

The management style and Taking advantage of the Exhibition Center of the University in the Eastern Economic Corridor Zone

Napawan Kositsuriyapan^{1*}, Banpot Wiroonratch^{1*}, Teetut Tresirichod^{1*}

¹Graduate School of Commerce, Burapha University, Chonburi 20131, Thailand

ABSTRACT

This research aims to study the pattern of Management Exhibition Center of the University. According to the Eastern Economic Corridor Zone. And to study the use of the Exhibition Center of the University in the area of special economic zones east. This research using hybrid In-depth interviews with executive convention and visitors bureau, executive ministry of commerce, dean, executives province in eastern exclusive economic zone (EEC) for 8 peoples. And using questionnaires with leading operators in the EEC for 100 copies. Descriptive statistics were used to analyze the data and inferential data. Then the results were analyzed by structural equation model (SEM) using statistical tests program for harmonize data. The study indicated that

The management style of the exhibition center. According to the target area, Special eastern exclusive economic zone. Burapha University should reflect the company's products. The style of management is to employ aggressive marketing and public relations.

Taking advantage of the Exhibition Center of the University in the Eastern Economic Corridor Zone. The services of the Exhibition Center, it should have the most financial advisers, investment, production, marketing, followed by the services business matching conferences and workshops. The product should exhibit the most. Products with high consumer demand, followed by industrial products in the EEC and innovative products, technological, research by making use of the most Exhibition Center. Add channels to promote products and the second is Additional marketing channel - merchandising.

Keywords: exhibition, Eastern Economic Corridor Zone

*Author e-mail address : napawantv9@hotmail.com

รูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์พื้นที่มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้า ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก

นภาพรรณ โฆษิตสุริยะพันธุ์¹ บรรพต วิรุณราช¹ ธิทัต ตรีศิริโชติ¹

¹วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา,ชลบุรี 20131,ประเทศไทย

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบที่มหาวิทยาลัยบริหารศูนย์แสดงสินค้า ให้เป็นไปตามเป้าหมายในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก และเพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์ของศูนย์แสดงสินค้าของมหาวิทยาลัยในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ใช้วิธีวิจัยเชิงผสมผสาน โดยสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ผู้บริหารกระทรวงพาณิชย์ อธิการบดีมหาวิทยาลัย ผู้บริหารระดับจังหวัดในเขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) จำนวน 8 ท่าน และใช้แบบสอบถามกับผู้ประกอบการชั้นนำในพื้นที่ EEC จำนวน 100 ชุด ใช้สถิติเชิงพรรณนาเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป ข้อมูลเชิงอนุมาน แล้วนำผลมาวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) โดยใช้โปรแกรมทางสถิติ Warp PLS ทดสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูล ผลการศึกษาพบว่า

รูปแบบที่มหาวิทยาลัยบริหารศูนย์แสดงสินค้า ให้เป็นไปตามเป้าหมายในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก พบว่ามหาวิทยาลัยที่ควรแสดงสินค้าของบริษัท โรงงานอุตสาหกรรม มากที่สุดคือ มหาวิทยาลัยบูรพา จังหวัดชลบุรี โดยมีรูปแบบที่มหาวิทยาลัยบริหารคือการจัดจ้างหน่วยงานการตลาดเชิงรุกและประชาสัมพันธ์

ด้านการใช้ประโยชน์ของศูนย์แสดงสินค้าของมหาวิทยาลัยในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก พบว่าการบริการของศูนย์แสดงสินค้าที่ควรมีมากที่สุดคือ ให้คำปรึกษา แนะนำการลงทุน การเงิน การผลิต การตลาด รองลงมาคือ บริการจับคู่ทางธุรกิจ และ จัดประชุมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ ด้านสินค้าที่ควรนำมาแสดงมากที่สุดคือ สินค้าที่มีความต้องการบริโภคสูง รองลงมาคือ สินค้าอุตสาหกรรมในเขต EEC และสินค้าเทคโนโลยี นวัตกรรม งานวิจัย โดยการตัดสินใจใช้ประโยชน์ศูนย์แสดงสินค้ามากที่สุดคือ เพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์สินค้า และรองลงมาคือ เพิ่มช่องทางการตลาด-การขายสินค้า

คำสำคัญ: ศูนย์แสดงสินค้า, เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันซึ่งเป็นยุคเปลี่ยนผ่านสู่ระบบเศรษฐกิจสังคมในศตวรรษที่ 21 มีการผสมผสานของเทคโนโลยีหลายด้าน ซึ่งไม่มีใครรู้ทิศทางว่าจะเป็นอันตรายต่อโลกอย่างไร (วารสาร สาม โลกเศศ ,2559 และ กองบริการงานวิจัยและประกันคุณภาพการศึกษา,2559) หลายประเทศจึงมีการปฏิรูป เพื่อรับมือกับความเสี่ยง อาทิ สหรัฐอเมริกาประกาศนโยบาย A Nation of Maker อังกฤษกับ Design in Innovation จีนผลักดัน Made in China 2025 เป็นต้น (สุวิทย์ เมษินทรีย์ ,2559 ; ศูนย์สร้างสรรค์การออกแบบ , 2559 ; กองบริการงานวิจัยและประกันคุณภาพการศึกษา ,2559) สำหรับประเทศไทยได้ประกาศนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ด้วยแนวคิดการสร้างความเข้มแข็งจากภายใน (Strength from Within) และเชื่อมโยงเศรษฐกิจภายในกับเศรษฐกิจโลก (Connect to the World) ผ่านกลไก“ประชารัฐ” (ประยุทธ์ จันทร์โอชา ,2559 ; สุวิทย์ เมษินทรีย์ ,2559 และ กองบริการงานวิจัยและประกันคุณภาพการศึกษา ,2559) โดยผู้มีส่วนร่วมหลักจะประกอบด้วยภาคเอกชน ภาคการเงิน การธนาคาร มหาวิทยาลัย และสถาบันวิจัยต่าง ๆ โดยเน้นตามความถนัดและจุดเด่นของแต่ละองค์กร และมีภาครัฐสนับสนุน (สุวิทย์ เมษินทรีย์ ,2559) ซึ่งในการสนับสนุนนโยบายไทยแลนด์ 4.0 และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ที่กล่าวว่า การขยายตัวทางเศรษฐกิจของไทยยังต้องพึ่งพิงอุปสงค์ในตลาดโลก รวมทั้งยังต้องอาศัยภาคการส่งออกในการสร้างฐานรายได้ของประชาชนในประเทศให้มีความแข็งแกร่งนั้น (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ,2559) การส่งเสริมการแสดงสินค้า (Exhibition) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมไมซ์ ถือเป็นช่องทางหนึ่งในการส่งเสริมการขายให้กับผู้ประกอบการ โดยสามารถ

ใช้เป็นเครื่องมือในการผลักดันอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศให้มีความเข้มแข็งได้ เป็นการเปิดโอกาสให้ภาคอุตสาหกรรมหลักต่าง ๆ นำสินค้ามาแสดงเพื่อนำไปสู่การซื้อขายแลกเปลี่ยนหรือการจับคู่ทางธุรกิจ อันเป็นการสร้างมูลค่าให้แก่อุตสาหกรรมหลักนั้น ๆ หรืองานประชุมทางวิชาการ ก็เป็นโอกาสสำคัญของผู้ประกอบการที่จะได้แลกเปลี่ยนความรู้ทักษะเทคโนโลยี หรือนวัตกรรมต่าง ๆ ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาอุตสาหกรรมอย่างยั่งยืน (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ,2559)

จากหนังสือเวียนเลขาราชการคณะรัฐมนตรี ถึงกระทรวงศึกษาธิการ ให้ทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำแนวทางเขตพิเศษยุทธศาสตร์คั่นไซ มาปรับใช้กับโครงการพัฒนาเขตเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC) นั้น จากสาระสำคัญพบว่าเขตพิเศษยุทธศาสตร์คั่นไซนั้นมีความใกล้เคียงกับ EEC โดยประเด็นหนึ่งคือมีการสนับสนุนการใช้ประโยชน์จากธุรกิจไมซ์ สำหรับประเทศไทยก็มีการประกาศให้จ.ชลบุรีโดยเมืองพัทยา เป็น 1 ใน 5 เมืองแรกของจุดหมายปลายทางแห่งไมซ์ของประเทศไทยด้วยเช่นกัน โดยเฉพาะการเป็นศูนย์ประชุมและศูนย์แสดงสินค้านานาชาติชั้นนำของอาเซียน (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ,2559) แต่แม้ว่าจ.ชลบุรีโดยเมืองพัทยา จะมีศูนย์การประชุมและนิทรรศการขนาดใหญ่ จำนวนมาก อาทิ ศูนย์ประชุมพีช (Pattaya Exhibition and Convention Hall - PEACH) อันเป็นศูนย์แสดงสินค้านานาชาติและการประชุมสัมมนาครบวงจร มาตรฐานระดับนานาชาติ มีพื้นที่กว่า 13,500 ตร.ม. รองรับผู้เข้าประชุมได้ถึง 10,062 คน (รอยัล คลิฟ ไฮเต็ล กรุ๊ป ,ม.ป.ป.) แต่ทั้งหมดมีลักษณะเป็นศูนย์ประชุมและศูนย์เพื่อจัดแสดงสินค้านานาชาติเท่านั้น ไม่มีศูนย์หรือ

ส่วนที่จัดแสดงสินค้าที่มีลักษณะถาวร และไม่มีศูนย์ข้อมูลเพื่อสนับสนุนการซื้อขายสำหรับผู้ประกอบการ

กระทรวงศึกษาธิการซึ่งส่วนหนึ่งประกอบด้วยสถาบันอุดมศึกษาหรือมหาวิทยาลัย มีภารกิจสำคัญคือการผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพ การวิจัยที่มีคุณภาพประโยชน์สนองยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ ประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง มาตรฐานสถาบันอุดมศึกษา พ.ศ. 2554 (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา , 2556) ซึ่งมหาวิทยาลัยยังเป็นองค์กรที่มีทั้งบุคลากร นักวิชาการ สถานที่ ฯลฯ สามารถใช้จุดเด่น ในการร่วมกันพัฒนาประเทศตามกลไกประชารัฐของรัฐบาล (สุวิทย์ เมษินทรีย์, 2559) ดังนั้นมหาวิทยาลัยที่มีศักยภาพและมีความพร้อมที่อยู่ในพื้นที่การส่งเสริมทางเศรษฐกิจต่าง ๆ ของประเทศ จึงสามารถมีส่วนร่วมขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจในรูปแบบต่าง ๆ ได้อีกทางหนึ่ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ของประเทศไทยนั้น ถือได้ว่าเป็นพื้นที่ที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจอุตสาหกรรม และอยู่ใน

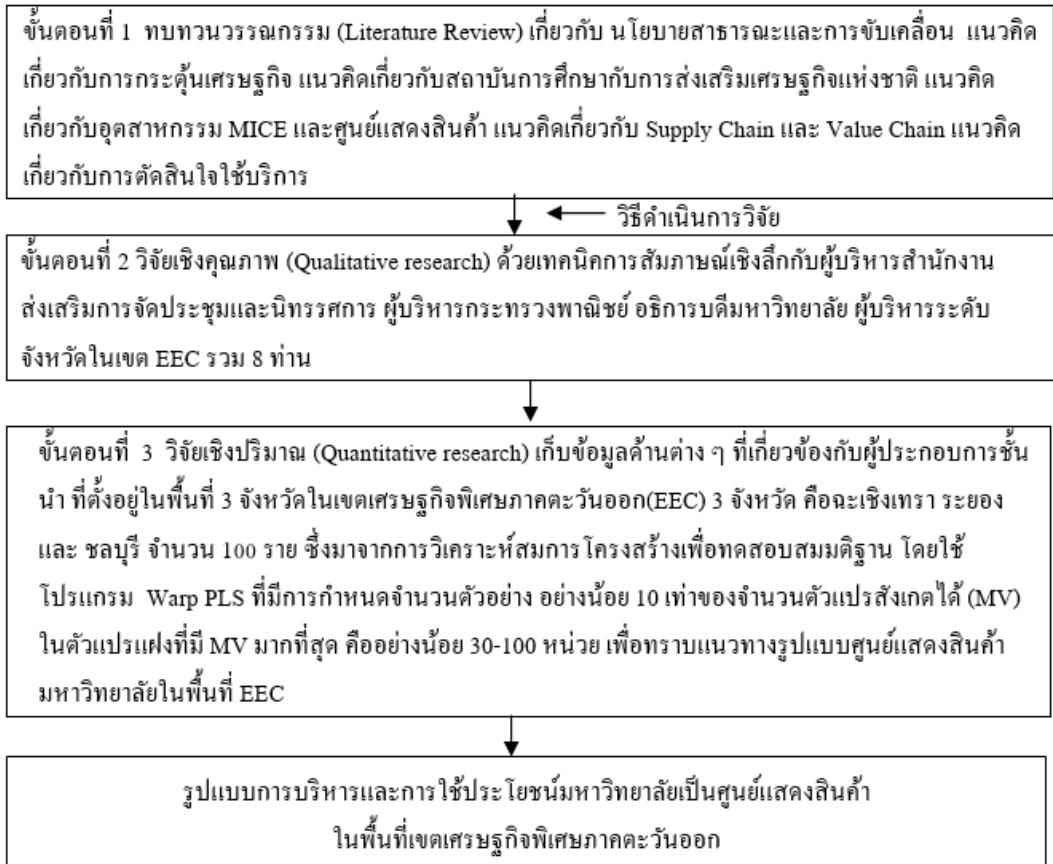
พื้นที่ประกาศนโยบายเร่งด่วนเพื่อการกระตุ้นและส่งเสริมเศรษฐกิจของประเทศ และมีความพร้อมด้านระบบ โลจิสติกส์ทั้งในส่วนผู้เดินทางเข้ามาและผู้ประกอบการสินค้าที่จะนำมาจัดแสดง และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ จากการประกาศนโยบายของรัฐบาล (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ , 2559) ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่องรูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์พื้นที่มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกเพื่อเป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบที่มหาวิทยาลัยบริหารศูนย์แสดงสินค้า ให้เป็นไปตามเป้าหมายในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก
2. เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์ของศูนย์แสดงสินค้าของมหาวิทยาลัยในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก

กรอบแนวทางการวิจัย

การศึกษาเรื่องรูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์พื้นที่มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกมีกรอบแนวทางการวิจัยดังนี้



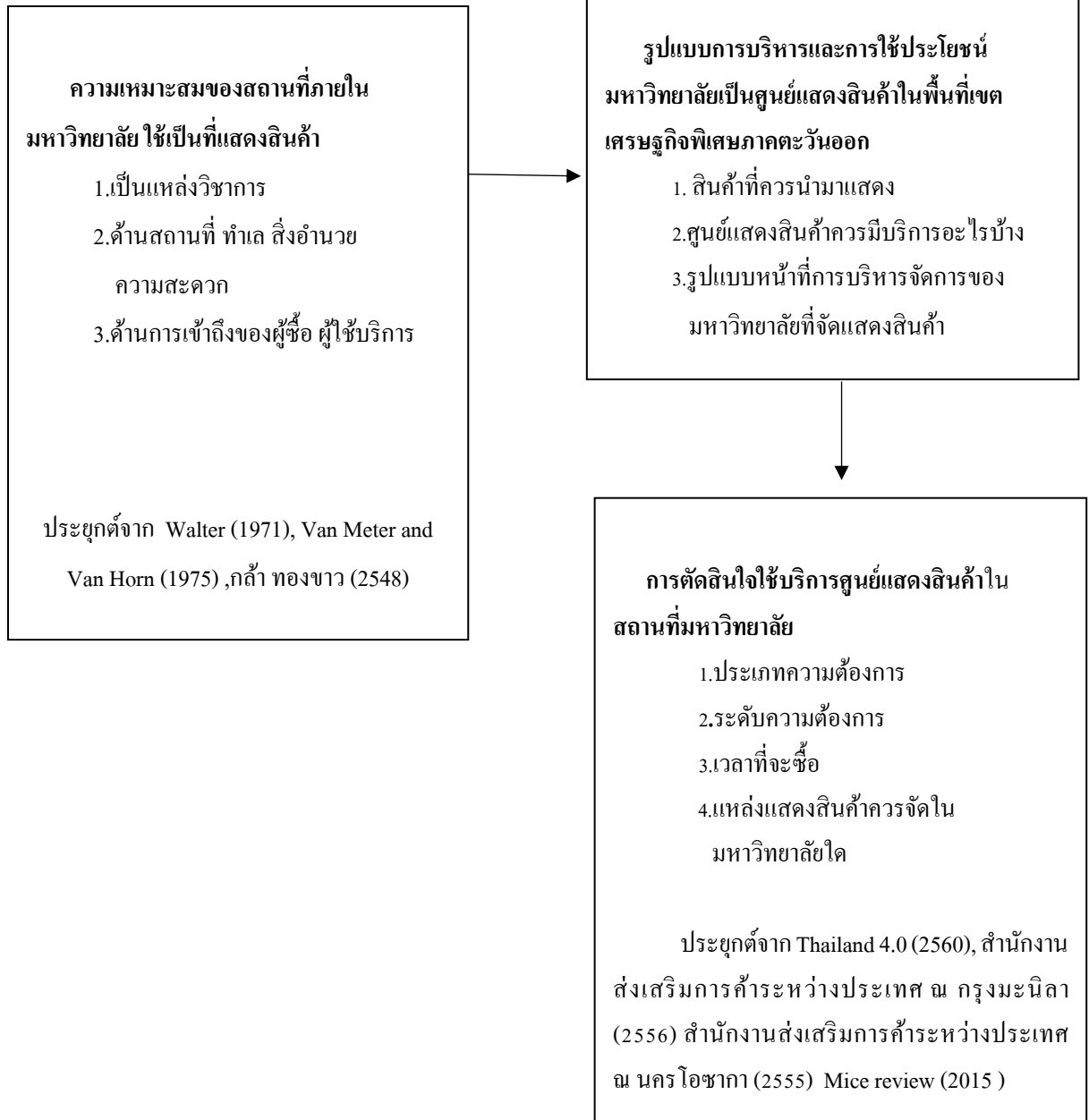
ภาพที่ 1 กรอบแนวทางการวิจัย

กรอบวิจัยเชิงปริมาณ

การศึกษาเรื่องรูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์พื้นที่มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกมีกรอบวิจัยเชิงปริมาณ ดังนี้

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม



สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ความเหมาะสมของสถานที่ภายในมหาวิทยาลัยใช้เป็นี่แสดงสินค้ามีผลต่อรูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก

สมมติฐานที่ 2 รูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัย

สมมติฐานที่ 3 ความเหมาะสมของสถานที่ภายในมหาวิทยาลัยใช้เป็นี่แสดงสินค้ามีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัยโดยมีรูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกเป็นตัวแปรคั่นกลาง

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้ใช้วิธีวิจัยเชิงผสมผสาน (Mixed Methods research) ประกอบด้วยการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับนโยบายสาธารณะและการขับเคลื่อน แนวคิดเกี่ยวกับการกระตุ้นเศรษฐกิจ แนวคิดเกี่ยวกับสถาบันการศึกษากับการส่งเสริมเศรษฐกิจแห่งชาติ แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรม MICE และศูนย์แสดงสินค้า แนวคิดเกี่ยวกับ Supply Chain และ Value Chain แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการ การทำการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยวิธีสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ผู้บริหารสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ ผู้บริหารกระทรวงพาณิชย์ อธิการบดีมหาวิทยาลัย ผู้บริหารระดับจังหวัดในเขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) จำนวน 8 ท่าน และหลังจากนั้นนำข้อสรุปจากการสัมภาษณ์และจากรวบรวมมาจัดทำ

เป็นข้อคำถาม เพื่อดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 100 ชุด ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Description Statistics) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป ข้อมูลเชิงอนุมาน และนำผลมาวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) โดยใช้โปรแกรมทางสถิติ Warp PLS ทดสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูล เพื่อศึกษารูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษา เป็นผู้ประกอบการชั้นนำที่ตั้งอยู่ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกในจังหวัดชลบุรี ระยอง และฉะเชิงเทรา กลุ่มตัวอย่าง ใช้โปรแกรม Warp PLS ซึ่งเป็น Variance base model ที่กำหนดให้ใช้จำนวนตัวอย่างอย่างน้อย 10 เท่า ของจำนวนตัวแปรสังเกตได้ (MV) ในตัวแปรแฝงที่มี MV มากที่สุดหรืออย่างน้อย 30 – 100 หน่วย (มนตรี พิริยะกุล, 2553) ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ 100 หน่วย โดยเก็บตัวอย่างทั้งหมด 100 ชุด เพื่อความเชื่อมั่นในการประเมินผลและการวิเคราะห์ข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ใช้แบบสอบถามโดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไป ได้แก่ จังหวัดที่ตั้งของอุตสาหกรรม ตำแหน่งงานของผู้ตอบแบบสอบถาม ประเภทของกลุ่มอุตสาหกรรม สัญชาติของบริษัทผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับความเหมาะสมของสถานที่ภายในมหาวิทยาลัย ใช้เป็นี่แสดงสินค้า ได้แก่ การเป็นแหล่งวิชาการ ด้านสถานที่ ทำเล

สิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการเข้าถึงของผู้ซื้อ ผู้ใช้บริการ

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ได้แก่ สินค้าที่นำมาแสดง ศูนย์แสดงสินค้าควรมีบริการอะไรบ้าง และรูปแบบหน้าที่การบริหารจัดการของมหาวิทยาลัยที่จัดแสดงสินค้า

ส่วนที่ 4 การตัดสินใจใช้บริการศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัย ได้แก่ ประเภทความต้องการ ระดับความต้องการ เวลาที่จะซื้อ และแหล่งแสดงสินค้าควรจัดในมหาวิทยาลัยใด

โดยลักษณะคำถามในส่วนที่ 1 เป็นคำถามแบบเลือกคำตอบ และในส่วนที่ 2 - 4 เป็นคำถามที่เป็นมาตรวัดแบบลิเกิร์ตสเกล (Likert Scale)

วิธีการรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามให้กับผู้ประกอบการชั้นนำในเขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกในการประชุมเสวนา งานแสดงสินค้า นิทรรศการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการอุตสาหกรรม และจัดส่งแบบสอบถามออนไลน์ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ไลน์ (Line) เฟสบุ๊ก (Inbox Facebook) และโทรสอบถามเพื่อติดตามการตอบ

การวิเคราะห์ข้อมูล

รวบรวมข้อมูลที่ได้นำมาประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS ในส่วนของสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ค่าความถี่และค่าร้อยละ เป็นต้น จากนั้นจึงนำมาวิเคราะห์เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สร้างโมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) กำหนดโมเดลสมมติฐานที่แสดงเป็นโมเดลความสัมพันธ์

เชิงสาเหตุ ทดสอบจากข้อมูลที่รวบรวมได้ว่ามีความสอดคล้องกัน โดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) ด้วยการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural model หรือ Inner model) ตรวจสอบนัยสำคัญรายเส้นทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงกับตัวบ่งชี้หรือตัวแปรมาตรฐานวัด(MV) แบบ Reflective วิเคราะห์ ทดสอบว่าตัวแปรใดบ้างที่ส่งผลโดยตรงและโดยอ้อมต่อการตัดสินใจใช้บริการศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัยโดยวิเคราะห์ด้วยแบบสมการโครงสร้างที่ประกอบด้วย ตัวแปรสังเกต และตัวแปรแฝงโดยใช้โปรแกรม Warp PLS ซึ่งวิเคราะห์ความสัมพันธ์ใน Inner model (Structure model) และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ใน Outer model (Measurement model) ไปในคราวเดียวกัน ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงกับตัวแปรมาตรฐานวัด (Manifest variable: MV หรือ Indicator) เป็นแบบ Reflective

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยวิธีสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ความเหมาะสมของสถานที่ภายในมหาวิทยาลัย ใช้เป็นที่แสดงสินค้า

ด้านความเป็นแหล่งวิชาการ มหาวิทยาลัยมีความเหมาะสมใน 3 ประเด็น คือ มีนักวิชาการให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ มีงานวิจัย และนวัตกรรม มีความร่วมมือจากภาครัฐและภาคเอกชน

ด้านสถานที่ ท่าเล และสิ่งอำนวยความสะดวก นั้น มีองค์ประกอบคือการมี อาคาร หอประชุมที่ทันสมัย มีพื้นที่โล่งกลางแจ้งสำหรับจัดกิจกรรมได้หลากหลาย มีที่พักหลากหลายในบริเวณใกล้เคียง มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน บริการด้านอาหารเพียงพอ

เป็นศูนย์กลางภาคตะวันออก เป็นศูนย์กลางด้านธุรกิจ การค้าการลงทุน สถานที่จอดรถเพียงพอ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งดึงดูด ความมั่นคงปลอดภัย มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย

ด้านการเข้าถึงของผู้ซื้อ ผู้ใช้บริการนั้น มหาวิทยาลัยมีความเป็นแหล่งชุมชน มีนิสิตนักศึกษาจำนวนมาก ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเป็นที่รู้จัก เป็นศูนย์กลางคมนาคมภาคตะวันออก มีบริการขนส่งมวลชน และขนส่งสินค้า

รูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์ มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก

ด้านสินค้าที่จะนำมาแสดงนั้นมี สินค้าชุมชน OTOP SMEs สินค้าที่มีความต้องการบริโภคสูง สินค้าที่เป็นอัตลักษณ์ภาคตะวันออก สินค้าอุตสาหกรรมในเขต EEC สินค้าเทคโนโลยี นวัตกรรม งานวิจัย สินค้าประเภทสุขภาพ และความงาม สินค้าเกี่ยวกับการท่องเที่ยว คอนโด และบ้านในอนาคต สินค้าอาหาร เครื่องดื่ม

ด้านศูนย์แสดงสินค้าควรมีบริการอะไร มีดังนี้คือ ให้คำปรึกษา แนะนำการลงทุน การเงิน การผลิต การตลาด บริการงานวิจัย บริการจับคู่ทางธุรกิจ จัดประชุมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ มี Show Room ผู้ผลิตสินค้า บริการจัดนิทรรศการหมุนเวียนของสินค้า การจัดฝึกอบรมต่าง ๆ บริการเรื่องการทำหีบห่อผลิตภัณฑ์ บ่มเพาะให้บริการ SMEs Startup มีบริการฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ (E-Data Library) ฐานข้อมูลธุรกิจ กระทรวงต่าง ๆ สำหรับค้นคว้า มีสำนักงานธุรกิจให้เช่า บริการเอกสารด้านการนำเข้าส่งออก

ด้านรูปแบบหน้าที่การบริหารจัดการของมหาวิทยาลัยที่จัดแสดงสินค้า มีดังนี้ จ้างหน่วยงานหรือเอกชนภายนอกเข้ามาดำเนินงาน (outsourc) จ้างที่ปรึกษา หัวหน้างานส่วนสำคัญ จัดตั้งเป็นหน่วยงาน

บริหารอิสระ จัดตั้งหน่วยงานภายใต้ระเบียบมหาวิทยาลัย ตั้งเครือข่ายกลุ่มมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเพื่อแบ่งการจัดงานที่เหมาะสมกับความถนัดของแต่ละมหาวิทยาลัย จัดจ้างหน่วยงานการตลาดเชิงรุกและประชาสัมพันธ์ ดำเนินการเองภายในคณะวิชา

ด้านการตัดสินใจใช้ศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัย มีองค์ประกอบในการตัดสินใจ คือ ประเภทความต้องการ ระดับความต้องการ ระยะเวลา ที่จะซื้อหรือใช้บริการ แหล่งแสดงสินค้า โดยน้ำหนักมากที่สุดคือ ม.บูรพา

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research)

1. ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐาน จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ทำงานจังหวัดชลบุรี ร้อยละ 69 อันดับ 2 จังหวัดระยอง ร้อยละ 23 และจังหวัดฉะเชิงเทรา ร้อยละ 8 โดยตำแหน่งงานอันดับ 1 หัวหน้าส่วนงาน ร้อยละ 25 อันดับ 2 เจ้าของกิจการ ร้อยละ 22 อันดับ 3 ผู้จัดการ ร้อยละ 21 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมอื่น ๆ ร้อยละ 34 อันดับ 2 อุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่ ร้อยละ 27 อันดับ 3 อุตสาหกรรมอาหารแปรรูป ร้อยละ 12 ทำงานในบริษัทสัญชาติ อันดับ 1 ไทย ร้อยละ 58 อันดับ 2 ญี่ปุ่น ร้อยละ 25 อันดับ 3 สิงคโปร์ ร้อยละ 8 อายุ ในการก่อตั้งบริษัทถึงปัจจุบัน อันดับ 1 มากกว่า 15 ปีขึ้นไป ร้อยละ 64 อันดับ 2 1-5 ปี ร้อยละ 17 อันดับ 3 6-10 ปี ร้อยละ 11 ขนาดองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม อันดับ 1 ขนาดใหญ่ (200 คนขึ้นไป) ร้อยละ 43 อันดับ 2 ขนาดเล็ก (ไม่เกิน 50 คน) ร้อยละ 29 และขนาดกลาง (50 - 200 คน) ร้อยละ 28 พื้นที่การขายหรือให้บริการของบริษัท อันดับ 1 ทั้งในและต่างประเทศ ร้อยละ 66 อันดับ 2 ภายในประเทศ ร้อยละ 33

จากการศึกษาความเหมาะสมของสถานที่ภายในมหาวิทยาลัยเพื่อใช้เป็นพื้นที่แสดงสินค้าด้านการเข้าถึงของผู้ซื้อ ผู้ใช้บริการ อันดับ 1 คือ ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเป็นที่รู้จัก อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.27$) ด้านสถานที่ทำเล สิ่งอำนวยความสะดวก อันดับ 1 คือ มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน อยู่ในระดับ มาก ($\bar{x} = 4.15$) ในด้านความเป็นแหล่งวิชาการ อันดับ 1 คือ มีนักวิชาการให้ความรู้ด้านต่าง ๆ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{x} = 4.01$)

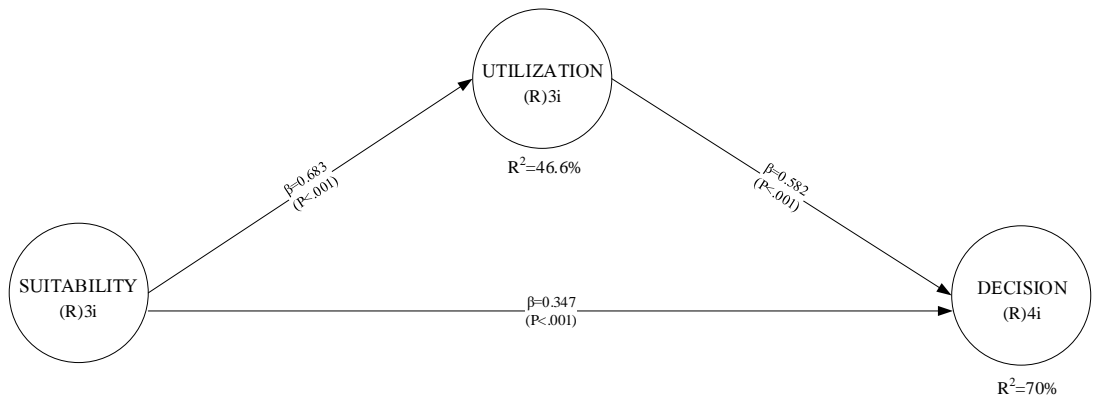
รูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้า สรุปได้ว่า ด้านศูนย์แสดงสินค้าควรมีบริการ อันดับ 1 ให้คำปรึกษา แนะนำการลงทุน การเงิน การผลิต การตลาด อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.40$) อันดับ 2 บริการจับคู่ทางธุรกิจ อยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{x} = 4.30$) อันดับ 3 จัดประชุมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.29$) ด้านสินค้าที่ควรนำมาแสดง อันดับ 1 สินค้าที่มีความต้องการบริโภคสูง อยู่ในระดับ มาก ($\bar{x} = 4.20$) อันดับ 2 สินค้าอุตสาหกรรมในเขต EEC อยู่ในระดับ มาก ($\bar{x} = 4.18$) อันดับ 3 สินค้าเทคโนโลยี นวัตกรรม งานวิจัย อยู่ในระดับ มาก ($\bar{x} = 4.15$) ด้านรูปแบบหน้าที่การบริการจัดการของมหาวิทยาลัยที่จัดแสดงสินค้าควรมีลักษณะอย่างไร อันดับ 1 จัดจ้างหน่วยงานการตลาดเชิงรุก และประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{x} = 3.95$)

การตัดสินใจใช้บริการศูนย์แสดงสินค้า ในสถานที่มหาวิทยาลัย ด้านเหตุผลความต้องการ อันดับ 1 เพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์สินค้า อยู่ในระดับ มาก ($\bar{x} = 4.08$) และรองลงมาคือ เพิ่มช่องทางการตลาด-การขายสินค้าและอัตราค่าบริการสมเหตุสมผล ราคาไม่แพง เท่ากัน อยู่ในระดับ มาก ($\bar{x} = 4.03$) ด้านลักษณะของการใช้ประเภทบริการของศูนย์แสดง

สินค้าภายในมหาวิทยาลัย อันดับ 1 มาเที่ยวชมหรือเลือกสินค้า บริการ อยู่ในระดับ มาก ($\bar{x} = 3.99$) อันดับ 2 บอกต่อผู้อื่นในการใช้ศูนย์แสดงสินค้า อยู่ในระดับ มาก ($\bar{x} = 3.95$) อันดับ 3 มาใช้บริการอื่น ๆ ของศูนย์แสดงสินค้า อยู่ในระดับ มาก ($\bar{x} = 3.85$) ด้านระยะเวลาในการตัดสินใจจะใช้บริการ อันดับ 1 ขึ้นกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ อยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{x} = 4.22$) อันดับ 2 ภายใน 1 ปี และมากกว่า 2 ปี เท่ากัน อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{x} = 3.40$) ด้านมหาวิทยาลัยที่ควรแสดงสินค้าของบริษัท โรงงานอุตสาหกรรม อันดับ 1 มหาวิทยาลัยบูรพา จ.ชลบุรี อยู่ในระดับ มากที่สุด ($\bar{x} = 4.37$) อันดับ 2 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา จ.ชลบุรี อยู่ในระดับ มาก ($\bar{x} = 3.57$) อันดับ 3 มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี จ.ชลบุรี อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{x} = 3.37$)

2. ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างของรูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้า ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก

งานวิจัยนี้ใช้โปรแกรม Warp PLS ในการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ทดสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลโดยพิจารณาจากตัวบ่งชี้ต่าง ๆ ที่ซอฟต์แวร์แนะนำ โดยผลการวิเคราะห์โมเดลทั้ง Inner และ Outer โมเดล เมื่อเปรียบเทียบกับเกณฑ์พบว่ามีความสอดคล้องในระดับดี โดยมีค่า AVIF, AFVIF, SPR, RSCR, SSR และ NLBCDR มีความสอดคล้องของโมเดลถึงระดับดี (Reached the ideally level of model fit) คะแนนของ GoF มีค่ามากกว่า 0.36 ซึ่งแสดงว่าโมเดลมีความสามารถในการอธิบายในระดับเข้มแข็งที่ยอมรับได้



ภาพที่ 2 โมเดลสมการโครงสร้างรูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก

จากภาพที่ 2 คำนวณค่าอิทธิพลทางตรงจากตัวแปรแฝง ภายใน ความเหมาะสมของสถานที่ภายในมหาวิทยาลัยใช้เป็นศูนย์แสดงสินค้า และรูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ไปยังตัวแปรแฝงภายนอก การตัดสินใจใช้บริการศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัย มีนัยสำคัญทางสถิติทุกเส้น ตัวแปรแฝงความเหมาะสมของสถานที่ภายในมหาวิทยาลัยใช้เป็นศูนย์แสดงสินค้า และรูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้าใน

พื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ทั้ง 2 ตัว สามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวน ได้ร้อยละ 46.6 ($R^2 = 0.466$) ตัวแปรแฝงความเหมาะสมของสถานที่ภายในมหาวิทยาลัยใช้เป็นศูนย์แสดงสินค้า รูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกและการตัดสินใจใช้บริการศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัย ทั้ง 3 ตัว สามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวน ได้ร้อยละ 70 ($R^2 = 0.70$)

ตารางที่ 1 สัมประสิทธิ์เส้นทางอิทธิพลทางตรง (DE) ทางอ้อม (IE) และอิทธิพลรวม (TE) สมการ โครงสร้างรูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์กลางแสดงสินค้า ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (n = 100)

| ตัวแปรอิสระ | อิทธิพล | รูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์กลางแสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก | การตัดสินใจให้บริการศูนย์กลางแสดงสินค้าในสถานศึกษาที่มหาวิทยาลัย |
|--|---------|--|--|
| ความเหมาะสมของสถานที่ภายในมหาวิทยาลัยใช้เป็นพื้นที่แสดงสินค้า | ทางตรง | 0.683*** | 0.347*** |
| | ทางอ้อม | - | 0.398*** |
| | รวม | 0.683*** | 0.745*** |
| รูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์กลางแสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก | ทางตรง | | 0.582*** |
| | ทางอ้อม | | - |
| | รวม | | 0.582*** |
| R ² | | 0.466 | 0.700 |

***P < .001

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงทางอ้อม และอิทธิพลรวมระหว่างตัวแปรแฝงภายนอกและตัวแปรแฝงภายใน ตามสมมุติฐานการวิจัยข้อ 1-3 ได้ดังนี้

สมมุติฐานข้อ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสอดคล้องกับสมมุติฐาน พบว่าความเหมาะสมของสถานที่ภายในมหาวิทยาลัยใช้เป็นที่แสดงสินค้ามีอิทธิพลทางตรงต่อรูปแบบและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก มีค่าเท่ากับ 0.683 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $P < .001$

สมมุติฐานข้อ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสอดคล้องกับสมมุติฐาน พบว่ารูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก มีอิทธิพลทางตรงต่อการตัดสินใจใช้บริการศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัย มีค่าเท่ากับ 0.582 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $P < .001$

สมมุติฐานข้อ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสอดคล้องกับสมมุติฐานพบว่าความเหมาะสมของสถานที่ภายในมหาวิทยาลัยใช้เป็นที่แสดงสินค้ามีอิทธิพลทางตรงต่อการตัดสินใจใช้บริการศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัย มีค่าเท่ากับ 0.347 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $P < .001$ มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านรูปแบบและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก มีค่าเท่ากับ 0.398 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $P < .001$ และมีอิทธิพลรวมต่อการตัดสินใจใช้บริการศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัยมีค่าเท่ากับ 0.745 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $P < .001$

โดยสัดส่วนของความเชื่อถือได้ในตัวแปรรูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ที่อธิบายได้ด้วยปัจจัย ความเหมาะสมของสถานที่ภายในมหาวิทยาลัยใช้เป็นที่แสดงสินค้า ได้ร้อยละ 46.6 ($R^2 = 0.466$) และสัดส่วนของความเชื่อถือได้ในตัวแปรการตัดสินใจใช้บริการศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัยที่อธิบายได้ด้วยปัจจัยความเหมาะสมของสถานที่ภายในมหาวิทยาลัยใช้เป็นที่แสดงสินค้าและตัวแปรคั่นกลางรูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลตัวแปรทั้ง 3 ตัว สามารถอธิบายความแปรปรวนการตัดสินใจใช้บริการศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัยได้ร้อยละ 70.0 ($R^2 = 0.700$) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจึงสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ 3 โดยได้โมเดลสมการ โครงสร้างรูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้า ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก สอดคล้องกับโมเดลทางทฤษฎีที่ผู้วิจัยกำหนด

อภิปรายผลการวิจัย

ความเหมาะสมของสถานที่ภายในมหาวิทยาลัยใช้เป็นที่แสดงสินค้ามีอิทธิพลทางตรงต่อรูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ซึ่งสอดคล้องกับข้อเขียนของ Sanjay and Aliana (2007) ; Tan Cheong Su (2007) ; Kashif Hussain (2012) ; แสندی สิสุทธิโพธิ์ (ม.ป.ป.); สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ(2556) กล่าวคือการพัฒนาศักยภาพ

อุตสาหกรรมไมซ์ ต้องมีการพิจารณาองค์ประกอบคือ ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ระบบการคมนาคมขนส่งให้มีความเชื่อมโยงอย่างเป็นระบบ ระบบการสื่อสารและเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง ฐานข้อมูลสำหรับผู้จัดกิจกรรม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก สถานที่จัดงานสามารถจัดงานได้หลากหลายรูปแบบ โรงแรมที่พัก บริการด้านอาหาร และเครื่องดื่มน่าเพียงพอ ผู้รับเหมาที่เกี่ยวข้องทั้งโดยตรงและส่วนสนับสนุน การเป็นศูนย์กลางทางด้านธุรกิจ การค้าและการลงทุน ด้านความมั่นคงและปลอดภัย ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในท้องถิ่น นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงภาพลักษณ์ มีการวางตำแหน่งทางการตลาดของเมือง และด้านบุคลากรจะต้องมีความเป็นมืออาชีพสูง

รูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์ มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกมีอิทธิพลทางตรงต่อการตัดสินใจใช้บริการศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัย สอดคล้องกับข้อเขียนของ นิคณา ฐานิธรนกร (2553) ซึ่งศึกษาเรื่องการประกอบการเพื่อสังคม นวัตกรรมทางสังคมของผู้ประกอบการยุคใหม่ พบว่าทางเลือกที่น่าสนใจสำหรับผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่ต้องการประสบความสำเร็จ ต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาธุรกิจ และสังคม ตลอดจนการนำนวัตกรรมใหม่ ๆ มาใช้ควบคู่กับการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และยังสอดคล้องกับ Slater, Mohr & Sengupta (2014) ที่ศึกษาเรื่องนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ที่พบว่าเป็นหัวใจสำคัญในการต่ออายุให้กับองค์กรและประสบความสำเร็จ ช่วยให้เกิดการพัฒนาอย่างรวดเร็ว และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดีในสภาพแวดล้อมที่มีความ

เปลี่ยนแปลงสูง รวมทั้งการศึกษาของ (ณัฐฐา ตั้งงามสกุล และนิคณา ฐานิธรนกร ,2557) พบว่า ปัจจัยทางด้านการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ รวมถึงด้านการประชาสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์

ความเหมาะสมของสถานที่ภายในมหาวิทยาลัยใช้เป็นี่แสดงสินค้ามีอิทธิพลทางตรงต่อการตัดสินใจใช้บริการศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัย มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านรูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์ มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก และมีอิทธิพลรวมต่อการตัดสินใจใช้บริการศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัย สอดคล้องกับงานวิจัยของประสงศ์ ผดุงท เกียรติวัฒนา (2558) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ศูนย์การค้าในศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็คเมืองทองธานี ซึ่งพบว่าความเหมาะสมของสถานที่เช่นความดึงดูดของสถานที่ ทำเล ที่ตั้ง จุดเชื่อมต่อเชื่อมโยง มีผลต่อการตัดสินใจใช้ศูนย์แสดงสินค้า และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิตยา ศรีพูล (2554) ที่พบว่าค่าเฉลี่ยด้านภาพลักษณ์ความมีชื่อเสียง มีผลต่อมหาวิทยาลัยในทัศนของประชาชน

ข้อเสนอแนะการนำไปใช้

1. มหาวิทยาลัยบูรพาควรเร่งส่งเสริมให้มีการจัดแสดงสินค้าและบริการแก่ผู้ประกอบการตัวอย่างเช่น อาคารศูนย์การเรียนรู้การเงินและการลงทุนธุรกิจระหว่างประเทศของวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพาที่มีความพร้อม เพื่อให้มีกิจกรรมบริการคือ ให้คำปรึกษา แนะนำการลงทุน การเงิน การผลิต การตลาด บริการจับคู่

ทางธุรกิจ จัดประชุมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ เป็นต้น โดยในด้านสินค้าที่จะนำมาแสดงในสถานที่มหาวิทยาลัย ประกอบด้วย สินค้าที่มีความต้องการบริโภคสูง สินค้าอุตสาหกรรมในเขต EEC สินค้าเทคโนโลยี นวัตกรรมงานวิจัย สินค้าที่มีความเป็นอัตลักษณ์ภาคตะวันออก เป็นต้น และยังสามารถสร้างความร่วมมือกับคณะต่าง ๆ ภายในมหาวิทยาลัยบูรพาเอง ตลอดจนการร่วมมือกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ ในภาคตะวันออก ที่สามารถส่งต่อทางวิชาการ หรือการจัดงานที่เหมาะสมกับความถนัดของแต่ละมหาวิทยาลัย

2 มหาวิทยาลัยบูรพาและมหาวิทยาลัยเครือข่าย ควรจัดทำประกาศคัดเลือกหรือขึ้นทะเบียนสินค้าเด่น ๆ ที่มีนวัตกรรมหรือเทคโนโลยี เข้ามาจัดแสดงสินค้าหรือจัดจำหน่าย ที่ศูนย์แสดงสินค้า อาคารศูนย์การเรียนรู้การเงินและการลงทุนธุรกิจระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยบูรพา

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. คณะกรรมการ EEC ควรประกาศให้มหาวิทยาลัยบูรพา เป็นมหาวิทยาลัยศูนย์กลาง EEC และโดยเฉพาะอาคารศูนย์การเรียนรู้การเงินและการลงทุนธุรกิจระหว่างประเทศของวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา เพื่อเป็นการส่งเสริมหรือกระตุ้นเศรษฐกิจการค้าขายในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกต่อไป

2. คณะกรรมการ EEC อาจสนับสนุนงบประมาณยังอาคารศูนย์การเรียนรู้การเงินและการลงทุนธุรกิจระหว่างประเทศ ของวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา เพื่อให้การเก็บค่าใช้จ่ายจากประชาชนสามารถลดลงอันเป็นการใช้ประโยชน์และเป็นการบริการภายในเขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)

บรรณานุกรม

- กล้า ทองขาว. (2548). การนำนโยบายและแผนการศึกษาไปปฏิบัติ : แนวคิดทฤษฎีและแนวทางการดำเนินงาน. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช.
- ณัฐฐา ตั้งงามสกุล และนิตนา ฐานิตชนกร. (2557). ความสัมพันธ์ของการสื่อสารทางการตลาดแบบ บูรณาการและความรับผิดชอบต่อสังคมกับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อภีของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร. ใน การประชุมวิชาการปัญญาทัศน์ครั้งที่ 4 (หน้า A255- A264). นนทบุรี: สถาบันการจัดการปัญญาทัศน์.
- นิตนา ฐานิตชนกร. (2553). การประกอบการเพื่อสังคม : นวัตกรรมทางสังคมของผู้ประกอบการยุคใหม่. วารสารนักบริหาร, 30(4), 16-20.
- นิตยา ศรีพล. (2554). ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในจังหวัดสงขลาตามทัศนระของประชาชน. วันที่ค้นข้อมูล 5 พ.ย. 2559, เข้าถึงได้จากhttps://www.prachachat.netnews_detail.php?newsid=1494174142
- ประสงค์ ผดุงเกียรติวัฒนา. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ศูนย์การค้าในศูนย์แสดงสินค้า และการประชุมอิมแพ็คเมืองทองธานี. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการเชิงกลยุทธ์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กองบริการงานวิจัยและประกันคุณภาพการศึกษา.(2559). พิมพ์เขียวไทยแลนด์ 4.0 โมเดลขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ความมั่งคั่ง มั่นคง และยั่งยืน. วันที่ค้น ข้อมูล 3 กุมภาพันธ์ 2560, เข้าถึงได้จาก <https://waa.inter.nstda.or.th/stks/pub/2017/20171114-draeqa-blueprint.pdf>
- มนตรี พิริยะกุล. (2553). ตัวแบบเส้นทางกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน. การประชุมวิชาการสถิติและสถิติประยุกต์ครั้งที่ 11 ประจำปี 2553.
- รอยัล คลิฟ โยเท็ด กรุ๊ป. (ม.ป.ป.). ศูนย์ประชุมพีช ผ่านเข้ารอบ ชิงรางวัล Asia Pacific MICE Awards 2015 ให้เป็นสถานที่ในการจัดประชุมสัมมนาที่ดีที่สุด. วันที่ค้น ข้อมูล 30 เมษายน 2560, เข้าถึงได้จาก <http://www.royalcliff.com>
- วารกรณ์ สามโกเศศ. (2559). การปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4. วันที่ค้นข้อมูล 6 พฤษภาคม 2560, เข้าถึงได้จาก <http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/637131>
- ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ. (2559). ฉบับกระแสเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (January – June 2016). วันที่ค้นข้อมูล 3 พฤษภาคม 2560, เข้าถึงได้จาก <https://web.tcdc.or.th/upload/downloads/ebook-TCDC-Outlook-vol1-th.pdf>
- สุวิทย์ เมษินทรีย์. (2559). Thailand 4.0 : สร้างความเข้มแข็งจากภายใน เชื่อมโยงเศรษฐกิจไทยสู่โลก. วันที่ค้นข้อมูล 3 พฤษภาคม 2560, เข้าถึงได้จาก <https://www.facebook.com/drsuvitpage/posts/1396306724009387>
- แดนดี สิสุทธิโพธิ์. (ม.ป.ป.). จับตามองนครเชียงใหม่ : ตลาด MICE แห่งใหม่ของเอเชีย. วันที่ค้นข้อมูล 3 พฤษภาคม 2560, เข้าถึงได้จาก <http://goo.gl/Y97RJC>

- สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2556). *แผนพัฒนาการศึกษาระดับอุดมศึกษา ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-พ.ศ. 2559)*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559). คำสั่ง คสช. ที่ 2/2560 เรื่อง การพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก วันที่ 17 ม.ค. 60 (อาศัยอำนาจตามมาตรา 44 รัฐธรรมนูญฉบับชั่วคราว). กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560 - 2564*. วันที่ค้นข้อมูล 3 พฤษภาคม 2560, เข้าถึงได้จาก http://www.nesdb.go.th/ewt_dl_link.php?nid=6422
- สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงเทพมหานคร. (2556). *ศูนย์แสดงสินค้า Hall ONE : Design for Export อีกก้าวหนึ่งของการส่งเสริมการส่งออกของฟิลิปปินส์*. วันที่ค้นข้อมูล 3 พฤษภาคม 2560, เข้าถึงได้จาก www.ditp.go.th/contents_attach/92559/92559.doc
- สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ นครโอซากา. (2555). *รายงานการเข้าร่วมสัมมนาเรื่อง "The 9th Osaka Business Networking Club"*. โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ นครโอซากา. วันที่ค้นข้อมูล 3 พฤษภาคม 2560, เข้าถึงได้จาก http://www.ditp.go.th/files/121030_Mobio.pdf
- สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ. (2559). *MICE REVIEW 2015*. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ.
- Kashif, H. (2012). *Micro Impacts And Benefits Of Business Tourism In Malaysia: A Case Study Of Kuala Lumpur Convention Centre*. Retrieved February 27, 2017, from International Proceedings of Economics Development and Research: <http://goo.gl/F5cNPM>
- Sanjay, N. & Aliana, L.M.W. (2007). 'Macao's MICE Dreams : Opportunities and Challenges'. International journal of Event Management research, 3(2), 42-57.
- Slater, F.S, Mohr, J.J., & Sengupta, S. (2014). *Radical product innovation capability : Literature review , Synthesis, and Illustrative Research Propositions*. Prodinov Manag., 31(3), 552-566.
- Tan Cheong Su, R. (2007). *A Comparative Analysis of MICE Destinations between Macau and Singapore*. Las Vegas: University of Nevada.
- Van Horn, C. E. & Donald, S. V. M. (1976). "The Implementation of Intergovernmental Policy," in Charles O. Jones, and Robert D. Thomas (eds.) *Public Policy Making in a Federal System*. California: Sage Publications, Inc.
- Walter, W. (1971). *Social Policy Research and Analysis : The Experience in The Federal Social Agencies*. New York: American Elsevier Publishing Co

