

รูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้า  
ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก

นภาพรรณ โฉมิตสุริยะพันธ์

คุณฉันทิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต  
สาขาวิชาการจัดการสาธารณะ  
วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์  
มิถุนายน 2561  
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา



อาจารย์ผู้ควบคุมคุษฎีนิพนธ์และคณะกรรมการสอบปากเปล่าคุษฎีนิพนธ์ ได้พิจารณา  
คุษฎีนิพนธ์ของ นภาพรรณ โฆษิตสุริยะพันธ์ ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการ  
การศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาคุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการสาธารณะของมหาวิทยาลัยบูรพา  
ได้

อาจารย์ผู้ควบคุมคุษฎีนิพนธ์

*รช นว*

..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชนนี เมธิโยธิน)

*ธีทัต ตรีศิริโชติ*

..... อาจารย์ที่ปรึกษารอง  
(ดร.ธีทัต ตรีศิริโชติ)

คณะกรรมการสอบปากเปล่า

*วินิต ชินสุวรรณ*

..... ประธาน  
(รองศาสตราจารย์ ดร.วินิต ชินสุวรรณ)

*อิสระ สุวรรณบด*

..... กรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร.อิสระ สุวรรณบด)

*บรรพต วิรุณราช*

..... กรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บรรพต วิรุณราช)

*รช นว*

..... กรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชนนี เมธิโยธิน)

*ธีทัต ตรีศิริโชติ*

..... กรรมการ  
(ดร.ธีทัต ตรีศิริโชติ)

วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์อนุมัติให้รับคุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปรัชญาคุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการสาธารณะ ของมหาวิทยาลัยบูรพา

*ระพีพร ศรีจำปา*

..... คณบดีวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ระพีพร ศรีจำปา)

วันที่.....เดือน..... พ.ศ.....

## กิตติกรรมประกาศ

คุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาจากคณาจารย์หลายท่านที่มอบความเมตตา และให้ความเสียสละเวลา ทั้งอาจารย์ที่ปรึกษาหลัก อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม และคณาจารย์หลายท่าน ที่กรุณาให้คำปรึกษาแนะแนวทางที่ถูกต้อง ตลอดจนการแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยเอาใจใส่ เป็นอย่างดีเสมอมา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บรรพต วิรุณราช อดีตคณบดีวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ รองศาสตราจารย์ ดร.อิสระ สุวรรณผล อาจารย์ประจำหลักสูตรปรัชญาคุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการสาธารณะ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชนัน เมธิโยธิน ดร.ธีทัต ตรีศิริโชติ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรัณยา เลิศพุทธรักษ์ รองศาสตราจารย์ ดร.วินิต ชินสุวรรณ ประธานกรรมการสอบคุษฎีนิพนธ์ และผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบ รวมทั้งให้คำแนะนำแก่งานวิจัย ให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอขอบคุณผู้บริหาร ผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์ตอบ แบบสอบถามงานวิจัยนี้ จนทำให้งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ขอขอบพระคุณ บิดา มารดา ญาติพี่น้อง และเพื่อน ๆ ทุกคน ที่ให้กำลังใจ และสนับสนุน ผู้วิจัยเสมอมา ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งเป็นอย่างยิ่ง จึงขอกราบขอบพระคุณทุกท่านที่มีส่วนร่วมทั้งที่ได้ กล่าวถึงและมีได้กล่าวถึงเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

คุณค่าและประโยชน์ของคุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นกตัญญูแก่บิดาแต่ บुरพาจารย์ บุพการี และผู้มีพระคุณทุกท่านทั้งในอดีตและปัจจุบัน ที่ทำให้คุษฎีนิพนธ์นี้สำเร็จได้ ด้วยดีและบรรลุวัตถุประสงค์การศึกษาตามที่ตั้งไว้

นภาพรรณ โหมิตสุริยะพันธุ์

54870025: สาขาวิชา: การจัดการสาธารณะ; บธ.ด. (การจัดการสาธารณะ)

คำสำคัญ: ศูนย์แสดงสินค้า / เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก

นภาพรรณ โฆษิตสุริยะพันธุ์: รูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (THE MANAGEMENT STYLE AND TAKING ADVANTAGE OF THE EXHIBITION CENTER OF THE UNIVERSITY IN THE EASTERN ECONOMIC CORRIDOR ZONE) อาจารย์ผู้ควบคุมคณานิพนธ์: สุชนนิเมธิโยธิน, Ph.D. 213 หน้า. ปี พ.ศ. 2561.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบที่มหาวิทยาลัยบริหารศูนย์แสดงสินค้าให้เป็นไปตามเป้าหมายในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก 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 พบว่า มหาวิทยาลัยที่ควรแสดงสินค้าของบริษัทโรงงานอุตสาหกรรม มากที่สุดคือ มหาวิทยาลัยบูรพา จังหวัดชลบุรี โดยมีรูปแบบที่มหาวิทยาลัยบริหาร คือ การจัดจ้างหน่วยงานการตลาดเชิงรุกและประชาสัมพันธ์ ด้านการใช้ประโยชน์ของศูนย์แสดงสินค้าของมหาวิทยาลัยในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก พบว่าการบริการของศูนย์แสดงสินค้าที่ควรมีมากที่สุด คือ ให้คำปรึกษา แนะนำการลงทุน การเงิน การผลิต การตลาด รองลงมาคือ บริการจับคู่ทางธุรกิจ และจัดประชุมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ ด้านสินค้าที่ควรนำมาแสดงมากที่สุดคือ สินค้าที่มีความต้องการบริโภคสูง รองลงมาคือ สินค้าอุตสาหกรรมในเขต EEC และสินค้าเทคโนโลยี นวัตกรรม งานวิจัย โดยการตัดสินใจใช้ประโยชน์ศูนย์แสดงสินค้ามากที่สุด คือ เพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์สินค้า และรองลงมาคือ เพิ่มช่องทางการตลาด การขายสินค้า



54870025: MAJOR: PUBLIC ENTERPRISE MANAGEMENT; Ph.D.

(PUBLIC ENTERPRISE MANAGEMENT)

KEYWORDS: EXHIBITION/ EASTERN ECONOMIC CORRIDOR ZONE

NAPAWAN KOSITSURIYAPAN: THE MANAGEMENT STYLE AND TAKING ADVANTAGE OF THE EXHIBITION CENTER OF THE UNIVERSITY IN THE EASTERN ECONOMIC CORRIDOR ZONE. ADVISOR: SUCHONNEE METHIYOTHIN, Ph.D. 213 P. 2018.

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.

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญภาพ.....	ฐ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์.....	6
สมมติฐานของการวิจัย.....	6
คำถามของการวิจัย.....	6
กรอบดำเนินการวิจัย.....	7
กรอบวิจัยเชิงปริมาณ.....	8
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	9
ขอบเขตการวิจัย.....	10
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	11
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	13
นโยบายสาธารณะและการขับเคลื่อน.....	13
แนวคิดเกี่ยวกับการกระตุ้นเศรษฐกิจ.....	22
แนวคิดเกี่ยวกับสถาบันการศึกษากับการส่งเสริมเศรษฐกิจแห่งชาติ.....	30
แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรม MICE และศูนย์แสดงสินค้า.....	37
ศูนย์แสดงสินค้า.....	46
แนวคิดเกี่ยวกับ Supply chain และ Value chain.....	50
แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจให้บริการ.....	54
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	56

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	60
รูปแบบการวิจัย.....	60
ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย.....	60
ส่วนที่ 1 การวิจัยเชิงคุณภาพ รูปแบบการสัมภาษณ์เชิงลึก.....	61
ส่วนที่ 2 การวิจัยเชิงปริมาณ.....	64
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	69
4 ผลการวิจัย.....	72
สัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	72
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยวิธีสัมภาษณ์เชิงลึก.....	74
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์การวิจัยเชิงปริมาณ.....	84
ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	84
ส่วนที่ 2 ความเห็นในการใช้สถานที่มหาวิทยาลัยเป็นพื้นที่แสดงสินค้า.....	88
ส่วนที่ 3 ความเห็นเกี่ยวกับสินค้าที่จะนำมาแสดงในสถานที่มหาวิทยาลัยเป็นพื้นที่ แสดงสินค้า.....	94
ส่วนที่ 4 ความเห็นเกี่ยวกับสินค้าที่จะนำมาแสดงในสถานที่มหาวิทยาลัยเป็นพื้นที่ แสดงสินค้า.....	100
ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างของรูปแบบการบริหารและการใช้ ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้า ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ ภาคตะวันออก.....	105
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	119
สรุปผลการวิจัย.....	119
อภิปรายผล.....	120
ข้อเสนอแนะ.....	122
บรรณานุกรม.....	127
ภาคผนวก.....	140
ภาคผนวก ก.....	141

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
ภาคผนวก ข.....	176
ภาคผนวก ค.....	184
ภาคผนวก ง.....	195
ภาคผนวก จ.....	204
ประวัติย่อของผู้วิจัย.....	213

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4-1	74
4-2	75
4-3	77
4-4	78
4-5	80
4-6	81
4-7	82
4-8	84
4-9	85
4-10	85
4-11	86
4-12	87
4-13	87
4-14	88
4-15	88
4-16	89

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า	
4-17	สรุปลำค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความเหมาะสมของสถานที่ภายในมหาวิทยาลัยเพื่อใช้เป็นพื้นที่แสดงสินค้าด้านสถานที่/ ท่าเล/ สิ่งอำนวยความสะดวก.....	91
4-18	สรุปลำค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความเหมาะสมของสถานที่ภายในมหาวิทยาลัยเพื่อใช้เป็นพื้นที่แสดงสินค้าด้านการเข้าถึงของผู้ซื้อผู้ให้บริการ.....	93
4-19	สรุปลำค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของสินค้าที่จะนำมาแสดงในสถานที่มหาวิทยาลัยเป็นพื้นที่แสดงสินค้า.....	94
4-20	สรุปลำค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของสินค้าที่จะนำมาแสดงในสถานที่มหาวิทยาลัยเป็นพื้นที่แสดงสินค้า ด้านสินค้าที่ควรนำมาแสดง.....	95
4-21	สรุปลำค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของสินค้าที่จะนำมาแสดงในสถานที่มหาวิทยาลัยเป็นพื้นที่แสดงสินค้า ด้านศูนย์แสดงสินค้าควรมีบริการ.....	97
4-22	สรุปลำค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของสินค้าที่จะนำมาแสดงในสถานที่มหาวิทยาลัยเป็นพื้นที่แสดงสินค้า ด้านรูปแบบหน้าที่การบริหารจัดการของมหาวิทยาลัยที่จัดแสดงสินค้าควรมีลักษณะอย่างไร.....	99
4-23	สรุปลำค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจให้บริการศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัย.....	100
4-24	สรุปลำค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจให้บริการศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัย ด้านลักษณะของการใช้ประเภทบริการของศูนย์แสดงสินค้าภายในมหาวิทยาลัย.....	101
4-25	สรุปลำค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจให้บริการศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัย ด้านการเลือกให้บริการศูนย์การแสดงสินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัยด้วยระดับเหตุผลความต้องการ.....	102
4-26	สรุปลำค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจให้บริการศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัย ด้านระยะเวลาในการตัดสินใจจะให้บริการศูนย์แสดงสินค้านามหาวิทยาลัย.....	103

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-27	104
สรุปค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจให้บริการ ศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัย ด้านมหาวิทยาลัยที่ควรแสดงสินค้าของ บริษัท โรงงานอุตสาหกรรม.....	
4-28	106
ผลการทดสอบความสอดคล้องของโมเดลสมการ โครงสร้างรูปแบบการบริหารและ การใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้า ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ ภาคตะวันออก.....	
4-29	109
น้ำหนักตัวบ่งชี้ ตัวแปรแฝงในสมการ โครงสร้างรูปแบบการบริหารและการใช้ ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้า ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก	
4-30	110
ค่าสัมประสิทธิ์บ่งชี้คุณภาพการวัดตัวแปรแฝง จากการวิเคราะห์โมเดลสมการ โครงสร้างรูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้า ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก.....	
4-31	111
ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์สัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงเปรียบเทียบกับค่ารากที่ 2 ของ AVEs ในโมเดล โครงสร้างรูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์ มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้า ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก.....	
4-32	112
อิทธิพลทางตรงระหว่างตัวแปรแฝง ที่กำหนดในสมมติฐานและขนาดอิทธิพล ในโมเดลสมการ สมการ โครงสร้างรูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์ มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้า ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก.....	
4-33	113
สัมประสิทธิ์เส้นทางอิทธิพลทางตรง ทางอ้อม และอิทธิพลรวมสมการ โครงสร้าง รูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้า ในพื้นที่ เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก.....	
4-34	115
พื้นที่ใช้สอย อาคารศูนย์การเรียนรู้การเงินและการลงทุนธุรกิจระหว่างประเทศ ชั้นที่ 1.....	
4-35	116
พื้นที่ใช้สอย อาคารศูนย์การเรียนรู้การเงินและการลงทุนธุรกิจระหว่างประเทศ ชั้นที่ 2.....	
4-36	117
พื้นที่ใช้สอย อาคารศูนย์การเรียนรู้การเงินและการลงทุนธุรกิจระหว่างประเทศ ชั้นที่ 3.....	

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4-37	
พื้นที่ใช้สอย อาคารศูนย์การเรียนรู้การเงินและการลงทุนธุรกิจระหว่างประเทศ ชั้นที่ 4.....	117



## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1-1 กรอบดำเนินการวิจัย.....	7
1-2 กรอบวิจัยเชิงปริมาณ.....	9
2-1 Value chain.....	51
4-1 โมเดลสมการโครงสร้างรูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็น ศูนย์แสดงสินค้า ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก.....	107

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันซึ่งเป็นยุคเปลี่ยนผ่านสู่ระบบเศรษฐกิจสังคมในศตวรรษที่ 21 อันเป็นการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 (The fourth industrial revolution) ซึ่งเป็นสิ่งที่คนในสังคมโลกกำลังกล่าวถึงกันอย่างมากในปัจจุบัน การปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งนี้ คือ การต่อยอดและผสมผสานของเทคโนโลยีหลายด้านเพื่อรับใช้มนุษย์ได้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น เทคโนโลยีเหล่านี้ ได้แก่ เทคโนโลยีหุ่นยนต์ นาโนเทคโนโลยี เทคโนโลยีสารสนเทศ การพิมพ์สามมิติ ไปโอเทคโนโลยี ปัญญาประดิษฐ์ พันธุวิศวกรรม เป็นยุคแห่งการคิดค้นนวัตกรรมเพื่อสร้างมูลค่า (Value base economy) ผลพวงของการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 ของโลก ซึ่งไม่มีใครรู้ได้ว่าจะจบลงเช่นไร และเป็นอันตรายต่อโลกในที่สุดมากน้อยเพียงไหน (วรากรณ์ สามโกเศศ, 2559; พิมพ์เขียวไทยแลนด์ 4.0 โมเดลขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ความมั่งคั่ง มั่นคงและยั่งยืน, 2559) ในขณะที่เศรษฐกิจโลกยังคงมีแนวโน้มขยายตัวอย่างช้า ๆ และมีความเสี่ยงจากความผันผวนในระบบเศรษฐกิจและการเงินโลกในเกณฑ์สูง ปัญหาภัยคุกคาม และความเสี่ยงที่มีรูปแบบใหม่ ๆ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2559 ก) ปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ปัญหาด้านผลผลิตเกษตร ด้านอุตสาหกรรมต่าง ๆ ระบบเศรษฐกิจหลายประเทศ และทุกประชาคม ต่างได้รับผลกระทบเป็นห่วงโซ่ทางเศรษฐกิจรวมทั้งประเทศไทย (ประยุทธ์ จันทร์โอชา, 2559) หลายประเทศต่างปฏิรูปขนานใหญ่เพื่อรับมือกับความเสี่ยง และภัยคุกคามใหม่ ๆ ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อสร้างความมั่งคั่งให้กับประเทศ อาทิ สหรัฐอเมริกาประกาศนโยบาย A nation of maker อังกฤษกับ Design in innovation จีนผลักดัน Made in China 2025 ส่วนอินเดียประกาศ Make in India สิงคโปร์เป็น Smart nation เกาหลีใต้วางโมเดลเศรษฐกิจ Creative economy เป็นต้น (สุวิทย์ เมษินทรีย์, 2559; ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ, 2559; พิมพ์เขียวไทยแลนด์ 4.0 โมเดลขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ความมั่งคั่ง มั่นคงและยั่งยืน, 2559)

สำหรับประเทศไทยได้กำหนดวิสัยทัศน์ของประเทศ คือ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” ร่างยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) และประกาศนโยบายไทยแลนด์ 4.0 หรือประเทศไทย 4.0 (ประยุทธ์ จันทร์โอชา, 2559) ซึ่งประกอบด้วย แนวคิดสำคัญ 2 ประการ คือ 1. การสร้างความเข้มแข็งจากภายใน (Strength from within) 2. เชื่อมโยงเศรษฐกิจภายในกับเศรษฐกิจโลก

(Connect to the world) (สุวิทย์ เมษินทรีย์, 2559; พิมพ์เขียวไทยแลนด์ 4.0 โมเดลขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ความมั่งคั่ง มั่นคงและยั่งยืน, 2559) ผ่านกลไก “ประชารัฐ” ในการขับเคลื่อน โดยผู้มีส่วนร่วมหลักที่จะประกอบด้วย ผู้ประกอบการเอกชน หน่วยงานราชการหรือหน่วยงานการเงิน สถาบันการศึกษาเช่นมหาวิทยาลัย และสถาบันวิจัยต่าง ๆ โดยเน้นตามความถนัดและจุดเด่นของแต่ละองค์กร และมีภาครัฐเป็นตัวสนับสนุน (สุวิทย์ เมษินทรีย์, 2559)

จากอดีตที่ผ่านมา รัฐบาลได้มีความพยายามในการขับเคลื่อนส่งเสริมพัฒนาในด้านเศรษฐกิจอุตสาหกรรมของประเทศในพื้นที่ต่าง ๆ อาทิ ในระยะประมาณ 30 ปีที่ผ่านมา นับจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 5 ปี พ.ศ. 2525-2529 ที่ต้องการกระจายความเจริญทางเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมสู่ภูมิภาค รัฐบาลจึงมีการประกาศโครงการพัฒนาพื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก หรือที่เรียกว่าโครงการอีสเทิร์นซีบอร์ด ประกอบด้วย จังหวัดชลบุรี ระยอง นอกจากนี้ยังกำหนดให้ จังหวัดฉะเชิงเทรา และปราจีนบุรี เป็นพื้นที่อุตสาหกรรมหลากหลายที่ไม่ใช่อุตสาหกรรมหนักอีกด้วย ปี พ.ศ. 2558 มีการประกาศเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนระยะที่หนึ่งรวม 5 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดตาก มุกดาหาร สระแก้ว ตราด และสงขลา จากนั้นได้ขยายไปอีก 5 จังหวัด รวมเป็น 10 จังหวัด คือ เชียงราย หนองคาย นครพนม กาญจนบุรี และนราธิวาส ในปี พ.ศ. 2558 ยังมีการประกาศเขตสามเหลี่ยมมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน ในจังหวัดยะลา ปัตตานี และนราธิวาส และเมื่อวันที่ 28 มิถุนายน พ.ศ. 2559 รัฐบาลยังได้มีมติกรม. เห็นชอบในหลักการ ประกาศ ให้ภาคตะวันออก คือ จังหวัดระยอง ชลบุรี ฉะเชิงเทรา เป็นจังหวัดนำร่องโครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก หรือ Eastern economics corridor development (EEC) เพิ่มเติมอีกด้วย (ไทยรัฐ, 2560) โดยในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 นั้นรัฐบาลยังให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับการต่อยอดจากความเชื่อมโยงเชิงกายภาพสู่การพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจและชุมชนตามแนวระเบียงเศรษฐกิจต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและการกระจายความเจริญในการพัฒนาชุมชนจังหวัดและเมืองตามแนวระเบียงเศรษฐกิจ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2559 ข)

แต่อย่างไรก็ตาม จากสถานการณ์ทางเศรษฐกิจไทยที่อยู่ในภาวะถดถอยจากปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ โดยสถิติรวมช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8-11 เศรษฐกิจไทยขยายตัวเฉลี่ยเพียงร้อยละ 3.12 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2559 ก) ความต้องการที่เป็นรูปธรรมที่ชัดเจนในการกระตุ้นและส่งเสริมเศรษฐกิจจึงมีมากยิ่งขึ้นในปัจจุบัน ทำให้ล่าสุดรัฐบาลยังคงประกาศเน้นย้ำแนวทางสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศว่า ขอให้

ทุกฝ่าย ทุกกระทรวง ทบวง กรม ตลอดจนมหาวิทยาลัย ร่วมมือกันปฏิรูปเศรษฐกิจใหม่ของประเทศไทยให้เข้มแข็ง (ประยูรค์ จันทน์โอชา, 2559; สุวิทย์ เมษินทรีย์, 2559)

กระทรวงศึกษาธิการซึ่งส่วนหนึ่งประกอบด้วยส่วนงานของมหาวิทยาลัยในประเทศไทยซึ่งมีภารกิจสำคัญตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่องมาตรฐานสถาบันอุดมศึกษา คือ การผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพ การวิจัยที่มีคุณประโยชน์ สนองยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ การให้บริการทางวิชาการแก่สังคมที่ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายทั้งในวงกว้างและเฉพาะเจาะจงทั้งในและต่างประเทศ (ประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง มาตรฐานสถาบันอุดมศึกษา พ.ศ. 2554, 2554) ซึ่งทั้งนี้มหาวิทยาลัยยังเป็นองค์กรที่สามารถใช้จุดเด่น ในการร่วมกันพัฒนาประเทศตามกลไกประชารัฐของรัฐบาล (สุวิทย์ เมษินทรีย์, 2559) ซึ่งที่ผ่านมากระทรวงศึกษาธิการได้มีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ผลักดันความร่วมมือต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการบูรณาการ อาทิ โครงการโรงเรียนประชามหาเขื่อนในเขตเศรษฐกิจพิเศษ โครงการจัดการศึกษาเพื่อรองรับการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษ โครงการจัดการศึกษาเพื่อรองรับเมืองต้นแบบ สามเหลี่ยมมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นต้น (พลเอกสุรเชษฐ์ ชัยวงศ์, 2560)

ทั้งนี้ในการสนับสนุนนโยบายประเทศไทย 4.0 และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ที่กล่าวว่า การขยายตัวทางเศรษฐกิจของไทยยังต้องพึ่งพิงอุปสงค์ในตลาดโลก รวมทั้งยังต้องอาศัยภาคการส่งออกในการสร้างฐานรายได้ของประชาชนในประเทศให้มีความแข็งแกร่งนั้น (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2559 ก) การส่งเสริมการแสดงสินค้า (Exhibition) ถือเป็นช่องทางหนึ่งในการส่งเสริมการขายให้กับผู้ประกอบการ โดยในส่วนของอุตสาหกรรมไมซ์สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการผลักดันอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศไทยให้มีความเข้มแข็งได้ โดยการจัดงานแสดงสินค้า เป็นการเปิดโอกาสให้ภาคอุตสาหกรรมหลักต่าง ๆ นำสินค้ามาแสดง เพื่อนำไปสู่การซื้อขายแลกเปลี่ยนหรือการจับคู่ทางธุรกิจร่วมกันของผู้ประกอบการ อันเป็นการสร้างมูลค่าให้แก่อุตสาหกรรมหลักนั้น ๆ หรืองานประชุมทางวิชาการ ก็เป็นโอกาสสำคัญของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมหลักที่จะได้แลกเปลี่ยนความรู้ทักษะ และเทคโนโลยีในการผลิต หรือสร้างสรรค์นวัตกรรมต่าง ๆ ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาอุตสาหกรรมอย่างยั่งยืนในอนาคต (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2559)

แต่อย่างไรก็ตาม ในส่วนที่เป็นศูนย์แสดงสินค้าหรือนิทรรศการ โดยเฉพาะที่เป็นศูนย์แสดงสินค้าถาวร (Permanent exhibition) ที่มีสินค้ามาจัดแสดง และมีระบบฐานข้อมูลสนับสนุนการค้าขายให้กับผู้ประกอบการนั้น กลับพบว่า ที่ผ่านมาในระดับประเทศไทยเคยมีการดำเนินงานมาก่อนแต่ ปัจจุบันได้ยุบเลิกไปแล้ว คือ ศูนย์แสดงสินค้าและตลาดกลางสินค้าเพื่อการส่งออก หรือ

Thailand export mart ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ หรือกรมส่งเสริมการส่งออกเดิม ถนนรัชดาภิเษก กรุงเทพมหานคร ซึ่งเปิดให้บริการเมื่อวันที่ 21 มิถุนายน พ.ศ. 2543 มีลักษณะเป็น ศูนย์แสดงสินค้าถาวร (Permanent exhibition) และเป็นตลาดกลางสินค้า (Trade mart) แห่งแรกและแห่งเดียวของประเทศไทย เป็นอาคารสูง 8 ชั้น โดยจัดเป็นศูนย์รวมการจัดแสดงสินค้าหลากหลาย ประเภทไว้ในที่เดียวกันแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ชั้น 2-5 รวม 92 ห้อง ขนาดห้องละ 40 ตารางเมตร สำหรับจัดแสดงสินค้าของแต่ละบริษัทที่มาจัดตกแต่งนำเสนอสินค้าเอง โดยมีเจ้าหน้าที่ประจำคอย ให้บริการและนัดหมาย พบปะเจรจาการค้า แต่ละชั้นจัดตามประเภทของสินค้า เช่น สินค้าของขวัญ สินค้าอิเล็กทรอนิกส์ สินค้าอาหาร เครื่องหนัง อัญมณี เป็นต้น ส่วนที่ 2 จัดแสดงสินค้านำร่วม (Exhibition halls) ชั้น 3-6 จัดแสดงสินค้านำร่วมกันหลายประเภท โดยกรมฯ เป็นผู้จัดและตกแต่ง สินค้า ไม่มีเจ้าหน้าที่ของบริษัทประจำ โดยใช้มาตรฐานคัดเลือกผู้ผลิตและผู้ส่งออกตามเกณฑ์ที่ กรมกำหนด เช่น เป็นผู้ส่งออกที่ได้รับรางวัลดีเด่น เป็นสมาชิกสมาคมธุรกิจต่าง ๆ เป็นผู้ผลิต ส่งออกที่ได้รับตราสัญลักษณ์สินค้าไทย เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีศูนย์บริการด้านธุรกิจและข้อมูล ต่าง ๆ (Business center) ให้บริการแก่ผู้มาติดต่อ โดยวันเวลาทำการของศูนย์เป็นไปตามวันเวลา ราชการ (อิทธิพันธ์ พัฒนานุพงษ์, 2550) แต่ปัจจุบันได้ยุบเลิกไปแล้วทั้งหมด มีเพียงอาคารจัดแสดง สินค้าชั้นเดียว (Exhibition hall) 2 หลัง ที่เปิดให้บริการกับสมาคมการค้าต่าง ๆ มาใช้สถานที่จัดงาน แสดงสินค้าผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนกันไป (วัชร ชำนาญวงศ์, สัมภาษณ์, 3 ธันวาคม 2559)

สำหรับศูนย์แสดงสินค้านำร่วมดังกล่าวของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ หรือกรม ส่งเสริมการส่งออกนั้น พบว่า เริ่มประสบปัญหาการดำเนินการขาดทุนหลังดำเนินการได้ 7 ปี คือ เริ่มตั้งแต่ปีพ.ศ. 2549 เนื่องจากผู้เข้าร่วม โครงการไม่เต็ม โครงการ ผู้เข้าร่วม โครงการหลายรายถอน ตัว ผู้เข้าชมมีจำนวนลดลงเรื่อย ๆ โดยมีการวิเคราะห์ปัญหาและสถานการณ์ของโครงการ Thailand export mart แล้วพบว่า ปัญหาแรกมาจากการขาดบุคลากรที่มีความเป็นมืออาชีพในการบริหาร จัดการ และตกแต่งอาคาร การตกแต่งไม่ดึงดูด นอกจากนี้ ยังมีผู้เช่าหลายรายเข้าอยู่แบบทำสัญญา ไม่ถูกต้อง มีการค้างจ่าย การประชาสัมพันธ์รบกวน และการตลาดของโครงการ Thailand export mart ขาดแคลนงบประมาณ ขาดความหลากหลายของสินค้าที่จัดแสดง การจัดโซนนิ่งสินค้าแต่ละ ชั้นไม่ถูกต้อง ไม่เป็นระเบียบ ผู้เข้าชมมีจำนวนลดลง จึงยิ่งส่งผลให้ผู้เข้าร่วม โครงการถอนตัว และโครงการต้องประสบกับภาวะการขาดทุนอย่างต่อเนื่อง (ปิยะลักษณ์ วงศ์ศรีสุขชน, 2550)

เพื่อเป็นการสนับสนุนนโยบายประเทศไทย 4.0 หากรัฐบาลมีรูปแบบศูนย์รวบรวมแสดง สินค้าที่เป็นถาวร (Permanent exhibition) และมีสินค้าผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนตลอดเวลาพร้อม ฐานข้อมูลต่าง ๆ ที่บริหารจัดการ โดยองค์กรที่มีศักยภาพและความพร้อม ก็จะสามารถทำให้ช่วย สนับสนุนเรื่องของการตัดสินใจซื้อขายแลกเปลี่ยนได้เร็วและเพิ่มขึ้นอีกช่องทางหนึ่ง

จากการศึกษาซึ่งมีการกล่าวถึงศูนย์แสดงสินค้ารูปแบบต่าง ๆ ในต่างประเทศมี อาทิ ฟิลิปปินส์, ใต้หวัน, ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ ประกอบกับการศึกษาเขตพิเศษยุทธศาสตร์แห่งชาติคันไซ ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งจากหนังสือเวียนเลขาธิการคณะรัฐมนตรี ถึงกระทรวงศึกษาธิการ ให้ทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำแนวทางเขตพิเศษยุทธศาสตร์คันไซ มาปรับใช้กับโครงการพัฒนาเขตเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC) นั้น จากสาระสำคัญพบว่า เขตพิเศษยุทธศาสตร์คันไซนั้น มีความใกล้เคียงกับ EEC โดยประเด็นหนึ่งคือมีการสนับสนุนการใช้ประโยชน์จากธุรกิจไมซ์ สำหรับประเทศไทยก็มีการประกาศให้ จังหวัดชลบุรี โดยเมืองพัทยา เป็น 1 ใน 5 เมืองแรกของจุดหมายปลายทางแห่งไมซ์ ของประเทศไทยด้วยเช่นกัน โดยเฉพาะการเป็นศูนย์ประชุมและศูนย์แสดงสินค้านานาชาติชั้นนำของอาเซียน (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2559; สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี, 2560 ก) แต่แม้ว่าจังหวัดชลบุรี โดยเมืองพัทยา จะมีศูนย์การประชุมและนิทรรศการขนาดใหญ่ จำนวนมาก อาทิ ศูนย์ประชุมพีช (Pattaya exhibition and convention hall: PEACH) ซึ่งเป็นศูนย์แสดงสินค้าและศูนย์ประชุมระดับนานาชาติ ด้วยพื้นที่กว่า 13,500 ตารางเมตร สามารถผู้เข้าประชุมได้ถึงกว่า 10,000 คน (รอยัล คลิฟ โฮเต็ล กรุ๊ป, ม.ป.ป.) แต่ทั้งหมดมีลักษณะเป็นศูนย์ประชุมและศูนย์เพื่อจัดแสดงสินค้านานาชาติ ไม่มีศูนย์หรือส่วนที่จัดแสดงสินค้าที่มีลักษณะถาวร และไม่มีศูนย์ข้อมูลเพื่อสนับสนุนการซื้อขายสำหรับผู้ประกอบการ

ดังนั้น กระทรวงศึกษาธิการ โดยมหาวิทยาลัยที่มีศักยภาพและมีความพร้อมที่อยู่ในพื้นที่ การส่งเสริมทางเศรษฐกิจต่าง ๆ ของประเทศ จึงสามารถมีส่วนร่วมขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจในรูปแบบต่าง ๆ ได้อีกทางหนึ่ง โดยเฉพาะการจัดศูนย์แสดงสินค้าเพื่อกระตุ้นส่งเสริมเศรษฐกิจทั้งภายใน และส่งเสริมการค้าขายระหว่างประเทศ เพื่อยกระดับเศรษฐกิจได้ในอีกแนวทางหนึ่ง เนื่องจากมหาวิทยาลัยเป็นองค์กรที่มีทั้งบุคลากร นักวิชาการ สถานที่ ฯลฯ เป็นองค์กรที่สามารถใช้จุดเด่น ในการร่วมกันพัฒนาประเทศตามกลไกประชารัฐของรัฐบาล (สุวิทย์ เมษินทรีย์, 2559) ภาคการศึกษาถือเป็นหน่วยงานที่มีบทบาทสำคัญในการสร้างบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถป้อนเข้าสู่ตลาดแรงงาน รวมถึงยังเป็นหน่วยงานที่มีการคิดค้นและวิจัยเทคโนโลยีและนวัตกรรมในรูปแบบใหม่ ๆ ออกมาอย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะในการศึกษาระดับอุดมศึกษา ซึ่งแต่ละสถาบันจะมีความโดดเด่นที่แตกต่างกัน (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2559) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ของประเทศไทยนั้น ถือได้ว่าเป็นพื้นที่ที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจอุตสาหกรรม และอยู่ในพื้นที่ประกาศนโยบายเร่งด่วนเพื่อการกระตุ้นและส่งเสริมเศรษฐกิจของประเทศ และมีความพร้อมด้านระบบโลจิสติกส์ทั้งในส่วนผู้เดินทางเข้ามาและผู้ประกอบการสินค้าที่จะนำมาจัดแสดง และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ จากการประกาศนโยบายของรัฐบาลอีกด้วย (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2559)

ด้วยเหตุผลทั้งหมด ประกอบกับหนังสือเวียนของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (2559 ก) ที่เน้นย้ำเรื่องงานวิทยานิพนธ์ในระดับปริญญาเอก ให้มีงานที่มีผลกระทบต่อเศรษฐกิจเป็นโจทย์วิจัย โดยกำหนดหัวข้อวิจัยให้มีความสอดคล้องกับโจทย์ของการพัฒนาประเทศ แก้ไขปัญหาในเชิงพื้นที่ หรือมีการเชื่อมโยงกับ Mega-project ของรัฐบาล ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่องรูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์พื้นที่มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกเพื่อเป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศต่อไป

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษารูปแบบที่มหาวิทยาลัยบริหารศูนย์แสดงสินค้า ให้เป็นไปตามเป้าหมายในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก
2. เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์ของศูนย์แสดงสินค้าของมหาวิทยาลัยในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก

### สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ความเหมาะสมของสถานที่ภายในมหาวิทยาลัยใช้เป็นพื้นที่แสดงสินค้ามีผลต่อรูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก

สมมติฐานที่ 2 รูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัย

สมมติฐานที่ 3 ความเหมาะสมของสถานที่ภายในมหาวิทยาลัยใช้เป็นพื้นที่แสดงสินค้ามีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัยโดยมีรูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกเป็นตัวแปรคั่นกลาง

### คำถามของการวิจัย

รูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ควรเป็นอย่างไร

## กรอบดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่องรูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์พื้นที่มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกมีกรอบดำเนินการวิจัยดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ทบทวนวรรณกรรม (Literature review) เกี่ยวกับนโยบายสาธารณะและการขับเคลื่อน, แนวคิดเกี่ยวกับการกระตุ้นเศรษฐกิจ, แนวคิดเกี่ยวกับสถาบันการศึกษากับการส่งเสริมเศรษฐกิจแห่งชาติ, แนวคิดเกี่ยวกับศูนย์แสดงสินค้า, แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง



← วิธีดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนที่ 2 ทำการวิจัย ด้วยเทคนิคการสัมภาษณ์เชิงคุณภาพ กับผู้บริหารสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.), ผู้บริหารกระทรวงพาณิชย์, ผู้บริหารมหาวิทยาลัย, ผู้บริหารระดับจังหวัด รวมจำนวน 8 คน ได้แก่

- |   |   |
|---|---|
| 1. นายสมเด็จ สุสมบูรณ์                        | รองอธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ<br>กระทรวงพาณิชย์                         |
| 2. นางศุภวรรณ ตีระรัตน์                       | รองผู้อำนวยการ สำนักส่งเสริมการจัดประชุม<br>และนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือสสปน. |
| 3. นายภัทรธรณ์ เทียนไชย                       | ผู้ว่าราชการจังหวัดชลบุรี   |
| 4. นายกิตติพันธุ์ โรจนชีวะ                    | รองผู้ว่าราชการจังหวัดฉะเชิงเทรา  |
| 5. นายสมเกียรติ พูลสุขเสริม                   | หัวหน้าสำนักงานจังหวัดรับมอบหมายจาก<br>ผู้ว่าราชการจังหวัดระยอง                   |
| 6. นายกิตติ เกียรติมนตรี                      | รองนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดระยอง  |
| 7. รองศาสตราจารย์ ดร.สมนึก ธีระกุลพิสุทธิ์    | อธิการบดี มหาวิทยาลัยบูรพา จังหวัดชลบุรี  |
| 8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อารมย์ ตัดตะวะศาสตร์ | อธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์<br>(วิทยาเขตบางพระ) จังหวัดชลบุรี            |



ภาพที่ 1-1 กรอบดำเนินการวิจัย





ขั้นตอนที่ 3 วิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) เก็บข้อมูลด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการชั้นนำ ที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ 3 จังหวัด ในเขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก 3 จังหวัด คือ ฉะเชิงเทรา ระยอง และชลบุรี จำนวน 100 ราย ซึ่งมาจากการวิเคราะห์สมการ โครงสร้างเพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยใช้โปรแกรม PLS ที่มีการกำหนดจำนวนตัวอย่างอย่างน้อย 10 เท่า ของจำนวนตัวแปรสังเกตได้ (MV) ในตัวแปรแฝงที่มี MV มากที่สุด คือ อย่างน้อย 30-100 หน่วย เพื่อทราบแนวทางรูปแบบศูนย์แสดงสินค้ามหาวิทยาลัยในพื้นที่ EEC



รูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้า  
ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก

ภาพที่ 1-1 (ต่อ)

### กรอบวิจัยเชิงปริมาณ

การศึกษาเรื่องรูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์พื้นที่มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกมีกรอบวิจัยเชิงปริมาณ ดังนี้



2. สามารถเพิ่มช่องทางการค้าขายและจำหน่ายสินค้าให้กับผู้ประกอบการในเขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก

3. สามารถส่งเสริมหรือกระตุ้นเศรษฐกิจการค้าขายในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก

### ขอบเขตการวิจัย

#### ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษา รูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก เท่านั้น

#### ขอบเขตด้านประชากร

ศึกษา รูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก โดยการสัมภาษณ์ ผู้บริหารสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) ผู้บริหารกระทรวงพาณิชย์ ผู้บริหารมหาวิทยาลัย ผู้บริหารระดับจังหวัด รวมจำนวน 8 คน ได้แก่

- |   |  |
|---|--|
| 1. นายสมเด็จ สุสมบูรณ์                        | รองอธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์                         |
| 2. นางสุภวรรณ ศีระรัตน์                       | รองผู้อำนวยการ สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. |
| 3. นายภัทรธรณ์ เทียนไชย                       | ผู้ว่าราชการจังหวัดชลบุรี  |
| 4. นายกิตติพันธ์ โจรนชีวะ                     | รองผู้ว่าราชการจังหวัดฉะเชิงเทรา   |
| 5. นายสมเกียรติ พูลสุขเสริม                   | หัวหน้าสำนักงานจังหวัดรับมอบหมายจากผู้ว่าราชการจังหวัดระยอง                    |
| 6. นายกิตติ เกียรติมนตรี                      | รองนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดระยอง   |
| 7. รองศาสตราจารย์ ดร.สมนึก ชีระกุลพิศุทธิ์    | อธิการบดี มหาวิทยาลัยบูรพา จังหวัดชลบุรี                                       |
| 8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อารมย์ ตัดตะวะศาสตร์ | อธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศวัน (วิทยาเขตบางพระ) จังหวัดชลบุรี           |

#### ขอบเขตพื้นที่ศึกษา

ทำการศึกษา รูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก เฉพาะจังหวัดชลบุรี ระยอง และฉะเชิงเทรา เท่านั้น

### ขอบเขตระยะเวลา

การวิจัยในครั้งนี้เริ่มทำการศึกษาดังแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2560 โดยเริ่มทำการทบทวนวรรณกรรมและเอกสารที่เกี่ยวข้อง รวมถึงกำหนดขอบเขตในการวิจัยในด้านต่าง ๆ รูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก

### นิยามศัพท์เฉพาะ

ศูนย์แสดงสินค้า หมายถึง สถานที่สำหรับจัดแสดงสินค้า ที่มีทั้งการแสดงสินค้าถาวร และการจัดแสดงสินค้า/ นิทรรศการชั่วคราว และมีศูนย์ข้อมูล

การจัดแสดงสินค้า/ นิทรรศการ (Exhibition) หมายถึง การแสดงสินค้าหรือบริการ ผลงาน กิจกรรม ให้คนทั่วไป หรือผู้ประกอบการ ได้ชม มองเห็น จับต้อง สัมผัส เพื่อสร้างโอกาส สร้างงาน สร้างรายได้ให้เกิดขึ้น

การแสดงสินค้าถาวร/ นิทรรศการถาวร (Permanent exhibition) หมายถึง การจัดแสดงสินค้า หรือบริการ นิทรรศการ เพื่อให้ผู้ชมเข้าชมได้อย่างต่อเนื่องเป็นเวลานานตลอดปี สามารถปรับปรุงแก้ไขได้เป็นครั้งคราว

การจัดแสดงสินค้า/ นิทรรศการชั่วคราว (Temporary exhibition) หมายถึง การจัดแสดงสินค้าหรือบริการชั่วคราว อย่างน้อยตั้งแต่ 1 วัน 3-7 วัน หรือ 2 สัปดาห์ หรือ 1 เดือน

การจัดงานแสดงสินค้าเคลื่อนที่/ หมุนเวียน (Traveling exhibition) การจัดงานแสดงสินค้าที่หมุนเวียนเปลี่ยนสถานที่แสดง

การจัดงานแสดงสินค้า/ นิทรรศการกลางแจ้ง (Outdoor exhibition) เป็นการจัดแสดงสินค้าหรือจัดนิทรรศการที่อยู่ภายนอกตัวอาคาร

การจัดงานแสดงสินค้า/ นิทรรศการในร่ม (Indoor exhibition) คือ การจัดนิทรรศการภายในบริเวณตัวอาคาร หรือเป็นการจัดสร้างอาคารเพื่อใช้ในการแสดงนิทรรศการ แบบชั่วคราว หรือแบบเคลื่อนที่ หรือแบบถาวรก็ได้

ธุรกิจ MICE หมายถึง ธุรกิจแขนงหนึ่งของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 4 ธุรกิจย่อย ธุรกิจการจัดประชุมขององค์กร (M-Meeting) ธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (I-Incentive) ธุรกิจการจัดประชุมนานาชาติ (C-Convention) ธุรกิจการจัดแสดงสินค้า (E-Exhibition)

เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (Eastern economic corridor หรือ EEC) หมายถึง พื้นที่ในบริเวณจังหวัดฉะเชิงเทรา ชลบุรี และระยอง

รูปแบบ หมายถึง โครงสร้าง หรือเครื่องมือทางความคิด เพื่อใช้ในการวินิจฉัย  
ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบที่สร้างมาจากเหตุการณ์ หรือ ได้มาจากทฤษฎี

ศูนย์ One stop service หมายถึง ศูนย์แสดงสินค้าที่ให้บริการครบวงจรเกี่ยวกับการพัฒนา  
ธุรกิจ

Trade data library หมายถึง ศูนย์บริการข้อมูลด้านการค้าขายให้กับธุรกิจ

Show room ผู้ผลิตสินค้าบริการ หมายถึง ห้องแสดงสินค้าจากผู้ผลิตสินค้า หรือบริการที่  
รวบรวมมาไว้ในศูนย์แสดงสินค้า

Matching หมายถึง การจับคู่ธุรกิจ การหา Partner ทางธุรกิจมาร่วมมือกัน โดยเฉพาะ  
ธุรกิจที่กำลังจะเปิดตลาดใหม่ในต่างประเทศ รวมถึง การหาคู่ค้าที่เป็น Suppliers, Agents,  
Distributors, Service providers หรือ Buyers และอื่น ๆ

Office space หมายถึง สำนักงานให้เช่าขนาดเล็กพร้อมอุปกรณ์อำนวยความสะดวก  
สำหรับสำนักงาน

Startup หมายถึง ธุรกิจที่ถูกออกแบบมาให้เติบโตอย่างรวดเร็วมาตั้งแต่แรก ตั้งแต่ทีมงาน  
โครงสร้างธุรกิจ ไปจนถึงวิธีการใช้เงิน และการทำตลาด

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องรูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. นโยบายสาธารณะและการขับเคลื่อน
2. แนวคิดเกี่ยวกับการกระตุ้นเศรษฐกิจ
3. แนวคิดเกี่ยวกับสถาบันการศึกษากับการส่งเสริมเศรษฐกิจแห่งชาติ
4. แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรม MICE และศูนย์แสดงสินค้า
5. แนวคิดเกี่ยวกับ Supply chain และ Value chain
6. แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการ
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### นโยบายสาธารณะและการขับเคลื่อน

#### ความหมายและความสำคัญของนโยบายสาธารณะ

จากการศึกษาและทบทวนวรรณกรรม พบว่า นักวิชาการส่วนใหญ่ให้มุมมองเกี่ยวกับความหมายของคำว่า นโยบาย (Policy) ไว้ว่า เป็นการกระทำ หรือแนวทางการกระทำ เช่น อีสตัน (Easton, 1953, p. 130) ได้กล่าวว่า นโยบายนั้นเป็นกลุ่มของการตัดสินใจและการกระทำที่เกี่ยวกับการจัดสรรค่านิยม เช่นเดียวกับ Hill (2005, p. 7) ที่กล่าวถึงความหมายของนโยบายว่า เป็นแนวทางการกระทำ หรือไม่กระทำ ซึ่งสอดคล้องกับพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ที่ได้ให้ความหมายไว้ว่า หมายถึง หลักการและวิธีปฏิบัติซึ่งถือเป็นแนวดำเนินการ ส่วน Parsons (1995) กล่าวถึง นโยบาย คือความพยายามที่จะกระทำหรือไม่กระทำกิจกรรม ในขณะที่ Hogwood and Gunn (1990, pp. 13-24) ได้กล่าวถึงนโยบายในมิติต่าง ๆ ได้แก่ กิจกรรมของรัฐบาล เป้าหมายทั่วไปในกิจกรรมของรัฐ ที่ได้มุ่งความประสงค์ หรือข้อเสนอที่เฉพาะเจาะจง การตัดสินใจของรัฐบาล การให้อำนาจอย่างเป็นทางการ แผนงาน ผลผลิต ผลลัพธ์ ทฤษฎี และกระบวนการ

อย่างไรก็ตาม คำว่า นโยบาย นักวิชาการส่วนใหญ่จะให้ความหมายเหมือนกับคำว่า นโยบายสาธารณะ ซึ่งมีมุมมองที่ไม่แตกต่างกันมากนัก และเกี่ยวข้องกับประเด็นสำคัญ ดังนี้

ประเด็นที่ 1 นโยบายสาธารณะคือการตัดสินใจกระทำ หรือไม่กระทำของรัฐ ได้แก่ Sharkansky (1970) กล่าวถึง นโยบายสาธารณะ คือ กิจกรรมต่าง ๆ ที่รัฐบาลกระทำและ Anderson (1994) กล่าวว่า นโยบายสาธารณะ คือ แนวทางการปฏิบัติของรัฐบาลเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง โดยมีจุดมุ่งหมายชัดเจนว่าสิ่งใดที่ต้องกระทำให้สำเร็จ เพื่อแก้ไขปัญหา และมีการนำไปปฏิบัติโดยบุคคล หรือกลุ่มบุคคลต่าง ๆ เช่นเดียวกับ Thevdoulon and Cahn (1995) ได้กล่าวถึงนโยบายสาธารณะว่า เป็นสิ่งที่รัฐบาลตั้งใจจะทำ สิ่งที่รัฐบาลทำจริงทุกระดับของรัฐบาลไม่เพียงเป็นแต่กฎหมาย เป็นการกระทำที่ตั้งใจเพื่อให้เกิดผลตามวัตถุประสงค์ทั้งระยะสั้นและระยะยาว Dye (1984) กล่าวถึงนโยบายสาธารณะครอบคลุมถึงสิ่งที่รัฐบาลเลือกที่จะกระทำ หรือไม่กระทำในส่วนที่จะกระทำครอบคลุมกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งหมดของรัฐบาล ทั้งกิจกรรมที่เป็นกิจวัตรและกิจกรรมที่เกิดขึ้นในบางโอกาส ซึ่งนักวิชาการไทยอาทิ มยุรี อนุমানราชชน (2556, หน้า 18) กล่าวถึงนโยบายสาธารณะ ว่าหมายถึง แนวทางที่รัฐบาลตัดสินใจเลือก เพื่อชี้้นำให้มีกิจกรรม การกระทำ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยมีกรวางแผนการจัดทำโครงการ วิธีการบริหารงานหรือกระบวนการดำเนินงาน ให้บรรลุวัตถุประสงค์ ด้วยวิธีปฏิบัติงานที่ถูกต้อง เหมาะสม สอดคล้องกับความเป็นจริงและความต้องการของประชาชน ขณะที่ทศพร ศิริสัมพันธ์ (2539, หน้า 4) กล่าวถึงนโยบายสาธารณะ คือ นโยบายที่กำหนดขึ้นโดยรัฐบาล ซึ่งอาจจะเป็นองค์กรหรือตัวบุคคล ที่มีอำนาจหน้าที่โดยตรงตามกฎหมาย ภายใต้ระบบการเมืองนั้น ๆ ทั้งนี้ นโยบายจะครอบคลุมตั้งแต่สิ่งที่รัฐบาลตั้งใจว่าจะกระทำหรือไม่กระทำ การตัดสินใจของรัฐบาลในการแบ่งสรรทรัพยากร หรือคุณค่าต่าง ๆ ในสังคม กิจกรรม หรือการกระทำต่าง ๆ ของรัฐบาลรวมถึงผลผลิตและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจริง ซึ่งเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นติดตามมาจากการดำเนินงานของรัฐบาล ส่วนฉัฐธา วินิจนัยภาค (2554, หน้า 8) ได้กล่าวถึงนโยบายสาธารณะ คือ ผลที่เกิดขึ้นจากชุดการตัดสินใจของปัจเจกบุคคล และหน่วยงานจำนวนมากในภาครัฐว่าจะทำอะไรหรือไม่ทำอะไร ซึ่งการตัดสินใจนั้นสะท้อนให้เห็นถึงความมุ่งหวังที่ต้องการบรรลุเป้าหมายที่กำหนด และมีแนวทางเพื่อให้เกิดผลในทางปฏิบัติ ในขณะที่ ศุภชัย ยาวะประภาส และปิยกร หวังมหาพร (2553, หน้า 16) ได้สรุปทัศนะร่วมของนักวิชาการ ไทยเกี่ยวกับการให้ความหมายของนโยบายสาธารณะไว้ คือ 1) นโยบายสาธารณะเป็นแนวทางในการดำเนินการหรือโครงการที่รัฐกำหนด 2) นโยบายสาธารณะเป็นเรื่องของการตัดสินใจ 3) นโยบายสาธารณะเป็นการกระทำของรัฐบาล 4) นโยบายสาธารณะเป็นกิจกรรมที่รัฐจัดทำขึ้น ทั้งปัจจุบันและอนาคต 5) นโยบายสาธารณะเป็นวิธีการเพื่อบรรลุเป้าหมาย และ 6) นโยบายสาธารณะเป็นทางเลือกที่จะดำเนินการ

ประเด็นที่ 2 นโยบายสาธารณะมีจุดมุ่งหมายเพื่อผลประโยชน์ส่วนรวมหรือการแก้ไขปัญหาของส่วนรวม ได้แก่ Easton (1953) กล่าวถึงนโยบายสาธารณะ คือ สิ่งที่รัฐบาลตัดสินใจที่จะ

กระทำหรือไม่กระทำการแจกแจงคุณค่าต่าง ๆ โดยอาศัยอำนาจตามกฎหมายเพื่อสังคมส่วนรวม สมบัติ ชำรงธัญวงศ์ (2549) กล่าวว่า นโยบายสาธารณะ หมายถึง กิจกรรมของรัฐบาลในการเลือกที่จะกระทำหรือไม่กระทำโดยมุ่งเน้นถึงค่านิยมและผลประโยชน์ของสังคมส่วนรวมเป็นสำคัญโดยมุ่งข้อบัญญัติที่ชอบด้วยกฎหมาย ขณะที่ถวิลวดี บุรีกุล และปัทมา สุปก่าปึง (2552, หน้า 23) ได้กล่าวว่า นโยบายสาธารณะ หมายถึง การจัดทำนโยบาย แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม แผนพัฒนาการเมือง แผนยุทธศาสตร์ แผนพัฒนาจังหวัด แผนพัฒนาหน่วยงานของรัฐบาล เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน สังคม หรือพื้นที่ การออกกฎระเบียบของหน่วยงานของรัฐ รวมทั้งโครงการหรือกิจกรรมต่าง ๆ ของหน่วยงานรัฐ ที่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อคุณภาพสิ่งแวดล้อม สุขอนามัย คุณภาพชีวิต หรือผู้มีส่วนได้เสียสำคัญอื่นใด

จากความหมายข้างต้นสรุปได้ว่า นโยบายสาธารณะเป็นการตัดสินใจที่จะกระทำหรือไม่กระทำของรัฐ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อผลประโยชน์ของส่วนรวม ทั้งนี้ นโยบายสาธารณะมีความสำคัญอย่างน้อย 2 ด้าน คือ 1. ด้านการบริหารและพัฒนาประเทศ กล่าวคือ นโยบายสาธารณะเป็นเครื่องมือในการกำหนดเป้าหมายและวิธีการในการบริหารและพัฒนาประเทศหลาย ๆ เรื่อง เช่น การบรรลุมัตถุประสงค์ทางเศรษฐกิจ 3 เรื่อง คือ ประสิทธิภาพ เสถียรภาพ และความเท่าเทียม การจัดสรรค่านิยมทางสังคม และเสริมสร้างความเสมอภาคในโอกาส การพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เป็นต้น และ 2. ด้านการตอบสนองความต้องการและแก้ไข กล่าวคือ ปัญหาของประชาชน นโยบายสาธารณะเป็นเครื่องมือในการตอบสนองความต้องการและแก้ไขปัญหาของประชาชน เช่น นโยบายส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน นโยบายสาธารณสุข และนโยบายการป้องกันและปราบปรามยาเสพติด เป็นต้น

การจำแนกประเภทของนโยบายสาธารณะมีหลากหลายมิติหรือมุมมอง เช่น มิติผู้กำหนดนโยบาย มิติเชิงวัตถุประสงค์หรือเชิงสัญลักษณ์ มิติเนื้อและวัตถุประสงค์ และมิติภารกิจของรัฐบาล ในที่นี้ผู้วิจัยได้จำแนกประเภทของนโยบายสาธารณะออกตามภารกิจของรัฐบาลในการบริหารประเทศ โดยประมวลจากสัมฤทธิ์ ยศสมศักดิ์ (2555, หน้า 31), สมบัติ ชำรงธัญวงศ์ (2556, หน้า 151-195) และ สุภชัย ขาวประภาส และปิยากร หวังมหาพร (2553, หน้า 144-157) สรุปได้ดังนี้

1. นโยบายด้านการเมืองการบริหาร เช่น รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ พระราชบัญญัติระเบียบข้าราชการพลเรือน พระราชบัญญัติปรับปรุงโครงสร้างกระทรวง ทบวง กรม พ.ศ. 2545 พระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน (ฉบับที่ 5) พ.ศ. 2545 พระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546 และนโยบายส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างหญิงชายของภาคราชการ เป็นต้น



2. นโยบายด้านเศรษฐกิจ เช่น นโยบายอัตราแลกเปลี่ยน นโยบายการลดภาษีธุรกิจ เฉพาะเพื่อแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ นโยบายการเงินสำรองร้อยละ 30 เพื่อแก้ไขปัญหาค่าเงินบาท แข็งตัวเร็วเกินไป นโยบายส่งเสริมการแข่งขันอย่างเสรี นโยบายกองทุนเงินทดแทน นโยบายการขายสินค้าแก่ประชาชนในราคาถูก เช่น สินค้าธงสีฟ้า เพื่อประชาชนซื้อสินค้าที่ราคาถูกลง เป็นต้น นโยบายเก็บภาษีก้าวหน้า ซึ่งเป็นการเก็บภาษีจากคนมีฐานะมากกว่าเพื่อมาช่วยคนที่มีฐานะน้อยกว่า นโยบายการปล่อยสินเชื่อสำหรับธุรกิจขนาดเล็ (SMEs) นโยบายการตรึงราคาน้ำมัน นโยบายการเปิดเสรีทางการค้า นโยบายประกันรายได้สำหรับเกษตรกร นโยบายการพักชำระหนี้เกษตรกร รายย่อย นโยบายจัดสรรงบประมาณ นโยบายนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ นโยบายธนาคาร ประชาชน แผนพัฒนาเศรษฐกิจเฉพาะกิจจังหวัด โครงการพืชสวนโลก โครงการกองทุนหมู่บ้าน โครงการพัฒนาศักยภาพของหมู่บ้านและชุมชน (SML) โครงการส่งเสริมรัฐวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมชายแดนใต้ (พ.ศ. 2554) เป็นต้น

3. นโยบายด้านสังคม เช่น นโยบายการจัดระเบียบสังคม (การจัดระเบียบสถานบริการ ร้านจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และหอพัก) โครงการรวมพลังทำดีเพื่อพ่อ นโยบายการห้าม ทำแท้ง นโยบายเกี่ยวกับการดำรงตำแหน่งของบุคคลสำคัญโดยให้ชายหญิงอย่างเท่าเทียมกัน พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้ถูกระทำด้วยความรุนแรงในครอบครัว พ.ศ. 2550 เป็นต้น

4. นโยบายด้านสาธารณสุข เช่น โครงการหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า เป็นต้น

5. นโยบายด้านการศึกษา เช่น พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 นโยบาย 1 อำเภอ 1 ทุนการศึกษา นโยบายเงินทุนหมุนเวียนเพื่อการพัฒนาสถาบันอุดมศึกษาเอกชน นโยบายขยายโอกาสทางการศึกษา และนโยบายเงินกู้ยืมเพื่อการศึกษา เป็นต้น

6. นโยบายด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เช่น พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทาง อิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2550 พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ และนโยบายคอมพิวเตอร์เอื้ออาทร เป็นต้น

7. นโยบายด้านความมั่นคงและการป้องกันประเทศ เช่น พระราชกำหนดว่าด้วยการ บริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน และนโยบายการรักษาความสงบภายใน เป็นต้น

8. นโยบายด้านต่างประเทศ เช่น นโยบายทูต CEO นโยบายการช่วยเหลือระหว่าง ประเทศและนโยบายด้านผู้อพยพ เป็นต้น

9. นโยบายด้านสิ่งแวดล้อม เช่น นโยบายการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม นโยบายการควบคุม มลพิษทางอากาศ นโยบายการบริหารจัดการป่าชุมชน นโยบายบริการจัดการดิน และนโยบายการ บริหารจัดการน้ำ เป็นต้น

การนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ (Policy implementation) จากการทบทวนของสมบัติ ชำรงธัญวงศ์ (2556, หน้า 395-482), สัมฤทธิ์ ยศสมศักดิ์ (2555, หน้า 244-286) และวรงค์ จันทรร (2551) (Menzel, 1987) การนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เป็นขั้นตอนการนำ การตัดสินใจนโยบาย สาธารณะที่ได้กระทำไว้ไปปฏิบัติเพื่อให้บรรลุเป้าหมายโดยองค์การหน่วยงานต่าง ๆ และเนื่องจาก แต่ละนโยบายสาธารณะนั้น มีองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องสภาพแวดล้อม และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย แตกต่างกัน และความล้มเหลวหรือความสำเร็จของนโยบายสาธารณะต่าง ๆ ส่วนใหญ่เกิดจากความล้มเหลวหรือความสำเร็จของการนำไปปฏิบัติ การนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ จึงเป็น ขั้นตอนที่สำคัญของกระบวนการนโยบายสาธารณะ โดยการศึกษาการนำนโยบายสาธารณะ ไปปฏิบัติจะทำให้ทราบว่า มีปัจจัยใดสนับสนุน หรือเป็นอุปสรรค ต่อการนำนโยบายสาธารณะ ไปปฏิบัติ อันจะนำไปสู่การสร้างแนวทางที่จะทำให้นโยบายสาธารณะประสบความสำเร็จมากขึ้น และยังสอดคล้องกับเมนเชลว่า การศึกษาการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติจะทำให้ทราบว่าทำไม นโยบายสาธารณะจึงประสบความสำเร็จ หรือล้มเหลว

การนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ นั้น มีแนวคิดพื้นฐานที่สำคัญ 2 ประการ กล่าวคือ ประการที่ 1 การนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เป็นการศึกษาการแปลงนโยบายสาธารณะไปสู่การ ปฏิบัติ เพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ได้แก่ Pressman and Wildavsky (1973) ได้ให้คำ จำกัดความการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติไว้ว่า คือ กระบวนการปฏิสัมพันธ์ระหว่าง การ กำหนดเป้าหมาย และการกระทำ เพื่อบรรลุเป้าหมาย Mazmanian and Sabatier (1989) กล่าวว่า การ นำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เป็นการนำการตัดสินใจนโยบายไปปฏิบัติให้สำเร็จ ภายใต้กฎหมาย ที่ผ่านซึ่งความเห็นชอบของฝ่ายนิติบัญญัติ คำสั่งของฝ่ายบริหาร และคำพิพากษาของศาล ในขณะที่ คราฟท์และฟูสรอง ได้กล่าวถึง การนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ คือ กลุ่มของกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง กับการจัดองค์การ การตีความ และการประยุกต์ใช้ ทั้งนี้ สุรสิทธิ์ วชิรขจร (2549, หน้า 74) กล่าวถึง การนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ ว่าหมายถึง กระบวนการหรือว่าวิธีการ ที่นำเอานโยบายที่ได้รับ ความเห็นชอบแล้วไปสู่การปฏิบัติ ซึ่งจะมีกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องมากมาย เช่น การกำหนดหรือ การตีความแนวทางการปฏิบัติที่แน่ชัด การเบิกจ่ายงบประมาณ การหางบประมาณเพิ่มเติม การ จัดสรรเงิน การทำสัญญา การเก็บรวบรวมข้อมูล การจัดหมวดหมู่ และการวิเคราะห์ข้อมูล การ วิเคราะห์ปัญหา การกำหนดเรื่องอัตรากำลังและการจ้างงาน การจัดรูปองค์การ การกำหนดทางเลือก ในการปฏิบัติ การวางแผนเพื่ออนาคต การเจรจาต่อรองกับประชาชน หรือกับกลุ่มผลประโยชน์ นัก ธุรกิจ รัฐสภา องค์การภาครัฐอื่น ๆ ตลอดจนองค์กรระหว่างประเทศ เป็นต้น ประการที่ 2 การนำโ บยบายสาธารณะไปปฏิบัติ เป็นการศึกษาถึงองค์การ กลุ่มบุคคล หรือบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการนำ นโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ ว่าจะสามารถนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติได้อย่างบรรลุตาม

นโยบายที่ระบุไว้หรือไม่เพียงใด เช่น Walter (1971) และ Van Horn and Donald (1976) ได้กล่าวถึงการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติว่า เป็นกิจกรรมที่กระทำโดยรัฐบาลและเอกชน อันมีผลต่อการบรรลุความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ และกล้า ทองขาว (2548, หน้า 7-8) กล่าวถึงการนำนโยบายไปปฏิบัติ หมายถึง กระบวนการจัดการ และการประสานกิจกรรม เพื่อนำความเปลี่ยนแปลงไปสู่ผลลัพธ์ที่พึงประสงค์ ให้บรรลุผลความสำเร็จตามเจตจำนงของนโยบาย โดยกลุ่มบุคคลหรือองค์กรภาครัฐหรือเอกชน

ปัจจุบันรัฐบาลไทยมีนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี โดยมีเป้าหมายที่จะให้ประชาชนไทยมีรายได้สูง ดังนั้น สินค้าและบริการจะต้องมีนวัตกรรม มีเทคโนโลยี จึงจะจำหน่ายและมีรายได้ที่สูงขึ้น ซึ่งอยู่ในองค์ประกอบของนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ทั้งนี้ จากการประมวลของสำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (2560), สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (2559) และกระทรวงอุตสาหกรรม (2559) มีรายละเอียดดังนี้

การพัฒนาประเทศไทย 4.0 (Thailand 4.0) สำหรับประเทศไทยได้มีนโยบายด้านการพัฒนาทางเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมอย่างต่อเนื่อง โดยในระยะแรกมีการใช้โมเดลประเทศไทย 1.0 ที่มุ่งเน้นการขับเคลื่อนประเทศด้วยเกษตรกรรม ต่อมาเมื่อประเทศไทยได้เข้าสู่ยุคของอุตสาหกรรม จึงมีการประกาศใช้โมเดลประเทศไทย 2.0 ซึ่งเน้นทางด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมเบาเป็นการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้า ตามด้วยโมเดลประเทศไทย 3.0 ที่มุ่งเน้นเรื่องการพัฒนาอุตสาหกรรมหนักเพื่อการส่งออกมากขึ้น ซึ่งเน้นในด้านการพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตเพื่อเพิ่มผลผลิตและเพื่อสร้างรายได้ให้กับประเทศภายใต้โมเดลประเทศไทย 3.0 แต่ในปัจจุบันรัฐบาลได้มีการพัฒนาโมเดลประเทศไทย 4.0 เพื่อมุ่งหวังแก้ปัญหา 3 กับดักที่สำคัญ อันประกอบด้วย กับดักการเป็นประเทศรายได้ปานกลาง (Middle income trap) กับดักความเหลื่อมล้ำ (Inequality trap) และกับดักของความไม่สมดุลในการพัฒนา (Imbalance trap) ดังนั้น จึงมีการสร้างโมเดลใหม่เพื่อการพัฒนาประเทศขึ้นมา คือ โมเดลประเทศไทย 4.0 โดยโมเดลประเทศไทย 4.0 นั้นจะใช้กลไกในการขับเคลื่อนความมั่งคั่ง (Engines of growth) เพื่อให้สามารถพัฒนาประเทศไปสู่ความมั่งคั่งดังต่อไปนี้

1. กลไกการขับเคลื่อนผ่านการสร้างและยกระดับผลิตภาพ (Productive growth engine) ทั้งนี้ เพื่อปรับเปลี่ยนประเทศไทยจากประเทศรายได้ปานกลางไปสู่ประเทศที่มีรายได้สูง ด้วยการสร้างเครือข่ายความร่วมมือในรูปแบบประชารัฐ การบริหารจัดการสมัยใหม่ การสร้างคลัสเตอร์ทางด้านเทคโนโลยี พัฒนาขีดความสามารถทางการวิจัยและการพัฒนา การพัฒนาโมเดลธุรกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม และการบ่มเพาะธุรกิจทางด้านเทคโนโลยี ทั้งนี้ เพื่อแก้ปัญหา “กับดักประเทศรายได้ปานกลาง” ซึ่งประเทศไทยกำลังเผชิญ

2. กลไกขับเคลื่อนที่ให้คนส่วนใหญ่ได้มีส่วนร่วมอย่างเท่าเทียมและทั่วถึง (Inclusive growth engine) ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดการกระจายรายได้ เกิดการสร้างโอกาสและความมั่งคั่งอย่างเท่าเทียม โดยการสร้างคลัสเตอร์เศรษฐกิจระดับกลุ่มจังหวัด การพัฒนาเศรษฐกิจระดับฐานรากในชุมชน การส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม การสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการค้าขายการทำธุรกิจ การส่งเสริมหรือสนับสนุนให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเกิดความเข้มแข็ง และมีความสามารถในการแข่งขันได้ในเวทีโลก ซึ่งเชื่อว่ากลไกนี้ สามารถพาประเทศไทยก้าวข้าม “กับดักความเหลื่อมล้ำ” ที่เกิดขึ้น

3. กลไกการขับเคลื่อนที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน (Green growth engine) ซึ่งมุ่งเน้นการใช้พลังงานทดแทน การปรับเปลี่ยนแนวคิดจากที่เคยคำนึงถึงความได้เปรียบในเรื่องต้นทุน (Cost advantage) เป็นหลัก มาสู่การคำนึงถึงผลประโยชน์ที่ได้จากการลดความสูญเสียที่เกิดขึ้นทั้งระบบ (Lost advantage) โดยมีหัวใจสำคัญอยู่ที่การพัฒนากระบวนการผลิตให้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด เพื่อประโยชน์แก่ประเทศและประชาคมโลกไปด้วยในเวลาเดียวกัน กลไกนี้ เพื่อตอบโจทย์การหลุดออกจาก “กับดักความไม่สมดุลของการพัฒนา” ระหว่างคนกับสภาพแวดล้อมที่เผชิญ ทั้ง 3 กลไก เพื่อปรับเปลี่ยนประเทศให้ก้าวไปสู่ประเทศที่มีรายได้สูง โดยมีการกระจายความมั่งคั่ง มีระบบเศรษฐกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม อันเป็นคุณลักษณะสำคัญของ “ประเทศโลกที่หนึ่ง” ในศตวรรษที่ 21 นี้

โมเดลประเทศไทย 4.0 เป็นการแสวงหากลไกในการขับเคลื่อนความมั่งคั่ง (Engines of growth) เพื่อแปลงความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของประเทศใน 2 ด้าน คือ ความหลากหลายเชิงชีวภาพ และความหลากหลายเชิงวัฒนธรรม เพื่อให้เป็นความได้เปรียบในเชิงแข่งขัน ทั้งนี้ โดยการเติมความคิดสร้างสรรค์ เติมนวัตกรรม และการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยี เพื่อปรับโครงสร้างจากกลุ่มอุตสาหกรรมดั้งเดิมสู่กลุ่มอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าและความซับซ้อนสูง ซึ่งจะขับเคลื่อนด้วย 5 กลุ่มเทคโนโลยีและนวัตกรรม ได้แก่ 1. กลุ่มอาหาร เกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพ 2. กลุ่มสาธารณสุข สุขภาพ และเทคโนโลยีทางการแพทย์ 3. กลุ่มเครื่องมืออุปกรณ์อัจฉริยะ หุ่นยนต์ และระบบเครื่องกลที่ใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์ควบคุม 4. กลุ่มดิจิทัล เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเชื่อมต่ออุปกรณ์ ปัญญาประดิษฐ์และเทคโนโลยีสมองกลฝังตัว และ 5. กลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ทุนวัฒนธรรมและบริการที่มีมูลค่าสูง

สิ่งที่เกี่ยวข้องกับไทยแลนด์ 4.0 ประการหนึ่ง คือ การพัฒนาโดยการปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมของประเทศ จากการศึกษาข้อมูลของกระทรวงอุตสาหกรรม (2559) และสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (2559) พบว่า ในการที่จะขับเคลื่อนการพัฒนาเทคโนโลยีอุตสาหกรรมของประเทศเพื่อให้เป็นไปอย่างต่อเนื่องนั้น ต้องมีการเตรียมการเพื่อ

แสวงหานวัตกรรมหรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ ในการต่อยอด S-curve เดิมที่กำลังจะถึงจุดอิ่มตัว ให้มีการพัฒนาต่อไปได้อย่างต่อเนื่อง ดังนั้น จึงมีการมุ่งเน้นเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมใหม่ที่มีการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อให้เป็นกลไกสำหรับขับเคลื่อนเศรษฐกิจต่อไป โดยมีการแบ่งกลุ่มอุตสาหกรรมของประเทศไทยตามมูลค่าทางเศรษฐกิจ และแนวโน้มในการเจริญเติบโตในอนาคต แบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ 1 กลุ่มอุตสาหกรรมเดิมที่มีศักยภาพ (First S-curve) ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่ประเทศไทยนั้นมีศักยภาพ มีความชำนาญในด้านการผลิต และการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ หรือมูลค่าทางการค้าเป็นจำนวนมาก แต่ถ้าวาดการพัฒนาเพื่อต่อยอด อุตสาหกรรมเหล่านี้ ก็จะทำให้เกิดการอิ่มตัว ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ เข้ามาเพื่อช่วยพัฒนาให้กับกลุ่มอุตสาหกรรมเหล่านี้ ให้สามารถจะเติบโตต่อไปได้อีก ซึ่งประกอบด้วย 5 อุตสาหกรรม ได้แก่ อุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่ อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว กลุ่มรายได้ดี และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อุตสาหกรรมการเกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพ และอุตสาหกรรมการแปรรูปอาหาร 2 อุตสาหกรรมอนาคต (New S-curve) หมายถึง กลุ่มอุตสาหกรรมใหม่ทั้งหลายที่มีการนำเอาระบบเทคโนโลยีและนวัตกรรมอย่างเข้มข้นมาใช้ ซึ่งเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีความสามารถจะเติบโตต่อไปในอนาคตอย่างสูง แต่ทว่าเนื่องจากการเป็นอุตสาหกรรมใหม่จึงยังมีผู้ประกอบการน้อย และยังไม่เข้มแข็งมากนัก มูลค่าทางเศรษฐกิจจึงยังไม่มาก เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มแรก ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการสำหรับกลุ่มนี้ ซึ่งประกอบด้วย 5 อุตสาหกรรม ได้แก่ อุตสาหกรรมการบินและโลจิสติกส์ (Aviation and logistics) อุตสาหกรรมหุ่นยนต์ (Robotics) อุตสาหกรรมเชื้อเพลิงชีวภาพและเคมีชีวภาพ (Biofuels and biochemicals) อุตสาหกรรมดิจิทัล (Digital) และ อุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร (Medical hub) 3. อุตสาหกรรมควมปฏิรูป (Second wave S-curve) ได้แก่ กลุ่มอุตสาหกรรมที่มีการใช้ระบบเทคโนโลยีรูปแบบเดิมในการผลิต และมีความสามารถในการเจริญเติบโตที่จำกัด ซึ่งการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจทำได้ไม่มากนักเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มแรก ดังนั้น ในอุตสาหกรรมกลุ่มนี้ จึงจำเป็นต้องมีการปฏิรูปอุตสาหกรรมใหม่ เช่น การรวมอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม อุตสาหกรรมเครื่องหนัง และเครื่องประดับมาเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมแฟชั่น โดยเพิ่มเติมในเรื่องของการออกแบบอย่างสร้างสรรค์ ในส่วนต่อมา ได้แก่ การรวมกันของกลุ่มอุตสาหกรรมวัสดุ (Material) ที่เป็นการรวบรวมอุตสาหกรรมต่าง ๆ อย่างเช่น ไม้ ปูน โลหะ อโลหะ แก้ว เซรามิก และกระจก โดยจะต้องมีการนำเอาเทคโนโลยีและนวัตกรรมพัฒนาวัสดุต่าง ๆ ซึ่งสำหรับอุตสาหกรรมที่กล่าวทั้ง 3 กลุ่มนั้น อุตสาหกรรมกลุ่มเดิมที่มีศักยภาพ (First S-curve) และอุตสาหกรรมอนาคต (New S-curve) นั้น รัฐบาลถือเป็นอุตสาหกรรมเป้าหมายในการดำเนินนโยบายขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ เป็นการต่อยอดและสร้าง S-curve

ตัวใหม่ เพื่อเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจเพื่ออนาคต (New engine of growth) และเป็นเครื่องมือในการผลักดันให้ประเทศให้ก้าวเข้าสู่ประเทศไทย 4.0

อย่างไรก็ตาม นโยบายไทยแลนด์ 4.0 ประเทศไทยได้มีการประกาศใช้และมีผลทั่วประเทศ (คณะรัฐมนตรี, 2560) ซึ่งมีบริบทต่าง ๆ ดังนี้ คือ

การจัดตั้งกลุ่มจังหวัดและกำหนดจังหวัดที่เป็นศูนย์กลางปฏิบัติการของกลุ่มจังหวัด โดยความเห็นชอบของคณะรัฐมนตรี โดยจัดตั้งกลุ่มจังหวัด จำนวน 18 กลุ่มจังหวัด 6 ภาค และกำหนดจังหวัดที่เป็นศูนย์กลางปฏิบัติการของกลุ่มจังหวัด ดังต่อไปนี้

ภาคกลาง ประกอบด้วย (1) กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนบน ประกอบด้วย จังหวัด พระนครศรีอยุธยา จังหวัดชัยนาท จังหวัดสิงห์บุรี จังหวัดลพบุรี จังหวัดสระบุรี และจังหวัดอ่างทอง โดยมีจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นศูนย์กลางปฏิบัติการของกลุ่มจังหวัด (2) กลุ่มจังหวัดภาคกลาง ปริมาณ ประกอบด้วย จังหวัดปทุมธานี จังหวัดนนทบุรี จังหวัดนครปฐม และจังหวัด สมุทรปราการ มีจังหวัดนครปฐมเป็นศูนย์กลางปฏิบัติการของกลุ่มจังหวัด (3) กลุ่มจังหวัดภาคกลาง ตอนล่าง 1 ประกอบด้วย จังหวัดราชบุรี จังหวัดกาญจนบุรี และจังหวัดสุพรรณบุรี มีจังหวัดราชบุรี เป็นศูนย์กลางปฏิบัติการของกลุ่มจังหวัด (4) กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 2 ประกอบด้วย จังหวัด สมุทรสงคราม จังหวัดสมุทรสาคร จังหวัดเพชรบุรี และจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยมีจังหวัด เพชรบุรีเป็นศูนย์กลางปฏิบัติการของกลุ่มจังหวัด

ภาคใต้ ประกอบด้วย (1) กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย ประกอบด้วย จังหวัดพัทลุง จังหวัดสุราษฎร์ธานี จังหวัดชุมพร จังหวัดสงขลา และจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยให้จังหวัด สุราษฎร์ธานีเป็นศูนย์กลางปฏิบัติการของกลุ่มจังหวัด (2) กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน ประกอบด้วย จังหวัดตรัง จังหวัดพังงา จังหวัดกระบี่ จังหวัดภูเก็ต จังหวัดระนอง และจังหวัดสตูล โดยให้จังหวัด ภูเก็ตเป็นศูนย์กลางปฏิบัติการของกลุ่มจังหวัด ข้อ 3 ภาคใต้ชายแดน ประกอบด้วย (1) กลุ่มจังหวัดภาคใต้ ชายแดน ประกอบด้วย จังหวัดปัตตานี จังหวัดยะลา จังหวัดนราธิวาส โดยให้จังหวัดยะลาเป็นศูนย์กลาง ปฏิบัติการของกลุ่มจังหวัด

ภาคตะวันออก ประกอบด้วย (1) กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก 1 ประกอบด้วย จังหวัด จังหวัดชลบุรี จังหวัดระยอง และฉะเชิงเทรา โดยให้จังหวัดชลบุรีเป็นศูนย์กลางปฏิบัติการของกลุ่ม จังหวัด (2) กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออก 2 ประกอบด้วย จังหวัดนครนายก จังหวัดปราจีนบุรี จังหวัด จันทบุรี จังหวัดตราด และจังหวัดสระแก้ว โดยให้จังหวัดปราจีนบุรีเป็นศูนย์กลางปฏิบัติการของกลุ่ม จังหวัด

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบด้วย (1) กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนบน 1 ประกอบด้วย จังหวัดเลย จังหวัดหนองคาย จังหวัดบึงกาฬ จังหวัดอุดรธานี และจังหวัด

หนองบัวลำภู โดยให้จังหวัดอุดรธานีเป็นศูนย์ปฏิบัติการของกลุ่มจังหวัด (2) กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 2 ประกอบด้วย จังหวัดมุกดาหาร จังหวัดนครพนม และจังหวัดสกลนคร โดยให้จังหวัดสกลนครเป็นศูนย์ปฏิบัติการของกลุ่มจังหวัด (3) กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนกลาง ประกอบด้วย จังหวัดขอนแก่น จังหวัดมหาสารคาม จังหวัดกาฬสินธุ์ และจังหวัดร้อยเอ็ด โดยให้จังหวัดขอนแก่นเป็นศูนย์ปฏิบัติการของกลุ่มจังหวัด (4) กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 ประกอบด้วย จังหวัดนครราชสีมา จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดชัยภูมิ และจังหวัดสุรินทร์ โดยให้จังหวัดนครราชสีมาเป็นศูนย์ปฏิบัติการของกลุ่มจังหวัด (5) กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2 ประกอบด้วย จังหวัดอำนาจเจริญ จังหวัดยโสธร จังหวัดศรีสะเกษ และจังหวัดอุบลราชธานี โดยให้จังหวัดอุบลราชธานีเป็นศูนย์ปฏิบัติการของกลุ่มจังหวัด

ภาคเหนือ ประกอบด้วย (1) กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 ประกอบด้วย จังหวัดลำปาง จังหวัดลำพูน จังหวัดเชียงใหม่และ จังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นศูนย์ปฏิบัติการของกลุ่มจังหวัด (2) กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 2 ประกอบด้วย จังหวัดพะเยา จังหวัดแพร่ จังหวัดน่าน และจังหวัดเชียงราย โดยให้จังหวัดเชียงรายเป็นศูนย์ปฏิบัติการของกลุ่มจังหวัด (3) กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 1 ประกอบด้วย จังหวัดพิจิตร โลก จังหวัดเพชรบูรณ์ จังหวัดสุโขทัย จังหวัดอุตรดิตถ์ และจังหวัดตาก โดยให้จังหวัดพิจิตร โลกเป็นศูนย์ปฏิบัติการ (4) กลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง 2 ประกอบด้วย จังหวัดนครสวรรค์ จังหวัดพิจิตร จังหวัดกำแพงเพชร และจังหวัดอุทัยธานี โดยให้จังหวัดนครสวรรค์เป็นศูนย์ปฏิบัติการของกลุ่มจังหวัด

### แนวคิดเกี่ยวกับการกระตุ้นเศรษฐกิจ

จากการที่รัฐบาลมีความมุ่งมั่นที่จะให้ประชาชนมีรายได้สูงภายในอีก 20 ปีข้างหน้า รัฐบาลยังได้ออกนโยบายและขับเคลื่อนในการปฏิบัติหลัก ๆ เพื่อมุ่งหวังให้เกิดการค้าการลงทุนเพิ่มมากขึ้น จากข้อมูลของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2560 ก) และศูนย์ประสานงาน EEC (2560) พบว่า ในระยะประมาณ 30 ปีที่ผ่านมา นับจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 5 ปี พ.ศ. 2525-2529 ที่ต้องการกระจายความเจริญทางเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมสู่ภูมิภาค รัฐบาลจึงมีการประกาศโครงการพัฒนาพื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก หรือที่เรียกว่าโครงการอีสเทิร์นซีบอร์ด ประกอบด้วย จังหวัดชลบุรี ระยอง นอกจากนี้ ยังกำหนดให้ จังหวัดฉะเชิงเทรา และปราจีนบุรี เป็นพื้นที่อุตสาหกรรมหลากหลายที่ไม่ใช่อุตสาหกรรมหนักอีกด้วย ปี พ.ศ. 2558 มีการประกาศเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนระยะที่หนึ่ง 5 จังหวัด คือ ตาก, มุกดาหาร, สระแก้ว, ตราด, สงขลา และขยายสู่ระยะที่สองอีก 5 จังหวัด รวมเป็น

10 จังหวัด ได้แก่ เชียงราย, หนองคาย, นครพนม, กาญจนบุรี, นราธิวาส ในปี พ.ศ. 2558 ยังมีการประกาศเขตสามเหลี่ยมมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน ในจังหวัดยะลา ปัตตานี และนราธิวาส และเมื่อวันที่ 28 มิถุนายน พ.ศ. 2559 รัฐบาลยังได้มีมติ ครม. เห็นชอบในหลักการ ประกาศ ให้ภาคตะวันออก คือ จังหวัดระยอง ชลบุรี ฉะเชิงเทรา เป็นจังหวัดนำร่อง โครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก หรือ Eastern economics corridor development (EEC) เพิ่มเติมอีกด้วย โดยขยายจากอีสเทิร์นซีบอร์ดมาอยู่ในพื้นที่ 3 จังหวัด คือ ชลบุรี ระยอง และฉะเชิงเทรา และมุ่งเน้นการส่งเสริมอุตสาหกรรมเป้าหมาย 10 ประเภท ประกอบด้วย 5 อุตสาหกรรมเดิม ที่มีศักยภาพ (First S-curve) คือ 1) อุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่ (Next-generation automotive) 2) อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ (Smart electronics) 3) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดีและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Affluent, medical and wellness tourism) 4) การเกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพ (Agriculture and biotechnology) 5) อุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร (Food for the future) และ 5 อุตสาหกรรมอนาคต (New S-curve) คือ 1) อุตสาหกรรมหุ่นยนต์เพื่อการอุตสาหกรรม (Robotics) 2) อุตสาหกรรมการบินและโลจิสติกส์ (Aviation and logistics) 3) อุตสาหกรรมเชื้อเพลิงชีวภาพและเคมีชีวภาพ (Biofuels and biochemicals) 4) อุตสาหกรรมดิจิทัล (Digital) 5) อุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร (Medical hub)

ต่อมาได้มีหนังสือเวียนเลขาธิการคณะรัฐมนตรีที่ นร.0505/ว78 ถึงกระทรวงศึกษาธิการ (สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี, 2560 ข) ให้ทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำแนวทางเขตพิเศษยุทธศาสตร์คันไซ มาปรับใช้กับโครงการพัฒนาเขตเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC) ซึ่งในการวิจัยเรื่อง รูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์กลางในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาเปรียบเทียบในส่วนของประเทศญี่ปุ่นกับประเทศไทย โดยใช้กรณีศึกษาเขตพิเศษยุทธศาสตร์คันไซ ญี่ปุ่น เทียบกับเขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ของไทย ดังนี้

เขตพิเศษยุทธศาสตร์แห่งชาติคันไซ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560 ข; สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี, 2560 ข; เรวดี แก้วมณี, 2560) ครอบคลุม 3 เขตสำคัญ คือ โอซาก้า เกียวโต และเจียวโกะ โดยมีการก่อตั้งในปี พ.ศ.2557 ตั้งอยู่ในภูมิภาคที่มีบทบาทเป็นศูนย์กลางทางการค้าของญี่ปุ่น และมีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานที่ทันสมัยทั้งทางบก ทางราง และทางน้ำ นอกจากนี้ ยังเป็นแหล่งคลัสเตอร์อุตสาหกรรมสำคัญ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมยา และพลังงานและใช้เป็นเขตสำหรับการทดลองการปฏิรูปกฎหมายและกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อภาคธุรกิจตลอดจนส่งเสริมสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมให้ภาคเอกชน โดยเฉพาะนักลงทุนต่างชาติ เข้ามาประกอบธุรกิจและใช้ชีวิตในญี่ปุ่นได้สะดวกขึ้น โดยภูมิภาคคัน



ไซ ประกอบไปด้วย 6 จังหวัดที่สำคัญ ได้แก่ โอซาก้า (Osaka), เฮียวโงะ (Hyogo), นารา (Nara), เกียวโต (Kyoto), ชิงะ (Shiga) วากายามา (Wakayama) และมิเอะ (Mie) มีพื้นที่ประมาณ 31,314 ตารางกิโลเมตร มีประชากรรวมทั้งสิ้นประมาณ 20,712,000 คน ในปี พ.ศ.2555 ผลิตภัณฑ์ภาค (Gross region product: GRP) ของภูมิภาคคันไซมีมูลค่าประมาณ 971 ล้านเหรียญสหรัฐ ซึ่งสูงเป็นลำดับที่ 15 ของโลก และใกล้เคียงกับเกาหลีใต้ สำหรับศักยภาพของที่ตั้งมีบทบาทเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจทางตะวันตกและศูนย์กลางการค้าระหว่างประเทศของญี่ปุ่น โดยมีความพร้อมในด้านโครงสร้างพื้นฐานที่ทันสมัยทั้งถนนและทางด่วนพิเศษ ทำเรื่อน้ำลึก รถไฟและรถไฟความเร็วสูงเป็นที่ตั้งของสำนักงานใหญ่ของบริษัทชั้นนำของโลกซึ่งมีแบรนด์เป็นที่นิยม เช่น Panasonic, Kyocera, Nissin, Daikin, Omron คันไซเป็น 1 ใน 12 พื้นที่เศรษฐกิจใหม่ ของญี่ปุ่น ซึ่งจะช่วยกระจายความเจริญจากโตเกียวไปสู่ภูมิภาคอื่น ๆ และใช้เป็นเขตสำหรับทดลองการปฏิรูปกฎหมาย/กฎระเบียบ (Deregulation) ที่เป็นอุปสรรคต่อภาคธุรกิจเพื่อส่งเสริมให้เกิดการลงทุนภาคเอกชน โดยเฉพาะนักลงทุนจากต่างชาติและได้มีการจัดตั้งเขตพิเศษยุทธศาสตร์แห่งชาติคันไซ (KANSAI Nation strategic special zone: KANSAI NSSZs) ขึ้นในปี พ.ศ. 2557 ตามนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของรัฐบาลญี่ปุ่นสมัยนายชิน ไซ อาเบะ เป็นนายกรัฐมนตรี โดยขอบเขตของ KANSAI NSSZs ประกอบด้วย 3 จังหวัด ได้แก่ โอซาก้า เกียวโต เฮียวโงะ ซึ่งมีการกำหนดพื้นที่พัฒนาหลัก 9 แห่ง (Strategies bases) กระจายอยู่ทั่วทั้ง KANSAI NSSZs จุดเด่น คือ ความก้าวหน้าทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีขั้นสูง สำหรับแนวทางการพัฒนาในภาพรวม คือ การพัฒนาต่อยอดในพื้นที่ที่มีศักยภาพอยู่แล้วทั้งในส่วนของความเป็นแหล่งการลงทุน ความพร้อมของสถาบันการวิจัย และโครงสร้างพื้นฐาน ซึ่งมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่ทันสมัยสนับสนุนการพัฒนาเมืองเพื่อรองรับนักลงทุน โดยเฉพาะนักลงทุนต่างชาติ

เขตเศรษฐกิจพิเศษคันไซ มีการบริหารจัดการใน 2 ระดับ ได้แก่ 1. กลไกระดับชาติ ประกอบด้วย สภาพเขตพิเศษยุทธศาสตร์แห่งชาติ ที่นายกรัฐมนตรีเป็นประธาน มีหน้าที่หาข้อยุติกรณีการเจรจาของคณะทำงานฯ และหน่วยงานที่มีปัญหาด้านต่าง ๆ และคณะทำงานเขตพิเศษยุทธศาสตร์ ประกอบด้วย นักธุรกิจและนักวิชาการซึ่งเป็นอิสระจากหน่วยงานของรัฐทำหน้าที่เจรจากับหน่วยงานของรัฐ 2. กลไกระดับพื้นที่ มีสภาพเขตพิเศษ ประกอบไปด้วย ผู้แทนจากรัฐบาลกลาง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) และภาคเอกชน ทำงานร่วมกันเพื่อจัดเตรียมแผนพัฒนาแผนงาน โครงการ และการขับเคลื่อนการปฏิรูปกฎหมาย

จุดเด่นของเขตพิเศษยุทธศาสตร์แห่งชาติคันไซ 1) การพัฒนาให้เป็นศูนย์กลางนวัตกรรม โดยเฉพาะศูนย์กลางนวัตกรรมทางการแพทย์และพลังงาน โดยให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนา (R&D) โดยอาศัยนักลงทุนทั้งในประเทศและต่างประเทศ มีสถาบัน การศึกษาและ

สถาบันวิจัยเข้าร่วมในการพัฒนา กิจกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงและนวัตกรรมการอำนวยความสะดวกในการลงทุน รวมทั้งการพัฒนาเมืองให้เอื้อต่อการอยู่อาศัยของนักลงทุนทั้งในและต่างประเทศโดยมีกิจการเป้าหมาย ได้แก่ การวิจัยพัฒนาและการผลิตด้านผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์และพลังงานสมัยใหม่ รวมทั้งพัฒนาบุคลากรด้านการวิจัยและการแพทย์ซึ่งภูมิภาคคันไซเป็นแหล่งที่ตั้งของอุตสาหกรรมหลากหลายสาขา ทั้งในส่วนที่เป็นอุตสาหกรรมหลักและอุตสาหกรรมสนับสนุน รวมถึงอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่มีการออกแบบที่มุ่งเน้นความเป็นอัตลักษณ์ด้านศิลปวัฒนธรรมของของประเทศญี่ปุ่นด้วย โดยมีจำนวนสถานประกอบการ รวมทั้งสิ้นประมาณ 38,583 แห่ง และมีจำนวนแรงงานรวมทั้งสิ้นประมาณ 1,213,524 คน 2) ส่งเสริมการพัฒนาในลักษณะของการรวมกลุ่มอุตสาหกรรม (Industrial clusters) โดยเป็นฐานการผลิตและเป็นแหล่งคลัสเตอร์อุตสาหกรรมอันดับหนึ่งของญี่ปุ่น ซึ่งมีการรวมกลุ่มคลัสเตอร์อุตสาหกรรมจำนวน 13 กลุ่มกระจายไปตามพื้นที่ต่าง ๆ มีจำนวนสถานประกอบการในแต่ละคลัสเตอร์รวมทั้งสิ้นประมาณ 1,953 แห่ง ซึ่งในแต่ละกลุ่มคลัสเตอร์อุตสาหกรรมจะมีมหาวิทยาลัยและสถาบันวิจัยร่วมอยู่ด้วยในทุกคลัสเตอร์ โดยมีกลุ่มคลัสเตอร์ที่ใหญ่ที่สุด คือ Northern Osaka bio medical cluster, Kyoto city life innovation promotion strategy และ Kobe biomedical innovation cluster สำหรับ Northern Osaka bio medical cluster นั้น มีจำนวนสถานประกอบการอยู่สูงถึง 727 แห่ง มีมหาวิทยาลัย 7 แห่ง และสถาบันวิจัย 6 แห่ง นอกจากนี้ KANSAI NSSZs ยังมี SMEs จำนวนมากที่มีศักยภาพในการผลิตอุตสาหกรรมสนับสนุนที่มีคุณภาพให้กับอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ได้อย่างเพียงพอ 3) Innovation ซึ่งปัจจุบัน Green technology ได้กลายเป็นประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการลงทุนและการวิจัย ทั้งการเพิ่มกฎระเบียบจำกัดมลพิษการปล่อยก๊าซคาร์บอนและประเด็นเรื่องความหลากหลายทางชีวภาพทำให้ทั่วโลกมีความสนใจที่จะใช้เทคโนโลยีในการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมในขณะที่ส่งเสริมด้านเศรษฐกิจควบคู่ไปด้วย ซึ่ง KANSAI NSSZs มุ่งเน้นเรื่อง Green technology/ Green innovation โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาอุตสาหกรรมพลังงานทางเลือก เช่น Solar cell และแบตเตอรี่ Lithium-ion ซึ่ง KANSAI NSSZs เป็นฐานการผลิตแบตเตอรี่ที่ใหญ่ที่สุดและคันไซสามารถผลิตได้มากที่สุดที่ญี่ปุ่น โดย Solar battery มีมูลค่า 207.4 ล้านดอลลาร์ หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 59.6 เมื่อเทียบกับมูลค่าที่ผลิตได้ทั้งหมดในประเทศญี่ปุ่นในส่วนของ Lithium-ion battery มีมูลค่า 172.6 ล้านดอลลาร์ หรือคิดเป็นสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 61.3 เมื่อเทียบกับมูลค่าที่ผลิตได้ทั้งหมดในประเทศญี่ปุ่น 4) พัฒนาอุตสาหกรรมที่เน้นนวัตกรรมร่วมกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว นอกจากการพัฒนาอุตสาหกรรมที่เน้นนวัตกรรมขั้นสูง แล้วคันไซยังส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวควบคู่ไปด้วย ซึ่งคันไซเป็นศูนย์กลางความเจริญทางการเมืองประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของญี่ปุ่นมาช้านานและมีเมืองที่ได้รับการจัดอันดับว่าน่าอยู่และน่าท่องเที่ยวที่สุดใน

เอเชีย รวมทั้งมีชื่อเสียงในระดับโลก ได้แก่ เมืองเกียวโตซึ่งถูกจัดให้อยู่ในอันดับที่ 6 ของโลก

5) การปฏิรูปกฎหมายและกฎระเบียบให้เอื้อต่อการเข้ามาลงทุนของบริษัทต่างชาติ ไม่ว่าจะเป็นการเข้ามาพำนักอาศัยในญี่ปุ่น การได้รับอนุญาตในการขายสินค้า การได้รับเงินช่วยเหลือในการดำเนินการทำให้บริการสถานที่ตั้งสำนักงานชั่วคราวในระยะแรกเริ่มแก่นักลงทุนโดยไม่คิดค่าบริการและการแก้ไขปัญหาอุปสรรคต่อการลงทุนอื่น ๆ นอกจากนี้ ในด้านสิทธิประโยชน์บริษัทหรือศูนย์วิจัยที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ที่จะได้รับการสนับสนุนจากภาคเอกชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และรัฐบาลกลางในด้านการเงิน สิทธิประโยชน์ทั้งที่เป็นภาษีและไม่ใช่ภาษี การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่ทันสมัย การจัดตั้งศูนย์บริการเบ็ดเสร็จเพื่อให้บริการด้านการลงทุนที่มีประสิทธิภาพและครบวงจรรวมทั้งการผ่อนคลายกฎระเบียบต่าง ๆ 6) เป็นแหล่งที่ตั้งของสถาบันการศึกษาชั้นนำและสถาบันวิจัยชั้นนำโดยเป็นแหล่งที่ตั้งของมหาวิทยาลัยชั้นนำของประเทศญี่ปุ่นเช่น Kyoto University, Osaka University, Nagoya University เป็นต้น นอกจากนี้ ยังเป็นศูนย์กลางของสถาบันวิจัยที่ผลิตผลงานที่เป็นนวัตกรรมทางด้านวิทยาศาสตร์การแพทย์และพลังงาน โดยเป็นแหล่งรวมของบุคลากรด้านการวิจัยและพัฒนาวิทยาศาสตร์ชีวภาพ (Life science) ที่มีชื่อเสียงของญี่ปุ่น

โครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (Eastern economic corridor: EEC) (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560 ค; คณะรักษาความสงบแห่งชาติ, 2560) หมายความว่า พื้นที่ในบริเวณจังหวัดฉะเชิงเทรา ชลบุรี และระยอง และให้หมายความรวมถึงเขตจังหวัดอื่นที่ติดต่อกับหรือเกี่ยวข้องกับที่คณะกรรมการนโยบายกำหนดเพิ่มเติม โดยความเห็นชอบของคณะรัฐมนตรี ทั้งนี้ ภาคตะวันออกของประเทศไทยตั้งอยู่ในจุดยุทธศาสตร์ที่ดีที่สุดของภูมิภาคอาเซียน สามารถเชื่อมโยงไปยังประเทศจีนและอินเดียที่มีประชากรจำนวนมาก และมีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจสูง นอกจากนี้ 3 จังหวัดภาคตะวันออก (จังหวัดฉะเชิงเทรา ชลบุรี และระยอง) ยังเป็นฐานการผลิตอุตสาหกรรมที่สำคัญของประเทศ ได้แก่ อุตสาหกรรมปิโตรเคมี และอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน และมีความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญ ประกอบด้วย ท่าเรือพาณิชย์แหลมฉบัง ท่าเรืออุตสาหกรรมมาบตาพุด ทางหลวงพิเศษระหว่างเมือง (มอเตอร์เวย์) รถไฟทางคู่ และสนามบินอู่ตะเภา มีเมืองพัทยาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลก รวมทั้งยังมีพื้นที่เพียงพอสำหรับรองรับการขยายตัวของภาคอุตสาหกรรมเมื่อวันที่ 28 มิถุนายน พ.ศ. 2559 คณะรัฐมนตรีจึงได้มีมติเห็นชอบหลักการโครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (Eastern economic corridor: EEC) และมอบหมายให้รองนายกรัฐมนตรี นายสมคิด จาตุศรีพิทักษ์ ร่วมกับกระทรวงคมนาคม กองทัพเรือ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องพิจารณาจัดทำแผนการดำเนินโครงการและงบประมาณค่าใช้จ่ายในปีงบประมาณ พ.ศ. 2560-2561 ให้แล้วเสร็จ

ภายใน 3 เดือน เพื่อนำเสนอคณะรัฐมนตรีต่อไป โดยให้มีรายละเอียดครอบคลุมประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

- 1 การลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐาน ด้านการขนส่งที่เชื่อมโยงทั้งระบบด้านพลังงาน ด้านสาธารณูปโภคและสาธารณูปการที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งด้านการวิจัยและพัฒนา
- 2 แผนดำเนินการด้านผังเมืองและการใช้ประโยชน์ที่ดิน แผนบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม การบริหารจัดการขยะ และมลภาวะต่าง ๆ ทั้งนี้ ให้คำนึงถึงผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อมและประชาชนในพื้นที่ด้วย
- 3 กฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง เพื่อสนับสนุนและดึงดูดการลงทุนจากภาคเอกชน โดยเฉพาะการให้สิทธิประโยชน์ด้านภาษี สิทธิการเช่าที่ดิน และการจัดหาแรงงาน รวมทั้งการจัดตั้งศูนย์บริการเบ็ดเสร็จการลงทุน (One stop service) เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักลงทุนในการขออนุมัติอนุญาตการประกอบกิจการและให้สิทธิประโยชน์ต่าง ๆ
- 4 แผนการพัฒนาศูนย์ซ่อมบำรุงอากาศยาน

สาระสำคัญของแผนงานพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (พ.ศ. 2560-2564) มีวัตถุประสงค์ 1. ยกกระดับพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออกเป็นเขตเศรษฐกิจชั้นนำของเอเชีย รองรับการลงทุนอุตสาหกรรม Super cluster และอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศและกิจกรรมทางเศรษฐกิจอื่น ๆ ซึ่งจะสนับสนุนการยกระดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศ 2. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เชื่อมโยงระบบคมนาคมขนส่ง โลจิสติกส์ ทางบก ทางราง ทางเรือ และทางอากาศให้เชื่อมโยงทั้งระบบและบูรณาการอย่างมีประสิทธิภาพ 3. ส่งเสริมการพัฒนาเมืองและสภาพแวดล้อม เพื่อรองรับการขยายตัวของกิจกรรมทางเศรษฐกิจและการเจริญเติบโตในพื้นที่ 4. อำนวยความสะดวกแก่ผู้ลงทุน การให้สิทธิประโยชน์ และการนำแนวคิดการให้บริการแบบเบ็ดเสร็จครบวงจรมาปรับใช้ในการให้บริการของภาครัฐ 5. ส่งเสริมการลงทุนอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง และการท่องเที่ยว

เป้าหมายการพัฒนา พื้นที่เป้าหมาย ประกอบด้วย 3 จังหวัด คือ จังหวัดฉะเชิงเทรา ชลบุรี และระยอง รวมถึงพื้นที่อื่นใดที่จะมีการออกพระราชกฤษฎีกากำหนดเพิ่มเติม โดยอุตสาหกรรมเป้าหมาย ประกอบด้วย 1) ซูเปอร์คลัสเตอร์ ได้แก่ คลัสเตอร์ยานยนต์และชิ้นส่วน คลัสเตอร์เครื่องใช้ไฟฟ้า อิเล็กทรอนิกส์ และอุปกรณ์โทรคมนาคม คลัสเตอร์ปิโตรเคมีและเคมีภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และ 2) 10 อุตสาหกรรมเป้าหมาย: กลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจเพื่ออนาคต (New engine of growth) ประกอบด้วย อุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่ อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดีและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อุตสาหกรรมการเกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพ อุตสาหกรรมการแปรรูปอาหาร อุตสาหกรรมหุ่นยนต์ อุตสาหกรรมการบินและโลจิสติกส์ อุตสาหกรรมเชื้อเพลิงชีวภาพและเคมีชีวภาพ อุตสาหกรรมดิจิทัล และอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร

แนวทางการพัฒนาพื้นที่ 3 จังหวัดภาคตะวันออก ได้แก่ จังหวัดชลบุรี ระยอง และ ฉะเชิงเทรา เป็นฐานการผลิตอุตสาหกรรมหลักที่สำคัญของประเทศ ได้แก่ อุตสาหกรรมปิโตรเคมี และอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน เป็นที่รู้จักของนักลงทุนต่างประเทศ และมีความพร้อมของ โครงสร้างพื้นฐาน ที่สำคัญประกอบด้วย ท่าเรือพาณิชย์แหลมฉบังและท่าเรืออุตสาหกรรม มาบตาพุด ทางหลวงพิเศษมอเตอร์เวย์ รถไฟทางคู่ และสนามบินอู่ตะเภา มีเมืองพัทยาซึ่งเป็นแหล่ง ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลก รวมทั้งยังมีพื้นที่เพียงพอสำหรับรองรับการขยายตัวจาก ภาคอุตสาหกรรมและการท่องเที่ยว อีกทั้งยังเป็นศูนย์กลางการขนส่งทางเรือของอาเซียน สามารถ เชื่อมโยงไปยังท่าเรือสี่หุนิวิลล์ของราชอาณาจักรกัมพูชา ท่าเรือวังเตาของสาธารณรัฐสังคมนิยม เวียดนาม และท่าเรือน้ำลึกทวายของสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา ดังนั้น จึงสามารถยกระดับการ พัฒนาพื้นที่ต่อยอดสู่การเป็นพื้นที่เศรษฐกิจชั้นนำของทวีปเอเชีย ที่เรียกว่า “ระเบียงเศรษฐกิจภาค ตะวันออก” โดยมีแนวทางการพัฒนา 5 แนวทาง ดังนี้

1. พัฒนาอุตสาหกรรมเป้าหมายที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และสอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่ พร้อมกับเร่งรัดการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ให้เกิดผล ในทางปฏิบัติ โดยส่งเสริมให้อุตสาหกรรมใช้เทคโนโลยีระดับสูงร่วมกับการวิจัยและพัฒนาเพื่อลด ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน ลดการปล่อยมลพิษจากแหล่งกำเนิด ใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ บริหารจัดการกากอุตสาหกรรม พัฒนาสู่อุตสาหกรรมเชิงนิเวศ สนับสนุนการพัฒนา กลุ่มอุตสาหกรรมที่มีกระบวนการผลิตเชื่อมโยง กำกับดูแลโรงงานอุตสาหกรรมให้ดำเนินการตาม ระเบียบ กฎหมาย และมาตรฐานสิ่งแวดล้อมอย่างเข้มงวดและต่อเนื่องส่งเสริมให้ภาคประชาชน สถาบันการศึกษาและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการติดตามเฝ้าระวังคุณภาพ สิ่งแวดล้อม ตลอดจนจัดตั้งกองทุนของภาคอุตสาหกรรมเพื่อดูแลชุมชน

2. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการขนส่งเชื่อมโยงพื้นที่เศรษฐกิจที่มีศักยภาพรองรับกลุ่ม อุตสาหกรรมเป้าหมายและเชื่อมโยงสู่ตลาดโลก เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของ ประเทศให้สูงขึ้น โดยขยายขีดความสามารถของโครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่งทุกรูปแบบให้มี ประสิทธิภาพ ทันสมัย ได้มาตรฐานสากล และบูรณาการเชื่อมโยงกันทั้งระบบทั้งท่าอากาศยาน 3 แห่ง คือ สุวรรณภูมิ ดอนเมือง และอู่ตะเภา และการขนส่งทางบก ทางรางทางเรือ และทางอากาศ เพื่อสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมในพื้นที่ที่เพิ่มขึ้นและเชื่อมโยงสู่พื้นที่โดยรอบและตลาดโลก

3. พัฒนาระบบสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ โครงสร้างพื้นฐานและบริการทาง สังคม และสิ่งแวดล้อมที่ได้มาตรฐาน เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตประชาชน สร้างสมดุลของการ พัฒนา และกระจายผลประโยชน์สู่ชุมชน โดยพัฒนาระบบสาธารณูปโภคสาธารณูปการ โครงข่าย น้ำ (น้ำดิบ น้ำประปา) ระบบไฟฟ้า เทคโนโลยีสารสนเทศ การจัดการสิ่งแวดล้อมโดยเฉพาะขยะ

น้ำเสีย ให้มีคุณภาพและเพียงพอต่อความต้องการของประชาชนและกิจกรรมทางเศรษฐกิจ  
 ยกระดับบริการสาธารณสุขทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ ตลอดจนส่งเสริมเชื่อมโยงภาค  
 เศรษฐกิจหลักกับเศรษฐกิจชุมชนในทุกภาคการผลิต ทั้งในภาคอุตสาหกรรมบริการ การท่องเที่ยว  
 และธุรกิจเพื่อสังคม

4. พัฒนาสภาพแวดล้อมเมืองสำคัญของจังหวัดให้เป็นเมืองน่าอยู่ เอื้อต่อการขยายตัว  
 ทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างมีสมดุล โดยให้ความสำคัญต่อการเพิ่มพื้นที่สีเขียวการดูแลความ  
 ปลอดภัยของประชาชน การจัดทำผังเมืองและการบังคับใช้ การสร้างสภาพแวดล้อมและชีวิตความ  
 เป็นอยู่ของประชาชนให้ดีขึ้น การพัฒนาประสิทธิภาพเทคโนโลยีสารสนเทศเชื่อมโยงในพื้นที่ การ  
 ให้ประชาชนในพื้นที่มีส่วนร่วมในการวางแผนการพัฒนาเมือง รวมถึงการเปิดโอกาสให้  
 ภาคเอกชนเข้ามีส่วนร่วมในการพัฒนาในรูปแบบ PPP เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัด  
 การเมือง

การพัฒนาเมืองสำคัญในพื้นที่ EEC อาทิ ฉะเชิงเทรา พัฒนาเป็นเมืองที่อยู่อาศัยชั้นดีที่  
 ทันสมัยรองรับการขยายตัวของกรุงเทพฯ และ EEC พัทยา พัฒนาเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ  
 สุขภาพและนันทนาการศูนย์ประชุมและศูนย์แสดงสินค้านานาชาติชั้นนำของอาเซียน  
 เมืองนวัตกรรมการท่องเที่ยว เมืองท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีชีวิตชีวา และศูนย์การให้บริการด้าน  
 การแพทย์ระดับนานาชาติ (Medical tourism) อุตะเถา: พัฒนาเป็นศูนย์ธุรกิจการบินและ  
 โลจิสติกส์อาเซียน ระยอง พัฒนาเป็นเมืองแห่งการศึกษาและวิทยาศาสตร์ เมืองนานาชาติที่มีธุรกิจ  
 ทันสมัย

5. ให้สิทธิประโยชน์และการอำนวยความสะดวก เพื่อดึงดูดอุตสาหกรรมเป้าหมาย  
 โดยให้สิทธิประโยชน์แก่นักลงทุนเพิ่มขึ้นจากเดิม อาทิ ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสูงสุด 8 ปี  
 ลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับในอัตราร้อยละ 50 เป็นระยะเวลา 5 ปี ยกเว้นอากรขาเข้า  
 เครื่องจักรและวัตถุดิบ เป็นต้น การอนุญาตให้ถือครองสิทธิ์ที่ดินหรือเช่าระยะยาว การอำนวยความสะดวกด้านวิชาและใบอนุญาตเข้าทำงาน การจัดตั้งกองทุนเพิ่มขีดความสามารถในการ  
 แข่งขันของอุตสาหกรรมเป้าหมาย เพื่อสนับสนุนการลงทุนการวิจัยและพัฒนาของภาคเอกชน  
 การจัดตั้งศูนย์บริการเบ็ดเสร็จด้านการลงทุน (OSS: One stop service) เพื่ออำนวยความสะดวกใน  
 การอนุมัติอนุญาตต่าง ๆ การจัดตั้งเขตการค้าเสรี (Free trade zone) อาทิ ในพื้นที่สนามบินอุตะเถา  
 พื้นที่ใกล้ท่าเรือแหลมฉบัง เป็นต้น การจัดตั้งศูนย์ธุรกรรมทางการเงิน และการอนุญาตใช้เงินตรา  
 ต่างประเทศได้ เป็นต้น

การนำยุทธศาสตร์กันไซมาปรับใช้กับ EEC สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการ  
 เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2560 ข) มีข้อเสนอว่าประเทศไทยควรจะนำรูปแบบการพัฒนาของ

เขตพิเศษยุทธศาสตร์คันไซ ปรับใช้กับอีอีซีใน 4 ด้าน คือ 1. ควรมีกฎไกระดับนโยบายที่มีอำนาจหน้าที่ในการแก้ไขปัญหาและข้อจำกัดด้านกฎหมาย ระเบียบและวิธีขั้นตอนปฏิบัติงานหน่วยงาน เพื่อเกิดการบริหารงานที่คล่องตัว เกิดการบูรณาการและประสานงานที่มีคุณภาพ ซึ่งจะทำให้เกิดการดำเนินการเกิดผลเป็นรูปธรรม โดยเร็ว ซึ่งปัจจุบันกลไกของไทยก็ได้มีการตั้งคณะกรรมการนโยบายการพัฒนาอีอีซี ซึ่งนายกรัฐมนตรีเป็นประธาน และจะมีการตั้งสำนักงานอีอีซีแล้ว 2. ในการขับเคลื่อนอีอีซี ควรมีกฎไกการบริหารจัดการในระดับพื้นที่ ซึ่งประกอบด้วยหน่วยงานภาครัฐ ส่วนกลาง องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น (อปท.) และภาคเอกชน โดยเอกชนควรมีบทบาทสำคัญในการจัดทำข้อเสนอการพัฒนาที่เป็นความต้องการของภาคเอกชนอย่างมีเอกภาพ 3. ควรสนับสนุนให้เกิดการวิจัยและพัฒนาในส่วนของภาคเอกชนและสถาบันการศึกษามากขึ้น โดยอาจให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีแก่ภาคเอกชนและสนับสนุนให้สถาบันการศึกษาเข้ามามีส่วนร่วมสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาของภาคเอกชน รวมทั้งสนับสนุนให้นักวิจัยต่างประเทศเข้ามาทำการวิจัยในประเทศไทย และ 4. ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาเมืองในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนและอีอีซี เพื่อให้สามารถรองรับการทำงานและการอยู่อาศัยในระดับสากลเพื่อสนับสนุนการดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ รวมทั้งรองรับการขยายตัวของเมืองเนื่องมาจากการเข้ามาอยู่อาศัยของนักลงทุนและแรงงานไทยและต่างชาติ

### **แนวคิดเกี่ยวกับสถาบันการศึกษากับการส่งเสริมเศรษฐกิจแห่งชาติ**

การศึกษากรณีสถาบันอุดมศึกษาในต่างประเทศที่มีบทบาทเป็นกลไกในการขับเคลื่อนความเจริญเติบโต (Engine for growth) หรือเป็นคลังสมองของประเทศ (Brain of nation) จากการศึกษาข้อมูลของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (2557) และกันย์ บัวชื่น (2558) พบว่า รัฐบาลของหลาย ๆ ประเทศได้ให้ความสำคัญต่อการลงทุนในสถาบันอุดมศึกษาเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะในด้านรูปแบบของการสร้างความร่วมมือและการทำงานร่วมกันระหว่างมหาวิทยาลัยและภาคอุตสาหกรรม (University-industry links: UILs) เพื่อส่งเสริมความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ ตัวอย่างเช่น สหราชอาณาจักร รัฐบาลให้ความสำคัญกับการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันอุดมศึกษาและภาคอุตสาหกรรมเป็นอย่างมาก ในฐานะกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจทั้งทางตรง คือ การใช้จ่าย และการจ้างงานในท้องถิ่น ส่วนทางอ้อม คือ การถ่ายทอดองค์ความรู้สู่ภาคอุตสาหกรรม และสังคม โดยจัดตั้งหน่วยงานพัฒนาระดับพื้นที่ (RDA: Regional development agency) เพื่อปฏิบัติงานเชื่อมความสัมพันธ์ของมหาวิทยาลัยเข้ากับภาคอุตสาหกรรม ทั้งการพัฒนาภาคการผลิตและการบ่มเพาะวิสาหกิจใหม่ที่เกิดขึ้น โดย RDA แบ่งกลุ่มหน้าที่งานออกเป็น 1. เงินทุนสนับสนุน มีหน้าที่

Matching แหล่งทุนจากภาคอุตสาหกรรม เข้ากับความสามารถของมหาวิทยาลัยในพื้นที่

2. เทคโนโลยี ทำหน้าที่เผยแพร่เทคโนโลยีที่ถูกคิดค้นได้ในมหาวิทยาลัยสู่การปฏิบัติจริงในภาคอุตสาหกรรม และจัดหาเทคโนโลยีสมัยใหม่ในภาคอุตสาหกรรมเข้ามาพัฒนาการเรียนการสอน

3. การผลิตและบริการ จะทำหน้าที่จัดหาบุคลากร นักวิชาการ วิศวกร หรือผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญ รวมไปถึงจัดสรรนักศึกษาเพื่อเข้าทำงานในภาคอุตสาหกรรมที่ตรงกับความสามารถ จะสังเกตได้ว่าการลงทุนในสถาบันอุดมศึกษาในสหราชอาณาจักรนั้น ภาคธุรกิจอุตสาหกรรมจะมีส่วนร่วมอย่างเข้มข้น

หรือกรณีประเทศญี่ปุ่น เป็นประเทศผู้นำทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากการดำเนินงานด้านวิจัยและพัฒนา (Research and development) โดยมหาวิทยาลัยทำหน้าที่ศึกษาวิจัยเข้มข้นแล้วส่งต่อความรู้และเทคโนโลยี (Knowledge transfer) โดยในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 1 มหาวิทยาลัยและวิทยาลัยของญี่ปุ่นทำหน้าที่ผลิตแรงงานเพื่อป้อนเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรมของประเทศ ทั้งนี้ เพื่อพัฒนาและฟื้นฟูประเทศหลังสงคราม แต่การเปลี่ยนแปลงบทบาทของมหาวิทยาลัยครั้งใหญ่เกิดขึ้นหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ซึ่ง Tohoku University เป็นตัวอย่างความสำเร็จของการสร้างความสำคัญกับการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันอุดมศึกษาและภาคอุตสาหกรรม โดยปรับบทบาทหน้าที่การผลิตแรงงาน และบัณฑิตเพื่อป้อนเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรม สู่การเป็นสมองของภาคอุตสาหกรรมโดย ศึกษาวิจัยเชิงประยุกต์ (Applied research) เพื่อแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าให้ภาคอุตสาหกรรม ผลิตงานวิจัยพื้นฐาน (Basic research) งานวิจัยวิทยาศาสตร์บริสุทธิ์ (Pure science research) เพื่อรองรับการพัฒนาต่อยอดในภาคอุตสาหกรรม การสร้างความสำคัญกับการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสถาบันอุดมศึกษาและภาคอุตสาหกรรมในญี่ปุ่นนั้นเน้นความสัมพันธ์แบบไตรภาคี คือ มหาวิทยาลัย ภาคอุตสาหกรรม และภาครัฐ โดยแต่ละภาคส่วนมีหน้าที่ ดังนี้

1. มหาวิทยาลัย จัดการเรียนการสอนเพื่อพัฒนาสมรรถนะทรัพยากรบุคคล สร้างงานวิจัยตอบโจทย์ความต้องการของประเทศชาติ และสร้างความร่วมมือกับภาคอุตสาหกรรมโดยสามารถทำได้ดังนี้

- กลุ่มมหาวิทยาลัย กับกลุ่มอุตสาหกรรม
- มหาวิทยาลัย กับวิสาหกิจขนาดใหญ่
- คณะ/ ภาควิชา กับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2. ภาคอุตสาหกรรม: สรุปลความต้องการและปัญหาให้มหาวิทยาลัย เปิดโอกาสให้นักศึกษาเข้ามามีส่วนร่วมในการศึกษาร่วมกับภาคอุตสาหกรรม รวมถึงจัดสรรผู้เชี่ยวชาญทำงานร่วมกับมหาวิทยาลัย



3. ภาครัฐ จัดทำนโยบายแนวทางของประเทศ ซึ่งประสานการทำงานของมหาวิทยาลัยและอุตสาหกรรมเข้าด้วยกัน โดยสนับสนุนงบประมาณทั้งด้านการศึกษาวิจัยและการพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ด้วยการกำหนดตัวชี้วัดเป็นมาตรฐานของแต่ละมหาวิทยาลัย และแต่ละพื้นที่ รวมถึงเป็นตัวกลางในการจัดการสิทธิบัตร ทรัพย์สินทางปัญญา และใบประกอบการต่าง ๆ ที่เกิดจากการทำงานร่วมของมหาวิทยาลัยและภาคอุตสาหกรรมการพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีของประเทศญี่ปุ่นนั้นจะเห็นว่าภาครัฐเข้ามามีบทบาทในฐานะผู้ชี้แนะ และควบคุมแนวทางการสร้างความสัมพันธ์ รวมถึงตัวชี้วัดความสำเร็จ เนื่องจากจุดเริ่มต้นของการพัฒนามาจากการติดลบ นั่นคือ ภาวะหลังแพ้สงครามจึงทำให้ประเทศฟื้นตัวและก้าวสู่การเป็นผู้นำในภูมิภาคได้อย่างรวดเร็ว

ตัวอย่างในการพัฒนาสินค้าที่มีเทคโนโลยีและนวัตกรรมสูงในต่างประเทศที่มีมหาวิทยาลัยเข้ามาช่วยสนับสนุนในการคิดค้นและเสนอนวัตกรรมสินค้าต่าง ๆ (พิมพ์เขียวไทยแลนด์ 4.0 โมเดลขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ความมั่งคั่ง มั่นคงและยั่งยืน, 2559) ได้แก่ วาระเกษตรและอาหารเน้นเทคโนโลยีชีวภาพเป็นฐาน และเสริมด้วยเทคโนโลยีหุ่นยนต์และดิจิทัล สามารถดำเนินการใน 4 ภูมิภาค ที่มีความแตกต่างของทรัพยากร และความเข้มแข็งของมหาวิทยาลัยในทั้ง 4 ภูมิภาค มหาวิทยาลัยต่างประเทศระดับโลกที่สามารถเป็นร่วมพัฒนานวัตกรรมด้านนี้ ประกอบไปด้วย 1. Wageningen University, Netherlands 2. University of California at Davis, USA 3. Massey University, New Zealand 4. Cornell University, USA

วาระสังคมสูงอายุ เน้นเทคโนโลยีการแพทย์เป็นฐาน และเสริมด้วยเทคโนโลยีหุ่นยนต์ดิจิทัล และอื่น ๆ สามารถดำเนินการในลักษณะ Hub & spoke มี Hub อยู่ส่วนกลาง และ Spoke ใน 3 ภูมิภาค ตามความเข้มแข็งของมหาวิทยาลัยในภูมิภาค มหาวิทยาลัยต่างประเทศระดับโลกที่สามารถเป็นร่วมพัฒนานวัตกรรมด้านนี้ ประกอบไปด้วย 1. Harvard University, USA 2. University of Oxford, UK 3. Johns Hopkins University, USA 4. National Taiwan University, Taiwan

โครงการเมืองอัจฉริยะ เน้นเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นฐาน และเสริมด้วยเทคโนโลยีอื่น ๆ สามารถดำเนินการในลักษณะจังหวัด หรือกลุ่มจังหวัด เชื่อมการพัฒนาจังหวัดให้เป็นจังหวัด 4.0 โดยแต่ละจังหวัด/ กลุ่มจังหวัดจะมีประเด็นที่แตกต่างกันไปมหาวิทยาลัยต่างประเทศระดับโลกที่สามารถเป็นร่วมพัฒนานวัตกรรมในด้านนี้ ประกอบไปด้วย 1. Stanford University, USA 2. MIT, USA 3. The University of Melbourne, Australia 4. Tsinghua University, China

Innovation hub ทางด้าน Smart energy จะเน้นเทคโนโลยีพลังงานเป็นฐาน และเสริมด้วยเทคโนโลยีอื่น ๆ เช่น ดิจิทัล และเทคโนโลยีชีวภาพ สามารถดำเนินการในภาพรวมของประเทศ

มี Hub ใหญ่ดูแลประเด็น ประสิทธิภาพพลังงาน และการพัฒนาเมืองในด้านพลังงาน และ  
 สิ่งแวดล้อม และมีเครือข่ายรับผิดชอบด้าน Energy conversion ของพลังงานในรูปแบบต่าง ๆ  
 ตามพื้นที่ มหาวิทยาลัยต่างประเทศระดับโลกที่สามารถเป็นผู้ร่วมพัฒนานวัตกรรมด้านนี้ประกอบ  
 ไปด้วย 1. Cal Tech, USA 2. KAIST, Korea 3. VTT, Finland

Creative hub ทางด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จะเน้นการเพิ่มมูลค่าจากศิลปะ วัฒนธรรม  
 อาหาร การออกแบบ และความคิดสร้างสรรค์ ผสมผสานกัน โดยใช้อุตสาหกรรมบริการเป็นฐาน  
 และเสริมด้วยเทคโนโลยีอื่น ๆ เช่น ดิจิทัล ใช้ประโยชน์จากจุดเด่นในแต่ละภูมิภาค มหาวิทยาลัย  
 ต่างประเทศระดับโลกที่สามารถเป็นผู้ร่วมพัฒนานวัตกรรมด้านนี้ ประกอบไปด้วย 1. Royal  
 College of Art, UK 2. KOCCA และ KIDP เกาหลีใต้ 3. Rhode Island School of Design, USA  
 4. Politecnico di Milano, Italy

สำหรับประเทศไทยบทบาทของสถาบันการศึกษากับการพัฒนาเศรษฐกิจนั้น  
 (กระทรวงศึกษาธิการ, 2554, 2560) มีส่วนงานที่เกี่ยวข้อง คือ กระทรวงศึกษาธิการ ซึ่งมีหน้าที่ใน  
 การสร้างผลผลิตและผลลัพธ์ ให้สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ทั้งมิติ  
 เศรษฐกิจ สังคม การบริหารจัดการภาครัฐอย่างเป็นรูปธรรม โดยสถาบันการศึกษาในระดับ  
 อุดมศึกษา มีบทบาทเป็นแหล่งผลิตกำลังคนที่มีคุณภาพระดับสูงป้อนสู่สังคม ซึ่งสถาบันอุดมศึกษา  
 ตามประกาศของกระทรวงศึกษาธิการมีภารกิจ 4 ด้าน คือ 1. ด้านการผลิตบัณฑิต 2. ด้านการวิจัย  
 3. ด้านการให้บริการทางวิชาการแก่สังคม 4. ด้านการทำนุบำรุงศิลปและวัฒนธรรม

ด้านการผลิตคนของสถาบันการศึกษากับการพัฒนาเศรษฐกิจ สถาบันอุดมศึกษา  
 มีบทบาทเป็นแหล่งผลิตกำลังคนที่มีคุณภาพระดับสูงป้อนสู่สังคม โดยในการขับเคลื่อนประเทศ  
 ไทย 4.0 นั้น “คน” ถือเป็นหัวใจสำคัญของการขับเคลื่อน คือ การลงทุนในทรัพยากรมนุษย์  
 (Investment in people) โดยจะต้องลงทุนเพื่อก่อให้เกิดสังคมที่มีคุณลักษณะด้านเศรษฐกิจ คือ  
 สังคมที่สามารถ หมายถึง สังคมที่คนมีความสามารถในการสร้างรายได้และประกอบธุรกิจ (สุวิทย์  
 เมษินทรีย์, 2559) นโยบายประเทศไทย 4.0 เน้นการพัฒนาด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัย และ  
 นวัตกรรมให้มีความก้าวหน้าทันต่อการเปลี่ยนแปลงในอนาคตส่งผลให้ภาคการศึกษาต้องเน้นผลิต  
 บุคลากรรองรับ นักศึกษาที่จบไปจะต้องเป็นผู้ที่สามารถสร้างประโยชน์สูงสุดให้แก่ประเทศชาติ  
 และต้องตอบสนองความต้องการของบ้านเมืองได้สถาบันการศึกษามีการตั้งคณะกรรมการเรียนการสอน  
 ธุรกิจขึ้นเพื่อรองรับการขยายตัวอย่างรวดเร็วทางเศรษฐกิจและอุตสาหกรรม (กระทรวงศึกษาธิการ,  
 2560; เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2559)

ด้านการวิจัยของสถาบันการศึกษากับการพัฒนาเศรษฐกิจ การวิจัย หมายถึง การศึกษา  
 ค้นคว้า อย่างมีระบบ ระเบียบ แบบแผน ตามวิธีการทางวิทยาศาสตร์ เพื่อค้นหาค้นคว้าความรู้ใหม่

ความจริงใหม่ หรือข้อสรุปใหม่ เพื่อพัฒนากระบวนการ หรือนวัตกรรมใหม่ (สุทธิพันธ์ จิตพิมล มาศ, ม.ป.ป.)

ซึ่งแม้ว่าจะไม่มีความสัมพันธ์ทางตรงระหว่างรายได้กับเทคโนโลยี ที่ส่งผลต่อการเพิ่มผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) แต่จากการพิจารณาสถานะของหลายประเทศแสดงให้เห็นถึงระดับของความสัมพันธ์ระหว่างรายได้และเทคโนโลยี โดยประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออก เช่น ฮองกง ญี่ปุ่น สาธารณรัฐเกาหลี สิงคโปร์และไต้หวัน เป็นประเทศที่มีผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ต่อหัวที่สูงที่สุดในภูมิภาค และจัดอยู่ในกลุ่มประเทศที่มีรายได้สูง โดยประเทศเหล่านี้ยังเป็นผู้นำด้านเทคโนโลยี ที่สะท้อนให้เห็นถึงการใช้ทักษะระดับสูงและการวิจัยเพื่อส่งเสริมนวัตกรรมเพิ่มผลิตภาพและส่งเสริมการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ (ธนาคารโลก ภูมิภาคเอเชียตะวันออกและแปซิฟิก รายงานระดับภูมิภาค, ม.ป.ป.) และมีข้อมูลว่ารัฐบาลของประเทศเหล่านี้ได้วางกลยุทธ์ในการปฏิรูประบบอุดมศึกษาเพื่อสร้างความเป็นเลิศทางวิชาการในระดับนานาชาติ และวางตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ให้สถาบันอุดมศึกษาของตนเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ให้มีความสำคัญกับสร้างผลงานวิจัยคุณภาพ ทำให้มีศักยภาพการผลิตที่สูงขึ้น มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น และเกิดนวัตกรรมด้านการผลิตและบริการที่ส่งผลกระทบยาวไ้รายได้มวลรวมประชาชาติ (Gross national income หรือ GNI) สูงขึ้นอย่างก้าวกระโดด (กันย์ บัวชื่น, 2558)

สำหรับในประเทศไทย พบว่า การวิจัยของสถาบันการศึกษา เป็นสิ่งที่ได้รับความสำคัญเป็นอย่างยิ่งในทุกแผนการพัฒนาเศรษฐกิจทั้งในระดับประเทศและนานาชาติ จากประกาศของกระทรวงศึกษาธิการไทย ซึ่งว่างานวิจัยจะต้องริเริ่ม สร้างสรรค์ มีคุณภาพ มีประโยชน์ สนองยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ สามารถตอบสนองความต้องการของสังคมได้ในวงกว้างและก่อให้เกิดประโยชน์แก่สาธารณชน มีผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สอดคล้องกับโจทย์ของการพัฒนาประเทศ แก้ไขปัญหาในเชิงพื้นที่ หรือมีการเชื่อมโยงกับ Mega-project ของรัฐบาล รวมถึงประกาศของสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) กล่าวว่า บทบาทของสถาบันการศึกษา ยังสามารถมีส่วนในการสร้างให้เกิดผลกระทบต่อภาคตัดสินใจระดับนโยบายสาธารณะ ทั้งในระดับประเทศและระดับโลกบนฐานการเป็นองค์กรแห่งความรู้และองค์กรวิจัยในตนเอง (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2559 ก)

ด้านการให้บริการทางวิชาการแก่สังคมของสถาบันศึกษากับการพัฒนาเศรษฐกิจ สถาบัน อุดมศึกษามีการให้บริการทางวิชาการที่ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายทั้งในวงกว้างและกลุ่มเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจงทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งอาจให้บริการ โดยการใช้ทรัพยากร ร่วมกัน ทั้งในระดับสถาบันและระดับบุคคลได้ในหลายลักษณะ อาทิ การให้คำปรึกษา การศึกษาวิจัย

การค้นคว้าเพื่อแสวงหาคำตอบให้กับสังคม การให้บริการฝึกอบรมหลักสูตรระยะสั้นต่าง ๆ การจัดให้มีการศึกษาต่อเนื่องบริการแก่ประชาชนทั่วไป การให้บริการทางวิชาการนี้ สามารถจัดในรูปแบบของการให้บริการแบบให้เปล่าหรือเป็นการให้บริการเชิงพาณิชย์ที่ให้ผลตอบแทนเป็นรายได้ (กระทรวงศึกษาธิการ, 2554)

ปัจจุบันยังมีศึกษาเรื่อง แนวคิดมหาวิทยาลัยเชิงนักคิดแบบผู้ประกอบการ หรือ Entrepreneurial University จากข้อมูลของภูมิพร ธรรมสถิตเดช (2559) และอวิรุทธ์ ฉัตรมาลาทอง, สิริฉันท์ สติรกุล เตชะพาหพงษ์ และวราภรณ์ บวรศิริ (2560) พบว่า เป็นแนวคิดหนึ่งที่เกี่ยวข้องสถาบันการศึกษากับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคม ที่มีการปรับใช้ในมหาวิทยาลัยหลายแห่งทั่วโลก ทั้งในยุโรป อเมริกา และแม้แต่อาเซียน ซึ่งได้รับการยอมรับ โดยเฉพาะในเรื่องเป้าหมายเพื่อเพิ่มโอกาสในการถ่ายทอดองค์ความรู้ และเทคโนโลยี โดยเฉพาะการสร้าง Startup ที่พบว่ามหาวิทยาลัยควรปรับบทบาทและกลไกหลายด้าน รวมถึงการทำวิจัยที่ให้ความสำคัญกับการแก้ไขปัญหาอย่างแท้จริงสามารถตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เป็นการสร้างบทบาทของมหาวิทยาลัยที่ไม่ควรเป็นเพียงแค่ตลาดความรู้ แต่มุ่งเน้นการส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาในด้านนวัตกรรม โดยการใช้หลักคิดเรื่องการเป็นผู้ประกอบการกลไกขับเคลื่อนสำคัญ เพื่อช่วยให้เกิดการสร้างรายได้และการจ้างงาน รวมถึงเป็นตัวส่งเสริมสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจระดับท้องถิ่น และระดับภูมิภาค อันเป็นตัวแปรสำคัญในการสร้างมหาวิทยาลัยนักคิดแบบผู้ประกอบการ ตัวอย่างมหาวิทยาลัยระดับโลกที่ประสบความสำเร็จของการสร้างนักคิดแบบผู้ประกอบการ เช่น สถาบันเทคโนโลยีแมสซาชูเซตส์ หรือเอ็มไอที (Massachusetts institute of technology: MIT) ซึ่งเกิดจากความร่วมมือกันระหว่างผู้เชี่ยวชาญด้านวิทยาศาสตร์ วิศวกรรมศาสตร์ และแพทยศาสตร์ ทำให้เกิดนวัตกรรมในการรักษาคนไข้แบบใหม่ รวมถึงมหาวิทยาลัยแห่งชาติสิงคโปร์ (National University of Singapore) ซึ่งมีการกำหนดให้นักศึกษาชั้นปีที่ 3 สร้างประสบการณ์ด้านผู้ประกอบการ โดยกระจายตัวออกไปร่วมงานกับสตาร์ทอัพทั่วโลก ปัจจัยสำคัญในการพัฒนาประเทศผ่านการพัฒนาผู้ประกอบการระดับพื้นฐาน ด้วย 7 กลไกหลัก ประกอบด้วย 1. นโยบายและกลยุทธ์การบริหาร (Leadership and governance) โดยเป็นนโยบาย และทิศทางการบริหารที่สนับสนุนการเป็นมหาวิทยาลัยที่เน้นการพัฒนาผู้ประกอบการอย่างแท้จริง ผ่านการวางแผนกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างผู้ประกอบการภายในมหาวิทยาลัย ตลอดจนเป็นตัวแปรสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาผู้ประกอบการในสังคม 2. สมรรถนะขององค์กร บุคลากร และสิ่งจูงใจ (Organizational capacity, people and incentives) โดยลดข้อจำกัดต่าง ๆ ขององค์กรในการสนับสนุนการสร้างผู้ประกอบการ 3. หลักพัฒนาแนวคิดผู้ประกอบการในการเรียนการสอน (Entrepreneurship development in teaching and learning) โดยอาศัยการออกแบบหลักสูตรที่รองรับการพัฒนาผู้ประกอบการ รวมทั้ง

แนวทางที่เหมาะสมในการสร้างความรู้ และฝึกทักษะ เพื่อสร้างการผลักดันให้ผู้เรียนคิดแบบผู้ประกอบการ และร่วมงานกับหน่วยงานภายนอกเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ในสถานการณ์จริง 4. เส้นทางสู่การเป็นผู้ประกอบการ (Pathways for entrepreneurs) โดยมีหลักรองรับกิจกรรมการพัฒนาสู่การเป็นผู้ประกอบการ ตั้งแต่การบ่มเพาะไอเดียไปจนถึงการเพิ่มมูลค่าการเติบโตในตลาด รวมถึงสร้างศูนย์บ่มเพาะธุรกิจ และจัดตั้ง Coworking space 5. ความเป็นศูนย์กลางแลกเปลี่ยนความรู้กับภาคธุรกิจ (University-business/ External relationships for knowledge exchange) เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับภาคธุรกิจภายนอก โดยถือเป็นการร่วมมือและสร้างเครือข่ายที่เข้มแข็งกับศูนย์บ่มเพาะ อุทยานวิทยาศาสตร์ และอื่น ๆ เพื่อสร้างโอกาสในการแลกเปลี่ยนความรู้ร่วมกัน 6. ความเป็นสถาบันระหว่างประเทศ (The entrepreneurial university as an international institution) มีการแลกเปลี่ยนกลยุทธ์เพื่อส่งเสริมการสร้างธุรกิจกับสถาบันในต่างประเทศ ทั้งมหาวิทยาลัย สถาบันวิจัย และบริษัท 7. การวัดผลกระทบการเปลี่ยนแปลง (Measuring the impact of the entrepreneurial university) มีการประเมินวัดผลกระทบการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการดำเนินงานของมหาวิทยาลัย ทั้งในมุมมองของบุคลากรภายใน และผลกระทบที่มีต่อธุรกิจในห้องถิ่น และสังคม

โดยสรุป ความเหมาะสมของสถานที่ภายในมหาวิทยาลัยใช้เป็นี่แสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก มี 3 ประการ ที่เป็นสิ่งสำคัญ ได้แก่ 1. มหาวิทยาลัยเป็นแหล่งวิชาการ ประกอบด้วย มีนักวิชาการให้ความรู้ด้านต่าง ๆ มีงานวิจัย และนวัตกรรม มีความร่วมมือจากภาครัฐและภาคเอกชน 2. มหาวิทยาลัยมีสถานที่ ทำเล สิ่งอำนวยความสะดวกจำนวนมาก ประกอบด้วย อาคาร หอประชุมที่ทันสมัย มีพื้นที่โล่งกลางแจ้งสำหรับจัดกิจกรรมได้หลากหลาย มีที่พักหลากหลายในบริเวณใกล้เคียง มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน บริการด้านอาหารเพียงพอ เป็นศูนย์กลางภาคภาคตะวันออก เป็นศูนย์กลางด้านธุรกิจ การค้าและการลงทุน การมีสถานที่จอดรถเพียงพอ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูด มีความมั่นคงปลอดภัย มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย 3. มหาวิทยาลัยเป็นสถานที่ที่ผู้ซื้อ และผู้ใช้บริการเข้าถึงได้เร็ว และง่าย ประกอบด้วย เป็นแหล่งชุมชน มีนิสิตนักศึกษาจำนวนมาก ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเป็นที่รู้จัก เป็นศูนย์กลางคมนาคม ภาคตะวันออก มีบริการขนส่งมวลชนและขนส่งสินค้า และยังคงคล้องกับงานวิจัยของประสงค์ ผดุงเกียรติวัฒนา (2558) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ศูนย์การค้าในศูนย์แสดงสินค้า และการประชุมอิมแพ็คเมืองทองธานี ซึ่งพบว่า ความเหมาะสมของสถานที่เช่นความดึงดูดของสถานที่ ทำเลที่ตั้ง จุดเชื่อมต่อเชื่อมโยง มีผลต่อการตัดสินใจใช้ศูนย์แสดงสินค้า และสอดคล้องกับงานวิจัยของนิตยา ศรีพูล (2554) ที่พบว่า ค่าเฉลี่ยด้านภาพลักษณ์ความมีชื่อเสียงมีผลต่อมหาวิทยาลัยในทัศนของประชาชน

## แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรม MICE และศูนย์แสดงสินค้า

อุตสาหกรรมไมซ์ หรือ MICE (Meeting, Incentive, Convention และ Exhibition) หมายถึง อุตสาหกรรมการประชุม (Meeting) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive) การจัดประชุมนานาชาติ (Convention) และการจัดนิทรรศการ (Exhibition) รวมงานแสดงกิจกรรมต่าง ๆ (Event) จัดเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ ซึ่งปัจจุบันได้รับการยอมรับจากรัฐบาลประเทศต่าง ๆ เนื่องจากนัยสำคัญทางเศรษฐกิจในการสร้างรายได้จำนวนมากในแหล่งท่องเที่ยว และสร้างงานจำนวนมากให้กับประเทศ (Fenich, 2008; สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ, 2559; บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2554)

รูปแบบการส่งเสริมอุตสาหกรรม MICE ในต่างประเทศ จากการศึกษารูปแบบของนครแห่งไมซ์ในต่างประเทศ ซึ่งได้แก่ ประเทศญี่ปุ่น เมืองมาเก๊า ประเทศจีน ประเทศสิงคโปร์ เมืองกัวลาลัมเปอร์ ประเทศเวียดนาม (Indian Express Newspapers, 2001; Sanjay & Aliana, 2007; Tan Cheong Su, 2007; Hussain, 2012; แสนดี สีสุทธิโพธิ์, ม.ป.ป.; สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2556) การศึกษาการพัฒนากลยุทธ์การเสนอขอเป็นเจ้าภาพจัดการประชุม นานาชาติของประเทศไทย (ภูมิวัฒน์ เดชอุ้น, 2553) ศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทย (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2554) การวิเคราะห์ศักยภาพในการรองรับอุตสาหกรรมไมซ์ในเมืองลาสเวกัส (Li & Yang, 2012) และมาตรฐานอุตสาหกรรมไมซ์ (Thailand Convention and Exhibition Bureau, 2012) ผู้วิจัยสรุปการส่งเสริมธุรกิจ MICE โดยการประยุกต์แนวคิดในแต่ละส่วนและประเด็นที่เกี่ยวข้อง คือ เมืองที่กล่าวมานั้นจะต้องมีความสามารถในการรองรับการจัดกิจกรรมไมซ์ในรูปแบบทั้ง 4 แบบ คือ การประชุมสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การประชุมนานาชาติ และการแสดงสินค้า/นิทรรศการ (Indian Express Newspapers, 2001; Sanjay & Aliana, 2007; Tan Cheong Su, 2007; Hussain, 2012; เทวีวรรณ ปทุมพร, 2548; แสนดี สีสุทธิโพธิ์, ม.ป.ป.; สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ, 2556) ในการที่จะพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ จึงต้องมีการพิจารณา 6 องค์ประกอบ ดังนี้

1. ด้านโครงสร้างพื้นฐาน โดยการพิจารณาด้านโครงสร้างพื้นฐานในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์ ประเทศญี่ปุ่นซึ่งถือว่าเป็นเมืองที่มีความทันสมัยของโครงสร้างพื้นฐานเป็นศูนย์กลางทางการขนส่งและการเดินทางเป็นเมืองที่เป็นศูนย์กลางทางการบินแห่งหนึ่งของโลก (Indian Express Newspapers, 2001) ส่วนประเทศจีนเป็นเมืองแห่งการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการที่มีลักษณะโครงสร้างพื้นฐาน สภาพแวดล้อมของเมืองที่เอื้อหรือส่งผลต่อการจัดกิจกรรมไมซ์ในระดับนานาชาติ โดยมีการคมนาคมขนส่งและการเดินทางที่สะดวกสบาย โดยหนึ่ง

ในเมืองที่สำคัญของจีน นั่นคือ เซี่ยงไฮ้ เมืองที่มีการคมนาคมขนส่งภายในที่เชื่อมถึงกันทั้งเมือง (แสนดี สิสุทธิโพธิ์, ม.ป.ป.) ซึ่งสิ่งทีควรพิจารณาในด้าน ได้แก่

- ระบบการคมนาคมขนส่งทางบก ทางอากาศ ทั้งภายในเมืองและระหว่างเมืองให้มีความเชื่อมโยงอย่างเป็นระบบ จำนวนเที่ยวบิน (เทวีวรรณ ปทุมพร, 2548)

- ระบบสาธารณูปโภค ระบบน้ำ ระบบไฟฟ้า มีจำนวนเพียงพอ

- ระบบการสื่อสารและระบบเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องระบบฐานข้อมูลสำหรับผู้จัดกิจกรรม

- การปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์ทั้งภายในเขตเมืองและนอกเมือง

2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จากการศึกษาของ Tan Cheong Su (2007) ซึ่งได้วิเคราะห์และเปรียบเทียบเมืองที่เป็นจุดหมายทางอุตสาหกรรมไมซ์ 2 เมือง คือ มาเก๊าและสิงคโปร์ พบว่าทั้งสองเมืองเป็นเมืองที่มีสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งทั้งนี้สามารถจัดกิจกรรมไมซ์ โดยเป็นศูนย์กลางการจัดประชุมและนิทรรศการ และประเทศญี่ปุ่นก็คืออีกหนึ่งเมืองไมซ์ที่ประกอบด้วยศูนย์การจัดประชุมจำนวนมากกว่า 300 แห่ง ทั่วประเทศ (Indian Express Newspapers, 2001) และนอกจากนี้ยังรวมไปถึงเมืองลาสเวกัส ซึ่งมีการเพิ่มสำหรับสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการรองรับอุตสาหกรรมไมซ์ที่มีการขยายอย่างเพิ่มขึ้น โดยหน่วยงานซึ่งเป็นผู้ดูแลและรับผิดชอบเกี่ยวกับอุตสาหกรรมไมซ์ได้มีความพยายามในการเพิ่มศักยภาพในดังกล่าวด้านนี้ เพื่อที่จะทำให้เมืองลาสเวกัสได้กลายเป็นจุดหมายปลายทางในการจัดอุตสาหกรรมไมซ์ (Li & Yang, 2012) และยังมีเมืองเซี่ยงไฮ้ ที่เป็นเมืองระดับแนวหน้าของประเทศจีน ที่มีความเจริญทั้งทางด้านเศรษฐกิจการค้า และการลงทุนแห่งหนึ่งของโลก (แสนดี สิสุทธิโพธิ์, ม.ป.ป.) หรือประเทศสิงคโปร์ ซึ่งถือว่าเป็นเมืองแห่งศูนย์กลางการค้าและการลงทุนอีกแห่งหนึ่ง (Jaeho & Narui, 2012) ซึ่งนครแห่งไมซ์แต่ละแห่งจะต้องมีการพัฒนาในองค์ประกอบย่อย ดังนี้

- สถานที่จัดงานที่สามารถจัดงานไมซ์ได้หลากหลายรูปแบบ มีมาตรฐาน

- โรงแรมที่พัก ที่สามารถรองรับผู้เข้าร่วมงานได้อย่างเพียงพอมีมาตรฐาน

- การให้บริการด้านอาหารของธุรกิจบริการอาหารและเครื่องดื่มที่มีเพียงพอ โดยการนำ ISO 22000: Food safety management systems มาปรับใช้กับธุรกิจในห้องถิ่น

- ธุรกิจผู้ให้บริการการจัดงาน ผู้รับเหมาที่เกี่ยวข้องในธุรกิจไมซ์ทั้งโดยตรงและส่วนที่สนับสนุน

- ธุรกิจการขนส่งทั้งมวลชนและการขนส่งสินค้า

- การเป็นศูนย์กลางทางด้านธุรกิจ การค้าและการลงทุน

3. ด้านความมั่นคงและปลอดภัย พบว่า ในหลายเมืองซึ่งเป็นจุดหมายปลายทางในการจัดอุตสาหกรรมไมซ์นั้น ต่างให้ความสำคัญในด้านนี้ สำหรับประเทศไทยก็ได้มีการจัดทำมาตรฐานเรื่องความปลอดภัยในอุตสาหกรรมไมซ์ โดยมีการนำมาตรฐาน MICE Security management standard (MSMS) หรือเรียกว่า TISI 22300 ซึ่งเกี่ยวข้องกับผู้ที่จัดอุตสาหกรรมไมซ์ เช่น ผู้ให้บริการ ผู้จัดงาน ผู้ให้บริการจัดงาน และอื่น ๆ ก็จะต้องมีการปฏิบัติตามมาตรฐาน หรือข้อกำหนดนี้อย่างเคร่งครัด เช่น ในเรื่องการจัดทำนโยบายรักษาความปลอดภัยขององค์กรที่ครอบคลุมทั้งนโยบายและปัจจัยเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้น (Thailand Convention and Exhibition Bureau, 2015) โดยสามารถประเมินและจัดการการรักษาความปลอดภัยได้ด้วยการใช้นโยบายวัตถุประสงค์ เป้าหมาย ภัยคุกคามและความเสี่ยง การประเมินจุดอ่อนและภาวะวิกฤต (Vulnerability and criticality assessment) ตลอดจนรวมถึงกิจกรรมและการดำเนินการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับภัยคุกคาม ความเสี่ยงและอันตรายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรักษาความปลอดภัย (ภูมิวิวัฒน์ เดชอุ้น, 2553)

4. ด้านการสนับสนุนทั้งจากองค์กรภาครัฐและภาคเอกชนที่อยู่ในพื้นที่หรือท้องถิ่น ซึ่งปัจจัยในด้านนี้ถือเป็นปัจจัยที่สำคัญอีกปัจจัยหนึ่ง เป็นอีกแรงเสริมหนึ่งที่ทำให้อุตสาหกรรมไมซ์สามารถพัฒนาศักยภาพสู่การเป็นเมืองไมซ์โดยการสนับสนุนด้วยการจัดทำนโยบาย ด้านบุคลากร ด้านงบประมาณที่ใช้ในการพัฒนา เป็นต้น ในประเทศจีนนั้นหน่วยงานภาครัฐบาลให้ความสำคัญในการสนับสนุนกิจกรรมทางการตลาดของงานจัดแสดงสินค้าและการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้จัดงาน และในประเทศมาเลเซีย ที่มีการจัดตั้งหน่วยงานที่รับผิดชอบในการส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์ในระดับท้องถิ่น (Malaysia Convention & Exhibition Bureau, 2012) เพื่อส่งเสริมให้เกิดผลประโยชน์ที่หมุนเวียนสู่ท้องถิ่น เป็นการสร้างองค์ความรู้ และรวมทั้งยังเป็นสร้างช่องทางในการติดต่อกับหน่วยงานในระดับชาติด้วย (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2555) และยังรวมไปถึงความร่วมมือทางด้านวิชาการจากสถาบันการศึกษาในท้องถิ่น (เทวีวรรณ ปทุมพร, 2548)

5. ด้านสถานที่ท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจนครแห่งไมซ์แต่ละแห่งจะต้องมีการแสดงให้เห็นถึงจุดเด่นของตนเอง ด้วยการนำสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่พักผ่อน แหล่งช้อปปิ้ง แหล่งบันเทิงต่าง ๆ โดยนำมาเป็นส่วนหนึ่งของรูปแบบกิจกรรมไมซ์ มีการพัฒนาและปรับปรุงเพื่อรองรับการเป็นนครแห่งไมซ์ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น เมืองพัทยาของประเทศไทยที่สามารถจัดกิจกรรมไมซ์ได้ 6 รูปแบบ ได้แก่ (1) Adventure การจัดกิจกรรมเชิงผจญภัย กิจกรรมกลางแจ้ง (2) History and culture การจัดกิจกรรมในสถานที่เชิงอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม (3) Experiential การจัดกิจกรรมในสถานที่ที่สามารถสร้างประสบการณ์ในการเรียนรู้เกี่ยวกับระบบการจัดการหรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ ให้เรียนรู้หรือศึกษา (4) Green การจัดกิจกรรมในสถานที่เชิงอนุรักษ์ เน้นกิจกรรมในการรักษา



สัตว์ป่าพันธุ์พืชและธรรมชาติ (5) CSR การจัดกิจกรรมในสถานที่ที่ให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้ทำกิจกรรม CSR ได้หลากหลายรูปแบบ และ (6) Luxury การจัดกิจกรรมในสถานที่ที่มีความพิเศษหรือหายากต่อการเข้าถึง (ผู้จัดการออนไลน์, 2556) และนอกเหนือจากนี้แล้ว ยังต้องคำนึงในเรื่องของภาพลักษณ์ของเมืองแห่งไมซ์ที่จะต้องให้ความสนใจในการวางตำแหน่งทางการตลาดของเมืองเพื่อให้อยู่ในรูปแบบของไมซ์ในแต่ละประเภทด้วย เช่น การเป็นเมืองแห่งการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล หรือการเป็นเมืองแห่งการจัดประชุมสัมมนา และการเป็นเมืองแห่งการจัดงานแสดงสินค้า นิทรรศการ ด้วยการดึงลักษณะเด่นของตนขึ้นมาเพื่อปรับปรุงและสร้างการพัฒนา ซึ่งรวมไปถึงการพัฒนาเพื่อให้เป็นเมืองศูนย์กลางทางด้านการค้าการลงทุน หรือการเป็นเมืองท่องเที่ยวที่จะสามารถพัฒนาเพื่อก้าวไปสู่การเป็นเมืองแห่งไมซ์ในรูปแบบอื่น ๆ ได้ (Tan Cheong Su, 2007) และรวมถึงการพัฒนาตลอดจนการปรับปรุงภาพลักษณ์ของเมืองแห่งไมซ์เพื่อให้เกิดความยั่งยืนด้วยการนำเอาแนวคิดและการปฏิบัติไปสู่การเป็นผู้จัดงานประชุมหรือผู้จัดงานประเภทอื่น ๆ ทั้งนี้ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถหรือศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมไมซ์ได้ในอนาคต (Jumyong, Deborah, & Youngsoo, 2011)

6. ด้านบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ ซึ่งบุคลากรต้องมีลักษณะความเป็นมืออาชีพสูง และต้องมีทักษะในเรื่องการให้บริการที่มีคุณภาพ (แสนดี สิสุทธิโพธิ์, ม.ป.ป.; Sanjay & Aliana, 2007) สามารถให้บริการครอบคลุมและช่วยเหลือในการวางแผนให้กับนักท่องเที่ยว (Indian Express Newspapers, 2001) เป็นมิตรและมีทัศนคติที่ดีกับผู้ที่เดินทางเข้ามาร่วมกิจกรรมไมซ์ในประเทศซึ่งสอดคล้องกับวิโรจน์ ระจิตดำรงค์ (2553) ที่ได้ศึกษาเรื่องความพร้อมด้านบุคลากรของศูนย์ประชุมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลต่อการรองรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ความพร้อมด้านบุคลากรของศูนย์ประชุมมีความสัมพันธ์กับคุณสมบัติของบุคลากรด้านการบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งคุณสมบัติในด้านของการตอบสนองด้วยความเต็มใจ และพร้อมให้บริการ ความน่าเชื่อถือ ความสามารถทางวิชาการ และในการบริการซึ่งถือว่าเป็นคุณสมบัติที่สำคัญ รวมถึงด้านกระบวนการเพื่อการคัดสรรหรือหาบุคลากรก็มีความสำคัญเช่นกัน

สำหรับประเทศไทยอุตสาหกรรมไมซ์เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีการเจริญเติบโตสูงที่สุดของไทย ซึ่งอุตสาหกรรมไมซ์เป็นอุตสาหกรรมที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว รวมทั้งยังเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจและความมั่นคงของประเทศ เนื่องจากอุตสาหกรรมไมซ์สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการผลักดันอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศให้มีความเข้มแข็งได้ (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2559)

การประเมินผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมไมซ์ในประเทศไทยปี พ.ศ. 2558 ได้มีการประเมินว่ามีการใช้จ่ายเงินประมาณ 2.23 แสนล้านบาท แบ่งเป็นค่าใช้จ่ายการจัดนิทรรศการ

หรืองานแสดงสินค้า (Exhibition) เป็นจำนวน 5.31 หมื่นล้านบาท และนอกเหนือจากการใช้จ่ายที่สามารถวัดมูลค่าเป็นตัวเงินได้แล้ว อุตสาหกรรมไมซ์ยังทำให้เกิดการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ (Networking) การสร้างแบรนด์สินค้าของประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง รวมไปถึงการแลกเปลี่ยนข้อมูลและข่าวสารทางด้านเทคโนโลยีต่าง ๆ และเป็นการสร้างงานให้กับบุคลากรของประเทศซึ่งผลทั้งหมดล้วนส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศ (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2559) ทั้งยังช่วยให้เศรษฐกิจฟื้นตัวอย่างรวดเร็วกว่าภาคผลิตและบริการอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2555) เนื่องจากมีค่าใช้จ่ายสูงกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป 2-3 เท่า (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2559) การจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติเป็นหนึ่งในเครื่องมือและตัวกลางทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพเป็นอย่างมาก นอกจากจะเพิ่มโอกาสทางการค้าแล้วยังเพิ่มรายได้ให้แก่ธุรกิจหลากหลายสาขาที่เกี่ยวข้อง เช่น ศูนย์แสดงสินค้า โรงแรม ร้านอาหาร การขนส่ง สายการบิน ศูนย์บันเทิง และร้านค้า เป็นต้น รวมไปถึงช่วยให้รัฐ มีรายได้จากการเก็บภาษีเพิ่มขึ้น ซึ่งปัจจุบันอุตสาหกรรมงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติยังคง มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องคู่ขนานกันไปกับการเปลี่ยนแปลงและเติบโตของตลาดและอุตสาหกรรม (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2556)

การขับเคลื่อนประเทศไทย 4.0 ด้วยอุตสาหกรรมไมซ์ ซึ่งสามารถมีส่วนสำคัญในการช่วยขับเคลื่อนอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศไทย ประกอบด้วย 10 อุตสาหกรรมเป้าหมายที่ประกอบด้วย 1. อุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่ (Next-generation automotive) 2. อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ (Smart electronics) 3. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดีและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Affluent, medical and wellness tourism) 4. การเกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพ (Agriculture and biotechnology) และ 5. อุตสาหกรรมการแปรรูปอาหาร (Food for the future) 6. อุตสาหกรรมหุ่นยนต์ (Robotics) 7. อุตสาหกรรมการบินและโลจิสติกส์ (Aviation and Logistics) 8. อุตสาหกรรมเชื้อเพลิงชีวภาพและเคมีชีวภาพ (Biofuels and biochemicals) 9. อุตสาหกรรมดิจิทัล (Digital) และ 10. อุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร (Medical hub) ผ่านการจัดงานและกิจกรรมต่าง ๆ ของไมซ์ เช่น การจัดประชุมของบริษัทเอกชน การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การประชุมของกลุ่มองค์กรหรือการประชุมวิชาชีพ และการแสดงสินค้านานาชาติ เนื่องจากอุตสาหกรรมไมซ์จะก่อให้เกิดเงินหมุนเวียนในการช่วยกระจายรายได้และขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศจากการใช้จ่ายของผู้จัดงานและผู้ที่เกี่ยวข้อง และก่อให้เกิดการซื้อขาย การแลกเปลี่ยนสินค้า การนำเข้า ส่งออก และการลงทุนต่าง ๆ นอกจากนี้ ในการจัดงานไมซ์ยังก่อให้เกิดประโยชน์ที่ไม่ได้เป็นตัวเงิน เช่น การแลกเปลี่ยนความรู้และเทคโนโลยี การแลกเปลี่ยน

ข้อมูลข่าวสารตลอดจนการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ รวมไปถึงการขยายตลาดสินค้าของแต่ละอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นการเสริมสร้างความเข้มแข็งและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมประเทศไทยด้วย (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2560 ก)

การขับเคลื่อนอุตสาหกรรม MICE โดยกลยุทธ์ “SMART MICE” ปัจจุบันหลายประเทศให้ความสำคัญกับการนำเทคโนโลยีมาใช้ขับเคลื่อนธุรกิจไมซ์ เช่น สิงคโปร์ เกาหลีใต้ ออสเตรเลีย สกอตแลนด์ เป็นต้น โดยได้ออกมาตรการส่งเสริมพัฒนาและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนการจัดงานไมซ์ในหลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการสนับสนุนเงินทุน การสนับสนุนทางด้านภาษี และด้านอื่น ๆ โดยภายใต้นโยบาย “ไทยแลนด์ 4.0” ของรัฐบาลที่มุ่งเน้นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม (Innovation drive economy) โดยมีเป้าหมายสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนอย่างเป็นรูปธรรมนั้น ข้อมูลสำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ หรือ สสปน. ระบุว่าผู้ประกอบการต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการจัดงานไมซ์จากแบบเดิมไปสู่การจัดงานแบบ “สมาร์ท ไมซ์” (SMART MICE) ด้วยการผสานแนวความคิดสร้างสรรค์กับการใช้เทคโนโลยีมาช่วยสนับสนุนการจัดกิจกรรม โดยมีเป้าหมายหลัก 3 ด้าน คือ 1. การสร้างรายได้ให้ประเทศ ด้วยการดึงเม็ดเงินเข้ามาในประเทศมากขึ้น 2. การพัฒนาประเทศด้วยนวัตกรรม โดยเฉพาะกลุ่มการประชุมนานาชาติและการแสดงสินค้านานาชาติ (Convention and exhibition) เพราะนักเดินทางไมซ์กลุ่มนี้จะนำพาคณะความรู้และนวัตกรรมเข้ามาด้วยจึงเป็นโอกาสดีของคนไทยที่จะได้เรียนรู้ และ 3. สร้างความเจริญที่ทั่วถึงและยั่งยืน เป็นการกระจายโอกาสทางธุรกิจสร้างอนาคตให้ประชาชนทั่วพื้นที่ สร้างความยั่งยืน เพื่อให้แต่ละเมืองสามารถอยู่ได้ด้วยตนเอง ซึ่งจากเป้าหมายทั้ง 3 ด้าน ดังกล่าว ทำให้การนำเทคโนโลยีเข้ามาส่งเสริมอุตสาหกรรมไมซ์เป็นตัวช่วยสำคัญเพื่อให้การดำเนินงานขับเคลื่อนไมซ์เป็นตามเป้าหมายของแผนแม่บทสร้างอุตสาหกรรมไมซ์ของไทยให้มีจุดเด่นและมีศักยภาพในการแข่งขันในระดับนานาชาติ โดยการยกระดับและพัฒนาการจัดงานไมซ์ให้มีความสมาร์ตมากขึ้นนั้น มีเป้าหมายหลักในการดึงผู้ร่วมงานไมซ์จำนวนมาก ตลอดจนถึงผู้เข้าร่วมงานรายเก่าให้สนใจกลับมาร่วมงานอีก SMART MICE จะต้องสามารถเข้าถึงอารมณ์ความรู้สึกของลูกค้า (Customer emotion) ต้องมีการถ่ายทอดประสบการณ์ที่ดีให้แก่ลูกค้า (Customer experience) ซึ่งเมื่อลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดีและเกิดความประทับใจในงานไมซ์แล้วจะทำให้ลูกค้าอยากมีส่วนร่วม (Customer engagement) ในการจัดกิจกรรมในครั้งต่อ ๆ ไป และอยากกลับมาเข้าร่วมงานไมซ์อีก กรอบแนวคิดการจัดงานแบบ SMART MICE ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ 1. ความยั่งยืน (Sustainable) 2. การจัดงานที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคม ชุมชน สิ่งแวดล้อม และสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน 3. ความทันสมัย (Modern) มีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ในการสนับสนุนการจัดงานไมซ์ เพื่อช่วย

อำนวยความสะดวกและเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดงานไม่ซ้ำให้ดียิ่งขึ้น 4. ความมีศิลปะสร้างสรรค์ (Artistic) การพัฒนาแนวคิดและรูปแบบในการจัดงานโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ เพื่อให้ได้งานที่มีความแปลกใหม่และสามารถดึงดูดผู้เข้าร่วมงานไม่ซ้ำเพิ่มขึ้น และ 5. การปฏิวัติการจัดงาน (Revolutionary) จากรูปแบบเดิมไปสู่การจัดงานแบบใหม่ โดยนำนวัตกรรมมาใช้ในการจัดงานซึ่งมาจากการใช้ความคิดสร้างสรรค์ผสานกับเทคโนโลยีทันสมัยและการเปลี่ยนแปลง (Transforming) พร้อมมีการพัฒนาและเปลี่ยนรูปแบบการจัดงานไม่ซ้ำอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความเข้มแข็งของงานไม่ซ้ำในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศอย่างมีประสิทธิภาพ (ศุภวรรณ ตีระรัตน์, 2560; สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ 2560 ก; ประชาชาติธุรกิจ, 2560) จากรายงานการสำรวจสถิติการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการจัดงานไม่ซ้ำของ Meeting professionals international (MPI) พบว่า ร้อยละ 63 ของผู้วางแผนการจัดงานไม่ซ้ำมีการใช้เทคโนโลยีและแอปพลิเคชันมาช่วยในการจัดงาน โดยเทคโนโลยีที่มีการใช้งานในการจัดงานไม่ซ้ำมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่

1. เทคโนโลยีการลงทะเบียน (Registration system)
2. เทคโนโลยีป้ายชื่อของผู้เข้าร่วมงาน (Badge system)
3. การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตของผู้เข้าร่วมงาน (Internet access for attendees)
4. การใช้อินเทอร์เน็ตไร้สายของผู้เข้าร่วมงาน (Wi-fi access for attendees) และ
5. เทคโนโลยีการติดตามสถานะของผู้เข้าร่วมงาน (Attendees tracking system) ซึ่งการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดงานไม่ซ้ำสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดงาน ลดเวลาและขั้นตอนในการทำงาน ลดค่าใช้จ่ายและจำนวนบุคลากรที่ใช้ในการดำเนินการ เพิ่มประสิทธิภาพในการประชาสัมพันธ์งานให้กว้างขวางมากขึ้น

นอกจากนี้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ยังสามารถสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ผู้เข้าร่วมงาน ทำให้งานน่าสนใจ และดึงดูดผู้เข้าชมได้มากขึ้น (ศุภวรรณ ตีระรัตน์, 2560; ประชาชาติธุรกิจ, 2560)

#### **อุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้า (Exhibitions)**

Exhibitions คือ “นิทรรศการ” ซึ่งหมายถึง “การแสดงผลงาน สินค้า ผลิตภัณฑ์ หรือกิจกรรมให้คนทั่วไปชม” ตามความหมายของพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 แต่ในการศึกษาเพื่อขับเคลื่อนเชิงเศรษฐกิจ จึงเลือกเฉพาะในความหมาย “การจัดงานแสดงสินค้าหรือผลิตภัณฑ์” ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของนิทรรศการมาเพื่อการศึกษา (บุญเลิศ ตั้งจิตวัฒนา, 2554) โดยอุตสาหกรรมการจัดงานแสดงสินค้า (Exhibitions) ครอบคลุมเรื่องการจัดงานแสดงสินค้าในประเทศไทย โดยผู้จัดอาจเป็นผู้จัดงานชาวไทย หรือผู้จัดงานจากต่างประเทศก็ได้ (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2559) โดยการจัดงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติถือได้ว่าเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมไม่ซ้ำที่มีบทบาทอย่างมากในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจให้กับประเทศ เนื่องจากเป็นช่องทางหนึ่งที่ผู้ผลิต สินค้าหรือผู้ให้บริการสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ของตนสู่สาธารณะ ทำให้เกิดการรับรู้ในผลิตภัณฑ์หรือการบริการนั้น ๆ ซึ่งการจัดงานแสดงสินค้าในแต่ละ

ครั้งไม่เพียงสร้างมูลค่าจากการซื้อและการขายสินค้า แต่ยังสามารถ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นและสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ก่อให้เกิดการสร้างเครือข่ายในภาพใหญ่ (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2559)

ความสำคัญของการจัดงานแสดงสินค้า (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2554) สรุปไว้มี 5 ประการ ได้แก่ 1. งานแสดงสินค้าเป็นสถานที่แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารของผู้ประกอบการ รวมไปถึงการเปรียบเทียบสินค้า กับคู่แข่ง และเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมงานพิจารณาคัดเลือกสินค้าหลากหลายได้อย่างใกล้ชิด 2. งานแสดงสินค้าช่วยกระตุ้นให้เกิดการวิจัยและพัฒนาสินค้าใหม่ เนื่องจากนิยมจัดขึ้นเพื่อแนะนำสินค้า และทดสอบตลาด รวมไปถึงผลตอบรับของสินค้าเพื่อที่จะนำมาปรับปรุงสินค้าและบริการให้ดียิ่งขึ้น 3. งานแสดงสินค้าเป็นแหล่งรายได้สำหรับผู้ให้การสนับสนุนในการจัดงานแสดงสินค้า เช่น สมาคมต่าง ๆ 4. งานแสดงสินค้าก่อให้เกิดรายได้แก่ประเทศเจ้าภาพและกระจายรายได้สู่ธุรกิจที่เกี่ยวข้องในประเทศ 5. งานแสดงสินค้าเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งการพบปะระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายจะทำให้ กิจกรรมทางการค้าเป็นไปได้อย่างรวดเร็วขึ้น ประเภทของการจัดงานแสดงสินค้า (Type of exhibition) แบ่งตามลักษณะของวิธีการจัดแบ่งได้เป็น 3 ประเภท (อิทธิพันธ์ พัฒนานุพงษ์, 2550; บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2554; กานต์วีชมเชย, 2557) คือ

1. การจัดงานแสดงสินค้าถาวร (Permanent exhibition) จัดเป็นเวลานาน จัดอยู่ในอาคารหรือสถานที่เดิมการจัดแสดงถาวร ไม่ได้หมายความว่า จะไม่มีการเปลี่ยนแปลงเลย แต่จะมีการแก้ไขปรับปรุงตกแต่งใหม่ใช้เทคนิคใหม่เป็นครั้งคราว

2. การจัดงานแสดงสินค้าชั่วคราว (Temporary exhibition) คือ การจัดการจัดงานแสดงสินค้าเป็นครั้งคราว ตั้งแต่ 1 วัน 3-7 วัน หรือ 2 อาทิตย์ หรือ 1 เดือน เพื่อให้ความรู้เฉพาะกลุ่ม

3. การจัดงานแสดงสินค้าเคลื่อนที่/หมุนเวียน (Traveling exhibition) การจัดงานแสดงสินค้าที่หมุนเวียนเปลี่ยนสถานที่แสดง

การแบ่งประเภทการจัดงานแสดงสินค้าตามสถานที่จัดได้เป็น 2 ประเภท คือ 1. การจัดงานแสดงสินค้านิทรรศการกลางแจ้ง (Outdoor exhibition) เป็นการจับนิทรรศการภายนอกตัวอาคารและอาจจัดในสนามโดยใช้เต็นท์ นิทรรศการประเภทนี้มีขนาดใหญ่หรือเล็กขึ้นอยู่กับรูปแบบ ลักษณะวิธีจัด และมีขอบเขตการแสดงกว้างขวาง นิทรรศการกลางแจ้งแบบชั่วคราวอาจจะจัดในสนามโดยใช้เต็นท์ที่กางและยกพื้นขึ้น นิทรรศการกลางแจ้งแบบชั่วคราวนี้อาจจะมีขนาดใหญ่หรือเล็กก็ได้ เช่น งานเฉลิมฉลองในเทศกาลปีใหม่ งานประจำปีของจังหวัดต่าง ๆ นิทรรศการกลางแจ้งแบบเคลื่อนที่มักจะเป็นการนิทรรศการขนาดเล็กที่สุด เช่น การจัดรถเพื่อการเผยแพร่กิจกรรมต่าง ๆ ของหน่วยงานเช่น โรงพยาบาล ซึ่งอาจมีจัดการฉายวิดีโอ สไลด์ หรือภาพยนตร์

ประกอบ 2. การจัดงานแสดงสินค้านิทรรศการในร่ม (Indoor exhibition) คือ การจัดนิทรรศการขึ้นในบริเวณของอาคาร หรือการจัดสร้างอาคารขึ้นเพื่อแสดงนิทรรศการด้วยวิธีแบบถาวร หรือแบบชั่วคราว หรือแบบเคลื่อนที่ได้ นิทรรศการในร่มแบบถาวร เช่น การจัดในอาคารของพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติกรุงเทพมหานคร หรือพิพิธภัณฑ์จังหวัด โดยนิทรรศการในร่มแบบชั่วคราวนั้นจัดขึ้นโดยมีกำหนดระยะเวลาการแสดงผลที่แน่นอน มีจุดมุ่งหมายที่เด่นชัด ซึ่งในการจัดนิทรรศการประเภทนี้ผู้จัดมีความสะดวกในการเตรียมงานได้ดีกว่าจัดภายนอกอาคาร

การแบ่งประเภทงานแสดงสินค้ายังสามารถแบ่งตามกลุ่มเป้าหมาย ได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้ 1. การจัดงานแสดงสินค้าสำหรับผู้ประกอบการ (Business-to-business: B2B) เป็นการจัดงานแสดงสินค้าของผู้ผลิตสินค้าหรือบริการ โดยตรง ส่วนผู้ซื้อจะเป็นผู้ประกอบการเท่านั้น 2. การจัดงานแสดงสินค้าสำหรับผู้บริโภค (Business-to-customer: B2C) เป็นการจัดงานแสดงสินค้าที่เปิดให้ประชาชนทั่วไปเข้าร่วมงานได้เพื่อเป็นการขยายโอกาสทางการตลาดของอุตสาหกรรมด้านอุปโภค บริโภค ผู้จัดงานแสดงสินค้าอาจเป็นผู้ค้าปลีกหรือผู้ผลิตที่มุ่งเน้นการนำเสนอสินค้าให้ผู้ซื้อหรือผู้บริโภค คนสุดท้าย ผู้เข้าร่วมงานแสดง สินค้าเป็นผู้บริโภคไม่จำกัดประเภทและจำนวน 3. การจัดงานแสดงสินค้าสำหรับผู้ประกอบการและผู้บริโภค เป็นการจัดงานแสดงสินค้าที่ผู้จัดเป็นผู้ผลิตโดยตรงหรือตัวแทนจำหน่าย เพื่อให้ผู้ซื้อทั้งสองกลุ่มเข้าร่วมงาน คือ กลุ่มที่ติดต่อซื้อขายระหว่างธุรกิจกับธุรกิจ และกลุ่มผู้ซื้อที่เป็นประชาชนทั่วไป โดยมักแบ่งเป็น 2 ระยะเวลาร่วมงาน คือ ระยะเวลาจะอนุญาต ให้แต่ผู้ประกอบการเข้าชมได้เท่านั้น หรือ Trade day กับระยะเวลาต่อมา ซึ่งเปิดโอกาสให้ประชาชนทั่วไปเข้า ร่วมชมงานได้หรือ Public day (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2555; Fenich, 2008; Allen, OTool, McDonnel, & Harris, 2007)

หัวข้องานแสดงสินค้า นิทรรศการ แบ่งได้เป็น 1. อาหาร เกษตรกรรมและผลิตภัณฑ์ การเกษตร รวมถึงอาหารและเครื่องดื่ม อาหารสำเร็จรูป อาหารสดและแช่เยือกแข็ง สินค้าทางการเกษตร สินค้าปศุสัตว์ 2. รถยนต์ เครื่องยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ รวมถึงสินค้าอะไหล่รถยนต์ สินค้าตกแต่งรถยนต์ และระบบซ่อมบำรุง 3. การก่อสร้าง รวมถึงธุรกิจรับสร้างบ้าน และ อสังหาริมทรัพย์ วัสดุก่อสร้าง งานสถาปนิก การออกแบบตกแต่งบ้านและสวน 4. ไฟฟ้าและ อุปกรณ์ไฟฟ้า รวมถึงเครื่องปรับอากาศ เครื่องทำความเย็นและร้อน เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องระบายอากาศ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ และส่วนประกอบ 5. เฟอร์นิเจอร์และสินค้าตกแต่งบ้าน 6. อัญมณี และเครื่องประดับ รวมถึงเครื่องประดับที่ทำจากโลหะมีค่าและอัญมณี 7. เครื่องจักรและเครื่องมือต่าง ๆ รวมถึงเครื่องจักรกล และเครื่องมือต่าง ๆ ที่ใช้ในงานอุตสาหกรรม 8. ธุรกิจสุขภาพและความงาม รวมถึงธุรกิจนวดแผนไทย ธุรกิจสปา ธุรกิจทันตกรรม ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม เครื่องสำอาง ยาและผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์ 9. อุตสาหกรรม

พลาสติกและยาง 10. แฟชั่น สิ่งทอ และเครื่องหนัง รวมถึงวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ประดับตกแต่งผ้า รองเท้าและกระเป๋า เครื่องหนัง เครื่องนุ่งห่ม และเครื่องประดับแฟชั่น 11. ศิลปะและวัฒนธรรม 12. การศึกษา 13. การท่องเที่ยว 14. พาณิชยกรรม รวมถึงการโฆษณา ค้าปลีก อสังหาริมทรัพย์ ค้าขาย 15. เทคโนโลยี รวมถึงคอมพิวเตอร์ พลังงาน วิศวกรรม และ 16. อื่น ๆ (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2555)

### ศูนย์แสดงสินค้า

จากการศึกษาศูนย์แสดงสินค้าในต่างประเทศ มีประเด็นต่าง ๆ ที่น่าสนใจดังนี้  
ฟิลิปปินส์ มีศูนย์แสดงสินค้า Hall one เป็นศูนย์แสดงสินค้าถาวรเพื่อส่งเสริมการขาย ตลาดและการส่งออกให้กับประเทศโดยกระทรวงการค้าและอุตสาหกรรม สำหรับให้บริการแก่ผู้ส่งออก ผู้ผลิต ผู้ซื้อ และนักออกแบบสินค้าและบริการของฟิลิปปินส์ มีการให้บริการทางธุรกิจและการค้าอย่างครบวงจร ตั้งแต่การจับคู่ทางธุรกิจและนัดหมายพบปะกันระหว่างผู้ผลิต ผู้ส่งออกและผู้นำเข้า การบริการขนส่งสินค้าที่สั่งซื้อ การเยี่ยมชมโรงงาน การรับคำสั่งซื้อสินค้าส่งออก และการให้ความช่วยเหลือเกี่ยวกับการขนส่งสินค้า การจัดคลินิกเพื่อการควบคุมและการออกแบบสำหรับการค้าปลีก การจัดสัมมนาและประชุมเชิงปฏิบัติการต่าง ๆ เป็นต้น (สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงมะนิลา, 2556)

ไต้หวัน มีไทเปเวิลด์เทรดเซ็นเตอร์ (TWTC) ศูนย์แสดงสินค้าขนาดใหญ่ จัดตั้งโดย Taiwan External Trade Development Council (TAITRA) มีทั้งศูนย์แสดงสินค้าขนาดใหญ่ ศูนย์ประชุม สำนักงาน ฯลฯ ให้บริการเป็นทั้งด้านที่ปรึกษา จนถึงการตลาด ในส่วนอาคารแสดงสินค้าเพื่อการส่งออก (The international trade mart) ชั้น 2-7 มีสินค้าที่ได้รับคัดเลือกที่มีศักยภาพ ส่งออกมาแสดงหลายประเภท ทั้งสินค้าอุตสาหกรรม สินค้าอุปโภคบริโภค เครื่องประดับ ฯลฯ บางบริษัทแสดงสินค้าขนาดใหญ่เป็นห้องใหญ่ บางบริษัทเป็นห้องเล็ก ๆ บางโรงงานวางเพียงแคตตาล็อก ตรงกลางห้อง โถงจะมีนิทรรศการ มีงานมหกรรมทั้งปี เวียนกันไปตามอุตสาหกรรม (มานิต รัตนสุวรรณ, 2557)

ญี่ปุ่น มีศูนย์แสดงสินค้า MOBIO (Monodzukuri business information center-Osaka) MOBIO เป็นศูนย์ให้การสนับสนุน และช่วยเหลือแบบบูรณาการครบวงจรแก่ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมขนาดเล็กและขนาดกลาง (SMEs) เนื่องจากจังหวัดโอซาก้าเป็นมหานครที่มีจำนวนผู้ผลิต SME ที่มีพนักงานน้อยกว่า 450 คน มากกว่า 40,000 บริษัท ซึ่งเป็นจำนวนที่มากที่สุดในญี่ปุ่นศูนย์แห่งนี้ถูกตั้งขึ้นเพื่อช่วยส่งเสริมการสร้างนวัตกรรม พัฒนาผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยี รวมทั้งช่วยพัฒนาการตลาดให้กับผู้ผลิตในอุตสาหกรรมขนาดเล็ก และขนาดกลาง

(SMEs) โดยรัฐบาลของไอซาก้าและหน่วยงานบริการที่สำคัญ ๆ ได้ร่วมมือกันในการช่วย  
 ประสานงานทั้งด้านบุคลากรและเทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนและเพิ่มโอกาสการขยายธุรกิจใหม่ ๆ  
 นอกจากนี้ MOBIO ยังเป็นศูนย์รวมจัดแสดงสินค้า นวัตกรรมและเทคโนโลยีล่าสุดของ  
 ผู้ประกอบการในเขตไอซาก้ามากกว่า 200 ราย สินค้าที่จัดแสดงมีหลากหลาย สามารถเข้าเยี่ยมชม  
 ได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ซึ่งจะมีพนักงานที่ใช้ภาษาอังกฤษได้เป็นอย่างดีช่วยให้คำอธิบาย อีกทั้ง ยังมี  
 พื้นที่ออฟฟิต (Incubate rooms) สำหรับผู้ประกอบการที่ต้องการความช่วยเหลือในช่วง เริ่มก่อตั้ง  
 ธุรกิจใหม่อีกด้วย (สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ นคร โอซาก้า, 2555)

เกาหลีใต้ ที่จัดว่าเป็นประเทศชั้นนำด้านการช้อปปิ้งมีผลสำรวจว่านักเดินทางกว่าร้อยละ  
 80 จากเอเชียเห็นว่าเกาหลีใต้เป็นจุดหมายสำหรับการช้อปปิ้งที่สำคัญของภูมิภาค โดยรัฐบาลเกาหลี  
 ใต้มีความพยายามพัฒนาเป็นเมืองแห่งธุรกิจไมซ์ที่เป็นทั้งศูนย์แสดงสินค้าและศูนย์การประชุม  
 อย่างต่อเนื่องมาเป็นเวลานานมีการลงทุนทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐานรวมถึง  
 การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการที่ประสานความร่วมมือระหว่างส่วนกลางกับหน่วยงานใน  
 ท้องถิ่นเพื่อให้เมืองแห่งไมซ์ในแต่ละเมืองมีเอกลักษณ์ของตนเอง ปัจจุบันมี 13 เมือง ซึ่งแต่ละเมือง  
 มีลักษณะเด่นที่แตกต่างกัน (Thailand Convention and Exhibition Bureau, 2015)

ขณะเดียวกัน พบว่าในหลาย ๆ ประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกต่างมีความพยายาม  
 ผลักดันให้ประเทศของตนเป็นศูนย์กลางการแสดงผลสินค้าในธุรกิจไมซ์เพื่อนำรายได้เข้าประเทศเป็น  
 จำนวนมากจากกิจกรรมการแสดงผลสินค้า โดยข้อมูลจาก The global association of the exhibition  
 industry (UFI). “the trade fair industry in Asia: 10th edition”. A UFI Report researched and  
 compiled by business strategies group, June 2014. ประมาณการปี พ.ศ. 2557 ประเทศในภูมิภาค  
 เอเชียแปซิฟิกทั้ง 15 ประเทศนั้น มีจำนวนศูนย์แสดงสินค้านารวมกัน 200 แห่ง คิดเป็นขนาดพื้นที่  
 ทั้งหมด 7,015,866 ตารางเมตร ประเทศที่มีพื้นที่แสดงผลสินค้ามากที่สุด คือ ประเทศจีน มีจำนวนศูนย์  
 แสดงสินค้า 106 แห่ง โดยมีพื้นที่แสดงผลสินค้านารวมมากถึง 4,845,192 ตารางเมตร อันดับสอง คือ  
 ประเทศญี่ปุ่นมีศูนย์แสดงสินค้า 13 แห่ง มีพื้นที่รวม 355,658 ตารางเมตร รองลงมา คือ (3) เกาหลี  
 ใต้ มีศูนย์แสดงสินค้า 13 แห่ง มีพื้นที่รวม 324,368 ตารางเมตร (4) อินเดีย มีศูนย์แสดงสินค้า 14  
 แห่ง มีพื้นที่รวม 290,457 ตารางเมตร (5) ไทย มีศูนย์แสดงสินค้า 9 แห่ง มีพื้นที่รวม 222,984 ตาราง  
 เมตร (6) สิงคโปร์ มีศูนย์แสดงสินค้า 10 แห่ง มีพื้นที่รวม 219,970 ตารางเมตร (7) ฮองกง มีศูนย์  
 แสดงสินค้า 2 แห่ง มีพื้นที่รวม 149,820 ตารางเมตร (8) ออสเตรเลีย มีศูนย์แสดงสินค้า 10 แห่ง มี  
 พื้นที่รวม 137,042 ตารางเมตร (9) ไต้หวัน มีศูนย์แสดงสินค้า 5 แห่ง มีพื้นที่รวม 117,178 ตาราง  
 เมตร (10) อินโดนีเซีย มีศูนย์แสดงสินค้า 9 แห่ง มีพื้นที่รวม 106,094 ตารางเมตร (11) มาเก๊า มีศูนย์  
 แสดงสินค้า 2 แห่ง มีพื้นที่รวม 76,715 ตารางเมตร (12) มาเลเซีย มีศูนย์แสดงสินค้า 4 แห่ง มีพื้นที่



รวม 71,292 ตารางเมตร (13) ปากีสถานมีศูนย์แสดงสินค้า 2 แห่ง มีพื้นที่รวม 39,045 ตารางเมตร (14) เวียดนาม มีศูนย์แสดงสินค้า 4 แห่ง มีพื้นที่รวม 33,793 ตารางเมตร และ (15) ฟิลิปปินส์ มีศูนย์แสดงสินค้า 3 แห่ง โดยมีพื้นที่แสดงสินค้านี้รวม 26,257 ตารางเมตร (Thailand Convention and Exhibition Bureau, 2015)

โดยผลสำรวจตลาดงานแสดงสินค้าในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกแยกรายอุตสาหกรรม ในปี พ.ศ. 2556 พบว่า หมวดอุตสาหกรรมที่มีพื้นที่จัดงานแสดงสินค้าที่ขายได้ (Space sales) มากที่สุด 10 อันดับแรก ประกอบด้วย (1) หมวด วิศวกรรม/ อุตสาหกรรม/ การผลิต/ เครื่องจักรกล/ เครื่องมือ อุปกรณ์ ซึ่งเป็นหมวดอุตสาหกรรมที่มีพื้นที่แสดงสินค้าที่ขายได้มากที่สุด 1,806,500 ตารางเมตร รองลงมา คือ (2) หมวดอุตสาหกรรมทั่วไป มีพื้นที่แสดงสินค้าที่ขายได้ 1,747,750 ตารางเมตร (3) หมวดเฟอร์นิเจอร์ และเครื่องตกแต่งภายใน 1,731,250 ตารางเมตร (4) หมวดอิเล็กทรอนิกส์ และส่วนประกอบ 1,122,750 ตารางเมตร (5) หมวดอาหาร เครื่องดื่ม และบริการ 1,054,750 ตารางเมตร (6) หมวดก่อสร้าง และ โครงสร้างพื้นฐาน 1,041,250 ตารางเมตร (7) หมวดสิ่งทอ เครื่องนุ่งห่ม และแฟชั่น 1,022,500 ตารางเมตร (8) หมวดสินค้าทางการ งานอดิเรก และบันเทิง 1,001,000 ตารางเมตร (9) หมวดของกำนัล คราวเรือน ของขวัญ และของเล่น 954,250 ตารางเมตร และ (10) หมวดยานยนต์ และจักรยานยนต์มีพื้นที่แสดงสินค้าที่ขายได้ 893,500 ตารางเมตร ตามลำดับหมวดอุตสาหกรรมที่มีพื้นที่จัดงานแสดงสินค้าที่ขายได้มากที่สุด 10 อันดับแรกนี้ มีสัดส่วนร้อยละ 71.19 ของพื้นที่จัดงานแสดงสินค้าที่ขายได้ทั้งหมด (Thailand Convention and Exhibition Bureau, 2015)

จากการศึกษาด้านการบริหารและบริการของศูนย์แสดงสินค้าประเทศญี่ปุ่นอาคาร MOBIO จาก เว็บไซต์ศูนย์แสดงสินค้า Mobio เว็บไซต์ศูนย์แสดงสินค้าประเทศฟิลิปปินส์ อาคาร Hall one เว็บไซต์ศูนย์แสดงสินค้าได้หวันอาคาร TWTC และเว็บไซต์กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศจาก (2560) สามารถสรุปเป็นกิจกรรมด้านการบริหาร และบริการในศูนย์แสดงสินค้าเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจ และส่งเสริมการส่งออกของประเทศต่าง ๆ ได้ดังนี้

ประเทศญี่ปุ่นมีอาคารศูนย์แสดงสินค้า MOBIO การบริหารศูนย์แสดงสินค้าโดย Government sectors and non-profit trade promotion organization มีส่วนจัดแสดงสินค้าถาวร 200 Showrooms และหมุนเวียน มีบริการเน้น SMEs การ Matching international B2B support consultation room human resource training services incubate rooms (office space) ความร่วมมือ 16 มหาวิทยาลัยและสถาบัน วิจัยต่าง ๆ Financial consultation desk (Bank) มี E-Trade data library (Monodzukuri Business Information-center Osaka, 2017)

ประเทศฟิลิปปินส์ มีอาคารศูนย์แสดงสินค้า Hall one การบริหารศูนย์แสดงสินค้าโดยกระทรวง DTI มีการบริหารโดย Center for international trade expositions and missions (CITEM) มีส่วนจัดแสดงสินค้าถาวรและหมุนเวียน มีบริการ Matching นัดหมายพบปะผู้ผลิต ผู้ส่งออก ผู้นำเข้า รับคำสั่งซื้อ บริการขนส่งสินค้าที่สั่งซื้อ มีการนำเยี่ยมชมโรงงาน จัดสัมมนาประชุมเชิงปฏิบัติการต่าง ๆ คลินิกการออกแบบด้านค้าปลีก Trade data library ในส่วนควบรวมกับศูนย์แสดงสินค้ายังมี ธนาคารแห่งชาติ หน่วย Social security system ร้านอาหาร โรงแรมที่พัก และศูนย์สนับสนุนวัตถุดิบ (Material resource center) (International Trade Center Philippine, 2017)

ไต้หวัน มีอาคารศูนย์แสดงสินค้า TWTC การบริหารศูนย์แสดงสินค้าโดย โดย Taiwan external trade development council (TAITRA) (non-profit trade promotion organization) มีส่วนจัดแสดงสินค้าถาวร 920 Showrooms และมีส่วนจัดแสดงสินค้าหมุนเวียน มีชั้น Import mart (Overseas national, state and provincial trade offices) มีบริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ บริการ Executive secretary service (staff to help about travel, hotels and other useful information. Trade data library ในส่วนควบรวมกับศูนย์แสดงสินค้ายังมี ร้านอาหาร โรงแรมที่พัก ไปรษณีย์ (Taiwan External Trade Development Council, 2017)

ประเทศไทย มีศูนย์บริการส่งออกแบบเบ็ดเสร็จโดย กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ มีส่วนจัดแสดงสินค้าถาวรและหมุนเวียน มีบริการออกเอกสารรับรองต่าง ๆ และใบอนุญาตที่ใช้ในการส่งออก ให้คำปรึกษาและแนะนำในด้านเอกสารส่งออกในเชิงลึก มีหน่วยงานออกเอกสาร

1. กรมการค้าต่างประเทศ ออกใบรับรองถิ่นกำเนิดสินค้า (Certificate of origin: C/ O), Form A, Form D, Form E (China), GSTP, FTA โดยกรมการค้าต่างประเทศ
2. กรมพัฒนาธุรกิจการค้า ออกใบรับรองการจดทะเบียนธุรกิจ, การขอลงทะเบียนธุรกิจ
3. กรมศุลกากร ออกใบรับรองด้านสุขอนามัยสินค้าศุลกากร
4. หอการค้าไทย ออกใบรับรองถิ่นกำเนิดสินค้าและการรับรองเอกสารทั่วไปทางการค้า
5. สำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย ออกใบรับรองอาหารฮาลาล มีหน่วยงานให้คำปรึกษา ได้แก่

1. ศูนย์บริการร่วมกระทรวงพาณิชย์ ให้บริการข้อมูล/ ข่าวสาร
2. กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ ให้คำปรึกษาเกี่ยวกับข้อมูลการเจรจาการค้า

และสิทธิประโยชน์ทาง การเจรจาการค้าจากการมีข้อตกลง FTA

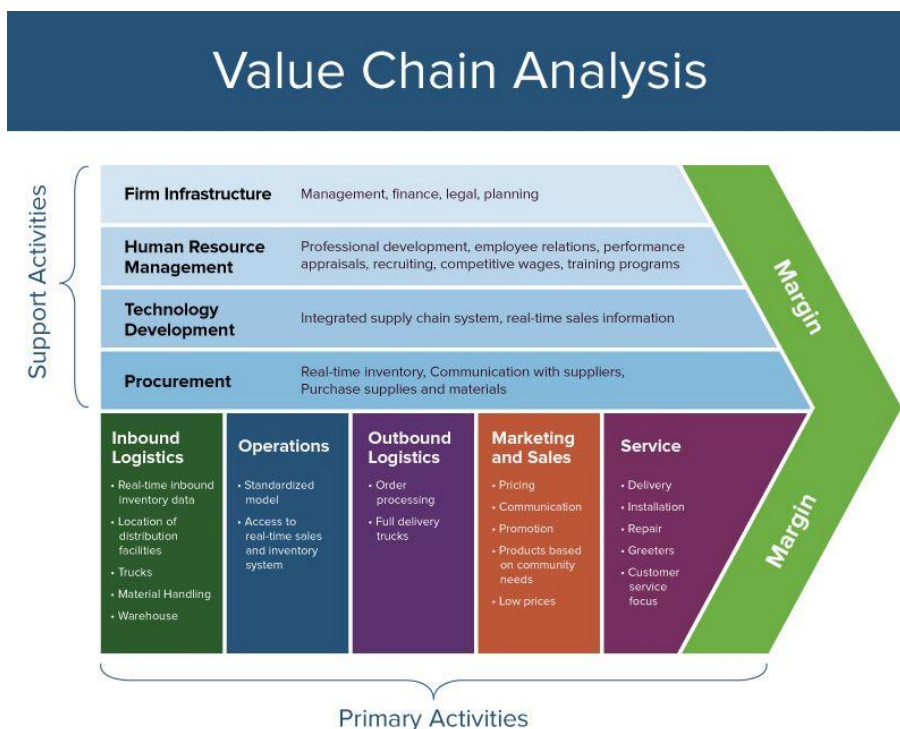
3. กรมทรัพย์สินทางปัญญา ให้คำปรึกษาแนะนำด้านทรัพย์สินทางปัญญา
4. กรมการค้าภายใน
5. กรมวิชาการเกษตร
6. กรมประมง

7. กรมการกงสุล
8. กรมศุลกากร ให้บริการแนะนำด้าน พิภักศุลกากร อัตราศุลกากร พิธีการศุลกากร กฎว่าด้วยแหล่งกำเนิดสิทธิประโยชน์
9. กรมควบคุมโรค
10. สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ให้บริการให้คำแนะนำเกี่ยวกับการนำเข้าและส่งออก อาหารและยา เครื่องมือแพทย์และเครื่องสำอางค์
11. ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME Bank) ให้บริการด้านการเงินการธนาคาร
12. สมาคมตัวแทนขนส่งสินค้าทางอากาศไทย
13. สมาคมผู้รับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2560)

ดังนั้น รูปแบบการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นพื้นที่แสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก จากวรรณกรรม จึงควรมีการใช้ประโยชน์ในด้านสินค้าที่นำมาแสดงสถานที่ภายในมหาวิทยาลัย มีดังนี้ สินค้าชุมชน OTOP SMEs สินค้าที่มีความต้องการบริโภคสูง สินค้าที่เป็นอัตลักษณ์ภาคตะวันออก สินค้าอุตสาหกรรมในเขต EEC สินค้าเทคโนโลยี นวัตกรรม งานวิจัย สินค้าประเภทสุขภาพ และความงามสินค้าเกี่ยวกับการท่องเที่ยว คอนโดและบ้านในอนาคต สินค้าอาหาร เครื่องดื่ม ส่วนการใช้ประโยชน์ในด้านบริการที่นำมาแสดงสถานที่ภายในมหาวิทยาลัย มีดังนี้ ให้คำปรึกษา แนะนำการลงทุน การเงิน การผลิต การตลาด บริการงานวิจัย บริการจับคู่ทางธุรกิจ จัดประชุมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ มี Show room ผู้ผลิตสินค้า บริการ จัดนิทรรศการหมุนเวียนของสินค้า การจัดฝึกอบรมต่าง ๆ บริการเรื่องการทำหีบห่อผลิตภัณฑ์ บ่มเพาะให้บริการ SMEs Startup มีบริการฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ (E-Data library) ฐานข้อมูลธุรกิจ กระทรวงต่าง ๆ สำหรับค้นคว้า มีสำนักงานธุรกิจให้เช่า บริการเอกสารด้านการนำเข้าส่งออก

### **แนวคิดเกี่ยวกับ Supply chain และ Value chain**

ทั้งนี้ หากพิจารณาในหลักของ Supply chain และ Value chain (Porter, 1985; สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน, 2558) ซึ่งเป็นการสร้างมูลค่าจากต้นน้ำถึงปลายน้ำ ตั้งแต่จุดเริ่มต้นของวัตถุดิบจนถึงปลายทางที่แปรสภาพเป็นสินค้าหรือบริการถึงผู้บริโภคโดยตรง ซึ่งจะต้องมีการวิเคราะห์ในแต่ละขั้นตอนว่าผู้ผลิตหรือหน่วยงานจะใช้กระบวนการคิดอย่างมีกลยุทธ์ในแต่ละขั้นตอนของ ห่วงโซ่อย่างไร เพื่อสร้างมูลค่าจากต้นน้ำถึงปลายน้ำ และส่งคุณค่าสู่ผู้บริโภคหรือผู้รับบริการปลายทางให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด



ภาพที่ 2-1 Value chain (Porter, 1985)

แนวคิดห่วงโซ่คุณค่า (Value chain) แบ่งกิจกรรมภายในองค์กร เป็น 2 กิจกรรม คือ กิจกรรมหลัก (Primary activities) และกิจกรรมสนับสนุน (Support activities) โดยกิจกรรมทุกประเภทนั้น ถือว่าเป็นส่วนสำคัญในการเพิ่มคุณค่าให้กับบริการและสินค้าขององค์กรด้วยทั้งสิ้น ในส่วนของกิจกรรมหลัก (Primary activities) คือ กิจกรรมซึ่งเกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตหรือการสร้างสรรค์สินค้าหรือบริการ การตลาด และการขนส่งสินค้าหรือบริการนั้น ๆ เพื่อนำส่งไปยังผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วย Inbound logistics กิจกรรมที่เกี่ยวกับการได้รับ การขนส่ง ไปจนถึงการจัดเก็บและการแจกจ่ายวัตถุดิบ Operations เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวกับการเปลี่ยนวัตถุดิบเพื่อให้อกลายเป็นสินค้า ซึ่งเป็นขั้นตอนในการผลิต Outbound logistics เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวกับการเรื่องการจัดเก็บ การรวบรวม การจัดจำหน่ายสินค้าและบริการเพื่อส่งไปยังลูกค้า Marketing and sales กิจกรรมที่เกี่ยวกับการชักจูงเพื่อให้ลูกค้าเลือกซื้อสินค้า หรือบริการ Customer services กิจกรรมที่รวมไปถึงการให้บริการเพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้า และรวมไปถึงการบริการหลังการขาย กิจกรรมสนับสนุน (Support activities) เป็นกิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมเพื่อให้กิจกรรมหลักสามารถดำเนินต่อไปได้ ประกอบด้วย Procurement คือ กิจกรรมในการจัดซื้อ-จัดหาต่าง ๆ Input เพื่อนำมาใช้ในกิจกรรมหลัก Technology development กิจกรรมที่เกี่ยวกับการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อช่วยในการ

เพิ่มคุณค่าให้สินค้าและบริการหรือกระบวนการผลิต Human resource management กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล เริ่มตั้งแต่การวิเคราะห์ความต้องการ การสรรหา และการคัดเลือก การประเมินผล การพัฒนา ฝึกอบรม ระบบการให้เงินเดือนค่าจ้าง และค่าแรงงาน Firm infrastructure โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร อันได้แก่ ระบบการบัญชี ระบบการเงิน การบริหารจัดการขององค์กร ซึ่งกิจกรรมหลักนั้นจะทำงานให้เกิดการประสานงานกันได้เป็นอย่างดีจนเกิดคุณค่าได้นั้น ต้องอาศัยกิจกรรมสนับสนุนทั้ง 4 กิจกรรม และนอกจากนั้น กิจกรรมสนับสนุนยังจะต้องทำหน้าที่ในการสนับสนุนซึ่งกันและกันอีกด้วย และระบบสารสนเทศจะเป็นองค์ประกอบหนึ่งในห่วงโซ่คุณค่าในส่วนของพัฒนาเทคโนโลยี ที่จะนำมาใช้ในการวางแผน การตัดสินใจ การดำเนินงาน และการควบคุม โดยจะต้องทำหน้าที่เพื่อสนับสนุนเชื่อมต่อกิจกรรมในทุก ๆ องค์ประกอบของห่วงโซ่คุณค่า ซึ่งเป็นการสร้างความได้เปรียบของธุรกิจหรือองค์กรในเชิงการแข่งขันเป็นอย่างดี (Porter, 1985; สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน, 2558)

ดังนั้น หากพิจารณาตามหลักของ Supply chain และ Value chain จะพบว่า ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจธุรกิจและอุตสาหกรรมทั้ง 10 เป้าหมาย และสินค้าต่าง ๆ ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกผ่านอุตสาหกรรม MICE และศูนย์แสดงสินค้านั้น จะต้องมีธุรกิจซึ่งเป็น Supply chain ก่อนหรือต่อจากผลิตภัณฑ์ที่สำเร็จแล้ว และมีการดำเนินการในระบบ Value chain ทั้งกิจกรรมหลัก และกิจกรรมสนับสนุน จากการทบทวนวรรณกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยสรุปรูปแบบการจัดการศูนย์แสดงสินค้า ของมหาวิทยาลัยในเขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ตามกรอบของแนวคิดห่วงโซ่คุณค่าที่นำมาพิจารณาสามารถอธิบายกิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในโซ่อุปทาน ดังต่อไปนี้

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ประกอบด้วย 1. อุตสาหกรรมเป้าหมาย 10 อุตสาหกรรมในเขต EEC 2. SMEs OTOP start up วิสาหกิจภาคตะวันออก 3. กลุ่มอุตสาหกรรมตามหมวดหมู่ การจัดงานแสดงสินค้า 4. สมาคมแสดงสินค้าต่าง ๆ

ธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางตรง ประกอบด้วย โรงแรม ธุรกิจนันทนาการ ธุรกิจอาหารเครื่องดื่ม ธุรกิจขนส่งมวลชนและสินค้า ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อมประกอบด้วย ธุรกิจโฆษณา ธุรกิจทำความสะอาด ธุรกิจการพิมพ์ ธุรกิจรักษาความปลอดภัย ธุรกิจของที่ระลึก และธุรกิจ อื่น ๆ

กิจกรรมหลักในส่วนผู้จัดงาน (Organizer) ประกอบด้วยกิจกรรมหลัก 4 ด้าน คือ 1. ธุรกิจจัดการประชุม (Meeting) เป็นการจัดประชุมในองค์กรเดียวกันกลุ่มเดียวกัน 2. ธุรกิจจัดประชุมนำเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive) เป็นการจัดประชุมนำเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล 3. ธุรกิจจัดประชุมนานาชาติ (Convention) เป็นการจัดประชุมต่างองค์กร ระดับนานาชาติ 4. ธุรกิจจัดนิทรรศการหรืองานแสดงสินค้า (Exhibition) ประกอบด้วย การจัดนิทรรศการงานแสดงสินค้าถาวร และ

นิทรรศการงานแสดงสินค้า หมุนเวียน ที่มีรูปแบบ Trade show แบบ B2B แบบ B2C แบบ ผสมผสานและแบบนานาชาติ

กิจกรรมหลักในส่วนธุรกิจสถานที่ (Venue) ประกอบด้วย กิจกรรมขนส่งและจัดเก็บ วัสดุคืบ การผลิตสินค้าและบริการ การตลาดและการขายที่สามารถ ดำเนินการร่วมกับองค์กร เครือข่าย รัฐเอกชน ประชาสัมพันธ์ผ่านการใช้วิธี Road show การดำเนินการผ่านทางสื่อเฟซบุ๊ก บล็อก เว็บไซต์ และการโฆษณาทางตรง

การบริการก่อนและหลังการขาย การบริการก่อนการขายเจ้าหน้าที่ที่สามารถให้ข้อมูล ปรีกษาแนะนำการใช้พื้นที่และบริการส่วนการบริการหลังการขาย สามารถให้บริการติดตาม ประเมินผลการจัดงาน

กิจกรรม หน่วยงานสนับสนุนในส่วนปัจจัย โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร ประกอบด้วย ฝ่ายการเงิน การบัญชี ฝ่ายการตลาดการขาย ฝ่ายสื่อสารองค์กร ฝ่ายบริหารพื้นที่ ฝ่ายพัฒนาธุรกิจ ฝ่ายอาหารเครื่องดื่ม ฝ่ายออกแบบก่อสร้าง บุธ ภูเขา ฝ่ายออกกาไนซ์ ฝ่ายจัดประชุม (วางแผนการเงิน PR ลงทะเบียน หาที่พัก หาผู้สนับสนุนการจัดงาน) ในส่วนการพัฒนาคน การบริหารงานบุคคล ทำหน้าที่วิเคราะห์ สรรหา คัดเลือก ประเมิน ฝึกอบรม เงินเดือน แรงงานสัมพันธ์ สามารถ ดำเนินการได้ทั้งในรูปแบบจ้างที่ปรึกษา จ้างหัวหน้าส่วนงานสำคัญ ฝึกอบรมพนักงาน จ้างฝ่าย การตลาดและประชาสัมพันธ์ หรือ Out source ด้านการพัฒนาเทคโนโลยี (Technology development) สามารถใช้เว็บไซต์ ใช้เทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การใช้ระบบ Big data การใช้ระบบบริการการสื่อสารที่ทันสมัย (Communication service) เช่น อินเทอร์เน็ตไร้สาย ความเร็วสูง (ADSL) การให้บริการศูนย์บริการธุรกิจ ศูนย์สนับสนุนวัสดุคืบ (Production supplies) การนำ Application ลงทะเบียนมาใช้ เทคโนโลยีป้ายชื่อผู้เข้าร่วมงาน เทคโนโลยีการติดตาม สถานะของผู้เข้าร่วมงาน ระบบเทคโนโลยีภาพที่ทันสมัย (AV Equipment) และทั้งหมดดำเนินการ โดยการจัดหา จัดซื้อที่มีคุณภาพ (Procurement) (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, 2560 ข)

โดยสรุปด้านการบริหารจัดการ ในรูปแบบการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นพื้นที่แสดง สินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกนั้น สามารถดำเนินการในหลายรูปแบบ คือ การจ้าง หน่วยงานหรือเอกชนภายนอกเข้ามาดำเนินงาน (Outsource) หรือจ้างเฉพาะที่ปรึกษา หัวหน้างาน ส่วนสำคัญ หรือจัดตั้งเป็นหน่วยงานบริหารอิสระ จัดตั้งหน่วยงานภายใต้ระเบียบมหาวิทยาลัย หรือ ตั้งเครือข่ายกลุ่มมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเพื่อแบ่งการจัดการงานที่เหมาะสมกับความถนัดของแต่ละ มหาวิทยาลัย จัดจ้างหน่วยงานการตลาดเชิงรุกและประชาสัมพันธ์ หรืออาจดำเนินการเองภายใน คณะวิชา

## แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการ (Decision making)

จากการประมวลแนวคิดของ Barnard (1938), Gibson, Ivancevich, and Donnelly (2000), Simon (1960) และ Moody and McCormick (1997) การตัดสินใจใช้บริการ หมายถึง เทคนิควิธีหรือกระบวนการของการหาโอกาสเพื่อตัดสินใจหาทางเลือกที่พอเป็นไปได้ การลดทางเลือกลงมาเหลือเพียงทางเดียวไม่มีการหาข้อเท็จจริงอีกต่อไป เป็นกระบวนการสำคัญขององค์การที่ผู้บริหารจะต้องกระทำบนพื้นฐานของข้อมูลข่าวสาร (Information) เป็นการหาแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุด เพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์การที่ได้กำหนดไว้

กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค Johnston (2013) กล่าวว่า เป็นกระบวนการก่อนที่ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าหรือบริการ ผู้ประกอบการต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับขั้นตอนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ซึ่งการตัดสินใจซื้อไม่เพียงแต่เป็นสิ่งที่สำคัญมากสำหรับผู้ประกอบการ แต่ยังช่วยให้องค์กรสามารถปรับกลยุทธ์การขายตามกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคได้อีกด้วย โดยกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคสามารถพิจารณาตามขั้นตอนต่าง ๆ ได้เป็น 5 ขั้นตอน เริ่มจากเหตุการณ์ก่อนที่จะมีการซื้อสินค้าจริง ๆ จนถึงเหตุการณ์ภายหลังจากการซื้อ ซึ่งสรุปขั้นตอนที่สำคัญ (Kotler & Keller 2006, p. 181) 5 ขั้นตอน

1. การรับรู้ถึงความต้องการ (Problem recognition) ในขั้นตอนนี้ พบว่า พฤติกรรมการซื้อจะมีจุดเริ่มต้นจากผู้บริโภคที่มีความต้องการที่อาจเกิดจากได้รับการกระตุ้นจากภายนอก เช่น สื่อโฆษณา คนรอบข้างที่ใช้สินค้าหรือบริการนั้น ๆ เป็นต้น หรือจากภายในของผู้บริโภคเอง เช่น ความต้องการขั้นพื้นฐานต่าง ๆ อย่างความรู้สึกที่กำลังหิว เป็นต้น (Kotler & Keller, 2006, p. 181)
2. การค้นหาข้อมูล (Information search) เมื่อผู้บริโภคมีความต้องการเกิดขึ้นแล้ว จึงมีการค้นหาศึกษาข้อมูลของสินค้าหรือบริการนั้น ๆ เป็นขั้นตอนต่อมา แต่ทว่ากระบวนการหาข้อมูลในขั้นตอนนี้ อาจจะไม่เกิดขึ้นก็ได้ในกรณีที่ผู้บริโภคมีความต้องการสินค้าหรือบริการนั้น ๆ สูงมาก และหากสามารถซื้อสินค้าหรือบริการนั้นได้ทันที การแสวงหาข้อมูลอาจไม่เกิดขึ้นเพราะผู้บริโภคจะซื้อสินค้าในทันที แต่ถ้าหากมีความต้องการตามตามธรรมชาติ และไม่สามารถที่จะหาซื้อได้ทันที การเสาะหาข้อมูลก็จะมีโอกาสเกิดขึ้นได้ในกระบวนการตัดสินใจซื้อ (Kotler & Keller, 2006, p. 181)

3. การประเมินทางเลือกในการตัดสินใจซื้อ (Evaluation of alternatives) ทั้งนี้เมื่อผู้บริโภคได้มีการพิจารณาแสวงหาข้อมูลเกิดขึ้นแล้ว จากนั้นผู้บริโภคก็จะเกิดความเข้าใจ และเกิดการประเมินผลทางเลือกต่าง ๆ นั้นหมายความว่า ผู้บริโภคต้องมีการตัดสินใจว่าจะซื้อสินค้า บริการ ยี่ห้ออะไร หรือซื้อสินค้า บริการอะไร ผู้บริโภคแต่ละคนนั้นจะมีแนวทางในการตัดสินใจที่แตกต่างกัน ซึ่งขึ้นอยู่กับสถานการณ์ของการตัดสินใจ และทางเลือกที่มีอยู่ กระบวนการประเมินผลนั้น

ไม่ใช่เรื่องง่าย และไม่ใช่กระบวนการเดียวที่ใช้ได้กับผู้บริโภคทุกคน และก็ไม่ใช่ว่าจะเป็นของผู้ซื้อคนใดคนหนึ่งในทุกสถานการณ์ซื้อ ซึ่งแนวความคิดพื้นฐานที่ช่วยเหลือในกระบวนการประเมินผลพฤติกรรมผู้บริโภคนั้นมีหลายประการ (Kotler & Keller, 2006, p. 181) คือ

3.1 คุณสมบัติ และประโยชน์ที่จะได้รับของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ (Attributes) เป็นการพิจารณาในเรื่องของผลประโยชน์ที่จะได้รับจากสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ และคุณสมบัติของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ว่าจะสามารถทำอะไรได้บ้างหรือว่ามีความสามารถตอบสนองได้มากแค่ไหน

3.2 ความสำคัญของคุณสมบัติของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ (Degree of importance) คือ ผู้บริโภคจะมองไปที่ประเด็นเรื่องความสำคัญในคุณสมบัติ (Attributes importance) ของสินค้าเป็นหลักมากกว่าที่จะพิจารณาถึงเรื่องความโดดเด่นของตัวสินค้า (Salient attributes) ดังนั้น ในส่วนของความเชื่อถือในเรื่องที่เกี่ยวกับตราสินค้านั้น ๆ จึงอาจมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นได้เสมอ

3.3 ความเชื่อถือต่อตราสินค้า (Brand beliefs) คือ การพิจารณาในด้านความเชื่อถือต่อตราของสินค้า หรือเรื่องภาพพจน์ ภาพลักษณ์ของตราสินค้า (Brand image) ซึ่งผู้บริโภคได้เคยพบเห็นรับรู้ที่ผ่านมาจากประสบการณ์ในอดีต

3.4 ความพอใจ (Utility function) เป็นการประเมินเรื่องความพอใจต่อตราสินค้า แต่ละตราถ้านำคุณสมบัติของสินค้ามาเทียบกับความพึงพอใจที่จะได้รับจากคุณสมบัติของแต่ละสินค้าแล้วก็จะสามารถประเมินการเลือกซื้อสินค้านั้น ๆ ได้ง่ายขึ้น

3.5 กระบวนการประเมิน ถือเป็นอีกกระบวนการหนึ่งที่ได้มีการนำเอาปัจจัยในเรื่องการตัดสินใจ เช่น ความเชื่อถือในตราสินค้า ความพึงพอใจ คุณสมบัติของสินค้า นำมาใช้เพื่อพิจารณาเปรียบเทียบและจัดลำดับให้คะแนนเพื่อหาข้อสรุปหรือสร้างแนวทางว่า ตราสินค้าใดจะได้รับคะแนนจากการประเมินในระดับมากที่สุดก่อนที่จะตัดสินใจเพื่อซื้อต่อไป

4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase decision) จากการประเมินทางเลือกเพื่อการตัดสินใจ ขั้นตอนนี้จะทำให้ผู้ซื้อหรือผู้บริโภคมีความสามารถในการจัดลำดับความสำคัญเพื่อการเลือกซื้อ ซึ่งในลำดับขั้นตอนต่อไป ก็คือ การพิจารณาถึงทัศนคติของผู้อื่นที่มีต่อการตัดสินใจซื้อ (Attitudes of others) และปัจจัยที่ไม่สามารถคาดเดาหรือคาดการณ์ได้ (Unexpected situation) เมื่อผู้บริโภคนั้นสามารถประเมิน และเลือกสินค้าหรือตราสินค้าได้แล้ว ก็ไม่ได้หมายความว่า จะก่อให้เกิดการซื้อได้ เพราะปัจจัยทั้งสองอย่างนี้ อาจทำให้เกิดความเสี่ยงจากการเลือกบริโภคสินค้านั้น ๆ ได้อีกด้วย (Kotler & Keller, 2006, p. 181)

5. พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post purchase behavior) หลังจากที่มีการซื้อเกิดขึ้นแล้ว ผู้บริโภคจะมีประสบการณ์ในการบริโภค ซึ่งอาจจะได้รับความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจเกิดขึ้นก็ได้ ถ้าเกิดความพึงพอใจที่ผู้บริโภคได้รับทราบถึงข้อดีต่าง ๆ ของสินค้า ก็จะทำให้เกิดการซื้อซ้ำ



เกิดขึ้นได้ หรืออาจจะมีการแนะนำ บอกต่อให้เกิดผู้บริโภครายใหม่ ๆ เกิดขึ้นได้ แต่ถ้าไม่พึงพอใจ ซึ่งผู้บริโภคก็อาจจะเลิกซื้อสินค้าในครั้งต่อไปได้ และอาจส่งผลเสียเป็นลูกโซ่ต่อเนื่องอันเกิดจากการบอกต่อก็ได้ และทำให้ผู้บริโภคเกิดการซื้อสินค้าได้น้อยลงตามไปด้วย (Kotler & Keller, 2006, p. 181)

โดยสรุปการตัดสินใจใช้บริการ (Decision making) เป็นกระบวนการแยกแยะ จำแนกในการกำหนดปัญหาและวิธีการแก้ปัญหา รวมถึงการแสวงหาประโยชน์จากโอกาส โดยในการตัดสินใจใช้บริการนั้น มีประเด็นต่าง ๆ ที่สามารถนำมาพิจารณาดังต่อไปนี้ 1. ประเภทความต้องการประกอบด้วย 2. ระดับเหตุผลความต้องการ 3. เวลาที่จะซื้อ 4. แหล่งแสดงสินค้า

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษางานวิจัย เกี่ยวกับศูนย์แสดงสินค้าและตลาดกลางสินค้าเพื่อการส่งออก หรือ Thailand export mart ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ หรือกรมส่งเสริมการส่งออก เดิม (ปิยะลักษณ์ วงศ์ศรีสุขน, 2550) ซึ่งเปิดให้บริการเมื่อปี พ.ศ. 2543 มีลักษณะเป็นศูนย์แสดงสินค้าถาวร (Permanent exhibition) และเป็นตลาดกลางสินค้า (Trade mart) แห่งแรกและแห่งเดียวของประเทศไทยในเวลานั้น เป็นอาคารสูง 8 ชั้น โดยจัดเป็นศูนย์รวมการจัดแสดงสินค้าหลากหลายประเภทไว้ในที่เดียวกันแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ชั้น 2-5 รวม 92 ห้อง ขนาดห้องละ 40 ตารางเมตร สำหรับจัดแสดงสินค้าของแต่ละบริษัทที่มาจัดคอกแตงนำเสนอสินค้าเอง โดยมีเจ้าหน้าที่ประจำคอยให้บริการและนัดหมาย พบปะเจรจาการค้า แต่ละชั้นจัดตามประเภทของสินค้า เช่น สินค้าของขวัญ สินค้าอิเล็กทรอนิกส์ สินค้าอาหาร เครื่องหนัง อัญมณี เป็นต้น ส่วนที่ 2 จัดแสดงสินค้านร่วม (Exhibition halls) ชั้น 3-6 จัดแสดงสินค้านร่วมกันหลายประเภท โดยกรมฯ เป็นผู้จัดและตกแต่งสินค้า ไม่มีเจ้าหน้าที่ของบริษัทประจำ โดยใช้มาตรฐานคัดเลือกผู้ผลิตและผู้ส่งออกตามเกณฑ์ที่กรมกำหนด เช่น เป็นผู้ส่งออกที่ได้รับรางวัลดีเด่น เป็นสมาชิกสมาคมธุรกิจต่าง ๆ เป็นผู้ผลิตส่งออกที่ได้รับตราสัญลักษณ์สินค้าไทย เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีศูนย์บริการด้านธุรกิจและข้อมูลต่าง ๆ (Business center) ให้บริการแก่ผู้มาติดต่อ โดยวันเวลาทำการของศูนย์เป็นไปตามวันเวลาราชการ (อิทธิพันธ์ พัฒนานุพงษ์, 2550) แต่ปัจจุบันได้ยุบเลิกไปแล้วทั้งหมด มีเพียงอาคารจัดแสดงสินค้าชั้นเดียว (Exhibition hall) 2 หลัง ที่เปิดให้บริการกับสมาคมการค้าต่าง ๆ มาใช้สถานที่จัดงานแสดงสินค้าผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนกันไป (วัชรระ ชำนาญวงศ์, สัมภาษณ์, 3 ธันวาคม 2559) สำหรับศูนย์แสดงสินค้านดังกล่าวของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ หรือกรมส่งเสริมการส่งออกนั้นพบว่า เริ่มประสบปัญหาการดำเนินการขาดทุนหลังดำเนินการได้ 7 ปี คือ เริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549 เนื่องจากผู้เข้าร่วมโครงการไม่เต็ม โครงการ ผู้เข้าร่วมโครงการหลายรายถอนตัว ผู้เข้าชมมีจำนวน

ลดลงเรื่อย ๆ โดยมีการวิเคราะห์ปัญหาและสถานการณ์ของโครงการ Thailand export mart แล้วพบว่า ปัญหาแรก มาจากการขาดบุคลากรที่มีความเป็นมืออาชีพในการบริหารจัดการ และตกแต่งอาคาร การตกแต่งไม่ดึงดูด นอกจากนี้ ยังมีผู้เช่าหลายรายเข้าอยู่แบบทำสัญญาไม่ถูกต้อง มีการค้างจ่าย การประชาสัมพันธ์รับทราบ และการตลาดของโครงการ Thailand export mart ขาดแคลนงบประมาณ ขาดความหลากหลายของสินค้าที่จัดแสดง การจัดโซนนิ่งสินค้าแต่ละชั้นไม่ถูกต้องไม่เป็นระเบียบ ผู้เช่าชมมีจำนวนลดลง จึงยังส่งผลให้ผู้เข้าร่วมโครงการถอนตัว และโครงการต้องประสบกับภาวะการขาดทุนอย่างต่อเนื่อง

นิตนา ฐานิถนกร (2553) ซึ่งศึกษาเรื่อง การประกอบการเพื่อสังคม นวัตกรรมทางสังคมของผู้ประกอบการยุคใหม่ พบว่า ทางเลือกที่น่าสนใจอย่างยิ่งสำหรับผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ๆ ที่ต้องการประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจในโลกปัจจุบันที่เต็มไปด้วยการแข่งขันกันอย่างรุนแรงมากขึ้นเรื่อย ๆ โดยผู้ประกอบการในยุคใหม่นั้นจะต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาธุรกิจ และสังคม ตลอดจนการนำนวัตกรรมใหม่ ๆ มาใช้ในการดำเนินธุรกิจ ควบคู่ไปกับการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม ในอันที่จะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมโดยรวมทั้งยั่งยืน

Slater, Mohr and Sengupta (2014) จากการศึกษาเรื่อง นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ โดย นวัตกรรมผลิตภัณฑ์นั้นถือเป็นหัวใจสำคัญในการต่ออายุให้กับองค์กรและการประสบความสำเร็จ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์ต่อผู้บริโภค หรือที่สามารถลดค่าใช้จ่าย หรือความสามารถในการสร้างธุรกิจใหม่ใด ๆ ที่จะนำไปสู่ผลการดำเนินงานขององค์กรที่เหนือกว่าคู่แข่ง ความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างนี้เอง ที่จะช่วยให้องค์กรเกิดการพัฒนาอย่างรวดเร็ว และตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดีในสภาพแวดล้อมที่มีความเปลี่ยนแปลงสูงและรวดเร็ว

ณัฐฐา ตั้งงามสกุล และนิตนา ฐานิถนกร (2557) ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ของการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ และความรับผิดชอบต่อสังคมกับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อู่เกียของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยทางด้านการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ ด้านการตลาดทางตรง ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านการสื่อสารออนไลน์ และด้านการขายโดยพนักงาน มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อู่เกียของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร นอกจากนี้ ทางด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับองค์กรและระดับสังคมก็มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อู่เกียของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

โดยสรุป รูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้าในเขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ต้องคำนึงถึง

1. ในมหาวิทยาลัย ว่ามีความเหมาะสมอย่างไรในการใช้เป็นที่แสดงสินค้า ซึ่งมี 3 ประการที่เป็นสิ่งสำคัญ ได้แก่ 1) มหาวิทยาลัยเป็นแหล่งวิชาการ ประกอบด้วย 1.1) มีนักวิชาการให้ความรู้ด้านต่าง ๆ 1.2) มีงานวิจัย และนวัตกรรม 1.3) มีความร่วมมือจากภาครัฐและภาคเอกชน 2) มหาวิทยาลัยมีสถานที่ ทำเล สิ่งอำนวยความสะดวกจำนวนมาก ประกอบด้วย 2.1) อาคารหอประชุมที่ทันสมัย 2.2) มีพื้นที่โล่งกลางแจ้งสำหรับจัดกิจกรรมได้หลากหลาย 2.3) มีที่พักหลากหลายในบริเวณใกล้เคียง 2.4) มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน 2.5) บริการด้านอาหารเพียงพอ 2.6) เป็นศูนย์กลางภาคตะวันออก 2.7) เป็นศูนย์กลางด้านธุรกิจ การค้าและการลงทุน 2.8) สถานีที่จอดรถเพียงพอ 2.9) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูด 2.10) ความมั่นคงปลอดภัย 2.11) มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย 3) มหาวิทยาลัยเป็นสถานที่ที่ผู้ซื้อ และผู้ใช้บริการเข้าถึงได้เร็ว และง่าย ประกอบด้วย 3.1) เป็นแหล่งชุมชน 3.2) มีนิสิตนักศึกษาจำนวนมาก 3.3) ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเป็นที่รู้จัก 3.4) เป็นศูนย์กลางคมนาคมภาคตะวันออก 3.5) มีบริการขนส่งมวลชนและขนส่งสินค้า

2. รูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์ในการใช้มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้า ในด้านสินค้าที่นำมาแสดงสถานที่ภายในมหาวิทยาลัย มีดังนี้ สินค้าชุมชน OTOP SMEs สินค้าที่มีความต้องการบริโภคสูง สินค้าที่เป็นอัตลักษณ์ภาคตะวันออก สินค้าอุตสาหกรรมในเขต EEC สินค้าเทคโนโลยี นวัตกรรม งานวิจัย สินค้าประเภทสุขภาพ และความงามสินค้าเกี่ยวกับการท่องเที่ยว คอนโดและบ้านในอนาคต สินค้าอาหาร เครื่องดื่ม ส่วนการใช้ประโยชน์ในด้านบริการ ที่นำมาแสดงสถานที่ภายในมหาวิทยาลัย มีดังนี้ ให้คำปรึกษา แนะนำการลงทุน การเงิน การผลิต การตลาด บริการงานวิจัย บริการจับคู่ทางธุรกิจ จัดประชุมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ มี Show room ผู้ผลิตสินค้า บริการ จัดนิทรรศการหมุนเวียนของสินค้า การจัดฝึกอบรมต่าง ๆ บริการเรื่องการทำหีบห่อผลิตภัณฑ์ ปมเพาะให้บริการ SMEs Startup มีบริการฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ (E-Data library) ฐานข้อมูลธุรกิจ กระทรวงต่าง ๆ สำหรับค้นคว้า มีสำนักงานธุรกิจให้เช่า บริการเอกสารด้านการนำเข้าส่งออก และในด้านการบริหารจัดการของมหาวิทยาลัยที่จัดแสดงสินค้าควรมีลักษณะอย่างไร ประกอบด้วย การจ้างหน่วยงานหรือเอกชนภายนอกเข้ามาดำเนินงาน (Outsource) จ้างที่ปรึกษา หัวหน้างานส่วนสำคัญ จัดตั้งเป็นหน่วยงานบริหารอิสระ จัดตั้งหน่วยงานภายใต้ระเบียบมหาวิทยาลัย ตั้งเครือข่ายกลุ่มมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเพื่อแบ่งการจัดงานที่เหมาะสมกับความถนัดของแต่ละมหาวิทยาลัย จัดจ้างหน่วยงานการตลาดเชิงรุกและประชาสัมพันธ์ ดำเนินการเองภายในคณะวิชา

3. การตัดสินใจว่าจะใช้ทำอะไร และสิ่งที่ต้องคำนึงเมื่อเข้ามาใช้ศูนย์แสดงสินค้าและบริการของมหาวิทยาลัย อย่างน้อยต้องคำนึงถึง ประเภทความต้องการ ระดับความต้องการ เวลาที่จะซื้อ และมหาวิทยาลัยใดที่น่าจะจัดการแสดงสินค้าได้ดีที่สุด

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

#### รูปแบบการวิจัย

การวิจัยการวิจัยเรื่อง รูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์ แสดงสินค้าในพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก เพื่อศึกษารูปแบบการจัดการ และการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก และเพื่อศึกษาชนิดสินค้า บริการ ที่ภาคเอกชนมาใช้ประโยชน์ในศูนย์แสดงสินค้าของมหาวิทยาลัยในเขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก โดย

การวิจัยครั้งนี้อาศัยข้อมูลทุติยภูมิจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลปฐมภูมิโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบประสานวิธี (Mixed method research) ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ในรูปแบบการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept interview) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยเริ่มจากการวิจัยแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ในรูปแบบการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept interview) และนำข้อมูลผลการวิเคราะห์ที่สรุปได้ในขั้นตอนแรก มาดำเนินการสรุปผลของการนำแนวทางไปใช้งานในทางปฏิบัติ ในขั้นตอนที่สอง โดยวิธีการวิจัยแบบการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ด้วยการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเหตุและตัวแปรผล (Cause-effect relationship) เพื่อสร้าง โมเดลสมการ โครงสร้าง (Partial least square path modeling: PLS Path modeling) รูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้า ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก

#### ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

อาศัยข้อมูลทุติยภูมิจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลปฐมภูมิโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบประสานวิธี ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) และ การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) เพื่อเสนอรูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้า ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ดังต่อไปนี้

##### การศึกษาแนวคิด ทฤษฎีเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศึกษารวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) จากฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ แนวคิด ทฤษฎี ผลงานวิจัยทั้งในและต่างประเทศ บทความทางวิชาการ การสัมมนา ตำรา เอกสาร วารสาร

รวมทั้งเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องเป็นข้อมูลเสริม เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์เชิงเนื้อหา ให้ครอบคลุมทุกมิติ และเพื่อเชื่อมโยงกับวัตถุประสงค์การวิจัยได้อย่างเป็นรูปธรรม ประกอบด้วยแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับ

1. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับนโยบายสาธารณะและการขับเคลื่อน
2. แนวคิดเกี่ยวกับการกระตุ้นเศรษฐกิจ
3. แนวคิดเกี่ยวกับสถาบันการศึกษากับการส่งเสริมเศรษฐกิจแห่งชาติ
4. แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรม MICE และศูนย์แสดงสินค้า
5. แนวคิดเกี่ยวกับ Supply chain และ Value chain
6. แนวคิดการตัดสินใจให้บริการ

## ส่วนที่ 1 การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) รูปแบบการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview)

ผู้วิจัยสัมภาษณ์เชิงลึก กลุ่มผู้บริหาร ผู้เชี่ยวชาญ หน่วยงานหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง ศูนย์แสดงสินค้า จำนวน 8 ท่าน ซึ่งผู้ทำวิจัยได้กำหนดแนวทางในการดำเนินการวิจัย มีรายละเอียดในเรื่องการกำหนดผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informant) การสุ่มตัวอย่างการเก็บรวบรวมข้อมูล การจัดทำและการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

### กลุ่มตัวอย่าง

ผู้ให้สัมภาษณ์ในการสัมภาษณ์เชิงลึก คือ ผู้บริหาร ผู้เชี่ยวชาญ จากสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ(สสปน.), ผู้บริหารกระทรวงพาณิชย์, ผู้บริหารมหาวิทยาลัย, ผู้บริหารระดับจังหวัด จำนวน 8 ท่าน โดยกำหนดคุณสมบัติ ดังนี้

1. เป็นผู้บริหาร และ/ หรือผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับศูนย์แสดงสินค้า หรือการแสดงสินค้า
  2. เป็นผู้บริหารมหาวิทยาลัยในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก
  3. เป็นผู้บริหารในจังหวัดพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก
- โดยผู้ให้สัมภาษณ์ในครั้งได้แก่

- |                            |  |
|----------------------------|--|
| 1. นายสมเด็จ สุขสมบูรณ์    | รองอธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์                         |
| 2. นางสุภวรรณ ติระรัตน์    | รองผู้อำนวยการ สำนักส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. |
| 3. นายภัทรธรณ์ เทียนไชย    | ผู้ว่าราชการจังหวัดชลบุรี  |
| 4. นายณกิตติพันธ์ โจรนชีวะ | รองผู้ว่าราชการจังหวัดฉะเชิงเทรา   |

- |  |  |
|--|--|
| 5. นายสมเกียรติ พูลสุขเสริม                      | หัวหน้าสำนักงานจังหวัดรับมอบหมายจาก<br>ผู้ว่าราชการจังหวัดระยอง        |
| 6. นายกิตติ เกียรติมนตรี                         | รองนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดระยอง                                   |
| 7. รองศาสตราจารย์ ดร.สมนึก<br>ธีระกุลพิศุทธิ์    | อธิการบดี มหาวิทยาลัยบูรพา จังหวัดชลบุรี                               |
| 8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อารมย์<br>ตัดตะวะศาสตร์ | อธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม<br>(วิทยาเขตบางพระ) จังหวัดชลบุรี |

### ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือวิจัย

1. ผู้วิจัยศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับแนวทางสร้างรูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้า เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลประกอบในการสัมภาษณ์

2. ผู้วิจัยศึกษาเกี่ยวกับระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ จรรยาบรรณของนักวิจัย วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล และวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลจากตำรา และการขอคำปรึกษาจากผู้ทรงคุณวุฒิด้านการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้เข้าใจในระเบียบวิธีวิจัย อันนำไปสู่การศึกษาที่ถูกต้อง และครอบคลุมประเด็นที่ต้องการจะศึกษามากที่สุด

3. ผู้วิจัยสร้างแนวคำถาม ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึกจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยสร้างเป็นคำถามให้ครอบคลุมตามขอบเขตของการวิจัย อันเป็นสิ่งที่ต้องการศึกษาเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ ลักษณะของคำถามจะเป็นประเภทคำถามปลายเปิด

### วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้อาศัยการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบภาคสนาม (Field data) ดังนี้

1. ผู้ทำการวิจัยเก็บข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 8 ท่าน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นแนวความคิดและทัศนคติของผู้ตอบออกมา โดยเตรียมคำถามกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interview) ลักษณะการสัมภาษณ์เป็นแบบไม่เป็นทางการ โดยกำหนดคำถามให้เป็นประเด็นที่สามารถครอบคลุมและสอดคล้องกับเรื่องที่ทำการศึกษา ก่อนเริ่มการสัมภาษณ์ผู้วิจัยจะแสดงวัตถุประสงค์ของการสัมภาษณ์ โดยขออนุญาตในการจดบันทึก บันทึกภาพและเสียง ระหว่างการสัมภาษณ์ รวมถึงผู้วิจัยได้มีปฏิสัมพันธ์แบบต่อหน้ากับผู้ให้สัมภาษณ์เพื่อเกิดการแลกเปลี่ยน และแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ และมีการทดสอบคำถามและคำตอบเพื่อเป็นแนวทางในการถามคำถามต่อไป โดยใช้เวลาในการสัมภาษณ์ประมาณ 1 ชั่วโมง ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับความร่วมมือของผู้ให้

สัมภาษณ์ การสัมภาษณ์ในแต่ละรายได้ทำการสัมภาษณ์จนกว่าจะไม่พบข้อสงสัยใด ๆ อีกหรือไม่ มีข้อมูลใหม่เกิดขึ้น

2. ในขณะที่มีการสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้ทำการจดบันทึกสรุปสั้น ๆ ในประเด็นที่สำคัญ นอกจากนี้ยังได้บันทึกเกี่ยวกับความคิด ความรู้สึก หรือปัญหาที่เกิดขึ้นกับผู้วิจัยขณะที่รวบรวมข้อมูล

3. ข้อมูลจะนำมาจดบันทึกและถอดคลิปเสียง เพื่อทำการตรวจสอบข้อมูลที่ไม่ชัดเจน หรือไม่ครบถ้วนเพื่อหาข้อมูลเพิ่มเติม ข้อมูลที่ได้มาผู้วิจัยจะทำการถอดคลิปเสียงด้วยความละเอียดถี่ถ้วน แล้วตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลอีกครั้งด้วยการฟังคลิปวิดีโอ

### ความเชื่อถือได้ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

หลังจากที่ได้เก็บรวบรวมข้อมูลแล้ว ได้นำมาตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล (Trustworthiness) ดังนี้

1. ผู้ทำการวิจัยสร้างความสัมพันธ์อันดีต่อผู้ให้สัมภาษณ์ เพื่อให้เกิดความไว้วางใจในตัวผู้ทำการวิจัย ซึ่งจะมีผลต่อความถูกต้องและเป็นจริงของข้อมูล

2. การยืนยันความถูกต้องของข้อมูล (Member checking) โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ที่ได้จดบันทึกอย่างละเอียดและอธิบายอย่างชัดเจน นำกลับไปให้ผู้ให้สัมภาษณ์ยืนยันความถูกต้องของข้อมูลว่าตรงกับความรู้สึกแท้จริงของผู้ให้สัมภาษณ์หรือไม่

3. ตรวจสอบความไว้วางใจได้ของข้อมูล (Dependability) โดยการนำข้อมูลไปตรวจสอบกับอาจารย์ที่ปรึกษาคุณฐิติพนธ์ เพื่อยืนยันความถูกต้องตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา

4. ความสามารถในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ (Transferability) โดยการเขียนระเบียบวิธีการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูล และบริบทที่ต้องการศึกษาอย่างชัดเจน เพื่อเป็นการเพิ่มความน่าเชื่อถือของการวิจัยในการที่จะนำผลการวิจัยไปใช้ในบริบทที่ใกล้เคียงกัน

5. การยืนยันผลการวิจัย (Conformability) โดยที่ผู้วิจัยจะเก็บเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยไว้เป็นอย่างดี พร้อมสำหรับการตรวจสอบ (Audit trail) เพื่อยืนยันว่าข้อมูลที่ได้ไม่มีความลำเอียงหรือเกิดจากการคิดขึ้นของผู้ทำการวิจัย

### การจัดทำข้อมูลและวิเคราะห์ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. นำข้อมูลที่ได้จากการถอดเสียงด้วยเครื่องบันทึก มาดำเนินการเพื่อพิจารณาหลาย ๆ ครั้ง จนให้เกิดความเข้าใจที่ชัดเจนในข้อมูลและประเด็นสำคัญที่ได้

2. จากนั้นผู้วิจัยนำข้อมูลกลับมาเพื่อพิจารณาซ้ำอย่างละเอียด แล้วจึงตีความพร้อมดำเนินการดึงข้อความหรือประโยคใจความสำคัญที่เกี่ยวข้อง



3. นำข้อความหรือประโยคที่มีความหมายเหมือนกันหรือใกล้เคียงกันมาไว้กลุ่มเดียวกัน มีการสร้างหัวข้อสรุป และกลุ่มหัวข้อสรุปแนวคิดในตัวข้อมูล โดยมีรหัสข้อมูลกำกับทุกข้อความ หรือทุกประโยคแล้วจึงตั้งคำสำคัญ ซึ่งจะจัดเป็นกลุ่มใหญ่ (Themes) และกลุ่มย่อยที่อยู่ภายใต้ ความหมายของกลุ่มใหญ่ (Sub-theme)

4. อธิบายปรากฏการณ์อย่างละเอียดครบถ้วน โดยเขียนให้มีความต่อเนื่องและกลมกลืนกันระหว่างข้อความหรือประโยค ความหมายและหัวข้อต่าง ๆ ซึ่งในขั้นตอนนี้ต้องพยายามตัด ข้อมูลหรือหัวข้อที่ไม่จำเป็นออก

5. ใช้การเขียนบรรยายสิ่งที่ค้นพบอย่างละเอียดและชัดเจน โดยจะไม่มีการนำทฤษฎีไป ควบคุมปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น พร้อมทั้งยกตัวอย่างคำพูดประกอบคำหลักสำคัญที่ได้ เพื่อแสดง ความชัดเจนของปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น

6. ตรวจสอบความตรงของข้อมูล โดยนำข้อสรุปไปให้ผู้ให้ข้อมูลตรวจสอบว่าเป็นความจริงตามที่บรรยายและอธิบายมาหรือไม่ เพื่อให้ได้ข้อสรุปสุดท้ายที่สมบูรณ์และเป็นข้อค้นพบจากการให้ข้อมูลจริงของผู้ให้ข้อมูล จากนั้นจึงนำข้อมูลมาตรวจสอบกับอาจารย์ที่ปรึกษาอีกครั้ง

## ส่วนที่ 2 การวิจัยเชิงปริมาณ

การวิจัยเชิงปริมาณมุ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเหตุและตัวแปรผล (Cause-effect relationship) เพื่อสร้าง โมเดลสมการ โครงสร้างรูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์ มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้า ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก

### การกำหนดประชากร

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ทำการศึกษาจากกลุ่มประชากร ซึ่งเป็นผู้ประกอบการชั้นนำที่ตั้งอยู่ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ในจังหวัดชลบุรี ระยอง และฉะเชิงเทรา

### กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน เนื่องจากการ กำหนดขนาดตัวอย่างในการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง โดยใช้โปรแกรม PLS ซึ่งเป็น Variance base model จำนวนตัวอย่างอย่างน้อยต้องเป็น 10 เท่า ของจำนวนตัวแปรสังเกตได้ (MV) ในตัวแปรแฝงที่มี MV มากที่สุด หรืออย่างน้อย 30-100 หน่วย (มนตรี พิริยะกุล, 2553)

ซึ่งจากสมการ โครงสร้างรูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้านี้ จำนวนตัวอย่าง 10 เท่า ของจำนวนตัวแปรสังเกตได้ (MV) ในตัวแปรแฝงที่มี MV มากที่สุด ซึ่งเท่ากับ 30 หน่วย แต่เพื่อความเชื่อมั่นมากยิ่งขึ้นในการประเมินผลและการวิเคราะห์ ข้อมูล จำนวนตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงใช้จำนวนขนาดกลุ่มตัวอย่างที่จำนวน 100 หน่วย

ผู้วิจัยจะทำการเก็บตัวอย่างเป็นจำนวนทั้งหมด 100 ชุด

### ขั้นตอนในการสุ่มตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยครั้งนี้ ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเลือกตัวอย่างตามสะดวก (Convenience sampling) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล โดยนำแบบสอบถามที่จัดเตรียมไว้ไปทำการเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการอุตสาหกรรมที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ จังหวัดชลบุรี จังหวัดระยอง และจังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 100 ชุด

### ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือในการวิจัย

1. ผู้วิจัยดำเนินการสร้างแบบสอบถาม โดยการศึกษาจากกรอบแนวคิดและเอกสารการวิจัยต่าง ๆ รวบรวมคำถามเกี่ยวกับรูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้าในเขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก

2. นำแบบสอบถามที่ร่างได้ ทดสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน เพื่อพิจารณาตรวจสอบและขอคำแนะนำในการแก้ไขและปรับปรุงต่อไป

3. วิเคราะห์ความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) โดยใช้การวิเคราะห์ความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ หรือเนื้อหา (IOC: Index of consistency) ซึ่งจะต้องมีค่า 0.50-1.0

4. นำแบบสอบถามที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดสอบความเที่ยง (Reliability) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีบริบทคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ จำนวน 30 คน

5. วิเคราะห์ความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้ค่าวิธีสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของ Cronbach (Cronbach's reliability coefficient alpha) วิเคราะห์โดยโปรแกรม SPSS for windows ซึ่งจะต้องมีค่ามากกว่า 0.70

6. นำแบบสอบถามที่ทดสอบมาพิจารณาปรับปรุงแก้ไขเนื้อหา ภาษาและความเข้าใจอีกครั้ง จึงจัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์และนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

### ลักษณะของแบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามทำการแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไป ได้แก่ จังหวัดที่ตั้งของอุตสาหกรรม ตำแหน่งงานของผู้ตอบแบบสอบถาม ประเภทของกลุ่มอุตสาหกรรม ลักษณะของบริษัทผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับความเหมาะสมของสถานที่ภายในมหาวิทยาลัย ใช้เป็นที่แสดงสินค้า ได้แก่ การเป็นแหล่งวิชาการ ด้านสถานที่/ ทำเล/ สิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการเข้าถึงของผู้ซื้อ ผู้ใช้บริการ

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์ มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ได้แก่ สินค้าที่นำมาแสดง ศูนย์แสดงสินค้าควรมีบริการอะไรบ้าง และรูปแบบหน้าที่การบริหารจัดการของมหาวิทยาลัยที่จัดแสดงสินค้า

ส่วนที่ 4 การตัดสินใจใช้บริการศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัย ได้แก่ ประเภท ความต้องการ ระดับความต้องการ เวลาที่จะซื้อ และแหล่งแสดงสินค้าควรจัดในมหาวิทยาลัยใด

โดยลักษณะคำถามเป็นในส่วนที่ 1 เป็นคำถามแบบเลือกคำตอบ และคำถามในส่วนที่ 2-4 เป็นคำถามที่เป็นมาตรวัดแบบลิเกิร์ตสเกล (Likert scale) โดยแบ่งเป็น 5 ตัวเลือก

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามข้อมูลความเห็นเกี่ยวกับสินค้าที่จะนำมาแสดงในสถานที่ มหาวิทยาลัยเป็นพื้นที่แสดงสินค้า ได้แก่ สินค้าที่ควรนำมาแสดง และศูนย์แสดงสินค้าควรมีบริการอะไร ลักษณะคำถามเป็นมาตรวัดแบบลิเกิร์ตสเกล (Likert scale) โดยแบ่งเป็น 5 ตัวเลือก

ลักษณะคำถามแบบลิเกิร์ตสเกล (Likert scale) แบบ 5 ตัวเลือก แบ่งได้ดังนี้

ค่าของคะแนน 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

ค่าของคะแนน 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก

ค่าของคะแนน 3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

ค่าของคะแนน 2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย

ค่าของคะแนน 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

การแปลความหมาย สำหรับเกณฑ์การให้คะแนนเฉลี่ยในแต่ละระดับนั้น ใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างของชั้นได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{จากสูตรความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด}-\text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

ผลที่ได้จากการวัดค่าตัวแปร จะนำมาคำนวณหาค่าเฉลี่ยเพื่อนำไปเปรียบเทียบกับเกณฑ์การวัดดังนี้

4.21-5.00 หมายถึงว่า เห็นด้วยมากที่สุด

3.41-4.20 หมายถึงว่า เห็นด้วยมาก

2.61-3.40 หมายความว่า เห็นด้วยปานกลาง

1.81-2.60 หมายความว่า เห็นด้วยน้อย

1.00-1.80 หมายความว่า เห็นด้วยน้อยที่สุด

### **ความเชื่อถือได้ของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย**

ในการศึกษาครั้งนี้ได้มีการทดสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) และความเที่ยง (Reliability) ดังนี้

1. ความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ผู้ทำการวิจัยนำแบบสอบถามที่ได้จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน พิจารณาและตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording) จากนั้นจึงนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาทดสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) โดยใช้การวิเคราะห์ความสอดคล้องระหว่างข้อความกับวัตถุประสงค์ หรือเนื้อหา (IOC: Index of consistency) เพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขก่อนนำไปสอบถามในการเก็บข้อมูล

2. ความเที่ยง (Reliability) ผู้ทำการวิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นและปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญไปทำการทดสอบ (Pre-test) จำนวน 30 ชุด กับกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับประชากรที่ต้องการศึกษา จากนั้นจึงนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาทดสอบความเที่ยง (Reliability) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ในการหาความน่าเชื่อถือตามเกณฑ์สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient)

### **วิธีการรวบรวมข้อมูล**

1. ผู้วิจัยขอหนังสือขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูล

2. จัดส่งแบบสอบถามผ่านระบบออนไลน์ (Online) โดยส่ง Link คำถาม ผ่านทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ไลน์ (Line) เฟสบุ๊ก (Inbox facebook) และ โทรสอบถามเพื่อติดตามการตอบ

3. ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามให้กับผู้ประกอบการชั้นนำในเขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกในการประชุมของสภาอุตสาหกรรมจังหวัด สภาหอการค้างานเสวนาผู้ประกอบการอุตสาหกรรมในภาคตะวันออก และผู้ประกอบการตามงานแสดงสินค้านิทรรศการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

### **การจัดทำข้อมูลและวิเคราะห์ผล**

หลังจากรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดที่ได้เรียบร้อยแล้ว ผู้ทำการวิจัยได้นำแบบสอบถามทั้งหมดมาดำเนินการดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้ทำการวิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามอีกครั้งหนึ่งเพื่อคัดแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
2. นำแบบสอบถามที่คัดเลือกเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสเพื่อประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

### สถิติที่ใช้ในการวิจัย

เมื่อตรวจสอบความสมบูรณ์และลงรหัสของแบบสอบถามแล้ว ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามมาวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป จำแนกการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Description statistics) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปในรูปจำนวนและร้อยละในส่วนที่ 1 โดยในส่วนที่ 2-4 ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พร้อมทั้งจัดลำดับของข้อมูล
2. ข้อมูลเชิงอนุมาน ได้ทำการนำผลมาทำการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างของรูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้า ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก

### การตรวจสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ

การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) และทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct validity) โดยนำแบบสัมภาษณ์ ไปสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อทำการพิจารณาและตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาในแบบสัมภาษณ์ รวมถึงโครงสร้างของชุดคำถามที่ใช้วัดตัวแปรต่าง ๆ แล้ว จึงนำแบบสัมภาษณ์ ไปทำการปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้มีความชัดเจน เข้าใจง่ายและครอบคลุมองค์ประกอบของตัวแปรอย่างครบถ้วน ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจแบบสอบถามวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research)

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยอดยิ่ง ธนทวี
2. ดร.ศุภสิทธิ์ เลิศบัวสิน
3. ดร.ภทรี 프리สตัด
4. ดร.ณภัคอร ปุณยภาภัสสร
5. ดร.ชนิสรา แก้วสวรรค์

ผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจแบบสอบถามวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research)

การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) และทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct validity) โดยนำแบบสอบถามไปสอบถามผู้ทรงคุณวุฒิ ดังนี้

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรัณยา เลิศพุทธรักษ์

2. ดร.ภทธี พิริสศักดิ์
3. ดร.ศิริัญญา วิรุณราช
4. ดร.ชนิสรา แก้วสวรรค์
5. ดร.มาลัย ลีสังสิทธิ์มาลัย

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้ คือ

รวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสอบถามกลุ่มตัวอย่าง นำมาประมวลผลทางระบบคอมพิวเตอร์ ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS โดยตัวแปรต่าง ๆ จะถูกนำมาลงรหัส เพื่อเปลี่ยนสภาพข้อมูล ให้อยู่ในรูปแบบตัวเลข หลังจากนั้นจึงนำมาวิเคราะห์เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ในส่วนของสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ค่าความถี่และค่าร้อยละ เป็นต้น

การพัฒนาแบบสอบถาม (Measurement and questionnaire development) ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือ (แบบสอบถาม) การวิจัย โดยมีขั้นตอนดังนี้ 1) ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม 2) พิจารณาขอบเขตของเนื้อหาที่ทำการศึกษา กรอบแนวคิดและวัตถุประสงค์การ วิจัย 3) นำร่างแบบสอบถาม ขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย และปรับปรุงพัฒนาแบบสอบถาม ตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย เพื่อตรวจสอบความสอดคล้อง ระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย โดยยอมรับ ค่า IOC (Index of item objective congruence) ที่ระดับมากกว่า 0.5 และทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมา ให้นักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน เพื่อพิจารณาและตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content validity) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording) เพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขก่อนนำไปสอบถามในการเก็บข้อมูลจริง 4) นำเครื่องมือ (แบบสอบถาม) ที่ปรับปรุงแล้วไปดำเนินการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมา และปรับปรุงแก้ไขไปดำเนินการทดสอบ (Pre-test) จำนวน 30 ชุด กับผู้ประกอบการ เพื่อทำการทดสอบว่าผู้ประกอบการสามารถเข้าใจและตอบคำถามตามความต้องการ และมีความเหมาะสมเข้าใจ จากนั้นจึงนำมาทดสอบโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS PC Windows version 23 ในการหาความเชื่อมั่นโดยใช้สูตรหาค่าสัมประสิทธิ์ (Crobach' s alpha) โดยใช้เกณฑ์สัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha coefficient) ที่มากกว่าและเท่ากับ 0.5 สามารถสรุปได้ว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือสูง ผ่านตามเกณฑ์มาตรฐาน เพื่อให้ได้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่มีความเที่ยงตรงของเนื้อหาและความถูกต้องสมบูรณ์

หลังจากนั้นแบบสอบถามมาทำการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยทำการเก็บข้อมูลจำนวน 100 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 ของแบบสอบถาม และได้ผลจากแบบสอบถามที่ได้กลับมาทั้งหมด มาทำการวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติตามวัตถุประสงค์การวิจัย ทำการสร้างโมเดลสมการ โครงสร้าง (Structural equation modeling: SEM) กำหนด โมเดลสมมติฐานที่แสดงเป็น โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ทดสอบจากข้อมูลที่รวบรวมได้ว่ามีความสอดคล้องกัน โดยใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory factor analysis: CFA) ด้วยการวิเคราะห์สมการ โครงสร้าง (Structural model หรือ Inner model) ตรวจสอบนัยสำคัญรายเส้นทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงกับตัวบ่งชี้หรือตัวแปรมาตรวัด (MV) แบบ Reflective วิเคราะห์ ทดสอบว่าตัวแปรใดบ้างที่ส่งผลโดยตรงและโดยอ้อมต่อการตัดสินใจใช้บริการศูนย์แสดงสินค้าในสถาน ที่มหาวิทยาลัยโดยวิเคราะห์ด้วยแบบสมการโครงสร้างที่ประกอบด้วย ตัวแปรสังเกตและตัวแปรแฝง โดยใช้โปรแกรม Warp PLS ซึ่งวิเคราะห์ความสัมพันธ์ใน Inner model (Structure model) และ วิเคราะห์ความสัมพันธ์ใน Outer model (Measurement model) ไปในคราวเดียวกัน ซึ่งในการวิจัย ครั้งนี้ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงกับตัวแปรมาตรวัด (Manifest variable: MV หรือ Indicator) เป็นแบบ Reflective

การตรวจสอบความสอดคล้องของตัวแบบ (Goodness of fit measure) เพื่อพิจารณาว่า ตัวแบบสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ด้วยค่าสถิติหรือไม่ โดยใช้ดัชนี โปรแกรมทางสถิติ WarpPLS วิเคราะห์โมเดลสมการ โครงสร้าง การทดสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลกับ ข้อมูลโดยพิจารณาจากตัวบ่งชี้ต่าง ๆ ที่โปรแกรมทางสถิติแนะนำซึ่งได้แก่

1. ค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Average path coefficient: APC)
2. ค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์  $R^2$  (Average R-squared: ARS)
3. ค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์  $R^2$  ที่ปรับ (Average adjusted  $R^2$ : AARS) ทั้ง 3 ค่านี้ต้องมีค่า  $P < .05$  นอกจากนี้ ยังใช้เปรียบเทียบความสอดคล้องโมเดลที่แตกต่างกัน
4. ค่าเฉลี่ย Block VIF (Average block VIF AVIF) สามารถยอมรับได้ ถ้ามีค่าไม่เกิน 5 ( $\leq 5$ ) ค่าที่พึงประสงค์ตามทฤษฎี (Ideally)  $\leq 3.3$  (Kock & Lynn, 2012)
5. ค่าเฉลี่ย Full collinearity VIF (Average full collinearity VIF: AFVIF) สามารถยอมรับได้ ถ้ามีค่าไม่เกิน 5 (มีค่า  $\leq 5$ )
6. ค่าโมเดล Fit (Tenenhaus GoFGoF)  $\geq 0.1$  ระดับเล็ก  $\geq 0.25$  ระดับปานกลาง  $\geq 0.36$  ระดับมาก (Tenenhaus, Vinzi, Chatelin, & Lauro, 2005)
7. Sympton's paradox ratio (SPR) ยอมรับได้ถ้ามีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.7 ค่าที่ดีที่สุดคือ 1

8. R-squared contribution ratio (RSCR) สามารถยอมรับได้ ถ้ามีค่าไม่ต่ำกว่า 0.9 ค่าที่ดีที่สุด คือ 1 (Pearl, 2009; Wagner, 1982)

9. Statistical suppression ratio (SSR) สามารถยอมรับได้ ถ้ามีค่าไม่ต่ำกว่า  $0.7 \geq 0.7$  ค่าที่ดีที่สุด คือ 1 (MacKinnon, Krull, & Lockwood, 2000)



## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

ในการวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัยเรื่อง รูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์ มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้า ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก เป็นการวิจัยเชิงผสมผสาน โดยมีการทำการวิจัยเชิงคุณภาพโดยวิธีสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) สัมภาษณ์ผู้บริหารภาครัฐ ผู้เชี่ยวชาญ และสถาน ศึกษา จำนวน 8 ราย และหลังจากนั้นได้ทำการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยทำการเก็บข้อมูลจำนวน 100 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 ของแบบสอบถามทั้งหมด เมื่อได้ผลเรียบร้อยแล้วจึงนำมาทำการวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติตามวัตถุประสงค์การวิจัย โดยนำเสนอผลการทดสอบและวิเคราะห์ข้อมูลและแปลความหมาย ผลการวิเคราะห์ข้อมูล และเพื่อเป็นการยืนยัน (Confirm) โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์การวิจัยเชิงคุณภาพโดยวิธีสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview)

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research)

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางการเงิน

### สัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 1. สัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้แทนค่าสถิติ

N	แทน	จำนวนประชากร
n	แทน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
$\bar{X}$	แทน	ค่าเฉลี่ย (Mean)
SD	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)
p-value	แทน	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ
APC	แทน	Average path coefficient
ARS	แทน	Average R-squared
AARS	แทน	Average adjusted R <sup>2</sup>
AVIF	แทน	Average block VIF
AFVIF	แทน	Average full collinearity VIF
GoF	แทน	Tenenhaus GoF
SPR	แทน	Sympson's Paradox ratio

RSCR	แทน	R-squared contribution ratio
SSR	แทน	Statistical suppression ratio
DE	แทน	อิทธิพลทางตรง (Direct effects)
IE	แทน	อิทธิพลทางอ้อม (Indirect effects)
TE	แทน	อิทธิพลรวม (Total effects)

## 2. อักษรย่อที่ใช้แทนตัวแปร

### 2.1 ตัวแปรแฝงภายนอก (Exogenous latent variable) ได้แก่

DECISION	แทน	การตัดสินใจใช้บริการศูนย์แสดงสินค้าในสถานศึกษา มหาวิทยาลัยวัดได้จากตัวแปรที่สังเกตได้ 4 ตัวชี้วัด หรือ 4 MV
DEC1-DEC4	แทน	ตัวชี้วัดหรือ MV ข้อที่ 1 ถึงข้อ 4 DEC1: ประเภทของการบริการ DEC2: เหตุผลความต้องการเลือกใช้ DEC3: คาดการณ์ระยะเวลาในการเลือกใช้ DEC4: แหล่งแสดงสินค้าควรจัดในมหาวิทยาลัยใด

### 2.2 ตัวแปรแฝงภายใน (Endogenous latent variable) มี 2 ตัวแปร คือ

SUITABILITY	แทน	ความเหมาะสมของสถานที่ภายในมหาวิทยาลัย ใช้เป็น ที่แสดงสินค้า วัดได้จากตัวแปรสังเกต 3 ตัวชี้วัด หรือ 3 MV
SUIT1-SUIT3	แทน	ตัวชี้วัดหรือ MV ข้อที่ 1 ถึงข้อ 3 SUIT1: เป็นแหล่งวิชาการ SUIT2: ด้านสถานที่ ทำเล สิ่งอำนวยความสะดวก SUIT3: ด้านการเข้าถึงของผู้ซื้อ ผู้ใช้บริการ
UTILIZATION	แทน	รูปแบบและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์ แสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก วัดได้จากตัวแปรสังเกต 3 ตัวชี้วัด หรือ MV 3 ข้อ
UTIL1-UTIL3	แทน	ตัวชี้วัด หรือ MV ข้อที่ 1 ถึงข้อ 3 UTIL1: สินค้าที่นำมาแสดง UTIL2: ศูนย์แสดงสินค้าความมีบริการ UTIL3: รูปแบบหน้าที่การบริหารจัดการ

## ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์การวิจัยเชิงคุณภาพโดยวิธีสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview)

ตารางที่ 4-1 ความคิดเห็นจากผู้บริหารในด้านความเหมาะสมของสถานที่ภายในมหาวิทยาลัย  
ใช้เป็นี่แสดงสินค้า ด้านความเป็นแหล่งวิชาการ

ผู้บริหาร	ความเห็นด้านความเป็นแหล่งวิชาการ
ท่านที่ 1	สามารถทำการตลาดได้เพราะเป็นแหล่งวิชาการ มีนักวิชาการ นักวิจัย ที่สามารถให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ แก่ผู้ประกอบการได้ รวมทั้งมีงานวิจัย มีนวัตกรรม ตลอดจนยังสามารถทำความร่วมมือกับภาครัฐได้หลากหลายภาคส่วน
ท่านที่ 2	สามารถทำความร่วมมือจากหลากหลายภาคส่วน เนื่องจากแต่ละหน่วยงานมีความเชี่ยวชาญและมีความถนัดที่ไม่เหมือนกัน ในส่วนมหาวิทยาลัยมีบุคลากรที่มีความสามารถทางด้านวิชาการ และงานวิจัย
ท่านที่ 3	มหาวิทยาลัยมีพันธกิจในการให้บริการวิชาการอยู่แล้ว จึงมีความพร้อมในด้านงานวิจัย นวัตกรรม ตลอดจนมีนักวิชาการที่สามารถให้ความรู้ และให้การฝึกอบรมในด้านต่าง ๆ ได้
ท่านที่ 4	EEC เป็นสิ่งที่มหาวิทยาลัยในพื้นที่จะต้องปรับตัว เชื่อว่าแต่ละมหาวิทยาลัยมีการเตรียมความพร้อมรองรับ โดยเฉพาะในด้านงานวิจัย
ท่านที่ 5	มหาวิทยาลัยสามารถใช้พื้นที่เพื่อการจัดแสดงสินค้าได้ โดยเฉพาะในพื้นที่ EEC เนื่องจากสามารถใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดมูลค่า และสนับสนุนเศรษฐกิจในพื้นที่ โดยใช้ทรัพยากรหลัก เช่น งานวิจัย และบุคลากร
ท่านที่ 6	งานวิจัยเป็นสิ่งสำคัญที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผู้ประกอบการในภาคอุตสาหกรรม และเป็นความสามารถหลักของมหาวิทยาลัยในการตอบสนองหรือรองรับกับพื้นที่ EEC
ท่านที่ 7	แน่นอนว่าทุกมหาวิทยาลัย ล้วนให้ความสำคัญกับงานวิจัย และแสวงหาความร่วมมือจากภาครัฐและเอกชน ซึ่งเป็นสิ่งที่จำเป็นในการสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจในพื้นที่ EEC
ท่านที่ 8	เห็นว่า งานวิจัย นักวิชาการ เป็นความสามารถพื้นฐานที่สำคัญอยู่แล้วในหน่วยงานระดับมหาวิทยาลัย นอกจากนี้ ยังมีความร่วมมือจากภาครัฐเอกชนต่าง ๆ ที่ทำความร่วมมืออีกด้วย

จากตารางที่ 4-1 จากการสัมภาษณ์ความเห็นผู้บริหาร ถึงความเหมาะสมของสถานที่  
ภายในมหาวิทยาลัย ใช้เป็นที่แสดงสินค้า ด้านความเป็นแหล่งวิชาการ พบว่า

ด้านความเป็นแหล่งวิชาการ มหาวิทยาลัยมีความเหมาะสมใน 3 ประเด็น คือ มีนักวิชาการ  
ให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ, มีงานวิจัย และนวัตกรรม, มีความร่วมมือจากภาครัฐและภาคเอกชน

ตารางที่ 4-2 ความคิดเห็นจากผู้บริหารในด้านความเหมาะสมของสถานที่ภายในมหาวิทยาลัย  
ใช้เป็นที่แสดงสินค้า ด้านสถานที่ ทำเล และสิ่งอำนวยความสะดวก

ผู้บริหาร	ความเห็นด้านสถานที่ ทำเล และสิ่งอำนวยความสะดวก
ท่านที่ 1	เห็นว่ามหาวิทยาลัยมีอาคารสถานที่ มีหอประชุม มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยพอสมควร ที่ได้รับการสนับสนุนจากภาคส่วนต่าง ๆ นอกจากนี้ ยังมีพื้นที่โล่งแจ้ง เช่น สนามกีฬา ลานจอดรถ สามารถทำกิจกรรมได้หลากหลาย หลายมหาวิทยาลัยมี โรงแรมที่พักมากมายโดยรอบ เพราะพื้นที่ EEC นอกจากเป็นแหล่งการค้าการ ลงทุน เป็นศูนย์กลางภาคตะวันออก และการคมนาคมขนส่งแล้ว ยังใกล้กับแหล่ง ท่องเที่ยว จึงมีสิ่งอำนวยความสะดวกหลายอย่าง รวมถึงบริการร้านอาหาร
ท่านที่ 2	มหาวิทยาลัยเป็นพื้นที่ปิด สามารถควบคุมดูแลเรื่องความปลอดภัย มีอาคารสถานที่ มีลานกว้าง มีสถานที่จอดรถเพียงพอ สามารถจัดกิจกรรมพิเศษต่าง ๆ ได้ โดย บริหารในจุดที่ไม่มีมีการเรียนการสอน มหาวิทยาลัยในภาคตะวันออกและใน EEC มีความได้เปรียบในเรื่องใกล้แหล่งท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดต่าง ๆ มีสิ่งอำนวยความสะดวก สะดวกมาก
ท่านที่ 3	มหาวิทยาลัยมีอาคารหอประชุม ที่ว่างเว้นจากการเรียนการสอน มีสนามหรือพื้นที่ ลานกว้างจำนวนมาก ส่วนนี้สามารถจัดนิทรรศการต่าง ๆ ได้ รวมทั้งมีบริการด้าน ที่พักและอาหาร ทั้งจากในมหาวิทยาลัยเอง และจากบริเวณโดยรอบเนื่องจากเป็น แหล่งชุมชน
ท่านที่ 4	ในส่วน of สถานศึกษาระดับมหาวิทยาลัย หลัก ๆ คือ มีอาคารหอประชุม มีพื้นที่ ลานกว้าง มีสิ่งอำนวยความสะดวก และอาหารอยู่บริเวณโดยรอบ โดยใน 3 จังหวัด EEC ถือเป็นศูนย์กลางการคมนาคมขนส่งและเป็นศูนย์กลางภาคตะวันออก
ท่านที่ 5	มองว่ามหาวิทยาลัย เป็นแหล่งนักศึกษา นักวิชาการจำนวนมาก มีอาคาร มีสนาม มีความมั่นคงปลอดภัยในระดับหนึ่ง รอบ ๆ มหาวิทยาลัยมีบริการด้านอาหาร สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ร้านค้าหลากหลาย

ตารางที่ 4-2 (ต่อ)

ผู้บริหาร	ความเห็นด้านสถานที่ ทำเล และสิ่งอำนวยความสะดวก
ท่านที่ 6	เห็นว่า มหาวิทยาลัยในพื้นที่ EEC มีความน่าสนใจตรงที่อยู่ในพื้นที่ทำเลการส่งเสริมของภาครัฐ ทั้งด้านเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว โดยเฉพาะธุรกิจ MICE ซึ่งภาคตะวันออกถือเป็นจุดหมายปลายทางที่มีการส่งเสริมของภาครัฐไทย ดังนั้นจึงเป็นพื้นที่ที่มีความน่าสนใจทั้งในด้านการคมนาคมขนส่ง ซึ่งใกล้ทั้งสนามบินท่าเรือ และรถไฟความเร็วในอนาคต มีที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวก อาหาร เป็นศูนย์กลางการค้าการลงทุน
ท่านที่ 7	ในส่วนของมหาวิทยาลัยในพื้นที่ 3 จังหวัดนั้น มีพื้นที่จัดกิจกรรมได้ทั้งอาคารและพื้นที่โล่งต่าง ๆ ที่สามารถทำกิจกรรมส่งเสริมเศรษฐกิจได้ เป็นพื้นที่ศูนย์กลางภาคตะวันออก แต่อาจต้องพึ่งพาการบริหารจัดการที่ชัดเจน
ท่านที่ 8	มองว่ามหาวิทยาลัยมีองค์ประกอบหลาย ๆ ส่วนสามารถนำมาบริหารจัดการ หรือจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจได้ เนื่องจากมีทั้งนักวิชาการ มีอาคาร สถานที่ มีเทคโนโลยี สิ่งอำนวยความสะดวก มีบริการด้านอาหาร และจังหวัดชลบุรี ระยอง ยังเป็นแหล่งการค้าการลงทุน เป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับประเทศอีกด้วย

จากตารางที่ 4-2 จากการสัมภาษณ์ความเห็นผู้บริหาร ถึงความเหมาะสมของสถานที่ภายในมหาวิทยาลัย ใช้เป็นที่แสดงสินค้า ด้านสถานที่ ทำเล และสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่าด้านสถานที่ ทำเล และสิ่งอำนวยความสะดวกนั้น มีองค์ประกอบ คือ การมีอาคาร, หอประชุมที่ทันสมัย, มีพื้นที่โล่งกลางแจ้งสำหรับจัดกิจกรรมได้หลากหลาย, มีที่พักหลากหลายในบริเวณใกล้เคียง, มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน, บริการด้านอาหารเพียงพอ, เป็นศูนย์กลางภาคตะวันออก, เป็นศูนย์กลางด้านธุรกิจการค้าการลงทุน, สถานที่จอดรถเพียงพอ, การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูด, ความมั่นคงปลอดภัย, มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย

ตารางที่ 4-3 ความคิดเห็นจากผู้บริหารในด้านความเหมาะสมของสถานที่ภายในมหาวิทยาลัย  
ใช้เป็นที่พักแสดงสินค้า ด้านการเข้าถึงของผู้ซื้อ ผู้ใช้บริการ

ผู้บริหาร	ความเห็นด้านการเข้าถึงของผู้ซื้อ, ผู้ใช้บริการ
ท่านที่ 1	มหาวิทยาลัยมีนักศึกษาเป็นจำนวนมาก และมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่างเกิดขึ้นมาจนเป็นแหล่งชุมชนที่มีขนาดใหญ่โดยรอบมหาวิทยาลัย และแน่นอน คือ เป็นที่รู้จักแก่บุคคลทั่วไป ในส่วนของ 3 จังหวัด EEC ก็ถือเป็นศูนย์กลางคมนาคมและขนส่งสินค้า และศูนย์กลางภาคตะวันออก
ท่านที่ 2	มหาวิทยาลัยส่วนใหญ่จะคล้าย ๆ กัน คือ มีนักศึกษา มีแหล่งชุมชน และย่อมเป็นที่รู้จักแก่บุคคลทั่วไป
ท่านที่ 3	มหาวิทยาลัยถือว่าเป็นหน่วยงานที่มีภาพลักษณ์เป็นที่รู้จัก มีนักศึกษา มีแหล่งสินค้าบริการและผู้คนอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก
ท่านที่ 4	การเข้าถึงของผู้ที่จะเข้ามาใช้บริการในมหาวิทยาลัย เป็นไปได้ไม่ยาก เพราะมหาวิทยาลัยเป็นที่รู้จัก มีนิสิตนักศึกษา และมหาวิทยาลัยที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ EEC มองว่าเป็นศูนย์กลางภาคตะวันออก
ท่านที่ 5	มหาวิทยาลัยก่อให้เกิดแหล่งชุมชน เนื่องจากการมีนักศึกษาเป็นจำนวนมาก และมหาวิทยาลัยเป็นที่รู้จัก ตลอดจน ทั้งจะเชิงเทรา ชลบุรี ระยอง ถือเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ของประเทศ จึงมีบริการขนส่งสินค้าและขนส่งมวลชน และการเป็นศูนย์กลางคมนาคมของภาคตะวันออก
ท่านที่ 6	การเข้าถึงของผู้ซื้อผู้ให้บริการ ศูนย์แสดงสินค้า เป็นเรื่องสำคัญ ซึ่งในส่วน 3 จังหวัด ใน EEC นั้น มีทำเลเป็นศูนย์กลางคมนาคมภาคตะวันออกอยู่แล้ว โดยเฉพาะจังหวัดชลบุรี ตลอดจนด้านการขนส่งสินค้า เนื่องจากเป็นแหล่งอุตสาหกรรม นอกจากนี้ มหาวิทยาลัยมีชื่อเป็นที่ยอมรับของบุคคลภายนอก ทำให้โอกาสเข้าถึงนั้นเป็นไปได้ง่าย
ท่านที่ 7	พื้นที่ 3 จังหวัด คือ ชลบุรี ระยอง และจะเชิงเทรา ถือว่ามีศักยภาพด้านการขนส่งสินค้าและขนส่งมวลชน ในส่วนของภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยนั้นก็เป็นที่รู้จัก แต่เฉพาะมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียง

ตารางที่ 4-3 (ต่อ)

ผู้บริหาร	ความเห็นด้านการเข้าถึงของผู้ซื้อ, ผู้ใช้บริการ
ท่านที่ 8	ด้านการเข้าถึงในพื้นที่ 3 จังหวัด เห็นว่าเป็นไปได้โดยง่าย เช่น ในด้านขนส่งมวลชนเนื่องจากมีความเชื่อมต่อกับสายการบิน รถไฟ ด้านขนส่งสินค้าก็มีทางถนน และท่าเรือ มหาวิทยาลัยมีภาพลักษณ์เป็นที่เชื่อถือ มีบุคลากร มีนิสิตนักศึกษาจำนวนมาก เป็นแหล่งชุมชนเมืองขนาดย่อม ๆ

จากตารางที่ 4-3 ความคิดเห็นจากผู้บริหารในด้านความเหมาะสมของสถานที่ภายในมหาวิทยาลัย ใช้เป็นที่แสดงสินค้า ด้านการเข้าถึงของผู้ซื้อ, ผู้ใช้บริการ พบว่า

ด้านการเข้าถึงของผู้ซื้อ, ผู้ใช้บริการนั้น มหาวิทยาลัยมีความเป็นแหล่งชุมชน มีนิสิตนักศึกษาจำนวนมาก ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเป็นที่รู้จัก, เป็นศูนย์กลางคมนาคมภาคตะวันออก, มีบริการขนส่งมวลชนและขนส่งสินค้า

ตารางที่ 4-4 ความคิดเห็นจากผู้บริหารในด้านความเหมาะสมของสถานที่ภายในมหาวิทยาลัย ใช้เป็นที่แสดงสินค้า ด้านความเหมาะสมของสินค้าที่จะนำมาแสดง

ผู้บริหาร	ความเห็นด้านความเหมาะสมของสินค้าที่จะนำมาแสดง
ท่านที่ 1	ควรให้ความสำคัญกับการช่วยเหลือชุมชน โดยเฉพาะสินค้า SMEs, OTOP สินค้าที่มีลักษณะเฉพาะหรืออัตลักษณ์ภาคตะวันออก และสินค้าที่ตอบ โจทย์ EEC รวมถึงสินค้าที่เป็นแนวโน้ม คือ สินค้าเกี่ยวกับสุขภาพและความงาม
ท่านที่ 2	สินค้าเทคโนโลยี นวัตกรรม และงานวิจัย เนื่องจากมหาวิทยาลัยมีความเชี่ยวชาญตลอดจนสินค้าที่เป็นเทรนด์ประเภทสุขภาพ
ท่านที่ 3	เห็นว่า OTOP SMEs จำเป็นต้องได้รับการสนับสนุน สินค้าอัตลักษณ์ภาคตะวันออก เช่น ผลไม้ของท้องถิ่น สินค้านวัตกรรม งานวิจัย
ท่านที่ 4	เห็นว่าควรเป็นสินค้านวัตกรรม เทคโนโลยี สินค้าอุตสาหกรรมที่เป็นผลผลิตจาก EEC และยังเป็นไปได้หลายประเภทเช่นเกี่ยวกับด้านการท่องเที่ยว

ตารางที่ 4-4 (ต่อ)

ผู้บริหาร	ความเห็นด้านความเหมาะสมของสินค้าที่จะนำมาแสดง
ท่านที่ 5	สินค้าด้านคอนโดและที่อยู่อาศัยสมัยใหม่ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับ EEC อุตสาหกรรมเกี่ยวกับความงามและสุขภาพ และมองว่ามีความเป็นไปได้ในหลาย ๆ สินค้าที่มีความต้องการบริโภคสูง อาหารเครื่องดื่ม
ท่านที่ 6	เป็นไปได้หลายอย่าง เช่น สินค้าที่เป็นแบบไลฟ์สไตล์ มีการบริโภคสูง มีการซื้อขายมาก สุขภาพความงามก็สามารถทำได้ หรือจะเป็นสินค้าที่มีอัตลักษณ์ภาคตะวันออก สินค้าเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อรองรับธุรกิจ MICE ส่วนสินค้าอุตสาหกรรมที่รองรับ EEC ก็สามารทำได้ขึ้นกับสถานที่ ขึ้นกับความต้องการระหว่างผู้ซื้อผู้ขาย
ท่านที่ 7	เห็นว่าขึ้นกับการเลือกผู้ซื้อผู้ขาย ให้สัมพันธ์กัน จะเป็นสินค้าใดก็ได้ ถ้าผู้ซื้อและผู้ขายมีตอบสนอง และศักยภาพของผู้จัด
ท่านที่ 8	เป็นไปได้ทุกสินค้าขึ้นกับศักยภาพของมหาวิทยาลัย ตั้งแต่ SMEs, OTOP Startup ไปจนถึงสินค้า EEC

จากตารางที่ 4-4 ความคิดเห็นจากผู้บริหารในด้านความเหมาะสมของสถานที่ภายในมหาวิทยาลัย ใช้เป็นที่แสดงสินค้า ด้านความเหมาะสมของสินค้าที่จะนำมาแสดง พบว่าด้านความเหมาะสมของสินค้าที่จะนำมาแสดงนั้น มีสินค้าที่สามารถนำมาแสดงได้คือสินค้าชุมชน, OTOP, SMEs, สินค้าที่มีความต้องการบริโภคสูง, สินค้าที่เป็นอัตลักษณ์ภาคตะวันออก, สินค้าอุตสาหกรรมในเขต EEC, สินค้าเทคโนโลยี/ นวัตกรรม/ งานวิจัย, สินค้าประเภทสุขภาพ และความงาม, สินค้าเกี่ยวกับการท่องเที่ยว, คอนโดและบ้านในอนาคต, สินค้าอาหารเครื่องดื่ม



ตารางที่ 4-5 ความคิดเห็นจากผู้บริหารในด้านความเหมาะสมของสถานที่ภายในมหาวิทยาลัย  
ใช้เป็นี่แสดงสินค้า ด้านศูนย์แสดงสินค้าควรมีบริการอะไร

ผู้บริหาร	ความเห็นด้านศูนย์แสดงสินค้าควรมีบริการอะไร
ท่านที่ 1	ส่งเสริมเรื่องการลงทุนมีลักษณะอย่างไร การเงิน การผลิต การตลาด รวมถึงส่งเสริมเรื่องการลงทุนการท่องเที่ยว การให้บริการ Packaging เพื่อเพิ่มมูลค่า, ให้คำปรึกษาเรื่องงานวิจัย, การฝึกอบรมต่าง ๆ การจัดประชุมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ บ่มเพาะ SMEs Startup เป็นตัวกลางในการประสานระหว่างผู้ซื้อผู้ขาย ต้องหาโมเดลให้เกิดความยั่งยืน (โมเดลการช่วยเหลือประชาชน) มีฐานข้อมูลธุรกิจกระทรวงต่างไว้บริการ
ท่านที่ 2	ต้องทำตัวเป็นผู้ให้บริการ มีทิศทางเรื่องการบริการที่ชัดเจน ให้คำปรึกษาเรื่อง R&D/ รับทำ Research แก้ปัญหา บริการ Matching มีบริการฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์
ท่านที่ 3	นอกจากเช่าพื้นที่ ควรมีบริการต่าง ๆ เช่น งานวิจัย ให้คำแนะนำต่าง ๆ ฝึกอบรมบุคลากรในเรื่องต่าง ๆ เช่น วิศวกรรม/ Packaging design ให้เช่า Office space ในพื้นที่แต่ละคณะก็ทำได้ ให้บริการจับคู่ทางธุรกิจ ให้บริการด้านนำเข้าส่งออก ก็ทำได้ถ้ามีบุคลากร สามารถจัดนิทรรศการหมุนเวียนได้
ท่านที่ 4	จะต้องแสดงให้เห็นถึงความชัดเจน มีความสอดคล้องของ EEC กับพื้นที่ กับศักยภาพของมหาวิทยาลัย จะบริการใดก็ได้ ขึ้นกับศักยภาพของมหาวิทยาลัยนั้น ๆ
ท่านที่ 5	มหาวิทยาลัยทำได้ทั้งหมด ขึ้นกับศักยภาพ ความสามารถในการบริหารจัดการ อาทิ Matching ธุรกิจ, ให้คำปรึกษา, บริการงานวิจัย, จัดสัมมนาประชุมเชิงปฏิบัติการต่าง ๆ, งานฝึกอบรมบุคลากร, บ่มเพาะผู้ประกอบการ SMEs, Start up, มี Show room ผู้ผลิตสินค้า, บริการ, เป็นศูนย์ One stop service เพื่อการบริการทางธุรกิจ
ท่านที่ 6	มหาวิทยาลัยสามารถให้บริการได้ หากมีศักยภาพและการจัดการที่เหมาะสม
ท่านที่ 7	มหาวิทยาลัยจะให้บริการ ได้ทั้งสิ้น เพียงแต่ขึ้นกับงบประมาณ และการสนับสนุนจากภาคส่วนต่าง ๆ

ตารางที่ 4-5 (ต่อ)

ผู้บริหาร	ความเห็นด้านศูนย์แสดงสินค้าควรมีบริการอะไร
ท่านที่ 8	ถ้าการบริหารจัดการ รวมทั้งมีงบประมาณเพียงพอ ก็สามารถทำได้หลากหลาย ทั้งให้คำปรึกษา, บริการงานวิจัย, บริการจับคู่ทางธุรกิจ, จัดประชุมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ, มี Show room ผู้ผลิตสินค้า, บริการ, จัดนิทรรศการหมุนเวียนของสินค้า, การจัดฝึกอบรมต่าง ๆ, บริการเรื่องการทำหีบห่อผลิตภัณฑ์, ป่มเพาะให้บริการ SMEs, Startup, มีบริการฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ (E-Data library), ฐานข้อมูลธุรกิจ กระทรวงต่าง ๆ สำหรับค้นคว้า, มีสำนักงานธุรกิจให้เช่า, บริการเอกสารด้านการนำเข้า, ส่งออก

จากตารางที่ 4-5 ความคิดเห็นจากผู้บริหารในด้านความเหมาะสมของสถานที่ภายในมหาวิทยาลัย ใช้เป็นที่แสดงสินค้า ด้านศูนย์แสดงสินค้าควรมีบริการอะไร พบว่า

ด้านศูนย์แสดงสินค้าควรมีบริการอะไร มีดังนี้ คือ ให้คำปรึกษา, แนะนำการลงทุน การเงิน การผลิต การตลาด, บริการงานวิจัย, บริการจับคู่ทางธุรกิจ, จัดประชุมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ, มี Show room ผู้ผลิตสินค้า, บริการ, จัดนิทรรศการหมุนเวียนของสินค้า, การจัดฝึกอบรมต่าง ๆ, บริการเรื่องการทำหีบห่อผลิตภัณฑ์, ป่มเพาะให้บริการ SMEs, Startup, มีบริการฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ (E-Data library), ฐานข้อมูลธุรกิจ กระทรวงต่าง ๆ สำหรับค้นคว้า, มีสำนักงานธุรกิจให้เช่า, บริการเอกสารด้านการนำเข้า, ส่งออก

ตารางที่ 4-6 ความคิดเห็นจากผู้บริหารในด้านรูปแบบหน้าที่การบริหารจัดการของมหาวิทยาลัยที่จัดแสดงสินค้า

ผู้บริหาร	ความเห็นด้านหน้าที่การบริหารจัดการของมหาวิทยาลัยที่จัดแสดงสินค้า
ท่านที่ 1	ดำเนินการเองภายใต้คณะวิชาก็ได้ หรือเป็นการจ้างหน่วยงานภายนอกเข้ามาก็ได้
ท่านที่ 2	ดำเนินการเองภายใต้คณะวิชาก็ได้ หรือหา Out source ขึ้นกับงบประมาณ และอาจร่วมกันเป็นเครือข่ายกลุ่มมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือเพื่อจัดสรรการจัดงานที่เหมาะสมกับความถนัดของแต่ละมหาวิทยาลัย
ท่านที่ 3	จัดตั้งเป็นหน่วยงานภายใต้ระเบียบมหาวิทยาลัย หรืออาจดำเนินการภายใต้คณะวิชา
ท่านที่ 4	ขึ้นกับงบประมาณ ซึ่งสามารถจ้างมืออาชีพมาบริหารในส่วนงานสำคัญ

## ตารางที่ 4-6 (ต่อ)

ผู้บริหาร	ความเห็นด้านหน้าที่การบริหารจัดการของมหาวิทยาลัยที่จัดแสดงสินค้า
ท่านที่ 5	หา Out source มีอาชีพด้านนี้มาร่วมดำเนินการ โดยมหาวิทยาลัยเป็นผู้กำกับดูแล
ท่านที่ 6	หากมีงบประมาณสนับสนุนเพียงพอสามารถจ้างที่ปรึกษา หัวหน้าส่วนงานสำคัญ และจ้างหน่วยงานการตลาดเชิงรุกและประชาสัมพันธ์ และมีบุคลากรมหาวิทยาลัยกำกับ แต่ควรจัดตั้งเป็นหน่วยงานบริหารอิสระ ที่ทำหน้าที่โดยเฉพาะอย่างเต็มที่
ท่านที่ 7	บริหารแบบใดก็ได้ มองว่าขึ้นกับงบประมาณ และการมีบุคลากรที่เพียงพอและมีศักยภาพ
ท่านที่ 8	บริหารได้ทุกรูปแบบ ขึ้นกับงบประมาณ

จากตารางที่ 4-6 ความคิดเห็นจากผู้บริหารในด้านรูปแบบหน้าที่การบริหารจัดการของมหาวิทยาลัยที่จัดแสดงสินค้า พบว่า

ด้านรูปแบบหน้าที่การบริหารจัดการของมหาวิทยาลัยที่จัดแสดงสินค้า มีดังนี้ จ้างหน่วยงานหรือเอกชนภายนอกเข้ามาดำเนินงาน (Outsource), จ้างที่ปรึกษา, หัวหน้างานส่วนสำคัญ, จัดตั้งเป็นหน่วยงานบริหารอิสระ, จัดตั้งหน่วยงานภายใต้ระเบียบมหาวิทยาลัย, ตั้งเครือข่ายกลุ่มมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือเพื่อแบ่งการดำเนินงานที่เหมาะสมกับความถนัดของแต่ละมหาวิทยาลัย, จัดจ้างหน่วยงานการตลาดเชิงรุกและประชาสัมพันธ์, ดำเนินการเองภายในคณะวิชา

ตารางที่ 4-7 ความคิดเห็นจากผู้บริหารในด้านการตัดสินใจใช้ศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัย

ผู้บริหาร	ความเห็นด้านการตัดสินใจใช้ศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัย
ท่านที่ 1	การใช้บริการศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัยขึ้นกับผู้ประกอบการ ว่ามีระดับความต้องการอย่างไร เพื่อเพิ่มช่องทางการตลาด การประชาสัมพันธ์ หรือราคา จะส่งผลว่าจะใช้บริการในลักษณะใด โดยมหาวิทยาลัยที่มีความเหมาะสมเห็นว่าเป็นจังหวัดชลบุรี คือ ทั้งมหาวิทยาลัยบูรพา รองลงมาคือ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (วิทยาเขตศรีราชา) และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก (วิทยาเขตบางพระ)

ตารางที่ 4-7 (ต่อ)

ผู้บริหาร	ความเห็นด้านการตัดสินใจใช้ศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัย
ท่านที่ 2	ทุกมหาวิทยาลัยรัฐและเอกชน ควรมานั่งคุยร่วมกัน ทำ Mapping ที่ชัดเจน และ การตัดสินใจ ขึ้นกับผู้ซื้อ ผู้ขาย
ท่านที่ 3	มหาวิทยาลัยทุกที่เหมาะสมเป็นพื้นที่แสดงสินค้า (และยังเป็นการประชาสัมพันธ์ไปในตัว) แต่ต้องมีการบริหารจัดการที่เหมาะสม การตัดสินใจใช้บริการนั้นขึ้นกับ องค์ประกอบของผู้ให้บริการ
ท่านที่ 4	มองมหาวิทยาลัยที่มีศักยภาพ มีรากฐานทางด้านบริหารธุรกิจ คือ มหาวิทยาลัย บูรพา รองลงมาคือ มหาวิทยาลัยศรีปทุม, มหาวิทยาลัยเกษตร, มทร., มหาวิทยาลัย ราชภัฏราชนครินทร์ ส่วนการตัดสินใจใช้บริการของผู้ประกอบการขึ้นกับปัจจัย ที่สำคัญต่างในการตัดสินใจใช้บริการ
ท่านที่ 5	ให้น้ำหนักมหาวิทยาลัยบูรพา รองลงมาคือ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ เพราะ เห็นว่ามีศักยภาพ ส่วนการตัดสินใจขึ้นกับปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ
ท่านที่ 6	คิดว่า มหาวิทยาลัยบูรพา น่าจะทำได้ ขึ้นกับการบริหารจัดการ ส่วนประเด็นการ ตัดสินใจใช้บริการอย่างไรนั้น ต้องดูประเด็นที่มีผลต่อการตัดสินใจ เช่น สถานที่ ราคา ระดับความต้องการ ประเภทการบริการที่ตรงกับความต้องการ เหตุผล และ ระยะเวลาในการตัดสินใจ เป็นต้น
ท่านที่ 7	คิดว่าทุกอย่างขึ้นกับการบริหารจัดการ และงบประมาณ
ท่านที่ 8	มหาวิทยาลัยบูรพา น่าจะสามารถบริหารจัดการ ส่วนการตัดสินใจใช้บริการ ขึ้นกับประเด็นแวดล้อมต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจ

จากตารางที่ 4-7 ความคิดเห็นจากผู้บริหารในด้านการตัดสินใจใช้ศูนย์แสดงสินค้าใน สถานที่มหาวิทยาลัยนั้น พบว่า

ด้านการตัดสินใจใช้ศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัย มีองค์ประกอบในการ ตัดสินใจ คือ ประเภทความต้องการ, ระดับความต้องการ, ระยะเวลาที่จะซื้อหรือใช้บริการ, แหล่ง แสดงสินค้า โดยน้ำหนักมากที่สุด คือ มหาวิทยาลัยบูรพา

## ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research)

การพัฒนาและทดสอบตัวแบบสมการ โครงสร้างรูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้า ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ผู้วิจัยจะได้กล่าวถึงผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่กำหนดไว้ในบทที่ 1 และนำเสนอตามลำดับ ดังนี้

1. สัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
2. ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐาน
3. ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการ โครงสร้างสมการ โครงสร้างรูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้า ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4-8 จังหวัดที่ผู้ตอบแบบสอบถามทำงานอุตสาหกรรม

จังหวัด	จำนวน	ร้อยละ
ระยอง	23	23
ชลบุรี	69	69
ฉะเชิงเทรา	8	8
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4-8 ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทำงานอุตสาหกรรม อันดับ 1 จังหวัดชลบุรี จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 69 อันดับ 2 จังหวัดระยอง จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 23 และอันดับสุดท้าย จังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 8

ตารางที่ 4-9 ตำแหน่งงานปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตำแหน่งงานปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
ผู้ช่วยผู้จัดการ	14	14
ผู้จัดการ	21	21
กรรมการบริษัท	11	11
เจ้าของกิจการ	22	22
หัวหน้าส่วนงาน	25	25
อื่น ๆ	7	7
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4-9 ผลการศึกษา พบว่า ตำแหน่งงานของผู้ตอบแบบสอบถาม อันดับ 1 หัวหน้าส่วนงาน จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 25 อันดับ 2 เจ้าของกิจการ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 22 อันดับ 3 ผู้จัดการ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 21 อันดับ 4 ผู้ช่วยผู้จัดการ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 14 อันดับ 5 กรรมการบริษัท จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 11 และน้อยที่สุด อื่น ๆ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 7

ตารางที่ 4-10 กลุ่มอุตสาหกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มอุตสาหกรรมประเภท	จำนวน	ร้อยละ
อุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่	27	27
อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ	5	5
อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวรายได้และเชิงสุขภาพ	4	4
อุตสาหกรรมเกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพ	5	5
อุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร	12	12
อุตสาหกรรมการบินและโลจิสติกส์	4	4
อุตสาหกรรมเชื้อเพลิงชีวภาพและเคมีชีวภาพ	3	3
อุตสาหกรรมดิจิทัล	3	3
อุตสาหกรรมบริการแพทย์ครบวงจร	3	3
อื่น ๆ	34	34
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4-10 ผลการศึกษา พบว่า บริษัทของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมประเภทใด อันดับ 1 อื่น ๆ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 34 อันดับ 2 อุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 27 อันดับ 3 อุตสาหกรรมการแปรรูปอาหาร จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 12 อันดับ 4 อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะและอุตสาหกรรมการเกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพเท่ากัน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 5 อันดับ 5 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวรายได้และเชิงสุขภาพและอุตสาหกรรมการเกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพเท่ากัน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4 อันดับ 6 อุตสาหกรรมเชื้อเพลิงชีวภาพและเคมีชีวภาพ, อุตสาหกรรมดิจิทัล และอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจรเท่ากัน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3 และไม่มีผู้ตอบแบบสอบถามในอุตสาหกรรมหุ่นยนต์เพื่อการอุตสาหกรรม

ตารางที่ 4-11 สัญชาติของบริษัทผู้ตอบแบบสอบถาม

สัญชาติของบริษัท	จำนวน	ร้อยละ
จีน	2	2
สหรัฐอเมริกา	2	2
ญี่ปุ่น	25	25
สิงคโปร์	8	8
ไทย	58	58
อื่น ๆ	5	5
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4-11 ผลการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ทำงานในบริษัทสัญชาติ อันดับ 1 ไทย จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 58 อันดับ 2 ญี่ปุ่น จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 25 อันดับ 3 สิงคโปร์ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 8 อันดับ 4 อื่น ๆ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 5 และน้อยที่สุด จีนและสหรัฐอเมริกา เท่ากัน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2

ตารางที่ 4-12 อายุการก่อตั้งบริษัทของผู้ตอบแบบสอบถาม

อายุการก่อตั้งบริษัท	จำนวน	ร้อยละ
1-5 ปี	17	17
6-10 ปี	11	11
11-15 ปี	8	8
มากกว่า 15 ปีขึ้นไป	64	64
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4-12 ผลการศึกษา พบว่า อายุในการก่อตั้งบริษัทถึงปัจจุบันของผู้ตอบแบบสอบถาม อันดับ 1 มากกว่า 15 ปีขึ้นไป จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 64 อันดับ 2 1-5 ปี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 17 อันดับ 3 6-10 ปี จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 11 และน้อยที่สุด 11-15 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 8

ตารางที่ 4-13 ขนาดขององค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม

ขนาดขององค์กร	จำนวน	ร้อยละ
ขนาดเล็ก (ไม่เกิน 50 คน)	29	29
ขนาดกลาง (ระหว่าง 50-200 คน)	28	28
ขนาดใหญ่ (200 คนขึ้นไป)	43	43
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 4-13 ผลการศึกษา พบว่า ขนาดองค์กรของผู้ตอบแบบสอบถาม อันดับ 1 ขนาดใหญ่ (200 คนขึ้นไป) จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 43 อันดับ 2 ขนาดเล็ก (ไม่เกิน 50 คน) จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 29 และน้อยที่สุด ขนาดกลาง (ระหว่าง 50-200 คน) จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 28



ตารางที่ 4-14 พื้นที่การขายหรือให้บริการของบริษัทของผู้ตอบแบบสอบถาม

พื้นที่การขายหรือให้บริการ	จำนวน	ร้อยละ
ภายในประเทศ	33	33
ภายนอกประเทศ	1	1
ทั้งในและต่างประเทศ	66	66
รวม	100	100

จากตารางที่ 4-14 ผลการศึกษา พบว่า พื้นที่การขายหรือให้บริการของบริษัท อันดับ 1 ทั้งในและต่างประเทศ จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 66 อันดับ 2 ภายในประเทศ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 33 และน้อยที่สุด ภายนอกประเทศ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1

## ส่วนที่ 2 ความเห็นในการใช้สถานที่มหาวิทยาลัยเป็นพื้นที่แสดงสินค้า

ตารางที่ 4-15 สรุปค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความเหมาะสมของสถานที่ภายในมหาวิทยาลัยเพื่อใช้เป็นพื้นที่แสดงสินค้า

ความเหมาะสมของสถานที่	$\bar{X}$	SD	ระดับ	อันดับ
การเข้าถึงของผู้ซื้อ, ผู้ให้บริการ	4.07	0.63	มาก	1
ด้านสถานที่/ ทำเล/ สิ่งอำนวยความสะดวก	4.04	0.61	มาก	2
เป็นแหล่งวิชาการ	3.97	0.75	มาก	3
รวม	3.91	0.52	มาก	

จากตารางที่ 4-15 สามารถสรุปได้ว่า ความเหมาะสมของสถานที่ภายในมหาวิทยาลัยเพื่อใช้เป็นพื้นที่แสดงสินค้าภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.91$ ) โดย อันดับ 1 การเข้าถึงของผู้ซื้อ, ผู้ให้บริการ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.07$ ) อันดับ 2 ด้านสถานที่/ ทำเล/ สิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.04$ ) และน้อยที่สุด เป็นแหล่งวิชาการ ( $\bar{X} = 3.97$ )

ตารางที่ 4-16 สรุปค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความเหมาะสมของสถานที่ภายในมหาวิทยาลัยเพื่อใช้เป็นพื้นที่แสดงสินค้าด้านการเป็นแหล่งวิชาการ

เป็นแหล่งวิชาการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	$\bar{x}$	SD	ระดับ	อันดับ
มีนักวิชาการให้ความรู้ด้านต่าง ๆ	27	52	17	3	1	4.01	0.81	มาก	1
มีงานวิจัย และนวัตกรรม	28	46	21	4	1	3.96	0.86	มาก	2
มีความร่วมมือจากภาครัฐและภาคเอกชน	29	45	18	8	-	3.95	0.89	มาก	3
<b>รวม</b>						3.97	0.75	มาก	

จากตารางที่ 4-16 สามารถสรุปได้ว่าความเหมาะสมของสถานที่ภายในมหาวิทยาลัยเพื่อใช้เป็นพื้นที่แสดงสินค้าด้านการเป็นแหล่งวิชาการ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.97$ ) โดยอันดับ 1 มีนักวิชาการให้ความรู้ด้านต่าง ๆ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.01$ ) อันดับ 2 มีงานวิจัย และนวัตกรรม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.96$ ) และน้อยที่สุด มีความร่วมมือจากภาครัฐและภาคเอกชน อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.95$ )

ตารางที่ 4-17 สรุปค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความเหมาะสมของสถานที่ภายในมหาวิทยาลัยเพื่อใช้เป็นพื้นที่แสดงสินค้า  
ด้านสถานที่/ ทำเล/ สิ่งอำนวยความสะดวก

สถานที่/ทำเล/สิ่งอำนวยความสะดวก	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	$\bar{X}$	SD	ระดับ	อันดับ
มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน	30	55	15	-	-	4.15	0.65	มาก	1
มีที่พักหลากหลายในบริเวณใกล้เคียง	34	48	13	5	-	4.11	0.81	มาก	2
อาคาร หอประชุมที่ทันสมัย	36	43	17	4	-	4.11	0.82	มาก	2
เป็นศูนย์กลางภาคตะวันออกเฉียง	30	53	14	1	2	4.08	0.81	มาก	3
มีพื้นที่โล่งกลางแจ้งสำหรับกิจกรรมได้หลากหลาย	30	53	11	5	1	4.06	0.83	มาก	4
ความมั่นคงปลอดภัย	31	44	24	1	-	4.05	0.77	มาก	5
สถานที่จอดรถเพียงพอ	32	43	19	6	-	4.01	0.87	มาก	6
มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย	29	45	23	3	-	4.00	0.80	มาก	7
บริการด้านอาหารเพียงพอ	25	53	18	3	1	3.98	0.80	มาก	8
เป็นศูนย์กลางด้านธุรกิจ การค้า และการลงทุน	30	47	14	7	2	3.96	0.95	มาก	9
การเข้าถึงนักท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูด	24	55	15	5	1	3.96	0.82	มาก	9
<b>รวม</b>						4.04	0.61	มาก	

จากตารางที่ 4-17 สามารถสรุปได้ว่าความเหมาะสมของสถานที่ภายในมหาวิทยาลัยเพื่อใช้เป็นพื้นที่แสดงสินค้าด้านสถานที่/ ทำเล/ สิ่งอำนวยความสะดวก ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.04$ ) โดย อันดับ 1 มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.15$ ) อันดับ 2 อาคาร, หอประชุมที่ทันสมัยและมีที่พักผ่อนหลายในบริเวณใกล้เคียงเท่ากัน อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.11$ ) อันดับ 3 เป็นศูนย์กลางภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.08$ ) อันดับ 4 มีพื้นที่โล่งกลางแจ้งสำหรับกิจกรรมได้หลากหลาย อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.06$ ) อันดับ 5 ความมั่นคงปลอดภัย อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.05$ ) อันดับ 6 สถานที่จอดรถเพียงพอ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.01$ ) อันดับ 7 มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.00$ ) อันดับ 8 บริการด้านอาหารเพียงพอ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.98$ ) และน้อยที่สุด เป็นศูนย์ด้านธุรกิจ การค้า และการลงทุนและการเข้าถึงนักท่องเที่ยว และสิ่งดึงดูดเท่ากัน อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.96$ )

ตารางที่ 4-18 สรุปค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความเหมาะสมของสถานที่ภายในมหาวิทยาลัยเพื่อใช้เป็นพื้นที่แสดงสินค้า  
ด้านการเข้าถึงของผู้ซื้อ, ผู้ให้บริการ

การเข้าถึงของผู้ซื้อ, ผู้ให้บริการ	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	$\bar{x}$	SD	ระดับ	อันดับ
ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเป็นที่รู้จัก	43	45	9	2	1	4.27	0.78	มากที่สุด	1
เป็นศูนย์กลางคมนาคมภาคตะวันออก	36	49	11	2	2	4.15	0.84	มาก	2
เป็นแหล่งชุมชน	24	60	13	2	1	4.04	0.73	มาก	3
มีบริการขนส่งมวลชนและขนส่งสินค้า	30	47	15	5	3	3.96	0.96	มาก	4
มีนิสิตนักศึกษาจำนวนมาก	27	51	13	7	2	3.94	0.93	มาก	5
<b>รวม</b>						4.07	0.63	มาก	

จากตารางที่ 4-18 สามารถสรุปได้ว่าสถานที่ภายในมหาวิทยาลัยเพื่อใช้เป็นพื้นที่แสดงสินค้าด้านการเข้าถึงของผู้ซื้อ, ผู้ให้บริการ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.07$ ) โดย อันดับ 1 ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเป็นที่รู้จัก อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.27$ ) อันดับ 2 เป็นศูนย์กลางคมนาคมภาคตะวันออก อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.15$ ) อันดับ 3 เป็นแหล่งชุมชน อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.04$ ) อันดับ 4 มีบริการขนส่งมวลชนและขนส่งสินค้า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.96$ ) และน้อยที่สุด มีนิสิตนักศึกษาจำนวนมาก อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.94$ )

### ส่วนที่ 3 ความเห็นเกี่ยวกับสินค้าที่จะนำมาแสดงในสถานที่มหาวิทยาลัยเป็นพื้นที่แสดงสินค้า

ตารางที่ 4-19 สรุปค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของสินค้าที่จะนำมาแสดงในสถานที่มหาวิทยาลัยเป็นพื้นที่แสดงสินค้า

สินค้าที่จะนำมาแสดงในสถานที่มหาวิทยาลัยเป็นพื้นที่แสดงสินค้า	$\bar{X}$	SD	ระดับ	อันดับ
ด้านศูนย์แสดงสินค้าควรมีบริการ	4.19	0.58	มาก	1
ด้านสินค้าที่ควรนำมาแสดง	3.96	0.68	มาก	2
รูปแบบหน้าที่การบริหารจัดการของมหาวิทยาลัยที่จัดแสดงสินค้าควรมีลักษณะอย่างไร	3.86	0.66	มาก	3
รวม	<b>4.01</b>	<b>0.54</b>	มาก	

จากตารางที่ 4-19 สามารถสรุปได้ว่าสินค้าที่จะนำมาแสดงในสถานที่มหาวิทยาลัยเป็นพื้นที่แสดงสินค้า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.01$ ) โดยอันดับ 1 ด้านศูนย์แสดงสินค้าควรมีบริการ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.19$ ) อันดับ 2 ด้านสินค้าที่ควรนำมาแสดง อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.96$ ) และน้อยที่สุด รูปแบบหน้าที่การบริหารจัดการของมหาวิทยาลัยที่จัดแสดงสินค้าควรมีลักษณะอย่างไร อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.86$ )

ตารางที่ 4-20 สรุปค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของสินค้าที่จะนำมาแสดงในสถานที่มหาวิทยาลัยเป็นพื้นที่แสดงสินค้า ด้านสินค้า  
ที่ควรนำมาแสดง

สินค้าที่ควรนำมาแสดง	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	$\bar{X}$	SD	ระดับ	อันดับ
สินค้าที่มีความต้องการบริโภคสูง	38	46	14	2	-	4.20	0.75	มาก	1
สินค้าอุตสาหกรรมในเขต EEC	43	41	8	7	1	4.18	0.92	มาก	2
สินค้าเทคโนโลยี/ นวัตกรรม/ งานวิจัย	41	40	13	5	1	4.15	0.90	มาก	3
สินค้าที่มีความเป็นอัตลักษณ์ภาคตะวันออก	38	44	12	6	-	4.14	0.85	มาก	4
สินค้าชุมชน, OTOP, SMEs	35	43	18	3	1	4.08	0.86	มาก	5
สินค้าเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	24	47	22	5	2	3.86	0.91	มาก	6
สินค้าประเภทสุขภาพและความงาม	25	42	24	6	3	3.80	0.98	มาก	7
สินค้าอาหารและเครื่องดื่ม	27	33	28	8	4	3.71	1.07	มาก	8
คอนโดและบ้านในอนาคต	16	36	38	8	2	3.56	0.92	มาก	9
รวม						3.96	0.68	มาก	



จากตารางที่ 4-20 สามารถสรุปได้ว่าสินค้าที่จะนำมาแสดงในสถานที่มหาวิทยาลัยเป็นพื้นที่แสดงสินค้า ด้านสินค้าที่ควรนำมาแสดง ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.96$ ) โดยอันดับ 1 สินค้าที่มีความต้องการบริโภคสูง อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.20$ ) อันดับ 2 สินค้าอุตสาหกรรมในเขต EEC อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.18$ ) อันดับ 3 สินค้าเทคโนโลยี/นวัตกรรม/งานวิจัย อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.15$ ) อันดับ 4 สินค้าที่มีความเป็นอัตลักษณ์ภาคตะวันออก อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.14$ ) อันดับ 5 สินค้าชุมชน, OTOP, SMEs อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.08$ ) อันดับ 6 สินค้าเกี่ยวกับการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.86$ ) อันดับ 7 สินค้าประเภทสุขภาพและความงาม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.80$ ) อันดับ 8 สินค้าอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.71$ ) และน้อยที่สุด คอนโดและบ้านในอนาคต อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.56$ )

ตารางที่ 4-21 สรุปค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของสินค้าที่จะนำมาแสดงในสถานที่มหาวิทยาลัยเป็นพื้นที่แสดงสินค้า ด้านศูนย์  
แสดงสินค้าควรมีบริการ

บริการที่ควรมีในศูนย์แสดงสินค้า	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	$\bar{X}$	SD	ระดับ	อันดับ
ให้คำปรึกษา, แนะนำการลงทุน การเงิน การผลิต การตลาด	51	38	11	-	-	4.40	0.68	มากที่สุด	1
บริการจับคู่ทางธุรกิจ	47	37	15	1	-	4.30	0.75	มากที่สุด	2
จัดประชุมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ	44	43	12	-	1	4.29	0.75	มากที่สุด	3
มีบริการฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ (E-Data library)	45	39	14	-	2	4.25	0.84	มากที่สุด	4
จัดนิทรรศการหมุนเวียนของสินค้า	39	48	12	-	1	4.24	0.74	มากที่สุด	5
การจัดฝึกอบรมต่าง ๆ	39	47	13	1	-	4.24	0.71	มากที่สุด	5
บริการงานวิจัย	40	45	14	-	1	4.23	0.76	มากที่สุด	6
บ่มเพาะ ให้บริการ SMEs, Startup	38	47	13	-	2	4.19	0.81	มาก	7
ฐานข้อมูลธุรกิจ กระทรวงต่าง ๆ สำหรับค้นคว้า	36	49	13	-	2	4.17	0.80	มาก	8
บริการเรื่องการทำหีบห่อผลิตภัณฑ์	33	49	16	1	1	4.12	0.78	มาก	9
บริการเอกสารด้านการนำเข้า, ส่งออก	31	46	20	1	2	4.03	0.85	มาก	10
มีสำนักงานธุรกิจให้เช่า	26	46	25	1	2	3.93	0.85	มาก	11
<b>รวม</b>						4.19	0.58	มาก	

จากตารางที่ 4-21 สามารถสรุปได้ว่าสินค้าที่จะนำมาแสดงในสถานที่มหาวิทยาลัยเป็นพื้นที่แสดงสินค้า ด้านศูนย์แสดงสินค้าควรมีบริการ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.19$ ) โดยอันดับ 1 ให้คำปรึกษา, แนะนำการลงทุน การเงิน การผลิต การตลาด อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.40$ ) อันดับ 2 บริการจับคู่ทางธุรกิจ อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.30$ ) อันดับ 3 จัดประชุมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.29$ ) อันดับ 4 มีบริการฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ (E-Data library) อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.25$ ) อันดับ 5 จัดนิทรรศการหมุนเวียนของสินค้า และการจัดฝึกอบรมต่าง ๆ เท่ากัน อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.24$ ) อันดับ 6 บริการงานวิจัย อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.23$ ) อันดับ 7 มี Show room ผู้ผลิตสินค้า, บริการและบ่มเพาะ ให้บริการ SMEs, Startup อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.19$ ) อันดับ 8 ฐานข้อมูลธุรกิจ กระทรวงต่าง ๆ สำหรับค้นคว้า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.17$ ) อันดับ 9 บริการเรื่องการทำหีบห่อผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.12$ ) อันดับ 10 บริการเอกสารด้านการนำเข้า, ส่งออก อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.03$ ) และน้อยที่สุด มีสำนักงานธุรกิจให้เช่า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.93$ )

ตารางที่ 4-22 สรุปค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของสินค้าที่จะนำมาแสดงในสถานที่มหาวิทยาลัยเป็นพื้นที่แสดงสินค้า ด้านรูปแบบ  
หน้าที่การบริหารจัดการของมหาวิทยาลัยที่จัดแสดงสินค้าควรมีลักษณะอย่างไร

ลักษณะสินค้าที่ควรนำมาจัดแสดง	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	$\bar{X}$	SD	ระดับ	อันดับ
จัดจ้างหน่วยงานการตลาดเชิงรุกและประชาสัมพันธ์	28	46	21	3	2	3.95	0.89	มาก	1
จ้างหน่วยงานหรือเอกชนภายนอกเข้ามาดำเนินงาน (Outsource)	23	49	27	1	-	3.94	0.73	มาก	2
จัดตั้งเป็นหน่วยงานบริหารอิสระ	24	51	21	3	1	3.94	0.81	มาก	2
ตั้งเครือข่ายกลุ่มมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือเพื่อแบ่ง การจัดงานที่เหมาะสมกับความถนัดของแต่ละ มหาวิทยาลัย	26	46	22	5	1	3.91	0.87	มาก	3
จ้างที่ปรึกษา หัวหน้างานส่วนสำคัญ	22	48	26	4	-	3.88	0.79	มาก	4
จัดตั้งหน่วยงานภายใต้ระเบียบมหาวิทยาลัย	26	34	34	4	2	3.78	0.94	มาก	5
ดำเนินการเองภายในคณะวิชา	22	34	35	7	2	3.67	0.96	มาก	6
รวม						3.86	0.66	มาก	

จากตารางที่ 4-22 สามารถสรุปได้ว่าสินค้าที่จะนำมาแสดงในสถานที่มหาวิทยาลัยเป็นพื้นที่แสดงสินค้า ด้านรูปแบบหน้าที่การบริการจัดการของมหาวิทยาลัยที่จัดแสดงสินค้าควรมีลักษณะอย่างไร ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.86$ ) โดยอันดับ 1 จัดจ้างหน่วยงานการตลาดเชิงรุกและประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.95$ ) อันดับ 2 จ้างหน่วยงานหรือเอกชนภายนอกเข้ามาดำเนินงาน (Outsource) และจัดตั้งเป็นหน่วยงานบริหารอิสระเท่ากัน อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.94$ ) อันดับ 3 ตั้งเครือข่ายกลุ่มมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือเพื่อแบ่งงานที่เหมาสมกับความต้องการของแต่ละมหาวิทยาลัย อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.91$ ) อันดับ 4 จ้างที่ปรึกษา, หัวหน้างานส่วนสำคัญ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.88$ ) อันดับ 5 จัดตั้งหน่วยงานภายใต้ระเบียบมหาวิทยาลัย อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.78$ ) และน้อยที่สุด ดำเนินการเองภายในคณะวิชา อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.67$ )

#### ส่วนที่ 4 ความเห็นเกี่ยวกับสินค้าที่จะนำมาแสดงในสถานที่มหาวิทยาลัยเป็นพื้นที่แสดงสินค้า

ตารางที่ 4-23 สรุปค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจใช้บริการศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัย

การตัดสินใจใช้บริการศูนย์แสดงสินค้า ในสถานที่มหาวิทยาลัย	$\bar{X}$	SD	ระดับ	อันดับ
เหตุผลความต้องการใช้บริการแสดงสินค้า	4.04	0.78	มาก	1
ลักษณะของการใช้ประเภทบริการของศูนย์แสดง สินค้าภายในมหาวิทยาลัย	3.77	0.70	มาก	2
ระยะเวลาที่ตัดสินใจใช้บริการศูนย์แสดงสินค้า	3.58	0.84	มาก	3
มหาวิทยาลัยที่ควรแสดงสินค้าของบริษัท โรงงาน อุตสาหกรรม	3.41	0.74	มาก	4
<b>รวม</b>	<b>3.70</b>	<b>0.64</b>	มาก	

จากตารางที่ 4-23 สามารถสรุปได้ว่าการตัดสินใจใช้บริการศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัย ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.70$ ) โดย อันดับ 1 เหตุผลความต้องการใช้บริการแสดงสินค้า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.04$ ) อันดับ 2 ลักษณะของการใช้ประเภทบริการของศูนย์แสดงสินค้าภายในมหาวิทยาลัย อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.77$ ) อันดับ 3 ระยะเวลาที่ตัดสินใจใช้

บริการศูนย์แสดงสินค้า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.58$ ) และน้อยที่สุด มหาวิทยาลัยที่ควรแสดงสินค้าของบริษัท โรงงานอุตสาหกรรม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.41$ )

ตารางที่ 4-24 สรุปค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจใช้บริการศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัย ด้านลักษณะของการใช้ประเภทบริการของศูนย์แสดงสินค้าภายในมหาวิทยาลัย

การตัดสินใจใช้บริการศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่ มหาวิทยาลัย	$\bar{X}$	SD	ระดับ	อันดับ
เหตุผลความต้องการใช้บริการแสดงสินค้า	4.04	0.78	มาก	1
ลักษณะของการใช้ประเภทบริการของศูนย์แสดง สินค้าภายในมหาวิทยาลัย	3.77	0.70	มาก	2
ระยะเวลาที่ตัดสินใจใช้บริการศูนย์แสดงสินค้า	3.58	0.84	มาก	3
มหาวิทยาลัยที่ควรแสดงสินค้าของบริษัท โรงงาน อุตสาหกรรม	3.41	0.74	มาก	4
<b>รวม</b>	<b>3.70</b>	<b>0.64</b>	มาก	

จากตารางที่ 4-24 สามารถสรุปได้ว่าการตัดสินใจใช้บริการศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัย ด้านลักษณะของการใช้ประเภทบริการของศูนย์แสดงสินค้าภายในมหาวิทยาลัย ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.77$ ) โดยอันดับ 1 มาเที่ยวชมหรือเลือกสินค้า, บริการ อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.99$ ) อันดับ 2 บอกต่อผู้อื่นในการใช้ศูนย์แสดงสินค้า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.95$ ) อันดับ 3 มาใช้บริการอื่น ๆ ของศูนย์แสดงสินค้า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.85$ ) อันดับ 4 ร่วมนำสินค้ามาแสดงเป็นครั้งคราว อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.84$ ) และน้อยที่สุด เช่าพื้นที่แสดงสินค้าเป็นการถาวร อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.24$ )

ตารางที่ 4-25 สรุปค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจใช้บริการ ศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัย ด้านการเลือกใช้บริการศูนย์การแสดงผลสินค้า ในสถานที่มหาวิทยาลัยด้วยระดับเหตุผลความต้องการ

การตัดสินใจใช้บริการศูนย์แสดงสินค้า ในสถานที่มหาวิทยาลัย	$\bar{X}$	SD	ระดับ	อันดับ
เหตุผลความต้องการใช้บริการแสดงผลสินค้า	4.04	0.78	มาก	1
ลักษณะของการใช้ประเภทบริการของศูนย์แสดง สินค้าภายในมหาวิทยาลัย	3.77	0.70	มาก	2
ระยะเวลาที่ตัดสินใจใช้บริการศูนย์แสดงสินค้า	3.58	0.84	มาก	3
มหาวิทยาลัยที่ควรแสดงผลสินค้าของบริษัท โรงงาน อุตสาหกรรม	3.41	0.74	มาก	4
<b>รวม</b>	<b>3.70</b>	<b>0.64</b>	มาก	

จากตารางที่ 4-25 สามารถสรุปได้ว่าการตัดสินใจใช้บริการศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัย ด้านการเลือกใช้บริการศูนย์การแสดงผลสินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัยด้วยระดับเหตุผลความต้องการ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.04$ ) โดยอันดับ 1 เพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์สินค้า อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.08$ ) และน้อยที่สุด เพิ่มช่องทางการตลาด-การขายสินค้า และอัตราค่าบริการสมเหตุสมผล ราคาไม่แพง เท่ากัน อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.03$ )

ตารางที่ 4-26 สรุปค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจใช้บริการ ศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัย ด้านระยะเวลาในการตัดสินใจใช้บริการ ศูนย์แสดงสินค้ามหาวิทยาลัย

การตัดสินใจใช้บริการศูนย์แสดงสินค้า ในสถานที่มหาวิทยาลัย	$\bar{X}$	SD	ระดับ	อันดับ
เหตุผลความต้องการใช้บริการแสดงสินค้า	4.04	0.78	มาก	1
ลักษณะของการใช้ประเภทบริการของศูนย์แสดงสินค้า ภายในมหาวิทยาลัย	3.77	0.70	มาก	2
ระยะเวลาที่ตัดสินใจใช้บริการศูนย์แสดงสินค้า	3.58	0.84	มาก	3
มหาวิทยาลัยที่ควรแสดงสินค้าของบริษัท โรงงาน อุตสาหกรรม	3.41	0.74	มาก	4
<b>รวม</b>	<b>3.70</b>	<b>0.64</b>	มาก	

จากตารางที่ 4-26 สามารถสรุปได้ว่าการตัดสินใจใช้บริการศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัย ด้านระยะเวลาในการตัดสินใจใช้บริการศูนย์แสดงสินค้ามหาวิทยาลัย ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.58$ ) โดยอันดับ 1 ขึ้นกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.22$ ) อันดับ 2 ภายใน 1 ปี และมากกว่า 2 ปี เท่ากัน อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.40$ ) และน้อยที่สุด ภายใน 2 ปี อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.31$ )



ตารางที่ 4-27 สรุปค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจใช้บริการศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัย ด้านมหาวิทยาลัย  
ที่ควรแสดงสินค้าของบริษัท โรงงานอุตสาหกรรม

มหาวิทยาลัยที่ควรแสดงสินค้าของบริษัท โรงงานอุตสาหกรรม	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	$\bar{X}$	SD	ระดับ	อันดับ
มหาวิทยาลัยบูรพา จังหวัดชลบุรี	54	32	12	1	1	4.37	0.81	มากที่สุด	1
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (วิทยาเขตศรีราชา จังหวัดชลบุรี)	16	36	39	7	2	3.57	0.91	มาก	2
มหาวิทยาลัยศรีปทุม (วิทยาเขตชลบุรี) จังหวัดชลบุรี	12	32	42	9	5	3.37	0.98	ปานกลาง	3
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ (วิทยาเขตระยอง) จังหวัดระยอง	17	26	39	12	6	3.36	1.08	ปานกลาง	4
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก (วิทยาเขตบางพระ) จังหวัดชลบุรี	14	23	47	12	4	3.31	0.99	ปานกลาง	5
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์พัทยา จังหวัดชลบุรี	12	29	40	14	5	3.29	1.01	ปานกลาง	6
สถาบันวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีระยอง (RAIST) จังหวัดระยอง	12	28	41	13	6	3.27	1.03	ปานกลาง	7
มหาวิทยาลัยเอเชียน (พัทยา) จังหวัดชลบุรี	8	26	42	16	8	3.10	1.02	ปานกลาง	8
มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ จังหวัดฉะเชิงเทรา	11	23	39	17	10	3.08	1.11	ปานกลาง	9
รวม						3.41	0.74	มาก	

จากตารางที่ 4-27 สามารถสรุปได้ว่าการตัดสินใจใช้บริการศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัย ด้านมหาวิทยาลัยที่ควรแสดงสินค้าของบริษัท โรงงานอุตสาหกรรม ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.41$ ) โดยอันดับ 1 มหาวิทยาลัยบูรพา จังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.37$ ) อันดับ 2 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (วิทยาเขตศรีราชา จังหวัดชลบุรี) อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.57$ ) อันดับ 3 มหาวิทยาลัยศรีปทุม (วิทยาเขตชลบุรี) จังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.37$ ) อันดับ 4 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ (วิทยาเขตระยอง) จังหวัดระยอง อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.36$ ) อันดับ 5 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก (วิทยาเขตบางพระ) จังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.31$ ) อันดับ 6 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์พัทยา จังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.29$ ) อันดับ 7 สถาบันวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีระยอง (RAIST) จังหวัดระยอง อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.27$ ) อันดับ 8 มหาวิทยาลัยเอเชียน (พัทยา) จังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.10$ ) และน้อยที่สุด มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์จังหวัดฉะเชิงเทรา อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.08$ )

### ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างของรูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้า ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก

ในงานวิจัยนี้ได้ใช้โปรแกรม Warp PLS ในการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง การทดสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูลโดยพิจารณาจากตัวบ่งชี้ต่าง ๆ ที่ซอฟต์แวร์แนะนำ ซึ่งได้แก่

- ค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์เส้นทาง (Average path coefficient: APC)
- ค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์  $R^2$  (Average R-squared: ARS)
- ค่าเฉลี่ยสัมประสิทธิ์  $R^2$  ที่ปรับ (Average adjusted  $R^2$ : AARS) ทั้ง 3 ค่า นี้ใช้เปรียบเทียบ

ความสอดคล้องโมเดลที่แตกต่างกัน

- ค่าเฉลี่ย Block VIF (Average block VIF: AVIF) สามารถยอมรับได้ ถ้ามีค่าไม่เกิน 5 ( $\leq 5$ ) ค่าที่พึงประสงค์ (Ideally)  $\leq 3.3$  (Kock & Lynn, 2012)
- ค่าเฉลี่ย Full collinearity VIF (Average full collinearity VIF: AFVIF) สามารถยอมรับได้ ถ้ามีค่าไม่เกิน 5 (มีค่า  $\leq 5$ )
- ค่าโมเดล Fit (Tenenhaus GoF: GoF)  $\geq 0.1$  ระดับเล็ก  $\geq 0.25$  ระดับปานกลาง  $\geq 0.36$  ระดับมาก
- Simpson's paradox ratio (SPR) ยอมรับได้ถ้ามีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.7 ค่าที่ดีที่สุด

คือ 1

- R-squared contribution ratio (RSCR) สามารถยอมรับได้ ถ้ามีค่าไม่ต่ำกว่า 0.9 ค่าที่ดีที่สุด คือ 1 (Pearl, 2009; Wagner, 1982)

- Statistical suppression ratio (SSR) สามารถยอมรับได้ ถ้ามีค่าไม่ต่ำกว่า  $0.7 \geq 0.7$  ค่าที่ดีที่สุด คือ 1 (MacKinnon, Taylor, Yoon, & Lockwood, 2009) Nonlinear bivariate causality direction ratio (NLBCDR) สามารถยอมรับได้ ถ้ามีค่าไม่ต่ำกว่า 0.7 ค่าที่ดีที่สุด คือ 1

1. ผลการทดสอบความสอดคล้องของโมเดลสมการ โครงสร้างรูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้า ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก กับเกณฑ์บ่งชี้คุณภาพ (Model fit and quality indices)

1.1 ผลการวิเคราะห์สมการ โครงสร้างรูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้า ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ดังตารางที่ 4-28 และ ตารางที่ 4-29

ตารางที่ 4-28 ผลการทดสอบความสอดคล้องของโมเดลสมการ โครงสร้างรูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้า ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (n = 100)

Model fit and quality indices	เกณฑ์พิจารณา	ผลการวิเคราะห์
Average path coefficient (APC)	ไม่กำหนด	0.537, P < 0.001
Average R-squared (ARS)	ไม่กำหนด	0.583, P < 0.001
Average adjusted R-squared (AARS)	ไม่กำหนด	0.577, P < 0.001
Average block VIF (AVIF)	Acceptable If $\leq 5$ , Ideally $\leq 3.3$	1.545
Average full collinearity VIF (AFVIF)	Acceptable If $\leq 5$ , Ideally $\leq 3.3$	2.421
Tenenhaus GoF (GoF)	Small $\geq 0.1$ , Medium $\geq 0.25$ , Large $\geq 0.36$	0.652
Sympson's paradox ratio (SPR)	Acceptable If $\geq 0.7$ , Ideally = 1	1.000
R-squared contribution ratio (RSCR)	Acceptable If $\geq 0.9$ , Ideally = 1	1.000
Statistical suppression ratio (SSR)	Acceptable If $\geq 0.7$	1.000
Nonlinear bivariate causality direction ratio (NLBCDR)	Acceptable If $\geq 0.7$	1.000

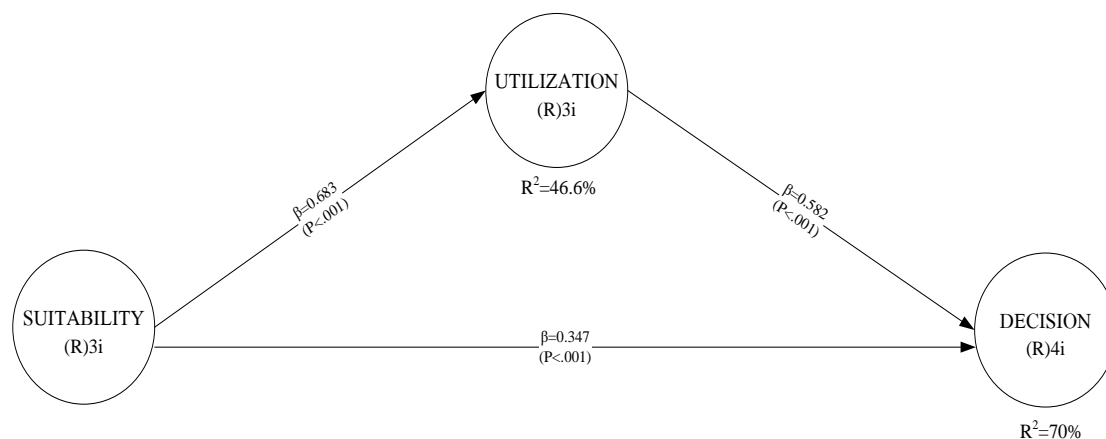
จากตารางที่ 4-28 ผลการวิเคราะห์โมเดลทั้ง Inner และ Outer โมเดล เมื่อเปรียบเทียบกับเกณฑ์พบว่ามีความสอดคล้องในระดับดี โดยมีค่า AVIF, AFVIF, SPR, RSCR, SSR และ NLBCDR มีค่าความสอดคล้องของโมเดลถึงระดับดี (Reached the ideally level of model fit) คะแนนของ GoF มีค่ามากกว่า 0.36 ซึ่งแสดงว่าโมเดลมีความสามารถในการอธิบายในระดับเข้มแข็งที่ยอมรับได้

### สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ความเหมาะสมของสถานที่ภายในมหาวิทยาลัยใช้เป็นที่แสดงสินค้า มีผลต่อรูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก

สมมติฐานที่ 2 รูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัย

สมมติฐานที่ 3 ความเหมาะสมของสถานที่ภายในมหาวิทยาลัย ใช้เป็นที่แสดงสินค้า มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัย โดยมีรูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกเป็นตัวแปรคั่นกลาง



ภาพที่ 4-1 โมเดลสมการ โครงสร้างรูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้า ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก

จากภาพที่ 4-1 ค่าน้ำหนักอิทธิพลทางตรงจากตัวแปรแฝงภายใน ความเหมาะสมของสถานที่ภายในมหาวิทยาลัยใช้เป็นที่ยี่แสดงสินค้า และรูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ไปยังตัวแปรแฝงภายนอก การตัดสินใจใช้บริการศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัย มีนัยสำคัญทางสถิติทุกเส้น ตัวแปรแฝงความเหมาะสมของสถานที่ภายในมหาวิทยาลัยใช้เป็นที่ยี่แสดงสินค้า และรูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกทั้ง 2 ตัว สามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวน ได้ร้อยละ 46.6 ( $R^2 = 0.466$ ) ตัวแปรแฝงความเหมาะสมของสถานที่ภายในมหาวิทยาลัยใช้เป็นที่ยี่แสดงสินค้า รูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกและการตัดสินใจใช้บริการศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัย ทั้ง 3 ตัว สามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวน ได้ร้อยละ 70 ( $R^2 = 0.70$ )

#### 1.2 ผลการวิเคราะห์น้ำหนักตัวบ่งชี้ (Indicator weights) ดังตารางที่ 4-29

จากตารางที่ 4-29 จากการพิจารณาน้ำหนักตัวชี้วัด (Indicator weights) P-value VIF WLS และ ES พบว่า ตัวชี้วัดตัวแปรแฝง ความเหมาะสมของสถานที่ภายในมหาวิทยาลัย มีน้ำหนักตัวชี้วัดสูงสุด คือ ด้านการเข้าถึงของผู้ซื้อ ผู้ใช้บริการ (SUIT3) เท่ากับ 0.386 ต่ำสุดมี 2 ตัวชี้วัด คือ เป็นแหล่งวิชาการ (SUIT1) และด้านสถานที่ ทำเล สิ่งอำนวยความสะดวก (SUIT2) เท่ากับ 0.375 มี P-value น้อยกว่า 0.05 ทุกตัว ตัวชี้วัดมีค่า VIF ต่ำกว่า 3 ทุกตัวชี้วัด รูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก มีน้ำหนักตัวชี้วัดสูงสุด คือ รูปแบบหน้าที่การบริหารจัดการ (UTIL3) เท่ากับ 0.408 และมีน้ำหนักตัวชี้วัดต่ำสุด คือ สินค้าที่นำมาแสดง (UTIL3) เท่ากับ 0.380 มีค่า VIF ต่ำกว่า 3 ทุกตัวชี้วัด ตัวแปรแฝงการตัดสินใจใช้บริการศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัย มีน้ำหนักตัวชี้วัดสูงสุด คือ การคาดการณ์ระยะเวลาในการเลือกซื้อ (DEC3) เท่ากับ 0.326 และมีน้ำหนักตัวชี้วัดต่ำสุด คือ แหล่งแสดงสินค้าควรจัดในมหาวิทยาลัยใด (DEC4) เท่ากับ 0.253 มี P-value น้อยกว่า 0.05 ทุกข้อ ตัวชี้วัดมีค่า VIF มากกว่า 0.3 1 ข้อ คือ DEC3 ส่วน Indicator effect size ตัวชี้วัดของตัวแปรแฝงทุกตัวมีค่าอยู่ระหว่าง 0.179 ถึง 0.357 สำหรับ WLS ตัวชี้วัดทุกตัวมีเครื่องหมายบวก

ตารางที่ 4-29 น้ำหนักตัวบ่งชี้ (Indicator weights) ตัวแปรแฝงในสมการโครงสร้างรูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้า ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก

ตัวบ่งชี้	ตัวแปรแฝง	Indicators weights	Type (a)	SE	P value	VIF	WLS	ES
SUIT1	SUITABILITY	0.375	Reflect	0.090	< 0.001	2.041	1	0.327
SUIT2	SUITABILITY	0.375	Reflect	0.090	< 0.001	2.038	1	0.327
SUIT3	SUITABILITY	0.386	Reflect	0.090	< 0.001	2.329	1	0.346
UTIL1	UTILIZATION	0.380	Reflect	0.090	< 0.001	1.578	1	0.310
UTIL2	UTILIZATION	0.394	Reflect	0.090	< 0.001	1.756	1	0.333
UTIL3	UTILIZATION	0.408	Reflect	0.090	< 0.001	1.944	1	0.357
DEC1	DECISION	0.317	Reflect	0.092	< 0.001	2.578	1	0.280
DEC2	DECISION	0.295	Reflect	0.092	< 0.001	2.214	1	0.243
DEC3	DECISION	0.326	Reflect	0.092	< 0.001	3.040	1	0.298
DEC4	DECISION	0.253	Reflect	0.093	0.004	1.584	1	0.179

1.3 ผลการวิเคราะห์ ค่าสัมประสิทธิ์ ความเชื่อมั่นรวม (Composite reliability coefficient) ค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's alpha ค่าสัมประสิทธิ์ Q-squared จากการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างรูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้า ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ใน 1.3 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ ความเชื่อมั่นรวม (Composite reliability coefficient) ค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's alpha ค่าสัมประสิทธิ์ Q-squared จากการวิเคราะห์โมเดลสมการรูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้า ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ดังตารางที่ 4-29

ตารางที่ 4-30 ค่าสัมประสิทธิ์บ่งชี้คุณภาพการวัดตัวแปรแฝง จากการวิเคราะห์โมเดลสมการ  
โครงสร้างรูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้า  
ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (n = 100)

ตัวแปรแฝง	Adjust R-square coefficient	Composite reliability coefficient	Cronbach's alpha coefficient	Q-squared coefficients
ความเหมาะสมของสถานที่ ภายในมหาวิทยาลัย		0.911	0.854	
รูปแบบและการใช้ประโยชน์ มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดง สินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจ พิเศษภาคตะวันออก	0.461	0.883	0.800	0.462
การตัดสินใจใช้บริการ ศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่ มหาวิทยาลัย	0.694	0.902	0.853	0.702

จากตารางที่ 4-30 ค่า  $R^2$  ที่ปรับของตัวแปรรูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์  
มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก และการตัดสินใจใช้  
บริการศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัย อยู่ในระดับปานกลาง ค่าสัมประสิทธิ์ ความเชื่อมั่น  
รวมและค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's alpha มีค่ามากกว่า 0.7 ทุกตัวแปร ส่วนค่าสัมประสิทธิ์  
Q-squared ตัวแปรแฝงทุกตัวมีค่ามากกว่า 0.1 ซึ่งแสดงว่ามีความตรงเชิงทำนาย (Predictive validity)  
ในระดับดี

1.4 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์สัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงเปรียบเทียบกับค่ารากที่  
2 ของ AVEs เพื่อประเมินความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant validity) โดยถ้าค่ารากที่ 2 ของ  
AVEs มีค่าสูงกว่าค่าสหสัมพันธ์ของตัวแปรแฝงในแถวสมมติเดียวกันทุกตัว แสดงว่ามาตรวัดนั้น  
มีความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (มนตรี พิริยะกุล, 2553) ดังตารางที่ 4-30

ตารางที่ 4-31 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์สัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงเปรียบเทียบกับค่ารากที่ 2 ของ AVEs ในโมเดลโครงสร้างรูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์ มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้า ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก

	ความเหมาะสม ของสถานที่ ภายใน มหาวิทยาลัย	รูปแบบและการใช้ประโยชน์ มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดง สินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจ พิเศษภาคตะวันออก	การตัดสินใจใช้ บริการศูนย์แสดง สินค้าในสถานที่ มหาวิทยาลัย
ความเหมาะสมของสถานที่ ภายในมหาวิทยาลัย	(0.880)		
รูปแบบการบริหารและการ ใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัย เป็นศูนย์แสดงสินค้าในพื้นที่ เขตเศรษฐกิจพิเศษภาค ตะวันออก	0.660***	(0.846)	
การตัดสินใจใช้บริการ ศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่ มหาวิทยาลัย	0.668***	0.757***	(0.836)

หมายเหตุ ค่าตัวเลขใน Main diagonal คือ  $\sqrt{AVE}$

\*\*\*P value < 0.001

จากตารางที่ 4-31 ในสดมภ์ความเหมาะสมของสถานที่ภายในมหาวิทยาลัย พบว่า ค่าสหสัมพันธ์สัมพันธ์ มีค่า 0.880 ซึ่งมีค่าสูงกว่าค่า Cross construct correlation ทุกค่า ในสดมภ์เดียวกัน รากที่ 2 ของ AVEs รูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก พบว่า ค่าสหสัมพันธ์สัมพันธ์ มีค่า 0.846 ซึ่งมีค่าสูงกว่าค่า Cross construct correlation ทุกค่าในสดมภ์เดียวกัน และในสดมภ์การตัดสินใจใช้บริการศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัย พบว่า ค่าสหสัมพันธ์สัมพันธ์ มีค่า 0.836 ซึ่งมีค่าสูงกว่าค่า Cross construct correlation ทุกค่าในสดมภ์เดียวกัน ซึ่งแสดงว่าความเหมาะสมของสถานที่ภายในมหาวิทยาลัย รูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก และการตัดสินใจใช้บริการศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัย



มีความเที่ยงตรงเชิงจำแนกตามเกณฑ์

1.5 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์เส้นทางสมการ โครงสร้างรูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้า ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกและการทดสอบสมมติฐาน ดังตารางที่ 4-32 และตารางที่ 4-33

ตารางที่ 4-32 อิทธิพลทางตรงระหว่างตัวแปรแฝง ที่กำหนดในสมมติฐานและขนาดอิทธิพล (Effect size) ในโมเดลสมการ สมการ โครงสร้างรูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้า ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (n = 100)

สมมติฐาน	อิทธิพลทางตรง	P-value	Effect size	ผล
สมมติฐานข้อ 1 ความเหมาะสมของสถานที่ภายในมหาวิทยาลัยใช้เป็นที่แสดงสินค้ามีผลต่อรูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก	0.683	< .001	0.466	สนับสนุน
สมมติฐานข้อ 2 รูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัย	0.582	< .001	0.459	สนับสนุน
สมมติฐานที่ 3 ความเหมาะสมของสถานที่ภายในมหาวิทยาลัยใช้เป็นที่แสดงสินค้ามีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัยโดยมีรูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกเป็นตัวแปรคั่นกลาง	0.347	< .001	0.516	สนับสนุน

จากตารางที่ 4-32 เมื่อพิจารณาขนาดอิทธิพลทางตรงจากตัวแปรสาเหตุไปตัวแปร การตัดสินใจใช้บริการศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัย พบว่า รูปแบบการบริหารและการ ใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกมีผลต่อ การตัดสินใจใช้บริการศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัยมากที่สุด โดยมีขนาดอิทธิพล ทางตรงเท่ากับ 0.582 รองลงมาคือ ความเหมาะสมของสถานที่ภายในมหาวิทยาลัยใช้เป็นี่แสดง สินค้ามีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัย โดยมีขนาดอิทธิพล ทางตรงเท่ากับ 0.347 ในขณะที่ความเหมาะสมของสถานที่ภายในมหาวิทยาลัยใช้เป็นี่แสดงสินค้า มีผลต่อรูปแบบการบริหาร และการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้าในพื้นที่เขต เศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเท่ากับ 0.683

ตารางที่ 4-33 สัมประสิทธิ์เส้นทางอิทธิพลทางตรง (DE) ทางอ้อม (IE) และอิทธิพลรวม (TE) สมการ โครงสร้างรูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็น ศูนย์แสดงสินค้า ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (n = 100)

ตัวแปรอิสระ	อิทธิพล	รูปแบบการบริหารและการใช้ ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์ แสดงสินค้าในพื้นที่เขต เศรษฐกิจพิเศษ ภาคตะวันออก	การตัดสินใจใช้ บริการศูนย์แสดง สินค้าในสถานที่ มหาวิทยาลัย
ความเหมาะสมของสถานที่ ภายในมหาวิทยาลัยใช้เป็นี่ แสดงสินค้า	ทางตรง	0.683***	0.347***
	ทางอ้อม	-	0.398***
	รวม	0.683***	0.745***
รูปแบบการบริหารและการใช้ ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์ แสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจ พิเศษภาคตะวันออก	ทางตรง		0.582***
	ทางอ้อม		-
	รวม		0.582***
R <sup>2</sup>		0.466	0.700

\*\*\*P < .001

จากตารางที่ 4-33 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง ทางอ้อม และอิทธิพลรวมระหว่าง ตัวแปรแฝงภายนอกและตัวแปรแฝงภายใน ตามสมมุติฐานการวิจัยข้อ 1-3 ได้ดังนี้

สมมุติฐานข้อ 1 ระบุว่า “ความเหมาะสมของสถานที่ภายในมหาวิทยาลัยใช้เป็นที แสดงสินค้ามีผลต่อรูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้าใน พื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก” ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสอดคล้องกับสมมุติฐาน พบว่า ความเหมาะสมของสถานที่ภายในมหาวิทยาลัยใช้เป็นทีแสดงสินค้ามีอิทธิพลทางตรงต่อรูปแบบ และการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก มีค่าเท่ากับ 0.683 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ  $P < .001$

สมมุติฐานข้อ 2 ระบุว่า “รูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็น ศูนย์แสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการศูนย์แสดง สินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัย” ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสอดคล้องกับสมมุติฐาน พบว่า รูปแบบ การบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ ภาคตะวันออกมีอิทธิพลทางตรงต่อการตัดสินใจใช้บริการศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัย มีค่าเท่ากับ 0.582 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ  $P < .001$

สมมุติฐานข้อ 3 ระบุว่า “ความเหมาะสมของสถานที่ภายในมหาวิทยาลัยใช้เป็น ทีแสดงสินค้ามีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัยโดยมีรูปแบบ การบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ ภาคตะวันออกเป็นตัวแปรคั่นกลาง” ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสอดคล้องกับสมมุติฐานพบว่าความ เหมาะสมของสถานที่ภายในมหาวิทยาลัยใช้เป็นทีแสดงสินค้ามีอิทธิพลทางตรงต่อการตัดสินใจ ใช้บริการศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัย มีค่าเท่ากับ 0.347 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ  $P < .001$  มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านรูปแบบและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้าใน พื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก มีค่าเท่ากับ 0.398 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ  $P < .001$  และ มีอิทธิพลรวมต่อการตัดสินใจใช้บริการศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัยมีค่าเท่ากับ 0.745 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ  $P < .001$

โดยสัดส่วนของความเชื่อถือได้ในตัวแปรรูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์ มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ที่อธิบายได้ด้วยปัจจัย ความเหมาะสมของสถานที่ภายในมหาวิทยาลัยใช้เป็นทีแสดงสินค้า ได้ร้อยละ 46.6 ( $R^2 = 0.466$ ) และสัดส่วนของความเชื่อถือได้ในตัวแปรการตัดสินใจใช้บริการศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่ มหาวิทยาลัยที่อธิบายได้ด้วยปัจจัยความเหมาะสมของสถานที่ภายในมหาวิทยาลัยใช้เป็นทีแสดง สินค้าและตัวแปรคั่นกลางรูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดง สินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ซึ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลตัวแปรทั้ง 3 ตัว สามารถ อธิบายความแปรปรวนการตัดสินใจใช้บริการศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัยได้ร้อยละ

70.0 ( $R^2 = 0.700$ ) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจึงสอดคล้องกับสมมติฐานที่ 3 โดยได้โมเดลสมการ  
โครงสร้างรูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์กลางในพื้นที่เขต  
เศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกสอดคล้องกับโมเดลทางทฤษฎีที่ผู้วิจัยกำหนด

อย่างไรก็ตาม พบสภาพความเป็นจริงว่า ภายในมหาวิทยาลัยบูรพามีอาคารสร้างใหม่  
ของวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ ชื่ออาคารศูนย์การเรียนรู้การเงินและการลงทุนธุรกิจระหว่างประเทศ  
ตามแบบสูง 10 ชั้น แต่ในปีงบประมาณ 2561 ได้รับงบประมาณเพิ่มเติม 34 ล้านบาท ที่จะสามารถ  
ใช้ประโยชน์ชั้นที่ 1 ถึงชั้นที่ 4 การใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยมาเป็นศูนย์กลาง งานวิจัยนี้  
สามารถนำเสนอรูปแบบกิจกรรมและรายได้ก่อนหักค่าใช้จ่าย ไว้ดังนี้

ตารางที่ 4-34 พื้นที่ใช้สอย อาคารศูนย์การเรียนรู้การเงินและการลงทุนธุรกิจระหว่างประเทศ  
ชั้นที่ 1

ชั้นที่ 1	พื้นที่ใช้สอย (ตารางเมตร)
พื้นที่ใช้สอยส่วนกลาง หรือห้องแสดงสินค้าขนาดใหญ่ จำนวน 1 ห้อง (พื้นที่ 1)	829.00
ห้องอาหาร จำนวน 1 ห้อง (พื้นที่ 2)	429.00
ห้องโครงการหลวง จำนวน 1 ห้อง (พื้นที่ 3)	149.00
ห้องศูนย์ GSC IT City จำนวน 1 ห้อง (พื้นที่ 4)	8.50
ห้องสำนักงานขาย จำนวน 1 ห้อง (พื้นที่ 5)	65.00
ห้องประชุมคณาจารย์ จำนวน 1 ห้อง (พื้นที่ 6)	89.00
รวมพื้นที่ชั้น 1	1,569.50

จากพื้นที่การใช้สอยชั้นที่ 1 พบว่า พื้นที่ที่ 1 คือ พื้นที่ใช้สอยส่วนกลาง หรือห้องแสดง  
สินค้าขนาดใหญ่ พื้นที่ใช้สอย 829.00 ตารางเมตร สามารถใช้แสดงสินค้าได้จริง 1/2 ส่วน คือ  
414.5 ตารางเมตร ส่วนอีก 1/2 ส่วน เป็นพื้นที่ส่วนกลางในการเป็นทางเดินและอื่น ๆ โดยอัตราให้  
เช่า 400 บาทต่อตารางเมตรต่อเดือน (มาตรฐานขั้นต่ำของมหาวิทยาลัยตามประกาศกระทรวงการคลัง)  
ดังนั้นพื้นที่ให้เช่า 414.5 x 400 เท่ากับ 165,800.-บาทต่อเดือน และพบว่าพื้นที่ 2 ห้องอาหาร พื้นที่  
ใช้สอย 429 ตารางเมตร จะใช้เป็นพื้นที่ให้เช่าตั้งบูธอาหาร 1/5 ส่วน คือ 85.8 ตารางเมตร ดังนั้น  
พื้นที่ให้เช่า 85.8 x 400 เท่ากับ 34,320.-บาทต่อเดือน และพบว่าพื้นที่ 3, 4, 5, 6 ไม่สามารถคำนวณ

เงินได้ เพราะเป็นพื้นที่บริหารสำหรับคณะ ดังนั้น พื้นที่ชั้นที่ 1 จะมีรายได้ก่อนหักค่าใช้จ่าย  
165,800 + 34,320 เท่ากับ 200,120.-บาทต่อเดือน

ตารางที่ 4-35 พื้นที่ใช้สอย อาคารศูนย์การเรียนรู้การเงินและการลงทุนธุรกิจระหว่างประเทศ  
ชั้นที่ 2

ชั้นที่ 2	พื้นที่ใช้สอย (ตารางเมตร)
พื้นที่ใช้สอยส่วนกลาง (พื้นที่ 1)	626.00
ห้องเทิดพระเกียรติและส่วนจัดแสดงถาวร จำนวน 1 ห้อง (พื้นที่ 2)	694.00
ศูนย์ข้อมูลธุรกิจอาเซียน และพื้นที่แสดงสินค้าและบรรจุภัณฑ์ จำนวน 1 ห้อง (พื้นที่ 3)	172.00
ศูนย์ข้อมูลธุรกิจอาเซียน และพื้นที่แสดงสินค้าและบรรจุภัณฑ์ จำนวน 1 ห้อง (พื้นที่ 4)	95.00
ศูนย์การเรียนรู้การจัดการการเงินและการลงทุน จำนวน 1 ห้อง (พื้นที่ 5)	215.00
รวมพื้นที่ชั้น 2	1,802.00

จากพื้นที่การใช้สอยชั้นที่ 2 พบว่าพื้นที่ที่ 1 คือ พื้นที่ใช้สอยส่วนกลาง มีพื้นที่ใช้สอย  
626.00 ตารางเมตร สามารถใช้แสดงสินค้าได้จริง 1/2 ส่วน คือ 313 ตารางเมตร ดังนั้น พื้นที่ให้เช่า  
313 x 400 เท่ากับ 125,200.-บาทต่อเดือน ส่วนพื้นที่ 3, 4, 5 ไม่สามารถคำนวณเงินได้ เพราะเป็น  
พื้นที่บริหารสำหรับคณะ ดังนั้น พื้นที่ชั้นที่ 2 จะมีรายได้ก่อนหักค่าใช้จ่ายเท่ากับ 125,200.-บาทต่อ  
เดือน

ตารางที่ 4-36 พื้นที่ใช้สอย อาคารศูนย์การเรียนรู้การเงินและการลงทุนธุรกิจระหว่างประเทศ  
ชั้นที่ 3

ชั้นที่ 3	พื้นที่ใช้สอย (ตารางเมตร)
พื้นที่ใช้สอยส่วนกลาง (พื้นที่ 1)	1,046.00
ห้องถ่ายทอดโทรทัศน์ จำนวน 1 ห้อง (พื้นที่ 2)	326.00
ห้องตัดต่อ จำนวน 1 ห้อง (พื้นที่ 3)	197.00
ห้องคอมพิวเตอร์ และศูนย์ถ่ายทอดการเรียนออนไลน์ จำนวน 1 ห้อง (พื้นที่ 4)	174.00
ห้อง Server จำนวน 1 ห้อง (พื้นที่ 5)	30.50
รวมพื้นที่ชั้น 3	1,773.50

จากพื้นที่การใช้สอยชั้นที่ 3 พบว่า พื้นที่ที่ 1 คือ พื้นที่ใช้สอยส่วนกลาง มีพื้นที่ใช้สอย 1,046.00 ตารางเมตร สามารถใช้แสดงสินค้าได้จริง 1/2 ส่วน คือ 523 ตารางเมตร ดังนั้น พื้นที่ให้เช่า 523 x 400 เท่ากับ 209,200.-บาทต่อเดือน ส่วนพื้นที่ 3, 4, 5 ไม่สามารถคำนวณเงินได้ เพราะเป็นพื้นที่บริหารสำหรับคณะ ดังนั้น พื้นที่ชั้นที่ 2 จะมีรายได้ก่อนหักค่าใช้จ่ายเท่ากับ 209,200.-บาทต่อเดือน

ตารางที่ 4-37 พื้นที่ใช้สอย อาคารศูนย์การเรียนรู้การเงินและการลงทุนธุรกิจระหว่างประเทศ  
ชั้นที่ 4

ชั้นที่ 4	พื้นที่ใช้สอย (ตารางเมตร)
พื้นที่ใช้สอยส่วนกลาง (พื้นที่ 1)	637.00
ห้องประชุมใหญ่ 510 คน จำนวน 1 ห้อง (พื้นที่ 2)	569.00
ห้องสมุด จำนวน 1 ห้อง (พื้นที่ 3)	215.00
ส่วนพักผ่อนหน้าห้องประชุมใหญ่ (พื้นที่ 4)	296.00
ห้องประชุมย่อย จำนวน 1 ห้อง (พื้นที่ 5)	147.00
รวมพื้นที่ชั้น 4	1,864.00

จากพื้นที่การใช้สอยชั้นที่ 4 พบว่าพื้นที่ที่ 1 คือ พื้นที่ใช้สอยส่วนกลาง มีพื้นที่ใช้สอย 637.00 ตารางเมตร สามารถใช้แสดงสินค้าได้จริง 1/2 ส่วน คือ 318.5 ตารางเมตร ดังนั้น พื้นที่ให้เช่า 318.5 x 400 เท่ากับ 127,400.-บาทต่อเดือน พื้นที่ 2 ห้องประชุมใหญ่ 510 คน จำนวน 1 ห้อง สามารถคำนวณเงินได้ 15,000.-บาทต่อวัน (อัตราตามประกาศของมหาวิทยาลัยบูรพา) เฉลี่ยการเช่าพื้นที่สัปดาห์ละ 2 วัน รวม 1 เดือน คิดเป็น 8 ครั้ง เป็นเงิน 15,000 x 8 เท่ากับ 120,000.-บาทต่อเดือน พื้นที่ 5 ห้องประชุมย่อย จำนวน 1 ห้อง สามารถคำนวณเงินได้ 5,000.-บาทต่อวัน (อัตราตามประกาศของมหาวิทยาลัยบูรพา) เฉลี่ยการเช่าพื้นที่สัปดาห์ละ 2 วัน รวม 1 เดือน คิดเป็น 8 ครั้ง เป็นเงิน 5,000 x 8 เท่ากับ 40,000.-บาท ส่วนพื้นที่ 3, 4 ไม่สามารถคำนวณเงินได้ เพราะเป็นพื้นที่บริหารสำหรับคณะ ดังนั้น พื้นที่ชั้นที่ 2 จะมีรายได้ก่อนหักค่าใช้จ่าย 127,400 + 120,000 + 40,000 เท่ากับ 287,400.-บาทต่อเดือน

สรุปรวมพื้นที่การใช้สอยทั้ง 4 ชั้น ของมหาวิทยาลัยบูรพาจะสามารถคำนวณเป็นรายได้ก่อนหักค่าใช้จ่าย 200,120 + 125,200 + 209,200 + 287,400 เท่ากับ 821,920.-บาทต่อเดือน

หมายเหตุ: พื้นที่ให้เช่าอัตรา 400 บาทต่อตารางเมตร นั้น ใช้ทำกิจกรรมตามงานวิจัย รูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้า ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ได้แก่ การให้บริการ ให้คำปรึกษาแนะนำการลงทุน การเงิน การผลิต การตลาด บริการจับคู่ทางธุรกิจ จัดประชุมสัมมนาเชิงปฏิบัติการการจัดฝึกอบรมต่าง ๆ บริการงานวิจัย เป็น Show room ผู้ผลิตสินค้า บริการ บริการเรื่องการทำหีบห่อผลิตภัณฑ์ บริการเอกสาร ด้านการนำเข้า ส่งออก สำนักงานธุรกิจให้เช่า โดยสินค้าที่นำมาจัดแสดง ได้แก่ สินค้าที่มีความต้องการบริโภคสูง สินค้าอุตสาหกรรมในเขต EEC สินค้าเทคโนโลยี นวัตกรรมงานวิจัย สินค้าที่มีความเป็นอัตลักษณ์ภาคตะวันออก สินค้าชุมชน OTOP SMEs สินค้าเกี่ยวกับการท่องเที่ยว สินค้าประเภทสุขภาพและ สินค้าอาหารและเครื่องดื่ม คอนโดและบ้านในอนาคต

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษารูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัย เป็นศูนย์กลางแสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก โดยมีวัตถุประสงค์ ได้แก่

1. เพื่อศึกษารูปแบบที่มหาวิทยาลัยบริหารศูนย์กลางแสดงสินค้า ให้เป็นไปตามเป้าหมายในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก
2. เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์ของศูนย์กลางแสดงสินค้าของมหาวิทยาลัยในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก

โดยการใช้วิธีวิจัยเชิงผสมผสาน (Mixed methods research) ประกอบด้วย การทำการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยวิธีสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) กับผู้บริหารภาครัฐผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดแสดงสินค้า และอธิการบดีมหาวิทยาลัย รวม 8 ท่าน และหลังจากนั้นนำข้อสรุปจากการสัมภาษณ์และข้อสรุปจากวรรณกรรมมาจัดทำเป็นข้อคำถาม เพื่อดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ด้วยการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 100 ชุด ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Description statistics) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป ข้อมูลเชิงอนุมาน ได้นำผลมาทำการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural equation modeling: SEM) ของรูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์กลางแสดงสินค้า ในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก โดยใช้โปรแกรมทางสถิติ Warp PLS ทดสอบความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลกับข้อมูล เพื่อศึกษารูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์กลางแสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก มีผลการศึกษา ดังนี้

#### สรุปผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษารูปแบบที่มหาวิทยาลัยบริหารศูนย์กลางแสดงสินค้า ให้เป็นไปตามเป้าหมายในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก พบว่า การบริหารมหาวิทยาลัยให้เป็นศูนย์กลางแสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ควรใช้มหาวิทยาลัยบูรพา ซึ่งเมื่อพิจารณาทางด้านการบริหารแล้ว ก็พบว่า มหาวิทยาลัยบูรพาเป็นศูนย์กลางของสถาบันการศึกษาในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC) เป็นมหาวิทยาลัยแม่ข่ายภาคตะวันออก ตั้งอยู่ในทำเลใกล้แหล่งท่องเที่ยว ชาดหาดทะเลบางแสน แวดล้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ประกอบด้วยร้านอาหารและที่พักมากมายหลากหลาย ซึ่งเป็นแหล่งเศรษฐกิจภาคตะวันออก ทั้งนี้ ผลการวิจัย



สรุปว่า 1. มหาวิทยาลัยเป็นสถานที่ที่ผู้ซื้อ และผู้ใช้บริการเข้าถึงได้เร็วและง่าย ประกอบด้วย เป็นแหล่งชุมชน มีนิสิตนักศึกษาจำนวนมาก ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเป็นที่รู้จัก เป็นศูนย์กลางคมนาคม ภาคตะวันออก มีบริการขนส่งมวลชนและขนส่งสินค้า 2. มหาวิทยาลัยมีสถานที่ ทำเล สิ่งอำนวยความสะดวกจำนวนมาก ประกอบด้วย การมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน มีอาคาร หอประชุม ที่ทันสมัย มีที่พักหลากหลายในบริเวณใกล้เคียง เป็นศูนย์กลางภาคตะวันออก มีพื้นที่โล่งกลางแจ้ง สำหรับกิจกรรมได้หลากหลาย มีความมั่นคงปลอดภัย มีสถานที่จอดรถเพียงพอ มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย มีบริการด้านอาหารเพียงพอ เป็นศูนย์กลางธุรกิจ การค้า และการลงทุน และการเข้าถึงนักท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูด 3. มหาวิทยาลัยมีความเหมาะสมด้านการเป็นแหล่งวิชาการ ที่มีนักวิชาการให้ความรู้ด้านต่าง ๆ มีงานวิจัย และนวัตกรรม มีความร่วมมือจากภาครัฐและภาคเอกชน

ด้านรูปแบบหน้าที่การบริหารจัดการของมหาวิทยาลัยที่จัดแสดงสินค้าควรมีลักษณะเป็นการจัดจ้างหน่วยงานการตลาดเชิงรุกและประชาสัมพันธ์ โดยดำเนินการเอง และมีการตั้งเครือข่าย กลุ่มมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเพื่อแบ่งการจัดการที่เหมาะสมกับความถนัดของแต่ละมหาวิทยาลัย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์ของศูนย์แสดงสินค้าของมหาวิทยาลัยในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก พบว่า เมื่อมีศูนย์การค้าเกิดขึ้นแล้วนั้น ศูนย์แสดงสินค้าของมหาวิทยาลัยควรมีบริการ คือ ให้คำปรึกษา, แนะนำการลงทุน การเงิน การผลิต การตลาด บริการจับคู่ทางธุรกิจ จัดประชุมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ มีบริการฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ (E-Data library) จัดนิทรรศการหมุนเวียนของสินค้า การจัดฝึกอบรมต่าง ๆ บริการงานวิจัย มี Show room ผู้ผลิตสินค้า บริการ และบ่มเพาะให้บริการ SMEs, Startup มีฐานข้อมูลธุรกิจ กระทรวงต่าง ๆ สำหรับค้นคว้า บริการเรื่องการทำให้บ่มเพาะผลิตภัณฑ์ บริการเอกสารด้านการนำเข้า ส่งออก และมีสำนักงานธุรกิจให้เช่า และพบว่า สินค้าที่จะนำมาแสดงในสถานที่มหาวิทยาลัย ประกอบด้วย สินค้าที่มีความต้องการบริโภคสูง สินค้าอุตสาหกรรมในเขต EEC สินค้าเทคโนโลยี นวัตกรรม งานวิจัย สินค้าที่มีความเป็นอัตลักษณ์ภาคตะวันออก สินค้าชุมชน OTOP SMEs สินค้าเกี่ยวกับการท่องเที่ยว สินค้าประเภทสุขภาพและความงาม สินค้าอาหารและเครื่องดื่ม และสินค้าประเภท คอนโดและบ้านในอนาคต

## อภิปรายผล

สมมติฐานที่ 1 ความเหมาะสมของสถานที่ภายในมหาวิทยาลัย ใช้เป็นที่แสดงสินค้า มีผลต่อรูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า สอดคล้องกับสมมติฐาน คือ ความเหมาะสมของสถานที่ภายในมหาวิทยาลัยใช้เป็นที่แสดงสินค้ามีอิทธิพลทางตรงต่อรูปแบบการบริหารและการใช้

ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก ซึ่งสอดคล้องกับข้อเขียนของ Sanjay and Aliana (2007), Tan Cheong Su (2007), Hussain (2012), เทวีวรรณ ปทุมพร (2548), แสนดี สีสุทธิโพธิ์ (ม.ป.ป.) และสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (2556) กล่าวคือ ในการที่จะพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ ที่ต้องมีการพิจารณาองค์ประกอบ คือ ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ระบบการคมนาคมขนส่งทางบก ทางอากาศ ทั้งภายในเมืองและระหว่างเมืองให้มีความเชื่อมโยงอย่างเป็นระบบ ระบบสาธารณูปโภค ระบบน้ำ ระบบไฟฟ้า มีจำนวนเพียงพอ ระบบการสื่อสารและระบบเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง ระบบฐานข้อมูลสำหรับผู้จัดกิจกรรม การปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์ทั้งภายในเขตเมืองและนอกเมือง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แต่ละแห่งจะต้องมีการพัฒนาในองค์ประกอบย่อย ดังนี้ สถานที่จัดงานที่สามารถจัดงานไมซ์ได้หลากหลายรูปแบบ มีมาตรฐาน โรงแรมที่พัก ที่สามารถรองรับผู้เข้าร่วมงานได้อย่างเพียงพอ มีมาตรฐานการให้บริการด้านอาหารของธุรกิจบริการอาหารและเครื่องดื่มที่มีเพียงพอ ธุรกิจผู้ให้บริการการจัดงาน ผู้รับเหมาที่เกี่ยวข้องในธุรกิจไมซ์ทั้งโดยตรงและส่วนที่สนับสนุน ธุรกิจการขนส่งทั้งมวลขนและการขนส่งสินค้า การเป็นศูนย์กลางด้านธุรกิจ การค้าและการลงทุน ด้านความมั่นคงและปลอดภัย ด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่อยู่ในท้องถิ่น ด้านสถานที่ท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจ และนอกจากนี้ ยังต้องคำนึงถึงภาพลักษณ์ในการเป็นนครแห่งไมซ์จะต้องมีการวางตำแหน่งทางการตลาดของเมือง ให้อยู่ในรูปแบบของไมซ์แต่ละประเภท และด้านบุคลากรในอุตสาหกรรมไมซ์ ซึ่งจะต้องเป็นผู้ที่มีความเป็นมืออาชีพสูงและมีทักษะในการให้บริการที่มีคุณภาพ

สมมติฐานที่ 2 รูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัย ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสอดคล้องกับสมมติฐาน พบว่า รูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกมีอิทธิพลทางตรงต่อการตัดสินใจใช้บริการศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัย สอดคล้องกับข้อเขียนของนิटना ฐานิธรนกร (2553) ซึ่งศึกษาเรื่อง การประกอบการเพื่อสังคม นวัตกรรมทางสังคมของผู้ประกอบการยุคใหม่ พบว่า ทางเลือกที่น่าสนใจอย่างยิ่งสำหรับผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ๆ ที่ต้องการประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจในโลกปัจจุบันที่เต็มไปด้วยการแข่งขันกันอย่างรุนแรงมากขึ้นเรื่อย ๆ โดยผู้ประกอบการในยุคใหม่นั้นจะต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาธุรกิจและสังคม ตลอดจนการนำนวัตกรรมใหม่ ๆ มาใช้ในการดำเนินธุรกิจ ควบคู่ไปกับการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม ในอันที่จะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมโดยรวมที่ยั่งยืน และยังสอดคล้องกับ Slater et al. (2014) ที่ศึกษาเรื่อง นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ โดยนวัตกรรมผลิตภัณฑ์นั้นคือ

เป็นหัวใจสำคัญในการต่ออายุให้กับองค์กรและการประสบความสำเร็จ ช่วยให้องค์กรเกิดการ พัฒนาอย่างรวดเร็ว และตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดีในสภาพแวดล้อมที่ มีความเปลี่ยนแปลงสูงและรวดเร็ว และณัฐฐา ตั้งงามสกุล และนิตนา ฐานิธรนกร (2557) พบว่า ปัจจัยทางด้านการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ ด้านการตลาดทางตรง ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านการสื่อสารออนไลน์ และด้านการขายโดยพนักงาน มีความสัมพันธ์ กับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ ทางด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในระดับองค์กร และระดับสังคมก็มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์

สมมติฐานที่ 3 ความเหมาะสมของสถานที่ภายในมหาวิทยาลัยใช้เป็นที่แสดงสินค้ามีผล ต่อการตัดสินใจใช้บริการศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัย โดยมีรูปแบบการบริหารและ การใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์แสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกเป็น ตัวแปรคั่นกลาง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสอดคล้องกับสมมติฐาน พบว่า ความเหมาะสมของสถานที่ภายใน มหาวิทยาลัย ใช้เป็นที่แสดงสินค้า มีอิทธิพลทางตรงต่อการตัดสินใจใช้บริการศูนย์แสดงสินค้าใน สถานที่มหาวิทยาลัย มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านรูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัย เป็นศูนย์แสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก และมีอิทธิพลรวมต่อการตัดสินใจ ใช้บริการศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัย สอดคล้องกับงานวิจัยของประสงค์ ผดุงเกียรติวัฒนา (2558) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ศูนย์การค้าในศูนย์แสดงสินค้าและการประชุม อิมแพ็คเมืองทองธานี ซึ่งพบว่า ความเหมาะสมของสถานที่ เช่น ความดึงดูดของสถานที่ ทำเล ที่ตั้ง จุดเชื่อมต่อเชื่อมโยง มีผลต่อการตัดสินใจใช้ศูนย์แสดงสินค้า และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ นิตยา ศรีพูล (2554) ที่พบว่า ค่าเฉลี่ยด้านภาพลักษณ์ความมีชื่อเสียงมีผลต่อมหาวิทยาลัยในทัศนของ ประชาชน

## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะการนำไปใช้

1. มหาวิทยาลัยบูรพาควรเร่งส่งเสริมให้มีการจัดแสดงสินค้าและบริการแก่ผู้ประกอบการ ตัวอย่างเช่น อาคารศูนย์การเรียนรู้การเงินและการลงทุนธุรกิจระหว่างประเทศของวิทยาลัย พาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ที่มีความพร้อมมากกว่าอาคารอื่นเพื่อให้มีกิจกรรมบริการ คือ ให้คำปรึกษา, แนะนำการลงทุน การเงิน การผลิต การตลาด บริการจับคู่ทางธุรกิจ จัดประชุม สัมมนาเชิงปฏิบัติการฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ (E-Data library) จัดนิทรรศการหมุนเวียนของสินค้า การจัดฝึกอบรมต่าง ๆ บริการงานวิจัย มี Show room ผู้ผลิตสินค้า บริการ และบ่มเพาะให้บริการ

SMEs, Startup มีฐานข้อมูลธุรกิจ กระทรวงต่าง ๆ สำหรับค้นหา บริการเรื่องการทำหีบห่อผลิตภัณฑ์ บริการเอกสารด้านการนำเข้า ส่งออก และมีสำนักงานธุรกิจให้เช่า โดยในด้านสินค้าที่จะนำมาแสดงในสถานที่มหาวิทยาลัย ประกอบด้วย สินค้าที่มีความต้องการบริโภคสูง สินค้าอุตสาหกรรมในเขต EEC สินค้าเทคโนโลยี นวัตกรรม งานวิจัย สินค้าที่มีความเป็นอัตลักษณ์ภาคตะวันออก เป็นต้น

และยังเห็นว่าสามารถสร้างความร่วมมือกับคณะต่าง ๆ ภายในมหาวิทยาลัยบูรพาเอง ตลอดจนการร่วมมือกับมหาวิทยาลัยอื่น ๆ ในภาคตะวันออก ที่บางครั้งจะสามารถส่งต่อทางวิชาการ หรือแบ่งปันข้อมูลการจัดงานรวมถึงการเพื่อแบ่งสรรการจัดงานที่เหมาะสมกับความถนัดของแต่ละมหาวิทยาลัย เมื่อมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ในภาคตะวันออกเข้าร่วม ก็จะเป็นการประชาสัมพันธ์อาคารไปยังมหาวิทยาลัยในเครือข่ายโดยอัตโนมัติ

2. มหาวิทยาลัยบูรพาและมหาวิทยาลัยเครือข่าย ควรจัดทำประกาศคัดเลือกหรือขึ้นทะเบียนสินค้าเด่น ๆ ที่มีนวัตกรรมหรือเทคโนโลยี เข้ามาจัดแสดงสินค้าหรือจัดจำหน่าย ที่ศูนย์แสดงสินค้าของมหาวิทยาลัยบูรพา ณ อาคารศูนย์การเรียนรู้การเงินและการลงทุนธุรกิจระหว่างประเทศ

### ตัวอย่างกิจกรรม

การบริหารจัดการตามระบบ Value chain ณ อาคารศูนย์การเรียนรู้การเงินและการลงทุนธุรกิจระหว่างประเทศ วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

กรณีที่ 1 การจัดนิทรรศการหมุนเวียน กรณีสินค้าต้นแบบอุตสาหกรรม

### กิจกรรมหลัก

#### การบริหารจัดการต้นน้ำ

1. สินค้าที่จะนำมาแสดง ต้องเป็นสินค้าที่มีนวัตกรรม หรือเทคโนโลยีที่มีความแตกต่างจากทั่วไป ไม่ว่าจะ เป็นของกินของใช้

2. การดำเนินงาน มอบหมายให้อาจารย์และบุคลากรของคณะเป็นผู้ดำเนินการ ในการจัดหา ประกาศ ประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่ม SMEs หรือ โอท็อป หรืออาชีวศึกษา โดยผ่านเกณฑ์ด้านนวัตกรรม

3. งบประมาณ ใช้เงินทุนจากคณะ

#### การบริหารจัดการกลางน้ำ

1. นำสินค้ามาจัดแสดง

2. จำนวนพื้นที่แสดงสินค้า 1 ราย ใช้พื้นที่ 2 ตารางเมตร โดยคิดตารางเมตรละ 400 บาท ต่อเดือน ซึ่งเป็นเกณฑ์ขั้นต่ำที่มหาวิทยาลัยกำหนด ดังนั้น 2 ตารางเมตรต่อราย คิดเป็นเงิน 800 บาท ต่อเดือน (รวมโต๊ะเก้าอี้ ไฟฟ้า และค่าโฆษณาแล้ว)

#### การบริหารจัดการปลายน้ำ

1. ประกาศให้นักอุตสาหกรรมเข้ามาเยี่ยมชม
2. มีใบรับคำสั่งซื้อ หรือหนังสือสัญญาจะซื้อจะขาย

#### กิจกรรมสนับสนุน

##### เทคโนโลยี

- มีเทคโนโลยีป้ายชื่อผู้เข้าร่วมงาน เทคโนโลยีการติดตามสถานะของผู้เข้าร่วมงาน มี

##### จอ LED บอกรหัสพนักงาน

- มีการประชาสัมพันธ์ผ่านเครือข่ายสื่อสังคม เช่น เฟสบุ๊ค หรือใช้เว็บไซต์
- การนำ Application ลงทะเบียนมาใช้
- การใช้ระบบ Big data จัดทำข้อมูล

อย่างไรก็ตาม พบว่า 4 ชั้นแรก ของอาคารอาคารศูนย์การเรียนรู้การเงินและการลงทุน ธุรกิจระหว่างประเทศ วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา สามารถดำเนินการได้ภายใน ปี พ.ศ. 2561 เมื่อประมวลผลจากการวิจัยร่วมกับพื้นที่ทั้ง 4 ชั้น ตามสภาพความเป็นจริงแล้ว สามารถนำมาจัดแสดงสินค้าได้ดังนี้

#### การคิดค่าใช้จ่าย

ชั้นที่ 1 สามารถใช้แสดงสินค้าได้ 414.5 ตารางเมตร แสดงสินค้าได้ 207 ราย x 800 บาท = 165,600.-บาทต่อเดือน

ชั้นที่ 2 สามารถใช้แสดงสินค้าได้ 313 ตารางเมตร แสดงสินค้าได้ 156 ราย x 800 บาท = 124,800.-บาทต่อเดือน

ชั้นที่ 3 สามารถใช้แสดงสินค้าได้ 523 ตารางเมตร แสดงสินค้าได้ 261 ราย x 800 บาท = 208,800.-บาทต่อเดือน

ชั้นที่ 4 สามารถใช้แสดงสินค้าได้ 318.5 ตารางเมตร แสดงสินค้าได้ 159 ราย x 800 บาท = 127,200.-/เดือน

รวมพื้นที่ 4 ชั้น คิดเป็นเงิน 626,400 .-บาทต่อเดือน รวม 1 ปี เป็นเงิน 7,516,800.-บาท

(หมายเหตุ: พื้นที่แสดงสินค้าकुหาละ 2 ตารางเมตรต่อราย ค่าเช่าอัตรา 400 บาทต่อตาราง เมตรต่อเดือน)

กรณีที่ 2 การจัด Show room ผู้ผลิตสินค้าและบริการ และให้เช่าห้องประชุมในการจัด  
ฝึกอบรม จัดประชุมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ

ชั้นที่ 1 สามารถใช้แสดงสินค้าได้ 414.5 ตารางเมตร แสดงสินค้าได้ 207 ราย x 800 บาท  
= 165,600.-บาทต่อเดือน

ชั้นที่ 2 สามารถใช้แสดงสินค้าได้ 313 ตารางเมตร แสดงสินค้าได้ 156 ราย x 800 บาท =  
124,800.-บาทต่อเดือน

ชั้นที่ 3 สามารถใช้แสดงสินค้าได้ 523 ตารางเมตร แสดงสินค้าได้ 261 ราย x 800 บาท =  
208,800.-บาทต่อเดือน

ชั้นที่ 4 สามารถใช้แสดงสินค้าได้ 318.5 ตารางเมตร แสดงสินค้าได้ 159 ราย x 800 บาท =  
127,200.-บาทต่อเดือน

ห้องประชุมใหญ่ความจุ 510 คน จำนวน 1 ห้อง สามารถให้เช่าห้องประชุมในการจัด  
ฝึกอบรม จัดประชุมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ คำนวณค่าเช่าได้ 15,000.-บาทต่อวัน (มหาวิทยาลัยบูรพา,  
2552)

ห้องประชุมย่อย จำนวน 1 ห้อง สามารถให้เช่าห้องประชุมในการจัดฝึกอบรม จัด  
ประชุมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ คำนวณเงินได้ 5,000.-บาทต่อวัน (มหาวิทยาลัยบูรพา, 2552) ให้เช่า  
ห้องประชุมจัดฝึกอบรม จัดประชุมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ เดือนละ 4 ครั้ง เป็นเงิน 80,000.- บาท  
รวมพื้นที่ 4 ชั้น คิดเป็นเงิน 706,400.-บาทต่อเดือน รวม 1 ปี เป็นเงิน 8,476,800.-บาท

## 2. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. คณะกรรมการ EEC ควรประกาศให้มหาวิทยาลัยบูรพา เป็นมหาวิทยาลัยศูนย์กลาง  
EEC และโดยเฉพาะอาคารศูนย์การเรียนรู้ การเงินและการลงทุนธุรกิจระหว่างประเทศของวิทยาลัย  
พาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา เพื่อเป็นการส่งเสริมหรือกระตุ้นเศรษฐกิจการค้าขายในพื้นที่เขต  
เศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกต่อไป

2. คณะกรรมการ EEC อาจสนับสนุนงบประมาณมายังอาคารศูนย์การเรียนรู้การเงิน  
และการลงทุนธุรกิจระหว่างประเทศ ของวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา เพื่อให้การเก็บ  
ค่าใช้จ่ายจากประชาชนสามารถลดลงอันเป็นการใช้ประโยชน์และเป็นการบริการภายในเขต  
เศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC)

## 3. ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษารูปแบบการพัฒนาการออกแบบอย่างยั่งยืน (Sustainable design) สำหรับสินค้า  
บริการ และการบริหารจัดการ รูปแบบไม่เน้นแสวงผลกำไรสูงสุด แต่เลี้ยงตัวได้

2. ศึกษารูปแบบการพัฒนาสถานที่อาคารแสดงสินค้า เพื่อให้กลมกลืนไปกับอัตลักษณ์ท้องถิ่นและสถานที่ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมาเที่ยวบางแสน ต้องแวะเป็นจุดเยี่ยมชมที่อาคารแสดงสินค้า
3. ศึกษารูปแบบสินค้าและบริการที่นำเข้ามาจัดแสดงในอาคารด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกของข้อมูลในการจัดประเภทสินค้าและบริการเข้ามาจัดแสดง
4. ศึกษาแนวทางการนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง มาผสมผสานร่วมกับการดำเนินการอาคารแสดงสินค้า
5. ศึกษาความพึงพอใจและความต้องการของผู้มาใช้บริการอาคารจัดแสดงสินค้า เพื่อหาจุดเด่นและจุดด้อยของอาคาร จากผู้ที่มาเยี่ยมชมและใช้บริการจริงหลังเปิดให้บริการ
6. ศึกษาเปรียบเทียบ รูปแบบการบริหารงานและการดำเนินงานระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน ถึงข้อดี ข้อเสียของแต่ละรูปแบบ และนำข้อดีของทั้ง 2 รูปแบบ มาปรับใช้กับอาคารแสดงสินค้า
7. ศึกษาแนวทางการประชาสัมพันธ์ และการทำการตลาดให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน ตามลักษณะช่วงวัย การเข้าสู่สังคมสูงอายุ รวมไปถึงลักษณะประชากรตามเจนเนอเรชั่น

## บรรณานุกรม

- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. (2560). *บริการของศูนย์บริการส่งออกแบบเบ็ดเสร็จ*.  
เข้าถึงได้จาก <http://www.ditp.go.th/home.php>
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2558). *รายงานประจำปี 2558*. กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม  
กระทรวงอุตสาหกรรม.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2555). *ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2555-  
2559*. เข้าถึงได้จาก [https://www.mots.go.th/ewt\\_dl\\_link.php?nid=7100](https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7100)
- กระทรวงศึกษาธิการ. (2554). *มาตรฐานสถาบันอุดมศึกษา พ.ศ. 2554*. เข้าถึงได้จาก  
[www.mua.go.th/users/bhes/front\\_home/Announcement/44.pdf](http://www.mua.go.th/users/bhes/front_home/Announcement/44.pdf)
- กระทรวงศึกษาธิการ. (2560). *แผนพัฒนาการศึกษาของกระทรวงศึกษาธิการฉบับที่ 12*.  
เข้าถึงได้จาก [http://www.moe.go.th/moe/th/news/detail.php?NewsID=  
47194&Key=news20](http://www.moe.go.th/moe/th/news/detail.php?NewsID=47194&Key=news20)
- กระทรวงอุตสาหกรรม. (2559). *ยุทธศาสตร์การพัฒนาอุตสาหกรรม*. เข้าถึงได้จาก  
[www.oie.go.th/.../thailandindustrialdevelopmentstrategy4.0.pdf](http://www.oie.go.th/.../thailandindustrialdevelopmentstrategy4.0.pdf)
- กล้า ทองขาว. (2548). *การนำนโยบายและแผนการศึกษาไปปฏิบัติ: แนวคิดทฤษฎีและแนวทางการ  
ดำเนินงาน*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- กองข้อมูลธุรกิจ. (2559). *ธุรกิจการจัดประชุมและการแสดงสินค้า*. เข้าถึงได้จาก  
[https://www.dbd.go.th/download/document\\_file/Statistic/2559/T26/T26\\_201606.pdf](https://www.dbd.go.th/download/document_file/Statistic/2559/T26/T26_201606.pdf)
- กอบศักดิ์ ภูตระกูล. (2560). *ยึด 'กันไซ' โมเดลปรับรูปแบบอีอีซี*. เข้าถึงได้จาก  
<http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/740522>
- กันย์ บัวชื่น. (2558). *บทบาทของอุดมศึกษาในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ*. กรุงเทพฯ: สถาบันส่งเสริม  
การบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี.
- กานต์รวี ชมเชย. (2557). *การบริหารจัดการพิพิธภัณฑ์: กรณีศึกษามิวเซียมสยาม และพิพิธภัณฑ์  
บ้านไทยจิม ทอมป์สัน*. กรุงเทพฯ: สถาบันวัฒนธรรมและศิลปะ มหาวิทยาลัย  
ศรีนครินทรวิโรฒ.



- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2559). Building world-class universities in Thailand: Opportunities and challenge. เข้าถึงได้จาก <http://drdancando.com/%E0%B8%94%E0%B8%A3%E0%B9%81%E0%B8%94%E0%B8%99%E0%B8%8A%E0%B8%B5%E0%B9%89%E0%B8%9A%E0%B8%B9%E0%B8%A3%E0%B8%93%E0%B8%B2%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%C8%E0%B8%81%E0%B8%A3%E0%B8%93%E0%B8%B5%E0%B8%AE%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B9%8C%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B9%8C%E0%B8%94%E0%B8%AA%E0%B8%B0%E0%B8%97%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%99%E0%B8%9A%E0%B8%B2%E0%B8%87%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%94%E0%B8%B1%E0%B8%9A/>
- คณะรักษาความสงบแห่งชาติ. (2560). *ข้อกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดินในพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก*. เลขที่ 47/2560. เข้าถึงได้จาก [www.ratchakittha.soc.go.th/DATA/PDF/2560/E/261/18.PDF](http://www.ratchakittha.soc.go.th/DATA/PDF/2560/E/261/18.PDF)
- คณะรัฐมนตรี. (2560). *มติคณะรัฐมนตรีฉบับประชาชน วันอังคารที่ 24 ตุลาคม 2560*. เข้าถึงได้จาก [www.odd.go.th/Web\\_Cabinet/PDF/2560/Oct/24102017.pdf](http://www.odd.go.th/Web_Cabinet/PDF/2560/Oct/24102017.pdf)
- ณัฐฐา ตั้งงามสกุล และนิตนา ฐานิตชนกร. (2557). ความสัมพันธ์ของการสื่อสารทางการตลาดแบบ บูรณาการและความรับผิดชอบต่อสังคมกับการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อภีของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร. ใน *การประชุมวิชาการปัญญาภิวัฒน์ครั้งที่ 4* (หน้า A255-A264). นนทบุรี: สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์.
- ณัฐฐา วินิจนัยภาค. (2554). *นโยบายสาธารณะ แนวทางในการศึกษาแบบสหวิทยาการ*. กรุงเทพฯ: คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ถวิลวดี บุรีกุล และปัทมา สุบก่าปัง. (2552). *การมีส่วนร่วมของประชาชนในกระบวนการนโยบายสาธารณะ*. นนทบุรี: สถาบันพระปกเกล้า.
- ทศพร ศิริสัมพันธ์. (2539). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับนโยบายสาธารณะ*. กรุงเทพฯ: คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทำไมฮาร์วาร์ดจึงเป็นที่หนึ่งในโลก?*. (2552). เข้าถึงได้จาก <http://www.vcharkarn.com/varticle/18044>
- เทวีวรรณ ปทุมพร. (2548). *ปัจจัยความสำเร็จของอุตสาหกรรมการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการแสดงสินค้า/ นิทรรศการนานาชาติ (MICE) ในจังหวัดขอนแก่น*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

- ไทยรัฐ. (2560). “อีสเทิร์นซีบอร์ด” สู่วะเบียงเศรษฐกิจอีอีซี. เข้าถึงได้จาก <https://www.thairath.co.th/content/952137>
- ธนาคารโลก ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงและแปซิฟิก รายงานระดับภูมิภาค. (ม.ป.ป.). *ภาพรวมการอุดมศึกษาที่เอื้อต่อการพัฒนาทักษะและงานวิจัยเพื่อขับเคลื่อนการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในเอเชียตะวันออกเฉียง*. ม.ป.ท.
- นิตนา ฐานิตชนกร. (2553). การประกอบการเพื่อสังคม: นวัตกรรมทางสังคมของผู้ประกอบการยุคใหม่. *วารสารนักบริหาร*, 30(4), 16-20.
- นิตยา ศรีพล. (2554). *ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยในจังหวัดสงขลาตามที่สนะของประชาชน*. เข้าถึงได้จาก [https://www.prachachat.net/news\\_detail.php?newsid=1494174142](https://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1494174142)
- บัลลังก์ โรหิตเสถียร. (2560). *ให้นโยบายผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษาทั่วประเทศ*. เข้าถึงได้จาก <http://www.moe.go.th/websm/2016/sep/385.html>
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2554). *ธุรกิจไมซ์ (MICE Business)*. นนทบุรี: เฟิร์นข้าหลวง พรินติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- นุเมระเบียงเศรษฐกิจตะวันออกเฉียง แผนกิจการลงทุนปีไทยแลนด์ 4.0. (2559). เข้าถึงได้จาก <http://www.thansettakij.com/2016/07/08/68142>
- ประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง มาตรฐานสถาบันอุดมศึกษา พ.ศ. 2554. (2554, เมษายน 24). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 128 ตอนพิเศษ 47 ง.
- ประชาชาติธุรกิจ. (2560). *ทีเส็บชู ‘สมาร์ทไมซ์’ เพิ่มแวลู/ หนุนไมซ์ไทยแข่งขันเวทีโลก*. เข้าถึงได้จาก [https://www.prachachat.net/news\\_detail.php?newsid=1494174142](https://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1494174142)
- ประพันธ์ เสวदनันท์ และไพศาล เล็กอุทัย. (2556). *หลักเศรษฐศาสตร์*. กรุงเทพฯ: คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประยุทธ์ จันทร์โอชา. (2559). *การขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมในประเทศไทย 4.0*. เข้าถึงได้จาก <http://www.thaigov.go.th/index.php/th/government-th1/item/109325-id109325>
- ประสงค์ ผดุงเกียรติวัฒนา. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้ศูนย์การค้าในศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพ็คเมืองทองธานี*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการเชิงกลยุทธ์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปิยะลักษณ์ วงศ์ศรีสุข. (2550). *โครงการปรับปรุงและพัฒนาศักยภาพศูนย์แสดงสินค้าและตลาดกลางเพื่อการส่งออก (Thailand export mart)*. เข้าถึงได้จาก <http://www.elibrally.ditp.go.th/>

- ผู้จัดการออนไลน์. (2556). *สสปน.ชูพัทธา เมืองครบเครื่องเรื่องจัดประชุม*. เข้าถึงได้จาก <http://www.manager.co.th/travel/viewnews.aspx?NewsID=955000089925&TabID=2&>
- พิมพ์เขียวไทยแลนด์ 4.0 โมเดลขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ความมั่งคั่ง มั่นคงและยั่งยืน. (2559). เข้าถึงได้จาก <https://waa.inter.nstda.or.th/stks/pub/2017/20171114-draeqa-blueprint.pdf>
- ภูมิพร ธรรมสถิตย์เดช. (2559). มหาวิทยาลัย “นักคิดแบบผู้ประกอบการ”. เข้าถึงได้จาก [http://m.prachachat.net/news\\_detail.php?newsid=1477628435](http://m.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1477628435)
- ภูมิวัฒน์ เชนอุ้น. (2553). การพัฒนากลยุทธ์การเสนอขอเป็นเจ้าภาพจัดการประชุมนานาชาติของประเทศไทย. *E-TAT Tourism Journal*, 1, 1-12.
- มนตรี พิริยะกุล. (2553). *ตัวแบบเส้นทางกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน. การประชุมวิชาการสถิติและสถิติประยุกต์ครั้งที่ 11 ประจำปี 2553*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- มยุรี อนุมานราชชน. (2556). *นโยบายสาธารณะ: แนวความคิด วิธีการวิเคราะห์ และกำหนดนโยบายสาธารณะที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับประเทศ*. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- มหาวิทยาลัยบูรพา. (2552, 22 ธันวาคม). *ระเบียบมหาวิทยาลัยบูรพาว่าด้วยการจัดหารายได้หรือผลประโยชน์จากราชพัสดุ และจากอสังหาริมทรัพย์ที่เป็นกรรมสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. 2552*.
- มานิต รัตนสุวรรณ. (2557). *World trade center Taipei*. เข้าถึงได้จาก <https://www.smartsme.co.th/content/tag/world-trade-center-taipei>
- รอยัล คลิฟ โฮเต็ล กรุ๊ป. (ม.ป.ป.). *ศูนย์ประชุมพีช ผ่านเข้ารอบชิงรางวัล Asia Pacific MICE awards 2015 ให้เป็นสถานที่ในการจัดประชุมสัมมนาที่ดีที่สุด*. เข้าถึงได้จาก <http://www.royalcliff.com/news/%E0%B8%A8%E0%B8%B9%E0%B8%99%E0%B8%A2%E0%B9%8C%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%8A%E0%B8%B8%E0%B8%A1%E0%B8%9E%E0%B8%B5%E0%B8%8A%E0%B8%9C%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B9%80%E0%B8%82%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%AD%E0%B8%9A%E0%B8%8A%E0%B8%B4%E0%B8%87%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B8%87%E0%B8%A7%E0%B8%B1%E0%B8%A5-asia-pacific-mice-awards-2015-%>

- ร่างยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579). (ม.ป.ป.). เข้าถึงได้จาก [http://www.nesdb.go.th/download/document/%E0%B8%A3%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B8%87%E0%B8%A2%E0%B8%B8%E0%B8%97%E0%B8%98%E0%B8%A8%E0%B8%B2%E0%B8%AA%E0%B8%95%E0%B8%A3%E0%B9%8C%E0%B8%8A%E0%B8%B2%E0%B8%95%E0%B8%B4%20%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%A2%E0%B8%B0%2020%20%E0%B8%9B%E0%B8%B5%20\(%E0%B8%9E.%E0%B8%A82560%20-%202579\).pdf](http://www.nesdb.go.th/download/document/%E0%B8%A3%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B8%87%E0%B8%A2%E0%B8%B8%E0%B8%97%E0%B8%98%E0%B8%A8%E0%B8%B2%E0%B8%AA%E0%B8%95%E0%B8%A3%E0%B9%8C%E0%B8%8A%E0%B8%B2%E0%B8%95%E0%B8%B4%20%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%A2%E0%B8%B0%2020%20%E0%B8%9B%E0%B8%B5%20(%E0%B8%9E.%E0%B8%A82560%20-%202579).pdf)
- เรวดี แก้วมณี. (2560). *KANSAI Model มีดีอย่างไร..ถึงต้องนำมาใช้กับ EEC?*. กรุงเทพฯ: สำนักงานนโยบายอุตสาหกรรมมหภาค สำนักงานเศรษฐกิจ กระทรวงอุตสาหกรรม.
- วรเดช จันทรศร. (2551). *ทฤษฎีการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: สมาคมนักวิจัย มหาวิทยาลัยไทย (TURA).
- วรพจน์ นवलสกุล. (2558). *การจัดนิทรรศการ Exhibition (online)*. เข้าถึงได้จาก [http://www.lib.ubu.ac.th/techno/Down%20Load/bod%2026\\_2.pdf](http://www.lib.ubu.ac.th/techno/Down%20Load/bod%2026_2.pdf)
- วารกรณ์ สามโกเศศ. (2559). *การปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4*. เข้าถึงได้จาก <http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/637131>
- วัชระ ชำนาญวงศ์. (2559, 3 ธันวาคม). *อัตราหลุดที่ปรึกษาฝ่ายการพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์*. สัมภาษณ์.
- วิภาวรรณ มโนปราโมทย์. (2558). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสังคมออนไลน์ (อินสตาแกรม) ของประชากรในกรุงเทพมหานคร*. งานนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วิโรจน์ ระจิตดำรงค์. (2553). *ความพร้อมด้านบุคลากรของศูนย์ประชุมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ต่อการรองรับงานในอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE)*. สารนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ.
- ศุภชัย ยาวะประภาส และปิยากร หวังมหาพร. (2552). *นโยบายสาธารณะไทย: กำเนิด พัฒนาการ และสถานภาพของศาสตร์*. กรุงเทพฯ: จุฑาทอง.
- ศุภชัย ยาวะประภาส และปิยากร หวังมหาพร. (2553). *นโยบายสาธารณะระดับท้องถิ่นไทย*. กรุงเทพฯ: จุฑาทอง.

ศุภวรรณ ตีระรัตน์. (2560). กำหนดโรคเมปนำเทคโนโลยีขับเคลื่อนกลยุทธ์ “SMART MICE”.

เข้าถึงได้จาก <http://www.manager.co.th/iBizChannel/ViewNews.aspx?NewsID=9600000046172>

ศูนย์บริการส่งออกแบบเบ็ดเสร็จ. (2560). เข้าถึงได้จาก <http://onestopservice.ditp.go.th/index.php>

ศูนย์ประสานงาน EEC. (2560). กลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจเพื่ออนาคต. เข้าถึงได้จาก

<http://eec.vec.go.th/th-th/%E0%B9%80%E0%B8%81%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%A2%E0%B8%A7%E0%B8%81%E0%B8%B1%E0%B8%9A-EEC/10-%E0%B8%AD%E0%B8%B8%E0%B8%95%E0%B8%AA%E0%B8%B2%E0%B8%AB%E0%B8%81%E0%B8%A3%E0%B8%A3%E0%B8%A1%E0%B9%80%E0%B8%9B%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%AB%E0%B8%A1%E0%B8%B2%E0%B8%A2>

ศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคที่ 4. (2559). สรุปภาพการณ์ลงทุนในภาคตะวันออกประจำปี 2558.

ชลบุรี: ศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคที่ 4.

ศูนย์สร้างสรรค้งานออกแบบ. (2559). จับกระแสเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (January-June 2016).

เข้าถึงได้จาก <https://web.tcdc.or.th/upload/downloads/ebook-TCDC-Outlook-vol11-th.pdf>

สมบัติ ชำรงชัญวงศ์. (2549). นโยบายสาธารณะ: แนวความคิด การวิเคราะห์และกระบวนการ.

กรุงเทพฯ: คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

สมบัติ ชำรงชัญวงศ์. (2556). นโยบายสาธารณะ: แนวความคิด การวิเคราะห์และกระบวนการ

(พิมพ์ครั้งที่ 26). กรุงเทพฯ: เสมาธรรม.

สัมฤทธิ์ ชยสมศักดิ์. (2555). นโยบายสาธารณะ. กรุงเทพฯ: เวลด์เทรค.

สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2556). แผนพัฒนาการศึกษาระดับอุดมศึกษา ฉบับที่ 11

(พ.ศ. 2555-พ.ศ. 2559). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2557). การประชุมเพื่อหารือแนวทางความร่วมมือระหว่าง

สถาบันอุดมศึกษาและภาคอุตสาหกรรม. กรุงเทพฯ: สำนักส่งเสริมและพัฒนาสมรรถนะ

บุคลากร สกอ.

สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2559 ก, 3 พฤษภาคม). มาตรการการยกระดับคุณภาพ

วิทยานิพนธ์ระดับปริญญาเอกเพื่อส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาประเทศ.

ศธ 0509(4)/ว 584.

- สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2559). *สถาบันอุดมศึกษาในสังกัด (ออนไลน์)*.  
เข้าถึงได้จาก <http://www.mua.go.th/>
- สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. (2558). *โครงการพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการสำหรับผู้บริหารระดับสูง พ.ศ. 2558: หลักสูตร การสร้างมูลค่าจากต้นน้ำถึงปลายน้ำ (วันอาทิตย์ที่ 22 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2558)*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. เอกสารอบรม.
- สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. (2560). *ข้าราชการไทยกับการขับเคลื่อนสู่การปฏิรูปประเทศไทยเพื่อไปสู่การเป็นประเทศไทย 4.0*. เข้าถึงได้จาก  
<http://www.ocsc.go.th/thailand-4.0>
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559 ก). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564*. เข้าถึงได้จาก  
[http://www.nesdb.go.th/ewt\\_dl\\_link.php?nid=6422](http://www.nesdb.go.th/ewt_dl_link.php?nid=6422)
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559 ข). *คำสั่ง คสช. ที่ 2/2560 เรื่อง การพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก วันที่ 17 ม.ค. 60 (อาศัยอำนาจตาม มาตรา 44 รัฐธรรมนูญฉบับชั่วคราว)*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560 ก). *โครงการระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (Eastern economic corridor: EEC)*. เข้าถึงได้จาก  
[http://www.nesdb.go.th/ewt\\_dl\\_link.php?nid=6382](http://www.nesdb.go.th/ewt_dl_link.php?nid=6382)
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560 ข). *ข้อมูลการศึกษาเขตพิเศษยุทธศาสตร์คันไซ*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560 ค). *โครงการระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (Eastern economic corridor: EEC)*. เข้าถึงได้จาก  
[http://www.nesdb.go.th/ewt\\_dl\\_link.php?nid=6382](http://www.nesdb.go.th/ewt_dl_link.php?nid=6382)
- สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. (2559). *ประเทศไทย 4.0*. เข้าถึงได้จาก  
<https://www.nstda.or.th/th/nstda-doc-archives/thailand-40/11624-parliament-thailand-4>
- สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงมะนิลา. (2556). *ศูนย์แสดงสินค้า Hall one: Design for export อีกก้าวหนึ่งของการส่งเสริมการส่งออกของฟิลิปปินส์*. เข้าถึงได้จาก  
[www.ditp.go.th/contents\\_attach/92559/92559.doc](http://www.ditp.go.th/contents_attach/92559/92559.doc)

- สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ นครโอซากา. (2555). รายงานการเข้าร่วมสัมมนาเรื่อง “The 9th Osaka business networking club”. เข้าถึงได้จาก [http://www.ditp.go.th/files/121030\\_Mobio.pdf](http://www.ditp.go.th/files/121030_Mobio.pdf)
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2555). ขอนแก่น: ประตูลู่อิน โดจีนและจินตอนใต้. *MICE Journal*, 3, 4-5.
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2556). 1 ทศวรรษแห่งความสำเร็จ ที่เส็บพลิกโฉมสู่ Growth driver ต่อยอดพัฒนาอุตสาหกรรมไมซ์ไทยอย่างยั่งยืน. *TCEB Newsletter*, 10, 5-7.
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2559). *MICE Review 2015*. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ.
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2560 ก). *โครงการจัดทำโมเดลไมซ์เพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ระยะที่ 2*. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ.
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (2560 ข). *ที่เส็บผุคกลยุทธ์ “SMART MICE” ยกระดับงานไมซ์ให้สมาร์ทด้วยนวัตกรรม สอดรับไทยแลนด์ 4.0*. เข้าถึงได้จาก <https://www.businesseventsthailand.com/th/nc/news-download/news-download/detail/article/1012-tceb-initiates-smart-mice-strategy-to-upgrade-mice-events-with-smart-innovation-in-line/>
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ. (ม.ป.ป.). *อุตสาหกรรมไมซ์ในภูมิภาคเอเชีย*. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน).
- สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงศึกษาธิการ. (2560). *แผนพัฒนาการศึกษาของกระทรวงศึกษาธิการฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564)*. กรุงเทพฯ: สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงศึกษาธิการ.
- สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี. (2560 ก). *แผนปฏิบัติการราชการ ประจำปีงบประมาณ 2560*. เข้าถึงได้จาก <http://soc.go.th/acrobat/plansoc2017.pdf>
- สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี. (2560 ข, 15 กุมภาพันธ์). *การศึกษาเขตพิเศษยุทธศาสตร์คันไซ*. นร.0505/ว78.
- สุทธิพันธ์ จิตพิมลมาศ. (ม.ป.ป.). *บทบาทของมหาวิทยาลัยต่อการพัฒนาประเทศด้วยการวิจัย FRCP กรณีศึกษาศูนย์ความเป็นเลิศ*. เข้าถึงได้จาก <http://www.cupt.net/research/presentation/p019.pdf>

- สุภาวรรณ ชัยทวีวุฒิกุล. (2555). พฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการออนไลน์แบบร่วมกลุ่มกันซื้อบนเว็บไซต์ ENSOGO ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุรเชษฐ์ ชัยวงศ์, พลเอก. (2559, กันยายน). The mission first ปฏิรูปการศึกษาสู่ความยั่งยืน. นิตยสารบิสิเนสพลัส, 27(331), 10-13.
- สุรสิทธิ์ วชิรขจร. (2549). นโยบายสาธารณะเบื้องต้น. กรุงเทพฯ: ธเนศวร.
- สุวิทย์ เมษินทรีย์. (2559). Thailand 4.0: สร้างความเข้มแข็งจากภายใน เชื่อมโยงเศรษฐกิจไทยสู่โลก. เข้าถึงได้จาก [https:// www. facebook. com/ drsuvitpage/ posts/ 1396306724009387](https://www.facebook.com/drsuvitpage/posts/1396306724009387)
- แดนดี สีสุทธิโพธิ์. (ม.ป.ป.). จับตามองนครเชียงใหม่: ตลาด MICE แห่งใหม่ของเอเชีย. เข้าถึงได้จาก <http://goo.gl/Y97RJC>
- อวิรุทธ์ ฉัตรมาลาทอง, สิริฉันท์ สติกรกุล เตชพาหพงษ์ และวราภรณ์ บวรศิริ. (2560). มหาวิทยาลัยเชิงประกอบการ: แนวทางเพื่อพัฒนามหาวิทยาลัยวิจัยไทย. เข้าถึงได้จาก [https://journal.pim.ac.th/uploads/content/2017/12/o\\_1c2bovdad2e11tsh1ilpa3616psa.pdf](https://journal.pim.ac.th/uploads/content/2017/12/o_1c2bovdad2e11tsh1ilpa3616psa.pdf)
- อิทธิพันธ์ พัฒนานุพงษ์. (2550). การจัดแสดงสินค้า (Trade exhibition management). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรังสิต.
- Allen, J., OTool, W., McDonnel, I., & Harris, R. (2007). *Festival and special event management*. Milton, Australia: John Wiley & Sons Australia.
- American Express Global Business Travel. (2015). *2015 Meetings & events forecast*. Retrieved from <https://www.vdr-service.de/fileadmin/der-verband/>
- Anderson, J. E. (1994). *Public policy-making: Introduction* (2<sup>nd</sup> ed.). New York: Houghton Mifflin.
- Aurélié, G. (2009). *An analysis of the development of MICE industry a case study of Lyon, France*. Lyon, France: Universidad Rey Juan Carlos, Bournemouth University.
- Barnard, C. I. (1938). *The functions of executive*. MS: Harvard University Press.
- Bongkosh, R., & Judith, M. (2012). Visitor attendance motivations at consumer travel exhibitions. *Tourism Management*, 33, 1236-1244.
- Chloe, L. (n.d.). *Manual on elective I-meetings, incentives, conventions and exhibitions (MICE)*. Hong Kong: The Hong Kong Polytechnic University.
- Dye, T. R. (1984). *Understanding public policy*. Englewood Cliffs: Prentice Hall.



- Easton, D. (1953). *The political system: An inquiry into the state of political science*. New York: Alfred A. Knopf.
- Fenich, G. G. (2008). *Meeting, exposition, events and conventions: An introduction to the industry*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Gavel, D. (2017). *Three HKS centers ranked among world's best university-affiliated research centers*. Retrieved from <https://www.hks.harvard.edu/news-events/news/articles/three-hks-centers-ranked-among-world-s-best-university-affiliated-research-centers>
- Gibson, J. L., Ivancevich, J. M., & Donnelly, J. H. (1979). *Organization behavior structure process* (3<sup>rd</sup> ed.). Texas: Business.
- Gibson, J. L., Ivancevich, J. M., & Donnelly, J. H. (2000). *Organizations behavior, structure, processes* (10<sup>th</sup> ed.). Boston: McGraw-Hill.
- Hill, M. J. (2005). *The public policy process*. London: Pearson Longman.
- Hogwood, B., & Gunn, L. (1990). *Policy analysis for the real world*. Oxford: Oxford University Press.
- Hussain, K. (2012). *Micro impacts and benefits of business tourism in Malaysia: A case study of Kuala Lumpur convention centre*. Retrieved from <http://goo.gl/F5cNPM>
- Indian Express Newspapers. (2001). *The secret of Japan's MICE success*. Retrieved from <http://travel.financialexpress.com/200801/edge04.shtml>
- International Congress and Convention Association. (2013). *ICCA Statistics report 2013*. Retrieved from <http://www.iccaworld.com/dcps/doc.cfm?docid=1696>
- International Trade Center Philippine. (2017). *About Hall one*. Retrieved from [http://www.hallone.ph/en/our\\_story.php](http://www.hallone.ph/en/our_story.php)
- Jaeho, L., & Narui, P. (2012). *Major industry in Singapore: MICE, medical tourism industry*. Retrieved from <http://goo.gl/Xw3gCR>
- Johnston, E. (2013). *5 Steps to understanding your customer's buying process*. Retrieved from <https://www.b2bmarketing.net/en-gb/resources/blogs>
- Jumyong, L., Deborah, B., & Youngsoo, C. (2011). *Quality of a green destination as perceived by convention attendees: The relationship between greening and competitiveness*. Retrieved from <http://goo.gl/3s07S8>

- Korea MICE Bureau. (n.d.). *Korea, beyond meetings*. Retrieved from [http://visitkorea.or.kr/e\\_book//ecatalog.jsp?Dir=412](http://visitkorea.or.kr/e_book//ecatalog.jsp?Dir=412)
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Marketing management*. New Jersey: Pearson International Edition.
- Li, T., & Yang, Z. G. (2012). Capacity optimization analysis for the MICE industry in Las Vegas. *International Journal of Contemporary Hospitality Management Emerald*, 24(2), 335-349. Retrieved from <http://jpkc.fudan.edu.cn/picture/article/179/bc/0c/ca58cbde4e718fcb4f835a0bf9b7/85e019b9-e53e-4099-b4ff-6f04250661bf.pdf>
- Malaysia Convention & Exhibition Bureau. (2012). *ขอชี้แจงเรื่องกะ*. Retrieved from [http://www.myceb.com.my/clients/Malaysia\\_Convention\\_and\\_Exhibition\\_Bureau\\_75E277C6-C63D-4DC3-89AC-F6B30D21417D/contentms/img/pdf/Report/2012\\_myceb\\_annual\\_report.pdf](http://www.myceb.com.my/clients/Malaysia_Convention_and_Exhibition_Bureau_75E277C6-C63D-4DC3-89AC-F6B30D21417D/contentms/img/pdf/Report/2012_myceb_annual_report.pdf)
- MacKinnon, D. P., Krull, J. L., & Lockwood, C. M. (2000). Equivalence of the mediation, confounding and suppression effect. *Prevention Science*, 1(4), 173-181.
- MacKinnon, D. P., Taylor, A. B., Yoon, M., & Lockwood, C. M. (2009). *A comparison of methods to test mediation and other intervening variable effects in logistic regression*. n.p.
- Mazmanian, D. A., & Sabatier, P. A. (1989). *Implementation and public policy*. Maryland: University Press of America.
- Monodzukuri Business Information-Center Osaka. (2017). *Tour information*. Retrieved from [www.m-osaka.com/en/](http://www.m-osaka.com/en/)
- Moody, L., & McCormick, K. (1997). Psychophysiologic correlates of quality of life in chronic bronchitis and emphysema. *Western Journal of Nursing Research*, 13, 336-352.
- Parsons, D. W. (1995). *Public policy: An introduction to the theory and practice of policy analysis*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Pearl, J. (2009). *Causality: Models, reasoning, and inference*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage*. New York: The Free.

- Pressman, J. L., & Wildavsky, A. B. (1973). *Implementation: How great expectations in Washington are dashed in Oakland: Or, why it's amazing that federal programs work at all, this being a saga of the economic development administration as told by two sympathetic observers who seek to build morals on a foundation of Ruined Hopes*. California: University of California Press.
- Robert, B. D., & Denhardt, J. V. (2007). *The new public service: Serving, not steering*. New York: M. E. Sharpe.
- Sanjay, N., & Aliana, L. M. W. (2007). Macao's MICE dreams: Opportunities and challenges. *International Journal of Event Management Research*, 3(2), 42-57.
- Sharkansky, I. (1970). *Policy analysis in political science*. Chicago: Markham.
- Simon, H. A. (1960). *Administrative behavior* (2<sup>nd</sup> ed.). New York: The Free.
- 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.
- Sugano, K. S. (2011). *Toward enhancing the international competitiveness of Japan's MICE business*. Retrieved from <http://www.mice-ri.or.jp/pdf/MICEJapan201111e.pdf>
- Taiwan External Trade Development Council. (2017). *Taipei world trade center*. Retrieved from <http://www.twtc.org.tw/en/e-index.aspx>
- Tan Cheong Su, R. (2007). *A comparative analysis of MICE destinations between Macau and Singapore*. Las Vegas: University of Nevada.
- Thailand Convention and Exhibition Bureau. (2012). *Introduction to MICE Industry*. Bangkok: Thailand Convention and Exhibition Bureau.
- Thailand Convention and Exhibition Bureau. (2015). *Thailand's MICE industry report 2015: MICE review 2015*. Retrieved from [https://www.businesseventsthailand.com/fileadmin/user\\_upload/documents/mice-reports/MICE\\_Report\\_2015\\_-\\_Issue\\_1.pdf](https://www.businesseventsthailand.com/fileadmin/user_upload/documents/mice-reports/MICE_Report_2015_-_Issue_1.pdf)
- The Global Association of the Exhibition Industry (UFI). (n.d.). *The trade fair industry in Asia* (10<sup>th</sup> ed.). Hong Kong: Business Strategies Group.
- Thevdoulon, S. Z., & Cahn, M. A. (1995). *Public policy*. NJ: Prentice Hall.

- The World Bank. (2015). *Global economic prospects: January 2015*. Retrieved from [http://www.worldbank.org/content/dam/Worldbank/GEP/GEP2015a/pdfs/GEP2015astatistical\\_appendix.pdf](http://www.worldbank.org/content/dam/Worldbank/GEP/GEP2015a/pdfs/GEP2015astatistical_appendix.pdf)
- Union of International Associations (UIA). (2013). *International statistics for the year 2013*. Retrieved from [http://www.uia.org/sites/dev.uia.be/files/misc\\_pdfs/UIA\\_Stats\\_PR14.pdf](http://www.uia.org/sites/dev.uia.be/files/misc_pdfs/UIA_Stats_PR14.pdf)
- Van Horn, C. E., & Donald, S. V. M. (1976). The implementation of intergovernmental policy. In C. O. Jones and R. D. Thomas (Eds.), *Public policy making in a federal system*. California: Sage.
- Wagner, C. H. (1982). Simpson's paradox in real life. *The American Statistician*, 36, 46-48.
- Walter, W. (1971). *Social policy research and analysis: The experience in the federal social agencies*. New York: American Elsevier.
- Yusuf, S., & Nabeshima, K. (2007). *How university promote economic growth*. Washington DC: The World Bank.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก  
หนังสือเวียน และระเบียบ

วิทยาลัยเทคโนโลยีและอาชีวศึกษา  
มหาวิทยาลัยบูรพา  
รับที่ 0608  
วันที่ 18 พ.ค. 2559  
เวลา 11.00 น.

13.1.3 394  
มหาวิทยาลัยบูรพา 03396  
10 พ.ค. 2559 11.41 น.  
หน่วยประสานงานมหาวิทยาลัยบูรพา  
รับที่ 0511  
วันที่ 10 พ.ค. 2559  
เวลา 9.29 น.



ที่ ศธ ๐๕๐๔(ค)/ว ๕๒๕

สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา  
๓๒๘ ถนนศรีอยุธยา เขตราชเทวี  
กรุงเทพฯ

๓ พฤษภาคม ๒๕๕๙

เรื่อง มาตรการการยกระดับคุณภาพวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาเอกเพื่อส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาประเทศ

เรียน อธิการบดีมหาวิทยาลัยบูรพา

สิ่งที่ส่งมาด้วย สรุปรายงานการประชุมคณะกรรมการข้าราชการพลเรือนในสถาบันอุดมศึกษา (ก.พ.อ.)  
ครั้งที่ ๑/๒๕๕๙ ลงวันที่ ๑๖ มีนาคม ๒๕๕๙

ตามที่ สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา ได้จัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินการในเรื่องการยกระดับคุณภาพวิทยานิพนธ์ปริญญาเอก เพื่อส่งเสริมและพัฒนาการวิจัยของประเทศ เมื่อวันที่ ๒๐ กรกฎาคม ๒๕๕๘ และวันที่ ๑๕ กันยายน ๒๕๕๘ เพื่อกำหนดแนวทาง รูปแบบ และวิธีการควบคุมคุณภาพวิทยานิพนธ์ปริญญาเอก การสร้างมาตรการเพื่อสร้างแรงจูงใจการยกระดับคุณภาพวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาเอก รวมถึงศึกษารณีตัวอย่างที่ดี (good practices) ของวิทยานิพนธ์ปริญญาเอก ใบสายวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และสายสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ เพื่อส่งเสริมและพัฒนาการวิจัยของประเทศ นั้น

ในการนี้ คณะกรรมการข้าราชการพลเรือนในสถาบันอุดมศึกษา (ก.พ.อ.) ได้รับทราบผลการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับการดำเนินการในเรื่องการยกระดับคุณภาพวิทยานิพนธ์ปริญญาเอก เพื่อส่งเสริมและพัฒนาการวิจัยของประเทศ โดยมีข้อสังเกตว่าผลการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อระดมความคิดเห็นเรื่อง มาตรการการยกระดับคุณภาพวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาเอกเพื่อส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาประเทศ มีประโยชน์และเอื้อให้สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาสามารถควบคุมการเปิดหลักสูตรวิทยานิพนธ์ปริญญาเอก อันส่งผลให้คุณภาพของหลักสูตรปริญญาเอกมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาจึงขอแจ้งผลการประชุมดังกล่าวให้สถาบันอุดมศึกษาทราบเพื่อเป็นข้อมูลและแนวทางในการปฏิบัติ ต่อไป (รายละเอียดปรากฏตามสิ่งที่ส่งมาด้วย)

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

*ช. ช.*  
(นายชจร ชิตบุญมงคล)

รองเลขาธิการคณะกรรมการการอุดมศึกษา  
ปฏิบัติราชการแทนเลขาธิการคณะกรรมการการอุดมศึกษา

สำนักส่งเสริมและพัฒนาสมรรถนะบุคลากร  
กลุ่มนโยบายการพัฒนาทรัพยากรบุคคลอุดมศึกษา  
โทรศัพท์ ๐ ๒๖๑๐ ๕๓๓๑  
โทรสาร ๐ ๒๖๕๔ ๕๕๔๑

เรียน คสช.  
1. อธิบายที่มาที่ไปของโครงการ  
2. ปัญหาของ รศท. ไม่ถึงที่ คุณกำลัง  
ทำต. ในกรณีนี้  
ว. ๒๖

๑ นว  
๑ ตัน น. พ. พท  
๑ พท อ. ป. ก. พท  
๑ พท  
๑ พท





หน้า ๑  
ระเบียบกระทรวงการคลัง  
ว่าด้วยการจัดหาประโยชน์ในที่ราชพัสดุ  
พ.ศ. ๒๕๕๒

โดยที่เป็นการสมควรปรับปรุง แก้ไขระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดหาประโยชน์ในที่ราชพัสดุให้เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน

อาศัยอำนาจตามความในข้อ ๒๖, ๒๗ และข้อ ๓๐ แห่งกฎกระทรวงว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการปกครอง ดูแล บำรุงรักษา ใช้ และจัดหาประโยชน์เกี่ยวกับที่ราชพัสดุ พ.ศ. ๒๕๔๕ กระทรวงการคลังจึงกำหนดระเบียบไว้ดังต่อไปนี้

ข้อ ๑ ระเบียบนี้เรียกว่า “ระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดหาประโยชน์ในที่ราชพัสดุ พ.ศ. ๒๕๕๒”

ข้อ ๒ ระเบียบนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษาเป็นต้นไป

ข้อ ๓ ให้ยกเลิก

(๑) ระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดหาประโยชน์ในที่ราชพัสดุ พ.ศ. ๒๕๔๗

(๒) ระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดหาประโยชน์ในที่ราชพัสดุ (ฉบับที่ ๒)

พ.ศ. ๒๕๔๘

(๓) ระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดหาประโยชน์ในที่ราชพัสดุ (ฉบับที่ ๓)

พ.ศ. ๒๕๔๙

บรรดาระเบียบ ข้อบังคับ หรือคำสั่งอื่นใดที่กำหนดไว้ในระเบียบนี้ หรือซึ่งขัดหรือแย้งกับระเบียบนี้ให้ใช้ระเบียบนี้แทน

ระเบียบนี้ไม่ใช้บังคับกับการจัดให้เช่าที่ราชพัสดุตามกฎหมายว่าด้วยการเช่าอสังหาริมทรัพย์เพื่อพาณิชยกรรมหรืออุตสาหกรรมตามข้อ ๒๓ วรรคท้ายแห่งกฎกระทรวง

ข้อ ๔ สัญญาเช่า สัญญาก่อสร้างอาคารยกกรรมสิทธิ์ให้กระทรวงการคลัง และเงื่อนไขในสัญญา ให้เป็นไปตามแบบสัญญาที่รองปลัดกระทรวงการคลัง หัวหน้ากลุ่มภารกิจด้านทรัพย์สินเห็นชอบ

## หน้า ๒

เล่ม ๑๒๖ ตอนพิเศษ ๑๔๒ ง

ราชกิจจานุเบกษา

๒๕ กันยายน ๒๕๕๒

หลักเกณฑ์และวิธีการพิจารณากำหนดค่าเช่า ค่าธรรมเนียม มูลค่าอาคารหรือสิ่งปลูกสร้าง ค่าเสื่อมอาคารหรือสิ่งปลูกสร้าง ค่าชดเชย เงินชดเชยค่าก่อสร้างอาคารราคาปานกลาง ค่าทดแทน ค่าปรับ และค่าเสียหาย ให้เป็นไปตามคำสั่งกรมธนารักษ์

ความในวรรคสองไม่ใช่บังคับกับกรณีการกำหนดเงื่อนไขและค่าตอบแทนในการจัดให้บริษัทที่แปรรูปจากรัฐวิสาหกิจตามกฎหมายว่าด้วยทุนรัฐวิสาหกิจใช้ประโยชน์ในที่ราชพัสดุ ซึ่งจะต้องได้รับความเห็นชอบจากรองปลัดกระทรวงการคลัง หัวหน้ากลุ่มภารกิจด้านทรัพย์สินก่อน

ข้อ ๕ กรณีที่มีปัญหาในการปฏิบัติตามระเบียบนี้ ให้ปฏิบัติดังนี้

(๑) ให้รองปลัดกระทรวงการคลัง หัวหน้ากลุ่มภารกิจด้านทรัพย์สิน วินิจฉัยชี้ขาด หรือพิจารณาสั่งการ ในกรณีที่คู่สัญญาหรือผู้ใช้ประโยชน์ในที่ราชพัสดุเป็นรัฐวิสาหกิจหรือองค์กรอื่นของรัฐ

(๒) นอกเหนือจาก (๑) ให้อธิบดีกรมธนารักษ์วินิจฉัยชี้ขาด หรือพิจารณาสั่งการ

ข้อ ๖ ให้อธิบดีกรมธนารักษ์รักษาการตามระเบียบนี้

## หมวด ๑

## ข้อความทั่วไป

ข้อ ๗ ในระเบียบนี้

(๑) “รัฐมนตรี” หมายถึง รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง และให้รวมถึงผู้ที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังมอบหมายด้วย

(๒) “อธิบดี” หมายถึง อธิบดีกรมธนารักษ์ และให้รวมถึงผู้ที่อธิบดีกรมธนารักษ์มอบหมายด้วย

(๓) “กฎกระทรวง” หมายถึง กฎกระทรวงว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการปกครอง ดูแล บำรุงรักษา ไร่ และจัดหาประโยชน์เกี่ยวกับที่ราชพัสดุ พ.ศ. ๒๕๔๕ และที่แก้ไขเพิ่มเติม

(๔) “ส่วนราชการ” หมายถึง ส่วนราชการตามกฎหมายว่าด้วยการปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม

(๕) “หน่วยงานของรัฐ” หมายถึง หน่วยงานของรัฐที่จัดตั้งขึ้นตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย

(๖) “รัฐวิสาหกิจ” หมายถึง รัฐวิสาหกิจตามกฎหมายว่าด้วยวิธีการงบประมาณ

(๗) “องค์กรอื่นของรัฐ” หมายถึง องค์กรของรัฐนอกเหนือจาก (๔) , (๕) และ (๖)

- (๘) “การจัดให้เช่า” หมายถึง การจัดให้เช่าที่ราชพัสดุตามกฎหมายกระทรวง
- (๙) “ผู้มีอำนาจจัดให้เช่า” หมายถึง อธิบดี หรือ ผู้ที่อธิบดีมอบอำนาจตามกฎหมายกระทรวง
- (๑๐) “การจัดทำสัญญาต่างตอบแทนอื่น” หมายถึง การจัดหาประโยชน์โดยวิธีอื่นนอกเหนือจากการจัดให้เช่าตามกฎหมายกระทรวง
- (๑๑) “การเกษตร” หมายถึง การทำไร่ ทำนา ปลูกพืชสวน พืชผัก เลี้ยงสัตว์ และการเกษตรอื่น ความหมายของการทำไร่ ทำนา ปลูกพืชสวน พืชผัก เลี้ยงสัตว์ และการเกษตรอื่น รวมทั้งกำหนดเวลาให้ผลผลิตของพืชสวนให้เป็นไปตามคำสั่งกรมวิชาการ
- (๑๒) “อาคารตึกห้องเดียว” หมายถึง อาคารที่ปลูกสร้างด้วยวัสดุอาคารทนไฟเป็นส่วนใหญ่ มีลักษณะเป็นตึกแถวแต่ปลูกสร้างห้องเดียว
- (๑๓) “ตึกแถว” หมายถึง อาคารที่ปลูกสร้างด้วยวัสดุอาคารทนไฟเป็นส่วนใหญ่ และติดต่อกันเป็นแถวตั้งแต่สองคูหาขึ้นไป
- (๑๔) “ห้องแถว” หมายถึง อาคารที่ปลูกสร้างด้วยไม้หรือวัสดุไม่ทนไฟเป็นส่วนใหญ่ และติดต่อกันเป็นแถวตั้งแต่สองคูหาขึ้นไป
- (๑๕) “อาคารพาณิชย์” หมายถึง อาคารที่สร้างขึ้นเพื่อใช้ประโยชน์ในการพาณิชย์กรรมและบริการธุรกิจ
- (๑๖) “อาคารแถวอยู่อาศัย” หมายถึง อาคารที่สร้างขึ้นเพื่อใช้พักอาศัยโดยเฉพาะ ซึ่งปลูกสร้างด้วยวัสดุอาคารทนไฟเป็นส่วนใหญ่ และติดต่อกันเป็นแถว
- (๑๗) “อาคารที่พักอาศัยรวม” หมายถึง อาคารที่จัดให้ผู้อื่นนอกเหนือจากผู้เช่าได้ใช้เป็นที่พักอาศัยรวมในอาคารเดียวกัน
- (๑๘) “โรงงานอุตสาหกรรม” หมายถึง อาคารที่สร้างขึ้นเพื่อใช้เป็นสถานที่ผลิตสิ่งของเพื่อให้เป็นสินค้า โดยใช้เครื่องจักรเป็นปัจจัยหรือไม่ก็ตาม และรวมถึงโรงงานอุตสาหกรรมตามกฎหมายว่าด้วยโรงงานด้วย
- (๑๙) “อาคารสูง” หมายถึง อาคารที่บุคคลอาจเข้าอยู่หรือเข้าใช้สอยได้ โดยมีความสูงของอาคารตั้งแต่ ๒๑ เมตรขึ้นไป
- การวัดความสูงของอาคารให้วัดจากระดับพื้นดินที่ก่อสร้างถึงพื้นคาบฟ้า สำหรับอาคารทรงจั่วหรือปั้นหยาให้วัดจากระดับพื้นดินที่ก่อสร้างถึงยอดผนังของชั้นสูงสุด

## หน้า ๔

เล่ม ๑๒๖ ตอนพิเศษ ๑๔๒ ง

ราชกิจจานุเบกษา

๒๕ กันยายน ๒๕๕๒

(๒๐) “อาคารขนาดใหญ่” หมายถึง อาคารที่มีพื้นที่รวมกันทุกชั้นหรือชั้นหนึ่งชั้นใดในหลังเดียวกันเกิน ๒,๐๐๐ ตารางเมตร หรืออาคารที่มีความสูงตั้งแต่ ๑๕ เมตรขึ้นไป และมีพื้นที่รวมกันทุกชั้นหรือชั้นหนึ่งชั้นใดในหลังเดียวกันเกิน ๑,๐๐๐ ตารางเมตร แต่ไม่เกิน ๒,๐๐๐ ตารางเมตร

(๒๑) “อาคารขนาดใหญ่พิเศษ” หมายถึง อาคารที่ก่อสร้างขึ้นเพื่อใช้อาคารหรือส่วนหนึ่งส่วนใดของอาคารเป็นที่อยู่อาศัยหรือประกอบกิจการประเภทเดียวหรือหลายประเภท โดยมีพื้นที่รวมกันทุกชั้นหรือชั้นหนึ่งชั้นใดในหลังเดียวกันตั้งแต่ ๑๐,๐๐๐ ตารางเมตร ขึ้นไป

(๒๒) “อาคารจอดรถ” หมายถึง อาคารที่ใช้เป็นสถานที่จอดรถยนต์เพื่อการบริการธุรกิจหรือพาณิชยกรรม

(๒๓) “อาคารที่พักแรม” หมายถึง อาคารที่ปลูกสร้างด้วยวัสดุคงทนถาวร เพื่อใช้ในการประกอบธุรกิจในการให้บริการที่พักแรมแก่บุคคลทั่วไป

(๒๔) “คลังสินค้า” หมายถึง อาคารที่ปลูกสร้างด้วยวัสดุถาวรทนไฟเป็นส่วนใหญ่เพื่อใช้เป็นสถานที่เก็บวัสดุ สินค้า หรือพืชผลทางการเกษตร

(๒๕) “ราคาที่ดิน” หมายถึง ราคาที่ดินตามบัญชีกำหนดราคาประเมินทุนทรัพย์เพื่อเรียกเก็บค่าธรรมเนียมจดทะเบียนสิทธิและนิติกรรมตามประมวลกฎหมายที่ดิน

ในกรณีที่ดินราชพัสดุแปลงใดที่ไม่มีราคาประเมินทุนทรัพย์ตามวรรคแรก ให้เทียบเคียงกับราคาประเมินทุนทรัพย์ของที่ดินแปลงบริเวณใกล้เคียง ที่มีทำเลที่ตั้งและลักษณะคล้ายกันเป็นราคาที่ดิน

(๒๖) “มูลค่าอาคารหรือสิ่งปลูกสร้าง” หมายถึง มูลค่าอาคารหรือสิ่งปลูกสร้างซึ่งเป็นที่ราชพัสดุ

(๒๗) “ค่าชดเชย” หมายถึง ค่าจัดซื้อที่ดิน ค่าก่อสร้างอาคาร หรือสิ่งปลูกสร้างให้แก่ทางราชการรวมทั้งค่าเรือขนถ่ายทรัพย์สิน และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่จำเป็นเพื่อการจัดหาประโยชน์ในที่ราชพัสดุ

(๒๘) “เงินชดเชยค่าก่อสร้างอาคารราคาปานกลาง” หมายถึง เงินค่าก่อสร้างตามบัญชีราคา ค่าก่อสร้าง ค่าสาธารณูปโภคที่กำหนดขึ้นเพื่อประเมินให้ผู้เช่าเดิมหรือผู้ได้รับสิทธิการเช่าอาคาร ต้องจ่ายให้แก่ผู้ลงทุนปลูกสร้างอาคาร โดยคำนึงถึงต้นทุนการก่อสร้างรวมทั้งอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ และกำไร

(๒๙) “เช่าช่วง” หมายถึง การที่ผู้เช่านำที่ราชพัสดุที่เช่าไปจัดให้บุคคลอื่นเช่าโดยผู้เช่าไม่ได้ใช้ประโยชน์ในพื้นที่ที่นำไปจัดให้เช่า

## หน้า ๕

เล่ม ๑๒๖ ตอนพิเศษ ๑๔๒ ง

ราชกิจจานุเบกษา

๒๕ กันยายน ๒๕๕๒

(๓๐) “นำไปจัดหาประโยชน์” หมายถึง การที่ผู้เข่านำที่ราชพัสดุที่เข้าไปจัดให้บุคคลอื่น เข้าใช้ประโยชน์นอกเหนือจากการให้เช่าช่วงที่ราชพัสดุ หรือการให้บุคคลอื่นใช้ประโยชน์ ในอสังหาริมทรัพย์ของผู้เช่าที่ตั้งอยู่บนที่ราชพัสดุโดยผู้เช่าได้รับค่าตอบแทนหรือผลประโยชน์จาก บุคคลนั้น

(๓๑) “การใช้ที่ราชพัสดุโดยละเมิด” หมายถึง การใช้ประโยชน์ในที่ราชพัสดุโดยมิชอบ ด้วยกฎหมาย ทั้งนี้ รวมถึงการบุกรุกที่ราชพัสดุตามกฎหมายด้วย

(๓๒) “ค่าทดแทน” หมายถึง จำนวนเงินที่กำหนดเพื่อชดเชยความเสียหายที่เกิดขึ้นแก่ กรมธนารักษ์อันเนื่องมาจากการละเมิดหรือผิดสัญญา หรือค่าสินไหมทดแทนในการไม่ชำระหนี้ รวมถึงจำนวนเงินที่กำหนดเพื่อเป็นค่าตอบแทนการใช้ที่ราชพัสดุทั้งในมูลละเมิดและไม่ละเมิดด้วย

ข้อ ๘ ในการเก็บรักษาหลักประกันตามระเบียบนี้ ให้ถือปฏิบัติดังนี้

(๑) เงินสดให้นำส่งคลังเป็นประเภทเงินฝาก

(๒) พันธบัตรหรือหนังสือค้ำประกันให้เก็บรักษาไว้ในที่ปลอดภัย ในกรุงเทพมหานครให้ เก็บรักษาไว้ ณ กรมธนารักษ์ ส่วนจังหวัดอื่นให้เก็บรักษาไว้ ณ สำนักงานธนารักษ์พื้นที่

## หมวด ๒

## การจัดให้เช่าและเงื่อนไขการเช่า

ข้อ ๙ การจัดให้เช่าโดยวิธีประมูล ให้กำหนดเงื่อนไขดังนี้

(๑) อัตราค่าเช่า ค่าธรรมเนียมการจัดให้เช่าหรือค่าธรรมเนียมการจัดหาประโยชน์ต้อง ไม่ต่ำกว่าหลักเกณฑ์และวิธีการพิจารณาที่กำหนดไว้ในข้อ ๔ วรรคสอง

(๒) กำหนดระยะเวลาให้ผู้ประมูลได้ชำระเงินผลประโยชน์ที่เสนอให้ทางราชการให้เสร็จสิ้น ภายใน ๔๕ วัน นับตั้งแต่วันที่ทางราชการได้แจ้งให้ทราบว่าเป็นผู้ประมูลได้ หากไม่ชำระภายใน กำหนด ให้ริบหลักประกันของ

การประกาศกำหนดระยะเวลา ๔๕ วันตามวรรคแรก หากอธิบดีเห็นสมควรอาจกำหนด ระยะเวลามากกว่า ๔๕ วันก็ได้

(๓) ค่าชดเชยในกรณีที่จำเป็นต้องจ่ายค่าชดเชย

(๔) เงื่อนไขอื่น ๆ ตามที่อธิบดีเห็นสมควรเพื่อประโยชน์ในทางราชการ

ส่วนวิธีการประมูลให้ดำเนินการตามที่กำหนดไว้ในหมวด ๔

ข้อ ๑๐ การประมูลเพื่อปลูกสร้างอาคารหรือสิ่งปลูกสร้างตามข้อ ๑๔ ให้กำหนดเงื่อนไขเพิ่มเติมจากข้อ ๕ ดังนี้

(๑) ให้สิทธิการเช่ามีกำหนดเวลาไม่เกิน ๓๐ ปี โดยหลักเกณฑ์การให้สิทธิการเช่าให้เป็นไปตามคำสั่งกรมธนารักษ์

(๒) ในระหว่างก่อสร้างกระทรวงการคลังจะประกันวินาศภัยการก่อสร้างในอัตราไม่ต่ำกว่ามูลค่าอาคารหรือสิ่งปลูกสร้างตามสัญญาก่อสร้างในนามกระทรวงการคลังเป็นผู้เอาประกันและเป็นผู้รับประโยชน์ตลอดอายุสัญญา โดยผู้ได้รับสิทธิการปลูกสร้างเป็นผู้ชำระเบี้ยประกันภัยแทนกระทรวงการคลังทั้งสิ้น

เมื่อก่อสร้างอาคารแล้วเสร็จ จะต้องประกันอัคคีภัยอาคารในอัตราไม่ต่ำกว่ามูลค่าอาคารหรือสิ่งปลูกสร้างในนามกระทรวงการคลังเป็นผู้เอาประกันและเป็นผู้รับประโยชน์ตลอดอายุสัญญาเช่า โดยผู้เช่าเป็นผู้ชำระเบี้ยประกันภัยแทนกระทรวงการคลังทั้งสิ้น ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ราชการอธิบดีจะให้ผู้เช่าประกันวินาศภัยอาคารก็ได้

(๓) ผู้ได้รับสิทธิการปลูกสร้างต้องเสียภาษี ค่าธรรมเนียม และค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่กระทรวงการคลังมีหน้าที่ต้องชำระอันเนื่องมาจากการให้สิทธิการปลูกสร้างดังกล่าว (ถ้ามี) แทนกระทรวงการคลังทั้งสิ้น

(๔) การนำสิทธิการปลูกสร้างที่ประมูลได้ไปทำเงื่อนไขผูกพันในการกู้เงิน หรือเบิกเงินเกินบัญชี หรือค้ำประกันเงินกู้ จะดำเนินการได้ต่อเมื่อได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจากกรมธนารักษ์ โดยหลักเกณฑ์การอนุญาตให้เป็นไปตามคำสั่งกรมธนารักษ์

(๕) ให้กรรมสิทธิ์อาคารหรือสิ่งปลูกสร้างตกเป็นของกระทรวงการคลังตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในสัญญาก่อสร้างอาคารยกกรรมสิทธิ์ให้กระทรวงการคลัง

(๖) ข้อกำหนดตามข้อ ๑๖ และข้อ ๔๕ (๓)

การประมูลตามวรรคแรก จะต้องประกาศโดยทั่วไปให้ประชาชน หรือชุมชนท้องถิ่นทราบ เพื่อให้ประชาชนหรือชุมชนท้องถิ่นได้ใช้สิทธิแสดงความคิดเห็นของตนต่อผู้มีอำนาจจัดให้เช่าก่อนวันยื่นซองประมูล ทั้งนี้ ต้องไม่น้อยกว่า ๑๕ วันนับแต่วันประกาศ

ความคิดเห็นของประชาชนและชุมชนท้องถิ่นในวรรคสอง ให้ผู้มีอำนาจจัดให้เช่านำไปใช้ประกอบการพิจารณาผลการประมูลด้วย โดยหลักเกณฑ์และข้อกำหนดในการประกาศให้เป็นไปตามคำสั่งกรมธนารักษ์

ข้อ ๑๑ การประมูลเพื่อจัดให้เช่าอาคารหรือสิ่งปลูกสร้างราชพัสดุให้กำหนดเงื่อนไขเพิ่มเติมจากข้อ ๕ ดังนี้

(๑) ให้สิทธิการเช่าอาคารตามกำหนดเวลาที่อธิบดีเห็นชอบ

(๒) จะต้องประกันอสังหาริมทรัพย์ในอัตราไม่ต่ำกว่ามูลค่าอาคารหรือสิ่งปลูกสร้างในนามกระทรวงการคลังเป็นผู้เอาประกันและเป็นผู้รับประโยชน์ตลอดอายุสัญญาเช่า โดยผู้เช่าเป็นผู้ชำระเบี้ยประกันภัยแทนกระทรวงการคลังทั้งสิ้น ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ราชการอธิบดีจะให้ผู้เช่าประกันวินาศภัยอาคารก็ได้

(๓) ผู้เช่าต้องเสียภาษีโรงเรือนและที่ดิน ภาษีบำรุงท้องที่ หรือภาษีอื่นใด ตลอดจนค่าธรรมเนียมและค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่ใช้บังคับอยู่ในขณะนี้ หรือหากมีต่อไปในภายหน้าแทนกระทรวงการคลังทั้งสิ้น

(๔) การนำสิทธิการเช่าที่ประมูลได้ไปทำเงื่อนไขผูกพันในการกู้เงิน หรือเบิกเงินเกินบัญชี หรือค้ำประกันเงินกู้ จะดำเนินการได้ต่อเมื่อได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจากกรมธนารักษ์ โดยหลักเกณฑ์การอนุญาตให้เป็นไปตามคำสั่งกรมธนารักษ์

(๕) ข้อกำหนดตามข้อ ๑๘

ข้อ ๑๒ การจัดให้เช่าโดยไม่ต้องประมูลให้กำหนดเงื่อนไขแต่เฉพาะตามข้อ ๕ (๑) และ ๕ (๔) แต่ถ้าเป็นการจัดให้เช่าอาคารหรือสิ่งปลูกสร้างตามข้อ ๑๔ ให้กำหนดเงื่อนไขตามข้อ ๑๑ เพิ่มเติม

การนำสิทธิการปลูกสร้างอาคารหรือสิ่งปลูกสร้าง หรือสิทธิการเช่าที่ราชพัสดุไปทำเงื่อนไขผูกพันในการกู้เงิน หรือเบิกเงินเกินบัญชี หรือค้ำประกันเงินกู้ จะดำเนินการได้ต่อเมื่อได้รับอนุญาตเป็นหนังสือจากกรมธนารักษ์ โดยหลักเกณฑ์การอนุญาตให้เป็นไปตามคำสั่งกรมธนารักษ์

สำหรับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ไม่สามารถปลูกสร้างอาคารยกกรรมสิทธิ์ให้กระทรวงการคลังด้วยทุนทรัพย์ของตนเอง หากประสงค์จะให้ผู้อื่นเป็นผู้ลงทุนปลูกสร้าง ต้องดำเนินการหาผู้ลงทุนปลูกสร้างโดยวิธีประมูลตามเงื่อนไขที่อธิบดีเห็นสมควร

ข้อ ๑๓ ที่ดินราชพัสดุแปลงใดมีขนาดหรือจำนวนเนื้อที่ไม่เพียงพอหรือไม่สามารถปลูกสร้างอาคารได้ตามกฎหมายที่ว่าด้วยการควบคุมอาคารหรือข้อบัญญัติท้องถิ่น ให้เจ้าของที่ดินที่อยู่ติดกับที่ดินราชพัสดุแปลงนี้มีสิทธิเช่าก่อนโดยไม่ต้องประมูล เมื่อได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการที่ราชพัสดุ ตามกฎกระทรวงข้อ ๒๖ (๘) และถ้าเป็นกรณีการปลูกสร้างอาคารหรือสิ่งปลูกสร้างคาบเกี่ยวกับที่ราชพัสดุ ให้เป็นดุลพินิจของอธิบดีที่จะกำหนดเงื่อนไขการยกกรรมสิทธิ์อาคารที่ปลูกสร้างและกำหนดเงื่อนไขการเช่าอื่นตามที่เห็นสมควร โดยคำนึงถึงสภาพทำเลและประโยชน์ที่ทางราชการจะได้รับเป็นสำคัญ

ข้อ ๑๔ อาคารหรือสิ่งปลูกสร้างที่มีลักษณะหรือที่สร้างขึ้นเพื่อใช้ในกิจการดังต่อไปนี้  
ต้องยกกรรมสิทธิ์ให้กระทรวงการคลัง

(๑) อาคารสูง อาคารขนาดใหญ่ อาคารขนาดใหญ่พิเศษ

(๒) อาคารตึกห้องเดียว ตึกแถว ห้องแถว อาคารพาณิชย์ อาคารแถวอยู่อาศัย อาคารที่พัก

อาศัยรวม

(๓) อาคารโรงงานอุตสาหกรรม

(๔) อาคารโรงแรม

(๕) อาคารโรงแรมหรืออาคารที่พักแรม

(๖) ท่าเรือ

(๗) อาคารคลังสินค้า

(๘) อาคารโรงพยาบาลหรือสถานพยาบาล

(๙) อาคารโรงรับจำนำ ธนาคาร สถาบันการเงิน บริษัทประกันภัย อาคารสำนักงาน

(๑๐) อาคารตลาด

(๑๑) อาคารสถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงหรือแก๊ส

(๑๒) อาคารสถานีขนส่งหรืออาคารจอดรถ

(๑๓) อาคารสโมสร สมาคม

(๑๔) อาคารหรือสิ่งปลูกสร้างอื่นที่อธิบดีจะประกาศเพิ่มเติมเป็นคราว ๆ ไป

อาคารหรือสิ่งปลูกสร้างที่สร้างขึ้นเพื่อใช้ในกิจการดังต่อไปนี้ต้องยกกรรมสิทธิ์  
ให้กระทรวงการคลังเมื่อเลิกสัญญาเช่า เลิกใช้เพื่อกิจการตามวัตถุประสงค์การเช่า หรือทางราชการ  
มีความประสงค์จะใช้ที่ดินเพื่อประโยชน์ของรัฐ

(๑) โรงเรียน

(๒) มูลนิธิ

(๓) อาคารหรือสิ่งปลูกสร้างที่ใช้ในกิจการขององค์กรอื่นของรัฐ

(๔) อาคารหรือสิ่งปลูกสร้างตามวรรคแรก (๑) ถึง (๑๓) ซึ่งอธิบดีเห็นสมควรเพื่อประโยชน์

สาธารณะหรือมีความจำเป็นเพื่อประโยชน์ทางราชการ

(๕) อาคารหรือสิ่งปลูกสร้างอื่นที่อธิบดีจะประกาศเพิ่มเติมเป็นคราว ๆ ไป



## หน้า ๕

เล่ม ๑๒๖ ตอนพิเศษ ๑๔๒ ง

ราชกิจจานุเบกษา

๒๕ กันยายน ๒๕๕๒

ข้อ ๑๕ ให้เรียกเก็บหลักประกันการเช่าที่ราชพัสดุจากผู้เช่าในอัตรา

(๑) สัญญาเช่าที่ดินให้เก็บเท่ากับค่าเช่า ๑ ปี

(๒) สัญญาเช่าอาคารและสิ่งปลูกสร้างอื่นให้เก็บเท่ากับค่าเช่า ๓ เดือน

หลักประกันการเช่าตาม (๑) และ (๒) จะใช้เงินสด เช็คเงินสด พันธบัตรรัฐบาล พันธบัตรรัฐวิสาหกิจหรือหนังสือค้ำประกันของธนาคารพาณิชย์ภายในประเทศก็ได้

ความในวรรคแรกไม่ใช้บังคับกับผู้เช่าซึ่งเป็นองค์กรอื่นของรัฐ รัฐวิสาหกิจ หรือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ข้อ ๑๖ กรณีผู้ได้สิทธิการก่อสร้างอาคารหรือสิ่งปลูกสร้างตามสัญญาก่อสร้างอาคารยกกรรมสิทธิ์ให้กระทรวงการคลังมาโดยการประมูล ขออนุญาตเปลี่ยนแปลงรายการก่อสร้างในระหว่างการก่อสร้างให้นำมูลค่าของวัสดุที่มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นและลดลงในคราวเดียวกันหักลบกันได้ หากมูลค่าของอาคารหรือสิ่งปลูกสร้างลดลงให้เรียกเก็บเงินทดแทนราคาที่ลดลงนั้นด้วย

ข้อ ๑๗ กรณีผู้เช่าเดิมที่ได้รับสิทธิการก่อสร้างอาคารหรือสิ่งปลูกสร้างตามสัญญาก่อสร้างอาคารยกกรรมสิทธิ์ให้กระทรวงการคลัง ขออนุญาตเปลี่ยนแปลงการก่อสร้างในระหว่างการก่อสร้างให้นำมูลค่าที่มีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นและลดลงในคราวเดียวกันหักลบกันได้ หากมูลค่าลดลงไม่เรียกเก็บราคามูลค่าส่วนที่ลดลง

ข้อ ๑๘ กรณีผู้เช่าต้องซ่อมแซมปรับปรุงอาคารตามเงื่อนไขในสัญญาเช่า หรือผู้เช่าขออนุญาตเปลี่ยนแปลง รื้อถอน ดัดแปลงอาคารให้นำมูลค่าของวัสดุที่เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นและลดลงในคราวเดียวกันหักลบกันได้ แต่หากมูลค่าอาคารหรือสิ่งปลูกสร้างลดลงให้เรียกเก็บเงินทดแทนราคาที่ลดลงนั้นด้วย

กรณีผู้เช่าได้รับอนุญาตให้รื้อถอนอาคารที่เช่าทิ้งหลังโดยไม่ได้ปลูกสร้างอาคารใหม่ทดแทนเนื่องจากเหตุที่อาคารที่เช่าชำรุดเสื่อมโทรมจนไม่สามารถใช้ประโยชน์ต่อไปได้ หรืออาจเกิดภัยอันตรายจากอาคารนั้น หรือมีเหตุอื่น ๆ ที่จำเป็นต้องรื้อถอนโดยเหตุนั้นมีได้เกิดจากผู้เช่าหรือบริวาร กรณีเช่นนี้ไม่เรียกเก็บค่าชดเชยอาคารที่รื้อถอนดังกล่าว แต่ทั้งนี้ ผู้เช่าจะต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขที่อธิบดีเห็นสมควรกำหนดเพื่อประโยชน์ของราชการเป็นสำคัญ

## หมวด ๓

## วิธีการจัดให้เช่าและระยะเวลาเช่า

ข้อ ๑๙ การจัดให้เช่าที่ดินเพื่ออยู่อาศัยขึ้นใหม่ให้ดำเนินการ ดังนี้

(๑) ให้ผู้มีอำนาจในการจัดให้เช่าดำเนินการให้มีการปิดประกาศโดยเปิดเผย ณ ที่ทำการของผู้มีอำนาจในการจัดให้เช่า สำนักงานธนารักษ์พื้นที่ สำนักงานเขตหรือที่ว่าการอำเภอหรือกิ่งอำเภอ หรือที่ทำการองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นแล้วแต่กรณี ซึ่งที่ราชพัสดุแปลงที่จะจัดให้เช่าตั้งอยู่ รวมทั้งบริเวณที่ราชพัสดุที่จะจัดให้เช่า

(๒) ให้จัดการให้เช่าเพื่ออยู่อาศัยตามลำดับก่อนและหลัง ดังนี้

- (๒.๑) ผู้ที่อยู่อาศัยในที่ดินแปลงที่จะจัดให้เช่ามาแต่เดิมโดยชอบหรือสุจริต
- (๒.๒) ผู้เดือดร้อนที่อยู่อาศัยเพราะถูกขับไล่หรือถูกไฟไหม้ที่อยู่อาศัย
- (๒.๓) ข้าราชการ ลูกจ้างประจำ และพนักงานราชการของส่วนราชการ
- (๒.๔) พนักงาน ลูกจ้างประจำและพนักงานราชการขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่น
- (๒.๕) เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานของรัฐหรือ องค์กรอื่นของรัฐ
- (๒.๖) ผู้ไม่มีที่ดินเป็นของตนเอง

(๓) ให้จัดที่ดินให้เช่าได้ไม่เกิน ๑๐๐ ตารางวาต่อครอบครัว แต่หากมีเหตุผลและความจำเป็น อธิบดีอาจพิจารณาจัดให้เช่าเกินกว่า ๑๐๐ ตารางวาก็ได้

ความในข้อนี้ไม่ใช้บังคับกรณีการจัดให้ผู้เช่าเดิมที่ทางราชการบอกเลิกสัญญาเช่าไปแล้ว หรือทายาทผู้เช่าเดิมหรือผู้ได้กรรมสิทธิ์ซึ่งปลูกสร้างบนที่ดินราชพัสดุที่จัดให้เช่าเพื่ออยู่อาศัยมาก่อนแล้ว ได้รับสิทธิการเช่าต่อไป

ข้อ ๒๐ การจัดให้เช่าที่ดินเพื่อเกษตรกรรม ขึ้นใหม่ให้ดำเนินการดังนี้

(๑) ให้ผู้มีอำนาจในการจัดให้เช่าดำเนินการให้มีการปิดประกาศโดยเปิดเผย ณ ที่ทำการของผู้มีอำนาจในการจัดให้เช่า สำนักงานธนารักษ์พื้นที่ สำนักงานเขต หรือที่ว่าการอำเภอหรือกิ่งอำเภอหรือที่ทำการองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นแล้วแต่กรณี ซึ่งที่ราชพัสดุแปลงที่จะจัดให้เช่าตั้งอยู่ รวมทั้งบริเวณที่ราชพัสดุที่จะจัดให้เช่า

(๒) ให้จัดการให้เช่าเพื่อเกษตรกรรมตามลำดับก่อนและหลัง ดังนี้

- (๒.๑) ผู้ที่ประกอบการเกษตรในที่ดินแปลงที่จะจัดให้เช่ามาแต่เดิมโดยชอบหรือสุจริต
- (๒.๒) ผู้ที่รัฐมีนโยบายให้ความช่วยเหลือในเรื่องที่ดินทำกิน
- (๒.๓) ผู้มีอาชีพเกษตรกรซึ่งยากจน ไม่มีที่ดินทำกิน
- (๒.๔) ผู้มีอาชีพเกษตรกรซึ่งมีที่ดินไม่พอทำกิน

(๓) ให้จัดที่ดินให้เช่าได้ไม่เกิน ๑๕ ไร่ ต่อครอบครัว แต่หากมีเหตุผลและความจำเป็น อธิบดีอาจพิจารณาจัดให้เช่าเกินกว่า ๑๕ ไร่ก็ได้

ความในข้อนี้ไม่ใช้บังคับกรณีการจัดให้ผู้เช่าเดิมที่ทางราชการบอกเลิกสัญญาเช่าไปแล้วหรือ ทายาทผู้เช่าเดิมที่จัดให้เช่าเพื่อเกษตรกรรมมาก่อนแล้วได้รับสิทธิการเช่าต่อไป

ข้อ ๒๑ กรณีการเช่าที่ดินเพื่ออยู่อาศัย เพื่อประกอบการเกษตร หรือเพื่อประโยชน์อย่างอื่น และกรณีการเช่าอาคาร ถ้าผู้เช่าขอเปลี่ยนแปลงวัตถุประสงค์การเช่าหรือขอลูกสร้างอาคาร เพื่อยกกรรมสิทธิ์ให้กระทรวงการคลัง ให้เป็นดุลพินิจของอธิบดีที่จะพิจารณาอนุญาตได้ โดยคำนึงถึงสภาพ ทำเลและผลประโยชน์ที่ทางราชการจะได้รับเป็นสำคัญ

ในการพิจารณาอนุญาตตามความในวรรคแรก จะต้องดำเนินการรับฟังความคิดเห็นจาก ประชาชนและชุมชนท้องถิ่นตามข้อ ๑๐ วรรคสองและวรรคสามก่อน

ข้อ ๒๒ กรณีสัญญาเช่าที่ดินเพื่ออยู่อาศัยระดับเพราะอาคารหรือสิ่งปลูกสร้างใด ๆ ของผู้เช่า ถูกเพลิงไหม้ ถ้าผู้เช่าเดิมประสงค์จะขอเช่าที่ดินเพื่ออยู่อาศัยต่อไปให้เป็นดุลพินิจของอธิบดี ที่จะพิจารณาอนุญาตได้ แต่ถ้าสภาพหรือทำเลของที่ดินสมควรทำการปรับปรุงปลูกสร้างอาคารเพื่อยกกรรมสิทธิ์ให้กระทรวงการคลังให้ปฏิบัติดังนี้

(๑) ถ้าผู้เช่าเดิมประสงค์จะขอลูกสร้างและยินยอมปฏิบัติตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่ กรมธนารักษ์กำหนด ให้อนุญาตให้ผู้เช่าเดิมเป็นผู้ได้รับสิทธิ

(๒) ถ้าผู้เช่าเดิมไม่สามารถปลูกสร้างหรือไม่สามารถปฏิบัติตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่ กรมธนารักษ์กำหนด ให้ดำเนินการเปิดประมูลหาผู้ลงทุนปลูกสร้างอาคารเป็นการทั่วไป และให้ผู้เช่าเดิมได้รับสิทธิการเช่าอาคารก่อนบุคคลอื่นรายละเอียด ๑ คูหา โดยผู้เช่าเดิมต้องเสียเงินชดเชย ค่าก่อสร้างอาคารราคาปานกลางให้ผู้ประมูลได้ตามที่กรมธนารักษ์จะกำหนด

ข้อ ๒๓ ระยะเวลาเช่าที่ราชพัสดุให้มีกำหนดไม่เกิน ๓๐ ปี

กรณีการจัดให้เช่าเป็นการชั่วคราวตามความในกฎกระทรวง ข้อ ๒๕ วรรคแรก ให้ระยะเวลาเช่า เป็นไปตามที่ตกลงกับกระทรวง ทบวง กรม องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นที่สงวนที่ราชพัสดุนั้นไว้

สำหรับระยะเวลาการจัดให้ผู้บุกรุกเช่าที่ราชพัสดุตามกฎกระทรวงข้อ ๒๕ วรรคสามจะต้อง ปฏิบัติตามระเบียบกระทรวงการคลังที่ตราขึ้นเพื่อให้เป็นไปตามกฎกระทรวงดังกล่าวก่อนด้วย

ข้อ ๒๔ ในกรณีที่สัญญาเช่าที่ดินราชพัสดุสิ้นสุดลง หากเห็นสมควรให้ต่อสัญญาเช่าต่อไป ให้ต่อสัญญาเช่าได้ ไม่เกินกำหนดระยะเวลาเช่าที่ดินตามข้อ ๒๓

## หน้า ๑๒

เล่ม ๑๒๖ ตอนพิเศษ ๑๔๒ ง

ราชกิจจานุเบกษา

๒๕ กันยายน ๒๕๕๒

ข้อ ๒๕ ในกรณีที่สัญญาเช่าอาคารราชพัสดุสิ้นสุดลง หากเห็นสมควรให้ต่อสัญญาเช่าต่อไป ให้ต่อสัญญาเช่าได้ครั้งละไม่เกิน ๕ ปี

ในกรณีที่ผู้เช่าประสงค์จะขอต่อสัญญาเช่าเกินกว่ากำหนดเวลาดังกล่าว ให้อธิบดีพิจารณาอนุมัติได้ตามความเหมาะสม

ข้อ ๒๖ กรณีที่สัญญาเช่าที่ราชพัสดุสิ้นสุดลง หากเห็นสมควรให้ต่อสัญญาเช่าต่อไป ให้พิจารณาตามหลักเกณฑ์ดังต่อไปนี้

(๑) ถ้าผู้เช่าครอบครองสถานที่เช่าอยู่ในขณะที่สัญญาเช่าสิ้นสุด ให้ผู้เช่าเป็นผู้ได้รับสิทธิการเช่า

(๒) ถ้าผู้เช่านำที่ราชพัสดุไปให้เช่าช่วงโดยได้รับอนุญาตจากผู้ให้เช่า ให้ถือว่าผู้เช่ายังคงครอบครองสถานที่เช่าและให้เป็นผู้ได้รับสิทธิการเช่า

(๓) ถ้าผู้เช่านำที่ราชพัสดุไปให้เช่าช่วงโดยไม่ได้รับอนุญาต ให้เป็นอำนาจของอธิบดีที่จะพิจารณาจัดให้ผู้เช่าช่วงเป็นผู้เช่าต่อกรมธนารักษ์โดยตรงก็ได้ โดยหลักเกณฑ์การพิจารณาให้เป็นไปตามคำสั่งกรมธนารักษ์

(๔) การเช่าที่ดินราชพัสดุเพื่ออยู่อาศัย ถ้าผู้เช่านำที่ดินที่เช่าไปให้เช่าช่วงหรือยินยอมให้บุคคลอื่นมาใช้ประโยชน์โดยมิได้รับอนุญาตจากผู้ให้เช่า และผู้เช่าช่วงหรือบุคคลผู้ใช้ประโยชน์นั้นเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์และอยู่อาศัยในอาคารสิ่งปลูกสร้างในที่ราชพัสดุนั้น ให้ผู้มีอำนาจจัดให้เช่าดำเนินการจัดให้ผู้เช่าช่วงหรือบุคคลผู้ใช้ประโยชน์เป็นผู้ได้รับสิทธิการเช่าโดยตรง

กรณีองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นผู้เช่าและนำที่ราชพัสดุไปจัดหาประโยชน์ตามอำนาจหน้าที่ ให้เป็นดุลพินิจของอธิบดีที่จะพิจารณาให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หรือผู้เช่าหรือผู้ครอบครองสถานที่เช่าเป็นผู้เช่าก็ได้ โดยคำนึงถึงความจำเป็นและเหมาะสมรวมทั้งผลประโยชน์ที่ทางราชการจะได้รับเป็นสำคัญ

## หมวด ๔

## วิธีการประมูลจัดให้เช่าที่ราชพัสดุ

## ส่วนที่ ๑

## วิธีประมูล

ข้อ ๒๗ ให้ผู้มีอำนาจในการจัดให้เช่าดำเนินการให้มีการปิดประกาศประมูลโดยเปิดเผย ที่ทำการของผู้มีอำนาจในการจัดให้เช่า สำนักงานธนารักษ์พื้นที่ สำนักงานเขต หรือ ที่ว่าการอำเภอ หรือที่ว่าการกิ่งอำเภอแล้วแต่กรณีซึ่งที่ราชพัสดุแปลงที่จะเปิดประมูลตั้งอยู่ รวมทั้งบริเวณที่ราชพัสดุ

ที่จะเปิดประมูลด้วยและส่งไปประกาศทางวิทยุกระจายเสียงและหรือลงประกาศในหนังสือพิมพ์  
กรมประชาสัมพันธ์ องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย ศูนย์รวมข่าวประกวดราคาและสำนักงาน  
การตรวจเงินแผ่นดินหรือสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินภูมิภาค แล้วแต่กรณี และหากเห็นสมควร  
จะส่งประกาศไปยังผู้มีอาชีพเกี่ยวกับงานประมูลโดยตรงหรือจะโฆษณาโดยวิธีอื่นอีกก็ได้

ในการส่งประกาศการประมูลให้ศูนย์รวมข่าวประกวดราคาและสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน  
หรือสำนักงานการตรวจเงินแผ่นดินภูมิภาค ให้ส่งเอกสารประกวดราคาไปพร้อมกันโดยมีสาระสำคัญของ  
ของการประมูลดังนี้

- (๑) รายละเอียดเกี่ยวกับที่ราชพัสดุที่ต้องการให้เช่า
- (๒) คุณสมบัติของผู้มีสิทธิเข้าประมูล
- (๓) กำหนดวัน เวลารับซอง ปิดการรับซอง และเปิดซองประมูล
- (๔) สถานที่ขอรับหรือขอซื้อเอกสารการประมูล และราคาของเอกสาร

การดำเนินการในสองวรรคดังกล่าวข้างต้น ต้องกระทำก่อนวันรับซองประมูลไม่น้อยกว่า  
๓๐ วัน

ข้อ ๒๘ การให้หรือขายเอกสารการประมูล ในกรุงเทพมหานครให้กระทำ ณ กรมธนารักษ์  
ในจังหวัดอื่นให้กระทำ ณ สำนักงานธนารักษ์พื้นที่ซึ่งที่ราชพัสดุแปลงที่จะเปิดประมูลตั้งอยู่ หรือ  
สถานที่อื่นที่สะดวกและไม่เป็นเขตหวงห้ามที่ผู้มีอำนาจจัดให้เช่าเห็นสมควร กับจะต้องจัดเตรียมไว้ให้  
มากพอสำหรับความต้องการของผู้มาขอรับหรือขอซื้อรายละเอียด ๑ ชุด โดยไม่มีเงื่อนไขในการให้หรือขาย  
ในกรณีที่มีการขาย ให้กำหนดราคาพอสมควรกับค่าใช้จ่ายที่ทางราชการต้องเสียไปในการจัดทำสำเนา  
เอกสารการประมูลนั้น ทั้งนี้ให้เพื่อเวลาไว้สำหรับการคำนวณราคาของผู้ประสงค์จะเข้าประมูล  
โดยอย่างน้อยให้มีขั้นตอนและกำหนดเวลาในการดำเนินการ ดังนี้

(๑) การให้หรือขายเอกสารประมูล ให้ดำเนินการพร้อมกับวันประกาศตามข้อ ๒๗  
และให้มีช่วงเวลาในการให้หรือขายไม่น้อยกว่า ๑๕ วัน

(๒) เมื่อปิดการให้หรือขายตาม (๑) แล้ว อาจจะจัดให้ผู้ประสงค์จะเข้าประมูล  
ไปดูสถานที่และหรือจัดให้มีการชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับการประมูล ทั้งนี้ให้ดำเนินการก่อน  
วันรับซองไม่น้อยกว่า ๑๕ วัน

ถ้ามีการยกเลิกการประมูลครั้งนั้นและมีการประมูลใหม่ ให้ผู้รับหรือซื้อเอกสาร  
การประมูลครั้งก่อนมีสิทธิใช้เอกสารการประมูลนั้นหรือได้รับเอกสารการประมูลใหม่โดยไม่ต้องเสีย  
ค่าซื้อเอกสารการประมูลอีก

ข้อ ๒๕ ประกาศประมวลอย่างน้อยให้แสดงรายการดังต่อไปนี้

(๑) รายละเอียดเกี่ยวกับที่ราชพัสดุที่ต้องการให้เช่า

(๒) คุณสมบัติของผู้เช่าประมวล ซึ่งจะต้องไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกันซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่รัฐบาลของผู้เช่าประมวลจะได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นนั้น

การประมวลจัดให้เช่าที่ดินเพื่อปลูกสร้างอาคารยกกรรมสิทธิ์ให้กระทรวงการคลัง ให้กำหนดคุณสมบัติของผู้เช่าประมวล ดังนี้

(๒.๑) ที่ราชพัสดุที่เปิดประมวลมีเนื้อที่ไม่เกินสองไร่ หรือมีราคาที่ดินไม่เกินสิบล้านบาท ให้สิทธิแก่เอกชน บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล โดยไม่จำกัดทุนจดทะเบียนเข้าร่วมประมวล

(๒.๒) ที่ราชพัสดุที่เปิดประมวลมีเนื้อที่เกินกว่าสองไร่ขึ้นไป หรือมีราคาที่ดินเกินกว่าสิบล้านบาทขึ้นไป ให้สิทธิเฉพาะบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลตามจำนวนทุนที่จดทะเบียนโดยข้อกำหนดในเรื่องจำนวนทุนที่จดทะเบียนให้เป็นไปตามคำสั่งกรมธนารักษ์

(๓) ในกรณีจำเป็นให้ระบุให้ผู้เช่าประมวลส่งรูปแบบและรายละเอียดไปพร้อมกับใบเสนอราคา

(๔) มีเงื่อนไขด้วยว่าของประมวลที่ยื่นต่อทางราชการและลงทะเบียนรับซองแล้ว จะถอนคืนมิได้

(๕) กำหนดสถานที่ วัน เวลา รับซอง ปิดการรับซอง และเปิดซองประมวล

(๖) กำหนดวันเริ่มทำงานและวันแล้วเสร็จโดยประมาณ สำหรับการปลูกสร้างอาคารยกกรรมสิทธิ์ให้กระทรวงการคลัง

(๗) กำหนดให้ผู้เสนอราคาวางหลักประกันของตามชนิดและจำนวนในข้อ ๔๑ และข้อ ๔๒ และให้มีเงื่อนไขว่า ถ้าผู้เช่าประมวลถอนการเสนอราคา หรือไม่ไปทำสัญญาหรือข้อตกลงกับทางราชการภายในกำหนด ทางราชการจะริบหลักประกันของ หรือเรียกร้องจากผู้ค้ำประกัน

(๘) กำหนดเงื่อนไขตามความในหมวด ๒ และอัตราการจ่ายเงินถ้ามี

(๙) ข้อกำหนดว่าผู้ประมวลได้จะต้องวางหลักประกันสัญญาตามอัตราที่กำหนดในข้อ ๔๒

(๑๐) ใบเสนอราคาต้องทำเป็นภาษาไทย ลงราคารวมทั้งสิ้นเป็นตัวเลข และต้องมีตัวหนังสือกำกับ ถ้าตัวเลขและตัวหนังสือไม่ตรงกันให้ถือตัวหนังสือเป็นสำคัญ

(๑๑) ซองประมวลต้องผนึกให้เรียบร้อยก่อนยื่นต่อทางราชการและผู้เสนอราคาจะต้องจัดทำบัญชีรายการเอกสารที่ยื่นของพร้อมซองประมวลด้วย

(๑๒) สถานที่ติดต่อเกี่ยวกับแบบรูปและรายการละเอียดพร้อมทั้งแบบสัญญา (ถ้ามี)

(๑๓) ข้อเสนอสิทธิว่าผู้มีอำนาจจัดให้เข้าทรงไว้ซึ่งสิทธิที่จะงดหรือเลือกผู้เสนอราคา โดยไม่จำเป็นต้องเลือกผู้เสนอราคาและหรือผลประโยชน์สูงสุดเสมอไป รวมทั้งจะพิจารณายกเลิกการประมูล หากมีเหตุที่เชื่อได้ว่าการดำเนินการประมูลกระทำไปโดยไม่สุจริตหรือมีการสมยอมกันในการเสนอราคา หรือเหตุอื่นใดตามที่ทางราชการเห็นสมควรเพื่อประโยชน์ของทางราชการ

ข้อ ๓๐ ก่อนวันเปิดซองประมูล หากมีความจำเป็นที่ต้องชี้แจงหรือให้รายละเอียดเพิ่มเพื่อประโยชน์แก่ทางราชการ หรือมีความจำเป็นต้องแก้ไขรายละเอียดที่เป็นสาระสำคัญ ให้จัดทำเป็นประกาศประมูลเพิ่มเติมและดำเนินการตามข้อ ๒๗ โดยอนุโลม กับแจ้งเป็นหนังสือให้ผู้ที่ขอรับหรือซื้อเอกสารประมูลไปแล้วทุกรายด้วย

การดำเนินการตามวรรคหนึ่ง หากจะเป็นเหตุให้ผู้เสนอราคาไม่สามารถยื่นซองประมูลได้ตามกำหนดเดิม ให้เลื่อนวัน เวลารับซอง ปิดการรับซองและเปิดซองประมูลตามความจำเป็นด้วย

ข้อ ๓๑ นอกจากกรณีที่กำหนดไว้ตามข้อ ๓๐ เมื่อถึงกำหนดวันรับซองประมูล ห้ามมิให้ร่นหรือเลื่อนหรือเปลี่ยนแปลงกำหนดเวลารับซองและเปิดซองประมูล

ข้อ ๓๒ เมื่อคณะกรรมการพิจารณาผลการประมูลได้พิจารณาตามข้อ ๔๐ (๑) แล้ว ปรากฏว่ามีผู้เสนอราคาถูกต้องตามรายการละเอียดและเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในประกาศประมูลเพียงรายเดียว ถ้าคณะกรรมการเห็นว่าไม่มีเหตุผลสมควรที่จะดำเนินการต่อไป โดยไม่ต้องการยกเลิกการประมูลครั้งนั้น ให้ดำเนินการตามข้อ ๔๐ (๒) โดยอนุโลม

ข้อ ๓๓ ในกรณีไม่มีผู้เสนอราคา หรือมีแต่ไม่ถูกต้องตรงตามรายการละเอียดและเงื่อนไขที่กำหนด หรือกรณีที่คณะกรรมการเห็นว่าไม่มีเหตุผลสมควรที่จะดำเนินการตามผลการประมูล ข้อ ๓๒ ให้เสนอผู้มีคำสั่งแต่งตั้งตามข้อ ๓๖ เพื่อรายงานให้อธิบดีพิจารณายกเลิกการประมูลครั้งนั้น

ข้อ ๓๔ หลังจากการประมูลแล้ว แต่ยังไม่ได้ทำสัญญาหรือตกลงกับผู้ประมูลรายใด ถ้ามีความจำเป็นเพื่อประโยชน์ของทางราชการเป็นเหตุให้ต้องเปลี่ยนแปลงสาระสำคัญในรายละเอียดหรือเงื่อนไขที่กำหนดในประกาศประมูล ซึ่งทำให้เกิดความได้เปรียบเสียเปรียบระหว่างผู้เข้าประมูลด้วยกัน ให้อธิบดีพิจารณายกเลิกการประมูลครั้งนั้น

ข้อ ๓๕ เมื่อผู้มีคำสั่งแต่งตั้งได้รับความเห็นและเอกสารจากคณะกรรมการพิจารณาผลการประมูลตามข้อ ๔๐ (๑) แล้ว ให้พิจารณาจัดให้เข้าที่ราชพัสดุตามระเบียบฉบับนี้ต่อไป

## ส่วนที่ ๒

## กรรมการ

ข้อ ๓๖ ให้ผู้มีอำนาจในการจัดให้เข้าแต่งตั้งคณะกรรมการขึ้นเพื่อปฏิบัติการตามระเบียบนี้คือ

(๑) คณะกรรมการรับและเปิดซองประมูล

(๒) คณะกรรมการพิจารณาผลการประมูล

ข้อ ๓๗ คณะกรรมการตามข้อ ๓๖ แต่ละคณะให้ประกอบด้วยประธานกรรมการ ๑ คน และกรรมการอย่างน้อย ๒ คน โดยให้แต่งตั้งจากข้าราชการในสังกัดกรมธนารักษ์โดยคำนึงถึงลักษณะงานหน้าที่ และความรับผิดชอบของผู้ได้รับการแต่งตั้งเป็นสำคัญ ในกรณีจำเป็นหรือเพื่อประโยชน์ของทางราชการจะแต่งตั้งข้าราชการจากหน่วยงานอื่นในสังกัดกระทรวงการคลัง หรือส่วนราชการอื่นร่วมเป็นกรรมการด้วยก็ได้แต่จะต้องแต่งตั้งจากข้าราชการในสังกัดกรมธนารักษ์ไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งร่วมเป็นกรรมการด้วย

ความในวรรคก่อนไม่ใช้บังคับในกรณีที่กรมธนารักษ์มอบให้ส่วนราชการอื่นเป็นผู้มีอำนาจในการจัดให้เข้าแทน แต่ทั้งนี้ ส่วนราชการที่ได้รับมอบอำนาจจะต้องแต่งตั้งข้าราชการในสังกัดไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งร่วมเป็นกรรมการ

ถ้าประธานกรรมการไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้ ให้ผู้มีอำนาจในการจัดให้เข้าแต่งตั้งข้าราชการที่มีคุณสมบัติดังกล่าวข้างต้นทำหน้าที่ประธานกรรมการแทน

ในกรณีเมื่อถึงกำหนดเวลารับซองหรือเปิดซองประมูลแล้ว ประธานกรรมการยังไม่มาปฏิบัติหน้าที่ ให้กรรมการที่มาประชุมเลือกกรรมการคนหนึ่งทำหน้าที่ประธานกรรมการในเวลานั้น โดยให้คณะกรรมการดังกล่าวปฏิบัติหน้าที่เฉพาะข้อ ๓๕ แล้ว รายงานประธานกรรมการซึ่งได้รับการแต่งตั้งเพื่อดำเนินการต่อไป

ในการประมูลครั้งเดียวกัน ห้ามแต่งตั้งผู้ที่เป็นกรรมการรับและเปิดซองประมูลเป็นกรรมการพิจารณาผลการประมูล

ในคณะกรรมการพิจารณาผลการประมูลอาจแต่งตั้งผู้ชำนาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิเกี่ยวกับการประมูลเรื่องนั้น ๆ เข้าร่วมเป็นกรรมการด้วยก็ได้



ข้อ ๓๘ ในการประชุมปรึกษาของคณะกรรมการแต่ละคณะต้องมีกรรมการมาพร้อมกัน ไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนกรรมการทั้งหมด ให้ประธานกรรมการและกรรมการแต่ละคนมีเสียงหนึ่งในการลงมติ

มติของคณะกรรมการให้ถือเสียงข้างมาก ผู้ใดไม่เห็นด้วยให้บันทึกความเห็นแย้งไว้ด้วย

ข้อ ๓๙ คณะกรรมการรับและเปิดซองประมูล มีหน้าที่ดังนี้

(๑) รับซองประมูล ลงทะเบียนรับซองไว้เป็นหลักฐาน ลงชื่อกำกับซองและบันทึกไว้ที่หน้าซองว่าเป็นของผู้ใด

(๒) ตรวจสอบหลักประกันซองร่วมกับเจ้าหน้าที่การเงินและให้เจ้าหน้าที่การเงินออกใบรับให้แก่ผู้ยื่นซองไว้เป็นหลักฐาน หากไม่ถูกต้องให้หมายเหตุในใบรับและบันทึกในรายงานด้วย

กรณีหลักประกันซองเป็นหนังสือค้ำประกัน ให้ส่งสำเนาหนังสือค้ำประกันให้ธนาคารหรือบริษัทเงินทุนผู้ออกหนังสือค้ำประกันโดยทางไปรษณีย์ลงทะเบียนตอบรับ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของหนังสือค้ำประกันดังกล่าว

(๓) รับเอกสารหลักฐานต่าง ๆ ตามบัญชีรายการเอกสารของผู้เสนอราคา พร้อมแบบรูปและรายการละเอียด (ถ้ามี) หากไม่ถูกต้องให้บันทึกในรายงานไว้ด้วย

(๔) เมื่อพ้นกำหนดเวลารับซองแล้ว ห้ามรับซองประมูลหรือเอกสารหลักฐานต่าง ๆ ตามเงื่อนไขที่กำหนดในประกาศประมูลอีก

(๕) เปิดซองใบเสนอราคาและอ่านแจ้งราคาหรือรายการที่เสนอพร้อมบัญชีรายการเอกสารหลักฐานต่าง ๆ ของผู้เสนอราคาทุกราย โดยเปิดเผยตามเวลาและสถานที่ที่กำหนดและให้กรรมการทุกคนลงลายมือชื่อกำกับไว้ในใบเสนอราคาและเอกสารประกอบใบเสนอราคาทุกแผ่น แล้วจดราคาและหรือผลประโยชน์จากใบเสนอราคาทุกฉบับลงไว้ในบัญชีเปรียบเทียบราคา

ในกรณีที่เป็นการเปิดประมูลที่ต้องมีข้อเสนอทางเทคนิคและหรือข้อเสนออื่น ๆ ที่แยกจากข้อเสนอด้านราคา ซึ่งต้องพิจารณาทางเทคนิคและอื่น ๆ ก่อนตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ คณะกรรมการรับและเปิดซองประมูลไม่ต้องปฏิบัติหน้าที่ตามวรรคหนึ่ง โดยให้เป็นหน้าที่ของคณะกรรมการพิจารณาผลการประมูลที่จะต้องดำเนินการต่อไป

(๖) เมื่อได้ดำเนินการตาม (๕) แล้วให้ส่งมอบใบเสนอราคาทั้งหมด สำเนาการส่งตรวจสอบหนังสือค้ำประกัน และเอกสารหลักฐานต่าง ๆ บัญชีเปรียบเทียบราคา พร้อมด้วยบันทึกรายงานการดำเนินการต่อคณะกรรมการพิจารณาผลการประมูลทันทีในวันเดียวกัน

ข้อ ๔๐ คณะกรรมการพิจารณาผลการประมูล มีหน้าที่ดังนี้

(๑) ตรวจสอบคุณสมบัติของผู้เสนอราคา ใบเสนอราคา ผลการตรวจสอบ หนังสือค้ำประกัน เอกสารหลักฐานต่าง ๆ แบบรูปและรายการละเอียด (ถ้ามี) แล้วคัดเลือกผู้เสนอราคาที่ต้องตามเงื่อนไขในประกาศประมูล

ในกรณีที่ผู้เสนอราคารายใดเสนอรายละเอียดแตกต่างไปจากที่กำหนดในเงื่อนไขประกาศประมูลในส่วนที่มีสาระสำคัญ และความแตกต่างนั้นไม่มีผลทำให้เกิดการได้เปรียบเสียเปรียบต่อผู้เสนอราคารายอื่น หรือเป็นการผิดพลาดเล็กน้อยให้พิจารณาผ่อนปรนให้เข้าประมูลโดยไม่ตัดผู้เข้าประมูลรายนั้นออก

ในการพิจารณาคณะกรรมการอาจสอบถามข้อเท็จจริงจากผู้เสนอราคารายใดเพิ่มเติมเพื่อนำมาประกอบการพิจารณาก็ได้ แต่จะให้ผู้เสนอราคารายใดเปลี่ยนแปลงสาระสำคัญที่เสนอไว้แล้วมิได้

(๒) พิจารณาคัดเลือกเสนอผู้เสนอราคาที่ตรวจสอบแล้วตาม (๑) ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อทางราชการและเสนอราคาและหรือผลประโยชน์สูงสุดเป็นผู้ประมูลได้

ถ้ามีผู้เสนอราคาและหรือผลประโยชน์เท่ากันหลายราย ให้เรียกผู้เสนอราคาดังกล่าวมาให้เสนอราคาใหม่พร้อมกันด้วยวิธียื่นซองเสนอราคา รายใดไม่มายื่นซองให้ถือว่ารายนั้นยื่นตามราคาและหรือผลประโยชน์ที่เสนอไว้เดิม

ในกรณีมีการเสนอราคาใหม่หรือไม่ก็ตาม ถ้าปรากฏว่าราคาและหรือผลประโยชน์สูงสุดต่ำกว่าที่กำหนดให้เสนอความเห็นต่อผู้มีคำสั่งแต่งตั้งตามข้อ ๓๖ ว่าจะสมควรเปลี่ยนแปลงรายการหรือยกเลิกการประมูลเพื่อดำเนินการประมูลใหม่

(๓) เมื่อได้ดำเนินการไปแล้วได้ผลประการใด ให้เสนอความเห็นพร้อมด้วยเอกสารที่ได้รับไว้ทั้งหมดต่อผู้มีคำสั่งแต่งตั้งตามข้อ ๓๖

### ส่วนที่ ๓

#### หลักประกัน

ข้อ ๔๑ หลักประกันซองหรือหลักประกันสัญญา ให้ใช้หลักประกันอย่างหนึ่งอย่างใด ดังต่อไปนี้

(๑) เงินสด

(๒) เชื้อที่ธนาคารเซ็นส่งจ่ายซึ่งเป็นเชืกลงวันที่ที่ใช้เชืกลงนั้นชำระต่อเจ้าหน้าที่หรือก่อนวันนั้นไม่เกิน ๓ วันทำการ

(๓) หนังสือค้ำประกันของธนาคารภายในประเทศตามแบบที่กำหนดท้ายระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุ

(๔) พันธบัตรรัฐบาลไทย หรือพันธบัตรรัฐวิสาหกิจหรือตราสารอื่นที่ธนาคารแห่งประเทศไทยให้การรับรอง

หนังสือค้ำประกันของบริษัทเงินทุนที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบกิจการเงินทุนเพื่อการพาณิชย์ และประกอบธุรกิจค้ำประกันตามประกาศของธนาคารแห่งประเทศไทยตามรายชื่อบริษัทเงินทุนที่ธนาคารแห่งประเทศไทยได้แจ้งเวียนให้ส่วนราชการต่าง ๆ ทราบแล้วให้ใช้เป็นหลักประกันของได้ โดยอนุโลมให้ใช้แบบหนังสือค้ำประกันของธนาคารตามแบบที่กำหนดท้ายระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการพัสดุ

ข้อ ๔๒ หลักประกันดังกล่าวในข้อ ๔๑ ให้เรียกไว้ตามอัตราดังนี้

(๑) หลักประกันของ ให้กำหนดมูลค่าเป็นจำนวนเต็มในอัตราร้อยละสิบของค่าธรรมเนียมการจัดให้เช่าหรือค่าธรรมเนียมการจัดหาประโยชน์ขั้นด่ำที่ทางราชการกำหนด เศษของสิบบาท ให้ปัดเป็นสิบบาท

(๒) หลักประกันสัญญาเฉพาะการจัดให้เช่าที่ดินเพื่อปลูกสร้างอาคารยกกรรมสิทธิ์ให้กระทรวงการคลัง ให้กำหนดมูลค่าเป็นจำนวนเต็มในอัตราร้อยละสิบของราคาค่าก่อสร้างอาคาร เศษของสิบบาทให้ปัดเป็นสิบบาท

ข้อ ๔๓ ให้คืนหลักประกันให้แก่ผู้เสนอราคาตามหลักเกณฑ์ ดังนี้

(๑) หลักประกันของ ให้คืนให้แก่ผู้เสนอราคาภายใน ๑๕ วันนับแต่วันที่ได้พิจารณาคัดเลือกตามข้อ ๔๐ (๒) เรียบร้อยแล้ว เว้นแต่ผู้เสนอราคารายที่คัดเลือกไว้ ซึ่งเสนอราคาและหรือผลประโยชน์สูงสุดไม่เกิน ๓ รายให้คืนได้ต่อเมื่อได้แจ้งให้ผู้เสนอราคารายหนึ่งรายใดเป็นผู้ประมูลได้ แต่ทั้งนี้ไม่เกิน ๖๐ วัน นับแต่วันที่รับซอง

(๒) หลักประกันสัญญา ให้คืนเมื่อครบกำหนด ๑ ปี นับแต่วันที่ทางราชการได้รับมอบสิ่งปลูกสร้างทั้งหมดถูกต้องเรียบร้อยแล้ว ทั้งนี้ ในกรณีที่สัญญากำหนดให้สิทธิผู้ก่อสร้างสามารถส่งมอบสิ่งปลูกสร้างบางส่วนได้และมีการรับมอบสิ่งปลูกสร้างนั้นแล้ว ให้คืนหลักประกันสัญญาตามสัดส่วนที่รับมอบ เมื่อครบกำหนด ๑ ปี

การคืนหลักประกันที่เป็นหนังสือค้ำประกันของธนาคารหรือหนังสือค้ำประกันของบริษัท  
เงินทุนในกรณีที่ผู้เสนอราคาหรือคู่สัญญาไม่มารับภายในกำหนดเวลาข้างต้น ให้รับส่งคืนฉบับหนังสือ  
ค้ำประกันคืนให้แก่ผู้เสนอราคาหรือคู่สัญญาโดยทางไปรษณีย์ลงทะเบียน โดยเร็วพร้อมกับแจ้งให้  
ธนาคารหรือบริษัทเงินทุนผู้ค้ำประกันทราบด้วย

#### หมวด ๕

#### ค่าปรับและการบอกเลิกสัญญา

ข้อ ๔๔ การใช้ประโยชน์ที่ราชพัสดุโดยละเมิดให้ปฏิบัติดังนี้

(๑) ฟ้องขับไล่และเรียกค่าเสียหาย หรือ

(๒) หากสมควรให้เช่าให้เรียกเก็บค่าเช่า ค่าธรรมเนียมการจัดให้เช่าตามหลักเกณฑ์และ  
วิธีการพิจารณาที่กำหนดไว้ในข้อ ๔ วรรคสอง หลักประกันสัญญาเช่า และหากอธิบดีเห็นสมควรจะ  
เรียกค่าเสียหายด้วยก็ได้

ข้อ ๔๕ กรณีผิดสัญญาให้ดำเนินการบอกเลิกสัญญา และหรือให้รื้อถอนอาคารหรือ  
สิ่งปลูกสร้างแล้วแต่กรณี รวมทั้งเรียกค่าเสียหาย

ในกรณีที่มีเหตุสมควรเพื่อการจัดหาประโยชน์ในที่ราชพัสดุจะไม่บอกเลิกสัญญา และหรือให้  
คงสภาพอาคารหรือสิ่งปลูกสร้างไว้ แล้วแต่กรณีก็ได้ โดยให้อธิบดีพิจารณากำหนดค่าปรับและปฏิบัติ  
ดังนี้

(๑) สัญญาเช่าที่ดิน

(๑.๑) ถ้าผู้เช่าปลูกสร้างอาคารหรือสิ่งปลูกสร้างใดๆ ในที่ดินที่เช่าโดยมิได้รับอนุญาต

(๑.๑.๑) ถ้าเป็นอาคารหรือสิ่งปลูกสร้างเพื่ออยู่อาศัยหรืออาคารที่ไม่ต้อง  
ยกกรรมสิทธิ์ให้กระทรวงการคลังตามข้อ ๑๔ ให้เรียกเก็บค่าปรับในอัตราไม่ต่ำกว่าร้อยละ ๕  
แต่ไม่เกินร้อยละ ๑๐ ของมูลค่าอาคารหรือสิ่งปลูกสร้างดังกล่าว ทั้งนี้ให้เรียกเก็บไม่ต่ำกว่า  
๑,๐๐๐ บาทต่อครั้งที่ผิดสัญญา

(๑.๑.๒) ถ้าเป็นอาคารหรือสิ่งปลูกสร้างอย่างอื่นที่ต้องยกกรรมสิทธิ์ให้  
กระทรวงการคลังตามข้อ ๑๔ นอกจากให้เรียกเก็บค่าธรรมเนียมการจัดหาประโยชน์แล้วให้เรียกเก็บ  
ค่าปรับในอัตราไม่ต่ำกว่าร้อยละ ๑๐ แต่ไม่เกินร้อยละ ๒๐ ของมูลค่าอาคารหรือสิ่งปลูกสร้างดังกล่าว  
 ทั้งนี้ให้เรียกเก็บไม่ต่ำกว่า ๑๐,๐๐๐ บาทต่อครั้งที่ผิดสัญญา

(๑.๒) ถ้าผู้เช่าต่อเติมหรือตัดแปลงอาคารหรือสิ่งปลูกสร้างโดยมิได้รับอนุญาต

(๑.๒.๑) ถ้าเป็นอาคารหรือสิ่งปลูกสร้างอยู่อาศัย หรืออาคารที่ไม่ต้องยกกรรมสิทธิ์ให้กระทรวงการคลังตามข้อ ๑๔ ถ้าการต่อเติมหรือตัดแปลงที่ต้องขออนุญาตต่อเจ้าพนักงานท้องถิ่น ให้เรียกเก็บค่าปรับในอัตราไม่ต่ำกว่าร้อยละ ๕ แต่ไม่เกินร้อยละ ๑๐ ของมูลค่าที่ต่อเติมหรือตัดแปลง ทั้งนี้ให้เรียกเก็บไม่ต่ำกว่า ๑,๐๐๐ บาทต่อครั้งที่ผิดสัญญา

ในกรณีที่เป็นการต่อเติมหรือตัดแปลงซึ่งไม่ต้องขออนุญาตต่อเจ้าพนักงานท้องถิ่น ให้เรียกเก็บค่าปรับเป็นเงิน ๕๐๐ บาทต่อครั้งที่ผิดสัญญา

(๑.๒.๒) ถ้าการต่อเติมหรือตัดแปลงถึงขนาดทำให้อาคารหรือสิ่งปลูกสร้างนั้นต้องยกกรรมสิทธิ์ให้กระทรวงการคลังตามข้อ ๑๔ นอกจากให้เรียกเก็บค่าธรรมเนียมการจัดหาประโยชน์แล้ว ให้เรียกเก็บค่าปรับในอัตราไม่ต่ำกว่าร้อยละ ๑๐ แต่ไม่เกินร้อยละ ๒๐ ของมูลค่าที่ต่อเติมหรือตัดแปลง ทั้งนี้ให้เรียกเก็บไม่ต่ำกว่า ๑๐,๐๐๐ บาทต่อครั้งที่ผิดสัญญา

(๒) สัญญาเช่าอาคารหรือสิ่งปลูกสร้างทุกชนิด

(๒.๑) ถ้าผู้เช่าต่อเติมหรือตัดแปลงอาคารหรือสิ่งปลูกสร้างโดยมิได้รับอนุญาตไม่ถึงขนาดที่อาจกระทบกระเทือนต่อความมั่นคงหรือไม่เปลี่ยนแปลงรูปทรงถึงขนาดเสียความเป็นระเบียบเรียบร้อยหรือความสวยงาม ให้เรียกเก็บค่าปรับในอัตราไม่ต่ำกว่าร้อยละ ๕ แต่ไม่เกินร้อยละ ๑๐ ของมูลค่าที่ต่อเติมหรือตัดแปลง ทั้งนี้ให้เรียกเก็บค่าปรับไม่ต่ำกว่า ๑,๐๐๐ บาทต่อครั้งที่ผิดสัญญา

(๒.๒) ถ้าผู้เช่ารื้อถอนอาคาร หรือสิ่งปลูกสร้างไม่ว่าทั้งหมด หรือแต่บางส่วนโดยมิได้รับอนุญาตให้เรียกเก็บค่าปรับในอัตราไม่ต่ำกว่าร้อยละ ๕ แต่ไม่เกินร้อยละ ๑๐ จากมูลค่าอาคารหรือสิ่งปลูกสร้างที่ถูกรื้อถอน แต่ไม่ต่ำกว่า ๕,๐๐๐ บาทต่อครั้งที่ผิดสัญญา โดยยังไม่รวมถึงค่าเสียหายอื่น

(๓) สัญญาก่อสร้างอาคารยกกรรมสิทธิ์ให้กระทรวงการคลัง

(๓.๑) ถ้าผู้ก่อสร้างลงมือก่อสร้างอาคารก่อนเจ้าหน้าที่ทำการปักผังอาคาร ให้เรียกเก็บค่าปรับในอัตราไม่ต่ำกว่าร้อยละ ๑๐ แต่ไม่เกินร้อยละ ๒๐ ของมูลค่าที่ได้ดำเนินการไปก่อนเจ้าหน้าที่ทำการปักผัง ทั้งนี้ให้เรียกเก็บค่าปรับไม่ต่ำกว่า ๑๐,๐๐๐ บาทต่อครั้งที่ผิดสัญญา

(๓.๒) ถ้าผู้ก่อสร้างเปลี่ยนรายการก่อสร้าง รื้อถอน ต่อเติม หรือตัดแปลงส่วนใดส่วนหนึ่งหรือทั้งหมดของอาคารหรือสิ่งปลูกสร้างก่อนได้รับอนุญาตหรือโดยไม่มีสิทธิจะกระทำได้ ให้เรียกเก็บค่าปรับในอัตราไม่ต่ำกว่าร้อยละ ๑๐ แต่ไม่เกินร้อยละ ๒๐ จากมูลค่าที่เปลี่ยนแปลงรายการก่อสร้าง รื้อถอน ต่อเติม หรือตัดแปลง และถ้าทำให้มูลค่าแห่งอาคารหรือสิ่งปลูกสร้างลดลงให้เรียกเก็บเงินทดแทนราคามูลค่าที่ลดลงอีกส่วนหนึ่งด้วย

(๔) ถ้ากรณีตาม (๒) และ (๓) เป็นเหตุให้อาคารหรือสิ่งปลูกสร้างขาดความมั่นคงแข็งแรง อันอาจจะเป็นอันตรายแก่ชีวิต ร่างกาย ทรัพย์สิน ถ้าเห็นว่าสามารถเสริมความมั่นคงได้ จะให้ผู้ผิควัดสัญญาเสริมความมั่นคงด้วยทุนทรัพย์ของตนเองก็ได้ และให้เรียกค่าปรับด้วย โดยค่าปรับ ให้เรียกเก็บจากมูลค่าอาคารก่อนเสริมความมั่นคง

ในกรณีไม่อาจดำเนินการตามวรรคแรก หรือทำให้ขาดความสวยงามให้รื้อถอนและให้เรียกค่าเสียหายด้วย

(๕) กรณีผิควัดสัญญาโดยนำไปให้เช่าช่วงหรือนำไปจัดหาประโยชน์โดยมิได้รับอนุญาต หากมีเหตุสมควรจะไม่บอกเลิกสัญญา ให้อนุญาตให้ผู้เช่านำไปเช่าช่วงหรือนำไปจัดหาประโยชน์ได้ โดยหลักเกณฑ์การเรียกเก็บค่าปรับเป็นเงินครั้งเดียวให้เป็นไปตามคำสั่งกรมราชักษ์

ในกรณีที่จำเป็นและมีเหตุผล อธิบดีอาจกำหนดให้เรียกเก็บค่าปรับต่ำกว่าอัตราตามที่กำหนดไว้ในวรรคสองก็ได้

ข้อ ๔๖ ผู้ค้างชำระค่าเช่า ภาษีอากร ภาษีบำรุงท้องที่ ภาษีโรงเรือน ค่าธรรมเนียม ค่าปรับ หรือเงินอื่นใด อันจะต้องชำระแก่ทางราชการตามกำหนดเวลานอกจากจะต้องชำระเงินที่ค้างดังกล่าวแล้ว ยังต้องชำระเงินที่เพิ่มขึ้นอีกในอัตราร้อยละ ๑.๕ ต่อเดือนของเงินที่ค้างชำระ เศษของเดือน ให้นับเป็นหนึ่งเดือน

#### หมวด ๖

#### การจัดทำสัญญาต่างตอบแทนอื่น

ข้อ ๔๗ กรณีเอกชนขอสร้างสะพาน ทางเชื่อม ขอบั๊กเส้า พาดสายไฟฟ้า วางท่อประปา ท่อระบายน้ำ วางสายโทรศัพท์ หรือดำเนินการอื่นใดในลักษณะเดียวกันในที่ราชพัสดุให้เรียกเก็บค่าตอบแทนครั้งเดียวเท่ากับค่าเช่าเพื่ออยู่อาศัย ๓๐ ปี

หากเป็นกรณีการขอเพื่อประโยชน์เชิงพาณิชย์ ให้เรียกเก็บค่าตอบแทนในอัตรา ๑.๕ เท่าของค่าตอบแทนในวรรคแรก และถ้าเป็นการขอเพื่อประโยชน์ในธุรกิจจัดสรรที่ดินให้เรียกเก็บค่าตอบแทนในอัตรา ๒ เท่าของค่าตอบแทนในวรรคแรก

ข้อ ๔๘ กรณีเอกชนขอทำทางเชื่อมในที่ราชพัสดุซึ่งมิใช่ทางจำเป็นตามกฎหมาย ให้เรียกเก็บค่าตอบแทนครั้งเดียวเท่ากับราคาที่ดินที่ใช้ทำทางเชื่อมนั้น

## หน้า ๒๓

เล่ม ๑๒๖ ตอนพิเศษ ๑๔๒ ง

ราชกิจจานุเบกษา

๒๕ กันยายน ๒๕๕๒

ข้อ ๔๕ การเรียกเก็บค่าตอบแทนกรณีรัฐวิสาหกิจขอสร้างสะพาน ทางเชื่อม ปีกเสา พาดสายไฟฟ้า วางท่อประปา ท่อระบายน้ำ วางสายโทรศัพท์ หรือดำเนินการอื่นใดในลักษณะเดียวกัน ในที่ราชพัสดุ ให้เป็นไปตามคำสั่งกรมธนารักษ์

ความในวรรคแรกไม่ใช้บังคับกับรัฐวิสาหกิจที่กฎหมายให้อำนาจในการดำเนินการได้โดยไม่ต้องเสียค่าตอบแทนหรือค่าทดแทนแก่เจ้าของที่ดิน และกรณีการปักเสาพาดสายไฟฟ้าแรงสูง

ข้อ ๕๐ การจัดทำสัญญาต่างตอบแทนอื่นในที่ราชพัสดุที่มีราคาที่ดินรวมกับมูลค่าอาคาร หรือสิ่งปลูกสร้าง (ถ้ามี) ซึ่งกำหนดตามระเบียบนี้ไม่เกิน ๑๐๐,๐๐๐,๐๐๐ บาท ให้อธิบดีเป็นผู้อนุญาต โดยกำหนดรายละเอียด และเงื่อนไขของสัญญาตามความเหมาะสม โดยคำนึงถึงสภาพทำเล และประโยชน์ที่ทางราชการจะได้รับเป็นสำคัญ

## หมวด ๗

## การจัดให้เช่าเพื่อสวัสดิการเชิงธุรกิจ

ข้อ ๕๑ หลักเกณฑ์และวิธีการจัดให้เช่าเพื่อการจัดสวัสดิการในเชิงธุรกิจตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการจัดสวัสดิการภายในส่วนราชการ พ.ศ. ๒๕๔๗ ให้เป็นไปตามคำสั่งกรมธนารักษ์

## บทเฉพาะกาล

ข้อ ๕๒ ในระหว่างที่ยังมิได้ออกหลักเกณฑ์และวิธีการ ข้อกำหนด คำสั่ง ตามที่กำหนดไว้ในระเบียบนี้ บรรดาหลักเกณฑ์ วิธีการ อัตราค่าเช่า ค่าธรรมเนียม แบบสัญญา และคำสั่งใด ๆ ที่ออกโดยอาศัยอำนาจตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดหาประโยชน์ในที่ราชพัสดุ พ.ศ. ๒๕๔๗ และที่แก้ไขเพิ่มเติม ให้มีผลใช้บังคับต่อไปได้เท่าที่ไม่ขัดหรือแย้งกับระเบียบฉบับนี้ แต่ทั้งนี้ต้องไม่เกิน ๖ เดือนนับแต่วันที่ระเบียบนี้ใช้บังคับ

ข้อ ๕๓ การประมวลรายได้อันอยู่ในระหว่างดำเนินการและยังไม่แล้วเสร็จในวันทีระเบียบฉบับนี้ใช้บังคับ ให้ดำเนินการตามระเบียบที่ใช้บังคับอยู่เดิมต่อไปจนกว่าจะแล้วเสร็จ

ข้อ ๕๔ ในกรณีที่ผู้เช่าขอเปลี่ยนแปลงวัตถุประสงค์การเช่าหรือขอปลูกสร้างอาคารเพื่อ ยกกรรมสิทธิ์ให้กระทรวงการคลังหรือได้รับสิทธิเป็นผู้พัฒนาที่ราชพัสดุตามระเบียบกระทรวงการคลัง

ว่าด้วยการจัดหาประโยชน์ในที่ราชพัสดุ พ.ศ. ๒๕๔๗ และที่แก้ไขเพิ่มเติมอยู่แล้ว ก่อนวันที่ระเบียบนี้มีผลใช้บังคับ และผู้เช่าได้ตกลงยินยอมรับสิทธิการปลูกสร้างหรือพัฒนาที่ราชพัสดุโดยไม่มีเงื่อนไขใด ๆ ภายในระยะเวลาที่กำหนด แม้ว่าการตกลงยินยอมรับนั้นจะส่งมาในวันหรือหลังวันที่ระเบียบนี้มีผลใช้บังคับแล้วก็ตาม ก็ให้ดำเนินการตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขของระเบียบกระทรวงการคลังฉบับดังกล่าวต่อไปได้

ประกาศ ณ วันที่ ๒๘ กันยายน พ.ศ. ๒๕๕๒

กรณ์ จาติกวณิช

รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง



(สำเนา)

ระเบียบมหาวิทยาลัยบูรพา  
ว่าด้วยการจัดการรายได้หรือผลประโยชน์จากที่ราชพัสดุ และจากอสังหาริมทรัพย์  
ที่เป็นกรรมสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา  
พ.ศ. ๒๕๕๒

เพื่ออนุวัติให้เป็นไปตามกฎกระทรวง ว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการปกครอง ดูแล บำรุงรักษา ไร่ และจัดหาประโยชน์เกี่ยวกับที่ราชพัสดุ พ.ศ. ๒๕๔๕ ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดย กฎกระทรวง ว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการปกครอง ดูแล บำรุงรักษา ไร่ และจัดหาประโยชน์ เกี่ยวกับที่ราชพัสดุ (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๔๕ และ (ฉบับที่ ๓) พ.ศ. ๒๕๔๕

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๑๓ (๕) และมาตรา ๒๑ (๒) และ (๑๔) แห่ง พระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. ๒๕๕๐ สภามหาวิทยาลัยบูรพา จึงวางระเบียบไว้ ดังต่อไปนี้

ข้อ ๑ ระเบียบนี้เรียกว่า “ระเบียบมหาวิทยาลัยบูรพา ว่าด้วยการจัดการรายได้หรือ ผลประโยชน์จากที่ราชพัสดุ และจากอสังหาริมทรัพย์ที่เป็นกรรมสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. ๒๕๕๒”

ข้อ ๒ ระเบียบนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศเป็นต้นไป

ข้อ ๓ ในระเบียบนี้

“ส่วนงาน” หมายความว่า ส่วนงานตามมาตรา ๕ แห่งพระราชบัญญัติ มหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. ๒๕๕๐

“ที่ราชพัสดุ” หมายความว่า ที่ดินอันเป็นที่ราชพัสดุ และอาคารอันติดอยู่กับที่ดิน มีลักษณะเป็นการถาวร หรือประกอบเป็นอันเดียวกับที่ดินนั้น ซึ่งมหาวิทยาลัยมีอำนาจในการ ปกครอง ดูแล บำรุงรักษา จัดการ ไร่ และจัดหาประโยชน์จากทรัพย์สินของมหาวิทยาลัย และ ที่ราชพัสดุตามกฎหมายว่าด้วยที่ราชพัสดุ

“อสังหาริมทรัพย์ของมหาวิทยาลัย” หมายความว่า ที่ดินและสิ่งปลูกสร้างในที่ดินนั้น ซึ่งเป็นของมหาวิทยาลัย

“คณะกรรมการ” หมายความว่า คณะกรรมการจัดการรายได้หรือผลประโยชน์จาก ที่ราชพัสดุและจากอสังหาริมทรัพย์ของมหาวิทยาลัย

-๒-

ข้อ ๔ ให้อธิการบดีแต่งตั้งคณะกรรมการขึ้นคณะหนึ่ง ประกอบด้วย

- |  |                         |
|--|-------------------------|
| (๑) อธิการบดี                                | เป็นประธานกรรมการ       |
| (๒) รองอธิการบดีฝ่ายบริหาร                   | เป็นรองประธานกรรมการ    |
| (๓) รองอธิการบดีที่กำกับฝ่ายแผน              | เป็นกรรมการ             |
| (๔) รองอธิการบดีที่กำกับฝ่ายคลังและทรัพย์สิน | เป็นกรรมการ             |
| (๕) ประธานสภาพนักงาน                         | เป็นกรรมการ             |
| (๖) ผู้แทนหัวหน้าส่วนงานจำนวนไม่เกิน ๕ คน    | เป็นกรรมการ             |
| (๗) ผู้อำนวยการกองอาคารสถานที่               | เป็นกรรมการ             |
| (๘) ผู้อำนวยการกองคลังและทรัพย์สิน           | เป็นกรรมการและเลขานุการ |

การได้มาซึ่งกรรมการตาม (๖) ให้เลือกกันเอง และให้มีวาระการดำรงตำแหน่ง

คราวละ ๒ ปี แต่อาจได้รับเลือกใหม่อีกได้

อธิการบดีอาจแต่งตั้งพนักงานมหาวิทยาลัยในกองคลังและทรัพย์สินคนหนึ่งหรือหลายคนเป็นผู้ช่วยเลขานุการได้

ข้อ ๕ การประชุมของคณะกรรมการ ต้องมีกรรมการมาประชุมไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่งของจำนวนกรรมการทั้งหมดจึงจะเป็นองค์ประชุม

ในการประชุมของคณะกรรมการ ถ้าประธานกรรมการไม่อยู่ในที่ประชุม หรือไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้ ให้รองประธานกรรมการ เป็นประธานที่ประชุม ถ้าประธานกรรมการและรองประธานกรรมการไม่อยู่ในที่ประชุม หรือไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้ ให้ที่ประชุมเลือกกรรมการคนหนึ่งทำหน้าที่ประธานที่ประชุม

ในการประชุมของคณะกรรมการ ถ้ามีการพิจารณาเรื่องเกี่ยวกับตัวกรรมการผู้ใด โดยเฉพาะ กรรมการผู้นั้นไม่มีสิทธิเข้าประชุม

การวินิจฉัยชี้ขาดให้ถือเสียงข้างมาก ถ้ามีคะแนนเสียงเท่ากันให้ประธานในที่ประชุมออกเสียงเพิ่มขึ้นอีกเสียงหนึ่งเป็นเสียงชี้ขาด

ข้อ ๖ คณะกรรมการมีอำนาจและหน้าที่ ดังต่อไปนี้

(๑) ดำเนินการจัดหารายได้หรือผลประโยชน์จากที่ราชพัสดุและอสังหาริมทรัพย์ของมหาวิทยาลัย โดยให้คำนึงถึงวัตถุประสงค์ของมหาวิทยาลัย ตามมาตรา ๑ แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. ๒๕๕๐ รวมถึงความเหมาะสมในการดำเนินงานและการวางแผนเกี่ยวกับการจัดการศึกษา ตลอดจนการพัฒนามหาวิทยาลัยในอนาคต

(๒) กำหนดเวลาการเช่าที่ดินหรืออาคาร เพื่อการให้เช่าตามข้อ ๗ ในกิจการหนึ่งหรือหลายกิจการของผู้เช่ารายหนึ่ง ๆ ต้องมีกำหนดระยะเวลาการเช่า ครั้งละไม่เกิน ๓ ปี

ในกรณีการให้เช่าเพื่อทำกิจการใดเกินกว่า ๓ ปี ให้ขออนุมัติต่อสภามหาวิทยาลัย

-๓-

(๓) กำหนดอัตราค่าเช่ารวมทั้งผลประโยชน์อื่น ค่าเช่าล่วงหน้า หลักประกันสัญญาเช่า มูลค่าสถานที่เช่าซึ่งต้องทำประกันอสังหาริมทรัพย์ (กรณีการเช่าอาคาร) ให้คำนึงถึงความเหมาะสมและวัตถุประสงค์ของการให้เช่าและทำเลของสถานที่ให้เช่า แต่ต้องไม่ต่ำกว่าอัตราค่าเช่าที่ราชพัสดุที่กำหนดไว้ในระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดหาประโยชน์ในที่ราชพัสดุ

ในกรณีที่ผู้เช่าเสนอผลประโยชน์อื่นนอกจากค่าเช่า มิให้นำผลประโยชน์ดังกล่าวมาประเมินเป็นอัตราค่าเช่าด้วย

(๔) กำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการเช่า เงื่อนไขสัญญาเช่า การบอกเลิกสัญญาเช่า การโอนสิทธิการเช่า การกำหนดค่าธรรมเนียมหรือค่าปรับเมื่อมีการฝ่าฝืนการเช่าตลอดจนแบบของสัญญาเช่าให้คำนึงถึงความเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของการให้เช่าตามข้อ ๗ ด้วย

เมื่อคณะกรรมการได้ดำเนินการตามวรรคหนึ่งแล้ว ให้นำร่างสัญญาเช่า เสนอต่อคณะกรรมการที่ปรึกษากฎหมายและระเบียบของสภามหาวิทยาลัย เพื่อพิจารณาตรวจสอบร่างสัญญาเช่าอีกชั้นหนึ่งก่อนที่จะนำไปก่อนนิตินัยกับผู้เช่า

(๕) คณะกรรมการอาจแต่งตั้งให้มีคณะกรรมการไปศึกษาวิเคราะห์หาข้อมูลเกี่ยวกับการใช้สถานที่ หรือข้อเสนอของผู้เช่า ซึ่งจะมีผลผูกพันกับมหาวิทยาลัยต่อไปในสัญญา เพื่อพิจารณาก่อนการออกเรื่องการจัดหารายได้หรือผลประโยชน์จากที่ราชพัสดุและอสังหาริมทรัพย์ของมหาวิทยาลัยก่อนพิจารณาอนุมัติให้เช่า หรือโดยวิธีการอื่นที่มีใช้การเช่าก็ได้ การมอบหมายดังกล่าวอาจทำเป็นประกาศคณะกรรมการหรือคำสั่งคณะกรรมการก็ได้

(๖) คณะกรรมการอาจจัดหารายได้หรือผลประโยชน์จากที่ราชพัสดุและอสังหาริมทรัพย์ของมหาวิทยาลัย โดยวิธีการอื่นที่มีใช้การเช่า ซึ่งจะมีค่าตอบแทนหรือไม่มีค่าตอบแทนก็ได้ หากคณะกรรมการพิจารณาแล้วเห็นสมควรให้กระทำได้ เพราะจะเป็นประโยชน์แก่มหาวิทยาลัย และข้อผูกพันในการใช้ที่ราชพัสดุและอสังหาริมทรัพย์ของมหาวิทยาลัย มีกำหนดระยะเวลาไม่เกิน ๓ ปี ก็สามารถพิจารณาอนุมัติให้กระทำได้ แต่ต้องรายงานให้สภามหาวิทยาลัยทราบด้วย หรือแม้ว่าระยะเวลาการใช้ที่ราชพัสดุและอสังหาริมทรัพย์ของมหาวิทยาลัยไม่เกิน ๓ ปี แต่คณะกรรมการเห็นว่าควรนำเสนอให้สภามหาวิทยาลัยเป็นผู้พิจารณาอนุมัติก่อนทำข้อตกลงผูกพันตามสัญญาต่อไปก็ได้

ข้อ ๗ การจัดหารายได้หรือผลประโยชน์จากที่ราชพัสดุและอสังหาริมทรัพย์ของมหาวิทยาลัย ถ้ากระทำโดยการให้เช่า การให้เช่าต้องมีลักษณะ ดังนี้

๗.๑ การให้เช่าที่ดินเพื่อปลูกสร้างอาคาร ผู้เช่าต้องตกลงยินยอมยกกรรมสิทธิ์ในอาคารที่ปลูกสร้างลงบนที่ดิน ให้แก่กระทรวงการคลัง หรือมหาวิทยาลัย (กรณีอสังหาริมทรัพย์ที่เป็นกรรมสิทธิ์ของมหาวิทยาลัย) หรือ

๗.๒ ต้องเป็นการให้เช่าที่ดินเพื่อประโยชน์อย่างอื่น ซึ่งมีใช้เพื่ออยู่อาศัย เช่น กรณีดังต่อไปนี้

๗.๒.๑ การให้เช่าเพื่อตั้งซุ้มชั่วคราวจำหน่ายอาหาร เครื่องดื่ม หนังสือ อุปกรณ์เกี่ยวกับการศึกษา และของเบ็ดเตล็ดอื่น ๆ หรือ

๗.๒.๒ การให้เช่าเพื่อใช้เป็นสถานที่ติดตั้งป้ายโฆษณาสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของบุคคลภายนอก แต่ทั้งนี้ต้องไม่ส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมและบรรยากาศทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเป็นต้น หรือ

๗.๓ ต้องเป็นการให้เช่าที่ราชพัสดุและอสังหาริมทรัพย์ของมหาวิทยาลัยซึ่งมีใช้ที่ดิน เช่น กรณีดังต่อไปนี้

๗.๓.๑ การให้เช่าอาคาร เพื่อเป็นสถานที่จำหน่ายอาหารเครื่องดื่ม หนังสือ อุปกรณ์เกี่ยวกับการศึกษาและของเบ็ดเตล็ดอื่น ๆ หรือ

๗.๓.๒ การให้เช่าอาคาร เพื่อเป็นสถานที่ให้บริการแก่ผู้ปฏิบัติงานในมหาวิทยาลัยและนิสิตของมหาวิทยาลัย อันได้แก่ ธนาคาร การสื่อสารประเภทต่าง ๆ ร้านถ่ายเอกสาร ร้านซักรีด หรือบริการอื่น เป็นต้น

หากมีกรณีการให้เช่าที่ราชพัสดุและอสังหาริมทรัพย์ของมหาวิทยาลัย นอกจากที่กล่าวไว้ในวรรคหนึ่งให้ขออนุมัติต่อสภามหาวิทยาลัยเป็นกรณีไป

ส่วนการจัดทำสัญญาเช่า และหนังสือค้ำประกันให้มีผลบังคับได้กับผู้เช่าแต่ละรายนั้น ให้ทำเป็นสามฉบับ ต้นฉบับให้เก็บไว้ที่กองคลังและทรัพย์สิน ส่วนคู่ฉบับอีกสองฉบับ ให้เก็บไว้ที่กองอาคารสถานที่ หรือส่วนงานที่ปกครองดูแลที่ราชพัสดุและอสังหาริมทรัพย์ของมหาวิทยาลัยหนึ่งฉบับ และมอบให้แก่ผู้เช่าหนึ่งฉบับ เพื่อเก็บไว้เป็นหลักฐานในการปฏิบัติให้เป็นไปตามข้อผูกพันในสัญญา

หลักทรัพย์การค้ำประกันอาจทำโดยใช้เงินสดหรือค้ำประกันโดยธนาคารก็ได้ และการค้ำประกันต้องมีจำนวนเงินไม่น้อยกว่าสามเท่าของค่าเช่ารายเดือน

ข้อ ๘ ให้ส่วนงานซึ่งประสงค์จะจัดหาประโยชน์ในที่ราชพัสดุและอสังหาริมทรัพย์ของมหาวิทยาลัยที่อยู่ในความปกครองดูแลของส่วนงาน ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ โดยยื่นเรื่องขออนุมัติตามสายการบังคับบัญชาต่ออธิการบดีหรือผู้ที่อธิการบดีมอบหมาย

ในกรณีที่มิบุคคลหรือนิติบุคคล ประสงค์จะขอเช่าที่ราชพัสดุและอสังหาริมทรัพย์ของมหาวิทยาลัยที่อยู่ในความปกครองดูแลของส่วนงานใด ให้ยื่นเรื่องขอเช่าที่ราชพัสดุและอสังหาริมทรัพย์ของมหาวิทยาลัยได้ที่ส่วนงานนั้น เพื่อนำเสนอคณะกรรมการพิจารณาดำเนินการต่อไป

-๕-

ข้อ ๕ การยื่นเรื่องขออนุมัติตามข้อ ๔ ให้ส่วนงานระบุถึงรายละเอียดดังต่อไปนี้

- (๑) เหตุผลและความจำเป็นในการให้เช่าที่ดิน หรืออาคาร
- (๒) รายได้หรือผลประโยชน์ตอบแทน และเงื่อนไขที่มหาวิทยาลัยต้องผูกพัน
- (๓) แผนที่แสดงที่ตั้ง จำนวนเนื้อที่ ระยะเวลาเช่า อัตราค่าเช่า รวมทั้งผลประโยชน์อื่น ค่าเช่าล่วงหน้า หลักประกันสัญญาเช่า มูลค่าสถานที่ที่ต้องทำประกันอสังหาริมทรัพย์ (กรณีเช่าอาคาร)
- (๔) มาตรการดำเนินการที่จะให้เป็นไปตามหลักเกณฑ์นี้

ข้อ ๑๐ ให้กองอาคารสถานที่เป็นผู้รับผิดชอบในการดำเนินงานประสานงาน ติดต่อและติดตามควบคุมดูแลการใช้สถานที่กับส่วนงานที่จะจัดหาประโยชน์ในที่ราชพัสดุและอสังหาริมทรัพย์ของมหาวิทยาลัย ในฐานะหน่วยงานกลางของมหาวิทยาลัย ให้เป็นไปตามระเบียบและหลักเกณฑ์หรือเงื่อนไขที่คณะกรรมการกำหนด

ข้อ ๑๑ ในกรณีที่มีการใช้ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ และหรือค่าสาธารณูปโภคอื่นๆ ในการเช่าที่ดินหรืออาคาร ให้ผู้เช่าเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นค่าบริการ ค่าวัสดุอุปกรณ์ หรือค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ข้อ ๑๒ รายได้หรือผลประโยชน์ที่ได้จากการดำเนินการตามระเบียบนี้ให้นำเข้าเป็นรายได้ของมหาวิทยาลัย และต้องจัดการเพื่อประโยชน์ตามวัตถุประสงค์ของมหาวิทยาลัย

กรณีรายได้หรือผลประโยชน์ตามวรรคหนึ่ง ให้มหาวิทยาลัยจัดสรรเงินรายได้ หรือผลประโยชน์ดังกล่าวส่วนหนึ่ง ให้แก่ส่วนงานผู้รับผิดชอบนั้น

ข้อ ๑๓ ให้ส่วนงานซึ่งประสงค์จะจัดหาประโยชน์ในที่ราชพัสดุและอสังหาริมทรัพย์ของมหาวิทยาลัย ที่อยู่ในความปกครองดูแลของส่วนงานนั้น เป็นผู้รับผิดชอบในการปฏิบัติให้เป็นไปตามสัญญาและระเบียบนี้ หรือระเบียบอื่นที่เกี่ยวข้อง

ในกรณีที่มีปัญหาสำคัญเกี่ยวกับการปฏิบัติตามสัญญา ซึ่งอาจเป็นเหตุให้มีการบอกเลิกสัญญา ให้ส่วนงานรายงานข้อเท็จจริงพร้อมแนบเอกสารที่เกี่ยวข้อง พร้อมเสนอความเห็นในเรื่องดังกล่าวต่ออธิการบดี โดยมีชกซ้ำ เพื่อมหาวิทยาลัยจะได้ดำเนินการตามสัญญาต่อไป

ข้อ ๑๔ การต่ออายุสัญญาเช่าให้ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์เช่นเดียวกับการจัดทำสัญญาในครั้งแรก

ข้อ ๑๕ ให้อธิการบดีหรือผู้ที่อธิการบดีมอบหมายเป็นผู้ลงนามในสัญญาใด ๆ ตามระเบียบนี้



(สำเนา)

ระเบียบมหาวิทยาลัยบูรพา  
ว่าด้วยการจัดการรายได้หรือผลประโยชน์จากราชพัสดุและจากอสังหาริมทรัพย์ที่เป็นกรรมสิทธิ์ของ  
มหาวิทยาลัยบูรพา (ฉบับที่ ๒)  
พ.ศ. ๒๕๕๔

โดยที่เป็นการสมควรแก้ไขเพิ่มเติมระเบียบมหาวิทยาลัยบูรพา ว่าด้วยการจัดการรายได้หรือ  
ผลประโยชน์จากราชพัสดุและจากอสังหาริมทรัพย์ที่เป็นกรรมสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา และตามมติ  
คณะกรรมการจัดการรายได้หรือผลประโยชน์จากราชพัสดุและอสังหาริมทรัพย์ที่เป็นกรรมสิทธิ์ของ  
มหาวิทยาลัยบูรพา ในการประชุมครั้งที่ ๘/๒๕๕๓ วันที่ ๒ พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๕๓

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๑๓ (๕) และมาตรา ๒๑ (๒) และ (๑๔) แห่งพระราชบัญญัติ  
มหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. ๒๕๕๐ สภามหาวิทยาลัยบูรพา ในการประชุมครั้งที่ ๑/๒๕๕๔ เมื่อวันที่ ๑๙  
มกราคม พ.ศ. ๒๕๕๔ จึงวางระเบียบไว้ ดังต่อไปนี้

ข้อ ๑ ระเบียบนี้เรียกว่า “ระเบียบมหาวิทยาลัยบูรพา ว่าด้วยการจัดการรายได้หรือผลประโยชน์  
จากราชพัสดุและจากอสังหาริมทรัพย์ที่เป็นกรรมสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา (ฉบับที่ ๒) พ.ศ. ๒๕๕๔”

ข้อ ๒ ระเบียบนี้ให้ใช้บังคับตั้งแต่วันถัดจากวันประกาศเป็นต้นไป

ข้อ ๓ ให้ยกเลิกความในข้อ ๔ ของระเบียบมหาวิทยาลัยบูรพา ว่าด้วยการจัดการรายได้หรือ  
ผลประโยชน์จากราชพัสดุและจากอสังหาริมทรัพย์ที่เป็นกรรมสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. ๒๕๕๒  
และให้ใช้ความต่อไปนี้แทน

“ข้อ ๔ ให้อธิการบดีแต่งตั้งคณะกรรมการขึ้นคณะหนึ่ง ประกอบด้วย

- |  |                      |
|--|----------------------|
| (๑) อธิการบดี  | เป็นประธานกรรมการ    |
| (๒) รองอธิการบดีฝ่ายบริหาร                             | เป็นรองประธานกรรมการ |
| (๓) รองอธิการบดีฝ่ายวิทยาเขต                           | เป็นกรรมการ          |
| (๔) รองอธิการบดีหรือผู้ช่วยอธิการบดีที่กำกับด้านแผนงาน | เป็นกรรมการ          |
| (๕) รองอธิการบดีที่กำกับฝ่ายคลังและทรัพย์สิน           | เป็นกรรมการ          |
| (๖) ประธานสภาพนักงาน                                   | เป็นกรรมการ          |

-๒-

- (๗) ผู้แทนหัวหน้าส่วนงานจำนวนไม่เกิน ๕ คน เป็นกรรมการ  
 (๘) ผู้อำนวยการกองอาคารสถานที่ เป็นกรรมการ  
 (๙) ผู้อำนวยการกองแผนงาน เป็นกรรมการ  
 (๑๐) ผู้อำนวยการกองคลังและทรัพย์สิน เป็นกรรมการและเลขานุการ

การได้มาซึ่งกรรมการตาม (๗) ให้เลือกกันเอง และให้มีวาระการดำรงตำแหน่งคราวละ ๒ ปี แต่อาจได้รับเลือกใหม่ซ้ำได้

อธิการบดีอาจแต่งตั้งพนักงานมหาวิทยาลัยในกองคลังและทรัพย์สินคนหนึ่งหรือหลายคน เป็นผู้ช่วยเลขานุการได้”

ข้อ ๔ ให้เพิ่มความต่อไปนี้เป็นข้อ (๗) ต่อจากข้อ (๖) ของข้อ ๖ ของระเบียบมหาวิทยาลัยบูรพา ว่าด้วยการจัดหารายได้หรือผลประโยชน์จากที่ราชพัสดุและจากอสังหาริมทรัพย์ที่เป็นกรรมสิทธิ์ของ มหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ. ๒๕๕๒

“(๗) พิจารณาการใช้พื้นที่ การกำหนดพื้นที่ของส่วนงาน โครงการก่อสร้าง รายการสิ่งก่อสร้าง ของมหาวิทยาลัย

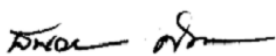
ในกรณี การตัดแปลงหรือต่อเติมอาคารหรือสิ่งปลูกสร้างที่เป็นที่ราชพัสดุ ให้ปฏิบัติตาม กฎหมายที่กระทรวงการคลังออกเกี่ยวกับหลักเกณฑ์ และวิธีการปกครอง ดูแล บำรุงรักษา ใช้และจัดหา ประโยชน์เกี่ยวกับที่ราชพัสดุ ซึ่งกำหนดให้ต้องแจ้งสำนักงานธนารักษ์พื้นที่ที่มีอำนาจเกี่ยวกับทะเบียนที่ราช พักสุทรอบภายในเวลาที่กำหนด”

ข้อ ๕ ให้กรรมการตามข้อ ๔ (๗) ที่มีอยู่เดิมคงปฏิบัติหน้าที่ต่อไป และให้อยู่จนครบวาระ

ประกาศ ณ วันที่ ๑๙ มกราคม พ.ศ. ๒๕๕๔

(ลงชื่อ)                      เกษม สุวรรณกุล  
 (ศาสตราจารย์เกษม สุวรรณกุล)  
 นายกสภามหาวิทยาลัยบูรพา

สำเนาถูกต้อง



(นางธนวรรณ ศักดาแก้วปนาท)

เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป



ภาคผนวก ข  
ภาพแบบแปลน และภาพอาคาร



**PROJECT:**  
ศูนย์อาคารศูนย์การเรียนรู้  
และการลงทุน  
มหาวิทยาลัยบูรพา

**OWNER:**  
มหาวิทยาลัยบูรพา อ.บมข.

**DESIGNER:**  
THE ARCHITECTS & ENGINEERS LIMITED  
417/403/3 BANGKOK MAINLAND  
10110  
TEL: 02-25454545  
WWW.AE.CO.TH

**CONSULTANT:**  
**PRO** PLANNING & RESEARCH  
CONSULTING CO.LTD.

**THE ARCHITECTS & ENGINEERS LIMITED**  
417/403/3 BANGKOK MAINLAND  
10110  
TEL: 02-25454545  
WWW.AE.CO.TH

**PROJECT DIRECTOR:**  
วิบูลย์ วัฒนวิวัฒน์ 16/10/2561

**PROJECT MANAGER:**  
อภิชาติ อภิชาติ 16/10/2561

**ARCHITECT:**  
อภิชาติ อภิชาติ 16/10/2561

**STRUCTURAL ENGINEER:**  
วิบูลย์ วัฒนวิวัฒน์ 16/10/2561

**ELECTRICAL & MECHANICAL ENGINEER:**  
อภิชาติ อภิชาติ 16/10/2561

**MECHANICAL ENGINEER:**  
วิบูลย์ วัฒนวิวัฒน์ 16/10/2561

REVISION	DATE	DESCRIPTION

**DRAWING TITLE**  
แปลนอาคารห้องชั้น 1

**DRAWING NO.**

**DATE:**

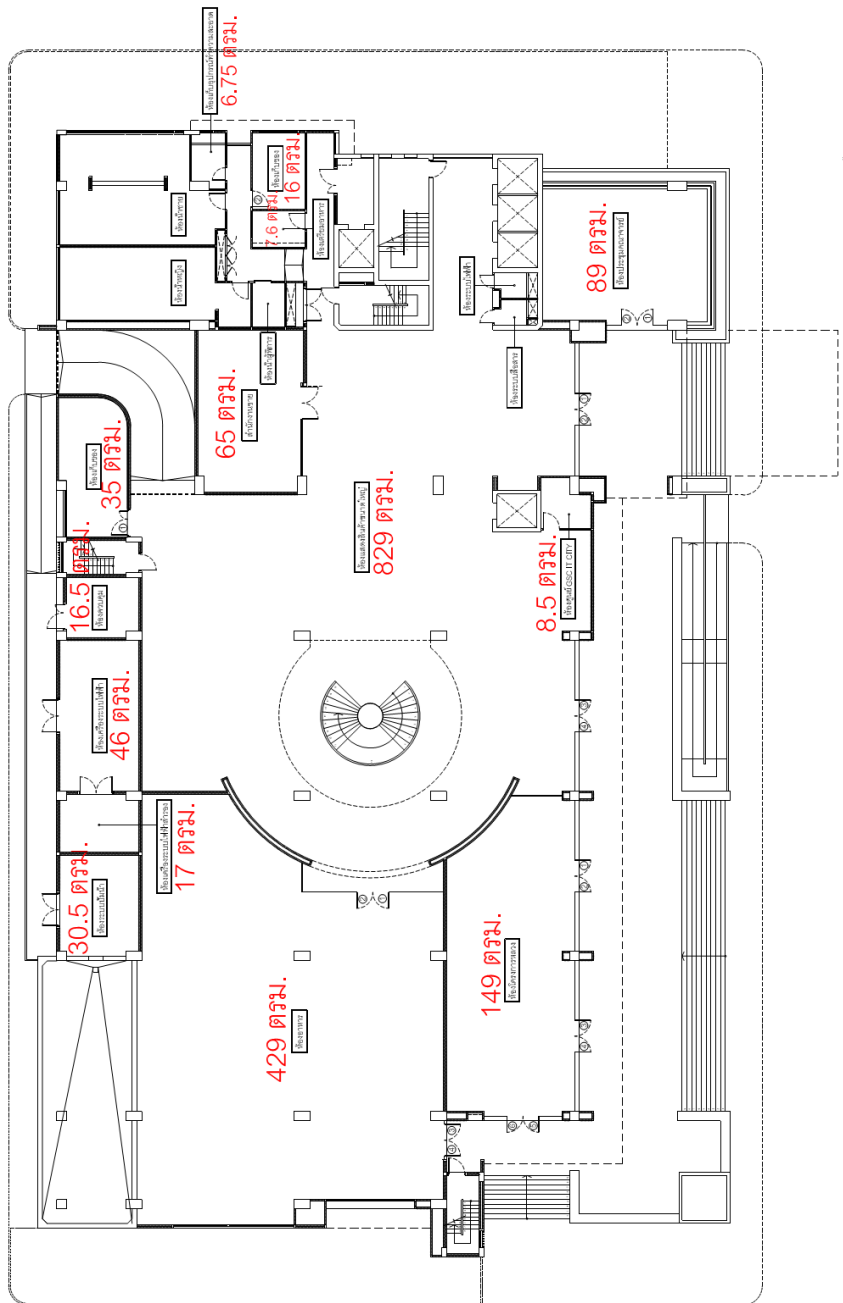
**SCALE:**

**TOTAL:**

**APPROVED BY:**

**DATE:**

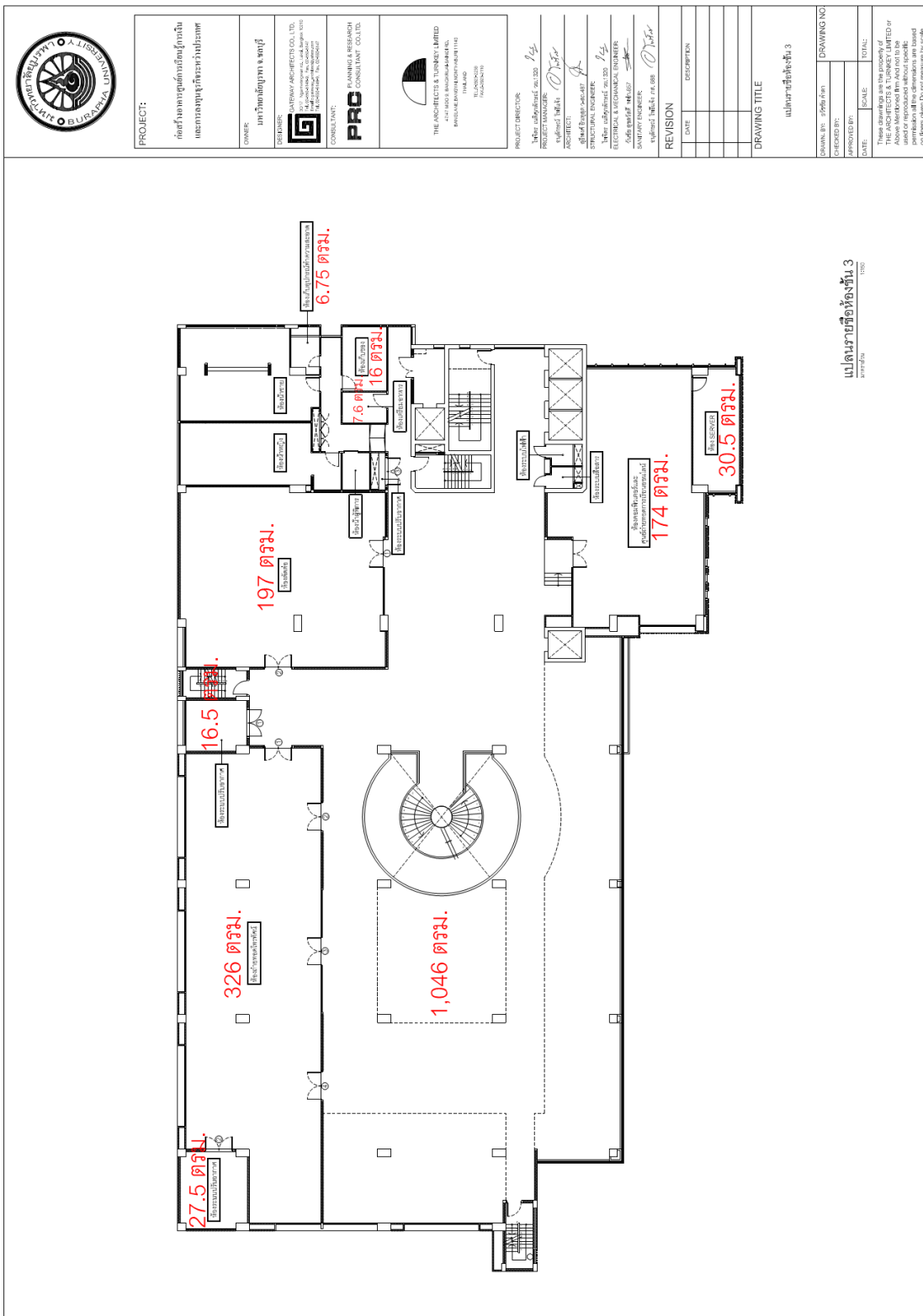
Above mentioned firm And not to be used for any other project without the permission of the firm. All dimensions are based on figure given. Do not measure by scale.



แปลนอาคารห้องชั้น 1

ภาพภาคผนวก ข-1 แบบแปลนการก่อสร้างอาคารศูนย์การเรียนรู้ทางการเงินและการลงทุน มหาวิทยาลัยบูรพา



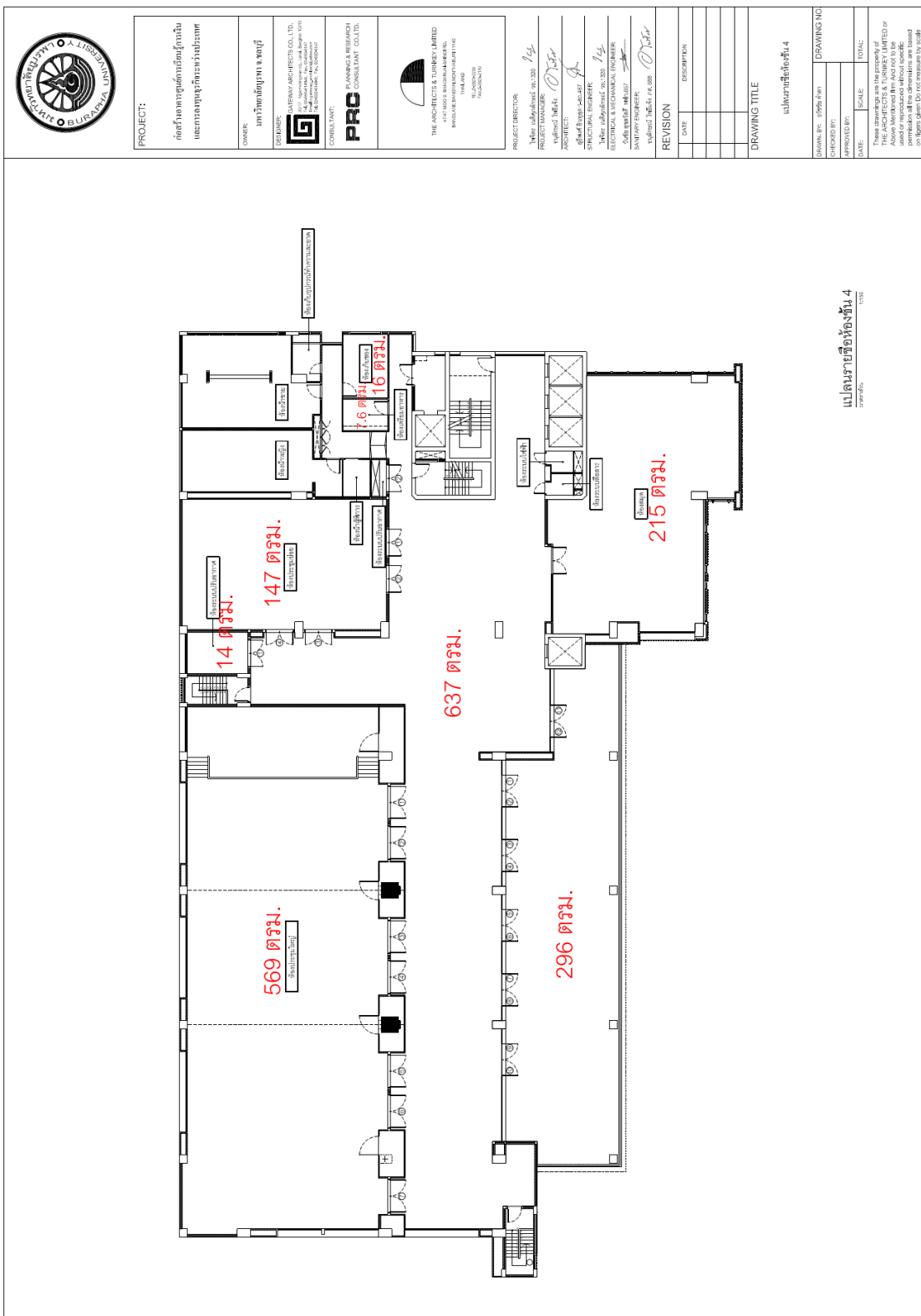


ภาพภาคผนวก ข-1 (ต่อ)




<b>PROJECT:</b> คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	
<b>OWNER:</b> มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	<b>CONSULTANT:</b> <b>PRC</b> PLANNING & RESEARCH CONSULTANT CO. LTD. 111/111 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร 10710
<b>ARCHITECT:</b> THE ARCHITECTS & TURKKEY LIMITED 417 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร 10710	<b>PROJECT DIRECTOR:</b> นาย อดิเรก นานา อดิเรก นานา
<b>STRUCTURAL ENGINEER:</b> นาย อดิเรก นานา อดิเรก นานา	<b>ELECTRICAL &amp; MECHANICAL ENGINEER:</b> นาย อดิเรก นานา อดิเรก นานา
<b>REVISION</b> DATE DESCRIPTION	<b>DRAWING TITLE</b> แปลนรายชื่อห้องชั้น 3
<b>DRAWING NO.</b> DRAWING BY: PRC/PA CHECKED BY: APPROVED BY: DATE: SCALE: TOTAL:	These drawings are the property of THE ARCHITECTS & TURKKEY LIMITED or Above mentioned firm and not to be permitted all the dimensions are based on figure given Do not measure by scale

แปลนรายชื่อห้องชั้น 3  
 1:100



ภาพภาคผนวก ข-1 (ต่อ)



**PROJECT:**  
 ก่อสร้างอาคารพาณิชย์/ศูนย์  
 บริการลูกค้าที่บริเวณท่าอากาศยาน

**OWNER:**  
 บริษัท สยามแอร์เวย์ จำกัด

**DESIGNER:**  
 KASISSAY ARCHITECTS CO., LTD.  
 107/109 Moo 10, Bang Na Road, Bang Na  
 Sub-District, Bang Na District, Bangkok 10760

**CONSULTANT:**  
**PRO CONSULTANT GROUP**  
 PRO CONSULTANT GROUP CO., LTD.

**THE ARCHITECTS & TURNKEY LIMITED**  
 107/109 Moo 10, Bang Na Road, Bang Na  
 Sub-District, Bang Na District, Bangkok 10760

**PROJECT DIRECTOR:**  
 นาย อดิศักดิ์ ใจดี

**PROJECT MANAGER:**  
 อดิศักดิ์ ใจดี

**ARCHITECT:**  
 อภิวัฒน์ วัฒนวิเศษ

**STRUCTURAL ENGINEER:**  
 นายนันทวัฒน์ ใจดี

**ELECTRICAL & MECHANICAL ENGINEER:**  
 นายนันทวัฒน์ ใจดี

**MECHANICAL ENGINEER:**  
 นายนันทวัฒน์ ใจดี

REVISION	DATE	DESCRIPTION

**DRAWING TITLE**  
 แผนมายืนห้องชั้น 5, 6, 7

DRAWN BY:	CHECKED BY:	APPROVED BY:	DATE:	SCALE:	TOTAL:	DRAWING NO.

These drawings are the property of THE ARCHITECTS & TURNKEY LIMITED or its client. No part of these drawings or any of the information contained herein may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording, or by any information storage and retrieval system, without the prior written permission of the architect. All dimensions are based on figures given to the contractor by owner.



แผนมายืนห้องชั้น 5  
1:500




แผนมายืนห้องชั้น 6  
1:500



แผนมายืนห้องชั้น 7  
1:500

ภาพภาคผนวก ข-1 (ต่อ)



**PROJECT:**  
ก่อสร้างอาคารศูนย์รวม  
และการแพทย์ที่จังหวัดภูเก็ต

**OWNER:**  
มหาวิทยาลัยภูเก็ต

**DESIGNER:**  
THE ARCHITECTS & TURNKEY CO., LTD.  
127/1, Surasarakul Road, Bang Pa-In  
District, Pathum Thani 12140  
THAILAND

**CONSULTANT:**  
**PRO** PLANNING & RESEARCH  
CONSULTANT CO., LTD.

**THE ARCHITECTS & TURNKEY LIMITED**  
417 MOO 8 BANGKALAMHAK  
BANGKALAMHAK SUBDISTRICT  
WUJONGTHAI  
THAILAND

**PROJECT DIRECTOR:**  
วิบูลย์ วัฒนวิวัฒน์, 081-0301-1111

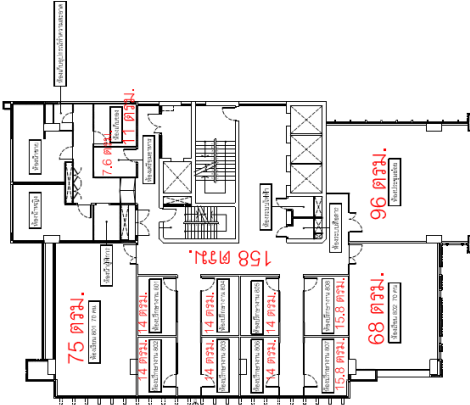
**ARCHITECT:**  
อภิวัฒน์ วัฒนวิวัฒน์, 081-0301-1111

**STRUCTURAL ENGINEER:**  
วิบูลย์ วัฒนวิวัฒน์, 081-0301-1111

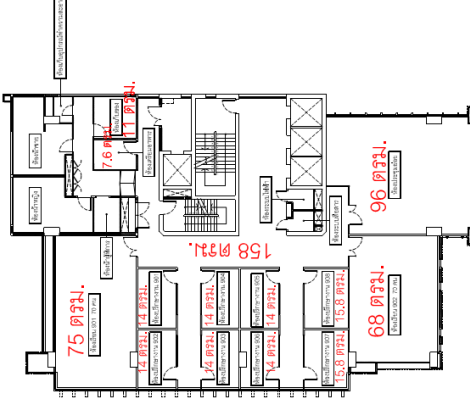
**ELECTRICAL & MECHANICAL ENGINEER:**  
อภิวัฒน์ วัฒนวิวัฒน์, 081-0301-1111

**INTERIOR DESIGNER:**  
อภิวัฒน์ วัฒนวิวัฒน์, 081-0301-1111

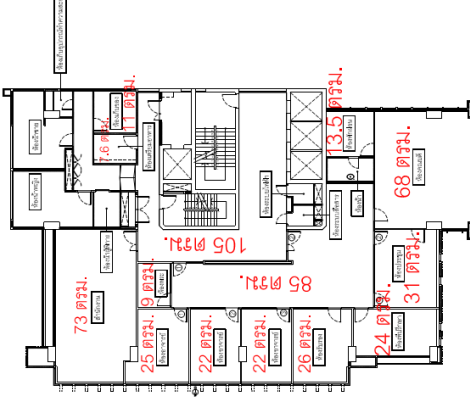
  



แปลนรายชื่อห้องชั้น 8  
1:100



แปลนรายชื่อห้องชั้น 9  
1:100



แปลนรายชื่อห้องชั้น 10  
1:100

DATE	DESCRIPTION

<b>DRAWING TITLE</b>	
แปลนรายชื่อห้องชั้น 6,9,10	
<b>DRAWING NO.</b>	
<b>CHECKED BY:</b>	
<b>APPROVED BY:</b>	
<b>DATE:</b>	
<b>SCALE:</b>	
<b>ROYAL:</b>	

These drawings are the property of THE ARCHITECTS & TURNKEY LIMITED or Any other person. All rights reserved. All dimensions are based on figures given. Do not measure by scale.

ภาพภาคผนวก ข-1 (ต่อ)



ภาพภาคผนวก ข-2 ภาพอาคารศูนย์การเรียนรู้ทางการเงินและการลงทุน วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์  
มหาวิทยาลัยบูรพา



**ภาคผนวก ค**

ผลการวิเคราะห์การหาค่าดัชนีความสอดคล้องของวัตถุประสงค์ (IOC)























**ภาคผนวก ง**

ความคิดเห็นจากการสัมภาษณ์ ผู้บริหาร ผู้เชี่ยวชาญ หน่วยงานหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง  
ศูนย์แสดงสินค้า ในด้านรูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัย  
เป็นศูนย์แสดงสินค้าในพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก

## ความคิดเห็นจากการสัมภาษณ์ ผู้บริหารท่านที่ 1

ทุก ๆ มหาวิทยาลัยในสามจังหวัด EEC สามารถที่จะใช้มหาวิทยาลัยเป็นที่แสดงสินค้าได้อยู่แล้วถ้ามหาวิทยาลัยนั้นมีที่เหมาะสม และอีกอย่างหนึ่งมองว่าเป็นเรื่องดีด้วยซ้ำไป เพราะจะเป็นการประชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยไปด้วยในตัว ตัวอย่าง สมมุติว่าเราจัดงานอะไรบางอย่างขึ้นมา ประชาชนก็เข้ามาดู เขาก็ได้รู้จักมหาวิทยาลัย เขาก็จะเห็นว่านี่เป็นการประชาสัมพันธ์อะไรต่าง ๆ ตัวเด็ก ๆ เอง ก็อาจจะมาเที่ยวแล้วก็อาจรู้จักมหาวิทยาลัย เช่น มหาวิทยาลัยบูรพา อาจารย์ที่นี้มีวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ ที่นี้มีคณะ โลจิสติกส์ มีคณะเกษตร มีคณะแพทย ก็เป็นการประชาสัมพันธ์จริง ๆ แล้วเป็นเรื่องที่ดีสำหรับมหาวิทยาลัย สามารถทำได้เพราะเป็นแหล่งวิชาการ มีนักวิชาการ นักวิจัย ที่สามารถให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ แก่ผู้ประกอบการได้ รวมทั้งมีงานวิจัย มีนวัตกรรม ตลอดจนยังสามารถทำความร่วมมือกับภาครัฐได้หลากหลายภาคส่วน ด้านสถานที่ ทำเล และ สิ่งอำนวยความสะดวก เห็นว่ามหาวิทยาลัยมีอาคารสถานที่ มีหอประชุม มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย พอสมควรที่ได้รับการสนับสนุนจากภาคส่วนต่าง ๆ นอกจากนี้ ยังมีพื้นที่โล่งแจ้ง เช่น สนามกีฬา ลานจอดรถ สามารถทำกิจกรรมได้ หลายมหาวิทยาลัยมีโรงแรมที่พักมากมายโดยรอบ เพราะพื้นที่ EEC นอกจากเป็นแหล่งการค้าการลงทุน เป็นศูนย์กลางภาคตะวันออก และการคมนาคมขนส่งแล้ว ยังใกล้กับแหล่งท่องเที่ยว มีสิ่งอำนวยความสะดวกหลายอย่าง รวมถึงบริการร้านอาหาร การเข้าถึงของผู้ใช้บริการ มหาวิทยาลัยมีนักศึกษาเป็นจำนวนมาก และมีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เกิดขึ้นมา จนเป็นแหล่งชุมชนที่มีขนาดใหญ่โดยรอบมหาวิทยาลัย และแน่นอน คือ เป็นที่รู้จักแก่บุคคลทั่วไป ในส่วนของ 3 จังหวัด EEC ก็ถือเป็นศูนย์กลางคมนาคมและขนส่งสินค้า และศูนย์กลางภาคตะวันออก ความเหมาะสมของสินค้าที่จะนำมาแสดง ควรให้ความสำคัญกับการช่วยเหลือชุมชน เพราะงานเอ็กซ์โปใหญ่ ๆ เราก็อาจจะต้องใช้พื้นที่ อิมแพคเมืองทองธานี หอประชุมเศรษฐกิจอะไรอย่างนั้น มหาวิทยาลัยอาจจะไม่ได้มีศักยภาพถึงขนาดนั้น แต่ถ้าเป็น OTOP SMEs เราน่าจะทำได้แล้วเป็นบทบาทช่วยในการสนับสนุนชุมชน OTOP SMEs วิสาหกิจอะไรอย่างนี้ได้หมดเลย ชุมชน สังคมโดยรอบเราน่าจะได้จัดเทศกาลทุเรียนก็ได้ เทศกาลมังคุดก็ได้ ได้หมด สินค้าที่มีลักษณะเฉพาะหรืออัตลักษณ์ภาคตะวันออก และสินค้าที่ตอบ โจทย์ EEC รวมถึงสินค้าที่เป็นแนวโน้ม คือ สินค้าเกี่ยวกับสุขภาพและความงาม ศูนย์แสดงสินค้าควรมีบริการอะไรส่งเสริมเรื่องการลงทุนมีลักษณะอย่างไร การเงิน การผลิต การตลาด รวมถึงส่งเสริมเรื่องการลงทุนการท่องเที่ยว การให้บริการ Packaging เพื่อเพิ่มมูลค่า, ให้คำปรึกษาเรื่องงานวิจัย, การฝึกอบรมต่าง ๆ การจัดประชุม สัมมนาเชิงปฏิบัติการ บ่มเพาะ SMEs Startup เป็นตัวกลางในการประสานระหว่างผู้ซื้อผู้ขาย ต้องหาโมเดลให้เกิดความยั่งยืน โมเดลการช่วยเหลือประชาชน มีฐานข้อมูลธุรกิจกระทรวงต่าง ๆ ไว้บริการ รูปแบบหน้าที่การบริหารจัดการของมหาวิทยาลัยที่จัดแสดงสินค้า จะดำเนินการเองภายใต้

คณะวิชาก็ได้ หรือเป็นการจ้างหน่วยงานภายนอกเข้ามาก็ได้ ส่วนที่ว่าควรใช้มหาวิทยาลัยไหน เห็นว่า มทร. ตะวันออกวิทยาเขตบางพระก็มีพื้นที่เยอะอยู่ แต่อาจจะไกลชุมชนไปหน่อยอาจจะไม่สะดวกในแง่ของการคมนาคม สำหรับ มหาวิทยาลัยบูรพาคิดว่าทำได้อยู่

### ความคิดเห็นจากการสัมภาษณ์ ผู้บริหารท่านที่ 2

มหาวิทยาลัยสามารถทำความร่วมมือจากหลากหลายภาคส่วน เนื่องจากแต่ละหน่วยงาน มีความเชี่ยวชาญและมีความถนัดที่ไม่เหมือนกัน ในส่วนมหาวิทยาลัยมีบุคลากรที่มีความสามารถ ทางด้านวิชาการ และงานวิจัย สถานที่ภายในมหาวิทยาลัย ใช้เป็นที่แสดงสินค้า ด้านสถานที่ ทำเล และสิ่งอำนวยความสะดวก มีความเห็นว่ามหาวิทยาลัยเป็นพื้นที่ปิด สามารถควบคุมดูแลเรื่องความปลอดภัย ซึ่งมหาวิทยาลัยส่วนใหญ่จะคล้าย ๆ กัน คือ มีนักศึกษา มีแหล่งชุมชน และยอมเป็นที่รู้จักแก่บุคคลทั่วไป สำหรับสินค้าที่สามารถนำมาจัดแสดงได้นั้น เห็นว่าน่าจะมุ่งเน้นไปที่สินค้า เทคโนโลยี นวัตกรรม และงานวิจัย เนื่องจากมหาวิทยาลัยมีความเชี่ยวชาญ ตลอดจนถึงสินค้าที่เป็น เทรนด์ประเภทสุขภาพ ด้านความเหมาะสมของสถานที่ภายในมหาวิทยาลัย ใช้เป็นที่แสดงสินค้า ด้านศูนย์แสดงสินค้าควรมีบริการอะไรนั้น มหาวิทยาลัยต้องทำตัวเป็นผู้ให้บริการ มีทิศทางเรื่อง การบริการที่ชัดเจน สามารถให้คำปรึกษาเรื่อง R&D/ รับทำ Research แก้ปัญหา บริการ Matching มีบริการฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ โดยในเรื่องการบริหารจัดการนั้นสามารถดำเนินการเองภายใต้ คณะวิชาก็ได้ หรือหา Out source ขึ้นกับงบประมาณ และอาจร่วมกันเป็นเครือข่ายกลุ่มมหาวิทยาลัย ภาคตะวันออกเพื่อจัดสรรการจัดงานที่เหมาะสมกับความถนัดของแต่ละมหาวิทยาลัย ทุก มหาวิทยาลัยรัฐและเอกชน ควรมานั่งคุยร่วมกัน ทำ Mapping ที่ชัดเจน และการตัดสินใจขึ้นกับผู้ซื้อ ผู้ขาย

### ความคิดเห็นจากการสัมภาษณ์ ผู้บริหารท่านที่ 3

มหาวิทยาลัยมีพันธกิจในการให้บริการวิชาการอยู่แล้ว จึงมีความพร้อมในด้านงานวิจัย นวัตกรรม ตลอดจนถึงนักวิชาการที่สามารถให้ความรู้ และให้การฝึกอบรมในด้านต่าง ๆ ได้ มหาวิทยาลัยมีอาคารหอประชุม ที่ว่างเว้นจากการเรียนการสอน มีสนามหรือพื้นที่ลานกว้างจำนวนมาก ส่วนนี้สามารถจัดนิทรรศการต่าง ๆ ได้ รวมทั้งมีบริการด้านที่พักและอาหาร ทั้งจากใน มหาวิทยาลัยเอง และจากบริเวณโดยรอบเนื่องจากเป็นแหล่งชุมชน มหาวิทยาลัยถือว่าเป็น หน่วยงานที่มีภาพลักษณ์เป็นที่รู้จัก มีนักศึกษา มีแหล่งสินค้าบริการและผู้คนอาศัยอยู่เป็นจำนวนมาก เห็นว่า OTOP SMEs จำเป็นต้องได้รับการสนับสนุน สินค้าอัตลักษณ์ภาคตะวันออก เช่น ผลไม้ของท้องถิ่น สินค้านวัตกรรม งานวิจัย การบริการ นอกจากการให้เช่าพื้นที่ ควรให้บริการ

ต่าง ๆ เช่น งานวิจัย ให้คำแนะนำต่าง ๆ ฝึกอบรมบุคลากรในเรื่องต่าง ๆ เช่น วิศวกรรม Packaging design ให้เช่า Office space ซึ่งในพื้นที่แต่ละคณะก็ทำได้ การให้บริการจับคู่ทางธุรกิจ ให้บริการ คำนวณเข้า-ส่งออก ก็ทำได้ถ้ามีบุคลากร สามารถจัดนิทรรศการหมุนเวียนได้ ความเห็นด้านหน้าที่ การบริหารจัดการของมหาวิทยาลัยที่จัดแสดงสินค้า สามารถจัดตั้งเป็นหน่วยงานภายใต้ระเบียบ มหาวิทยาลัย หรืออาจดำเนินการภายใต้คณะวิชา มหาวิทยาลัยทุกที่เหมาะสมเป็นพื้นที่แสดงสินค้า และยังเป็นการประชาสัมพันธ์ไปในตัว แต่ต้องมีการบริหารจัดการที่เหมาะสม การตัดสินใจใช้ บริการนั้นขึ้นกับองค์ประกอบของผู้ใช้บริการ

#### ความคิดเห็นจากการสัมภาษณ์ ผู้บริหารท่านที่ 4

ในปัจจุบัน มหาวิทยาลัยได้ปรับตัว และมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว ในอดีตมหาวิทยาลัย จะเปิดการเรียนการสอนเฉพาะด้าน เช่น ด้านผลิตครู ผลิตด้านเกษตร แต่ปัจจุบันได้มีการออกนอก ระบบและเป็นสหวิทยาการ ยกตัวอย่างมหาวิทยาลัยบูรพา ซึ่งเมื่อก่อนเป็นมหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ ผลิตบุคลากรด้านครูเป็นหลัก ปัจจุบันมีทั้งสาขาวิศวกรรม ท่อเทียม แพทย์ เป็นต้น ในส่วนของ EEC มีจุดมุ่งหมายการพัฒนาเชิงพื้นที่ที่ชัดเจน และมีการดำเนินการที่ชัดเจน เนื่องจากมีกฎหมายและพระราชบัญญัติ อาทิเช่น

1. จังหวัดฉะเชิงเทรา ศูนย์กลางการขนส่งระบบรางและรถไฟความเร็วสูง และประตูสู่ภูมิภาคต่าง ๆ รองรับการค้าย้ายหน่วยงานรัฐและการพัฒนาไปสู่ศูนย์ราชการแห่งใหม่ในอนาคต
2. จังหวัดชลบุรี ศูนย์กลางการศึกษาและพัฒนา เมืองแห่งการศึกษา ค้นคว้า วิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างนวัตกรรม
3. พัทธยา สัตหีบ กลุ่มเมืองท่องเที่ยวคุณภาพ
4. อุดรธานี ที่ตั้งของศูนย์ให้บริการด้านอากาศยานและพาณิชย์นำวิของภูมิภาคในอนาคต
5. จังหวัดระยอง เมืองธุรกิจทันสมัย และเมืองอุตสาหกรรมปิโตรเคมีและอุตสาหกรรมพลังงาน

การเข้ามาของ EEC เป็นสิ่งที่มหาวิทยาลัยในพื้นที่จะต้องปรับตัว เชื่อว่าแต่ละ มหาวิทยาลัยมีการเตรียมความพร้อมรองรับ โดยเฉพาะในด้านงานวิจัย เชื่อว่าทุกมหาวิทยาลัย สามารถใช้เป็นสถานที่ในการแสดงสินค้า หรือเป็นศูนย์แสดงสินค้า ตามศักยภาพ โดยเฉพาะ มหาวิทยาลัยบูรพา ซึ่งเป็นมหาวิทยาลัยขนาดใหญ่ และมีความหลากหลายในการเรียนการสอนในปัจจุบัน ในส่วนของสถานศึกษาระดับมหาวิทยาลัย หลัก ๆ คือ มีอาคารหอประชุม มีพื้นที่ลานกว้าง มีสิ่งอำนวยความสะดวก และอาหารอยู่บริเวณโดยรอบ โดยใน 3 จังหวัด EEC ถือเป็นศูนย์กลาง การคมนาคมขนส่งและเป็นศูนย์กลางภาคตะวันออก ในเรื่องการเข้าถึงของผู้ที่จะเข้ามาใช้บริการ

ในมหาวิทยาลัย เป็นไปได้ไม่ยาก เพราะมหาวิทยาลัยเป็นที่รู้จัก มีนิสิตนักศึกษา และมหาวิทยาลัยมีที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ EEC มองว่าเป็นศูนย์กลางภาคตะวันออก สินค้าที่จะนำมาแสดงนั้นเห็นว่าควรเป็นสินค้านวัตกรรม เทคโนโลยี สินค้าอุตสาหกรรมที่เป็นผลผลิตจาก EEC นั้น ๆ และยังเป็นไปได้หลายประเภท เช่น เกี่ยวกับด้านการท่องเที่ยว เช่นเดียวกับการบริการ จะต้องแสดงให้เห็นถึงความชัดเจน มีความสอดคล้องของ EEC กับพื้นที่ กับศักยภาพของมหาวิทยาลัย จะบริการได้ก็ขึ้นกับศักยภาพของมหาวิทยาลัย ส่วนเรื่องการจัดการนั้นขึ้นกับงบประมาณ ซึ่งสามารถจ้างมืออาชีพมาบริหารในส่วนงานสำคัญก็ได้ มองมหาวิทยาลัยที่มีศักยภาพ มีรากฐานทางด้านบริหารธุรกิจ คือ มหาวิทยาลัยบูรพา รองลงมาคือ มหาวิทยาลัยศรีปทุม, มหาวิทยาลัยเกษตร, มทร., มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ ส่วนการตัดสินใจใช้บริการของผู้ประกอบการขึ้นกับปัจจัยที่สำคัญต่างในการตัดสินใจใช้บริการ

#### ความคิดเห็นจากการสัมภาษณ์ ผู้บริหารท่านที่ 5

มหาวิทยาลัยสามารถใช้พื้นที่เพื่อการจัดแสดงสินค้าได้ โดยเฉพาะในพื้นที่ EEC เนื่องจากสามารถใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดมูลค่า และสนับสนุนเศรษฐกิจในพื้นที่ โดยใช้ทรัพยากรหลัก เช่น งานวิจัย และบุคลากร มองว่ามหาวิทยาลัย เป็นแหล่งนักศึกษา นักวิชาการจำนวนมาก มีอาคาร มีสนาม มีความมั่นคงปลอดภัยในระดับหนึ่ง รอบ ๆ มหาวิทยาลัยมีบริการด้านอาหาร สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ร้านค้าหลากหลาย มหาวิทยาลัยก่อให้เกิดแหล่งชุมชน เนื่องจากการมีนักศึกษาเป็นจำนวนมาก และมหาวิทยาลัยเป็นที่รู้จัก ตลอดจนถึง ฉะเชิงเทรา ชลบุรี ระยอง ถือเป็นศูนย์รวมอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ของประเทศ จึงมีบริการขนส่งสินค้าและขนส่งมวลชน และการเป็นศูนย์กลางคมนาคมของภาคตะวันออก สินค้าที่จะนำมาแสดงเป็นได้ทั้งด้านคอนโดและที่อยู่อาศัยสมัยใหม่ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับ EEC อุตสาหกรรมเกี่ยวกับความงามและสุขภาพ และมองว่ามีความเป็นไปได้ในหลาย ๆ สินค้าที่มีความต้องการบริโภคสูง อาหารเครื่องดื่ม สำหรับการบริการนั้นมหาวิทยาลัยทำได้ทั้งหมด ขึ้นกับศักยภาพ ความสามารถในการบริหารจัดการ อาทิ Matching ธุรกิจ ให้คำปรึกษา บริการงานวิจัย จัดสัมมนาประชุมเชิงปฏิบัติการต่าง ๆ งานฝึกอบรม บุคลากร บ่มเพาะผู้ประกอบการ SMEs Start up มี Show room ผู้ผลิตสินค้าบริการ เป็นศูนย์ One stop service เพื่อการบริการทางธุรกิจ แต่สำหรับเรื่องการบริหารนั้นเห็นว่าควรหา Out source มืออาชีพด้านนี้มาร่วมดำเนินการ โดยมหาวิทยาลัยเป็นผู้กำกับดูแล ทั้งนี้ ให้น้ำหนักมหาวิทยาลัยบูรพา เป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ เพราะเห็นว่ามีศักยภาพ ส่วนการตัดสินใจขึ้นกับปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ



## ความคิดเห็นจากการสัมภาษณ์ ผู้บริหารท่านที่ 6

กรณีระดับนานาชาติ เข้ามองหาอะไรในศูนย์การประชุม หรือศูนย์แสดงสินค้า อาทิ ทำเลที่ตั้งอยู่ใจกลางเมือง การเดินทางเข้าถึงได้ง่าย มีสิ่งอำนวยความสะดวก ที่พักที่มีหลากหลาย การเข้าถึงในเรื่องการคมนาคมขนส่งสาธารณะ ขนาดและความเหมาะสมของสถานที่จัดงาน การมองในเรื่องจุดหมายปลายทาง (Destination) ว่ามีความน่าสนใจอย่างไร คือ มองทั้งเมือง ไม่ได้มองแค่สถานที่จัดประชุมหรือแสดงสินค้า กลุ่มประชุมและกลุ่มจัดแสดงสินค้านั้นไม่เหมือนกัน กลุ่มประชุม มองว่ามีกิจกรรมอะไรให้พวกเขาทำหลังการจัดประชุม กลุ่มแสดงสินค้านั้นผู้ซื้อผู้ขายจำนวนมากมาพบกัน ไม่สนใจเรื่องเที่ยวได้หรือไม่ และก็จะดูเรื่องการเข้าถึงในด้านต่าง ๆ ทั้งสถานที่ โรงแรมที่พัก การเดินทาง และภาพรวมการขนส่งสาธารณะที่ต้องคิดถึง คือ การเดินทาง เช่น ที่เที่ยวบิน รถยนต์ รถไฟ ฯลฯ กรณีศูนย์แสดงสินค้าในมหาวิทยาลัย มองว่าไม่ใช่ทุกอาคารจะเป็นที่แสดงสินค้าได้ต้องดูความเหมาะสม เห็นว่ามหาวิทยาลัยในพื้นที่ EEC มีความน่าสนใจตรงที่อยู่ในพื้นที่ทำเลการส่งเสริมของภาครัฐ ทั้งด้านเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว โดยเฉพาะธุรกิจ MICE ซึ่งภาคตะวันออกถือเป็นจุดหมายปลายทางที่มีการส่งเสริมของภาครัฐไทย ดังนั้น จึงเป็นพื้นที่ที่มีความน่าสนใจทั้งในด้านการคมนาคมขนส่ง ซึ่งใกล้ทั้งสนามบิน ท่าเรือ และรถไฟความเร็วในอนาคต มีที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวก อาหาร เป็นศูนย์กลางการค้าการลงทุน การเข้าถึงของผู้ซื้อ ผู้ใช้บริการ ศูนย์แสดงสินค้า เป็นเรื่องสำคัญ ซึ่งในส่วน 3 จังหวัด ใน EEC นั้น มีทำเลเป็นศูนย์กลางคมนาคมภาคตะวันออกอยู่แล้ว โดยเฉพาะจังหวัดชลบุรี ตลอดจนถึงด้านการขนส่งสินค้า เนื่องจากเป็นแหล่งอุตสาหกรรม นอกจากนี้ มหาวิทยาลัยมีงานวิจัยซึ่งเป็นเรื่องสำคัญที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผู้ประกอบการในภาคอุตสาหกรรม และเป็นความสามารถหลักของมหาวิทยาลัยในการตอบสนอง หรือรองรับกับพื้นที่ EEC มหาวิทยาลัยมีชื่อเป็นที่ยอมรับของบุคคลภายนอก ทำให้โอกาสเข้าถึงนั้นเป็นไปได้ง่าย โดยเรื่องสินค้าที่จะนำมาแสดงนั้นเป็นไปได้หลายอย่าง งานไลฟ์สไตล์ มีการบริโภคสูง มีการซื้อขายมาก เป็น Light industry สามารถทำได้เพราะไม่ต้องคำนึงเรื่องน้ำหนักสินค้า อย่างที่พัทธา สามารถจัดได้เลย เช่น สินค้าสุขภาพและความงาม โรงแรม ภัตตาคาร เสื้อผ้า อาหารเครื่องคิม การท่องเที่ยว คอนโดและบ้านในอนาคตเนื่องจากเมืองจะเติบโต กรณีบางแสน ก็มองเมืองคล้ายกับพัทธา การสร้างแบรนด์ของเมืองบางแสน การใช้กิจกรรมใหญ่ ๆ มาลงก็ทำได้ง่ายสุด มองว่าบางแสนมีถนนเลียบริบทะเลที่สวยงาม อาจจัดกิจกรรมขนาดใหญ่ ๆ มาลงได้เลย สร้างแบรนด์เองไม่ได้ก็อาจแทรกแบรนด์ของโลกมาลง เป็นการสร้างแบรนด์ของเมืองโดยใช้แบรนด์ของ Event มาลง เพื่อให้คนได้รู้จักบางแสน พื้นที่มหาวิทยาลัยก็จะถูกใช้เพื่อต่อยอดกับงาน Event เหล่านั้นได้ เช่น การเป็นที่ประชุมของ Event นั้น ๆ การเป็นที่พัก เป็นต้น หรือจะเป็นสินค้าที่มีอัตลักษณ์ภาคตะวันออก สินค้าเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อรองรับธุรกิจ MICE ส่วน

สินค้าอุตสาหกรรมที่รองรับ EEC ก็สามารทำได้ขึ้นกับสถานที่ ขึ้นกับความต้องการระหว่างผู้ซื้อผู้ขาย พื้นที่โล่งโล่งนอกจากการแสดงสินค้า สามารถแปลงเป็นงานประชุมสัมมนาได้ เป็นงานเลี้ยงรับรอง เป็นงานโชว์สินค้า จัดเป็น Event ต่าง ๆ ได้ เป็นกิจกรรม MICE ได้หลายตัว กรณีจะทำเป็น Show room ต้องเป็น Fix exhibition แต่เป็นแล้วต้องเป็นเลย อาจจะทดลองเช่น 1 ปี การเป็น Trade data library ควรเน้นเป็น E-Data library โดยการจับ Matching ธุรกิจมหาวิทยาลัยทำได้ รวมถึงการให้คำปรึกษาทางธุรกิจ งานฝึกอบรมบุคลากร บริการด้านการออกแบบ Packaging สำหรับกรณี Office space ทำได้ แต่ต้องดูพื้นที่ว่าคนเข้าหามากน้อยแค่ไหน การบ่มเพาะ SMEs Startup ก็ทำได้ สำหรับการเป็น One stop service ต้องดูให้ชัดเจนลึกกลงไปเลยว่าจะเป็น One stop service เฉพาะในด้านใด จะเป็นศูนย์อัจฉริยะ (Intelligence center) ที่โดดเด่นเรื่องอะไร คิดว่ามหาวิทยาลัยบูรพาน่าจะทำได้ ขึ้นกับการบริหารจัดการ ส่วนประเด็นการตัดสินใจใช้บริการอย่างไรมัน ต้องดูประเด็นที่มีผลต่อการตัดสินใจ เช่น สถานที่ ราคา ระดับความต้องการ ประเภทการบริการที่ตรงกับความต้องการ เหตุผล และระยะเวลาในการตัดสินใจ เป็นต้น ซึ่งมหาวิทยาลัยสามารถให้บริการได้ หากมีศักยภาพและการจัดการที่เหมาะสม มีงบประมาณสนับสนุนเพียงพอสามารถจ้างที่ปรึกษา หัวหน้าส่วนงานสำคัญ และจ้างหน่วยงานการตลาดเชิงรุกและประชาสัมพันธ์ และมีบุคลากรมหาวิทยาลัยกำกับ แต่ควรจัดตั้งเป็นหน่วยงานบริหารอิสระ ที่ทำหน้าที่โดยเฉพาะอย่างเต็มที่

### ความคิดเห็นจากการสัมภาษณ์ ผู้บริหารท่านที่ 7

กรณีมีสถานที่อยู่แล้ว ต้องดูกลุ่มเป้าหมายว่าเพื่อประชาชนในพื้นที่ หรือกลุ่มอื่น ๆ เช่น กรณีผลิตภัณฑ์ ถึงส่งออกได้นั้น มีปัจจัยเกี่ยวข้องหลายด้าน เนื่องจากศูนย์แสดงสินค้าเป็นที่พบระหว่างผู้ซื้อผู้ขาย ที่ผู้ซื้อต้องการพบผู้ขายจำนวนมาก ต้องจัดการประเด็นที่ผู้ซื้อต้องการผู้ขายเยอะ ๆ ในขณะที่ผู้ขายก็ต้องการเห็นผู้ซื้อเยอะ ๆ ทุกมหาวิทยาลัย ล้วนให้ความสำคัญกับงานวิจัยและแสวงหาความร่วมมือจากภาครัฐและเอกชน ซึ่งเป็นสิ่งที่จำเป็นในการสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจในพื้นที่ EEC ในส่วนของมหาวิทยาลัยในพื้นที่ 3 จังหวัดนั้น มีพื้นที่จัดกิจกรรมได้ในส่วนของอาคารและพื้นที่โล่งต่าง ๆ อาจสามารถทำกิจกรรมส่งเสริมเศรษฐกิจได้ เป็นพื้นที่ศูนย์กลางภาคตะวันออก แต่อาจต้องพึ่งพาการบริหารจัดการที่ชัดเจน พื้นที่ 3 จังหวัด คือ ชลบุรี ระยอง และฉะเชิงเทรา ถือว่ามีศักยภาพด้านการขนส่งสินค้าและขนส่งมวลชน ในส่วนของภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยนั้นก็เป็นที่รู้จัก แต่เฉพาะมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียง ด้านความเหมาะสมของสถานที่ภายในมหาวิทยาลัย ใช้เป็นที่แสดงสินค้า ด้านความเหมาะสมของสินค้าที่จะนำมาแสดงให้เห็นว่าขึ้นกับการเลือกผู้ซื้อผู้ขาย ให้สัมพันธ์กัน จะเป็นสินค้าใดก็ได้ ถ้าผู้ซื้อมีมาก ผู้ขายมีตอบสนอง และศักยภาพของผู้จัด มหาวิทยาลัยจะให้บริการได้ทั้งสิ้น เพียงแต่ขึ้นกับงบประมาณ และการ

สนับสนุนจากภาคส่วนต่าง ๆ ขณะที่การบริหารจัดการจะบริหารแบบใดก็ได้ มองว่าขึ้นกับงบประมาณ และการมีบุคคลากรที่เพียงพอและมีศักยภาพคิดว่าทุกอย่างขึ้นกับการบริหารจัดการและงบประมาณ แต่ถ้าเป็นแบบรัฐจะติดขัดหลายประการ รวมถึงระเบียบพัสดุ ใ้ยังไงก็ดี ควรให้ความสำคัญในเรื่องการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการในภูมิภาค (Capacity building) เพื่อการส่งออก จะเป็นรายเพื่อขายในประเทศก็ดี หรือรายเพื่อไปแสดงสินค้าในต่างประเทศก็ดี เช่น การจัดบู๊ทที่ผู้ประกอบการมักขาดความรู้เรื่องการตกแต่งให้ดึงดูดผู้ซื้อ การลงทุนเพื่อการตกแต่งบู๊ทแสดงสินค้ามากกว่ารอรับฟรีอย่างเดียว การเตรียมความพร้อมในการออกงานแสดงสินค้า ตลอดจนการพัฒนาสินค้าให้ดึงดูด การส่งเสริมความรู้ตั้งแต่การผลิตระดับฐาน เช่น เกษตรกร ถ้าจะส่งออก ต้องมีความรู้เรื่องอะไรบ้าง อยากให้มีความเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มจังหวัดให้มากขึ้น ในการมีกิจกรรมร่วมกัน กรณีจะทำนิทรรศการหมุนเวียน หรือ Event ก็ต้องเน้นไปเรื่องการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ เช่น Event เรื่องการพัฒนา Packaging เป็นต้น มหาวิทยาลัยใน จังหวัดชลบุรี เห็นว่าที่มหาวิทยาลัยบูรพา เพราะก่อตั้งมานาน และมีวิทยาเขตทั้งจันทบุรี สระแก้ว โดยจังหวัดชลบุรีเองมีผู้ผลิต มีนิคมอุตสาหกรรมต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก ขณะเดียวกันมีประชาชนหลังไหลเข้าจังหวัดชลบุรีเป็นจำนวนมากในภาคการท่องเที่ยว และจังหวัดระยองก็เหมาะสมในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ

### ความคิดเห็นจากการสัมภาษณ์ ผู้บริหารท่านที่ 8

เห็นว่า งานวิจัย นักวิชาการ เป็นความสามารถพื้นฐานที่สำคัญอยู่แล้วในหน่วยงานระดับมหาวิทยาลัย นอกจากนี้ ยังมีความร่วมมือจากภาครัฐเอกชนต่าง ๆ ที่ทำความร่วมมืออีกด้วย มองว่ามหาวิทยาลัยมีองค์ประกอบหลาย ๆ ส่วนสามารถนำมาบริหารจัดการ หรือจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจได้ เนื่องจากมีทั้งนักวิชาการ มีอาคาร สถานที่ มีเทคโนโลยี สิ่งอำนวยความสะดวก มีบริการด้านอาหาร และจังหวัดชลบุรี ระยอง ยังเป็นแหล่งการค้าการลงทุน เป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับประเทศอีกด้วย ด้านการเข้าถึงในพื้นที่ 3 จังหวัด เห็นว่าเป็นไปได้โดยง่าย เช่น ในด้านขนส่งมวลชนเนื่องจากมีความเชื่อมต่อจากสายการบิน รถไฟ ด้านขนส่งสินค้าก็มีทางถนน และท่าเรือ มหาวิทยาลัยมีภาพลักษณ์เป็นที่เชื่อถือ มีบุคลากร มีนิสิตนักศึกษาจำนวนมาก เป็นแหล่งชุมชนเมืองขนาดย่อม ๆ เรื่องสินค้าที่แสดง เป็นไปได้ทุกสินค้าขึ้นกับศักยภาพของมหาวิทยาลัย ตั้งแต่ SMEs, OTOP Startup ไปจนถึงสินค้า EEC ส่วนบริการถ้าการบริหารจัดการ รวมทั้งมีงบประมาณเพียงพอ ก็สามารถทำได้หลากหลาย ทั้งให้คำปรึกษา บริการงานวิจัย บริการจับคู่ทางธุรกิจ จัดประชุม สัมมนาเชิงปฏิบัติการ มี Show room ผู้ผลิตสินค้าบริการ จัดนิทรรศการหมุนเวียนของสินค้า การจัดฝึกอบรมต่าง ๆ บริการเรื่องการทำหีบห่อผลิตภัณฑ์ บ่มเพาะให้บริการ SMEs Startup มีบริการฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ (E-Data library) ฐานข้อมูลธุรกิจ กระทรวงต่าง ๆ สำหรับค้นคว้า มี

สำนักงานธุรกิจให้เช่า บริการเอกสารด้านการนำเข้าส่งออก การบริหารจัดการก็เช่นกัน ขึ้นกับมี  
งบประมาณ ก็บริหารได้ทุกรูปแบบ ขึ้นกับงบประมาณ มหาวิทยาลัยบูรพา น่าจะสามารถการ  
บริหารจัดการได้ ส่วนการตัดสินใจใช้บริการขึ้นกับประเด็นแวดล้อมต่าง ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจ

**ภาคผนวก จ**

**แบบสอบถามสัมภาษณ์เชิงลึก และเชิงปริมาณ**

## แบบสอบถามสัมภาษณ์เชิงลึก

ชื่อคุณูปนิพนธ์: รูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์พื้นที่มหาวิทยาลัยเป็นศูนย์  
แสดงสินค้าในพื้นที่เขตเศรษฐกิจภาคตะวันออก (EEC)

1. ชื่อ-สกุล ผู้ให้สัมภาษณ์
2. ตำแหน่ง
3. หน่วยงานที่สังกัด
4. หน้าที่รับผิดชอบ
5. ท่านคิดว่ามหาวิทยาลัยสามารถใช้เป็นสถานที่ในการแสดงสินค้า หรือเป็นศูนย์แสดงสินค้า  
ในเขตเศรษฐกิจภาคตะวันออกหรือ EEC ได้หรือไม่/ อย่างไร
6. หากมหาวิทยาลัยมีความเหมาะสม สามารถเป็นที่แสดงสินค้าควรเป็นการแสดงสินค้าอะไร
7. ในศูนย์แสดงสินค้าหรือการแสดงสินค้าของมหาวิทยาลัยควรมีการบริการอะไร
8. มหาวิทยาลัยควรมีหน้าที่ในการบริหารจัดการศูนย์แสดงสินค้าของมหาวิทยาลัยอย่างไร  
ทั้งในด้านคน-องค์กร, การผลิต-การบริการ, ด้านบัญชี-การเงิน, ด้านกลยุทธ์, ด้านการตลาด-การขาย
9. ในเขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกหรือ EEC มีมหาวิทยาลัย สถาบันอุดมศึกษาใน 3  
จังหวัด คือ ชลบุรี ระยอง ฉะเชิงเทรา ท่านคิดว่า มหาวิทยาลัยใดมีความเหมาะสมเป็นที่แสดงสินค้าหรือ  
เป็นศูนย์กลาง ในการแสดงสินค้า

## แบบสอบถามสัมภาษณ์เชิงปริมาณ

### คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นแบบสอบถามของนางสาวนภววรรณ โฆษิตสุริยะพันธุ์ นิสิตปริญญาเอก (หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต) สาขาการจัดการสาธารณะ แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสอบถามความเห็นผู้บริหารในอุตสาหกรรมเขต EEC เกี่ยวกับความเหมาะสมในการจัดตั้งศูนย์แสดงสินค้าอุตสาหกรรมและการจัดกิจกรรมอื่น ๆ เพื่อสนับสนุนเศรษฐกิจ ธุรกิจของภาคตะวันออก โดยใช้พื้นที่ของมหาวิทยาลัยใน 3 จังหวัด คือ จังหวัดระยอง ชลบุรี และ ฉะเชิงเทรา

ขอขอบคุณทุกท่านเป็นอย่างสูง

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำแนะนำ กรุณา ✓ ใน  ตามที่ต้องการที่สุด

1. ผู้ตอบแบบสอบถาม ทำงานอุตสาหกรรมในจังหวัดใด

1. ระยอง  2. ชลบุรี  
 3. ฉะเชิงเทรา

2. ตำแหน่งงานปัจจุบัน

1. ผู้ช่วยผู้จัดการ  2. ผู้จัดการ  
 3. กรรมการบริษัท  4. เจ้าของกิจการ  
 5. หัวหน้างาน  6. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

3. บริษัทของท่าน อยู่ในกลุ่มอุตสาหกรรมประเภทใด

1. อุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่  2. อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ  
 3. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวรายได้และเชิงคุณภาพ  
 4. อุตสาหกรรมการเกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพ  
 5. อุตสาหกรรมการแปรรูปอาหาร  6. อุตสาหกรรมหุ่นยนต์เพื่อการอุตสาหกรรม  
 7. อุตสาหกรรมการบินและโลจิสติกส์  
 8. อุตสาหกรรมเชื้อเพลิงชีวภาพและเคมีชีวภาพ  
 9. อุตสาหกรรมดิจิทัล  10. อุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร  
 11. อื่น ๆ โปรดระบุ.....

## 4. ผู้ตอบแบบสอบถาม ทำงานในบริษัทสัญชาติใด

- |                                  |   |
|----------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> จีน     | <input type="checkbox"/> สหรัฐอเมริกา         |
| <input type="checkbox"/> ญี่ปุ่น | <input type="checkbox"/> สิงคโปร์             |
| <input type="checkbox"/> ไทย     | <input type="checkbox"/> อื่น ๆ โปรดระบุ..... |

## 5. อายุในการก่อตั้งบริษัทบริษัทถึงปัจจุบัน

- |                                   |  |
|-----------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> 1-5 ปี   | <input type="checkbox"/> 6-10 ปี             |
| <input type="checkbox"/> 11-15 ปี | <input type="checkbox"/> มากกว่า 15 ปีขึ้นไป |

## 6. บริษัทหรือโรงงานอุตสาหกรรมของท่านมีขนาดองค์กร

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ขนาดเล็ก (ไม่เกิน 50 คน) | <input type="checkbox"/> ขนาดกลาง (ระหว่าง 50-200 คน) |
| <input type="checkbox"/> ขนาดใหญ่ (200 คนขึ้นไป)  |   |

## 7. สินค้า,บริการของบริษัทหรือโรงงานของท่าน ขายหรือให้บริการในพื้นที่ใด

- |  |                                       |
|--|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ภายในประเทศ               | <input type="checkbox"/> ภายนอกประเทศ |
| <input type="checkbox"/> ทั้งในประเทศและต่างประเทศ |                                       |



ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความเหมาะสมของสถานที่มหาวิทยาลัยเพื่อใช้เป็นพื้นที่แสดงสินค้า  
คำชี้แจง กรุณา  มากที่สุด  มาก  ปานกลาง  น้อย  น้อยที่สุด

รายการสอบถาม	ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>ความเหมาะสมของสถานที่ภายในมหาวิทยาลัยเพื่อใช้เป็นพื้นที่แสดงสินค้า</b>					
<b>1. เป็นแหล่งวิชาการ</b>					
1.1 มีนักวิชาการให้ความรู้ด้านต่าง ๆ					
1.2 มีงานวิจัย และนวัตกรรม					
1.3 มีความร่วมมือจากภาครัฐและภาคเอกชน					
<b>2. ด้านสถานที่/ ทำเล/ สิ่งอำนวยความสะดวก</b>					
2.1 อาคาร หอประชุมที่ทันสมัย					
2.2 มีพื้นที่โล่งกลางแจ้งสำหรับจัดกิจกรรมได้ หลากหลาย					
2.3 มีที่พักหลากหลายในบริเวณใกล้เคียง					
2.4 มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน					
2.5 บริการด้านอาหารเพียงพอ					
2.6 เป็นศูนย์กลางภาคตะวันออกเฉียง					
2.7 เป็นศูนย์กลางด้านธุรกิจ การค้าและการลงทุน					
2.8 สถานที่จอดรถเพียงพอ					
2.9 การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูด					
2.10 ความมั่นคงปลอดภัย					
2.11 มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย					
<b>3. ด้านการเข้าถึงของผู้ซื้อ ผู้ใช้บริการ</b>					
3.1 เป็นแหล่งชุมชน					
3.2 มีนิสิตนักศึกษาจำนวนมาก					
3.3 ภาพลักษณ์มหาวิทยาลัยเป็นที่รู้จัก					
3.4 เป็นศูนย์กลางคมนาคมภาคตะวันออกเฉียง					
3.5 มีบริการขนส่งมวลชนและขนส่งสินค้า					

ส่วนที่ 3 สอบถามความเห็นเกี่ยวกับรูปแบบการบริหารและการใช้ประโยชน์มหาวิทยาลัยเป็นพื้นที่  
แสดงสินค้า

คำชี้แจง กรุณา  มากที่สุด  มาก  ปานกลาง  น้อย  น้อยที่สุด

รายการสอบถาม	ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>ความเหมาะสมของสินค้าที่จะนำมาแสดงสถานที่ภายในมหาวิทยาลัยเพื่อใช้เป็นพื้นที่แสดงสินค้า</b>					
<b>1. สินค้าที่ควรนำมาแสดง</b>					
1.1 สินค้าชุมชน, OTOP, SMEs					
1.2 สินค้าที่มีความต้องการบริโภคสูง					
1.3 สินค้าที่เป็นอัตลักษณ์ภาคตะวันออก					
1.4 สินค้าอุตสาหกรรมในเขต EEC					
1.5 สินค้าเทคโนโลยี/ นวัตกรรม/ งานวิจัย					
1.6 สินค้าประเภทสุขภาพ และความงาม					
1.7 สินค้าเกี่ยวกับการท่องเที่ยว					
1.8 คอนโดและบ้านในอนาคต					
1.9 สินค้าอาหาร เครื่องดื่ม					
<b>2. ศูนย์แสดงสินค้าควรมีบริการ</b>					
2.1 ให้คำปรึกษา แนะนำการลงทุน การเงิน การผลิต การตลาด					
2.2 บริการงานวิจัย					
2.3 บริการจับคู่ทางธุรกิจ					
2.4 จัดประชุมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ					
2.5 มี Show room ผู้ผลิตสินค้า บริการ					
2.6 จัดนิทรรศการหมุนเวียนของสินค้า					
2.7 การจัดฝึกอบรมต่าง ๆ					
2.8 บริการเรื่องการทำหีบห่อผลิตภัณฑ์					
2.9 บ่มเพาะ, ให้บริการ SMEs, Startup					

รายการสอบถาม	ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
2.10 มีบริการฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ (E-Data library)					
2.11 ฐานข้อมูลธุรกิจ กระทรวงต่าง ๆ สำหรับค้นคว้า					
2.12 มีสำนักงานธุรกิจให้เช่า					
2.13 บริการเอกสารด้านการนำเข้า ส่งออก					
<b>3. รูปแบบหน้าที่การบริหารจัดการของมหาวิทยาลัยที่จัดแสดงสินค้าควรมีลักษณะอย่างไร</b>					
3.1 จ้างหน่วยงานหรือเอกชนภายนอกเข้ามาดำเนินงาน (Outsource)					
3.2 จ้างที่ปรึกษา, หัวหน้างานส่วนสำคัญ					
3.3 จัดตั้งเป็นหน่วยงานบริหารอิสระ					
3.4 จัดตั้งหน่วยงานภายใต้ระเบียบมหาวิทยาลัย					
3.5 ตั้งเครือข่ายกลุ่มมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือเพื่อแบ่งการจัดการที่เหมาะสมกับความถนัดของแต่ละมหาวิทยาลัย					
3.6 จัดจ้างหน่วยงานการตลาดเชิงรุกและประชาสัมพันธ์					
3.7 ดำเนินการเองภายในคณะวิชา					

ส่วนที่ 4 สอบถามความเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัย  
คำชี้แจง กรุณา  มากที่สุด  มาก  ปานกลาง  น้อย  น้อยที่สุด

รายการสอบถาม	ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>1. หากท่านสามารถตัดสินใจได้ท่านจะใช้ประเภทการบริการของศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัยในลักษณะใด</b>					
1.1 เช่าพื้นที่แสดงสินค้าเป็นการถาวร					
1.2 ร่วมนำสินค้ามาแสดงเป็นครั้งคราว					
1.3 มาใช้บริการอื่น ๆ ของศูนย์แสดงสินค้า					
1.4 มาเที่ยวชมหรือเลือกซื้อสินค้า, บริการ					
1.5 บอกต่อผู้อื่นในการใช้ศูนย์แสดงสินค้า					
<b>2. ท่านเลือกใช้บริการศูนย์แสดงสินค้าในสถานที่มหาวิทยาลัยด้วยระดับเหตุผลความต้องการ</b>					
2.1 เพิ่มช่องทางการตลาด-การขายสินค้า					
2.2 เพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์สินค้า					
2.3 อัตราค่าบริการสมเหตุสมผล ราคาไม่แพง					
<b>3. ท่านคิดว่าในอนาคตท่านตัดสินใจจะใช้บริการศูนย์แสดงสินค้ามหาวิทยาลัยภายในระยะเวลา</b>					
2.1 ภายใน 1 ปี					
2.2 ภายใน 2 ปี					
2.3 มากกว่า 2 ปี					
2.4 ขึ้นกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ					
<b>4. สินค้าของบริษัทหรือโรงงานอุตสาหกรรมหากจะนำมาแสดงให้ผู้เข้ามาเยี่ยมชม และทำธุรกรรมทางธุรกิจ แหล่งแสดงสินค้านั้นควรจัดในมหาวิทยาลัยใด (ให้นำหน้าหน้าระดับความสำคัญ โดยทำทุกข้อ)</b>					
4.1 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (วิทยาเขตศรีราชา จังหวัดชลบุรี)					
4.2 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ (วิทยาเขตระยอง) จังหวัดระยอง					

รายการสอบถาม	ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
4.3 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก (วิทยาเขตบางพระ) จังหวัดชลบุรี					
4.4 มหาวิทยาลัยบูรพา จังหวัดชลบุรี					
4.5 มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ จังหวัดฉะเชิงเทรา					
4.6 มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์พัทยา จังหวัดชลบุรี					
4.7 มหาวิทยาลัยศรีปทุม (วิทยาเขตชลบุรี) จังหวัดชลบุรี					
4.8 มหาวิทยาลัยเอเชียน (พัทยา) จังหวัดชลบุรี					
4.9 สถาบันวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีระยอง (RAIST) จังหวัดระยอง					

ขอขอบพระคุณที่กรุณาตอบแบบสอบถาม