การศึกษาการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการรูปแบบ Green Venue ของศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

A Study of Consumer Perceptions of Green Venue Events at the Queen Sirikit National Convention Center

วารุณี ทับทิมทอง[1] และ นิรมล ขวาของ[2]
Warunee Tubtimtong[1], and Niramol Khwakhong[2]
Received July 17, 2026; Retrieved October 4, 2026; Accepted October 17, 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงปริมาณนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคในการให้บริการรูปแบบสถานที่จัดงานประหยัดพลังงานและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Venue) ของศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ กลุ่มตัวอย่างคือผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ ซึ่งผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาและมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.90 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้ประจำต่อเดือนต่างกัน มีระดับการรับรู้ต่อการให้บริการ Green Venue แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทุกด้าน ทั้งภาพรวม มาตรฐาน TMVS มาตรฐาน ISO 20121:2012 และมาตรฐาน ISO 9001:2015 ระดับการศึกษาที่ต่างกันส่งผลต่อการรับรู้มาตรฐาน ISO 9001:2015 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนปัจจัยเพศ อายุ และอาชีพ ไม่พบความแตกต่างต่อระดับการรับรู้ทั้งภาพรวมและรายด้าน ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ 1)ควรเน้นการออกแบบช่องแสงธรรมชาติหรือผนังกระจกใส เพื่อเพิ่มแสงสว่างธรรมชาติและลดการใช้พลังงานไฟฟ้า 2)ด้านการสนับสนุนมาตรฐาน ISO 20121:2012 ศูนย์การประชุมควรใช้มาตรฐานนี้ เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นและรักษาความเป็นผู้นำ Green Venue ของประเทศ 3)ด้านการปรับใช้มาตรฐาน ISO 9001:2015 ควรจัดการฝึกอบรมพัฒนาทักษะการบริการของพนักงาน พร้อมปรับปรุงระบบแจ้งข้อมูลแก่ผู้เข้าร่วมงานให้ครบถ้วน เพื่อยกระดับความรวดเร็วและประสิทธิภาพการบริการ

คำสำคัญ: การรับรู้ของผู้บริโภค, สถานที่จัดงานสีเขียว, มาตรฐานไมซ์, ความยั่งยืน, ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

Abstract

This quantitative study aimed to examine demographic factors affecting consumer perceptions of the energy-saving and environmentally friendly venue service model (Green Venue) at the Queen Sirikit National Convention Center (QSNCC). The sample consisted of 400 consumers at QSNCC, selected through purposive sampling. Data were collected using a

[1, 2]คณะอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน
[1, 2]Faculty of Hospitality Industry, Kasetsart University, Kamphaeng Saen Campus, Thailand
E-mail: niramol.khw@ku.th

5-point rating scale questionnaire validated for content validity, yielding a reliability coefficient of 0.90. The data analysis employed frequency, percentage, mean, standard deviation, and One-Way ANOVA. The findings indicated that consumers with different monthly incomes perceived the Green Venue service differently at the .05 statistical significance level across all dimensions, including overall perception, the TMVS standard, ISO 20121:2012, and ISO 9001:2015. Educational attainment resulted in statistically significant differences in the perception of ISO 9001:2015 at the .05 level. Gender, age, and occupation showed no statistically significant differences in consumer perceptions either overall or across individual dimensions. Recommendations for the practical application of the research findings: 1) Emphasis should be placed on the design of natural light apertures or transparent glass walls to increase the use of daylight and reduce electricity consumption. 2) Regarding the adoption of the ISO 20121:2012 standard, the convention center should implement this framework to bolster confidence and maintain its position as a national leader among "Green Venues." 3) In terms of applying the ISO 9001:2015 standard, the center should conduct training to enhance staff service skills, while simultaneously improving the systems for providing comprehensive information to event attendees, thereby increasing the speed and efficiency of service delivery.

Keywords: Consumer Perception, Green Venue, MICE Standards, Sustainability, Queen Sirikit National Convention Center

บทนำ

อุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) ประกอบด้วยธุรกิจการจัดประชุมองค์กร การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลการประชุมนานาชาติ และการจัดแสดงสินค้าหรือนิทรรศการ กิจกรรมเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการใช้พลังงานและทรัพยากรในปริมาณสูง ผู้ประกอบการนำเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) มาประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาสู่การเป็นสถานที่จัดงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Venue) การจัดงานไมซ์ภายใต้แนวคิดความยั่งยืนเปลี่ยนไปสู่ดิจิทัลและเกิดแนวปฏิบัติการจัดงานที่มีมาตรฐานเพิ่มขึ้นเพื่อลดพลังงานและลดต้นทุน สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (TCEB) จึงพัฒนามาตรฐานสำหรับสถานที่จัดงานในประเทศไทยและเพิ่มแนวทางจัดการคาร์บอนฟุตพรินต์ให้กับผู้จัดงาน (Center for Business Development for Sustainability, 2026)

ปัจจุบันแนวโน้มของผู้เข้าประชุมและผู้จัดงานให้ความสำคัญกับความยั่งยืนมากขึ้น กลุ่มผู้จัดงานเชื่อว่าการจัดงานอย่างยั่งยืนช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร สถานที่จัดงาน และประเทศเจ้าภาพ การจัดงานที่ยั่งยืนสร้างผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมผ่านแผนการจัดงาน สถานที่จัดงานถือเป็นองค์ประกอบหลักที่ส่งผลโดยตรงต่อการใช้พลังงาน ทรัพยากร และการปล่อยของเสีย แนวคิดการให้บริการรูปแบบสถานที่จัดงานประหยัดพลังงานและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เป็นแนวทางประหยัดพลังงานและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่มีระบบการจัดการพลังงาน การใช้น้ำ ไฟ และการจัดการขยะอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อลดต้นทุนและสร้างชื่อเสียงเชิงบวกให้กับอาคาร (Thailand Convention and Exhibition Bureau, 2020)

ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ดำเนินงานตามแนวคิดการให้บริการรูปแบบสถานที่จัดงานประหยัดพลังงานและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และได้รับการรับรองมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย (TMVS) มาตรฐานการบริหารการจัดการงานอย่างยั่งยืน (ISO 20121:2012) และมาตรฐานการจัดการคุณภาพ (ISO 9001:2015) สถานที่แห่งนี้ได้รับการปรับปรุงครั้งใหญ่และกลับมาเปิดให้บริการอีกครั้งในปี พ.ศ. 2565 โดยมุ่งเน้นการใช้วัสดุก่อสร้างที่ยั่งยืน การประหยัดพลังงานและน้ำ การจัดการขยะ และการส่งเสริมการเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะ ความสำเร็จของแนวทางการให้บริการรูปแบบสถานที่จัดงานประหยัดพลังงานและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ขึ้นอยู่กับการรับรู้ของผู้บริโภคซึ่งเป็นผู้มีส่วนสำคัญในการสนับสนุนแนวทางดังกล่าวผ่านพฤติกรรม การเลือกใช้บริการ และทัศนคติ การรับรู้และเห็นคุณค่าของการเป็นการให้บริการรูปแบบสถานที่จัดงานประหยัดพลังงานและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม นำไปสู่การมีส่วนร่วม การสนับสนุน และการเผยแพร่แนวทางที่ยั่งยืนออกไปในวงกว้าง (Queen Sirikit National Convention Center, 2026)

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการรับรู้และความสำคัญของการให้บริการรูปแบบ การให้บริการรูปแบบสถานที่จัดงานประหยัดพลังงานและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ผลการศึกษาช่วยให้ผู้บริหารและผู้จัดงานเข้าใจการรับรู้ของกลุ่มผู้ใช้บริการเพื่อนำไปปรับปรุงกลยุทธ์การบริการและการบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพในระยะยาว ข้อมูลจากการศึกษาเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจนำความรู้และข้อเสนอแนะไปใช้เป็นแนวทางพัฒนาการจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนต่อไป งานวิจัยนี้ช่วยเพิ่มองค์ความรู้ด้านการรับรู้ของผู้บริโภคต่อการให้บริการรูปแบบ การให้บริการรูปแบบสถานที่จัดงานประหยัดพลังงานและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อยกระดับมาตรฐานการจัดงานไมซ์และต่อยอดงานวิจัยในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคในการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการรูปแบบสถานที่จัดงานประหยัดพลังงานและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Venue) ของศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

การทบทวนวรรณกรรม และแนวคิด

จากการทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำมากำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยได้ ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ ลักษณะด้านประชากรศาสตร์เป็นตัวแปรสำคัญที่กำหนดความแตกต่างของการรับรู้ ทัศนคติ และการตอบสนองต่อการบริการ (Wiwanitki, V. (2024); Kotler, P. & Armstrong, G. 2017) ปัจจัยเพศและช่วงอายุกำหนดระดับความตระหนักและการเปิดรับแนวคิดสิ่งแวดล้อม โดยกลุ่มสตรีและกลุ่มคนรุ่นใหม่มีระดับความใส่ใจต่อการจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนสูง Auksorncherdchoo, S. et al. (2025) ระดับการศึกษาและรายได้ประจำต่อเดือนส่งผลต่อความเข้าใจมาตรฐานบริการ ความพร้อมในการจ่าย และการประเมินคุณภาพความคุ้มค่าของพื้นที่จัดแสดง (Sananaue, S. et al., 2026) ความแตกต่างด้านอาชีพสะท้อนถึงรูปแบบการใช้งานและความคาดหวังต่อสถานที่จัดประชุมที่แตกต่างกันตามลักษณะงาน และการศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์จึงนำมาใช้จำแนกกลุ่มตัวอย่างเพื่อเปรียบเทียบระดับการรับรู้ต่อมาตรฐาน TMVS, ISO 20121:2012 และ ISO 9001:2015 ได้อย่างเป็นระบบ

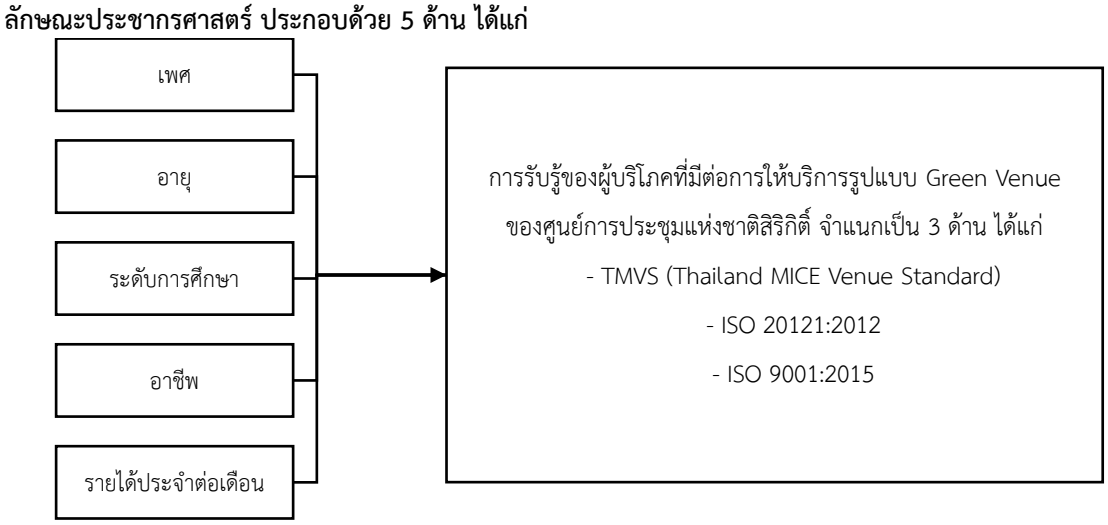
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการให้บริการรูปแบบสถานที่จัดงานประหยัดพลังงานและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม แนวคิดสถานที่จัดงานประหยัดพลังงานและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Venue) ดำเนินงานสอดคล้องกับแนวทาง Green MICE ตามกระแสความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อมในอุตสาหกรรมไมซ์

เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ความรับผิดชอบต่อสังคมและเพิ่มความน่าเชื่อถือแก่ผู้ใช้บริการ (Center for Business Development for Sustainability, (2026) Green Venue หมายถึง สถานที่จัดงานที่ออกแบบและบริหารจัดการโดยคำนึงถึงการประหยัดพลังงานและการรักษาสิ่งแวดล้อมผ่านระบบบริหารการจัดงานอย่างยั่งยืน ISO 20121:2012 ควบคู่กับการใช้เทคโนโลยีลดพลังงานไฟฟ้า การใช้น้ำ และการคัดแยกขยะ (Thailand Convention and Exhibition Bureau, 2020) นอกจากนี้ยังบูรณาการร่วมกับระบบบริหารงานคุณภาพ ISO 9001:2015 ในมิติการบริการอย่างเป็นระบบ ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก และการใช้ระบบคิวอาร์โค้ดผ่านสมาร์ทโฟนแทนกระดาษ ซึ่งช่วยลดปริมาณขยะ ลดต้นทุนการดำเนินงาน และสนับสนุนเป้าหมายความยั่งยืนของธุรกิจไมซ์

3. ข้อมูลทั่วไปของศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ (QSNCC) เป็นศูนย์ประชุมระดับนานาชาติใจกลางกรุงเทพมหานคร บริหารงานโดยบริษัท เอ็น.ซี.ซี. แมนเนจเม้นท์ แอนด์ ดิเวลลอปเม้นท์ จำกัด เริ่มเปิดให้บริการครั้งแรกในปี พ.ศ. 2534 และได้ปิดปรับปรุงครั้งใหญ่ในปี พ.ศ. 2562 เพื่อรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรมไมซ์ ก่อนจะกลับมาเปิดให้บริการอีกครั้งในเดือนกันยายน พ.ศ. 2565 ภายใต้แนวคิดการออกแบบเพื่อความยั่งยืน โครงสร้างใหม่มีพื้นที่ใช้สอยรวม 300,000 ตารางเมตร พื้นที่จัดงาน 78,500 ตารางเมตร ประกอบด้วยห้องจัดนิทรรศการ 8 ห้อง ห้องประชุมใหญ่ 4 ห้อง และห้องประชุมย่อย 50 ห้อง การบริหารงานมีพันธกิจขยายเครือข่ายพันธมิตรธุรกิจทั้งในและต่างประเทศเพื่อขับเคลื่อนสู่การเป็นอีเวนต์แพลตฟอร์มที่รองรับการจัดงานทุกรูปแบบทั้งกลุ่มธุรกิจที่ขายสินค้าหรือบริการให้กับองค์กรหรือธุรกิจอื่น (B2B) และธุรกิจที่ขายสินค้าหรือบริการให้กับผู้บริโภคทั่วไปโดยตรง (B2C) และตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ประจำวันของผู้บริโภค ด้านการเดินทางเชื่อมต่อโดยตรงกับระบบรถไฟฟ้าใต้ดิน (MRT) ทำเลที่ตั้งจึงเอื้อต่อการเข้าถึงของผู้เข้าร่วมงาน นอกจากนี้ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์เป็นศูนย์การประชุมแห่งแรกของประเทศไทยที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการประเมินอาคารเขียวระดับสากล (LEED) ระดับเงิน ในด้านการออกแบบ การก่อสร้าง และการดำเนินงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มุ่งเน้นการหมุนเวียนพลังงาน การลดการปล่อยคาร์บอนฟุตพรินต์ พร้อมติดตั้งระบบความปลอดภัยระดับสากล ระบบเข้าใช้งานพื้นที่แบบไร้สัมผัส ตลอดจนโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลผ่านเครือข่ายเส้นใยแก้วนำแสงและไร้สายเพื่อรองรับการจัดงานรูปแบบออนไลน์และไฮบริดอย่างเต็มประสิทธิภาพ (Queen Sirikit National Convention Center, 2026)

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้นำปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และมาตรฐานการให้บริการรูปแบบสถานที่จัดงานประหยัดพลังงานและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Thailand Convention and Exhibition Bureau, 2020) มาสังเคราะห์เป็นกรอบแนวคิดการวิจัยเพื่อศึกษาการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการรูปแบบ Green Venue ของศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ โดยจำแนกความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรออกเป็น 2 ส่วนหลัก คือ ตัวแปรอิสระอันได้แก่ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ 5 ด้าน ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ประจำต่อเดือน และตัวแปรตามอันได้แก่การรับรู้ของผู้บริโภคต่อมาตรฐานการให้บริการรูปแบบสถานที่จัดงานประหยัดพลังงานและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 3 ด้าน ประกอบด้วย มาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย (TMVS) มาตรฐานการบริหารจัดการงานอย่างยั่งยืน (ISO 20121:2012) และมาตรฐานการจัดการคุณภาพ (ISO 9001:2015)

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และมาตรฐานการให้บริการรูปแบบสถานที่จัดงานประหยัดพลังงานและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มาสังเคราะห์เป็นกรอบแนวคิดการวิจัยเพื่อศึกษาการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการรูปแบบสถานที่จัดงานประหยัดพลังงานและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ (ภาพที่ 1)



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวความคิด

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มุ่งวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์หลัก 2 ประการ โดยผู้วิจัยกำหนดขอบเขตของการดำเนินการวิจัยไว้ 3 ด้าน ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยมุ่งศึกษาการรับรู้และความสำคัญของการให้บริการรูปแบบสถานที่จัดงานประหยัดพลังงานและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ เนื้อหาครอบคลุมการประเมินมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย (TMVS) มาตรฐานการบริหารการจัดการงานอย่างยั่งยืน (ISO 20121:2012) และมาตรฐานการจัดการคุณภาพ (ISO 9001:2015) โดยศึกษาจากปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้บริโภค และการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อมาตรฐานการให้บริการรูปแบบสถานที่จัดงานประหยัดพลังงานและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม 3 ด้าน ได้แก่ มาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย (TMVS) มาตรฐานการบริหารการจัดการงานอย่างยั่งยืน (ISO 20121:2012) และมาตรฐานการจัดการคุณภาพ (ISO 9001:2015)

2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรคือผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการในศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ กลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวหรือผู้ใช้บริการจำนวน 400 คน ซึ่งกำหนดขนาดตัวอย่างตามสูตรคำนวณของ Taro Yamane และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling)

3. ขอบเขตด้านพื้นที่และเวลา พื้นที่ในการจัดเก็บข้อมูลคือศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ กรุงเทพมหานคร ระยะเวลาในการดำเนินงานวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูลเริ่มตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2567 ถึงเดือนตุลาคม พ.ศ. 2568

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้วิจัยกำหนดขั้นตอนและวิธีการดำเนินการวิจัยไว้เป็นระบบดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้บริโภคหรือบุคคลที่เข้ามาใช้บริการในฐานะผู้ร่วมงานภายในพื้นที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์โดยไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการภายในศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์จำนวน 400 คน ซึ่งคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ Cochran, W.G. (1977) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับ

ความคลาดเคลื่อน ร้อยละ 5 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) ด้วยเทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) กำหนดเกณฑ์คัดเข้า (Inclusion Criteria) คือ 1) ผู้ใช้บริการที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป 2) ผู้ที่เข้ามาใช้งานพื้นที่ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์เพื่อร่วมงานประชุม งานแสดงสินค้า หรือกิจกรรมภายในอาคารอย่างน้อย 1 ครั้ง เพื่อให้มั่นใจว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีประสบการณ์ตรงต่อสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกจริง และ 3) ผู้ที่ยินดีและให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามด้วยความสมัครใจ เกณฑ์คัดออก (Exclusion Criteria) คือ ผู้เข้ามาใช้งานพื้นที่ที่อยู่ระหว่างการสัญจรผ่านโดยไม่ได้เข้าร่วมกิจกรรมหรือใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกภายในอาคาร และแบบสอบถามที่มีข้อมูลไม่สมบูรณ์ ขาดการตอบในข้อคำถามหลัก หรือมีรูปแบบการตอบแบบซ้ำเดิมทุกข้อในลักษณะไม่พิจารณาเนื้อหา (Unengaged Responses)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย 3 ส่วนหลัก ได้แก่ ส่วนที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย ข้อคำถามจำนวน 5 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ประจำต่อเดือน ส่วนที่ 2 การรับรู้ของผู้บริโภคต่อการให้บริการรูปแบบ Green Venue ประกอบด้วย ข้อคำถามมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ (Rating Scale) (Roy, A. 2020) จำนวน 12 ข้อคำถาม ครอบคลุม 3 ตัวแปร ได้แก่ มาตรฐาน TMVS มาตรฐาน ISO 20121:2012 และมาตรฐาน ISO 9001:2015 และส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเป็นข้อคำถามปลายเปิดเพื่อรับฟังความคิดเห็นอย่างอิสระ ผู้วิจัยจัดทำคำชี้แจง นิยามเชิงปฏิบัติการ และภาพประกอบจุดสัมผัสบริการที่ส่วนหัวแบบสอบถามส่วนที่ 2 เพื่ออธิบายมาตรฐาน TMVS, ISO 20121:2012 และ ISO 9001:2015 ผ่านลักษณะทางกายภาพที่ผู้บริโภคสัมผัสได้จริง ช่วยลดความคลาดเคลื่อนจากคำศัพท์เทคนิคเฉพาะทาง

3. การสร้างและการหาคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยศึกษาเอกสาร ตำรา ทฤษฎีด้านอุตสาหกรรมไมซ์ มาตรฐานความยั่งยืน และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างแบบสอบถาม จากนั้นนำแบบสอบถามเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผลการประเมินค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ในช่วง 0.67-1.00 และนำไปทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) เท่ากับ 0.90 ซึ่งแปลว่าแบบสอบถามสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจริงได้ (Fokoue, E. & Gunduz, N. 2015)

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในลักษณะข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยลงพื้นที่แจกแบบสอบถามให้แก่กลุ่มตัวอย่างด้วยตนเอง ณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมา ผู้วิจัยคัดเลือกเฉพาะแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ครบถ้วนจำนวน 400 ชุดนำไปบันทึกรหัสเพื่อประมวลผลข้อมูล

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้ประกอบด้วย สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) สำหรับวิเคราะห์ระดับการรับรู้ของผู้บริโภค ผู้วิจัยอ้างอิงเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ย 5 ระดับที่มีช่วงคะแนนห่างกันระดับละ 0.80 คะแนน และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ (ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ประจำต่อเดือน) กับ

ระดับการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการรูปแบบสถานที่จัดงานประหยัดพลังงานและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ของศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัย

จากวัตถุประสงค์การวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 279 คน (ร้อยละ 69.75) มีอายุ 21–30 ปี 182 คน (ร้อยละ 45.50) สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี 312 คน (ร้อยละ 78.00) ประกอบอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา 268 คน (ร้อยละ 67.00) และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท 183 คน (ร้อยละ 45.75) (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 ข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์		จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ	หญิง	279	69.75
อายุ	21 – 30 ปี	182	45.50
ระดับการศึกษา	ปริญญาตรี	312	78.00
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	268	67.00
รายได้ประจำต่อเดือน	ต่ำกว่า 10,000 บาท	183	45.75

ระดับการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการรูปแบบสถานที่จัดงานประหยัดพลังงานและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.41, S.D. = 0.82) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า การรับรู้ที่มีต่อมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย (TMVS) อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.43, S.D. = 0.83) รองลงมาคือ การรับรู้ที่มีต่อมาตรฐาน ISO 20121:2012 อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.41, S.D. = 0.81) และการรับรู้ที่มีต่อมาตรฐาน ISO 9001:2015 อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.40, S.D. = 0.81) ตามลำดับ ดังตารางที่ 2-4

ตารางที่ 2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย (TMVS)

การรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย (TMVS)	$\bar{x}$	S.D.	การแปลผล	ลำดับ
1. สถานที่จัดงานมีการจัดพื้นที่ให้เหมาะสมกับประเภทงาน เช่น งานประชุม นิทรรศการ หรือจัดเลี้ยง เป็นต้น	4.49	0.82	มากที่สุด	1
2. สถานที่จัดงานมีอุปกรณ์เทคโนโลยีรองรับการจัดงาน เช่น จอ LED ไมโครโฟน เป็นต้น	4.48	0.79	มากที่สุด	2
3. สถานที่ที่จัดงานที่มีการอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการหรือผู้สูงอายุ เช่น ทางลาดสำหรับรถเข็น ห้องน้ำผู้พิการ เป็นต้น	4.40	0.85	มากที่สุด	3
4. สถานที่จัดงานมีการลดใช้พลังงานไฟฟ้า เช่น ช่องแสง Skylight หรือ ผนังกระจกใส เป็นต้น	4.34	0.87	มากที่สุด	4
เฉลี่ยรวม	**4.43**	**0.83**	**มากที่สุด**	

ตารางที่ 3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อมาตรฐาน ISO 20121:2012

การรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อมาตรฐาน ISO 20121:2012	$\bar{x}$	S.D.	การแปลผล	ลำดับ
1. การได้รับมาตรฐาน ISO 20121:2012 (มาตรฐานการจัดงานอย่างยั่งยืน) ช่วยส่งเสริมให้ศูนย์ประชุมเป็นผู้นำด้านการจัดงานอย่างยั่งยืนในประเทศไทย	4.36	0.89	มากที่สุด	4
2. การจัดงานภายใต้มาตรฐาน ISO 20121:2012 (มาตรฐานการจัดงานอย่างยั่งยืน) ส่งผลดีต่อสิ่งแวดล้อมและการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ	4.40	0.82	มากที่สุด	2
3. ภายในศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์มีจุดแยกขยะหรือจัดการขยะอย่างเหมาะสม	4.39	0.80	มากที่สุด	3
4. กิจกรรมที่จัดภายในสถานที่จัดงานมีความปลอดภัยและสุขอนามัยระหว่างการจัดงาน	4.49	0.73	มากที่สุด	1
เฉลี่ยรวม	**4.41**	**0.81**	**มากที่สุด**	

ตารางที่ 4 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อมาตรฐาน ISO 9001:2015

การรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อมาตรฐาน ISO 9001:2015	$\bar{x}$	S.D.	การแปลผล	ลำดับ
1. สถานที่จัดงานมีระบบการจัดการคุณภาพมาตรฐาน ISO 9001:2015 (ระบบการบริหารงานคุณภาพ)	4.33	0.84	มากที่สุด	4
2. สถานที่จัดงานมีการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว เช่น การให้ข้อมูลของเจ้าหน้าที่ การให้บริการอย่างเป็นระบบ เป็นต้น	4.37	0.82	มากที่สุด	3
3. สถานที่จัดงานมีความพร้อมของสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ป้ายบอกทาง เส้นทางหนีไฟ เป็นต้น	4.52	0.74	มากที่สุด	1
4. สถานที่จัดงานมีกระบวนการจัดการเกี่ยวกับระบบดิจิทัล เช่น ระบบการลงทะเบียนล่วงหน้า การใช้คิวอาร์โค้ด เป็นต้น	4.39	0.81	มากที่สุด	2
เฉลี่ยรวม	**4.40**	**0.81**	**มากที่สุด**	

ผลการเปรียบเทียบระดับการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อการให้บริการรูปแบบ Green Venue ของศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ พบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษา และรายได้ประจำต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับการรับรู้ต่อการให้บริการรูปแบบ Green Venue ของศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ในภาพรวมไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนเพศ อายุ และอาชีพ ไม่พบความแตกต่างทางสถิติ (ตารางที่ 5) พบว่า ระดับการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีระดับการรับรู้มาตรฐาน ISO 9001:2015 ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($p = 0.035$) ขณะที่ระดับการรับรู้ส่วนมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย (TMVS) ระดับการรับรู้มาตรฐาน ISO 20121:2012 และระดับการรับรู้การให้บริการรูปแบบ Green Venue ภาพรวม ไม่พบความแตกต่างกันตามนัยสำคัญทางสถิติ และรายได้ประจำต่อเดือน พบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้ประจำต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับการรับรู้ต่อการให้บริการรูปแบบ Green Venue ภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($p = 0.017$) ทุกด้าน ทั้งระดับการรับรู้ด้านมาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย (TMVS) ($p = 0.010$) มาตรฐาน ISO 20121:2012 ($p = 0.031$) มาตรฐาน ISO 9001:2015 ($p = 0.048$)

ตารางที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ปัจจัยประชากรศาสตร์	สถานที่จัดงานประเทศไทย (TMVS)		ISO 20121:2012		ISO 9001:2015		ภาพรวม	
	F	p	F	p	F	p	F	p
เพศ	0.155	0.857	0.471	0.625	0.521	0.594	0.367	0.693
อายุ	0.336	0.891	1.567	0.168	1.517	0.183	0.861	0.508
ระดับการศึกษา	0.796	0.496	1.553	0.200	2.892	0.035*	1.824	0.142
อาชีพ	1.322	0.261	1.689	0.152	2.215	0.067	1.245	0.291
รายได้ประจำต่อเดือน	3.861	0.010*	2.981	0.031*	2.653	0.048*	3.445	0.017*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สรุป อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ

สรุป

จากการศึกษางานวิจัย สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 21–30 ปี สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา และมีรายได้ประจำต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ผู้บริโภครับรู้ต่อการให้บริการรูปแบบ Green Venue ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.41, S.D. = 0.82) การรับรู้รายด้านพบว่า มาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย (TMVS) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x}$ = 4.43, S.D. = 0.83) รองลงมาคือ มาตรฐานการบริหารจัดการงานอย่างยั่งยืน (ISO 20121:2012) ($\bar{x}$ = 4.41, S.D. = 0.81) และมาตรฐานระบบบริหารงานคุณภาพ (ISO 9001:2015) ($\bar{x}$ = 4.40, S.D. = 0.81) ผลการเปรียบเทียบปัจจัยด้านประชากรศาสตร์พบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้ประจำต่อเดือนต่างกัน มีระดับการรับรู้ต่อการให้บริการรูปแบบ Green Venue แตกต่างกันทางสถิติที่ระดับ .05 ทุกด้าน ทั้งภาพรวม (F = 3.445, p = .017) ด้านมาตรฐาน TMVS (F = 3.861, p = .010) ด้านมาตรฐาน ISO 20121:2012 (F = 2.981, p = .031) และด้านมาตรฐาน ISO 9001:2015 (F = 2.653, p = .048) ระดับการศึกษาที่ต่างกันส่งผลให้การรับรู้มาตรฐาน ISO 9001:2015 แตกต่างกันทางสถิติที่ระดับ .05 (F = 2.892, p = .035) แต่ไม่พบความแตกต่างในด้านมาตรฐาน TMVS ด้านมาตรฐาน ISO 20121:2012 และภาพรวม และปัจจัยเพศ อายุ และอาชีพ ไม่ส่งผลต่อระดับการรับรู้ต่อการให้บริการรูปแบบ Green Venue ทั้งภาพรวมและรายด้าน

อภิปรายผล

1. ประเด็นประชากรศาสตร์และพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่เข้ามาใช้บริการศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์และให้ความสำคัญกับแนวคิดความยั่งยืนเป็นเพศหญิง (ร้อยละ 69.50) และเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ในวัยนักเรียน นักศึกษา ช่วงอายุ 21–30 ปี สะท้อนว่ากลุ่มประชากรรุ่นใหม่และเพศหญิงมีความตระหนักและเปิดรับต่อแนวคิดสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Auksorncherdchoo, S. et al. (2025) ที่ที่พบว่ากลุ่มผู้ให้ความสนใจต่อการจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง แต่ไม่สอดคล้องกับ Patcharaniwattanankul, N. & Siriwattana, S. (2024) ที่เคยศึกษาไว้ว่ากลุ่มผู้ใช้บริการไมซ์ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชนและรัฐวิสาหกิจ ชี้ให้เห็นว่าโครงสร้างประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการในอุตสาหกรรมไมซ์ปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงเชิงกลุ่มอายุและพฤติกรรมอย่างมีนัยสำคัญ

2. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการให้บริการรูปแบบ Green Venue พบว่า ระดับรายได้ประจำต่อเดือนส่งผลต่อการรับรู้มาตรฐานสถานที่จัดงานประเทศไทย (TMVS) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับ Auksorncherdchoo, S. et al. (2025) ที่ระบุว่าการรับรู้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ตรง

และการใช้เทคโนโลยี และสอดคล้องกับ Sabprach, P. (2020) ในประเด็นการประเมินคุณภาพบริการเพื่อตัดสินใจใช้พื้นที่จัดแสดงสินค้า ปัจจัยรายได้ประจำต่อเดือนยังส่งผลต่อการรับรู้มาตรฐานการบริหารจัดการงานอย่างยั่งยืน (ISO 20121:2012) แตกต่างกันทางสถิติ สอดคล้องกับ Sananaue, S. et al. (2026) เรื่องความพร้อมในการจ่ายและความคาดหวังบริการ รวมถึงสอดคล้องกับ Sritamma, S. (2024), and Cavallin Toscani, A. et al. (2024) ในมิติการจัดการขยะ การควบคุมมลพิษ และการลดคาร์บอนฟุตพรินต์ ขณะที่ระดับการศึกษาและรายได้ประจำต่อเดือนส่งผลต่อการรับรู้มาตรฐานระบบบริหารงานคุณภาพ (ISO 9001:2015) แตกต่างกันทางสถิติ สอดคล้องกับSabprach, P. (2020) ด้านความพร้อมทางกายภาพและความปลอดภัยของระบบบริการ ตลอดจนตรงกับ Cavallin Toscani, A. et al. (2024) เรื่องการนำนวัตกรรมบริการดิจิทัลมาขับเคลื่อนระบบคุณภาพ ส่วนปัจจัยเพศและอายุไม่พบความแตกต่างต่อการรับรู้มาตรฐานบริการทั้ง 3 ด้าน

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ ดังนี้

1.1 ประเด็นด้านสถานที่จัดงาน ควรเน้นการออกแบบช่องแสงธรรมชาติ (Skylight) หรือผนังกระจกใส เพื่อเพิ่มแสงสว่างธรรมชาติและลดการใช้พลังงานไฟฟ้า

1.2 ด้านการสนับสนุนมาตรฐาน ISO 20121:2012 ศูนย์การประชุมควรใช้มาตรฐานนี้เป็นกรอบการบริหารจัดการความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นและรักษาความเป็นผู้นำ Green Venue ของประเทศ

1.3 ด้านการปรับใช้มาตรฐาน ISO 9001:2015 ควรจัดการฝึกอบรมพัฒนาทักษะการบริการของพนักงาน พร้อมปรับปรุงระบบแจ้งข้อมูลแก่ผู้เข้าร่วมงานให้ครบถ้วน เพื่อยกระดับความรวดเร็วและประสิทธิภาพการบริการ

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

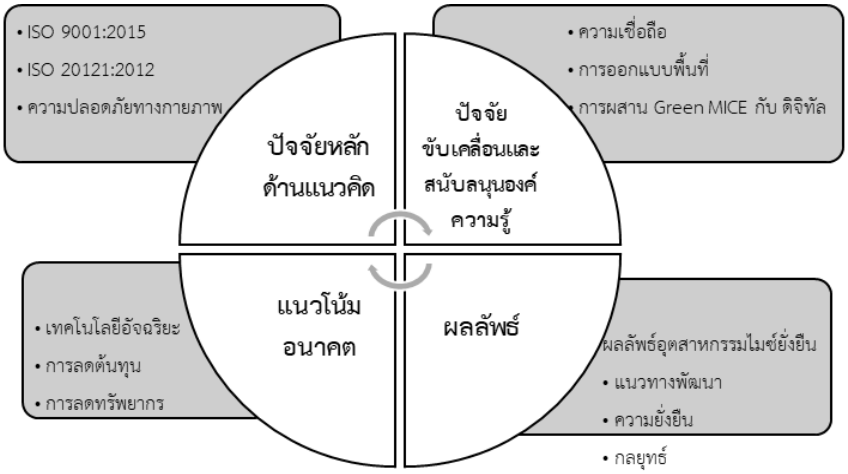
2.1 ควรศึกษาเปรียบเทียบระหว่างศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์กับสถานที่จัดงานไมซ์แห่งอื่นในประเทศไทย เพื่อประเมินความแตกต่างด้านการบริหารจัดการและความยั่งยืน

2.2 ควรเพิ่มตัวแปรด้านความยั่งยืนเฉพาะทาง เช่น การเลือกใช้วัตถุดิบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Food) และการจัดการขยะอินทรีย์ (Green Waste Management) ให้ครอบคลุมทุกมิติ

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย

งานวิจัยนี้สร้างองค์ความรู้ด้านการรับรู้ของผู้บริโภคต่อการให้บริการรูปแบบสถานที่จัดงานประหยัดพลังงานและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Venue) เพื่อยกระดับมาตรฐานสถานที่จัดงานไมซ์และพัฒนาการจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืน แนวคิด Green Venue นับเป็นปัจจัยหลักต่อการดำเนินธุรกิจไมซ์ทั้งในปัจจุบันและอนาคต การดำเนินงานตามแนวคิดนี้ของศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ช่วยสร้างความเชื่อถือในฐานะสถานที่จัดงานต้นแบบด้านความยั่งยืน โดยมีโครงสร้างทางกายภาพและการออกแบบพื้นที่หลังการปรับปรุงที่ตอบสนองการใช้งานของผู้ใช้บริการทั้งกลุ่ม B2B และ B2C ได้อย่างมีประสิทธิภาพ กระแสความตระหนักด้านสิ่งแวดล้อมจำเป็นต้องดำเนินควบคู่ไปกับระบบเทคโนโลยีดิจิทัลอัจฉริยะเพื่อลดต้นทุนและการใช้ทรัพยากร ผลการวิจัยสะท้อนว่าผู้บริโภคให้ระดับการรับรู้และความสำคัญสูงที่สุดต่อความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานตามมาตรฐาน ISO 9001:2015 และด้านความปลอดภัยกับสุขอนามัยตามมาตรฐาน ISO 20121:2012 ที่พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อความพร้อมทางกายภาพของตัวอาคารเป็นลำดับแรก นอกจากนี้ ผลการทดสอบพบว่า ปัจจัยรายได้ประจำต่อเดือนที่ต่างกันทำให้ระดับการรับรู้ต่อการให้บริการ

Green Venue แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทุกมาตรฐาน ขณะที่ระดับการศึกษาที่ต่างกันส่งผลต่อระดับการรับรู้มาตรฐาน ISO 9001:2015 แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนปัจจัยเพศ อายุ และอาชีพไม่ส่งผลต่อระดับการรับรู้มาตรฐานการให้บริการ Green Venue ทั้งในภาพรวมและรายด้าน ผู้บริหารและผู้จัดงานสามารถนำผลการศึกษานี้ไปปรับปรุงกลยุทธ์การบริการ การบริหารจัดการทรัพยากร และแนวทางการพัฒนาการจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนในระยะยาว



ภาพที่ 2 องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย

เอกสารอ้างอิง

ณัฏฐนันท์ พัชรนิวัฒนากุล และสโรชินี ศิริวัฒนา. (2567). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการการจัดประชุมและสัมมนาของธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทในจังหวัดชลบุรี. *วารสาร มจร การพัฒนาสังคม*, *9*(3), 179–191. สืบค้นจาก https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JMSD/article/view/271090

ปวีณ์วัศร์ ทรัพย์ปราชญ์. (2563). *การรับรู้คุณภาพการให้บริการ การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด และการรับรู้ประโยชน์ที่ส่งผลต่อความตั้งใจเข้าชมงานแสดงสินค้า*. (การค้นคว้าอิสระ), มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. สืบค้นจาก http://dspace.bu.ac.th/handle/123456789/4336

วิโรจน์ ไววานิชกิจ. (2567). *หลักประชากรศาสตร์เบื้องต้น*. ศูนย์หนังสือจุฬาฯ.

ศิริวรรณ สนั่นเอื้อ, วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์ และเกิดศิริ เจริญวิศาล. (2569). การพัฒนาเมืองไมซ์อย่างยั่งยืนเพื่อรองรับการจัดงานอีเวนต์นานาชาติ จังหวัดอุดรธานี. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี*, *8*(1), 128–144. สืบค้นจาก https://so08.tci-thaijo.org/index.php/MSJournal/article/view/4618

ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์. (2569). *ข้อมูลเกี่ยวกับศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์*. ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์. สืบค้นจาก https://www.qsncc.com

ศูนย์พัฒนาธุรกิจเพื่อความยั่งยืน. (2569). *MICE 4.0: ถอดรหัสกลยุทธ์ “Green Value Chain” พลิกฟื้นอุตสาหกรรม MICE ไทยด้วยกรอบแนวทาง ESG*. ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. สืบค้นจาก https://setsustainability.com/libraries/1573/item/mice-40-green-value-chain-esg

สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ. (2563). *Infographic—มาทำความรู้จัก Green Venue กันดีกว่า* [โบรชัวร์]. สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและนิทรรศการ. สืบค้นจาก https://elibrary.tceb.or.th/th/Brochure/Trends/Infographic_trends/6042

สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน). (2569). *งานแสดงสินค้าภายในประเทศ*. สืบค้นจาก https://rfs.businesseventsthailand.com/criteria/domestic-exhibition.aspx

สุนทร อักษรเชิดชู, กัลยรัตน์ แพระบำ และรัฐชาติ พลแสน. (2568). ความคาดหวัง และการรับรู้ประสบการณ์จริงต่อการจัดงานอีเวนต์อย่างยั่งยืนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. *วารสารสุทธิปริทัศน์*, *39*(2), 48–66. สืบค้นจาก https://so05.tci-thaijo.org/index.php/DPUSuthiparithatJournal/article/view/278758

สุพรรณี ศรีธัมมา. (2567). แนวทางการจัดการของเสียจากงานอีเวนต์เพื่อความยั่งยืนในธุรกิจอุตสาหกรรมบริการ. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยการจัดการและเทคโนโลยีอีสเทิร์น*, *21*(1), 238–249. สืบค้นจาก https://so06.tci-thaijo.org/index.php/umt-poly/article/view/274198

Cavallin Toscani, A., Vendraminelli, L., & Vinelli, A. (2024). Environmental sustainability in the event industry: A systematic review and a research agenda. *Journal of Sustainable Tourism*, *32*, 2663–2697. สืบค้นจาก https://doi.org/10.1080/09669582.2024.2309544

Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). John Wiley & Sons.

Fokoue, E., & Gunduz, N. (2015). An information-theoretic alternative to the Cronbach's alpha coefficient of item reliability. *British Journal of Mathematics & Computer Science*, *15*. https://doi.org/10.9734/BJMCS/2016/23944

Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of marketing*. Pearson Education.

Roy, A. (2020). *A comprehensive guide for design, collection, analysis and presentation of Likert and other rating scale data: analysis of Likert scale data*. Independently published.

Translated Thai Reference

Auksorncherdchoo, S., Pharabum, K., & Phonsaen, R. (2025). Expectation and actual experience perception towards sustainable event management of audiences in the Bangkok Metropolitan Area. *Suthiparithat Journal*, *39*(2), 48–66. Retrieved from https://so05.tci-thaijo.org/index.php/DPUSuthiparithatJournal/article/view/278758. (In Thai)

Center for Business Development for Sustainability. (2026). *MICE 4.0: Green value chain strategy to drive business value with ESG.* Tourism Authority of Thailand. Retrieved from https://setsustainability.com/libraries/1573/item/mice-40-green-value-chain-esg (In Thai)

Patcharaniwattanankul, N., & Siriwattana, S. (2024). Factors affecting the selection service of mice for hotels and resorts in Chonburi province. *Journal of MCU Social Development*, *9*(3), 179–191. Retrieved from https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JMSD/article/view/271090 (In Thai)

Queen Sirikit National Convention Center. (2026). *About Queen Sirikit National Convention Center.* Queen Sirikit National Convention Center. Retrieved from https://www.qsncc.com/ (In Thai)

Sabprach, P. (2020). *Perceived service quality, marketing public relations, and perceived usefulness affecting intention to attend an exhibition*. (Independent Study), Bangkok University. Retrieved from http://dspace.bu.ac.th/handle/123456789/4336 (In Thai)

Sananaue, S., Jadesadalug, V., & Jaroenwisan, K. (2026). Sustainable mice city development to support international events in Udon Thani province. *Journal Of Management Science Udon Thani Rajabhat University*, *8*(1), 128–144. Retrieved from https://so08.tci-thaijo.org/index.php/MSJournal/article/view/4618 (In Thai)

Sritamma, S. (2024). Waste management, event venues, service industry businesses, sustainable practices. *UMT-Poly Journal*, *21*(1), 238–249. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/umt-poly/article/view/274198 (In Thai)

Thailand Convention and Exhibition Bureau. (2020). *Infographic—get to know green venue better* [Brochure]. Thailand Convention and Exhibition Bureau. Retrieved from https://elibrary.tceb.or.th/th/Brochure/Trends/Infographic_trends/6042 (In Thai)

Thailand Convention and Exhibition Bureau (Public Organization). (2026). *Domestic exhibitions.* Retrieved from https://rfs.businesseventsthailand.com/criteria/domestic-exhibition.aspx (In Thai)

Wiwanitki, V. (2024). *Introduction to demographics.* Chulalongkorn University Bookstore. (In Thai)