผนการจัดการความเสี่ยงที่มีอายุน้อยกว่า 12 เดือน และมีเพียง 19% เท่านั้นที่ดำเนินการทบทวนมากกว่าปีละครั้ง 21% ของผู้ตอบแบบสอบถามไม่มีแผนเลย และ 44% ไม่ทราบว่ามีการทบทวนการบริหารความเสี่ยงบ่อยเพียงใด จากการวิจัยสรุปได้ว่า ทุกองค์กรทำงานในสภาพแวดล้อมที่มีความเสี่ยง องค์กรที่ประสบความสำเร็จไม่เพียงแต่เข้าใจความเสี่ยงเหล่านี้เท่านั้น แต่ยังใช้ความเข้าใจในความเสี่ยงเหล่านี้เพื่อตัดสินใจอย่างมีข้อมูลความ

เสี่ยง นอกจากนี้ ยังมีแนวคิดที่ได้รับการพิสูจน์แล้ว 3 ประการที่ทีมสามารถดำเนินการได้ เพื่อเพิ่มความยืดหยุ่น และสร้างความรู้และความสามารถในการจัดการกับความเสียหายและไม่ทราบต่อองค์กรและเหตุการณ์ คือ 1) การวางแผนงานและการตัดสินใจตามความเสี่ยง 2) หลักการ “ปลอดภัยด้วยการออกแบบ” เพื่อเพิ่มความปลอดภัย 3) แบบฝึกหัดความพร้อมในการปฏิบัติงาน การศึกษา และการฝึกอบรม โดยใช้แนวทางที่มีโครงสร้างเพื่อพัฒนาความเสี่ยงเชิงรุก กลยุทธ์การจัดการ และการแบ่งปันเส้นทางการเรียนรู้กับคนทำงาน อาสาสมัคร ผู้สนับสนุน ผู้ขาย ผู้แสดงสินค้า ทีมแพทย์ และชุมชนงานอีเวนต์ในวงกว้าง ผู้จัดงานมีโอกาสที่จะมีอิทธิพลต่อวัฒนธรรมอุตสาหกรรมงานโดยรวม รวมทั้งเพิ่มขีดความสามารถให้กับบุคลากรของพวกเขา ให้พร้อมเมื่อความเสี่ยงมาถึง



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การส่งเสริมธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรมของกลุ่ม ร้อยแก่นสารสินธุ์ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีรายละเอียดวิธีดำเนินการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือ
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ มีประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ดังนี้

1. ผู้ประกอบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรม

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการจัดการท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรม ที่รับจัดงานร่วมกับสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาในกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ ในช่วง 5 ปี ก่อนวิกฤต โควิด 19 (ปี พ.ศ. 2558-2562) จำนวน 6 ราย ซึ่งได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) มีรายละเอียดดังในตาราง 1

ตาราง 1 ข้อมูลประชากรและกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มผู้ประกอบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรม

ลำดับที่	จังหวัด	ชื่อผู้ประกอบการจัดการ ท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรม	ลักษณะการดำเนินงาน
1.	ร้อยเอ็ด	OB Studio	1. รับจัดงานอีเวนต์ครบวงจร 2. วางแผนงานและกำหนดการ 3. ออกแบบกราฟฟิก 4. ออกแบบการ์ดเชิญ

ตาราง 1 (ต่อ)

ลำดับที่	จังหวัด	ชื่อผู้ประกอบการจัดงาน ท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรม	ลักษณะการดำเนินงาน
			5. ระบบแสง สี เสียง 6. อาหารและเครื่องดื่ม 7. บันทึกภาพนิ่งและ ภาพเคลื่อนไหว 8. ดอกไม้ ป้าย และ การตกแต่งสถานที่
2.	ขอนแก่น	PT Sound & Light System	1. รับจัดงานอีเวนต์ครบวงจร 2. วางแผนงานและกำหนดการ 3. ออกแบบกราฟฟิก 4. ออกแบบการ์ดเชิญ 5. ของชำร่วย ของที่ระลึก 6. ระบบแสง สี เสียง 7. อาหารและเครื่องดื่ม 8. บันทึกภาพนิ่งและ ภาพเคลื่อนไหว ด้วยอุปกรณ์ ที่ทันสมัย 9. บริการห้องพัก 10. ดอกไม้ ป้าย และ การตกแต่งสถานที่
3.	มหาสารคาม	Bo Little Dance Studio	1. รับจัดงานอีเวนต์ครบวงจร 2. วางแผนงานและกำหนดการ 3. ออกแบบกราฟฟิก 4. ออกแบบการ์ดเชิญ 5. ระบบแสง สี เสียง 6. อาหารและเครื่องดื่ม

ตาราง 1 (ต่อ)

ลำดับที่	จังหวัด	ชื่อผู้ประกอบการจัดงาน ท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรม	ลักษณะการดำเนินงาน
			7. บันทึกภาพนิ่งและ ภาพเคลื่อนไหว 8. ดอกไม้ ป้าย และ การตกแต่งสถานที่
4.	มหาสารคาม	เดอะเบสท์ แพลน แอนด์ ออคาร์ไนซ์เซอร์	1. รับจัดงานอีเวนต์ครบวงจร 2. วางแผนงานและกำหนดการ 3. ออกแบบกราฟฟิก 4. ออกแบบการ์ดเชิญ 5. ระบบแสง สี เสียง 6. อาหารและเครื่องดื่ม 7. บันทึกภาพนิ่งและ ภาพเคลื่อนไหว 8. ดอกไม้ ป้าย และ การตกแต่งสถานที่
5.	กาฬสินธุ์	โรงแรมริมปาว	1. ให้บริการห้องพัก 2. ห้องจัดเลี้ยง 3. ออกแบบและตกแต่งสถานที่ ห้องจัดเลี้ยง 4. อาหารและเครื่องดื่ม 5. ของขวัญ ของชำร่วย 6. ระบบแสง สี เสียง
6.	กาฬสินธุ์	ห้างหุ้นส่วนจำกัดศิริประภา เซลล์แอนด์เซอร์วิส	1. รับจัดงานอีเวนต์ครบวงจร 2. วางแผนงานและกำหนดการ 3. ออกแบบกราฟฟิก 4. ออกแบบการ์ดเชิญ 5. ระบบแสง สี เสียง

ตาราง 1 (ต่อ)

ลำดับที่	จังหวัด	ชื่อผู้ประกอบการจัดงาน ท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรม	ลักษณะการดำเนินงาน
			6. อาหารและเครื่องดื่ม 7. บันทึกภาพนิ่งและ ภาพเคลื่อนไหว 8. ดอกไม้ ป้าย และ การตกแต่งสถานที่

จากตาราง 1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มผู้ประกอบการจัดงานท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรมที่รับจัดงานร่วมกับสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาในกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ ในช่วง 5 ปีก่อนวิกฤตโควิด 19 (ปี พ.ศ. 2558-2562) จำนวน 6 ราย มีลักษณะการดำเนินงานเป็นการรับจัดงานท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรมหรืองานอีเวนต์ ซึ่งทุกรายมีการติดต่อว่าจ้างผู้ประกอบการรายย่อยเพื่อร่วมงานในบางส่วน เพื่อให้ได้งานที่สมบูรณ์ โดยปฏิบัติงานตามเงื่อนไขหรือข้อกำหนดที่ผู้ว่าจ้างต้องการ และตามข้อตกลงที่ระบุไว้ในการจ้างงาน

2. หน่วยงานภาครัฐที่ทำการว่าจ้างผู้ประกอบการรับจัดงาน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐที่มีนโยบายด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศในกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ จำนวน 5 หน่วยงาน ซึ่งได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ได้แก่ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดร้อยเอ็ด, สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดขอนแก่น, สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดมหาสารคาม, สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกาฬสินธุ์ และสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดกาฬสินธุ์ ประกอบด้วยกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ซึ่งเป็นผู้แทนหน่วยงาน จำนวนรวม 7 คน รายละเอียดดังในตาราง 2

ตาราง 2 ข้อมูลประชากรและกลุ่มตัวอย่าง และจำนวนผู้ให้ข้อมูล กลุ่มหน่วยงานภาครัฐที่ทำการว่าจ้างผู้ประกอบการรับจัดงาน

ลำดับที่	จังหวัด	ชื่อหน่วยงาน	บทบาทของผู้ให้ข้อมูล	จำนวน (คน)
1.	ร้อยเอ็ด	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดร้อยเอ็ด	เจ้าหน้าที่ หน้าที่: ประสานงาน ช่วยเหลือนักท่องเที่ยว	1
2.	ขอนแก่น	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดขอนแก่น	ผู้บริหาร หน้าที่: บริหารองค์กร เจ้าหน้าที่ หน้าที่: นักจัดการงาน ทั่วไป	1 1
3.	มหาสารคาม	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดมหาสารคาม	เจ้าหน้าที่ หน้าที่: นักวิเคราะห์ นโยบายและแผน	1
4.	กาฬสินธุ์	สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดกาฬสินธุ์	เจ้าหน้าที่ หน้าที่: ผู้ประสานงาน และปฏิบัติหน้าที่ การเงินและบัญชี	1
5.	กาฬสินธุ์	สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด กาฬสินธุ์	เจ้าหน้าที่ หน้าที่: บริหารจัดการ หรือการประสานงาน ด้านการท่องเที่ยว เชิงมหรหกรรม	1 1
โดยรวม				7

จากตาราง 2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มหน่วยงานภาครัฐที่ทำการว่าจ้างผู้ประกอบการรับจัดงาน ประกอบด้วยหน่วยงาน จำนวน 5 หน่วยงาน และกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ซึ่งเป็นผู้แทนหน่วยงาน จำนวนรวม 7 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการสัมภาษณ์ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง จำนวน 2 ฉบับ มีรายละเอียดดังนี้

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

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

การสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง จำนวน 2 ฉบับ มีขั้นตอนการสร้างและหาคุณภาพ ดังนี้

1. ศึกษาข้อมูล องค์ความรู้ แนวคิด หลักการเกี่ยวกับการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง
2. ศึกษาข้อมูลการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรม 5 องค์ประกอบ ตามกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย เพื่อนำมาใช้เป็นกรอบในการสัมภาษณ์
3. สร้างแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง แล้วนำแบบสัมภาษณ์ไปนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อพิจารณาตรวจสอบความถูกต้องและเหมาะสมของแบบสัมภาษณ์ อาจารย์ที่ปรึกษาเห็นชอบให้นำแบบสัมภาษณ์ไปเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ 5 คน เพื่อตรวจสอบและประเมินความสอดคล้องต่อไป
4. นำแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างทั้ง 2 ฉบับ เสนอต่อคณะผู้เชี่ยวชาญ ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยใช้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ระหว่างความมุ่งหมายของการวิจัย และข้อคำถามในแบบสัมภาษณ์ ผลการประเมิน พบว่า ข้อคำถามในแบบสัมภาษณ์ทุกข้อ มีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.60-1.00 ทุกข้อ
5. จัดพิมพ์แบบสัมภาษณ์เพื่อนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลประมาณ 1 เดือน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ขอนหนังสือราชการจากคณะกรรมการท่องเที่ยวและโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อนำไปใช้เป็นหนังสือนำในการขอเก็บรวบรวมข้อมูล
2. ประสานงานไปยังสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาของจังหวัดขอนแก่น ร้อยเอ็ด มหาสารคาม และกาฬสินธุ์ และสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดกาฬสินธุ์ เพื่อนัดหมายวัน เวลา และสถานที่ในการเดินทางไปสัมภาษณ์
3. ประสานเจ้าของหรือผู้แทน ผู้ประกอบการรับจัดงาน (Organizer) ในการจัดงานเทศกาล เพื่อการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ (OB Studio จังหวัดร้อยเอ็ด, PT Sound & Light System จังหวัดขอนแก่น, Bo Little Dance Studio จังหวัดมหาสารคาม, เดอะเบสท์ แพลน แอนด์ ออการไนซ์เซอร์ จังหวัดมหาสารคาม, โรงแรมริมปาว จังหวัดกาฬสินธุ์, ห้างหุ้นส่วนจำกัดศิริประภาเซลล์แอนด์เซอร์วิส จังหวัดกาฬสินธุ์) เพื่อนัดหมายวัน เวลา และสถานที่ในการเดินทางไปสัมภาษณ์
4. ผู้วิจัยผู้วิจัยเดินทางไปทำการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูล ตามวัน เวลา และสถานที่ที่ได้นัดหมายไว้ และเก็บรวบรวมข้อมูลกลับมาด้วยตนเอง โดยใช้เครื่องมือ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ สมุดบันทึก เครื่องเขียน และโทรศัพท์มือถือ เพื่อใช้บันทึกเสียงในขณะสัมภาษณ์

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การจัดกระทำกับข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการดังนี้
 - 1.1 ถอดเสียงบันทึกที่ได้จากการสัมภาษณ์ และจัดทำเป็นไฟล์เอกสาร โดยใช้ไมโครซอฟท์เวิร์ด
 - 1.2 แยกไฟล์ออกเป็นไฟล์ละ 1 คน
 - 1.3 พิมพ์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ทุกไฟล์ โดยใช้เครื่องพิมพ์ (Printer) เพื่อนำสู่การวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป
2. การวิเคราะห์ข้อมูล ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) มีรายละเอียดการดำเนินการ ดังนี้
 - 2.1 ทบทวนข้อคำถาม และความมุ่งหมายของการวิจัย

2.2 กำหนดประเด็นของคำตอบที่ต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับข้อคำถามของการวิจัย และ ความมุ่งหมายของการวิจัย

2.3 อ่านข้อมูลจากการสัมภาษณ์ที่ได้พิมพ์ออกมา ตามประเด็นคำตอบที่กำหนดไว้

2.4 วิเคราะห์ประเด็นคำตอบตามที่กำหนดไว้

2.5 เรียบเรียงข้อมูล ประเด็นคำตอบ ประเด็นหลัก ประเด็นรอง และนำมาสรุปผล การวิเคราะห์ข้อมูล โดยนำเสนอตามลำดับความสำคัญของข้อมูลสอดคล้องกับข้อคำถาม และ ความมุ่งหมายของการวิจัย



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่องการส่งเสริมธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรมของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

1. ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรมของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์
2. กระบวนการดำเนินงานของธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรมของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์
3. แนวทางในการส่งเสริมธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรมของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์

ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรมของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์

1. จากการสัมภาษณ์ผู้แทนหน่วยงาน จำนวน 6 คน เกี่ยวกับธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดงานท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรมของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ พบว่า ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ธุรกิจรับจัดงาน มีบทบาทในการจัดงานตามที่หน่วยงานต้องการ โดยทำการออกแบบงาน ตกแต่งสถานที่ และส่วนต่าง ๆ ของงาน โดยการกำหนดขอบเขตของการจ้างงาน ขึ้นอยู่กับหน่วยงานที่เป็นผู้กำหนด และมอบหมาย ธุรกิจรับจัดงานจะจัดงานให้ครอบคลุมทุกด้านตามที่ได้รับคำสั่ง ได้แก่ เวที การออกแบบ ตกแต่ง แสงสีเสียง โดยในการเตรียมงาน จะมีการวางแผน ออกแบบ จัดทำโมเดล และนำเสนอโมเดล เพื่อให้หน่วยงานพิจารณาก่อนลงมือปฏิบัติทุกครั้ง

ธุรกิจรับจัดงาน อาจมีการว่าจ้างธุรกิจปลีกย่อย เพื่อเข้ามาช่วยงานแต่ละส่วนเช่น ธุรกิจดอกไม้ ธุรกิจอาหาร ธุรกิจแสง สี เสียง ธุรกิจเช่าชุด โดยต้องปฏิบัติงานตามขอบเขตที่ธุรกิจรับจัดงานกำหนด ดังรายละเอียดการสัมภาษณ์ ดังนี้

“...ผู้เกี่ยวข้องในการจัดงานท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรม ได้แก่ หน่วยงานราชการผู้ได้รับมอบหมาย ออกแคโนซ์เซอร์ผู้รับจัดงาน...”

(สุรสิทธิ์ สิงห์หลง, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

“...กลุ่มรับจัดงาน ออกแก๊สเซอร์เป็นหลัก นอกนั้นงานปลีกย่อย ก็จะเป็นธุรกิจเกี่ยวกับดอกไม้ อาหาร เครื่องเสียง แสง สี เช่าชุด...”

(ธัญญา ยามโสภา, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

“...ในส่วนของงานจ้าง organizer จะเกี่ยวกับเครื่องเสียงเวที การแสดงพิธีเปิด วัฒนธรรมจะทำหน้าที่ประสานเครือข่ายและประชาสัมพันธ์ ซึ่งในการประกวดแข่งขันจะมีทีม จากทั่วประเทศไทยมาสมัคร เข้าร่วมประกวด...”

(สุรศักดิ์ หมวกชัยภูมิ, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

“...ในการดำเนินงานที่ผ่านมา ภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานท่องเที่ยวเชิงมหรหรรคมประกอบด้วย ธุรกิจรับจัดงาน อาหาร แสง สี เสียง การแสดง...”

(ปรัชญาภรณ์ แสนแก้ว, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

“...ทางกองทุนพัฒนาและอนุรักษ์พระบรมธาตุนาควูน เป็นผู้บริหารจัดการหลักของงานทั้งหมด ในส่วนของงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดมหาสารคามจะไปเสริมในเรื่องของแสงสีเสียง ไม่ได้จัดทั้งหมด ในส่วนของงานจัดจะมีพิธีและมีขบวนแห่ซึ่งทางการท่องเที่ยวก็จะเข้าไปร่วมในส่วนที่เป็นกระบวนแห่โดยนำหุ่นกระต๊อบข้าวเข้าไปจัดขบวน หุ่นกระต๊อบข้าวบ้านดงน้อย เป็นอีกหนึ่งขบวนอยู่ในหลาย ๆ ขบวนของงาน...”

(กฤตภรณ์ ขัตติยวงศ์, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

“...ผู้ได้รับประโยชน์ ก็คือ ประชาชนมีการจ้างออกแก๊สเข้ามาเกี่ยวข้องเป็นบางส่วน เช่นในการจัดตกแต่งสถานที่ และการออกแบบต่าง ๆ จะเป็นการให้ออกแก๊สเข้ามาจัดเนื่องจาก จะมีแนวคิดและมีความคิดสร้างสรรค์มากกว่าที่จะเป็นเจ้าของพื้นที่หรือชาวบ้านเป็นผู้ร่วมกันจัดก็จะทำให้งานมีความน่าสนใจยิ่งขึ้น ต้องการออกแก๊สที่มีแนวคิดแปลกใหม่ เป็นงานรูปแบบใหม่ไม่ซ้ำเดิมกับที่ผ่านมาในการพิจารณาเลือกออกแก๊ส ก็พิจารณาวัตถุประสงค์หลักก็คือว่าการออกแบบ และสามารถจัดงานได้จริง...”

(ปิยะพร พรหมกุล, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

2. จากการสัมภาษณ์ผู้แทนธุรกิจ จำนวน 6 ราย พบว่า รูปแบบธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดงานท่องเที่ยวเชิงมหรหรรคมของกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์ มีดังนี้

2.1 ธุรกิจรับทำป้ายโฆษณา ป้ายไวเนล เกี่ยวข้องในการรับจัดทำป้ายโฆษณาในการจัดงาน ผู้ประกอบการรับจัดงานมีการจ้างร้านทำป้ายโฆษณา หรือป้ายในบริเวณสถานที่ ดังบทสัมภาษณ์ ดังนี้

“...ด้านการจัดเลี้ยง โรงแรมมีการตกแต่งเพิ่มเติมจึงเป็นการประดับดอกไม้ และป้ายไวเนล หรือป้ายผ้า ตามที่เจ้าของงานต้องการ...”

(ผู้แทนธุรกิจ โรงแรมริมปาว, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

“...ด้านเนื้อหา ต้องมีรูปพระบรมฉายาลักษณ์ เจ้าภาพเป็นผู้กำหนดมาให้ ห้างเป็นผู้เสนอออกแบบ ก็จะให้ร้านทำป้าย ช่วยค้นภาพที่ไม่มีลิขสิทธิ์ ภาพที่จะนำมาใช้ได้ทางเข้าของงาน ส่วนใหญ่จะกำหนดไว้ให้แล้ว...”

(ผู้แทนธุรกิจ ห้างหุ้นส่วนจำกัดศิริประภาเซลล์แอนด์เซอร์วิส, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

2.2 ธุรกิจธนาคารหรือสถาบันการเงิน ผู้แทนธุรกิจมีการทำธุรกรรมที่เกี่ยวข้อง เช่น การขอสินเชื่อเพื่อการทำธุรกิจ ดังบทสัมภาษณ์ ดังนี้

“...ด้านการเงิน การบริหารจัดการด้านการเงินทางร้านก็จะใช้เงินทุนส่วนตัวที่มีอยู่ถ้าช่วงไหนที่ต้องการเงินทุนเพิ่มเติมก็จะไปขอสินเชื่อวงเงินเกินจากทางธนาคาร...”

(ผู้แทนธุรกิจ ร้าน the best มหาสารคาม, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

2.3 ธุรกิจด้านแสง สี เสียง เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการด้านแสง สี เสียงในงาน ตามที่ตกลงกันกับผู้รับจ้าง ดังบทสัมภาษณ์ ดังนี้

“...ด้านความบันเทิง ทางห้างจะประสานงานกับทีมงานแสง สี เสียง ซึ่งห้างเป็นผู้กำหนดให้ผู้ปฏิบัติอีกครั้ง การออกแบบห้างจะเป็นผู้กำหนดเอง ทั้งจังหวะการใช้ไฟ แสง สี เสียง ทีมภายนอกจะทำตาม...”

(ผู้แทนธุรกิจ ห้างหุ้นส่วนจำกัดศิริประภาเซลล์แอนด์เซอร์วิส, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

2.4 ธุรกิจดอกไม้ และการตกแต่งสถานที่ เกี่ยวข้องในการจัดหาสินค้าประเภทดอกไม้ และอุปกรณ์ตกแต่งมาให้บริการตามกับผู้รับจัดงานต้องการ และตามขอบเขตของงานที่ได้ตกลงกัน ดังบทสัมภาษณ์ ดังนี้

“...โรงแรมริมปาว จังหวัดกาฬสินธุ์ ด้านการจัดซื้อจัดจ้าง ในการจัดงานแต่ละครั้ง โรงแรมจะมีการประสานจ้างร้านภายนอกเข้ามาช่วยจัดสถานที่ ได้แก่ ร้านดอกไม้ และในการซื้อวัสดุ อุปกรณ์ต่าง ๆ ทางฝ่ายบัญชีของโรงแรมจะเป็นผู้ดูแล...”

(ผู้แทนธุรกิจ โรงแรมริมปาว, พฤษภาคม: สัมภาษณ์)

“...ด้านวัตถุดิบ งานถ้ามีเกี่ยวกับดอกไม้ ก็ใช้ของในจังหวัดหรือสั่งจากปากคลอง ตลาด...”

(ผู้แทนธุรกิจ ร้าน the best มหาสารคาม, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

2.5 ธุรกิจค้าส่งและค้าปลีกในพื้นที่จังหวัด เกี่ยวข้องเนื่องจากเป็นแหล่งรวมสินค้า วัตถุดิบในพื้นที่แต่ละจังหวัด และสามารถซื้อหาวัตถุดิบที่ต้องการใช้ในการจัดงานได้อย่างสะดวก ดัง บทสัมภาษณ์ ดังนี้

“...ด้านวัตถุดิบ ในการจัดงานโรงแรมจัดหาและจัดซื้อวัตถุดิบที่หาได้ในตัวเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ และห้างสรรพสินค้า เช่น แมคโคร โลตัส หรือหากเป็นวัตถุดิบท้องถิ่น โดยจะจัดหา จากท้องถิ่นนั้น...”

(ผู้แทนธุรกิจ โรงแรมริมปาว, พฤษภาคม: สัมภาษณ์)

“...ด้านวัตถุดิบ วัตถุดิบทางร้านเป็นผู้บริหารจัดการในส่วนที่เกี่ยวข้องกับงานของร้าน โดยใช้วัตถุดิบที่มีในท้องถิ่น...”

(ผู้แทนธุรกิจ ร้าน OB Studio ร้อยเอ็ด, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

“...ด้านวัตถุดิบ เราทำกันเองในสี่คน จะติดต่อไว้หลาย ๆ เจ้า ถ้าส่วนของวัสดุ โครงสร้างก็จะดูที่โฮมโปร หรือโกลบอล...”

(ผู้แทนธุรกิจ ร้าน the best มหาสารคาม, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

2.6 ธุรกิจที่เกี่ยวข้องด้านโลจิสติกส์ เกี่ยวข้องในกรณีที่มีการขนส่งคนและวัสดุอุปกรณ์ที่มีขนาดใหญ่ ดังบทสัมภาษณ์ ดังนี้

“...ด้านโลจิสติกส์ เรามีรถ 2 คัน และมีการจ้างรถหกล้อถ้ามีของเยอะ...”

(ผู้แทนธุรกิจ ร้าน the best มหาสารคาม, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

2.7 ธุรกิจร้านอาหาร เกี่ยวข้องในด้านการจัดอาหารสำหรับรับรองผู้มีส่วนร่วม ทีมงาน และตามที่ตกลงกันกับผู้จัดงาน ดังบทสัมภาษณ์ ดังนี้

“...ด้านการจัดเลี้ยง การออกแบบ สำหรับอาหารในการจัดเลี้ยง งานใหม่จัด 12 วัน มีการจัดเลี้ยงประมาณ 2 วัน มีบางวันที่กลุ่มวัฒนธรรมจะเข้ามาร่วมในเรื่องของอาหารด้วย ซึ่งเป็นอาหารที่เกี่ยวกับวัฒนธรรม ในส่วนของทางร้านเราก็จะสรรหาผู้ประกอบการที่เกี่ยวกับอาหารเน้นไปทางอีสาน จ้างเข้ามามีส่วนร่วมทำอาหารให้...”

(ผู้แทนธุรกิจ ร้าน PT Sound ขอนแก่น, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

“...ด้านวัตถุดิบ วัตถุดิบต้องเลือกที่ดี ที่ตอบโจทย์ และประหยัดงบประมาณค่ะ ถ้าเป็นด้านอาหาร ต้องเลือกวัตถุดิบอย่างพิถีพิถัน ซึ่งเราจะแข่งกับธุรกิจที่มาร่วมงานค่ะ อาหารต้องสด สะอาด อร่อย จัดตกแต่งสวยงาม มีอาหารคาว หวาน เครื่องดื่ม แล้วแต่ผู้ว่าจ้างต้องการค่ะ...”

(ผู้แทนธุรกิจ ร้าน Bo Little Dance มหาสารคาม, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

2.8 ธุรกิจออกแบบสื่อ ภาพ ไปสเตอร์ ผู้ผลิตวีดิทัศน์ เกี่ยวข้องในการผลิตสื่อ ออกแบบสื่อภาพ ป้ายประชาสัมพันธ์ วีดิทัศน์ ต่าง ๆ ดังบทสัมภาษณ์ ดังนี้

“...ด้านการผลิต มีทีมงานของร้านผู้ผลิตสื่อ วีดิทัศน์ ไปสเตอร์ ภาพต่าง ๆ ...”

(ผู้แทนธุรกิจ ร้าน OB Studio ร้อยเอ็ด, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

2.9 ธุรกิจเช่าชุด เกี่ยวข้องในการให้บริการด้านเครื่องแต่งกาย สำหรับการแสดง พิธีกร เป็นต้น ดังบทสัมภาษณ์ ดังนี้

“...ด้านผู้มีส่วนร่วม ธุรกิจที่จ้างมาร่วมงาน เช่น เช่าชุด แต่งหน้า ทำผม เสริมสวย...”

(ผู้แทนธุรกิจ ร้าน the best มหาสารคาม, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

2.10 ธุรกิจเสริมสวย แต่งหน้า ทำผม เกี่ยวข้องในการตกแต่งผู้แสดง พิธีกร หรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการร่วมงาน ซึ่งปฏิบัติงานตามที่ตกลงกับผู้จัดงานหรือผู้ว่าจ้างเป็นรายคน ดังบทสัมภาษณ์ ดังนี้

“...ด้านผู้มีส่วนร่วม ธุรกิจที่จ้างมาร่วมงาน เช่น เช่าชุด แต่งหน้า ทำผม เสริมสวย...”

(ผู้แทนธุรกิจ ร้าน the best มหาสารคาม, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

2.11 ธุรกิจประกันภัย เกี่ยวข้องในการรับทำประกันภัยให้กับผู้มีส่วนร่วมในการจัดงาน ตามที่ผู้จัดการพิจารณาความเหมาะสม ดังบทสัมภาษณ์ ดังนี้

“...ด้านการประกันภัย ห้างทำประกันภัย ประกันอุบัติเหตุสำหรับแต่ละงาน...”

(ผู้แทนธุรกิจ ห้างหุ้นส่วนจำกัดศิริประภาเซลส์แอนด์เซอร์วิส, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

“...ด้านการประกันภัย ร้านมีการทำประกันภัยในส่วนของร้าน และประกันภัยของงานแล้วแต่กรณี เช่น งานที่ต้องมีการเดินทาง ทางร้านเราจะซื้อประกันอุบัติเหตุให้ทุกคนเป็นเคลสไป...”

(ผู้แทนธุรกิจ ร้าน OB Studio ร้อยเอ็ด, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

จากการสัมภาษณ์สรุปได้ว่า ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรมของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ ได้แก่ ธุรกิจรับจัดงาน ธุรกิจรับทำป้าย ธุรกิจธนาคารหรือสถาบันการเงิน ธุรกิจด้านแสง สี เสียง ธุรกิจดอกไม้ และการตกแต่งสถานที่ ธุรกิจค้าส่งและค้าปลีกในพื้นที่จังหวัด ธุรกิจที่เกี่ยวข้องด้านโลจิสติกส์ ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจออกแบบสื่อ ภาพ โปสเตอร์ ผู้ผลิตวีดิทัศน์ ธุรกิจเช่าชุด ธุรกิจเสริมสวย แต่งหน้า ทำผม และธุรกิจประกันภัย

กระบวนการดำเนินงานของธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรมของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์

จากการสัมภาษณ์ผู้แทนธุรกิจ จำนวน 6 ราย เกี่ยวกับกระบวนการดำเนินงานของธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรมของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ มีผลการสัมภาษณ์ดังต่อไปนี้

1. การบริหารจัดการ (Administration) การบริหารจัดการด้านการเงิน ผู้แทนธุรกิจบริหารจัดการโดยใช้เงินทุนของกิจการ ในการรับงานส่วนใหญ่ให้มีการวางเงินมัดจำค่าจัดงาน และในกรณีที่ขาดสภาพคล่องหรือต้องการทุนเพิ่มเติม ผู้แทนธุรกิจจะดำเนินการขอสินเชื่อจากทางธนาคาร การบริหารจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์มีการกำหนดฝ่ายงานและมอบหมายหน้าที่

ความรับผิดชอบอย่างชัดเจน เช่น แผนกติดต่อลูกค้า ครีเอทีฟ ฝ่ายอาหาร ฝ่ายจัดเลี้ยง เป็นต้น โดยทุกฝ่ายจะปฏิบัติตามเจ้าของธุรกิจหรือผู้จัดการซึ่งเป็นผู้ได้รับมอบหมายให้เป็นหัวหน้างาน ในกรณีที่ต้องการผู้ช่วยงาน จะมีการจ้างธุรกิจอื่นหรือจ้างผู้รับจ้างอิสระ ซึ่งมีการจ้างและทำงานร่วมกันเป็นประจำ ในการจัดซื้อจัดจ้าง ธุรกิจจะดำเนินการด้วยตนเอง ส่วนการบริหารจัดการธุรกิจอื่นที่มาร่วมงาน จะมีการกำหนดงานและมอบหมายงานให้กับผู้มารับจ้างจัดงานร่วมโดยกำหนดวัตถุประสงค์อย่างชัดเจน มีการตกลงราคาและเงื่อนไขงานกับผู้มารับจ้างจัดงานร่วมอย่างชัดเจน และต้องปฏิบัติตามข้อกำหนด เงื่อนไข หรือคำสั่งของผู้ว่าจ้างอย่างเคร่งครัด

การบริหารจัดการด้านข้อมูลสารสนเทศ ผู้แทนธุรกิจบริหารจัดการด้วยตนเอง เป็นส่วนใหญ่ มีการใช้คอมพิวเตอร์ ไอแพด อุปกรณ์ และเครื่องมือต่าง ๆ มีการติดต่อสื่อสารและส่งข้อมูลผ่านเว็บไซต์และโซเชียลมีเดีย (เฟซบุ๊ก) ของธุรกิจและหุ้นส่วนหรือพนักงาน ในการจัดการข้อมูลสารสนเทศ ยึดถือหลักปฏิบัติตามแต่ละงานตามความต้องการของผู้ว่าจ้างที่ได้ตกลงกันไว้ ดังผลการสัมภาษณ์ผู้แทนธุรกิจ ดังต่อไปนี้

“...เรามีการมอบหมายหน้าที่รับผิดชอบในลักษณะงานประจำ แบ่งตามฝ่ายงาน ได้แก่ ฝ่ายอาหาร ฝ่ายห้องจัดเลี้ยง ฝ่ายศิลป์ ฝ่ายรักษาความปลอดภัย ฝ่ายต้อนรับ...”

(ผู้แทนธุรกิจ โรงแรมริมปาว, พฤษภาคม: สัมภาษณ์)

“...ข้อมูลสารสนเทศ ทางห้างรับทราบข้อมูลจากวัฒนธรรม และจัดเตรียมข้อมูลต่าง ๆ ตามโจทย์ที่กำหนด ผู้ว่าจ้าง ซึ่งจะกำหนดโจทย์มาให้ ซึ่งห้างต้องทำตามและก่อนจะผลิตอะไรต้องนำเสนอวัฒนธรรมก่อน...”

(ผู้แทนธุรกิจ ห้างหุ้นส่วนจำกัดศิริประภาเซลล์แอนด์เซอร์วิส, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

“...การบริหารทรัพยากรมนุษย์ เรามีการแบ่งหน้าที่รับผิดชอบ ได้แก่ 1 แผนกติดต่อลูกค้า 2 ครีเอทีฟ 3 กราฟฟิก ดีไซน์ 4 ผู้จัดการและผู้ประสานงาน 5 staff ในการจัดซื้อจัดจ้าง ทางร้านเป็นผู้จัดซื้อ จัดจ้าง วัสดุ อุปกรณ์เป็นของทางร้านเอง สำหรับผู้ร่วมงาน หรือห้างที่เราติดต่อมาทำงานร่วมกัน จะทำตามที่เรากำหนด...”

(ผู้แทนธุรกิจ ร้าน OB Studio ร้อยเอ็ด, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

“...ร้านของเราก็มีเงินทุนที่สะสมไว้เป็นทุนอยู่แล้ว และในการจัดงานอย่างเช่นงานใหม่ทางหน่วยงานที่เป็นผู้จัด ทาง อบจ. ก็จะมีการสำรองเงินออกมาประมาณ 40 เปอร์เซ็นต์ของค่าจัดงานทั้งหมด เพื่อที่จะจ่ายเหมือนกับวางมัดจำให้เราก่อน เพื่อให้เรามาดำเนินงาน แต่ส่วนมาก

จะเป็นเงินทุนของทางของเราเอง...”

“...บุคลากรปัจจุบันนี้มีการจ้าง เป็นระบบ Freelance ไม่ได้มีการจ่ายเงินเดือน แต่ให้เป็นฟรีแลนซ์ได้ทำงานประจำ การระยะเวลาในการเตรียมงานสำหรับงานใหม่ใช้เวลาในการติดต่อประสานงานเตรียมงานตั้งแต่เริ่มแรกประมาณ 3 เดือนแต่ช่วงที่ลงมือจัดงานจริง ๆ ประมาณ 1 เดือน...”

(ผู้แทนธุรกิจ ร้าน PT Sound ขอนแก่น, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

“...ด้านการเงิน เรามีเงินทุนของธุรกิจ ในการจัดการด้านการเงิน บัญชี และภาษี มีการทำบัญชีโดยว่าจ้างบริษัทรับทำบัญชี ในการรับ-จ้างงาน รับค่าจ้าง โดยมีมัดจำ และชำระเมื่อเสร็จงาน การจัดการบุคคล เราแบ่งเป็นแผนกต่าง ๆ ได้แก่ การตลาด และติดต่อลูกค้า ครีเอทีฟ กราฟฟิคดีไซน์ ผู้จัดการ ผู้ประสานงานทั่วไป การเงิน บัญชี และภาษี สำหรับข้อมูลสารสนเทศ มีการจัดการข้อมูลสารสนเทศของธุรกิจ โดยใช้คอมพิวเตอร์ โปรแกรม Microsoft Office และประชาสัมพันธ์ธุรกิจ ผ่านเพจเฟซบุ๊ก...”

(ผู้แทนธุรกิจ ร้าน Bo Little Dance มหาสารคาม, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

“...ทรัพยากรมนุษย์ ที่ร้านมีคน 4 คน เป็นหุ้นส่วนกัน ทุกคนทำทุกหน้าที่เพื่อประหยัดค่าจ้าง จ้างพนักงานอื่น ๆ การจัดซื้อจัดจ้าง 4 คน ทำเอง เลือกร้านเอง โอนเงินเอง ซื้อเอง สืบราคาเอง การทำงานทุกอย่างต้องเป็นระบบและเสร็จทันตามเวลา จัดงานใช้เวลาประมาณ 10 วัน ถ้าเตรียมงานด้วยตั้งแต่เริ่มต้นก็ประมาณ 2 เดือน...”

(ผู้แทนธุรกิจ ร้าน The Best มหาสารคาม, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

จากการศึกษาการบริหารจัดการของผู้แทนธุรกิจ สรุปได้ว่า ด้านการบริหารจัดการ ธุรกิจส่วนใหญ่มีเงินทุนของตนเอง เงินทุนส่วนแรกที่ใช้ในการจัดงานแต่ละครั้งมาจากเงินมัดจำ ซึ่งผู้ว่าจ้างเป็นผู้จ่ายตอนเริ่มงานส่วนอัตราค่ามัดจำขึ้นอยู่กับข้อตกลงที่ได้ทำร่วมกันไว้ การทำงานที่ต้องมีธุรกิจอื่นหรือผู้รับจ้างอื่นเข้ามาร่วม จะต้องปฏิบัติงานตามที่กำหนดไว้เพื่อให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า โดยในการบริหารจัดการให้เป็นอิสระโดยขึ้นอยู่กับธุรกิจอื่นหรือผู้รับจ้างอื่น แต่ต้องปฏิบัติงานตามที่กำหนดไว้เท่านั้น ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ภาคธุรกิจมีการแบ่งหน้าที่รับผิดชอบ โดยความรับผิดชอบของแต่ละคนขึ้นอยู่กับขนาดของธุรกิจหรือจำนวนบุคลากรของธุรกิจ ในบางครั้งมีการทำหน้าที่เพียงอย่างเดียว แต่ธุรกิจที่เป็นหุ้นส่วน มีการทำหน้าที่ทุกอย่างช่วยกัน การตัดสินใจของธุรกิจในแต่ละครั้ง ขึ้นอยู่กับเจ้าของธุรกิจเป็นผู้ตัดสินใจ ในกรณีเป็นหุ้นส่วนจะใช้การตัดสินใจร่วมกัน ในกรณีที่ต้องการผู้ช่วยงาน จะมีการจ้างธุรกิจอื่นหรือจ้างผู้รับจ้างอิสระซึ่ง

ส่วนใหญ่ มีการจ้างและทำงานร่วมกันเป็นประจำ ในการจัดซื้อจัดจ้าง ธุรกิจจะดำเนินการด้วยตนเอง ส่วนการบริหารจัดการธุรกิจอื่นที่มาร่วมงานหรือผู้รับจ้างอื่น จะมีการกำหนดงานและมอบหมายงานให้กับผู้มารับจ้างจัดงานร่วมโดยกำหนดวัตถุประสงค์อย่างชัดเจน มีการตกลงราคาและเงื่อนไขร่วมอย่างชัดเจน และต้องปฏิบัติตามข้อกำหนด เงื่อนไข หรือคำสั่งของผู้ว่าจ้างอย่างเคร่งครัด ในการดำเนินงานแต่ละขั้นตอน ฝ่ายของธุรกิจจะเป็นผู้รวบรวมและนำเสนองานต่อผู้ว่าจ้าง เพื่อตรวจสอบการดำเนินงานเป็นระยะ และอนุมัติให้ดำเนินการต่อที่ละขั้นตอน เพื่อให้ได้ผลงานตรงตามที่คุณว่าจ้างกำหนดไว้

ข้อสังเกตจากการศึกษา ด้านการบริหารจัดการ สรุปได้ดังนี้

1. ในการจัดงานจะต้องมีเงินสำรอง ธุรกิจจะใช้เงินมัดจำที่ผู้ว่าจ้างจ่ายตอนเริ่มงาน ร่วมกับเงินทุนของธุรกิจเองเพื่อจัดเตรียมงาน
2. การมอบหมายงานให้กับผู้ปฏิบัติงาน ขึ้นอยู่กับขนาดของธุรกิจ ธุรกิจขนาดใหญ่ จะมีบุคลากรหลายคนและสามารถแบ่งเบางานช่วยเหลือกันได้ ธุรกิจที่มีขนาดเล็กลงมาแต่ละคนจะได้รับการมอบหมายหน้าที่โดยทำหลายหน้าที่ในคนเดียว ธุรกิจที่เป็นหุ้นส่วนกัน ทำงานทุกอย่างช่วยกัน
3. ข้อมูลสารสนเทศ สื่อ การนำเสนอ เอกสาร ป้ายต่าง ๆ ของที่ระลึก (ถ้ามี) จัดเตรียมขึ้นตามความต้องการของผู้ว่าจ้าง และต้องผ่านการพิจารณาจากผู้ว่าจ้างก่อนดำเนินการทุกขั้นตอน
4. การจัดซื้อจัดจ้างในบางธุรกิจ เน้นอุดหนุนสินค้าจากชุมชนเพื่อเป็นการกระจายรายได้ให้แก่ชุมชน สนับสนุนสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และประชาสัมพันธ์ของดีประจำจังหวัดไปพร้อมกัน

2. การออกแบบ (Design) ด้านการจัดเลี้ยง ผู้แทนธุรกิจดำเนินงานโดย 1) ตกแต่งสถานที่ห้องจัดเลี้ยง 2) รับทราบข้อกำหนดหรือความต้องการของผู้ว่าจ้างว่าต้องการให้จัดเลี้ยงในรูปแบบใด 3) นำเสนอเมนูอาหาร 4) ประสานงานฝ่ายอาหารหรือประสานงานผู้รับจ้างทำอาหาร

ด้านเนื้อหา ผู้แทนธุรกิจดำเนินงานโดย 1) รับทราบความต้องการของผู้ว่าจ้าง 2) จัดทำแบบร่างโมเดล หรือตัวอย่าง เสนอผู้ว่าจ้างเพื่อขออนุมัติ 3) เมื่อผู้ว่าจ้างเห็นชอบดำเนินงานด้านเนื้อหาเป็นแนวเดียวกัน 4) กรณีที่มีการจ้างผู้รับจ้างมีการทำความเข้าใจกับผู้รับจ้างให้เข้าใจตรงกันกับที่ผู้ว่าจ้างต้องการ 5) ควบคุมดูแลการดำเนินงานให้เป็นไปตามเนื้อหาที่ผู้ว่าจ้างต้องการ ด้านความบันเทิง ผู้แทนธุรกิจดำเนินงานโดย 1) รับทราบความต้องการของผู้ว่าจ้าง 2) นำเสนอร่างด้านการจัดงาน เสนอผู้ว่าจ้างเพื่อขออนุมัติ 3) เมื่อผู้ว่าจ้างเห็นชอบดำเนินงานทำการติดต่อประสานงานนักแสดงหรือทีมงานต่อไป 4) กรณีที่มีการจ้างผู้รับจ้าง นักแสดง หรือทีมงานการแสดงอื่น ๆ มีการทำความเข้าใจ

ให้เข้าใจตรงกันกับที่ผู้ว่าจ้างต้องการ 5) ควบคุมดูแลด้านความบันเทิงให้เป็นไปตามเนื้อหาที่ผู้ว่าจ้างต้องการ ด้านปัจจัยแวดล้อม ผู้แทนธุรกิจดำเนินงานโดย 1) รับทราบความต้องการของผู้ว่าจ้าง 2) ออกแบบและตกแต่งสถานที่นำเสนอผู้ว่าจ้างพิจารณา 3) เมื่อผู้ว่าจ้างเห็นชอบดำเนินงานทำการจัดการพื้นที่ 4) กรณีที่มีการจ้างผู้รับจ้าง มีการทำความเข้าใจให้เข้าใจตรงกันกับที่ผู้ว่าจ้างต้องการ 5) ควบคุมดูแลการดำเนินงานให้ราบรื่น เรียบร้อย ด้านการผลิต (Production) ผู้แทนธุรกิจดำเนินงานโดย 1) รับทราบความต้องการของผู้ว่าจ้างในการผลิตสินค้า ป้าย หรือสิ่งอื่น ๆ 2) ออกแบบและตกแต่งและนำเสนอผู้ว่าจ้างพิจารณา 3) เมื่อผู้ว่าจ้างเห็นชอบดำเนินงานผลิต 4) กรณีที่มีการจ้างผู้รับจ้างต่อ ให้มีการผลิตตรงกันกับที่ผู้ว่าจ้างต้องการ 5) ควบคุมดูแลการผลิตและการดำเนินงานให้ราบรื่น เรียบร้อย ด้านกิจกรรมหรือกระบวนการ ผู้แทนธุรกิจดำเนินงานโดย 1) รับทราบความต้องการของผู้ว่าจ้างในการจัดกิจกรรม กระบวนการ 2) ออกแบบและจัดทำร่างกำหนดกิจกรรมหรือกระบวนการเพื่อนำเสนอผู้ว่าจ้างพิจารณา 3) เมื่อผู้ว่าจ้างเห็นชอบดำเนินงานตามกิจกรรมหรือกระบวนการที่ได้รับความเห็นชอบ 4) กรณีที่มีการจ้างผู้รับจ้างต่อ ให้ทำความเข้าใจและดำเนินการให้สอดคล้องตรงกัน 5) ควบคุมดูแลจัดกิจกรรมหรือกระบวนการให้เป็นไปอย่างราบรื่น เรียบร้อย ด้านประเด็นหลัก ผู้แทนธุรกิจดำเนินงานโดย 1) รับทราบความต้องการของผู้ว่าจ้างในการกำหนด Theme หรือประเด็นหลักของงาน 2) วางแผน ออกแบบและจัดทำงานในด้านต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับหลัก (Theme) ที่กำหนดไว้ 3) กรณีที่มีการจ้างผู้รับจ้างต่อ ให้ทำความเข้าใจและดำเนินการให้สอดคล้องตรงกัน 4) ควบคุมดูแลจัดดำเนินงานให้สอดคล้องตรงกับ Theme ให้งานดำเนินไปอย่างราบรื่น เรียบร้อย ดังผลการสัมภาษณ์ผู้แทนธุรกิจ ดังต่อไปนี้

“...การจัดงานที่มีการจัดเลี้ยง โรงแรมมีผู้รับผิดชอบ ด้านการออกแบบ ตกแต่งสถานที่ เป็นพนักงานประจำ ซึ่งจะทำหน้าที่ออกแบบงานในส่วนของห้องจัดเลี้ยง ซึ่งสถานที่ของโรงแรมมีความพร้อม การตกแต่งเพิ่มเติมจึงเป็นการประดับดอกไม้ และป้ายไวเนล หรือป้ายผ้า ตามที่เจ้าของงานต้องการ เนื้อหาของงานดำเนินการตามความต้องการของผู้ว่าจ้าง โดยปกติแล้วผู้ว่าจ้างจะจัดเตรียมข้อมูลเนื้อหา หรือเอกสารที่จะแจกผู้ร่วมงานมาเอง สีลั่นและความบันเทิง โรงแรมมีอุปกรณ์ด้านเครื่องเสียงที่พร้อมให้บริการลูกค้า และเปิดโอกาสให้ลูกค้าจัดเตรียมเครื่องเสียงมา หากต้องการใช้ในกรณีพิเศษ ทางโรงแรมเป็นผู้ออกแบบและจัดเตรียมด้านสถานที่ โดยการออกแบบตกแต่งสภาพแวดล้อม จะดำเนินการตามผู้ว่าจ้างต้องการ โรงแรมมีอุปกรณ์เครื่องฉายภาพข้ามศีรษะเพื่อให้บริการแก่ผู้ว่าจ้าง โดยที่ผ่านมามีผู้ว่าจ้าง จะจัดเตรียมวีดิทัศน์ เพลง มาเอง การจัดงาน Cool อีสานที่ผ่านมา และงานอื่น ๆ นั้น ทางผู้ว่าจ้างจัดเตรียมกำหนดการ และจัดกระบวนการดำเนินงานมาให้แก่ทางโรงแรม เพื่อจัดเตรียมสถานที่ วัสดุอุปกรณ์บางส่วนเพื่อรองรับการจัดงาน อิมของงานดำเนินการตามความต้องการของผู้ว่าจ้าง โดยผู้ว่าจ้างจะเป็นผู้ประชาสัมพันธ์งาน และแจ้งแก่ผู้

มาร่วมงาน และประสานทางโรงแรม เพื่อจัดสถานที่ให้สอดคล้องกับธีมของงาน (ถ้ามี) โดยผู้ว่าจ้าง จะแจ้งล่วงหน้า...”

(ผู้แทนธุรกิจ โรงแรมริมปาว, พฤษภาคม: สัมภาษณ์)

“...การดำเนินเนื้อหาของงานเป็นตามที่ผู้ว่าจ้างกำหนด เช่น ต้องมีรูปพระบรม มีการเปิดกรวย เจ้าภาพเป็นผู้กำหนดมาให้ ห้างเป็นผู้เสนอออกแบบ เช่น ธีมไดโนเสาร์ใหม่ จะทำแบบคราว์อย่างไร มีสะพานเทพสุดาใหม่ การออกแบบจะไม่จบเพียงแค่วันเดียว แสง สี เสียง ทางห้างจะประสานงานกับทีมงานแสง สี เสียง ซึ่งห้าง เป็นผู้กำหนดให้ผู้ปฏิบัติอีกครั้ง การออกแบบห้างจะเป็นผู้กำหนดเอง ทั้งจังหวัดการใช้ไฟ แสง สี เสียง ทีมภายนอกจะทำตาม เช่นการจัดงานวันมรดกไทยเป็นงาน out door ประชาชนจะมาร่วมกิจกรรมมาก อากาศร้อนเป็นอุปสรรค ต่อการทำงานและผู้ร่วมงาน ทางห้างจะจัดเตรียมพัดลมไว้เพราะเป็นงานกลางแจ้ง ในการจัดทำภาพและสื่อต่าง ๆ เช่น ภาพพระบรมฉายาลักษณ์ในงาน วัฒนธรรมจะมีกำหนดโจทย์คร่าว ๆ มาว่าต้องการภาพแบบนี้ ห้างจะค้นภาพให้เลือกใช้ แล้วห้างนำไปจ้างร้านป้ายทำให้ ซึ่งต้องคำนึงถึงลิขสิทธิ์ เช่น ภาพลายไทยที่นำมาใช้ ถ้ามีลายน้ำ ก็จะผิดกฎหมาย ทางร้านป้ายก็จะช่วยพิจารณาว่า ควรใช้ภาพอย่างไรจึงจะไม่ผิดกฎหมาย ในงานมีการแสดงเป็นการแสดงของแต่ละจังหวัด สำหรับของภาพสินธุ์ จะนำการแสดงที่โดดเด่นของแต่ละทีมมาแสดง เช่น ศิลปินแห่งชาติ การแสดงโดดเด่นประจำจังหวัด มีนิทรรศการ ซึ่งห้างเป็นคนจัด การแสดงบนเวทีห้างแค่บอกทีมงานว่า การแสดงใช้เวลาเท่าไร การแสดงหลักมาจาก วิทยาลัยนาฏศิลป์ภาพสินธุ์ ห้างเป็นคนดูแลคิว ธีมหลักของงานวัฒนธรรม (หน่วยงานผู้ว่าจ้าง) จะกำหนดธีมหลัก ห้างจะมาจัดการส่วนอื่น ๆ เพื่อให้เป็นไปตามโจทย์หลัก...”

(ผู้แทนธุรกิจ ห้างหุ้นส่วนจำกัดศิริประภาเซลล์แอนด์เซอร์วิส, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

“...การจัดงานหากมีการจัดเลี้ยง ร้านนำเสนอเมนู ผู้ว่าจ้างเป็นผู้พิจารณาเมนูที่นำเสนอ ทั้งอาหาร เครื่องดื่ม อาหารว่าง เนื้อหาของงาน ผู้ว่าจ้างเป็นผู้กำหนด เป้าหมาย เนื้อหาของงานของงานที่ต้องการ ร้านเป็นผู้ออกแบบงาน และนำเสนอ เพื่อตกลงกันตามที่ผู้ว่าจ้างพึงพอใจ แสง สี เสียงและความบันเทิง ทางร้านมีผู้ช่วยผู้จัดการเพื่อดูแล ออกแบบ และประสานงานด้านความบันเทิง โดยการพิจารณาเลือกใช้ขึ้นอยู่กับเจ้าของงาน การจัดการปัจจัยแวดล้อม ขึ้นอยู่กับงานว่า เป็นงานจัดแบบใด กลุ่มเป้าหมายเฉพาะเจาะจงหรือไม่ โดยปกติถ้าเป็นงานกลางแจ้งหรือ out door ก็จะไม่จำกัดผู้ร่วมงาน สภาพแวดล้อมขึ้นอยู่กับสถานที่ แต่ถ้าเป็นงานที่มีกลุ่มเฉพาะ ปัจจัยแวดล้อมก็ประกอบด้วยสถานที่ ผู้ร่วมงาน สถานที่โดยรอบบริเวณ เป็นต้น ในการผลิตสื่อหรือสินค้า มีทีมงานของร้านผู้ผลิตสื่อ วิดีทัศน์ โปสเตอร์ ภาพต่าง ๆ การกำหนดกิจกรรมหรือกระบวนการ

ทางร้านออกแบบสคริปต์งาน หรือขั้นตอนของงานแต่ละส่วน พิธีเปิด ฝ่ายเวที ฝ่ายการแสดง และ นำเสนอผู้ว่าจ้างพิจารณาความเหมาะสม การกำหนดธีมหลักของงาน ดำเนินการตามที่ผู้ว่าจ้าง กำหนดว่าต้องการธีมงานแบบใด อุปกรณ์ตกแต่งอย่างไร โดยร้านก็จะนำเสนอไอเดียเพิ่มเติม...”

(ผู้แทนธุรกิจ ร้าน OB Studio ร้อยเอ็ด, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

“...ด้านการจัดเลี้ยง การออกแบบ สำหรับอาหารในการจัดเลี้ยง งานใหม่จัด 12 วัน มีการจัดเลี้ยงประมาณ 2 วัน มีบางวันที่กลุ่มวัฒนธรรมจะเข้ามาร่วมในเรื่องของอาหารด้วยซึ่งเป็น อาหารที่เกี่ยวกับวัฒนธรรม ในส่วนของทางร้านเราก็จะสรรหาผู้ประกอบการที่เกี่ยวกับอาหารเน้นไป ทางอีสานจ้างเข้ามามีส่วนร่วมทำอาหารให้ ในด้านเนื้อหา ทางเราจะเป็นคนคิด Concept ร่วมกับ จังหวัด ส่วนมากจะเป็นผู้การปกครองและสำนักงานจังหวัดขอนแก่นที่จะเข้ามาร่วม แต่จะมีของ หน่วยงานวัฒนธรรมจังหวัดที่จะเข้ามาเสริมในเรื่องของอาหารนานาชาติ ความบันเทิง การแสดงและ ความบันเทิงต่าง ๆ เราก็จะประสานงานไปยังโรงเรียนเพื่อมาร่วมจัดการแสดงในพิธีเปิด ในแต่ละวัน ก็จะมีการประสานงานกับอำเภอต่าง ๆ ที่จะเข้าร่วม 26 อำเภอ เราก็จะประสานงานกับวัฒนธรรมกับ กับเจ้าภาพ อบจ. และรับคอนเซ็ปต์มาว่าต้องการการแสดงในลักษณะไหน ในส่วนของการประสาน งานจะเป็นปกครองจังหวัดเป็นผู้ประสานงานให้แต่ Concept ของการแสดงทางอำเภอต่าง ๆ จะมา รับคอนเซ็ปต์จากเรา ซึ่งจะประสานงานว่าต้องการให้งานเป็นแบบไหนต้องการให้การแสดงเป็น แบบไหน ส่วนทางด้านศิลปินที่จะมาแสดงในแต่ละวันส่วนมากจะไปขึ้นอีกเวทีหนึ่ง จะมีเวทีการแสดง แยกกัน สำหรับศิลปินที่เป็นชาวจังหวัดขอนแก่นที่จะได้ขึ้นเวทีโชว์ตัวทางบริษัทเราก็จะไป ประสานงานและติดกับทางดารา นักแสดงโดยตรงโดยผ่านความเห็นชอบจากทางจังหวัด ปัจจุบัน แวดล้อมไม่มีปัญหา เพราะเป็นพื้นที่ที่เราจัดงานทุกปีเป็นประจำ กิจกรรมในงาน เราจะเป็นผู้รับ โจทย์งานมาวางแผนและกำกับคิวของงานทั้งหมด โดยในส่วนของเวทีและการแสดงเราจะเป็นผู้ดูแล มีการแสดงจาก 26 อำเภอที่เราจะต้องบริหารจัดการ ธีมหลักของงาน เราดำเนินงานตามที่ผู้ว่าจ้าง กำหนด...”

(ผู้แทนธุรกิจ ร้าน PT Sound ขอนแก่น, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

“...การจัดงานด้านการจัดเลี้ยง การออกแบบงานในส่วนการจัดเลี้ยง เราเป็น ผู้ออกแบบให้ ผู้ว่าจ้างต้องพิจารณาร่วมกับพื้นที่จัดงาน การวางผังโลจิสติกส์ จำนวนคน การออกแบบ เนื้อหาของงาน ต้องรับมาจากผู้ว่าจ้างหรือลูกค้า ว่าต้องการให้โจทย์อย่างไร และเราก็ออกแบบให้ตรง ตามคอนเซ็ปต์ของลูกค้า เช่น ต้องการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับโบราณวัตถุประจำอำเภอ เราก็ต้องขอ ข้อมูลโบราณวัตถุนั้นจากผู้ว่าจ้าง และนำเสนอลักษณะของกิจกรรม ลักษณะของการนำเสนอเนื้อหา มีนิทรรศการ หรือเอกสารแจกในงานหรือไม่ เป็นต้น การออกแบบการแสดงในงาน ต้องรับมาจาก

ผู้ว่าจ้าง ว่าต้องการให้โจทย์อย่างไร และเราก็ออกแบบให้ตรงตามคอนเซ็ปต์ของผู้ว่าจ้าง เช่น ต้องการนำเสนอเกี่ยวกับโบราณวัตถุประจำอำเภอ เป็นการแสดงเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของ โบราณวัตถุ ผู้ออกแบบการแสดงต้องเข้าใจ เขียนพล็อตเรื่อง และนำเสนอต่อผู้ว่าจ้าง ว่านำเสนอ ถูกต้องหรือไม่ ก่อนที่จะเริ่มมีการฝึกซ้อมการแสดง กำหนดผู้แสดง เป็นต้น ปัจจัยแวดล้อมในพื้นที่จัดงานนั้น มีอะไรอยู่บ้าง บ้านที่อยู่รอบ ๆ ใช้ประโยชน์อะไรได้บ้าง ควรจะออกแบบงานให้มีทางเข้า ด้านหน้า ด้านหลัง โชนอาหาร เวที อย่างไร ห้องน้ำอยู่ตรงไหน การใช้แสง สี เสียง และการจัดงาน กระทั่งต่อสิ่งแวดล่อมอย่างไร เช่น บ้านใกล้ ๆ แต่ส่วนมากเราก็ได้รับความร่วมมือดี เพราะงานเรามี การแสดง คนใกล้เคียงก็ได้ชม ได้ฟัง และงานมีการเลิกเป็นเวลา เช่น 4 ทุ่มบ้าง 5 ทุ่มบ้าง แล้วแต่งาน การผลิตสินค้าหรือสื่อต่าง ๆ ขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้ว่าจ้าง หากต้องมีการผลิตสินค้าสำหรับงาน เช่น ของที่ระลึก หากทางเราเป็นผู้จัด ก็จะต้องออกแบบบรรจุภัณฑ์ไปให้ดูว่าจะต้องการแบบไหน เป็นต้น ที่ผ่านมาก็มีทั้งที่เขาให้เราเตรียม และที่ทางผู้ว่าจ้างเตรียมเอง ด้านกิจกรรมหรือกระบวนการ เราจัดทำสคริปต์ และแผนงานทั้งหมด ในส่วนการนำเสนอ คือ การแสดงบนเวที ต้องนำเสนอเป็น ลำดับขั้นตอน เช่น พิธีเปิด กล่าวรายงาน ทานประธานกล่าวเปิด แล้วมีรำ เป็นต้น ซึ่งขั้นตอนนี้เหล่านี้ ก็ต้องผ่านการเห็นชอบจากผู้ว่าจ้าง ธีมหลักของงานขึ้นอยู่กับผู้ว่าจ้าง ต้องจัดให้ได้ตามที่เขาต้องการ เพื่อไม่ให้ผิดพลาด ผู้จัดต้องลงรายละเอียดให้ครบถ้วน แสง สี เสียง เสื้อของพิธีกร เสื้อของ staff การ จัดงานที่สำคัญ คือ ให้งานนั้นมีความน่าสนใจ ประสบความสำเร็จ และสร้างประทับใจให้แก่ผู้มาร่วม งาน...”

(ผู้แทนธุรกิจ ร้าน Bo Little Dance มหาสารคาม, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

“...การจัดเลี้ยงบางงานจะมีงานขันโตก หรือกาล่าดินเนอร์ จะมีร้านอาหารที่รับทำ โต๊ะจีนมาทำให้ บางงานถ้าจัดในโรงแรม โรงแรมจะดูแลในเรื่องของอาหาร เนื้อหาของงาน หุ้นส่วน ทั้ง 4 คน ช่วยกันคิด และนำเสนอผู้ว่าจ้างพิจารณาอนุมัติ แสง สี เสียง การแสดงจะติดต่อสถานศึกษา เช่น คณะดุริยางคศิลป์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม วิทยาลัยอาชีว วิทยาลัยเทคนิค โรงเรียนร้อยเอ็ด วิทยาลัย เพื่อขอให้ส่งเด็ก ๆ มาช่วยในการแสดง ปัจจัยแวดล้อม มีการว่าจ้างร้านทำกราฟฟิก ทำภาพ 3D ในการออกแบบ โดยมุ่งเน้นว่า ไม่ขัดกับสภาพแวดล้อม เช่น ดุที่โทนสีประจำจังหวัด ในการผลิต จะเป็นไปตามที่ลูกค้ากำหนด กำหนดการของงานหรือคิวงาน ดำเนินการทุกอย่างตามความต้องการ ของผู้ว่าจ้าง ธีมของงานได้คอนเซ็ปต์จากเจ้าภาพ และมาช่วยกันคิดอีกทีนี้...”

(ผู้แทนธุรกิจ ร้าน the best มหาสารคาม, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

สรุปได้ว่า การดำเนินงานด้านการออกแบบของธุรกิจ ทั้งด้านการจัดเลี้ยง เนื้อหา ความบันเทิง ปัจจัยแวดล้อม การผลิตสินค้าและบริการ กิจกรรมของงาน และทีมงาน ขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้ว่าจ้างเป็นหลัก โดยธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรมของกลุ่ม ร้อยแก่นสารสินธุ์ จะดำเนินการจัดเตรียมทุกอย่างให้สอดคล้องกับธีมของงานที่ได้รับมอบหมาย จากผู้ว่าจ้าง โดยมีการออกแบบและนำเสนอไอเดียที่สร้างสรรค์ แตกต่างจากเดิมให้ผู้ว่าจ้างพิจารณา ให้ข้อเสนอแนะในการปฏิบัติ และตัดสินใจเพื่อที่ธุรกิจจะได้นำมาปฏิบัติต่อไปและจัดงานให้ได้ตามที่ ผู้ว่าจ้างต้องการ

ข้อสังเกตจากการศึกษา ด้านการออกแบบ สรุปได้ดังนี้

1. งานด้านการออกแบบสำหรับธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรมของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ ต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์ และจินตนาการ เพื่อสร้าง ความน่าสนใจให้กับงาน และเพื่อให้เกิดความประทับใจแก่ผู้ว่าจ้างและผู้ร่วมงาน
2. เจ้าของธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรมของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ จะต้องใช้ความรู้ ประสบการณ์ และศึกษาเพิ่มเติมด้านเทคโนโลยี และการเปลี่ยนแปลงทางสังคมอยู่เสมอ เพื่อให้มีความรู้และประสบการณ์ สามารถพัฒนางานออกมาได้ดีมีความน่าสนใจ และทันสมัย
3. บ่อยครั้งที่ความต้องการของเจ้าของธุรกิจรับจัดงาน และผู้ว่าจ้างไม่ตรงกัน แต่ต้องยึดตามความต้องการของผู้ว่าจ้างเป็นหลักเสมอ
4. ทุนของธุรกิจรับจัดงาน มีความสำคัญอย่างยิ่ง ในการจัดหาหรือนำอุปกรณ์ วัสดุ และเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาใช้เพื่อให้สามารถออกแบบและสร้างสรรค์งานได้ล้ำหน้ากว่าคู่แข่งทางธุรกิจ

3. การตลาด (Marketing) ด้านแผนการตลาด ผู้แทนธุรกิจดำเนินการโดย 1) กำหนด เป้าหมายของยอดขายรับประจำปี 2) ใช้ฐานลูกค้าเดิมในการติดต่อกัน และหาลูกค้าใหม่เพิ่มเติม 3) ใช้การประชาสัมพันธ์ทางโซเชียลมีเดีย (เฟซบุ๊ก) ด้านวัตถุดิบ ผู้แทนธุรกิจดำเนินการโดย 1) จัดหา วัตถุดิบเพื่อจัดงานตามผู้ว่าจ้างต้องการ 2) ติดต่อบริษัทภายในจังหวัดเพื่อตกลงเงื่อนไขการซื้อ สินค้าร่วมกัน 3) มุ่งอุดหนุนสินค้าพื้นบ้านของชุมชนในพื้นที่ 4) ส่งวัตถุดิบจากแหล่งอื่น ๆ ที่มี คุณภาพและมีความหลากหลาย 5) กรณีที่มีการจ้างผู้รับจ้างต่อ ให้ทำความเข้าใจและดำเนินการ ให้สอดคล้องตรงกัน 6) ควบคุมดูแลจัดดำเนินงานให้ดำเนินไปอย่างราบรื่น เรียบร้อย ด้านวางแผน การขายสินค้า ผู้แทนธุรกิจดำเนินการโดย 1) รับทราบความต้องการของผู้ว่าจ้าง 2) ออกแบบ ตกแต่ง หรือจัดทำโมเดล และนำเสนอผู้ว่าจ้างพิจารณา 3) เมื่อผู้ว่าจ้างเห็นชอบดำเนินงานผลิตสินค้า 4) กรณี ที่มีการจ้างผู้รับจ้างต่อ ให้มีการผลิตสินค้าตรงกันกับผู้ว่าจ้างต้องการ 5) ควบคุมดูแลการผลิตและ

การดำเนินงานให้ราบรื่น เรียบร้อย ด้านการส่งเสริม ผู้แทนธุรกิจดำเนินการโดย 1) โพรโมชันอาหาร เข้า 2) ขยายระยะเวลาการชำระค่าจ้าง 3) ให้ส่วนลดหรือของแถม 4) ให้บริการ ด้านการจัดงาน และดูแลความเรียบร้อยของงาน 5) ลดค่ามัดจำจาก 40% เหลือ 20% ด้านการประชาสัมพันธ์ ผู้แทนธุรกิจดำเนินการโดย 1) ประชาสัมพันธ์ผ่านทางเว็บไซต์ 2) ประชาสัมพันธ์ผ่านทางโซเชียลมีเดีย (เฟซบุ๊ก) 3) ผู้ว่าจ้างดำเนินการเรื่องการประชาสัมพันธ์ 4) เชิญนักข่าวหรือสื่อมวลชน หรือบริษัททัวร์ มาร่วมงาน เพื่อประชาสัมพันธ์ ด้านการขาย ผู้แทนธุรกิจดำเนินการโดย 1) ผู้จัดการส่วนหน้าทำหน้าที่ฝ่ายขายและต้อนรับ 2) มีฝ่ายการตลาดเข้าติดต่อหน่วยงานราชการ 3) เจ้าของธุรกิจทำหน้าที่ติดต่อและขายเอง 4) เจ้าของและหุ้นส่วนทำหน้าที่ติดต่อและขายช่วยกัน ด้านผู้สนับสนุน ผู้แทนธุรกิจดำเนินการโดย 1) ผู้ว่าจ้างคือผู้สนับสนุนหลัก 2) ธุรกิจอื่น ๆ ที่ต้องการโฆษณาสินค้าในงาน เป็นผู้สนับสนุน 3) ให้คำแนะนำแก่ผู้ว่าจ้างในการติดต่อเพื่อหาผู้สนับสนุน 4) ร้านค้าเอกชนหรือ นักการเมืองท้องถิ่นตั้งผลการสัมภาษณ์ผู้แทนธุรกิจ ดังต่อไปนี้

“...แผนการตลาด โรงแรมมีการจัดทำแผนการตลาด และเอกสารประชาสัมพันธ์ โรงแรม และมีการติดต่อไปถึงผู้ที่เคยว่าจ้างงาน และประชาสัมพันธ์โรงแรมผ่านทางเว็บไซต์ และเฟซบุ๊ก วัตถุประสงค์ในการจัดงานโรงแรมจัดหาและจัดซื้อวัตถุดิบที่หาได้ในตัวเมืองจังหวัดกาฬสินธุ์ และ ห้างสรรพสินค้า เช่น แมคโคร โลตัส หรือหากเป็นวัตถุดิบท้องถิ่น ทางโรงแรมจะจัดหาจากท้องถิ่นนั้น การส่งเสริมการขายโดยใช้โปรโมชันอาหารเข้า การประชาสัมพันธ์โรงแรมผ่านทางเว็บไซต์ และเฟซบุ๊ก ด้านการขายผู้จัดการส่วนหน้า และพนักงานต้อนรับ ทำหน้าที่เป็นฝ่ายขายและต้อนรับลูกค้า...”

(ผู้แทนธุรกิจ โรงแรมริมปาว, พฤษภาคม: สัมภาษณ์)

“...ห้างมีแผนการตลาด ซึ่งมีงานประจำเดือน เช่น เดือนกิจกรรมงานแต่งงาน เกษียณอายุ งานวันพ่อ งานวันแม่ จะกำหนดได้ แต่ช่วงเวลาของการประชุม การสัมมนา จะไม่แน่นอน มีตลอด วัตถุประสงค์ที่ใช้ มีการสั่งซื้อตามอิมงาน เช่น คาวบอย ก็จะต้องหาวัตถุดิบที่สอดคล้อง เช่น เขาควย ตกแต่งสไตรค์นทร์ บางอย่างมีของพื้นบ้าน ห้างก็จะซื้อจากแหล่งพื้นบ้าน เป็นการช่วยให้เกิดการกระจายรายได้ การวางแผน การประชาสัมพันธ์ มีการนำเสนอโดยเพจเฟซบุ๊กของห้าง มีผลงาน และเคยร่วมงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ผลงานดีก็จะมีการต่อเนื่องเรื่อย ๆ ในการขายงาน ก็จะมีฝ่ายการตลาดทำหน้าที่ติดต่อกับหน่วยงานราชการ โดยเมื่อทราบทางห้างจะไปขอเข้าพบ และเสนองาน ช่วงใดเทศกาล ก็จะมีการจัดโปรโมชันส่งเสริมการขาย เช่น ให้โปรโมชันขยายระยะเวลา การชำระ การขายสินค้าและบริการนำเสนอโดยเพจของห้าง มีผลงาน และเคยร่วมงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ผลงานดีก็จะมีการต่อเนื่องเรื่อย ๆ ในการขายงาน ก็จะมีฝ่ายการตลาดทำหน้าที่ติดต่อกับหน่วยงานราชการ โดยเมื่อทราบทางห้างจะไปขอเข้าพบ และเสนองาน มีผู้แทนสินค้าและบริการ

มาติดต่อขอเป็นสปอนเซอร์ในงาน เช่น เครื่องดื่มชูกำลัง น้ำอัดลม ก็จะขอติดป้ายประชาสัมพันธ์
ในงานที่เราเป็นผู้จัดหรือใช้ป้ายที่มีโลโก้ของสินค้าที่มาขอเป็นสปอนเซอร์นั้นติดโฆษณาไว้ในงาน...”

(ผู้แทนธุรกิจ ห้างหุ้นส่วนจำกัดศิริประภาเซลล์แอนด์เซอร์วิส, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

“...ทางร้านมีผลงานเป็นที่ยอมรับในจังหวัด เพราะมีอุปกรณ์ เครื่องมือที่ทันสมัย
มีทีมงานที่พร้อม และมีทีมที่สามารถรองรับการจัดงานใหญ่ได้ ถือเป็นจุดเด่นและเป็นแผนการตลาด
ของทางร้าน วัตถุประสงค์ทางร้านเป็นผู้บริหารจัดการในส่วนที่เกี่ยวกับงานของร้าน โดยใช้วัตถุประสงค์ที่มีใน
ท้องถิ่น สินค้าคืองานที่เราให้บริการ มีการจัดทำภาพหรือวิดีโอ เป็นเฉพาะเจาะจง สำหรับงานของ
ผู้ว่าจ้างแต่ละงาน ออกแบบใหม่ ไม่ซ้ำ มีการจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขายโดยให้ส่วนลด ในบางครั้ง
มีการแถม ซึ่งจะพิจารณาเป็นงาน ๆ ไป การประชาสัมพันธ์งานใช้วิธีประชาสัมพันธ์ผ่านทางผู้ว่าจ้าง
และทางเพจของร้าน ส่วนการติดต่อประสานงานกับผู้ร่วมงาน การทำประกาศจัดงาน ผู้ว่าจ้างเป็น
ผู้กำหนดผู้จัดการและผู้ช่วยเป็นผู้ติดต่อหาลูกค้า เสนองานและปิดการขาย ที่ผ่านมามีการได้รับ
ค่าโฆษณา สำหรับสินค้าที่มาขอโฆษณาในพื้นที่จัดงานในบางครั้ง ซึ่งก็จะขึ้นป้ายเพื่อโฆษณา...”

(ผู้แทนธุรกิจ ร้าน OB Studio ร้อยเอ็ด, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

“...เรื่องการตลาดทางบริษัทมีแผนการตลาดอย่างไรบ้าง ส่วนใหญ่ ร้านของเราเน้น
การประชาสัมพันธ์และคุณภาพของงานเราเน้นคุณภาพทุกด้านทั้งอุปกรณ์การนำเสนอไอเดียและ
Concept ของเราจะต้องมีความชัดเจนและมีคุณภาพ เราใช้วัตถุประสงค์ที่มีคุณภาพทั้งในพื้นที่และส่งจาก
กรุงเทพฯ โดยตรง สินค้าและบริการทุกอย่างจะยึดตามความต้องการของเจ้าภาพ และมีการออกแบบ
หรือนำเข้ามาตามความต้องการของเจ้าภาพ สำหรับโปรโมชั่นเรามีการจัดโปรโมชั่น promotion คือ
ถ้าลูกค้าตกลงจ้างเราในเรื่องโครงสร้าง การแสดงแสงสีเสียงประดับตกแต่งเราก็แถม คำว่าอแอก
ไนซีให้ด้วย ดูแลทุกอย่างให้ดูแลความเรียบร้อยออก Concept ออกแบบดำเนินพิธีการให้ เราใช้สื่อ
ประชาสัมพันธ์ทาง Facebook YouTube ผลงานของเรามีคุณภาพจะเป็นการประชาสัมพันธ์ตัวเรา
เองไปในตัว เราไปเสนองานเองหรือมีทีมงานไปนำเสนอทางร้านเราไปเสนองานเอง สำหรับคำว่า
สปอนเซอร์หรือผู้สนับสนุนเราจะมีบริการให้กับหน่วยงานที่มาว่าจ้างเรา เราก็จะช่วยหาสปอนเซอร์
ให้ด้วย เป็นการร่วมมือ โดยให้คำแนะนำช่วยเหลือและให้คำปรึกษาในการหาสปอนเซอร์...”

(ผู้แทนธุรกิจ ร้าน PT Sound ขอนแก่น, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

“...เรามีการวางแผนว่า ต้องการยอดเท่าไรต่อปี และพิจารณาร่วมกันว่า จะทำ
อย่างไร ก็ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดทั่ว ๆ ไป เหมือนธุรกิจอื่น ๆ วัตถุประสงค์ต้องเลือกที่ดี ที่ตอบโจทย์ และ
ประหยัดงบประมาณค่ะ ถ้าเป็นด้านอาหาร ต้องเลือกวัตถุดิบอย่างพิถีพิถัน ซึ่งเราจะแข่งกับธุรกิจ

ที่มาร่วมงานค่ะ อาหารต้องสด สะอาด อร่อย จัดตกแต่งสวยงาม มีอาหารคาว หวาน เครื่องดื่ม แล้วแต่ผู้ว่าจ้างต้องการ การขาย สินค้าของเราก็คือ การออกแบบ ไอเดียที่เราขาย และการจัดงาน แบบมืออาชีพ ซึ่งการออกแบบตามโจทย์ของลูกค้า เราต้องนำมาสร้างเป็นโมเดล หรือภาพจำลอง ให้ลูกค้าเข้าใจ และมองเห็นภาพชัดเจน เพื่อให้ตัดสินใจได้ง่าย และเข้าใจตรงกัน การส่งเสริมเรามีการ ให้ส่วนลด มีการให้ชำระหลังจากเสร็จงาน และมีการแถม เช่น แถมดอกไม้ตกแต่งหน้างาน 2 จุด แล้วแต่ผู้ว่าจ้างจะพอใจ และเราทำได้ เราประชาสัมพันธ์งานผ่านทางเฟซบุ๊กของเรา และทางผู้ว่าจ้าง เป็นผู้ดำเนินการเรื่องประชาสัมพันธ์ เช่น งานที่จ้างโดยเทศบาล เทศบาลจะทำป้ายโฆษณา ติด เผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ และใช้จ่ายงบของเทศบาลเอง เป็นต้นค่ะ สำหรับการขายโดยปกติเราจะได้ ลูกค้าที่เคยว่าจ้างกันมาก่อน และทำงานต่อเนื่องในปีต่อ ๆ ไป ค่ะ ก็มีที่ไปเสนอราคากับส่วนราชการ ก็ดูตามประกาศของส่วนราชการค่ะ และพยายามทำเอกสารให้ชัดเจน และราคาไม่แพง ด้าน ผู้สนับสนุนหรือ Sponsorship เราจะมีป้ายประชาสัมพันธ์ในงาน ที่ผ่านมาผู้สนับสนุนก็มีทั้งที่เรา ติดต่อไป และที่ลูกค้าเคยโฆษณาด้วยกันจ้างเราค่ะ...”

(ผู้แทนธุรกิจ ร้าน Bo Little Dance มหาสารคาม, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

“...การจัดเตรียมวัตถุดิบ เราทำกันเองในสี่คน จะติดต่อไว้หลาย ๆ เจ้า ถ้าส่วนของวัสดุโครงสร้างก็จะดูที่โฮมโปร หรือโกลบอลล์ ถ้ามีเกี่ยวกับดอกไม้ ก็ใช้ของในจังหวัดหรือสั่ง จากปากคลองตลาด การส่งเสริมการขาย ใช้วิธีลดค่างดจํา จาก 40% เหลือ 20% ก็ทำให้เจ้าภาพ ตัดสินใจได้ง่ายขึ้น และเพิ่มโอกาสในการรับงาน การประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขาย ใช้เพจ ทางเฟซบุ๊ก และหุ้นส่วน 4 คนช่วยกันขาย ทุกคนทำหน้าที่นี้ได้ ด้านผู้สนับสนุน (Sponsorship) เราจะไปติดต่อร้านค้าเอกชน หรือนักการเมืองท้องถิ่น นักการเมืองระดับจังหวัด เป็นผู้สนับสนุน...”

(ผู้แทนธุรกิจ ร้าน the best มหาสารคาม, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

จากการศึกษาด้านการตลาดของผู้แทนธุรกิจ สรุปได้ว่า การจัดทำแผนการตลาด เป็นสิ่งสำคัญ บางธุรกิจจะกำหนดเป้าหมาย เป็นยอดรายรับประจำปี แผนกำหนดให้สอดคล้องกับ ประเพณีในท้องถิ่น เช่น ฮีต 12 คอง 14 ติดต่อกันจากผู้ว่าจ้างกลุ่มเดิมเป็นฐานและขยายต่อไป วัตถุประสงค์ที่ใช้ในการจัดงาน จะมุ่งเน้นคุณภาพ และตรงตามความต้องการของผู้ว่าจ้าง การวางแผน การขายสินค้าและบริหาร มีการจัดโปรโมชั่น การให้ส่วนลด ของแถม การประชาสัมพันธ์ เป็นสิ่ง สำคัญสำหรับธุรกิจรับจัดงาน โดยส่วนใหญ่ใช้การประชาสัมพันธ์ผ่านทางโซเชียลมีเดีย และติดต่อกับหน่วยงานหรือผู้ว่าจ้างโดยตรง

ข้อสังเกตจากการศึกษา ด้านการตลาด สรุปได้ดังนี้

1. ธุรกิจที่รับจัดงานท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรมส่วนใหญ่ใช้การประชาสัมพันธ์ธุรกิจผ่านทางเพจเฟซบุ๊ก เว็บไซต์ และติดต่อลูกค้าโดยตรง ยังไม่มีช่องทางการตลาดที่แปลกใหม่
 2. วัตถุประสงค์ที่ใช้ในงานเป็นไปตามความต้องการของผู้ว่าจ้าง มีบางธุรกิจที่มุ่งไปที่การอุดหนุนสินค้าชุมชน เพื่อประโยชน์ในวงกว้างขึ้น
 3. ธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดงานท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรมมีการใช้วิธีส่งเสริมการขายโดยใช้โปรโมชั่นที่แตกต่างกัน เช่น บางแห่งใช้วิธีการให้ส่วนลดเงินมัดจำ บางแห่งใช้วิธีการแถม บางแห่งใช้วิธีการขยายระยะเวลาการชำระเงิน
 4. ด้านผู้สนับสนุนที่เข้ามาเกี่ยวข้องหรือที่ปรากฏในงาน ส่วนใหญ่มาจากการติดต่อของผู้ให้การสนับสนุนเอง มีบางธุรกิจเท่านั้นที่เดินเข้าหาผู้สนับสนุน
 5. ธุรกิจยังขาดแผนการขยายธุรกิจเพื่อพัฒนาให้ธุรกิจมีการเติบโตมากขึ้น
4. การดำเนินงาน (Operations) ด้านผู้มีส่วนร่วม ผู้แทนธุรกิจดำเนินงาน โดย
- 1) ผู้จัดการ ผู้ควบคุมดูแลงานฝ่ายต่าง ๆ 2) ประชาชนในพื้นที่ 3) หน่วยงานราชการและเอกชนในพื้นที่ซึ่งมีส่วนร่วมในการจัดงานระดับจังหวัด 4) ทีมผู้ปฏิบัติงาน 5) ทีมการแสดง 6) หน่วยงานด้านโครงสร้าง เช่น ไฟฟ้า ประปา 7) เจ้าของผู้ว่าจ้าง ด้านการสื่อสาร ผู้แทนธุรกิจดำเนินงานโดย
 - 1) โทรศัพท์เคลื่อนที่ (มือถือ) 2) โซเชียลมีเดีย (ไลน์, เฟซบุ๊ก) ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ผู้แทนธุรกิจดำเนินงานโดย
 - 1) แจ้งความประสงค์ในการใช้งานโครงสร้างพื้นฐานในการจัดงานให้กับผู้ว่าจ้างทราบ
 - 2) ผู้ว่าจ้างทำการติดต่อประสานงานหน่วยงานผู้ให้บริการโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา
 - 3) ติดต่อประสานงานกับหน่วยงานไฟฟ้า ประปา เพื่อแจ้งสถานที่หรือจุดที่จะใช้งาน การดูแลรักษาและความปลอดภัย 4) ยึดถือปฏิบัติตามคำแนะนำของหน่วยงานไฟฟ้า ประปา และเมื่อเสร็จงานแจ้งให้มีการจัดเก็บข้อมูลด้านโลจิสติกส์ ผู้แทนธุรกิจดำเนินงานโดย
 - 1) ดำเนินการขนส่งคนและสิ่งของด้วยตนเอง 2) ว่าจ้างรถยนต์เพื่อขนส่งในกรณีที่มีสิ่งของขนาดใหญ่ และมีจำนวนมาก 3) ติดต่อนักศึกษาที่สนใจทำงานพาร์ทไทม์เพื่อช่วยเป็นแรงงานคนของ 4) จัดการออกแบบวางแผนพื้นที่ให้สะดวกและเหมาะสมในการเดินทางของทีม staff และผู้เข้าร่วมงาน ด้านผู้เข้าร่วมงาน (ผู้แทนธุรกิจดำเนินงานโดย
 - 1) ผู้จัดการ ผู้ควบคุมดูแลงานฝ่ายต่าง ๆ 2) ประชาชนในพื้นที่ 3) หน่วยงานราชการและเอกชนในพื้นที่ ซึ่งมีมีส่วนร่วมในการจัดงานระดับจังหวัด 4) ทีมผู้ปฏิบัติงาน 5) ทีมการแสดง 6) หน่วยงานด้านโครงสร้าง เช่น ไฟฟ้า ประปา 7) เจ้าของผู้ว่าจ้าง ด้านสถานที่ ผู้แทนธุรกิจดำเนินงานโดย
 - 1) สถานที่จัดงานตั้งอยู่กลางจังหวัด 2) วางผังงานให้สอดคล้องกับโครงสร้างของสถานที่ 3) มีการจัดการพื้นที่ของบริเวณงานกรณีที่มีพื้นที่ขนาดใหญ่ 8-9 ไร่ อย่างทั่วถึง ด้านเทคนิค ผู้แทนธุรกิจดำเนินงานโดย
 - 1) ใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตในการทำงาน ติดต่อ

ประสานงาน และออกแบบ 2) ใช้อุปกรณ์ที่ทันสมัยและมีราคาแพงในการจัดงานด้านแสง สี เสียง ดังผลการสัมภาษณ์ผู้แทนธุรกิจ ดังต่อไปนี้

“...ในการบริหารงานผู้จัดการทั่วไปของโรงแรมเป็นผู้ควบคุม ดูแลการทำงาน ทั้งหมด โดยมีหัวหน้าฝ่ายอาหาร ฝ่ายห้องจัดเลี้ยง ฝ่ายศิลป์ ฝ่ายรักษาความปลอดภัย ฝ่ายต้อนรับ เป็นผู้รับคำสั่ง และประสานงาน กำกับดูแลการทำงานในส่วนต่าง ๆ ให้ดำเนินไปได้เรียบร้อย การติดต่อสื่อสารในบริเวณโรงแรม ใช้วิทยุเคลื่อนที่ และโทรศัพท์มือถือ แอปพลิเคชันไลน์ และแมสเซนเจอร์ โรงแรมจัดเตรียมโครงสร้างพื้นฐาน ทั้งสถานที่ ระบบน้ำ ระบบไฟฟ้า ระบบอินเทอร์เน็ต ให้พร้อมสำหรับรองรับลูกค้าอยู่เสมอ มีการเตรียมการด้านโลจิสติกส์ จำนวนคน จำนวนห้องพัก จำนวนมื้ออาหาร จำนวนวันที่เข้าพัก โดยมีการจัดการในแต่ละส่วนที่ต้องคำนึงถึง คือ การจัดเตรียมที่จอดรถให้เพียงพอ การจัดเตรียมอาหาร และเครื่องดื่มให้เพียงพอในแต่ละมื้อ การจัดเตรียมห้องพักตามจำนวนที่ได้รับแจ้ง โดยอาหารและเครื่องดื่ม ประมาณจากจำนวนผู้เข้าร่วมงานที่ได้รับแจ้งจากผู้ว่าจ้างโรงแรมแบ่งหน้าที่ตามฝ่ายงานที่รับผิดชอบ เช่น การดูแลต้อนรับลูกค้า ให้เป็นหน้าที่ของพนักงานส่วนหน้า ผู้จัดการและฝ่ายต้อนรับ การจัดเลี้ยง เป็นหน้าที่ของฝ่ายจัดเลี้ยง โรงแรมมีพนักงานฝ่ายออกแบบ และช่างเทคนิครับผิดชอบดูแล ด้านอุปกรณ์ เช่น ระบบไฟฟ้า และเครื่องเสียง...”

(ผู้แทนธุรกิจ โรงแรมริมปาว, พฤษภาคม: สัมภาษณ์)

“...งานมรดกไทย ประชาชนทั่วไปเข้าร่วมเยอะ เพราะเป็นงานแบบ out door เป็นกิจกรรมประจำจังหวัด การจัดการ ทางวัฒนธรรมจังหวัด จะกำหนดไว้ว่าตั้งเก้าอี้ ก็ร้อยตัว ซึ่งส่วนมากจะไม่พอ ก็จะยืนดู วัฒนธรรมจังหวัดจะประชาสัมพันธ์งานเป็นประจำทุกปี ผู้มาร่วมงาน เช่นวิทยาลัยนาฏศิลป์ ศิลปินที่มาร่วม ก็จะช่วยประชาสัมพันธ์อีกทางหนึ่ง การจัดโครงสร้างพื้นฐาน ดูตามโครงสร้างทางกายภาพของสถานที่ และออกแบบงานตามโครงสร้าง โดยในช่วงฤดูกาลที่มีลม มีฝน จำเป็นจะต้องมีการออกแบบโครงสร้างให้แข็งแรงเป็นพิเศษ เพื่อความปลอดภัย ใช้รถประจำทาง ถ้าไกล และจำนวนมาก ก็จะจ้างห้างอื่น เป็นครั้งคราว เช่น รถตู้คอนเทนเนอร์ มีการวางผังของงานให้สอดคล้องกับโครงสร้างของสถานที่ มีการใช้อุปกรณ์ เครื่องมือทุกอย่างช่วยในการจัดงาน เพื่อให้จัดงานออกมาสมบูรณ์และสร้างความประทับใจแก่ผู้ว่าจ้างและผู้ร่วมงาน...”

(ผู้แทนธุรกิจ ห้างหุ้นส่วนจำกัดศิริประภาเซลล์แอนด์เซอร์วิส, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

“...ร้านเป็นผู้จัดการงานทั้งหมด ร่วมกับผู้ช่วย และผู้มีส่วนรวมจะเป็นผู้รับคำสั่ง และทำตามที่กำหนด การติดต่อสื่อสารผ่านโทรศัพท์มือถือ วิทยุสื่อสาร ในงาน มีการดูสถานที่ร่วมกับ

ผู้ว่าจ้าง และออกแบบโครงสร้างของงาน โดยผู้ว่าจ้าง เป็นผู้พิจารณาความเหมาะสม ร้านเป็นผู้จัดการด้านโลจิสติกส์ด้วยตนเอง และสำหรับร้านที่มาร่วมงานก็จะดูแลงานในส่วนของคุณเอง ผู้มีส่วนร่วม ได้แก่ งานที่มีการสัมภาษณ์ผู้ร่วมงาน งานที่มีการเล่นเกมบนเวที จะ staff คอยดูแล และจัดคิว การขึ้นเวที หลายคน ด้านสถานที่ มีการจัดส่วนของงานแต่ละส่วน จัดให้สอดคล้องกับการทำงาน และเหมาะสม...”

(ผู้แทนธุรกิจ ร้าน OB Studio ร้อยเอ็ด, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

“...ผู้มีส่วนร่วมเช่นวัฒนธรรมจังหวัดในส่วนของปกครองจังหวัดผู้ประสานงานของจังหวัดที่จะเข้ามาร่วมกับเรา กงสุลต่างประเทศเข้ามาร่วมกับเราด้วยในงานใหม่นักแสดงคุณครูจากโรงเรียนต่าง ๆ แล้วเจ้าหน้าที่แต่ละอำเภอที่จะเข้ามาประสานงาน ธีมการแสดง ซึ่งมาร่วมไม่ใช่ทีมที่เราหาเอง ก็ต้องมาประสานงานกับเรา ในเรื่องของการจัดคิวภาพเสียง ส่วนมากจะเป็นเจ้าหน้าที่ในส่วนราชการ อบจ. กงสุลต่าง ๆ เจ้าหน้าที่วัฒนธรรมของอำเภอของจังหวัด งานใหม่ก็จะเป็นเจ้าหน้าที่ 26 อำเภอมาประสานงานกับเรา สำนักงานการท่องเที่ยวจะมีส่วนร่วมในเรื่องของการประชาสัมพันธ์ในส่วนของการท่องเที่ยว โดยจะนำหัวข้อเนื้อหาเรื่องการท่องเที่ยวมาประสานงานกับเราเพื่อให้นำขึ้นจอ การสื่อสาร แม่งงานจริง ๆ ของงานใหม่ คือ ปกครองจังหวัดขอนแก่น แต่จะมีการแบ่งแยกหน้าที่เช่นพิธีเปิดเป็นหน้าที่ของสำนักงานจังหวัด แต่หลังจากนั้นจะเป็นปกครองจังหวัดสำหรับศาลาผูกเสี่ยวเป็นของ อบจ. จังหวัดเป็นผู้ดูแล โครงสร้างพื้นฐาน ระบบไฟฟ้า ของคุณวัฒนธรรมศาลาผูกเสี่ยว ทางเราเป็นผู้รับจ้างอยู่แล้วก็จะประสาน และประชุมร่วมกันกับ อบจ. ขอนแก่น ต้องบอกเขาในเรื่องระบบไฟที่เราต้องการใช้ว่ามีขนาดประมาณเท่าไรทาง อบจ. ขอนแก่น จะประสานงานกับการไฟฟ้าเพื่อเตรียมหม้อสำรองไฟฟ้ามาลงให้ แต่ในงานใหม่ เฉพาะหม้อไฟไม่เพียงพอทาง ร้านและ อบจ. ได้เสนอแนะว่า ถ้าใช้หม้อไฟไม่เพียงพอต้องแก้ปัญหาด้วยการใช้เครื่องปั่นไฟ ทาง อบจ. ขอนแก่น จะเป็นผู้ประสานโดยเราระบุวัตถุประสงค์ให้ว่าจะต้องใช้ประมาณเท่าไร งานใหม่จะมีทั้งขอหม้อสำรองไฟ เช่น 30/100 3 เฟส งานใหม่ทั้งหมดขอให้การไฟฟ้าลงหม้อแปลงสำรองไฟโดยไม่เกี่ยวกับร้านค้า ในส่วนของร้านค้าแยกออกต่างหาก ในส่วนของเวทีกลางจะมีไฟสำรองเหมือนกับ อบจ. คือ จะมีเครื่องปั่นไฟของทางการไฟฟ้า หรือจะมีรถสำรองไฟฟ้าของหน่วยบรรเทาสาธารณภัยอีกส่วนหนึ่งในส่วนของโดมทางร้านเราก็จะประสานกับทางป้องกันจังหวัดเพื่อขอหม้อแปลงไฟมาให้ในแต่ละจุดว่าต้องใช้เท่าไรซึ่งเราจะเป็นผู้กำหนดขนาดให้ ในส่วนของน้ำประปาจำเป็นต้องขอเพิ่มหรือไม่ ในส่วนของเวทีกลาง ห้องน้ำ 2 ทิศทาง เป็นรถสุขาเคลื่อนที่ ถ้าเราขอไปเขาก็จะมีรถสุขาเคลื่อนที่มาให้เพิ่มให้ จะเป็นของเทศบาลเข้ามาร่วมรับผิดชอบช่วยเหลือส่วนนี้ด้วย พอถึงวันจัดงานทางประปาก็จะมาติดตั้งระบบประปาให้เราและยกหม้อมาติดตั้งพอเสร็จงานก็เก็บกลับไปสำหรับค่าใช้จ่ายในส่วนของคุณประปาจะเป็น อบจ. ขอนแก่น และจังหวัดขอนแก่นในส่วนอื่น

แต่ในกลุ่มวัฒนธรรม จะเป็นของ อบจ. รับผิดชอบจ่าย การจัดการด้านโลจิสติกส์ เราจัดการบริหารพื้นที่ มีทางเข้าด้านหน้าสำหรับผู้ร่วมงานหลายทางและมีด้านหลังสำหรับทีมงาน และศิลปิน รถขนส่ง และสำหรับกรณีฉุกเฉิน ส่วนใหญ่การจัดงานของงานใหม่ด้านหลังงานทางเราจะทำเป็นโดมเพื่อเป็นที่พักในการจัดงานสำหรับผู้มาทำงานเลย เพราะเราต้องมีที่พักอยู่ในบริเวณงานเพราะเราต้องเผื่ออุปกรณ์ของเราด้วยตลอดช่วงเวลางาน ในการดูแลเรื่องอาหารของทีมผู้ทำงานเราจะมีแม่บ้าน ซึ่งเป็นแฟนของผู้มาร่วมงานเราในทีมงานเราที่เป็นผู้รับทำกับข้าว จ้างทำครัวเองต่างหาก แต่พอช่วงเริ่มงานก็ต้องเก็บครัว แต่ในช่วงที่เตรียมงาน 1 เดือนก็ต้องมีครัวไว้ ประชุมจัดงานก็จะซื้อข้าวกล่องให้สถาปนิกแพนเค้กแพนเค้กบ้างสั่งแกร็บบ้าง การติดตั้งและการรื้อถอนในส่วนขอระบบแสงเสียงเราใช้ทีมงานของเราในการรื้อถอนเองแต่ในส่วนการประดับตกแต่ง จะจ้างนักศึกษา มาช่วยส่วนมากจะเป็นนักศึกษาเทคนิคเทคโนโลยีเยอรมัน มหาลัยขอนแก่น ระบบแสงเสียงภาพของเราก็จะใช้เอฟเฟคเข้ามาเพิ่มเติมในเรื่องของเทคนิค มี Lighting Effect ด้วย และมี Sound Effect และมีเอฟเฟควิธีเปิดต่าง ๆ ที่นำเข้ามาใช้ ระบบจอก็เปลี่ยนเป็นแอลอีดี ใช้ความคมชัดที่ชัดทั้งที่ indoor และ Outdoor และมีการใช้โดรน สรุปว่าเรารับผิดชอบเรื่องแสงสีเสียงโครงสร้างจอ LED ภาพและการถ่ายทอดสด การแสดงเปลี่ยนไปทุกปี ซึ่งทางเราส่วนช่วงหลังนี้ไม่ได้ทำการแสดง...”

(ผู้แทนธุรกิจ ร้าน PT Sound ขอนแก่น, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

“...การทำงานและการมีส่วนร่วม เรากำหนดหน้าที่ให้แต่ละคนรับผิดชอบ มีหัวหน้าแต่ละงานเป็นคนคอยดูแลความเรียบร้อย และประสานงานกับผู้จัดการ ในส่วนธุรกิจที่มาร่วมงาน เจ้าของก็จะเป็นผู้รับคำสั่งและดำเนินการตามที่เรากำหนด การติดต่อสื่อสาร ใช้ไลน์ ใช้โทรศัพท์ ทั้งตอนเตรียมงาน และตอนวันงาน ถ้าส่งเอกสารหรือไฟล์ก็ส่งผ่านเฟซบุ๊ก หรืออีเมล การจัดงานต้องเตรียมให้พร้อมและเหมาะสมทั้งระบบน้ำ ไฟฟ้า ห้องน้ำ ช่องทางลม ถ้าเป็นพื้นที่กลางแจ้งก็ต้องมีพัดลมเสริมด้วย มีการจัดเส้นทางของ staff ด้านหลังงาน ด้านหน้าสำหรับแขกผู้มาร่วมงาน ศิลปิน และทีม เข้าด้านหลัง ผู้มาร่วมงาน ถ้าเป็นงานกลางแจ้ง ก็มีจัดเตนท์ เก้าอี้ ตามความเหมาะสม ซึ่งผู้ว่าจ้างจะกำหนดให้ว่า ควรจัดไว้กี่ตัว สถานที่ที่มีการกำหนดพื้นที่ในการดูแลก็แบ่งเป็นส่วนหลัก ๆ ก็คือ แผนกต้อนรับ หน่วยงาน พิธีกร ฝ่ายกำกับเวที แสง สี เสียง โชนอาหารเครื่องดื่ม ห้องสุขา ฝ่ายปฐมพยาบาล ก็ต้องจัดเป็นส่วน ๆ ให้มีผู้ดูแลประจำทุกจุด สำหรับด้านเทคนิค ปกติแล้วเราเน้นที่อุปกรณ์ของเรามีความทันสมัย ราคาแพง มีคนดูแลโดยเฉพาะ และนอกจากเราใช้ในงานของเรา เราก็รับร่วมงานกับออบจ.ขอนแก่นในเซเซอร์ทีมอื่น ๆ ด้วย...”

(ผู้แทนธุรกิจ ร้าน Bo Little Dance มหาสารคาม, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

“...ผู้มีส่วนร่วมในการจัดงาน คือ หน่วยงานราชการในจังหวัด อบจ. เทศบาล อบต. อปท. ธุรกิจที่จ้างมาร่วมงาน เช่น เช่าชุด แต่งหน้า ทำผม เสริมสวย การสื่อสารใช้โทรศัพท์ ด้านโครงสร้างพื้นฐาน จัดงานเช่าโรงแรม อาหารบางครั้งสั่งร้านข้าง ๆ สั่งฟู้ด สั่งแกร็บ ด้านโลจิสติกส์ เรามีรถ 2 คัน และมีการจ้างรถหกล้อถ้ามีของเยอะ บางครั้งไปจ้างนักศึกษา มาช่วยขนของ ระบบแสง สี เสียง และเทคนิค เราจะจ้างอีกบริษัท แต่เราควบคุมดูแล ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เราไปติดต่อกับ สมาคมช่างภาพ เราก็เลือก และจ้างเอา...”

(ผู้แทนธุรกิจ ร้าน the best มหาสารคาม, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

จากการศึกษาการดำเนินงานของผู้แทนธุรกิจ สรุปได้ว่า ผู้มีส่วนร่วมในการจัดงาน ท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรม ได้แก่ ผู้เกี่ยวข้องในส่วนที่เป็นผู้ว่าจ้าง ผู้ร่วมงาน พันมิตรที่ใช้สถานที่ร่วมกัน กรณีที่เป็นงานใหญ่ระดับจังหวัด แต่ละหน่วยงาน ก็จะทำการว่าจ้างผู้จัดงานหลายราย ซึ่งต้องทำงาน ร่วมกัน เพื่อให้ทุกอย่างออกมาราบรื่น เรียบร้อย การติดต่อสื่อสารกันในการทำงานสามารถทำได้ง่าย และสะดวกเนื่องจากการใช้ทั้งโทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต และวิทยุสื่อสาร โครงสร้างพื้นฐานขึ้นอยู่กับบริบทของพื้นที่จัดงาน รวมถึงการวางแผนสำหรับระบบโลจิสติกส์ทั้งการขนส่งสินค้า วัสดุ อุปกรณ์ และกำลังคนด้วย การดำเนินงานควรให้ความสำคัญกับโครงสร้างพื้นฐาน ระบบไฟฟ้า สัญญาณ อินเทอร์เน็ต และสิ่งจำเป็นสำหรับการขับเคลื่อนงาน ให้พร้อม และไม่ให้เกิดปัญหา ที่จะทำให้งาน เกิดข้อบกพร่องหรือสะดุดขึ้น ถือเป็นสิ่งสำคัญที่ธุรกิจในการจัดงานด้านการท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรม ต้องวางแผนให้ดี

ข้อสังเกตจากการศึกษา ด้านการดำเนินงาน สรุปได้ดังนี้

1. การวางระบบด้านโครงสร้างพื้นฐาน เป็นสิ่งที่เจ้าของธุรกิจในการจัดงาน ท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรมจะต้องคำนึงถึง และให้ความสำคัญ โดยต้องระบุความต้องการให้ผู้ว่าจ้างทราบ เช่น ต้องการใช้ไฟฟ้าขนาดเท่าใด จึงจะเพียงพอในการจัดงาน ต้องจัดเตรียมเครื่องสำรองไฟหรือไม่ อย่างไร โดยต้องมีการวางแผนรองรับด้านโครงสร้างอย่างเหมาะสม

2. การบริหารจัดการสถานที่ในการจัดงาน ควรอำนวยความสะดวกด้านโลจิสติกส์ และความเหมาะสมในการต้อนรับผู้เข้าร่วมงาน และมีการเตรียมการรองรับสำหรับเหตุฉุกเฉิน ที่อาจเกิดขึ้น

5. ความเสี่ยง (Risk) ด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับ ผู้แทนธุรกิจดำเนินการ โดย 1) เจ้าของธุรกิจ กำกับดูแลการปฏิบัติงานทุกขั้นตอนด้วยตนเอง 2) ผู้รับจ้างที่มาร่วมงานต้อง ปฏิบัติตามที่เจ้าของธุรกิจกำหนด ซึ่งเป็นไปตามผู้ว่าจ้างที่ได้ตกลงกันไว้ ด้านการตัดสินใจ (Decisions) ผู้แทนธุรกิจดำเนินการโดย 1) เจ้าของธุรกิจตัดสินใจด้วยตนเอง 2) เจ้าของและหุ้นส่วน ร่วมกันตัดสินใจ ด้านกรณีฉุกเฉิน ผู้แทนธุรกิจดำเนินการโดย 1) เตรียมเครื่องมือและอุปกรณ์ปฐม

พยาบาล สำหรับกรณีอุบัติเหตุฉุกเฉิน 2) ติดต่อประสานหน่วยงานเช่น มูลนิธิกู้ภัย มาร่วมประจำที่
งาน 3) ติดต่อประสานสถานพยาบาลใกล้เคียงพื้นที่จัดงาน ด้านสุขภาพและความปลอดภัย (Health
& Safety) ผู้แทนธุรกิจดำเนินการโดย 1) เจ้าของธุรกิจคำนึงถึงสุขภาพและความปลอดภัยของทีมงาน
และผู้ร่วมงานทุกคน โดยทำโครงสร้างของส่วนต่าง ๆ ในงานเช่น เวที ป้าย ต่าง ๆ ให้มีความแข็งแรง
2) จัดการด้านความปลอดภัยของจุดเชื่อมต่อไฟฟ้า 3) มีการกำกับดูแลด้านสุขภาพและความ
ปลอดภัยภายในงาน ด้านการประกันภัย (Insurance) ผู้แทนธุรกิจดำเนินการโดย 1) ทำประกันภัย
ให้แก่ทีมงาน 2) ทำประกันภัยให้แก่ทีมผู้มาช่วยงาน พิจารณาจากงานและพื้นที่ ด้านกฎหมาย
(Legal) ผู้แทนธุรกิจดำเนินการโดย 1) ให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตามกฎหมาย 2) ระมัดระวังไม่ใช้
ภาพ วีดิทัศน์ หรือสินค้าที่มีลิขสิทธิ์ ด้านความปลอดภัย (Security) ผู้แทนธุรกิจดำเนินการโดย 1)
เตรียมเครื่องมือและอุปกรณ์ปฐมพยาบาล สำหรับกรณีอุบัติเหตุฉุกเฉิน 2) ติดต่อประสานหน่วยงาน
เช่น มูลนิธิกู้ภัย มาร่วมประจำที่งาน 3) ติดต่อประสานสถานพยาบาลใกล้เคียงพื้นที่จัดงาน ดังผล
การสัมภาษณ์ผู้แทนธุรกิจ ดังต่อไปนี้

“...ในการควบคุมดูแลการปฏิบัติ โดยผู้จัดการ ผู้ช่วยผู้จัดการ และหัวหน้าฝ่ายทุก
ฝ่าย และมีการปฏิบัติตามหน้าที่ ปฏิบัติงานตรงตามที่ได้รับมอบหมายผู้จัดการทั่วไป รับผิดชอบดูแล
การจัดงานให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย และเป็นผู้ตัดสินใจในกรณีที่มีเหตุสุดวิสัย หรือในกรณีที่มีเหตุ
ฉุกเฉิน มีแผนรองรับสำหรับกรณีฉุกเฉิน เช่น ประตู บันไดหนีไฟ มีระบบเครื่องเตือนไฟไหม้ในอาคาร
และถึงดับเพลิงตามกฎหมายเกี่ยวกับอาคารที่ระบุไว้ ด้านสุขภาพและความปลอดภัย อาหารและ
เครื่องดื่ม เน้นความสะอาด และใช้วัตถุดิบที่สด ใหม่ มีคุณภาพ เครื่องดื่ม มีการสั่งซื้อจากผู้ขาย และ
ผู้ผลิตที่เชื่อถือได้ โรงแรมให้ความสำคัญกับความปลอดภัยโดยมีประกันอุบัติเหตุสำหรับลูกค้าผู้เข้าพัก
ทุกคน มีการศึกษากฎหมายที่เกี่ยวข้อง และปฏิบัติตามเพื่อไม่ให้เกิดการฝ่าฝืนกฎหมาย มีระบบรักษา
ความปลอดภัย มีผู้รักษาความปลอดภัย มีการติดตั้งถังดับเพลิงตามกฎหมายเกี่ยวกับอาคาร...”

(ผู้แทนธุรกิจ โรงแรมริมปาว, พฤษภาคม: สัมภาษณ์)

“...ผู้กำกับดูแลงาน เช่น ขนาดเวที ทางห้างถ้าเป็นงานร่วม บางงานห้างก็จะนำ
เวทีไปเอง แต่ถ้าจ้างก็จะกำหนดขนาดกับทางห้างข้างนอกทราบ แต่งานที่จัดเป็นเวทีของเทศบาล
วัฒนธรรมจังหวัดกำหนดขนาดเวที เพราะจะทราบว่า การแสดงมีกี่ชีวิตที่จะขึ้นเวที เช่น 300 คน
วัฒนธรรมจะทราบและกำหนดขนาดเวทีให้เหมาะสม หน้าที่ส่วนผู้จัดการเป็นผู้คุมงานเอง ประสบการณ์
ที่พบเจอกรณีฉุกเฉิน คือ เคยเจอพายุ ก่อนงานเริ่ม อุปสรรคด้านดินฟ้าอากาศ มีผลต่องานมาก ถ้า
เป็นงาน Out Door ก็ต้องดูพยากรณ์อากาศ และ Safety และมีการเปลี่ยนจุดในบางครั้ง เช่น หลบ
ลม หารที่ยึดเวทีหรือป้ายให้มั่นคง ถ้าจัดงานในหน้าฝน หน้าหนาว ที่มีพายุ ต้องมีแผนสำรองเสมอ

ด้านสุขภาพและความปลอดภัย มีการดูแลความปลอดภัยของคน และอุปกรณ์ มีการเตรียมชุดปฐมพยาบาลเบื้องต้นไว้เสมอ ห้างทำประกันภัย ประกันอุบัติเหตุสำหรับแต่ละงาน ภาพ วิดีทัศน์ และสื่อต่าง ๆ ที่ใช้ในงาน ทางห้างจะผลิตขึ้นเพื่อไม่ให้ซ้ำซ้อน ในกรณีที่ต้องนำภาพไปทำป้าย ห้างจะนำไปจ้างร้านป้ายทำให้ ซึ่งต้องคำนึงถึงลิขสิทธิ์ เช่น ภาพลายไทยที่นำมาใช้ ถ้ามีลายน้ำ ก็จะผิดกฎหมาย ทางร้านป้ายก็จะช่วยพิจารณาว่า ควรใช้ภาพอย่างไรจึงจะไม่ผิดกฎหมาย สำหรับการรักษาความปลอดภัยในงาน Out Door มี รปภ. มี อพพร. ของเทศบาล มีตำรวจ และเจ้าหน้าที่ ซึ่งทางวัฒนธรรมจะติดต่อประสานงานไว้แล้ว...”

(ผู้แทนธุรกิจ ห้างหุ้นส่วนจำกัดศิริประภาเซลล์แอนด์เซอร์วิส, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

“...ผู้จัดการและผู้ช่วย รับผิดชอบดูแลการปฏิบัติทุกงาน โดยร้านผู้มาร่วมงานจะรับผิดชอบต่อหน้าที่ตามที่ได้รับมอบหมาย ซึ่งมีผลกับค่าจ้าง และความน่าเชื่อถือในอนาคต ดังนั้นจึงจำเป็นต้องทำงานตามที่กำหนด ด้านการตัดสินใจ ผู้จัดการและผู้ช่วย รับผิดชอบการตัดสินใจด้วยตนเอง กรณีฉุกเฉิน มีการจัดเตรียมแผนสำหรับกรณีฉุกเฉิน เช่น อุบัติเหตุ การปฐมพยาบาลเบื้องต้นแล้วแต่ขนาดของงาน และความจำเป็น มีการจัดสถานที่ให้มั่นคงแข็งแรง คำนึงถึงความปลอดภัยของทุกคนเป็นสำคัญ ร้านมีการทำประกันภัย และปฏิบัติตามกฎหมาย โดยเฉพาะด้านลิขสิทธิ์ ภาพ วิดีทัศน์ต่าง ๆ จะใช้อย่างระมัดระวัง ส่วนใหญ่ผลิตขึ้นเอง ในการจัดงานทุกครั้ง จะมีการคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้ปฏิบัติงาน และของผู้ร่วมงาน เป็นสำคัญ มีการประสานขอความร่วมมือจากตำรวจ หรือผู้รักษาความปลอดภัยเพื่อให้ดูแลบริเวณงานให้ราบรื่น เรียบร้อย...”

(ผู้แทนธุรกิจ ร้าน OB Studio ร้อยเอ็ด, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

“...ทีมงานของเรา เป็นทีมงานคุณภาพที่มีประสบการณ์ทำงานร่วมกันมานาน เราผลักดันลูกน้องตั้งแต่เป็นลูกจ้าง รับเงินเดือนจนเป็นเจ้าของกิจการ และเป็นหุ้นส่วนร่วมกัน ดังนั้นในการปฏิบัติงาน เราจึงมั่นใจได้ว่า เรามีทีมงานที่มีคุณภาพ เชื่อถือกันได้ อำนาจตัดสินใจต่าง ๆ เป็นของเจ้าของกิจการ กรณีฉุกเฉิน จะมีการเตรียมแผนสำหรับรองรับกรณีฉุกเฉินเราจะมีการเตรียมการเพื่อรองรับอย่างเช่น ในกรณีที่เคยเกิดขึ้นก็คือเมื่อลูกน้องได้ทำการจัมพ์ไฟแล้วเกิดมีประกายไฟขึ้น เราก็จะมีรถพยาบาลที่ดูแลคนเจ็บในทันที ซึ่งหน่วยพยาบาลก็จะมีอยู่ในงานเพียงจะเป็นพวกกู้ภัยต่าง ๆ ที่ได้รับการติดต่อให้มาร่วมส่วนของบริษัทเราก็จะเป็นการนำส่งโรงพยาบาลที่ใกล้ที่สุดค่ะ ในทุกครั้งที่มีการทำงานเราจะเตรียมกระเป๋าปฐมพยาบาลเบื้องต้นไปทุกครั้ง ด้านสุขภาพและความปลอดภัย การเตรียมแผนสำหรับรองรับกรณีฉุกเฉินเราจะมีการเตรียมการเพื่อรองรับและจะมีรถพยาบาลที่ดูแลคนเจ็บได้ในทันที ซึ่งหน่วยพยาบาลก็จะมีอยู่ในงานเป็นพวกกู้ภัยต่าง ๆ ที่ได้รับการติดต่อให้มาร่วม

ส่วนของบริษัท เราก็จะนำส่งโรงพยาบาลที่ใกล้ที่สุดค่ะ ในทุกครั้งที่มีการทำงานเราจะเตรียมกระเป๋าปฐมพยาบาลเบื้องต้นไปทุกครั้ง การประกันภัย เมื่อก่อนทำประกันหมู่ค่ะ แต่ปัจจุบันนี้ไม่ได้ทำ แต่ส่วนมากเด็กที่เข้ามาเราจะพยายามให้เด็กพวกนี้เปิดบัญชีทุกคน จะแนะนำให้เปิดบัญชีธนาคาร และ ธนาคารจะมีการหักเงินประกันอุบัติเหตุ เพราะเรามีการจ่ายเงินผ่านธนาคารทุกครั้งในส่วนของ การประกันก็ให้อยู่ในส่วนของบัญชีธนาคาร เราจะมีบัตรระวัง ทำทุกอย่างตามกฎหมาย และข้อกำหนด ที่เจ้าภาพให้มา เรามีระบบรักษาความปลอดภัยเกี่ยวกับทรัพย์สินและการทำงาน เราจะมีการป้องกัน โดยมีเครื่องแต่งกายที่เซฟ เช่น มีหมวก ถ้าต้องเข้าทำงานในพื้นที่ที่มีความเสี่ยงก็จะต้องใส่หมวก ใส่ชุด และมีเข็มขัดที่จะขึ้นกระเช้าป้องกันด้านความปลอดภัย ส่วนทรัพย์สินจะมีการอบรมทุกคนก่อน การทำงานก่อนที่จะเข้าทำงานกับเรา ก่อนที่จะลงมือทำงานเช่น ตรงจุดที่มีการใช้ไฟสำรองและต้อง มีการทำไฟเราจะไม่เป็นคนจิ้มไฟเอง ต้องติดต่อหน่วยงานของการไฟฟ้าหรือผู้ชำนาญการเท่านั้น...”

(ผู้แทนธุรกิจ ร้าน PT Sound ขอนแก่น, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

“...ด้านการปฏิบัติตาม ทีมงานทุกคนมีการประชุมทำความเข้าใจกันอย่างชัดเจน ทั้งช่วงเตรียมงาน ช่วงจัดงาน และช่วงเก็บงาน ทุกคนต้องทำหน้าที่จนกว่าจะเก็บงานเรียบร้อย ผู้จัดการและผู้ช่วยผู้จัดการ รับผิดชอบการตัดสินใจทุกอย่าง และจะคอยดูแลงานอยู่เสมอ กรณีฉุกเฉิน มีการเตรียมอุปกรณ์ปฐมพยาบาล ติดรถของทีมงานไว้ และมีแผนสำหรับการรองรับ กรณี มีเหตุฉุกเฉิน เช่น คนเป็นลม ไฟฟ้าขัดข้อง เป็นต้น ด้านสุขภาพและความปลอดภัย พนักงานของเรา ทุกคนจะมีประกันสังคม และประกันอุบัติเหตุ ในส่วนความปลอดภัย การออกแบบงานทุกส่วน ต้อง ใช้ความระมัดระวัง และรับผิดชอบต่อส่วนรวม เช่น การติดตั้งและเดินสายไฟ ต้องทำอย่างเรียบร้อย มิตรชิด และไม่ก่อให้เกิดอันตรายที่ไม่คาดฝัน การประกันภัย พนักงานของเราทุกคนจะมีประกันสังคม และประกันอุบัติเหตุ กฎหมายที่ต้องคำนึงถึงหลัก ๆ คือ กฎหมายลิขสิทธิ์ กรณีที่ใช้เพลง ใช้ภาพถ่ายประกอบ ลวดลายต่าง ๆ ที่นำมาออกแบบ จะต้องเลือกที่ไม่มีลิขสิทธิ์ และการจัดงานทุกอย่าง ขอบเขตของกฎหมาย ด้านความปลอดภัยเป็นสิ่งที่คำนึงถึงเป็นอันดับแรกในการทำงานทุกอย่าง ทุกคนจะได้รับการย้ำเตือน ให้ระวังทั้งความปลอดภัยของตนเอง และอุปกรณ์เครื่องใช้ทุกอย่าง...”

(ผู้แทนธุรกิจ ร้าน Bo Little Dance มหาสารคาม, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

“...การปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับที่ร้านมีข้อตกลงกันว่า ทุกคนจะต้องรู้โทร โทศัพท์ และอ่านไลน์ตลอดเวลา และต้องตอบกลับเพื่อทราบว่าได้อ่านแล้ว มีคิดเห็นอย่างไร ต้อง รับโทรศัพท์และตอบให้จบตรงนั้นเลย การตัดสินใจในส่วน 4 คน ร่วมกันตัดสินใจได้หมด ถ้าต้องการ ตัดสินใจหนึ่งเดียว ก็คือ เจ้าของร้าน กรณีฉุกเฉิน มีกล่องปฐมพยาบาลเบื้องต้น และมีเบอร์

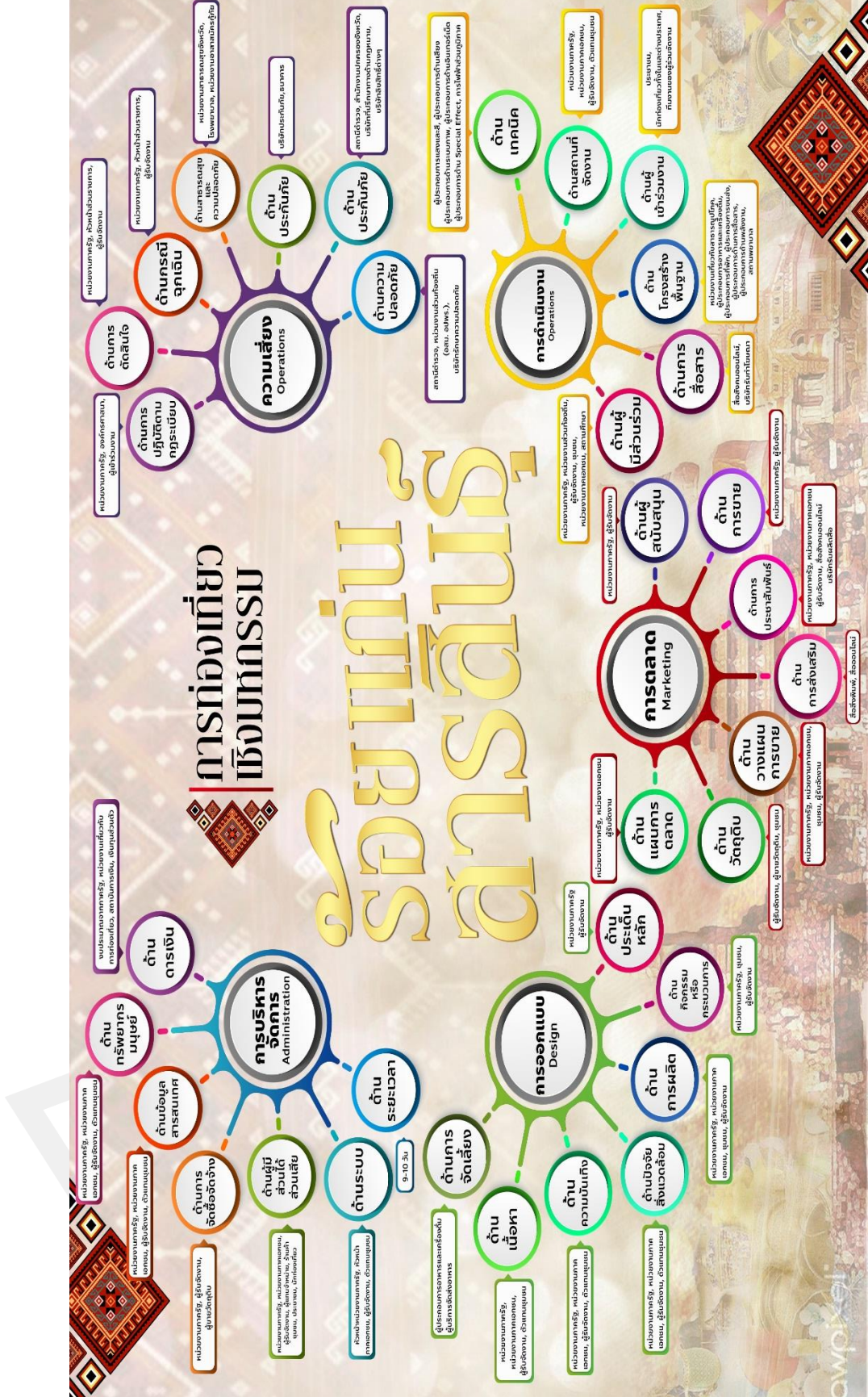
โรงพยาบาลใกล้เคียง เซฟไว้เป็นเบอร์ฉุกเฉิน ด้านการประกันภัย ถ้าเป็นงานใหญ่ เช่น งานกาชาด เวลาจ้างเด็กมา เราจะมีชื่อเด็ก และนำไปทำประกันอุบัติเหตุหมู่ให้ เฉพาะช่วงวันที่ทำงาน ด้านความปลอดภัย ระหว่างทำงาน ก็อาศัย รปภ. ของเจ้าภาพ หรือ อพปร. อาสาชุมชน อาสาหมู่บ้าน และมูลนิธิต่าง ๆ ช่วยกันดูแลได้...”

(ผู้แทนธุรกิจ ร้าน the best มหาสารคาม, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

จากการศึกษาเกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยงของผู้แทนธุรกิจ สรุปได้ว่า การปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับ เป็นสิ่งสำคัญที่ผู้แทนธุรกิจต้องยึดถือปฏิบัติ การตัดสินใจดำเนินการขึ้นอยู่กับเจ้าของ และหุ้นส่วนของธุรกิจ ผู้แทนธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรม มีการเตรียมอุปกรณ์ปฐมพยาบาลสำหรับกรณีฉุกเฉินได้เสมอ สำหรับด้านการประกันภัยจะมีการพิจารณาความเหมาะสมเป็นรายกรณีไปว่าควรจะทำประกันภัยหรือไม่ หากทำควรทำประกันภัยประเภทใด ผู้แทนธุรกิจให้ความสำคัญด้านความปลอดภัยในการจัดงาน และมีการเตรียมการด้านสถานที่เป็นพิเศษในช่วงฤดูที่มักจะมีพายุหรือลมมรสุม เช่น เสริมความแข็งแรงของโครงสร้างเวที เสา ป้ายประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ในบริเวณที่จัดงานเพื่อป้องกันอันตรายที่อาจเกิดขึ้น

ข้อสังเกตจากการศึกษา ด้านความเสี่ยง สรุปได้ดังนี้

1. ธุรกิจควรมีการศึกษาและเตรียมการด้านการประกันภัยอย่างชัดเจน ครอบคลุม และเหมาะสม เพื่อเป็นการประกันความเสี่ยง
 2. การจัดงานในบริเวณที่มีการจราจรคับคั่ง ควรจัดให้มีช่องทางสำหรับกรณีฉุกเฉิน เพื่อทีมงานหรือทีมกู้ภัยจะสามารถเข้าช่วยเหลือผู้ประสบภัย หรือระงับเหตุได้อย่างรวดเร็วทันที่
 3. ควรมีการจัดทำหรือรวบรวมเอกสารเกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ที่จำเป็นต้องยึดถือปฏิบัติในการจัดงานท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรม
- กระบวนการดำเนินงานของธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรม ของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ แสดงได้ดังในภาพประกอบ 4



ภาพประกอบ 4 กระบวนการดำเนินงานการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มโรงเรียนสาธิต

แนวทางในการส่งเสริมธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรมของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ SWOT ของข้อมูลที่ได้ศึกษา เพื่อนำเสนอแนวทางในการส่งเสริมธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรมของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ 5 ด้าน ดังนี้

1. การบริหารจัดการ (Administration)

1.1 การวิเคราะห์ SWOT ด้านการบริหารจัดการ

1.1.1 จุดแข็ง

1.1.1.1 ธุรกิจมีเงินทุนในการบริหารจัดการธุรกิจ

1.1.1.2 การตกลงจ้างงานมีการวางเงินมัดจำก่อนเพื่อใช้เตรียมงาน

ดังปรากฏในบทสัมภาษณ์ดังนี้

“...ด้านการเงิน การบริหารการจัดการด้านการเงินทางร้านก็จะใช้เงินทุนส่วนตัวที่มีอยู่ ถ้าช่วงไหนที่ต้องการเงินทุนเพิ่มเติมก็จะไปขอสินเชื่อวงเงินเกินจากทางธนาคาร ...”

(ผู้แทนธุรกิจ ร้าน the best มหาสารคาม, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

“...ร้านของเราก็มีเงินทุนที่สะสมไว้เป็นทุนอยู่แล้ว และในการจัดงานอย่างเช่น งานใหม่ทางหน่วยงานที่เป็นผู้จัด ทาง อบจ. ก็จะมีการสำรองเงินออกมาประมาณ 40 เปอร์เซ็นต์ของค่าจัดงานทั้งหมด เพื่อที่จะจ่ายเหมือนกับวางมัดจำให้เราก่อน เพื่อให้เรามาดำเนินงาน แต่ส่วนมากจะเป็นเงินทุนของทางเราเอง...”

(ผู้แทนธุรกิจ ร้าน PT Sound ขอนแก่น, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

1.1.2 จุดอ่อน

1.1.2.1 กฎหมายหรือหลักเกณฑ์ในการปฏิบัติ จะมีเพียงเจ้าของธุรกิจหรือผู้จัดการเท่านั้นที่จะทราบรายละเอียด ในระดับผู้ปฏิบัติทราบเพียงส่วนที่เกี่ยวข้องกับงานของตนเองเท่านั้น ทำให้เกิดช่องว่างที่อาจส่งผลให้การทำงานผิดพลาดได้

1.1.2.2 ขาดการรวบรวมข้อกฎหมายเพื่อใช้อ้างอิงในการปฏิบัติงาน ทำให้ต้องเสียเวลาในการตรวจสอบและค้นหา เพื่อนำมาศึกษาและปฏิบัติ

ตั้งปรากฏในบทสัมภาษณ์ดังนี้

“...ในกรณีที่ต้องนำภาพไปทำป้าย ห้างจะนำไปจ้างร้านป้ายทำให้ ซึ่งต้องคำนึงถึงลิขสิทธิ์ เช่น ภาพลายไทยที่นำมาใช้ ถ้ามีลายน้ำ ก็จะผิดกฎหมาย ทางร้านป้าย ก็จะช่วยพิจารณาว่า ควรใช้ภาพอย่างไรจึงจะไม่ผิดกฎหมาย...”

(ผู้แทนธุรกิจ ห้างหุ้นส่วนจำกัดศิริประภาเซลล์แอนด์เซอร์วิส, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

“...ในการควบคุมดูแลการปฏิบัติ โดยผู้จัดการ ผู้ช่วยผู้จัดการ และ หัวหน้าฝ่ายทุกฝ่าย และมีการปฏิบัติตามหน้าที่ ปฏิบัติงานตรงตามที่ได้รับมอบหมายผู้จัดการทั่วไป รับผิดชอบดูแลการจัดงานให้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย มีการศึกษากฎหมายที่เกี่ยวข้อง และปฏิบัติตามเพื่อไม่ให้เกิดการฝ่าฝืนกฎหมาย...”

(ผู้แทนธุรกิจ โรงแรมริมปาว, พฤษภาคม: สัมภาษณ์)

“...กฎหมายที่ต้องคำนึงถึงหลัก ๆ คือ กฎหมายลิขสิทธิ์ กรณีที่ใช้เพลง ใช้ป้าย ภาพประกอบ ลวดลายต่าง ๆ ที่นำมาออกแบบ จะต้องเลือกที่ไม่มีลิขสิทธิ์ และการจัดงานทุกงานอยู่ในขอบเขตของกฎหมาย...”

(ผู้แทนธุรกิจ ร้าน Bo Little Dance มหาสารคาม, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

1.1.3 โอกาส

1.1.3.1 มีธนาคารพาณิชย์ เป็นทางเลือกหนึ่งในการขอกู้ยืมเงินจากธนาคาร เพื่อเสริมสภาพคล่องให้ธุรกิจ

ตั้งปรากฏในบทสัมภาษณ์ดังนี้

“...ด้านการเงิน การบริหารการจัดการด้านการเงินทางร้านก็จะใช้เงินทุนส่วนตัวที่มีอยู่ ถ้าช่วงไหนที่ต้องการเงินทุนเพิ่มเติมก็จะไปขอสินเชื่อวงเงินเกินจากทางธนาคาร...”

(ผู้แทนธุรกิจ ร้าน the best มหาสารคาม, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

1.1.4 อุปสรรค

1.1.4.1 สภาพภูมิอากาศ ซึ่งคาดเดาไม่ได้ บางครั้งอาจเกิดฝนตก หรือลมกรรโชกแรง ซึ่งส่งผลต่อการจัดงานโดยเฉพาะงานที่จัดกลางแจ้ง

ดังปรากฏในบทสัมภาษณ์ดังนี้

“...หุ้นส่วนผู้จัดการเป็นผู้คุมงานเอง ประสบการณ์ที่พบเจอกรณี ลูกเถิน คือ เคยเจอพายุ ก่อนงานเริ่ม อุบัติเหตุด้านดินฟ้าอากาศ มีผลต่องานมาก ถ้าเป็นงาน Out Door ก็ต้องดูพยากรณ์อากาศ และ Safety และมีการเปลี่ยนจุดในบางครั้ง เช่น หลบลม หน้าที่ยึดเวที หรือป้ายให้มั่นคง ถ้าจัดงานในหน้าฝน หน้าหนาว ที่มีพายุ ต้องมีแผนสำรองเสมอ...”

(ผู้แทนธุรกิจ ห้างหุ้นส่วนจำกัดศิริประภาเซลล์แอนด์เซอร์วิส, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

1.2 แนวทางการส่งเสริมธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดการงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรม ของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ ด้านการบริหารจัดการ

1.2.1 ควรจะมีเงินทุน และเงินทุนสำรอง เพื่อใช้ในการจัดการงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรม โดยก่อนการจัดงานควรให้ผู้ว่าจ้างวางมัดจำ หรือใช้วิธีแบ่งชำระเงินเป็นงวด ได้แก่ 1) เงินมัดจำ 2) ชำระก่อนเริ่มงาน และ 3) ชำระหลังจากงานเสร็จสิ้น ตามเงื่อนไขที่ได้ตกลงกันระหว่างธุรกิจและผู้ว่าจ้าง เป็นต้น

1.2.2 ควรจัดทำเอกสารคู่มือ หรือวิธีการปฏิบัติงานแต่ละงาน และบันทึกการปฏิบัติงานแต่ละครั้งไว้ว่า ประกอบด้วยใคร และทำหน้าที่อะไรบ้าง เพื่อเป็นแนวปฏิบัติในการมอบหมายงานแก่พนักงาน หรือการจ้างธุรกิจอื่นเข้ามาช่วยงาน และป้องกันการหลงลืม โดยมีการอัปเดตข้อมูลให้เป็นปัจจุบันเสมอ โดยบันทึกปัญหาที่พบ วิธีแก้ปัญหา ผู้ที่เคยให้การดูแลช่วยเหลือต้นทุนที่ชำระไป หรือวิธีการประหยัดเงินทุน เป็นต้น

1.2.3 ควรศึกษาและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับกฎหมาย ระเบียบ แนวปฏิบัติที่สำคัญ ๆ ที่ธุรกิจจำเป็นต้องถือปฏิบัติในการจัดงานทุกครั้ง ไว้อย่างชัดเจน เพื่อเป็นเอกสารอ้างอิงในการทำงานและการตรวจสอบด้านต่าง ๆ

1.2.4 ธุรกิจควรมีเครือข่ายสินค้าชุมชนเป็นพันธมิตร เพื่อช่วยเหลือ อุดหนุน ซึ่งกันและกันในการจัดงาน เป็นการประชาสัมพันธ์สินค้า และงานไปพร้อม ๆ กัน และยังเป็นการสร้างฐานข้อมูลลูกค้าในชุมชนได้อีกทางหนึ่ง

1.2.5 ธุรกิจควรมีการติดต่อ สื่อสาร และส่งข่าวสารต่าง ๆ กับลูกค้า พันธมิตร และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เป็นประจำ สม่ำเสมอ เพื่อเป็นการเสริมสร้างสัมพันธ์ภาพอันดีร่วมกัน

1.2.6 ธุรกิจควรเตรียมแผนรองรับในกรณีเหตุสุดวิสัยที่อาจเกิดขึ้นในการจัดงาน เช่น ปัญหาเกี่ยวกับสภาพดินฟ้าอากาศ

2. การออกแบบ (Design)

2.1 การวิเคราะห์ SWOT ด้านการออกแบบ

2.1.1 จุดแข็ง

2.1.1.1 ธุรกิจมีความสามารถและมีประสบการณ์ในการออกแบบการจัดงาน มีความชำนาญและสามารถมองภาพรวมของงานทั้งหมดได้อย่างเข้าใจ

2.1.1.2 ธุรกิจมีวิสัยทัศน์และมีความคิดสร้างสรรค์ เนื่องจากทำงานเกี่ยวข้องกับการจัดงานและการออกแบบโดยตรง

ดังปรากฏในบทสัมภาษณ์ดังนี้

“...มีการจ้างออกแบบเข้ามาเกี่ยวข้องเป็นบางส่วน เช่นในการจัดตกแต่งสถานที่ และการออกแบบต่าง ๆ จะเป็นการให้ออกแบบเข้ามาจัดเนื่องจาก จะมีแนวคิดและมีความคิดสร้างสรรค์มากกว่าที่จะเป็นเจ้าของพื้นที่หรือชาวบ้านเป็นผู้ร่วมกันจัดก็จะทำให้งานมีความน่าสนใจยิ่งขึ้น ต้องการออกแบบที่มีแนวคิดแปลกใหม่ เป็นงานรูปแบบใหม่ไม่ให้ซ้ำเดิมกับที่ผ่านมา ในการพิจารณาเลือกออกแบบ ก็พิจารณาวัตถุประสงค์หลักก็คือว่า การออกแบบ และสามารถจัดงานได้จริง...”

(ปิยะพร พรหมกุล, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

“...การจัดงานที่มีการจัดเลี้ยง โรงแรมมีผู้รับผิดชอบ ด้านการออกแบบตกแต่งสถานที่ เป็นพนักงานประจำ ซึ่งจะทำหน้าที่ออกแบบงานในส่วนของห้องจัดเลี้ยง ซึ่งสถานที่ของโรงแรมมีความพร้อม การตกแต่งเพิ่มเติมจึงเป็นการประดับดอกไม้ และป้ายไว้นิล หรือป้ายผ้าตามที่ผู้ว่าจ้างต้องการ...”

(ผู้แทนธุรกิจ โรงแรมริมป่า, พฤษภาคม: สัมภาษณ์)

“...การดำเนินเนื้อหาของงานเป็นตามที่ผู้ว่าจ้างกำหนด เช่น ต้องมีรูปพระบรม มีการเปิดกรวย เจ้าภาพเป็นผู้กำหนดมาให้ ห้างเป็นผู้เสนอออกแบบ เช่น ชิมไดโนเสาร์ใหม่ จะทำแบบคร่าวๆอย่างไร มีสะพานเทพสุดาไหม การออกแบบจะไม่จบเพียงแค่วันเดียว แสง สี เสียง ทางห้างจะประสานงานกับทีมงานแสง สี เสียง ซึ่งห้าง เป็นผู้กำหนดให้ผู้ปฏิบัติอีกครั้ง การออกแบบห้างจะเป็นผู้กำหนดเอง ทั้งจังหวะการใช้ไฟ แสง สี เสียง...”

(ผู้แทนธุรกิจ ห้างหุ้นส่วนจำกัดศิริประภาเซลล์แอนด์เซอร์วิส, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

“...ผู้ว่าจ้างเป็นผู้กำหนด เป้าหมาย เนื้อหาของงานที่ต้องการ ร้าน เป็นผู้ออกแบบงาน และนำเสนอ เพื่อตกลงกันตามที่คุณว่าจ้างพึงพอใจ แสง สี เสียงและความบันเทิง ทางร้านมีผู้เชี่ยวชาญผู้จัดการเพื่อดูแล ออกแบบ และประสานงานด้านความบันเทิง โดยการพิจารณา เลือกลงใช้ขึ้นอยู่กับเจ้าของงาน...”

(ผู้แทนธุรกิจ ร้าน OB Studio ร้อยเอ็ด, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

2.1.2 จุดอ่อน

2.1.2.1 ธุรกิจที่มีเงินทุนมากสามารถจัดหาเครื่องมือ วัสดุ อุปกรณ์ หรือ เทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการจัดงานหรือการออกแบบได้ดีมากกว่าธุรกิจที่มีเงินทุนน้อย ดังปรากฏในบทสัมภาษณ์ดังนี้

“...ระบบแสงเสียงภาพของเราก็จะใช้เอฟเฟคเข้ามาเพิ่มเติมในเรื่อง ของเทคนิค มี Lighting Effect ด้วย และมี Sound Effect และมีเอฟเฟควิธีเปิดต่าง ๆ ที่นำเข้ามาใช้ ระบบจอก็เปลี่ยนเป็นแอลอีดี ใช้ความคมชัดที่ชัดทั้งที่ Indoor และ Outdoor และมีการใช้โดรน สรุปรว่าเรารับผิดชอบเรื่องแสงสีเสียงโครงสร้างจอ LED ภาพและการถ่ายทอดสด การแสดงเปลี่ยนไป ทุกปี ซึ่งทางเราส่วนช่วงหลังนี้ไม่ได้ทำการแสดง...”

(ผู้แทนธุรกิจ ร้าน PT Sound ขอนแก่น, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

2.1.3 โอกาส

2.1.3.1 ธุรกิจได้รับการสนับสนุนด้านปัจจัยพื้นฐานจากผู้ว่าจ้างและผู้ให้บริการ

ดังปรากฏในบทสัมภาษณ์ดังนี้

“...สำหรับศาลาผูกเสี่ยวเป็นของ อบจ.จังหวัดเป็นผู้ดูแล โครงสร้าง พื้นฐาน ระบบไฟฟ้า ของครุวัฒนธรรมศาลาผูกเสี่ยว ทางเราเป็นผู้รับจ้างอยู่แล้วก็จะประสาน และ ประชุมร่วมกันกับอบจขอนแก่น ต้องบอกเขาในเรื่องระบบไฟที่เราต้องการใช้ว่ามีขนาดประมาณ เท่าไหร่ทางอบจ ขอนแก่นจะประสานงานกับการไฟฟ้าเพื่อเตรียมหม้อสำรองไฟฟ้ามาลงให้ แต่ในงาน ใหม่ เฉพาะหม้อไฟไม่เพียงพอทาง ร้านและอบจ ได้เสนอแนะว่าถ้าใช้หม้อไฟไม่เพียงพอต้องแก้ปัญหา ด้วยการใส่เครื่องปั่นไฟ ทางอบจขอนแก่น จะเป็นผู้ประสานโดยเราระบุวัตถุประสงค์ให้ว่าจะต้องใช้ ประมาณเท่าไร งานใหม่จะมีทั้งหม้อสำรองไฟ เช่น 30/100 3 เฟส พนักงานใหม่ทั้งหมดขอให้

การไฟฟ้าลงหม้อแปลงสำรองให้โดยไม่เกี่ยวกับร้านค้า ในส่วนของร้านค้าแยกออกต่างหาก ในส่วนของเวทีกกลางจะมีไฟสำรองเหมือนกับ อบจ. คือ จะมีเครื่องปั่นไฟของทางการไฟฟ้า หรือจะมีรถสำรองไฟฟ้าของหน่วยบรรเทาสาธารณภัยอีกส่วนหนึ่ง...”

(ผู้แทนธุรกิจ ร้าน PT Sound ขอนแก่น, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

2.1.4 อุปสรรค

2.1.4.1 การออกแบบที่คำนึงถึงความเป็นไปได้ในการปฏิบัติ ให้ได้ตามที่ออกแบบไว้ ไม่ออกแบบเกินจริง

ดังปรากฏในบทสัมภาษณ์ดังนี้

“...ผู้ได้รับประโยชน์ ก็คือ ประชาชนมีการจ้างอแกไนซ์เข้ามาเกี่ยวข้องเป็นบางส่วน เช่นในการจัดตกแต่งสถานที่ และการออกแบบต่าง ๆ จะเป็นการให้อแกไนซ์เข้ามาจัดเนื่องจาก จะมีแนวคิดและมีความคิดสร้างสรรค์มากกว่าที่จะเป็นเจ้าของพื้นที่หรือชาวบ้าน เป็นผู้ร่วมกันจัดก็จะทำให้งานมีความน่าสนใจยิ่งขึ้น ต้องการอแกไนซ์ที่มีแนวคิดแปลกใหม่ เป็นงานรูปแบบใหม่ไม่ให้ซ้ำเดิมกับที่ผ่านมาในการพิจารณาเลือกอแกไนซ์ ก็พิจารณาวัตถุประสงค์หลักก็คือว่าการออกแบบ และสามารถจัดงานได้จริง...”

(ปิยะพร พรหมกุล, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

2.2 แนวทางการส่งเสริมธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรมของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ ด้านการออกแบบ

2.2.1 งานด้านการออกแบบสำหรับธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรม เป็นงานที่เป็นจุดขายของธุรกิจ ต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์ จินตนาการ ความโดดเด่นแปลกใหม่ ที่จะสร้างความประทับใจให้เกิดขึ้นได้ ธุรกิจควรศึกษาข้อมูลอย่างกว้างขวางเสมอ และควรนำเทคโนโลยีที่มีความทันสมัย เพื่อเป็นการส่งเสริมความเข้มแข็งและน่าสนใจให้กับธุรกิจ

2.2.2 การออกแบบเป็นการวางแผนการจัดงาน ธุรกิจควรออกแบบให้ครอบคลุมโครงสร้างพื้นฐานในการจัดงาน เพื่อทราบความจำเป็นที่จะต้องใช้ เช่น น้ำประปา ไฟฟ้า อินเทอร์เน็ต จุดทิ้งขยะ ควรกำหนดไว้ว่าในการจัดงานจำเป็นจะต้องใช้ปริมาณเท่าใด มีจุดบริการที่จุด ตรงจุดไหนบ้าง อย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับสถานที่จัดงานจริง

2.2.3 การออกแบบสถานที่จัดงานควรวางแผนเกี่ยวกับระบบโลจิสติกส์ทั้งการขนส่งสินค้า ขนส่งพนักงาน ทางเข้า-ออกสำหรับผู้ร่วมงาน ทางเข้า-ออกสำหรับพนักงาน เส้นทางฉุกเฉิน และวางแผนสำหรับกรณีที่เกิดเหตุร้ายแรง

2.2.4 การออกแบบการนำเสนองาน ธุรกิจควรมีวิธีการนำเสนอการออกแบบงานที่จะทำให้ผู้ว่าจ้างเข้าใจง่ายและมองเห็นภาพรวมทั้งหมด

2.2.5 การออกแบบการจัดงานทุกส่วน ควรคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้ปฏิบัติงาน ผู้มาร่วมงาน และทุกฝ่าย เป็นสำคัญ

2.2.6 ในการออกแบบงานจุดต่าง ๆ ควรให้ความสำคัญกับการรักษาสิ่งแวดล้อมหรือนโยบายอื่น ๆ ตามที่ผู้ว่าจ้างต้องการ โดยการออกแบบนอกจากนำเสนองานออกสู่สายตาของผู้มาร่วมงานแล้ว อาจออกแบบรวมไปถึงการส่งเสริมการอนุรักษ์ให้ผู้ร่วมงานเข้าใจ มีส่วนร่วม และอาจได้นำไปปฏิบัติตาม เช่น การอนุรักษ์วัฒนธรรม การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การเผยแพร่คุณธรรม จริยธรรม และหลักการคำสอนทางพระพุทธศาสนา ที่จะสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้ โดยขึ้นอยู่กับพิจารณาของผู้ว่าจ้างเป็นสำคัญ

3. การตลาด (Marketing)

3.1 การวิเคราะห์ SWOT ด้านการตลาด

3.1.1 จุดแข็ง

3.1.1.1 ธุรกิจมีการกำหนดแผนการตลาด หรือกำหนดเป้าหมายของธุรกิจ

3.1.1.2 ธุรกิจมีฐานลูกค้าเดิมที่ค่อนข้างมั่นคง

3.1.1.3 ธุรกิจมีกิจกรรมหรือโปรโมชั่นส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ

3.1.1.4 ธุรกิจมีประสบการณ์ในการจัดงานและมีผลงานเป็นที่ยอมรับ

3.1.1.5 ธุรกิจมีการประชาสัมพันธ์โดยใช้โซเชียลมีเดียผ่านอินเทอร์เน็ต

3.1.1.6 ธุรกิจมีการจัดหาผู้สนับสนุนหรือสปอนเซอร์ในการจัดงาน

ดังปรากฏในบทสัมภาษณ์ดังนี้

“...แผนการตลาด โรงแรมมีการจัดทำแผนการตลาด และเอกสารประชาสัมพันธ์โรงแรม และมีการติดต่อไปถึงผู้ที่เคยว่าจ้างงาน และประชาสัมพันธ์โรงแรมผ่านทางเว็บไซต์ และเฟซบุ๊ก...”

(ผู้แทนธุรกิจ โรงแรมริมป่า, พฤษภาคม: สัมภาษณ์)

“...ห้างมีแผนการตลาด ซึ่งมีงานประจำเดือน เช่น เดือนกิจกรรมงานแต่ง งานเกษียณอายุ งานวันพ่อ งานวันแม่ ในการขายงาน ก็จะมีฝ่ายการตลาดทำหน้าที่ติดต่อกับหน่วยงานราชการ โดยเมื่อทราบทางห้างจะไปขอเข้าพบ และเสนองาน ช่วงใดเทศกาล ก็จะมีการจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย เช่น ให้โปรโมชั่นขยายระยะเวลาการชำระ การขายสินค้าและบริการนำเสนอโดยเพจของห้าง มีผลงาน และเคยร่วมงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ...”

(ผู้แทนธุรกิจ ห้างหุ้นส่วนจำกัดศิริประภาเซลล์แอนด์เซอร์วิส, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

“...ทางร้านมีผลงานเป็นที่ยอมรับในจังหวัด เพราะมีอุปกรณ์ เครื่องมือ ที่ทันสมัย มีทีมงานที่พร้อม และมีทีมที่สามารถรองรับการจัดงานใหญ่ได้ ถือเป็นจุดเด่นและเป็น แผนการตลาดของทางร้าน มีการจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขายโดยให้ส่วนลด ในบางครั้งมีการแถม ซึ่งจะพิจารณาเป็นงาน ๆ ไป การประชาสัมพันธ์งานใช้วิธีประชาสัมพันธ์ผ่านทางผู้ว่าจ้าง และทาง เฟจของร้าน และที่ผ่านมามีการได้รับค่าโฆษณา สำหรับสินค้าที่มาจากโฆษณาในพื้นที่จัดงานใน บางครั้ง ซึ่งก็จะขึ้นป้ายเพื่อโฆษณา...”

(ผู้แทนธุรกิจ ร้าน OB Studio ร้อยเอ็ด, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

“...ส่วนใหญ่ ร้านของเราเน้นการประชาสัมพันธ์และคุณภาพของงาน เราเน้นคุณภาพทุกด้านทั้งอุปกรณ์การนำเสนอไอเดียและ Concept ของเราจะต้องมีความชัดเจน และมีคุณภาพ สำหรับโปรโมชั่นเรามีการจัดโปรโมชั่น promotion คือ ถ้าลูกค้าตกลงจ้างเราในเรื่อง โครงสร้าง การแสดงแสงสีเสียงประดับตกแต่งเราก็จะแถม คำว่าอแอกไนซีให้ และเราจะมีบริการ ให้กับหน่วยงานที่มาจากจ้างเรา โดยจะช่วยหาสปอนเซอร์ให้ด้วย โดยให้คำแนะนำในการหา สปอนเซอร์...”

(ผู้แทนธุรกิจ ร้าน PT Sound ขอนแก่น, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

“...เรามีการวางแผนว่า ต้องการยอดเท่าไรต่อปี และพิจารณา ร่วมกันว่า จะทำอะไร ก็ใช้กลยุทธ์ทางการตลาดทั่ว ๆ ไป เหมือนธุรกิจอื่น ๆ เราประชาสัมพันธ์งาน ผ่านทางเฟซบุ๊กของเรา และทางผู้ว่าจ้าง เป็นผู้ดำเนินการเรื่องประชาสัมพันธ์ ด้านผู้สนับสนุนหรือ Sponsorship เราจะมีป้ายประชาสัมพันธ์ในงาน ที่ผ่านมาผู้สนับสนุนก็มีทั้งที่เราติดต่อไป และที่ ลูกค้าเคยโฆษณาด้วยกันจ้างเราค่ะ...”

(ผู้แทนธุรกิจ ร้าน Bo Little Dance มหาสารคาม, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

3.1.2 จุดอ่อน

3.1.2.1 ธุรกิจส่วนใหญ่ใช้ฐานลูกค้าเดิมในการว่าจ้างงาน

3.1.2.2 การให้ความสำคัญกับผู้สนับสนุนหรือสปอนเซอร์ยังมีน้อย

ดังปรากฏในบทสัมภาษณ์ดังนี้

“...แผนการตลาด โรงแรมมีการจัดทำแผนการตลาด และเอกสาร ประชาสัมพันธ์โรงแรม และมีการติดต่อไปถึงผู้ที่เคยว่าจ้างงาน และประชาสัมพันธ์โรงแรมผ่านทาง เว็บไซต์ และเฟซบุ๊ก...”

(ผู้แทนธุรกิจ โรงแรมริมปาว, พฤษภาคม: สัมภาษณ์)

“...มีผู้แทนสินค้าและบริการมาติดต่อขอเป็นสปอนเซอร์ในงาน เช่น เครื่องดื่มชูกำลัง น้ำอัดลม ก็จะขอติดป้ายประชาสัมพันธ์ในงานที่เราเป็นผู้จัดหรือใช้ป้ายที่มีโลโก้ของ สินค้าที่มาขอเป็นสปอนเซอร์นั้นติดโฆษณาไว้ในงาน...”

(ผู้แทนธุรกิจ ห้างหุ้นส่วนจำกัดศิริประภาเซลล์แอนด์เซอร์วิส, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

“...ที่ผ่านมามีการได้รับค่าโฆษณา สำหรับสินค้าที่มาขอโฆษณาใน พื้นที่จัดงานในบางครั้ง ซึ่งก็จะขึ้นป้ายเพื่อโฆษณา...”

(ผู้แทนธุรกิจ ร้าน OB Studio ร้อยเอ็ด, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

3.1.3 โอกาส

3.1.3.1 การเลือกใช้ผลิตภัณฑ์จากท้องถิ่น ได้แก่ กลุ่ม OTOP สามารถสร้าง ฐานลูกค้าใหม่จากกลุ่ม OTOP ได้

3.1.3.2 การเชิญสื่อมวลชนมาร่วมงาน เป็นการช่วยเพิ่มช่องทางการ ประชาสัมพันธ์งานและธุรกิจได้อีกทางหนึ่ง

ดังปรากฏในบทสัมภาษณ์ดังนี้

“...วัตถุประสงค์ในการจัดงานโรงแรมจัดหาและจัดซื้อวัตถุดิบที่หาได้ในตัว เมืองจังหวัดกาฬสินธุ์ และห้างสรรพสินค้า เช่น แมคโคร โลตัส หรือหากเป็นวัตถุดิบท้องถิ่น ทาง โรงแรมจะจัดหาจากท้องถิ่นนั้น...”

(ผู้แทนธุรกิจ โรงแรมริมปาว, พฤษภาคม: สัมภาษณ์)

“...วัตถุดิบที่ใช้ มีการสั่งซื้อตามอิมงาน เช่น คาวบอย ก็จะต้องหา วัตถุดิบที่สอดคล้อง เช่น เขาควาย ตกแต่งสไตรค์กันทรี บางอย่างมีของพื้นบ้าน ห้างก็จะซื้อจากแหล่ง พื้นบ้าน เป็นการช่วยให้เกิดการกระจายรายได้...”

(ผู้แทนธุรกิจ ห้างหุ้นส่วนจำกัดศิริประภาเซลล์แอนด์เซอร์วิส, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

“...ในการจัดงานเราเชิญนักข่าวหรือสื่อมวลชน หรือบริษัททัวร์ มาร่วมงาน เพื่อประชาสัมพันธ์ เพราะเขาจะลงข่าวของเราในเพจหรือเว็บของเขา ทำให้ได้ช่องทาง ในการประชาสัมพันธ์งานเพิ่มขึ้น...”

(ปิยะพร พรหมกุล, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

3.1.4 อุปสรรค

3.1.4.1 การติดต่อประสานงานในกรณีที่การจัดงานนั้น เกิดจากหลาย หน่วยงานร่วมกันจัดขึ้น เช่น งานพระธาตุนาดูน เจ้าภาพ คือ กองทุนพัฒนาและอนุรักษ์พระบรมธาตุนาดูน โดยสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาธิบดีเพียงแค่เป็นส่วนเสริมในบางเรื่อง ทำให้เกิด แนวคิดในการทำงานที่แตกต่างกัน และในธุรกิจจะต้องทราบว่าต้องประสานกับส่วนไหน ในการ ติดต่อหรือการดำเนินการด้านการตลาดอย่างถูกต้องและได้ผลตามที่ตั้งเป้าหมายไว้

ดังปรากฏในบทสัมภาษณ์ดังนี้

“...ทางกองทุนพัฒนาและอนุรักษ์พระบรมธาตุนาดูน เป็นผู้บริหารจัดการหลักของงานทั้งหมด ในส่วนของการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดมหาสารคามจะไปเสริมในเรื่อง ของแสงสีเสียงไม่ได้จัดทั้งงาน ในส่วนของการจัดจะมีพิธีและมีขบวนแห่ซึ่งทางการท่องเที่ยวก็จะเข้าไปร่วมในส่วนที่เป็นกระบวนแห่โดยนำหุ่นกระต๊อบข้าวเข้าไปจัดขบวน หุ่นกระต๊อบข้าวบ้านดงน้อย เป็นอีกหนึ่งขบวนอยู่ในหลาย ๆ ขบวนของงาน...”

(กฤตภรณ์ ขัตติยวงศ์, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

3.2 แนวทางการส่งเสริมธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรม ของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ ด้านการตลาด

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

3.2.2 วัตถุดิบที่ใช้ในการจัดงาน ควรเลือกใช้โดยเน้นคุณภาพ ราคาต้นทุนที่เหมาะสม โดยอาจมีการอุดหนุนสินค้าชุมชน เพื่อประโยชน์ในวงกว้างขึ้น

3.2.3 ธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรมสามารถเลือกวิธีการส่งเสริมการขายได้อย่างหลากหลาย ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมและความต้องการของผู้ว่าจ้าง เช่น ใช้วิธีการให้ส่วนลดเงินมัดจำ ใช้ของแถม ใช้วิธีการขยายระยะเวลาการชำระเงิน เป็นต้น

3.2.4 ธุรกิจควรมีฐานข้อมูลผู้สนับสนุนที่จะมาร่วมงานอย่างกว้างขวาง ได้แก่ แหล่งสนับสนุนจากทางนัการเมือง และธุรกิจเอกชนต่าง ๆ ทั้งในและต่างพื้นที่ตามความเหมาะสม

3.2.5 ธุรกิจควรมีแผนการตลาดเชิงรุก หรือมีแผนการขยายโอกาสทางธุรกิจ เพิ่มฐานข้อมูลลูกค้า เพิ่มจุดเด่นของธุรกิจ และเพิ่มกรอบการทำงานให้มีศักยภาพกว้างขวางขึ้น เพื่อให้ธุรกิจเติบโตมากขึ้น

4. การดำเนินงาน (Operations)

4.1 การวิเคราะห์ SWOT ด้านการดำเนินงาน

4.1.1 จุดแข็ง

4.1.1.1 ธุรกิจมีการแบ่งหน้าที่กันรับผิดชอบ ทำงานเป็นทีม และมีสายการควบคุมที่ชัดเจน

4.1.1.2 มีอุปกรณ์ในการติดต่อสื่อสารกันในการดำเนินงานที่ช่วยให้ติดต่อสื่อสารกันได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว

ดังปรากฏในบทสัมภาษณ์ดังนี้

“...ในการบริหารงานผู้จัดการทั่วไปของโรงแรมเป็นผู้ควบคุม ดูแลการทำงานทั้งหมด โดยมีหัวหน้าฝ่ายอาหาร ฝ่ายห้องจัดเลี้ยง ฝ่ายศิลป์ ฝ่ายรักษาความปลอดภัย ฝ่ายต้อนรับ เป็นผู้รับคำสั่ง และประสานงาน กำกับดูแลการทำงานในส่วนต่าง ๆ ให้ดำเนินไปได้เรียบร้อย การติดต่อสื่อสารในบริเวณโรงแรม ใช้วิทยุเคลื่อนที่ และโทรศัพท์มือถือ แอปพลิเคชันไลน์ และแมสเซนเจอร์...”

(ผู้แทนธุรกิจ โรงแรมริมป่า, พฤษภาคม: สัมภาษณ์)

“...ร้านเป็นผู้จัดการงานทั้งหมด ร่วมกับผู้ช่วย และผู้มีส่วนร่วมจะเป็นผู้รับคำสั่ง และทำตามที่กำหนด การติดต่อสื่อสารผ่านโทรศัพท์มือถือ วิทยุสื่อสาร...”

(ผู้แทนธุรกิจ ร้าน OB Studio ร้อยเอ็ด, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

4.1.2 จุดอ่อน

4.1.2.1 การจัดงานขนาดใหญ่ ต้องมีการเตรียมการรองรับปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้น เช่น การเตรียมการด้านระบบไฟฟ้า นอกจากขอหม้อแปลงไฟฟ้าตามขนาดที่ต้องการใช้แล้ว ต้องเตรียมหม้อแปลงไฟฟ้าสำรอง หรือเครื่องปั่นไฟ สำหรับกรณีฉุกเฉินด้วย

4.1.2.2 การวางแผนการดำเนินงานไม่ครอบคลุมถึงหลังเสร็จสิ้นการจัดงาน ซึ่งต้องมีการเก็บงานและเคลียร์สิ่งของหรือเอกสารต่าง ๆ

ดังปรากฏในบทสัมภาษณ์ดังนี้

“...เราต้องการแจ้งทางผู้ว่าจ้างว่า ต้องการใช้ไฟฟ้าขนาดประมาณเท่าไรทาง อบจ. ขอนแก่นจะประสานงานกับการไฟฟ้าเพื่อเตรียมหม้อสำรองไฟฟ้ามาลงให้ แต่ในงานใหม่ เฉพาะหม้อไฟไม่เพียงพอทาง ร้านและ อบจ. ได้เสนอแนะว่า ถ้าใช้หม้อไฟไม่เพียงพอต้องแก้ปัญหาด้วยการใช้เครื่องปั่นไฟร่วม...”

(ผู้แทนธุรกิจ ร้าน PT Sound ขอนแก่น, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

“...ด้านการปฏิบัติตาม ทีมงานทุกคนมีการประชุมทำความเข้าใจกันอย่างชัดเจน ทั้งช่วงเตรียมงาน ช่วงจัดงาน และช่วงเก็บงาน ทุกคนต้องทำหน้าที่จนกว่าจะเก็บงานเรียบร้อย ผู้จัดการและผู้ช่วยผู้จัดการ รับผิดชอบการตัดสินใจทุกอย่าง และจะคอยดูแลงานอยู่เสมอ กรณีฉุกเฉิน มีการเตรียมอุปกรณ์ปฐมพยาบาล ดิทรถของทีมงานไว้ และมีแผนสำหรับการรองรับกรณีมีเหตุฉุกเฉิน เช่น คนเป็นลม ไฟฟ้าขัดข้อง เป็นต้น...”

(ผู้แทนธุรกิจ ร้าน Bo Little Dance มหาสารคาม, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

4.1.3 โอกาส

4.1.3.1 การดำเนินงานในแต่ละครั้ง จะทำให้เกิดความรู้ และประสบการณ์ใหม่ ๆ แก่ธุรกิจที่รับจัดงาน ซึ่งจะสามารถนำไปปรับปรุงพัฒนาการทำงานให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

ดังปรากฏในบทสัมภาษณ์ดังนี้

“...การทำงานและการมีส่วนร่วม เรากำหนดหน้าที่ให้แต่ละคน รับผิดชอบ มีหัวหน้าแต่ละงานเป็นคนคอยดูแลความเรียบร้อย และประสานงานกับผู้จัดการ ในส่วนธุรกิจที่มาร่วมงาน เจ้าของก็จะเป็นผู้รับคำสั่งและดำเนินการตามที่เรากำหนด การติดต่อสื่อสาร ใช้ไลน์ ใช้โทรศัพท์ ทั้งตอนเตรียมงาน และตอนวันงาน ถ้าส่งเอกสารหรือไฟล์ก็ส่งผ่านเฟซบุ๊ก หรืออีเมล การจัดงาน ต้องเตรียมให้พร้อมและเหมาะสมทั้งระบบน้ำ ไฟฟ้า ห้องน้ำ ช่องทางลม ถ้าเป็นพื้นที่กลางแจ้ง ก็ต้องมีพัดลมเสริมด้วย มีการจัดเส้นทางของ staff ด้านหลังงาน ด้านหน้าสำหรับแขก ผู้มาร่วมงาน ศิลปิน และทีม เข้าด้านหลัง ผู้มาร่วมงาน ถ้าเป็นงานกลางแจ้ง ก็มีจัดเตนท์ เก้าอี้ ตามความเหมาะสม ซึ่งผู้ว่าจ้างจะกำหนดให้ว่า ควรจัดไว้กี่ตัว สถานที่ที่มีการกำหนดพื้นที่ในการดูแล ก็แบ่งเป็นส่วน หลัก ๆ ก็คือ แผนกต้อนรับ หน่วยงาน พิธีกร ฝ่ายกำกับเวที แสง สี เสียง โชนอาหาร เครื่องดื่ม ห้องสุขา ฝ่ายปฐมพยาบาล ก็ต้องจัดเป็นส่วน ๆ ให้มีผู้ดูแลประจำทุกจุด...”

(ผู้แทนธุรกิจ ร้าน Bo Little Dance มหาสารคาม, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

“...ประสบการณ์ที่พบเจอกรณีฉุกเฉิน คือ เคยเจอพายุ ก่อนงานเริ่ม อุปสรรคด้านดินฟ้าอากาศ มีผลต่องานมาก ถ้าเป็นงาน Out Door ก็ต้องดูพยากรณ์อากาศ และ Safety และมีการเปลี่ยนจุดในบางครั้ง เช่น หลบลม หาท้ายเวทีหรือป้ายให้มั่นคง ถ้าจัดงานใน หน้าฝน หน้าหนาว ที่มีพายุ ต้องมีแผนสำรองเสมอ...”

(ผู้แทนธุรกิจ ห้างหุ้นส่วนจำกัดศิริประภาเซลล์แอนด์เซอร์วิส, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

4.1.4 อุปสรรค

4.1.4.1 สภาพภูมิอากาศที่แปรปรวน เช่น ฤดูที่มีมรสุม พายุฝน ลมกรรโชก

แรง

ดังปรากฏในบทสัมภาษณ์ดังนี้

“...งานมรดกไทย ประชาชนทั่วไปเข้าร่วมเยอะ เพราะเป็นงานแบบ Out Door ในช่วงฤดูกาลที่มีลม มีฝน จำเป็นจะต้องมีการออกแบบโครงสร้างให้แข็งแรงเป็นพิเศษ เพื่อความปลอดภัย...”

(ผู้แทนธุรกิจ ห้างหุ้นส่วนจำกัดศิริประภาเซลล์แอนด์เซอร์วิส, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

4.2 แนวทางการส่งเสริมธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงมรดก ของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ ด้านการดำเนินงาน

4.2.1 การดำเนินงาน ธุรกิจต้องมีสายการบังคับบัญชาที่ชัดเจน และติดต่อได้ สะดวกรวดเร็ว และแจ้งให้ผู้ปฏิบัติงานทุกคนรับทราบ ว่าหากพบปัญหาในการปฏิบัติ จะแจ้งได้กับใคร หรือต้องทำอะไรในการแก้ปัญหาเบื้องต้นแต่ละจุด

4.2.2 ในการดำเนินงานควรมีผู้ทำหน้าที่ตรวจสอบงาน ตั้งแต่การเตรียมงาน การดำเนินงาน และการจัดการหลังเสร็จงาน เพื่อรับทราบผลการปฏิบัติ ปัญหา อุปสรรค และวิธีแก้ไขเพื่อบันทึกผลและนำมาปรับปรุงพัฒนาการดำเนินงานต่อไป

4.2.3 ในการดำเนินงาน ควรสิ้นสุดเมื่อหลังจากเก็บงานเสร็จเรียบร้อย ควรวางแผนและมอบหมายผู้รับผิดชอบ ในการทำงานหลังจากจบลง โดยเก็บงานทุกอย่าง คินสิ่งของที่นำมาจัดงาน และเคลียร์วัสดุ อุปกรณ์ ฉาก ป้าย และขยะ ให้เสร็จเรียบร้อย จึงถือได้ว่าเสร็จงาน

4.2.4 ควรมีข้อมูลการติดต่อผู้ดูแลโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อไว้ติดต่อในยามเกิดปัญหา เช่น บุคลากรของการไฟฟ้า ประปา อินเทอร์เน็ต เป็นต้น

4.2.5 การปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับเรื่องไฟฟ้า ซึ่งเป็นเรื่องสำคัญ และอันตราย ควรมีช่างผู้ชำนาญ หรือให้หน่วยงานการไฟฟ้าแต่งตั้งผู้ดูแลช่วยเหลือในการจัดงาน

4.2.6 ในการตรวจสอบความเรียบร้อยของการดำเนินงานโดยภาพรวม ควร มีผู้ตรวจสอบมากกว่า 1 คน และสามารถสื่อสารกันได้อย่างสะดวกรวดเร็ว เมื่อเกิดปัญหาสามารถ ตัดสินใจและแก้ไขได้ทันที่

5. ความเสี่ยง (Risk)

5.1 การวิเคราะห์ SWOT ด้านความเสี่ยง

5.1.1 จุดแข็ง

5.1.1.1 ธุรกิจมีการเตรียมการรองรับความเสี่ยงอย่างเหมาะสมตามที่กฎหมาย กำหนด

5.1.1.2 ธุรกิจมีแผนในการเตรียมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น

5.1.1.3 ธุรกิจมีการประสานหน่วยงานราชการที่กำกับดูแลด้านความปลอดภัย มาช่วยกำกับดูแลและรักษาความปลอดภัยในการจัดงาน ดังปรากฏในบทสัมภาษณ์ดังนี้

“...ผู้จัดการทั่วไป รับผิดชอบดูแลการจัดงานให้เป็นไปได้ด้วยความ เรียบร้อย และเป็นผู้ตัดสินใจในกรณีที่มีเหตุสุดวิสัย หรือในกรณีที่มีเหตุฉุกเฉิน มีแผนรองรับสำหรับ กรณีฉุกเฉิน เช่น ประตูปั่นโดรนไฟ มีระบบกริ่งเตือนไฟไหม้ในอาคาร และถึงดับเพลิงตามกฎหมาย เกี่ยวกับอาคารที่ระบุไว้ ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยโดยมีประกันอุบัติเหตุสำหรับลูกค้าผู้เข้าพัก ทุกคนมีการศึกษากฎหมายที่เกี่ยวข้อง และปฏิบัติตามเพื่อไม่ให้เกิดการฝ่าฝืนกฎหมาย มีระบบรักษา ความปลอดภัย มีผู้รักษาความปลอดภัย มีการติดตั้งถังดับเพลิงตามกฎหมายเกี่ยวกับอาคาร...”

(ผู้แทนธุรกิจ โรงแรมริมน้ำ, พฤษภาคม: สัมภาษณ์)

“...หุ้นส่วนผู้จัดการเป็นผู้คุมงานเอง ประสบการณ์ที่พบเจอกรณี ฉุกเฉิน คือ เคยเจอพายุ ก่อนงานเริ่ม อุปสรรคด้านดินฟ้าอากาศ มีผลต่องานมาก ถ้าเป็นงาน Out Door ก็ต้องดูพยากรณ์อากาศ และ safety และมีการเปลี่ยนจุดในบางครั้ง เช่น หลบลม หาทึบเงาที่ หรือป้ายให้มั่นคง ถ้าจัดงานในหน้าฝน หน้าหนาว ที่มีพายุ ต้องมีแผนสำรองเสมอ ด้านสุขภาพและความปลอดภัย มีการดูแลความปลอดภัยของคน และอุปกรณ์ มีการเตรียมชุดปฐมพยาบาลเบื้องต้นไว้ เสมอ ห้างทำประกันภัย ประกันอุบัติเหตุสำหรับแต่ละงาน สำหรับการรักษาความปลอดภัยในงาน Out Door มี รปภ. มี อพปร. ของเทศบาล มีตำรวจ และเจ้าหน้าที่ ซึ่งทางวัฒนธรรมจะติดต่อ ประสานงานไว้แล้ว...”

(ผู้แทนธุรกิจ ห้างหุ้นส่วนจำกัดศิริประภาเซลล์แอนด์เซอร์วิส, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

“...ผู้จัดการและผู้ช่วย รับผิดชอบดูแลการปฏิบัติทุกงาน และ รับผิดชอบต่อการตัดสินใจด้วยตนเอง กรณีฉุกเฉิน มีการจัดเตรียมแผนสำหรับกรณีฉุกเฉิน เช่น อุบัติเหตุ การปฐมพยาบาลเบื้องต้น แล้วแต่ขนาดของงาน และความจำเป็น มีการจัดสถานที่ให้มั่นคงแข็งแรง คำนึงถึงความปลอดภัยของทุกคนเป็นสำคัญ ร้านมีการทำประกันภัย และปฏิบัติตามกฎหมาย และ มีการประสานขอความร่วมมือจากตำรวจ หรือผู้รักษาความปลอดภัยเพื่อให้ดูแลบริเวณงานให้ราบรื่น เรียบร้อย...”

(ผู้แทนธุรกิจ ร้าน OB Studio ร้อยเอ็ด, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

5.1.2 จุดอ่อน

5.1.2.1 ธุรกิจควรมีการซักซ้อมและทำความเข้าใจในการรับมือกับเหตุฉุกเฉิน ที่อาจเกิดขึ้นก่อนปฏิบัติงานทุกครั้ง

ดังปรากฏในบทสัมภาษณ์ดังนี้

“...เรามีระบบรักษาความปลอดภัยเกี่ยวกับทรัพย์สินและการทำงาน เราจะมีเครื่องป้องกัน โดยมีเครื่องแต่งกายที่เซฟ เช่น มีหมวก ถ้าต้องเข้าทำงานในพื้นที่ที่มีความเสี่ยง ก็จะต้องใส่หมวก ใส่ชุด และมีเข็มขัดที่จะขึ้นกระเช้าป้องกันด้านความปลอดภัย ส่วนทรัพย์สินจะมีการอบรมทุกคนก่อนการทำงาน ก่อนที่จะเข้าทำงานกับเรา และก่อนที่จะลงมือทำงาน เช่น ตรงจุดที่มีการใช้ไฟสำรองและต้องมีการทำไฟ เราจะไม่ให้พนักงานเป็นคนจัมไฟเอง ต้องติดต่อหน่วยงานของการไฟฟ้าหรือผู้ชำนาญการเท่านั้น...”

(ผู้แทนธุรกิจ ร้าน PT Sound ขอนแก่น, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

5.1.3 โอกาส

5.1.3.1 การสร้างความร่วมมือในการทำธุรกิจร่วมกับธุรกิจด้านประกันภัย

ดังปรากฏในบทสัมภาษณ์ดังนี้

“...การออกแบบงานทุกส่วน ต้องใช้ความระมัดระวัง และรับผิดชอบต่อส่วนรวม เช่น การติดตั้งและเดินสายไฟ ต้องทำอย่างเรียบร้อย มิดชิด และไม่ก่อให้เกิดอันตรายที่ไม่คาดฝัน การประกันภัย พนักงานของเราทุกคนจะมีประกันสังคม และประกันอุบัติเหตุ...”

(ผู้แทนธุรกิจ ร้าน Bo Little Dance มหาสารคาม, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

“...ด้านการประกันภัย ถ้าเป็นงานใหญ่ เช่น งานกาชาด เวลาจ้าง

เด็กมา เราจะมีชื่อเด็ก และนำไปทำประกันอุบัติเหตุหมู่ให้ เฉพาะช่วงวันที่ทำงาน ด้านความปลอดภัยระหว่างทำงาน ก็อาศัย รปภ. ของเจ้าภาพ หรือ อพปร. อาสาชุมชน อาสาหมู่บ้าน และมูลนิธิต่าง ๆ ช่วยกันดูแลได้...”

(ผู้แทนธุรกิจ ร้าน the best มหาสารคาม, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

5.1.4 อุปสรรค

5.1.4.1 ในการจัดงาน ควรมีการวางแผนและออกแบบเส้นทางสำหรับระบบโลจิสติกส์และกรณีฉุกเฉินที่อาจเกิดขึ้น เพื่อให้สามารถแก้ไขปัญหาได้ทันเวลาที่ตั้งปรากฏในบทสัมภาษณ์ดังนี้

“...มีการเตรียมแผนสำหรับรองรับกรณีฉุกเฉินเราจะมีการเตรียมการเพื่อรองรับอย่างเช่น ในกรณีที่เคยเกิดขึ้นก็คือเมื่อลูกน้องได้ทำการจัมไฟแล้วเกิดมีประกายไฟขึ้น เราก็จะมีรถพยาบาลที่ดูแลคนเจ็บในทันที ซึ่งหน่วยพยาบาลก็จะมีอยู่ในงานก็จะเป็นพวกกู้ภัยต่าง ๆ ที่ได้รับการติดต่อให้มาร่วม ส่วนของบริษัทเราก็จะเป็นการนำส่งโรงพยาบาลที่ใกล้ที่สุดคะ ในทุกครั้งที่มีการทำงานเราจะเตรียมกระเป๋าปฐมพยาบาลเบื้องต้นไปทุกครั้ง...”

(ผู้แทนธุรกิจ ร้าน PT Sound ขอนแก่น, พฤษภาคม 2564: สัมภาษณ์)

5.2 แนวทางการส่งเสริมธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรมของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ ด้านความเสี่ยง

5.2.1 ธุรกิจควรมีการศึกษาและเตรียมการสำหรับการประกันภัย สำหรับผู้ปฏิบัติงาน และพิจารณาถึงการประกันภัยที่อาจเกิดขึ้นในงาน และทำประกันภัยอย่างเหมาะสม

5.2.2 ธุรกิจควรวางแผนด้านโลจิสติกส์อย่างรอบคอบ และจัดสรรเส้นทางสำหรับกรณีฉุกเฉินไว้เสมอ

5.2.3 ธุรกิจควรทำความเข้าใจและวางแผนในการทำงานกับผู้ปฏิบัติงานทุกคนก่อนการทำงาน เพื่อให้ทราบแนวปฏิบัติที่ถูกต้องและเป็นการป้องกันความเสี่ยง

5.2.4 ธุรกิจควรทำความเข้าใจและวางแผนในการทำงานร่วมกับหน่วยงานด้านความปลอดภัยที่มาร่วมปฏิบัติหน้าที่ เช่น ตำรวจ ทหาร กู้ภัย หน่วยพยาบาล เป็นต้น เพื่อซักซ้อมความเข้าใจในการปฏิบัติเบื้องต้นก่อนการปฏิบัติ เช่น กรณีที่เกิดการยกพวกตีกัน ต้องดำเนินการอย่างไร

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การส่งเสริมธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรมของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ ครั้งนี้ สามารถนำเสนอบทสรุปได้ตามลำดับดังนี้

1. ความมุ่งหมายของการวิจัย
2. สรุปผล
3. อภิปรายผล
4. ข้อเสนอแนะ

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อระบุธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรมของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์
2. เพื่อศึกษากระบวนการดำเนินงานของธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรมของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์
3. เพื่อเสนอแนะแนวทางในการส่งเสริมธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรมของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์

สรุปผล

ผลการวิจัย สามารถสรุปผลได้ดังนี้

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

2. กระบวนการดำเนินงานของธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ มีรายละเอียดดังนี้

2.1 การบริหารจัดการ (Administration) การบริหารจัดการด้านการเงิน ผู้แทนธุรกิจบริหารจัดการโดยใช้เงินทุนของกิจการ ในการรับงานส่วนใหญ่ให้มีการวางแผนจัดงบการเงินมัดจำค่าจัดงาน และในกรณีที่ขาดสภาพคล่องหรือต้องการทุนเพิ่มเติม ผู้แทนธุรกิจจะดำเนินการขอสินเชื่อจากทางธนาคาร การบริหารจัดการด้านทรัพยากรมนุษย์มีการกำหนดฝ่ายงานและมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบอย่างชัดเจน เช่น แผนกติดต่อลูกค้า ครีเอทีฟ ฝ่ายอาหาร ฝ่ายจัดเลี้ยง เป็นต้น โดยทุกฝ่ายจะปฏิบัติตามเจ้าของธุรกิจหรือผู้จัดการซึ่งเป็นผู้ได้รับมอบหมายให้เป็นหัวหน้างาน ในกรณีที่ต้องการผู้ช่วยงาน จะมีการจ้างธุรกิจอื่นหรือจ้างผู้รับจ้างอิสระ ซึ่งมีการจ้างและทำงานร่วมกันเป็นประจำ ในการจัดซื้อจัดจ้าง ธุรกิจจะดำเนินการด้วยตนเอง ส่วนการบริหารจัดการธุรกิจอื่นที่มาร่วมงาน จะมีการกำหนดงานและมอบหมายงานให้กับผู้มารับจ้างจัดงานร่วมโดยกำหนดวัตถุประสงค์อย่างชัดเจน มีการตกลงราคาและเงื่อนไขงานกับผู้รับจ้างจัดงานร่วมอย่างชัดเจน และต้องปฏิบัติตามข้อกำหนด เงื่อนไข หรือคำสั่งของผู้ว่าจ้างอย่างเคร่งครัด ด้านข้อมูลสารสนเทศ ผู้แทนธุรกิจบริหารจัดการด้วยตนเอง เป็นส่วนใหญ่ มีการใช้คอมพิวเตอร์ ไอแพด อุปกรณ์ และเครื่องมือต่าง ๆ มีการติดต่อสื่อสารและส่งข้อมูลผ่านเว็บไซต์และโซเชียลมีเดีย (เฟซบุ๊ก) ของธุรกิจและหุ้นส่วนหรือพนักงาน ในการจัดการข้อมูลสารสนเทศ ยึดถือหลักปฏิบัติตามแต่ละงานตามความต้องการของผู้ว่าจ้างที่ได้ตกลงกันไว้

2.2 การออกแบบ (Design) ด้านการจัดเลี้ยง ผู้แทนธุรกิจดำเนินงานโดย 1) ตกแต่งสถานที่ห้องจัดเลี้ยง 2) รับทราบข้อกำหนดหรือความต้องการของผู้ว่าจ้างว่าต้องการให้จัดเลี้ยงในรูปแบบใด 3) นำเสนอเมนูอาหาร 4) ประสานงานฝ่ายอาหารหรือประสานงานผู้รับจ้างทำอาหาร ด้านเนื้อหา ผู้แทนธุรกิจดำเนินงานโดย 1) รับทราบความต้องการของผู้ว่าจ้าง 2) จัดทำแบบร่างโมเดล หรือตัวอย่าง เสนอผู้ว่าจ้างเพื่อขออนุมัติ 3) เมื่อผู้ว่าจ้างเห็นชอบดำเนินงานด้านเนื้อหาเป็นแนวเดียวกัน 4) กรณีที่มีการจ้างผู้รับจ้างมีการทำความเข้าใจกับผู้รับจ้างให้เข้าใจตรงกันกับที่ผู้ว่าจ้างต้องการ 5) ควบคุมดูแลการดำเนินงานให้เป็นไปตามเนื้อหาที่ผู้ว่าจ้างต้องการ ด้านความบันเทิง ผู้แทนธุรกิจดำเนินงานโดย 1) รับทราบความต้องการของผู้ว่าจ้าง 2) นำเสนอร่างด้านการจัดงาน เสนอผู้ว่าจ้างเพื่อขออนุมัติ 3) เมื่อผู้ว่าจ้างเห็นชอบดำเนินการติดต่อประสานงานนักแสดงหรือทีมงานต่อไป 4) กรณีที่มีการจ้างผู้รับจ้าง นักแสดง หรือทีมงานการแสดงอื่น ๆ มีการทำความเข้าใจให้เข้าใจตรงกันกับที่ผู้ว่าจ้างต้องการ 5) ควบคุมดูแลด้านความบันเทิงให้เป็นไปตามเนื้อหาที่ผู้ว่าจ้างต้องการ ด้านปัจจัยแวดล้อม ผู้แทนธุรกิจดำเนินงานโดย 1) รับทราบความต้องการของผู้ว่าจ้าง 2) ออกแบบและตกแต่งสถานที่นำเสนอผู้ว่าจ้างพิจารณา 3) เมื่อผู้ว่าจ้างเห็นชอบดำเนินการจัดการพื้นที่ 4) กรณีที่มีการจ้างผู้รับจ้าง มีการทำความเข้าใจให้เข้าใจตรงกันกับที่ผู้ว่าจ้างต้องการ

5) ควบคุมดูแลการดำเนินงานให้ราบรื่น เรียบร้อย ด้านการผลิต (Production) ผู้แทนธุรกิจดำเนินงานโดย 1) รับทราบความต้องการของผู้ว่าจ้างในการผลิตสินค้า ป้าย หรือสิ่งอื่น ๆ

2) ออกแบบและตกแต่งและนำเสนอผู้ว่าจ้างพิจารณา 3) เมื่อผู้ว่าจ้างเห็นชอบดำเนินงานผลิต

4) กรณีที่มีการจ้างผู้รับจ้างต่อ ให้มีการผลิตตรงกันกับที่ผู้ว่าจ้างต้องการ 5) ควบคุมดูแลการผลิต

และการดำเนินงานให้ราบรื่น เรียบร้อย ด้านกิจกรรมหรือกระบวนการ ผู้แทนธุรกิจดำเนินงาน โดย

1) รับทราบความต้องการของผู้ว่าจ้างในการจัดกิจกรรม กระบวนการ 2) ออกแบบและจัดทำร่าง

กำหนดกิจกรรมหรือกระบวนการเพื่อนำเสนอผู้ว่าจ้างพิจารณา 3) เมื่อผู้ว่าจ้างเห็นชอบดำเนินงาน

ตามกิจกรรมหรือกระบวนการที่ได้รับความเห็นชอบ 4) กรณีที่มีการจ้างผู้รับจ้างต่อ ให้ทำความเข้าใจ

และดำเนินการให้สอดคล้องตรงกัน 5) ควบคุมดูแลจัดกิจกรรมหรือกระบวนการให้เป็นไปอย่าง

ราบรื่น เรียบร้อย ด้านประเด็นหลัก ผู้แทนธุรกิจดำเนินงานโดย 1) รับทราบความต้องการของผู้ว่าจ้าง

ในการกำหนด Theme หรือประเด็นหลักของงาน 2) วางแผน ออกแบบ และจัดทำงานในด้านต่าง ๆ

ให้สอดคล้องกับหลัก (Theme) ที่กำหนดไว้ 3) กรณีที่มีการจ้างผู้รับจ้างต่อ ให้ทำความเข้าใจและ

ดำเนินการให้สอดคล้องตรงกัน 4) ควบคุมดูแลจัดดำเนินงานให้สอดคล้องตรงกับ Theme ให้งาน

ดำเนินไปอย่างราบรื่น เรียบร้อย

2.3 การตลาด (Marketing) ด้านแผนการตลาด ผู้แทนธุรกิจดำเนินการโดย

1) กำหนดเป้าหมายของยอดขายประจำปี 2) ใช้ฐานลูกค้าเดิมในการติดต่อกัน และหาลูกค้าใหม่

เพิ่มเติม 3) ใช้การประชาสัมพันธ์ทางโซเชียลมีเดีย (เฟซบุ๊ก) ด้านวัตถุดิบ ผู้แทนธุรกิจดำเนินการ

โดย 1) จัดหาวัตถุดิบเพื่อจัดงานตามที่ผู้ว่าจ้างต้องการ 2) ติดต่อกับร้านภายในจังหวัดเพื่อตกลง

เงื่อนไขการซื้อขายร่วมกัน 3) มุ่งอุดหนุนสินค้าพื้นบ้านของชุมชนในพื้นที่ 4) สั่งวัตถุดิบจากแหล่ง

อื่น ๆ ที่มีคุณภาพและมีความหลากหลาย 5) กรณีที่มีการจ้างผู้รับจ้างต่อ ให้ทำความเข้าใจและ

ดำเนินการให้สอดคล้องตรงกัน 6) ควบคุมดูแลจัดดำเนินงานให้ดำเนินไปอย่างราบรื่น เรียบร้อย ด้าน

วางแผนการขายสินค้า ผู้แทนธุรกิจดำเนินการโดย 1) รับทราบความต้องการของผู้ว่าจ้าง 2) ออกแบบ

ตกแต่ง หรือจัดทำโมเดล และนำเสนอผู้ว่าจ้างพิจารณา 3) เมื่อผู้ว่าจ้างเห็นชอบดำเนินงานผลิตสินค้า

4) กรณีที่มีการจ้างผู้รับจ้างต่อ ให้มีการผลิตสินค้าตรงกันกับที่ผู้ว่าจ้างต้องการ 5) ควบคุมดูแลการผลิต

และการดำเนินงานให้ราบรื่น เรียบร้อย ด้านการส่งเสริม ผู้แทนธุรกิจดำเนินการโดย 1) โปรโมชัน

อาหารเข้า 2) ขยายระยะเวลาการชำระค่าจ้าง 3) ให้ส่วนลดหรือของแถม 4) ให้บริการ ด้านการจัด

งาน และดูแลความเรียบร้อยของงาน 5) ลดค่ามัดจำจาก 40% เหลือ 20% ด้านการประชาสัมพันธ์

ผู้แทนธุรกิจดำเนินการโดย 1) ประชาสัมพันธ์ผ่านทางเว็บไซต์ 2) ประชาสัมพันธ์ผ่านทางโซเชียล

มีเดีย (เฟซบุ๊ก) 3) ผู้ว่าจ้างดำเนินการเรื่องการประชาสัมพันธ์ 4) เชิญนักข่าวหรือสื่อมวลชน หรือ

บริษัททัวร์ มาร่วมงาน เพื่อประชาสัมพันธ์ ด้านการขาย ผู้แทนธุรกิจดำเนินการโดย 1) ผู้จัดการส่วน

หน้าทำหน้าที่ฝ่ายขายและต้อนรับ 2) มีฝ่ายการตลาดเข้าติดต่อหน่วยงานราชการ 3) เจ้าของธุรกิจ

ทำหน้าที่ติดต่อและขายเอง 4) เจ้าของและหุ้นส่วนทำหน้าที่ติดต่อและขายช่วยกัน ด้านผู้สนับสนุน ผู้แทนธุรกิจดำเนินการ โดย 1) ผู้ว่าจ้างคือผู้สนับสนุนหลัก 2) ธุรกิจอื่น ๆ ที่ต้องการโฆษณาสินค้า ในงานเป็นผู้สนับสนุน 3) ให้คำแนะนำแก่ผู้ว่าจ้างในการติดต่อเพื่อหาผู้สนับสนุน 4) ร้านค้าเอกชน หรือนักการเมืองท้องถิ่น

2.4 การดำเนินงาน (Operations) ด้านผู้มีส่วนร่วม ผู้แทนธุรกิจดำเนินงานโดย

1) ผู้จัดการ ผู้ควบคุมดูแลงานฝ่ายต่าง ๆ 2) ประชาชนในพื้นที่ 3) หน่วยงานราชการและเอกชนในพื้นที่ซึ่งมีส่วนร่วมในการจัดงานระดับจังหวัด 4) ทีมผู้ปฏิบัติงาน 5) ทีมการแสดง 6) หน่วยงานด้านโครงสร้าง เช่น ไฟฟ้า ประปา 7) เจ้าของผู้ว่าจ้าง ด้านการสื่อสาร ผู้แทนธุรกิจดำเนินงานโดย 1) โทรศัพท์เคลื่อนที่ (มือถือ) 2) โซเชียลมีเดีย (ไลน์, เฟซบุ๊ก) ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ผู้แทนธุรกิจดำเนินงานโดย 1) แจ้งความประสงค์ในการใช้งานโครงสร้างพื้นฐานในการจัดงานให้กับผู้ว่าจ้างทราบ 2) ผู้ว่าจ้างทำการติดต่อประสานงานหน่วยงานผู้ให้บริการโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา 3) ติดต่อประสานงานกับหน่วยงานไฟฟ้า ประปา เพื่อแจ้งสถานที่หรือจุดที่จะใช้งาน การดูแลรักษา และความปลอดภัย 4) ยึดถือปฏิบัติตามคำแนะนำของหน่วยงานไฟฟ้า ประปา และเมื่อเสร็จงาน แจ้งให้มีการจัดเก็บรื้อถอนด้านโลจิสติกส์ ผู้แทนธุรกิจดำเนินงานโดย 1) ดำเนินการขนส่งคนและสิ่งของด้วยตนเอง 2) ว่าจ้างรถยนต์เพื่อขนส่งในกรณีที่มีสิ่งของขนาดใหญ่ และมีจำนวนมาก 3) ติดต่อนักศึกษาที่สนใจทำงานพาร์ทไทม์เพื่อช่วยเป็นแรงงานของ 4) จัดการออกแบบวางแผนพื้นที่ให้สะดวกและเหมาะสมในการเดินทางของทีม staff และผู้เข้าร่วมงาน ด้านผู้เข้าร่วมงาน (ผู้แทนธุรกิจดำเนินงานโดย 1) ผู้จัดการ ผู้ควบคุมดูแลงานฝ่ายต่าง ๆ 2) ประชาชนในพื้นที่ 3) หน่วยงานราชการและเอกชนในพื้นที่ซึ่งมีส่วนร่วมในการจัดงานระดับจังหวัด 4) ทีมผู้ปฏิบัติงาน 5) ทีมการแสดง 6) หน่วยงานด้านโครงสร้าง เช่น ไฟฟ้า ประปา 7) เจ้าของผู้ว่าจ้าง ด้านสถานที่ ผู้แทนธุรกิจดำเนินงานโดย 1) สถานที่จัดงานตั้งอยู่กลางจังหวัด 2) วางผังงานให้สอดคล้องกับโครงสร้างของสถานที่ 3) มีการจัดการพื้นที่ของบริเวณงานกรณีที่มีพื้นที่ขนาดใหญ่ 8-9 ไร่ อย่างทั่วถึง ด้านเทคนิค ผู้แทนธุรกิจดำเนินงานโดย 1) ใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตในการทำงาน ติดต่อประสานงาน และออกแบบ 2) ใช้อุปกรณ์ที่ทันสมัยและมีราคาแพงในการจัดงานด้านแสง สี เสียง

2.5 ความเสี่ยง (Risk) ด้านการปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับ ผู้แทนธุรกิจ

ดำเนินการโดย 1) เจ้าของธุรกิจ กำกับดูแลการปฏิบัติงานทุกขั้นตอนด้วยตนเอง 2) ผู้รับจ้างที่มาร่วมงานต้องปฏิบัติตามที่เจ้าของธุรกิจกำหนด ซึ่งเป็นไปตามผู้ว่าจ้างที่ได้ตกลงกันไว้ ด้านการตัดสินใจ (Decisions) ผู้แทนธุรกิจดำเนินการโดย 1) เจ้าของธุรกิจตัดสินใจด้วยตนเอง 2) เจ้าของและหุ้นส่วนร่วมกันตัดสินใจ ด้านกรณีฉุกเฉิน ผู้แทนธุรกิจดำเนินการโดย 1) เตรียมเครื่องมือและอุปกรณ์ปฐมพยาบาล สำหรับกรณีอุบัติเหตุฉุกเฉิน 2) ติดต่อประสานหน่วยงานเช่น มูลนิธิกู้ภัย มาร่วมประจำที่งาน 3) ติดต่อประสานสถานพยาบาลใกล้เคียงพื้นที่จัดงาน ด้านสุขภาพและความปลอดภัย (Health

& Safety) ผู้แทนธุรกิจดำเนินการโดย 1) เจ้าของธุรกิจคำนึงถึงสุขภาพและความปลอดภัยของทีมงานและผู้ร่วมงานทุกคน โดยทำโครงสร้างของส่วนต่าง ๆ ในงานเช่น เวที ป้าย ต่าง ๆ ให้มีความแข็งแรง 2) จัดการด้านความปลอดภัยของจุดเชื่อมต่อไฟฟ้า 3) มีการกำกับดูแลด้านสุขภาพและความปลอดภัยภายในงาน ด้านการประกันภัย (Insurance) ผู้แทนธุรกิจดำเนินการโดย 1) ทำประกันภัยให้แก่ทีมงาน 2) ทำประกันภัยให้แก่ทีมผู้มาช่วยงาน พิจารณาจากงานและพื้นที่ ด้านกฎหมาย (Legal) ผู้แทนธุรกิจดำเนินการโดย 1) ให้ความสำคัญกับการปฏิบัติตามกฎหมาย 2) ระมัดระวังไม่ใช้ภาพวิดีโอ หรือสินค้าที่มีลิขสิทธิ์ ด้านความปลอดภัย (Security) ผู้แทนธุรกิจดำเนินการโดย 1) เตรียมเครื่องมือและอุปกรณ์ปฐมพยาบาล สำหรับกรณีอุบัติเหตุฉุกเฉิน 2) ติดต่อประสานหน่วยงานเช่น มูลนิธิกู้ภัย มาร่วมประจำที่งาน 3) ติดต่อประสานสถานพยาบาลใกล้เคียงพื้นที่จัดงาน

3. แนวทางในการส่งเสริมธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรมของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ มีรายละเอียดดังนี้

3.1 การบริหารจัดการ (Administration)

3.1.1 ควรมีเงินทุน และเงินทุนสำรอง เพื่อใช้ในการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรม โดยก่อนการจัดงานควรให้ผู้ว่าจ้างวางมัดจำ หรือใช้วิธีแบ่งชำระเงินเป็นงวด ได้แก่ 1) เงินมัดจำ 2) ชำระก่อนเริ่มงาน และ 3) ชำระหลังจากงานเสร็จสิ้น ตามเงื่อนไขที่ได้ตกลงกันระหว่างธุรกิจและผู้ว่าจ้าง เป็นต้น

3.1.2 ควรจัดทำเอกสารคู่มือ หรือวิธีการปฏิบัติงานแต่ละงาน และบันทึกการปฏิบัติงานแต่ละครั้งไว้ว่า ประกอบด้วยใคร และทำหน้าที่อะไรบ้าง เพื่อเป็นแนวปฏิบัติในการมอบหมายงานแก่พนักงาน หรือการจ้างธุรกิจอื่นเข้ามาช่วยงาน และป้องกันการหลงลืม โดยมีการอัปเดตข้อมูลให้เป็นปัจจุบันเสมอ โดยบันทึกปัญหาที่พบ วิธีแก้ปัญหา ผู้ที่เคยให้การดูแลช่วยเหลือต้นทุนที่ชำระไป หรือวิธีการประหยัดเงินทุน เป็นต้น

3.1.3 ควรศึกษาและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับกฎหมาย ระเบียบ แนวปฏิบัติที่สำคัญ ๆ ที่ธุรกิจจำเป็นต้องถือปฏิบัติในการจัดงานทุกครั้ง ไว้อย่างชัดเจน เพื่อเป็นเอกสารอ้างอิงในการทำงานและการตรวจสอบด้านต่าง ๆ

3.1.4 ธุรกิจควรมีเครือข่ายสินค้าชุมชนเป็นพันธมิตร เพื่อช่วยเหลือ อุดหนุนซึ่งกันและกันในการจัดงาน เป็นการประชาสัมพันธ์สินค้า และงานไปพร้อม ๆ กัน และยังเป็นการสร้างฐานข้อมูลลูกค้าในชุมชนได้อีกทางหนึ่ง

3.1.5 ธุรกิจควรมีการติดต่อ สื่อสาร และส่งข่าวสารต่าง ๆ กับลูกค้า พันธมิตร และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เป็นประจำ สม่าเสมอ เพื่อเป็นการเสริมสร้างสัมพันธ์ภาพอันดีร่วมกัน

3.2 การออกแบบ (Design)

3.2.1 งานด้านการออกแบบสำหรับธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดงานการท่องเที่ยว

เชิงมหรหกรรม เป็นงานที่เป็นจุดขายของธุรกิจ ต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์ จินตนาการ ความโดดเด่น แปลกใหม่ ที่จะสร้างความประทับใจให้เกิดขึ้นได้ ธุรกิจควรศึกษาข้อมูลอย่างกว้างขวางเสมอ และ ควรนำเทคโนโลยีที่มีความทันสมัย เพื่อเป็นการส่งเสริมความเข้มแข็งและน่าสนใจให้กับธุรกิจ

3.2.2 การออกแบบเป็นการวางแผนการจัดงาน ธุรกิจควรออกแบบให้ครอบคลุม โครงสร้างพื้นฐานในการจัดงาน เพื่อทราบความจำเป็นที่จะต้องใช่ เช่น น้ำประปา ไฟฟ้า อินเทอร์เน็ต จุดทิ้งขยะ ควรกำหนดไว้ว่าในการจัดงานจำเป็นจะต้องใช้ปริมาณเท่าใด มีจุดบริการกี่จุด ตรงจุดไหน บ้าง อย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับสถานที่จัดงานจริง

3.2.3 การออกแบบสถานที่จัดงานควรวางแผนเกี่ยวกับระบบโลจิสติกส์ทั้งการ ขนส่งสินค้า ขนส่งพนักงาน ทางเข้า-ออกสำหรับผู้ร่วมงาน ทางเข้า-ออกสำหรับพนักงาน เส้นทาง อุกฉิน และวางแผนสำหรับกรณีทีอาจเกิดเหตุร้ายแรง

3.2.4 การออกแบบการนำเสนองาน ธุรกิจควรมีวิธีการนำเสนอการออกแบบงาน ที่จะทำให้ผู้ว่าจ้างเข้าใจง่ายและมองเห็นภาพรวมทั้งหมด

3.2.5 การออกแบบการจัดงานทุกส่วน ควรคำนึงถึงความปลอดภัยของ ผู้ปฏิบัติงาน ผู้มาร่วมงาน และทุกฝ่าย เป็นสำคัญ

3.2.6 ในการออกแบบงานจุดต่าง ๆ ควรให้ความสำคัญกับการรักษาสิ่งแวดล้อม หรือนโยบายอื่น ๆ ตามที่ผู้ว่าจ้างต้องการ โดยการออกแบบนอกจากนำเสนองานออกสู่สายตาของ ผู้มาร่วมงานแล้ว อาจออกแบบรวมถึงการส่งเสริมการอนุรักษ์ให้ผู้ร่วมงานเข้าใจ มีส่วนร่วม และ อาจได้นำไปปฏิบัติตาม เช่น การอนุรักษ์วัฒนธรรม การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การเผยแพร่คุณธรรม จริยธรรม และหลักการคำสอนทางพระพุทธศาสนา ที่จะสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้ โดยขึ้นอยู่กับพิจารณาของผู้ว่าจ้างเป็นสำคัญ

3.3 การตลาด (Marketing)

3.3.1 ธุรกิจควรเพิ่มช่องทางการตลาดที่แปลกใหม่ โดยเพิ่มเติมเป็นทางเลือก ในการติดต่อลูกค้า เช่น การติดต่อลูกค้าโดยตรง การประชาสัมพันธ์ผ่านเพจเฟซบุ๊ก เว็บไซต์ การ สร้างเครือข่ายร่วมกับชุมชน การส่งเสริมงานของภาครัฐ และภาคเอกชน เพื่อสร้างฐานลูกค้า หรือ วิธีการอื่น ๆ เพื่อสร้างฐานลูกค้า และสร้างสัมพันธ์ภาพอันดีไว้อย่างยาวนาน

3.3.2 วัตถุประสงค์ที่ใช้ในการจัดงาน ควรเลือกใช้โดยเน้นคุณภาพ ราคาต้นทุนที่ เหมาะสม โดยอาจมีการอุดหนุนสินค้าชุมชน เพื่อประโยชน์ในวงกว้างขึ้น

3.3.3 ธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรมสามารถเลือก วิธีการส่งเสริมการขายได้อย่างหลากหลาย ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมและความต้องการของผู้ว่าจ้าง เช่น ใช้วิธีการให้ส่วนลดเงินมัดจำ ใช้ของแถม ใช้วิธีการขยายระยะเวลาการชำระเงิน เป็นต้น

3.3.4 ธุรกิจควรมีฐานข้อมูลผู้สนับสนุนที่จะมาร่วมงานอย่างกว้างขวาง ได้แก่ แหล่งสนับสนุนจากทางนัการการเมือง และธุรกิจเอกชนต่าง ๆ ทั้งในและต่างพื้นที่

3.4 การดำเนินงาน (Operations)

3.4.1 การดำเนินงาน ธุรกิจต้องมีสายการบังคับบัญชาที่ชัดเจน และติดต่อได้ สะดวกรวดเร็ว และแจ้งให้ผู้ปฏิบัติงานทุกคนรับทราบ ว่าหากพบปัญหาในการปฏิบัติ จะแจ้งได้กับใคร หรือต้องทำอะไรในการแก้ปัญหาเบื้องต้นแต่ละจุด

3.4.2 ในการดำเนินงานควรมีผู้ทำหน้าที่ตรวจสอบงาน ตั้งแต่การเตรียมงาน การดำเนินงาน และการจัดการหลังเสร็จงาน เพื่อรับทราบผลการปฏิบัติ ปัญหา อุปสรรค และวิธีแก้ไขเพื่อบันทึกผลและนำมาปรับปรุงพัฒนาการดำเนินงานต่อไป

3.4.3 ในการดำเนินงาน ควรสิ้นสุดเมื่อหลังจากเก็บงานเสร็จเรียบร้อย ควรวางแผนและมอบหมายผู้รับผิดชอบ ในการทำงานหน้าหลังงานจบลง โดยเก็บงานทุกอย่าง คืนสิ่งของที่ยืมมาจัดงาน และเคลียร์วัสดุ อุปกรณ์ ฉาก ป้าย และขยะ ให้เสร็จเรียบร้อย จึงถือได้ว่าเสร็จงาน

3.4.4 ควรมีข้อมูลการติดต่อผู้ดูแลโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อไว้ติดต่อในยามเกิดปัญหา เช่น บุคลากรของการไฟฟ้า ประปา อินเทอร์เน็ต เป็นต้น

3.4.5 การปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับเรื่องไฟฟ้า ซึ่งเป็นเรื่องสำคัญ และอันตราย ควรมีช่างผู้ชำนาญ หรือให้หน่วยงานการไฟฟ้าแต่งตั้งผู้ดูแลช่วยเหลือในการจัดงาน

3.4.6 ในการตรวจสอบความเรียบร้อยของการดำเนินงานโดยภาพรวม ควรมีผู้ตรวจสอบมากกว่า 1 คน และสามารถสื่อสารกันได้อย่างสะดวกรวดเร็ว เมื่อเกิดปัญหาสามารถตัดสินใจและแก้ไขได้ทันที่

3.5 ความเสี่ยง (Risk)

3.5.1 ธุรกิจควรมีการศึกษาและเตรียมการสำหรับการประกันภัย สำหรับผู้ปฏิบัติงาน และพิจารณาถึงการประกันภัยที่อาจเกิดขึ้นในงาน และทำประกันภัยอย่างเหมาะสม

3.5.2 ธุรกิจควรวางแผนด้านโลจิสติกส์อย่างรอบคอบ และจัดสรรเส้นทางสำหรับกรณีฉุกเฉินไว้เสมอ

3.5.3 ธุรกิจควรทำความเข้าใจและวางแผน ร่วมกับหน่วยงานด้านความปลอดภัยที่มาร่วมปฏิบัติหน้าที่ เช่น ตำรวจ ทหาร กู้ภัย หน่วยพยาบาล เป็นต้น เพื่อซักซ้อมความเข้าใจในการปฏิบัติเบื้องต้น เช่น กรณีที่เกิดการยกพวกตีกัน ต้องดำเนินการอย่างไร

อภิปรายผล

ผลการวิจัย สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรมของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ ประกอบด้วย 12 ธุรกิจ ดังนี้ 1) ธุรกิจรับจัดงาน 2) ธุรกิจรับทำป้าย 3) ธุรกิจธนาคารหรือสถาบันการเงิน 4) ธุรกิจด้านแสง สี เสียง 5) ธุรกิจดอกไม้ และการตกแต่งสถานที่ 6) ธุรกิจค้าส่งและค้าปลีกในพื้นที่จังหวัด 7) ธุรกิจที่เกี่ยวข้องด้านโลจิสติกส์ 8) ธุรกิจร้านอาหาร 9) ธุรกิจออกแบบสื่อภาพ โปสเตอร์ ผู้ผลิตวีดิทัศน์ 10) ธุรกิจเช่าชุด 11) ธุรกิจเสริมสวย แต่งหน้า ทำผม และ 12) ธุรกิจประกันภัย จะเห็นได้ว่า การจัดงานมหรหรรรมในแต่ละครั้งจะมีธุรกิจที่เกี่ยวข้องเป็นจำนวนมาก ก่อให้เกิดประโยชน์ในมิติทางเศรษฐกิจกล่าวคือมีการจ้างงานในชุมชนเพิ่มขึ้น และรวมทั้งประโยชน์ในมิติทางสังคมเนื่องจากลักษณะการท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรมของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์จะเป็นงานเทศกาล ประเพณีที่แสดงถึงวัฒนธรรมที่โดดเด่นของแต่ละจังหวัดจึงเป็นการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่นให้สืบทอดต่อไป

2. กระบวนการดำเนินงานของธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรมของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ มีรายละเอียด 5 ประเด็น ได้แก่

2.1 การบริหารจัดการ (Administration) ประกอบด้วย 7 ด้าน คือ ด้านการเงิน (Financial) ด้านทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources) ด้านข้อมูลสารสนเทศ (Information) ด้านการจัดซื้อจัดจ้าง (Procurement) ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ด้านระบบ (Systems) และด้านระยะเวลา (Time)

2.2 การออกแบบ (Design) ประกอบด้วย 7 ด้าน คือ ด้านการจัดเลี้ยง (Catering) ด้านเนื้อหา (Content) ด้านความบันเทิง (Entertainment) ด้านปัจจัยแวดล้อม (Environment) ด้านการผลิต (Production) ด้านกิจกรรมหรือกระบวนการ (Program) และด้านประเด็นหลัก (Theme)

2.3 การตลาด (Marketing) ประกอบด้วย 7 ด้าน คือ ด้านแผนการตลาด (Marketing Plan) ด้านวัตถุดิบ (Materials) ด้านสินค้า (Merchandise) ด้านการส่งเสริม (Promotion) ด้านการประชาสัมพันธ์ (Public Relations) ด้านการขาย (Sales) และด้านผู้สนับสนุน (Sponsorship)

2.4 การดำเนินงาน (Operations) ประกอบด้วย 7 ด้าน คือ ด้านผู้มีส่วนร่วม (Attendees) ด้านการสื่อสาร (Communications) ด้านโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) ด้านโลจิสติกส์ (Logistics) ด้านผู้มีส่วนร่วม (Participants) ด้านไซต์ (Site) และด้านเทคนิค (Technical)

2.5 ความเสี่ยง (Risk) ประกอบด้วย 7 ด้าน คือ ด้านการปฏิบัติตาม (Compliance) ด้านการตัดสินใจ (Decisions) ด้านกรณีฉุกเฉิน (Emergency) ด้านสุขภาพและความปลอดภัย (Health & Safety) ด้านการประกันภัย (Insurance) ด้านกฎหมาย (Legal) และด้านความปลอดภัย (Security)

จากกระบวนการดำเนินงานของธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดการงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรมของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ มีรายละเอียด 5 ประเด็น ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น มีความสอดคล้องกับการศึกษาของ รัตขพงษ์ เขียวพันธ์ (2561) ที่ศึกษาองค์ประกอบของการจัดมหรหกรรมกีฬาของสโมสรฟุตบอลไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว พบว่า เมืองค์ประกอบที่สอดคล้องกับผลการศึกษาในครั้งนี้ 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การบริหาร ซึ่งประกอบด้วยส่วนงานสำคัญ 3 ส่วน ได้แก่ การจัดการทั่วไป การจัดการแข่งขัน และการตลาด 2) การดำเนินงาน 3) การจัดการความเสี่ยง และ 4) การออกแบบ จะเห็นได้ว่าการจัดการงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรมเทศกาลงานประเพณีหรือมหรหกรรมกีฬาจะมีองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานที่เหมือนกัน

และนอกจากนี้ มีการศึกษาของ จิณัสมา ศรีหิรัญ ศศิพัชร ปิติโรจน์ และกาญจนา แสนนออน (2561) ที่ศึกษาแนวทางการออกแบบกิจกรรมอีเว้นท์เชิงวัฒนธรรมแบบสนุกสนานในบริบทอัยาศัยไมตรีที่งดงามตามอย่างไทย กรณีศึกษา วิทยาลัยดุสิตธานี โดยใช้โดเมนความรู้ด้านการออกแบบของ EMBOK Model มาใช้ในการออกแบบกิจกรรมอีเว้นท์เชิงวัฒนธรรมแบบสนุกสนาน พบว่า ลำดับความสำคัญของหน่วยย่อยในการออกแบบ คือ การออกแบบธีมงาน (Theme Design) การออกแบบเนื้อหา (Content Design) และการออกแบบการผลิต (Production Design) ซึ่งประเด็นดังกล่าวมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาในครั้งนี้

3. แนวทางในการส่งเสริมธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดการงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรมของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ มีรายละเอียดดังนี้

3.1 การบริหารจัดการ (Administration)

3.1.1 ควรจะมีเงินทุน และเงินทุนสำรอง เพื่อใช้ในการจัดการงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรม โดยก่อนการจัดงานควรให้ผู้ว่าจ้างวางมัดจำ หรือใช้วิธีแบ่งชำระเงินเป็นงวด ได้แก่ 1) เงินมัดจำ 2) ชำระก่อนเริ่มงาน และ 3) ชำระหลังจากงานเสร็จสิ้น ตามเงื่อนไขที่ได้ตกลงกันระหว่างธุรกิจและผู้ว่าจ้าง เป็นต้น

3.1.2 ควรจัดทำเอกสารคู่มือ หรือวิธีการปฏิบัติงานแต่ละงาน และบันทึกการปฏิบัติงานแต่ละครั้งไว้ว่า ประกอบด้วยใคร และทำหน้าที่อะไรบ้าง เพื่อเป็นแนวปฏิบัติในการมอบหมายงานแก่พนักงาน หรือการจ้างธุรกิจอื่นเข้ามาช่วยงาน และป้องกันการหลงลืม โดยมีการอัปเดตข้อมูลให้เป็นปัจจุบันเสมอ โดยบันทึกปัญหาที่พบ วิธีแก้ปัญหา ผู้ที่เคยให้การดูแลช่วยเหลือต้นทุนที่ชำระไป หรือวิธีการประหยัดเงินทุน เป็นต้น

3.1.3 ควรศึกษาและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับกฎหมาย ระเบียบ แนวปฏิบัติที่สำคัญ ๆ ที่ธุรกิจจำเป็นต้องถือปฏิบัติในการจัดงานทุกครั้ง ไว้อย่างชัดเจน เพื่อเป็นเอกสารอ้างอิงในการทำงานและการตรวจสอบด้านต่าง ๆ

3.1.4 ธุรกิจควรมีเครือข่ายสินค้าชุมชนเป็นพันธมิตร เพื่อช่วยเหลือ อุดหนุนซึ่งกันและกันในการจัดงาน เป็นการประชาสัมพันธ์สินค้า และงานไปพร้อม ๆ กัน และยังเป็นการสร้างฐานข้อมูลลูกค้าในชุมชนได้อีกทางหนึ่ง

3.1.5 ธุรกิจควรมีการติดต่อ สื่อสาร และส่งข่าวสารต่าง ๆ กับลูกค้า พันธมิตร และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เป็นประจำ สม่ำเสมอ เพื่อเป็นการเสริมสร้างสัมพันธ์ภาพอันดีร่วมกัน

3.2 การออกแบบ (Design)

3.2.1 งานด้านการออกแบบสำหรับธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรม เป็นงานที่เป็นจุดขายของธุรกิจ ต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์ จินตนาการ ความโดดเด่นแปลกใหม่ ที่จะสร้างความประทับใจให้เกิดขึ้นได้ ธุรกิจควรศึกษาข้อมูลอย่างกว้างขวางเสมอ และควรนำเทคโนโลยีที่มีความทันสมัย เพื่อเป็นการส่งเสริมความเข้มแข็งและน่าสนใจให้กับธุรกิจ

3.2.2 การออกแบบเป็นการวางแผนการจัดงาน ธุรกิจควรออกแบบให้ครอบคลุมโครงสร้างพื้นฐานในการจัดงาน เพื่อทราบความจำเป็นที่จะต้องใช่ เช่น น้ำประปา ไฟฟ้า อินเทอร์เน็ต จุดทิ้งขยะ ควรกำหนดไว้ว่าในการจัดงานจำเป็นต้องใช้ปริมาณเท่าใด มีจุดบริการที่จุด ตรงจุดไหนบ้าง อย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับสถานที่จัดงานจริง

3.2.3 การออกแบบสถานที่จัดงานควรวางแผนเกี่ยวกับระบบโลจิสติกส์ทั้งการขนส่งสินค้า ขนส่งพนักงาน ทางเข้า-ออกสำหรับผู้ร่วมงาน ทางเข้า-ออกสำหรับพนักงาน เส้นทางฉุกเฉิน และวางแผนสำหรับกรณีที่เกิดเหตุร้ายแรง

3.2.4 การออกแบบการนำเสนองาน ธุรกิจควรมีวิธีการนำเสนอการออกแบบงานที่จะทำให้ผู้ว่าจ้างเข้าใจง่ายและมองเห็นภาพรวมทั้งหมด

3.2.5 การออกแบบการจัดงานทุกส่วน ควรคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้ปฏิบัติงาน ผู้ร่วมงาน และทุกฝ่าย เป็นสำคัญ

3.2.6 ในการออกแบบงานจุดต่าง ๆ ควรให้ความสำคัญกับการรักษาสิ่งแวดล้อมหรือนโยบายอื่น ๆ ตามที่ผู้ว่าจ้างต้องการ โดยการออกแบบนอกจากนำเสนองานออกสู่สายตาของผู้ร่วมงานแล้ว อาจออกแบบรวมถึงการส่งเสริมการอนุรักษ์ให้ผู้ร่วมงานเข้าใจ มีส่วนร่วม และอาจได้นำไปปฏิบัติตาม เช่น การอนุรักษ์วัฒนธรรม การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การเผยแพร่คุณธรรมจริยธรรม และหลักการคำสอนทางพระพุทธศาสนา ที่จะสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้ โดยขึ้นอยู่กับพิจารณาของผู้ว่าจ้างเป็นสำคัญ

3.3 การตลาด (Marketing)

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

3.3.2 วัตถุดิบที่ใช้ในการจัดงาน ควรเลือกใช้โดยเน้นคุณภาพ ราคาต้นทุนที่เหมาะสม โดยอาจมีการอุดหนุนสินค้าชุมชน เพื่อประโยชน์ในวงกว้างขึ้น

3.3.3 ธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรมสามารถเลือกวิธีการส่งเสริมการขายได้อย่างหลากหลาย ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมและความต้องการของผู้ว่าจ้าง เช่น ใช้วิธีการให้ส่วนลดเงินมัดจำ ใช้ของแถม ใช้วิธีการขยายระยะเวลาการชำระเงิน เป็นต้น

3.3.4 ธุรกิจควรมีฐานข้อมูลผู้สนับสนุนที่จะมาร่วมงานอย่างกว้างขวาง ได้แก่ แหล่งสนับสนุนจากทางนัการเมือง และธุรกิจเอกชนต่าง ๆ ทั้งในและต่างพื้นที่

3.4 การดำเนินงาน (Operations)

3.4.1 การดำเนินงาน ธุรกิจต้องมีสายการบังคับบัญชาที่ชัดเจน และติดต่อได้สะดวกรวดเร็ว และแจ้งให้ผู้ปฏิบัติงานทุกคนรับทราบ ว่าหากพบปัญหาในการปฏิบัติ จะแจ้งได้กับใคร หรือต้องทำอะไรในการแก้ปัญหาเบื้องต้นแต่ละจุด

3.4.2 ในการดำเนินงานควรมีผู้ทำหน้าที่ตรวจสอบงาน ตั้งแต่การเตรียมงาน การดำเนินงาน และการจัดการหลังเสร็จงาน เพื่อรับทราบผลการปฏิบัติ ปัญหา อุปสรรค และวิธีแก้ไขเพื่อบันทึกผลและนำมาปรับปรุงพัฒนาการดำเนินงานต่อไป

3.4.3 ในการดำเนินงาน ควรสิ้นสุดเมื่อหลังจากเก็บงานเสร็จเรียบร้อย ควรวางแผนและมอบหมายผู้รับผิดชอบ ในการทำงานหน้าหลังงานจบลง โดยเก็บงานทุกอย่าง คืนสิ่งของที่ยืมมาจัดงาน และเคลียวัสดุ อุปกรณ์ ฉาก ป้าย และขยะ ให้เสร็จเรียบร้อย จึงถือได้ว่าเสร็จงาน

3.4.4 ควรมีข้อมูลการติดต่อผู้ดูแลโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อไว้ติดต่อในยามเกิดปัญหา เช่น บุคลากรของการไฟฟ้า ประปา อินเทอร์เน็ต เป็นต้น

3.4.5 การปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับเรื่องไฟฟ้า ซึ่งเป็นเรื่องสำคัญ และอันตราย ควรมีช่างผู้ชำนาญ หรือให้หน่วยงานการไฟฟ้าแต่งตั้งผู้ดูแลช่วยเหลือในการจัดงาน

3.4.6 ในการตรวจสอบความเรียบร้อยของการดำเนินงานโดยภาพรวม ควรมีผู้ตรวจสอบมากกว่า 1 คน และสามารถสื่อสารกันได้อย่างสะดวกรวดเร็ว เมื่อเกิดปัญหาสามารถตัดสินใจและแก้ไขได้ทันที่

3.5 ความเสี่ยง (Risk)

3.5.1 ธุรกิจควรมีการศึกษาและเตรียมการสำหรับการประกันภัย สำหรับผู้ปฏิบัติงาน และพิจารณาถึงการประกันภัยที่อาจเกิดขึ้นในงาน และทำประกันภัยอย่างเหมาะสม

3.5.2 ธุรกิจควรวางแผนด้านโลจิสติกส์อย่างรอบคอบ และจัดสรรเส้นทางสำหรับกรณีฉุกเฉินไว้เสมอ

3.5.3 ธุรกิจควรทำความเข้าใจและวางแผน ร่วมกับหน่วยงานด้านความปลอดภัยที่มาร่วมปฏิบัติหน้าที่ เช่น ตำรวจ ทหาร ภูมิกภัย หน่วยพยาบาล เป็นต้น เพื่อซักซ้อมความเข้าใจในการปฏิบัติเบื้องต้น เช่น กรณีที่เกิดการยกพวกตีกัน ต้องดำเนินการอย่างไร

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 หน่วยงานราชการสามารถศึกษาทำความเข้าใจกระบวนการดำเนินงานของธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดงานท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรม เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนการจัดงานหรือการว่าจ้างธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพื่อการจัดงานท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรมได้

1.2 ภาคเอกชนและผู้สนใจ สามารถนำกระบวนการดำเนินงาน และแนวทางการส่งเสริมธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรม ไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ในการจัดงานในลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรมได้

1.3 ธุรกิจในการรับจัดงาน สามารถศึกษาข้อมูลกระบวนการดำเนินงานและนำแนวทางการส่งเสริมธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรมไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับธุรกิจของตนเองได้

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับ ความคิดเห็นและผลจากการใช้โปรแกรมชั้นหรือการส่งเสริมการขาย ของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรม

2.2 ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับ ความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมในการจัดงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรม เพื่อนำมาปรับปรุงการจัดงานในโอกาสต่อไป

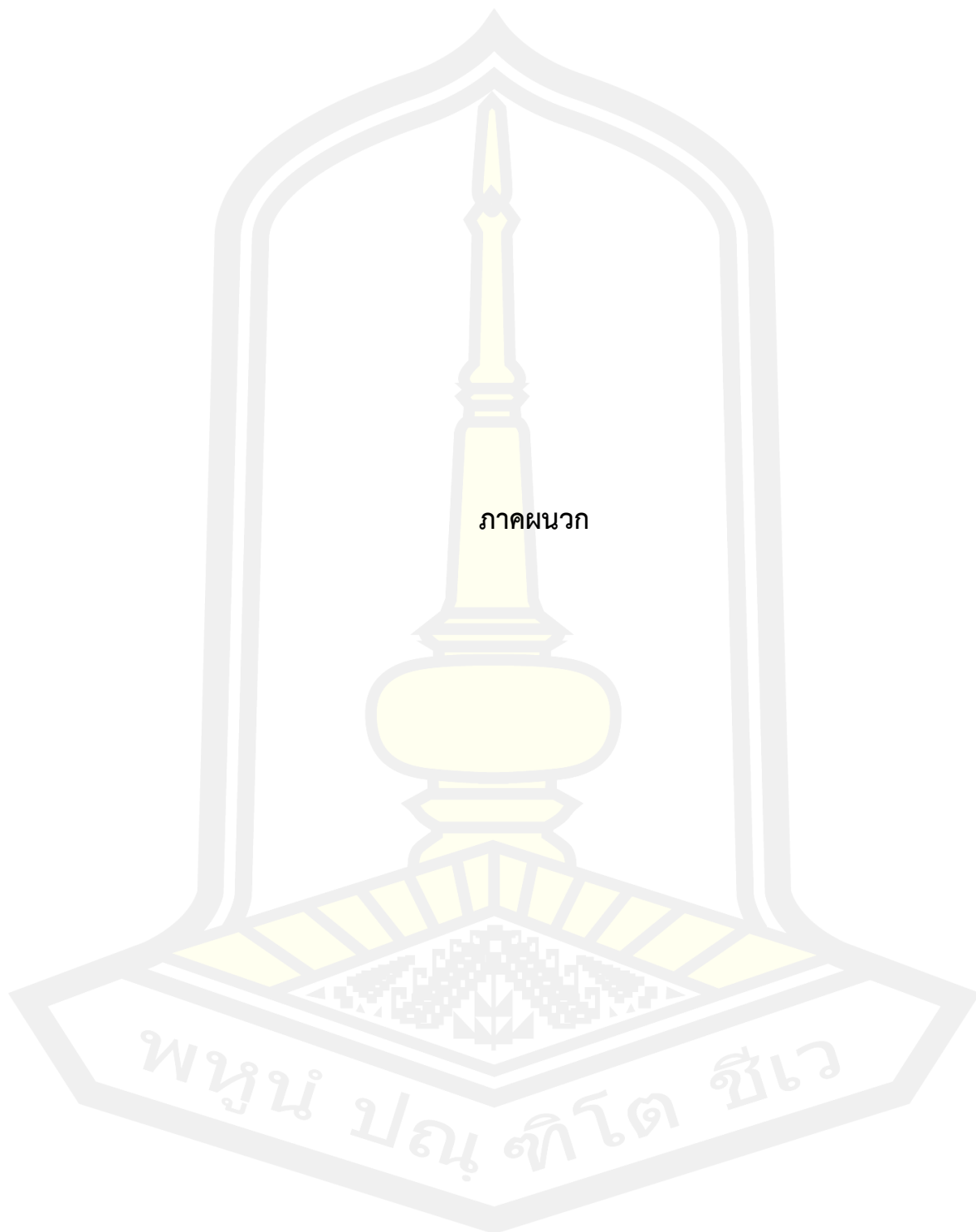
บรรณานุกรม



บรรณานุกรม

- กรมการท่องเที่ยว. (2561). *แผนยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยว พ.ศ. 2561-2564 ของกรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: VIP COPY PRINT.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2549). *คำรับรองการปฏิบัติราชการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาประจำปีงบประมาณ*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- เกรียงไกร กาญจนะโกคิน. (2555). *Event Marketing*. กรุงเทพฯ: กรุงเทพธุรกิจ.
- กลุ่มงานบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง. (2563). *แผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง (พ.ศ. 2561-2565) ฉบับทบทวน พ.ศ. 2564*. ขอนแก่น: กลุ่มงานบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง.
- จิตราภรณ์ จรัสรัมย์. (2561). *ขั้นตอนการจัดงานอีเวนต์ กรณีศึกษางาน ICONSIAM Grand Opening จัดโดย บริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน)*. การค้นคว้าอิสระปริญญาโท สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- จีณัสมมา ศรีหิรัญ ศศิพัชร ปิติโรจน์ และกาญจนา แขนนอน. (2561). *แนวทางการออกแบบกิจกรรมอีเวนต์เชิงวัฒนธรรมแบบสนุกสนาน ในบริบทอสังหาริมทรัพย์ที่ตรงตามอย่างไทย : กรณีศึกษา วิทยาลัยดุสิตธานี. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 12(ฉบับพิเศษ), 278-295.*
- ทัชวรรณ โอภาสขจรเดช. (2559). *ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความสำเร็จของการดำเนินงานธุรกิจอีเวนต์ขนาดกลางและขนาดเล็ก*. การค้นคว้าอิสระ ปริญญาวารสารศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ประภัสสร มีน้อย. (2560). *รูปแบบและกลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของภูมิภาคตะวันตกเพื่อรองรับการเข้าสู่ประเทศไทย 4.0*. วิทยานิพนธ์ ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พัชชา วงศ์เปี้ยสัจจ์. (2555). *โครงการจัดตั้งบริษัทจัดการท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรม*. โครงการทางวัฒนธรรม ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารงานวัฒนธรรม มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์.
- รัตพงษ์ เชี่ยวพันธุ์. (2561). *รูปแบบการจัดการมหรหกรรมกีฬาของสโมสรฟุตบอลไทยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว*. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย*, 13(2), 37-50.
- ราณี อิศัยกุล. (2557). *การจัดการการท่องเที่ยวเฉพาะทาง*. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

- วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยมหิดล. (2561). *EVENT 101 วิชาการจัดงานอีเวนต์*. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน).
- สมชาติ อู่อ้น. (2552). *การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการวางแผน*. นครปฐม: ภาควิชาภูมิศาสตร์.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่สิบสอง พ.ศ. 2560-2564*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี.
- สำนักงานราชบัณฑิตยสภา. (2556). *มหกรรม*. สืบค้นเมื่อ 2 มิถุนายน 2564. จาก <http://legacy.orst.go.th/?knowledges=มหกรรม-๒๖-กันยายน-๒๕๕๖>.
- สำนักบริหารยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัด “ร้อยแก่นสารสินธุ์”. (2551). *แผนยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ร้อยเอ็ด-ขอนแก่น-มหาสารคาม-กาฬสินธุ์ (กลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์)*. ขอนแก่น: สำนักงานจังหวัดขอนแก่น.
- Ashwin, P. (2020). *2020 Events Industry Survey Report: Risk, Readiness & Resilience*. Date to Accessed 6 June 2021. From https://www.researchgate.net/publication/340061036_2020_Events_Industry_Survey_Report_Risk_Readiness_Resilience.
- Coltman, M. M. (1989). *Tourism Marketing*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Getz, D. (2005). *Event Management and Event Tourism*. 2nd ed. New York: Cognizant.
- Goldblatt, J. (2014). *Special Events: Creating and Sustaining a New World for Celebration*. 7th ed. New York: John Wiley & Son.
- McIntosh, R. W. & Goeldner, C. R. (1986). *Tourism Principles, Practices, Philosophies*. New York: John Wiley & Son.
- Silvers, J. R. (2007). *The EMBOK Project Curriculum Model*. Albuquerque, NM: Silvers.
- Sultana, S. et al. (2020). Perception of Event Management Company Towards Green Event : Evidence From Bangladesh. *Academy of Strategic Management Journal*, 19(4), 1-10.





ภาคผนวก ก
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

พหุบัณฑิตวิทโย

แบบสัมภาษณ์
สำหรับการวิจัยเรื่อง การส่งเสริมธุรกิจในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรม
ของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์

1. ใช้ในการสัมภาษณ์ ผู้แทนหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์

คำชี้แจง

1. การสัมภาษณ์ผู้แทนหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาคุณลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรมตามความคิดเห็นของหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์
2. แบบสัมภาษณ์ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ 1) ข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ 2) ข้อคำถามเพื่อการศึกษา
3. ผู้วิจัย เป็นผู้ทำการสัมภาษณ์ด้วยตนเอง โดยติดต่อนัดหมายผู้ให้ข้อมูลไว้ล่วงหน้า

ส่วนที่ 1 ข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์

1. ชื่อ-สกุล
2. ตำแหน่ง
3. สถานที่ทำงาน
4. ประสบการณ์ในการบริหารจัดการหรือการประสานงานด้านการท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรม
5. วันเดือนปี สถานที่ทำการสัมภาษณ์

ส่วนที่ 2 ข้อคำถามเพื่อการศึกษา

1. การท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรมที่จัดเป็นประจำทุกปี ประกอบด้วยอะไรบ้าง มีวัตถุประสงค์ในการจัดงานคืออะไร
2. เงื่อนไขสำคัญในการพิจารณาอนุมัติให้จัดงานท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรมแต่ละงาน คืออะไร
3. ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดงานท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรมแต่ละงานประกอบด้วยใครบ้าง
4. ในการดำเนินงานที่ผ่านมา ภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรมประกอบด้วยใครบ้าง
5. ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานเกี่ยวกับภาคธุรกิจที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดงานท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรม เพื่อนำสู่การพัฒนาและปรับปรุง มีอะไรบ้าง
6. โปรดให้ข้อมูลคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรมในแต่ละประเด็นตามที่ท่านต้องการ หรือตามที่ควรจะต้องเกิดขึ้น ในการจัดงานท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรมแต่ละครั้ง

1. การบริหารจัดการ (Administration) ประกอบด้วย 7 ด้าน ดังนี้
 - 1.1 ด้านการเงิน (Financial)
 - 1.2 ด้านทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources)
 - 1.3 ด้านข้อมูลสารสนเทศ (Information)
 - 1.4 ด้านการจัดซื้อจัดจ้าง (Procurement)
 - 1.5 ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders)
 - 1.6 ด้านระบบ (Systems)
 - 1.7 ด้านระยะเวลา (Time)
2. การออกแบบ (Design) ประกอบด้วย 7 ด้าน ดังนี้
 - 2.1 ด้านการจัดเลี้ยง (Catering)
 - 2.2 ด้านเนื้อหา (Content)
 - 2.3 ด้านความบันเทิง (Entertainment)
 - 2.4 ด้านปัจจัยแวดล้อม (Environment)
 - 2.5 ด้านการผลิต (Production)
 - 2.6 ด้านกิจกรรมหรือกระบวนการ (Program)
 - 2.7 ด้านประเด็นหลัก (Theme)
3. การตลาด (Marketing) ประกอบด้วย 7 ด้าน ดังนี้
 - 3.1 ด้านแผนการตลาด (Marketing Plan)
 - 3.2 ด้านวัตถุดิบ (Materials)
 - 3.3 ด้านสินค้า (Merchandise)
 - 3.4 ด้านการส่งเสริม (Promotion)
 - 3.5 ด้านการประชาสัมพันธ์ (Public Relations)
 - 3.6 ด้านการขาย (Sales)
 - 3.7 ด้านผู้สนับสนุน (Sponsorship)
4. การดำเนินงาน (Operations) ประกอบด้วย 7 ด้าน ดังนี้
 - 4.1 ด้านผู้มีส่วนร่วม (Attendees)
 - 4.2 ด้านการสื่อสาร (Communications)
 - 4.3 ด้านโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure)
 - 4.4 ด้านโลจิสติกส์ (Logistics)
 - 4.5 ด้านผู้มีส่วนร่วม (Participants)
 - 4.6 ด้านไซต์ (Site)

4.7 ด้านเทคนิค (Technical)

5. ความเสี่ยง (Operations) ประกอบด้วย 7 ด้าน ดังนี้

5.1 ด้านการปฏิบัติตาม (Compliance)

5.2 ด้านการตัดสินใจ (Decisions)

5.3 ด้านกรณีฉุกเฉิน (Emergency)

5.4 ด้านสุขภาพและความปลอดภัย (Health & Safety)

5.5 ด้านการประกันภัย (Insurance)

5.6 ด้านกฎหมาย (Legal)

5.7 ด้านความปลอดภัย (Security)

6. โปรดให้ข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์ในการบริหารจัดการหรือการประสานงานด้านการท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรม อันจะเป็นแนวทางให้ภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ได้ปรับปรุงแก้ไข หรือพัฒนาการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรมให้ดียิ่งขึ้น

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการสัมภาษณ์

นายสมชาติ โปขุนทด

นิสิตสาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและการโรงแรม ผู้สัมภาษณ์

พหุบัน ปณุ ทิโต ชีเว

แบบสัมภาษณ์
สำหรับการวิจัยเรื่อง การส่งเสริมธุรกิจในการจัดการงานการท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรม
ของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์

2. ใช้ในการสัมภาษณ์ ผู้แทนธุรกิจการจัดงานท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรมของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์
คำชี้แจง

1. การสัมภาษณ์ผู้แทนธุรกิจที่เกี่ยวข้องในการจัดการงานท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรมของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษารูปแบบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดการงานท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรมศึกษาจากประสบการณ์และความคิดเห็นของผู้แทนธุรกิจ
2. แบบสัมภาษณ์ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ 1) ข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ 2) ข้อคำถามเพื่อการศึกษา
3. ผู้วิจัย เป็นผู้ทำการสัมภาษณ์ด้วยตนเอง โดยติดต่อนัดหมายผู้ให้ข้อมูลไว้ล่วงหน้า

ส่วนที่ 1 ข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์

1. ชื่อ-สกุล
2. ชื่อของกิจการ
3. สถานที่ทำงาน
4. ประสบการณ์ในการจัดงานด้านการท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรม
5. วันเดือนปี สถานที่ทำการสัมภาษณ์

ส่วนที่ 2 ข้อคำถามเพื่อการศึกษา

1. โปรดอธิบายลักษณะการดำเนินงานในการจัดงานท่องเที่ยวเชิงมหรหรรรมจากประสบการณ์ของท่าน ในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. การบริหารจัดการ (Administration) ประกอบด้วย 7 ด้าน ดังนี้
 - 1.1 ด้านการเงิน (Financial)
 - 1.2 ด้านทรัพยากรมนุษย์ (Human Resources)
 - 1.3 ด้านข้อมูลสารสนเทศ (Information)
 - 1.4 ด้านการจัดซื้อจัดจ้าง (Procurement)
 - 1.5 ด้านผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders)
 - 1.6 ด้านระบบ (Systems)
 - 1.7 ด้านระยะเวลา (Time)

2. การออกแบบ (Design) ประกอบด้วย 7 ด้าน ดังนี้
 - 2.1 ด้านการจัดเลี้ยง (Catering)
 - 2.2 ด้านเนื้อหา (Content)
 - 2.3 ด้านความบันเทิง (Entertainment)
 - 2.4 ด้านปัจจัยแวดล้อม (Environment)
 - 2.5 ด้านการผลิต (Production)
 - 2.6 ด้านกิจกรรมหรือกระบวนการ (Program)
 - 2.7 ด้านประเด็นหลัก (Theme)
3. การตลาด (Marketing) ประกอบด้วย 7 ด้าน ดังนี้
 - 3.1 ด้านแผนการตลาด (Marketing Plan)
 - 3.2 ด้านวัตถุดิบ (Materials)
 - 3.3 ด้านสินค้า (Merchandise)
 - 3.4 ด้านการส่งเสริม (Promotion)
 - 3.5 ด้านการประชาสัมพันธ์ (Public Relations)
 - 3.6 ด้านการขาย (Sales)
 - 3.7 ด้านผู้สนับสนุน (Sponsorship)
4. การดำเนินงาน (Operations) ประกอบด้วย 7 ด้าน ดังนี้
 - 4.1 ด้านผู้มีส่วนร่วม (Attendees)
 - 4.2 ด้านการสื่อสาร (Communications)
 - 4.3 ด้านโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure)
 - 4.4 ด้านโลจิสติกส์ (Logistics)
 - 4.5 ด้านผู้มีส่วนร่วม (Participants)
 - 4.6 ด้านไซต์ (Site)
 - 4.7 ด้านเทคนิค (Technical)
5. ความเสี่ยง (Operations) ประกอบด้วย 7 ด้าน ดังนี้
 - 5.1 ด้านการปฏิบัติตาม (Compliance)
 - 5.2 ด้านการตัดสินใจ (Decisions)
 - 5.3 ด้านกรณีฉุกเฉิน (Emergency)
 - 5.4 ด้านสุขภาพและความปลอดภัย (Health & Safety)
 - 5.5 ด้านการประกันภัย (Insurance)
 - 5.6 ด้านกฎหมาย (Legal)

5.7 ด้านความปลอดภัย (Security)

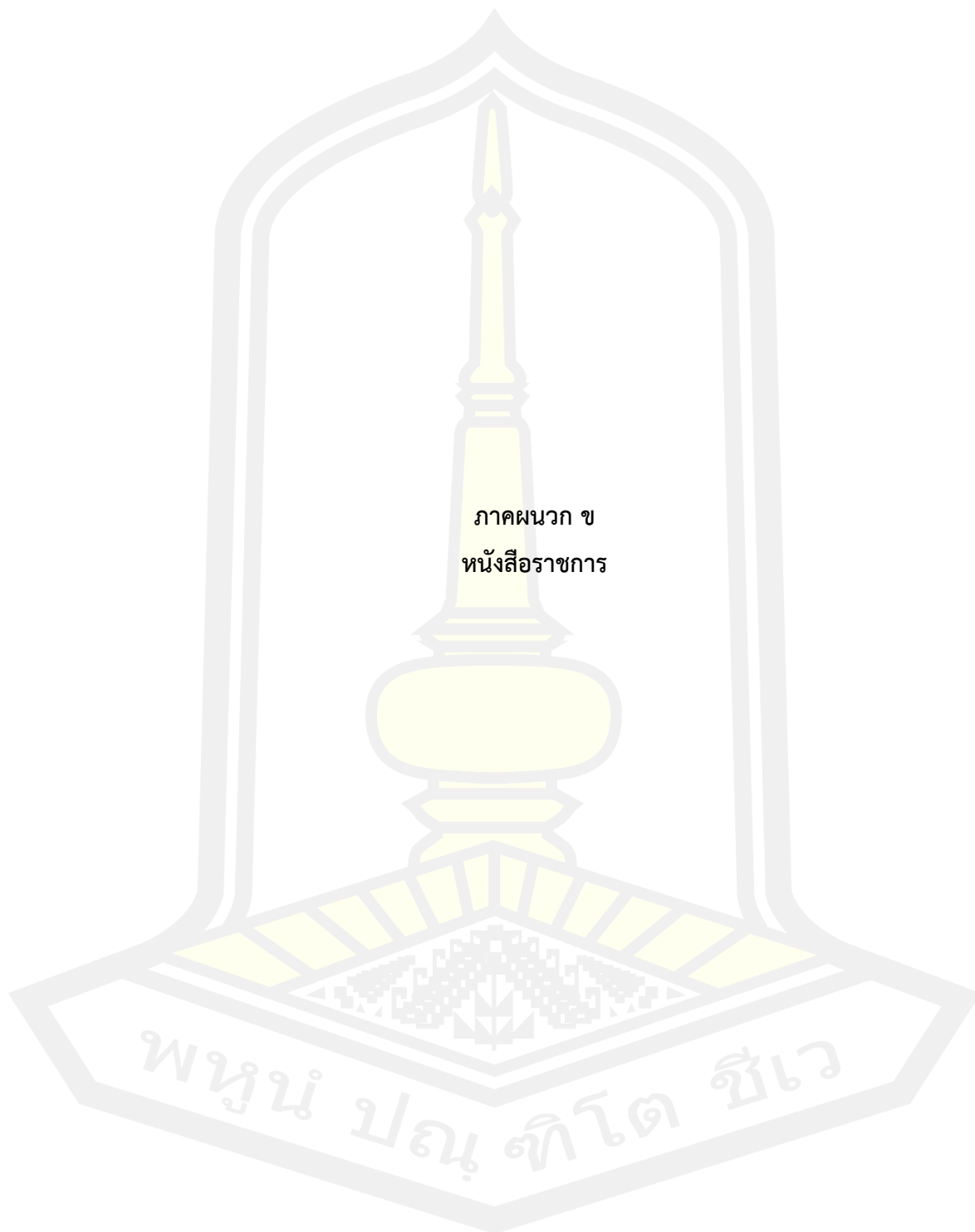
2. ปัญหาและอุปสรรคที่พบในการจัดการท่องเที่ยวเชิงมทกรรม เพื่อนำสู่การพัฒนาและปรับปรุง มีอะไรบ้าง

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการสัมภาษณ์

นายสมชาติ โปขุนทด

นิสิตสาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและการโรงแรม ผู้สัมภาษณ์





ภาคผนวก ข
หนังสือราชการ

พหุบัณฑิตวิทยาลัย



ที่ อว 0605.17(3)/158

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ต.ตลาด อ.เมือง จ.มหาสารคาม
44000

18 พฤษภาคม 2564

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลและสัมภาษณ์ เพื่อใช้ประกอบการทำวิจัย
เรียน ผู้จัดการภาคธุรกิจ

ด้วย นายสมชาติ โปขุนทด นิสิตระดับปริญญาโท รหัสนิสิต 59011080009 สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ระบบนอกเวลาราชการ ซึ่งนิสิตกำลังดำเนินการจัดทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อเรื่อง ธุรกิจในห่วงโซ่อุปทานเพื่อการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงมทรรรมของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาธุรกิจในห่วงโซ่อุปทานเพื่อการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงมทรรรมของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ และคาดว่าข้อมูลจากการศึกษาวิจัยดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ต่อนิสิต อาจารย์ และผู้สนใจเป็นอย่างยิ่ง

ในกรณีนี้ คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าหน่วยงานของท่านมีความพร้อมและเหมาะสมสำหรับการเก็บข้อมูลดังกล่าว คณะขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลและสัมภาษณ์เพื่อใช้ประกอบการทำวิจัยดังกล่าว ทั้งนี้ คณะมอบหมายให้ สมชาติ โปขุนทด หมายเลขติดต่อ 06 1965 9462 เป็นผู้ดำเนินการในครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ศาสตราจารย์ปฐุม หงษ์สุวรรณ)

คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม ปฏิบัติราชการแทน
อธิการบดีมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

สำนักงานคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
โทรศัพท์/ โทรสาร 0 4397 0763



ที่ อว 0605.17(3)/157

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ต.ตลาด อ.เมือง จ.มหาสารคาม
44000

18 พฤษภาคม 2564

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลและสัมภาษณ์ เพื่อใช้ประกอบการทำวิจัย
เรียน ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกาฬสินธุ์

ด้วย นายสมชาติ โບขุนทด นิสิตระดับปริญญาโท รหัสนิสิต 59011080009 สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ระบบนอกเวลาราชการ ซึ่งนิสิตกำลังดำเนินการจัดทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อเรื่อง ธุรกิจในห่วงโซ่อุปทานเพื่อการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรมของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาธุรกิจในห่วงโซ่อุปทานเพื่อการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงมหรหกรรมของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ และคาดว่าข้อมูลจากการศึกษาวิจัยดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ต่อนิสิต อาจารย์ และผู้สนใจเป็นอย่างยิ่ง

ในการนี้ คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ได้พิจารณาแล้ว เห็นว่าจังหวัดกาฬสินธุ์มีความพร้อมและเหมาะสมสำหรับการเก็บข้อมูลดังกล่าว คณะขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลและสัมภาษณ์เพื่อใช้ประกอบการทำวิจัยดังกล่าว ทั้งนี้ คณะมอบหมายให้ สมชาติ โບขุนทด หมายเลขติดต่อ 06 1965 9462 เป็นผู้ดำเนินการในครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ศาสตราจารย์ปรุ้ม หงษ์สุวรรณ)

คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม ปฏิบัติราชการแทน
อธิการบดีมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

สำนักงานคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
โทรศัพท์/ โทรสาร 0 4397 0763



ที่ อว 0605.17(3)/ 155

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ต.ตลาด อ.เมือง จ.มหาสารคาม
44000

18 พฤษภาคม 2564

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลและสัมภาษณ์ เพื่อใช้ประกอบการทำวิจัย

เรียน ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดมหาสารคาม

ด้วย นายสมชาติ โขขุนทด นิสิตระดับปริญญาโท รหัสนิสิต 59011080009 สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ระบบนอกเวลาราชการ ซึ่งนิสิตกำลังดำเนินการจัดทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อเรื่อง ธุรกิจในห่วงโซ่อุปทานเพื่อการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงมรดกของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาธุรกิจในห่วงโซ่อุปทานเพื่อการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงมรดกของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ และคาดว่าข้อมูลจากการศึกษาวิจัยดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ต่อนิสิต อาจารย์ และผู้สนใจเป็นอย่างยิ่ง

ในการนี้ คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าจังหวัดมหาสารคามมีความพร้อมและเหมาะสมสำหรับการเก็บข้อมูลดังกล่าว คณะขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลและสัมภาษณ์เพื่อใช้ประกอบการทำวิจัยดังกล่าว ทั้งนี้ คณะมอบหมายให้ สมชาติ โขขุนทด หมายเลขติดต่อ 06 1965 9462 เป็นผู้ดำเนินการในครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ศาสตราจารย์ปฐุม หงษ์สุวรรณ)

คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม ปฏิบัติราชการแทน
อธิการบดีมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

สำนักงานคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
โทรศัพท์/ โทรสาร 0 4397 0763



ที่ อว 0605.17(3)/ 154

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ต.ตลาด อ.เมือง จ.มหาสารคาม
44000

18 พฤษภาคม 2564

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลและสัมภาษณ์ เพื่อใช้ประกอบการทำวิจัย

เรียน ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดร้อยเอ็ด

ด้วย นายสมชาติ โບขุนทด นิสิตระดับปริญญาโท รหัสนิสิต 59011080009 สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ระบบนอกเวลาราชการ ซึ่งนิสิตกำลังดำเนินการจัดทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อเรื่อง ธุรกิจในห่วงโซ่อุปทานเพื่อการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาธุรกิจในห่วงโซ่อุปทานเพื่อการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ และคาดว่าข้อมูลจากการศึกษาวิจัยดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ต่อนิสิต อาจารย์ และผู้สนใจเป็นอย่างยิ่ง

ในการนี้ คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ได้พิจารณาแล้ว เห็นว่าจังหวัดร้อยเอ็ดมีความพร้อมและเหมาะสมสำหรับการเก็บข้อมูลดังกล่าว คณะขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลและสัมภาษณ์เพื่อใช้ประกอบการทำวิจัยดังกล่าว ทั้งนี้ คณะมอบหมายให้ สมชาติ โບขุนทด หมายเลขติดต่อ 06 1965 9462 เป็นผู้ดำเนินการในครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ศาสตราจารย์ปฐม หงษ์สุวรรณ)

คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม ปฏิบัติราชการแทน
อธิการบดีมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

สำนักงานคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
โทรศัพท์/ โทรสาร 0 4397 0763



ที่ อว 0605.17(3)/ 156

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ต.ตลาด อ.เมือง จ.มหาสารคาม
44000

18 พฤษภาคม 2564

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลและสัมภาษณ์ เพื่อใช้ประกอบการทำวิจัย
เรียน ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดขอนแก่น

ด้วย นายสมชาติ โບขุนทด นิสิตระดับปริญญาโท รหัสนิสิต 59011080009 สาขาวิชาการ
จัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ระบบนอกเวลาราชการ ซึ่งนิสิตกำลัง
ดำเนินการจัดทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อเรื่อง ธุรกิจในห่วงโซ่อุปทานเพื่อการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงมหรหรร
ของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาธุรกิจในห่วงโซ่อุปทานเพื่อการสนับสนุนการท่องเที่ยว
เชิงมหรหรรของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ และคาดว่าข้อมูลจากการศึกษาวิจัยดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ต่อนิสิต
อาจารย์ และผู้สนใจเป็นอย่างยิ่ง

ในกรณีนี้ คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ได้พิจารณาแล้ว
เห็นว่าจังหวัดขอนแก่นมีความพร้อมและเหมาะสมสำหรับการเก็บข้อมูลดังกล่าว คณะขอความอนุเคราะห์เก็บ
ข้อมูลและสัมภาษณ์เพื่อใช้ประกอบการทำวิจัยดังกล่าว ทั้งนี้ คณะมอบหมายให้ สมชาติ โບขุนทด หมายเลข
ติดต่อ 06 1965 9462 เป็นผู้ดำเนินการในครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ศาสตราจารย์ปฐม หงษ์สุวรรณ)

คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม ปฏิบัติราชการแทน
อธิการบดีมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

สำนักงานคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
โทรศัพท์/ โทรสาร 0 4397 0763



ที่ อว 0605.17(3)/159

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ต.ตลาด อ.เมือง จ.มหาสารคาม
44000

18 พฤษภาคม 2564

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลและสัมภาษณ์ เพื่อใช้ประกอบการทำวิจัย
เรียน คุณสุรศักดิ์ หมวกชัยภูมิ

ด้วย นายสมชาติ โปขุนทด นิสิตระดับปริญญาโท รหัสนิสิต 59011080009 สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ระบบนอกเวลาราชการ ซึ่งนิสิตกำลังดำเนินการจัดทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อเรื่อง ธุรกิจในห่วงโซ่อุปทานเพื่อการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงมหรหรมของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาธุรกิจในห่วงโซ่อุปทานเพื่อการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงมหรหรมของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ และคาดว่าข้อมูลจากการศึกษาวิจัยดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ต่อนิสิต อาจารย์ และผู้สนใจเป็นอย่างยิ่ง

ในการนี้ คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าจังหวัดกาฬสินธุ์มีความพร้อมและเหมาะสมสำหรับการเก็บข้อมูลดังกล่าว คณะขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลและสัมภาษณ์เพื่อใช้ประกอบการทำวิจัยดังกล่าว ทั้งนี้ คณะมอบหมายให้ สมชาติ โปขุนทด หมายเลขติดต่อ 06 1965 9462 เป็นผู้ดำเนินการในครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ศาสตราจารย์ปฐม หงษ์สุวรรณ)

คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม ปฏิบัติราชการแทน
อธิการบดีมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

สำนักงานคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
โทรศัพท์/ โทรสาร 0 4397 0763



ที่ อว 0605.17(3)/159

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ต.ตลาด อ.เมือง จ.มหาสารคาม
44000

18 พฤษภาคม 2564

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลและสัมภาษณ์ เพื่อใช้ประกอบการทำวิจัย

เรียน คุณปรัชญาภรณ์ แสนแก้ว

ด้วย นายสมชาติ โขขุนทด นิสิตระดับปริญญาโท รหัสนิสิต 59011080009 สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ระบบนอกเวลาราชการ ซึ่งนิสิตกำลังดำเนินการจัดทำวิทยานิพนธ์ในหัวข้อเรื่อง ธุรกิจในห่วงโซ่อุปทานเพื่อการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาธุรกิจในห่วงโซ่อุปทานเพื่อการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติของกลุ่มร้อยแก่นสารสินธุ์ และคาดว่าข้อมูลจากการศึกษาวิจัยดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ต่อนิสิต อาจารย์ และผู้สนใจเป็นอย่างยิ่ง

ในการนี้ คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ได้พิจารณาแล้ว เห็นว่าจังหวัดกาฬสินธุ์มีความพร้อมและเหมาะสมสำหรับการเก็บข้อมูลดังกล่าว คณะขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลและสัมภาษณ์เพื่อใช้ประกอบการทำวิจัยดังกล่าว ทั้งนี้ คณะมอบหมายให้ สมชาติ โขขุนทด หมายเลขติดต่อ 06 1965 9462 เป็นผู้ดำเนินการในครั้งนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ศาสตราจารย์ปฐม หงษ์สุวรรณ)

คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม ปฏิบัติราชการแทน
อธิการบดีมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

สำนักงานคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
โทรศัพท์/ โทรสาร 0 4397 0763

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นายสมชาติ โปขุนทด
วันเกิด	วันที่ 5 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2516
สถานที่เกิด	อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 17 ถนนสุรินทร์ ตำบลกาฬสินธุ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ รหัสไปรษณีย์ 46000
ตำแหน่งหน้าที่การงาน	ประกอบธุรกิจส่วนตัว
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 17 ถนนสุรินทร์ ตำบลกาฬสินธุ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ รหัสไปรษณีย์ 46000
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2531 มัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนราชสีมาวิทยาลัย อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา พ.ศ. 2535 ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) สาขาวิชาช่างอิเล็กทรอนิกส์ วิทยาลัยเทคนิคสระบุรี อำเภอเมือง จังหวัดสระบุรี พ.ศ. 2537 ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) สาขาวิชาช่างอิเล็กทรอนิกส์ วิทยาลัยเทคนิคสระบุรี อำเภอเมือง จังหวัดสระบุรี พ.ศ. 2545 ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต (บธ.บ.) สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตกาฬสินธุ์ พ.ศ. 2564 ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ศศ.ม.) สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยวและโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

พูน ปณ ทัต ชิว