การศึกษาผลกระทบของสังคมและเศรษฐกิจของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลของสงขลาไมซ์ซิตี้ในสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19

The Study of the Social and Economic Impact of Songkhla MICE City's Digital MICE in the COVID-19 Outbreak

พศวัต เกตศรัทธา

Pasawat Ketsattha

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Master of Business Administration

Prince of Songkla University

2565

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ชื่อวิทยานิพนธ์ การศึกษาผลกระทบของสังคมและเศรษฐกิจของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลของสงขลาไมซ์ซิตี้ในสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19

ผู้เขียน นายพศวัต เกตศรัทธา

สาขาวิชา บริหารธุรกิจ

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

.....

(ดร.ทรงสิน ธีระกุลพิศุทธิ์)

คณะกรรมการสอบ

.....ประธานกรรมการ

(ดร.ทรงสิน ธีระกุลพิศุทธิ์)

.....กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ร้อยโทหญิง ดร.เกิดศิริ เจริญวิศาล)

.....กรรมการ

(ดร.พัชราภรณ์ บุญเลื่อง)

.....

(ศาสตราจารย์ ดร.ดำรงศักดิ์ ฟ้ารุ่งสาง)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

รับรองว่าผลงานวิจัยนี้มาจากการศึกษาวิจัยของนักศึกษาเอง และได้แสดงความขอบคุณบุคคลที่มีส่วนช่วยเหลือแล้ว

ลงชื่อ.....
(ดร.ทรงสิน ธีระกุลพิศุทธิ์)
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

ลงชื่อ .....
(นายพศวัต เกตศรัทธา)
นักศึกษา

ข้าพเจ้าขอรับรองว่า ผลงานวิจัยนี้ไม่เคยเป็นส่วนหนึ่งในการอนุมัติปริญญาในระดับใดมาก่อน และไม่ได้ถูกใช้ในการยื่นขออนุมัติปริญญาในขณะนี้

ลงชื่อ .....

(นายพศวัต เกตศรัทธา)

นักศึกษา

ชื่อวิทยานิพนธ์ การศึกษาผลกระทบของสังคมและเศรษฐกิจของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลของสงขลาไมซ์ซิตี้ในสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19

ผู้เขียน นายพศวัต เกตศรัทธา

สาขาวิชา บริหารธุรกิจ

ปีการศึกษา 2564

บทคัดย่อ

อุตสาหกรรมไมซ์เผชิญหน้ากับความท้าทายของไวรัสโควิด-19 เป็นระยะเวลานานเกือบ 2 ปี ส่งผลให้รูปแบบของการจัดงานไมซ์เปลี่ยนไปจากเดิม โดยเฉพาะการจัดประชุมในรูปแบบงานไมซ์แบบดิจิทัล (Digital MICE Events) จะคงอยู่ต่อไปถึงแม้ว่าไวรัสโควิด-19 จะคลี่คลาย งานวิจัยฉบับนี้ ได้การศึกษาผลกระทบของสังคมและเศรษฐกิจของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลของสงขลาไมซ์ซิตี้ในสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 และความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลของผู้เข้าร่วมงานไมซ์ เจ้าของงาน และผู้จัดงาน นำไปสู่แนวทางเสนอแผนในการพัฒนาการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลของสงขลาไมซ์ซิตี้ในจังหวัดสงขลา ผู้เขียนได้มีการรวบรวมข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่มีความเกี่ยวข้อง รวมถึงเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากเจ้าของงานไมซ์และผู้จัดงานไมซ์แบบดิจิทัล ภายในพื้นที่จังหวัดสงขลาจำนวน 40 ราย และผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลจำนวน 385 ราย ผลการศึกษาพบว่า เจ้าของงานและผู้จัดงานไมซ์มีความคิดเห็นของเกี่ยวกับผลกระทบด้านเศรษฐกิจมีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.37 อยู่ในเกณฑ์ระดับปานกลาง และผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลเกี่ยวกับผลกระทบด้านเศรษฐกิจมีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.70 อยู่ในเกณฑ์ระดับมาก และผู้จัดงานและเจ้าของงานไมซ์มีความเห็นเกี่ยวกับผลกระทบด้านสังคมมีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.75 อยู่ในเกณฑ์ระดับมาก และผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลความเห็นของเกี่ยวกับผลกระทบด้านสังคมมีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.84 อยู่ในเกณฑ์ระดับมาก และผู้จัดงานไมซ์เจ้าของงานไมซ์และผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลจากการศึกษาความรู้ความเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลมีค่าคะแนนเฉลี่ย 10.20 และ 9.84 ตามลำดับ ถือว่าอยู่ในเกณฑ์อยู่ในระดับดีมาก ซึ่งสามารถเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมงานไมซ์เกิดการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ได้หลากหลาย ยังส่งผลประโยชน์ต่อการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจของไทย เกิดการกระจายรายได้ไปยังชุมชน อย่างไรก็ตามกลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มยังเห็นว่าการจัดงานแบบออนไลน์ส่งผลให้ผู้ประกอบการบางส่วนขาดรายได้และมีหนี้สินมากยิ่งขึ้น ซึ่งรายละเอียดทั้งหมดจะได้อภิปรายในบทความฉบับนี้ต่อไป

Keywords: โควิด-19, งานไมซ์แบบดิจิทัล, ผู้จัดงานไมซ์แบบดิจิทัล, เจ้าของงานไมซ์แบบดิจิทัล, ผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัล, ผลกระทบด้านเศรษฐกิจและสังคม, ความรู้เรื่องการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล

Thesis Title	**The Study of the Social and Economic Impact of Songkhla MICE City's Digital MICE in the COVID-19 Outbreak.**
Author	**Mr.Pasawat Ketsattha**
Major Program	**Business Administration**
Academic Year	**2021**

ABSTRACT

MICE Industry faces challenging from COVID-19 for almost 2 years. The impact of pandemic has affected on MICE event style. Meeting in the form of Digital MICE Event in particularly still exists regardless of COVID-19 situation. This research was studied on the impact of socio-economy of digital MICE events in Songkhla during the COVID-19 pandemic. Also, the research was study on the basic knowledge about MICE digital event of exhibitors, event owner and organizer; which could be guidelines to develop digital MICE event in Songkhla. The author has gathered information from literature reviews and relevant researches. Also, conduct a survey to collect data from 40 of digital MICE owners and organizers in Songkhla and 385 of digital MICE participants. The study found that MICE owners and MICE organizers had average score of 3.37 on the impact of economy, which was in a middle range. Exhibitors had average score on impact of economy to digital MICE event at 3.70, which was in a high level. MICE owners and MICE organizers had average score on Society impact of 3.75, which was in a high range as well as exhibitor's average score was in a high range at 3.84. The knowledge of digital MICE event of organizers, event owners and exhibitors had average score at 10.20 and 9.84 respectively, which was in very good levels. Therefore, it can open up the opportunity for those who participates the event to exchange experiences. These will be beneficial to develop Thai's economy to distribute income into the community. However, both group agreed that digital MICE event resulted in some entrepreneurs losing income and having more debts. All details will be discussed later in this article.

Keywords: Covid-19, Digital MICE Events, MICE Organizers MICE event owner and digital MICE event attendees, Social and Economic impact, knowledge of digital MICE events.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดีเนื่องจากได้รับความกรุณาและความช่วยเหลือ รวมทั้งการให้คำแนะนำ และให้กำลังใจอย่างดี จากบุคคลต่อไปนี้

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ดร.ทรงสิน ธีระกุลพิศุทธิ์ ที่กรุณาให้คำแนะนำ เสนอแนวคิดและให้ข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ อีกทั้งได้สละเวลาในการให้คำแนะนำแก้ไขข้อบกพร่องของวิทยานิพนธ์นี้จนเสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ ไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ร้อยโทหญิง ดร.เกิดศิริ เจริญวิศาล และ ดร.พัชราภรณ์ บุญเลื่อง ที่ได้สละเวลาในการให้คำแนะนำในการแก้ไขข้อบกพร่องและแนะนำแนวทางที่เป็นประโยชน์ต่อวิทยานิพนธ์นี้จนเสร็จสมบูรณ์

คณาจารย์ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ต่างๆและให้การอบรมสั่งสอนผู้วิจัยมาโดยตลอด

ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถามเพื่อทำให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้มีความสมบูรณ์ รวมถึงเพื่อน ๆ ทุกคนที่ให้คำแนะนำและเป็นกำลังใจในการจัดทำวิทยานิพนธ์นี้ รวมทั้งผู้ที่คอยช่วยเหลืออีกหลายท่าน

ขอกราบขอบพระคุณคุณพ่อ คุณแม่ พี่และน้องของผู้จัดทำที่คอยดูแล สนับสนุนตลอดจนให้กำลังใจ ทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จเสร็จสมบูรณ์

พศวัต เกตศรัทธา

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อ.....5

ABSTRACT.....7

กิตติกรรมประกาศ.....8

สารบัญ.....9

สารบัญตาราง.....12

สารบัญรูปภาพ.....14

บทที่ 1 บทนำ.....1

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา.....1

1.2.วัตถุประสงค์.....5

1.3.ความสำคัญและประโยชน์ของงานวิจัย.....5

1.4.ขอบเขตของการวิจัย.....6

1.5.นิยามศัพท์เฉพาะ.....6

บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....8

2.1 อุตสาหกรรมไมซ์ในสถานการณ์ ไวรัสโควิด-19.....8

2.2 ความรู้พื้นฐานสำหรับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล.....12

2.3 ผลกระทบการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพสังคม.....21

2.4 ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพเศรษฐกิจ.....22

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....23

2.6 กรอบแนวความคิด.....30

บทที่ 3 วิธีการศึกษา.....31

3.1 ประชากรของกลุ่มตัวอย่าง.....31

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

3.2 แบบแผนการวิจัย....34
3.3 เครื่องมือในการวิจัย....35
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล....46
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล วิธีทางสถิติ....47
บทที่ 4 ผลการวิจัย....49
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม....50
4.2 ข้อมูลผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพเศรษฐกิจ....53
4.3 ข้อมูลผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพสังคม....57
4.4 ข้อมูลความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล....62
4.5 ผลการสัมภาษณ์ผู้จัดงานและเจ้าของงานไมซ์แบบดิจิทัล เพื่อนำเสนอแนวทางจัดวางแผนการพัฒนาการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล....66
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา และอภิปรายผล....71
5.1 สรุปผลการวิจัย....71
5.2 อภิปรายผล....79
5.3 ข้อเสนอแนะ....90
บรรณานุกรม....93
ภาคผนวก....107
ภาคผนวก ก. แบบประเมินคุณภาพแบบสอบถามเพื่องานวิจัย....108
ภาคผนวก ข แบบสอบถามงานวัยสำหรับผู้จัดงานไมซ์และเจ้าของงานไมซ์แบบดิจิทัล....156
ภาคผนวก ค แบบสอบถามงานวิจัยสำหรับผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัล....165
ภาคผนวก ง ภาพถ่ายตัวอย่างการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล....174

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

ภาคผนวก จ ผลงานวิชาการ 180

ประวัติผู้เขียน 181

สารบัญตาราง

ตารางที่ **หน้า**

ตารางที่ 2.1 ขั้นตอนการจัดงาน 16
ตารางที่ 2.2 ผลกระทบทางสังคมของการจัดงานไมซ์ 21
ตารางที่ 2.3 ผลกระทบด้านเศรษฐกิจของการจัดงานไมซ์ 22
ตารางที่ 3.1 ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เสนอโดยนักวิชาการวิจัยเชิงคุณภาพตามยุทธศาสตร์การวิจัย 5 แบบ 32
ตารางที่ 3.2 การเก็บข้อมูลสำหรับงานวิจัยของผู้จัดงาน เจ้าของงานไมซ์ และผู้เข้าร่วมงานไมซ์ 35
ตารางที่ 3.3 ตัวแปรและเกณฑ์การแบ่งกลุ่มสำหรับข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้จัดงานไมซ์และเจ้าของงานไมซ์ 36
ตารางที่ 3.4 ตัวแปรวัดความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์ ของเจ้าของงานไมซ์ ผู้จัดงานไมซ์และผู้เข้าร่วมงานไมซ์ 37
ตารางที่ 3.5 ตัวแปรการประเมินความคิดเห็นด้านผลกระทบต่อสภาพเศรษฐกิจและสังคมในช่วงที่มีการจัดงานไมซ์ ของผู้จัดงาน เจ้าของงานไมซ์และผู้เข้าร่วมงานไมซ์ 37
ตารางที่ 3.6 การแปลผลคะแนนมาตรวัดลิเคิร์ท 39
ตารางที่ 3.7 เกณฑ์การแปลผล 39
ตารางที่ 3.8 เกณฑ์การให้แปลผลความหมายระดับคะแนน 40
ตารางที่ 3.9 ผลการประเมิน IOC สำหรับเจ้าของงานไมซ์และผู้จัดงานไมซ์แบบดิจิทัล 42
ตารางที่ 3.10 ผลการประเมิน IOC สำหรับผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัล 43
ตารางที่ 3.11 ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบัค (Cronbach's alpha) ของแบบสอบถามของผู้จัดงานเจ้าของงานไมซ์แบบดิจิทัล 44
ตารางที่ 3.12 ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบัค (Cronbach's alpha) ของแบบสอบถามของผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัล 44
ตารางที่ 3.13 การเก็บข้อมูลสัมภาษณ์สำหรับงานวิจัยของผู้จัดงานและ เจ้าของงานไมซ์ 46

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่ **หน้า**

ตารางที่ 3.14 แสดงการเก็บข้อมูลสำหรับงานวิจัยของผู้จัดงาน เจ้าของงานไมซ์ และผู้เข้าร่วมงานไมซ์ 47
ตารางที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....50
ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ยและการแปลผล ของผลกระทบการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพเศรษฐกิจในมุมมองของผู้จัดงานและเจ้าของงานไมซ์.....53
ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและการแปลผลของผลกระทบการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพเศรษฐกิจในมุมมองของผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัล.....55
ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและการแปลผลของผลกระทบการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพสังคมในมุมมองของผู้จัดงานและเจ้าของงานไมซ์แบบดิจิทัล 57
ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและการแปลผลของผลกระทบการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพสังคมในมุมมองของผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัล.....60
ตารางที่ 4.6 ผลความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล 62

สารบัญรูปภาพ

ภาพที่ **หน้า**

ภาพที่ 2.1 แผนผังการแสดงแบ่งหน้าที่การทำงานของแต่ละฝ่ายของผู้จัดงานไมซ์แบบดิจิทัล.....15

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

โรคโคโรนาหรือเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า “ไวรัสโควิด-19 ” มีการแพร่ระบาดทั่วโลก พบการรายงานจำนวนผู้ติดเชื้อ 5 อันดับแรกทั่วโลกมากที่สุด ตั้งแต่ ปีพ.ศ. 2563 จนถึง ปีพ.ศ. 2564 ซึ่งอันดับแรกได้แก่สหรัฐอเมริกา จำนวน 49 ล้านคน รองลงมาคือประเทศอินเดียจำนวน 34 ล้านคน อันดับที่ 3 ประเทศบราซิลจำนวน 22 ล้านคน อันดับที่ 4 คือประเทศสหราชอาณาจักรจำนวน 10 ล้านคน และอันดับที่ 5 คือประเทศรัสเซียจำนวน 9.6 ล้านคน (World Health Organization [WHO], 2564) ในขณะที่ประเทศไทยเองได้มีการยืนยันพบผู้ติดเชื้อจำนวน 2.20 ล้านคน และพบผู้เสียชีวิตด้วยไวรัสโควิด-19 จำนวน 21,558 ราย (กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข, 2564) ทำให้ทั่วโลกจำเป็นต้องหยุดกิจกรรมต่างๆที่มีความใกล้ชิดและเพื่อมาตรการเว้นระยะห่างเพื่อป้องกันโรค หลายประเทศได้กำหนดข้อจำกัดการเดินทางและมาตรการล็อกดาวน์ เพื่อป้องกันการระบาดของไวรัส ซึ่งนำไปสู่การยกเลิกเที่ยวบินเชิงพาณิชย์และข้อจำกัดการเดินทางส่งผลให้หลายล้านคนต้องเปลี่ยนแผนการเดินทาง เป็นผลให้ผู้ประกอบการในหลาย ๆ ด้านได้รับผลกระทบต้องเผชิญกับความสูญเสียทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างมาก (Rwigema, 2563) ขณะที่ประเทศไทยได้มีวิเคราะห์ถึงสถานการณ์ที่มีการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 เป็นวิกฤตการณ์ด้านสาธารณสุขระดับโลก มีผลกระทบต่อภาคธุรกิจและสังคม (อุปถัมภ์, 2563)

อุตสาหกรรมไมซ์ (MICE Industry) ประกอบไปด้วย การประชุม นิทรรศการ เป็นอุตสาหกรรมปัจจัยหนึ่งที่มีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง มีส่วนขับเคลื่อนในภาคเศรษฐกิจและสังคมทั้งทางตรงและทางอ้อม อุตสาหกรรมไมซ์มีขนาดกว้าง ยังมีส่วนสำคัญต่อธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและการบริการ เช่น ที่พัก อาหารและเครื่องดื่ม การขนส่ง ตัวแทนการท่องเที่ยวในท้องถิ่น ร้านค้าปลีก และอื่น ๆ (Kun-Yao, Ming-Hung, & Su-Ming, 2021) ภายใต้สภาวะปกติ การจัดงานไมซ์เป็นปัจจัยสำคัญในการกระตุ้นเศรษฐกิจ สถานประกอบการหลายแห่งได้รับประโยชน์จากการจัดงานไมซ์ในทางด้านเศรษฐกิจและสังคม การจัดงานไมซ์ไม่เพียงแต่อาจนำไปสู่การสร้างงานและรายได้สำหรับผู้จัดงานไมซ์ แต่ยังรวมถึงเจ้าของสถานที่ โรงแรม ร้านอาหาร ช่างไฟฟ้า สำนักพิมพ์ และซัพพลายเออร์ (Yaowaluk, Jetsalid &Chaloempol, 2018)

รายได้ค่าใช้จ่ายจากแต่ละงานไมซ์จึงสามารถกระจายโดยตรงให้กับชุมชน เช่น ของที่ระลึกในท้องถิ่นและวัตถุดิบสำหรับอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น (Wacharakorn, Kaedsiri & Santidhorn, 2020) อุตสาหกรรมไมซ์ได้รับผลกระทบอย่างรุนแรงจากการระบาดใหญ่ของโควิด-19 ทั่วโลก ตามรายงานโดย ICCA จำนวนกิจกรรมไมซ์ทั้งหมดในปีพ.ศ. 2563 อยู่ที่ 8,409 งาน ลดลง 36.55 % สามอันดับแรกได้แก่ ภูมิภาคที่โฮสต์ไมซ์รวมถึงยุโรปมีการจัดงานทั้งสิ้น 4,706 งาน คิดเป็น 55.96 % ของตลาดการประชุมระดับโลก อันดับที่สองคือ เอเชียมีการจัดงานไมซ์จำนวน 1,501 งานคิดเป็น 17.85% และอันดับที่สามคือ อเมริกาเหนือมีการจัดงานจำนวน 980 งาน คิดเป็น 11.65 % โดยทั้งสามภูมิภาคนี้คิดเป็น 85.47% ของทั้งหมด และงานไมซ์ส่วนใหญ่ถูกเลื่อนการจัดงานออกไปจำนวน 3,714 งาน คิดเป็น 41 % มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการจัดงานไมซ์จากงานไมซ์แบบเผชิญหน้ามาเป็นงานไมซ์แบบดิจิทัลในปีพ.ศ.2563 จำนวน 2,503 งานคิดเป็น30 % มีจำนวนผู้เข้าร่วมงานไมซ์ไมซ์แบบดิจิทัล4.057 ล้านคน (Jinge, 2564)

จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมาสถานการณ์ของไวรัสโควิด-19 ส่งผลกระทบรุนแรงต่ออุตสาหกรรมไมซ์ของไทยเป็นอย่างมาก ภาครัฐเข้มงวดในการเปิดประเทศเพื่อควบคุมการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส รวมไปถึงการออกมาตรการห้ามจัดงานหรือกิจกรรมรวมกลุ่มเกิน 50 คน 20 คนและ 5 คนตามลำดับ(สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2564) ตามนโยบายการป้องกันการแพร่ระบาดของโรค มีหนังสือออกคำสั่งงดจัดงานไมซ์ และให้ทำการเว้นระยะห่างระหว่างบุคคล เพื่อไม่ให้เกิดการแพร่ระบาดไปในวงกว้าง (ประกาศ ก.บ.ศป. เรื่อง มาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019. (2563, 25 มีนาคม. ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 137) ข้อจำกัดทางสังคมทำให้อุตสาหกรรมไมซ์ เกิดการสูญเสียรายได้กว่าร้อยละ 60 หรือคิดเป็น 1.6 แสนล้านบาท และคาดการณ์ว่าจะลดลงอีก 2.2 แสนล้านบาท (สสปน., 2563) จึงจำเป็นต้องปรับแผนการดำเนินงานให้มีความยืดหยุ่นสอดคล้องกับสถานการณ์ เพื่อให้ยังคงสามารถจัดงานไมซ์ภายในประเทศเท่าที่จะเป็นไปได้ โดย สสปน. ยังคงสานต่อกิจกรรมไมซ์โดยยึดแนวปฏิบัติด้านสาธารณสุขสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ และรองรับการใช้เทคโนโลยีจัดการประชุมแบบไฮบริด สร้างความเชื่อมั่นในศักยภาพการจัดงานภายในประเทศ (สสปน., 2564)

ในช่วงเวลาเดียวกันจังหวัดสงขลาถูกประกาศให้เป็นเมืองไมซ์ (MICE City) จาก สสปน. ได้จัดให้มีการประชุมคณะกรรมการประเมินเมืองไมซ์ และจังหวัดสงขลาได้ผ่านการคัดเลือกจัดตั้งให้เป็นเมืองไมซ์ (MICE City) ลำดับที่ 6 ของประเทศไทย สงขลาเป็นศูนย์กลางความร่วมมือเศรษฐกิจสามฝ่าย ได้แก่ อินโดนีเซีย มาเลเซีย และประเทศไทย ด้วยสภาพทางภูมิประเทศชายแดนติดต่อกับประเทศมาเลเซียและอินโดนีเซีย มีเส้นทางการเดินทางที่สะดวกง่ายต่อการ

เดินทางของกลุ่มผู้เข้าร่วมงานไมซ์ มีผู้จัดงานไมซ์ที่มีศักยภาพ อีกทั้งในอำเภอหาดใหญ่เป็นเมืองแห่งสีสัน มีทัศนียภาพที่สวยงามทางธรรมชาติและวัฒนธรรม มีสิ่งอำนวยความสะดวก มีศูนย์ประชุมและสถานที่จัดงานขนาดใหญ่ภายในโรงแรม ที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนักเดินทางไมซ์ได้ตลอดทั้งปี ปัจจุบันจังหวัดสงขลา ได้มีการก่อตั้งสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการจังหวัดสงขลา (Songkhla Convention and Exhibition Bureau, [SCEB.]) เพื่อเป็นหน่วยงานในการยกระดับเมืองสู่การเป็นศูนย์กลางการจัดประชุม งานแสดงสินค้า และไมซ์ระดับนานาชาติ (สสปน., 2563) แต่ด้วยสถานการณ์โควิด-19ในจังหวัดสงขลา พบผู้ติดเชื้อสะสมจำนวน 67,619 คน และเสียชีวิตจำนวน 313 คน รักษาหายแล้วจำนวนทั้งสิ้น 66,246 คน (ข้อมูลประจำวันที่ 11 มกราคม พ.ศ.2565) (สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสงขลา, 2565)

จากจำนวนปริมาณของผู้ติดเชื้อโควิด-19 ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจังหวัดสงขลาและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วน ต้องตระหนักถึงความสำคัญและความพร้อมเพื่อยกระดับศักยภาพของจังหวัดสงขลาและสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงานไมซ์ ในการแก้ไขปัญหาในสถานการณ์ฉุกเฉินร่วมกับทางภาครัฐและภาคเอกชน (นพรัตน์ และพรทิพย์, 2563) โดยใช้เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในการจัดงานไมซ์เพื่อช่วยลดข้อจำกัด ในสถานที่ให้ความสามารถในการรับรองจำนวนกลุ่มผู้เข้าร่วมงานไมซ์ และยังช่วยเพิ่มโอกาสการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น รวมถึงต้นทุนผันแปรตามระยะเวลาขณะที่มีการจัดงานไมซ์ เรียกว่างานไมซ์แบบดิจิทัลจะทำให้ทุกคนสามารถเข้าถึงงานไมซ์ได้ไม่ว่าจะอยู่ ณ สถานที่ใดก็ได้ โดยการเข้าถึงงานไมซ์แบบดิจิทัลผ่านระบบคอมพิวเตอร์ หรือโทรศัพท์มือถือ และ อินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นอุปกรณ์ที่คนส่วนใหญ่มีในปัจจุบัน อาจจะกล่าวได้ว่าคุณลักษณะที่สำคัญของงานไมซ์แบบดิจิทัล คือการจำลองสภาพแวดล้อมของงานบนพื้นที่จริงมาอยู่บนโลกออนไลน์ (ปฏิพรรณ, 2564) ทำให้งานไมซ์แบบดิจิทัลเริ่มได้รับความสนใจในฐานะทางเลือกหนึ่งของการจัดงานไมซ์ ณ เวลานี้ ยังเป็นโอกาสในอนาคตเพื่อหลีกเลี่ยงผลกระทบของเหตุการณ์ในลักษณะเดียวกันกับแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 (เกรียงไกร, 2563)

โดยงานไมซ์แบบดิจิทัลสามารถจัดได้หลายรูปแบบ ตั้งแต่รูปแบบที่เรียบง่าย ไปจนถึงรูปแบบที่มีความซับซ้อนที่สามารถเพิ่มประสบการณ์ของผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลได้อย่างเหมาะสม ไม่ว่าจะเป็นขนาดเล็กหรือขนาดใหญ่ แล้วยังสามารถเชิญผู้เข้าร่วมงานไมซ์ได้จากหลากหลายประเทศทั่วโลก ยังครอบคลุมไปจนถึงงานไมซ์ที่ไม่มีความจำเป็นต้องใช้พื้นที่จริงในการจัดงานไมซ์ ตัวอย่างเช่นงานไมซ์แบบดิจิทัลที่มีภาพเสมือนจริง เช่น การไลฟ์สตรีมมิ่ง (Live Streaming) คือการบันทึกและถ่ายทอดไมซ์ในเวลาเดียวกัน (Real Time) ผ่านออนไลน์

แพลตฟอร์ม (Online Platform) คืองานในลักษณะการประชุม สัมมนาแบบออนไลน์ เป็นรูปแบบหนึ่งที่มีความเหมาะสมสำหรับการถ่ายทอดแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างผู้เข้าร่วมงานไมซ์ผ่านแพลตฟอร์มและซอฟต์แวร์ (Software) ช่วยให้ผู้เข้าร่วมงานไมซ์สามารถที่จะมีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันได้ (ปฏิพรรณ, 2564)

ซึ่งมูลค่าทางการตลาดธุรกิจงานไมซ์แบบดิจิทัลระดับโลก ในปี พ.ศ. 2562 มีมูลค่า 77,700 ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ โดยตลาดงานไมซ์แบบดิจิทัลครอบคลุมงานไมซ์ประเภทการประชุมทางไกลผ่านวิดีโอ ไปจนถึงไลฟ์สตรีมมิ่ง ลักษณะของงานไมซ์แบบดิจิทัล ได้แก่ นิทรรศการจัดหางาน งานแสดงสินค้า ฯ มีการคาดการณ์เอาไว้ว่า ในปี พ.ศ. 2570 ตลาดมูลค่าของงานไมซ์แบบดิจิทัลจะสามารถสร้างรายได้สูงขึ้นถึง 404,000 ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ แต่สำหรับปีพ.ศ. 2563 ความต้องการของตลาดงานไมซ์แบบดิจิทัลมีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นอย่างได้ชัด โดยการคาดการณ์มูลค่าของตลาดอยู่ที่ 94,000 ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐซึ่งมีความต้องการที่สูงขึ้นนี้ เป็นผลมาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด–19 (Grand, 2020)

อย่างไรก็ตามการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลกับงานไมซ์แบบเผชิญหน้านั้นยังคงมีความมีข้อได้เปรียบเสียเปรียบอยู่ เพราะงานไมซ์แบบดิจิทัลไม่ได้มีคุณสมบัติเหมือนกับงานไมซ์แบบเผชิญหน้าบนพื้นที่จริง โดยทั่วไปงานไมซ์จะต้องมีกระบวนการปฏิสัมพันธ์เป็นศูนย์กลางของการสร้างความผูกพันกับกลุ่มเป้าหมาย และงานไมซ์แบบเผชิญหน้าก็มีบริบทที่เอื้ออำนวยให้ผู้เข้าร่วมงานไมซ์สามารถมีส่วนร่วมได้มากกว่า สร้างประสบการณ์ที่สอดแทรกการรับรู้ทั้งห้าด้านของมนุษย์ และยังช่วยให้ทำความเข้าใจ รวมถึงการสร้างความเชื่อมั่นให้กับกลุ่มเป้าหมาย (Maria & Cláudia, 2019) ยังมีข้อจำกัดในการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลมีผลกระทบต่อสภาพเศรษฐกิจในด้านอัตราการจ้างงานที่อาจจะก่อให้เกิดการว่างงานของประชากรในท้องถิ่น ซึ่งเป็นสิ่งที่ช่วยในการยกระดับของคุณภาพชีวิตของคนในพื้นที่ชุมชนสำหรับการจัดงานไมซ์ อีกทั้งมีการขยายไปสู่ผลกระทบต่อสภาพสังคม ในเรื่องของความพึงพอใจของคนในชุมชนที่สามารถสร้างอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ที่ดีในการประชาสัมพันธ์ให้บุคคลภายนอกชุมชนได้รู้จักภาพลักษณ์ที่ดีของท้องถิ่นหรือชุมชน และก่อให้เกิดการส่งเสริมด้านท่องเที่ยวให้แก่ชุมชนได้ อีกทั้งยังสามารถเพิ่มทักษะการทำงานในขณะที่มีการปฏิบัติงานของคนในพื้นที่ไม่เกิดการว่างงาน (สสปน., 2561)

โดยปกติการจัดงานไมซ์จะมีค่าใช้จ่ายและเงินทุนที่ต้องทุ่มเทลงในระบบเศรษฐกิจไม่ว่าจะเรื่องการของสถานที่จัดงาน ธุรกิจต่างๆที่ต้องเข้ามามีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกับการจัดงานไมซ์ เช่น อาชีพสื่อประชาสัมพันธ์ ช่างเทคนิคระบบเทคโนโลยี ร้านค้า โรงแรม เป็นต้น แต่เมื่อมีการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล ส่งผลกระทบต่อการกระจายรายได้ในระบบเศรษฐกิจของการลงทุน

เพราะผู้เข้าร่วมงานไมซ์นั้นไม่ได้มีความจำเป็นต้องการเดินทางมายังสถานที่จัดงานไมซ์ เนื่องจากการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลนั้นจะอยู่ในรูปแบบของออนไลน์ ทำให้ระบบเศรษฐกิจไม่สามารถกระจายออกไปได้ในหลายภาคส่วน หรืออาจจะลดเหลือในประมาณเล็กน้อย (สสปน., 2561) และเมื่อกลุ่มนักเดินทางไมซ์ไม่ได้มีการท่องเที่ยวหรือการเดินทางมายังพื้นที่ในการจัดงานอย่างที่ควร จึงเป็นปัจจัยที่ทำให้การศึกษาครั้งนี้ จะเป็นการศึกษาว่าผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจและสังคมที่เกิดขึ้นนั้น จะมีวิธีการแก้ปัญหาอย่างไรเพื่อลดผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจที่แท้จริงนั้น และผลกระทบทางด้านสังคมคืออะไร นำมาสู่การหาปัจจัย แนวทางที่ลดปัญหาเหล่านี้

งานวิจัยนี้จึงมุ่งหวังที่จะศึกษาผลกระทบเศรษฐกิจและสังคมของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลของสงขลาไมซ์ซิตี้ในสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 และความรู้สำหรับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล เพื่อนำไปสู่แนวทางนำเสนอแผนการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้าและทบทวนงานวิจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับประเด็นดังกล่าว จากงานวิจัยที่ได้รับการตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ พบว่างานวิจัยทั้งในและต่างประเทศที่ทำการศึกษาเรื่องนี้ยังมีค่อนข้างน้อย จึงเปิดโอกาสที่ผู้วิจัยจะได้ทำการศึกษาในประเด็นค่อนข้างใหม่เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ต่อไปในอนาคต

1.2. วัตถุประสงค์

1. ศึกษาผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล ที่มีผลต่อสภาพเศรษฐกิจและสังคมของ เจ้าของงาน ผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงานไมซ์ในจังหวัดสงขลา
2. ศึกษาความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล ของเจ้าของงาน ผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงานไมซ์ นำไปสู่ขั้นตอนดำเนินงานและกระบวนการที่ทำให้งานอย่างมีประสิทธิภาพ
3. นำเสนอแผนในการพัฒนาการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลของสงขลาไมซ์ซิตี้

1.3. ความสำคัญและประโยชน์ของงานวิจัย

1. ทราบสถานการณ์การจัดการงานไมซ์แบบดิจิทัล ที่มีผลต่อสภาพเศรษฐกิจและสังคมของ เจ้าของงาน ผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงานไมซ์ในจังหวัดสงขลา
2. ทราบถึงความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์ของเจ้าของงาน ผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงานไมซ์เพื่อนำไปพัฒนาการจัดงานและกระบวนการที่ทำให้งานมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
3. สามารถเสนอแนะแนวทางให้กับหน่วยงานของรัฐและสมาคมที่เกี่ยวข้องใช้เป็นข้อมูลในการกระตุ้นและส่งเสริมในการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล ในสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโควิด -19

4. ผลของงานวิจัยสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาค้นคว้าวิจัยต่อผู้ที่สนใจในงานไมซ์แบบดิจิทัลในรูปแบบต่างๆต่อไป

1.4. ขอบเขตของการวิจัย

1.4.1. ขอบเขตการศึกษา : การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาผลกระทบของการจัดการงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพเศรษฐกิจและสังคมของเจ้าของงาน ผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงานไมซ์ ของจังหวัดสงขลาในสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

1.4.2. ขอบเขตประชากร : ศึกษาประชากรที่เคยมีประสบการณ์ในการเข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลมาแล้วในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมาแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1.4.2.1 กลุ่มเจ้าของงานและผู้จัดงานไมซ์แบบดิจิทัล

1.4.2.2 ผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัล

โดยที่ประชากรทั้ง 2 กลุ่มนั้นจะเป็นผู้ที่เคยมีประสบการณ์ในการเข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลมาแล้วในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา

1.4.3. ขอบเขตเวลา : ใช้เวลาในการทำการวิจัยทั้งสิ้น 120 วัน

1.5. นิยามศัพท์เฉพาะ

1. งานไมซ์แบบดิจิทัล หมายถึง ประสบการณ์ที่สร้างขึ้นมาโดยใช้งานแบบออนไลน์ (Online Events) โดยที่ผู้เข้าร่วมงานไมซ์กิจกรรมจะสามารถเดินทางมายังสถานที่จัดงานหรือรับชมผ่านทางออนไลน์ก็ได้ ส่วน งานไมซ์แบบเทคโนโลยีโลกเสมือนจริง (Virtual Events) จะเป็นการรับชมผ่านระบบออนไลน์ เมื่อนำการจัดงานทั้งสองรูปแบบมารวมเข้าไว้ด้วยกัน จะเกิดเป็นงานไมซ์แบบดิจิทัลที่สามารถสร้างประสบการณ์สำหรับการแลกเปลี่ยนความรู้หรือประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้แก่ผู้การเข้าร่วมได้ทั่วทุกมุมโลก

2. สภาพเศรษฐกิจของเจ้าของงานกับผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงานไมซ์ในประเด็นต่างๆ หมายถึง สภาพเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นระหว่างการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล ที่ส่งผลกระทบต่อการจ้างงาน งานบริการ โรงแรมและร้านอาหาร การขนส่ง การยกระดับมาตรฐานในการดำรงชีพ ภาวะเงินเฟ้อ

3. สภาพสังคมของเจ้าของงานกับผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงานไมซ์ในประเด็นต่างๆ หมายถึง ผลกระทบทางด้านสังคมของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล ที่ส่งผลกระทบต่อทักษะการทำงานอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ ความพึงพอใจและความภาคภูมิใจของพลเมือง และการจราจร

4. เจ้าของงานไมซ์ หมายถึง นักลงทุนในการจัดงานไมซ์ หรือ ผู้ก่อให้เกิดการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลและเป็นเจ้าของงาน ซึ่งอาจจะเป็นสมาคม รัฐบาล หรือองค์กรอิสระ ทั้งนี้เจ้าของงานและผู้จัดงานอาจจะเป็นบุคคลเดียวกันก็ได้ โดยเปิดโอกาสให้ผู้จัดงานที่มีความผู้เชี่ยวชาญในการดำเนินงานเฉพาะทางด้านการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงาน

5. ผู้จัดงานไมซ์ หมายถึง ผู้จัดการไมซ์เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดงานไมซ์ให้ที่ตรงตามความต้องการของเจ้าของงานไมซ์ และทำหน้าที่ประสานงานในฐานะหัวหน้าผู้บริหารงานไมซ์ทั้งงาน ช่วยดำเนินการวางแผนและดำเนินการจัดประชุมให้ลุล่วงตามเป้าหมายที่วางไว้เอาไว้

6. ผู้เข้าร่วมงานไมซ์ หมายถึง ลูกค้าที่เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัล โดยการศึกษาครั้งนี้จะเก็บข้อมูลเฉพาะผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลคนไทยเท่านั้น

7. ไวรัสโควิด-19 หมายถึง ไวรัสโควิดสายพันธุ์ใหม่ 2019 เป็นเชื้อไวรัสที่ก่อให้เกิดอาการป่วย ตั้งแต่โรคไข้หวัดธรรมดาไปจนถึงโรคที่มีความรุนแรงมาก อาจจะส่งผลให้เกิดโรคระบบทางเดินหายใจ ซึ่งเป็นสายพันธุ์ไวรัสค่อนข้างใหม่ที่ไม่เคยพบมาก่อน สามารถแพร่เชื้อจากคนสู่คนได้ โดยเชื้อไวรัสนี้พบครั้งแรกในการระบาดในเมืองอู่ฮั่น มณฑลหูเป่ย์ สาธารณรัฐประชาชนจีน ในช่วงปลายปีพ.ศ.2563

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาผลกระทบสังคมและเศรษฐกิจของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลของสงขลาไมซ์ซิตี้ในสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง (Literature Review) โดยรวบรวมแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยกำหนดประเด็นศึกษาไว้ดังนี้

2.1 อุตสาหกรรมไมซ์ในสถานการณ์ไวรัสโควิด-19
2.2 ความรู้พื้นฐานสำหรับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล
2.3 ผลกระทบการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพสังคม
2.4 ผลกระทบการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพเศรษฐกิจ
2.5 การจัดทำแผนนโยบายส่งเสริมการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2.7 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

2.1 อุตสาหกรรมไมซ์ในสถานการณ์ ไวรัสโควิด-19

ในสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ที่มีระยะเวลาและความรุนแรงของสถานการณ์ยาวนาน ทำให้ผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตประจำวันและกิจกรรมต่างๆทางสังคม การท่องเที่ยว การเดินทางและการบริการ ซึ่งเป็นองค์ประกอบในอุตสาหกรรมไมซ์ที่ได้รับความเสียหายทางเศรษฐกิจและสังคมมากที่สุด หลังจากหยุดชะงักกิจกรรมมานานกว่าสองปี มีการปิดตัวลงของกิจการต่างๆอัตราการลดจำนวนพนักงาน และนายจ้างขาดทุนจากการประกอบธุรกิจของบริษัท ส่งผลให้เกิดการดำเนินการล้มละลายในการประกอบกิจการ แต่ก็มีนักธุรกิจการบางรายได้มีการปรับตัวตามสถานการณ์โดยใช้โอกาสทางเทคโนโลยีภาพเสมือนจริง เข้ามามีบทบาทในการปรับตัวให้ทันต่อสถานการณ์เพื่อความอยู่รอด นำไปสู่อุตสาหกรรมไมซ์แบบดิจิทัล (Rutas, 2021)

อุตสาหกรรมไมซ์ (MICE Industy) หรือธุรกิจการจัดงานไมซ์ จะประกอบไปด้วย การประชุม (Meeting) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive) การจัดการประชุมนานาชาติ

(Conventions) และการจัดการแสดงสินค้าและนิทรรศการ (Exhibitions) ซึ่งมีปัจจัยสำคัญต่อเศรษฐกิจในระดับภูมิภาคและระดับประเทศ มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง อุตสาหกรรมไมซ์เป็นผลมาจากการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งทำให้สามารถเคลื่อนย้ายแรงงานและแหล่งเงินทุนได้อย่างเสรี ผลของการเกิดขึ้นของสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Association of Southeast Asian Nations) ได้ดึงดูดนักลงทุนจำนวนมาก ทั่วโลกให้นำเงินมาลงทุนสำหรับธุรกิจในภูมิภาค การลงทุนระหว่างประเทศสร้างโอกาสให้กับภาคธุรกิจ เช่นโรงแรม ร้านอาหาร บริการจัดเลี้ยง และการท่องเที่ยวการค้าปลีก การค้าส่งศูนย์การค้า และความบันเทิงจึงกลายเป็นแรงผลักดันในการพัฒนาเศรษฐกิจ (สสปน., 2564)

อุตสาหกรรมไมซ์เป็นอุตสาหกรรมที่ครอบคลุมหลากหลายประเภทธุรกิจ ซึ่งเชื่อมโยงกับภาคธุรกิจต่างๆ เช่น การค้าปลีกและการค้าส่ง โรงแรมและที่พัก อาหารและเครื่องดื่ม ศูนย์การประชุมและนิทรรศการเทคโนโลยีสารสนเทศและธุรกิจบริการ นั่นคือเมื่อจัดการไมซ์ก็มักจะมีการจัดนิทรรศการควบคู่กันไปด้วยกัน ธุรกิจเหล่านี้ได้รับประโยชน์จากการประหยัดต้นทุนและการจัดไมซ์ ผู้เข้าร่วมงานไมซ์กิจกรรมจะเพลิดเพลินไปกับการเยี่ยมชมนิทรรศการและสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมในสถานที่มีการจัดงานไมซ์ พวกเขายังมีโอกาสมากมายที่จะได้รับความรู้และประสบการณ์การเดินทางในสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง การประชุมที่มักเกี่ยวข้องกับการสร้างทีมและการแบ่งปันความรู้จะถูกจัดให้เป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมการเดินทางเพื่อสร้างแรงจูงใจ โดยอุตสาหกรรมไมซ์จะประกอบไปด้วย (สสปน, 2563)

1) การประชุมองค์กร (M-Meeting) หมายถึง หมายถึงการรวมตัวกันของกลุ่มบุคคลมากกว่า 2 คนจากองค์กรเดียวกันที่มุ่งมั่นที่จะดำเนินกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง การประชุมสามารถจัดขึ้นในงานเดี่ยวหรือเป็นกิจวัตรเช่นการประชุมประจำปี กิจกรรมและวัตถุประสงค์ของการจัดงานไมซ์แต่ละครั้งรวมถึงการเสริมสร้างจิตวิญญาณของการทำงานเป็นทีม และมีการแบ่งปันแผนกลยุทธ์วิสัยทัศน์นโยบายและทิศทางขององค์กรกับสมาชิกในทีมและเพื่อสร้างโอกาสให้เจ้าหน้าที่จากแผนกสาขาและสถานที่ต่างๆได้แบ่งปันและแลกเปลี่ยนข้อมูล (สสปน., 2564)

2) การเดินทางเพื่อเป็นรางวัล (I-Incentive Travels) หมายถึง การให้รางวัลด้วยการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นการสร้างประสบการณ์และเป็นแรงจูงใจในการทำงาน หรือเพื่อกระตุ้นยอดขาย หรือประสิทธิภาพในการทำงาน (สสปน., 2564)

3) ประชุมสมาคมหรือการประชุมวิชาชีพ (C-Conventions) หมายถึง เป็นการรวมตัวกันของสมาชิกสมาคมวิชาชีพ และตัวแทนจากองค์กรและภาคอุตสาหกรรม โดยปกติจะจัดในระดับภูมิภาคระดับประเทศ และระดับนานาชาติซึ่งอาจเป็นงานขนาดใหญ่ที่มีผู้เข้าร่วมงานไมซ์ประมาณหลายร้อยถึงหลายพันคน กิจกรรมและวัตถุประสงค์ของการประชุมจัดขึ้นสำหรับกลุ่มคน

จากสถาบันวิชาชีพเดียวกัน หรือสมาคมที่มีความสนใจเหมือนกันในหัวข้อหรือประเด็นเฉพาะ ตัวอย่าง เช่นอนุสัญญาระหว่างประเทศสำหรับศัลยแพทย์ การประชุมอาจรวมถึงการประชุมเชิงปฏิบัติการการสัมมนาการประชุมระดมความคิดและนิทรรศการการค้า โดยปกติจะเริ่มต้นด้วยปาฐกถาพิเศษจากผู้เชี่ยวชาญที่มีชื่อเสียงในสาขาเฉพาะ (สสปน., 2564)

4) งานสินค้าและนิทรรศการ (E-Exhibitions) หมายถึง กิจกรรมในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง เพื่อนำเสนอสินค้า นวัตกรรม และบริการที่มุ่งให้เกิดการเจรจาธุรกิจระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย (สสปน., 2564)

อุตสาหกรรมไมซ์มีส่วนสำคัญสำหรับการพัฒนาประเทศ มีส่วนในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมไทยที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 กระจายออกไปในวงกว้างทั้งด้านสาธารณสุข เศรษฐกิจ และสังคม ตลอดไปจนถึงความมั่นคงในการดำรงชีวิตประจำวันของประชาชน รัฐบาลจึงได้ประกาศในสถานการณ์ฉุกเฉินทั่วประเทศ เพื่อควบคุมระดับการแพร่ระบาดของไวรัสไม่ให้มีการขยายออกไปในวงกว้าง สสปน. ในฐานะหน่วยงานของภาครัฐมีพันธกิจในการส่งเสริม และสนับสนุนอุตสาหกรรมการจัดประชุมและนิทรรศการ จึงเร่งจัดทำแนวทางปฏิบัติด้านสาธารณสุขสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ ที่เป็นแนวทางปฏิบัติกลางขึ้น ภายใต้ความสัมพันธ์ของสมาคมภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานไมซ์ ประกอบไปด้วย สมาคมการจัดงานแสดงสินค้า สมาคมส่งเสริมการจัดการประชุมนานาชาติ สมาคมธุรกิจสร้างสรรค์การจัดงาน และยังได้รับความร่วมมือจากกรมอนามัยกระทรวงสาธารณสุขด้วยการบูรณาการความร่วมมือจัดตั้ง ศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโควิด-19 หรือ ศบค. ได้มีประกาศเมื่อวันที่ 17 พฤษภาคม พ.ศ. 2563 ให้กิจการและกิจกรรม การจัดประชุมได้รับการผ่อนปรนเป็นครั้งแรก ต่อมามีการผ่อนปรน กิจกรรมการจัดงานแสดงสินค้าในทันทีไม่เกิน 20,000 ตารางเมตร เมื่อวันที่1 มิถุนายน พ.ศ. 2563 ตามด้วยการประกาศเมื่อวันที่ 15 มิถุนายน พ.ศ. 2563 ผ่อนปรนงานแสดงสินค้าโดยไม่จำกัดขนาดพื้นที่ แต่อยู่ภายใต้เกณฑ์ 4 ตารางเมตรต่อ 1 คน ซึ่งทำให้การจัดกิจกรรมไมซ์สามารถปฏิบัติได้อย่างคล่องตัวมากขึ้น แต่ทั้งนี้ยังจำกัดการจัดกิจกรรมไมซ์ระดับนานาชาติอยู่จนถึงปัจจุบันอยู่ในช่วงผ่อนปรนระยะที่ 6 จัดงานได้เป็นปกติ (สสปน., 2563)

ด้วยอุตสาหกรรมไมซ์ประกอบด้วยสี่องค์ประกอบที่สำคัญ ดังนั้นไมซ์จึงสามารถสร้างผลกระทบที่มีนัยทางบวกต่อเศรษฐกิจในระดับภูมิภาคและระดับประเทศ ซึ่งเชื่อมโยงกับภาคธุรกิจต่างๆ ยุทธศาสตร์สำคัญสำหรับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ที่มีการแพร่ระบาดไปทั่วโลก รวมถึงภายในประเทศไทยส่งผลกระทบในวงกว้างทั้งด้านสาธารณสุข เศรษฐกิจ สังคม ตลอดไปจนถึงความมั่นคงในการ

ดำรงชีวิตประจำวันของประชาชน ในฐานะหน่วยงานของภาครัฐมีพันธกิจในการส่งเสริม และสนับสนุนอุตสาหกรรมการจัดประชุมและนิทรรศการ จึงเร่งจัดทำแนวทางปฏิบัติด้านสาธารณสุขสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์ออกนโยบายผ่อนปรนงานแสดงสินค้าโดยไม่จำกัดขนาดพื้นที่ ซึ่งทำให้การจัดกิจกรรมไมซ์ สามารถปฏิบัติได้อย่างคล่องตัวมากขึ้น แต่ทั้งนี้ยังจำกัดการจัดกิจกรรมไมซ์ระดับนานาชาติอยู่จนถึงปัจจุบัน

องค์ประกอบและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมไมซ์

ผู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมไมซ์ มีดังนี้

1. ผู้จัดงานไมซ์ (Organizer) หมายถึง บุคคล หรือ ผู้รับจัดงานไมซ์เพื่อแสวงหาผลกำไร เป็นที่ปรึกษาให้กับเจ้าของงาน หรือเจ้าภาพ ที่ขาดเวลา ขาดความรู้ และความเชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานไมซ์ อาจจะได้รับการว่าจ้างตั้งแต่การประมูลเพื่อได้รับสิทธิ์ในการจัดงานไมซ์โดยทำงานร่วมกับเจ้าภาพ ผู้ให้บริการและสำนักงานส่งเสริมการประชุม (สสปน, 2563) หน้าที่หลักของผู้จัดงานไมซ์ คือ วางแผนการจัดงาน อาทิเช่น วางแผนการประชุมออกแบบกิจกรรม จัดทำงบประมาณ หาผู้สนับสนุน ลงทะเบียน จัดกิจกรรมให้อยู่ในงบประมาณ เลือกสถานที่ เจรจากับผู้ให้บริการ ประเมินคุณภาพการประชุม ตอบสนองความต้องการของเจ้าของงานและทำให้ผู้เข้าร่วมงานไมซ์พึงพอใจ (Tan, 2019)

2. เจ้าของงานไมซ์ (Convention Owner) ผู้ก่อให้เกิดการจัดงานไมซ์หรือกิจกรรมไมซ์และเป็นเจ้าของงาน ซึ่งอาจจะเป็นสมาคม รัฐบาล หรือองค์กรอิสระ โดยอาจจะเป็นเจ้าของงานและเจ้าภาพ หรือเป็นเฉพาะเจ้าของงาน โดยเปิดประมูลหาผู้จัดงานเพื่อได้มาซึ่งผู้เชี่ยวชาญในการดำเนินงาน (Tan, 2019)

3. ผู้เข้าร่วมงานไมซ์ (Participant) หมายถึง ผู้ที่ลงทะเบียนเข้าร่วมการประชุม และเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆที่ทางผู้จัดงานได้ดำเนินการเตรียมไว้ ซึ่งอาจจะเป็นสมาชิกเดิมหรือสมาชิกใหม่ก็ได้ (สสปน., 2563)

4. ผู้ให้บริการ (Service Provider) หมายถึง ผู้ที่ได้รับการว่าจ้างให้ดำเนินการด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานไมซ์ ผู้ให้บริการจะต้องมีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านหรือเฉพาะทาง พร้อมทั้งมีทรัพยากรกำลังคนและอุปกรณ์ อาทิเช่น ผู้ให้บริการด้านโสตทัศนูปกรณ์ ผู้ให้บริการด้านโฆษณา หรือผู้รับเหมาให้บริการด้านการออกแบบและก่อสร้างคูหา หรือส่วนตกแต่งภายในงาน (สสปน., 2563)

2.2 ความรู้พื้นฐานสำหรับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล

2.2.1 อุตสาหกรรมไมซ์แบบดิจิทัล

จากการศึกษาของ พูนเพิ่ม (2558) ได้ให้ความหมายคำว่าอุตสาหกรรมไมซ์แบบดิจิทัล ไว้ว่า เครือข่ายขององค์กร ที่มีการเชื่อมโยงกลุ่มเป้าหมาย ผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารโดยการลดข้อจำกัดด้านขอบเขตและสถานที่ตั้งขององค์การ เพื่อประโยชน์ สำหรับการจัดงานไมซ์และการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน

ทางด้าน พรพิมล (2560) ได้มีการกล่าวถึงอุตสาหกรรมไมซ์แบบดิจิทัลไว้ว่า เป็นเทคโนโลยีความเสมือนจริง ที่จำลองให้อยู่ในรูปแบบของเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ที่ให้ความรู้สึกมีความเป็นจริง ทั้งในรูปแบบทางภาพ และเสียง ซึ่งจำลองสภาพแวดล้อมออกมา 360 องศา แบบภาพสามมิติ เทคโนโลยีนี้จะเกิดขึ้นได้ผู้ใช้จะมีความสัมพันธ์ระหว่างโปรแกรมและอุปกรณ์สำหรับการควบคุม การโต้ตอบกับโปรแกรม

ปฏิพรรณ (2564) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การใช้เทคโนโลยีความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม รูปแบบการจัดงานไมซ์จากออฟไลน์สู่ออนไลน์ หรือที่เรียกว่างานไมซ์เสมือนจริง หรือเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า งานไมซ์แบบดิจิทัล

ในการศึกษาครั้งนี้ทางผู้วิจัยได้สรุปความหมายของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลไว้ว่า ประสบการณ์ที่สร้างขึ้นมาโดยใช้งานแบบออนไลน์ผสมเข้ากับงานไมซ์แบบภาพเสมือนจริง เพื่อสร้างประสบการณ์สำหรับการแลกเปลี่ยนความรู้หรือประสบการณ์ใหม่ๆ ให้แก่ผู้การเข้าร่วมได้ทั่วทุกมุมโลก ไม่ว่าผู้เข้าร่วมงานไมซ์จะสะดวกเดินทางมาที่งานหรือจะเข้าร่วมงานผ่านระบบอินเทอร์เน็ตจากที่บ้านหรือที่ใดก็ได้ (Christopher, Leigh & David, 2019) งานไมซ์แบบดิจิทัลจะเป็นการร่วมงานไมซ์ลักษณะ 2 รูปแบบไว้ด้วยกันคือ

2.2.1.1 งานไมซ์แบบภาพเสมือนจริง (Virtual Conference)

งานไมซ์แบบภาพเสมือนจริง (Virtual Conference) เป็นการใช้เทคโนโลยีด้านการสื่อสารที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง นำมาปรับรูปแบบการจัดไมซ์ที่เป็นการจำลองสภาพแวดล้อมของงานไมซ์มาอยู่บนโลกออนไลน์ สามารถทำให้ผู้เข้าร่วมงานไมซ์มีส่วนร่วมผ่านการใช้งานคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ต เพิ่มโอกาสในการเข้าถึงและสัมผัสประสบการณ์แก่ผู้คนจากทุกภูมิภาคทั่วโลกได้อย่างใกล้ชิด และสามารถสัมผัสกับเนื้อหาแบบเดียวกับงานไมซ์ที่จัดขึ้นในโลกแห่งความเป็นจริง (Praornpit, 2021)

2.2.1.2 งานไมซ์แบบออนไลน์ (Online Events)

งานไมซ์แบบออนไลน์ (Online Events) เป็นการจัดงานไมซ์แบบผสมผสานทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ไว้ด้วยกัน การจัดงานไมซ์แบบออนไลน์จะมีผู้เข้าร่วมงานไมซ์ในสถานที่จริงและผู้เข้าร่วมงานไมซ์ผ่านวีดีโอคอนเฟอเรนซ์ (Video Conference) ผู้บรรยายและผู้เข้าร่วมงานไมซ์สามารถเข้าร่วมงานไมซ์ได้ในขณะที่อยู่ระยะทางไกล ยังสามารถที่จะโต้ตอบสนทนาระหว่างกันได้กับคนอื่น ๆ ที่อยู่ในสถานที่จัดงาน (SCEB, 2564)

อาจจะกล่าวได้ว่า ไมซ์แบบดิจิทัลเป็นกิจกรรมผสมผสานระหว่างงานไมซ์แบบภาพเสมือนจริงและงานไมซ์แบบออนไลน์ เข้ากับกิจกรรมในงานประชุมสัมมนา หรืองานไมซ์ต่างๆโดยการนำเอาระบบเทคโนโลยี เข้ามาใช้ในเหตุการณ์สำคัญบางช่วงบางตอน ของในงานประชุมสัมมนา หรืองานไมซ์ต่างๆมีสีสันมากยิ่งขึ้น (Kaur, 2017) ที่สามารถสร้างกิจกรรมความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้เข้าร่วมงานไมซ์กับผู้จัดงานไมซ์ เนื่องจากผู้เข้าร่วมงานไมซ์สามารถเข้าถึงสื่อเหล่านี้ได้ง่ายและสามารถเข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลา นอกจากนี้การตลาดดิจิทัล เป็นอีกทางเลือกหนึ่งของการสร้างกระแสการรับรู้ให้เกิดขึ้นกับการประชุมหัวข้อใหม่ ๆ ทำให้การรับรู้ในวงกว้าง อีกทั้งยังสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้ในจำนวนมากได้โดยตรง (นครินทร์, 2560)

2.2.2 ข้อดีและข้อเสียของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล

(1) ข้อดีของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล SCEB. (2564) ได้ให้ความคิดเห็นดังนี้

- เป็นการเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงของผู้ร่วมงาน รวมถึงนักลงทุน นักเดินทางไมซ์ที่มีความสนใจเข้าร่วมงานไมซ์ได้จากทั่วทุกมุมโลก โดยไม่ต้องเดินทางมายังสถานที่จัดงาน

- ช่วยลดอุบัติเหตุบนท้องถนน เนื่องจากผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลไม่จำเป็นต้องเดินทางมายังสถานที่จัดงาน เพราะสามารถเข้าร่วมงานได้จากที่บ้านหรือที่ทำงานได้ลดระยะเวลาในการเดินทางของผู้เข้าร่วมงานไมซ์

- สามารถเชื่อมโยงเครือข่ายได้ทั่วโลก เนื่องจากระบบออนไลน์หรือระบบอินเทอร์เน็ตเป็นการเชื่อมต่อผ่านระบบเทคโนโลยี จึงทำให้ผู้เข้าร่วมงานไมซ์สามารถเข้าร่วมงานได้จากทั่วทุกมุมโลก

- ลดค่าใช้จ่ายได้ในบางส่วน เช่น ค่าที่พัก ค่าเดินทาง ค่าสถานที่ ฯลฯ

- เป็นการสร้างประสบการณ์ใหม่ ที่แตกต่างจากเดิม เนื่องจากมีการปรับตัวเข้าสู่โลกออนไลน์จึงส่งผลให้เกิดการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ใหม่ ๆ ที่มีความต่างด้วนประสบการณ์ของแต่ละคน

- เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ใหม่ ๆ จากค่าประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ที่นำมาแชร์ความรู้กันภายในงาน

- ก่อให้เกิดแนวทางอาชีพใหม่ เช่น การให้เช่า อุปกรณ์เทคโนโลยี เครื่องปั่นไฟ เครื่องเสียง รวมถึงการเช่าสัญญาณอินเทอร์เน็ต หรือธุรกิจใหม่ ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล

(2) **ข้อเสียของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล** SCEB. (2564) ได้ให้ความคิดเห็นดังนี้

- มีข้อจำกัดด้านอุปกรณ์ เช่น ช่องสัญญาณของอินเทอร์เน็ต ระบบคอมพิวเตอร์ หรืออุปรกณ์ในเชื่อมต่อของระบบปฏิบัติการ

- ไม่สามารถปรับใช้กับงานไมซ์เชิงปฏิบัติการร่วมกันได้

- อุปสรรคสำหรับกรณีที่ผู้เข้าร่วมงานไมซ์บางรายไม่มีความพร้อมในด้านเทคโนโลยี

- ข้อมูลเนื้อหา กิจกรรม ที่แสดงภายในงานไมซ์แบบดิจิทัลเกิดการรั่วไหลได้ง่าย

2.2.3 ขั้นตอนเตรียมการดำเนินงานประกอบไปด้วย 4 ส่วนสำคัญเพื่อให้งานสำเร็จ

2.2.3.1. กำหนดวัตถุประสงค์ สำหรับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล ในแต่ละครั้ง ผู้จัดงานต้องตอบได้ว่าการจัดงานนั้นจัดขึ้นเพื่ออะไร โดยวัตถุประสงค์ที่ดีควรจะเขียนให้ชัดเจน สามารถเข้าใจได้ง่าย และมีความสอดคล้องกับชื่องานที่มีการจัด (SCEB, 2564)

2.2.3.2. การระบุกลุ่มเป้าหมายของผู้เข้าร่วมงานไมซ์ต้องมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงาน การกำหนดกลุ่มเป้าหมายนั้นควรจะมีการระบุถึงคุณสมบัติของผู้เข้าร่วมงานไมซ์เพื่อง่ายต่อการหาผู้เข้าร่วมงานไมซ์และการประชาสัมพันธ์งานไมซ์ (SCEB, 2564)

2.2.3.3. รูปแบบการจัดงานไมซ์ที่จัดขึ้น เป็นลักษณะของงานอย่างไร จัดในรูปแบบออนไลน์ หรือรูปแบบผสมผสาน มีลูกเล่นอะไรบ้างภายในงาน ดังนั้นการกำหนดรูปแบบงานไมซ์นั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องกำหนดความชัดเจน และสามารถควบคุมงานได้ง่าย สามารถป้องกันการรั่วไหลของข้อมูลได้ด้วย (SCEB, 2564)

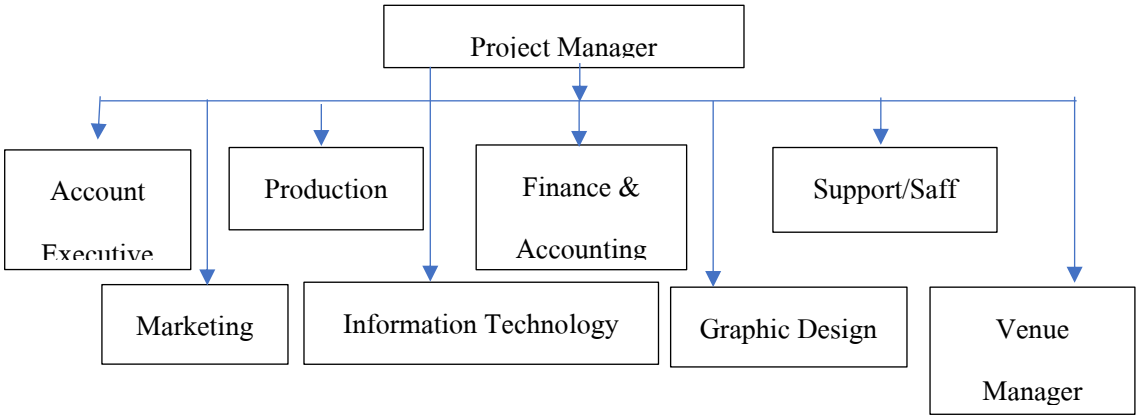
2.2.3.4. ความพร้อมของระบบปฏิบัติการต่างๆในการจัดการระบบสัญญาณของอินเทอร์เน็ตให้มีความเสถียรมากที่สุด จึงมีความสำคัญเป็นอย่างมาก รวมไปถึงอุปกรณ์และโปรแกรมต่างๆเช่นกันควรมีการทดสอบระบบและอุปกรณ์ก่อนการจัดงานเพื่อป้องกันการเกิดความผิดพลาด (SCEB, 2564)

2.2.4 กระบวนการดำเนินงานไมซ์แบบดิจิทัล ขณะที่มีการจัดงานจะทำการแบบออกเป็น 3 ช่วงได้แก่

2.2.4.1 ก่อนวันจัดงานไมซ์ เป็นขั้นตอนการเตรียมงานไมซ์แบบดิจิทัล เป็นขั้นตอนการเตรียมงาน ที่มีความสำคัญของกระบวนการทั้งหมด ตั้งแต่ขั้นตอนการวางแผนการจัดงานไมซ์และขั้นตอนการจัดงาน (SCEB, 2564)

(1) การวางแผนการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล ผู้จัดงานต้องจัดการประชุมผู้ที่มีความเกี่ยวข้องในขั้นตอนดำเนินงานของการจัดงานไมซ์ ที่ต้องมีวาระการประชุมสนทนาสำหรับการวางแผน แบ่งหน้าที่รับผิดชอบตามประสบการณ์ของแต่ละคน มีร่างโครงสร้างหน้าที่และกำหนดขอบเขตหน้าที่การทำงาน และกำหนดขอบเขตของงานแต่ละฝ่ายตามลักษณะของงานที่รับผิดชอบของ (SCEB, 2564)ได้ดัง**ภาพที่ 2.1**

ภาพที่ 2.1 แผนผังการแสดงแบ่งหน้าที่การทำงานของแต่ละฝ่ายของผู้จัดงานไมซ์แบบดิจิทัล



ที่มา ; ดัดแปลงมาจาก คู่มือการจัดงาน Virtual Conference สำหรับออร์แกไนเซอร์ในอุตสาหกรรมไมซ์ (SCEB, 2564)

ผู้จัดงานไมซ์ (Project Manager) มีหน้าที่ในการควบคุมงานดูแลกำกับการดำเนินงานไมซ์ให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการจัดงาน (SCEB, 2564)

ฝ่ายบริหารและบัญชี (Account Executive) มีหน้าที่จัดการควบคุมด้านงบประมาณและการเงินของการจัดงานไมซ์ (SCEB, 2564)

ฝ่ายการตลาด (Marketing) มีหน้าที่ในการวางแผนการตลาด การส่งเสริมตลาดผ่านกิจกรรม (Event) เป็นการส่งเสริมทางการตลาดด้วยการสื่อสาร โปรโมทงานประชาสัมพันธ์งานผ่านช่องทางต่างๆทั้งออนไลน์และออฟไลน์ กับกลุ่มเป้าหมายด้วยการจัดกิจกรรมที่มีความสอดคล้องกับจัดงานไมซ์ (Nigel, 2013)

ฝ่ายผลิตและกำกับงานไมซ์ (Production) คือ การดำเนินการทางเทคโนโลยีและสร้างสรรค์ของงานไมซ์ โดยใช้เสียง แสง วิดีโอการออกแบบและอื่น ๆ เพื่อควบคุมบรรยากาศ อารมณ์และความรู้สึกของผู้เข้าร่วมงานไมซ์ ผู้ผลิตเหตุการณ์จะทำงานร่วมงาน และระบุแนวคิดของงานจากนั้นจึงวางแผนองค์ประกอบด้านต่างๆและเทคนิครวมถึงโสตทัศนูปกรณ์ผู้ขายลูกเรือ อุปกรณ์งบประมาณและอื่น ๆ (Doug, 2016)

ฝ่ายเทคโนโลยี (Information Technology) มีหน้าที่ดูแลการจัดหา ติดตั้ง และควบคุมอุปกรณ์เทคโนโลยีต่างๆเช่น ระบบคอมพิวเตอร์ สัญญาณอินเทอร์เน็ต โปรแกรมที่ใช้สำหรับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล ฯลฯ (Geuk, et.al., 2012)

ฝ่ายการเงินและบัญชี (Finance & Accounting) มีหน้าที่ดูและเรื่องการจัดการด้านการเงิน ค่าใช้จ่าย รายรับรายจ่าย และทำหน้าที่จัดแจงรายละเอียดทางด้านงบของบัญชีที่เกิดขึ้นตั้งแต่กระบวนการแรกของการจัดงานไมซ์จนสิ้นสุดการจัดงานไมซ์ แล้วนำมาวิเคราะห์สรุปงบและกำไรสุทธิ์หลังการจัดงาน (Lal; 2019)

ฝ่ายออกแบบกราฟิก (Graphic Design) มีหน้าที่งานสายไมซ์จะทำหน้าที่คล้ายจะในสายงานอื่น แต่สายงานนี้จะทำในส่วนของออกแบบ โดยเฉพาะจะเน้นในการออกแบบโลโก้ของงาน การออกแบบพื้นที่ เวที และโปสเตอร์เพื่อโปรโมทงาน ทุกสิ่งทุกอย่างต้องออกแบบให้ตรงตามคอนเซปต์ที่ทีมครีเอทีฟได้วางไว้ (Jeanne, Ana & Matthew, 2014)

ทีมงาน (Support or Saff) มีหน้าที่คอยให้ความช่วยเหลือทีมงาน หรือคอยซัพพอร์ตงานต่างๆในวันจัดงานไมซ์ (SCEB, 2564)

ผู้จัดการสถานที่ (Venue Manager) มีหน้าที่ในการดูแลเรื่องการจัดหาสถานที่ ที่มีความเกี่ยวข้องกับการจัดงาน และนำเสนอราคาในการเช่าสถานที่จัดงาน (Philip,2019)

(2) ขั้นตอนการจัดงาน จะมีการแบ่งระยะเวลาในการดำเนินงาน 4-6 เดือนก่อนวันจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล จะมีขั้นตอนดังตารางที่ 2.1 (SCEB, 2564)

ตารางที่ 2.1 ขั้นตอนการจัดงาน

ลำดับ	รายละเอียดหน้าที่	ผู้รับผิดชอบ
1	จัดทำแผนงบประมาณการจัดงานไมซ์ทั้งหมด	Project Manager
2	จัดทำเอกสารเขียนโครงการของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล	Project Manager
3	ร่างหนังสือเชิญวิทยากร ผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เข้าร่วมงานไมซ์	Project Manager
4	จัดหารายชื่อและข้อมูลของสถานที่จัดงานที่มีความพร้อมสำหรับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล	Venue Manager

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

ลำดับ	รายละเอียดหน้าที่	ผู้รับผิดชอบ
5	ร่างลำดับกำหนดการรวมทั้งการเขียนสคริปต์ต์ของพิธีกรและกำหนดกิจกรรมที่เกิดขึ้นในงาน	Project Manager
6	ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับระบบเซิร์ฟเวอร์โปรแกรม และออกแบบแพลตฟอร์มจะใช้ในการถ่ายทอดผ่านระบบออนไลน์	Information Technology
7	จัดหาอุปกรณ์สำหรับการใช้งาน เช่น จอ LED คอมพิวเตอร์ กล้องสำหรับการแพร่ภาพสด	Information Technology
8	ออกแบบ Infographic และสื่อโฆษณา เพื่อนำไปใช้ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่างๆ	Marketing and Graphic Design
9	ออกแบบแพลตฟอร์มสำหรับการลงทะเบียนของผู้เข้าร่วมงานไมซ์และส่งหนังสือเชิญให้กับผู้เข้าร่วมงานไมซ์ลงทะเบียนล่วงหน้า	Information Technology
10	หาข้อมูลและสำรวจร้านอาหาร และอาหารว่าง (ในกรณีที่การจัดงานไมซ์เป็นแบบ Hybrid)	Venue Manager
11	จัดส่งหนังสือเชิญเข้าร่วมงานให้กับผู้ทรงคุณวุฒิและวิทยากร	Project Manager

ที่มา ; ดัดแปลงมาจาก (SCEB, 2564)

2.2.4.1.3 เตรียมพร้อมก่อนวันจริง ระยะเวลาในการดำเนินงาน1 เดือนก่อนวันจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล ผู้จัดงานต้องดำเนินงานแต่ละขั้นตอนให้เสร็จภายในระยะเวลาที่มีการกำหนด และจัดการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างการดำเนินงานหากเกิดความผิดพลาดขึ้น มีขั้นตอนการเตรียมความพร้อมก่อนวันจริงดังต่อไปนี้ (SCEB, 2564)

1. รวบรวมเอกสาร และเนื้อหาสำหรับการนำเสนอของผู้เข้าร่วมงานไมซ์กิจกรรม
2. จัดทำ Presentation ที่จะเปิดภายในงาน
3. ส่ง link สำหรับเข้าร่วมให้แก่ผู้เข้าร่วมงานไมซ์
4. แต่งตั้งพิธีกรหลักและพิธีกรย่อย
5. ตรวจสอบกำหนดการให้ละเอียดอีกครั้ง
6. ตรวจสอบเอกสารที่ต้องใช้ภายในงานไมซ์
7. รวบรวมข้อมูลผู้เข้าร่วมงานไมซ์ ที่ทำการลงทะเบียนล่วงหน้า
8. กำหนดรายการเมนูอาหารและรายการอาหารว่าง

9. ประชุมอัปเดตงานร่วมกันกับทุกฝ่าย

และก่อนที่จะถึงวันงาน 1 สัปดาห์ต้องมีการเตรียมความพร้อมในด้านต่างๆและการซักซ้อมผู้ที่เกี่ยวข้องกับงานไมซ์แบบดิจิทัล ต้องมีการตรวจสอบอัปเดตข้อมูลการลงทะเบียนของผู้เข้าร่วมงานไมซ์อย่างละเอียดอีกครั้งก่อนจะปิดการรับการลงทะเบียน ทำการจัดสถานที่ก่อนวันงานตามวันและเวลาที่ได้ทำข้อตกลงกับทางสถานที่จัดงาน ทำการติดตั้งระบบและโปรแกรมที่ใช้ภายในงาน พร้อมซักซ้อมการใช้โปรแกรม การทำห้องสนทนาเฉพาะกลุ่ม (Breakout Room) ให้เกิดความเชี่ยวชาญ ร่วมกับพิธีกรพูดสคริปต์ เนื้อหาทั้งหมดพร้อมลำดับรายการของกิจกรรมของงานไมซ์ตามแผนงานที่ได้กำหนดเอาไว้ สุดท้ายตรวจสอบข้อมูล จำนวนผู้เข้าร่วมงานไมซ์ ระบบเซิร์ฟเวอร์ โปรแกรม และอุปกรณ์ที่ใช้งานทั้งหมด (SCEB, 2564)

2.2.4.2 วันแสดงงานไมซ์ จะทำการอธิบายออกเป็น 2 ช่วง ได้แก่ 1) ก่อนถึงเวลาเปิดงาน และ 2) ช่วงเวลาดำเนินกิจกรรม (SCEB, 2564)

2.2.4.2.1 ก่อนถึงเวลาเปิดงาน ต้องทำการตรวจสอบอุปกรณ์ไฟฟ้า ไฟฟ้าสำรอง เพื่อกรณีไฟดับหรือกำลังไฟฟ้าไม่เพียงพอ และตรวจสอบโปรแกรมระบบความพร้อมของอุปกรณ์ที่ใช้ในการจัดงาน และการสร้างห้องสนทนาเฉพาะกลุ่ม ก่อนถึงเวลาจริง ทำการตรวจสอบรายชื่อและข้อมูลของผู้เข้าร่วมงานไมซ์ที่มีการลงทะเบียนอย่างถี่ถ้วนพร้อมแจงให้ผู้เข้าร่วมงานไมซ์ทราบอีกครั้งหนึ่ง ลำดับเอกสารการนำเสนอตามลำดับของกิจกรรมที่ได้มีการวางแผนผังเอาไว้เพื่อให้เกิดความสะดวกและเรียบร้อยในขณะจัดงาน (SCEB, 2564)

2.2.4.2.2 ช่วงเวลาดำเนินกิจกรรม จะมีการเริ่มต้นจากการกล่าวเปิดพิธีการโดยประธานหรืออาจจะกล่าวเปิดงานด้วย Video Presentation เมื่อเริ่มต้นการเข้าสู่กิจกรรมภายในงานไมซ์ ในกรณีที่เป็นงานไมซ์ขนาดใหญ่ช่วงเวลาระหว่างกิจกรรมจะมีพนักงาน คอยชี้แจงสัญญาณเวลา เพื่อควบคุมการดำเนินงานให้อยู่ในขอบเขตของการดำเนินกิจกรรมตามเวลาที่มีการกำหนด (SCEB, 2564)

2.2.4.3 หลังจบกิจกรรมต่างๆของงานไมซ์แบบดิจิทัล เป็นการดำเนินการหลังจากการจัดกิจกรรมเสร็จสิ้นลงแล้ว ผู้จัดงานจะต้องทำการประเมินผลของการจัดงานว่ามีการบรรลุผลตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้หรือไม่ (SCEB, 2564)

2.2.5 พฤติกรรมของผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัล

พฤติกรรมของผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัล นั้นเกิดจากนักเดินทางไมซ์ มีจุดประสงค์กิจกรรมเชิงธุรกิจ หรือแลกเปลี่ยนประสบการณ์ความรู้ภายในงานไมซ์แบบดิจิทัล มี

อัตราการใช้จ่ายมากกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป มีเวลาในการพักในพื้นที่สำหรับการจัดงานเป็นระยะเวลาที่สั้นกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป (ปัญญาฤทธิ์, 2562) โดยเฉพราะพฤติกรรมของผู้เข้าร่วมงานไมซ์จะให้ความสนใจสำหรับการเข้าร่วมกิจกรรมที่มีการแลกเปลี่ยนเกี่ยวกับธุรกิจ ผลิตภัณฑ์ บริการ ประสบการณ์ หรือแนวคิด เพื่อสนองความต้องการและผลกระทบที่กระบวนการเหล่านี้มีต่อแรงจูงใจสำหรับการเข้าร่วมกิจกรรม (พิมพาภรณ์, 2564) และทางด้าน สสปน. (2561) ได้ศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้เข้าร่วมงานไมซ์ จะมีลักษณะวัตถุประสงค์การเข้ากิจกรรมที่แตกต่างกันออกไป สามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ

2.2.5.1 การรับรู้และข้อมูลเกี่ยวกับงานไมซ์แบบดิจิทัล ระยะช่วงเวลาที่มีการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล จะถูกกล่าวถึงความสะดวก ความยากหรือง่ายในการเข้าระบบหากยุ่งยากเกินไปก็จะส่งผลให้ผู้เข้าร่วมงานไมซ์เกิดการปฏิเสธการเข้าร่วมกิจกรรมได้ นอกจากนี้ตารางเวลาของการจัดงานจะต้องสอดคล้องกับช่วงระยะเวลาที่ผู้เข้าร่วมงานไมซ์กิจกรรมสามารถเข้าร่วมได้ ระยะเวลาในการเข้าร่วมจะต้องมีความเหมาะสมโดยไม่สั้นหรือนานจนเกินไป แต่คุณภาพในการให้บริการจะต้องมีความเป็นมืออาชีพและศักยภาพในการจัดงาน ล้วนส่งผลต่อการแรงจูงใจที่ผู้เข้าร่วมงานไมซ์จะเลือกร่วมงานไมซ์ นอกจากนั้น ชื่อเสียงของงานไมซ์แบบดิจิทัลก็มีบทบาทสำคัญในกระบวนการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมของเช่นกัน โดยความสำเร็จในการจัดงานไมซ์ครั้งที่ผ่านมาจะส่งผลให้เกิดความคาดหวังในการจัดงานครั้งถัดไปที่ดีขึ้นและจำนวนผู้เข้ากิจกรรมที่มากขึ้นในการจัดงานครั้งต่อๆ ไป ไมซ์อีกด้วย (Remziye & Derya, 2021)

2.2.5.2 วัตถุประสงค์ของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล ประกอบไปด้วย วัตถุประสงค์ทางการตลาด วัตถุประสงค์ทางธุรกิจและวัตถุประสงค์ชมสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของผู้เข้าร่วมงานไมซ์ดังกล่าว โดยผู้เข้าร่วมงานไมซ์กิจกรรมบางโอกาสเลือกที่จะเข้าร่วมงานไมซ์โดยมีเกณฑ์การตัดสินใจจากข้อมูลที่ตรงตามความประสงค์จากการกำหนดเอาไว้ เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองหรือหน่วยงานที่ตนสังกัด หรือแม้กระทั่งก่อให้เกิดประโยชน์ในทางด้านธุรกิจ เนื่องจากงานไมซ์แบบดิจิทัล เป็นเหมือนช่องทางที่รวบรวมผู้ที่มีความรู้ ประสบการณ์จากทั่วทุกมุมโลกมาไว้ภายในงานได้ (Barbara, Bianca & Krzysztof, 2021) ส่งผลให้เกิดการขยายเครือข่ายความสัมพันธ์ด้านธุรกิจ และยังการได้พบกับคู่ค้าทางธุรกิจ รวมถึงยังก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลของคู่แข่งทางธุรกิจ โดยการรวบรวมข้อมูลนับ เป็นสิ่งสำคัญ ต่อธุรกิจของผู้เข้าร่วมงานไมซ์ เนื่องจากการเก็บข้อมูลดังกล่าวสามารถลดความเสี่ยงจากการตัดสินใจดำเนินแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจได้นอกจากนี้งานไมซ์แบบดิจิทัล เป็นการรวมกลุ่มเป้าหมายที่มีความเชี่ยวชาญแตกต่างกันขึ้นอยู่กับค่าประสบการณ์ มารวมอยู่ในที่เดียวกันเป็นการสร้างความเป็นไปได้และเปิดโอกาสสำหรับธุรกิจ

และการลงทุนในกิจการใหม่ๆ (สสปน., 2561) โดยที่ผู้ร่วมไมซ์จำเป็นต้องทราบถึงกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดของตนเองและต้องทราบถึงเงื่อนไขของที่จะนำมาเสนอ เนื่องจากเงื่อนไขของงานไมซ์ที่จัดแสดงจะถูกกำหนดเนื้อหาเอาไว้อยู่แล้วโดยผู้ที่กำหนดลักษณะของงานจะถูกกำหนดโดยผู้จัดงานหรือเจ้าของงานไมซ์ ว่าเป็นงานไมซ์ประเภทใด และทางผู้เข้าร่วมงานไมซ์ต้องพิจารณาว่างานไมซ์นั้นอยู่ในกลุ่มธุรกิจเดียวกันกับวัตถุประสงค์ของผู้เข้าร่วมงานไมซ์หรือไม่ (Dirk, 2021)

2.2.5.3 ต้นทุนในการเข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัล เป็นปัจจัยท้ายที่สุดสำหรับการตัดสินใจของผู้เข้าร่วมงานไมซ์ กล่าวคือ ปัจจัยทางด้านการเงินหรือต้นทุนสำหรับในการเข้าร่วมกิจกรรม เช่น ค่าตั๋วเข้าร่วมกิจกรรม ค่าสัญญาณอินเทอร์เน็ต ค่าอุปกรณ์คอมพิวเตอร์หรือแท็บเล็ต เป็นต้น โดยต้นทุนที่ผู้เข้าร่วมงานไมซ์ประเมินไวนั้น แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะคือ (1) ต้นทุนค่าเสียโอกาสที่ผู้ผู้เข้าร่วมงานไมซ์ต้องสูญเสียไปเพื่อที่จะร่วมงานดังกล่าวและ (2) ต้นทุนค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นจากเดิมในการเข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลเช่น ค่าตั๋วเข้าชม ค่าอินเทอร์เน็ต ค่าไฟ ค่าคอมพิเตอร์หรือแท็บแล็ครวมไปถึงกรณีที่มีกิจกรรมพิเศษอื่น ๆ (สสปน., 2561) ในการเข้าร่วมงานผู้เข้าร่วมงานไมซ์ไมซ์แบบดิจิทัล ควรตั้งงบประมาณหลังจากที่ทราบเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่แน่ชัดสำหรับการเข้าร่วมงาน ว่าหากเข้าร่วมกิจกรรมครั้งนี้แล้วจะส่งผลดี ผลเสีย หรือประโยชน์มากน้อยเพียงใดสำหรับการเข้าร่วมกิจกรรม โดยปกติก็มีค่าใช้จ่ายสำหรับการเข้าร่วมงานไมซ์ที่ผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัล ต้องจ่ายคือค่าธรรมเนียมในการเข้าร่วมกิจกรรม (Kai & Mike, 2021)

สรุปได้ว่า งานไมซ์แบบดิจิทัล ซึ่งส่งผลประโยชน์ที่ดีต่อเศรษฐกิจและสังคม เนื่องจาก กลุ่มนักเดินทางไมซ์จะมีกำลังใช้จ่ายมากกว่ากลุ่มนักเดินทางอื่น ๆ และส่วนให้จะเป็นกลุ่มนักลงทุนหรือนักธุรกิจ ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่มีกำลังใช้จ่ายสูง ส่งผลต่อไปยังการกระจายรายได้ไปยังทุกภาคส่วนมากขึ้น ทั้งภาครัฐ เอกชน รวมไปถึงธุรกิจระดับชุมชน (Angga, et.al., 2021) ในขณะที่ผู้เข้าร่วมงานไมซ์ยังมีโอกาสเข้าร่วมกิจกรรมงานไมซ์ได้จากที่บ้านโดยไม่ต้องเดินทางมายังสถานที่จัดงานซึ่งจะช่วยลดอุบัติเหตุและสภาพการจราจรที่ติดขัดบนท้องถนน ล้วนแล้วเกิดจากการปฏิรูปสื่อสารจากออฟไลน์เข้าสู่ระบบออนไลน์ (Lin & Chang, 2019)

2.3 ผลกระทบการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพสังคม

ผลกระทบทางสังคมของการจัดงานไมซ์ เป็นผลกระทบระยะยาวและอาจไม่เห็นผลชัดเจนมากนัก ยังเป็นผลกระทบที่สามารถวัดผลและระบุชี้วัดลงได้ยาก เช่น ความพึงพอใจและความภาคภูมิใจของผู้เข้าร่วมงานไมซ์ อัตลักษณ์และภาพลักษณ์ ทักษะ (สสปน., 2561) ซึ่งผลกระทบทางด้านสังคมจะช่วยลดสภาพสัญจรบนท้องถนน ที่มีการติดขัดขณะเดินทาง รวมไปถึงการลดอุบัติเหตุบนท้องถนน อีกทั้งลดมลภาวะทางอากาศที่เป็นพิษต่อทางเดินหายใจที่เกิดจากควันรถยนต์ได้ (Andrzej, 2018) ซึ่งได้จำแนกถึงผลกระทบทางสังคมไว้ดังตารางที่ 2.2

ตารางที่ 2.2 ผลกระทบทางสังคมของการจัดงานไมซ์

ผลกระทบ	คำอธิบาย	ด้านบวกหรือด้านลบ
ทักษะ	การเป็นอาสาสมัครและฝึกงานที่งานไมซ์สามารถได้รับการพัฒนาความพร้อมในการปฏิบัติงานของประชาชนในท้องถิ่น และยังมีส่วนช่วยลดการว่างงานของคนในท้องถิ่นนั้น ๆ	บวก
ความพึงพอใจและความภาคภูมิใจของพลเมือง	การมีประสบการณ์ที่น่าพึงพอใจในการเข้าร่วมงานบางครั้งสามารถนำไปสู่การสร้างความรู้สึกภาคภูมิใจของผู้คนในชุมชน ยังช่วยสร้างชื่อเสียงให้กับท้องที่ชุมชนเพราะทำให้ท้องที่ดังกล่าวเป็นที่รู้จักแก่บุคคลภายนอกหรือกลุ่มนักท่องเที่ยว	บวก
การจราจร	เมื่อผู้เข้าร่วมงานไมซ์ไม่มีความจำเป็นต้องเดินทางมายังสถานที่จัดงาน เนื่องจากสามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้จากที่บ้าน จึงช่วยลดสภาพการจราจรที่ติดขัดบนท้องถนนได้	บวก
อัตลักษณ์และภาพลักษณ์	งานไมซ์ที่มีการเชื่อมโยงเข้ากับสถานที่การจัดงาน มีการรับรู้ของบุคคลภายนอกหรือกลุ่มคนที่มีความเกี่ยวข้องกับงาน มีการส่งผลกระทบอย่างมากในความรู้สึกเกี่ยวกับสถานที่จัดงานไมซ์ ซึ่งไม่เพียงแต่จะส่งผลต่อผู้เข้าร่วมงานไมซ์เท่านั้นแต่ยังส่งผลต่อภาพรวมของประชาชนที่อาศัยโดยรอบ ๆ สถานที่จัดงานไมซ์	สามารถเป็นได้ทั้งด้านบวกและด้านลบ

ที่มา ; ผลกระทบทางด้านสังคมของการจัดงานไมซ์ (สสปน.,2561)

ดังที่มีการกล่าว จะพบว่าผลกระทบทางด้านสังคมของการจัดงานไมซ์ส่วนใหญ่จะเป็นในทิศทางเชิงบวก ผู้จัดงานและเจ้าของงานจึงควรพยายามจัดงานเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมมากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ (สสปน., 2561)

2.4 ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพเศรษฐกิจ

ผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ หรือผลประโยชน์ทางการเงินของการจัดงาน กลายมาเป็นปัจจัยหลักที่ใช้เป็นแรงจูงใจให้เกิดการจัดงานไมซ์ การวัดผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจไม่เพียงแต่ทำให้หน่วยงานภาคเอกชน สามารถประเมินผลตอบแทนทางด้านเศรษฐกิจสำหรับการลงทุนแล้ว แต่ยังคงแสดงให้เห็นว่างานไมซ์สามารถสร้างผลประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจให้กับคนในท้องที่นั้น ๆ ผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจเป็นที่ต้องการมากที่สุดคือ อัตราการจ้างงานและการยกระดับมาตรฐานในการดำรงชีพ แต่ผลกระทบเชิงลบยังคงมีอยู่ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ผู้จัดงานและเจ้าของงานไมซ์ต้องให้ความสำคัญและหลีกเลี่ยงผลกระทบนี้ ได้แก่ ภาวะเงินเฟ้อ และการเก็งกำไรในอสังหาริมทรัพย์ (สสปน., 2561) อธิบายตามตารางที่ 2.3

ตารางที่ 2.3 ผลกระทบด้านเศรษฐกิจของการจัดงานไมซ์

ผลกระทบ	คำอธิบาย	ด้านบวกหรือด้านลบ
การจ้างงาน	การเชื่อมโยงทางสังคมในด้านทักษะโดยทำให้เกิดการจ้างงานของประชากรในท้องถิ่น รายได้จากงานไมซ์เป็นสิ่งที่ประชากรในท้องถิ่นต้องการมากที่สุดจากการจัดงาน	บวก
การยกระดับมาตรฐานในการดำรงชีพ	ระดับทักษะความสามารถที่เพิ่มมากขึ้นและอัตราการจ้างงานที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากการจัดงานไมซ์ทำให้ประชากรในท้องที่มีรายได้และสามารถส่งเสริมคุณภาพชีวิตของคนในท้องที่ได้มากขึ้น	บวก
ภาวะเงินเฟ้อ	งานไมซ์ที่มีความนิยมในกลุ่มผู้เข้าร่วมงานไมซ์ จะมีกำลังซื้อมากกว่า นักท่องเที่ยวทั่วไป อาจจะเป็นสาเหตุให้ราคาสินค้าในท้องที่มีราคาที่สูงขึ้นในช่วงระยะที่มีการจัดงาน	ลบ

ตารางที่ 2.3 (ต่อ)

ผลกระทบ	คำอธิบาย	ด้านบวกหรือด้านลบ
งานบริการ โรงแรม ร้านอาหาร	ด้วยลักษณะการจัดงานไมซ์อยู่ในรูปแบบออนไลน์ ส่งผลให้กลุ่มผู้เข้าร่วมงานไมซ์ขาดการเดินทางมายัง สถานที่การจัดงาน จึงไม่มีการจองที่พักของโรงแรมและร้านอาหารจึงทำให้ระบบเศรษฐกิจส่วนนี้ขาดหายไปจากระบบ	ลบ
การขนส่ง	เมื่องานไมซ์อยู่ในรูปแบบออนไลน์ส่งผลให้กลุ่มผู้เข้าร่วมงานไมซ์ไม่มีการเดินทางเกิดขึ้นการขนส่งทางบกและทางเครื่องบินจึงไม่มีการสัญจร หรือการคมนาคมของกลุ่มนักเดินทางไมซ์ทาให้การใช้จ่าย ระหว่างการเดินทางขาดหายไป	ลบ

ที่มา ; ผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจของการจัดงานไมซ์ (,สสปน.,2561)

เพราะฉะนั้น ผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจของงานไมซ์สามารถส่งผลกระทบได้ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ ดังนั้นหนึ่งในวัตถุประสงค์ของผู้จัดงานไมซ์หรือเจ้าของงานไมซ์ ควรหาวิธีการลดผลกระทบเชิงลบให้เหลือน้อยที่สุด หรือหลีกเลี่ยงไม่ให้เกิดผลกระทบเชิงลบทางด้านเศรษฐกิจ ทั้งยังสามารถเพิ่มผลลัพธ์ด้านบวกของงานไมซ์ให้กับชุมชนได้ (สสปน., 2561)

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทางด้าน อารีรัตน์ (2558) ได้ศึกษาความพร้อมทางการตลาดสำหรับธุรกิจการจัดประชุมเพื่อรองรับกลุ่มสมาคมอาเซียน ของอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของผู้จัดงานไมซ์ซึ่งคือกลุ่มผู้ประกอบการ โรงแรมและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการสถานที่ประชุม และผู้จัดร่วมงานไมซ์ซึ่งคือผู้จัดประชุมหรือเจ้าภาพ จัดงานและผู้เข้าร่วมงานไมซ์ประชุม ต่อความพร้อมของสภาพแวดล้อมทางการตลาดสำหรับธุรกิจจัดประชุมเพื่อรองรับสมาคมอาเซียน ของอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ไปสู่การนาเสนอแนวทางการพัฒนาการตลาดสำหรับธุรกิจจัดประชุม เพื่อรองรับสมาคมอาเซียนของอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ผลการศึกษาวิจัย

พบว่า ความพร้อมของสิ่งแวดล้อมภายนอก โดยข้อตกลงประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน 1 ใน 4 ด้าน ของการกำหนดยุทธศาสตร์ที่สำคัญต่อผู้เข้าร่วมงานไมซ์ และผู้จัดงานไมซ์มีความเห็นด้วยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ และสภาพแวดล้อมภายในโดยปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาด 8 P's โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ยกเว้นด้านราคาที่ผู้เข้าร่วมงานไมซ์และผู้จัดงานไมซ์มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้มีข้อเสนอแนะให้มีการจัดระเบียบและการควบคุมการจราจร การเดินทาง ที่จอดรถที่สะดวกและเป็นระเบียบ คือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในธุรกิจการจัดประชุม ควรจัดให้มีการฝึกอบรม สัมมนา บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม บริษัททัวร์ และประชาชนรอบพื้นที่ ทั้งนี้จากงานวิจัยดังกล่าวพบว่าไม่มีการเก็บข้อมูลด้านพฤติกรรมของผู้เข้าร่วมงานไมซ์ประชุมซึ่งเป็นเดินทางไมซ์

ด้าน ณัฐกานต์, พัชราภรณ์ และอรทัย (2560) ทำการศึกษาพื้นที่ สงขลาและวิเคราะห์ศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ เพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวจากความร่วมมือเศรษฐกิจสามฝ่าย อินโดนีเซีย-มาเลเซีย-ไทย ในประเทศไทย มีการพบว่า การพัฒนาด้านไมซ์เป็นส่วนสำคัญในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ที่สร้างงาน ยังมีการกระจายรายได้ไปยังกลุ่มธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยจังหวัดสงขลาเป็นศูนย์กลางด้านการค้า การลงทุน การบริการ และคมนาคม ที่สำคัญของภาคใต้ตอนล่าง อีกทั้งเป็นประตูเชื่อมโยงเศรษฐกิจกับประเทศเพื่อนบ้าน มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงต่อนักท่องเที่ยวทั้งในและ ต่างประเทศ โดยจังหวัดสงขลามีศักยภาพเป็นเมืองจุดหมายปลายทางของการจัดประชุม สัมมนา การจัดงาน แสดงสินค้า และงานไมซ์ ให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่ม IMT-GT โดยเฉพาะกลุ่ม 5 จังหวัดชายแดนใต้และประเทศมาเลเซีย เนื่องจากอำเภอหาดใหญ่มีสิ่งที่ค่อยให้ความสะดวกสบาย พร้อมมีศูนย์ประชุม และสถานที่จัดงาน ขนาดใหญ่ภายในโรงแรม มีผู้จัดงานที่มีศักยภาพ รวมถึงหาดใหญ่เป็นเมืองแห่งสีสัน มีกิจกรรมพิเศษ จึงเหมาะสมสำหรับการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ได้ตลอดทั้งปี

ทรงสิน (2562) ได้ทำการศึกษาแนวทางยกระดับสงขลาสู่การเป็นเมืองไมซ์ซิตี้ มีการกำหนดวัตถุประสงค์สำหรับการศึกษาโครงสร้างตลาดและโครงสร้างประชากร ขีดความสามารถในการรองรับเบื้องต้นของนักเดินทางไมซ์ในจังหวัดสงขลา เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์และจัดทำแนวทางยกระดับของจังหวัดสู่การเป็นเมืองไมซ์ซิตี้ มีการใช้หลักการวิจัยเชิงคุณภาพแบบการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จากจำนวนประชากรที่มีอยู่ในห่วงโซ่อุตสาหกรรมไมซ์ แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ (1) กลุ่มผู้ให้บริการ ได้แก่ หน่วยงานเจ้าของหรือผู้จัดการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา และ (2) กลุ่มผู้ใช้บริการประกอบด้วย ผู้ประกอบการ ผู้จัดการ หรือผู้ที่มีบทบาทในการประมูลหรือไปขอรับเป็นเจ้าภาพในการจัดงานไมซ์ มีผลสรุปในการวิจัยถึงสถานการณ์ของจังหวัดสงขลาเข้าสู่การเป็นเมืองไมซ์ซิตี้ ด้วยขีดความสามารถในการ

แข่งขันขับเคลื่อนเศรษฐกิจของเมือง กับการขยายตัวของความต้องการด้านบริการจัดการประชุมและนิทรรศการในระดับชาติและนานาชาติ ดังปรากฏให้เห็นชัดว่าจังหวัดสงขลาได้มีพัฒนาการด้านการยกระดับเมืองเพื่อเป็นหนึ่งในศูนย์กลางทางด้านการจัดประชุมและนิทรรศการระดับประเทศ โดยไม่เพียงแค่จังหวัดสงขลาได้กำหนดให้อุตสาหกรรมไมซ์ มีโอกาสสำหรับการเติบโตด้านการค้าและการลงทุน อันเป็นส่วนสำคัญในการเพิ่มมูลค่าและรายได้ให้แก่จังหวัด แต่ในด้านการขับเคลื่อนธุรกิจไมซ์ของสงขลาในระยะเวลา 2 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2561 - พ.ศ. 2562) ได้มีการสนับสนุนการทำงานให้เป็นรูปแบบนามธรรมอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งความได้เปรียบของจังหวัดเอง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องค่าใช้จ่ายในการจัดงานที่ไม่สูงมากนักเมื่อมีการเปรียบเทียบกับจังหวัดที่มีศักยภาพด้านไมซ์ซิตี้ สภาพภูมิอากาศที่เหมาะสม ทำเลที่ตั้งของจังหวัดด้านศูนย์กลางของการคมนาคม เศรษฐกิจ และการศึกษา รวมถึงภาพลักษณ์ของจังหวัดในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย จังหวัดสงขลาจึงเป็นเมืองหนึ่งที่มีความเหมาะสมต่อการยกระดับให้เข้าสู่เมืองไมซ์ซิตี้

ด้าน ปฏิพรรณ (2564) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันของผู้บริโภคในไมซ์เสมือนจริง ในวัตถุประสงค์ของงานวิจัยในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันของผู้บริโภค เพื่อเสนอแนะแนวทางการจัดงานไมซ์เสมือนจริงให้แก่องค์กร มีการเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 385 คน โดยมีการระบุกลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือบุคคลที่มีประสบการณ์ในการเข้าร่วมไมซ์เสมือนจริง และมีการเก็บแบบสอบถามผ่านระบบออนไลน์ ได้มีการวิเคราะห์ถึงการรับรู้ภาวะวิกฤตการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 และการรับรู้ของบุคคลอื่น ในฐานะตัวแปรกำกับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพัน และความผูกพันในงานไมซ์เสมือนจริง โดยการรับรู้ภาวะวิกฤตการแพร่ระบาดของไวรัสนั้นมีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ได้แก่ การหลีกหนีและความชื่นชอบ ความเข้มข้นของสื่อและความตั้งใจเข้าร่วมในอนาคต ความเกี่ยวพันและการบอกต่อ เมื่อผู้เข้าร่วมงานไมซ์รับทราบถึงภาวการณ์แพร่ระบาดของไวรัส ในระดับสูงระดับความแรงของอิทธิพลการหลีกหนี ที่มีต่อความชื่นชอบกลับลดลงเมื่อมีการเปรียบเทียบกับการรับรู้ภาวะวิกฤตระดับต่ำ เช่นเดียวกับความแรงของอิทธิพลความเข้มข้นของสื่อที่มีต่อความตั้งใจเข้าร่วมงานในอนาคตก็จะลดลงเช่นกัน จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าเมื่อมีการรับรู้ถึงสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ก็จะส่งผลต่อความคิดและพฤติกรรมของผู้เข้าร่วมงานไมซ์ และจะพบได้ว่าเมื่อเกิดการแพร่ระบาดของไวรัส ในบ้างพื้นที่จริงก็ไม่สามารถจัดงานขึ้นได้ ผู้เข้าร่วมงานไมซ์อาจจะมองว่าเป็นภาวะจำเป็นที่ต้องเข้าร่วมงานแบบออนไลน์แทน ประกอบกับการทำกิจกรรมต่างๆเช่น การทำงานหรือการเรียนก็ต้องเป็นแบบออนไลน์มากขึ้น จนเกิดเป็นความเคยชินในการอยู่บนโลกออนไลน์ ดังนั้นปัจจัยด้านการหลีกเลี่ยงและความเข้มข้นของสื่อจึงมีอิทธิพลต่อความผูกพันน้อยกว่าเมื่อเทียบกับภาวะปกติ ในทางกลับกัน

เมื่อผู้เข้าร่วมงานไมซ์มีการรับรู้ถึงการแพร่ระบาดของไวรัส จะส่งผลให้ผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบเสมือนจริงเป็นทางออกที่เหมาะสมกับสถานการณ์ ที่สามารถทดแทนความต้องการเข้าร่วมไมซ์ตามปกติได้

ทางด้าน Maria, Carlos & Sandro (2018) มีการศึกษาเรื่อง Virtual and Face-To-Face Academic Conferences: Comparison and Potentials. มีการศึกษาบนพื้นฐานของบริบทที่จะวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบของการงานไมซ์ทั้งแบบเผชิญหน้าและงานไมซ์แบบดิจิทัลตามวัตถุประสงค์ความแตกต่างที่ทางด้านศักยภาพและข้อจำกัดของทางผู้จัดงาน ที่มีความท้าทายที่จะต้องเผชิญในอนาคต หากมีการจัดงานการไมซ์ทั้งสองแบบ ได้มีการตั้งสันนิษฐานในงานวิจัยไว้ว่า การปรับพฤติกรรมการจัดงานไมซ์แบบภาพเสมือนจริง (Digital MICE Events) นั้นต้องอาศัยกระบวนการชดเชยระหว่าง คุณสมบัติของสื่อทางกายภาพและความเข้มข้นของการสื่อสาร ที่แสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมการปรับตัวตามข้อจำกัดความเข้มข้นของการสื่อสารระดับสูงที่กว่าความสมบูรณ์ของสื่อทางกายภาพในระดับต่ำ แต่ในทางกลับกันจะแสดงอย่างสม่ำเสมอโดยมากกว่าครึ่งหนึ่งของกลุ่มตัวอย่าง นอกจากนี้ยังแสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมการปรับตัวส่วนใหญ่ สามารถมองเห็นได้ว่ามีความเข้มข้นของการสื่อสารสูงกว่าระดับความสมบูรณ์ของสื่อทางกายภาพต่ำ นักออกแบบการประชุมออนไลน์สามารถเผชิญกับความท้าทายบางประการในการสนับสนุนปฏิสัมพันธ์แบบไม่เป็นทางการและทางสังคมระหว่างผู้เข้าร่วมงานไมซ์ อย่างไรก็ตามรูปแบบของปฏิสัมพันธ์เหล่านี้อาจมีความสำคัญต่อการพัฒนาความปลอดภัยและความไว้วางใจ ที่จำเป็นสำหรับการมีส่วนร่วมอย่างมีประสิทธิภาพในกิจกรรมงานไมซ์ที่เป็นทางการตลอดจนการสร้างความสัมพันธ์ทางวิชาชีพที่ยาวนานขึ้นกว่าการประชุมไมซ์แบบเผชิญหน้า พารามิเตอร์การออกแบบทางสังคมสำหรับผู้จัดการงานไมซ์ ได้แก่ ความรู้ที่เกี่ยวข้องระยะเวลาของการจัดไมซ์ และผลลัพธ์การ การเรียนรู้จากการประเมินมีสามประเด็นหลัก (1) จำเป็นต้องมีนักพัฒนาฝึกฝนเพื่อเข้าใจทักษะในเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่การจัดงานไมซ์แบบภาพเสมือนจริง (2) ความจำเป็นในการใช้พื้นที่การจัดงานไมซ์แบบภาพเสมือนจริงเป็นอีกวิธีหนึ่งในการสร้างพื้นที่สร้างสรรค์และการสื่อสารสำหรับกิจกรรมพัฒนาการเรียนรู้และฝึกฝนอย่างกระตือรือร้น (3) สุดท้ายคือการสำรวจเพิ่มเติมเกี่ยวกับศักยภาพที่การมีส่วนร่วมสำหรับการจัดงานไมซ์แบบภาพเสมือนจริงระหว่างประเทศได้เผชิญหน้ากับการมีส่วนร่วมในระดับชาติหรือระดับนานาชาติ งานวิจัยนี้ได้หาผ่านการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบของงานไมซ์ทางวิชาการหลายรูปแบบ โดยระบุข้อดีหรือข้อจำกัดทางศักยภาพ

ทางด้าน Sandra, João & Faizan (2019) ได้ทำการศึกษาเรื่อง 20 Years Of Research On Virtual Reality And Augmented Reality In Tourism Context: A Text-Mining

Approach ได้มีใจความสำคัญในการศึกษาเกี่ยวกับ เทคโนโลยีงานไมซ์แบบดิจิทัล (VR) และ งานไมซ์แบบเผชิญหน้า(AR) ที่ทำให้ผู้จัดงานไมซ์สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้เข้าร่วมงานไมซ์เป็นที่น่าจดจำ โดยใช้รูปแบบงานไมซ์แบบดิจิทัล หรือสภาพแวดล้อมเสมือนจริงที่มีความน่าสนใจ กล่าวคือ การใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่กำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบัน และมีการเปลี่ยนแปลงวิธีที่ผู้จัดงานไมซ์สามารถกระตุ้นกลุ่มผู้เข้าร่วมงานไมซ์หรือกลุ่มนักเดินทางไมซ์เกิดความประทับใจในการเข้าร่วมงานไมซ์ทั้งก่อนและหลังการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล จะมีการใช้เทคนิคการผสมผสานระหว่างงานไมซ์แบบดิจิทัล (VR) ผสมเข้ากับการจัดงานไมซ์แบบเผชิญหน้า (AR) ที่ผ่านการปรับปรุงระบบและมีการพัฒนามาให้อยู่ในรูปแบบ 3 มิติ (3D) ด้วยทางด้านเทคนิคที่เกี่ยวข้องกับ เทคโนโลยีงานไมซ์แบบดิจิทัล และ เทคโนโลยีงานไมซ์แบบเผชิญหน้า ที่กำลังพัฒนาและสร้างโอกาสอันมีค่าสำหรับการงานไมซ์แบบดิจิทัล ที่ถูกนำไปใช้ในการวางแผนจัดการส่งเสริมให้ความรู้ และสร้างหรือเปลี่ยนแปลงประสบการณ์งานไมซ์ ความคล่องตัวในงานไมซ์และเทคโนโลยีใหม่ ๆ เช่น เทคโนโลยีงานไมซ์แบบดิจิทัล และ เทคโนโลยีงานไมซ์แบบเผชิญหน้า กำลังเป็นที่สนใจสำหรับนักวิจัยด้านไมซ์ การเคลื่อนย้ายเกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวของนักเดินทางไมซ์ และการเคลื่อนย้ายของวัสดุและสิ่งของต่างๆ กระบวนการนี้เกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยีสำหรับสถานที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ และอาจสร้างปัญหาที่ยั่งยืนซึ่งเป็นผลมาจากผู้คนจำนวนมากในการเคลื่อนย้ายงานไมซ์แบบดิจิทัล สามารถมีส่วนช่วยในการหลีกเลี่ยงการเคลื่อนไหวเหล่านี้ และช่วยให้ผู้เข้าร่วมงานไมซ์มีประสบการณ์เสมือนจริง โดยไม่ต้องอยู่ในสถานที่จริง ผู้จัดงานไมซ์อาจจะสร้างสภาพแวดล้อมที่สามารถศึกษาปรากฏการณ์หลายความรู้สึกได้ แทนที่จะกระตุ้นอารมณ์ในการสำรวจ เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัล ช่วยให้ผู้เข้าร่วมงานไมซ์จมอยู่กับสถานการณ์ การรวบรวมข้อมูลเป็นข้อดีอีกประการหนึ่ง ผู้จัดงานไมซ์อาจใช้เทคโนโลยีเพื่อรับข้อมูลโดยอัตโนมัติและสามารถมองเห็นสิ่งที่ค้นพบได้ในแบบเรียลไทม์ ผู้เข้าร่วมงานไมซ์ อาจอยู่ในประเทศต่างๆและมีประสบการณ์เดียวกัน ในเวลาเดียวกันซึ่งสามารถลดปัญหาการสุ่มตัวอย่างแบบไม่เป็นตัวแทนได้ ผู้คนหลายคนสามารถโต้ตอบอยู่ในเครือข่ายและแบ่งปันงานในสิ่งเร้าใหม่ๆ ที่สร้างโดยเทคโนโลยีงานไมซ์แบบดิจิทัลและเทคโนโลยีงานไมซ์แบบเผชิญหน้า ซึ่งให้โอกาสใหม่ๆ ในยุคปัจจุบัน

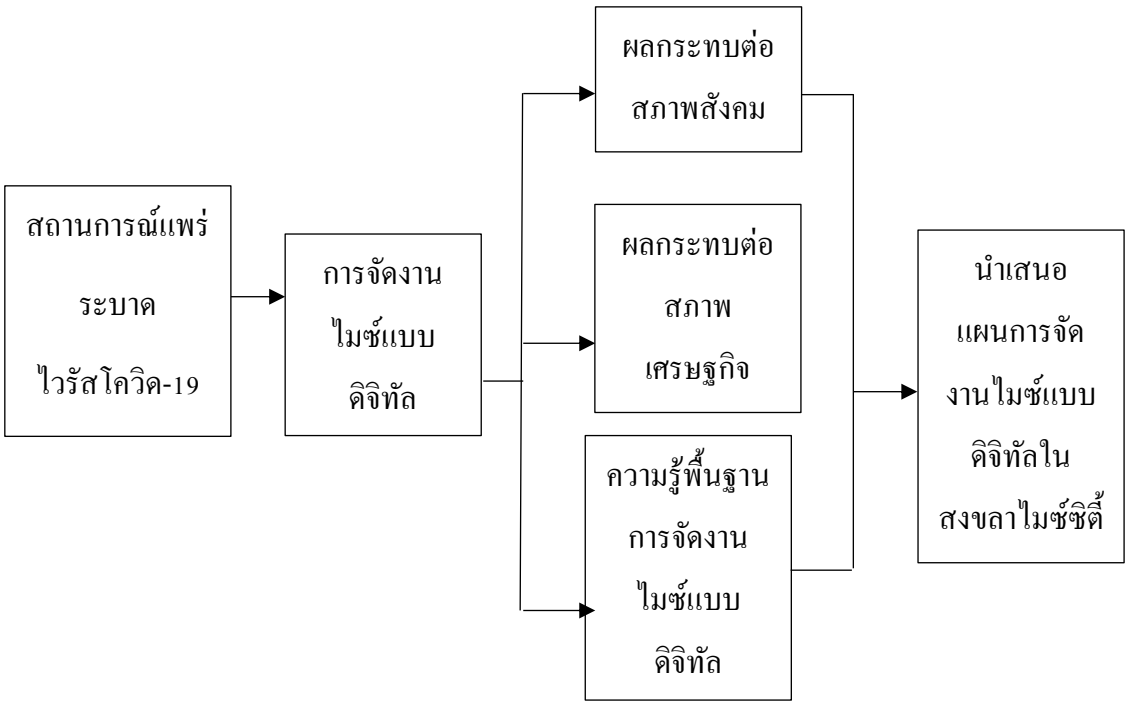
ทางด้าน Oliver (2020) มีการศึกษาเรื่อง Virtual Conferences : The Next Big Thing Or A Temporary Emergency Measure เป็นงานวิจัยที่ได้สรุปเกี่ยวกับข้อดี ข้อเสียและความท้าทายที่มาพร้อมกับการจัดงานไมซ์แบบภาพเสมือนจริง (Digital MICE Events) จากมุมมองของผู้เข้าร่วมงานไมซ์ ที่รวบรวมจากการสัมภาษณ์และความคิดเห็นส่วนตัวจากประสบการณ์เข้า

ร่วมงานไมซ์ ที่มีความคิดเห็นแตกต่างกัน ได้มีการวิเคราะห์ความท้าทายในกระบวนการจัดงานไมซ์เอาไว้ทั้งสิ้น 3 ด้าน ได้แก่ (1) ความท้าทายทางเทคนิคที่จัดงานไมซ์แบบภาพเสมือนจริง คือวิธีจัดระเบียบการนำเสนอวิดีโอ ทั้งในเวิร์คช็อปขนาดเล็กและขนาดใหญ่ งานไมซ์แบบดิจิทัลถูกใช้เพื่อจัดการด้วยระบบเทคโนโลยีต่างๆสำหรับการจัดงานไมซ์ที่ครอบคลุมในกระบวนการดำเนินงานตามขั้นตอนต่างๆ (2) ความท้าทายด้านเทคนิคของผู้เข้าร่วมงานไมซ์ คือ การเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตของตนเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับผู้คนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ชนบท มีการเชื่อมต่อของสัญญาณที่ไม่ดีหนัก สำหรับผู้นำเสนอปัญหาเพิ่มขึ้นเมื่อแชร์หน้าจอ ซึ่งจำเป็นต้องใช้คอมพิวเตอร์หรืออุปกรณ์เทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพเพียงพอ โดยรวมแล้วปัญหานี้เป็นปัญหาในช่วงที่ทำงานในพื้นที่ของผู้ร่วมงาน แต่ควรมีความสำคัญเล็กน้อยเมื่อผู้คนสามารถเข้าเรียนในมหาวิทยาลัยหรือที่ทำงานได้ซึ่งตามปกติแล้วจะมีการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตและอุปกรณ์ที่มีคุณภาพสูงกว่านี้ได้ (3) มีความท้าทายขององค์กรมีมากมาย ที่ผู้เข้าร่วมงานไมซ์หลายคนได้รับทราบเพียงแค่สัมผัสของกิจกรรมภายในงาน การระบาดของของไวรัสที่มีการแพร่อย่างหนักและรวดเร็ว บังคับให้ผู้จัดงานไมซ์ ต้องหาทางเลือกอื่นและจัดการกับสถานที่จัดงานไมซ์ ผู้จัดงานและองค์กรอื่น ๆ อีกมากมายที่กำลังจัดงานไมซ์ แต่ที่สุดการแก้ปัญหาการสื่อสาร การดำเนินการที่รวดเร็ว และยอดเยี่ยมพูดถึงความทุ่มเทของผู้จัดงานไมซ์ซึ่งทำให้งานไมซ์แบบดิจิทัล ประสบความสำเร็จอย่างสูง

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปได้ว่า การศึกษาผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพเศรษฐกิจและสังคมของสงขลาไมซ์ซิตี้ในสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโควิด -19 ในขณะที่จังหวัดสงขลาได้จัดตั้งให้เป็นเมืองไมซ์ซิตี้ ด้วยขีดความสามารถในการแข่งขันขับเคลื่อนเศรษฐกิจของเมือง กับการขยายตัวของความต้องการด้านบริการจัดการประชุมและนิทรรศการในระดับชาติและนานาชาติ ดังปรากฏให้เห็นชัดว่าจังหวัดสงขลาได้มีพัฒนาการด้านการยกระดับเมืองเพื่อเป็นหนึ่งในศูนย์กลางทางด้านการจัดประชุมและนิทรรศการระดับประเทศของภาคใต้ แต่ด้วยสถานการณ์ในปัจจุบันมีการแพร่ระบาดของไวรัส โควิด-19 มีอัตราการเพื่อขึ้นอย่างต่อเนื่อง ถึงแม้ว่าจะมีมาตรการควบคุมโรคที่ออกมาโดยภาครัฐบาลแล้วก็ตามก็ยังคงมีความรุนแรงอยู่อย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ผู้จัดงานไหมต้องมีการปรับตัว เพื่อความอยู่รอดของธุรกิจไมซ์ โดยอาศัยช่องทางด้านเทคโนโลยีมาผสมผสานสำหรับการจัดงานไมซ์ แต่ถึงกระนั้นยังคงมีข้อจำกัดที่ทำให้นักวิจัยทางด้านไมซ์ ต้องเข้ามาศึกษาถึงข้อจำกัดทางด้านการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลเกิดประสิทธิภาพมากขึ้น โดยข้อจำกัดในการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลนั้น ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นเรื่อง การส่งสัญญาณให้เข้าถึงกลุ่มผู้เข้าร่วมงานไมซ์ที่ล่าช้า ในการรับส่งข้อมูลจากผู้จัดงาน

ไปยังผู้เข้าร่วมงานไมซ์ กระบวนการนี้เกี่ยวข้องกับการใช้เทคโนโลยี สำหรับสถานที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ และอาจสร้างปัญหาที่ยั่งยืน ซึ่งเป็นผลมาจากผู้คนจำนวนมากในการเคลื่อนย้ายงานไมซ์แบบดิจิทัล สามารถมีส่วนช่วยในการหลีกเลี่ยงการเคลื่อนไหวเหล่านี้ และให้ผู้เข้าร่วมงานไมซ์มีประสบการณ์เสมือนจริง โดยไม่ต้องอยู่ในสถานที่จริง ผู้จัดงานไมซ์อาจจะสร้างสภาพแวดล้อมที่สามารถศึกษาปรากฏการณ์หลายความรู้สึกได้ แทนที่จะกระตุ้นอารมณ์ในการสำรวจ เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้เข้าร่วมงานไมซ์ ช่วยให้ผู้เข้าร่วมงานไมซ์จมอยู่กับสถานการณ์ภายในงาน ซึ่งเป็นข้อดีอีกประการหนึ่งในการศึกษาครั้งนี้ และเจ้าของงานกับผู้จัดงานไมซ์ เป็นผู้สร้างรายได้ให้กับการจัดงานไมซ์ จึงเป็นกลุ่มสำคัญในการดำเนินงานในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของไวรัส โควิด-19 ในขณะนี้ และยังมีการศึกษาความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์ของเจ้าของงานและผู้จัดงานไมซ์เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพของงานไมซ์มากขึ้น และยังช่วยหาแนวทางในการลดผลกระทบเชิงลบ ที่เกิดขึ้นในขณะที่มีการจัดงานไมซ์ต่อสภาพเศรษฐกิจและสังคม ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้าและทบทวนวิจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับประเด็นดังกล่าว โดยเฉพาะงานวิจัยที่ได้รับการตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ พบว่างานวิจัยทั้งในและต่างประเทศที่ทำการศึกษาเรื่องนี้ยังมีค่อนข้างน้อย จึงเปิดโอกาสที่ผู้วิจัยจะได้ทำการศึกษาในประเด็นค่อนข้างใหม่เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ต่อไปในอนาคต

2.6 กรอบแนวความคิด



จากกรอบแนวความคิด ทางผู้วิจัยสามารถอธิบายถึงการศึกษาครั้งนี้ได้ว่า จัดงานไมซ์แบบดิจิทัลในช่วงระยะเวลาของการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 นั้นจะมีผลกระทบต่อสภาพสังคมและเศรษฐกิจอย่างไรบ้าง เพื่อนำความรู้พื้นฐานของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลเข้ามานำเสนอแผนเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนางานไมซ์แบบดิจิทัลของจังหวัดสงขลาให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

บทที่ 3

วิธีการศึกษา

การศึกษา เรื่อง “การศึกษาผลกระทบของสังคมและเศรษฐกิจของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลของสงขลาไมซ์ซิตี้ในสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19” เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน(Mixed Methods) จะประกอบด้วย การวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการศึกษาในประเด็นต่างๆดังนี้

3.1 ประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

3.2 แบบแผนการวิจัย

3.3 เครื่องมือในการวิจัย

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล วิธีทางสถิติ

3.1 ประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาจากประชากรแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

1. เจ้าของงานไมซ์และผู้จัดงานไมซ์ภายในพื้นที่จังหวัดสงขลา
2. กลุ่มตัวอย่างผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลภายในพื้นที่จังหวัดสงขลา

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

3.1.2.1การวิจัยเชิงคุณภาพเนื่องจากการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบการศึกษาเพื่อคุณสมบัติตามลักษณะความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ในการจัดงานไมซ์เป็นเกณฑ์ในการคัดเลือกในการสัมภาษณ์ ทั้งนี้นักวิชาการวิจัยเชิงคุณภาพได้เสนอขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงคุณภาพไว้ซึ่งมีความแตกต่างกันไปดัง**ตารางที่ 3.1** ซึ่งแบ่งตามกลุ่มยุทธศาสตร์การวิจัยเชิงคุณภาพ 5 กลุ่มตาม Creswell (2013) จัดไว้ดังนี้

ตารางที่ 3.1 ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เสนอโดยนักวิชาการวิจัยเชิงคุณภาพตามยุทธศาสตร์การวิจัย 5 แบบ

ยุทธศาสตร์การวิจัย	นักวิชาการผู้เสนอ	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง	หมายเหตุ
1. การศึกษาชีวประวัติ/บรรยาย (Biography/Narrative)	Creswell, 2013	1	
2. การศึกษาปรากฏการณ์ (Phenomenology)	Denzin and Lincoln, 1994, cited in B. Marshall et al.,2013	ประมาณ 6	
	Kuzel, 1999, Cited in B. Marshall et al.,2013	6-8	
	Morse, 2000, Cited in B. Marshall et al.,2013	6-10	
	Creswell, 1998, Moser & Korstjens, 2018	ประมาณ 10	
การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎี (Grounded Theory)	Creswell, 1998, Moser & Korstjens, 2018; Morse, 2000, Cited in B. Marshall et al.,2013	20-30	
	Creswell, 2007, 2013	20-60	
	Denzin and Lincoln, 2005	30-50	
	Morse, 1994, Cited in B. Marshall et al.,2013	30-50	สัมภาษณ์หรือสังเกต
4. การศึกษาวัฒนธรรม (Ethnography)	Moser & Korstjens, 2018	25-50	

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

ยุทธศาสตร์การวิจัย	นักวิชาการผู้เสนอ	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง	หมายเหตุ
5. การศึกษาแบบกรณีศึกษา (Case Study)	Yin, Cited in B. Marshall et al.,2013 Creswell, 2007	แหล่งข้อมูลอย่างน้อย 6 4 หรือ 5 กรณี สัมภาษณ์ 3-5 ครั้งต่อกรณี	

ที่มา : ดัดแปลงมาจาก Creswell (1998, 2007, 2013) ; Marshall et al. (2013); Moser & Korstjens (2018)

จากตารางที่ 3.1 นักวิชาการเชิงคุณภาพได้เสนอขนาดกลุ่มตัวอย่างตามยุทธศาสตร์การวิจัยเชิงคุณภาพแบบต่างๆไว้แตกต่างกัน จึงมีผลทำให้ทางผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่าง จากเรื่องที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาซึ่งเป็นกรณีที่ 5 การศึกษาแบบกรณีศึกษา (Case-Study) (Creswell, 2013) เป็นการศึกษาปรากฏการณ์จากมุมมอง และการให้ความหมายของคนจากปรากฏการณ์ นำข้อมูลที่ได้มาสร้างมโนทัศน์(Concept) และหาความเชื่อมโยงจากมโนทัศน์ต่างๆให้ได้ข้อสรุปเชิงทฤษฎีสำหรับอธิบายและทำความเข้าใจปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น (ชาย, 2552) ที่มีการเก็บแหล่งข้อมูลอย่างน้อย 40 กลุ่มประชากรออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

(1) เจ้าของงานไมซ์ในพื้นที่จังหวัดสงขลา จำนวน 20 ราย

(2) ผู้จัดงานไมซ์ในพื้นที่จังหวัดสงขลา จำนวน 20 ราย

3.1.2.2 เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรของผู้เข้าร่วมงานไมซ์ที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการคำนวณจากสูตรซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรของ W.G Cochran (ณัฐพล, 2555) โดยกำหนดค่าระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ซึ่งสามารถคำนวณจำนวนกลุ่มตัวอย่างสำหรับการสำรวจได้ดังนี้

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

แทนค่า n = จำนวนกลุ่มตัวอย่างเพื่อใช้ในการสำรวจ

P = สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยกำลังสุ่ม มีค่าเท่ากับ 0.5

Z = ระดับนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งในกรณีนี้มีค่าเท่ากับ 1.96 เนื่องจากกำหนดค่าระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และกำหนดระดับความคลาดเคลื่อนที่ร้อยละ 5

d = สัดส่วนความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ โดยสอดคล้องกับค่าระดับความมั่นใจ ในที่นี้ ค่าสัดส่วนความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้มีค่าเท่ากับ 0.05

แทนค่าสูตรได้ดังต่อไปนี้

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

$$n = 384.16$$

จะได้ $n \cong 385$คน

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงต้องทำการเก็บรวบรวมข้อมูลของผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัล จำนวน 385 คน ภายในพื้นที่จังหวัดสงขลา

3.2 แบบแผนการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) ประกอบด้วยการ การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณเพื่อใช้ในการศึกษาผลกระทบสังคมและเศรษฐกิจของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล และความรู้พื้นฐานของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล สำหรับเจ้าของงานไมซ์ ผู้จัดงานไมซ์ รวมถึงผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัล และการวิจัยเชิงคุณภาพใช้วิธีแบบการสัมภาษณ์ ปรากฏการณ์วิทยาที่อาศัยแนวคิดและโลกทัศน์ที่ให้บุคคลอธิบายเรื่องราวที่ตนเองได้มีประสบการณ์มาแล้วนั้นนำมาอภิปายผล โดยมีฐานความคิดว่ามนุษย์จะรู้ดีในสิ่งที่ตนเองประสบพบเจอมา (เกิดศิริ, นุชเนตร และสันติธร, 2563) โดยสรุปขั้นตอนการวิจัยดังนี้

3.2.1 การวิจัยเชิงปริมาณ

1. เก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณเพื่อใช้ในการศึกษาผลกระทบของการจัดการงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพเศรษฐกิจและสังคมที่มาจากความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลและพฤติกรรมในการตัดสินใจของผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลจำนวน 385 คน ซึ่งจะได้ที่มาของกลุ่มตัวอย่างมาจากสมาชิกที่เคยลงทะเบียนเข้าร่วมงานไมซ์กับทางผู้จัดงานและเจ้าของงานไมซ์ของงานไมซ์ก่อนหน้านี้ และมีการส่งแบบสอบถามแบบทางออนไลน์

2. ใช้การสำรวจด้วยแบบสอบถามที่สามารถนำมาตีค่าการวัดเป็นตัวเลขได้ แล้วนำไปวิเคราะห์และสรุปผลข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3.2.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ

ศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับ แนวคิด ทฤษฎี เนื้อหา จากเอกสารทางวิชาการ ตำรา วารสาร บทความทางวิชาการที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ และทำการสัมภาษณ์เจ้าของงานไมซ์และผู้จัดงานไมซ์ภายในพื้นที่จังหวัดสงขลาจำนวน 40 ราย โดยสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว (Face-to-Face) ใช้วิธีการสัมภาษณ์ การณ์สังเกตการณ์และการทำแบบสอบถาม จากนั้นนำมาบันทึกข้อมูลในการวิจัย

3.3 เครื่องมือในการวิจัย

3.3.1 การสร้างเครื่องมือและคุณภาพเครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้สำหรับงานวิจัยในครั้งนี้จะมีด้วยกัน 2 แบบ คือ แบบเชิงคุณภาพและแบบเชิงปริมาณ ซึ่งที่สองแบบนั้นจะมีการใช้งานที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับประเภทของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้จะมีการแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่มคือ (1) เจ้าของงานกับผู้จัดงานไมซ์ (2) ผู้เข้าร่วมงานไมซ์ จะมีการแบบเครื่องมือดังต่อไปนี้

3.3.1.2 เชิงปริมาณของเจ้าของงานไมซ์ ผู้จัดงานไมซ์ และผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัล

(1) แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย สร้างขึ้นเพื่อศึกษากรอบแนวความคิด และการทบทวนวรรณกรรม จากผลงานทางวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มีการเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วน มีรายละเอียดที่แสดงตามตารางที่ 3.2 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3.2 การเก็บข้อมูลสำหรับงานวิจัยของผู้จัดงาน เจ้าของงานไมซ์ และผู้เข้าร่วมงานไมซ์

ส่วนที่	ข้อมูล	สถิติที่นำมาใช้
1	ประชากรศาสตร์	นามบัญญัติ (Nominal Scale และเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
2	ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับงานไมซ์แบบดิจิทัล	แบบทดสอบแบบเลือกตอบ (Dichotomous Questions)
3	ผลกระทบต่อสภาพเศรษฐกิจและสังคม	อันตรภาคชั้น (Interval scale)

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบคำถามแบบสอบถาม เพื่อเก็บข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้จัดงานไมซ์เจ้าของงานไมซ์ และผู้เข้าร่วมงานไมซ์โดยมีลักษณะของคำถามมีทั้งแบบเลือกตอบและระบุคำตอบ ประกอบด้วย 6 ข้อ โดยมีตัวแปรตามมาตรวัด ได้ที่แสดงไว้ในตารางที่ 3.3

ตารางที่ 3.3 ตัวแปรและเกณฑ์การแบ่งกลุ่มสำหรับข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้จัดงานไมซ์และเจ้าของงานไมซ์

ตัวแปร	ระดับการวัด	เกณฑ์การแบ่งกลุ่ม
1.เพศ	นามบัญญัติ (Nominal Scale)	1 = ชาย 2 = หญิง
2.อายุ	อัตราส่วน (Ratio Scale)	ระบุอายุ.....ปี
3.รายได้	เรียงลำดับ (Ordinal Scale)	1= น้อยกว่า 15,000 2= 15,001 – 20,000 3= 20,001 - 25,000 4= 25,001 – 30,000 5= 30,001 – 35,000 6=มากกว่า 35,001
4.หน่วยงาน	นามบัญญัติ (Nominal Scale)	1=หน่วยงานภาครัฐ 2=หน่วยงานภาคเอกชน
5.ตำแหน่ง	นามบัญญัติ (Nominal Scale)	ระบุตำแหน่งงาน.....
6.ประสบการณ์ในการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล	เรียงลำดับ (Ordinal scale)	- ในปี 2563 มีการจัดงานแบบออนไลน์จำนวน……. ครั้ง - ในปี 2564 มีการจัดงานแบบออนไลน์จำนวน……. ครั้ง

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถาม ความรู้พื้นฐานของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล ของผู้จัดงาน เจ้าของงานไมซ์และผู้เข้าร่วมงานไมซ์ ซึ่งมีคำถามจำนวน 12 ข้อ โดยสามารถแสดงตัวแปรตามมาตรวัด ได้ที่แสดงไว้ในตารางที่ 3.4

ตารางที่ 3.4 ตัวแปรวัดความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์ ของเจ้าของงานไมซ์ ผู้จัดงานไมซ์ และผู้เข้าร่วมงานไมซ์

ตัวแปร	ระดับการวัด	เกณฑ์การแบ่งกลุ่ม
1.ความรู้เกี่ยวกับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล	แบบทดสอบแบบเลือกตอบ (Dichotomous Questions)	1 = ถูก 2 = ผิด

แบบสอบถามความรู้เรื่องเกี่ยวกับความรู้พื้นฐานในการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลของเจ้าของงานไมซ์ ผู้จัดงานไมซ์ และผู้เข้าร่วมงานไมซ์วัดโดยใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยดัดแปลงมาจากแบบวัดของ แบบสอบถามแบบปลายปิด ซึ่งพัฒนา สมบัติ (2559) จำนวน 12 ข้อประกอบด้วยเกี่ยวกับความรู้พื้นฐานในการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลของเจ้าของงานไมซ์และ ผู้จัดงานไมซ์ลักษณะการวัดให้เลือกตอบ ถูกหรือผิด ช่วงคะแนนอยู่ระหว่าง 0 – 12

เกณฑ์การให้คะแนนและประเมินผล

ถูก ได้ 1 คะแนน

ผิด ได้ 0 คะแนน

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับ ความคิดเห็นด้านผลกระทบต่อสภาพเศรษฐกิจและสังคมในช่วงที่มีการจัดงานไมซ์ ของผู้จัดงานและเจ้าของงานไมซ์ ซึ่งมีคำถามจำนวน 10 ข้อ โดยสามารถแบ่งการสำรวจออกเป็น 2 หัวข้อ คือ |(1) ความคิดเห็นด้านผลกระทบต่อสภาพเศรษฐกิจในช่วงที่มีการจัดงานไมซ์ (2) ความคิดเห็นทางด้านผลกระทบของสังคมในช่วงที่มีการจัดงานไมซ์ ซึ่งแสดงตัวแปรตามมาตรวัด ได้ที่แสดงในตารางที่ 3.5

ตารางที่ 3.5 ตัวแปรการประเมินความคิดเห็นด้านผลกระทบต่อสภาพเศรษฐกิจและสังคมในช่วงที่มีการจัดงานไมซ์ ของผู้จัดงาน เจ้าของงานไมซ์และผู้เข้าร่วมงานไมซ์

ตัวแปร	ระดับการวัด	เกณฑ์การแบ่งกลุ่ม
1.ความคิดเห็นด้านผลกระทบต่อสภาพเศรษฐกิจในช่วงที่มีการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล (TECB, 2018)	อันตรภาคชั้น (Interval scale)	5 = เห็นด้วยมากที่สุด 4 = เห็นด้วยน้อยที่สุด 3 = เห็นด้วย 2 = เห็นด้วยน้อย 1 =เห็นด้วยน้อยที่สุด

ตารางที่ 3.5 (ต่อ)

ตัวแปร	ระดับการวัด	เกณฑ์การแบ่งกลุ่ม
2. ความคิดเห็นทางด้านผลกระทบของสังคมในช่วงที่มีการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล (TECB, 2018)	อันตรภาคชั้น (Interval scale)	5 = เห็นด้วยมากที่สุด 4 = เห็นด้วยน้อยที่สุด 3 = เห็นด้วย 2 = เห็นด้วยน้อย 1 =เห็นด้วยน้อยที่สุด

ในส่วนที่ 3 ของแบบสอบถาม เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ ตามมาตราวัดแบบลิเคิร์ท (Likert's scale) (พัชรนินท์ และศศิธร, 2559) ในการวิเคราะห์แนวทางการศึกษาสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ที่ส่งผลกระทบต่อการจัดงานไมซ์ และความคิดเห็นด้านผลกระทบต่อสภาพเศรษฐกิจและสังคมในช่วงที่มีการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล ของผู้จัดงานไมซ์ เจ้าของงานไมซ์ และผู้เข้าร่วมงานไมซ์ โดยมีการให้คะแนนดังนี้

5	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
4	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
3	หมายถึง	เห็นด้วย
2	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
1	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

การให้คะแนนค่าเฉลี่ย แปรผลด้วยสูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ดังนี้

$$\text{ความกว้างของเกณฑ์คะแนน} = \frac{\text{เห็นด้วยมากที่สุด} - \text{เห็นด้วยน้อยที่สุด}}{\text{จำนวนระดับ}}$$

$$= \frac{5-1}{5}$$

$$= 0.8$$

ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนในการแปลผลลำดับคะแนน ดังตารางที่ 3.6 ต่อไปนี้

ตารางที่ 3.6 การแปลผลคะแนนมาตรวัดลิเคิร์ท

ความหมาย	ค่าเฉลี่ย
เห็นด้วยมากที่สุด	4.21 – 5.00
เห็นด้วยมาก	3.41 – 4.20
เห็นด้วยปานกลาง	2.61 – 3.40
เห็นด้วยน้อย	1.81 – 2.60
เห็นด้วยน้อยที่สุด	1.00 – 1.80

ที่มา : พัชรนินท์ และศศิธร, 2559

ตารางที่ 3.7 เกณฑ์การแปลผล

คะแนนเฉลี่ย	แปลความหมาย
4.21-5.00	มากที่สุด
3.41-4.20	มาก
1.81-2.60	ปานกลาง
1.00-1.80	น้อย
0-1.79	น้อยที่สุด

ที่มา : ความกว้างของอัตราภาคชั้นของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.8 ซึ่งได้ค่ามาจากการคำนวณโดยใช้สมการทางคณิตศาสตร์ดังนี้ (ดัดแปลงมาจาก ชัชวาลย์, 2569, หน้า 15)

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$= \frac{5-1}{5}$$

$$= 0.8$$

ส่วนที่ 5 การให้คะแนนการแปลผลวัดเกณฑ์ ความรู้เรื่องเกี่ยวกับความรู้พื้นฐานในการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลของเจ้าของงานไมซ์ ผู้จัดงานไมซ์ และผู้เข้าร่วมงานไมซ์วัดโดยใช้วิธีการตัดเกรดด้วยค่าร้อยละของผลรวมคะแนนทั้งหมดที่ตอบถูกของสองกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมตอบแบบสอบถาม มีการกำหนดแบบช่วงคะแนน ออกเป็น 5 ระดับ ดังตารางที่ 3.8

ตารางที่ 3.8 เกณฑ์การให้แปลผลความหมายระดับคะแนน

ร้อยละคะแนน	คะแนน	เกรด	ความหมาย
ร้อยละ 80 ขึ้นไป	10 - 12	A	ดีมาก
ร้อยละ 70 - 79	7.5 – 9.9	B	ดี
ร้อยละ 60 - 69	5.0 - 7.4	C	ค่อนข้างดี
ร้อยละ 50 - 59	2.5 – 4.9	D	พอใช้
น้อยกว่าร้อยละ 50	0-2.4	F	ต้องปรับปรุง

ที่มา : ดัดแปลงมาจาก วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์,คะแนนสอบและการตัดเกรด (วิรัช, 2560)

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$= \frac{12\text{-}1}{5}$$

$$= 2.40$$

3.3.2 การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยดำเนินการสร้างแบบสอบถามโดยมีขั้นตอนในการสร้าง ดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในและต่างประเทศในเรื่องของผลกระทบของการจัดการงานไมซ์แบบดิจิทัล งานวิจัยและบทความเกี่ยวกับกระบวนการของอุตสาหกรรมไมซ์และเทคโนโลยีที่มีความเกี่ยวข้องเหมาะสม ที่สามารถนำมาปรับใช้ในอุตสาหกรรมไมซ์ นำไปใช้ในการสร้างเครื่องมือแบบสอบถามเกี่ยวกับ เทคโนโลยีที่นำมาใช้ในของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล และส่งผลไปยังตัวแปรตามที่ทำตั้งคำถามเกี่ยวกับเนื้อหา

ของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่ช่วยในเรื่องการตัดสินในการเข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลของผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัล

ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาหลักการสร้างแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ เพื่อการวิจัยเกี่ยวกับเกณฑ์การแบ่งกลุ่มสำหรับการวัดความรู้ความเข้าใจในระบบงานไมซ์แบบดิจิทัลและเกณฑ์สำหรับการวัดของความพึงพอใจในเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับงานไมซ์แบบดิจิทัล เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม และนำเสนอต่อคณะกรรมการที่ปรึกษา

ขั้นตอนที่ 3 นำแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามที่สร้างขึ้นนำเสนอให้แก่อาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบโครงสร้างของแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม ความถูกต้องเที่ยงตรงของแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม ภาษา ประโยค และคำที่ใช้ในการสร้างแบบสอบถาม รวมถึงการแก้ไข

ขั้นตอนที่ 4 นำหนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญพร้อมทั้งทำแบบสอบถาม มอบให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและความเที่ยงตรงของเนื้อหา จากนั้นรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ มาทำการวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องระหว่างรายการข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ด้วยค่า IOC (Index of Item-Objective Congruence) (ธีระ, 2558)

+1 หมายถึง มีความสอดคล้องหรือสามารถวัดได้

0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าสอดคล้องหรือวัดได้

-1 หมายถึง ไม่มีความสอดคล้องหรือไม่สามารถวัดได้

โดยสามารถคำนวณค่าเฉลี่ยของความสอดคล้อง (IOC) ได้ดังสูตรต่อไปนี้

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ $\sum R$ คือ ผลรวมคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญของแต่ละคำถาม

N คือ จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

สำหรับในการแปลความหมายได้มีการกำหนดเกณฑ์ ได้ดังนี้

≥ 0.67 หมายถึง ข้อคำถามนั้นมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

< 0.67 หมายถึง ข้อคำถามนั้นไม่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

โดยผลการวิเคราะห์ค่าความถูกต้องเที่ยงตรงของข้อมูล มีค่าเฉลี่ยของความสอดคล้อง เท่ากับ <>

จากการผลการประเมินค่าเฉลี่ยของความสอดคล้อง (IOC) ของแบบสอบถามในความเห็นจากผู้เชี่ยวชาญทั้งสามท่านให้เหตุผลว่า

1. แบบสอบถามสำหรับเจ้าของงานและผู้จัดงานไมซ์แบบดิจิทัลมีค่าเฉลี่ยของความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับ 0.90 อยู่ในเกณฑ์มากกว่า 0.67 ดังนั้น คำถามจึงมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

2. แบบสอบถามสำหรับผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลมีค่าเฉลี่ยของความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับ 0.91 อยู่ในเกณฑ์มากกว่า 0.67 ดังนั้น คำถามจึงมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

ซึ่งผลการประเมินที่ออกมามีค่ามากกว่า 0.67 ซึ่งคำถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษาครั้งนี้ อีกทั้งทางผู้วิจัยได้มีการปรับแก้ไขเพิ่มเติมตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน โดยแสดงรายละเอียดการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญได้ดังตารางที่ 3.9

ตารางที่ 3.9 ผลการประเมิน IOC สำหรับเจ้าของงานไมซ์และผู้จัดงานไมซ์แบบดิจิทัล

ส่วนของแบบสอบถาม	**จำนวนข้อ**	**ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ**			ค่าเฉลี่ย
		ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3	
ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล	5	1	0.80	0.8	0.87
ส่วนที่ 2 ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพเศรษฐกิจและสังคม แบ่งเป็น 2 ตอนดังนี้					
ตอนที่ 1 ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพเศรษฐกิจ	10	1	1	0.7	0.90

ตารางที่ 3.9 (ต่อ)

ส่วนของแบบสอบถาม	จำนวนข้อ	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			ค่าเฉลี่ย
		ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3	
ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล	5	1	0.80	0.8	0.87
ตอนที่ 2 ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพสังคม	10	0.7	1	0.9	0.87
ส่วนที่ 3 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล	12	1	1	0.9	0.97
รวม	37	0.93	0.95	0.83	0.90

ตารางที่ 3.10 ผลการประเมิน IOC สำหรับผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัล

ส่วนของแบบสอบถาม	จำนวนข้อ	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ			ค่าเฉลี่ย
		ท่านที่ 1	ท่านที่ 2	ท่านที่ 3	
ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล	5	1	0.8	1	0.93
ส่วนที่ 2 ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพเศรษฐกิจและสังคม แบ่งเป็น 2 ตอนดังนี้					
ตอนที่ 1 ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพเศรษฐกิจ	10	1	1	1	1
ตอนที่ 2 ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพสังคม	10	0.60	0.8	1	0.80
ส่วนที่ 3 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล	12	0.75	0.92	1	0.89
รวม	37	0.84	0.88	1	0.91

ขั้นตอนที่ 5 การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม (Reliability) โดยผู้วิจัยได้นำแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามที่สร้างขึ้น ไปหาค่าสัมประสิทธิ์ Alpha coefficient ตามวิธีการของ Cronbach's alpha (Cronbach, 1990 อ้างถึงใน ณรงค์, 2556) โดยกำหนดเกณฑ์ความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้ต้องมีค่ามากกว่า 0.7

ทางผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามส่งไปทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นทางสถิติขากกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 30 ตัวอย่าง พบว่าค่าสัมประสิทธิ์ Alpha Coefficient ของแบบสอบถามของเจ้าของงานและผู้จัดงานไมซ์แบบดิจิทัลมีผลรวม เท่ากับ 0.879 โดยประกอบด้วยคำถาม 20 ข้อ ดังตารางที่ 3.12 และค่าสัมประสิทธิ์ Alpha Coefficient ของแบบสอบถามของผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลมีผลรวม เท่ากับ 0.941 โดยประกอบด้วยคำถาม 20 ข้อ ดังตารางที่ 3.11 และตารางที่ 3.12

ตารางที่ 3.11 ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบัค (Cronbach's alpha) ของแบบสอบถามของผู้จัดงานเจ้าของงานไมซ์แบบดิจิทัล

ปัจจัย	จำนวนข้อ	Alpha Coefficient
ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพเศรษฐกิจ	10	0.826
ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพสังคม	10	0.767
รวม	**20**	**0.879**

ตารางที่ 3.12 ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบัค (Cronbach's alpha) ของแบบสอบถามของผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัล

ปัจจัย	จำนวนข้อ	Alpha Coefficient
ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพเศรษฐกิจ	10	0.892
ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพสังคม	10	0.888
รวม	**20**	**0.941**

ซึ่งผู้วิจัยพบว่าเครื่องมือแบบสอบถามทั้งฉบับ มีค่าค่าสัมประสิทธิ์ Alpha Coefficient สูงกว่าเกณฑ์กำหนดค่าความเชื่อมั่นอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ จึงสามารถสรุปได้ว่า

แบบสอบถามนี้สามารถยอมรับได้และมีความเหมาะสม ที่จะนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยต่อไป

3.3.1.2 เชิงคุณภาพของเจ้าของงานไมซ์ ผู้จัดงานไมซ์

(1) ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ เรื่องของสถานการณ์การจัดการงานไมซ์แบบดิจิทัล ความรู้พื้นฐานการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล ผลกระทบของการจัดการงานไมซ์แบบดิจิทัล ต่อสภาพเศรษฐกิจและสังคม นำไปใช้ในการสร้างคำถามสำหรับการสัมภาษณ์ เพื่อศึกษาแนวทางจัดทำแผนการพัฒนางานไมซ์แบบดิจิทัลของผู้จัดงานและเจ้าของงานไมซ์แบบดิจิทัล

(2) แบบสัมภาษณ์ (Interview) จะมีการออกแบบสัมภาษณ์สำหรับการเก็บข้อมูลสำหรับ เจ้าของงานไมซ์และผู้จัดงานไมซ์ ผู้วิจัยจะใช้เครื่องมือในการ จะมีแบบสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้าง (Structured Interview) เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง เพื่อหาคำตอบตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย รวบรวมข้อมูลวิจัยเฝ้าดูหรือศึกษาเหตุการณ์ ปรากฏการณ์ต่างๆความเกี่ยวข้องกันระหว่างองค์ประกอบต่างๆของเหตุการณ์ที่มีการปรากฏขึ้น ณ เวลานั้น ๆ โดยตรง และศึกษาจากที่ได้บันทึกมา รูปภาพ

โดยข้อคำถามได้มาจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ เรื่องของสถานการณ์การจัดการงานไมซ์แบบดิจิทัล ความรู้พื้นฐานการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล ผลกระทบของการจัดการงานไมซ์แบบดิจิทัล ต่อสภาพเศรษฐกิจและสังคม นำไปใช้ในการสร้างคำถามสำหรับการสัมภาษณ์ เพื่อศึกษาแนวทางจัดทำแผนการพัฒนางานไมซ์แบบดิจิทัล ของผู้จัดงานและเจ้าของงานไมซ์แบบดิจิทัล โดยคำถามจะมีทั้งสิน 6 ข้อ ได้แก่

ข้อคำถามที่ 1 ในมุมมองของท่านคิดว่าหน่วยงานภาครัฐทั้งระดับส่วนกลางและระดับท้องถิ่นควรมีนโยบายหรือแผนงานอย่างไรบ้างในการส่งเสริมและสนับสนุนการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลของสงขลาไมซ์ซิตี้ (นพรัตน์ และพรทิพย์, 2563)

ข้อคำถามที่ 2 ในบทบาทฐานะสมาคมธุรกิจสร้างสรรค์การจัดงานจังหวัดสงขลา ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรที่สมาคมฯ ควรใช้โอกาสในเทรนด์การเติบโตของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลมาเป็นเครื่องมือในการสร้างจุดขายให้สงขลาไมซ์ซิตี้สู่การเป็นจุดหมายปลายทางชั้นนำด้านการจัดงานทั้งรูปแบบ Virtual และ Live streaming ด้วยเทคโนโลยีระดับสูง (Rutas, S.L., 2021)

ข้อคำถามที่ 3 ด้วยท่านเป็นผู้ประกอบการที่ให้บริการระบบด้านการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลชั้นนำในจังหวัดสงขลา ท่านคิดว่าการจะก้าวสู่ผู้ให้บริการสุดยอดชั้นนำในการจัดงานด้านนี้ ผู้ประกอบการจำเป็นต้องพัฒนาในด้านใดอีกบ้าง (สสปน., 2564)

คำถามข้อที่ 4ในการเป็นผู้ประกอบการที่ให้บริการด้านการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่จะได้รับการยอมรับจากลูกค้าทั้งจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ท่านมีแผนการปรับองค์กรท่านเองต่อไปอย่างไรบ้าง (นพรัตน์ และพรทิพย์, 2563)

คำถามข้อที่ 5ท่านคิดว่าในปัจจุบันสามารถหาพนักงานที่มีคุณสมบัติในการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลได้ยากขึ้นหรือง่ายขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 เพราะเหตุใด (สสปน., 2563)

คำถามข้อที่ 6สมรรถนะที่สำคัญทั้งในส่วนของผู้ประกอบการและแรงงานที่จะสามารถนำพาองค์กรที่ให้บริการด้านการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่มีบริบทอยู่ในเมืองรองอย่างเช่นสงขลา ให้สามารถต่อสู้กับคู่แข่งขันกับผู้ประกอบการรายใหญ่ต่อไปได้ ท่านคิดว่าทักษะที่จำเป็นประกอบด้วยด้านใดบ้าง (Andrzej, 2018)

ตารางที่ 3.13 การเก็บข้อมูลสัมภาษณ์สำหรับงานวิจัยของผู้จัดงานและ เจ้าของงานไมซ์

ส่วนที่	ข้อมูล	สถิติที่นำมาใช้
1	ข้อเสนอแนะ	การพรรณนา

จากตารางที่ 3.13 อธิบายส่วนที่ 1 เป็นการเสนอแนะแนวทางหรือความคิดเห็นจากเจ้าของงาน ผู้จัดงานไมซ์ จะนำข้อมูลที่ได้รวบรวมเป็นข้อสรุปในงานวิจัยเล่มนี้ เขียนออกมาในรูปแบบของการพรรณนา

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

หลังจากที่ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือที่ใช้สำหรับการศึกษานงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้สำหรับการวิจัยเป็นขั้นตอน ดังนี้

3.4.1 ดำเนินการขออนุญาตเข้าใช้พื้นที่และขอข้อมูลผู้ประเมิน โดยนำหนังสือขออนุญาตซึ่งออกในนามมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ แสดงต่อเจ้าของพื้นที่เพื่อขอใช้พื้นที่ในการ

เก็บรวบรวมข้อมูล รวมถึงแสดงต่อผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลในการทำแบบสอบถามเพื่อแสดงจุดประสงค์และขอความร่วมมือในการให้ข้อมูลเพื่อศึกษาวิจัยครั้งนี้

3.4.2 สอบถามผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลถึงประสบการณ์ในการเข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัล

3.4.3 แจกแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์

(1) แจกแบบสอบถามให้กับผู้จัดงานไมซ์และเจ้าของงานไมซ์ เพื่อทำแบบสอบถามจำนวน 40 ชุด คนละ 1 ฉบับ

(2) แจกแบบสอบถามให้กับผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลเพื่อทำแบบสอบถามจำนวน 385 ชุด คนละ 1 ฉบับ

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล วิธีทางสถิติ

ข้อมูลที่ทางผู้วิจัยเก็บรวบรวมได้จากแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม ได้ถูกนำมาประมวลผลด้วยการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ซึ่งสามารถจำแนกการวิเคราะห์สถิติตามส่วนต่างๆตามตารางที่ 3.14

ตารางที่ 3.14 แสดงการเก็บข้อมูลสำหรับงานวิจัยของผู้จัดงาน เจ้าของงานไมซ์ และผู้เข้าร่วมงานไมซ์

ส่วนที่	ข้อมูล	สถิติที่นำมาใช้
1	ประชากรศาสตร์	นามบัญญัติ (Nominal Scale และเรียงลำดับ (Ordinal Scale)
2	ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับงานไมซ์แบบดิจิทัล	แบบทดสอบแบบเลือกตอบ (Scoring Criteria)
3	ความคิดเห็นด้านผลกระทบต่อสภาพเศรษฐกิจและสังคมในช่วงที่มีการจัดงานไมซ์	อันตรภาคชั้น (Interval scale)
4	ข้อเสนอแนะอื่น ๆ	ข้อเสนอแนะการวิจัย (recommendation)

การเก็บข้อมูลที่ได้จากการทำแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างถูกนำมาใช้ประมวลผลด้วยการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา ได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ หน่วยงานตำแหน่ง ประสบการณ์ในการเข้าร่วมงานไมซ์ของผู้เข้าร่วมงานไมซ์ ทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis)

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับเนื้อหาความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับงานไมซ์แบบดิจิทัล

ส่วนที่ 3 จะเป็นเรื่องของความคิดเห็นด้านผลกระทบต่อสภาพเศรษฐกิจและสังคมในช่วงที่มีการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล ทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics Analysis)

3.5.1 การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics analysis)

เพื่อบรรยายลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่นำมาใช้ในการทำแบบสอบถาม โดยสถิติพื้นฐานที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย

3.5.1.1 ค่าร้อยละ (Percentage) โดยมีสูตรดังนี้

$$P = \frac{f}{n} x100$$

เมื่อ P คือ ค่าร้อยละของคะแนน

f คือ ความถี่ที่ต้องการแปลงให้เป็นร้อยละ

n คือ จำนวนความถี่ทั้งหมด

3.5.1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) โดยมีสูตรดังนี้

$$\bar{X} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ $\bar{X}$ คือ ค่าเฉลี่ย

$\sum x$ คือ ผลรวมของคะแนนในกลุ่มตัวอย่าง

n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยการศึกษาผลกระทบของสังคมและเศรษฐกิจของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลของสงขลาไมซ์ซิตี้ในสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาโดยวิธีการเก็บแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ มีลักษณะคำถามแบบปลายปิดและคำถามปลายเปิด ทำการแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ (1) ผู้จัดงานไมซ์และเจ้าของงานไมซ์แบบดิจิทัลจำนวน 40 คน (2) กลุ่มตัวอย่างผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลจำนวน 385 คน การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบออกเป็น 4 ส่วน

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.2 ข้อมูลผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่ส่งผลต่อสภาพเศรษฐกิจ

4.3 ข้อมูลผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่ส่งผลต่อสภาพสังคม

4.4 ข้อมูลความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล

4.5 ข้อมูลผลการสัมภาษณ์แผนในการพัฒนาการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการนำเสนอผลวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ของข้อมูล ดังนี้

P	คือ	ค่าร้อยละของคะแนน
f	คือ	ความถี่ที่ต้องการแปลงให้เป็นร้อยละ
N	คือ	จำนวนความถี่ทั้งหมด
$\bar{X}$	คือ	ค่าเฉลี่ย
$\sum x$	คือ	ผลรวมของคะแนนในกลุ่มตัวอย่าง
n	คือ	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
S.D.	คือ	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้จัดงานและเจ้าของงานไมซ์แบบดิจิทัล (n = 40)		**n (%)**	**ผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัล (n = 385)**		**n (%)**
1.เพศ			1.เพศ		
	ชาย	19 (47.50)		ชาย	131 (34.00)
	หญิง	21 (52.50)		หญิง	254 (66.00)
	S.D.	0.506		S.D.	0.474
2.อายุ			2.อายุ		
	อายุมากที่สุด 58 ปี	1 (2.50)		อายุมากที่สุด 64 ปี	2 (0.50)
	อายุน้อยที่สุด 23 ปี	3 (7.50)		อายุน้อยที่สุด 18 ปี	3 (0.80)
	Mode 36 ปี	4 (10.00)		Mode 30 ปี	31 (8.10)
3.รายได้			3.รายได้		
	1) น้อยกว่า 15,000	3 (7.50)		1) น้อยกว่า 10,000	75 (19.50)
	2) 15,001 – 20,000	3 (7.50)		2) 10,001 – 20,000	137 (35.60)
	3) 20,001 – 25,000	6 (15.00)		3) 20,001 – 30,000	77 (20.00)
	4) 25,001 – 30,000	1 (2.50)		4) 30,001 – 40,000	49 (12.70)
	5) 30,001 – 35,000	3 (7.50)		5) 40,001 – 50,000	24 (6.20)
	6) มากกว่า 35,001	24 (60.00)		6) มากกว่า 50,001	23 (6.00)
4.สถานที่ทำงาน			4.สถานที่ทำงาน		
	หน่วยงานภาครัฐ	11 (27.50)		หน่วยงานภาครัฐ	175 (45.50)
	หน่วยงาน ภาคเอกชน	29 (72.50)		หน่วยงาน ภาคเอกชน	210 (54.50)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ผู้จัดงานและเจ้าของงานไมซ์แบบดิจิทัล (n = 40)	**n (%)**	**ผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัล (n = 385)**	**n (%)**
5.ประสบการณ์จัดงานไมซ์แบบดิจิทัล		5.ประสบการณ์เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัล	
ปี พ.ศ. 2563 มี		ไมซ์ในปี พ.ศ. 2563	
มากที่สุด 19 ครั้ง	1 (2.50)	มากที่สุด 15 ครั้ง	3 (0.80)
Mode 1 ครั้ง	10 (25.00)	Mode 1 ครั้ง	90 (23.40)
มีค่าเฉลี่ย	4 (100.00)	มีค่าเฉลี่ย	3 (100.00)
ปี พ.ศ. 2564		ปี พ.ศ. 2564	
มากที่สุด 18 ครั้ง	1 (2.50)	มากที่สุด 18 ครั้ง	1 (0.30)
Mode 1 ครั้ง	8 (20.00)	Mode 1 ครั้ง	103 (26.80)
มีค่าเฉลี่ย	5 (100.00)	มีค่าเฉลี่ย	4 (100.00)

จากตารางที่ 4.1 สามารถอธิบายผลการวิเคราะห์ได้ว่า

เพศ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มผู้จัดงานและเจ้าของงานไมซ์แบบดิจิทัล ส่วนมากเป็นกลุ่มเพศหญิงจำนวน 21 คน คิดเป็น ร้อยละ 52.50 รองลงมาเป็นเพศชายจำนวน 19 คน ร้อยละ 47.50 และในกลุ่มของผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลนั้น ส่วนมากเป็นเพศหญิงจำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 66.00 และเป็นเพศชายจำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00 ของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

อายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มผู้จัดงานและเจ้าของงานไมซ์แบบดิจิทัล ส่วนมากจะมีอายุมากที่สุดอยู่ที่ 58 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 และมีอายุน้อยที่สุดอยู่ที่ 23 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 และมีค่าฐานนิยามอยู่ที่ 36 ปีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และอายุของผู้เข้าร่วมงานไมซ์จะอยู่อายุมากที่สุด 64 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50 และมีอายุน้อยที่สุดอยู่ที่ 18 ปี จำนวน 3 คน มีค่าฐานนิยามของอายุอยู่ที่ 30 ปี จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 8.10 ของจำนวนผู้เข้าร่วมงานไมซ์ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

รายได้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มผู้จัดงานและเจ้าของงานไมซ์แบบดิจิทัล จะมีรายได้มากกว่า 35,001 บาท จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมาอยู่ในช่วง 20,001 – 25,000 บาท จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และรายได้น้อยที่สุด คือ 25,001 – 30,000 จำนวน 1

คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 และทางผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลจะมีรายได้มากที่สุดอยู่ที่ 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 35.60 และรองลงมาอยู่ในช่วง 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 และรายได้ที่น้อยที่สุดอยู่ในช่วงผู้ที่มีรายได้มากกว่า 50,001 บาท จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 ของผู้ร่วมตอบแบบสอบถามทั้งหมด

สถานที่ทำงาน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มผู้จัดงานและเจ้าของงานไมซ์แบบดิจิทัลปรากฏว่า เป็นหน่วยงานภาคเอกชนจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 72.50 และเป็นหน่วยงานภาครัฐจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 และทางด้านผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลนั้นเป็นหน่วยงานภาคเอกชน จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 54.50 และเป็นหน่วยงานภาครัฐจำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 45.50 ของจำนวนผู้ร่วมตอบแบบสอบถามทั้งหมด

ประสบการณ์ในการเข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลในช่วงที่มีการระบาดของไวรัสโควิด-19 ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2563 - 2564 นั้นพบว่า ผู้จัดงานไมซ์แบบดิจิทัลมีการจัดงานมากที่สุดจำนวน 19 ครั้ง มี 1 คนคิดเป็นร้อยละ 2.50 และไม่ได้จัดงานเลยในปี พ.ศ. 2563 จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 และมีการจัดอย่างน้อย 1 ครั้ง จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.20 ส่วนทางด้านผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลนั้น มีผู้เข้าร่วมงานไมซ์มากที่สุดในปี พ.ศ. 2563 จำนวน 15 ครั้ง มี 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.80 และไม่ได้เข้าร่วมเลยจำนวน 41 คนคิดเป็นร้อยละ 10.60 และมีการเข้าร่วมอย่างน้อยคนละ 1 ครั้ง จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 23.40 มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.30 ของจำนวนผู้เข้าร่วมงานไมซ์ตอบแบบสอบถามทั้งหมด และในปี พ.ศ. 2564 ทางผู้จัดงานไมซ์แบบดิจิทัลนั้นได้มีการจัดงานมากที่สุดจำนวน 18 ครั้ง 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50 และไม่ได้จัดงานไมซ์แบบดิจิทัลเลยในปี พ.ศ. 2564 จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 10 และมีการจัดงานอย่างน้อย 1 ครั้ง จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 20 และมีค่าเฉลี่ยของการจัดงานอยู่ที่ 4.90 ในส่วนของผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลนั้นในปี พ.ศ. 2564 นั้นมีการเข้าร่วมมากที่สุด 18 ครั้ง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.30 และไม่ได้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลเลยจำนวน 10 คนคิดเป็นร้อยละ 2.60 และมีการเข้าร่วมอย่างน้อย 1 ครั้งจำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 26.80 มีค่าเฉลี่ยการเข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลในปี พ.ศ. 2564 อยู่ที่ 3.50

เมื่อนำค่าเฉลี่ยทั้ง 2 ปีมาวิเคราะห์การเติบโตของการจัดงานและการเข้าร่วมงานไมซ์ของทั้งสองกลุ่มประชากรจะพบได้ว่า ประสบการณ์ในการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลของผู้จัดงานและเจ้าของงานไมซ์นั้นจาก ปี พ.ศ. 2563 ถึงปี พ.ศ. 2564 เพิ่มขึ้นร้อยละ 17.30 ส่วนประสบการณ์เข้าร่วมงานไมซ์ของผู้เข้าร่วมงานไมซ์ จากปี พ.ศ. 2563 จนถึง ปี พ.ศ. 2564 มีการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 7จากข้อมูลทั้งหมด

4.2 ข้อมูลผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพเศรษฐกิจ

4.2.1 ข้อมูลผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพเศรษฐกิจของผู้จัดงานและเจ้าของงานไมซ์

ตารางที่ 4.2 ค่าเฉลี่ยและการแปลผล ของผลกระทบการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพเศรษฐกิจในมุมมองของผู้จัดงานและเจ้าของงานไมซ์

ตอนที่ 1 ผลกระทบของ การจัดงานแบบออนไลน์ที่มีผลต่อสภาพเศรษฐกิจ	ผู้จัดงานและเจ้าของงานไมซ์แบบดิจิทัล (n=40) (%)	
	คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
1.ต้นทุนของการจัดงานแบบออนไลน์มีต้นทุนสูงกว่าการจัดงานแบบ On-Site	3.33	ปานกลาง
2.ผลประกอบการจากการจัดงานแบบออนไลน์ทำให้สามารถขยายกิจการได้เร็วกว่าและง่ายกว่าผลประกอบการการจัดงานแบบ On-Site	3.73	มาก
3.ท่านมีความเห็นว่างานแบบออนไลน์ได้ส่งเสริมธุรกิจรายล้อม เช่น ร้านอาหาร โรงแรม ขนส่งฯ ให้มีการเติบโตมากยิ่งขึ้น	3.23	ปานกลาง
4.การจัดงานแบบออนไลน์ทำให้เกิดการจ้างงาน สร้างงาน สร้างอาชีพ และรายได้ของคนในท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้น	3.33	ปานกลาง
5.การจัดงานแบบออนไลน์ช่วยสร้างโอกาสให้คนรุ่นใหม่มีการทำงานในท้องถิ่นได้มากขึ้น	3.50	มาก
6. ท่านคิดว่าการจัดงานแบบออนไลน์ทำให้เกิดการซื้อขายสินค้าของคนในชุมชนมากกว่างานแบบ On-Site	3.38	ปานกลาง
7.ท่านคิดว่าการจัดงานแบบออนไลน์จะเพิ่มโอกาสให้นักลงทุนได้เข้าร่วมงานสูงกว่างานแบบ On-Site	3.43	มาก

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ตอนที่ 1 ผลกระทบของ การจัดงานแบบออนไลน์ที่มีผลต่อสภาพเศรษฐกิจ	ผู้จัดงานและเจ้าของงานไมซ์แบบดิจิทัล (n=40) (%)	
	คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
8.การจัดงานแบบออนไลน์ทำให้เกิดธุรกิจใหม่ในการเช่าอุปกรณ์ เครื่องปั่นไฟ ระบบปฏิบัติการ แสง สี เสียง ระบบสัญญาณอินเทอร์เน็ต สำหรับการจัดงาน	3.55	มาก
9.ในปี พ.ศ. 2563 การจัดงานแบบออนไลน์มีค่าเช่าสตูดิโอ อุปกรณ์ ระบบปฏิบัติการ แสง สี เสียง ที่มีราคาสูงกว่าปี พ.ศ. 2562	3.35	ปานกลาง
10.การจัดงานแบบออนไลน์ส่งผลให้อัตราการจ้างงานเพิ่มมากขึ้นกว่าการจัดงานแบบ On-Site	2.88	ปานกลาง
รวม	3.37	ปานกลาง

หมายเหตุ เกณฑ์การแปลผล 4.21-5.00 = มากที่สุด, 3.41-4.20 = มาก, 1.81-2.60 = ปานกลาง, 1.00-1.80 = น้อย, 0 -1.79 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.2 เมื่อนำมาคำนวณผลค่าเฉลี่ยผลกระทบการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลส่งผลต่อสภาพเศรษฐกิจในมุมมองของผู้จัดงานไมซ์และเจ้าของงานไมซ์ จากจำนวนผู้ร่วมตอบแบบสอบถามจำนวน 40 คน พบว่า มีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.37 ในระดับความคิดเห็นในระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่า การวิเคราะห์ของผลกระทบการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลส่งผลต่อสภาพเศรษฐกิจในมุมมองของผู้จัดงานและเจ้าของงานไมซ์นั้น ได้ให้คะแนนความเห็นมากที่สุด 3 อันดับจากจำนวน 10 ข้อได้แก่ (1) ผลประกอบการจากการจัดงานแบบออนไลน์ทำให้สามารถขยายกิจการได้เร็วกว่าและง่ายกว่าผลประกอบการการจัดงานแบบเผชิญหน้ามีค่าเฉลี่ยคะแนนอยู่ที่ 3.73 การแปลผลเห็นด้วยมาก (2) การจัดงานแบบออนไลน์ทำให้เกิดธุรกิจใหม่ในการเช่าอุปกรณ์เครื่องปั่นไฟ ระบบปฏิบัติการ แสง สี เสียง ระบบสัญญาณอินเทอร์เน็ต สำหรับการจัดงาน มีค่าเฉลี่ยคะแนนอยู่ที่ 3.55 การแปลผลเห็นด้วยมาก (3) ท่านคิดว่าการจัดงานแบบออนไลน์จะเพิ่มโอกาสให้นักลงทุนได้เข้าร่วมงานสูงกว่างานแบบเผชิญหน้ามีค่าเฉลี่ยคะแนนอยู่ที่ 3.43 การแปลผลเห็นด้วยมาก และให้คะแนนความเห็นน้อยที่สุด 3 อันดับได้แก่ (1) การจัดงานแบบออนไลน์ส่งผลให้อัตราการจ้างงานเพิ่มมากขึ้นกว่าการจัดงานแบบเผชิญหน้ามีค่าเฉลี่ยคะแนนอยู่ที่ 2.88

การแปลผลเห็นด้วยปานกลาง (2) ต้นทุนของการจัดงานแบบออนไลน์มีต้นทุนสูงกว่าการจัดงานแบบเผชิญหน้า มีค่าเฉลี่ยคะแนนอยู่ที่ 3.33 การแปลผลเห็นด้วยระดับปานกลาง (3) การจัดงานแบบออนไลน์ทำให้เกิดการจ้างงาน สร้างงาน สร้างอาชีพ และรายได้ของคนในท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้น มีค่าเฉลี่ยคะแนนอยู่ที่ 3.33 การแปลผลเห็นด้วยระดับปานกลาง และในขณะที่ผู้จัดงานไมซ์และเจ้าของงานไมซ์ ได้ให้คะแนนความเห็นกลางในประเด็นเรื่อง (1) ท่านคิดว่าการจัดงานแบบออนไลน์ทำให้เกิดการซื้อขายสินค้าของคนในชุมชนมากกว่างานแบบเผชิญหน้า มีค่าเฉลี่ยคะแนนอยู่ที่ 3.38 การแปลผลเห็นด้วยปานกลาง

4.2.2 ข้อมูลผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพเศรษฐกิจผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัล

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและการแปลผลของผลกระทบการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพเศรษฐกิจในมุมมองของผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัล

ตอนที่ 1 ผลกระทบของ การจัดงานแบบออนไลน์ที่มีผลต่อสภาพเศรษฐกิจ	ผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัล (n=385) (%)	
	คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
1.ท่านคิดว่าการจัดงานแบบออนไลน์จะเพิ่มโอกาสให้นักลงทุนได้เข้าร่วมได้มากกว่างานแบบ On-Site	3.76	มาก
2.ท่านมีความเห็นว่าในการจัดงานแบบออนไลน์เป็นการส่งเสริมธุรกิจรายรอบ เช่น ร้านอาหาร โรงแรม ฯ ให้มีการเติบโตมากยิ่งขึ้น	3.41	มาก
3.ท่านคิดว่าการจัดงานแบบออนไลน์ทำให้เกิดการซื้อขายสินค้าของคนในชุมชนมากกว่างานแบบ On-Site	3.59	มาก
4.ท่านคิดว่าการจัดงานแบบออนไลน์จะประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางเนื่องจากท่านไม่จำเป็นต้องเดินทางไปยังสถานที่จัดงาน	4.22	มากที่สุด
5.ท่านคิดว่าการเข้าร่วมงานแบบออนไลน์สามารถประหยัดค่าใช้จ่ายสำหรับค่าที่พัก เช่น ค่าโรงแรม	4.28	มากที่สุด

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ตอนที่ 1 ผลกระทบของ การจัดงานแบบออนไลน์ที่มีผลต่อสภาพเศรษฐกิจ	ผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัล (n=385) (%)	
	คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
6.ท่านคิดว่าการเข้าร่วมงานแบบออนไลน์ช่วยสร้างโอกาสให้คนรุ่นใหม่มีการทำงานในพื้นที่ได้มากขึ้น	3.84	มาก
7.ท่านคิดว่าการจัดงานแบบออนไลน์ส่งผลให้ราคาค่าตั๋วเข้าร่วมงานแบบออนไลน์มีราคาที่แพงกว่างานแบบ On-Site	3.34	ปานกลาง
8.ท่านคิดว่าการจัดงานแบบออนไลน์ได้สร้างโอกาสสำหรับการกระจายรายได้ให้แก่ชุมชนหรือผู้ประกอบการโดยรอบได้มากกว่างานแบบ On-Site	3.53	มาก
9.การจัดงานแบบออนไลน์ส่งผลให้อัตราการจ้างงานมากขึ้นกว่าการจัดงานแบบ On-Site	3.35	ปานกลาง
10.การจัดงานแบบออนไลน์ทำให้เกิดแนวทางธุรกิจใหม่ในการเช่าอุปกรณ์ รถปั่นไฟ ระบบปฏิบัติการ แสง สี เสียง ระบบสัญญาณอินเทอร์เน็ต สำหรับการจัดงานแบบออนไลน์	3.70	มาก
รวม	3.70	มาก

หมายเหตุ เกณฑ์การแปลผล 4.21-5.00 = มากที่สุด, 3.41-4.20 = มาก, 1.81-2.60 = ปานกลาง, 1.00-1.80 = น้อย, 0 -1.79 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.3 เมื่อนำมาคำนวณผลค่าเฉลี่ยผลกระทบการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลส่งผลต่อสภาพเศรษฐกิจในมุมมองของผู้เข้าร่วมงานไมซ์จากจำนวนผู้ร่วมตอบแบบสอบถามจำนวน 385 คน พบว่า มีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.70 ในระดับความคิดเห็นด้วยมาก และพบว่าผลกระทบการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพเศรษฐกิจในมุมมองของผู้เข้าร่วมงานไมซ์ จำนวน 385 ได้ให้คะแนนความเห็นมากที่สุด 3 อันดับจากจำนวน 10 ข้อได้แก่ (1) การเข้าร่วมงานแบบออนไลน์สามารถประหยัดค่าใช้จ่ายสำหรับค่าที่พัก เช่น ค่าโรงแรม ฯลฯ มีผู้เห็นด้วยมากที่สุด

จำนวน ค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.28 การแปลผลเห็นด้วยมากที่สุด (2) การจัดงานแบบออนไลน์จะประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางเนื่องจากท่านไม่จำเป็นต้องเดินทางไปยังสถานที่จัดงานมีผู้เห็นด้วยมากที่สุดด้วยคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 4.22 การแปลผลเห็นด้วยมากที่สุด (3) การเข้าร่วมงานแบบออนไลน์ช่วยสร้างโอกาสให้คนรุ่นใหม่มีการทำงานในพื้นที่ได้มากขึ้น มีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.84 การแปลผลเห็นด้วยมาก มีได้ให้คะแนนความเห็นน้อยที่สุดจำนวน 3 อันดับได้แก่ (1) การจัดงานแบบออนไลน์ส่งผลให้ราคาค่าตั๋วเข้าร่วมงานแบบออนไลน์มีราคาที่แพงกว่างานแบบเผชิญหน้ามีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.34 การแปลผลเห็นด้วยปานกลาง (2) การจัดงานแบบออนไลน์ส่งผลให้อัตราการจ้างงานมากขึ้นกว่าการจัดงานแบบ On-Site มีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.35 การแปลผลเห็นด้วยปานกลาง (3) ความเห็นว่าในการจัดงานแบบออนไลน์เป็นการส่งเสริมธุรกิจรายรอบ เช่น ร้านอาหาร โรงแรม ฯลฯ ให้มีการเติบโตมากยิ่งขึ้น มีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.41 การแปลผลเห็นด้วยมาก ในขณะที่ผู้เข้าร่วมงานไมซ์ได้ให้คะแนนความเห็นกลางในประเด็นเรื่อง การจัดงานแบบออนไลน์ทำให้เกิดแนวทางธุรกิจใหม่ในการเช่าอุปกรณ์ รถปั่นไฟ ระบบปฏิบัติการ แสง สี เสียง ระบบสัญญาณอินเทอร์เน็ต สำหรับการจัดงานแบบมีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.70 การแปลผลเห็นด้วยมาก

4.3 ข้อมูลผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพสังคม

4.3.1 ข้อมูลผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพสังคมผู้จัดงานและเจ้าของงานไมซ์แบบดิจิทัล

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและการแปลผลของผลกระทบการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพสังคมในมุมมองของผู้จัดงานและเจ้าของงานไมซ์แบบดิจิทัล

ตอนที่ 2 ผลกระทบของ การจัดงานแบบออนไลน์ที่มีผลต่อสภาพสังคม	ผู้จัดงานและเจ้าของงานไมซ์แบบดิจิทัลไมซ์ (n=40) (%)	
	คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
1.การจัดงานแบบออนไลน์ก่อให้เกิดโอกาสให้คนในชุมชนที่ได้รับประสบการณ์ ความรู้ใหม่ ที่ง่ายและสะดวกมากขึ้น	3.70	มาก

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

ตอนที่ 2 ผลกระทบของการจัดงานแบบออนไลน์ที่มีผลต่อสภาพสังคม	ผู้จัดงานและเจ้าของงานไมซ์แบบดิจิทัล (n=40) (%)	
	คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
2.ท่านได้มีการว่าจ้างงานของคนในชุมชนให้เป็นผู้มีส่วนร่วมจัดงานแบบออนไลน์	3.20	ปานกลาง
3.การจัดงานแบบออนไลน์ช่วยลดค่าใช้จ่ายของผู้เข้าร่วมงานไมซ์ เช่น ค่าเดินทาง ค่าที่พัก ค่าอาหาร ฯ	4.05	มาก
4.ทุกครั้งที่มีการจัดงานแบบออนไลน์ทำให้ผู้คนในท้องถิ่นเกิดความภาคภูมิใจและยกระดับภาพลักษณ์ที่ดีของชุมชน	3.60	มาก
5.การจัดงานแบบออนไลน์ทำให้ผู้เข้าร่วมงานไมซ์มีภาระทางการเงินที่สูงขึ้น เนื่องจากต้องลงทุนซื้ออุปกรณ์ในการเข้าร่วมงาน เช่น คอมพิวเตอร์ ไอแพด (IPad) สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต อินเทอร์เน็ต เป็นต้น	3.63	มาก
6.การจัดงานแบบออนไลน์ทำให้ผู้เข้าร่วมงานไมซ์มีเงินออมมากยิ่งขึ้น เนื่องจากไม่จำเป็นต้องมีค่าเดินทางและค่าที่พัก	3.85	มาก
7.การจัดงานแบบออนไลน์ส่งผลให้ผู้เข้าร่วมงานไมซ์ใช้เวลาอยู่กับอินเทอร์เน็ต ส่งผลให้ขาดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างครอบครัว	3.50	มาก
8.การจัดงานแบบออนไลน์ส่งผลให้ผู้ประกอบการซัพพลายเออร์ ผู้ให้เช่าอุปกรณ์สำหรับการจัดงานไมซ์แบบ on-site ขาดรายได้และมีหนี้สินมากยิ่งขึ้น	4.05	มาก
9.การจัดงานแบบออนไลน์สามารถช่วยลดอุบัติเหตุบนท้องถนน เนื่องจากไม่มีความจำเป็นจะต้องเดินทางมายังสถานที่จัดงาน	3.98	มาก

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

ตอนที่ 2 ผลกระทบของการจัดงานแบบออนไลน์ที่มีผลต่อสภาพสังคม	ผู้จัดงานและเจ้าของงานไมซ์แบบดิจิทัล (n=40) (%)	
	คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
10.การจัดงานช่วยลดอัตราการลักเล็กขโมยน้อย การวิ่งราว และการปล้นทรัพย์ ได้มากกว่างาน On-Site	3.90	มาก
รวม	3.75	มาก

หมายเหตุ เกณฑ์การแปลผล 4.21-5.00 = มากที่สุด, 3.41-4.20 = มาก, 1.81-2.60 = ปานกลาง, 1.00-1.80 = น้อย, 0 -1.79 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.4 เมื่อนำมาคำนวณผลค่าเฉลี่ยและแปลผลรวมของผลกระทบการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพสังคมในมุมมองของผู้จัดงานและเจ้าของงานไมซ์แบบดิจิทัลจากจำนวนผู้ร่วมตอบแบบสอบถามจำนวน 40 คน พบว่า มีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.75 ในระดับความคิดเห็นด้วยมากและพบว่าค่าเฉลี่ยของผลกระทบการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพสังคมในมุมมองของผู้จัดงานและเจ้าของงานไมซ์แบบดิจิทัลจำนวน 40 คน ได้ให้คะแนนความเห็นมากที่สุด 3 อันดับ ได้แก่ (1) การจัดงานแบบออนไลน์ช่วยลดค่าใช้จ่ายของผู้เข้าร่วมงานไมซ์ เช่น ค่าเดินทาง ค่าที่พัก ค่าอาหาร ฯลฯ มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.05 แปลผลเห็นด้วยมาก (2) การจัดงานแบบออนไลน์ส่งผลให้ผู้ประกอบการซัพพลายเออร์ ผู้ให้เช่าอุปกรณ์สำหรับการจัดงานไมซ์แบบเผชิญหน้าขาดรายได้และมีหนี้สินมากยิ่งขึ้น มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.05 แปลผลเห็นด้วยมาก และ (3) การจัดงานแบบออนไลน์สามารถช่วยลดอุบัติเหตุบนท้องถนน เนื่องจากไม่มีความจำเป็นจะต้องเดินทางมายังสถานที่จัดงาน มีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.98 แปลผลเห็นด้วยมาก และให้คะแนนน้อยที่สุด 3 อันดับ ได้แก่ (1) การว่าจ้างงานของคนในชุมชนให้เป็นผู้มีส่วนร่วมจัดงานแบบออนไลน์ มีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.20 แปลผลเห็นด้วยระดับปานกลาง (2) การจัดงานแบบออนไลน์ส่งผลให้ผู้เข้าร่วมงานไมซ์ใช้เวลาอยู่กับอินเทอร์เน็ต ส่งผลให้ขาดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างครอบครัว มีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.50 แปลผลเห็นด้วยมาก (3) ทุกครั้งที่มีการจัดงานแบบออนไลน์ทำให้ผู้คนในท้องถิ่นเกิดความภาคภูมิใจและยกระดับภาพลักษณ์ที่ดีของชุมชน มีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.60 แปลผลเห็นด้วยมาก ในขณะที่ผู้จัดงานไมซ์และเจ้าของงานไมซ์ได้ให้คะแนนความเห็นกลางในประเด็นเรื่อง การจัดงานแบบออนไลน์ก่อให้เกิดโอกาสให้คนในชุมชนที่ได้รับประสบการณ์ ความรู้ใหม่ ที่ง่ายและสะดวกมากขึ้น มีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.70 แปลผลเห็นด้วยมาก

4.3.2 ข้อมูลผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพสังคมผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัล

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและการแปลผลของผลกระทบการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพสังคมในมุมมองของผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัล

ตอนที่ 2 ผลกระทบของ การจัดงานแบบออนไลน์ที่มีผลต่อสภาพสังคม	ผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัล (n=385) (%)	
	คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
1.การจัดงานแบบออนไลน์ก่อให้เกิดโอกาสให้คนในชุมชนที่ได้รับประสบการณ์ ความรู้ใหม่ ที่ง่ายและสะดวกมากขึ้นจากการจัดงาน แบบออนไลน์	3.80	มาก
2.ท่านคิดว่าการจัดงานแบบออนไลน์สามารถส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวของสถานที่จัดงานได้เป็นที่รู้จักมากขึ้น	3.53	มาก
3.การจัดงานแบบออนไลน์ช่วยลดค่าใช้จ่ายของผู้เข้าร่วมงานไมซ์ เช่น ค่าเดินทาง ค่าที่พัก ค่าอาหาร ฯ	4.18	มาก
4.ทุกครั้งที่มีการจัดงานแบบออนไลน์ทำให้ผู้คนในท้องถิ่นเกิดความภาคภูมิใจและยกระดับภาพลักษณ์ที่ดีของชุมชน	3.62	มาก
5.การจัดงานแบบออนไลน์ทำให้ผู้เข้าร่วมงานไมซ์มีภาระทางการเงินสูงขึ้น เนื่องจากต้องลงทุนซื้ออุปกรณ์ในการเข้าร่วมงาน เช่น คอมพิวเตอร์ ไอแพด (IPad) สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต อินเทอร์เน็ต เป็นต้น	3.90	มาก
6.การจัดงานแบบออนไลน์ทำให้ผู้เข้าร่วมงานไมซ์มีเงินออมมากยิ่งขึ้น เนื่องจากไม่จำเป็นต้องมีค่าเดินทางและค่าที่พัก	3.83	มาก

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

ตอนที่ 2 ผลกระทบของ การจัดงานแบบออนไลน์ที่มีผลต่อสภาพสังคม	ผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัล (n=385) (%)	
	คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
7.การจัดงานแบบออนไลน์ส่งผลให้ผู้เข้าร่วมงานไมซ์ใช้เวลาอยู่กับอินเทอร์เน็ต ส่งผลให้ขาดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างครอบครัว	3.75	มาก
8.การจัดงานแบบออนไลน์ส่งผลให้ผู้ประกอบการ ซัพพลายเออร์ ผู้ให้เช่าอุปกรณ์สำหรับการจัดงานแบบ On-Site ขาดรายได้และมีหนี้สินมากยิ่งขึ้น	3.86	มาก
9.การจัดงานแบบออนไลน์สามารถช่วยลดอุบัติเหตุบนท้องถนน เนื่องจากไม่มีความจำเป็นจะต้องเดินทางมายังสถานที่จัดงาน	3.99	มาก
10.การจัดงานแบบออนไลน์ช่วยลดอัตราการลักเล็กขโมยน้อย การวิ่งราว และการปล้นทรัพย์ ได้มากกว่างานแบบ On-Site	3.95	มาก
รวม	3.84	มาก

หมายเหตุ เกณฑ์การแปลผล 4.21-5.00 = มากที่สุด, 3.41-4.20 = มาก, 1.81-2.60 = ปานกลาง, 1.00-1.80 = น้อย, 0 -1.79 = น้อยที่สุด

จากตารางที่ 4.5 เมื่อนำมาคำนวณผลการวิเคราะห์ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลกระทบการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพสังคมในมุมมองของผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลจากจำนวนผู้ร่วมตอบแบบสอบถามจำนวน 385 คน พบว่า มีค่าคะแนนเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.84 ในระดับความคิดเห็นด้วยมาก และพบว่าค่าเฉลี่ยของผลกระทบการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพสังคมในมุมมองของผู้เข้างานไมซ์แบบดิจิทัลจำนวน 385 คนได้ให้คะแนนความเห็นมากที่สุด 3 อันดับ ได้แก่ (1) การจัดงานแบบออนไลน์ช่วยลดค่าใช้จ่ายของผู้เข้าร่วมงานไมซ์ เช่น ค่าเดินทาง ค่าที่พัก ค่าอาหาร ฯลฯ ต้น มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.18 แปลผลเห็นด้วยมาก (2) การจัดงานแบบออนไลน์สามารถช่วยลดอุบัติเหตุบนท้องถนน เนื่องจากไม่มีความจำเป็นจะต้องเดินทางมายังสถานที่จัดงาน มีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.99 แปลผลเห็นด้วยมาก และ (3) การจัดงานแบบออนไลน์ช่วย

ลดอัตราการลักเล็กขโมยน้อย การวิ่งราว และการปล้นทรัพย์ ได้มากกว่างานแบบเผชิญหน้า มีค่าเฉลี่ย 3.95แปลผลเห็นด้วยมาก และให้คะแนนน้อยที่สุด 3 อันดับ ได้แก่ (1) ท่านคิดว่าการจัดงานแบบออนไลน์สามารถส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวของสถานที่จัดงานได้เป็นที่รู้จักมากขึ้น มีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.53 แปลผลเห็นด้วยมาก (2) ทุกครั้งที่มีการจัดงานแบบออนไลน์ทำให้ผู้คนในท้องถิ่นเกิดความภาคภูมิใจและยกระดับภาพลักษณ์ที่ดีของ มีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.62 แปลผลเห็นด้วยมาก (3) การจัดงานแบบออนไลน์ส่งผลให้ผู้เข้าร่วมงานไมซ์ใช้เวลาอยู่กับอินเทอร์เน็ต ส่งผลให้ขาดการปฏิสัมพันธ์ระหว่าง มีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.75 แปลผลเห็นด้วยมาก ในขณะที่ผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลได้ให้คะแนนความเห็นกลางในประเด็นเรื่อง การจัดงานแบบออนไลน์ทำให้ผู้เข้าร่วมงานไมซ์มีเงินออมมากยิ่งขึ้น เนื่องจากไม่จำเป็นต้องมีค่าเดินทางและค่าที่พัก มีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.83 แปลผลเห็นด้วยมาก

4.4 ข้อมูลความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล

ตารางที่ 4.6 ผลความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล

ข้อคำถาม	ผู้จัดงานและเจ้าของงานไมซ์ (n = 40) (%)		ผู้เข้าร่วมงานไมซ์ (n = 385) (%)	
	True	False	True	False
1.ท่านคิดว่าผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบออนไลน์ทั้งไทยและต่างประเทศสามารถเข้าร่วมงานได้ง่ายกว่างานแบบ On-Site	36 (90.00)	4 (10.00)	364 (94.50)	21 (5.50)
2.การจัดงานแบบออนไลน์เป็นการเพิ่มค่าใช้จ่ายในการเดินทางของผู้เข้าร่วมงานไมซ์	36 (90.00)	5 (12.50)	278 (72.20)	107 (27.80)
3.ไม่ว่าวิทยากรในงานแบบออนไลน์จะอยู่แห่งหนใดก็ตามบนโลกใบนี้ ก็สามารถเชื่อมต่อผ่านระบบเพื่อเข้าร่วมงานได้ทุกที่ทุกเวลา	39 (97.50)	1 (2.50)	370 (96.10)	15 (3.90)
4.ระบบอินเทอร์เน็ตมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งสำหรับการจัดงานแบบออนไลน์	40 (100)	0 (0.00)	373 (96.90)	12 (3.10)

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

ข้อคำถาม	ผู้จัดงานและเจ้าของงานไมซ์ (n = 40) (%)		ผู้เข้าร่วมงานไมซ์ (n = 385) (%)	
	True	False	True	False
5.การประชาสัมพันธ์งานแบบออนไลน์มีความแตกต่างจากการประชาสัมพันธ์งานแบบ On-Site เช่น การใช้โลโก้ หรือข้อความที่แสดงว่าเป็นการจัดงานแบบออนไลน์ รวมทั้งต้องระบุโปรแกรมที่ใช้ในการถ่ายทอดสด	38 (95.00)	2 (5.00)	356 (92.50)	29 (7.50)
6.ก่อนที่จะมีการเริ่มถ่ายทอดสดงานแบบออนไลน์นั้นต้องมีการสำรองเครือข่ายสัญญาณอินเทอร์เน็ตมากกว่า 2 เครือข่ายขึ้นไป	36 (90.00)	4 (10.00)	338 (87.80)	47 (12.20)
7.การออกแบบการจัดงานแบบออนไลน์มีความซับซ้อนและยุ่งยากน้อยกว่าการจัดงานแบบ On-Site	18 (45.00)	22 (55.00)	152 (39.50)	233 (60.50)
8.เทคโนโลยีที่นำมาใช้สำหรับการสนับสนุนงานแบบออนไลน์ต้องเป็นเทคโนโลยีขั้นสูงจากต่างประเทศ มีราคาแพงและใช้งานยาก	26 (65.00)	14 (35.00)	219 (56.90)	166 (43.10)
9.เครื่องสำรองไฟเป็นหนึ่งในอุปกรณ์สำคัญในการจัดงานแบบออนไลน์ เพราะช่วยให้การจัดงานมีความไหลลื่น และลดการสะดุดของระบบในการทำงาน	38 (95.00)	2 (5.00)	352 (91.40)	33 (8.60)
10.พิธีกรในการดำเนินรายการในงานที่จัดแบบออนไลน์ต้องเป็นบุคคลที่มีความรู้ ความเข้าใจในเทคโนโลยีของการจัดงานแบบออนไลน์	39 (97.50)	1 (2.50)	364 (94.50)	21 (5.50)

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

ข้อคำถาม	ผู้จัดงานและเจ้าของงานไมซ์ (n = 40) (%)		ผู้เข้าร่วมงานไมซ์ (n = 385) (%)	
	True	False	True	False
11.ผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบออนไลน์ต้องทำการเตรียมคอมพิวเตอร์ในสภาพพร้อมใช้งานโดยเฉพาะระหว่างการรับชมการถ่ายทอดสดของงานแบบออนไลน์ตลอดทั้งวัน	36 (90.00)	4 (10.00)	356 (92.50)	29 (7.50)
12.ผู้จัดงานไมซ์แบบออนไลน์มีความยุ่งยากในการคัดเลือกวิทยากรมากกว่างานแบบ On-Site	28 (70.00)	12 (30.00)	277 (71.90)	108 (28.10)
ค่าเฉลี่ยรวม	34 (85.00)	6 (15.00)	317 (82.00)	68 (18.00)
คะแนนเฉลี่ย	10.20		9.84	
แปลผลคะแนน	ดีมาก		ดีมาก	

หมายเหตุ เกณฑ์การแปลความหมายผลคะแนน 10 – 12 = ดีมาก, 7.5 – 9.9 = ดี, 5.0 - 7.4 = ค่อนข้างดี, 2.5 – 4.9 = พอใช้, 0-2.4 = ต้องปรับปรุง

4.4.1 ข้อมูลความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลของผู้จัดงานและเจ้าของงานไมซ์แบบดิจิทัล

จากตารางที่ 4.6 จากผลคะแนนความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลในมุมมองของผู้จัดงานและเจ้าของงานไมซ์แบบดิจิทัลจากจำนวน 40 ท่าน มีคะแนนมากที่สุดจำนวน 3 ข้อ ได้แก่ คำถามข้อที่ (1) ระบบอินเทอร์เน็ตมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งสำหรับการจัดงานแบบออนไลน์มีผู้ตอบถูกจำนวน 40 คน คิดเป็น ร้อยละ 100 คำถามข้อที่ (2) ไม่ว่าวิทยากรในงานแบบออนไลน์จะอยู่แห่งหนใดก็ตามบนโลกใบนี้ ก็สามารถเชื่อมต่อผ่านระบบเพื่อเข้าร่วมงานได้ทุกที่ทุกเวลา มีผู้ตอบถูกจำนวน 39 คน คิดเป็น ร้อยละ 97.50 และตอบผิดจำนวน 1 ท่าน คิดเป็นร้อยละ 2.50 คำถามข้อที่ (3) พิธีกรในการดำเนินรายการในงานที่จัดแบบออนไลน์ต้องเป็นบุคคลที่มีความรู้ความเข้าใจในเทคโนโลยีของการจัดงานแบบออนไลน์ มีผู้ตอบถูกจำนวน 39 คน คิดเป็น ร้อยละ 97.50 และตอบผิดจำนวน 1 ท่าน คิดเป็นร้อยละ 2.50 ในขณะเดียวกันมีคะแนนการตอบผิดมากที่สุดจำนวน 3 ข้อ ได้แก่ คำถามข้อที่ (1) การออกแบบการจัดงานแบบออนไลน์มีความซับซ้อนและยุ่งยากน้อยกว่าการจัดงานแบบเผชิญหน้ามีผู้ตอบถูกจำนวน 18 คน คิดเป็น ร้อยละ 45 และตอบผิด

จำนวน 22 ท่าน คิดเป็นร้อยละ 55 คำถามข้อที่ (2) เทคโนโลยีที่นำมาใช้สำหรับการสนับสนุนงานแบบออนไลน์ต้องเป็นเทคโนโลยีขั้นสูงจากต่างประเทศ มีราคาแพงและใช้งานยาก มีผู้ตอบถูกจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 65 และตอบผิดจำนวน 14 ท่าน คิดเป็นร้อยละ 35 และคำถามข้อสุดท้าย (3) ผู้จัดงานไมซ์แบบออนไลน์มีความยุ่งยากในการคัดเลือกวิทยากรมากกว่างานแบบเผชิญหน้า มีผู้ตอบถูกจำนวน 28 คน คิดเป็น ร้อยละ 70.00 และตอบผิดจำนวน 12 ท่าน คิดเป็น ร้อยละ 30 และในขณะที่ผู้จัดงานไมซ์และเจ้าของแบบดิจิทัลได้ให้คะแนนความเห็นกลางในประเด็นเรื่อง มีทั้งสิ้น 3 ข้อ ได้แก่ คำถามข้อที่ (1) มีคำถามว่าผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบออนไลน์ทั้งไทยและต่างประเทศสามารถเข้าร่วมงานได้ง่ายกว่างานแบบ On-Site มีผู้ตอบถูกจำนวน 36 คน คิดเป็น ร้อยละ 90 และตอบผิดจำนวน 4 ท่าน คิดเป็นร้อยละ 10 คำถามข้อที่ (2) การจัดงานแบบออนไลน์เป็นการเพิ่มค่าใช้จ่ายในการเดินทางของผู้เข้าร่วมงานไมซ์มีผู้ตอบถูกจำนวน 35 คน คิดเป็น ร้อยละ 87.50 และตอบผิดจำนวน 5 ท่าน คิดเป็นร้อยละ 12.50 และสุดท้าย คำถามข้อที่ (3) ก่อนที่จะมีการเริ่มถ่ายทอดสดงานแบบออนไลน์นั้นต้องมีการสำรองเครือข่ายสัญญาณอินเทอร์เน็ตมากกว่า 2 เครือข่ายขึ้นไปมีผู้ตอบถูกจำนวน 36 คน คิดเป็น ร้อยละ 90 และตอบผิดจำนวน 4 ท่าน คิดเป็นร้อยละ 10

จำนวนผู้มีประสบการณ์ในการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด การผลคะแนนความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลนั้น จากคะแนนเต็ม 12 คะแนน ผู้ตอบแบบสอบถาม จากผู้จัดงานไมซ์และเจ้าของงานไมซ์ มีคะแนนเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 10.20 คะแนน ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ดีมาก

4.4.2 ข้อมูลความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลของผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัล

จากตารางที่ 4.6 จากการผลคะแนนความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลในมุมมองของผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลจากจำนวน 385 ท่าน มีคะแนนมากที่สุดจำนวน 3 ข้อ ได้แก่ คำถามข้อที่ (1) ระบบอินเทอร์เน็ตมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งสำหรับการจัดงานแบบออนไลน์มีผู้ตอบถูกจำนวน 373 คน คิดเป็น ร้อยละ 96.90 มีจำนวนผู้ตอบผิด 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.10 คำถามข้อที่ (2) ไม่ว่าวิทยากรในงานแบบออนไลน์จะอยู่แห่งหนใดก็ตามบนโลกใบนี้ ก็สามารถเชื่อมต่อผ่านระบบเพื่อเข้าร่วมงานได้ทุกที่ทุกเวลา มีผู้ตอบถูกจำนวน 370 คน คิดเป็น ร้อยละ 96.10 และตอบผิดจำนวน 15 ท่าน คิดเป็นร้อยละ 3.90 คำถามข้อที่ (3) พิธีกรในการดำเนินรายการในงานที่จัดแบบออนไลน์ต้องเป็นบุคคลที่มีความรู้ ความเข้าใจในเทคโนโลยีของการจัดงานแบบออนไลน์ มีผู้ตอบถูกจำนวน 364 คน คิดเป็นร้อยละ 94.50 และตอบผิดจำนวน 21 ท่าน คิด

เป็นร้อยละ 5.50 ในขณะเดียวกันมีคะแนนการตอบผิดมากที่สุดจำนวน 3 ข้อ ได้แก่ คำถามข้อที่ (1) การออกแบบการจัดงานแบบออนไลน์มีความซับซ้อนและยุ่งยากน้อยกว่าการจัดงานแบบ On-Site มีผู้ตอบถูกจำนวน 150 คน คิดเป็น ร้อยละ 39.00 และตอบผิดจำนวน 235 ท่าน คิดเป็นร้อยละ 61.00 และคำถามข้อที่ (3) เทคโนโลยีที่นำมาใช้สำหรับการสนับสนุนงานแบบออนไลน์ต้องเป็นเทคโนโลยีขั้นสูงจากต่างประเทศ มีราคาแพงและใช้งานยาก มีผู้ตอบถูกจำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 56.90 และตอบผิดจำนวน 166 ท่าน คิดเป็นร้อยละ 43.10 และและคำถามข้อสุดท้าย (3) ผู้จัดงานไมซ์แบบออนไลน์มีความยุ่งยากในการคัดเลือกวิทยากรมากกว่างานแบบเผชิญหน้า มีผู้ตอบถูกจำนวน 276 คน คิดเป็น ร้อยละ 71.70 และตอบผิดจำนวน 109 ท่าน คิดเป็นร้อยละ 28.30 และในขณะที่ผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลได้ให้คะแนนความเห็นกลางในประเด็นเรื่อง มีทั้งสิ้น 2 ข้อ ได้แก่ คำถามข้อที่ (1) เครื่องสำรองไฟเป็นหนึ่งในอุปกรณ์สำคัญในการจัดงานแบบออนไลน์ เพราะช่วยให้การจัดงานมีความไหลลื่น และลดการสะดุดของระบบในการทำงานมีผู้ตอบถูกจำนวน 352 คน คิดเป็น ร้อยละ 91.40 และตอบผิดจำนวน 33 ท่าน คิดเป็นร้อยละ 8.60 และ คำถามข้อที่ (2) การประชาสัมพันธ์งานแบบออนไลน์มีความแตกต่างจากการประชาสัมพันธ์งานแบบ เผชิญหน้า เช่น การใช้โลโก้ หรือข้อความที่แสดงว่าเป็นการจัดงานแบบออนไลน์ ร่วมทั้งต้องระบุโปรแกรมที่ใช้ในการถ่ายทอดสด มีผู้ตอบถูกจำนวน 356 คน คิดเป็น ร้อยละ 92.50 และตอบผิดจำนวน 29 ท่าน คิดเป็นร้อยละ 7.50

จำนวนผู้มีประสบการณ์ในการเข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัล ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดการผลคะแนนความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลนั้น จากคะแนนเต็ม 12 คะแนน ผู้ตอบแบบสอบถาม จากผู้จัดงานไมซ์และเจ้าของงานไมซ์ มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 9.84 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ดีมาก

4.5 ผลการสัมภาษณ์ผู้จัดงานและเจ้าของงานไมซ์แบบดิจิทัล เพื่อนำเสนอแนวทางจัดวางแผนการพัฒนาการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล

จากการสัมภาษณ์ความเห็นของเจ้าของงานและผู้จัดงานไมซ์แบบดิจิทัล จำนวนทั้งหมด 15 คน มีคำถามทั้งสิ้น 6 ข้อดังต่อไปนี้

คำถามข้อที่ 1 ในมุมมองของท่านคิดว่าหน่วยงานภาครัฐทั้งระดับส่วนกลางและระดับท้องถิ่นควรมีนโยบายหรือแผนงานอย่างไรบ้างในการส่งเสริมและสนับสนุนการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลของสงขลาไมซ์ซิตี้

จากการสัมภาษณ์ผู้จัดงานไมซ์แบบดิจิทัล พบว่า จังหวัดสงขลาเปรียบเสมือนเมืองศูนย์กลางของภาคใต้ตอนล่างในด้านต่างๆไม่ว่าจะเป็นด้านการค้า การศึกษา ด้านการแพทย์ และอุตสาหกรรมไมซ์ แต่ด้วยสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ทำให้สงขลาไม่ได้เป็นเมืองศูนย์กลางของภาคใต้เหมือนที่ผ่านมา ภาครัฐและภาคเอกชนจึงควรตระหนักถึงความสำคัญของปัญหาและสร้างความร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานต่างๆ และนำเทคโนโลยีเข้ามาปรับปรุงระบบการทำงานเพื่อลดข้อจำกัดของระเบียบทางราชการที่มีความยากลำบากในการติดต่อประสานงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ให้เกิดการพัฒนา เพื่อสนับสนุนงานไมซ์แบบดิจิทัล จัดการอบรมความรู้ด้านการจัดงานไมซ์ให้แก่บุคลากรที่มีความเกี่ยวข้องให้เกิดพัฒนาศักยภาพ และการเตรียมความพร้อมสำหรับการปรับตัวเข้าสู่การรูปแบบการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล ควบคู่กับการสร้างความเข้าใจการรับรู้ของชุมชน และการนำชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมเพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ด้วยศักยภาพของจังหวัดสงขลามีแผนงานพัฒนาและขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์แบบดิจิทัลอย่างเป็นรูปธรรมและเป็นแบบแผนในปี พศ.2566 แต่อย่างไรก็ตามด้านนโยบายและยุทธศาสตร์การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลของจังหวัดสงขลายังคงไม่ปรากฏให้เห็นอย่างชัดเจน จึงจำเป็นต้องได้รับความช่วยเหลือจากทางภาครัฐเข้ามาส่งเสริมการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล ด้วยการกำหนดแผนนโยบายและยุทธศาสตร์การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลของจังหวัด สำหรับการขับเคลื่อนดังนี้

1.1.ส่งเสริมการสนับสนุนการจัดงานไมซ์ด้วยเทคโนโลยีล้ำสมัยเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

1.2.ส่งเสริมการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีกับการสนับสนุนตลาดสินค้าหรือบริการของชุมชนเพื่อความได้เปรียบของชุมชน

1.3. แนวทางการจัดฝึกอบรมพัฒนาองค์ความรู้ทางด้านการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลให้ผู้ประกอบการ สหกิจชุมชน หรือหน่วยงานที่มีความเกี่ยวข้อง เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน

1.4.แนวทางการผลักดันหรือส่งเสริมอัตลักษณ์ของท้องถิ่นเพื่อสร้างความน่าสนใจต่อการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล

1.5.การสนับสนุนงบประมาณ ผู้เชี่ยวชาญให้กับชุมชนเพื่อขับเคลื่อนการจัดงานไมซ์ให้เกิดประสิทธิภาพและความเชื่อมั่นที่นำไปสู่การบรรลุตามวัตถุประสงค์ของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล

คำถามข้อที่ 2 ในบทบาทฐานะสมาคมธุรกิจสร้างสรรค์การจัดงานจังหวัดสงขลา ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรที่สมาคมฯ ควรใช้โอกาสในเทรนด์การเติบโตของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลมาเป็นเครื่องมือในการสร้างจุดขายให้สงขลาไมซ์ซิตี้สู่การเป็นจุดหมายปลายทางชั้นนำด้านการจัดงานทั้งรูปแบบ Virtual และ Live streaming ด้วยเทคโนโลยีระดับสูง

จากการสัมภาษณ์ผู้จัดงานไมซ์แบบดิจิทัล พบว่า ในโลกปัจจุบันเทคโนโลยีการจัดงานไมซ์ได้ถูกพัฒนาอย่างรวดเร็ว ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบงานไมซ์แบบดิจิทัล ที่ผู้จัดงาน เจ้าของงาน จะใช้เทคโนโลยีแบบ Virtual และ Live streaming มาใช้ด้วยเทคโนโลยีระดับสูง นำไปสู่การเปิดตลาดการลงทุนของกลุ่มนักเดินทางหรือนักธุรกิจ และรูปแบบการจัดงานในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไป แต่อย่างไรมนุษย์เป็นสัตว์สังคมย่อมจะกลับมาใช้ชีวิตแบบปกติและเทคโนโลยีจะเป็นสิ่งที่เข้ามาส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีมากขึ้นให้แก่มนุษย์ ทำให้การลงทุนได้จากทั่วทุกมุมโลกของผู้ประกอบการหรือสมาคมต่างๆ ควรได้รับการสนับสนุนจากทางภาครัฐทำการอบรมเพื่อเตรียมความพร้อมในเรื่องการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลให้แก่ผู้จัดงาน ชุมชน หรือบุคคลที่มีความเกี่ยวข้อง เพื่อเตรียมการรับมือกับสถานการณ์ที่มีการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลเกิดขึ้น และด้วยสงขลามีจุดแข็ง และองค์ประกอบที่เอื้อต่อการลงทุนอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็น การศึกษา การค้า งานบริการ โรงแรม ด้วยทางสมาคมต่างๆ มีความเข้มแข็งพร้อมการสนับสนุนของภาครัฐ และผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล จึงควรที่จะได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วน เพื่อร่วมการพัฒนารูปแบบการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลอย่างยั่งยืน ต่อให้สถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ได้หายไป แต่ยังคงวิถีชีวิตแนวใหม่ที่เข้ากับยุคสมัยที่ทั่วโลกให้ความสนใจ และมีโอกาสในการเติบโตได้ในทุกๆ ส่วน

คำถามข้อที่ 3 ด้วยท่านเป็นผู้ประกอบการที่ให้บริการระบบด้านการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลชั้นนำในจังหวัดสงขลา ท่านคิดว่าการจะก้าวสู่ผู้ให้บริการสุดยอดชั้นนำในการจัดงานด้านนี้ ผู้ประกอบการจำเป็นต้องพัฒนาในด้านใดอีกบ้าง

จากการสัมภาษณ์ผู้จัดงานไมซ์แบบดิจิทัล พบว่าสิ่งสำคัญที่สุดคือต้องสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชนและชุมชน โดยร่วมมือกันพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีในด้านการจัดงานไมซ์ให้เกิดความน่าเชื่อถือและคุณภาพ แล้วนำมาประยุกต์ใช้ในการจัดกิจกรรมภายในงานประชุม เช่น

3.1.ระบบโครงสร้างของสถานประกอบการที่ต้องตอบรับต่องานบริการในรูปแบบการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล

3.2.การปรับปรุงรูปแบบการจัดงานไมซ์ โดยให้ประชาชนผู้เข้าร่วมงานไมซ์สามารถเข้าถึงการใช้เทคโนโลยีได้อย่างแพร่หลายและสามารถเข้านำเสนอสินค้าหรือบริการของตนเองได้อย่างเต็มที่

3.3.จัดอบรมการสื่อสารและวิธีการใช้งานเทคโนโลยีการเข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลให้แก่ผู้เข้าร่วมงานไมซ์ หรือผู้ที่มีความเกี่ยวข้องภายในการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล

3.4.จัดทำบันทึกข้อมูลการค้นหา พฤติกรรมของผู้เข้าร่วมงานไมซ์กิจกรรมเพื่อสะดวกต่อการเชิญเข้าร่วมกิจกรรมให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายของวัตถุประสงค์ของการจัดงานไมซ์ในครั้งต่อๆ ไป

คำถามข้อที่ 4 ในการเป็นผู้ประกอบการที่ให้บริการด้านการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่จะได้รับการยอมรับจากลูกค้าทั้งจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ท่านมีแผนการปรับองค์กรท่านเองต่อไปอย่างไรบ้าง

จากการสัมภาษณ์ผู้จัดงานไมซ์แบบดิจิทัล พบว่า จัดตั้งหน่วยวิจัยและพัฒนาระบบการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ในองค์กร โดยมุ่งเน้นไปที่การแก้ไขปัญหาและความต้องการของผู้เข้าร่วมงานไมซ์เป็นหลัก พร้อมรับฟังข้อติชม เพื่อนำไปพัฒนาจุดบกพร่องอยู่เสมอ เน้นการสื่อสารทั้งภายในองค์กรและนอกองค์กรให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนการสนับสนุนพัฒนาองค์ความรู้ของบุคลากรทักษะในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าอยู่เสมอ เนื่องจากการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลเป็นการจัดงานค่อนข้างจะเป็นรูปแบบใหม่ จึงควรศึกษากฎระเบียบ ในการจ้างงานระบบราชการที่เกี่ยวข้องกับรายละเอียดให้ถี่ถ้วนมากยิ่งขึ้น และจำเป็นต้องมีการเก็บข้อมูลผู้เข้าร่วมงานไมซ์กิจกรรมและกระแสตอบรับจากผู้เข้าร่วมงานไมซ์ทุกครั้ง เพื่อนำมาพัฒนาต่อยอด ปรับปรุงนโยบายและแผนการจัดงานขององค์กรอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถวางแผนในการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำถามข้อที่ 5 ท่านคิดว่าในปัจจุบันสามารถหาพนักงานที่มีคุณสมบัติในการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลได้ยากขึ้นหรือง่ายขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 เพราะเหตุใด

จากการสัมภาษณ์ผู้จัดงานไมซ์แบบดิจิทัล พบว่า อาจจะง่ายขึ้นเนื่องจากที่มีการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 บริษัทและองค์กรต่างๆได้พยายามปรับเปลี่ยนการทำงาน โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาช่วยอำนวยความสะดวกในการทำงานมากขึ้น ทำให้บุคลากรและพนักงานพอจะมีความรู้และความเข้าใจในการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลมากกว่าช่วงก่อนการเกิดโรคระบาด ทำ

ให้ตลาดแรงงานที่สามารถทำงานในลักษณะนี้ได้เพิ่มมากขึ้นถึงแม้ว่าจะมีผู้เชี่ยวชาญในการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลไม่เยอะมากนักก็ตาม แต่หลังจากได้คัดเลือกพนักงานที่พอจะมีคุณสมบัติตรงตามลักษณะงานมาแล้วก็ตาม จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องปรับรูปแบบการทำงานให้เหมาะสม มีการอบรมพัฒนาทักษะด้านการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลให้แก่พนักงานใหม่และพนักงานเดิมให้เกิดความชำนาญ และจัดอบรมปรับปรุงรูปแบบงานบริการตามประสบการณ์ของผู้เข้าร่วมงานไมซ์ และสร้างเครือข่ายความร่วมมือทั้งภายในและภายนอกองค์กร ขยายผลไปถึงต่างจังหวัด เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ทำงาน ซึ่งจะนำไปสู่การจัดงานที่เป็นแบบกระบวนการที่มีประสิทธิภาพอย่างสูงสุด

คำถามข้อที่ 6 สมรรถนะที่สำคัญทั้งในส่วนของผู้ประกอบการและแรงงานที่จะสามารถนำพาองค์กรที่ให้บริการด้านการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่มีบริบทอยู่ในเมืองรองอย่างเช่นสงขลา ให้สามารถต่อสู้กับคู่แข่งขันกับผู้ประกอบการรายใหญ่ต่อไปได้ ท่านคิดว่าทักษะที่จำเป็นประกอบด้วยด้านใดบ้าง

จากการสัมภาษณ์ผู้จัดงานไมซ์แบบดิจิทัล พบว่า การจัดการอบรมและการปรับตัวต้องสอดรับกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี ด้านการบริหารการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลโดยเฉพาะการบริหารด้านการเงิน บริษัทจำเป็นต้องมีเงินทุนสำรองค่อนข้างสูง ด้านการบริหารจัดการความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมงานไมซ์ เนื่องจากเทคโนโลยีต่างๆ เป็นเรื่องใหม่ ดังนั้นปัญหาที่พบในการทำงานคือการสื่อสารให้ผู้เข้าร่วมงานไมซ์กิจกรรม และชุมชนเข้าใจและตอบสนองความต้องการของผู้เข้าร่วมงานไมซ์ให้ได้มากที่สุด และส่งเสริมตลาดการค้าให้แก่ชุมชนในท้องถิ่นให้มีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อขยายการลงทุนของสภาพเศรษฐกิจและสังคม ด้านทรัพยากรมนุษย์หรือแรงงานเนื่องจากการทำงานไมซ์แบบดิจิทัลมีความกดดันและต้องใช้องค์ความรู้มากยิ่งขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการจำเป็นต้องมีการสนับสนุนการพัฒนาองค์ความรู้ตลอดจนการรักษาบรรยากาศ การสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ดี เพื่อลดภาวะหมดไฟในการทำงานของบุคลากรที่ต้องเผชิญกับภาวะกดดัน สร้างความเชื่อมั่นให้แก่ชุมชนถึงผลลัพธ์ที่ดีหากชุมชนเข้าร่วมกิจกรรม ซึ่งจะเป็นผลประโยชน์ระยะยาวที่ดีและจะก่อให้เกิดประสิทธิภาพแก่ชุมชนอย่างยั่งยืน

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา และอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง การศึกษาผลกระทบสังคมและเศรษฐกิจของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล ของสงขลาไมซ์ซิตี้ในสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่มีผลต่อสภาพเศรษฐกิจและสังคมของ เจ้าของงาน ผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงานไมซ์ในจังหวัดสงขลา (2) ศึกษาความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์ของเจ้าของงานไมซ์ ผู้จัดงานไมซ์และผู้เข้าร่วมงานไมซ์ เกี่ยวกับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลจากการจัดงานและกระบวนการที่ทำให้งานมีประสิทธิภาพ (3) นำเสนอแผนในการพัฒนาการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล ในจังหวัดสงขลาโดยการเก็บรวบรวมของมูลจากตัวอย่าง 2 กลุ่ม คือ (1) ผู้จัดงานไมซ์และเจ้าของงานไมซ์แบบดิจิทัลจำนวน 40 คน และ (2) ผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลจำนวน 385 คน โดยใช้แบบสอบถาม สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และนำข้อมูลสถิติที่ได้มาวิเคราะห์เชิงพรรณนาด้วยการอธิบายบทความ และมีการสัมภาษณ์ความคิดเห็นจากผู้จัดงานและเจ้าของงานไมซ์แบบดิจิทัล เพื่อนำไปสู่แผนในการพัฒนาการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล จากนั้นผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาตรวจสอบความถูกต้องแล้วนำมาจำแนกตามประเด็นที่ศึกษา เรียบเรียงข้อมูลเพื่อความเข้าใจที่ชัดเจนมากขึ้น ทั้งนี้ผู้วิจัยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง การศึกษาผลกระทบสังคมและเศรษฐกิจของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลของสงขลาไมซ์ซิตี้ในสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 สามารถสรุปผลได้ดังนี้

5.1.1 ข้อมูลประชากรศาสตร์

ประชากรกลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย 2 กลุ่ม ดังนี้

(1) ผู้จัดงานและเจ้าของงานไมซ์แบบดิจิทัล โดยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่แล้วจะเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย และส่วนมากจะมีอายุในช่วง 36 ปีมีรายได้มากกว่า 35,001 บาท ประกอบอาชีพภาคเอกชน

(2) ผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัล โดยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่แล้วจะเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย และส่วนใหญ่ผู้ให้ความสนใจเข้าร่วมกิจรรมไมซ์จะมีอายุในช่วง 30 ปี มีรายได้มากกว่า 10,001 บาท ประกอบอาชีพภาคเอกชน

โดยทั้ง 2 กลุ่มตัวอย่างนั้นเคยผ่านประสบการณ์เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลมาแล้วอย่างน้อยหนึ่งครั้งมีความเห็นถึงเรื่อง ศึกษาผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่มีผลต่อสภาพเศรษฐกิจและสังคม และ ศึกษาความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการจัดงานของเจ้าของงาน ผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงานไมซ์ เกี่ยวกับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลจากการจัดงานและกระบวนการที่ทำให้งานมีประสิทธิภาพ นำไปสู่แนวทางเสนอแผนในการพัฒนาการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลของไมซ์ซิตี้ในจังหวัดสงขลา

5.1.2 การสรุปผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพเศรษฐกิจ

(1) ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพเศรษฐกิจของเจ้าของงานและผู้จัดงานไมซ์แบบดิจิทัล

ผลการศึกษาในด้านผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพเศรษฐกิจของเจ้าของงานและผู้จัดงานไมซ์แบบดิจิทัล พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 ท่าน มีความเห็นด้วยโดยรวมอยู่ในเกณฑ์ระดับปานกลางว่าการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลจะส่งผลกระทบต่อสภาพเศรษฐกิจ มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ที่ 3.37 เมื่อพิจารณารายข้อจากคำถามทั้ง 10 ข้อ พบว่าส่วนใหญ่จะเห็นด้วยมากในเรื่องของผลประกอบการจากการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลทำให้สามารถขยายกิจการได้เร็วกว่าและง่ายกว่าผลประกอบการการจัดงานไมซ์แบบเผชิญหน้า เนื่องจากกลุ่มผู้เข้าร่วมงานไมซ์ไม่จำเป็นต้องเดินทางมายังสถานที่จัดงานไมซ์ หรือจะเลือกเดินทางมาร่วมกิจกรรมภายในงานก็ได้ จึงทำให้สามารถเข้าถึงปริมาณกลุ่มเป้าหมาย นักลงทุนหรือกลุ่มนักเดินทางไมซ์มากขึ้นและไม่ได้จำกัดของสถานที่เข้าร่วมจึงทำให้ผู้เข้าร่วมงานไมซ์ที่มีความสนใจในกิจกรรมไมซ์แบบดิจิทัลไม่ว่าอยู่ที่ใดบนโลกนี้ก็สามารถที่จะเข้าร่วมกิจกรรมภายในงานได้ เพราะเหตุนี้จึงเป็นเหตุผลให้สามารถเข้าถึงกลุ่มนักลงทุนและยังสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลทางธุรกิจได้มากขึ้นเช่นกัน และรองลงมาคือการจัดงานไมซ์แบบแบบดิจิทัลทำให้เกิดธุรกิจใหม่ในการเช่าอุปกรณ์ เครื่องปั่นไฟ

ระบบปฏิบัติการ แสง สี เสียง ระบบสัญญาณอินเทอร์เน็ต สำหรับการจัดงาน ด้วยระบบการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลนั้นจำเป็นจะต้องใช้อุปกรณ์ต่างๆในองค์ประกอบของความสมบูรณ์แบบของงาน จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องใช้อุปกรณ์เหล่านี้ และความเห็นสุดท้ายคือ การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลส่งผลให้อัตราการจ้างงานลดลงกว่าการจัดงานไมซ์แบบเผชิญหน้า เนื่องจากการจัดงานเป็นการจัดจำเป็นต้องใช้ทักษะความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง หรือประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีอย่างมาก จึงค่อนข้างจะเจาะจงของบุคลากรเป็นพิเศษ ซึ่งกลุ่มนี้จะมีค่อนข้างน้อยแต่ยังคงเป็นกำลังสำคัญในการจัดงาน จึงส่งผลให้อัตราการจ้างงานลดน้อยลงเช่นกัน และด้านการศึกษาผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพเศรษฐกิจ

(2) ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพเศรษฐกิจของผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัล

ในความเห็นของผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลจากผู้เข้าร่วมงานไมซ์ตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 385 คน พบว่า ความเห็นโดยรวมอยู่ในเกณฑ์ระดับเห็นด้วยมาก ว่าการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลจะส่งผลกระทบต่อสภาพเศรษฐกิจ มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ที่ 3.70 เมื่อพิจารณาจากคำถาม 10 ข้อนั้น ส่วนใหญ่จะเห็นด้วยมากที่สุด คือการเข้าร่วมงานไมซ์แบบแบบดิจิทัลสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายสำหรับค่าที่พักและค่าเดินทาง เนื่องจากไม่มีความจำเป็นต้องเดินทางมายังสถานที่จัดงาน จึงทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ไปได้ และความเห็นที่น้อยที่สุดจะเป็นเรื่องของ การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่ส่งผลให้ราคาค่าตั๋วสำหรับผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบออนไลน์มีราคาที่แพงกว่างานแบบ เผชิญหน้า ซึ่งในมุมของผู้เข้าร่วมงานไมซ์มีความเห็นว่าไม่มีผลต่อราคาค่าตั๋วมากนัก

5.1.3 การสรุปผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพสังคม

(1) ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพสังคมของผู้จัดงานและเจ้าของงานไมซ์แบบดิจิทัล

ด้านความคิดเห็นเรื่องการศึกษาผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพสังคมของผู้จัดงานและเจ้าของงานไมซ์แบบดิจิทัลพบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้ง 40 คน มีผลความเห็นด้วยโดยรวมอยู่ในเกณฑ์ระดับเห็นด้วยมาก ว่าการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลจะส่งผลกระทบต่อสภาพสังคม มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ที่ 3.75 ค่า นอกจากนี้เมื่อพิจารณาคำถาม 10 ข้อนั้นส่วนใหญ่จะเห็นด้วยมากในเรื่องของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลนั้นจะช่วยลดค่าใช้จ่ายของผู้เข้าร่วมงานไมซ์ได้ โดยเฉพาะค่าที่พัก ค่าเดินทาง ค่าอาหาร เนื่องจากไม่มีการเดินทางมายังสถานที่จัดงานจึงไม่

มีความจำเป็นที่จะมีค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ และยังช่วยลดปัญหาอุบัติเหตุบนท้องถนนและยังสามารถลดเวลาในการเดินทางให้มีเวลาในการทำกิจกรรมอื่นๆ ได้มากขึ้น

(2) ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพสังคมของผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัล

ด้านความคิดเห็นเรื่องการศึกษาผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพสังคมของผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลพบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 385 คน มีผลความเห็นด้วยโดยรวมอยู่ในเกณฑ์ระดับเห็นด้วยมาก ว่าการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลจะส่งผลกระทบต่อสภาพสังคม มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นอยู่ที่ 3.84 จากข้อคำถาม 10 ข้อนั้นส่วนใหญ่จะเห็นด้วยมากในเรื่อง การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลสามารถลดค่าใช้จ่ายในส่วนของค่าที่พัก ค่าเดินทาง และค่าอาหารได้ เนื่องจากไม่มีการเดินทางไปยังสถานที่จัดงาน และยังช่วยลดอุบัติเหตุบนท้องถนน และยังหลีกเลี่ยงในสภาพการจราจรที่ติดขัดบนท้องถนน ยังสามารถมีเวลาในการเตรียมความพร้อมสำหรับการเข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลได้มากขึ้น ส่วนความเห็นที่มีค่าน้อยที่สุดคือเรื่องการส่งเสริมการท่องเที่ยวของสถานที่การจัดงานให้เป็นที่รู้จักของกลุ่มผู้เข้าร่วมงานไมซ์

5.1.4 สรุปความรู้พื้นฐานด้านการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล

(1) ผู้จัดงานไมซ์และเจ้าของงานไมซ์แบบดิจิทัล

จากแบบวัดความคิดเห็นเกี่ยวกับความรู้ด้านการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล ระหว่างเจ้าของงาน และผู้จัดงานจำนวน 12 ข้อ โดยได้คะแนนความคิดเห็นเป็น 2 ลักษณะคือ คะแนนรายข้อ และคะแนนรวม ผลการศึกษาพบว่า ความรู้ระหว่างเจ้าของงานและผู้จัดงานเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลมีคะแนนในเกณฑ์ระดับที่สูง โดยมีคะแนนเฉลี่ยรวม 10.20 ตามลำดับ จากคะแนนเต็ม 12 คะแนน

(2)ผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัล

จากแบบวัดความคิดเห็นเกี่ยวกับความรู้ด้านการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล ของผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลจำนวน 12 ข้อ โดยได้คะแนนความคิดเห็นเป็น 2 ลักษณะคือ คะแนนรายข้อ และคะแนนรวม ผลการศึกษาพบว่า ความรู้ระหว่างเจ้าของงานและผู้จัดงานเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลมีคะแนนในเกณฑ์ระดับที่สูง โดยมีคะแนนเฉลี่ยรวม 9.84 ตามลำดับ จากคะแนนเต็ม 12 คะแนน

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อจากแบบสอบถามพบว่า ทั้งสองกลุ่มตอบถูกมากที่สุดในประเด็นเดียวกันคือ ระบบอินเทอร์เน็ตมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งสำหรับการจัดงานแบบออนไลน์ โดยมีคะแนนเฉลี่ย 100 % และ 96.90 % ตามลำดับ ในขณะเดียวกันกลุ่มตัวอย่างทั้งสองยังมีความรู้ที่ไม่สอดคล้องกับความเป็นจริง คือ การออกแบบการจัดงานแบบออนไลน์มีความซับซ้อนและยุ่งยากน้อยกว่าการจัดงานแบบออนไลน์โดยมีคะแนนเฉลี่ย 39.50 % และ 60.50 % ตามลำดับ

5.1.5 สรุปแผนในการพัฒนาการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลของสงขลาไมซ์ซิตี้

จากการบทสัมภาษณ์คำถามทั้งสิ้น 6 ข้อคำถามของผู้จัดงานและเจ้าของงานไมซ์แบบดิจิทัล รวมกับการศึกษาผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจและสังคม รวมไปถึงความรู้ด้านการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลซึ่งนำไปสู่แนวทางนำเสนอแผนการพัฒนางานไมซ์แบบดิจิทัล ซึ่งการนำเสนอแนวทางกำหนดแผนงานจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลจะเป็นไปได้ค่อนข้างยากและมีความซับซ้อน ยิ่งในยุคที่มีการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง แต่การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลจะเป็นการเพิ่มโอกาสให้นักลงทุนจากทั่วทุกมุมโลกสามารถเข้าร่วมงานได้อย่างมาก ซึ่งจะก่อให้เกิดผลดีต่อประเทศ ชุมชน และผู้เข้าร่วมงานไมซ์ เพื่อร่วมการพัฒนารูปแบบการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลอย่างยั่งยืน ต่อให้สถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัชโควิด-19 ได้หายไป แต่ยังคงวิถีชีวิตแนวใหม่ที่เข้ากับยุคสมัยที่ทั่วโลกให้ความสนใจ และมีโอกาสในการเติบโตได้ต่อไปในอนาคต อีกทั้งการเพิ่มศักยภาพของจังหวัดสงขลาแผนงานพัฒนาและขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไมซ์แบบดิจิทัลอย่างเป็นรูปธรรมและเป็นแบบแผนในอนาคต แต่อย่างไรก็ตามด้านนโยบายและยุทธศาสตร์การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลของจังหวัดสงขลายังคงไม่ปรากฏให้เห็นอย่างชัดเจน สำคัญที่สุดคือต้องสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชนและชุมชน โดยร่วมมือกันพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีในด้านการจัดงานไมซ์ให้เกิดความน่าเชื่อถือและคุณภาพ แล้วนำมาประยุกต์ใช้ในการจัดกิจกรรมภายในงานประชุม ด้วยการกำหนดแผนนโยบายและแผนยุทธศาสตร์การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลของจังหวัด สำหรับการขับเคลื่อนดังนี้

แผนนโยบายที่ 1 หน่วยงานภาครัฐทั้งระดับส่วนกลางและระดับท้องถิ่น ควรมีนโยบายหรือแผนงาน ในการส่งเสริมและสนับสนุนการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลของสงขลา ควรให้การสนับสนุนการจัดอบรมความรู้การจัดงานไมซ์ด้วยเทคโนโลยีล้ำสมัยเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้แก่ ผู้จัดงาน และทางชุมชนเองต้องการความร่วมมือในการสนับสนุนงบประมาณและผู้เชี่ยวชาญจากทางภาครัฐให้กับชุมชน เพื่อขับเคลื่อนการจัดงานไมซ์ให้เกิดประสิทธิภาพและความเชื่อมั่นที่นำไปสู่การบรรลุตามวัตถุประสงค์ของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลเพื่อให้เกิดความยั่งยืน

แผนนโยบายที่ 2 สมาคมธุรกิจสร้างสรรค์การจัดงานจังหวัดสงขลา ควรใช้โอกาสเทรนด์การเติบโตของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลมาเป็นเครื่องมือในการสร้างจุดขายให้สงขลาไมซ์ซิตี้สู่การเป็นจุดหมายปลายทางชั้นนำด้านการจัดงานทั้งรูปแบบ Virtual และ Live streaming ด้วยเทคโนโลยีระดับสูง เพราะ Virtual และ Live streaming กำลังเป็นที่น่าสนใจอย่างมากโดยเฉพาะในช่วง โควิด-19 ระบาด ผู้จัดงานต่างๆจึงหันมาให้ความสำคัญมากขึ้น โดยธุรกิจไมซ์ ออร์แกไนเซอร์จะเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ดิจิทัลจะเข้ามามีบทบาทกับการใช้ชีวิตประจำวันของมนุษย์ ดังนั้นออร์แกไนเซอร์ต่างต้องปรับตัวขับเคลื่อนไปสู่ Digital Transformation และการเพิ่มความสามารถของการจัดงานด้วยเทคนิคต่างๆไม่ว่าจะเป็นเทคนิค VR กราฟิก Virtual และ Live streaming ที่แสดงให้เห็นถึงความสามารถของผู้จัดงานไมซ์แบบดิจิทัล อีกทั้งเป็นสิ่งที่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้เข้าร่วมงานไมซ์กิจกรรม และกลุ่มนักลงทุนให้มีสมาธิในการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆที่เกิดขึ้นภายในงานตั้งแต่ต้นจนกระทั่งจบกิจกรรม ยังส่งผลต่อการประชาสัมพันธ์ หรืออาจจะมีการพูดถึงความสำเร็จของการเข้าร่วมงานไมซ์ต่อๆ ไปได้ จนเกิดโอกาสสร้างเทรนด์การเติบโตของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลมาเป็นเครื่องมือในการสร้างจุดขายให้สงขลาไมซ์ซิตี้สู่การเป็นจุดหมายปลายทางชั้นนำด้านการจัดงานทั้งรูปแบบ Virtual และ Live streaming เพื่อให้การจัดงานไมซ์และการประชุมสัมมนายังคงมีช่องทางในการดำเนินธุรกิจต่อไป

แผนนโยบายที่ 3 ผู้ประกอบการที่ให้บริการระบบด้านการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล ผู้ประกอบการจำเป็นต้องพัฒนาในด้านโอกาสเติบโตในสายงานอาชีพการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลได้นั้น ผู้ประกอบการเองต้องทำการปรับตัว และให้การยอมรับเทคโนโลยีใหม่ๆ ในการจัดงาน ซึ่งในยุคปัจจุบันมีช่องทางการศึกษาอยู่มากมาย ไม่ว่าจะเป็นหนังสือทั้งในและต่างประเทศ หรือแม้กระทั่งช่องทางออนไลน์ที่มีการกล่าวถึงเทคโนโลยีสำหรับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล เช่น เทคนิค VR กราฟิก Virtual และ Live streaming เป็นต้น และทางผู้ประกอบการเองต้องทำการเข้าร่วมงานที่หลากหลาย ที่ตามที่หน่อยงานต่างๆได้จัดขึ้น เพื่อให้เห็นถึงข้อแตกต่างของแต่งาน ซึ่งเค้าจะมีการจัดตามลักษณะของวัตถุประสงค์ โดยการเรียนรู้นั้นจะต้องเรียนรู้ สังเกตการณ์ วิเคราะห์ตั้งแต่การประชาสัมพันธ์ ขั้นตอนการลงทะเบียน กิจกรรมภายในงาน ไปจนถึงการสิ้นสุดการจัดกิจกรรมจะส่งผลให้ผู้ประกอบการเองได้ศึกษาหน้างานจริง เก็บเกี่ยวจากประสบการณ์จริงที่ได้เข้าร่วมงาน แล้วนำมาบูรณาการปรับให้เข้ากับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลของตน จึงจะทำให้ผู้ประกอบการสามารถก้าวเข้าสู่ผู้ให้บริการสุดยอดชั้นนำในการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลได้

แผนนโยบายที่ 4 การปรับตัวของผู้ประกอบการที่ให้บริการด้านการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลเพื่อการยอมรับจากผู้เข้าร่วมงานไมซ์ ทั้งจากทางภาครัฐและภาคเอกชน โดยที่

ผู้ประกอบการต้องการศึกษารูปแบบของกลยุทธ์ในการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดในยุคเทคโนโลยีวิถีชีวิตใหม่ของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลเพื่อการพัฒนาศักยภาพขององค์กร กลยุทธ์ในการปรับตัวในยุควิถีชีวิตใหม่สำหรับผู้ประกอบการในจังหวัดสงขลาได้แก่ (1) กลยุทธ์สำหรับการสร้างความสัมพันธ์ และการสร้างประสบการณ์ที่ดี การสร้างความแปลกใหม่ และการสร้างความประทับใจที่ดีกับผู้เข้าร่วมงานไมซ์ (2) การปรับเปลี่ยนวิธีแนวคิดของผู้ประกอบการ ให้มีเทคนิคและวิธีการในการบริหารธุรกิจการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่มีความทันสมัย และการสร้างเครือข่ายร่วมกับธุรกิจอื่นของชุมชมเพื่อเกิดการสร้างการรับรู้ถึงการมีอยู่ของธุรกิจชุมชน (3) กลยุทธ์ที่การสร้างความแตกต่างในรูปแบบการนำเสนอสำหรับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล และนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่ได้รับมาตรฐานเดียวกันกับการโชว์ภายในงานไมซ์ เพื่อให้เกิดการต่อยอดของภาคธุรกิจในชุมชนต่อไปอย่างยั่งยืน (4) การประยุกต์ใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจ และ (5) การทำให้ผู้เข้าร่วมงานไมซ์เกิดความรู้สึกถึงความคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายสำหรับการเข้าร่วมงานไมซ์ ทั้งนี้จากการสนทนากลุ่มยังพบว่า การประกอบธุรกิจไมซ์ในจังหวัดสงขลาควรได้รับการปรับปรุงและพัฒนาให้มีความก้าวหน้าที่มากกว่านี้ ไม่ว่าจะเป็นการปรับปรุงด้านภาพลักษณ์และด้านลักษณะของการดำเนินธุรกิจผ่านกระบวนการหรือขั้นตอนต่างๆ การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเข้ามาช่วยในการดำเนินธุรกิจ การให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกันระหว่างผู้ประกอบการจัดงานไมซ์ ชุมชน ซัพพลายเออร์ เจ้าของธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกับการจัดงานไมซ์เพื่อให้เกิดเครือข่ายการทำงานร่วมกัน ซึ่งถือว่าปัจจัยเหล่านี้ล้วนมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อการยอมรับจากผู้เข้าร่วมงานไมซ์ ทั้งจากทางภาครัฐและภาคเอกชน หากผู้ประกอบธุรกิจไม่คิดที่จะพัฒนาและปรับปรุงการดำเนินการของธุรกิจให้มีความทันสมัย อาจจะไม่สามารถอยู่รอดได้ทั้งในยุคปัจจุบันและในอนาคต ซึ่งจะเห็นได้ว่าจำนวนคู่แข่งขันในตลาดของธุรกิจอุตสาหกรรมไมซ์มีอัตราที่เพิ่มขึ้นอยู่ตลอดเวลา หากผู้ประกอบการไม่สามารถพัฒนาตนเองให้ทันกับคู่แข่งขันในตลาด ผู้ประกอบการก็อาจจะต้องปิดหรือยกเลิกกิจการไปในที่สุด ในสภาวะการตลาดอุตสาหกรรมไมซ์ในปัจจุบัน ยิ่งเทคโนโลยีมีการพัฒนามากขึ้นเท่าไหร่ ผู้ประกอบธุรกิจยิ่งจะต้องพัฒนาก้าวตามให้ทันตามโลกเทคโนโลยี ไม่ควรที่จะหยุดนิ่งโดยที่ไม่กระทำสิ่งใดเลย อีกทั้งในยุคปัจจุบันผู้ผู้เข้าร่วมงานไมซ์มีพฤติกรรมการตัดสินใจเข้าร่วมที่เปลี่ยนแปลง และโลกของผู้เข้าร่วมงานไมซ์มีความกว้างใหญ่มากในระบบอินเทอร์เน็ต ดังนั้นโอกาสที่จะขยายจำนวนกลุ่มกลุ่มเป้าหมายย่อมทำได้โดยง่ายดาย หากผู้ประกอบไมซ์เล็งเห็นถึงความสำคัญดังกล่าว ก็จะทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจไมซ์สามารถอยู่รอดภายใต้สภาวะของสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอยู่ในสังคม

แผนนโยบายที่ 5 การสรรหาพนักงานที่มีคุณสมบัติในการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล ด้วยสถานการณ์ปัจจุบันต้องยอมรับว่าการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลเป็นเทคโนโลยีค่อนข้างใหม่ที่กำลังได้รับความนิยมในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด – 19 ส่งผลให้การสรรหาพนักงานที่มีคุณสมบัติตรงกับสายงานการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่มีความเชี่ยวชาญจะเป็นเรื่องค่อนข้างยาก เนื่องจากระบบปฏิบัติการทางเทคโนโลยีจะมีความซับซ้อน ต้องใช้พนักงานที่เคยผ่านงานหรือมีประสบการณ์ด้านนี้มาก่อนถึงจะปฏิบัติงานได้ง่ายขึ้น หรือหากเป็นพนักงานที่มีประสบการณ์อยู่บ้างหรือไม่มีประสบการณ์จัดงานไมซ์แบบดิจิทัลเลย อาจจะต้องทำการอบรมและสอนงานให้จนเกิดความชำนาญจึงจะนำมาปฏิบัติงานได้จริง

ประเด็นที่ 6 สมรรถนะการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่สำคัญทั้งในส่วนของผู้ประกอบการและแรงงานที่จะสามารถนำพาองค์กรที่ให้บริการด้านการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่มีบริบทอยู่ในเมืองรองอย่างเช่นสงขลา ให้สามารถต่อสู้กับคู่แข่งขันกับผู้ประกอบการรายใหญ่ต่อไปได้นั้น ผู้ประกอบการต้องพัฒนาทักษะด้านเทคโนโลยี AI Metaverse และรูปแบบ Virtual และ Live streaming ด้วยเทคโนโลยีระดับสูง ในรูปแบบของ New Normal เพื่อพัฒนานวัตกรรม สำหรับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล ทั้งยังสามารถเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการให้เป็นที่ยอมรับของวงการผู้จัดงานไมซ์ด้วยกันและให้สามารถต่อสู้กับคู่แข่งขันกับผู้ประกอบการรายใหญ่ต่อไปได้

ดังนั้น จากที่มีการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 บริษัทและองค์กรต่างๆได้พยายามปรับเปลี่ยนการทำงาน โดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาช่วยอำนวยความสะดวกในการทำงานมากขึ้น ทำให้บุคลากรและพนักงานพอจะมีความรู้และความเข้าใจในการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลมากกว่าช่วงก่อนการเกิดโรคระบาด ทำให้ตลาดแรงงานที่สามารถทำงานในลักษณะนี้ได้เพิ่มมากขึ้นถึงแม้ว่าจะมีผู้เชี่ยวชาญในการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลไม่เยอะมากนักก็ตาม แต่หลังจากได้คัดเลือกพนักงานที่พอจะมีคุณสมบัติตรงตามลักษณะงานมาแล้วก็ตาม จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องปรับรูปแบบการทำงานให้เหมาะสม มีการอบรมพัฒนาทักษะด้านการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลให้แก่พนักงานใหม่และพนักงานเดิมให้เกิดความชำนาญ และจัดอบรมปรับปรุงรูปแบบงานบริการตามประสบการณ์ของผู้เข้าร่วมงานไมซ์ และสร้างเครือข่ายความร่วมมือทั้งภายในและภายนอกองค์กรขยายผลไปถึงต่างจังหวัด เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ทำงาน ซึ่งจะนำไปสู่การจัดงานที่เป็นแบบกระบวนการที่มีประสิทธิภาพอย่างสูงสุด

5.2 อภิปรายผล

การระบาดของโรคโควิด-19 ในช่วงปี 2563 จนถึง 2565 ทำให้เกิดการแพร่กระจายเชื้อไวรัสโควิด-19ในหลายพื้นที่อย่างรวดเร็ว และลุกลามอย่างรุนแรงไปทั่วโลก ส่งผลกระทบทุกภาคส่วน ทั้งภาคธุรกิจและภาคบริการ รวมไปถึงอุตสาหกรรมไมซ์ภายในประเทศไทย ที่กำลังมีทีท่าว่าจะฟื้นตัวให้กลับไปสู่สถานการณ์ถดถอยและเลวร้ายลงกว่าเดิม

การจัดงานไมซ์ในประเทศต้องประกาศยกเลิกหรือเลื่อนออกไป และอีกส่วนหนึ่งได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบการจัดงานเป็นลักษณะงานไมซ์แบบดิจิทัล(MICE Digital Event) และในอนาคตมีการคาดการณ์ไว้ว่าการจัดงานจะถูกเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมมากขึ้นให้อยู่ในรูปแบบงานไมซ์ไฮบริด (Hybrid Events) ซึ่งเป็นการผสมระหว่างงานไมซ์แบบเผชิญหน้า (On-Site) เข้ากับงานไมซ์แบบดิจิทัล(MICE Digital) แต่อย่างไรก็ตามในการศึกษาครั้งนี้จะมุ่งประเด็นของการศึกษาการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลเป็นหลัก ซึ่งกลุ่มตัวอย่างจากการศึกษาในครั้งนี้ทั้ง 2 กลุ่มคือ (1) ผู้จัดงานและเจ้าของงานไมซ์ และกลุ่มที่ (2) ผู้เข้าร่วมงานไมซ์ เป็นการศึกษาเพื่อความรู้การจัดงานไมซ์ ของ Creswell, (2013) เป็นการศึกษาปรากฏการณ์จากมุมมอง และการให้ความหมายของคนจากปรากฏการณ์ นำข้อมูลที่ได้มาสร้างมโนทัศน์ (Concept) และหาความเชื่อมโยงจากมโนทัศน์ต่างๆ ให้ได้ข้อสรุปเชิงทฤษฎีสำหรับอธิบายและทำความเข้าใจปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น (ชาย, 2552) ที่มีการเก็บแหล่งข้อมูลอย่างน้อย 40 กลุ่มตัวอย่าง และผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลจำนวน 385 ราย จากการคำนวณโดยวิธีของ W.G Cochran รวมทั้งสิ้น 425 ราย และจากรายชื่อของผู้เข้าร่วมงานไมซ์ตอบแบบสอบถามนั้นได้มาจากกลุ่มสมาคมผู้จัดงานไมซ์ภายในจังหวัดสงขลา เป็นการเก็บแบบสอบถามแบบออนไลน์ โดยทางผู้วิจัยได้ทำการส่งแบบสอบถามไปทั้งสิ้น 500 ฉบับ มีผู้ให้ความสนใจร่วมตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 425 คนคิดเป็น 85 % โดยกลุ่มตัวอย่างคัดเลือกแบบเจาะจงจากผู้ที่มีประสบการณ์ตรงในด้านการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลนอกจากนี้เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย คือแบบสอบถามประกอบด้วย 5 ตอน ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับข้อมูลประชากรศาสตร์ ผลกระทบของการจัดการงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพเศรษฐกิจและสังคม คำถามวัดความรู้เกี่ยวกับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลและข้อเสนอแนะอื่น ๆ โดนเนื้อหาและที่มาของคำถามนั้นจะมาจากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ผู้วิจัยได้มีการชี้แจงให้กลุ่มตัวอย่างทราบถึงวัตถุประสงค์ วิธีดำเนินการวิจัย และสิทธิ์ของกลุ่มตัวอย่างโดยสมัครใจ การรักษาความลับของกลุ่มตัวอย่าง การเก็บรักษาข้อมูลและการเผยแพร่ข้อมูล รวมทั้งการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ยินยอมโดยวาจาหรือลงลายมือชื่อในใบยินยอมเข้าร่วมการวิจัยจากนั้นข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ผู้วิจัยเลือกใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistical Product and Service Solutions

[SPSS, Version 20.0]) เพื่อทำการหาค่าสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย เลขคณิต จากนั้นนำเสนอในรูปตารางที่ 5.1-5.4 เพื่อประกอบการอธิบาย นอกจากนี้เพื่อให้การวิเคราะห์ข้อมูลมีความครบถ้วน ครอบคลุมทั้งในส่วนของข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ซึ่งได้จากแบบสอบถามและสังเกตการณ์ (Observation) รวมทั้งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ซึ่งมาจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้เรียบเรียงจัดหมวดหมู่ วิเคราะห์ สังเคราะห์ และสรุปผลในรูปการอธิบาย เพื่อเสริมกับข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจากผลการศึกษาเรื่อง การศึกษาผลกระทบของสังคมและเศรษฐกิจของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลของสงขลาไมซ์ซิตี้ในสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 สามารถนำมาอภิปรายผลตามแนวคิดเป็น 4 ประเด็น ได้ดังนี้

5.2.1 ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่มีผลต่อสภาพเศรษฐกิจ เจ้าของงาน ผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงานไมซ์ในจังหวัดสงขลา มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ สสปน., (2561) ซึ่งผลกระทบนั้นจะส่งผลได้ทั้งทางบวกและทางลบต่อสภาพเศรษฐกิจขึ้นอยู่กับ มุมมองผลประโยชน์ และผลลัพธ์ของการจัดงาน

ดังนั้นหนึ่งในวัตถุประสงค์ของผู้จัดงานไมซ์หรือเจ้าของงานไมซ์ ควรหาวิธีการลดผลกระทบเชิงลบให้เหลือน้อยที่สุด หรือหลีกเลี่ยงไม่ให้เกิดผลกระทบเชิงลบทางด้านเศรษฐกิจ ทั้งยังสามารถเพิ่มผลลัพธ์ด้านบวกของงานไมซ์ให้กับชุมชนได้ ด้านดิจิทัลในรูปแบบต่างๆ เช่น แอปพลิเคชั่น จะถูกนำมาใช้ในกิจกรรมไมซ์มากขึ้น ทั้งนี้สองกลุ่มตัวอย่างจะเห็นว่าการจัดงานไมซ์แบบออนไลน์จะเป็นผลดีต่อเศรษฐกิจ ไม่ว่าจะเป็นในการสร้างอาชีพใหม่ ขยายโอกาสให้ผู้คนได้มีงานทำ ตลอดจนการเพิ่มโอกาสให้มีการเข้าร่วมงานได้มากกว่างานไมซ์แบบเผชิญหน้า แต่จากการศึกษาของ Joao & Luis (2020) พบว่า ในปัจจุบันได้มีการพัฒนาเทคโนโลยีมาเพื่อช่วยให้การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลดำเนินการต่อไปได้ แต่ต้นทุนในการใช้งานเทคโนโลยีในการจัดงานยังคงสูงมาก และถ้าหากต้องเก็บค่าใช้จ่ายจากผู้เข้าร่วมงานไมซ์ที่สูงตามไปด้วย ก็จะทำให้ไม่มีคนมาร่วมงาน Chia & Kai (2019) พบว่างานไมซ์แบบดิจิทัลไม่เพียงแต่เป็นโอกาสในการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นและยังเป็นโอกาสในการเพิ่มรายได้ให้แก่การท่องเที่ยว ดังนั้นงานไมซ์แบบดิจิทัลอาจเป็นแนวทางแลกเปลี่ยนด้านการนำเสนอการส่งเสริม หนทางแก้ไขปัญหาทางเศรษฐกิจ และการพัฒนาภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่การท่องเที่ยวของนักเดินทางไมซ์ ซึ่งเป็นหนึ่งในกิจกรรมสำคัญที่หนุนตลาดของอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศ หน่วยงานของภาครัฐและภาคเอกชนในท้องถิ่นควรส่งเสริม

และให้การสนับสนุนกิจกรรมไมซ์แบบดิจิทัล Shin, et.al (2018) ในสถานการณ์ปัจจุบันมีความพยายามที่จะจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลในรูปแบบต่างๆขึ้น เพื่อดึงดูดนักเดินทางไมซ์ หรือกลุ่มเป้าหมายในการเข้าร่วมกิจกรรม นำไปสู่พัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น ด้วยการปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมนโยบายรายได้ประชาชนในพื้นที่จังหวัดสงขลาที่เพิ่มขึ้น และทางด้าน Nadira & Rushna (2020) ได้ให้ความเห็นว่างานไมซ์แบบดิจิทัลจะเป็นการเปิดโอกาสสำหรับการสร้างอาชีพใหม่ หรือการเปลี่ยนแปลงในอาชีพ อีกทั้งเป็นการเพิ่มทักษะใหม่ ๆ ให้แก่คนในชุมชน นั่นคือเพื่อเตรียมทีมงานสำหรับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลจำเป็นต้องมีทีมงานที่มีความพร้อมด้านความสามารถฉะเพราะด้านเทคโนโลยี แสง สี เสียง หรือทักษะที่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจไมซ์แบบดิจิทัลให้พร้อมสำหรับการก้าวหน้าภายในเส้นทางอาชีพใหม่ เพราะกิจกรรมไมซ์แบบดิจิทัลจำเป็นต้องอาศัยผู้ที่ความเชี่ยวชาญเฉพราะด้านของพวกเขาในการจัดกิจกรรม ซึ่งส่งผลต่อการกระจายรายได้ในระบบเศรษฐกิจของชุมชน เกิดศิริ, สันติธรและนุชเนตร (2564) ได้กล่าวว่า รายได้จากแต่ละงานที่เกิดขึ้นนั้นสามารถใช้จ่ายโดยตรงให้กับชุมชน เช่น ของที่ระลึกในท้องถิ่นและวัตถุดิบสำหรับอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น แต่เมื่อสถานการณ์เปลี่ยนแปลงและจัดกิจกรรมไมซ์แบบดิจิทัลมาแทนที่รูปแบบเดิมของงานเผชิญหน้าจึงทำให้รายได้ส่วนนี้ได้ขาดหายไป จึงจำเป็นต้องหาหนทางแก้ไขปัญหาในส่วนนี้ Mahboob & Nouman (2018) โดยผู้จัดงานไมซ์อาจจะเป็นสื่อกลางในการประชาสัมพันธ์ถึงแหล่งจำหน่ายสินค้าและช่องทางการสั่งซื้อสินค้าของคนในชุมชน และการประชาสัมพันธ์ถึงภาพลักษณ์ที่ดีของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่การจัดงานให้เป็นที่รู้จักภายในงาน

Lavinia, et.al (2021) ได้ให้เหตุผลไว้ว่า นักเดินทางไมซ์แบบดิจิทัลนั้น จะเป็นกลุ่มที่มาจากหลากหลายพื้นที่บนโลก หรืออาจจะกล่าวได้ว่ากลุ่นเป้าหมายนี้มีขนาดที่ใหญ่และมีวัตถุประสงค์ในเชิงธุรกิจ จึงสามารถดึงกลุ่มนักลงทุนมายังสถานที่จัดงานได้หลังจากจบงานไมซ์แบบดิจิทัลลงไปแล้ว และยังก่อให้เกิดเครือข่ายการรวมตัวของกลุ่มนักลงทุนที่สร้างความสัมพันธ์ในระยะยาว

5.2.2 ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่มีผลต่อสภาพสังคมเจ้าของงานผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงานไมซ์ในจังหวัดสงขลา มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ สสปน. (2561) ผลกระทบทางด้านสังคมของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลส่วนใหญ่จะเป็นในทิศทางเชิงบวก ผู้จัดงานและเจ้าของงานจึงควรพยายามจัดงานเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมมากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้

ซึ่งทั้งสองกลุ่มตัวอย่างต่างเห็นประโยชน์ในทางบวกจากการลดการเดินทางที่ช่วยทำให้อุบัติเหตุบนท้องถนนน้อยลง รวมทั้งเมื่อผู้คนสามารถเข้าร่วมงานออนไลน์จากที่บ้านได้ ก็จะช่วยลดการขโมยทรัพย์สินและการลักเล็กสิ่งของต่างๆ ตามอาคารบ้านเรือนได้ อย่างไรก็ตามในการศึกษาเรื่อง Online Conference – Towards a New (Virtual) Reality โดย Goedele, et.al., (2020) ซึ่งได้ระบุว่า การวัดผลกระทบจากกิจกรรมของมนุษย์ที่มีต่อสิ่งแวดล้อมนับเป็นมิติสำคัญที่บรรดานักวิชาการและนักอนุรักษ์ธรรมชาติต่างเพิ่มความเข้มข้นขึ้นเป็นลำดับ แต่กระนั้นถึงแม้ว่าการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลจะสอดคล้องกับการปฏิบัติที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมก็ตาม แต่การจัดงานในรูปแบบดังกล่าวก็ไม่สามารถทดแทนการจัดงานไมซ์แบบเผชิญหน้า (In-person events) Bora, Seoki & Kyung (2018) ได้อธิบายถึง ความรับผิดชอบต่อสังคมว่า อุตสาหกรรมไมซ์ที่อำนวยความสะดวกในความสัมพันธ์กับผู้เข้าร่วมงานไมซ์กิจกรรม ซัพพลายเออร์ ทีมงาน และชุมชนผ่านการกำหนดและการปฏิบัติในการปกป้องสิ่งแวดล้อมและนโยบายที่เกี่ยวข้องกับสิทธิมนุษยชนเพื่อสนับสนุนสังคม รัฐวิสาหกิจด้วยการปฏิบัติของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร เป็นที่ชื่นชมของสาธารณชน เมื่อมันถูกสร้างขึ้นภายนอกที่เป็นบวกเกินข้อกำหนดทางกฎหมาย ตามทฤษฎีของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย Anna, Anna & Zuzana (2019) กล่าวถึงว่าอุตสาหกรรมไมซ์ที่บริหารด้วยแนวปฏิบัติในการรับผิดชอบต่อสังคม จะนำเสนอเป้าหมายที่สอดคล้องกับกลุ่มผู้เข้าร่วมงานไมซ์กิจกรรม ทีมงาน ซัพพลายเออร์ และชุมชนที่มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ เพื่อสร้างรายได้หรือคุณค่าทางจิตใจ และช่วยเหลือผู้ประกอบการหรือชุมชนโดยรอบ ๆ ในการดำเนินการเพื่อความมั่นคงในระยะยาวและการเติบโต จึงจำเป็นต้องสร้างความประทับใจให้แก่ผู้เข้าร่วมงานไมซ์จึงจะก่อให้เกิดการประชาสัมพันธ์ด้วยว่าที่การบอกต่อของผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลโดยทาง Sana & Judith (2019) มีความเห็นว่าการประชาสัมพันธ์ด้วยวิธีการบอกต่อผ่านบุคคลที่เข้าร่วมกิจกรรม เป็นสิ่งสำคัญอีกช่องทางหนึ่งสำหรับการสื่อสารของผู้ที่เคยเข้าร่วมกิจกรรม ทำให้การบอกปากต่อปากจึงมีบทบาทสำคัญในพฤติกรรมการบริโภคของผู้เข้าร่วมงานไมซ์กิจกรรมรายใหม่และส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมในระยะสั้นและระยะยาว José, Enrique & Rafael (2019) ระบุว่าอินเทอร์เน็ตเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์ ที่มีการกระจายข่าวและคุณค่าของงานไมซ์แบบดิจิทัลได้อย่างว่องไว ในยุคที่สื่อต่างๆมองเห็นถึงความสำคัญบนโลกออนไลน์ ที่เป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับงานไมซ์ กิจกรรม คุณค่าของงานรวมถึงประโยชน์ต่างๆที่ได้เข้าร่วมงาน โดยผู้เข้าร่วมงานไมซ์กิจกรรมจะบอกเล่าและแบ่งปันประสบการณ์ส่วนตัว ความคิดเห็น และความรู้ที่เกี่ยวข้องโดยมุ่งเป้าไปที่หัวข้อเฉพาะที่ตนให้ความสนใจ และคิดว่าจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมจนเกิดคำพูดจากปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์หรือคำพูดจากปากต่อปากออนไลน์ Mahboob & Nouman (2018) กล่าวว่าการบอกต่อในโลกออนไลน์ไม่ได้ให้ข้อมูลที่หลากหลาย

เท่านั้นยังเพื่อช่องทางการค้นหาผู้ที่มีโอกาสจะเป็นกลุ่มเป้าหมายในการเข้าร่วมกิจกรรมครั้งต่อไป แต่ทางผู้จัดงานเองตต้องเปรียบเทียบกับสำรวจตลาด ส่งแบบสอบถามอีเมลหรือทางไปรษณีย์ เพื่อสามารถค้นหาความต้องการของผู้เข้าร่วมงานไมซ์กิจกรรมและความคิดเห็นเกี่ยวกับไมซ์แบบดิจิทัลจากการอภิปรายเครือข่าย โดยเฉพาะคอมพิวเตอร์ผู้ผลิตซอฟต์แวร์หรือฮาร์ดแวร์ให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับกระบวนการดังกล่าวของผู้เข้าร่วมงานไมซ์กิจกรรมที่มีส่วนร่วมทางอ้อมในการพัฒนารูปแบบกิจกรรมภายในงานไมซ์แบบดิจิทัลให้เกิดความหน้าสนใจและยังก่อให้เกิดการบอกต่อเพื่อความยั่งยืนต่อไป

5.2.3 การอภิปรายความรู้การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลของเจ้าของงาน ผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงานไมซ์ เป็นกระบวนการความรู้ที่ส่งผลทำให้งานไมซ์แบบดิจิทัลมีประสิทธิภาพ นั้นมีความสอดคล้องกับแนวคิดงานวิจัยของ พรพิมล (2560) ซึ่งเป็นเทคโนโลยีความเสมือนจริง ที่มีการจำลองให้อยู่ในรูปแบบของเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ที่ให้ความรู้สึกมีความเป็นจริง ทั้งในรูปแบบทางภาพ และเสียง ซึ่งจำลองสภาพแวดล้อมออกมา 360 องศา แบบภาพสามมิติ เทคโนโลยีนี้จะเกิดขึ้นได้ผู้ใช้จะมีความสัมพันธ์ระหว่างโปรแกรมและอุปกรณ์สาหรับการควบคุม การโต้ตอบกับโปรแกรมซึ่งสอดคล้อง ปฏิพรรณ (2564) มีความคิดเห็นว่า การใช้เทคโนโลยีความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม รูปแบบการจัดงานไมซ์จากออฟไลน์สู่ออนไลน์ หรือที่เรียกว่างานไมซ์เสมือนจริง หรือเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า งานไมซ์แบบดิจิทัล

จากแบบวัดความคิดเห็นเกี่ยวกับความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับงานไมซ์แบบดิจิทัล จำนวน 12 ข้อ โดยได้วิเคราะห์ความคิดเห็นเป็น 2 ลักษณะคือ การวิเคราะห์เป็นรายข้อ และวิเคราะห์คะแนนรวม ผลการศึกษาพบว่า ผู้จัดงานและเจ้าของงานไมซ์มีคะแนนมากกว่าผู้เข้าร่วมงานไมซ์เกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับการจัดการงานไมซ์แบบดิจิทัลโดยจากการทำแบบสอบถามของประชากรทั้งสองกลุ่มจะเห็นได้ว่า ผู้ตอบคำถามมีความรู้ในเรื่องการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลไมซ์มากที่สุด 3 เรื่อง ได้แก่ (1) ระบบอินเทอร์เน็ตมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งสำหรับการจัดงานแบบดิจดิทัลไมซ์ (2) ไม่ว่าวิทยากรในงานแบบดิจิทัลไมซ์จะอยู่แห่งหนใดก็ตามบนโลกใบนี้ ก็สามารถเชื่อมต่อผ่านระบบเพื่อเข้าร่วมงานได้ทุกที่ทุกเวลาผ่านระบบออนไลน์ และ (3) เครื่องสำรองไฟเป็นหนึ่งในอุปกรณ์สำคัญในการจัดงานแบบดิจิทัลไมซ์ เพราะช่วยให้การจัดงานมีความไหลลื่น และลดการสะดุดของระบบในการทำงาน จากความรู้สามอันดับแรก จึงสรุปได้ว่า ผู้เข้าร่วมงานไมซ์มีความรู้สำหรับการเตรียมความพร้อมในส่วนของระบบสัญญาณอินเทอร์เน็ตหากมีการเข้าร่วมในลักษณะออนไลน์ และคำถามที่มีผู้ตอบผิดบ่อยครั้งสามอันดับสุดท้ายได้แก่ (1) เทคโนโลยีที่นำมาใช้สำหรับการสนับสนุนงานแบบดิจิทัลไมซ์ต้องเป็นเทคโนโลยีขั้นสูงจากต่างประเทศ มีราคาแพงและใช้งาน

ยาก (2) ผู้จัดงานไมซ์แบบดิจิทัลมีความยุ่งยากในการคัดเลือกวิทยากรมากกว่างานแบบ On-Site และ (3) การออกแบบการจัดงานแบบดิจิทัลไมซ์มีความซับซ้อนและยุ่งยากน้อยกว่าการจัดงานแบบ On-Site จึงสรุปได้ว่า ผู้เข้าร่วมงานไมซ์ยังคงขาดความรู้ ด้านเทคโนโลยีที่ใช้สนับสนุนการจัดงานไมซ์และการคัดเลือกวิทยากรสำหรับการดำเนินรายการ ซึ่งในความเป็นจริงนั้นความยากง่ายของเทคโนโลยีระบบปฏิบัติการของแต่ละกิจกรรมมีความแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับผู้จัดงานว่าจะมีแผนรองรับหรือจัดการแก้ไขปัญหาอย่างได้ เช่น อาจจะจัดทำคู่มือการเข้าร่วมงาน ตารางกิจกรรม เพื่อชี้แจ้งการเข้าร่วมงานตั้งแต่ขั้นตอนแรกจนจบการนำเสนอให้แก่ผู้เข้าร่วมงานไมซ์ อาจจะส่งผ่านทาง E-mail หรือผ่านการประชาสัมพันธ์หลักหน้าเว็บไซต์ของงานไมซ์ ซึ่งการจัดงาน ไมซ์แบบดิจิทัล หากผู้เข้าร่วมงานไมซ์มีความรู้ที่เกี่ยวกับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลจะการเพิ่มโอกาสให้นักลงทุนได้เข้าร่วมงานสูงกว่าการจัดงานไมซ์แบบเผชิญหน้า ซึ่งจะสอดคล้องกับแนวความคิดของ Christopher, Leigh & David (2019) มีการกล่าวว่า การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลคือ ประสบการณ์ที่สร้างขึ้นมาโดนใช้งานแบบดิจิทัลไมซ์ เพื่อสร้างประสบการณ์สำหรับการแลกเปลี่ยนความรู้หรือประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้แก่ผู้การเข้าร่วมได้ทั่วทุกมุมโลก โดยที่ผู้เข้าร่วมงานไมซ์ไม่จำเป็นต้องเดินทางมาที่งาน แต่จะเข้าร่วมงานผ่านระบบอินเทอร์เน็ตจากที่บ้านหรือที่ใดก็ได้ ทางด้าน SCEB. (2021) ได้ให้ความหมายของอุตสาหกรรมไมซ์แบบดิจิทัลหรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า งานไมซ์แบบออนไลน์ (Virtual Event) คือ รูปแบบงานไมซ์ออนไลน์เป็นการประชุมที่มีการเผยแพร่หรือถ่ายทอดสดแบบเรียลไทม์ ผ่านหน้าแพลตฟอร์มด้วยการไลฟ์สตรีมมิ่งผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย ซึ่งการจัดงานไมซ์ออนไลน์นั้นผู้เข้าร่วมงานไมซ์งาสามารถที่จะเข้าร่วมงานได้ไม่ว่าจะอยู่ที่ใดก็ตาม โดยไม่จำเป็นจะต้องเดินทางมายังสถานที่จัดงานจริง Kantapop & Pei (2017) โดยที่ผู้จัดงานถือเป็นตัวกลางระหว่างซัพพลายเออร์และผู้เข้าร่วมงานไมซ์กิจกรรม ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในกระบวนการตัดสินใจว่าผู้เข้าร่วมงานไมซ์กิจกรรมนั้นจะเข้าร่วมหรือไม่ ซึ่งการวางแผนเป็นส่วนสำคัญสำหรับผู้จัดงานไมซ์แบบดิจิทัล เช่น การเลือกสถานที่จัดวางระบบหลังบ้านของงานไมซ์แบบดิจิทัลทีมงานช่างเทคนิคที่เกี่ยวกับระบบการปฏิบัติการทางเทคโนโลยี โดยวิเคราะห์จากความพร้อมของสถานที่เหมาะสมในการวางอุปกรณ์ของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลระบบปฏิบัติการทางเทคโนโลยีเพื่อรองรับเข้าสู่ระบบออนไลน์ (SCEB, 2564) งานไมซ์แบบดิจิทัลจัดขึ้นบนพื้นที่เสมือนจริง ช่วยให้ผู้เข้าร่วมงานไมซ์กิจกรรม ได้จากระยะไกลสามารถสื่อสารกันผ่านระบบอินเทอร์เน็ตผ่านอุปกรณ์และเทคโนโลยี เพื่อให้เกิดความสะดวกในการเข้าร่วมกิจกรรม สำหรับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลนั้น ไม่ได้แตกต่างจากกงานจัดงานไมซ์ทั่วไป ที่ผู้เข้าร่วมงานไมซ์สามารถตอบโต้ หรือสนทนากันได้ อีกทั้งขั้นตอนส่วนใหญ่ก็เหมือนกัน แต่มีบ้างกระบวนการที่แตกต่างกัน โดยทั่วไปและงานไมซ์แบบดิจิทัลจะให้ความสำคัญกับอุปกรณ์เทคโนโลยี Joao & Luis (2020) ถึงแม้ว่าในปัจจุบันได้มีการ

พัฒนาเทคโนโลยีมาเพื่อช่วยในการจัดงานไมซ์เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะงานแสดงสินค้า แต่ต้นทุนด้านซอฟแวร์และอุปกรณ์ที่ทันสมัยยังคงมีราคาที่สูงมาก จึงเป็นอุปสรรคที่สำคัญในการจัดงานด้วยดิจิทัลและเทคโนโลยีขั้นสูงเนื่องจากเมื่อต้นทุนจ่ายสูงกว่า หรือเท่ากับการจัดงานไมซ์แบบเผชิญหน้า ย่อมส่งผลกระทบโดยตรงต่อความต้องการในการจัดงานดังกล่าวของผู้เข้าร่วมงานไมซ์ กิจกรรม จากประเด็นดังกล่าวมีความสอดคล้องกับประเด็นข้อคำถามที่ระบุว่า การออกแบบการจัดงานแบบออนไลน์มีความซับซ้อนและยุ่งยากน้อยกว่าการจัดงานแบบเผชิญหน้า ซึ่งเป็นความเข้าใจที่ยังไม่สะท้อนกับความเป็นจริงกล่าวคือ การจัดไมซ์แบบออนไลน์นับเป็นการจัดงานที่ต้องอาศัยผู้เชี่ยวชาญด้านคอมพิวเตอร์และระบบการประชุมออนไลน์ รวมทั้งการไลฟ์สตรีมมิ่งผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย อีกทั้งการจัดงานดังกล่าวจำเป็นต้องใช้คอมพิวเตอร์ ระบบอินเทอร์เน็ต และอุปกรณ์ที่มีเทคโนโลยีคุณภาพสูง

ทั้งนี้สองกลุ่มตัวอย่างจะมีความรู้สำหรับการจัดงานไมซ์แบบออนไลน์มากน้อยขึ้นอยู่กับทางผู้จัดงานไมซ์ที่ต้องทำหนังสือชี้แจ้งคู่มือรายละเอียดการเข้าสู่ระบบลงทะเบียนรับชม นอกจากนี้ยังส่งผลกระทบด้านพฤติกรรมที่เกิดขึ้นจากการจัดงานไมซ์แบบออนไลน์ทั้งสองกลุ่มตัวอย่าง ปัญญาฤทธิ์ (2562) ได้แสดงความคิดเห็นว่า พฤติกรรมของผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลจะพบได้ว่านักเดินทางไมซ์กลุ่มนี้ จะมีจุดประสงค์เชิงธุรกิจ มีกำลังใช้จ่ายมากกว่านักท่องเที่ยวอื่นๆ มีเวลาพักในการเดินทางนานกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป และยังเป็นผู้นำทางด้านความคิดริเริ่มสิ่งใหม่ๆ จากประสบการณ์หรือมีระดับการศึกษาที่สูงของนักเดินทางไมซ์ Purimprach (2022) ซึ่งได้กลายเป็นหนึ่งในเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ที่ผู้จัดงานเลือกใช้ เทคโนโลยีเข้ามาผสมกับกิจกรรมในสถานที่การจัดงานนี้ไม่เพียงแต่ช่วยให้ผู้จัดงานสามารถดำเนินกิจกรรมต่อไปได้ แต่ยังช่วยให้องค์กรต่างๆ สามารถโปรโมตงานของตนกับผู้เข้าร่วมงานไมซ์ในวงกว้างขึ้น พิมพาภรณ์ (2564) โดยเฉพราะพฤติกรรมของผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลจะให้ความสำคัญในการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ เกี่ยวกับธุรกิจ ซึ่งมีผลต่อแรงจูงใจสำหรับการเข้าร่วมกิจกรรม สสปน. (2561) ได้วิเคราะห์ถึงพฤติกรรมของผู้เข้าร่วมงานไมซ์ จะมีลักษณะ วัตถุประสงค์การเข้ากิจกรรมที่แตกต่างกันออกไป

ผู้จัดงานไมซ์แบบดิจิทัลจะต้องมีความรู้ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการหรือขั้นตอนการดำเนินงาน โดยเฉพาะด้านเทคโนโลยีงานไมซ์แบบดิจิทัลเนื่องจากจะนำเทคโนโลยีด้านดิจิทัลในรูปแบบต่างๆ เช่น แอปพลิเคชั่น ต้องทำหนังสือชี้แจ้งคู่มือรายละเอียดการเข้าสู่ระบบลงทะเบียนรับชม และร่วมกิจกรรมภายในงานสำหรับผู้เข้าร่วมงานไมซ์ออนไลน์ SCEB. (2021) พบว่า หากผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลมีความรู้จะส่งผลดีต่อเศรษฐกิจ ไม่ว่าจะเป็นในการสร้างอาชีพใหม่ขยายโอกาสให้ผู้คนได้มีงานทำ ตลอดจนการเพิ่มโอกาสให้มีการเข้าร่วมงานได้มากกว่างานไมซ์

แบบเผชิญหน้า แต่จากการศึกษาของ Joao & Luis (2020) พบว่า ในปัจจุบันได้มีการพัฒนาเทคโนโลยีมาเพื่อช่วยให้การจัดงานแสดงสินค้าดำเนินการต่อไปได้ แต่ต้นทุนในการใช้งานเทคโนโลยีในการจัดงานยังคงสูงมาก และถ้าหากต้องเก็บค่าใช้จ่ายจากผู้เข้าร่วมงานไมซ์ที่สูงตามไปด้วย ก็จะทำให้ไม่มีคนมาร่วมงาน นอกจากนี้เมื่อยังส่งผลกระทบด้านสังคมที่เกิดขึ้นจากการจัดการงานไมซ์แบบดิจิทัลซึ่งทั้งสองกลุ่มตัวอย่าง ต่างเห็นประโยชน์ในทางบวกจากการลดการเดินทางที่ช่วยทำให้อุบัติเหตุบนท้องถนนน้อยลง เนื่องจากผู้คนสามารถเข้าร่วมงานไมซ์บ้างส่วนเข้าร่วมกิจกรรมได้จากที่บ้านในลักษณะออนไลน์ ก็จะช่วยลดการขโมยทรัพย์สินและการลักเล็กสิ่งของต่างๆตามอาคารบ้านเรือนได้ อย่างไรก็ตามในการศึกษาเรื่อง Online Conference – Towards a New (Virtual) Reality โดย Goedele, et.al. (2020) ซึ่งได้ระบุว่า การวัดผลความรู้ของผู้เข้าร่วมงานไมซ์ที่ส่งผลกระทบจากกิจกรรมของมนุษย์ที่มีต่อสิ่งแวดล้อมนับเป็นมิติสำคัญที่บรรดานักวิชาการและนักอนุรักษ์ธรรมชาติต่างเพิ่มความเข้มข้นขึ้นเป็นลำดับ แต่กระนั้นถึงแม้ว่าการจัดงานไมซ์แบบผสมผสานจะสอดคล้องกับการปฏิบัติที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมก็ตาม แต่การจัดงานในรูปแบบดังกล่าวก็ไม่สามารถทดแทนการจัดงานไมซ์แบบเผชิญหน้าได้ เนื่องจากประโยชน์จากการพบปะกันในงานไมซ์สามารถต่อยอดการสร้างเครือข่ายต่อไปในอนาคต

5.2.4 ผลแผนในการพัฒนาการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลของสงขลาไมซ์ซิตี้จากการสัมภาษณ์ผู้จัดงานและเจ้าของงาน และทำการศึกษาผลกระทบการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่ส่งผลต่อสภาพเศรษฐกิจและสังคม และความรู้เกี่ยวกับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลของผู้จัดงาน เจ้าของงานและผู้เข้าร่วมงานไมซ์ จากการรวบรวมศึกษาข้อมูลทั้งหมดพบว่า การนำเสนอแนวทางกำหนดแผนงานจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลจะเป็นไปได้ค่อนข้างยากและมีความซับซ้อน เนื่องจากงานที่เกิดขึ้นมีลักษณะที่แตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับว่า ผู้จัดงานและเจ้าของงานมีการคิดวางแผนงาน กำหนดวัตถุประสงค์ รวมถึงกลุ่มเป้าหมายของผู้เข้าร่วมงานไมซ์กิจกรรมของงานเอาไว้อย่างไร ซึ่งสอดคล้องกับ Sung-Hyun, et.al. (2016) การวางแผนจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลมีความเป็นได้ยากเพราะงานไมซ์แต่ละงานที่เกิดขึ้นมีความแตกต่างกับ ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของผู้จัดงานหรือเจ้าของงานเป็นผู้กำหนด ซึ่งจะให้สอดคล้องตรงกับกลุ่มเป้าหมาย และผู้เข้าร่วมงานไมซ์กิจกรรมสามารถรับข้อมูลการนำเสนอได้แบบเรียลไทม์และจะเข้าถึงข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทางด้าน Mario, Anne & Ingrid (2019) ได้นำเสนอแผนการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลจำเป็นต้องกำหนดทิศทางและสร้างแนวทางปฏิบัติให้เกิดความมั่นใจว่ากิจกรรมที่เกิดขึ้นนั้นจะบรรลุจุดหมายที่ตั้งเอาไว้และผลลัพธ์ที่ได้เป็นไปดังที่ต้องการ โดยจะไม่ลดคุณค่าศักยภาพเศรษฐกิจและสังคม แต่จะเพิ่มคุณค่ามูลค่าให้แก่ระบบเศรษฐกิจและสังคมให้เกิดความยั่งยืนและเข็มแข่งแก่ชุมชนต่อไป TCEB. (2555)

การนำเสนอแผนการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลเพื่อความยั่งยืน จะต้องคำนึงถึงผลงานด้านการบริหารการวางแผนในองค์กร และดำเนินงานตามแนวทางการพัฒนาเพื่อความยั่งยืน เพื่อลดช่องว่างผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นต่อระบบเศรษฐกิจและสังคม แต่ในทางกลับกันต่อก่อให้เกิดประโยชน์ระยะยาวต่อชุมชน ทีมงานซัพพลายเออร์ หรือหน่วยงานที่มีส่วนได้ส่วนเสียในระยะยาว Mariachiara, et.al. (2020) การนำเสนอแผนงานไมซ์แบบดิจิทัลต้องสร้างความสมดุลรับผิดชอบต่อเศรษฐกิจ เช่น การประหยัดงบประมาณโดยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและต้องหลีกเลี่ยงการทุจริตต่อหน้าที่ การจัดซื้อจัดจ้างต้องดำเนินการด้วยความโปร่งใส คุณภาพของสินค้าและบริการที่นำเสนอภายในงานและหลังจบงานต้องมีการรักษามาตรฐานอย่างเข้มงวด ส่งเสริมการสร้างงานสร้างอาชีพให้แก่คนในชุมชน เป็นต้น Jasmine, Kathry & Daniel (2021) นอกจากนี้การสร้างสมดุลความรับผิดชอบต่อสังคม เช่น การว่าจ้างบุคลากรอย่างเป็นธรรม รวมถึงการจัดสถานที่ทำงานให้มีความปลอดภัย ถูกสุขอนามัยที่ดี เคารพสิทธิความเป็นส่วนบุคคลตามมาตรฐานสิทธิแรงงานระหว่างประเทศ ไม่กีดกันชนกลุ่มน้อยและให้โอกาสในการทำงานแก่ชนกลุ่มน้อยให้เปรียบเสมือนคนในชาติเดียวกัน เคารพซึ่งความแตกต่างทั้งความคิด ความสามารถ ชนชาติ ศาสนาและวัฒนธรรม ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนท้องถิ่น ตรวจสอบห่วงโซ่อุปทานเพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าการผลิตสินค้าหรือบริการถูกต้องตามหลักมาตรฐาน และเป็นไปตามที่ผู้จัดงานกำหนดเอาไว้หรือไหม เป็นต้น และทางภาครัฐและภาคเอกชนควรมีนโยบายแนวทางที่เป็นรูปธรรมใช้ในการสนับสนุนความร่วมมือกับชุมชน เช่น

1.หน่วยงานภาครัฐทั้งระดับส่วนกลางและระดับท้องถิ่นควรมีนโยบายหรือแผนงานในการส่งเสริมและสนับสนุนการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลของสงขลาไมซ์ซิตี้ โดยที่หน่วยงานภาครัฐควรให้การสนับสนุนการจัดอบรมความรู้การจัดงานไมซ์ด้วยเทคโนโลยีล้ำสมัยเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้แก่ผู้จัดงาน และทางชุมชนเองต้องการความร่วมมือในการสนับสนุนงบประมาณและผู้เชี่ยวชาญจากทางภาครัฐให้กับชุมชน เพื่อขับเคลื่อนการจัดงานไมซ์ให้เกิดประสิทธิภาพและความเชื่อมั่นที่นำไปสู่การบรรลุตามวัตถุประสงค์ของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลเพื่อให้เกิดความยั่งยืน ซึ่งจะสอดคล้องกับความเห็นของ วิชชุตา (2565) กล่าวว่า ด้านการสนับสนุนพัฒนาบุคลากรการจัดงานไมซ์และการทำงานเชิงบูรณาการระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชนและผู้จัดงาน โดยที่ภาครัฐต้องให้โอกาสสนับสนุนงบประมาณ จัดตั้งศูนย์รับคำปรึกษาการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลให้แก่ผู้จัดงานและชุมชน อีกทั้งกำหนดยุทศาสตร์การพัฒนาการจัดงานไมซ์อย่างเป็นระบบและชัดเจนทั้งในระยะสั้น กลาย และระยะยาว

2.การสร้างบริบทในบทบาทฐานะของสมาคมธุรกิจสร้างสรรค์การจัดงานจังหวัดสงขลา ที่สมาคมฯ ควรใช้โอกาสในเทรนด์การเติบโตของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลมาเป็นเครื่องมือในการสร้างจุดขายให้สงขลาไมซ์ซิตี้สู่การเป็นจุดหมายปลายทางชั้นนำด้านการจัดงานทั้งรูปแบบ Virtual และ Live streaming ด้วยเทคโนโลยีระดับสูง เพราะ กำลังเป็นที่น่าสนใจอย่างมาก โดยเฉพาะในช่วงไวรัสโควิด-19 ระบาด ผู้จัดงานต่างๆจึงหันมาให้ความสำคัญมากขึ้น และทำการศึกษาองค์ความรู้ของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลการที่ผู้ประกอบการจะมีโอกาสเติบโตในสายงานอาชีพการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลได้นั้น ผู้ประกอบการเองยอมรับเทคโนโลยีและองค์ความรู้ใหม่ ๆ ในการจัดงาน ซึ่งในยุคปัจจุบันมีช่องทางการศึกษาอยู่มากมาย ไม่ว่าจะเป็นหนังสือทั้งในและต่างประเทศ หรือแม้กระทั่งช่องทางออนไลน์ที่มีการกล่าวถึงเทคโนโลยีสำหรับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล เช่นเทคนิค VR กราฟิก Virtual และ Live streaming เป็นต้น และทางผู้ประกอบการเองต้องทำการเข้าร่วมงานที่หลากหลาย ที่ตามที่หน่อยงานต่างๆได้จัดขึ้น เพื่อให้เห็นถึงข้อแตกต่างของแต่งาน ซึ่งเค้าจะมีการจัดตามลักษณะของวัตถุประสงค์ โดยการเรียนรู้นั้นจะต้องเรียนรู้ สังเกตการณ์ วิเคราะห์ตั้งแต่การประชาสัมพันธ์ ขั้นตอนการลงทะเบียน กิจกรรมภายในงานไปจนถึงการสิ้นสุดการจัดกิจกรรมจะส่งผลให้ผู้ประกอบการเองได้ศึกษาหน้างานจริง เก็บเกี่ยวจากประสบการณ์จริงที่ได้เข้าร่วมงาน แล้วนำมาบูรณาการปรับให้เข้ากับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลของตน จึงจะทำให้ผู้ประกอบการสามารถก้าวเข้าสู่ผู้ให้บริการสุดยอดชั้นนำในการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลได้ ซึ่งจะสอดคล้องกับความเห็นของ Aaqib & Suresh (2022)ได้กล่าวว่า การจัดงานไมซ์ให้เกิดคุณภาพและนำสมัยได้นั้น ผู้จัดงานจำเป็นต้องได้รับการถ่ายทอดเรียนรู้จากผู้มีประสบการณ์จัดงานไมซ์แบบดิจิทัลมาก่อน หรือจะต้องผ่านประสบการณ์ทำงานหรือเข้าร่วมกิจกรรมที่มีความหลากหลายมาแล้วจำนวนหนึ่ง เพื่อให้ภาพและสังเกตการณ์จากตัวอย่างงานต่างๆจากนั้นนำมาปรับใช้ให้เข้ากับรูปแบบของการจัดงานของผู้ประกอบการเอง และทางภาครัฐควรให้การสนับสนุนติดตามประเมินผลการจัดงานของผู้ประกอบการต่างๆว่าผู้ประกอบการนั้นประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงใด เพื่อนำมาวิเคราะห์หาจุดบกพร่องเพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญแนะนำแนวทางการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นเพื่อเตรียมความพร้อมในการรับมือกับการแก้ไขปัญหาต่อไปในอนาคต

3.ผู้ประกอบการที่ให้บริการระบบด้านการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อก้านเข้าสู้ชั้นนำในการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลของจังหวัดสงขลา ผู้ประกอบการจำเป็นต้องพัฒนา โดยที่ผู้ประกอบการจะมีโอกาสเติบโตในสายงานอาชีพการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลได้นั้น ผู้ประกอบการเองต้องทำการปรับตัว และให้การยอมรับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ในการจัดงาน ซึ่งในยุคปัจจุบันมีช่องทางการศึกษาอยู่มากมาย ไม่ว่าจะเป็นหนังสือทั้งในและต่างประเทศ

หรือแม้กระทั่งช่องทางออนไลน์ที่มีการกล่าวถึงเทคโนโลยีสำหรับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล เช่น เทคนิค VR กราฟิก Virtual และ Live streaming เป็นต้น และทางผู้ประกอบการเองต้องทำการเข้าร่วมงานที่หลากหลาย ที่ตามที่หน่อยงานต่างๆได้จัดขึ้น เพื่อให้เห็นถึงข้อแตกต่างของแต่งาน ซึ่งเค้าจะมีการจัดตามลักษณะของวัตถุประสงค์ โดยการเรียนรู้นั้นจะต้องเรียนรู้ สังเกตการณ์ วิเคราะห์ ตั้งแต่การประชาสัมพันธ์ ขั้นตอนการลงทะเบียน กิจกรรมภายในงาน ไปจนถึงการสิ้นสุดการจัด กิจกรรมจะส่งผลให้ผู้ประกอบการเองได้ศึกษาหน้างานจริง เก็บเกี่ยวจากประสบการณ์จริงที่ได้เข้าร่วมงาน แล้วนำมาบูรณาการปรับให้เข้ากับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลของตน จึงจะทำให้ผู้ประกอบการสามารถก้าวเข้าสู่ผู้ให้บริการสุดยอดชั้นนำในการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลได้ ซึ่งจะสอดคล้องกับความเห็นของ Alfredo, Fernando & Rafael (2022) มีการกล่าวว่า แนวทางการนำเสนอแผนการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลจะส่งผลทำให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมและชุมชนอย่างมาก ถ้ามีการวางแผนและลำดับขั้นตอนการดำเนินงานที่ดีอย่างเป็นระเบียบรอบคอบ การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลจะกลายเป็นโอกาสที่จะสร้างประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคมในยุคที่มีการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ทำให้เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพในชุมชน เกิดการสนับสนุนการลงทุนของกลุ่มนักเดินทางไมซ์เพราะกลุ่มเป้าหมายนี้มีกำลังทรัพย์มากเพียงพอในการลงทุนของหน่วยธุรกิจ ไปจนถึงการสร้างความมีส่วนร่วมจากวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อย (SME) ทำให้เกิดโอกาสการขยายตัวของระบบเศรษฐกิจในอนาคต และยังเป็นตัวกลางสำหรับการกระตุ้นให้เกิดตัวอย่างที่ดีของการปฏิบัติงานเพื่อสิ่งแวดล้อมให้เกิดความยั่งยืนในท้องถิ่นนั้น ๆ ในขณะเดียวกัน ก็เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้จัดงานสามารถพัฒนาความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน ถึงแม้ว่าในอนาคตโรคโควิด -19 จะหมดไป แต่งานไมซ์แบบดิจิทัลยังคงอยู่ ซึ่งบางครั้งอาจจะมีการปรับตัว เปลี่ยนแปลงหรือการพัฒนาการตามเวลา และโอกาสของสถานการณ์โลกที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ แต่ความสัมพันธ์ที่ดีของผู้จัดงานผู้เข้าร่วมงานไมซ์รวมไปถึงชุมชนยังคงต้องมีการสานสัมพันธ์ต่อไปอย่างไม่สิ้นสุด การนำเสนอแนวทางแผนการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลนั้น หากวางแผนเป็นระบบ กำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ตรงกับวัตถุประสงค์ของการจัดงาน โดยคำนึงถึงผลได้ผลเสียที่อาจจะเกิดขึ้นต่อสภาพสังคมและเศรษฐกิจ มีการเอื้ออำนวนต่อชุมชนรอบข้าง หรือผู้ที่มีความเกี่ยวข้องกับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลก็จะทำให้งานไมซ์นั้นเกิดความน่าสนใจและการบอกต่อถึงของคุณภาพงานและส่งผลให้ผู้เข้าร่วมงานไมซ์กลับมาเข้าร่วมงานซ้ำในอนาคต

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ด้านวิชาการ

ควรพัฒนากลุ่มเครือข่ายด้านการศึกษาอุตสาหกรรมไมซ์แบบดิจิทัลในกลุ่มจังหวัดสงขลาให้เป็นรูปธรรม โดยกำหนดหน่วยงานที่รับผิดชอบหลักจากทางภาครัฐและภาคเอกชนทำงานร่วมกันเข้ามาสนับสนุนการจัดงานไมซ์อย่างจริงจัง อธิเช่น สนับสนุนงบประมาณการดำเนินการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล สนับสนุนผู้เชี่ยวชาญในการถ่ายทอดความรู้ด้านเทคโนโลยีการที่เกี่ยวข้องกับการจัดงานไมซ์ดิจิทัล เช่น เทคนิค VR กราฟิก Virtual และ Live streaming เป็นต้น ร่วมถึงการสนับสนุนผู้รับผิดชอบที่มีความรู้ด้านการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลเป็นหัวหน้าหรือที่ปรึกษาหลักในการดำเนินการ เป็นต้น นอกจากนี้ควรศึกษาลักษาของกลุ่มเครือข่ายเนื่องจากกลุ่มเป้าหมายนั้นจะมรการแบ่งลักษณะออกเป็นระดับต่าง ๆ เช่น เครือข่ายระดับชุมชนท้องถิ่น จังหวัด กลุ่มอาชีพ หน่วยงาน สมาคมฯ เพราะบริบทของแต่ละกลุ่มมีความต้องการและลักษณะที่แตกต่างกัน ดังนั้นควรมีการศึกษารายละเอียดของสมาชิก หรือกลุ่มเป้าหมายให้เหมาะสมต่อการเข้าร่วมไมซ์ เพื่อพัฒนาฐานข้อมูลของกลุ่มลูกค้าในรูปแบบของการบันทึกข้อมูลเข้าสู่ระบบของเว็บไซต์ที่สมาชิกสามารถเข้าถึงได้ง่าย และเกิดประโยชน์ต่อเครือข่ายการจัดงานไมซ์

ทั้งนี้การประเมินรูปแบบของเครือข่ายด้านการศึกษาการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่เหมาะสมต่อเครือข่ายในระดับต่างๆ ก็มีความสำคัญต่อการพัฒนาเครือข่ายให้ยั่งยืนสำหรับพื้นที่ของจังหวัดสงขลาต่อไป อีกทั้งหากมีการศึกษารูปแบบการสร้างความร่วมมือ ลักษณะอื่นๆ ที่นอกเหนือจากเครือข่ายด้านการศึกษา เช่น การแลกเปลี่ยนบุคลากร การแลกเปลี่ยนทางธุรกิจ การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ในการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล เป็นต้น ทำให้เกิดการได้ประโยชน์ร่วมกันจากจุดแข็งของสมาชิกได้อย่างเกิดประสิทธิภาพมากที่สุด

5.3.2 ด้านนโยบายของภาครัฐ

ทางด้านหน่วยงานภาครัฐ ทั้งระดับส่วนกลางไปจนถึงระดับท้องถิ่นควรมีนโยบายหรือแผนงานในการส่งเสริมการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล รวมถึงการสนับสนุนการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลของสงขลา โดยที่หน่วยงานภาครัฐควรให้การสนับสนุนการจัดอบรมความรู้การจัดงานไมซ์ด้วยเทคโนโลยีล้ำสมัย เช่น เทคนิค VR กราฟิก Virtual และ Live streaming เป็นต้น เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้แก่ผู้จัดงาน และทางชุมชนเองต้องการความร่วมมือในการสนับสนุนงบประมาณและผู้เชี่ยวชาญจากทางภาครัฐให้กับชุมชน เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างอาชีพใหม่และการฝึกฝนทักษะการทำงานด้านงานไมซ์แบบบดิจิทัล เนื่องจากนี้ การสรรหาพนักงานที่มี

ประสบการณ์หรือคุณสมบัติในการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล ด้วยสถานการณ์ปัจจุบันเป็นไปได้ยาก และต้องยอมรับว่าการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลเป็นเทคโนโลยีค่อนข้างใหม่ที่กำลังได้รับความนิยม ในช่วงที่มีการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด – 19 ส่งผลให้การสรรหาพนักงานที่มีคุณสมบัติและประสบการณ์ทำงานที่ตรงกับสายงานการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านจะเป็นเรื่องค่อนข้างยาก เนื่องจากระบบปฏิบัติการทางเทคโนโลยีจะมีความซับซ้อน ต้องใช้พนักงานที่เคยผ่านงานหรือมีประสบการณ์ด้านนี้มาก่อนถึงจะปฏิบัติงานได้ง่ายขึ้น หรือถ้าหากเป็นพนักงานที่มีประสบการณ์อยู่บ้างหรือไม่มีประสบการณ์จัดงานไมซ์แบบดิจิทัลเลย อาจจะต้องทำการอบรมและสอนงานให้จนเกิดความชำนาญจึงจะนำมาปฏิบัติงานได้จริง โดยที่ภาครัฐต้องสนับสนุนพัฒนาบุคลากรการจัดงานไมซ์และการทำงานเชิงบูรณาการระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้จัดงานอย่างจริงจัง โดยที่ภาครัฐต้องให้โอกาสสนับสนุนงบประมาณ จัดตั้งศูนย์รับคำปรึกษาการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลให้แก่ผู้จัดงานและชุมชน อีกทั้งกำหนด ยุทธศาสตร์การพัฒนาการจัดงานไมซ์อย่างเป็นระบบและชัดเจนทั้งในระยะสั้น กลาย และระยะยาว เพื่อสร้างสมรรถนะการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่สำคัญทั้งในส่วนของภาครัฐ ผู้ประกอบการและแรงงานที่จะสามารถนำพาองค์กรหรือหน่วยงานที่ให้บริการด้านการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่มีบริบทอยู่ในเมืองรองอย่างเช่นสงขลา ให้สามารถต่อสู้กับคู่แข่งขันกับผู้ประกอบการรายใหญ่ต่อไปได้นั้น ผู้ประกอบการต้องพัฒนาทักษะด้านเทคโนโลยี AI Metaverse และรูปแบบ Virtual และ Live streaming ด้วยเทคโนโลยีระดับสูง ในรูปแบบของ New Normal เพื่อพัฒนานวัตกรรม สำหรับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล ทั้งยังสามารถเพิ่มศักยภาพ ประสิทธิภาพการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลและความเชื่อมั่นที่นำไปสู่การบรรลุตามวัตถุประสงค์ของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลเพื่อให้เกิดความยั่งยืน

5.3.3 ด้านการนำไปสู่การปฏิบัติของผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการที่ให้บริการด้านการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล ต้องการศึกษารูปแบบของกลยุทธ์ในการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดในยุคเทคโนโลยีใหม่ของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล และศึกษาถึงพฤติกรรมของคนในชุมชน สิ่งแวดล้อมทางกายภาพไปจนถึงกลุ่มเป้าหมายในการเข้าร่วมงานไมซ์ เพื่อการพัฒนาศักยภาพขององค์กร ซึ่งกลยุทธ์ที่ใช้ในการปรับตัวในยุคดังกล่าวนั้น ผู้ประกอบการในจังหวัดสงขลาต้องปฏิบัติดังต่อไปนี้

(1) กลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ และการสร้างประสบการณ์ที่ดีการสร้างความแปลกใหม่ และการสร้างความประทับใจที่ดีกับผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัล

(2) การปรับเปลี่ยนวิธีการคิดของผู้ประกอบการ ให้มีเทคนิคและวิธีการในการบริหารธุรกิจการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่มีความทันสมัย และการสร้างเครือข่ายร่วมกับธุรกิจอื่นของชุมชมเพื่อเกิดการสร้างการรับรู้ถึงการมีอยู่ของธุรกิจชุมชน

(3) กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างในรูปแบบการนำเสนอสำหรับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล และนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่ได้รับมาตรฐานเดียวกันกับการโชว์ภายในงานไมซ์เพื่อให้เกิดการต่อยอดของภาคธุรกิจในชุมชนต่อไปอย่างยั่งยืน

(4) การประยุกต์ใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีในการดำเนินธุรกิจ

(5) การทำให้ผู้เข้าร่วมงานไมซ์เกิดความรู้สึกถึงความคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายสำหรับการเข้าร่วมงานไมซ์

ซึ่งการประกอบธุรกิจไมซ์แบบดิจิทัลในจังหวัดสงขลา ควรได้รับการปรับปรุงและพัฒนาให้มีความก้าวหน้า ไม่ว่าจะเป็นการปรับปรุงด้านภาพลักษณ์และด้านลักษณะของการดำเนินธุรกิจผ่านกระบวนการหรือขั้นตอนต่างๆ การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเข้ามาช่วยในการดำเนินธุรกิจ การให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน การสร้างกลุ่มเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการจัดงานไมซ์ ชุมชน ซัพพลายเออร์ เจ้าของธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกับการจัดงานไมซ์ เพื่อให้เกิดเครือข่ายให้เกิดความแข็งแกร่งในกลุ่มสมาชิกผู้จัดงานไมซ์ และการทำงานร่วมกัน ซึ่งถือว่าปัจจัยเหล่านี้ล้วนมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อการยอมรับจากผู้เข้าร่วมงานไมซ์ ทั้งจากทางภาครัฐและภาคเอกชน หากผู้ประกอบธุรกิจไม่คิดที่จะพัฒนาและปรับปรุงการดำเนินการของธุรกิจให้มีความทันสมัยอาจจะไม่สามารถอยู่รอดได้ทั้งในยุคปัจจุบันและในอนาคต ซึ่งจะเห็นได้ว่าจำนวนคู่แข่งขันในตลาดของธุรกิจอุตสาหกรรมไมซ์มีอัตราที่เพิ่มขึ้นอยู่ตลอดเวลา หากผู้ประกอบการไม่สามารถพัฒนาตนเองให้ทันกับคู่แข่งขันในตลาด ผู้ประกอบการก็อาจจะต้องปิดหรือยกเลิกกิจการไปในที่สุด ในสภาวะการตลาดอุตสาหกรรมไมซ์ในปัจจุบัน ยิ่งเทคโนโลยีมีการพัฒนามากขึ้นเท่าไหร่ ผู้ประกอบธุรกิจยิ่งจะต้องพัฒนาก้าวตามให้ทันตามโลกเทคโนโลยี ไม่ควรที่จะหยุดนิ่งโดยที่ไม่กระทำสิ่งใดเลย อีกทั้งในยุคปัจจุบันผู้ผู้เข้าร่วมงานไมซ์มีพฤติกรรมการตัดสินใจเข้าร่วมที่เปลี่ยนแปลง และโลกของผู้เข้าร่วมงานไมซ์มีความกว้างใหญ่มากในระบบอินเทอร์เน็ต ดังนั้นโอกาสที่จะขยายจำนวนกลุ่มกลุ่มเป้าหมายย่อมทำได้โดยง่ายดาย หากผู้ประกอบไมซ์เล็งเห็นถึงความสำคัญดังกล่าว ก็จะทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจไมซ์สามารถอยู่รอดภายใต้สภาวะของสิ่งแวดล้อมต่างๆ ที่เกิดขึ้นอยู่ในสังคม

บรรณานุกรม

กรมควบคุมโรค. (2564). *โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)*. เข้าถึงได้จาก https://ddc.moph.go.th/viralpneumonia/

กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข. (12 ธันว่าคม 2564). *กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข*. เรียกใช้เมื่อ 11 ธันวาคม 2564 จาก https://ddc.moph.go.th/viralpneumonia/

ก้องรัฐ วังออุดม . (2552). *การประยุกต์ใช้ระบบดัชนีวัดผลสำเร็จเชิงดุลยภาพของธุรกิจผลิตและจำหน่ายน้ำมันปาล์ม*. กทม: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

กัญญา โพธิวัฒน์ . (2548). *ทีมผู้นำการเปลี่ยนแปลงในโรงเรียนประถมศึกษา : การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎีฐานราก*. ขอนแก่น: วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบันฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น,.

กิตติพร เนาว์สุวรรณ, นภชา สิงห์วีรธรรม, โชคชัย ขวัญพิชัย, และ ภัคณัฐ วีรขจร. (2563). การรับรู้และพฤติกรรมการป้องกันโรคติดเชื้อไว้รัสโคโรน่า 2019 (COVID-19) ของกำลังพลที่ปฏิบัติงานสายการแพทย์ ศูนย์อำนวยการแพทย์ จังหวัดชายแดนภาคใต้. *สาธารณสุขและวิทยาศาสตร์สุขภาพ*, วิทยาลัยการสาธารณสุขสิรินธร จังหวัดยะลา ศูนย์อำนวยการแพทย์จังหวัดชายแดนภาคใต้ วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี สงขลา วิทยาลัยเทคโนโลยีการแพทย์และสาธารณสุขกาญจนสภิเษก.

กีรติ ประเสริฐยิ่ง . (2560). *การปรับตัวสาระนิตยสารท่องเที่ยวสู่สาระของการท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล*. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ฉัตรอนงค์ คำปล้อง. (2563). *การสื่อสารการตลาดดิจิทัล ขององค์กรที่ด าเนินธุรกิจไมซ์(MICE) กรณีศึกษาศูนย์ประชุมและ นิทรรศการระดับมาตรฐานสากล ในประเทศไทย*. ปทุมธานี: ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ชานะมัย นครินทร์ . (2560). *การวางแผนการสื่อสารการตลาดของสถานีโทรทัศน์ระบบดิจิทัลในยุคประเทศไทย 4.0*. กรุงเทพมหานครฯ: คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

ชาย โพธิสิตา . (2552). *ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ. พิมพ์ครั้งที่ 4*. กรุงเทพฯ :: อมรินทร์พริ้งติ้ง.

ณรงค์ บัวบาน . (2556). *การมีส่วนร่วมในการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร พ.ศ. 2556 : กรณีศึกษาประชาชนในเขตบางกอกน้อย กรุงเทพ (สารนิพลปริญามหาบัณฑิต)*. กรุงเทพมหานคร: ม.ป.ท. มหาวิทยาลัยสยาม.

ณัฐกานต์, รัตนพันธ์, พัชราภรณ์ บุญเลื่อง, และ อรทัย พงศ์เชี่ยวบุญ. (2559). *สงขลาเมืองแห่งไมซ์เพื่อรองรับกลุ่มการท่องเที่ยว IMT-GT*. ขอนแก่น: วารสารบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

ณัฐพล หิรัญเรือง . (2555). *ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเฟสบุ๊คชาวไทย ต่อการเผยแพร่ข้อมูลทางการท่องเที่ยวผ่านเฟสบุ๊คของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดขอนแก่น*. ขอนแก่น: คณะวิทยาการจัดการ มหาวทิยาลยัขอนแก่น.

ทรงสิน ธีระกุลพิศุทธิ์ . (2562). *แนวทางยกระดับจังหวัดสงขลาสู่การเป็นเมืองไมซ์ซิตี้*. หาดใหญ่: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

ธาริณี สุโคตร . (2562). การบริหารโดย Balanced Scorecard. *วารสารสมาคมพัฒนาวิชาชีพการบริหารการศึกษาแห่งประเทศไทย*.

ธีระ กุลสวัสดิ์. (2558). *การหาคุณภาพของเครื่องมือในการวิจัย*. ชลบุรี: คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.

นพรัตน์ บุญเพียรผล, และ พรทิพย์ เรืองธรรม. (2021). แนวทางการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวที่ปลอดภัยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา. *Journal of Arts Management Vol. 5 No. 3 September – December 2021*, 827-843.

นิโรธ เดชกำแหง, และ ธีระวัฒน์ จันทึก. (2559). Veridian E-Journal, Silpakorn University. *รูปแบบการจัดการคุณภาพในธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าในประเทศไทย*, 76-80.

นุชเนตร กาฬสมุทร์, สันติธร ภูริภักดี, และ เกิดศิริ เจริญวิศาล. (2563). *การพัฒนาศักยภาพบุคลากรเพื่อเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ในจังหวัดสงขลา*. สงขลา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย.

ปฏิพรรณ ยุติธรรมสถิต . (2564). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันของผู้บริโภคในงานอีเวนต์เสมือนจริง*. กทม: วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.

ปานจิต ภักดีสุจริต . (2555). *การใช้ Balanced Scorecard (BSC) เพื่อเพิ่มประสิทธิ์ภาพในการดำเนินงานของบุคลากรในโรงแรม: กรณีศึกษา โรงแรมไทย-ลาว ริเวอร์ไซด์ จังหวัดหนองคาย.* แขนแก่น: วิทยานิพลธ์ปริญามหาบัณฑิต, สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการและนวัตกรรม,มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

พรพิมล อุดมเกษมทรัพย์ . (2560). การพัฒนาความจริงเสมือนเพื่อการนำเที่ยว กรณีศึกษาการส่งเสริมการท่องเที่ยวหัวหิน. *วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง*, 8.

พสุ เดชะรินทร์; . (2546). *Balanced Scorecard รู้ลึกในการปฏิบัติ.* กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พัชรดา รัดเกล้า, และ เอกพร รักความสุข. (2561). บทบาทของสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ(สสปน.)ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย. *มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์*, 116.

พัชรานินท์ ธนทรัพย์บุรโชติ, และ ศศิธร สำราญจิตร. (2559). การวิเคราะห์กระบวนการเก็บข้อมูลด้านการวิจัยกรณีศึกษาคณะทันตแพทย์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล. *วารดาร mahidol R2R e-joural,3(2), 59*, กรุงเทพมหานครฯ.

พัฒนพงศ์ วัฒนา. (2546). *BSC และ KPI เพื่อการเติบโตขององค์อย่างยั่งยืน ใน พิมพาพร อักษรสวรรค์ (บก).* กรุงเทพมหานครฯ: แปซิฟิค.

พิมพาภรณ์ วงศ์เตชะนนท์. (2564). การตลาดในการเข้าถึงผู้บริโภคต่อความสำเร็จของการดำเนินงานธุรกิจการจัดแสดงงานอีเว้นท์. *วารสาร มจร เลย ปริทัศน์*, 62-74.

พูนเพิ่ม. เสรีวิชยสวัสดิ์ . (2558). การใช้รูปแบบขององค์การเสมือนจริงในธุรกิจอุตสาหกรรมบริการ. *วารสารมนุษยศาสตร์ปีที่ 22 ฉบับที่ 2*, 212.

วทัชวรรณ โอภาสขจรเดช . (2559). *ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความสำเร็จของการดำเนินงานธุรกิจอีเว้นท์ขนาดกลางและขนาดเล็ก.* กรุงเทพ: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร.

วิชชุตา มาชู. (2565). การพัฒนาศักยภาพเมืองไมซ์ของจังหวัดสุราษฎร์ธานีสู่การเป็นเมืองไมซ์ของประเทศไทย. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา*, 89-97.

วิรัช วรรณรัตน์ . (2560). *คะแนนสอบและการตัดเกรด.* นนทบุรี: วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์.

ศินิศา เวชพานิช . (2553). *ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ Balanced Scorecard กับความสำเร็จทางด้านการเงินขององค์กร : กรณีศึกษาธนาคารพาณิชที่ใช้ Balanced Scorecard ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.* กรุงเทพ: วิทยานิพลธ์บัญชีมหาบัณฑิต, คณะพานิชย์ศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สมบัติ ท้ายเรือคำ . (2559). การพัฒนาแบบสอบถามแบบวัดทางจิตวิทยา. *วารสารวิจัยเพื่อพัฒนาสังคมและชุมชน มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ปีที่ 3 ฉบับที่ 1(5) เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2558 – มกราคม พ.ศ. 2559*, 35-48.

สานิท การุณยวนิช . (2561). *การทำงบประมาณสำหรับการประชุม.* กรุงเทพ: มหาวิทยาลัยสยาม.

สำนักงนส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.). (2564). *ข้อมูลเชิงสถิติการให้บริการประจำปีงบประมาณ 2564.* กทม.: TCEB.

สำนักงานการจัดงานประชุมและนิทรรศกาi (องค์การมหาชน),. (2564). *รายงานผลการดำเนินงานปีงบประมาณ 2563 (ครึ่งปีหลัง) (เมษายน - กันยายน พ.ศ. 2563).* กรุงเทพฯ: สำนักงานการจัดงานประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) สสปน.

สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน). (2559). *แผนงานในภารกิจหลัก ระยะ 20 ปี พ.ศ. 2560 - 2579.* กรุงเทพ: สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (TCEB).

สำนักงานส่งเสริมการจัดงานประชุมและนิทรรศการจังหวัดสงขลา. (11 สิงหาคม 2563). *สงขลาได้รับการคัดเลือกเป็นเมืองไมซ์ซิตี้ ลำดับที่ 6 ก้าวสู่เมืองแห่งการจัดประชุมและนิทรรศการ.* เรียกใช้เมื่อ 11 สิงหาคม 2563 จาก https://news.gimyong.com/article/13582

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) สสปน. (2565). *โครงการจัดทำรายงานระบบนิเวศนวัตกรรม ในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย.* กรุงเทพ: สสปน.

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการจังหวัดสงขลา SCTB. (2021). *Virtual Conference Manual.* Songkhla: MICE guru by TCEB Vol 12.

สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสงขลา. (2565). *สถานการณ์โควิด 11 มกราคม 2565*. เรียกใช้เมื่อ 2565 มกราคม 2565 จาก https://www.skho.moph.go.th/th/news_skho.php?newsid=3146&Page=1

สุทธิชัย ปัญญโรจน์ . (2558). *กลยุทธ์ทางการตลาดกับการบริหารวัด.* พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยพิษณุโลก.

อรปรียา รุ่งสง. (2561). *ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้ข้อมูลบัญชีบริหารกับการใช้ Balanced Scorecard เพื่อความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมประเภทบริการในเขตภาคใต้.* หาดใหญ่: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

อารยา แป๊ะป๋อง . (2557). *การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล การประเมินองค์กรแบบสมดุล (Balanced Scorecard) และการทำงานเป็นทีมที่ส่งผลต่อประสิทธิผลในการทำงานของพนักงานระดับปฏิบัติการในเขตย่านธุรกิจการค้าสีลม.* กรุงเทพ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

อารีรัตน์ ไชยช่อฟ้า . (2558). *ความพร้อมทางการตลาดสำหรับธุรกิจการจัดประชุมเพื่อรองรับ AEC ของอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา.* หาดใหญ่: วิทยานิพนธ์สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

อิศรางกูร ณ อยุธยา จิรุตถ์. (30 มีนาคม 2563). *เจาะลึกวิธีการจัดงานไมซ์ในโลกออนไลน์ ในช่วงการระบาดของโควิด-19*. เข้าถึงได้จาก www.salika.com: https://www.salika.co/2020/04/17/online-solution-for-mice-industry-fight-covid/

อุปถัมภ์ นิติสุขเจริญ. (6 มกราคม 2564). *เทรนด์ Virtual Event ต่อลมหายใจ ธุรกิจอีเวนต์ ให้สู้ต่อได้ในปี 2564*. เข้าถึงได้จาก www.salika.com: https://www.salika.co/2021/01/01/virtual-event-trend-for-event-fight-covid/

ฮูดา แวหะยี . (2563). การับรู้ความรุนแรงและพฤติกรรมการป้องกันโรคติดเชื้อไวรัสโคโรน่า 2019 (โควิด-19) ของวัยรุ่นในตำบลสะเตงนอก อำเภอเมือง จังหวัดยะลา. *วิชาการสาธารณสุขชุมชน*, มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.

A Defranco. (2019). *Budgeting for international conventions.* USA: Industry at Conrad N. Hilion College,Hooston,TX.

Adarsh Batra, and Nan Hua. (2015). EMBRACING AEC: A BRIEF ASSESSMENT OF MICE SECTOR IN THAILAND. *Accelerating the world's research.*, 50-62.

Albine Moser, and Irene Korstjens. (2018). Practical guidance to qualitative research: Sampling, data collection and analysis. European. *Journal of General Practice,*, 24(1), 9-1.

An Jaeyoung, Kim Hany ,and Hur Dongkeun . (2021). Keeping the Competitive Edge of a Convention and Exhibition Center in MICE Environment: Identification of Event Attributes for Long-Run Success. *Sustainability*, 1-15.

Andrzej Metelski. (2018). Analysis of selected methodological problems regarding the examination of traffic events at road intersections. *The Archives of Automotive Engineering – Archiwum Motoryzacji Vol. 82, No. 4*, 77-85.

Anna Remišová, Anna Lašáková, and Zuzana Kirchmayer. (2019). Influence of Formal Ethics Program Components on Managerial Ethical Behavior. *Journal of Business Ethics*, 151-166.

APEX industry glossary. (2019). *The Events Industry Council Glossary.* Washington DC.: Events Industry Council.

Apostolopoulos Yorghos , Reza Davahli Mohammad , Karwowski Waldemar , and Sonmez Sevil . (2020). The Hospitality Industry in the Face of the COVID-19 Pandemic: Current Topics and Research Methods. *International Journal of Environmental Research and Public Health.*, 1-20.

B., Cardon, P., Poddar, A., & Fontenot, R. Marshall. (2013). Does sample size matter in qualitative research? A review of qualitative interviews in IS research. *Journal of Computer Information Systems*, 54, 11-22.

Barbara Neuhofer, Bianca Magnus, and Krzysztof Celuch. (2021). The impact of artificial intelligence on event experiences: a scenario technique approach. *Electronic Markets.*, 601-617.

Berners Philip. (2019). *The Practical Guide to Managing Event Venues.* New York: Routledge Taylor & Franci Group. London and New York.

Bora Kim, Seoki Lee, and Kyung Ho Kan. (2018). The moderating role of CEO narcissism on the relationship between uncertainty avoidance and CSR. *Contents lists available at ScienceDirect Tourism Management*, 203-213.

Breining M.T. (2019). *Types of PCO. Interview at ICCA 2019.* USA: Houston.

Carlos Miguel Ferreira , Sandro Serpa,and Maria Jose Sa. (2019). *Virtual and Face-to-Face Academic Conferences : Comparison and Potentials.* © 2019 Sá et.al.. This is an open access article licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivs License (http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/).

Carreras Cesar, and Mancini Federica. (2014). A Story of Expectations: Past and Present of Online/Virtual Exhibitions. *DESIDOC journal of Library & Infomation Technology. Vol. 34 No. 2*, 87-95.

Chaobanpho Yaowaluk, Angsukanjanaku Jetsalid , and Somkiettikul Chaloempol . (2018). *Development of Competitiveness in the MICE Industry for the Eastern Economic Corridor of Thailand.* Bankok: Suan Sunandha Rajabhat University.

Chia-Li Lin ,and Kai-Chih Chang. (2019). Establishing the service evaluation and selection system for emerging culture festival events using the hybrid MCDM technique. *Current Issues in Tourism*, 1-31.

Chia-Li Lin, and Kai-Chih Chang. (2019). Establishing the service evaluation and selection system for emerging culture festival events using the hybrid MCDM technique. . *Current Issues in Tourism*, 1747-7603.

Dirk Hagen. (2021). Sustainable Event Management: New Perspectives for the Meeting Industry Through Innovation and Digitalisation? *Innovations and Traditions for Sustainable Development.*, 263-275.

Doug Matthews. (2016). *Special Event Production: The Resources.* New York: Routledge Taylor & Franci Group. London and New York.

Dowson R, and Bassett D. (2015). *Event planning and management a practical handbook for PR and events professionals.* London: Kogan Page.

Fourney. (2010). *The Research and Evaluation Unit of the Network for a Healthy California.* US.

G Ogbeide. (2015). *Budgeting Basics for Meeting Professionals.In Ramsborg,G.C.Pro-fessional Meeting Management.* Chicago: B2books.

G.C. Ramsborg, Krugman, Vannucci, and Cecil. (2015). *Professional meeting mangement: A guide to meetings, Conventions and events.* Chicago: 2B Book an Agate Imprint.

Geuk Lee, Daniel Howard, Dominik Slezak, and You Sik Hong. (2012). *Convergence and Hybrid Information Technology.* Korea: Springer.

Goedele Roos, Julianna Olah, Rebecca Ingle, and Milica Feldt. (2020). *Online Conferences - Towards a new (virtual) reality.* Australia: Elsevier.

Grand View Research. (2020). *Global Virtual Events Market Size, Industry Report,2020-2027*. เข้าถึงได้จาก www.grandviewresearch.com

Greenwell Christopher , J. Shonk David , and Ann Danzey-Bussell Leigh . (2019). *Managing Sport Events Second Edition.* L. A. & Shonk: Human Kinetics, Business & Economics.

Heri Erlangga, Denok Sunarsi, Angga Pratama, Nurjaya, Nika Sintesa, Ida Hindarsah, .Kasmad. (2021). Effect Of Digital Marketing And Social Media On Purchase Intention Of Smes Food Products. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education.*, 3672-3678.

Hui-Wen V. T. (2014). Constructing acompetence model for international professionals in the MICE industry. *Ananalytic hierarchy process approach. Journal of Hospitality.*, Leisure, Sport & Tourism Education.

HUNG Kun-Yao, LIN Ming-Hung, and WU Su-Ming. (2021). Effects of Social Responsibility and Corporate Image on Online Word of Mouth in Cultural and Creative MICE industry. *Revista de Cercetare si Interventie Sociala*, 175-184.

Ilja Simons. (2019). Events and online interaction: the construction of hybrid event communities. *Leisure Studies*, 145-159.

Issac, L. (2017). *Feasibility: What to assess ?* เข้าถึงได้จาก www.leoisaac.com

J David Creswell, and Dr John W Creswell. (2007). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches (2nd ed.).* Thousand Oaks:: Sage Publications.

J.W, Creswell. (2013). *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing Among Five Approaches (3rd ed.).* Thousand Oaks,: CA: Sage Publications.

Jasmine Mote, Kathryn Gill, and Daniel Fulfoed. (2021). "Skip the Small Tall" Virtual Event Intended to Promote Social Connection During a Global Pandemic: Online Survey Study. *JMIR FORMATIVE RESEARCH*, 1-9.

Jeanne Tan, Ana Martins, and Matthew Hurst. (2014). *Happening 2 : Design for Events.* Amsterdam: Amsterdam.

João Pedro Amorim, and Luís Teixeira. (2020). Art in the Digital during and after Covid: Aura and Apparatus of Online Exhibitions. *Rupkatha Journal on Interdisciplinary Studies in Humanities (ISSN 0975-2935)*, 1-8.

João Pedro Amorim, and Luís Teixeira. (2020). *Art in the Digital during and after Covid: Aura and Apparatus.* Palma de Cima, Edifício Reitoria: Universidade Católica Portuguesa.

John W Creswell, and J David Creswell. (1998). *Qualitative Inquiry and Research Design Choosing Among Five Traditions.* Thousand Oaks:: Sage Publications.

José Sá Maria, Miguel Ferreira Carlos, and Serpa Sandro. (2019). Virtual and Face-To-Face Academic Conferences:Comparison and Potentials. *Journal of Educational and Social Research*.

Judith L. Walls, and Sana Shihchi Chiu. (2019). Leadership change and corporate social performance: The context of financial distress makes all the difference. *The Leadership Quarterly*.

Kantapop Buathong, and Pei- Chun Lai. (2017). Perceived Attributes of Event Sustainability in the MICE Industry in Thailand: A Viewpoint from Governmental, Academic, Venue and Practitioner. *Sustainability*, 1-20.

Karnchanapokin Kriengkrai . (2020). *The worst in 23 years when the event business encountered the tsunami of COVID-19 collapse*. เข้าถึงได้จาก https://www.marketingoops.com/exclusive/covid-19-effect-event-business-in-thailand/

Krauss, Oliver. (2020). *Virtual conferences : the next big thing or a temporary emergency measure.* Austria: University of Applied Sciences Upper Austria.

Kuldeep Kaur, and Gurpreet Randhawa. (2017). *The importance of digital marketing in the tourism industry.* Granthaalayah: Int. J. Res.: Int. J. Res. Granthaalayah, 5(6).

Lal Balkaran. (2019). *The Rise of Accounting, Auditing, and Finance.* New York United States: Nova Science Publishers.

Lavinia Javier Cueto, Casper Boongaling Agaton, April Faith Deleon Frisnedi, Reynaldo Baculio Collera, and Kenneth Ian Talosig Batac. (2022). Digital Innovations in MSMEs during Economic Disruptions:Experiences and Challenges of Young Entrepreneurs. *Administrative Sciences*, 1-25.

Mahboob Ullah, and Nouman Afgan. (2018). The Impact of Corporate Governance on Financial Performance and Solvency Risk of Pakistan's Cement Manufacturing Firms. *South Asian Journal of Management*, 7-22.

Maria Sandra, Loureiro Correia, Guerreiro Joao, and Ali aizan. (2020). *20 years of research on virtual reality and augmented reality in tourism context: A text-mining approach.* USA.: © 2019 Elsevier Ltd.

Maria Sarmento, and Cláudia Simões. (2019). Trade fairs as engagemant platforms: the interplay between physical and virtual points. *European Journal of Marketing*, 1782–1807.

Mariachiara Fortuna, Francesca Vitalin, Mirko Signorelli, manuela Furfaro, Federico Marin, Gert Janssenswille, and Filippo Chiarello. (2020). e-Rum2020: how we turned a physical

conference into a successful virtual event. *CONTRIBUTED RESEARCH ARTICLE*, 417-425.

Mario Diethart, Anne B. Zimmermann, and Ingrid Mulà. (2020). *GUIDELINES FOR VIRTUAL CONFERENCING –inspired by the COPERNICUS Alliance Online Conference 2019*. Switzerland: COPERNICUS Alliance – European Network on Higher Education for Sustainable Development.

Mayuree Wacharakorn, Jaroenwisan Kaedsiri, and Pooripakdee Santidhorn. (2020). *The Effects of MICE Venue Management on Venue Performance in Thailand through Strategic Management and Sustainable Management.* Bangkok: Dusit Thani College Journal.

Mena-Navarro Alfredo , Almeida-García Fernando , and Cortés-Macías Rafael . (2022). The role of the MICE sector in Singapore's tourism policy. A historical perspective. *Routledge Taylor&Francis Group*, 1-21.

MICE Capabilities Developmen Thailand. (2020). *MIVE NEW NORMAL แนวปฏิบัติด้านสุขอนามัยสำหรับอุตสาหกรรมไมซ์*. Bangkok: MICE Capabilities Development Department Thailand. (Public Organization).

Mike Seymour, and Kai Riemer. (2021). Virtual Visitation: Conceptualization and Metrics for Digital Twinning of Large Interactive Social Events. *Proceedings of the 54th Hawaii International Conference on System Sciences.*, 4506-4516.

N Evans, and D Campbell. (2004). *Strategic management for travel and tourism.* Oxford,UK: Elsevier Butterworth-Heinemann.

Nadia Mohd Adros, and Hassnah Wee. (2019). Human capital issues in Malaysian MICE industry from the expert's perspective. *Journal of Tourism, Hospitality & Culinary Arts*, 82-100.

Nattapon Muangtum. (2020). *อัพเดทสถิติ Digital 2020 หลังโควิด19 จาก We Are Social*. เข้าถึงได้จาก https://www.everydaymarketing.com

Nigel Jackson. (2013). *Promoting and Marketing Events: Theory and Practice.* New York: Routledge Taylor & Franci Group. London and New York.

Nilsson Linda . (2020). *HYBRID EVENTS: BREAKING THE BORDERS.* Lappeenranta: Lab university of applied sciences ltd.

Nisar Aaqib , and Kaswan Suresh . (2022). Companies' Digitalization Challenges and Opportunities in a Post-COVID-19 World. *EasyChair Preprint No.7810*, 1-11.

Olivier Lizette . (2022). TOWARDS A CONCEPTUAL MODEL OF EXPECTED PERCEIVED VALUE IN HALLMARK EVENTS IN A 'POST-COVID-19' MARKETPLACE. *CAUTHE 2022 Conference Online.*, 338-349.

Pierre Celestin Rwigema . (2020). IMPACT OF COVID-19 PANDEMIC TO MEETINGS, INCENTIVES, CONFERENCES AND EXHIBITIONS (MICE) TOURISM IN RWANDA. *Business & Change Management.*, 395.

Praornpit Katchwattana. (2021). *เทรนด์ Virtual Event ต่อลมหายใจ ธุรกิจอีเวนต์ ให้สู้ต่อได้ในปี 2564*. เข้าถึงได้จาก Salika Knowledge Sharing Space.: https://www.salika.com

Purimprach Sankaew. (2022). A CONCEPTUAL FRAMEWORK TO EXPLAIN THE VIRTUAL EVENT ADOPTION BEHAVIORS OF CONFERENCE ATTENDEES. *CAUTHE 2022 Conference Online*, 349-357.

Rafael Currás Pérez, Enrique Bigné, and Rivera Javier José . (2019). Effects of Corporate Social Responsibility on consumer brand loyalty. *Revista Brasileira de Gestao de Negocios 20(3):*, 395-415.

Remziye Ekici, and Derya Toksoz. (2021). New Trends in Event Marketing. *Impact of ICTs on Event Management and Marketing.*, 156-157.

Robert Kaplan ,and David Norton. (2001). *The strategy-Focused Organization: Harvard Business School Press.* Boston: Harvard Business School.

Roos Goedele, Olah Julianna, Ingle Rebecca, Kobayashi Rika, and Feldt Milica. (2020). *Online conferences–Towards a new (virtual) reality.* France: Computational and Theoretical Chemistry.

Rushna Preena, and Nadira Janadari. (2020). The Gig Economy and Workforce. *Contemporary Developments in Human Resource Management [ISBN: 978-620-3-04152-1]*, 1-14.

Rutas Singgulares. (2021). *The MICE travel & events tourism magaxine.* Tokio: themicetravel.info.

Shin Hakseung, Lee Hoon , and Perdue Richard R. (2018). The congruity effects of commercial brand sponsorship in a regional event. *Tourism Management*, 168-179.

Songkhla Convention and Exhibition Bureau. (2021). *Virtual Conference Manual.* Songkhal: Songkhla Convention and Exhibition Bureau (SCEB).

SungHyun Kim, Sungbum Park, Mi-Ran Sun, และ Jun-Hee Lee. (2016). A Study of Smart Beacon-based Meeting, Incentive Trip, Convention, Exhibition and Event (MICE) Services Using Big Data. *Procedia Compute Science*, 761-768.

Tan N Nguyen. (2019). *Roles of PCO & DEC.* Bangkok: Interview at IT&CMA 2019.

Thailand Convention and Exhibition Bureau (TCEB). (2018). *Event 101.* Bankok: Event Organizing.

Thailand Convention and Exhibition Bureau (TCEB). (2019). *Thailand ranks 4th in Asia in terms of international conferences, Q2, earning more than 50 billion baht, TCEB continues to create revenues of 2.2 billion baht.* Bankok: Thailand Convention and Exhibition Bureau (TCEB).

Thailand Convention and Exhibition Bureau (TCEB). (2020). *Fairs and exhibitions.* Bangkok: Good Head Printing & Packaging Group Co.,Ltd.

Thailand Convention and Exhibition Bureau. (2020). *MEETINGS 101.* Thailand: Good Head Printing & Packaging Group Co., Ltd.Copyright ©2018 Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization).

Thailand Convention And Exhibition Bureau. (2555). *คู่มือการจัดงานอย่างยั่งยืน*. กรุงเทพ: Thailand Convention And Exhibition Bureau.

Thailand Convention And Exhibition Bureau, และ TIME Consulting. (2564). *โครงการจัดทำรายงานระบบนิเวศนวัตกรรมในอุตสาหกรรมไมซ์ไทย.* กรุงเทพ: Thailand Convention And Exhibition Bureau.

Uma, Sekaran, and Bougie Roger. (2016). *Research Methods For Business.* Trento Nord: Printer Trento Srl.

UNWTO. (2019). *Transport-related CO2 Emissions of the Tourism Sector – Modelling Results.* Madrid: World Tourism Organization (UNWTO) .

Wiley John, Shone A & Sons, and B &Parry. (2004). *Successful Event Management : A Practical Handbook.* London: Thomson.

World Health Organization . (26 ธันวาคม 2564). *World Health Organization*. เรียกใช้เมื่อ 25 ธันวาคม 2564 จาก www.who.int: https://www.who.int/thailand/health-topics/coronavirus

Yao Jinge, Pang Qiwei, Zhang Binyuan, Wang Lu, และ Huang Yiling. (2021). Public Health and Online MICE Technology During the COVID-19 Pandemic: The Role of Health Beliefs and Technology Innovation. *Frontiers in Public Health.*, 1-2.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก.

แบบประเมินคุณภาพแบบสอบถามเพื่องานวิจัย

แบบประเมินคุณภาพแบบสอบถามเพื่อการวิจัย (IOC)

เรื่อง “การศึกษาผลกระทบของสังคมและเศรษฐกิจของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลของสงขลาไมซ์ซิตี้ในสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19”

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามฉบับนี้ มุ่งตรวจสอบ เพื่อหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) โดยการวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) ของแบบสอบถามและข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ เพื่อนำไปปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความสมบูรณ์มากขึ้น

2. แบบสอบถามจะประกอบด้วย 2 ฉบับ โดยแต่ละฉบับจะมีความแตกต่างกัน ซึ่งมีการแบ่งตามจำนวนของประชากรในการทำวิจัย ดังนี้

2.1 แบบสอบถามสำหรับ ผู้จัดงานไมซ์ และเจ้าของงานไมซ์แบบดิจิทัลไมซ์ จำนวน 40 ฉบับ

2.2 แบบสอบถามสำหรับ ผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลจำนวน 400 ฉบับ

3. แบบสอบถามฉบับนี้ มีทั้งหมด 4 ส่วน ประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลส่งผลต่อสภาพเศรษฐกิจและสังคม

ส่วนที่ 3 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

4. ขอความกรุณาผู้ทรงคุณวุฒิหรือท่านผู้เชี่ยวชาญ พิจารณาร่างแบบสอบถามถึงความสอดคล้องระหว่างแบบสอบถามและวัตถุประสงค์งานวิจัย ด้วยการให้คะแนนในแต่ละข้อคำถามในแบบสอบถาม โดยการทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างหลังข้อคำถามแต่ละข้อ ซึ่งมีเกณฑ์ในการให้คะแนนดังนี้

+1 หมายถึง มีความสอดคล้องหรือสามารถวัดได้

0 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าสอดคล้องหรือวัดได้

-1 หมายถึง ไม่มีความสอดคล้องหรือไม่สามารถวัดได้

5. ผู้วิจัยขอความกรุณาท่านผู้ทรงคุณวุฒิหรือท่านผู้เชี่ยวชาญ ให้ข้อเสนอแนะหรือความคิดเห็นเพิ่มเติมในประเด็นที่เห็นว่ายังไม่สมบูรณ์ โดยการเขียนข้อเสนอแนะไว้ท้ายข้อความนั้น ๆ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณในความกรุณาของท่านมา ณ โอกาสนี้

นายพศวัต เกตศรัทธา
นักศึกษาปริญญาโท (หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต)
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ฉบับที่ 1

แบบสอบถามสำหรับเจ้าของงานไมซ์และผู้จัดงานไมซ์แบบดิจิทัล

ความเห็นของกรรมการท่านที่ 1

<u>คำชี้แจง</u> โปรดทำเครื่องหมาย ✓ลงในช่อง ❑ หน้าคำตอบและเติมคำในช่องว่างที่ท่านเห็นว่าตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล (Personal background)

ข้อที่	ข้อความ	ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		1	0	-1	
1	เพศ ❑ 1) ชาย ❑ 2)หญิง	✓			
2	อายุ โปรดระบุอายุ.....ปี	✓			
3	รายได้ ❑1) น้อยกว่า 15,000 ❑2) 15,001 – 20,000 ❑3) 20,001 – 25,000 ❑4) 25,001 – 30,000 ❑5) 30,001 – 35,000 ❑6) มากกว่า 35,001		✓		
4	หน่วยงาน ❑ 1) หน่วยงานภาครัฐ ❑ 2) หน่วยงานภาคเอกชน	✓			

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล (Personal background) (ต่อ)

ข้อที่	ข้อความ	ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		1	0	-1	
5	ประสบการณ์ในการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลในรอบ 2 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2563 – 2564) -ในปี 2563 มีการเข้าร่วมงานแบบออนไลน์จำนวน -ในปี 2563 มีการเข้าร่วมงานแบบออนไลน์จำนวน	✓			

ส่วนที่ 2 ผลกระทบของการจัดการงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพเศรษฐกิจและสังคม

<u>คำชี้แจง</u> โปรดทำเครื่องหมาย ✓ลงในช่องว่างที่ท่านเห็นว่าตรงกับความเป็นจริงมากที่สุดเพียงช่องเดียวโดยมีความหมายหรือข้อบ่งชี้ในการเลือกดังนี้

(5) หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมากที่สุด
(4) หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมาก
(3) หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วย
(2) หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อย
(1) หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อยที่สุด

ขอบเขตการวิจัย	ข้อความ	ความคิดเห็น		
		1	0	-1
คำชี้แจงผู้ตอบแบบสอบถาม โปรดนึกถึงงานไมซ์แบบดิจิทัลที่คุณได้เคยจัดในยุคการระบาดของไวรัสโควิด-19 2019				
ส่วนที่ 2 ผลกระทบของการจัดการงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพเศรษฐกิจและสังคม				
ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่มีผลต่อสภาพเศรษฐกิจ ในกรณีนี้ศึกษาเรื่อง ผลประโยชน์ทางการเงินของการจัดงานไมซ์ ให้กลายเป็นปัจจัยหลักที่ใช้แรงจูงใจให้เกิดการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลการวัดผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ สามารถประเมินผลตอบแทนทางด้านเศรษฐกิจสำหรับการลงทุนแล้ว แต่ยังคงแสดงให้เห็นว่างานไมซ์แบบดิจิทัล ไมซ์สามารถสร้างผลประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจให้กับคนในท้องถิ่นนั้น ๆ				
ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่มีผลต่อสภาพเศรษฐกิจ	1.ต้นทุนของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลมีต้นทุนสูงกว่าการจัดงานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-Face)	✓		
	2.ผลประกอบการจากการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลทำให้สามารถขยายกิจการได้เร็วกว่าและง่ายกว่าผลประกอบการการจัดงานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-Face)	✓		
	3.ท่านมีความเห็นว่างานไมซ์แบบดิจิทัลได้ส่งเสริมธุรกิจรายล้อม เช่น ร้านอาหาร โรงแรม ขนส่ง ฯลฯ ให้มีการเติบโตมากยิ่งขึ้น		✓	
	4.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลทำให้เกิดการจ้างงาน สร้างงาน สร้างอาชีพ และรายได้ของคนในท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้น		✓	

ขอบเขตการวิจัย	ข้อความ	ความคิดเห็น		
		1	0	-1
ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่มีผลต่อสภาพเศรษฐกิจ	5.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลช่วยสร้างโอกาสให้คนรุ่นใหม่มีการทำงานในท้องถิ่นได้มากขึ้น	✓		
	6.ท่านคิดว่าการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลทำให้เกิดการซื้อขายสินค้าของคนในชุมชนมากกว่างานไมซ์แบบเผชิญหน้า (face-to-Face)	✓		
	7.ท่านคิดว่าการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลจะเพิ่มโอกาสให้นักลงทุนได้เข้าร่วมงานสูงกว่างานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-Face)	✓		
	8.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลทำให้เกิดธุรกิจใหม่ในการเช่าอุปกรณ์ เครื่องปั่นไฟ (Generator) ระบบปฏิบัติการ แสง สี เสียง ระบบสัญญาณอินเทอร์เน็ต สำหรับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลไมซ์		✓	
	9.ในปี พ.ศ. 2563 การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลมีค่าเช่าสตูดิโอ อุปกรณ์ ระบบปฏิบัติการ แสง สี เสียง ที่มีราคาสูงกว่าปี พ.ศ. 2562	✓		
	10.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลส่งผลให้อัตราการจ้างงานเพิ่มมากขึ้นกว่าการจัดงานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-Face)	✓		

ขอบเขตการวิจัย	ข้อความ	ความคิดเห็น		
		1	0	-1
ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่มีผลต่อสภาพสังคม ในกรณีนี้จะศึกษาผลกระทบทางสังคม ซึ่งเป็นผลกระทบระยะยาวและอาจจะไม่เห็นผลชัดเจนมากนัก ทั้งยังเป็นผลกระทบที่สามารถวัดผลและระบุชี้วัดลงได้ยาก เช่น ความพึงพอใจและความภาคภูมิใจของผู้เข้าร่วมงานไมซ์ อัตลักษณ์และภาพลักษณ์ ทักษะ				
ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่มีผลต่อสภาพสังคม	1. การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลก่อให้เกิดโอกาสให้คนในชุมชนที่ได้รับประสบการณ์ ความรู้ใหม่ ที่ง่ายและสะดวกมากขึ้นจากการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล	✓		
	2.ท่านได้มีการว่าจ้างงานของคนในชุมชนให้เป็นผู้มีส่วนร่วมจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล	✓		
	3.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลช่วยลดค่าใช้จ่ายของผู้เข้าร่วมงานไมซ์ เช่น ค่าเดินทาง ค่าที่พัก ค่าอาหาร ฯลฯ	✓		
	4.ทุกครั้งที่มีการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลทำให้ผู้คนในท้องถิ่นเกิดความภาคภูมิใจและยกระดับภาพลักษณ์ที่ดีของชุมชน	✓		
	5.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลทำให้ผู้เข้าร่วมงานไมซ์มีภาระทางการเงินสูงขึ้น เนื่องจากต้องต้องลงทุนซื้ออุปกรณ์ในการเข้าร่วมงาน เช่น คอมพิวเตอร์ ไอแพด (IPad) สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต อินเทอร์เน็ต เป็นต้น		✓	
	6.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลทำให้ผู้เข้าร่วมงานไมซ์มีเงินออมมากยิ่งขึ้น เนื่องจากไม่จำเป็นต้องมีค่าเดินทางและค่าที่พัก	✓		

ขอบเขตการวิจัย	ข้อความ	ความคิดเห็น		
		1	0	-1
ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่มีผลต่อสภาพสังคม	7.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลส่งผลให้ผู้เข้าร่วมงานไมซ์ใช้เวลาอยู่กับอินเทอร์เน็ต ส่งผลให้ขาดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างครอบครัว	✓		
	8.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลส่งผลให้ผู้ประกอบการซัพพลายเออร์ ผู้ให้เช่าอุปกรณ์สำหรับการจัดงานไมซ์แบบเผชิญหน้าขาดรายได้และมีหนี้สินมากยิ่งขึ้น	✓		
	9.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลสามารถช่วยลดอุบัติเหตุบนท้องถนน เนื่องจากไม่มีความจำเป็นจะต้องเดินทางมายังสถานที่จัดงาน	✓		
	10.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลช่วยลดอัตราการลักเล็กขโมยน้อย การวิ่งราว และการปล้นทรัพย์ ได้มากกว่างานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-Face)	✓		
ส่วนที่ 3 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลสำหรับเจ้าของงานและผู้จัดงานไมซ์				
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลในกรณีนี้จะกล่าวถึง ความรู้พื้นฐานของเจ้าของงานไมซ์และผู้จัดงานไมซ์ที่มีต่อการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลตั้งแต่ขั้นตอนการวางแผน การเตรียมอุปกรณ์สำหรับการจัดงานไมซ์ และเทคโนโลยีที่นำมาใช้ในการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล				
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลไมซ์สำหรับเจ้าของงานและผู้จัดงานไมซ์	1.ท่านคิดว่าผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลทั้งไทยและต่างประเทศสามารถเข้าร่วมงานไมซ์ได้ง่ายกว่างานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-Face)	✓		

ขอบเขตการวิจัย	ข้อความ	ความคิดเห็น		
		1	0	-1
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลไมซ์สำหรับเจ้าของงานและผู้จัดงานไมซ์	2.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลเป็นการเพิ่มค่าใช้จ่ายในการเดินทางของผู้เข้าร่วมงานไมซ์		✓	
	3.ไม่ว่าวิทยากรในงานไมซ์แบบดิจิทัลจะอยู่แห่งหนใดก็ตามบนโลกใบนี้ ก็สามารถเชื่อมต่อผ่านระบบเพื่อเข้าร่วมงานได้ทุกที่ทุกเวลา	✓		
	4.ระบบอินเทอร์เน็ตมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งสำหรับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล	✓		
	5.การประชาสัมพันธ์งานไมซ์แบบดิจิทัลมีความแตกต่างจากการประชาสัมพันธ์งานไมซ์แบบเผชิญหน้า เช่น การใช้โลโก้ หรือข้อความที่แสดงว่าเป็นการจัดงานแบบออนไลน์ ร่วมทั้งต้องระบุโปรแกรมที่ใช้ในการถ่ายทอดสด	✓		
	6.ก่อนที่จะมีการเริ่มถ่ายทอดสดงานไมซ์แบบดิจิทัลไมซ์นั้นต้องมีการสำรองเครือข่ายสัญญาณอินเทอร์เน็ตมากกว่า 2 เครือข่ายขึ้นไป	✓		
	7.การออกแบบการจัดงานบบดิจิทัลไมซ์มีความซับซ้อนและยุ่งยากน้อยกว่าการจัดงานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-face)	✓		
	8.เทคโนโลยีที่นำมาใช้สำหรับการสนับสนุนงานไมซ์แบบดิจิทัลต้องเป็นเทคโนโลยีขั้นสูงจากต่างประเทศ มีราคาแพงและใช้งานยาก	✓		
	9.เครื่องสำรองไฟเป็นหนึ่งในอุปกรณ์สำคัญในการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลเพราะช่วยให้การจัดงานมีความไหลลื่น และลดการสะดุดของระบบในการทำงาน	✓		

ขอบเขตการวิจัย	ข้อความ	ความคิดเห็น		
		1	0	-1
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล ไมซ์สำหรับเจ้าของงานและผู้จัดงานไมซ์	10.พิธีกรในการดำเนินรายการต้องเป็นบุคคลที่มีความรู้ ความเข้าใจในเทคโนโลยีของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล	✓		
	11.ผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลต้องทำการเตรียมคอมพิวเตอร์ในสภาพพร้อมใช้งาน โดยเฉพาะระหว่างการรับชมการถ่ายทอดสดของงานไมซ์ตลอดทั้งวัน	✓		
	12.ผู้จัดงานไมซ์แบบดิจิทัลมีความยุ่งยากในการคัดเลือกวิทยากรมากกว่างานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-Face)	✓		

ฉบับที่ 2

แบบสอบถามสำหรับผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัล

ความเห็นของคณะกรรมการท่านที่ 1

<u>คำชี้แจง</u> โปรดทำเครื่องหมาย ✓ลงในช่อง ❑ หน้าคำตอบและเติมคำในช่องว่างที่ท่านเห็นว่าตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล (Personal background)

ขอบเขตการวิจัย	ข้อความ	ความคิดเห็น		
		1	0	-1
ข้อมูลส่วนบุคคล (Personal background)	1. เพศ ❑ 1) ชาย ❑ 2)หญิง	✓		
	2. อายุ โปรดระบุอายุ.....ปี	✓		
	3. รายได้ ❑1) น้อยกว่า 10,000 ❑2) 10,001 – 20,000 ❑3) 20,001 - 30,000 ❑4) 30,001 – 40,000 ❑5)50,001 – 60,000 ❑6) มากกว่า 60,001	✓		
	4.หน่วยงาน ❑ หน่วยงานภาครัฐ โปรดระบุชื่อหน่วยงาน..... ❑ หน่วยงานภาคเอกชน โปรดระบุชื่อหน่วยงาน.....	✓		

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล (Personal background)

ขอบเขตการวิจัย	ข้อความ	ความคิดเห็น		
		1	0	-1
	5.ประสบการณ์เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลในรอบ 2 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2563 – 2564) - ในปี 2563 มีการเข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลไมซ์จำนวน..... ครั้ง -ในปี 2564 มีการเข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลไมซ์จำนวน..... ครั้ง	✓		

ส่วนที่ 2 ผลกระทบของการจัดการงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพเศรษฐกิจและสังคม

ขอบเขตการวิจัย	ข้อความ	ความคิดเห็น		
		1	0	-1
คำชี้แจงผู้ตอบแบบสอบถาม โปรดนึกถึงงานไมซ์แบบดิจิทัลที่คุณได้เคยจัดในยุคการระบาดของไวรัสโควิด-19 2019				
ส่วนที่ 2 ผลกระทบของการจัดการงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพเศรษฐกิจและสังคม				
ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่มีผลต่อสภาพเศรษฐกิจ ในกรณีนี้ศึกษาเรื่อง ผลประโยชน์ทางการเงินของการจัดงานไมซ์ ให้กลายเป็นปัจจัยหลักที่ใช้แรงจูงใจให้เกิดการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลการวัดผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ สามารถประเมินผลตอบแทนทางด้านเศรษฐกิจสำหรับการลงทุนแล้ว แต่ยังคงแสดงให้เห็นว่างานไมซ์แบบดิจิทัล ไมซ์สามารถสร้างผลประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจให้กับคนในท้องถิ่นนั้น ๆ				
ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่มีผลต่อสภาพเศรษฐกิจ	1.ท่านคิดว่าการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลจะประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางเนื่องจากท่านไม่จำเป็นต้องเดินทางไปยังสถานที่จัดงานไมซ์	✓		

ส่วนที่ 2 ผลกระทบของการจัดการงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพเศรษฐกิจและสังคม				
ขอบเขตการวิจัย	**ข้อความ**	**ความคิดเห็น**		
		1	**0**	**-1**
ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่มีผลต่อสภาพเศรษฐกิจ	2.ท่านคิดว่าการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลจะเพิ่มโอกาสให้นักลงทุนได้เข้าร่วมได้มากกว่างานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-Face)	✓		
	3.ท่านคิดว่าการเข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายสำหรับค่าที่พัก เช่น ค่าโรงแรม	✓		
	4. การจัดงานไมซ์ช่วยสร้างโอกาสให้คนรุ่นใหม่มีการทำงานในพื้นที่ได้มากขึ้น	✓		
	5.ท่านคิดว่าการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลส่งผลให้ราคาค่าตั๋วเข้าร่วมงานไมซ์แบบออนไลน์มีราคาที่แพงกว่างานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-Face)	✓		
	6.ท่านมีความเห็นว่างานไมซ์แบบดิจิทัลได้ส่งเสริมธุรกิจรายรอบ เช่น ร้านอาหาร โรงแรม ฯลฯ ให้มีการเติบโตมากยิ่งขึ้น	✓		
	7.ท่านคิดว่าการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลทำให้เกิดการซื้อขายสินค้าของคนในชุมชนมากกว่างานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-Face)	✓		
	8.ท่านคิดว่าการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลได้สร้างโอกาสสำหรับการกระจายรายได้ให้แก่ชุมชนหรือผู้ประกอบการโดยรอบได้มากกว่างานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-Face)	✓		
	9.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลส่งผลให้อัตราการจ้างงานมากขึ้นกว่าการจัดงานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-Face)	✓		

ส่วนที่ 2 ผลกระทบของการจัดการงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพเศรษฐกิจและสังคม				
ขอบเขตการวิจัย	**ข้อความ**	**ความคิดเห็น**		
		1	**0**	**-1**
ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่มีผลต่อสภาพเศรษฐกิจ	10.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลทำให้เกิดธุรกิจใหม่ในการเช่าอุปกรณ์ รถปั่นไฟ (Electric car) ระบบปฏิบัติการ แสง สี เสียง ระบบสัญญาณอินเทอร์เน็ต สำหรับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลไมซ์	✓		
ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่มีผลต่อสภาพสังคม	ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่มีผลต่อสภาพสังคม ในกรณีนี้จะศึกษา ผลกระทบทางสังคม ซึ่งเป็นผลกระทบระยะยาวและอาจจะไม่เห็นผลชัดเจนมากนัก ทั้งยังเป็นผลกระทบที่สามารถวัดผลและระบุชี้วัดลงได้ยาก เช่น ความพึงพอใจและความภาคภูมิใจของผู้เข้าร่วมงานไมซ์ อัตลักษณ์และภาพลักษณ์ ทักษะ			
	1.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลก่อให้เกิดโอกาสให้คนในชุมชนที่ได้รับประสบการณ์ ความรู้ใหม่ ที่ง่ายและสะดวกมากขึ้นจากการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล	✓		
	2.ท่านได้มีการว่าจ้างงานของคนในชุมชนให้เป็นผู้มีส่วนร่วมจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล	✓		
	3.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลช่วยลดค่าใช้จ่ายของผู้เข้าร่วมงานไมซ์ เช่น ค่าเดินทาง ค่าที่พัก ค่าอาหาร ฯลฯ	✓		
	4.ทุกครั้งที่มีการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลทำให้เกิดความภาคภูมิใจและยกระดับภาพลักษณ์ที่ดีของชุมชน	✓		
	5.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลทำให้ผู้เข้าร่วมงานไมซ์สร้างหนี้สินมากขึ้น เนื่องจากต้องทำการซื้ออุปกรณ์ในการเข้าร่วมงาน เช่น คอมพิวเตอร์ ไอแพด (IPad) สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต เป็นต้น	✓		

ขอบเขตการวิจัย	ข้อความ	ความคิดเห็น		
		1	0	-1
ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่มีผลต่อสภาพสังคม	6.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลทำให้คนในสังคมมีเงินออมมากยิ่งขึ้น เนื่องจากผู้เข้าร่วมงานไมซ์ไม่จำเป็นต้องเดินทางมายังสถานที่จัดงานไมซ์ หรือค่าใช้จ่ายของที่พักขณะเดินทางมายังสถานที่จัดงาน	✓		
	7.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลส่งผลให้ผู้เข้าร่วมงานไมซ์ใช้สมาธิกับสมาร์ทโฟนเลยขาดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างครอบครัว	✓		
	8.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลส่งผลให้ ผู้ประกอบการซัพพลายเออร์ ผู้เช่าอุปกรณ์สำหรับการจัดงานไมซ์เกิดการล้มละลาย	✓		
	9.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลสามารถช่วยลดอุบัติเหตุบนท้องถนน เนื่องจากไม่มีความจำเป็นจะต้องเดินทางมายังสถานที่จัดงาน	✓		
	10.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลช่วยลดอัตราการขโมยของได้มากกว่างานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-Face)	✓		

ส่วนที่ 3 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลสำหรับผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัล ไมซ์				
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลในกรณีนี้จะกล่าวถึง ความรู้พื้นฐานของเจ้าของงานไมซ์และผู้จัดงานไมซ์ที่มีต่อการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลตั้งแต่ขั้นตอนการวางแผน การเตรียมอุปกรณ์สำหรับการจัดงานไมซ์ และเทคโนโลยีที่นำมาใช้ในการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล				
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลไมซ์สำหรับผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัล	1.ท่านคิดว่าผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลทั้งไทยและต่างประเทศสามารถเข้าร่วมงานไมซ์ได้ง่ายกว่างานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-Face)	✓		
	2.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลเป็นการเพิ่มค่าใช้จ่ายในการเดินทางของผู้เข้าร่วมงานไมซ์	✓		
	3.ไม่ว่าวิทยากรในงานไมซ์แบบดิจิทัลจะอยู่แห่งหนใดก็ตามบนโลกใบนี้ ก็สามารถเชื่อมต่อผ่านระบบเพื่อเข้าร่วมงานได้ทุกที่ทุกเวลา	✓		
	4.ระบบอินเทอร์เน็ตมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งสำหรับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล	✓		
	5.การประชาสัมพันธ์งานไมซ์แบบดิจิทัลมีความแตกต่างจากการประชาสัมพันธ์งานไมซ์แบบเผชิญหน้า เช่น การใช้โลโก้ หรือข้อความที่แสดงว่าเป็นการจัดงานแบบออนไลน์ ร่วมทั้งต้องระบุโปรแกรมที่ใช้ในการถ่ายทอดสด	✓		
	6.ก่อนที่จะมีการเริ่มถ่ายทอดสดงานไมซ์แบบดิจิทัลไมซ์นั้นต้องมีการสำรองเครือข่ายสัญญาณอินเทอร์เน็ตมากกว่า 2 เครือข่ายขึ้นไป	✓		
	7.การออกแบบการจัดงานบบดิจิทัลไมซ์มีความซับซ้อนและยุ่งยากน้อยกว่าการจัดงานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-face)	✓		

ขอบเขตการวิจัย	ข้อความ	ความคิดเห็น		
		1	0	-1
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลไมซ์สำหรับผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัล	8.เทคโนโลยีที่นำมาใช้สำหรับการสนับสนุนงานไมซ์แบบดิจิทัลต้องเป็นเทคโนโลยีขั้นสูงจากต่างประเทศ มีราคาแพงและใช้งานยาก	✓		
	9.เครื่องสำรองไฟเป็นหนึ่งในอุปกรณ์สำคัญในการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลเพราะช่วยให้การจัดงานมีความไหลลื่น และลดการสะดุดของระบบในการทำงาน	✓		
	10.พิธีกรในการดำเนินรายการต้องเป็นบุคคลที่มีความรู้ ความเข้าใจในเทคโนโลยีของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล	✓		
	11.ผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลต้องทำการเตรียมคอมพิวเตอร์ในสภาพพร้อมใช้งาน โดยเฉพาะระหว่างการรับชมการถ่ายทอดสดของงานไมซ์ตลอดทั้งวัน	✓		
	12.ผู้จัดงานไมซ์แบบดิจิทัลมีความยุ่งยากในการคัดเลือกวิทยากรมากกว่างานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-Face)	✓		

ฉบับที่ 1

แบบสอบถามสำหรับเจ้าของงานไมซ์และผู้จัดงานไมซ์แบบดิจิทัล

ความเห็นของกรรมการท่านที่ 2

<u>คำชี้แจง</u> โปรดทำเครื่องหมาย ✓ลงในช่อง ❑ หน้าคำตอบและเติมคำในช่องว่างที่ท่านเห็นว่าตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล (Personal background)

ข้อที่	ข้อความ	ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		1	0	-1	
1	เพศ ❑ 1) ชาย ❑ 2)หญิง	✓			
2	อายุ โปรดระบุอายุ.....ปี	✓			
3	รายได้ ❑1) น้อยกว่า 15,000 ❑2) 15,001 – 20,000 ❑3) 20,001 – 25,000 ❑4) 25,001 – 30,000 ❑5) 30,001 – 35,000 ❑6) มากกว่า 35,001	✓			
4	หน่วยงาน ❑ หน่วยงานภาครัฐ ❑ หน่วยงานภาคเอกชน	✓			

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล (Personal background) (ต่อ)

ข้อที่	ข้อความ	ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		1	0	-1	
5	ประสบการณ์ในการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลในรอบ 2 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2563 – 2564) -ในปี 2563 มีการเข้าร่วมงานแบบออนไลน์จำนวน -ในปี 2563 มีการเข้าร่วมงานแบบออนไลน์จำนวน	✓			

ส่วนที่ 2 ผลกระทบของการจัดการงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพเศรษฐกิจและสังคม

<u>คำชี้แจง</u> โปรดทำเครื่องหมาย ✓ลงในช่องว่างที่ท่านเห็นว่าตรงกับความเป็นจริงมากที่สุดเพียงช่องเดียวโดยมีความหมายหรือข้อบ่งชี้ในการเลือกดังนี้

(5) หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมากที่สุด
(4) หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมาก
(3) หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วย
(2) หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อย
(1) หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อยที่สุด

ขอบเขตการวิจัย	ข้อความ	ความคิดเห็น		
		1	0	-1
คำชี้แจงผู้ตอบแบบสอบถาม โปรดนึกถึงงานไมซ์แบบดิจิทัลที่คุณได้เคยจัดในยุคการระบาดของไวรัสโควิด-19 2019				
ส่วนที่ 2 ผลกระทบของการจัดการงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพเศรษฐกิจและสังคม				
ผลประโยชน์ทางการเงินของการจัดงานไมซ์ ให้กลายเป็นปัจจัยหลักที่ใช้แรงจูงใจให้เกิดการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลการวัดผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ สามารถประเมินผลตอบแทนทางด้านเศรษฐกิจสำหรับการลงทุนแล้ว แต่ยังคงแสดงให้เห็นว่างานไมซ์แบบดิจิทัล ไมซ์สามารถสร้างผลประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจให้กับคนในท้องถิ่นนั้น ๆ	ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่มีผลต่อสภาพเศรษฐกิจและสังคม				
ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่มีผลต่อสภาพเศรษฐกิจ	1.ต้นทุนของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลมีต้นทุนสูงกว่าการจัดงานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-Face)	✓		
	2.ผลประกอบการจากการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลทำให้สามารถขยายกิจการได้เร็วกว่าและง่ายกว่าผลประกอบการการจัดงานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-Face)	✓		
	3.ท่านมีความเห็นว่างานไมซ์แบบดิจิทัลได้ส่งเสริมธุรกิจรายล้อม เช่น ร้านอาหาร โรงแรม ขนส่ง ฯลฯ ให้มีการเติบโตมากยิ่งขึ้น	✓		
	4.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลทำให้เกิดการจ้างงาน สร้างงาน สร้างอาชีพ และรายได้ของคนในท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้น	✓		
	5.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลช่วยสร้างโอกาสให้คนรุ่นใหม่มีการทำงานในท้องถิ่นได้มากขึ้น	✓		
	6.ท่านคิดว่าการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลทำให้เกิดการซื้อขายสินค้าของคนในชุมชนมากกว่างานไมซ์แบบเผชิญหน้า (face-to-Face)	✓		

ขอบเขตการวิจัย	ข้อความ	ความคิดเห็น		
		1	0	-1
ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่มีผลต่อสภาพเศรษฐกิจ	7.ท่านคิดว่าการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลจะเพิ่มโอกาสให้นักลงทุนได้เข้าร่วมงานสูงกว่างานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-Face)	✓		
	8.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลทำให้เกิดธุรกิจใหม่ในการเช่าอุปกรณ์ เครื่องปั่นไฟ (Generator) ระบบปฏิบัติการ แสง สี เสียง ระบบสัญญาณอินเทอร์เน็ต สำหรับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลไมซ์	✓		
	9.ในปี พ.ศ. 2563 การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลมีค่าเช่าสตูดิโอ อุปกรณ์ ระบบปฏิบัติการ แสง สี เสียง ที่มีราคาสูงกว่าปี พ.ศ. 2562	✓		
	10.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลส่งผลให้อัตราการจ้างงานเพิ่มมากขึ้นกว่าการจัดงานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-Face)	✓		

ขอบเขตการวิจัย	ข้อความ	ความคิดเห็น		
		1	0	-1
ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่มีผลต่อสภาพสังคม ในกรณีนี้จะศึกษาผลกระทบทางสังคม ซึ่งเป็นผลกระทบระยะยาวและอาจจะไม่เห็นผลชัดเจนมากนัก ทั้งยังเป็นผลกระทบที่สามารถวัดผลและระบุชี้วัดลงได้ยาก เช่น ความพึงพอใจและความภาคภูมิใจของผู้เข้าร่วมงานไมซ์ อัตลักษณ์และภาพลักษณ์ ทักษะ				
ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่มีผลต่อสภาพสังคม	1. การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลก่อให้เกิดโอกาสให้คนในชุมชนที่ได้รับประสบการณ์ ความรู้ใหม่ ที่ง่ายและสะดวกมากขึ้นจากการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล	✓		
	2.ท่านได้มีการว่าจ้างงานของคนในชุมชนให้เป็นผู้มีส่วนร่วมจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล	✓		
	3.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลช่วยลดค่าใช้จ่ายของผู้เข้าร่วมงานไมซ์ เช่น ค่าเดินทาง ค่าที่พัก ค่าอาหาร ฯลฯ	✓		
	4.ทุกครั้งที่มีการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลทำให้ผู้คนในท้องถิ่นเกิดความภาคภูมิใจและยกระดับภาพลักษณ์ที่ดีของชุมชน	✓		
	5.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลทำให้ผู้เข้าร่วมงานไมซ์มีภาระทางการเงินสูงขึ้น เนื่องจากต้องต้องลงทุนซื้ออุปกรณ์ในการเข้าร่วมงาน เช่น คอมพิวเตอร์ ไอแพด (IPad) สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต อินเทอร์เน็ต เป็นต้น		✓	
	6.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลทำให้ผู้เข้าร่วมงานไมซ์มีเงินออมมากยิ่งขึ้น เนื่องจากไม่จำเป็นต้องมีค่าเดินทางและค่าที่พัก		✓	

ขอบเขตการวิจัย	ข้อความ	ความคิดเห็น		
		1	0	-1
ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่มีผลต่อสภาพสังคม	7.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลส่งผลให้ผู้เข้าร่วมงานไมซ์ใช้เวลาอยู่กับอินเทอร์เน็ต ส่งผลให้ขาดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างครอบครัว	✓		
	8.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลส่งผลให้ผู้ประกอบการซัพพลายเออร์ ผู้ให้เช่าอุปกรณ์สำหรับการจัดงานไมซ์แบบเผชิญหน้าขาดรายได้และมีหนี้สินมากยิ่งขึ้น		✓	
	9.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลสามารถช่วยลดอุบัติเหตุบนท้องถนน เนื่องจากไม่มีความจำเป็นจะต้องเดินทางมายังสถานที่จัดงาน	✓		
	10.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลช่วยลดอัตราการลักเล็กขโมยน้อย การวิ่งราว และการปล้นทรัพย์ได้มากกว่างานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-Face)	✓		
ส่วนที่ 3 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลสำหรับเจ้าของงานและผู้จัดงานไมซ์				
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลในกรณีนี้จะกล่าวถึง ความรู้พื้นฐานของเจ้าของงานไมซ์และผู้จัดงานไมซ์ที่มีต่อการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลตั้งแต่ขั้นตอนการวางแผน การเตรียมอุปกรณ์สำหรับการจัดงานไมซ์ และเทคโนโลยีที่นำมาใช้ในการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล				
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลไมซ์สำหรับเจ้าของงานและผู้จัดงานไมซ์	1.ท่านคิดว่าผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลทั้งไทยและต่างประเทศสามารถเข้าร่วมงานไมซ์ได้ง่ายกว่างานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-Face)	✓		

ขอบเขตการวิจัย	ข้อความ	ความคิดเห็น		
		1	0	-1
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลไมซ์สำหรับเจ้าของงานและผู้จัดงานไมซ์	2.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลเป็นการเพิ่มค่าใช้จ่ายในการเดินทางของผู้เข้าร่วมงานไมซ์	✓		
	3.ไม่ว่าวิทยากรในงานไมซ์แบบดิจิทัลจะอยู่แห่งหนใดก็ตามบนโลกใบนี้ ก็สามารถเชื่อมต่อผ่านระบบเพื่อเข้าร่วมงานได้ทุกที่ทุกเวลา	✓		
	4.ระบบอินเทอร์เน็ตมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งสำหรับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล	✓		
	5.การประชาสัมพันธ์งานไมซ์แบบดิจิทัลมีความแตกต่างจากการประชาสัมพันธ์งานไมซ์แบบเผชิญหน้า เช่น การใช้โลโก้ หรือข้อความที่แสดงว่าเป็นการจัดงานแบบออนไลน์ ร่วมทั้งต้องระบุโปรแกรมที่ใช้ในการถ่ายทอดสด	✓		
	6.ก่อนที่จะมีการเริ่มถ่ายทอดสดงานไมซ์แบบดิจิทัลไมซ์นั้นต้องมีการสำรองเครือข่ายสัญญาณอินเทอร์เน็ตมากกว่า 2 เครือข่ายขึ้นไป	✓		
	7.การออกแบบการจัดงานบบดิจิทัลไมซ์มีความซับซ้อนและยุ่งยากน้อยกว่าการจัดงานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-face)	✓		
	8.เทคโนโลยีที่นำมาใช้สำหรับการสนับสนุนงานไมซ์แบบดิจิทัลต้องเป็นเทคโนโลยีขั้นสูงจากต่างประเทศ มีราคาแพงและใช้งานยาก	✓		
	9.เครื่องสำรองไฟเป็นหนึ่งในอุปกรณ์สำคัญในการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลเพราะช่วยให้การจัดงานมีความไหลลื่น และลดการสะดุดของระบบในการทำงาน	✓		

ขอบเขตการวิจัย	ข้อความ	ความคิดเห็น		
		1	0	-1
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล ไมซ์สำหรับเจ้าของงานและผู้จัดงานไมซ์	10.พิธีกรในการดำเนินรายการต้องเป็นบุคคลที่มีความรู้ ความเข้าใจในเทคโนโลยีของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล	✓		
	11.ผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลต้องทำการเตรียมคอมพิวเตอร์ในสภาพพร้อมใช้งาน โดยเฉพาะระหว่างการรับชมการถ่ายทอดสดของงานไมซ์ตลอดทั้งวัน	✓		
	12.ผู้จัดงานไมซ์แบบดิจิทัลมีความยุ่งยากในการคัดเลือกวิทยากรมากกว่างานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-Face)	✓		

ฉบับที่ 2

แบบสอบถามสำหรับผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัล

ความเห็นของกรรมการท่านที่ 2

<u>คำชี้แจง</u> โปรดทำเครื่องหมาย ✓ลงในช่อง ❑ หน้าคำตอบและเติมคำในช่องว่างที่ท่านเห็นว่าตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล (Personal background)

ขอบเขตการวิจัย	ข้อความ	ความคิดเห็น		
		1	0	-1
ข้อมูลส่วนบุคคล (Personal background)	1. เพศ ❑ 1) ชาย ❑ 2)หญิง	✓		
	2. อายุ โปรดระบุอายุ.....ปี	✓		
	3. รายได้ ❑1) น้อยกว่า 10,000 ❑2) 10,001 – 20,000 ❑3) 20,001 - 30,000 ❑4) 30,001 – 40,000 ❑5)50,001 – 60,000 ❑6) มากกว่า 60,001	✓		
	4. หน่วยงาน ❑ หน่วยงานภาครัฐ โปรดระบุชื่อหน่วยงาน..... ❑ หน่วยงานภาคเอกชน โปรดระบุชื่อหน่วยงาน.....	✓		

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล (Personal background)

ขอบเขตการวิจัย	ข้อความ	ความคิดเห็น		
		1	0	-1
	5.ประสบการณ์เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลในรอบ 2 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2563 – 2564) - ในปี 2563 มีการเข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลไมซ์จำนวน..... ครั้ง -ในปี 2564 มีการเข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลไมซ์จำนวน..... ครั้ง	✓		

ส่วนที่ 2 ผลกระทบของการจัดการงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพเศรษฐกิจและสังคม

ขอบเขตการวิจัย	ข้อความ	ความคิดเห็น		
		1	0	-1
คำชี้แจงผู้ตอบแบบสอบถาม โปรดนึกถึงงานไมซ์แบบดิจิทัลที่คุณได้เคยจัดในยุคการระบาดของไวรัสโควิด-19 2019				
ส่วนที่ 2 ผลกระทบของการจัดการงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพเศรษฐกิจและสังคม				
ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่มีผลต่อสภาพเศรษฐกิจ ในกรณีนี้ศึกษาเรื่อง ผลประโยชน์ทางการเงินของการจัดงานไมซ์ ให้กลายเป็นปัจจัยหลักที่ใช้แรงจูงใจให้เกิดการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลการวัดผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ สามารถประเมินผลตอบแทนทางด้านเศรษฐกิจสำหรับการลงทุนแล้ว แต่ยังคงแสดงให้เห็นว่างานไมซ์แบบดิจิทัล ไมซ์สามารถสร้างผลประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจให้กับคนในท้องถิ่นนั้น ๆ				
ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่มีผลต่อสภาพเศรษฐกิจ	1.ท่านคิดว่าการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลจะประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางเนื่องจากท่านไม่จำเป็นต้องเดินทางไปยังสถานที่จัดงานไมซ์	✓		

ส่วนที่ 2 ผลกระทบของการจัดการงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพเศรษฐกิจและสังคม				
ขอบเขตการวิจัย	**ข้อความ**	**ความคิดเห็น**		
		1	**0**	**-1**
ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่มีผลต่อสภาพเศรษฐกิจ	2.ท่านคิดว่าการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลจะเพิ่มโอกาสให้นักลงทุนได้เข้าร่วมได้มากกว่างานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-Face)		✓	
	3.ท่านคิดว่าการเข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายสำหรับค่าที่พัก เช่น ค่าโรงแรม	✓		
	4. การจัดงานไมซ์ช่วยสร้างโอกาสให้คนรุ่นใหม่มีการทำงานในพื้นที่ได้มากขึ้น	✓		
	5.ท่านคิดว่าการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลส่งผลให้ราคาค่าตั๋วเข้าร่วมงานไมซ์แบบออนไลน์มีราคาที่แพงกว่างานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-Face)	✓		
	6.ท่านมีความเห็นว่างานไมซ์แบบดิจิทัลได้ส่งเสริมธุรกิจรายรอบ เช่น ร้านอาหาร โรงแรม ฯลฯ ให้มีการเติบโตมากยิ่งขึ้น	✓		
	7.ท่านคิดว่าการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลทำให้เกิดการซื้อขายสินค้าของคนในชุมชนมากกว่างานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-Face)	✓		
	8.ท่านคิดว่าการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลได้สร้างโอกาสสำหรับการกระจายรายได้ให้แก่ชุมชนหรือผู้ประกอบการโดยรอบได้มากกว่างานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-Face)	✓		
	9.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลส่งผลให้อัตราการจ้างงานมากขึ้นกว่าการจัดงานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-Face)	✓		

ส่วนที่ 2 ผลกระทบของการจัดการงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพเศรษฐกิจและสังคม				
ขอบเขตการวิจัย	**ข้อความ**	**ความคิดเห็น**		
		1	**0**	**-1**
ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่มีผลต่อสภาพเศรษฐกิจ	10.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลทำให้เกิดธุรกิจใหม่ในการเช่าอุปกรณ์ รถปั่นไฟ (Electric car) ระบบปฏิบัติการ แสง สี เสียง ระบบสัญญาณอินเทอร์เน็ต สำหรับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลไมซ์	✓		
ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่มีผลต่อสภาพสังคม	ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่มีผลต่อสภาพสังคม ในกรณีนี้จะศึกษา ผลกระทบทางสังคม ซึ่งเป็นผลกระทบระยะยาวและอาจจะไม่เห็นผลชัดเจนมากนัก ทั้งยังเป็นผลกระทบที่สามารถวัดผลและระบุชี้วัดลงได้ยาก เช่น ความพึงพอใจและความภาคภูมิใจของผู้เข้าร่วมงานไมซ์ อัตลักษณ์และภาพลักษณ์ ทักษะ			
	1.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลก่อให้เกิดโอกาสให้คนในชุมชนที่ได้รับประสบการณ์ ความรู้ใหม่ ที่ง่ายและสะดวกมากขึ้นจากการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล	✓		
	2.ท่านได้มีการว่าจ้างงานของคนในชุมชนให้เป็นผู้มีส่วนร่วมจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล			✓
	3.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลช่วยลดค่าใช้จ่ายของผู้เข้าร่วมงานไมซ์ เช่น ค่าเดินทาง ค่าที่พัก ค่าอาหาร ฯลฯ	✓		
	4.ทุกครั้งที่มีการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลทำให้เกิดความภาคภูมิใจและยกระดับภาพลักษณ์ที่ดีของชุมชน	✓		

ขอบเขตการวิจัย	ข้อความ	ความคิดเห็น		
		1	0	-1
ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่มีผลต่อสภาพสังคม	5.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลทำให้ผู้เข้าร่วมงานไมซ์สร้างหนี้สินมากขึ้น เนื่องจากต้องทำการซื้ออุปกรณ์ในการเข้าร่วมงาน เช่น คอมพิวเตอร์ ไอแพด (IPad) สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต เป็นต้น		✓	
	6.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลทำให้คนในสังคมมีเงินออมมากยิ่งขึ้น เนื่องจากผู้เข้าร่วมงานไมซ์ไม่จำเป็นต้องเดินทางมายังสถานที่จัดงานไมซ์ หรือค่าใช้จ่ายของที่พักขณะเดินทางมายังสถานที่จัดงาน		✓	
	7.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลส่งผลให้ผู้เข้าร่วมงานไมซ์ใช้สมาธิกับสมาร์ทโฟนเลยขาดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างครอบครัว	✓		
	8.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลส่งผลให้ ผู้ประกอบการซัพพลายเออร์ ผู้เช่าอุปกรณ์สำหรับการจัดงานไมซ์เกิดการล้มละลาย		✓	
	9.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลสามารถช่วยลดอุบัติเหตุบนท้องถนน เนื่องจากไม่มีความจำเป็นจะต้องเดินทางมายังสถานที่จัดงาน	✓		
	10.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลช่วยลดอัตราการขโมยของได้มากกว่างานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-Face)	✓		

ส่วนที่ 3 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลสำหรับผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัล ไมซ์				
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลในกรณีนี้จะกล่าวถึง ความรู้พื้นฐานของเจ้าของงานไมซ์และผู้จัดงานไมซ์ที่มีต่อการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลตั้งแต่ขั้นตอนการวางแผน การเตรียมอุปกรณ์สำหรับการจัดงานไมซ์ และเทคโนโลยีที่นำมาใช้ในการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล				
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลไมซ์สำหรับผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัล	1.ท่านคิดว่าผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลทั้งไทยและต่างประเทศสามารถเข้าร่วมงานไมซ์ได้ง่ายกว่างานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-Face)	✓		
	2.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลเป็นการเพิ่มค่าใช้จ่ายในการเดินทางของผู้เข้าร่วมงานไมซ์	✓		
	3.ไม่ว่าวิทยากรในงานไมซ์แบบดิจิทัลจะอยู่แห่งหนใดก็ตามบนโลกใบนี้ ก็สามารถเชื่อมต่อผ่านระบบเพื่อเข้าร่วมงานได้ทุกที่ทุกเวลา	✓		
	4.ระบบอินเทอร์เน็ตมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งสำหรับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล	✓		
	5.การประชาสัมพันธ์งานไมซ์แบบดิจิทัลมีความแตกต่างจากการประชาสัมพันธ์งานไมซ์แบบเผชิญหน้า เช่น การใช้โลโก้ หรือข้อความที่แสดงว่าเป็นการจัดงานแบบออนไลน์ ร่วมทั้งต้องระบุโปรแกรมที่ใช้ในการถ่ายทอดสด	✓		
	6.ก่อนที่จะมีการเริ่มถ่ายทอดสดงานไมซ์แบบดิจิทัลไมซ์นั้นต้องมีการสำรองเครือข่ายสัญญาณอินเทอร์เน็ตมากกว่า 2 เครือข่ายขึ้นไป		✓	
	7.การออกแบบการจัดงานบบดิจิทัลไมซ์มีความซับซ้อนและยุ่งยากน้อยกว่าการจัดงานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-face)	✓		

ขอบเขตการวิจัย	ข้อความ	ความคิดเห็น		
		1	0	-1
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลไมซ์สำหรับผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัล	8.เทคโนโลยีที่นำมาใช้สำหรับการสนับสนุนงานไมซ์แบบดิจิทัลต้องเป็นเทคโนโลยีขั้นสูงจากต่างประเทศ มีราคาแพงและใช้งานยาก	✓		
	9.เครื่องสำรองไฟเป็นหนึ่งในอุปกรณ์สำคัญในการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลเพราะช่วยให้การจัดงานมีความไหลลื่น และลดการสะดุดของระบบในการทำงาน		✓	
	10.พิธีกรในการดำเนินรายการต้องเป็นบุคคลที่มีความรู้ ความเข้าใจในเทคโนโลยีของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล	✓		
	11.ผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลต้องทำการเตรียมคอมพิวเตอร์ในสภาพพร้อมใช้งาน โดยเฉพาะระหว่างการรับชมการถ่ายทอดสดของงานไมซ์ตลอดทั้งวัน	✓		
	12.ผู้จัดงานไมซ์แบบดิจิทัลมีความยุ่งยากในการคัดเลือกวิทยากรมากกว่างานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-Face)		✓	

ฉบับที่ 1

แบบสอบถามสำหรับเจ้าของงานไมซ์และผู้จัดงานไมซ์แบบดิจิทัล

ความเห็นของกรรมการท่านที่ 3

<u>คำชี้แจง</u> โปรดทำเครื่องหมาย ✓ลงในช่อง ❑ หน้าคำตอบและเติมคำในช่องว่างที่ท่านเห็นว่าตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล (Personal background)

ข้อที่	ข้อความ	ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		1	0	-1	
1	เพศ ❑ 1) ชาย ❑ 2)หญิง	✓			
2	อายุ โปรดระบุอายุ.....ปี		✓		
3	รายได้ ❑1) น้อยกว่า 15,000 ❑2) 15,001 – 20,000 ❑3) 20,001 – 25,000 ❑4) 25,001 – 30,000 ❑5) 30,001 – 35,000 ❑6) มากกว่า 35,001	✓			
4	หน่วยงาน ❑ 3) หน่วยงานภาครัฐ ❑ 4) หน่วยงานภาคเอกชน	✓			

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล (Personal background) (ต่อ)

ข้อที่	ข้อความ	ความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		1	0	-1	
5	ประสบการณ์ในการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลในรอบ 2 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2563 – 2564) -ในปี 2563 มีการเข้าร่วมงานแบบออนไลน์จำนวน -ในปี 2563 มีการเข้าร่วมงานแบบออนไลน์จำนวน	✓			

ส่วนที่ 2 ผลกระทบของการจัดการงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพเศรษฐกิจและสังคม

<u>คำชี้แจง</u> โปรดทำเครื่องหมาย ✓ลงในช่องว่างที่ท่านเห็นว่าตรงกับความเป็นจริงมากที่สุดเพียงช่องเดียวโดยมีความหมายหรือข้อบ่งชี้ในการเลือกดังนี้

(5) หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมากที่สุด
(4) หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมาก
(3) หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วย
(2) หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อย
(1) หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อยที่สุด

ขอบเขตการวิจัย	ข้อความ	ความคิดเห็น		
		1	0	-1
คำชี้แจงผู้ตอบแบบสอบถาม โปรดนึกถึงงานไมซ์แบบดิจิทัลที่คุณได้เคยจัดในยุคการระบาดของไวรัสโควิด-19 2019				
ส่วนที่ 2 ผลกระทบของการจัดการงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพเศรษฐกิจและสังคม				
ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่มีผลต่อสภาพเศรษฐกิจ ในกรณีนี้ศึกษาเรื่องผลประโยชน์ทางการเงินของการจัดงานไมซ์ ให้กลายเป็นปัจจัยหลักที่ใช้แรงจูงใจให้เกิดการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลการวัดผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ สามารถประเมินผลตอบแทนทางด้านเศรษฐกิจสำหรับการลงทุนแล้ว แต่ยังคงแสดงให้เห็นว่างานไมซ์แบบดิจิทัล ไมซ์สามารถสร้างผลประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจให้กับคนในท้องถิ่นนั้น ๆ				
ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่มีผลต่อสภาพเศรษฐกิจ	1.ต้นทุนของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลมีต้นทุนสูงกว่าการจัดงานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-Face)	✓		
	2.ผลประกอบการจากการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลทำให้สามารถขยายกิจการได้เร็วกว่าและง่ายกว่าผลประกอบการการจัดงานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-Face)	✓		
	3.ท่านมีความเห็นว่างานไมซ์แบบดิจิทัลได้ส่งเสริมธุรกิจรายล้อม เช่น ร้านอาหาร โรงแรม ขนส่ง ฯลฯ ให้มีการเติบโตมากยิ่งขึ้น	✓		
	4.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลทำให้เกิดการจ้างงาน สร้างงาน สร้างอาชีพ และรายได้ของคนในท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้น	✓		

ขอบเขตการวิจัย	ข้อความ	ความคิดเห็น		
		1	0	-1
ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่มีผลต่อสภาพเศรษฐกิจ	5.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลช่วยสร้างโอกาสให้คนรุ่นใหม่มีการทำงานในท้องถิ่นได้มากขึ้น	✓		
	6.ท่านคิดว่าการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลทำให้เกิดการซื้อขายสินค้าของคนในชุมชนมากกว่างานไมซ์แบบเผชิญหน้า (face-to-Face)	✓		
	7.ท่านคิดว่าการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลจะเพิ่มโอกาสให้นักลงทุนได้เข้าร่วมงานสูงกว่างานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-Face)	✓		
	8.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลทำให้เกิดธุรกิจใหม่ในการเช่าอุปกรณ์ เครื่องปั่นไฟ (Generator) ระบบปฏิบัติการ แสง สี เสียง ระบบสัญญาณอินเทอร์เน็ต สำหรับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลไมซ์	✓		
	9.ในปี พ.ศ. 2563 การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลมีค่าเช่าสตูดิโอ อุปกรณ์ ระบบปฏิบัติการ แสง สี เสียง ที่มีราคาสูงกว่าปี พ.ศ. 2562	✓		
	10.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลส่งผลให้อัตราการจ้างงานเพิ่มมากขึ้นกว่าการจัดงานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-Face)	✓		

ขอบเขตการวิจัย	ข้อความ	ความคิดเห็น		
		1	0	-1
ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่มีผลต่อสภาพสังคม ในกรณีนี้จะศึกษาผลกระทบทางสังคม ซึ่งเป็นผลกระทบระยะยาวและอาจจะไม่เห็นผลชัดเจนมากนัก ทั้งยังเป็นผลกระทบที่สามารถวัดผลและระบุชี้วัดลงได้ยาก เช่น ความพึงพอใจและความภาคภูมิใจของผู้เข้าร่วมงานไมซ์ อัตลักษณ์และภาพลักษณ์ ทักษะ				
ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่มีผลต่อสภาพสังคม	1. การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลก่อให้เกิดโอกาสให้คนในชุมชนที่ได้รับประสบการณ์ ความรู้ใหม่ ที่ง่ายและสะดวกมากขึ้นจากการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล	✓		
	2.ท่านได้มีการว่าจ้างงานของคนในชุมชนให้เป็นผู้มีส่วนร่วมจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล	✓		
	3.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลช่วยลดค่าใช้จ่ายของผู้เข้าร่วมงานไมซ์ เช่น ค่าเดินทาง ค่าที่พัก ค่าอาหาร ฯลฯ	✓		
	4.ทุกครั้งที่มีการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลทำให้ผู้คนในท้องถิ่นเกิดความภาคภูมิใจและยกระดับภาพลักษณ์ที่ดีของชุมชน	✓		
	5.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลทำให้ผู้เข้าร่วมงานไมซ์มีภาระทางการเงินสูงขึ้น เนื่องจากต้องต้องลงทุนซื้ออุปกรณ์ในการเข้าร่วมงาน เช่น คอมพิวเตอร์ ไอแพด (IPad) สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต อินเทอร์เน็ต เป็นต้น	✓		
	6.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลทำให้ผู้เข้าร่วมงานไมซ์มีเงินออมมากยิ่งขึ้น เนื่องจากไม่จำเป็นต้องมีค่าเดินทางและค่าที่พัก	✓		

ขอบเขตการวิจัย	ข้อความ	ความคิดเห็น		
		1	0	-1
ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่มีผลต่อสภาพสังคม	7.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลส่งผลให้ผู้เข้าร่วมงานไมซ์ใช้เวลาอยู่กับอินเทอร์เน็ต ส่งผลให้ขาดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างครอบครัว	✓		
	8.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลส่งผลให้ผู้ประกอบการซัพพลายเออร์ ผู้ให้เช่าอุปกรณ์สำหรับการจัดงานไมซ์แบบเผชิญหน้าขาดรายได้และมีหนี้สินมากยิ่งขึ้น	✓		
	9.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลสามารถช่วยลดอุบัติเหตุบนท้องถนน เนื่องจากไม่มีความจำเป็นจะต้องเดินทางมายังสถานที่จัดงาน	✓		
	10.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลช่วยลดอัตราการลักเล็กขโมยน้อย การวิ่งราว และการปล้นทรัพย์ ได้มากกว่างานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-Face)	✓		
ส่วนที่ 3 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลสำหรับเจ้าของงานและผู้จัดงานไมซ์				
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลในกรณีนี้จะกล่าวถึง ความรู้พื้นฐานของเจ้าของงานไมซ์และผู้จัดงานไมซ์ที่มีต่อการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลตั้งแต่ขั้นตอนการวางแผน การเตรียมอุปกรณ์สำหรับการจัดงานไมซ์ และเทคโนโลยีที่นำมาใช้ในการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล				
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลไมซ์สำหรับเจ้าของงานและผู้จัดงานไมซ์	1.ท่านคิดว่าผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลทั้งไทยและต่างประเทศสามารถเข้าร่วมงานไมซ์ได้ง่ายกว่างานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-Face)	✓		

ขอบเขตการวิจัย	ข้อความ	ความคิดเห็น		
		1	0	-1
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลไมซ์สำหรับเจ้าของงานและผู้จัดงานไมซ์	2.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลเป็นการเพิ่มค่าใช้จ่ายในการเดินทางของผู้เข้าร่วมงานไมซ์	✓		
	3.ไม่ว่าวิทยากรในงานไมซ์แบบดิจิทัลจะอยู่แห่งหนใดก็ตามบนโลกใบนี้ ก็สามารถเชื่อมต่อผ่านระบบเพื่อเข้าร่วมงานได้ทุกที่ทุกเวลา	✓		
	4.ระบบอินเทอร์เน็ตมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งสำหรับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล	✓		
	5.การประชาสัมพันธ์งานไมซ์แบบดิจิทัลมีความแตกต่างจากการประชาสัมพันธ์งานไมซ์แบบเผชิญหน้า เช่น การใช้โลโก้ หรือข้อความที่แสดงว่าเป็นการจัดงานแบบออนไลน์ ร่วมทั้งต้องระบุโปรแกรมที่ใช้ในการถ่ายทอดสด	✓		
	6.ก่อนที่จะมีการเริ่มถ่ายทอดสดงานไมซ์แบบดิจิทัลไมซ์นั้นต้องมีการสำรองเครือข่ายสัญญาณอินเทอร์เน็ตมากกว่า 2 เครือข่ายขึ้นไป	✓		
	7.การออกแบบการจัดงานบบดิจิทัลไมซ์มีความซับซ้อนและยุ่งยากน้อยกว่าการจัดงานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-face)	✓		
	8.เทคโนโลยีที่นำมาใช้สำหรับการสนับสนุนงานไมซ์แบบดิจิทัลต้องเป็นเทคโนโลยีขั้นสูงจากต่างประเทศ มีราคาแพงและใช้งานยาก	✓		
	9.เครื่องสำรองไฟเป็นหนึ่งในอุปกรณ์สำคัญในการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลเพราะช่วยให้การจัดงานมีความไหลลื่น และลดการสะดุดของระบบในการทำงาน	✓		

ขอบเขตการวิจัย	ข้อความ	ความคิดเห็น		
		1	0	-1
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล ไมซ์สำหรับเจ้าของงานและผู้จัดงานไมซ์	10.พิธีกรในการดำเนินรายการต้องเป็นบุคคลที่มีความรู้ ความเข้าใจในเทคโนโลยีของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล	✓		
	11.ผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลต้องทำการเตรียมคอมพิวเตอร์ในสภาพพร้อมใช้งาน โดยเฉพาะระหว่างการรับชมการถ่ายทอดสดของงานไมซ์ตลอดทั้งวัน	✓		
	12.ผู้จัดงานไมซ์แบบดิจิทัลมีความยุ่งยากในการคัดเลือกวิทยากรมากกว่างานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-Face)	✓		

ฉบับที่ 2

แบบสอบถามสำหรับผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัล

ความเห็นของกรรมการท่านที่ 3

<u>คำชี้แจง</u> โปรดทำเครื่องหมาย ✓ลงในช่อง ❑ หน้าคำตอบและเติมคำในช่องว่างที่ท่านเห็นว่าตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล (Personal background)

ขอบเขตการวิจัย	ข้อความ	ความคิดเห็น		
		1	0	-1
ข้อมูลส่วนบุคคล (Personal background)	1. เพศ ❑ 1) ชาย ❑ 2)หญิง	✓		
	2. อายุ โปรดระบุอายุ.....ปี		✓	
	3. รายได้ ❑1) น้อยกว่า 10,000 ❑2) 10,001 – 20,000 ❑3) 20,001 - 30,000 ❑4) 30,001 – 40,000 ❑5)50,001 – 60,000 ❑6) มากกว่า 60,001	✓		
	4.หน่วยงาน ❑ หน่วยงานภาครัฐ โปรดระบุชื่อหน่วยงาน..... ❑ หน่วยงานภาคเอกชน โปรดระบุชื่อหน่วยงาน.....	✓		

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล (Personal background)

ขอบเขตการวิจัย	ข้อความ	ความคิดเห็น		
		1	0	-1
	5.ประสบการณ์เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลในรอบ 2 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2563 – 2564) - ในปี 2563 มีการเข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัล ไมซ์จำนวน.....ครั้ง -ในปี 2564 มีการเข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัล ไมซ์จำนวน..... ครั้ง	✓		

ส่วนที่ 2 ผลกระทบของการจัดการงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพเศรษฐกิจและสังคม

ขอบเขตการวิจัย	ข้อความ	ความคิดเห็น		
		1	0	-1
คำชี้แจงผู้ตอบแบบสอบถาม โปรดนึกถึงงานไมซ์แบบดิจิทัลที่คุณได้เคยจัดในยุคการระบาดของไวรัสโควิด-19 2019				
ส่วนที่ 2 ผลกระทบของการจัดการงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพเศรษฐกิจและสังคม				
ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่มีผลต่อสภาพเศรษฐกิจ ในกรณีนี้ศึกษาเรื่อง ผลประโยชน์ทางการเงินของการจัดงานไมซ์ ให้กลายเป็นปัจจัยหลักที่ใช้แรงจูงใจให้เกิดการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลการวัดผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ สามารถประเมินผลตอบแทนทางด้านเศรษฐกิจสำหรับการลงทุนแล้ว แต่ยังคงแสดงให้เห็นว่างานไมซ์แบบดิจิทัล ไมซ์สามารถสร้างผลประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจให้กับคนในท้องถิ่นนั้น ๆ				
ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่มีผลต่อสภาพเศรษฐกิจ	1.ท่านคิดว่าการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลจะประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางเนื่องจากท่านไม่จำเป็นต้องเดินทางไปยังสถานที่จัดงานไมซ์	✓		

ส่วนที่ 2 ผลกระทบของการจัดการงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพเศรษฐกิจและสังคม				
ขอบเขตการวิจัย	**ข้อความ**	**ความคิดเห็น**		
		1	**0**	**-1**
ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่มีผลต่อสภาพเศรษฐกิจ	2.ท่านคิดว่าการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลจะเพิ่มโอกาสให้นักลงทุนได้เข้าร่วมได้มากกว่างานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-Face)	✓		
	3.ท่านคิดว่าการเข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายสำหรับค่าที่พัก เช่น ค่าโรงแรม	✓		
	4. การจัดงานไมซ์ช่วยสร้างโอกาสให้คนรุ่นใหม่มีการทำงานในพื้นที่ได้มากขึ้น	✓		
	5.ท่านคิดว่าการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลส่งผลให้ราคาค่าตั๋วเข้าร่วมงานไมซ์แบบออนไลน์มีราคาที่แพงกว่างานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-Face)	✓		
	6.ท่านมีความเห็นว่างานไมซ์แบบดิจิทัลได้ส่งเสริมธุรกิจรายรอบ เช่น ร้านอาหาร โรงแรม ฯลฯ ให้มีการเติบโตมากยิ่งขึ้น	✓		
	7.ท่านคิดว่าการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลทำให้เกิดการซื้อขายสินค้าของคนในชุมชนมากกว่างานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-Face)	✓		
	8.ท่านคิดว่าการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลได้สร้างโอกาสสำหรับการกระจายรายได้ให้แก่ชุมชนหรือผู้ประกอบการโดยรอบได้มากกว่างานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-Face)	✓		
	9.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลส่งผลให้อัตราการจ้างงานมากขึ้นกว่าการจัดงานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-Face)	✓		

ส่วนที่ 2 ผลกระทบของการจัดการงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพเศรษฐกิจและสังคม				
ขอบเขตการวิจัย	**ข้อความ**	**ความคิดเห็น**		
		1	**0**	**-1**
ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่มีผลต่อสภาพเศรษฐกิจ	10.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลทำให้เกิดธุรกิจใหม่ในการเช่าอุปกรณ์ รถปั่นไฟ (Electric car) ระบบปฏิบัติการ แสง สี เสียง ระบบสัญญาณอินเทอร์เน็ต สำหรับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลไมซ์	✓		
ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่มีผลต่อสภาพสังคม	ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่มีผลต่อสภาพสังคม ในกรณีนี้จะศึกษา ผลกระทบทางสังคม ซึ่งเป็นผลกระทบระยะยาวและอาจจะไม่เห็นผลชัดเจนมากนัก ทั้งยังเป็นผลกระทบที่สามารถวัดผลและระบุชี้วัดลงได้ยาก เช่น ความพึงพอใจและความภาคภูมิใจของผู้เข้าร่วมงานไมซ์ อัตลักษณ์และภาพลักษณ์ ทักษะ			
	1.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลก่อให้เกิดโอกาสให้คนในชุมชนที่ได้รับประสบการณ์ ความรู้ใหม่ ที่ง่ายและสะดวกมากขึ้นจากการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล	✓		
	2.ท่านได้มีการว่าจ้างงานของคนในชุมชนให้เป็นผู้มีส่วนร่วมจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล	✓		
	3.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลช่วยลดค่าใช้จ่ายของผู้เข้าร่วมงานไมซ์ เช่น ค่าเดินทาง ค่าที่พัก ค่าอาหาร ฯลฯ	✓		
	4.ทุกครั้งที่มีการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลทำให้เกิดความภาคภูมิใจและยกระดับภาพลักษณ์ที่ดีของชุมชน	✓		

ขอบเขตการวิจัย	ข้อความ	ความคิดเห็น		
		1	0	-1
ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่มีผลต่อสภาพสังคม	5.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลทำให้ผู้เข้าร่วมงานไมซ์สร้างหนี้สินมากขึ้น เนื่องจากต้องทำการซื้ออุปกรณ์ในการเข้าร่วมงาน เช่น คอมพิวเตอร์ ไอแพด (IPad) สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต เป็นต้น	✓		
	6.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลทำให้คนในสังคมมีเงินออมมากยิ่งขึ้น เนื่องจากผู้เข้าร่วมงานไมซ์ไม่จำเป็นต้องเดินทางมายังสถานที่จัดงานไมซ์ หรือค่าใช้จ่ายของที่พักขณะเดินทางมายังสถานที่จัดงาน	✓		
	7.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลส่งผลให้ผู้เข้าร่วมงานไมซ์ใช้สมาธิกับสมาร์ทโฟนเลยขาดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างครอบครัว	✓		
	8.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลส่งผลให้ ผู้ประกอบการซัพพลายเออร์ ผู้เช่าอุปกรณ์สำหรับการจัดงานไมซ์เกิดการล้มละลาย	✓		
	9.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลสามารถช่วยลดอุบัติเหตุบนท้องถนน เนื่องจากไม่มีความจำเป็นจะต้องเดินทางมายังสถานที่จัดงาน	✓		
	10.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลช่วยลดอัตราการขโมยของได้มากกว่างานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-Face)	✓		

ส่วนที่ 3 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลสำหรับผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัล ไมซ์				
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลในกรณีนี้จะกล่าวถึง ความรู้พื้นฐานของเจ้าของงานไมซ์และผู้จัดงานไมซ์ที่มีต่อการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลตั้งแต่ขั้นตอนการวางแผน การเตรียมอุปกรณ์สำหรับการจัดงานไมซ์ และเทคโนโลยีที่นำมาใช้ในการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล				
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลไมซ์สำหรับผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัล	1.ท่านคิดว่าผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลทั้งไทยและต่างประเทศสามารถเข้าร่วมงานไมซ์ได้ง่ายกว่างานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-Face)	✓		
	2.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลเป็นการเพิ่มค่าใช้จ่ายในการเดินทางของผู้เข้าร่วมงานไมซ์	✓		
	3.ไม่ว่าวิทยากรในงานไมซ์แบบดิจิทัลจะอยู่แห่งหนใดก็ตามบนโลกใบนี้ ก็สามารถเชื่อมต่อผ่านระบบเพื่อเข้าร่วมงานได้ทุกที่ทุกเวลา	✓		
	4.ระบบอินเทอร์เน็ตมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งสำหรับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล	✓		
	5.การประชาสัมพันธ์งานไมซ์แบบดิจิทัลมีความแตกต่างจากการประชาสัมพันธ์งานไมซ์แบบเผชิญหน้า เช่น การใช้โลโก้ หรือข้อความที่แสดงว่าเป็นการจัดงานแบบออนไลน์ ร่วมทั้งต้องระบุโปรแกรมที่ใช้ในการถ่ายทอดสด	✓		
	6.ก่อนที่จะมีการเริ่มถ่ายทอดสดงานไมซ์แบบดิจิทัลไมซ์นั้นต้องมีการสำรองเครือข่ายสัญญาณอินเทอร์เน็ตมากกว่า 2 เครือข่ายขึ้นไป	✓		
	7.การออกแบบการจัดงานบบดิจิทัลไมซ์มีความซับซ้อนและยุ่งยากน้อยกว่าการจัดงานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-face)	✓		

ขอบเขตการวิจัย	ข้อความ	ความคิดเห็น		
		1	0	-1
ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลไมซ์สำหรับผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัล	8.เทคโนโลยีที่นำมาใช้สำหรับการสนับสนุนงานไมซ์แบบดิจิทัลต้องเป็นเทคโนโลยีขั้นสูงจากต่างประเทศ มีราคาแพงและใช้งานยาก	✓		
	9.เครื่องสำรองไฟเป็นหนึ่งในอุปกรณ์สำคัญในการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลเพราะช่วยให้การจัดงานมีความไหลลื่น และลดการสะดุดของระบบในการทำงาน		✓	
	10.พิธีกรในการดำเนินรายการต้องเป็นบุคคลที่มีความรู้ ความเข้าใจในเทคโนโลยีของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล	✓		
	11.ผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลต้องทำการเตรียมคอมพิวเตอร์ในสภาพพร้อมใช้งาน โดยเฉพาะระหว่างการรับชมการถ่ายทอดสดของงานไมซ์ตลอดทั้งวัน	✓		
	12.ผู้จัดงานไมซ์แบบดิจิทัลมีความยุ่งยากในการคัดเลือกวิทยากรมากกว่างานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-Face)	✓		

ภาคผนวก ข

แบบสอบถามงานวัยสำหรับผู้จัดงานไมซ์และเจ้าของงานไมซ์แบบดิจิทัล

เลขที่แบบสัมภาษณ์ ❑❑❑

สถานที่ .....

วันที่สัมภาษณ์.....

การศึกษาผลกระทบของสังคมและเศรษฐกิจของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลของสงขลาไมซ์ซิตี้ในสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19

(สำหรับเจ้าของงานไมซ์และผู้จัดงานไมซ์)

คำชี้แจง

1. งานวิจัยแบบผสมผสาน(Mixed Methods) นี้เป็นส่วนหนึ่งในการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ โดยผลที่ได้จะนำไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์ทางการศึกษาเท่านั้น

2. ขอความกรุณาตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงหรือตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

3. แบบสอบถาม ประกอบด้วย 4 ตอน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลส่งผลต่อสภาพเศรษฐกิจและสังคม

ส่วนที่ 3 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ทางผู้วิจัยใคร่ขอความร่วมมือจากทางผู้ให้สัมภาษณ์ในการให้ข้อมูลที่ตรงกับสภาพความเป็นจริงมากที่สุด โดยที่ข้อมูลทั้งหมดของท่านจะถูกเก็บรวบร่วมเป็นความลับ และใช้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษาเท่านั้น

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล (Personal background)

<u>คำชี้แจง</u> โปรดทำเครื่องหมาย ✓ลงในช่อง ❑ หน้าคำตอบและเติมคำในช่องว่างที่ท่านเห็นว่าตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

1.1 เพศ

❑ 1) ชาย ❑ 2) หญิง

1.2 อายุ

โปรดระบุอายุ.....ปี

1.3 รายได้

❑ 1) น้อยกว่า 15,000 ❑ 3) 20,001 – 25,000 ❑ 5) 30,001 – 35,000

❑ 2) 15,001 – 20,000 ❑ 4) 25,001 – 30,000 ❑ 6) มากกว่า 35,001

1.4 หน่วยงาน

❑ 1) หน่วยงานภาครัฐ โปรดระบุสังกัด.....

❑ 2) หน่วยงานภาคเอกชน โปรดระบุสังกัด.....

1.5 ตำแหน่งงาน

โปรดระบุตำแหน่งงาน.....

1.6 ประสบการณ์ในการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลในรอบ 2 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2563 – 2564)

- ในปี 2563 มีการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลจำนวน..... ครั้ง
- ในปี 2564 มีการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลจำนวน..... ครั้ง

ส่วนที่ 2 ผลกระทบของการจัดการงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพเศรษฐกิจและสังคม

<u>คำชี้แจง</u> โปรดทำเครื่องหมาย ✓ลงในช่องว่างที่ท่านเห็นว่าตรงกับความเป็นจริงมากที่สุดเพียงช่องเดียวโดยมีความหมายหรือข้อบ่งชี้ในการเลือกดังนี้

(5) หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมากที่สุด
(4) หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมาก
(3) หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วย
(2) หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อย
(1) หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อยที่สุด

ตอนที่ 1 ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่มีผลต่อสภาพเศรษฐกิจ

ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่มีผลต่อสภาพเศรษฐกิจ	**ระดับความคิดเห็น**				
	เห็นด้วนมากที่สุด ⟷				**เห็นด้วนน้อยที่สุด**
1.ต้นทุนของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลมีต้นทุนสูงกว่าการจัดงานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-Face)	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
2.ผลประกอบการจากการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลทำให้สามารถขยายกิจการได้เร็วกว่าและง่ายกว่าผลประกอบการการจัดงานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-Face)	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
3.ท่านมีความเห็นว่างานไมซ์แบบดิจิทัลได้ส่งเสริมธุรกิจรายล้อม เช่น ร้านอาหาร โรงแรม ขนส่ง ฯลฯ ให้มีการเติบโตมากยิ่งขึ้น	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
4.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลทำให้เกิดการจ้างงาน สร้างงาน สร้างอาชีพ และรายได้ของคนในท้องถิ่นเพิ่มมากขึ้น	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
5.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลช่วยสร้างโอกาสให้คนรุ่นใหม่มีการทำงานในท้องถิ่นได้มากขึ้น	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)

ตอนที่ 1 ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่มีผลต่อสภาพเศรษฐกิจ (ต่อ)

ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่มีผลต่อสภาพเศรษฐกิจ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วนมากที่สุด ⟷ เห็นด้วนน้อยที่สุด				
6.ท่านคิดว่าการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลทำให้เกิดการซื้อขายสินค้าของคนในชุมชนมากกว่างานไมซ์แบบเผชิญหน้า (face-to-Face)	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
7.ท่านคิดว่าการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลจะเพิ่มโอกาสให้นักลงทุนได้เข้าร่วมงานสูงกว่างานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-Face)	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
8.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลทำให้เกิดธุรกิจใหม่ในการเช่าอุปกรณ์ เครื่องปั่นไฟ (Generator) ระบบปฏิบัติการ แสง สี เสียง ระบบสัญญาณอินเทอร์เน็ต สำหรับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล ไมซ์	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
9.ในปี พ.ศ. 2563 การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลมีค่าเช่าสตูดิโออุปกรณ์ ระบบปฏิบัติการ แสง สี เสียง ที่มีราคาสูงกว่าปี พ.ศ. 2562	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
10.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลส่งผลให้อัตราการจ้างงานเพิ่มมากขึ้นกว่าการจัดงานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-Face)	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)

ตอนที่ 2 ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่มีผลต่อสภาพสังคม (ต่อ)

ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล ที่มีผลต่อสภาพสังคม	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วนมากที่สุด ⟷				เห็นด้วนน้อยที่สุด
1. การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลก่อให้เกิดโอกาสให้คนในชุมชนที่ได้รับประสบการณ์ ความรู้ใหม่ ที่ง่ายและสะดวกมากขึ้นจากการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
2.ท่านได้มีการว่าจ้างงานของคนในชุมชนให้เป็นผู้มีส่วนร่วมจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
3.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลช่วยลดค่าใช้จ่ายของผู้เข้าร่วมงานไมซ์ เช่น ค่าเดินทาง ค่าที่พัก ค่าอาหาร ฯลฯ	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
4.ทุกครั้งที่มีการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลทำให้ผู้คนในท้องถิ่นเกิดความภาคภูมิใจและยกระดับภาพลักษณ์ที่ดีของชุมชน	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
5.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลทำให้ผู้เข้าร่วมงานไมซ์มีภาระทางการเงินสูงขึ้น เนื่องจากต้องต้องลงทุนซื้ออุปกรณ์ในการเข้าร่วมงาน เช่น คอมพิวเตอร์ ไอแพด (IPad) สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต อินเทอร์เน็ต เป็นต้น	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
6.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลทำให้ผู้เข้าร่วมงานไมซ์มีเงินออมมากยิ่งขึ้น เนื่องจากไม่จำเป็นต้องมีค่าเดินทางและค่าที่พัก	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
7.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลส่งผลให้ผู้เข้าร่วมงานไมซ์ใช้เวลาอยู่กับอินเทอร์เน็ต ส่งผลให้ขาดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างครอบครัว	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
8.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลส่งผลให้ผู้ประกอบการ ซัพพลายเออร์ ผู้ให้เช่าอุปกรณ์สำหรับการจัดงานไมซ์แบบเผชิญหน้าขาดรายได้และมีหนี้สินมากยิ่งขึ้น	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)

ตอนที่ 2 ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลส่งผลต่อสภาพสังคม (ต่อ)

ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล ที่มีผลต่อสภาพสังคม	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วนมากที่สุด ⟷ เห็นด้วนน้อยที่สุด				
9.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลสามารถช่วยลดอุบัติเหตุบนท้องถนน เนื่องจากไม่มีความจำเป็นจะต้องเดินทางมายังสถานที่จัดงาน	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
10.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลช่วยลดอัตราการลักเล็กขโมยน้อย การวิ่งราว และการปล้นทรัพย์ ได้มากกว่างานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-Face)	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)

ส่วนที่ 3 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลสำหรับเจ้าของงานและผู้จัดงานไมซ์

<u>คำชี้แจง</u> โปรดทำเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อความที่ท่านคิดว่าถูกต้อง โดยสามารถเลือกเพียง 1 ช่อง เท่านั้น

ลำดับ	ข้อความ	ถูก	ผิด
1	ท่านคิดว่าผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลทั้งไทยและต่างประเทศสามารถเข้าร่วมงานไมซ์ได้ง่ายกว่างงานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-Face)		
2	การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลเป็นการเพิ่มค่าใช้จ่ายในการเดินทางของผู้เข้าร่วมงานไมซ์		
3	ไม่ว่าวิทยากรในงานไมซ์แบบดิจิทัลจะอยู่แห่งหนใดก็ตามบนโลกใบนี้ก็สามารถเชื่อมต่อผ่านระบบเพื่อเข้าร่วมงานได้ทุกที่ทุกเวลา		
4	ระบบอินเทอร์เน็ตมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งสำหรับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล		

ส่วนที่ 3 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลสำหรับเจ้าของงานและผู้จัดงานไมซ์ (ต่อ)

ลำดับ	ข้อความ	ถูก	ผิด
5	การประชาสัมพันธ์งานไมซ์แบบดิจิทัลมีความแตกต่างจากการประชาสัมพันธ์งานไมซ์แบบเผชิญหน้า เช่น การใช้โลโก้ หรือข้อความที่แสดงว่าเป็นการจัดงานแบบออนไลน์ ร่วมทั้งต้องระบุโปรแกรมที่ใช้ในการถ่ายทอดสด		
6	ก่อนที่จะมีการเริ่มถ่ายทอดสดงานไมซ์แบบดิจิทัล ไมซ์นั้นต้องมีการสำรองเครือข่ายสัญญาณอินเทอร์เน็ตมากกว่า 2 เครือข่ายขึ้นไป		
7	การออกแบบการจัดงานบบดิจิทัลไมซ์มีความซับซ้อนและยุ่งยากน้อยกว่าการจัดงานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-face)		
8	เทคโนโลยีที่นำมาใช้สำหรับการสนับสนุนงานไมซ์แบบดิจิทัลต้องเป็นเทคโนโลยีขั้นสูงจากต่างประเทศ มีราคาแพงและใช้งานยาก		
9	เครื่องสำรองไฟเป็นหนึ่งในอุปกรณ์สำคัญในการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล เพราะช่วยให้การจัดงานมีความไหลลื่น และลดการสะดุดของระบบในการทำงาน		
10.	พิธีกรในการดำเนินรายการต้องเป็นบุคคลที่มีความรู้ ความเข้าใจในเทคโนโลยีของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล		
11.	ผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลต้องทำการเตรียมคอมพิวเตอร์ในสภาพพร้อมใช้งาน โดยเฉพาะระหว่างการรับชมการถ่ายทอดสดของงานไมซ์ตลอดทั้งวัน		
12.	ผู้จัดงานไมซ์แบบดิจิทัลมีความยุ่งยากในการคัดเลือกวิทยากรมากกว่างานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-Face)		

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เพื่อการพัฒนาการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลของจังหวัดสงขลา

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ผู้วิจัยขอขอบคุณในการอนุเคราะห์เวลาตอบคำถาม

.....

ภาคผนวก ค

แบบสอบถามงานวิจัยสำหรับผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัล

เลขที่แบบสัมภาษณ์ ❑❑❑

สถานที่ .....……..

การศึกษาผลกระทบของสังคมและเศรษฐกิจของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลของสงขลา

ไมซ์ซิตี้ในสถานการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19

(สำหรับผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัล)

คำชี้แจง

1. งานวิจัยแบบผสมผสาน(Mixed Methods) นี้เป็นส่วนหนึ่งในการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ โดยผลที่ได้จะนำไปใช้เพื่อวัตถุประสงค์ทางการศึกษาเท่านั้น

2. ขอความกรุณาตอบแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามตามความเป็นจริงหรือตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

3. แบบสัมภาษณ์ ประกอบด้วย 4 ตอน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลประชากรศาสตร์

ส่วนที่ 2 ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลส่งผลต่อสภาพเศรษฐกิจและสังคม

ส่วนที่ 3 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ทางผู้วิจัยใคร่ขอความร่วมมือจากทางผู้ให้สัมภาษณ์ในการให้ข้อมูลที่ตรงกับสภาพความเป็นจริงมากที่สุด โดยที่ข้อมูลทั้งหมดของท่านจะถูกเก็บรวบรวมเป็นความลับ และใช้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษาเท่านั้น

ขอขอบคุณที่ช่วยให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

นายพศวัต เกตศรัทธา

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล (Personal background)

<u>คำชี้แจง</u> โปรดทำเครื่องหมาย ✓ลงในช่อง ❑ หน้าคำตอบและเติมคำในช่องว่างที่ท่านเห็นว่าตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

1.1 เพศ

❑ 1) ชาย ❑ 2) หญิง

1.2 อายุ

โปรดระบุอายุ.....ปี

1.3 รายได้

❑ 1) น้อยกว่า 10,000 ❑ 2) 10,001 – 20,000 ❑ 3) 20,001 – 30,000

❑ 4) 30,001 – 40,000 ❑ 4) 40,001 – 50,000 ❑ 4) มากกว่า 50,001

1.4 หน่วยงาน

❑ 1) หน่วยงานภาครัฐ โปรดระบุชื่อหน่วยงาน.....

❑ 2) หน่วยงานภาคเอกชน โปรดระบุชื่อหน่วยงาน.....

1.6 ประสบการณ์ในการเข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลในรอบ 2 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2563 – 2564)

- ในปี 2563 มีการเข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัล ไมซ์จำนวน..... ครั้ง
- ในปี 2564 มีการเข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัล ไมซ์จำนวน..... ครั้ง

ส่วนที่ 2 ผลกระทบของการเข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลต่อสภาพเศรษฐกิจและสังคม

<u>คำชี้แจง</u> โปรดทำเครื่องหมาย ✓ลงในช่องว่างที่ท่านเห็นว่าตรงกับความเป็นจริงมากที่สุดเพียงช่องเดียวโดยมีความหมายหรือข้อบ่งชี้ในการเลือกดังนี้

(5) หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมากที่สุด
(4) หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยมาก
(3) หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วย
(2) หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อย
(1) หมายถึง ระดับความคิดเห็นที่ท่าน เห็นด้วยน้อยที่สุด

ตอนที่ 1 ผลกระทบการเข้างานไมซ์แบบดิจิทัลส่งผลต่อสภาพเศรษฐกิจ

ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่มีผลต่อสภาพเศรษฐกิจ	**ระดับความคิดเห็น**				
	เห็นด้วนมากที่สุด ⟷				**เห็นด้วนน้อยที่สุด**
1.ท่านคิดว่าการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลจะประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางเนื่องจากท่านไม่จำเป็นต้องเดินทางไปยังสถานที่จัดงานไมซ์	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
2.ท่านคิดว่าการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลจะเพิ่มโอกาสให้นักลงทุนได้เข้าร่วมได้มากกว่างานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-Face)	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
3.ท่านคิดว่าการเข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายสำหรับค่าที่พัก เช่น ค่าโรงแรม	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
4. การจัดงานไมซ์ช่วยสร้างโอกาสให้คนรุ่นใหม่มีการทำงานในพื้นที่ได้มากขึ้น	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
5.ท่านคิดว่าการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลส่งผลให้ราคาค่าตั๋วเข้าร่วมงานไมซ์แบบออนไลน์มีราคาที่แพงกว่างานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-Face)	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)

ตอนที่ 1 ผลกระทบการเข้างานไมซ์แบบดิจิทัลส่งผลต่อสภาพเศรษฐกิจ

ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่มีผลต่อสภาพเศรษฐกิจ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วนมากที่สุด ⟷ เห็นด้วนน้อยที่สุด				
6.ท่านมีความเห็นว่างานไมซ์แบบดิจิทัลได้ส่งเสริมธุรกิจรายรอบ เช่น ร้านอาหาร โรงแรม ฯลฯ ให้มีการเติบโตมากยิ่งขึ้น	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
7.ท่านคิดว่าการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลทำให้เกิดการซื้อขายสินค้าของคนในชุมชนมากกว่างานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-Face)	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
8.ท่านคิดว่าการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลได้สร้างโอกาสสำหรับการกระจายรายได้ให้แก่ชุมชนหรือผู้ประกอบการโดยรอบได้มากกว่างานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-Face)	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
9.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลส่งผลให้อัตราการจ้างงานมากขึ้นกว่าการจัดงานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-Face)					
10.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลทำให้เกิดธุรกิจใหม่ในการเช่าอุปกรณ์ รถปั่นไฟ (Electric car) ระบบปฏิบัติการ แสง สี เสียง ระบบสัญญาณอินเทอร์เน็ต สำหรับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล					

ตอนที่ 2 ผลกระทบการเข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลส่งผลต่อสภาพสังคม

ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่มีผลต่อสภาพสังคม	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วนมากที่สุด ⟷ เห็นด้วนน้อยที่สุด				
1.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลก่อให้เกิดโอกาสให้คนในชุมชนที่ได้รับประสบการณ์ ความรู้ใหม่ ที่ง่ายและสะดวกมากขึ้นจากการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
2.ท่านได้มีการว่าจ้างงานของคนในชุมชนให้เป็นผู้มีส่วนร่วมจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
3.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลช่วยลดค่าใช้จ่ายของผู้เข้าร่วมงานไมซ์ เช่น ค่าเดินทาง ค่าที่พัก ค่าอาหาร ฯลฯ	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
4.ทุกครั้งที่มีการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลทำให้เกิดความภาคภูมิใจและยกระดับภาพลักษณ์ที่ดีของชุมชน	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
5.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลทำให้ผู้เข้าร่วมงานไมซ์สร้างหนี้สินมากขึ้น เนื่องจากต้องทำการซื้ออุปกรณ์ในการเข้าร่วมงาน เช่น คอมพิวเตอร์ ไอแพด (IPad) สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต เป็นต้น	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
6.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลทำให้คนในสังคมมีเงินออมมากยิ่งขึ้น เนื่องจากผู้เข้าร่วมงานไมซ์ไม่จำเป็นต้องเดินทางมายังสถานที่จัดงานไมซ์ หรือค่าใช้จ่ายของที่พักขณะเดินทางมายังสถานที่จัดงาน	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
7.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลส่งผลให้ผู้เข้าร่วมงานไมซ์ใช้สมาธิกับสมาร์ทโฟนเลยขาดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างครอบครัว	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
8.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลส่งผลให้ ผู้ประกอบการ ซัพพลายเออร์ ผู้เช่าอุปกรณ์สำหรับการจัดงานไมซ์เกิดการล้มละลาย	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)

ตอนที่ 2 ผลกระทบงานไมซ์แบบดิจิทัลส่งผลต่อสภาพสังคม (ต่อ)

ผลกระทบของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลที่มีผลต่อสภาพสังคม	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วนมากที่สุด ⟷ เห็นด้วนน้อยที่สุด				
9.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลสามารถช่วยลดอุบัติเหตุบนท้องถนน เนื่องจากไม่มีความจำเป็นจะต้องเดินทางมายังสถานที่จัดงาน	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
10.การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลช่วยลดอัตราการขโมยของได้มากกว่างานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-Face)	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)

ส่วนที่ 3 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลของผู้เข้าร่วมงานไมซ์

<u>คำชี้แจง</u> โปรดทำเครื่องหมาย ✓ หน้าข้อความที่ท่านคิดว่าถูกต้องที่สุด โดยสามารถเลือกเพียง 1 ช่องเท่านั้น

ลำดับ	ข้อความ	ถูก	ผิด
1	ท่านคิดว่าผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลทั้งไทยและต่างประเทศสามารถเข้าร่วมงานไมซ์ได้ง่ายกว่างานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-Face)		
2	การจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลเป็นการเพิ่มค่าใช้จ่ายในการเดินทางของผู้เข้าร่วมงานไมซ์		
3	ไม่ว่าวิทยากรในงานไมซ์แบบดิจิทัลจะอยู่แห่งหนใดก็ตามบนโลกใบนี้ ก็สามารถเชื่อมต่อผ่านระบบเพื่อเข้าร่วมงานได้ทุกที่ทุกเวลา		
4	ระบบอินเทอร์เน็ตมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งสำหรับการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล		

ส่วนที่ 3 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลของผู้เข้าร่วมงานไมซ์ (ต่อ)

ลำดับ	ข้อความ	ถูก	ผิด
5	การประชาสัมพันธ์งานไมซ์แบบดิจิทัลมีความแตกต่างจากการประชาสัมพันธ์งานไมซ์แบบเผชิญหน้า เช่น การใช้โลโก้ หรือข้อความที่แสดงว่าเป็นการจัดงานแบบออนไลน์ ร่วมทั้งต้องระบุโปรแกรมที่ใช้ในการถ่ายทอดสด		
6	ก่อนที่จะมีการเริ่มถ่ายทอดสดงานไมซ์แบบดิจิทัล ไมซ์นั้นต้องมีการสำรองเครือข่ายสัญญาณอินเทอร์เน็ตมากกว่า 2 เครือข่ายขึ้นไป		
7	การออกแบบการจัดงานบบดิจิทัลไมซ์มีความซับซ้อนและยุ่งยากน้อยกว่าการจัดงานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-face)		
8	เทคโนโลยีที่นำมาใช้สำหรับการสนับสนุนงานไมซ์แบบดิจิทัลต้องเป็นเทคโนโลยีขั้นสูงจากต่างประเทศ มีราคาแพงและใช้งานยาก		
9	เครื่องสำรองไฟเป็นหนึ่งในอุปกรณ์สำคัญในการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล เพราะช่วยให้การจัดงานมีความไหลลื่น และลดการสะดุดของระบบในการทำงาน		
10	พิธีกรในการดำเนินรายการต้องเป็นบุคคลที่มีความรู้ ความเข้าใจในเทคโนโลยีของการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล		
11.	ผู้เข้าร่วมงานไมซ์แบบดิจิทัลต้องทำการเตรียมคอมพิวเตอร์ในสภาพพร้อมใช้งาน โดยเฉพาะระหว่างการรับชมการถ่ายทอดสดของงานไมซ์ตลอดทั้งวัน		
12.	ผู้จัดงานไมซ์แบบดิจิทัลมีความยุ่งยากในการคัดเลือกวิทยากรมากกว่างานไมซ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-Face)		

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เพื่อการพัฒนาการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัลของจังหวัดสงขลา

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ผู้วิจัยขอขอบคุณในการอนุเคราะห์เวลาตอบคำถาม

.....

ภาคผนวก ง

ภาพถ่ายตัวอย่างการจัดงานไมซ์แบบดิจิทัล

ทำการตรวจโควิด-19 ด้วยชุดตรวจ ATK เพิ่มความปลอดภัยของทีมงานและผู้เข้าร่วมงานไมซ์

ภาพที่ 1

ภาพที่ 2

อุปกรณ์คอมพิวเตอร์สำหรับการจจัดการระบบ

ภาพที่ 3

ภาพที่ 4

อุปกรณ์หน้ากล้องในการถ่ายทอดสด

ภาพที่ 5

ภาพที่ 6

พื้นสกรีนสำหรับการตัดต่อนำเสนอภาพกราฟฟิตต่างๆขณะจัดกิจกรรม

ภาพที่ 7

ภาพที่ 8

ทีมงานเบื้องหลังค่อยดูแลเรื่องบุคลิกภาพจัดการความเรียบร้อยของลำดับการนำเสนอ

ภาพที่ 9

ภาพที่ 10

ภาคผนวก จ

ผลงานวิชาการ

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ สกุล นายพศวัต เกตศรัทธา

รหัสประจำตัวนักศึกษา 6310521053

วุฒิการศึกษา

วุฒิ	สถาบัน	ปีที่สำเร็จการศึกษา
-บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม	มหาวิทยาลัยหาดใหญ่	2559

การตีพิมพ์เผยแพร่ผลงาน

1. CAUTHE 2022 CONFERENCE Shaping the Next Normal in Tourism, Hospitality and Events, in Australia, about Knowledge Hybrid MICE Events of Organizers and Participants of Songkhla MICE City in The Situation of the Covid-19 Outbreak.
2. ICHRIE-SECSA 7th Annual Conference at Florida International University in Miami, United States about Knowledge Hybrid MICE Events of Organizers and Participants of Songkhla MICE City in The Situation of the Covid-19 Outbreak.
3. NCAM มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ เรื่อง ความรู้ด้านการจัดงานไมซ์แบบผสมผสานระหว่างเจ้าของงาน ผู้จัดงานและผู้เข้าร่วมงานไมซ์ในสงขลาไมซ์ซิตี้ ท่ามกลางสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 (อยู่ในระหว่างการนำเสนอ)

CAUTHE 2022 CONFERENCE Shaping the Next Normal in Tourism, Hospitality and Events, in Australia, about Knowledge Hybrid MICE Events of Organizers and Participants of Songkhla MICE City in The Situation of the Covid-19 Outbreak.

Paper Presentation by

PASAWAT KETSATTHA

The Study of the Socio-Economic Impact of Songkhla MICE City's Digital MICE Events in the Covid-19 Outbreak.

8 February 2022

Kirsten Holmes
CAUTHE Chair

Leonie Lockstone-Binney
Conference Chair

CAUTHE
Council for Australasian Tourism and Hospitality Education

ICHRIE-SECSA 7th Annual Conference at Florida International University in Miami, United States about Knowledge Hybrid MICE Events of Organizers and Participants of Songkhla MICE City in The Situation of the Covid-19 Outbreak.

FIU Chaplin School of Hospitality & Tourism Management
FLORIDA INTERNATIONAL UNIVERSITY

CERTIFICATE OF PRESENTATION

This certificate is presented to

Pasawat Ketsattha

Prince of Songkla University

The Study of the Socio-Economic Impact of Songkhla MICE City's Digital MICE Events in the Covid-19 Outbreak

In Recognition of Your Contribution to Research in Higher Education
ICHRIE-SECSA 7th Annual Conference, March 4, 2022

Lisa Cain
Dr. Lisa Cain
ICHRIE-SECSA President
2021-2022

CHRIE
SECSA Federation

Trishna G. Mistry
Dr. Trishna Mistry
ICHRIE-SECSA Director of Research
2021-2022